



MOPAmbiente VII rapporto sintesi dei principali risultati

Roma, 27 marzo 2012

Premessa

1

A partire dal 2003, RISL (società di Relazioni Istituzionali e Studi Legislativi) ha avviato MOPAmbiente, progetto di monitoraggio delle opinioni degli italiani sui principali temi di rilevanza ambientale.

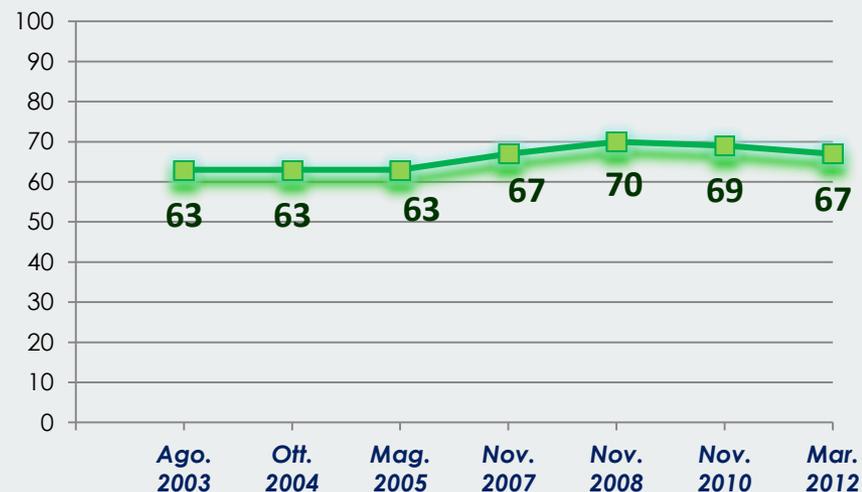
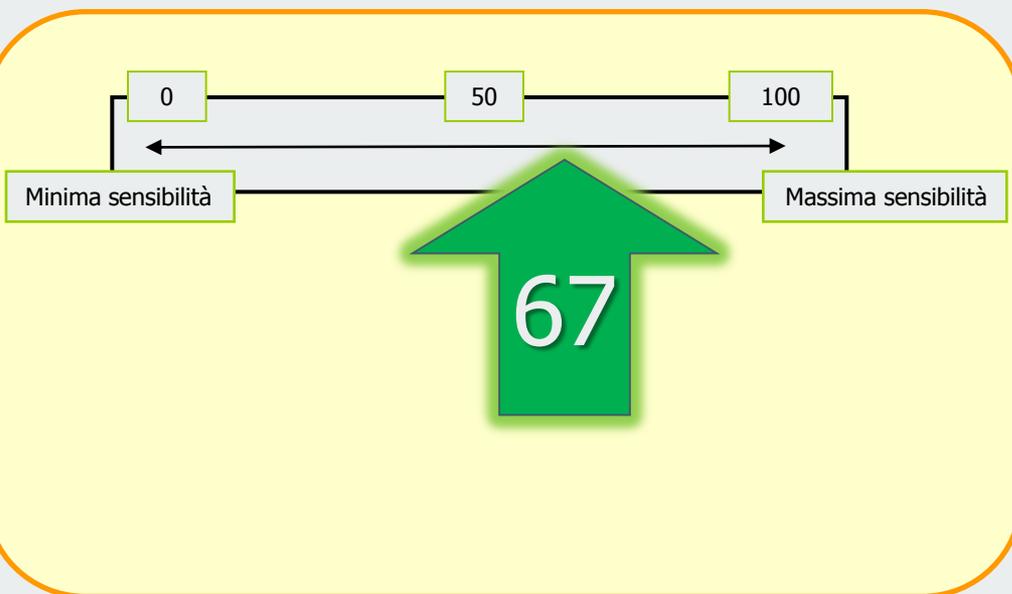
Di seguito sono illustrati i risultati provenienti dalla 7° rilevazione condotta da GfK Eurisko ad inizio marzo 2012.

Tali evidenze sono integrate con indicazioni di ricerca provenienti da altri database di proprietà di GfK Eurisko.

L'indice di sensibilità ambientale

2

- La VII rilevazione condotta nel marzo 2012 conferma **l'elevata attenzione alle tematiche ambientali dell'opinione pubblica italiana**: l'indice di sensibilità ambientale si attesta a quota 67 (su scala 0-100)*.
- In termini tendenziali si osserva una leggera flessione rispetto al massimo del 2008.

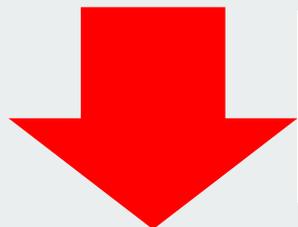


* L'indice di sensibilità: è un indicatore su scala 0-100, che sintetizza le risposte alle quattro domande relative a: propensione ad informarsi e discutere di tematiche ambientali, percezioni della propria attenzione all'ambiente e del contributo del comportamento dei singoli alla riduzione dell'inquinamento - per informazioni più dettagliate cfr. appendice.

