

---

## **Consumi: Nomisma, il 94% degli italiani propenso ad acquistare green, ma meno della metà vuole spendere di più per prodotti ecosostenibili**

La domanda di prodotti compatibili con l'ambiente vale nella grande distribuzione organizzata (Gdo), circa 6,5 miliardi di euro. L'indicazione è emersa oggi nel corso della presentazione dei dati dell'Osservatorio Packaging del largo consumo di Nomisma in collaborazione con Spin Life presentato a Marca 2020 di Bologna, una delle manifestazioni di riferimento nell'ambito della distribuzione moderna. "Tra gli italiani - spiega una nota di Nomisma -, è forte la sensibilità verso i temi ambientali, la crescente attenzione alla sostenibilità genera consapevolezza del proprio ruolo e porta alla definizione di nuovi modelli di acquisto": il 94% è propenso ad acquistare prodotti green. È per questo che nel 2019, 1 azienda su 5 ha previsto di effettuare investimenti in tecnologie green (21,5% a fronte di un più timido 14,3% registrato solo 8 anni prima). Non solo, il 56% delle imprese ha già adottato comportamenti per ridurre l'impatto ambientale e il 13% ha investito in processi di economia circolare. La ricerca sottolinea che "salvaguardare l'ambiente è una priorità anche per i consumatori italiani" tanto che il tema è ritenuto fra quelli da "inserire nelle priorità dell'agenda politica dal 37%" della popolazione ed è secondo solo a disoccupazione (56%) e fiscalità (39%). Il 42% degli italiani vede nei prodotti biologici quelli a più alta sostenibilità mentre il 37% individua in una confezione fatta con materiali riciclati o a basso impatto ambientale l'attributo distintivo di un prodotto sostenibile. Importante anche l'utilizzo di fonti di energia rinnovabili in fase di produzione (31%) e la garanzia di un giusto reddito ai lavoratori (24%). Ma, viene fatto anche notare dall'Osservatorio Nomisma, "emerge come il 35% dei consumatori valuti insufficiente l'impegno delle aziende nella riduzione dell'impatto ambientale della confezione dei prodotti, un altro 62% giudica quanto messo in campo finora appena sufficiente. Mentre il 41% non è disposto a pagare di più e a questi si aggiunge un ulteriore 26% che dichiara una disponibilità molto bassa a sostenere un differenziale di prezzo".

Andrea Zaghi