



MOPAmbiente

Monitoraggio degli Orientamenti e delle Politiche per l' Ambiente

- VII rapporto -

Premessa

1

A partire dal 2003, RISL (società di Relazioni Istituzionali e Studi Legislativi) ha avviato MOPAmbiente, progetto di monitoraggio delle opinioni degli italiani sui principali temi di rilevanza ambientale.

Di seguito sono illustrati i risultati provenienti dalla 7° rilevazione condotta da GfK Eurisko ad inizio marzo 2012

Tali evidenze sono integrate con indicazioni di ricerca provenienti da altri database di proprietà di GfK Eurisko



MOPAmbiente VII edizione
rapporto tecnico di ricerca

Indice

1



La sensibilità ambientale

2



L'agenda politica

3



I comportamenti virtuosi dei cittadini consumatori

4



La sostenibilità come driver di scelta

5



Le aspettative nei confronti delle aziende



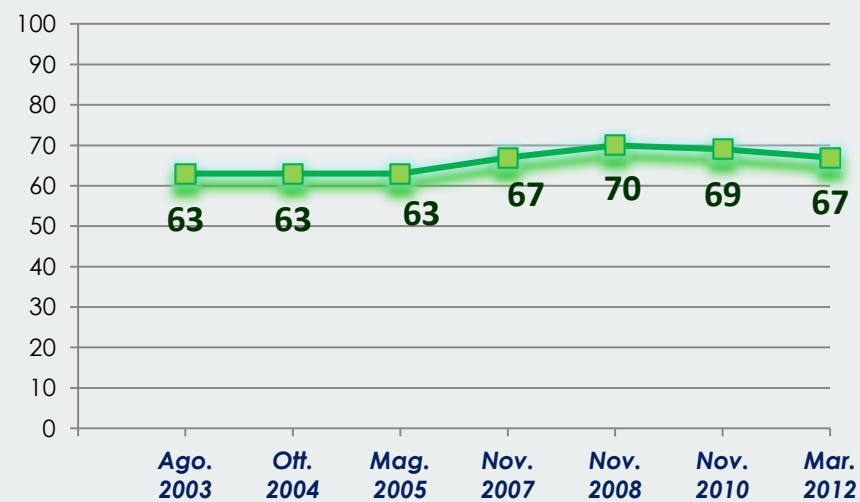
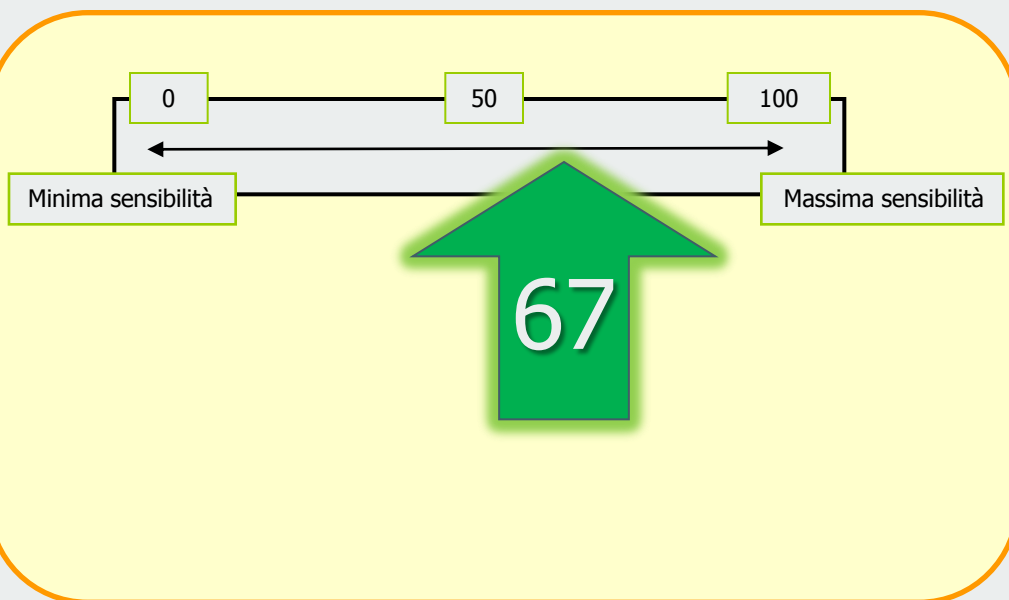
1

La sensibilità ambientale

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

L'INDICE DI SENSIBILITÀ AMBIENTALE GENERALE*

5



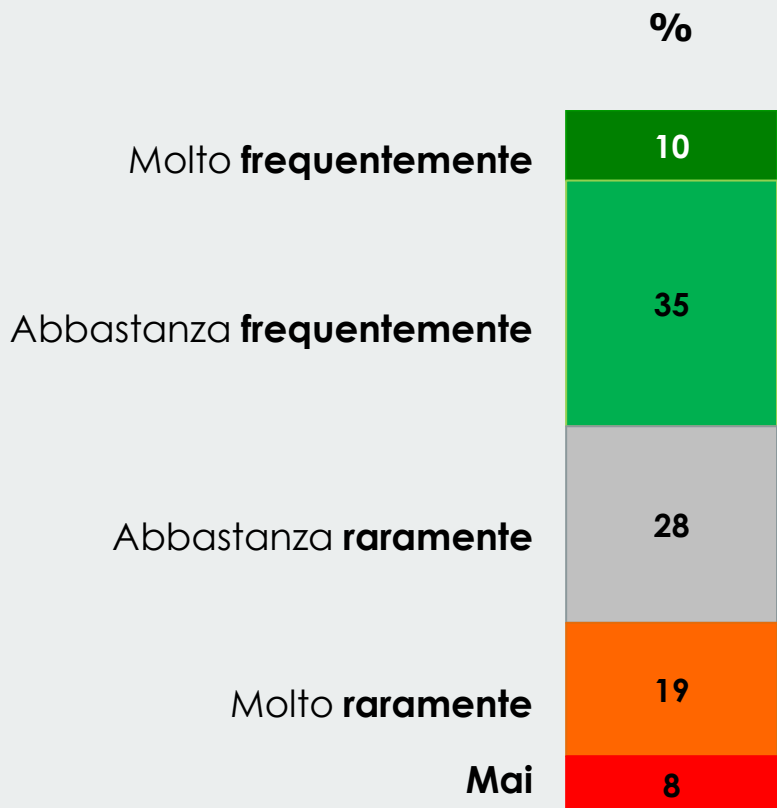
*L'indice di sensibilità: è un indicatore su scala 0-100, che sintetizza le risposte alle quattro domande relative a: propensione ad informarsi e discutere di tematiche ambientali, percezioni della propria attenzione all'ambiente e del contributo del comportamento dei singoli alla riduzione dell'inquinamento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

QUANTO SI PARLA DI TEMATICHE AMBIENTALI?

D1 "Quanto frequentemente parla di ambiente e di ciò che può danneggiare l'ambiente con i propri familiari, gli amici e i colleghi?"

Base: totale rispondenti, n= 742 casi


Parla di ambiente...




ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: élites	55
Area Geo: Centro	55
Laurea/diploma	52



ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: aree marginali	32
Licenza elementare	36
64 anni e oltre	37
Area Geo: sud e isole	39
Grande Mappa: baric. Maschili	39

 = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

 = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

QUANTO SI PARLA DI TEMATICHE AMBIENTALI?

