



LIFEGATE

2° OSSERVATORIO NAZIONALE SULLO STILE DI VITA SOSTENIBILE

31 marzo 2016

LIFEGATE

in collaborazione con

eumetra  
monterosa

main sponsor

coop  
Lombardia

Ricola

Unipol  
GRUPPO

Eumetra Monterosa ha condotto in collaborazione con **LifeGate** la seconda edizione dell'**Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile**, che punta a monitorare le percezioni della popolazione italiana relativamente alle diverse articolazioni della sostenibilità, osservando:

- livello di conoscenza
- atteggiamento
- comportamento di consumo
- comportamento d'acquisto

Agli intervistati – un campione **di 1.000 individui**, statisticamente rappresentativo **della popolazione italiana maggiorenne** – è stato somministrato tramite **metodologia CATI** (Computer Assisted Telephone Interview) un questionario strutturato predisposto in collaborazione con LifeGate.

Si riportano nelle pagine seguenti i principali risultati dello studio.

GENERE	Valore assoluto	Valore percentuale
Maschio	479	47,9
Femmina	521	52,1
Totale	1.000	100,0

## CLASSI DI ETA'

18-24	86	8,6
25-34	149	14,9
35-44	193	19,3
45-54	177	17,7
55-64	150	15,0
65 e più	244	24,4
Totale	1.000	100,0

## TITOLO DI STUDIO

Nessuno/elementare	220	22,0
Media inferiore	380	38,0
Media superiore	290	29,0
Laurea/post-laurea	110	11,0
Totale	1.000	100,0

## CONDIZIONE OCCUPAZIONALE

Imprenditore / Libero professionista	30	3,0
Lavoratore in proprio	28	2,8
Dirigente/quadro/funziionario	2	0,2
Impiegato/ insegnante	146	14,6
Operaio, commesso...	149	14,9
Studente	79	7,9
Casalinga	160	16,0
Pensionato	304	30,4
In cerca di l occupazione/ disocc.	103	10,3
Totale	1.000	100,0

## AREA GEOGRAFICA

Nord ovest	265	26,5
Nord Est	193	19,3
Centro	195	19,5
Sud e Isole	347	34,7
Totale	1.000	100,0
Fino a 5.000	174	17,4
Da 5.001 a 20.000	302	30,2
Da 20.001 a 50.000	188	18,8
Da 50.001 a 100.000	106	10,6
oltre 100.001	230	23,0
Totale	1.000	100,0

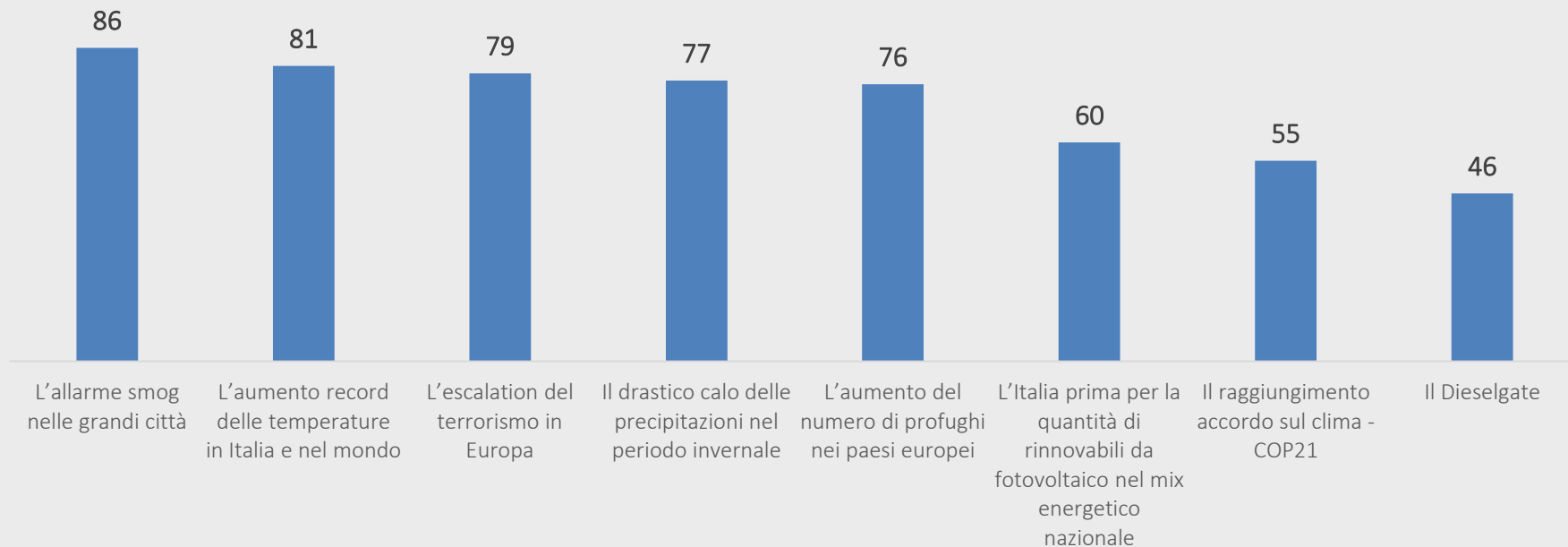




Sostenibilità - Livello di Conoscenza

La qualità dell'aria che respiriamo al primo posto

% di "molto rilevante"



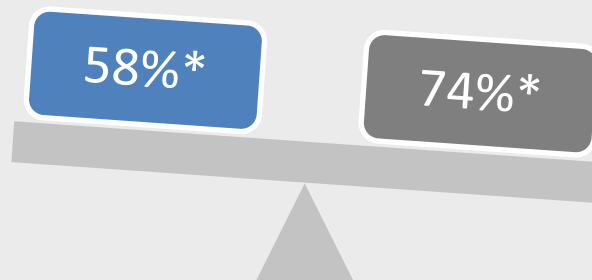
TESTO DELLA DOMANDA: "Quanto ritiene rilevanti ciascuno dei seguenti avvenimenti?".

Valori percentuali

- ✓ L'Italia prima per la quantità di rinnovabili da fotovoltaico nel mix energetico nazionale
- ✓ Il raggiungimento accordo sul clima - COP21

Avvenimenti  
positivi

Avvenimenti  
negativi



*\*valore medio di importanza attribuita  
(«molto rilevante»)*

A pesare di più sono le emergenze

- ✓ L'allarme smog nelle grandi città
- ✓ L'aumento record delle temperature in Italia e nel mondo
- ✓ L'escalation del terrorismo in Europa
- ✓ Il drastico calo delle precipitazioni nel periodo invernale
- ✓ L'aumento del numero di profughi nei paesi europei
- ✓ Il Dieselgate

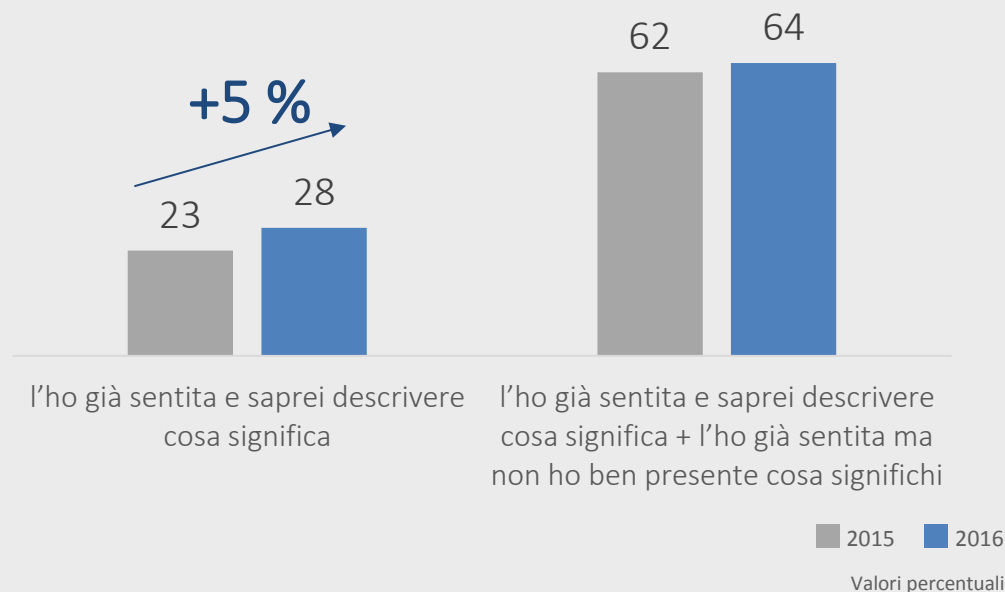
TESTO DELLA DOMANDA: "Quanto ritiene rilevanti ciascuno dei seguenti avvenimenti?".

