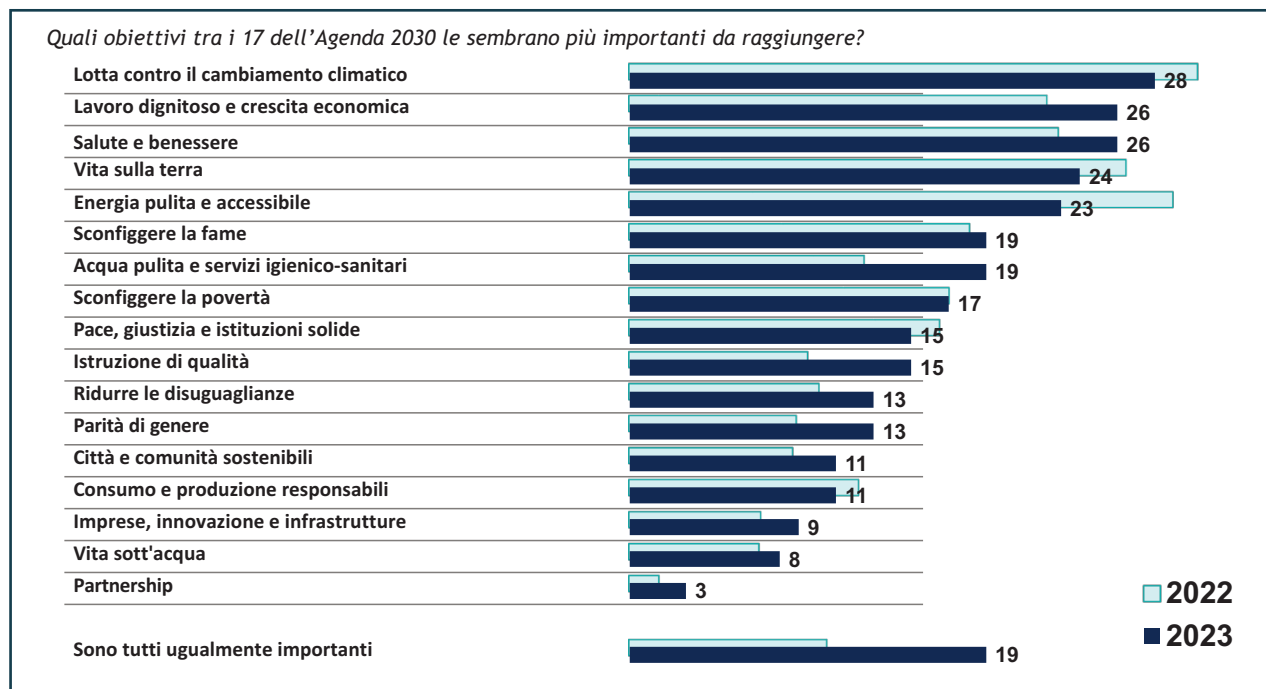


Figura 2 - L'importanza degli obiettivi Agenda 2030



Vediamo ora le opinioni della popolazione su una serie di aspetti connessi alle diverse dimensioni dell'Agenda 2030, raccolte attraverso diverse ricerche condotte da Ipsos.

GOAL 1 - SCONFIGGERE LA POVERTÀ

La lotta alla povertà si colloca a metà della classifica (ottava posizione) tra le priorità percepite all'interno degli Obiettivi dell'Agenda 2030, con il 17% degli intervistati che la indica tra le più rilevanti e il 5% che la pone al primo posto. Il nostro Paese viene percepito come connotato da una forte frattura sociale tra ricchi e poveri (61%, soprattutto tra gli appartenenti al ceto popolare) e otto cittadini su 10 ritengono che nel proprio Comune di residenza la povertà sia in aumento negli ultimi anni (in particolare, nel Centro Italia, nelle Isole e tra i ceti popolari).

Inoltre, a livello individuale, il 66% degli intervistati si auto-colloca nella parte inferiore della piramide sociale (con un italiano su quattro che ha difficoltà ad arrivare a fine mese o si considera povero) e un ascensore sociale sostanzialmente bloccato: negli ultimi anni, infatti, solo il 5% ha sperimentato un miglioramento della propria posizione sociale (10% tra gli appartenenti al ceto medio), contro un 26% che ritiene la propria condizione sociale in peggioramento (51% nei ceti popolari) o stabile, ma comunque negativa (38%).

Le difficoltà economiche delle famiglie e il sostanziale stallo del miglioramento delle proprie condizioni di vita sono primariamente riconducibili agli stipendi bassi (secondo il 55% degli intervistati, in particolare tra i 31-50enni), alla precarizzazione del mercato del lavoro (49%, soprattutto al Sud e Nord Ovest), all'eccessiva tassazione (42%) e alla corruzione (31%).

Questa tendenza negativa si proietta sul futuro immediato (il 40% si aspetta un peggioramento della condizione economica della propria famiglia nei prossimi sei mesi) e sulle aspettative di lungo termine: tra gli appartenenti al ceto medio, l'88% pensa che i figli potranno migliorare o mantenere la posizione sociale di provenienza, mentre tra i ceti popolari il 63% si aspetta che i propri figli vedranno inalterata o in peggioramento (uno su quattro) la propria posizione sociale rispetto a quella della famiglia originaria.

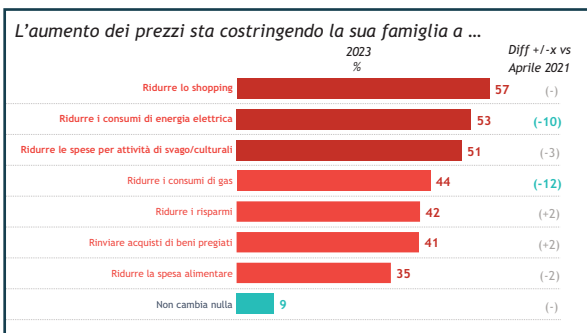
Figura 3 - La piramide sociale del Paese



GOAL 2 - SCONFIGGERE LA FAME

Nella scala di importanza degli SDGs, l'Obiettivo di sconfiggere la fame si colloca in sesta posizione, con il 19% delle persone che lo include tra gli Obiettivi prioritari (il 5% lo colloca al primo posto). La sicurezza alimentare non è percepita come un problema importante in Italia ed effettivamente nel 2022 le famiglie con segnali di insicurezza alimentare sono l'1,3%, dato in calo rispetto al 2021 (1,7%). Tuttavia, da un lato si assiste a un aumento della forbice tra Mezzogiorno (2,7% nel 2022) e Nord e Centro Italia (rispettivamente 0,7% e 0,6%), dall'altro il succedersi delle crisi ha impattato sulla capacità delle famiglie di nutrirsi con regolarità e mantenere una dieta sana ed equilibrata². In conseguenza della pandemia e della spinta inflattiva, nel 2022 il 32% delle famiglie italiane ha indicato di aver riscontrato, almeno saltuariamente, difficoltà a sostenere gli acquisti alimentari (36% nel Mezzogiorno e 61% tra gli appartenenti al ceto popolare), mentre a luglio 2023 il 35% delle famiglie ha dichiarato che per contrastare l'aumento dei prezzi ha dovuto tagliare sulla spesa alimentare (61% tra gli appartenenti al ceto popolare) e il 22% ha cambiato la propria alimentazione per cercare di risparmiare (+5 punti percentuali rispetto a settembre 2022).