L'indice di sensibilità ambientale

3

- Scomponendo il dato si osserva un'interessante doppia dinamica



diminuisce la quota di italiani che parlano, leggono articoli/seguono programmi che trattano temi ambientali

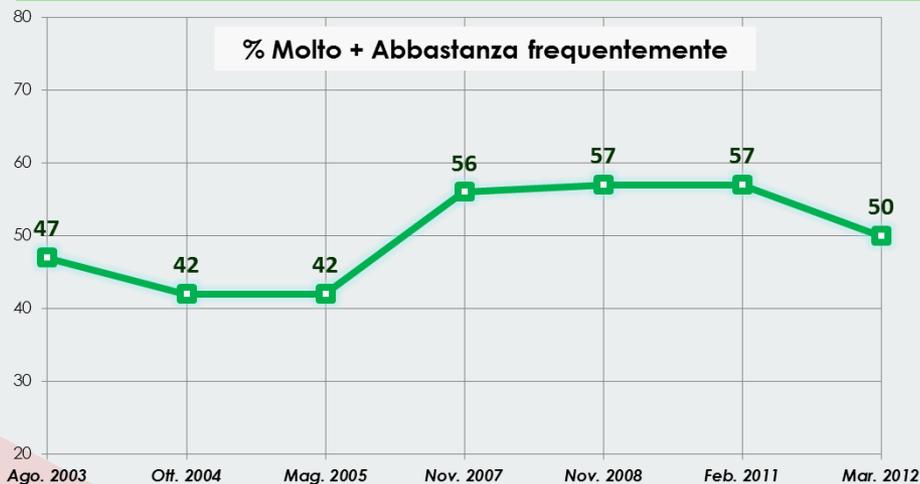


cresce la sensibilità individuale e la convinzione di poter contribuire anche come singoli cittadini alla riduzione dell'inquinamento

L'informazione e i discorsi sull'ambiente

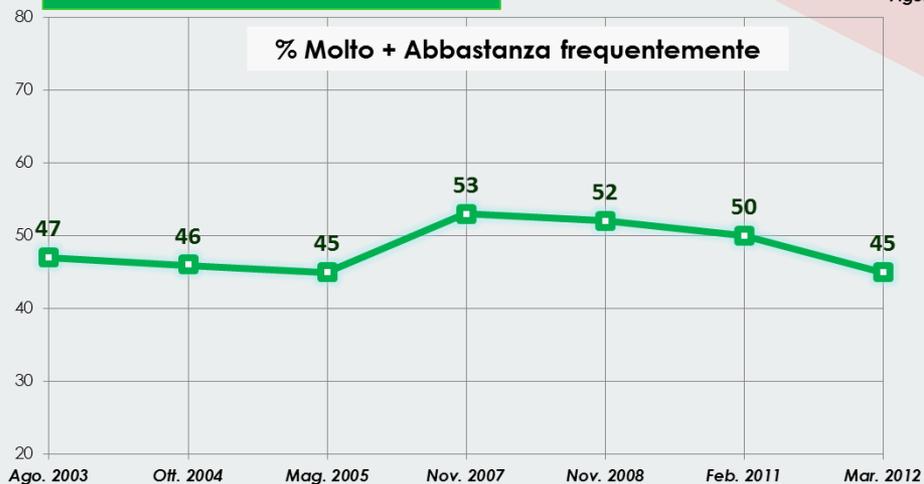
4

Legge articoli/guarda programmi che parlano di ambiente...



Parla di ambiente...

