

Milano – 12 Gennaio 2023 | Edizione I

Agos
insights

eu
eumetra

SUSTAINABILITY MONITOR

Un osservatorio Agos
sui nuovi consumi sostenibili



Agenda



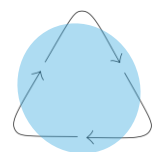
Premessa e obiettivi dell'indagine



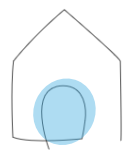
L'attenzione verso la sostenibilità



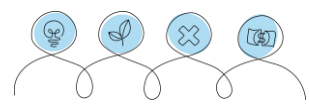
Andare nel concreto: i comportamenti sostenibili



L'economia Circolare

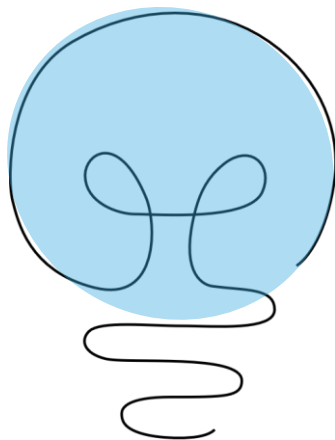


L'efficienza energetica in casa



Quattro atteggiamenti verso la sostenibilità

Premessa e obiettivi





Premessa e obiettivi



Concept

AGOS, nell'ambito delle diverse iniziative sulla sostenibilità, ha chiesto ad Eumetra di realizzare un Osservatorio periodico su questi temi

Di seguito saranno esposti i risultati della prima edizione dell'Osservatorio, svoltasi nell'autunno 2022



Obiettivo

Fornire ad Agos contenuti ad alto valore aggiunto, esclusivi ed originali, da comunicare

Sensibilizzazione sui temi relativi alla sostenibilità - ambientale, sociale e relativa a trasparenza e rispetto



Output

Quaderni AGOS: monografie periodiche dove pubblicare i risultati dell'indagine e una serie di contributi e interviste di approfondimento, in formato digitale e in limitate copie cartacee

Piano di campionamento

Il campione intervistato



Interviste

2000 casi
rappresentativi
per genere, età,
ampiezza e area
di residenza



Target

Popolazione
Italiana
maggiormente

La rilevazione



Tecnica rilevazione

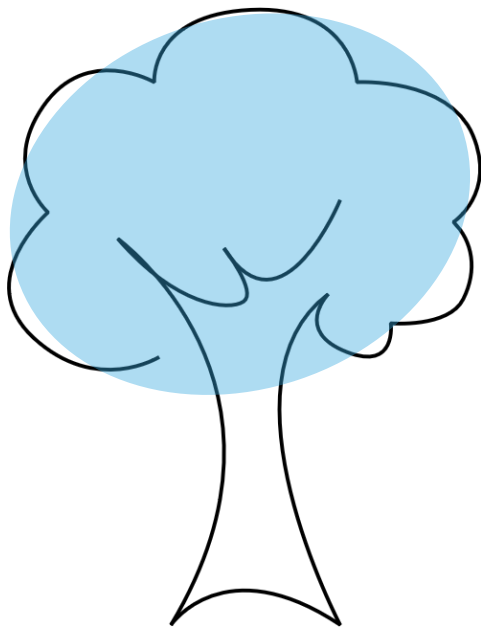
Interviste C.A.W.I
(computer assisted
web interviewing)



Svolgimento field

Autunno 2022

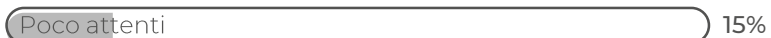
L'attenzione verso la sostenibilità



Attenzione prestata alla sostenibilità

Tra chi affida meno importanza all'attenzione verso la sostenibilità si contano molti più giovani, mentre tra coloro che affermano che è importante starci molto attenti prevalgono le generazioni più anziane

Campione totale



71% Intervistati che si dichiarano Attenti alla sostenibilità

Campione per età

Per niente attenti



Poco attenti



Attenti



Molto attenti



L'importanza di essere attenti alla sostenibilità...

