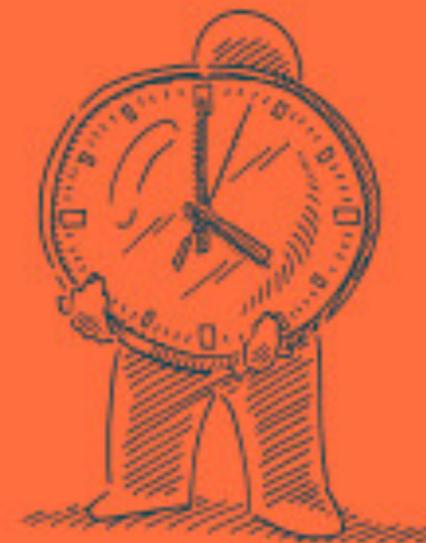


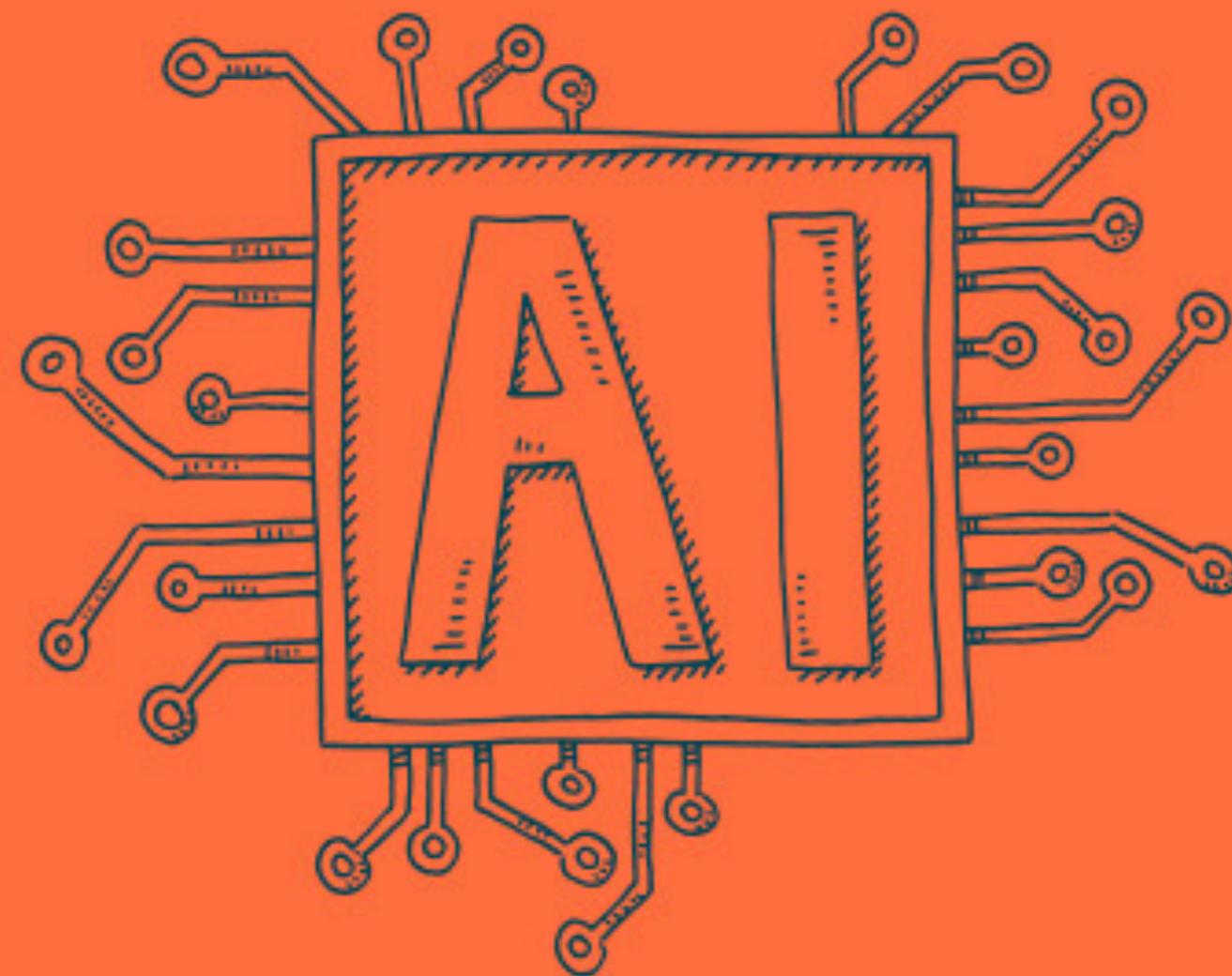
E V O L V I N G
P A R T N E R S



Gli effetti di una continua **incertezza**

Stetoscopio – Il sentire degli italiani

Edizione 2023



Evolving Partners è il progetto che unisce MPS – Evolving Marketing Research e NT Next – Evolving Communication nello studio del contesto e nell’ideazione di strategie di marketing e comunicazione orientate all’evoluzione. Nel 2020 è stato avviato un percorso di analisi e interpretazione del momento storico che si è venuto a profilare in seguito allo scoppio della pandemia. Oggi, a distanza di tre anni dallo shock iniziale, il progetto continua all’interno di un prospetto ben più ampio.

A partire da marzo 2020, ognuno di noi ha dovuto riscrivere la propria idea di quotidianità.

A distanza di 3 anni, ci troviamo di fronte a nuove emergenze: continua la guerra nel cuore dell’Europa, nuovi conflitti in medio oriente, perdura la criticità in ambito energetico e la crisi climatica risulta sempre più evidente.

Attraverso la raccolta e la reinterpretazione dei dati proviamo a fare il punto della situazione: con l’indagine nazionale «Stetoscopio – il sentire degli italiani» cerchiamo di comprendere come si evolvono le aspettative e i bisogni degli italiani di fronte alle nuove sfide globali e di fronte a temi centrali per il futuro come la sostenibilità, la digitalizzazione e l’innovazione.

Stetoscopio 2023 si propone di:

- misurare il sentiment degli italiani in questo momento;
- capire come sono cambiati i consumi, la vita lavorativa e le attività del tempo libero nell’ultimo anno;
- comprendere quali siano le previsioni per il futuro;
- definire i significati della sostenibilità;
- verificare il rapporto con la digitalizzazione e l’AI;
- comprendere come i consumatori stiano affrontando la fine del mercato tutelato dell’energia;
- Intercettare l’attenzione e la preoccupazione del cittadino rispetto al tema dell’invecchiamento della popolazione.

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale della Cultura

L'inizio del terzo decennio del nuovo secolo è stato un continuo susseguirsi di eventi che hanno portato gli italiani a modificare atteggiamenti e abitudini.

Dopo la pandemia, il 2022 si era aperto con l'invasione russa dell'Ucraina riportando la guerra nel cuore dell'Europa e costringendo ad un brusco e inatteso rallentamento le economie occidentali che erano appena ripartite dopo lo shock del 2020. La conseguente crisi energetica ha innescato un rialzo dell'inflazione a due cifre in molti Paesi, fra cui l'Italia, che ha dovuto affrontare anche un'anomala siccità estiva, conseguenza del riscaldamento climatico globale.

Il 2023 è stato il primo anno del nuovo Governo Meloni, anno che ha registrato un raffreddamento rispetto alla corsa dei prezzi e che è stato scosso nuovamente sul piano internazionale dal nuovo conflitto esploso in medio oriente tra Israele e Palestina. L'anno appena concluso è stato segnato anche dalle forti tensioni della popolazione francese legate alla riforma pensionistica proposta da Macron, argomento che l'Italia ha iniziato ad affrontare con la finanziaria del 2023 e che diventerà sempre più centrale vista l'inevitabile tendenza al continuo invecchiamento della popolazione italiana.

Questo contesto di sfide complesse e intrecciate ha avuto un inevitabile impatto sul sentiment degli italiani, sulle abitudini di vita e di consumo e sulle scelte riguardanti il bilancio familiare, che abbiamo indagato in questa edizione 2023 di Stetoscopio.

In particolare ci si è proposti di:

- fotografare la **situazione attuale** degli italiani rispetto a condizione occupazionale, reddito, consumi, capacità di risparmio e di spesa, in un contesto economico difficile e in continua mutazione;
- capire quali sono **i cambiamenti** in atto nelle abitudini di vita e di consumo, in risposta alle vecchie e nuove sfide (sanitarie, economiche, ambientali, sociali), a partire dal tema della **sostenibilità**, asset portante del rilancio dettato dal NEXT Generation EU, passando attraverso la **digitalizzazione e la fruizione dell'Intelligenza artificiale**;
- monitorare ed intercettare le nuove tendenze e la preparazione di cittadini, istituzioni ed aziende rispetto al fenomeno del progressivo **invecchiamento della popolazione**.

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale della Cultura

Metodologia

Sono state realizzate 1.000 interviste CAWI (interviste online presso iscritti a panel in Italia).
Le interviste sono state sviluppate secondo un questionario strutturato (durata media 15 minuti) e sono state raccolte su un link sviluppato e gestito da MPS. Le interviste sono state realizzate nel mese di dicembre 2023.

Target e ampiezze campionarie

1.000 individui rappresentativi della popolazione adulta italiana **dai 18 ai 70 anni**.

Sono state impostate quote per area geografica, sesso, fasce d'età.

Obiettivi specifici

Monitoraggio costante

Profilazione del target per caratteristiche socio-demografiche, composizione del nucleo familiare, dotazioni IT e expertise digitale.

Giudizio generale sul momento e **sentiment** degli italiani.

Bilancio familiare, **reddito**, capacità di **spesa, consumi** e condizione occupazionale.

Fiducia nelle istituzioni (locali, nazionali e sovranazionali) e nei servizi (scuola, sanità, informazione, sicurezza).

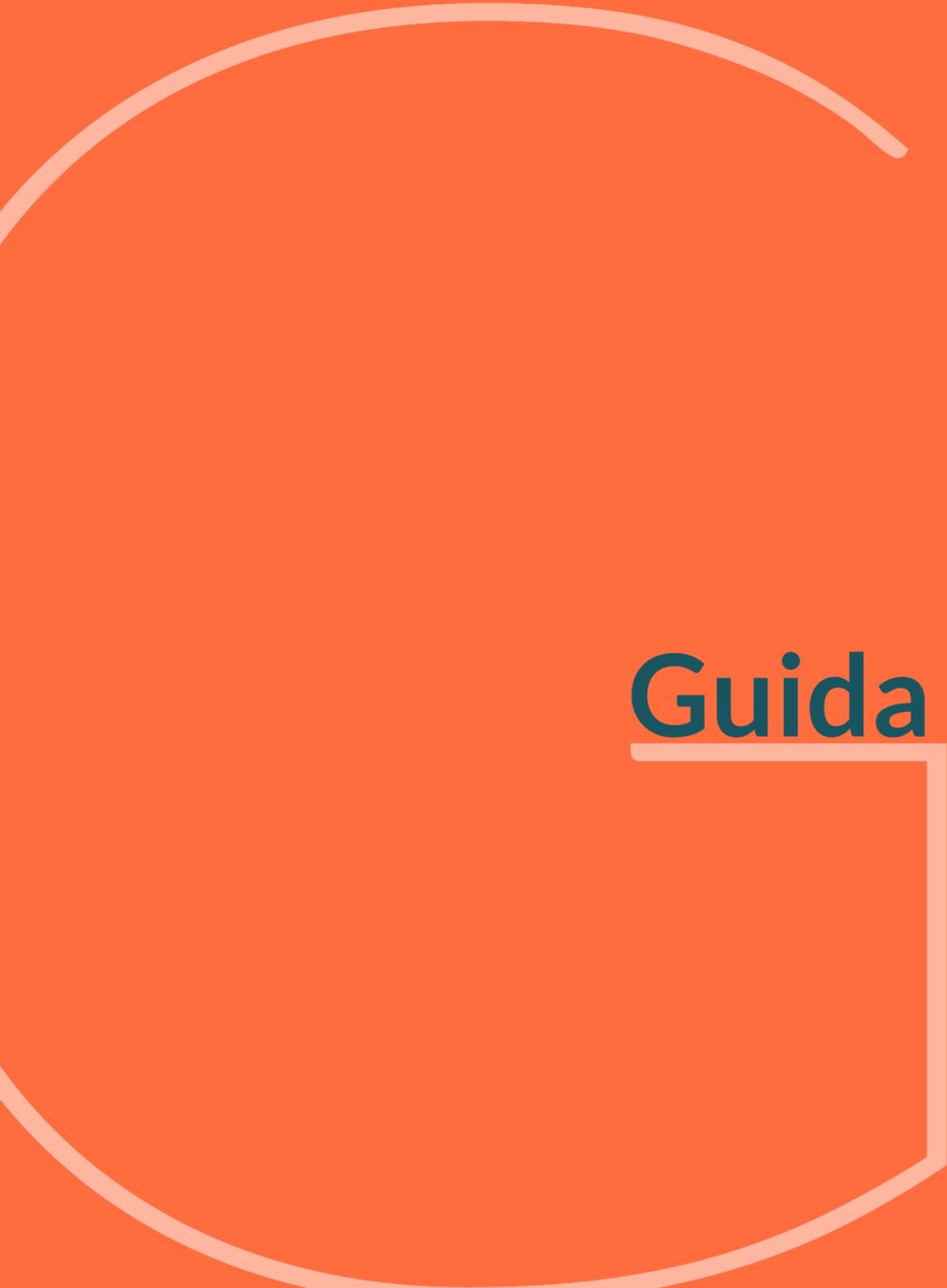
Temi contingenti

Sostenibilità: declinazione degli ambiti e comprensione delle applicazioni.

Digitalizzazione e l'AI: conoscenza, utilizzo, ambiti di impiego, modifiche indotte ai propri comportamenti e abitudini.

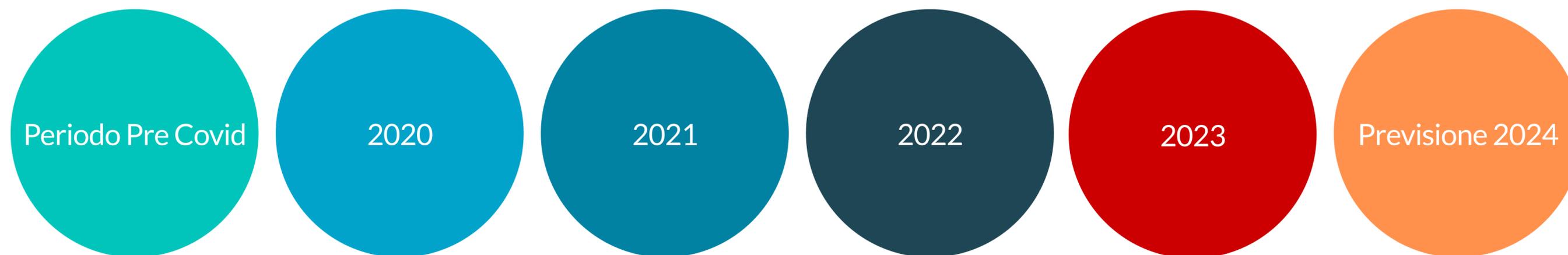
Fine del mercato tutelato dell'energia: comprendere come i consumatori stiano affrontando il passaggio al mercato libero e quali informazioni stiano raccogliendo per effettuare le proprie scelte.

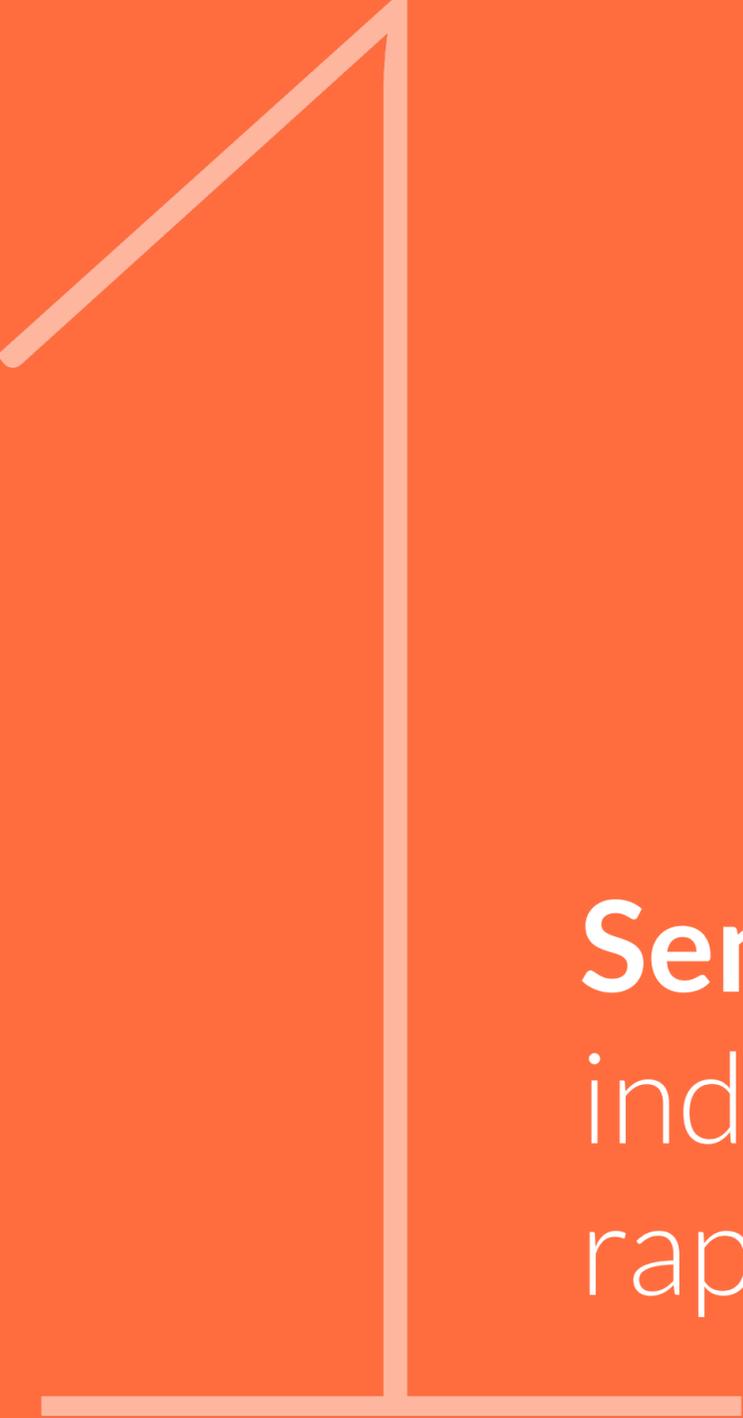
Invecchiamento della popolazione: comprendere se la tematica sia all'ordine del giorno degli italiani, definendo gli ambiti maggiormente colpiti dal fenomeno.

A large, light-colored outline of the letter 'G' is positioned on the left side of the page. The top curve of the 'G' is open, and the bottom curve is also open, with a vertical line segment on the right side of the bowl of the letter.

Guida alla lettura.

In tutto il documento di presentazione dei dati ogni codice colore (e le relative tonalità) è sempre associato a uno specifico lasso temporale come indicato di seguito.

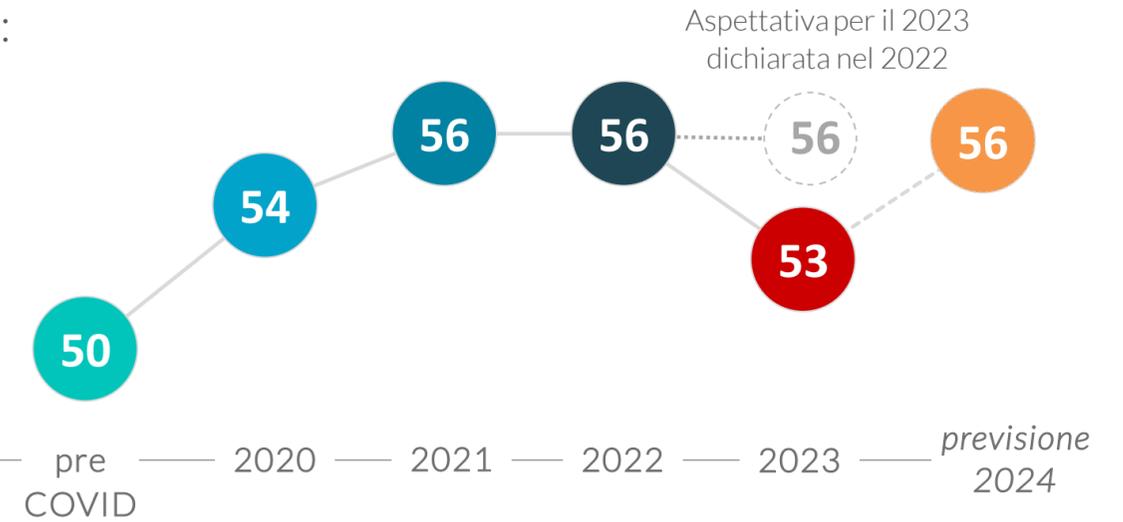




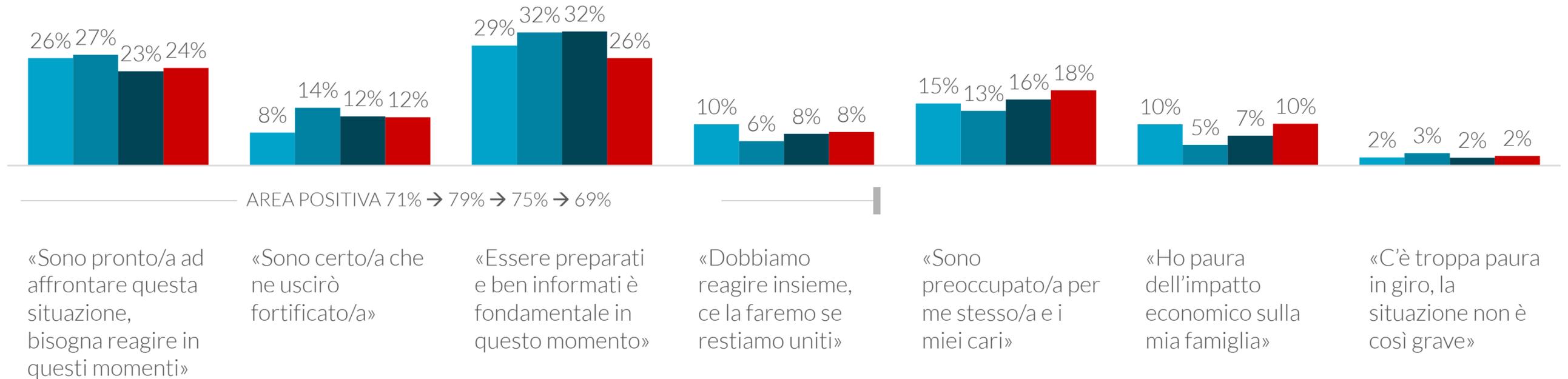
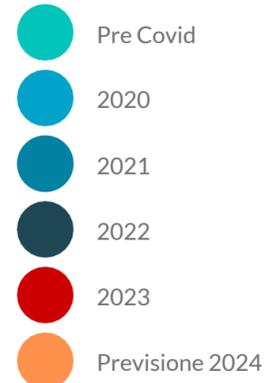
Sentiment generale: il contesto individuale, il mondo del lavoro e il rapporto con le istituzioni.

Il Sentiment generale degli italiani: aumenta la preoccupazione per il futuro

Se la parola d'ordine del 2021 era «ripartenza» e quella del 2022 era «incertezza», quella del 2023 è «preoccupazione» confermando il trend in calo dell'area della positività. Il **sentiment generale subisce uno stop**: dagli anni della pandemia si registra il punteggio minore, non confermando con i fatti l'aspettativa di continuità dello scorso anno. Il clima di incertezza generale e di rapido cambiamento dello scenario geopolitico, culturale e ambientale genera un crescente senso di preoccupazione per sé e per la propria famiglia (+2% rispetto al 2022), anche da un punto di vista economico (+3% rispetto al 2022). Il sentimento di **rassegnazione**, che aveva iniziato ad emergere lo scorso anno si fortifica: essere ben preparati ed informati non sembra essere sufficiente in questo momento (-6% rispetto allo scorso anno).



La valutazione della **situazione attuale**

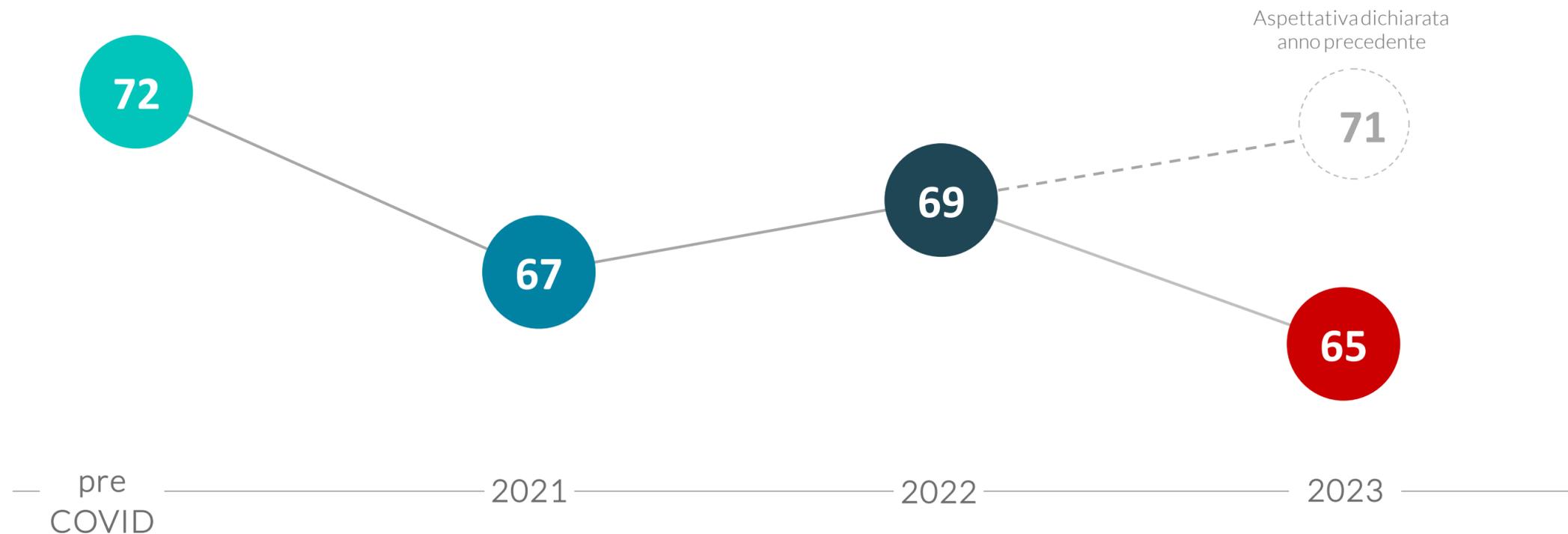


Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

Il contesto individuale: la capacità di gestione del bilancio è in bilico

Dopo l'apparente segnale di aumento del 2022, **la fiducia che gli italiani ripongono nelle proprie capacità di gestione del bilancio familiare** cala al minimo della serie storica: il clima di incertezza e di aumento generale dei prezzi (fino al primo semestre dell'anno) continua a ridimensionare le aspettative degli italiani sulla possibilità di tenere sotto controllo la propria situazione economica.