Figura 4 - L'effetto dell'inflazione sui consumi



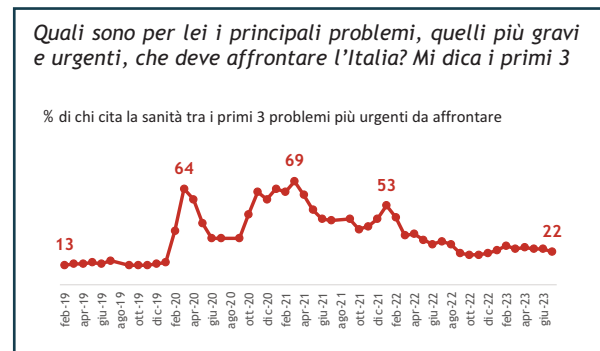
D'altra parte, nei Paesi sviluppati la malnutrizione si manifesta sotto la forma di un eccesso di peso, come conseguenza della sedentarietà e di cattive abitudini alimentari. L'Italia non è scevra da tale problematica: i bambini tra i tre e i cinque anni in sovrappeso sono, nel 2021, il 33,3% (+2,5 punti rispetto al 2017) e il 27% nella fascia 3-17 anni. Tra le famiglie con figli in età scolare, solo quattro su dieci consumano quotidianamente frutta, e ancor meno verdura (29%); il consumo regolare di prodotti biologici e a "chilometro zero" è ancora limitato (10%), mentre trovano posto a tavola,

anche più volte a settimana, snack dolci e salati (consumati rispettivamente dal 57% e 47% delle famiglie con figli), formaggi (56%) e affettati (51%).

GOAL 3 - SALUTE E BENESSERE

Ai piani alti della classifica dei 17 SDGs, il terzo posto è occupato da "garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età", con il 26% delle citazioni da parte delle persone che conoscono l'Agenda 2030. A quasi quattro anni dallo scoppio della pandemia di COVID-19, più di un intervistato su cinque (circa il doppio rispetto a prima della comparsa del Coronavirus) si dichiara ancora seriamente preoccupato per lo stato di salute del nostro sistema sanitario.

Figura 5 - Il sistema sanitario



La telemedicina è ritenuta ancora un'ottima scommessa su cui puntare per il futuro: se è vero che il 77% degli italiani si dichiara favorevole a un ampliamento dell'utilizzo della telemedicina, oggi è solo il 23% a non incontrare nessuna difficoltà nell'uso dei servizi sanitari digitali e una persona su tre continua a preferire l'interazione personale con il medico/operatore sanitario per ogni pratica, nonostante un dispendio di tempo decisamente più ampio.

In una fase in cui la "tecnomediazione" è parte integrante di tutte le nostre relazioni quotidiane, forse non siamo ancora pronti a rinunciare al contatto umano tra medico e paziente, rischio che la virtualizzazione della medicina porta inevitabilmente con sé. D'altra parte, forse non si è ancora compreso quanto la tecnologia possa essere un costante alleato della salute. Vista l'apertura a queste tematiche dimostrata da una quota consistente della popolazione, la sfida futura sarà quella di sviluppare piattaforme tecnologiche efficaci e in grado di far sentire il cittadino ascoltato e "preso in carico" come - se non meglio - che di persona.

GOAL 4 - ISTRUZIONE DI QUALITÀ

L'offerta di un'istruzione di qualità, equa e inclusiva si colloca nella seconda metà della classifica delle priorità percepite per quanto riguarda gli Obiettivi dell'Agenda 2030 (in **decima posizione**, con il 15% degli intervistati che la indica tra le più rilevanti). L'istruzione è comunque un tema sentito: la valutazione attribuita all'attuale sistema scolastico si attesta a un valore di poco superiore alla sufficienza (6,3 su 10 nel 2023), dato immutato rispetto al 2021, che denota minime variazioni relative ai diversi livelli di istruzione: il voto più alto va all'Università (6,7), seguita dalla scuola dell'infanzia (6,5) e dalle scuole elementari (6,4). Con una votazione appena sopra la sufficienza troviamo gli asili nido, che ottengono un 6,3, e le superiori (6,2), mentre il voto più basso (6,0) va alle scuole medie.

Le principali carenze della scuola italiana sono attribuite a programmi di studio obsoleti e troppo teorici (48%), alla scarsa motivazione dei docenti (45%), all'inadeguatezza delle strutture scolastiche e dell'edilizia scolastica in generale (44%, con un massimo del 52% nelle Isole), alla scarsa preparazione dei docenti (39%, tema particolarmente sentito dal ceto medio e popolare) e alle dotazioni tecnologiche inadeguate (38%). D'altra parte, le persone ritengono che le scuole migliori si trovino al Nord (64%), nelle grandi città (40%, dato in forte calo dal 52% del 2021), mentre per il 39% non

ci sono differenze. I giudizi negativi riguardano anche la capacità del sistema scolastico di fornire competenze adeguate al mercato del lavoro: solo il 42% degli intervistati lo ritiene molto o abbastanza in grado di fornire adeguate competenze linguistiche e digitali, e solo il 29% capace di fornire una formazione sui temi della sostenibilità, idonea per i futuri *green job*.

Il sistema scolastico italiano raggiunge, quindi, la "promozione" con un voto di poco superiore a quello della sufficienza, ma sembra fallire il proprio ruolo di generare una società inclusiva, in grado di appianare le differenze e costruire la base di una società più equa: l'obsolescenza dei programmi e un approccio troppo teorico sono percepiti come un serio limite in questa direzione. La debolezza principale si riscontra in un momento critico per l'indirizzo futuro dei ragazzi, quello delle scuole medie, dove si acuiscono i problemi di motivazione dei docenti e di strutture e dotazioni scolastiche. Di converso, per chi riesce ad accedervi, l'università è giudicata maggiormente in grado di rispondere alle esigenze degli studenti e delle loro famiglie.

