

RESS

Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

Presentazione dei risultati della survey collaborativa rivolta ai cittadini

Un progetto di  **ALLEGROCONSUMO**

In collaborazione con



Università
di Catania



CONTESTO	3
RESSS: obiettivi e contenuti	
NOTA METODOLOGICA	4
DESCRIZIONE DEL CAMPIONE	10
RISULTATI SURVEY	15
• Driver d'acquisto.....	16
• "Prodotto come servizio"	18
• Fonti di informazione.....	21
• Vendita/acquisto usato.....	23
• Manutenzione.....	26
• Diritto alla durabilità e alla riparazione.....	28
• Smaltimento	31
• Sostenibilità ambientale a 360°	35

+ incursioni con approfondimenti su concetti e principi dell'economia circolare.

OBIETTIVI



Guidare i consumatori nella transizione verso un'economia circolare



informandoli su: diritti legati alla riparabilità dei prodotti, corretto smaltimento a fine vita e buone pratiche attivabili.



Potenziare un nuovo servizio informativo per i consumatori sui requisiti e le modalità di richiesta dei Bonus



promuovendo l'accesso agli incentivi messi a disposizione dal Governo e guidando al risparmio e all'emissione di meno emissioni.

RESSS

RENDIAMO SEMPLICI
LE SCELTE PIÙ SOSTENIBILI

STRUMENTI



Survey collaborativa aperta ad un ampio numero di consumatori



per raccogliere segnalazioni e testimonianze su problematiche e bisogni relativi alla sostenibilità



Webinar di alto livello aperto a consumatori, giornalisti e divulgatori



con focus sul nesso tra cambiamenti climatici e comportamenti e arricchito da sessioni interattive e testimonianze di esperti

FOCUS DI QUESTO DOCUMENTO

NOTA METODOLOGICA



**Survey
collaborativa
online**

PERCHÈ



Raccogliere dai consumatori **segnalazioni e testimonianze su problematiche e bisogni relativi alla sostenibilità**: quali tutele informazioni, strumenti pratici, sono necessarie per modificare i propri comportamenti verso questa direzione?



**Perché è
urgente
assumere
comportamenti
sostenibili?**

A CHI



1.203 persone da tutta Italia
(popolazione generale)

Panel online

18-74 anni

È stata applicata una **procedura di ponderazione** per compensare gli scostamenti del campione dalla popolazione generale per quanto riguarda la distribuzione per sesso, età, area geografica e livello educativo.

CON CHI



Università degli Studi di Catania

QUANDO



9-17 giugno 2022

**Perché è urgente
assumere
comportamenti
sostenibili?**

2050

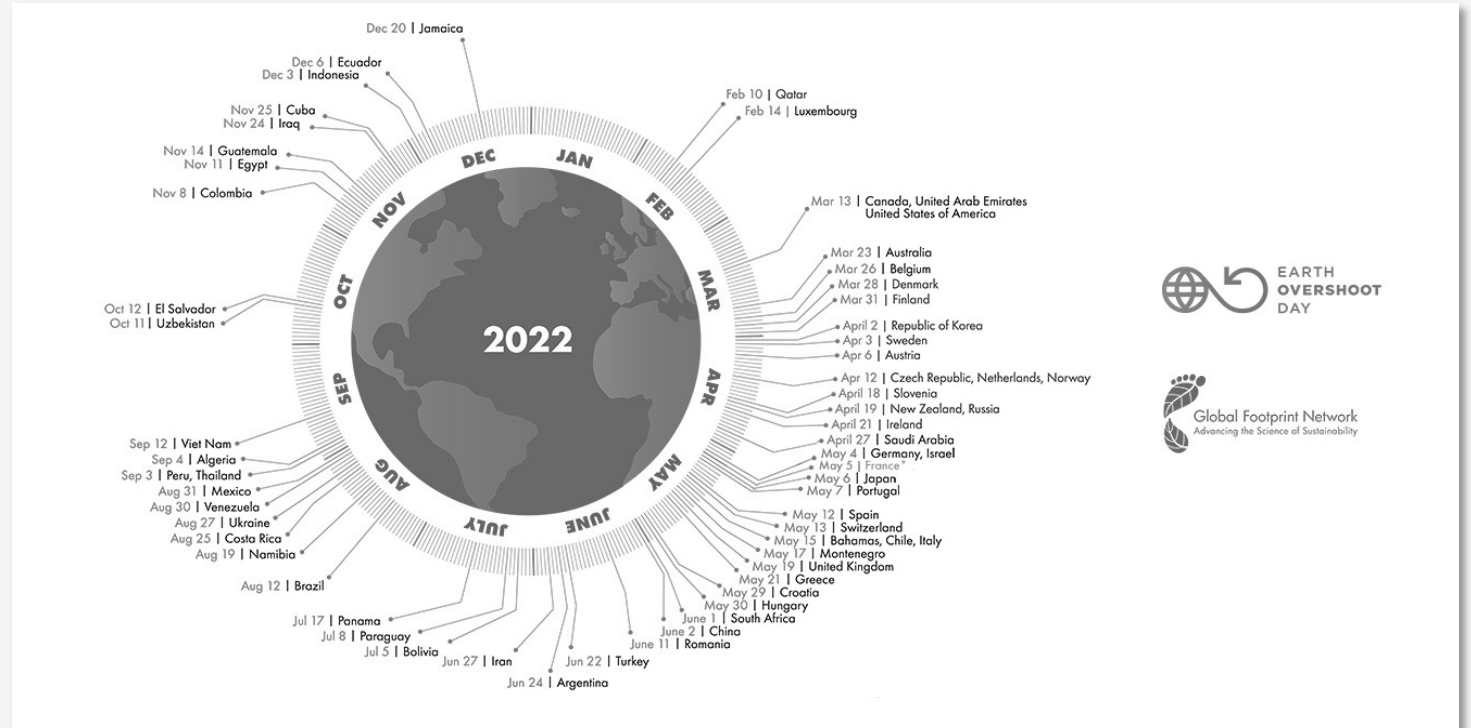


Di Pianeta Terra ne abbiamo solo uno.
Eppure, entro il 2050, consumeremo come se ce ne fossero tre!

Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare. Per un'Europa più pulita e più competitiva (Commissione Europea, 2020): url.it/3q308

Overshoot day

Perché è urgente assumere comportamenti sostenibili?



L'overshoot day è il giorno in cui si stima che un Paese inizi a consumare più risorse di quanto la Terra ne metta a disposizione. Nel 2022 il nostro pianeta ha terminato le sue risorse il 28 luglio.

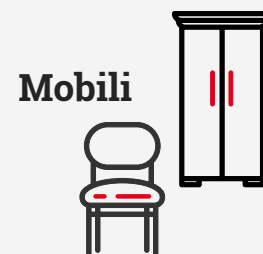
Un nuovo piano d'azione per l'economia circolare. Per un'Europa più pulita e più competitiva (Commissione Europea, 2020): urly.it/3q308

NOTA METODOLOGICA



Survey
collaborativa
online

COSA

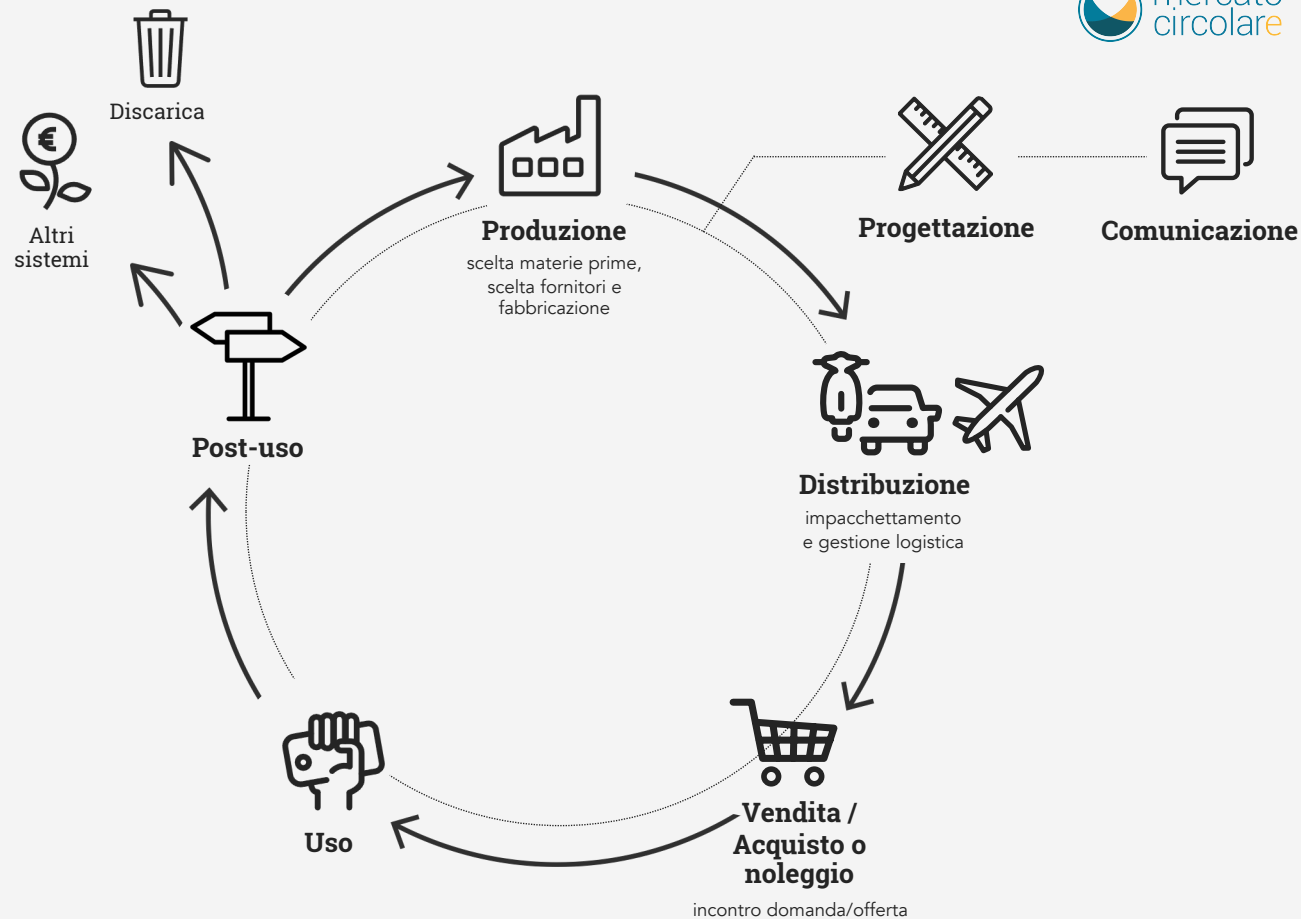


- **Driver d'acquisto** e attenzione agli aspetti di **sostenibilità**
- Modello **'Prodotto come servizio'**
- Livello di **fiducia** nelle **fonti di informazione**
- Acquisto e vendita di beni di **seconda mano**
- **Manutenzione, riparazione e autoriparazione**
- **Consapevolezza sul diritto di durabilità e di riparazione**
- **Smaltimento** dei beni
- **Attenzione alla sostenibilità ambientale a 360°**

E se raffigurassimo questi argomenti in chiave circolare?