TREND

7

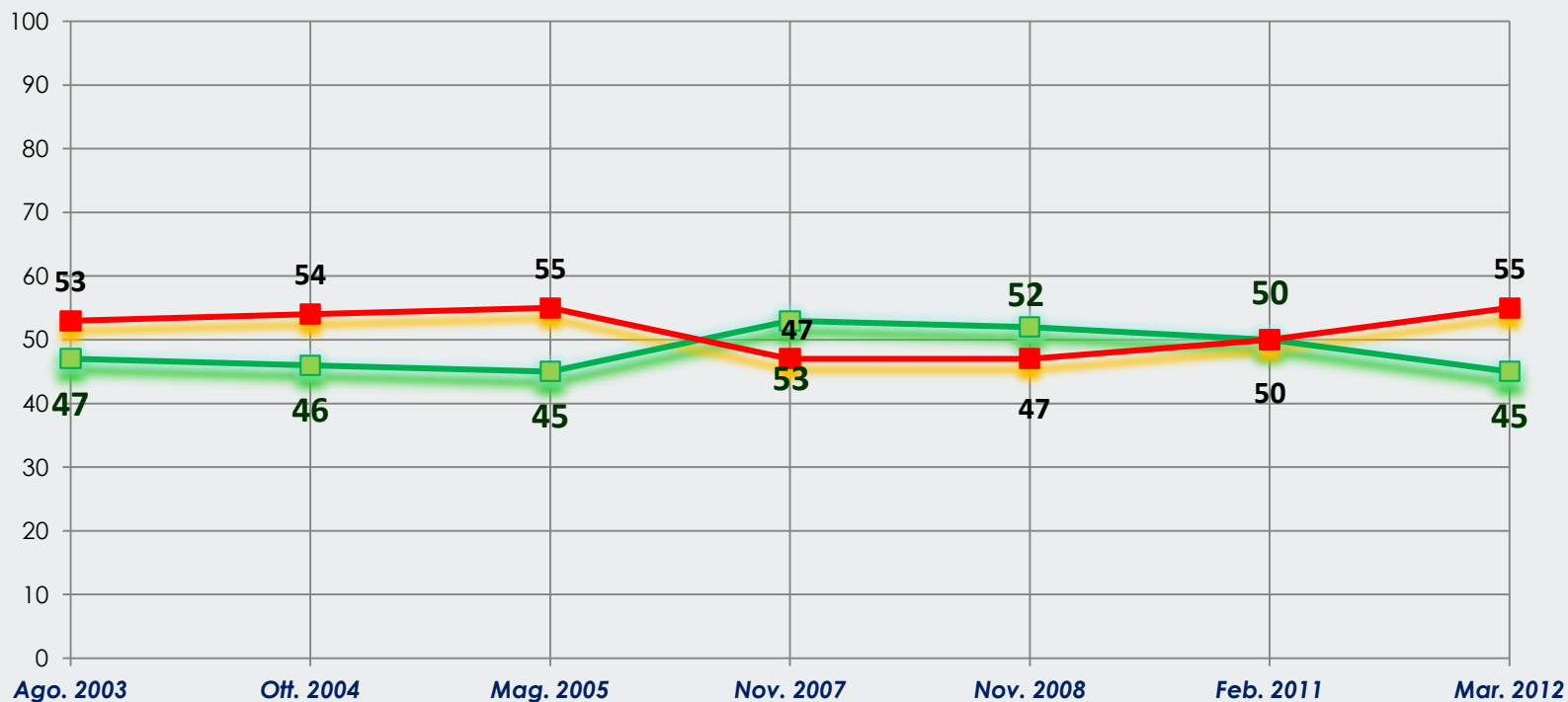
Parla di ambiente...



% Molto + Abbastanza

■ Frequentemente

■ Non frequentemente



QUANTO CI SI INFORMA SULLE TEMATICHE AMBIENTALI?

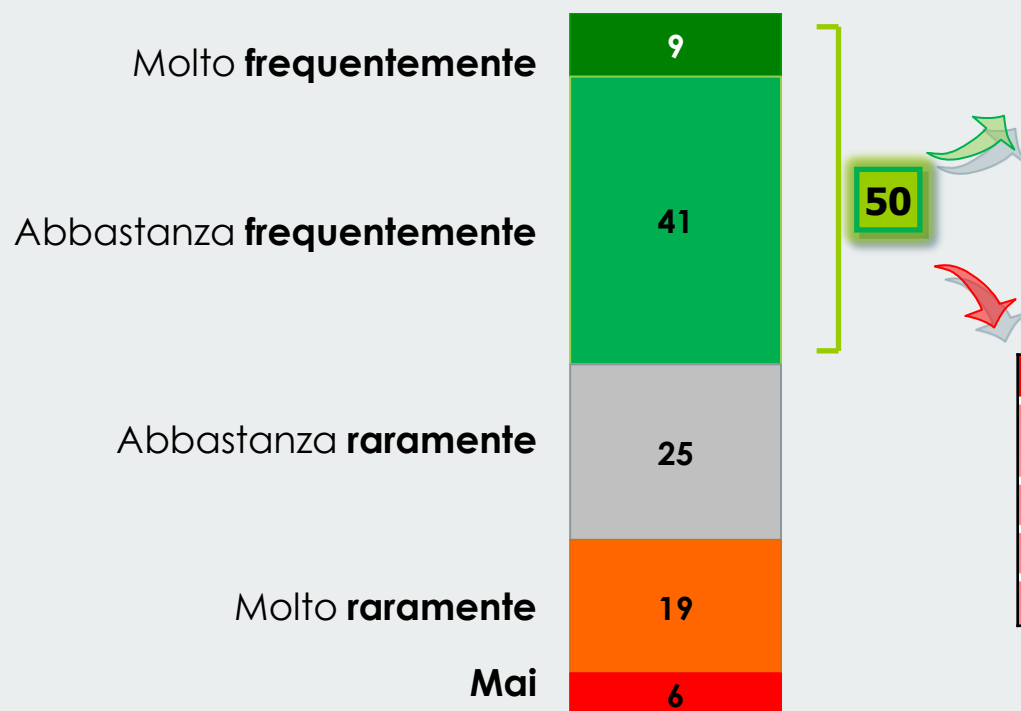
"Quanto frequentemente Le capita di leggere articoli o guardare programmi / servizi che parlano di tematiche ambientali e di ciò che può danneggiare l'ambiente?"

Base: totale rispondenti, n= 743 casi

Legge articoli/guarda programmi che parlano di ambiente...





8



ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: élites	63
Laurea/diploma	57
Area Geo: nord est	55
25-34 anni	54
35-44 anni	54

ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: baric. Maschili	40
Licenza elementare	41
Grande Mappa: marginali	42
55-64 anni	43

 = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

 = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

QUANTO CI SI INFORMA SULLE TEMATICHE AMBIENTALI?

TREND

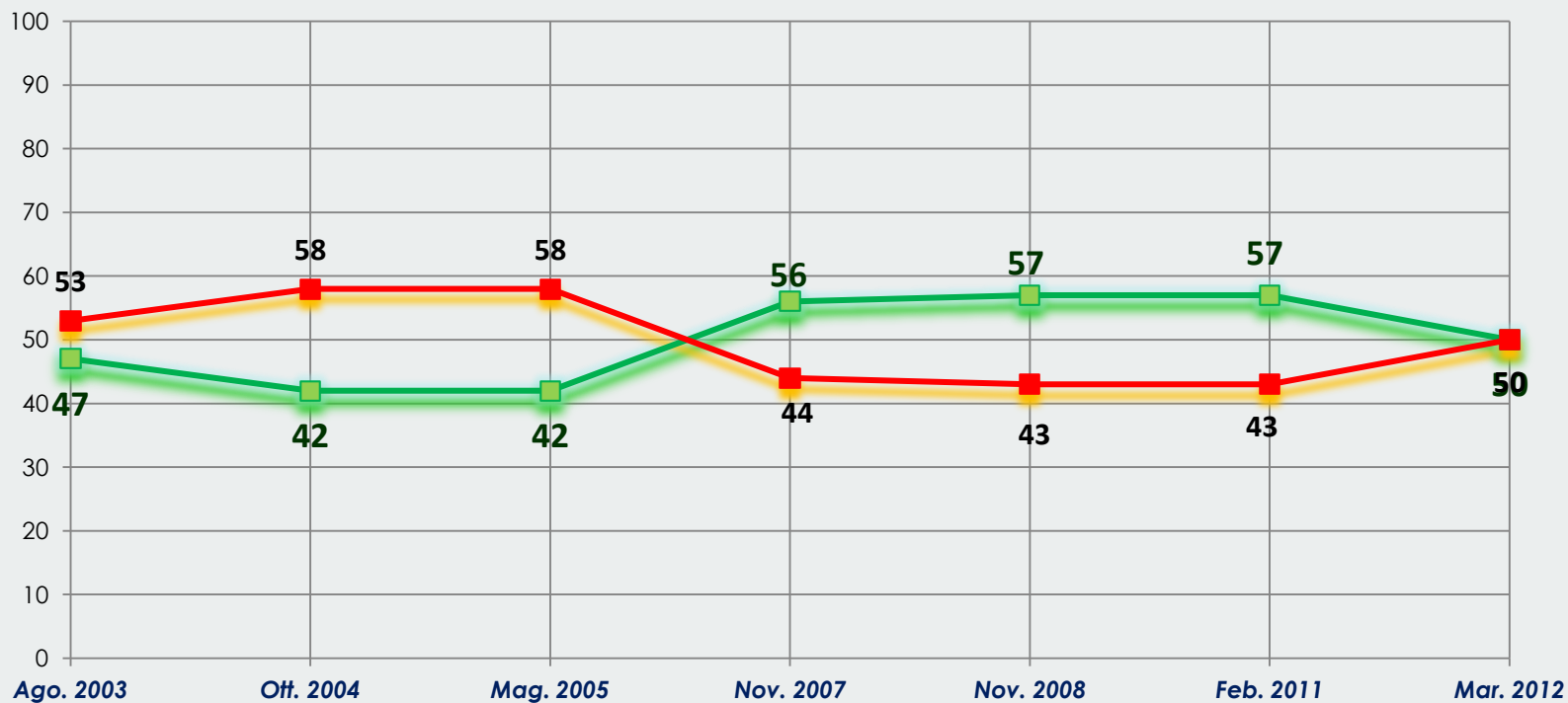
Legge articoli/guarda programmi che parlano di ambiente...



