

# L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

L'ARGOMENTO  
DEL MESE

F O C U S

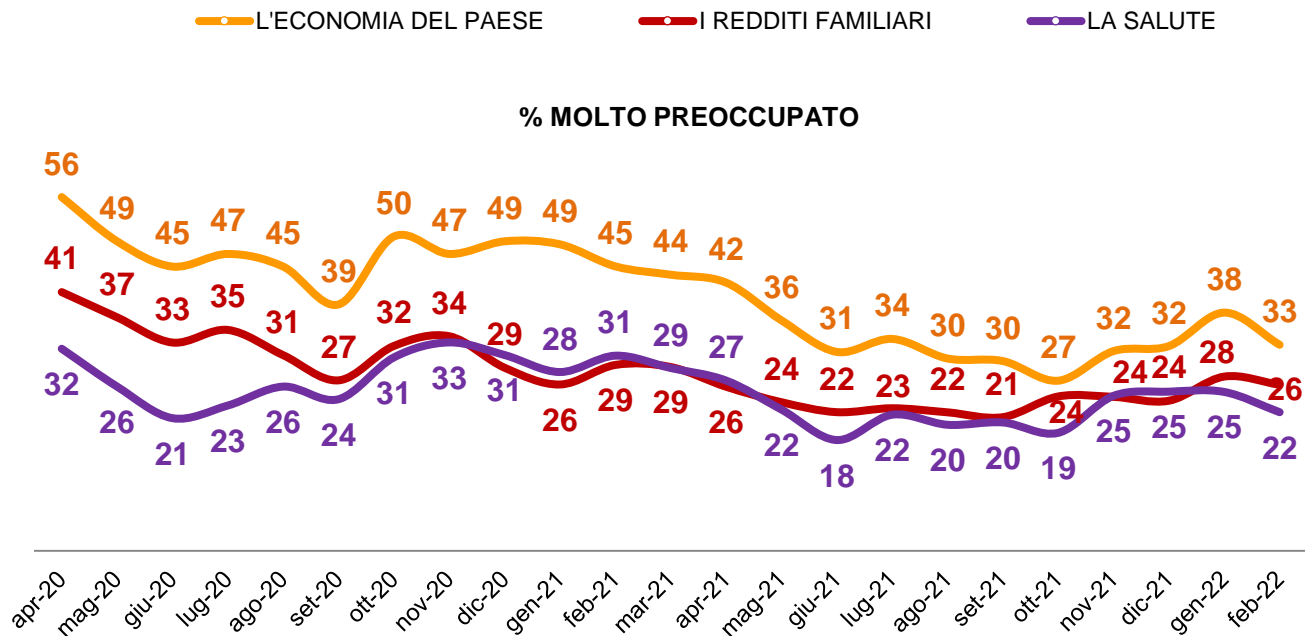


INDAGINE  
MARZO  
2022

# IL CLIMA DI FIDUCIA

# LA PREOCCUPAZIONE PER L'IMPATTO DEL COVID

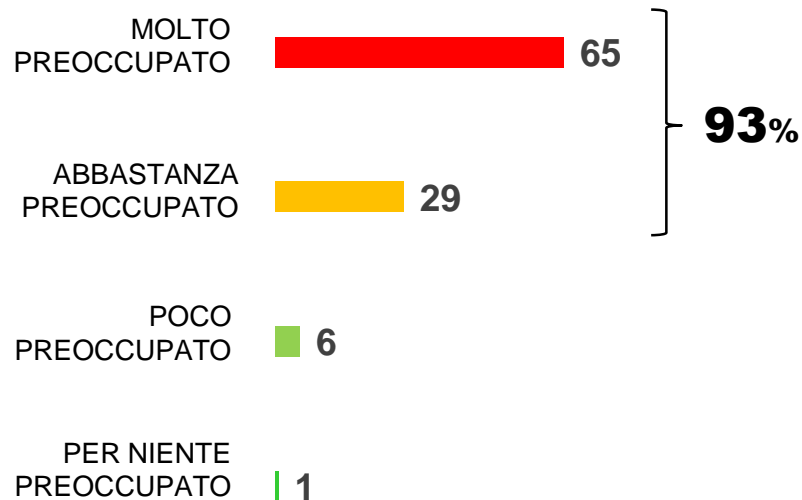
Quanto sei preoccupato per l'impatto del Covid su...?



BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

# LA PREOCCUPAZIONE PER LA GUERRA IN UCRAINA

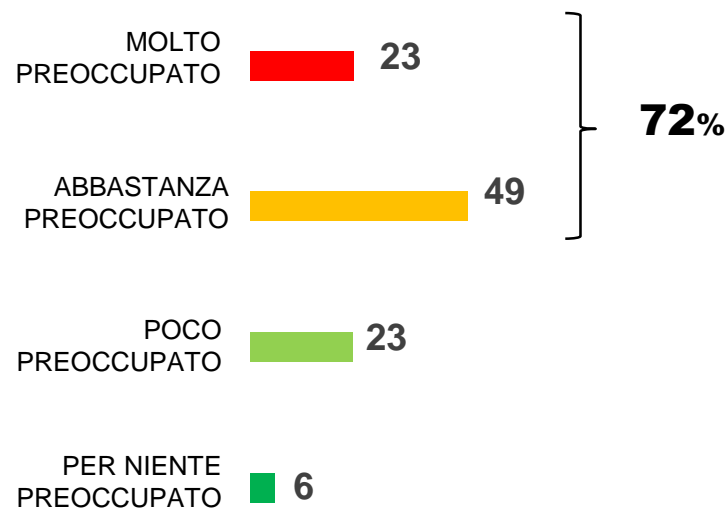
*Sei preoccupato per le vicende di questi ultimi giorni in Ucraina e le sue ripercussioni?*





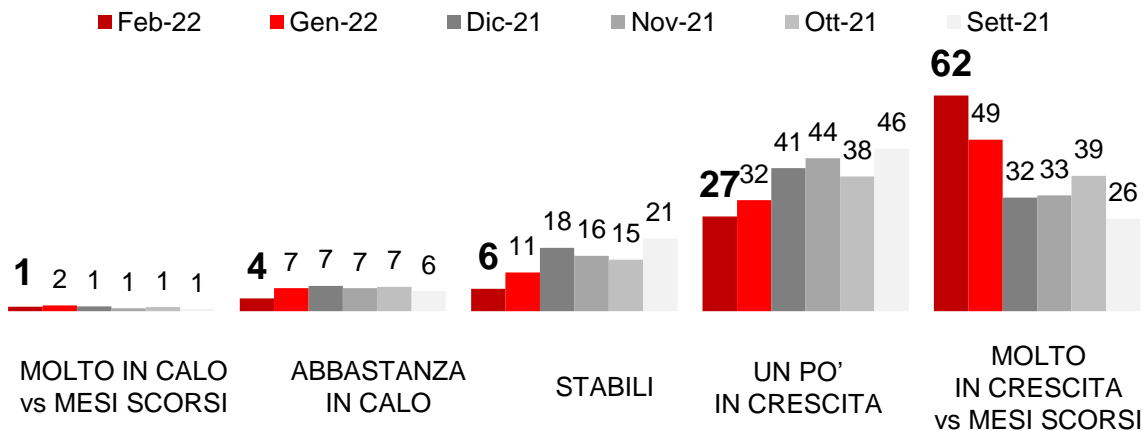
# L'ATTESA PER IL RITORNO ALLA NORMALITA'

*Sei preoccupato di dover aspettare ancora molto per ritrovare le abitudini e lo stile di vita che avevi prima della pandemia?*



