

LA CONOSCENZA DEGLI SDGs IN ITALIA

Report di ricerca per



GAME CHANGERS



OBIETTIVI E METODOLOGIA



Perché

- Misurare il **livello di consapevolezza** e la **percezione di importanza degli SDGs**



Target

Popolazione italiana di età compresa tra i **16 ed i 65 anni**.
All'interno del campione è stata prevista una **quota di professionisti «business community»**



Metodologia

Sono state effettuate **1200 Interviste CAWI** (Computer Assisted Web Interviews), della durata di circa **15 minuti**



Periodo di fieldwork **27 aprile - 11 maggio 2022**

NOTE DI METODO

Universo di riferimento <i>(popolazione italiana 16-65 anni)</i>	37.628.108
Numero contatti totali	4.247 casi
Campione	1.200 casi (28%)
Margine di errore	+/- 3 punti

CHI ABBIAMO INTERVISTATO: profilo socio-demografico

GENERE

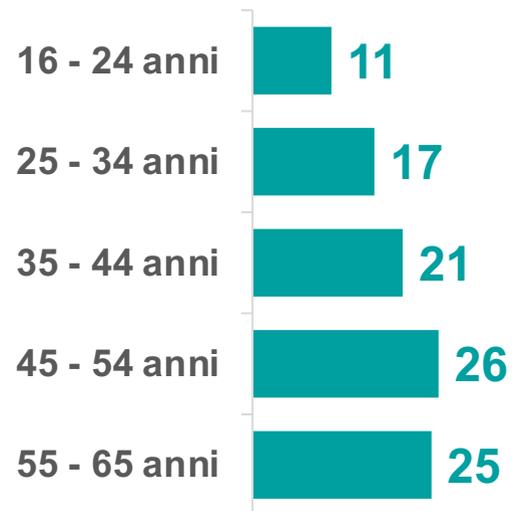


Uomo
50



Donna
50

ETÀ *(in media 43 anni)*

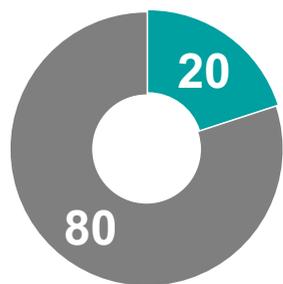


AREA GEOGRAFICA



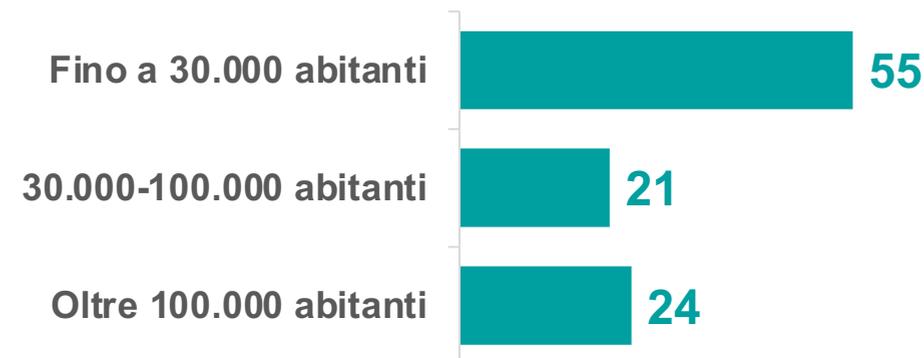
Nord ovest	26
Nord est	19
Centro	20
Sud e isole	34

