

Osservatorio Meteo Companion 2024

Astino, 3 ottobre 2024



 **GIOVEDÌ**
TEMPERATURE MAX
IN PIANURA

- SOTTO MEDIA
- IN MEDIA
- SOPRA MEDIA
- MOLTO

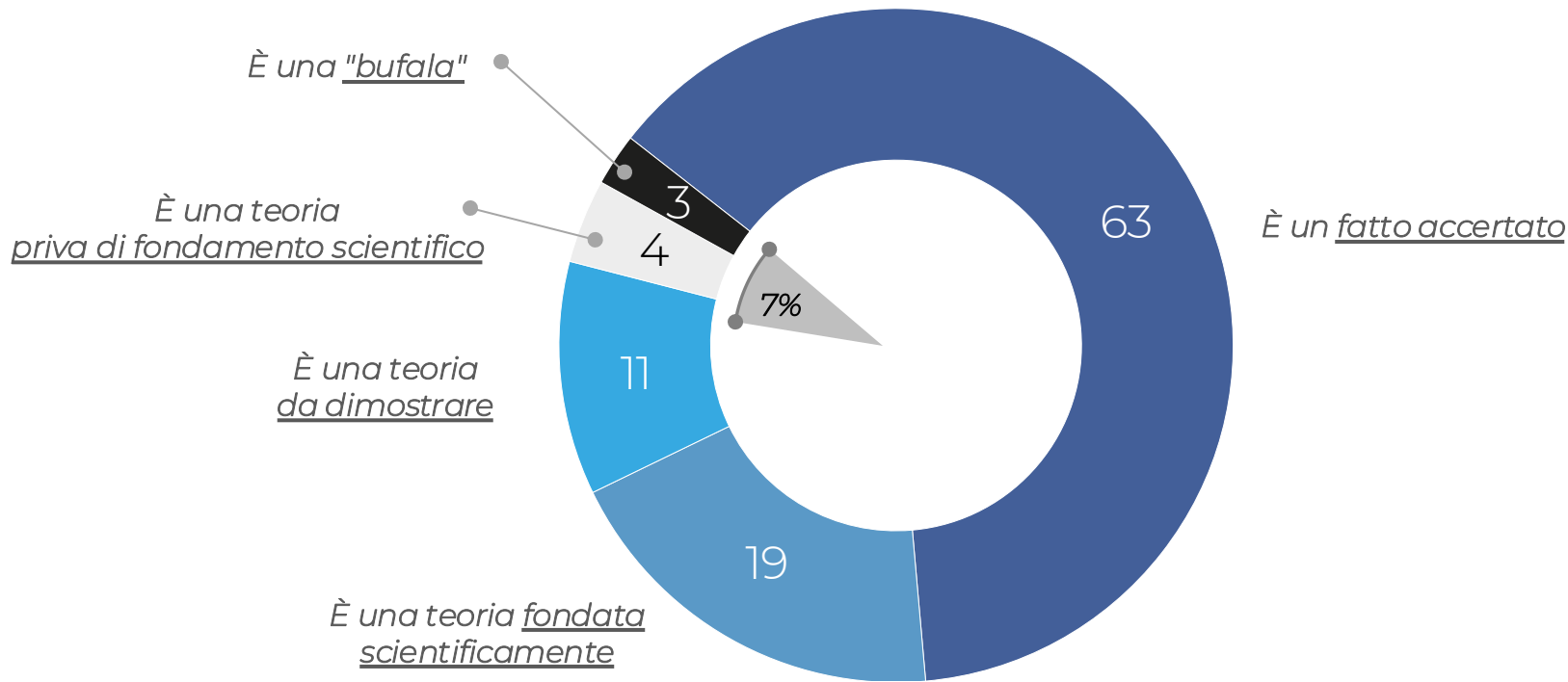


01

Il cambiamento climatico
nella percezione degli italiani

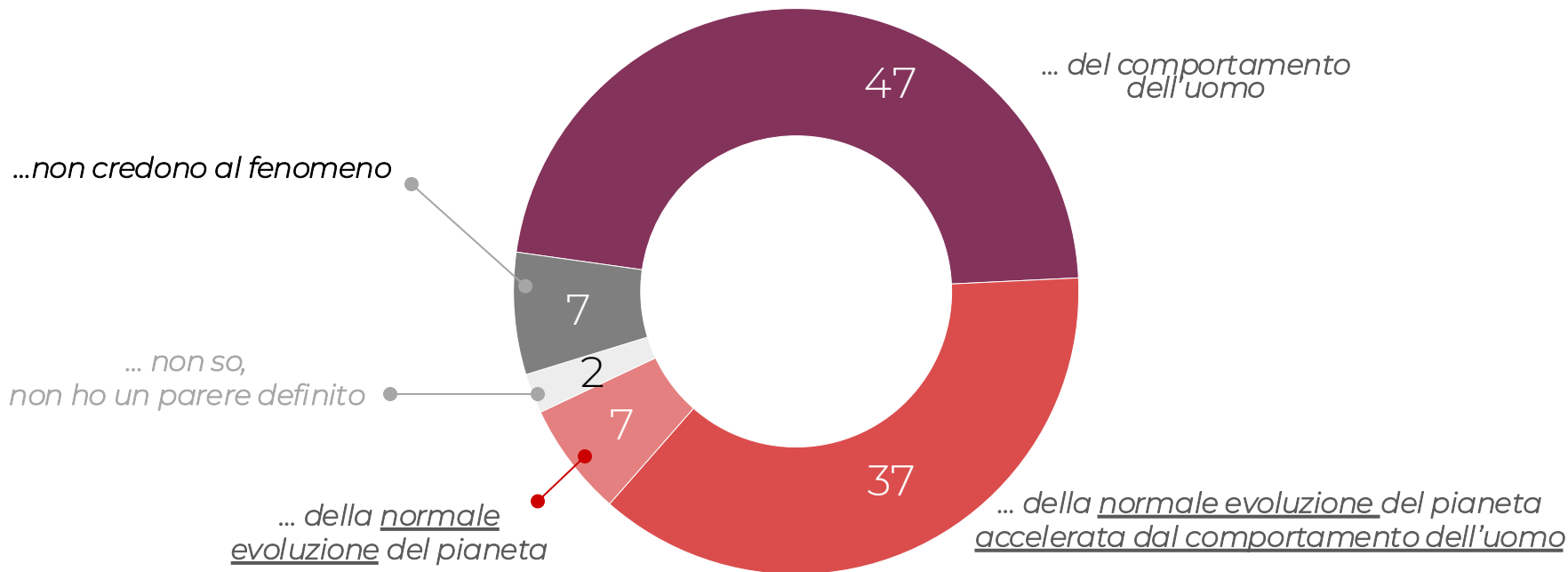
Il cambiamento climatico: "per 32.700.000 italiani (l' 82% del campione intervistato) è un fenomeno in atto"

Parliamo di cambiamento climatico. Secondo te, il cambiamento climatico è un fenomeno in atto oppure è solo una teoria?



