



La propensione all'acquisto di capi d'abbigliamento animal-free

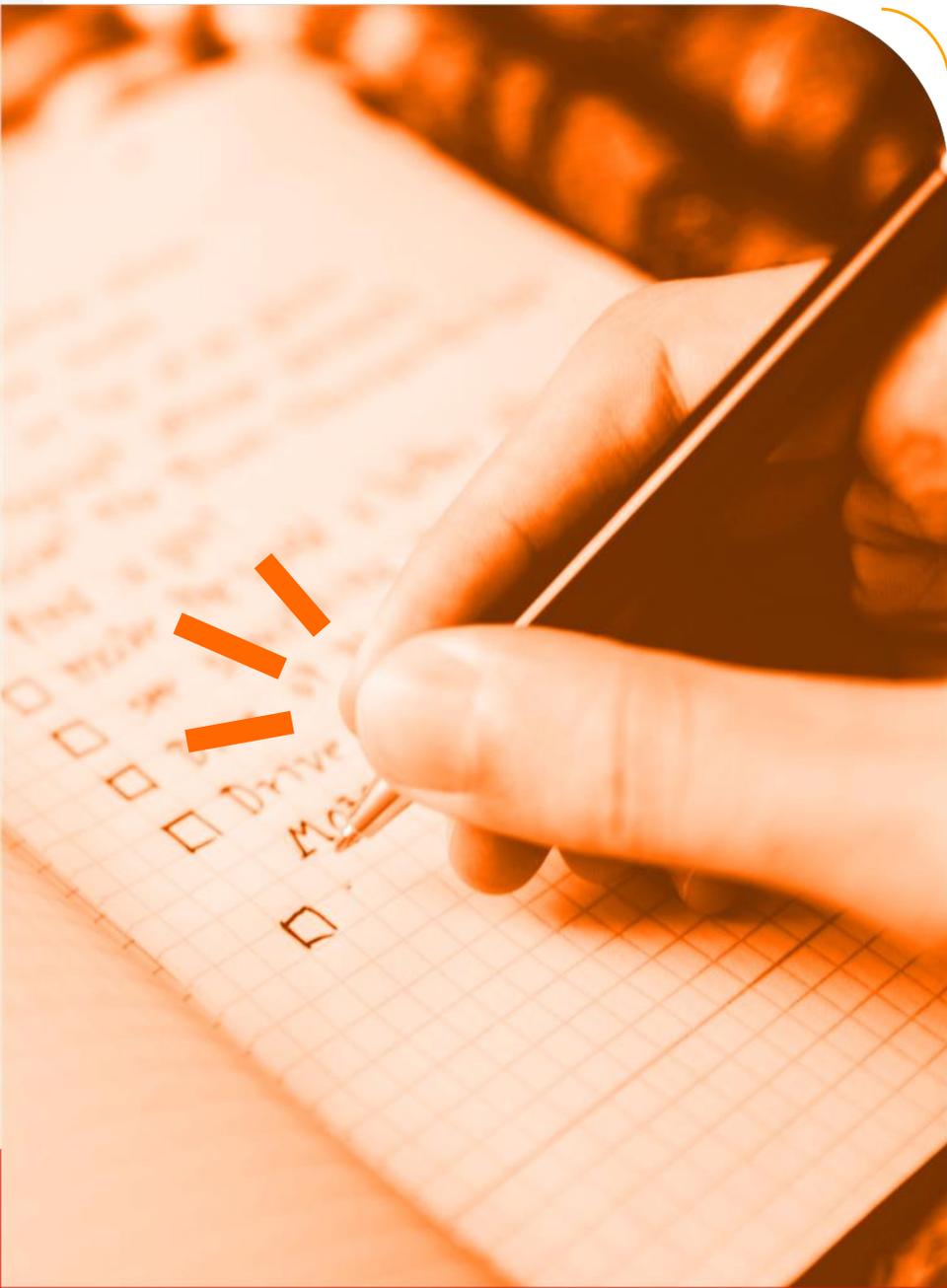
Indagine condotta in Italia, Francia, UK, Paesi Bassi, Germania, Spagna

 03/07/2024

project leader 

Paolo Colombo
paolo.colombo@bva-doxa.it





01 OBIETTIVI E METODOLOGIA

Obiettivi e Metodologia

LAV intende indagare il livello d'informazione e la propensione all'acquisto di capi d'abbigliamento realizzati con materiali alternativi al posto di materiali d'origine animale da parte dell'acquirente informato, ossia al quale sono state rese note una serie di informazioni relative al trattamento degli animali da cui tali materiali derivano.

A tale scopo, BVA Doxa ha realizzato un'indagine quantitativa volta a rilevare:

- **la consapevolezza** dell'utente circa l'esistenza di materiali alternativi a quelli di origine animale
- **la propensione all'acquisto** dell'utente informato
- **l'atteggiamento** generale nei confronti della produzione e dell'acquisto di capi d'abbigliamento realizzati con materiali d'origine animale e alternativi

È stata condotta un'indagine internazionale presso un campione di 3.636 casi, rappresentativo della popolazione tra i 18 ed i 50 anni di 6 Paesi europei:

Italia



Francia



UK



Paesi Bassi



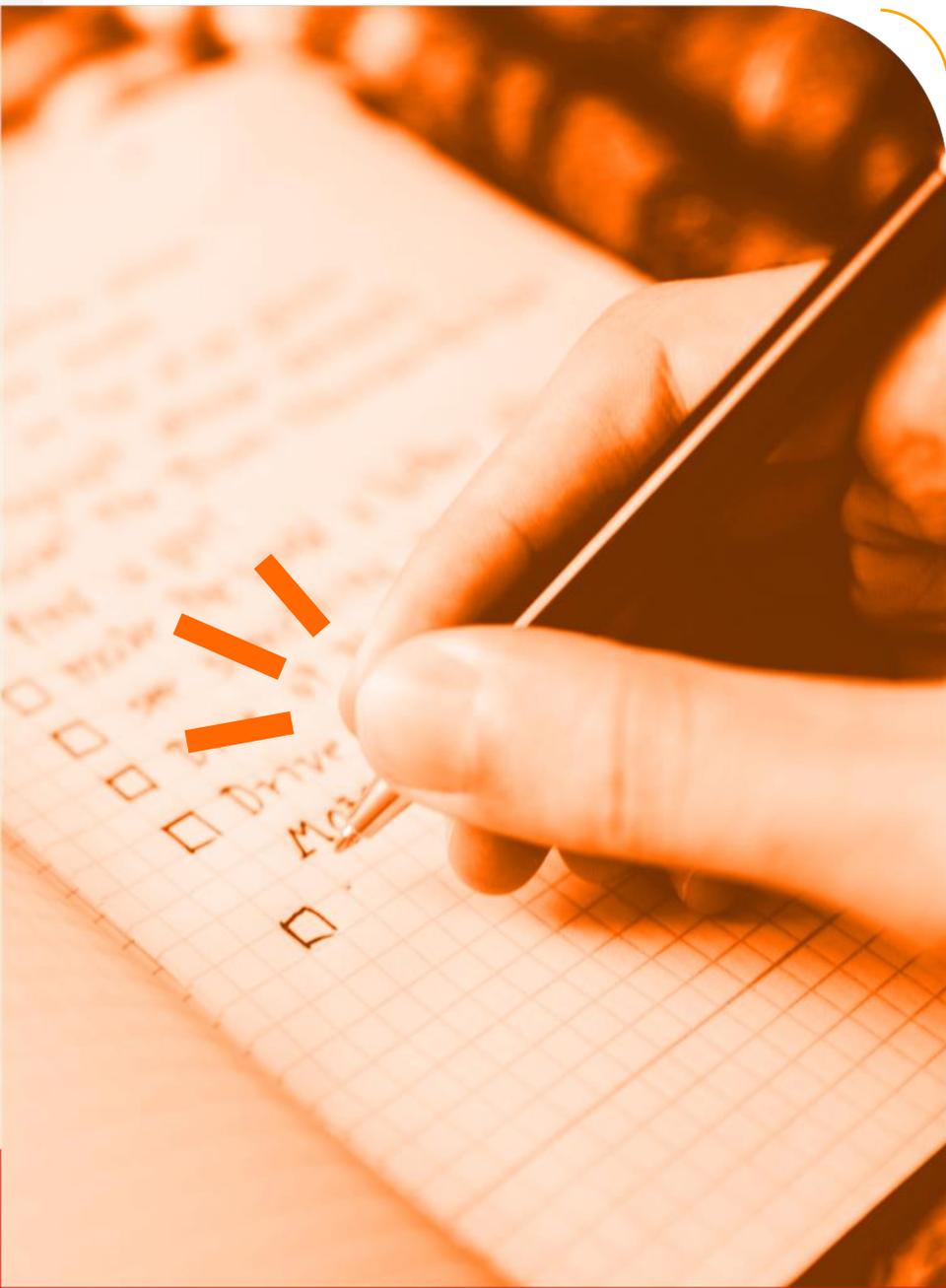
Germania



Spagna



Le interviste sono state realizzate nel mese di febbraio 2024 tramite sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview) mediante un questionario fornito dal Committente e messo a punto in collaborazione con BVA Doxa.

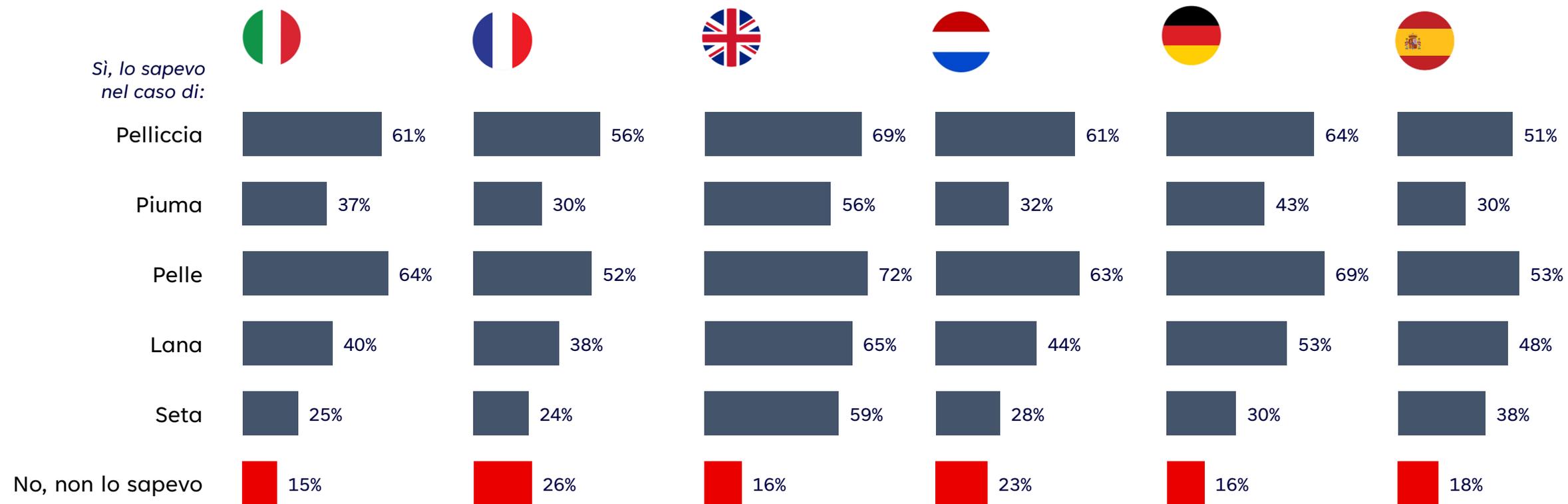


02 CONOSCENZA DELL'ESISTENZA DI MATERIALI ALTERNATIVI

Conoscenza dell'esistenza di materiali alternativi

Per la produzione di capi d'abbigliamento, calzature ed accessori moda sono spesso utilizzati materiali di origine animale come pelliccia, piuma, pelle, e filati (lana, seta, angora, cashmere, mohair, ecc.).

Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali?



D1. Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali? Possibili più risposte

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

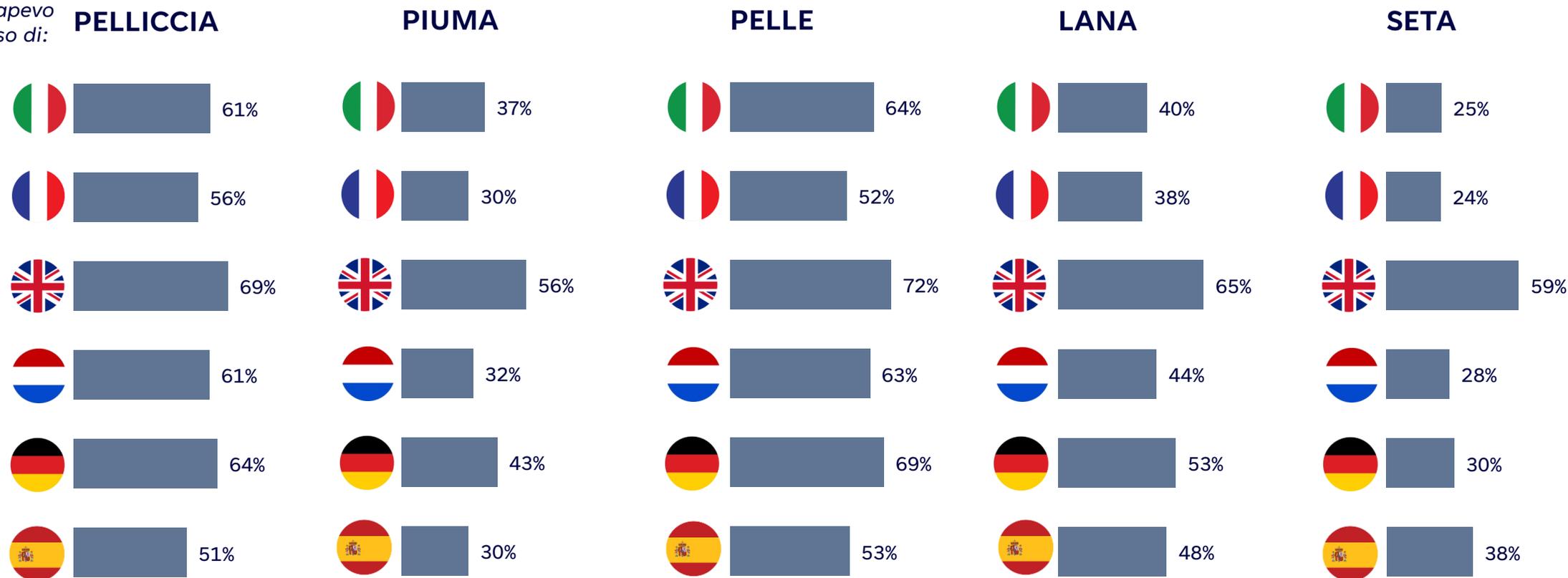
Conoscenza dell'esistenza di materiali alternativi

Per la produzione di capi d'abbigliamento, calzature ed accessori moda sono spesso utilizzati materiali di origine animale come pelliccia, piuma, pelle, e filati (lana, seta, angora, cashmere, mohair, ecc.).

Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali?

Letture per materiale

Sì, lo sapevo
nel caso di:



D1. Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali? Possibili più risposte

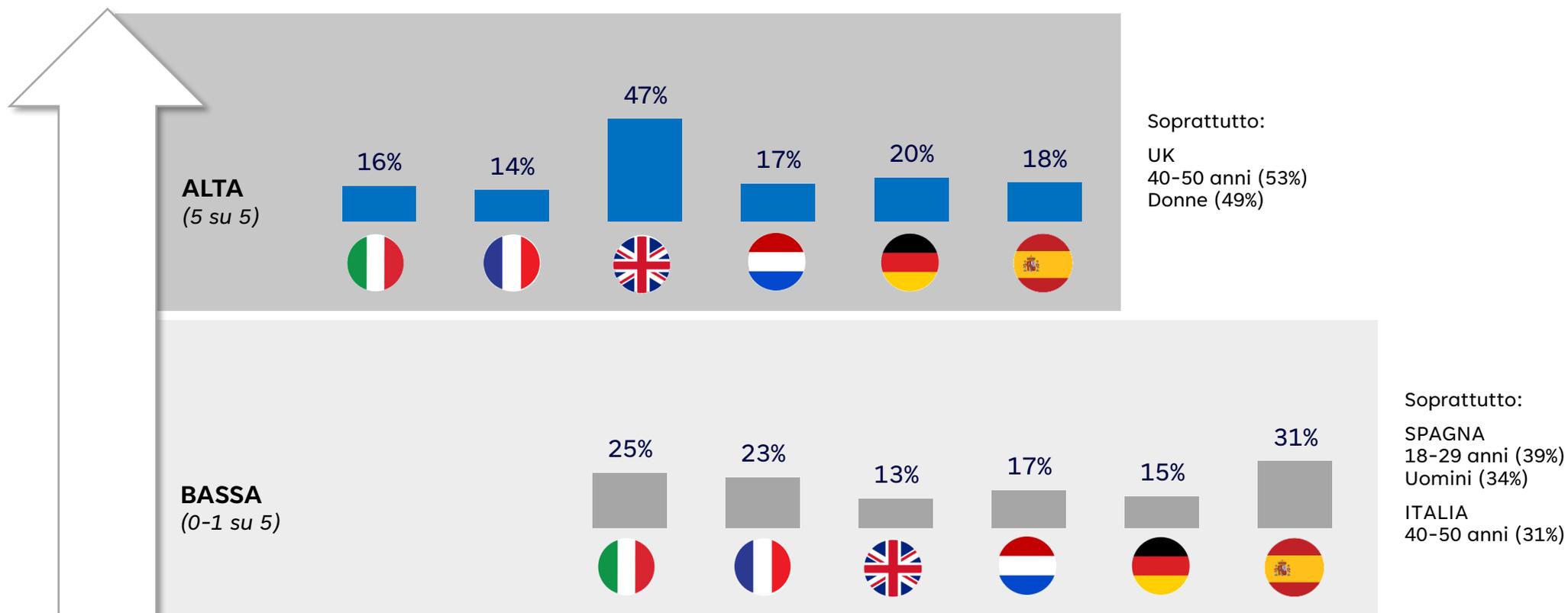
Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Conoscenza dell'esistenza di materiali alternativi

Per la produzione di capi d'abbigliamento, calzature ed accessori moda sono spesso utilizzati materiali di origine animale come pelliccia, piuma, pelle, e filati (lana, seta, angora, cashmere, mohair, ecc.).

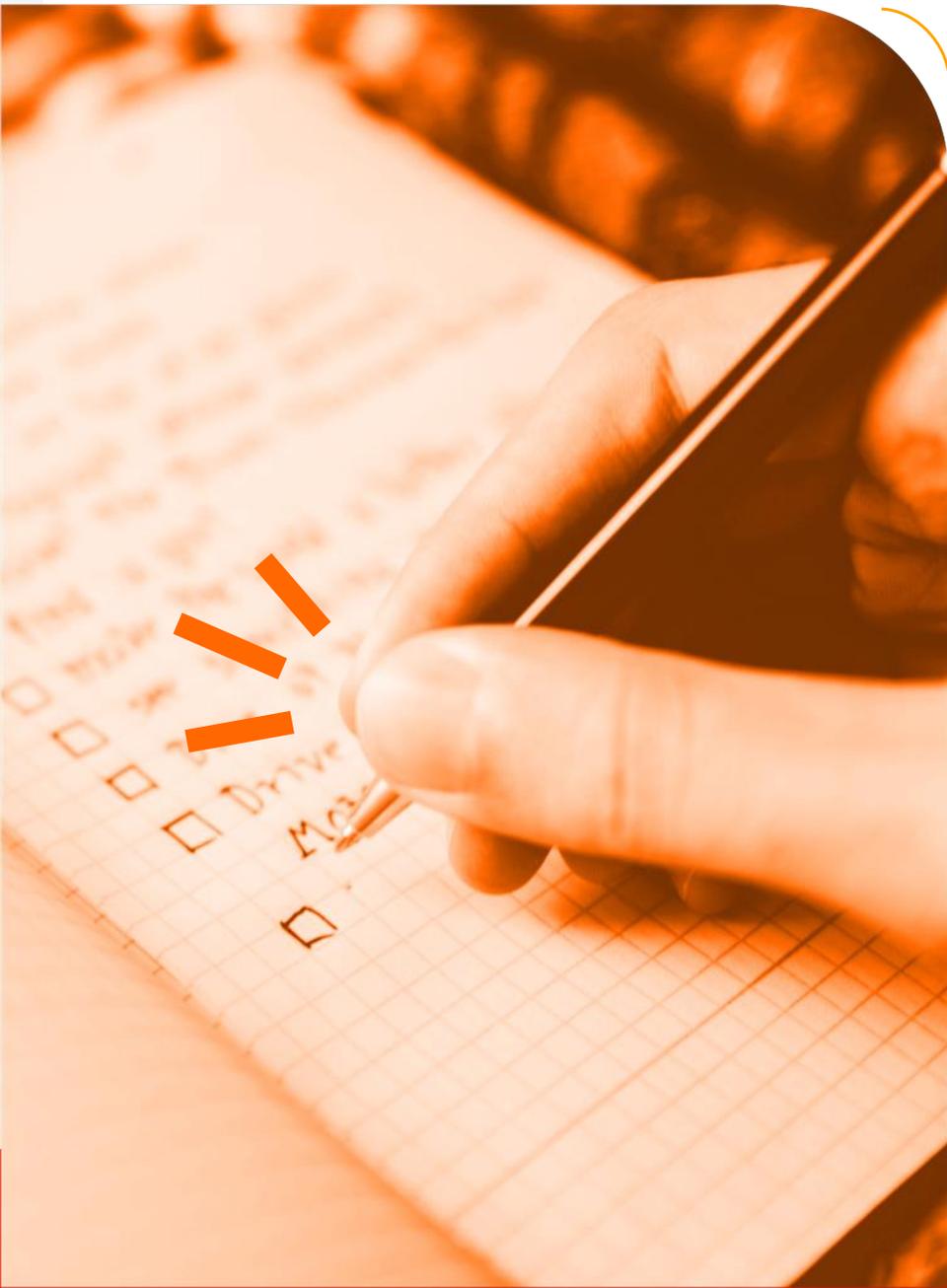
Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali?

Indice di conoscenza



D1. Sapevi dell'esistenza di materiali alternativi al posto di pelliccia, piuma, pelle, filati animali? Possibili più risposte

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)



03 PROPENSIONE ALL'ACQUISTO

I materiali di origine animale derivano dallo sfruttamento degli animali che sono spesso sottoposti a sofferenze e uccisione.

Oggi i materiali animali possono essere evitati a favore di materiali alternativi e chiamati “Next-Gen Materials”, ossia materiali innovativi ed Animal-Free (quindi diretti sostituti di pellicce, piume, pelli, filati animali) ottenuti con tecniche di biomimetica per replicare l'estetica e le prestazioni dei materiali animali.

Possono essere di origine naturale vegetale o artificiali, sintetici; permettono un minor impatto ambientale e un minor rischio chimico per il consumatore, garantendo comfort simile o anche maggiore dei materiali d'origine animale.

Molte aziende di moda oggi hanno deciso di utilizzare i Next-Gen Materials rinunciando ai materiali d'origine animale come la vera pelliccia o la vera piuma per le imbottiture invernali.

Anche pelle (per borse, cinture o scarpe), lana e seta possono essere sostituite da materiali alternativi che non causano sofferenza e uccisione di animali.

Propensione all'acquisto | Italia

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



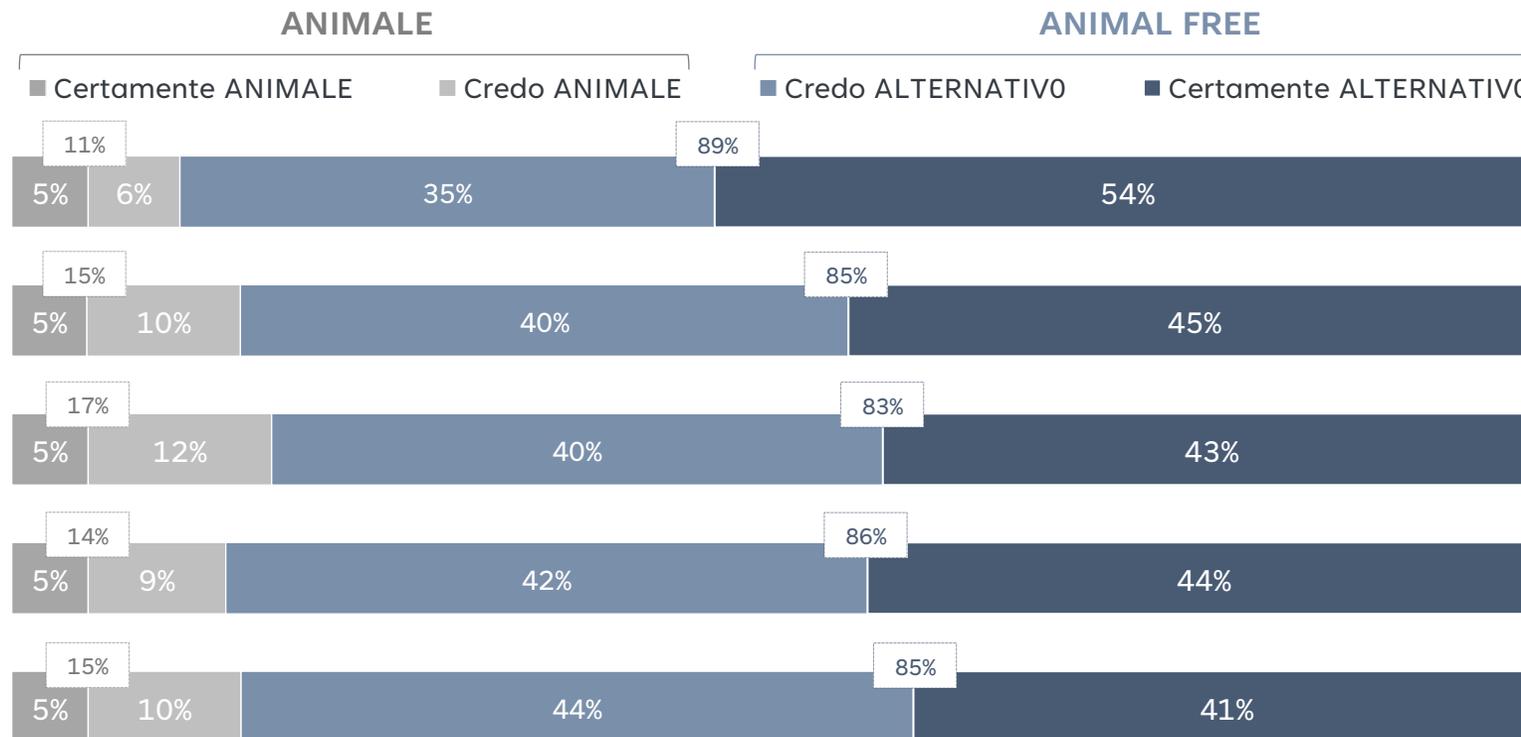
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale ITALIA (608)