Molto + abbastanza (%)



92%

Ambientale

Legata al rispetto dell'ambiente e a tutte quelle azioni che possono permettere di inquinare meno e di preservare l'ecosistema

Sociale

Legata al territorio e al rendere le condizioni di vita sempre migliori garantendo a tutti la possibilità di lavorare e di avere accesso ai servizi principali (scuole, negozi, ospedali, parchi, ecc.)



90%



88%

Governance

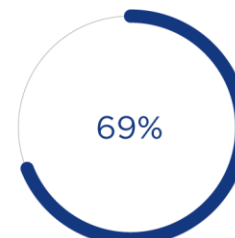
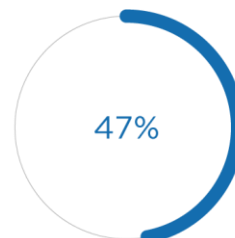
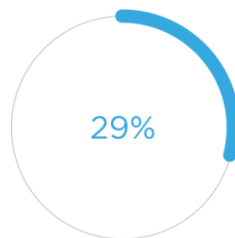
Legata al mondo del lavoro e orientata alla realizzazione di un soddisfacente work-life balance e a delle politiche aziendali che garantiscano i diritti e la soddisfazione dei dipendenti.

Trigger di attenzione alla sostenibilità

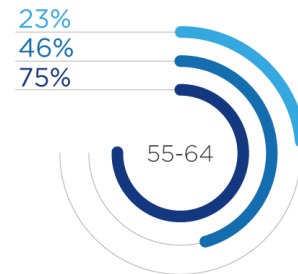
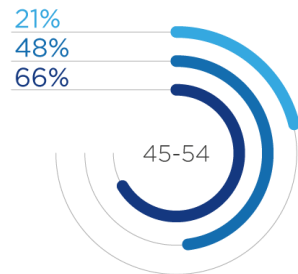
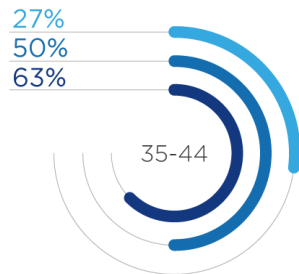
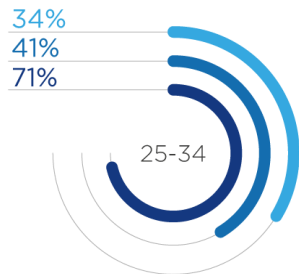
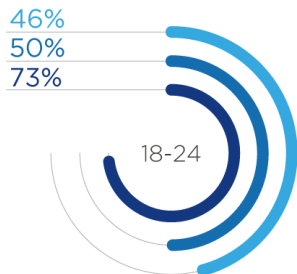
Il clima è l'elemento che porta ad avere maggiore attenzione nei confronti della sostenibilità, ma per i più giovani anche informazione ed economia sono fattori rilevanti. Chi ha figli è sensibile soprattutto a causa dei cambiamenti climatici, chi non ne ha, invece, per le informazioni che legge.

-  Informazione
-  Economia
-  Clima

Campione
totale



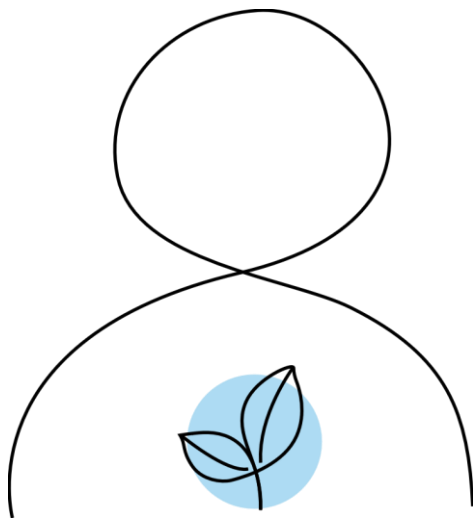
Campione per età



«C'è qualche elemento particolare che l'ha portata ad avere maggiore sensibilità nei confronti della sostenibilità?»

Base casi: 2.000, valori%

Nel concreto: i comportamenti sostenibili



Si è disposti a spendere di più per la sostenibilità?

