

Comunicato stampa

Sondaggio rappresentativo di Comparis sulle finanze personali

Nonostante gli incendi boschivi e le ondate di caldo: il cambiamento climatico non influisce sugli acquisti degli svizzeri

Per 4 adulti su 5 in Svizzera, il dibattito sul clima ha un impatto minimo o nullo sulle proprie scelte finanziarie e di consumo. Questo è quanto emerge da un sondaggio rappresentativo di Comparis. Negli ultimi sette anni, questo valore è aumentato in modo significativo. «È vero che molti svizzeri affermano che ridurrebbero, ad esempio, i viaggi in aereo o il consumo di carne, ma i fatti dicono tutt'altro», afferma Michael Kuhn, esperto Comparis in finanze.

Zurigo, 11 agosto 2026 – In Europa le foreste sono in fiamme e le ondate di calore si susseguono una dopo l'altra. Ma il dibattito sul clima ha un impatto minimo sul comportamento di consumo: il 34% degli svizzeri afferma che non influenza affatto le proprie decisioni, un ulteriore 46% ritiene che abbia un'influenza minima. Solo per il 20% il dibattito sul clima influisce sulle proprie scelte di acquisto e di investimento, come dimostra un sondaggio rappresentativo di Comparis. Si tratta di una percentuale significativamente inferiore rispetto a prima e durante il coronavirus.

Una persona su tre non si preoccupa del clima quando fa acquisti

Influenza del dibattito sul clima sulle decisioni finanziarie e di consumo

■ Un'influenza molto grande ■ Una grande influenza ■ Influenza limitata ■ Nessuna influenza



Fonte: sondaggio rappresentativo dell'istituto di ricerche di mercato Innofact (1'040 adulti intervistati, luglio 2026)

comparis.ch

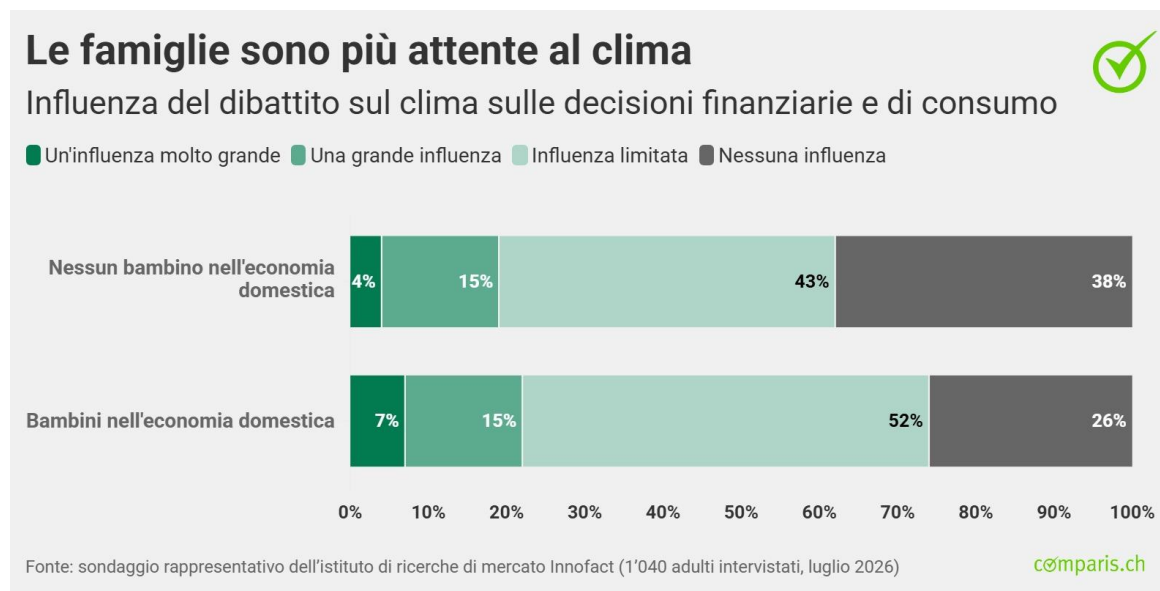
[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

Il 75% delle persone appartenenti a un'economia domestica con un reddito lordo fino a 4'000 franchi, dichiara che il dibattito sul clima ha un impatto minimo o nullo sulle proprie scelte finanziarie e di consumo. Tra i redditi più alti, con un reddito familiare lordo superiore a 8'000 franchi, la percentuale è ancora più alta: l'84% di questi intervistati non si lascia influenzare quasi per nulla o per nulla dal dibattito sul clima nelle proprie decisioni di consumo o finanziarie.

