

COMUNICATO STAMPA

## **Agos Insights 2024**

### **Presentata la 3° edizione della ricerca sui consumi sostenibili**

- **Nel Paese si conferma un'attenzione diffusa nei confronti della sostenibilità, con particolare riguardo verso quella di tipo sociale**
- **Cambiano i driver green, con focus sulle abitudini di consumo e sulla mobilità**

Milano, 18 ottobre 2024 – E' stata presentata ieri, presso la sala Auditorium di **Agos Green Life 280**, la **3° edizione della ricerca "Agos Insights 2024: I nuovi consumi sostenibili"**,<sup>1</sup> realizzata da **Agos** - società leader nel credito al consumo partecipata per il 61% dal Gruppo Crédit Agricole e per il 39% da Banco BPM - in collaborazione con **Eumetra**, Istituto indipendente di ricerca sociale e marketing, che offre soluzioni agili e affidabili ai decisori aziendali.

L'**osservatorio Agos Insights**, in linea con i valori di trasparenza e rispetto che il **Gruppo Crédit Agricole** promuove, nasce nel 2022 per sensibilizzare aziende e consumatori sui modelli di consumo responsabile, fornendo strumenti utili per contrastare le crescenti preoccupazioni per la sostenibilità socio-ambientale.

La **nuova edizione** ha evidenziato come l'Italia, nonostante abbia sperimentato un incremento inflazionistico e una difficile congiuntura economica che ha influenzato le abitudini di consumo, continui a mostrare **un'elevata consapevolezza verso la sostenibilità tra privati e aziende** al punto che la transizione verso un'economia più verde è una 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 di 2 punti percentuali rispetto al 2023. La maggior 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 l'intenzione di efficientare l'immobile (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 anche la predilezione per 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. In particolare, 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, nei confronti della normativa 2035, delle infrastrutture, dei tempi di produzione e dell'effettiva impronta green.*

<sup>1</sup> La ricerca, condotta durante l'estate 2024, ha coinvolto un campione rappresentativo di 2000 italiani adulti.



Con la 3° edizione del Rapporto sui consumi sostenibili, Agos rilancia dunque la voce dei consumatori e delle scelte sostenibili in Italia.

I risultati della ricerca ci restituiscono che in Italia è certamente consolidata la consapevolezza e la conoscenza della rilevanza dell'impatto dei temi socio-ambientali, ma c'è crescente scetticismo verso le modalità di realizzazione nel breve e nel quotidiano di tali acquisti e scelte.

Interessante è notare come l'attivazione delle persone verso le scelte sostenibili dipenda dall'atteggiamento oltre che dalla possibilità e non sia più solo un fatto generazionale o di segmentazione tradizionale.

*“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.**

#### **Profilo Agos**

Agos è una società finanziaria leader nel settore del credito al consumo, presente in Italia da oltre 35 anni, partecipata per il 61% da Crédit Agricole attraverso Crédit Agricole Consumer Finance e per il 39% da Banco BPM. Con 200 filiali e circa 2.000 dipendenti sostiene la realizzazione dei progetti dei propri clienti e supporta le vendite dei partner nei diversi mercati attraverso l'offerta di prestiti personali, finanziamenti finalizzati, carte di credito, cessione del quinto stipendio, leasing e un'ampia gamma di servizi assicurativi. Agos mette il cliente al centro. Efficienza operativa e attenzione particolare al customer care insieme alla ricerca continua di innovazione sono tratti distintivi di Agos, che vuole essere 100% human e 100% digital. Agos lavora da sempre puntando su trasparenza, fiducia e rispetto. Valori che si riflettono anche nella sostenibilità ambientale, economica e sociale, tematiche a cui l'azienda tiene con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo economico sostenibile, per migliorare ogni ambito in cui il rispetto è sinonimo di crescita. Maggiori informazioni su [www.agoscorporate.it](http://www.agoscorporate.it)

#### **Contatti Ufficio Stampa**

bb-relazioni.esterne@agos.it  
[relazioniesterne@credit-agricole.it](mailto:relazioniesterne@credit-agricole.it)

#### **Profilo Eumetra**

Eumetra, Istituto indipendente di ricerca sociale e di marketing, offre soluzioni agili, concrete e affidabili ai decisori aziendali, per supportarli nel compiere le scelte migliori per il futuro. Costituita nel 2015 da un pool di senior consultant, Eumetra opera a livello nazionale e globale, dalle sue sedi di Milano, Roma e Lugano. Dalla sua nascita, ha lavorato con oltre 500 clienti delle diverse industry, realizzando più di 1500 progetti. La capacità unica di capire il cambiamento sociale ed economico e di offrire consulenza research-based rende Eumetra il partner ideale per chi vuole basare le proprie decisioni sulla comprensione della realtà. Eumetra ha dato di recente vita ad un Gruppo di Aziende specializzate su attività complementari che completano la filiera della knowledge, della consulting e della sustainable innovation, in ambito strategico, tecnologico e marcomm. Ad oggi il Gruppo Eumetra include AND Communication, agenzia di comunicazione integrata, ed Extra, Integrated Digital Company.