



***Indagine sulla
sostenibilità ambientale
nel settore abbigliamento
e calzaturificio***



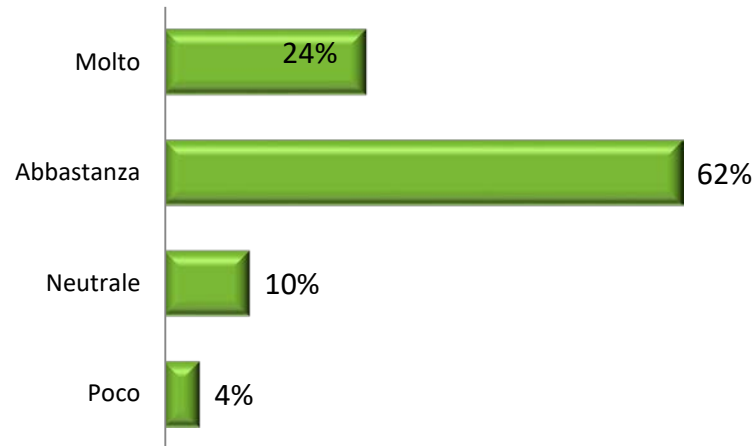
Metodologia di indagine

Soggetto realizzatore:	SWG SpA
Committente:	CAT Confesercenti
Tipologia di indagine:	indagine quantitativa ad hoc con questionario semi-strutturato
Universo di riferimento:	Negozi, artigiani e aziende
Campione:	125 interviste
Metodo di raccolta dati:	indagine telefonica CATI

Problemi ambientali/sostenibilità



Quanto direbbe di essere a conoscenza dei **problemi ambientali** legati all'industria dell'abbigliamento?



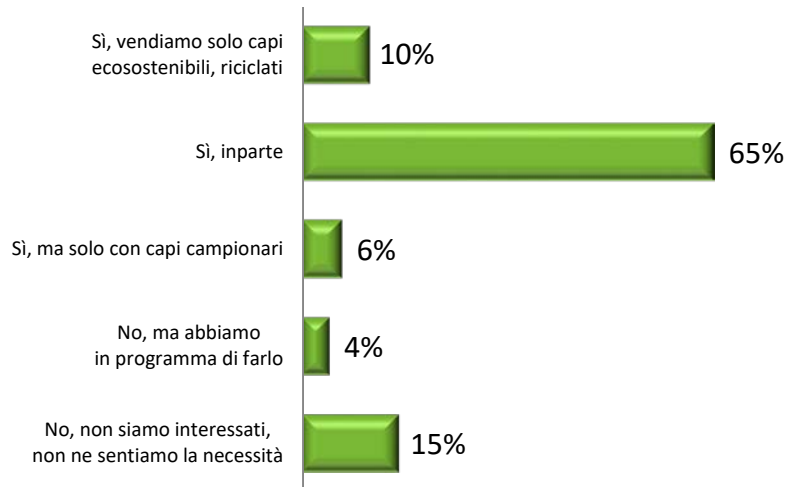
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Molto	24%	23%	60%	25%	25%	14%
Abbastanza	62%	62%	40%	62%	50%	57%
Neutrale	10%	10%		9%		29%
Poco	4%	5%		4%	25%	

Campione intervistato: 125

I materiali utilizzati



*La vostra offerta è stata implementata/integrata con **capi d'abbigliamento/accessori sostenibili** (realizzati con materiali ecologici, riciclati, tessuti organici, con processi a ridotto impatto ambientale)?*



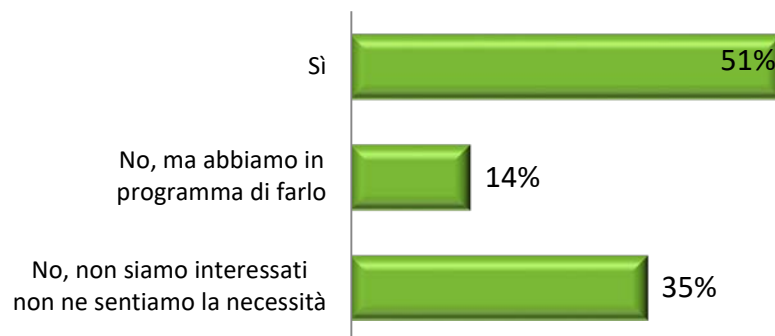
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Sì, vendiamo solo capi ecosostenibili, riciclati	10%	11%	100%	10%	50%	
Sì, in parte	65%	63%		66%	25%	72%
Sì, ma solo con capi campionari	6%	6%		4%	25%	14%
No ma abbiamo in programma di farlo	4%	4%		4%		
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	15%	16%		16%		14%

Campione intervistato: 125

Strategie utilizzate



Avete implementato strategie per ridurre l'inquinamento legato al packaging, per esempio prevedendo packaging con materiali riciclati?



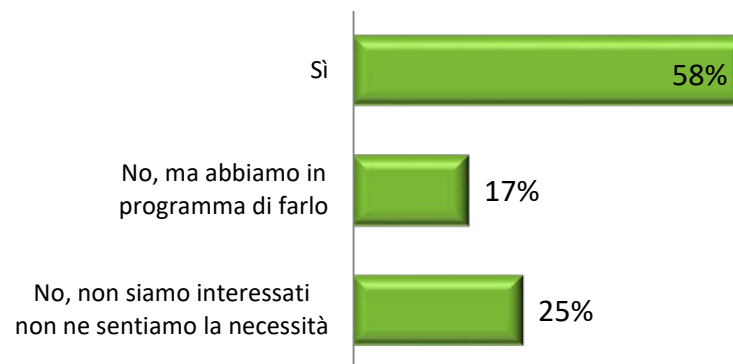
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozi	Artigiano	Azienda
Sì	51%	49%	100%	51%	50%	57%
No, abbiamo in programma di farlo	14%	15%		14%	50%	
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	35%	36%		35%		43%

Campione intervistato: 125

Strategie utilizzate



Avete implementato strategie per ridurre l'inquinamento legato agli imballaggi, per esempio prevedendo imballaggi riciclabili o in bioplastica?

