

SVILUPPO
TURISMO
ENERGIA
ALIMENTAZIONE
FINANZA
INVESTIMENTI
DESIGN
QUALITÀ
SALUTE
BENESSERE
MOBILITÀ
AMBIENTE
SOSTENIBILITÀ
ARMONIA



3° OSSERVATORIO NAZIONALE SULLO STILE DI VITA SOSTENIBILE

30 marzo 2017

LIFEGATE

LIFEGATE

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

In un contesto in cui l'interesse alle tematiche relative alla sostenibilità è in continua crescita, LifeGate in collaborazione di Eumetra Monterosa, ha realizzato e portato avanti negli anni l'Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile.

Questa indagine di cadenza annuale, prima nel suo genere in Italia, permette di ottenere una fotografia aggiornata dell'interesse e della percezione del tema da parte della popolazione, 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.

LIFEGATE

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

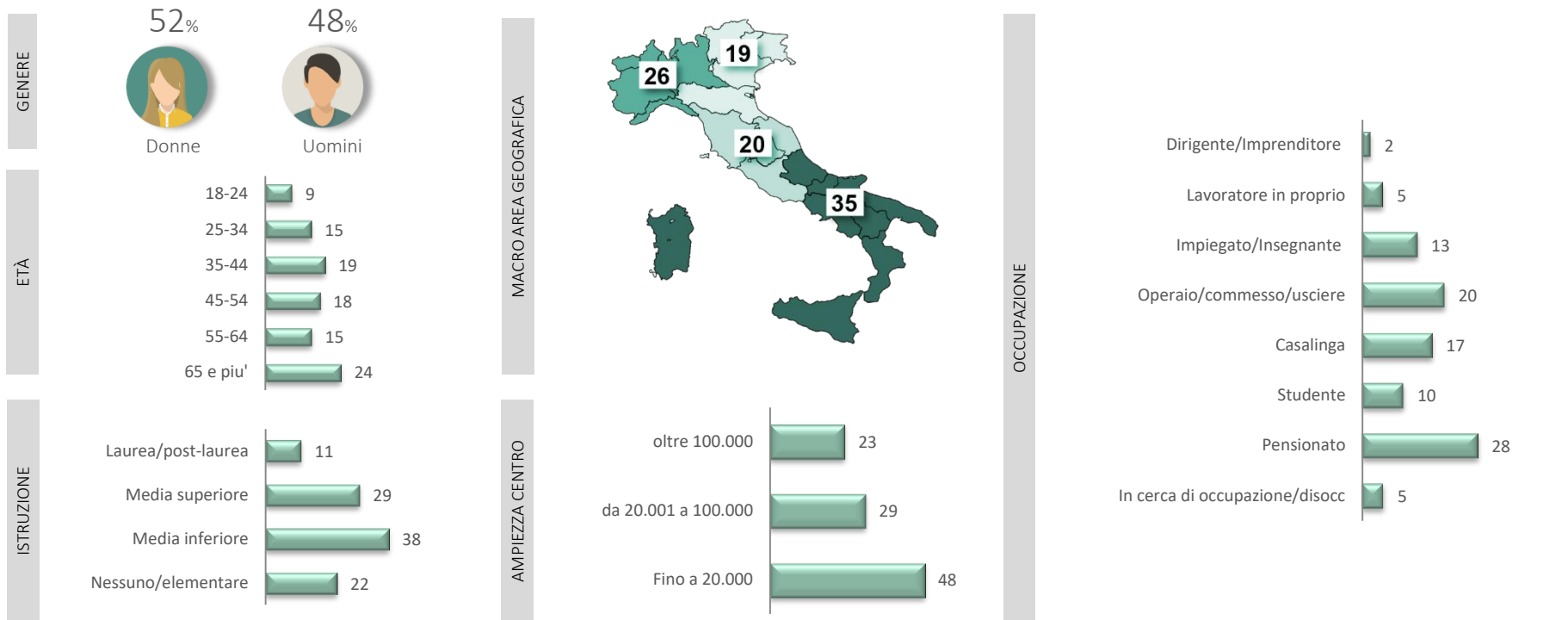
Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il profilo degli italiani

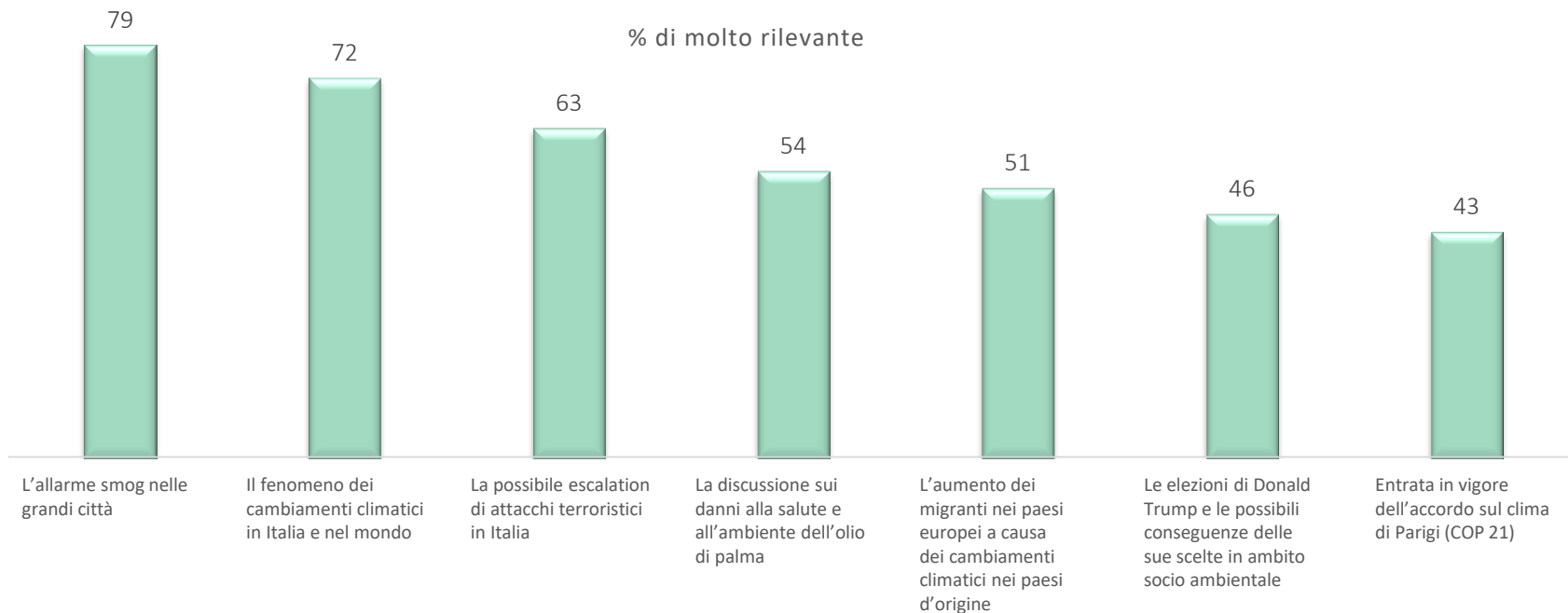


A close-up photograph of a magnifying glass with a dark handle and a silver rim. The lens is positioned over a single green puzzle piece, which is in sharp focus. The rest of the puzzle pieces, which are scattered across a white surface, are blurred. The text 'Sostenibilità' and 'Il livello di conoscenza' is overlaid on the left side of the image.

