



EMG
ACQUA

MARKETING & OPINION RESEARCH

Gli Italiani e l'efficienza energetica

Verona, 8 ottobre 2014 - EMG Acqua, l'istituto di ricerca guidata dal Presidente Stefano Mazza-Galanti e dal Direttore Fabrizio Masia e facente parte di Acqua Group, guidato da Davide Arduini e Andrea Cimenti, ha condotto, per conto di Verona Efficiency Summit, primo forum internazionale sull'efficienza energetica, 1.000 interviste telefoniche C.A.T.I. ad un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne. Le interviste sono state realizzate dal 23 al 25 settembre 2014.

Dall'analisi dei risultati emerge una maggiore conoscenza di tutto ciò che è inerente il risparmio energetico rispetto a quanto si identifica con l'efficienza energetica e quindi con la capacità di utilizzare l'energia nel modo migliore.

I key findings della ricerca sono risultati i seguenti:



Accettabile il livello di conoscenza dei momenti della giornata meno onerosi per il consumo di energia elettrica (71,9%). Sono soprattutto i giovani (28,0%) ad ammettere una minore conoscenza sull'argomento.



1 intervistato su 3 (34,1%) non è a conoscenza del fatto che l'energia elettrica costi di meno durante il fine settimana. Accentuazioni particolari si rilevano nel Centro (42,5%) e Sud Italia (38,2%), oltre che tra i giovani studenti (49,2%).



Meno di 1 intervistato su 2 (45,4%) distingue correttamente la differenza tra efficienza e risparmio energetico. Una maggiore confusione tra i due concetti si riscontra tra le casalinghe (37,4%) e nel Sud Italia (36,1%).



Scarsa conoscenza dell'esistenza del certificato di efficienza energetica: solo 1 intervistato su 2 (49,1%) ne è al corrente. Una minore conoscenza si riscontra tra le casalinghe (30,2%) e gli studenti (29,8%), nel Centro (43,1%) e Sud Italia (35,1%).



2 intervistati su 3 (63,7%), tra coloro che dichiarano di essere al corrente dell'esistenza del certificato di efficienza energetica, non

conoscono la classe di efficienza a cui appartiene la propria abitazione.



Poco più di 1 intervistato su 2 (57,6%) si dichiara disposto a spendere per migliorare l'efficienza energetica della propria abitazione. Minore propensione tra le casalinghe (46,7%) e nel Centro (53,3%) e Sud Italia (52,7%).

Discreta la disponibilità di spesa. Oltre 1 intervistato su 3 (36,3%) spenderebbe oltre 500 Euro. Una maggiore disponibilità di spesa si riscontra tra i lavoratori autonomi (43,5%) e nel Nord Est (45,0%).



Meno di 1 intervistato su 2 (46,3%) è a conoscenza del bonus fiscale del 50% per interventi di efficienza energetica. Minore conoscenza si riscontra tra le casalinghe (32,2%) e gli studenti (25,5%) e nel Centro (36,6%) e Sud Italia (35,9%).



1 intervistato su 4 (27,1%) non ha saputo identificare la figura professionale a cui rivolgersi in caso di interventi di efficienza energetica. Maggiore disorientamento tra le casalinghe (34,8%) e gli studenti (36,6%) e nel Centro Italia (33,3%).



Scaldabagno, stufa e forno sono identificati come gli elettrodomestici maggiormente energivori: raccolgono rispettivamente il 25,5%, 17,8% e 13,4% delle citazioni. I target meno coscienti degli elettrodomestici a maggior consumo energetico sono gli studenti (36,6%).

Buona, anche se condizionata dall'importo della differenza da pagare, la propensione a spendere un prezzo più alto per l'acquisto di un elettrodomestico più efficiente (82,8%). Minore la propensione nel Sud Italia (77,8%).



Significativamente contenuta e trasversale a tutti i target, la percentuale di coloro che sono a conoscenza di cosa sia una ESCO (3,0%).



Oltre 2 intervistati su 3 (70,1%) concordano nel riconoscere l'inquinamento quale principale causa dei cambiamenti climatici in corso. 1 casalinga su 4 (25,7%) non è stata in grado di esprimersi.



Contenuta la conoscenza delle forniture di gas provenienti da Norvegia (0,9%) e Algeria (5,9%) rispetto allo scenario reale (i due Paesi pesano rispettivamente il 12,1% e il 20,1%).



Quasi 3 intervistati su 4 (72,6%) ritengono che l'accesso alle fonti di energia sia ancora oggi causa di conflitti. Accentuazioni particolari si rilevano tra coloro maggiormente scolarizzati (81,0%) e nel Nord Est (81,6%).

3 intervistati su 4 (76,7% di voti superiori a 5, in una scala da 1 a



ACQUA
GROUP



EMG
MARKETING &
OPINION RESEARCH



ALESKA
INFORMATICA



KEYADV
INTEGRATED
COMMUNICATION



KEYDIGITAL
WEB & SOCIAL MEDIA



PRO&GO
EVENTS & PROMOTIONS



ACQUA
MEDIA PLANNING



ACQUA
LOYALTY



ACQUA
RETAIL

10) indicano nel desiderio di controllare le grandi risorse energetiche disponibili una delle cause del difficile rapporto tra Russia e Ucraina. Accentuazioni particolari si rilevano tra i lavoratori (81,6%) nel Nord Ovest (82,5%).



4 intervistati su 5 (80,3%) temono l'aumento della bolletta del gas in seguito ad un eventuale conflitto tra Russia e Ucraina. Accentuazioni particolari si rilevano tra gli over 35enni (84,0%), nel Nord Est (86,2%) e nei centri 30-100 mila abitanti (88,0%). La domanda è stata posta prima dell'annuncio del 30/9/2014 dell'effettivo aumento delle bollette gas e luce.

* * * * *

Acqua Group è una società specializzata in servizi a supporto del marketing moderno, è a capitale interamente privato e italiano. Ha al suo attivo circa 120 clienti italiani ed esteri, con alcune concentrazioni nel mondo del retail (fiere, outlet center, centri commerciali, gdo), nel settore assicurativo e automobilistico, nel food & beverage e nella cosmetica. Ha chiuso il 2012 con più di 12 milioni di euro di fatturato, ha sede a Milano in via Carlo De Angeli 3 e al suo interno operano 60 persone di comprovata esperienza nel mercato, che hanno fatto convergere le loro competenze in un'unica realtà declinata in sette divisioni operative: ricerche di mercato, media planning e buying, advertising e below the line, web, digital e social marketing, eventi, marketing non convenzionale e incentive, programmi di fidelizzazione, soluzioni informatiche. Acqua Group è presente, attraverso una consolidata rete di partnership, in molti paesi europei, in Asia, Nord e Sud America, soddisfacendo le esigenze dei suoi clienti con efficacia e rapidità e garantendo sempre un'elevata qualità nel servizio offerto.

