

# QUANTO CONVIENE ESSERE GREEN? INDAGINE SULLA SOSTENIBILITÀ E SUL TURISMO SOSTENIBILE

*Rapporto di ricerca*



*Documento redatto per:*



*Ricerca n. 162-2019  
21 Novembre 2019*

**Istituto Piepoli S.p.A.**

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493  
00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917  
[www.istitutopiepoli.it](http://www.istitutopiepoli.it) [istituto@istitutopiepoli.it](mailto:istituto@istitutopiepoli.it) P.IVA: 03779980964 REA 1701566



UVET ha commissionato a Istituto Piepoli un'indagine finalizzata a studiare il tema del «**Turismo sostenibile**».

I principali obiettivi di ricerca possono essere riassunti come segue:



Analisi dell'«**attenzione**» verso la sostenibilità da parte dell'Opinione Pubblica



La comprensione del livello di «maturazione» di una **coscienza ecologica**



Analisi di quanto la crescita del livello di attenzione verso il tema della sostenibilità e del turismo sostenibile possa **influenzare il marketing e il price positioning nel mondo dei viaggi**



Verificare se l'attenzione all'ambiente possa rappresentare per gli operatori del settore un area in cui investire

# STRUTTURA DELLA RICERCA

L'indagine è stata realizzata attraverso:



**500 interviste CATI/CAWI a cittadini** su un campione rappresentativo della popolazione maggiorenne italiana, segmentata per genere, classe di età, area geografica e ampiezza centri



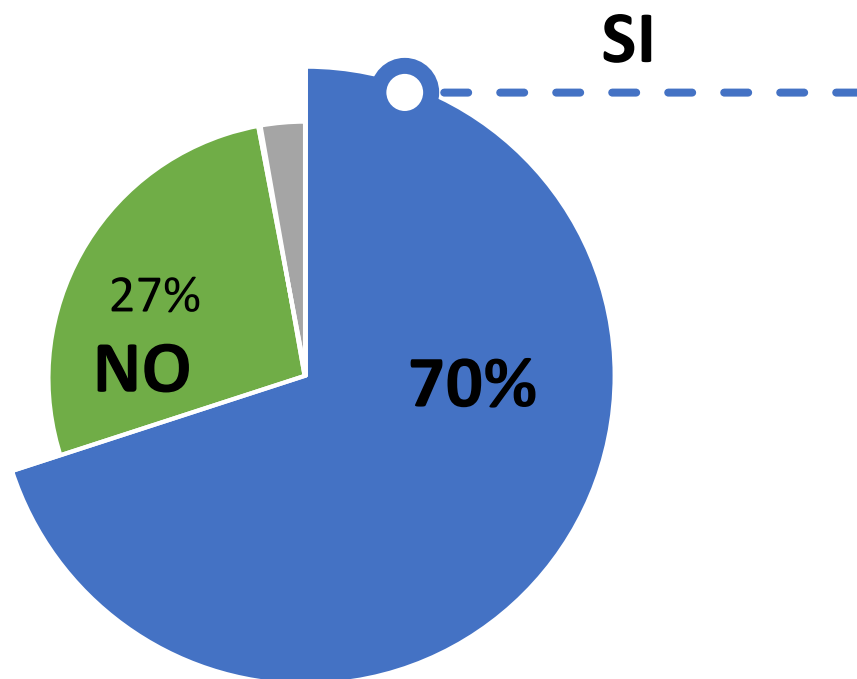
**32\* interviste CAWI assistito** a Travel Manager clienti Uvet

