



6

Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

*Indagine effettuata a gennaio 2020
precedentemente all'emergenza Covid-19*



sponsor



JUST EAT



Ricola

Unipol
GRUPPO



in collaborazione con

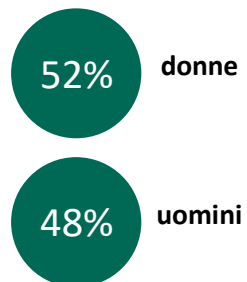


con il patrocinio di



IL PROFILO DEGLI ITALIANI

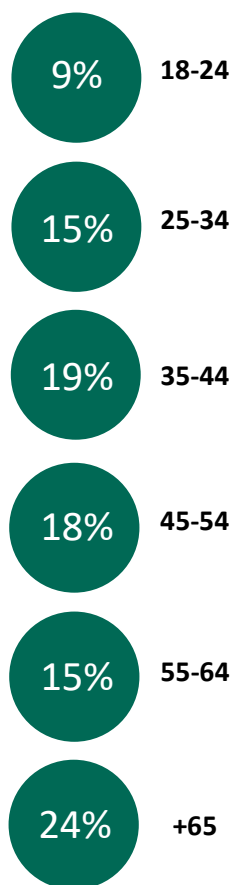
GENERE



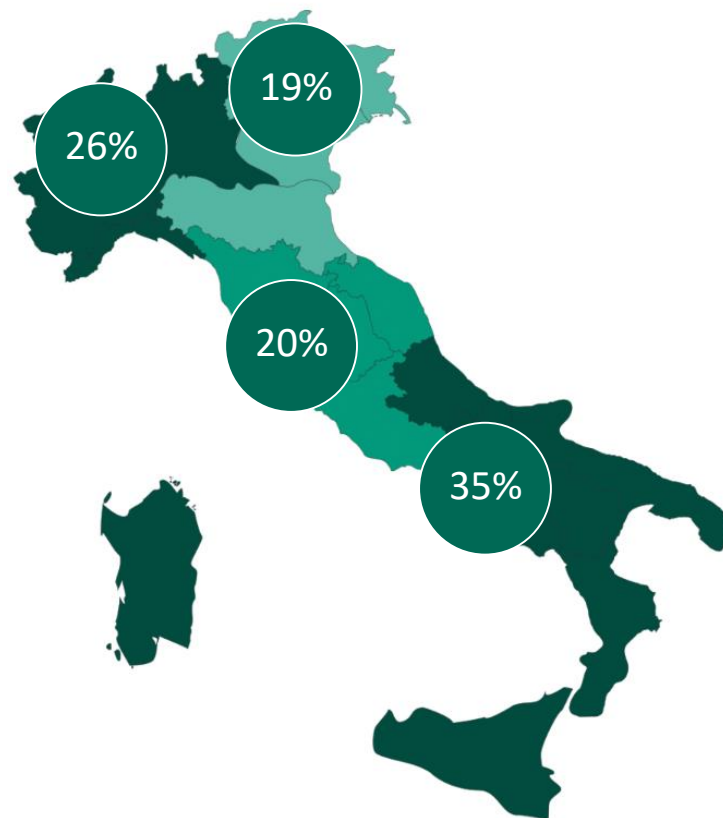
POSSESSORI ANIMALI



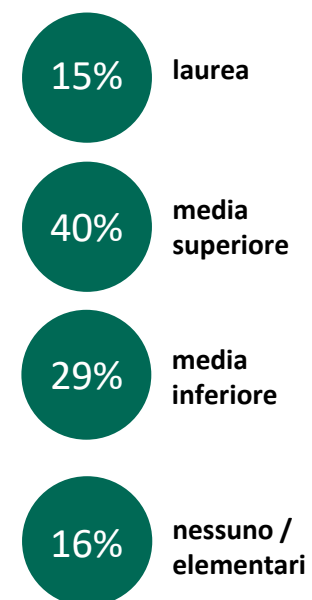
ETÀ



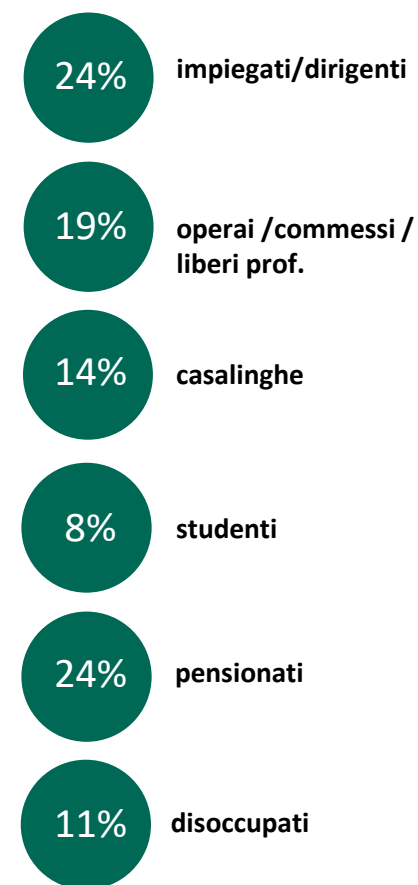
AREA GEOGRAFICA



ISTRUZIONE



OCCUPAZIONE

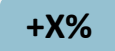