Capacità di gestione bilancio



Il contesto individuale: continua l'aumento del peso dei beni essenziali sul bilancio familiare

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

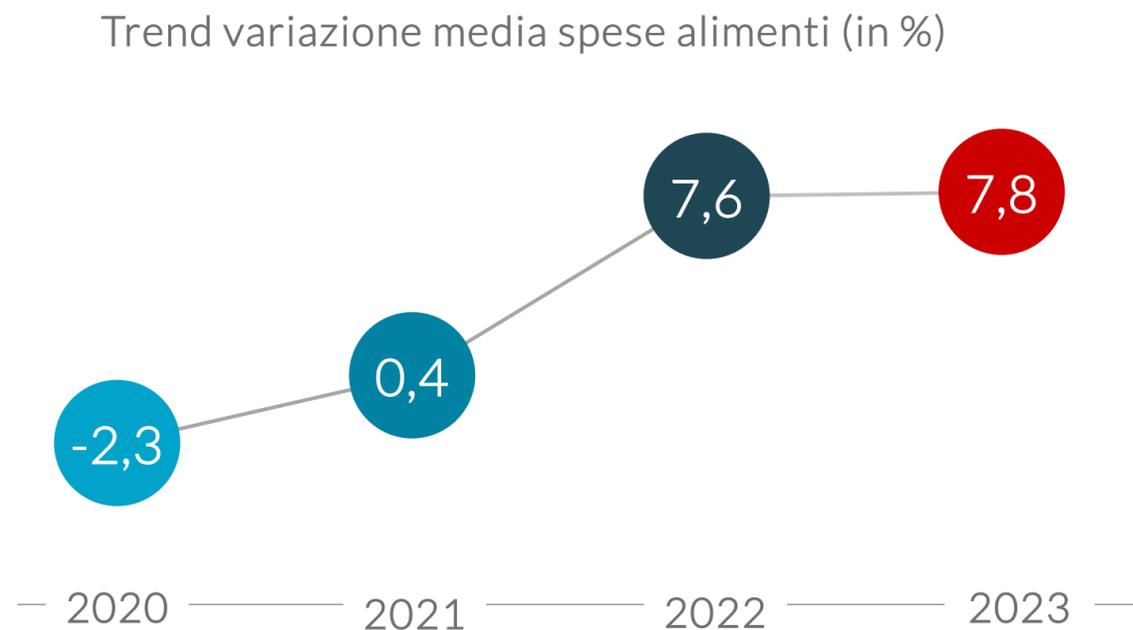
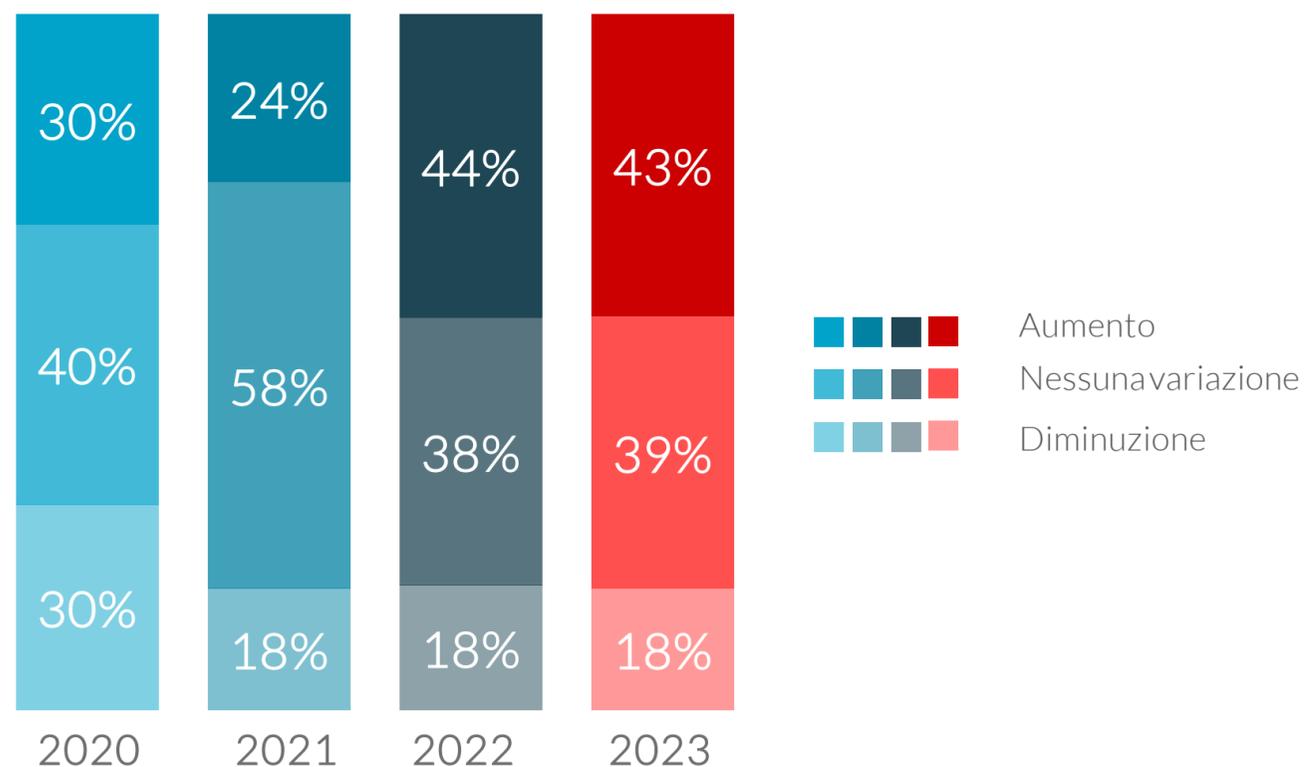
Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

L'inflazione e la crisi energetica (che hanno inciso notevolmente fino al primo semestre 2023), i cui effetti hanno iniziato a manifestarsi lo scorso anno, continuano ad alimentare l'aumento delle spese per i beni essenziali; anche nel secondo semestre del 2023 **gli italiani indicano una crescita dei prezzi per i beni essenziali** come gli alimenti, i prodotti per la pulizia della casa e la cura del corpo: l'aumento medio è pari al 7,8%, non recependo alcun beneficio dal rallentamento dell'indice dei prezzi.

Spesa per gli alimenti



Il mercato del lavoro: outlook stabile per la condizione lavorativa

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

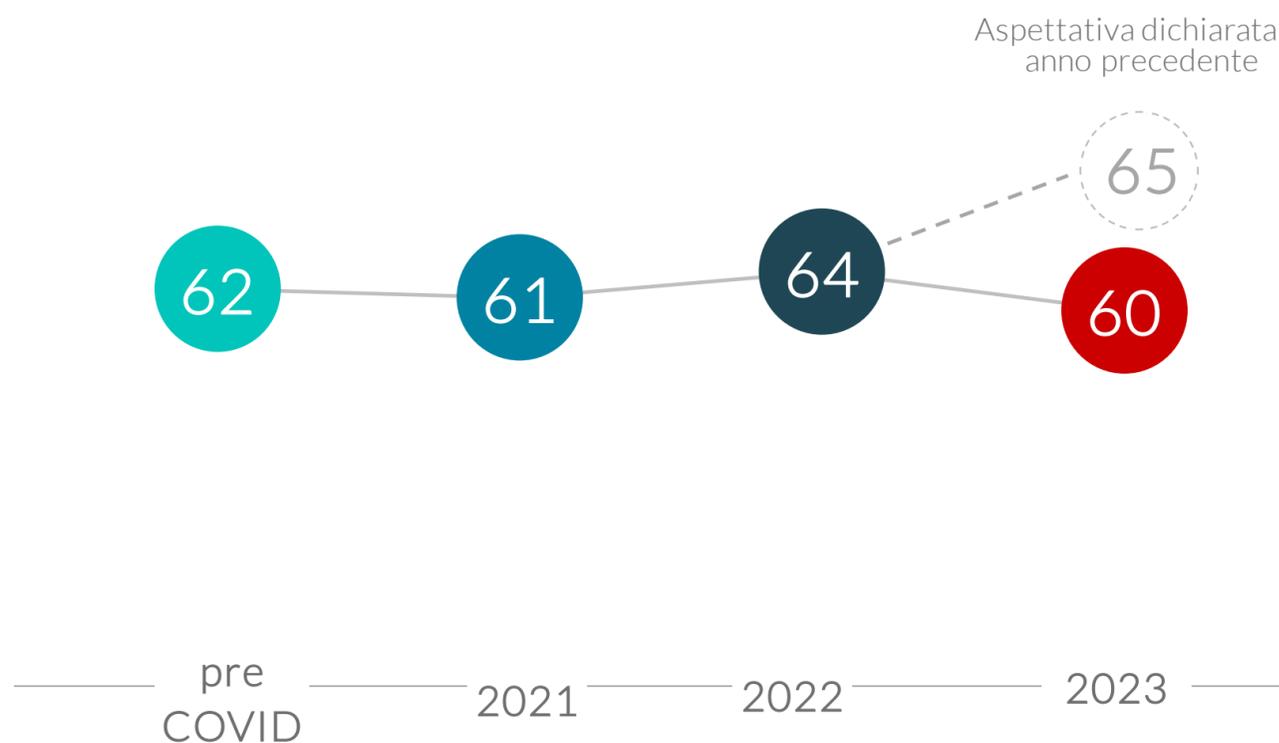
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

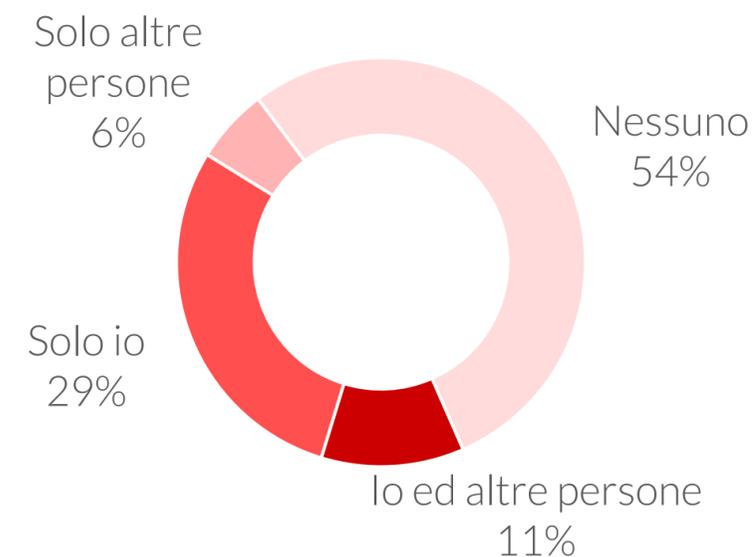
Fino allo scorso anno, il lavoro si configurava come l'ambito di maggiore soddisfazione, con una previsione di ulteriore miglioramento per quest'anno. **Nel 2023 la soddisfazione della condizione lavorativa delle persone subisce un calo continuo, non raggiungendo quindi le aspettative dichiarate.**

Le motivazioni possono essere molteplici: il ritorno alla normalità nelle relazioni interpersonali fra colleghi non è più una novità, lo **smart working è consolidato e parte della quotidianità lavorativa di una famiglia italiana su 2** (dato stabile da due anni, ma in continua erosione) e **riguarda 3 italiani su 4 con un alto livello professionale.**

Soddisfazione condizione lavorativa



Smart working



46% Smart working 2023

(48% 2022)

Alto livello professionale: 75%

Base: totale campione b. 1000

Base: totale campione b.1000

Q6 - Da 1 a 100 quanto è soddisfatto della sua condizione lavorativa attuale?

QH - Lei o qualcuno della sua famiglia lavora da casa, in smart working per uno o più giorni alla settimana?

I consumi: crisi economica ed inflazione ridefiniscono le priorità

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

Rientrano nella sfera dei desideri, effettuati solo in rare occasioni, «lussi» o «sfizi» ai quali si può rinunciare.

Accessori

Beni di lusso

Ristorazione a domicilio ▲

Eventi, concerti, abbonamenti a eventi sportivi

Procrastinabili

Legati alla sfera individuale e relazionale. Effettuati periodicamente, ma posticipabili.

Attrezzature sportive

Week-end

Vacanze/Viaggi

Articoli per fai da te

Articoli bambini

Abbonamenti e streaming

New device ▲

Utili

Legati alla quotidianità dei quali difficilmente si può fare a meno, in quanto rispondono a bisogni relazionali e connotano l'identità pubblica e la personalità.

Cultura

Attività ricreative figli

Servizi cura del corpo

Tecnologia informatica

Articoli per animali

Piccoli elettrodomestici

Spese ristrutturazione/ manutenzione

Prodotti cura del corpo ▼

Spese per i trasporti

Abbigliamento e calzature ▼

Grandi elettrodomestici ▼

Essenziali

Rispondono a bisogni vissuti come primari e spese obbligatorie.

Istruzione figli

Spesa pulizia casa

Visite mediche / dentistiche ▼

Assicurazioni ▼

Spesa alimentare



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

È possibile individuare 4 tipi di consumi all'interno dei quali collocare le scelte degli italiani. Spese ed acquisti, infatti, possono essere disposti su 4 livelli che si differenziano per il grado di priorità: da un primo definito come essenziale ed imprescindibile, fino al quarto livello considerato accessorio (apice della piramide).

In questo 2023 caratterizzato dall'aumento dei prezzi, **la collocazione dei prodotti e servizi valutati è pressoché invariata, con un'ulteriore divaricazione del posizionamento di alcune categorie.**

Viene confermato lo **svuotamento dell'area dei consumi considerati ESSENZIALI**, in cui rimangono solo i bisogni di base: spesa alimentare, visite mediche, assicurazioni e spese per l'istruzione dei figli.

Si stabilizzano nell'area dei **consumi PROCRASTINABILI** gli abbonamenti a piattaforme e servizi in streaming ed i new device. Viaggi e vacanze e weekend fuori porta, pur rimanendo nell'area del procrastinabile, presentano un lieve movimento verso i consumi UTILI.

La ristorazione a domicilio è a tutti gli effetti uno sfizio, e infatti entra nell'area dei **consumi ACCESSORI** insieme ai beni di lusso e ai biglietti per eventi, concerti e avvenimenti sportivi.

Si confermano scarse le aspettative verso i servizi sul territorio

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

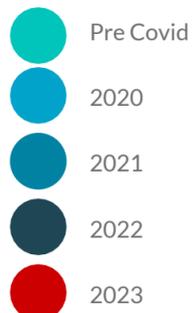
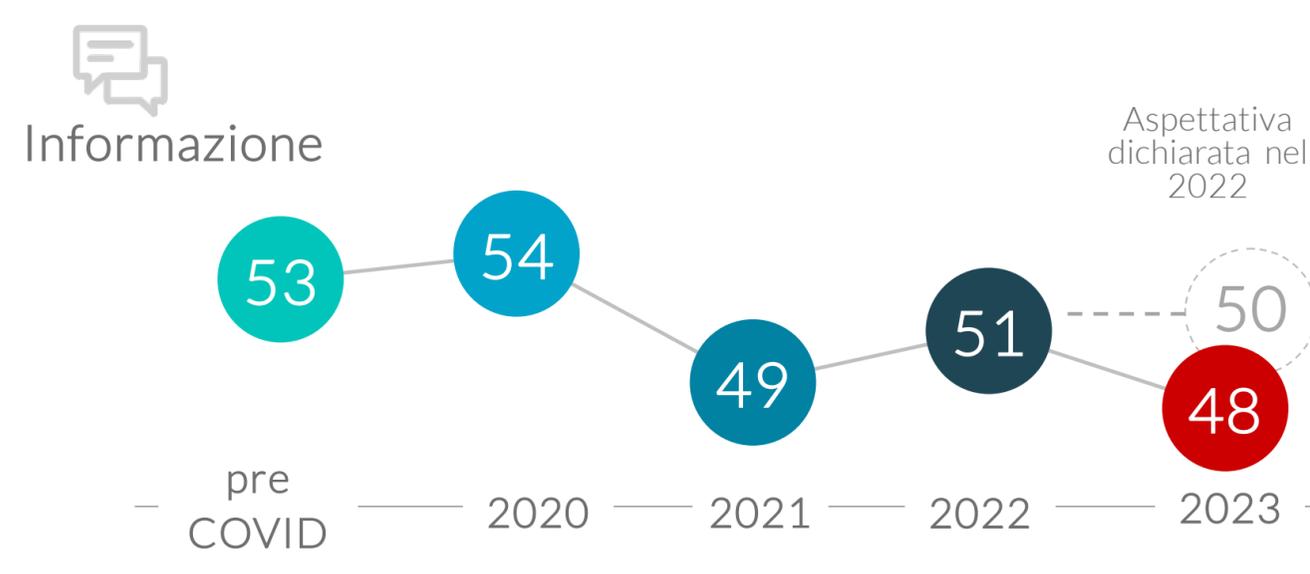
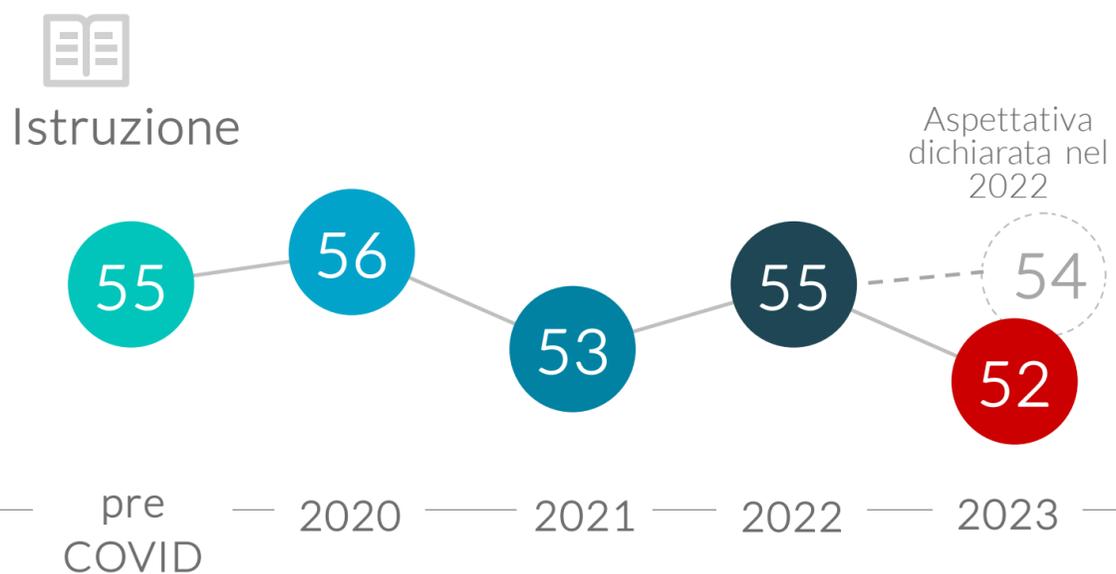
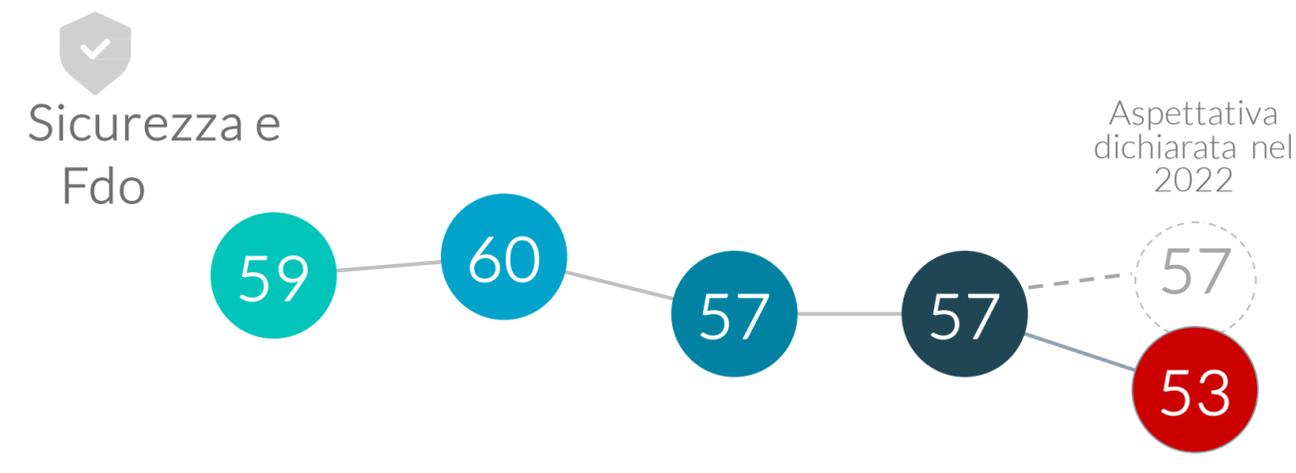
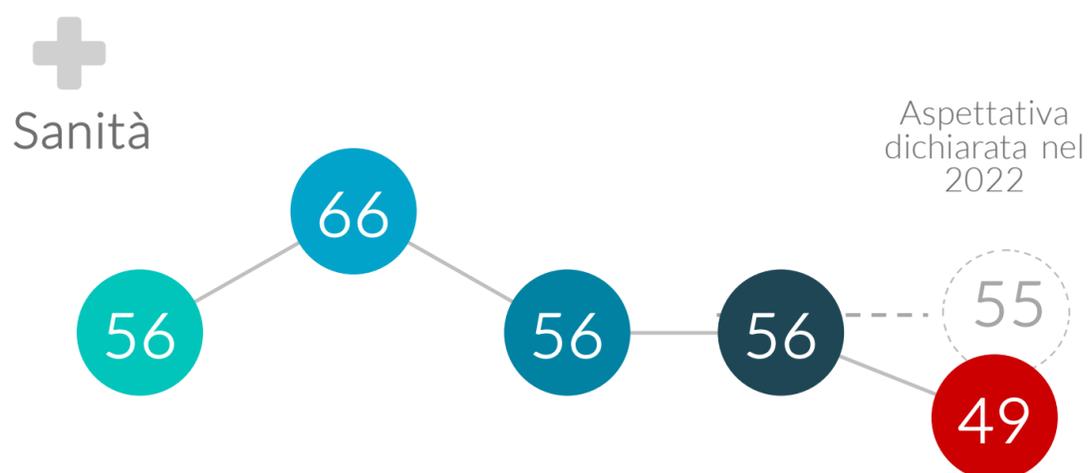
I servizi del territorio mostrano un andamento in diminuzione, che denota la progressiva **sfiducia degli italiani**.

La sanità sottolinea la particolare criticità del momento, registrando il minimo storico.

Lo stesso andamento si rileva per l'istruzione, le forze dell'ordine e la sicurezza.

Sempre ai minimi la fiducia nei **mezzi di informazione**, che dopo il **lieve** miglioramento del 2022, volge ad un trend in diminuzione.

Rating Servizi
Trend punteggio medio (1-100)



L'informazione divide gli italiani sugli strumenti da utilizzare

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

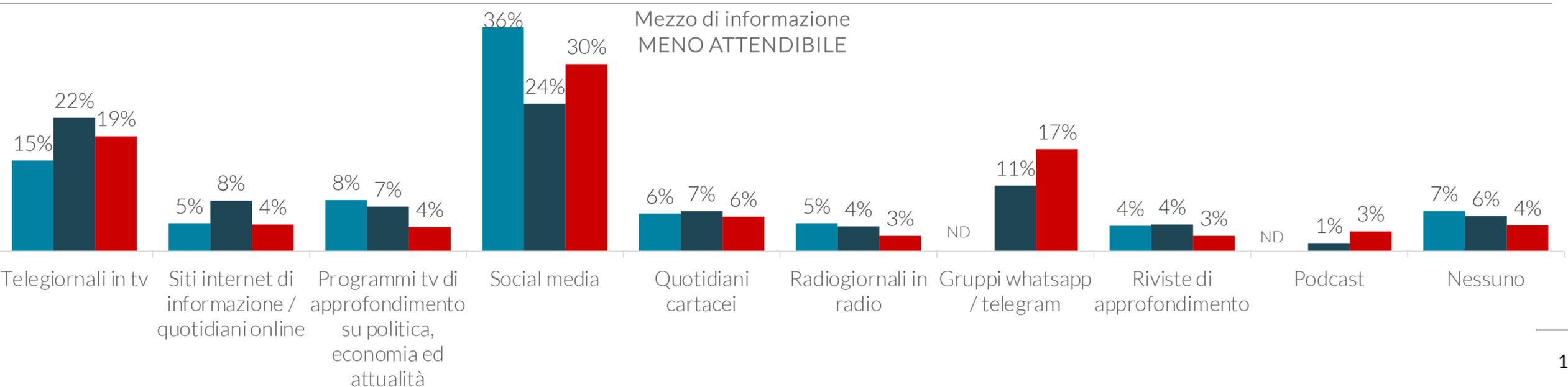
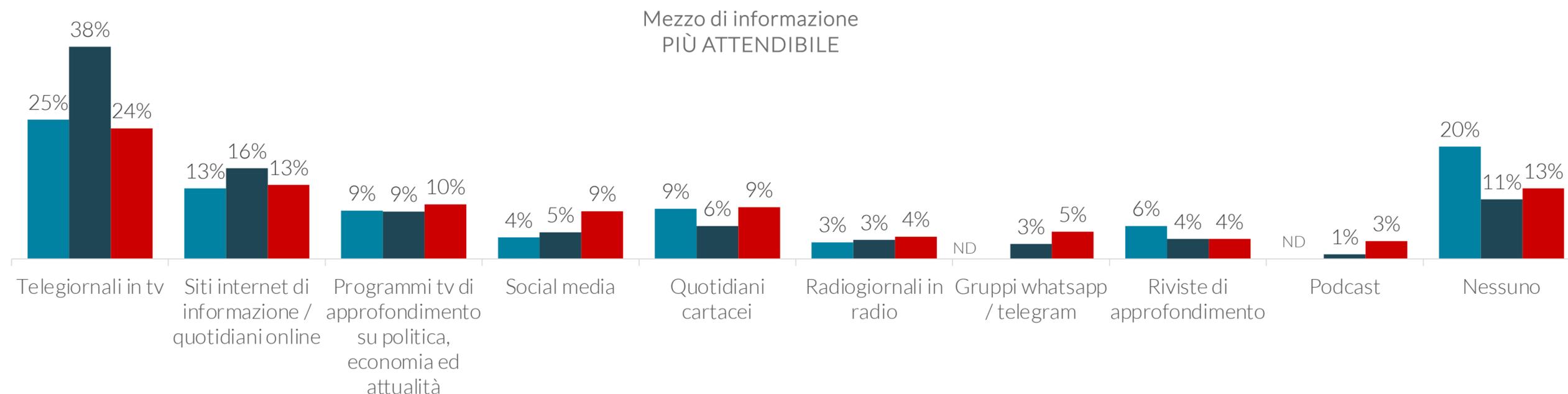
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

I telegiornali in TV considerati i mezzi di informazione più attendibili, indicati, ma con una significativa diminuzione rispetto al 2022 (-14%).