Quasi 3 italiani su 4 sarebbero disposti a spendere di più per acquistare prodotti sostenibili e la percentuale sale nelle generazioni più giovani

Sì, spenderei di più
campione totale



73%

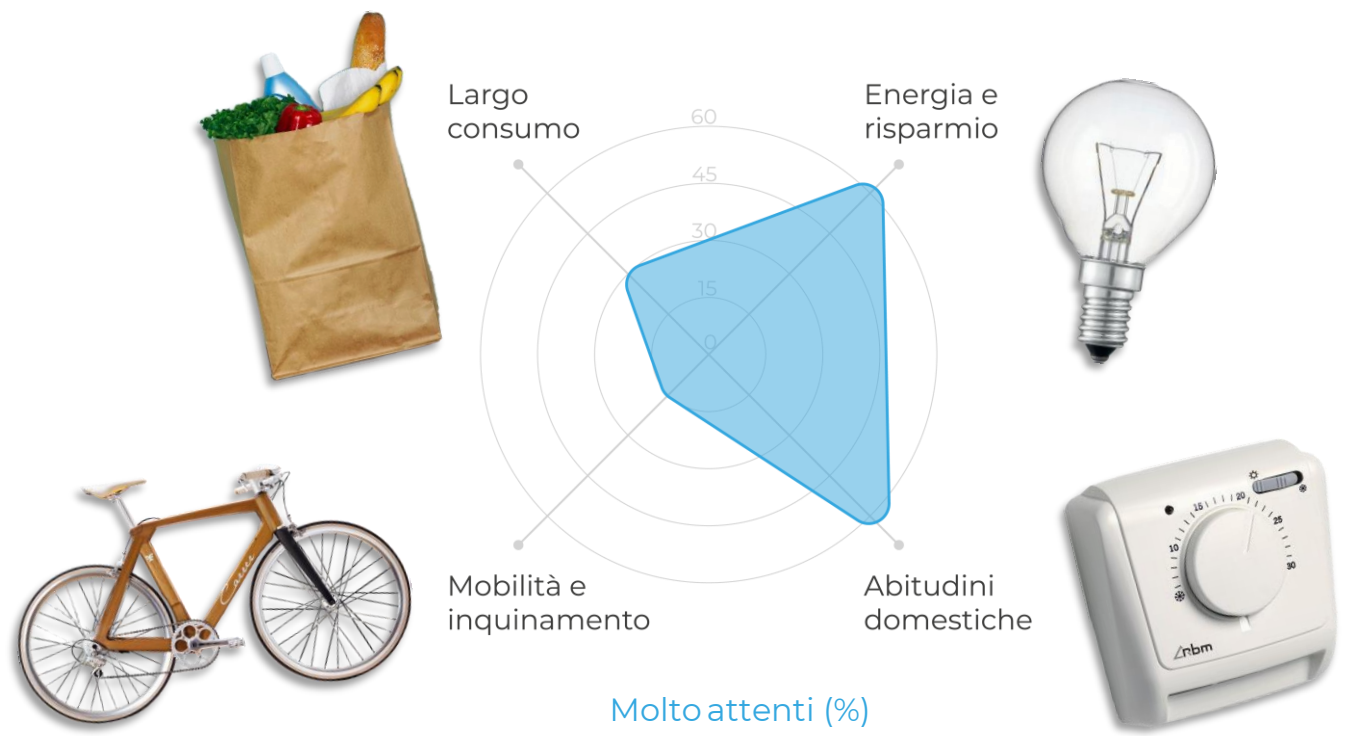
86%

Sì, spenderei di più
Gen Z



Ambiti di consumo in cui si fa più attenzione

Nella vita quotidiana si tende a prestare più attenzione alla sostenibilità in ambito di energia e consumi e nelle abitudini domestiche; per quanto riguarda i mezzi di trasporto l'attenzione è ancora piuttosto scarsa



Molto attenti (%)

Base casi: 2.000, valori%

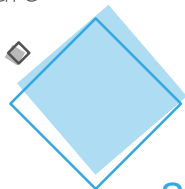
Quale prodotto sceglieresti dovendo fare un acquisto?