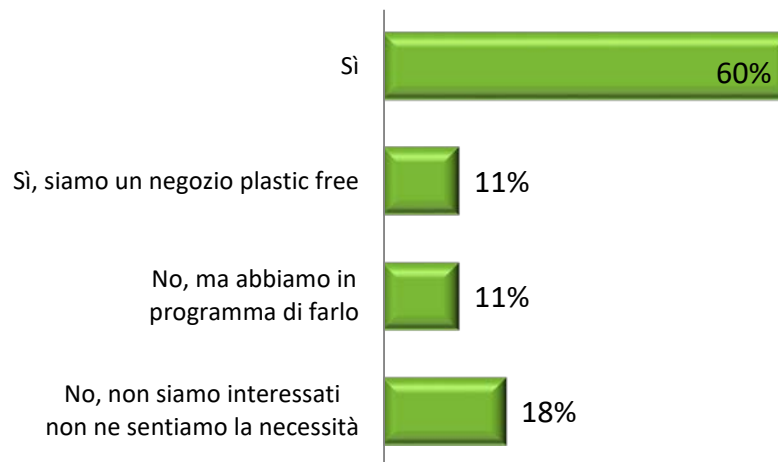


	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Sì	58%	57%	100%	60%	50%	43%
No, abbiamo in programma di farlo	17%	17%		17%	50%	
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	25%	26%		23%		57%

Campione intervistato: 125



Avete implementato **strategie per ridurre l'uso della plastica**?

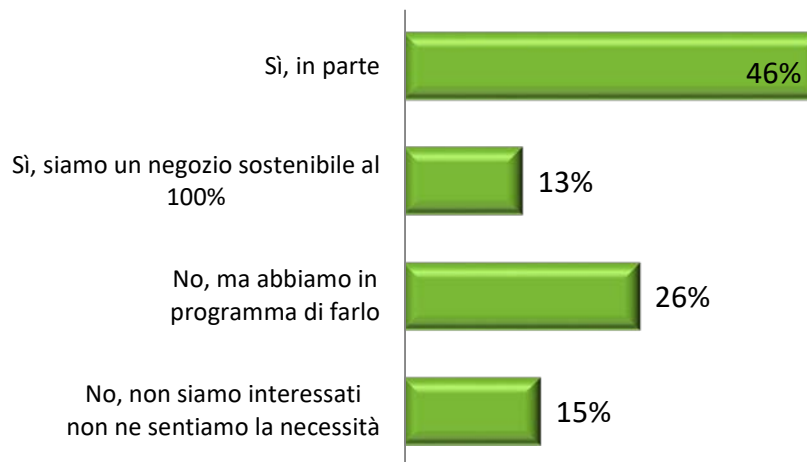


	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozi	Artigiano	Azienda
Sì	60%	58%	100%	61%	25%	72%
Sì, siamo un negozio plastic free	11%	12%		9%	75%	14%
No, abbiamo in programma di farlo	11%	12%		12%		
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	18%	18%		18%		14%

Campione intervistato: 125



Avete introdotto **materiali sostenibili nell'allestimento del vostro negozio** (es. arredi, banconi, espositori eco-compatibili ecc..)?

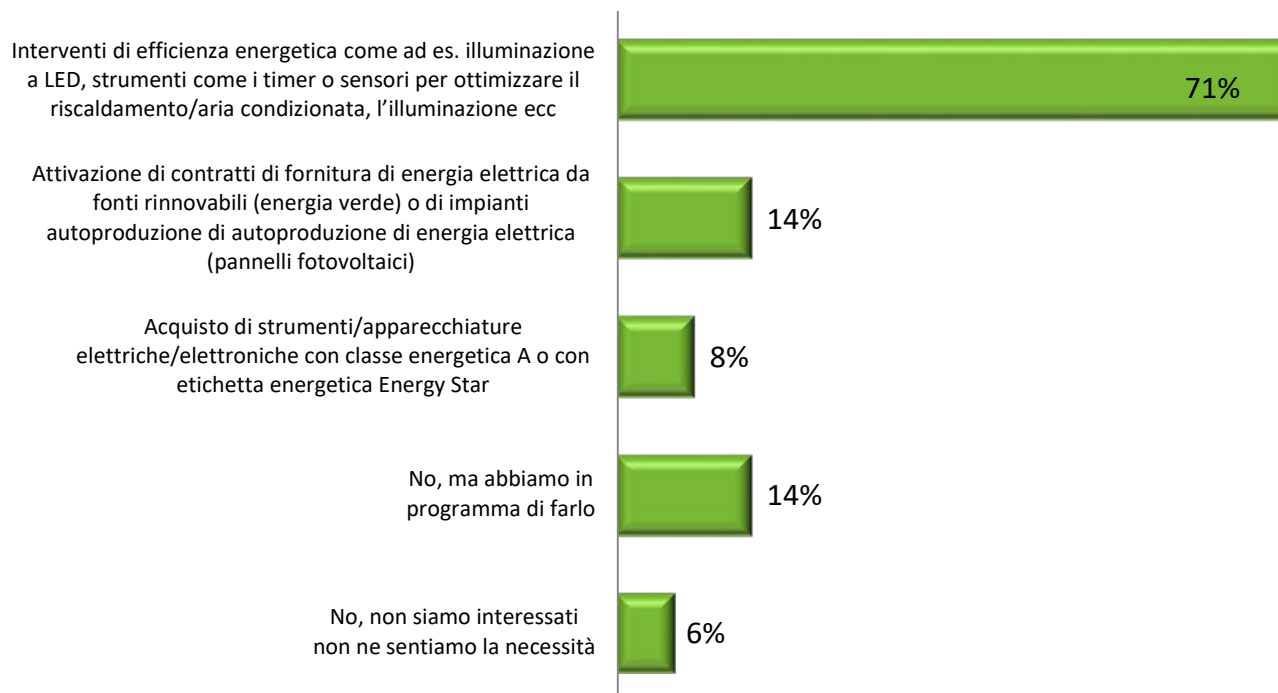


	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Sì	46%	43%	100%	46%	25%	57%
Sì, siamo un negozio sostenibile al 100%	13%	13%		11%	75%	14%
No, abbiamo in programma di farlo	26%	27%		27%		29%
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	15%	16%		16%		

Campione intervistato: 125



All'interno del vostro negozio, avete attuato delle strategie per ridurre il consumo energetico?

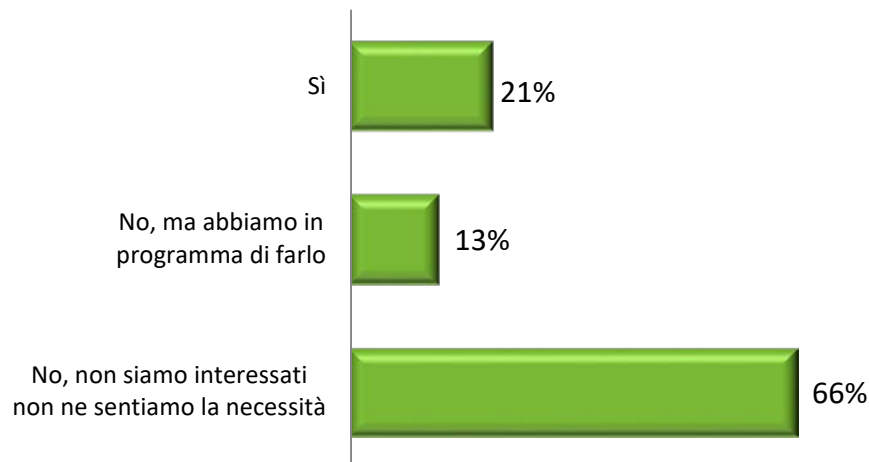


Campione intervistato: 125
Possibili più risposte

Strategie utilizzate



Avete implementato strategie **per ridurre il consumo di acqua** (es.. rubinetti elettronici/con temporizzatori?)



