

Acquisti green. Italiani disposti a pagarli solo fino all'8% in più

Cresce l'interesse per la sostenibilità. Sempre elevata l'attenzione ai prezzi

Niccolò Gramigni

L'attenzione alla sostenibilità è in crescita ma le criticità economiche delle famiglie rimangono centrali tanto che il connubio ecologia-economia resta fondamentale. È quanto emerge dal focus dell'ultimo Osservatorio mensile di Findomestic di dicembre 2023.

Rispetto ad un anno fa il campione di 1000 persone che partecipa al sondaggio evidenzia un maggior interesse verso la sostenibilità quando deve comprare un bene o un servizio: in particolare è pari al 58% la percentuale di coloro che prestano più attenzione. Un maggior appeal che nel 41% dei casi deriva dai "recenti eventi climatici estremi che hanno colpito il nostro Paese" ed è comprensibile viste le alluvioni in Emilia Romagna e Toscana. Per il 32% i prodotti ecologici garantiscono "qualità", per il 14% la spinta deriva dai consigli del personale di vendita nei negozi e per il 10% dalla pubblicità, sempre più orientata alla vendita di prodotti green.

Il collegamento con l'economia appare evidente alla domanda: "Quando acquisti un prodotto dovresti prestare più attenzione al fatto che sia sostenibile?". Qui ben l'88% del campione non si nasconde: l'aspetto principale per queste persone è il fatto che l'uso di un prodotto green consente di risparmiare ed ha un impatto ridotto sull'ambiente. Una percentuale altissima. Il 76% presta attenzione a come il bene viene imballato (o confezionato). «L'attenzione verso la sostenibilità è crescente ed è un dato di fatto - dichiara Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio di Findomestic -. La sensibilità c'è ma l'indagine mostra appunto un rapporto stretto tra ecologia ed economia. Il contesto resta pessimo e gli italiani continuano a

essere subissati da tante preoccupazioni diverse».

La ricerca di un risparmio economico è forte anche sulla motivazione per cui, nell'ultimo anno, il consumatore ritiene di aver cambiato il modo di usare i prodotti. Il 42% dichiara di prestare sempre più attenzione al prezzo, mentre il 41% afferma di comprare solo quello che serve davvero e magari su questa risposta ci sono anche riflessi ecologici (si compra il necessario per evitare sprechi).

Il 37% afferma di aspettare le promozioni prima di acquistare e il 29% compra direttamente di meno. Solo il 4% risponde che dati i tempi incerti, spendo per togliermi gli sfizi.

Il quadro è dunque chiaro: «La difficoltà economica, l'incertezza sono tutti aspetti che pesano molto sulle famiglie - spiega Bardazzi -. Dove si può scorgere una vena ecologista si capisce comunque che c'è anche un collegamento con un potenziale risparmio. Inutile negarlo: il modo di consumare è cambiato molto e la variazione c'è stata per cercare il miglior prezzo».

Ed è proprio sulle categorie di prodotti più green che si è disposti a spendere di più, in primis per i generi alimentari (45%), a seguire per i grandi elettrodomestici (31%) e per l'automobile nuova (25%). Rimane comunque in generale un 19% dei partecipanti al sondaggio che non è disposto a spendere di più per un bene ecologico, neanche un euro in più: il 35% afferma di poter spendere al massimo il 10% in più e un altro 34% si spinge fino al 5% in più. Come si può allora aumentare l'appeal, incentivando gli acquisti sostenibili? La risposta è sempre collegata all'aspetto economico. Ben il 60% ritiene che per acquistare di più un bene sostenibile è fondamentale la parità di prezzo con i prodotti classici. Il 31% fa notare che ci deve essere una maggiore sensibilizzazione da parte della comunicazione pubblica. «In media si è disposti a spendere in più per un oggetto ecologico fino all'8%, il problema è che il gap di prezzo è in genere superiore - chiarisce Bardazzi -. Tra un'auto termica e una elettrica la differenza di costo non è dell'8%, una elet-

trica costa molto di più». Non è un caso che l'Osservatorio Findomestic dedichi una sezione ad hoc finale alle vetture elettriche. Con la seguente domanda: "L'auto elettrica è la soluzione oggi più ecologica?". Solo il 19% risponde di sì, il 35% dichiara invece di "no" e pensa che tutto sommato sia la soluzione più inquinante.

In generale quindi la sensibilità green da un lato cresce, ma con queste difficoltà economiche (e con prezzi sempre più alti) fare progressi è complesso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ACQUISTI SOSTENIBILI

13%

Senza badare a spese

È la percentuale del campione di intervistati che ha manifestato la disponibilità a spendere anche oltre il 20% in più per acquistare un bene ecologico

35%

Focus auto elettriche

È la percentuale del campione di intervistati che ritiene l'auto elettrica la soluzione più inquinante. Il 19%, invece, pensa all'auto elettrica come soluzione più ecologica rispetto alle auto a motorizzazione termica. Un altro 32% ritiene l'auto elettrica meno inquinante rispetto alle auto a motore termico, ma meno inquinanti delle auto di nuova motorizzazione.



IL SONDAGGIO. Le evidenze dell'Osservatorio Findomestic

06901

06901

MODO DI CONSUMARE

Negli ultimi 12 mesi, ritieni di aver cambiato il tuo modo di consumare/utilizzare i prodotti? In %

93 7

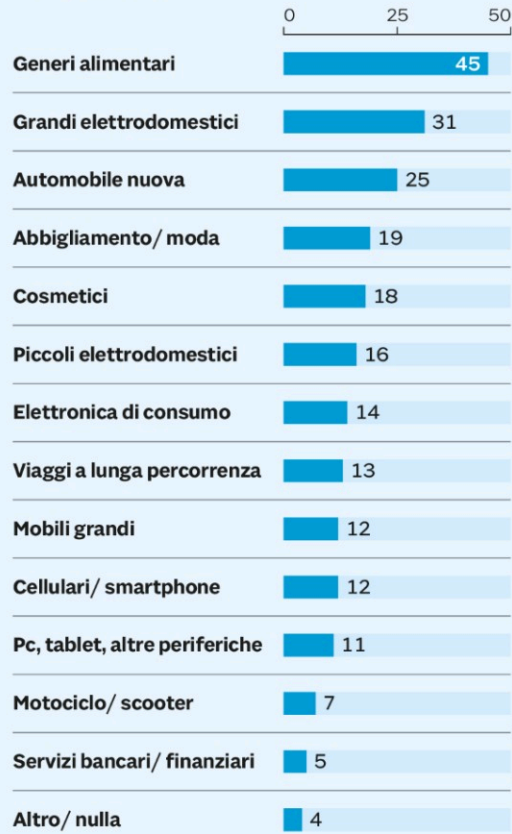
Sì, è cambiato No, non è cambiato

In che modo è cambiato?



CATEGORIE PIÙ ECOLOGICHE

Per quali di questi prodotti sei disposto a spendere di più pur di acquistare un bene ecologico? In %



Fonte: Osservatorio Findomestic