

# RESS

Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

## Presentazione dei risultati della survey collaborativa rivolta ai cittadini

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Università  
di Catania



<b>CONTESTO</b> .....	<b>3</b>
RESSS: obiettivi e contenuti	
<b>NOTA METODOLOGICA</b> .....	<b>4</b>
<b>DESCRIZIONE DEL CAMPIONE</b> .....	<b>10</b>
<b>RISULTATI SURVEY</b> .....	<b>15</b>
• 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**

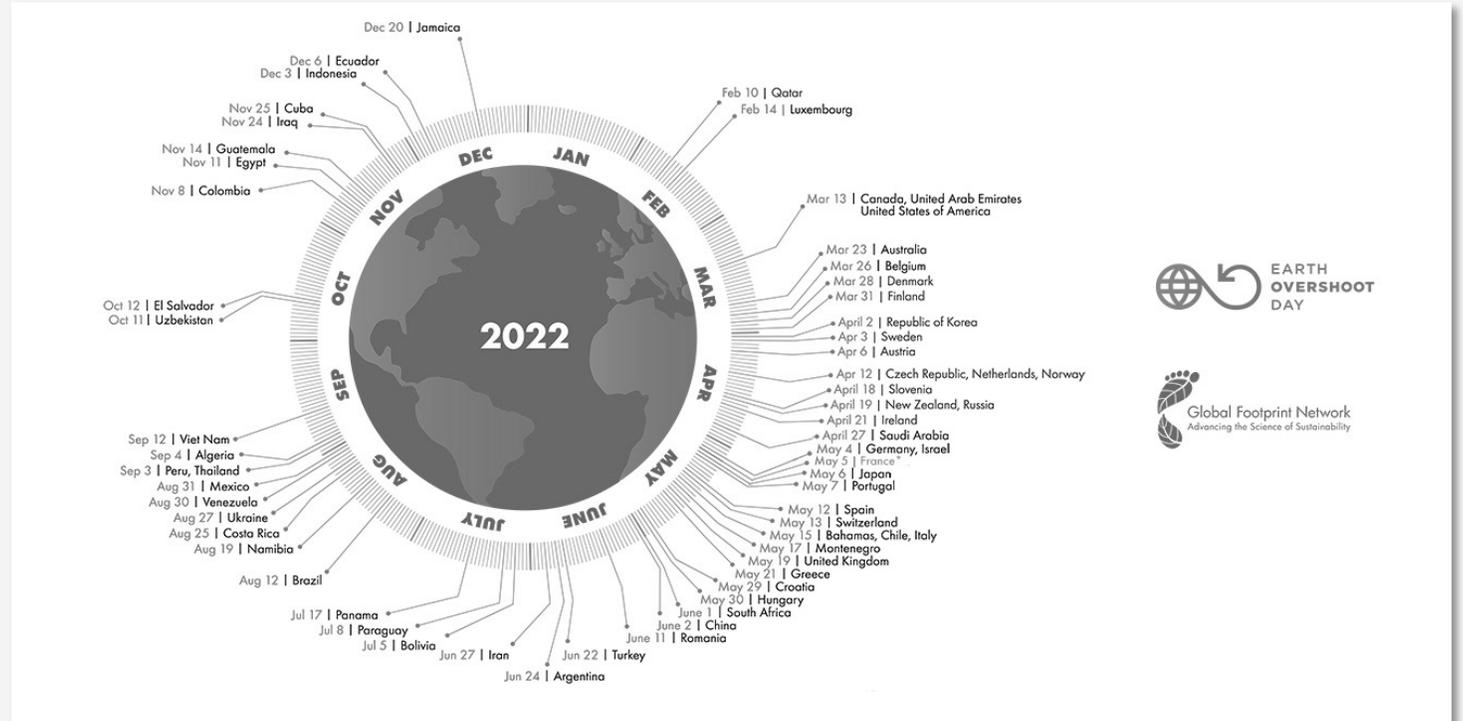


Di Pianeta Terra ne abbiamo solo uno.  
Eppure, entro il 2050, consumeremo come se ce ne fossero tre!

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

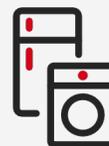
# NOTA METODOLOGICA



Survey  
collaborativa  
online

COSA

Grandi  
elettrodomestici



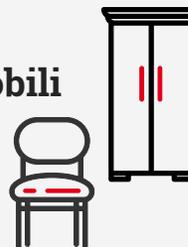
Prodotti  
hi-tech



Abbigliamento



Mobili



E se raffigurassimo  
questi argomenti in  
chiave circolare?



- **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°**

## 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**



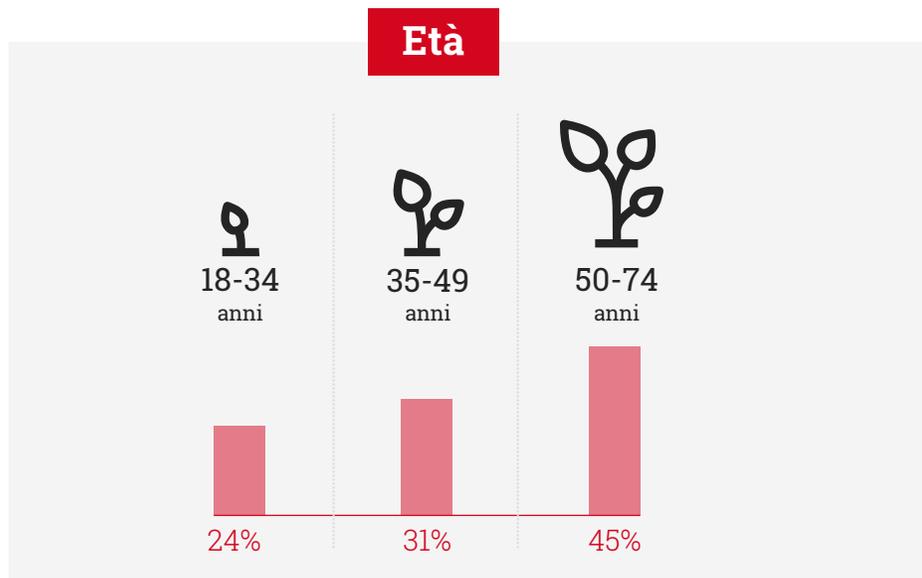
**1.203 persone** da tutta Italia  
(popolazione generale)