Sostenibilità
Il livello di conoscenza

I fatti che hanno interessato di più gli italiani

Lo smog colpisce ancora: la qualità dell'aria rimane la priorità



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il vocabolario della sostenibilità | 1

Più di un quarto degli italiani supera l'esame a pieni voti



PIENA CONOSCENZA

(Valore medio di tutte le declinazioni)



27%

«L'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

CONOSCENZA CON RISERVE

(Valore medio di tutte le declinazioni)



35%

«L'ho già sentita ma non ho ben presente cosa significhi»

NON CONOSCENZA

(Valore medio di tutte le declinazioni)



38%

«Non l'ho mai sentita»

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

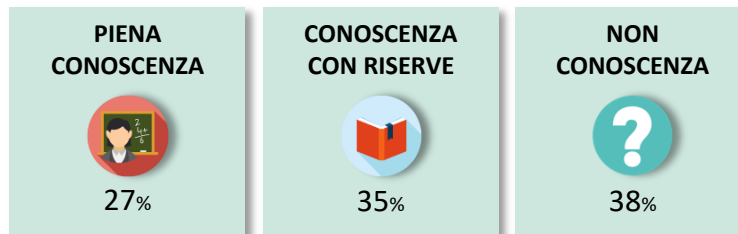
Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il vocabolario della sostenibilità | 2

Energia rinnovabile, la materia preferita dagli italiani



	PIENA CONOSCENZA	CONOSCENZA CON RISERVE	NON CONOSCENZA	
ENERGIA SOSTENIBILE	43	39	18	➔ ENERGIA SOSTENIBILE La più conosciuta
ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE	36	32	32	
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	32	46	22	
MOBILITÀ SOSTENIBILE	30	35	35	
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	24	34	42	
CITTÀ SOSTENIBILE	23	34	43	
CASA SOSTENIBILE	22	28	50	
SOSTENIBILITÀ SOCIALE	20	32	48	
SVILUPPO SOSTENIBILE	20	42	38	
TURISMO SOSTENIBILE	19	26	55	

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il vocabolario della sostenibilità | 3

La padronanza del linguaggio non si perde con gli anni



PIENA CONOSCENZA

(Valore medio di tutte le declinazioni)



«L'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

CONOSCENZA

(piena + riserve)

(Valore medio di tutte le declinazioni)



+



«L'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

«L'ho già sentita ma non ho ben presente cosa significhi»

LE TRE WAVE

2017

= 27%

62%

2016

↑ 28%

= 64%

2015

23%

62%

Margine di errore: +/-3%

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

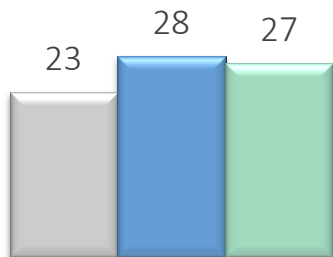
Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il vocabolario della sostenibilità | 4

I primi della classe restano i più giovani



«L'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

■ 2015 ■ 2016 ■ 2017



2017 - In linea con le scorse wave i più «alfabetizzati» in termini di sostenibilità sono soprattutto...



Uomini



18-44 anni



Con titolo di studio Medio/alto specie i laureati



Studenti



Imprenditori, liberi professionisti, lavoratori in proprio, dirigenti, quadri, impiegati, insegnanti



Residenti nelle grandi città

PIENA CONOSCENZA



«L'ho già sentita e saprei descrivere cosa significa»

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vailant

sponsor tecnico

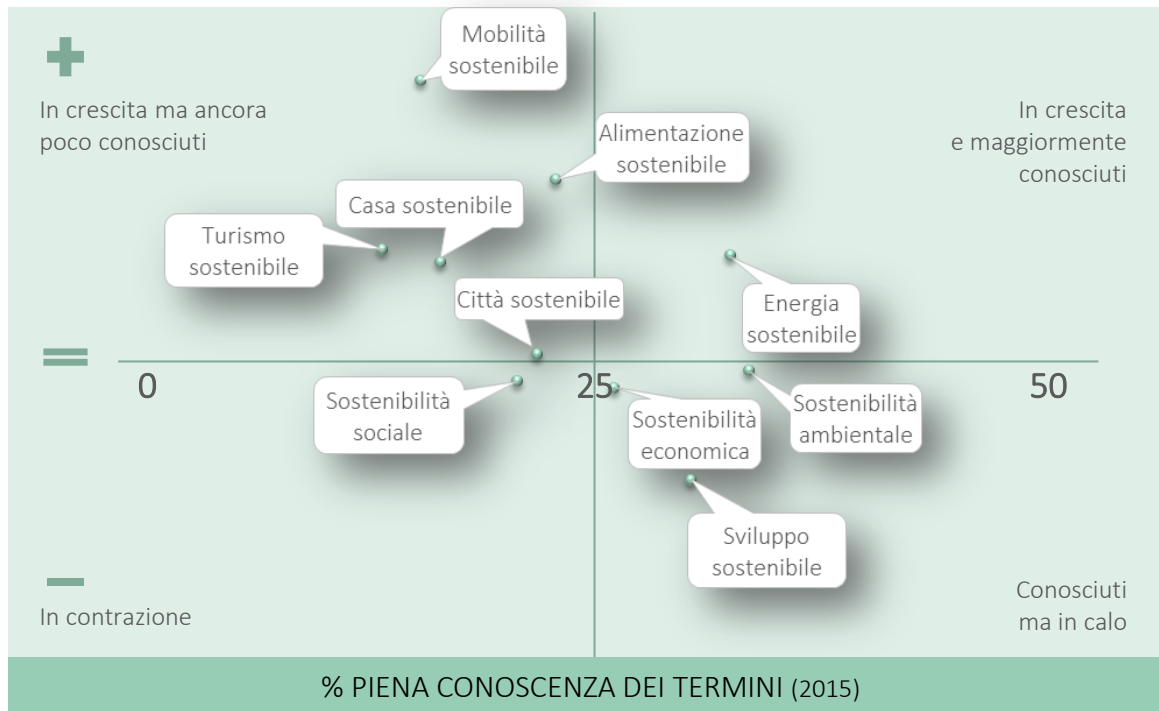
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Come sta cambiando la conoscenza dei termini

Aumenta la conoscenza dei temi più specifici



delta
2015/2017



**PIENA
CONOSCENZA**



«L'ho già sentita e saprei
descrivere cosa significa»

LIFEGATE

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Atteggiamenti verso la sostenibilità



Sostenibilità: tema sentito o solo moda?

Gli italiani si dividono in modo netto



TEMA SENTITO



47%

«Si tratta davvero di una cosa molto sentita, di uno stile di vita che si sta sempre più diffondendo»

MODA



47%

«Si tratta più che altro di una moda e di qualcosa che oggi come oggi è più dichiarato che davvero sentito»

INDECISO



6%

«Non saprei»

TESTO DELLA DOMANDA: “Del termine sostenibilità o dell’aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti. Mi può dire quello che la rappresenta di più?”