# LA PERCEZIONE DEI PREZZI

*Nella tua percezione, ti sembra che i prezzi in questo periodo siano...*

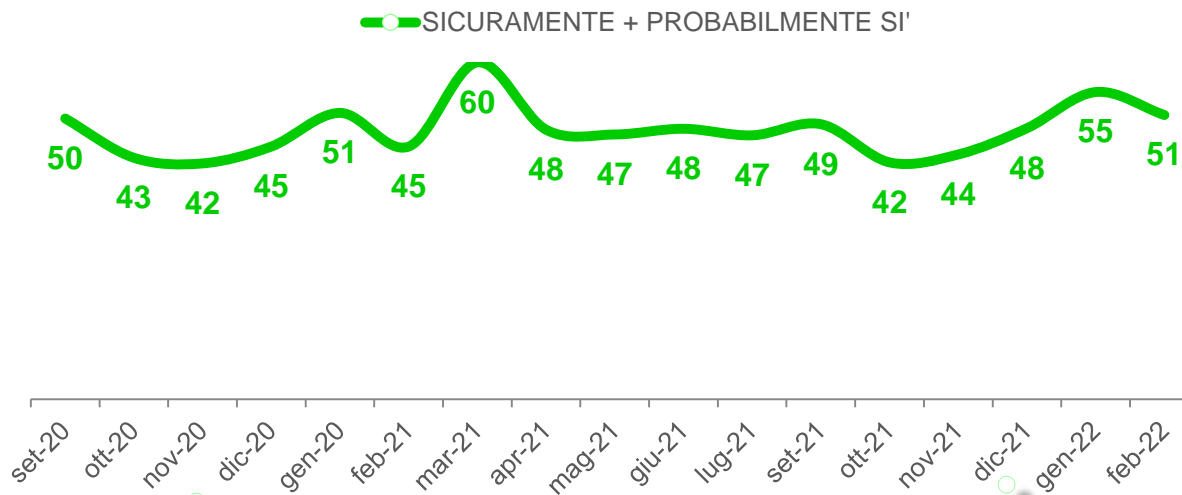


BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

# IL CREDITO AL CONSUMO

# LA PROPENSIONE AL CREDITO AL CONSUMO

NEI PROSSIMI MESI PRENDERESTI IN CONSIDERAZIONE L'IDEA DI ACQUISTARE UN BENE A RATE  
(MEDIANTE UN PRESTITO PERSONALE/FINANZIAMENTO, ESCLUSO MUTUO CASA)?



BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

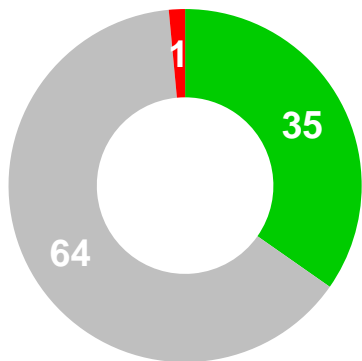


# GLI ITALIANI E L'ECO-SOSTENIBILITÀ

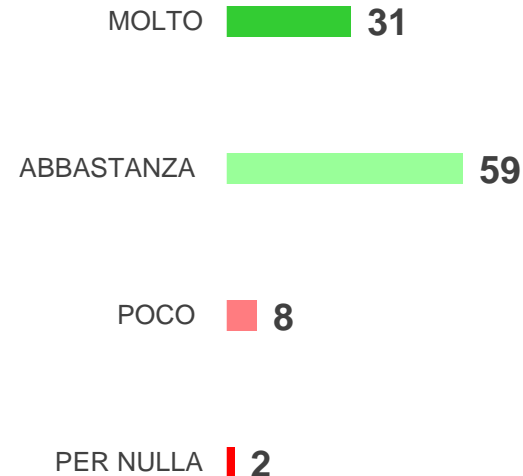
# LA SENSIBILITA' ALLE TEMATICHE AMBIENTALI

Rispetto a prima della pandemia **la tua sensibilità** nei confronti delle tematiche ambientali...

- È AUMENTATA
- È RIMASTA INVARIATA
- È DIMINUITA



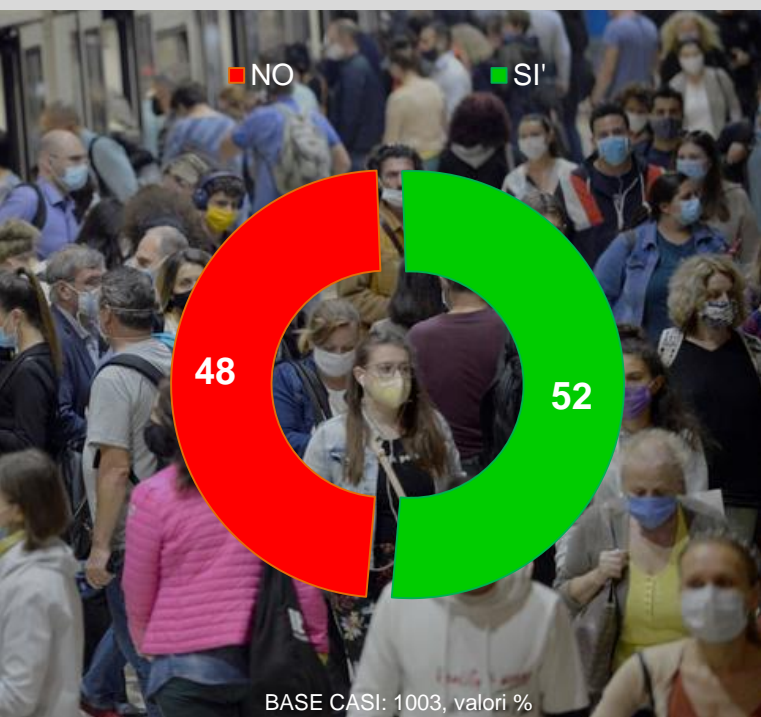
Oggi quanto ti definiresti **sensibile e attento** alle tematiche ambientali?



