

## COME CRESCONO I CONSUMI RESPONSABILI

DS6901

DS6901

La terza edizione di Agos Insights 2024, la ricerca realizzata da Agos, società leader nel credito al consumo partecipata dal Gruppo Crédit Agricole, in collaborazione con Eumetra, evidenzia come l'Italia continui a mostrare un'elevata consapevolezza verso la sostenibilità, sia tra privati che tra le aziende

di Paola Belli

**È** giunta quest'anno alla terza edizione **Agos Insights**, la ricerca sui consumi sostenibili realizzata da **Agos** - società leader nel credito al consumo partecipata dal Gruppo **Crédit Agricole** - in collaborazione con **Eumetra**, Istituto indipendente di ricerca sociale e marketing, che offre soluzioni agili e affidabili ai decisori aziendali.

L'osservatorio, in linea con i valori di trasparenza e rispetto di cui l'intero Gruppo Crédit Agricole si fa promotore, nasce nel 2022 con l'obiettivo di sensibilizzare aziende e consumatori privati circa modelli di consumo responsabile e di fornire strumenti utili per contrastare le crescenti preoccupazioni sul tema della sostenibilità socio-ambientale.

L'ultima edizione, presentata l'ottobre scorso presso la sede della società, Agos Green Life 280, a Milano, ha evidenziato come l'Italia, nonostante un incremento inflazionistico e una difficile congiuntura economica hanno condizionato le abitudini di consumo dei cittadini, continui a mostrare un'elevata consapevolezza verso la sostenibilità, sia tra privati che tra le aziende, al punto che la transizione verso un'economia più verde è considerata una vera e propria priorità.

In particolare, crescono le abitudini sostenibili in tema di spesa quotidiana, cura personale e mobilità. Il 72% degli intervistati ha dichiarato di essere disposto a spendere di più per prodotti e servizi sostenibili, con un incremento



FRANÇOIS EDOUARD DRION, CEO DI AGOS

**IL 72% DEGLI INTERVISTATI  
HA DICHIARATO DI ESSERE DISPOSTO  
A SPENDERE DI PIÙ PER PRODOTTI  
E SERVIZI SOSTENIBILI**

di 2 punti percentuali rispetto al 2023. La maggior parte si dimostra particolarmente green nelle scelte dei beni alimentari (57%, +8 pp vs 2023), dei mezzi di trasporto (24%, +4 pp vs 2023) e dei farmaci (19%, +4 pp vs 2023). Cresce, poi, l'intenzione di efficientare gli immobili (85%) e gli elettrodomestici (56%), nonostante uno scetticismo generalizzato per la Direttiva Casa Green EU. Solo la minoranza degli intervistati (27%) afferma di conoscere approfonditamente la normativa e di avere fiducia nella messa in atto dei piani (11%). Non solo, l'intenzione spesso si scontra con limitazioni di tipo pratico come complicazioni burocratico-logistiche, gli elevati costi e l'incertezza sugli incentivi.

Cresce, infine, la predilezione per i mezzi green (a piedi +4pp vs 2023, al 54%, con mezzi pubblici +2pp vs 2023, al 43%), sebbene comodità e risparmio restino i driver principali sulla scelta del mezzo. Nel Paese, le posizioni sull'auto elettrica appaiono divisive: coloro che la considerano uno strumento importante con cui combattere l'inquinamento atmosferico si confrontano con gli scettici, che dubitano della normativa 2035, delle infrastrutture, dei tempi di produzione e dell'effettiva impronta green.

«Come Agos raccogliamo questa voce e orientiamo la nostra azione in modo da essere sempre più Consulenti sulle soluzioni possibili - anche per cogliere i vantaggi fiscali o normativi - nel sostenere i clienti nelle opportunità di acquisto sostenibile con differenziazione di soluzioni finanziarie e nel testare con i nostri partner nuove modalità rivolte ai clienti, in particolare nel settore mobilità e della casa (household). Siamo coinvolti attivamente in un'azione comune che amplifica ed estende gli impatti reali del nostro impegno sostenibile» afferma **François Edouard Drion**, Ceo di Agos.

Con la ricerca, Agos rilancia dunque la voce dei consumatori e delle scelte sostenibili. Nel nostro Paese la consapevolezza e la conoscenza della rilevanza dell'impatto dei temi socio-ambientali sono indubbiamente consolidate, ma persiste uno scetticismo diffuso verso le modalità di realizzazione nel breve e nel quotidiano di tali scelte.