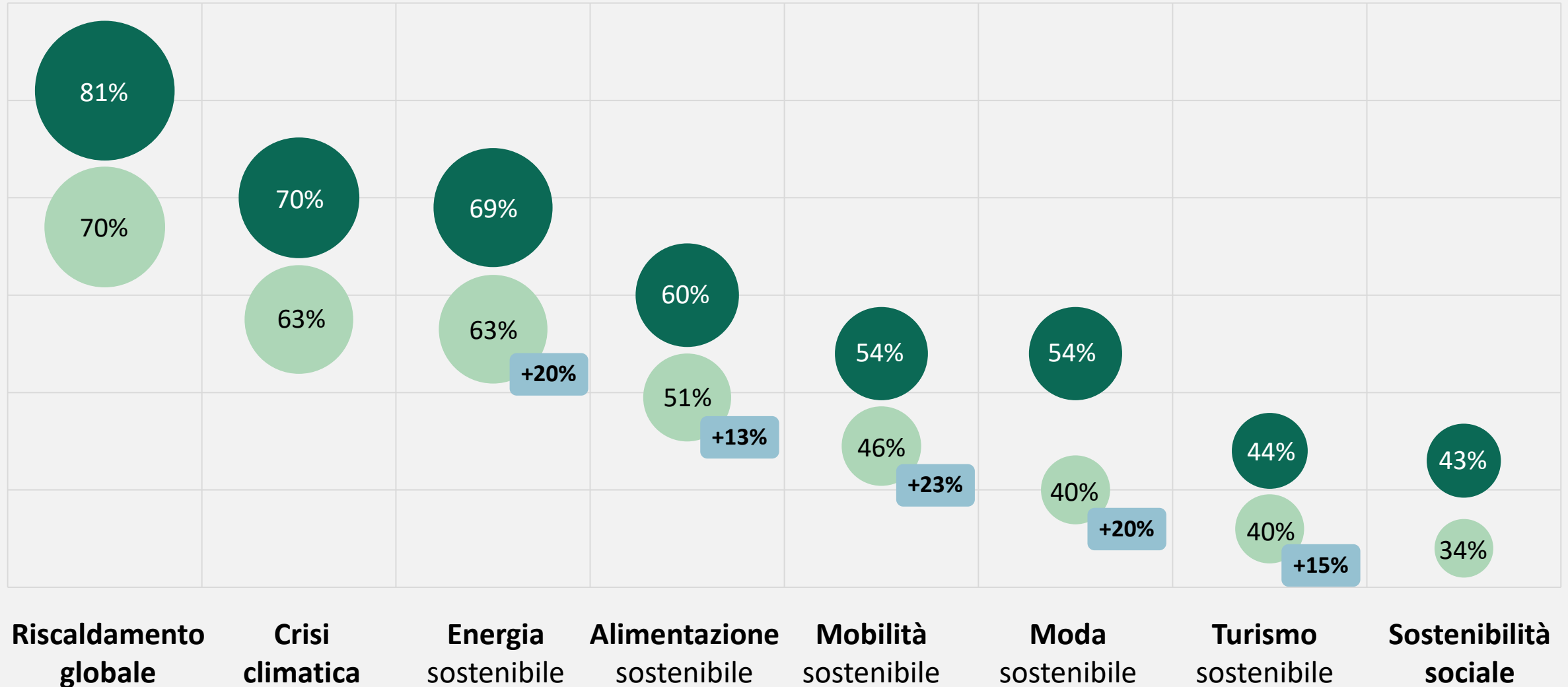
CONOSCENZA



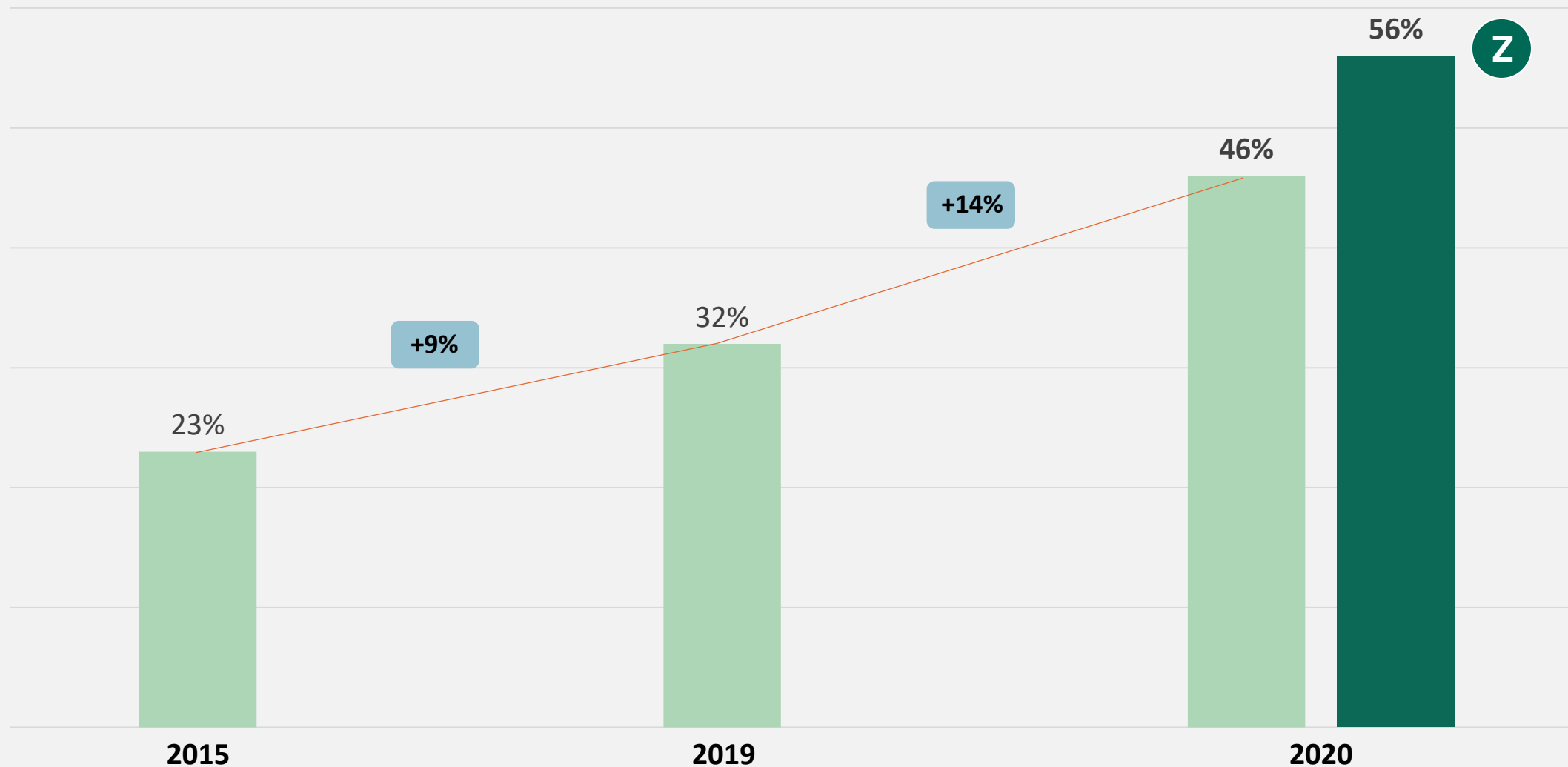
IL VOCABOLARIO DELLA SOSTENIBILITÀ

  #ONS20

 Generazione **Z**  Popolazione  **+X%** Rispetto al 2019



LA PIENA CONOSCENZA DEL VOCABOLARIO DELLA SOSTENIBILITÀ



LE TEMATICHE CHE INTERESSANO DI PIÙ GLI ITALIANI

L'introduzione dell'**Ecobonus** per uno sconto fiscale per lavori di **efficientamento energetico** nelle abitazioni e nei condomini.

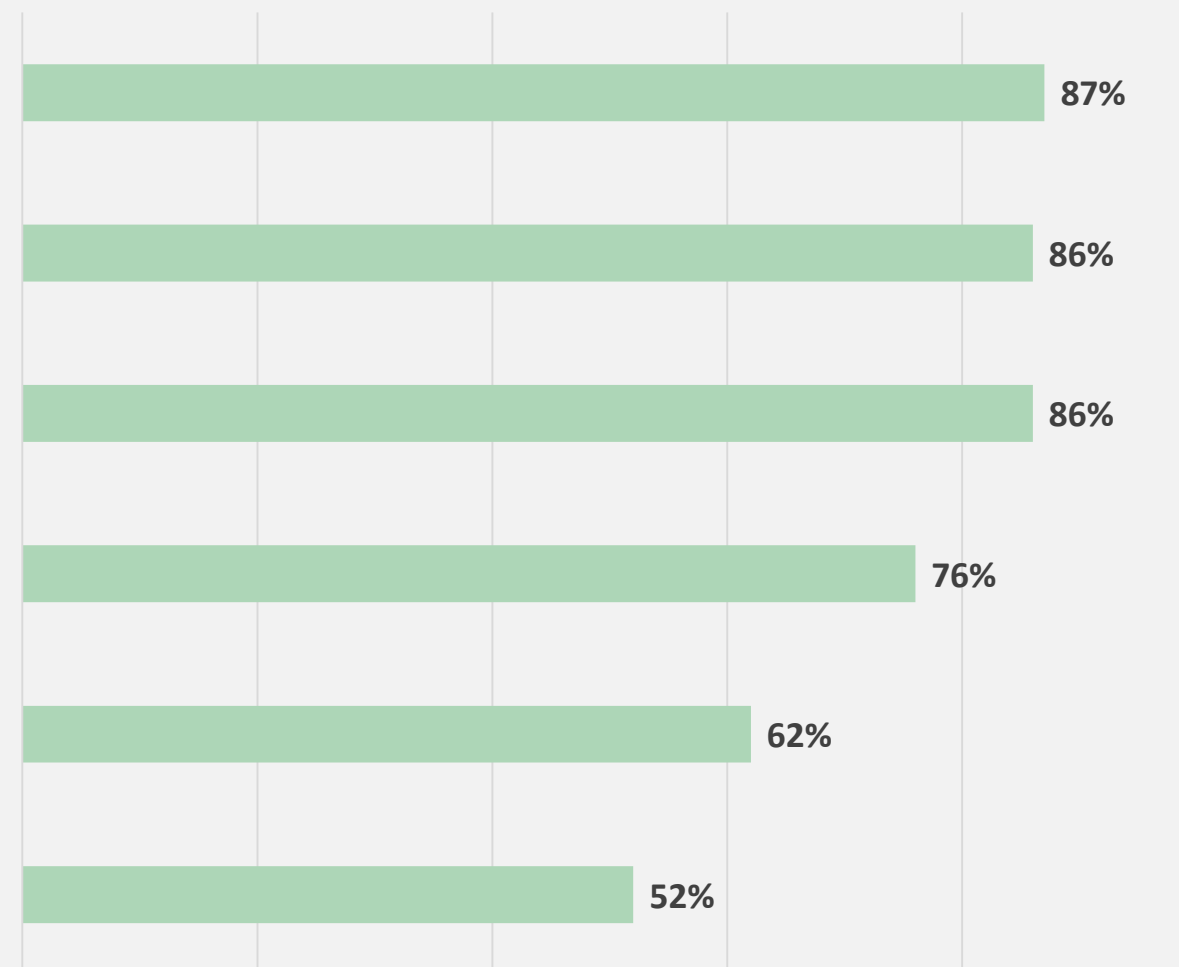
L'attivazione di direttive regionali che vietano l'utilizzo di **oggetti monouso in plastica sulle spiagge**.

