

COM'È CAMBIATO IL PAESE NEGLI ULTIMI 15 ANNI? ITALIANI SEMPRE PIÙ ATTENTI ALL'AMBIENTE, CONCRETI E COSTRUTTIVI. MA ANCHE PIÙ PREOCCUPATI PER IL FUTURO

L'ambiente è una priorità per 35 milioni di connazionali. Tra gli Italiani prevalgono i profili Eco-Tech, Sostenibili, Non (for) Profit e Retrò che, seppure in maniera diversa, si preoccupano dell'ambiente e della sua buona gestione. Gli Indifferenti? Una piccola minoranza.

Questi i punti salienti di una ricerca commissionata da CONAI per capire come eravamo e come siamo.

Milano, 12 dicembre 2012 – Sono passati 15 anni dalla sua fondazione e, per avere un'idea di come sia cambiata l'Italia in questo lasso di tempo, CONAI ha commissionato a IPSOS¹ una ricerca che indaghi non solo com'è mutato il nostro atteggiamento in materia di sensibilità ambientale, ma anche, in senso più generale, come siamo cambiati noi.

Ricerche ci indicano² che oggi la maggior preoccupazione per i maggiorenni italiani, **circa 45 milioni di persone**³, è rappresentata dal lavoro, dal mancato sviluppo economico e dal sempre crescente costo della vita; questo dato è aumentato in maniera sensibile (**+14%** rispetto a 5 anni fa), a testimoniare che la crisi globale che ci colpisce è percepita in modo sempre più intenso. Cos'altro è cambiato? Se qualche anno fa il welfare (problemi giovanili, anziani e pensioni, casa, sanità, servizi sociali, scuola e asili) destava preoccupazione per il 48% dei maggiorenni, oggi il dato si attesta sul 33% (**-15%**); ancor più significativa è **l'inversione di tendenza** nei confronti dei temi legati a **sicurezza e immigrazione**: in passato la tematica preoccupava oltre metà della popolazione (**52%, circa 26 milioni di persone**), a inizio 2012 siamo scesi al 9%, con una diminuzione del 43%. In questo scenario complesso, è abbastanza prevedibile che ambiente e mobilità destino minori preoccupazioni: impensieriscono, infatti, solo il **4-5% del campione (circa 2 milioni di Italiani)**.

Minore preoccupazione, però, non significa minore attenzione: **rispetto a 15 anni fa**, infatti, **siamo più attenti all'ambiente** e lo sono molto di più i singoli cittadini di quanto non lo siano le imprese. Questo accresciuto interesse è dovuto alla sempre maggior centralità del tema, per una crescente consapevolezza dell'imprevedibilità degli eventi naturali e dell'esauribilità delle fonti energetiche. Più attenzione per l'ambiente si accompagna a maggiore consapevolezza e sensibilità rispetto a tematiche che, 15 anni fa, erano meno sentite: l'inquinamento atmosferico (il 73% del campione lo ritiene un problema più preoccupante oggi che 15 anni fa), l'inquinamento delle acque e lo spreco energetico (oggi più rilevanti di ieri per il 60% della popolazione). Sono i giovanissimi (di età compresa tra i 15 e i 24 anni)

¹ È stato intervistato un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra i 15 e i 75 anni, attraverso 800 interviste effettuate con metodologia CATI (Computer Aided Telephone Interviewing).

² Fonte: database Ipsos (settembre-ottobre 2012). Base: campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne.

³ Per avere un'indicazione dei numeri assoluti sono stati usati dati Istat, 2011. La popolazione maggiorenne italiana, infatti, è composta da 50.396.628 persone.

a essere più consapevoli del binomio "maggiori consumi energetici = maggior inquinamento ambientale", mentre la fascia over 65 dimostra una minor coscienza in tal senso.

Che altro è migliorato, secondo gli Italiani, in questi 15 anni? La diffusione dei prodotti realizzati con materiali riciclati e i maggiori collegamenti con il resto del mondo (il 90% ne attesta l'aumento), nonché la migliore efficienza nel sistema di raccolta differenziata (per l'89% del campione, **circa 41 milioni di Italiani**). Ma non tutto va alla perfezione: sono diminuiti il rispetto per gli altri (**secondo circa 33 milioni di Italiani**) e il senso civico (**per circa 25 milioni di Italiani**). Anche l'umore dei nostri connazionali sembra essere peggiorato: negli ultimi 15 anni gli adulti sono diventati più **pessimisti** (il peggioramento riguarderebbe circa **20 milioni di Italiani**⁴), ma certamente si sentono **più concreti e costruttivi** (**circa 25 milioni**). Per i **giovani**⁵ va meglio: sono più ottimisti degli adulti, ma sembrano **meno sensibili al tema ambientale**, sentito lontano dalla loro quotidianità e dal loro mondo, sempre più virtuale e immateriale.

