

# RESS

Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

## **Rendere semplici le scelte sostenibili: mettiamoci in gioco** **24.11.2022**

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Università  
di Catania



## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**,  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

## 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

## FOCUS DI QUESTO DOCUMENTO



**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**

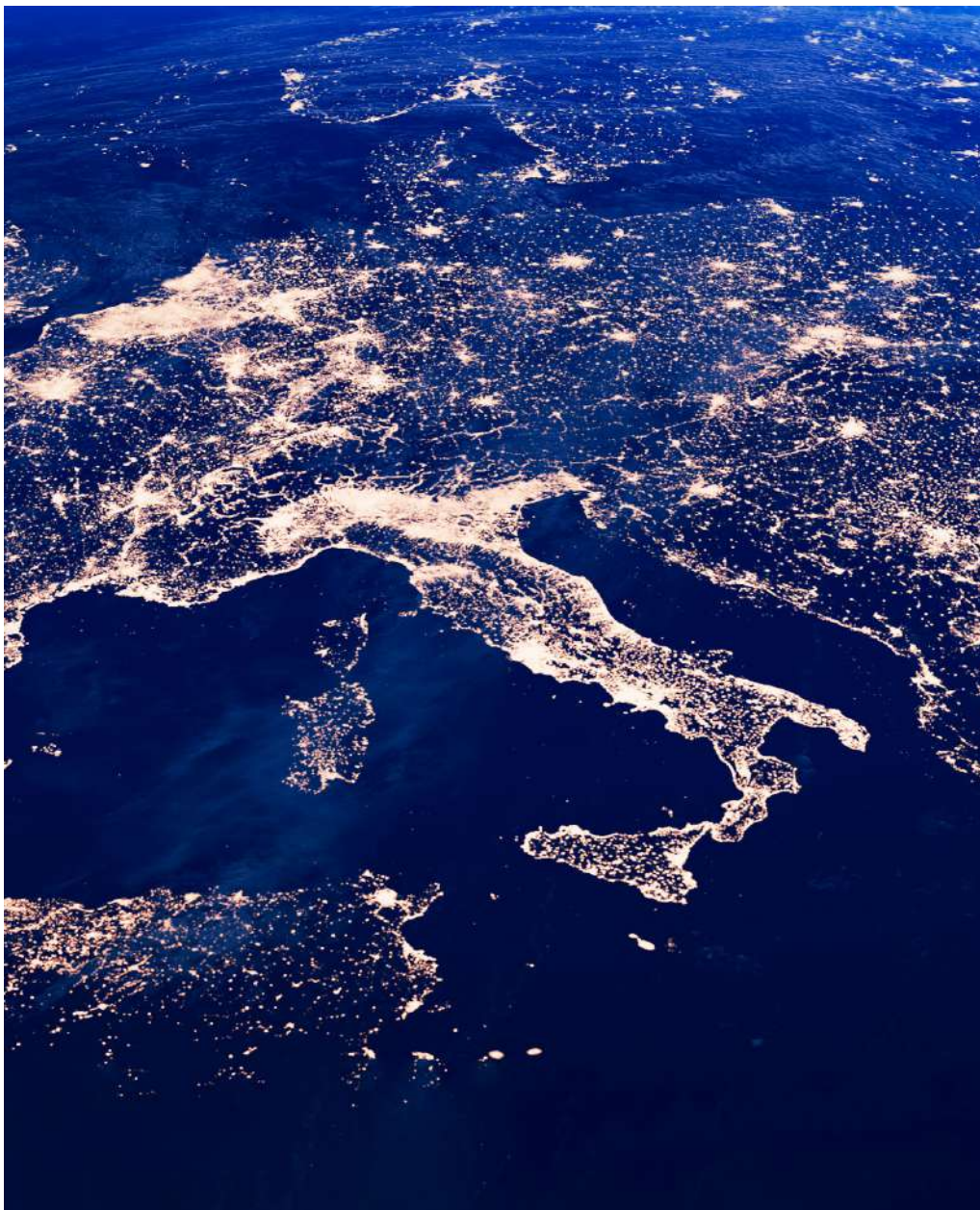


con focus sul nesso tra cambiamenti climatici e comportamenti e arricchito da sessioni interattive e testimonianze di esperti

## STRUMENTI

# Sportello bonus ed ecobonus

- Un **nuovo servizio** per informare i consumatori su requisiti e modalità per la richiesta di **Bonus**, per **promuovere l'accesso da parte dei consumatori agli incentivi** messi a disposizione dal Governo e per guidarlo a risparmiare emettendo meno emissioni.
- In circa sei mesi di attività dello sportello sono arrivate **8630 richieste**
- **1403** attraverso il sito **altroconsumo.it/ecobonus**, **7227** dai nostri social network
- La maggior parte riguarda i bonus legati al tema Casa, quindi Superbonus 110%, bonus tende, bonus zanzariere, bonus condizionatori...



# La più grande organizzazione di consumatori in Italia

- Punto di riferimento concreto per tutti i cittadini.  
L'**indipendenza**, il **metodo scientifico** e il **senso critico** nell'**approccio al consumo** sono la linfa etica di cui si nutre.
- Informa e tutela i consumatori attraverso **pubblicazioni**, **servizi di consulenza** e **azioni di lobby e advocacy** a difesa dell'interesse collettivo, a livello nazionale e internazionale.
- È infatti membro del **BEUC** (l'organizzazione europea di consumatori) e di **Consumers International** (200 associazioni in 100 Paesi).

# UNA VOCE **POTENTE**




Nata nel 1973, oggi conta **318.000 soci**


Pubblica la rivista più diffusa d'Italia:  
Altroconsumo Inchieste con **295.000 copie** distribuite


Oltre **45 mln di visite** su altroconsumo.it

**12.000 citazioni** sui media italiani e internazionali

Fanbase Italiana **730.000 utenti**


 **603.000**  
fan

 **35.500**  
follower

 **57.000**  
follower

 **25.500**  
iscritti

 **16.500**  
follower

 **750**  
follower

# MERCATO CIRCOLARE



nata nel 2018



Torino



**Vision:** rendere *applicabile* il paradigma dell'economia circolare e aumentare la consapevolezza del sistema in chiave circolare



**Mission:** essere una **piattaforma abilitante che crea connessioni digitali e culturali** tra cittadini, aziende, associazioni e istituzioni all'interno dell'ecosistema dell'economia circolare

Innovazione  
sociale

Innovazione  
tecnologica





# MERCATO CIRCOLARE



**App Mercato Circolare**

## Mediazione e divulgazione

Per rispondere alla nostra vocazione sociale



**Eventi & nuovi format**

**Formazione**

**Consulenza**

**Networking**

**Accompagnamento**

**Comunicazione**

**Ricerca**



## Servizi specialistici

Ci poniamo nel mercato facendo ricerca, acquisendo expertise e visione del contesto



## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**,  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

Quali sono 3 parole che vi vengono in mente  
pensando all'economia circolare?



[www.menti.com/  
aly5ug88kb88](https://www.menti.com/aly5ug88kb88)



**Circolare è sinonimo di sostenibile?**

- 1. Sì**
- 2. No**
- 3. Solo in alcuni paesi**

No

non tutto ciò che  
è circolare  
è sostenibile!

**Ad esempio:**

una plastica *bio-based* e compostabile realizzata a partire da bio massa che però sottrae suolo per la coltivazione di cibo o contribuisce alla deforestazione non è sostenibile!





**Biodegradabile e compostabile sono sinonimi?**

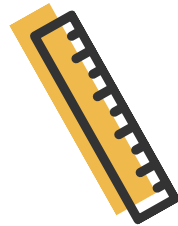
- 1. Sì**
- 2. No**
- 3. Dipende dal materiale**

## No

La differenza tra **compostabilità** (UNI EN 13432) e **biodegradabilità** è che per le caratteristiche di compostabilità sono definiti dei limiti di:



**Tempo**  
3/6 mesi



**Grandezza**  
< 2mm



**massa**  
che deve essere  
trasformata (90%);



**qualità**

Nulla si dice di preciso per la biodegradabilità.

**Stando agli attuali tassi di produzione**

**consumo, nel 2050 consumeremo risorse...**

- 1. in maniera sostenibile rispetto a quanto la Terra può dare**
- 2. il doppio rispetto a quello che la Terra può dare**
- 3. il triplo rispetto a quello che la terra può dare**



## Il triplo



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.y.it/3q308](https://url.y.it/3q308)



**Stando agli attuali tassi di produzione e consumo,  
entro il 2050 I rifiuti che produciamo...**

- 1. Aumenteranno del 70%**
- 2. Aumenteranno del 25%**
- 3. Diminuiranno**

2020



2050

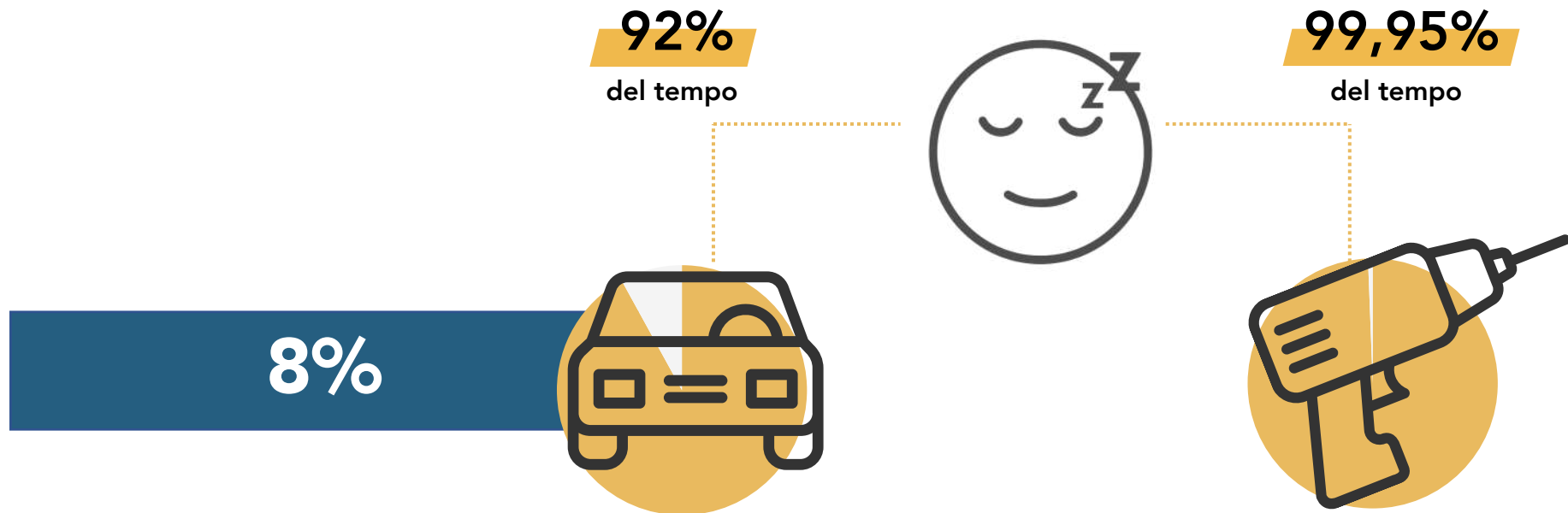


+70%

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

**In una scala percentuale che va da 0% a 100%,  
sapete in media quanto tempo utilizziamo  
un'auto, nell'arco del suo tempo di vita?**

- 1. 35%**
- 2. 20%**
- 3. 8%**



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

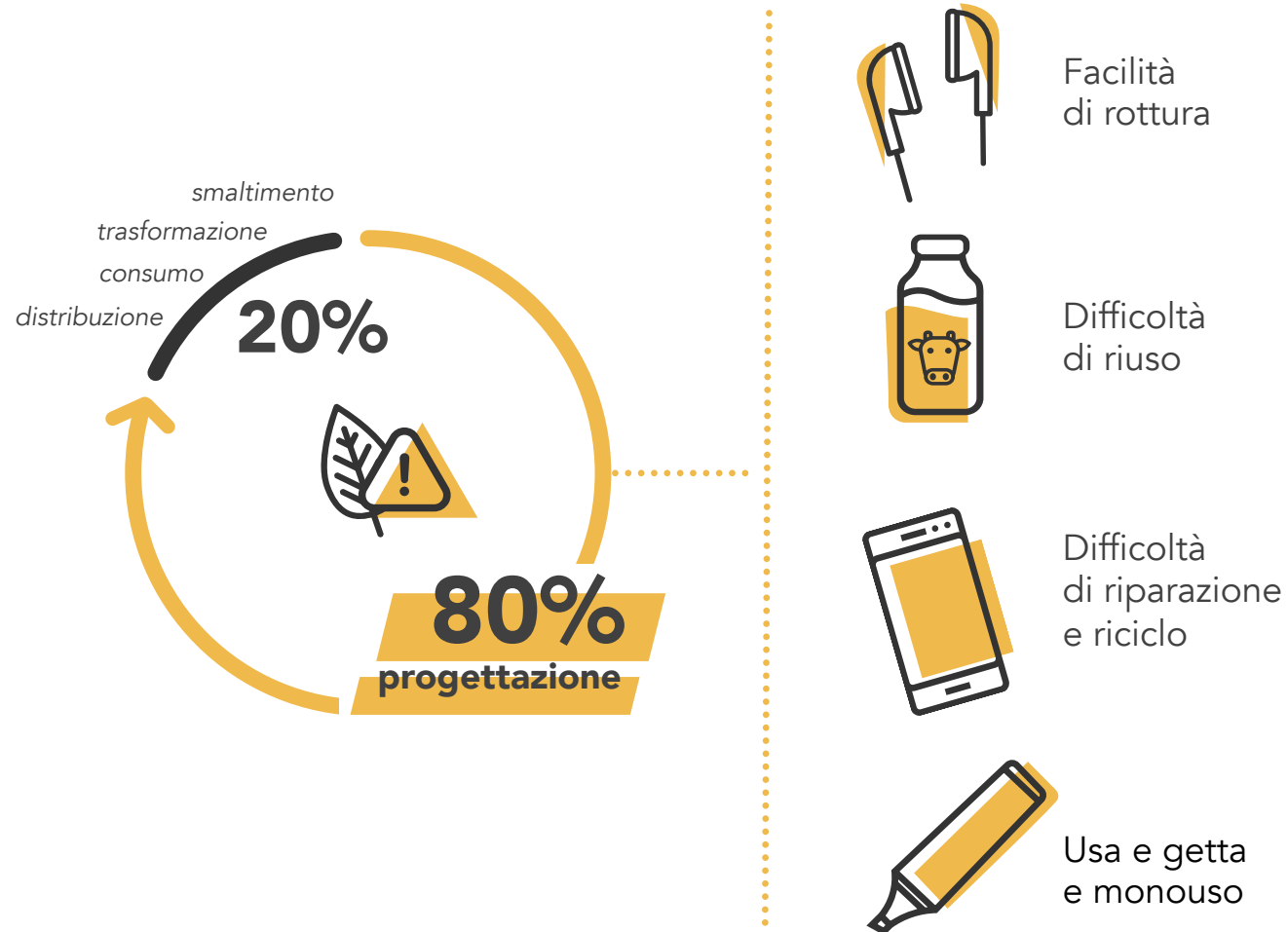
Nel rimanente tempo, il conducente:  
guida (5%), sta fermo in coda (1%) e  
cerca parcheggio (1,6%).

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

**Quanto pesa la progettazione di un bene/servizio  
nel determinare il suo impatto ambientale  
durante l'intero ciclo vita?**

1. 25%
2. 60%
3. 80%

# ICE BREAKING



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



Che cos'è

l'economia circolare?



## Un nuovo paradigma economico

un modo differente  
di vedere e pensare a:

- Produzione
- Consumo
- Crescita

## Un nuovo paradigma economico

un modo differente  
di vedere e pensare a:

- Produzione > Progettazione
- Consumo
- Crescita

## Un nuovo paradigma economico

un modo differente  
di vedere e pensare a:

- Produzione > Progettazione
- ~~Consumo~~ > Uso
- Crescita

## Un nuovo paradigma economico

un modo differente  
di vedere e pensare a:

- Produzione > Progettazione
- ~~Consumo~~ > Uso
- ~~Crescita~~ > Sviluppo & Benessere

# L'ECONOMIA CIRCOLARE SI DEFINISCE COME...

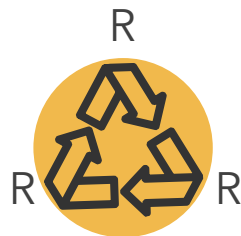
**Non** esiste una definizione  
unica di economia circolare!

# L'ECONOMIA CIRCOLARE SI DEFINISCE COME...

**+114**  
**definizioni**



*La maggior parte definisce l'economia circolare «una strategia per aumentare la prosperità economica»*



*Molte definizioni sono focalizzate sulle «R» (riduci, riusa, ricicla,...)*



*Poche definizioni includono il concetto di sostenibilità a tutto tondo, compresa la dimensione sociale.*

# L'ECONOMIA CIRCOLARE SI DEFINISCE COME...

...un sistema economico basato su modelli di business che **sostituiscono il concetto di fine vita** con la riduzione, il riuso creativo, il riciclo e recupero dei materiali nelle fasi di produzione, distribuzione e consumo....

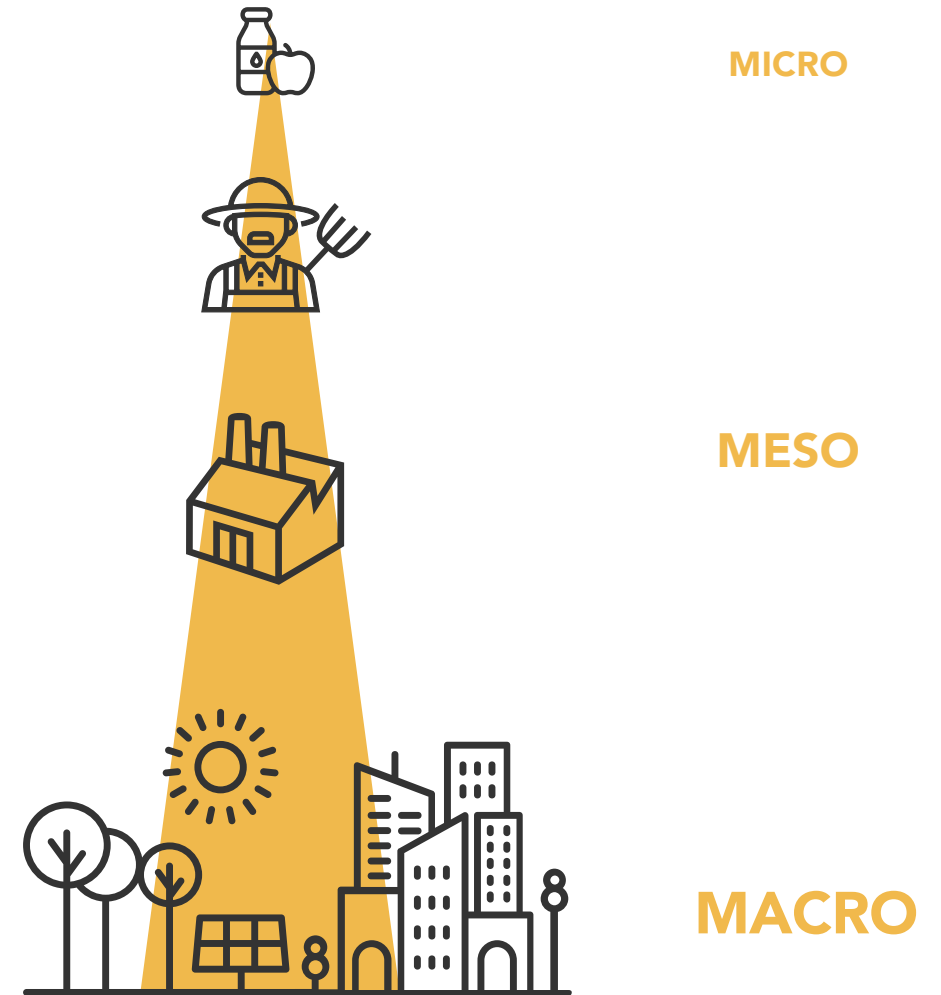
*Kirchher J., Reike D., Hekkert M., 2017,  
Conceptualizing the circular economy: an analysis of  
114 definitions; Resources, Conservation & Recycling*



# L'ECONOMIA CIRCOLARE SI DEFINISCE COME...

...operando a livello **micro** (imprese, prodotti, persone), **meso** (parchi industriali) e **macro** (città, regioni, nazioni e oltre) ...

*Kirchher J., Reike D., Hekkert M., 2017,  
Conceptualizing the circular economy: an analysis of  
114 definitions; Resources, Conservation & Recycling*

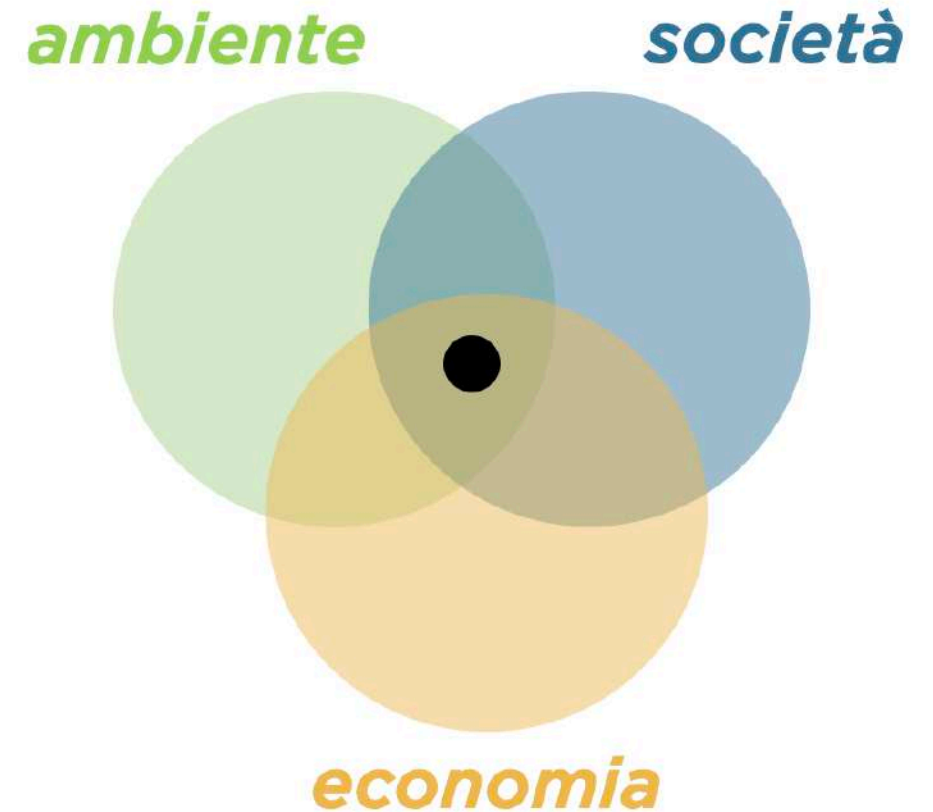




# L'economia circolare si definisce come...

...con l'obiettivo di realizzare uno **sviluppo sostenibile** che implichi creare qualità ambientale, prosperità economica ed equità sociale per il bene delle generazioni presenti e future.

Kirchher J., Reike D., Hekkert M., 2017,  
Conceptualizing the circular economy: an analysis of  
114 definitions; Resources, Conservation & Recycling



# MODELLI DI BUSINESS DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

Principi



**Generare valore dallo scarto**



**Allungare la vita dei prodotti**



**Preferire materia/energia rinnovabile e materia prima seconda**



*design sistemico*

**Preferire l'uso al possesso**



Riduzione impatti e sprechi



Business model



Recupero e riciclo



Upcycling



Riparare, riutilizzare, rigenerare, sfuso



Input circolari: *bio-based* e riciclati



Prodotto come servizio



Piattaforma di condivisione

## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

**RESSS**  
Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**,  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

# 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?

## 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**

# NOTA METODOLOGICA



Survey  
collaborativa  
online

COSA

Grandi  
elettrodomestici



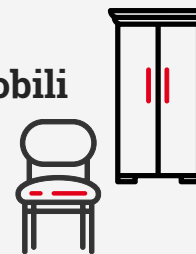
Prodotti  
hi-tech



Abbigliamento



Mobili



- **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:**  
 le scelte dei consumatori concorrono a mantenere il valore dei beni nel tempo.

