

OSSERVATORIO UNIPOL SULLA SOCIETÀ ITALIANA

AMBIENTE ED ENERGIA



Indagine n. 21-045694

5 Maggio 2022



NOTA METODOLOGICA

Obiettivi della ricerca

Gli argomenti oggetto di approfondimento della seconda wave di rilevazione sono stati:

■ 1) Ambiente ed energia

Metodologia

Interviste CAWI a popolazione italiana e abitanti delle principali aree metropolitane, di età 16-74 anni, così ripartite:

**Popolazione italiana
16-74 anni**

1.000 interviste a un campione nazionale rappresentativo della popolazione italiana di età 16-74 anni (rappresentativi di oltre **44 milioni di individui**)

**Residenti nelle principali
Aree Metropolitane
italiane**

720 interviste Over Sample in **9 Aree Metropolitane** (rappresentativi di oltre **13 milioni di individui**), con 80 interviste circa per ciascuna area:

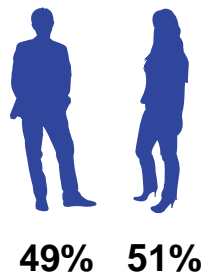
- Milano, Torino, Bologna, Verona (Nord Italia)
- Firenze, Roma (Centro Italia)
- Napoli, Bari, Palermo (Sud Italia)

Fieldwork

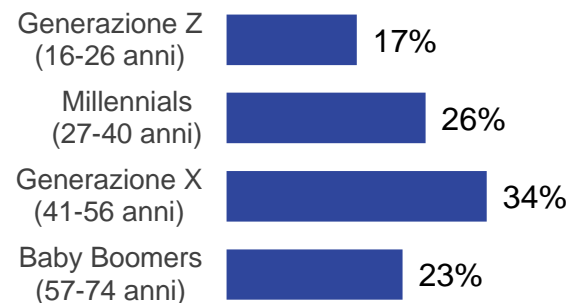
Le interviste sono state condotte tra il 6 e il 14 aprile 2022.

CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE (1/2)

Genere

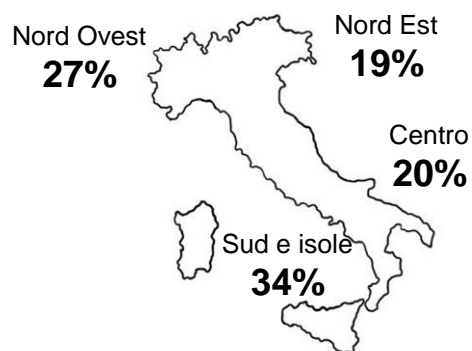


Età

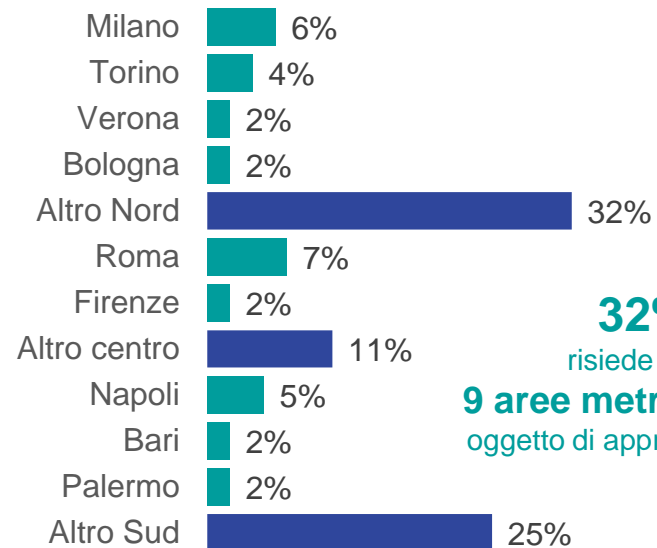


Età media
44 anni

Aree Geografiche

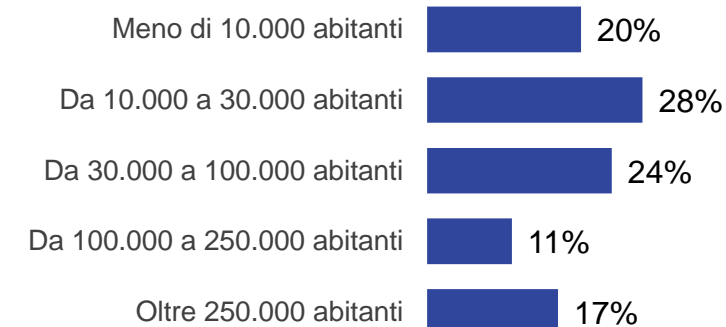


Aree Metropolitane



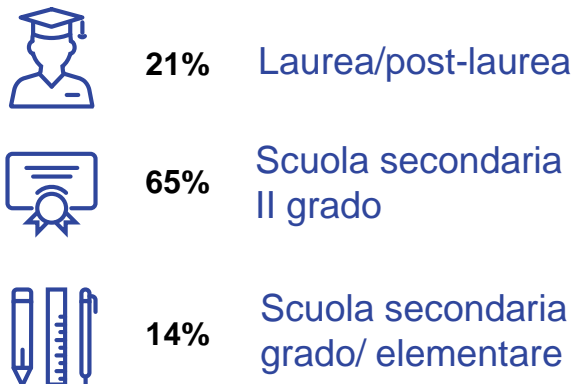
32%
risiede nelle
9 aree metropolitane
oggetto di approfondimento