Il cambiamento climatico: "33 milioni e mezzo di italiani (84% del campione intervistato) ritiene l'uomo il principale responsabile del cambiamento climatico"

A tuo modo di vedere, il cambiamento climatico è una conseguenza ... ?



Le principali preoccupazioni legate al cambiamento climatico

Quanto ti preoccupano ...?

Siccità / carenza d'acqua



Aumento delle temperature



Scioglimento dei ghiacciai



Alluvioni



Temporali di forte intensità



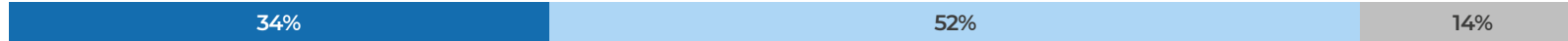
Grandinate



Innalzamento dei mari



Riduzione o assenza di nevicate



Voti 9-10

Voti 6-8

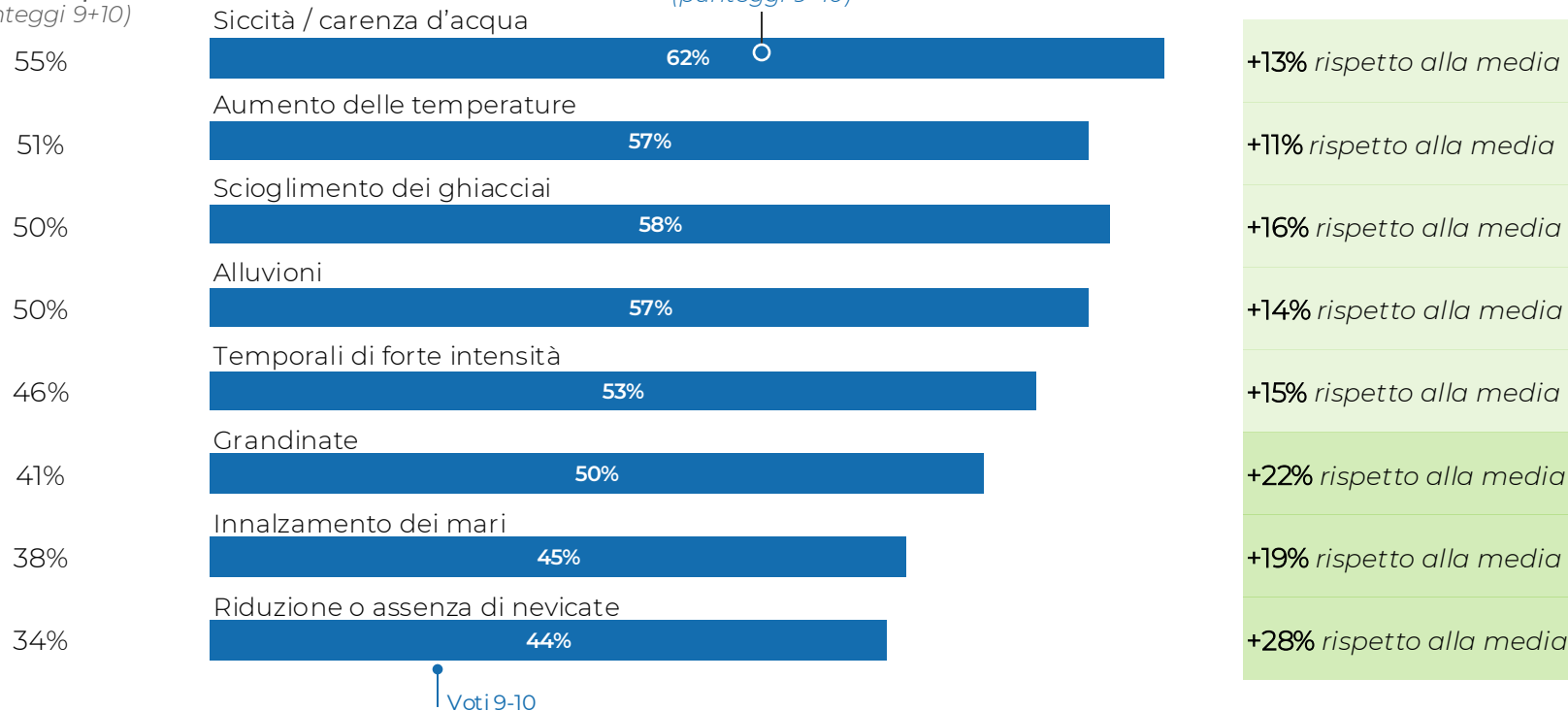
Voti 1-5

Decisamente preoccupate le persone più mature

Quanto ti preoccupano ...?

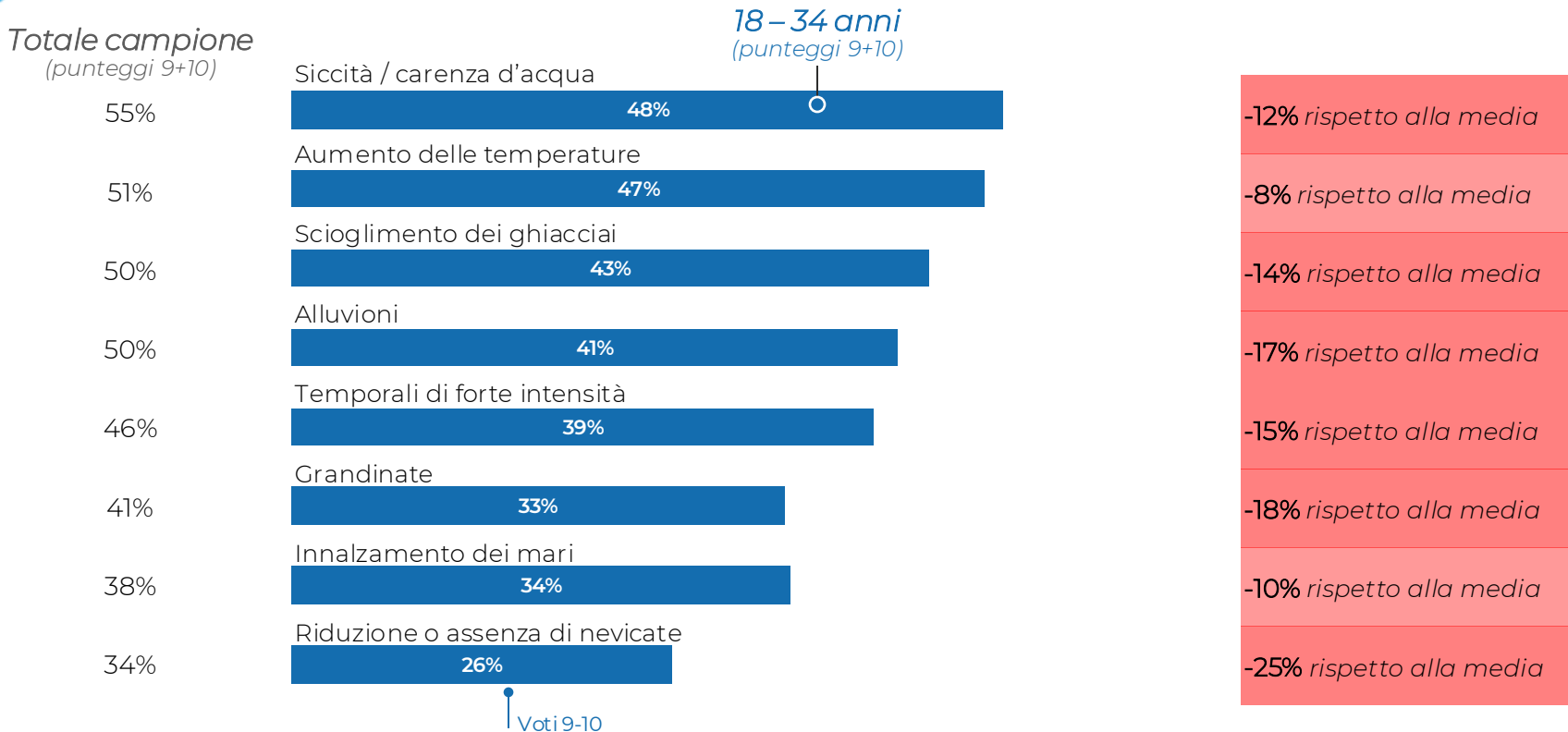
Totale campione
(punteggi 9+10)

