

# SOSTENIBILITÀ ED ECONOMIA CIRCOLARE

Comportamenti e attese dei cittadini



GAME CHANGERS



# IL LIVELLO DI CONOSCENZA DEI CONCETTI

---



GAME CHANGERS

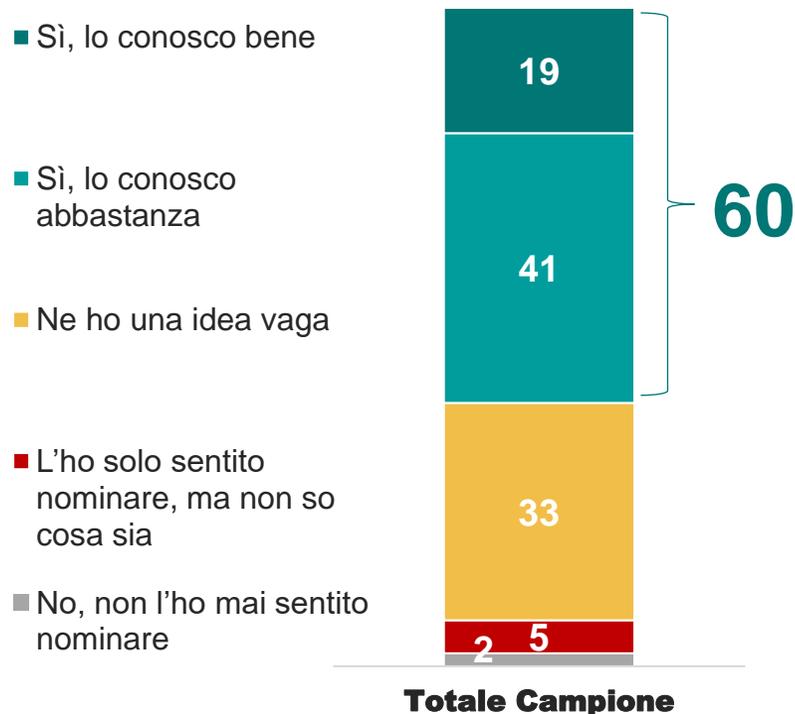


# IL CONCETTO DI «SOSTENIBILITÀ»

VALORI %



## Conoscenza dichiarata **SOSTENIBILITÀ**



Base: Totale Campione (n=1000)  
Q1: Conosce il concetto di sostenibilità/sviluppo sostenibile?

## Il significato di sostenibilità **ASSOCIAZIONE LIBERA**

<b>MODELLO DI SVILUPPO</b>	<b>38</b>
<i>MODELLO DI PRODUZIONE</i>	<i>24</i>
<b>AMBIENTE</b>	<b>35</b>
<b>USO RISORSE</b>	<b>30</b>
<i>USO FONTI RINNOVABILI/ENERGIE ALTERNATIVE</i>	<i>11</i>
<i>CORRETTO USO/ CONSUMO RISORSE</i>	<i>12</i>
<i>GESTIONE RIFIUTI/ SCARTI</i>	<i>14</i>
<b>SOSTENIBILITA' SOCIALE</b>	<b>9</b>

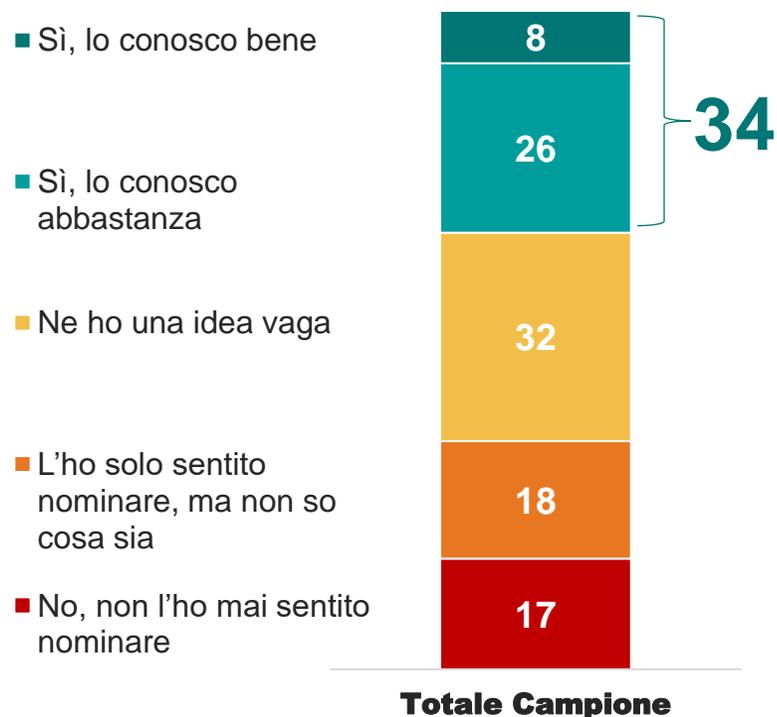
Base: Conoscono il concetto di sostenibilità (n=926)  
Q2: Quando pensa alla sostenibilità, cosa le viene in mente?

