

INDAGINE DEMOSCOPICA “L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI”

VALUTAZIONI INDAGINE DEMOSCOPICA SU QUANTO L'ECONOMIA CIRCOLARE È IMPORTANTE PER GLI ITALIANI

PROGETTO: GenerAZIONI in Circolo – Finanziato da MLPS (Annualità 1/2018)

TITOLO: L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

PERIODO DI RILEVAZIONE: maggio – giugno 2020

CONDOTTA DA: LAB2101

COMMISSIONATA DA: A.E.C.I. LAZIO

INDICE VALUTAZIONI RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA

1. Contesto e obiettivi
2. L'indagine in breve: criticità, punti di forza e raccomandazioni
3. Impianto metodologico
4. Dettaglio risultati indagine demoscopica *L'Economia Circolare e gli Italiani*
 - Sezione 1 - Comprensione e consapevolezza
 - Sezione 2 - Pronti per il cambiamento?
 - Sezione 3- Ostacoli e possibili soluzioni

DETTAGLIO RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA “L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI”

Nel presente approfondimento si vuole evidenziare, per ciascuna Sezione di Indagine, i dati più significativi emersi nelle interviste fatte, allo scopo di elaborare riflessioni e strategie relativamente all'Economia Circolare vissuta dal punto di vista del Cittadino Consumatore.

Per l'indagine completa si rimanda al seguente link:
<https://www.rigenerazioni.eu/2020/11/10/indagine-demoscopica-leconomia-circolare-e-gli-italiani/>

1. CONTESTO E OBIETTIVI

Obiettivo principale dell'indagine demoscopica “L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI” è stato quello di fotografare il rapporto degli Italiani con l'Economia Circolare, nel tentativo di far emergere SE e QUANTO gli Italiani siano consapevoli delle dinamiche dell'Economia Circolare e IN QUALE MISURA abbiano compreso il concetto di Economia Circolare.

Tra gli obiettivi, si rileva anche quello di evidenziare gli OSTACOLI percepiti e i BISOGNI insoddisfatti nei Cittadini, in termini di informazione e strumenti ritenuti necessari per adottare comportamenti e consumi socialmente responsabili e sostenibili. L'indagine ha proseguito tentando di indagare anche le possibili SOLUZIONI secondo il Consumatore per avere un approccio più sostenibile nella vita quotidiana.

La raccolta dei dati e la valutazione ragionata di essi permettono di evidenziare in maniera chiara ed evidente gli aspetti positivi e le criticità incontrate dai Cittadini nelle diverse aree tematiche trattate. Questo consente, dunque, da un lato di restituire modelli di comportamento tipici del Consumatore, di individuare eventuali errori comportamentali da modificare, nonché di analizzare fattori e cause all'origine di comportamenti poco corretti.

Il quadro permetterà di evidenziare i punti di forza e i punti di debolezza nell'approccio del Cittadino verso l'Economia Circolare, di valutare su quali asset intervenire per elaborare proposte e programmi mirati e rafforzare la consapevolezza o, viceversa, per modificare comportamenti percepiti dal Cittadino come errati o insufficienti.



A.E.C.I. NAZIONALE

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. E' MEMBRO DI

BEUC | European Consumer Organisation
CIE | Consumatori Italiani per l'Europa
OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
CRUC LAZIO | dal 2011
CRUC TOSCANA

A.E.C.I. LAZIO [risposta ai reclami]

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 f. 06 88 37 60 50
lazio@euroconsumatori.eu
lazio@pec.euroconsumatori.eu
www.aecilazio.it

2. L'INDAGINE IN BREVE: CRITICITÀ, PUNTI DI FORZA E RACCOMANDAZIONI

- CRITICITÀ:

- Solo il 13,7% ritiene che Cittadino sia il principale attore e motore dell'Economia Circolare con le azioni quotidiane;
- Scarsa attenzione verso sostenibilità/impatto dei propri comportamenti (il 31,7% NON presta attenzione);
- Il 31,8% non ha mai cambiato proprio comportamento verso scelte più consapevoli;
- Nella vita di tutti i giorni e nella pratica solo l'11,9% fa la raccolta differenziata o ricicla gli avanzi (solo 8%);
- Il Consumatore lamenta una carenza di informazione, che lo renderebbe maggiormente consapevole (44%);
- Poca comunicazione da parte di Aziende su sostenibilità del ciclo produttivo (32,5%);
- Scarsa chiarezza nell'etichettatura/informazioni sui prodotti (31,4%);
- Incapacità di accompagnamento politico e istituzionale (34,9%).

