L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

REPORT PER

INTESA SANPAOLO

Ipsos

INDICE

Obiettivi e metodologia

Il campione intervistato

Risultati di ricerca

1. **La sostenibilità a livello individuale**
2. **La sostenibilità nel guidare le scelte di consumo**
3. **Cosa ci si aspetta dalle aziende in materia di sostenibilità?**
4. **L'attitudine verso gli investimenti ESG**

Obiettivi e metodologia

L'indagine è stata realizzata con i seguenti obiettivi:

Esplorare le attitudini degli italiani nei confronti di tematiche come la **sostenibilità**, la **salvaguardia del pianeta** e il **paradigma ESG**

Comprendere come queste attitudini si trasformano in **preferenze e comportamenti verso prodotti sostenibili**

Analizzare la conoscenza degli **investimenti sostenibili,** la propensione ad acquistarli e le leve che potrebbero essere azionate per renderli più interessanti agli occhi dei risparmiatori

Popolazione
18-70 anni

1.014 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana

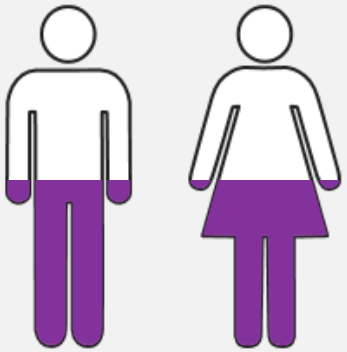
18 – 27 novembre 2021

Questionario on-line

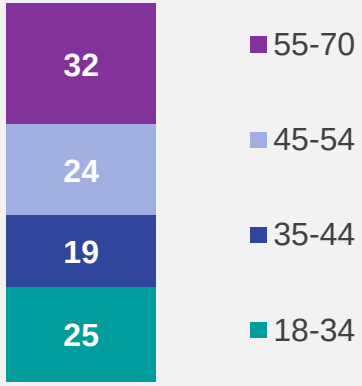
Il campione intervistato 1/2

GENERE

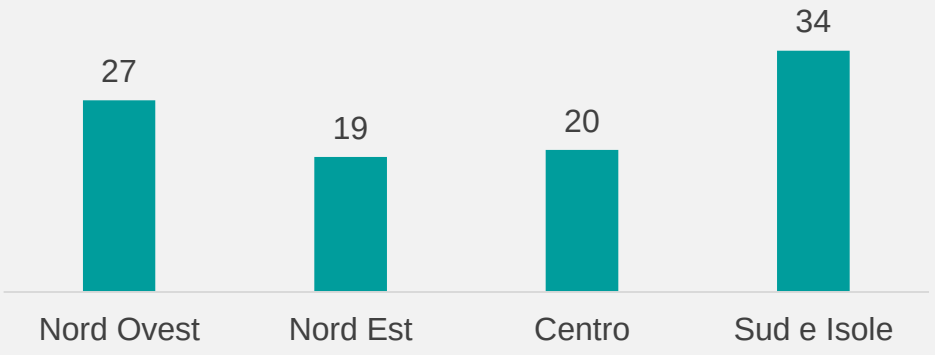
50% 50%



ETÀ



AREA GEOGRAFICA

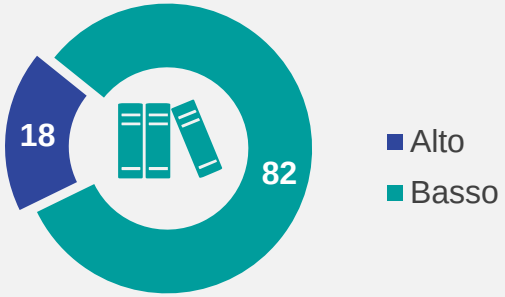


Base: Totale Campione (n=1014)

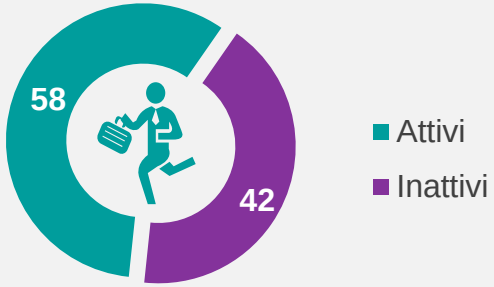
Valori %

Il campione intervistato 2/2

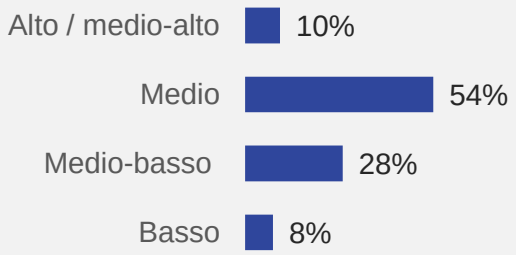
TITOLO DI STUDIO



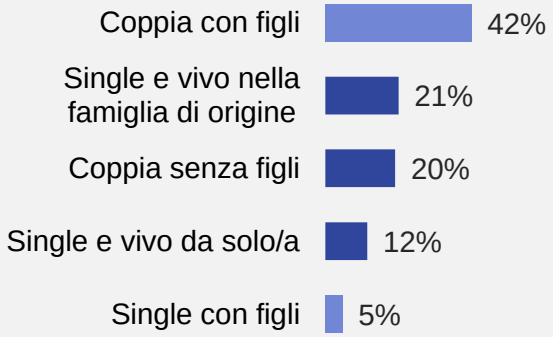
PROFESSIONE



TENORE DI VITA



CONDIZIONE FAMILIARE



PRESENZA FIGLI

Si **47%**

0-5 anni	10%
6-9 anni	8%
10-13 anni	9%
14-18 anni	13%
19 anni e oltre	22%

INVESTIMENTI

17%

possiede **investimenti in azioni, fondi azionari, ETF, obbligazioni**

Base: Totale Campione (n=1014)

Valori %

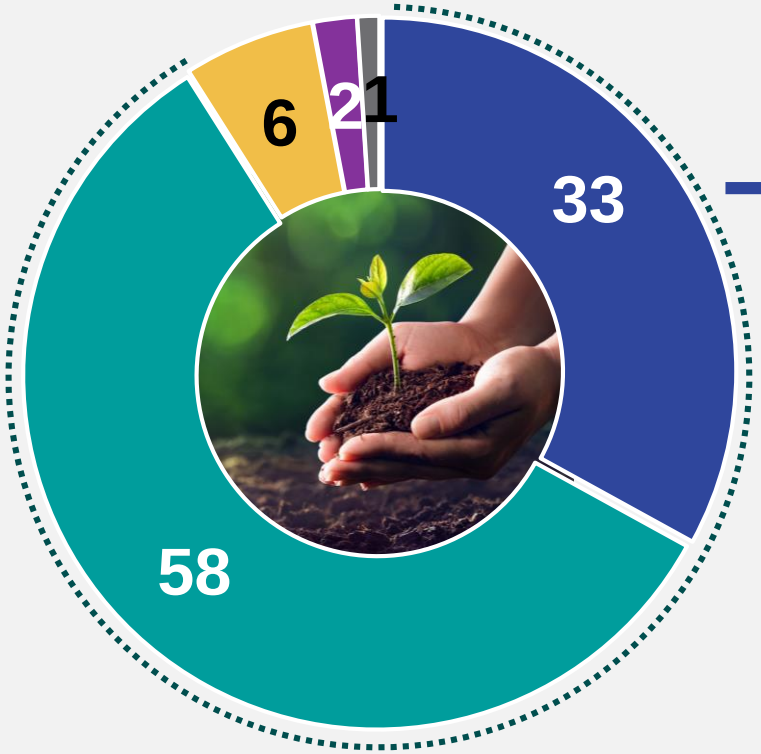
LA SOSTENIBILITÀ A LIVELLO INDIVIDUALE

1

La conoscenza del concetto di sostenibilità

La familiarità con il concetto di sostenibilità è elevata e riguarda la quasi totalità della popolazione, anche grazie alla forte copertura mediatica del tema. Tuttavia, è solo 1 italiano su 3 a padroneggiare la materia.

