



1° OSSERVATORIO NAZIONALE SULLO STILE DI VITA SOSTENIBILE

14 maggio 2015 prima edizione

LIFEGATE[®] in collaborazione con
people planet profit

eumetra
Meaningful insights

main partner **Unipol**
GRUPPO

sponsor **Ricola**

1° OSSERVATORIO NAZIONALE SULLO STILE DI VITA SOSTENIBILE

Moderatore

PAOLO VIRTUANI

giornalista Corriere della Sera

Welcoming

ENEA ROVEDA

AD Gruppo LifeGate

Presenta

RENATO MANNHEIMER

Istituto di Ricerca Eumetra

Intervengono

STEFANO CORTI

Dir. Generale LifeGate

LUCA MORARI

Dir. Generale Divita

ALFONSO PECORARO SCANIO

Presidente di Fondazione Univerde

GIANMARIA RESTELLI

*Resp. Comunicazione Esterna
e Corporate Image Gruppo Unipol*

SIMONA ROVEDA

Dir. Editoriale e Comunicazione LifeGate



Eumetra ha condotto insieme a LifeGate la prima edizione dell'**Osservatorio sullo stile di vita sostenibile**, che punta ad effettuare una fotografia della percezione della popolazione italiana relativamente alle diverse articolazioni della sostenibilità, osservando:

- Livello di conoscenza
- Atteggiamento
- Comportamento di consumo
- Comportamento d'acquisto

Questa prima edizione ha inoltre approfondito il tema dell'**alimentazione**, dedicandole una sezione ad hoc dell'intervista.

Agli intervistati – un campione di **1000 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.

	Valore. Assoluto.	Valore. %
GENERE		
-Maschi	479	48
-Femmine	521	52
CLASSI DI ETÀ		
-18-24 anni	86	9
-25-34 anni	150	15
-35-44 anni	193	19
-45-54 anni	177	18
-55-64 anni	150	15
-oltre i 64 anni	244	24
TITOLO DI STUDIO		
-Nessuno/Elementare	166	17
-Licenza media	294	29
-Diploma	476	48
-Laurea/Post laurea	64	6

	Valore. Assoluto.	Valore %
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE		
-Occupato	498	50
-Non occupato	502	50
AREA GEOGRAFICA		
-Nord Ovest	266	26
-Nord Est	190	19
-Centro	196	20
-Sud e Isole	348	35



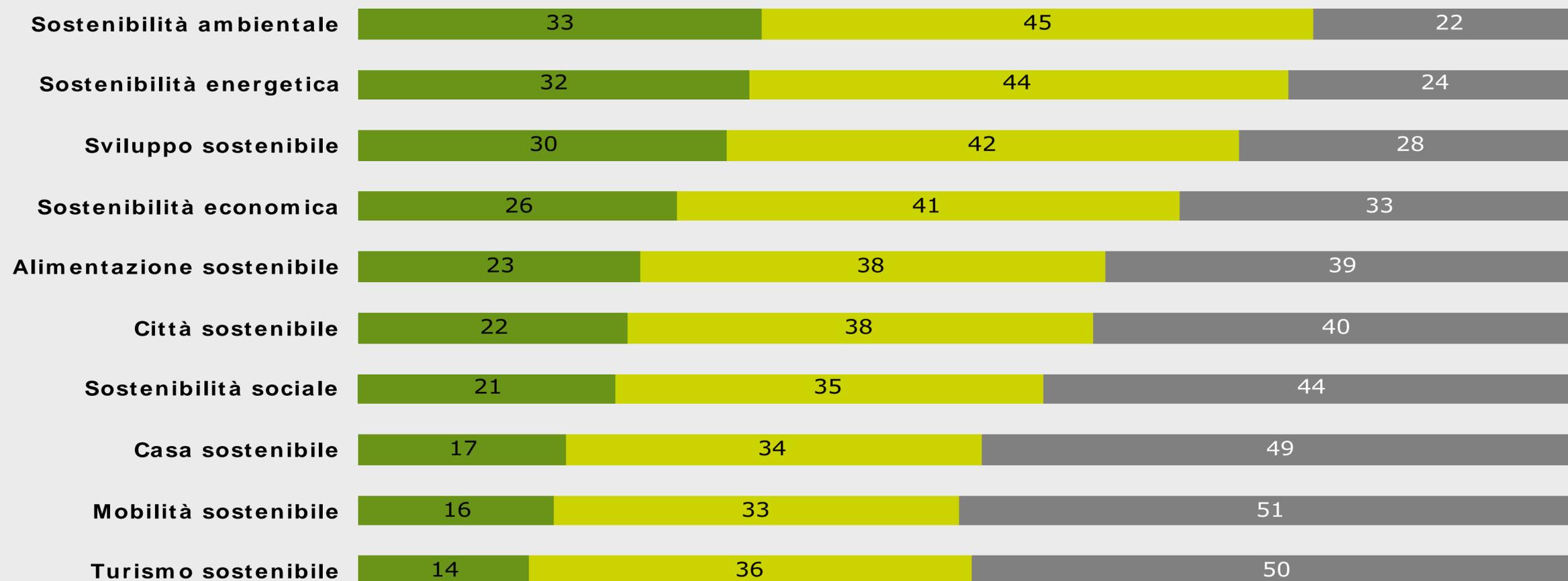
SOSTENIBILITÀ

conoscenza delle sue declinazioni

Conoscenza delle declinazioni della sostenibilità

Sostenibilità ambientale la più nota

- L'ho già sentito e saprei descrivere cosa significa
- L'ho già sentito ma non ho ben presente cosa significhi
- Non l'ho mai sentito

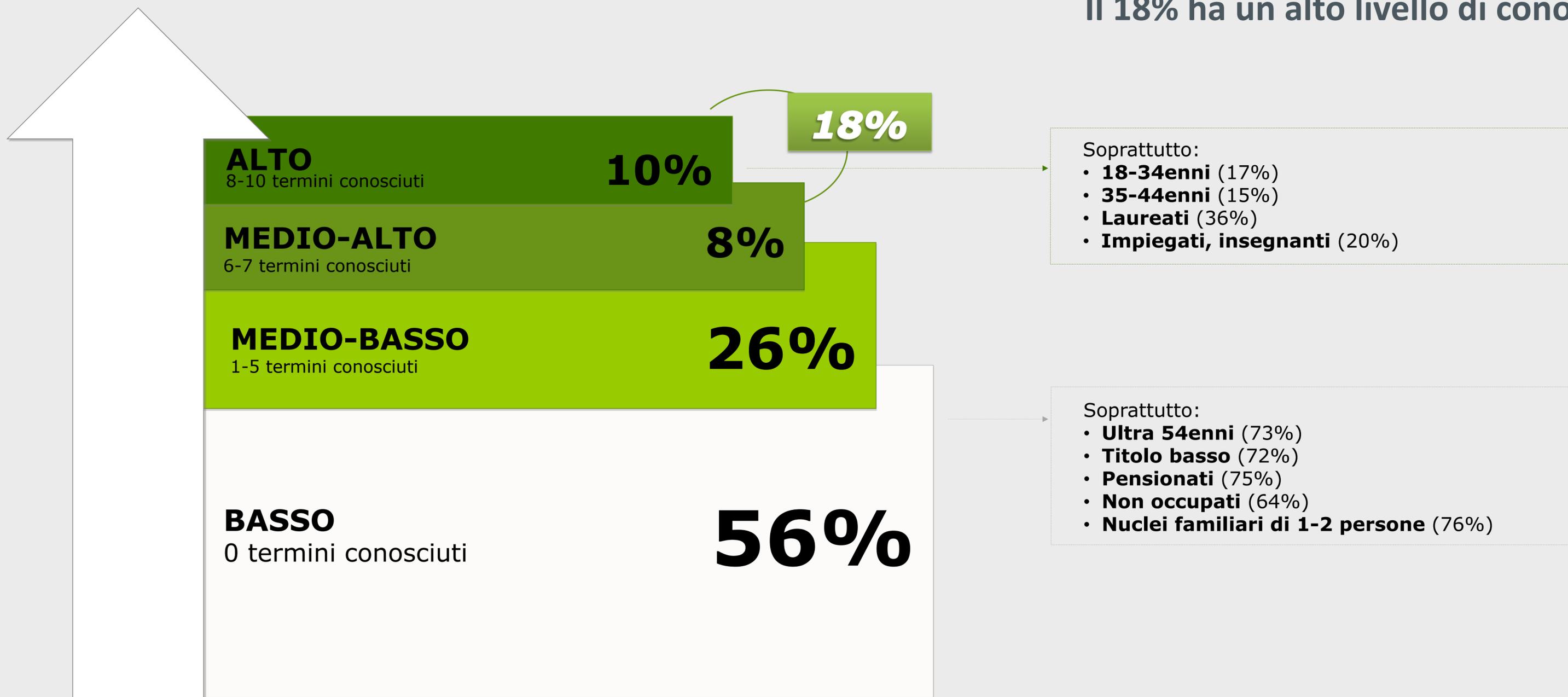


TESTO DELLA DOMANDA: «Mi dica se le è già capitato di sentire le seguenti espressioni».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Indice di conoscenza chiara dei termini proposti