- PUNTI DI FORZA:

- Il Cittadino è consapevole del fatto che l'Economia Circolare possa contribuire ad un mondo migliore (51,1%) e che le scelte del presente possano incidere sul futuro (38,5%);
- Elevata percentuale di consapevolezza relativamente all'importanza di gesti individuali e quotidiani (seguire stili di vita sobri, attenzione a sostenibilità ambientale e sociale dei prodotti acquistati e a responsabilità sociale delle aziende dei prodotti scelti);
- Il Cittadino ritiene che il cambiamento debba partire dalla raccolta differenziata dei rifiuti (70,4%) e gli sforzi maggiori sono fatti proprio nel settore rifiuti (44,9%) – una persona su due;
- Il Cittadino ritiene che l'Economia Circolare porti ad una crescita di nuove professioni (12,3%);
- Alto il numero di coloro che riparano i prodotti prima di buttarli (39,2%) e di coloro che li riutilizzano anche per funzioni diverse (31,9%);
- Come soluzione il Consumatore sente la necessità di ricevere maggiori informazioni per accrescere consapevolezza (44%);
- Il Cittadino sarebbe più propenso a ricevere incentivi, tipo detrazione fiscale (33%) che ad essere obbligato (6%).

- COSA È NECESSARIO FARE PER MODIFICARE LO STATO ATTUALE

➤ DA PARTE DELLE ISTITUZIONI

- Prevedere dei meccanismi di stimolo a comportamenti più sostenibili (per esempio, detrazioni fiscali per i Cittadini o detassazione/incentivi per Aziende);
- Maggiore informazione al Cittadino per rafforzare consapevolezza
 - su gesti e comportamenti quotidiani
 - su scelte più sostenibili

➤ DA PARTE DELLE AZIENDE

- Maggiore informazione al Cittadino:
- sull'etichettatura dei prodotti
 - sulla sostenibilità del ciclo produttivo



A.E.C.I. NAZIONALE

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. E' MEMBRO DI

BEUC | European Consumer Organisation
CIE | Consumatori Italiani per l'Europa
OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
CRUC LAZIO | dal 2011
CRUC TOSCANA

A.E.C.I. LAZIO [risposta ai reclami]

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 f. 06 88 37 60 50
lazio@euroconsumatori.eu
lazio@pec.euroconsumatori.eu
www.aecilazio.it

3. IMPIANTO METODOLOGICO

- *Campione*: campione rappresentativo popolazione italiana età + 15 anni
- *Interviste valide*: 1078
- *Metodologia rilevazione*: CATI – CAWI
- *Periodo di rilevazione*: 9-25 giugno 2020

4. DETTAGLIO RISULTATI INDAGINE DEMOSCOPICA L'ECONOMIA CIRCOLARE E GLI ITALIANI

L'area di indagine è stata suddivisa in 3 macro-aree sulle quali si è indagato con domande dirette, indirette e di verifica:

- A) *Comprensione e consapevolezza del concetto di Economia Circolare (Sezione 1 -COMPRESIONE E CONSAPEVOLEZZA)*
- B) *Maturità verso un possibile cambiamento di azioni e comportamenti (Sezione 2 – PRONTI PER IL CAMBIAMENTO)*
- C) *Criticità e soluzioni (Sezione 3 – OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI)*

A) SEZIONE 1 - COMPRESIONE E CONSAPEVOLEZZA

- **Generalmente quando ti muovi, mangi, quando acquisti nuovi prodotti quanta attenzione presti alla sostenibilità/impatto sul mondo circostante?**
Il 68,3% presta attenzione (abbastanza il 44,9% o molta il 23,4%) – il 31,7% non presta attenzione
- **Cosa definisce meglio il concetto di Economia Circolare?**
Il 28,3% ritiene che sia un modello economico nel quale i residui delle attività di produzione e consumo sono reintegrati nel ciclo produttivo con riduzione dell'impatto umano sull'ambiente.
- **Cosa significa Economia Circolare nella vita di tutti i giorni?**
Per il 34,8%: Utilizzare i prodotti, riciclarli e/o ripararli prima di acquistarne di nuovi. In generale si evidenzia una maggiore attenzione all'ambiente (29,4%), stile di vita *sharing* (22,8%), consumo responsabile e risparmio energetico (21,6%), fare la spesa a km0 (21,2%). Bassa la percentuale di chi fa la raccolta differenziata (11,9%).
- **Chi è il motore e principale attore dell'Economia Circolare?**
Per il 31,1% le Istituzioni locali, poi Aziende (23,9%), i Cittadini solo per il 13,7%.
- **Azioni concrete per implementare l'Economia Circolare**
34,9% aumento dei materiali compostabili, riduzione emissioni inquinanti (24,6%), riduzione consumo risorse (20,3%)
- **Quale vantaggio potrebbe portare l'Economia Circolare?**
53,4% salvaguardia ambiente, risparmio energetico (34,3%), crescita nuove professioni (12,3%)

B) SEZIONE 2 - PRONTI PER IL CAMBIAMENTO?