Propensione all'acquisto| Francia

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



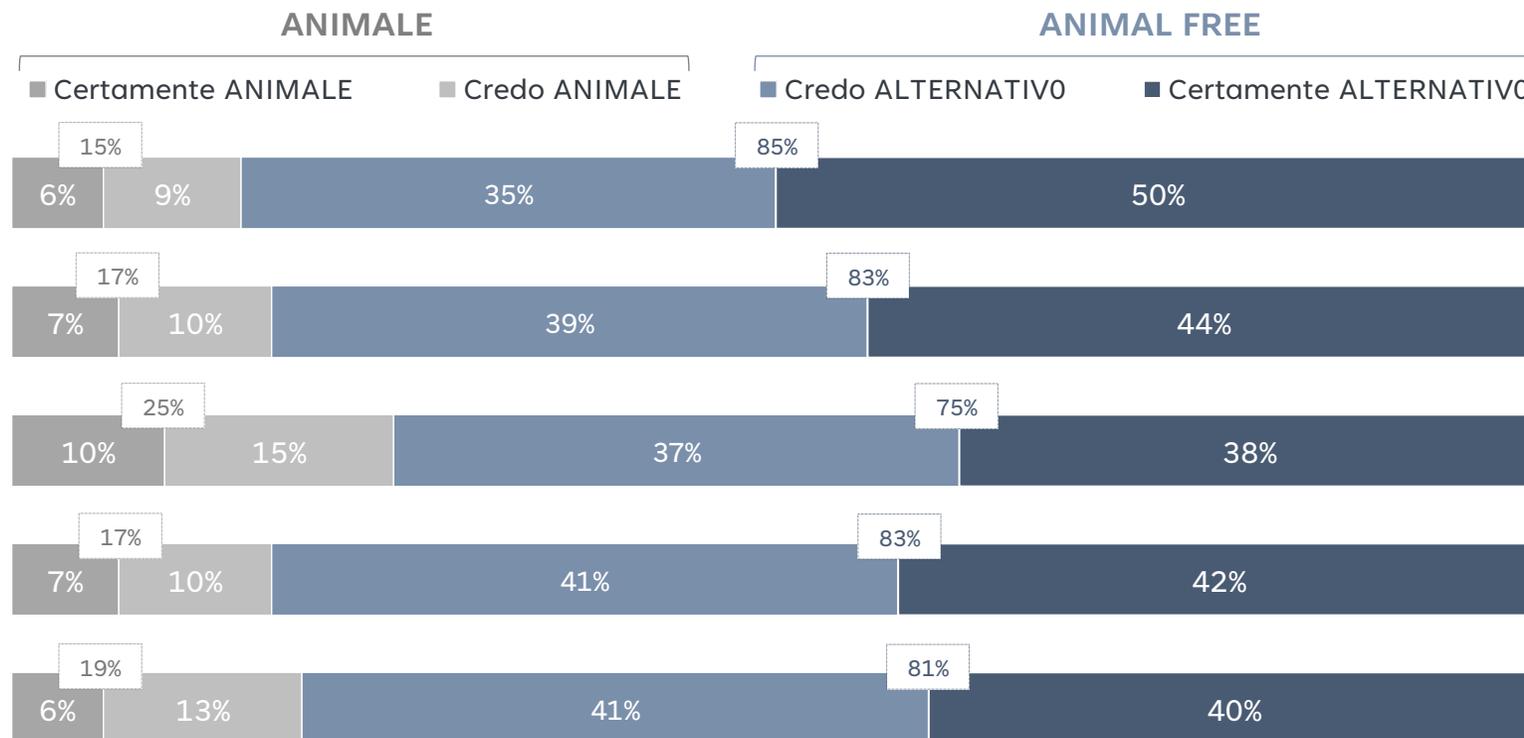
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale FRANCIA (605)

Propensione all'acquisto | UK

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



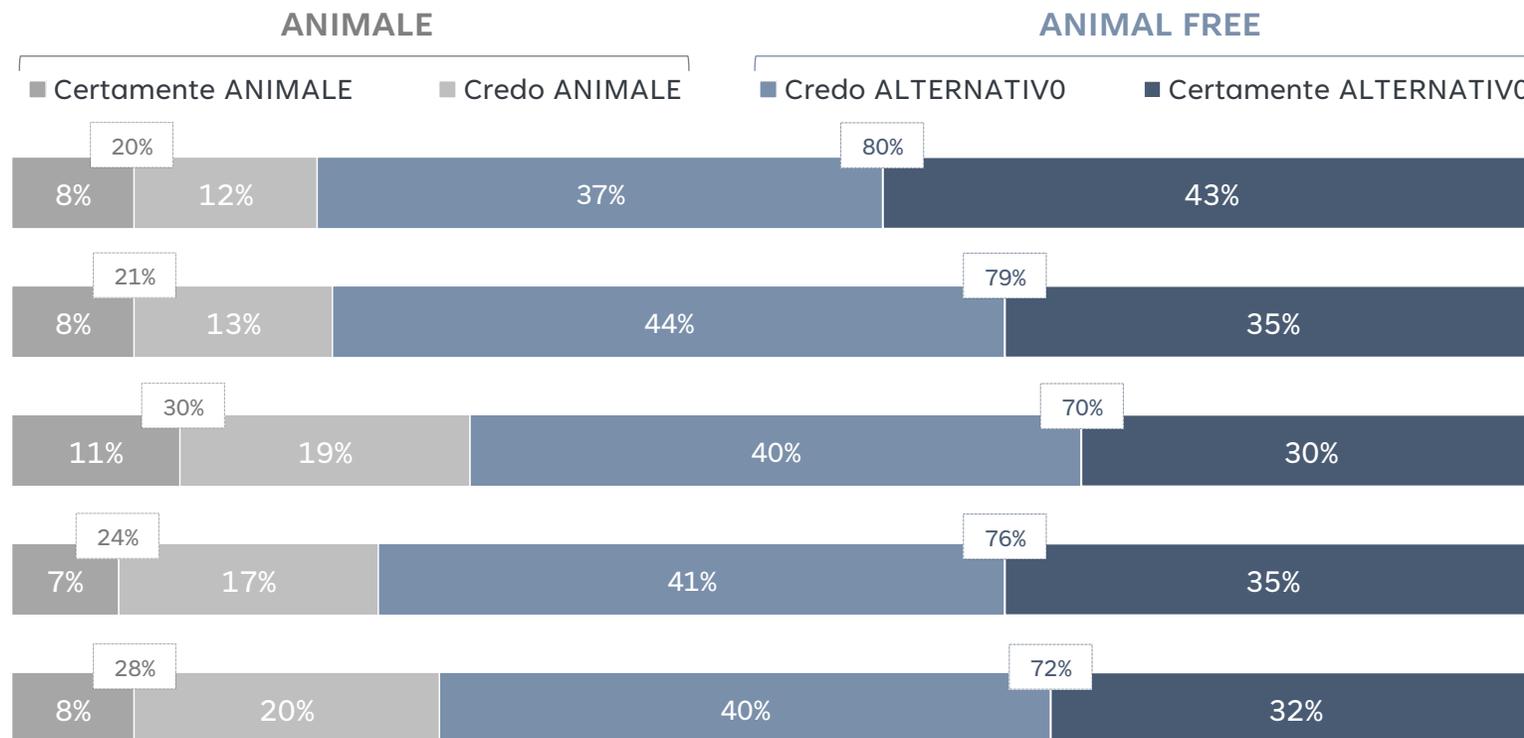
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale UK (609)

Propensione all'acquisto | Paesi Bassi

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



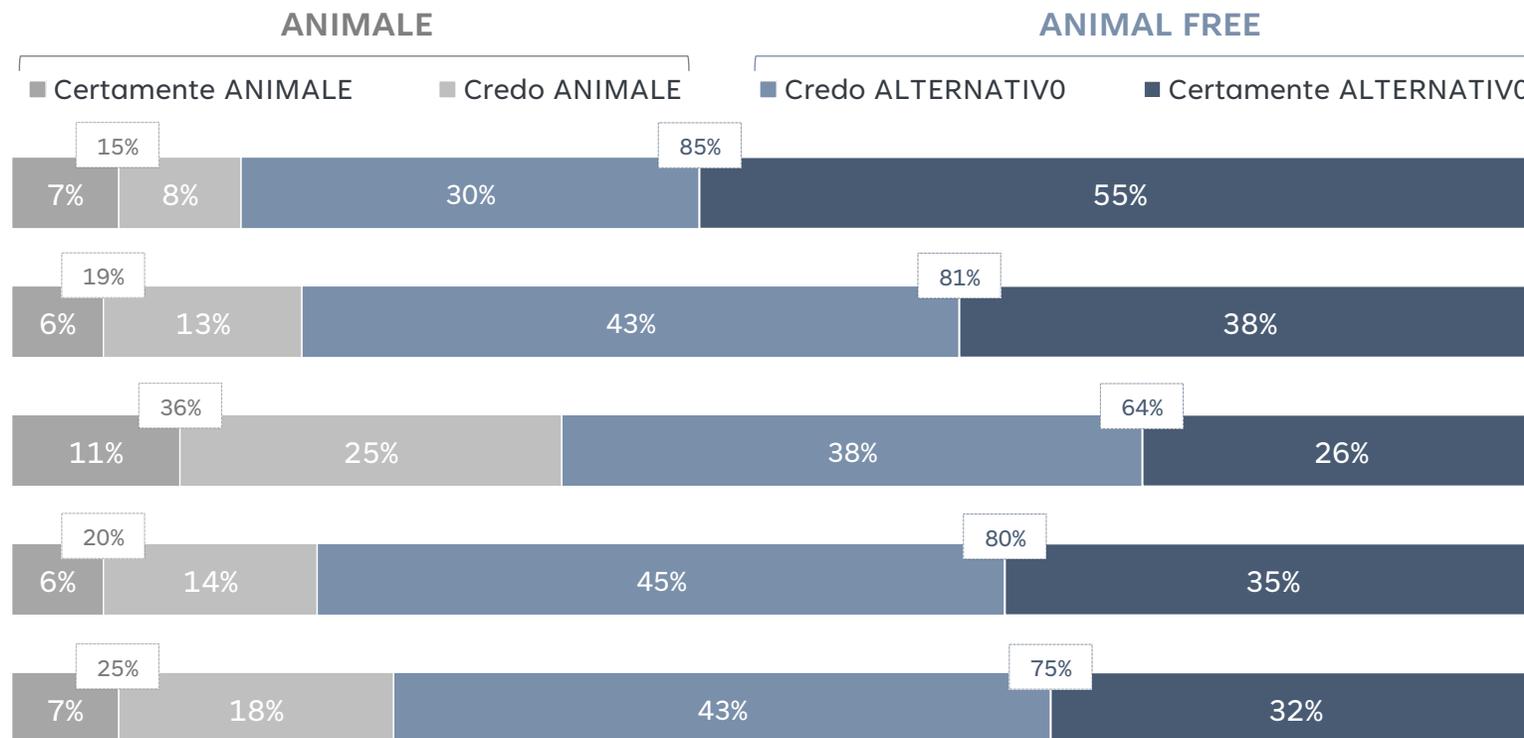
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale PAESI BASSI (602)

Propensione all'acquisto | Germania

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



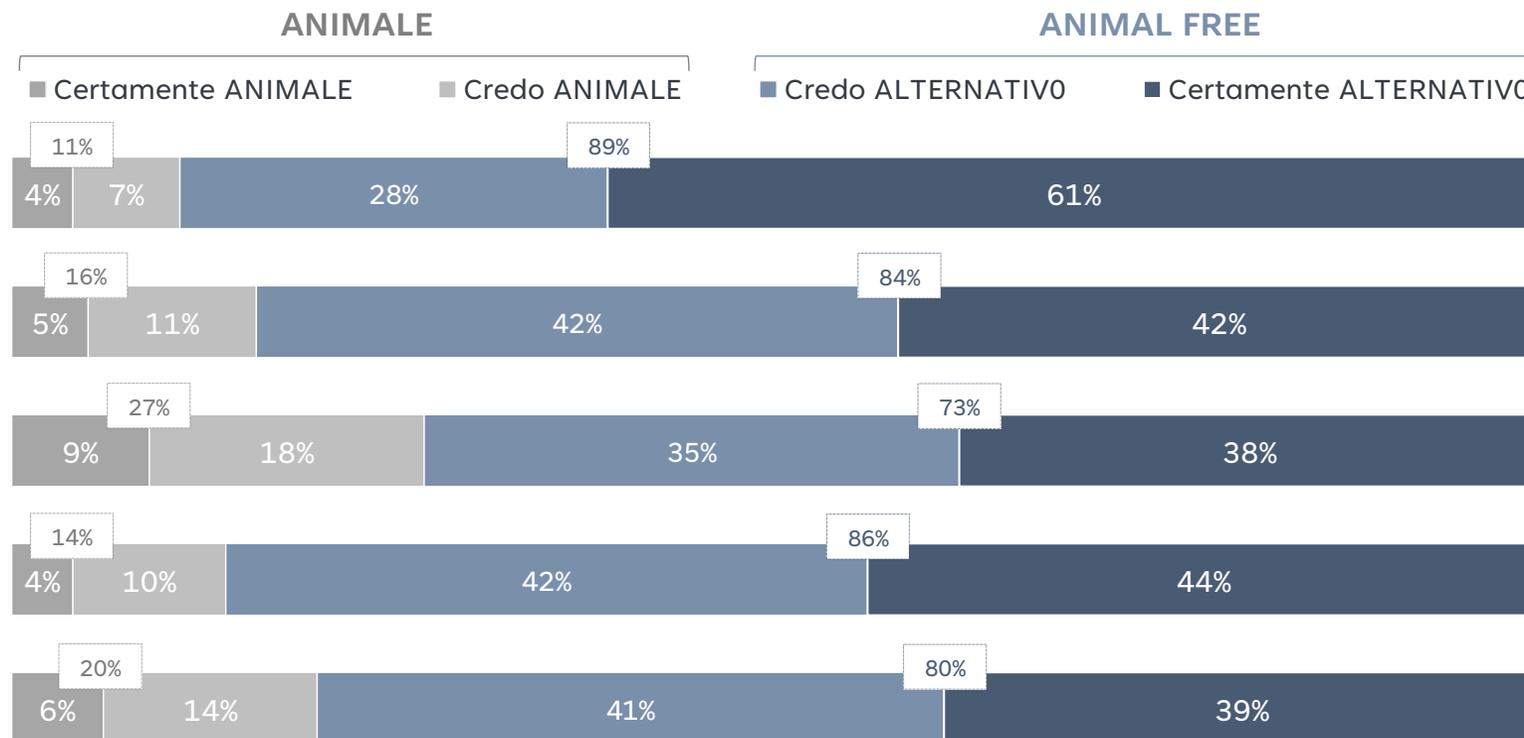
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale GERMANIA (609)

Propensione all'acquisto | Spagna

A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?