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

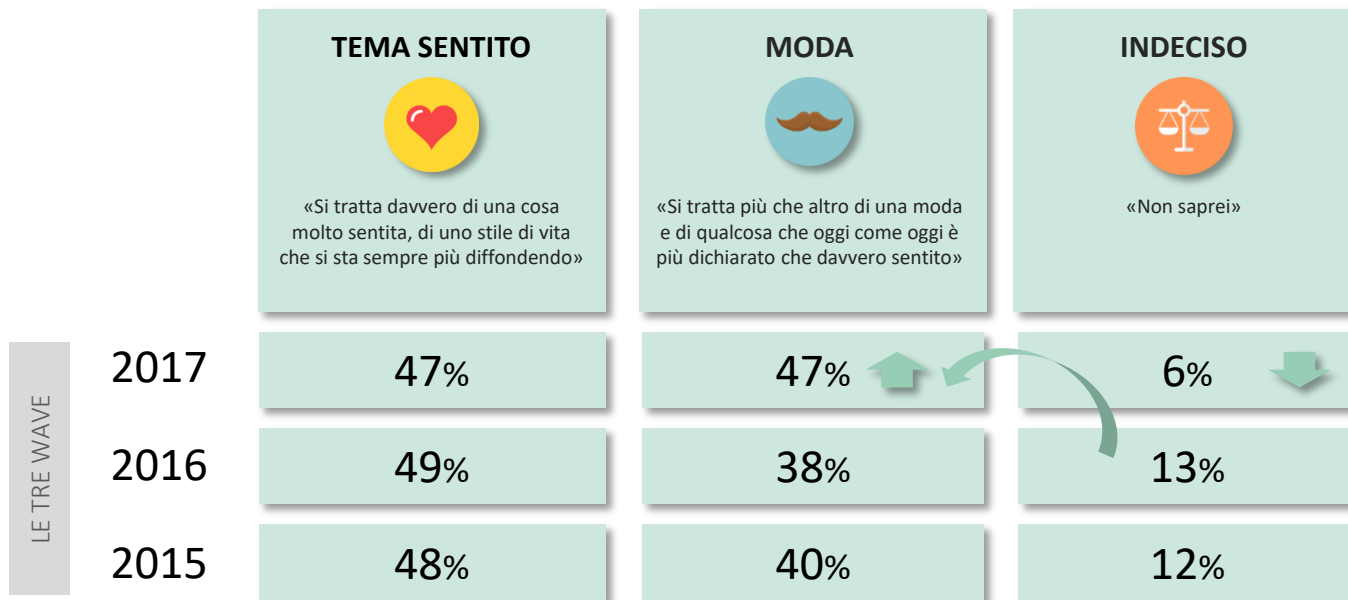
Unipol
GRUPPO

 **Vailant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Sostenibilità: tema sentito o solo moda?

Crolla la percentuale degli indecisi



Margine di errore: +/-3%

TESTO DELLA DOMANDA: “Del termine sostenibilità o dell’aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti. Mi può dire quello che la rappresenta di più?”

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Pratiche sostenibili | 1

Quali sono le priorità degli italiani?



- 90% «È giusto che un Paese investa nelle **fonti di energia rinnovabili**, se quelle più tradizionali (come petrolio, carbone) oggi soddisfano la maggior parte del fabbisogno energetico dei cittadini»
- 89% «Bisogna potenziare i **mezzi pubblici** affinché i cittadini usino meno le auto, anche a costo di creare limiti di circolazione agli automobilisti»
- 83% «Bisogna sostenere l'**agricoltura biologica**, anche se, secondo alcuni, mette in difficoltà gli agricoltori che coltivano con tecniche tradizionali non bio»
- 67% «Bisogna dedicare fondi allo sviluppo delle **piste ciclabili** per permettere ai cittadini di muoversi in città senza l'auto»
- 62% «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»



% di accordo
(molto + abbastanza)

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

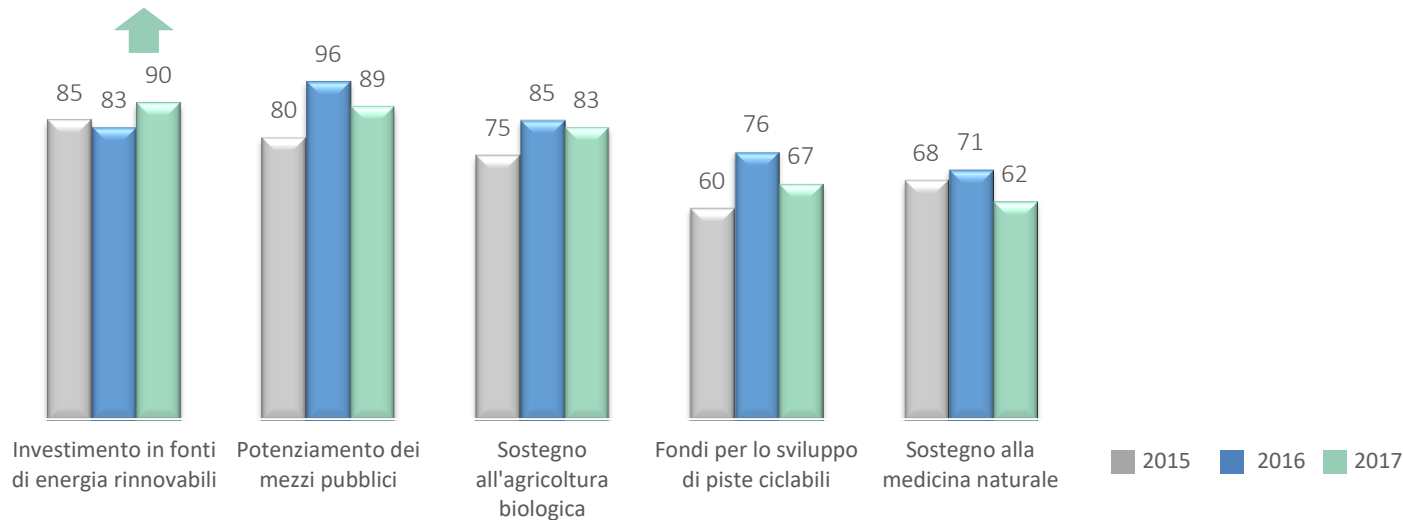
Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Pratiche sostenibili | 2

Le rinnovabili stravolgono l'agenda e diventano il primo punto all'ordine del giorno



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 Vailant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Pratiche sostenibili | 3

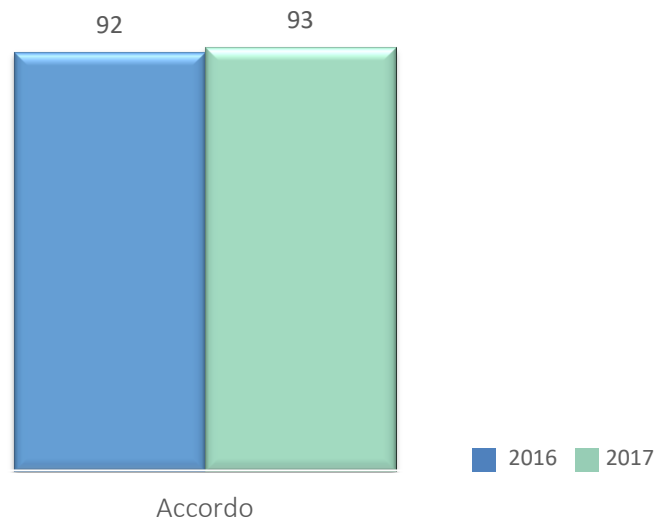
Energia rinnovabile, il segreto per tornare a crescere ma in modo pulito



«Investire nelle fonti rinnovabili è un buon modo per rilanciare la nostra economia, innovare e renderci più autonomi dal petrolio»

93%
% di accordo
(molto + abbastanza)

IL TREND



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

I danni causati dai cambiamenti climatici

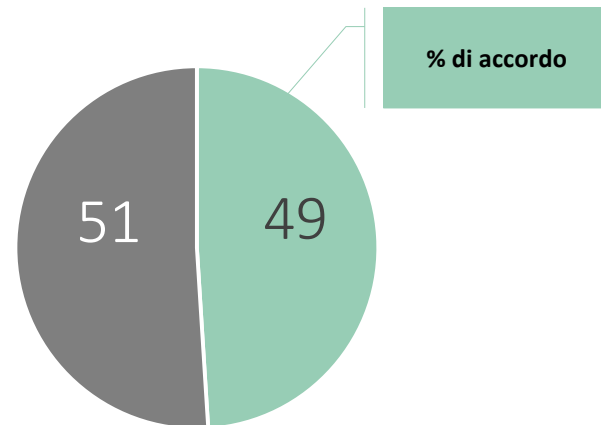
Un rischio che in pochi vogliono correre



«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»

49%

% di accordo
(molto + abbastanza)



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

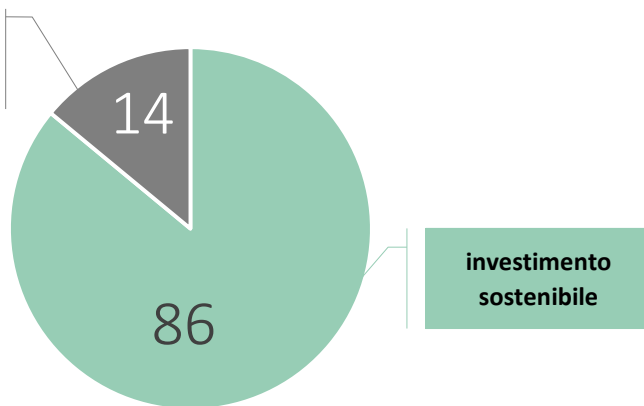
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Atteggiamenti sostenibili: la gestione dei risparmi