TITOLO DI STUDIO

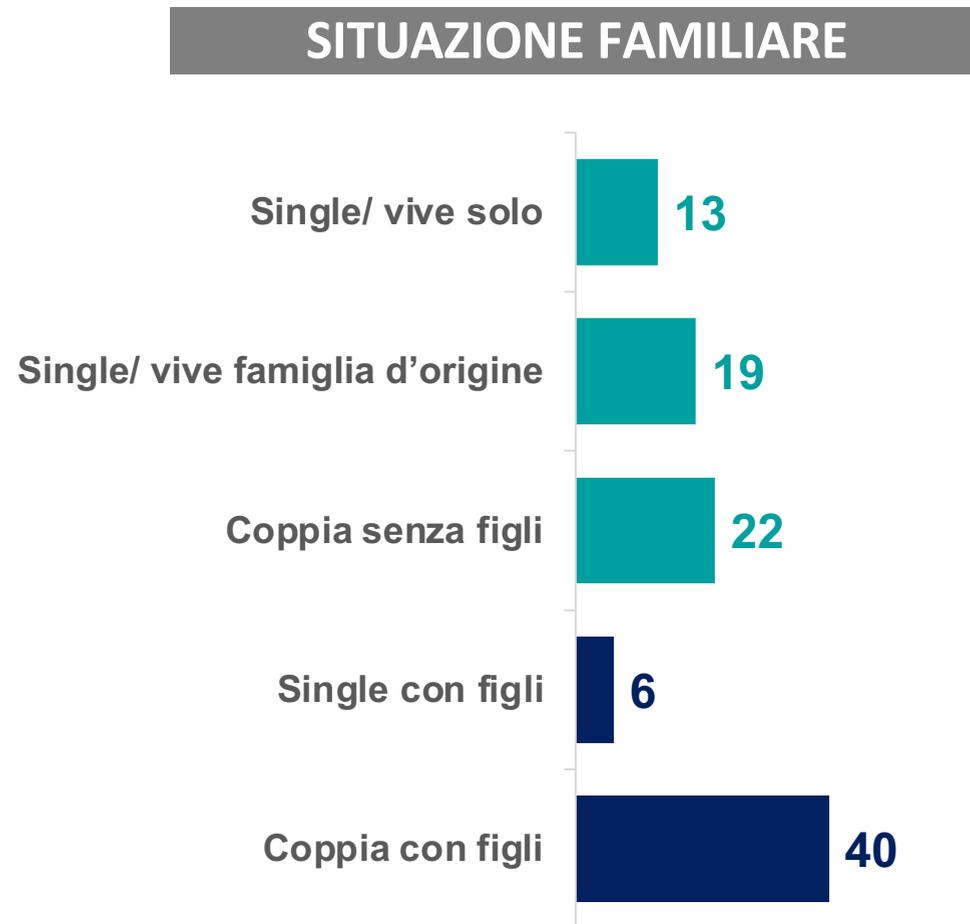


- Laurea
- No laurea

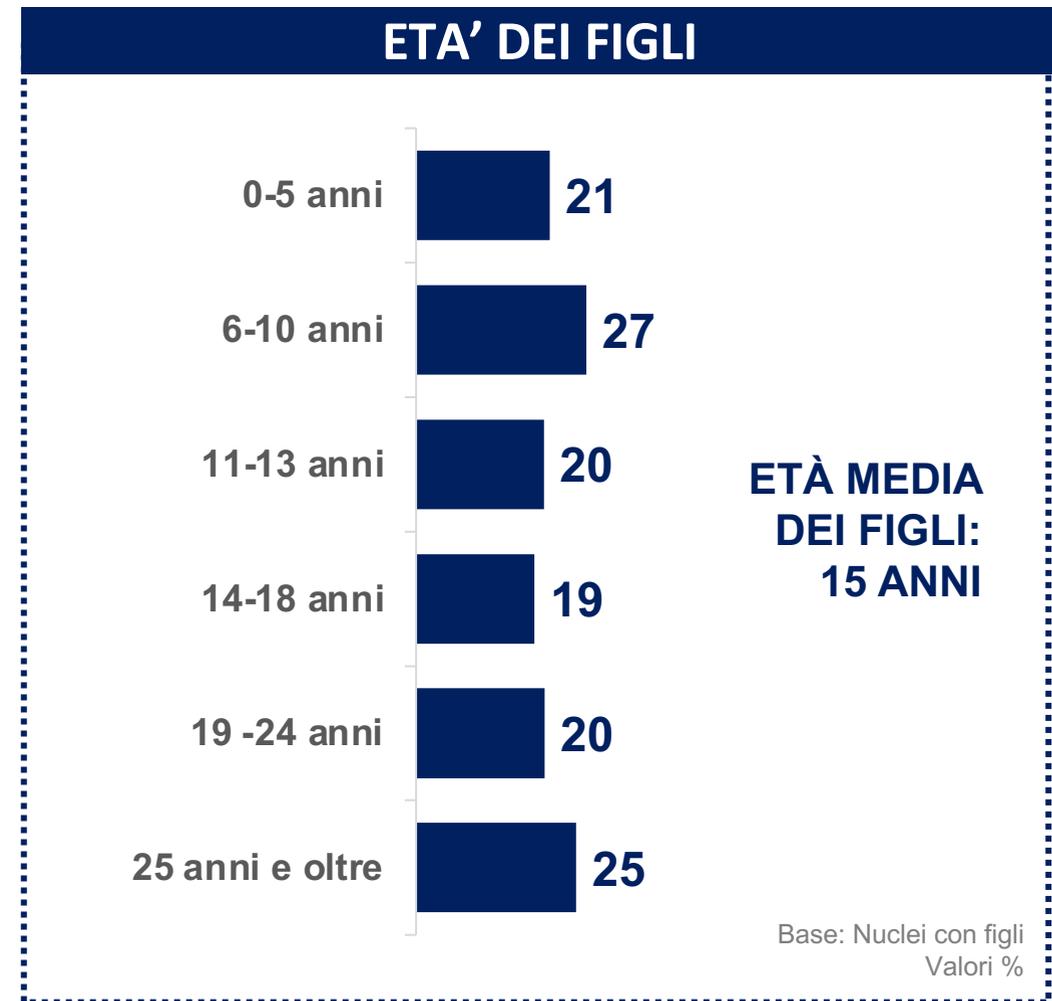
AMPIEZZA CENTRO



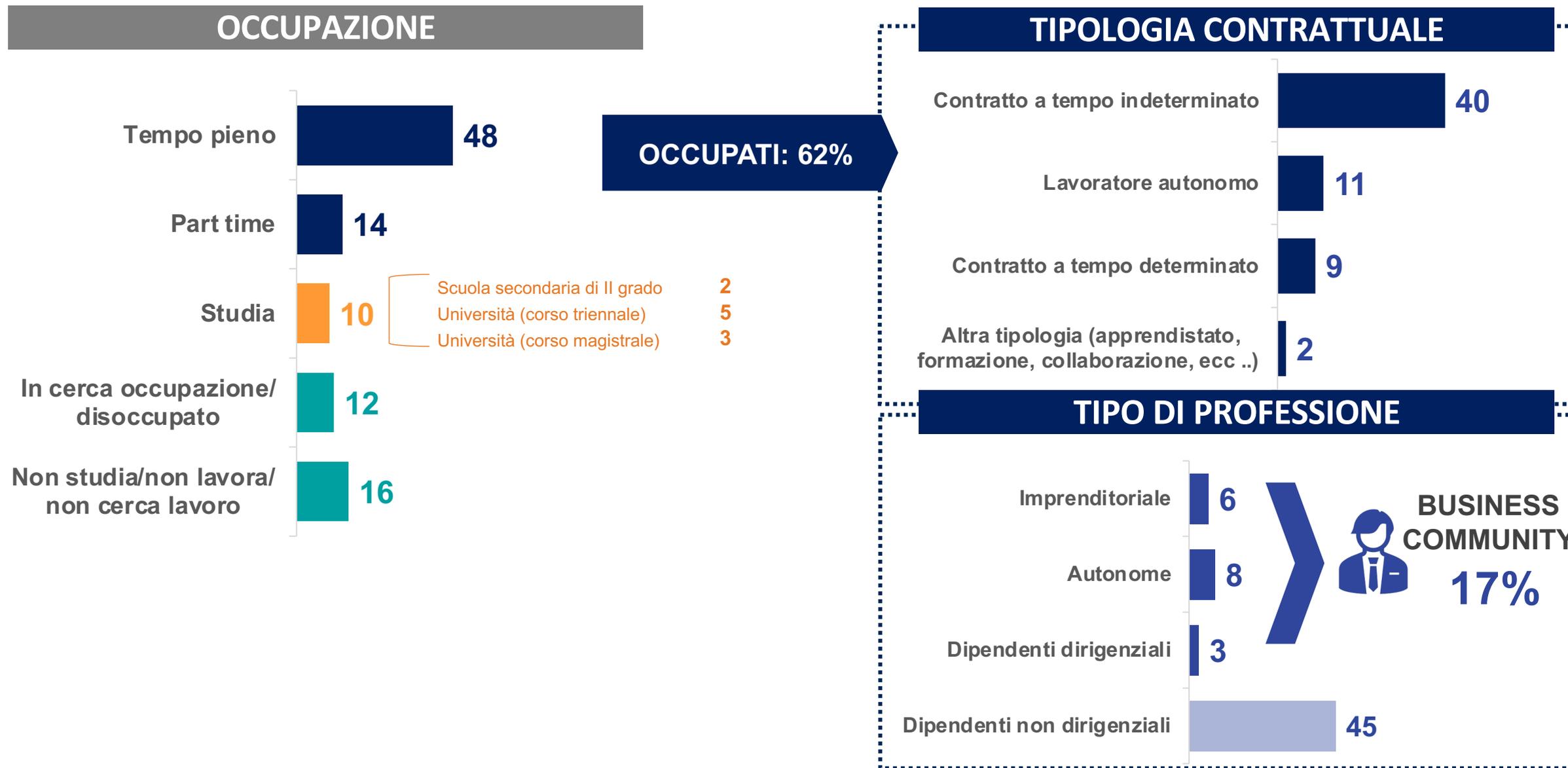
CHI ABBIAMO INTERVISTATO: situazione familiare



100%



CHI ABBIAMO INTERVISTATO: status occupazionale



SOSTENIBILITÀ E SDGs

1 NO POVERTY



2 ZERO HUNGER



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



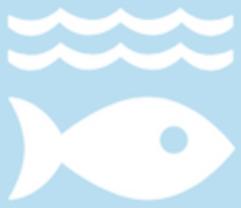
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



14 LIFE BELOW WATER



15 LIFE ON LAND



16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

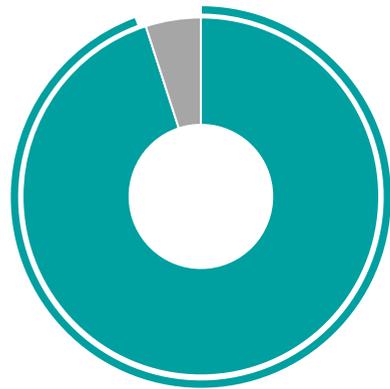


17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



CONOSCENZA E DECODIFICA DI SVILUPPO SOSTENIBILE

D1 Ha mai sentito parlare di sviluppo sostenibile?