Valori percentuali

Concetti sempre più familiari per gli italiani

- ✓ Sviluppo sostenibile
- ✓ Sostenibilità ambientale
- ✓ Energia sostenibile
- ✓ Sostenibilità sociale
- ✓ Sostenibilità economica
- ✓ Mobilità sostenibile
- ✓ Città sostenibile
- ✓ Turismo sostenibile
- ✓ Alimentazione sostenibile
- ✓ Casa sostenibile

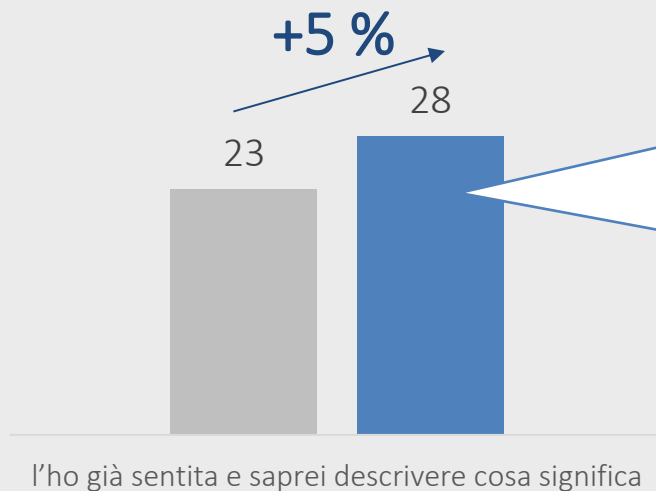
% di conoscitori – Trend  
(valore medio di tutte le declinazioni)



TESTO DELLA DOMANDA: "Le è già capitato di sentire le seguenti espressioni?".

In un anno il 5% in più di persone informate

% di conoscitori – Trend  
(valore medio di tutte le declinazioni)



### In particolare:

- uomini
- 18-44enni
- con titolo di studio medio/alto, specie i laureati
- imprenditori, liberi professionisti, lavoratori in proprio, dirigenti/quadri, impiegati/insegnanti
- studenti
- residenti nelle grandi città
- appassionati

■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

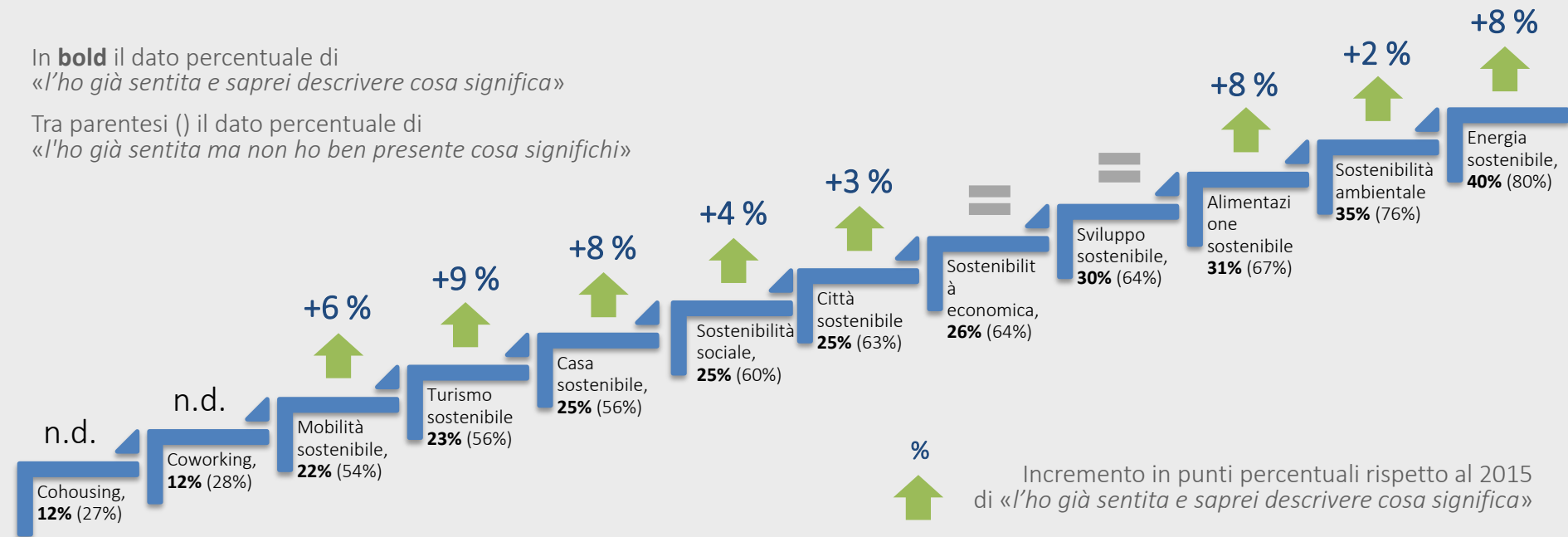
TESTO DELLA DOMANDA: "Le è già capitato di sentire le seguenti espressioni?".



L'energia il concetto più popolare

In **bold** il dato percentuale di  
«l'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

Tra parentesi ( ) il dato percentuale di  
«l'ho già sentita ma non ho ben presente cosa significhi»

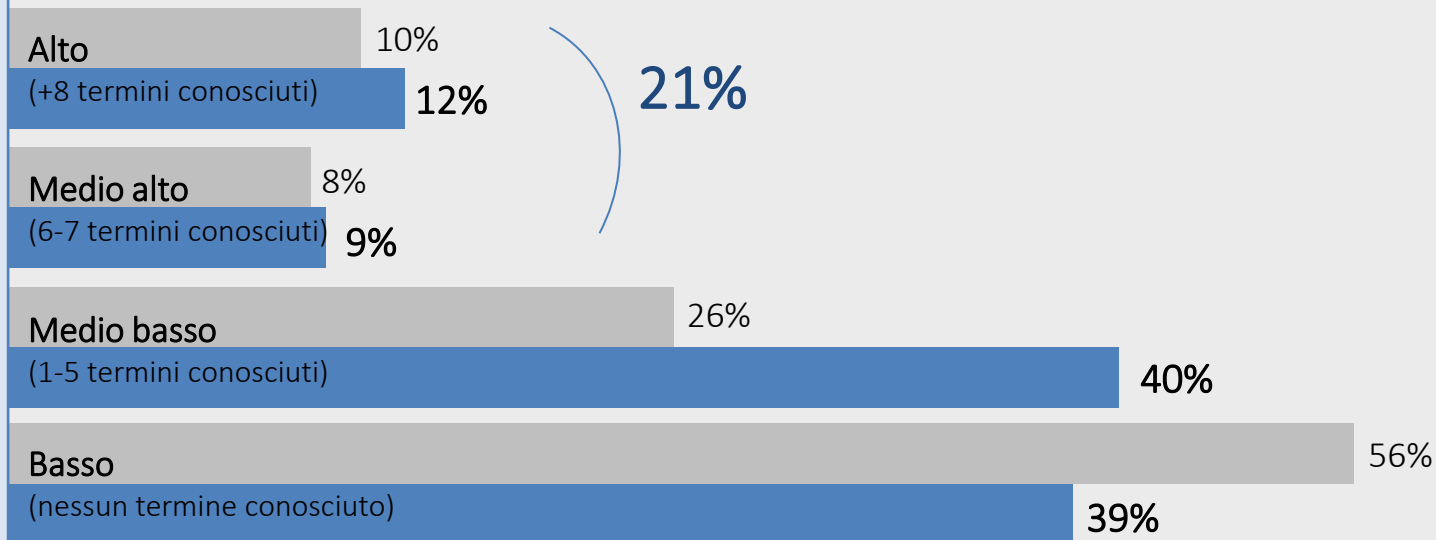


TESTO DELLA DOMANDA: "Le è già capitato di sentire le seguenti espressioni?".