55 – 70 anni
(punteggi 9+10)



...meno preoccupati i giovani fino ai 34 anni

Quanto ti preoccupano ...?



Soluzioni da adottare per tema di sostenibilità

In quale misura ritieni importante - e da adottare - ciascuna di queste attenzioni?

Produzione di ENERGIA da fonti rinnovabili



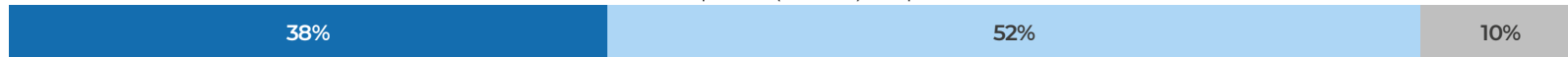
Riduzione dei consumi dell'acqua



Riduzione dei consumi di ENERGIA



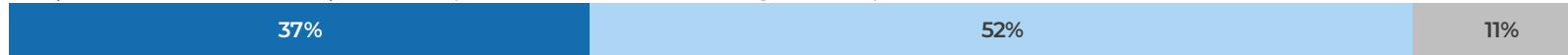
Attenzione alla MOBILITÀ: utilizzare soluzioni o mezzi poco (o non) inquinanti



Turismo sostenibile: mezzi di trasporto non inquinanti, rispetto del territorio, consumi responsabili...



Acquisti 'verdi', etici e responsabili (es. carta riciclata, detersivi bio)

