A young man with a beard is shouting into a white and blue megaphone. He is wearing a denim jacket over a plaid shirt. In the background, there is a crowd of people at a climate protest, with signs and a woman in the foreground holding a sign with a plastic bottle on it.

Giovani e cambiamento climatico

Risultati comparati
di tre sondaggi nazionali

Giugno 2023

A cura di Giulia Maselli

Coordinamento ed editing WeWorld Patrizio Ponti, Camilla Serlupi Crescenzi

Coordinamento WeWorld

Stefano Piziali (Responsabile Dip.to Advocacy, Programmi Italia e Europa)

Andrea Comollo (Responsabile Dip.to Comunicazione)

Margherita Romanelli (Coordinatrice Area Programmi Europa e Advocacy internazionale)

Rachele Ponzellini (Coordinatrice Comunicazione Europa & Global)

Patrizio Ponti (MEAL Specialist Area Programmi Europa e Advocacy internazionale)

Camilla Serlupi Crescenzi (Program Officer Area Programmi Europa e Advocacy internazionale)

Lucia Imbriaco (Project manager Area Programmi Europa e Advocacy internazionale)

Progetto grafico e impaginazione Studio Cloro

La pubblicazione è disponibile online su www.weworld.it

Realizzata da WeWorld

Sedi principali in Italia: Milano, via Serio 6; Bologna, via F. Baracca 3

Distribuzione gratuita. I testi contenuti in questa pubblicazione possono essere riprodotti solo citandone la fonte.
I testi sono stati completati nel mese di giugno 2023.



QUESTA PUBBLICAZIONE È STATA PRODOTTA CON IL SUPPORTO FINANZIARIO DELL'UNIONE EUROPEA. I SUOI CONTENUTI, UNICAMENTE DI RESPONSABILITÀ DI WEWORLD E DEI SUOI AUTORI, NON RIFLETTONO LA VISIONE DELL'UNIONE EUROPEA.

Lo studio

Questo studio è stato eseguito da WeWorld con lo scopo di confrontare la percezione dei giovani rispetto al cambiamento climatico dal 2020 al 2022, grazie alla comparazione dei risultati di tre sondaggi sviluppati all'interno dei progetti "Climate Of Change" (sondaggio a cura di Ipsos, 2020), "People and Planet: A Common Destiny" (a cura di Mapa de Ideas, 2021), e "You Lead" (a cura di SWG, 2022).

Il documento riporta alcuni dei risultati delle 3 survey con un focus sul contesto italiano, mettendo a confronto gli aspetti comuni per analizzarne l'andamento temporale. In totale, in Italia, ai questionari hanno risposto quasi **1.800** giovani, **1.112** dei quali su Climate of Change (CoC), **269** di People and Planet (P&P) e **499** di You Lead (YL).

Lo scopo dell'analisi è fornire informazioni sulla percezione e sulla consapevolezza dei giovani in

relazione al cambiamento climatico e ad altre questioni globali ad esso interrelate, nonché ad azioni, comportamenti necessari e a responsabilità individuali, collettive e politiche per affrontare queste tematiche.

Note Metodologiche

Per facilitare la lettura comparata, le percentuali riportate in questo rapporto sono fornite senza includere i decimali; a causa dell'arrotondamento, la somma dei risultati può non restituire 100, o la differenza % tra i dati può essere +/- 1 rispetto a quella effettiva; inoltre, nella comparazione dei risultati dei singoli sondaggi non sono state considerate le diverse numerosità e composizione dei campioni: questi effetti si ritengono non rilevanti per gli scopi divulgativi dell'analisi. Si specifica che per alcune domande la somma dei risultati non è 100% dato che era possibile scegliere una o più opzioni di risposta.

