

Milano – 12 Gennaio 2023 | Edizione I

Agos  
insights

eu  
eumetra

# SUSTAINABILITY MONITOR

Un osservatorio Agos  
sui nuovi consumi sostenibili



# Agenda



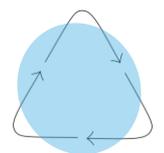
Premessa e obiettivi dell'indagine



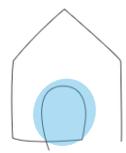
L'attenzione verso la sostenibilità



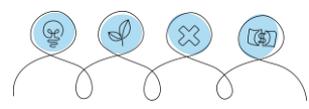
Andare nel concreto: i comportamenti sostenibili



L'economia Circolare

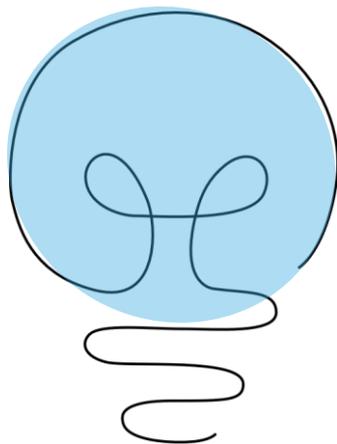


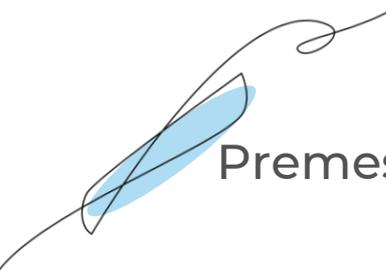
L'efficienza energetica in casa



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

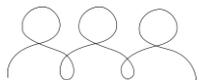


## Output

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

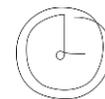
Popolazione  
Italiana  
maggiormente

## La rilevazione



### Tecnica rilevazione

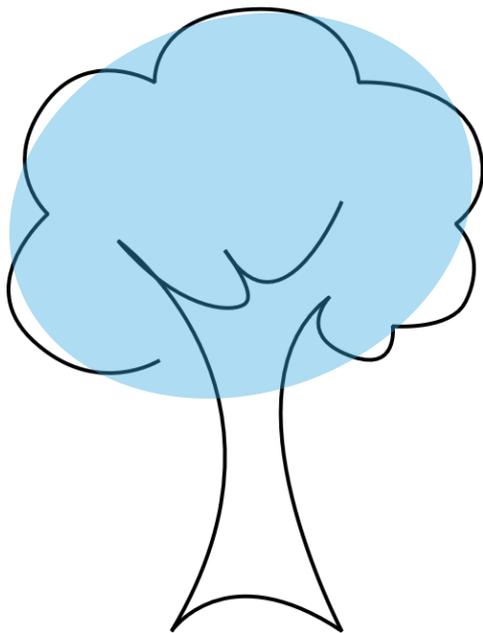
Interviste C.A.W.I  
(computer assisted  
web interviewing)



### 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

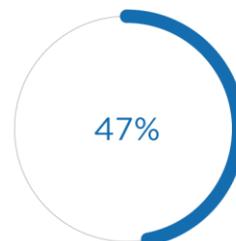
Legata al mondo del lavoro e orientata alla realizzazione di un soddisfacente work-life balance e a delle politiche aziendali che garantiscano i diritti e la soddisfazione dei dipendenti.

# Trigger di attenzione alla sostenibilità

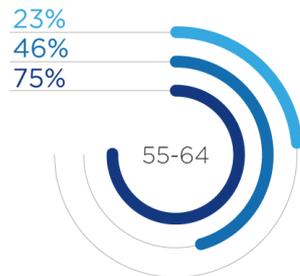
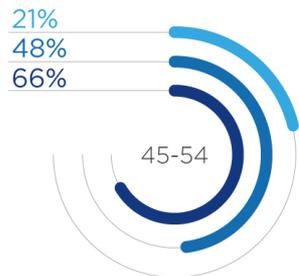
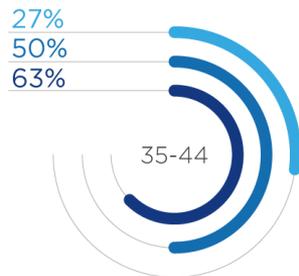
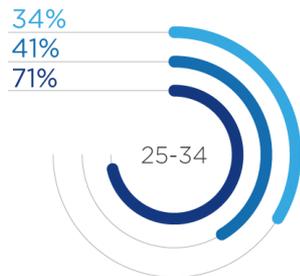
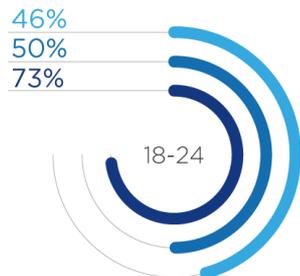
Il clima è l'elemento che porta ad avere maggiore attenzione nei confronti della sostenibilità, ma per i più giovani anche informazione ed economia sono fattori rilevanti. Chi ha figli è sensibile soprattutto a causa dei cambiamenti climatici, chi non ne ha, invece, per le informazioni che legge.