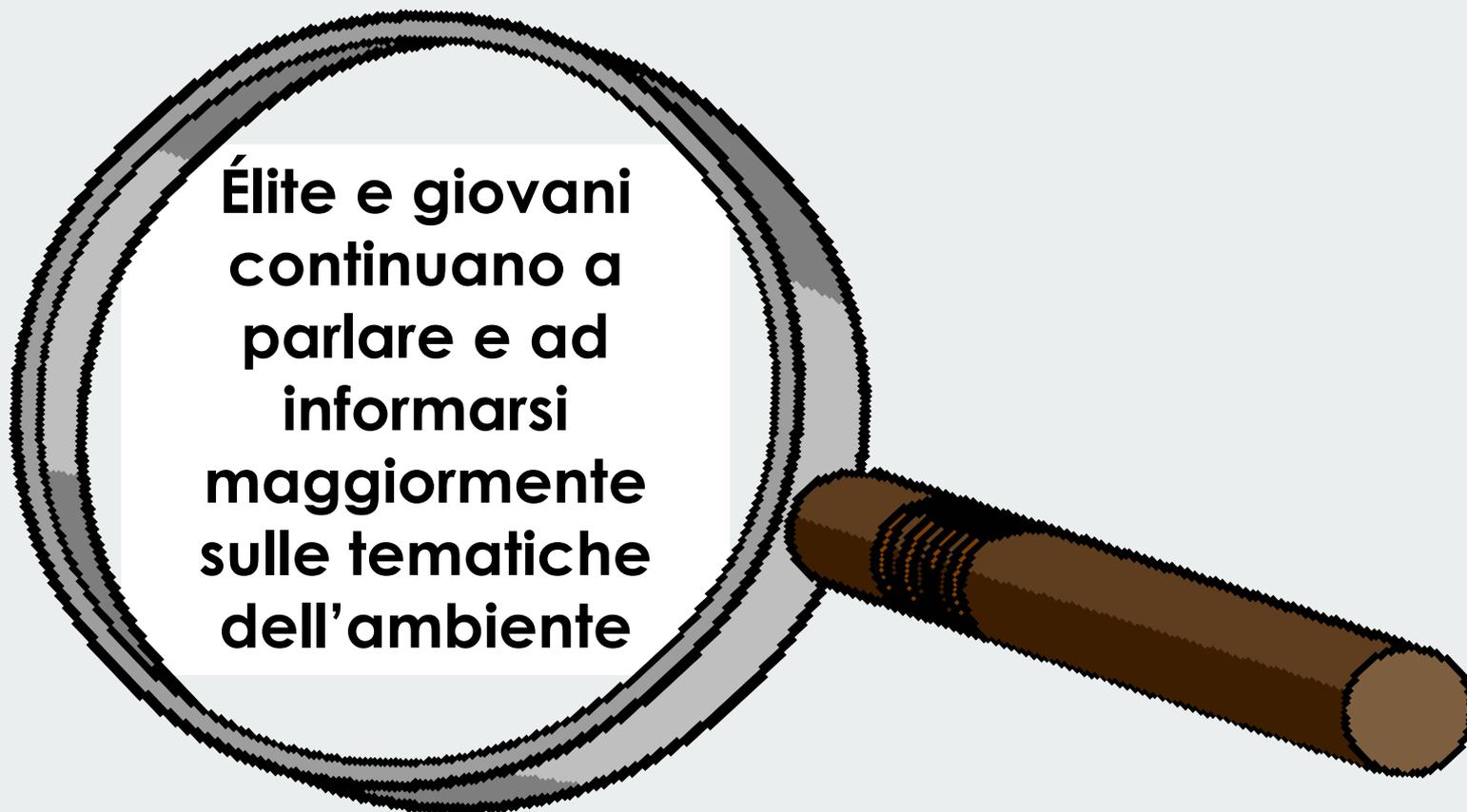
% Molto + Abbastanza frequentemente



diminuisce la quota di italiani che parlano, leggono articoli/seguono programmi che trattano temi ambientali

L'informazione e i discorsi sull'ambiente: analisi sociodemografica

5



Le responsabilità dell'individuo

6

È attento all'ambiente...



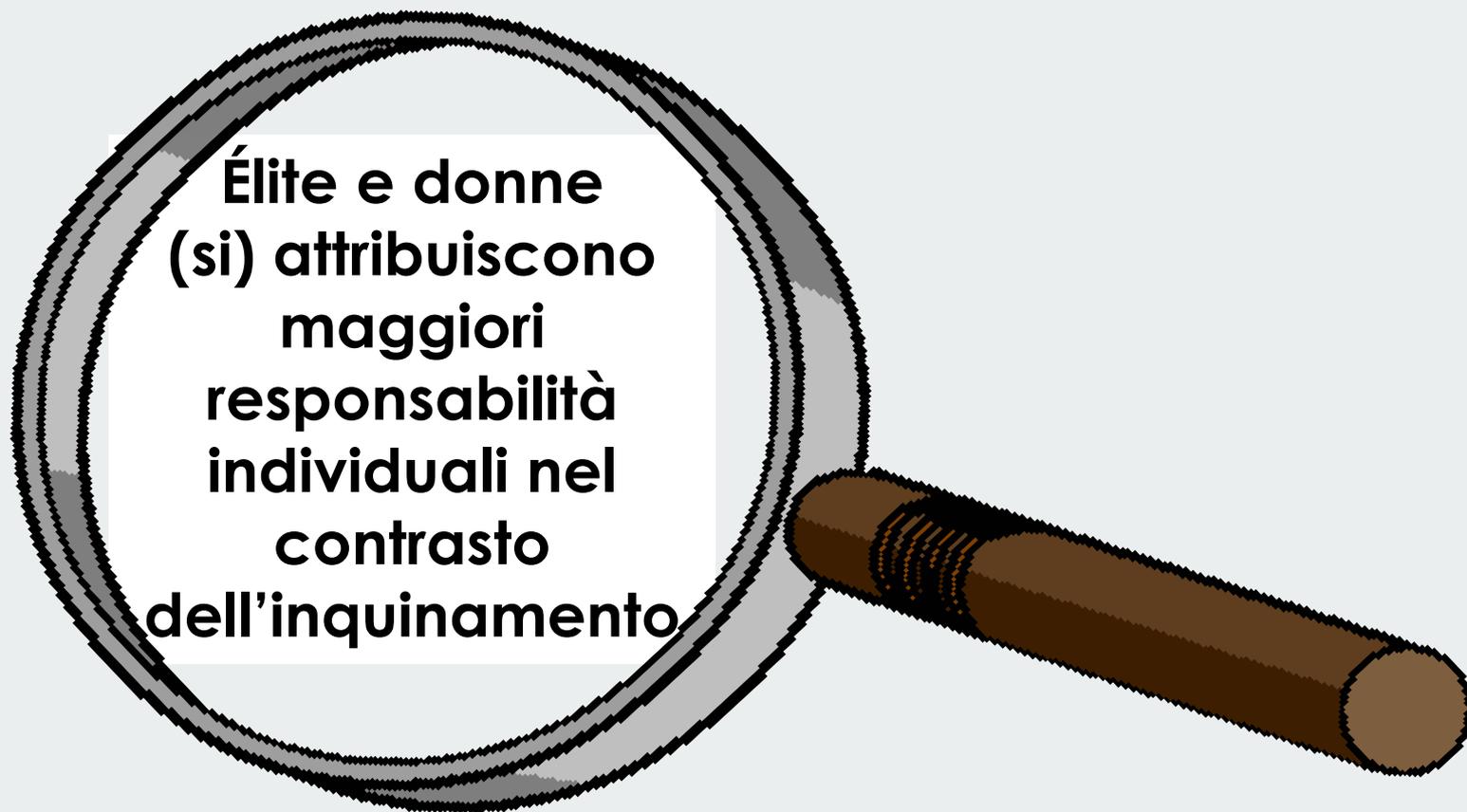
cresce la sensibilità individuale e la convinzione di poter contribuire anche come singoli cittadini alla riduzione dell'inquinamento

Ogni persona può contribuire a ridurre l'inquinamento...