Ampiezza Centro

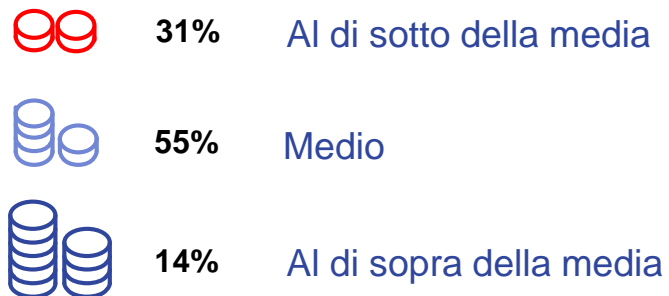


CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE (2/2)

Titolo di Studio



Tenore di Vita



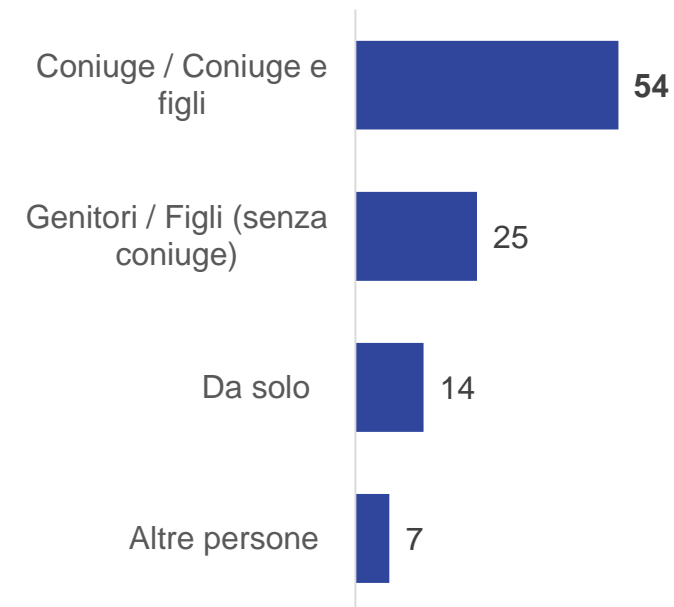
Professione



Occupati
54%

Lavoratore Autonomo e Dirigenziale	14%
Imprenditore, Dirigente	4%
Libero professionista	4%
Lav. autonomo, Comm/Esercente, Artigiano	6%
Lavoratore Dipendente	40%
Quadro/Funziionario, Insegnante/Docente	5%
Impiegato	22%
Operaio, Altro lavoro dipendente	13%
Non lavora	46%
Studente	12%
Casalinga	13%
Pensionato	11%
In cerca di prima occupazione, Disoccupato	10%