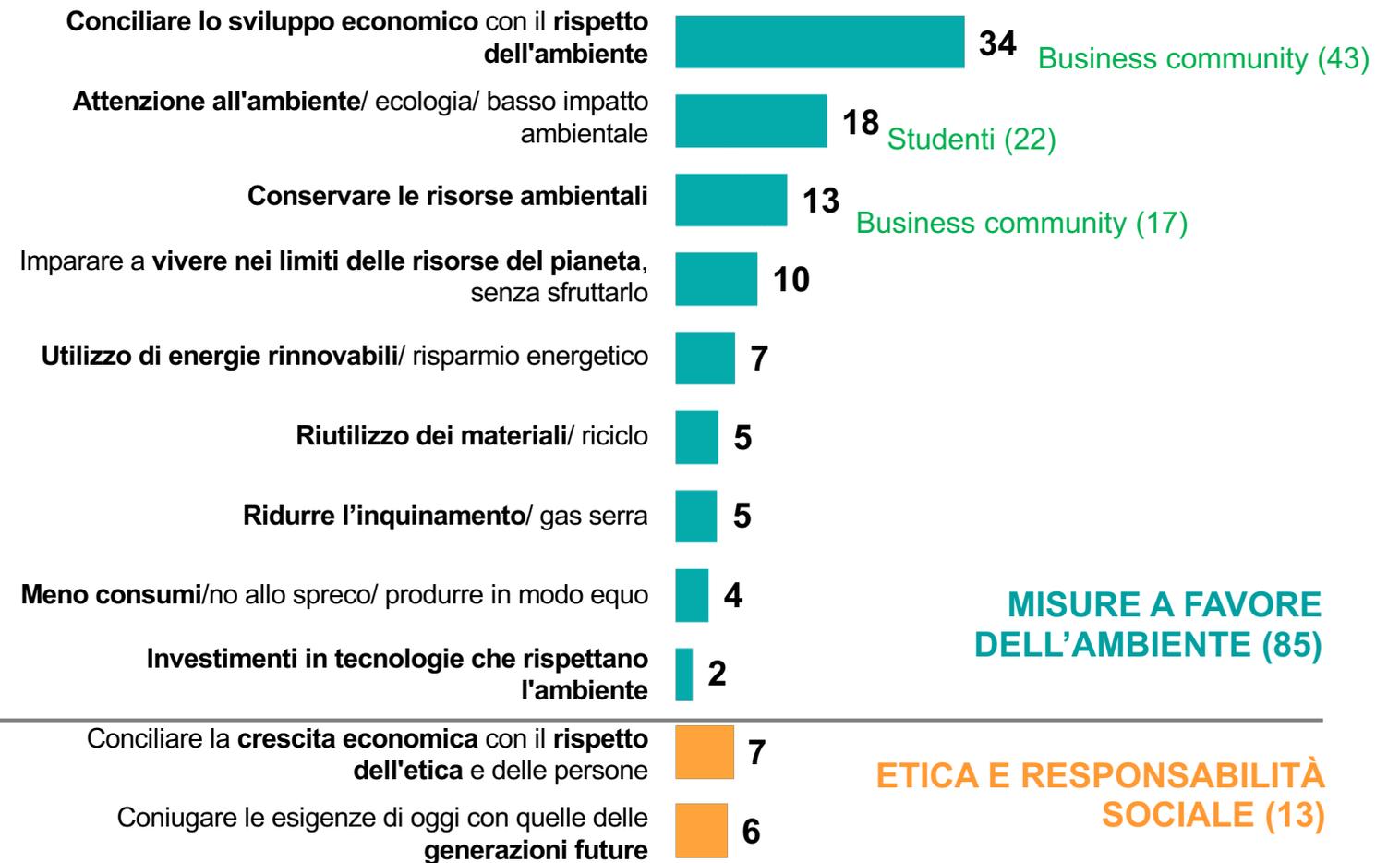
95%

HA ALMENO
SENTITO PARLARE
DI SVILUPPO
SOSTENIBILE

STUDENTI	94
BUSINESS COMMUNITY	99
NUCLEI CON FIGLI	96
NUCLEI SENZA FIGLI	94

D1A Che cos'è per lei lo sviluppo sostenibile? (Risposte spontanee)

Base: coloro che hanno sentito parlare di sviluppo sostenibile – Citazioni con valori >1%



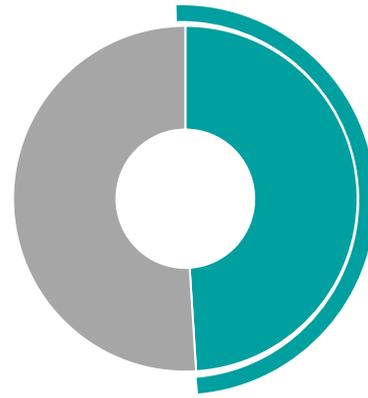
CONOSCENZA DELL'AGENDA 2030

D2 Ha mai sentito parlare dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile e dei suoi 17 Obiettivi?



42%
HA ALMENO
SENTITO PARLARE
DELL'AGENDA 2030

D2A Riconosce queste immagini?



49%
HA RICONOSCIUTO
L'IMMAGINE



Gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile, delle NU, sono obiettivi da raggiungere entro il 2030. Ne avevi sentito parlare prima d'ora?

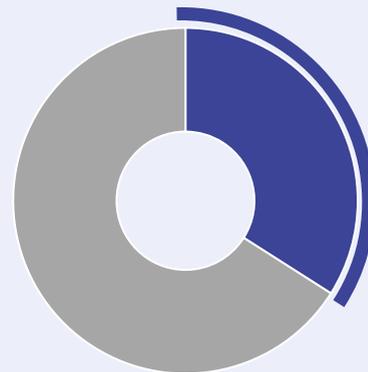


(Banca dati Ipsos dicembre 2020 – Base giovani italiani 16-26 anni)

Ha mai sentito parlare di SDG's, ossia i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile?