Le responsabilità dell'individuo: analisi sociodemografica

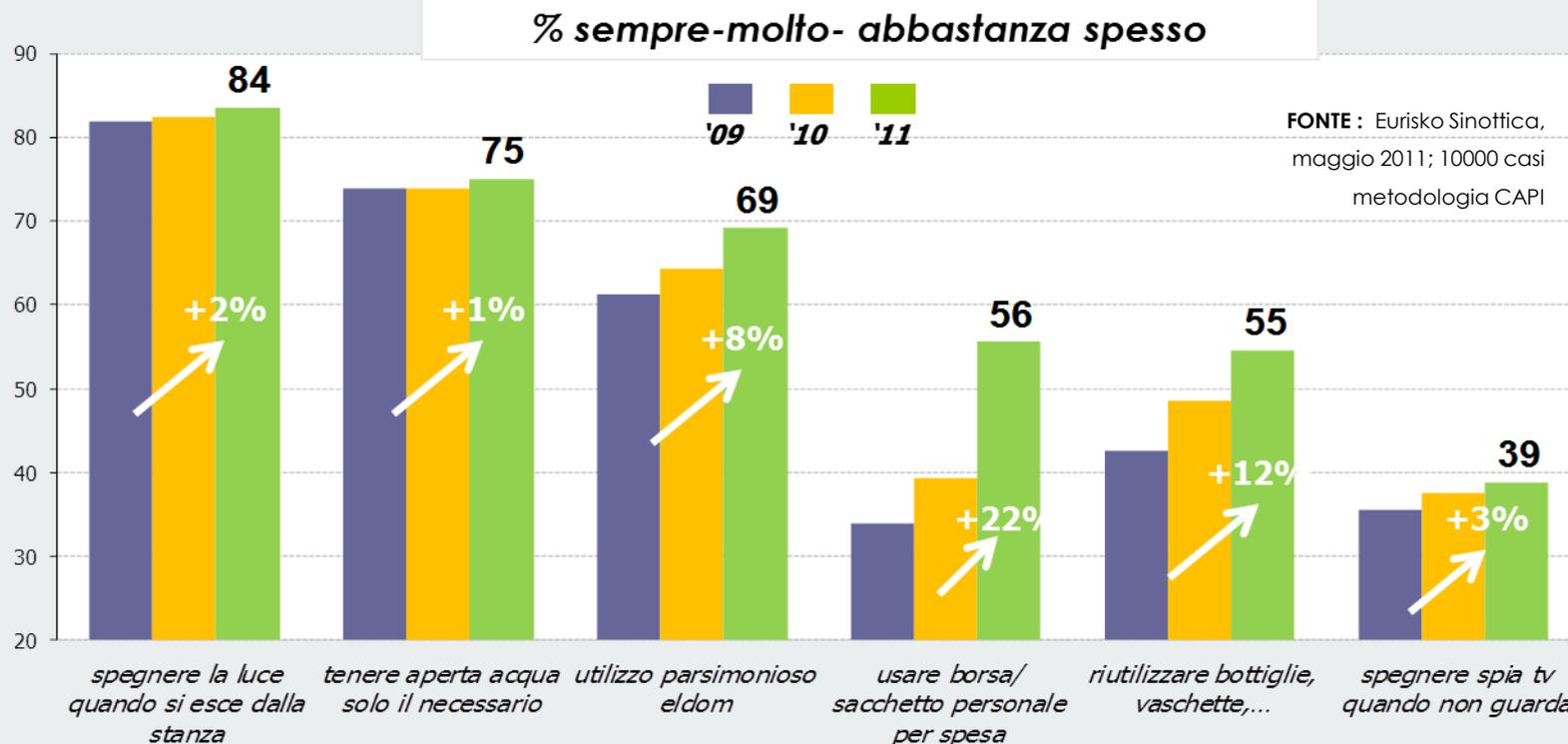
7



La diffusione dei comportamenti virtuosi

- Coerentemente con la **diffusa consapevolezza di autoefficacia** (posso e devo far qualcosa in prima persona a favore dell'ambiente) gli italiani dichiarano il proprio impegno nei confronti dell'ambiente a partire dall'attenzione quotidiana nel ridurre gli sprechi.

