

Cambiamenti climatici: cresce l'allarme globale

Un nuovo studio globale Ipsos rileva il crescente livello di preoccupazione dell'opinione pubblica per le questioni ambientali.

Quali tematiche preoccupano di più i cittadini?

Più di un terzo della popolazione mondiale pensa che i cambiamenti climatici (37%), l'inquinamento atmosferico (35%) e lo smaltimento dei rifiuti non riciclabili (34%) rappresentino le principali minacce per il futuro del pianeta. Il grado di preoccupazione rilevato è in aumento rispetto al 2018.

Il focus sull'Italia rivela che la questione dello smaltimento dei rifiuti non compostabili è la più grave emergenza ambientale, citata da quasi la metà degli intervistati (48%). Seguono l'inquinamento dell'aria, (43%) e il riscaldamento globale (41%). Nella classifica internazionale, il nostro paese è terzo nell'indicare questo problema tra i più gravi motivi di allarme legati all'inquinamento. Lo precedono solo Serbia e Corea del Sud.

In linea generale, l'opinione pubblica è concorde nel riconoscere gli effetti negativi sull'ambiente derivanti dall'uso di sacchetti di plastica, confezioni, prodotti usa e getta e altri materiali che non possono essere riciclati. Quattro intervistati su cinque (81%) si esprimono in tal senso.

Quali azioni politiche dovrebbero essere intraprese?

Quanto all'efficacia degli interventi pubblici in materia di smaltimento, nella classifica internazionale, le politiche che hanno riscosso maggiore approvazione sono quelle che prevedono l'aumento della spesa pubblica per incentivare la produzione

di beni riciclabili (46%), maggiore tassazione per le attività ad alto impatto ambientale (33%) e sovrapprezzo per i prodotti non riciclabili (30%).

Su questo versante, l'atteggiamento degli italiani è ambivalente: più di un terzo degli intervistati sostiene il ricorso agli investimenti pubblici e l'introduzione di sanzioni per i privati che non rispettano le norme in materia di smaltimento dei rifiuti (rispettivamente il 47% e il 35%).

C'è invece maggiore cautela verso proposte che comporterebbero vincoli per il settore privato, come quelle di tassare i packaging non riciclabili (27%) e creare una black list di aziende che non rispettano l'ambiente (19%).

Quali sono le azioni individuali intraprese dai cittadini?

Cresce il livello di responsabilità ambientale dei cittadini di tutto il mondo. Più della metà degli intervistati afferma di essere disposta ad impegnarsi personalmente per ridurre i rifiuti derivanti da materiali da imballaggio – soprattutto acquistando prodotti realizzati con materiali riciclati (il 51%, rispetto al 47% del 2018).

Più nel dettaglio, l'indagine rileva la propensione dei cittadini ad intraprendere iniziative specifiche per ridurre gli sprechi, come il recupero di prodotti usa e getta e l'acquisto di beni riciclabili (citate rispettivamente dal 56% e dal 51%).

Iniziative più pervasive, tali da comportare modifiche significative alle proprie abitudini di spesa o un aumento della pressione fiscale, riscuotono un grado di adesione molto più basso.

In linea con il trend generale, gli italiani si dichiarano disposti ad assumere abitudini di consumo più responsabili, quali l'acquisto di beni riciclabili o confezionati con

packaging biodegradabile e il recupero di prodotti usa e getta (citati rispettivamente dal 48%, 41% e 43%).

Con riferimento ad altre categorie di azioni individuali, come ad esempio corrispondere un extra per le merci con packaging non riciclabili o pagare più tasse per finanziare gli impianti di stoccaggio dei rifiuti, il nostro paese è agli ultimi posti della classifica mondiale.

Chi ha un ruolo decisivo nello smaltimento dei rifiuti non riciclabili?

Complessivamente, lo studio rileva la diffusa propensione degli intervistati ad attribuire la responsabilità per la riduzione degli imballaggi superflui ai vari protagonisti del sistema economico-produttivo. Tuttavia, non esiste un parere ampiamente condiviso su chi effettivamente debba assumere un ruolo di leadership.

Una relativa maggioranza indica le aziende che producono beni confezionati (23%), seguono i rivenditori (10%), il governo (6%), i consumatori (5%). Solo l'1% degli intervistati crede che nessuno abbia responsabilità e il 6% non ha un'opinione o non sa. Il focus sull'Italia riflette l'orientamento globale.

Fonte: Ipsos