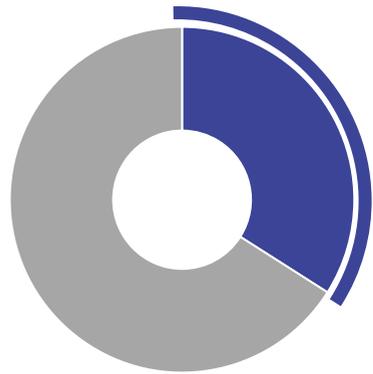
(Banca dati Ipsos ottobre 2019 – Base popolazione italiana)



34%
HA SENTITO PARLARE
DELL'AGENDA 2030 E HA
RICONOSCIUTO IL LOGO

STUDENTI	58
BUSINESS COMMUNITY	40
NUCLEI CON FIGLI	36
NUCLEI SENZA FIGLI	33

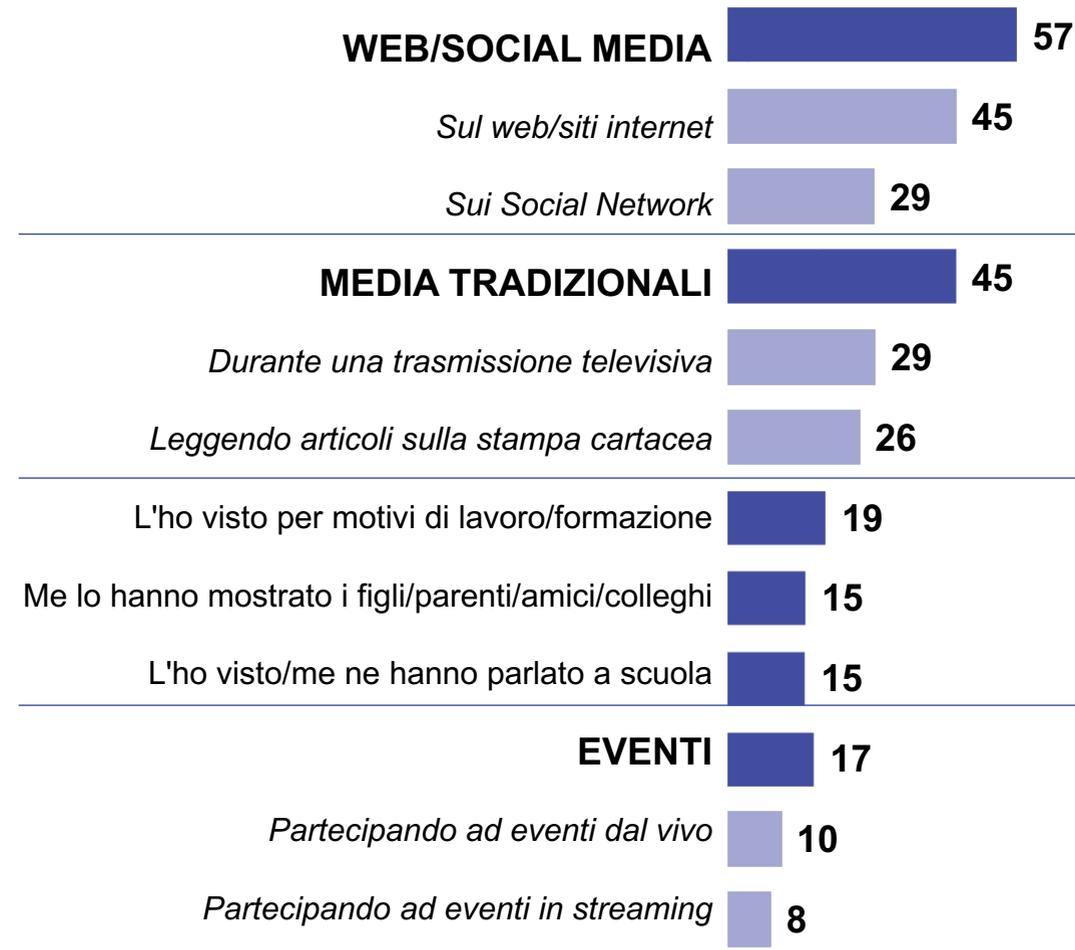
FONTI DI CONOSCENZA SDGs E AGENDA 2030



34%

**HA SENTITO PARLARE
DELL'AGENDA 2030 E HA
RICONOSCIUTO IL LOGO**

D3 In che modo è venuto a conoscenza dell'Agenda 2030 e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile?

