



# SUMMARY REPORT MOPAmbiente

## I principali risultati della ricerca

### VI Rapporto

---

Periodo di rilevazione: 3 – 9 Novembre 2010

Metodologia: CATI; campione n=1000 casi, rappresentativo degli italiani dai 18 anni in su



# Premessa

1

A partire dal 2003, RISL (società di Relazioni Istituzionali e Studi Legislativi), con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio, ha avviato MOPAmbiente, progetto di monitoraggio delle opinioni degli italiani sui principali temi di rilevanza ambientale.

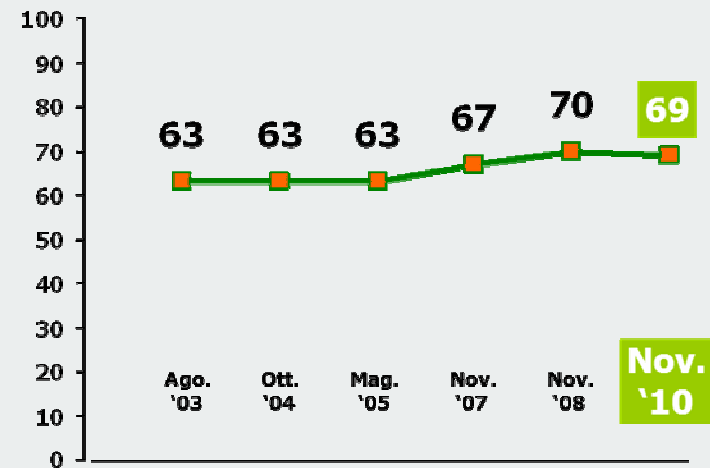
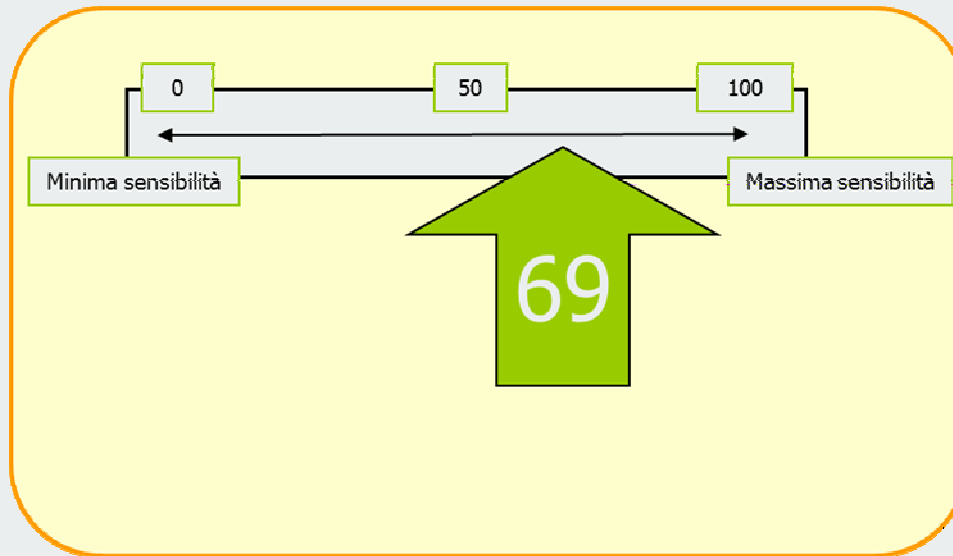
Di seguito sono presentati i risultati della 6° rilevazione condotta da GfK-Eurisko

# L'indice di sensibilità ambientale

□ La VI rilevazione condotta nel Novembre 2010 conferma l'elevata attenzione alle tematiche ambientali dell'opinione pubblica italiana

→ l'indice di sensibilità ambientale si attesta a quota 69 (su scala 0-100)\*, confermandosi sui livelli massimi dall'inizio del monitor (2003).