Seguono i siti internet di informazione e i quotidiani online e i programmi TV di approfondimento.

Continua, seppur limitata, la crescita della reputation dei social media e dei gruppi Whatsapp e Telegram, **che restano le fonti di informazione meno attendibili.**



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

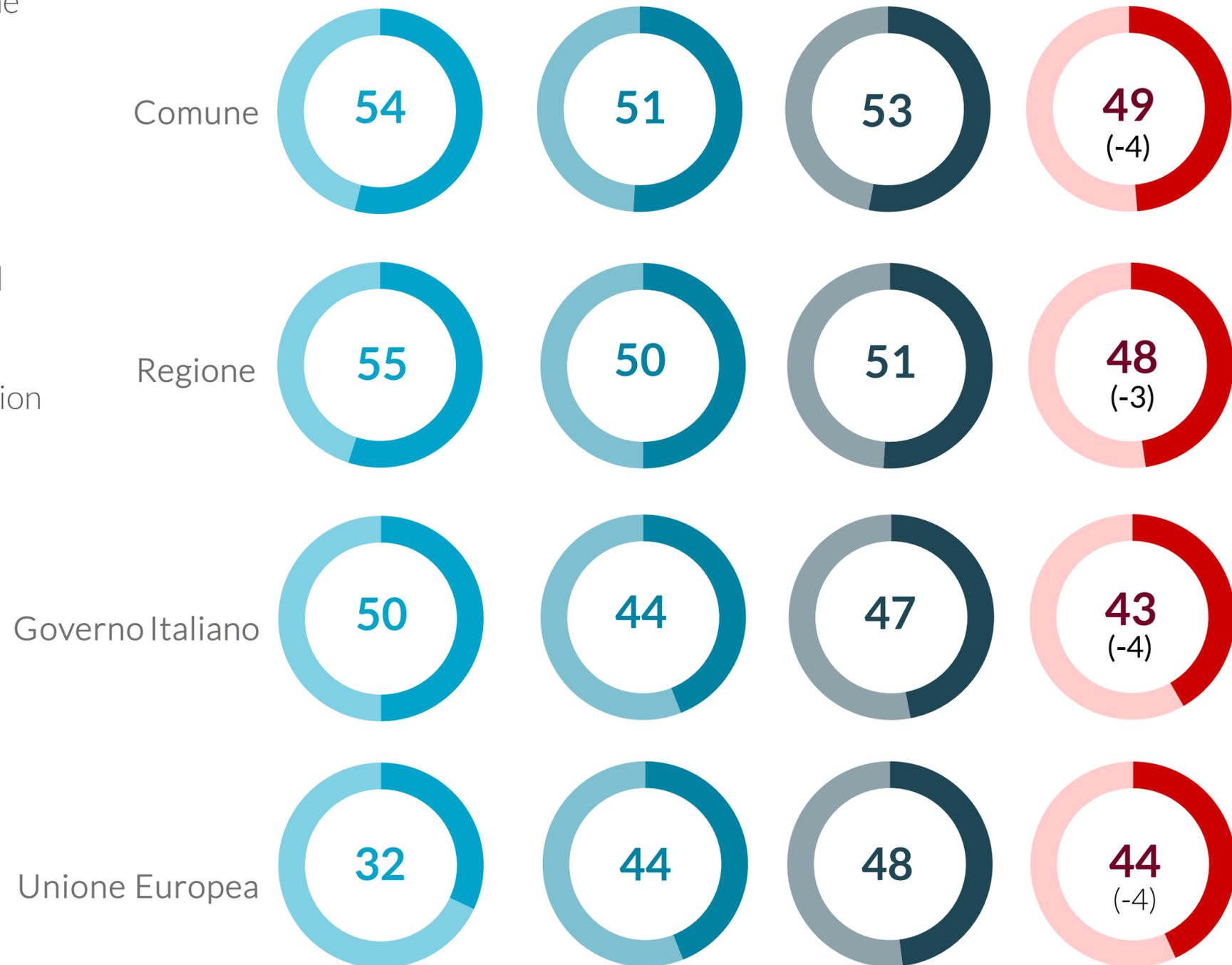
La fiducia nella capacità delle istituzioni di gestire la situazione nel 2023 **raggiunge il minimo storico per comune, regione e governo** italiano (terminato l'effetto sorpresa del nuovo governo).

Non fa eccezione l'Unione Europea, che ritorna ai livelli del 2021, arrestando la crescita di fiducia del 2022 derivante dai fondi stanziati dal Next Generation EU.

Rating Istituzioni

Punteggio medio (1-100)

Tra parentesi GAP rispetto rilevazione precedente)



Outlook generale: sostenere la progettualità per affrontare le sfide globali

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

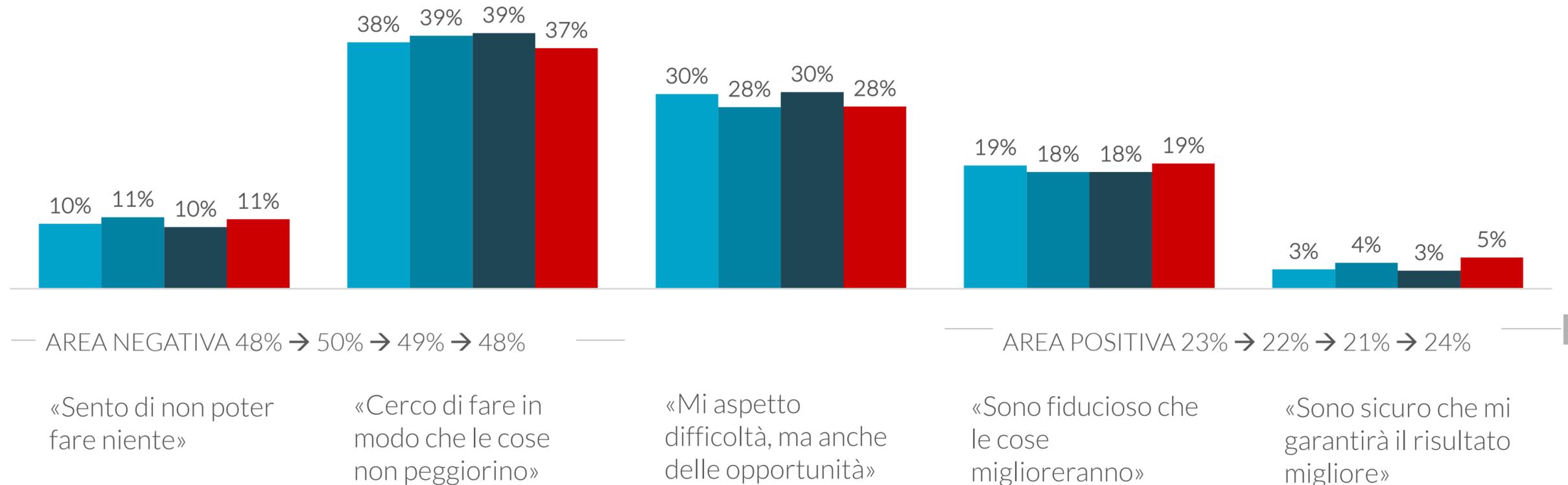
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

L'outlook generale si è ormai stabilizzato negli anni: la metà degli italiani ha una visione negativa, guardando ai prossimi mesi si sentono impotenti (11%) e cercano perlopiù di contenere i danni (37%). Viceversa, le cose miglioreranno per 1 italiano su 4.

Il 28% degli italiani si riconosce in una visione più realistica: il futuro presenterà ancora difficoltà, ma potrebbe offrire anche delle opportunità.

Per il mio futuro...





La digitalizzazione e l'AI alla portata
di tutti: **ChatGPT e BARD.**

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

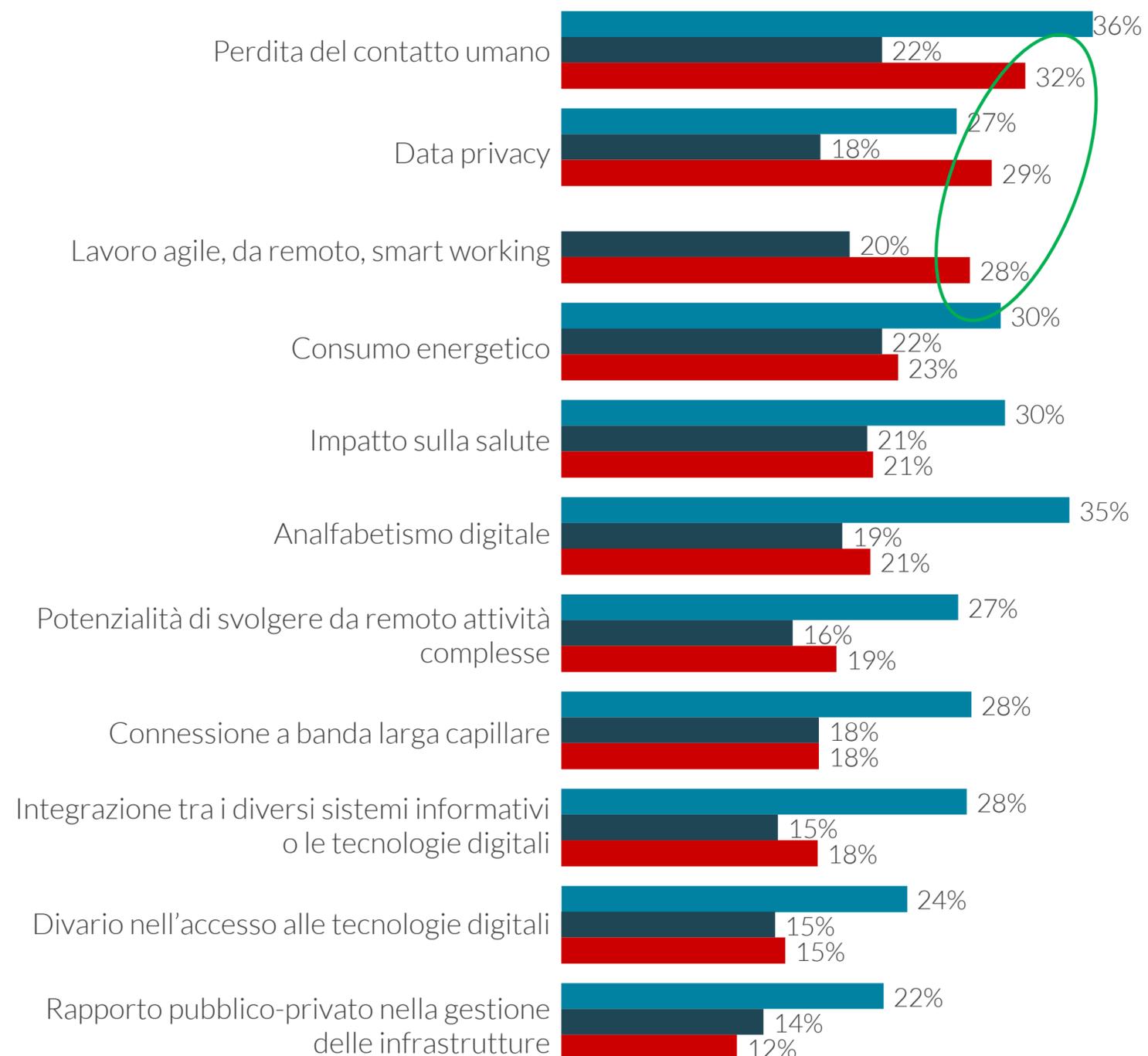
Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

Parlando di **evoluzione digitale**, l'arrivo della AI riporta in auge tematiche che avevano perso consistenza nel 2022: il timore della **perdita del contatto umano**, strettamente collegato anche al consolidato utilizzo dello **smart working**, ma anche argomenti sempre più al centro del dibattito digitale come **la protezione dei dati personali e data privacy**.

Tematiche più rilevanti dell'evoluzione digitale



(Totale campione B. 1000)

Q42 - A suo parere, quali delle seguenti tematiche sono più rilevanti in tema di digitalizzazione?



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

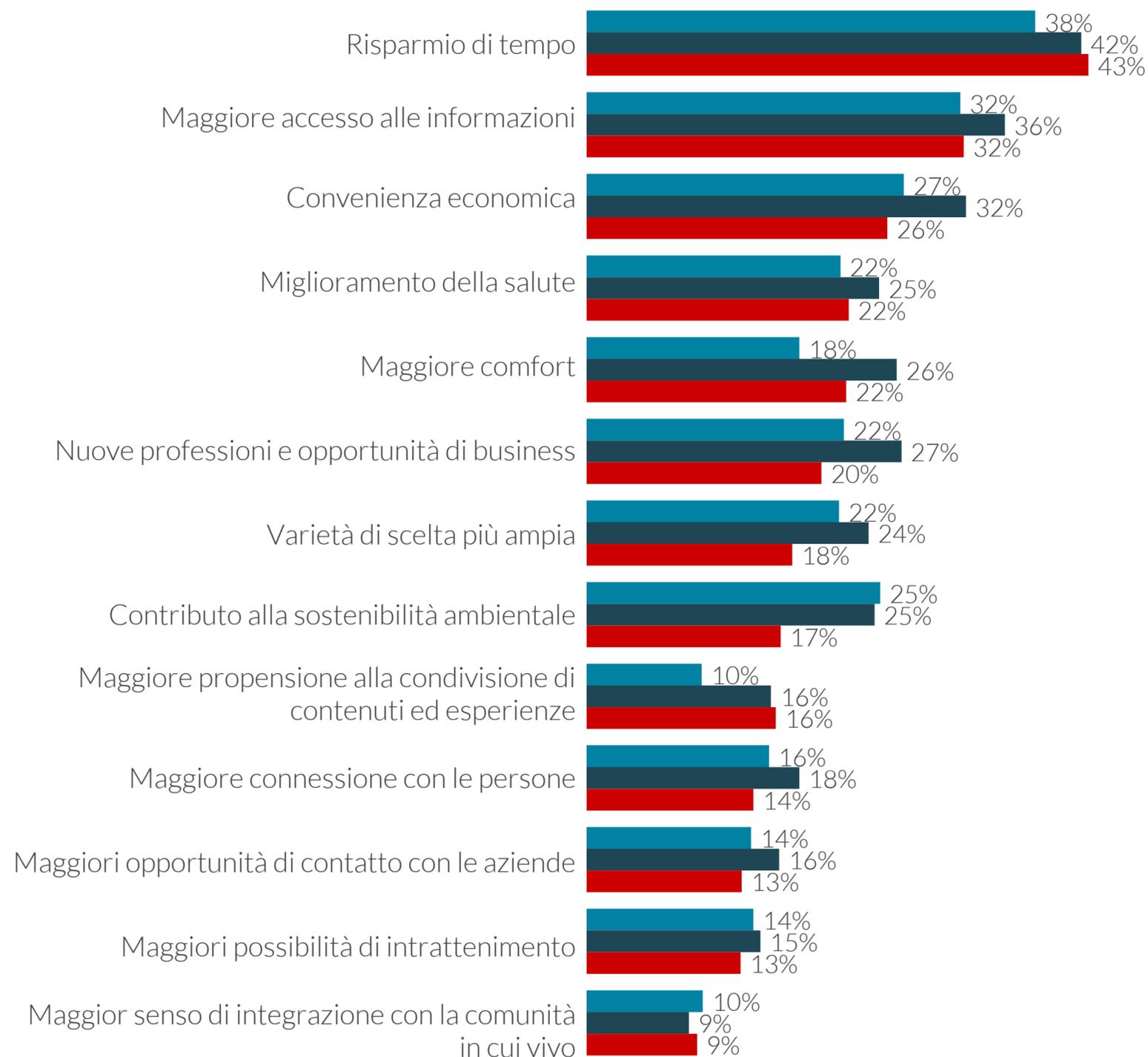
Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

Le nuove tecnologie consentono di **risparmiare tempo e denaro** e di avere **maggiore accesso alle informazioni**: sono questi i principali benefici di una vita più digitale secondo gli italiani, in linea con quanto emerso nelle scorse rilevazioni. Non solo, la digitalizzazione permette anche un risparmio **in termini economici**, così come un **miglioramento della salute** e un **maggiore comfort nella vita quotidiana**.

Principali BENEFICI nella vita più digitale



(Totale campione B. 1000)

Q43 - Quali sono i principali benefici che si aspetta di raggiungere attraverso una vita più digitale?



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

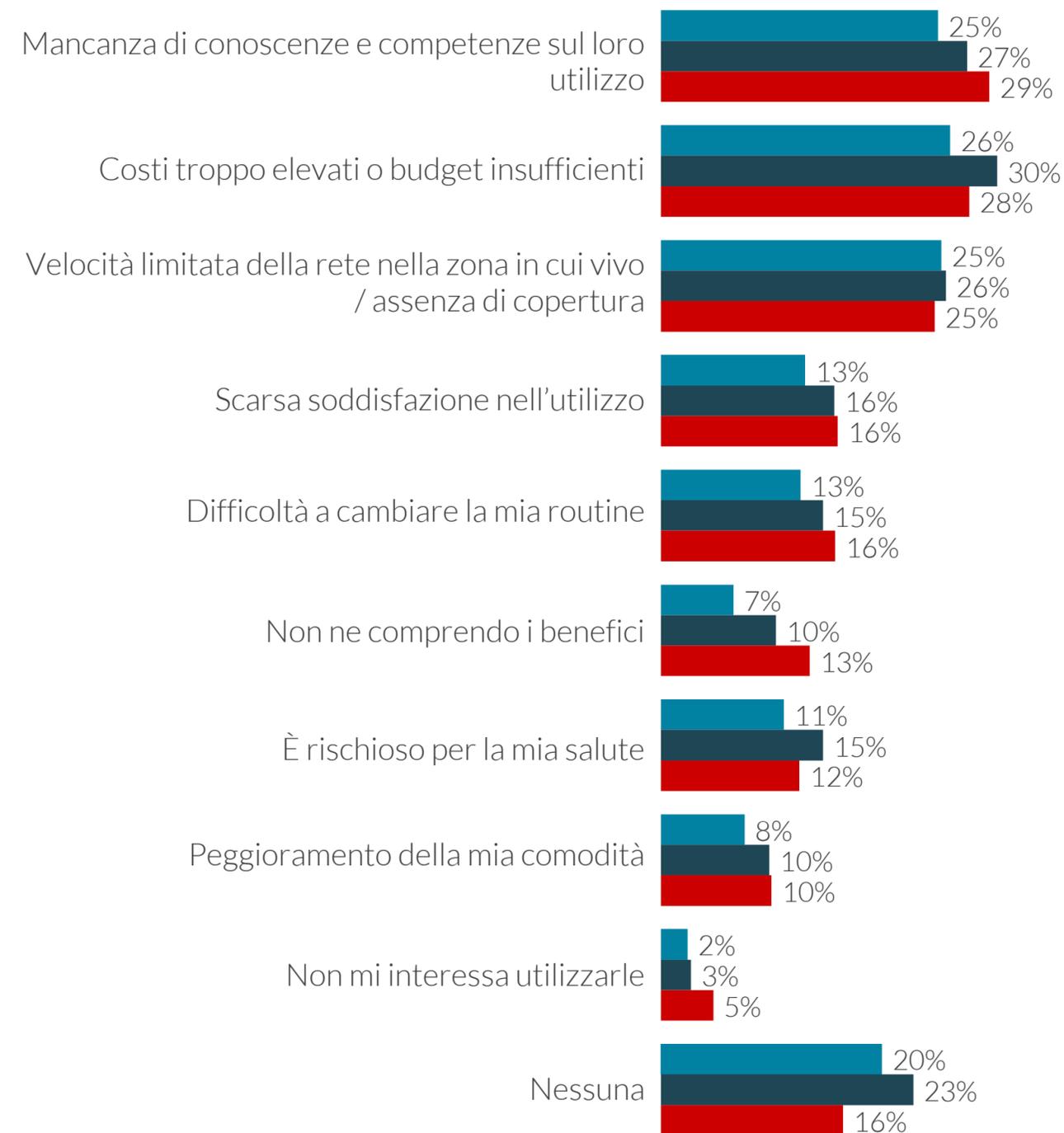
Invecchiamento demografico

Capitale della Cultura

Gli ostacoli all'utilizzo di tecnologie digitali sono principalmente **barriere all'ingresso**: la mancanza di **competenze** e conoscenze, **il costo troppo elevato** e **l'assenza di copertura** (o velocità limitata).

Principali OSTACOLI nella vita più digitale

(massimo 3 risposte)



(Totale campione B. 1000)

Q44 - Quali sono i principali ostacoli all'utilizzo delle tecnologie digitali nella sua quotidianità?

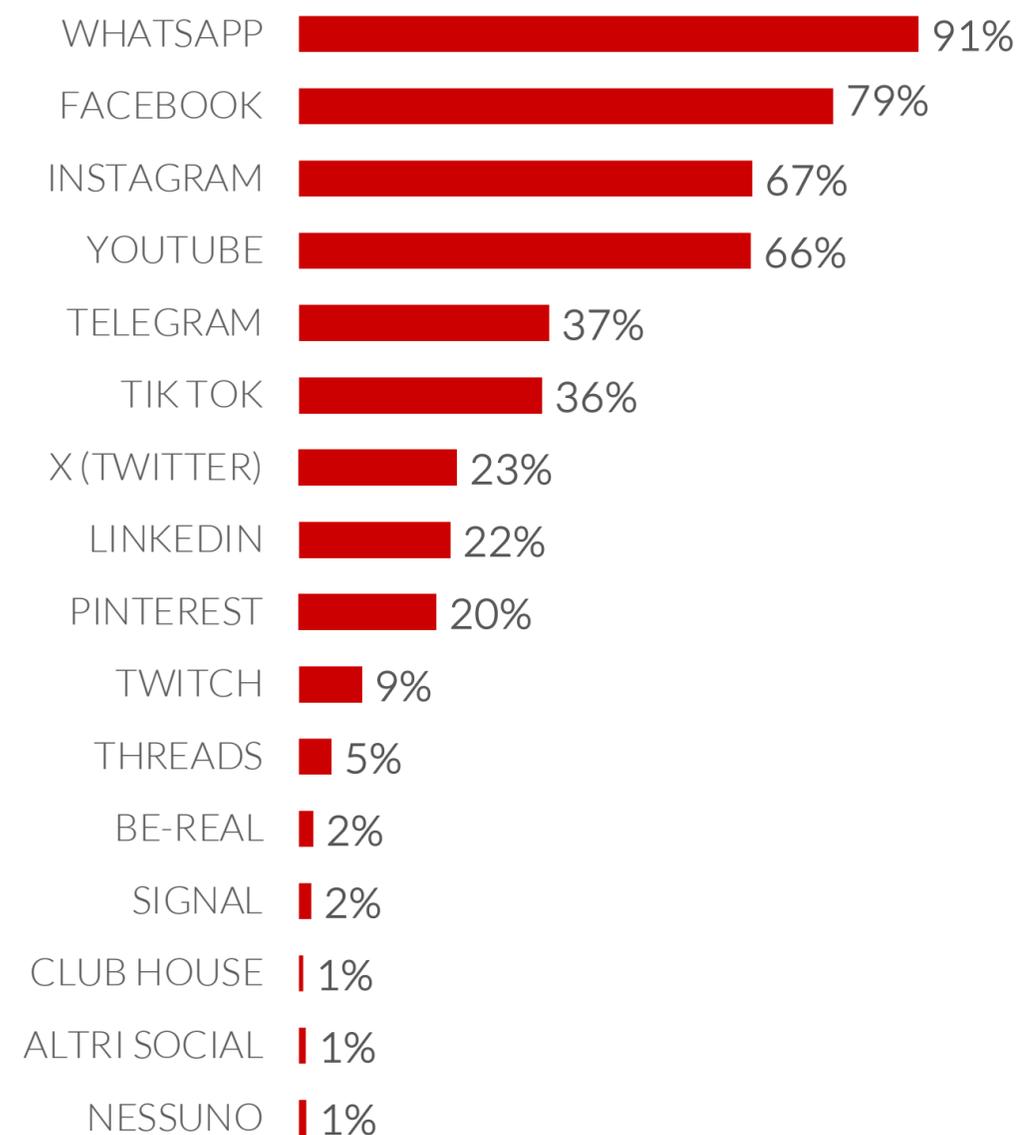
Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2022

La totalità della popolazione usufruisce dei social network.

I più utilizzati sono quelli appartenenti al gruppo Meta: **Whatsapp, Facebook e Instagram**, seguiti a breve distanza da **Youtube**.

Social media utilizzati



(Totale campione B. 1000)

QQ - Quali di questi social network utilizza?

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

2023

Intelligenza artificiale: familiarità e applicazioni

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

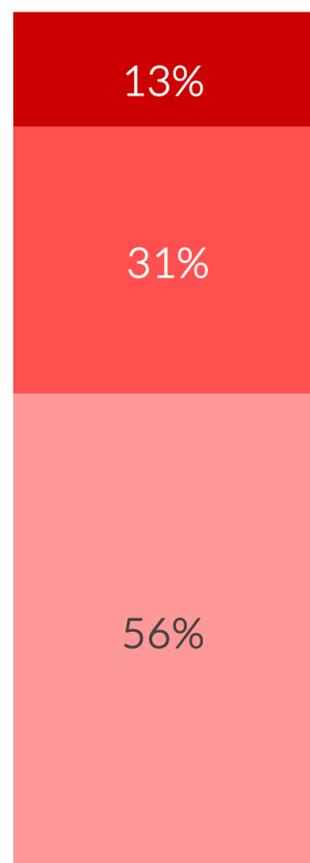
2023

Il livello di **familiarità** degli italiani con il **concetto e le applicazioni dell'Intelligenza artificiale è ancora acerbo: tuttavia, il 13% del campione ritiene che porterà a sviluppi positivi una volta applicata nella vita quotidiana**, ma a due condizioni: che venga **garantita a tutti la sicurezza** e che **aiuti effettivamente a migliorare la quotidianità**.

