

# 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**