Valori percentuali

Il 21% ha un alto livello di conoscenza

Indice di conoscenza chiara dei termini proposti



■ 2015 ■ 2016

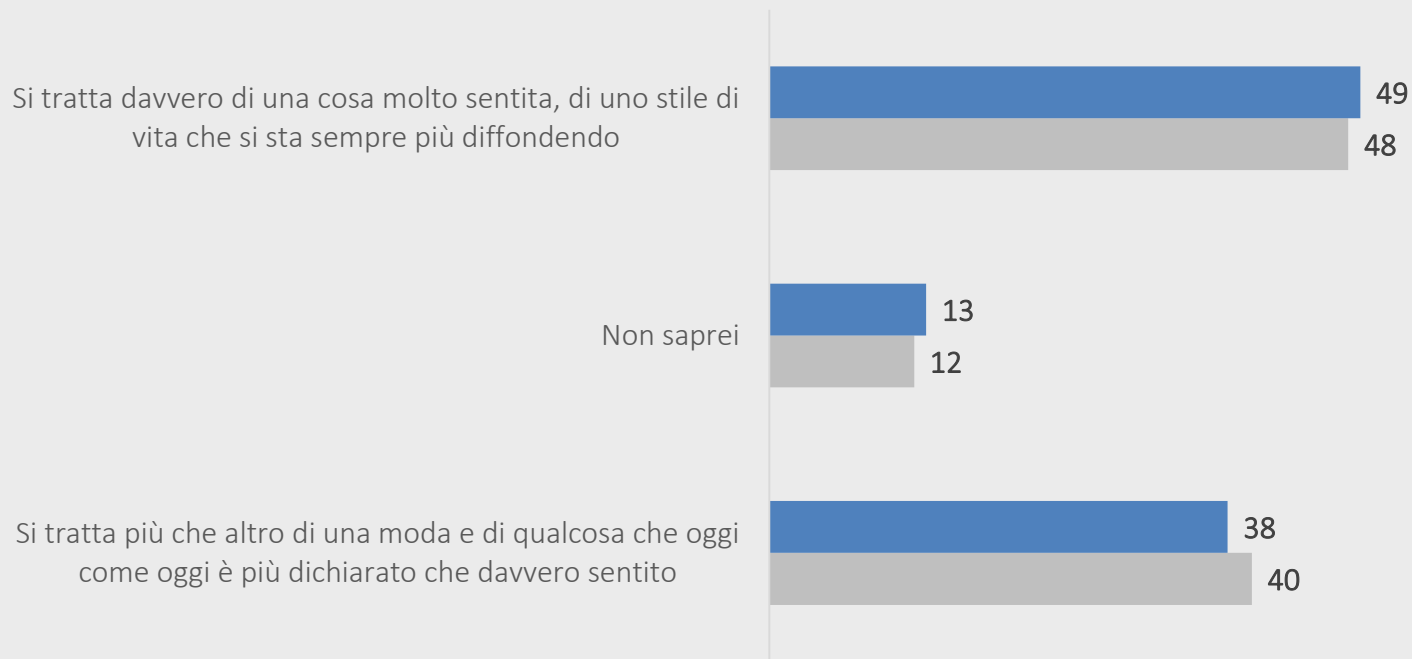
Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Le è già capitato di sentire le seguenti espressioni?".



Atteggiamiento verso la sostenibilità

Gli italiani divisi tra sostanza e apparenza



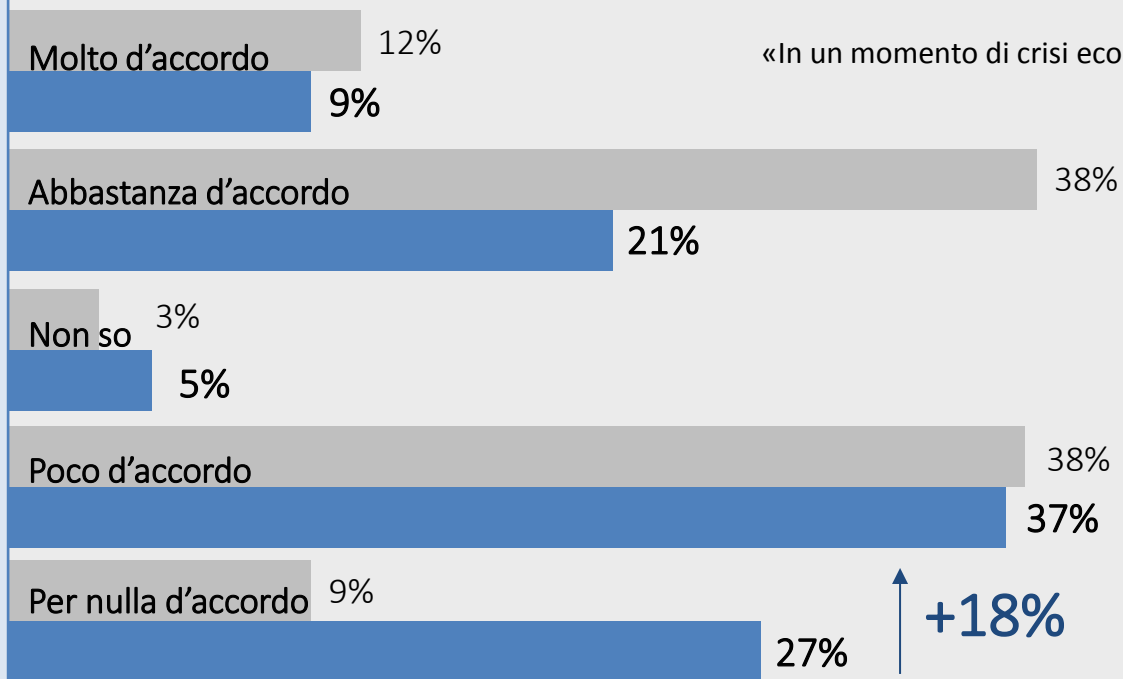
■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Del termine sostenibilità o dell'aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti, riassumibili nei due che ora le leggerò. Mi può dire quello che la rappresenta di più?".



Due terzi degli italiani pongono la sostenibilità davanti alla crisi



«In un momento di crisi economica, le persone hanno cose più urgenti di cui occuparsi della sostenibilità»

64%

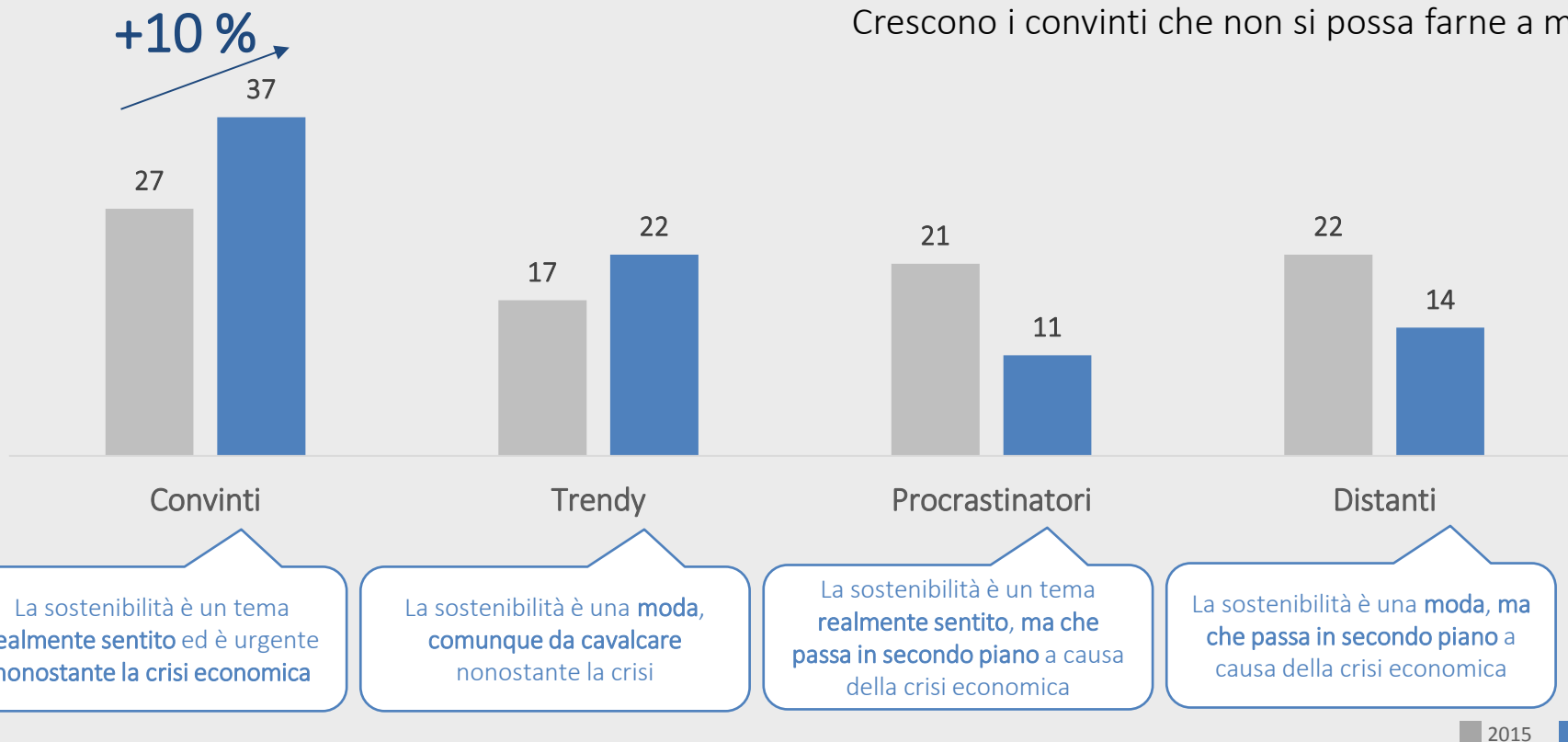
+18%

■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Le leggerò ora una serie di affermazioni. Mi può dire il suo grado di accordo per ciascuna di esse?".