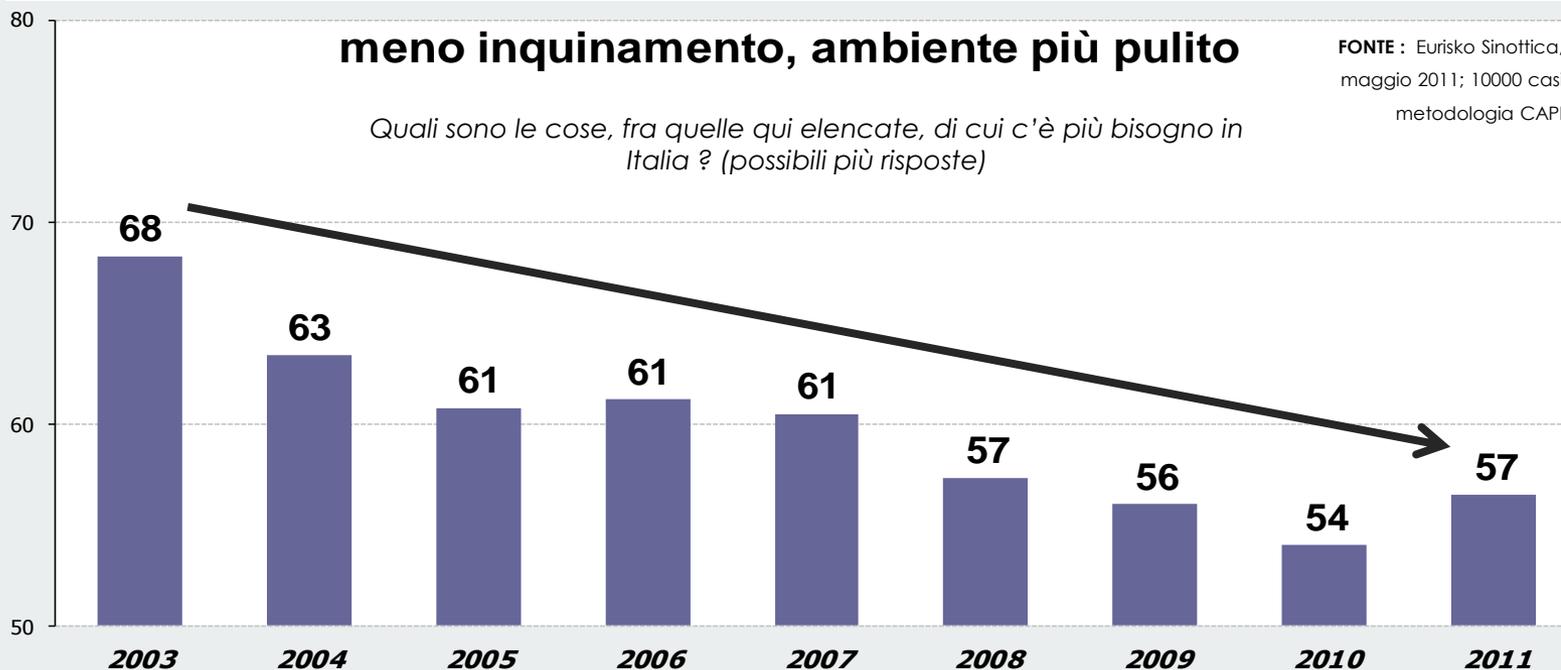
8



- In tempi di crisi, la diffusione di tali comportamenti virtuosi appare oltre che «giusta» anche **conveniente**, e accomuna tanto le élites quanto i segmenti con meno risorse economiche e culturali.

Le responsabilità della politica: la lotta all'inquinamento nell'agenda politica dei cittadini

- Allargando lo sguardo dalle responsabilità individuali alle responsabilità della politica, si osserva
 - ✓ la rilevanza «politica» attribuita dai cittadini alla lotta all'inquinamento (priorità dell'agenda politica per la maggioranza degli italiani)...
 - ✓ che in termini tendenziali, tuttavia, registra una perdita di centralità significativa e progressiva.

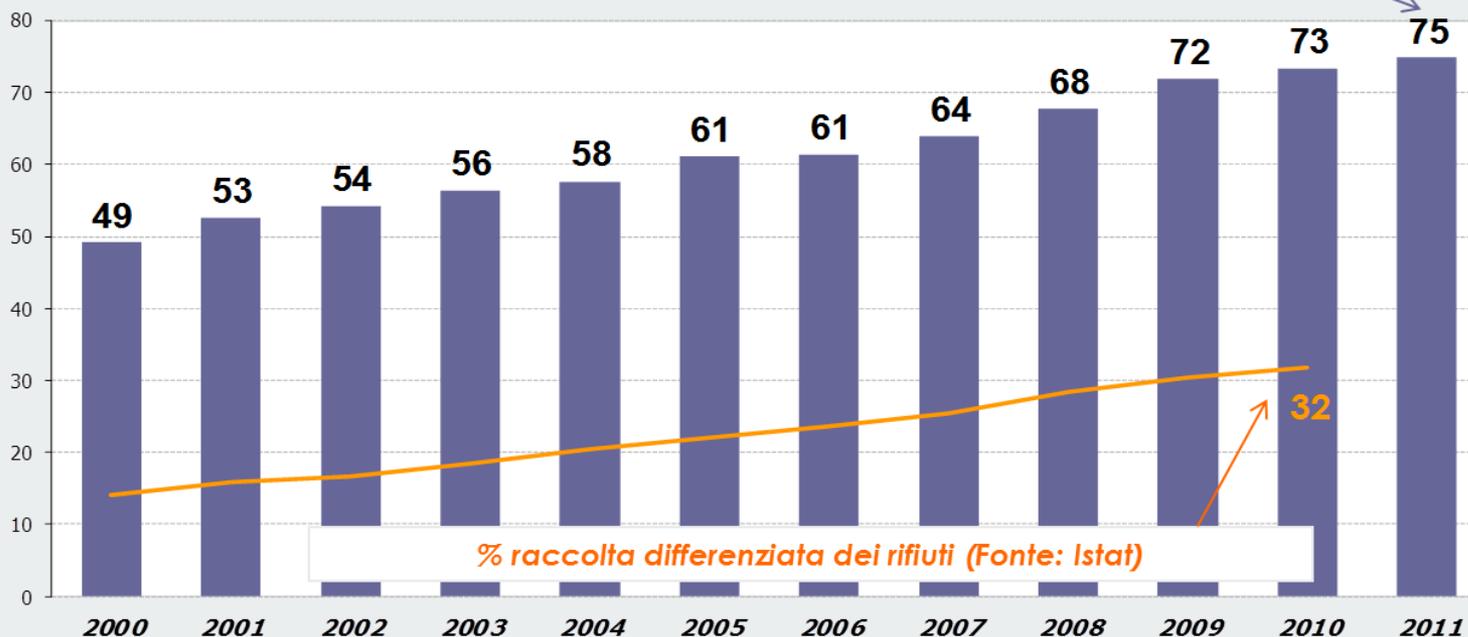


* Da verificare nel tempo il parziale rimbalzo registrato nel 2011, probabile effetto dell'emergenza nucleare di Fukushima

Una nota sulle responsabilità della politica: la raccolta differenziata

- Al di là di quanto espresso dai cittadini in ogni caso, i ricercatori GfK Eurisko ritengono significativo sottolineare la rilevanza del supporto della politica.
- A titolo di esempio dell'importanza dell'azione di «facilitazione» della politica si osservi il dato della progressiva diffusione della raccolta differenziata in Italia, in corrispondenza con una precisa e determinata azione normativa.

