

Il premio letterario di Sanofi



Andrea Stella (al centro nella foto) con Sfida sull'oceano si è aggiudicato il «Premio Zanibelli-Leggi in salute 2019», il primo evento letterario in Italia (81 i concorrenti quest'anno) ad aver sostenuto e riconosciuto il valore della narrazione nel «percorso di cura che va oltre la

cura», promosso da Sanofi. Al libro *Cascasse il mondo* di Maria Cristina Maffei è andato il premio per la categoria «Opera inedita» mentre *La speranza è un farmaco* di Fabrizio Benedetti ha ricevuto il riconoscimento per la categoria «Saggistica».

L'indagine

Sostenibilità del «sì, però» I giovani non tutti allineati

Attenzione ai luoghi comuni sulla sostenibilità. Nel periodo delle grandi mobilitazioni per l'ambiente sulla scia dell'eco-attivista svedese Greta Thunberg, i giovani (maggiormente) in Italia hanno posizioni agli antipodi. Il 32 per cento dei 18-24enni risulta aderente alla categoria dei Refrattari, cittadini con una visione «estremamente parziale e quasi scorretta della sostenibilità, vivendola in un'ottica di beneficenza». E nella fascia 25-34 anni la quota di chi sta alla larga dallo sviluppo sostenibile è la medesima: 32 per cento. Un terzo dei giovani, insomma, è fra i Refrattari.

Ma c'è una polarizzazione. Anche fra i «Coinvolti a 360 gradi» i giovani prevalgono. Sono i consumatori «fortemente orientati al sociale, acquirenti di prodotti sostenibili anche a un costo superiore». Sono il 26 per cento dei ragazzi di 18-24 anni e il 25 per cento degli intervistati fra i 25 e i 34. Sono le due fasce d'età più rappresentate.

«Refrattari» e «Coinvolti a 360 gradi» sono due delle cinque «classi di consumatori» individuate dall'indagine «Il valore della sostenibilità per l'impresa» condotta in giugno e ora pubblicata da Astarea, società di ricerche indipendenti guidata da Laura Cantoni (tremila casi rappresentativi della popolazione adulta italiana). Le altre tre categorie sono gli «Attenti tra non spreco e risparmio», che hanno «attenzione al controllo delle risorse, ma in chiave di risparmio», appunto (qui i giovani crollano al 15 per cento); gli «Individualisti possibilisti» che «vivono la sostenibilità in modo personalistico, senza una particolare visione sociale» (giovani fermi al 17 per cento); e i «Distratti, auto riferiti» che «esprimono comportamenti sostenibili molto sporadici»: giovani al 10 per cento.