Il 18% ha un alto livello di conoscenza

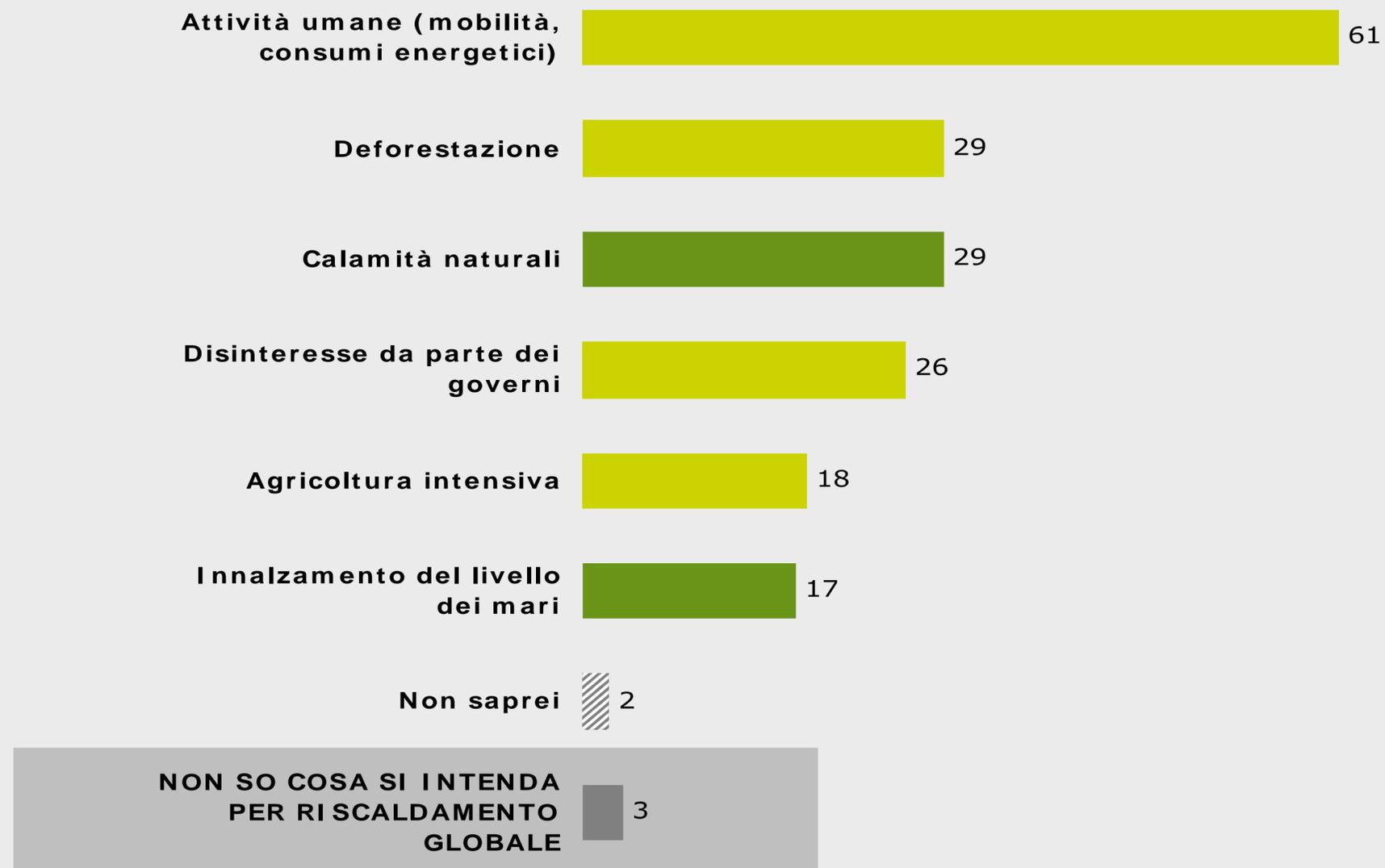


Valori percentuali
Base casi: 1000

Le cause del riscaldamento globale

Riscaldamento attribuito alle attività umane

Possibili più risposte - Totale risposte



TESTO DELLA DOMANDA: «Un'altra espressione che spesso si sente è quella di "riscaldamento globale". Secondo lei a cosa è dovuto il riscaldamento globale?».

Valori percentuali
Base casi: 1000

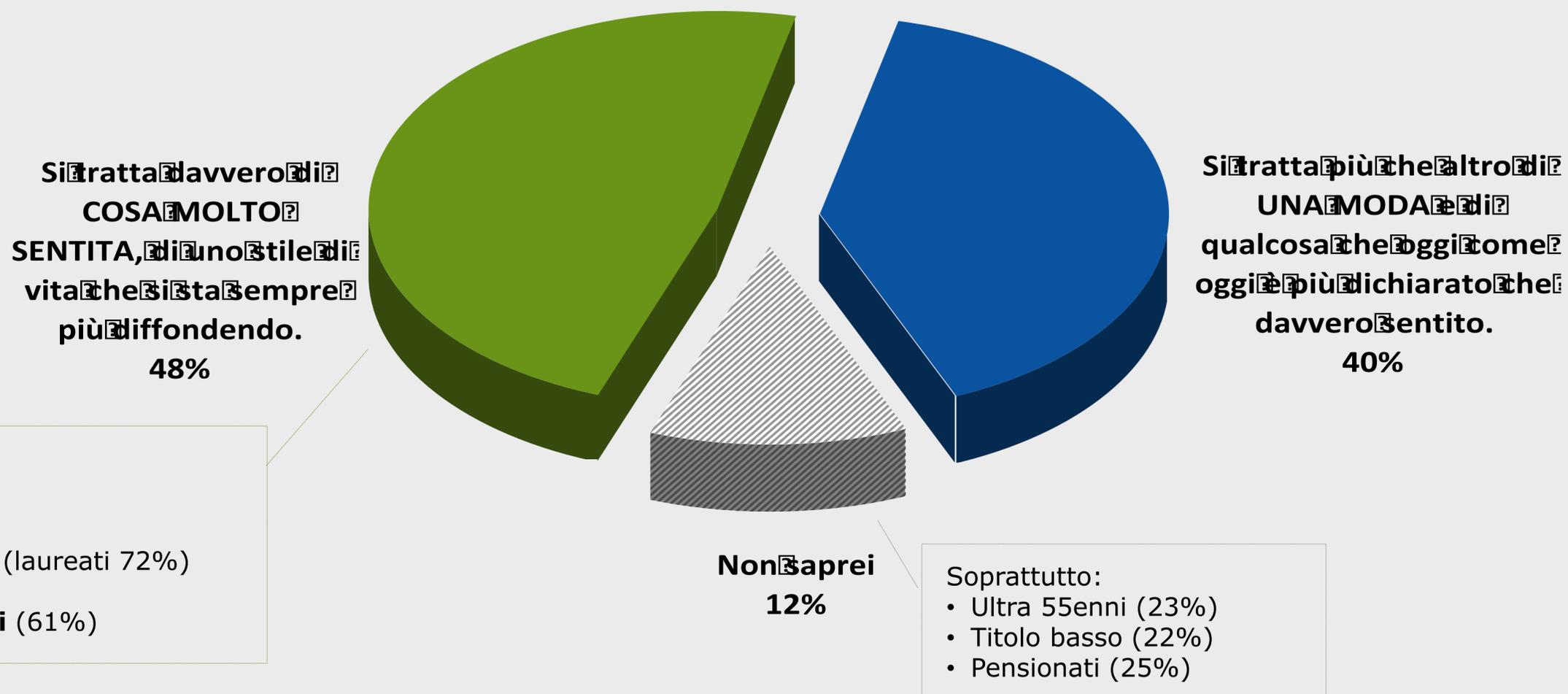


ATTEGGIAMENTO verso la sostenibilità

Sostenibilità: tema sentito o solo di moda?