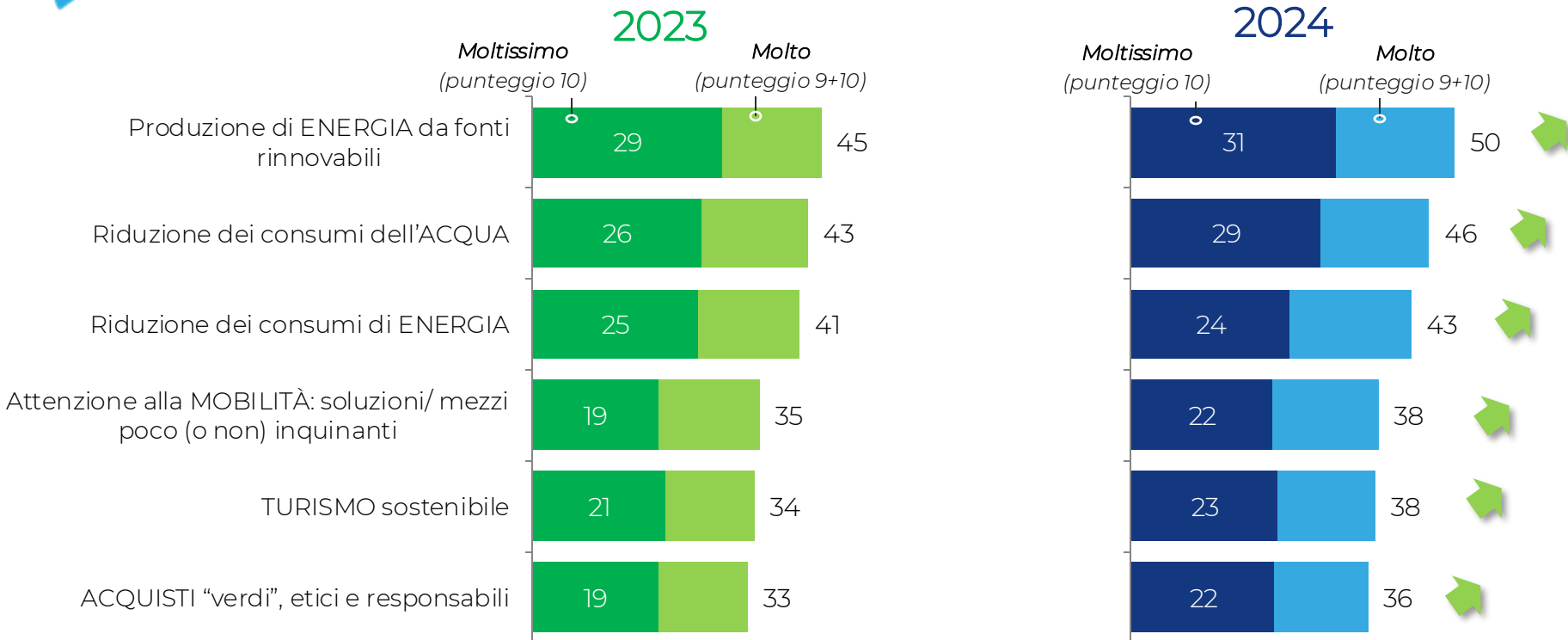


Voti 9-10

Voti 6-8

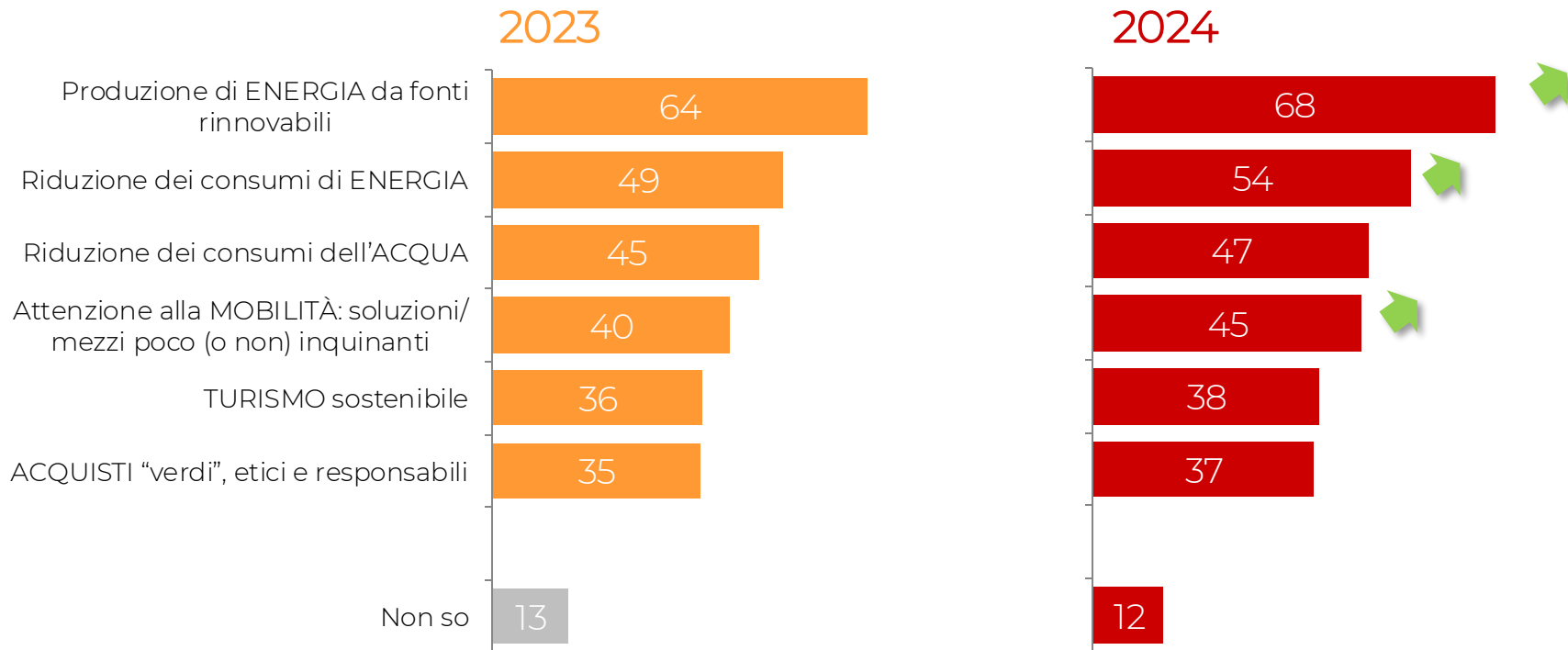
Voti 1-5

Nell'arco di un anno, cresce, generalizzata, la consapevolezza sulle soluzioni da adottare in tema di sostenibilità



Soluzioni per "combattere" il cambiamento climatico

E quali di queste azioni sono in grado di contrastare il cambiamento climatico?



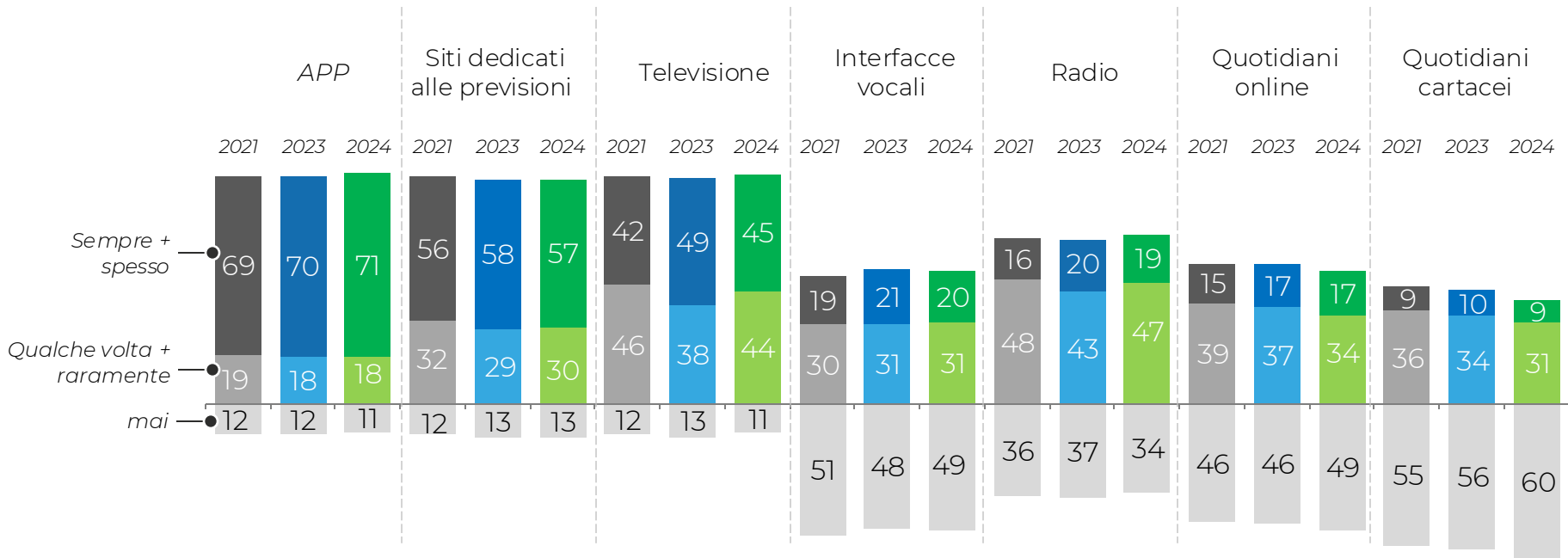
02

Gli italiani e il meteo

I «canali» di consultazione del meteo: la tendenza degli ultimi anni

Dove ti capita di guardare e consultare le previsioni del tempo?