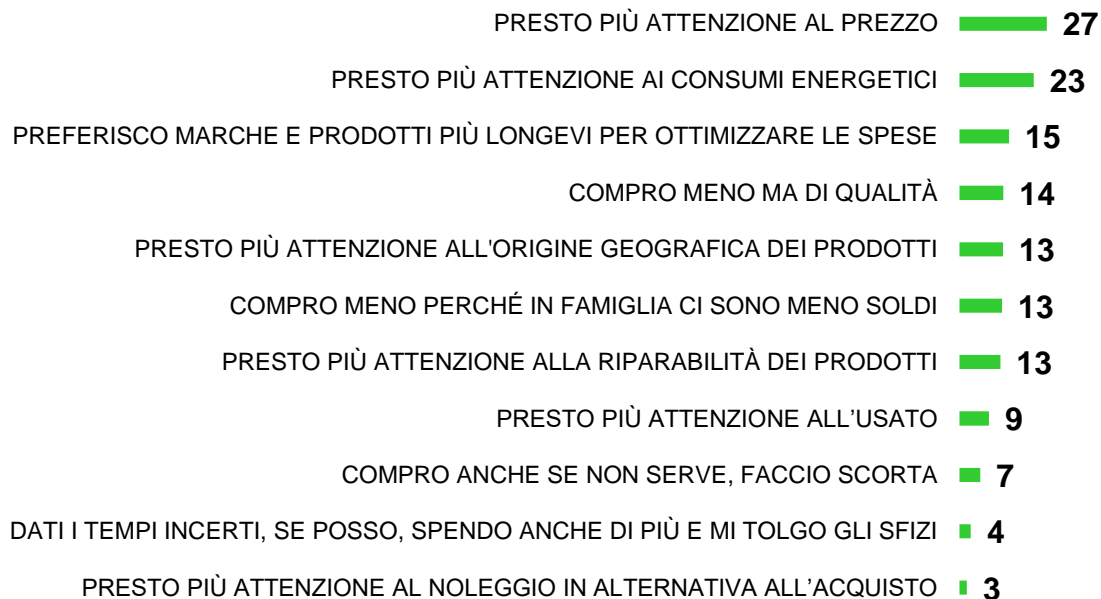
BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