- Esprime esattamente il concetto che avevo in mente
- Esprime abbastanza quello che avevo in mente
- Conoscevo il concetto, ma non sapevo che si chiamasse sostenibilita'
- Avevo sentito parlare di sostenibilita' ma non e' questo il concetto che avevo in mente
- Nessuna conoscenza



+ 13 p.p.
rispetto al 2018 (20%)

91% **conosce bene o abbastanza bene il concetto**

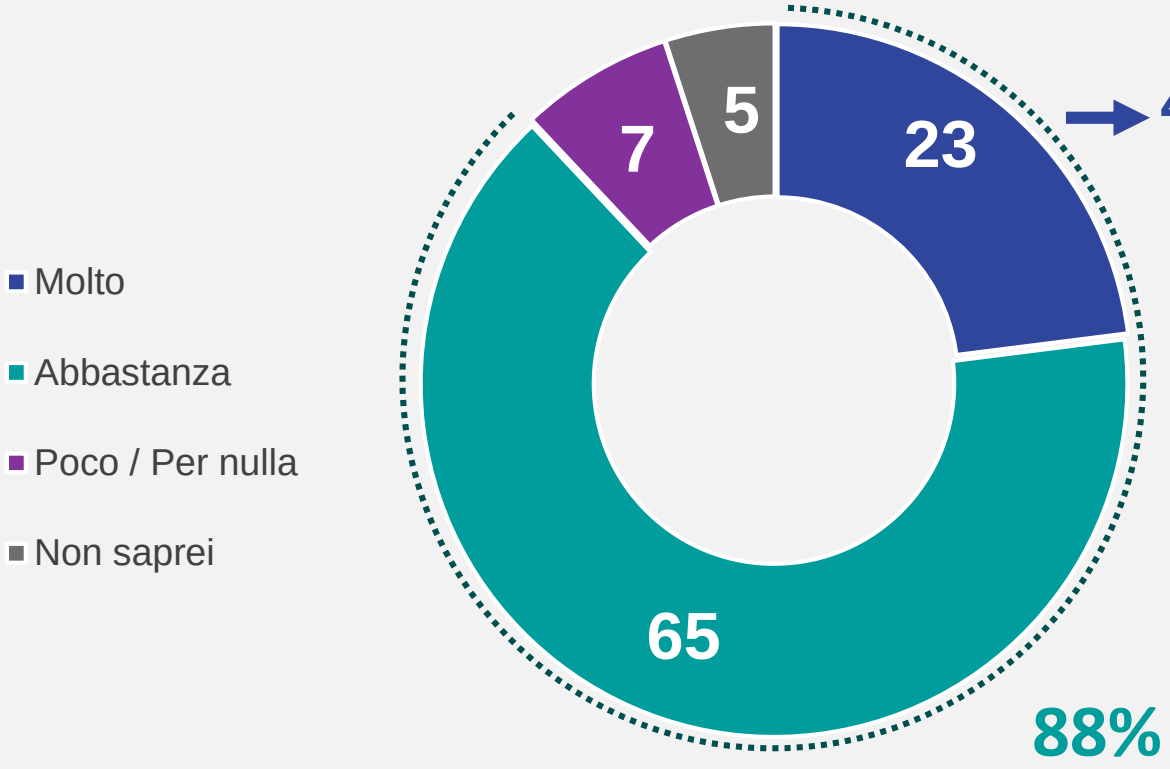
*Il termine sostenibilità indica un **insieme di comportamenti e scelte,** orientate a **principi etici e a logiche di lungo periodo**, con l'obiettivo di coniugare la salvaguardia di **risorse limitate** con il **benessere** delle generazioni presenti e future, generando un **circolo virtuoso**.*

Base: Totale campione; valori %
Q2. Parliamo di sostenibilità. Lei quanto ritiene di conoscere il concetto di sostenibilità?
Q3. Negli ultimi anni si parla sempre più di sostenibilità. […] Lei direbbe che la descrizione che ha letto…

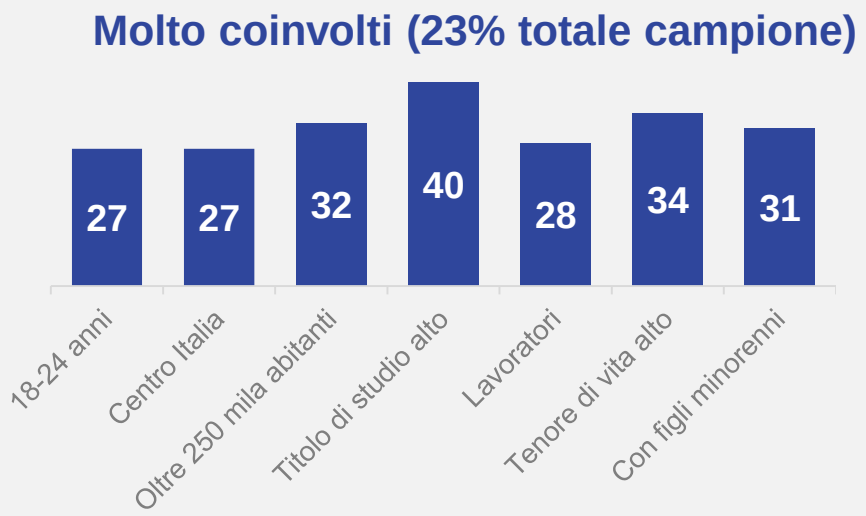
© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Il coinvolgimento sentito rispetto al tema della sostenibilità

L'88% degli italiani si sente personalmente coinvolto dalle tematiche della sostenibilità; in particolare, il 23% si sente molto coinvolto, soprattutto i più giovani (18-24 anni), laureati, che vivono in centri grandi. Inoltre, una maggiore conoscenza implica un maggior coinvolgimento: tra chi conosce bene il concetto, è il 44% a sentirsi molto coinvolto