Lo stop dell'Unione Europea all'utilizzo di **oggetti in plastica monouso** (piatti, cannucce, posate) a partire dal 2021.

Le proteste dei giovani del **movimento Fridays for future** per trovare soluzioni per fermare l'emergenza climatica.

L'introduzione in alcuni paesi europei della **Carbon Tax** sui voli aerei.

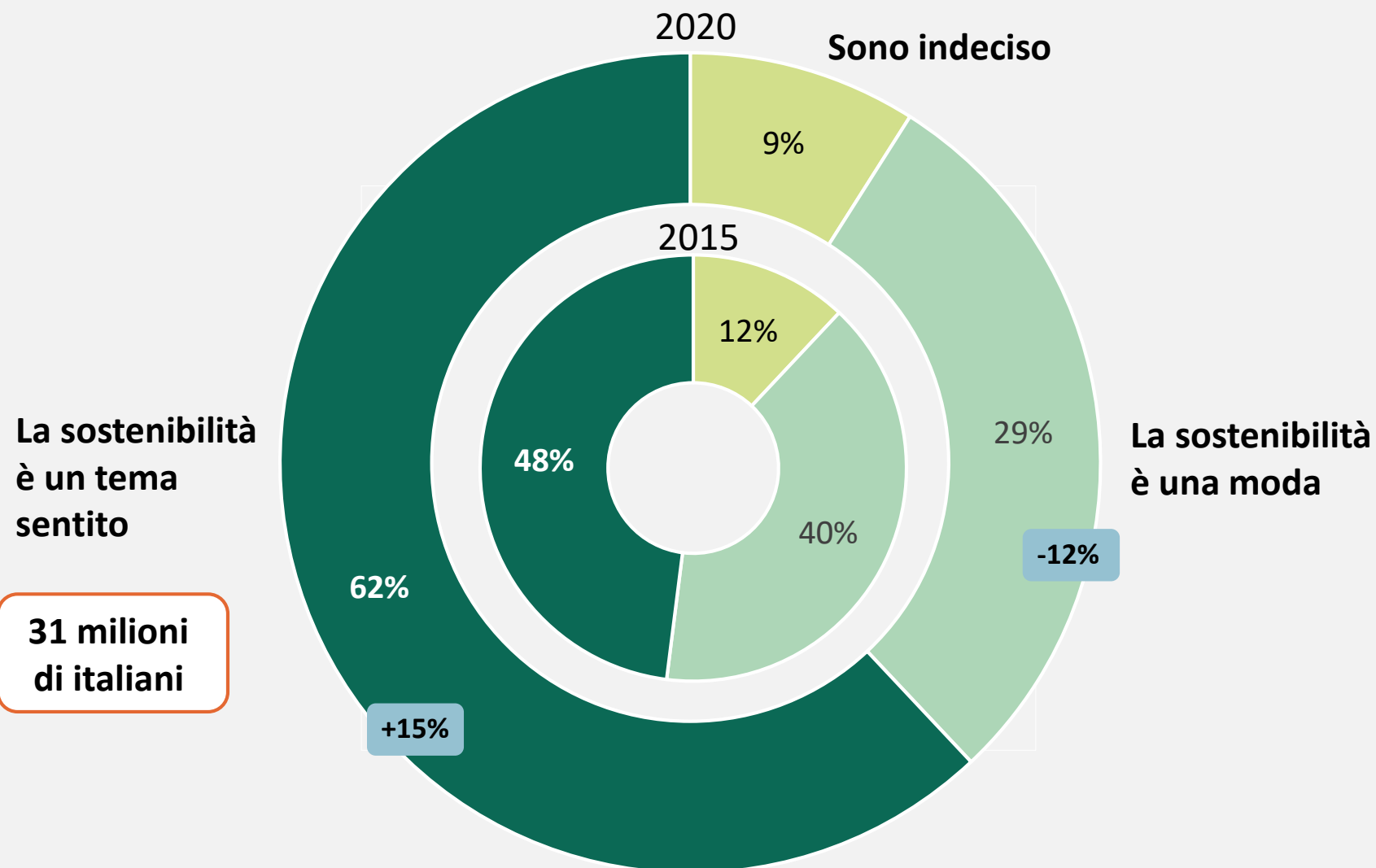
La proposta di inserire una **Plastic tax** sui prodotti di plastica monouso a carico dei cittadini.



ATTEGGIAMENTO



SOSTENIBILITÀ: TEMA SENTITO O SOLO MODA?



È necessario attivare azioni che limitino il **consumo di plastica**

91%

È necessario che i grandi marchi si attivino per produrre **oggetti o confezioni/imballaggi sostenibili**

90%

Bisogna sostenere la battaglia contro i **cambiamenti climatici** adattando il proprio stile di vita

88%

È giusto che un Paese investa nelle **fonti di energia rinnovabile**

87%

Bisogna sostenere **l'agricoltura biologica**

81%

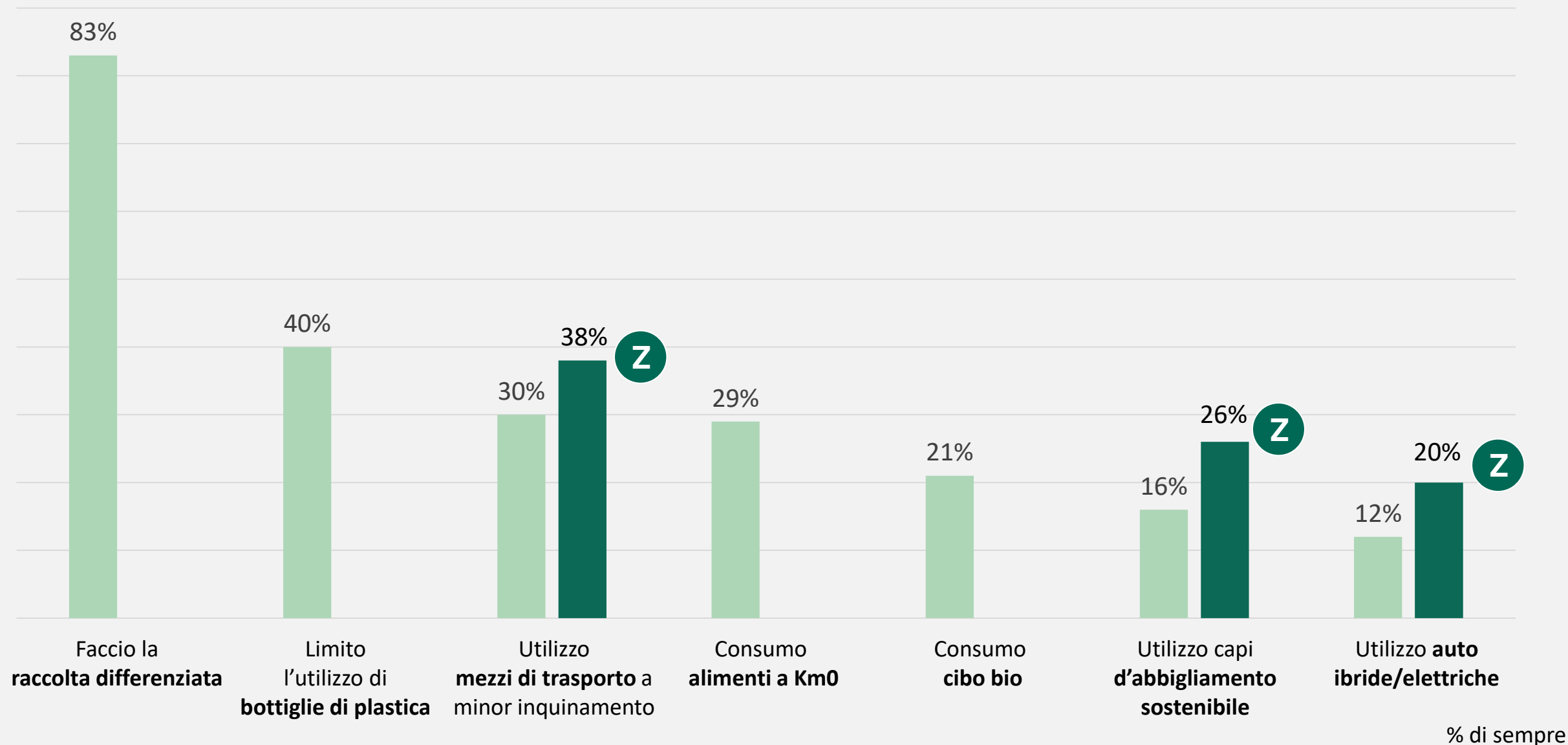
L'arredamento e l'abbigliamento possono essere sostenibili e possono avere un ruolo rilevante nella riduzione del nostro impatto ambientale