**Panel online**

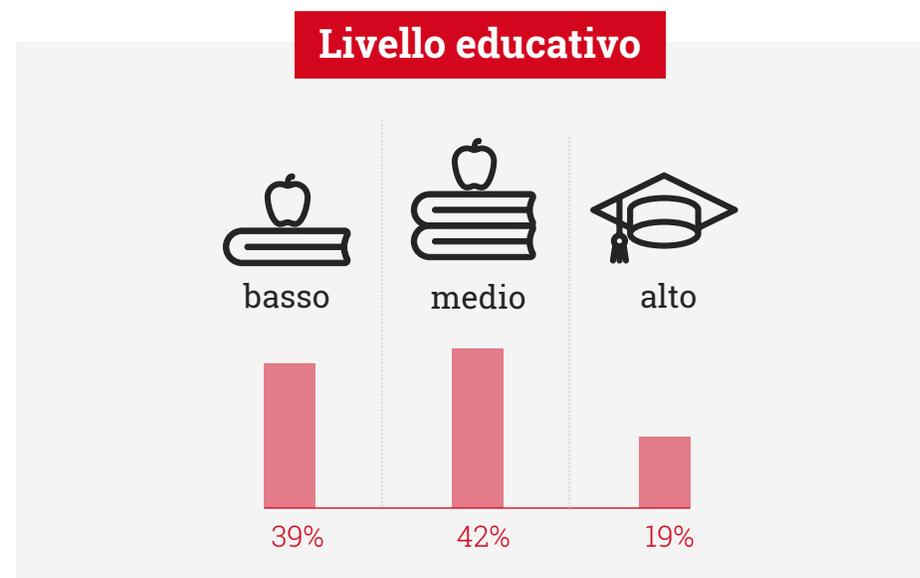
**18-74 anni**

# CAMPIONE - profilo sociodemografico

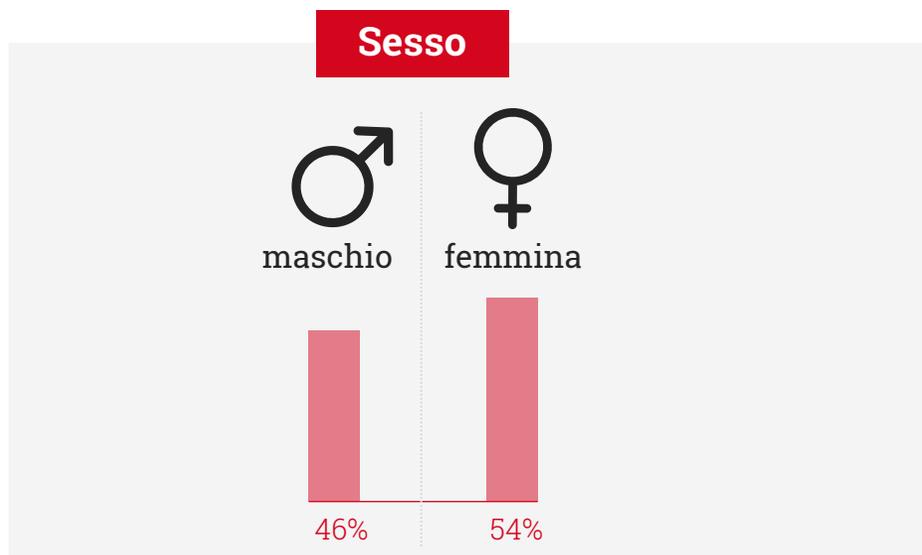
## Età



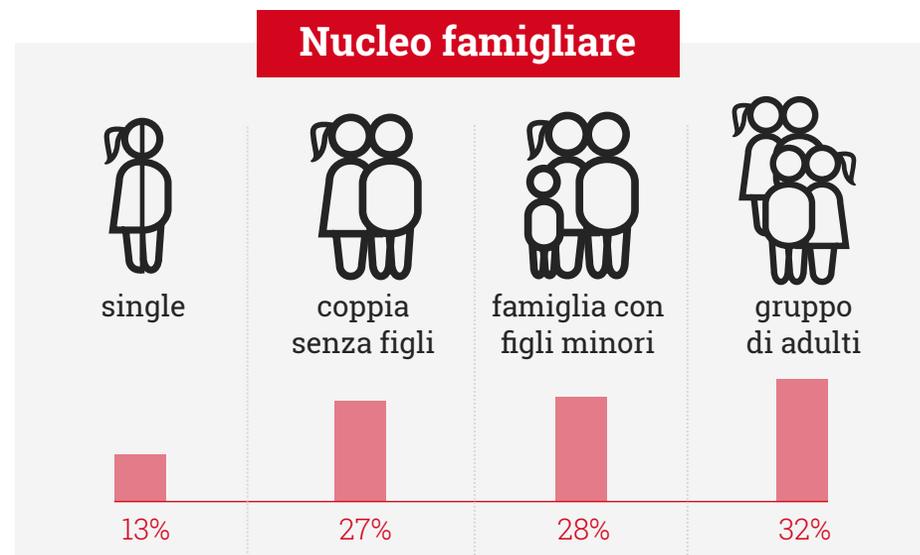
## Livello educativo



## Sesso

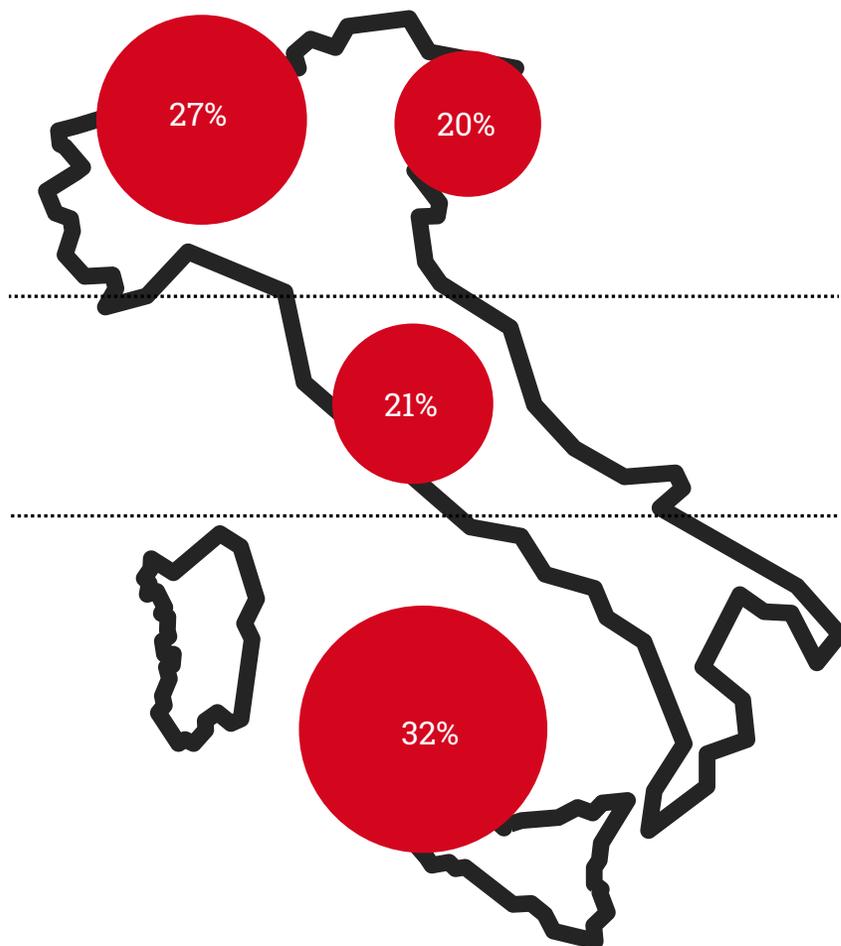


## Nucleo familiare

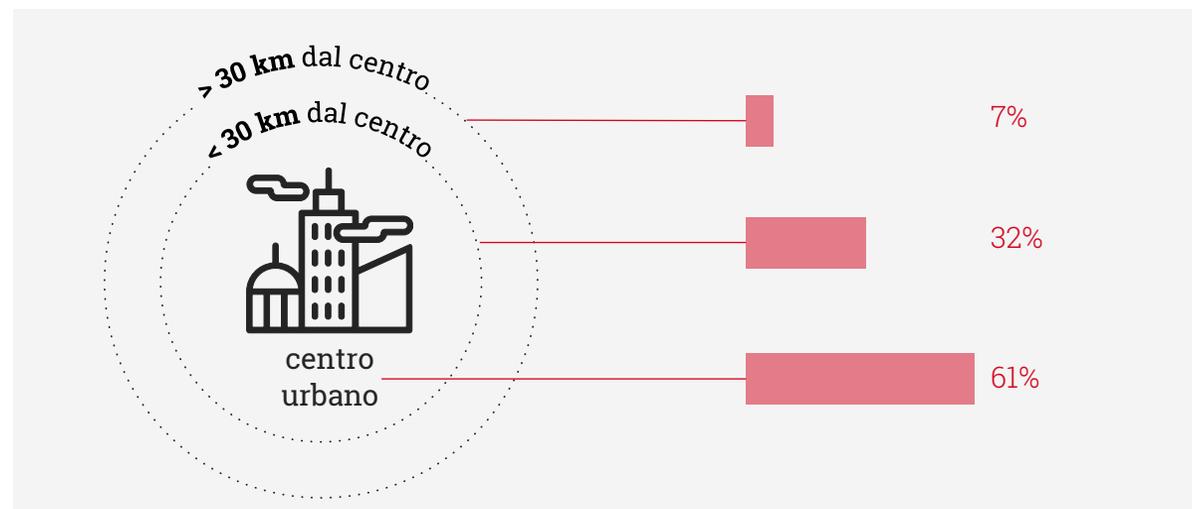
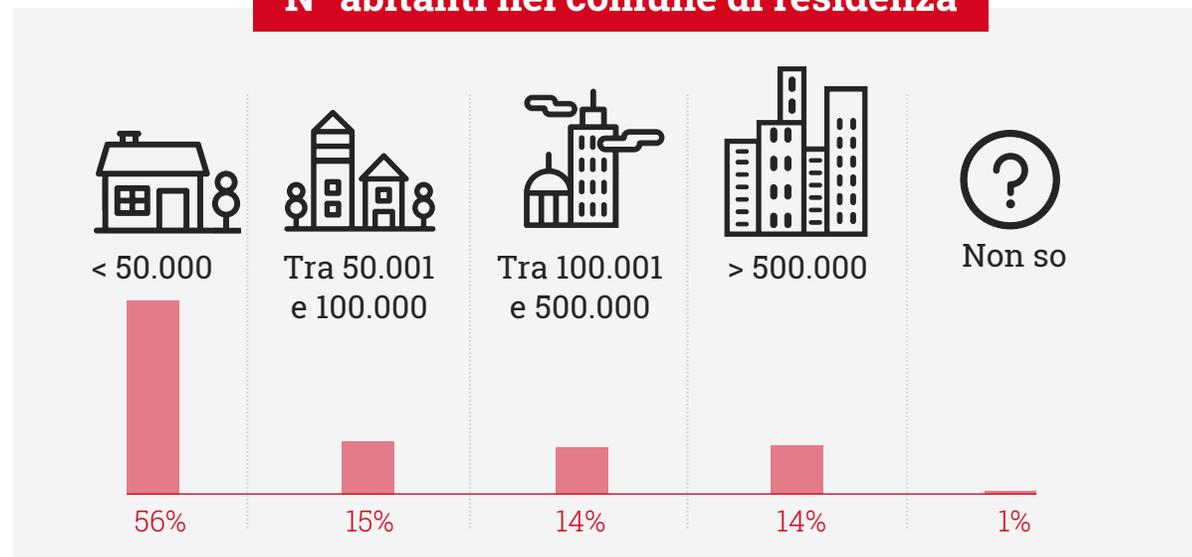


