



## CIVICNESS 2022

# Il senso civico dopo la pandemia: salute, famiglia e qualità dell'ambiente in cui si vive sono ai primi posti nelle attenzioni degli italiani.

*Dopo due anni di pandemia, la consapevolezza dell'impegno della società nei confronti dell'ambiente sale dal 49 al 62%.*

*La raccolta differenziata è ormai un comportamento consolidato, tanto che il 72% degli italiani afferma di pulire i contenitori in carta e cartone prima del conferimento. C'è ancora però una parte del Paese, il 31%, che la ritiene inutile.*

*Per togliere ogni dubbio, Comieco presenta la seconda edizione della Paper Week.*

Milano, 1 aprile 2022 – La pandemia sta finalmente cedendo il passo, ma ha lasciato degli strascichi sull'umore degli italiani e sul loro senso civico. Passati i primi mesi di lockdown in cui i cittadini si sentivano coinvolti in una generale voglia di ripresa e di un futuro migliore, infatti, dopo due anni di restrizioni si ritrovano più pessimisti e solo il loro senso di sacrificio e responsabilità rimane stabile. A rilevarlo, è l'edizione 2022 di **Civiness**, il tradizionale appuntamento biennale con l'**Osservatorio sul senso civico degli Italiani** realizzato da Comieco - Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica - in collaborazione con l'istituto di ricerca **Ipsos** e presentato oggi presso l'Università Iulm.

I dati della ricerca evidenziano come la raccolta differenziata di carta e cartone sia ormai un comportamento consolidato degli italiani e come, allo stesso tempo, una larga fetta di cittadini, pur facendola tutti i giorni, ritenga questo sforzo inutile, perché vanificato dalle fasi seguenti del ciclo del riciclo. Anche per questo, **Comieco ha dato oggi il via alla 2° edizione della Paper Week (4-10 aprile)**, la settimana che promuove la conoscenza e la cultura della **raccolta differenziata** e del **riciclo di carta e cartone** organizzata dal Consorzio in collaborazione con *Federazione Carta e Grafica, Assocarta, Assografici, Unirima* e con il patrocinio del *Ministero per la Transizione Ecologica e Anci*.

### **COSA RESTA DELLA PANDEMIA**

Rispetto alle precedenti, quest'edizione dell'Osservatorio ci restituisce l'immagine di una società che, dopo due anni di emergenza sanitaria, torna a rivolgersi alle certezze della sfera privata. Non sorprende, perciò, che **la salute conquisti nuovamente** il primo posto tra gli **aspetti importanti della vita**, seguita dalla **famiglia**, dalla **vita affettiva** e dalla **qualità dell'ambiente in cui si vive**. Considerando il trend degli ultimi vent'anni, il valore che fa registrare la crescita più netta è l'**impegno verso l'ambiente**, aspetto che trova riscontro nel fatto che l'abbandono dei rifiuti in un luogo pubblico è balzato al primo posto tra i comportamenti considerati come socialmente inaccettabili.

I principali effetti della pandemia emergono soprattutto in un aumento del **familismo amorale**, tornato al 26% a interruzione di un trend discendente che nel giugno 2020 aveva raggiunto il 22%, livello più basso negli ultimi 15 anni. È significativo, inoltre, che le **violazioni del distanziamento sociale** siano ai primi posti nella lista dei **comportamenti considerati inaccettabili** ma che, allo stesso tempo, al rispetto delle restrizioni si accompagni la convinzione che le altre persone le rispettino solo perché obbligate a farlo e non perché autenticamente persuase della loro utilità e che alimentino la **propensione alla violenza**, soprattutto tra i giovani.

Ciò che maggiormente preoccupa dell'eredità del Covid è, però, la sensazione di un **peggioramento generalizzato di molti indicatori del senso civico**. Si registra infatti un netto calo della fiducia nella classe politica, dell'apertura agli immigrati, della tolleranza e della disponibilità a comprendere le esigenze degli altri.

in collaborazione con



con il patrocinio di





### I PUNTI DI RIFERIMENTO DEL SENSO CIVICO

La **famiglia** si conferma come il principale contesto formativo per eccellenza del senso civico degli Italiani. Ma se gli italiani vedono una matrice individuale nel proprio senso civico, nella loro visione è parimenti importante anche l'appartenenza territoriale che li definisce a livello valoriale.

Per quanto riguarda l'influenza delle **istituzioni** nell'alimentare la *civiness*, la **scuola** resta saldamente al primo posto. Rispetto al 2020 emergono la rivalutazione della figura del **Presidente della Repubblica** (per il 53% un'istituzione fondamentale per lo stimolo al senso civico degli italiani) e il contemporaneo arretramento dei mezzi di informazione (**radio, televisione**) e del **governo**.

### RACCOLTA DIFFERENZIATA E SENSIBILITÀ AMBIENTALE

Il generale peggioramento degli indicatori sulla coesione sociale è bilanciato da un miglioramento della percezione condivisa dell'importanza dell'ambiente. L'Osservatorio Comieco-Ipsos, infatti, da un lato, conferma la stabile e diffusa autostima degli Italiani riguardo la personale sensibilità e attenzione verso l'ambiente, dall'altro, mostra una **maggiore consapevolezza e stima dell'impegno collettivo**, che passa dal 49% pre-pandemia al 62%.

*"Dalla ricerca emerge come la raccolta differenziata sia sempre più un comportamento consolidato e in crescita, tanto che il 67% della popolazione lo considera un compito utile alla collettività e il 72%, non solo la svolge tutti i giorni, ma pulisce anche i contenitori in carta e cartone prima del conferimento. Insieme agli elementi positivi però, ce ne sono altri su cui lavorare, come, ad esempio, il fatto che il 31% degli italiani non sia ancora convinto dell'utilità della raccolta differenziata"* - ha dichiarato **Carlo Montalbetti, Direttore Generale Comieco**. *"È soprattutto rivolgendoci a loro che abbiamo concepito la Paper Week a cui daremo il via lunedì. L'obiettivo è quello di educare e informare tutti i cittadini sull'efficacia del ciclo del riciclo di carta e cartone e su quanto sia importante che ognuno di noi contribuisca con delle piccole attenzioni quotidiane"*.

### UFFICIO STAMPA COMIECO

Alessandro Norata [alessandro.norata@aidapartners.com](mailto:alessandro.norata@aidapartners.com) – 344 1127938

Giada Mentegari [giada.mentegari@aidapartners.com](mailto:giada.mentegari@aidapartners.com) – 348 7960835

in collaborazione con



con il patrocinio di