**ARGOMENTI DELLE SURVEY**



# DESCRIZIONE DEL CAMPIONE



**Survey  
collaborativa  
online**



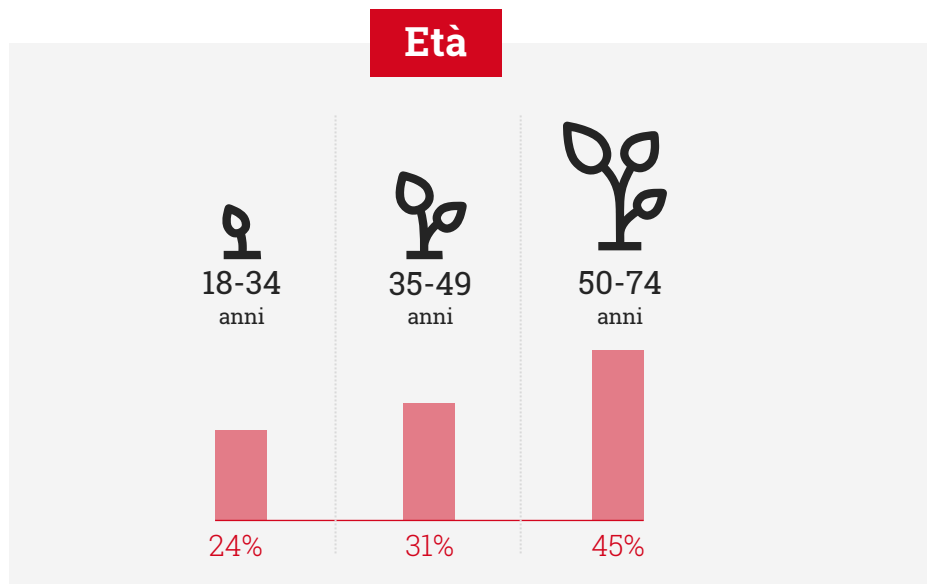
**1.203 persone** da tutta Italia  
(popolazione generale)

**Panel online**

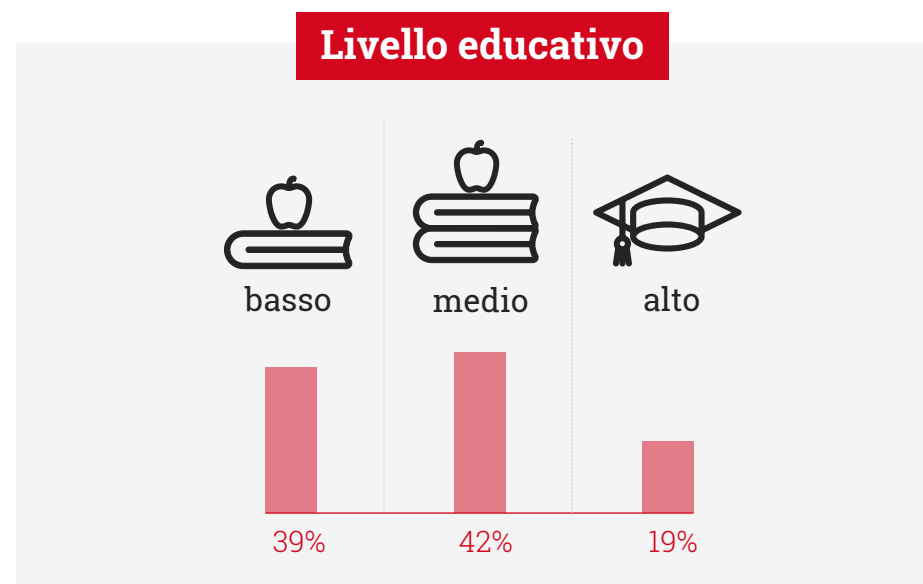
**18-74 anni**

# CAMPIONE - profilo sociodemografico

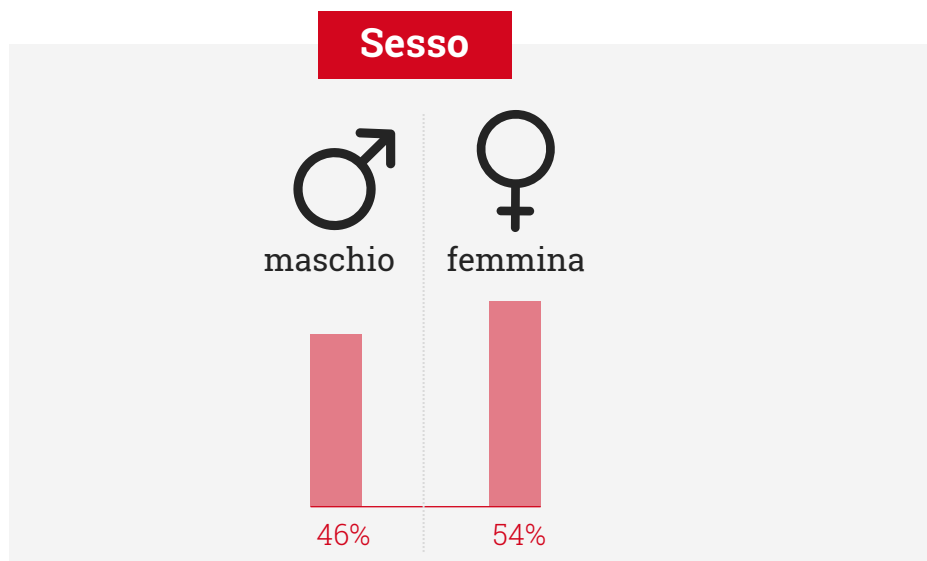
## Età



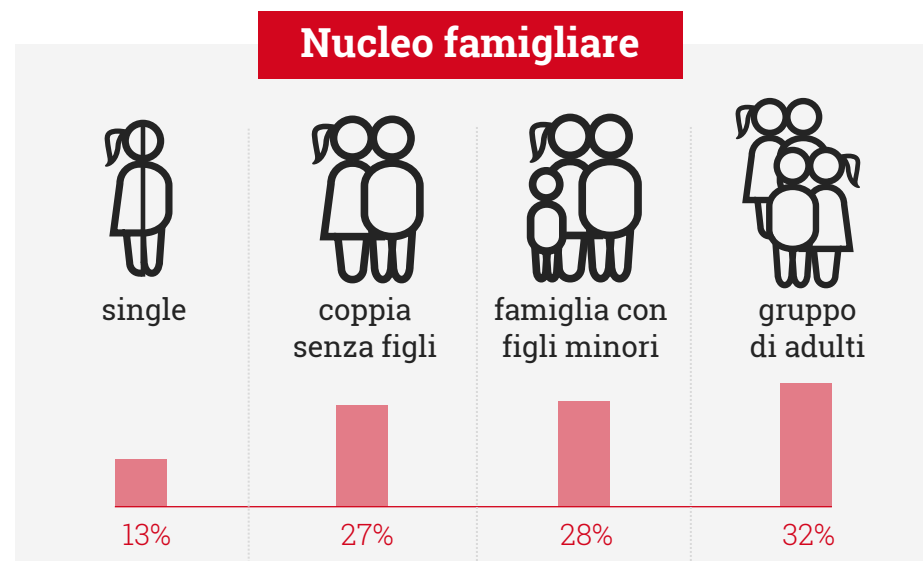
## Livello educativo



## Sesso



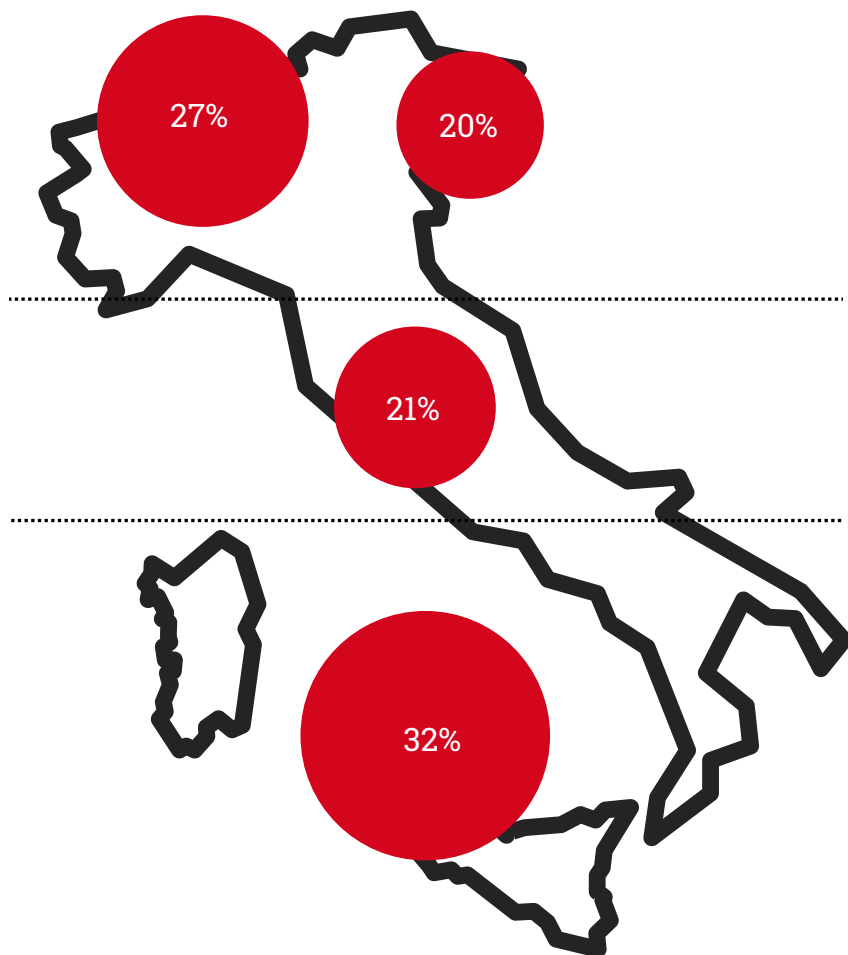
## Nucleo familiare



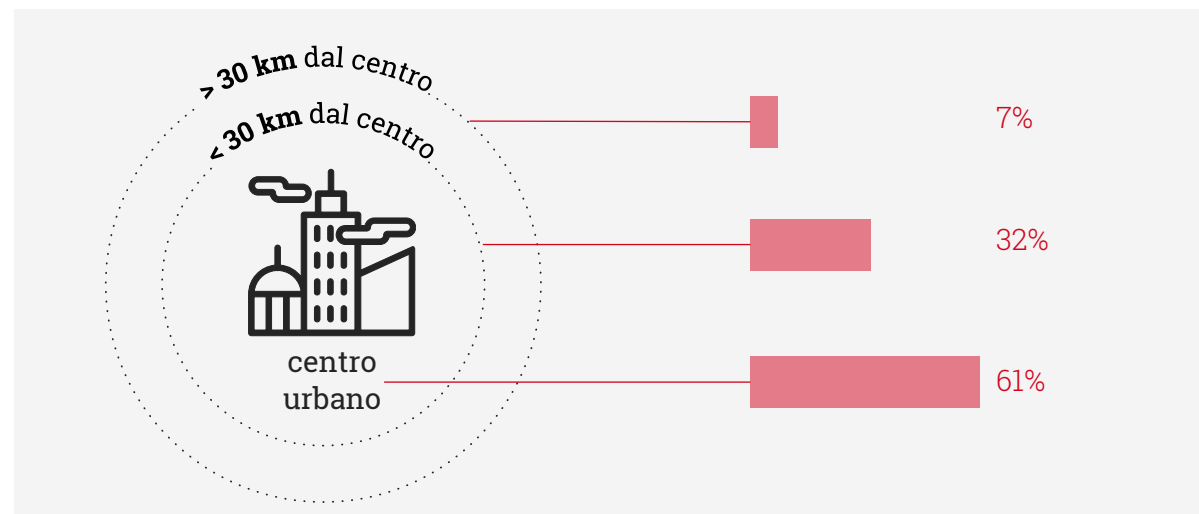
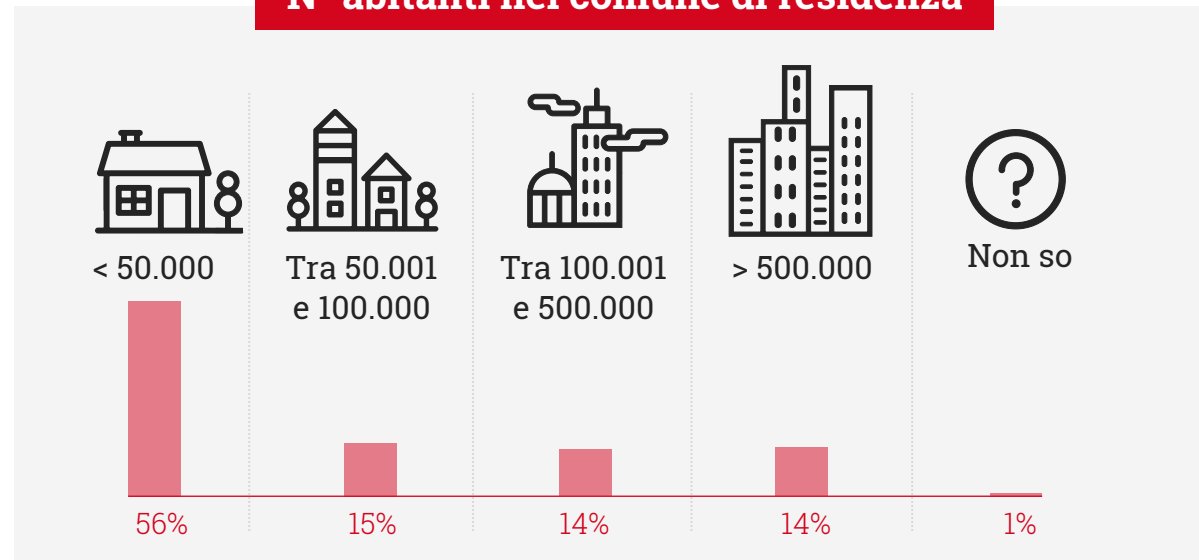


# CAMPIONE - profilo geografico

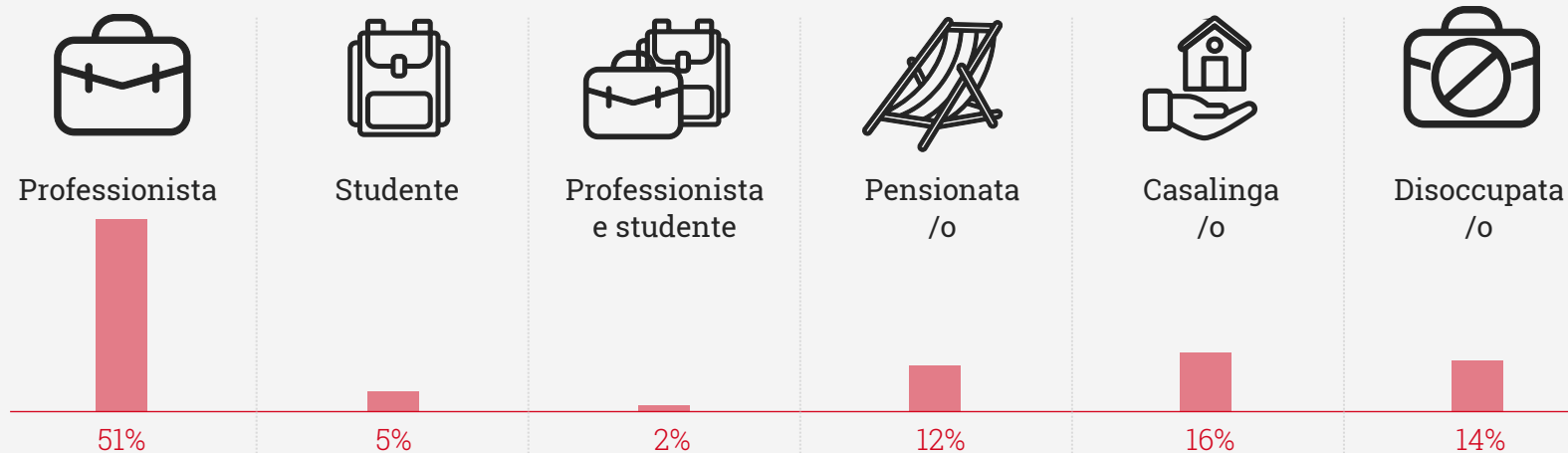
## Provenienza



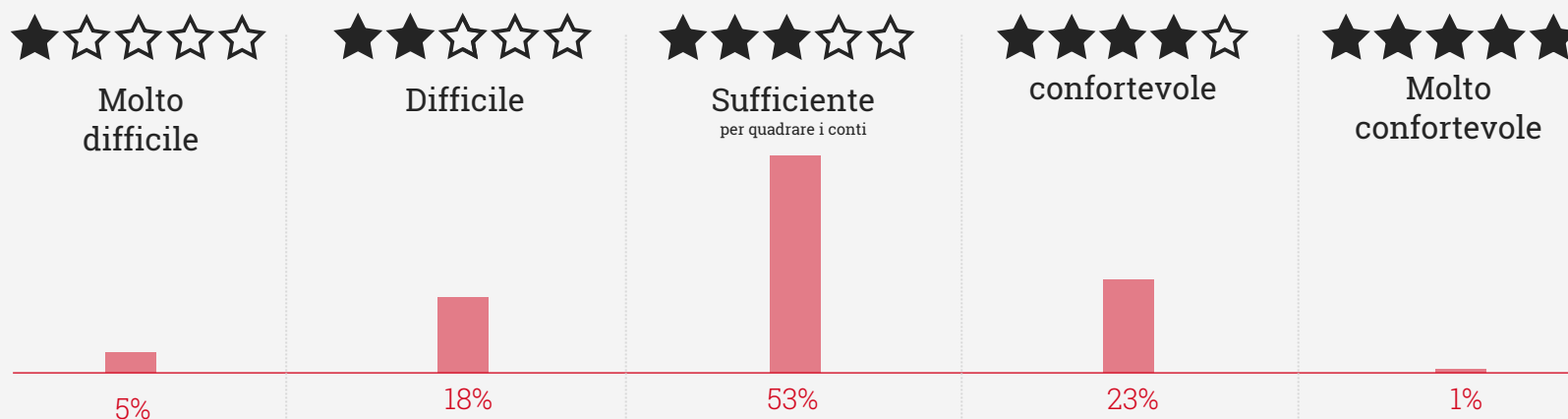
## N° abitanti nel comune di residenza



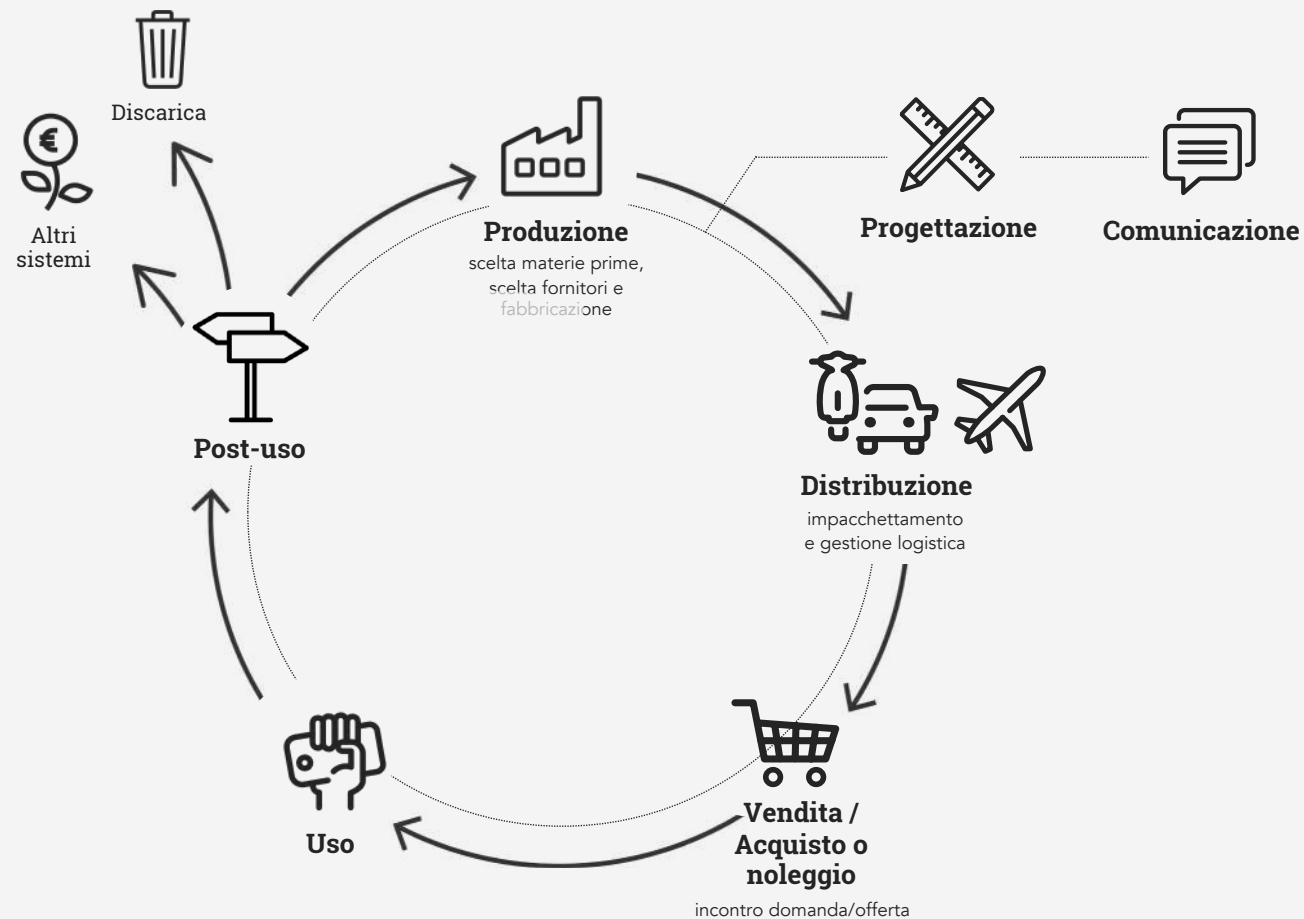
## Situazione professionale



## Situazione economica del nucleo familiare



# DATI E COMMENTO



# DATI E COMMENTO



## 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**



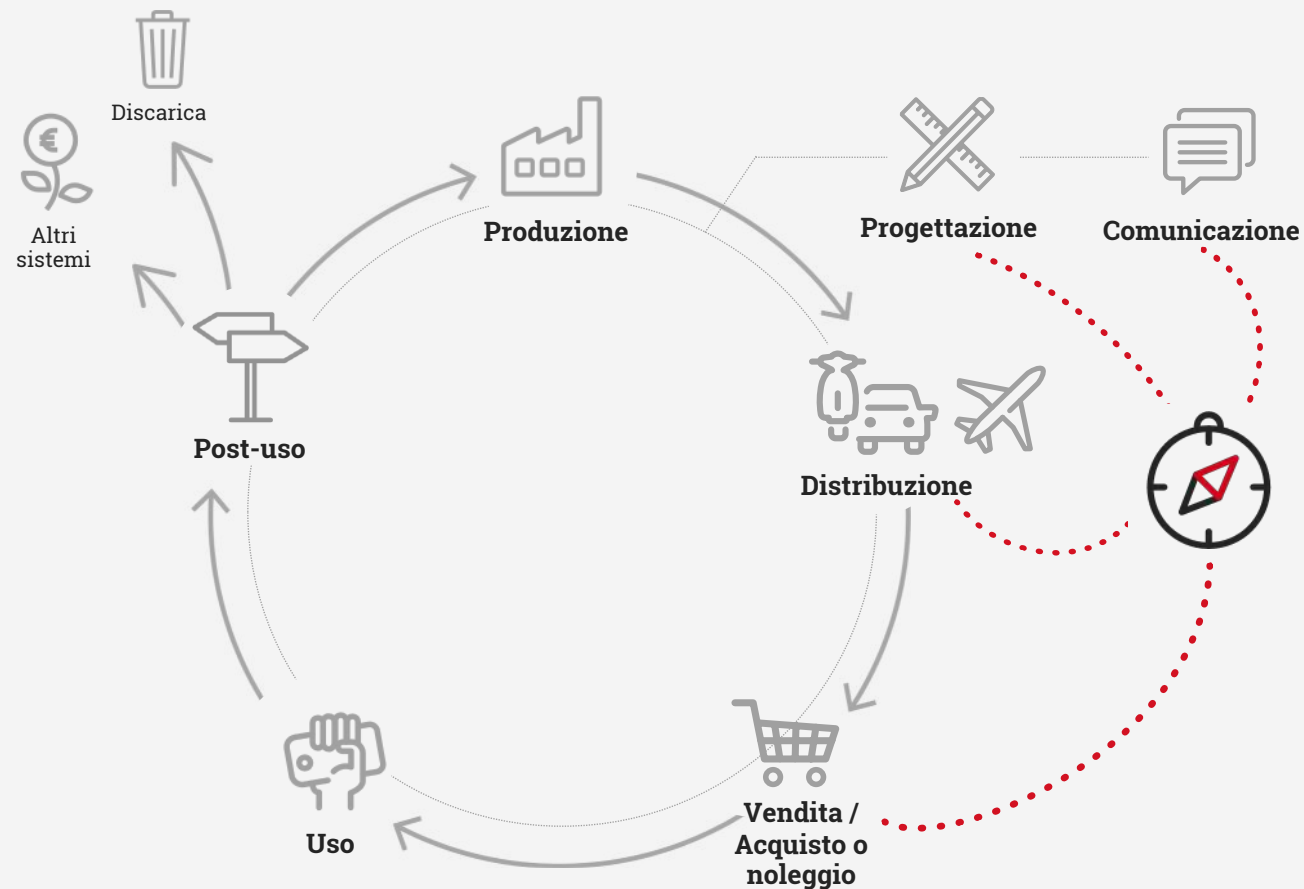
Consapevolezza sul diritto  
di **durabilità** e di **riparazione**



Smaltimento dei beni



Attenzione alla **sostenibilità**  
ambientale a 360°



# DRIVER D'ACQUISTO



## Grandi elettrodomestici



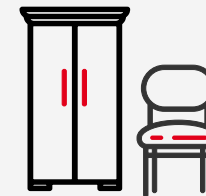
## Prodotti hi-tech



## 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%	45

# DATI E COMMENTO



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



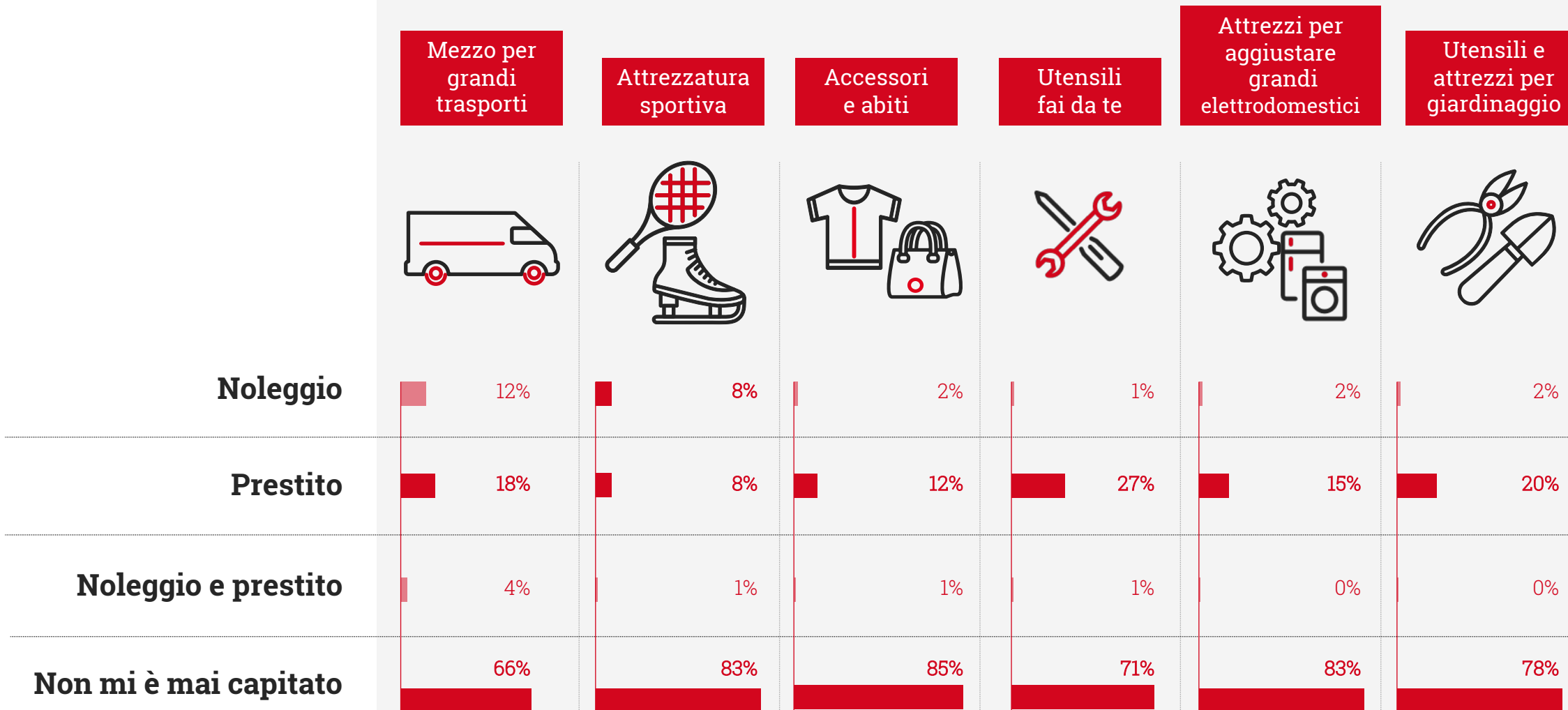
Smaltimento dei beni



Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°



# «PRODOTTO COME SERVIZIO»



# DATI E COMMENTO



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

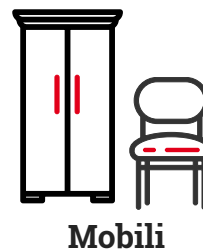


## Le più apprezzate




-  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**

# L'informazione di Altroconsumo

# La proposta editoriale di Altroconsumo

Riviste e libri



 **investi**

Online



# **in**formazione

- Informazione autentica e verificata
- Fonti prevalentemente interne
- Eventuali fonti esterne sempre verificate
- Quello che pubblichiamo (esito di test, analisi, inchieste) è sempre documentato
- Approccio scientifico
- Anti fake news

# **in**dipendente

- Altroconsumo opera nell'esclusivo interesse dei consumatori
- Le nostre pubblicazioni non ospitano pubblicità
- Siamo indipendenti rispetto a imprese, partiti politici, gruppi d'interesse
- Siamo attori sul mercato (collaboriamo con imprese e istituzioni) con l'obiettivo di trasferire valore al consumatore

# Diversi generi di contenuti

- Test comparativi su prodotti e servizi
- Inchieste sul campo
- Novità dal mondo dei consumatori, recensione prodotti
- Contenuti legati all'attualità, divulgativi
- Articoli di consigli, utilità pratica, guida alle scelte
- Informazione sui diritti dei consumatori
- Azioni a tutela dei consumatori, rivendicazioni
- Cultura del consumerismo
- Storie/testimonianze dei lettori

# Come si fa un test

- La scelta dei prodotti
- Gli acquisti
- Le prove di laboratorio
- I risultati «tecnici»
- La parola ai consumatori
- La rilevazione dei prezzi
- La tabella con la classifica e i risultati
- I vincitori



# I «titoli» di Altroconsumo

**MIGLIORE  
DEL TEST**

**MIGLIOR  
ACQUISTO**

**MIGLIOR  
PREZZO**

**MIGLIOR  
SCELTA  
GREEN**

**MARCA  
PIÙ AFFI-  
DABILE**

**PROVIDER  
CONSIGLIATO**



# Informazione sui diritti

Attraverso articoli sulle riviste, contenuti online, modelli di lettere, eventi, Altroconsumo fa cultura del consumerismo, per rendere i cittadini consapevoli dei loro diritti.

**SPECIALI**

## Prodotto difettoso? Fai valere la garanzia

27 novembre 2017



Ogni prodotto acquistato è garantito due anni (garanzia di conformità). Durante tutto questo tempo, se il prodotto smette di funzionare (o se è guasto fin dall'inizio), hai due mesi di tempo da quando il guasto si manifesta per far valere la garanzia. Ecco come fare.