## Indice di sensibilità ambientale



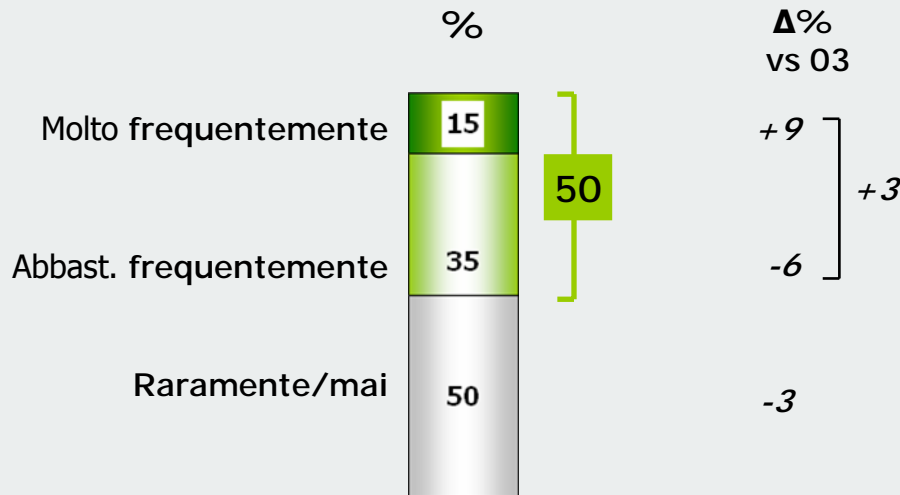
\*L'indice di sensibilità: è un indicatore su scala 0-100, che sintetizza le risposte alle quattro domande relative a: propensione ad informarsi e discutere di tematiche ambientali, percezioni della propria attenzione all'ambiente e del contributo del comportamento dei singoli alla riduzione dell'inquinamento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

# L'indice di sensibilità ambientale

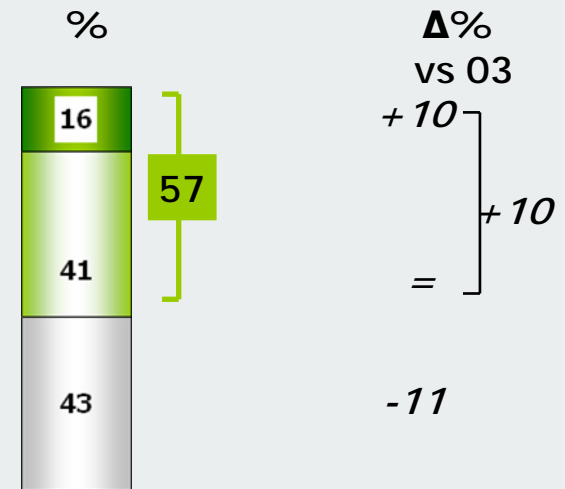
- segue -

- La metà circa degli italiani parla e si informa frequentemente di tematiche ambientali
- Il confronto con la prima rilevazione (2003) evidenzia una crescita:
  - ✓ «estensionale» (=maggior diffusione) con riferimento all'informazione ambientale
  - ✓ «intensionale» (= % molto frequente) per entrambi gli indicatori