# CAMPIONE - profilo geografico

## Provenienza



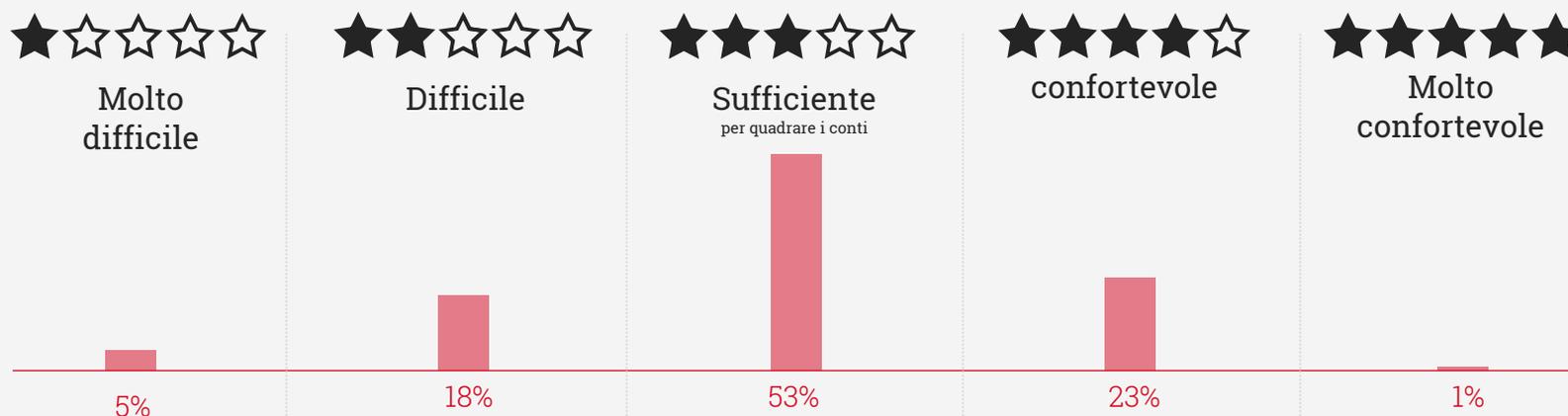
## N° abitanti nel comune di residenza



## Situazione professionale



## Situazione economica del nucleo familiare



# CAMPIONE

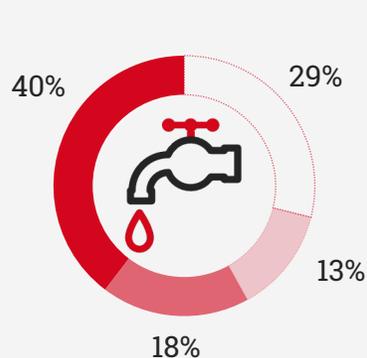
profilo comportamentale

## Frequenza di adozione di alcuni comportamenti

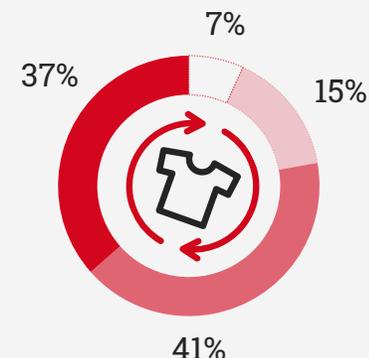
Legenda risposte

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

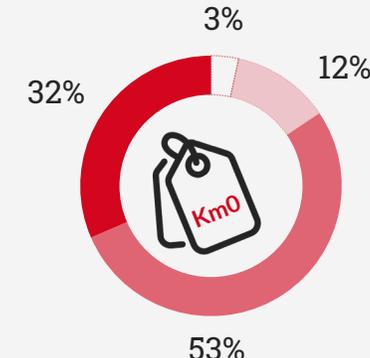
L'analisi mostra come gli **uomini** abbiano un indice di **sensibilità ambientale** mediamente inferiore a quello delle **donne**. Inoltre, il livello di **sensibilità ambientale** cresce all'aumentare del **livello educativo ed economico** dei rispondenti.



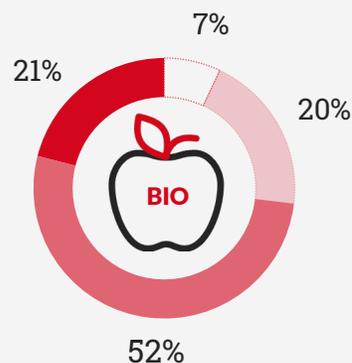
Bere acqua dal rubinetto invece di quella minerale



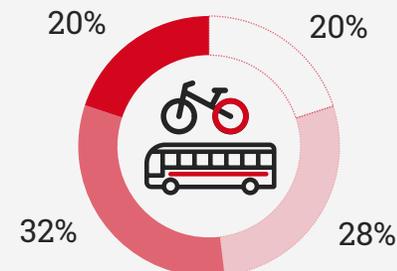
Riutilizzare o riciclare abiti e tessuti



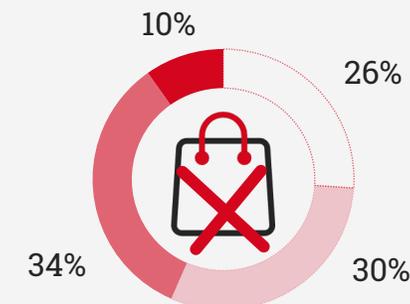
Acquistare alimenti o prodotti locali (Km0)



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**



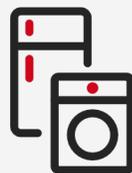
**Attenzione alla sostenibilità**  
ambientale a 360°



# DRIVER D'ACQUISTO



## Grandi elettrodomestici



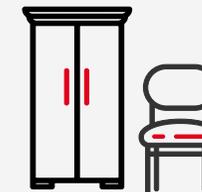
## Prodotti hi-tech



## Abbigliamento



## Mobili



	Grandi elettrodomestici	Prodotti hi-tech	Abbigliamento	Mobili
<b>Offerte speciali</b>	43%	53%	64%	51%
<b>Design</b>	13%	23%	53%	63%
<b>Marca</b>	34%	49%	32%	16%
<b>Consumo di energia</b>	82%	44%	0%	0%
<b>Disponibilità immediata dal produttore</b>	13%	17%	30%	22%
<b>Durata di vita prevista</b>	39%	38%	0%	0%
<b>Facilità di riparazione</b>	28%	22%	0%	0%
<b>Facilità di trasporto</b>	0%	0%	0%	29%
<b>Luogo di produzione</b>	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