La scelta di prodotti sostenibili è direttamente connessa alla convenienza economica: anche se più costosi, i prodotti sostenibili che permettono di ammortizzare l'investimento iniziale vengono preferiti a quelli meno sostenibili, ma se tale ritorno economico non si verifica, si preferisce scegliere il prodotto meno costoso



11%

Lampadine normali
7 euro



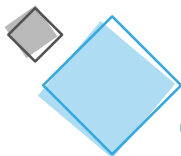
89%

Lampadine a LED
10 euro



28%

Sacchetto della spesa monouso
0,10 euro



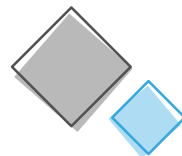
72%

Sacchetto della spesa riutilizzabile
1,10 euro



62%

Zucchine 900g
1,69 euro



38%

Zucchine Biologiche 650 g;
2,26 euro



71%

Scarpe di pelle
marca generica
50€



29%

Scarpe materiali non
dannosi vs ambiente
150 euro



Fonti inquinanti in cambio di uno sconto in bolletta – quanti accetterebbero?

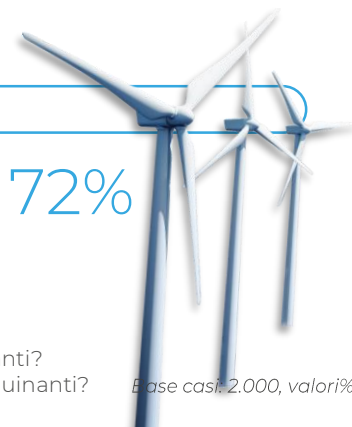


58%

Sconto del 10% - fonti non rinnovabili e inquinanti

Aumento del 10% - fonti rinnovabili e non inquinanti

72%



«Accetterebbe uno sconto del 10% in bolletta utilizzando solamente energia proveniente da fonti non rinnovabili ed inquinanti?
Accetterebbe un aumento del 10% con la garanzia di utilizzare solamente energia proveniente da fonti rinnovabili e non inquinanti?»

Base casi 2.000, valori%

Il ruolo di aziende e tecnologia nello sviluppo di prodotti sostenibili

È inevitabile che un prodotto sostenibile costi di più

39%

43%

Le tecnologie possono garantire sostenibilità a prezzi uguali o inferiori

La sostenibilità dei prodotti deve essere garantita dalle aziende

47%

36%

Il consumatore deve scegliere prodotti sostenibili, spingendo così le aziende a investirci

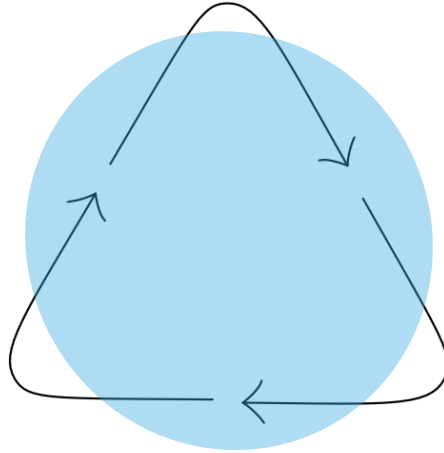
I problemi economici hanno priorità sulla sostenibilità

33%

49%

La sostenibilità è la chiave per risolvere problemi economici, quindi una priorità

L'economia circolare



L'approccio nei confronti dell'usato

Tra i più diffidenti si ritrovano le generazioni più anziane, mentre tra i più giovani si verifica maggiore apertura; i motivi che spingono ad acquistare usato sono per lo più relativi alla convenienza economica

Esprime opinioni **negative** verso l'usato (in particolare i Boomer)

53%

Ha **acquistato** beni usati negli ultimi anni principalmente per motivi economici

Esprime opinioni **positive** verso l'usato (con un picco dell'83% nella Gen Z)

78%

77%



«Con quali di queste opinioni riguardo l'acquisto di prodotti usati/ricondizionati si trova più d'accordo? Le è mai capitato negli ultimi anni di comprare beni usati? Perché ha fatto ricorso all'usato?»