Le opinioni si dividono tra tema davvero sentito e tema solo di moda

L'ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ



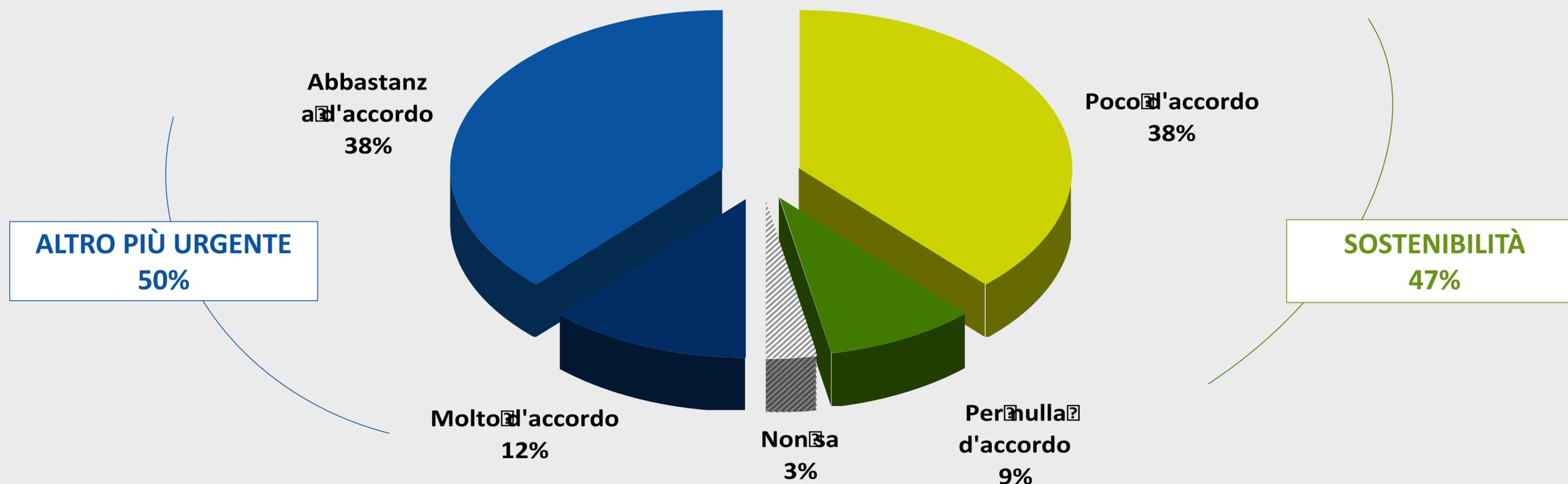
TESTO DELLA DOMANDA: «Del termine sostenibilità o dell'aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti, riassumibili in questi due. Indichi quello che la rappresenta di più».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Sostenibilità in tempo di crisi economica

Il 47% pone la sostenibilità davanti alla crisi

«IN UN MOMENTO DI CRISI ECONOMICA, LE PERSONE HANNO COSE PIÙ URGENTI DI CUI OCCUPARSI DELLA SOSTENIBILITÀ»



TESTO DELLA DOMANDA: «Del termine sostenibilità o dell'aggettivo sostenibile si sente parlare sempre più spesso. Esistono, però, punti di vista differenti, riassumibili in questi due. Indichi quello che la rappresenta di più».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Attenzione alla sostenibilità in tempo di crisi

Il 27% convinto della sostenibilità anche con la crisi

	Ci sono cose più urgenti della sostenibilità	Sostenibilità anche in periodo di CRISI
Sostenibilità MOLTO SENTITA	<p>21 <i>Procrastinatori</i></p>	<p>27 <i>Convinti</i></p>
Sostenibilità come MODA	<p>22 <i>Distanti</i></p>	<p>17 <i>Trendy</i></p>

TEMA SENTITO ANCHE IN PERIODO DI CRISI

Non sa: 13%

Totale: 100%

Procrastinatori soprattutto:
• **Imprenditori, liberi prof.** (29%)

CONVINTI soprattutto:
• **18-34enni** (37%)
• **Studenti** (45%)
• **Impiegati, insegnanti** (39%)

Distanti soprattutto:
• **Ultra 64enni** (29%)

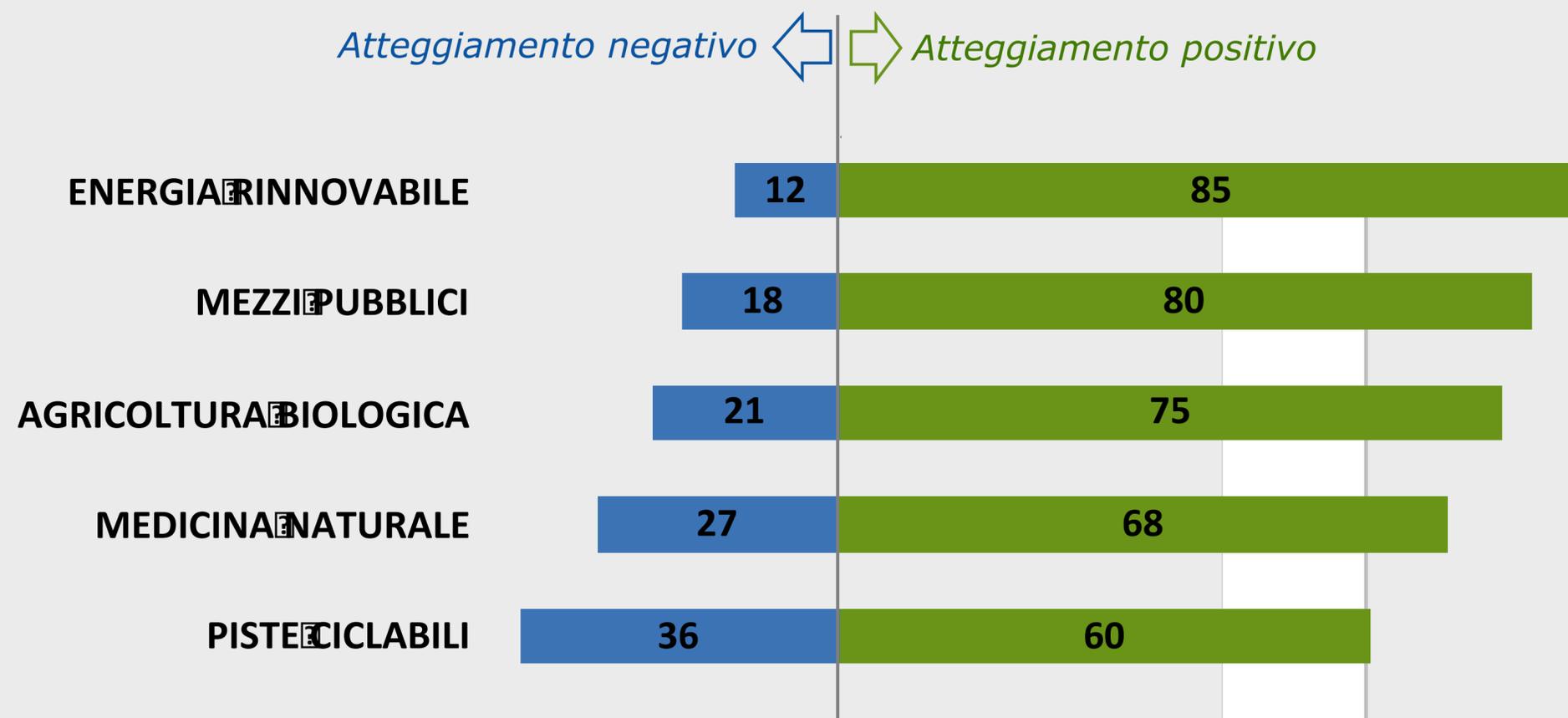
Trendy soprattutto:
• **35-44enni** (23%)

