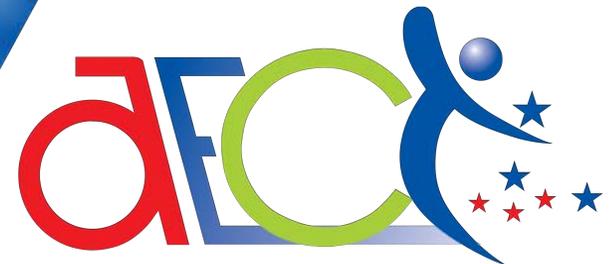




ROMA 07 LUGLIO 2020



ASSOCIAZIONE EUROPEA CONSUMATORI INDIPENDENTI



RISULTATI DELL'INDAGINE
DEMOSCOPICA
**L'ECONOMIA CIRCOLARE
E GLI ITALIANI**

REPORT A CURA DEL
PROF. ROBERTO BALDASSARI

LAB2101
RICERCA - FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGICA

INDICE GENERALE



3

IMPIANTO METODOLOGICO

5

1. ECONOMIA CIRCOLARE:
COMPrensione – CONSAPEVOLEZZA

12

2. ECONOMIA CIRCOLARE:
PRONTI PER IL CAMBIAMENTO?

21

3. ECONOMIA CIRCOLARE:
OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI



IMPIANTO METODOLOGICO



RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

IMPIANTO METODOLOGICO

AUDIENCE:	INTERVISTE VALIDE: 1.078 CAMPIONE: - RAPPRESENTATIVO DELLA POPOLAZIONE ITALIANA ADULTA: GENERE ETA' +15 ANNI; - STRATIFICATO PROPORZIONALMENTE ALLA VARIABILI SOCIODEMOGRAFICHE: GRANDI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE AMPIEZZA CENTRI LIVELLO DI ISTRUZIONE.
METODOLOGIA DI RILEVAZIONE:	ARRUOLAMENTO: CATI - CAWI FIELD: (Call+Re-Call): CATI (fisso) / CAMI (cellulare)
PERIODO DI RILEVAZIONE:	ARRUOLAMENTO: MAGGIO - GIUGNO 2020 FIELD: 09-25 GIUGNO 2020

1. ECONOMIA CIRCOLARE: COMPrensIONE E CONSAPEVOLEZZA



LAB2101
RICERCA - FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGICA

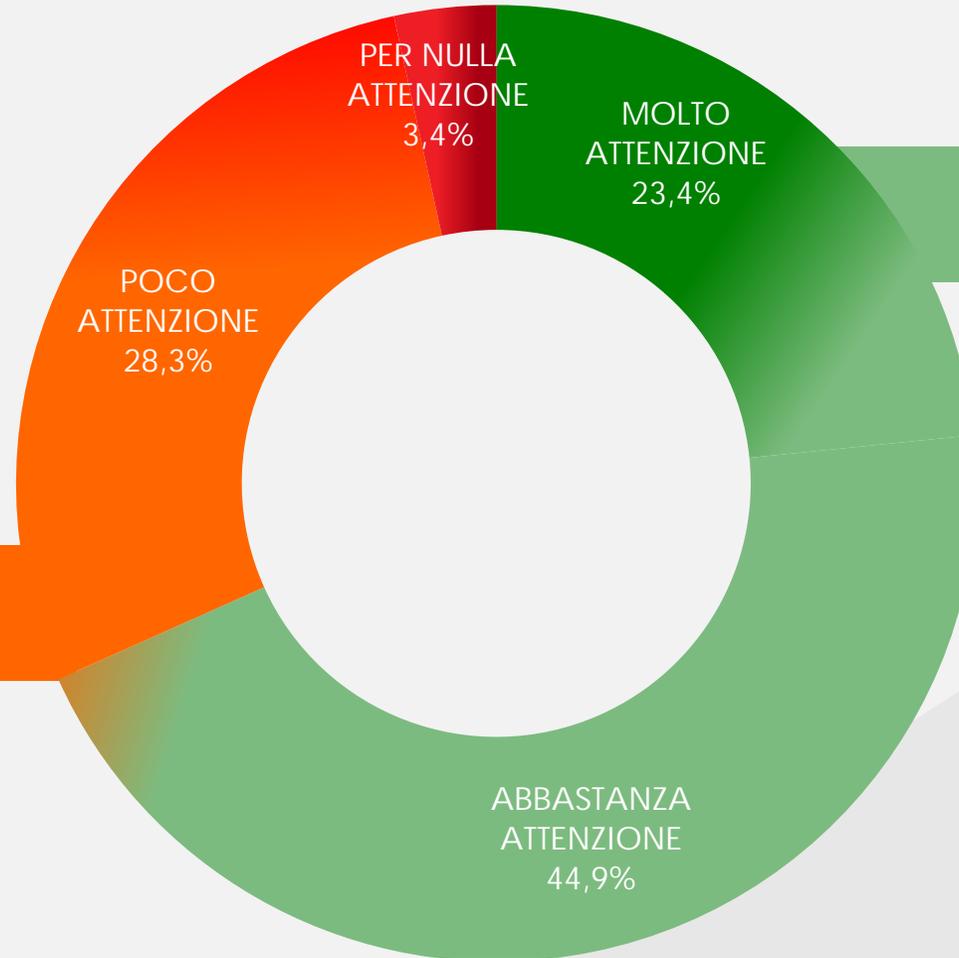
RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

COMPrensione E Consapevolezza

D.1 Generalmente quando ti muovi, mangi o quando acquisti nuovi prodotti quanta attenzione presti alla sostenibilità/impatto sul mondo circostante?



NON FANNO ATTEnzIONE
31,7%



FANNO ATTEnzIONE
68,3%



BASE: TOTALE CAMPIONE - AL NETTO DEI "NON SA, NON RISPONDE"

COMPrensione E Consapevolezza

D.2 Quale tra le seguenti affermazioni secondo te definisce al meglio il concetto di Economia Circolare?

Un modello economico nel quale i residui derivanti dalle attività di produzione e consumo sono reintegrati nel ciclo produttivo secondo una logica di piena rigenerazione delle risorse al fine di ridurre l'impatto umano sull'ambiente

28,3

Un modo nuovo che si rifà a concetti già affermati e utilizzati ordinariamente, come green economy, sviluppo sostenibile, economia del recupero

26,5

Un insieme di principi effettivamente innovativi, che difficilmente si potranno tradurre in comportamenti concreti

21,1

Un modello economico nel quale i residui delle attività produttive escono dal ciclo produttivo attraverso una corretta pratica di riciclaggio e smaltimento dei rifiuti, rispettando così l'ambiente e la salute

19,2

Un modello economico pienamente funzionale, dove non esistono residui ed i pochi che vengono a prodursi sono trasportati verso zone del pianeta dove non possono nuocere all'ambiente ed alla salute