-  Informazione
-  Economia
-  Clima

Campione totale



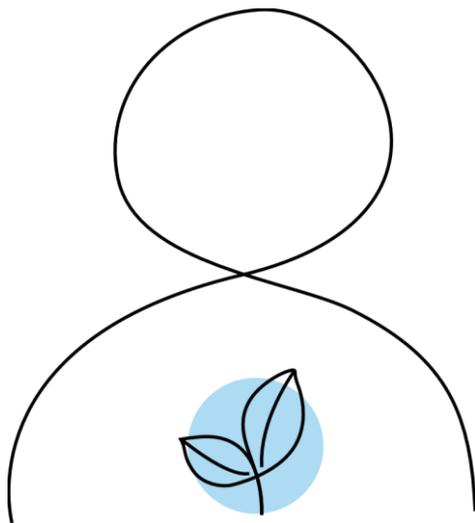
Campione per età



«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



Base casi: 2.000, valori%

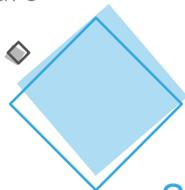
# Quale prodotto sceglieresti dovendo fare un acquisto?

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



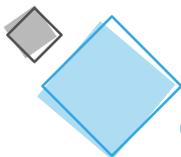
89%

Lampadine a LED  
10 euro



28%

Sacchetto della spesa monouso  
0,10 euro



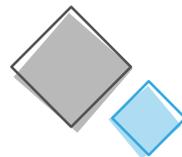
72%

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?

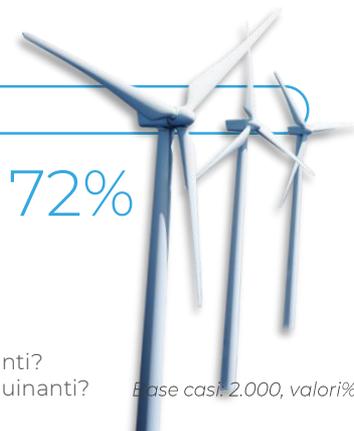


58%

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

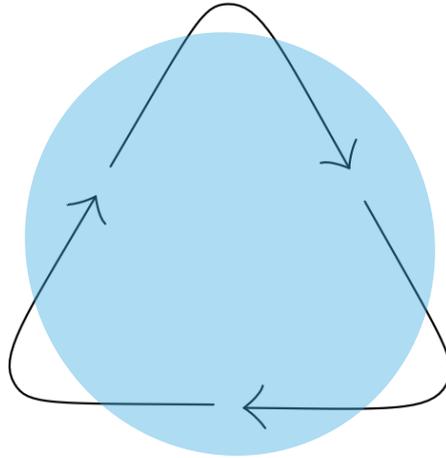
I problemi economici hanno priorità sulla sostenibilità

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%

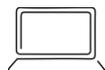
# Usato: quali i settori e quando è ritenuto più sostenibile



Automobili,  
scooter, bici



Mobili e  
arredamento



Elettronica



Abbigliamento  
e accessori



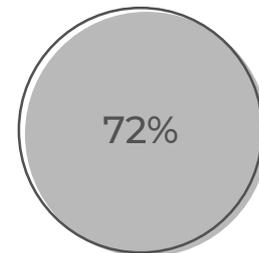
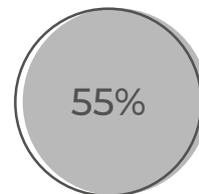
Elettrodomestici  
per la casa

Propensione  
all'usato



Modalità di acquisto  
più sostenibile:

