

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

L'ARGOMENTO
DEL MESE

F O C U S

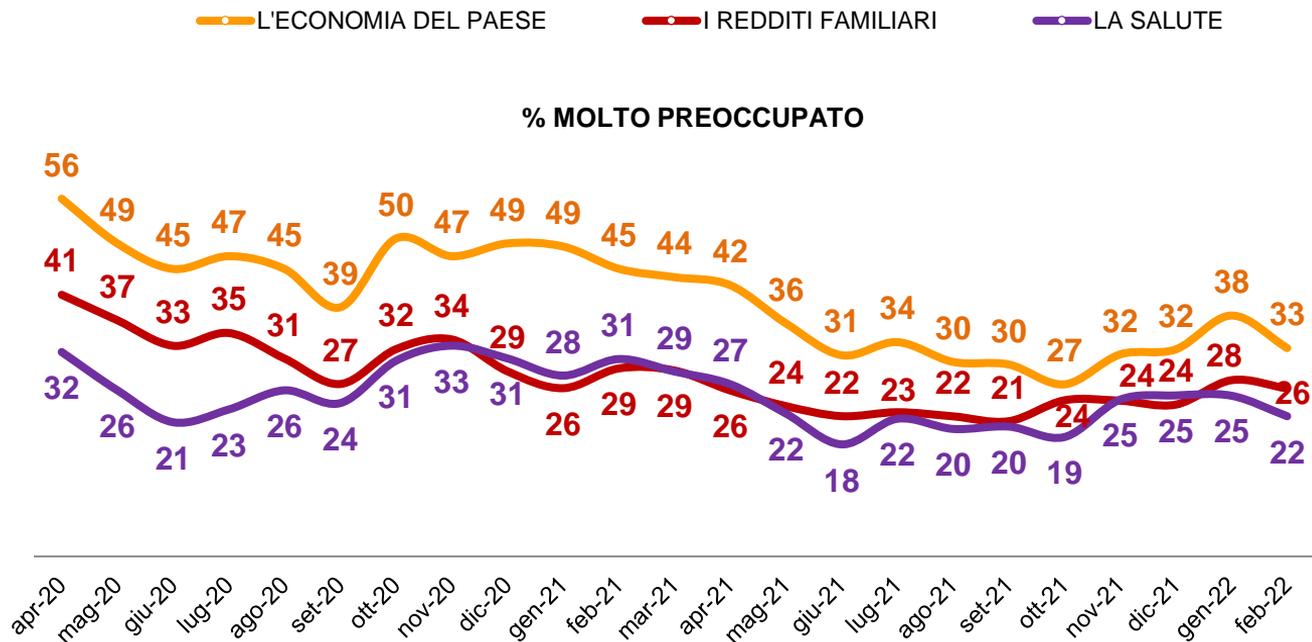


INDAGINE
MARZO
2022

IL CLIMA DI FIDUCIA

LA PREOCCUPAZIONE PER L'IMPATTO DEL COVID

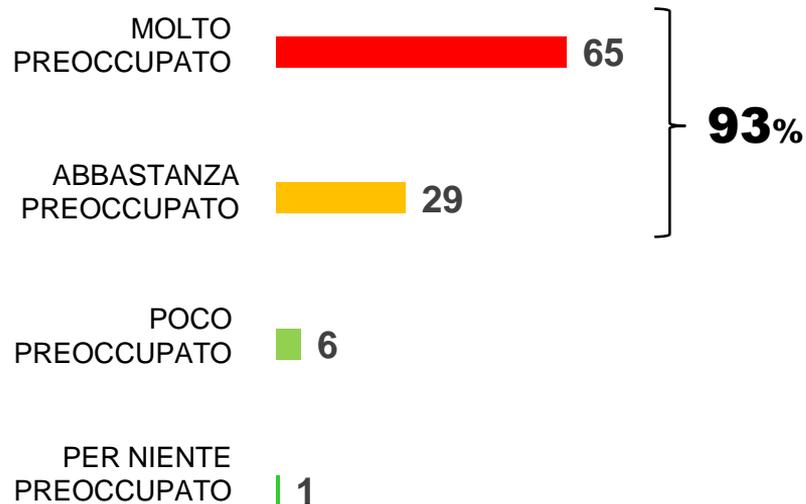
Quanto sei preoccupato per l'impatto del Covid su...?



BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

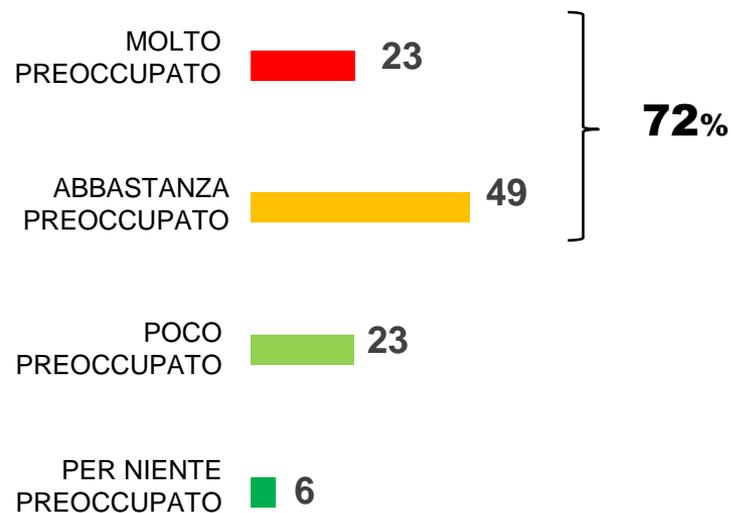
LA PREOCCUPAZIONE PER LA GUERRA IN UCRAINA

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



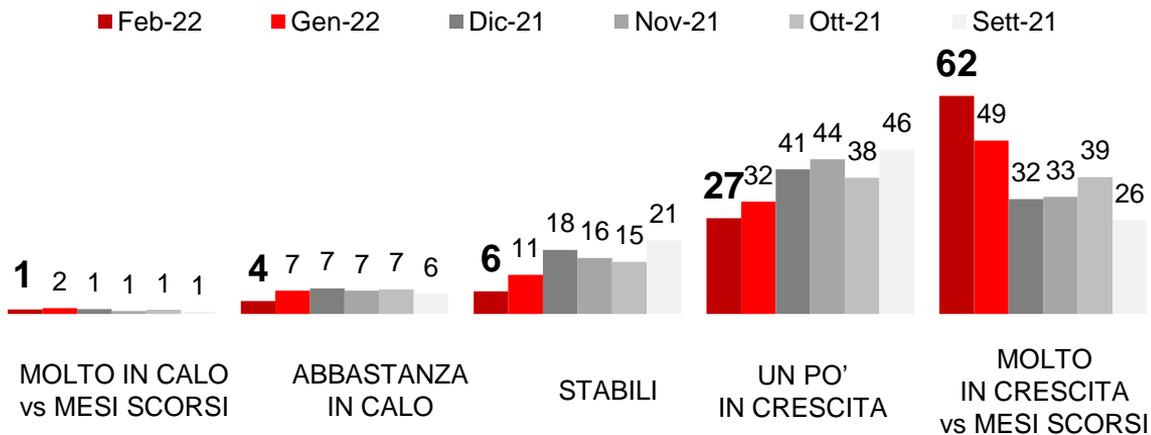
L'ATTESA PER IL RITORNO ALLA NORMALITA'

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...