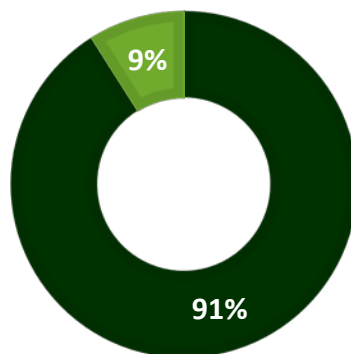
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozi	Artigiano	Azienda
Sì	21%	21%	20%	23%		
No, abbiamo in programma di farlo	13%	12%	20%	13%	25%	
No, non siamo interessati, non ne sentiamo la necessità	66%	67%	60%	64%	75%	100%

Campione intervistato: 125

Strategie utilizzate



*Ponete attenzione alla **raccolta differenziata dei rifiuti** (separazione e corretto smaltimento di carta, plastica, vetro, organico e RAEE..)*



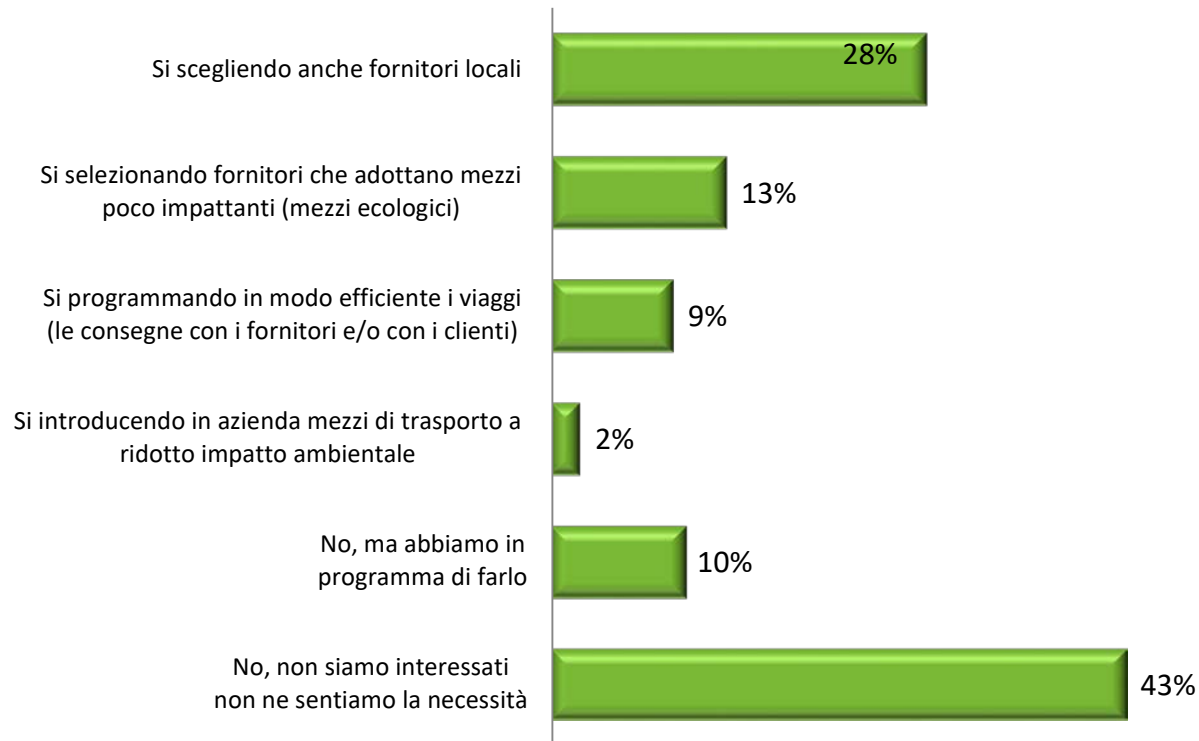
■ Sì, qualche volta ■ Sì, ma abbiamo intenzione di migliorare

	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Sì	91%	91%	100%	93%	50%	86%
Sì, ma abbiamo intenzione di migliorare	9%	9%		7%	50%	14%

Campione intervistato: 125

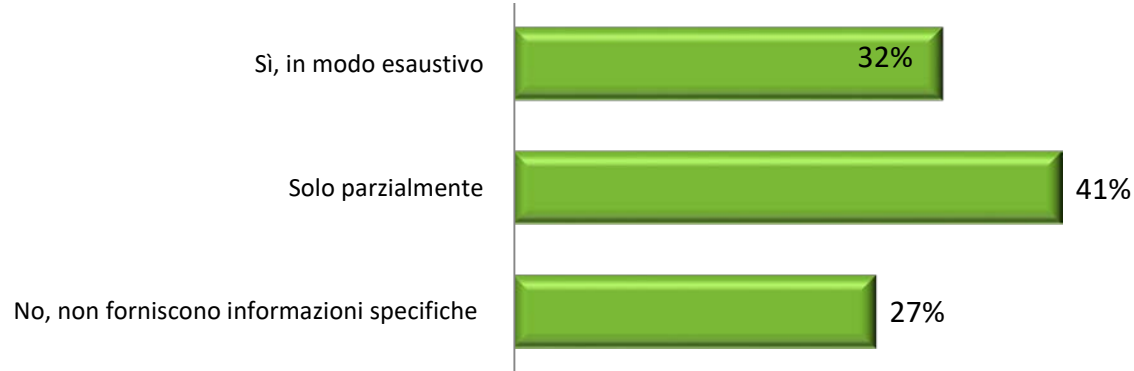


Avete implementato **strategie per ridurre l'inquinamento legato al trasporto dei capi/prodotti**





*I suoi **fornitori** le **forniscono informazioni dettagliate** sulle caratteristiche di sostenibilità dei loro prodotti (abiti/accessori) e servizi?*