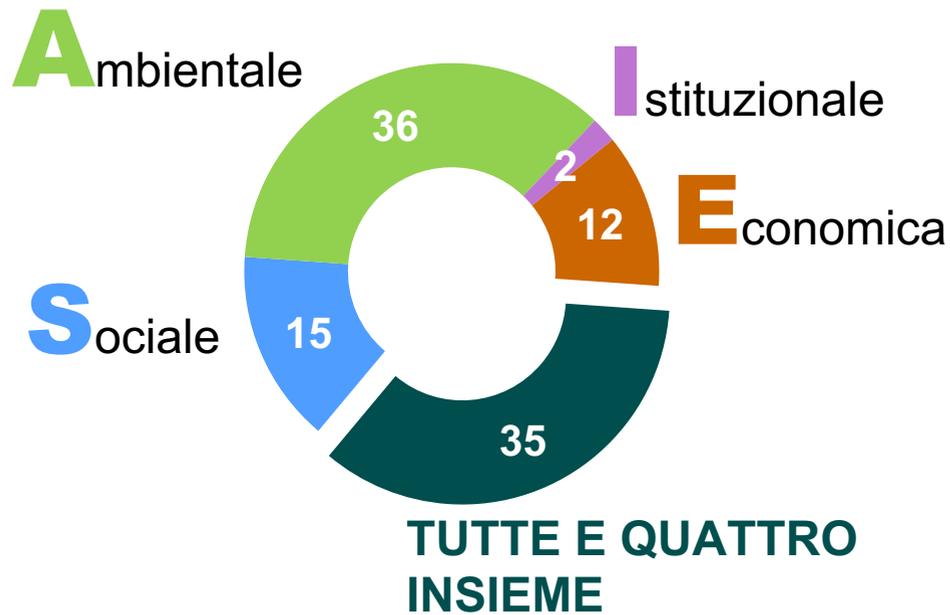


Base: Conoscono l'agenda 2030 E riconoscono il logo SDGs

L'IMPORTANZA PERCEPITA DELLE 4 DIMENSIONI DEGLI SDG'S



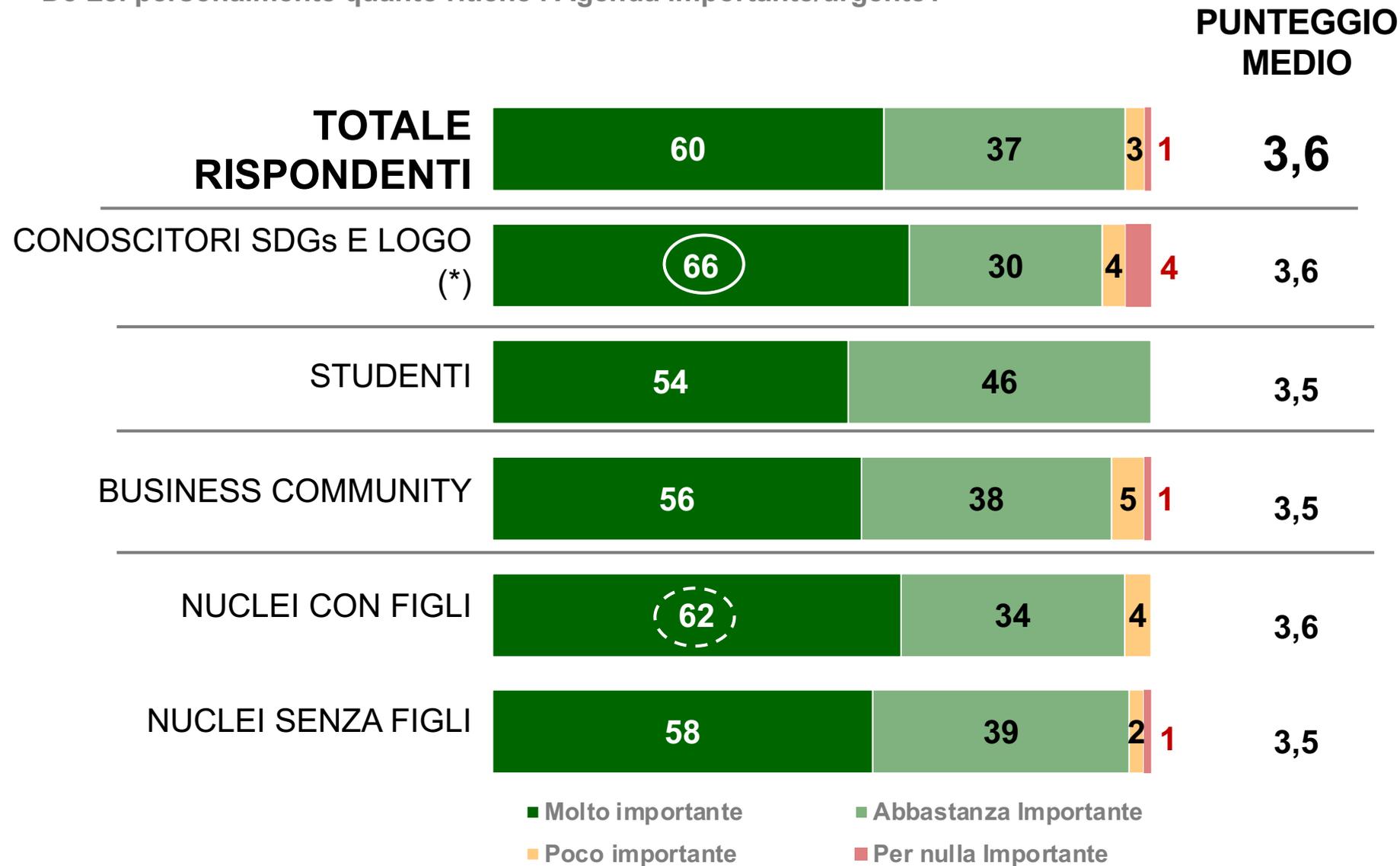
D4B I 17 obiettivi dell'Agenda possono essere raggruppati in quattro dimensioni: quale fra queste è per lei la più importante?



	CONOSCITORI SDGs e LOGO (*)	STUDENTI	BUSINESS COMMUNITY	FAMIGLIE CON FIGLI	FAMIGLIE SENZA FIGLI
A mbientale	39	41	35	35	38
S ociale	17	18	17	14	15
E conomica	9	10	16	14	11
I stituzionale	3	2	3	1	2
TUTTE E QUATTRO INSIEME	32	30	29	36	34

L'IMPORTANZA PERCEPITA DELL'AGENDA 2030

D5 Lei personalmente quanto ritiene l'Agenda importante/urgente?



Tra coloro che considerano la dimensione **ambientale** l'area come prioritaria, cresce anche l'importanza percepita dell'Agenda: **il 68% la considera «Molto importante»**

AGENDA 2030: A QUALI OBIETTIVI DARE PRIORITÀ

D4 Quali obiettivi tra i 17 dell'agenda le sembrano più importanti da raggiungere?

		CONOSCITORI SDGs e LOGO (*)	STUDENTI	BUSINESS COMMUNITY	FAMIGLIE CON FIGLI	FAMIGLIE SENZA FIGLI
Lotta contro il cambiamento climatico	30	30	27	27	32	29
Energia pulita e accessibile	29	27	26	29	30	28
Vita sulla terra	26	25	23	26	28	25
Salute e benessere	23	20	21	23	24	22
Lavoro dignitoso e crescita economica	22	21	20	20	23	22
Sconfiggere la fame	18	19	18	13	21	15
Sconfiggere la povertà	17	19	27	17	15	19
Pace, giustizia e istituzioni solide	17	17	25	12	14	19
Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	13	15	13	15	13	12
Consumo e produzione responsabili	12	12	9	14	10	14
Ridurre le disuguaglianze	10	11	3	13	10	10
Istruzione di qualità	10	8	6	13	11	8
Parità di genere	9	11	20	9	6	11
Città e comunità sostenibili	9	11	7	11	9	9
Imprese, innovazione e infrastrutture	7	8	2	8	8	6
Vita sott'acqua	7	7	10	6	6	8
Partnership	2	3	1	1	2	1
Sono tutti ugualmente importanti	11	8	13	10	10	11

AGENDA 2030: A QUALI OBIETTIVI DARE PRIORITÀ

D4 Quali obiettivi tra i 17 dell'agenda le sembrano più importanti da raggiungere?

		LAUREA	NON LAUREA
Lotta contro il cambiamento climatico	 30	29	31
Energia pulita e accessibile	 29	28	29
Vita sulla terra	 26	28	26
Salute e benessere	 23	17	24
Lavoro dignitoso e crescita economica	 22	21	23
Sconfiggere la fame	 18	16	19
Sconfiggere la povertà	 17	17	17
Pace, giustizia e istituzioni solide	 17	16	17
Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	 13	13	12
Consumo e produzione responsabili	 12	16	11
Ridurre le disuguaglianze	 10	12	10
Istruzione di qualità	 10	12	9
Parità di genere	 9	14	8
Città e comunità sostenibili	 9	8	9
Imprese, innovazione e infrastrutture	 7	9	6
Vita sott'acqua	 7	9	7
Partnership	 2	3	1
Sono tutti ugualmente importanti  11		7	11