---

### Garanzia: tutto quello che c'è da sapere

Hai acquistato un telefonino, una lavatrice o un televisore e non funziona o non ha le caratteristiche promesse. La garanzia che si applica ai beni di consumo deve essere prestata dal venditore. O da chi presta un'opera, pensiamo all'artigiano che fabbrica un oggetto (la garanzia di conformità non vale per i lavori dell'artigiano, ma solo per gli oggetti che lui costruisce e installa). Se i beni acquistati devono essere montati o installati deve essere garantita anche l'installazione. L'installazione è garantita, anche nei casi in cui il prodotto, è concepito per essere installato dal consumatore.

- Garanzia: tutto quello che c'è da sapere
- Garanzia di conformità e commerciale: che differenza c'è?
- Che cosa garantisce il venditore?
- Cosa può chiedere il consumatore?

## Viaggi e tempo libero

### Partiamo insieme: il servizio di Altroconsumo

Prima di partire hai bisogno di informazioni? Durante il viaggio qualcosa sta andando storto? Siamo con te prima, durante e dopo il viaggio.

**CONTINUA >**



### Consigli e sconti per partire

Stai organizzando una vacanza? Non dimenticare di metterci in valigia i nostri consigli per viaggiare ancor più sereni e i nostri sconti per risparmiare e sulle prenotazioni di trasporti, hotel e tanto altro.

- Partiamo insieme: tutti gli sconti di Altroconsumo**
- In viaggio con i bambini: tutti i consigli**
- Pacchetti turistici: più tutele per chi viaggia**

## Shopping online sicuro

La nostra mappa dei negozi virtuali più affidabili, per comprare senza problemi.



### Spese di spedizione non rimborsate

Dal 2014 chi acquista online, solo chi ha superato la prova del carrello virtuale è considerato affidabile. Gli altri, tra cui anche il colosso Amazon, il servizio non è anche se ci hanno rimborsato tutti i prezzi dei colli in uscita quando si apriva. Infatti, nei soli casi in cui il cliente ha diritto al rimborso, non hanno rimborsato i costi di spedizione che abbiamo sostenuto.

# L'ECONOMIA CIRCOLARE NEI TEST DI ALTROCONSUMO

# DATI E COMMENTO



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



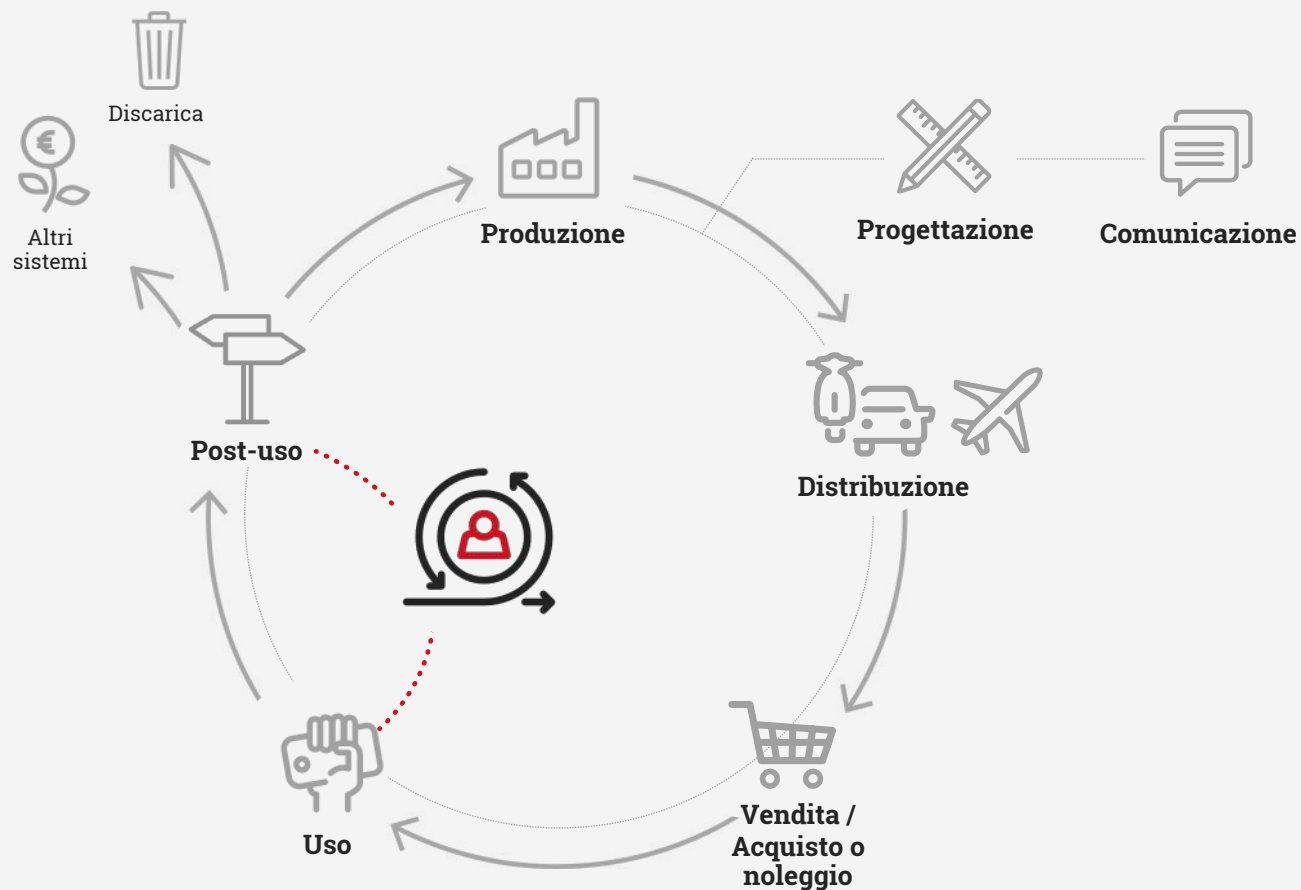
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni



Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°

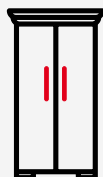


# VENDITA/ACQUISTO USATO

## 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%



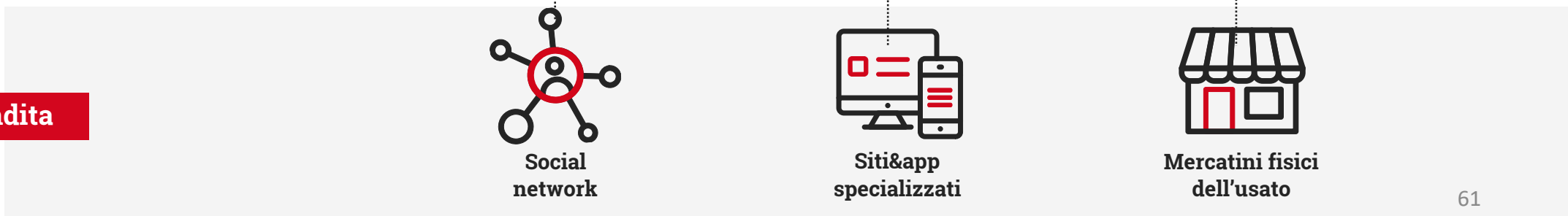
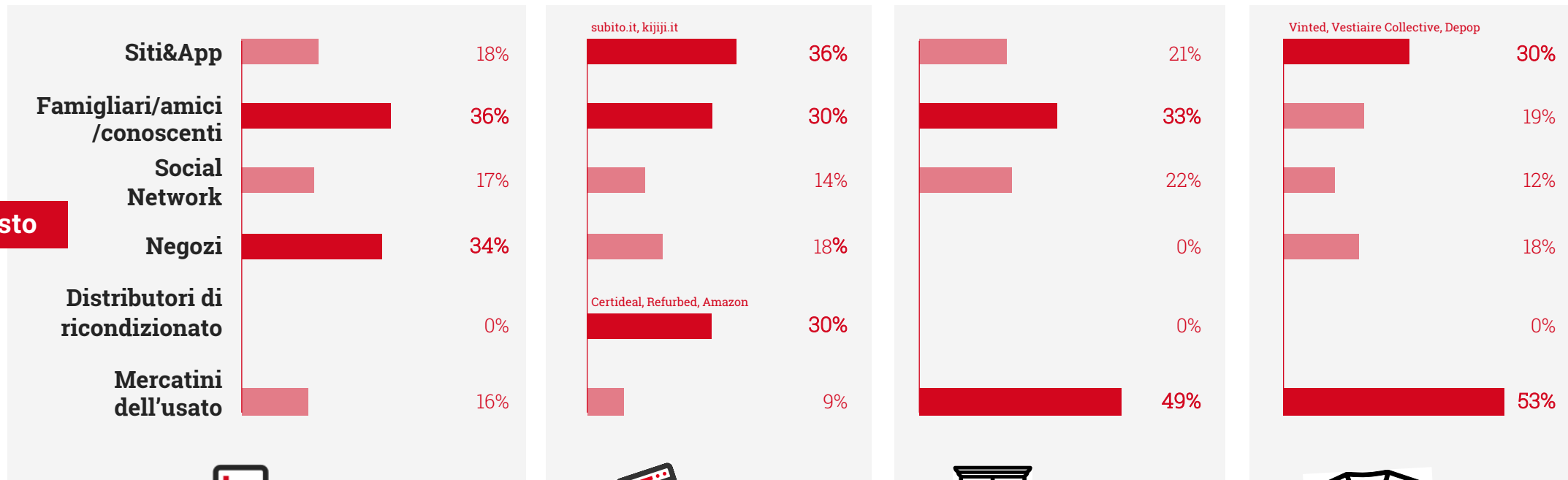
Socialmente e  
politicamente **attivi**

60%



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

# CANALI DI VENDITA E ACQUISTO USATO



# DATI E COMMENTO



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**



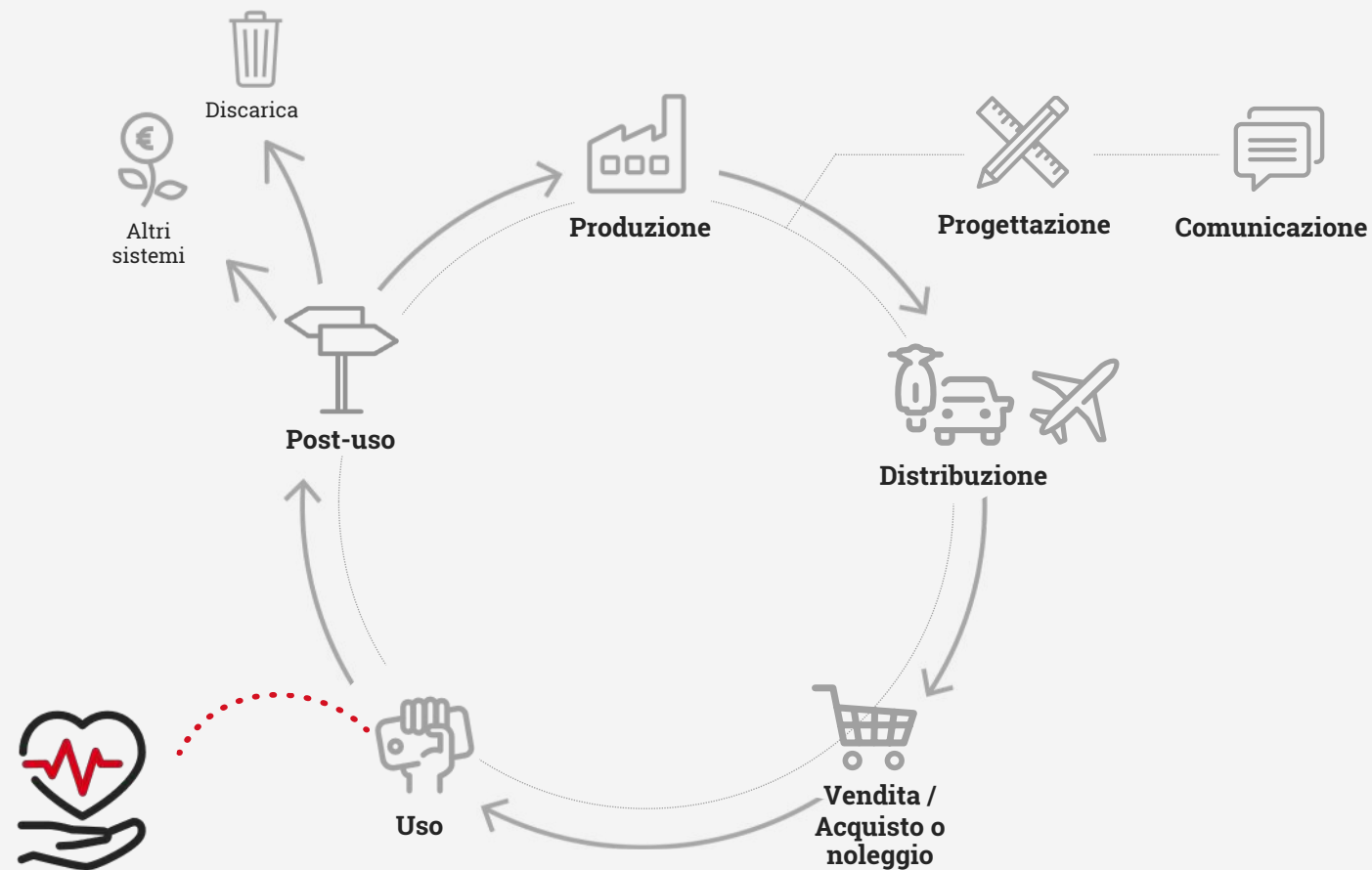
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

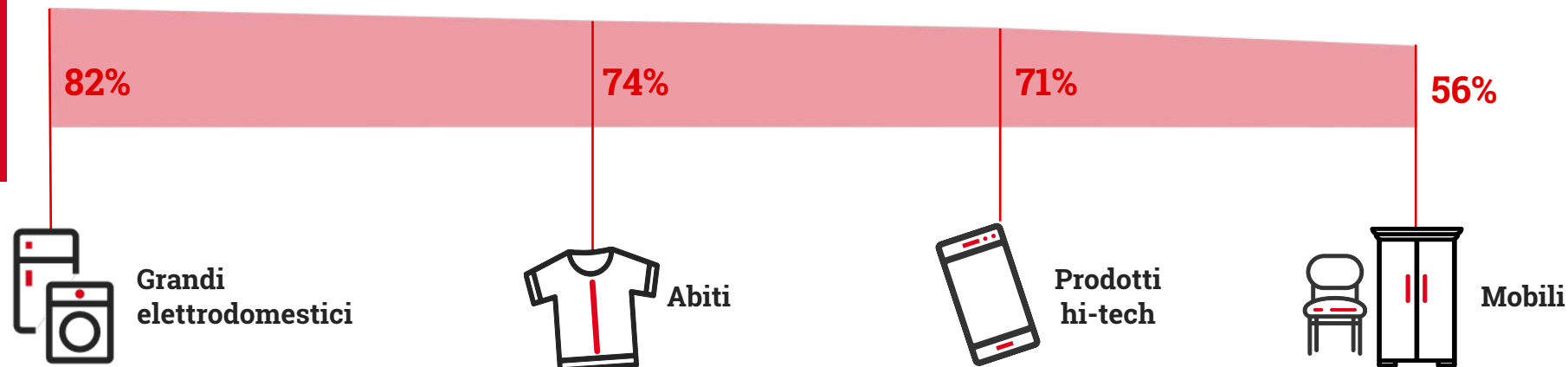


Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°

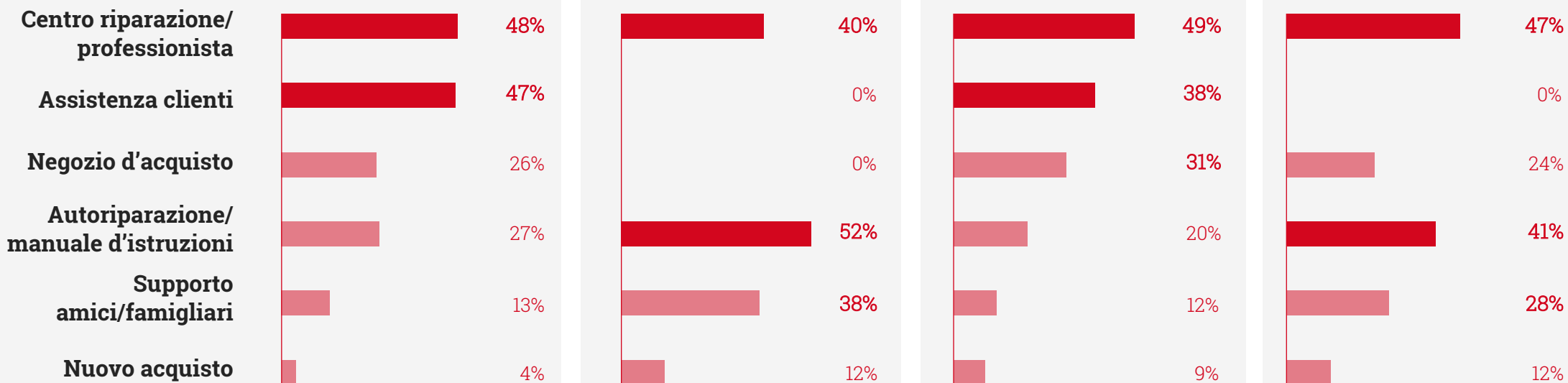


# MANUTENZIONE

**Lettura manuale d'istruzioni /etichetta per la corretta manutenzione**



## In caso di danno



# DATI E COMMENTO



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



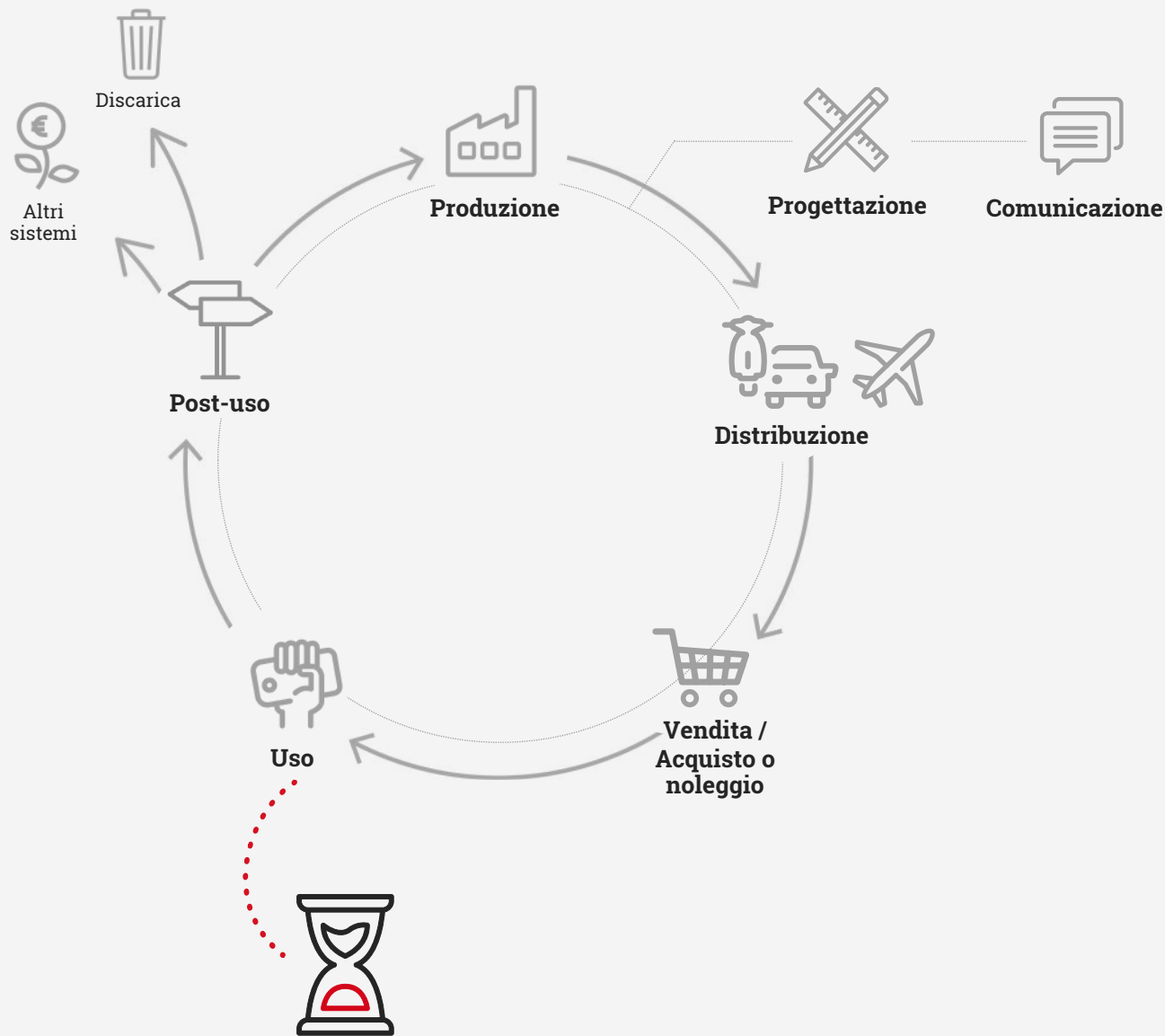
Consapevolezza sul diritto  
di durabilità e di riparazione



Smaltimento dei beni

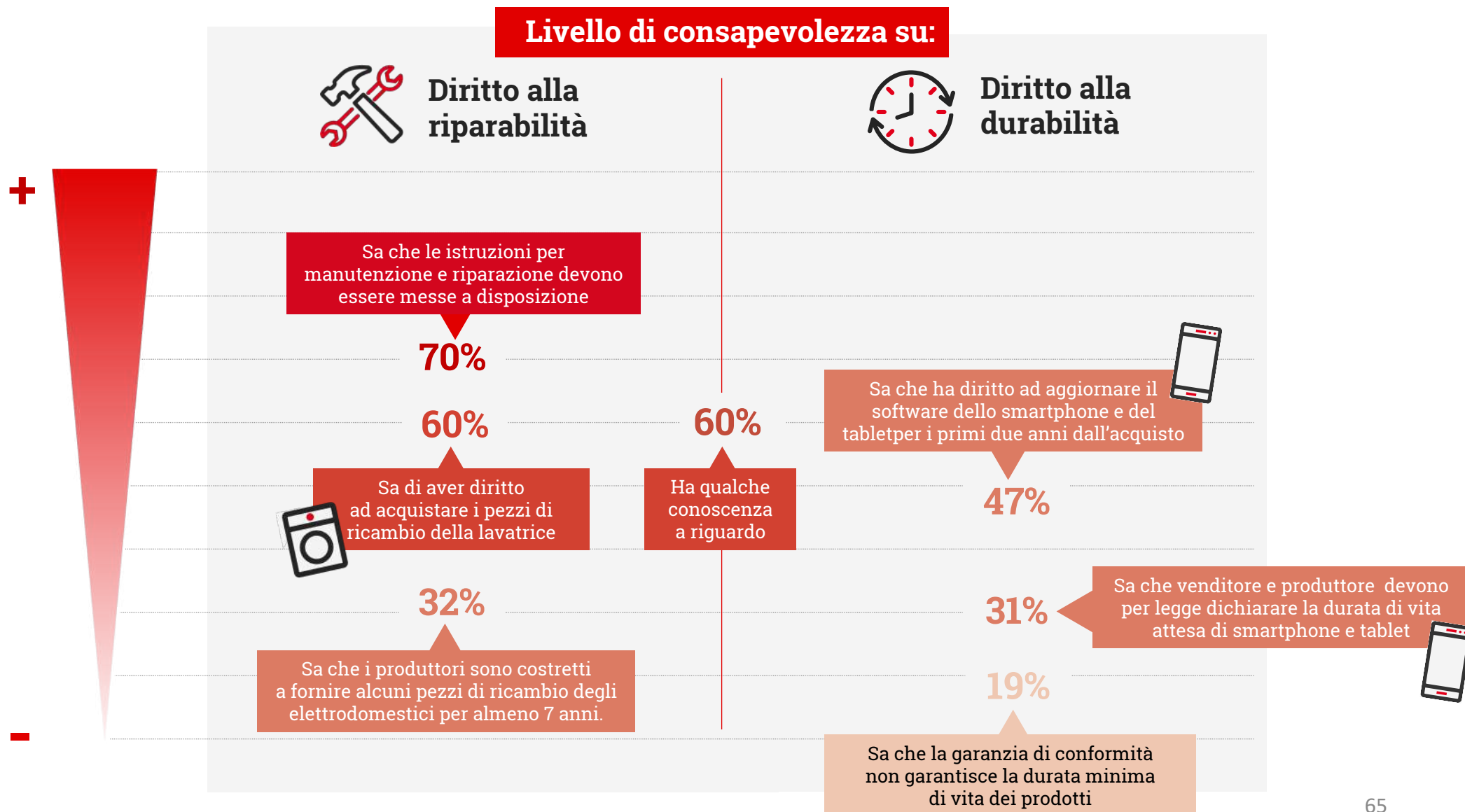


Attenzione alla sostenibilità  
ambientale a 360°





# DIRITTO ALLA RIPARABILITÀ E DURABILITÀ



[www.youtube.com/watch?v=49Yrs3KE2Cc&list=PL36Zm009bO8G3gCI7far3-LeTdJ-NTJrk&index=16](https://www.youtube.com/watch?v=49Yrs3KE2Cc&list=PL36Zm009bO8G3gCI7far3-LeTdJ-NTJrk&index=16)

La batteria non funziona?