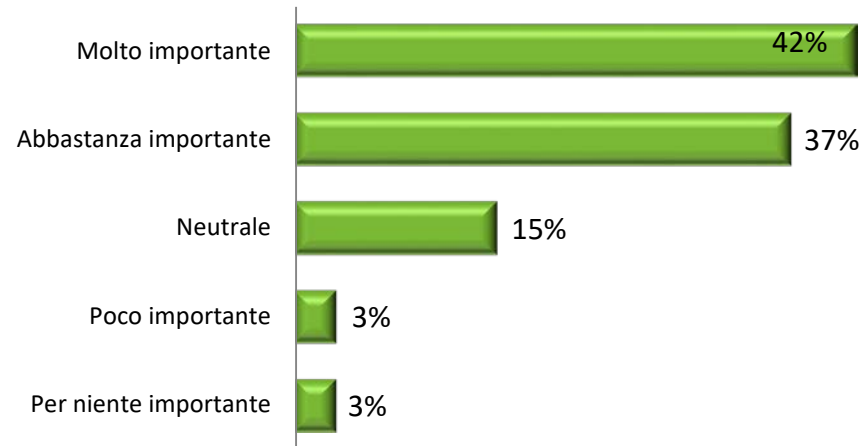


	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozi	Artigiano	Azienda
Sì, in modo esaustivo	32%	30%	80%	31%	25%	57%
Solo parzialmente	41%	42%	20%	42%	25%	29%
No, non forniscono informazioni specifiche	27%	28%		27%	50%	14%

Campione intervistato: 125



Secondo lei, quanto è importante **collaborare principalmente con aziende impegnate in programmi di sostenibilità** (es riduzione dell'impatto ambientale delle consegne riduzione degli imballaggi, scelta di materiali eco-sostenibili ...)?



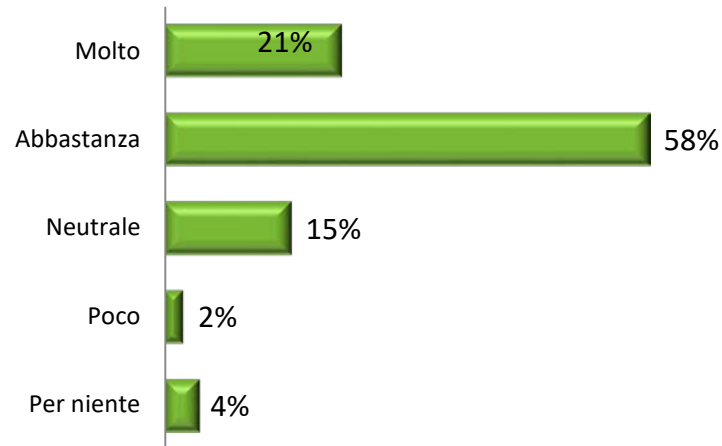
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Molto importante	42%	42%	40%	40%	75%	43%
Abbastanza importante	37%	37%	40%	37%	25%	43%
Neutrale	15%	15%	20%	15%		14%
Poco importante	3%	3%		4%		
Per niente importante	3%	3%		4%		

Campione intervistato: 125

Problemi ambientali/sostenibilità



*Lei è d'accordo con chi dichiara che la **sostenibilità ambientale, economica e sociale** sono oggi il **problema primario**?*



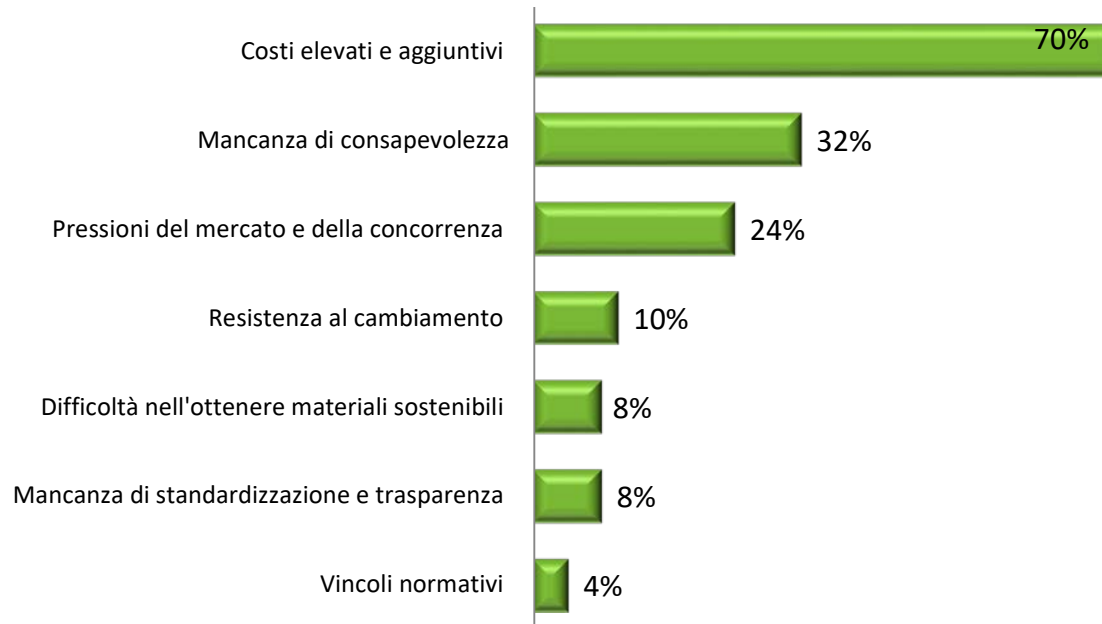
	Totale	Settore merceologico		Tipologia di attività		
		Abbigliamento	Calzature	Negozio	Artigiano	Azienda
Molto	21%	20%	40%	22%	25%	
Abbastanza	58%	58%	60%	58%	50%	57%
Neutrale	15%	16%		14%		29%
Poco	2%	2%		3%		
Per niente	4%	4%		3%	25%	14%

