

Comunicato Stampa

Lotta allo spreco, presentati i risultati del progetto di Cittadinanzattiva dedicato al consumo responsabile. Non solo numeri: il bilancio dei due anni di attività racconta la "storia di una comunità sostenibile", analizzata anche attraverso i dati di un'indagine della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

La Generazione SpreK.O. esiste ed è donna.

A fronte del 90% della popolazione italiana che oggi adotta comportamenti anti-spreco, il 26% dei cittadini (soprattutto di genere femminile) è attento alle scelte e all'informazione ed ha un ruolo attivo all'interno della comunità, nella convinzione che l'azione individuale possa fare la differenza.

Più di 2 anni di attività; oltre 1200 Km percorsi; 10 grandi città coinvolte; 100 realtà aziendali virtuose che rappresentano vere best practices; 24 amministrazioni comunali; 23 aziende pubbliche; 3 università; 10 sfide virtuali lanciate in collaborazione con la community Green Apes; 2600 comportamenti sostenibili; 100.000 visualizzazioni sull'app Junker, che aiuta a differenziare i rifiuti domestici riconoscendo i prodotti dal codice a barre.

Sono solo alcuni dei risultati raggiunti da "**SpreK.O. Una rete nazionale per la lotta allo spreco e la promozione del consumo responsabile**", il progetto promosso da Cittadinanzattiva, in partnership con AICS, finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e con il supporto non condizionato di Edison.

Non si tratta solo di numeri: il bilancio, presentato ieri durante la tappa finale, racconta la "**storia di una comunità sostenibile**" che sta diventando sempre più consapevole della profonda incompatibilità tra i limiti ambientali del pianeta e l'attuale modello di produzione e consumo, basato spesso sulla logica dell'usa e getta.

"Il progetto si colloca nell'ambito del goal 12 dell'agenda 2030 dell'Onu, ovvero Consumo e produzioni responsabili - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo - ha spiegato nel suo intervento iniziale Tiziana Toto, responsabile nazionale Politiche dei consumatori di Cittadinanzattiva - Sono state individuate 3 specifiche aree di intervento: la promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile; il supporto al corretto riutilizzo, riciclo, conferimento dei beni a fine vita; lo sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani. L'obiettivo di Cittadinanzattiva è quello di iniziare a raccontare una nuova storia, quella di una comunità sostenibile, nella quale il contributo di ogni categoria di stakeholder è necessario al fine di favorire dei modelli di circolarità". Nel corso dell'evento online si sono alternate testimonianze di cittadini, imprese ed istituzioni che hanno creato sinergie.

Particolarmente interessanti i dati della survey "**Conosciamo la generazione SpreK.O.**", realizzata con la collaborazione dell'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e presentati dal prof. **Francesco Testa**.

L'indagine è stata svolta su un campione di 1029 persone di età compresa tra i 18 ed i 75 anni, rappresentativo della popolazione italiana - ha spiegato **Testa** - Abbiamo voluto sondare non solo i **comportamenti adottati dai consumatori** lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti ma anche il **ruolo dei cittadini** nel prevenire gli sprechi attraverso abitudini virtuose, sia in ambito domestico sia fuori casa, e il loro attivismo all'interno della comunità.

E' emerso che la **Generazione SpreK.O.** rappresenta il **26% della popolazione** e si contraddistingue per comportamenti virtuosi volti alla tutela ambientale lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. Utilizza modelli di acquisto e consumo sostenibili e innovativi (sharing, ricorso al mercato dell'usato) e adotta abitualmente comportamenti eco-sostenibili. A livello di caratteristiche socio-demografiche, la Generazione SpreK.O, in particolare è caratterizzata da una maggiore presenza di **donne, persone adulte, con un elevato titolo di studio, reddito medio alto e appartenenti a nuclei numerosi**.

In linea generale oltre il 90% degli italiani adotta comportamenti anti-spreco. In particolare: **più dell'80%** degli intervistati **acquista sempre o spesso prodotti ad alta efficienza energetica o beni durevoli longevi mentre solo il 46% acquista prodotti composti da materiali riciclati**. Confrontando gli attuali risultati con quelli ottenuti dalle indagini svolte nel 2020 e 2019, i trend relativi all'acquisto di prodotti e packaging sostenibili **appaiono in miglioramento** (fino a +50%).

Al contrario è **ancora basso il ricorso ai nuovi modelli di acquisto e consumo** (ad es., sharing economy, noleggio e mercato dell'usato) (li utilizza tra 15% e il 25% dei rispondenti).

L'utilizzo efficiente dei prodotti, la corretta manutenzione e la riduzione degli sprechi sono comportamenti mediamente frequenti: il 65-75% dei rispondenti li adotta regolarmente.

I comportamenti di riciclo meno diffusi riguardano il conferimento di oli vegetali esausti e di capi di abbigliamento (rispettivamente il 59% e il 42% degli intervistati ha dichiarato di adottarli spesso o sempre) rispetto all'ormai ben più diffusa raccolta differenziata (a cui aderisce correttamente tra il 70 e l'80%).

Per maggiori dettagli visita il sito <http://www.generazionespreko.it/>



Progetto promosso da  in partnership con 

Con il supporto non condizionato di 

Progetto realizzato con il finanziamento concesso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per l'annualità 2018 a valere sul Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel Terzo settore di cui all'articolo 72 del decreto legislativo n. 117/2017.