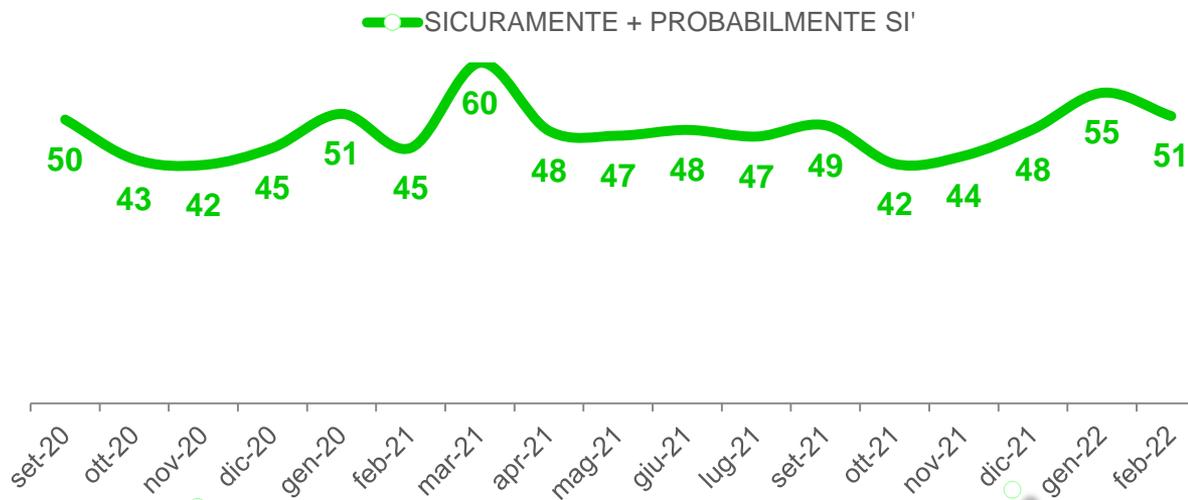


BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

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)?



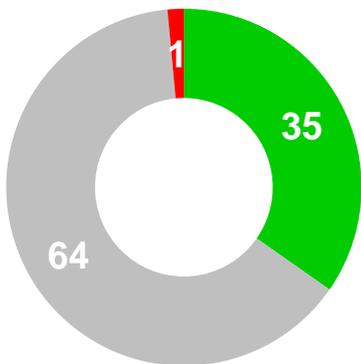
BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

GLI ITALIANI E L'ECO-SOSTENIBILITÀ

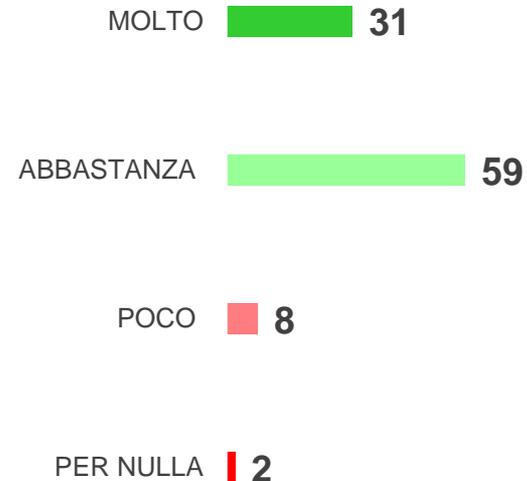
LA SENSIBILITA' ALLE TEMATICHE AMBIENTALI

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

- È AUMENTATA
- È RIMASTA INVARIATA
- È DIMINUITA



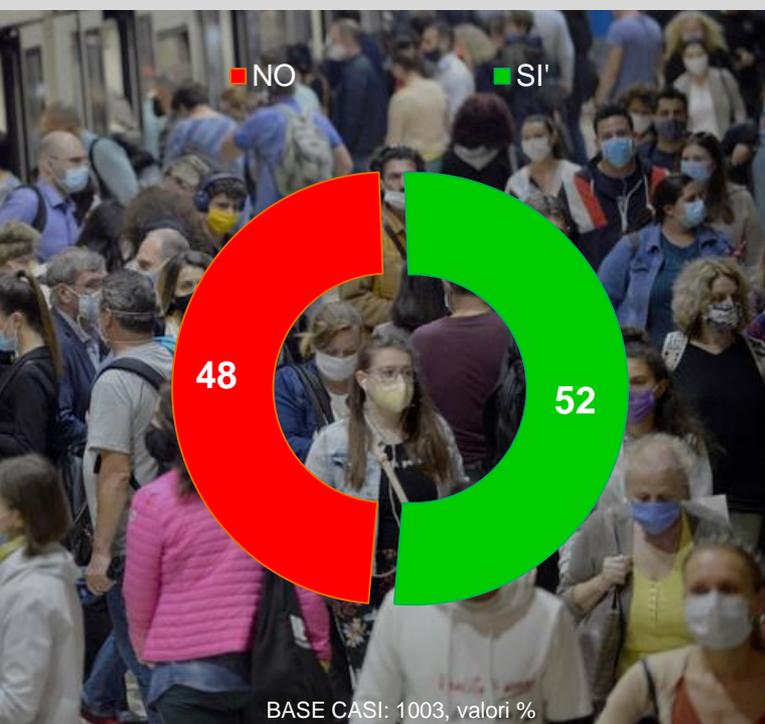
Oggi quanto ti definiresti **sensibile e attento** alle tematiche ambientali?