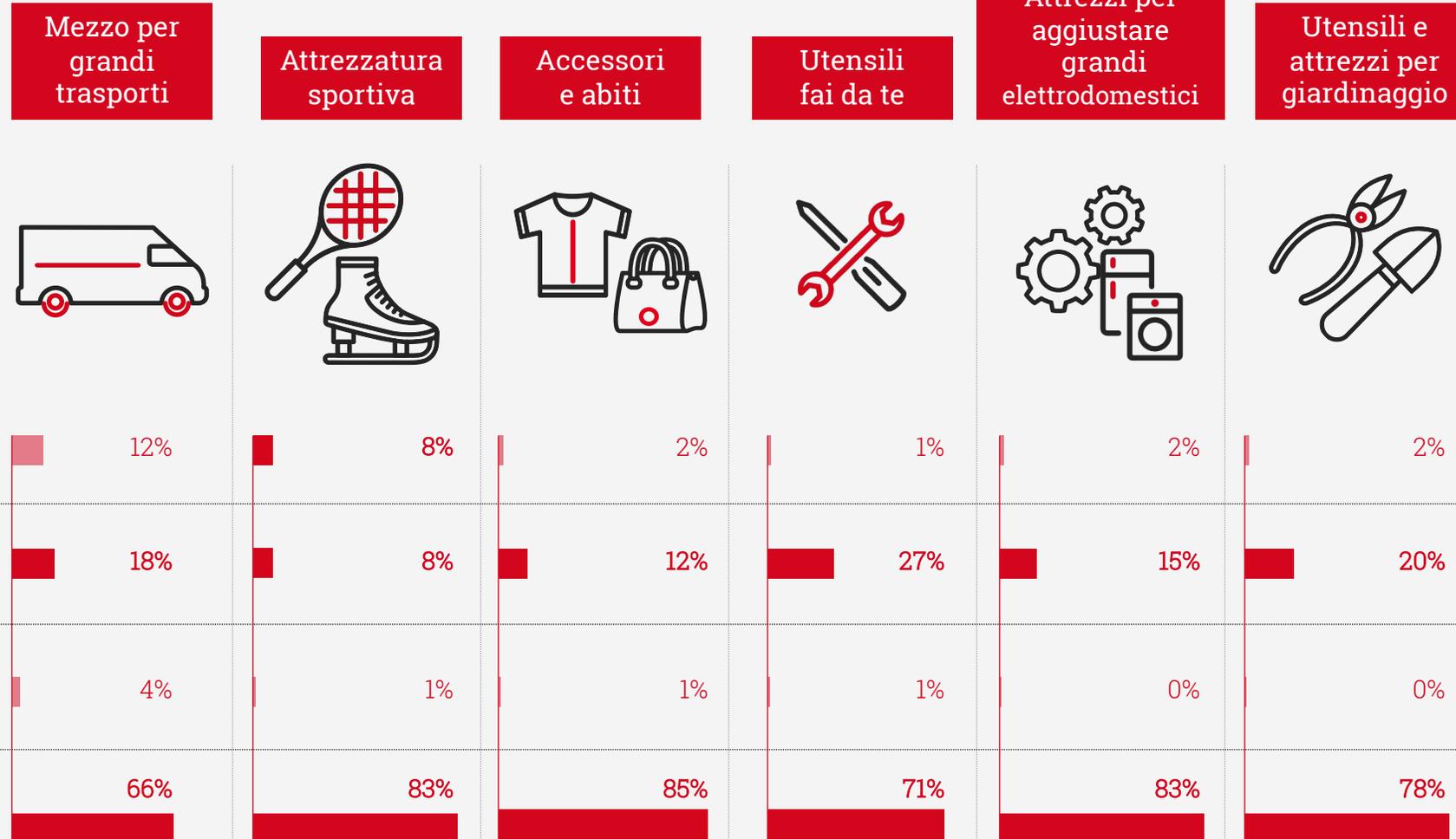


Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°



# «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

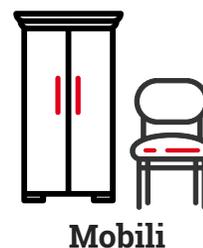


## Le più apprezzate

-  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



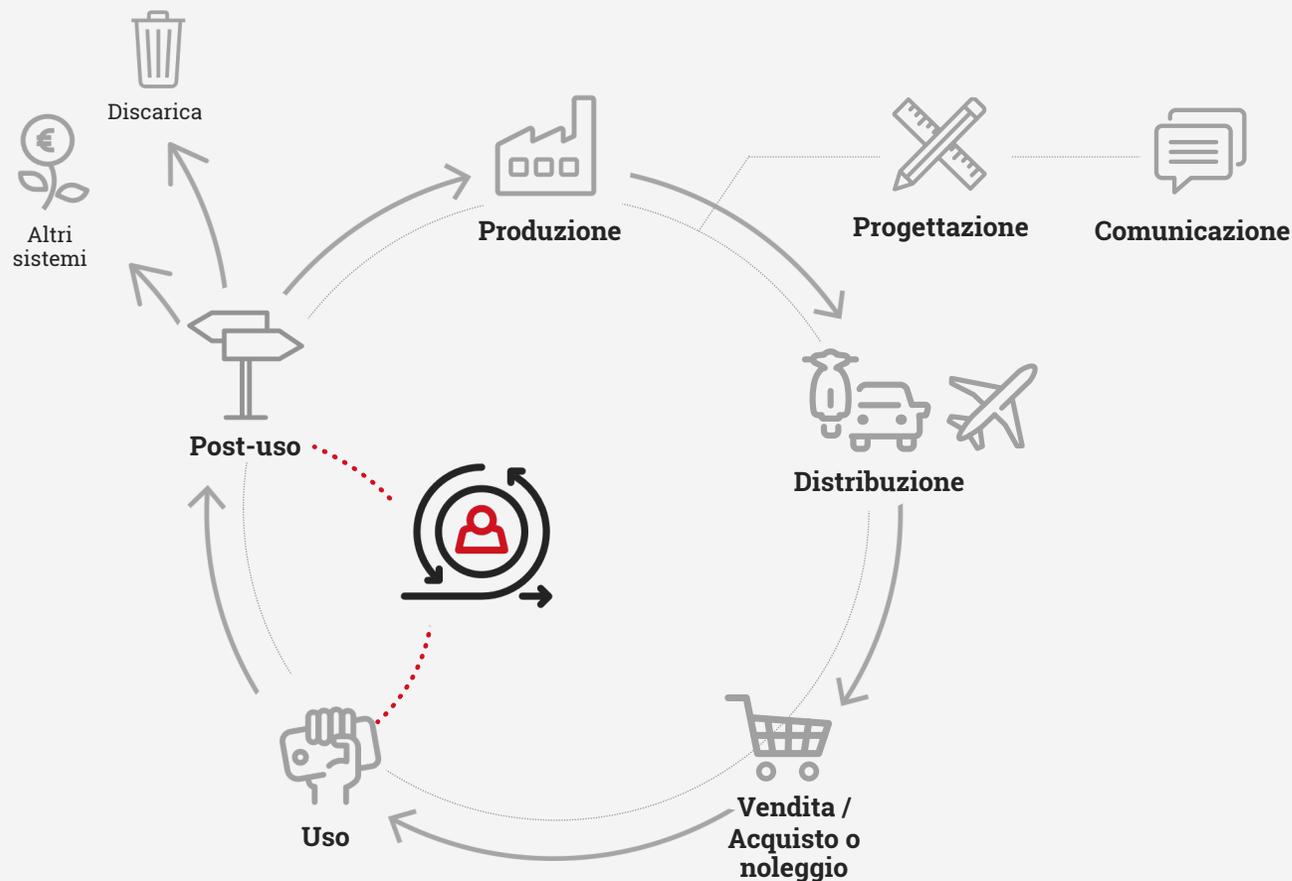
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni



Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°

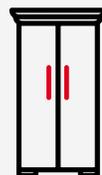


# VENDITA/ACQUISTO USATO

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%

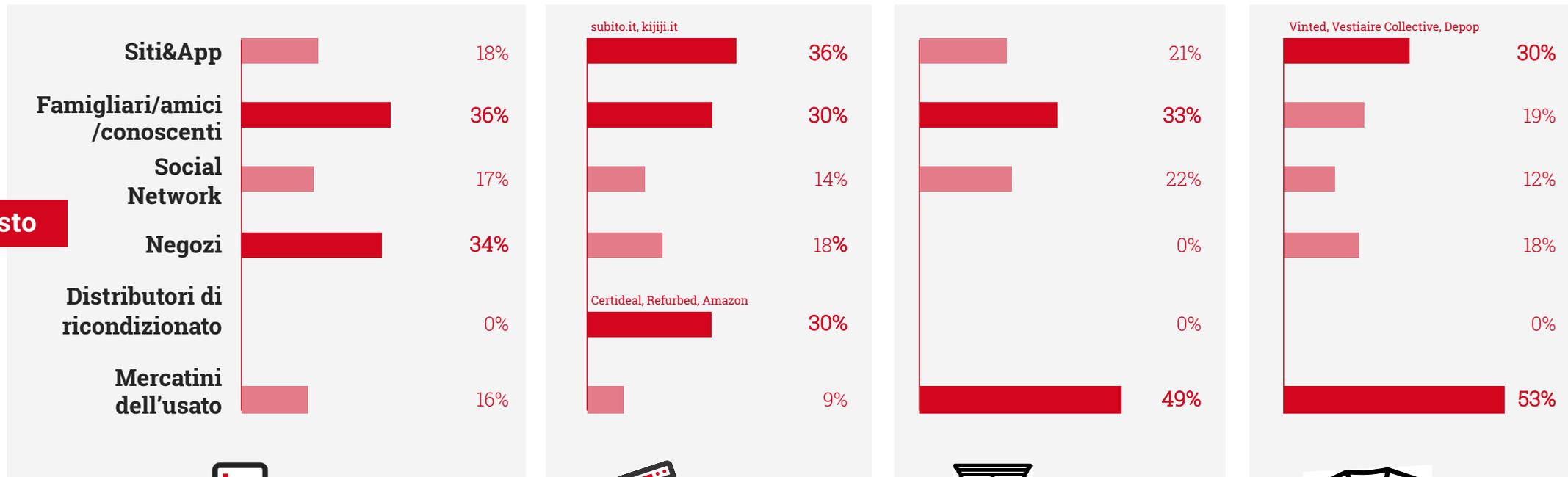


Hanno usato il modello  
«**Prodotto come servizio**»

# 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**



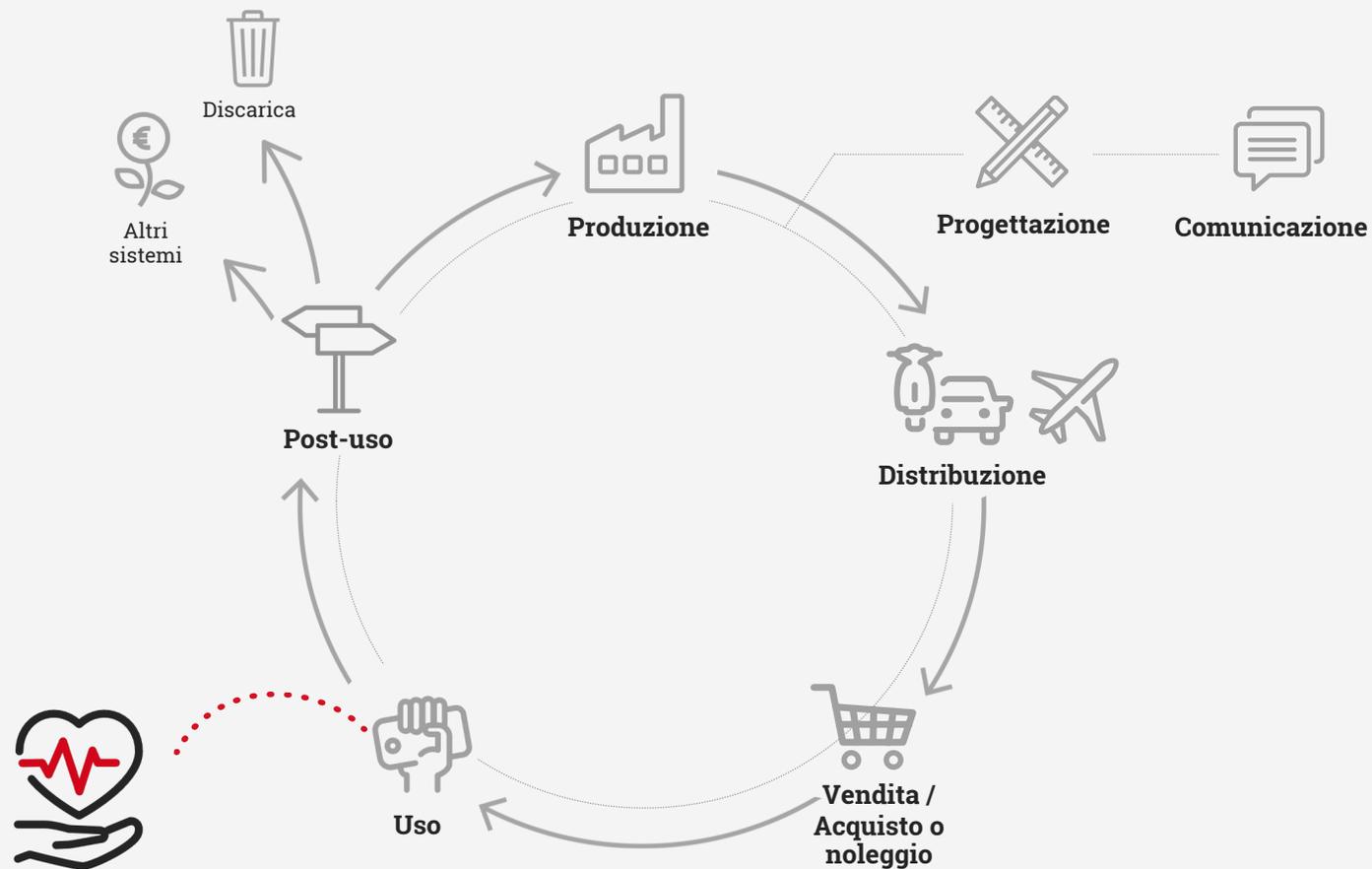
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