Valori percentuali
Base casi: 1000

Atteggiamento positivo verso tutte le pratiche sostenibili

- 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 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 sostenga l'omeopatia e la medicina naturale, anche se la maggior parte dei cittadini si cura con la medicina tradizionale.
- Non bisogna dedicare troppi fondi allo sviluppo delle piste ciclabili perché, in fin dei conti, per i cittadini è più importante muoversi facilmente in città con l'auto.

Atteggiamento verso pratiche sostenibili



**Esprime sempre un
ATTEGGIAMENTO POSITIVO
alle pratiche sostenibili**

31%

TESTO DELLA DOMANDA: «Le leggerò ora una serie di affermazioni. Indichi per ciascuna il suo grado di accordo».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Per 3 su 4 è giusta la raccolta differenziata

■ È GIUSTO e VA FATTO per una città più vivibile
■ Non lo trovo giusto/utile e andrebbe evitato

■ È UTILE ma comporta più DISAGI che altro per il cittadino
▨ Non saprei

La RACCOLTA DIFFERENZIATA dei rifiuti di diversi materiali, compreso il rifiuto organico (scarti alimentari)



La riconversione di zone cittadine edificabili in AREE VERDI



Il restringimento delle corsie per le auto a favore di PISTE CICLABILI



La creazione di AREE A TRAFFICO LIMITATO e a pagamento per i mezzi a motore (come l'Area C a Milano)



31%

Afferma che sono GIUSTE tutte e 4 le attività cittadine proposte

TESTO DELLA DOMANDA: «Le proponiamo ora alcuni interventi che riguardano le nostre città. Indichi la sua opinione per ciascuno di essi».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Indici relativi all'atteggiamento sostenibile

Atteggiamento positivo ancor più tra i giovani, impiegati e insegnanti



Soprattutto:

- **18-34enni** (37%)
- **Studenti** (45%)
- **Impiegati, insegnanti** (39%)



Soprattutto:

- **18-34enni** (38%)
- **Studenti** (41%)
- **Impiegati, insegnanti** (42%)
- **Occupati** (35%)



Soprattutto:

- **35-54enni** (41%)
- **Laureati** (45%)
- **Studenti** (41%)
- **Imprenditori, liberi prof.** (39%)
- **Impiegati, insegnanti** (47%)

TESTO DELLA DOMANDA: «Le leggerò ora una serie di affermazioni. Indichi per ciascuna il suo grado di accordo».

Valori percentuali
Base casi: 1000



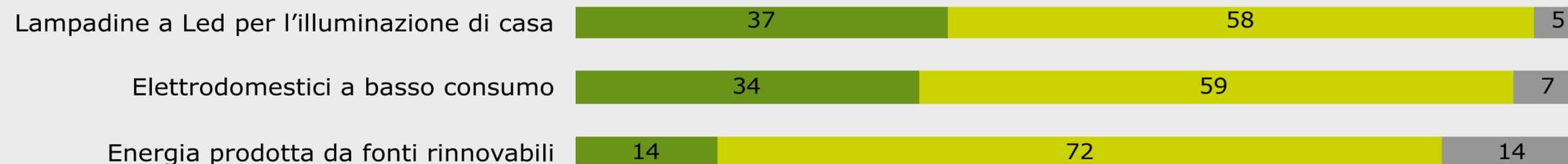
COMPORTAMENTO di consumo e acquisto

Disponibilità d'acquisto di "beni" sostenibili (e non*)

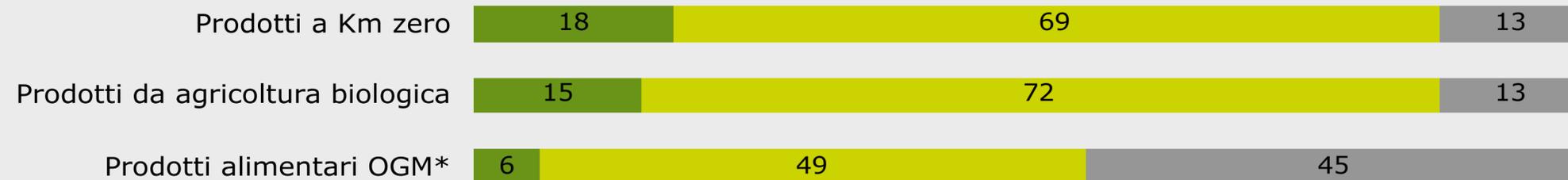
Lampadine a Led il bene che registra la maggiore inclinazione d'acquisto

■ Sì, l'acquisterei anche se costasse di più degli altri prodotti ■ Sì, l'acquisterei solo se costasse come gli altri prodotti
■ No, non lo acquisterei

CASA



ALIMENTAZIONE



CURA PERSONALE



TRASPORTI



VACANZE



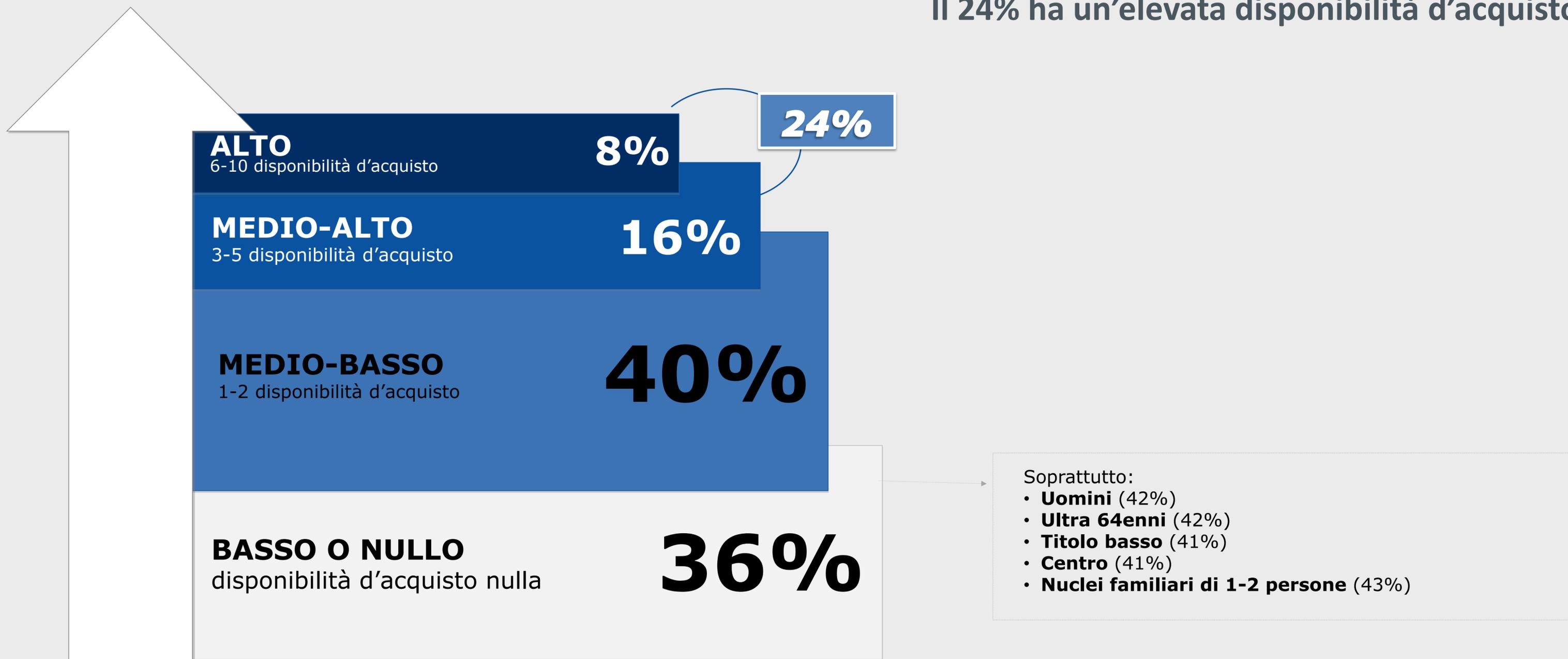
- Tra coloro che conoscono le attività proposte -

TESTO DELLA DOMANDA: «Parlando ora di acquisti, indichi per ciascun elemento se lei lo acquisterebbe e a quale condizione».