# COME E' CAMBIATO IL MODO DI CONSUMARE IN 2 ANNI

*Negli ultimi 2 anni ritieni di aver cambiato il tuo modo di consumare?*



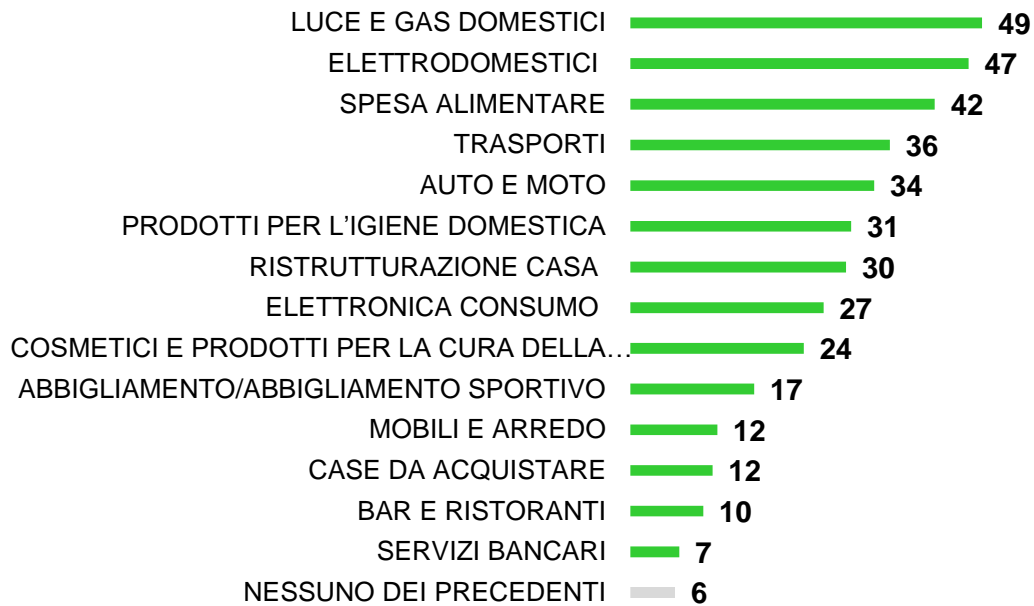
*in cosa e' cambiato?*



BASE CASI: 500 che hanno risposto «sì», valori %

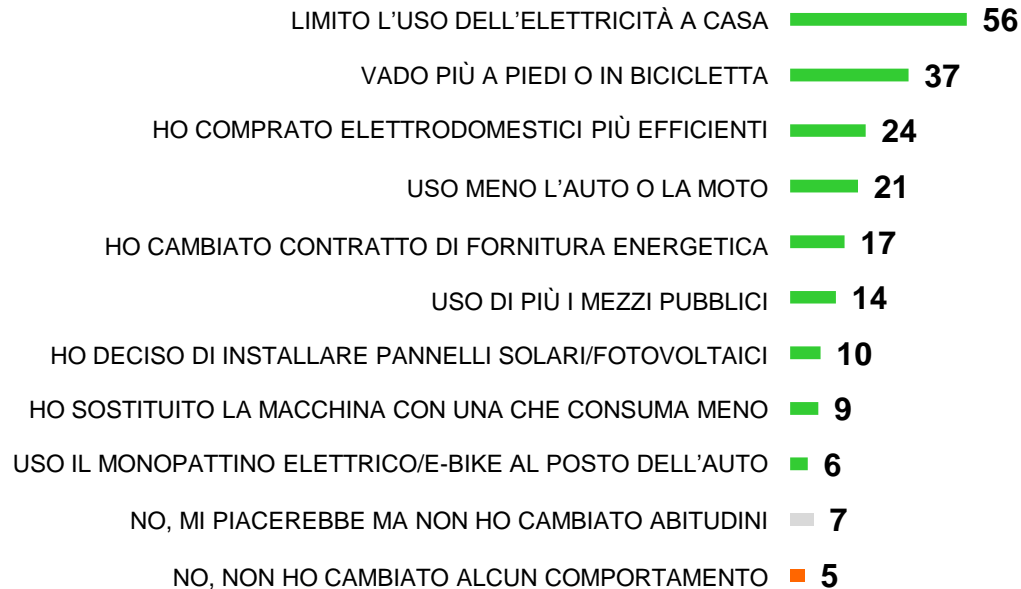
## BENI/SERVIZI IN CUI SI RICERCA LA COMPONENTE «GREEN»

*In quali di queste scelte di acquisto, ritieni più importante garantirsi che i prodotti/servizi siano “green” e quindi beni e servizi prodotti e commercializzati nel rispetto dell’ambiente?*



# IL RISPARMIO ENERGETICO IN TEMPI DI INFLAZIONE

*In questo periodo di forti rialzi delle bollette hai cambiato abitudini o comportamenti di consumo?*





# IL MONDO DEGLI ELETTRODOMESTICI

*Di seguito alcune affermazioni riguardo il mondo degli elettrodomestici.  
indica con quali ti trovi più d'accordo..*

**SO CHE CI SONO ELETTRODOMESTICI DIVERSI  
DAL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMI ENERGETICI  
E CHE SONO CLASSIFICATI CON LETTERE DALLA «A» ALLA «G»** **58**

