

7° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile: 37,5 milioni di italiani chiedono il cambiamento

La ricerca annuale realizzata da LifeGate, in collaborazione con l'Istituto Eumetra MR, attesta che il 75% degli italiani (+3%), il 79% dei romani (-2%) e il 74% dei milanesi (+5%) è coinvolto in prima persona dai temi legati alla sostenibilità, applicata a comportamenti d'acquisto e ritenuta fondamentale nella visione del futuro. L'evento di presentazione dei risultati è inserito nel palinsesto ufficiale di All4Climate-Italy2021.

22 settembre 2021 – Cresce il coinvolgimento degli italiani rispetto al tema della sostenibilità. Sono stati presentati questa mattina, al Teatro No'hma di Milano, i dati raccolti dal "7° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile", ricerca condotta annualmente da LifeGate, in collaborazione con l'Istituto Eumetra MR.

Dopo i saluti iniziali di Enea Roveda, CEO di LifeGate, e Livia Pomodoro, Presidente Spazio teatro No'hma e Titolare Cattedra UNESCO "Food access and law" presso l'Università Statale di Milano, gli interventi di Massimo Gaudina, Capo rappresentanza Commissione europea, e del giornalista Ferruccio de Bortoli, la ricerca è stata presentata da Renato Mannheimer dell'Istituto di ricerca Eumetra MR, Simona Roveda, Direttrice editoriale e comunicazione di LifeGate e da Roberto Sposini, giornalista di LifeGate.

Patrocinato da Commissione Europea, Connect4Climate, Ministero della Transizione Ecologica, Regione Lombardia, Comune di Milano, Assolombarda e Confcommercio, l'evento è inserito nel palinsesto ufficiale di All4Climate-Italy2021, un'iniziativa lanciata dal Ministero della Transizione Ecologica con Banca Mondiale, Regione Lombardia e Comune di Milano, per promuovere un dialogo sulle sfide e le buone pratiche legate al tema dei cambiamenti climatici e agli obiettivi dell'Accordo di Parigi.

Svolta annualmente a livello nazionale, a Milano, Roma e Torino, la nuova indagine, sostenuta da Gruppo Unipol, Koelliker, Michelin Italiana, Ricola e Vaillant Italia, disponibile anche [online](https://lifegate.it) e trasmessa in diretta streaming su lifegate.it, è stata realizzata nel mese di giugno su un campione di 921 individui rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, con sovracampionamento di 500 casi sulle città di Roma e Milano, e un segmento specifico appartenente alla Generazione Z, tra i 18 e i 24 anni.

La fotografia dettagliata di come la popolazione applica i principi sostenibili alla visione del futuro e alle scelte quotidiane, mostra che l'interesse degli italiani, rispetto allo scorso anno, segna una crescita del 3% (+32% confrontato alla prima edizione del 2015), arrivando al 75% della cittadinanza (79% Gen Z), pari a 37,5 milioni di persone che considerano l'applicazione della sostenibilità un fattore imprescindibile nella visione del futuro. Tra questi, coloro che mostrano il maggior interesse sono soprattutto i giovani della Generazione Z, i laureati, i cittadini tra i 18 e i 34 anni, attenti a limitare l'uso della carne e con un animale domestico. Il dato su Roma mostra al contrario un calo del coinvolgimento verso le tematiche ambientali dall'81% del 2020 a un 79% nel 2021. Milano raggiunge invece un +5%, dal 69% al 74% attestato quest'anno.

LIFEGATE

“Stiamo assistendo a una ricostruzione nel segno dell’innovazione tecnologica, legata ai principi di sostenibilità, e i prossimi dieci anni rappresentano una grande sfida, ma anche un’enorme opportunità - **il commento di Enea Roveda, CEO di LifeGate** - Purtroppo la crisi climatica e le disuguaglianze sociali saranno sempre di più dei fattori dominanti, ma gli investimenti pubblici e privati ci porteranno a un mondo molto diverso da quello che viviamo ora e sicuramente migliore”.

“La crescita costante dell’interesse degli italiani al tema della sostenibilità, con 37,5 milioni di cittadini coinvolti in prima persona dal cambiamento, raggiunge anche quest’anno un dato che le scelte politiche ed economiche non possono trascurare”, **ha dichiarato Renato Mannheimer di Eumetra MR.**

Dal palco hanno offerto il loro sguardo sul futuro: **Giulia Balugani**, Sustainability manager UnipolSai Assicurazioni, **Jacopo Bencini**, Policy advisor Italian Climate Network, **Giulia Braga**, Program manager Connect4Climate, **Palmira Clemente**, Responsabile ambiente ed economia circolare - Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi, **Marco Do**, Direttore comunicazione Michelin Italia, **Francesca Fariello**, Cibo Supersonico, **Marirosa Iannelli**, Presidente Water Grabbing Observatory, **Gherardo Magri**, Amministratore delegato Vaillant Group Italia, **Daniele Manca**, Vice direttore Corriere della Sera, **Alessandro Martire**, pianista e compositore, **Luca Morari**, Vice president southern Europe Ricola & CEO Divita, **Marco Morganti**, Responsabile direzione impact Intesa Sanpaolo, **Giovanni Mori**, attivista per il clima, **Luca Ronconi**, CEO Gruppo Koelliker e **Francesca Santoro**, Commissione oceanografica intergovernativa UNESCO.

Focus della ricerca

ALIMENTAZIONE

Il 50% degli italiani (59% Gen Z) conosce e sa descrivere l’**alimentazione sostenibile**, scegliendo di **limitare la carne** (25%) e una **dieta vegetariana/vegana** (5%). Il **sostegno all’agricoltura biologica** arriva al 79% (75% Gen Z), il **consumo di alimenti biologici** al 14% (11% Gen Z) e il 33% (33% Gen Z) è **disposto a spendere di più per l’acquisto di prodotti da agricoltura biologica**.

MOBILITÀ

Il tema della **mobilità sostenibile** è compreso dal 49% della popolazione (52% Gen Z) che predilige **mezzi di trasporto a minor impatto** (25%; 19% Gen Z) e dell’**auto elettrica** 8% (5% Gen Z). Il 74% chiede il **potenziamento di mezzi pubblici e car sharing** (66% Gen Z), il 22% acquisterebbe un’**auto elettrica o ibrida** anche se costasse di più (27% Gen Z) e il 18% una **bici elettrica** (22% Gen Z).

ENERGIA

Il termine **energia rinnovabile** è conosciuto dal 72% della cittadinanza italiana (81% Gen Z) che per l’87% pensa siano giusti gli **investimenti statali nelle fonti di energia rinnovabile** (76% Gen Z), il 20% dichiara di utilizzarla (20% Gen Z) e il 28% la **acquisterebbe per la propria casa anche se costasse di più** (30% Gen Z).

MODA E DESIGN

Il 42% degli italiani è informato sulla **moda sostenibile** (40% Gen Z) e il 40% sul **design sostenibile** (48% Gen Z), l’81% sa che **l’arredamento e l’abbigliamento possono essere sostenibili** (81% Gen Z), il 12% utilizza **capi di**