% cittadini che fanno raccolta differenziata (Fonte: Eurisko Sinottica)



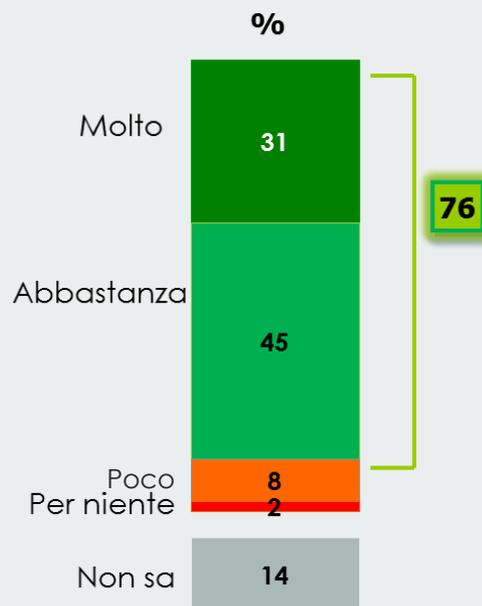
La raccolta differenziata, l'esempio del cambio dell' olio lubrificante

- I comportamenti virtuosi in termini di raccolta differenziata concretizzano, come già detto, diffusi orientamenti di attenzione alla sostenibilità ambientale: con particolare riferimento al cambio dell'olio lubrificante dei motori segnaliamo, ad esempio, l'allarme degli italiani per la pratica di NON effettuare il cambio nelle stazioni di servizio attrezzate.

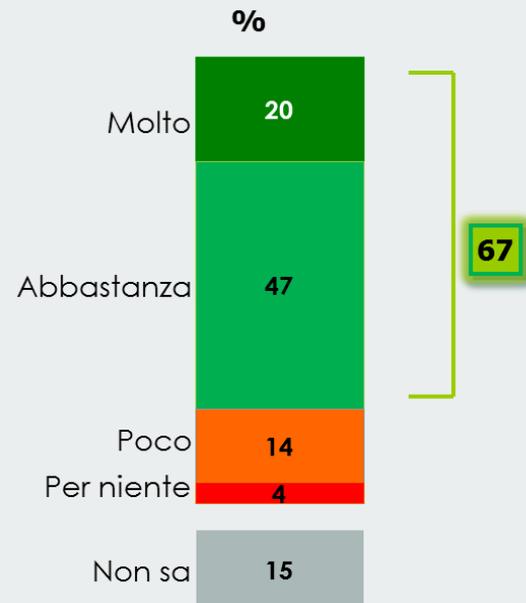
11

*I pericoli per ambiente e salute del cambio dell'Olio Lubrificante **non effettuato alla stazione di servizio***

E' pericoloso per l'ambiente



E' pericoloso per il cittadino

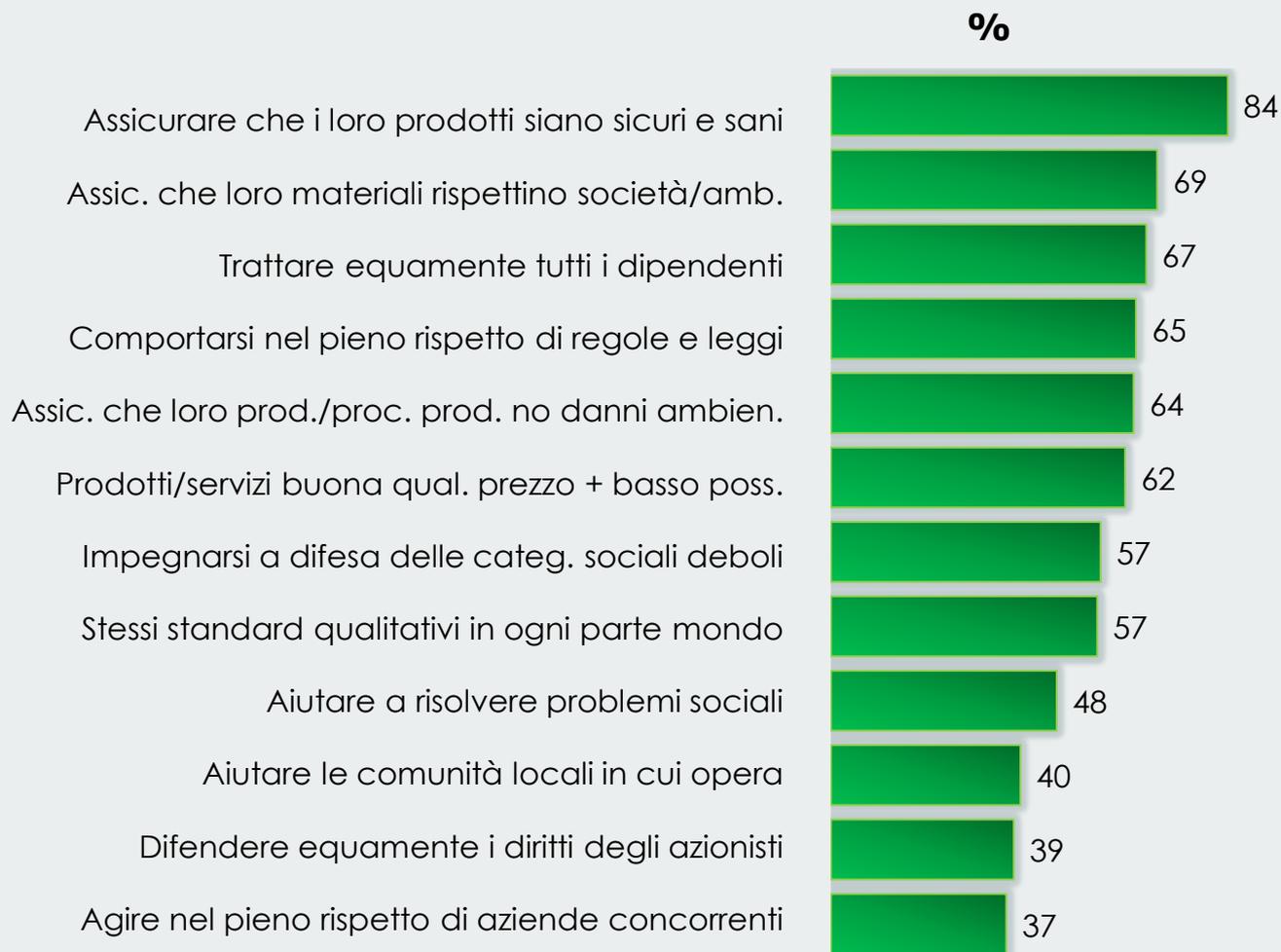


Le responsabilità delle imprese: le aspettative **ELEVATE** dei cittadini-consumatori