**SO CHE SONO CAMBIATE LE CLASSI ENERGETICHE  
DEGLI ELETTRODOMESTICI E CHE DAL 2021 SONO PIÙ RESTRITTIVE** **40**

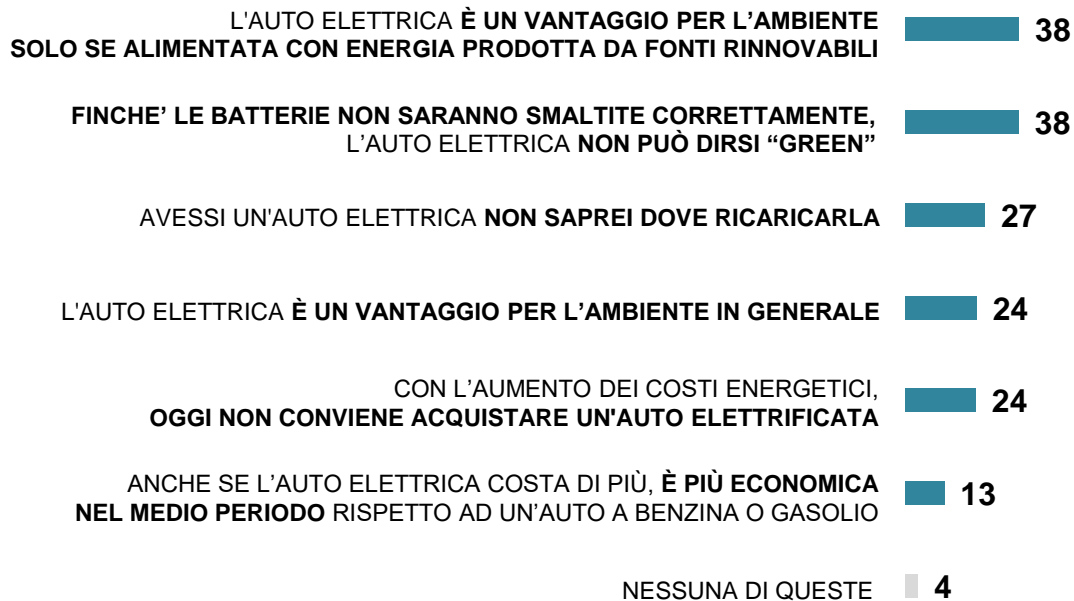
**GLI ELETTRODOMESTIC GREEN SONO PIÙ COSTOSI  
MA GARANTISCONO UN RISPARMIO NEL TEMPO** **39**

**I RIVENDITORI DI ELETTRODOMESTICI  
DOVREBBERO COMUNICARE MEGLIO I VANTAGGI ECONOMICI  
CHE GLI ELETTRODOMESTICI GREEN OFFRONO NEL MEDIO PERIODO** **35**



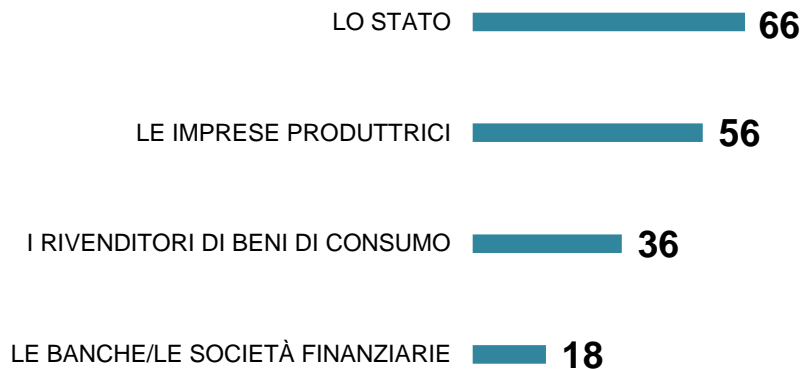
# GLI ITALIANI E L'AUTO ELETTRICA

*Di seguito alcune affermazioni riguardo le auto elettriche.  
Con quali ti trovi più d'accordo?*



## LA PROMOZIONE DEGLI ACQUISTI GREEN: CHI?

*Al fine di incentivarne l'acquisto, chi dovrebbe promuovere gli acquisti "green"/eco-sostenibili?*



BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

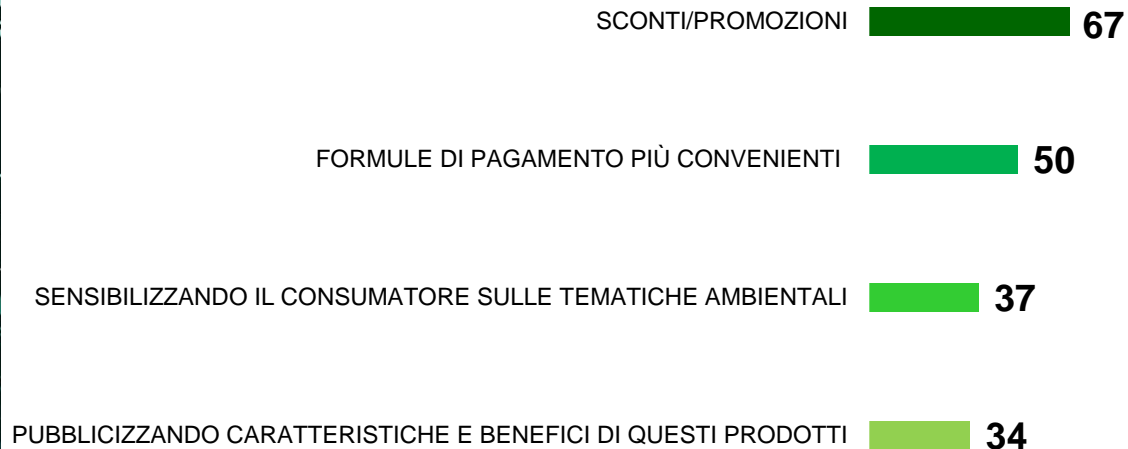
## LA PROMOZIONE DEGLI ACQUISTI GREEN: COME?