GOAL 5 - PARITÀ DI GENERE

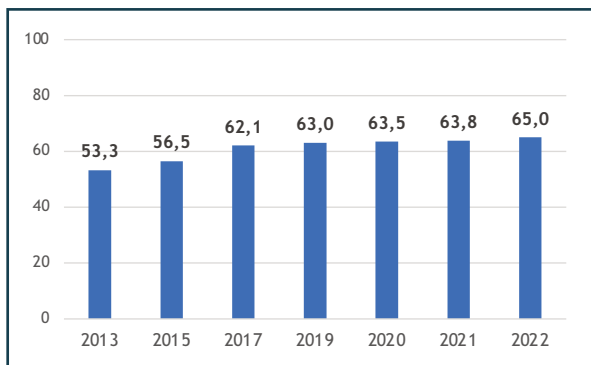
Nonostante il fatto che la lotta alle disparità di genere costituisca uno dei maggiori strumenti per conseguire uno sviluppo sostenibile e uno strumento per lottare contro la povertà, solo il 13%

Figura 6 - Il sistema scolastico



di coloro i quali conoscono l'Agenda 2030 cita questo Obiettivo come prioritario, **relegandolo in sestultima posizione**. Eppure, l'European Institute for Gender Equality (EIGE), che dal 2013 calcola il *Gender Equality Index* per misurare il progresso rispetto all'uguaglianza di genere nell'Unione europea, assegna all'Italia un valore di 65 su 100, 3,6 punti in meno rispetto alla media europea. Dal 2013 l'indice segnala una continua crescita che fa ben sperare, ma ancora oggi solo il 30% della popolazione dichiara che le donne sono il gruppo di persone maggiormente soggetto a un trattamento ineguale e ingiusto nel nostro Paese, a fronte di un 5% che pensa che a esserlo siano gli uomini.

Figura 7 - Gender equality index



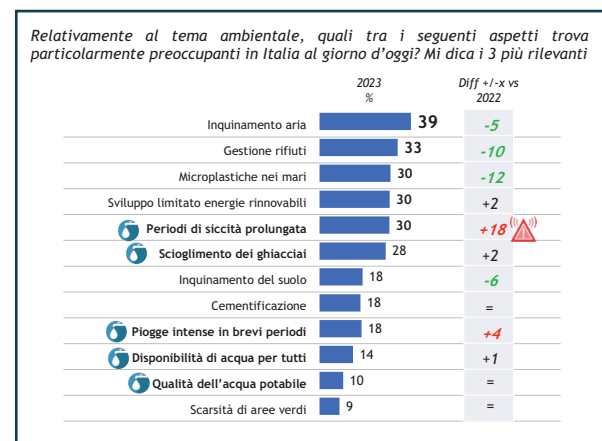
Lo studio “Sognando il futuro e il lavoro. Opinioni e attitudini dei giovani studenti italiani”, condotto da ValoreD in collaborazione con Ipsos, mostra che le scelte di carriera di studenti e studentesse delle scuole medie riflettono ancora oggi stereotipi di genere, con le ragazze maggiormente orientate verso le professioni umanistiche e i ragazzi verso quelle scientifiche, che prospettano migliori crescite di retribuzione e carriera. Nel complesso, il 26% dei ragazzi, a fronte del 15% delle ragazze, indica professioni che si possono ricondurre a un settore tecnico/scientifico, anche se rispetto al 2018 si osserva una riduzione della distanza tra i due gruppi: in quattro anni, infatti, la quota tra i ragazzi è diminuita di cinque punti percentuali, mentre quella delle ragazze è aumentata di sette punti.

GOAL 6 - ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

L'acqua pulita si colloca al settimo posto tra le priorità percepite all'interno degli Obiettivi dell'Agenda 2030, e il 19% delle persone la indica

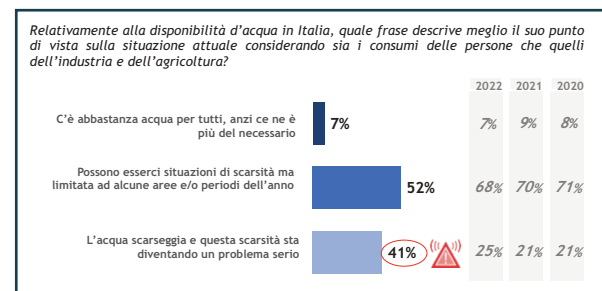
tra le più rilevanti. Se l'acqua è considerata una risorsa fondamentale, forse la più importante tra tutte, visto che dà origine e sostiene la vita in tutte le sue forme, l'accesso a essa è spesso dato per scontato nel nostro Paese. In realtà, il problema della disponibilità di acqua è concreto, complesso e multifattoriale, e si è acuito nel tempo, fino a prendere i connotati, nel 2022, di una vera e propria emergenza: non a caso, se nel 2022 coloro che risultavano preoccupati per questo tema arrivavano al 12% degli intervistati, oggi essi costituiscono il 30%. Inoltre, il 37% prevede che, tra i fenomeni legati alla crisi climatica, la siccità prolungata sarà quella più preoccupante per i prossimi 10 anni.

Figura 8 - Preoccupazioni per l'ambiente



A partire dal 2022 la percezione che la scarsità d'acqua stia diventando un problema importante è in forte aumento. Se nel 2022, solo il 25% della popolazione italiana percepiva la scarsità dell'acqua come un problema, ad oggi questa percentuale è aumentata e riguarda il 41% degli italiani. Rivedere le proprie abitudini di consumo sarebbe il primo atto da mettere in pratica: tuttavia, nella popolazione esiste un'errata percezione del consumo quotidiano di acqua. In media, infatti, una famiglia consuma circa 500 litri di acqua al giorno,

Figura 9 - Disponibilità di acqua in Italia



il che fa sì che l'Italia sia tra i Paesi dell'UE che preleva i maggiori volumi di acqua dolce. Invece, il 63% delle persone è convinto che il consumo di acqua di una famiglia corrisponda a meno di 100 litri al giorno, e solo il 46% è consapevole che il consumo di acqua degli italiani è superiore a quello medio europeo.

GOAL 7 - ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

L'energia accessibile e pulita resta ai piani alti della classifica dei 17 Obiettivi dell'Agenda 2030, posizionandosi al quinto posto, con il 23% degli intervistati che la indica tra quelli più importanti da raggiungere. La rilevanza di questo tema è legata al persistere della preoccupazione per l'aumento dei costi energetici, della sicurezza energetica, oltre che all'attenzione per lo sviluppo sostenibile. Infatti, nonostante il forte timore per i rincari di energia e gas abbia registrato un ridimensionamento rispetto al 2022, ancora oggi il 35% delle persone si dichiara molto preoccupato per il caro bollette e il 25% pensa che aumenteranno ulteriormente.

Le cause di questa situazione vengono attribuite alla speculazione e alle crisi internazionali che hanno messo in evidenza la dipendenza dell'UE dai Paesi produttori. Ma a questo si accompagna la preoccupazione per il ritardo nella transizione energetica e la percezione diffusa che l'Italia non stia facendo abbastanza in tema di sviluppo delle fonti rinnovabili.