Visualizzazione della «catena del valore» circolare di un prodotto/servizio



Questa visualizzazione permette di osservare **l'interazione e l'interdipendenza tra chi produce, trasporta, vende, acquista e smaltisce prodotti e servizi**; aiuta anche a comprendere potenzialità, difficoltà e il grado di **co-responsabilità** degli attori nel concorrere allo sviluppo sostenibile.

Visualizzazione della «catena del valore» circolare di un prodotto/servizio:
 le scelte dei consumatori concorrono a mantenere il valore dei beni nel tempo.

ARGOMENTI DELLE SURVEY



DESCRIZIONE DEL CAMPIONE



**Survey
collaborativa
online**



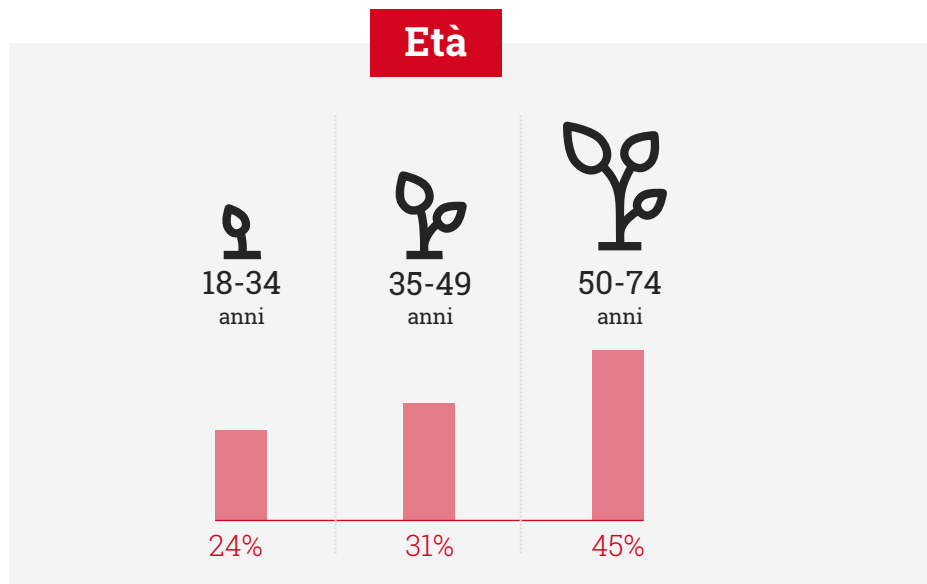
1.203 persone da tutta Italia
(popolazione generale)