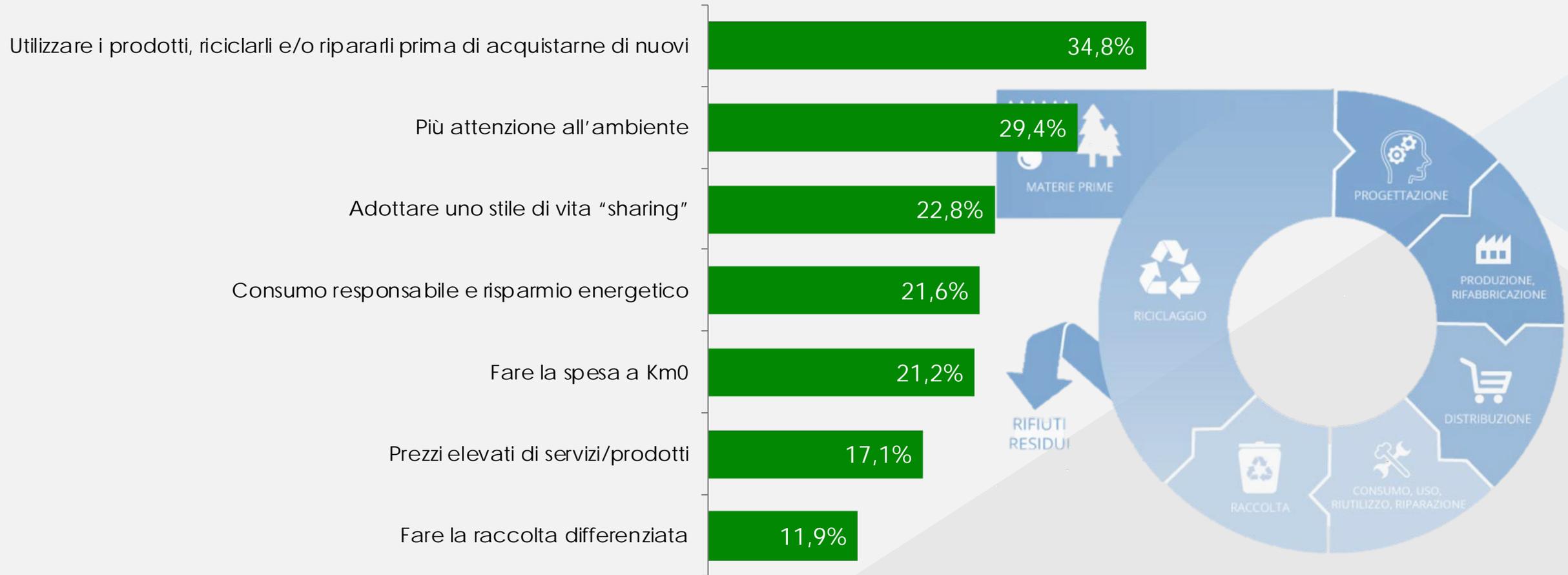
4,9

BASE: TOTALE CAMPIONE - AL NETTO DEI " NON SA, NON RISPONDE" - VALORI IN PERCENTUALE

COMPrensione E Consapevolezza

D.3 In pratica, nella vita di tutti i giorni, cosa significa per te l'Economia Circolare?

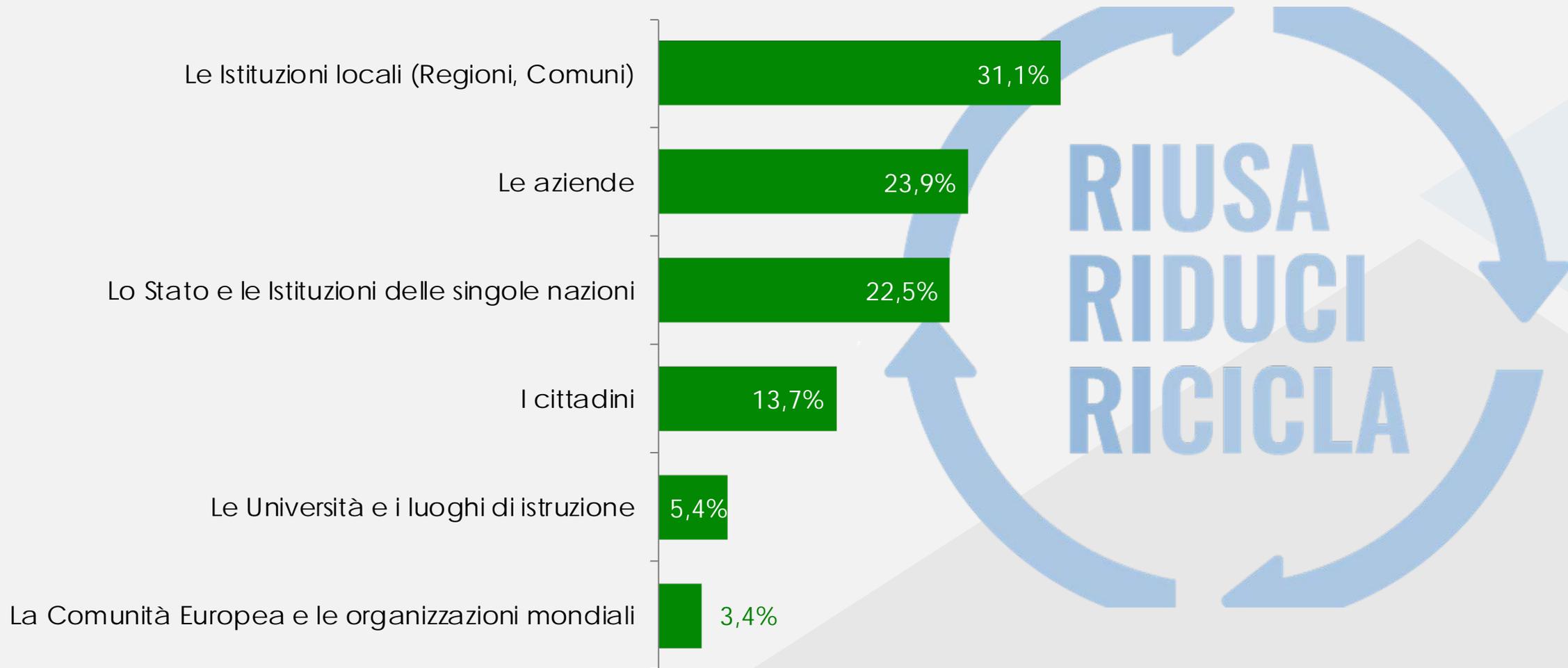
(max 2 risposte)



BASE: COLORO CHE DICHIARANO DI CONOSCERE IL CANDIDATO SINDACO - AL NETTO DEI "NON SA, NON RISPONDE"