Crescono i convinti che non si possa farne a meno



La sostenibilità è un tema **realmente sentito** ed è urgente **nonostante la crisi economica**

La sostenibilità è una **moda**, **comunque da cavalcare** nonostante la crisi

La sostenibilità è un tema **realmente sentito**, **ma che passa in secondo piano** a causa della crisi economica

La sostenibilità è una **moda**, **ma che passa in secondo piano** a causa della crisi economica

Il completamento a 100 è dato dai valori di «non sa»

Valori percentuali

### Convinti (37%)

- 18-34enni
- con titolo di studio medio alto

### Trendy (22%)

- 35-44enni
- laureati
- i residenti nelle grandi città italiane

### Procrastinatori (11%)

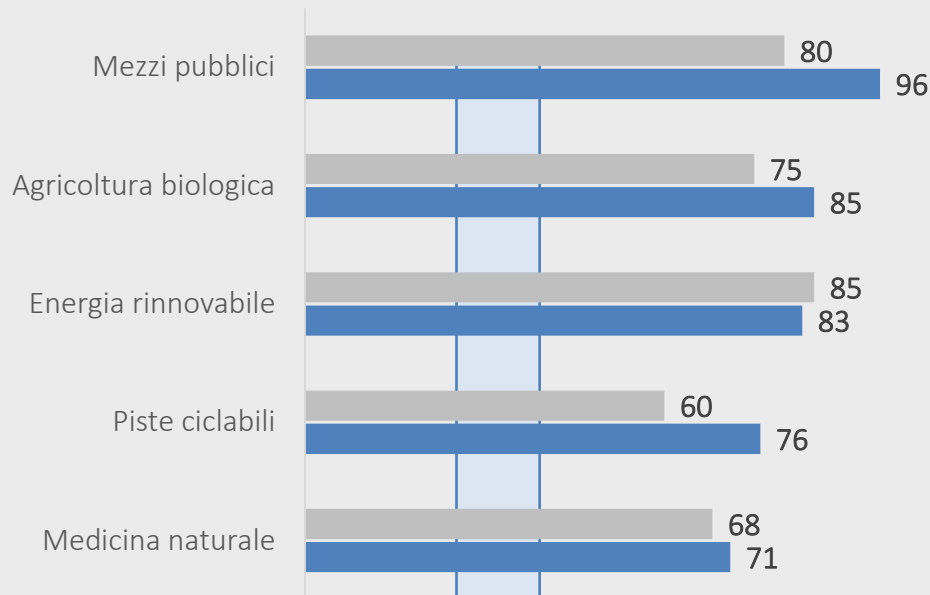
- 25-34enni
- i residenti nei piccoli comuni (fino a 5mila ab.)

### Distanti (14%)

- casalinghe
- i residenti nel Nord Est

Valori percentuali

### L'atteggiamento è sempre più positivo



Atteggiamento positivo  
su tutti gli aspetti

2015: 31%  
2016: 43%

+12 %

- ✓ Bisogna potenziare i mezzi pubblici affinché i cittadini usino meno le auto, anche a costo di creare limiti di circolazione agli automobilisti.
- ✓ Bisogna sostenere l'agricoltura biologica, anche se, secondo alcuni, mette in difficoltà gli agricoltori che coltivano con tecniche tradizionali non bio.
- ✓ È giusto che un Paese investa nelle fonti di energia rinnovabile, anche se quelle più tradizionali (come petrolio, carbone) oggi soddisfano la maggior parte del fabbisogno energetico dei cittadini.
- ✓ Bisogna dedicare fondi allo sviluppo delle piste ciclabili
- ✓ È giusto che un Paese sostenga l'omeopatia e la medicina naturale, anche se la maggior parte dei cittadini si cura con la medicina tradizionale.

■ 2015 ■ 2016

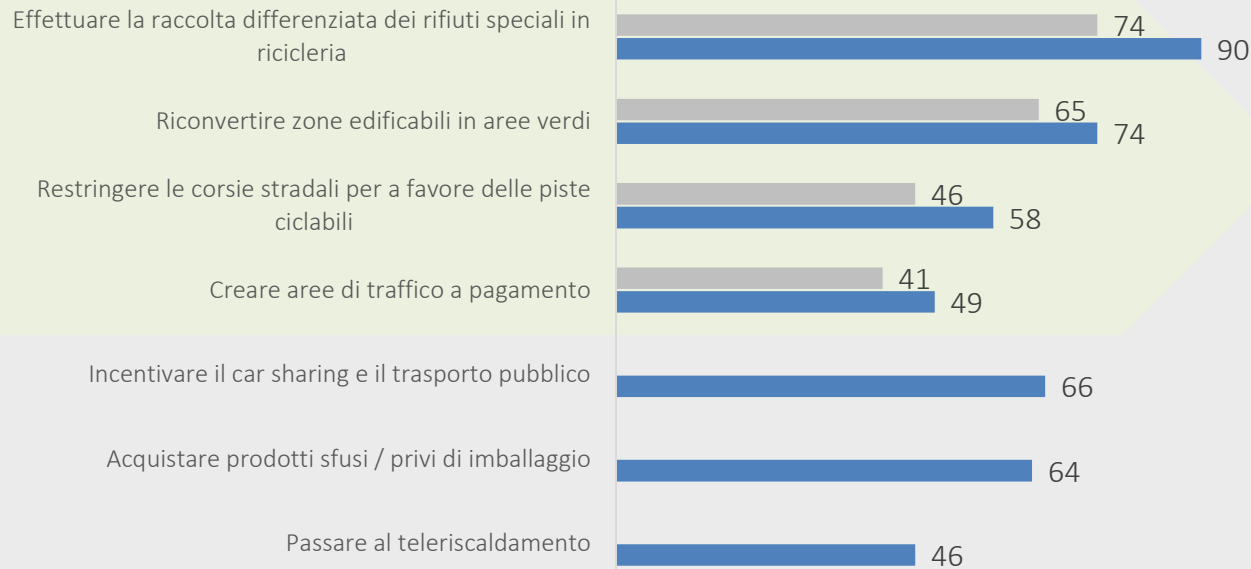
Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Le leggerò ora una serie di affermazioni. Mi può dire il suo grado di accordo per ciascuna di esse?".



Gli atteggiamenti positivi crescono in modo 'smart'

% di «è giusto e va fatto per una città più vivibile»



Atteggiamento positivo su tutti gli aspetti

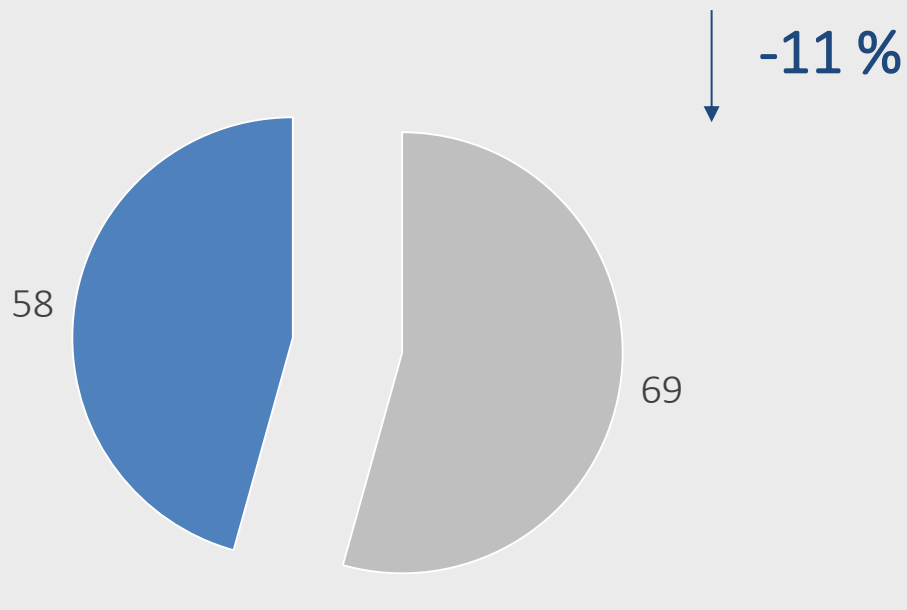
2015: 31%  
2016: 36% **+5 %**

■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Le leggerò ora alcuni interventi che riguardano le nostre città. Mi può dire per ciascuno di essi se...?".