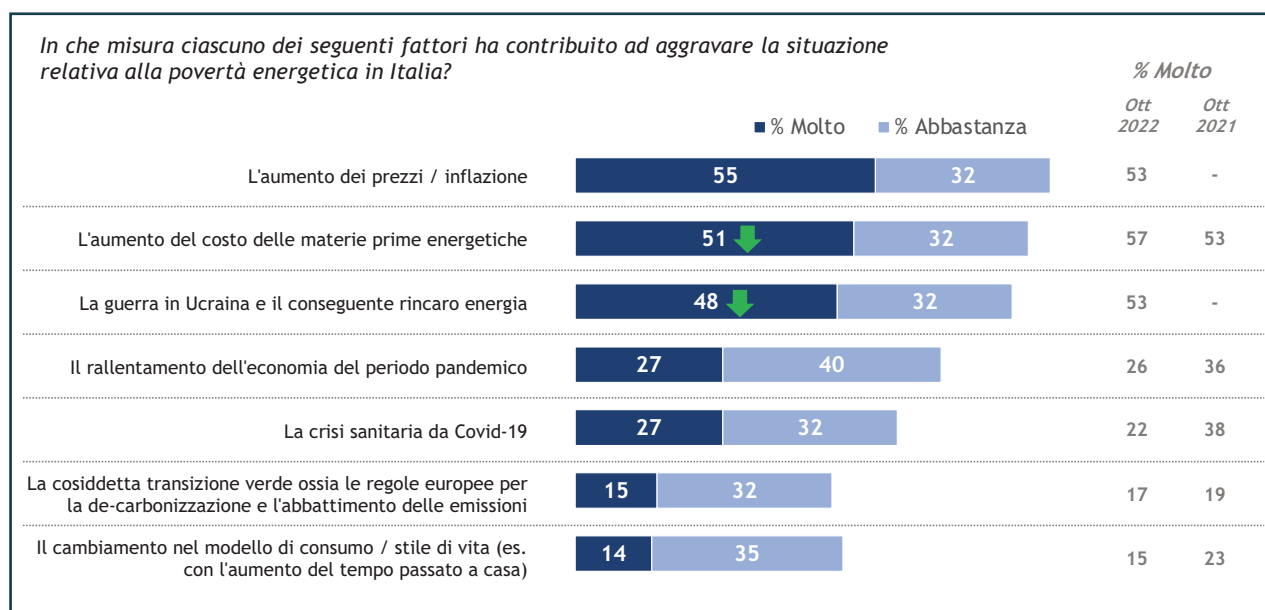
Inoltre, c'è un problema di accessibilità: nell'attuale contesto, connotato dal susseguirsi di crisi, la povertà energetica rimane un problema di grande rilevanza, con un numero crescente di famiglie italiane coinvolte (8,5% nel 2021 contro l'8% nel 2020). Tuttavia, si tratta di un tema con cui la popolazione ha una limitata familiarità: solo il 6% conosce bene il concetto, mentre il 60% sa di cosa si tratta solo a grandi linee.

La povertà energetica è ulteriormente aggravata dall'impennata inflazionistica, principale fonte di preoccupazione, che ha portato gli individui e le famiglie a sentirsi più fragili: il 27%, infatti, teme di non riuscire a sostenere le spese per le utenze domestiche. Al contempo, vengono acquisite nuove consapevolezze e riviste le priorità: in particolare, le famiglie si aprono alle comunità energetiche (59%) e al "prosumerismo", al punto che tre intervistati su quattro ritengono che installare sistemi di auto-produzione di energia avrebbe un impatto positivo sullo stile di vita.

GOAL 8 - LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Il lavoro dignitoso e la crescita economica si posizionano a oggi al secondo posto nella classifica delle priorità percepite, sorpassati solo dalla lotta al cambiamento climatico. Non stupisce tale posizionamento in una società che cita il lavoro nel primo articolo della propria Costituzione, elemento fondativo della Repubblica democratica.

Figura 10 - La povertà energetica



Il lavoro è considerato un aspetto che deve essere in sintonia con la propria vita, ma anche necessario per la propria realizzazione personale, a patto di trovare un buon equilibrio con la sfera privata (62%). Per il 23% è comunque considerato il centro della propria vita, e solo una quota minoritaria lo considera un mero mezzo di sostentamento economico (15%).

Figura 11 - Il ruolo del lavoro nella vita delle persone



Negli ultimi 10 anni la percezione del lavoro è cambiata significativamente: se nel 2011 il 43% degli italiani affermava che, rispetto agli anni precedenti, il mondo del lavoro si era evoluto, nel 2021 questa quota è arrivata al 69%. Si tratta di un'evoluzione con luci e ombre: si nota, infatti, una maggior focalizzazione positiva sui temi della Responsabilità Sociale d'Impresa e di una maggiore inclusività; d'altra parte, domina la percezione di un peggioramento delle retribuzioni, dei benefit e del welfare aziendale, in linea peraltro con i dati reali. Infatti, dal 1990 al 2020 l'Italia ha registrato una diminuzione delle retribuzioni in termini reali, e se è vero che sono cresciuti molti programmi di welfare aziendale, dal punto di vista dei lavoratori spesso essi seguono una logica top-down, ossia non partono da un'analisi delle specifiche esigenze individuali.

In generale, chi vive nel nostro Paese è soddisfatto del proprio lavoro, con una quota che si esprime in questo senso superiore all'80%. Il giudizio è legato a una serie di fattori, tra cui la realizzazione in quello che si fa, la crescita professionale, la formazione, gli stimoli, l'interazione con i colleghi di lavoro. Chi è insoddisfatto lamenta, invece, una formazione assente o formale, poco in linea con le attese, un ambiente di lavoro rigido e una dinamica retributiva insoddisfacente. Dalle indagini condotte emerge come il lavoratore oggi voglia sentirsi sempre più "partner" che "dipendente", si attenda dall'impresa soluzioni di reciproca soddisfazione, e ritenga centrale il bilanciamento di impegno e soddisfa-

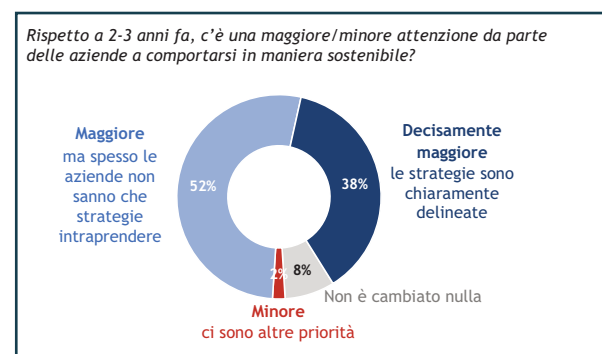
zioni. Ciò richiede di ripensare il welfare aziendale e i meccanismi di leadership interna e di relazione, così da costruire rapporti che siano sempre più personalizzati.

GOAL 9 - IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

L'Obiettivo 9 si colloca al 15esimo posto della classifica, con il 9% che lo indica tra quelli più importanti. Se, grazie a un'incidenza quasi doppia di rifiuti avviati a riciclo rispetto alla media UE, l'Italia primeggia nell'economia circolare, i risultati di una indagine Ipsos del 2021 mostrano che il giudizio degli imprenditori sul processo di transizione del nostro Paese verso la sostenibilità è severo: infatti, il 45% pensa che l'Italia sia più indietro di altri Paesi e solo il 2% più avanti, anche se non vi è dubbio che rispetto ad alcuni anni fa ci sia una maggiore attenzione da parte delle aziende a comportarsi in maniera sostenibile. Ciononostante, per il 52% degli imprenditori spesso le aziende non sanno che strategia intraprendere.