**Le interviste si sono svolte tra ottobre e novembre 2019.**

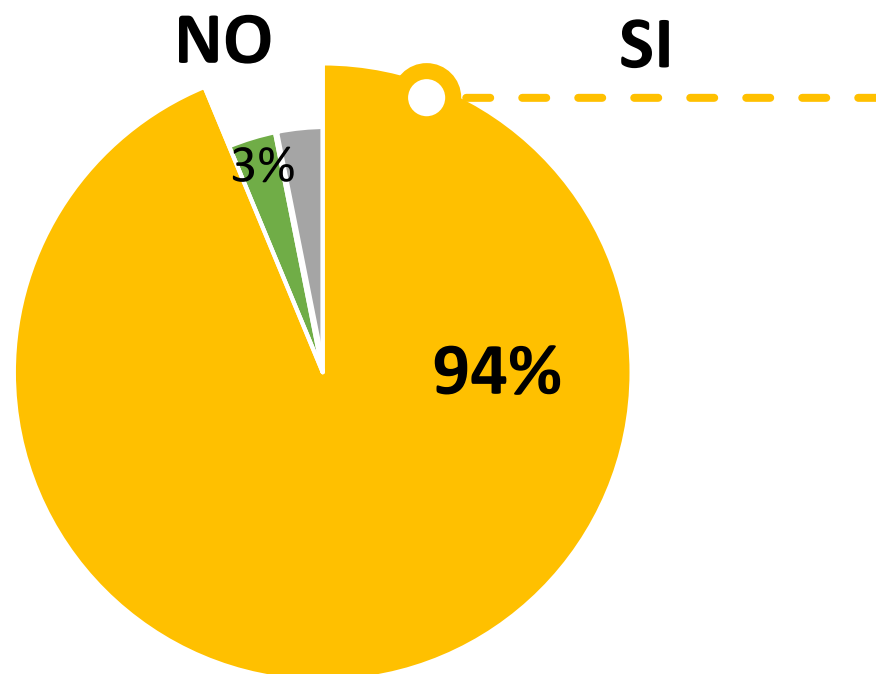
*\*Data l'esigua numerosità del segmento si consiglia una lettura qualitativa del dato*



## POPOLAZIONE



## TRAVEL MANAGER



**Il 75% dei giovani ha  
sentito parlare di  
turismo sostenibile**

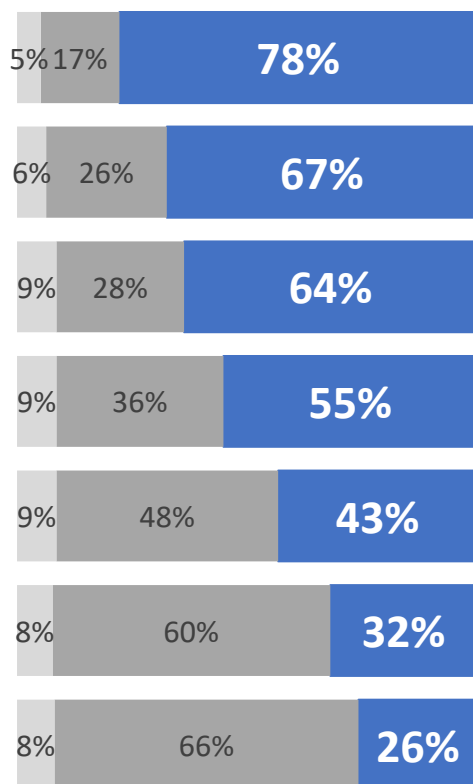
# TURISMO SOSTENIBILE

Ora le leggerò alcune affermazioni, per ognuna mi potrebbe dire secondo lei, quanto sono vicine al concetto di turismo sostenibile