79%

COMPORTAMENTO



LE AZIONI SOSTENIBILI



TESTO DELLA DOMANDA: "Le elencherò ora una serie di attività che alcuni fanno a casa propria e che altri invece preferiscono non fare. Con che frequenza le capita di:"

Base casi: 800 pop – Valori %

ACQUISTI



ACQUISTO ANCHE SE COSTA DI PIÙ

  #ONS20

26%

Disposto a spendere di più
per la maggior parte dei prodotti

Prodotti a **Km 0**

Prodotti **bio**

Giocattoli per bambini con materiali sostenibili

Energia rinnovabile

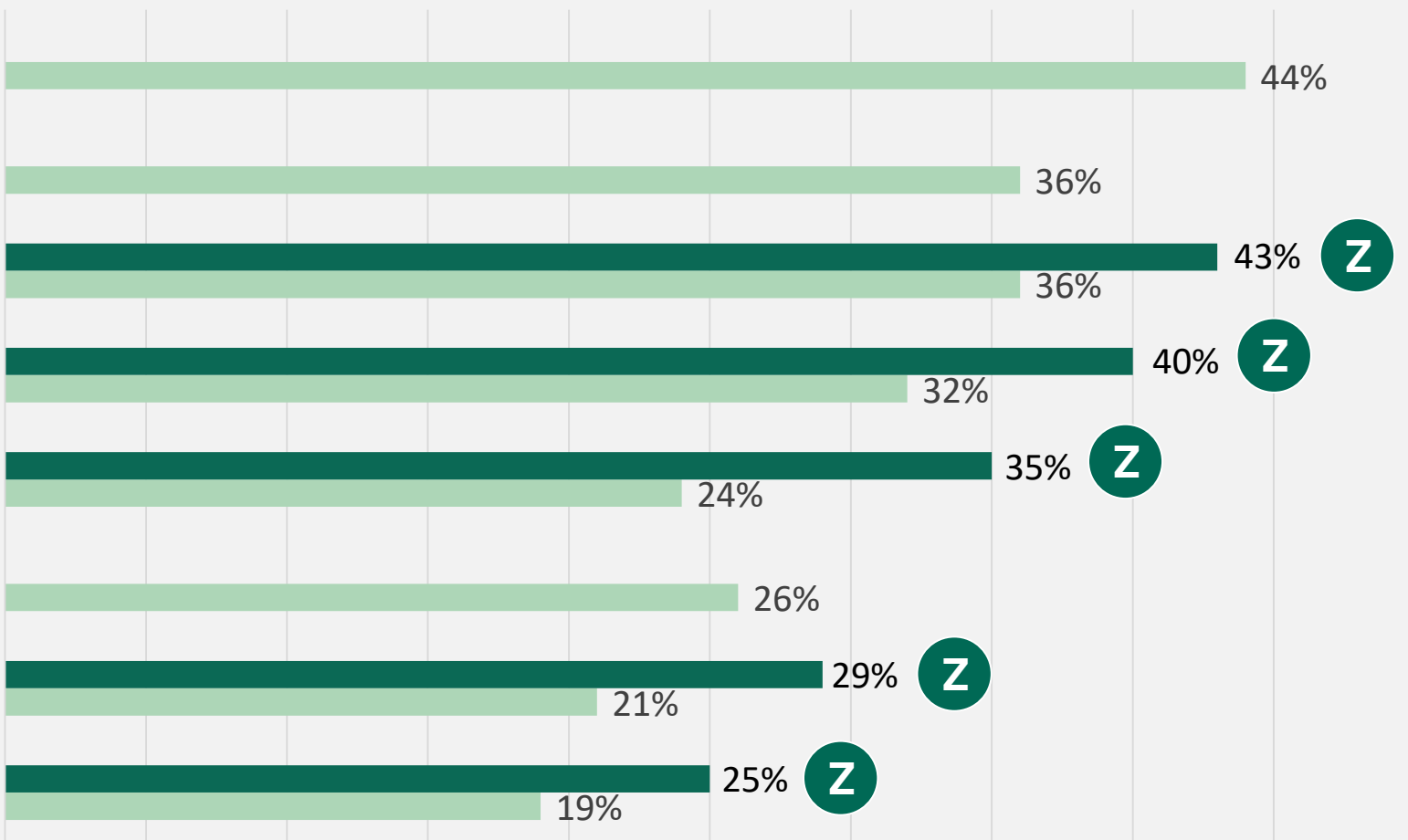
Sistemi di **domotica** per un risparmio energetico

Abbigliamento naturale o sostenibile

Auto elettrica o ibrida

Polizza contro calamità dovute ai
cambiamenti climatici

+6%



% di «l'acquisterei anche se costasse di più degli altri prodotti»

COSA MI SPINGE A FARE SCELTE DI ACQUISTO SOSTENIBILE

Mi sento
responsabile
per le **generazioni
future**

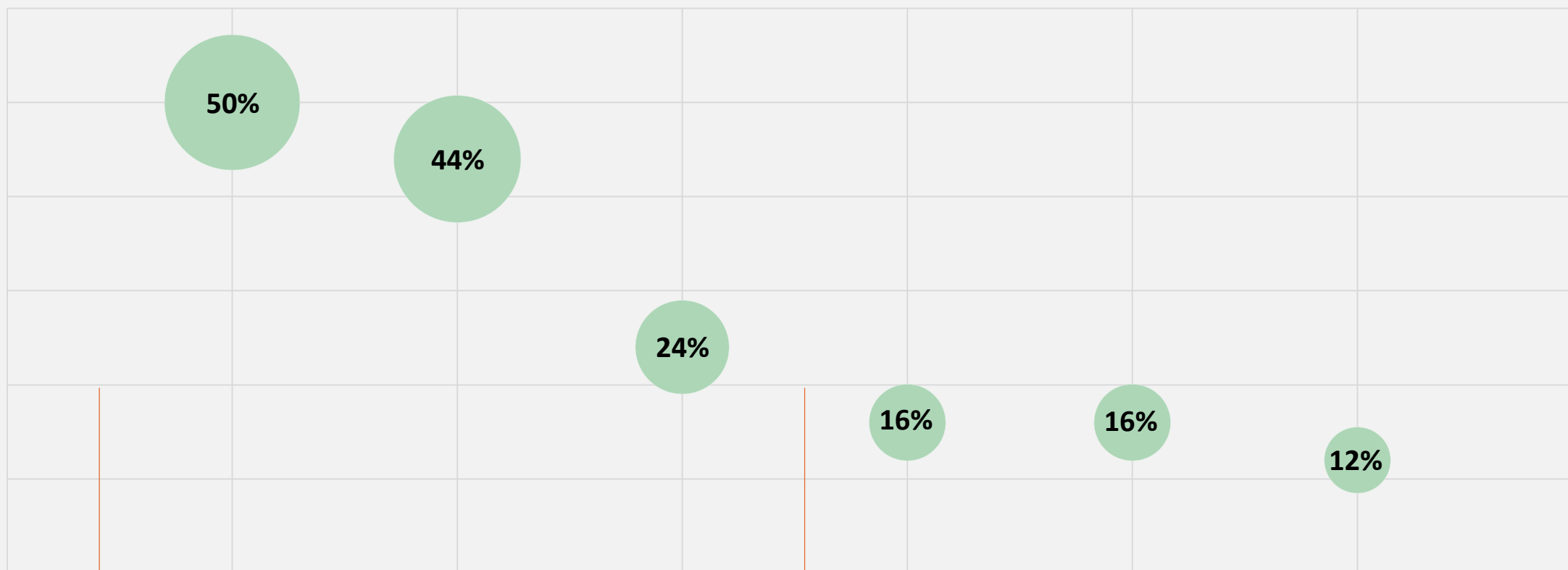
Amo
l'ambiente
e i paesaggi
incontaminati