COMPrensione E Consapevolezza

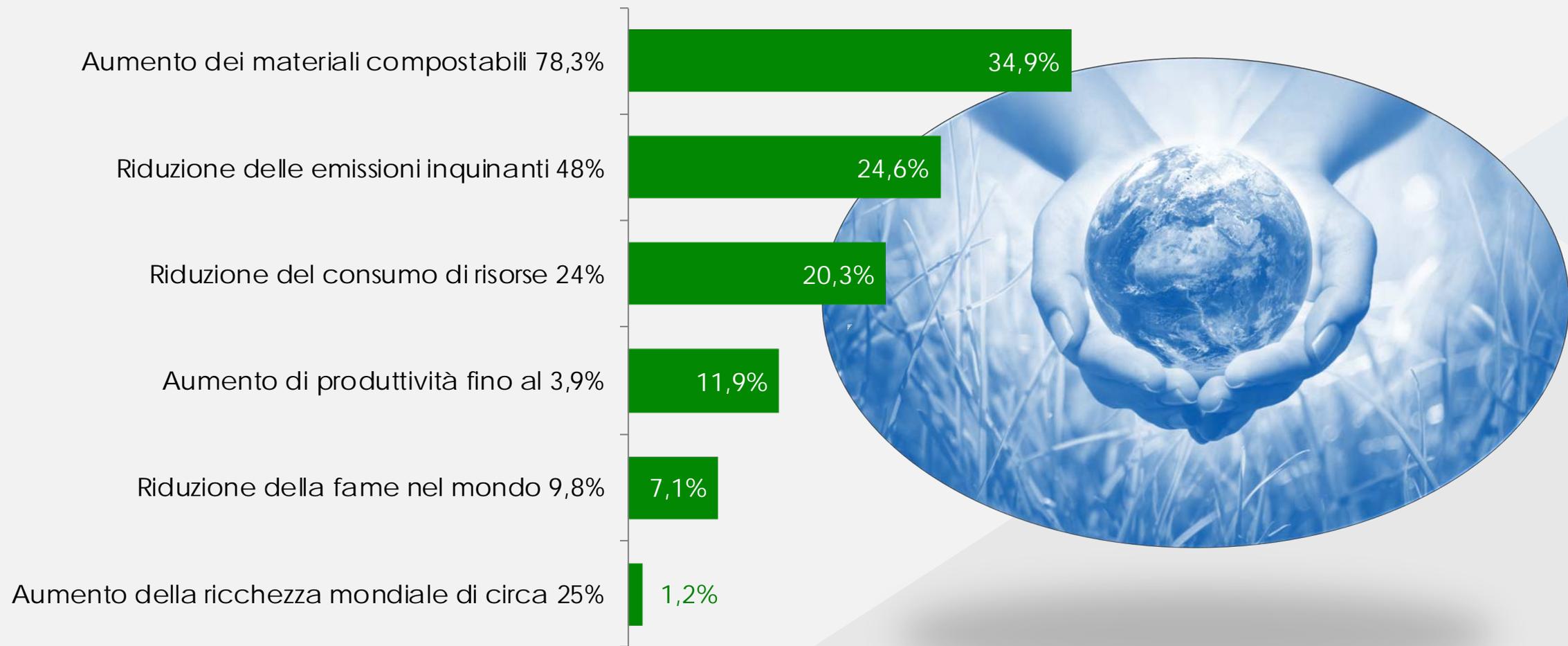
D.4 Chi è il motore e principale attore dell'Economia Circolare?



BASE: TOTALE CAMPIONE

COMPrensione E CONSAPEVOLEZZA

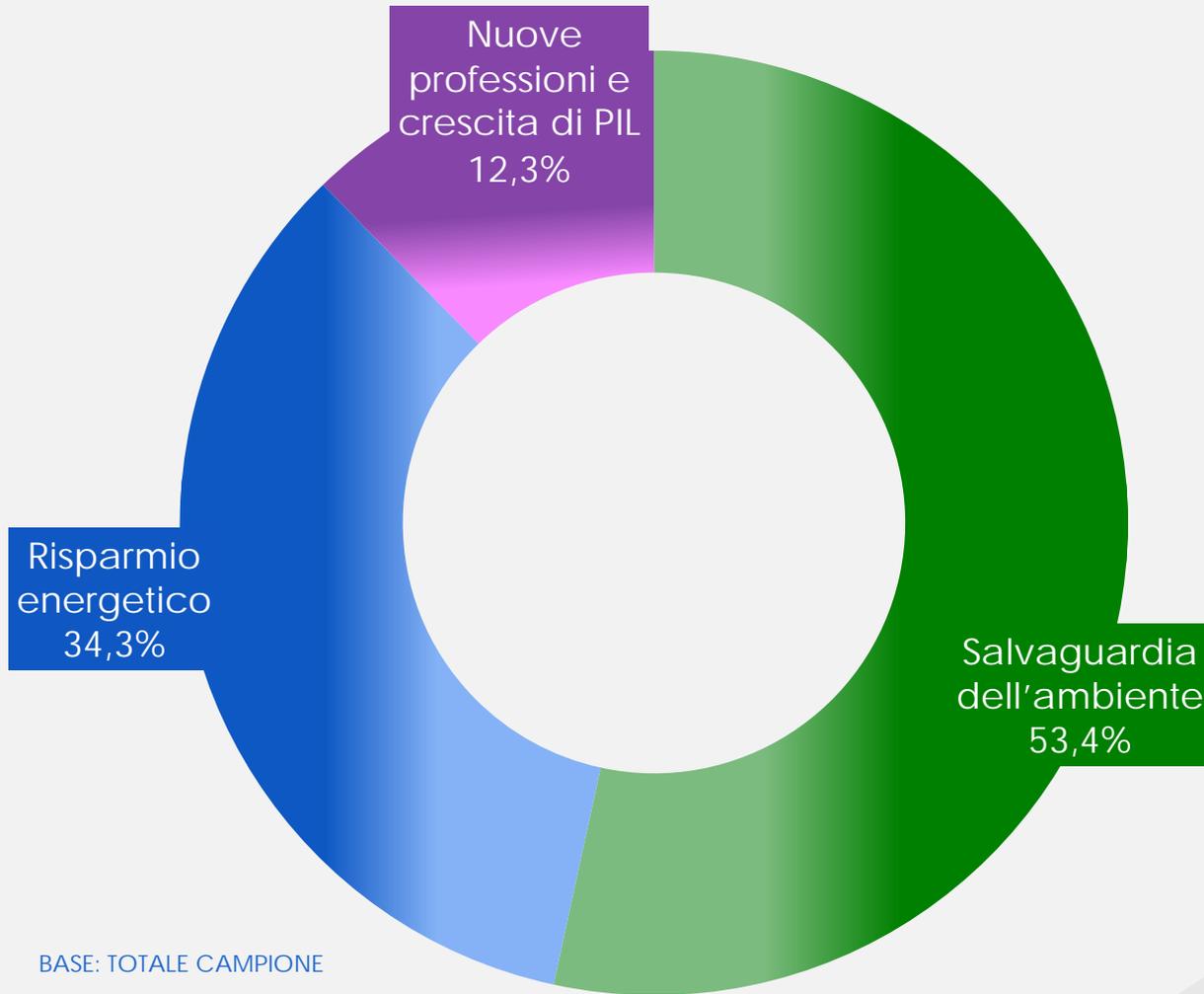
D.5 Quale fra questi effetti dell'Economia Circolare ti sembra reale e corretto?



BASE: TOTALE CAMPIONE

COMPrensione E CONSAPEVOLEZZA

D.6 Quale fra questi vantaggi della "Economia Circolare" ti sembra più probabile?