Calma, non devi per forza  
cambiare smartphone

# DATI E COMMENTO



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°



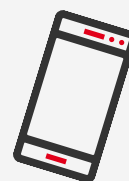
# SMALTIMENTO DEI BENI



## Grandi elettrodomestici



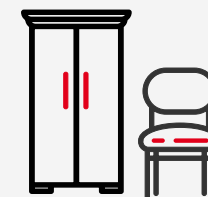
## Prodotti hi-tech



## Abbigliamento



## Mobili



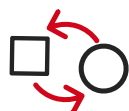
**Isola ecologica/  
servizio del comune**



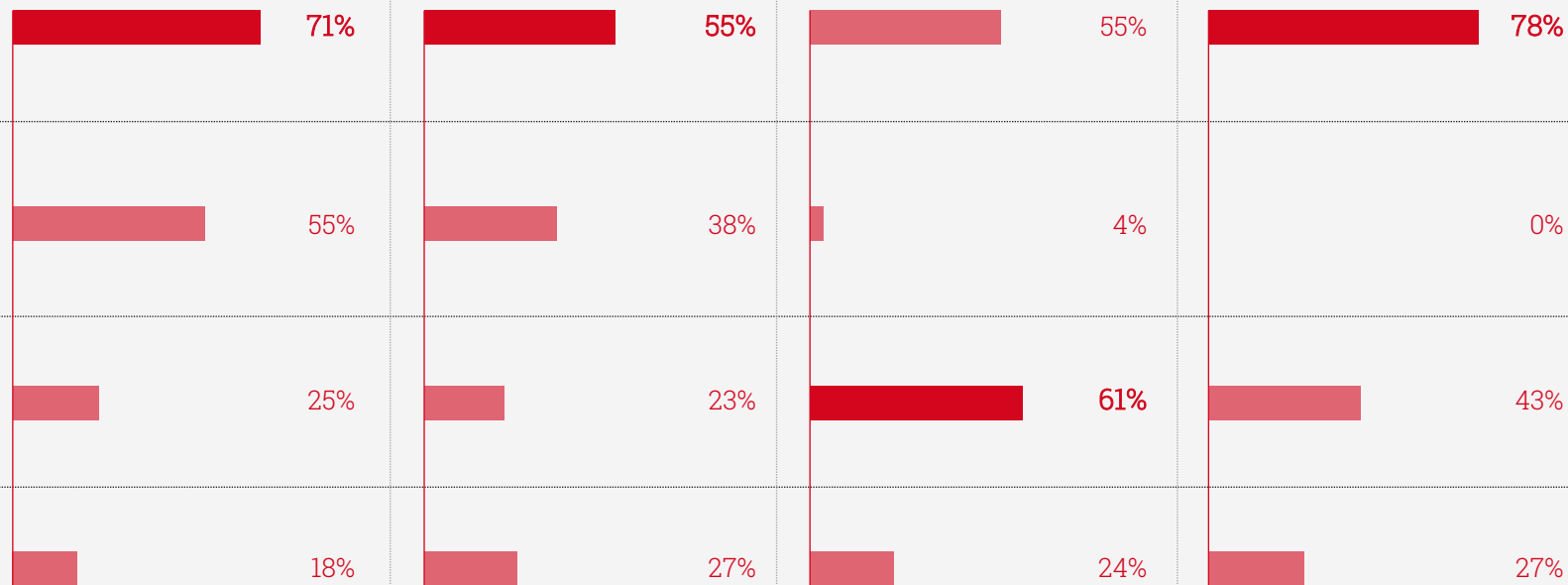
**Riconsegna al  
venditore/ negozio**



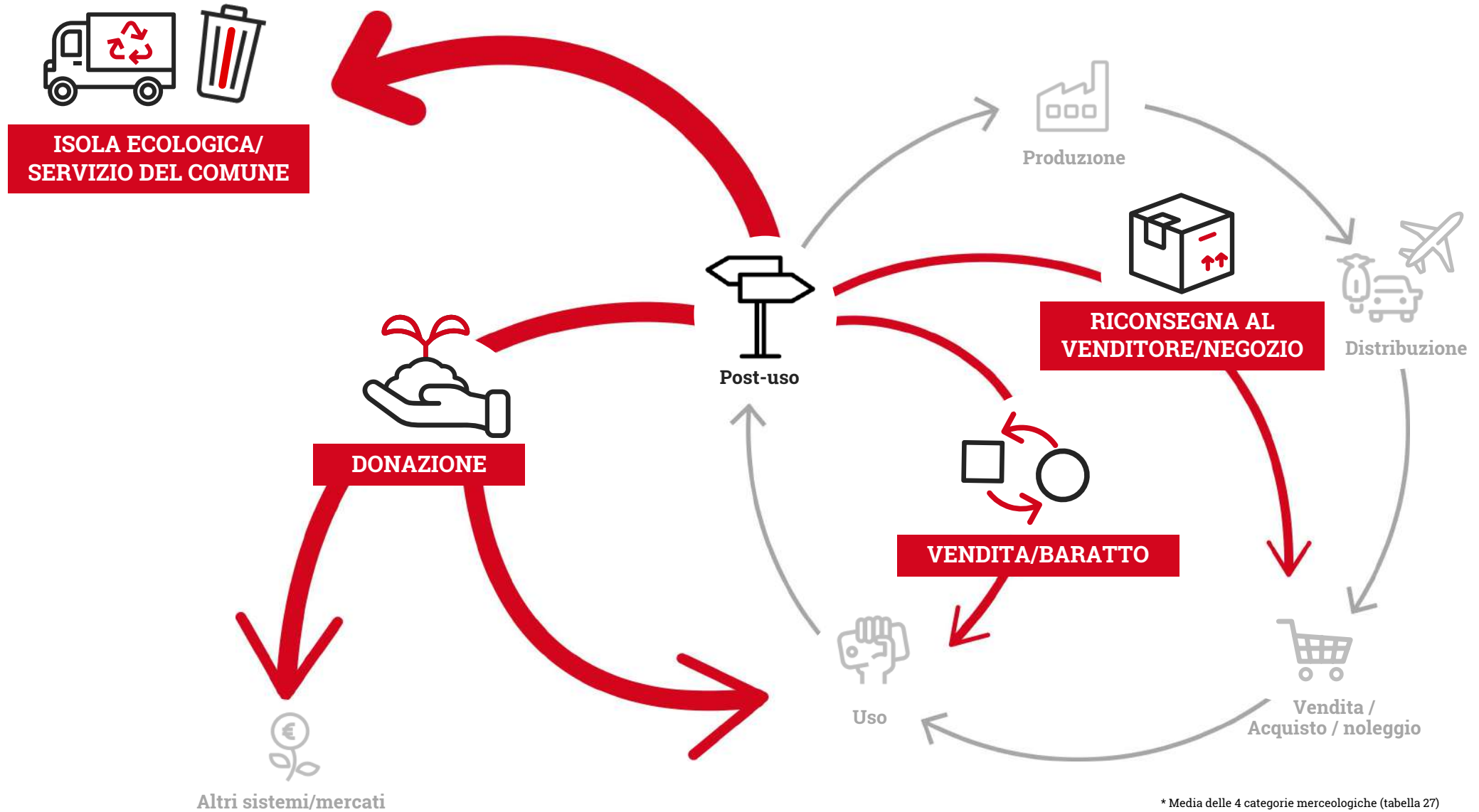
**Donazione**



**Vendita baratto**



# SMALTIMENTO DEI BENI



Altri sistemi/mercati

\* Media delle 4 categorie merceologiche (tabella 27)

# DATI E COMMENTO



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°



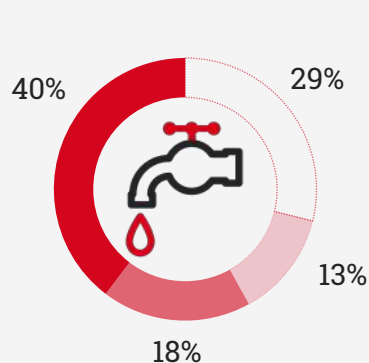
# PROFILO COMPORTAMENTALE

## Frequenza di adozione di alcuni comportamenti

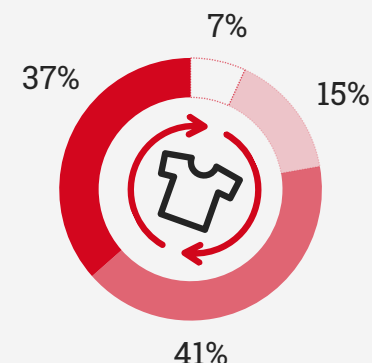
Legenda risposte

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

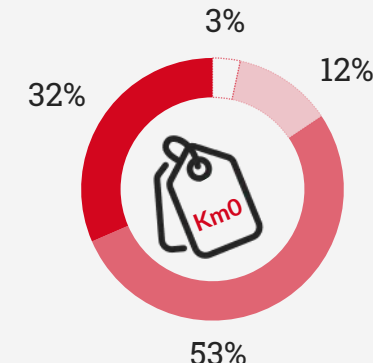
L'analisi mostra come gli **uomini** abbiano un indice di **sensibilità ambientale** mediamente inferiore a quello delle **donne**. Inoltre, il livello di **sensibilità ambientale** cresce all'aumentare del **livello educativo ed economico** dei rispondenti.



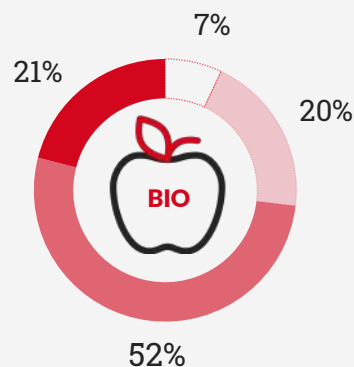
Bere acqua dal rubinetto invece di quella minerale



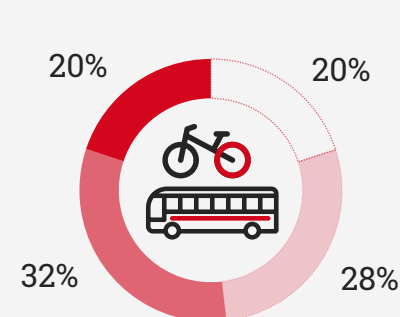
Riutilizzare o riciclare abiti e tessuti



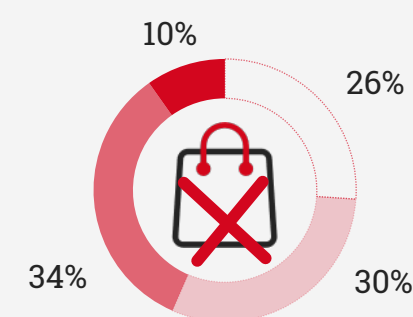
Acquistare alimenti o prodotti locali (Km0)



Acquistare alimenti e prodotti biologici



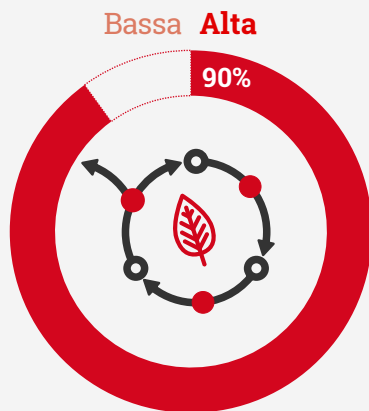
Scegliere mezzi di trasporto alternativi all'auto o altro veicolo a benzina privato



Evitare di acquistare un prodotto perché il packaging è eccessivo

# SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE A 360°

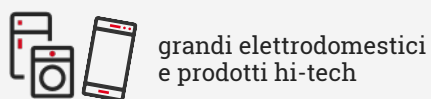
## Attenzione alla sostenibilità lungo tutta la filiera



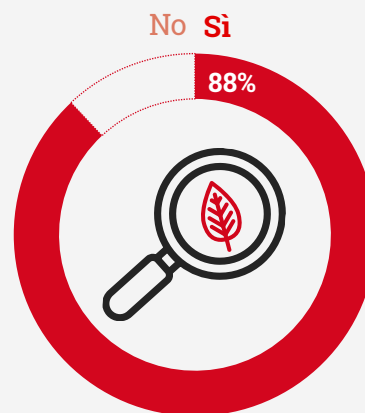
### Genere



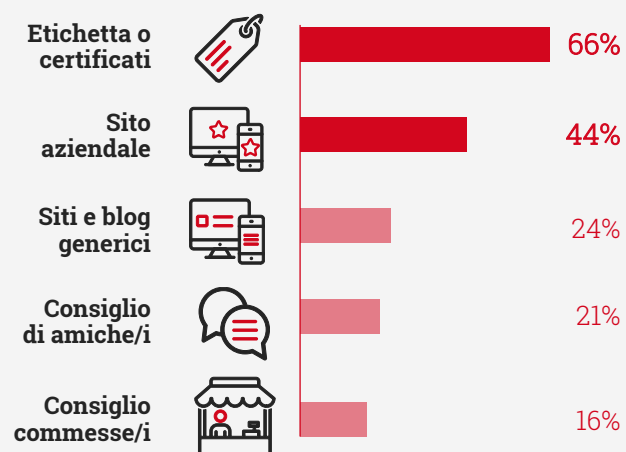
### Prodotti più attenzionati



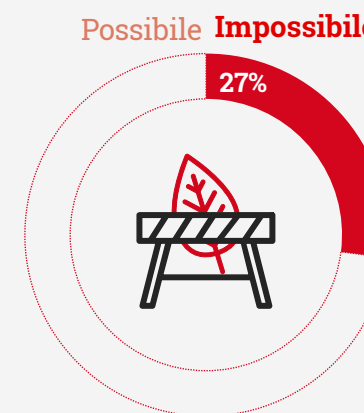
## Raccolta informazioni



### Fonti usate



## Possibilità di adottare comportamenti sostenibili a tutto tondo



### Principali barriere





# COME NASCE L'OBSOLESCENZA PROGRAMMATA?



Ricordate di disattivare i microfoni, grazie.



## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

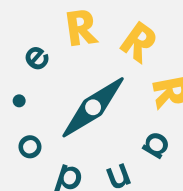
## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**,  
Mercato Circolare



## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**,  
Ispra

## 5.

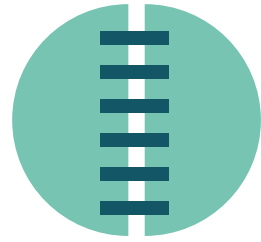
17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori



**Quante «R» ha  
l'economia circolare?**

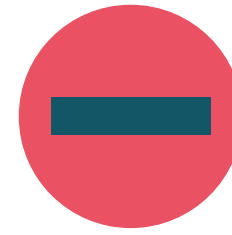
# LE 10 R



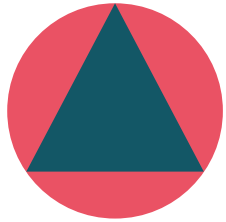
Riparare



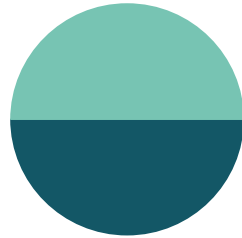
Recuperare



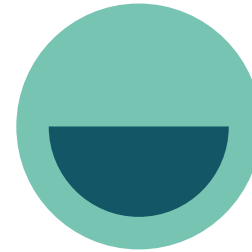
Rifiutare



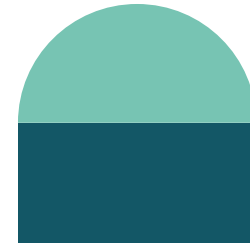
Ripensare



Ricondizionare/  
Rigenerare



Ricontenere



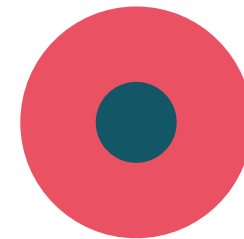
Riconvertire



Riciclare



Riusare



Ridurre



Qual è la R più circolare?

Circular

Linear

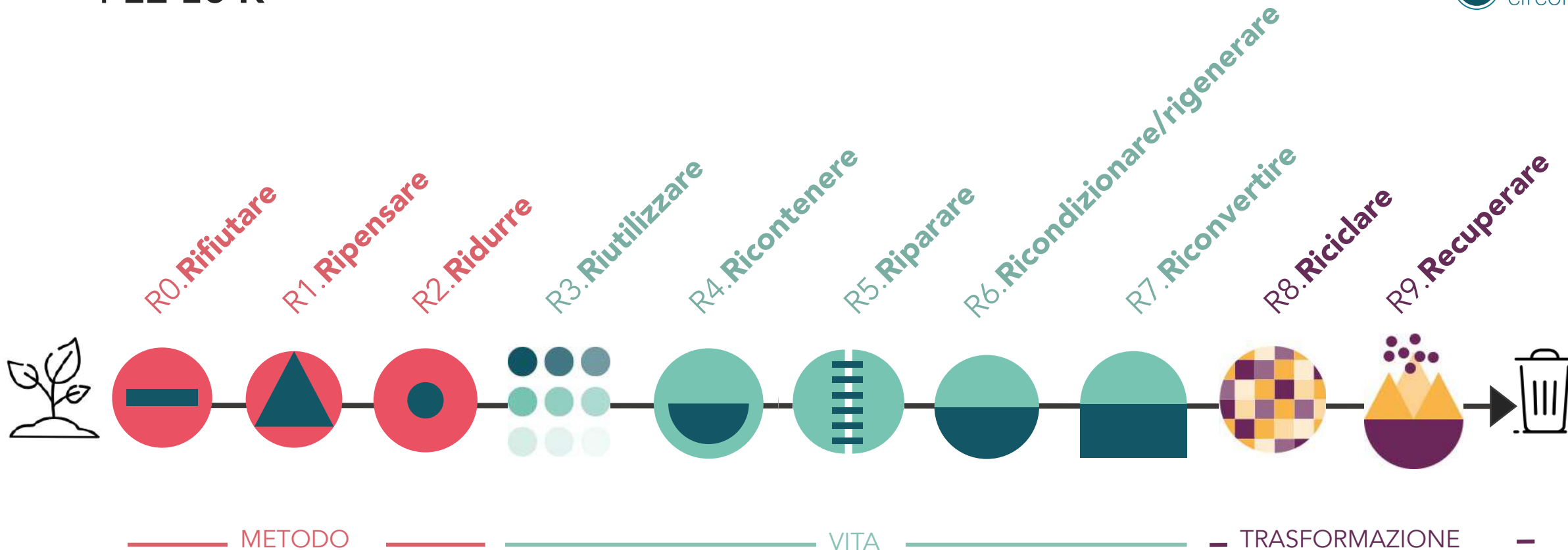


**Qual è la R meno circolare?**

Circular

Linear

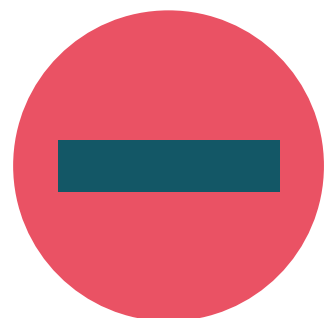
# LE 10 R



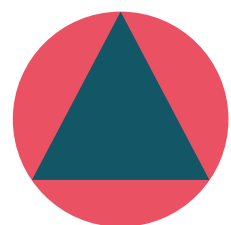
Own reinterpretation from:  
Potting et al., *Circular economy. Measuring innovation in product chains, 2017*, PBL Netherlands Environmental Assessment Agency, PBL publication number 2544.

# LE 10 R: NOTA BENE

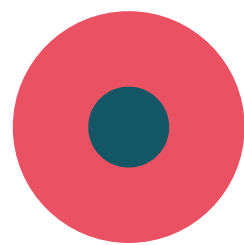
Le carte "Vita" presuppongono le carte «Metodo» R1 e R2:



**R0 = Rifiutare**  
La R generativa



**R1 = Ripensare**  
La relazione con il possesso



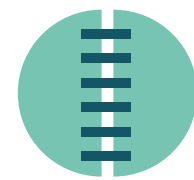
**R2 = Ridurre**  
La materia prima vergine e l'energia non rinnovabile;  
l'impatto e rifiuti generati



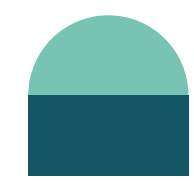
**R3 = Riusare**



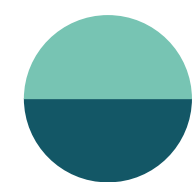
**R4 = Ririempire**



**R5 = Riparare**



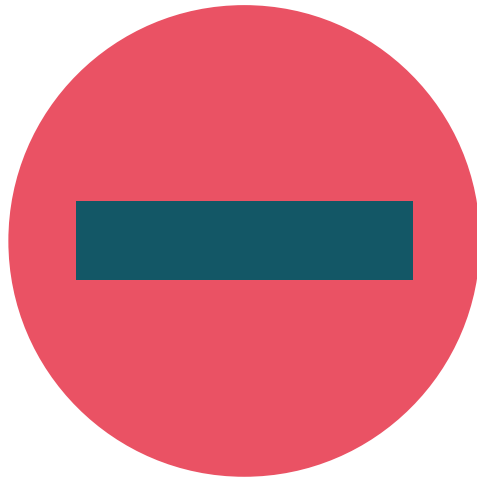
**R6 = Ricondizionare/  
Rigenerare**



**R7 = Riconvertire**



## R0. Rifiutare



METODO

Rifiutare di acquistare o di produrre nuovi beni è il primo passo per evitare di generare rifiuti, ovvero "cose prive di valore" economico, sociale, ambientale, artistico, ecc.



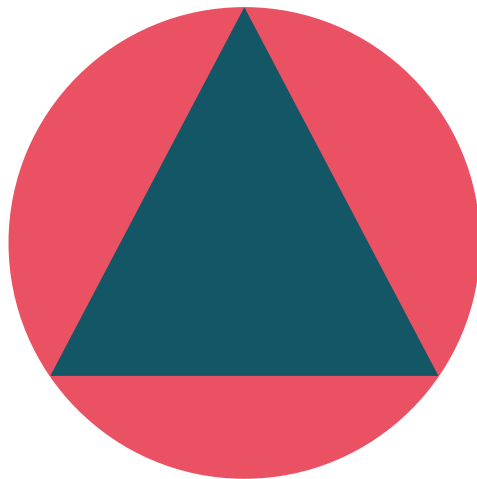
Lato **impresa** significa rifiutare di produrre beni la cui funzione è assunta da beni già esistenti.



Lato **utente** significa domandarsi "Ho davvero bisogno di questo prodotto?", "Ho già qualcosa che mi permette di ottenere ciò di cui ho bisogno?"



## R1. Ripensare



METODO

Per ripensare è necessario cambiare punto di vista, osservare con nuove lenti, chiedersi se esistano anche modi differenti di fare ciò che abbiamo sempre fatto in un unico modo.



Lato **azienda** significa progettare affinché l'uso di un prodotto sia più intensivo, introducendo per esempio logiche di condivisione e di affitto dei prodotti.



Lato **utente** significa domandarsi "Devo possedere questo bene per usarlo o posso prenderlo in prestito?"



Prodotto  
come servizio



Piattaforma  
di condivisione



# RIPENSARE



Sharing platform



Product as a service

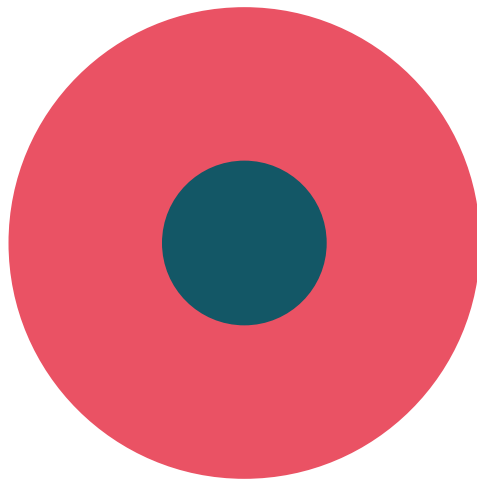


tableware sharing service



Product as a service

## R2. Ridurre



METODO

“Ridurre” raccoglie in sé tutte quelle azioni che hanno l’obiettivo di minimizzare l’impatto ambientale e gli sprechi in tutte le fasi di produzione e uso di beni e servizi.



Lato **azienda** significa aumentare l'efficienza nella fabbricazione del prodotto e utilizzare meno risorse e materiali possibili.



Lato **utente** significa scegliere e acquistare prodotti con il minimo utilizzo di imballaggi e fare attenzione alla qualità e quantità di materia prima impiegata.



Input circolari:  
bio-based e riciclati



Riduzione impatti  
e sprechi





## PRODUCTION

- scegliamo unicamente materiali riciclati
- utilizziamo plastica raccolta dal mare
- i nostri prodotti sono facilmente riciclabili

## YOU

- usiamo solo la vendita diretta a te, senza intermediari
- ogni tuo acquisto contribuisce a pulire il mare dalla plastica
- puoi partecipare attivamente alla pulizia delle coste

## OCEAN PLASTIC

- creiamo una rete di pescatori per raccogliere la plastica dal mare
- organizziamo pulizie delle nostre coste
- ridiamo vita alla plastica raccolta dal mare



Circular inputs:  
bio based and recycled

# RIDURRE



Impact&waste  
reduction

## R3. Riutilizzare



VITA

Riutilizzare significa riconoscere ed estendere il valore di un bene nel tempo, facendo in modo che quando diventa superfluo per chi lo possiede, possa passare ad un nuovo utilizzatore, senza diventare rifiuto.



Lato **impresa**, significa, vendere un prodotto già usato e ancora in buone condizioni.



Lato **utente**, significa acquistare o donare un prodotto usato, considerato non più utile per se stesso.

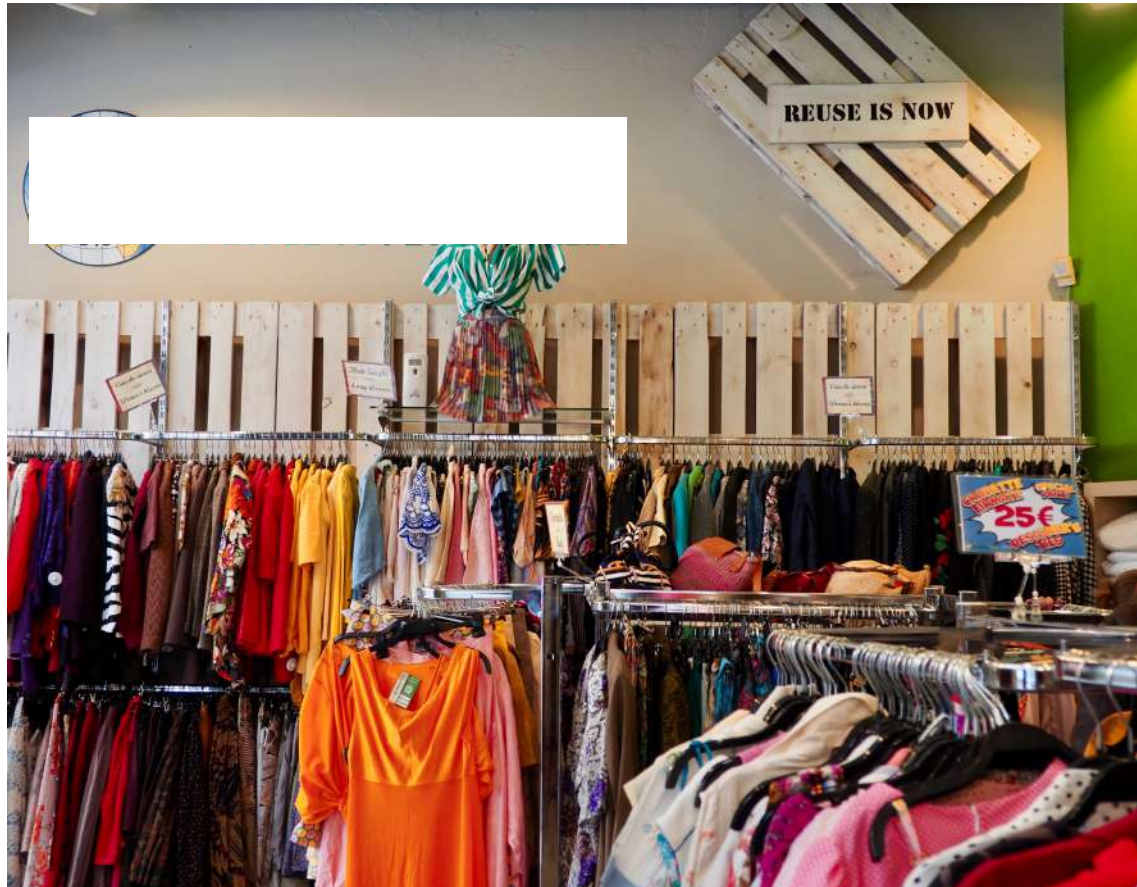


Estensione vita del prodotto



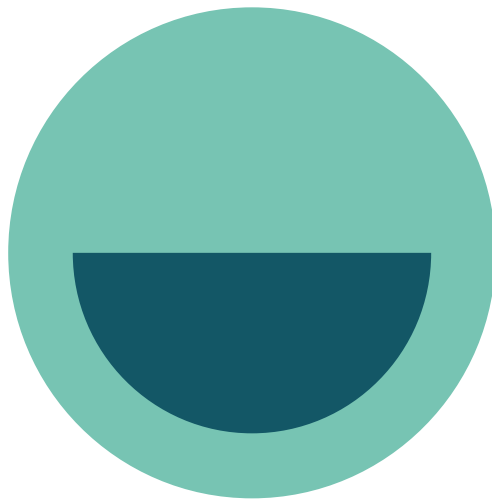


# RIUSARE



Product life extension

## R4. Ricontenere



VITA

Strategia che mira ad allungare la vita dei prodotti, specificatamente riferita a imballaggi come bottiglie, piatti, flaconi e prodotti tipicamente usa e getta come gli assorbenti o i pannolini.



Lato **impresa** significa progettare la filiera e strutturarsi affinché i propri prodotti possano essere distribuiti/venduti sfusi o si agevolino logiche di "vuoto a rendere".



Lato **utente** significa scegliere di acquistare prodotti sfusi o prodotti progettati per essere riutilizzati più volte nel tempo.



Estensione vita del prodotto



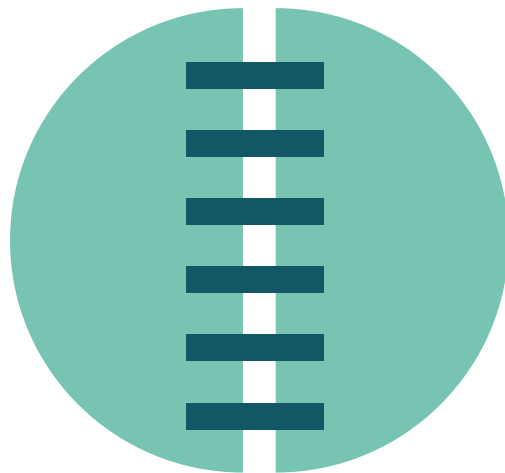


# Ecologico - Biologico



Product life extension

## R5. Riparare



VITA

Basta che un bene si danneggi per considerarlo rifiuto? Ovviamente no ed esistono molte competenze, anche sconosciute o in estinzione, legate al mondo della riparazione e capaci di rimediare al danno con maestria.