Legenda

2020 **2021** **2022**

Come viene percepito il cambiamento climatico

Gravità percepita: i cambiamenti climatici e altre problematiche globali



CAMBIAMENTI CLIMATICI E DEGRADO AMBIENTALE



POVERTÀ E FAME



CONFLITTI ARMATI



DIFFUSIONE DI MALATTIE INFETTIVE



MANCANZA DI ACQUA POTABILE



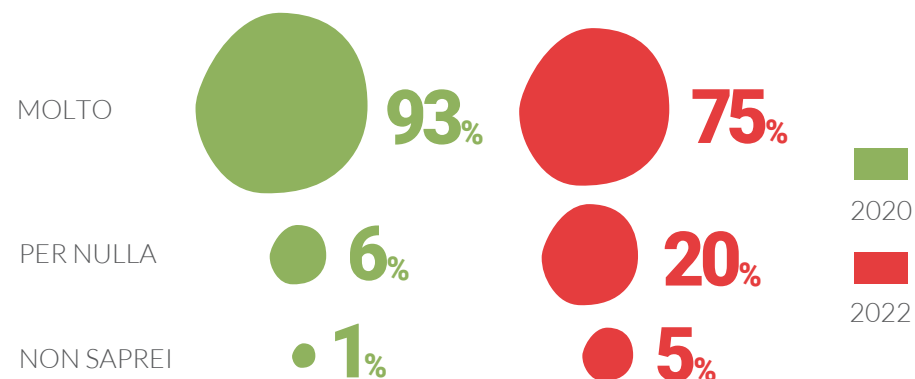
2020 2022



Come viene percepito il cambiamento climatico

Già da quanto emerge dalle interviste del 2020, la quasi totalità (93%) dei giovani in Italia afferma di essere molto o estremamente preoccupata riguardo al cambiamento climatico. Nel 2022 la percentuale di giovani preoccupati scende al 75%. Tuttavia, altri problemi globali sono considerati più gravi rispetto al passato (povertà e fame, conflitti armati, mancanza di acqua potabile acqua).

Quanto si è preoccupati/e per il cambiamento climatico

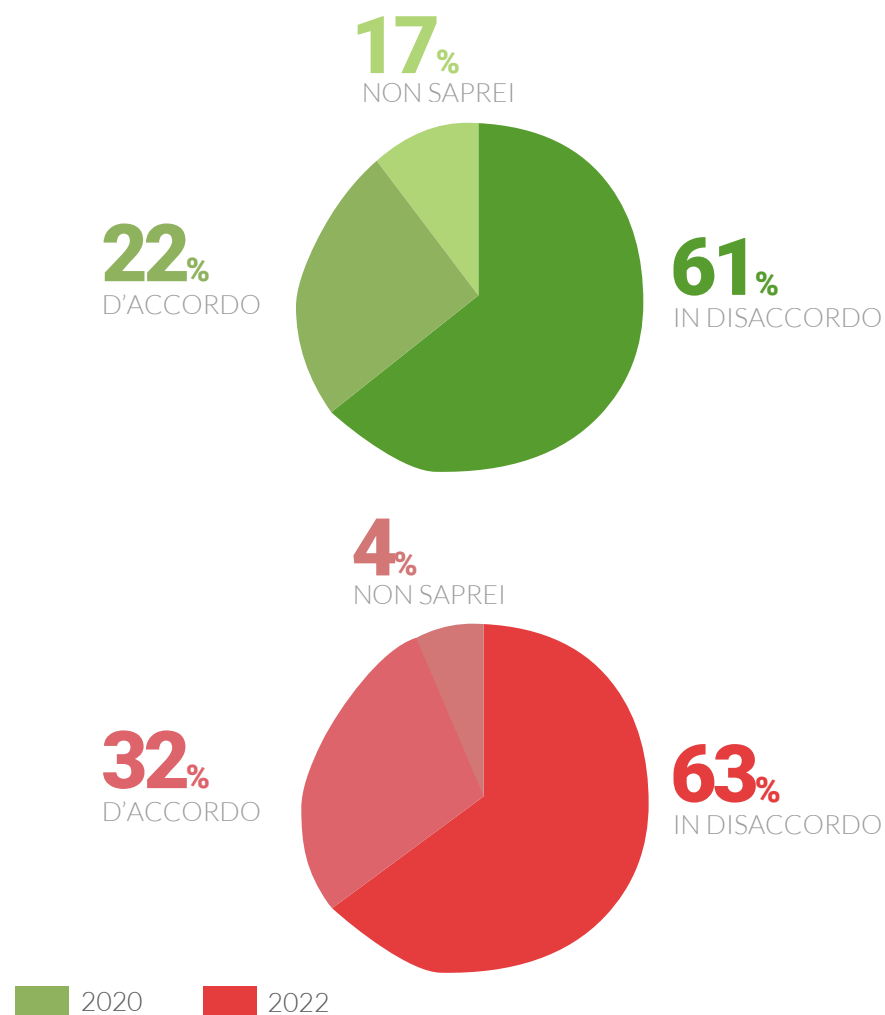


Vivere sostenibilmente (non) è una priorità

Confrontando i valori 2020 e 2022, si denota una sempre maggiore consapevolezza di cosa significhi vivere in modo sostenibile: sono infatti sempre meno coloro che non hanno un'opinione sul tema (17% nel 2020, e 4% nel 2022). Inoltre, vivere sostenibilmente è una priorità per la grande maggioranza dei giovani (61% degli intervistati nel 2020, 63% nel 2022).