La dimensione aziendale influisce in positivo sull'avvicinamento e la realizzazione del processo di transizione verso la sostenibilità, sia per la disponibilità di risorse economiche sia per la conoscenza della materia e la vicinanza con mercati globali che portano a confrontarsi con il tema e a farlo proprio, in un'ottica di strategia competitiva. C'è però preoccupazione per le risorse, come dimostra l'unanimità dei giudizi sulla necessità di aiuti pubblici per accelerare la transizione verso la sostenibilità (il 95% degli imprenditori li ritiene necessari).

Figura 12 - L'evoluzione dell'attenzione alla sostenibilità



Rispetto ai temi dell'innovazione, come evidenziato da un Rapporto realizzato da Ipsos nel 2023, l'open innovation è rapidamente diventata la

norma: il 72% delle aziende europee sta conducendo progetti di collaborazione con start-up e il 67% considera tale fenomeno importante o essenziale per la strategia della loro organizzazione. Sostenibilità, Intelligenza artificiale e *cybersecurity* sono i tre temi principali che le aziende intendono esplorare in collaborazione con le *startup*. Collaborando con queste ultime, le aziende possono sfruttare il potenziale della conoscenza esterna e avere accesso a idee, tecnologie e modelli di business innovativi, riducendo rischi e costi. Le *startup*, dal canto loro, possono beneficiare delle risorse, dell'esperienza e accesso ai mercati possedute dalle imprese più consolidate.

Secondo il Rapporto, l'Italia primeggia in Europa nell'utilizzo di *open innovation*, con la più alta quota di aziende che attivano progetti di collaborazione tra *startup* in tutta Europa (80,4%), e con la più alta quota che la giudica come *mission critical* per la strategia della propria organizzazione (56,1%). L'Italia ha anche la percentuale più alta di collaborazioni di successo (71%) e di aziende che vogliono collaborare sul tema della sostenibilità (72%).

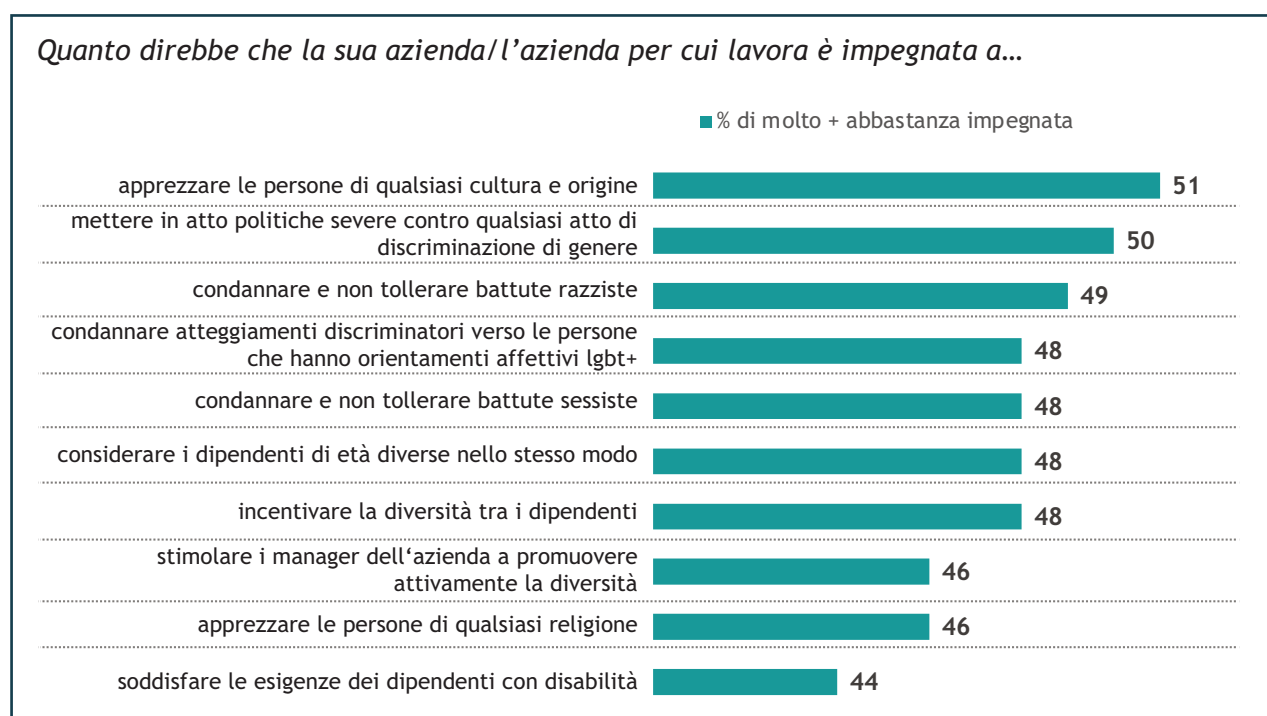
GOAL 10 - RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

La riduzione delle disuguaglianze all'interno dei Paesi non è considerata una delle priorità: posta all'undicesimo posto della classifica dei 17

SDGs, è considerata tale solo dal 13% di coloro che sono a conoscenza dell'Agenda 2030. Nonostante ciò, il 40% dei cittadini italiani pensa che in Italia non si stia facendo abbastanza per promuovere l'uguaglianza e che sia arrivato il momento di spingersi oltre.

Il Governo e le istituzioni pubbliche sono i primi soggetti a cui i cittadini guardano per la definizione di norme e politiche a favore dell'inclusione, ma alle aziende viene riconosciuta un'importante fetta di responsabilità: il 66%, infatti, ritiene che l'impegno delle aziende nello sviluppare un clima interno favorevole all'inclusione giochi un ruolo fondamentale per far progredire la società intera verso una maggior inclusività di tutti gli individui. D'altro canto, solo il 57% dei lavoratori riconosce un'effettiva e concreta spinta all'inclusione all'interno della propria azienda: in particolare, le aziende appaiono maggiormente impegnate nell'apprezzare i dipendenti di diversa cultura e religione e a mettere in atto politiche severe contro atti di discriminazione di genere o battute razziste, piuttosto che soddisfare pienamente le esigenze di dipendenti con disabilità già presenti in azienda o potenziali. Appaiono anche meno attente a considerare le distinzioni religiose, ragione per cui viene ritenuto necessario stimolare i manager dell'azienda per promuovere attivamente le diversità.