## POPOLAZIONE

**Molto + Abbastanza**

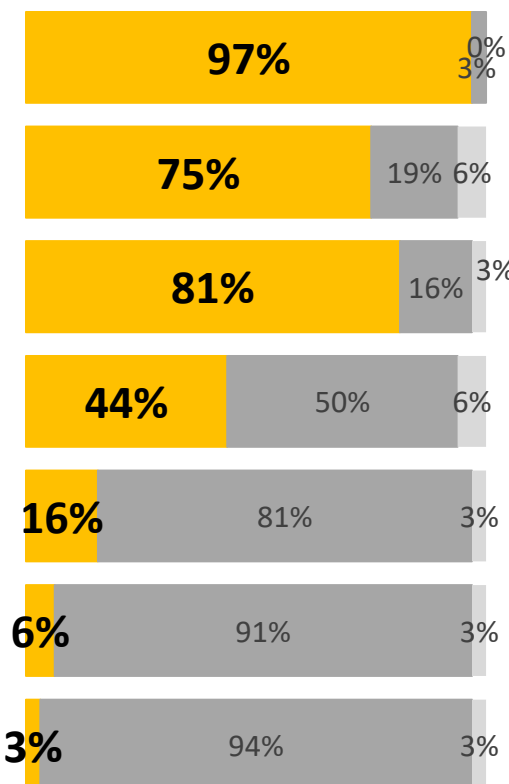


Base dati: Popolazione (n=504)



## TRAVEL MANAGER

**Molto + Abbastanza**



Base dati: Travel Manager (n=32)

**Poco + Per nulla** **Non indica**

*Tutela dell'ambiente naturale e della biodiversità*

*Rispetto delle differenze socio-culturali*

*Benefici socio-economici*

*Attrae ed è scelto da molti turisti*

*Erode l'ambiente naturale*

*Turismo di massa, a buon mercato*

*Provoca tensioni e conflitti tra i turisti e le persone residenti*



In particolare i giovani sono più decisi nelle considerare alcuni concetti vicini al «turismo sostenibile»: la tutela dell'ambiente (90%), il rispetto delle differenze socio-culturali (78%), i benefici economici (72%) e l'attrattività per i turisti (62%) ottengono dei giudizi mediamente più alti rispetto al resto del campione.

Ora le leggerò alcune affermazioni, per ognuna mi potrebbe dire secondo lei, quanto sono vicine al concetto di turismo sostenibile



## POPOLAZIONE

% MOLTO (M) + % ABBASTANZA (A)  
D'ACCORDO



## TRAVEL MANAGER

Ho a cuore l'ambiente e mi aspetto che i servizi forniti siano eseguiti in maniera sostenibile



Per proteggere l'ambiente gli operatori del settore devono offrire servizi che siano eseguiti in maniera sostenibile

Nel pianificare una vacanza mi pongo il problema di fare scelte che non danneggino l'ambiente



Nell'offerta di mobilità va posto il problema di fare scelte che non danneggino l'ambiente

Sceglierei un prodotto / servizio che sia etichettato "verde" o che abbia una certificazione.



Gli operatori del settore devono scegliere di offrire prodotti / servizi etichettati "verde" o che hanno una certificazione (ad esempio spiaggia Bandiera Blu; Green Globe Certification, Ecolabel)

Vorrei avere informazioni sui criteri di gestione sostenibile di alberghi e pensioni al momento della prenotazione dell'alloggio



Gli operatori del settore devono dare ai clienti informazioni sui criteri di gestione sostenibile di alberghi e pensioni al momento della prenotazione dell'alloggio

Sarei disposto a pagare di più per prodotti turistici e i servizi che hanno una componente esplicita che sia rispettosa dell'ambiente



Nell'offerta di mobilità gli operatori del settore dovrebbero offrire prodotti turistici e servizi che hanno una componente esplicita che sia rispettosa dell'ambiente anche a costo di farli pagare di più

Le mie priorità sono il comfort e rapporto qualità-prezzo, prima dei servizi e pratiche considerate "verdi"



Le priorità sono il comfort e rapporto qualità-prezzo, prima dei servizi e pratiche considerate "verdi"

**Tra tutte le affermazioni che le ho letto fino ad ora mi potrebbe dire quali sono per Lei le più importanti nella scelta della destinazione turistica?**



## POPOLAZIONE



## TRAVEL MANAGER

35%

*Ho a cuore l'ambiente e mi aspetto che i servizi forniti siano eseguiti in maniera sostenibile*

34%

26%

*Le mie priorità sono il comfort e rapporto qualità-prezzo, prima dei servizi e pratiche considerate "verdi"*

9%

22%

*Nel pianificare una vacanza mi pongo il problema di fare scelte che non danneggino l'ambiente*

