

GOAL 11 - CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

La creazione di città e comunità sostenibili risulta nelle posizioni più basse della classifica degli SDGs prioritari (13esimo posto), citata solo dall'11% di chi conosce l'Agenda 2030. Eppure, con più della metà della popolazione mondiale che vive in città e il forte aumento previsto nei prossimi decenni, è indubbio che, come afferma Kristie Daniel, Direttrice del "Livable cities program" alla Health Bridge Foundation of Canada, "le città giocheranno un ruolo importante per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile".

D'altra parte, si manifesta una certa preoccupazione in merito alla situazione urbanistica: ad esempio, quasi la metà della popolazione (45%) esprime un giudizio molto critico sul livello di sostenibilità ambientale e di efficienza energetica raggiunto dalle città italiane. Analogamente, critica viene giudicata la qualità dell'aria: soltanto il 20% dei residenti nelle aree metropolitane si dichiara pienamente soddisfatto di ciò e si riscontra una generale percezione di peggioramento della qualità dell'aria negli ultimi due anni, in Italia e in gran parte delle aree metropolitane. A questo giudizio negativo si associa un ulteriore problema: l'insoddisfazione per la quantità di aree verdi urbane nelle aree metropolitane, segnalata da circa sei persone su 10.

Si tratta di dati che sottolineano come la popolazione percepisca un divario significativo tra l'ideale di città sostenibile e la realtà in cui essa

vive. Ciononostante, pur con qualche riserva, alcune soluzioni *green* stanno iniziando a prendere piede nel Paese, dimostrando una maggior attenzione verso una vita urbana più sostenibile. Se, da un lato, la diffusione di veicoli elettrici di proprietà stenta a diffondersi, dall'altro emerge un lieve incremento nell'utilizzo di mezzi di trasporto in *sharing* negli ultimi due-tre anni, in particolare dei monopattini elettrici. Tuttavia, la mobilità condivisa rappresenta ancora un fenomeno "di nicchia", dovuto a una presenza non capillare sul territorio nazionale e alla concentrazione tra i giovani e nelle aree metropolitane. Infatti, è la Generazione Z a spingere l'utilizzo di mezzi in *sharing* negli ultimi anni, soprattutto monopattini e bici elettriche e tradizionali, seguita dai *millennials*.

GOAL 12 - CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

Consumo e produzione responsabili sono al 14esimo posto nella graduatoria generale di importanza, e sono indicati dall'11% degli italiani tra gli Obiettivi prioritari. D'altra parte, i principi dell'economia circolare (tra le tematiche chiave del Goal 12 dell'Agenda 2030), se sollecitati, risultano oggi noti a quasi una persona su due (45%), dato aumentato di cinque punti percentuali rispetto a cinque anni fa, e che ha visto un'accelerazione soprattutto nell'ultimo anno. Guardando ai conoscitori "forti" del tema, nel 2023 l'incidenza è pari al 29% della popolazione, a fronte di un 17% rilevato a luglio 2018.

Figura 14 - La mobilità

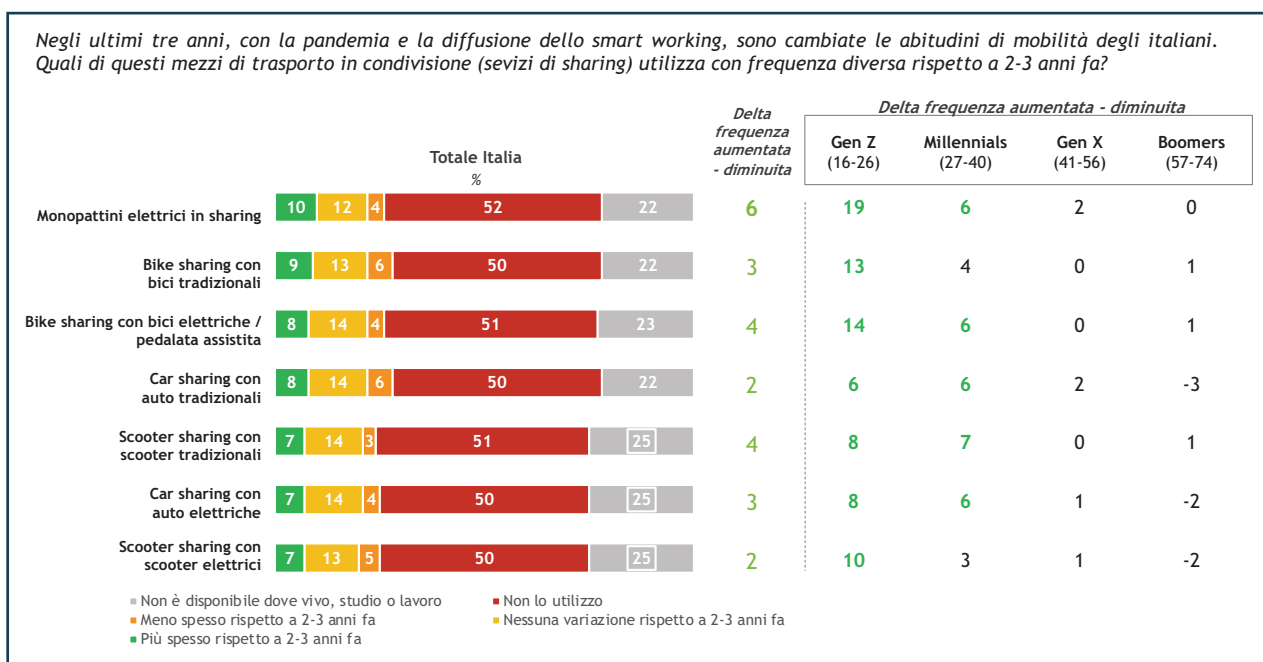
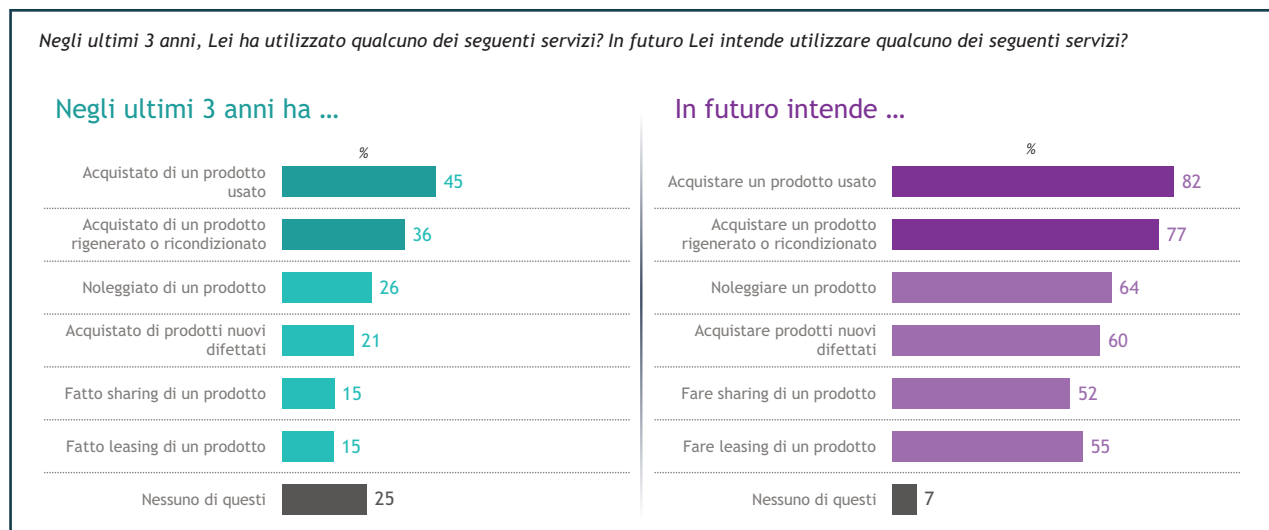