Tuttavia, è importante notare che è aumentata la percentuale di giovani che non considerano prioritaria la necessità di agire singolarmente per vivere in modo sostenibile (dal 22% al 32%): nell'indagine del 2022, il 62% dei rispondenti afferma infatti che in teoria vorrebbe vivere in modo più sostenibile, ma nella pratica non lo reputa molto fattibile. Quali sono quindi le opinioni dei giovani in merito a mezzi, strumenti e responsabilità dei diversi attori che possono lottare contro il cambiamento climatico?

% di giovani che affermano: vivere sostenibilmente non è una priorità per me



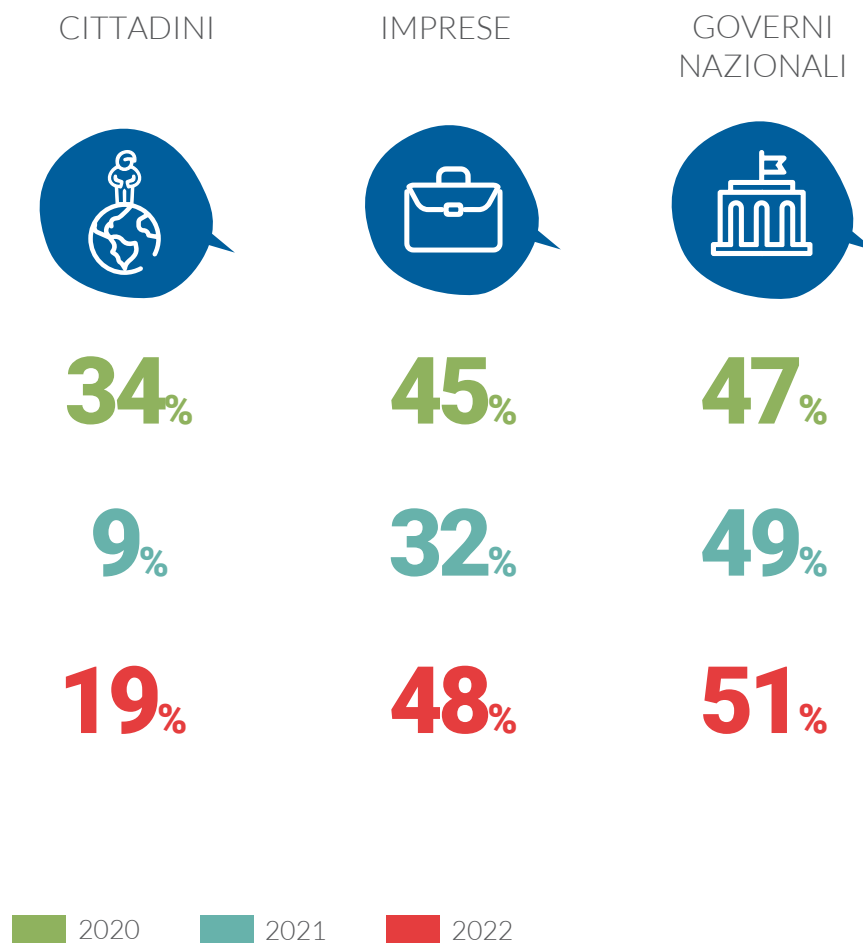
Qual è il ruolo dei diversi attori per combattere il cambiamento climatico?

In tutte e tre le analisi realizzate, gli attori che possono contribuire alla lotta contro il cambiamento sono stati divisi in tre categorie: **Cittadini** (singoli individui, non in forma associata), **Imprese**, e **Governi**.

Risulta evidente che i rispondenti siano convinti delle responsabilità e del potere dei governi e delle imprese, mentre i singoli cittadini possono affrontare il fenomeno solo parzialmente.

Nel **2022**, la percezione è che **Imprese (selezionate dal 48% dei rispondenti)** e **governi nazionali (51%)** siano gli attori considerati come meglio attrezzati a dare una risposta concreta e sistemica alle sfide del cambiamento climatico. I singoli cittadini sono stati selezionati solo dal 19% del campione.