38%

20%

*Sceglierei un prodotto / servizio che sia etichettato "verde" o che abbia una certificazione*

22%

18%

*Sarei disposto a pagare di più per prodotti turistici e i servizi che hanno una componente esplicita che sia rispettosa dell'ambiente*

31%

17%

*Vorrei avere informazioni sui criteri di gestione sostenibile di alberghi e pensioni al momento della prenotazione dell'alloggio*

31%

Base dati:  
Popolazione  
(n=504)

Base dati: Travel  
Manager (n=32)

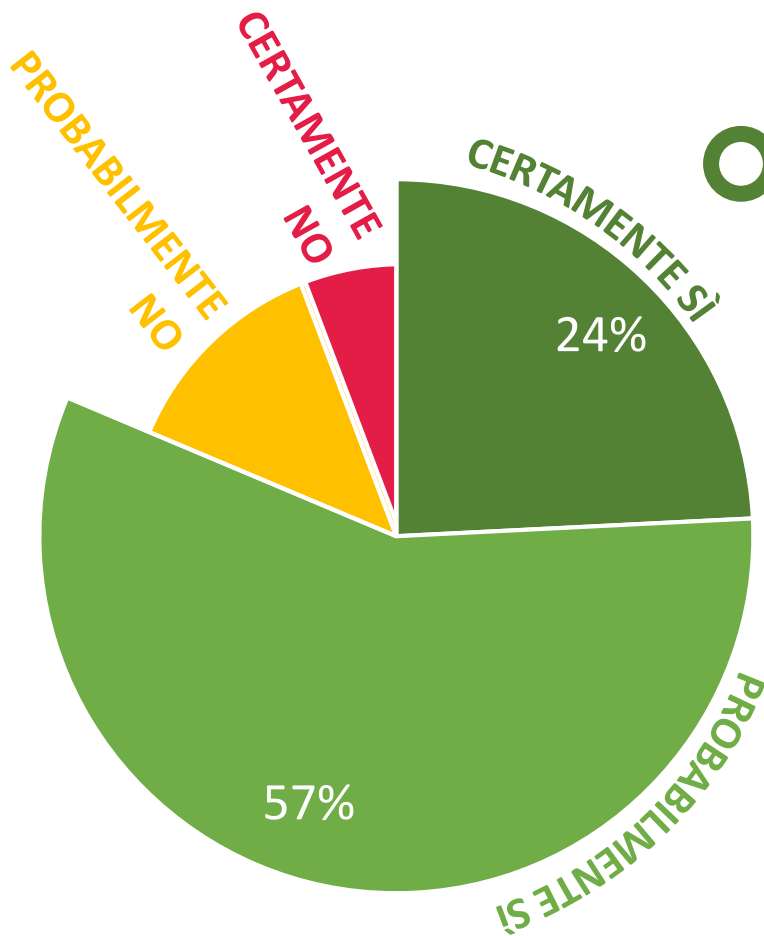


**In particolare i giovani, se da un lato sono più attenti al rapporto qualità-prezzo (33%), dall'altro sono più inclini ad affermare che spenderebbero di più per servizi apertamente rispettosi dell'ambiente (21%) o certificati «verdi» (30%)**

*Pensi ora al momento della scelta della destinazione turistica, Lei sarebbe propenso a spendere di più per una scelta ecosostenibile?*