Cerco
l'opzione
più **salutare** per il
mio **benessere**

Sono
un amante
degli **animali**

**Attitudine
personale**

Dovere
etico-morale /
credo religioso

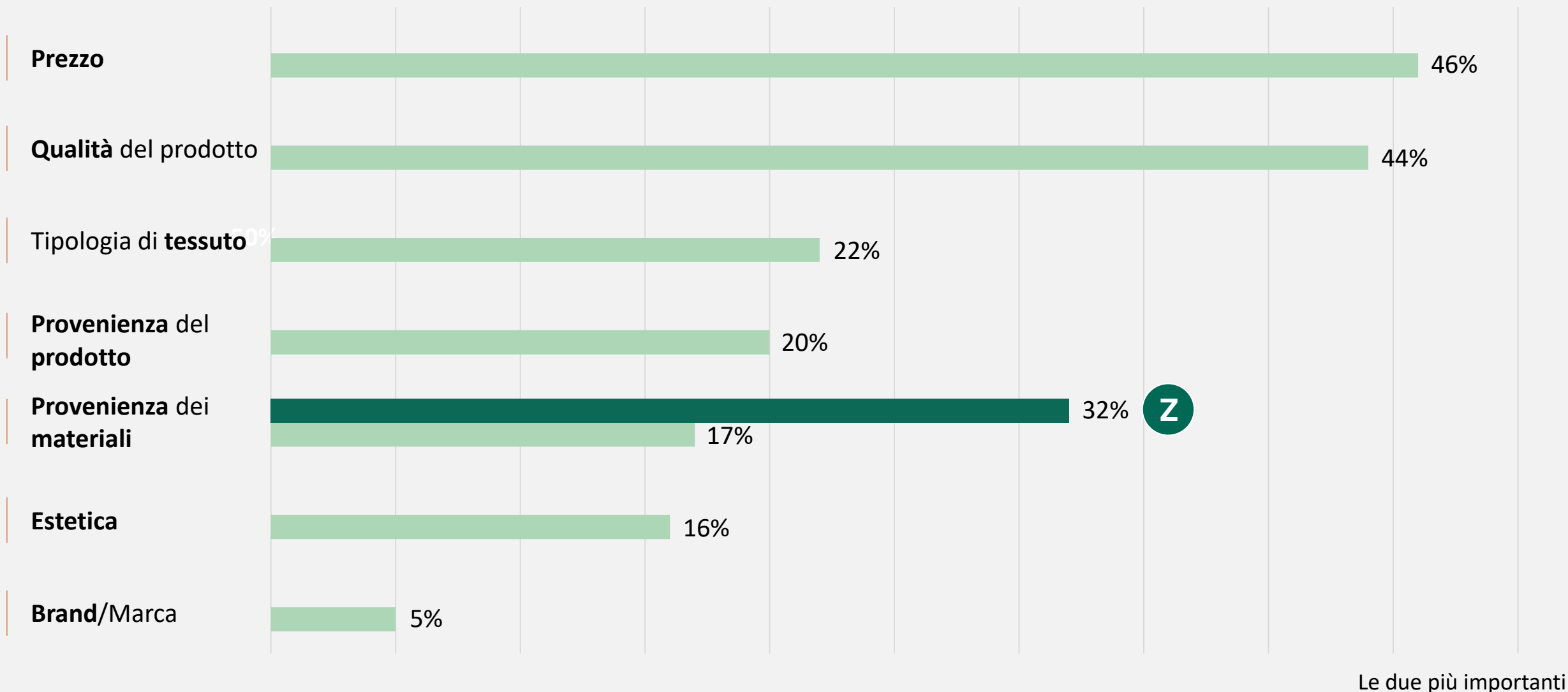


TOP 3 dal 2016

Le due più importanti

LA SCELTA DI ACQUISTO DI CAPI DI ABBIGLIAMENTO

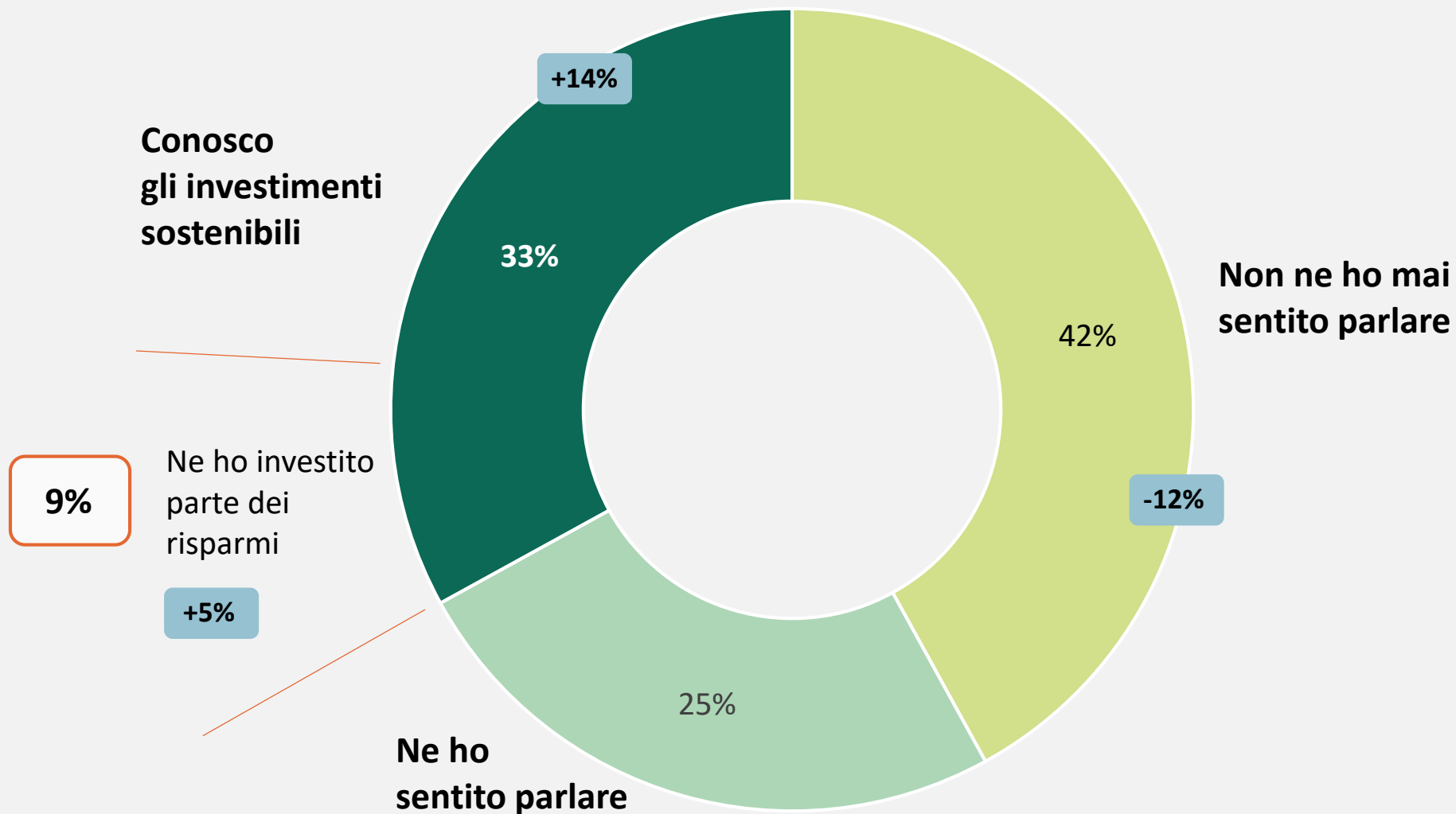
  #ONS20



