

27 settembre 2019 12:42

ITALIA: Consumatori sempre più ecologici. Nomisma

I consumatori italiani sono sempre più "green". Stando all'Osservatorio Packaging del Largo Consumo, realizzato da Nomisma in collaborazione con Spinlife-Università di Padova, il 43% valuta l'impatto ambientale del packaging dei prodotti alimentari, il 54% evita di comprare merci con troppo imballaggio, il 13% ha rinunciato a un acquisto perché la confezione era in plastica e il 78% ritiene fondamentale contribuire con piccole azioni quotidiane alla salvaguardia dell'ambiente. Inoltre, i consumatori appaiono più coscienti che l'ambiente debba essere sempre più al centro dell'agenda politica, tema che è la prima richiesta per il 2025 e occupa il terzo posto delle priorità attuali degli italiani (37% in relazione alla risposta multipla), dopo disoccupazione (56%) e tasse (39%). Sono soprattutto i giovani under 30 a chiedere massima priorità all'attenzione sull'ambiente: uno su due si aspetta che i politici promuovano normative stringenti e ogni forma di sviluppo sostenibile, l'82% dichiara di essere disponibile a ridurre al minimo gli sprechi e il 70% opta per aziende di cui condivide i valori, impegnate nella salvaguardia dell'ambiente. Le tematiche ambientali che preoccupano di più sono il riscaldamento climatico (citato dal 56% degli italiani), l'inquinamento delle acque (54%), quello atmosferico e la deforestazione (39% per entrambi). Gli italiani "con azioni quotidiane si attivano per la salvaguardia" dell'ambiente e c'è "grande attenzione durante la spesa: ci si limita ad acquistare bottiglie di plastica (41%), quando è possibile si privilegia la scelta di prodotto più sostenibili o con etichette ambientali (40%)", ha detto Silvia Zucconi, responsabile marketing intelligence di Nomisma, sottolineando che "i consumatori sono sempre più attenti anche al packaging, che diventa una caratteristica di scelta del prodotto: il 54% degli italiani spesso evita di comprare prodotti con troppo imballaggio e il 47% preferisce prodotti plastic-free. Inoltre, l'88% dei consumatori afferma di avere maggiore considerazione per i prodotti environment-sounding e il 92% dice di prestare attenzione i cosiddetti eco-label".