

LA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE ELDOM

Risultati rilevazione



OTTOBRE 2024

N. PROG. 221-2024



Ediel è una società di servizi italiana nata nel 2008 per sviluppare e promuovere la trasformazione digitale tra le aziende della filiera **ELDOM (elettrodomestici/elettronica di consumo)** attraverso l'adozione di un protocollo comune di codifica per la trasmissione elettronica dei dati.

Il suo scopo è costruire percorsi evoluti di integrazione nei processi di filiera in chiave digitale. Si configura come una piattaforma elettronica condivisa, unica in Europa, che integra tutta la filiera ELDOM e aggrega tecnologie, competenze, relazioni.

Nasce ora l'esigenza per EDIEL di effettuare un'indagine presso i consumatori sui temi relativi alla Sostenibilità in relazione alla scelta di acquisto degli elettrodomestici.



3



PREMESSA

Nel presente documento illustriamo i risultati dell'indagine per EDIEL.

L'indagine è stata realizzata dal 21 al 29 Ottobre 2024 attraverso **1000 interviste** con metodologia CATI/CAWI, ad un campione rappresentativo della popolazione italiana maschi e femmine dai 18 anni in su, segmentato per sesso, età, Grandi Ripartizioni Geografiche e Ampiezza Centri proporzionalmente all'universo della popolazione italiana.

Il presente sondaggio è stato eseguito rispettando il codice deontologico ASSIRM ed ESOMAR.



Genere



| | |
|------------|------------|
| Maschi | Femmine |
| 48% | 52% |

Area geografica



Nord
46%



Centro
22%



Sud
32%

Classe d'età



18-24 anni
9%



25-34 anni
14%



35-44 anni
19%



45-54 anni
18%



55 anni – 75 anni
40%

Ampiezza centro



Fino a 10.000 ab.
32%



10-30.000 ab.
24%



30-100.000 ab.
21%



Oltre 100.000 ab.
23%



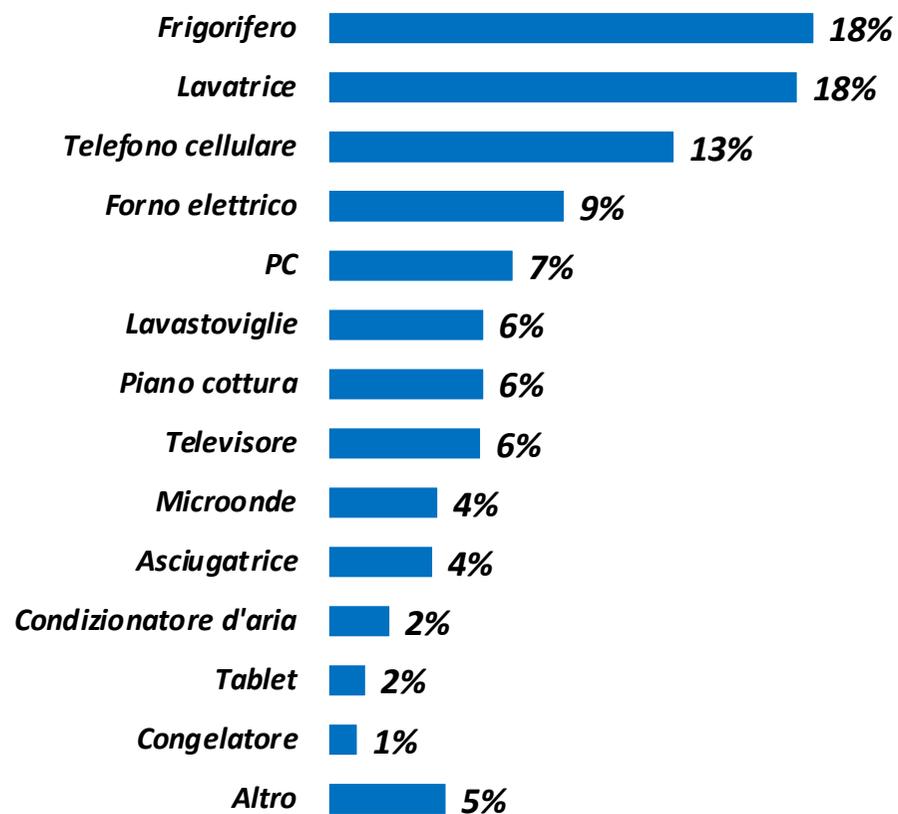
RISULTATI



LA SOSTITUZIONE DEGLI APPARECCHI DOMESTICI

BASE DATI: Hanno preso in considerazione la sostituzione di apparecchi elettrici domestici

Principalmente quale prodotto elettrico o elettronico domestico ha preso in considerazione di sostituire?