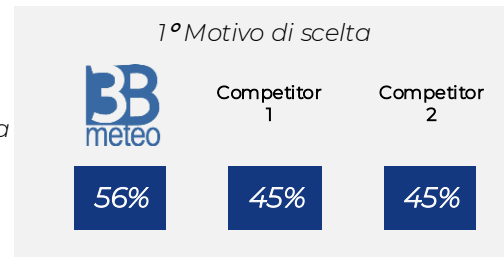
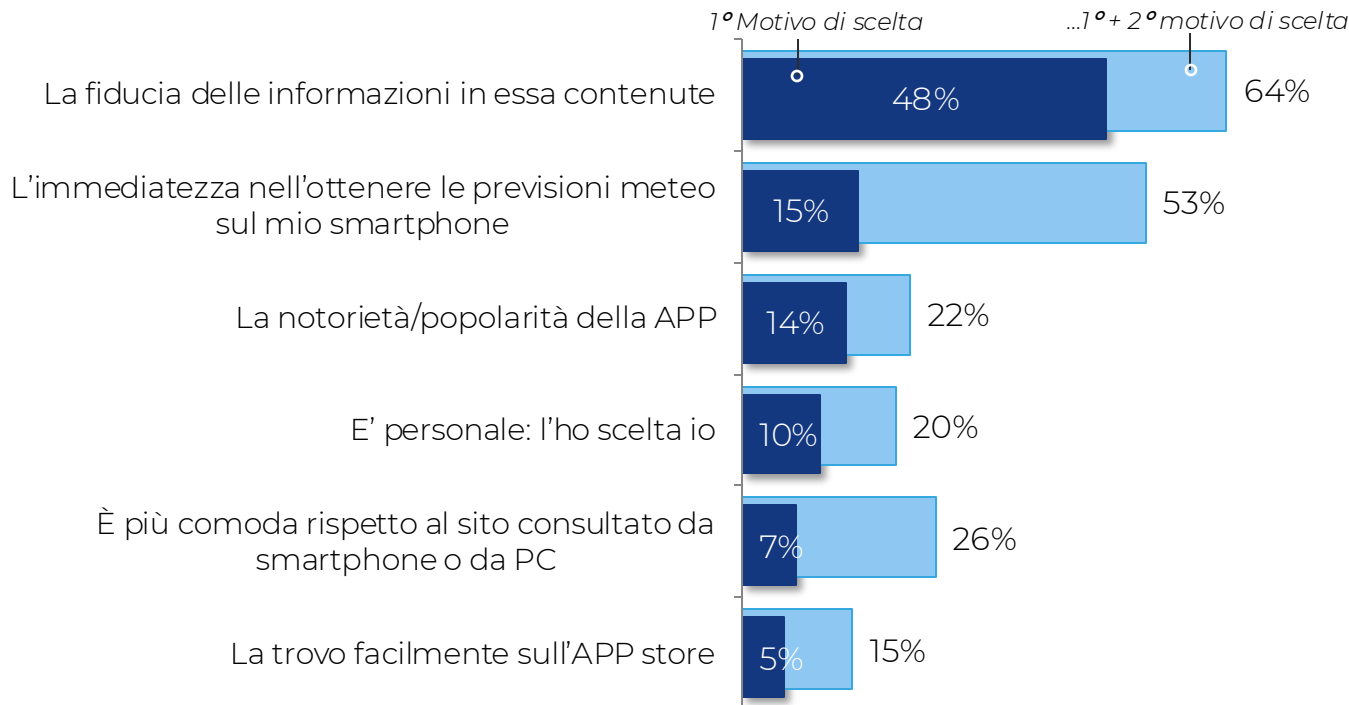
Nei 3 anni osservati, non emerge alcuna evidente variazione nell'abitudine di utilizzo dei diversi canali su cui si consultano le previsioni meteo. Tuttavia, si legge un leggero e tendenziale aumento di coloro che, nell'ultimo periodo dichiarano di non consultare mai le previsioni meteo su quotidiani, siano essi digitali o cartacei.



[Valori % - Base: 25-70 anni 2021, 2022, 2023]

I Driver per scaricare una APP di previsioni meteo

Cosa ti spinge a scaricare una APP di previsioni meteo?