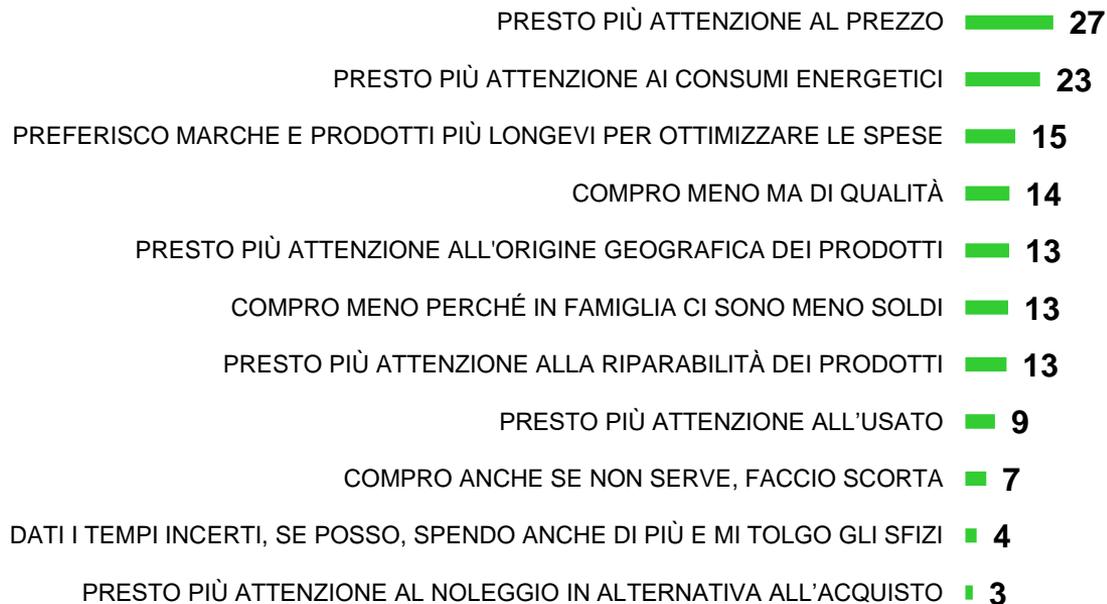
BASE CASI: FEB 2022 1000, valori %

COME E' CAMBIATO IL MODO DI CONSUMARE IN 2 ANNI

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



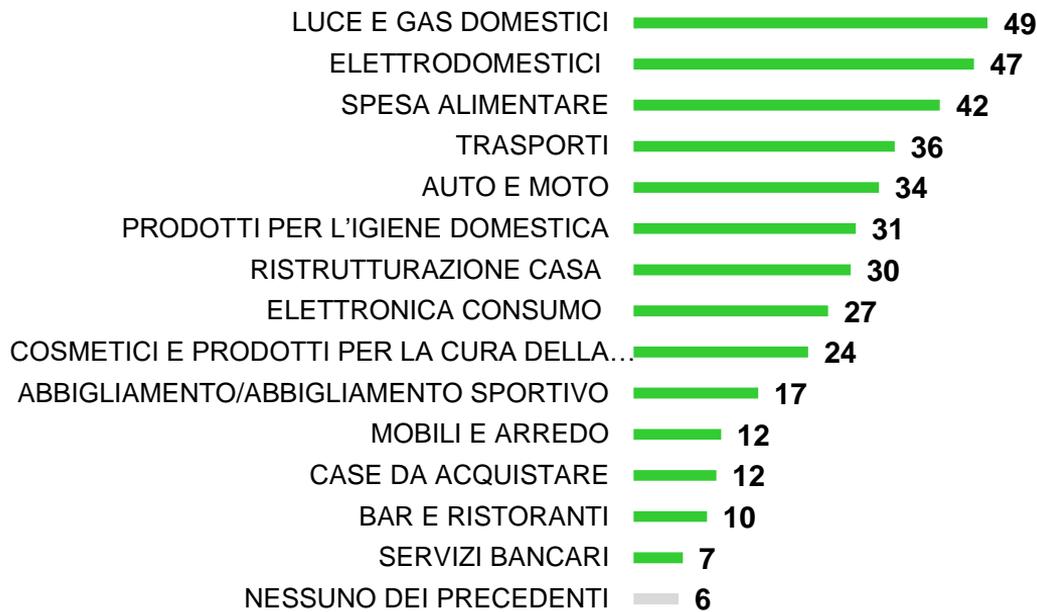
in cosa e' cambiato?