Figura 13 - L'inclusione nelle aziende



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

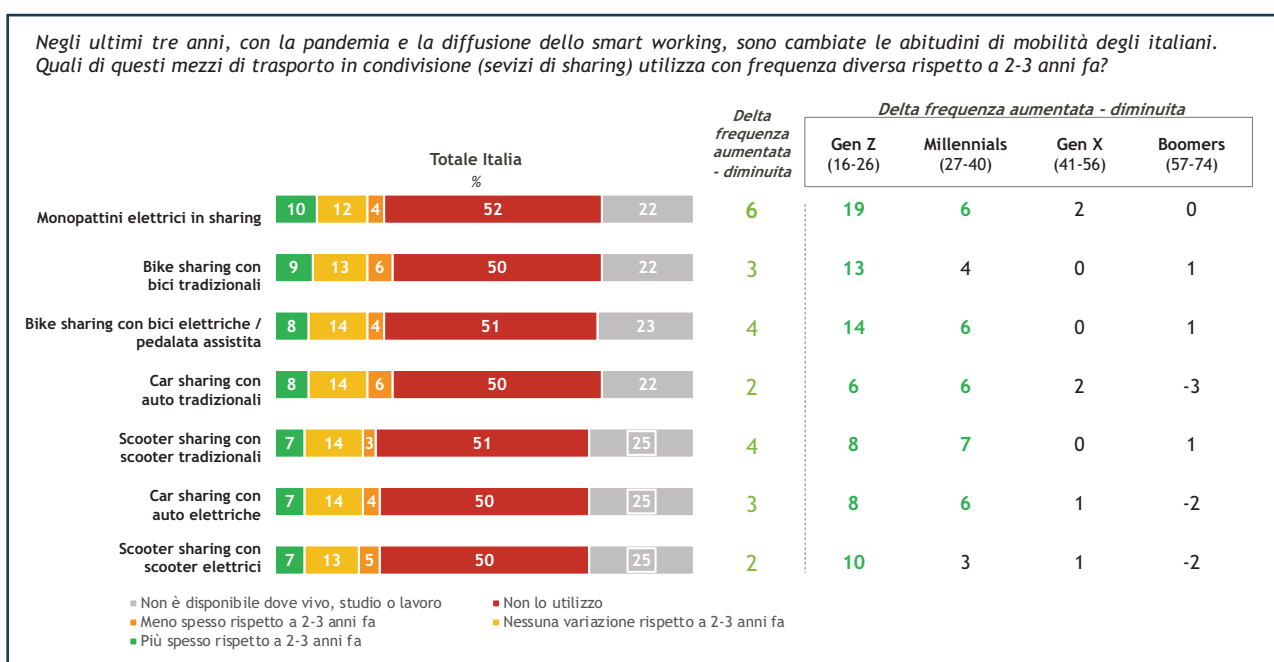
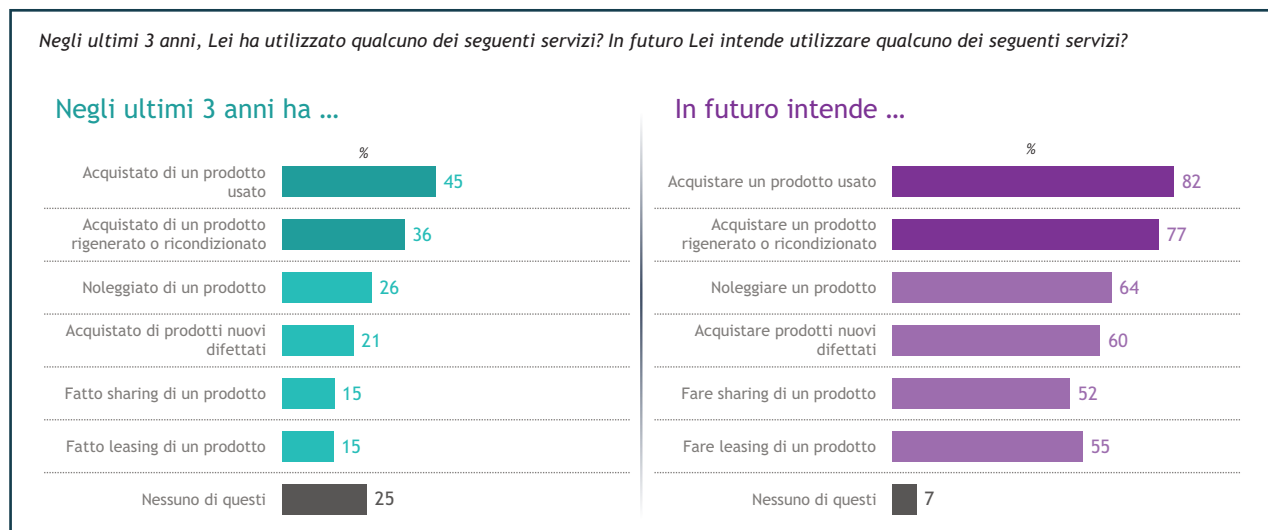


Figura 15 - Le alternative all'acquisto del nuovo



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-

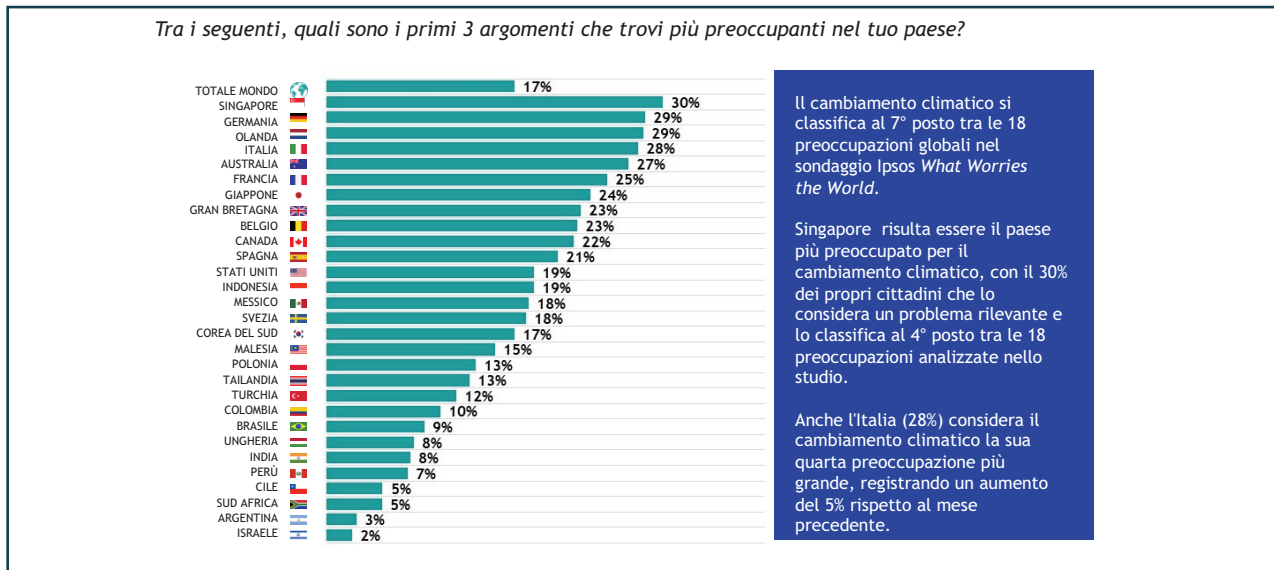
tante dalla popolazione italiana. Inoltre, il 28% ritiene che questo Obiettivo abbia la massima urgenza di realizzazione. Questa percezione può essere attribuita alla minaccia diretta che il cambiamento climatico rappresenta per l'ambiente, la salute umana e gli ecosistemi.

