

Presentata la 2° edizione della ricerca ‘Agos Insights 2023’, l’indagine sulle abitudini green nei consumi degli italiani

L’indagine, realizzata con Eumetra, evidenzia il crescente interesse delle declinazioni sociale e di governance nei temi di sostenibilità tra i giovani

Milano, 26 ottobre 2023 - Sono stati presentati oggi presso la sede **Agos Green Life** i risultati della **2° edizione dell’Osservatorio “Agos Insights 2023. I nuovi consumi sostenibili”**, l’indagine, realizzata in collaborazione con **Eumetra**, che ha l’obiettivo di illustrare le abitudini green degli italiani.

Numerosi gli esperti riuniti da **Agos** - società leader nel credito al consumo partecipata per il 61% dal **Gruppo Crédit Agricole** attraverso **Crédit Agricole Consumer Finance (CACF)** e per il 39% da Banco BPM - per promuovere la ricerca a tema sostenibilità che analizza lo scenario macroeconomico dell’anno in corso, prendendo in considerazione i principali trend che hanno influenzato le scelte di spesa delle famiglie.

In un contesto di incertezza economica ed instabilità geopolitica, emerge un lieve e diffuso calo nell’attenzione rivolta a questioni di sostenibilità da parte degli intervistati, sebbene **le nuove generazioni continuino a perseguire le loro abitudini green nel quotidiano**. In particolare, **la Generazione Z risulta molto attenta alle tematiche legate alla sfera della sostenibilità sociale e di governance** (+ 5% rispetto al 2022), mostrando particolare sensibilità verso questi ambiti, rispetto alla tradizionale declinazione ambientale della materia.

Sulle **scelte di acquisto**, torna ad affermarsi anche in questa edizione l’importanza del fattore economico. In uno scenario caratterizzato da trend inflazionistici al rialzo che condizionano il potere d’acquisto delle famiglie, si evidenzia – nonostante il consumatore si ritrovi spesso a scegliere prodotti più convenienti indipendentemente dalle sue caratteristiche green¹ - **un miglioramento nell’adozione di comportamenti sostenibili**, sia in termini di abitudini di acquisto sia riguardo a consuetudini quotidiane che comportino un vantaggio di tipo economico, soprattutto con riferimento a comparti quali la **mobilità sostenibile** (+10% rispetto al 2022), **l’uso di energia da fonti rinnovabili** (+9 % rispetto al 2022) e la **circular economy**, con l’acquisto di vestiti usati (+5% rispetto al 2022)².

In termini di **mobilità** poi, gli intervistati dimostrano **grande consapevolezza rispetto all’impatto dei mezzi a combustione sull’ambiente circostante**, seppur risparmio personale in termini di tempo e denaro, mancanza di alternative valide e comodità siano i principali driver che di fatto influenzano queste scelte, tanto che l’automobile privata si conferma il mezzo più utilizzato (63%), seguito dagli spostamenti a piedi (35%) e dall’uso della bicicletta (19%).³ Non solo, dalla ricerca emerge anche **il desiderio dei partecipanti di essere maggiormente green nelle loro scelte di sostenibilità**, con un conseguente minor potenziale utilizzo dell’automobile (dal 63% al 32%).

¹ Quest’anno i consumatori risultano meno propensi a scegliere prodotti green notoriamente più cari (-3%), rinunciando a prodotti locali se il costo è superiore a quello di merce analoga (-6%).

² Al contrario, si denota un calo di attenzione rispetto alle caratteristiche sostenibili dei prodotti per la categoria degli elettrodomestici (diminuzione del 4% rispetto al 2022) e in ambito trasporti (diminuzione del 9% rispetto al 2022).

³ Quest’ultima, insieme ai monopattini, occupa le prime posizioni nella classifica dei mezzi ritenuti più sostenibili.

Infine, con riferimento al **comparto edilizio**, la **stragrande maggioranza** degli intervistati **si conferma interessata all'efficiamento energetico dei propri edifici (86%)⁴**, sia per i vantaggi economici derivanti dal risparmio sulle bollette per gli stabili appartenenti a classi energetiche elevate (61%) sia – in misura minore - per convinzioni ambientali.⁵

Allo stesso tempo, gli italiani dimostrano indecisione nell'affrontare le scelte di ristrutturazione degli immobili per varie ragioni. Tra queste l'impegno economico e la poca conoscenza delle normative in tema - solo il 7% dei rispondenti ritiene che la messa a norma dell'edificio possa rappresentare la motivazione per cui migliorarne l'efficienza e solo un italiano su quattro conosce la recente Direttiva Europea Case Green.

Profilo Agos

Agos è una società finanziaria leader nel settore del credito al consumo, presente in Italia da 35 anni, partecipata per il 61% da Crédit Agricole attraverso Crédit Agricole Consumer Finance e per il 39% da Banco BPM.

Con 200 filiali e circa 2.000 dipendenti sostiene la realizzazione dei progetti dei propri clienti e supporta le vendite dei partner nei diversi mercati attraverso l'offerta di prestiti personali, finanziamenti finalizzati, carte di credito, cessione del quinto stipendio, leasing e un'ampia gamma di servizi assicurativi.

Agos mette il cliente al centro. Efficienza operativa e attenzione particolare al customer care insieme alla ricerca continua di innovazione sono tratti distintivi di Agos, che vuole essere 100% human e 100% digital.

Agos lavora da sempre puntando su trasparenza, fiducia e rispetto. Valori che si riflettono anche nella sostenibilità ambientale, economica e sociale, tematiche a cui l'azienda tiene con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo economico sostenibile, per migliorare ogni ambito in cui il rispetto è sinonimo di crescita.

Maggiori informazioni disponibili su www.agoscorporate.it

Profilo Eumetra

Costituita nel 2015 da un pool di senior consultant, Eumetra estende il campo della conoscenza attraverso ricerche sociali e di marketing che realizza, a livello nazionale e internazionale, dalle sue sedi in Italia e Svizzera e attraverso il suo network di partner locali accuratamente selezionati in Europa e in oltre 100 paesi nel mondo. Accuratezza, prospettiva, purezza ed empatia sono i valori in cui Eumetra crede e su cui basa la propria attività di ricerca e consulenza. Eumetra è certificata ISO 9001:2015, ha conseguito l'Attestazione di Qualità Assirm ed è ESOMAR Corporate Member.

Contatti Stampa

Area Relazioni Esterne – Crédit Agricole Italia

Elisabetta Maria Usuelli – elisabetta.usuelli@credit-agricole.it

Vincenzo Calabria - Vincenzo.Calabria@credit-agricole.it

Relazioni Esterne - Agos

relazioni_esterne@agos.it

F.DELLEGRAZIE@agos.it

T.GALIMBERTI@agos.it

⁴ La percentuale, pur mantenendosi alta, è in calo rispetto alla passata edizione che evidenziava una propensione pari al 90%.

⁵ Un intervistato su tre è spinto dalla consapevolezza che il settore dell'edilizia ha un grande impatto sull'ambiente, in quanto l'industria delle costruzioni causa emissioni di anidride carbonica e consuma molta della domanda di energia a livello globale.