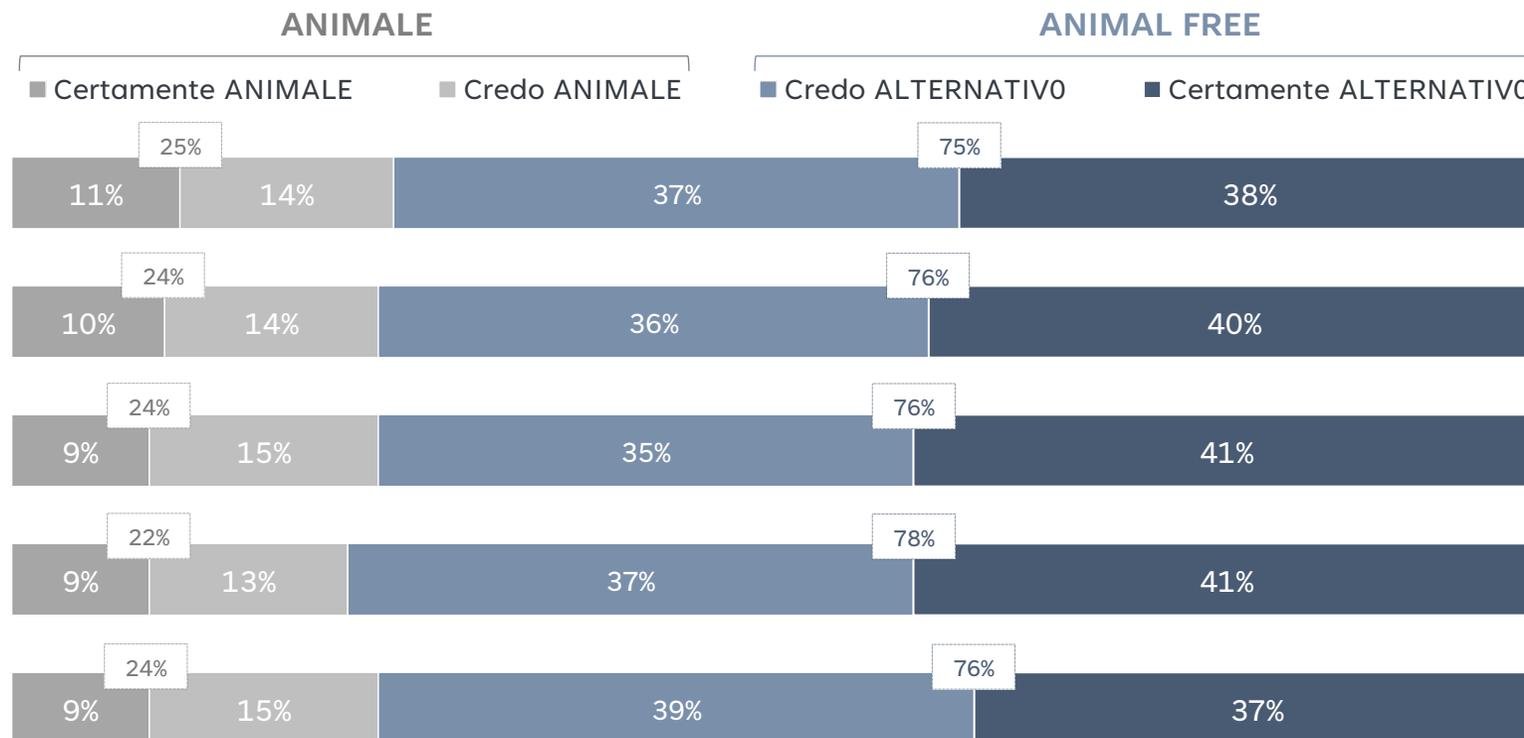
Cappotto o giacca con inserti in pelliccia
(vera pelliccia vs pelliccia Next-Gen)

Giacca o piumino con imbottitura
(vera piuma vs piuma Next-Gen)

Scarpe o stivali
(vera pelle vs pelle Next-Gen)

Cravatta, camicia, abbigliamento intimo
(seta vs seta Next-Gen)

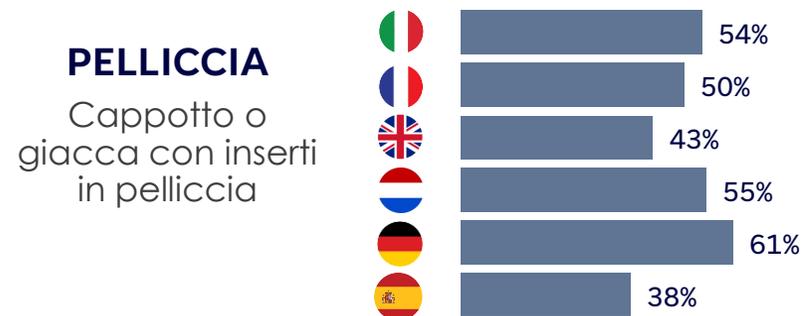
Cappotti, golf, abiti invernali
(lana o altri filati animali vs filati Next-Gen)



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale SPAGNA (603)

La scelta CERTA dell'acquisto di materiali alternativi

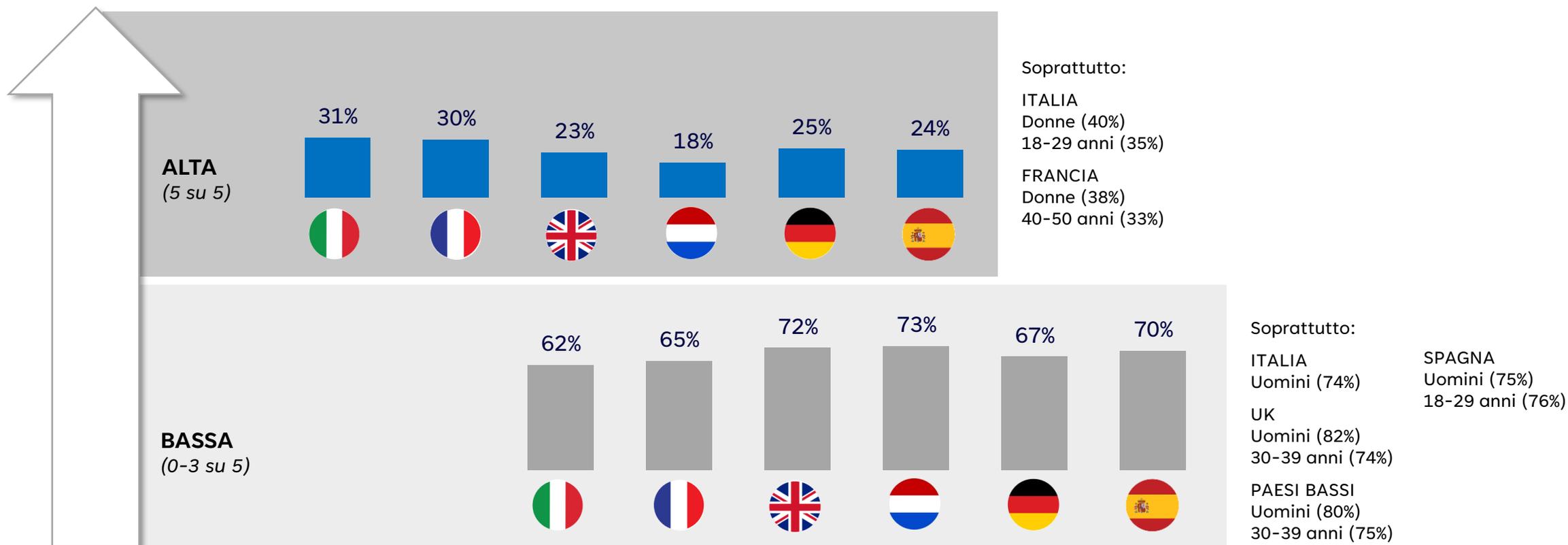


D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

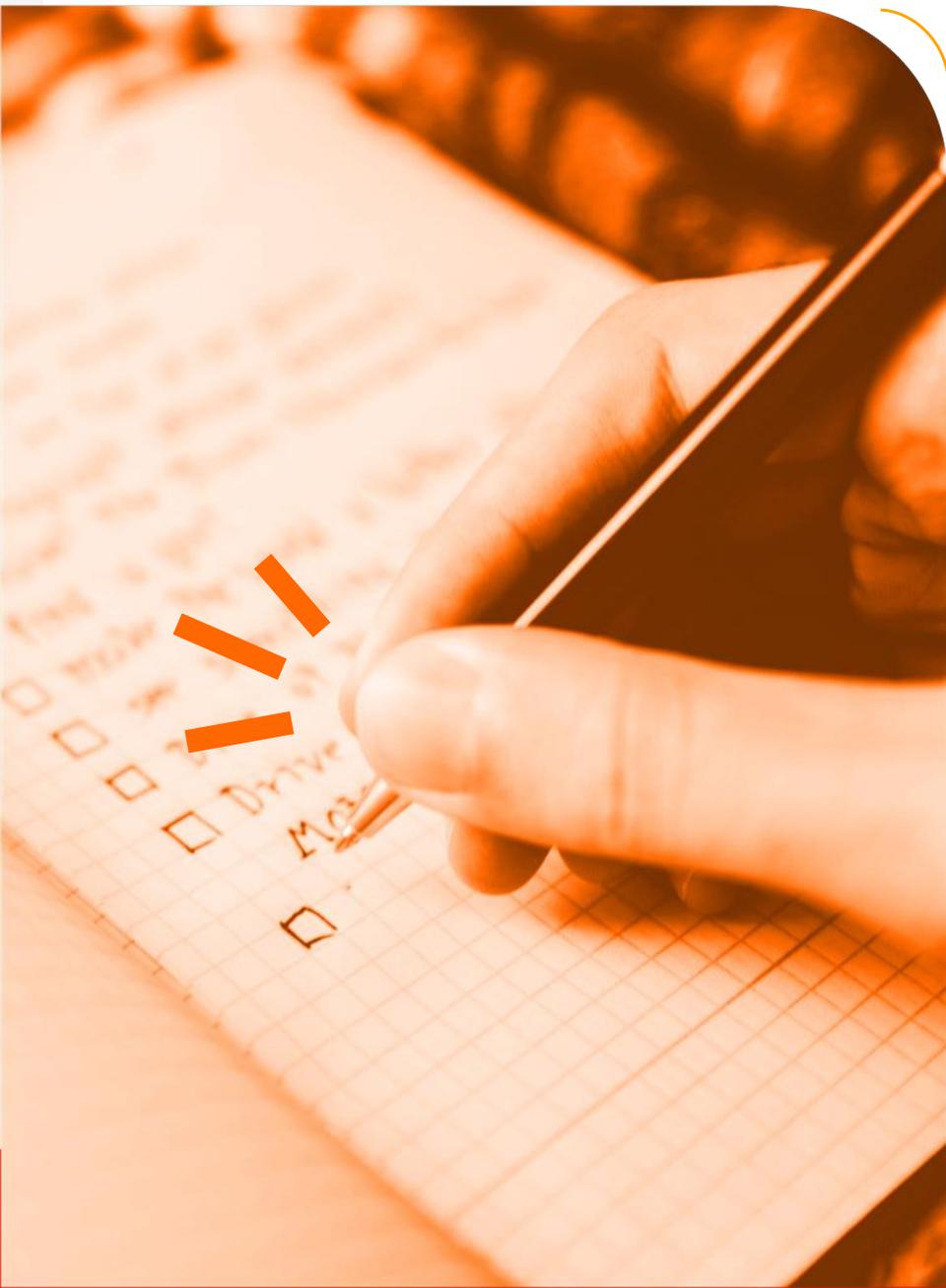
L'acquisto di materiali alternativi

Indice di propensione CERTA



D2. A seguito di queste informazioni, se oggi dovessi acquistare un capo d'abbigliamento, un paio di scarpe o un accessorio e ti trovassi a scegliere tra materiale di origine animale o materiale alternativo (Animal-Free), a parità di comfort, quale sceglieresti?