*in quale modo, queste figure che abbiamo appena visto, potrebbero incentivare l'acquisto di prodotti sostenibili?*

27-28-29 NOVEMBRE

**GREEN**  
**FRIDAY**

**50% SU TUTTO**  
ACQUISTA 1 PRODOTTO E IL 2° E' **GRATIS**



# LA PERCEZIONE DEL COSTO DEI PRODOTTI GREEN

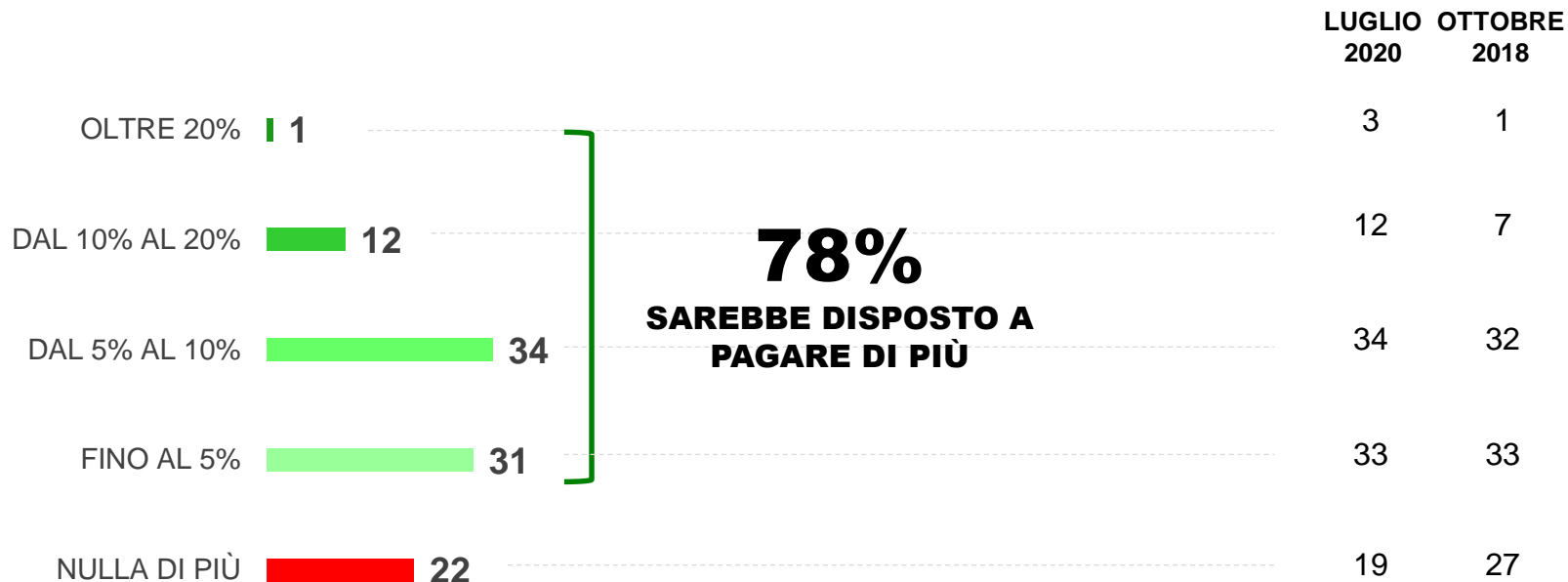
Secondo te, mediamente, i prodotti/servizi "green"/eco-sostenibili sono più o meno costosi di altri?