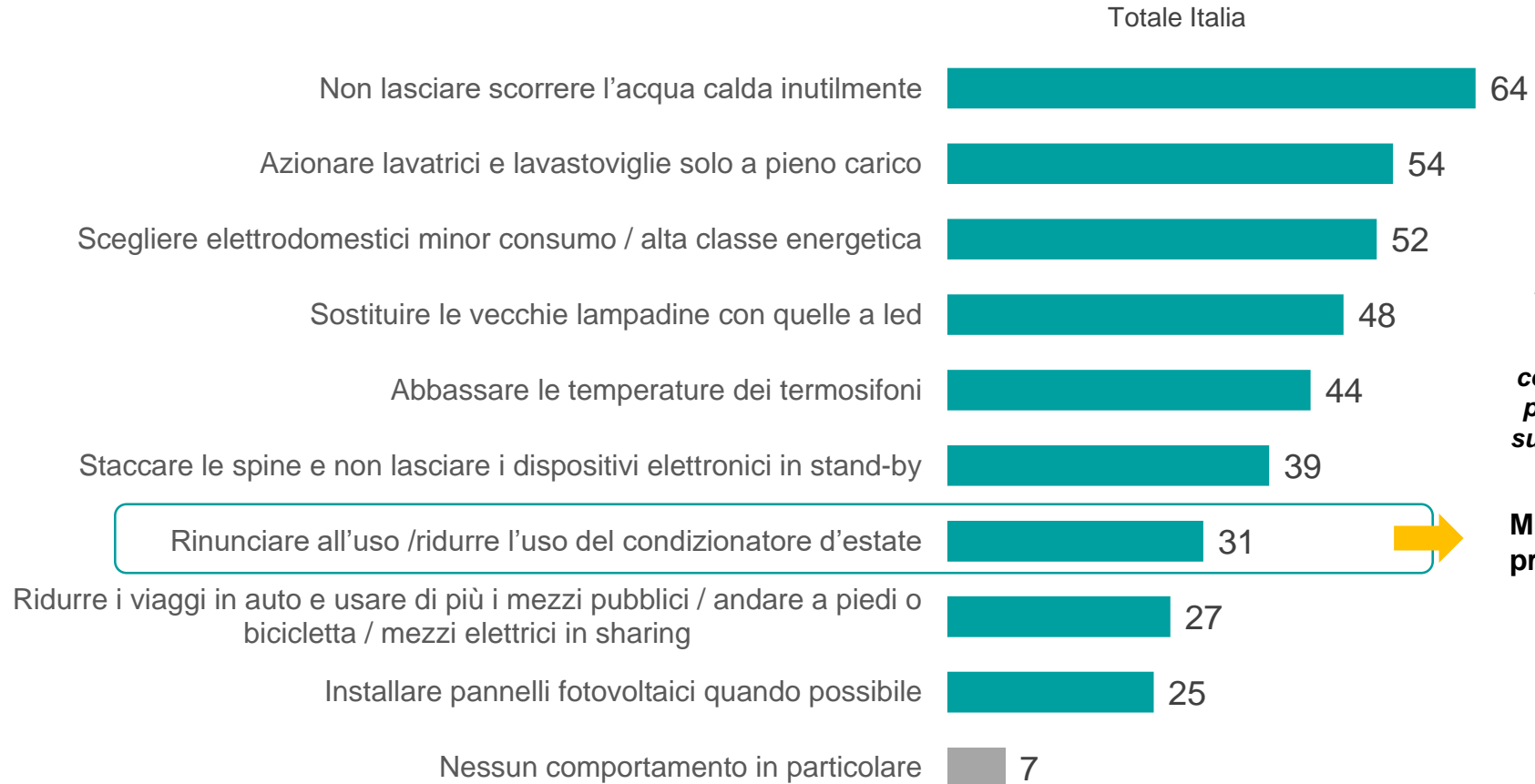
Con chi vive



COMPORAMENTI CHE RICHIEDONO SFORZO MINIMO COME IL RISPARMIO DI ACQUA O AZIONARE ELETTRODOMESTICI SOLO A PIENO CARICO SONO ANCORA LONTANI DALLA PIENA DIFFUSIONE; 1 ITALIANO SU 3 DISPOSTO A RIDURRE L'USO DEL CONDIZIONATORE IN ESTATE