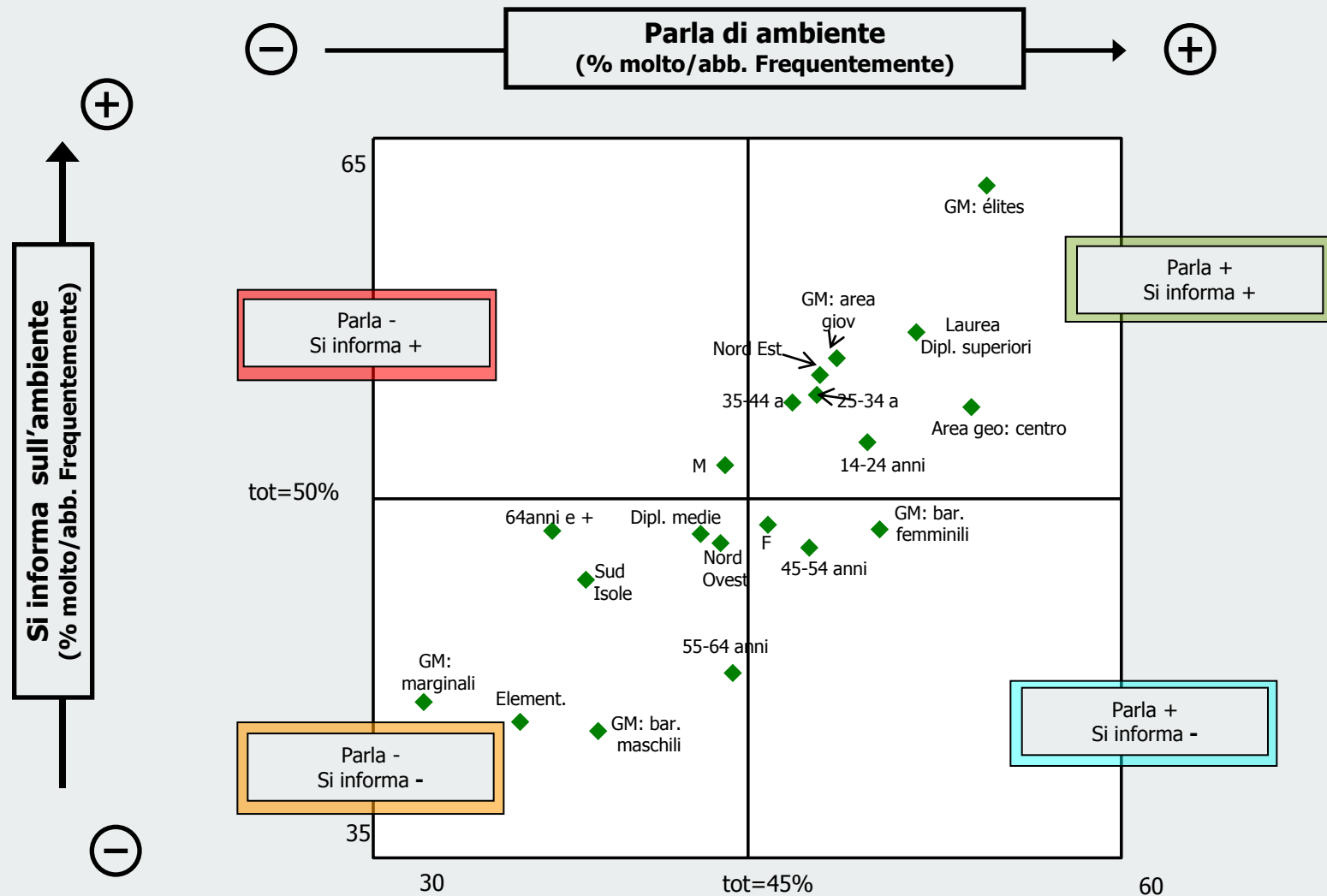
9

% Molto + Abbastanza

■ Frequentemente ■ Non frequentemente



QUANTO SI PARLA E CI SI INFORMA SULL'AMBIENTE: UN INCROCIO

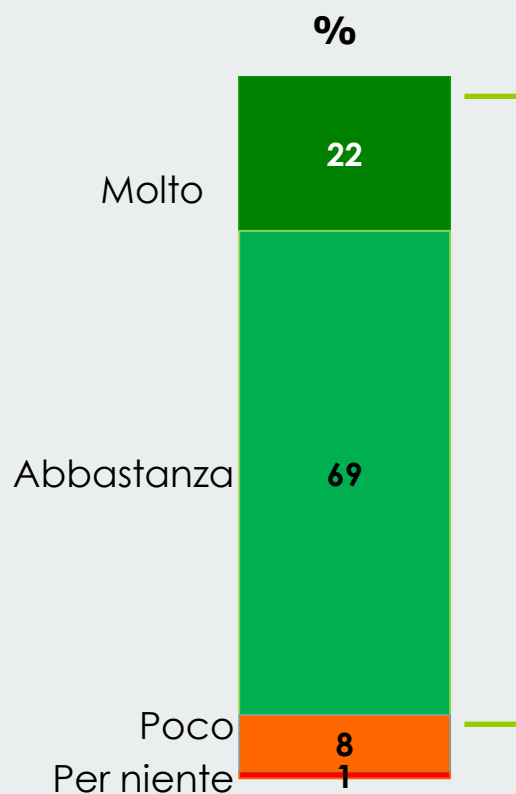


PERCEZIONE DELLA PROPRIA ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

"Quanto direbbe di essere attento, sensibile nei confronti dell'ambiente?"

Base: totale rispondenti, n= 724 casi

È attento all'ambiente...



ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: bar. femminili	95
Area Geo: nord est	95
Area Geo: centro	94
Grande Mappa: élites	94



ACCENTUAZIONI	%
14-24 anni	84
Grande Mappa: baric. Maschili	85

■ = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

■ = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

PERCEZIONE DELLA PROPRIA ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

TREND

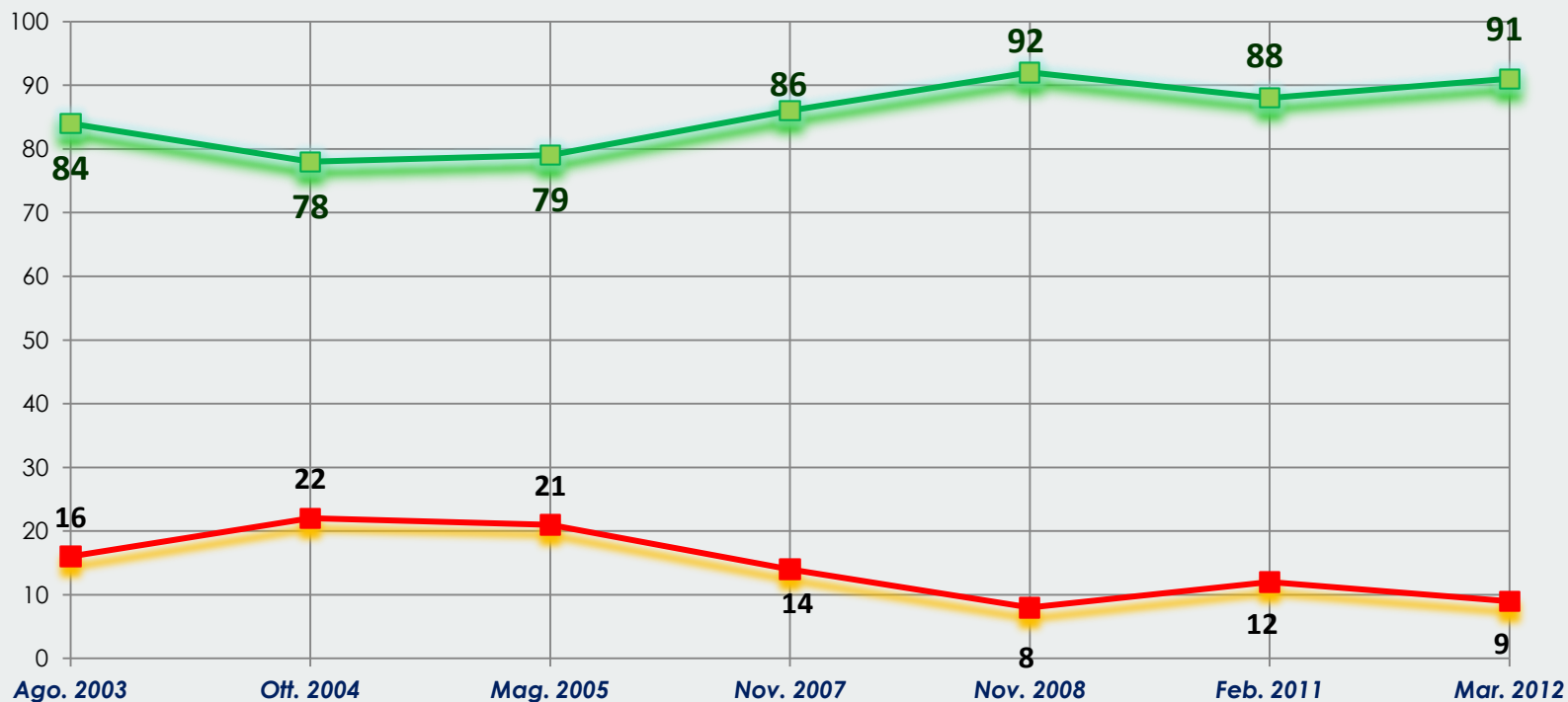
È attento all'ambiente...