Attori meglio attrezzati per combattere il cambiamento climatico



Nelle indagini del 2020 e 2021 si sono analizzati più nel dettaglio i **diversi livelli di governo** (locale, nazionale, europeo e internazionale); uno dei risultati più interessanti emerge dall'analisi di quanto dichiarato dai partecipanti su chi, tra i diversi livelli istituzionali, sia meglio preparato per combattere il cambiamento climatico: nel 2020 **i governi nazionali (47%)** sono considerati i più preparati per combattere i cambiamenti climatici, mentre sono indicati come meno idonei quelli **locali (12%)** ed **europei/internazionali (31%)**.

Diversa è la percezione nel 2021, con il **62%** per i **governi europei/internazionali**, seguiti da quelli **nazionali (49%)** ed in ultima posizione quelli **locali (39%)**.

Dalle interviste del 2020 e del 2021, emerge inoltre che anche i **Gruppi Ambientalisti** sono considerati da alcuni (20% nel 2020, 61% nel 2021) come attori ben attrezzati per la lotta al cambiamento climatico.



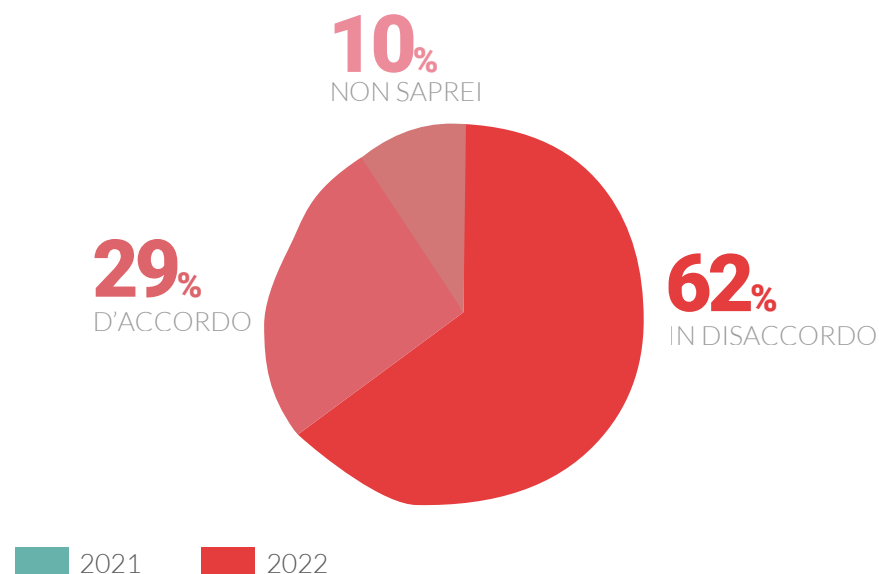
Come le istituzioni possono promuovere il cambiamento

Sembra costante la percezione che spetti alle istituzioni, più che ai singoli individui, assicurarsi che la nostra economia sia sostenibile (frase affermata dal 38% degli intervistati nell'indagine del 2020). Nel 2021 gli intervistati hanno suggerito diversi strumenti che i governi locali possono mettere in campo per promuovere l'attivismo giovanile e collettivo. Nel 2022, il 62% dei giovani afferma che le istituzioni dovrebbero fare di più per costringere le aziende a ridurre i loro impatti ambientali.

Principali strumenti attraverso cui le autorità locali possono supportare le campagne promosse dai giovani



Le istituzioni stanno facendo abbastanza per costringere le aziende a ridurre il loro impatto sul clima?



Comportamenti e azioni individuali

I giovani in Italia sembrano chiedere di fare di più alle istituzioni (locali, nazionali ed europee), ma anche alle imprese. Parallelamente, a livello individuale e nella pratica, stanno rispondendo molto bene al cambiamento climatico, mettendo in atto comportamenti e azioni individuali responsabili per l'ambiente e per la sostenibilità.

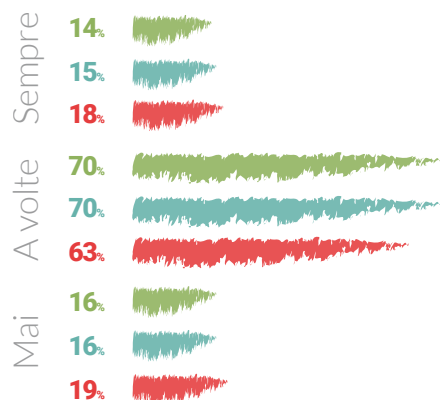
C'è molta **attenzione ai consumi** (cibo biologico, prodotti legati al territorio, prodotti derivanti dal commercio equo e solidale), ma le priorità sono soprattutto la riduzione del consumo di materie prime, come **elettricità** e **acqua** (valore medio nei tre anni 59%) e il riciclo dei rifiuti (valore medio 75%).