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**

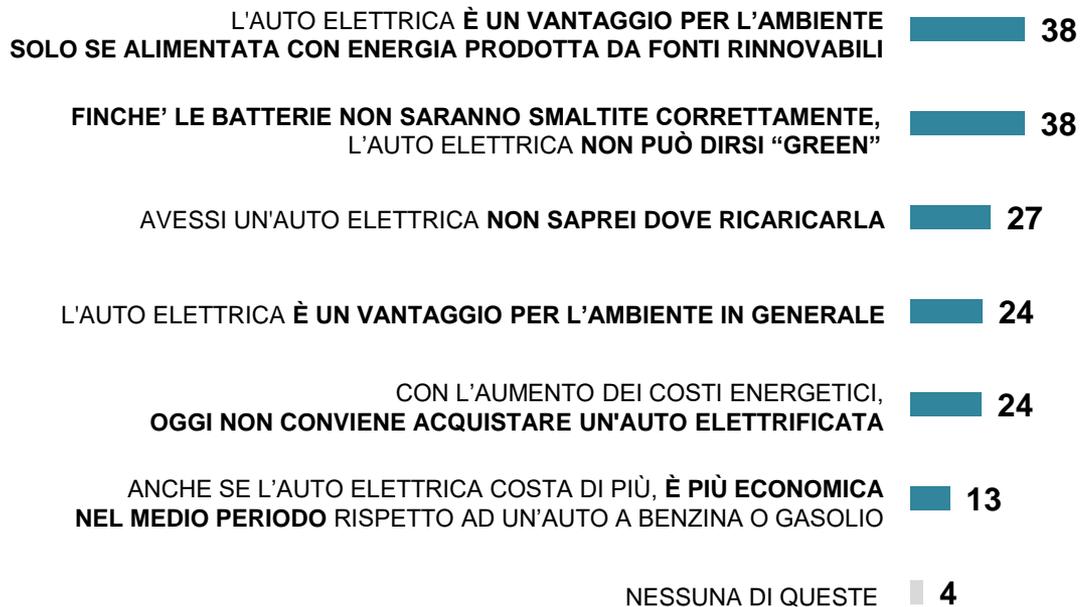
**GLI ELETTRODOMESTICI GREEN SONO PIÙ COSTOSI
MA GARANTISCONO UN RISPARMIO NEL TEMPO** **39**

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



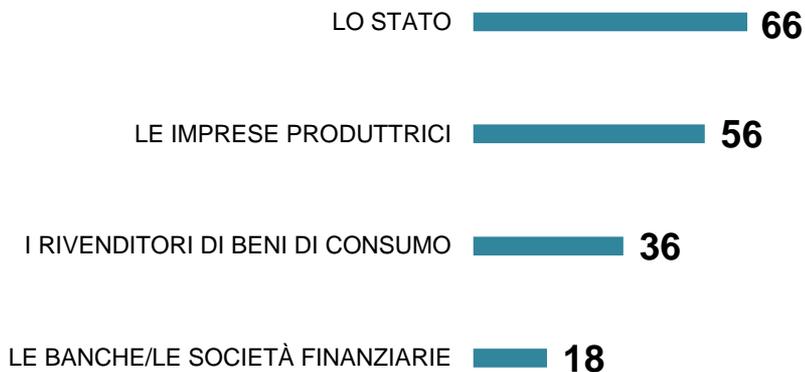
GLI ITALIANI E L'AUTO ELETTRICA

*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?