# IL CONCETTO DI “ECONOMIA CIRCOLARE”

VALORI %



## Conoscenza dichiarata **ECONOMIA CIRCOLARE**



Base: Totale Campione (n=1000)  
Q4: Conosce il concetto di economia circolare?

## Il significato di economia circolare **ASSOCIAZIONE LIBERA**

E' un **SISTEMA ECONOMICO** che consente di **RIGENERARSI DA SOLO** consentendo l'ecosostenibilità/ rigenerazione delle risorse **18**

Riciclo dei prodotti dando loro una seconda vita/ **RIUSO E RICICLO DEGLI SCARTI PRODUTTIVI** che vengono trasformati in materie prime per altre lavorazioni/ in altre filiere **18**

Riciclo/ **RIUTILIZZO DI MATERIALI/ DEI RIFIUTI/ DELLE RISORSE** **16**

Economia circolare/ economia che si sviluppa in una rete circolare di persone/ un **CONTINUO CIRCOLO DI BENESSERE TRA TUTTI I COMPONENTI DI UNA COMUNITÀ/ AZIENDE ESISTENTI NELLO STESSO PERIMETRO** **12**

Base: Conoscono il concetto di economia circolare (n=651)  
Q5: Potrebbe descrivere che cosa è per lei l'economia circolare?

# IDENTIFICAZIONE DELLA CORRETTA DEFINIZIONE DI «ECONOMIA CIRCOLARE»

VALORI %



## ASSOCIAZIONE LIBERA

Un modello industriale dove i rifiuti e gli scarti vengono riutilizzati per la produzione di nuovi beni

63

La capacità delle imprese di svolgere il proprio business minimizzando i propri impatti negativi sull'ambiente e sulla società

20

Un modello industriale che fa circolare meglio beni e servizi all'interno dell'economia

