PER GLI ITALIANI L'ECOSOSTENIBILITA' VA A BRACCETTO CON IL RISPARMIO

Secondo il focus dell'Osservatorio mensile Findomestic dedicato alla sostenibilità, dopo due anni di pandemia 1 italiano su 3 si scopre più "green" ma il modo di consumare cambia più per questioni economiche che ecologiche: oggi, a causa dell'inflazione, il 56% del campione limita l'uso dell'elettricità in casa e il 37% si muove di più a piedi o in bicicletta.

Negli ultimi due anni la sensibilità "green" è aumentata per il 35% degli italiani, ma i comportamenti d'acquisto (il 52% del campione dichiara di aver acquisito nuove abitudini di consumo dopo la pandemia) sembrano essere cambiati più in funzione del risparmio che di un ideale ecologico: il 27% presta più attenzione ai prezzi, il 23% ai consumi energetici, il 15% sceglie prodotti che durino di più nel tempo per ottimizzare la spesa. È quanto emerge dall'approfondimento dedicato alla sostenibilità ambientale dell'Osservatorio Findomestic di marzo. Insomma, ecologia sembra far rima con economia e, oggi, con l'inflazione e il caro bollette ancor di più: il 56% dei consumatori limita l'uso dell'elettricità in casa, il 37% va più a piedi o in bicicletta e il 24% compra elettrodomestici più efficienti o riduce l'uso di auto e moto (21%).

Al di là delle logiche di risparmio, 9 su 10 si dichiarano eco-friendly: il 31% "molto" e il 59% "abbastanza". La metà degli intervistati (49%) ricerca l'ecosostenibilità soprattutto nei servizi di luce e gas, quando si trova ad acquistare gli elettrodomestici per la casa (47%) o a fare la spesa alimentare (42%). Il 34% attribuisce importanza alla componente "green" anche quando si tratta di acquistare un'auto o una moto. A fronte di queste priorità ambientali però solo il 12% del campione si dichiara disponibile a spendere dal 10 al 20% in più per acquistare un prodotto o servizio "green" (era il 7% nel 2018), la stragrande maggioranza (65%) non andrebbe oltre il 5-10% mentre c'è un 22% che non è disposto a pagare di più.
"*Cresce la coscienza ambientale* – commenta **Claudio Bardazzi, Responsabile Osservatorio Findomestic** – *ma restano scogli importanti da superare prima che la sensibilità al "green" si traduca pienamente in comportamenti di consumo responsabili*: i *prodotti ecosostenibili sono percepiti come "più costosi" dall'86% degli intervistati e in molti casi non si valuta ancora il risparmio che essi offrono sul medio-lungo periodo".*

ELETTRODOMESTICI, OLTRE 4 SU 10 NON CONOSCONO LE NUOVE CLASSI ENERGETICHE. Non c'è ancora grande attenzione verso le etichette energetiche degli elettrodomestici: secondo le rilevazioni dell'Osservatorio Findomestic, il 42% non conosce la nuova classificazione energetica dalla A alla G degli elettrodomestici e solo il 39% afferma che gli elettrodomestici green garantiscono un risparmio nel tempo. Non a caso il 35% sottolinea come i rivenditori di elettrodomestici dovrebbero offrire più informazioni sulle caratteristiche di ecosostenibilità dei prodotti e spiegare meglio i vantaggi economici garantiti nel medio periodo.

AUTO ELETTRICA? "GREEN", MA NON PER TUTTI. Per 1 italiano su 4 che riconosce l'ecosostenibilità delle auto elettriche ce ne sono 4 su 10 convinti che rappresenti un "vantaggio per l'ambiente solo se alimentata con energia prodotta da fonti rinnovabili". C'è attenzione anche per lo smaltimento delle batterie: il 38% degli intervistati dall'Osservatorio Findomestic sottolinea come finché le batterie non saranno smaltite correttamente l'auto elettrica non può dirsi "green". A frenare l'auto elettrica

contribuisce anche la carenza di colonnine: il 27% fa notare come, se avesse un'auto elettrica, non saprebbe dove ricaricarla. Resta, poi, lo scoglio dei costi: già universalmente percepita come più costosa degli equivalenti modelli termici, oggi per il 24% l'auto elettrica risulterebbe ancor meno conveniente in un contesto di rincari energetici e solo il 13% crede ad un risparmio a medio termine rispetto ad un'auto a gasolio o benzina.

LO STATO DOVREBBE PROMUOVERE ACQUISTI GREEN, PIACCIONO I FINANZIAMENTI DEDICATI. "Lo Stato è l'istituzione che dovrebbe promuovere acquisti green e sostenibili": il 66% delle persone intervistate dall'Osservatorio Findomestic si trova d'accordo con questa affermazione. Anche le imprese produttrici dovrebbero avere un ruolo (56% delle risposte) nel favorire questo tipo di acquisti così come i rivenditori di beni di consumo (36%). Sconti (per il 67% degli intervistati), formule di pagamento più convenienti (per il 50%) e una maggiore sensibilizzazione (37%) sono gli strumenti che possono incentivare gli acquisti "green" ed è in questo contesto che il 76% del campione sarebbe invogliato a comprare "sostenibile" attraverso un piano di finanziamento dedicato con tassi più favorevoli.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.

Ufficio stampa SEC Newgate Italia

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – vitale@secnewgateitalia.it - 338/6907474