«Il problema del riscaldamento globale deve essere affrontato dai governi,  
il singolo individuo non può fare molto»



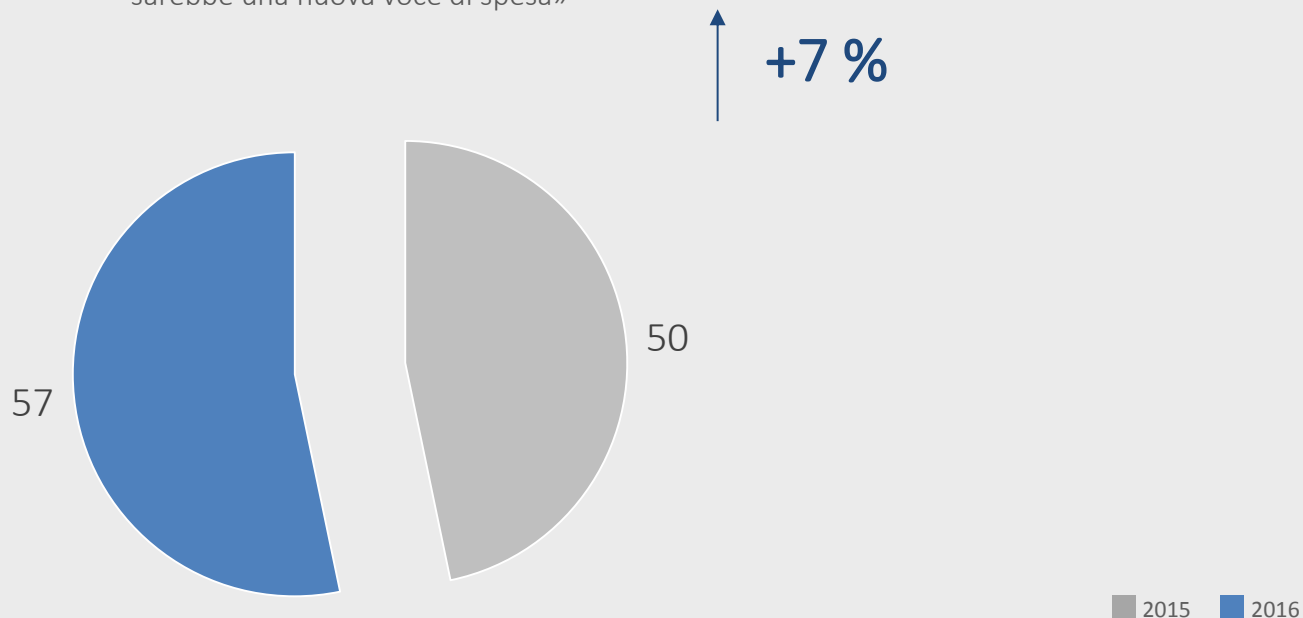
■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: “Le leggerò ora una serie di affermazioni. Mi può dire il suo grado di accordo per ciascuna di esse?”.

Rischi che in pochi vogliono correre

«Considerato il problema del riscaldamento globale, è assolutamente necessario assicurare la mia casa contro danni provocati da calamità, frane, alluvioni, terremoti, anche se ciò sarebbe una nuova voce di spesa»



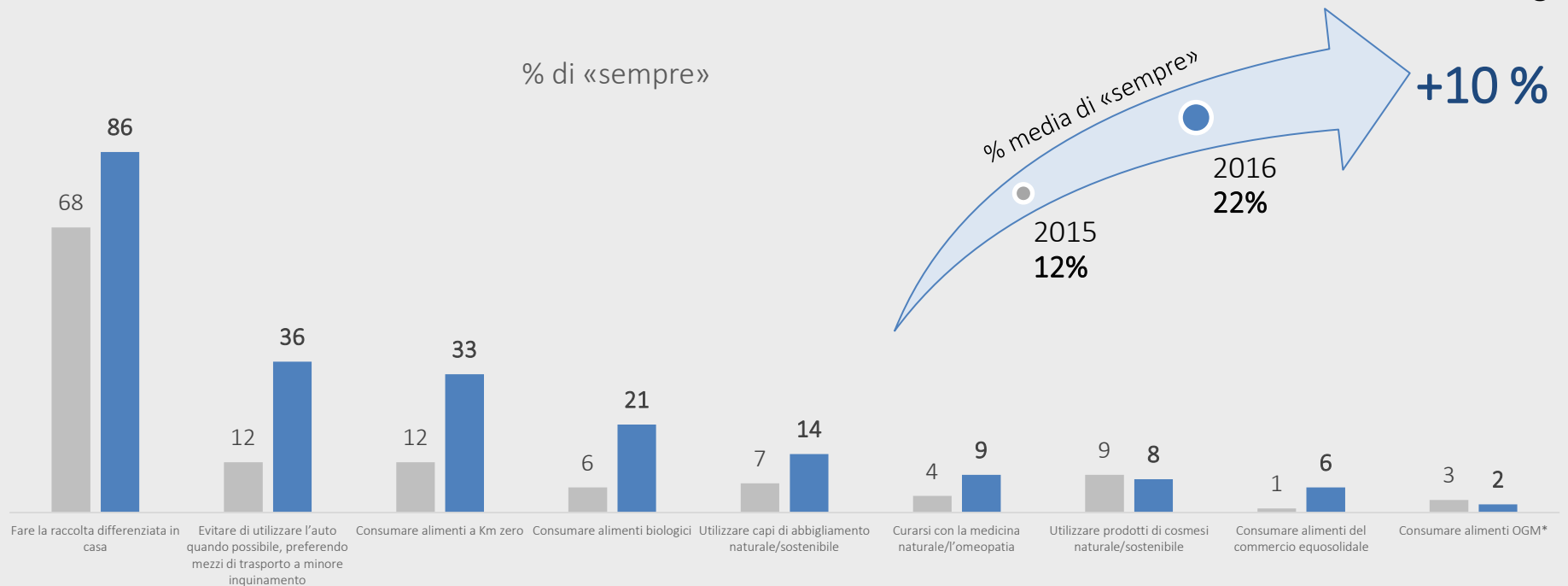
TESTO DELLA DOMANDA: "Le leggerò ora una serie di affermazioni. Mi può dire il suo grado di accordo per ciascuna di esse?".



I comportamenti sostenibili



La raccolta differenziata è d'obbligo



\*risposta appositamente ingannevole

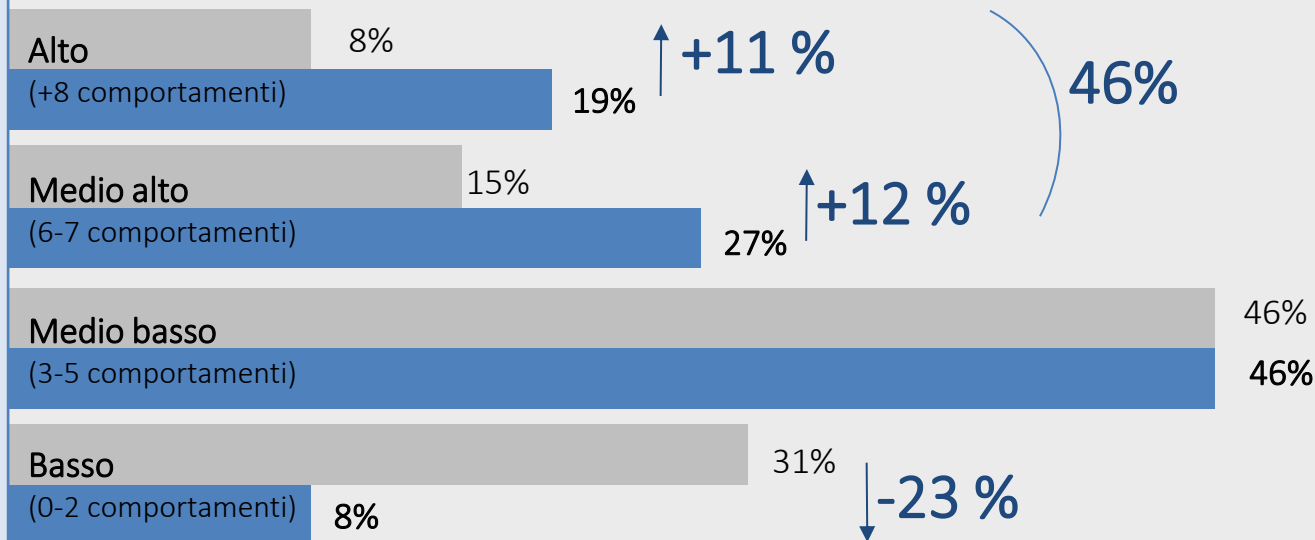
■ 2015 ■ 2016

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...?".