BASE: TOTALE CAMPIONE

2. ECONOMIA CIRCOLARE: PRONTI PER IL CAMBIAMENTO?

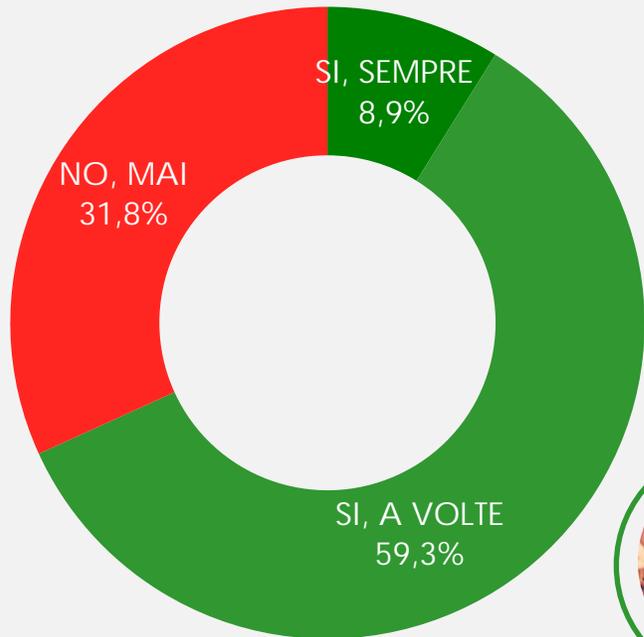


LAB2101
RICERCA - FORMAZIONE - CONSULENZA STRATEGICA

RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.7 Ti è mai capitato di modificare le tue azioni verso scelte più sostenibili come acquistare alimenti a km zero, scegliere di usare la bici invece della macchina, riutilizzare un prodotto, non buttare il cibo, bere l'acqua del rubinetto?



DONNE 62,6%



UOMINI 37,4%



15-24 9,7%



25-34 23,2%



35-44 25,5%



45-54 18,2%



55-64 11,6%



65-74 6,7%

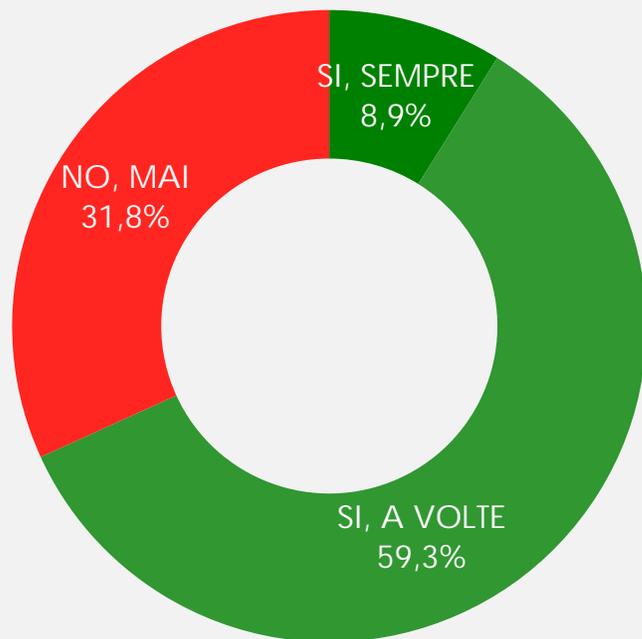


75+ 5,1%

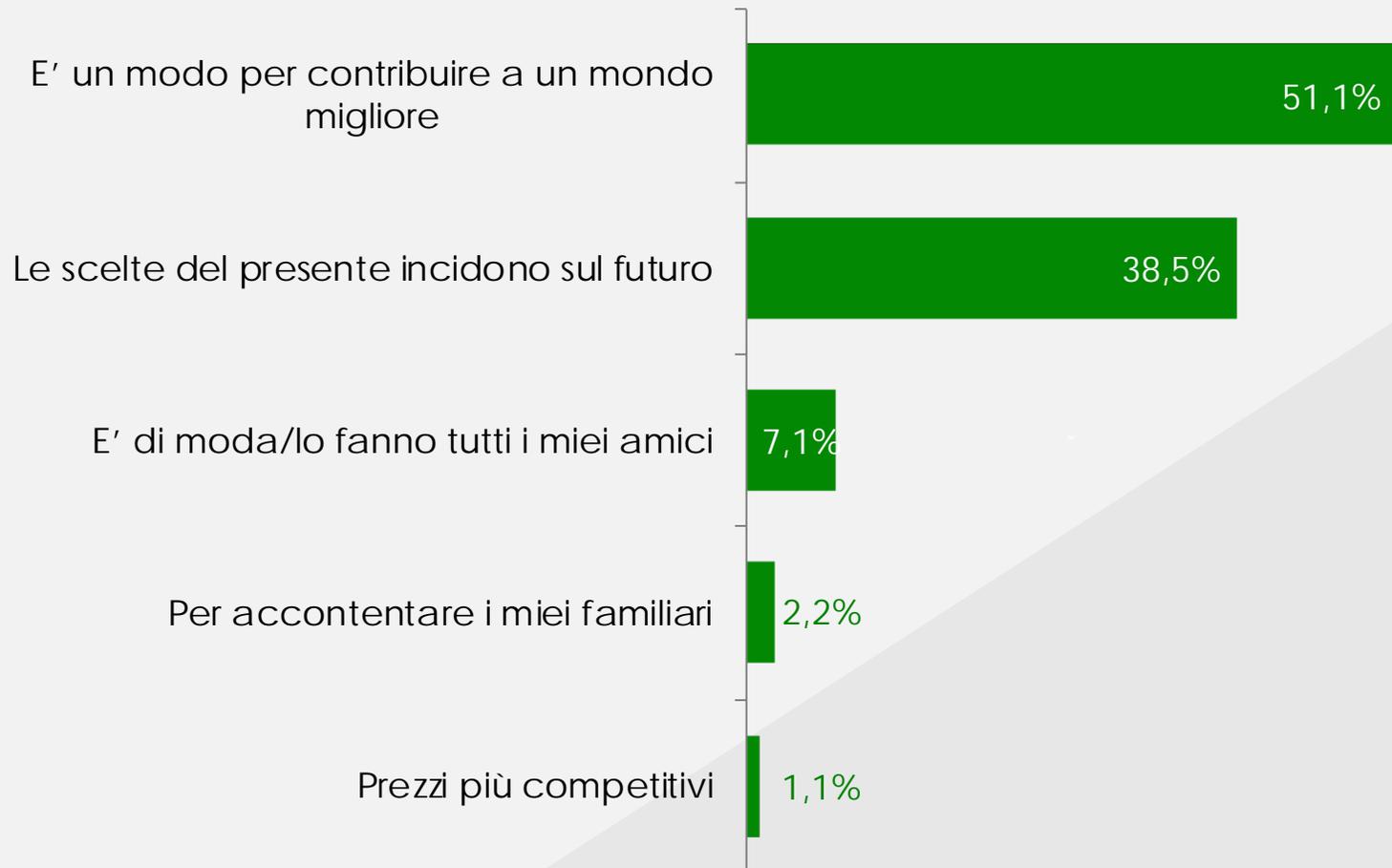
BASE: TOTALE CAMPIONE – AL NETTO DEI “NON SA, NON RISPONDE”

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.7 Ti è mai capitato di modificare le tue azioni verso scelte più sostenibili come acquistare alimenti a km zero, scegliere di usare la bici invece della macchina, riutilizzare un prodotto, non buttare il cibo, bere l'acqua del rubinetto?