12

- Le aspettative nei confronti della responsabilità di impresa appaiono elevate articolate e in forte crescita.
- Alle aziende è richiesto
 - ✓ in primo luogo il rispetto della SALUTE DEI CITTADINI;
 - ✓ molto importante risulta anche il rispetto per L'AMBIENTE e la SOCIETÀ nel suo complesso...
 - ✓ per i propri DIPENDENTI...
 - ✓ per le LEGGI ...
 - ✓ e il rispetto dei CONSUMATORI (qualità dei prodotti);
 - ✓ meno rilevanti appaiono invece agli occhi dei consumatori le esigenze del MERCATO (azionisti e imprese).

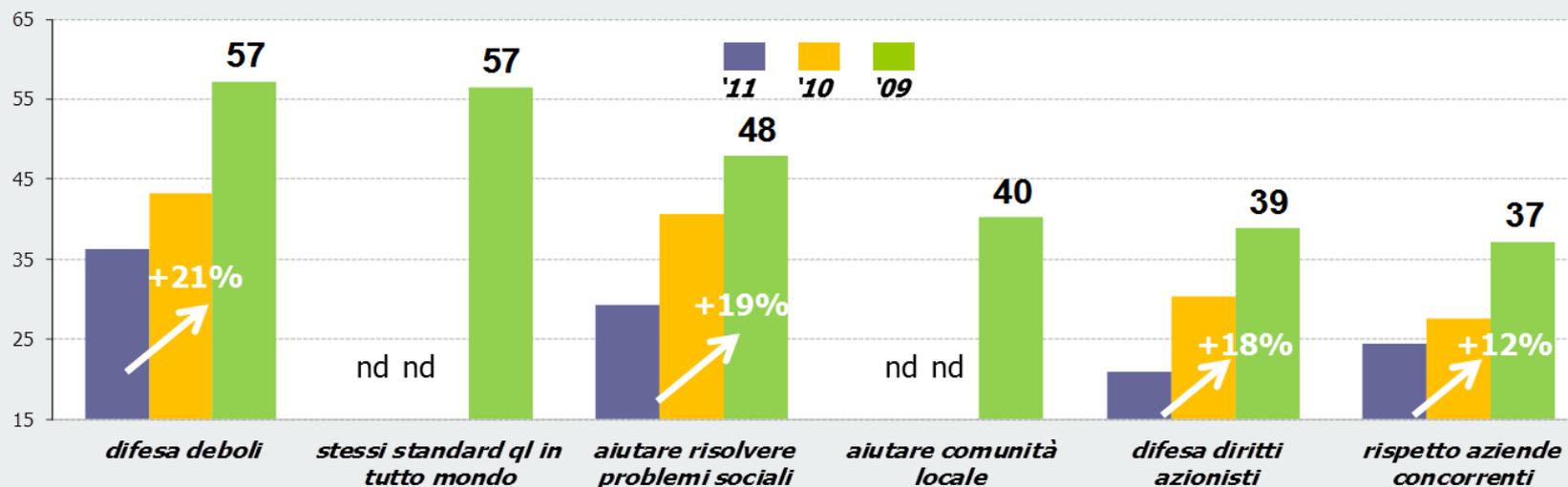
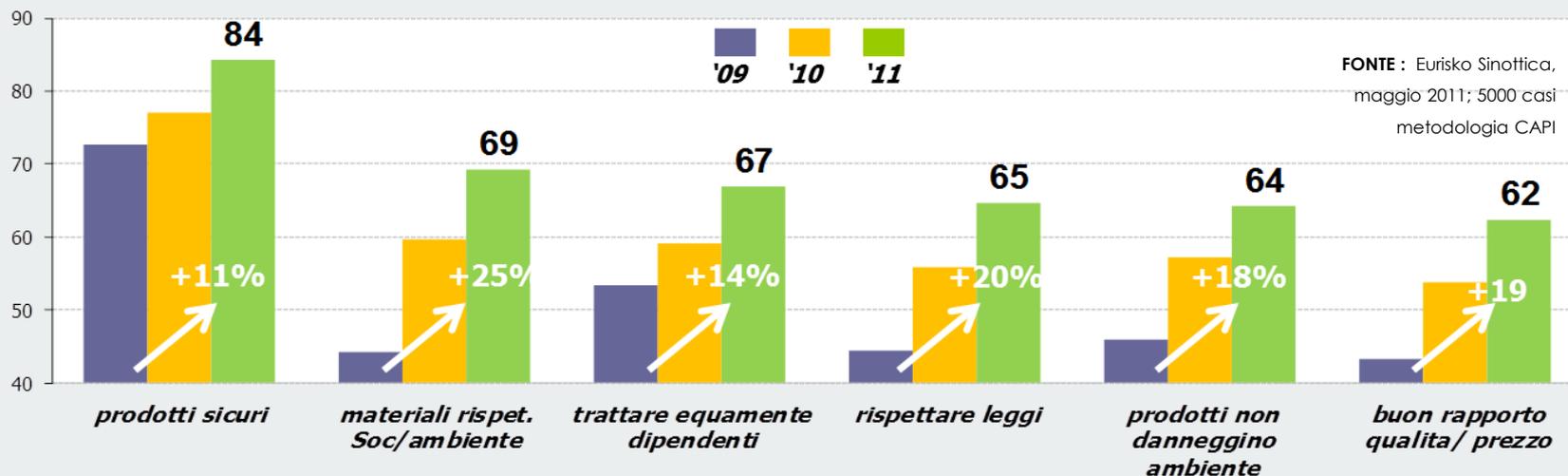
Le responsabilità delle imprese: le aspettative ELEVATE dei cittadini-consumatori