44% tra chi dichiara di conoscere molto bene il concetto di sostenibilità

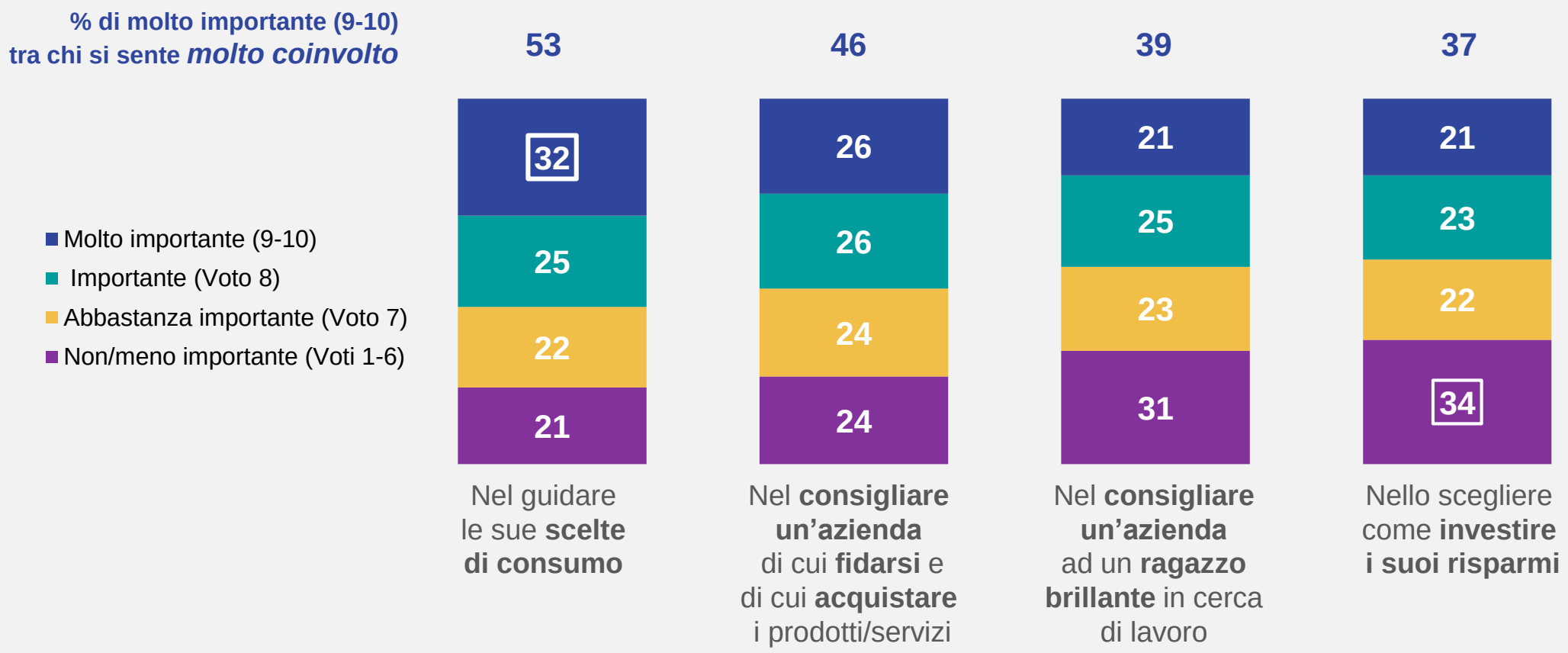


Base: Totale campione; valori %
Q4. Nella vita di tutti i giorni ci sono persone che sono totalmente coinvolte dal tema della sostenibilità ed altre meno. Nei comportamenti di tutti i giorni lei direbbe di essere attivamente coinvolto…

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

L'importanza della sostenibilità in alcune scelte chiave

La sostenibilità è indicata come un valore chiave soprattutto nel guidare le scelte di consumo (molto importante per il 32% del campione; per il 53% tra coloro che si sentono molto coinvolti); lo è con minor forza nel consigliare un'azienda ad un ragazzo brillante in cerca di occupazione e nello scegliere come investire i propri risparmi.

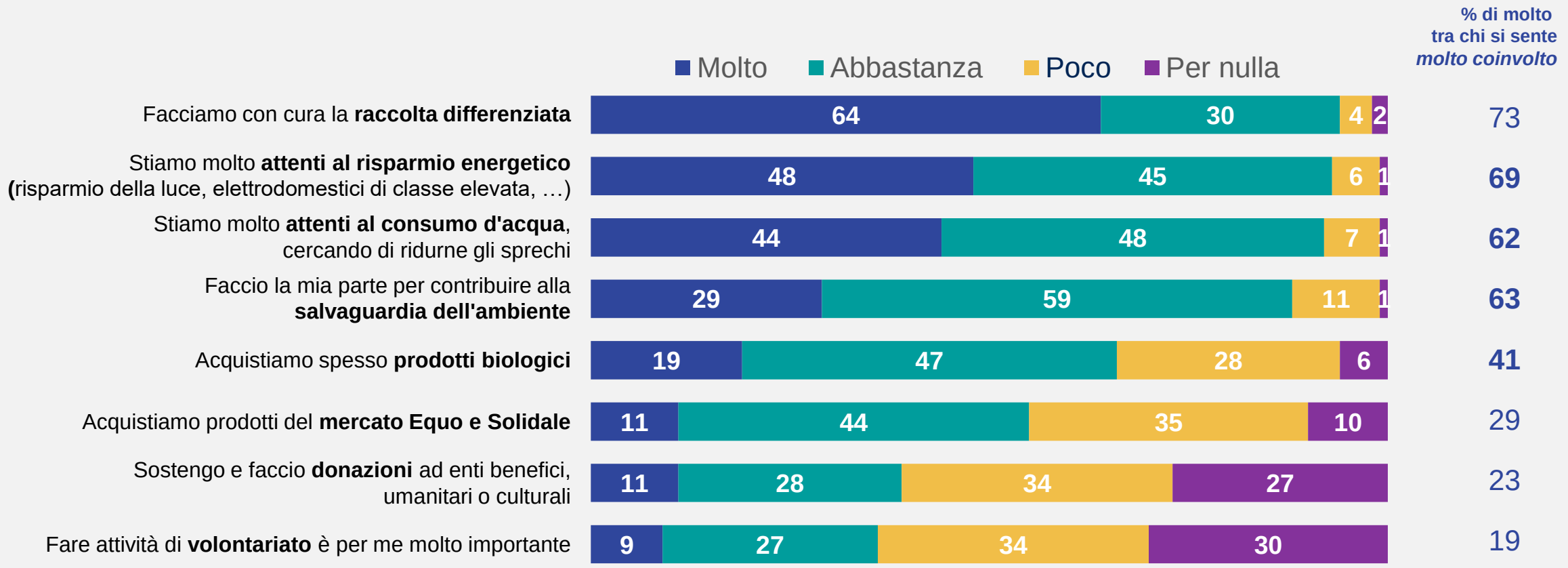


Base: Totale campione; valori %
Q5. Potrebbe indicare quanto è importante per lei la sostenibilità nei seguenti casi?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Comportamenti che si adattano a sé e alla propria famiglia

Al di là del concetto di sostenibilità, molti italiani mettono oggi in atto comportamenti per la salvaguardia del pianeta e per ridurre le diseguaglianze: la raccolta differenziata ed il risparmio di energia e di acqua fanno ormai parte della quotidianità per molti; rimane più di nicchia l'attenzione al sociale (donazioni, volontariato). Comportamenti ancora più accentuati tra chi si sente molto coinvolto dal tema della sostenibilità.



Base: Totale campione; valori %
S8. Leggerà alcune affermazioni che descrivono dei comportamenti e delle attitudini nell'ambito della sostenibilità che riguardano la vita di tutti i giorni. Indichi per ciascuna in che misura si adatta a lei e alla sua famiglia.

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

LA SOSTENIBILITÀ NEL GUIDARE LE SCELTE DI CONSUMO

2

Ipsos

Gli aspetti più importanti nel decidere quale prodotto acquistare

Il rapporto qualità/prezzo è il principale aspetto a cui si presta attenzione al momento dell'acquisto per quasi uno su tre; per il 15% degli intervistati, invece, a guidare la scelta sono aspetti legati alla sostenibilità (materie prime, impatto sull'ambiente, eticità e correttezza dell'azienda proponente).

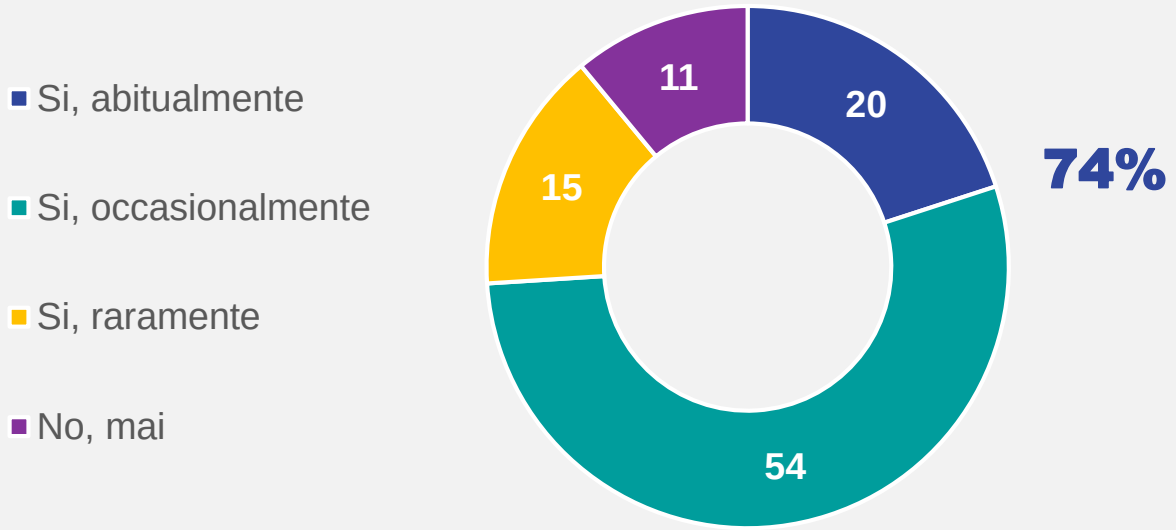
Base: Totale campione; valori %; item in ordine decrescente sul totale citazioni
Q.1 Per iniziare, quando acquista un prodotto, a quali aspetti presta attenzione? Ordini i primi 4 in ordine di preferenza