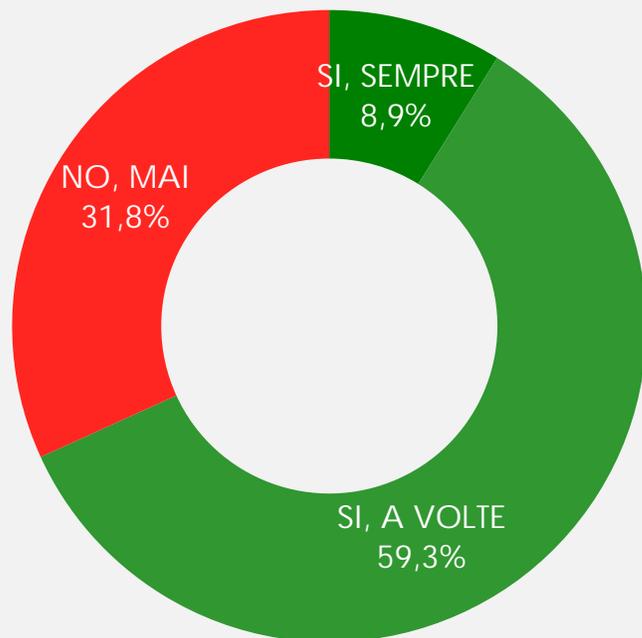
D.8 Qual è la motivazione che ti spinge a fare scelte più sostenibili?



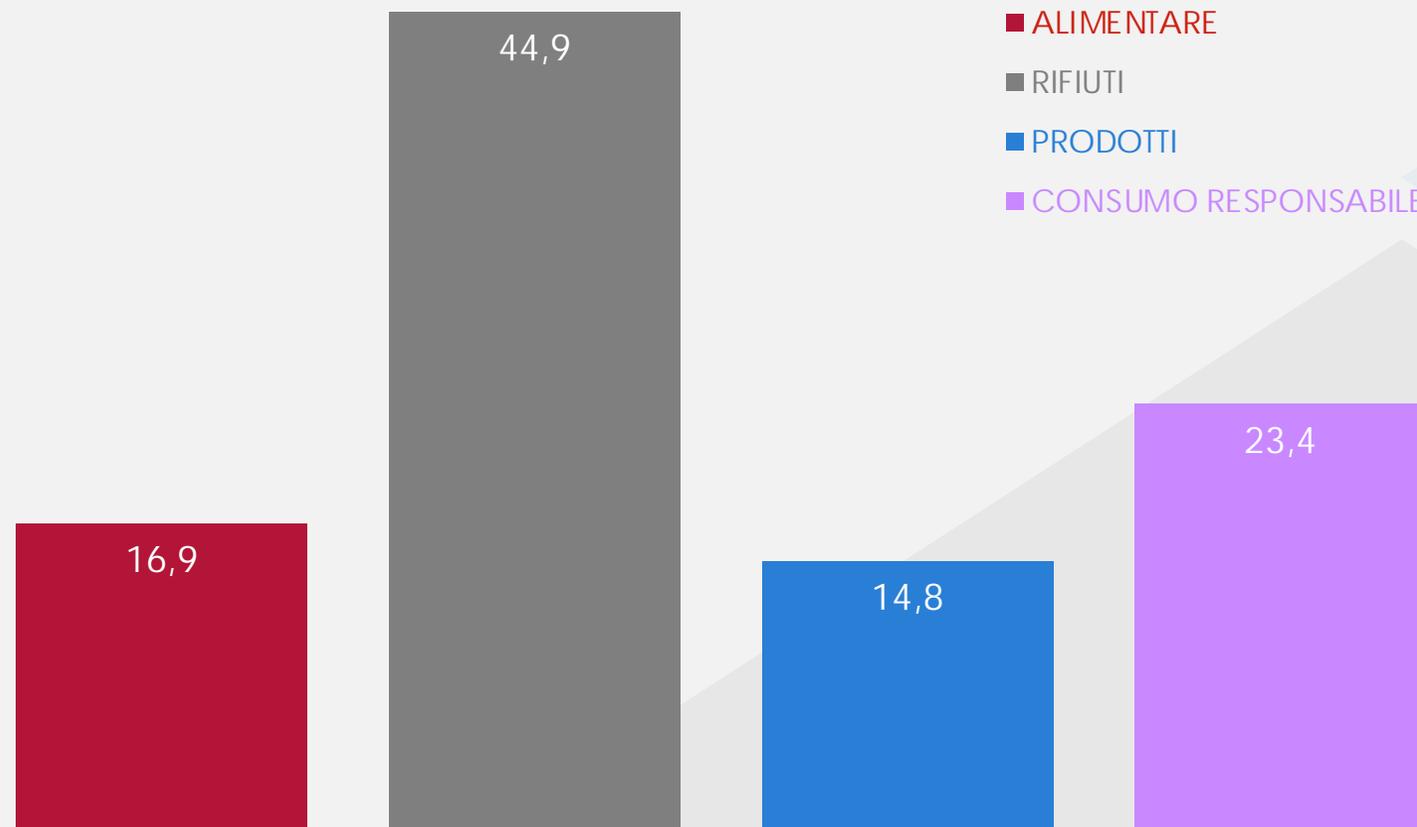
BASE: TOTALE CAMPIONE – AL NETTO DEI “NON SA, NON RISPONDE”

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.7 Ti è mai capitato di modificare le tue azioni verso scelte più sostenibili come acquistare alimenti a km zero, scegliere di usare la bici invece della macchina, riutilizzare un prodotto, non buttare il cibo, bere l'acqua del rubinetto?



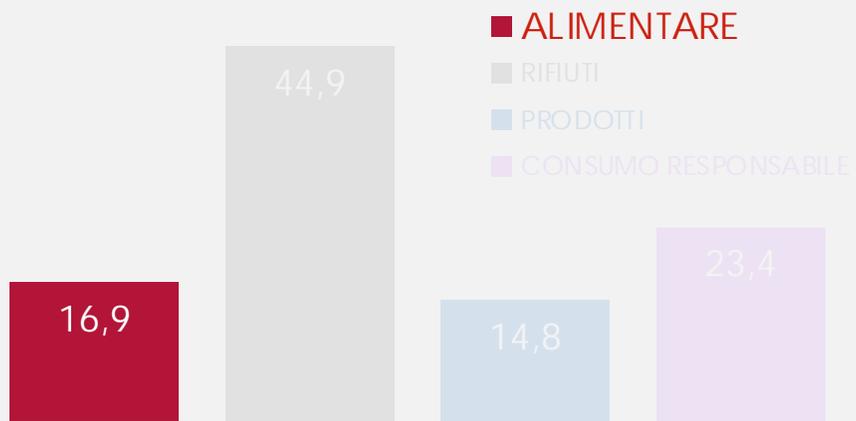
D.9 In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?