«Rinunciare o cambiare il proprio comportamento sembra essere ancora più difficile per le persone con un reddito elevato rispetto a quelle con meno denaro nel portafoglio. Ciò potrebbe anche essere dovuto al fatto che le persone con un reddito più elevato possono semplicemente permettersi più viaggi e più consumi», afferma Michael Kuhn, esperto Comparis in finanze e consumi.

Chi ha figli agisce in modo più sostenibile

Gli intervistati con figli in casa attribuiscono un'importanza maggiore al tema e agiscono in modo più consapevole anche nella vita di tutti i giorni: il 74% di loro dichiara che il dibattito sul clima ha un impatto da lieve a molto grande sulle proprie decisioni, mentre nelle famiglie senza figli la percentuale è solo del 62%.



[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

«Chi pensa oltre alla propria vita e tiene conto anche delle generazioni future agisce con maggiore prudenza. Ciò si riflette anche nelle dimensioni del nucleo familiare: il dibattito sul clima influenza il comportamento delle persone in modo nettamente più marcato nelle famiglie di tre o più persone rispetto a quelle di una o due persone», afferma Kuhn.

L'apatia climatica si diffonde da anni

L'evoluzione dei risultati del sondaggio dal primo studio del 2019 è interessante: Comparis ha già posto 14 volte la domanda sull'impatto del dibattito sul clima sulle decisioni finanziarie e di consumo. Tra dicembre 2020 e agosto 2023, il 66-70% ha risposto «poco» o «per niente». Successivamente, questo valore è aumentato costantemente, fino all'attuale 80%. La percentuale di persone che non vede alcuna influenza è passata dal 18-20% di allora all'attuale 34%.

«Questa apatia climatica è il risultato di un fatale mix di problemi più tangibili e urgenti, come l'aumento dei premi di cassa malati, l'aumento dei canoni di locazione, le guerre e il rincaro. Si tratta di una stanchezza causata da un dibattito onnipresente e una sensazione di impotenza, a volte persino di fatalismo», spiega Kuhn.

Volere non è la stessa cosa che agire

In che modo il dibattito sul clima ha influenzato concretamente le abitudini di consumo rispetto a un anno fa? Il 40% di tutti coloro che ammettono che il dibattito ha almeno una minima influenza sul loro comportamento di consumo ha dichiarato, in risposta a questa domanda, di consumare meno carne e prodotti di origine animale. Il 36% ha dichiarato di aver ridotto i viaggi in aereo. Questi valori sono abbastanza stabili da anni, ma riflettono anche la realtà?

Uno sguardo ai dati statistici mostra che il consumo di carne è aumentato dal 2023 (48 chili, il valore più basso dal 2000) al 2024 (50 chili) e poi di nuovo nel 2025 (51 chili pro capite). Nel complesso, dal 2019, il primo anno del sondaggio di Comparis, il consumo di carne è rimasto stabile a circa 50 chili pro capite, secondo il rapporto sull'agricoltura dell'Ufficio federale dell'agricoltura. Nel 2025 il consumo annuo pro capite di uova è addirittura salito per la prima volta oltre la soglia dei 200, raggiungendo i 209, come mostrano i dati dell'Ufficio federale della dogana e della sicurezza dei confini. Negli ultimi anni il consumo pro capite di latte e latticini è rimasto abbastanza stabile.

Un quadro simile si presenta per i viaggi aerei: il numero di passeggeri locali in partenza dall'aeroporto di Zurigo è in aumento: se nel 2019 i passeggeri locali erano ancora 22,2 milioni, l'anno scorso sono stati 23,2 milioni, un nuovo record. Anche se non tutti coloro che partono o atterrano a Zurigo vivono in Svizzera, ci sono diversi altri indicatori che indicano che la domanda di viaggi aerei non è diminuita; ad esempio, l'aumento delle spese per i viaggi all'estero rispetto al 2019 secondo l'Ufficio federale di statistica o l'analisi del microcensimento della HSLU per la città di Zurigo. Questa mostra che nel 2024 gli abitanti della città di Zurigo hanno volato in media 10'500 chilometri, circa 600 chilometri in più rispetto al 2023.