12



% Molto + Abbastanza

—■ Attento —■ Non attento

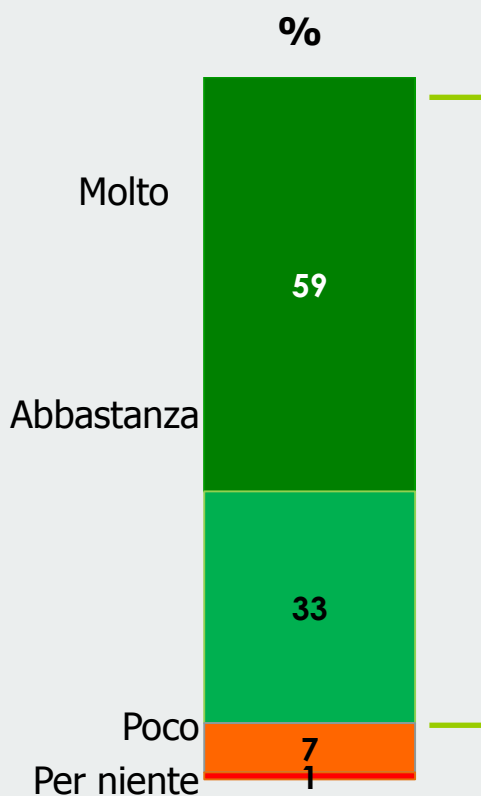


PERCEZIONE AUTOEFFICACIA SUI PROBLEMI AMBIENTALI

"Quanto secondo Lei, ogni singola persona può contribuire con il suo comportamento a ridurre l'inquinamento dell'ambiente?"

Base: totale rispondenti, n= 734 casi

Ogni persona può contribuire a ridurre l'inquinamento...



ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: bar. femminili	98
Grande Mappa: élites	96
35-44 anni	95
Area Geo: nord est	94
Area Geo: centro	94
Laurea/diploma	94