17

37

- CONOSCONO BENE + ABBASTANZA BENE: →33%
- IDEA VAGA+SOLO SENTITO NOMINARE: →37%
- MAI SENTITO NOMINARE: →43%

# I COMPORTAMENTI ADOTTATI

---



GAME CHANGERS

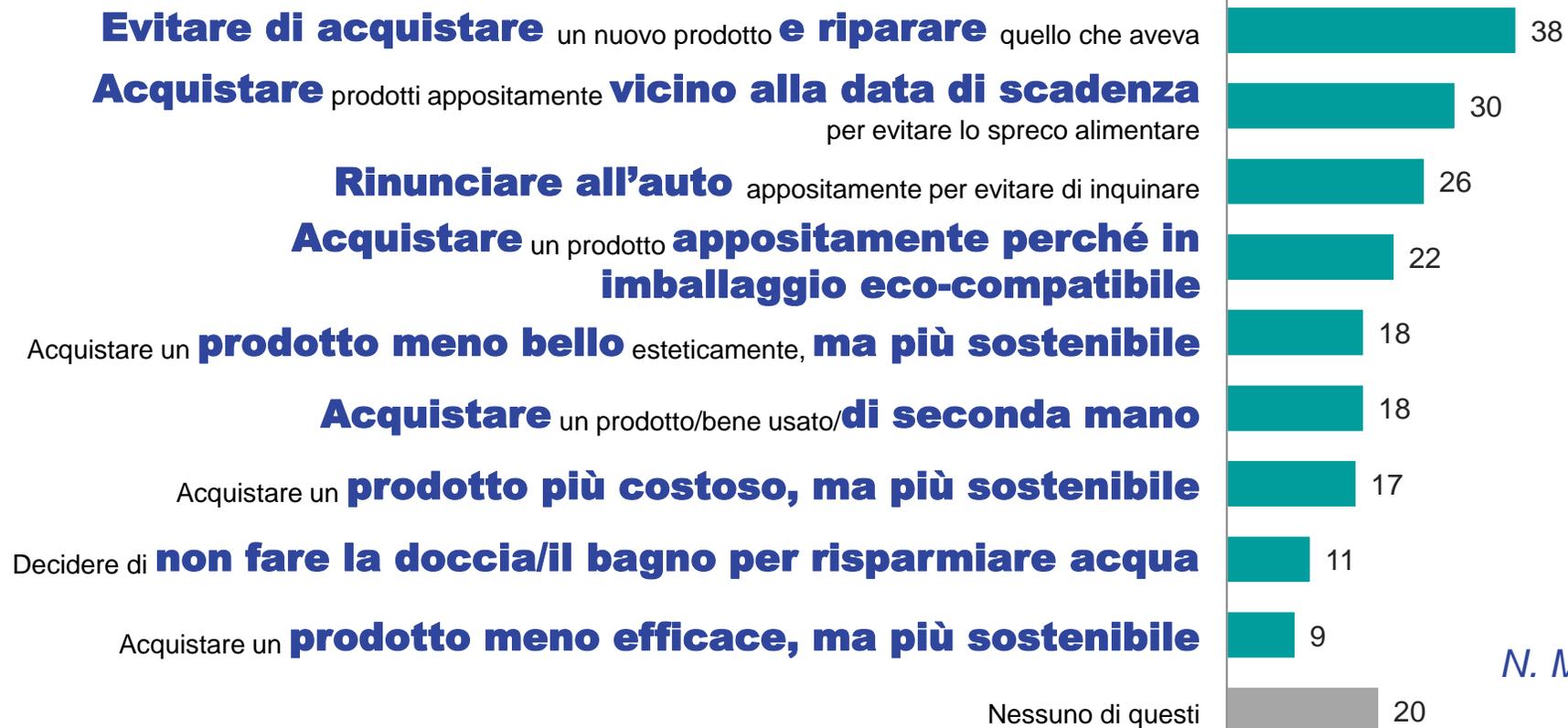


# I COMPORTAMENTI VIRTUOSI

VALORI %



## ADOTTATI NEGLI ULTIMI 30 GIORNI



*N. Medio citazioni: 1,9*

# RUOLI E RESPONSABILITÀ



GAME CHANGERS



Ipsos

# RUOLI E RESPONSABILITÀ NELLO SVILUPPO SOSTENIBILE

VALORI %

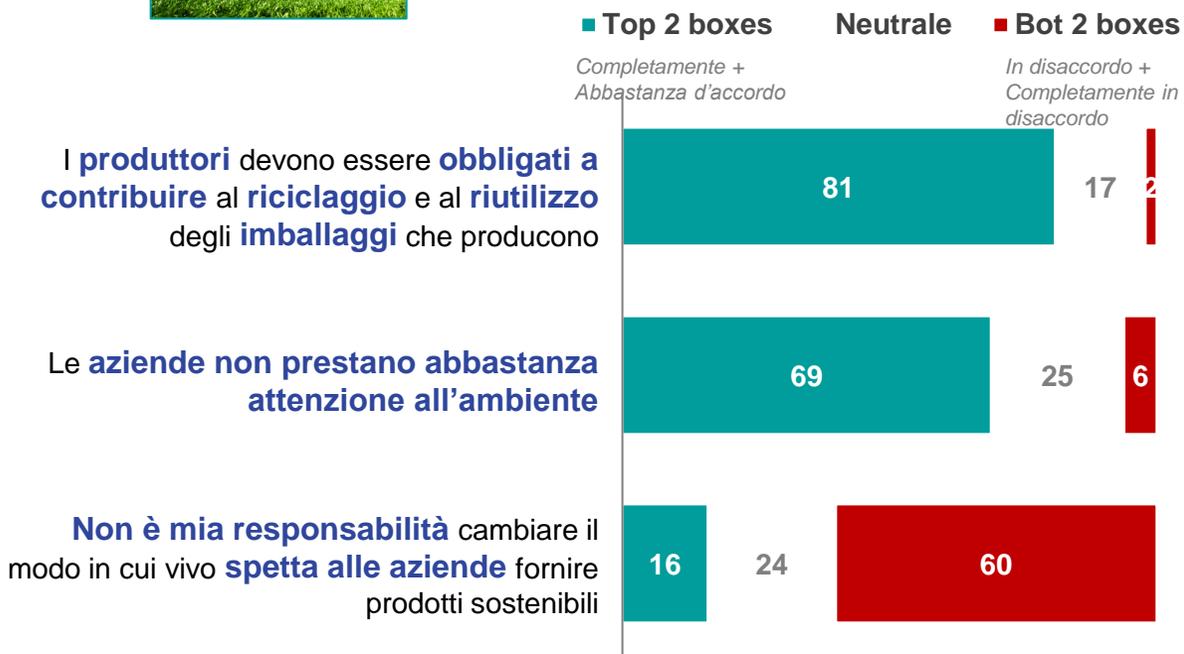


## LA RESPONSABILITÀ PRIMARIAMENTE IN CAPO A ...



# IL RUOLO DELL'IMPRESA E QUELLO DEI CITTADINI

VALORI %