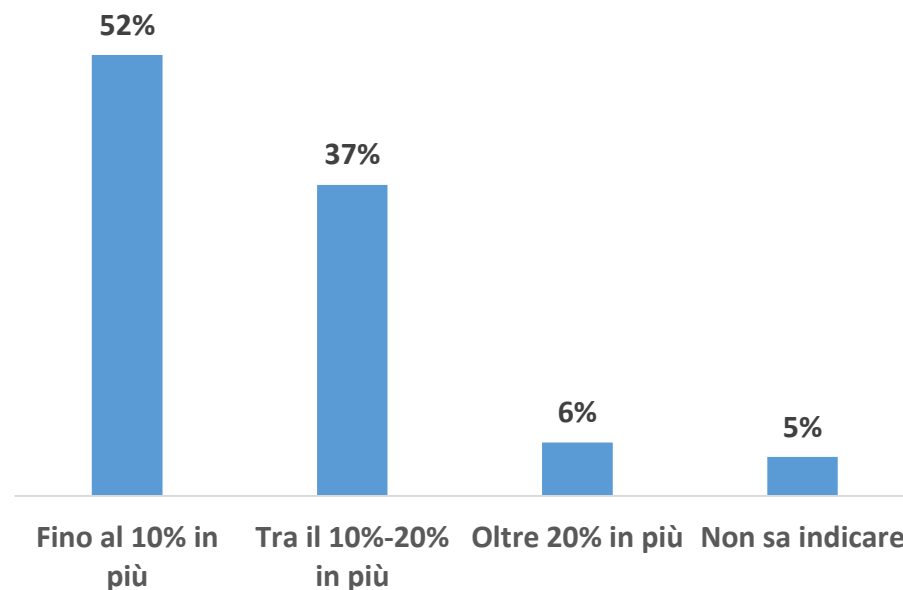


## POPOLAZIONE



**81%** Certamente sì + probabilmente sì

*Pensando ad un viaggio e/o una trasferta con un budget di 1000 euro, Lei quanto sarebbe disposto a spendere in più per una scelta ecosostenibile?*



Base dati: Popolazione (n=504)

Base dati: Chi è propenso (n=410)

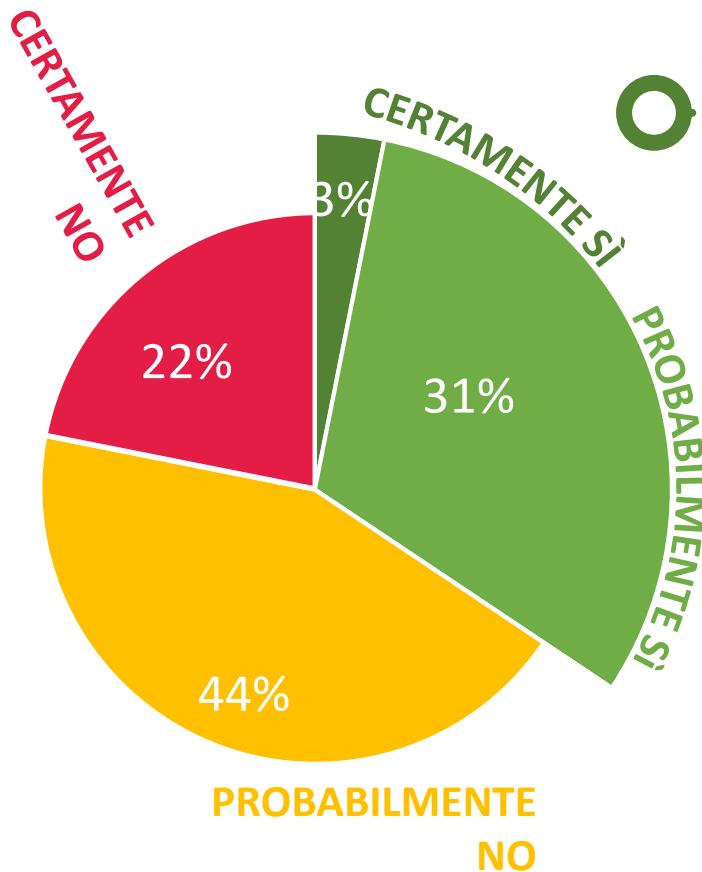


# TURISMO SOSTENIBILE

*Pensi ora al momento della presentazione di un'offerta di mobilità sostenibile, secondo Lei dovrebbe essere proposta ad un prezzo superiore rispetto alle altre offerte?*