Livello di familiarità con il concetto di AI

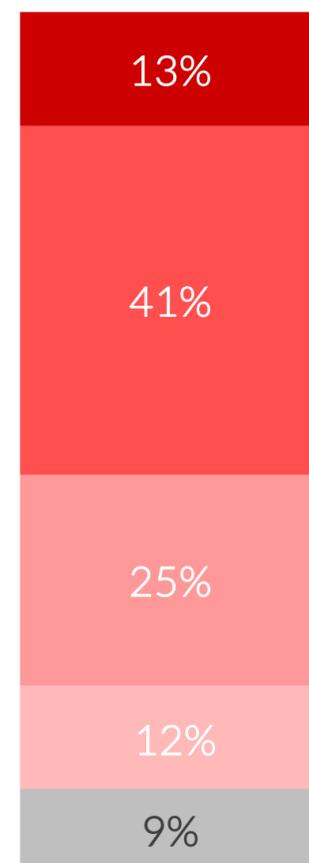
Voto medio (voti 0-10)

6,04



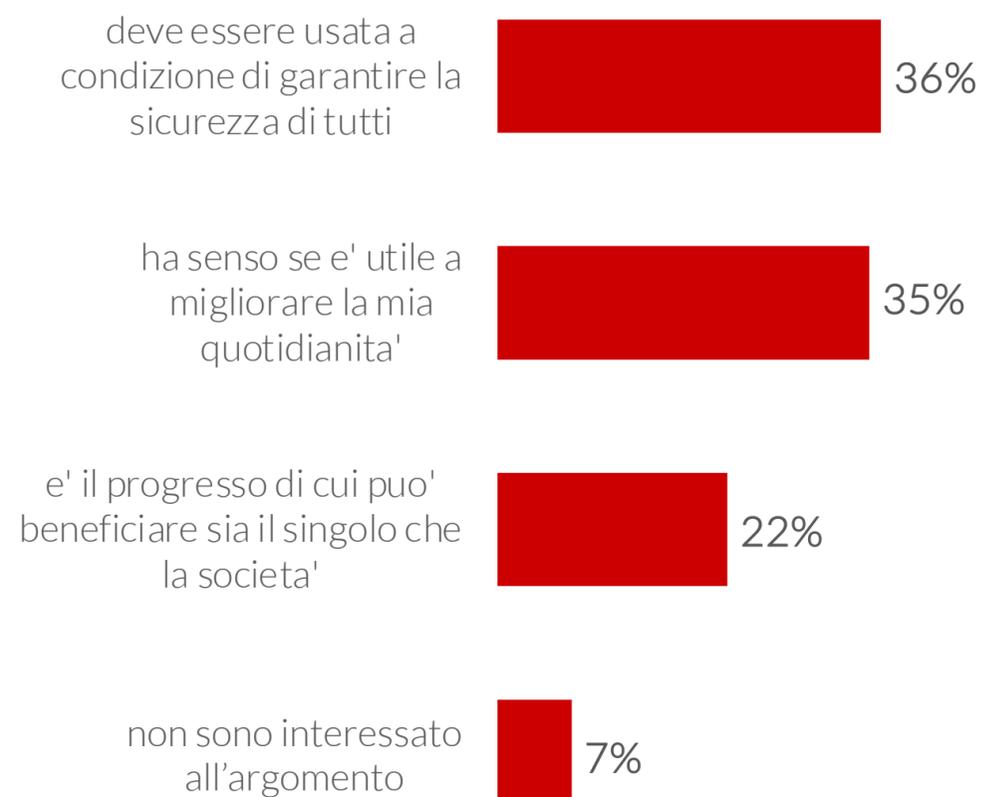
- VOTO 9-10
Estremamente familiare
- VOTO 7-8
- VOTO 0-6
Per niente familiare

Sviluppi futuri positivi grazie all'applicazione dell'AI nella vita quotidiana



- ASSOLUTAMENTE SI
- ABBASTANZA
- POCO
- PER NIENTE
- NON SAPREI

«L'intelligenza artificiale...»



(Totale campione B. 1000)

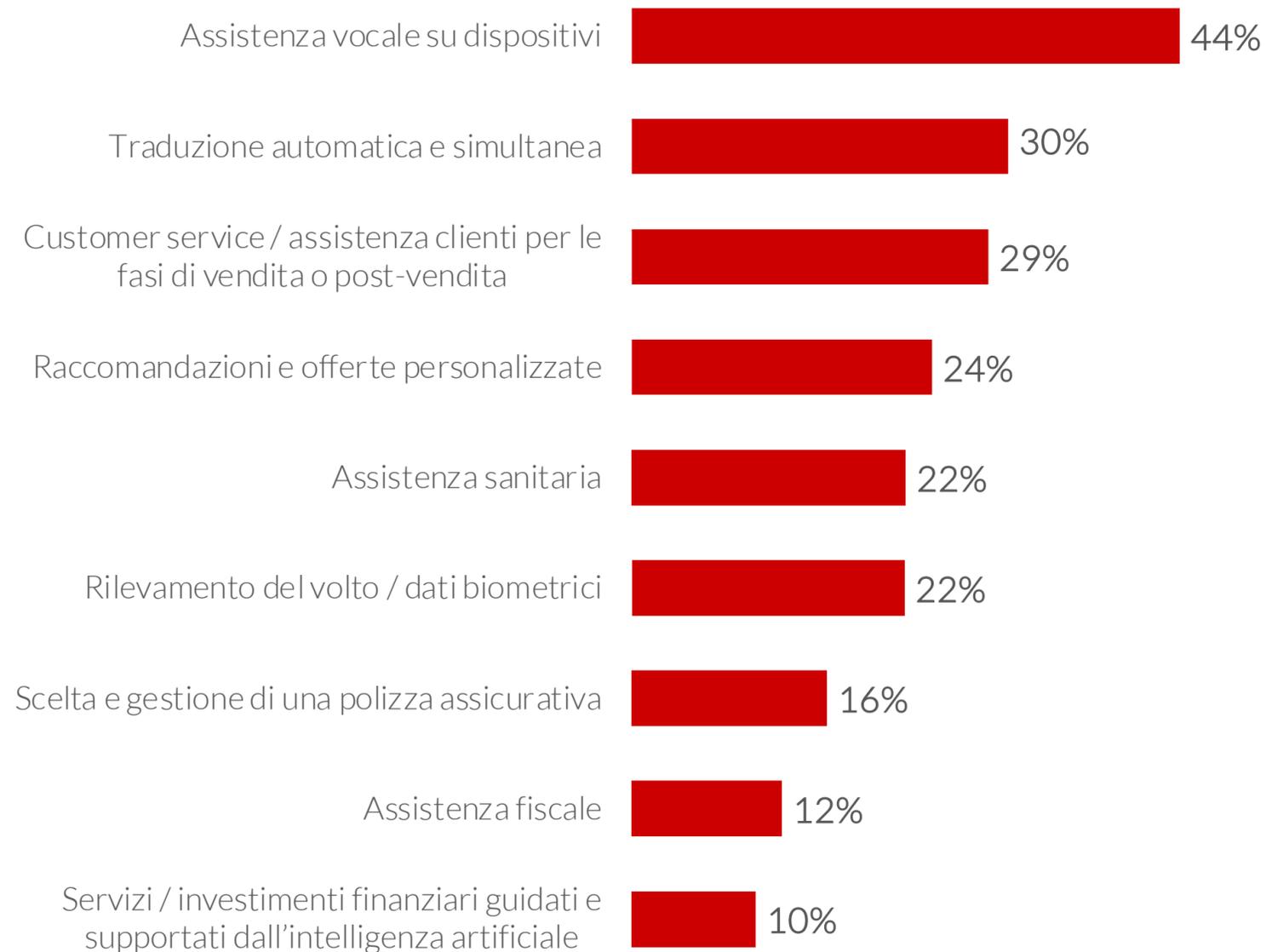
Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

AI1 - Quanto è familiare con il concetto di intelligenza artificiale in termini di tecnologia e applicazioni? Lo dica con un voto da 0 a 10 dove 0 significa "per niente" e 10 "estremamente"
 AI2 - Ritiene che gli sviluppi dell'intelligenza artificiale applicati alla tua vita di tutti i giorni possano determinare miglioramenti e cambiamenti positivi nei prossimi anni?
 AI3 - Quale delle seguenti affermazioni rappresenta meglio il suo pensiero? L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE...

Le applicazioni dell'AI più conosciute ed utilizzate sono quelle già assimilate nella vita quotidiana: **assistenti vocali, traduttori simultanei e assistenza clienti nel post-vendita**. Ancora limitato l'utilizzo di questi strumenti per polizze assicurative, assistenza fiscale e investimenti.

Applicazioni AI conosciute ed utilizzate

(Totale campione b. 1.000)



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

2023

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

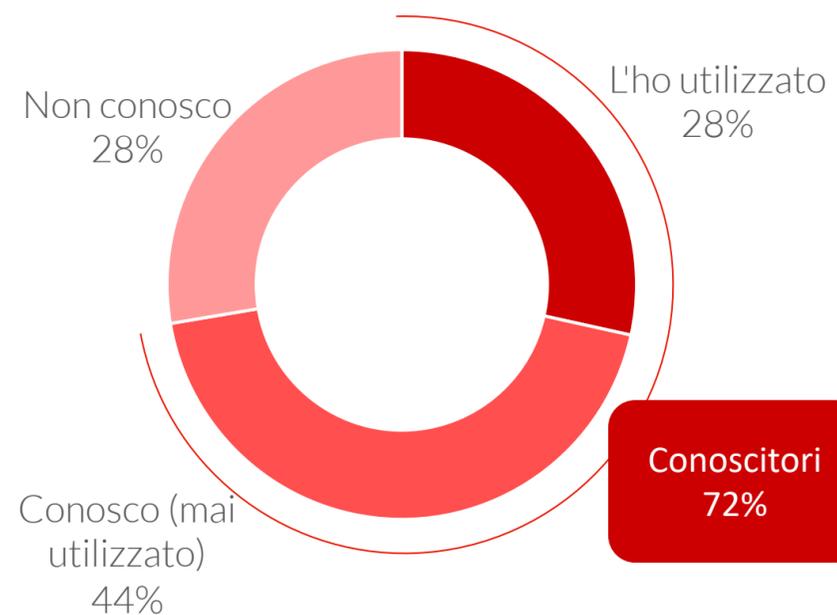
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

ChatGPT, il modello di chatbot basato su intelligenza artificiale e apprendimento automatico specializzato nella conversazione con un utente umano, è **conosciuto da più del 70% degli italiani ed è utilizzato da quasi 1 italiano su 3**. BARD, l'AI di Google, risulta meno conosciuto, raggiungendo comunque il 52% di Awareness.

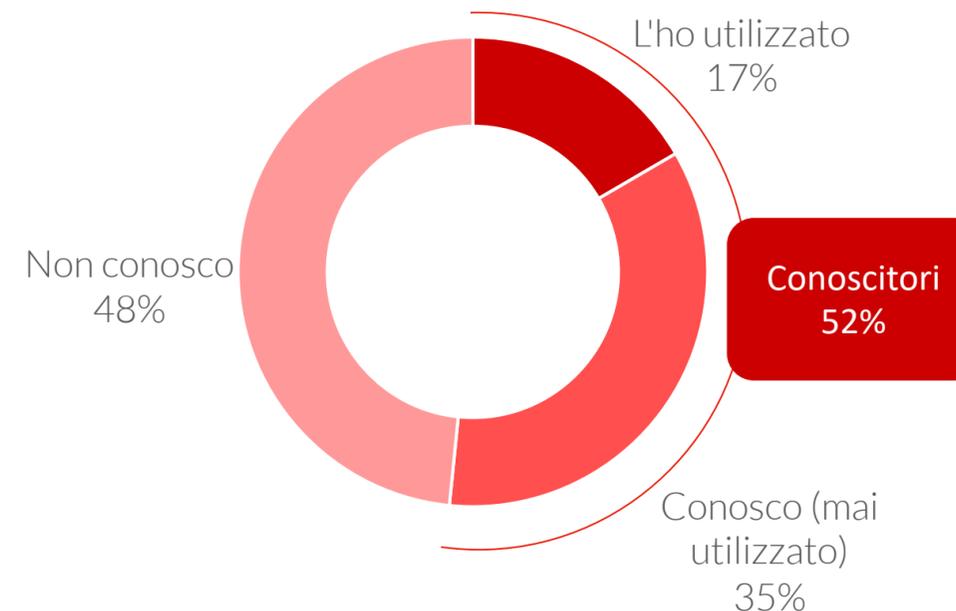
Conoscenza e utilizzo ChatGPT

(Totale campione b. 1.000)



Conoscenza e utilizzo BARD

(Totale campione b. 1.000)



● 2023

ChatGPT vs. BARD: punti di forza e di debolezza a confronto

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

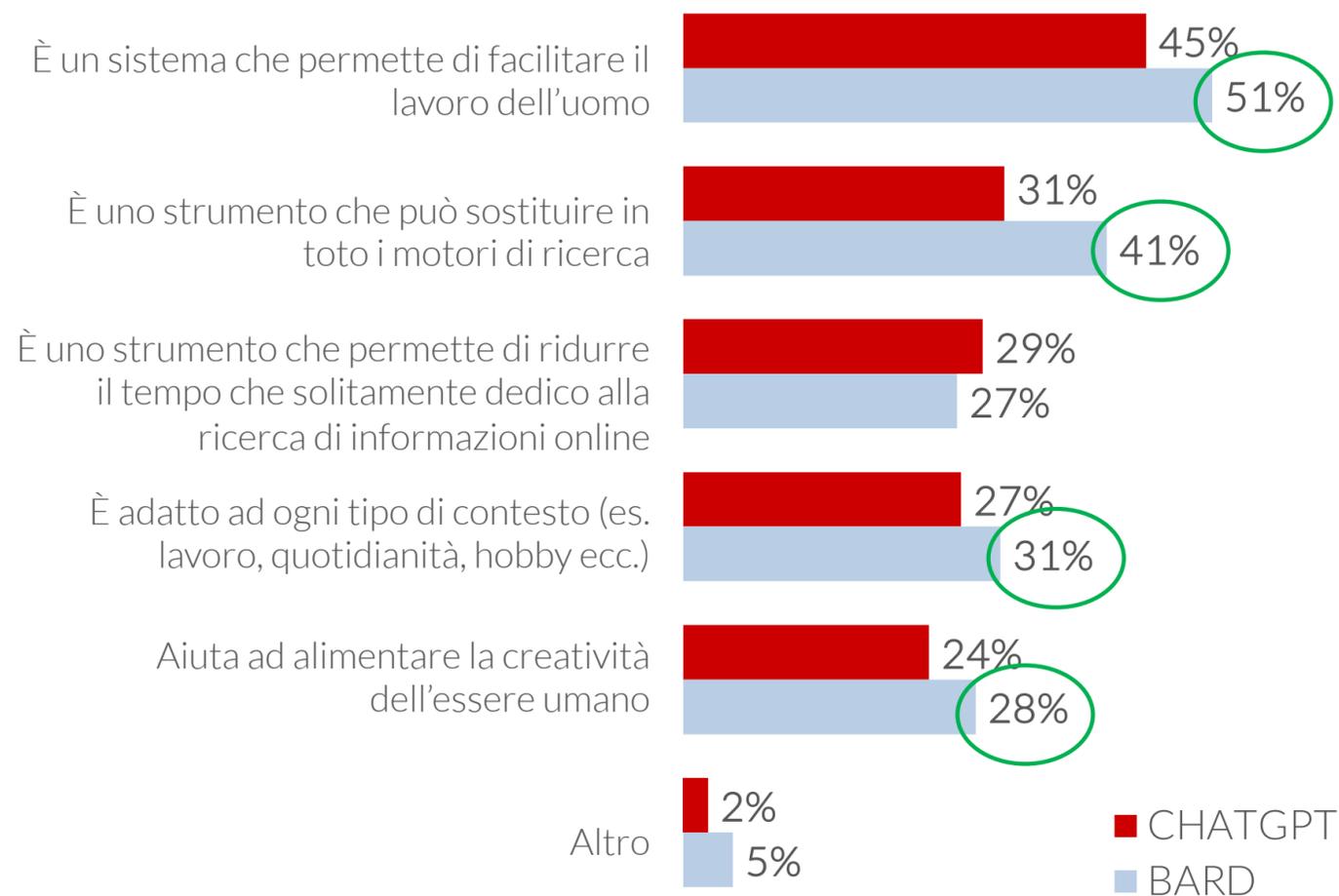
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

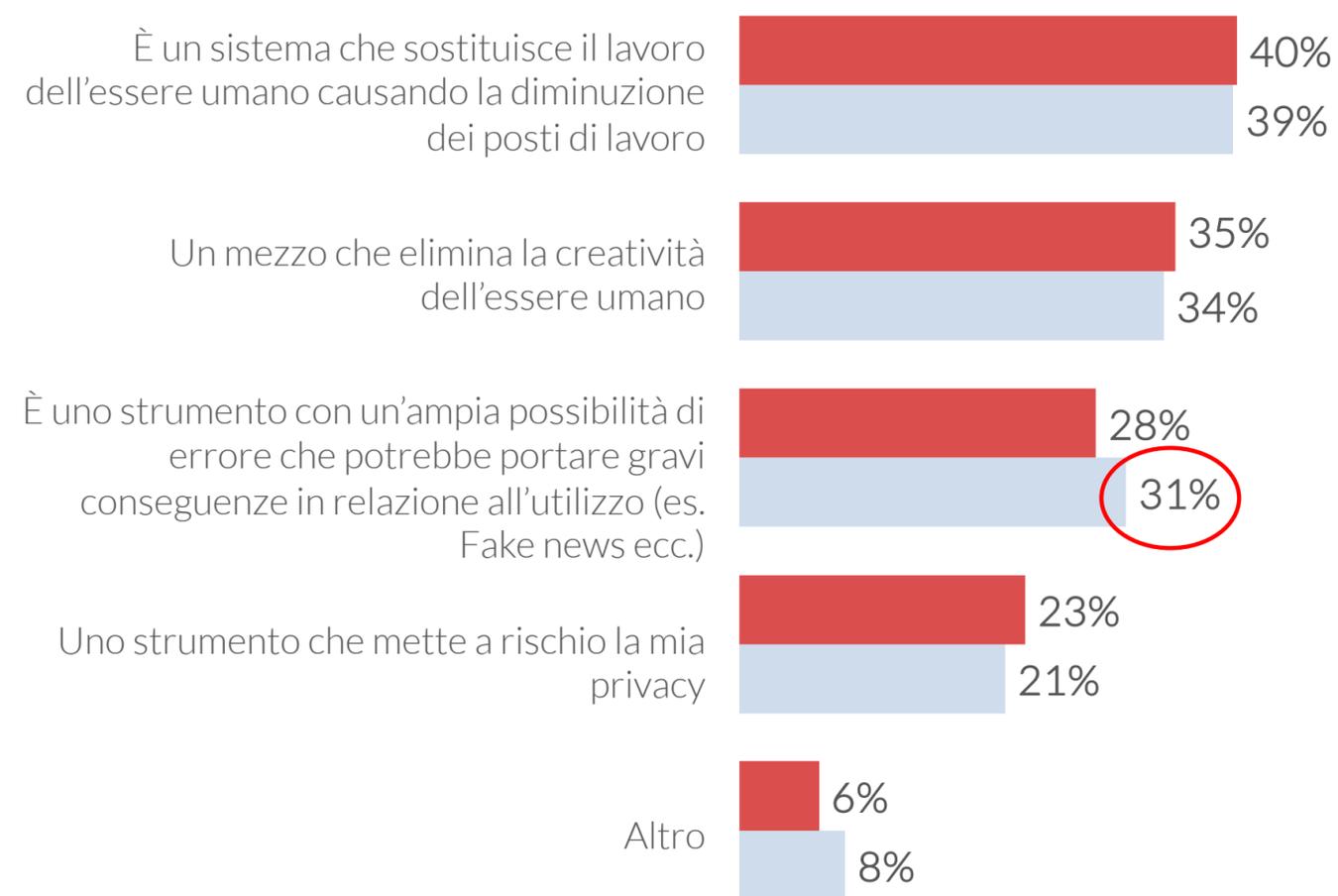


I **punti di forza** che vengono riconosciuti a ChatGPT sono la **facilitazione del lavoro per l'uomo** e la sua **versatilità di utilizzo**, anche al posto dei motori di ricerca tradizionali. Il principale **punto di debolezza** è la preoccupazione di vedere **sostituito il lavoro dell'uomo**, unitamente alla paura dell'**azzeramento della creatività dell'essere umano**. Anche se meno diffuso nell'experience, chi utilizza **BARD restituisce maggiori punti di forza rispetto al competitor ChatGPT**, in particolare l'essere **adatto ad ogni tipo di contesto** e ad essere un **boost di creatività**. Tuttavia, **preoccupa maggiormente l'inaffidabilità dello strumento**, con il timore che possa portare gravi conseguenze in relazione all'utilizzo.

Punti di forza
(Utilizzatori CHATGPT b. 286
Utilizzatori BARD b. 166)



Punti di debolezza
(Utilizzatori CHATGPT b. 286
Utilizzatori BARD b. 166)



Q14 - In relazione all'utilizzo, quali sono secondo Lei i punti di forza di Chat GPT? / Q14B - In relazione all'utilizzo, quali sono secondo Lei i punti di forza di BARD?

Q15 - Quali sono invece i punti di debolezza e quindi i rischi connessi all'utilizzo di Chat GPT? / Q15B - Quali sono invece i punti di debolezza e quindi i rischi connessi all'utilizzo di BARD?



Dalla parole ai fatti:
sostenibilità oggi.



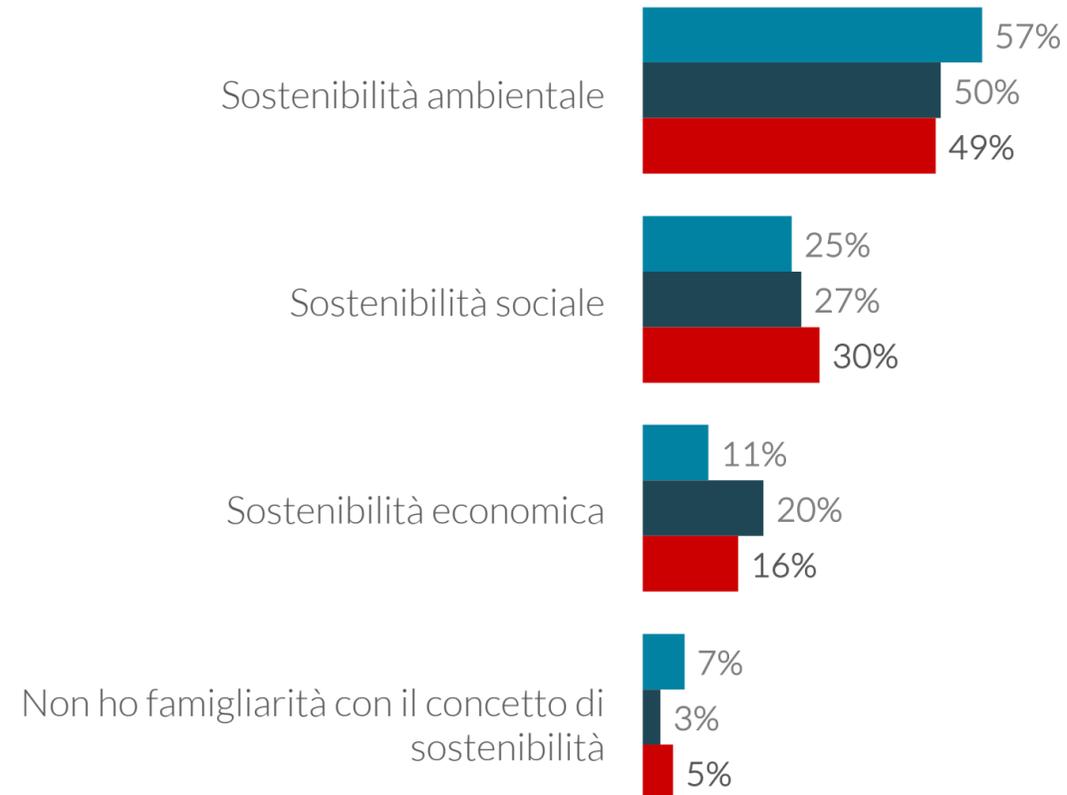
Sostenibilità: in primis ambientale, cresce l'aspetto sociale

Per gli italiani la sostenibilità si declina principalmente in termini ambientali (49%) a seguire in termini sociali e da ultimo come sostenibilità economica.

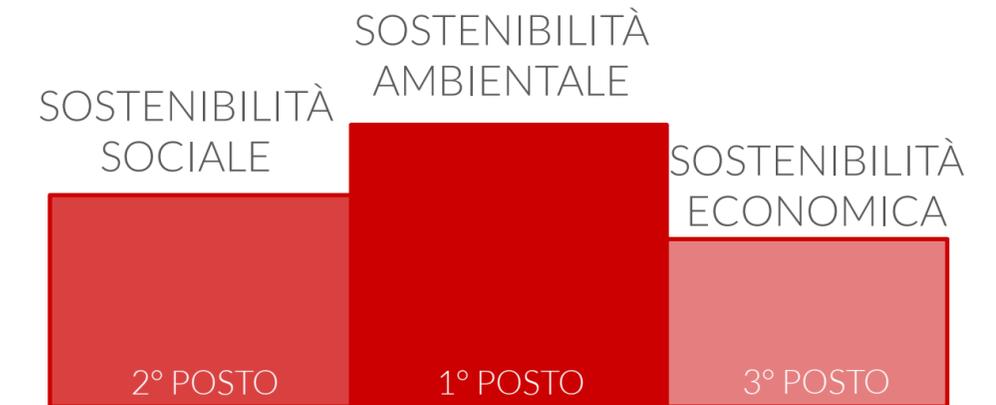
Il ranking conferma quanto rilevato negli scorsi anni, seppur con dei lievi movimenti tra le tre categorie.

Cosa è la «SOSTENIBILITÀ»

(Confronto rilevazione 2021 vs rilevazione 2022 vs 1° concetto associato 2023)



Ranking «SOSTENIBILITÀ»



Base totale campione b 1.000

OS2 - Pensando alla parola SOSTENIBILITÀ, indichi in ordine di importanza a quale dei seguenti concetti la associa maggiormente.

Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

Sostenibilità: riduzione degli sprechi e dei rifiuti

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

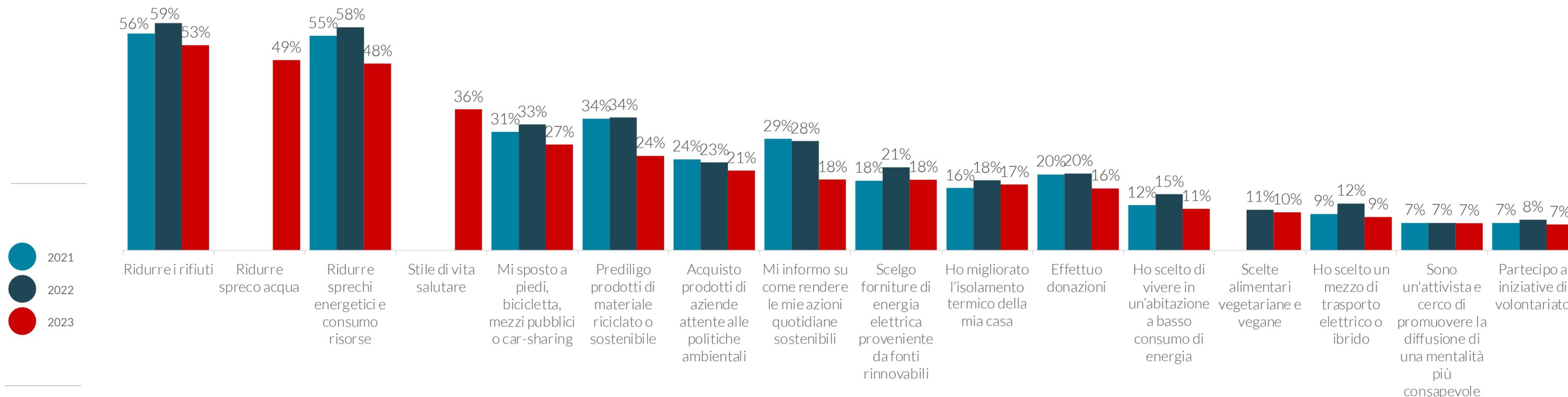
Capitale Italiana della Cultura

Nel secondo semestre 2023 si assiste ad una **riduzione generica dell'adesione alle attività sostenibili**: sembra che nel corso degli ultimi mesi gli italiani si stiano progressivamente stancando di impegnarsi attivamente per contribuire ad un ecosistema più sostenibile.

L'unico elemento che viene leggermente aumentato è la scelta di una fornitura di energia elettrica sostenibile.

Sostanzialmente invariate le principali azioni intraprese: la **riduzione dei rifiuti** (53%, -6%), dello spreco dell'acqua (49%) e **degli sprechi energetici e del consumo di risorse** (48%, -9%).

Azioni intraprese per rendere stile di vita più sostenibile e consapevole



La sostenibilità oggi: influenza nelle scelte d'acquisto

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

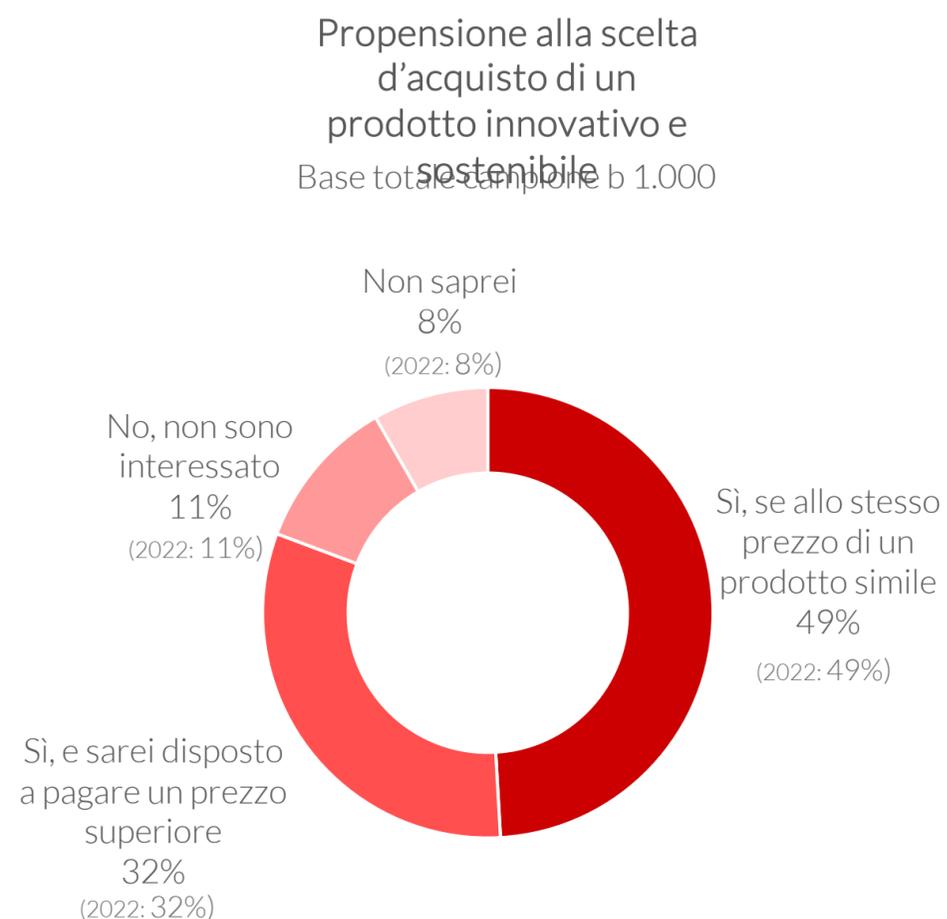
Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

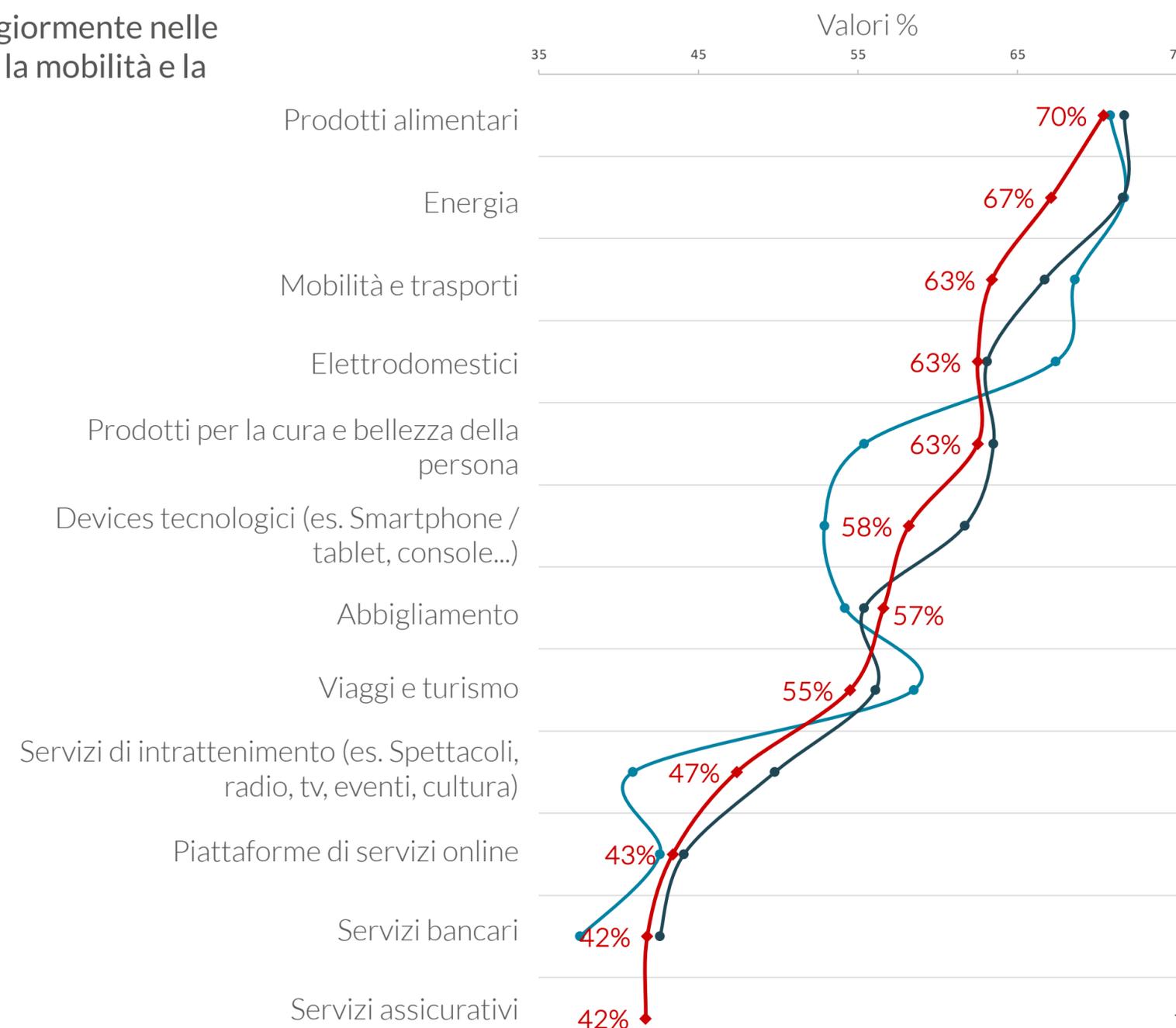
Capitale Italiana della Cultura

Per quanto riguarda le decisioni d'acquisto, restano stabili gli italiani che sarebbero disposti anche a **spendere di più per la sostenibilità**, tracciando un quadro simile al 2022.
I settori dove la sostenibilità continua ad incidere maggiormente nelle scelte restano il settore alimentare, quello energetico, la mobilità e la scelta degli elettrodomestici.

Quanto influisce sui miei acquisti / scelte



Incidenza sostenibilità nella scelta di una marca per settore



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

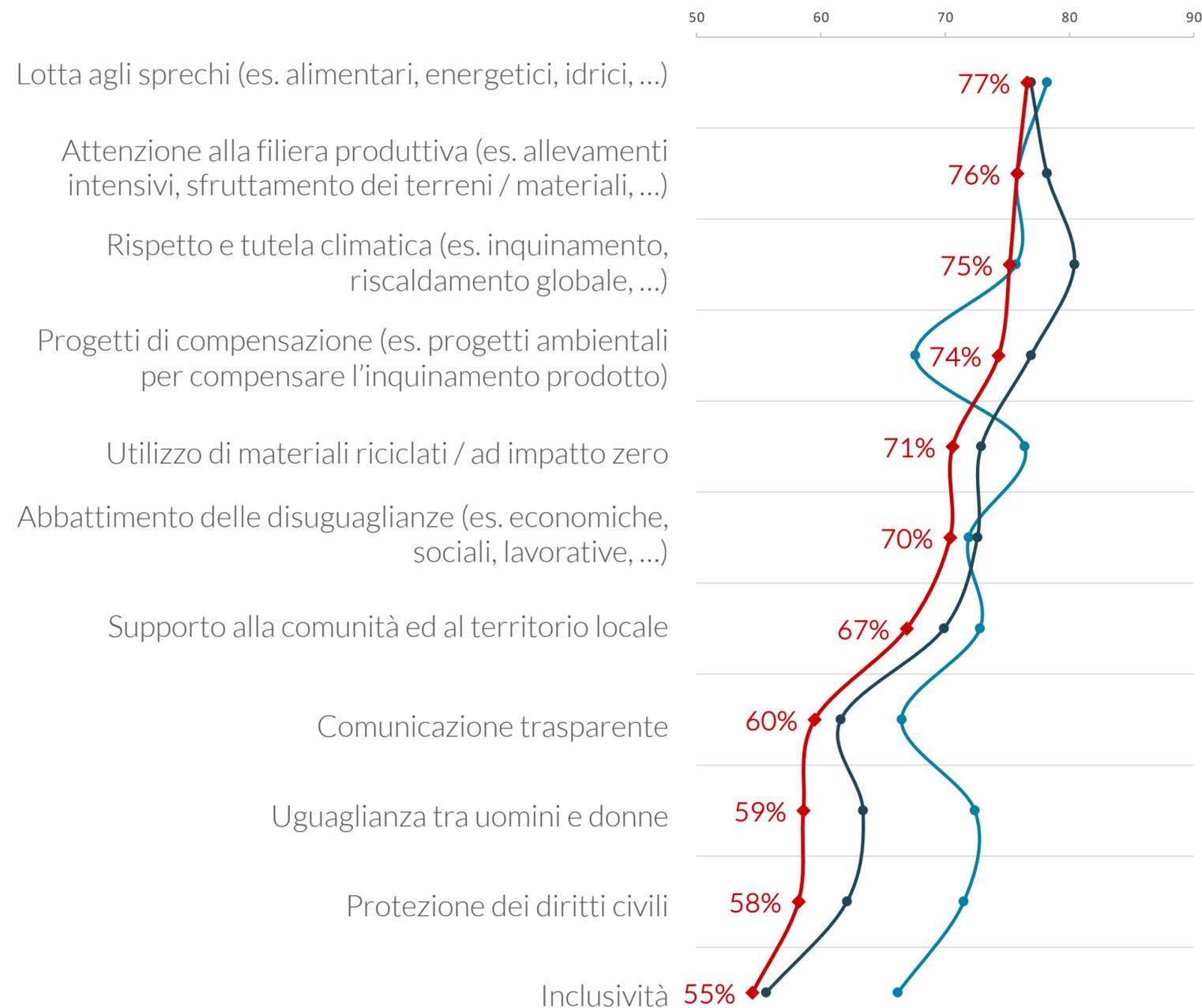
Capitale Italiana della Cultura

Il livello di importanza che gli italiani associano alle azioni di attivismo compiute dai brand nel 2023 subisce un calo trasversale. Calando l'interesse che le persone hanno nell'agire in prima persona in modo sostenibile, diminuisce anche la loro aspettativa verso l'agire dei brand, in particolar modo riguardo alle **questioni sociali**: dopo i segnali di ripresa del primo semestre, **il livello di interesse verso queste tematiche (uguaglianza di genere, protezione dei diritti civili e inclusività) registra il minimo storico.**

Le azioni maggiormente incisive da parte delle aziende restano quelle che operano nella **lotta agli sprechi**, nell'attenzione alla **filiera produttiva**, nella **tutela climatica**, e nei **progetti di compensazione**.

Livello d'importanza delle azioni condotte dai brand nella scelta di una marca o un fornitore

Valori %

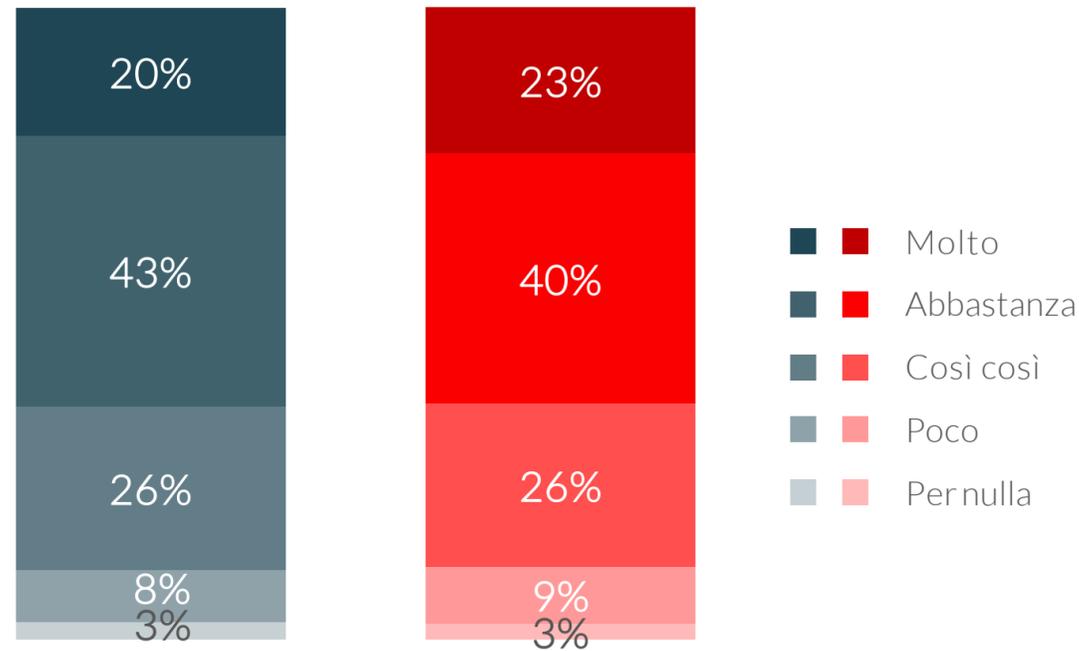


Impegno per l'innovazione sostenibile e «greenwashing»

Prosegue l'aumento delle preoccupazioni relative alla diffusione del fenomeno del «greenwashing»: la maggioranza degli italiani dubita della buona fede delle aziende in tema di sostenibilità: **più di 6 su 10** ritengono infatti che **sia diffuso**.

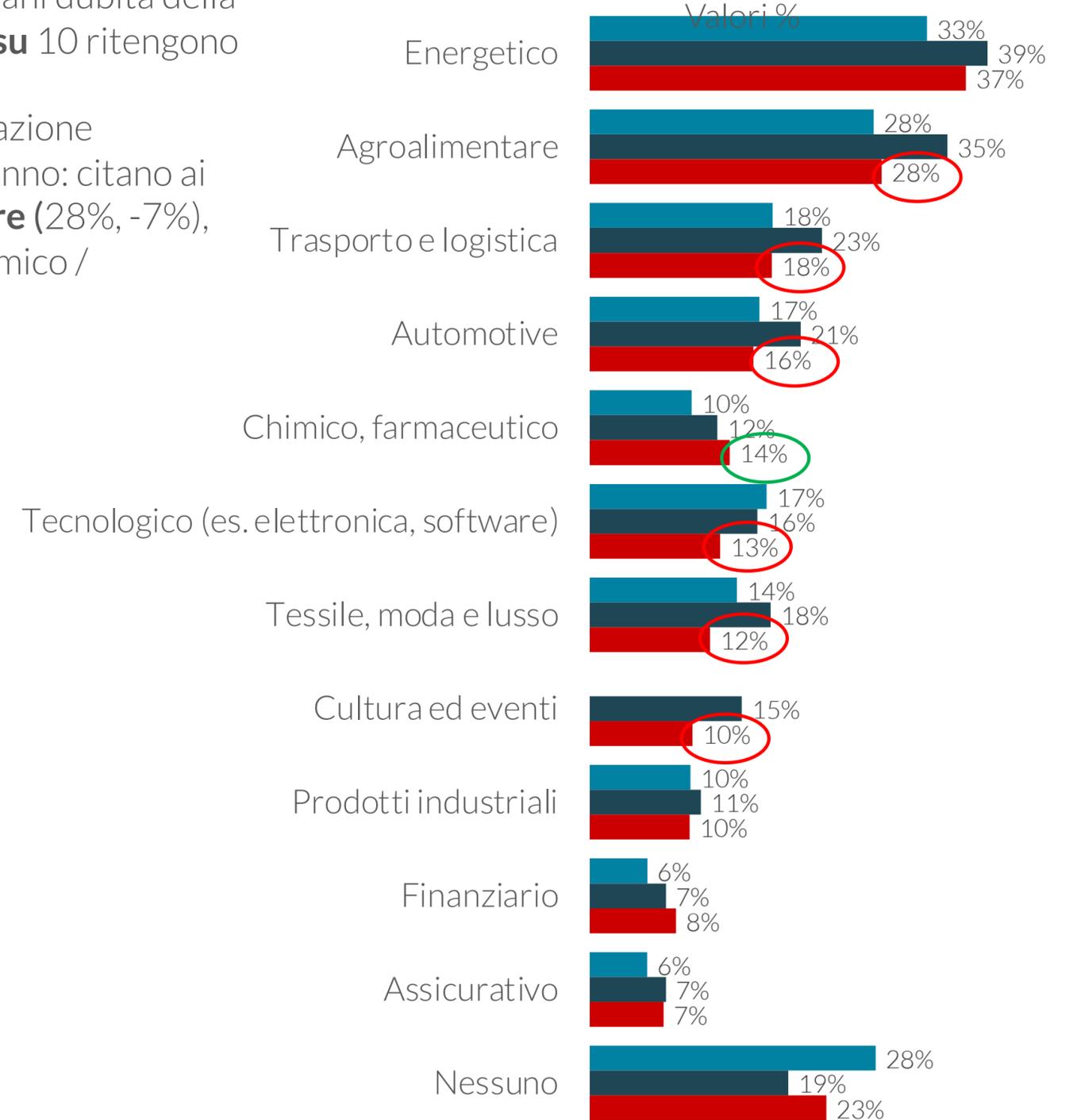
Parlando invece di settori realmente impegnati nell'innovazione sostenibile gli italiani risultano più critici rispetto a inizio anno: citano ai primi posti quello **energetico** (37%, -2%) e **agroalimentare** (28%, -7%), l'unico settore in cui si nota un miglioramento è quello chimico / farmaceutico (14%, +2%).

Diffusione fenomeno «greenwashing»



Base totale campione b 1.000

Settori impegnati attivamente per innovazione sostenibile



Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

OS10 - A suo parere, quanto è diffuso fra le aziende e le istituzioni il fenomeno del GREENWASHING?

OS12 - In Italia, quali dei seguenti settori si stanno impegnando maggiormente a innovare con un approccio realmente sostenibile, anziché "di facciata" (greenwashing)?



Lo scenario energetico: passaggio da mercato tutelato a libero

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

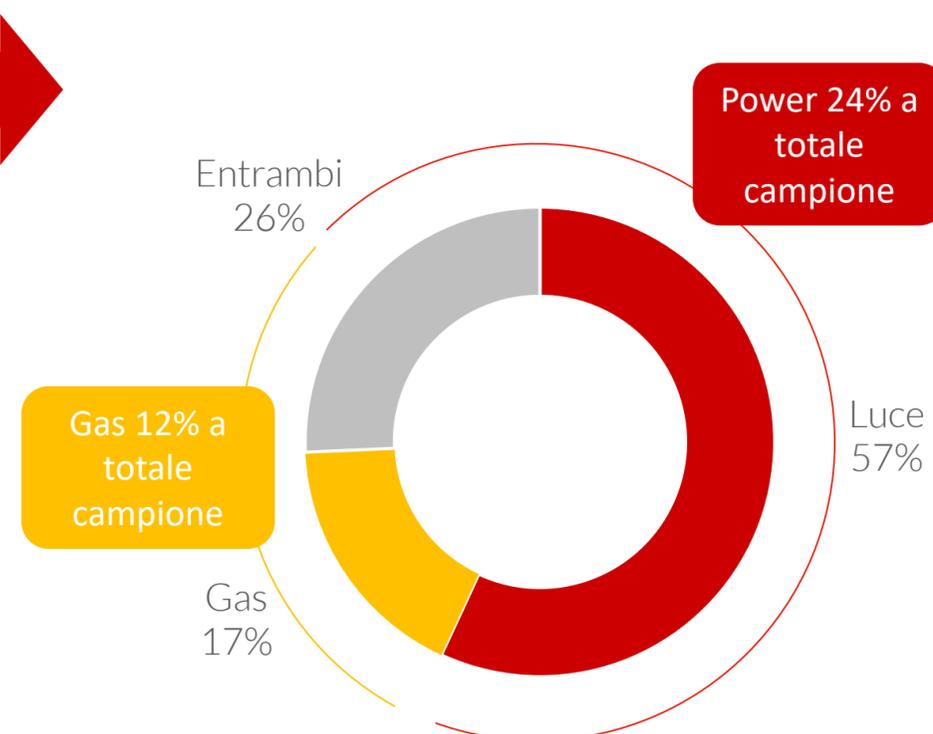
Il 29% del campione dichiara di avere **almeno una fornitura nel mercato** tutelato (di questi la maggioranza per la fornitura di energia elettrica).

Mercato di appartenenza delle forniture di energia elettrica e gas di casa
(Totale campione B. 1000)



- Almeno 1 fornitura è nel mercato tutelato
- Tutte le mie forniture sono del mercato libero
- Non so in quale mercato sono le mie forniture
- Non ho alcuna fornitura di energia elettrica o gas

Tipologia di fornitura con mercato tutelato
(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)



● 2023

Mercato tutelato vs. mercato libero: profilo socio-demografico

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

	MERCATO LIBERO (B. 712)	MERCATO TUTELATO (B. 288)
Area geografica		
Nord ovest	29%	21%
Nord est	21%	16%
Centro	17%	20%
Sud	33%	43%
Genere		
Uomo	48%	51%
Donna	52%	49%
Età		
Da 18 a 24 anni	8%	10%
Da 25 a 34 anni	17%	14%
Da 35 a 44 anni	21%	17%
Da 45 a 54 anni	22%	30%
Da 55 a 70 anni	32%	29%
Stato civile		
Single	31%	27%
Coniugato/convivente	61%	67%
Separato / divorziato	7%	5%
Vedovo	1%	1%
Nucleo familiare		
1 componente	14%	8%
2 componenti	26%	21%
3 componenti	32%	35%
4 o + componenti	28%	36%
Figli minorenni		
Si	30%	40%
No	70%	60%

2023

Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023

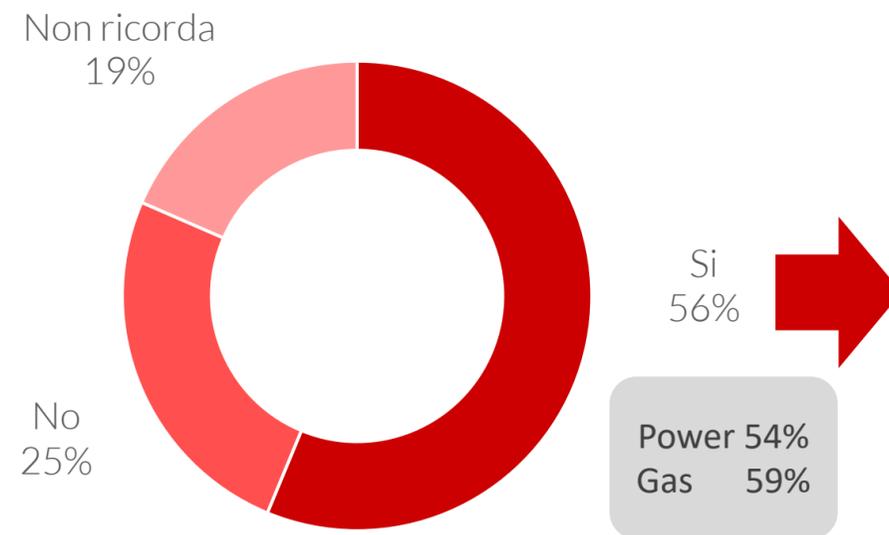
Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

Comunicazioni sul passaggio da mercato tutelato a mercato libero

Tra coloro che hanno almeno un contratto nel mercato tutelato, **il 56% ha ricevuto comunicazioni per informare sul passaggio al mercato libero**: tra coloro che l'hanno letta il **livello di utilità delle comunicazioni è pienamente sufficiente**.