# CHI DOVREBBE FARSI CARICO DELLA FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DEI CITTADINI

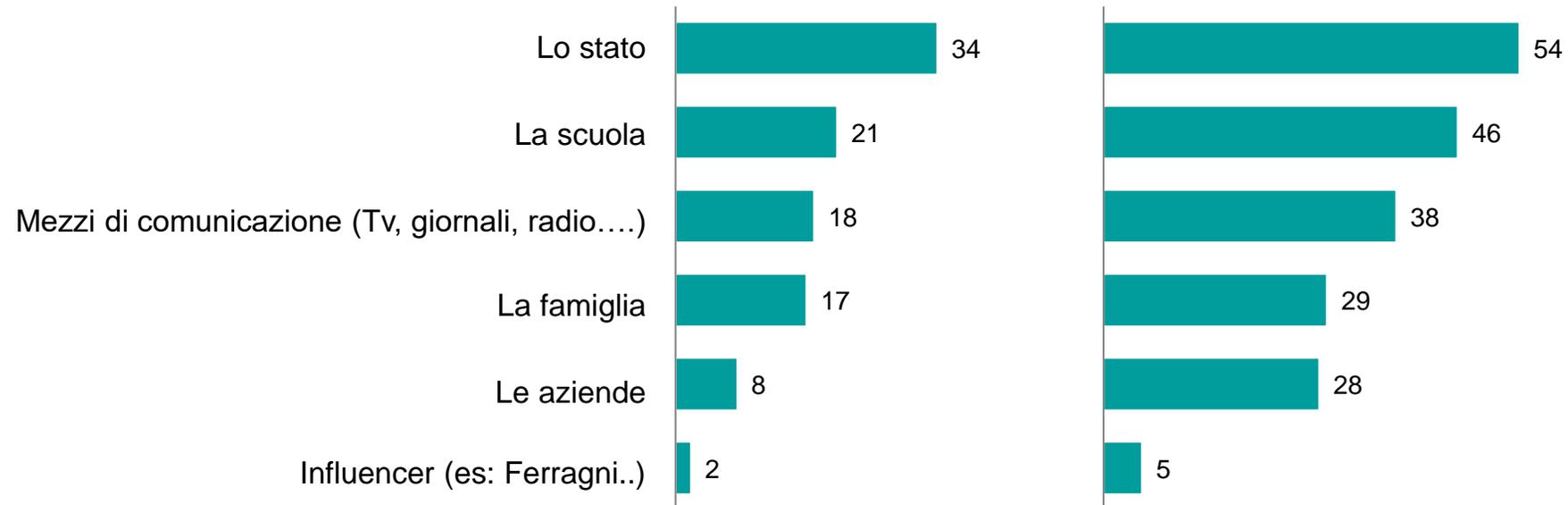
VALORI %



## DOVREBBE FARSI CARICO ...

### Prima scelta

### Totale scelte



# QUALI INIZIATIVE PER AUMENTARE LA CIRCOLARITÀ DELL'ECONOMIA SECONDO I CITTADINI?

VALORI %



## MAGGIORMENTE BISOGNO DI ...

### Prima scelta

### Totale scelte



# IL LIVELLO DI RESPONSABILITÀ PER IL CAMBIAMENTO CLIMATICO NELLA PERCEZIONE DEI CITTADINI

VALORI %



■ Voti 8-10 ■ Voti 6-7 ■ Voti 4-5 ■ Voti 1-3 ■ Non saprei



# CONSUMI E AZIENDE

---



GAME CHANGERS



Ipsos

# GLI ELEMENTI CHE GUIDANO LE SCELTE D'ACQUISTO

VALORI %



	Prodotti alimentari	Vestiti/scarpe	Elettrodomestici	Prodotti tecnologici (es cellulare, computer...)	Prodotti per la cura della casa	Prodotti per la cura della persona (igiene/bellezza)
<i>Base: Totale Campione</i>	<i>n=1000</i>	<i>n=1000</i>	<i>n=1000</i>	<i>n=1000</i>	<i>n=1000</i>	<i>n=1000</i>
La qualità	<b>56</b>	<b>46</b>	<b>48</b>	<b>44</b>	<b>41</b>	<b>51</b>
Il prezzo	29	<b>50</b>	<b>46</b>	<b>49</b>	<b>41</b>	<b>35</b>
Gli sconti/promozioni	21	34	30	32	32	25
Prodotto da una azienda che produce in modo sostenibile	18	23	23	18	36	32
La marca	13	20	32	36	18	23
La confezione	14	9	7	9	18	15
L'origine (luogo di produzione)	<b>48</b>	18	14	12	14	18