Figura 15 - Le alternative all'acquisto del nuovo



La maggiore conoscenza riscontrata è in parte dovuta all'attenzione data a questa tematica a livello europeo. Nel marzo 2020, infatti, l'UE ha presentato un primo insieme di misure per accelerare la transizione verso l'economia circolare, in alternativa all'attuale modello economico basato su un utilizzo intensivo di risorse, prevedendo interventi su tutta la catena di vendita dei prodotti: dalla progettazione alla produzione, fino alla responsabilizzazione del consumatore.

Quest'ultimo punto risulta centrale al fine di modificare lo stile di vita dei cittadini in favore di azioni sostenibili: l'indagine Ipsos del 2023 evidenzia come una trasformazione dei comportamenti di consumo verso pratiche più sostenibili sia già in atto nel nostro Paese. Negli ultimi tre anni, infatti, quasi la metà della popolazione ha dichiarato l'acquisto di un prodotto usato e più di un terzo l'acquisto di un prodotto rigenerato o ricondizionato. Parallelamente, è aumentata la propensione generale all'utilizzo di servizi alternativi all'acquisto del nuovo, secondo la logica dell'*everything old is new again*: circa otto persone su 10 hanno intenzione di acquistare un prodotto usato in futuro, mentre il 77% ne acquisterà uno rigenerato o ricondizionato e circa il 60% è pronto al noleggio di un prodotto e all'acquisto di un prodotto nuovo con qualche difetto, solitamente estetico.

GOAL 13 - LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il 13esimo Obiettivo riguarda la lotta al cambiamento climatico ed è considerato il più impor-

tante dalla popolazione italiana. Inoltre, il 28% ritiene che questo Obiettivo abbia la massima urgenza di realizzazione. Questa percezione può essere attribuita alla minaccia diretta che il cambiamento climatico rappresenta per l'ambiente, la salute umana e gli ecosistemi.

A livello mondiale, il cambiamento climatico si posiziona al settimo posto tra i problemi percepiti come più gravi dai cittadini, secondo l'indagine mensile di Ipsos *What Worries the World*, condotta a giugno 2023 in 29 Paesi per esaminare le opinioni delle persone sulle questioni che destano maggiori preoccupazioni. L'Italia si colloca al quarto posto tra i Paesi maggiormente preoccupati per il cambiamento climatico e, rispetto al mese precedente, la preoccupazione su questo tema è aumentata di cinque punti percentuali, tornando sui livelli di agosto 2022.

Anche se l'Obiettivo 13 emerge come prioritario rispetto a tutti gli altri, in realtà la consapevolezza di una crisi ambientale non è così diffusa: infatti, dall'osservatorio "Stili mobilità" del 2022 emerge che quasi una persona su cinque si trovi molto o completamente d'accordo con l'affermazione "la crisi ambientale non è così grave come si dice" e una su tre è abbastanza d'accordo. Tra le varie aree metropolitane, le città che concordano maggiormente con l'affermazione sono Firenze (44%) e Milano (37%).

Il 45% degli intervistati ritiene poi che la salvaguardia dell'ambiente sia di competenza pubblica, mentre il singolo cittadino può fare poco: questo determina una sensazione di impotenza a livello individuale. In ogni caso, oltre la metà delle persone (55%) vorrebbe comportarsi in modo