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

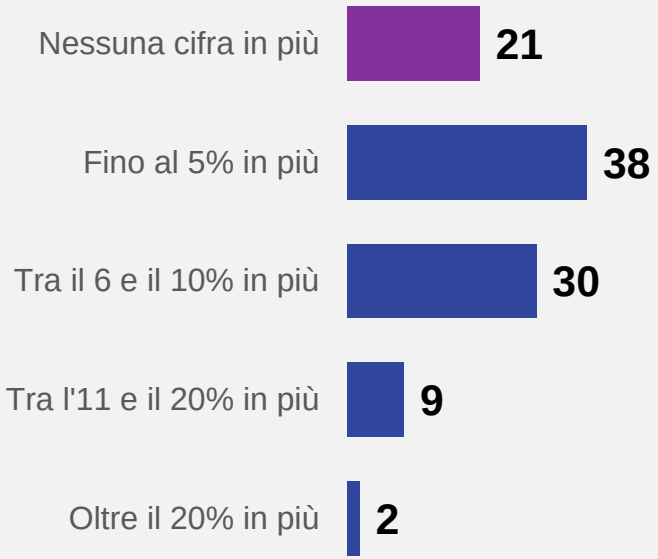
La propensione a pagare un costo più elevato per un prodotto sostenibile

Il 20% dichiara di **preferire abitualmente prodotti sostenibili**, mentre il 54% lo fa occasionalmente. Interpellati sulla maggiorazione di prezzo ritenuta accettabile, in media si è disposti a pagare fino al 7% in più

Preferenza per l'acquisto di un prodotto di un'**azienda che opera secondo principi di sostenibilità**



Propensione a pagare di più per un prodotto sostenibile



In media si è disposti a pagare **fino al 7% in più**

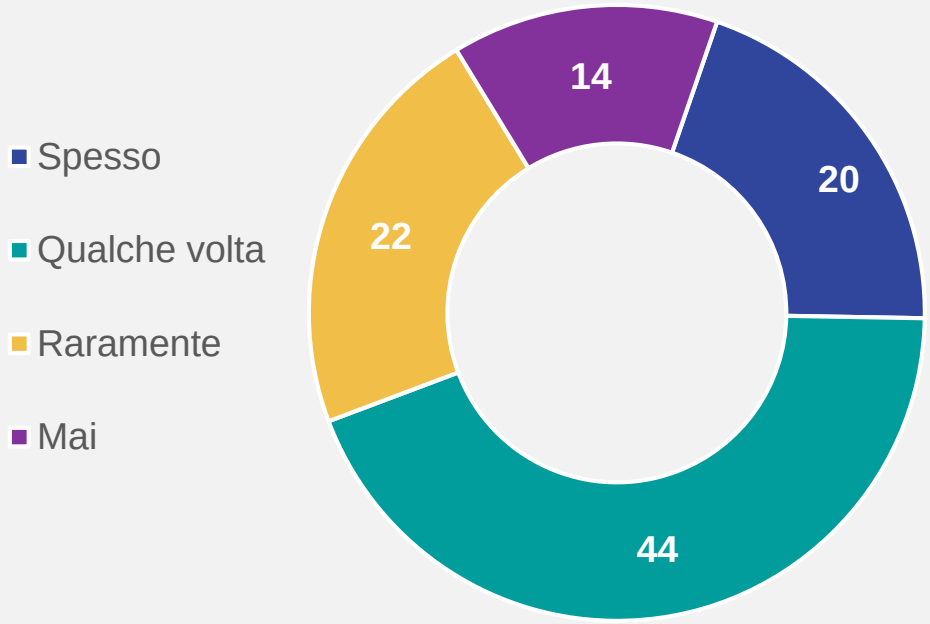
Base: Totale campione; valori %
Q13a. Le è mai capitato di preferire l'acquisto di un prodotto sostenibile o un servizio se fornito da un'azienda che si comporta in modo sostenibile, anche a costo di pagarlo un po' di più?
Q13b. Quanto sarebbe disposto a pagare di più per un prodotto o servizio se fornito da un'azienda che si comporta in modo sostenibile?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

La verifica sull'operato delle aziende che dichiarano prodotti sostenibili

Solo uno su cinque verifica spesso che i prodotti acquistati siano veramente sostenibili. Per valutare le aziende dal punto di vista della sostenibilità, il principale criterio è l'indicazione di basso impatto sull'ambiente.

Verifica che un prodotto sia **veramente sostenibile**



Aspetti valutati per capire se un'azienda è **veramente sostenibile**

(Tra chi verifica spesso, 20%)

Base: Totale campione; valori % al netto del non sa
Q14. Le è mai capitato di verificare se un prodotto fosse veramente sostenibile?
Q10. Quali dei seguenti aspetti lei valuta per capire se un'azienda è sostenibile?

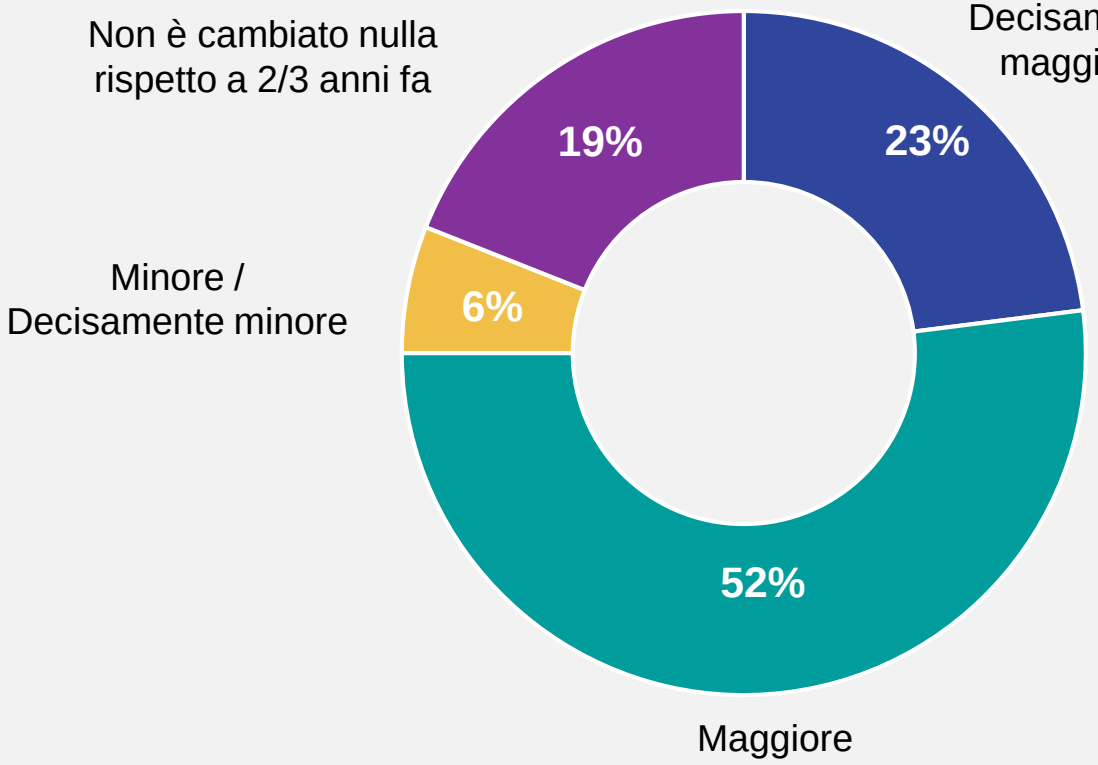
© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

COSA CI SI ASPETTA DALLE AZIENDE IN MATERIA DI SOSTENIBILITÀ?