Comunicazioni informative sul passaggio

(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)



Utilità della comunicazione ricevuta

(Utenti con contratto mercato tutelato che hanno ricevuto comunicazioni sul passaggio B. 162)

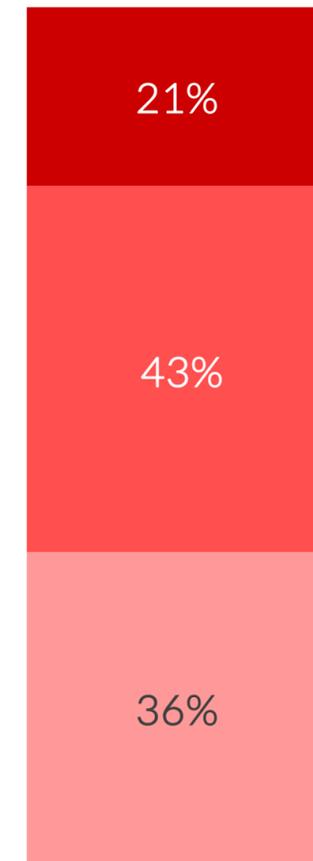
Voto medio
(voti 0-10)

6,94

Power 6,98
Gas 6,97

Non l'ho letta

2%



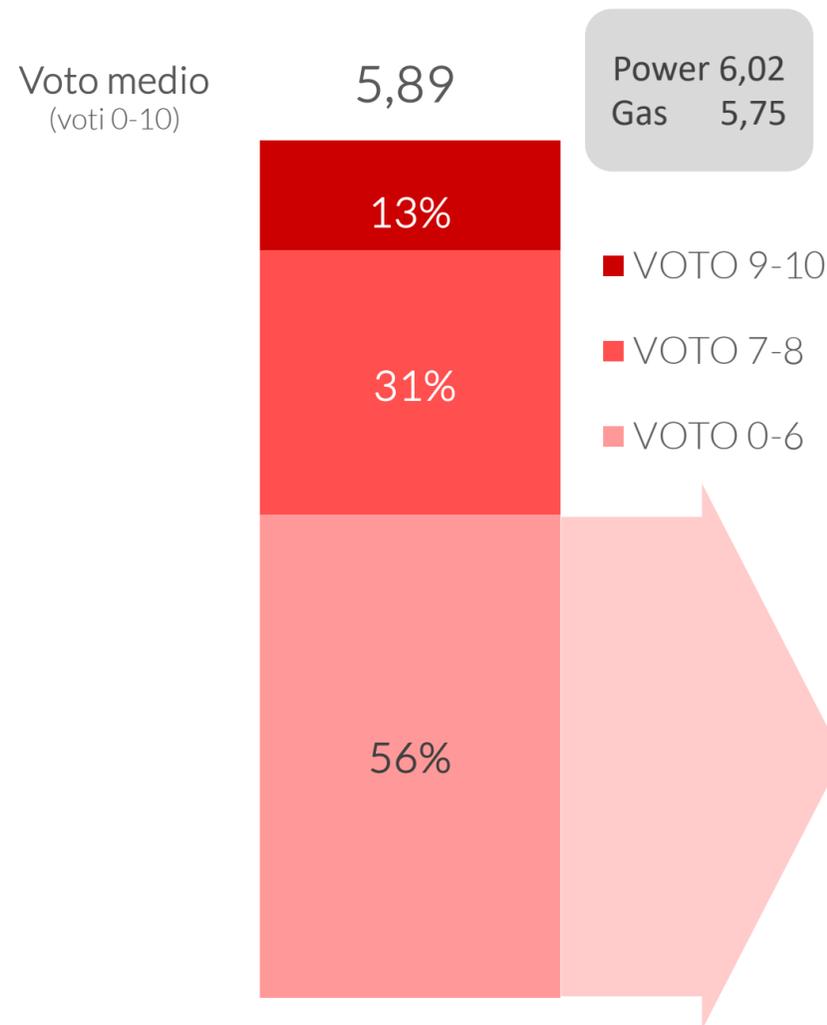
■ VOTO 9-10
■ VOTO 7-8
■ VOTO 0-6

Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

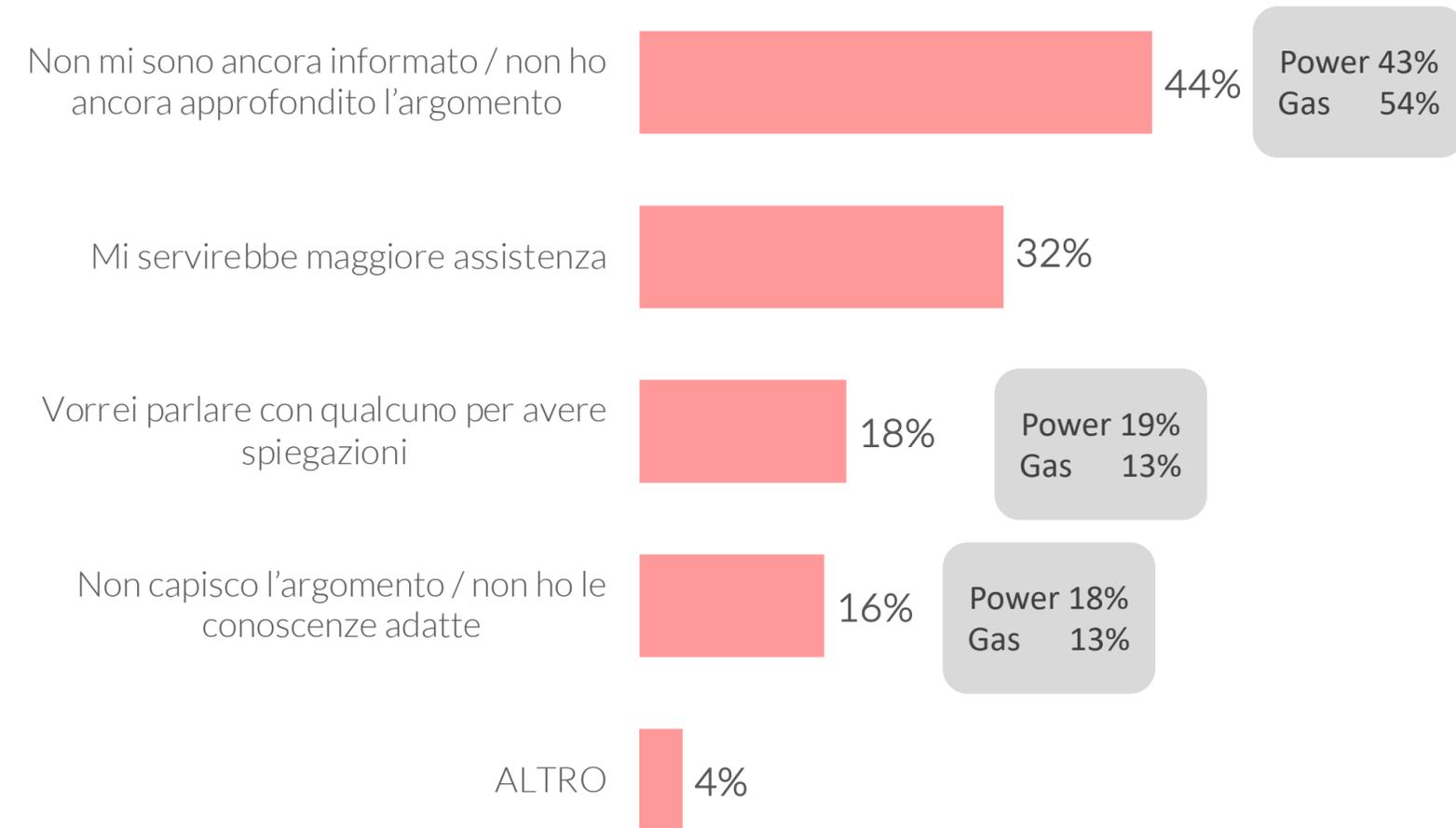
Livello di informazione sul passaggio da mercato tutelato a libero

Gli utenti del mercato tutelato **non si sentono ancora sufficientemente informati** sul passaggio al mercato libero: principalmente **non hanno ancora approfondito l'argomento**, ma vorrebbero anche **un'assistenza maggiore e avere qualcuno a cui poter chiedere spiegazioni**.

Livello di informazione percepito
(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)

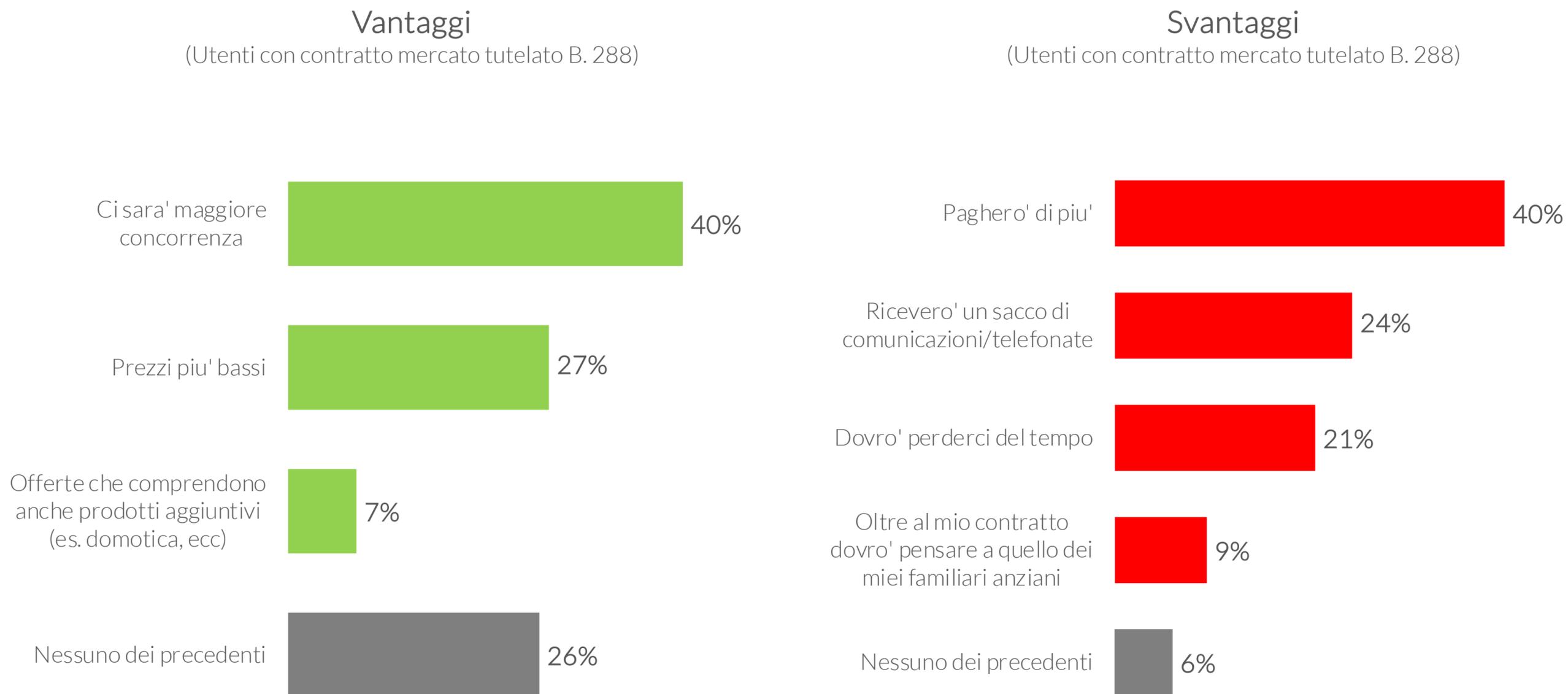


Motivi di mancata informazione
(Utenti con contratto mercato tutelato che non si sentono informati sul passaggio B. 162)



Decodifica dei vantaggi e svantaggi del passaggio al mercato libero

Il vantaggio principale percepito dal passaggio al mercato libero è **l'aumento della concorrenza**. Segmentante la questione prezzi: da un lato grazie all'aumento della concorrenza viene percepito come un possibile vantaggio, d'altro canto, la paura del cambio (e della perdita della tutela) porta con sé il **timore di spendere di più**.



Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura



2023

Decodifica dei vantaggi e svantaggi del passaggio al mercato libero

I clienti gas sono maggiormente preoccupati sotto il punto di vista economico rispetto a chi ha il contratto per l'energia elettrica (che sono però in pensiero per i familiari anziani).

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

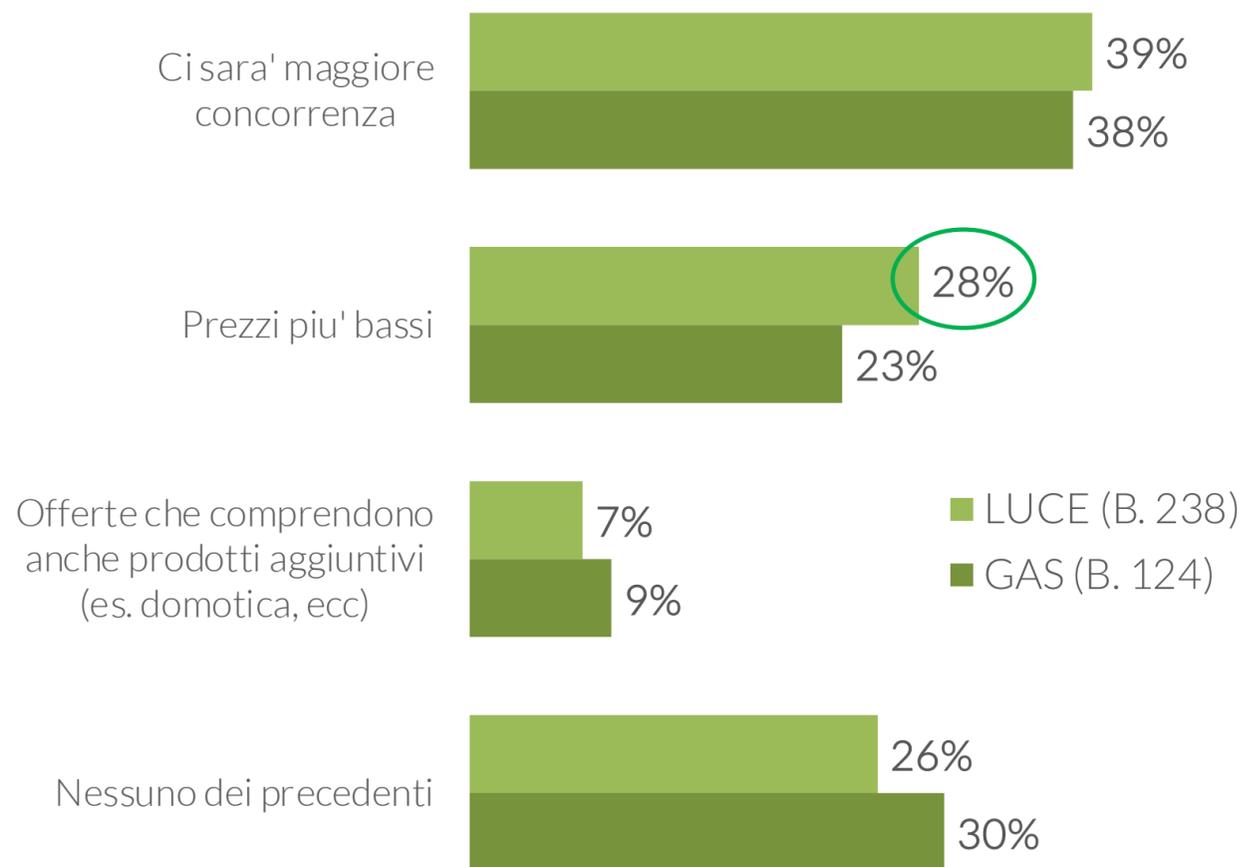
2023

Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023

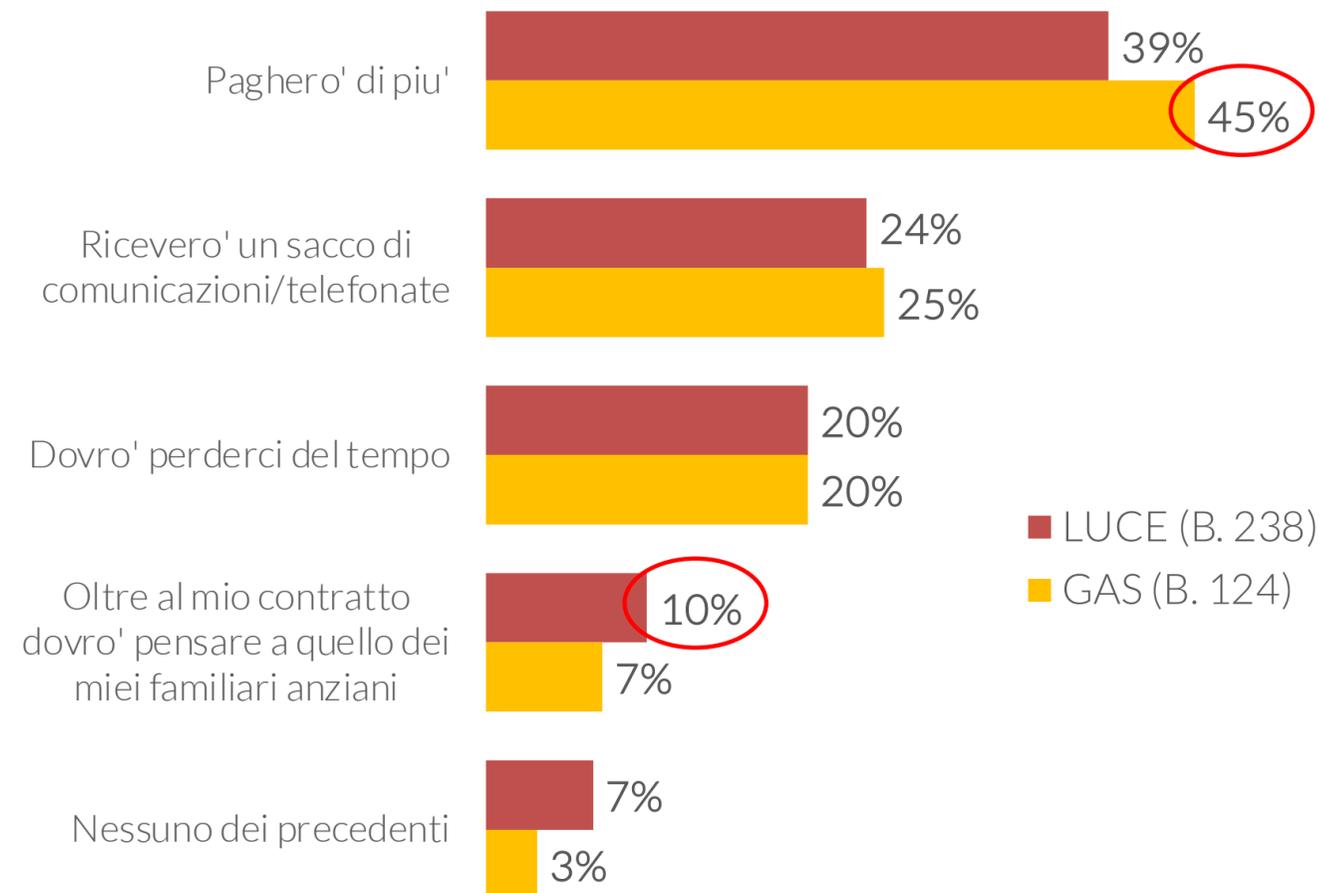
Vantaggi

(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)



Svantaggi

(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)



MT6 - Secondo Lei quale sarà il VANTAGGIO principale nel passare al mercato libero?
 MT7 - Ed invece quale sarà lo SVANTAGGIO principale nel passare al mercato libero?

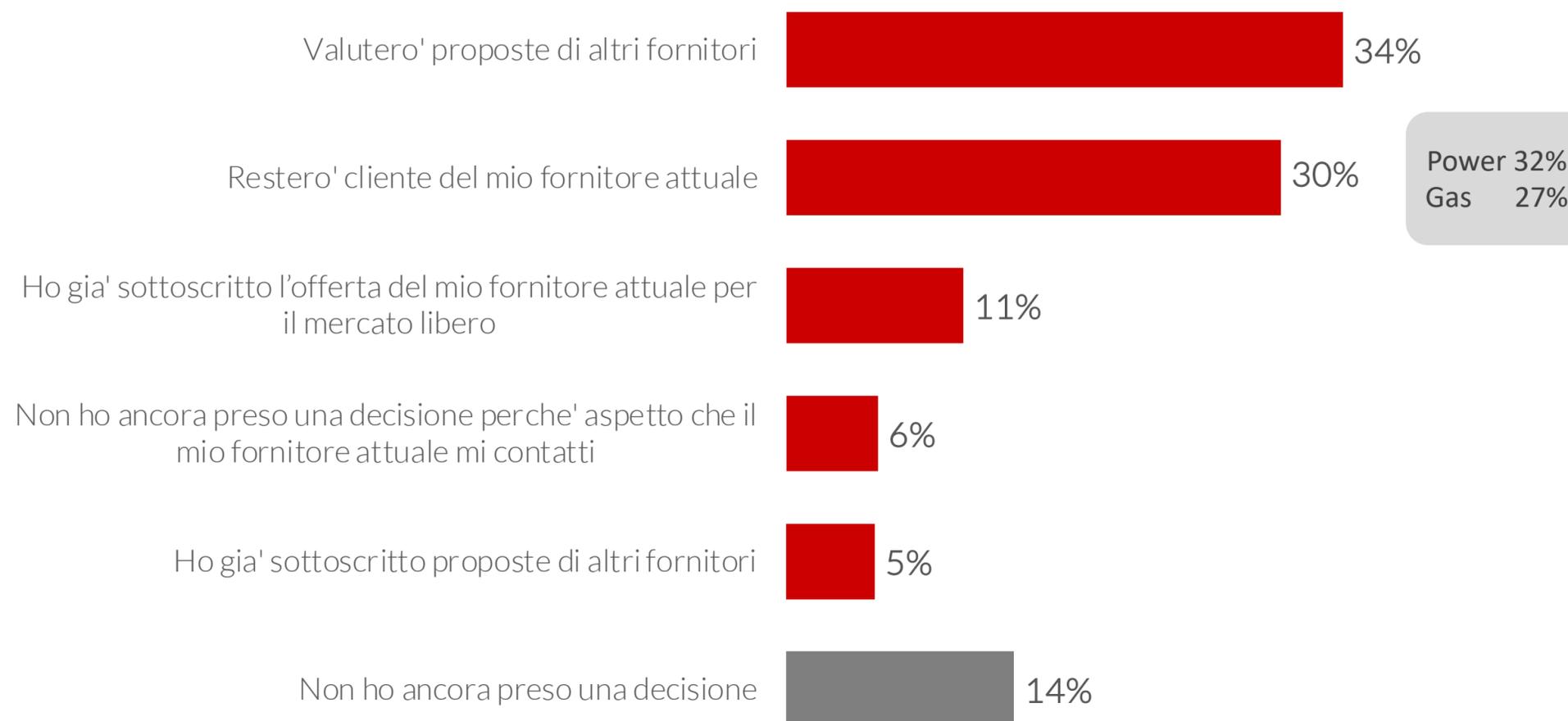
Decisione per il futuro passaggio al mercato libero

Per il futuro passaggio al mercato libero, **gli utenti tutelati si dividono tra chi valuterà più proposte**, per scegliere quella più conveniente, e **chi ha già deciso di restare cliente del fornitore attuale**.

Gli utenti gas risultano meno fedeli: essendo più preoccupati della questione economica stanno valutando differenti proposte.