Panel online

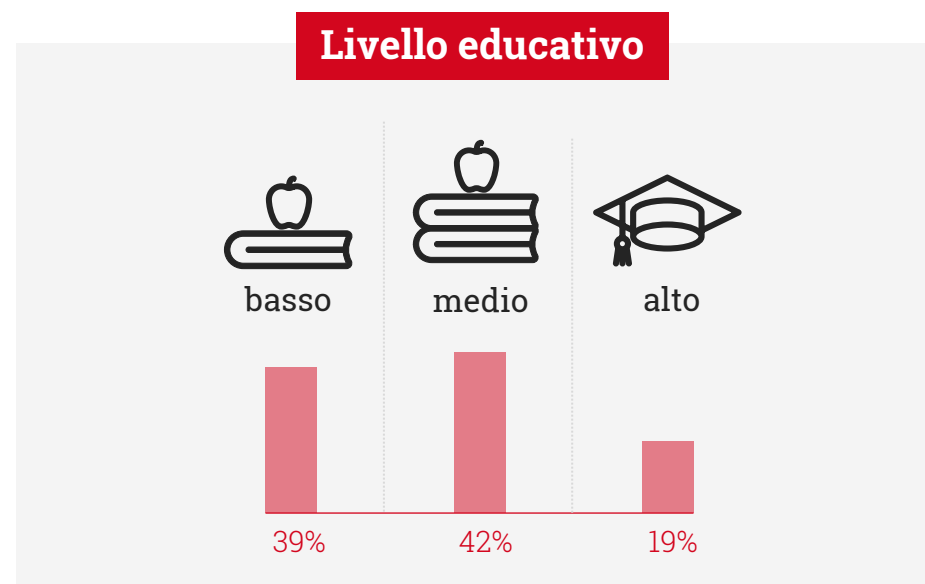
18-74 anni

CAMPIONE - profilo sociodemografico

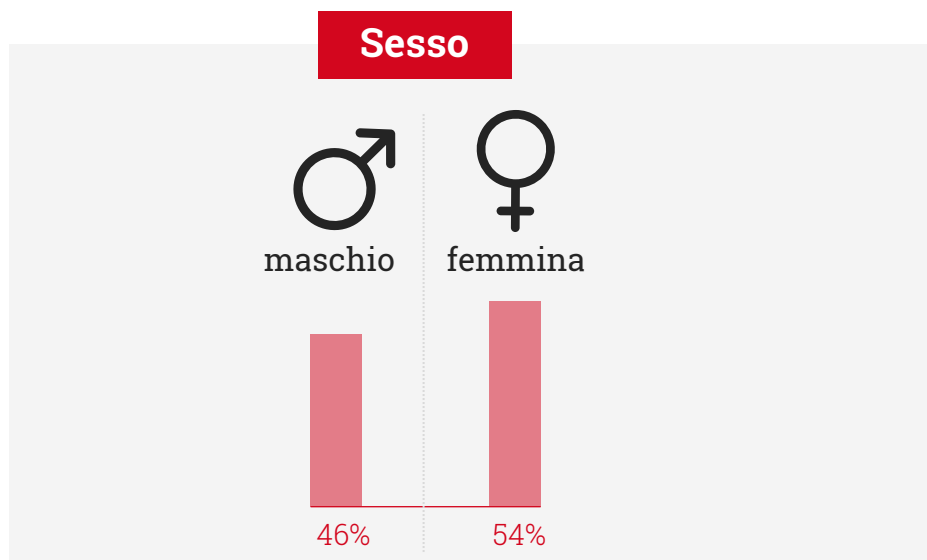
Età



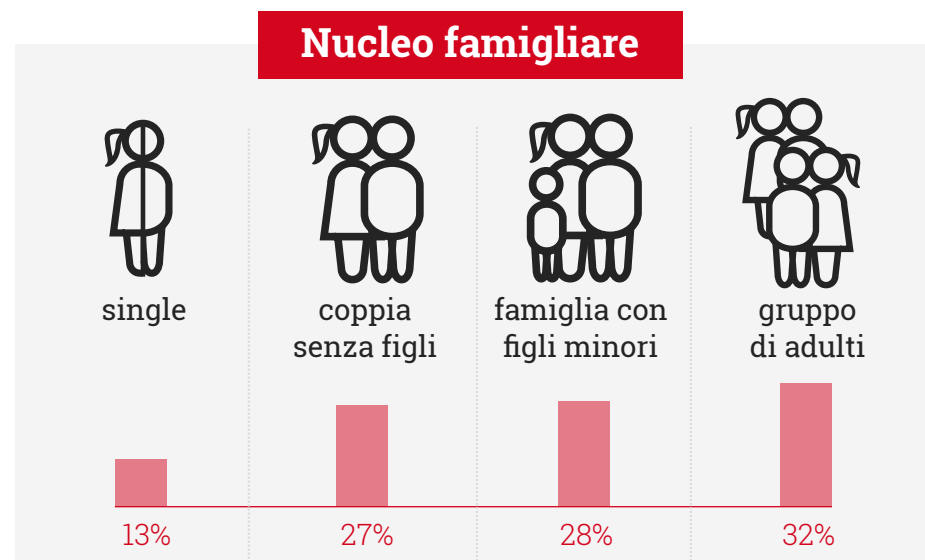
Livello educativo



Sesso

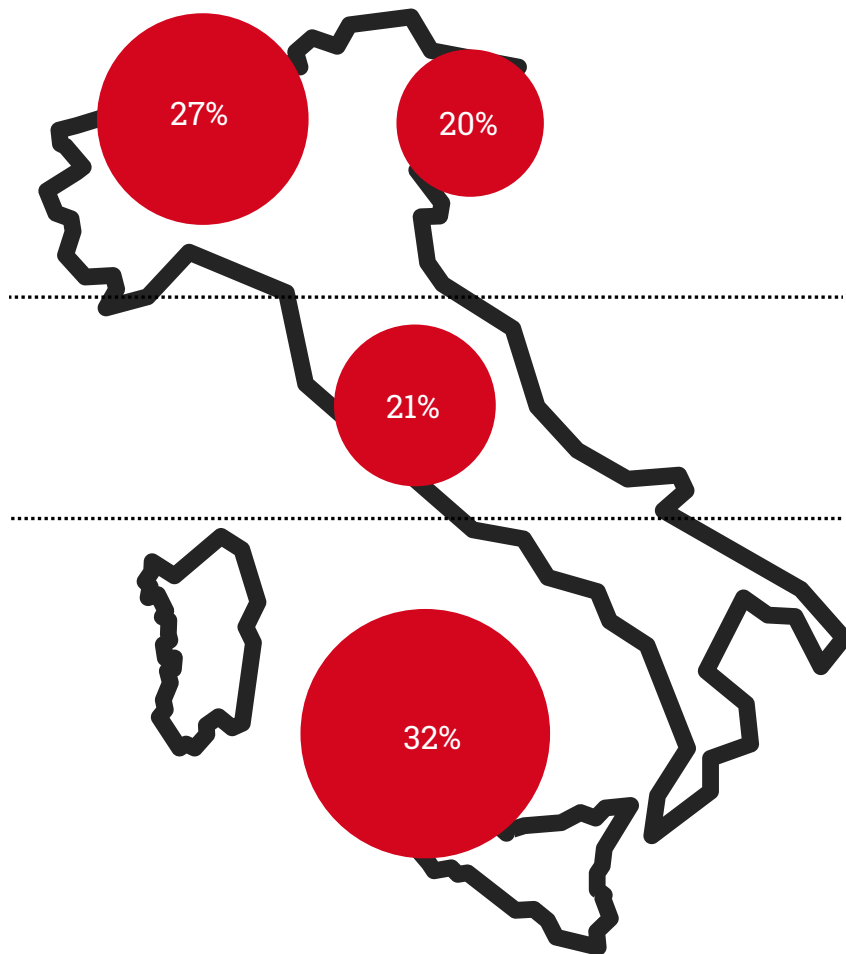


Nucleo familiare

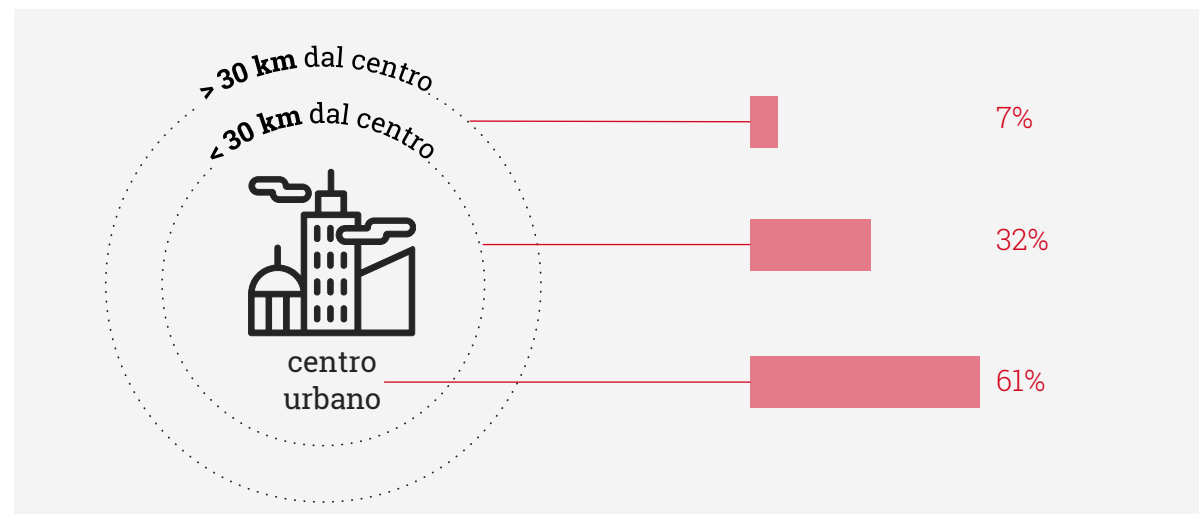
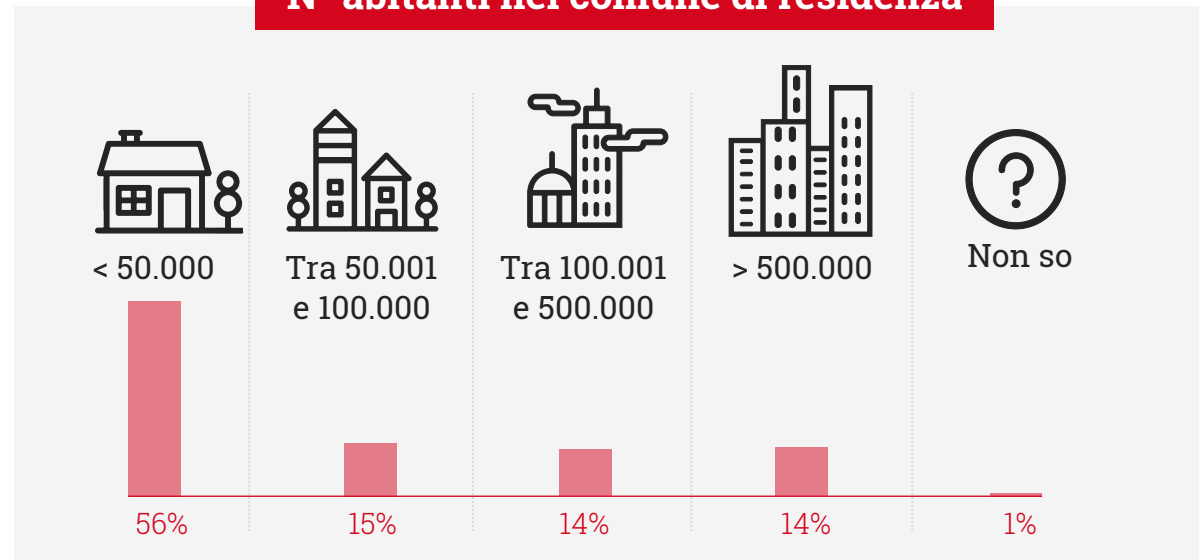


CAMPIONE - profilo geografico

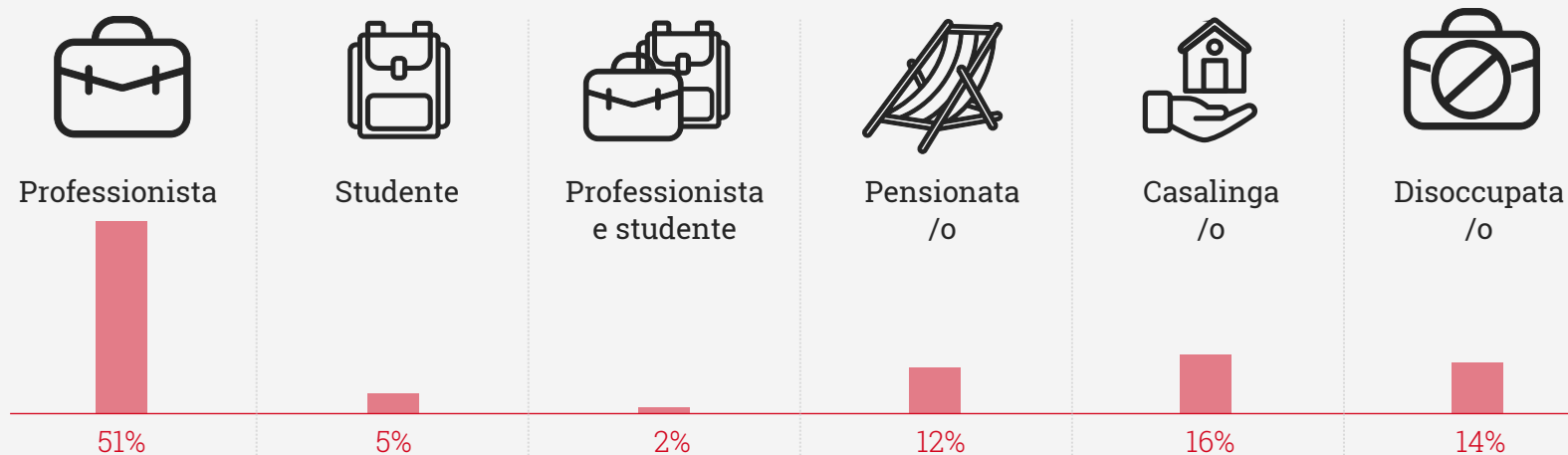
Provenienza



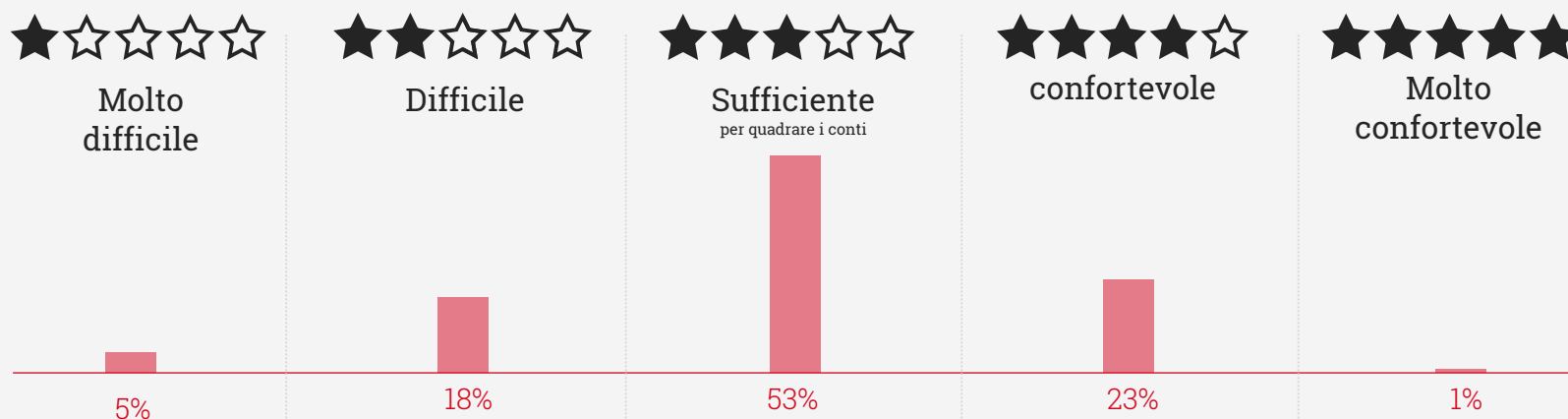
N° abitanti nel comune di residenza



Situazione professionale



Situazione economica del nucleo familiare



CAMPIONE

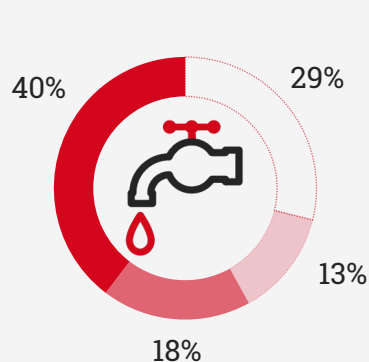
profilo comportamentale

Frequenza di adozione di alcuni comportamenti

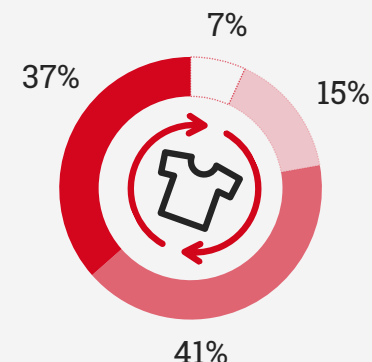
Legenda risposte

- **Abitualmente**
- **Qualche volta**
- **Raramente**
- **Mai**

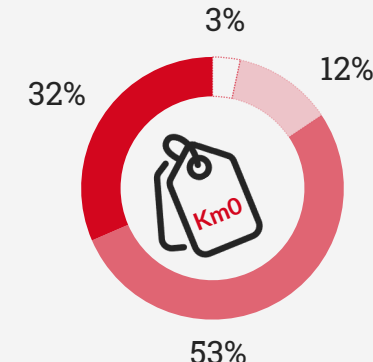
L'analisi mostra come gli **uomini** abbiano un indice di **sensibilità ambientale** mediamente inferiore a quello delle **donne**. Inoltre, il livello di **sensibilità ambientale** cresce all'aumentare del **livello educativo ed economico** dei rispondenti.