FONTE : Eurisko Sinottica,
maggio 2011; 5000 casi
metodologia CAPI

Le responsabilità delle imprese: le aspettative CRESCENTI dei cittadini-consumatori

14

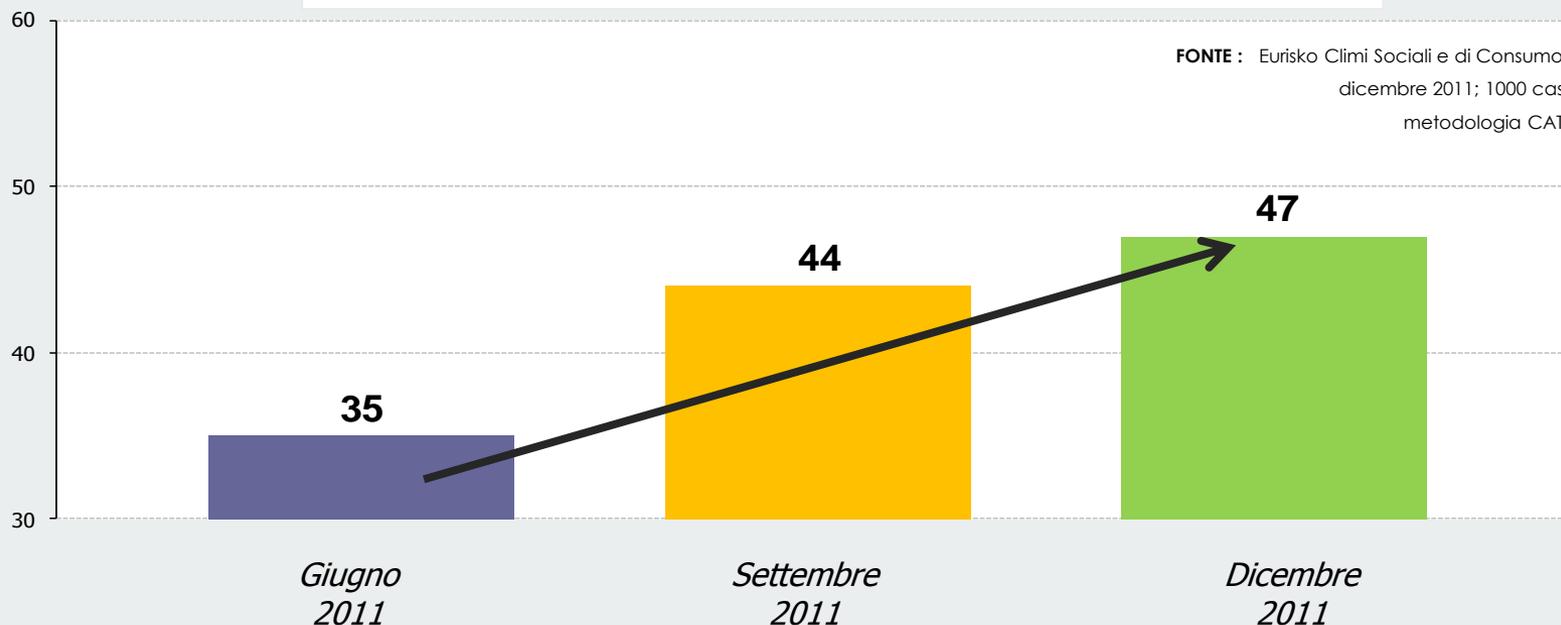


La sostenibilità un valore che crea – sempre più - valore

15

- Le maggiori aspettative dei consumatori nei confronti della responsabilità di impresa, si accompagnano infine ad una **sempre più significativa importanza della sostenibilità nelle scelte di acquisto.**

% NON HANNO ACQUISTATO prodotti perché poco responsabili dal punto di vista ambientale e sociale



Alcune note di sintesi

16

La crisi agisce in **due direzioni potenzialmente opposte** sulla sensibilità ambientale degli italiani:

- **da un lato schiaccia le sensibilità di tipo valoriale** verso l'ambiente sotto il peso di una crescente centratura su aspetti di economia e gestione del denaro;
- ma **dall'altro, proprio la priorità economica induce le persone ad una riflessione più concreta sulle forme** del risparmio e della **salvaguardia**, anche in **materia di ambiente**, energia, etc..

Alcune note di sintesi

L'ambiente è dunque una delle aree sulle quali il desiderio e le strategie di saving, riuso, moderazione nel consumo – i paradigmi indotti dalla crisi, appunto - scaricano potentemente e creano non solo idee ma anche comportamenti concreti delle persone.

L'Italia diventa dunque più Eco: ovvero più attenta e concreta sui versanti dell'eco-nomia e dell'eco-logia.

Non è sempre la via più elegante, arrivare ad una consapevolezza attraverso la crisi, non lo è quasi mai. In questo senso la «spinta gentile» è stata più uno strattone sgarbato indotto dalla crisi. **Ma funziona.** Funziona e crea sensibilità socio-politica sul tema delle strategie concrete e sostenibili. **Una sensibilità attivabile con una certa facilità, a patto di calare la narrazione nel concreto:** nel risparmio, nel rifiuto dello spreco, nel più ampio progetto di ripresa del Paese, che gli italiani si aspettano e son pronti a supportare.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE