

CLIMA **tiepido** E CONSAPEVOLE

Per i cittadini
il global warming
è un po' meno grave
Ma l'approccio
è più concreto

DI ALESSIA MACCAFERRI

La temperatura delle opinioni sul cambiamento climatico si è abbassata in Europa, ma non per questo domina la rassegnazione. Anzi, i cittadini sono sempre più consapevoli dei loro comportamenti e del peso che possono avere. Come si spiega questo apparente paradosso che emerge dalle recenti indagini sull'atteggiamento dei cittadini verso la sostenibilità?

Un primo elemento di comprensione sono le date. Nel periodo marzo-aprile 2008 il 30% degli europei riteneva il riscaldamento globale il problema più serio a livello mondiale. Seguiva la povertà e la carenza di cibo e acqua (29%), il terrorismo internazionale (17%) e la crisi economica (12%). Nelle ultime rilevazioni dell'Eurobarometro (agosto-settembre 2009) il cambiamento climatico si ritrova arretrato al secondo posto tra le preoccupazioni (17% dei cittadini), come già si era intravisto nelle indagini di inizio anno (gennaio-febbraio) lasciando il primato alla povertà (34%). Sale invece al terzo posto la crisi economica (14%) e acquistano un ruolo maggiore l'influenza e il terrorismo internazionale. Le opinioni risentono dell'emotività del momento e il tema ambientale ha subito, almeno fino a settembre, una progressiva usura.

Gli italiani (perlopiù giovani laureati e manager) che ritengono il riscaldamento globale un problema molto serio sono scesi dal 75% al 63% (che coincide con la media europea), secondo la rilevazione condotta su un campione di 26.719 cittadini nella Ue a 27 paesi. Il 25% degli intervistati in Italia (il 24% in Europa) lo considera un problema serio, gli scettici sono l'8% (10% a livello Ue).

«Il clima della Terra sta effettivamente diventando sempre più cal-

do» è un'affermazione che trova consensi il 90,7% dei cittadini nel 2007, oggi scesi al 71,7%, secondo l'indagine condotta da Observa-Science in società. «C'è stato certamente un effetto-saturazione: l'opinione pubblica vive di cicli - spiega Massimiano Bucchi, docente di Scienza e società all'Università di Trento e responsabile della supervisione scientifica di Observa - Dopo i picchi tra il 2007 e il 2008 ora la percezione del problema è calata. Dall'altro lato, però, tra coloro che lo ritenevano un problema grave, l'opinione si è consolidata». Infatti nel 2007 per due italiani su tre la percezione del riscaldamento del pianeta era fondata sull'esperienza personale. Oggi gli studi forniti dagli scienziati sono decisivi per il 38%, un dato più che raddoppiato rispetto a due anni fa.

Ma cosa fare contro il *global warming*? Di certo la stragrande maggioranza degli europei ritiene che l'Unione europea, l'industria, gli stessi cittadini, i governi locali e nazionali non stiano facendo abbastanza. Solo 27 italiani su cento, secondo l'Eurobarometro, sono rassegnati e pensano che non si possa ormai fare nulla. Il 68% pensa che affrontare il problema possa avere un impatto positivo sull'economia europea. E sono disposti a darsi da fare: il 64% dichiara di aver fatto qualcosa per l'ambiente a livello personale: si tratta perlopiù di manager, benestanti, laureati. Infatti il 70% degli italiani (il 78% degli europei) mette al primo posto la raccolta differenziata.

Ma quanto sono disposti a spendere i consumatori? Il 23% degli italiani sono disposti a spendere meno del 5% per fonti energetiche alternative, il 22% una quota superiore, mentre gli altri non vogliono spendere (il 18% degli italiani e il 27% degli europei) o non sanno.

Il maggiore realismo dei cittadini e l'approccio più scientifico al problema sono coerenti con l'atteggiamento dei consumatori italiani. Dall'osservatorio Cpi emerge che per il consumatore la sostenibilità ambientale non è più un'ideologia quanto un'esigenza pratica, dove ognuno può fare la propria parte. Tra l'anno scorso e quest'anno i favorevoli all'introduzione di leggi che obblighino i costruttori a produrre solo auto ibride sono saliti dal 69,8% al 73,9% e coloro che dichiarano che

in città utilizzeranno mezzi di trasporto alternativi all'auto sono il 56,5% (secondo dati del Monitor 3Sc). La scelta di un carburante meno inquinante è la seconda motivazione (23,7%) di acquisto di una auto a metano o gpl, dopo il risparmio economico (59,2%).

«Emerge la consapevolezza che tutti debbano muoversi per la difesa dell'ambiente, cittadini, imprese, istituzioni e politica - spiega Marilena Colussi, senior consultant di Gpf -. L'interrelazione tra i diversi attori, ciascuno con la propria visione, può portare un valore aggiunto, innescare un meccanismo virtuoso in termini pragmatici».

alessiamaccafferi.nova100.ilsol24@ore.com

38%

Dalla parte della scienza

Tra il 2007 e il 2009 coloro che si affidano a studi scientifici per sostenere che il clima stia cambiando sono passati dal 18,7 al 38% secondo l'indagine Observa (n. 1.020 casi-rilevazione Cati, settembre 2009)

71,7%

Gli italiani e il clima

«Il clima della Terra sta diventando sempre più caldo». Lo pensa il 71,7% degli italiani nel 2009.

Aveva dato la stessa risposta il 90,7% degli intervistati due anni fa (www.observa.it).

Fai la **raccolta differenziata** per la maggior parte dei tuoi rifiuti

UE27
Intervistati: 26.719

Stai riducendo il **consumo domestico di energia** (per esempio, non lasciando gli apparecchi in stand-by, diminuendo l'uso di climatizzatori, etc)

Intervistati: 1.039

Dati in percentuale
Fonte: Eurobarometer

Stai riducendo il **consumo di acqua a casa**

Stai riducendo il consumo di **articoli non deperibili**

Compri **prodotti locali e stagionali**

Hai scelto un **approccio sostenibile ai trasporti** (camminate, bici, trasporti pubblici)

Stai **riducendo l'uso della macchina**, per esempio col car-sharing o usando l'auto in modo efficiente

Hai acquistato un'auto che consuma meno carburante o è più **ecologica**

Dove possibile eviti di prendere **voli a corto raggio**

Sei passato a fornitori di energia o tariffe che abbiano un'alta quota di **fonti rinnovabili**

Hai installato a casa **impianti di energia rinnovabile** (eolico, pannelli fotovoltaici, etc)