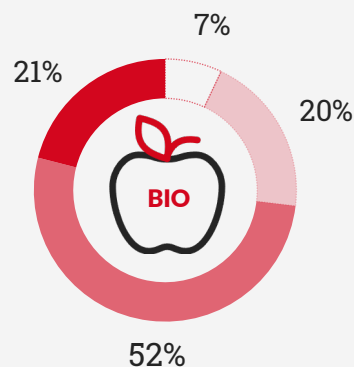
Bere acqua dal rubinetto invece di quella minerale



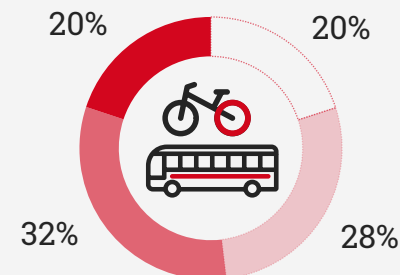
Riutilizzare o riciclare abiti e tessuti



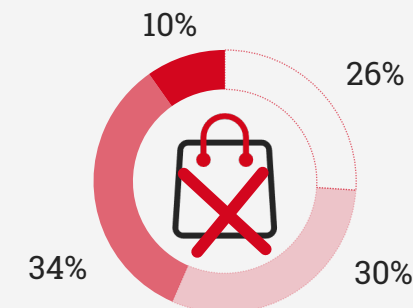
Acquistare alimenti o prodotti locali (Km0)



Acquistare alimenti e prodotti biologici

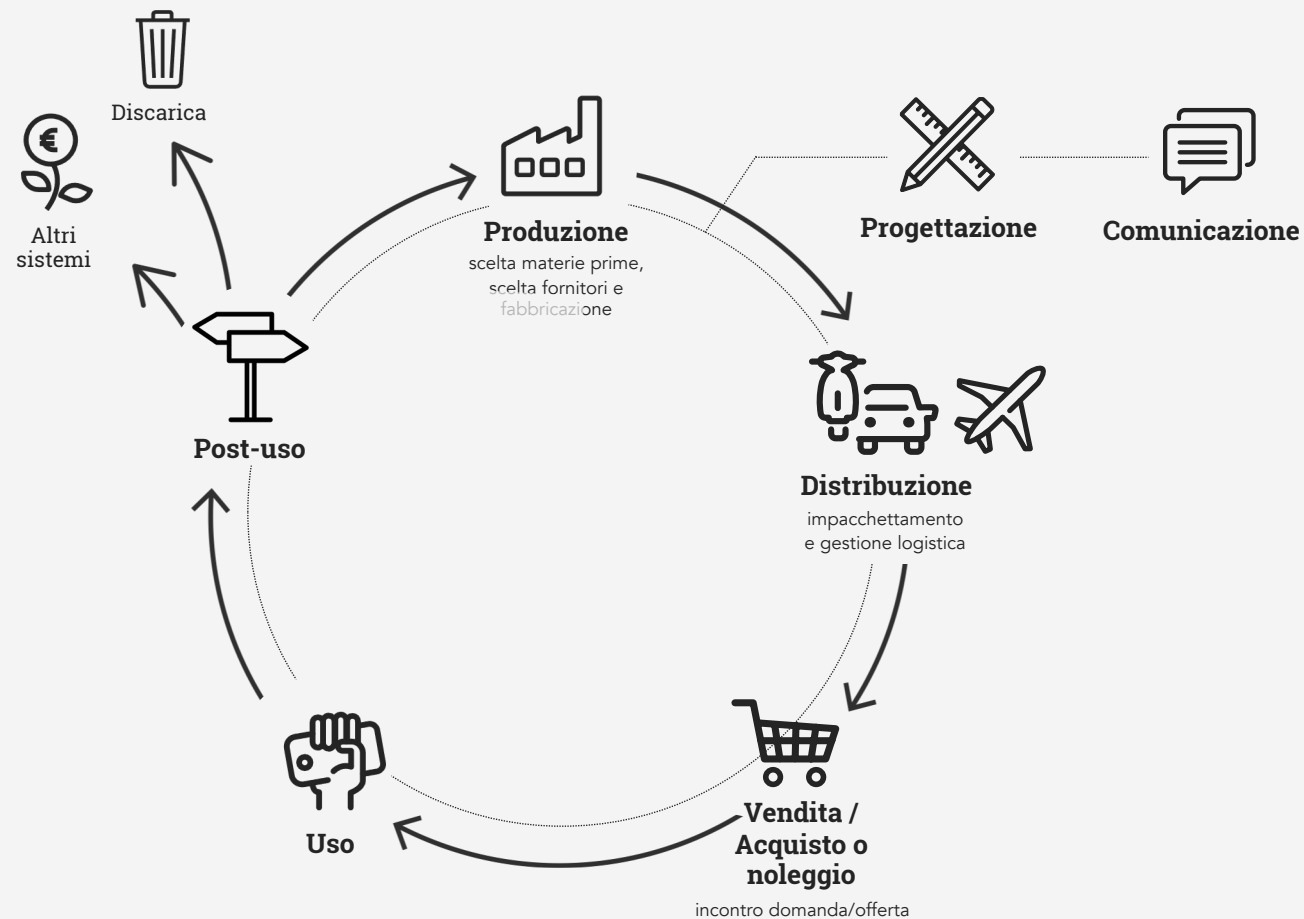


Scegliere mezzi di trasporto alternativi all'auto o altro veicolo a benzina privato



Evitare di acquistare un prodotto perché il packaging è eccessivo

RISULTATI SURVEY



RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di **fiducia** nelle fonti
di **informazione**



Acquisto e vendita di beni
di **seconda mano**



Manutenzione, riparazione
e **autoriparazione**



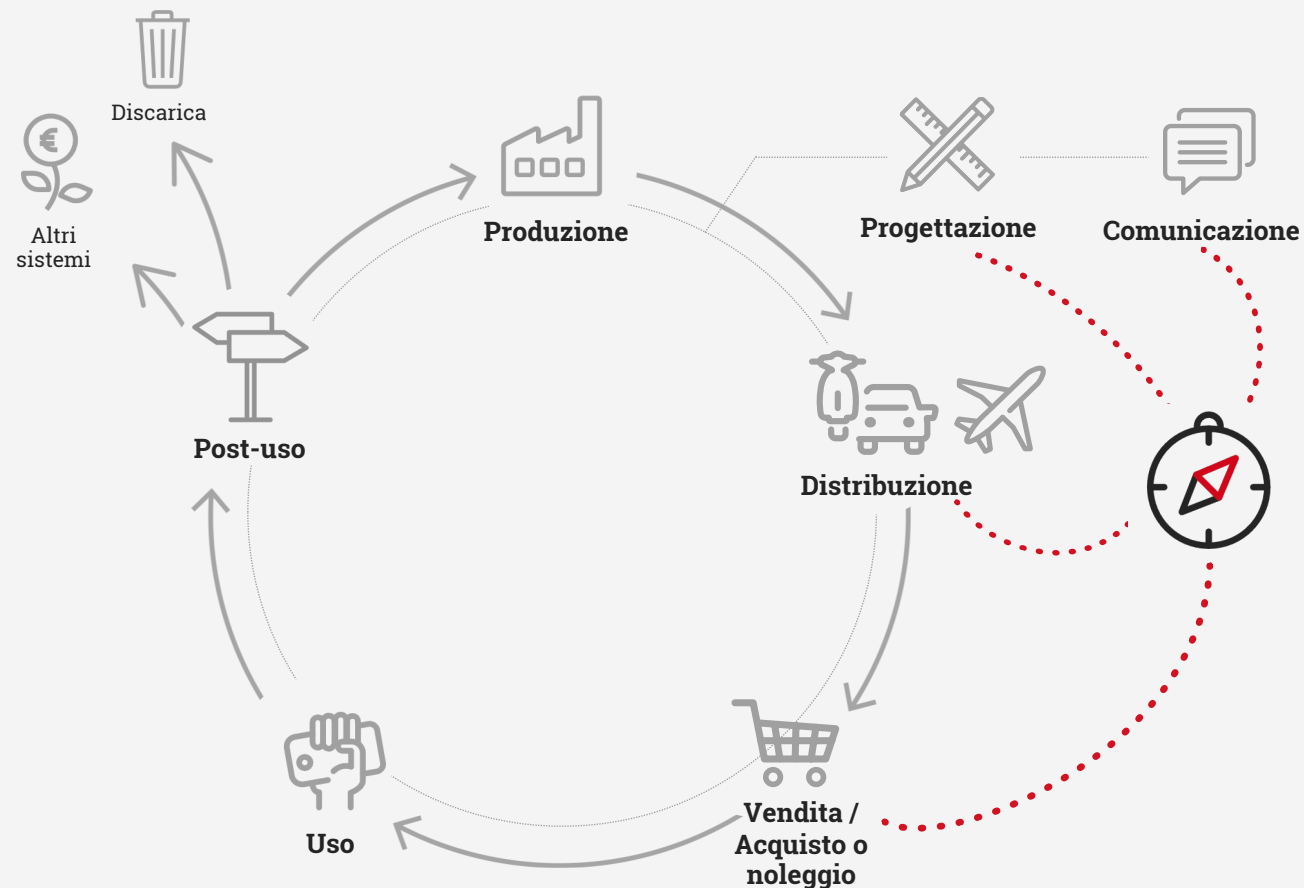
Consapevolezza sul diritto
di **durabilità** e di **riparazione**



Smaltimento dei beni



Attenzione alla **sostenibilità**
ambientale a 360°



DRIVER D'ACQUISTO

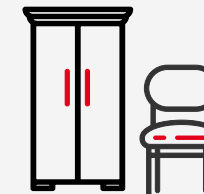
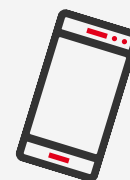
ALTROCONSUMO

Grandi elettrodomestici

Prodotti hi-tech

Abbigliamento

Mobili



	Grandi elettrodomestici	Prodotti hi-tech	Abbigliamento	Mobili
Offerte speciali	43%	53%	64%	51%
Design	13%	23%	53%	63%
Marca	34%	49%	32%	16%
Consumo di energia	82%	44%	0%	0%
Disponibilità immediata dal produttore	13%	17%	30%	22%
Durata di vita prevista	39%	38%	0%	0%
Facilità di riparazione	28%	22%	0%	0%
Facilità di trasporto	0%	0%	0%	29%
Luogo di produzione	11%	6%	26%	17%
Marchio/certificazione ambientale	12%	9%	20%	12%
% di materiali riciclati/bili nel prodotto	4%	4%	13%	10%
Impegno nel sostegno di progetti sociali/ambientali	4%	5%	10%	8%
Condizioni di lavoro nella produzione	3%	4%	9%	5%
Imballaggio ridotto e/o facilmente differenziabile	2%	3%	0%	8%



RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di seconda mano



Manutenzione, riparazione
e autoriparazione



Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

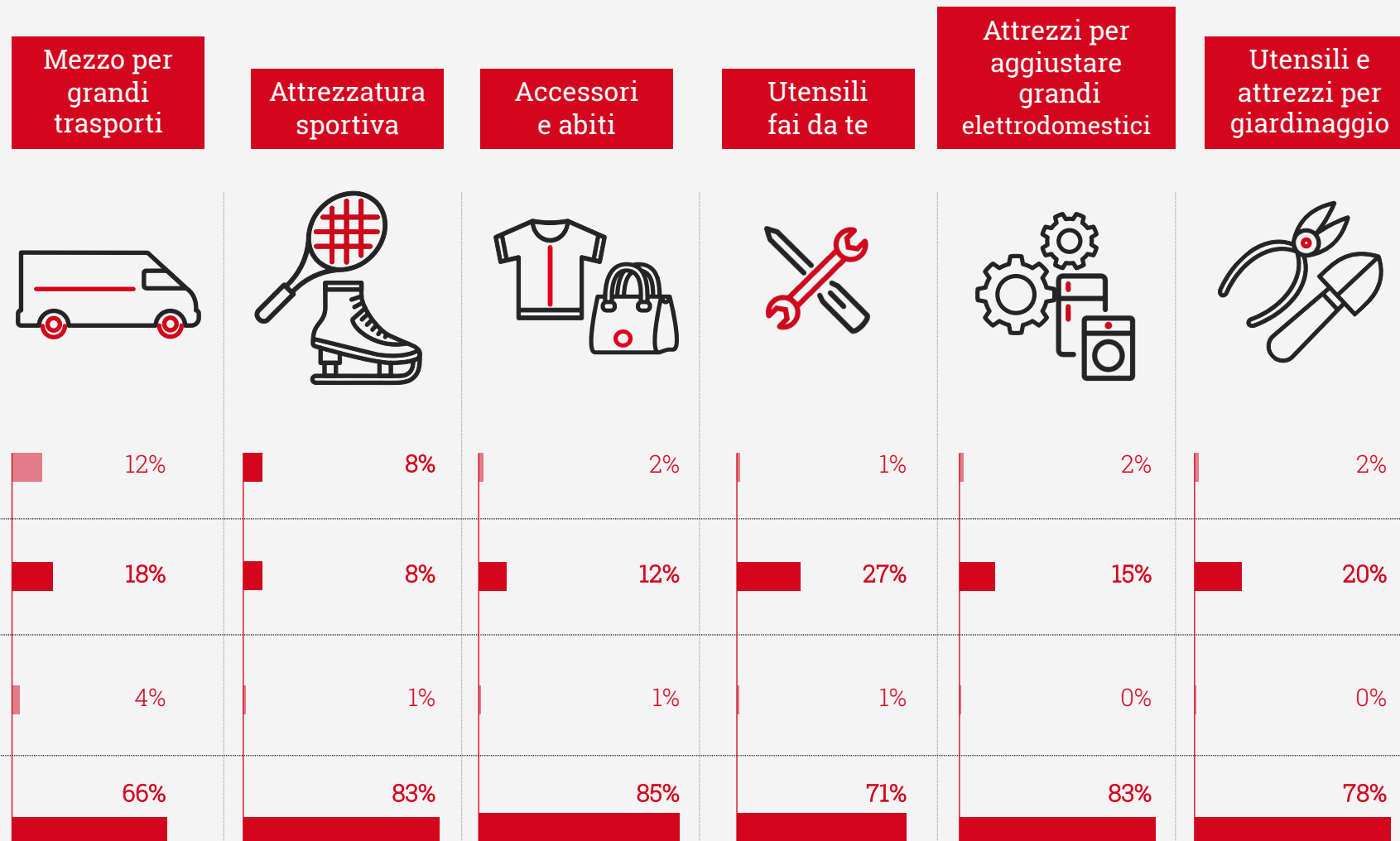


Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°



«PRODOTTO COME SERVIZIO»

+ È necessario possedere un bene per poterlo usare?



È necessario possedere un bene per utilizzarlo?



Un'auto, in Europa, rimane parcheggiata in media il 92% del suo tempo di vita.

Nel rimanente tempo, il conducente: guida (5%), sta fermo in coda (1%) e cerca parcheggio (1,6%).



Un trapano potrebbe funzionare per 500 ore, ma mediamente viene usato 15 minuti in 20 anni di uso casalingo.

RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di **fiducia** nelle **fonti di informazione**



Acquisto e vendita di beni di **seconda mano**



Manutenzione, riparazione e **autoriparazione**



Consapevolezza sul diritto di **durabilità e di riparazione**



Smaltimento dei beni






Attenzione alla **sostenibilità ambientale a 360°**






FIDUCIA NELLE FONTI DI INFORMAZIONE

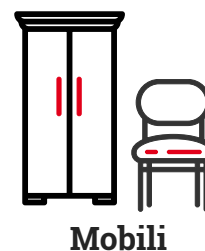


Le più apprezzate




-  Recensioni dei consumatori **3.8/5**
-  Marchio/certificazione ambientale o di qualità **3.7/5**
-  Passaparola (famigliari, amici, conoscenti) **3.6/5**

Le meno apprezzate




-  Pubblicità (siti, radio, tv, riviste, cartelloni) **2.8/5**
-  Social network o forum online **2.6/5**
-  Consigli di influencer **2.2/5**



Le più apprezzate

-  Consigli di associazioni di consumatori **3.9/5**
-  Recensioni dei consumatori **3.8/5**
-  Consigli di esperti (siti specializzati, ...) **3.8/5**

Le più apprezzate

-  Recensioni dei consumatori **3.7/5**
-  Marchio/certificazione ambientale o di qualità **3.6/5**
-  Passaparola (famigliari, amici, conoscenti) **3.6/5**

RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di **seconda mano**



Manutenzione, riparazione
e autoriparazione



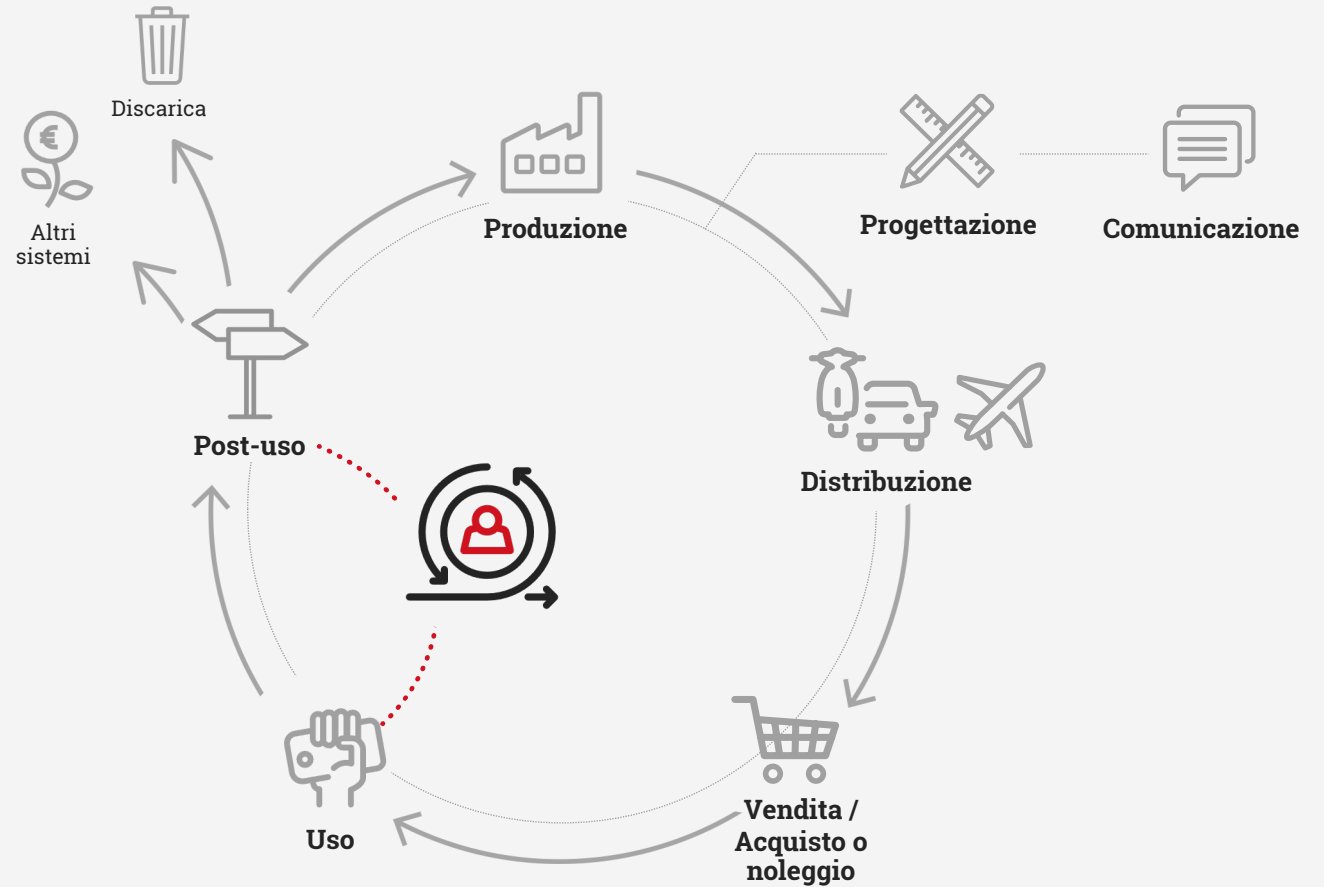
Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni



Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°

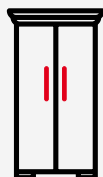


VENDITA/ACQUISTO USATO

Sì, ho già venduto o acquistato di seconda mano



Abiti



Mobili



Prodotti hi-tech



Elettrodomestici



Chi vende e acquista più spesso di seconda mano

54%



Giovani
(18-34 anni)

51%



Socialmente e
politicamente **attivi**

60%

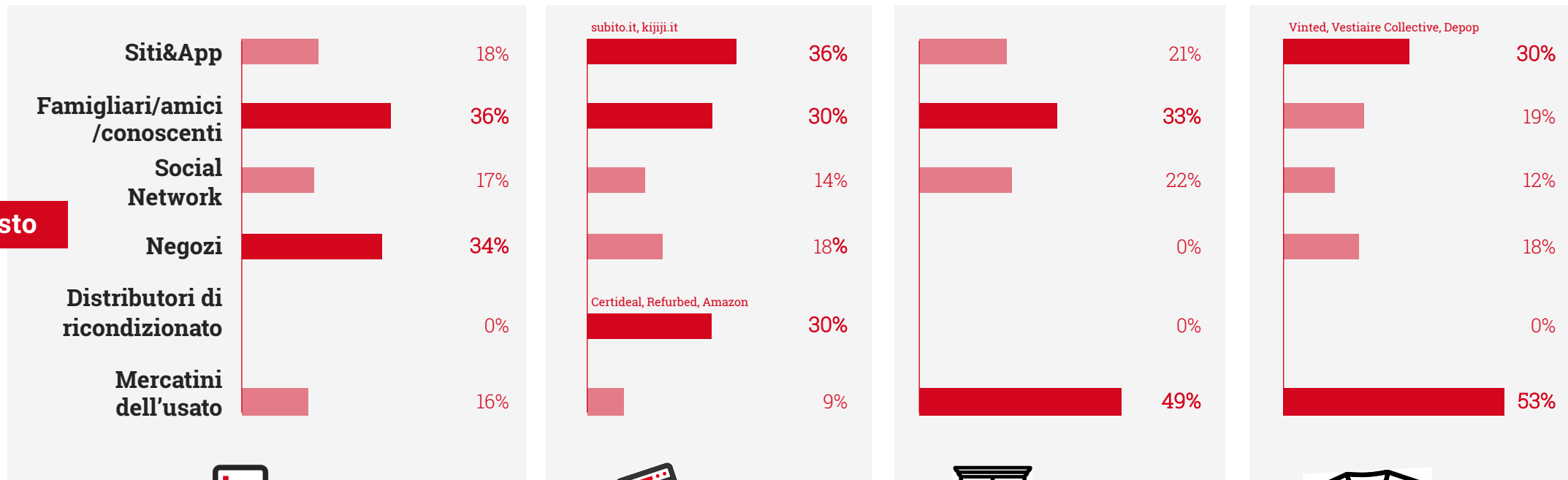


Hanno usato il modello
«**Prodotto come servizio**»