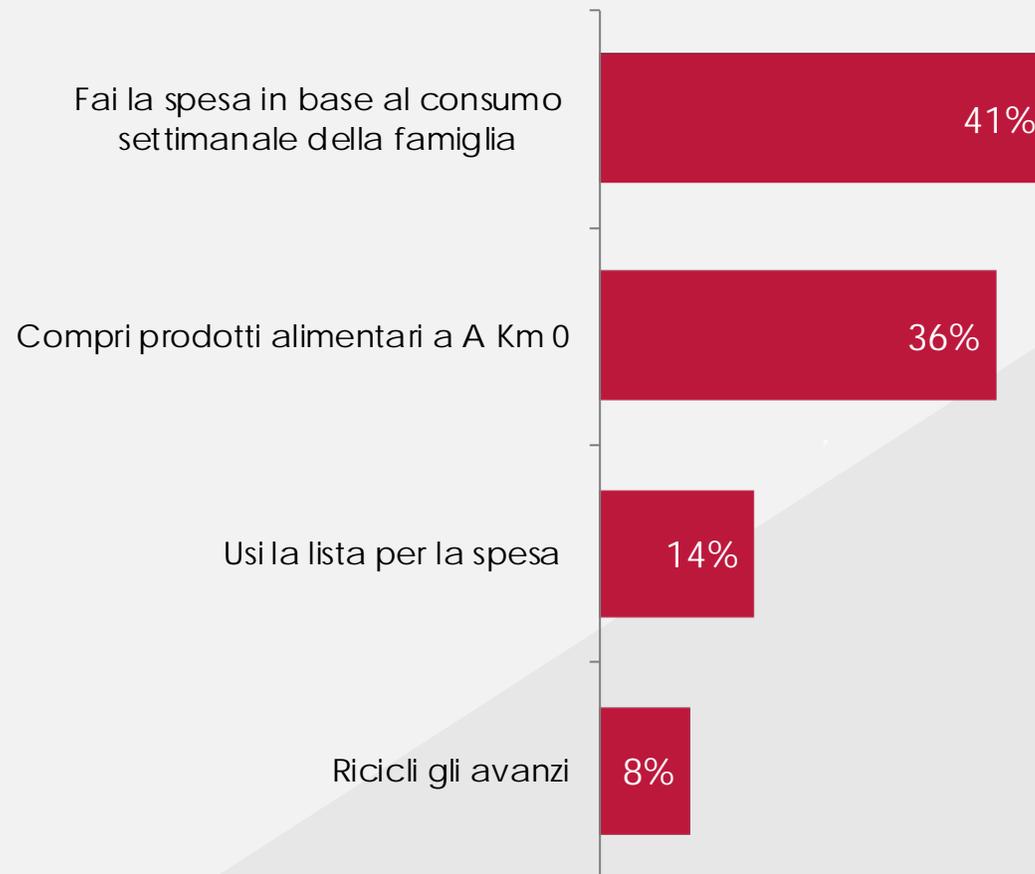
BASE: TOTALE CAMPIONE – AL NETTO DEI “NON SA, NON RISPONDE”

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.9 In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?



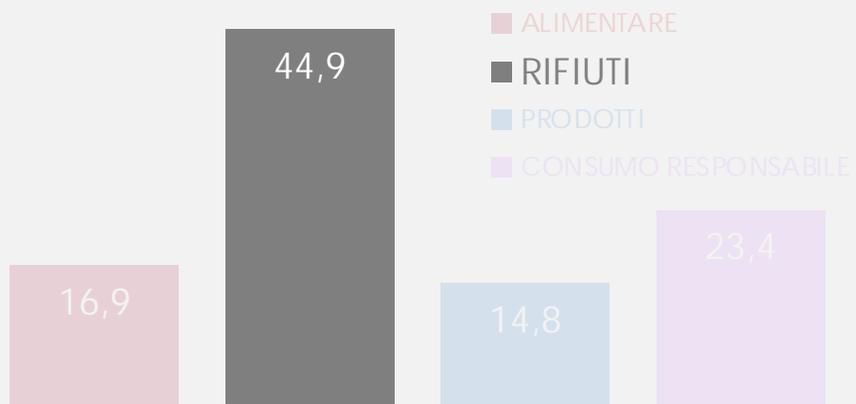
D.10 (ALIMENTARE) In che modo?



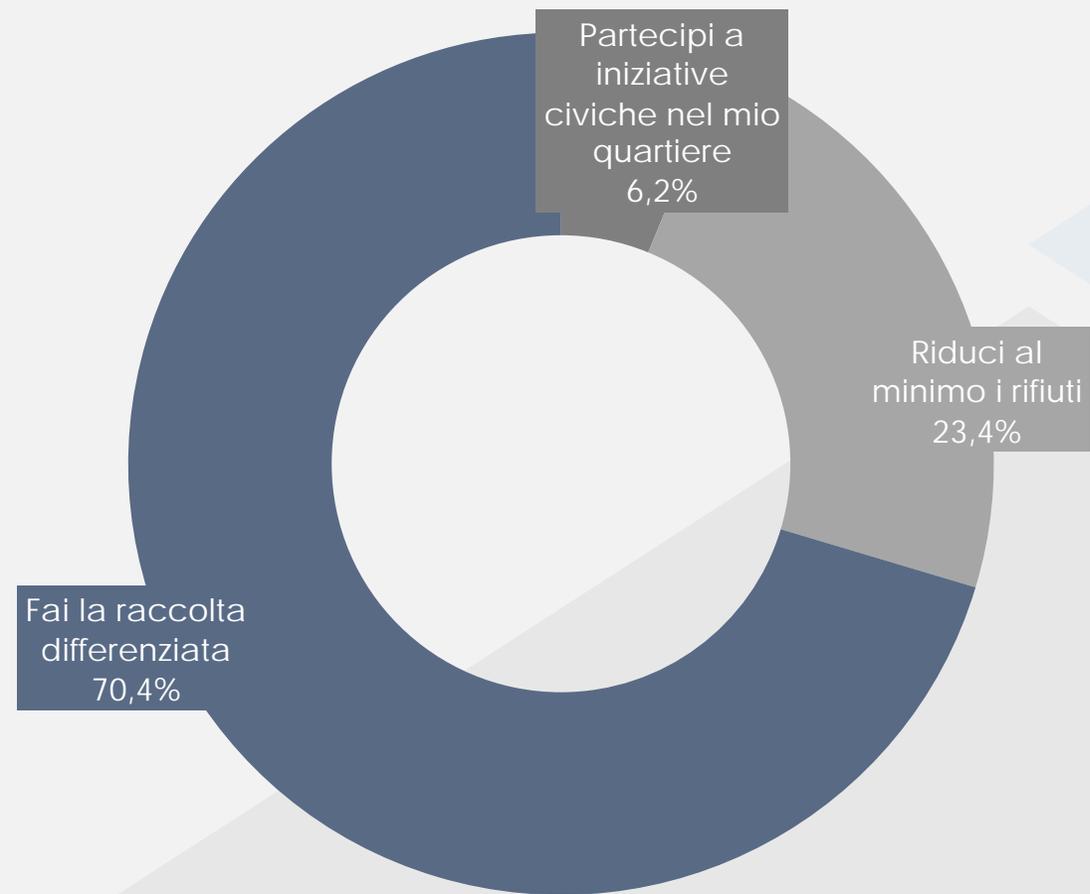
BASE: TOTALE CAMPIONE

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.9 In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?



