

Agli italiani piace il prodotto sostenibile purché non costi oltre il 10% in più

Secondo l'ultimo Osservatorio mensile Findomestic uno su quattro non può permettersi spese aggiuntive per articoli 'verdi' e 'etici'

Sì ai prodotti sostenibili nel carrello della spesa, purché non costino oltre il 10% in più: la pensano così quasi sette italiani su dieci secondo il nuovo Osservatorio mensile realizzato da Findomestic in collaborazione con Doxa. Soltanto l'1% degli intervistati, inoltre, è disposto a spendere oltre il 20% in più. “Sebbene il tema della sostenibilità sia sempre più al centro dell'attenzione dei consumatori – commenta Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic – il prezzo rimane il principale driver di spesa per il 64% degli intervistati e ben un cittadino su quattro dichiara di non potersi permettere spese aggiuntive per prodotti 'verdi' ed etici”.

PRIMA DI TUTTO ALIMENTI SOSTENIBILI. Chi si dichiara interessato al tema della sostenibilità è disposto a pagare di più soprattutto per beni alimentari (29%), interventi di riqualificazione dell'abitazione (13%), elettrodomestici e automobili (9%).

UNO SU QUATTRO RESTA SCETTICO. Il 51% degli intervistati da Findomestic associa la sostenibilità a un impegno concreto delle aziende per ridurre il loro impatto sull'ambiente, un altro quarto (25%) pensa che la sostenibilità sia a tutti gli effetti uno stile di vita sempre più diffuso. Il 24% degli intervistati rimane invece scettico: per il 9% la sostenibilità è un ideale portato avanti dagli ambientalisti, per il 9% si tratta di uno slogan utilizzato dalle aziende per vendere di più, per il 4% si configura come un costo per le imprese e per un altro 3% è una moda passeggera.

RACCOLTA DIFFERENZIATA E RIDUZIONE DEI CONSUMI. Secondo l'Osservatorio Findomestic il 43% degli italiani adotta comportamenti sostenibili per contribuire alla tutela dell'ambiente, mentre il 37% lo fa perché ha a cuore il benessere delle generazioni future. La sostenibilità è fatta anche di piccoli gesti alla portata di tutti: il 58% degli intervistati dichiara di prestare attenzione alla raccolta differenziata, il 42% di ridurre al minimo i consumi, il 23% di limitare riscaldamento e condizionamento ove possibile e un altro 22% cerca di ricorrere alla riparazione degli oggetti piuttosto che alla loro sostituzione. Il 17% degli intervistati preferisce gli «spostamenti sostenibili», scegliendo di muoversi a piedi o in bicicletta o con i mezzi pubblici (10%), oppure utilizzando servizi di car, moto e bike sharing (4%).

AZIENDE SOSTENIBILI SE NON INQUINANTI. Le aziende sostenibili sono, secondo il campione intervistato da Findomestic, quelle che si sforzano di ridurre le emissioni e l'impatto ambientale (62% con punte del 66% tra le donne). Ci sono altri fattori che secondo gli italiani caratterizzano un'azienda sostenibile: l'adozione di un codice etico di comportamento (28%), dare priorità a ricerca, sviluppo e innovazione (26%), tutelare le condizioni lavorative dei propri dipendenti (25%), mantenere la produzione sul suolo nazionale (23%). Meno prioritari appaiono il miglioramento della qualità dei prodotti/servizi a beneficio dei consumatori (16%), lo sviluppo del territorio in cui opera (15%), la generazione di occupazione (13%), informazioni chiare e trasparenti sui prodotti (12%) e sull'operato finanziario (10%).