3

L’attenzione alla sostenibilità delle aziende rispetto a 2/3 anni fa

Oggi 3 italiani su 4 pongono maggiore attenzione al comportamento sostenibile delle aziende, rispetto a 2/3 anni fa. In particolare per il 23% è decisamente maggiore, dato sale addirittura al 50% tra chi verifica spesso l’effettiva sostenibilità dei prodotti. Per il 19% delle persone invece non è cambiato nulla.



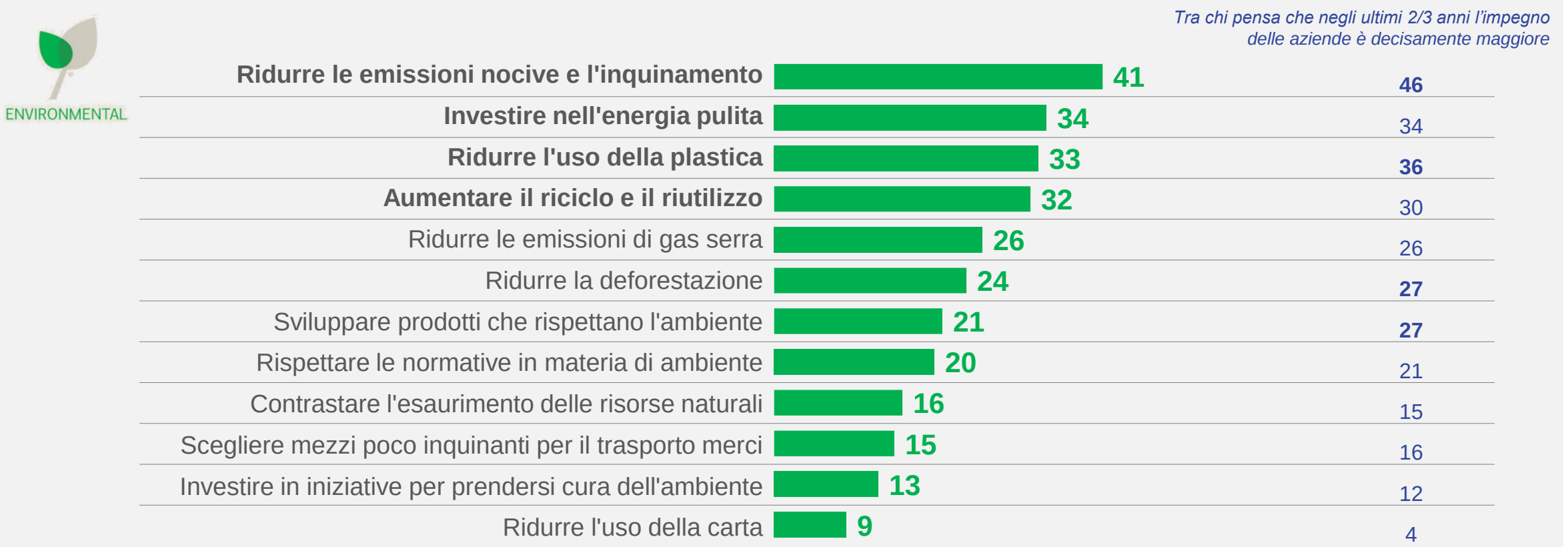
50% tra chi verifica spesso che i prodotti acquistati siano effettivamente sostenibili

Base: Totale campione; valori %
Q9. Lei personalmente pone una maggiore o una minore attenzione al comportamento sostenibile delle aziende rispetto a 2-3 anni fa?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L’impegno per la sostenibilità

Le principali attività delle aziende per la salvaguardia dell'ambiente

Ridurre le emissioni nocive e l'inquinamento, investire in energia pulita e ridurre l'uso della plastica sono le principali attività sulle quali le aziende dovrebbero orientare i propri sforzi in ambito environmental.



Base: Totale campione; valori %
Q7a. Parliamo della SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE.
Quali sono le attività su cui le aziende dovrebbero orientarsi maggiormente? Ne indichi fino a tre.

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Le principali attività delle aziende per rendere la società un luogo migliore

Parlando della dimensione sociale della sostenibilità, è soprattutto importante intervenire per promuovere la salute e la sicurezza dei lavoratori e per contribuire al benessere e alla salute dei cittadini.

SOCIAL

Base: Totale campione; valori %
Q7b. Parliamo di RENDERE LA SOCIETÀ UN LUOGO MIGLIORE.
Quali sono le attività su cui le aziende dovrebbero orientarsi maggiormente? Ne indichi fino a tre.

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Le principali attività delle aziende per la buona governance

Infine, nell'ambito della buona gestione delle aziende, l'attività più importante agli occhi della popolazione è pagare i dipendenti in modo equo, assicurare la sicurezza dei propri dipendenti e investire in soluzioni innovative.

		Tra chi pensa che negli ultimi 2/3 anni l'impegno delle aziende è decisamente maggiore
Pagare i dipendenti in modo equo	**48**	47
Assicurare la sicurezza dei propri dipendenti	**36**	38
Investire in soluzioni innovative	**33**	**42**
Offrire prodotti/servizi a norma	**31**	30
Pagare le tasse / oneri	**31**	32
Contrastare le forme di corruzione e concussione	**24**	**29**
Essere trasparenti nelle comunicazioni al mercato	**23**	23
Avere una gestione finanziaria attenta e responsabile	**16**	15
Offrire un welfare aziendale (coperture sanitarie integrative)	**14**	**17**
Trattare i partner commerciali in modo equo	**9**	7
Garantire la diversità del Consiglio di Amministrazione / Dirigenza	**7**	5
Non interferire nelle questioni politiche / di governo	**7**	6

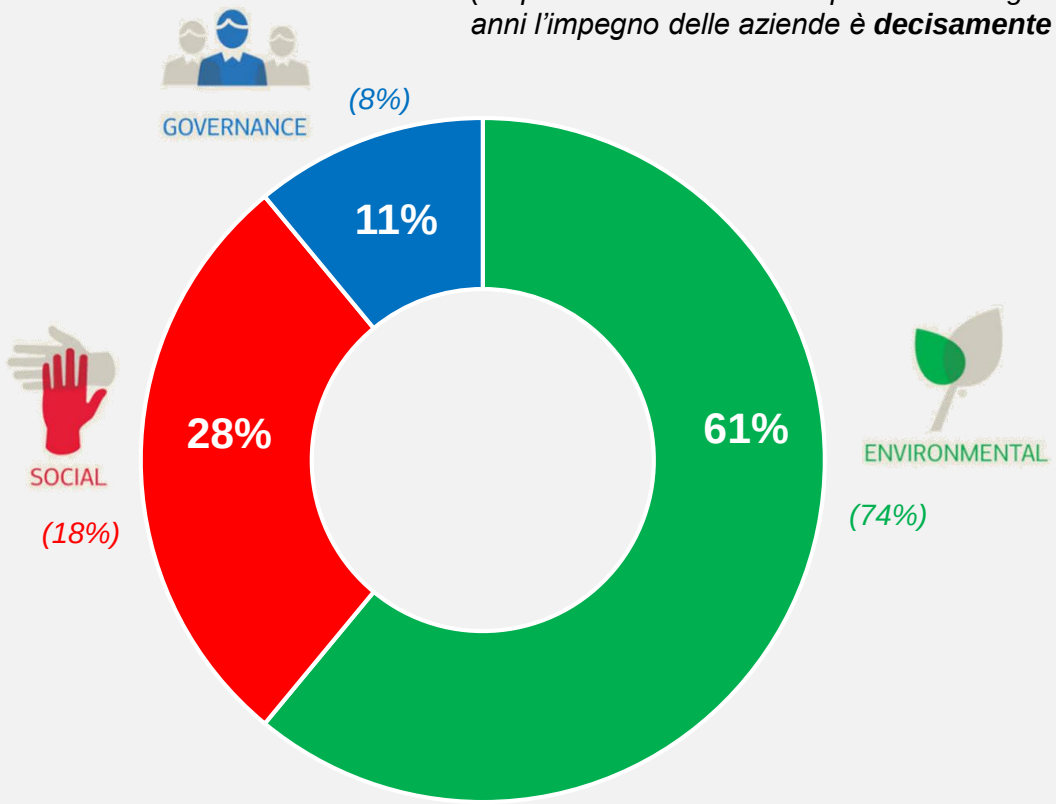
Base: Totale campione; valori %
Q7c. Parliamo della BUONA GESTIONE DELL'AZIENDA (BUONA GOVERNANCE).
Quali sono le attività su cui le aziende dovrebbero orientarsi maggiormente? Ne indichi fino a tre