CANALI DI VENDITA E ACQUISTO USATO



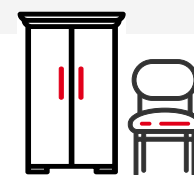
acquisto



Grandi elettrodomestici



Prodotti hi-tech



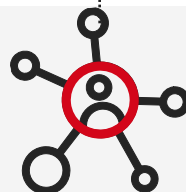
Mobili



Abiti



vendita



Social network



Siti&app specializzati



Mercatini fisici dell'usato



RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di seconda mano



**Manutenzione, riparazione
e autoriparazione**



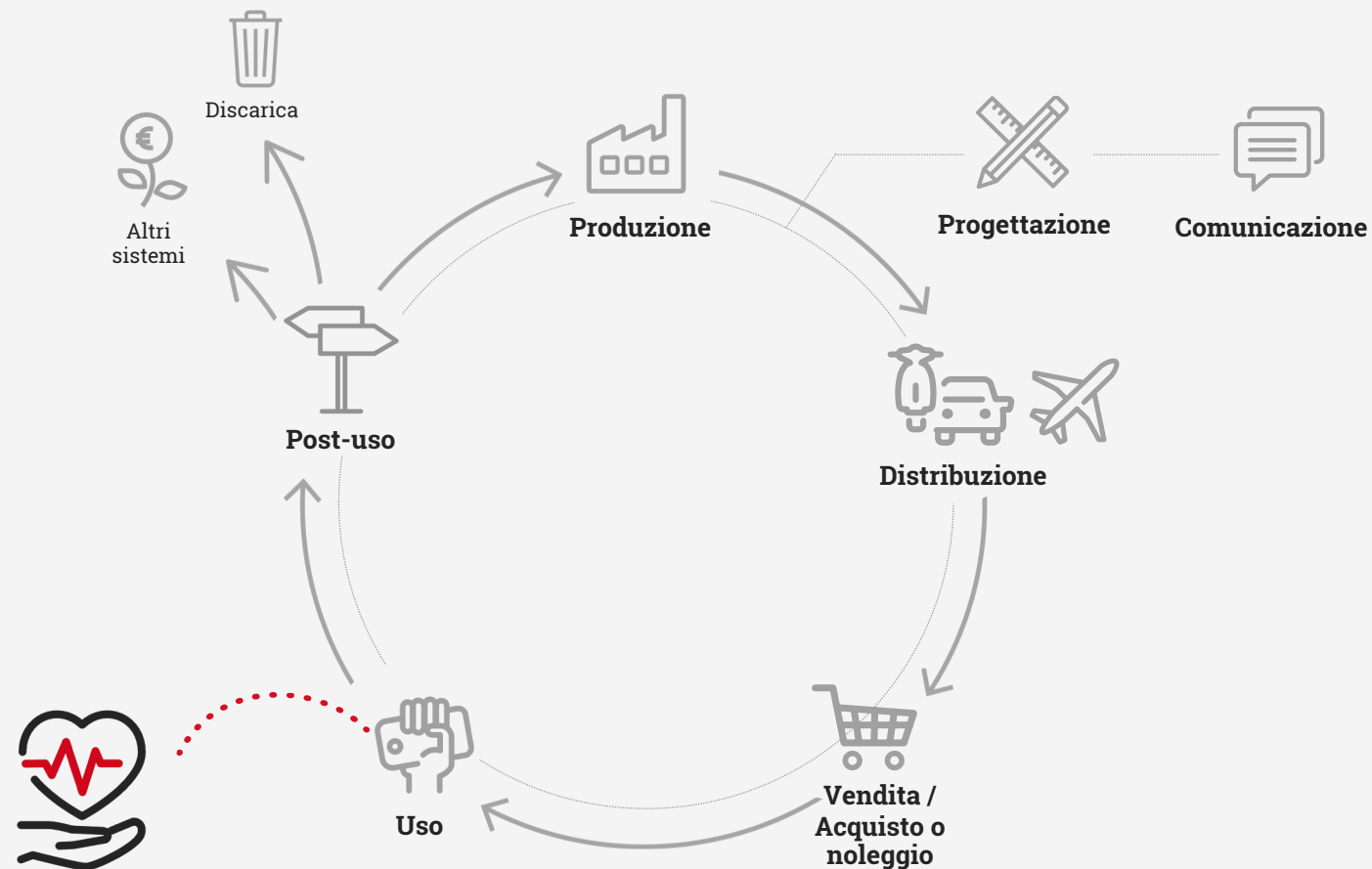
Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

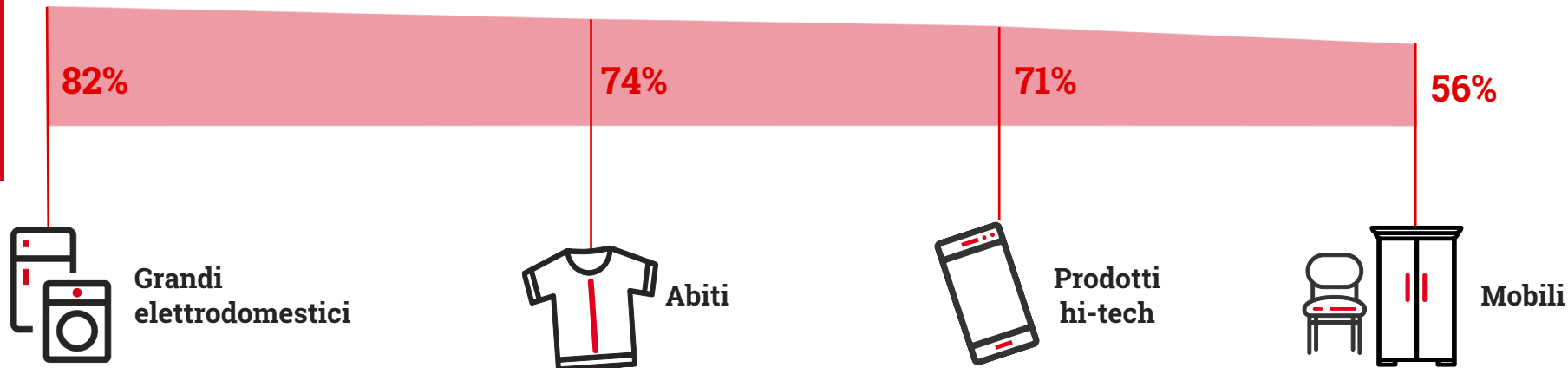


Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°

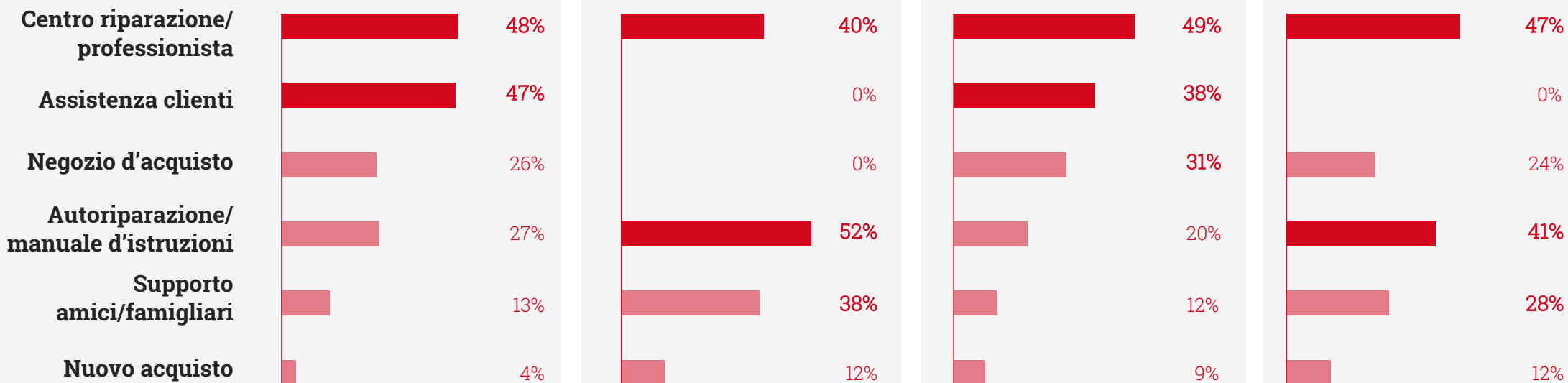


MANUTENZIONE

Lettura manuale d'istruzioni /etichetta per la corretta manutenzione



In caso di danno



RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di seconda mano



Manutenzione, riparazione
e autoriparazione



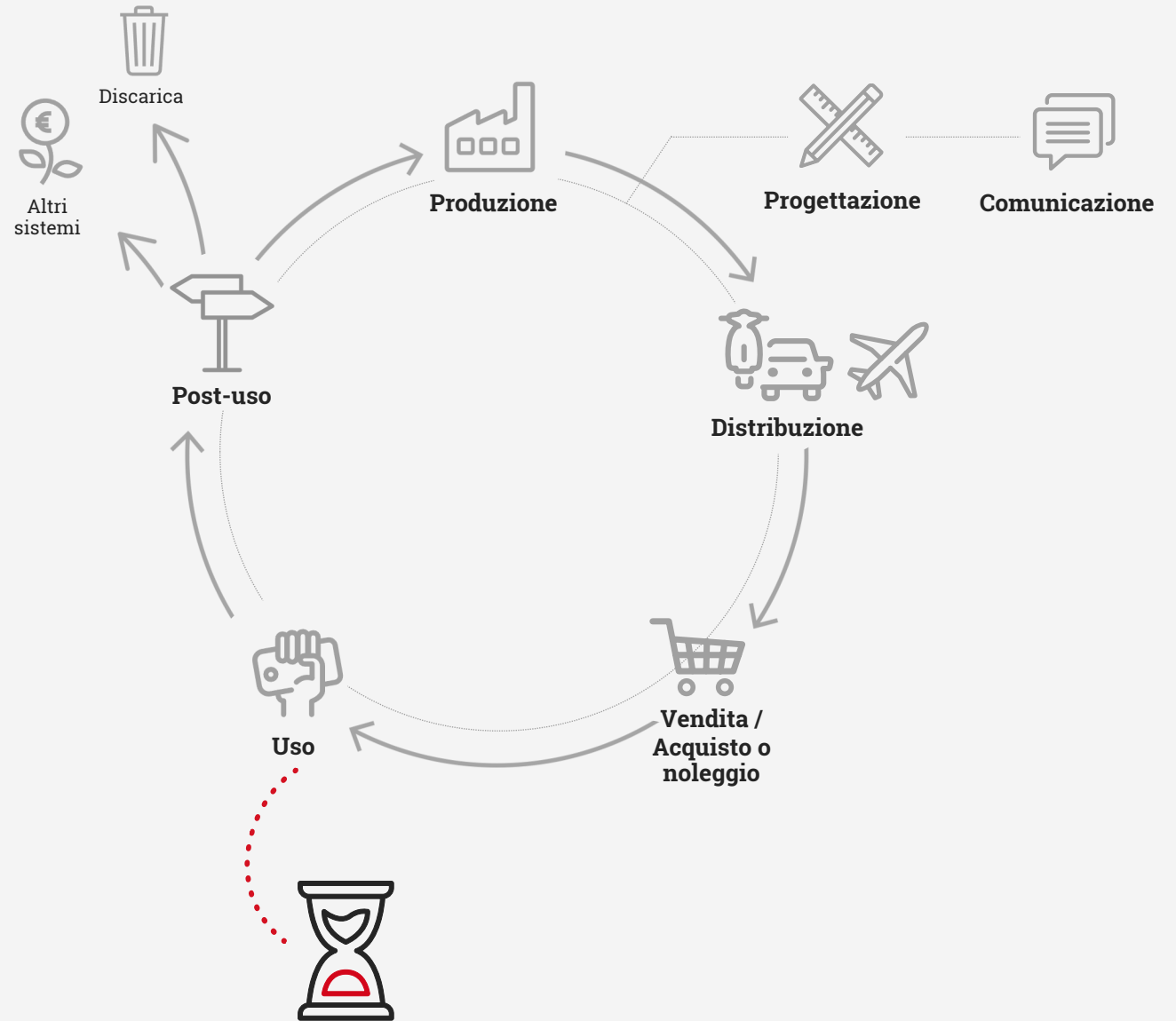
Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni



Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°



DIRITTO ALLA RIPARABILITÀ E DURABILITÀ

Perché parlare di diritto?