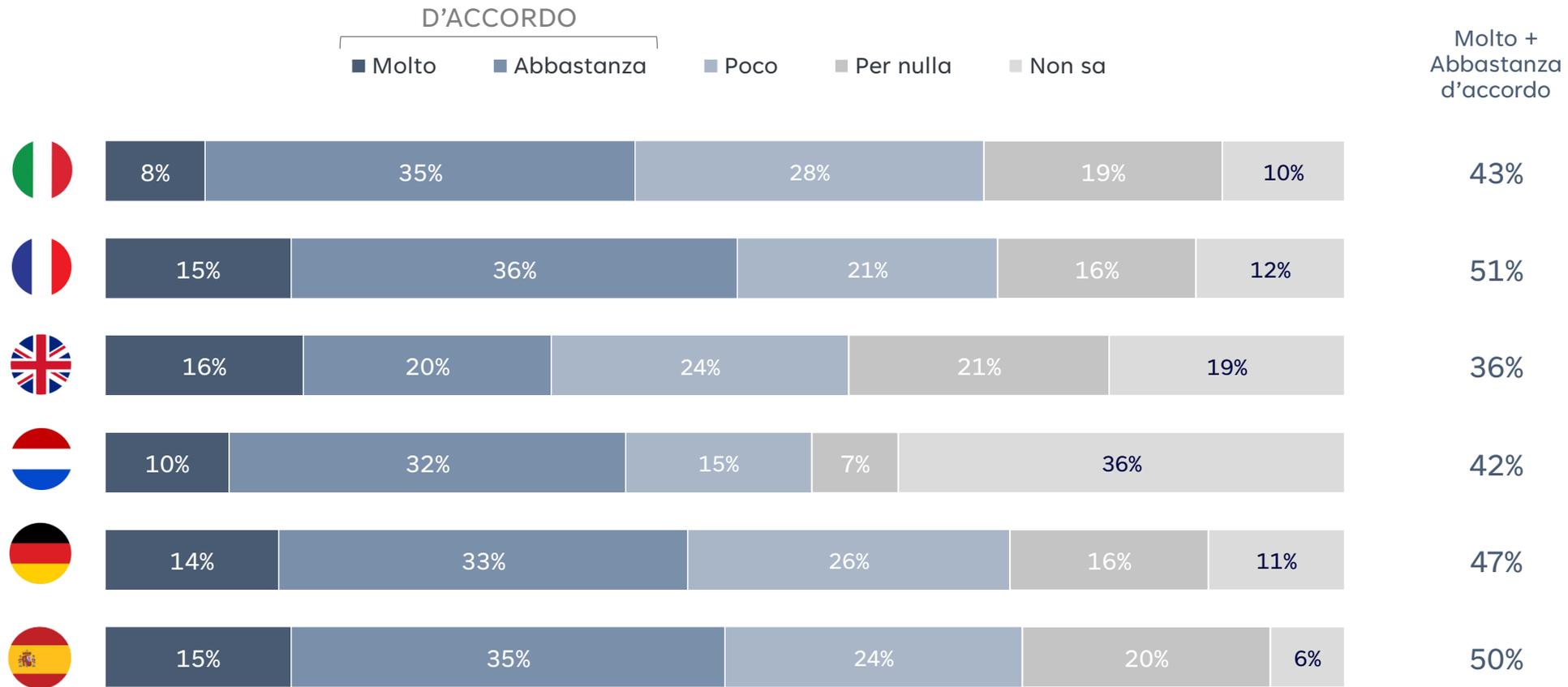
Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)



04 ATTEGGIAMENTO

Atteggiamento espresso | Disponibilità

“Se diventa difficile trovare capi d’abbigliamento con materiali alternativi (Animal Free), compro di certo quelli con materiali di origine animale”

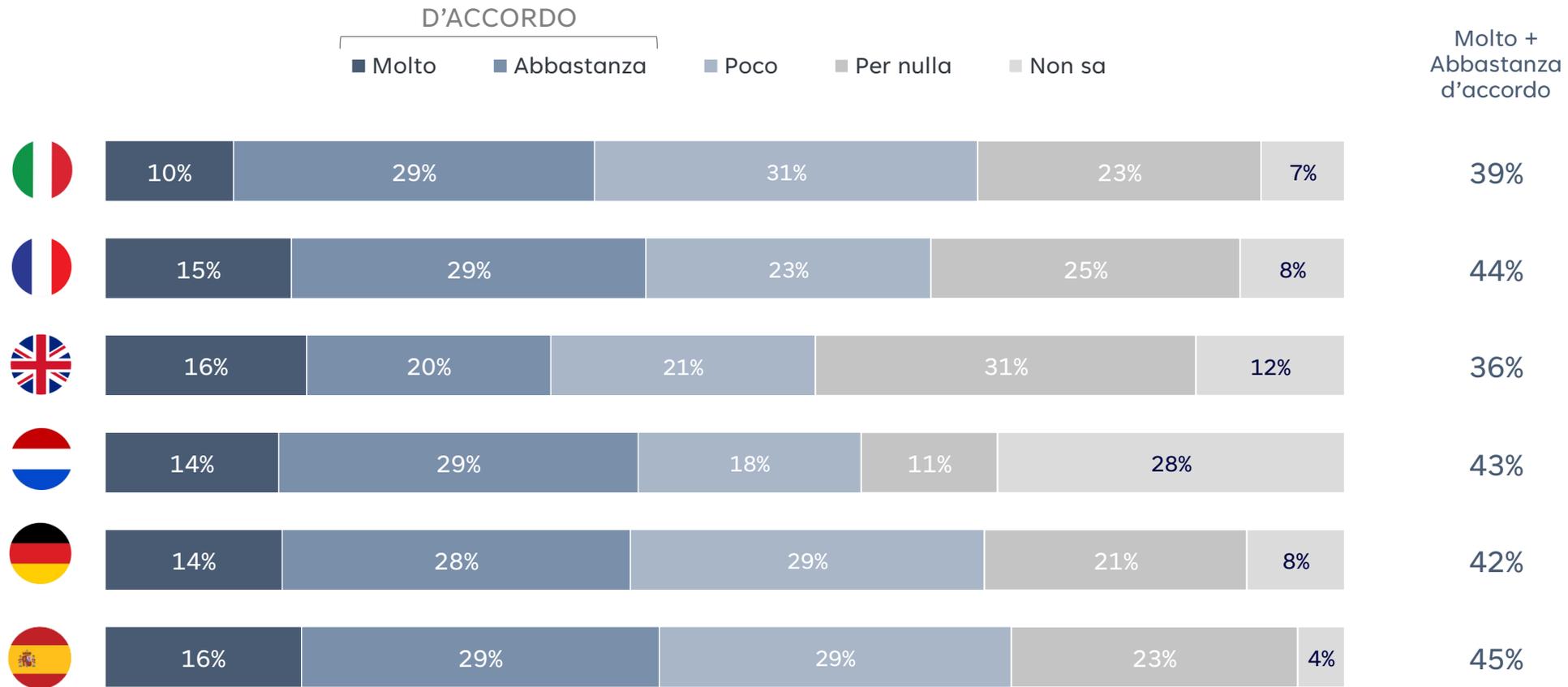


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Gusto

“Se il capo d’abbigliamento mi piace molto, non mi faccio problemi e lo compro anche se realizzato con materiali di origine animale”

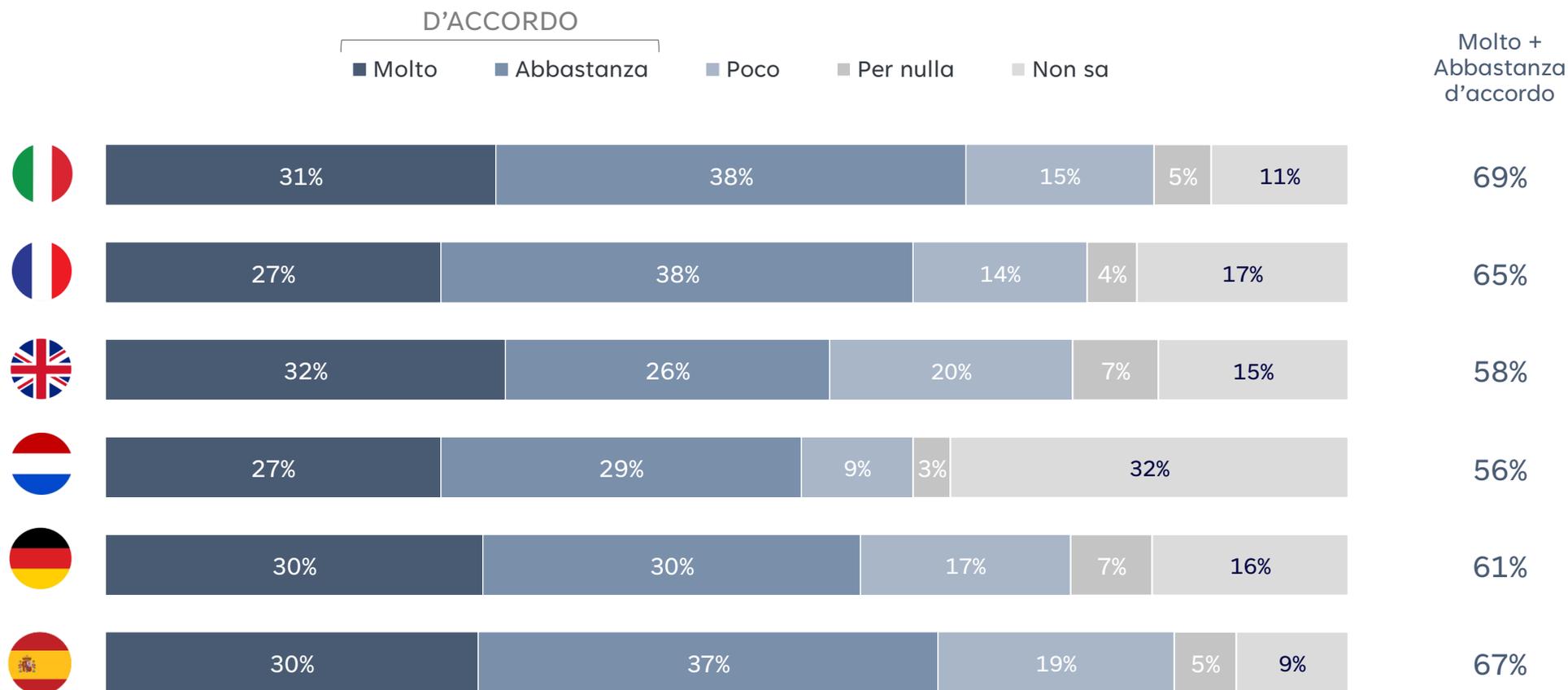


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Comfort calzature

“Le scarpe in materiali alternativi (Animal Free) possono davvero avere lo stesso comfort, la stessa resa, di quelle in vera pelle”

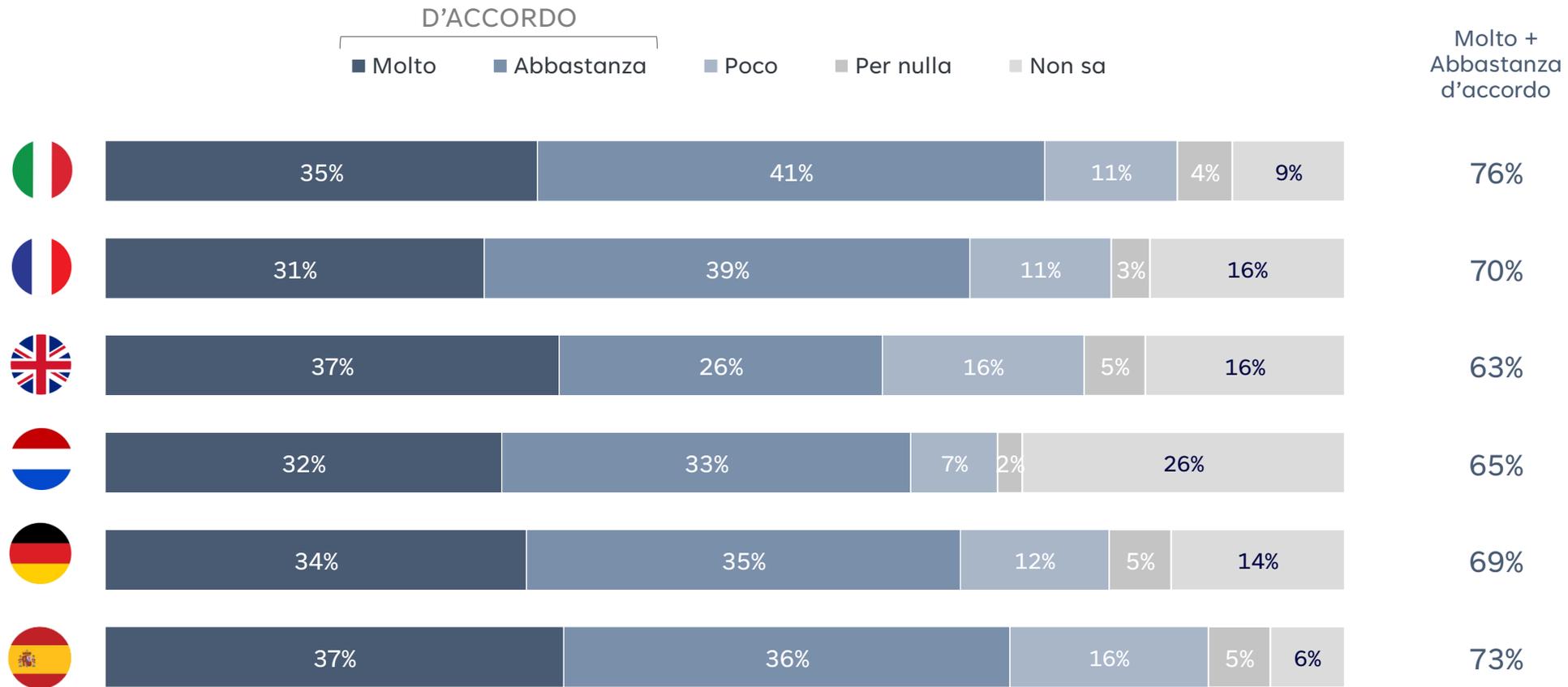


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Comfort abbigliamento

“I capi d’abbigliamento in materiali alternativi (Animal Free) possono davvero avere lo stesso comfort , la stessa resa, di quelli in materiali di origine animale”