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

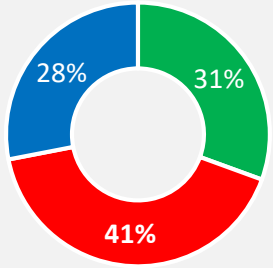
La dimensione principale della sostenibilità per le aziende

In Italia, a differenza del resto del mondo, la dimensione della sostenibilità percepita come più importante, quella verso la quale le aziende dovrebbero soprattutto rivolgere i loro sforzi, è quella ambientale (61%), seguita dall'impatto sulla società (28%). Solo l'11% cita la buona governance come priorità. Di fatto, sembra mancare nel nostro paese la formazione e consapevolezza su quali contenuti rientrano nella dimensione «S» e «G».

*(tra parentesi i valori tra chi pensa che negli ultimi 2/3 anni l'impegno delle aziende è **decisamente maggiore**)*

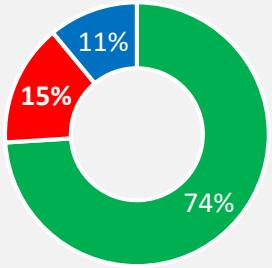


Dato global popolazione



Fonte Ipsos Sustainability IGRM , March 2021

Dal punto di vista delle aziende



Fonte Ipsos, Ottobre 2021

Base: Totale campione; valori %; prima citata
Q8. Parlando del ruolo che le aziende possono avere per migliorare la vita di tutti, dove ritiene più utile dirigere gli sforzi di un'azienda? Li metta in ordine di importanza

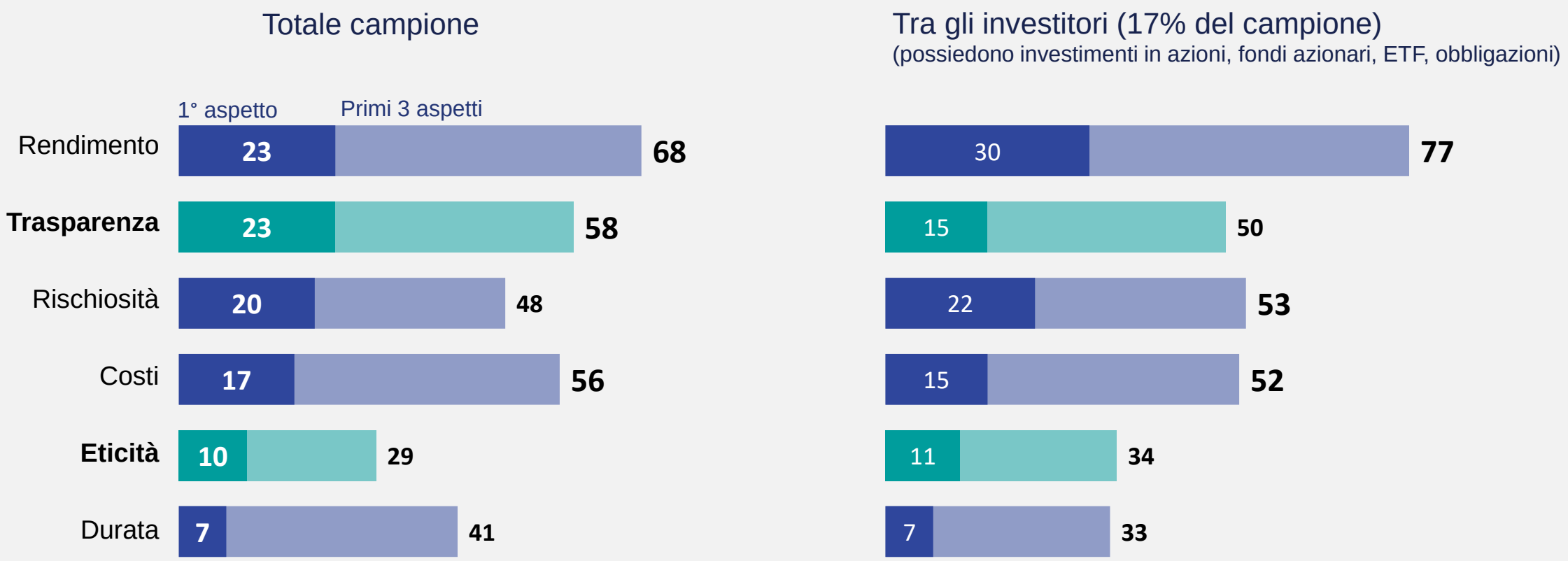
© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

L'ATTITUDINE VERSO GLI INVESTIMENTI ESG

4

Gli aspetti più importanti nella scelta di un prodotto di investimento

Il rendimento è l'aspetto più importane nel valutare un investimento, a parimerito con la trasparenza per il totale campione; se ci si sofferma invece sul target degli investitori, la trasparenza scala di una posizione a favore della rischiosità

