

# Il “benessere abitativo” In Italia

Ricerca n. 26363-50

Documento redatto da Giuseppe Minoia e Daniele Novello per Hill & Knowlton

Ricerca	:	<b>26363-50</b>
Committente	:	<b>Hill &amp; Knowlton</b>
Titolo	:	<b>Il benessere abitativo in Italia</b>
Direzione di ricerca	:	<b>Giuseppe Minoia</b>
Team di ricerca	:	<b>Daniele Novello</b>
Periodo di ricerca	:	<b>Settembre 2011</b>
Periodo di rilevazione	:	<b>Settembre 2011</b>
Natura del presente documento	:	<b>Anticipazioni dei risultati</b>

\* \* \* \*

La ricerca cui la presente scheda si riferisce è stata eseguita con correttezza professionale, nel rispetto delle norme deontologiche fissate dal Codice di Autodisciplina e degli Standard di Qualità dell'ASSIRM (Associazione tra gli Istituti di ricerche di mercato, sondaggi d'opinione, ricerca sociale), oltreché del codice Internazionale ICC/ESOMAR per le ricerche sociali e di marketing, adottato anche dall'Associazione Italiana Studi di Marketing.

# Premessa

3

Hill & Knowlton, per conto di Stile 21 (importante polo per la realizzazione di edifici con struttura in legno) ha chiesto a GfK Eurisko di condurre una ricerca sul benessere abitativo in Italia.

**Obiettivo della ricerca** è quello di indagare

- i significati e le aspettative degli italiani relativamente al benessere abitativo
- i possibili driver nella scelta dell'abitazione
- la conoscenza e gli orientamenti presso gli italiani nei confronti dei materiali da costruzione...
- ... con particolare interesse per i punti di forza e di debolezza del legno

→ **Al fine di fornire indicazioni strategiche per la gestione della comunicazione nell'offerta di case costruite in legno.**

A close-up photograph of a hand holding a small, light-colored model house with a dark roof and several windows. The background is blurred, showing other similar model houses.

# ANTICIPAZIONI DEI PRINCIPALI RISULTATI



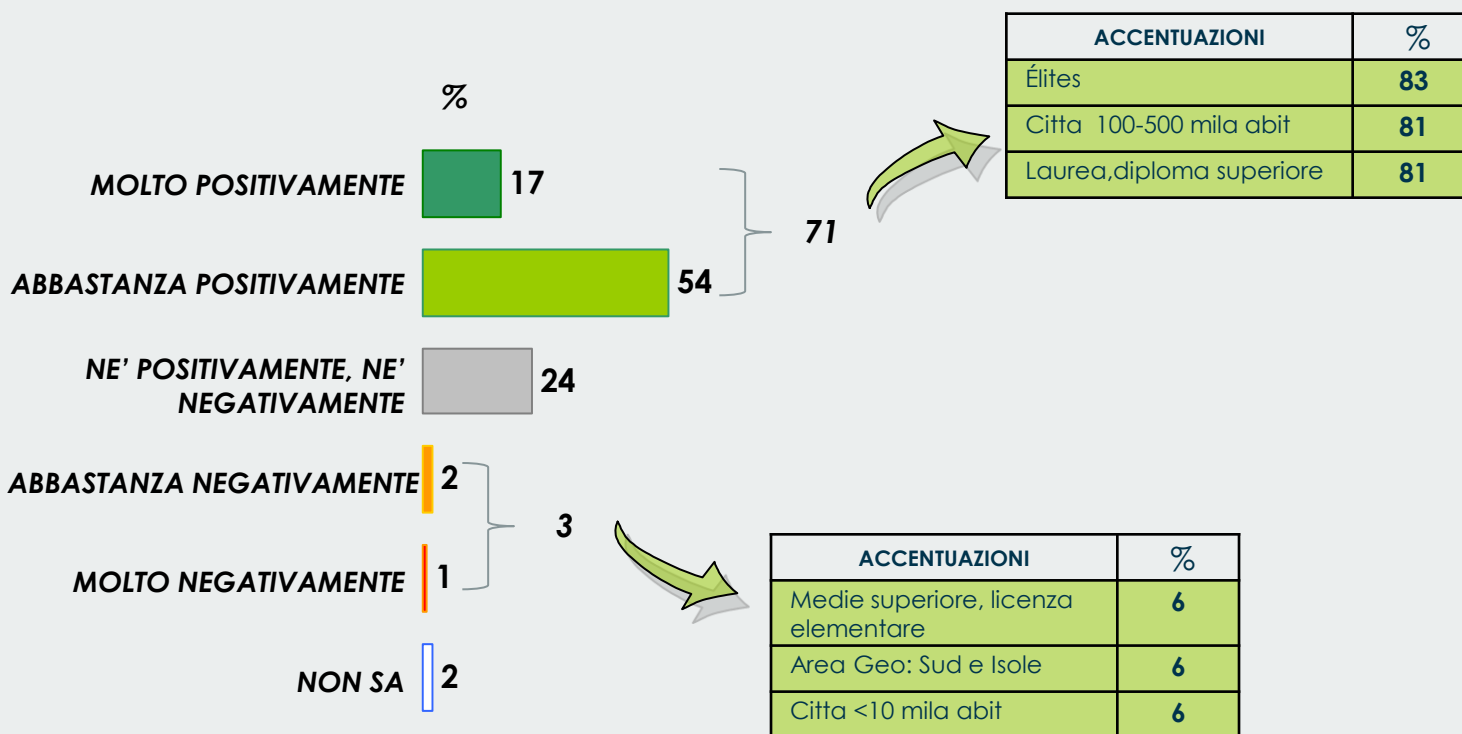
## Il benessere abitativo

# Valutazione del benessere abitativo

Base: totale campione, n=1115

D1 Come valuta il benessere abitativo suo e della sua famiglia?

6



○/● = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ( $p < .05$ ) vs tot .

# Benessere abitativo: definizione

## risposte spontanee

Base: totale campione, n=1115

D1b Se parliamo di benessere nel campo della casa o abitazione, Lei a cosa pensa principalmente? Che cosa significa stare bene nella propria abitazione?

### STARE BENE NELLA PROPRIA ABITAZIONE SIGNIFICA...



segue...

# Benessere abitativo: definizione (segue)

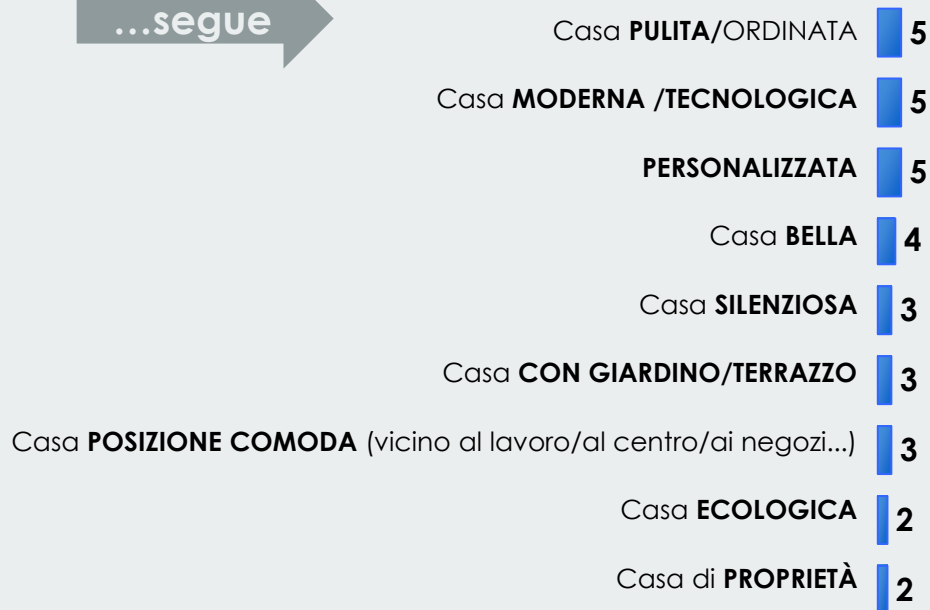
risposte spontanee

Base: totale campione, n=1115

STARE BENE NELLA PROPRIA ABITAZIONE SIGNIFICA...

8

...segue



...



# L'ideale di benessere

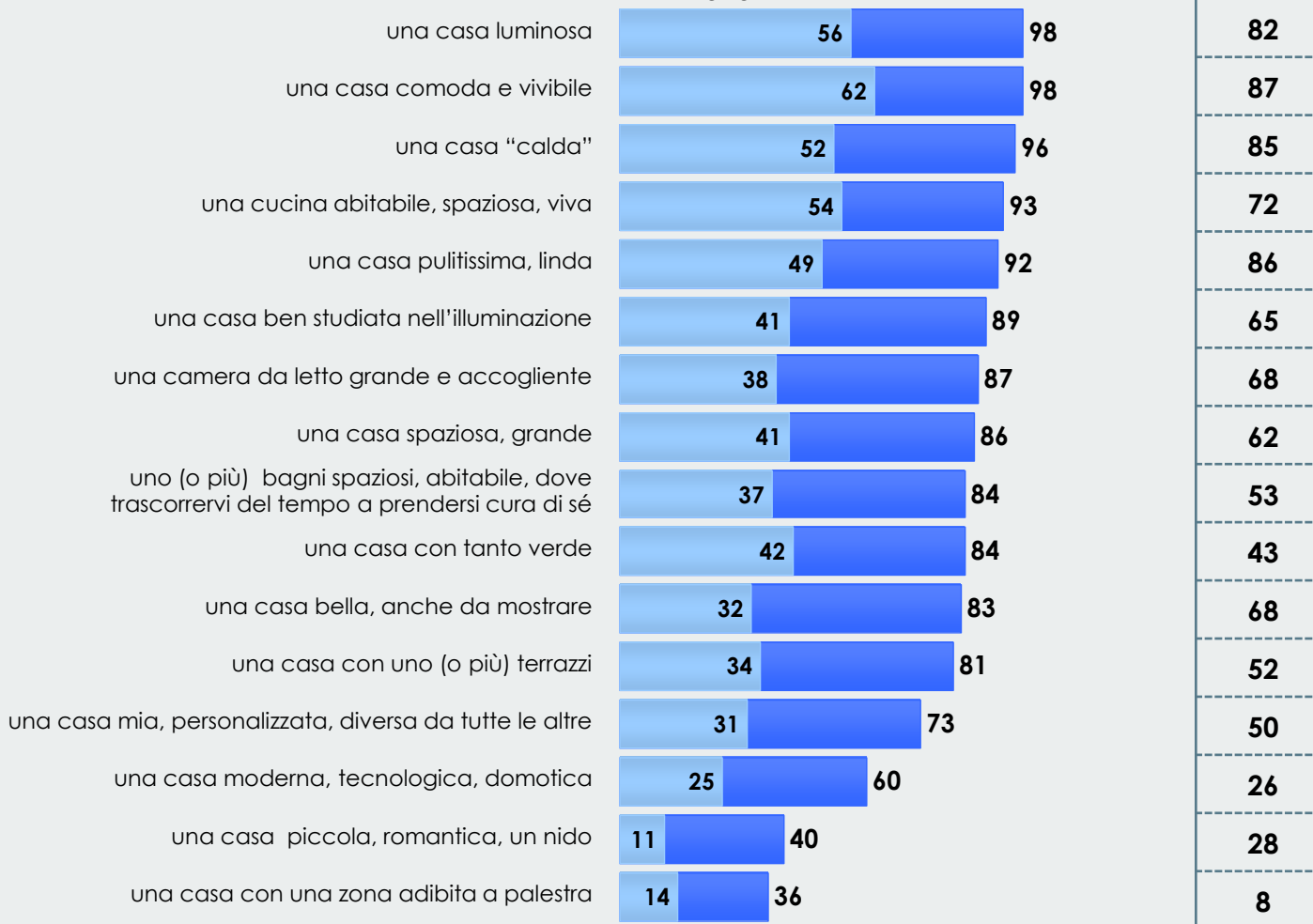
Base: totale campione, n=1115

9

## BENESSERE NELLA CASA E ABITAZIONE E' ...

%  
Molto +  
Abbastanza

## % LA MIA ABITAZIONE È GIÀ COSÌ



# L'ideale di benessere

Base: totale campione, n=1115

Scarto\* tra desideri e dotazione

10



Basso



Elevato

Casa PULITISSIMA

Casa COMODA vivibile

Casa «CALDA»

Casa romantica, un NIDO

Casa BELLA

Casa LUMINOSA

CAMERA DA LETTO grande

CUCINA abitabile

Casa PERSONALIZZATA

Casa ben studiata nell' ILLUMINAZIONE

Casa SPAZIOSA

Casa con zona PALESTRA

Casa con TERRAZZO

uno (o più) BAGNI spaziosi dove trascorrere del tempo a prendersi cura di sé

Casa moderna TECNOLOGICA domotica

Casa con tanto VERDE



## Driver di scelta







# I criteri di scelta

Base: totale campione, n=1115

D3 Immagini di dover comperare oggi una casa. Mi dica quanto è importante per lei ciascuna delle seguenti caratteristiche

% (molto + abbastanza)

12

		TOTALE	AREA GRANDE MAPPA*				
		(n=1115)	Elite (n=243)	Femminile (n=235)	Maschile (n=199)	Giovanile (n=165)	Marginale (n=273)
	Qualità del prodotto	95	94	98	96	95	92
	Prezzo	93	92	94	95	95	91
	Città/zona in cui si trova	91	90	94	96	96	84
	Che consenta risparmio di energia	88	94	92	86	85	84
	Estetica	85	89	90	88	89	73
	Che sia ecologica	74	84	73	75	71	65

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p< .05) vs tot .







# Il principale criterio di scelta

Base: totale campione, n=1115

D4 E quale tra le seguenti motivazioni è per lei in assoluto la più importante?

13

%

		TOTALE	AREA GRANDE MAPPA				
		(n=1115)	Elite (n=243)	Femminile (n=235)	Maschile (n=199)	Giovanile (n=165)	Marginale (n=273)
	Prezzo	38	33	35	35	43	43
	Città/zona in cui si trova	26	29	27	30	26	25
	Qualità del prodotto	28	27	25	30	22	25
	Che consenta risparmio di energia	4	6	7	3	4	2
	Estetica	4	3	5	2	4	5
	Che sia ecologica	1	3	2	1	1	0

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ( $p < .05$ ) vs tot .

# Nuovi desideri: tecnologia per la sicurezza, il benessere e l'intrattenimento

Base: totale campione, n=1115

14

## Desiderabilità tipologia di prodotto





## Il materiale da costruzione

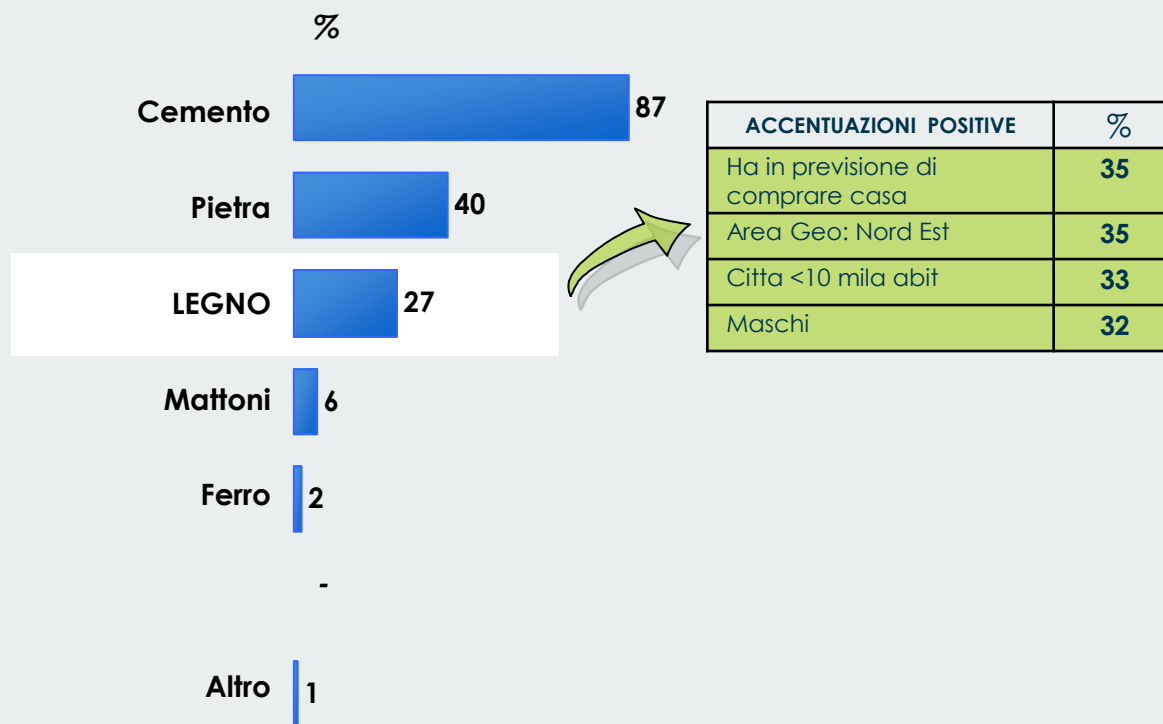
# Conoscenza dei materiali da costruzione

risposte spontanee

Base: totale campione, n=1115

D6 Lei sa dirmi quali sono i materiali usati nella costruzione delle case (pensi ai materiali usati per costruire la struttura delle case e cioè per costruire i muri, non le rifiniture interne)?

16





# L'impatto dei materiali da costruzione sul benessere abitativo

Base: totale campione, n=1115

Il materiale da costruzione può migliorare  
**significativamente** il benessere abitativo **= 66%**

...in ogni caso **il materiale da costruzione può influenzare benessere per quanto riguarda...**

Risparmio  
energetico  
**=93%**

Durabilità  
**=91%**

Protezione  
termica  
**=91%**

Protezione  
sismica  
**=91%**

Qualità dell'aria  
**=87%**

Protezione  
acustica  
**=90%**

Sicurezza in  
caso di  
incendio  
**=89%**

Vivibilità  
**=87%**



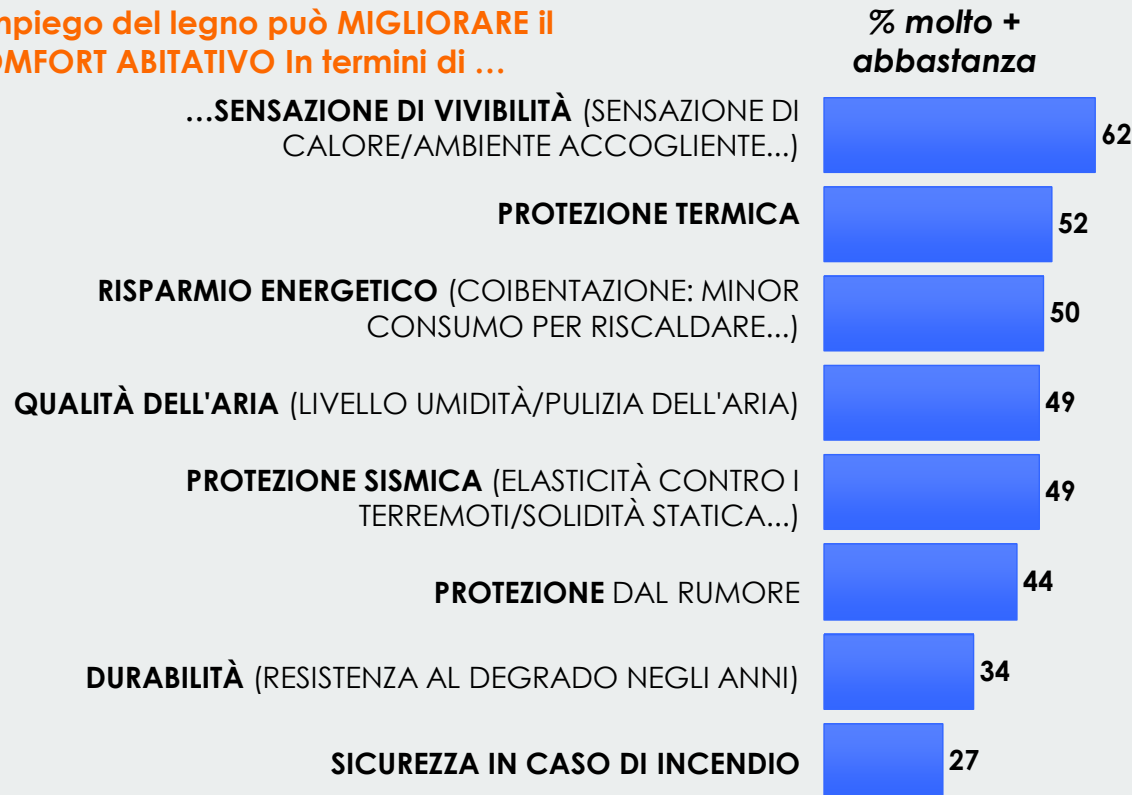
## Approfondimento: il legno

# Gradimento legno come materiale da costruzione

Base: totale campione, n=1115

19

## L'impiego del legno può MIGLIORARE il COMFORT ABITATIVO In termini di ...



*D12 Per ciascun aspetto che ora le leggo mi dica mi dica se secondo lei il l'impiego del legno come materiale da costruzione (e cioè per i muri e le strutture) migliora il comfort abitativo.*

## L'IMPATTO SULL'AMBIENTE dell'impiego del legno...

...RIDUCE IMPATTO 54

*D12b Pensi ora all'impatto della costruzione di una casa sull'ambiente Secondo lei quanto la scelta del legno può ridurre l'impatto sull'ambiente (quantità di energia necessaria per produrre e posare il materiale/ possibilità di riciclare, etc...)*

# Le caratteristiche costruttive del legno: **importanza**

Base: totale campione, n=1115

20

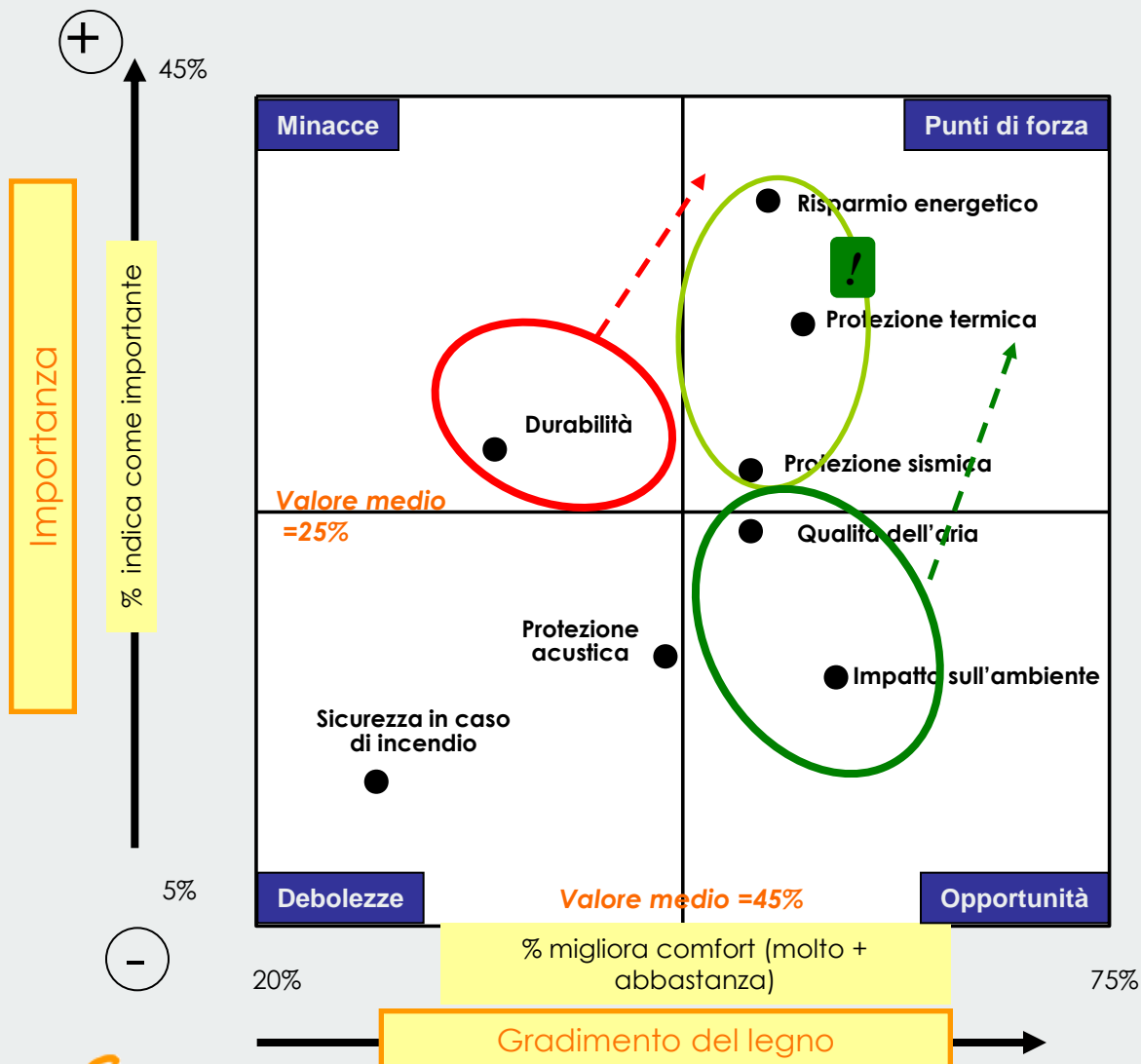


D13 Secondo lei quale di questi aspetti è più importante in assoluto? E quale dopo di questo?

# I punti di forza e di debolezza del legno come materiale da costruzione: analisi strategica per la comunicazione

Base: totale campione, n=1115

21



## POSSIBILI STRATEGIE DI COMUNICAZIONE



**Punti di forza per la comunicazione**



Comunicare la **capacità del legno di rispondere** a questi **bisogni**

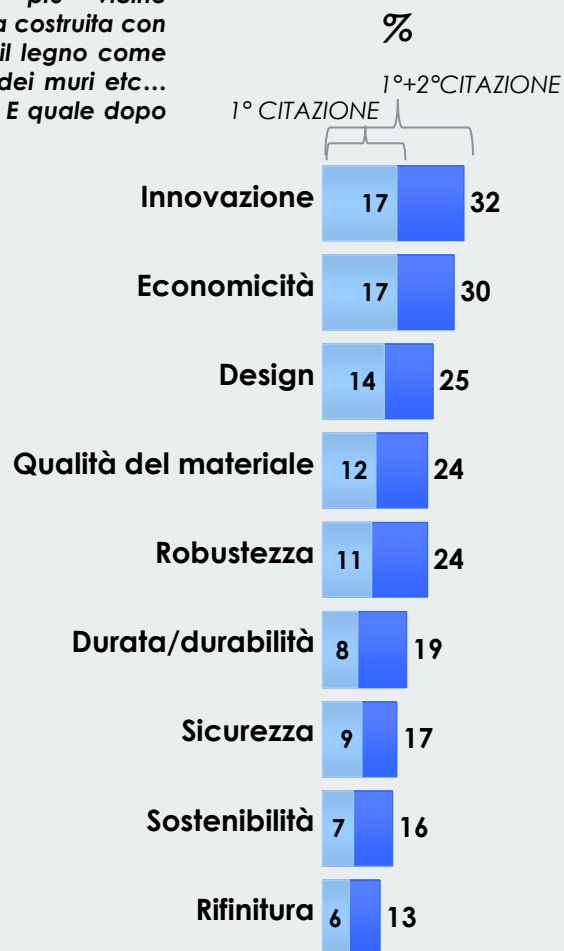


Comunicare **l'importanza di queste dimensioni dell'abitare**

# Le case in legno: test di IMMAGINE

Base: totale campione, n=1115

D14 Mi dica quale delle seguenti parole/caratteristiche sono più vicine all'idea che ha lei di una casa costruita con il legno (intendiamo sempre il legno come materiale per la costruzione dei muri etc... e non delle rifiniture interne)? E quale dopo di questa?



## AREA GRANDE MAPPA (%1°+2° CITAZIONE)

	Elite (n=243)	Femminile (n=235)	Maschile (n=199)	Giovanile (n=165)	Marginale (n=273)
Innovazione	30	31	31	41	31
Economicità	23	27	36	29	36
Design	27	26	22	28	23
Qualità del materiale	20	31	21	25	25
Robustezza	24	29	25	23	21
Durata/durabilità	23	19	19	21	16
Sicurezza	19	14	9	12	24
Sostenibilità	23	11	20	15	10
Rifinitura	11	13	17	8	16



## Il mercato potenziale del legno

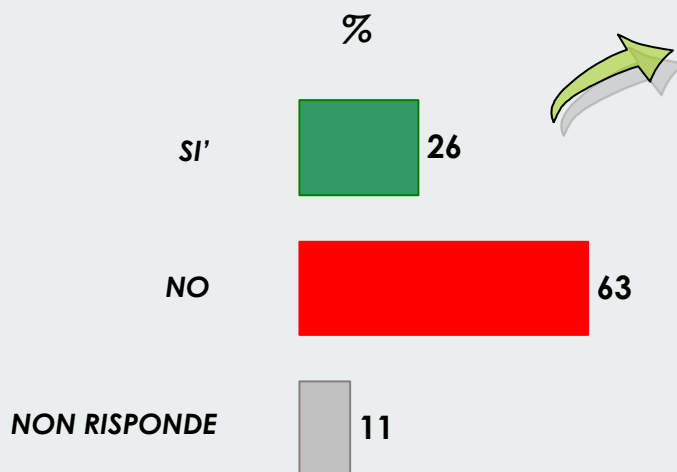
# Il mercato potenziale della casa in legno

Base: totale campione, n=1115



24

## Prenderebbe in considerazione casa costruita in legno



I SEGMENTI PIÙ INTERESSATI	%
<b>VUOLE COMPRARE CASA NEI PROSSIMI ANNI</b>	<b>51</b>
Élite	34
Laurea, diploma superiore	33
35-44 anni	32
25-34 anni	30
Area Geografica: centro	29
Area geografica: nord ovest	29

*D10 Mi Lei oggi come oggi se dovesse acquistare una casa prenderebbe in considerazione una casa costruita in legno?*



## Appendice di documentazione: la Grande Mappa

# LA GRANDE MAPPA: BREVE DESCRIZIONE

26

La GRANDE MAPPA è originata dall'incrocio di due fondamentali dimensioni:

- ① dimensione orizzontale: è la dimensione dei “tratti duri”, cioè del confronto sociale, della competizione, dell'affermazione di sé, del protagonismo. È la dimensione dell'agire e della tensione verso il successo; appartiene più alla cultura maschile, anche se non in modo esclusivo.
- ② dimensione verticale: è la dimensione dei “tratti morbidi” (la moderazione, la misura, l'equilibrio). È la dimensione del pensare, della riflessione; appartiene più alla cultura femminile, anche se non in modo esclusivo.

## LA GRANDE MAPPA: BREVE DESCRIZIONE (segue)

27

Nel territorio della GRANDE MAPPA i due assi si incrociano sui valori medi delle due dimensioni, originando 4 quadranti entro cui si posizionano gli individui.

La tavola seguente illustra le principali caratteristiche delle macro-aree della mappa. Ad un primo livello di analisi si possono individuare i confini di cinque grandi zone della mappa, fortemente caratterizzate sul piano socio-demo-culturale:

- un'area adulta femminile (zona superiore sinistra)
- un'area adulta maschile (zona inferiore destra)
- un'area giovanile indifferenziata per sesso (zona centrale)
- l'area delle elites socio-culturali, fortemente caratterizzata sia nei tratti "duri" che in quelli "morbidi" (zona superiore destra);
- un'area anziana marginale (zona inferiore sinistra).

# LA GRANDE MAPPA: DESCRIZIONE DELLE MACRO-AREE

28