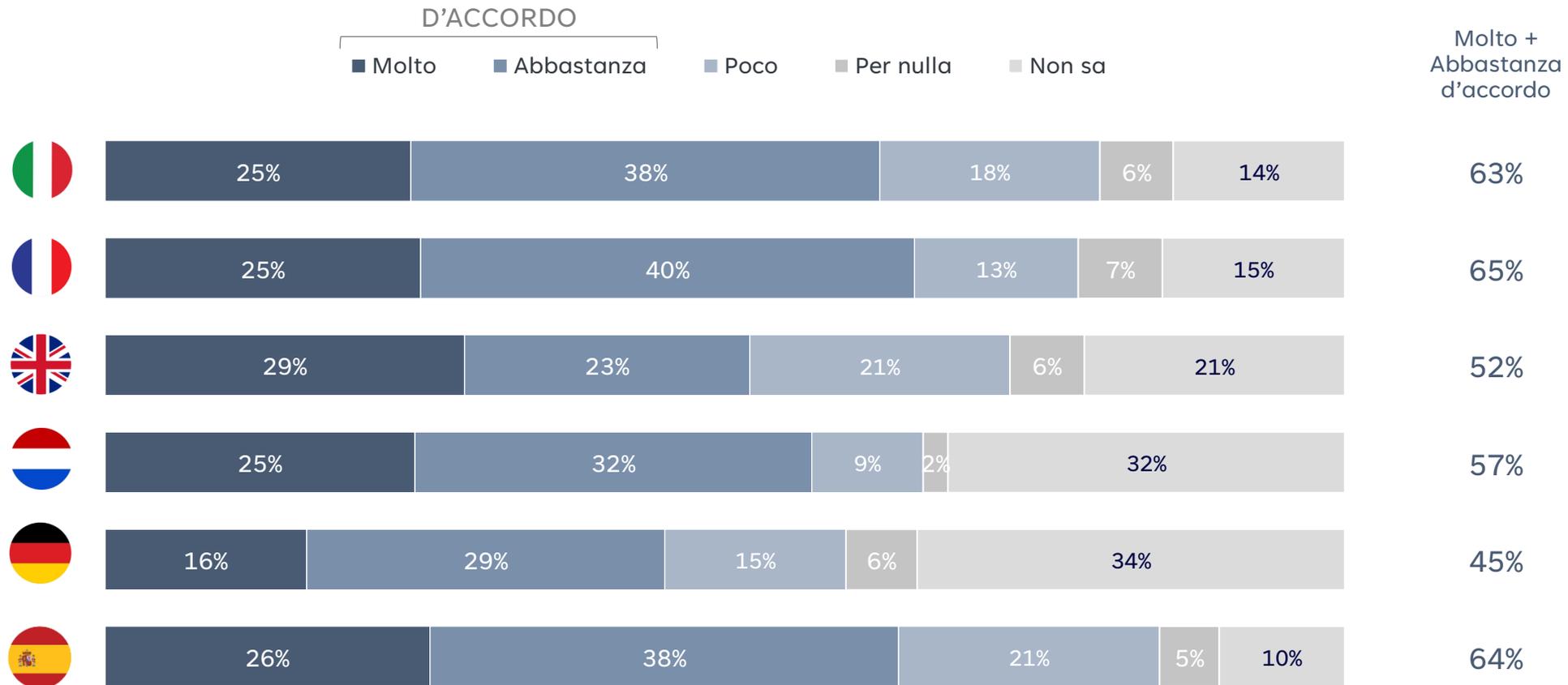


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Marketing

“Quando in etichetta è scritto “Vera Piuma” significa solo che la giacca o il piumino è imbottito con piuma animale, non significa che offre un comfort migliore di altri realizzati con materiali alternativi (Animal Free)”

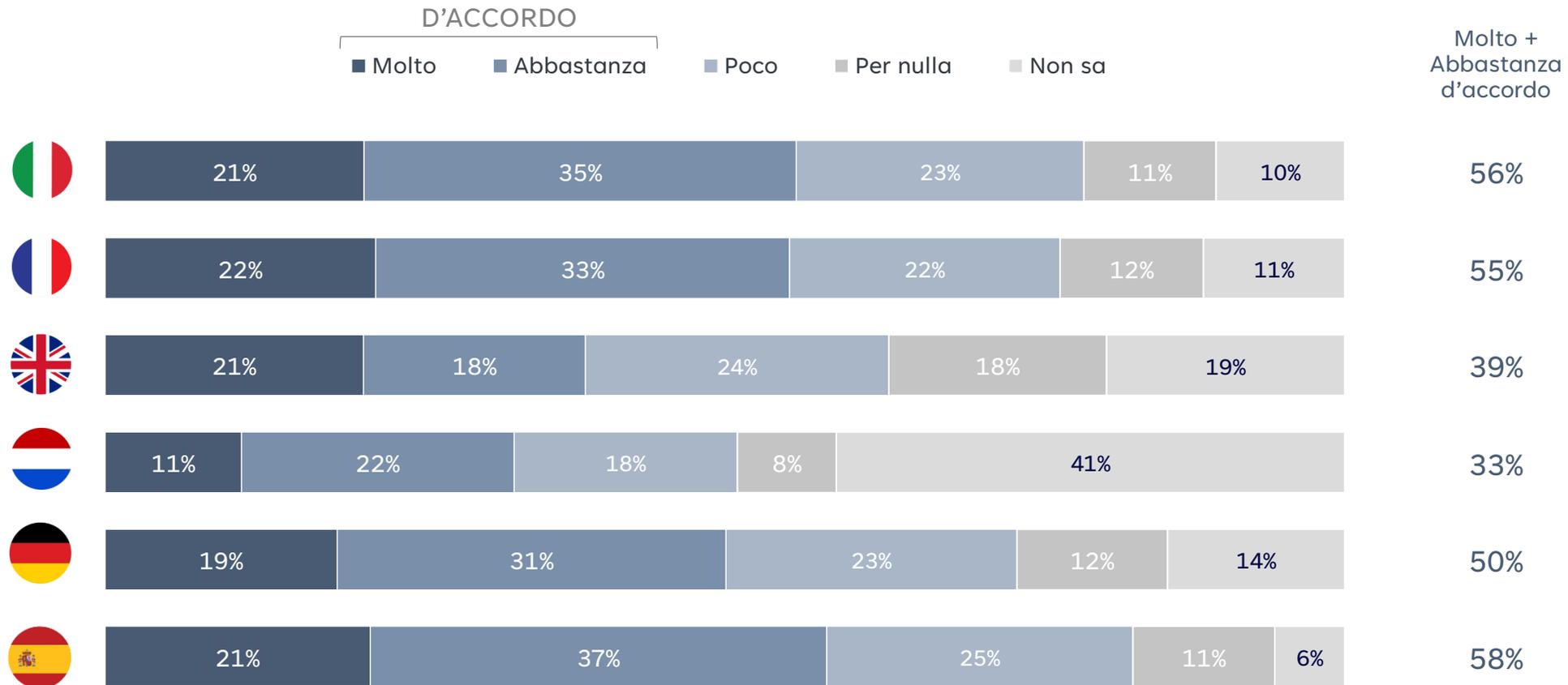


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Etica

“Piuttosto che comprare un capo di abbigliamento con materiali di origine animale, cambio negozio o marca”

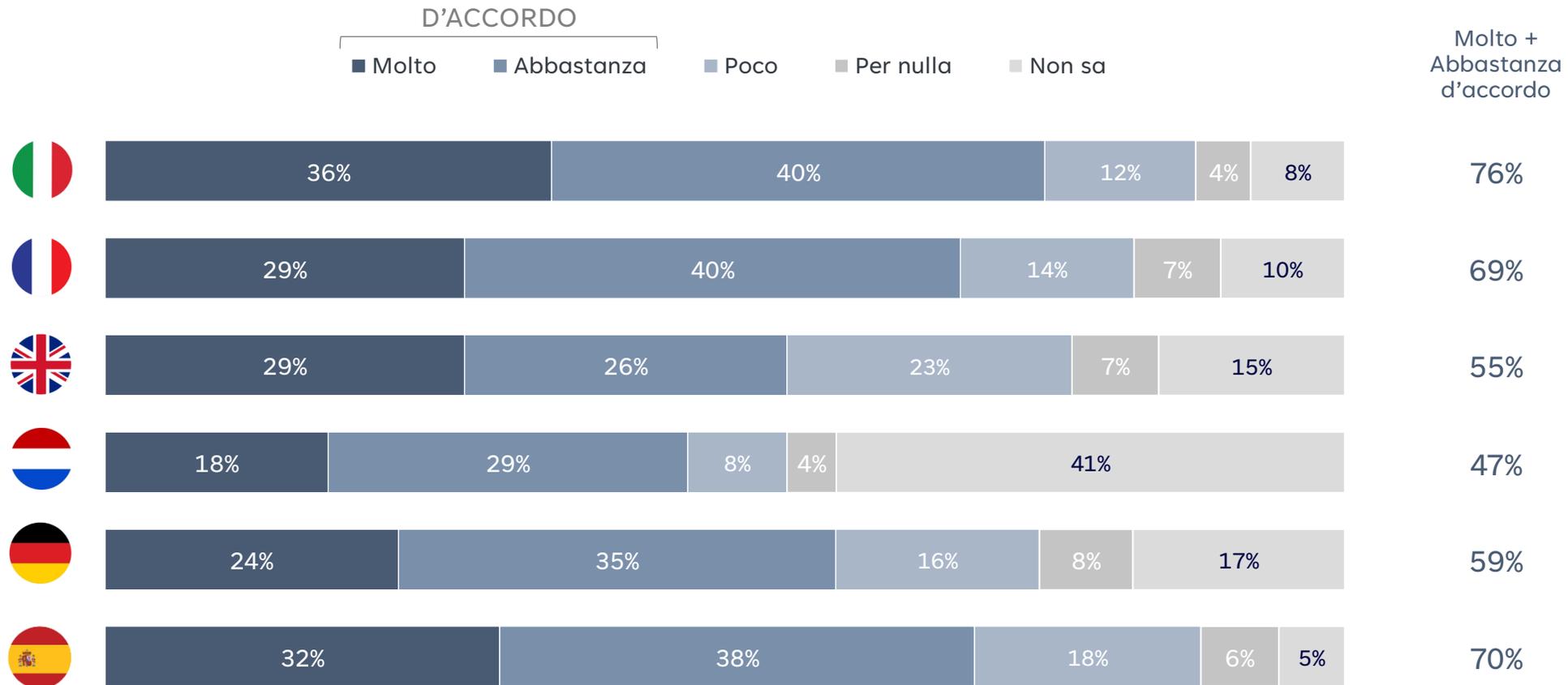


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso | Sensazione

“Acquistare prodotti moda realizzati con materiali alternativi (Animal Free) mi rende felice ed orgogliosa/o di me e delle mie scelte”



D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

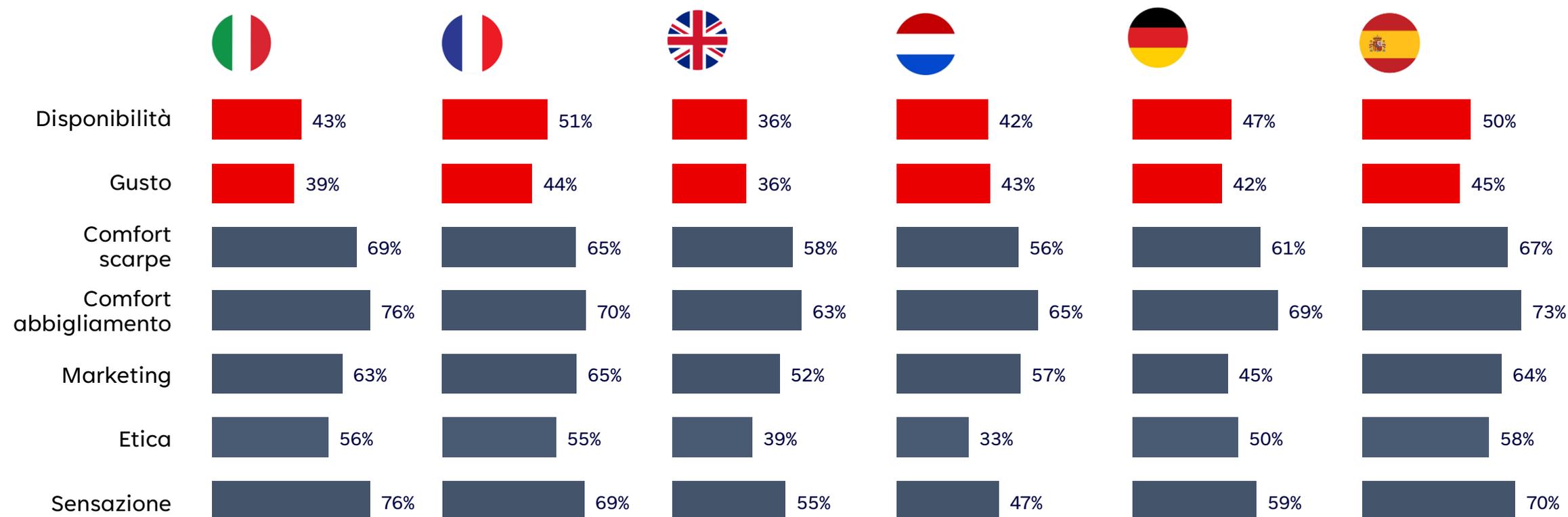
Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Grado di accordo espresso dagli intervistati | Prospetto di sintesi