Comportamenti virtuosi per l'ambiente già adottati o in programma

Il 93% degli Italiani adotta /adotterà almeno un comportamento virtuoso

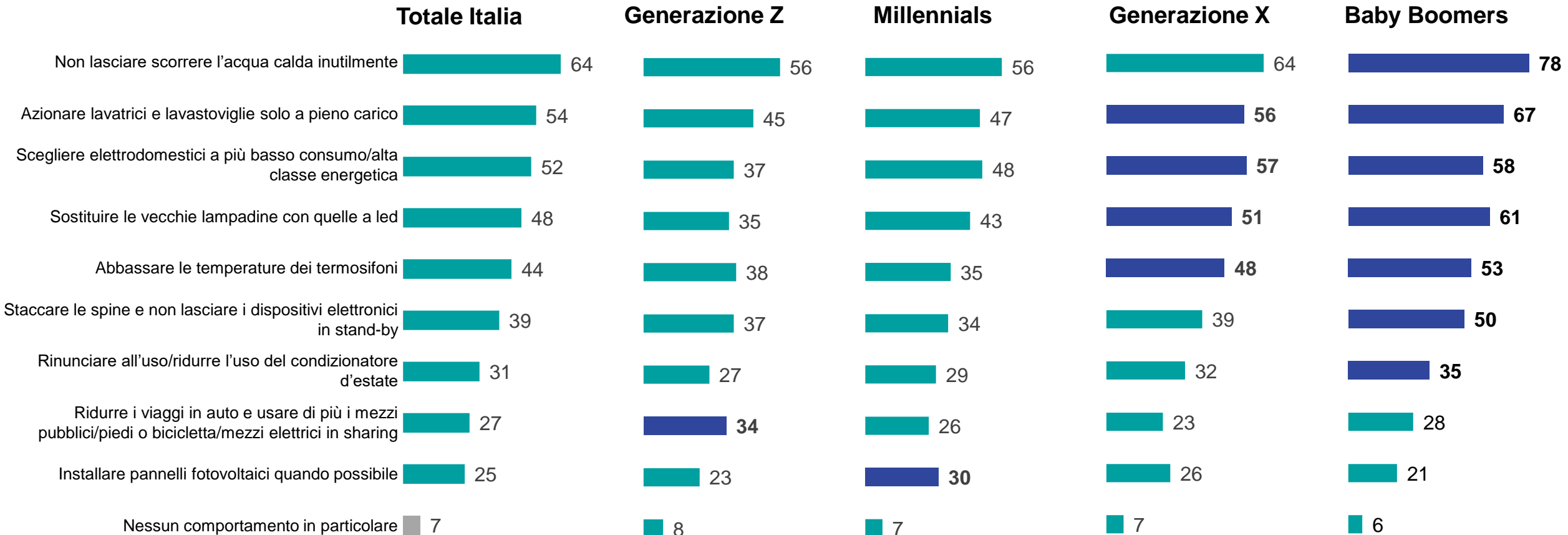


Le metropoli più virtuosa risulta essere **Bologna**, che registra comportamenti/orientamenti più diffusi della media Italia su quasi tutte le aree valutate

Milano la metropoli meno propensa con il **22%**

SONO I BABY BOOMERS I PIÙ PROPENSI A METTERE IN ATTO COMPORTAMENTI VIRTUOSI PER L'AMBIENTE, FORSE ANCHE MOSSI DA UN RISPARMIO ECONOMICO; LA GENERAZIONE Z INVECE È LA PIÙ ORIENTATA IN TEMA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Comportamenti virtuosi per l'ambiente già adottati o in programma



ITALIANI PIÙ ATTENTI AL GREEN E ALLA SOSTENIBILITÀ, MA CON UNA NON CHIARA PERCEZIONE DI QUALI COMPORTAMENTI HANNO MAGGIORE IMPATTO SULL'AMBIENTE

IPSON
DATI
GLOBAL

Comportamenti virtuosi per l'ambiente in programma

Comportamenti futuri virtuosi più diffusi in Italia o nel resto del mondo?

Comportamento	Diffusione
Evitare prodotti con troppo imballaggio	 Più citati
Evitare di acquistare nuovi beni, ad esempio aggiustando ciò che si ha o acquistando prodotti usati	
Risparmiare acqua a casa, ad esempio facendo docce più brevi o non annaffiando il giardino/piante	
Risparmiare energia in casa, ad esempio installando isolamenti termici o spegnendo le luci	
Raccolta differenziata	
Ridurre l'utilizzo dell'auto/moto propria a favore dei mezzi pubblici/biciclette, percorsi a piedi	
Non volare o sostituire alcuni voli con viaggi in treno o in autobus	
Mangiare meno carne o sostituire la carne in alcuni pasti con alternative	
Sostituire il metodo di riscaldamento della casa con sistemi a basso impatto/pompe di calore	
Mangiare meno latticini o sostituire i prodotti lattiero-caseari con alternative come il latte di soia	
Acquistare energia da fonti rinnovabili	
Acquistare beni durevoli	
Utilizzare solo i Trasporti Pubblici invece dei mezzi propri	
Vivere senza un'auto propria	 Meno citati