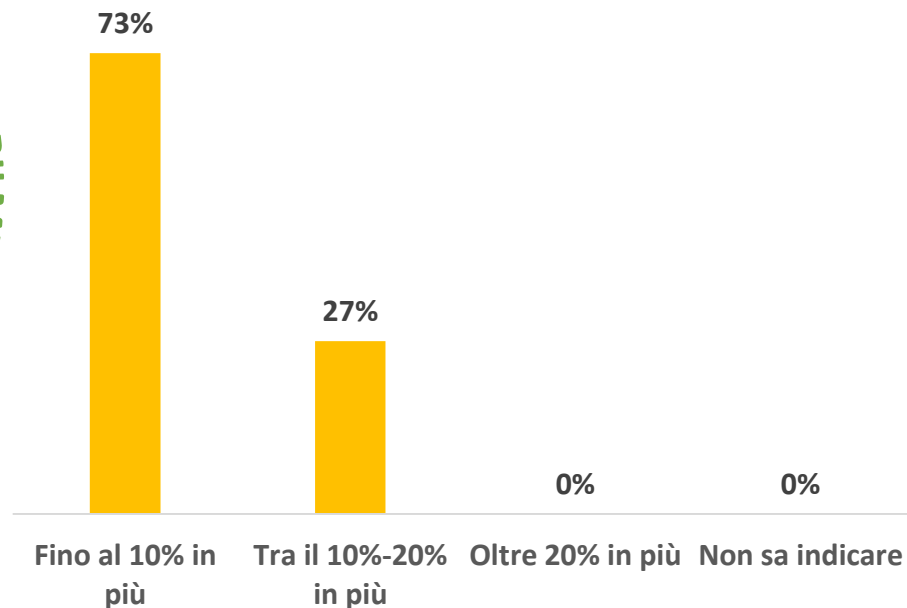


## TRAVEL MANAGER



**34%** Certamente sì + probabilmente sì

*Pensando ad una trasferta con un budget di 1000 euro, Lei quanto sarebbe disposto a spendere in più per un'offerta di mobilità sostenibile?*



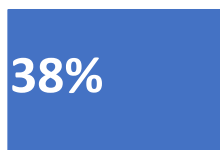
Base dati: Chi è propenso (n=11)

Base dati: Travel Manager (n=32)

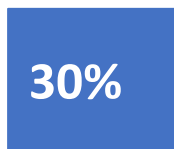
Cosa dovrebbe fornire una struttura alberghiera che pone attenzione all'ambiente?



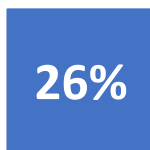
## POPOLAZIONE



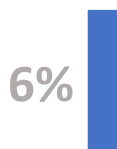
Infrastrutture ecosostenibili (pannelli solari, cappotto isolante, riciclo dell'acqua)



Raccolta differenziata



Menù biologici e a chilometro zero



Ricariche/noleggio auto elettriche



Altro

Base dati: Popolazione (n=504)



## TRAVEL MANAGER



Base dati: Travel Manager (n=32)



In particolare i giovani preferirebbero che le strutture alberghiere fornissero Infrastrutture ecosostenibili (48%) ma, a differenza del resto del campione, considerano meno importante la possibilità di effettuare in albergo la raccolta differenziata (23%)

Secondo Lei la sensibilità per il turismo sostenibile nei prossimi 10 anni ...