Lato **impresa** significa aggiustare e mantenere il prodotto difettoso in modo che possa essere ancora utilizzato con la sua funzione originale. Significa anche progettare in maniera modulare i prodotti, in modo che le singole parti possano essere facilmente rimosse e riparate (o cambiate).



Lato **utente** è importante domandarsi "Posso ripararlo o farlo riparare invece di buttarlo via?"



Estensione vita del prodotto



# RIPARARE



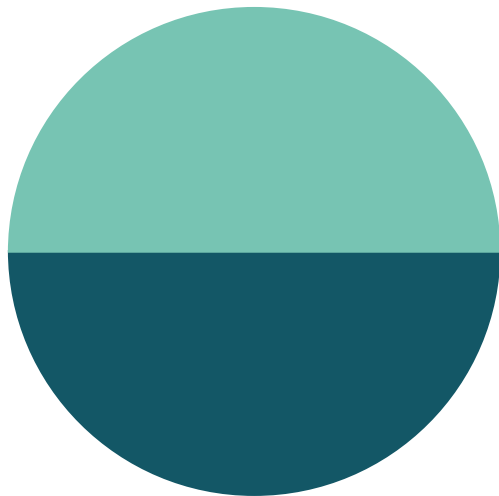
Design by components

# RIPARARE

I Repair Cafe sono iniziative in cui le persone condividono le proprie competenze per aiutare altre persone a riparare i loro prodotti.



## R6. Ricondizionare/ Rigenerare



VITA

Ricondizionare (o rigenerare, diffusamente usati come sinonimi) significa ripristinare un vecchio prodotto e aggiornarlo, sistemandolo sia dal punto di vista estetico che meccanico-funzionale.



Le **imprese** che ricondizionano/rigenerano prodotti si occupano di sostituire le loro parti danneggiate con componenti originali, facendo opportuni test tecnici di funzionamento prima di rimmetterli in vendita. Un bene ricondizionato/rigenerato, a differenza di uno usato, è accompagnato dalla garanzia.



Lato **utente** è importante domandarsi "Posso acquistare un prodotto ricondizionato/rigenerato invece di uno nuovo?"



Estensione vita del prodotto



Quale prodotto refurbished stai cercando?

Tutti i prodotti Smartphone iPhone Samsung Huawei MacBook Portatili iPad Tablet

Vantaggi Account Carrello

Info +39 800 - 72 74 81

Impatto Zero 30 giorni di prova gratuita Min. 1 anno di garanzia

VAI ALL'OFFERTA

Risparmia fino a **360 €**

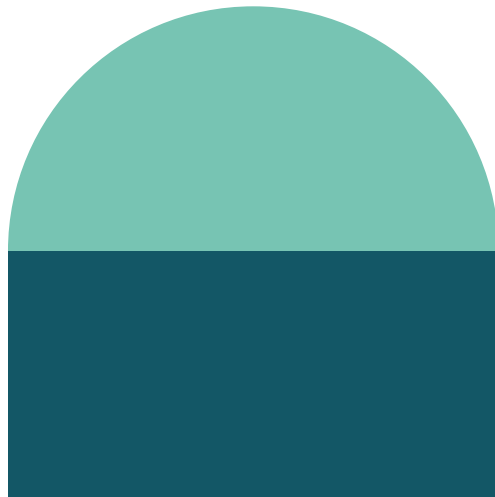
## Benvenuto su refurbished.it — Il portale Nr. 1 in Italia per il ricondizionato

L'elettronica ricondizionata di qualità, garantita fino a 36 mesi. [I VANTAGGI DI REFURBED™](#)

Smartphone > Tablet > Portatili > Monitor >



## R7. Riconvertire



VITA

Riconvertire significa utilizzare un prodotto scartato, o una sua parte, per realizzare un nuovo prodotto con diverso uso e funzione, o per creare un nuovo materiale.



Sia per l'**impresa** che per l'**utente** significa ragionare sulla possibilità di utilizzare un prodotto scartato (tutto o in parte) attribuendogli diverso uso e funzione, oppure poter fare un riutilizzo domestico creativo di quel bene.



Upcycling



# RICONVERTIRE



# RICONVERTIRE



## R8. Riciclare



TRASFORMAZIONE

Riciclare significa dar vita ad una nuova materia prima, a partire da un prodotto esistente.



Lato **impresa** significa processare i materiali di scarto o di rifiuto di precedenti processi produttivi per ottenere materia prima seconda della stessa qualità (alta qualità) o di qualità inferiore rispetto al materiale di partenza. Ciascuna tipologia di materiale presenta uno specifico processo di riciclo e solo pochi materiali possono subirlo "all'infinito".



Lato **utente** è importante domandarsi "Ho contribuito opportunamente nel fare una raccolta differenziata di qualità?"



Recupero e riciclo



# RICICLARE

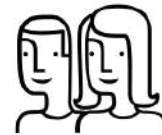


## R9. Recuperare



TRASFORMAZIONE

Per recupero si intende l'incenerimento dei materiali con recupero energetico. Questo avviene per tutti quei rifiuti che non è possibile riciclare.



Lato **utente** è importante domandarsi: "Ho fatto in modo che l'indifferenziata che produco sia il meno possibile?"



Recupero e riciclo



web game by



In collaborazione con



per



Web game dedicato all'esplorazione delle 10 R dell'economia circolare: permette di affrontare sfide tematiche (viaggio sostenibile, packaging, fast fashion, ecc.) utilizzando le strategie e le pratiche circolari che ogni R propone.

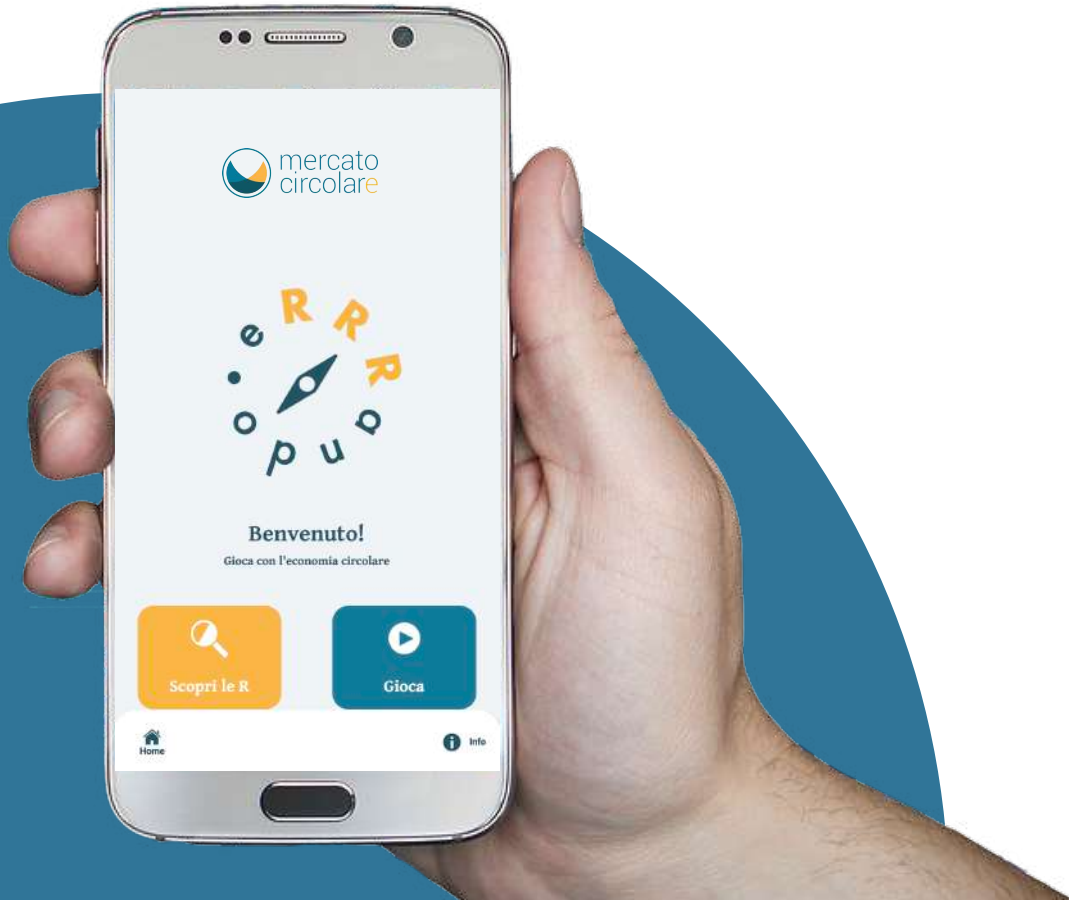


[www.mercatocircolare.it/errando/](http://www.mercatocircolare.it/errando/)

In collaborazione con



per



Tocca a voi.  
***Giociamo con le 10R***





# TRASFORMAZIONE CIBO



Scelgo di acquistare elettrodomestici rigenerati con nuova garanzia.

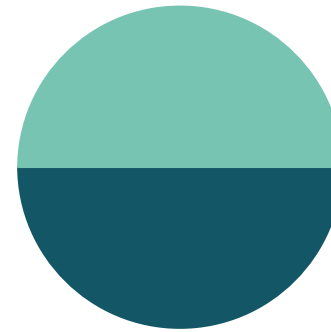




# TRASFORMAZIONE CIBO

ALTROCONSUMO

mercato  
circolare



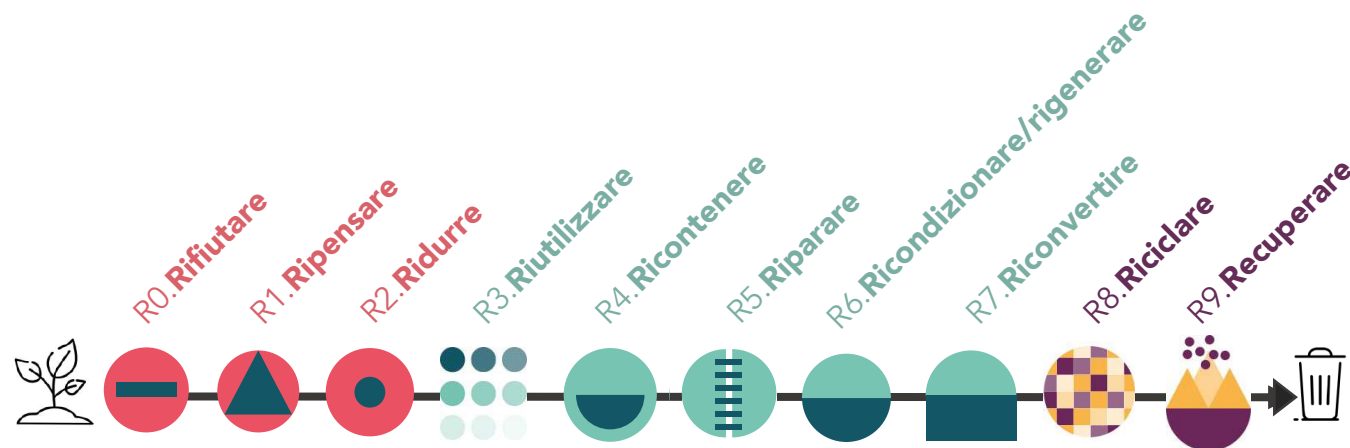
## R6. Rigenerare/Ricondizionare

Scelgo apparecchi  
ricondizionati, non nuovi.



# TRASFORMAZIONE CIBO

Scelgo un fornitore di energia che mi garantisca energia da fonti rinnovabili.

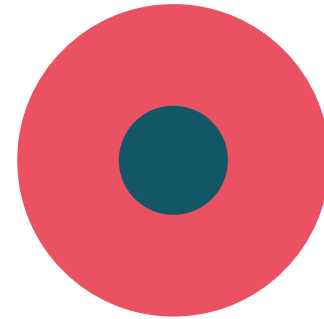




# TRASFORMAZIONE CIBO

ALTROCONSUMO

mercato  
circolare



## R2. **Ridurre**

Riduco l'uso di materiali fossili e non rinnovabili.



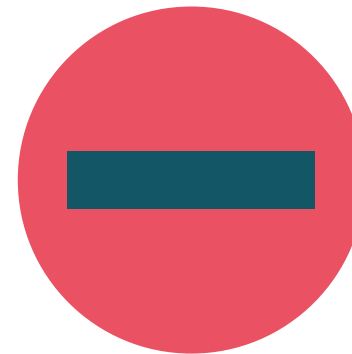
# CONSUMO DI CIBO

## Non uso stoviglie usa e getta





# CONSUMO DI CIBO

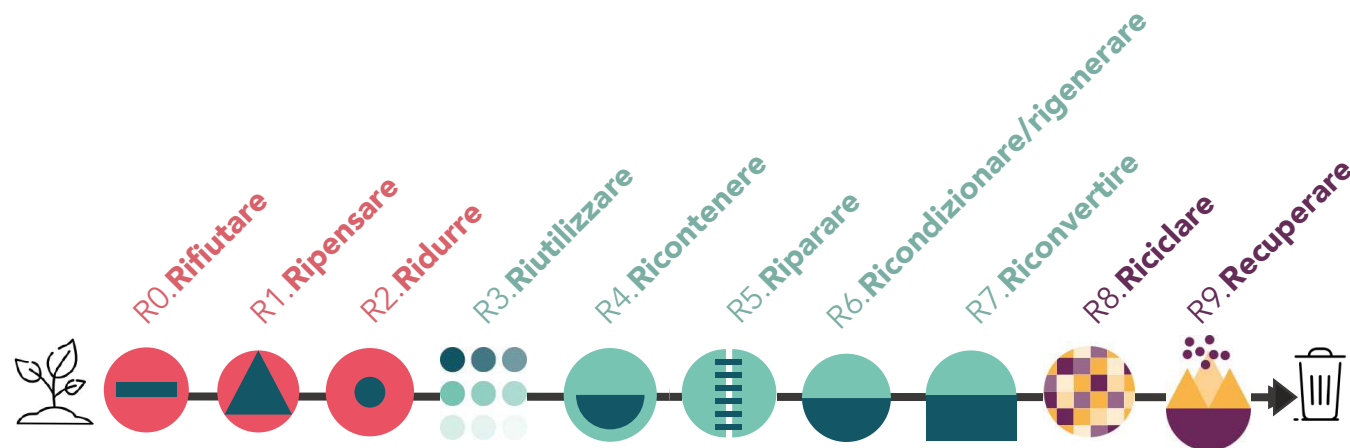


**R0. Rifiutare**



# CONSUMO DI CIBO

Uso brocche  
per servire l'acqua  
dal rubinetto.

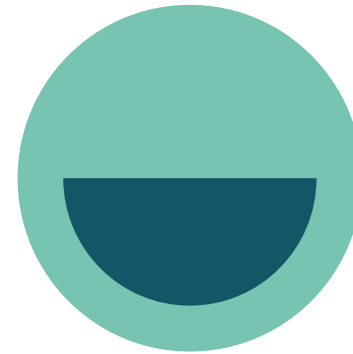




# CONSUMO DI CIBO

ALTROCONSUMO

mercato  
circolare



R4. Ricontenere





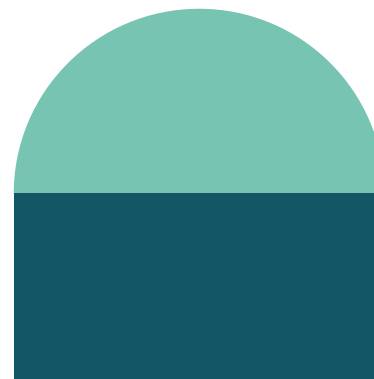
# POST-CONSUMO

Alcuni avanzi li do  
a chi può rielaborarli  
per creare nuovo valore.





# POST-CONSUMO



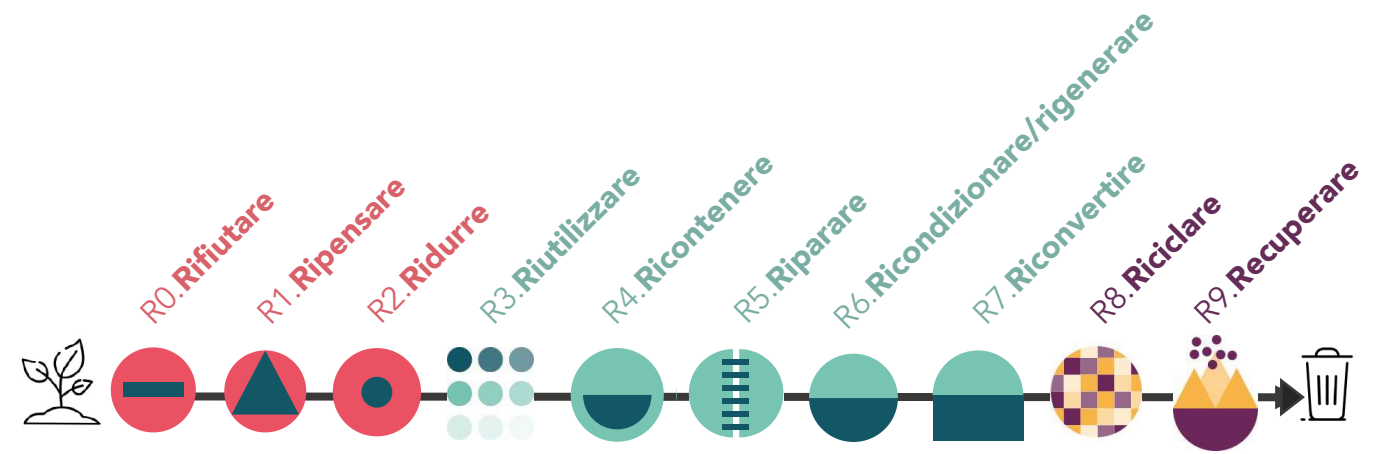
R7. **Riconvertire**



# POST-CONSUMO

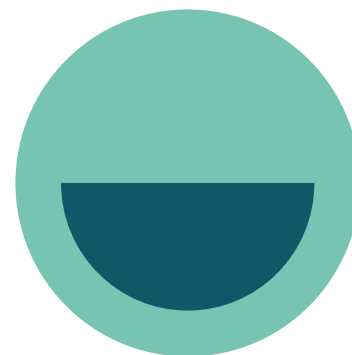


Permetto che gli avanzi vengano portati a casa dai commensali in contenitori a rendere.





# POST-CONSUMO



**R4. Ricontenere**

## Ricontenere vs. Monouso



around  
produzionidalbasso.

<https://www.produzionidalbasso.com/project/salviamo-il-pianeta-dai-rifiuti-con-around/>



Questo progetto prevede un contributo economico del Fondo per la Microfinanza e il Crowdfunding di Etica Sgr e Banca Etica

## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Beba Minna**,  
Altroconsumo
- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**,  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- **Chiara Montanini**,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- **Chiara Bolognini**,  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

## Chiara Montanini

---



## Chiara Bolognini

---





**Rendere semplici le scelte sostenibili: mettiamoci in gioco**  
**24.11.2022**

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Finanziato dal MiSE. Legge 388/2000 - ANNO 2021

**Chiara Montanini**

Project Manager di Italy for Climate

Analista clima ed energia della Fondazione per lo sviluppo sostenibile

[montanini@susdef.it](mailto:montanini@susdef.it)



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation





FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation

## LE ATTIVITÀ

**115**  
Studi e  
ricerche

**330**  
Conferenze,  
seminari e workshop

**85**  
Report e  
strategie

**123**  
Imprese ed  
enti supportati

**+50.000**  
Partecipanti  
e stakeholder

**31.000**  
Iscritti alle newsletter

**189.000**  
Utenti unici ai  
siti nel 2021

**36**  
Corsi  
**3.000**  
Partecipanti

Follower  
canali social:  
**34.800** **17.600**  
LinkedIn Facebook  
**13.700**  
Twitter



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation

## NETWORK E INIZIATIVE FLAGSHIP



ENERGIA  
E CLIMA

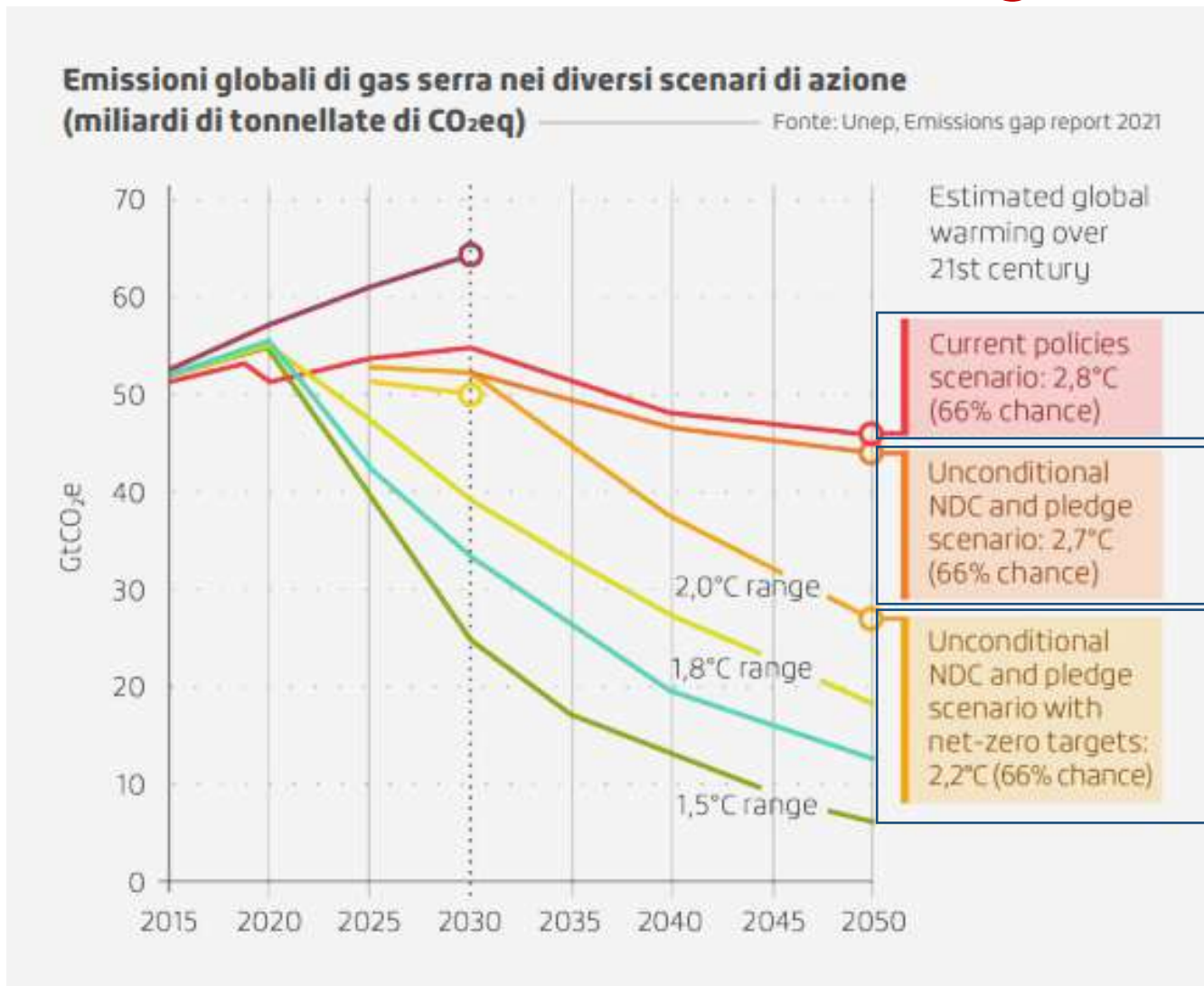
MOBILITÀ  
SOSTENIBILE

CAPITALE  
NATURALE E  
AGROECOLOGIA

GREEN  
CITY

ECONOMIA  
CIRCOLARE  
E RIFIUTI

# Come vanno gli impegni di riduzione delle emissioni di gas serra?



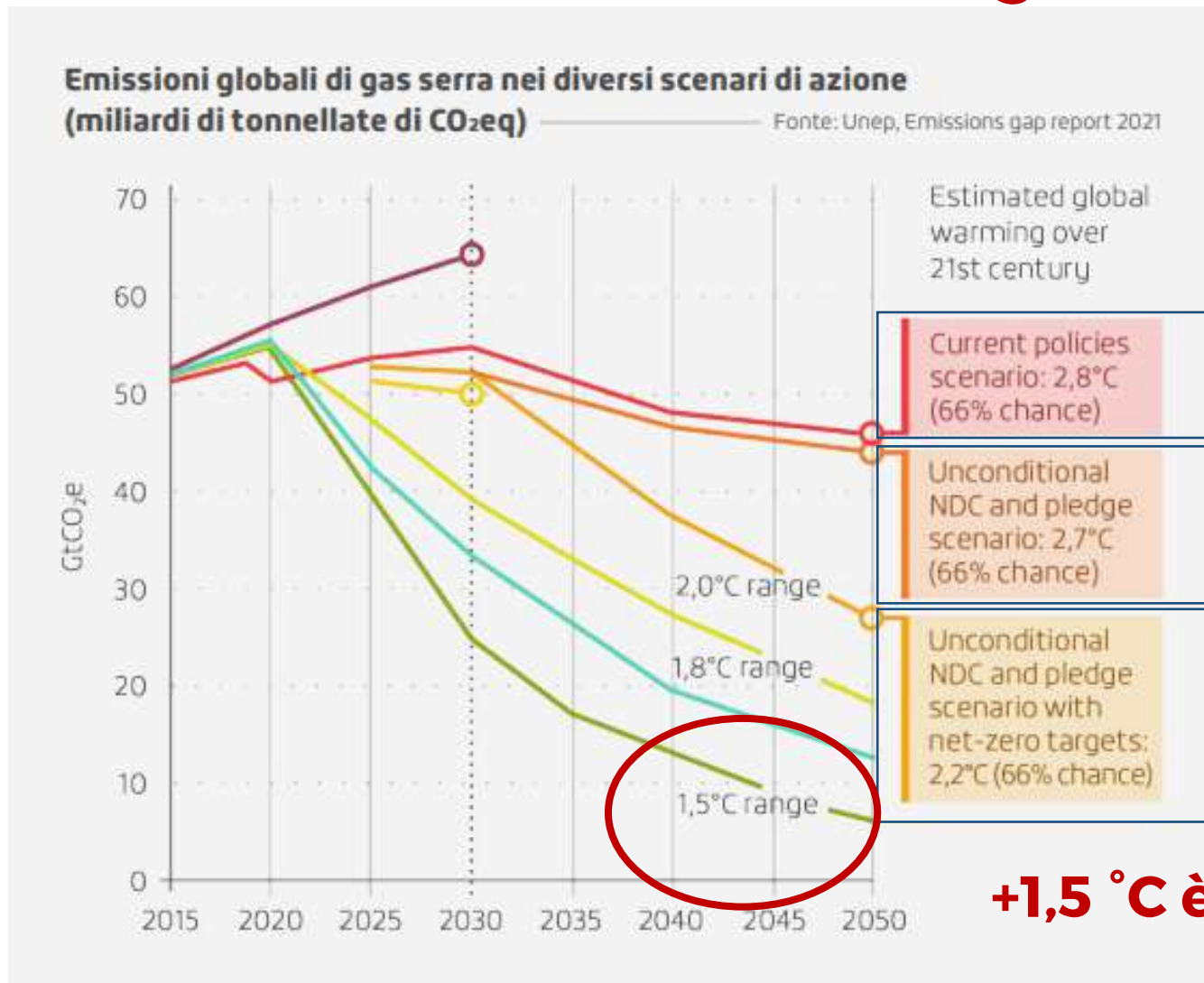
= **+2,8 °C**, dove stiamo andando con le politiche già messe in campo

= **+2,7 °C**, dove andremo se manteremo le attuali promesse formali

= **+2,2 °C**, dove andremo se manteremo le attuali promesse formali + promesse politiche

[Rielaborazione grafica su fonte: UNEP, Emissions Gap Report 2022](#)

# Come vanno gli impegni di riduzione delle emissioni di gas serra?



= **+2,8 °C**, dove stiamo andando con le politiche già messe in campo

= **+2,7 °C**, dove andremo se manteremo le attuali promesse formali

= **+2,2 °C**, dove andremo se manteremo le attuali promesse formali + promesse politiche

**+1,5 °C è dove dovremmo arrivare!**

[Rielaborazione grafica su fonte: UNEP, Emissions Gap Report 2022](#)