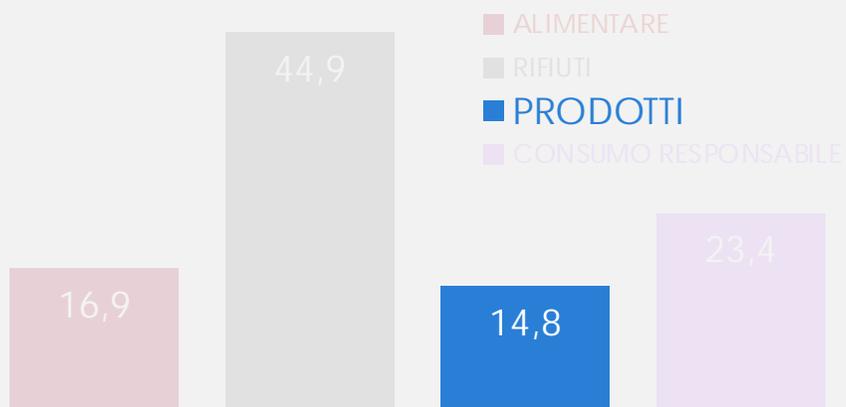
D.11 (RIFIUTI) In che modo?



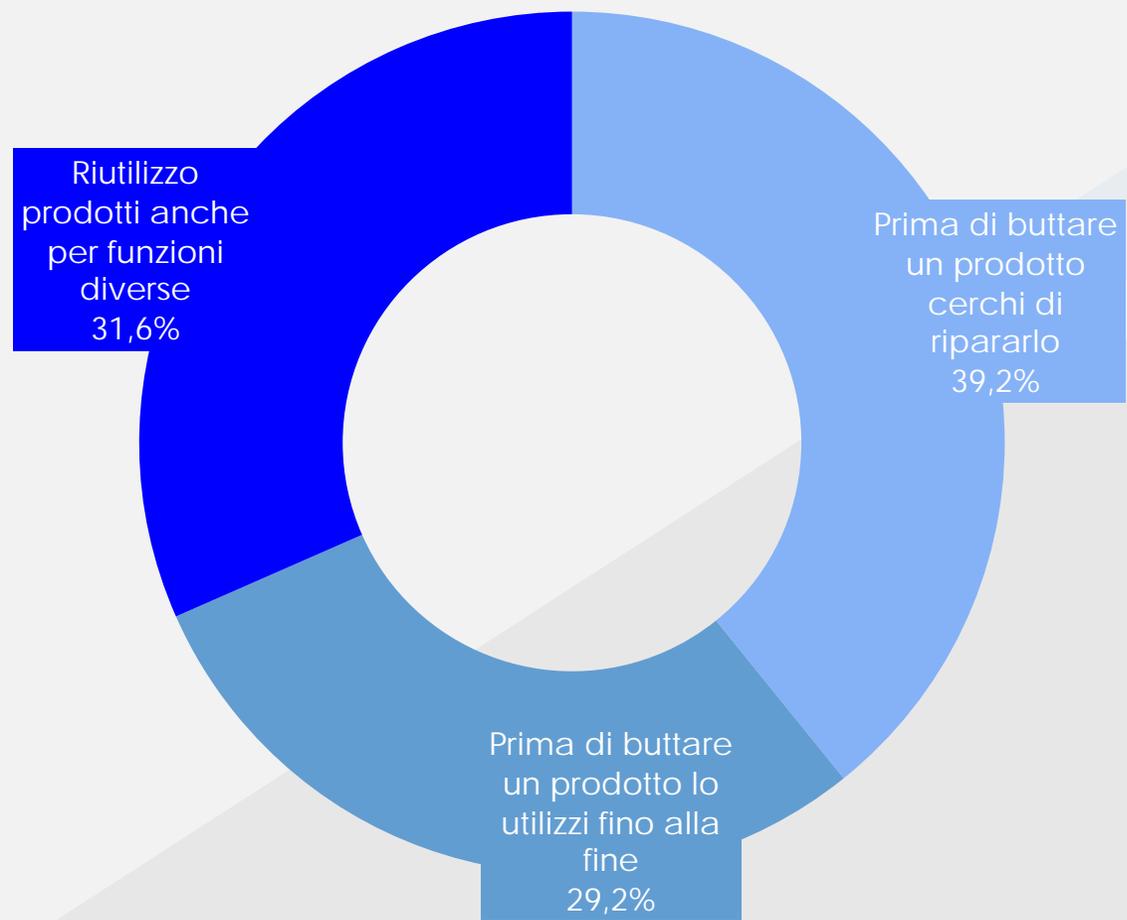
BASE: TOTALE CAMPIONE

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.9 In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?



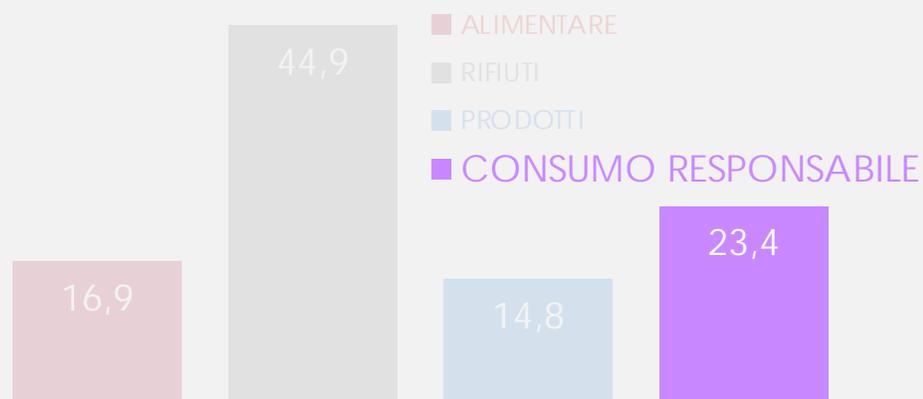
D.12 (PRODOTTI) In che modo?