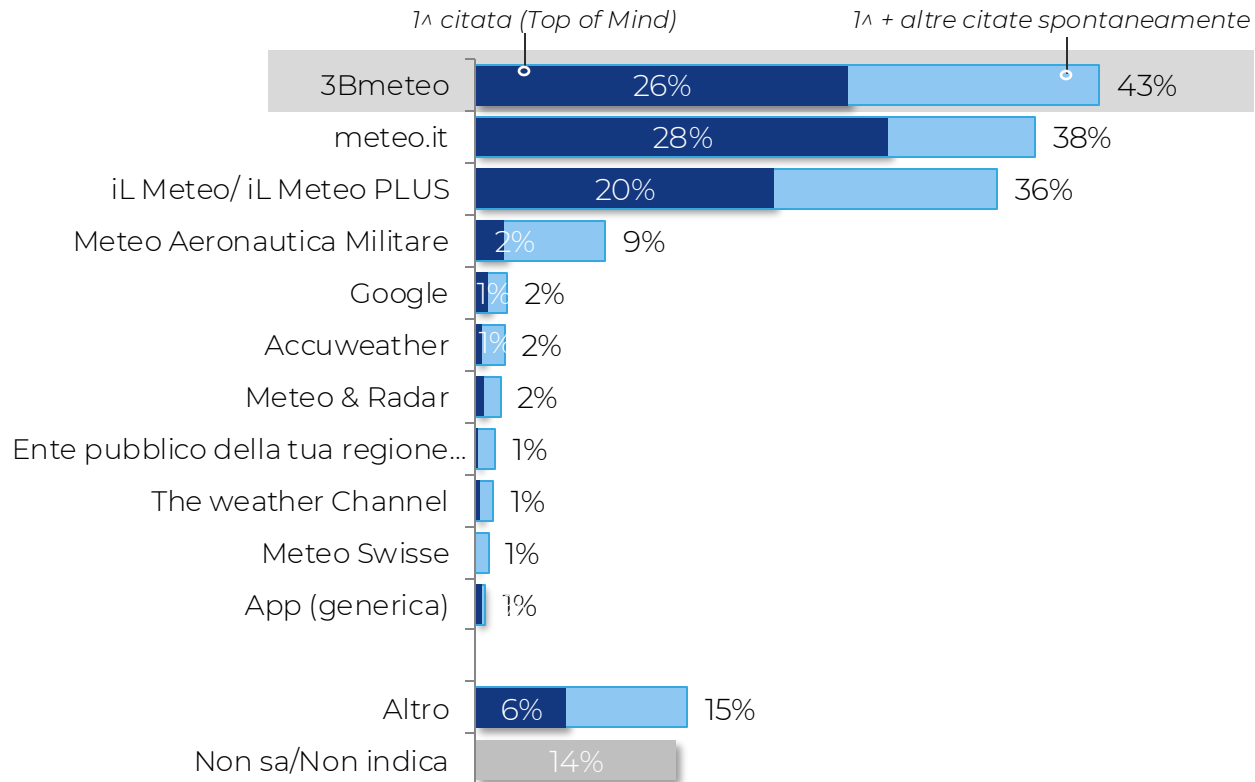


03

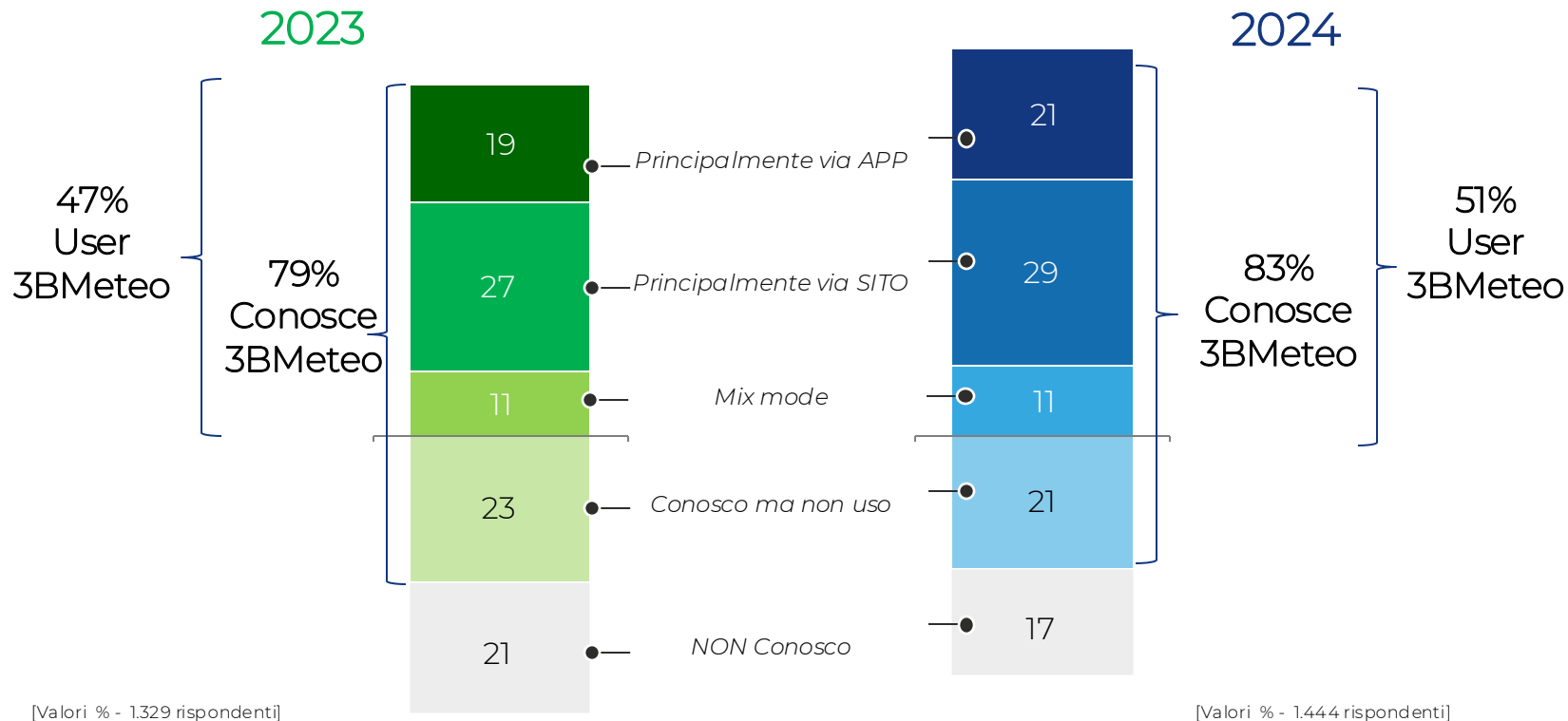
3Bmeteo

La conoscenza spontanea dei Brand di previsioni meteo: 3Bmeteo è la più citata spontaneamente

Quali sono i brand/marchi di previsioni del tempo che ti vengono in mente

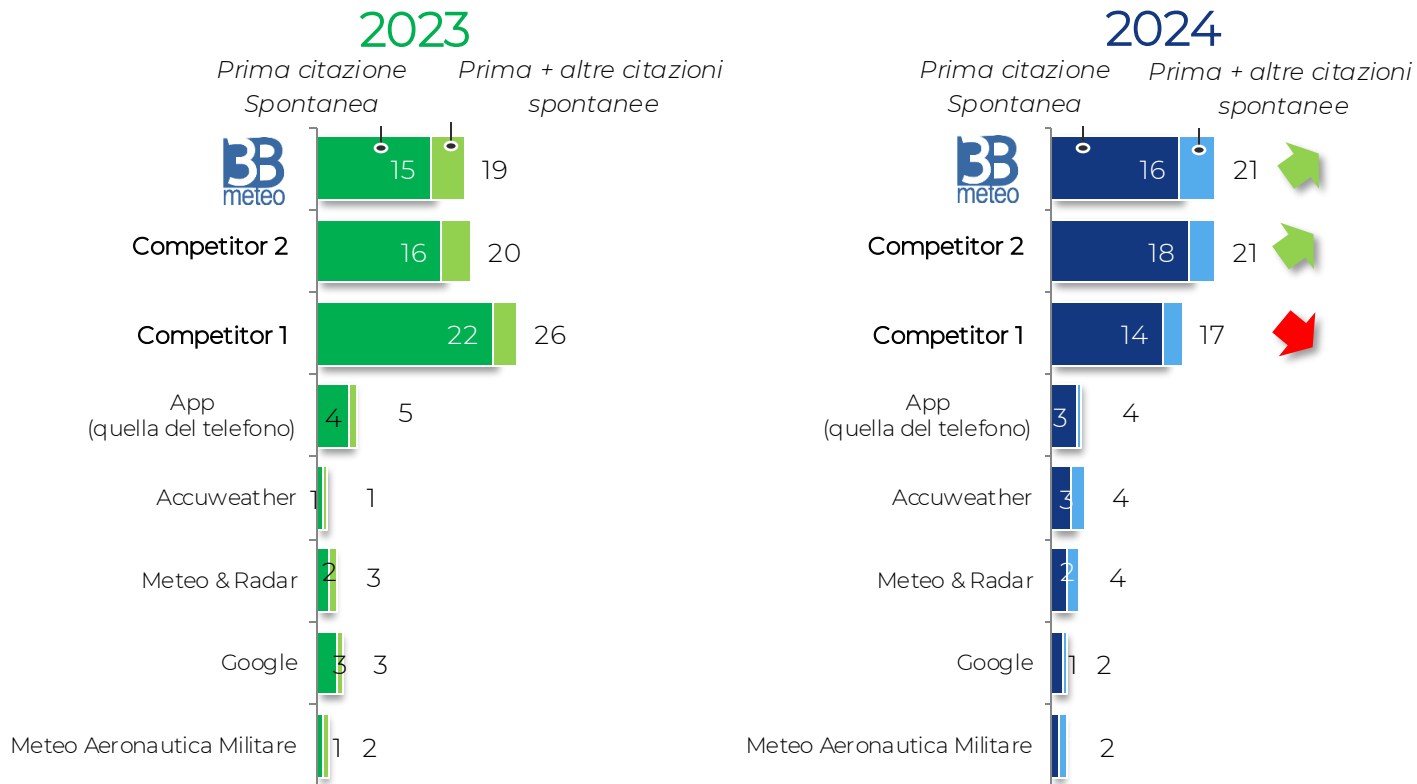


Notorietà e utilizzo di 3Bmeteo negli ultimi due anni: "cresce la conoscenza del brand e proporzionalmente il suo utilizzo"

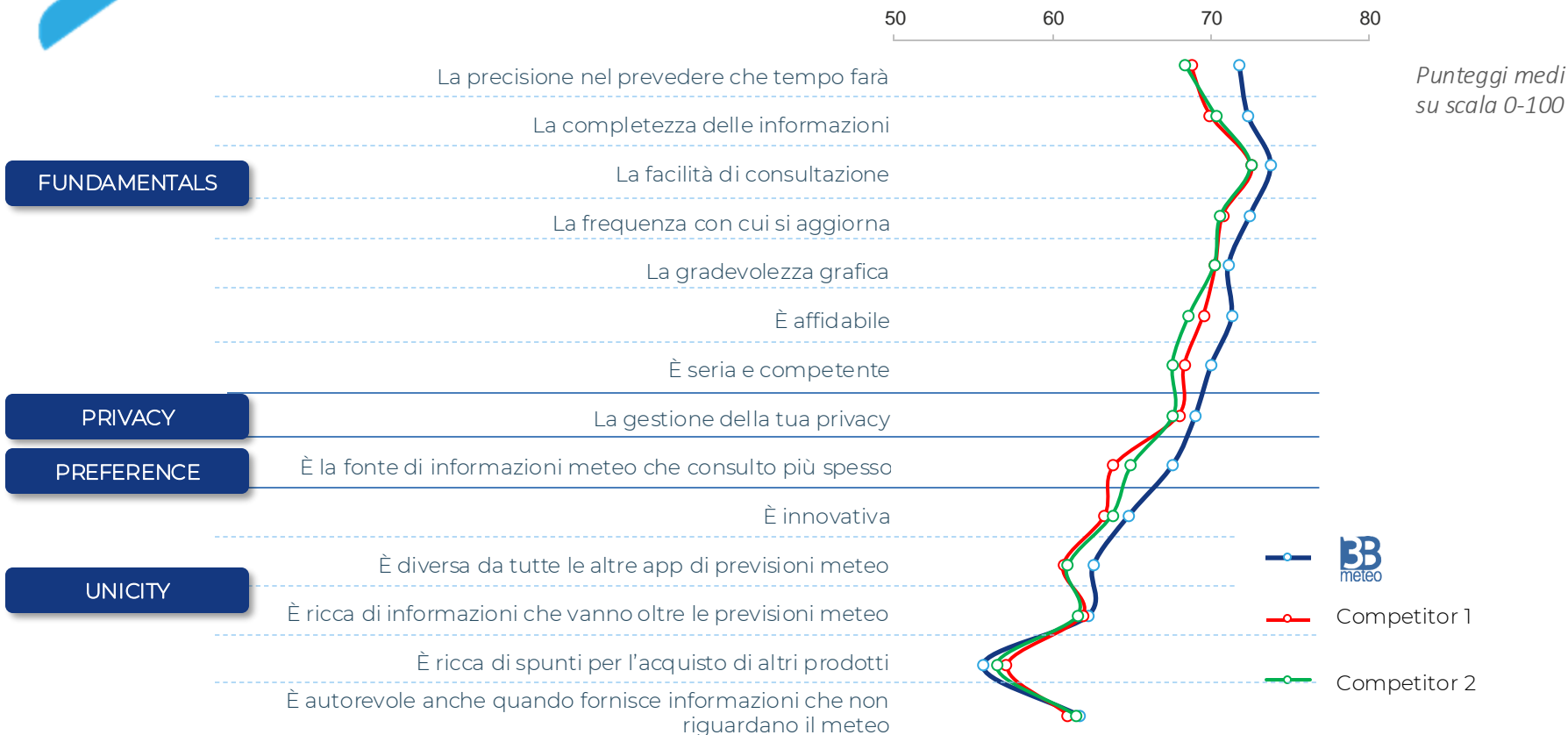


Tendenziale incremento di coloro che, spontaneamente dichiarano 3Bmeteo come APP installata sul proprio smartphone

Quali app dedicate alle previsioni del tempo sono installate sul tuo telefono?



Elementi di experience – Score medi scala 0-100



Metodologia & Team

Eumetra, nel presente documento, illustra i principali risultati di uno studio basato su interviste alla popolazione italiana dai 18 ai 70 anni, rappresentativi per genere, età, territorio, istruzione e professione.

Il campione è stato estratto con criteri statistici rigorosi, partendo da numeriche ampie, così da poter analizzare i risultati anche per segmenti specifici di interesse del Committente.

SURVEY CAWI



1512 casi complessivi

Metodologia: CAWI - Computer Aided Web Interview - attraverso l'invio di un link ad un questionario da compilare su una piattaforma online.

Periodo di rilevazione: dal 29 agosto all' 11 settembre 2024



**Alberto
Stracuzzi**

Market Research
Director



**Michele
Debernardis**

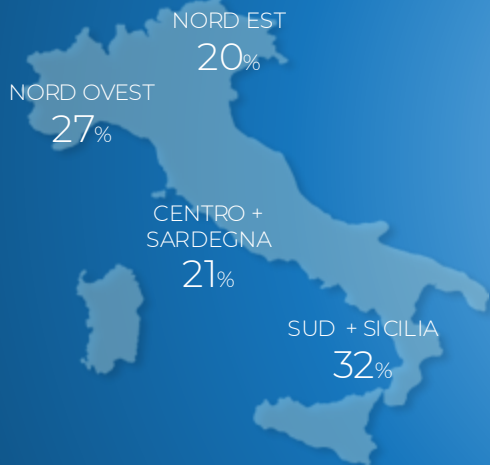
Research Manager



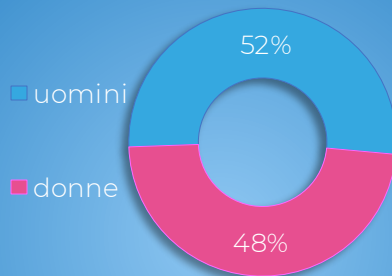
Campione di individui rappresentativo popolazione italiana dai 18-70 anni



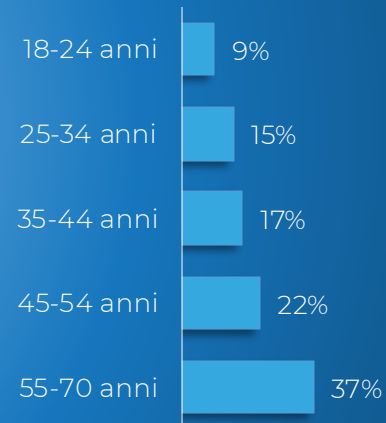
AREA GEOGRAFICA



GENERE



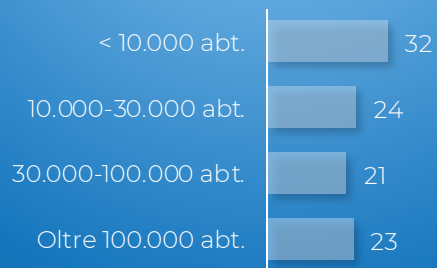
ETÀ



Età media: 47 anni



AMPIEZZA CENTRO



04

Eumetra

Cosa facciamo



Knowledge

Progettiamo e realizziamo **percorsi di ricerca** (ad hoc e multicient), per rispondere alle **esigenze conoscitive** dei nostri Clienti e per aiutarli a comprendere il nuovo Individuo e il mondo in divenire.



Vision

Offriamo ai decisori aziendali la nostra **esperienza** e la nostra **consulenza** nell'ambito della **ricerca sociale, del marketing e della comunicazione**, per costruire insieme a loro un futuro migliore.



Decision

Supportiamo le decisioni aziendali, fornendo **insight concreti e operativi**.