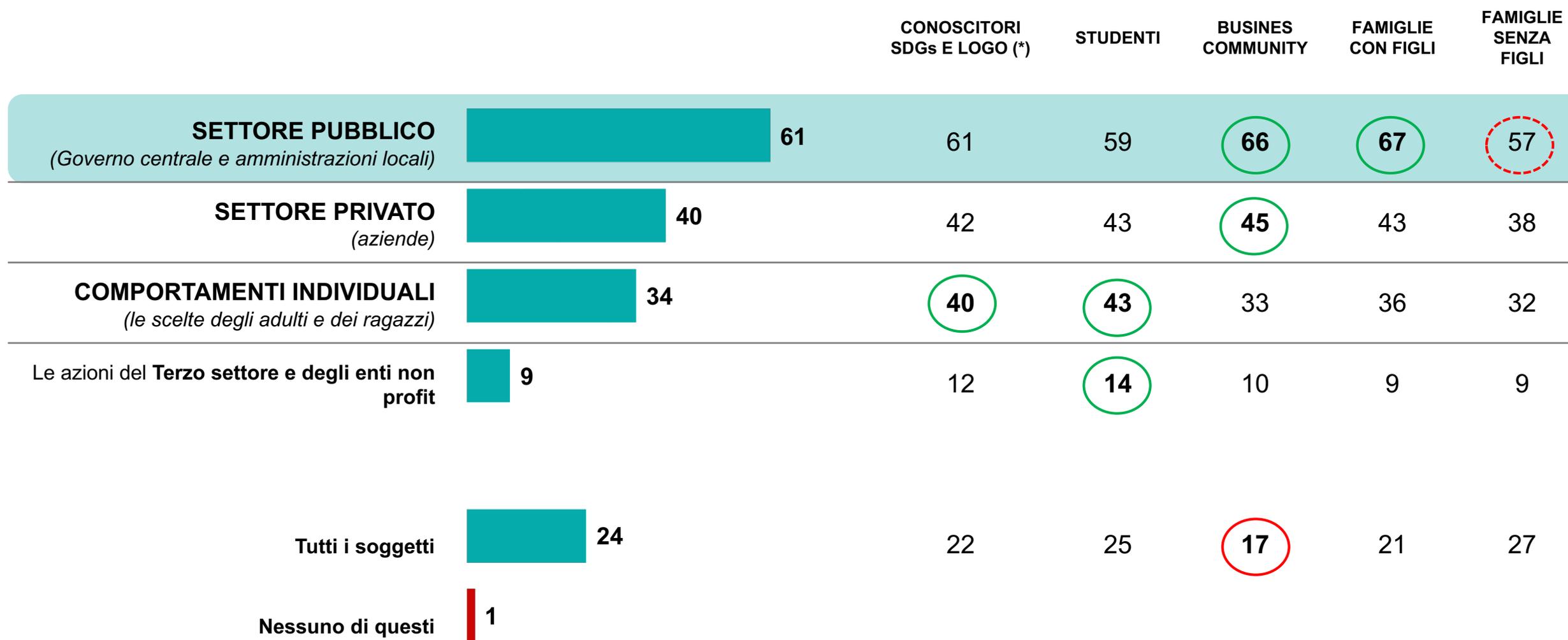
IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DELL'AGENDA 2030: PRINCIPALI ATTORI

D6 Lei pensa che il raggiungimento degli obiettivi della Agenda 2030 dipenda prevalentemente da...

		CONOSCITORI SDGs E LOGO (*)	STUDENTI	BUSINES COMMUNITY	FAMIGLIE CON FIGLI	FAMIGLIE SENZA FIGLI
Le azioni del Governo	55	53	51	60	59	51
Le azioni della pubblica amministrazione a livello locale (regioni, comuni)	27	31	27	30	30	25
Le scelte delle grandi aziende	37	38	39	41	40	33
Le scelte delle aziende medio piccole	10	12	7	13	12	9
Le scelte degli adulti	23	29	28	23	25	22
Le scelte dei giovani/dei ragazzi	19	23	23	19	21	16
Le azioni del Terzo settore e degli enti non profit	9	12	14	10	9	9
Tutti i soggetti	24	22	25	17	21	27
Nessuno di questi	1					

IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DELL'AGENDA 2030: PRINCIPALI ATTORI

D6 Lei pensa che il raggiungimento degli obiettivi della Agenda 2030 dipenda prevalentemente da...



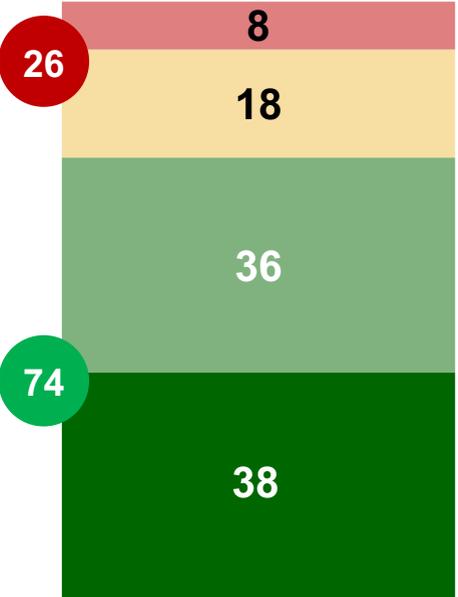
FOCUS COVID E PANDEMIA

L'AGIRE VERSO UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

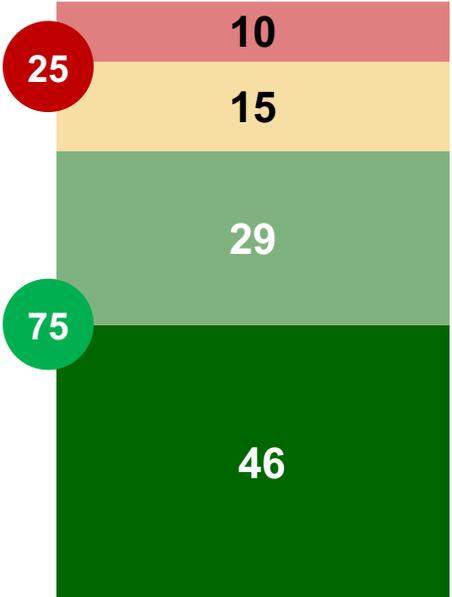
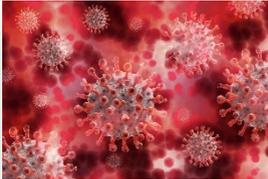
D17 La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile secondo lei è aumentato oppure diminuito in seguito a:

DIMINUITO
(Molto+Poco)

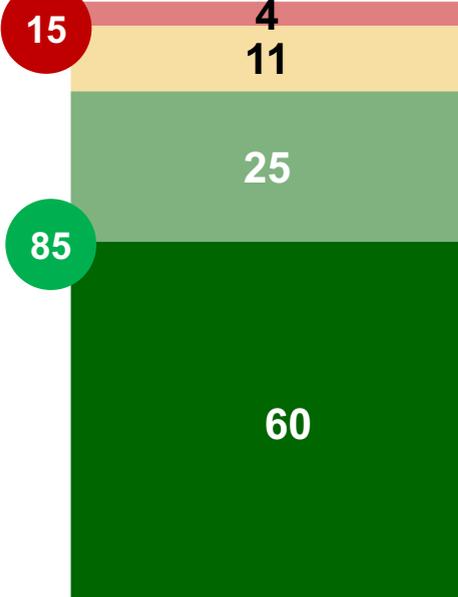
AUMENTATO
(Molto+Poco)