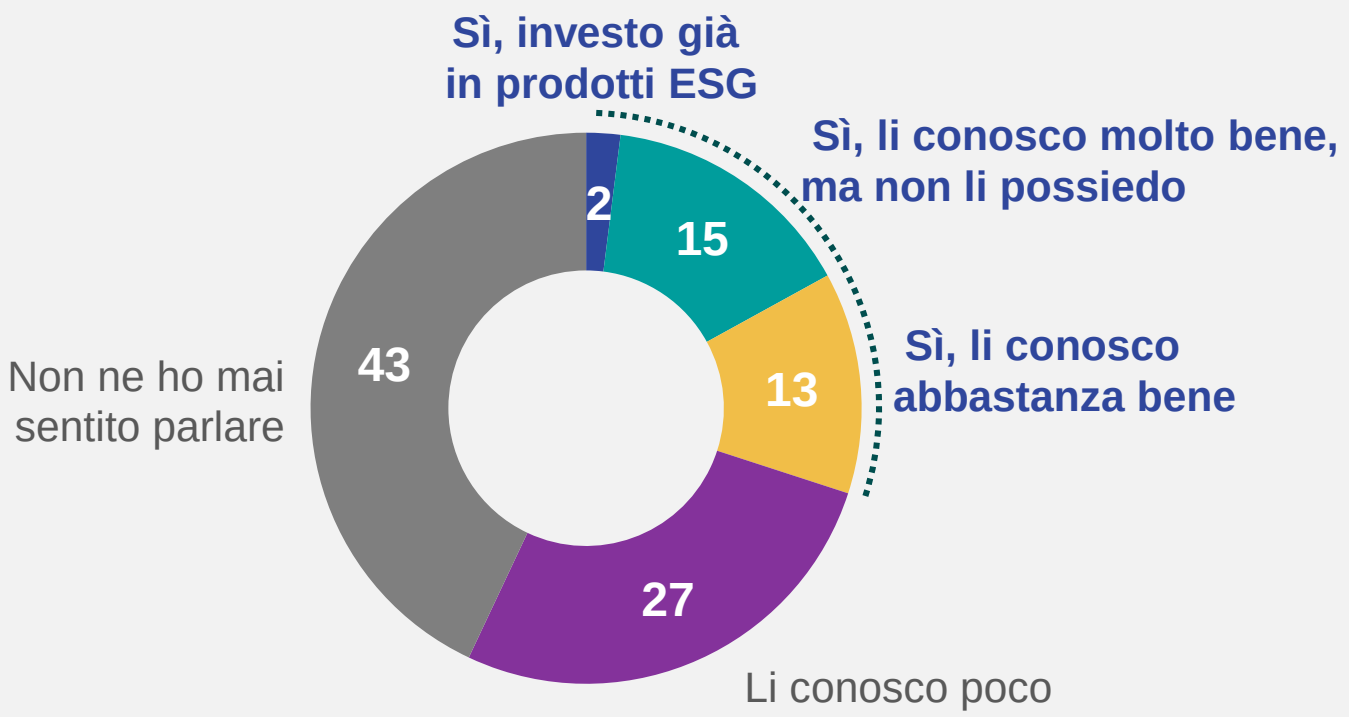


Base: Totale campione; valori %; ordine decrescente sulla prima citazione
ESG0. Se lei dovesse investire i suoi risparmi, quali aspetti sarebbero più importanti nella scelta di un prodotto di investimento? Li metta in ordine di importanza.

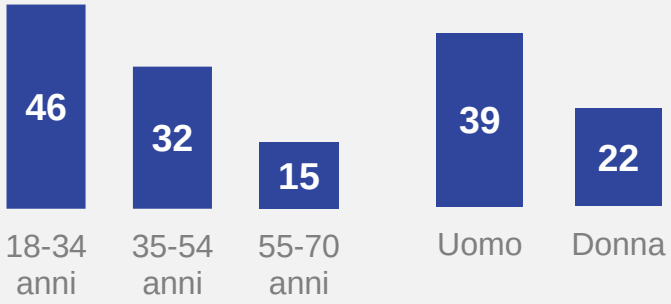
© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

La conoscenza degli investimenti ESG

Il 30% del campione conosce in qualche misura gli investimenti ESG, dato che sale al 51% tra i possessori di prodotti di investimento. Tuttavia quasi la metà della popolazione (43%) non ne ha mai sentito parlare.



30% **li conosce** → **51%** **tra gli investitori**

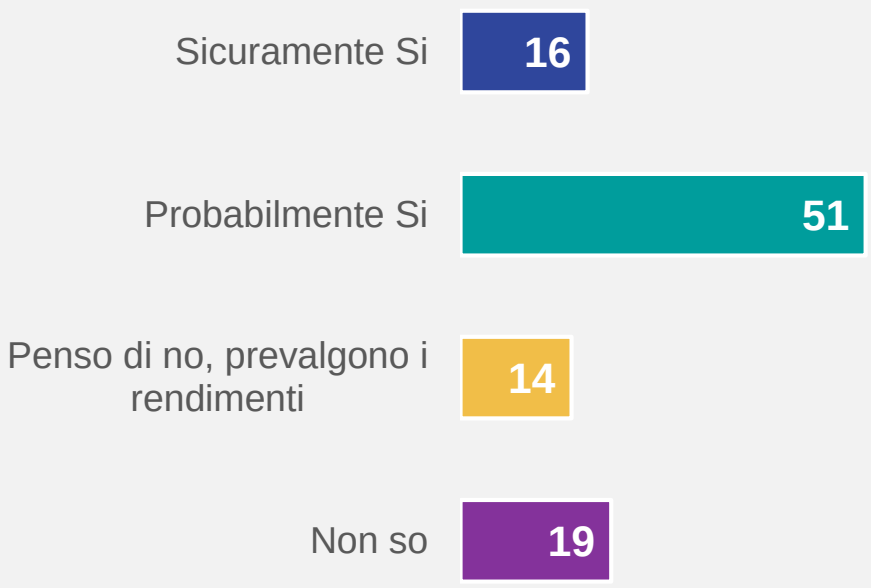


Base: Totale campione; investitori in azioni, fondi azionari, obbligazioni; valori %
ESG1. Lei ha mai sentito parlare di investimenti ESG, ossia degli investimenti in aziende socialmente responsabili, rispettose dell'ambiente, della società e con una buona gestione?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Diffondere la conoscenza delle finalità ESG per aumentarne l'interesse

Per 2 italiani su 3 (67%) una maggior conoscenza di cosa significa investire in fondi ESG li renderebbe prodotti più interessanti agli occhi dei risparmiatori. Solo il 14% è scettico sul tema, perché pensa che in fondo l'unico aspetto che conta è il rendimento.



67%

crede che diffondere la conoscenza delle finalità degli investimenti ESG aumenterebbe la propensione dei risparmiatori ad investirvi

→ **84%**

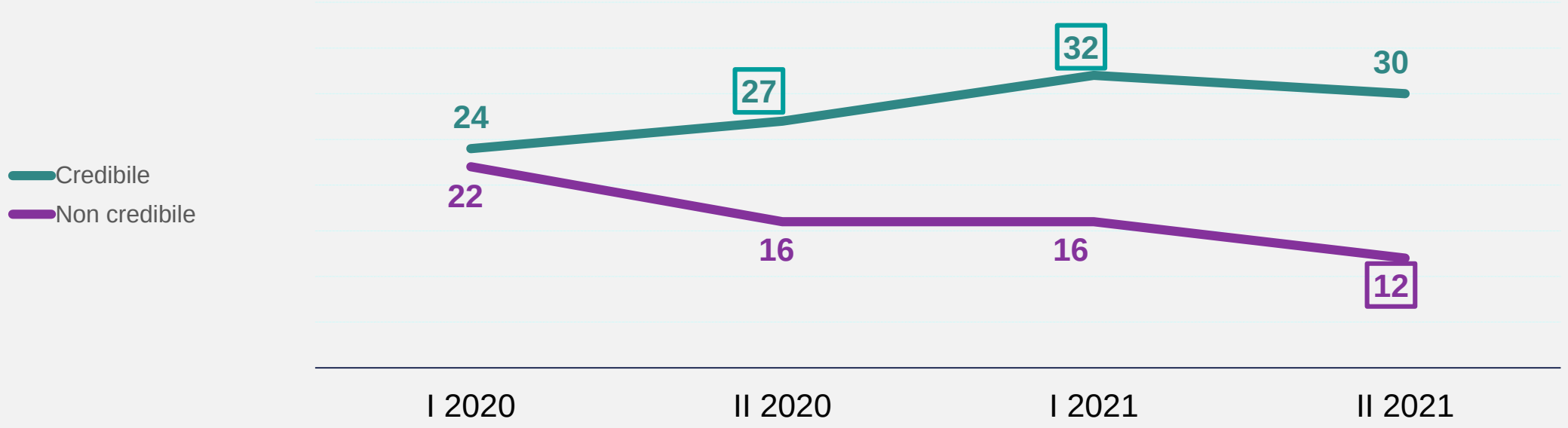
tra gli investitori (sicuramente sì 24%)

Base: Totale campione; investitori in azioni, fondi azionari, obbligazioni; valori %
ESG1a. secondo lei, in generale, diffondere la conoscenza delle finalità degli investimenti socialmente responsabili (ESG) aumenterebbe l'interesse dei risparmiatori a investire in questi fondi?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Credibilità degli investimenti ESG nel sostenere le imprese ben gestite, che rispettano l'ambiente e lo sviluppo della società

In calo la quota di scettici in merito alla credibilità degli investimenti ESG, ma la crescita di chi li ritiene pienamente credibili è lenta.