Molto + Abbastanza d'accordo

Atteggiamento espresso con l'accordo all'item:

- Animal-free
- NON Animal-free

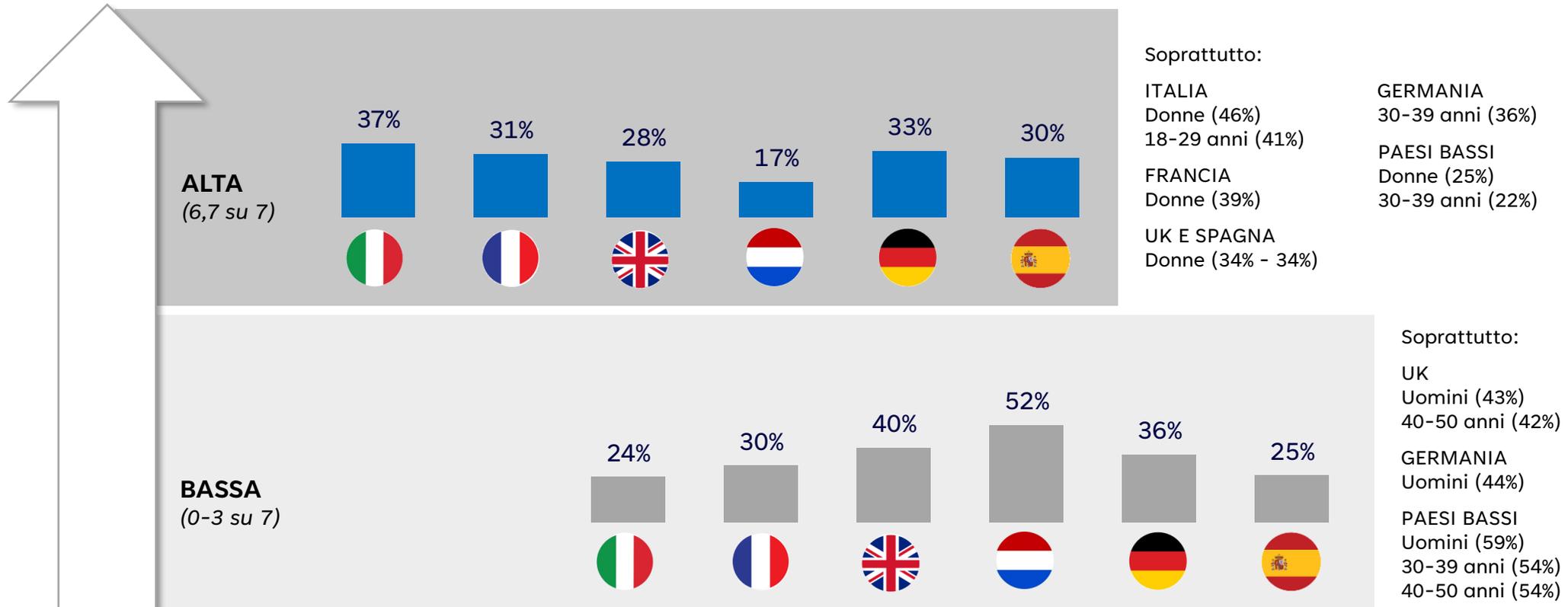


D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

Atteggiamento espresso

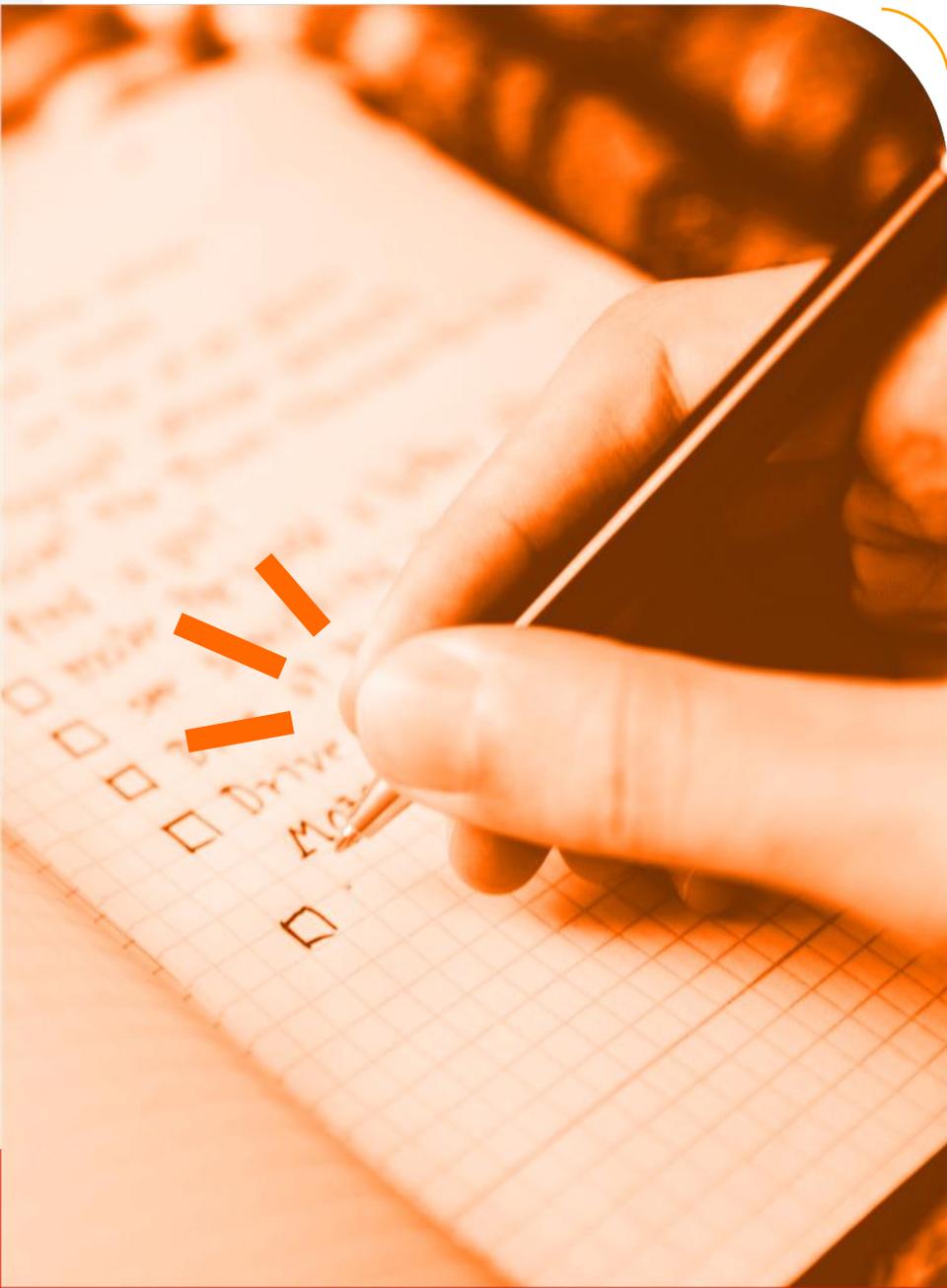
Indice di atteggiamento animal-free*



D3. Per ciascuna di queste affermazioni, indica quanto ti senti d'accordo.

Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)

*L'indice è stato calcolato considerando l'accordo a 6 dei 7 item, ossia escludendo l'aspetto di marketing

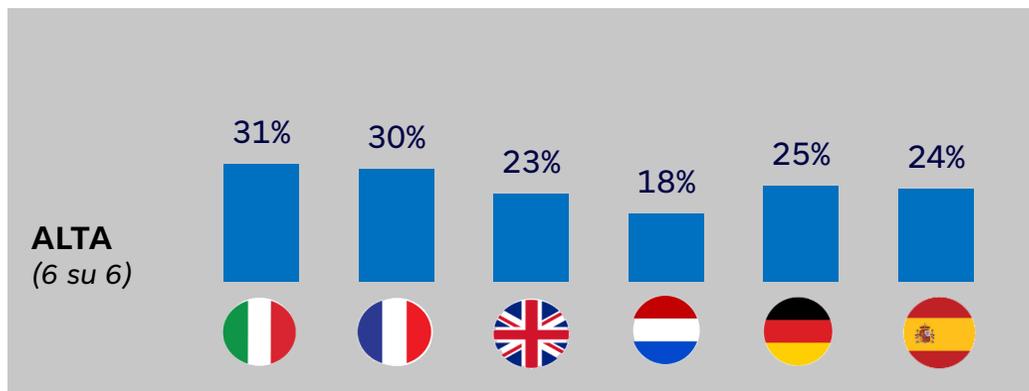


05 PROPENSIONE ALL'ACQUISTO EFFETTIVA

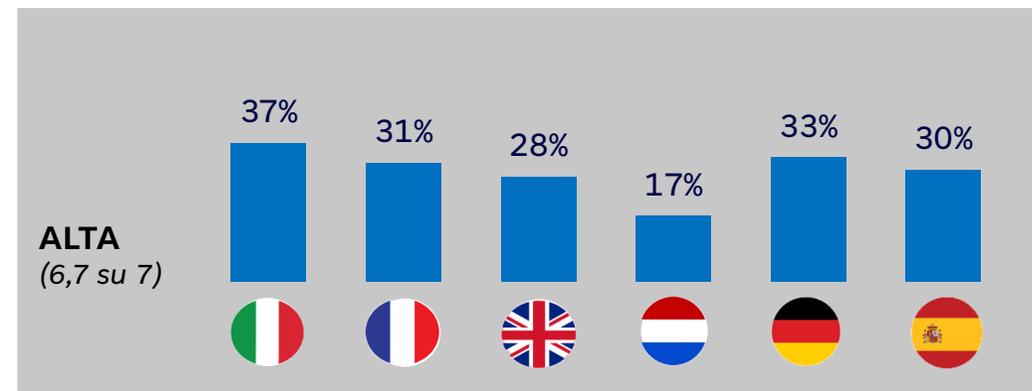
Propensione all'acquisto effettiva

La quota dei convinti all'acquisto di materiali alternativi

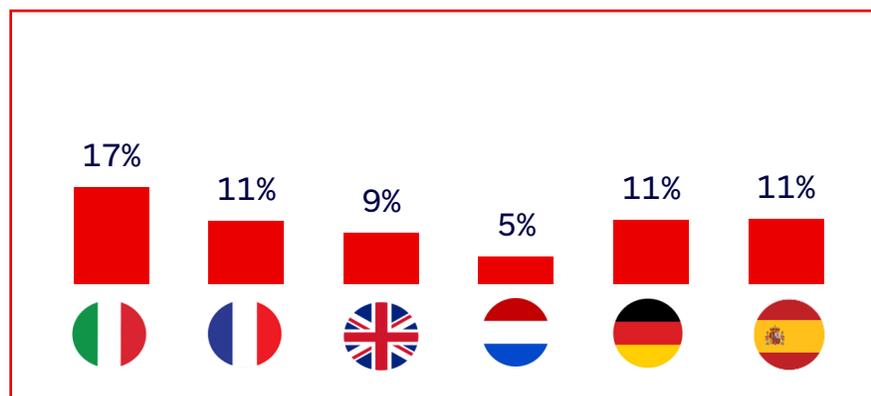
Indice di propensione CERTA all'acquisto di materiali alternativi