Valori percentuali

Quasi la metà degli italiani è attiva su tutti i fronti

Indice di comportamento effettivo («sempre + talvolta»)



■ 2015 ■ 2016

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...?".

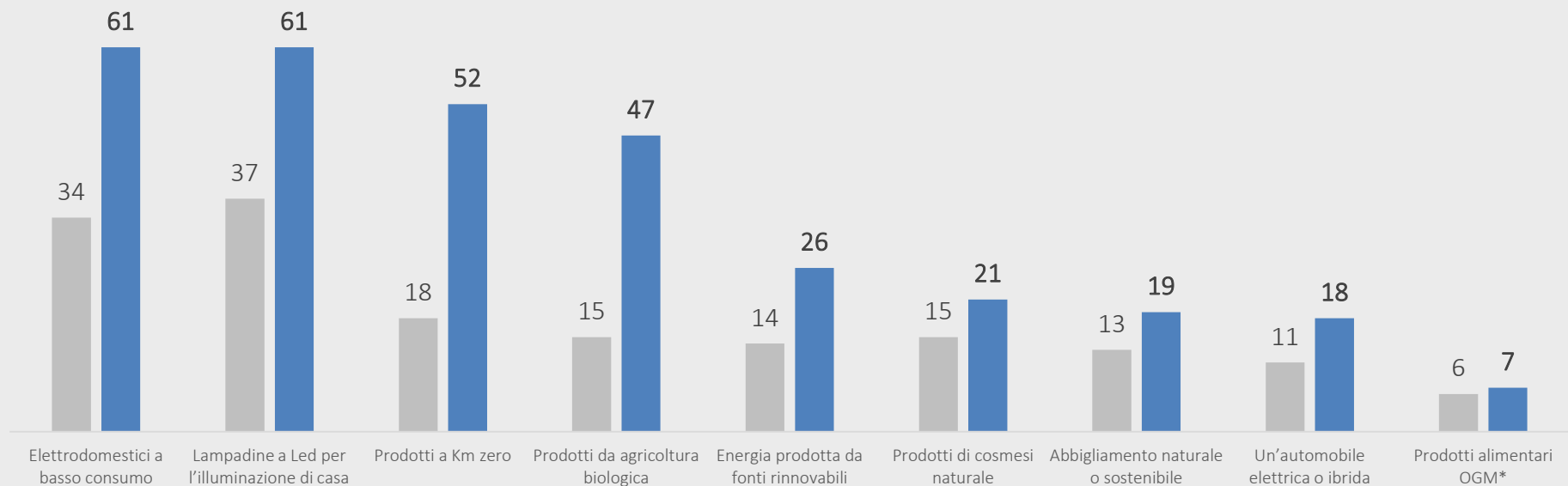
Valori percentuali



La disponibilità all'acquisto sostenibile e motivazioni sottostanti

Si, soprattutto se efficienti

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



\*risposta appositamente ingannevole

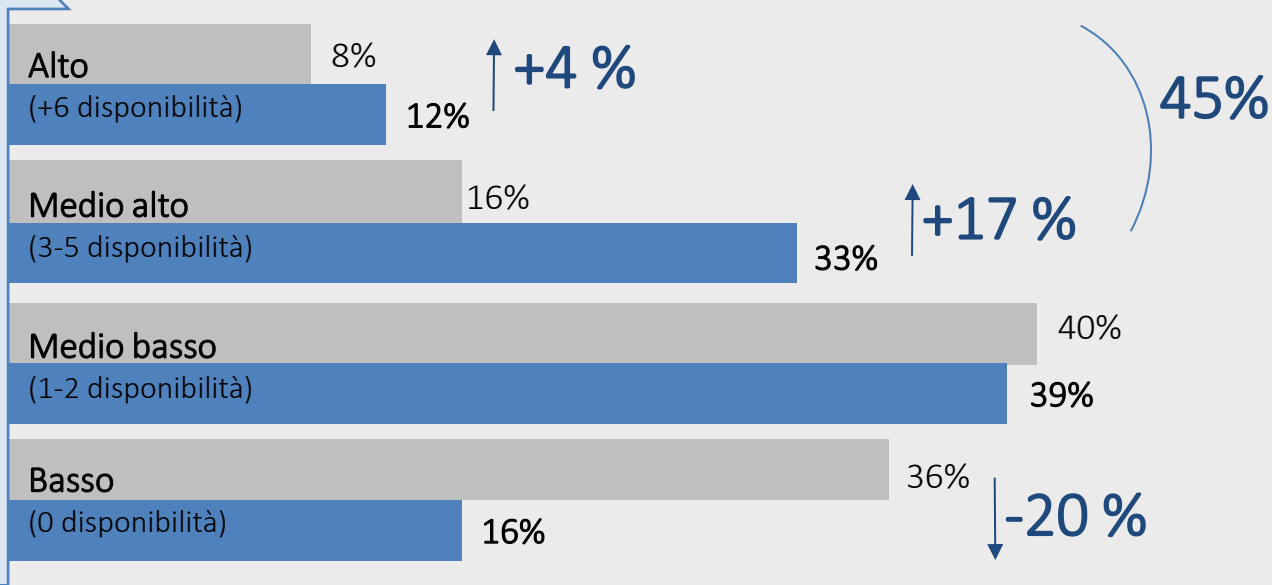
■ 2015 ■ 2016

TESTO DELLA DOMANDA: "Parlando di acquisti, lei acquisterebbe le seguenti cose? E se sì, a quale condizione?"