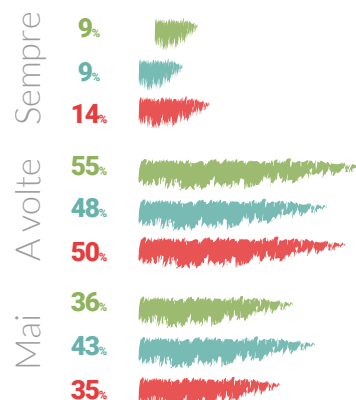
Comportamenti e azioni individuali



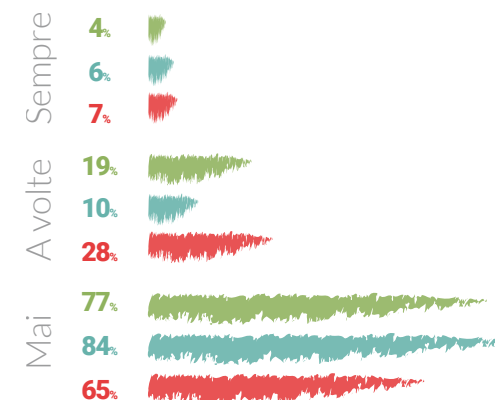
CIBO
BIOLOGICO



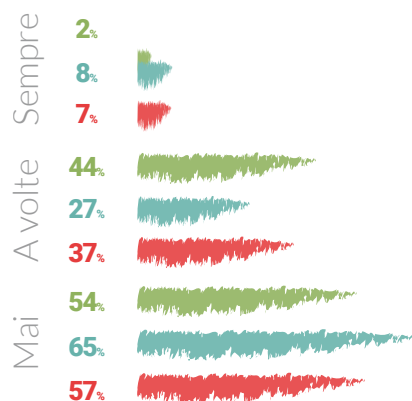
BICI
O MEZZI
PUBBLICI



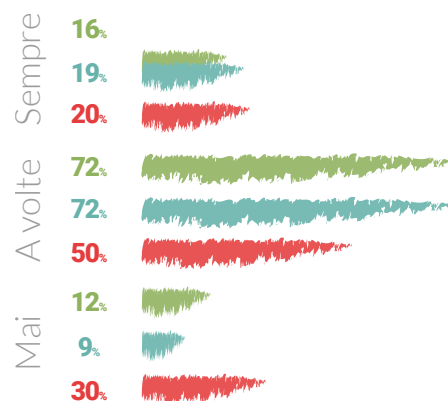
RICICLO
RIFIUTI



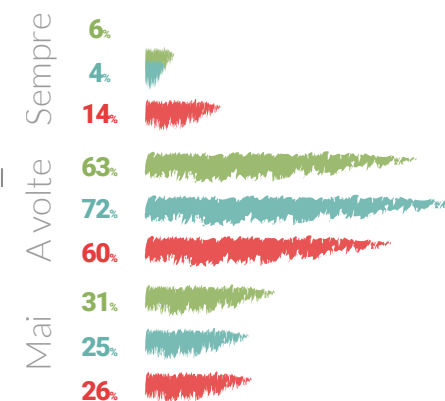
RISPARMIO
ENERGIA E
ACQUA



PRODOTTI
EQUO E
SOLIDALI



PRODOTTI
LOCALI



2020 2021 2022

Cittadinanza attiva e partecipazione politica

Nel sondaggio Climate of Change, il **79% dei rispondenti ha votato o voterebbe politici che danno priorità al tema del cambiamento climatico** e a questioni a esso interconnessi quali le migrazioni ambientali. Tuttavia, secondo i giovani intervistati nel 2022, **le istituzioni a tutti i livelli non si prendono abbastanza cura dei bisogni dei giovani**: il giudizio è negativo in particolare per le istituzioni nazionali

Votare politici che danno priorità al cambiamento climatico e alle questioni ad esso interconnesse



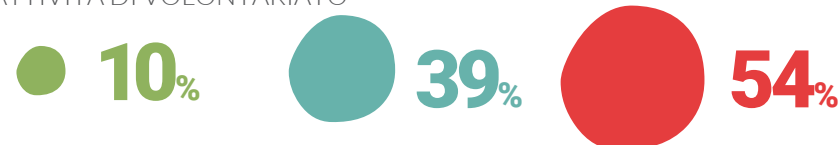
(il 69% afferma che non si occupano dei bisogni dei giovani), mentre leggermente migliore per quelle locali (61%) e quelle europee (43%). **Di contro, in tutti e tre gli anni delle indagini, i giovani si dimostrano cittadini attivi in azioni collettive, pubbliche e politiche.**