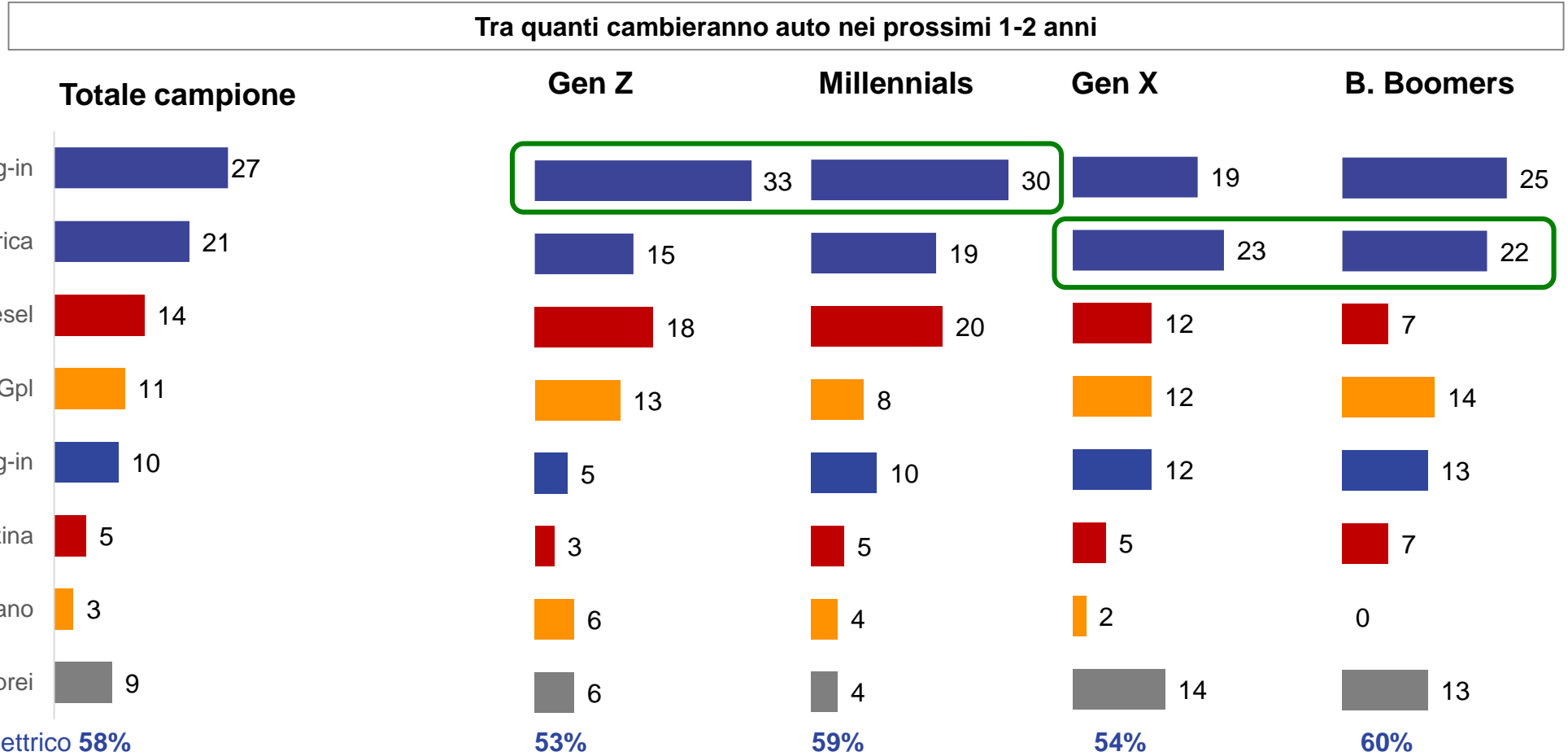
Gli intervistati mostrano livelli crescenti di consapevolezza dell'**urgenza della crisi climatica**, ma questo non si traduce in **effettivi cambiamenti** nel modo di agire. Infatti, la percentuale che pianifica di fare cambiamenti a favore dell'ambiente nel corso del prossimo anno non è aumentata significativamente rispetto al 2021.

Anzitutto bisogna osservare che, nella maggioranza dei **comportamenti sostenibili** analizzati, la percentuale degli italiani che ritiene di intraprendere **azioni green e sostenibili** durante il prossimo anno è **maggiore rispetto alla media internazionale**.

In generale, però, l'indagine registra **una non corretta percezione tra gli intervistati (sia a livello globale che in Italia) in merito ai comportamenti sostenibili individuali che hanno un maggiore impatto sull'ambiente**: un minor packaging o una riduzione degli acquisti sono erroneamente visti come priorità, mentre sostituire i voli con opzioni più sostenibili, passare a una dieta vegana (che nella realtà hanno un impatto molto più elevato) non sono considerati, dalla maggior parte, come azioni dalle elevate conseguenze negative sull'ambiente.

CHI STA PER COMPRARE UN'AUTO SCEGLIERÀ LE IBRIDE CON PLUG-IN (INDICATE SOPRATTUTTO DA GEN Z E MILLENNIALS) E LE TOTALMENTE ELETTRICHE (SCELTE IN MISURA MAGGIORE DA GEN X E BABY BOOMERS)