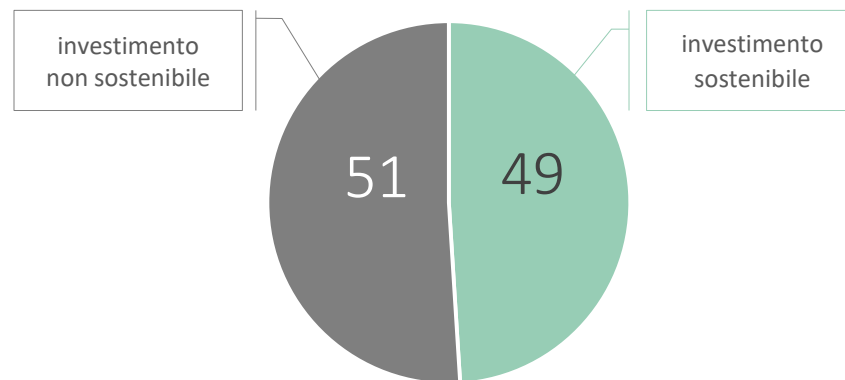
Investire nel proprio futuro ma anche in quello del Pianeta



A parità di rendimento



Se quella non sostenibile avesse un rendimento maggiore rispetto a quella sostenibile



TESTO DELLA DOMANDA: "Se avesse la possibilità di scegliere tra due opportunità di investimento, una attenta agli aspetti etici e sostenibili e l'altra no, quale sceglierebbe?".

Base casi: 1.000 - Valori percentuali



In collaborazione con



con il patrocinio di



main sponsor



sponsor tecnico

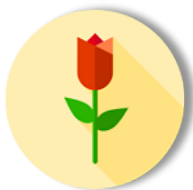


Come cambia la città in modo sostenibile | 1

Verso servizi condivisi per un'economia circolare



È giusto e va fatto per una città più vivibile...



72%

La riconversione di zone cittadine dismesse in aree verdi/orti urbani



54%

Incentivare i sistemi di car sharing e mezzi di trasporto pubblici (per rendere realmente possibile la rinuncia al proprio veicolo privato)



46%

Incentivare i sistemi di interconnessione condivisa (wifi pubblici e in sharing)

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Come cambia la città in modo sostenibile | 2

La lotta allo spreco di energia coinvolge ogni quartiere



È giusto e va fatto per una città più vivibile...



78%

Sostituire i sistemi di illuminazione pubblici esistenti con sistemi a led di ultima generazione



62%

Riqualificazione energetica di edifici e passaggio all'utilizzo di energia rinnovabile



39%

Passare al teleriscaldamento (per diminuire i consumi energetici) dell'abitazione con costi a carico dei condomini

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Come cambia la città in modo sostenibile | 3

Cittadini sempre più attenti per città ben organizzate

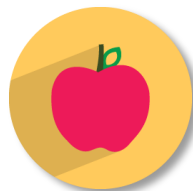


È giusto e va fatto per una città più vivibile...



81%

Effettuare la raccolta differenziata
dei rifiuti speciali in ricicleria
(ad es olii alimentari, pile, medicinali, elettrodomestici)



53%

Acquistare prodotti sfusi o privi
di imballaggi per risparmiare
in termini ambientali



45%

La creazione di aree a traffico limitato
e a pagamento per i mezzi a motore
(come l'area c a Milano)

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

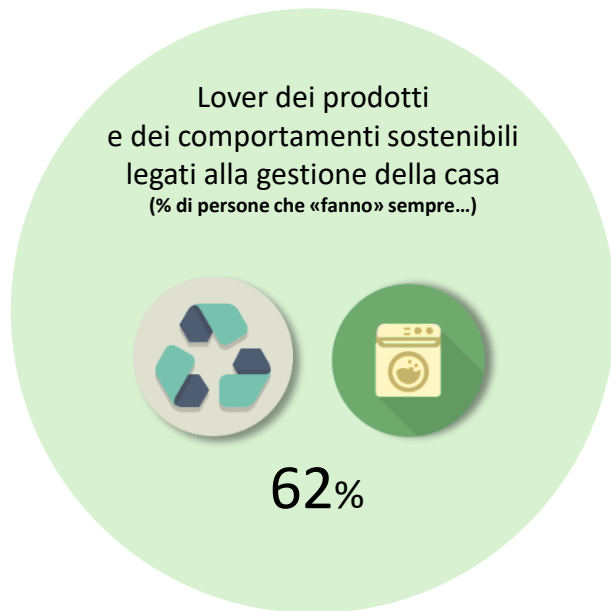
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Comportamenti
sostenibili

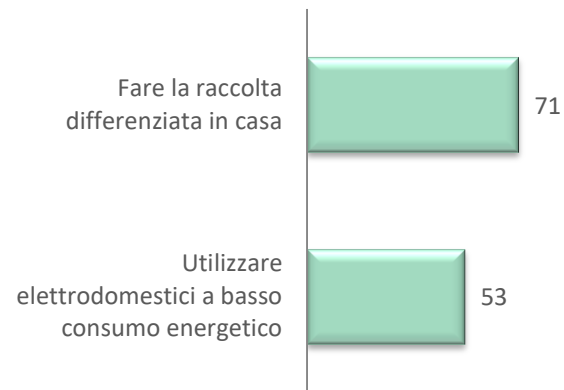


Comportamenti sostenibili: le abitudini domestiche

A casa la raccolta differenziata è un comportamento quotidiano



% sempre



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: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

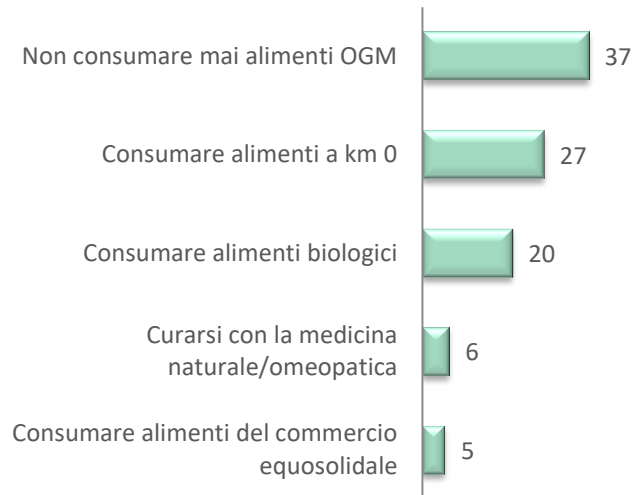
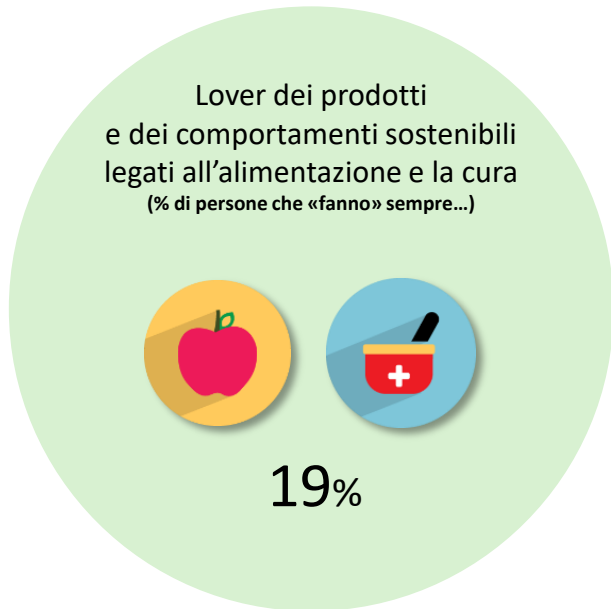
Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Comportamenti sostenibili: l'alimentazione e la cura

Nella lista della spesa non c'è posto per gli OGM



% sempre

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: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 Vailant

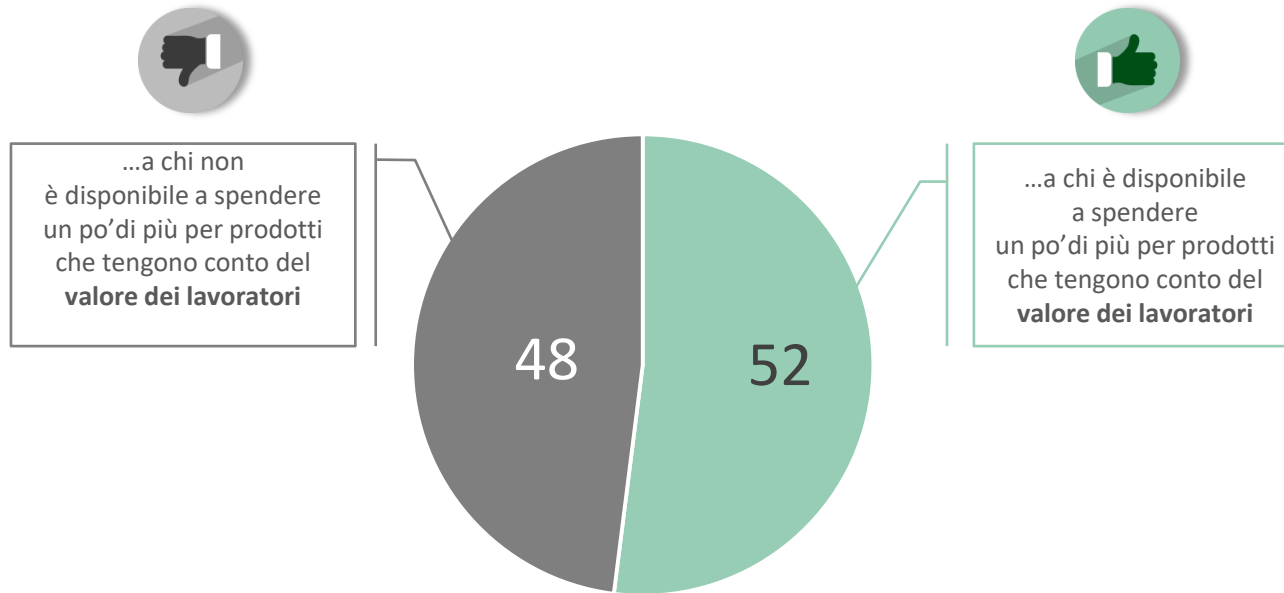
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Atteggiamenti verso
gli acquisti sostenibili



Il giusto valore al lavoro

Oltre la metà degli italiani spende di più per la sostenibilità, anche sociale



TESTO DELLA DOMANDA: "Alcuni sostengono di essere maggiormente disponibili a spendere un po' di più per l'acquisto di prodotti/servizi il cui prezzo riconosca, oltre ad una componente di sostenibilità ambientale, anche il giusto valore del lavoro dei produttori; altri invece no. Lei a chi si sente più vicino".

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

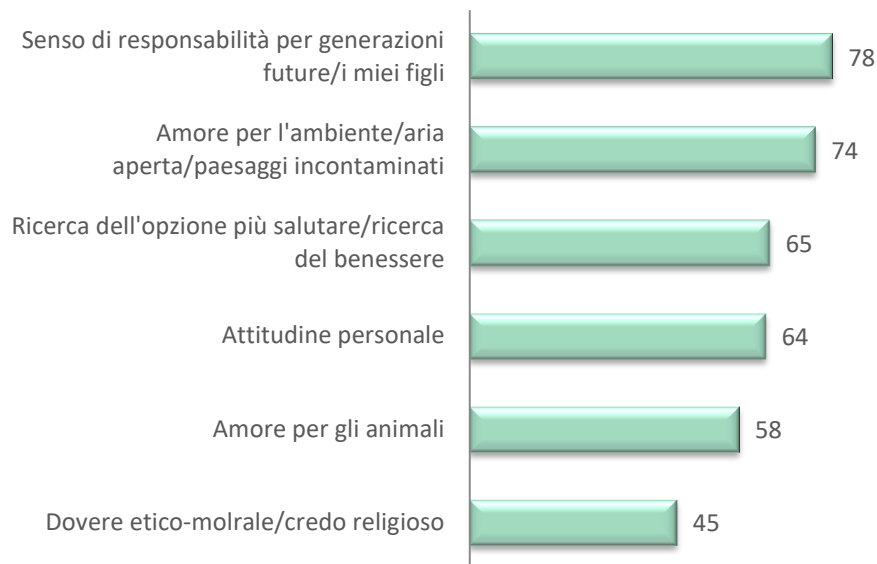
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Cosa spinge gli italiani a fare scelte di acquisto sostenibili

Garantire un futuro alle prossime generazioni al primo posto



% molto importante (8-10)



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vailant**

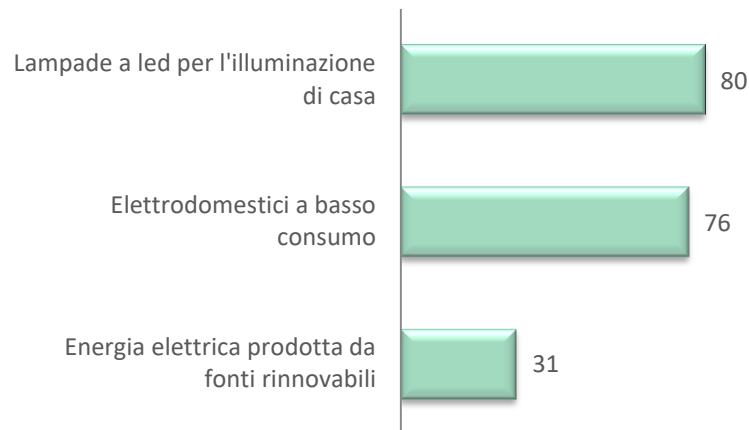
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Per cosa siamo disposti a spendere di più a casa

Risparmiare energia (e denaro) per il futuro



ECONOMIA DOMESTICA



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

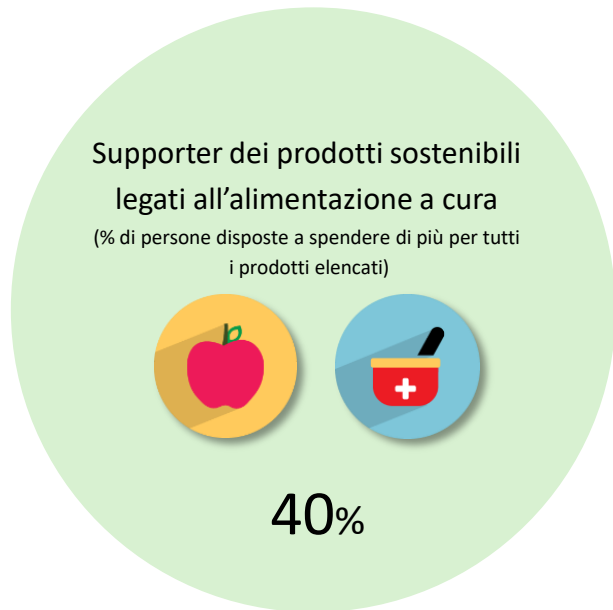
Unipol
GRUPPO

Vailant

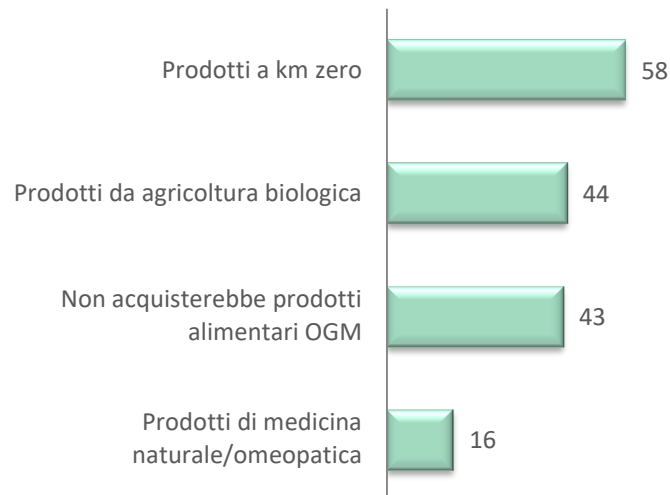
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Per cosa siamo disposti a spendere di più per il nostro benessere