Base casi: 2.000, valori%

Usato: quali i settori e quando è ritenuto più sostenibile



Automobili,
scooter, bici



Mobili e
arredamento



Elettronica

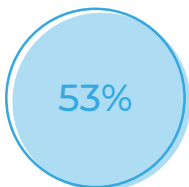


Abbigliamento
e accessori





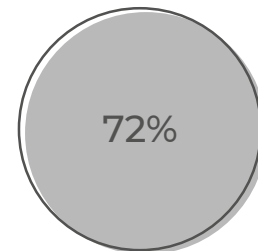
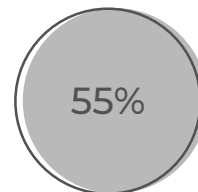
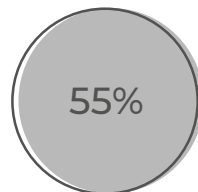
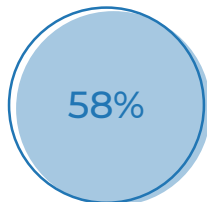
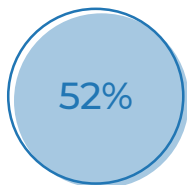
Elettrodomestici
per la casa

Propensione
all'usato



Modalità di acquisto
più sostenibile:

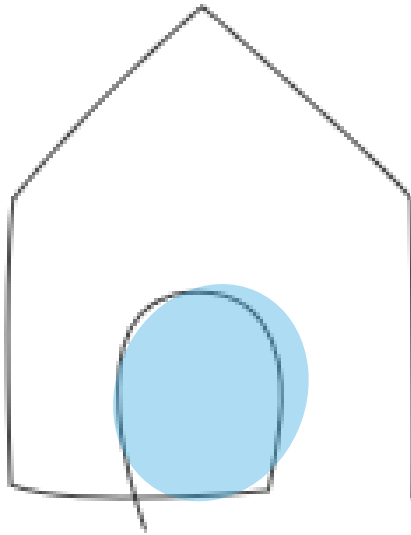
-  Usato –
ricondizionato
-  Nuovo



« In generale, in quali dei seguenti settori sarebbe disposto ad acquistare prodotti usati?
Secondo lei, qual è il modo più sostenibile per poter utilizzare... »

Base casi: 2.000, valori%

L'efficienza energetica in casa



Elettrodomestici e sostenibilità: emerge necessità di maggiore consulenza

I rivenditori dovrebbero dare più consulenza sui vantaggi economici di un prodotto green nel tempo



So quanto l'uso degli elettrodomestici di casa impatti sulla bolletta energetica

82%

80%

38%

Gli elettrodomestici green dovrebbero essere riparabili e duraturi, e non programmati per durare poco tempo



Efficienza energetica: quale la consapevolezza degli italiani

Gli intervistati si dichiarano molto più consapevoli della classe energetica degli elettrodomestici che di quella relativa ai propri immobili; in entrambi i casi emerge una quasi unanime volontà di ottimizzarne l'efficienza



Immibile

Elettrodomestici

Più di metà della Gen Z e dei Millennials è convinto che sia il momento giusto per migliorare l'efficienza energetica di casa in quanto a risparmio e impatto ambientale. Meno convinti la Gen X e i Boomer

Conoscenza della classe energetica

51%
89%



Intenzione di migliorare la classe energetica

90%
94%



«Sa in che classe energetica ricadono i suoi elettrodomestici e il suo immobile? E ha mai preso in considerazione di aumentare l'efficienza?»