## Parla di ambiente



## Legge/guarda servizi su ambiente

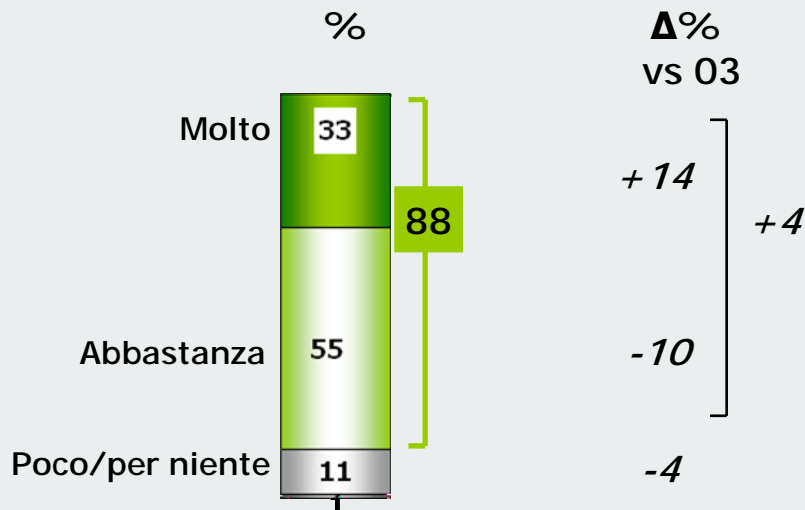


# L'indice di sensibilità ambientale

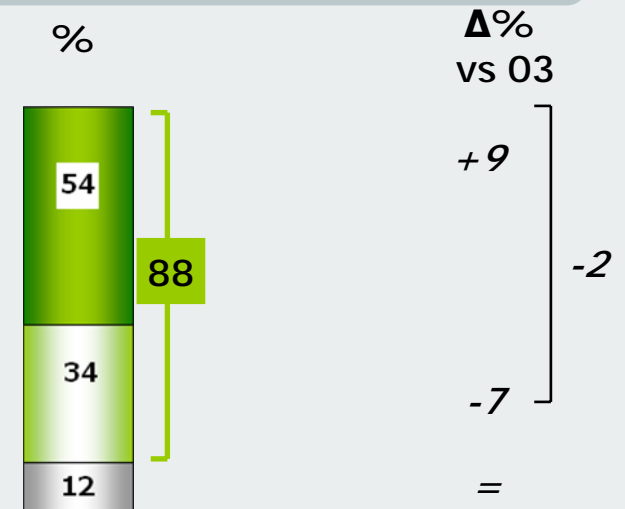
- segue -

- Molto elevati risultano i livelli di coinvolgimento personale sul tema dell'ambiente
  - ✓ sia con riferimento all'attenzione personale
  - ✓ sia con riferimento all'autoefficacia (consapevolezza del contributo individuale per ridurre l'inquinamento)
- Si registra anche in questi ambiti una significativa crescita «intensionale» (%molto)

## È attento all'ambiente



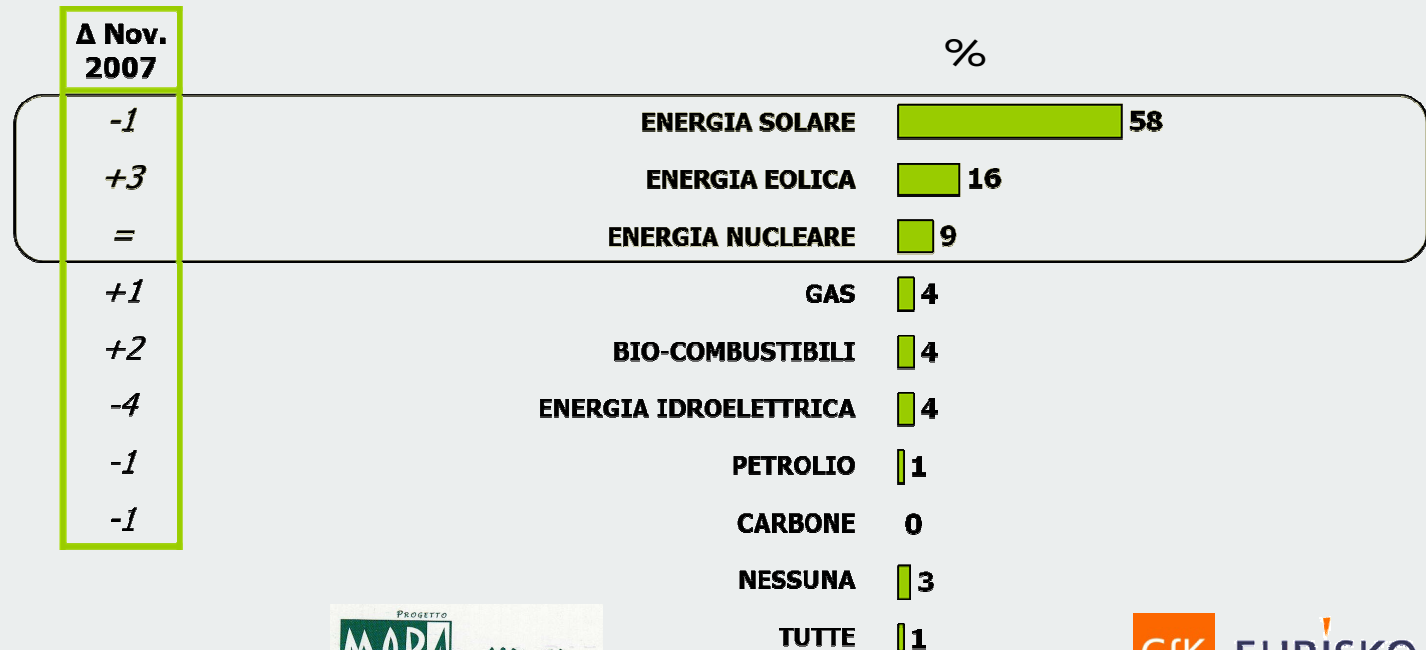
## Efficacia contributo individuo per ridurre inquinamento