Alimentare il proprio corpo in modo naturale, sano



ALIMENTAZIONE E CURA



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vailant**

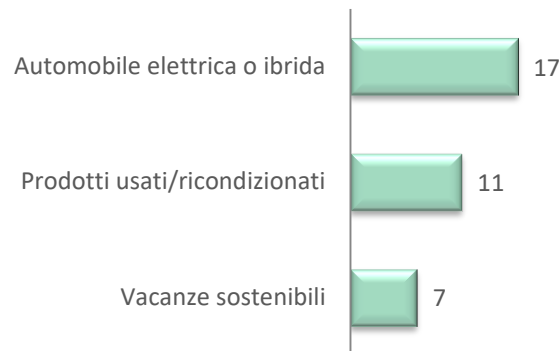
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Per cosa siamo disposti a spendere di più per il tempo libero

Circolare risparmiando risorse e inquinando poco



MOBILITÀ E SVAGO



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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

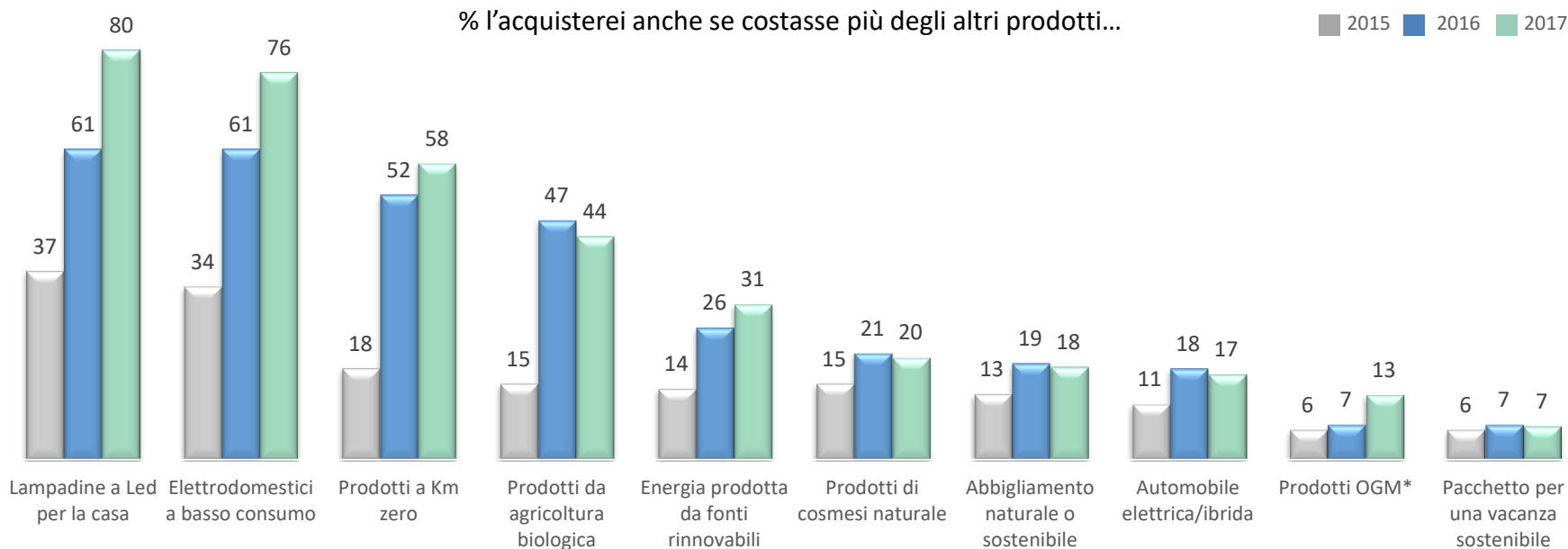
Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Per cosa siamo disposti a spendere di più

Migliorare l'efficienza per bollette più 'leggere'



*risposta appositamente ingannevole

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

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor

BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il prodotto “sostenibile” più acquistato



Il calcolo delle aperte è al netto dei «non so/non risponde», totale risposte 838

TESTO DELLA DOMANDA: “Qual è l’ultimo prodotto/servizio sostenibile che le è capitato di acquistare?”.

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

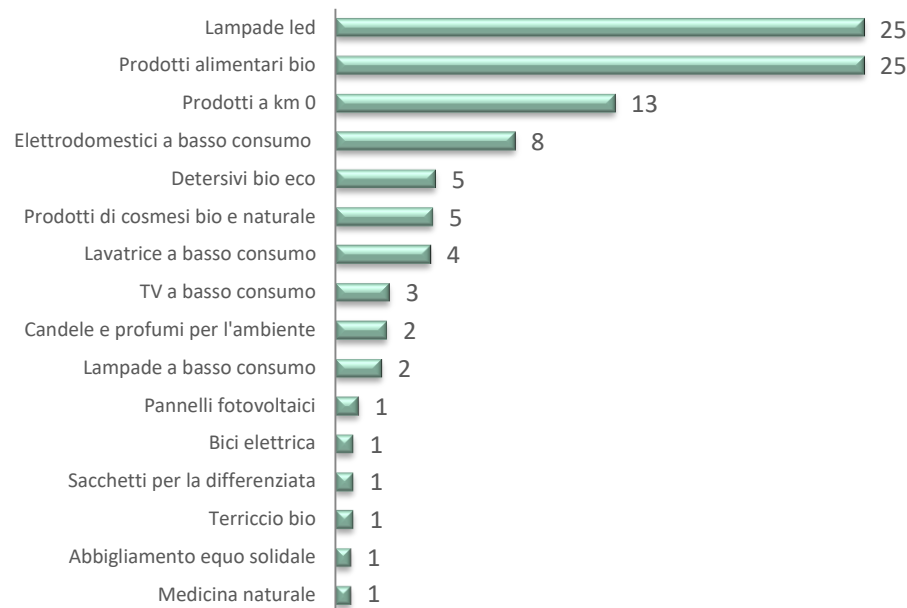
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

La classifica dei prodotti più acquistati

Alimentazione ed efficienza energetica ai primi posti



Risposte aperte



Il calcolo delle aperte è al netto dei «non so/non risponde», totale risposte 838

TESTO DELLA DOMANDA: "Qual è l'ultimo prodotto/servizio sostenibile che le è capitato di acquistare?"

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Le aziende sostenibili



Cosa deve fare un'azienda per essere sostenibile

Il rispetto dei lavoratori non è messo in discussione dagli italiani



La conoscenza del termine:
«azienda sostenibile»

Piena conoscenza



19%

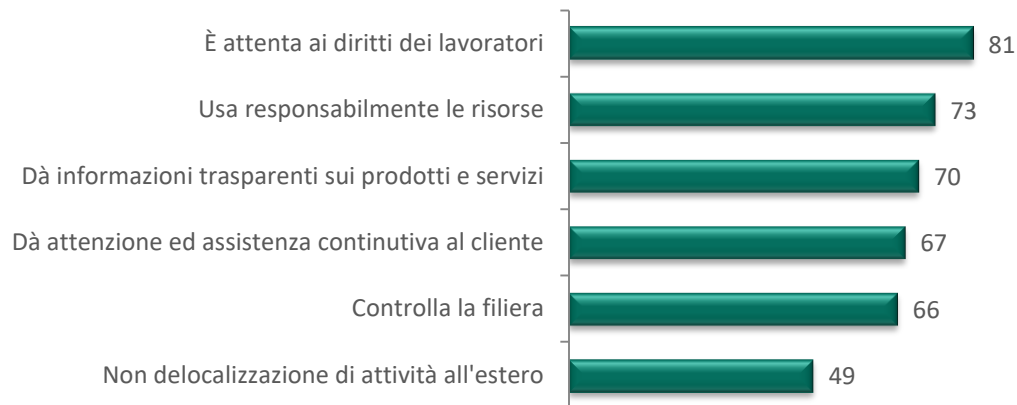


Conoscenza
con riserve



23%

Un'azienda è sostenibile se...