Azioni collettive, pubbliche e politiche per la sostenibilità e l'ambiente

FIRMARE UNA PETIZIONE



ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO



ESEGUIRE DONAZIONI

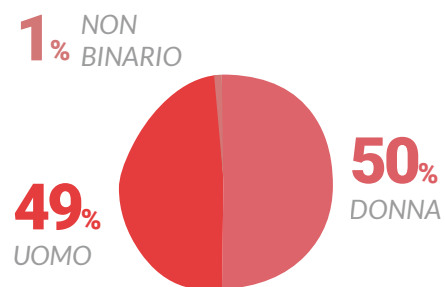
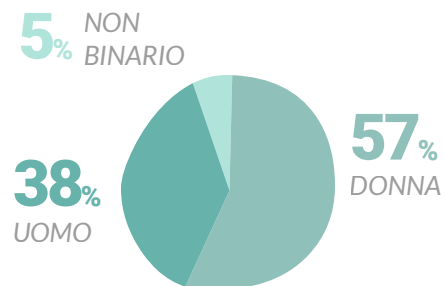
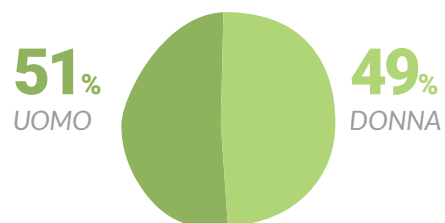


MANIFESTAZIONI PUBBLICHE

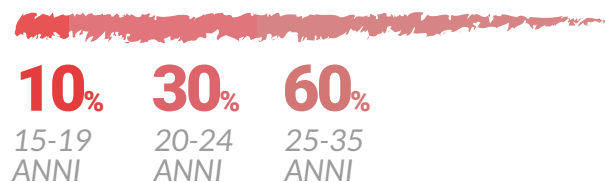
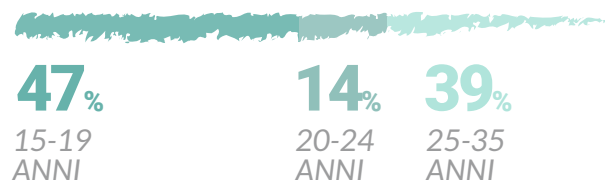
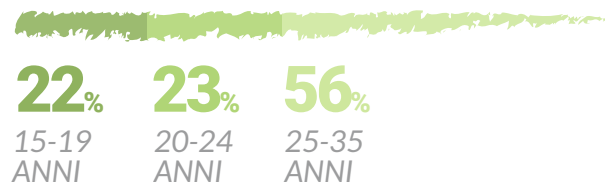


Il campione

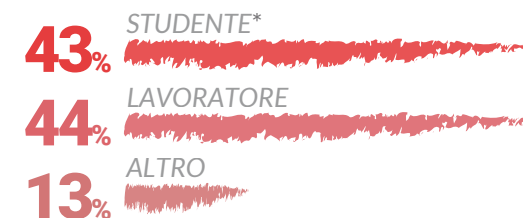
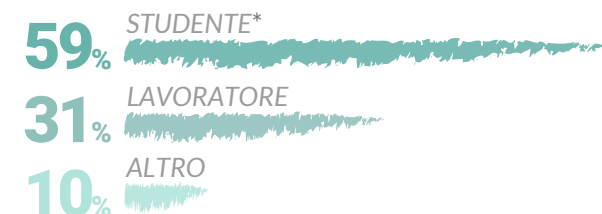
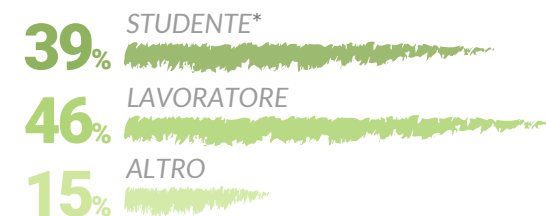
GENERE



ETÀ



OCCUPAZIONE



*per la comparazione dei dati relativi all'occupazione, è stato necessario aggregare le voci (gli studenti-lavoratori sono stati considerati all'interno della voce "studente").



**we
world**
Member of ChildFund Alliance