ACCENTUAZIONI	%
Grande Mappa: marginali	87
Grande Mappa: baric. Maschili	88

■ = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

■ = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

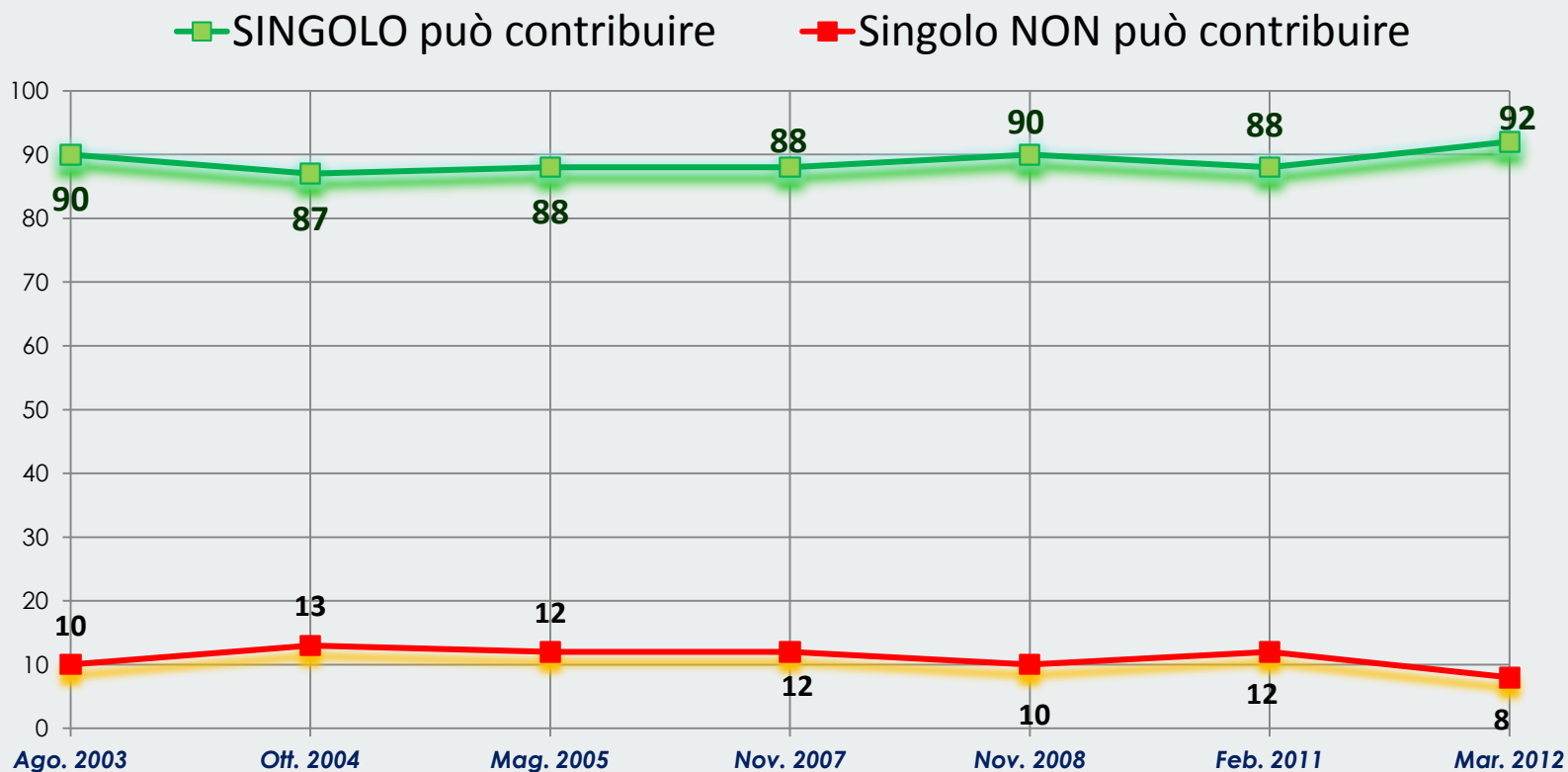
PERCEZIONE AUTOEFFICACIA SUI PROBLEMI AMBIENTALI

TREND

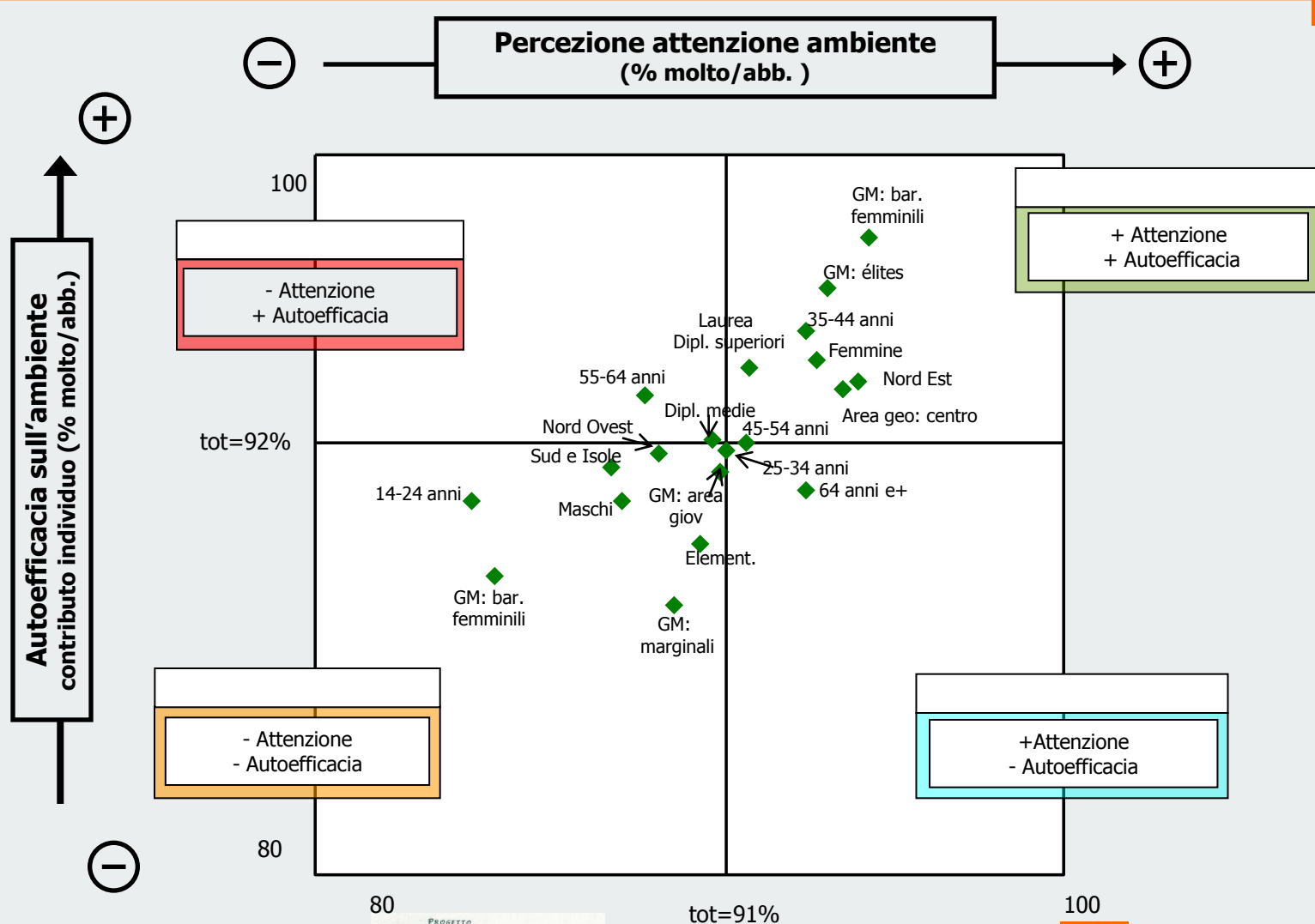
Ogni persona può contribuire a ridurre l'inquinamento...

14

% Molto + Abbastanza



PERCEZIONE ATTENZIONE PER L'AMBIENTE E AUTOEFFICACIA: UN INCROCIO





**Approfondimento
sul cambio dell'olio lubrificante**

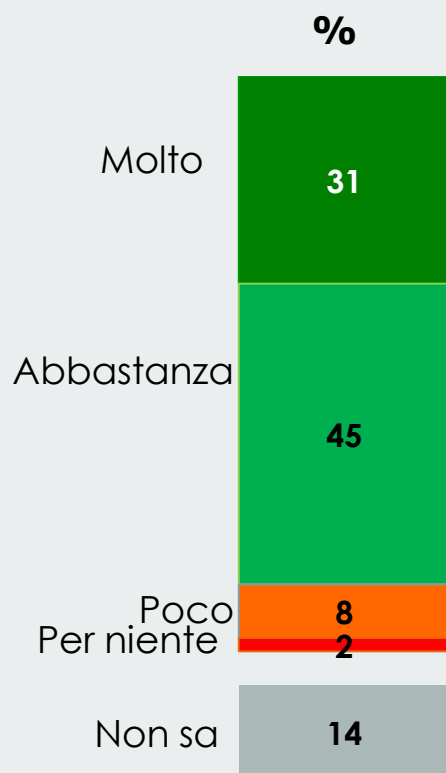
IL CAMBIO DELL'OLIO LUBRIFICANTE: I PERICOLI PER L'AMBIENTE

«Alcuni effettuano personalmente il cambio dell'olio lubrificante della propria auto, moto, etc... Lei personalmente quanto ritiene pericoloso per l'ambiente questo comportamento?»

Base: totale rispondenti, n= 750 casi





E' pericoloso per l'ambiente



ACCENTUAZIONI	%
35-44 anni	84
Grande Mappa: bar. femminili	83
Area Geo: centro	82

ACCENTUAZIONI	%
14-24 anni	68
Grande Mappa: aree giovanili	70
Grande Mappa: marginali	71

 = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

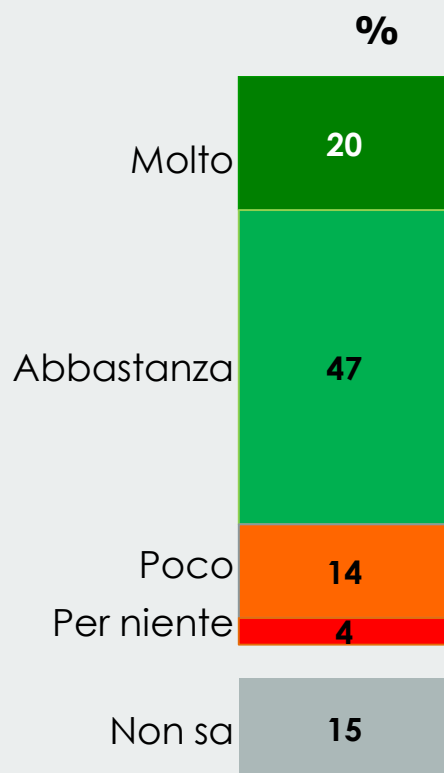
 = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

IL CAMBIO DELL'OLIO LUBRIFICANTE: I PERICOLI PER LA SALUTE

«Parliamo sempre del cambio dell'olio lubrificante, pensi in particolare alla salute dei cittadini che operano il cambio dell'olio personalmente, senza rivolgersi alle stazioni di servizio. Lei personalmente quanto ritiene pericoloso per la salute tale comportamento?»

Base: totale rispondenti, n= 750 casi

E' pericoloso per il cittadino...



67

ACCENTUAZIONI	%
35-44 anni	75
Grande Mappa: bar. femminili	74
45-54 anni	73
55-64 anni	73
Grande Mappa: élites	72

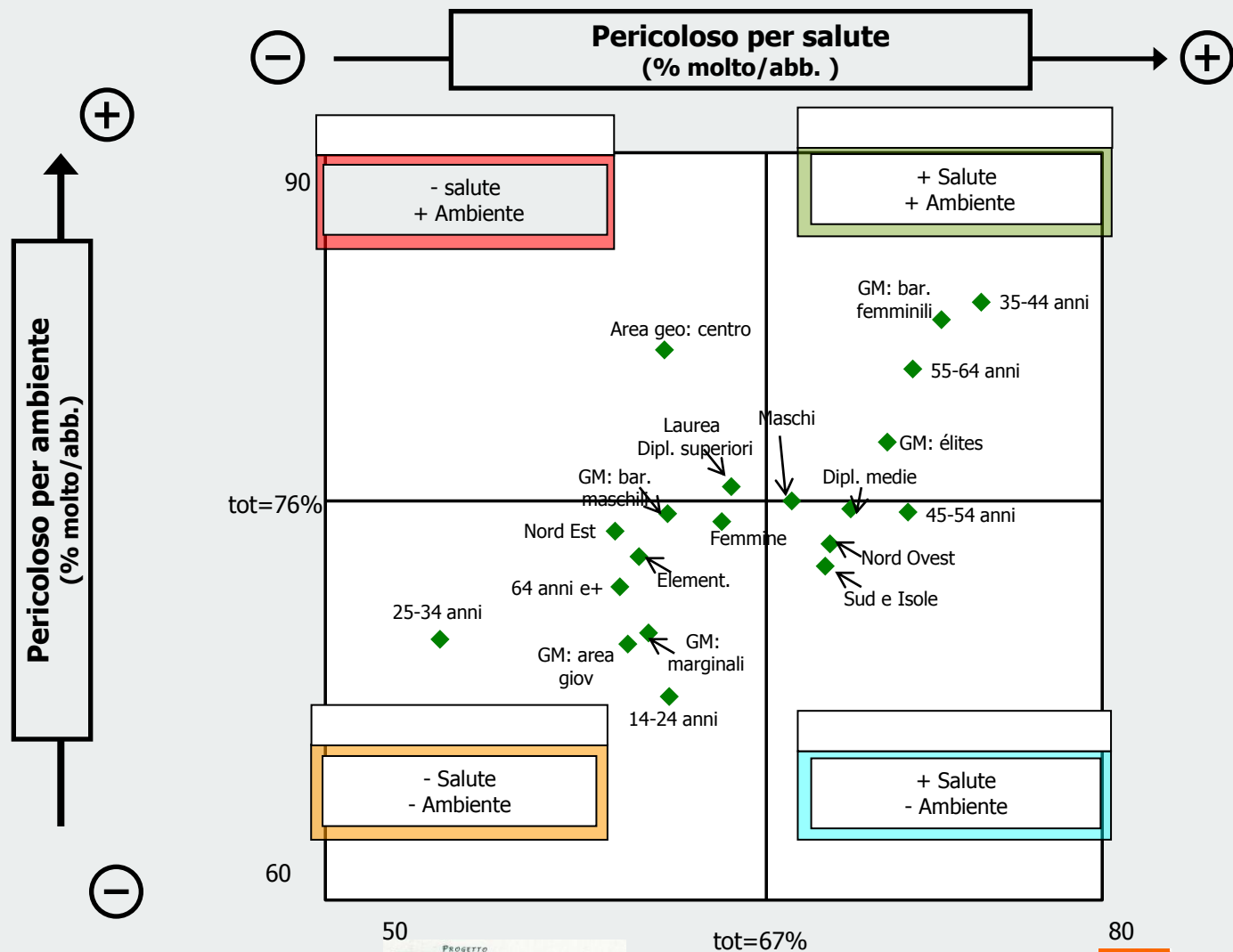
ACCENTUAZIONI	%
25-34 anni	54
Area Geo: nord est	61
64 anni e oltre	61