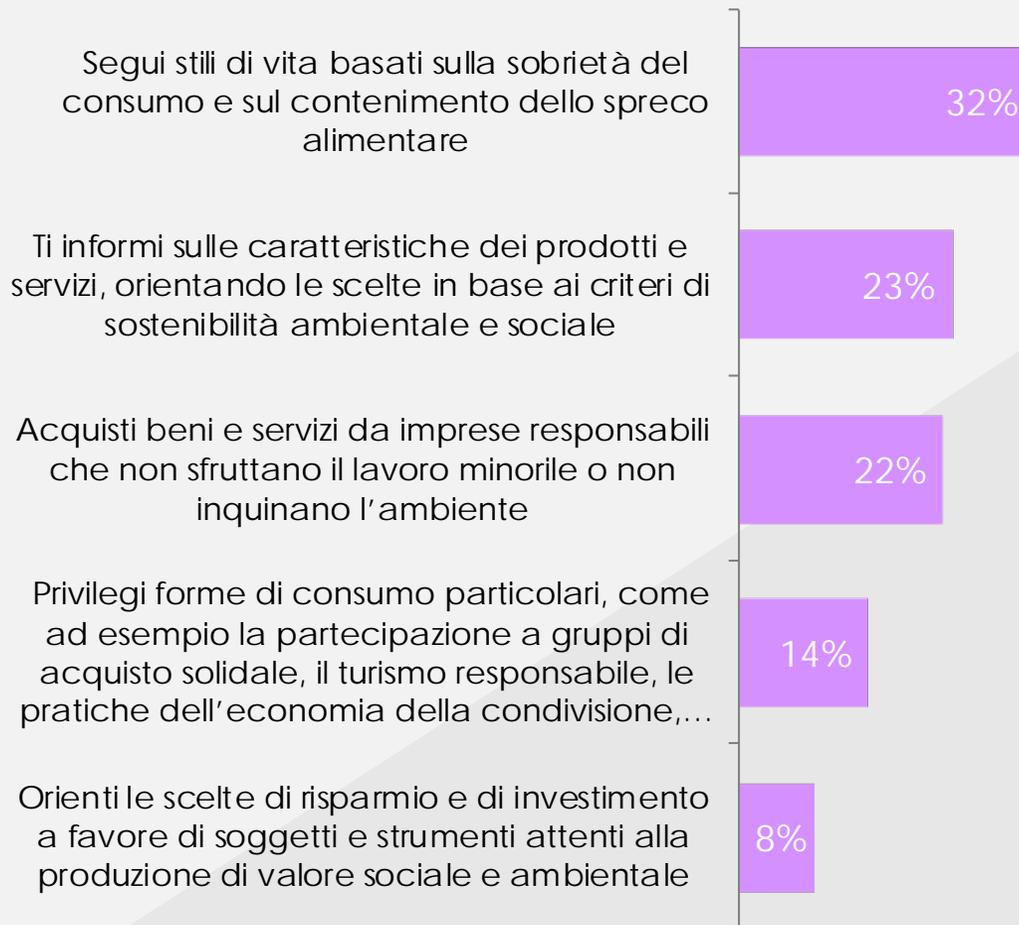
BASE: TOTALE CAMPIONE

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.9 In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?



D.13 (CONSUMO RESPONSABILE) In che modo?



BASE: TOTALE CAMPIONE

PRONTI AL CAMBIAMENTO?

D.14 Quali pensi siano gli aspetti prioritari su cui le aziende devono puntare per garantire una produzione responsabile di beni e servizi? (max 2 risposte)

Comunicare al cliente in modo chiaro e trasparente tutte le informazioni relative al prodotto/servizio offerto



Progettare prodotti/servizi più sostenibili rendendo tracciabile e trasparente il ciclo produttivo



Rendere conto dell'impatto sociale e ambientale dell'attività aziendale, redigendo un rapporto di sostenibilità



Selezionare i propri fornitori anche in funzione delle loro scelte ambientali e social



Favorire la transizione verso l'economia circolare



BASE: TOTALE CAMPIONE - AL NETTO DEI "NON SA, NON RISPONDE"





3. ECONOMIA CIRCOLARE: OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI



RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI

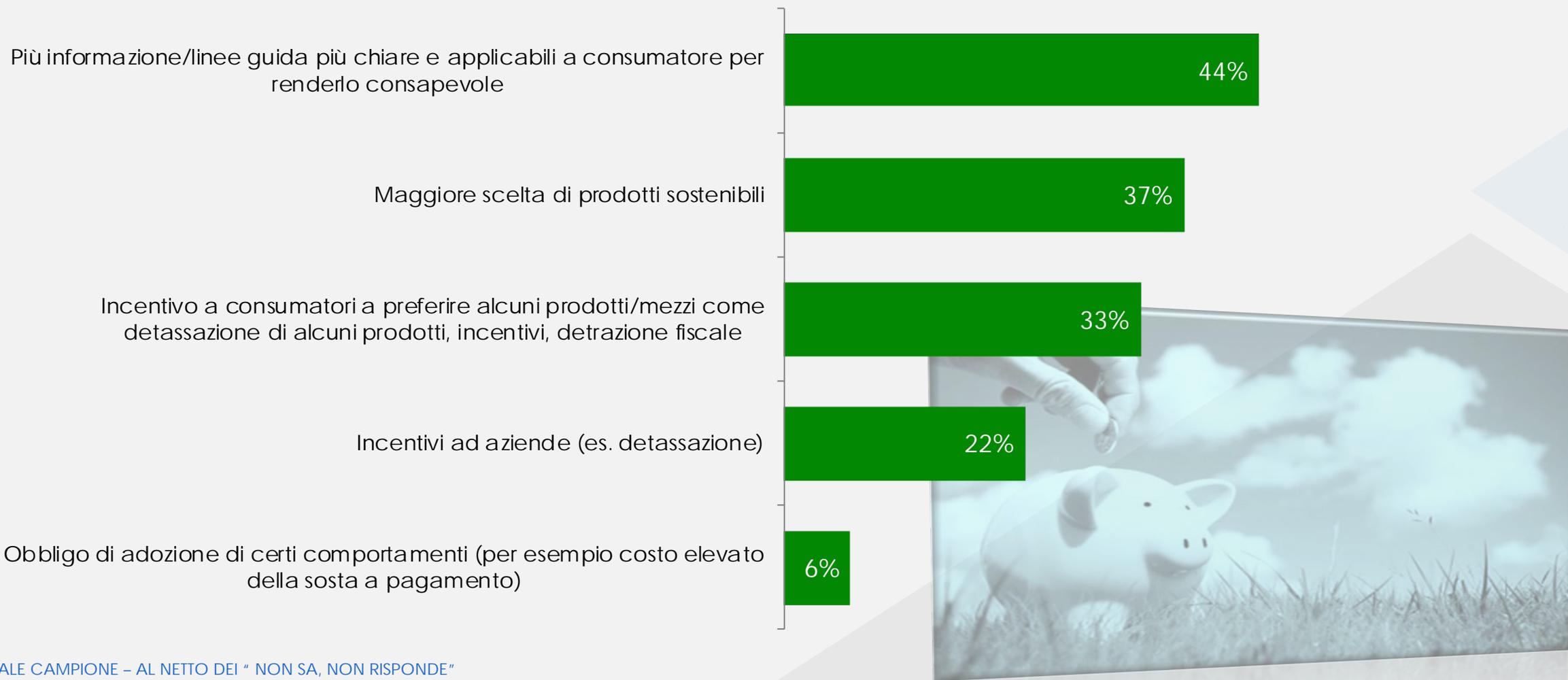
D. 15 Quali possono essere gli ostacoli per applicare concretamente l'Economia Circolare nella tua vita quotidiana (riciclare, fare correttamente la raccolta rifiuti, avere un consumo responsabile, ecc.)? (max 2 risposte)



BASE: TOTALE CAMPIONE – AL NETTO DEI “NON SA, NON RISPONDE”

OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI

D.16 Come si potrebbero superare gli ostacoli? (max 2 risposte)



BASE: TOTALE CAMPIONE – AL NETTO DEI “NON SA, NON RISPONDE”



INDAGINE DEMOSCOPICA - L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



PROF. ROBERTO BALDASSARI

ADDRESS
VIA LABICANA, 92
00184 ROMA

EMAIL
ROBERTO.BALDASSARI@GMAIL.COM
RBALDASSARI@PEC.IT

PHONE
+393478264978

PARTITA IVA
15546781004