INVESTIMENTI

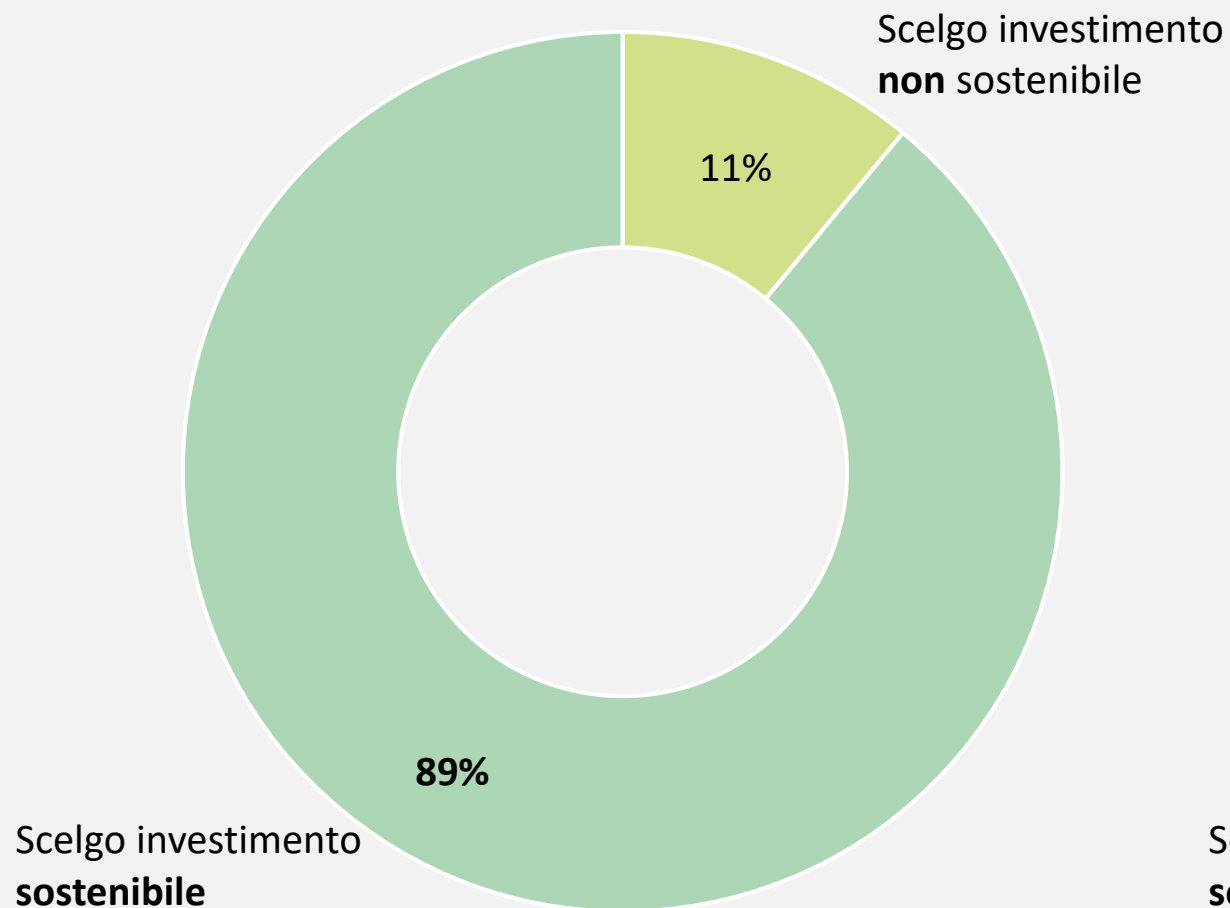


I RISPARMI SOSTENIBILI

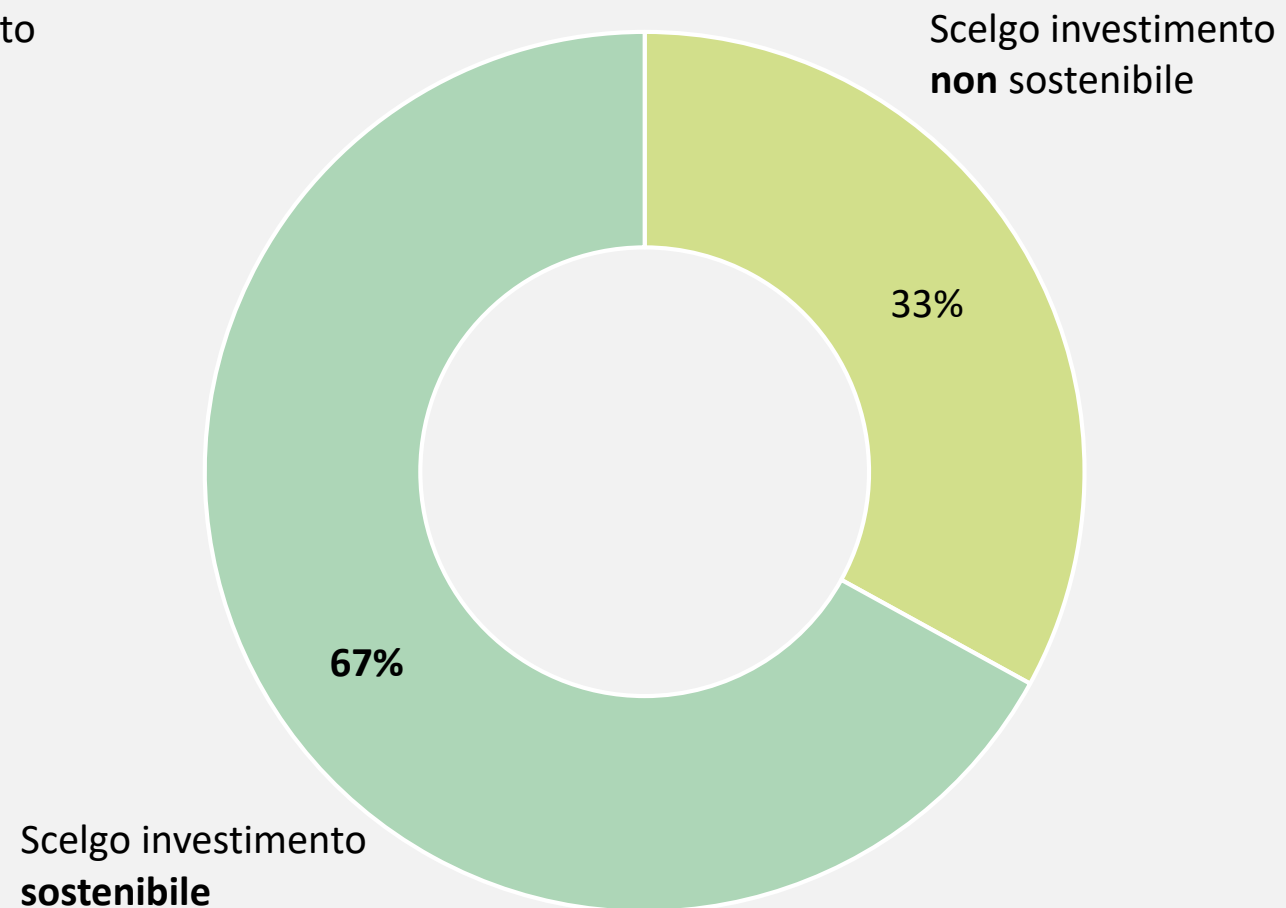


I RISPARMI SOSTENIBILI

**A parità di
rendimento**



**Con rendimento
inferiore**



AZIENDE

UN'AZIENDA È SOSTENIBILE SE

Usa
responsabilmente
le **risorse**

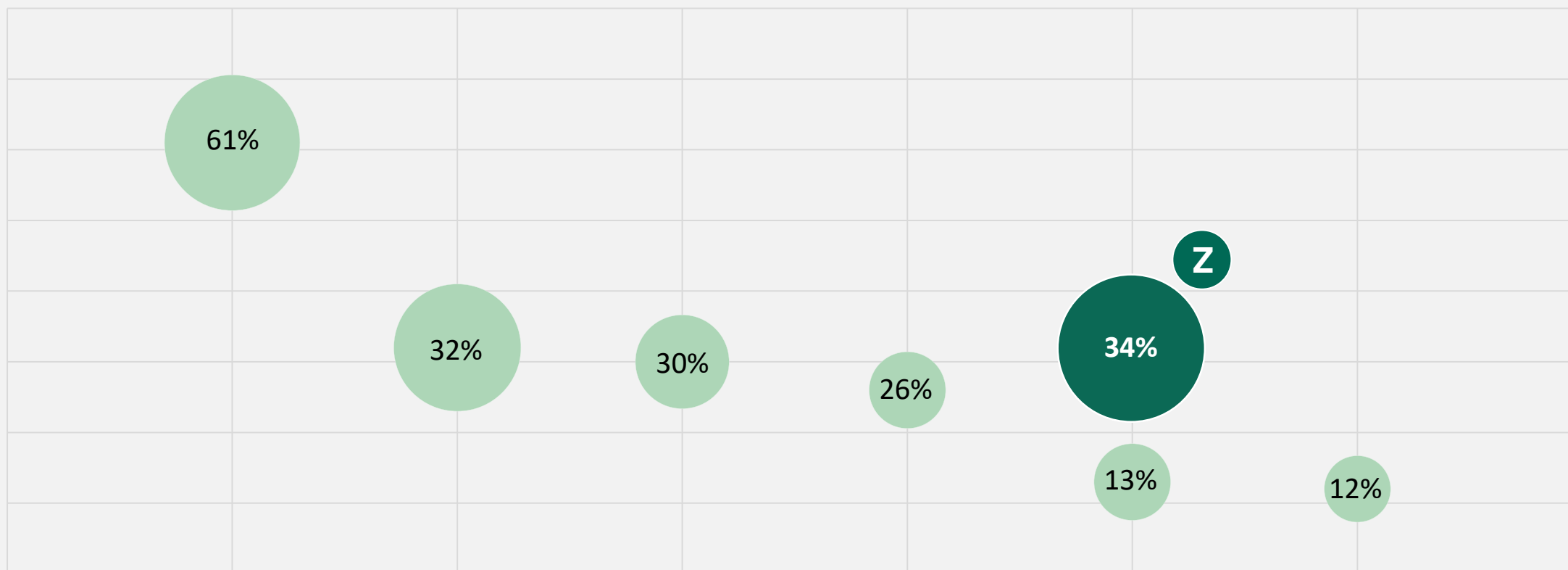
È attenta