## POPOLAZIONE



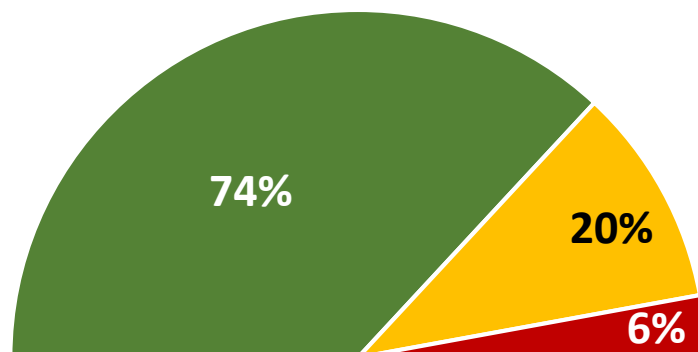
Crescerà



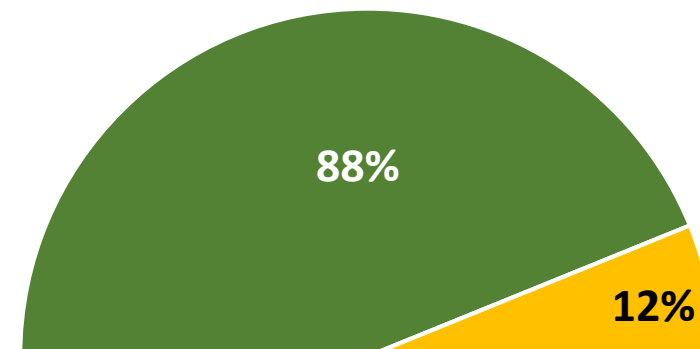
Rimarrà uguale



Diminuirà



## TRAVEL MANAGER



### SALDO CRESCERA'-DIMINUIRA'



**+68%**



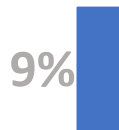
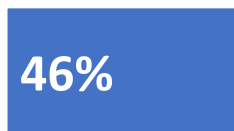
**+88%**

# TURISMO SOSTENIBILE

Scelga e indichi al massimo 2 aggettivi associati al turismo sostenibile



## POPOLAZIONE



*Vicino alla natura*

*Eticamente corretto*

*Moderno/di moda*

*Conservativo*

*Costoso*

*Utopico*



## TRAVEL MANAGER



Base dati: Popolazione (n=504)

Base dati: Travel Manager (n=32)

# TURISMO SOSTENIBILE

**70%**

CONOSCENZA

AL TURISMO SOSTENIBILE ASSOCIA

*La tutela dell'ambiente* 78%

*Il rispetto delle differenze socio-culturali* 67%

*Benefici socio-economici* 64%

POPOLAZIONE



CONOSCENZA

**94%**

AL TURISMO SOSTENIBILE ASSOCIA

*La tutela dell'ambiente* 97%

*Benefici socio-economici* 81%

*Il rispetto delle differenze socio-culturali* 74%



TRAVEL  
MANAGER

QUANDO SCELGO UNA  
DESTINAZIONE TURISTICA ...

*Ho a cuore l'ambiente e mi aspetto che i servizi forniti  
siano eseguiti in maniera sostenibile* 35%

*Le mie priorità sono il comfort e rapporto qualità-  
prezzo, prima dei servizi e pratiche considerate  
"verdi"* 26%

*Nel pianificare una vacanza mi pongo il problema di  
fare scelte che non danneggino l'ambiente* 22%

L' **81%** si dichiara propenso a spendere  
di più per una scelta sostenibile

Nei prossimi 10 anni la sensibilità per il turismo sostenibile crescerà per

il **74%** e diminuirà solo per il 6%

QUANDO SCELGO UNA  
DESTINAZIONE TURISTICA ...

*Nel pianificare una vacanza mi pongo il problema di fare  
scelte che non danneggino l'ambiente* 38%

*Ho a cuore l'ambiente e mi aspetto che i servizi forniti  
siano eseguiti in maniera sostenibile* 34%

*Le mie priorità sono il comfort e rapporto qualità-prezzo,  
prima dei servizi e pratiche considerate "verdi"* 9%

Il **34%** si dichiara propenso a spendere  
di più per una scelta sostenibile

Nei prossimi 10 anni la sensibilità per il turismo sostenibile crescerà

per l' **88%** e rimarrà uguale per il 12%

# GRAZIE DELL'ATTENZIONE!



UFFICIO DI MILANO

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493



UFFICIO DI ROMA

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917



ISTITUTO  
PIEPOLI

[www.istitutopiepoli.it](http://www.istitutopiepoli.it) | [istituto@istitutopiepoli.it](mailto:istituto@istitutopiepoli.it) | P.IVA: 03779980964 | REA 1701566