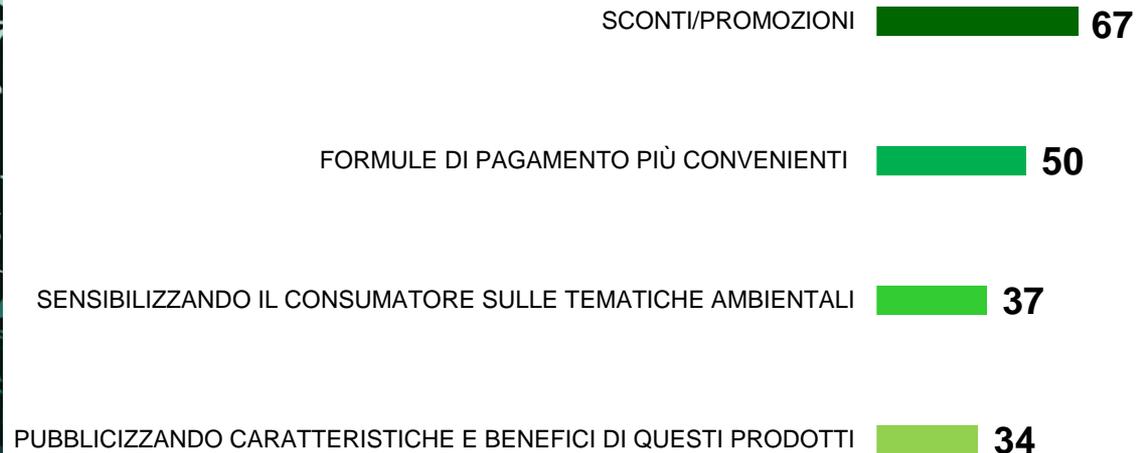
LA PROMOZIONE DEGLI ACQUISTI GREEN: COME?

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**



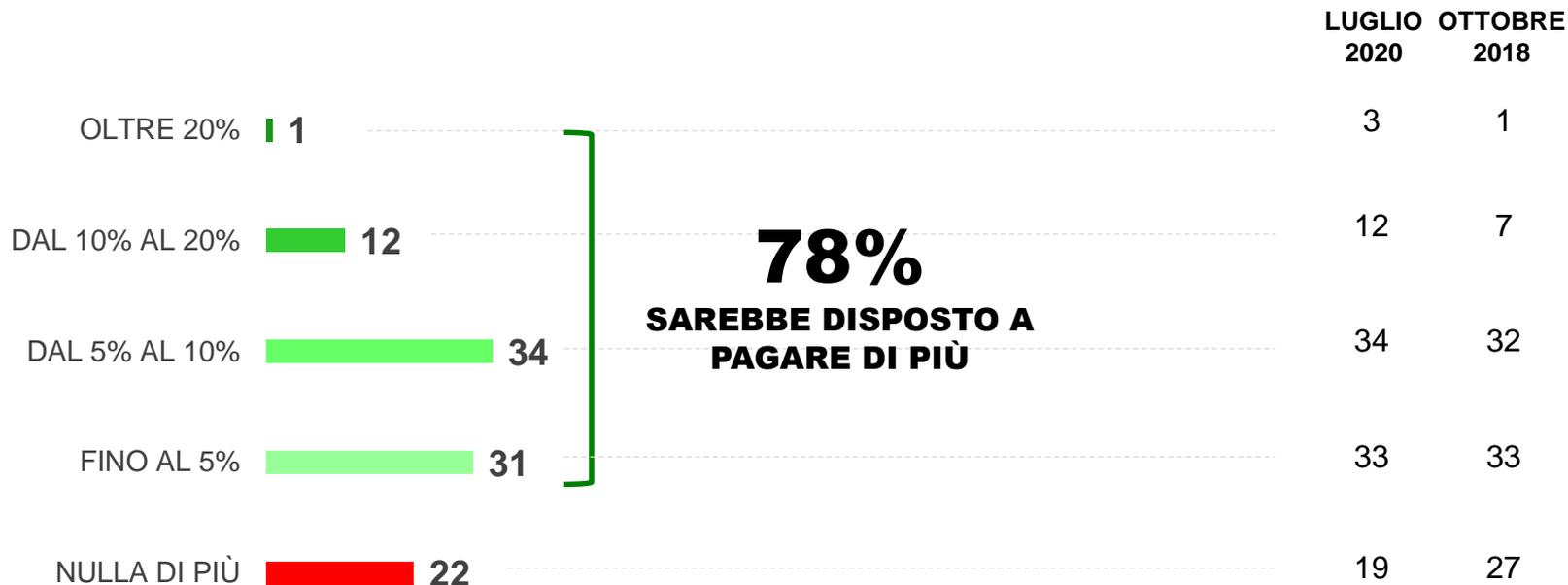
LA PERCEZIONE DEL COSTO DEI PRODOTTI GREEN