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

Figura 16 - Il cambiamento climatico: livello di preoccupazione



più rispettoso per l'ambiente, ma ritiene che sia troppo difficile per il proprio stile di vita: ad esempio, rispetto alle scelte di mobilità, il 77% delle persone segnala la comodità dell'auto, ritenuta più adatta al proprio stile di vita, mentre il 72% non vi rinuncerebbe.

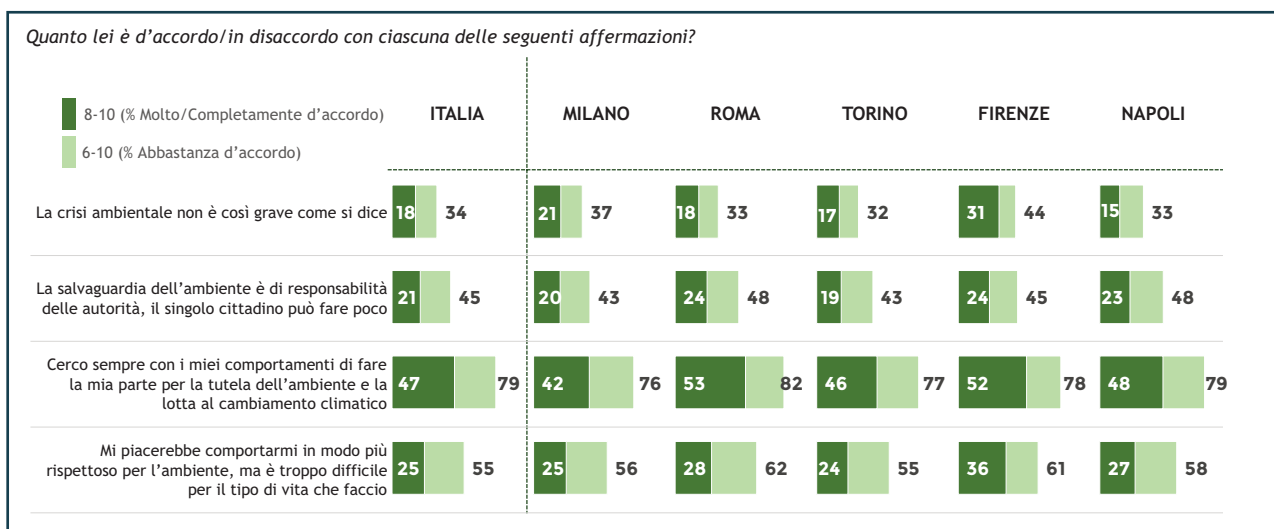
GOAL 14 - VITA SOTT'ACQUA

Il proposito di conservare e utilizzare in modo sostenibile le risorse del mare occupa la penultima posizione della classifica dei 17 SDGs, con solo l'8% delle citazioni da parte delle persone che conoscono l'Agenda 2030. Tuttavia, l'attenzione verso i mari e la qualità dell'acqua è un tema che, se sollecitato, preoccupa molto gli italiani, i quali si sentono impegnati personalmente in questa battaglia.

Il 93% dei cittadini sostiene che l'inquinamento da plastica nel mare è oggi uno dei problemi ambientali più urgenti da affrontare, e lo fa a ragion veduta: infatti, il WWF stima che ogni anno nel mondo vengono prodotte 450 milioni di tonnellate di plastica e di queste otto milioni finiscono negli oceani, compromettendo pesantemente l'ecosistema. Dunque, un'efficace strategia alla portata di tutti sta proprio nella riduzione del consumo di plastica, comportamento ritenuto fondamentale per il 93% degli italiani.

L'UE ha stimato che ogni cittadino residente in Europa genera quasi 180 chilogrammi di rifiuti da imballaggi in plastica ogni anno, un dato in sensibile aumento. Per invertire questa tendenza ecologicamente insostenibile, la Commissione ha proposto un regolamento sugli imballaggi finalizzato, da un lato,

Figura 17 - Ambiente e sostenibilità



a ridurre i rifiuti in plastica e, dall'altro, a migliorare il riciclo di quella in circolazione. Tra le proposte c'è quella di ridurre, all'interno dei punti vendita, la presenza di imballaggi monouso di plastica/polistirolo per frutta e verdura ancora non lavorata (escluse quindi per esempio le macedonie o i minestrini). Questa proposta è nota solo a poco più di una persona su 10: tuttavia, l'80% della popolazione si dichiara d'accordo con essa e nove persone su 10 si dicono pronte a fare dei sacrifici per salvaguardare l'ambiente sostenendo che non sarà poi così "faticoso" adattarsi a questa nuova norma.

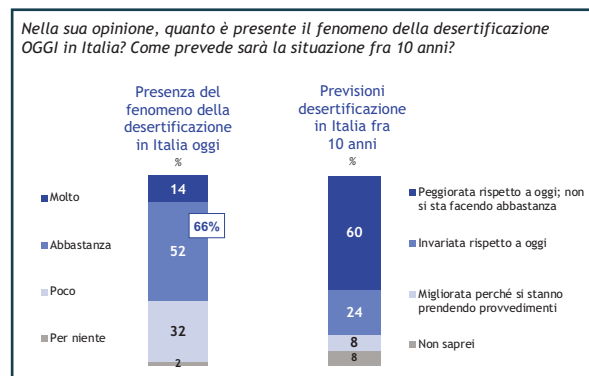
GOAL 15 - VITA SULLA TERRA

Per gli italiani l'Obiettivo di protezione e ripristino degli ecosistemi si colloca al quarto posto delle priorità, coerentemente con l'assoluta necessità di combattere il cambiamento climatico, che si trova in cima alla classifica. Gli italiani, così come i cittadini di gran parte del mondo, sono stati in questi ultimi anni testimoni di fenomeni ed eventi che hanno fatto toccare loro con mano le drammatiche conseguenze derivanti da una scarsa cura della Terra che abitiamo. La tempesta Vaia del 2018, l'estrema siccità del 2022, le recentissime alluvioni in Emilia-Romagna, l'invasione del granchio blu che distrugge gli ecosistemi mediterranei e le specie autoctone sono solo alcuni degli esempi che hanno riguardato e riguardano l'Italia e che hanno avuto ampia risonanza mediatica.

Gli italiani sono diventanti nel corso del tempo sempre più consapevoli di queste problematiche, ma purtroppo anche più scettici sul fatto che si stia facendo effettivamente qualcosa per porvi rimedio. Ad esempio, la desertificazione del nostro Paese, fenomeno che porta a un degrado dei suoli, alla scomparsa della biosfera (flora e fauna) e alla trasformazione dell'ambiente naturale in un'area sempre più secca, priva di acqua o non in grado di trattenerla, è considerata in Italia, ma lo stesso accade nell'UE, tra le principali cause del riscaldamento globale: infatti, il 66% degli italiani dichiara di considerare la desertificazione un problema e ben il 60% afferma che fra 10 anni la situazione sarà peggiore, non tanto per circostanze esogene non controllabili, ma perché non si sarà fatto abbastanza per affrontare la questione.