- **Hai mai modificato le tue azioni verso scelte più sostenibili (alimenti km 0, bici invece di macchina, riutilizzo prodotto, bere acqua rubinetto)?**
Sì, a volte (59,3%) – soprattutto donne (62,6%) – fascia età 35-44 anni (25,5%)
No, mai (31,8%)
- **Cosa ti spinge verso scelte più sostenibili?**
Per contribuire a migliorare il mondo (51,1%) – le scelte del presente incidono sul futuro (38,5%)



A.E.C.I. NAZIONALE

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. E' MEMBRO DI

BEUC | European Consumer Organisation
CIE | Consumatori Italiani per l'Europa
OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
CRUC LAZIO | dal 2011
CRUC TOSCANA

A.E.C.I. LAZIO [risposta ai reclami]

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 f. 06 88 37 60 50
lazio@euroconsumatori.eu
lazio@pec.euroconsumatori.eu
www.aecilazio.it

- **In quale area i tuoi sforzi sono maggiormente efficaci/concreti?**
Rifiuti (44,9%) – Consumo responsabile (23,4%) - Alimentare (16,9%) – Prodotti (14,8%)
- **Nel settore ALIMENTARE, in che modo?**
Fare la spesa settimanale, in base alle necessità della famiglia (41%) – Comprare prodotti a km zero (36%) – riciclo avanzi (8%)
- **Nel settore RIFIUTI, in che modo?**
Fare la raccolta differenziata (70,4%), ridurre al minimo i rifiuti (23,4%)
- **Nel settore PRODOTTI, in che modo?**
Riparare un prodotto prima di buttarlo (39,2%), riutilizzare un prodotto per funzioni diverse (31,6%), utilizzare un prodotto fino alla fine (29,2%)
- **Nel settore CONSUMO RESPONSABILE, in che modo?**
Seguire stili di vita basati sulla sobrietà del consumo e sul contenimento dello spreco alimentare (32%),
Informarsi sulle caratteristiche dei prodotti e servizi, orientando le scelte in base ai criteri di sostenibilità ambientale e sociale (23%),
Acquistare beni e servizi da imprese responsabili che non sfruttano il lavoro minorile o non inquinano l'ambiente (22%)
- **Quali pensi siano gli aspetti prioritari su cui le aziende devono puntare per garantire una produzione responsabile di beni e servizi?**
Maggiore comunicazione a Consumatore (32,5%), tracciabilità della sostenibilità del ciclo produttivo (32,1%)

C) SEZIONE 3 - OSTACOLI E POSSIBILI SOLUZIONI

- **Ostacoli percepiti nella vita quotidiana per applicare concretamente l'Economia Circolare?**
Incapacità di accompagnamento politico e istituzionale (34,9%)
Etichette e informazioni poco chiare (31,4%)
Difficoltà a metterla in pratica nella vita quotidiana (30,7%)
- **Come si potrebbero superare gli ostacoli?**
Più informazione/linee guida più chiare e applicabili a consumatore per renderlo consapevole (44%), più scelta di prodotti sostenibili (37%), incentivi a Consumatore per fare scelte più sostenibili, come per esempio detrazione fiscale (33%), incentivi ad Aziende per fare scelte più sostenibili, come per esempio detrazione fiscale (22%).

Il presente documento è parte di un'attività del progetto GENERAZIONI IN CIRCOLO, finanziato dal Ministero del Lavoro e Politiche Sociali ai sensi dell'art. 72 del CTS (Annualità 2018) e realizzato da Adiconsum (capofila), A.E.C.I. Lazio e Codici.



A.E.C.I. NAZIONALE

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 | f. 0688 37 60 50
info@euroconsumatori.eu
aeci@pec.euroconsumatori.eu
www.euroconsumatori.eu

A.E.C.I. E' MEMBRO DI

BEUC | European Consumer Organisation
CIE | Consumatori Italiani per l'Europa
OIC | Osservatorio Imprese e Consumatori
CRUC LAZIO | dal 2011
CRUC TOSCANA

A.E.C.I. LAZIO [risposta ai reclami]

Via Casimiro Teja 24 | 00157 Roma
t. 06 45 10 914 f. 06 88 37 60 50
lazio@euroconsumatori.eu
lazio@pec.euroconsumatori.eu
www.aecilazio.it