**LA CRISI PANDEMICA
COVID-19**



**LA GUERRA TRA
RUSSIA E UCRAINA**



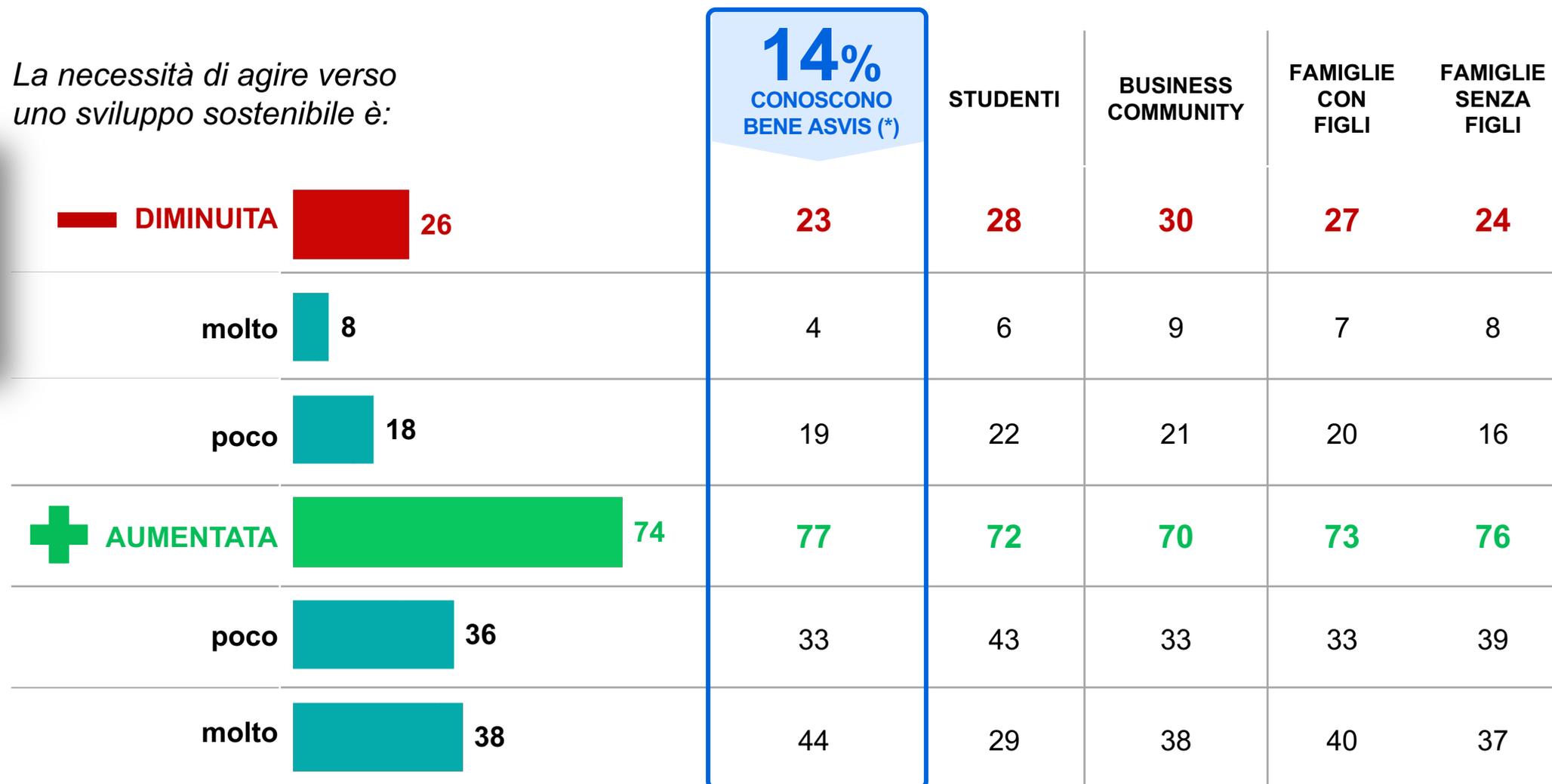
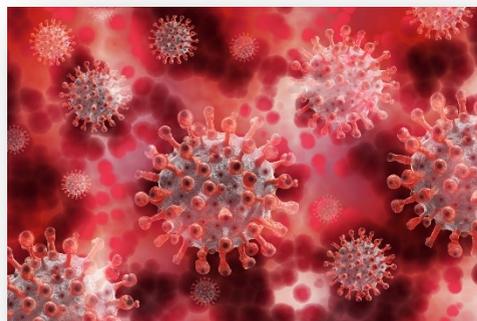
LA CRISI CLIMATICA



LA CRISI PANDEMICA COVID-19: EFFETTI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

D17 La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile secondo lei è aumentato oppure diminuito in seguito alla CRISI PANDEMICA COVID -19

La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile è:

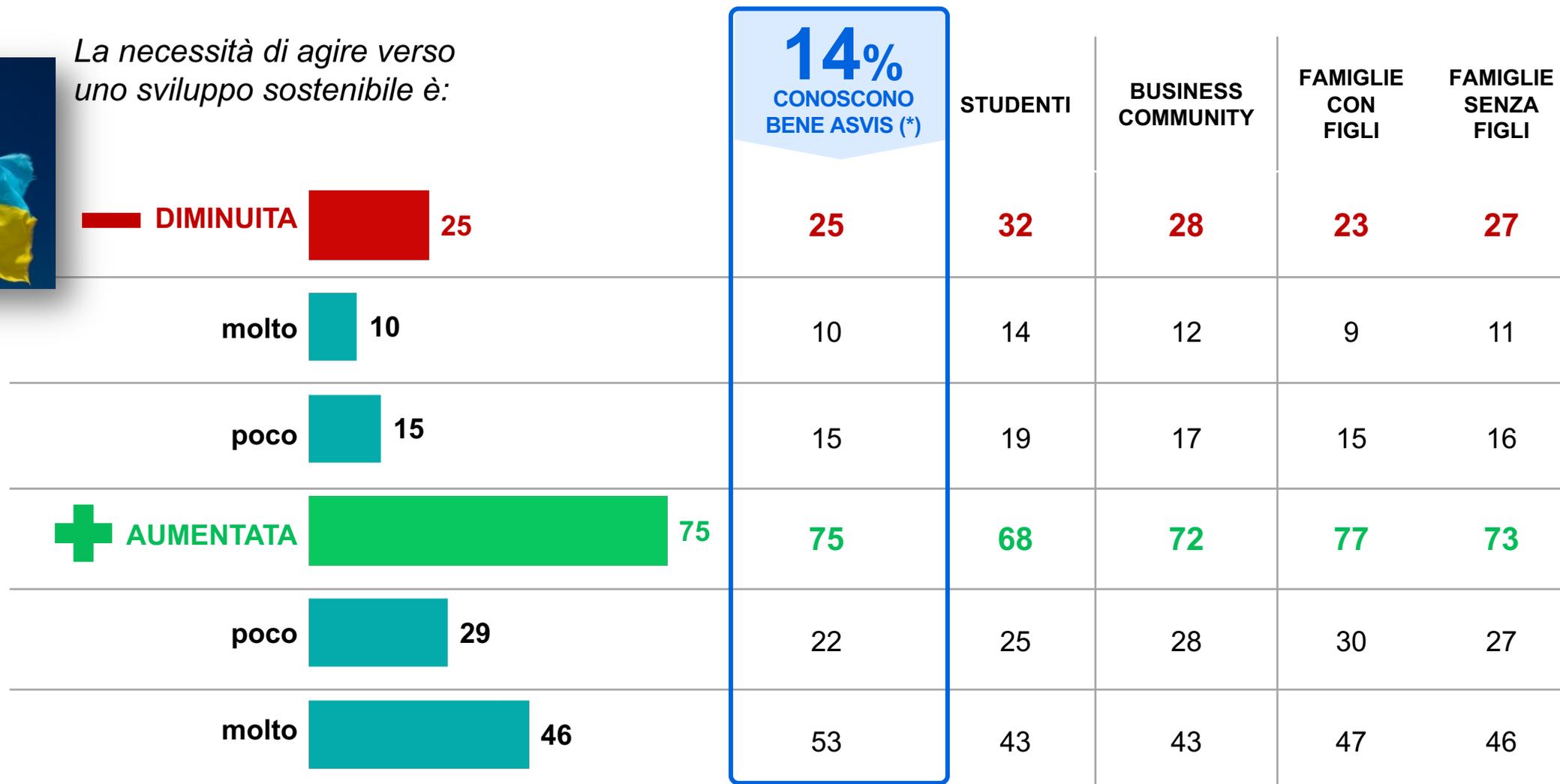


LA GUERRA TRA RUSSIA E UCRAINA: EFFETTI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