Valori percentuali
Base casi: 1000 (meno non conoscitori – max 18%)

Indice della disponibilità di acquisto a costo superiore

Il 24% ha un'elevata disponibilità d'acquisto

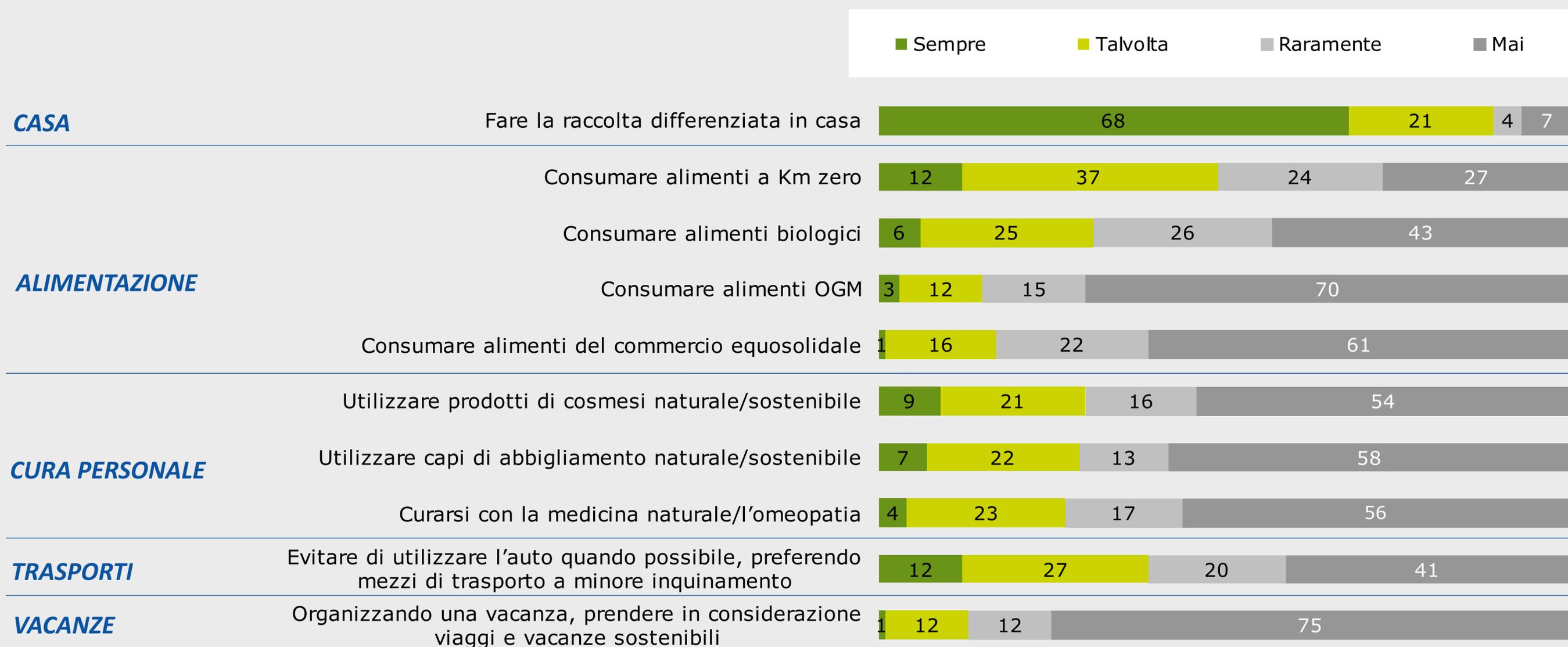


NB: per l'item relativo agli OGM, è stata inserita nell'indice la modalità "No, non lo acquisterei"

Valori percentuali
Base casi: 1000

Frequenza di comportamento di consumo rispetto all'offerta

Raccolta differenziata la più praticata



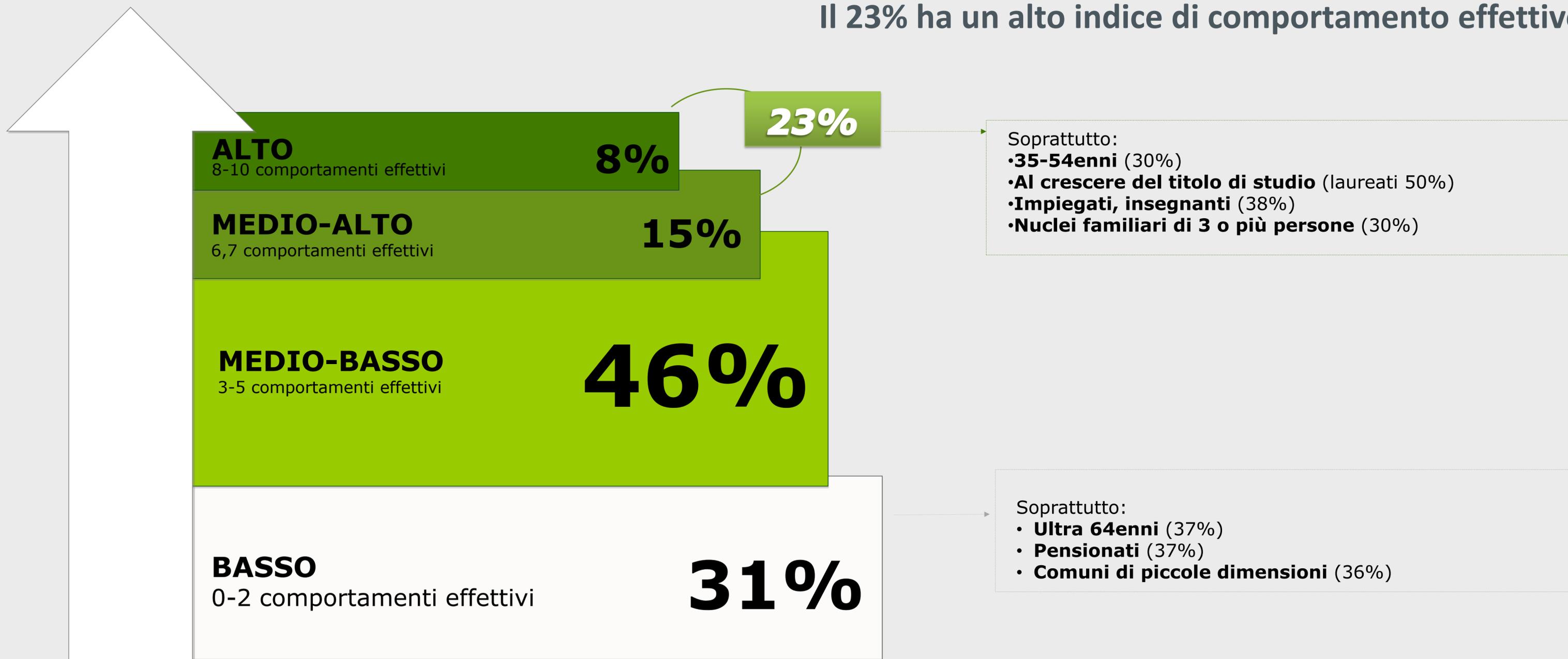
- Tra coloro che conoscono le attività proposte -

TESTO DELLA DOMANDA: «Troverò elencate ora una serie di attività che alcuni fanno a casa propria e che altri invece preferiscono non fare. Indichi con che frequenza le capita di...».