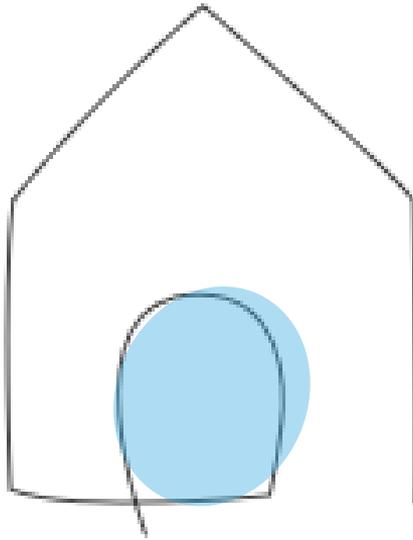
-  Usato –  
ricondizionato
-  Nuovo



« 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%

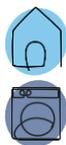
38%

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



Immobilie

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?»

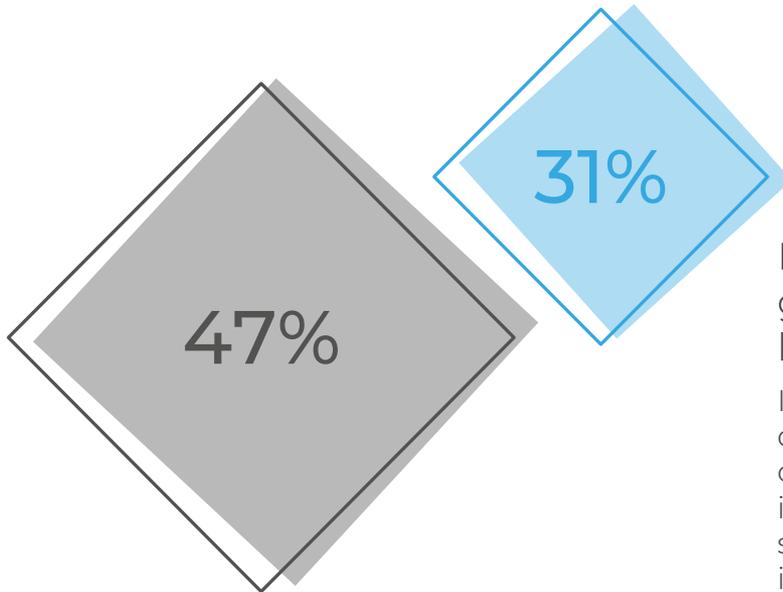
Base casi: 2.000, valori%

# 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

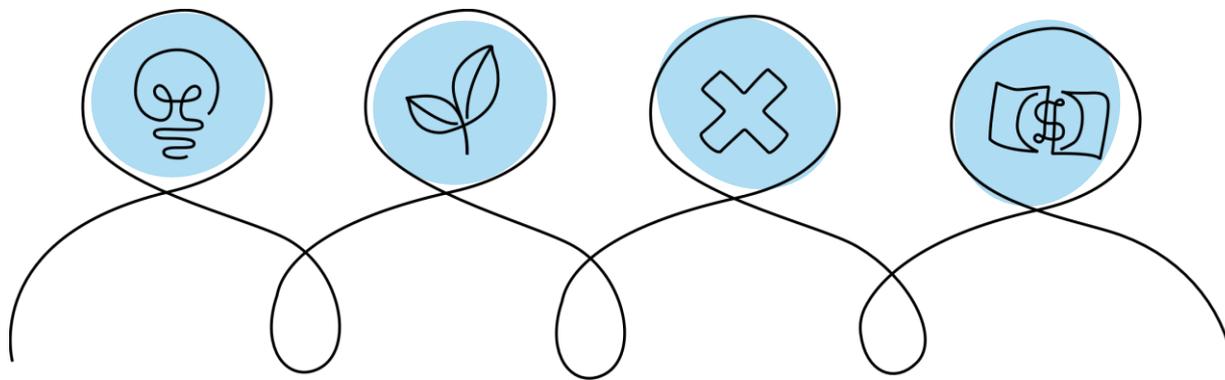
I risparmi che si potranno fare saranno consistenti e si inquina anche meno



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

## Quattro atteggiamenti verso la sostenibilità

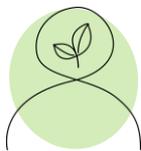


# Quattro profili con diversi approcci alla sostenibilità



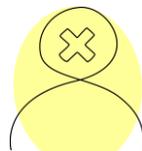
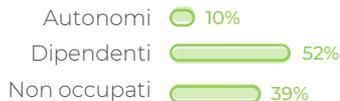
**Idealisti – 31%**