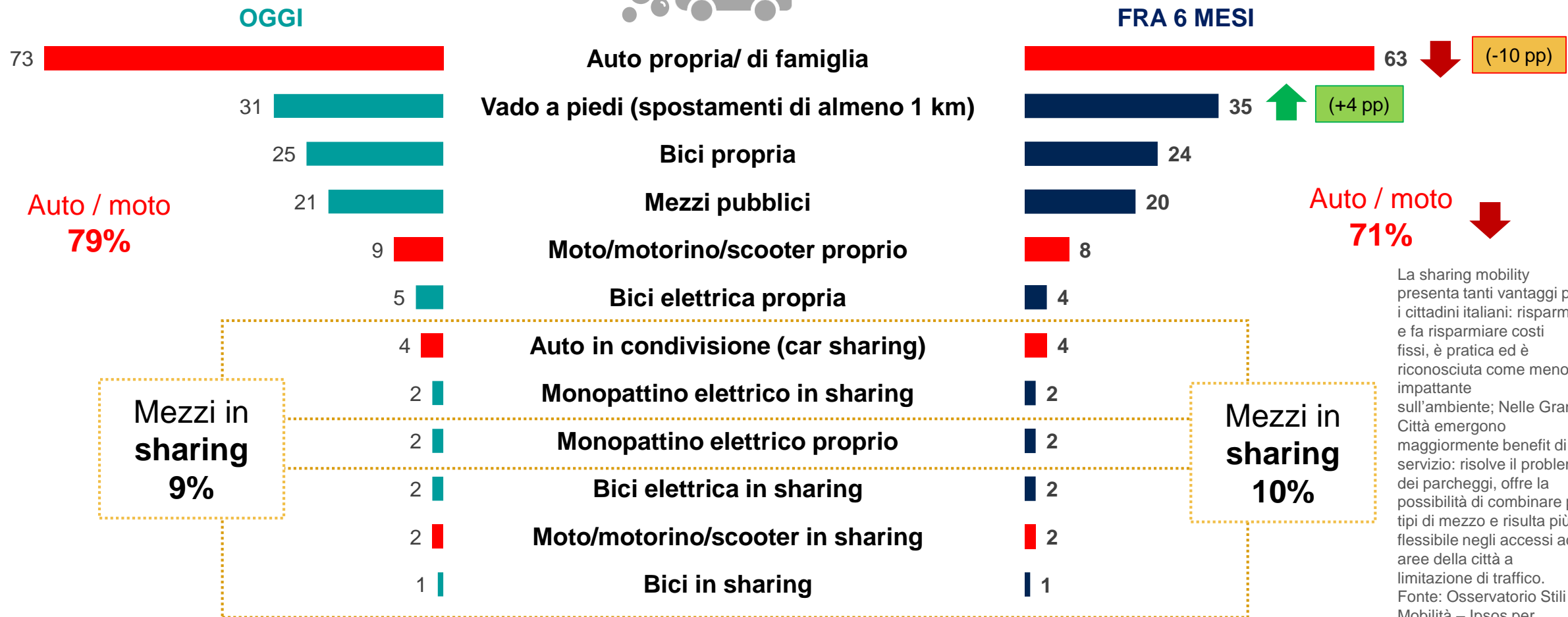
Orientamenti sull'alimentazione della futura auto



I veicoli elettrici hanno forte potere di attrazione sui conducenti italiani, ma sono note le barriere che ne frenano l'avanzata: costi, durata della batteria e velocità di ricarica e, specie per l'auto, punti di ricarica più diffusi. Fonte: Osservatorio Stili Mobilità – Ipsos per Legambiente 2021

GLI ITALIANI SONO DISPOSTI A RIDURRE L'USO DELL'AUTO IN FAVORE DI SPOSTAMENTI A PIEDI SOLO LIEVE CRESCITA DELLE PROPENSIONI DI UTILIZZO DEI MEZZI IN SHARING