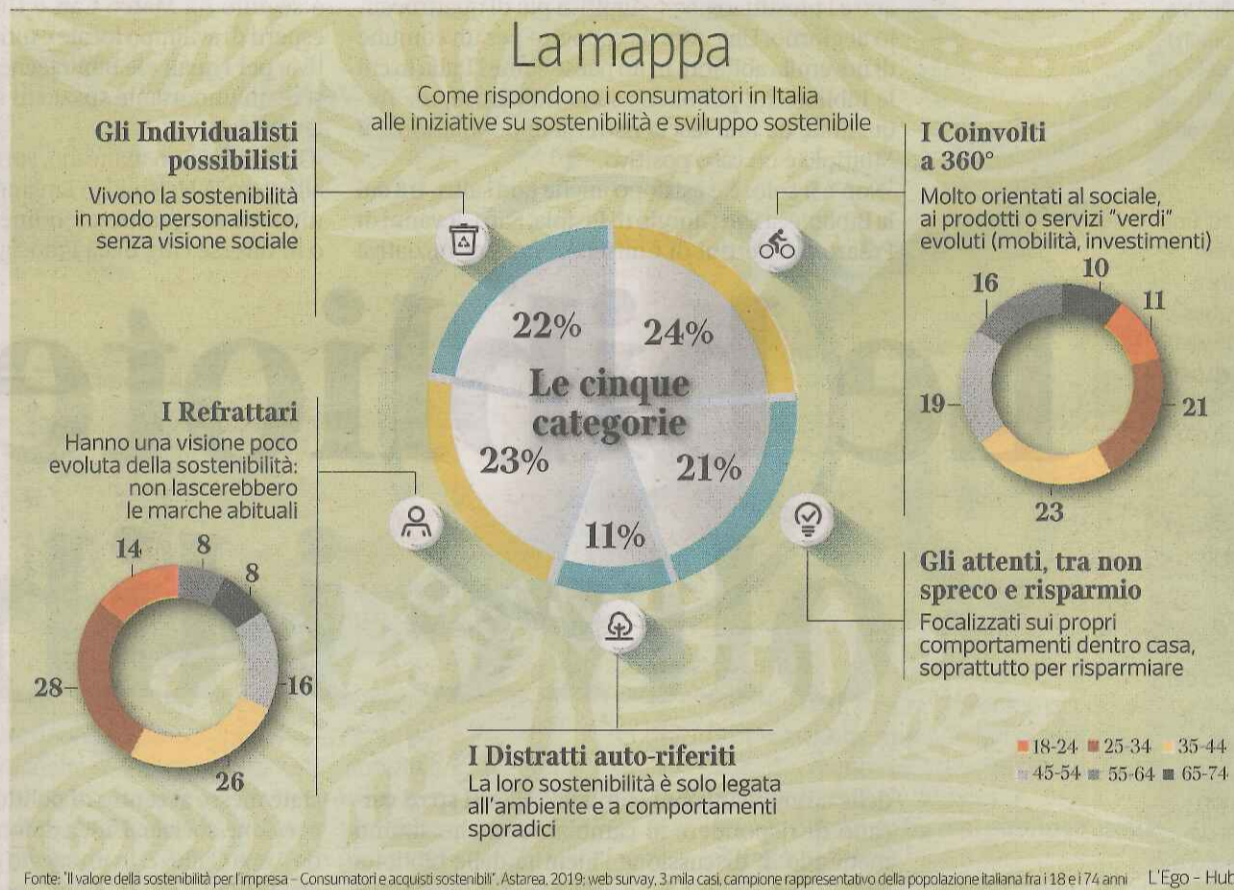
Nel complesso i ragazzi (ed è naturale) vedono in bianco e nero: sulla sostenibilità niente mezze misure. In assoluto (età 18-34 anni) sono il 42 per cento dei Refrattari e il 32 per cento dei Coinvolti. «Viene smentita la presunta, generalizzata attitudine alla sostenibilità da parte proprio dei giovani», dice Cantoni. Ma se si considera l'intera popolazione italiana, la ricerca di Astarea non mostra una foto negativa. Anzi.

L'avanzata

Quasi un consumatore su due infatti (il 45 per cento) ha un atteggiamento attivo e consapevole sui temi della sostenibilità: i «Coinvolti a 360 gradi» sono il 24 per cento dell'intero campione, gli «Attenti fra non spreco e risparmio» sono il 21 per cento. E la flotta di quelli che da questi temi sono lontani è relativamente nutrita: sono il 33 per cento (23 per cento i Refrattari, 11 per cento i Distratti), un italiano su tre. Fra chi cammina a margine, gli «Individualisti possibilisti» sono il 22 per cento. «L'attenzione alla sostenibilità, in Italia, è in crescita, anche se il progresso è tendenziale, senza cambiamenti esorbitanti», dice Cantoni.

Un italiano su due favorevole alla riforma virtuosa delle imprese
Tuttavia un terzo degli under 24 è decisamente refrattario
E i più disposti a lotta (e rinunce) per il pianeta sono i benestanti

di ALESSANDRA PUATO



Fonte: «Il valore della sostenibilità per l'impresa - Consumatori e acquisti sostenibili», Astarea, 2019; web survey, 3 mila casi, campione rappresentativo della popolazione italiana fra i 18 e i 74 anni - L'Ego - Hub

Scorrendo i dati si ha però una conferma scoraggiante: i più avanzati sulla percezione dello sviluppo sostenibile sono, ancora, i benestanti. Risultato prevedibile, visti i prezzi più alti dei prodotti «bio» o le limitate possibilità di condivisione dei mezzi per ridurre le emissioni di CO2 (lo sharing di auto elettriche è concentrato nelle grandi città). Resta il fatto che sono i cittadini di reddito medio-alto, sopra i 2.500 euro al mese, la gran parte (61 per cento) di chi si dice «Coinvolto a 360 gradi». Mentre il 26 per cento di chi ha un reddito sotto i 1.500 euro è fra i Refrattari: la categoria più rappresentata.