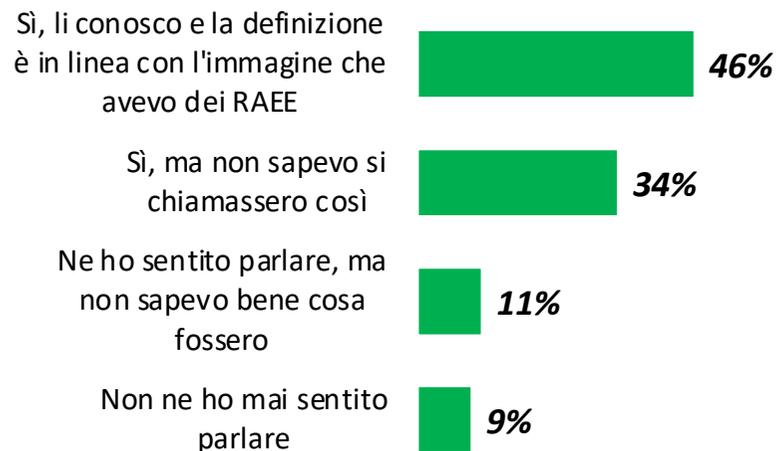
| | Uomo | Donna | 18-34 | 35-54 | 55-75 anni |
|-----------------------|------|-------|-------|-------|------------|
| Frigorifero | 15% | 21% | 18% | 15% | 21% |
| Lavatrice | 18% | 17% | 20% | 19% | 15% |
| Telefono cellulare | 14% | 12% | 8% | 16% | 13% |
| Forno elettrico | 9% | 9% | 12% | 9% | 7% |
| PC | 8% | 6% | 11% | 6% | 6% |
| Lavastoviglie | 6% | 6% | 3% | 10% | 4% |
| Piano cottura | 5% | 6% | 4% | 4% | 9% |
| Televisore | 7% | 5% | 3% | 5% | 7% |
| Microonde | 7% | 2% | 3% | 6% | 3% |
| Asciugatrice | 2% | 6% | 7% | 4% | 2% |
| Condizionatore d'aria | 2% | 3% | 3% | 1% | 4% |
| Tablet | 2% | 1% | 4% | 0% | 2% |
| Congelatore | 1% | 2% | 2% | 1% | 1% |
| Altro | 4% | 5% | 2% | 4% | 7% |



I RAEE: CONOSCENZA E SMALTIMENTO

I RAEE (Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche) sono i rifiuti che derivano da tutti gli elettrodomestici e i prodotti tecnologici, di ogni tipo e dimensione, che per funzionare hanno bisogno di una spina elettrica, di pile o batterie: frigoriferi, lavatrici, televisori, computer, monitor, cellulari, telecamere, videogiochi, lettori MP3, ferri da stiro, phon, frullatori, aspirapolvere, ecc. 12.

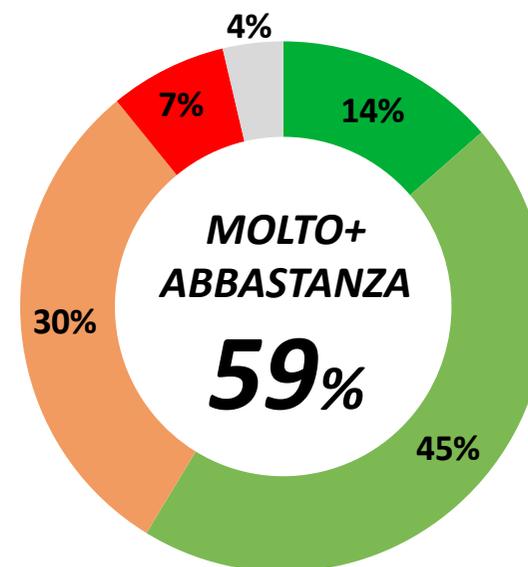
Ora che ha letto la definizione di RAEE, Lei direbbe di conoscerli?



BASE DATI: TOTALE CAMPIONE

Quanto si sente informato sul corretto smaltimento dei rifiuti RAEE?

■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per nulla ■ Senza opinione

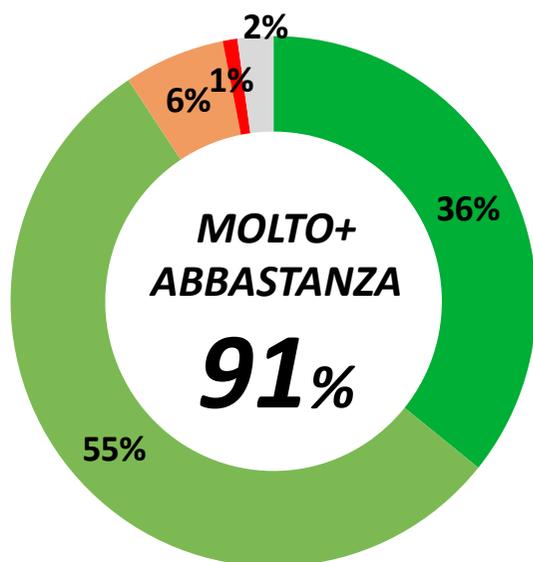


L'ETICHETTA ENERGETICA

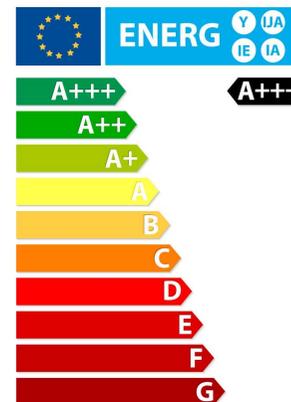


In particolare, in che misura prende in considerazione la classe di efficienza energetica (etichetta energetica) prima della scelta del prodotto da acquistare (per le categorie per le quali è prevista)?

■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per nulla ■ Senza opinione



BASE DATI: TOTALE CAMPIONE

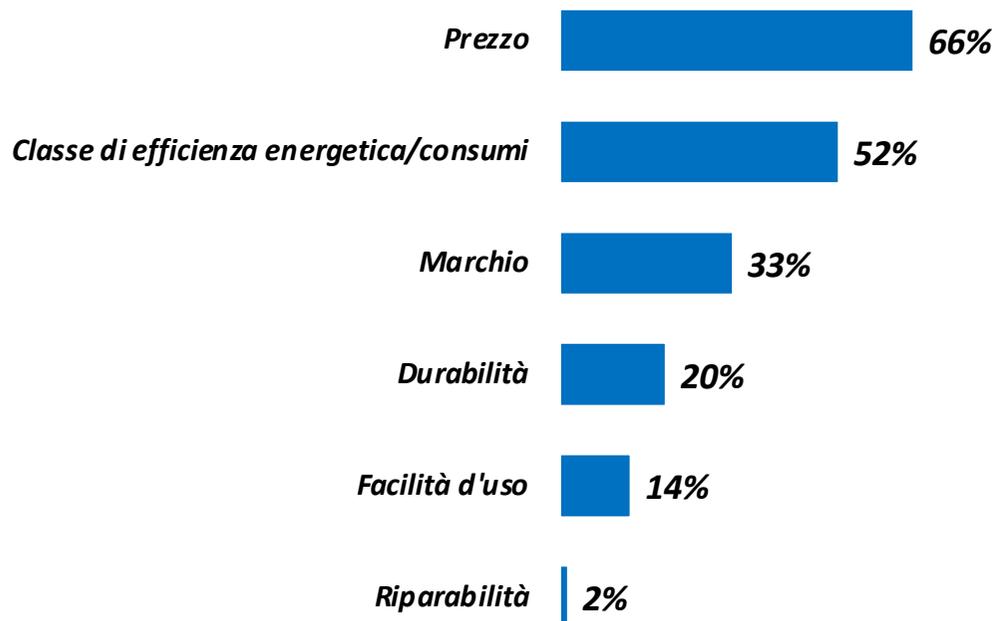


| | Molto + abbastanza | Poco + per nulla |
|--------------|--------------------|------------------|
| Uomo | 89% | 10% |
| Donna | 92% | 5% |
| Età | | |
| 18-34 | 84% | 16% |
| 35-54 | 89% | 8% |
| 55 - 75 anni | 96% | 1% |



GLI ASPETTI PIU' IMPORTANTI NELLA SCELTA DI UN PRODOTTO DA ACQUISTARE

Quando deve effettuare la scelta di un prodotto nuovo da acquistare quali sono gli aspetti principali a cui presta maggiore attenzione?



| | Uomo | Donna | 18-34 | 35-54 | 55-75 anni |
|---|------|-------|-------|-------|------------|
| Prezzo | 63% | 70% | 69% | 67% | 64% |
| Classe di efficienza energetica/consumi | 48% | 57% | 42% | 53% | 58% |
| Marchio | 35% | 31% | 32% | 34% | 32% |
| Durabilità | 23% | 18% | 17% | 26% | 17% |
| Facilità d'uso | 15% | 12% | 15% | 10% | 16% |
| Riparabilità | 2% | 2% | 2% | 1% | 3% |



Via Benvenuto Cellini 2/A
20129 Milano
t. +39 02 5412 3098



Via di Ripetta 39
00186 Roma
t. +39 06 3211 0003



www.istitutopiepoli.it
istituto@istitutopiepoli.it
P.IVA: 03779980964

Member of



THE
RESEARCH ALLIANCE



ISTITUTO PIEPOLI

GRAZIE PER
L'ATTENZIONE