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



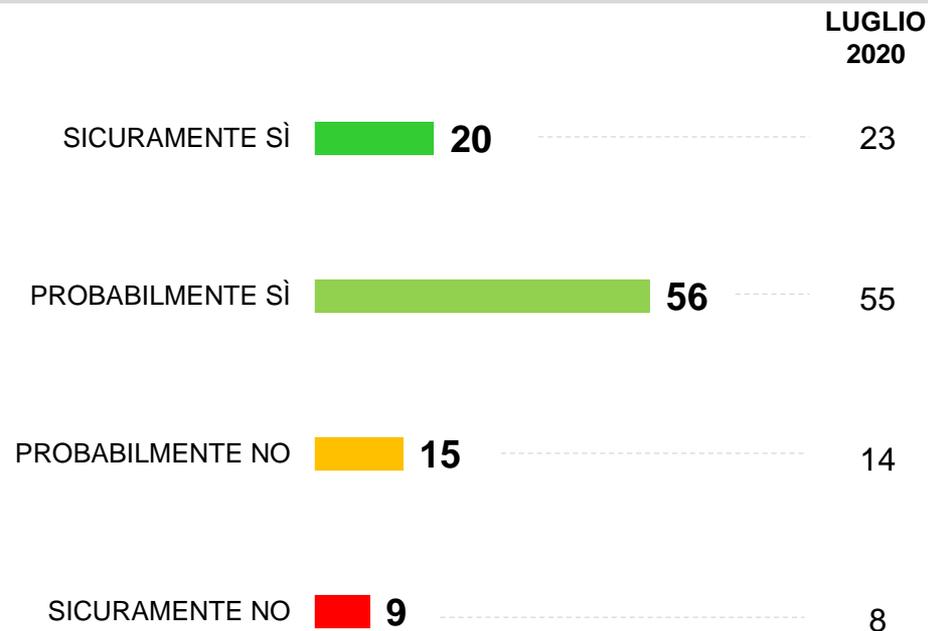
LA DISPONIBILITA' A PAGARE DI PIU'

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

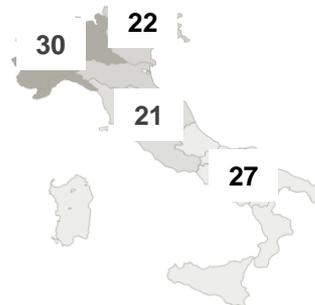
AMPIEZZA CENTRO

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

ISTRUZIONE

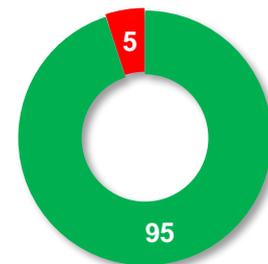
Laureati	■ 21
Diplomati	■ 68
Scuola dell'Obbligo	■ 11

MACRO AREA GEOGRAFICA



CONDIZIONE OCCUPAZIONALE

■ Occupati ■ Non Occupati



GRAZIE

www.osservatoriofindomestic.it