Campione intervistato: 125

Problemi ambientali/sostenibilità



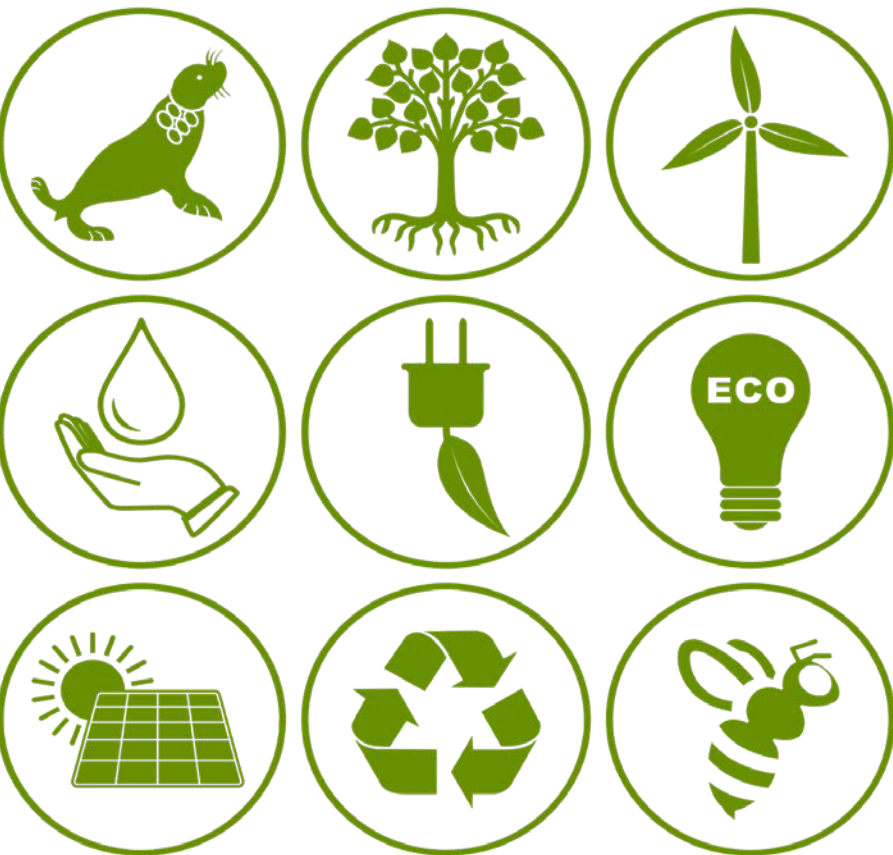
A suo avviso quali sono gli ostacoli che potrebbero limitare la diffusione di pratiche sostenibili nei negozi dell'abbigliamento? (più opzione in ordine importanza)



Campione intervistato: 125



***Indagine sulla
sostenibilità ambientale
tra i residenti in Emilia
Romagna***



Metodologia di indagine

**Soggetto
realizzatore:**

SWG SpA

**Committente
:**

CAT Confesercenti

**Tipologia di
indagine:**

indagine quantitativa ad hoc con
questionario semi-strutturato

**Universo di
riferimento:**

Popolazione (18-65enni) residente
in Emilia Romagna

Campione:

300 interviste

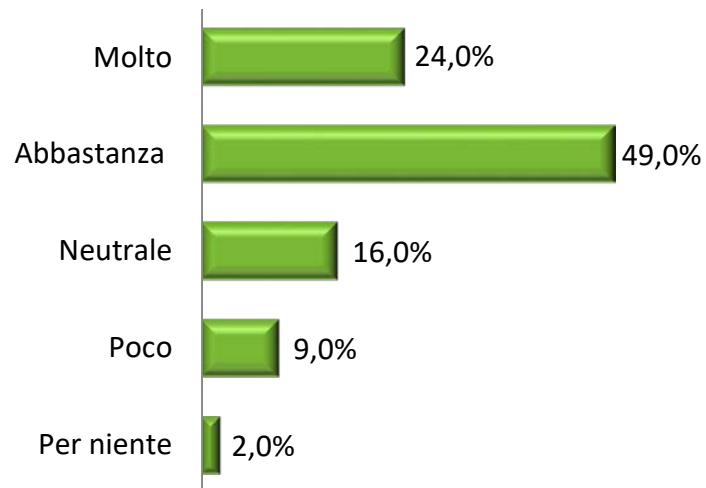
**Metodo di
raccolta dati:**

indagine telefonica CATI

Sostenibilità: cosa si dice cosa si sa



*Quanto è d'accordo con coloro che dichiarano che la **sostenibilità ambientale, economica e sociale sono oggi il problema primario?***



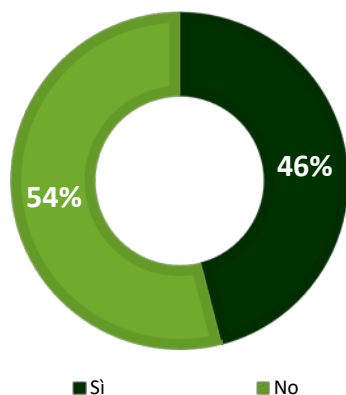
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Molto	18,7%	28,7%	18,8%	24,5%	25,0%	19,8%	28,4%
Abbastanza	49,3%	49,3%	53,1%	39,6%	53,3%	49,4%	51,4%
Neutrale (ne si ne no)	19,3%	11,3%	21,9%	22,6%	13,3%	17,3%	6,8%
Poco	10,7%	8,0%	6,3%	13,2%	6,7%	8,6%	10,8%
Per niente	2,0%	2,7%			1,7%	4,9%	2,7%

Campione intervistato: 300

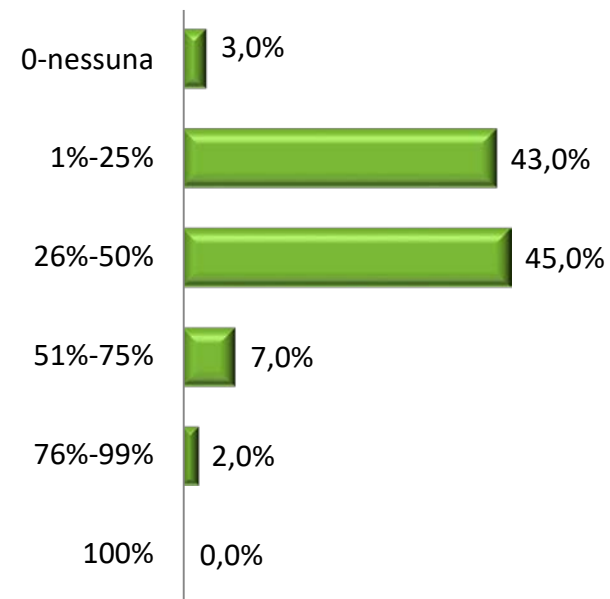
Sostenibilità: cosa si dice cosa si sa



Secondo Lei, **oggi i cittadini hanno informazioni corrette per poter agire nel quotidiano in modo sostenibile?**



Secondo lei su 100 persone quante sono quelle **disposte a cambiare il proprio stile di vita per la sostenibilità?**



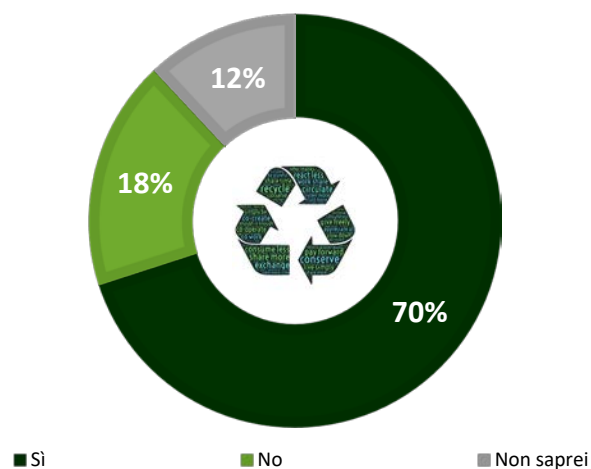
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Sì	56,0%	36,0%	50,0%	49,1%	35,0%	51,9%	44,6%
No	44,0%	64,0%	50,0%	50,9%	65,0%	48,1%	55,4%

Campione intervistato: 300

Sostenibilità: cosa si dice cosa si sa



Lei crede che l'economia circolare sia possibile?



