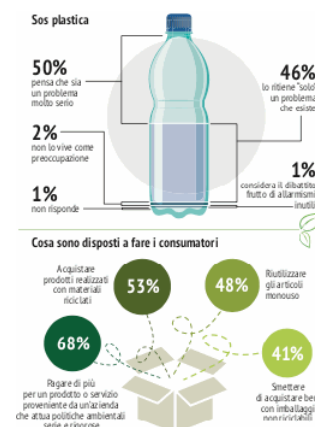


Italiani e plastica, un rapporto difficile

Secondo un sondaggio Ipsos, solo il 12% degli intervistati ritiene la plastica un materiale sostenibile, ma poco più della metà acquista prodotti con materiali riciclati.

13 maggio 2019 09:00



Anche grazie ad un attacco mediatico senza precedenti, la plastica non gode di buona reputazione presso l'opinione pubblica. A certificarlo, adesso è anche l'istituto di ricerche Ipsos, che ha presentato il 10 maggio scorso a Milano la prima edizione di una ricerca di mercato dedicata al tema delle materie plastiche e sostenibilità.

I risultati sono disarmanti: solo il 12% degli intervistati ritiene la plastica un materiale sostenibile, anche se la percezione cambia in maniera radicale quando si parla di bioplastica o di plastica riciclabile (termine alquanto generico): alla domanda quanto ritiene sostenibile questi materiali, rispettivamente il 47% e il 40% degli intervistati si esprime favorevolmente.

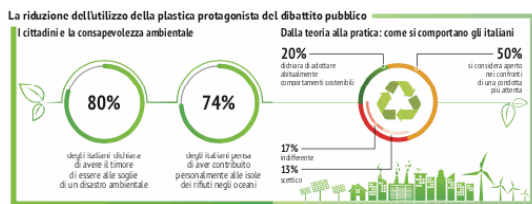
Più in generale, secondo il sondaggio, otto intervistati su dieci temono di essere alle soglie di un vero e proprio disastro ambientale. Una conseguenza di comportamenti e gesti quotidiani per i quali nessuno si sente assolto: il 74% afferma infatti di aver contribuito personalmente alle isole dei rifiuti negli oceani, anche se solo poco più della metà (53%) dichiara di acquistare prodotti realizzati con materiali riciclati e solo uno su cinque adotta abitualmente comportamenti sostenibili.

MA SI PUÒ RINUNCIARE ALLA PLASTICA?

Nell'immaginario collettivo, evitare l'uso della plastica resta molto difficile, soprattutto se si pensa alla vita di tutti i giorni. Dall'indagine emerge che i prodotti realizzati con materie plastiche cui gli italiani farebbero più fatica a rinunciare sono, nell'ordine: bottiglie d'acqua (33%), pellicole trasparenti per alimenti (27%); contenitori riutilizzabili per alimenti (16%), contenitori per detersivi (14%), abbigliamento come pile e microfibre (13%); sacchetti di plastica (12%); posate monouso (12%), giocattoli (11%).



CRESCE LA CONSAPEVOLEZZA. “Oggi, l'emergenza ecologica non è più percepita come priorità solo per una élite, ma diviene problema vissuto dalla gran parte delle



persone che se ne fanno carico attraverso, prima di tutto, un'acquisizione di conoscenza qualificata -

commenta Andrea Alemanno, Ipsos Senior Client Officer che continua -. Basti pesare che negli ultimi quattro anni l'attenzione e la volontà di apprendere nozioni specifiche in materia ambientale è cresciuta del 65%".

Più in dettaglio, sul tema specifico dell'inquinamento marino da plastica, il 50% degli intervistati ritiene che sia un problema molto serio, mentre il 46% lo ritiene "solo" un problema, che esiste ma può essere risolto (per il 26%), oppure che esiste perchè ora la plastica non è adeguatamente riciclata (per il 20% degli italiani). C'è, infine, un'esigua minoranza (1%) che considera il dibattito sulla plastica frutto di allarmismi inutili e il 2% che non lo vive come preoccupazione.

COLPA DELLE AZIENDE? Se da un lato tende ad autoassolversi, l'opinione pubblica individua una responsabilità nel sistema produttivo. Il 77% degli italiani ritiene che le aziende non stiano facendo abbastanza per la sostenibilità e la stessa percentuale considera la riduzione delle emissioni e l'impatto ambientale l'ambito più importante su cui si devono concentrare le politiche di responsabilità sociale.

Alla domanda "Chi ha la responsabilità di trovare una soluzione per ridurre la quantità di materiale utilizzato nelle confezioni di prodotti venduti", ben il 39% pensa sia dovere delle aziende che producono e vendono prodotti di largo consumo.

"Oggi l'azienda sostenibile viene ripagata in sostegno concreto dai consumatori - sostiene Nicola Neri, Amministratore delegato di Ipsos Italia -. è questo il messaggio forte e chiaro che emerge dalla nostra analisi: il 68% dei cittadini italiani dichiara di essere disposto a pagare di più per un prodotto o servizio proveniente da un'azienda che attua politiche ambientali serie e rigorose; l'83% la consiglierebbe a chi è in cerca di lavoro, un ulteriore 83% sarebbe pronto ad affidarle i suoi risparmi o di investirvi del denaro e addirittura il 90% la sceglierebbe come fornitura di prodotti e servizi".

OCCHI PUNTATI SUL PACKAGING. L'imballaggio è ritenuto oggi il primo fattore di sostenibilità su cui viene valutato un brand. Secondo gli intervistati, infatti, un'azienda per essere considerata rispettosa dell'ambiente deve "Utilizzare materiali da imballaggio eco-sostenibili" (41%), "Ridurre al minimo gli scarti di produzione" (39%), "Ridurre l'imballaggio dei prodotti" (34%), "Essere molto efficiente riducendo gli sprechi di materiale" (33%).

Secondo i ricercatori, il nuovo "cittadino-consumatore" è pronto ad agire anche in prima persona quando l'imballaggio non è eco- sostenibile. Il 53% degli italiani dichiara di acquistare prodotti realizzati con materiali riciclati, il 48% di riutilizzare gli articoli monouso, il 41% di smettere di acquistare beni con imballaggi non riciclabili e il 24 % di smettere di andare nei negozi che usano molti imballaggi non riciclabili.