ai **lavoratori**

Controlla
la **filiera**

Dà **informazioni**
trasparenti
ai clienti

Dà **assistenza**
continuativa
ai clienti

Non delocalizza
l'attività
all'estero

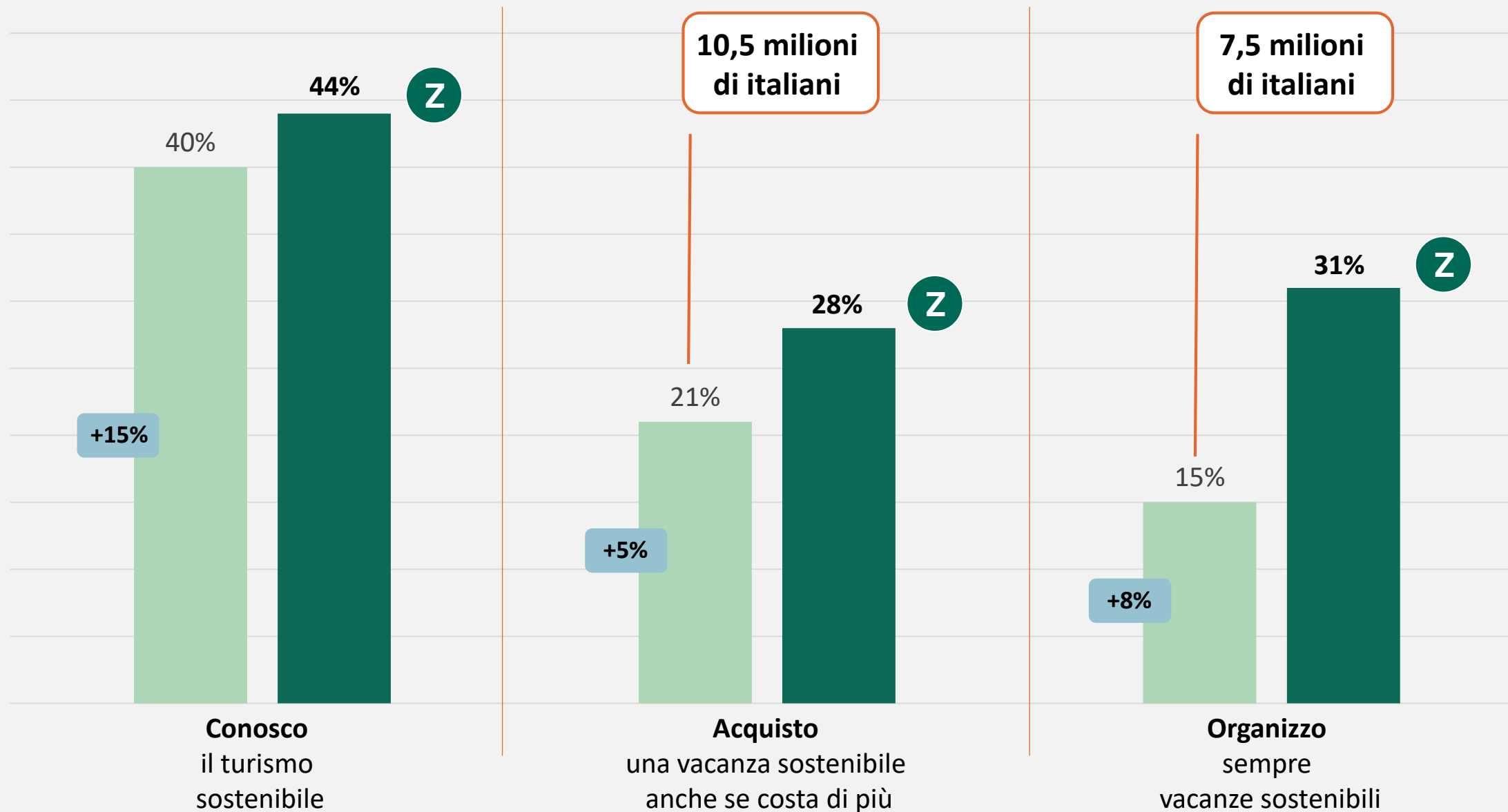


Le due più importanti

TURISMO

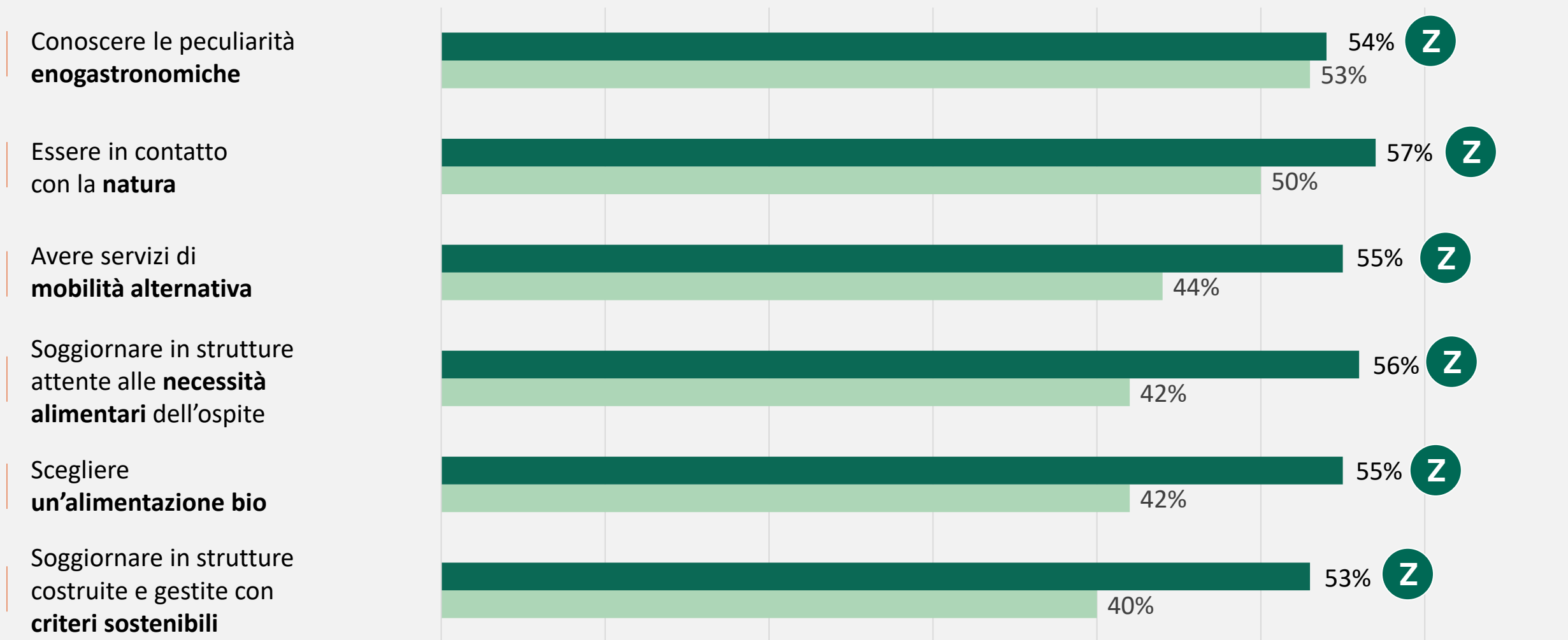


LE VACANZE SOSTENIBILI



IN VACANZA PER ME È IMPORTANTE