Valori percentuali
Base casi: 1000 (meno non conoscitori – max 15%)

Indice di comportamento effettivo

Il 23% ha un alto indice di comportamento effettivo



NB: per l'item relativo agli OGM, è stata inserita nell'indice la modalità "Mai"

Valori percentuali
Base casi: 1000



LA RELAZIONE CON LA SOSTENIBILITÀ: i “tipi di italiani”

La segmentazione degli italiani sulla base del coinvolgimento nei confronti della sostenibilità

APPASSIONATI 18%

Sostenibilità importante anche in tempo di crisi.

Livelli più alti per gli indici analizzati:

- conoscenza della sostenibilità
- coinvolgimento individuale
- atteggiamento positivo verso le pratiche sostenibili
- sostenibilità in città
- comportamento effettivo
- disponibilità d'acquisto di beni sostenibili anche a costi superiori

INTERESSATI 25%

L'attenzione alla sostenibilità è rilevante.

DISINTERESSATI 57%

Meno interessati ad uno stile di vita sostenibile.

Livelli bassi per tutti gli indici calcolati.

Disinteressati alla sostenibilità, soprattutto in periodo di crisi.

Chi sono? Soprattutto...

**9 milioni
di italiani**

- Donne
- 18-34enni
- Studenti
- Impiegati, insegnanti
- Alto titolo di studio, laureati
- Nord Ovest
- Nuclei familiari di 3 o più persone

**12 milioni
di italiani**

- 35-54enni
- Lavoratori dipendenti, imprenditori, liberi professionisti
- Elevato titolo di studio
- Nuclei familiari di 3 o più persone

- Ultra 64enni
- Pensionati
- Non occupati
- Titolo di studio basso
- Nuclei familiari di 1-2 persone

NOTA METODOLOGICA: I gruppi considerati sono stati ottenuti attraverso l'applicazione di una Cluster Analysis. Nella tabella sono riportate le principali accentuazioni rispetto al tot. interviste