I settori più attenti all'ambiente

Secondo gli Italiani quello **alimentare** e quello **energetico**, (rispettivamente per il 35% e il 23% degli intervistati, percentuale quest'ultima che si attesta al 36% per i ragazzi di età compresa tra i 15 e i 24 anni). In particolar modo, i giovani ritengono che la palma delle innovazioni nell'ultimo quindicennio debba essere assegnata proprio allo sviluppo di fonti energetiche alternative. La maglia nera, invece, va al settore automobilistico che, secondo **circa 10 milioni di Italiani**, non presterebbe sufficiente attenzione ai temi legati alla sostenibilità ambientale. E tuttavia, è proprio questo il comparto dal quale gli Italiani si aspettano una vera e propria "rivoluzione green"; in particolar modo, il 73% dei giovani si attende innovazioni importanti in materia di attenzione ambientale da questo settore e il 91% sarebbe disposto all'acquisto di un'auto elettrica, purché performante come le macchine attualmente in uso.

Ma, negli ultimi 15 anni, **è la tecnologia** a farla da padrona: per la metà del campione (circa 23 milioni di persone) è da questo comparto, infatti, che provengono le innovazioni più sorprendenti dagli anni '90 ai giorni nostri. Piace l'economicità che i prodotti tecnologici sono andati acquisendo nel tempo, ma anche la capacità della tecnologia di essere "immateriale" e dunque più eco-friendly.

Anche **arredamento e design** sono più apprezzati dagli Italiani rispetto a 15 anni fa: il 79% del campione giudica la loro evoluzione in maniera complessivamente positiva, criticando di fatto solo il loro costo più alto rispetto al passato (il 60% del campione). I prodotti di design sono certamente percepiti come **attenti all'ambiente e in armonia con la natura, grazie al sempre maggiore utilizzo di materiali comuni per la loro produzione** (per il 60% circa degli intervistati). Eco-sostenibilità è, dunque, la parola d'ordine anche per questo settore, i cui miglioramenti degli ultimi 15 anni sono chiari a un terzo degli Italiani. Nel suo tentativo di limitare gli sprechi, utilizzare materiali riciclati, aspirare a una produzione a basso impatto energetico, il settore **sembra in sintonia con quella «tensione**

4 La domanda è stata rivolta solo agli intervistati con più di 30 anni: la popolazione di riferimento (31-75 anni) è di 36.230.744 individui, dato Istat 2011.

5 Giovani (15-30 anni): 10.288.161, dato Istat 2011.

all'immateriale» che, inconsapevolmente, **caratterizza la generazione dei più giovani** (avendo, quindi, qualche chance di «fare breccia» sulla loro attuale inerzia nei confronti del tema).

Un miglioramento è percepito anche nel **settore dei servizi di trasporto**, sebbene in maniera inferiore rispetto agli altri due (tech e design). Nonostante l'evoluzione del segmento verso una maggiore attenzione per l'ambiente sia stata evidente e venga riconosciuta dal 57% degli intervistati, un quarto di Italiani (22%) si dimostra critica verso il settore. È evidente che il comparto dei trasporti abbia cavalcato negli anni recenti il trend ecologico, comunicandolo in maniera ampia ed efficace, restano tuttavia aperte due questioni che non convincono del tutto gli Italiani: l'incremento dei prezzi, che fa percepire agli intervistati un'inefficienza del settore, e l'incremento nell'utilizzo di mezzi ad alto tasso di inquinamento, come gli aerei, che genera qualche perplessità.

Nuovi trend di acquisto

Si stanno manifestando nuovi stili di acquisto e consumo: un terzo degli intervistati, **circa 15 milioni di individui sul totale degli Italiani**, dichiara di comprare, sempre o spesso, prodotti direttamente dai produttori agricoli e a km zero, prediligendo la filiera corta che ben si associa a stili di vita più sostenibili. Un quarto, circa **11 milioni**, acquista da agricoltura biologica, solo il 13%, invece, si dichiara pronto a comprare prodotti del mercato equo-solidale.

I 5 atteggiamenti degli Italiani in materia di ambiente

La ricerca delinea anche cinque comportamenti tipo tra gli Italiani in materia di sensibilità ambientale: complessivamente, sono circa 35 milioni gli Italiani green, sebbene con sfumature diverse.