Valori percentuali

Il 45% disposto a spendere di più

Indice di disponibilità all'acquisto a costo superiore



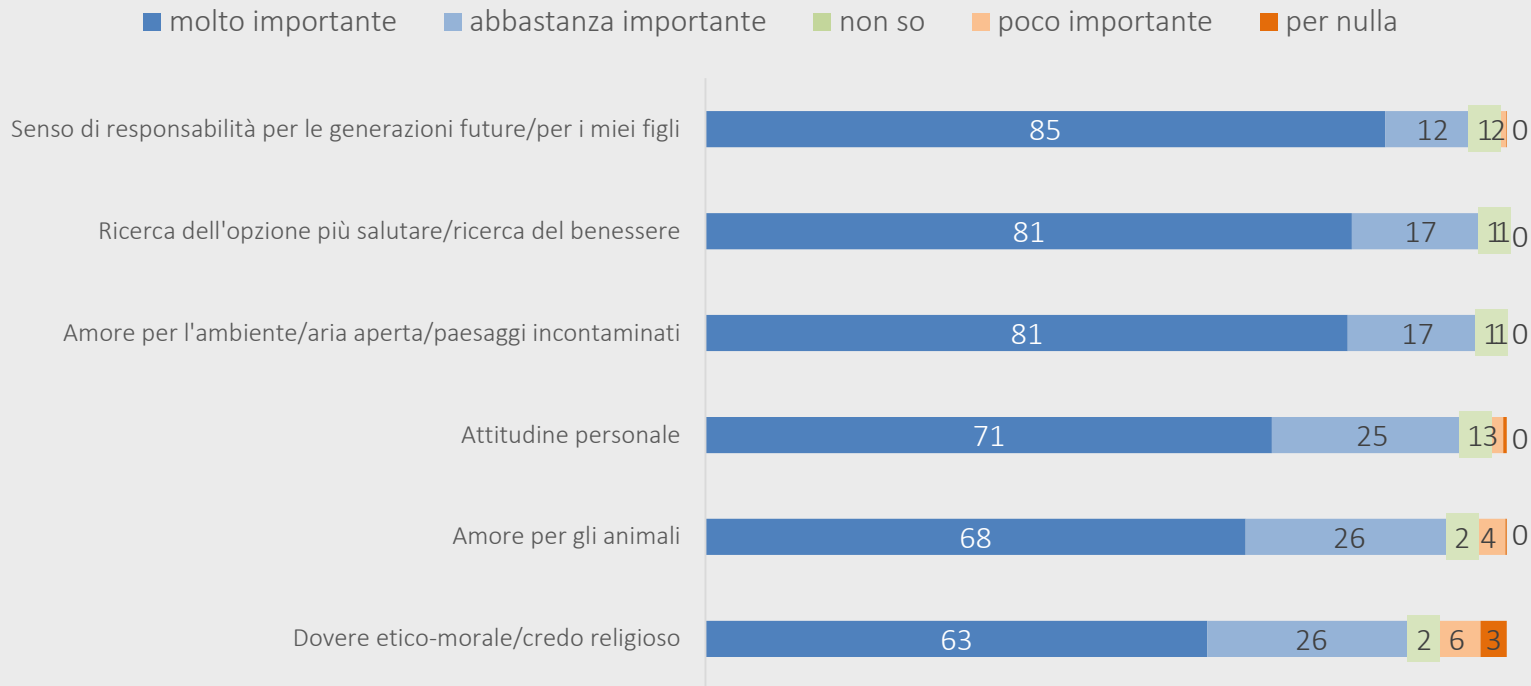
■ 2015 ■ 2016

Valori percentuali

TESTO DELLA DOMANDA: "Parlando di acquisti, lei acquisterebbe le seguenti cose? E se sì, a quale condizione?"



Garantire un futuro alle prossime generazioni



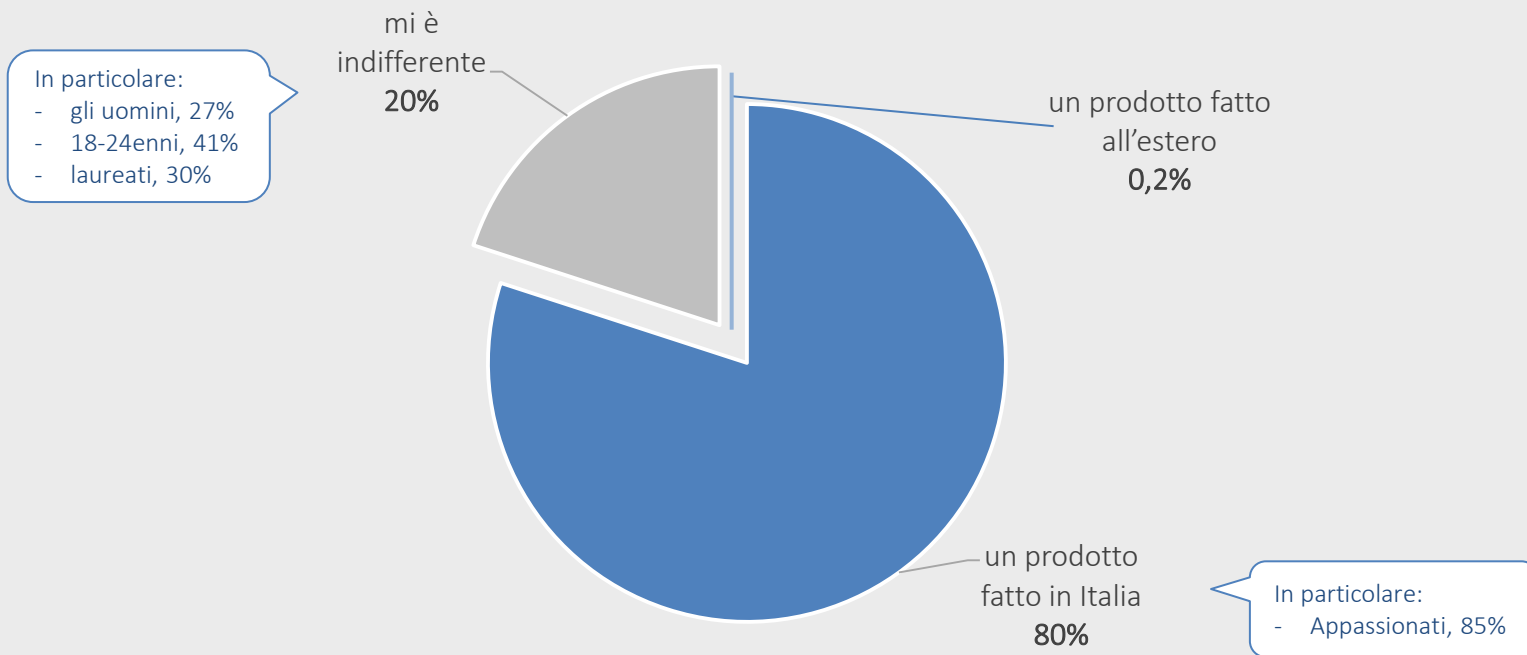
TESTO DELLA DOMANDA: "Quanto conta per lei ciascuno dei seguenti aspetti nell'acquistare e fare scelte sostenibili?".

Valori percentuali



Il Made in Italy

Prodotti sostenibili, meglio se 'fatti in casa'



TESTO DELLA DOMANDA: "Pensi ora ad un qualunque prodotto fatto con criteri di sostenibilità. A parità di sostenibilità preferisco acquistare...".

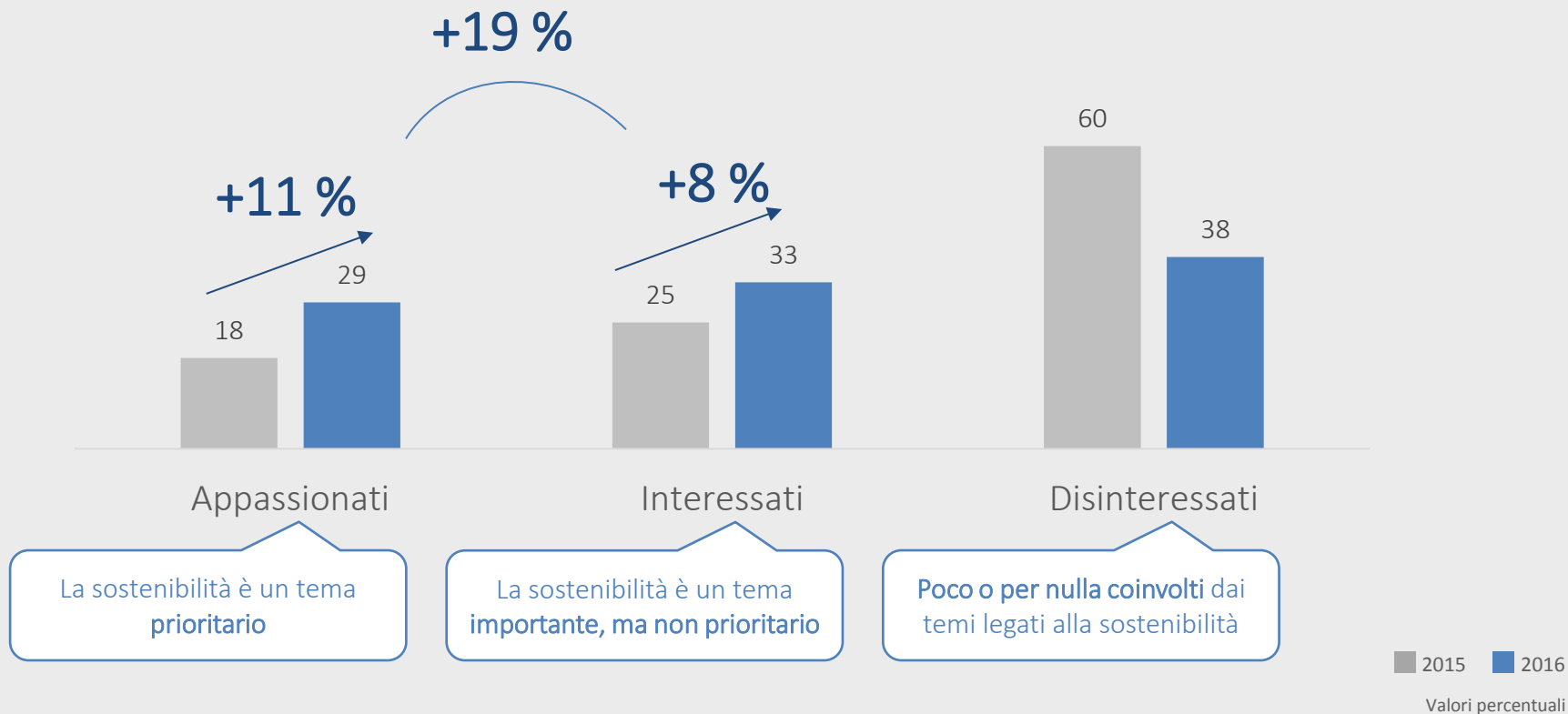
Valori percentuali





Gli italiani e la sostenibilità: una segmentazione

Crescono di più coloro che hanno a cuore il tema





Due terzi della popolazione ha grande interesse per il tema

**62%**  
**31 milioni**  
**di italiani**

43%  
21 milioni di  
italiani (2015)