# Le fonti da incentivare per ridurre l'inquinamento

- ❑ Gli italiani indicano l'energia solare come fonte di energia da incentivare prioritariamente per la tutela l'ambiente (in questo senso risponde più della metà degli intervistati);
- ❑ significative minoranze esprimono preferenze anche per l'energia eolica e quella nucleare

*Per ridurre l'inquinamento le istituzioni dovrebbero incentivare...*



# Le fonti di energia rinnovabile

6

- Un'ampia e crescente maggioranza di italiani individua nel basso impatto ambientale la caratteristica qualificante delle fonti di energia rinnovabile:
  - ✓ il 65% riconosce come fonti rinnovabili quelle che non inquinano l'ambiente,
  - ✓ il 20% quelle che non esauriscono.

*Le fonti di energia rinnovabili sono...*



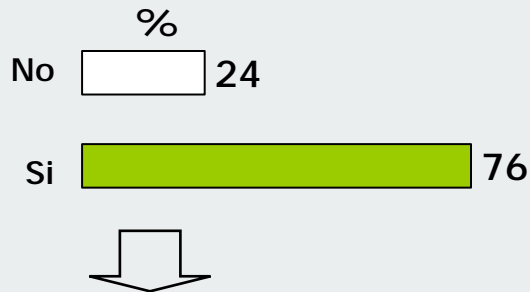
# Le fonti di energia rinnovabile

- segue -

Le fonti di energia rinnovabile esercitano sugli italiani un richiamo significativo; infatti, nonostante le crescenti difficoltà incontrate dalle famiglie nel comporre il proprio budget in tempi di crisi:

- ❑ 3/4 degli italiani si dichiarano disponibili ad accettare aumenti nelle bollette se finalizzati all'incentivo delle fonti rinnovabili (e quindi al contenimento dell'inquinamento)
- ❑ risulta in crescita la spesa (=aumento della bolletta) che gli italiani accetterebbero a fronte di investimenti e sostegno alle fonti rinnovabili.

*È disposto a pagare di più per incentivare fonti rinnovabili*



*QUANTO è disposto a pagare di più IN UN ANNO*

**MEDIA = 33 €**

**▲ Nov. 2007**

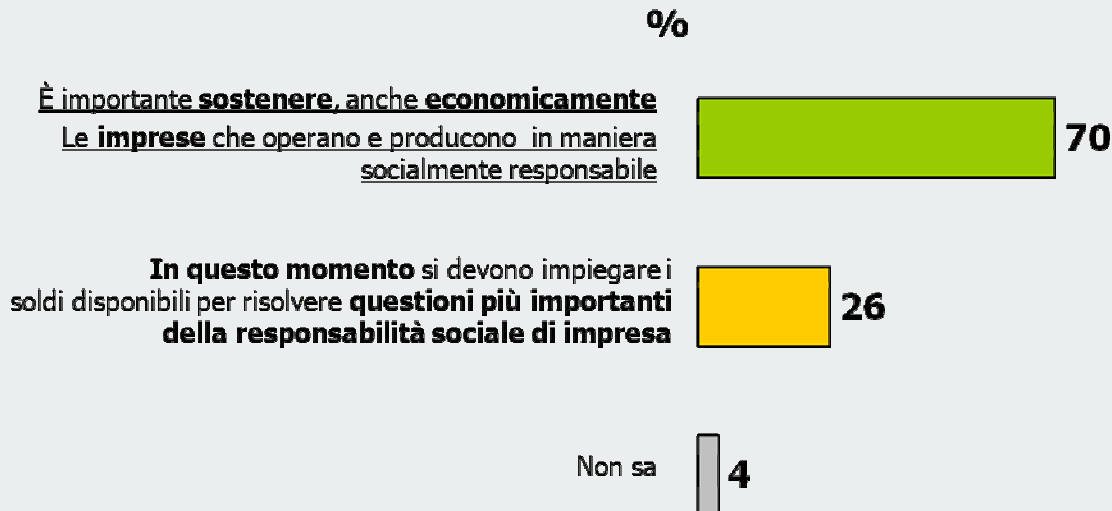
**+ 10 €**



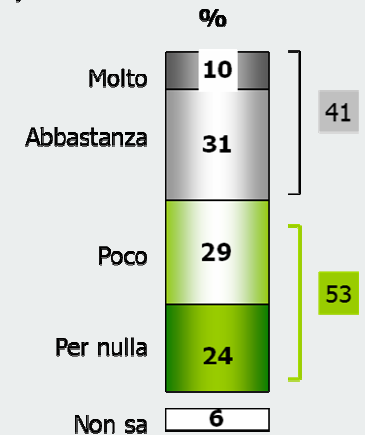
# Responsabilità Sociale: orientamento generale