«Si vorrebbe che si facesse qualcosa, ma quando si tratta di rinunciare a un viaggio in aereo, a vestiti o a una cotoletta, allora non si vuole farlo», afferma Kuhn. «È vero che c'è una piccola parte della popolazione svizzera che vive in modo più consapevole a causa del cambiamento climatico e che, ad esempio, consuma meno carne e prodotti di origine animale. Ma probabilmente sono ancora molti meno rispetto alla piccola percentuale di persone che afferma di agire di conseguenza.»

Consigli per gli acquisti:

Non acquistare d'impulso

È importante chiedersi: ne ho davvero bisogno o è un acquisto spontaneo? Aspettare 24 ore spesso aiuta a evitare acquisti impulsivi.

Prestare maggiore attenzione all'utilizzo

Verificare per quanto tempo un prodotto verrà effettivamente utilizzato. I prodotti durevoli, riparabili o che è possibile prestare sono spesso più utili di un nuovo acquisto spontaneo.

Valutare prima le alternative

Prima di acquistare un nuovo prodotto, conviene valutare le seguenti opzioni: riparare, acquistare un prodotto usato, scambiare o prendere in prestito. In questo modo **è possibile** risparmiare ed evitare acquisti inutili. Conviene fare un confronto tra le offerte.

Decidere consapevolmente

Per i beni di uso quotidiano bisogna uscire di casa solo con la lista della spesa. Acquistare prodotti a lunga conservazione come detersivi e pasta in promozione. I prodotti stagionali e regionali e la prevenzione dello spreco alimentare sono sostenibili. Per quanto riguarda l'abbigliamento, può essere utile scegliere la qualità anziché la quantità e, se necessario, prendere in considerazione le offerte di seconda mano.

Pensare sia all'impatto sul clima sia a quello sul portafoglio

Le buone intenzioni non portano automaticamente a un cambiamento di comportamento. Chi prende decisioni basandosi su una semplice verifica dei criteri (prezzo, utilità, durata, origine e vera alternativa) può prendere decisioni di acquisto migliori.

Metodologia

Il sondaggio rappresentativo è stato condotto nel mese di luglio 2026 dall'istituto di ricerche di mercato Innofact, su incarico di comparis.ch, e ha coinvolto 1'040 persone in tutte le regioni della Svizzera. Con «rappresentativo» si intende che i partecipanti a un sondaggio riflettono bene l'intero gruppo target. In altre parole, caratteristiche importanti come età, sesso o regione di residenza sono distribuite in modo simile a quelle dell'intera popolazione. In questo modo è possibile estendere meglio i risultati a tutti

Maggiori informazioni:

Michael Kuhn

esperto in finanze

telefono: 044 360 53 91

e-mail: media@comparis.ch

comparis.ch

Allegato

Embedded-Codes dei grafici

«Una persona su tre non si preoccupa del clima quando fa acquisti»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/29889994/embed' title='Interactive or visual content'
class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;'
sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-
popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/29889994?1068018"><script
src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

«Le famiglie sono più attente al clima»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/29890121/embed' title='Interactive or visual content'
class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;'
sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-
popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/29890121?1068018"><script
src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

Chi è comparis.ch

Con oltre 80 milioni di visite all'anno, comparis.ch è uno dei siti web svizzeri più utilizzati. L'azienda confronta tariffe e prestazioni di casse malati, assicurazioni, banche e gestori di telefonia e presenta la più grande offerta online di auto e immobili in Svizzera. Grazie ad ampi confronti e valutazioni esaustive, Comparis porta trasparenza sul mercato, rafforzando così il potere decisionale dei consumatori. La società è stata fondata nel 1996 dall'economista Richard Eisler ed è di proprietà privata. L'azienda appartiene ancora oggi principalmente al fondatore Richard Eisler. Comparis non è partecipata né dallo Stato né da altre imprese.