■ = Accentuazioni positive rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

■ = Accentuazioni negative rispetto al totale campione al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

CAMBIO DELL'OLIO: I PERICOLI PER L'AMBIENTE E LA SALUTE



CONSORZIO OBBLIGATORIO DEGLI OLI USATI

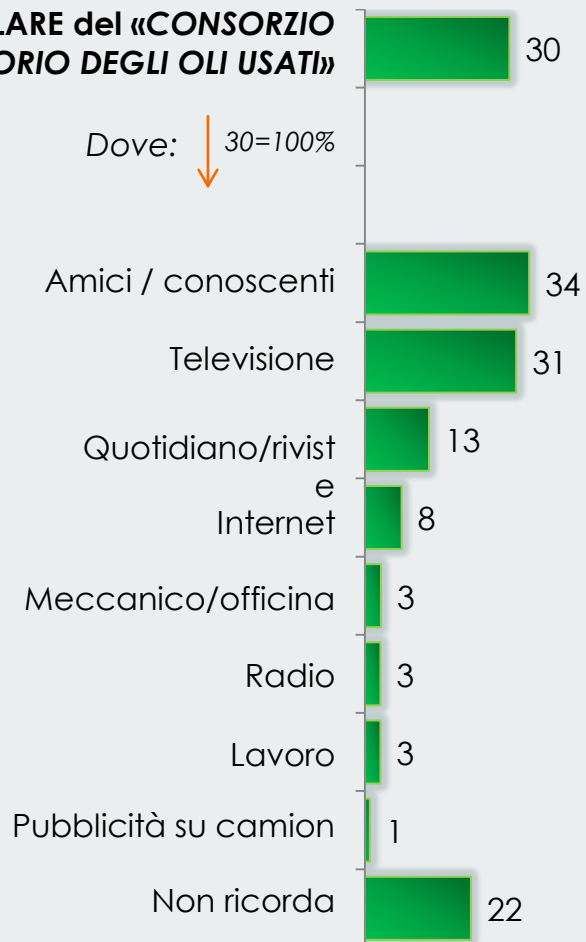
«Lei ha mai sentito parlare del Consorzio Obbligatorio degli Oli Usati? Si ricorda dove?»



20

Base: totale rispondenti, n= 750 casi

HANNO SENTITO PARLARE del «CONSORZIO OBBLIGATORIO DEGLI OLI USATI»



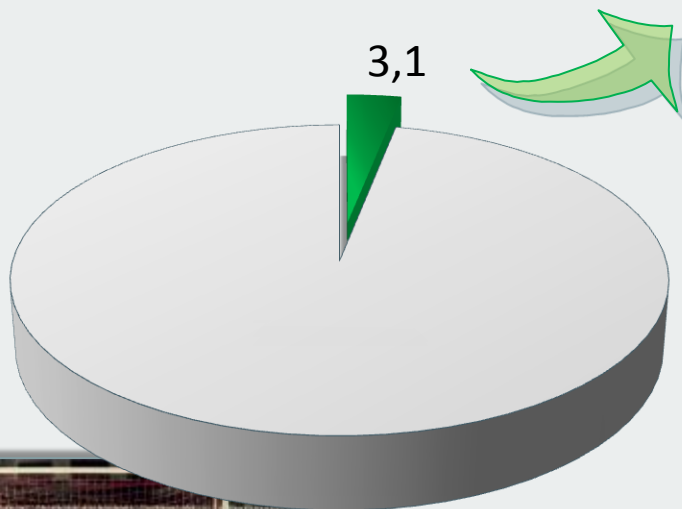
ACCENTUAZIONI	%
45-54 anni	46
25-34 anni	40
Grande Mappa: élites	40
Maschi	39

LO SPOT PUBBLICITARIO

«Lei ricorda di aver visto lo spot del Consorzio Obbligatorio degli Oli Usati, con testimonial la Nazionale Italiana di Pallanuoto?»

Base: totale rispondenti, n= 750 casi

RICORDANO LO SPOT PUBBLICITARIO 3% (1.600.000 italiani dai 14 anni in su)



ACCENTUAZIONI	%
25-34 anni	4,9
Maschi	4,6
Grande Mappa: élites	4,4
Nord Ovest	4,0





2

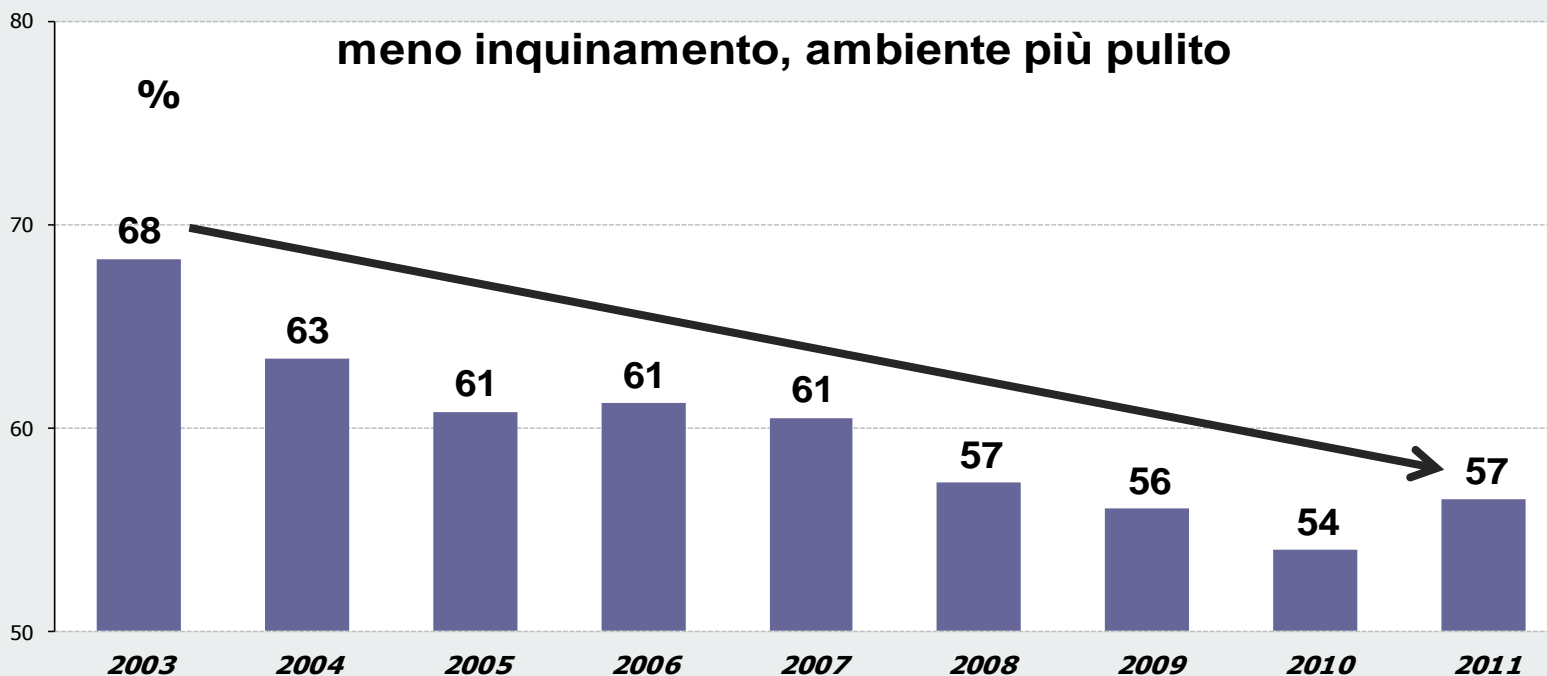
L'agenda politica

- Fonte dati: Eurisko Sinottica

L'AMBIENTE NELL'AGENDA POLITICA

Quali sono le cose, fra quelle qui elencate, di cui c'è più bisogno in Italia ? (possibili più risposte)