Giovani laureati attenti e virtuosi con risorse economiche



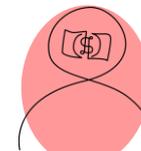
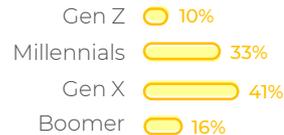
**Concreti – 32%**

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

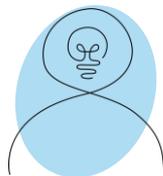


**Indolenti – 16%**

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



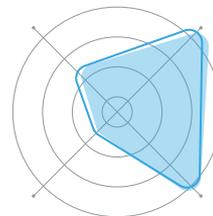
Intenzione di migliorarla



## Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

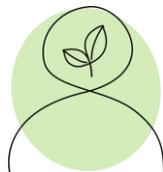
*Il 78% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità*

-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



### Immobiliare

Conoscenza



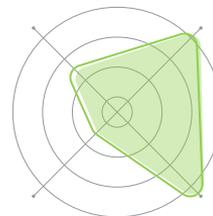
Intenzione di migliorarla



## Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

**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



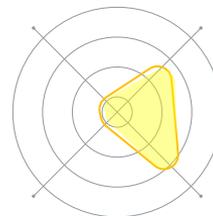
Intenzione di migliorarla



## Abitudini sostenibili

Largo consumo

Energia e risparmio



Mobilità e inquinamento

Abitudini domestiche

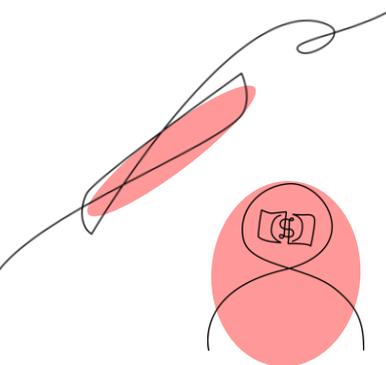
Il 43% rinuncia alla convenienza per scegliere la sostenibilità

-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



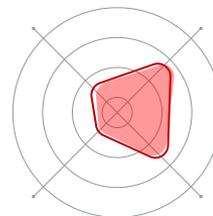
Intenzione di migliorarla



### 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**.

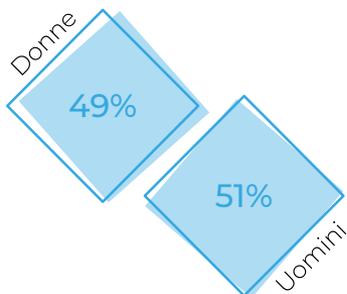


Il campione intervistato

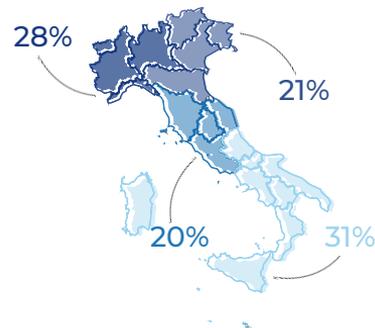


# Il profilo del campione

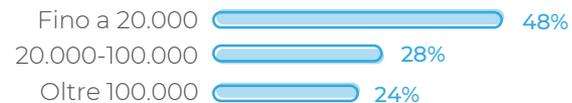
## Genere



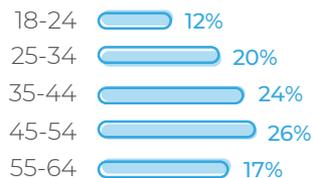
## Macro area geografica



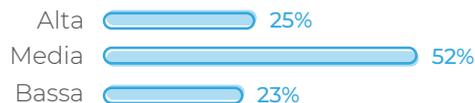
## Ampiezza centro



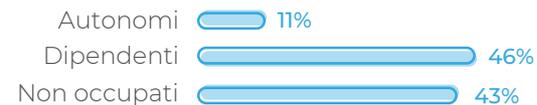
## Età



## Istruzione



## Professione



Milano – 12 Gennaio 2023 | Edizione I

Agos  
insights

eumetra

# GRAZIE

## SUSTAINABILITY MONITOR

Un osservatorio Agos  
sui nuovi consumi sostenibili