Livello di consapevolezza su:



Diritto alla riparabilità



Diritto alla durabilità

+

Sa che le istruzioni per manutenzione e riparazione devono essere messe a disposizione

70%

60%

Sa di aver diritto ad acquistare i pezzi di ricambio della lavatrice



32%

Sa che i produttori sono costretti a fornire alcuni pezzi di ricambio degli elettrodomestici per almeno 7 anni.

60%

Ha qualche conoscenza a riguardo

Sa che ha diritto ad aggiornare il software dello smartphone e del tablet per i primi due anni dall'acquisto



47%

31%

Sa che venditore e produttore devono per legge dichiarare la durata di vita attesa di smartphone e tablet



19%

Sa che la garanzia di conformità non garantisce la durata minima di vita dei prodotti

-



**Il diritto alla
riparazione
(o Right to repair)
è stato approvato
dal Regolamento
2021/341 dell'UE**

Iniziativa per una elettronica circolare



Particolare attenzione sarà rivolta all'elettronica e all'ICT come settore prioritario per l'attuazione del "diritto alla riparazione" includendovi il diritto di aggiornare i software obsoleti.

[www. www.mercatocircolare.it/un-nuovo-piano-dazione-per-leconomia-circolare/cap 4](http://www.mercatocircolare.it/un-nuovo-piano-dazione-per-leconomia-circolare/cap-4)

**EUROPE,
LET'S REUSE
REFURBISH
REPAIR**



Right to repair è una coalizione di organizzazioni europee attive attorno alla causa della riparazione in diversi paesi dell'Europa. Rappresentano gruppi di riparazione della comunità, attori dell'economia sociale, autoriparazione e qualsiasi cittadino che desideri difendere il proprio diritto alla riparazione.
www.repair.eu

RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di seconda mano



Manutenzione, riparazione
e autoriparazione



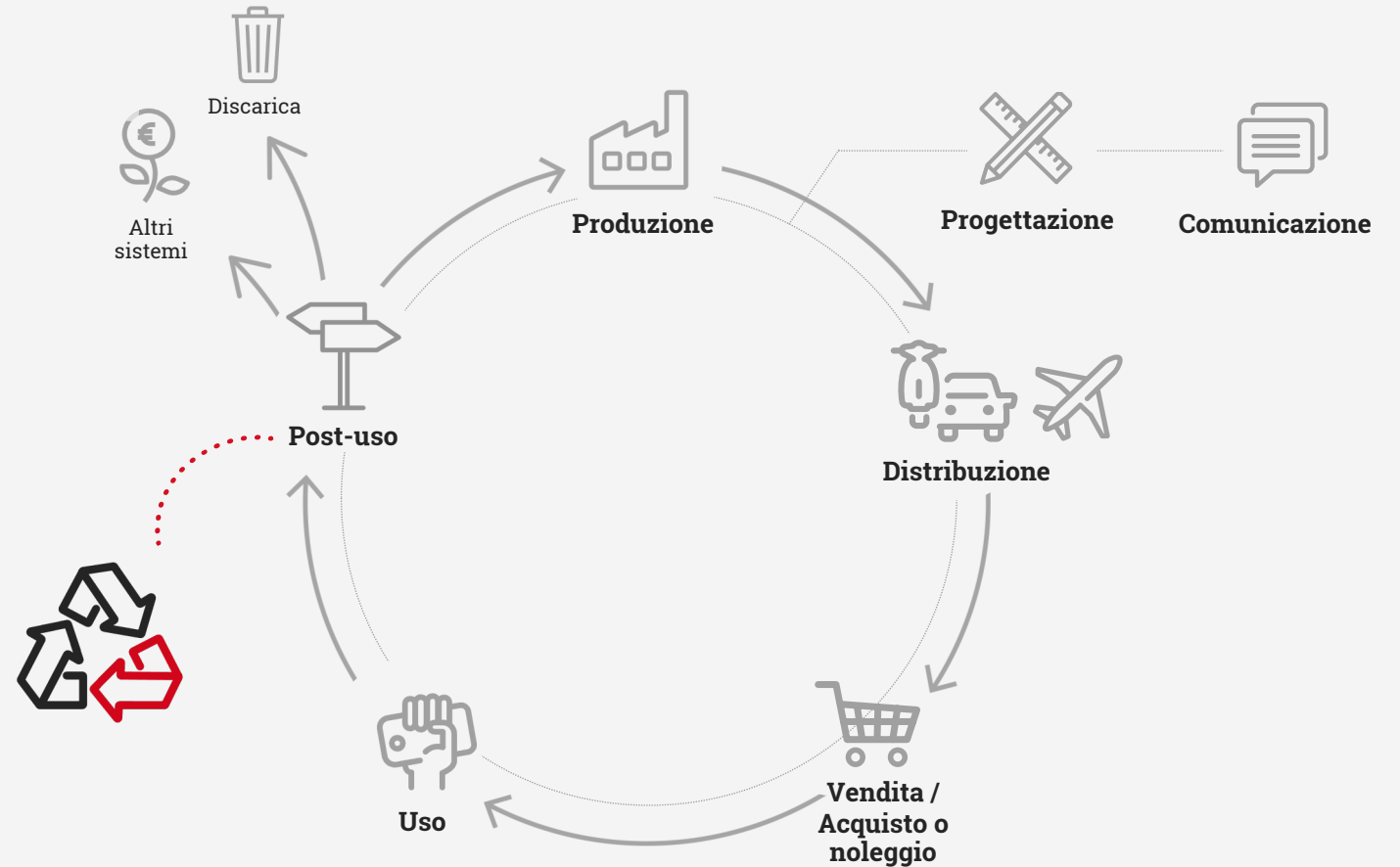
Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