Al primo posto per "virtù ambientaliste" troviamo gli **Eco-Tech (circa 7 milioni di persone, il 16% del campione)**, giovani sociali e sensibili di età compresa tra i **25 e i 40 anni**, che si caratterizzano per l'armonia tra **anima tech e anima ambientalista**. Sono scrupolosi nel non danneggiare l'ambiente e attenti ad adottare atteggiamenti che favoriscano persone e territorio: si impegnano nel fare una raccolta differenziata di qualità e acquistano prodotti biologici. Amano la tecnologia, centrale nelle loro vite, che rappresenta anche un mezzo per contribuire alla salute dell'ambiente: sono molti infatti a possedere la bici, l'e-book, i pannelli solari e anche il riduttore del flusso d'acqua, oltre ad essere tra i più propensi all'acquisto di un'auto elettrica.

Abbiamo poi **i Sostenibili** che rappresentano **il 17% della popolazione tra 15 e 75 anni (circa 8 milioni)**. Sono attenti all'ambiente, cui guardano con una certa apprensione e, testimoni della ribellione della natura ai soprusi dell'uomo, cercano di contribuire a ristabilire gli equilibri, adottando piccole accortezze quotidiane per "proteggere" l'ambiente: **meticolosi nella raccolta differenziata**, incentivano atteggiamenti virtuosi nei consumi e soprattutto nell'acquisto dei prodotti a minor impatto sull'ambiente. Centrali, per loro, le problematiche sociali.

Troviamo quindi i **Non (for) Profit** (circa 9 milioni di Italiani, 20% del campione). Hanno un atteggiamento ecologico nel senso canonico del termine, mantenendo una sorta di equilibrio tra attenzione ai consumi e atteggiamento virtuoso negli acquisti, cercando di assecondare anche gli acquisti sostenibili. Sono per lo più gli attivisti del terzo settore, persone felici ma che non nascondono una certa preoccupazione per i danni inflitti dall'uomo alla natura; ritengono che, a oggi, sono soprattutto le associazioni del mondo non profit a farsi carico di sensibilizzare la popolazione sul tema ambientale.

Abbiamo quindi i **Retrò** (circa 11 milioni di persone, il 23% della popolazione) che rappresentano principalmente la **fascia più matura della popolazione (50 anni e più)**. Questo gruppo ha cura dell'ambiente e cerca di attuare atteggiamenti virtuosi nello svolgimento delle mansioni quotidiane, purché si rimanga nel confine delle consuetudini condivise dalla maggioranza della comunità. Sono più tristi rispetto a 15 anni fa, e la difficoltà a valorizzare i cambiamenti li rende più pessimisti riguardo al futuro.

E poi ci sono gli **Indifferenti**, circa 11 milioni di Italiani, il 24% del campione. Hanno un atteggiamento scolastico verso l'ambiente: conoscono la teoria ma sono svogliati nella pratica. Concordano nella necessità di una maggior attenzione per l'ambiente ma poi dimostrano scarsa attenzione; sono, per esempio, i più distratti nel fare la raccolta differenziata. Si tratta delle persone meno consapevoli dei cambiamenti intervenuti in Italia negli ultimi 15 anni, con un atteggiamento a tratti distaccato e disinteressato rispetto al mondo.

CONAI è il consorzio privato senza fini di lucro costituito da oltre 1.400.000 aziende produttrici e utilizzatrici di imballaggi che ha la finalità di perseguire gli obiettivi di legge di recupero e riciclo dei materiali di imballaggio. Il Sistema Consortile costituisce in Italia un modello di gestione da parte dei privati di un interesse di natura pubblica: la tutela ambientale, in un'ottica di responsabilità condivisa tra imprese, pubblica amministrazione e cittadini, che va dalla produzione dell'imballaggio alla gestione del fine vita dello stesso. In 15 anni di attività ha garantito il recupero del 73,7% dei rifiuti di imballaggio immessi al consumo: il 64,4% è stato riciclato e la restante parte avviata a recupero energetico. Dal 1997 ad oggi il recupero complessivo è cresciuto del 140%.

Per maggiori informazioni:

CONAI

Chiara Morbidini
02 54044264 – 334 3717681
morbidini@conai.org

Hill+Knowlton Strategies

Federica Petra Colombo
02 3191.4269
federica.colombo@hkstrategies.com

Giulia Camilla Wagner
02 3191.4287
giulia.wagner@hkstrategies.com