# GLI ELEMENTI CHE GUIDANO LA SCELTA D'ACQUISTO DI UN BENE A PARITÀ DI QUALITÀ E CARATTERISTICHE

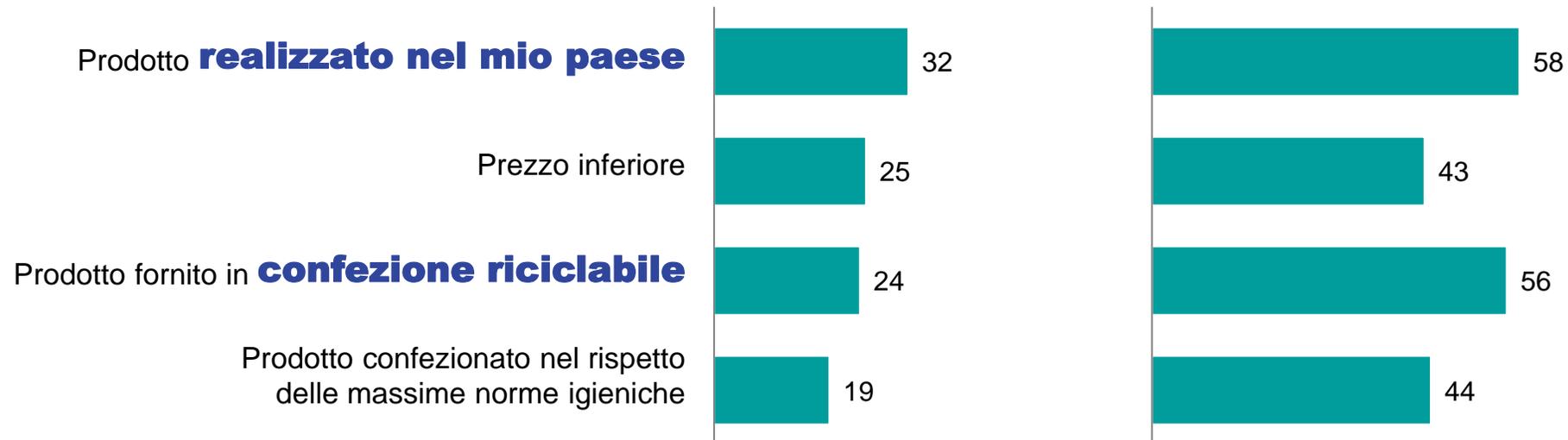
VALORI %



## IMPORTANZA NELLA SCELTA FINALE

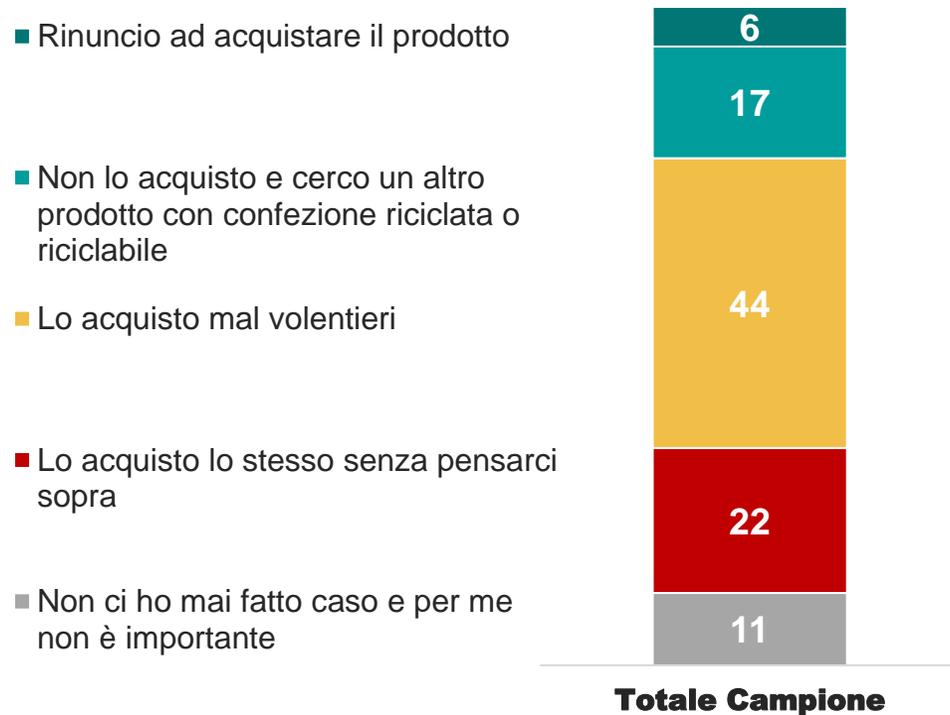
### Prima scelta

### Prima + Seconda scelta



# IL COMPORTAMENTO DI ACQUISTO DI FRONTE AD UNA CONFEZIONE NON RICICLABILE

VALORI %



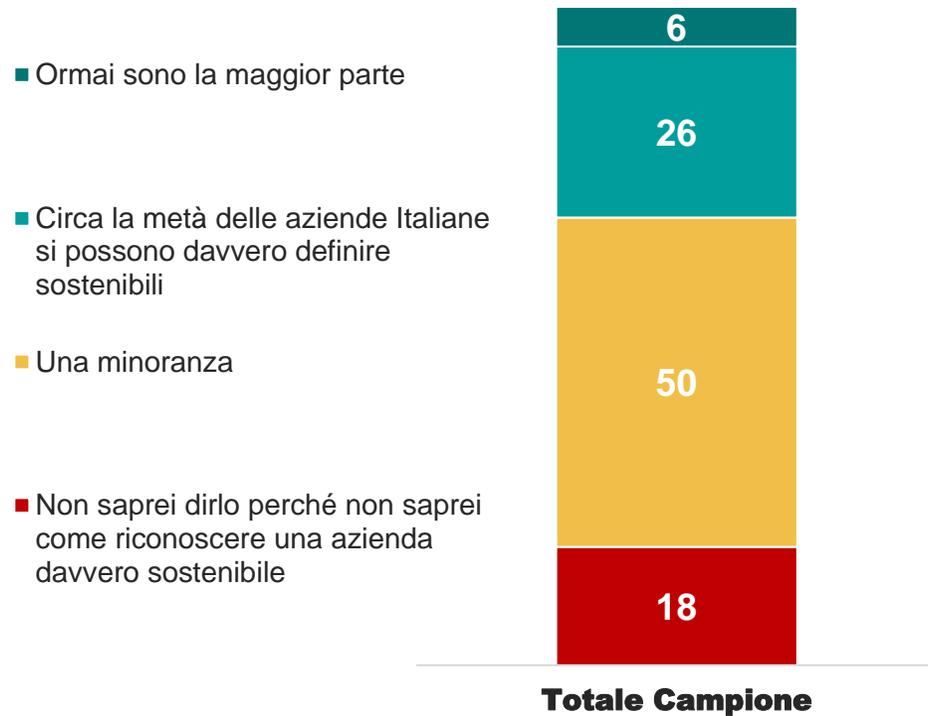
# OPINIONI E PERCEZIONI IN RELAZIONE AI BOLLINI DI CERTIFICAZIONE DEI PRODOTTI

VALORI %



# QUANTE LE AZIENDE SOSTENIBILI IN ITALIA SECONDO I CITTADINI?

VALORI %



# QUALI LE CARATTERISTICHE DI UN'AZIENDA SOSTENIBILE SECONDO I CITTADINI?

VALORI %



## CONCETTI ASSOCIATI A AZIENDA SOSTENIBILE

### Prima scelta

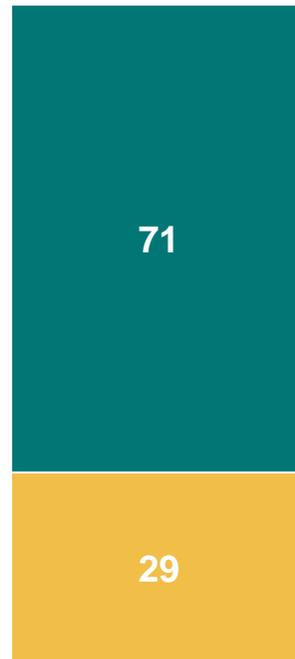
### Totale (1+2+3)



# LA PERCEZIONE DELLE AZIONI MESSE IN CAMPO DALLE AZIENDE A TUTELA DELL'AMBIENTE

VALORI %

- Credo che queste azioni possano avere un reale impatto per l'ambiente
- Credo che queste azioni servano solo a migliorare l'immagine dell'azienda agli occhi dei cittadini



**Totale Campione**



# COSA CHIEDONO I CONSUMATORI: INFORMAZIONI E RASSICURAZIONI

VALORI %



## MAGGIORI INFORMAZIONI RASSICURAZIONI SU ...

### Prima scelta

### Prima + Seconda scelta



# I CANALI DI INFORMAZIONE SULLE INIZIATIVE SOSTENIBILI E SULL'IMPEGNO DELLE AZIENDE

VALORI %