D17 La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile secondo lei è aumentato oppure diminuito in seguito alla GUERRA TRA RUSSIA E UCRAINA



La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile è:

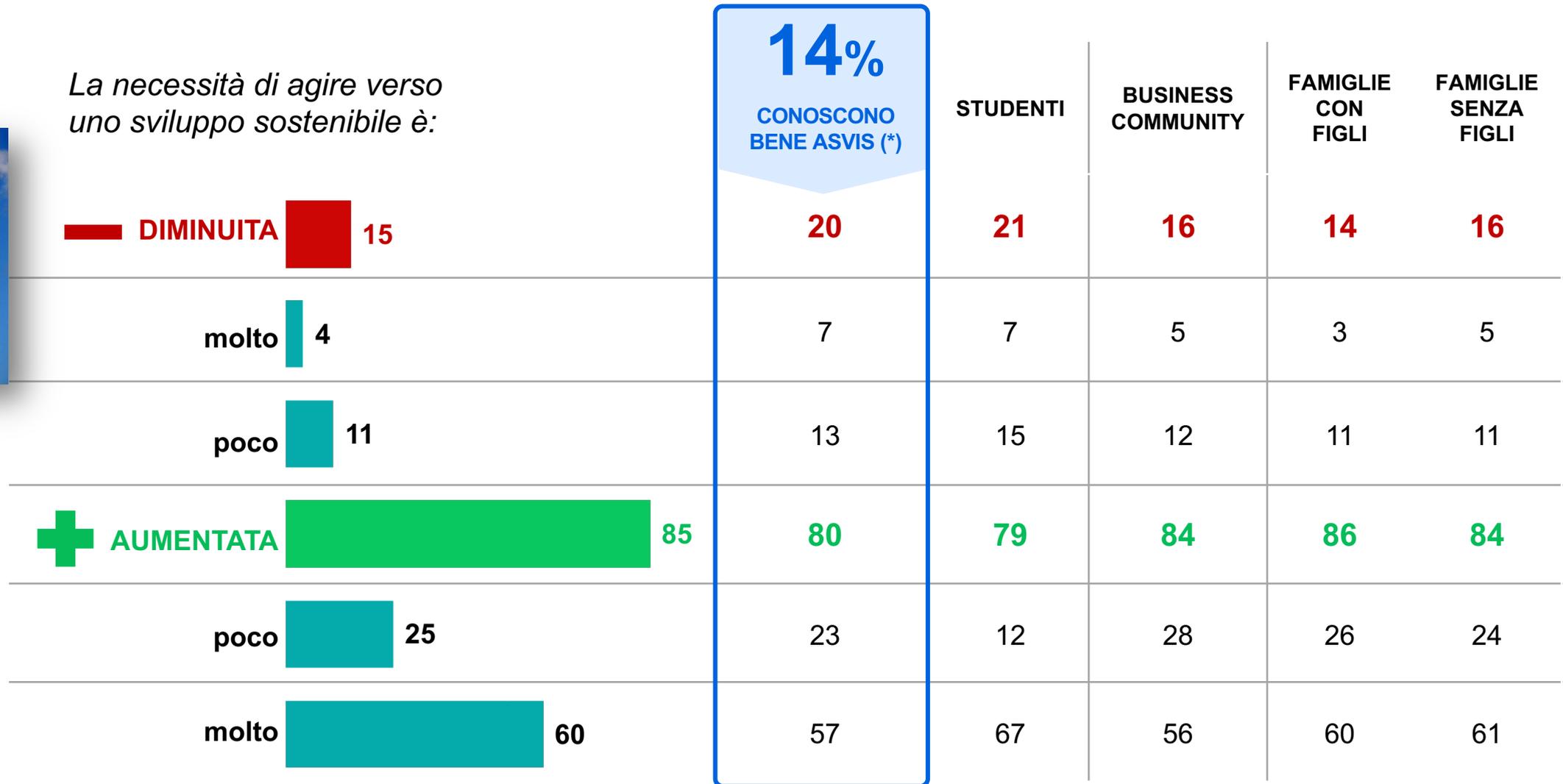


LA CRISI CLIMATICA: EFFETTI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE

D17 La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile secondo lei è aumentato oppure diminuito in seguito alla CRISI DEL CLIMA



La necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile è:



PRINCIPALI EVIDENZE

PRINCIPALI EVIDENZE

- ✓ La quasi totalità degli italiani è a **conoscenza del concetto di sostenibilità** (95%) che viene definita prevalentemente come l'adozione di **misure in difesa dell'ambiente** (85%). Più in dettaglio, la **necessità di conciliare lo sviluppo economico e il rispetto dell'ambiente** è citata dal **34% dei rispondenti**, soprattutto dalla business community (43%).
- ✓ **L'Agenda 2030 e il logo degli SDGs sono noti a un terzo degli italiani** (34%); tra questi, le fonti di conoscenza sono diversificate: ne hanno sentito parlare soprattutto sul web (45%), ma anche sui social (29%), in TV (29%) e sulla stampa cartacea (26%).
- ✓ **Le tematiche legate all'ambiente sono considerate molto rilevanti** (36%), **sebbene** per il 35% degli italiani non ci sia una vera e propria priorità: **ciascuna della 4 dimensioni deve essere portata avanti**.
- ✓ Se si entra nel merito dei 17 SDGs, tornano come prioritarie la **Lotta contro il cambiamento climatico** (30%), **Energia pulita e accessibile** (29%) e **Vita sulla Terra** (26%). In effetti, anche la **necessità di agire verso uno sviluppo sostenibile** è frutto dell'accento posto sulla **crisi climatica** (85%), sebbene anche la crisi politica in Ucraina (75%) oppure alla crisi sanitaria (74%) giochino un ruolo chiave.
- ✓ Più in generale, l'importanza degli obiettivi dell'**Agenda 2030 è universalmente riconosciuta**: gli **organi di governo centrali o locali** sono indentificati come i diretti responsabili del loro raggiungimento, ma anche le **grandi aziende** hanno un ruolo centrale sia direttamente sia nell'influenzare i comportamenti dei consumatori. Inoltre, per un quarto degli italiani è maturata la consapevolezza che il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 sia responsabilità di tutti.