Ampliamente positivo appare l'orientamento generale verso il tema della responsabilità sociale di impresa:

- gli italiani appaiono largamente favorevoli (70%) al sostegno economico alle imprese che operano e producono in maniera socialmente responsabile;
- minoritaria risulta la convinzione che la responsabilità sociale deprima la capacità competitiva delle aziende.



**Quanto è d'accordo con l'affermazione... per le aziende operare in maniera socialmente responsabile PEGGIORA la competitività.**

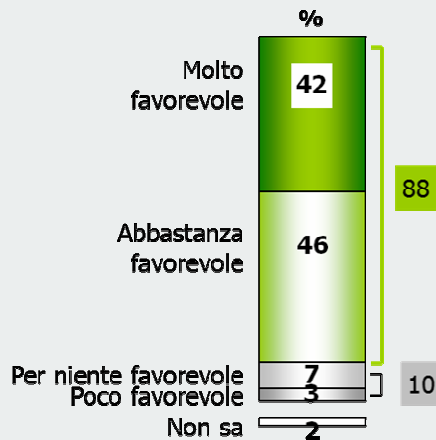


# Orientamenti verso gli interventi a sostegno della responsabilità sociale

- Largo il consenso (88% di favorevoli) all'ipotesi di interventi pubblici a sostegno della responsabilità sociale di impresa, a condizione che non richiedano un innalzamento del livello delle tasse.
- Gli italiani si dichiarano al contrario disponibili (62%) a pagare personalmente di più per beni e servizi prodotti in maniera «responsabile»

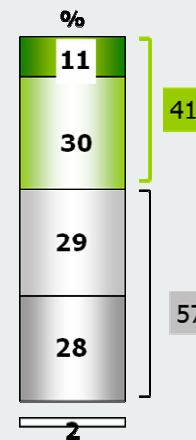
## Sostegno pubblico alla responsabilità sociale di impresa

Importanti istituzioni internazionali (Unione Europea, Ocse,...) hanno chiesto ai governi di intervenire per diffondere/favorire la responsabilità sociale di impresa. In Italia in particolare si discute della possibilità che lo stato o le regioni facciano interventi per favorire la responsabilità sociale. Lei personalmente è favorevole o contrario ad interventi/agevolazioni a favore della responsabilità sociale di impresa



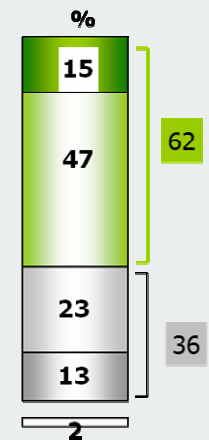
## Disponibilità a pagare più tasse per sostenere imprese «responsabili»

Per poter sostenere le imprese che operano in maniera socialmente responsabile potrebbe essere necessario un (piccolo) aumento delle tasse. In questo caso sarebbe favorevole a interventi a sostegno della responsabilità sociale delle imprese



## Disponibilità a pagare di più per beni /servizi prodotti «responsabilmente»

Sarebbe disposto a pagare un po' di più beni /servizi che sono prodotti in maniera socialmente responsabile



# Le priorità d'azione per le imprese socialmente responsabili

- Agli occhi degli italiani, operare nel rispetto dell'ambiente costituisce il primo imperativo delle aziende socialmente responsabili
- Al di là della tutela dell'ambiente, anche il contributo allo sviluppo dei territori e delle comunità dove si opera e la trasparenza nella comunicazione risultano esigenze necessarie per dare credibilità ed efficacia ai progetti di responsabilità sociale

## Priorità d'azione

*Le leggo ora una lista di comportamenti che un'azienda impegnata nella responsabilità sociale dovrebbe tenere. Mi dica quale dei seguenti comportamenti è il più importante e quale il secondo più importante*