Cresce anche l'attenzione al benessere animale e alla qualità delle coltivazioni, con oltre il 56% degli italiani (a fronte del 33% a livello globale) che ipotizza in futuro di diminuire il consumo di proteine animali per contribuire alla lotta contro

Figura 18 - La desertificazione in Italia



il cambiamento climatico, e un 46% che pensa di ridurre anche il consumo di latte e prodotti caseari (44% a livello globale).

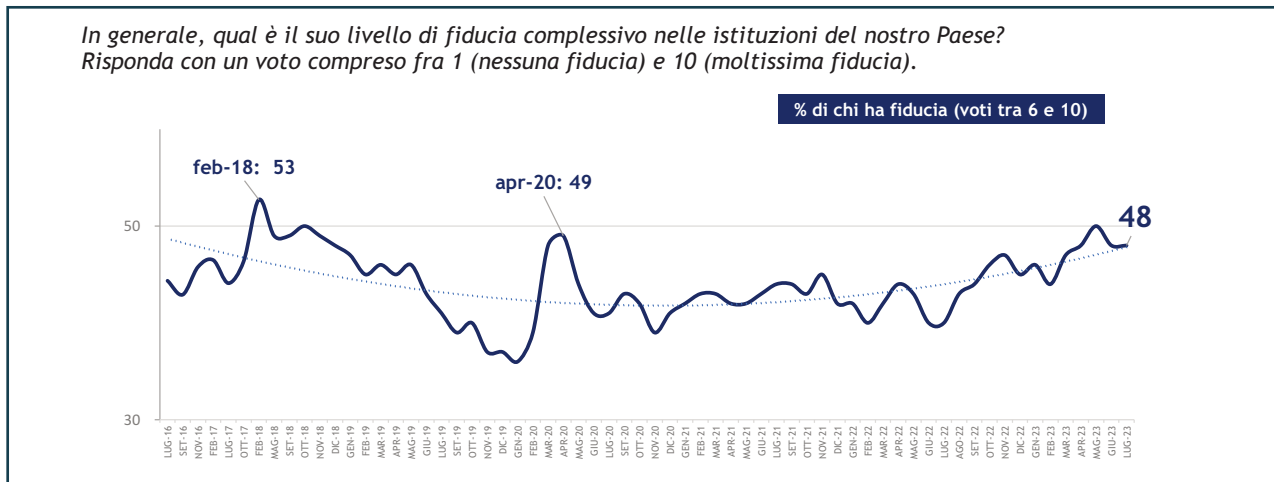
L'opinione pubblica mostra quindi un crescente livello di consapevolezza, che non si traduce però in azioni sufficienti per proteggere quanto c'è di ancora integro e per tentare di ripristinare quanto si è deteriorato. Inoltre, anche se visibile, la risposta del settore pubblico e industriale non appare adeguata, e questo deprime l'impegno per compiere sforzi individuali.

GOAL 16 - PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE

L'Obiettivo 16 si colloca al nono posto della classifica, con il 15% delle persone che lo indica tra quelli più importanti. La stabilità delle istituzioni democratiche nelle società occidentali è posta negli ultimi anni a ripetute ondate di pressione, un continuo "stress test" che si manifesta soprattutto nella percezione di un crescente livello di ingiustizie e disuguaglianze, cui il sistema politico e istituzionale spesso non riesce a dare adeguate risposte.

Il livello di fiducia complessivo nelle istituzioni italiane si attesta, negli ultimi anni, stabilmente sotto la quota del 50%, con pochi "picchi" coincidenti con le elezioni politiche del 2018, il cosiddetto effetto *rally around the flag* manifestatosi nei primi mesi della pandemia di COVID-19 nel 2020, e una lieve risalita successiva alle elezioni politiche del settembre 2022. Risentono di questa mancanza di fiducia tutti i principali attori del sistema politico-istituzionale: la Magistratura (valore medio nel periodo pari al 43%), il Parlamento (Senato 30% e Camera 29%) e i partiti politici (17%). Rimane elevata la fiducia nelle diverse Forze Armate (vicine al 70%), nella Presidenza della Repubblica (60%) e negli Enti locali (Comuni 54%, Regioni 51%).

Figura 19 - La fiducia nelle istituzioni



Che il sistema istituzionale, nel suo complesso, sia scarsamente performante nel contrastare le ingiustizie sociali è opinione ampiamente diffusa: tre quarti delle persone vede povertà e disuguaglianze in crescita nel nostro Paese, e lo “Stato” è considerato tra le principali cause di tali disparità, piuttosto che la chiave per contrastarle. La fiducia nelle istituzioni è d'altronde strettamente correlata alla condizione economica: tra chi si considera in difficoltà, o tra disoccupati, la quota che esprime una fiducia almeno sufficiente nelle istituzioni scende di oltre 10 punti percentuali rispetto al valore medio.

Si può quindi individuare proprio nel tema della giustizia sociale e della lotta alle disuguaglianze la chiave per il riscatto delle istituzioni. L'opinione pubblica italiana ha percepito su questi temi un costante arretramento in questi anni e si mostra oggi più propensa che in passato a soluzioni nuove, anche radicali (per le quali il 48% degli intervistati esprime un parere favorevole) per capovolgere il quadro e rendere le istituzioni al contempo davvero utili a tutti ed efficaci nella loro azione.

GOAL 17 - PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

La costruzione di partnership è l'ultima delle priorità percepite: solo il 3% della popolazione la indica tra gli Obiettivi più rilevanti, anche se non bisogna trascurare che per un 19% tutti gli SDGs sono egualmente importanti. La bassa rilevanza delle partnership si lega alla percezione riguardante la società e le relazioni tra gli individui. In particolare, la società italiana presenta elementi di “chiusura” dovuti alla bassa fi-

ducia negli altri: l'80% delle persone, infatti, teme che gli altri si approfitterebbero di loro e solo il 52% pensa che gran parte delle persone sia degna di fiducia. Questo si somma alla percezione di una società diseguale (per il 51% la disuguaglianza è un problema rilevante) e alle differenze valoriali: il 71% ritiene che in Italia siano in crescita i conflitti tra le persone a causa di un diverso modo di intendere la società e la vita.

Questi elementi di disgregazione potrebbero essere bilanciati dalla comprensione che abbiamo tutti un destino comune: per il 63% della popolazione che vive in Italia le persone nel mondo hanno più problemi in comune di quelli che li rendono differenti (solo il 26% la pensa in modo opposto), il 55% degli individui si sente più cittadino del mondo che non del proprio Paese e due italiani su tre ritengono corretto unire l'idea di fraternità universale al concetto di sostenibilità ambientale e sociale.

Figura 20 - Fraternità universale e sostenibilità