Intenzioni verso il futuro passaggio

(Utenti con contratto mercato tutelato B. 288)



Attuali fornitori di energia elettrica e gas del mercato tutelato

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

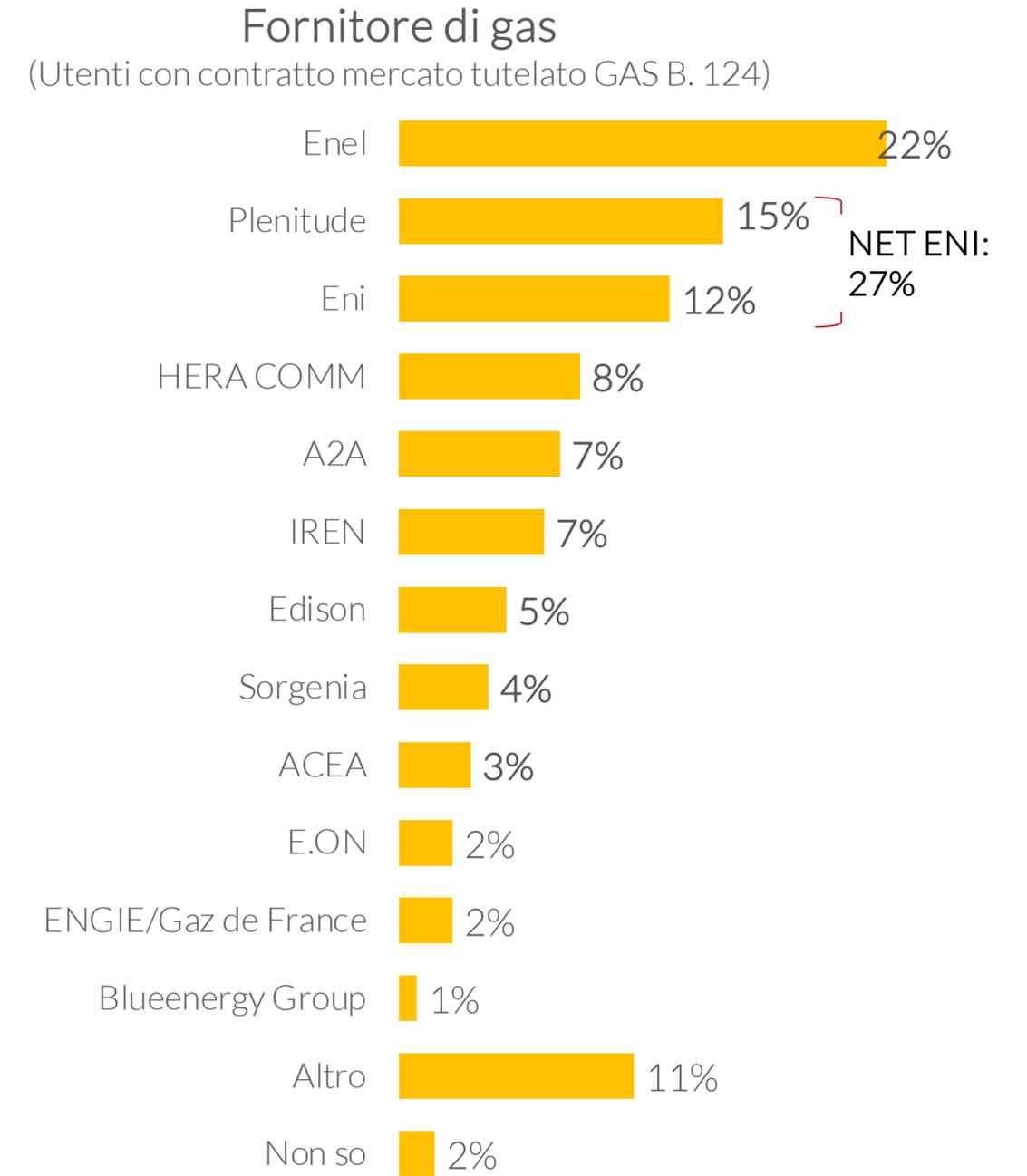
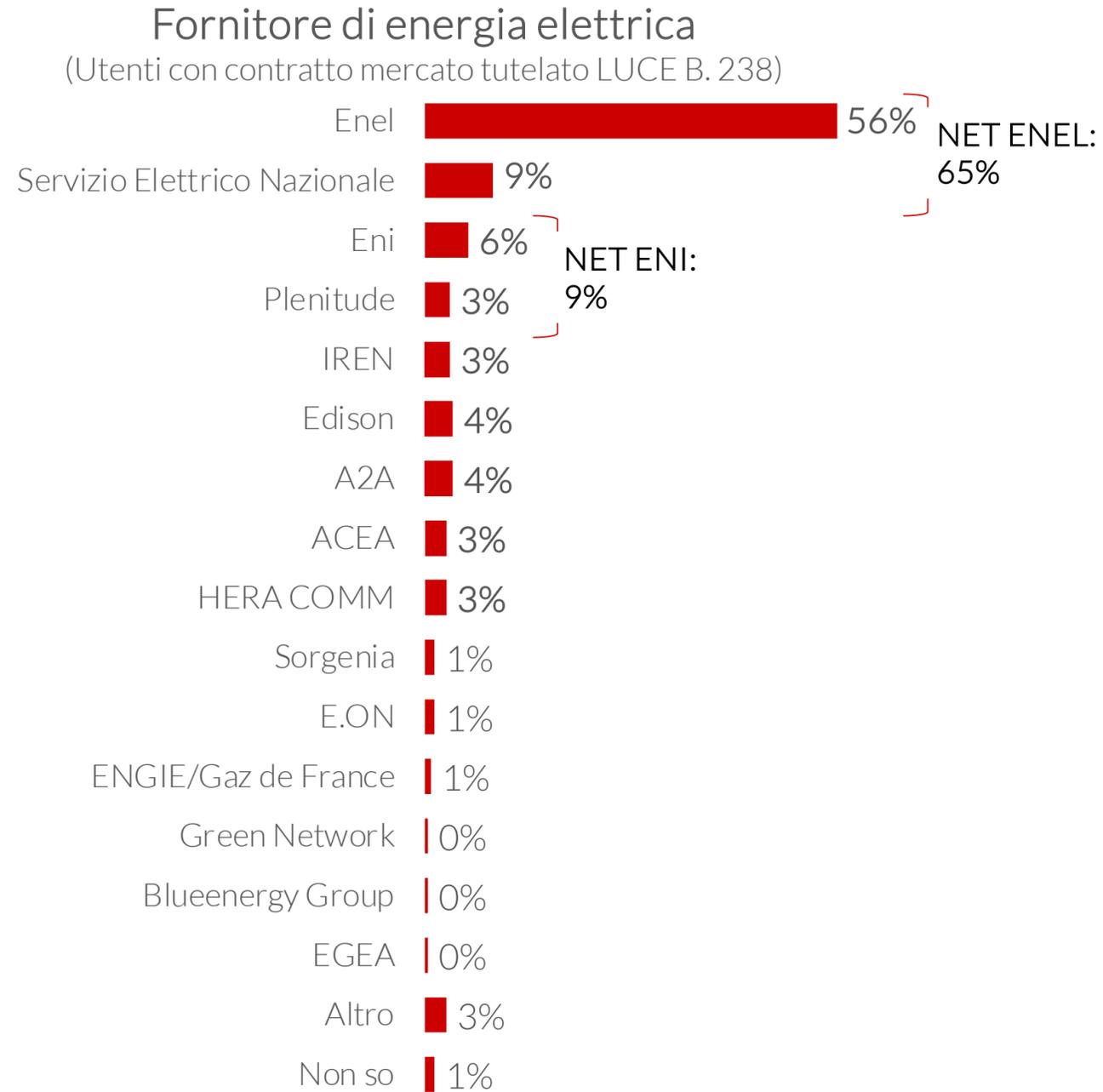
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

● 2023

Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023



I clienti del mercato tutelato risultano subire maggiormente l'innalzamento della spesa rispetto ad un anno fa, in particolare i clienti gas (motivo per cui sono più attenti all'aspetto economico).

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

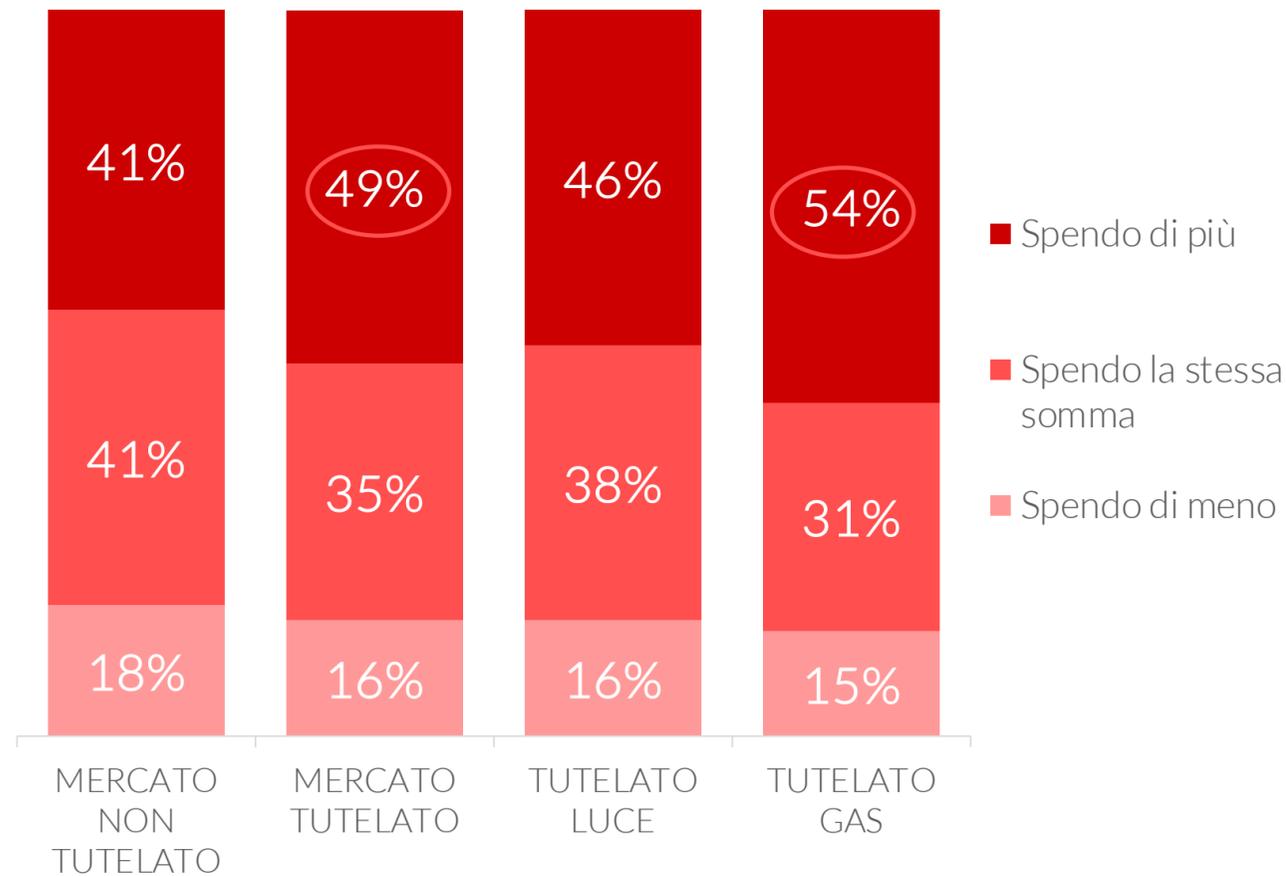
Sostenibilità

Lo scenario energetico

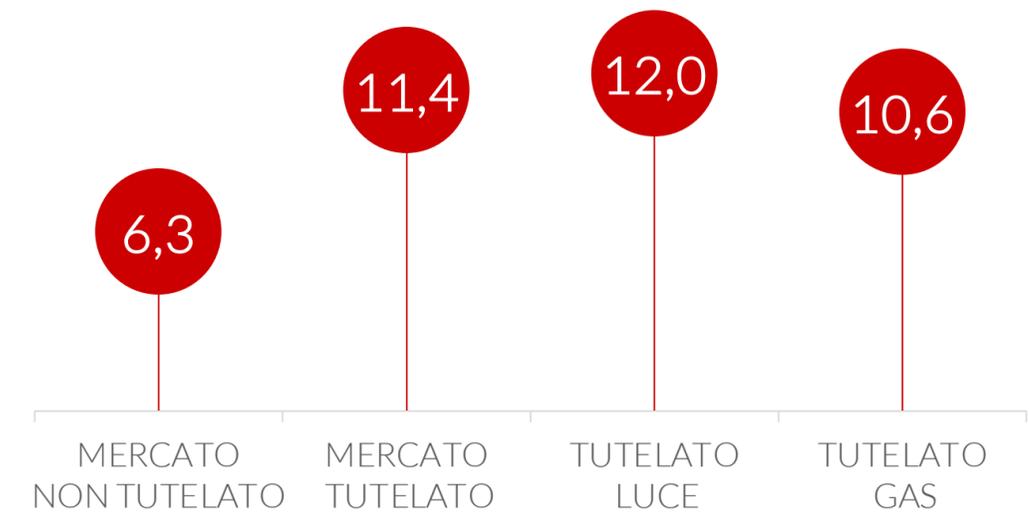
Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

Spesa per i beni essenziali



Trend variazione media spese (in %)



● 2023

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

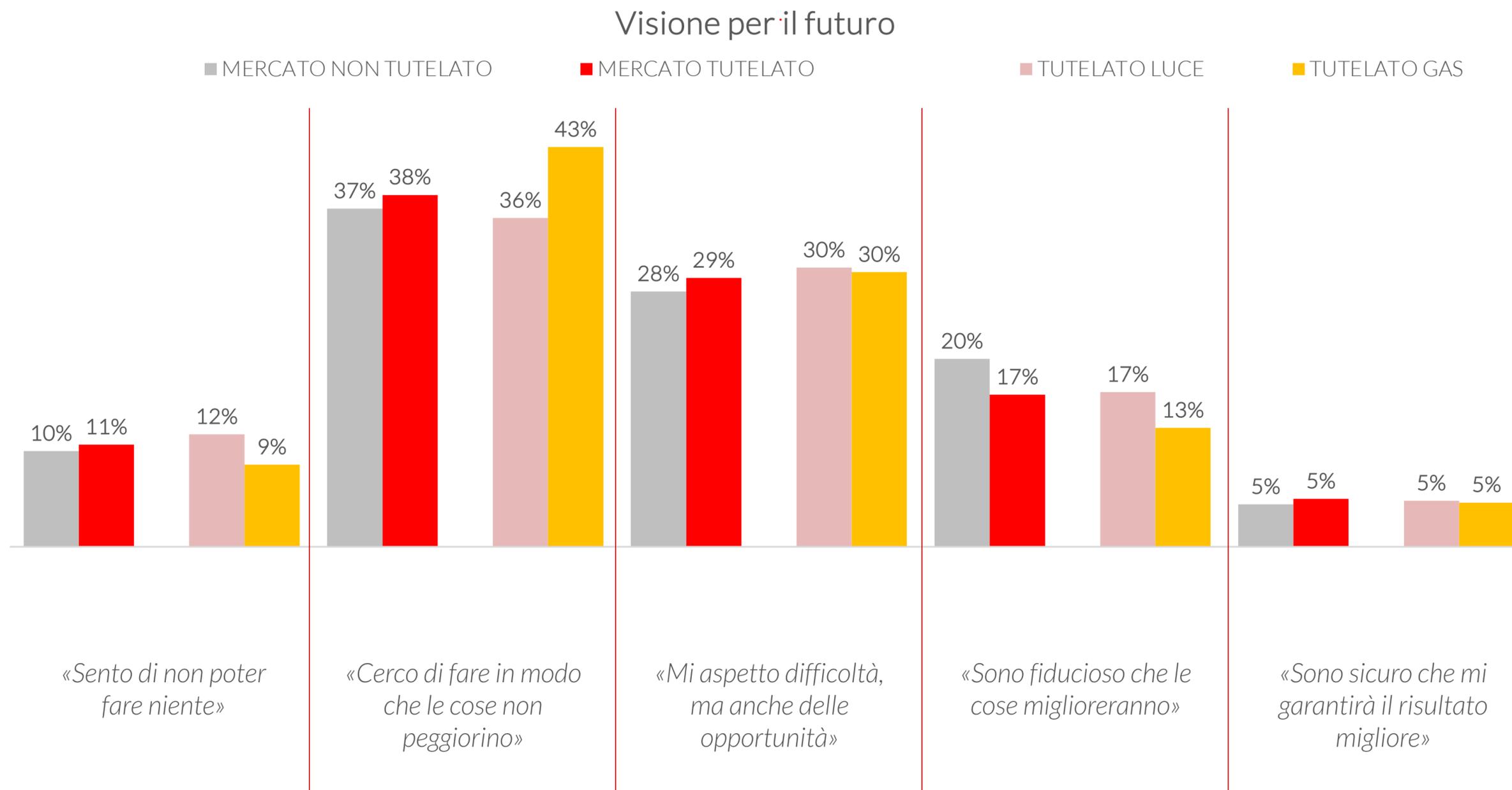
Capitale Italiana della Cultura

● 2023

Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023

Inoltre, i **clienti tutelati gas si sentono impotenti e non fiduciosi verso il futuro**, ma cercano comunque di fare in modo che le cose non peggiorino.



Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

Q12 - Pensando al futuro, in quale delle seguenti frasi si riconosce di più? Per il mio futuro...



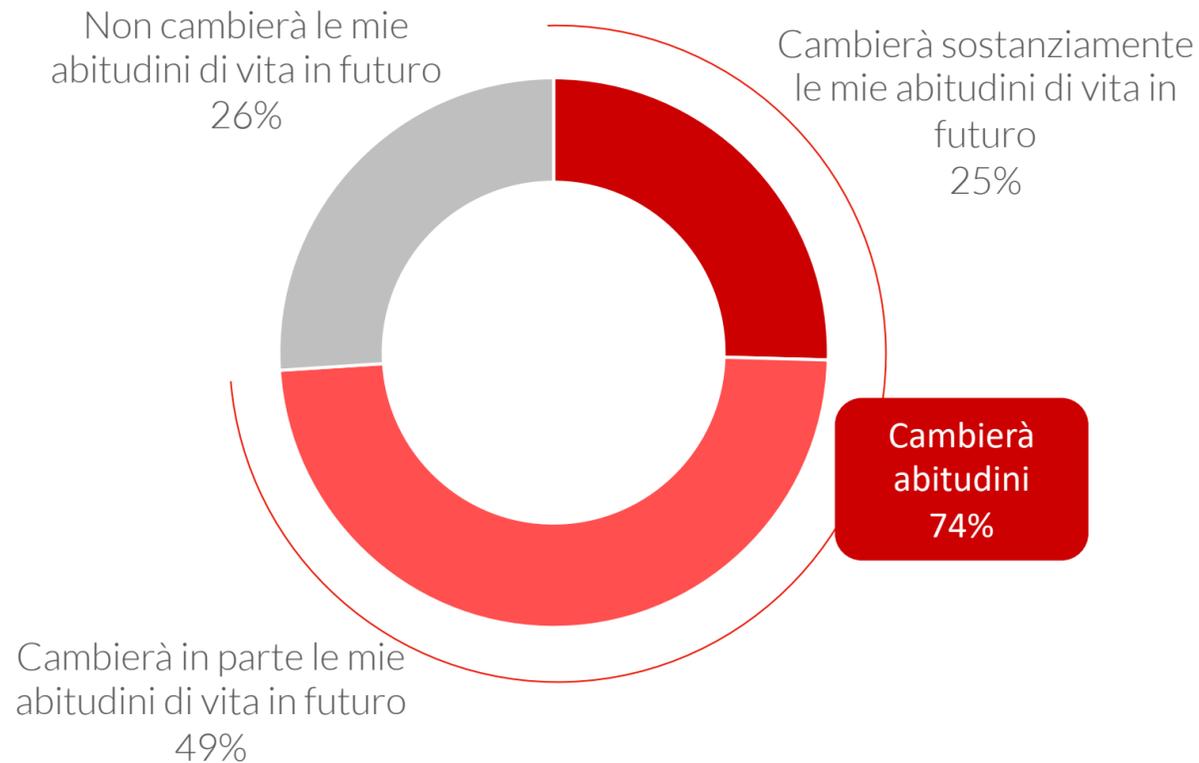
Il fenomeno **dell'invecchiamento demografico.**

Centralità del tema dell'invecchiamento demografico in Italia

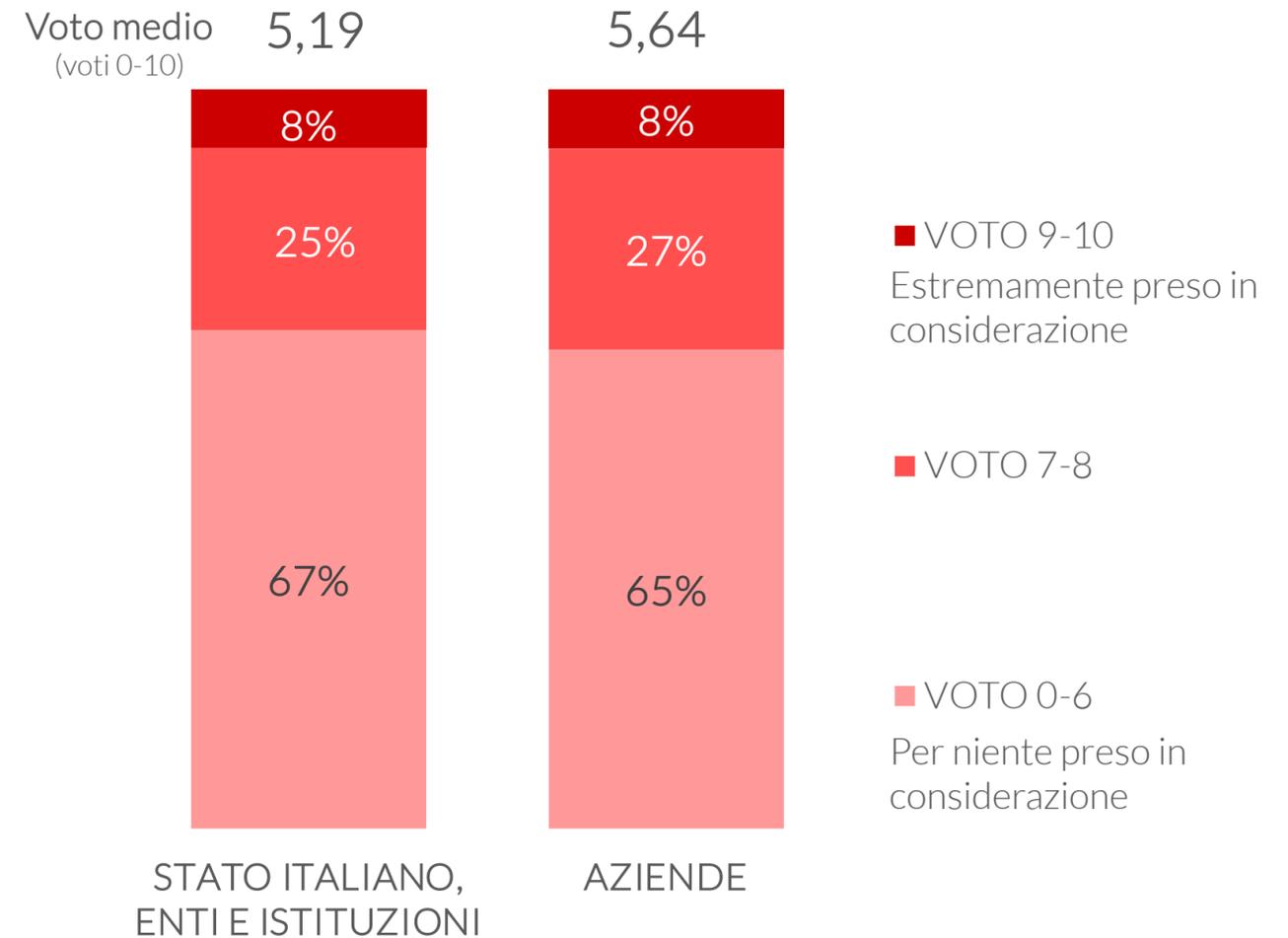
L'argomento dell'invecchiamento della popolazione italiana risulta essere un **tema centrale per il futuro**: per il 74% degli intervistati cambierà le abitudini di vita.

Tuttavia, la popolazione pensa **che le istituzioni e le aziende non riservino una considerazione sufficiente all'argomento**.

Incidenza dell'argomento «invecchiamento della popolazione» nel prossimo futuro



Considerazione riservata al tema da:



(Totale campione B. 1000)

Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

IP1 - Passiamo ad un ultimo argomento: l'invecchiamento della popolazione italiana. Pensando alla sua famiglia ed al suo futuro Lei pensa che sarà un argomento...

IP2 - Ad oggi quanto crede che l'invecchiamento della popolazione sia un tema preso in considerazione dallo Stato Italiano, dagli enti e dalle Istituzioni?

IP3 - Ed ancora quanto crede che l'invecchiamento della popolazione sia un tema preso in considerazione dalle aziende che producono prodotti per il consumatore?

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

2023

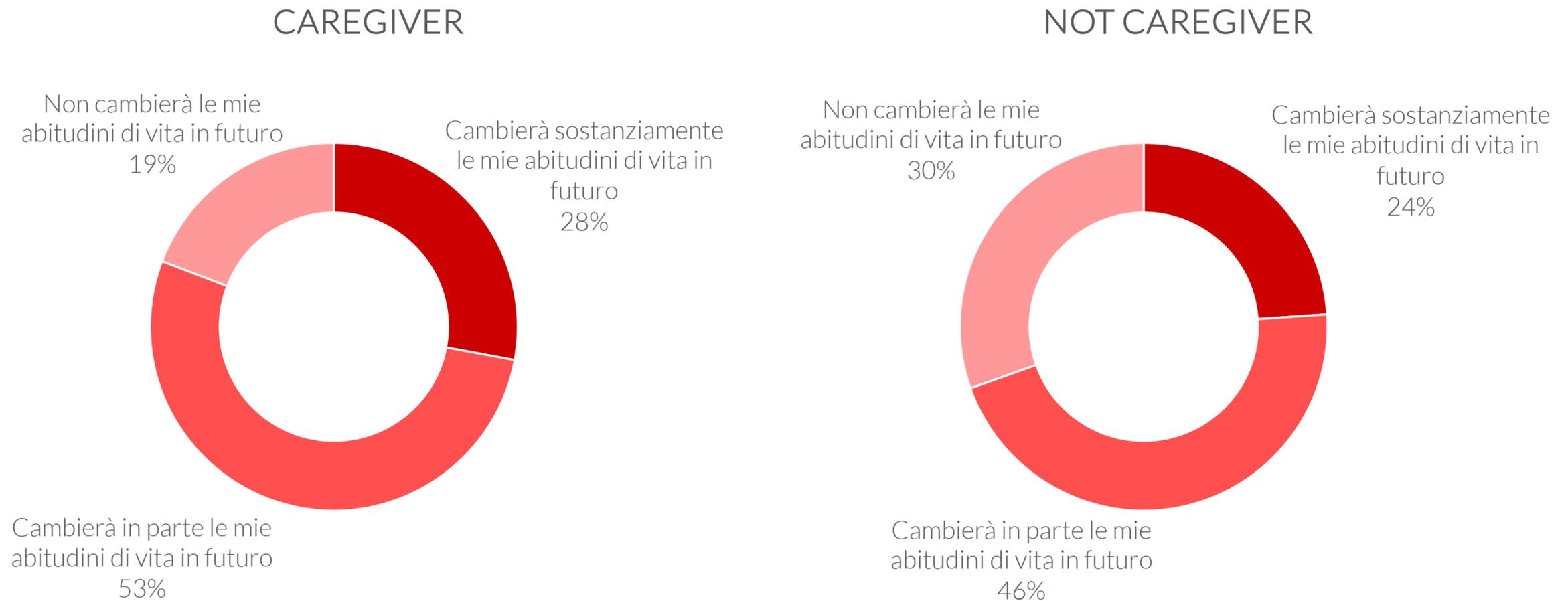
Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023

Centralità del tema dell'invecchiamento demografico in Italia

Per coloro che si occupano esclusivamente o in parte di qualcuno, **la visione futura di questo tema è ancora più centrale.**

Incidenza dell'argomento «invecchiamento della popolazione» nel prossimo futuro



● 2023

(Caregiver b. 401, not caregiver b. 599)

Centralità del tema dell'invecchiamento demografico in Italia

La percezione della considerazione riservata al tema «invecchiamento demografico» da parte di Stato e aziende è **maggiore tra chi si prende cura di altre persone** (e quindi ha a che fare con regolamentii, incentivi e tutto ciò che è collegato con il mondo del caregiving).