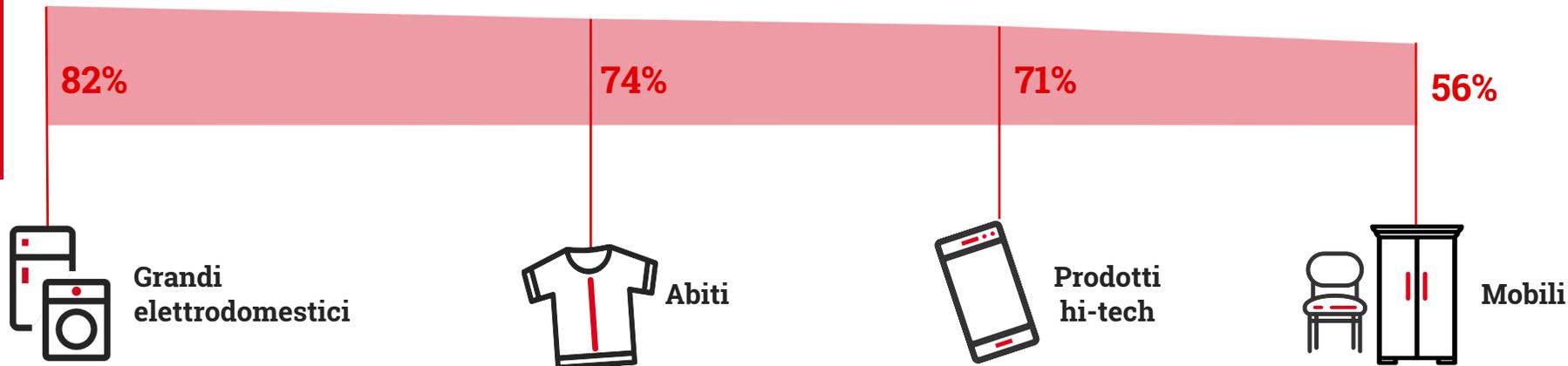


Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°

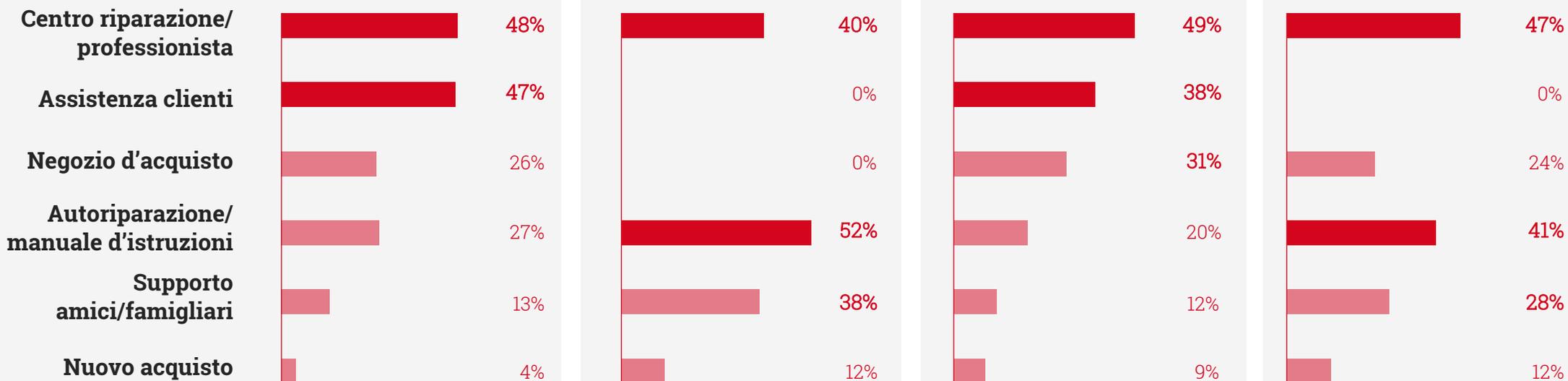


# MANUTENZIONE

**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



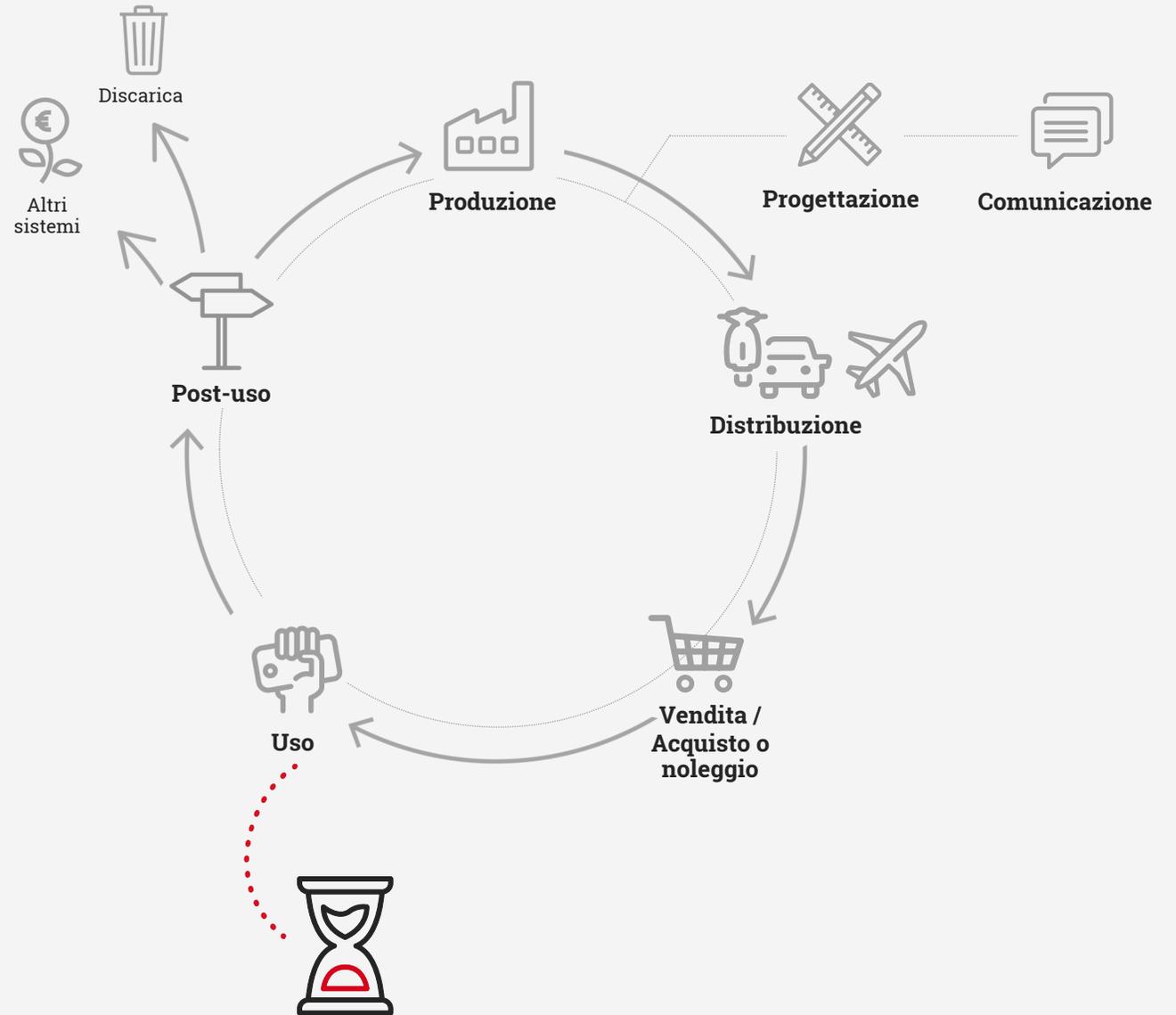
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



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](http://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