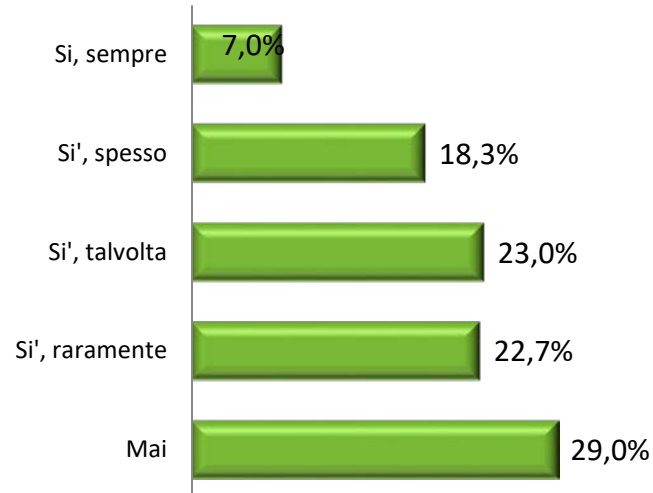
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Si	70,7%	69,3%	65,6%	71,7%	83,3%	67,9%	62,2%
No	16,7%	20,0%	21,9%	24,5%	8,3%	14,8%	24,3%
Non saprei	12,7%	10,7%	12,5%	3,8%	8,3%	17,3%	13,5%

Campione intervistato: 300

Sostenibilità: i mezzi di informazione



*Quando fa acquisti di moda
(abbigliamento/calzature/accessori), si informa sul loro
impatto ambientale?*



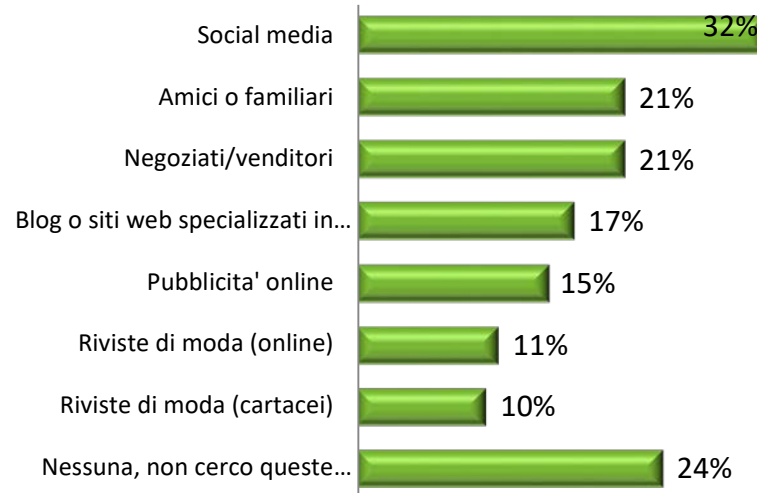
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Si, sempre	5,3%	8,7%	6,3%	5,7%	5,0%	6,2%	10,8%
Si', spesso	14,7%	22,0%	31,3%	15,1%	21,7%	9,9%	21,6%
Si', talvolta	27,3%	18,7%	15,6%	18,9%	31,7%	29,6%	14,9%
Si', raramente	19,3%	26,0%	12,5%	32,1%	25,0%	21,0%	20,3%
Mai	33,3%	24,7%	34,4%	28,3%	16,7%	33,3%	32,4%

Campione intervistato: 300

Sostenibilità: i mezzi di informazione



Attraverso **quali fonti principalmente** trova informazioni riguardo alla sostenibilità nella moda?

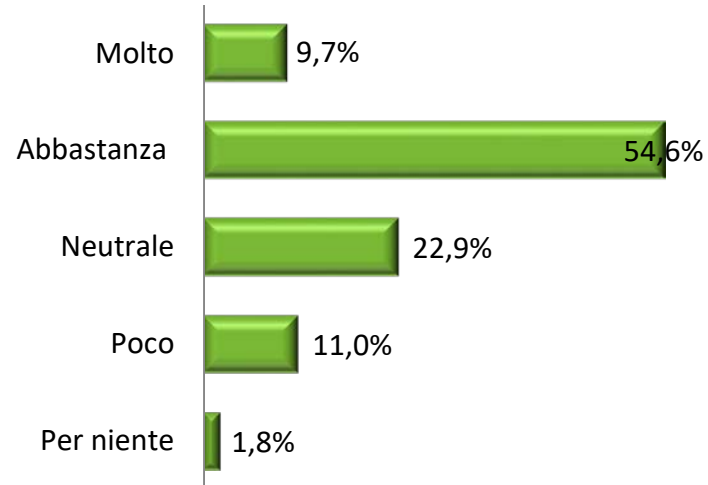


Campione intervistato: 300
Somma citazioni

Prima citazione	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Social media	23,3%	23,3%	46,9%	32,1%	20,0%	22,2%	10,8%
Pubblicità online	11,3%	13,3%	3,1%	20,8%	13,3%	12,3%	9,5%
Blog o siti web specializzati in moda sostenibile	10,0%	8,0%	6,3%	13,2%	15,0%	4,9%	6,8%
Amici o familiari	9,3%	12,7%	6,3%	9,4%	10,0%	6,2%	20,3%
Negoziati/venditori	6,0%	14,7%	6,3%	3,8%	15,0%	17,3%	5,4%
Riviste di moda (online)	5,3%	3,3%	3,1%	5,7%	6,7%	3,7%	2,7%
Riviste di moda (cartacei)	4,7%	6,0%		3,8%	3,3%	4,9%	10,8%
Nessuna, non cerco queste informazioni	30,0%	18,7%	28,1%	11,3%	16,7%	28,4%	33,8%

Sostenibilità: i mezzi di informazione

Ritiene molto, abbastanza, poco o per niente affidabili queste fonti d'informazione?



