

I DATI DI UNA RICERCA **IPSOS-SYMBOLA**

## Gli italiani premiano i produttori responsabili

CRISTINA CALZECCHI ONESTI

*“Dall'accordo all'azione: ricostruire la biodiversità”. È caduta proprio nel bel mezzo di un cataclisma climatico, che sta flagellando il Nord Italia, la celebrazione della Giornata mondiale della Biodiversità indetta dalle Nazioni Unite il 22 maggio di ogni anno, con l'obiettivo di stimolare una riflessione pratica sui possibili scenari futuri facendo leva sul concetto di “ricostruzione”. Non basta, cioè, salvaguardare e tutelare il patrimonio naturale degli ecosistemi, bisogna anche impegnarsi in una rigenerazione degli ambienti danneggiati o minacciati.*

continua a pagina 3



# Gli italiani premiano i produttori responsabili

CRISTINA CALZECCHI ONESTI

La sostenibilità sta diventando una priorità globale per affrontare le sfide ambientali, sociali ed economiche che minacciano il nostro Pianeta. Da una recente ricerca Ipsos **Symbola** è emerso che qualcosa nella consapevolezza degli italiani si sta muovendo rispetto alle nostre responsabilità verso ciò che sta accadendo e che dovremmo fare. Tre i driver che stanno spingendo verso una maggiore attenzione alla sostenibilità da parte dei consumatori: attenzione all'etica, che dà un contributo pari al 6,5%; la paura, in particolare per i cambiamenti climatici e per il futuro del Pianeta, che contribuisce per il 37%; la ricerca della qualità dei processi e dei prodotti, che pesa più di tutto, con un contributo pari al 56,5%.

### **Etica, la paura e la qualità dei prodotti**

Secondo il Rapporto Ipsos le persone si sentono sempre

più responsabilizzate nell'adottare comportamenti maggiormente rispettosi dell'ambiente e spinti verso scelte che riducano il loro impatto negativo. Lo si deduce dal fatto che i consumatori sono più attenti all'etica delle aziende, premiando quelle che adottano pratiche sostenibili e penalizzando quelle che non lo fanno. Questa pressione ha spinto molte imprese a rivalutare le loro strategie e ad adottare un approccio più etico nella produzione e nella gestione delle risorse. La paura è un potente motore per l'azione. La consapevolezza dei cambiamenti climatici, dell'esaurimento delle risorse naturali e della perdita di biodiversità ha generato una diffusa preoccupazione. Gli effetti negativi del nostro modello di sviluppo insostenibile sono già evidenti, con eventi meteorologici estremi, siccità e inquinamento dell'aria e dell'acqua.

La paura di un futuro incerto sta spingendo a intraprendere azioni concrete per promuovere la sostenibilità a livello individuale, aziendale e governativo. Il concetto di qualità è sempre più legato alla sostenibilità e le aziende che la integrano nei loro processi e prodotti tendono ad aumentare la loro reputazione e ad attrarre investimenti. Inoltre, la sostenibilità favorisce l'innovazione, stimolando lo sviluppo di tecnologie e soluzioni avanzate che migliorano la qualità del lavoro, della salute e dell'ambiente.

### **Il consumatore preferisce prodotti sostenibili**

La ricerca ha, poi, approfondito l'importanza di comportamenti più responsabili da parte dei produttori in alcuni campi di interesse economico a livello nazionale, in particolare nel settore viti-vinicolo, dove la sostenibilità ambientale di un prodotto è, infatti, sinonimo di qualità se

riesce a coniugare bontà, gusto, innovazione, ricerca, presenza di certificazioni ambientali. Il 71% degli intervistati è risultato disposto a pagare di più per i prodotti sostenibili del viti-vinicolo perché di qualità superiore. “La sostenibilità non è solo necessaria per affrontare la crisi climatica - spiega **Ermete Realacci**, Presidente della Fondazione **Symbola** -, ma una straordinaria opportunità per rilanciare la nostra economia e produrre lavoro. La percezione di qualità dei beni prodotti in modo sostenibile spinge il consumatore verso acquisti più responsabili. Il vino è un formidabile ambasciatore italiano nel mondo e l'indagine conferma il rapporto che c'è nel nostro Paese tra produzioni di qualità, paesaggio, innovazione e cultura. La sostenibilità ambientale nel settore viti-vinicolo è una sfida che guarda al futuro, per il bene del territorio, delle comunità”.