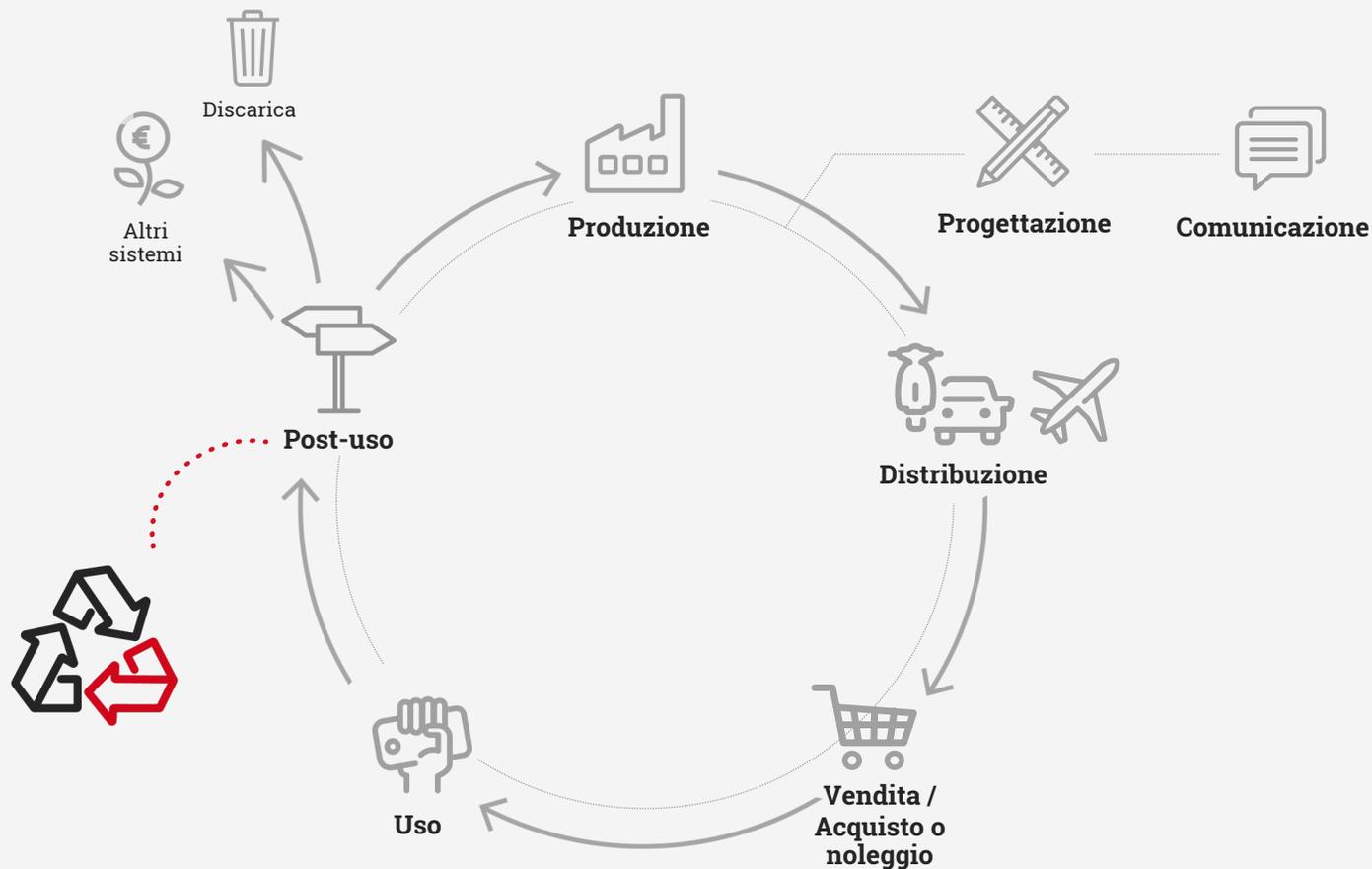
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



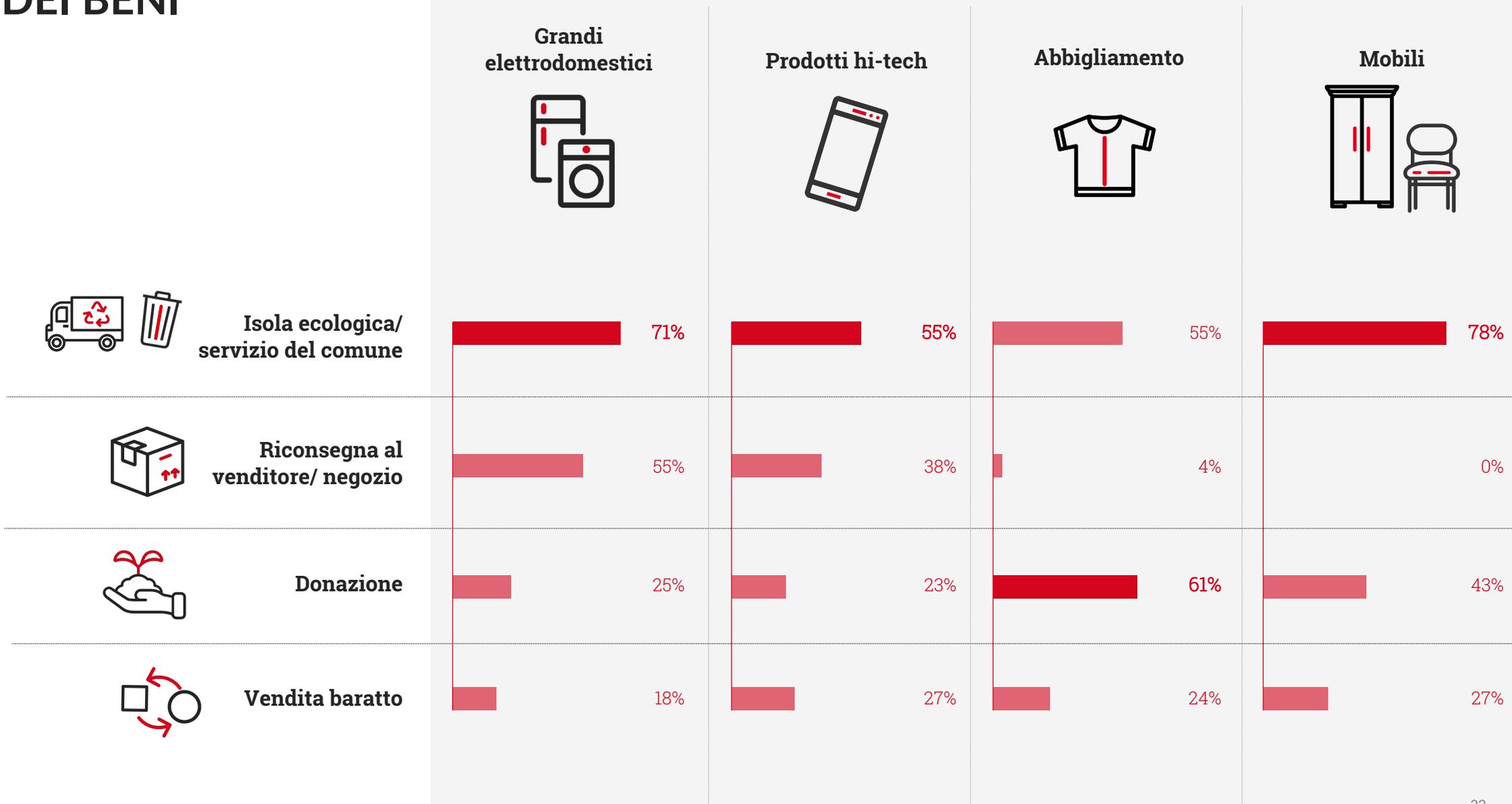
Smaltimento dei beni



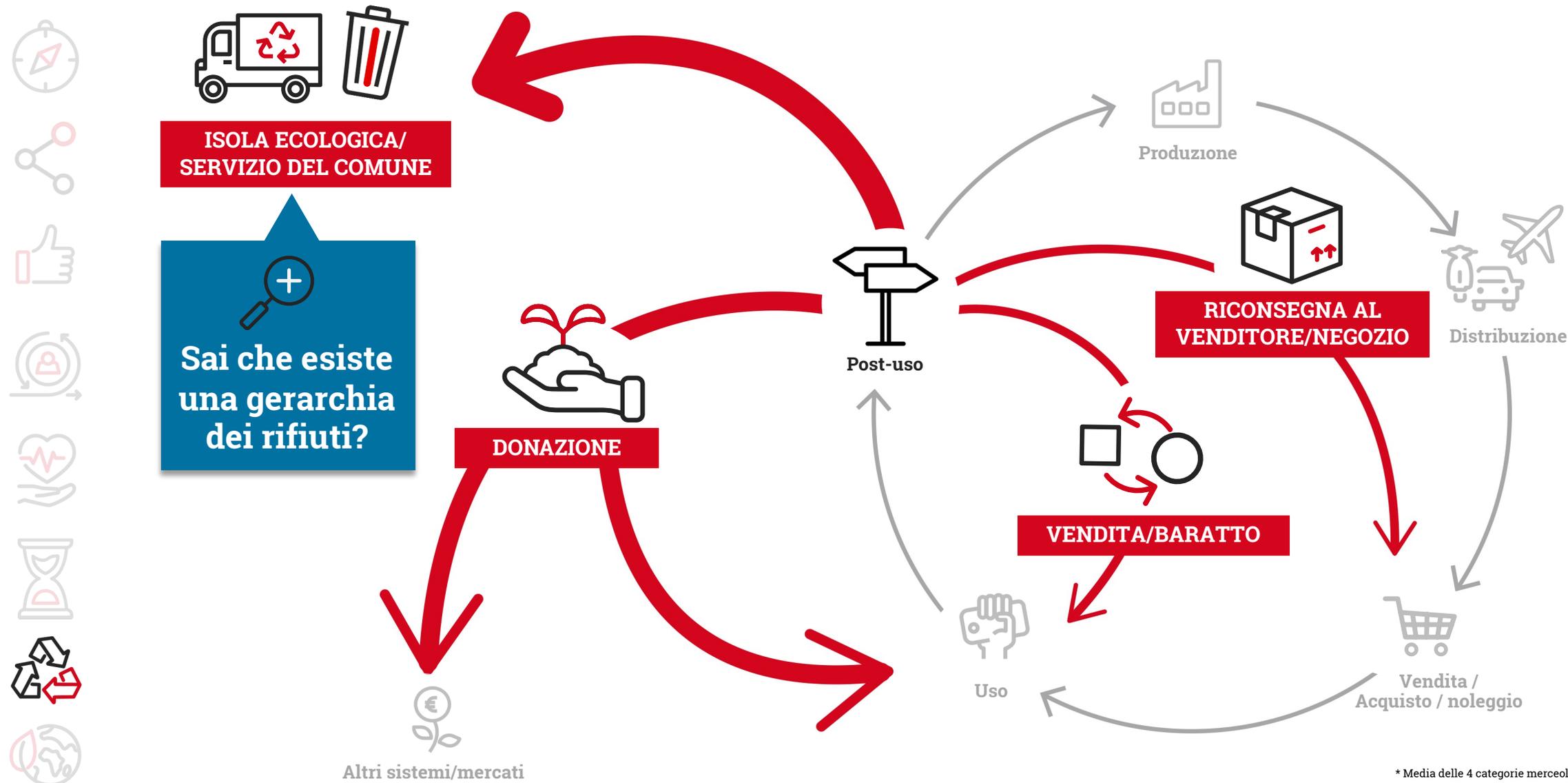
Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°