# Cosa sono le COP e a cosa servono?



**1990:** prima pubblicazione IPCC (l'organo tecnico dell'ONU sul clima)

**1994:** nasce la Convenzione Quadro dell'ONU sui cambiamenti climatici (**UNFCCC**) e ogni anno i Governi aderenti si riuniscono alle **COP (Conference of Parties)**

**2015:** COP21 e storico Accordo di Parigi con obiettivo +1,5 °C

**2018:** IPCC individua target di neutralità climatica (zero emissioni nette)

**2022:** COP27 a Sharm el-Sheikh

[Link all'ultimo numero del bollettino COP of Coffee](#)

# Com'è andata la COP27?



Giustizia climatica e adattamento climatico: **accordo Loss & Damage**



Mitigazione climatica: nessun riferimento ad **abbandono dei combustibili fossili** e nessun **nuovo impegno verso +1,5 °C**



Le COP restano fondamentali per raggiungere **traguardi climatici, culturali e di giustizia climatica**, ma non possiamo domandare ad un **processo multilaterale «vincolante»** che coinvolge 200 Paesi nel mondo, **un risultato che non può darci.**

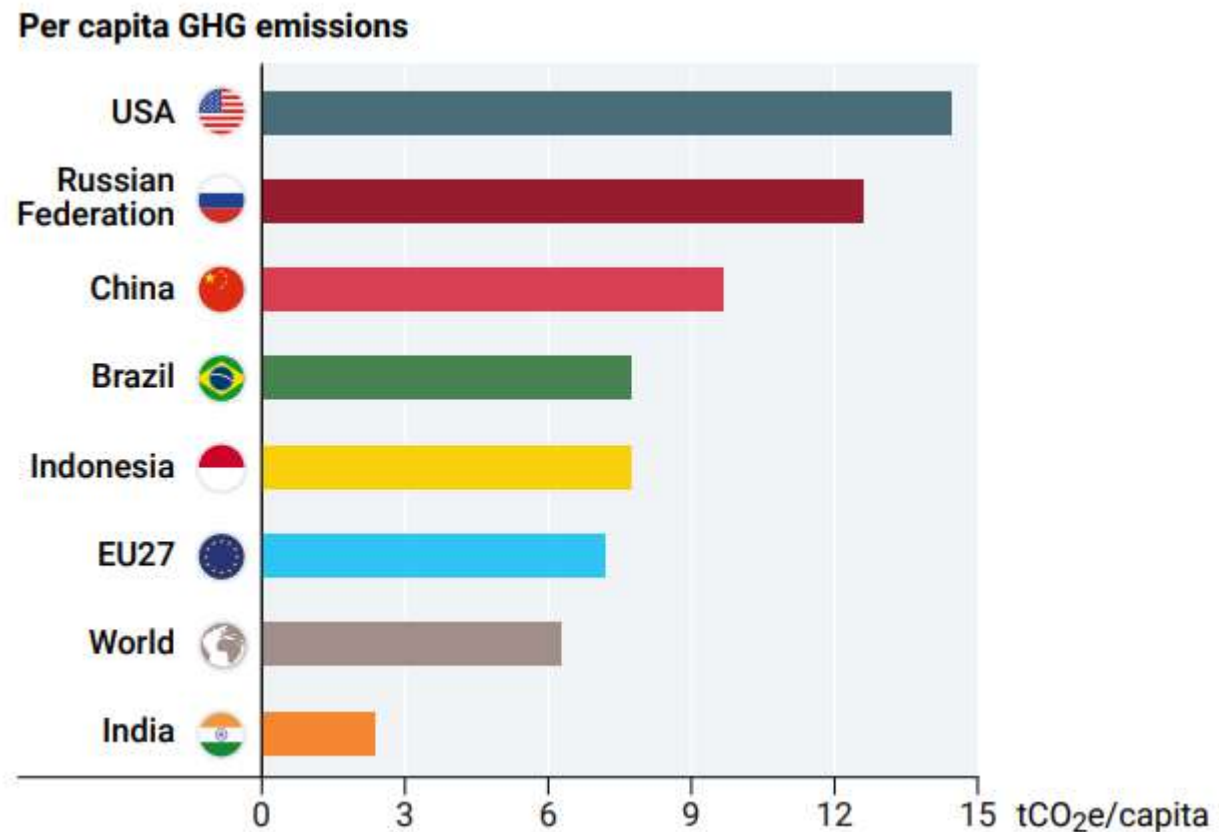
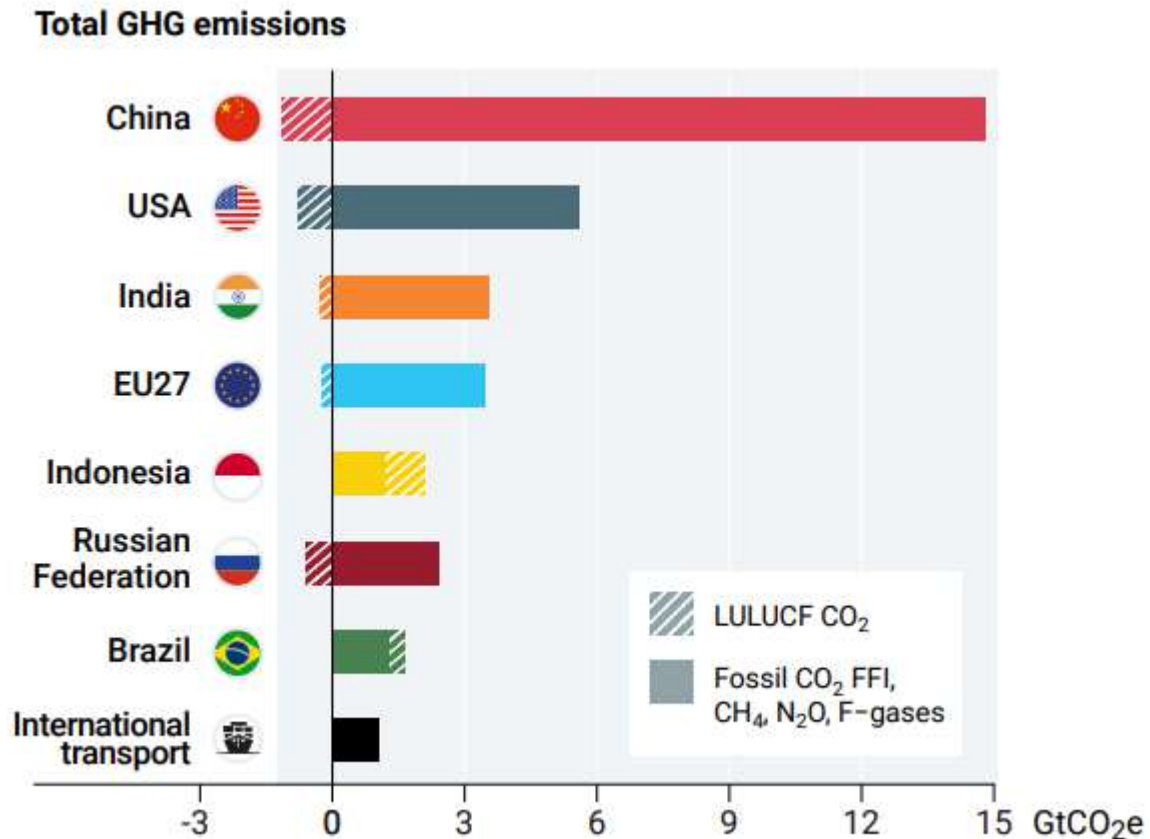


**Focalizziamoci su Governi nazionali e locali, imprese, comunità ed economia reale che vogliono e devono fare la transizione**



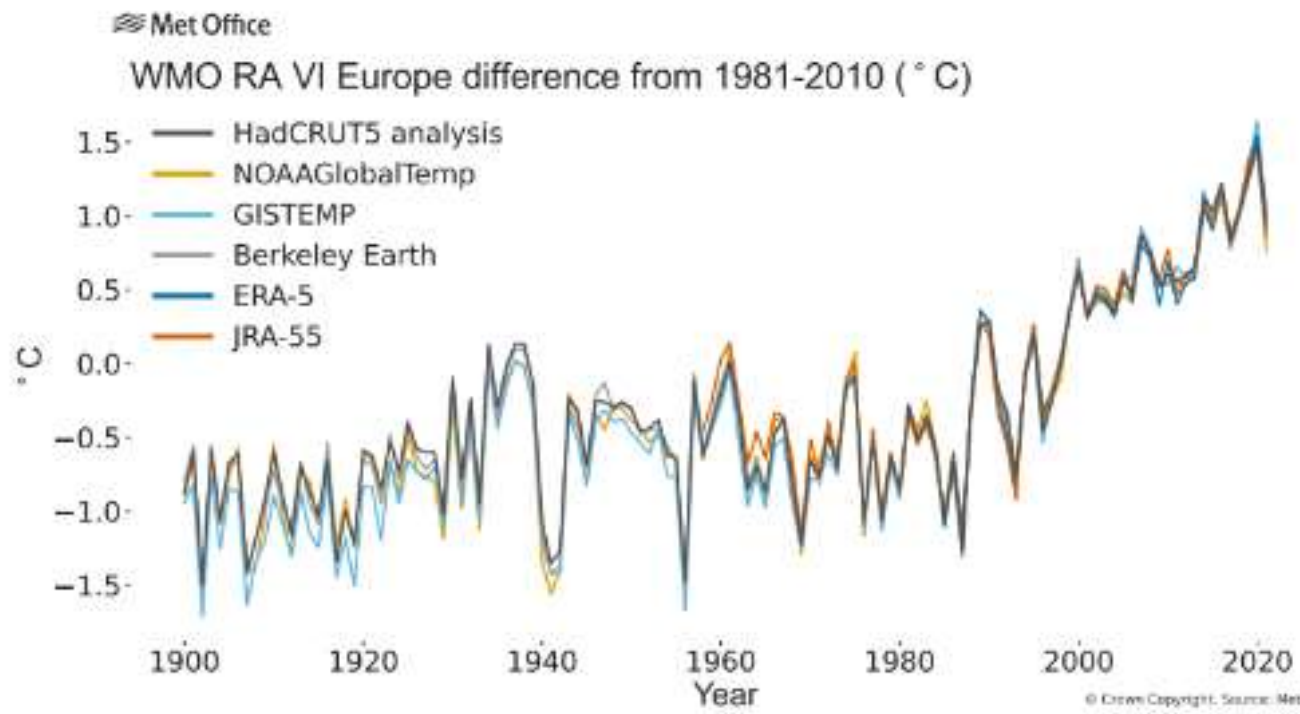
[Link all'ultimo numero del bollettino COP of Coffee](#)

# È vero che l'Europa ha un contributo limitato alle attuali emissioni di gas serra

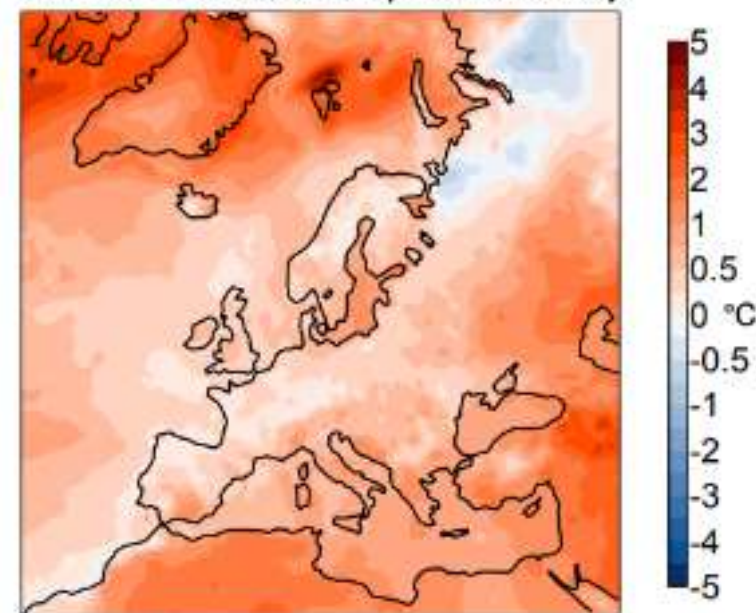


Fonte: [UNEP, Emissions Gap Report 2022](#)

# Ma l'Europa è un hotspot climatico



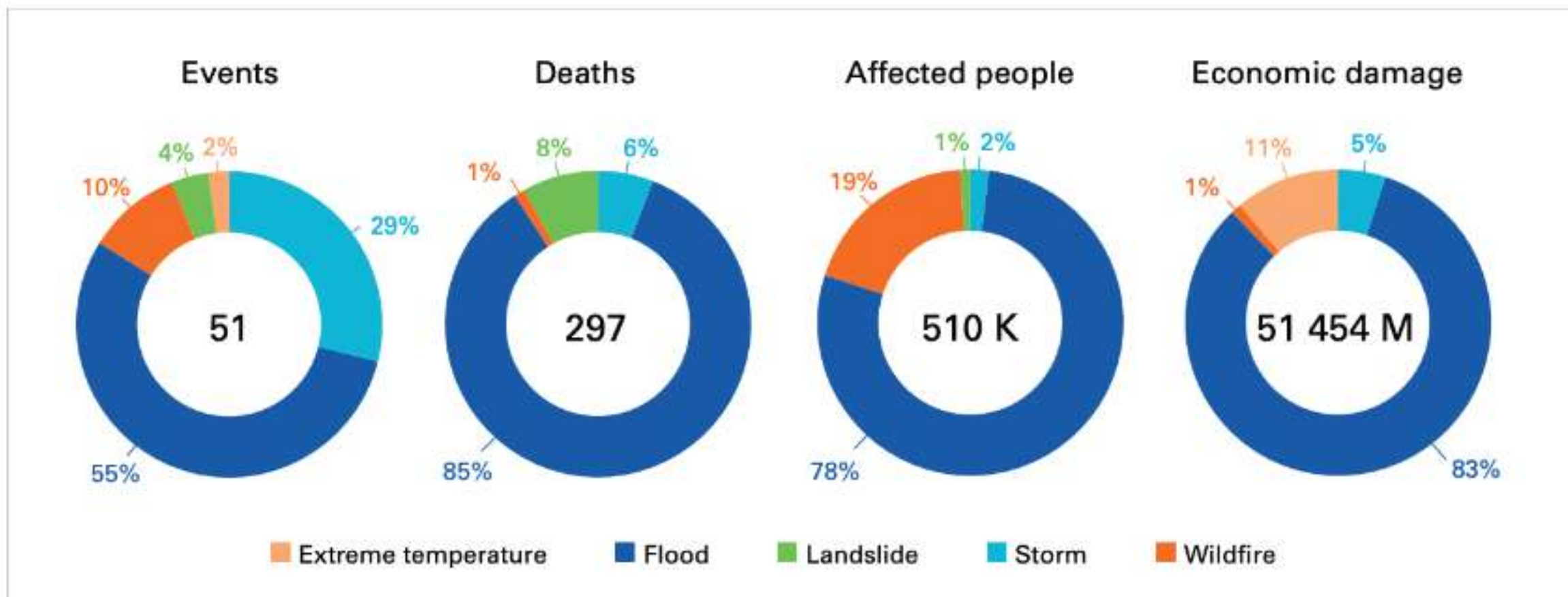
2021 mean surface air temperature anomaly



Fonte: [World Meteorological Organization & EU Climate Copernicus 2022](#)

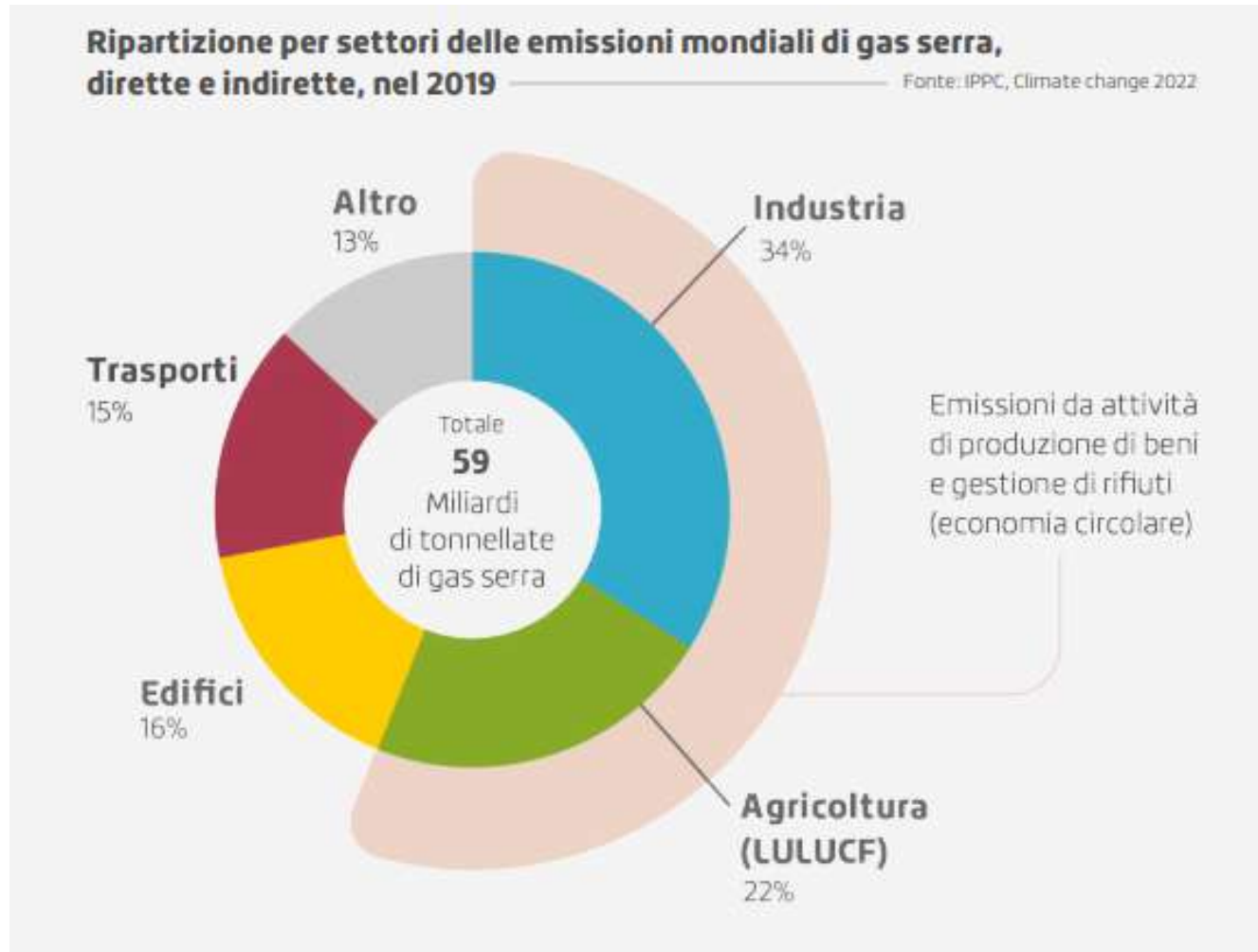


# Gli impatti della crisi climatica in Europa nel 2021



Fonte: [World Meteorological Organization & EU Climate Copernicus 2022](#)

# PS. Cosa c'entra l'economia circolare con la crisi climatica?



**Oltre la metà delle emissioni di gas serra è da ricondurre a produzione di beni (materiali e alimentari) e alla gestione dei rifiuti.**

**L'economia circolare agisce direttamente e indirettamente sulla riduzione di queste emissioni**

[Rielaborazione grafica su fonte: UNEP, IPCC Mitigation Report 2022](#)

# Scelte sostenibili e contributo alla neutralità climatica dell'Italia



INCHIESTA: QUANTO SEI SOSTENIBILE?

# Sei al verde? Diventa verde

Fare scelte green non è un lusso per pochi. Puoi aiutare il pianeta ottenendo in cambio un risparmio tutto per te. Ma molti non lo sanno.

di Greta Mirra



42%

Dichiarano di bere mai o raramente acqua possibile al posto della minerale



48%

Mai o raramente sceglie mezzi di trasporto alternativi all'auto privata

92%

del tempo



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%).

Fonte: Ellen MacArthur Foundation, 2017

**Il 48% dei rispondenti mai o raramente sceglie mezzi di trasporto alternativi all'auto privata**



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation



## VECCHIE, POCO ELETTRICHE, MA SOPRATTUTTO TROPPE

L'Italia è fra i Paesi con il più alto tasso di motorizzazione, cioè con il più alto numero di automobili ogni 1000 abitanti.



= 50 automobili

ITALY  
CLIMATE  
REPORT  
2021



Elaborazione Italy for Climate su dati Acea

**40 milioni di automobili e 60 milioni di abitanti.**

**L'Italia è il Paese con il più alto tasso di motorizzazione in Europa.**

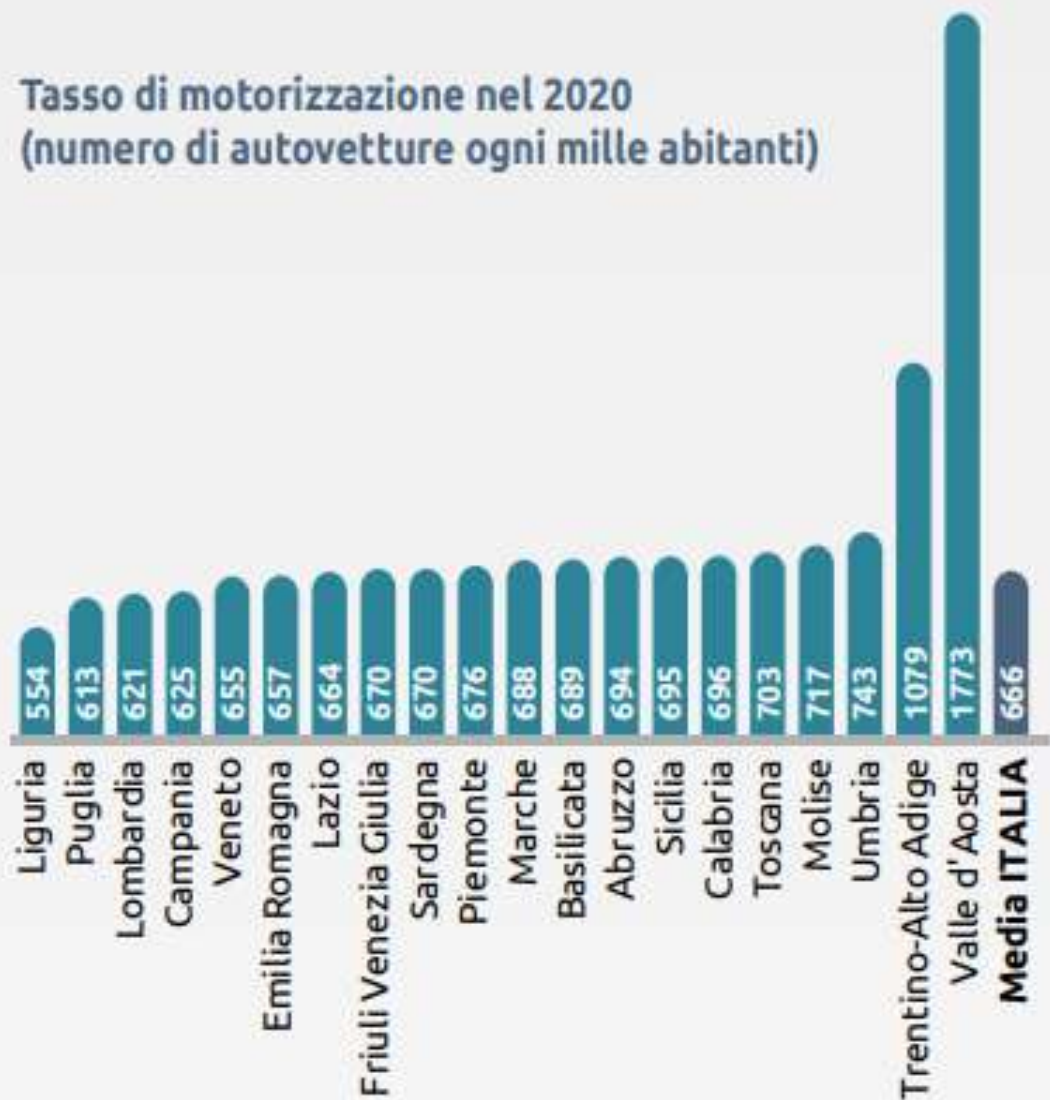
[Link all'articolo di approfondimento](#)



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation

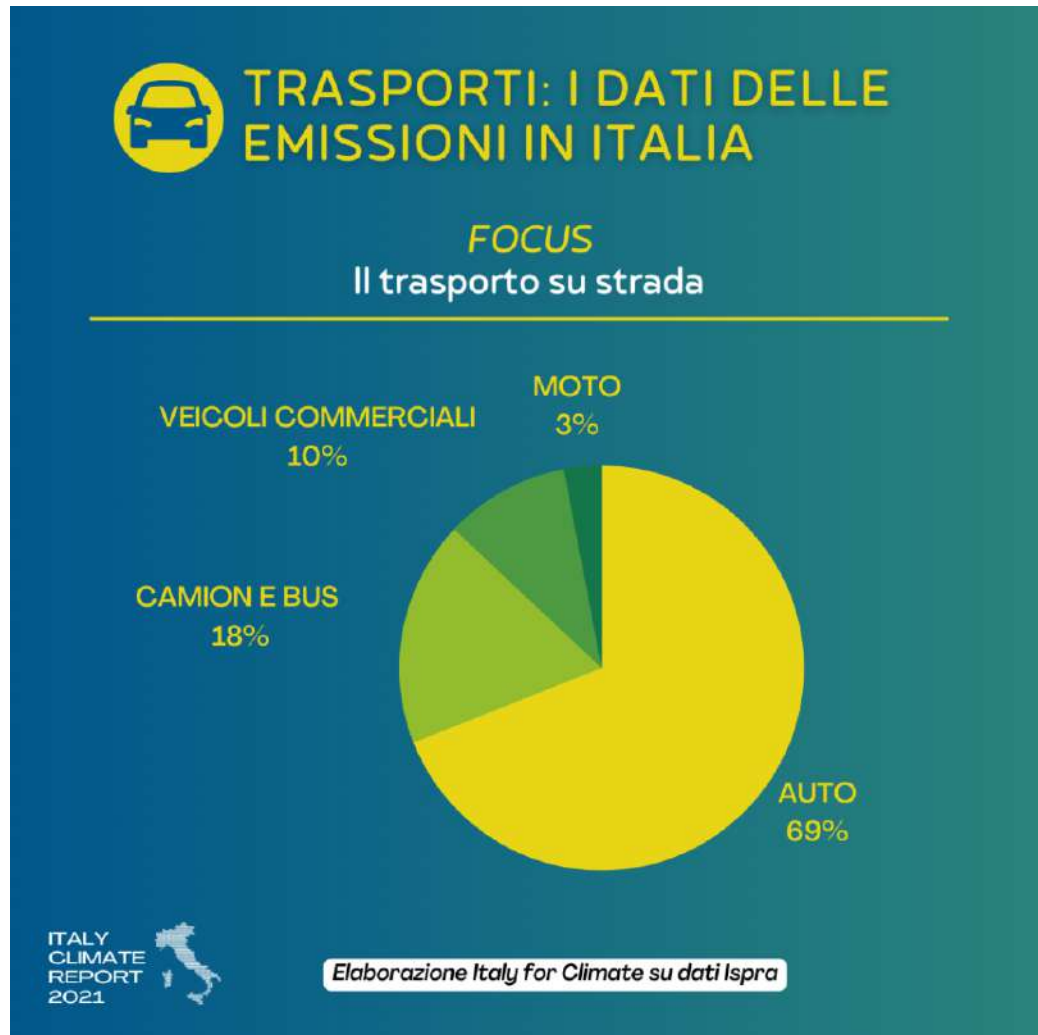
Tasso di motorizzazione nel 2020  
(numero di autovetture ogni mille abitanti)



**Tasso di motorizzazione fa riferimento alle auto immatricolate, non alle auto effettivamente circolanti.**

**Ma insieme al monitoraggio del consumo dei carburanti, ci offre una indicazione di quali Regioni sono più «auto-indipendenti».**

# Perché questo è un problema?



[Link all'articolo di approfondimento](#)

# Sharing mobility significa efficienza, circolarità, sostenibilità economica e ambientale

## AUTO PRIVATA VS SHARING MOBILITY

Possedere un'auto comporta dei **costi fissi** molto alti (RCA, manutenzione, bollo, revisione, etc.) che si aggiungono ai costi di funzionamento



**€ 4.572**

= costo medio annuo per una persona che si sposta prevalentemente con la sua auto privata

➔ Spesso non si tiene conto dei costi fissi "nascosti" quando si confronta il costo di uno spostamento in auto con altre alternative

Stime dell'Osservatorio Nazionale Sharing Mobility (2022)

I4C

## AUTO PRIVATA VS SHARING MOBILITY

Rinunciare all'auto privata e passare ad un modello di mobilità più sostenibile come la sharing mobility comporta un **risparmio** annuo di c.a € 3.800

costo medio mensile per gli spostamenti



AUTO PRIVATA

€ 381



NO AUTO PRIVATA,  
BICI + SHARING MOBILITY

€ 63

➔➔➔ La sharing mobility è un'alternativa più sostenibile non solo dal punto di vista ambientale ma anche economico!