(% di posizionati su 8-10)

TESTO DELLA DOMANDA: "Quali aspetti ritiene più importanti nel giudicare la sostenibilità di un'azienda?".

Base casi: 420 (chi conosce il termine «azienda sostenibile») – Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

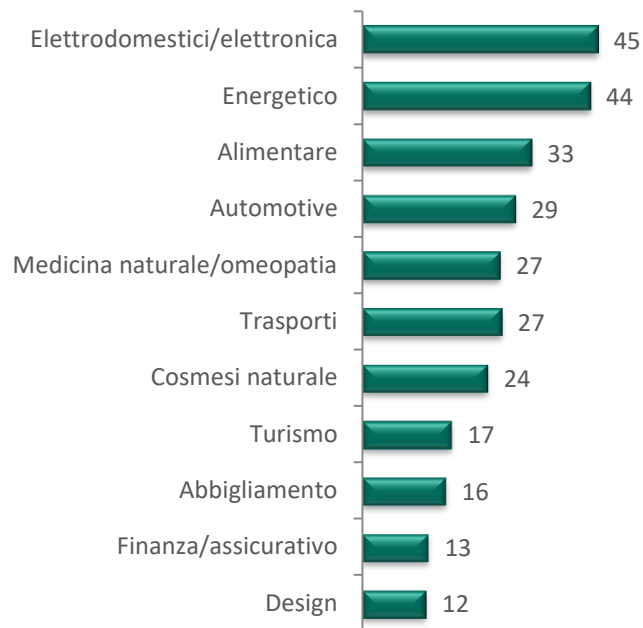
Unipol
GRUPPO

Vailant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

I settori merceologici più virtuosi per gli italiani

L'elettronica di consumo è quello con la reputazione migliore



(% di posizionati su 8-10)

TESTO DELLA DOMANDA: "Quali settori merceologici, secondo lei, sono più virtuosi dal punto di vista della sostenibilità?".

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

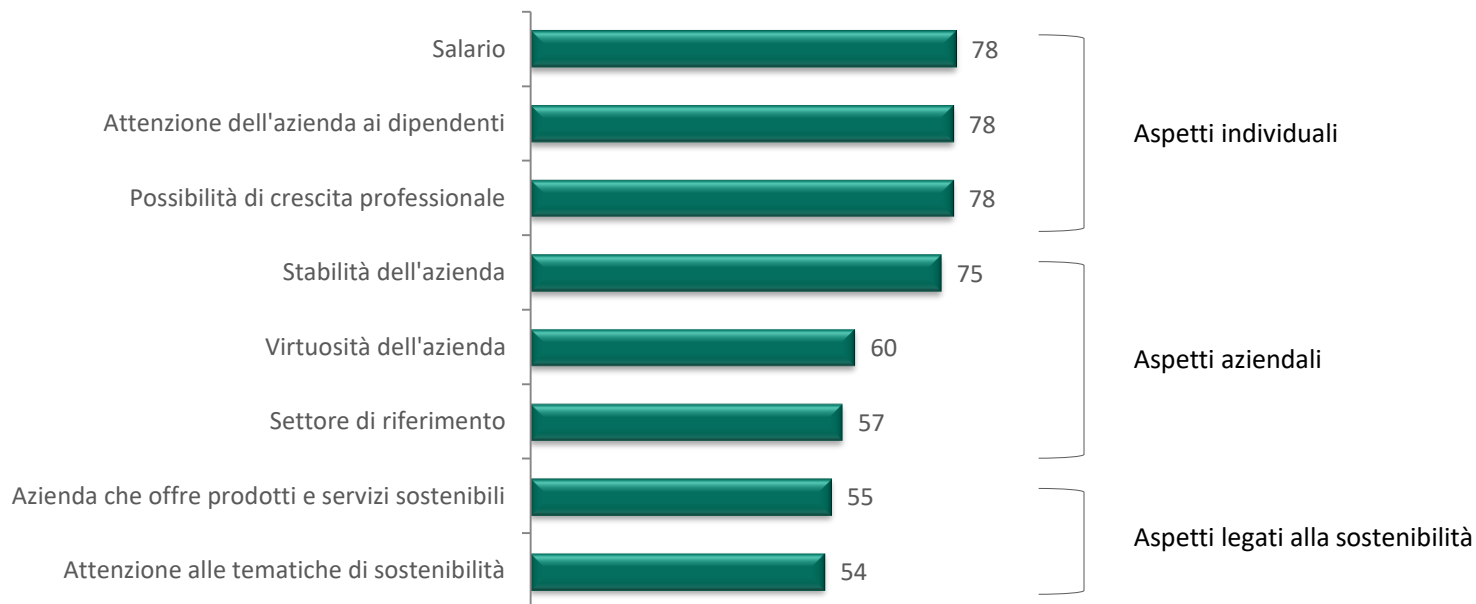
Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Le caratteristiche ideali per una nuova occupazione

Oltre la metà fa attenzione "all'ambiente" di lavoro



TESTO DELLA DOMANDA: "Nella scelta di un'occupazione quale importanza dà ai seguenti aspetti?"

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 Vailant

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Il turismo e le vacanze sostenibili



Nell'Anno internazionale del turismo sostenibile...

L'attenzione per la sostenibilità non va in vacanza



19%

Conosce e saprebbe spiegare il termine «turismo sostenibile»



17%

Pensa che il turismo sia un settore «molto sostenibile» (posizionati su 8-10)



7%

Acquisterebbe una «vacanza sostenibile» anche se costasse di più rispetto alle «normali vacanze»



3,5 MILIONI DI ITALIANI



4%

organizza sempre vacanze «sostenibili»



2 MILIONI DI ITALIANI

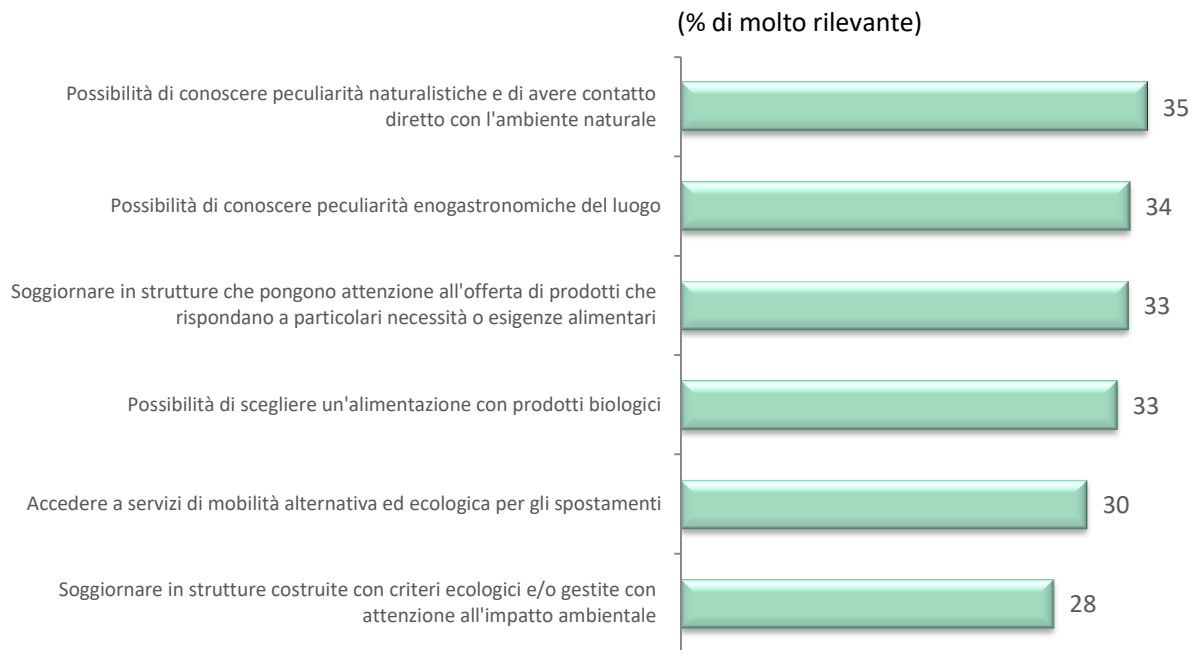
Il dato rapportato all'universo è calcolato su una popolazione di 50,6 mil. di italiani, al 1° gennaio 2017 (fonte: ISTAT)

Base casi: 1.000 - Valori percentuali



Nell'Anno internazionale del turismo sostenibile...