23



FONTE: Eurisko Sinottica,
maggio 2011; 10000 casi
metodologia CAPI

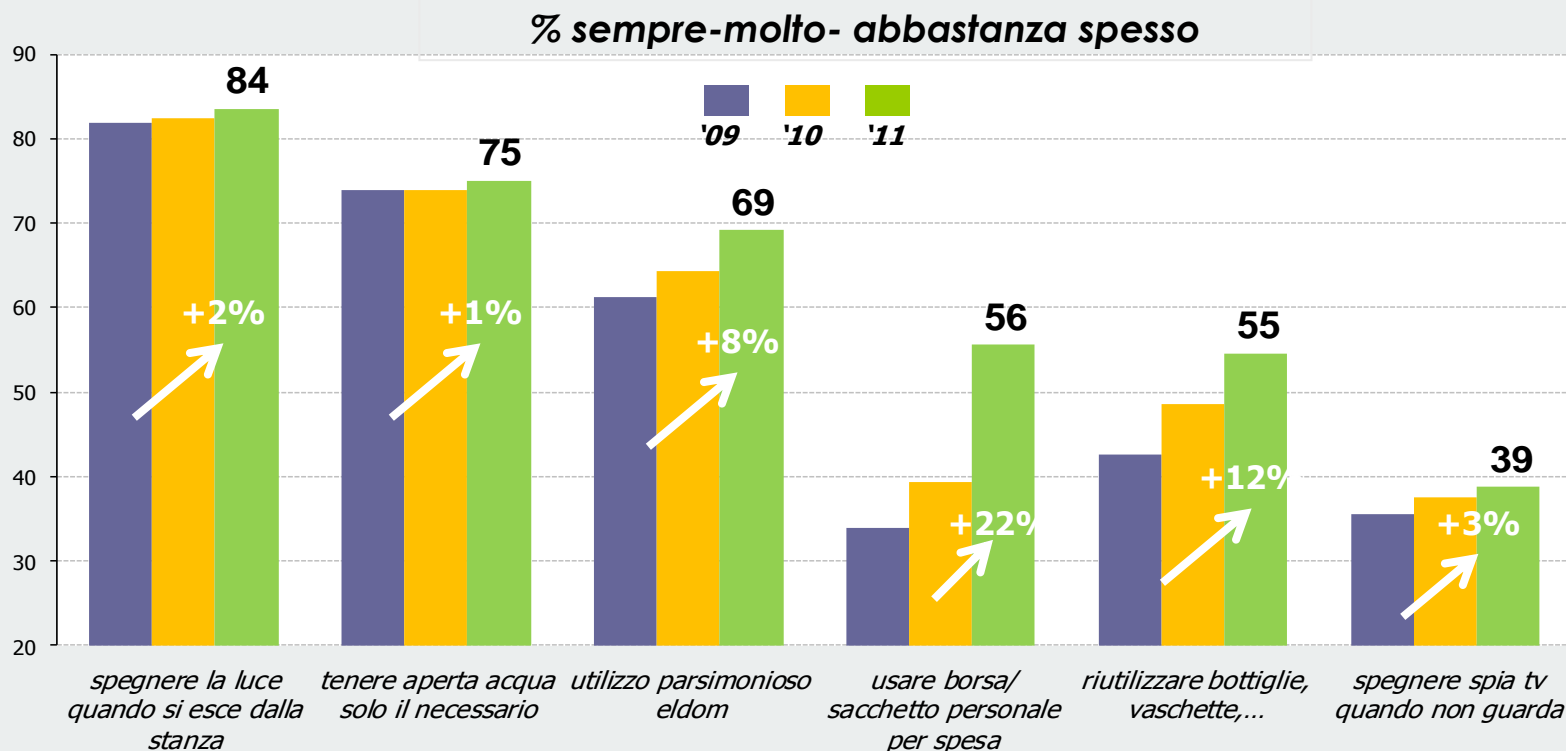
**3**

I comportamenti virtuosi dei cittadini consumatori

- Fonte dati: Eurisko Sinottica

SI DIFFONDONO I COMPORTAMENTI VIRTUOSI

Quanto spesso adotta i seguenti comportamenti?

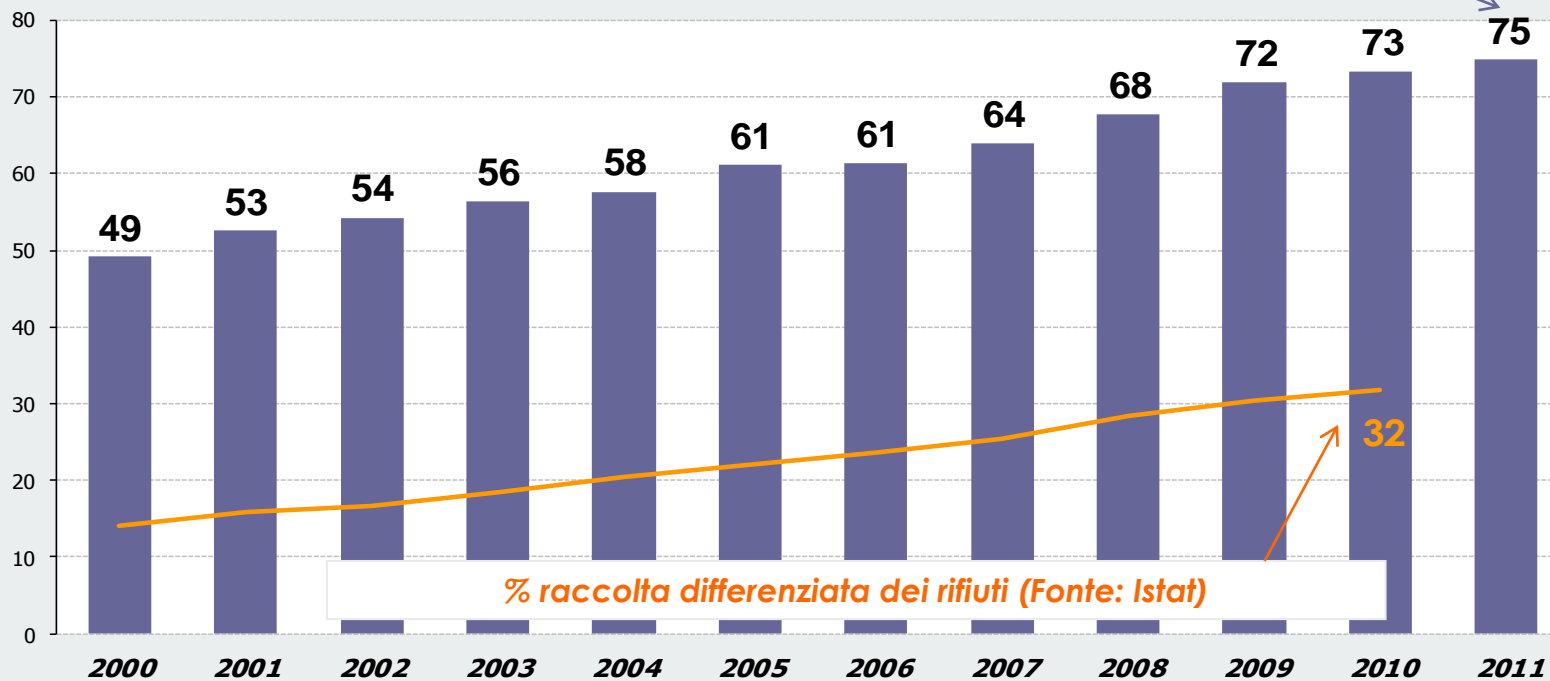


FONTE: Eurisko Sinottica,
maggio 2011; 10000 casi
metodologia CAPI

IN COSTANTE CRESCITA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA IN ITALIA

26

% cittadini che fanno raccolta differenziata (Fonte: Eurisko Sinottica)



Fonte: Eurisko Sinottica,
maggio 2011; 10000 casi
metodologia CAPI

**4**

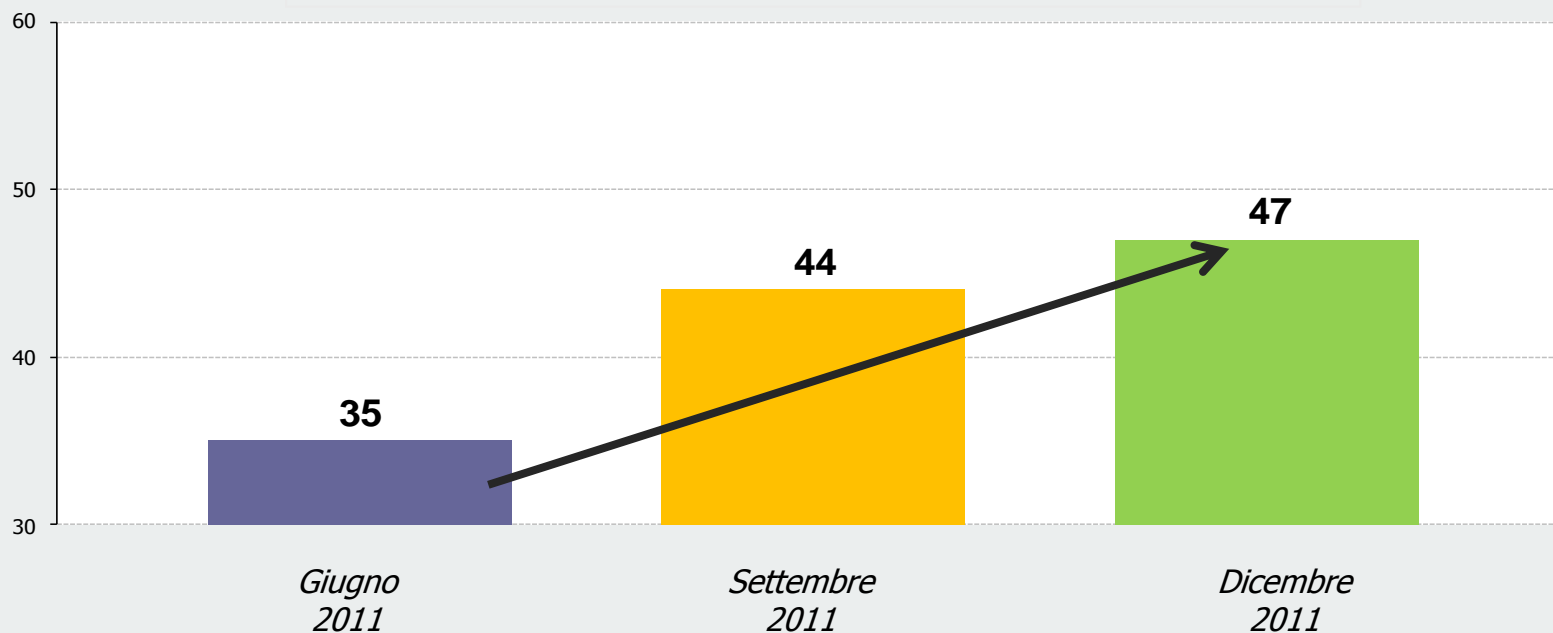
La sostenibilità come driver di scelta

- Fonte dati: Eurisko Climi Sociali e di Consumo

LA SOSTENIBILITÀ COME DRIVER DI ACQUISTO: UN VALORE CHE CREA -SEMPRE PIÙ- VALORE

28

% NON HANNO ACQUISTATO prodotti perché poco responsabili dal punto di vista ambientale e sociale



FONTE: Eurisko Climi Sociali e di Consumo,
dicembre 2011; 1000 casi
metodologia CATI

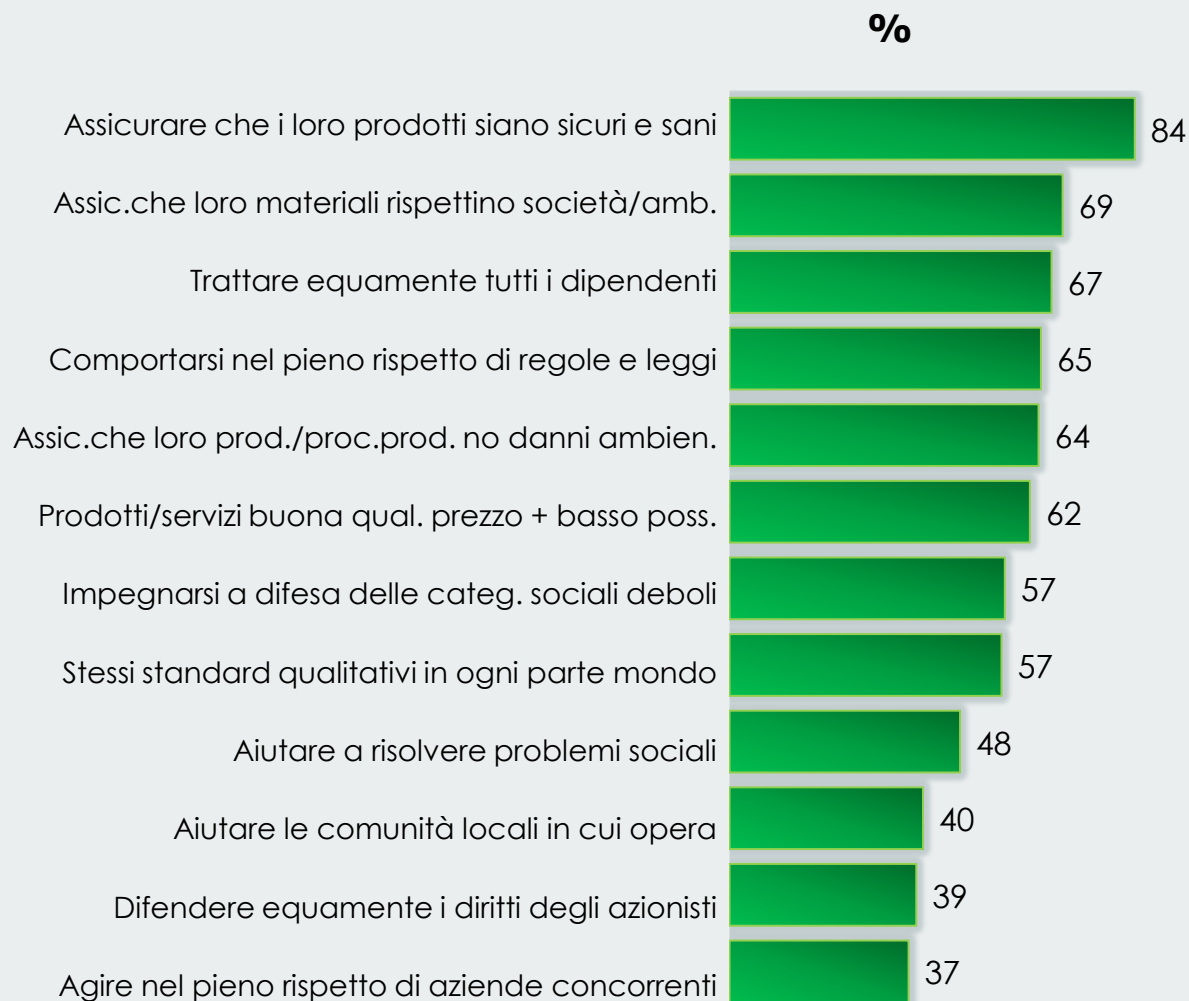
**5**

Le aspettative nei confronti delle aziende

- Fonte dati: Eurisko Sinottica

LA RESPONSABILITÀ DI IMPRESA: LE ASPETTATIVE ELEVATE DEI CONSUMATORI

Quali sono, secondo lei, le iniziative ed attività di responsabilità sociale più importanti che un'azienda dovrebbe realizzare ? (possibili più risposte)



FONTE : Eurisko Sinottica,
maggio 2011; 5000 casi
metodologia CAPI

LA RESPONSABILITÀ DI IMPRESA: LE ASPETTATIVE CRESCENTI DEI CONSUMATORI