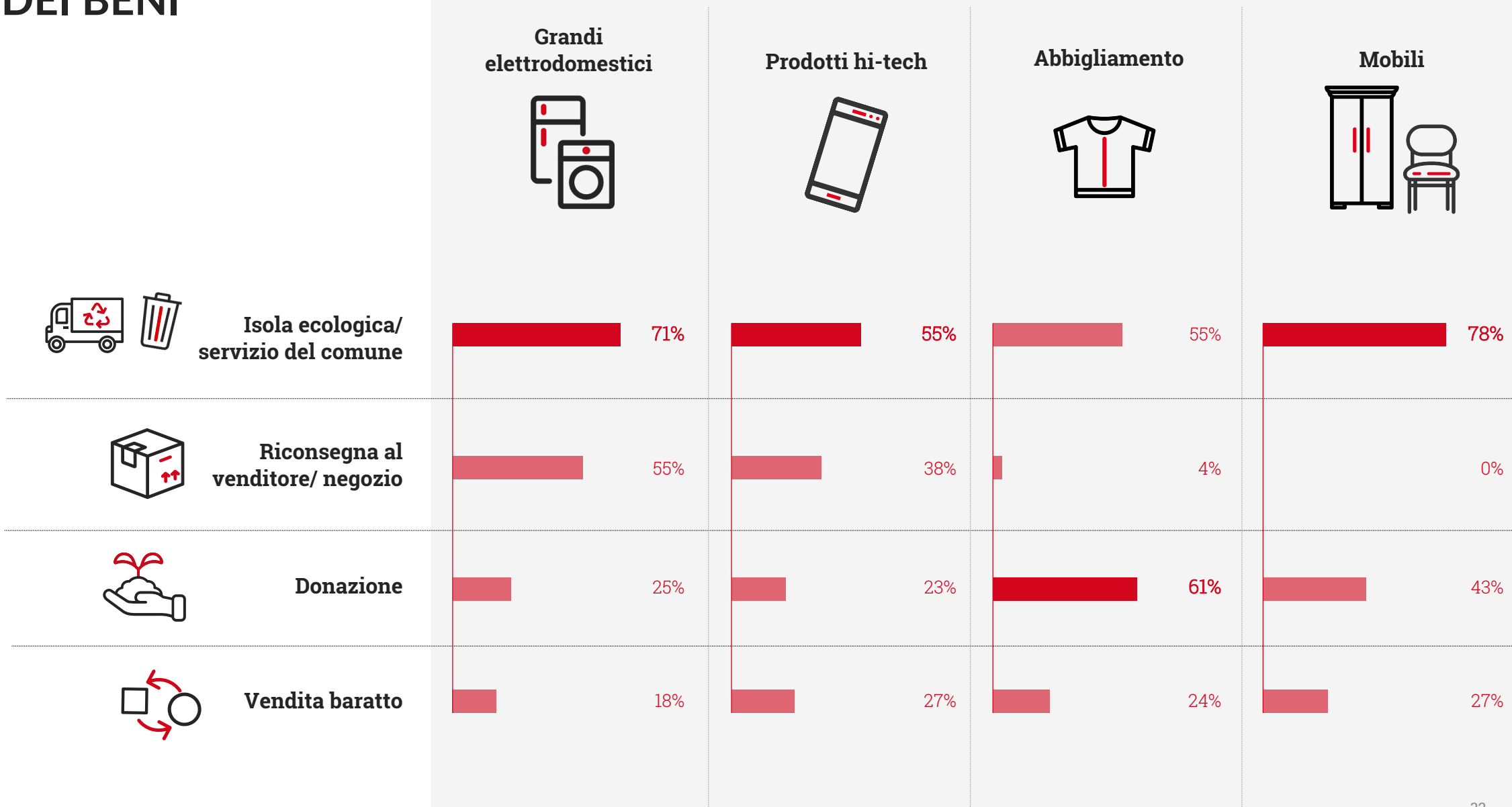
Smaltimento dei beni



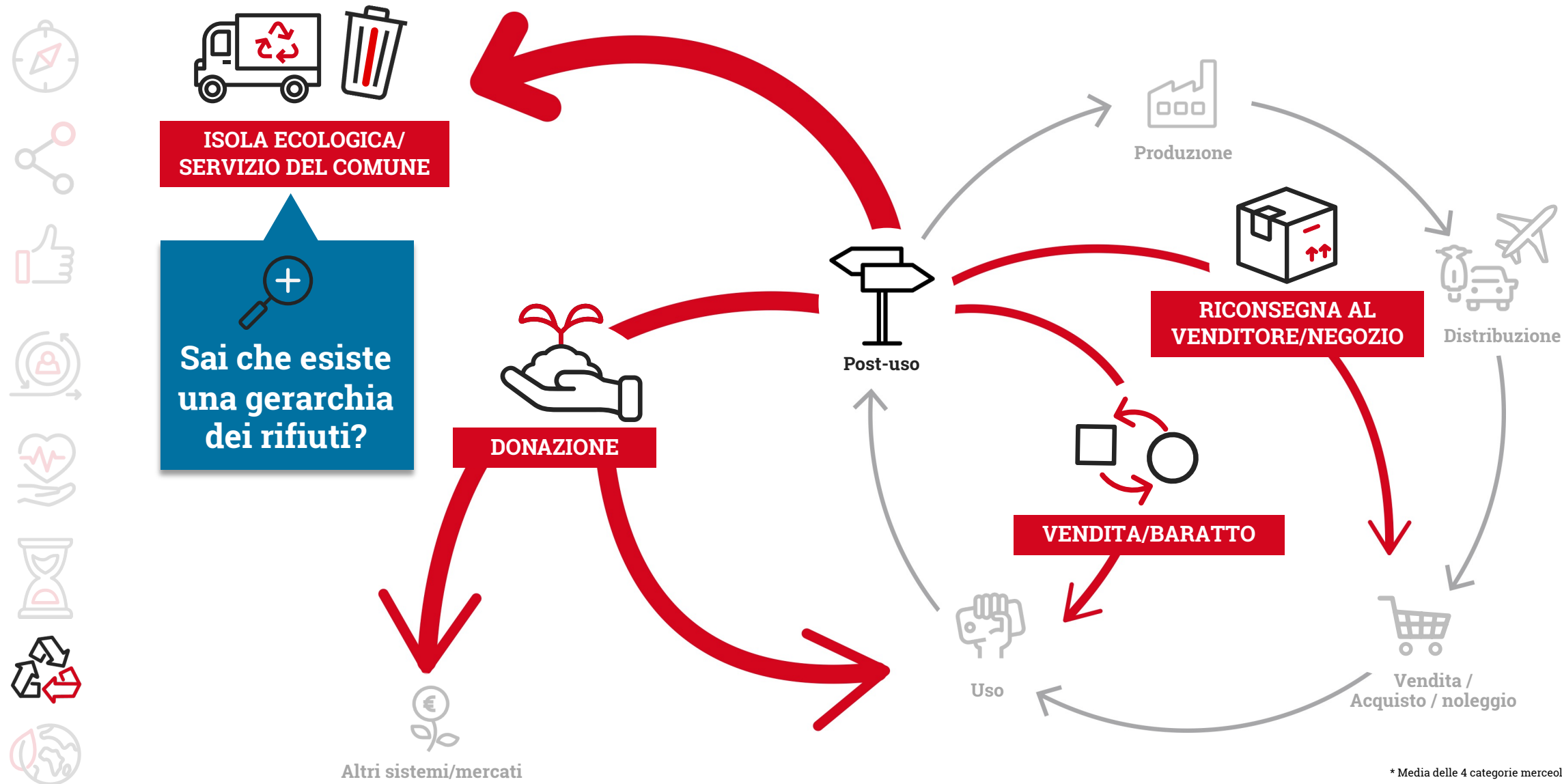
Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°



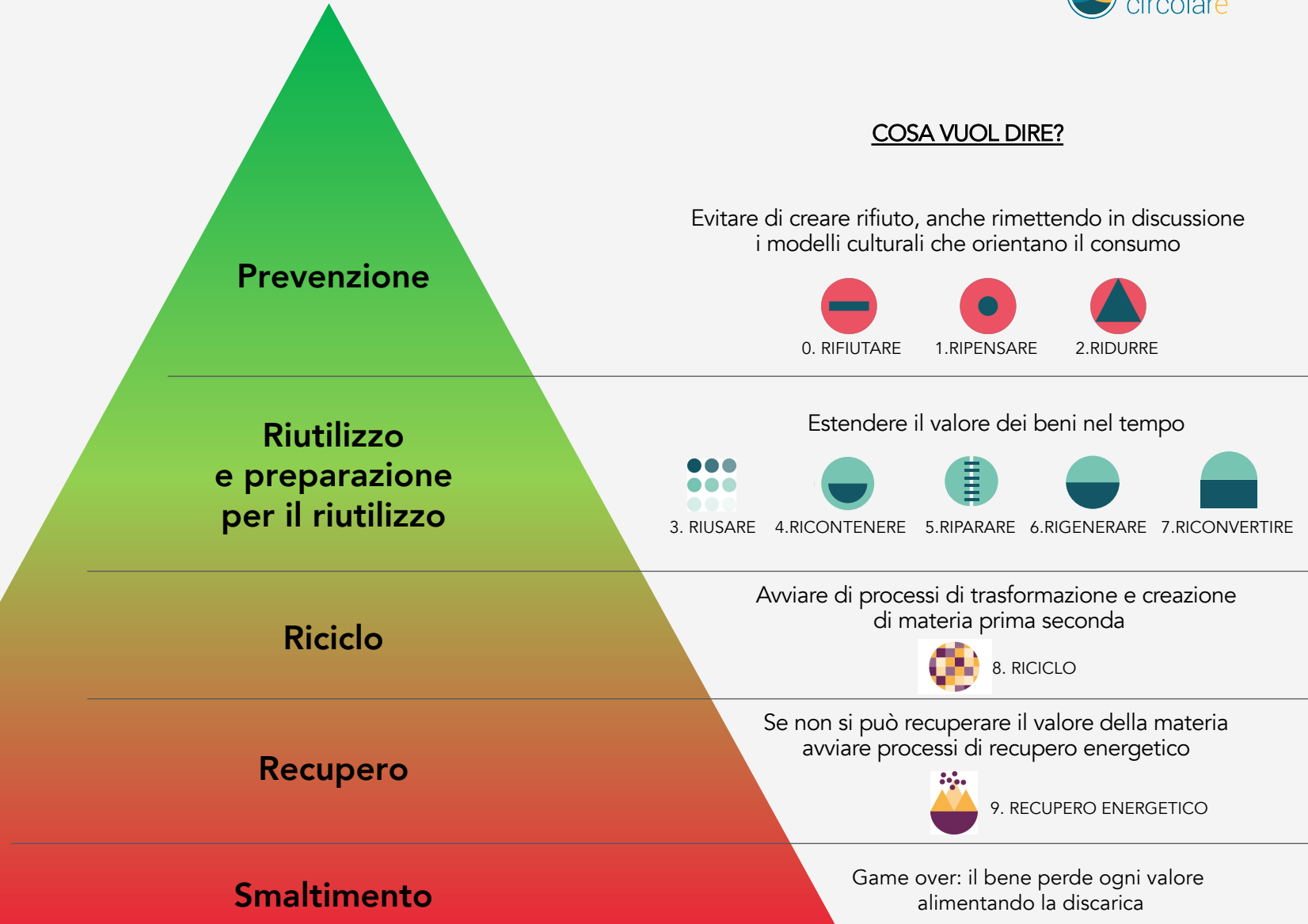
SMALTIMENTO DEI BENI



SMALTIMENTO DEI BENI



L'espressione "gerarchia della gestione dei rifiuti" indica un ordine di preferenza per le azioni che riducono e trattano i rifiuti, e si presenta di solito nella forma di una piramide: la punta corrisponde all'azione preferibile, la base quella da evitare.



RISULTATI SURVEY



Driver d'acquisto



Scelta del modello
"Prodotto come servizio"



Livello di fiducia nelle fonti
di informazione



Acquisto e vendita di beni
di seconda mano



Manutenzione, riparazione
e autoriparazione



Consapevolezza sul diritto
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

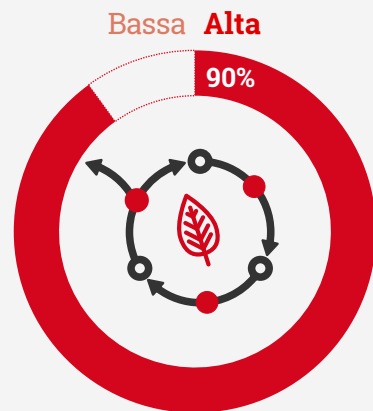


Attenzione alla sostenibilità
ambientale a 360°



SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE A 360°

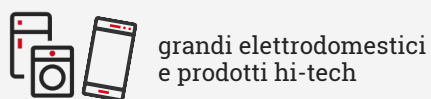
Attenzione alla sostenibilità lungo tutta la filiera



Genere



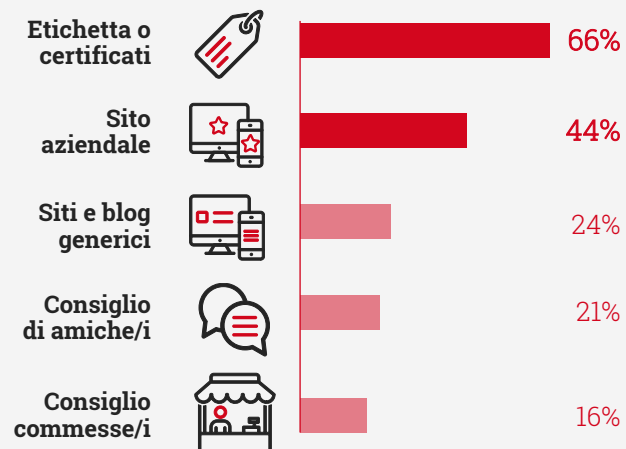
Prodotti più attenzionati



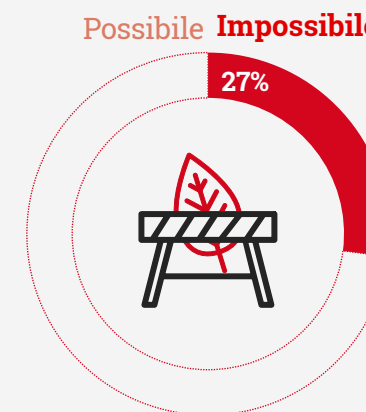
Raccolta informazioni



Fonti usate



Possibilità di adottare comportamenti sostenibili a tutto tondo



Principali barriere



SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE A 360°

Quanto incide
la progettazione
sulla sostenibilità
ambientale di un
prodotto/servizio?



La progettazione determina l'80% dell'impatto ambientale che un prodotto o un servizio genera nel proprio ciclo di vita.



Facilità di rottura



Difficoltà di riuso



Difficoltà di riparazione e riciclo



Usa e getta e monouso

RESS



Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Università
di Catania



Per maggiori informazioni e per leggere i nostri approfondimenti è possibile consultare la pagina web:

www.altroconsumo.it/ress