Utilizzo quotidiani dei mezzi di trasporto oggi e propensioni future

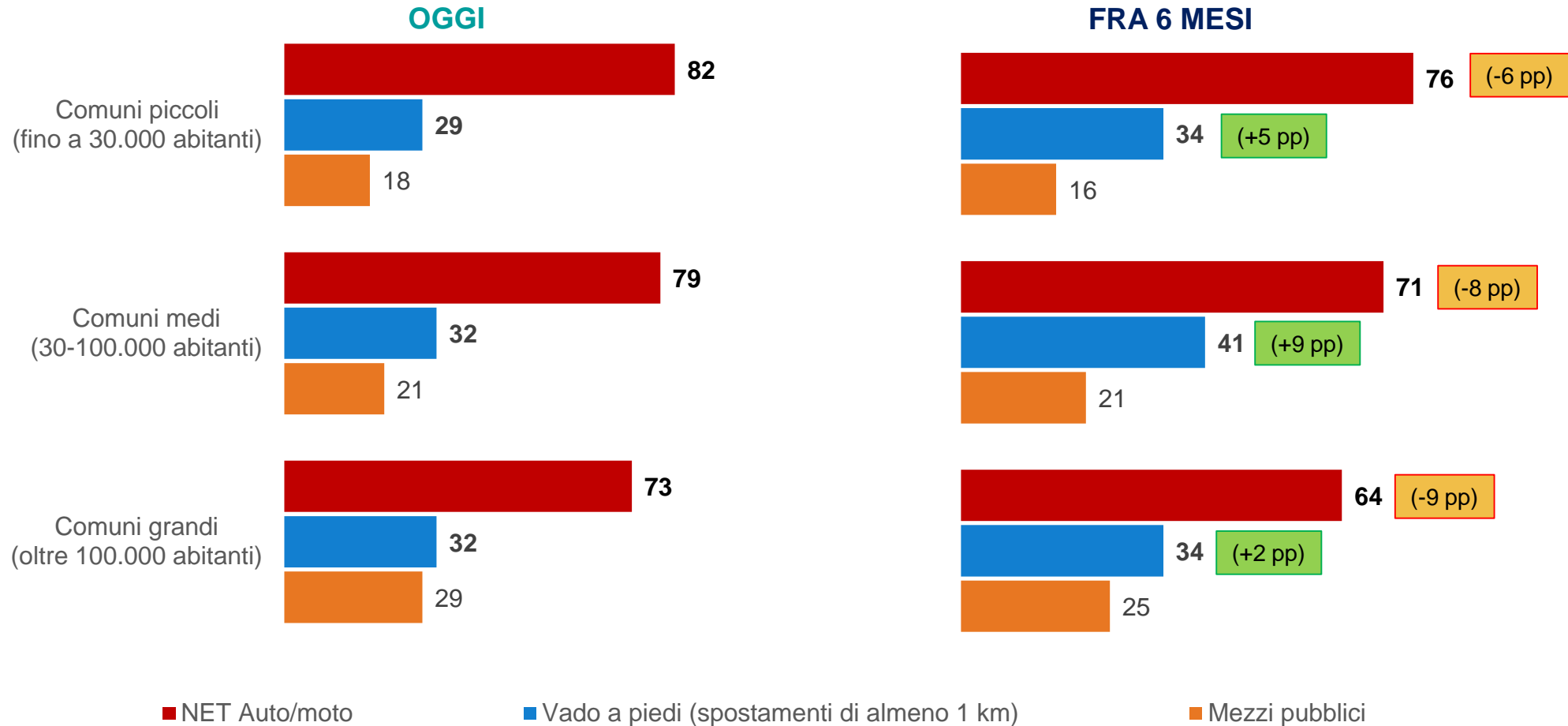


La sharing mobility presenta tanti vantaggi per i cittadini italiani: risparmia e fa risparmiare costi fissi, è pratica ed è riconosciuta come meno impattante sull'ambiente; Nelle Grandi Città emergono maggiormente benefit di servizio: risolve il problema dei parcheggi, offre la possibilità di combinare più tipi di mezzo e risulta più flessibile negli accessi ad aree della città a limitazione di traffico. Fonte: Osservatorio Stili Mobilità – Ipsos per Legambiente 2021



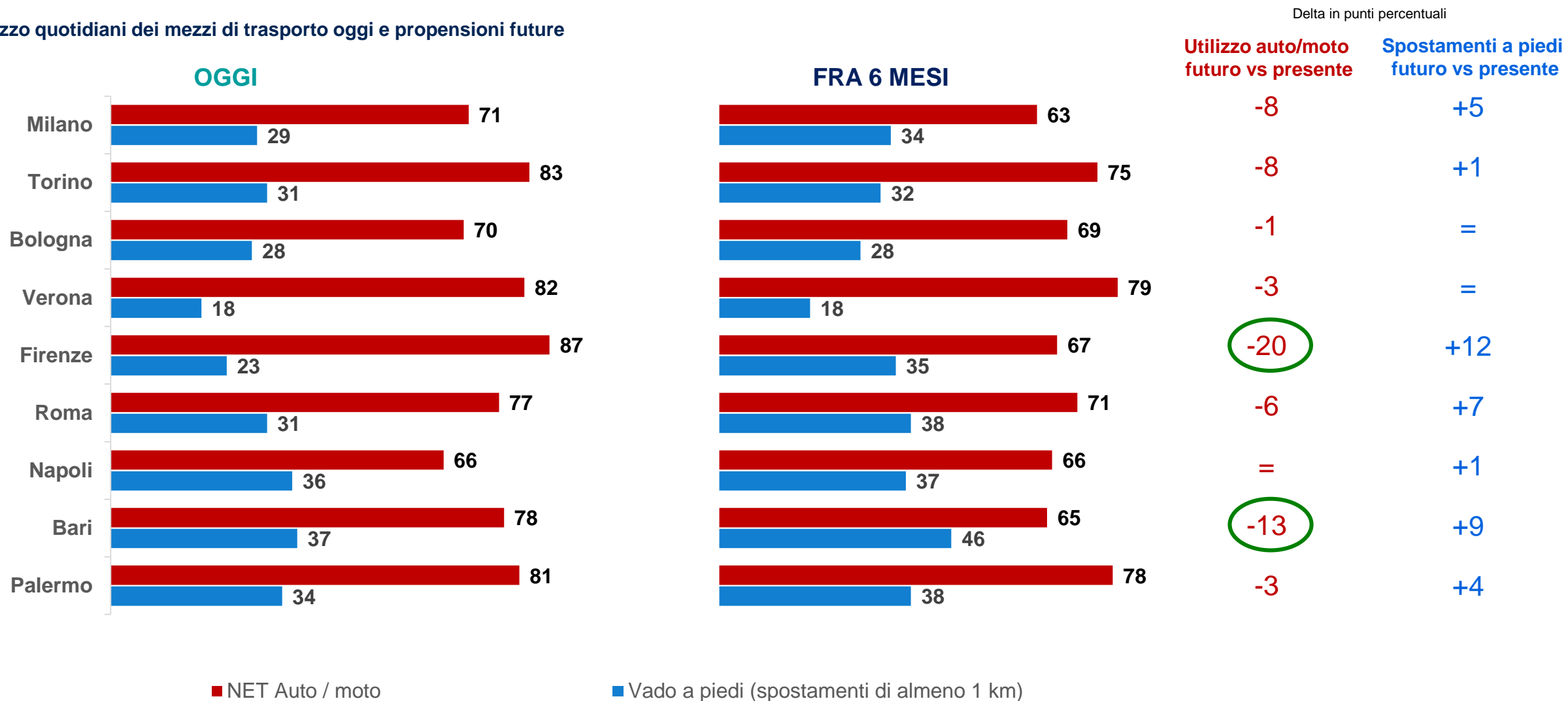
GLI ORIENTAMENTI A RIDURRE L'USO DELL'AUTO SONO PIÙ DIFFUSI NEI MEDI E GRANDI CENTRI, IN FAVORE DI MAGGIORI SPOSTAMENTI A PIEDI

