

CONSUMATORI IN ITALIA E IN EUROPA: 2006 (in %)



Italia Europa

PIÙ VALORI TRADIZIONALI

Protezione della famiglia

Rispetto degli anziani

Tradizione

Fede religiosa

PIÙ VALORI SOCIALI

Rispetto dell'ambiente

Tolleranza

Eguaglianza

Responsabilità sociale

PIÙ VALORI POST MATERIALI

Autenticità

Cultura

Bellezza

Creatività

Fonte: Gfk Eurisko 2006

Largo Consumo