Stime dell'Osservatorio Nazionale Sharing Mobility (2022)

I4C

[Link all'articolo di approfondimento](#)



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

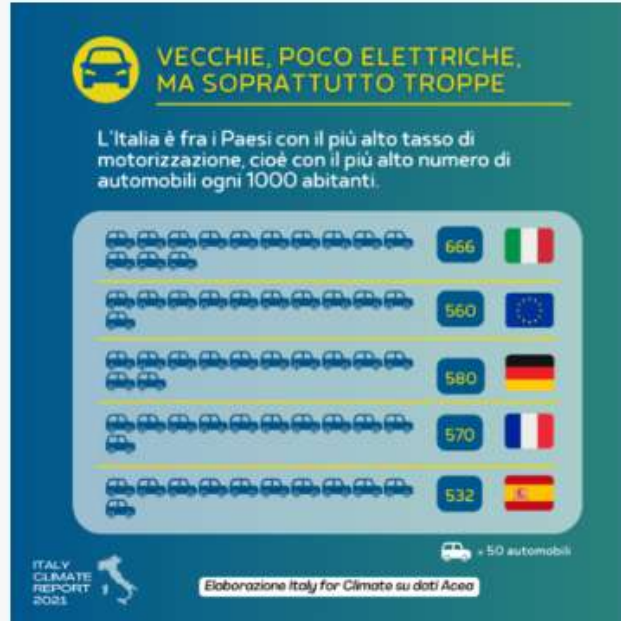
Sustainable Development Foundation



## Trovate questi approfondimenti nella [newsroom](#) del nostro sito - sezione Pillole

### VECCHIE, POCO ELETTRICHE, MA SOPRATTUTTO TROPPE: LE AUTO IN ITALIA

Publicato il 7 Ottobre, 2022-in In primo piano, Pillole



Le principali responsabili delle emissioni nazionali **legate ai trasporti** sono le nostre automobili. Analizzare come è composto il parco circolante e come sta evolvendo il mercato nazionale può fornire qualche spiegazione sul perché il trasporto su strada in Italia segue ancora un modello di mobilità particolarmente insostenibile, oltre che qualche indicazione sulle politiche di mobilità che possono essere attuate per imprimere finalmente anche nel nostro Paese una svolta in termini di decarbonizzazione nel settore dei trasporti.

Un primo aspetto è legato alla vetustà delle automobili circolanti. In Italia un'autovettura ha in media 11,8 anni, valore in linea con la media europea ma superiore ad altri Paesi UE, in particolare alla Germania (9,8 anni) e alla Francia (10,3 anni). Questo dato si riflette anche sulle performance ambientali dei nostri veicoli, come dimostrano i dati prodotti dall'ACI, secondo cui circa il 30% delle automobili circolanti in Italia rientra ancora in una categoria inferiore a EURO-3, mentre solo circa il 25% del parco è costituito da auto di categoria EURO-6, cioè immatricolate negli ultimi cinque anni.

Negli ultimi anni alcune cose stanno cambiando e anche da noi si stanno diffondendo sempre di più le automobili ad alimentazione alternativa, incluse quelle ibride (Hybrid Electric Vehicles - HEV) ed elettriche (Battery Electric Vehicles - BEV e Plug-In Hybrid Vehicles - PHEV). Per la prima volta in Italia sono state vendute nel 2021 quasi 140 mila auto elettriche in un anno e questo

segmento di mercato ha raggiunto quello della vendita di auto a GPL e a metano (su cui l'Italia storicamente detiene un primato di immatricolazioni in Europa). Tuttavia su

**E per approfondire il tema Sharing Mobility, dai colleghi dell'Osservatorio nazionale**

**SHARING MOBILITY**  
Osservatorio Nazionale

# Scelte sostenibili e contributo alla neutralità climatica dell'Italia

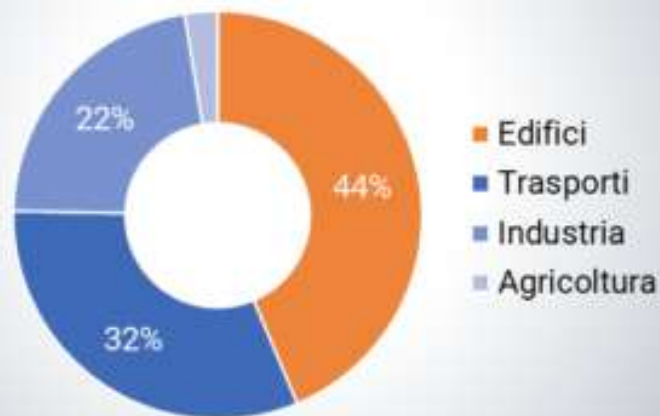




## Gli edifici in Italia sono i primi consumatori di energia

Raggiungono quasi il 45% dei consumi

### I consumi finali di energia in Italia per settore



Elaborazione Italy for Climate su dati Eurostat (2019)

ITALY  
CLIMATE  
REPORT  
2021



**Gli edifici sono il settore più energivoro d'Italia.**

**60% residenziale  
40% terziario (negozi, uffici, etc.)**

**Hanno aumentato i consumi del 44% negli ultimi 30 anni, ma è migliorato il mix energetico.**

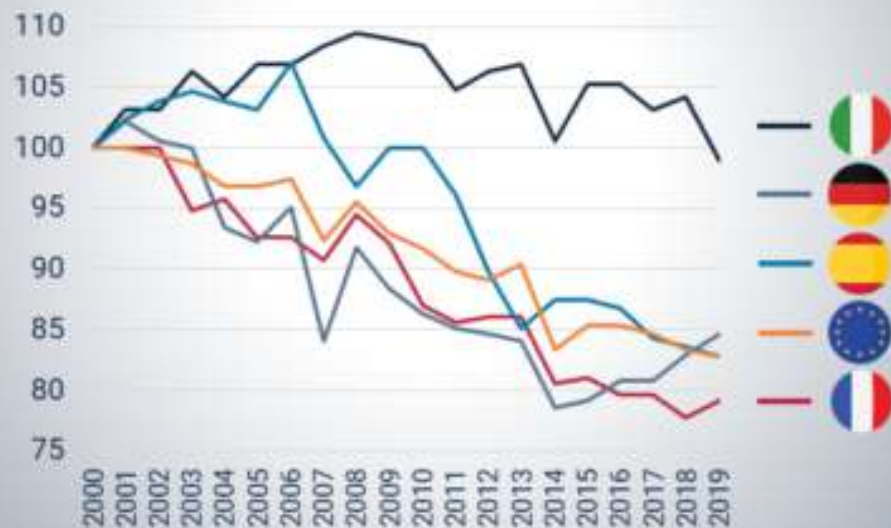
[Link all'articolo di approfondimento](#)



## I CONSUMI DI ENERGIA NELLE CASE EUROPEE

L'Italia è l'unica a non averli ridotti

Variatione del fabbisogno di riscaldamento per abitazione  
tra il 2000 e il 2019 a parità di condizioni climatiche



ITALY  
CLIMATE  
REPORT  
2021

Elaborazione Italy for Climate su dati: Odyssee-Mure



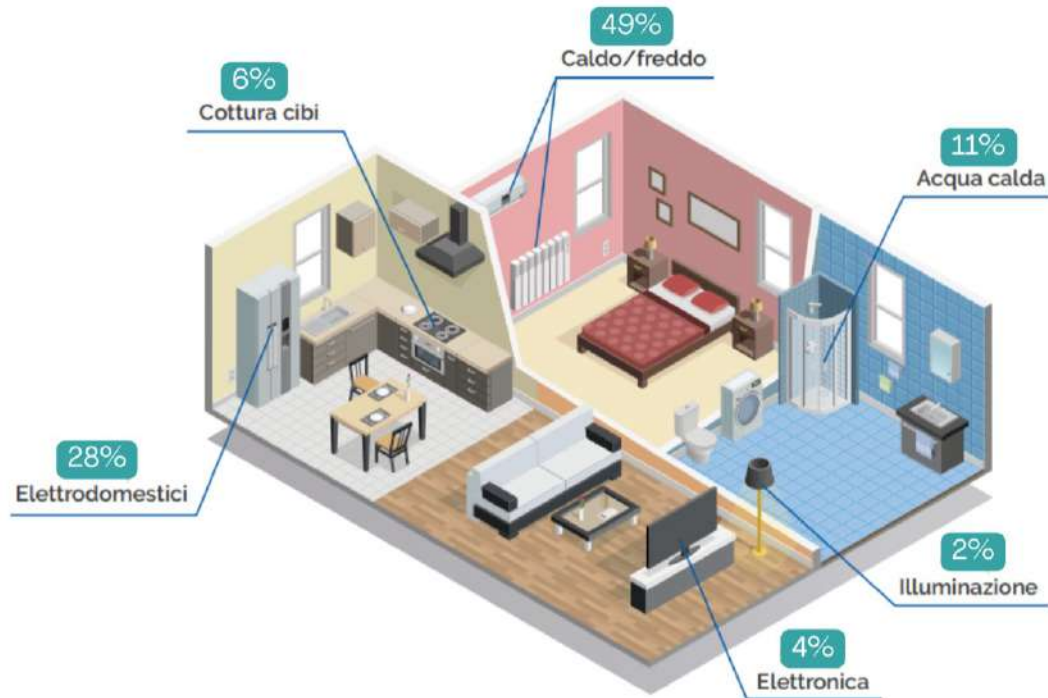
**Istat: in Italia 31 milioni di abitazioni, di cui si stima circa 24 effettivamente abitate**

**Siamo l'unico grande Paese UE a non aver migliorato i consumi di energia delle nostre case**

[Link all'articolo di approfondimento](#)



## ELETRIFICAZIONE: VERSO CASE A ZERO EMISSIONI



Elettrificare i consumi della nostra casa, "staccandoci" dal gas, comporterebbe subito una maggiore efficienza e un'importante riduzione delle emissioni



**-55%**  
emissioni CO<sub>2</sub>

da 3 a <1,5 tCO<sub>2</sub>  
ogni anno per abitante

Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile "Verso Città Carbon Neutral"

**Efficienza dell'involucro VS elettrificazione.  
Cosa migliora di più l'impronta sulle emissioni?**

**Se elettrifichiamo le case:  
-60% consumi di energia  
- 55% di emissioni di gas serra  
(che diventeranno zero)**

[Link all'articolo di approfondimento](#)

# Trovate questi approfondimenti nella [newsroom](#) del nostro sito - sezione **Pillote**

## ELETTRIFICARE LE NOSTRE CASE PER AZZERARE LE EMISSIONI

Publicato il 23 Settembre, 2022-in In primo piano, Pillote



Quello degli **edifici**, e in particolare delle **abitazioni a uso residenziale**, è un settore chiave su cui agire se vogliamo contrastare il cambiamento climatico in corso e ridurre la nostra dipendenza dalle fonti fossili, con tutti i rischi che essa comporta. Come fare? Una delle opzioni possibili, che proprio negli ultimissimi anni, grazie anche allo sviluppo delle tecnologie e alla riduzione dei costi, sta conoscendo una buona diffusione, è quella di **convertire la propria abitazione "tradizionale" in una full electric**. Vediamo cosa significa e cosa comporta, utilizzando i risultati di uno **studio condotto dalla Fondazione sulla città di Verona**.

Partiamo dallo stato dell'arte. È stato calcolato che una abitazione in Italia consumi in un anno circa 1,2 tonnellate equivalenti di petrolio (tep). Per poco meno del 20%, l'equivalente di circa 2.700 kWh, si tratta dei consumi diretti di energia elettrica necessaria per far funzionare i nostri elettrodomestici e le altre apparecchiature elettroniche o per illuminare gli ambienti. Ma per oltre l'80% si tratta di consumi di natura termica, principalmente per riscaldarci in inverno e, più marginalmente, per cucinare: questi consumi sono soddisfatti in larghissima parte bruciando gas, ogni anno circa 1.000 mc per famiglia. **Ciascuno di noi cittadini è dunque responsabile in un anno dell'emissione di circa 3 tonnellate di gas serra, prodotte nelle nostre abitazioni**

"tradizionali".

Cosa succede se sostituiamo la caldaia tradizionale con pompe di calore e i fornelli a gas con piastre a induzione, realizzando una casa completamente elettrificata?

## NEWSROOM

TUTTI COP27 COP OF COFFEE EDITORIALI IN PRIMO PIANO NEWS  
NEWS DAI PROMOTORI PILLOLE VIDEO

RASSEGNE STAMPA 



Segui @ItalyforClimate

Tweet di @ItalyforClimate

Italy for ... @... · 58min

**Per rimanere aggiornato sui temi energia e clima in Italia e per conoscere le nostre attività:**

- [www.italyforclimate.org/newsroom/](http://www.italyforclimate.org/newsroom/)
- [Newsletter mensile](#)
- **Social media**  
[LinkedIn](#), [Twitter](#), [Facebook](#), [Instagram](#)



**Rendere semplici le scelte sostenibili: mettiamoci in gioco**  
**24.11.2022**

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Università  
di Catania



**Chiara Montanini**

Project Manager di Italy for Climate

Analista clima ed energia della Fondazione per lo sviluppo sostenibile

[montanini@susdef.it](mailto:montanini@susdef.it)



FONDAZIONE  
PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation



## Chiara Bolognini

---





# ISPRA – Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale



ISPRA è l'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale.

Tecnici, ricercatori ed esperti lavorano ogni giorno per:

- **PROTEGGERE LA NATURA**
- **MONITORARE IL TERRITORIO**
- **EFFETTUARE CONTROLLI E ISPEZIONI**
- **FAR FRONTE ALLE EMERGENZE**
- **AVANZARE NELLA RICERCA**
- **FORNIRE DATI UFFICIALI SULLO STATO DELL'AMBIENTE**



# ISPRA – Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale

ISPRA coordina il **Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente SNPA**, istituito nel 2016 con la Legge 132.

**19 AGENZIE REGIONALI (ARPA) E 2 PROVINCIALI (APPA)  
10.000 ADDETTI CHE ASSICURANO UN MONITORAGGIO  
AMBIENTALE CAPILLARE**

**CON  
AUTOREVOLEZZA  
AFFIDABILITÀ  
TRASPARENZA**

**PER  
CITTADINI  
ISTITUZIONI  
IMPRESE**





**Monitoraggio, tutela dell'ambiente e  
conservazione della biodiversità**



**Valutazione, controlli e sostenibilità ambientale**



**Centro nazionale della rete nazionale dei  
laboratori ambientali**



**Centro nazionale per il ciclo dei rifiuti  
e l'economia circolare**



**Caratterizzazione ambientale, protezione della fascia costiera e oceanografia operativa**





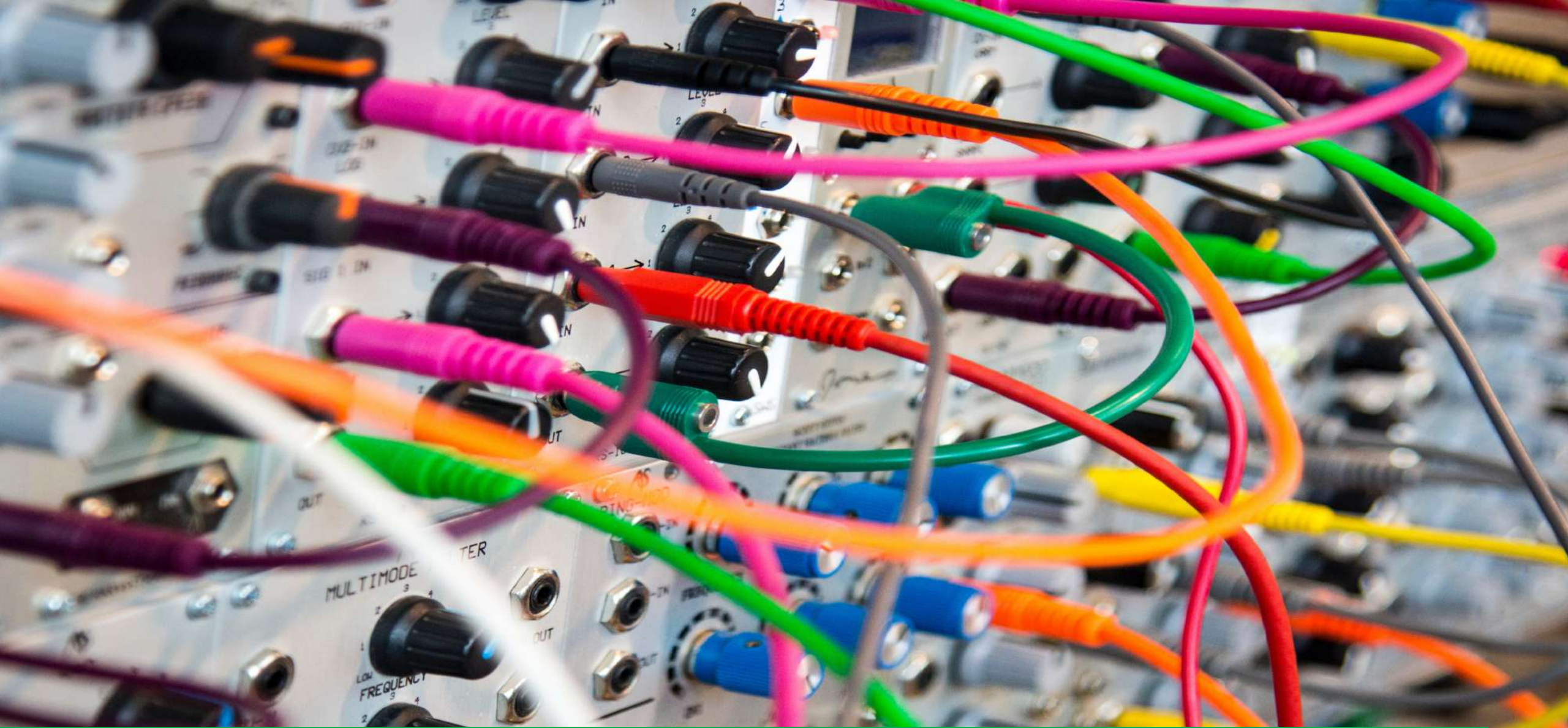
**Servizio Geologico d'Italia**



**Centro nazionale crisi, emergenze ambientali e danno**



**Centro nazionale educazione, formazione, reti bibliotecarie e museali per l'ambiente**



**SINA - Sistema informativo nazionale ambientale**  
**SISTAN - Sistema statistico nazionale**



**Comunicazione con istituzioni, imprese,  
cittadini, eventi e divulgazione**



# In Europa e nel mondo

ISPRA collabora attivamente con numerose istituzioni europee e internazionali a sostegno delle politiche ambientali.





# Economia circolare

- Centro nazionale per i rifiuti e l'economia circolare
- EMAS ed Ecolabel
- Campagna di comunicazione Facciamocircolare per cittadini, istituzioni, AACCC e imprese. Focus su raccolta differenziata e spreco alimentare. Finanziata e in collaborazione con il Ministero delle imprese e del made in Italy





# Centro nazionale per i rifiuti e l'economia circolare

ISPRA :: Catasto Nazionale Rifiuti

Home | Elenco Autorizzazioni | Rifiuti Urbani | Rifiuti Speciali | Questionari/Richieste Dati | Pubblicazioni | Link

**PRODUZIONE RS**

**GESTIONE RS**

**IMPIANTI GESTIONE RS**

**Guida alla navigazione**

**Banche dati sui rifiuti speciali**

Le banche dati sui rifiuti speciali (RS) del Catasto

- produzione
- gestione
- impianti di gestione

Periodo di riferimento dei dati sulla produzione dei rifiuti speciali (2020)

Periodo di riferimento dei dati sulla gestione dei rifiuti speciali

» **ALCUNI DATI DI SINTESI SUI RIFIUTI SPECIALI**

**Andamento della produzione dei rifiuti speciali**

175,000

brochure\_emas\_ec...pdf

Home » Rifiuti Speciali

Home | Elenco Autorizzazioni | Rifiuti Urbani | Rifiuti Speciali | Questionari/Richieste Dati | Pubblicazioni | Link

**Ripartizione percentuale della gestione dei rifiuti speciali, anno 2020**

Operazione	Percentuale
Recupero di materia	70.6%
Smaltimento in discarica	10.4%
Messa in riserva	10.3%
Altre operazioni di smaltimento	6.2%
Coincenerimento	1.1%

Mostra tutto

13°C Variabile 17:46 21/11/2022





Performance,  
Credibility,  
Transparency

Per l'economia circolare

Il Sistema comunitario di ecogestione e audit (EMAS = Eco-Management and Audit Scheme) è un sistema a cui possono aderire volontariamente le imprese e le organizzazioni, sia pubbliche che private, aventi sede nel territorio della Comunità Europea o al di fuori di esso, che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale.

Il primo Regolamento EMAS n. 1836 è stato emanato nel 1993 e nel 2001 è stato sostituito dal Regolamento n. 761 che, a sua volta sottoposto a revisione, è stato sostituito nel 2009 dal nuovo [Regolamento n. 1221](#).

EMAS è principalmente destinato a migliorare l'ambiente e a fornire alle organizzazioni, alle autorità di controllo ed ai cittadini (al pubblico in senso lato) uno strumento attraverso il quale è possibile avere informazioni sulle prestazioni ambientali delle organizzazioni.



# Ecolabel



Ecolabel UE è il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel UE) che contraddistingue prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazionali sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.

Ecolabel UE è stato istituito nel 1992 dal Regolamento n. 880/92 ed è oggi disciplinato dal Regolamento (CE) n. 66/2010 in vigore nei 28 Paesi dell'Unione Europea e nei Paesi appartenenti allo Spazio Economico Europeo – SEE (Norvegia, Islanda, Liechtenstein).

Ecolabel UE è un'etichetta ecologica volontaria basata su un sistema di criteri selettivi, definito su base scientifica, che tiene conto degli impatti ambientali dei prodotti o servizi lungo l'intero ciclo di vita ed è sottoposta a certificazione da parte di un ente indipendente (organismo competente).

La prestazione ambientale è valutata su base scientifica analizzando gli impatti ambientali più significativi durante l'intero ciclo di vita del prodotto o del servizio, tenendo anche conto della durata della vita media dei prodotti e della loro riutilizzabilità/riciclabilità e della riduzione degli imballaggi e del loro contenuto di materiale riciclato.



Facciamo circolare è una piattaforma e una campagna di comunicazione sull'economia circolare, con un focus su **sprego alimentare e raccolta differenziata**.

E' realizzata da ISPRA – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, in collaborazione e con il finanziamento del MISE – Ministero dello Sviluppo Economico ai sensi dell'art. 148, legge 388/2000 – Anno di riparto 2020.

Facciamo circolare è il frutto del lavoro di squadra di un gruppo composto da esperti nelle tematiche scientifiche connesse al macro tema dell'economia circolare, esperti di comunicazione, rappresentanti delle associazioni dei consumatori.



## Il logo, il senso, la vision

*Perché una bambina con l'hula hoop?  
Guardate i capelli, sono la E e la C di  
economia circolare.*

*La bambina è l'economia del futuro,  
che regge con il proprio movimento a  
spirale l'hula hoop, il cerchio che  
simboleggia il pianeta.*

*Che c'entrano le tre palline colorate?  
Date un'occhiata alle ultime novità  
della neuroscienza e capirete...fare i  
giocolieri potenzia il cervello e lo  
prepara ai cambiamenti utili per la  
vita!*

facciam CIRC LARE

SIAMO PRESENTI A

**ECOMONDO**  
THE GREEN TECHNOLOGY EXPO

DAL 26 AL 29 OTTOBRE 2021

*ti aspettiamo!*

facciam  
CIRC LARE



## I PARTNER



CODACONS



ASSO-CONSUM



Federconsumatori





**(PI) PUBBLICO INTERNO: DIRETTAMENTE COINVOLTO NEL PROCESSO DI INFORMAZIONE VERSO I PUBBLICI ESTERNI**

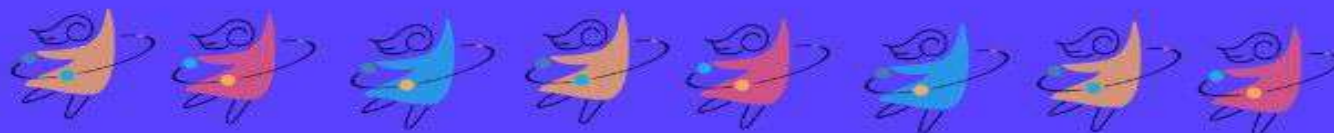
ISPRA E MISE (PERSONALE DIPENDENTE, CONSULENTI)  
ALTRE ISTITUZIONI (MITE, EELL, ANCI, PO EUROPEI REGIONALI)  
RETE STAKEHOLDER (PARTENARIATO, COMUNITÀ SCIENTIFICA, AZIENDE SPECIALIZZATE NELLA RACCOLTA DEI RIFIUTI - COME AMA ED HERA E SOPRATTUTTO LE AACC COME DA MANDATO MISE)

**(PE) PUBBLICI ESTERNI (FOCUS TARGET MILLENNIALS):**

CITTADINI E CONSUMATORI CON FASCIA DI ETÀ 30-65 ANNI  
OPERATORI ECONOMICI/IMPRESE (CON PARTICOLARE RIFERIMENTO A QUELLE CHE LAVORANO NELL'ECONOMIA CIRCOLARE, MA ANCHE GDO E SETTORE CATERING)  
STUDENTI DEGLI ISTITUTI SCOLASTICI DAI 10 AI 18 ANNI (SISTEMA SCOLASTICO, ENTI DI FORMAZIONE, IEFP)  
STUDENTI ITS (PER GLI INDIRIZZI COERENTI CON I TEMI OGGETTO DEL PROGETTO)  
STUDENTI UNIVERSITARI DAI 18 AI 30 ANNI (CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AGLI INDIRIZZI "IN LINEA")  
ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI, DI CATEGORIA, ORDINI PROFESSIONALI, SINDACATI  
TERZO SETTORE (FAI - FONDO PER L'AMBIENTE ITALIANO; FEDERAZIONE NAZIONALE PRO NATURA; GREENPEACE ITALIA; ITALIA NOSTRA; LEGAMBIENTE; WWF ITALIA - WORLD WILDLIFE FUND; FRIDAY FOR FUTURE)  
SOGGETTI MOLTIPLICATORI (MEDIA, DECISORI E TECNICI DEL SETTORE, INFLUENCER, OPINION MAKER; PER ES.: LEADER POLITICI, RELIGIOSI, DI MOVIMENTI)