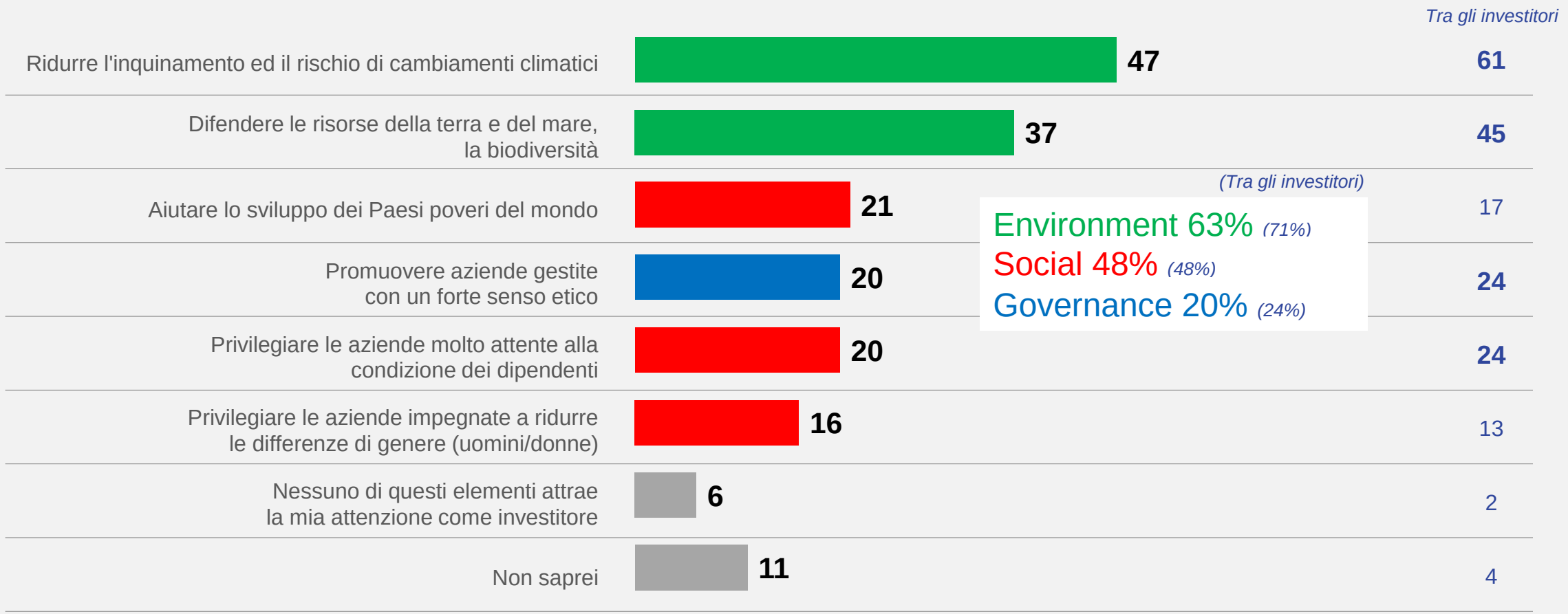


Fonte: dati Ipsos - Prometeia «Wealth Insights 2021»
Base: Possessori prodotti investimento / accumulo (online); valori %

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

Le finalità attese degli investimenti ESG

Anche per gli investimenti ESG, le aspettative si concentrano sugli aspetti della salvaguardia dell'ambiente (63%); secondaria la sfera sociale (48%) e ancor più quella legata alla buona governance (20%). Le proporzioni rimangono grossomodo le stesse se ci si focalizza sul target degli investitori.



Base: Totale campione; investitori in azioni, fondi azionari, obbligazioni; valori %
ESG2. Per attrarre la sua attenzione per un investimento, quali finalità preferirebbe avessero gli investimenti ESG, ossia socialmente responsabili? Ne scelga al massimo 2

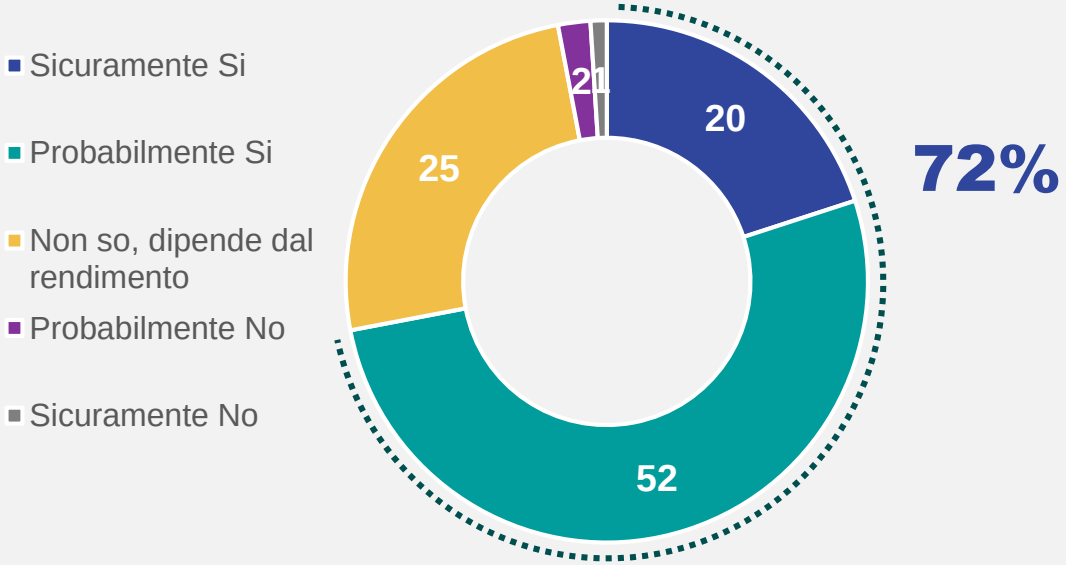
© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

La propensione ad investire in fondi ESG

La propensione ad investire in fondi ESG è elevata tra gli investitori (72% «sicuramente» o «probabilmente sì»), tuttavia questo target è disposto ad accettare solo una piccola riduzione del rendimento (56%) oppure nessuna riduzione (22%)

Tra quanti hanno almeno un prodotto di investimento tra azioni, fondi azionari, obbligazioni (17% del campione)

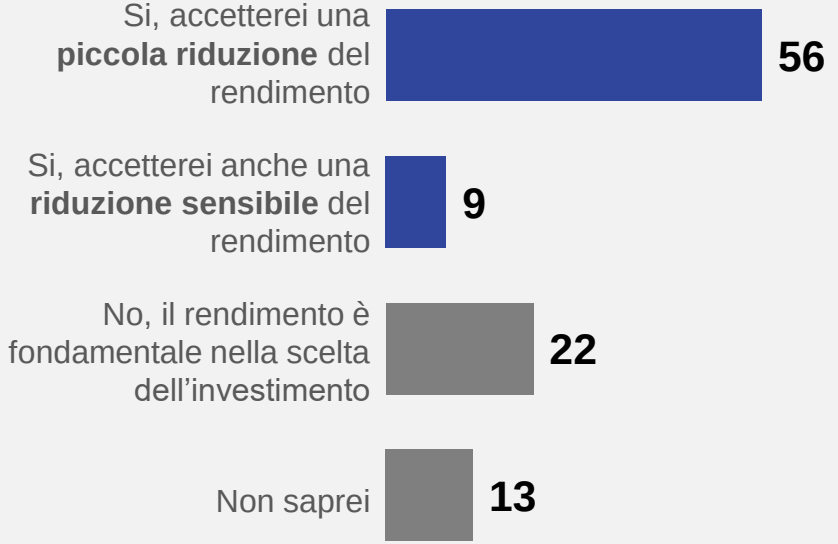
Propensione ad investire in **investimenti/fondi ESG** che perseguono le finalità di proprio interesse



Propensione ad accettare un rendimento inferiore

Base: prendono in considerazione di investire in ESG, 95%

(sicuramente + probabilmente + dipende dal rendimento)



Base: investitori in azioni, fondi azionari, obbligazioni; valori %
ESG3. Se avessero le finalità che ha appena indicato, lei investirebbe in fondi ESG?
ESG4. Se sì, Sarebbe disposto ad accettare un rendimento minore, per investire in fondi ESG?

© Ipsos | INTESA SANPAOLO | L'impegno per la sostenibilità

THANK YOU

GAME CHANGERS