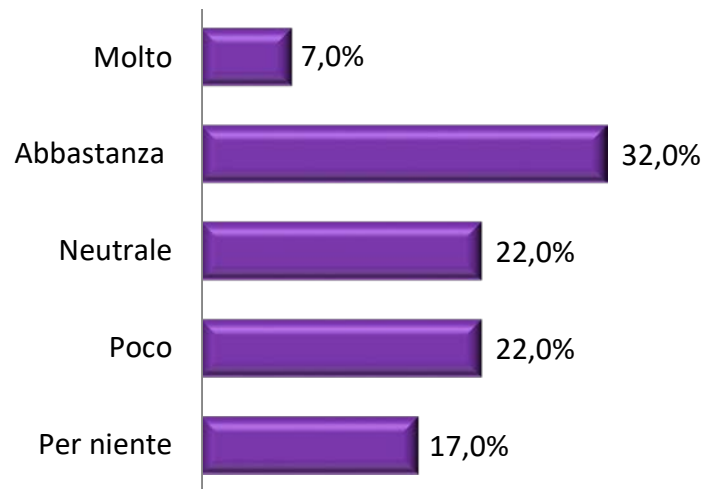
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Molto	10,5%	9,0%	8,7%	10,6%	12,0%	6,9%	10,2%
Abbastanza	56,2%	53,3%	52,2%	55,3%	56,0%	58,6%	49,0%
Così così	22,9%	23,0%	26,1%	27,7%	22,0%	25,9%	14,3%
Poco	7,6%	13,9%	13,0%	4,3%	8,0%	8,6%	22,4%
Per niente	2,9%	0,8%		2,1%	2,0%		4,1%

Campione intervistato: 227
Chi dichiara di informarsi

Sostenibilità: quanto influenza gli acquisti



Quanto la sostenibilità influenza le sue decisioni d'acquisto di moda (abbigliamento/calzature/accessori)?



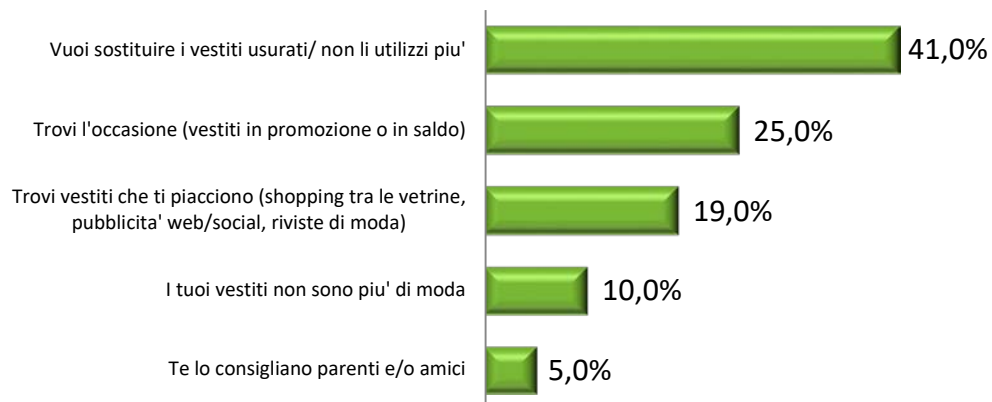
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Molto	7,3%	6,7%	6,3%	7,5%	5,0%	8,6%	6,8%
Abbastanza	29,3%	35,3%	31,3%	37,7%	38,3%	28,4%	28,4%
Così così	18,7%	24,7%	31,3%	24,5%	20,0%	22,2%	16,2%
Poco	23,3%	20,0%	18,8%	20,8%	18,3%	23,5%	24,3%
Per niente	21,3%	13,3%	12,5%	9,4%	18,3%	17,3%	24,3%

Campione intervistato: 300

Comportamenti di acquisto



Solitamente **acquista nuovi capi di abbigliamento** quando:



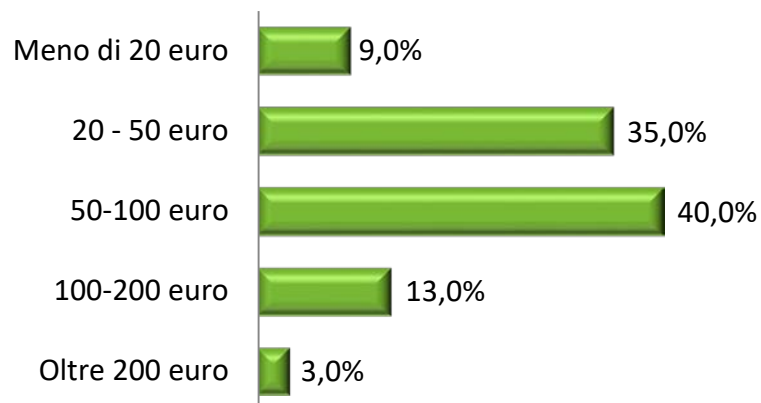
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Vuoi sostituire i vestiti usurati/ non li utilizzi piu'	42,0%	40,0%	34,4%	34,0%	40,0%	49,4%	40,5%
Trovi l'occasione (vestiti in promozione o in saldo)	24,0%	26,7%	28,1%	20,8%	28,3%	21,0%	29,7%
Trovi vestiti che ti piacciono (shopping tra le vetrine, pubblicita' web/social, riviste di moda)	18,0%	20,0%	12,5%	20,8%	15,0%	19,8%	23,0%
I tuoi vestiti non sono piu' di moda	10,0%	10,0%	18,8%	17,0%	11,7%	7,4%	2,7%
Te lo consigliano parenti e/o amici	6,0%	3,3%	6,3%	7,5%	5,0%	2,5%	4,1%

Campione intervistato: 300

Comportamenti di acquisto



Quanto spende in media per un nuovo capo d'abbigliamento?