  #ONS20

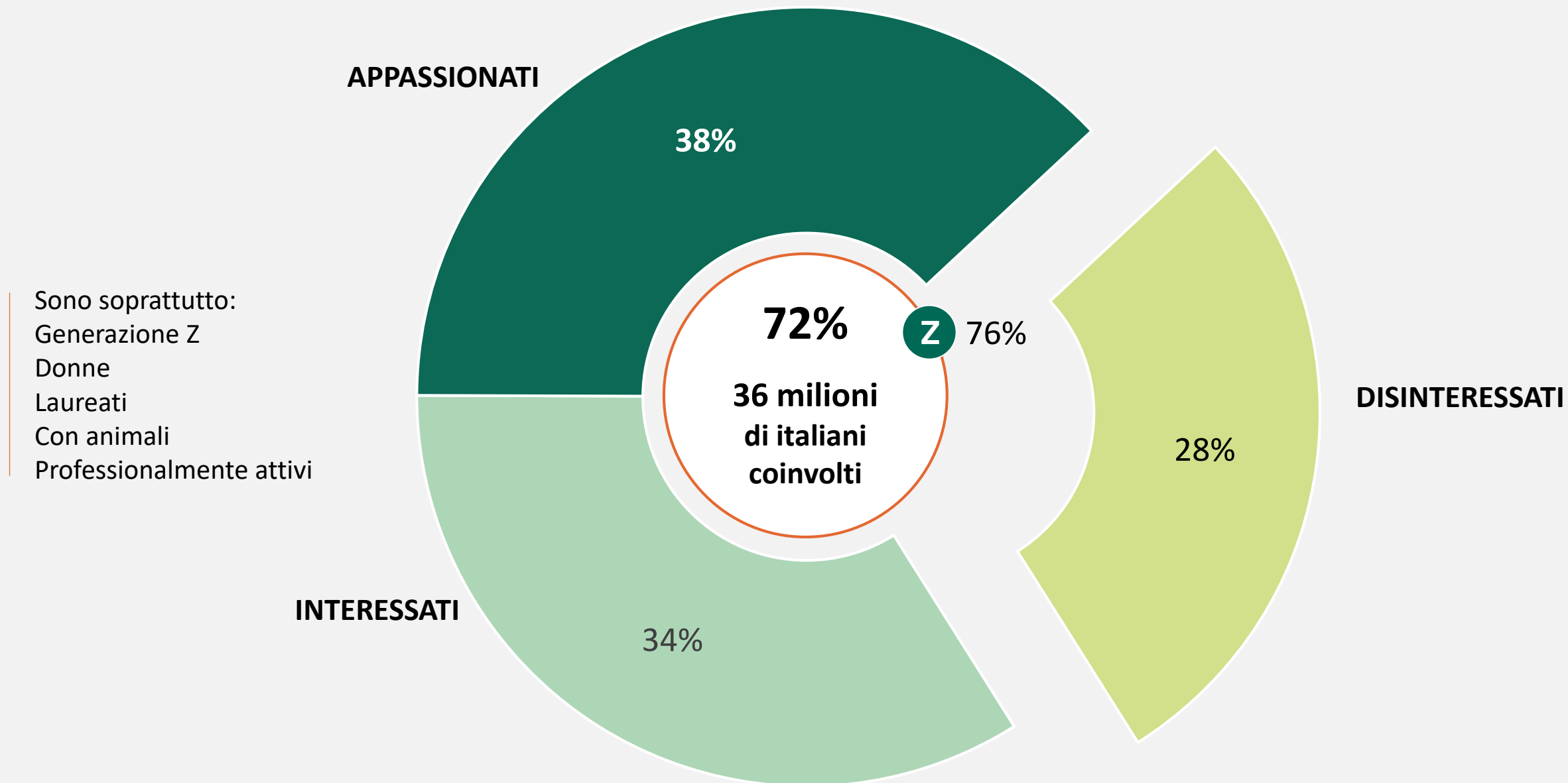


% di posizionati su 8-10

COINVOLGIMENTO



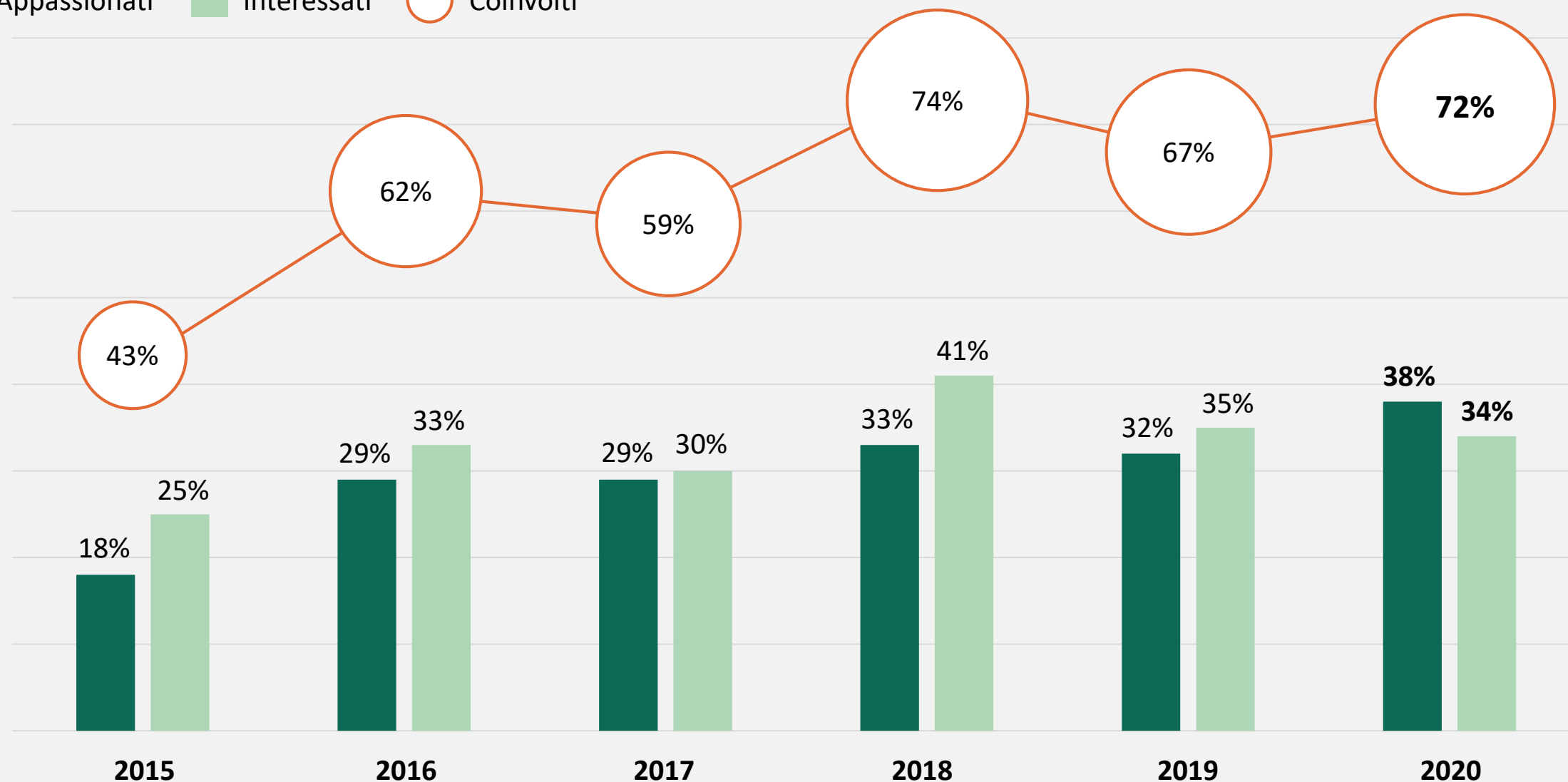
IL COINVOLGIMENTO DEGLI ITALIANI



IL COINVOLGIMENTO DEGLI ITALIANI

  #ONS20

■ Appassionati ■ Interessati ○ Coinvolti



Base casi: 1.000 (w2,3); 800 (w4,w5 e w6) – Valori %



LIFEGATE