



Regioni & Città - Sondaggio SWG: Spesa consapevole, agli italiani piace il green verificato

Roma - 16 ott 2025 (Prima Pagina News) Marketing o moda? Per 7 consumatori su 10 la sostenibilità dei prodotti è un valore etico imprescindibile, ma il 37% degli intervistati chiede all'industria di marca fatti concreti e meno slogan. La più

diffidente è la Generazione Z.

La maggioranza degli italiani ritiene la sostenibilità un dovere etico, ma 1 su 5 la considera solo una moda. Le azioni adottate attualmente dall'industria di Marca vengono spesso percepite come una strategia di marketing, specialmente dai più giovani. Questo, in estrema sintesi, quanto emerge da un sondaggio SWG. "Dai dati – sottolinea l'istituto di ricerca - emerge che la sostenibilità, se ben interpretata e comunicata dalle aziende può rappresentare un vantaggio per fare veramente la differenza. Per 7 italiani su 10, infatti, anche per le aziende (e non solo per i cittadini) è ormai un valore etico imprescindibile. Gli italiani osservano con attenzione quanto fatto dalle aziende in tema «green» e il 44% ritiene che sia in gran parte una strategia di marketing per avvantaggiarsi rispetto ai loro competitor (il dato sale al 54% tra la Generazione Z che si dimostra più diffidente), ma anche una necessità per non essere esclusi dal loro mercato di riferimento (28%), mentre per un altro 28% è un impegno serio". La ricerca è stata realizzata, a luglio, da SWG per Centromarca. "Rispetto a quello che le aziende comunicano sulla sostenibilità – si legge nel Radar SWG - c'è apertura da parte degli italiani: 1 su 2 ne riconosce l'impegno ma ritiene che sia necessario tradurre le promesse fatte in azioni concrete. Infatti, i consumatori formulano richieste molto specifiche all'industria di marca in merito alla comunicazione sul tema: meno slogan, ma fatti verificati (37%), spiegando in modo semplice e immediato cosa significa «sostenibile» (30%), facendosi supportare da enti terzi con dati indipendenti (27%). Non da ultimo, serve trasparenza sui limiti, le difficoltà, i rischi di insuccesso di un progetto di sostenibilità (26%) per essere realmente credibili". (Fonte SWG, valori espressi in %. Date di esecuzione: 3 -17 luglio 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 2.012 soggetti maggiorenni).

(Prima Pagina News) Giovedì 16 Ottobre 2025