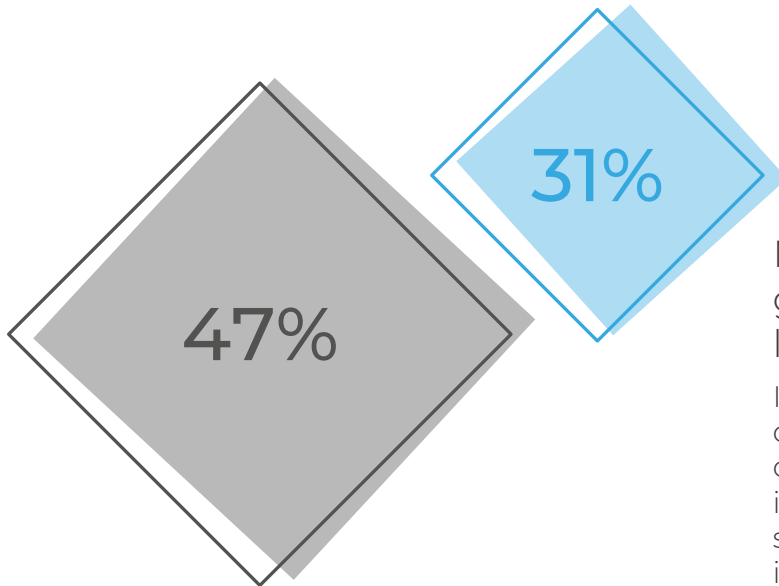
Base casi: 2.000, valori%

È il momento giusto per migliorare l'efficienza energetica?

Nonostante la volontà di migliorare l'efficienza del proprio immobile, è piuttosto diffusa l'idea che al momento non sia conveniente concretizzare i lavori

È il momento giusto per migliorare l'efficienza energetica della propria abitazione

I risparmi che si potranno fare saranno consistenti e si inquina anche meno



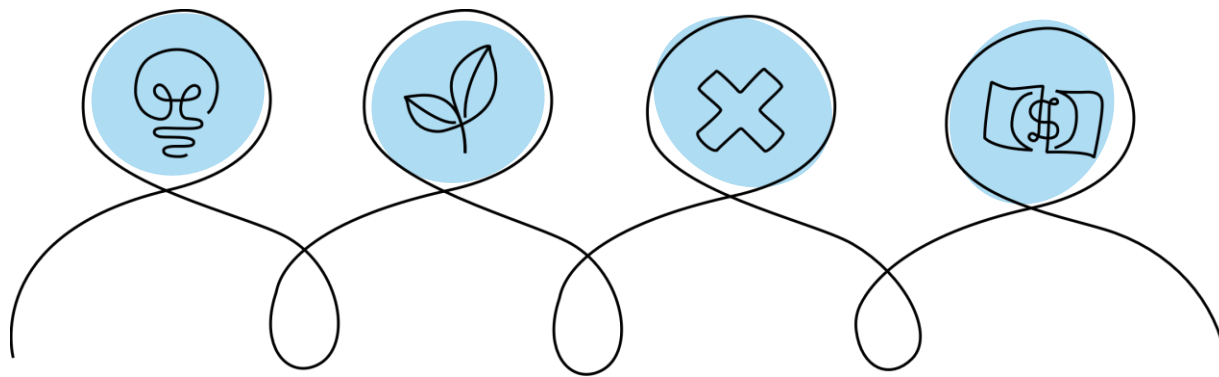
Non è il momento giusto per migliorare l'efficienza energetica

In questo momento di aumento dei prezzi costa troppo e anche il miglioramento della sostenibilità passa in secondo piano

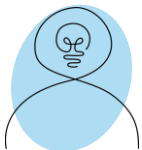
«Alcuni intervistati ci hanno detto che quello attuale è un buon momento per investire nell'efficienza energetica della propria abitazione. Altri, invece, che con gli aumenti generali è meglio aspettare. Lei con chi si trova più d'accordo?»

Base casi: 2.000, valori%

Quattro atteggiamenti verso la sostenibilità

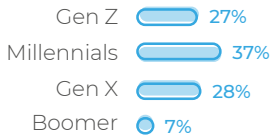
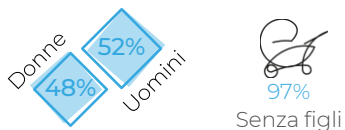