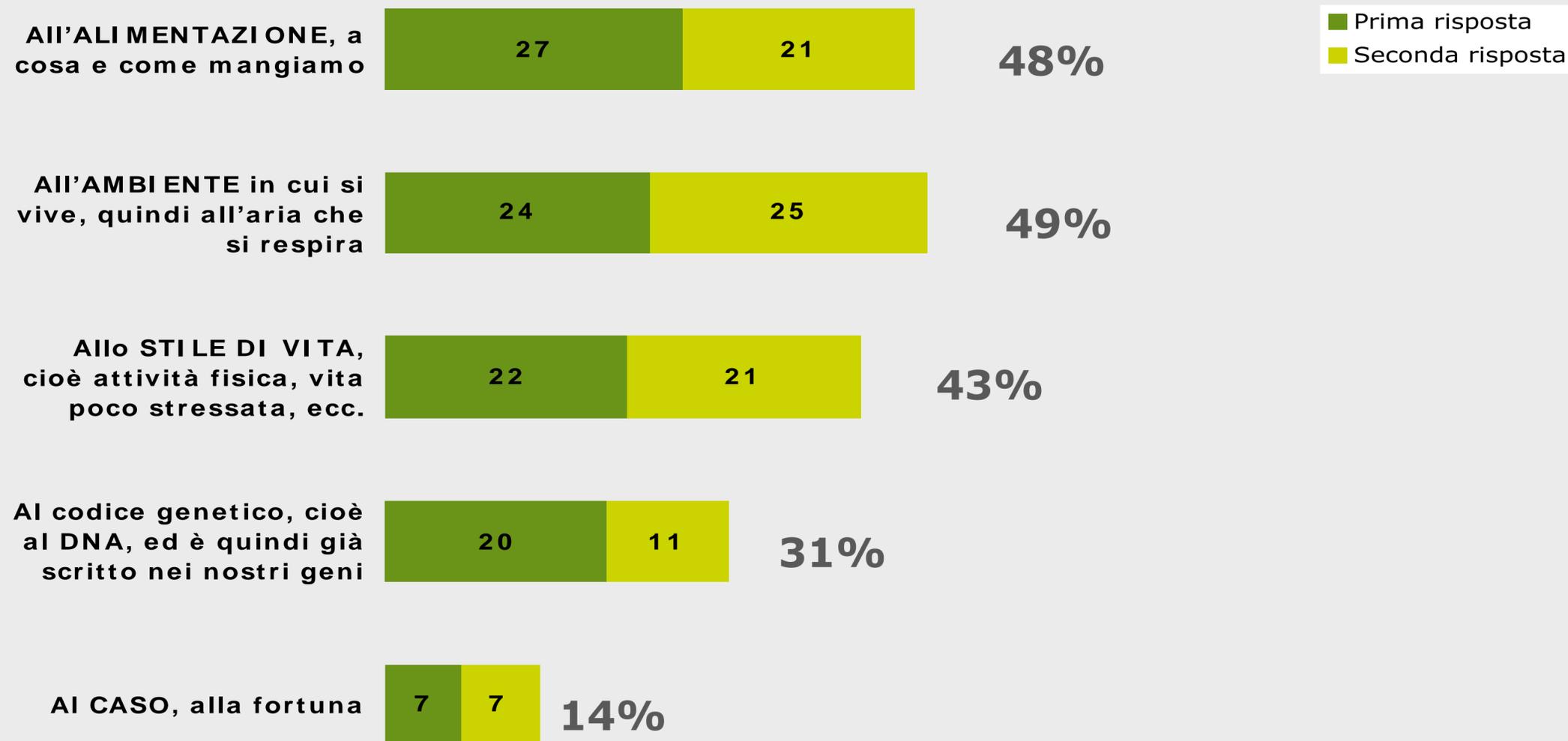


ALIMENTAZIONE

A cosa è dovuto lo stato di salute

Alimentazione e ambiente i fattori che più impattano sulla salute

- Possibili due risposte -

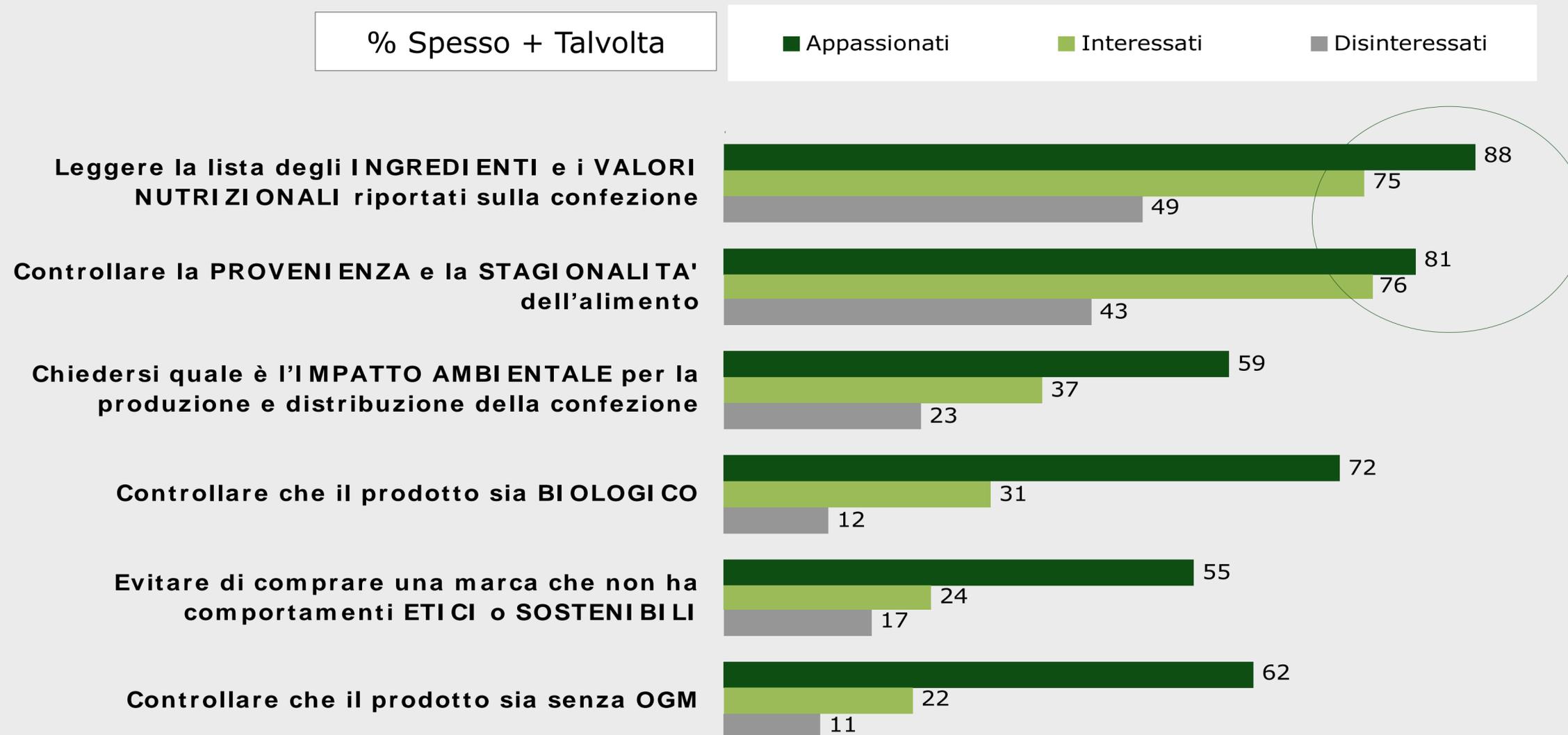


TESTO DELLA DOMANDA: «A suo avviso, lo stato di salute, ossia il benessere di una persona durante l'arco della sua vita è dovuto soprattutto...».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Abitudini durante gli acquisti secondo i cluster

Appassionati più attenti al bio degli altri cluster

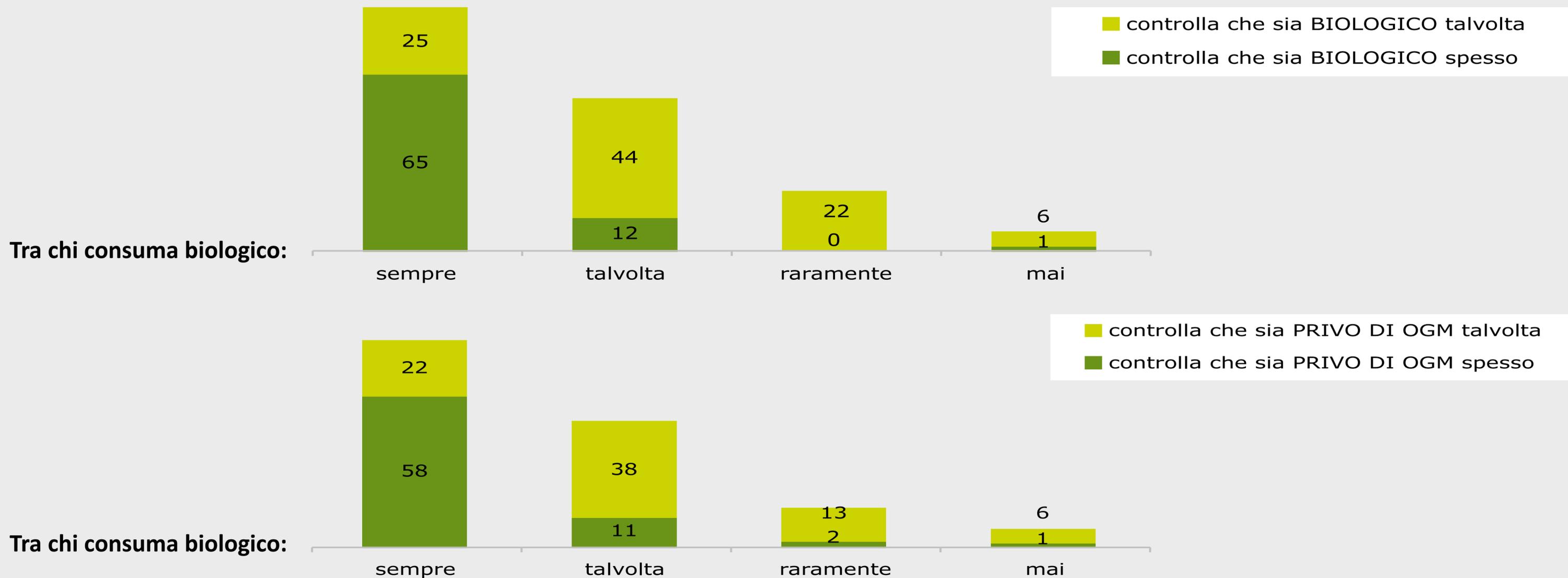


TESTO DELLA DOMANDA: «Quanto spesso, acquistando un prodotto alimentare, le capita di ...».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Consumo e controllo degli alimenti

La maggior parte dei consumatori assidui di biologico controlla effettivamente il prodotto



TESTO DELLA DOMANDA: «Quanto spesso, acquistando un prodotto alimentare, le capita di ...».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Il livello informativo autodichiarato

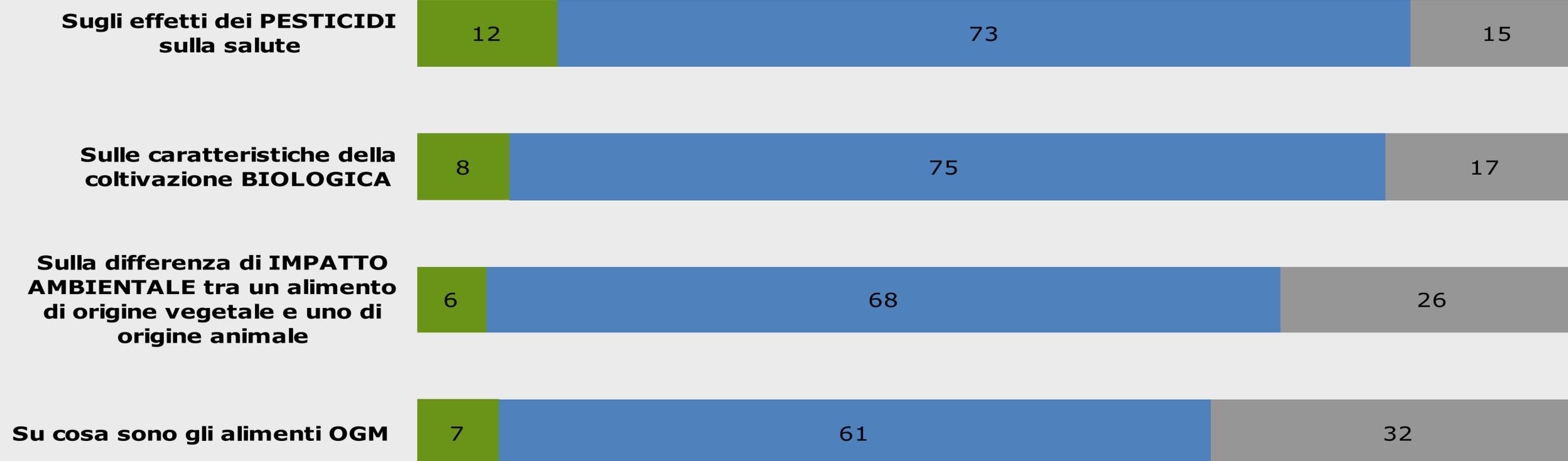
Gli informati attivi non superano il 12%

ATTIVI INFORMATI
(ossia hanno cercato attivamente informazioni)