# SMALTIMENTO DEI BENI

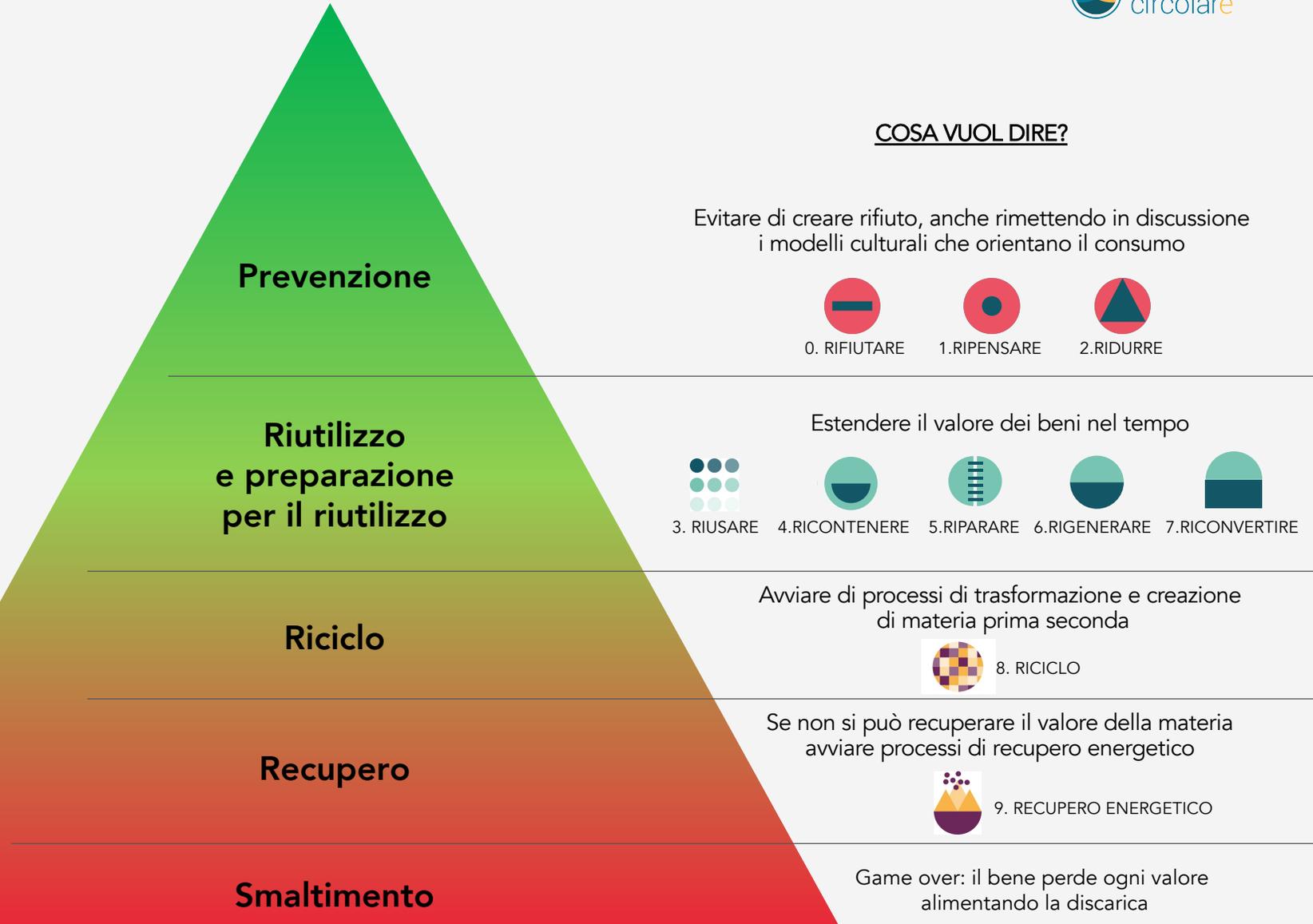


# SMALTIMENTO DEI BENI



\* Media delle 4 categorie merceologiche (tabella 27)

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

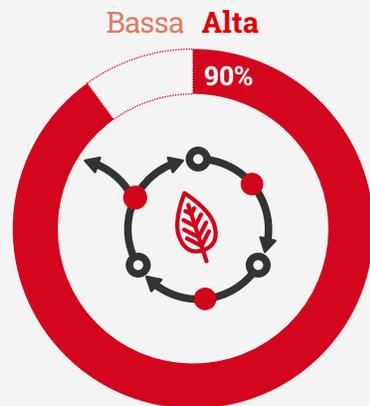


Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°



# SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE A 360°

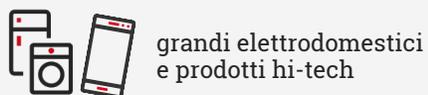
## Attenzione alla sostenibilità lungo tutta la filiera



### Genere



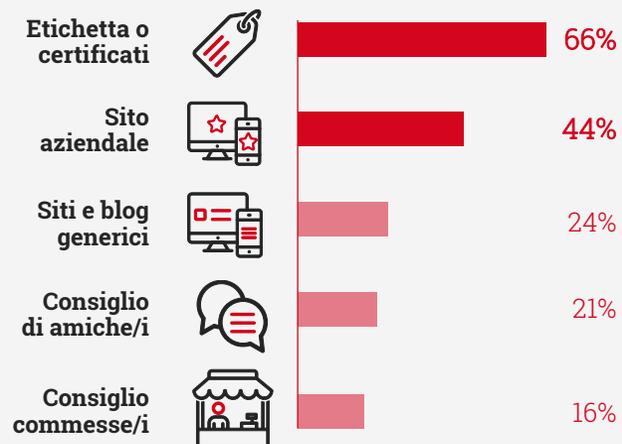
### Prodotti più attenzionati



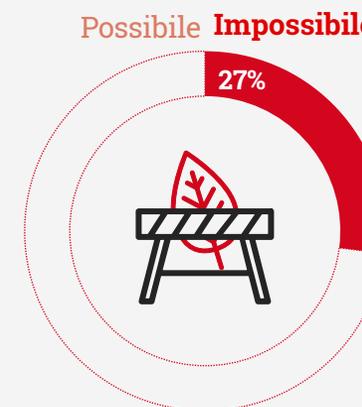
## Raccolta informazioni



### 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  **ALLEGROCONSUMO**

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](http://www.altroconsumo.it/ress)**