Gli asset di Eumetra



Il valore di Eumetra

si fonda sul dialogo costante tra le sue due anime: **knowledge building** e **ad hoc solution**.

In entrambi questi ambiti, Eumetra fornisce sia uno sguardo dall'alto, utile a orientare le strategie di medio-lungo termine, sia insight pratici e concreti, per prendere decisioni tattiche.



KNOWLEDGE BUILDING

Un bagaglio di conoscenze provenienti da ricerche di base condotte sistematicamente.

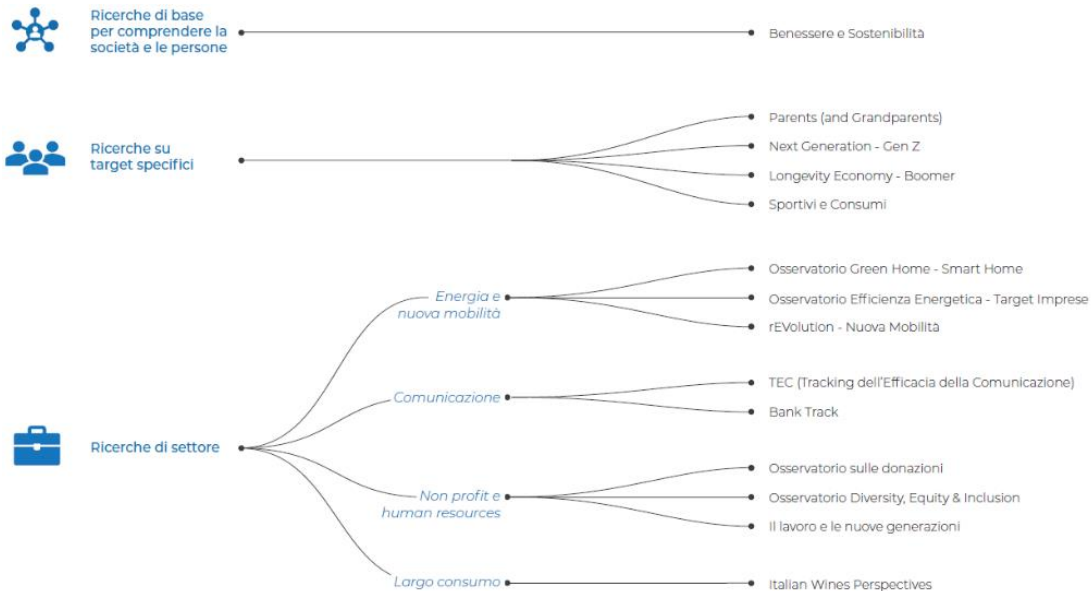


AD HOC SOLUTION

Un sistema di soluzioni mirate, ideate per rispondere a esigenze specifiche di ogni cliente.

La nostra offerta: Knowledge Building

Un sistema di Osservatori proprietari, che generano un **patrimonio unico di conoscenza costantemente aggiornato e arricchito**, garantendo **versatilità e adattabilità** nell'applicazione operativa della ricerca alle esigenze uniche del cliente.



La nostra offerta: ad hoc solution



New ideas factory

Per supportare le Aziende nel pensiero e nell'architettura di prodotto, **incrementando le possibilità di successo e riducendo i rischi connessi ad ogni lancio.**



New brands & media checker

Per aiutare le Aziende nella messa a punto del piano e dei contenuti della comunicazione e per misurare la sua reale efficacia, **incrementando le possibilità di successo e ottimizzando l'utilizzo delle risorse investite.**



New experienced Customer

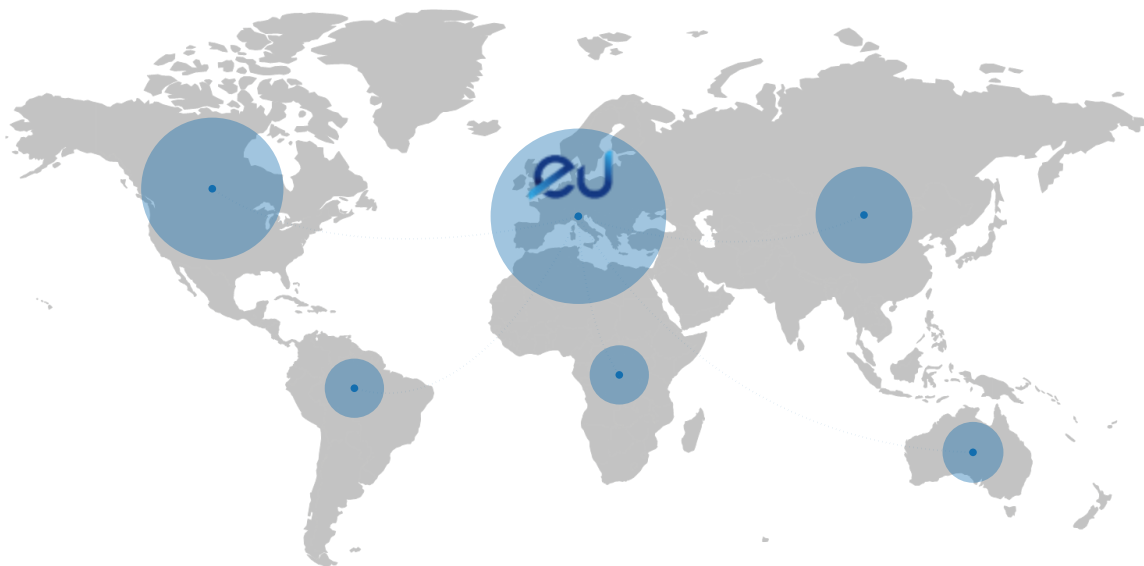
Per aumentare la conoscenza delle Aziende durante il processo che guida l'architettura e l'erogazione di servizio, **incrementando le possibilità di avere una clientela fedele e in continua crescita.**

È la suite di soluzioni di ricerca pensate per dare **indicazioni personalizzate** alle aziende su come aggiornare la propria offerta, il proprio **modo di comunicare e di relazionarsi con i clienti.**

Rispondono in modo **rapido e operativo** sia ad esigenze di tipo strategico, sia a bisogni più tattici. Garantiscono sempre **massima capacità informativa, interagendo con il mondo Knowledge Building di Eumetra, al quale sono costantemente connesse.**

Le Ad hoc solution di Eumetra si articolano in tre principali aree di intervento:

Il network Eumetra



Eumetra, opera da tre sedi: **Milano, Roma, Lugano** e **Londra**.

Con il suo network di partner locali accuratamente selezionati, Eumetra - dalle sedi di **Milano, Roma** e **Lugano** è in grado di coordinare ricerche in **tutti i Paesi europei** e in **oltre 100 Paesi nel mondo**.



Eumetra MR S.r.l. C.F e P.IVA: 09194440963 – www.eumetra.com – **Milano** Sede legale e operativa – Corso Magenta, 85 – 20123 - +39 02 22198360
Roma Sede operativa – Piazza del Popolo, 18 – 00187 - +39 06 36712227 – info@eumetra.com – PEC eumetramr@legalmail.it