## CANALI USATI



# IN SINTESI

- ✓ **Crescente sensibilità** dei cittadini verso i temi della sostenibilità e dell'economia circolare, ma ancora **scarsa dimestichezza e comprensione del concetto di economia circolare** e dei suoi processi
- ✓ **Responsabilizzazione dei cittadini** che sono pronti a fare la propria parte, consapevoli del proprio ruolo e dell'impatto delle proprie azioni e scelte di consumo sul raggiungimento di un modello di sviluppo sostenibile
- ✓ **Tensione fra i comportamenti ideali** e virtuosi cui vorrebbe tendere il cittadino **e le difficoltà di realizzazione** pratica incontrate nelle vita di tutti i giorni
- ✓ **Richiesta alle aziende dell'assunzione di un ruolo attivo** volto ad **agevolare** in tutti i modi **l'adesione dei consumatori** ad uno stile di vita più sostenibile, che si articola prevalentemente sulle aree del **riciclo** e delle **condizioni in cui il prodotto è stato realizzato**; secondariamente, ma non a distanza significativa, sulla rassicurazione del rispetto dei lavoratori
- ✓ Carattere di **sostenibilità dell'impresa** articolato su una pluralità di tematiche, ma ancora fortemente legato all'impatto sull' **ambiente** e sulle **risorse** energetiche e idriche impiegate
- ✓ Ruolo chiave dell' **informazione** come leva di valorizzazione dell'azienda e dei suoi prodotti