Massima attenzione a biodiversità, tradizione e strutture ricettive



TESTO DELLA DOMANDA: "Nella scelta/organizzazione di una vacanza/viaggio quanto ritieni importante i seguenti aspetti?".

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vailant**

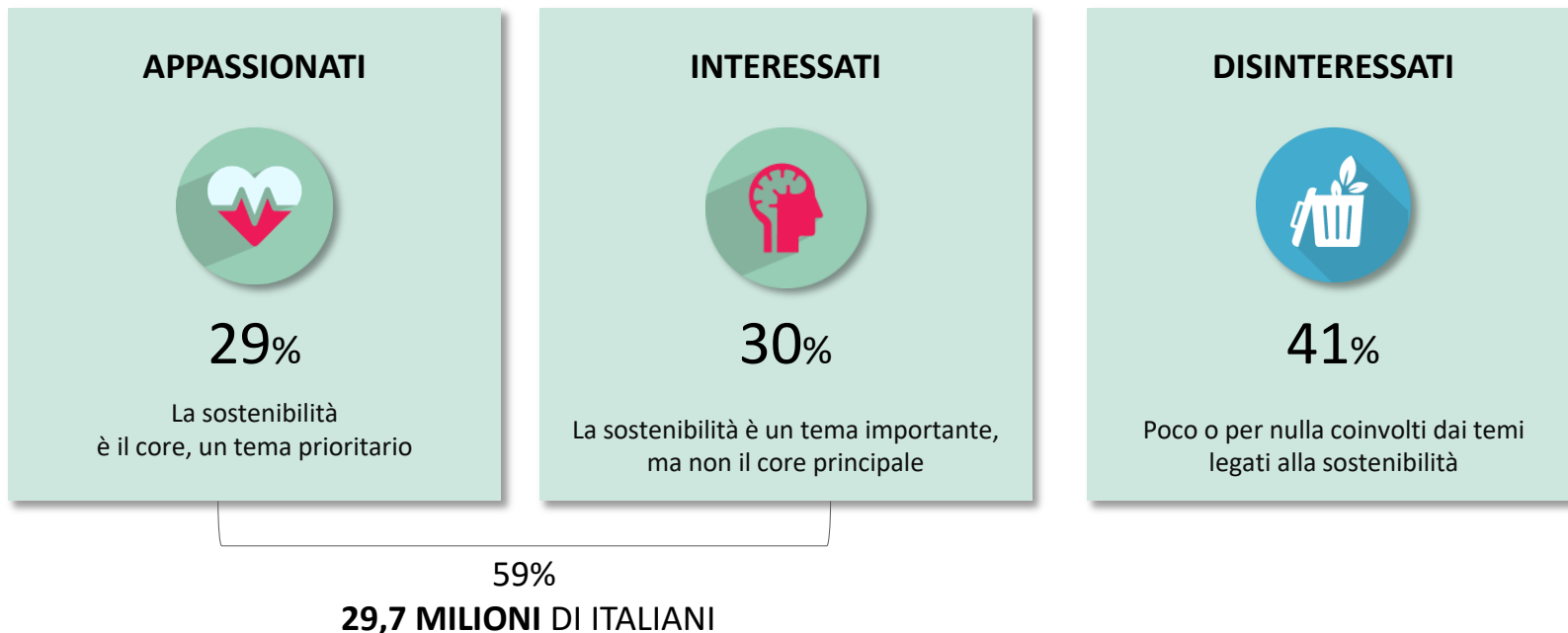
sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895



Gli italiani e la sostenibilità:
una segmentazione

Quanto conta la sostenibilità per gli italiani | 1

Trenta milioni si sentono coinvolti in prima persona



Il dato rapportato all'universo è calcolato su una popolazione di 50,6 mil. di italiani, al 1° gennaio 2017 (fonte: ISTAT)

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Quanto conta la sostenibilità per gli italiani | 2

La maggioranza sono donne



Sono soprattutto...

APPASSIONATI

29%



donne



18-34 anni



diplomati/laureati



impiegati/
docenti/studenti



abitanti
di grandi centri

INTERESSATI

30%



uomini



35-54 anni



abitanti
di centri medi

DISINTERESSATI

41%



over 55



nessuno/
media inferiore



pensionati



abitanti
di centri medi

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

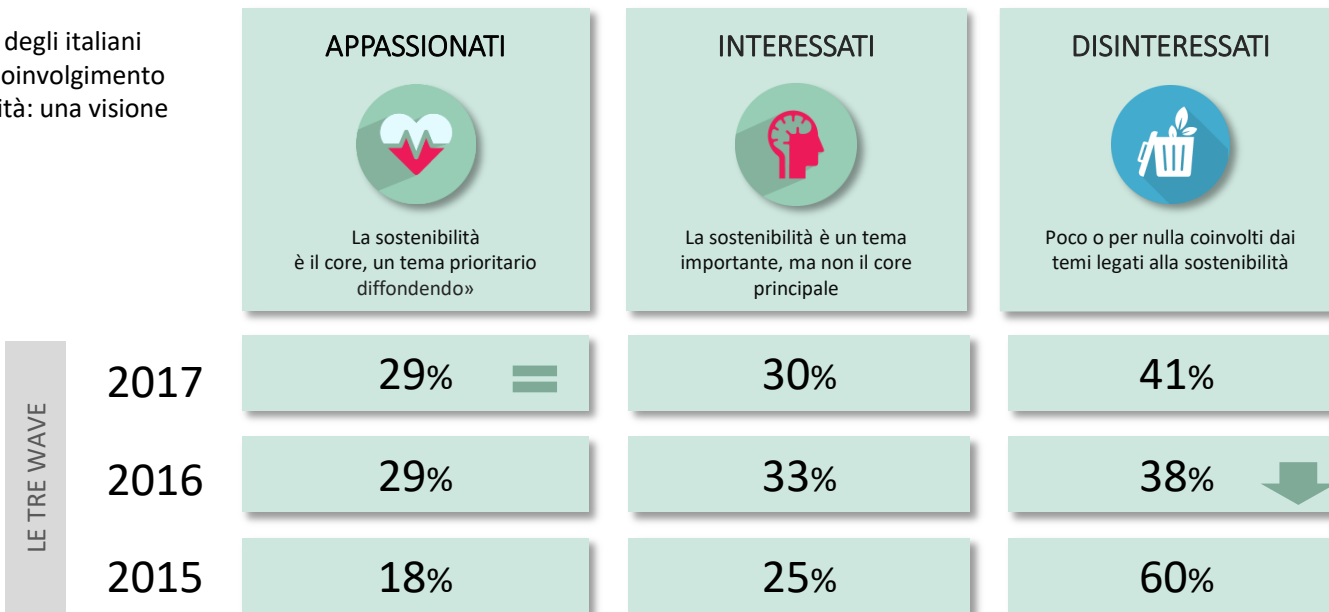
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

La coda lunga di EXPO Milano 2015

Il trend si consolida, l'eredità dell'Esposizione è anche nello stile di vita



La segmentazione degli italiani sull'interesse e il coinvolgimento verso la sostenibilità: una visione di trend



Margine di errore: +/-3%

Base casi: 1.000 - Valori percentuali

LIFEGATE

In collaborazione con
eumetra
monterosa

con il patrocinio di

Commissione europea

main sponsor
BW | Best Western
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

 **Vaillant**

sponsor tecnico
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

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:	8 febbraio – 16 febbraio 2017
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:	1.000 casi
Elaborazione dati:	SPSS

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: 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

In collaborazione con

eumetra
monterosa

con il patrocinio di



main sponsor

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

Ricola

Unipol
GRUPPO

Vaillant

sponsor tecnico

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

LIFEGATE

Via Palermo 8, 20121, Milano, Italy - +39 0245374850 - info@lifegate.it - lifegate.it