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

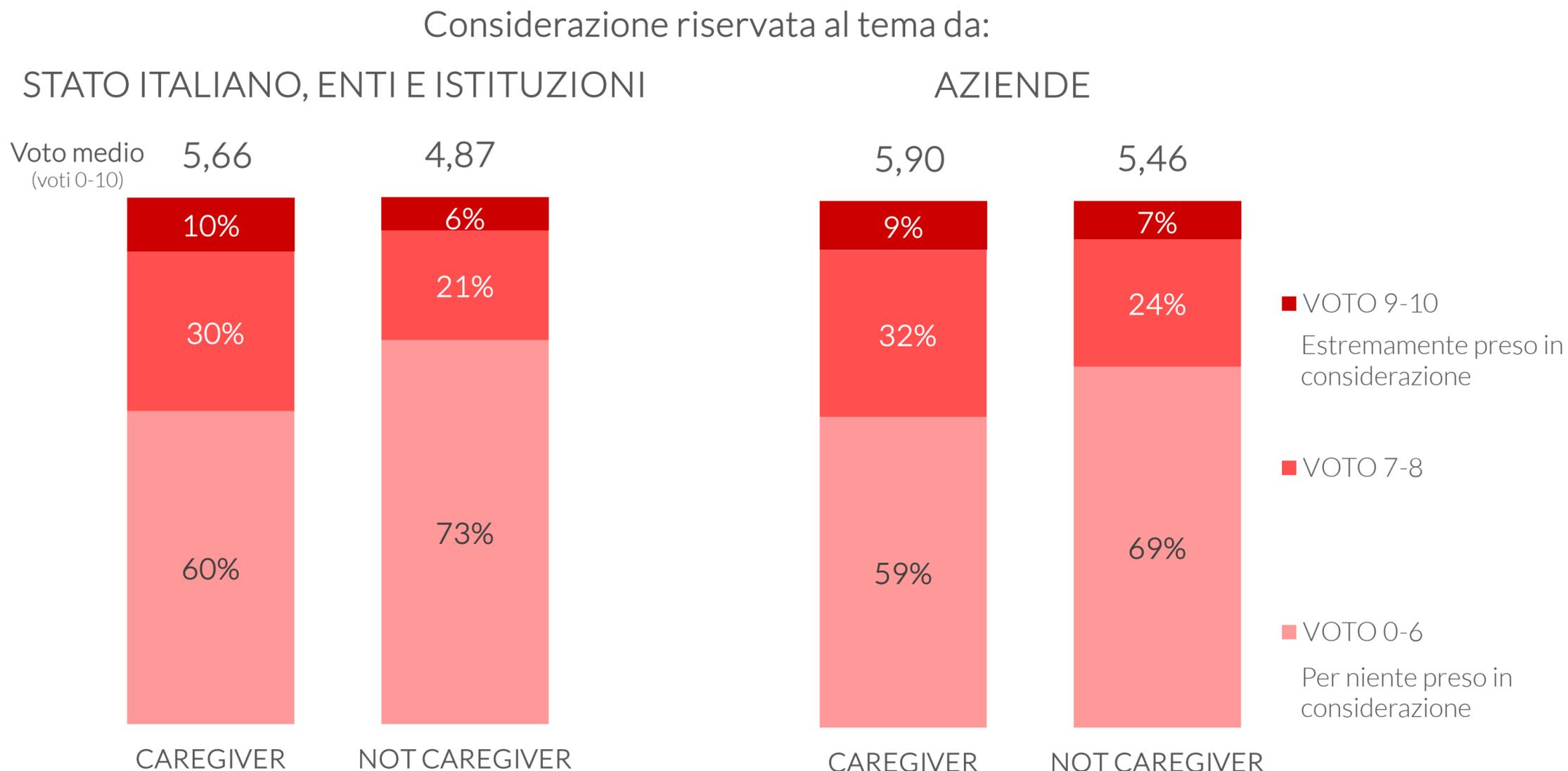
Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

● 2023



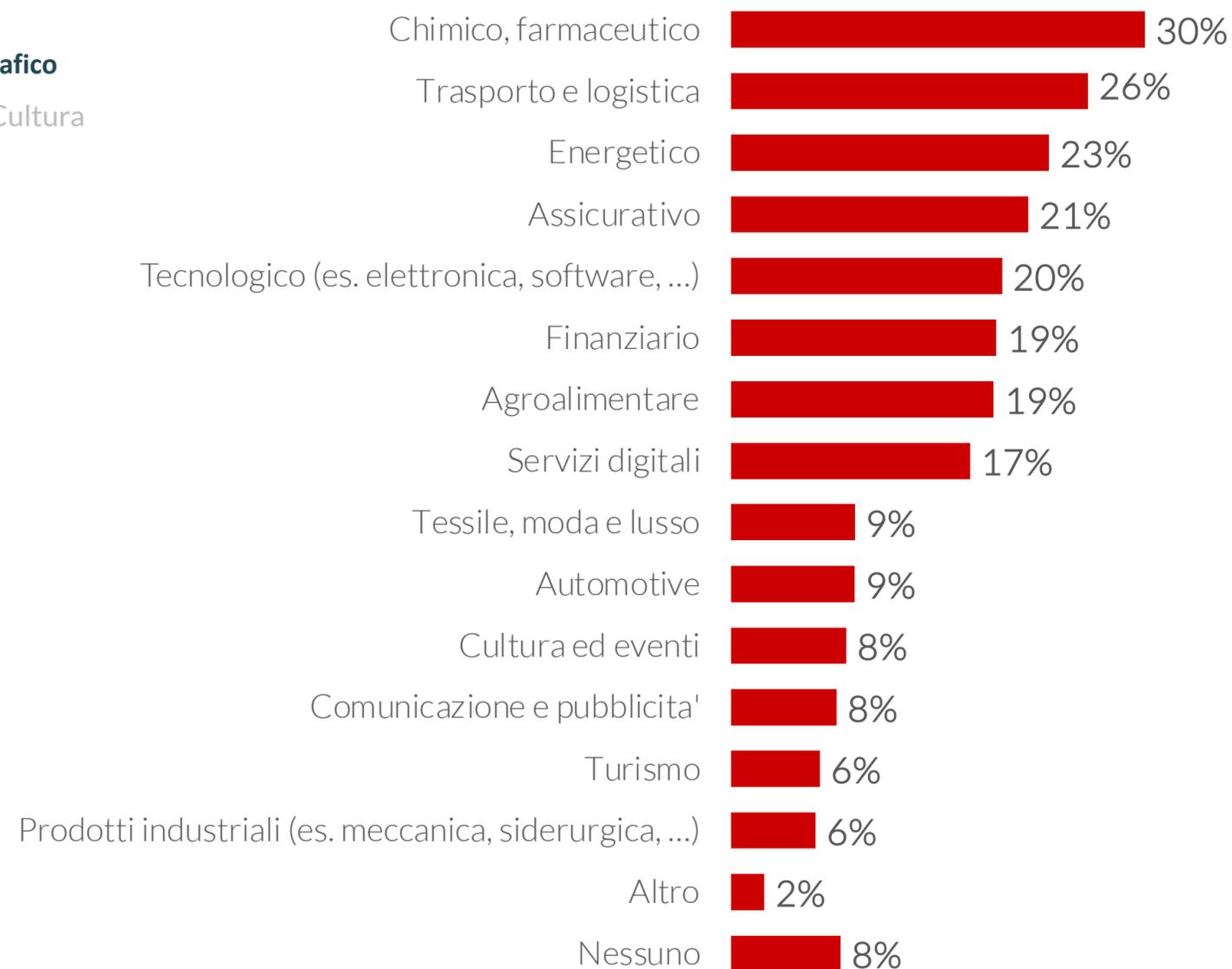
(Caregiver b. 401, not caregiver b. 599)

IP2 - Ad oggi quanto crede che l'invecchiamento della popolazione sia un tema preso in considerazione dallo Stato Italiano, dagli enti e dalle Istituzioni?
 IP3 - Ed ancora quanto crede che l'invecchiamento della popolazione sia un tema preso in considerazione dalle aziende che producono prodotti per il consumatore?

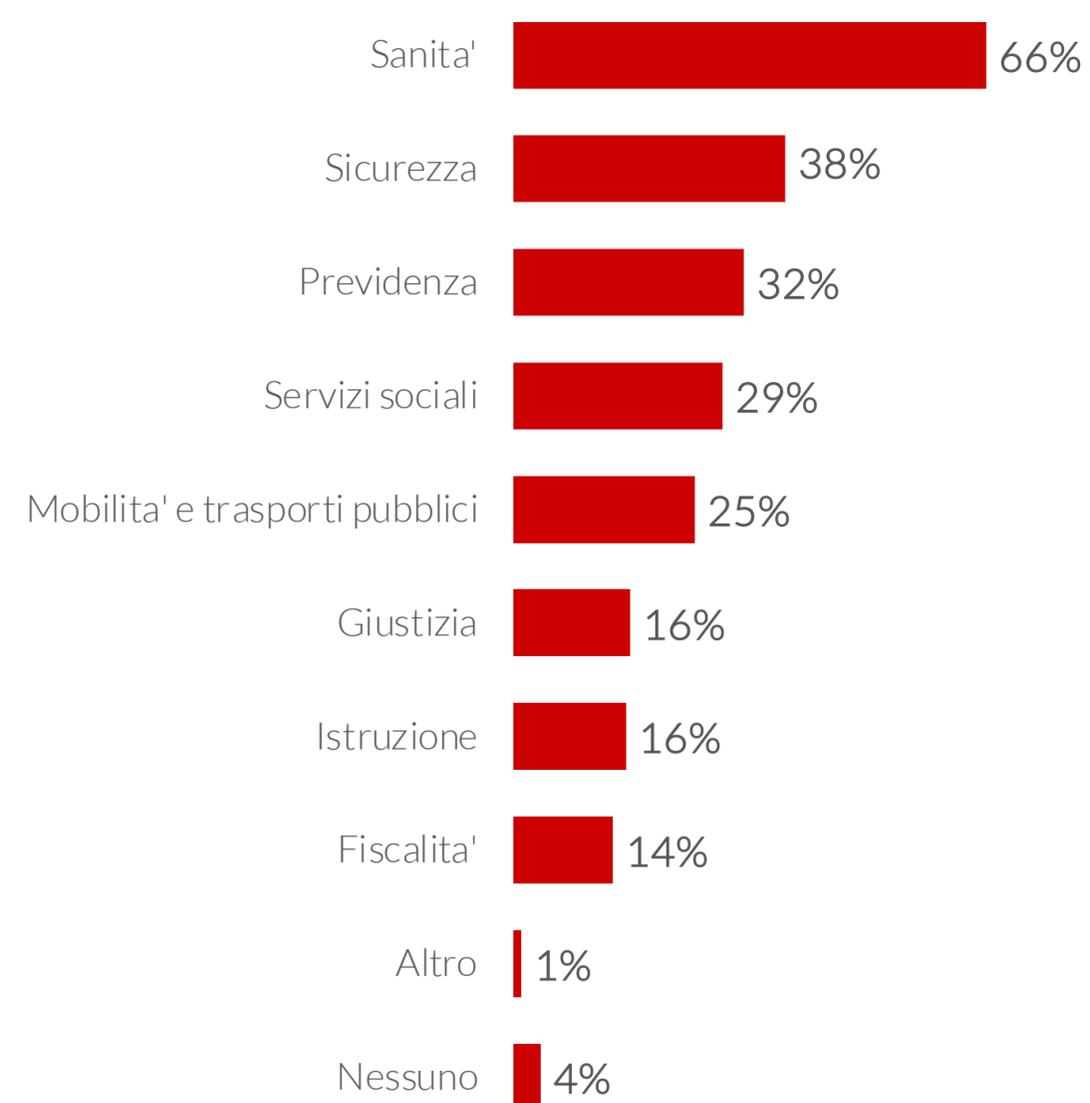
Settori e ambiti interessati dal fenomeno «invecchiamento demografico»

I **settori** che dovrebbero andare **maggiormente incontro alle esigenze** di una popolazione mediamente più anziana sono quello **chimico e farmaceutico, dei trasporti ed energetico**. Gli **ambiti su cui le istituzioni dovrebbero concentrarsi** per affrontare le nuove future esigenze sono la **sanità e la sicurezza**.

Settori e mercati interessati dal fenomeno dell'invecchiamento demografico



Ambiti di interesse per le istituzioni per affrontare le esigenze di una popolazione più anziana



(Totale campione B. 1000)

IP4 - Quali settori e mercati dovrebbero iniziare a pensare a modificare i propri prodotti e servizi per andare incontro alle esigenze di una popolazione mediamente più anziana?
 IP5 - Su quale ambito in particolare dovrebbero concentrarsi le Istituzioni per affrontare le esigenze di una popolazione mediamente più anziana?

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

2023

Ind.3631
Anno 2023

Stetoscopio2023

Settori e ambiti interessati dal fenomeno «invecchiamento demografico»

Premesse e obiettivi

Disegno di ricerca

Sentiment generale

Digitalizzazione a AI

Sostenibilità

Lo scenario energetico

Invecchiamento demografico

Capitale Italiana della Cultura

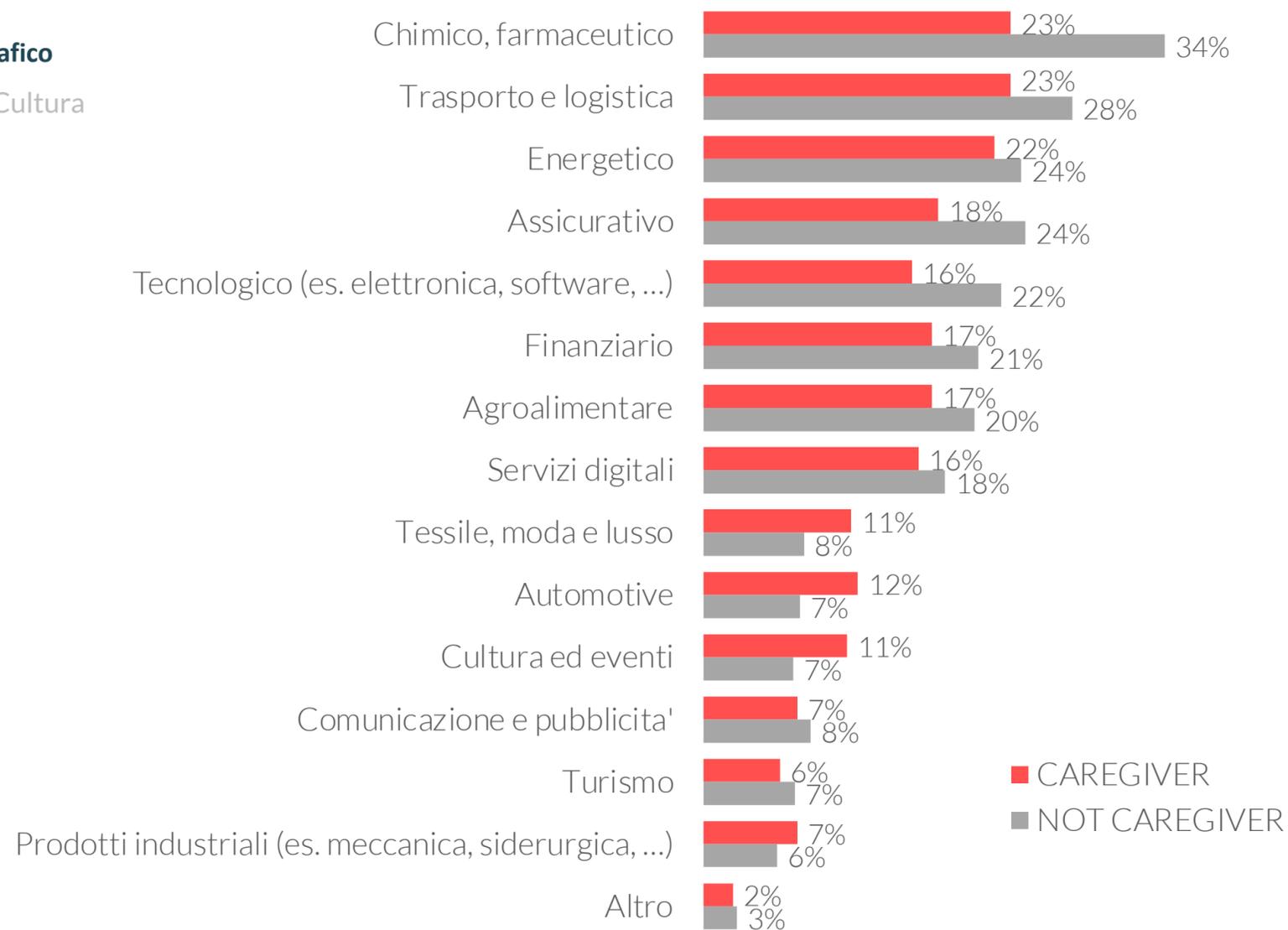
● 2023

Ind.3631
Anno 2023

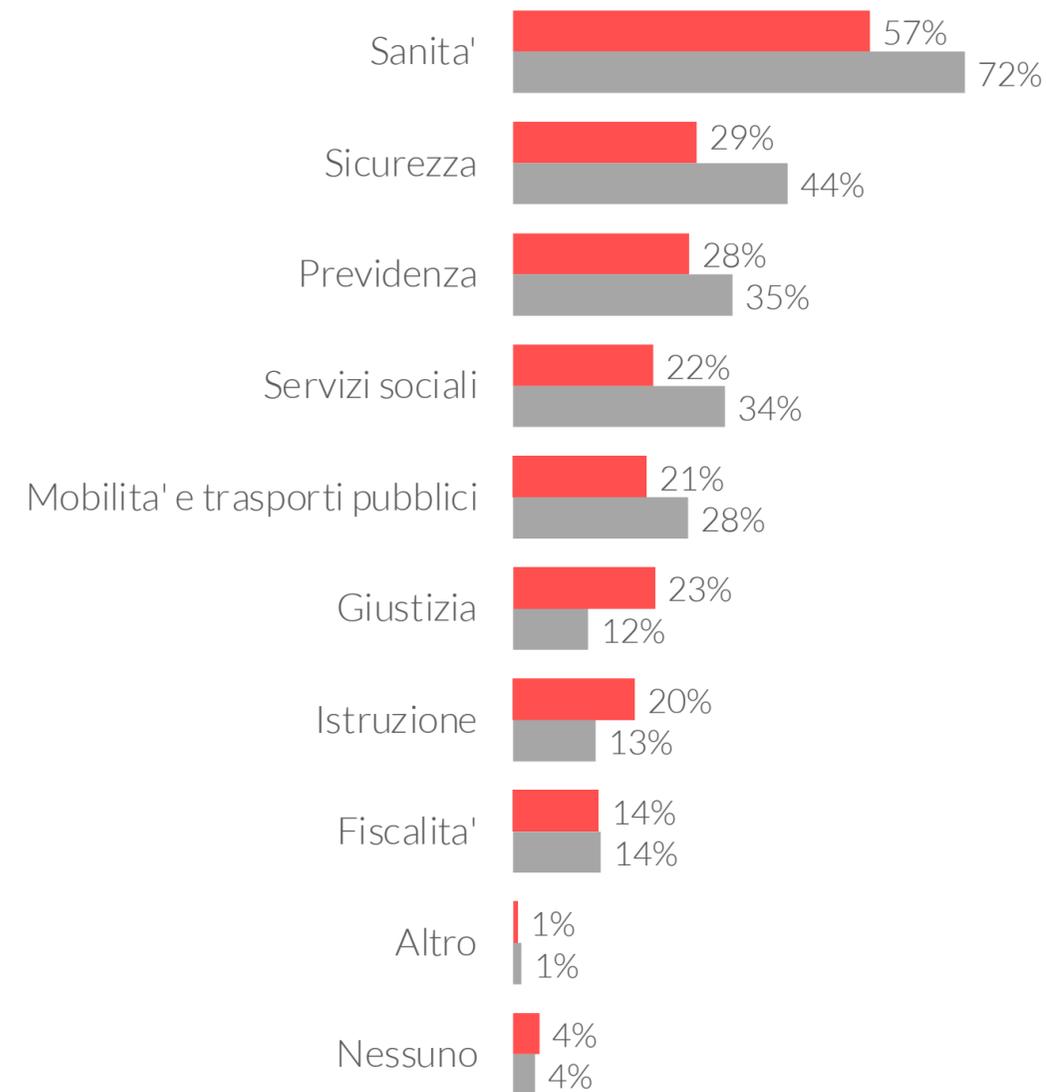
Stetoscopio2023

Secondo i not caregiver, la **previdenza e i servizi sociali** (unitamente alla sanità e alla sicurezza) sono ambiti su cui le istituzioni dovranno attivarsi per andare incontro alle esigenze future.

Settori e mercati interessati dal fenomeno dell'invecchiamento demografico



Ambiti di interesse per le istituzioni per affrontare le esigenze di una popolazione più anziana



(Caregiver b. 401, not caregiver b. 599)

IP4 - Quali settori e mercati dovrebbero iniziare a pensare a modificare i propri prodotti e servizi per andare incontro alle esigenze di una popolazione mediamente più anziana?
 IP5 - Su quale ambito in particolare dovrebbero concentrarsi le Istituzioni per affrontare le esigenze di una popolazione mediamente più anziana?

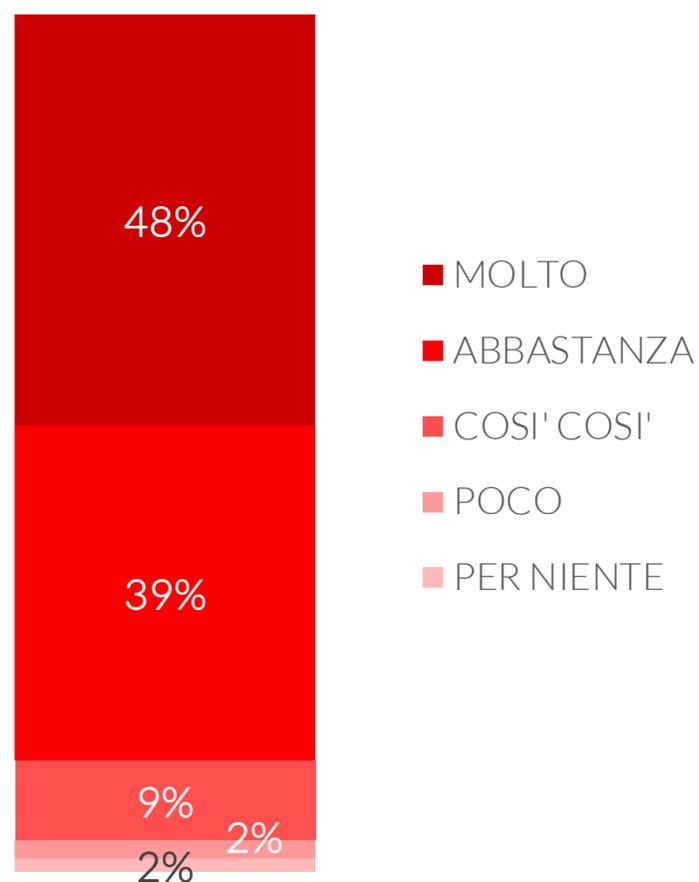


Bergamo Brescia Capitale Italiana
della Cultura 2023

Importanza della cultura e conoscenza «Capitale Italiana della Cultura» 2023 e 2024

La cultura è un aspetto molto importante nella vita degli italiani. Il 23% dichiara correttamente la «Capitale della cultura» 2023 appena conclusa, mentre solo il 12% conosce la città in cui si svolgerà il prossimo anno.

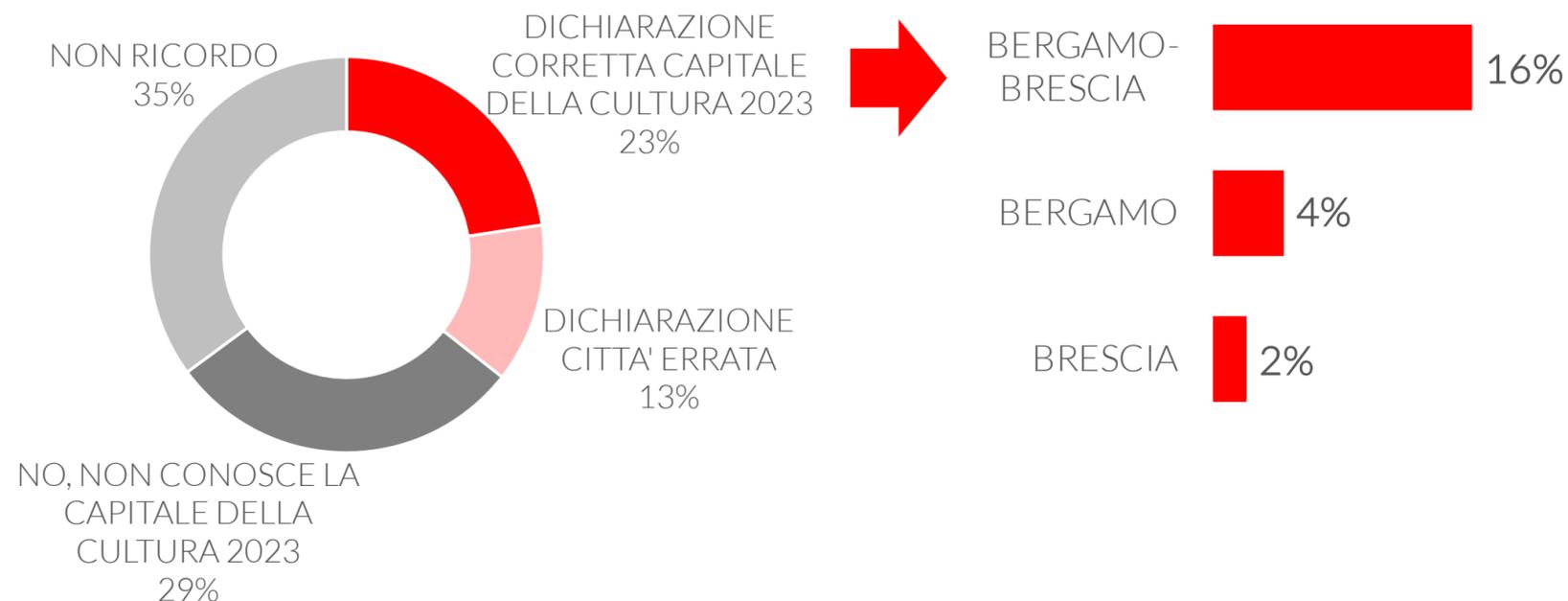
Importanza della cultura



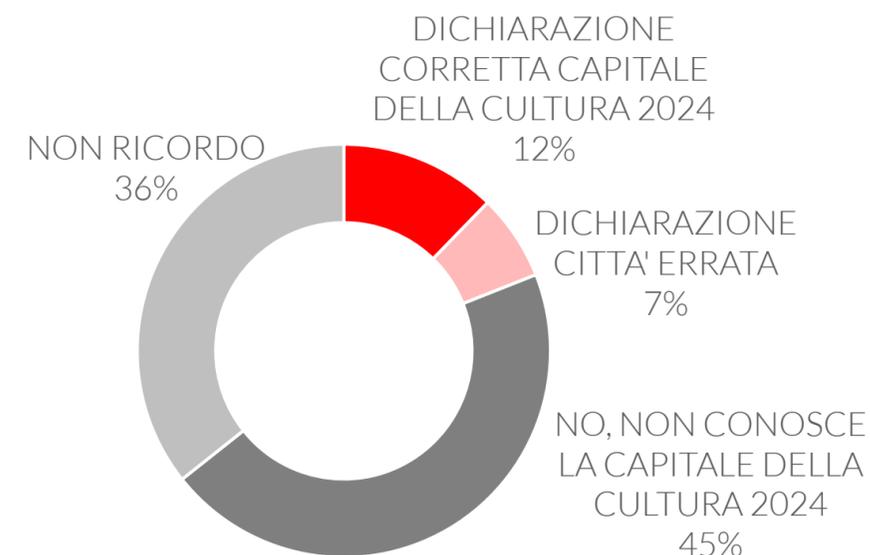
(Totale campione B. 1000)

Eventuali distorsioni sono dovute agli arrotondamenti delle percentuali

Conoscenza Capitale Italiana della Cultura 2023 (Bergamo-Brescia)



Conoscenza Capitale Italiana della Cultura 2024 (Pesaro)





E V O L V I N G
P A R T N E R S