Per scelte di genere, invece, pochi scossoni: uomini e donne sono circa alla pari. Prevalgono le donne quando la sostenibilità si associa al risparmio, nella classe degli «Attenti», dove si concentra il 23 per cento delle intervistate (contro il 20 per cento degli uomini). E, sempre fra chi intende la sostenibilità come taglio allo spreco anche personale (consumi d'acqua, per esempio), la categoria più rappresentata è quella degli ultra 65enni.

È chiaro che tutto ciò ha dei riflessi sull'atteggiamento delle imprese. Investo o no su prodotti, impianti, filiere, schemi di lavoro sostenibili? Quanto?

La ricerca

L'indagine «Il valore della sostenibilità per l'impresa» è stata condotta da Astarea, istituto indipendente di ricerche di mercato, sociali e di opinione, attraverso una ricerca web su un campione di 3 mila casi, rappresentativo della popolazione italiana dai 18 ai 74 anni per sesso, età, area geografica e centro abitato. La domanda che i ricercatori si sono posti è stata: ma quanti sono davvero in Italia i cittadini «sostenibili»? Che caratteristiche hanno? Astarea è stata fondata nel 2004 da Laura Cantoni e si occupa di responsabilità sociale dal 1998

Cosa devo fare per far conoscere il mio comportamento virtuoso ai consumatori? E quale politica dei prezzi devo adottare per beni che possono costare di più? Sono queste le domande.

Regole e finanza

«Spesso il consumatore non percepisce il cambiamento - dice Andrea Bianchi, direttore Politiche industriali di Confindustria - ma il processo proseguirà per tre motivi. Primo, per il cambiamento dei modelli di consumo. Secondo, le imprese devono comunque adeguarsi alle regole europee sulla sostenibilità; terzo, il più dirompente: la finanza premia la sostenibilità. Tutto il sistema si sta muovendo verso finanziamenti alle imprese con un impegno di rendimento a medio-lungo periodo. Strada obbligata. Se un'impresa ha un comportamento socialmente responsabile sarà più stabile e competitiva».



Per le aziende è una strada obbligata: se una società è socialmente responsabile sarà più stabile e competitiva. Il sistema finanziario ora premia il lungo periodo

Andrea Bianchi

Il nuovo Pacchetto di direttive europee sull'economia circolare, del resto, da recepire entro il luglio 2020, secondo la Commissione Ue può portare alle aziende europee entro il 2035 risparmi per 600 miliardi all'anno con 140 mila posti di lavoro. E l'Italia risulta leader nella Ue, dice il Centro Studi Confindustria, per recupero dei rifiuti industriali (83,1 per cento contro il 70,8 della Francia). Ora il Green New Deal annunciato da Ursula Von der Leyen, neo presidente della Commissione Ue, punta alla piena de-carbonizzazione dentro il 2050. Restano da convincere i consumatori scettici. E le imprese a comunicare correttamente, magari riconsiderando le politiche di prezzo.

«In Italia - dice Matteo Di Castelnuovo, professore di Economia dell'Energia in Bocconi e direttore del Mager, master in Energia e ambiente - non se ne parla ancora abbastanza. Le iscrizioni qui aumentano, i ragazzi si aspettano che l'azienda in cui andranno a lavorare abbia a cura i temi della sostenibilità. Ma gli studenti universitari sono uno spicchio della popolazione, i più informati. Serve un cambio di passo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La metodologia

La ricerca è stata realizzata dal 4 al 17 giugno sul web. Quota di non rispondenti su tremila casi: 36 per cento www.astarea.it



Scenari Laura Cantoni, fondatrice di Astarea. Ex Ipsos e Makno, ha collaborato con Sodaltas, Pief (Planet Life Economy Foundation), Asvis. A sinistra Andrea Bianchi, direttore Politiche industriali di Confindustria