Quattro profili con diversi approcci alla sostenibilità



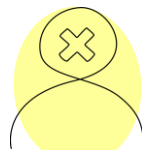
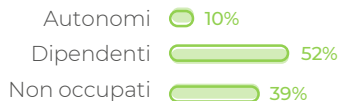
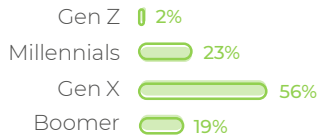
Idealisti – 31%

Giovani laureati attenti e virtuosi con risorse economiche



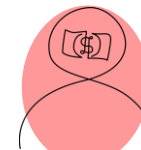
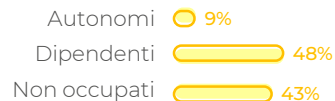
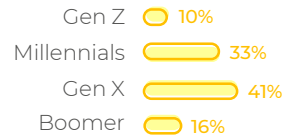
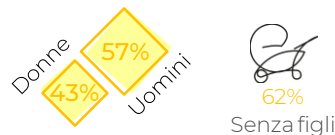
Concreti – 32%

Senior sensibili e virtuosi, con figli in casa e quindi meno risorse



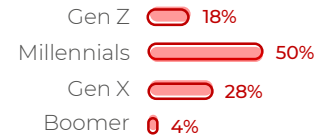
Impossibilitati – 21%

Uomini poco istruiti, disinteressati e con poche risorse per la sostenibilità

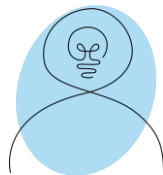


Indolenti – 16%

Adulti, istruiti, meno interessati, ma con risorse a disposizione



Base casi: 2.000, valori%



Idealisti

31% Giovani laureati attenti e virtuosi con risorse economiche

Mezzi di informazione



Social network



Giornali e riviste online

Status economico



Fino a 10.000 euro di risparmi

Sostenibilità

Attenzione dichiarata

Ambientale



Sociale



Governance



Attenzione nella pratica



Leve di attenzione alla sostenibilità



Clima



Informazione

Classe energetica

Elettrodomestici

Conoscenza



Intenzione di migliorarla



Immibile

Conoscenza



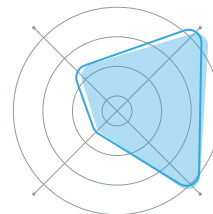
Intenzione di migliorarla



Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

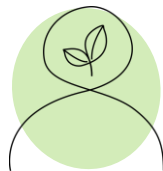
Il 78% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità

-10% in bolletta per fonti inquinanti



+10% in bolletta per fonti rinnovabili





Concreti

32% Senior sensibili, virtuosi, con figli in casa, quindi meno risorse

Mezzi di informazione



Telegiornali/prog. di approfondimento



Giornali e riviste online

Status economico



Da 10.000 a 50.000 euro

Sostenibilità

Attenzione dichiarata

Ambientale



Sociale



Governance



Attenzione nella pratica



Leve di attenzione alla sostenibilità



Economia

Classe energetica

Elettrodomestici

Conoscenza



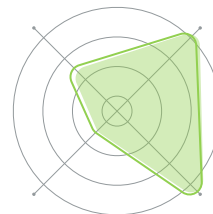
Intenzione di migliorarla



Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

Immobiliare

Conoscenza



Intenzione di migliorarla

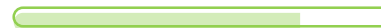


Il 76% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità

-10% in bolletta per fonti inquinanti



+10% in bolletta per fonti rinnovabili



Impossibilitati

21% Uomini poco istruiti, disinteressati e con poche risorse per la sostenibilità

Mezzi di informazione

Non utilizza mezzi di informazione in particolare

Status economico



Fino a 10.000 euro di risparmi

Sostenibilità

Attenzione dichiarata

Ambientale



Sociale



Governance



Attenzione nella pratica



Leve di attenzione alla sostenibilità



Nessuna leva di attenzione in particolare

Classe energetica

Elettrodomestici

Conoscenza



Intenzione di migliorarla



Immobiliare

Conoscenza



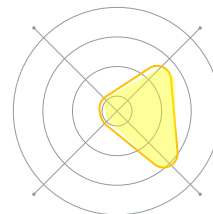
Intenzione di migliorarla



Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

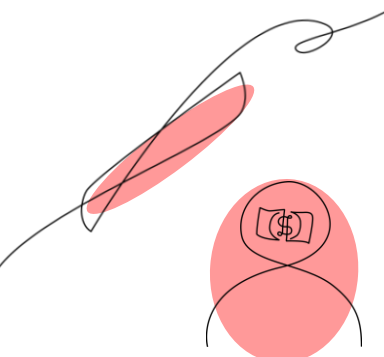
Il 43% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità

-10% in bolletta per fonti inquinanti



+10% in bolletta per fonti rinnovabili





Indolenti

16% Adulti, istruiti, meno interessati, ma con risorse a disposizione

Mezzi di informazione



Giornali e riviste cartacee

Status economico



Da 10.000 a 50.000 euro

Sostenibilità

Attenzione dichiarata

Ambientale



Sociale



Governance



Attenzione nella pratica



Leve di attenzione alla sostenibilità



Informazione

Classe energetica

Elettrodomestici

Conoscenza



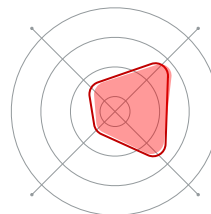
Intenzione di migliorarla



Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

Immobiliare

Conoscenza



Intenzione di migliorarla



L'86% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità

-10% in bolletta per fonti inquinanti



+10% in bolletta per fonti rinnovabili



E quindi?





Recap

La **sostenibilità** è un tema **attuale e sentito**: la sua importanza emerge dalle notizie alle diverse condizioni che si percepiscono nella vita di tutti i giorni. Tuttavia è difficile mettere in pratica comportamenti sostenibili.

Fattori economici sono quelli che **frenano** di più, in particolare nel periodo difficile che stiamo vivendo. Compiere scelte sostenibili, viene dunque ostacolato dai consistenti investimenti richiesti.

Le **generazioni di mezzo** (30-50 anni) sono le più in **difficoltà**: situazioni economiche non favorevoli impediscono la messa in atto di comportamenti più virtuosi. La **Generazione Z** è al contrario la più **attiva** in ambito di sostenibilità, anche quando costa di più. Per loro conta agire concretamente più che a parole.

Gli italiani si aspettano maggiori **incentivi** e **supporto** da parte di **aziende** e **istituzioni** sottoforma di compartecipazione e accessibilità, sia in termini di **prezzi**, sia in ambito di **consulenza**.

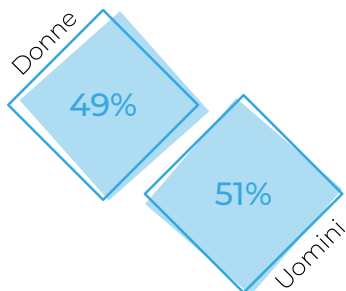


Il campione intervistato

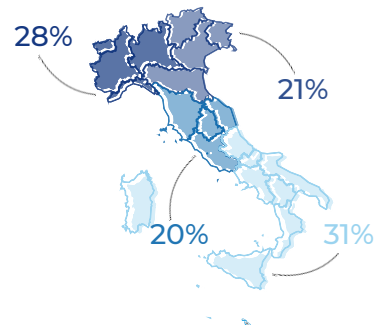


Il profilo del campione

Genere



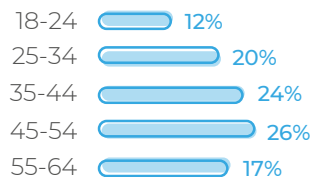
Macro area geografica



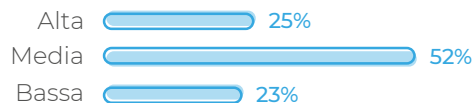
Ampiezza centro



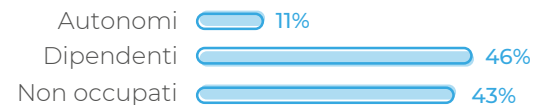
Età



Istruzione



Professione



Milano – 12 Gennaio 2023 | Edizione I

Agos
insights

eumetra

GRAZIE

SUSTAINABILITY MONITOR

Un osservatorio Agos
sui nuovi consumi sostenibili