SEDICENTI CONSAPEVOLI

(si dicono tali ma non hanno mai cercato attivamente informazioni o si affidano al senso comune/alla propria sensibilità)

DISINFORMATI
(non conoscono l'argomento)

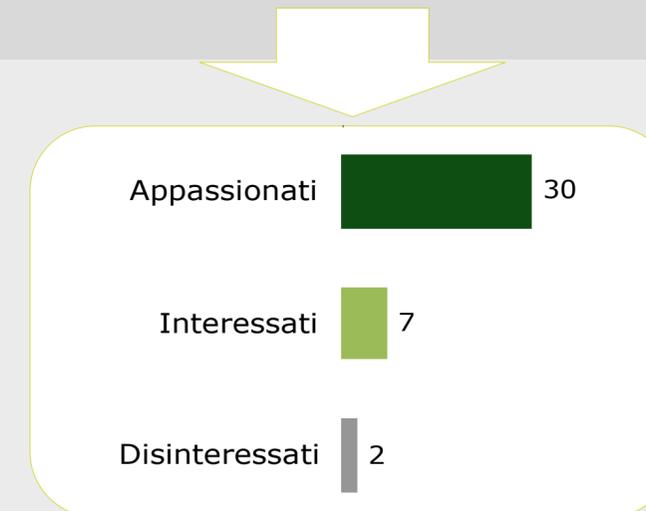
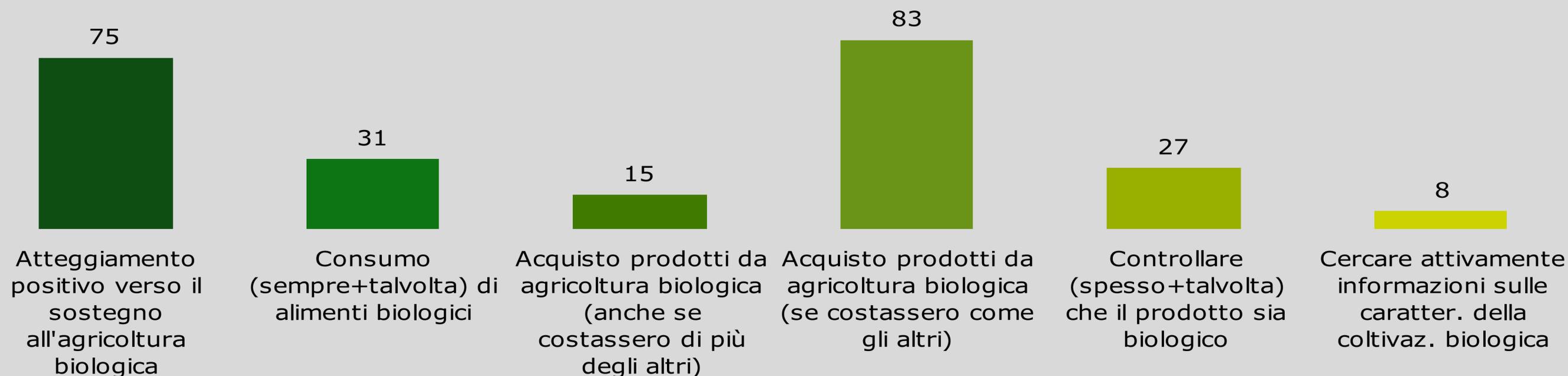


TESTO DELLA DOMANDA: «Dei diversi elementi che ora le leggerò, mi dica se lei si ritiene ...».

Valori percentuali
Base casi: 1000

Uno sguardo complessivo sugli alimenti bio

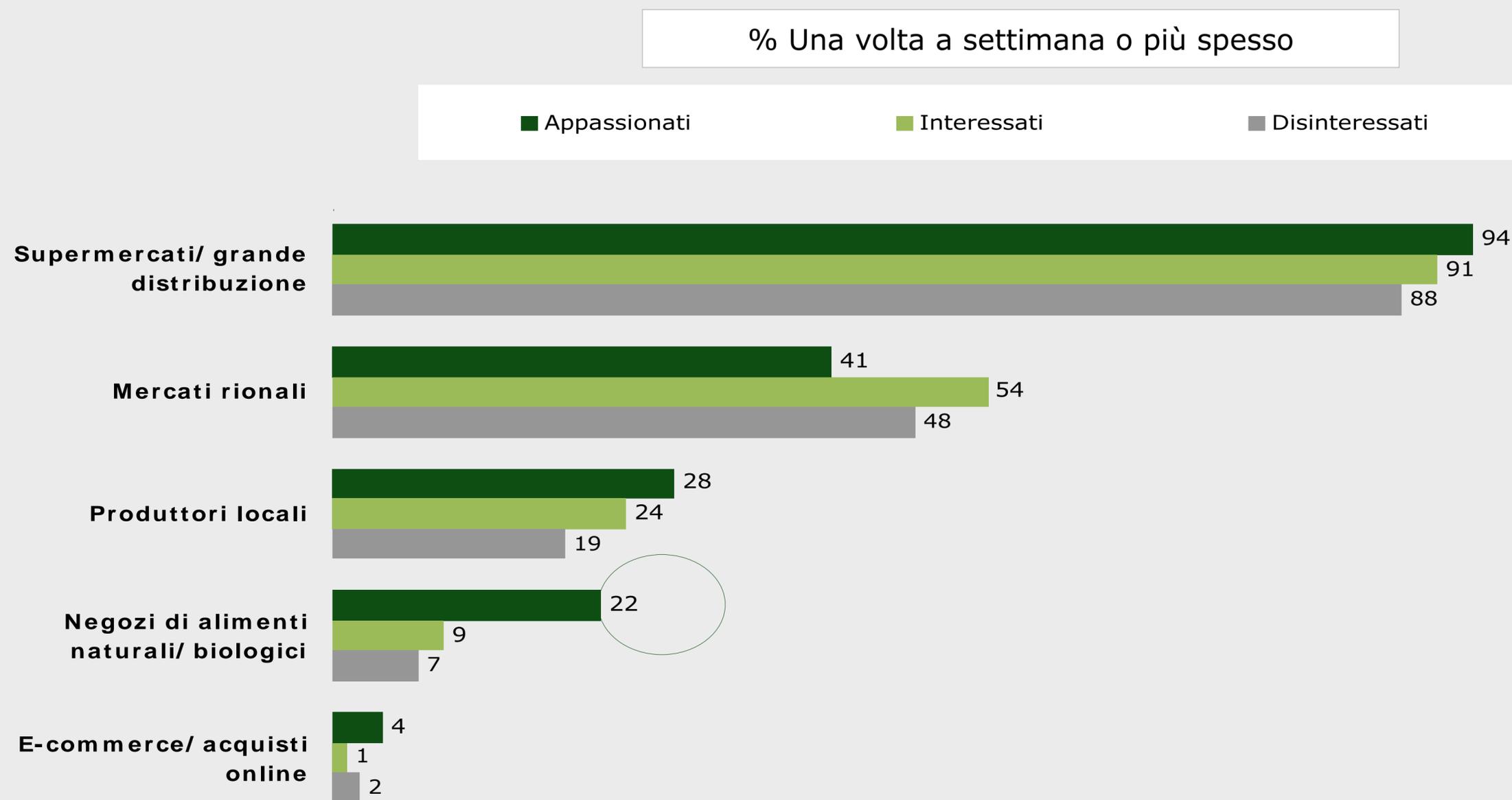
ALIMENTI BIOLOGICI



Valori percentuali
Base casi: 1000

I canali degli acquisti alimentari secondo i cluster

Rispetto agli altri cluster, gli Appassionati frequentano meno i mercati ma più i negozi bio



TESTO DELLA DOMANDA: «Quanto spesso le capita di fare acquisti alimentari nei seguenti punti vendita?».

Valori percentuali
Base casi: 1000



Grazie per l'attenzione

LIFEGATE SpA

Via Palermo 8, 20121, Milano, Italy

tel +39 0245374850

info@lifegate.it - lifegate.it