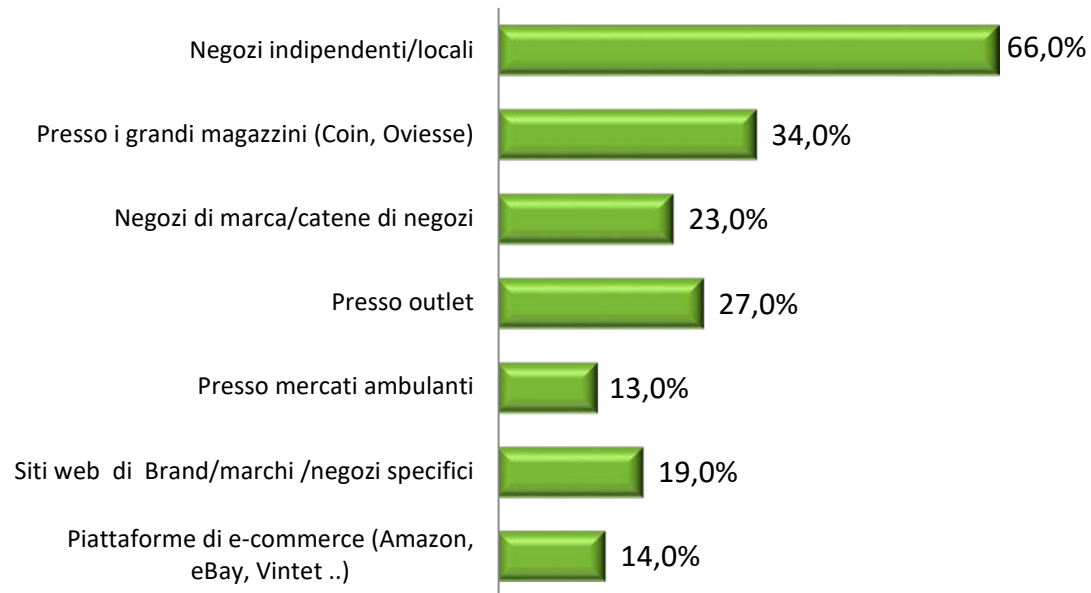
	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Meno di 20 euro	6,7%	10,7%		13,2%	13,3%	3,7%	10,8%
20 - 50 euro	38,0%	31,3%	40,6%	32,1%	33,3%	34,6%	35,1%
50-100 euro	37,3%	42,0%	46,9%	43,4%	41,7%	38,3%	33,8%
100-200 euro	16,0%	11,3%	12,5%	9,4%	10,0%	16,0%	17,6%
Oltre 200 euro	2,0%	4,7%		1,9%	1,7%	7,4%	2,7%

Campione intervistato: 300

Comportamenti di acquisto



Dove preferisce fare acquisti di capi di abbigliamento?



Campione intervistato: 300
Somma citazioni

Comportamenti di acquisto



Quando sceglie **dove fare acquisti di abbigliamento**, cosa considera più importante?



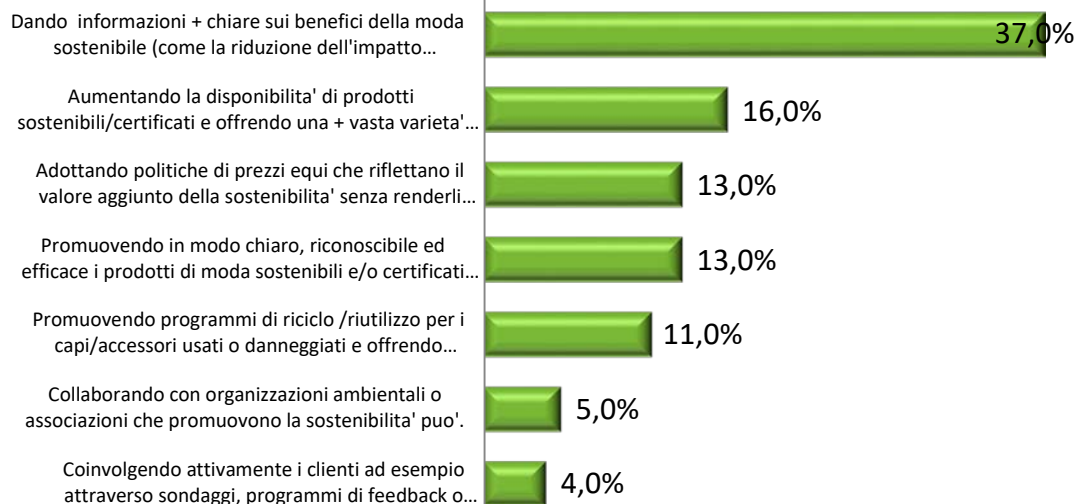
Campione intervistato: 300

	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Il Rapporto prezzo e qualita'	41,3%	46,7%	34,4%	41,5%	51,7%	44,4%	43,2%
La Qualita' dei capi offerti	26,7%	24,0%	25,0%	30,2%	21,7%	29,6%	20,3%
Il Prezzo/politiche si sconto/promozioni	22,0%	12,7%	31,3%	20,8%	11,7%	11,1%	20,3%
La Varieta'/ possibilita' di scelta	2,7%	11,3%	6,3%	5,7%	8,3%	6,2%	8,1%
La fiducia del venditore	2,7%	3,3%		1,9%	3,3%	4,9%	2,7%
Il consigli/passaparola di amici parenti	1,3%	0,7%			1,7%		2,7%
La comunicazione/cura dell'immagine del negozio	0,7%	0,7%				1,2%	1,4%
La sostenibilita' dell'offerta/servizi	0,7%	0,7%	3,1%			1,2%	
La facilita' di accesso	1,3%					1,2%	1,4%
Il servizio (assistenza pre post vendita consegna)	0,7%				1,7%		

Acquisti sostenibili nel futuro



I venditori/negozianti di prodotti di moda come potrebbero incoraggiare i consumatori a fare acquisti più consapevoli e sostenibili?



Campione intervistato: 300

	Genere		Età				
	Uomo	Donna	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-65 anni
Dando informazioni + chiare sui benefici della moda sostenibile (come la riduzione dell'impatto ambientale, i materiali)	36,7%	37,3%	31,3%	30,2%	40,0%	38,3%	40,5%
Aumentando la disponibilita' di prodotti sostenibili/certificati e offrendo una + vasta varieta' di opzioni	16,7%	16,0%	9,4%	28,3%	15,0%	14,8%	13,5%
Adottando politiche di prezzi equi che riflettano il valore aggiunto della sostenibilita' senza renderli proibitivi.	10,0%	16,7%	15,6%	9,4%	18,3%	13,6%	10,8%
Promuovendo in modo chiaro, riconoscibile ed efficace i prodotti di moda sostenibili e/o certificati (come GOTS per tess)	17,3%	8,0%	18,8%	15,1%	10,0%	9,9%	13,5%
Promuovendo programmi di riciclo /riutilizzo per i capi/accessori usati o danneggiati e offrendo incentivi o sconti per	12,7%	10,0%	12,5%	11,3%	10,0%	12,3%	10,8%
Collaborando con organizzazioni ambientali o associazioni che promuovono la sostenibilita' puo'.	4,7%	6,0%	6,3%	1,9%	3,3%	8,6%	5,4%
Coinvolgendo attivamente i clienti ad esempio attraverso sondaggi, programmi di feedback o eventi speciali, sui tema del	2,0%	6,0%	6,3%	3,8%	3,3%	2,5%	5,4%