*Sono soprattutto...*

**Appassionati**  
(29%)

*ca. 14,5 mil. di italiani*

- Donne
- 18-24enni
- Con titolo di studio medio/alto (diploma e laurea)

**Interessati**  
(33%)

*ca. 16,5 mil. di italiani*

- 25-34enni
- Impiegati e insegnanti

**Disinteressati**  
(38%)

*ca. 19,2 mil. di italiani*

- Over 65enni/Pensionati
- Con titolo di studio medio/basso (licenza media/elementare)

*Il dato rapportato all'universo è calcolato su una popolazione di 50,7 mil. di italiani, al 1° gennaio 2015 (fonte: ISTAT)*

Valori percentuali



L'evento di presentazione

- Evento di presentazione dei risultati alla **Sala Buzzati del Corriere della Sera**, Milano il 31 Marzo 2016
- Presentazione di **Renato Mannheimer** (*Eumetra – Monterosa*)
- Moderazione di **Nicola Saldutti** (*Corriere della Sera*)
- **3 aziende internazionali** promotori della ricerca e sponsor dell'evento
- Oltre **170 presenze** tra opinion leader, giornalisti e aziende di settore

Leggi  
l'articolo di sintesi





- **Diretta streaming** dell'evento di presentazione su [corriere.it](http://corriere.it)
- **#ONS2016** top trend topic su twitter (14° posto) per l'intera mattinata dell'evento
- **Video interviste** ai relatori presenti

Guarda  
il video dell'evento

Guarda  
le video interviste

### Secondo Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile — segui la presentazione in streaming

Sala Buzzati, via Balzan 3, Milano  
31/03/2016 14:00

Lifegate, l'osservatorio sullo stile di vita sostenibile



Scarica il meglio sull'Osservatorio

La nuova **ecologia** IL MAGAZINE DI LEGAMBIENTE

## Lifegate, la rivoluzione è green

Italiani sempre più sensibili alle tematiche ambientali e orientati verso comportamenti sostenibili. E sorprende l'inquinamento preoccupa più del terrorismo. Con Renato Mannheimer i risultati del secondo Osservatorio sullo stile di vita sostenibile

Mario Pravadelli aprile 2016 *Confronto*



Gli italiani sono sempre più interessati alla qualità dell'ambiente. E fin qui, viene da dire, nulla di sorprendente: le ricerche già condotte quest'anno durante gli ultimi anni non si contano. Ma che la preoccupazione per l'inquinamento atmosferico globale vada inasprita è sorprendente. Il dato emerge dal rapporto presentato ieri a Milano da Lifegate insieme all'istituto "Eumetra Monterosa" sullo stile di vita sostenibile degli italiani. La rilevazione, spiega il sociologo Renato Mannheimer che ha commentato l'indagine, è stata effettuata (su un campione di mille persone, con metodo Can) prima dei fatti di Bruxelles. Ma il tema è tutt'altro che nuovo della contemporaneità, il rapporto con l'altro e gli strumenti della bioetica, rappresenta comunque un elemento su cui riflettere: nel futuro possono fare inconsueta, estranea di cittadini planetario.



## LifeGate "effetto EXPO" sui risultati del 2° Osservatorio Nazionale

Con il cambiamento tra il primo e il secondo EXPO in rapporto degli italiani con i principali articolatori di un approccio sostenibile e alla vita? Una

**45%** degli italiani è disposto ad acquistare un bene sostenibile anche se costa di più

#ONS2016 LIFEGATE

## Sostenibilità, il primo partito italiano

La ricerca Lifegate. Presentati ieri a Milano i risultati del secondo Osservatorio nazionale: è in un solo anno le persone sensibili ai temi "eco" sono aumentate del 19%. Mannheimer: è an



## Una scelta che va oltre la crisi: Si guarda al futuro dei bimbi

Il tema dell'investimento sostenibile è sempre più attuale. In questi tempi di crisi, gli italiani si guardano al futuro dei loro figli. La ricerca Lifegate mostra che il 45% degli italiani è disposto ad acquistare un bene sostenibile anche se costa di più. Questo dato è particolarmente significativo in quanto indica un cambiamento di mentalità che va oltre la crisi economica e si concentra sul futuro delle nuove generazioni.

meno consistente di una moda»

La società con i rischi in Borsa e gli alti costi di gestione, acquista i consumatori sempre più responsabili



## Osservatorio nazionale-Lifegate Il sì alla «sostenibilità» di 30 milioni di italiani

37

per cento la percentuale di chi è convinto che la sostenibilità non si possa fare a meno anche in tempi di crisi. È il 27% nella precedente edizione dell'Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile. Oggi la presentazione della seconda edizione

MILANO Incentivare una crescita economica duratura e inclusiva, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti. Sono questi alcuni degli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile, adottati a settembre 2015. Obiettivi che impongono anche all'Italia un profondo cambiamento a partire dalla consapevolezza dell'importanza della sostenibilità. Che a quanto pare sta crescendo, come dimostra la seconda edizione dell'Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile condotto da Lifegate e l'istituto Eumetra Monterosa (stamattina la presentazione alle 10.00, nella sala Buzziati del Corriere) che ha fotografato la crescita di conoscenza e consapevolezza degli italiani su questi temi.

La percentuale di chi è convinto che la sostenibilità non si possa fare a meno anche in tempi di crisi è salita dal 27 al 37, così come è passata dal 17 al 22% la quota di coloro che ritengono sia una tendenza da cavalcare, ma soprattutto è cresciuto il livello di dismesschezza e di compressione del "vocabolo" della sostenibilità. Il primo dato che emerge dal raffronto tra il 2015 e il 2016 sulla frequenza con cui gli italiani si atteggiavano a comportamenti e consumi sostenibili è l'incremento dal 12 al 22%. L'86% degli intervistati dichiara di fare sempre la massima differenziazione (+85% rispetto al 2015) e il 35% evita di utilizzare l'auto ogni qual volta sia possibile (-24%). Inoltre, è cresciuta di 20 punti la quota di italiani che dichiarano di consumare alimenti a Km zero, che si attestati al 23%.

In un anno, il numero degli intervistati definiti "appassionati" (per i quali la sostenibilità è un tema prioritario) o "interessati" (tema interessante, ma non prioritario) alla sostenibilità è cresciuto dal 43 al 62%: pari a oltre 30 milioni di italiani. Gli aspetti più importanti delle scelte sostenibili? Secondo le rilevazioni Lifegate ed Eumetra Monterosa il primo posto tra le motivazioni figura il senso di responsabilità per le generazioni future (85% delle indicazioni), seguita dalla ricerca del benessere e dall'amore per l'ambiente (81%).

C.D.C.



### **NOTA METODOLOGICA E INFORMATIVA**

(in ottemperanza al regolamento dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 256/10/CSP, allegato A, art. 5 del 9 dicembre 2010, pubblicato su G.U. 301 del 27/12/2010)

### **NOTA METODOLOGICA COMPLETA**

**Titolo:** Osservatorio sostenibilità

**Soggetto realizzatore:** Eumetra Monterosa S.r.l.

**Periodo/Date di rilevazione:** 26 febbraio – 2 marzo 2016

**Tipo e oggetto dell’indagine:** Sondaggio d’opinione a livello nazionale

**Popolazione di riferimento:** Popolazione italiana, maggiorenne

**Estensione territoriale:** Nazionale

**Metodo di campionamento:** Campione casuale stratificato per quote

**Rappresentatività del campione:** Rappresentativo della popolazione di riferimento per età ed area geografica di residenza, ampiezza dei centri urbani di residenza

**Margine di errore:** +/-3%

**Consistenza numerica del campione:** 1000 casi

**Elaborazione dati:** SPSS

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: [www.agcom.it](http://www.agcom.it). In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata, a pena di gravi sanzioni. Eumetra Monterosa non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza.





# LIFEGATE

---

Via Palermo 8, 20121, Milano, Italy

tel +39 0245374850

[osservatorio@lifegate.it](mailto:osservatorio@lifegate.it) - [lifegate.it](http://lifegate.it)