Utilizzo quotidiani dei mezzi di trasporto oggi e propensioni future



IN TUTTE LE AREE METROPOLITANE SI PREVEDE UNA RIDUZIONE DELL'USO DELL'AUTO E DELLA MOTO, PARTICOLARMENTE SIGNIFICATIVO A FIRENZE (-20), E BARI (-13)

Utilizzo quotidiani dei mezzi di trasporto oggi e propensioni future



KEY POINTS – AMBIENTE E ENERGIA

- In tema di **sensibilità ambientale**, e rispetto al contesto internazionale, **l'Italia emerge come uno dei Paesi con il più elevato livello di preoccupazione per i rischi climatici**: il 69% degli Italiani dichiara di essere preoccupato per il cambiamento climatico (48% la media dei Paesi a livello Globale) e il 79% per le sue conseguenze, sia in Italia sia all'estero.
- **Il 93% degli Italiani si dice già attivo o intenzionato ad adottare comportamenti virtuosi a salvaguardia dell'ambiente**, ma i comportamenti/orientamenti sono frammentati e solo 3 superano il 50% di dichiarazioni d'intenti: il risparmio di acqua, l'avvio di lavatrici/lavastoviglie solo a pieno carico e la preferenza per elettrodomestici a basso consumo. Solo il 44% degli Italiani è disposto a ridurre la temperatura dei termosifoni, **solo 3 Italiani su 10 a rinunciare al condizionatore nella prossima estate e solo il 22% nell'area Metropolitana di Milano**. Solo il 27% degli Italiani si dice disposto a ridurre l'uso dell'auto in favore di mezzi pubblici o tratti a piedi/mezzi alternativi (bicicletta, mezzi elettrici in sharing).
- **La metropoli più virtuosa risulta essere Bologna**, che registra comportamenti/orientamenti più diffusi della media Italia su quasi tutte le aree valutate. **Tra le Generazioni sono i Baby Boomers i più propensi a mettere in atto comportamenti virtuosi per l'ambiente**, forse anche mossi dal desiderio di un risparmio economico; la Generazione Z, invece, è la più orientata a comportamenti virtuosi in tema mobilità sostenibile.

KEY POINTS – AMBIENTE E ENERGIA

- Rispetto al contesto Internazionale, **l'Italia conferma la sua maggiore sensibilità verso comportamenti sostenibili per l'ambiente**, ma emerge (sia a livello globale che in Italia) una non corretta percezione in merito ai comportamenti individuali che hanno un maggiore impatto sull'ambiente: un minor packaging o una riduzione degli acquisti sono erroneamente visti come priorità, mentre sostituire i voli con opzioni più sostenibili o passare a una dieta vegana (che nella realtà hanno un impatto molto più elevato) non sono considerati, dalla maggior parte, come azioni dalle elevate conseguenze negative sull'ambiente.
- Sempre in tema di salvaguardia dell'ambiente, **gli orientamenti degli Italiani in relazione alla prossima auto da acquistare sono di buon auspicio**: tra chi intende acquistare l'auto nei prossimi 1-2 anni il 58% sceglierebbe auto ibride o elettriche; **la scelta cade primariamente sulle ibride con Plug-in** (indicate soprattutto da Gen Z e Millennials) **e le totalmente elettriche** (scelte in misura maggiore da Gen X e Baby Boomers). Il Diesel è preferito solo dal 14%.
- Effettivamente **gli Italiani sono anche disposti a ridurre l'utilizzo dell'auto, soprattutto in favore di spostamenti a piedi**: il 73% degli Italiani dichiara di utilizzare quotidianamente l'auto oggi per i propri spostamenti e, nelle intenzioni dei prossimi 6 mesi, questa quota scende al 63%.
- **Nelle Aree Metropolitane le preoccupazioni economiche sono ancor più sentite**: spaventano soprattutto le spese per cure dentistiche, le spese della casa e quelle per i figli; in questo ambito spiccano Verona e le metropoli del Sud e Isole