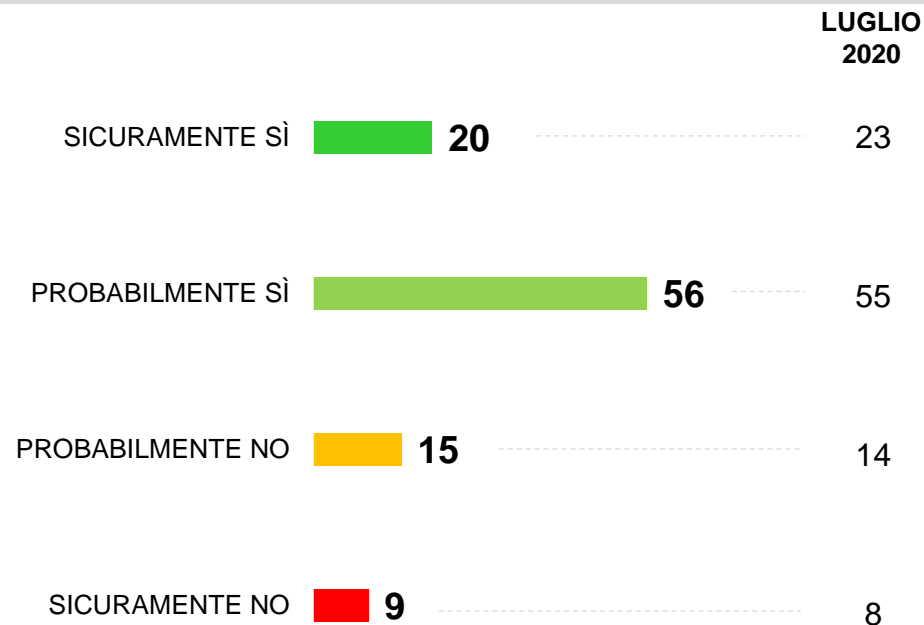
## LA DISPONIBILITA' A PAGARE DI PIU'

Saresti disponibile a **pagare di più** per un "prodotto/servizio "green"/eco-sostenibile"?  
se sì, quanto di più?



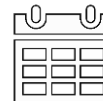
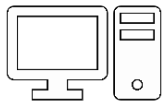
# UN FINANZIAMENTO PER I PRODOTTI SOSTENIBILI

*Un piano di finanziamento dedicato ai prodotti sostenibili con tassi più favorevoli, potrebbe invogliarti ad acquistare un prodotto "green"/eco-sostenibile?*

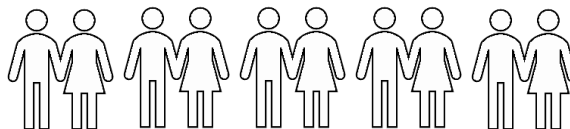


# NOTA METODOLOGICA

**TECNICA  
DI RILEVAZIONE C.A.W.I.**  
(WEB INTERVIEWING)



**PERIODO  
DI RILEVAZIONE**  
25-28 Febbraio 2022



**INTERVISTE #1000**

**RAPPRESENTATIVE DELLA POPOLAZIONE PER:**



**GENERE**



**ETÀ > 18**



**AMPIEZZA CENTRO**



**AREA GEOGRAFICA**

# IL PROFILO DEL CAMPIONE

## GENERE



Donne  
**42%**



Uomini  
**58%**

## ETÀ

Tra 18 e 24	3
Tra 25 e 34	■ 17
Tra 35 e 44	■ 28
Tra 45 e 54	■ 29
Tra 55 e 64	■ 22

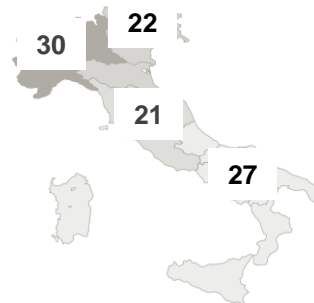
## AMPIEZZA CENTRO

fino a 30.000 abit.	■ 47
30 - 100.000 abit.	■ 22
100 - 250.000 ab	■ 11
oltre i 250.000 abit.	■ 20

## ISTRUZIONE

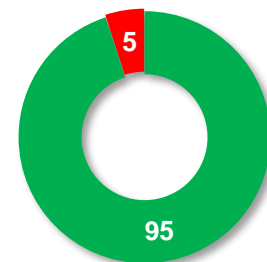
Laureati	■ 21
Diplomati	■ 68
Scuola dell'Obbligo	■ 11

## MACRO AREA GEOGRAFICA



## CONDIZIONE OCCUPAZIONALE

■ Occupati ■ Non Occupati



# GRAZIE

---

[www.osservatoriofindomestic.it](http://www.osservatoriofindomestic.it)