*È più importante...*



Non sa  
Progetto



# Gli incentivi al mercato delle auto elettriche: un approfondimento

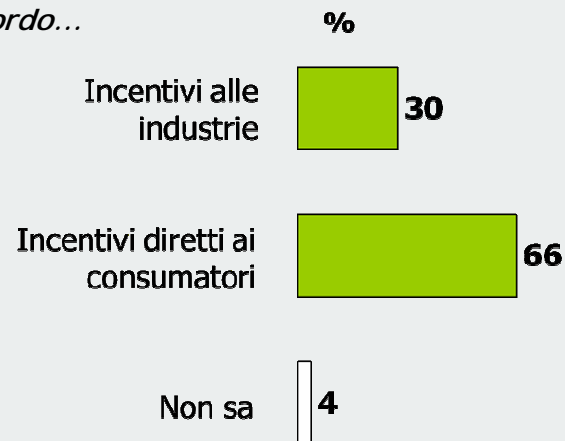
- Per i consumatori il sostegno a mercati innovativi e «verdi» come quelle delle auto elettriche deve passare attraverso trasferimenti/incentivi diretti ai consumatori stessi, piuttosto che essere regolato da incentivi alle industrie.

11

## Preferenze modalità incentivazione mercato auto elettriche

*Si sta discutendo di incentivi al settore delle auto elettriche. Con quale delle due proposte che ora le leggo lei è più d'accordo : a) incentivi alle industrie del settore per il miglioramento/sviluppo di nuove tecnologie; b) incentivi diretti ai consumatori (come quelli previsti per la rottamazione) per ridurre il costo di acquisto e gestione delle auto elettriche*

Con quale proposta lei è più d'accordo...



# In sintesi

12

- ❑ Gli italiani confermano grande interesse e coinvolgimento verso i temi ambientali.
- ❑ Risulta in particolare elevata la percezione di autoefficacia dei cittadini (consapevolezza della rilevanza del contributo individuale per l'innescare di processi virtuosi a garanzia dello sviluppo e della tutela dell'ambiente).
- ❑ La sensibilità ambientale degli italiani si traduce nella disponibilità:
  - ✓ a contribuire in prima persona con aumenti delle bollette a sostegno delle energie rinnovabili
  - ✓ ad acquistare ad un prezzo maggiore beni e servizi se prodotti in maniera sostenibile.
- ❑ Tale assunzione di responsabilità da parte dei consumatori interroga le istituzioni pubbliche e le imprese che intendono operare in maniera sostenibile; i consumatori chiedono di partecipare, scegliere ed essere informati
  - ✓ sia perché mal sopportano decisioni «calate dall'alto»
  - ✓ sia per i timori relativi ad un utilizzo non corretto e poco trasparente dei soldi derivanti da un aumento delle tasse.

## La metodologia della ricerca

# I temi della ricerca

14

## 1. La sensibilità ambientale

- L'indice di sensibilità ambientale
- Quanto si parla di ambiente?
- Quanto ci si informa sulle tematiche ambientali?
- La percezione della propria attenzione per l'ambiente
- La percezione dell'autoefficacia (efficacia del contributo dei singoli) per ridurre i problemi ambientali.

## 2. Le fonti di energia rinnovabile

- Le fonti energetiche da incentivare per la tutela dell'ambiente
- La definizione di fonti di energia rinnovabili
- La disponibilità a sopportare aumenti delle bollette per incentivare le fonti di energia rinnovabili
  
- Notorietà RSI
- Percezione importanza RSI
- 

## 4. Gli impianti di pubblica utilità

- Disponibilità ad accettare la costruzione di impianti di pubbl. utilità nella propria zona

## 5. Auto elettriche

- Gradimento incentivi per mercato auto elettrica

# Metodologia

15

- La rilevazione ⇒
  - ⇒ Interviste telefoniche (sistema CATI – Computer Assisted Telephone Interview)
  - ⇒ Durata dell'intervista: circa 10 minuti
  - ⇒ Intervistatori: n=30, addestrati sul tema di ricerca nel corso di un briefing personale
  - ⇒ Periodo di rilevazione:
    - ✓ 3 – 9 Novembre 2010
  - ⇒ Contatti effettuati:
    - ✓ validi = 1.008
    - ✓ rifiuti = 5.712
    - ✓ altri inutilizzabili = 5.371
    - ✓ totale contatti tentati = 12.091
  
- Lo strumento ⇒
  - ✓ Questionario strutturato
  - ✓ ... concordato con il Committente.