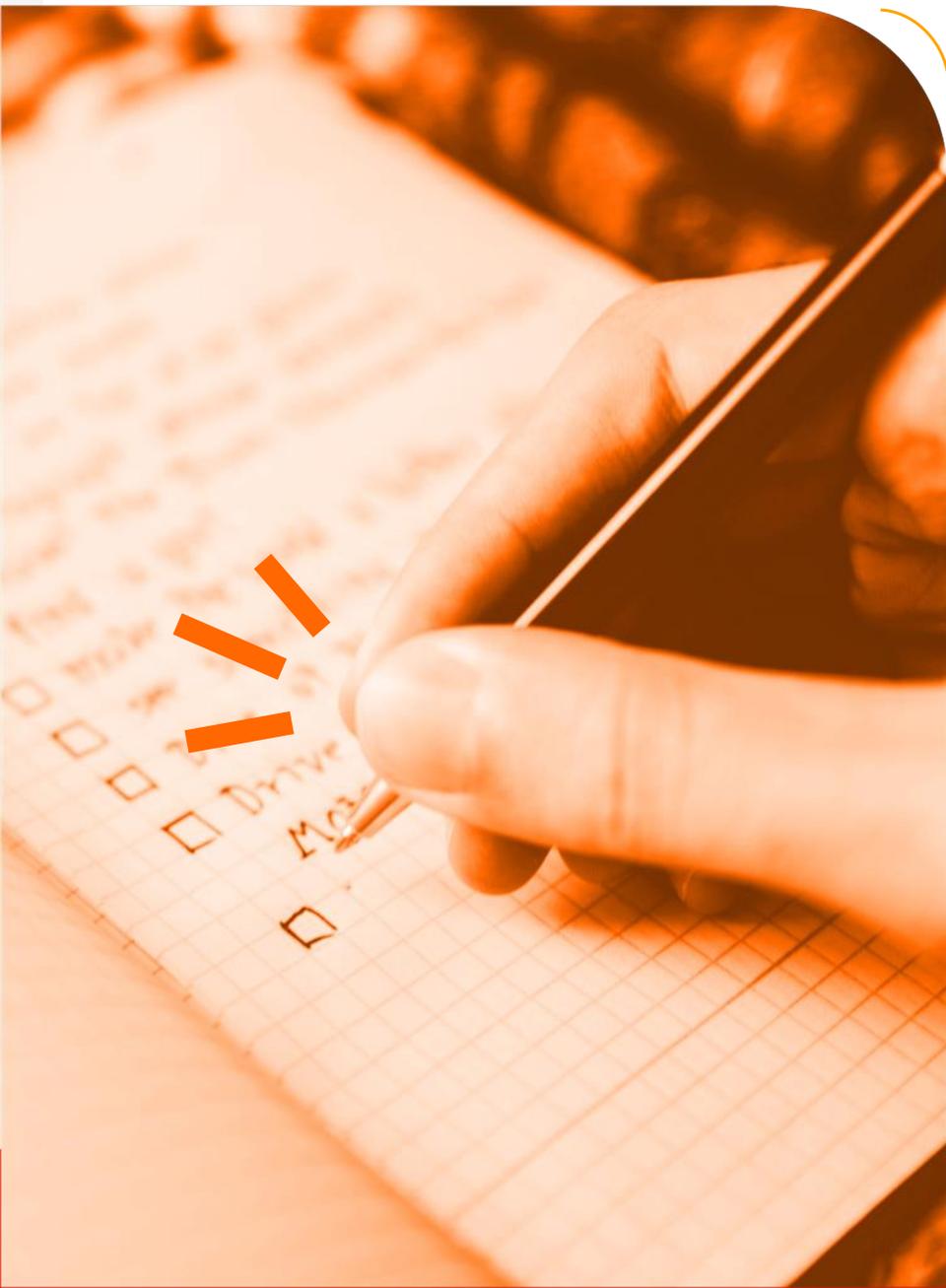
Indice di atteggiamento animal-free



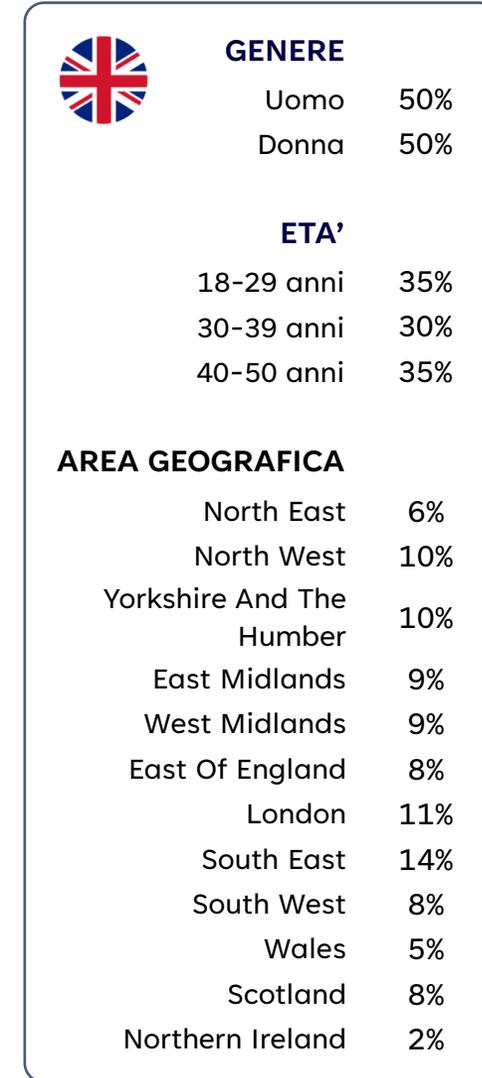
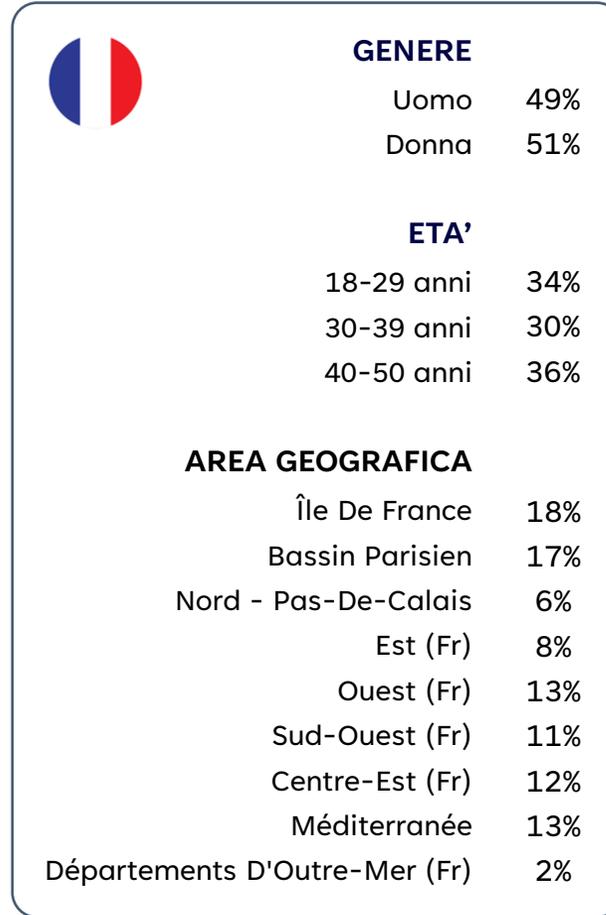
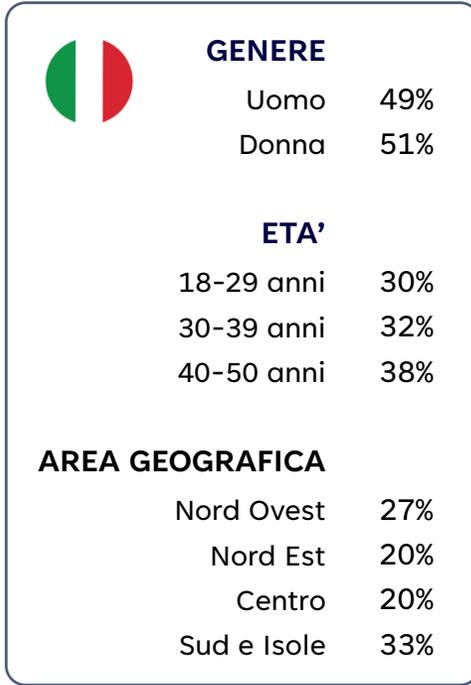
Considerando contemporaneamente un alto indice di propensione certa ed un alto indice di atteggiamento animal-free, la quota dei più **CONVINTI** all'acquisto di capi d'abbigliamento ed accessori in **MATERIALI ALTERNATIVI** è pari a:



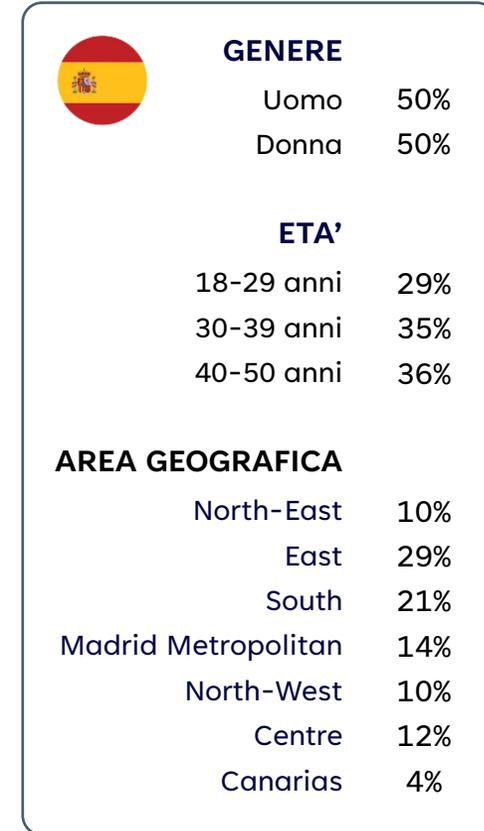
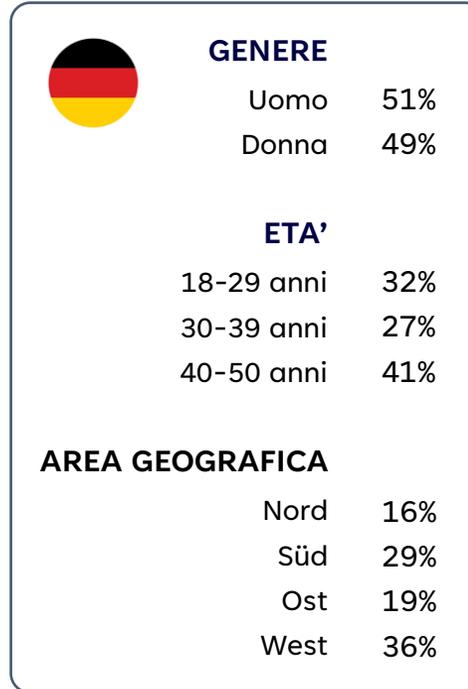
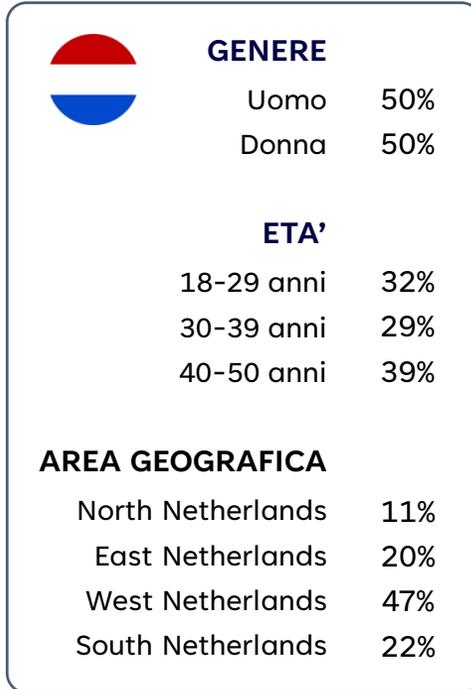
Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)



06 **CAMPIONE**



Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)



Base: totale per Italia (608) - Francia (605) - UK (609) - Paesi Bassi (602) - Germania (605) - Spagna (603)



07 SUMMARY

La conoscenza dell'esistenza di materiali alternativi

La conoscenza dell'esistenza di materiali alternativi per la produzione di capi d'abbigliamento, calzature ed accessori moda fa riscontrare livelli medio-alti in tutti i paesi europei coinvolti nell'indagine, ma con differenze significative fra i vari materiali e fra i paesi.

In particolare, risultano più noti pelle (dal 52% in Francia al 72% in UK) e pelliccia (dal 51% in Spagna al 69% in UK).

Seguono lana (38% in Francia e 65% in UK) e piuma (30% in Francia e 57% in UK).

Meno nota invece l'esistenza di materiali alternativi alla seta, conosciuta solo da meno di 4 intervistati su 10 in tutti i paesi, con l'eccezione di UK che mostra un maggior livello di conoscenza per tutti i materiali (quasi la metà del campione UK - 47% - è informato sull'esistenza di materiali alternativi per tutti e 5 i materiali considerati durante l'intervista).

I paesi con un minor livello d'informazione sul tema sono Spagna e Italia, dove rispettivamente 1/3 e 1/4 del campione conoscono non più di un materiale alternativo.

La propensione all'acquisto di materiali alternativi

Agli intervistati è stata poi mostrata una descrizione dettagliata dei plus legati all'uso di materiali alternativi e chiesto di esprimere la propria propensione all'acquisto mediante una scala a 4 livelli.

Considerando solo il primo livello della scala («certamente propenso all'acquisto di capi realizzati con materiali alternativi, anzichè naturali») per tutte le categorie di capi d'abbigliamento e accessori proposte, quasi 1/3 degli intervistati si dichiarano CERTAMENTE propensi senza riserve in Francia (31%) e Italia (30%), circa 1/4 in Germania (25%), Spagna (24%) e UK (23%), meno di 1/5 invece nei Paesi Bassi (18%).

L'atteggiamento nei confronti di capi d'abbigliamento ed accessori moda «animal free»

Agli intervistati sono poi state mostrate delle affermazioni su possibili atteggiamenti e comportamenti d'acquisto di capi d'abbigliamento e accessori moda «animal free» ed è stato chiesto di esprimere il grado di accordo/disaccordo mediante una scala a 4 livelli.

Considerando la somma delle due risposte positive («molto d'accordo» + «abbastanza d'accordo») per tutte le affermazioni proposte, l'Italia risulta il paese con l'atteggiamento maggiormente favorevole alla moda «animal free» con una quota del 37%, seguita dalla Germania (33%), la Francia (31%) e la Spagna (30)%.

Leggermente più contenuta la quota rilevata in UK (28%) e decisamente più bassa in Olanda (28%), dove sembra aver pesato in particolar modo un atteggiamento meno favorevole sugli aspetti di etica («Piuttosto che comprare un capo di abbigliamento con materiali di origine animale, cambio negozio o marca») e tendenza («Acquistare prodotti moda realizzati con materiali alternativi mi rende felice ed orgogliosa/o di me e delle mie scelte»).

PERCHÈ SCEGLIERE BVA DOXA

Solidità e affidabilità storica / **Esperienza** estesa e maturata in 70+ anni / **Soluzioni** proprietarie e personalizzabili / Continua **innovazione**: pioniere nel digital e nelle scienze comportamentali / Team variegato di **specialisti**: ricercatori, analisti, data scientist, sociologi... / Human intelligence, **flessibilità** di pensiero
E velocità di esecuzione / **Consulenza focalizzata** sul business e il settore / **Internazionalità** e capacità globali

PASSIONE NEL NOSTRO LAVORO

Per maggiori informazioni:

paolo.colombo@bva-doxa.com



www.bva-doxa.com