# Online



## Diagramma di Gantt

### ATTIVITÀ

1. Pubblicazione post sui canali esistenti (Facebook e Instagram)

1. Attivazione Tik Tok / Piano marketing digitale / Post grafici / Sponsorizzate

2. Web TV (YT)

3. Pubblicazioni digitali

4. Videoclip e Videotutorial

4. Infografiche

5. Portale

6. Collegamento ad altri siti e piattaforme

GIU 22 - GEN 23

FEB/MAR 23

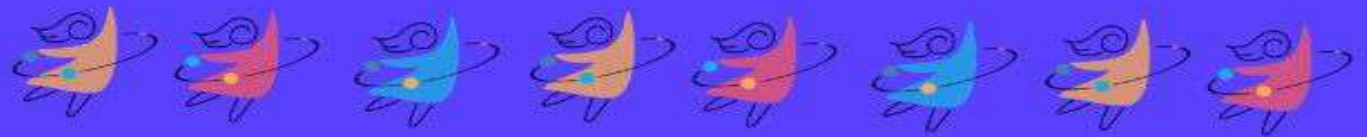
APR - SET 23

OTT - DIC 23

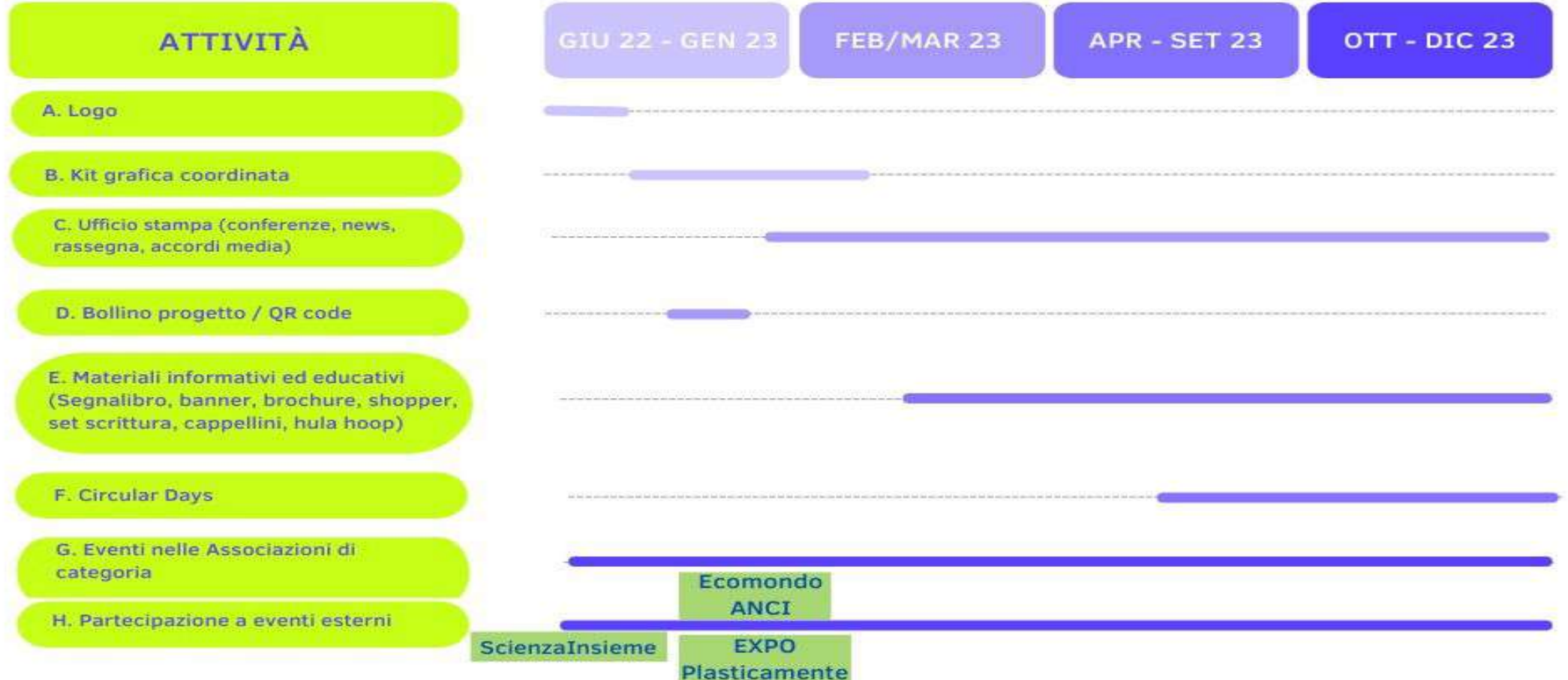




# Offline



## Diagramma di Gantt







# Offline



## Diagramma di Gantt

### ATTIVITÀ

I. Workshop

I. Eventi formativi

L. Campagna di informazione e promozione. Spot istituzionale

M. Customer satisfaction (schede feedback; report finale e complessivo)

GIU 22 - GEN 23

FEB/MAR 23

APR - SET 23

OTT - DIC 23





[www.facebook.com/  
FacciamoCircolare,](http://www.facebook.com/FacciamoCircolare)



Facciamo Circolare

27 settembre alle ore 11:06 · 🌐

📌 **Economia circolare = proposte concrete, scelte e atteggiamenti quotidiani.**

Le **Associazioni Consumatori Italiane**, nel 2021, hanno stilato la **Carta del Consumo Circolare** sintetizzata in un'infografica che identifica **"gli 11 aggettivi"** e **"le 7 azioni"** per adottare un consumo circolare.

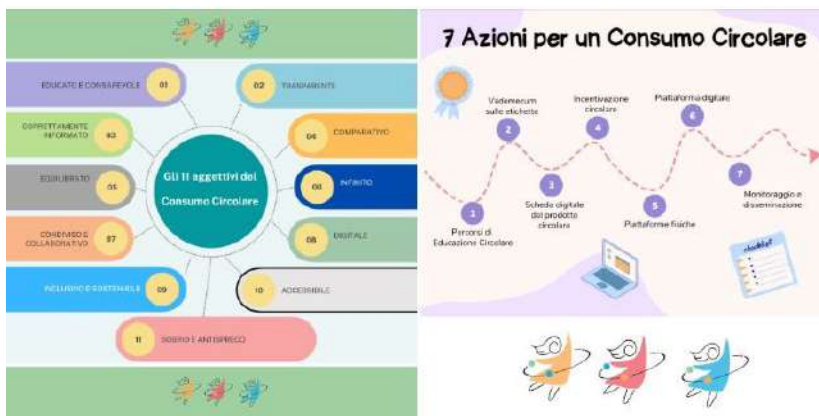
#economicircolare #associazioni

Assoutenti

Ispra - Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale

Al **link** e possibile scaricare LA CARTA DEL CONSUMO CIRCOLARE

<https://bit.ly/3dRXewF>



**Facciamo Circolare**

"Mi piace": 26 • Follower: 42

Post   Informazioni   Foto   Video

### In breve

Facciamo circolare è una piattaforma e una campagna di comunicazione sull'economia circolare. [www.facciamocircolare.com](http://www.facciamocircolare.com)



Facciamo Circolare

1 ottobre alle ore 10:37 · 🌐

#facciamocircolare #scienzainsieme Ispra - Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale





# Facciamo Circolare TV

[www.youtube.com/channel/UCPOWPr3jiw1NBadXeR9MZaw](http://www.youtube.com/channel/UCPOWPr3jiw1NBadXeR9MZaw)



Facciamo CircolareTV

ISCRIVITI

HOME

VIDEO

PLAYLIST

CANALI

INFORMAZIONI



Video caricati

▶ RIPRODUCI TUTTI



La comunicazione e la formazione nel mondo...

3 visualizzazioni • 1 ora fa



Il passaggio dall'Economia Lineare all'Economia...

4 visualizzazioni • 3 ore fa



Il posizionamento dell'Italia nel quadro europeo...

1 visualizzazione • 3 ore fa



La Fabbrica Tessile Bossio

2 visualizzazioni • 3 ore fa



Il premio Premio Claudio Cicatiello

2 visualizzazioni • 3 ore fa

75

**Progetti inseriti sulla piattaforma [www.facciamocircolare.it](http://www.facciamocircolare.it)**

1.536.163

**Visualizzazioni link piattaforma da portale ISPRA**

2.410

**Visualizzazioni dirette dalla rete degli stakeholders principali (AACC)**

**Incremento del 50% delle visualizzazioni dal lancio della piattaforma)**

10

**Riunioni in rete con le AACC per progetti comuni**

15

**Webinar on line organizzati in collaborazione con le AACCI**

2

**Account social aperti (Facebook e Youtube)**

10.000

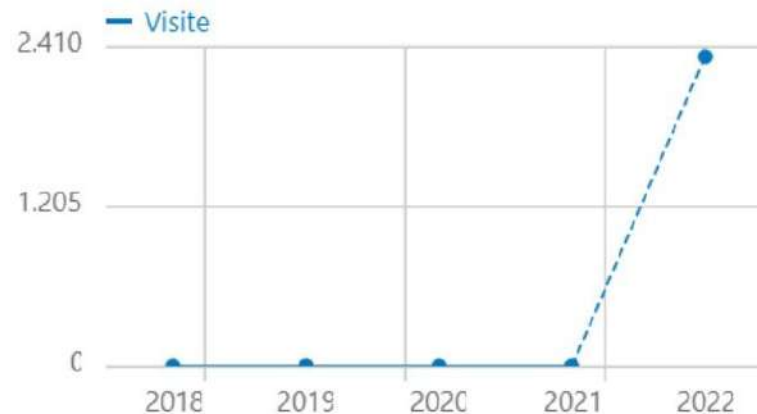
**Brochure e materiale informativo distribuito a fiere ed eventi come Ecomondo, RemTech, ScienzaInsieme, Green Med Symposium**

10

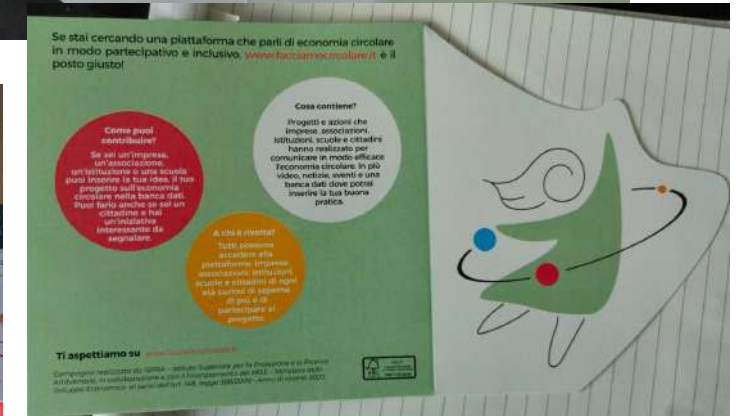
**Presentazioni in presenza della piattaforma [facciamocircolare.it](http://facciamocircolare.it) in eventi istituzionali**

15

**video interviste di approfondimento ad aziende, associazioni di categoria, imprenditori, università pubblicate sul canale youtube**



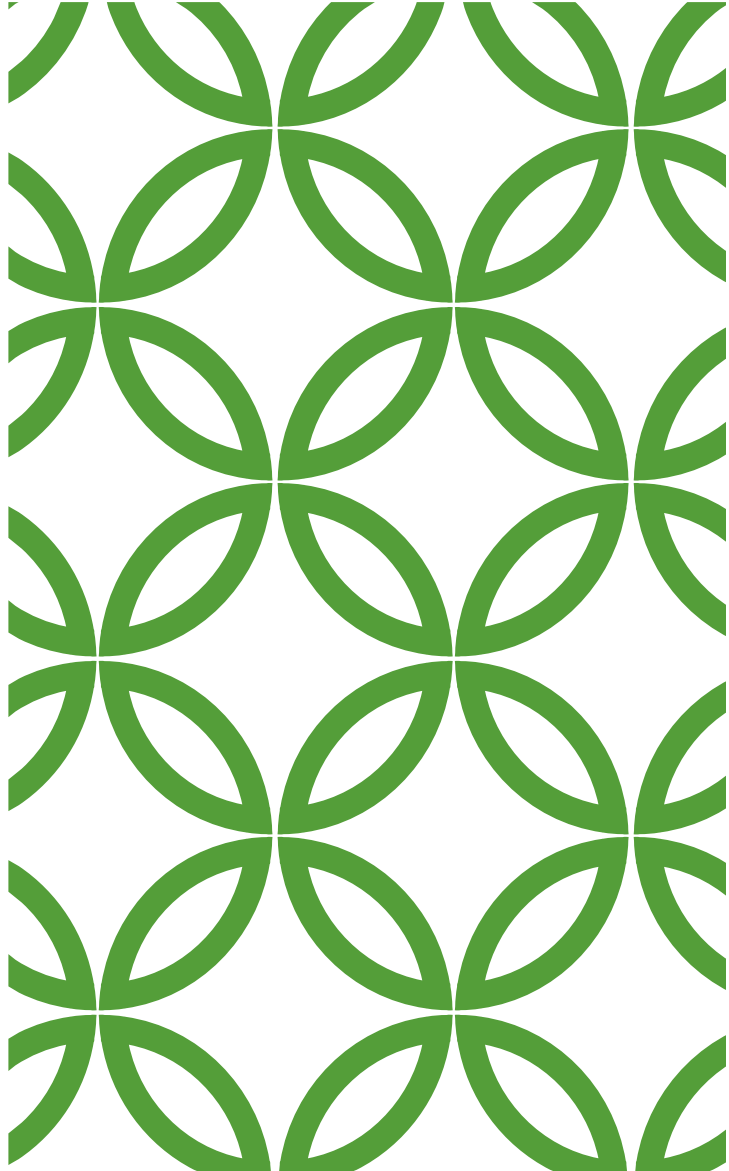
# Materiali ed eventi





# La piattaforma per imprese, AACCC, cittadini.





# ECONOMIA CIRCOLARE

---

Rilevazione della raccolta di buone pratiche

Alcune evidenze

Roma, 28 maggio 2021

# LE ASSOCIAZIONI

1	Adiconsum
2	Adoc
3	Altroconsumo
4	Assoconsum
5	Assoutenti
7	Cittadinanzattiva
8	Codacons
9	Codici
6	CTCU
10	Federconsumatori
11	Movimento Difesa del Cittadino
12	Udicon
13	Unione Nazionale Consumatori



# I PROGETTI

2GETHER2GREEN - Voglio una Casa Circolare

6.1.0. ? Se Sprechi!

All You Need Is Food

Belt

Campagna informativa su acqua, rifiuti e trasporti nell'ambito del progetto "Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino"

CHEF SAVE THE FOOD

Chiudiamo il cerchio. Idee pratiche di economia circolare

Citizenenergy

CLEAN

Consuma consapevole e responsabile

Energy School: conoscere, gestire e risparmiare l'energia

ESC - economia solidale circolare

Expo Consumatori 4.0 Edizione 2018/2019/2020

Generazione SPREK.O.

GENERAZIONI IN CIRCOLO

La gestione sostenibile dell'acqua e delle risorse naturali

La spesa che sfida

Life-FoodWasteStandUP

# I PROGETTI

---

Mangia informato: leggi l'etichetta

---

Manifesto Green

---

Mappa del Consumo Sostenibile

---

Meno plastica in comune

---

Mile 21

---

Mobilitime - è tempo di muoversi

---

O.R.A. - open road alliance

---

Osservatorio civico sui servizi pubblici locali (acqua, rifiuti, trasporti)

---

PENSA. SCEGLI. MANGIA

---

PROMPT

---

Rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE)

---

Riscatta lo scarto. Il tuo portafogli e l'ambiente ringrazieranno!

---

SENTI CHE ARIA

---

Si(e)nergia - cittadini e imprese per la sostenibilità energetica

---

SPENDERE MENO PER VIVERE MEGLIO. Per una bolletta elettrica meno cara, con meno emissioni in atmosfera e per promuovere le fonti rinnovabili senza rinunciare allo stile di vita.

---

Tre passi nell'Economia Circolare

---

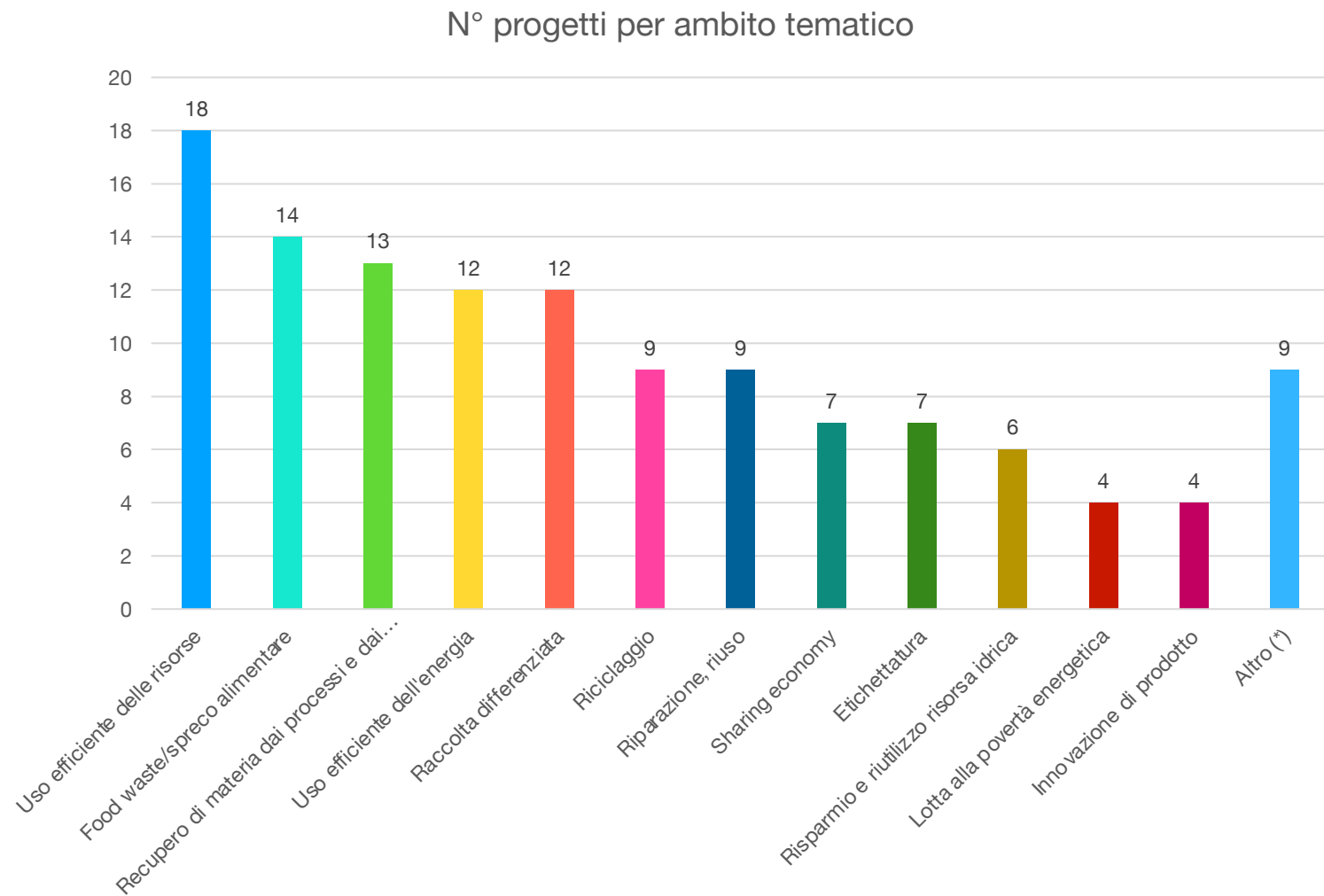
# AMBITO TERRITORIALE TARGET E FINANZIAMENTI

L'ambito territoriale prevalente è stato quello nazionale e per alcuni progetti anche europeo. Diversi progetti sono stati realizzati solo in ambito regionale o provinciale.

Il target di maggior rilievo è stato quello dei cittadini/consumatori. In misura minore le imprese, le amministrazioni e gli enti locali, come anche altre associazioni e stakeholders. Alcuni progetti erano rivolti agli studenti e/o agli istituti scolastici.

Il finanziamento dei progetti è stato prevalentemente pubblico. Per alcuni progetti si è vista la partecipazione a programmi europei e/o nazionali.

# AMBITO TEMATICO



(\*) sono ricompresi nella voce Altro: mobilità sostenibile, inquinamento, riduzione rifiuti plastica, impatto ambientale detersivi, consumi auto, lotta al greenwashing, educazione alla sostenibilità, materie prime e sviluppo sostenibile, negozi di prodotti sostenibili

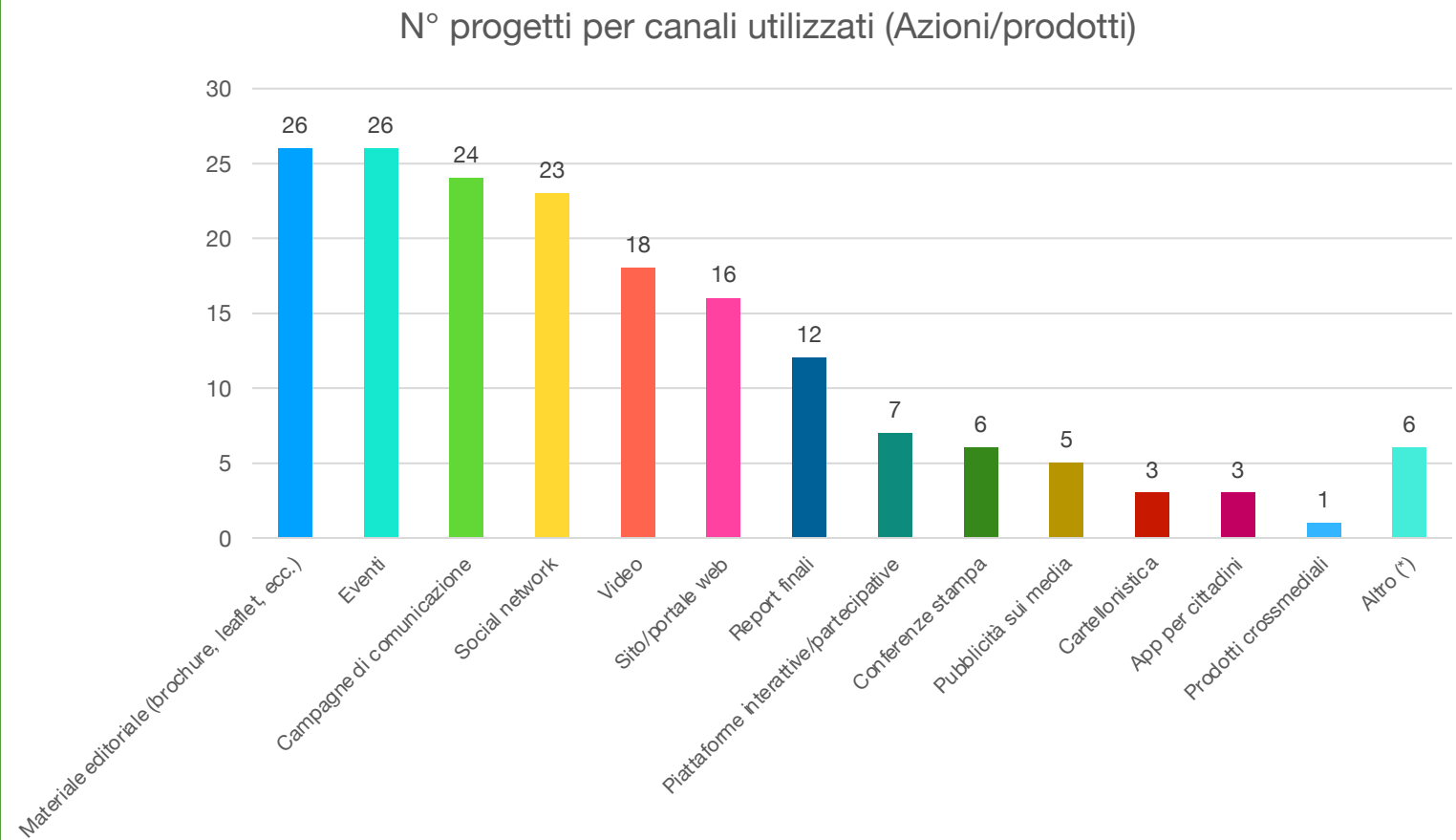
# TIPOLOGIA DI INIZIATIVA

Rispetto agli ambiti tematici i progetti hanno riguardato per lo più attività di informazione, sensibilizzazione e comunicazione.

In misura minore attività di engagement e call to action e partecipazione (es. e-democracy, e-gov, citizen science).

I canali utilizzati sono stati vari sia tradizionali che online.

# CANALI UTILIZZATI



(\*) Sono ricompresi nella voce Altro: indagine, test, consultazione civica, trasmissione tv, sportelli e call center

# REPLICABILITA'

Tutti i progetti sono replicabili. Alcune condizioni di replicabilità evidenziate dalle Associazioni sono:

- ❖ budget e tempi
- ❖ ampliamento dell'ambito di applicazione del progetto
- ❖ sviluppo e consolidamento partnership locali
- ❖ maggior grado di consapevolezza sul tema acquisito dai cittadini
- ❖ organizzazione di eventi e/o creazione di una piattaforma dedicata anche di videoconferenze
- ❖ networking tra diversi attori di filiera (dalla produzione al consumo)
- ❖ creazione di sportelli online che possano fornire assistenza anche in tempi di emergenza sanitaria
- ❖ personale
- ❖ massiccia presenza sui social e grande quantità di materiale cartaceo

# PUNTI DI DEBOLEZZA

Le criticità più rilevanti riscontrate dalle Associazioni sono state:

- ❖ Risorse economiche
- ❖ Misurazione del reale impatto di azioni e prodotti
- ❖ Situazione emergenziale da COVID
- ❖ Complessità delle tematiche

In misura minore, altri limiti evidenziati: risorse umane, tecnologia e social divide, burocrazia, attenzione da parte dei media, engagement cittadini, estensione ambito territoriale



# PROSSIMI PASSI

Selezione materiale disponibile e attuale per messa a disposizione successive

Implementazione [www.facciamocircolare.it](http://www.facciamocircolare.it)

*“La testa non si apre, se prima non si apre il cuore”. Platone*

*Grazie a tutte/i per la vostra preziosa attenzione*

**Contatti:**

Chiara Bolognini

chiara.bolognini@isprambiente.it

cell. 3333616303



## 1.

15:00 - 15:30

Accoglienza  
*a cura di:*

- **Luisa Crisigiovanni**  
Altroconsumo

Ice breacking &  
L'economia circolare  
*a cura di:*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 2.

15:30 - 16:00

Approfondimento della  
survey Altroconsumo

*a cura di :*

- **Davide Arcidiacono**,  
Università di Catania
- **Beba Minna**,  
Altroconsumo

## 3.

16:30 - 16:45

Esplorazione del webgame  
«eRRRando - alla scoperta  
delle R dell'economia  
circolare»

*a cura di :*

- **Nadia Lambiase**  
Mercato Circolare

## 4.

16:45 - 17:45

In dialogo con:

- Chiara Montanini,  
Fondazione  
Sviluppo Sostenibile
- Chiara Bolognini,  
Ispra

## 5.

17:45 - 18:00

- Q&A session
- Chiusura dei  
lavori

# CASSETTA PER GLI ATTREZZI



[facciamocircolare.it](http://facciamocircolare.it)



[App Mercato Circolare](#)

**RESSS**  
Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

Presentazione dei risultati  
della survey collaborativa rivolta ai cittadini

Un progetto di **ALTROCONSUMO** In collaborazione con

Finanziato dal MISE, Legge 99/2009, Art. 17/3, 2021

**La «catena del valore» circolare di un prodotto/ servizio**

ARGOMENTI DELLA SURVEY

Fonte: ALTROCONSUMO, Legge 99/2009, Art. 17/3, 2021

**Frequenza di adozione di alcuni comportamenti:**  
utilizzare o riciclare abiti e tessuti

Fonte: ALTROCONSUMO, Legge 99/2009, Art. 17/3, 2021

**Smaltimento dei beni**  
Cosa accade ai beni nel post-uso?

Grassi (cattolabastardi)	Prodotti hi-tech	Abbigliamento	Mobili
71%	34%	2%	1%
10%	10%	1%	1%
10%	12%	1%	1%
10%	7%	1%	1%

Fonte: ALTROCONSUMO, Legge 99/2009, Art. 17/3, 2021

**DENTRO IL CAPPELLO**  
l'economia circolare, senza segreti.

**Un nuovo piano d'azione per l'Economia Circolare per un'Europa più pulita e più competitiva**

March 2020

**#1 INTRODUZIONE**

**DENTRO IL CAPPELLO**  
l'economia circolare, senza segreti.

**SUPEReremo la plastica usa e getta?**

La direttiva UE 2019/904 sulla SUPs e la sua applicazione nel contesto italiano.

Giugno 2022

**DENTRO IL CAPPELLO**  
l'economia circolare, senza segreti.

**I Terribili Imballaggi della raccolta differenziata**

Edizione speciale "Dentro Il Cappello – l'economia circolare, senza segreti" in collaborazione con Junker.

# RESS

Rendiamo Semplici le Scelte più Sostenibili

*grazie*

Un progetto di  **ALTROCONSUMO**

In collaborazione con



Università  
di Catania

