



AGENZIA ITALIANA
PER LA COOPERAZIONE
ALLO SVILUPPO



MINISTERO DELL'AMBIENTE
E DELLA SICUREZZA ENERGETICA

Servizio di Indagine demoscopica su sostenibilità e
cittadinanza globale - CIG B6F26E27F3

REPORT FINALE
INDAGINE INIZIALE SU CONOSCENZA E PRATICHE
ATTIVE RELATIVE AD EDUCAZIONE ALLA
CITTADINANZA GLOBALE E SOSTENIBILITA'



METODI, ANALISI
E VALUTAZIONI ECONOMICHE

Indice

1	OBIETTIVI E METODOLOGIA DELL'INDAGINE	2
1.1	OBIETTIVI DELLA RICERCA	2
1.2	I TARGET DI RIFERIMENTO	2
1.3	IL DISEGNO METODOLOGICO	9
2	RISULTATI DELL'INDAGINE	10
2.1	INTRODUZIONE	10
2.2	LA CONOSCENZA DEI CONCETTI	13
2.3	PERCEZIONI E ATTEGGIAMENTI	26
2.4	PARTECIPAZIONE E PRATICHE	38
2.5	ULTERIORI SPUNTI DI RIFLESSIONE	50
2.6	EVIDENZE TRASVERSALI E NODI INTERPRETATIVI. DALLA CONDIVISIONE DEI VALORI ALL'ATTIVAZIONE	54
3	INDICAZIONI STRATEGICHE PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE	56
3.1	LEVE COMUNICATIVE PER CIASCUN TARGET	56
3.2	POSSIBILE ARCHITETTURA DELLA CAMPAGNA	59

1 OBIETTIVI E METODOLOGIA DELL'INDAGINE

Il presente report restituisce i risultati della indagine quantitativa realizzata nell'ambito del progetto di ricerca promosso dal Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica e dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, finalizzato ad approfondire il livello di conoscenza, consapevolezza e partecipazione rispetto ai temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale nel contesto italiano.

L'indagine si inserisce nel più ampio quadro delle strategie nazionali e internazionali di riferimento — in particolare l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile e la Strategia Nazionale per l'Educazione alla Cittadinanza Globale — e costituisce uno strumento conoscitivo a supporto della progettazione e dell'implementazione delle successive azioni di comunicazione istituzionale.

1.1 Obiettivi della ricerca

L'obiettivo generale della ricerca è analizzare in modo sistematico come i principali attori del sistema Paese — cittadini, società civile organizzata, imprese profit e istituzioni — conoscano e interpretino i concetti di sostenibilità e di educazione alla cittadinanza globale, nonché il grado di integrazione di tali temi nelle pratiche quotidiane, nelle politiche e nei processi decisionali.

Più nello specifico riguardo la sostenibilità, l'indagine ha mirato a rilevare il livello di familiarità con i principali riferimenti strategici nazionali e internazionali, a partire dall'Agenda 2030 e dai suoi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, fino alle strategie nazionali settoriali, valutando non solo la conoscenza dichiarata, ma anche la percezione dell'interconnessione tra le tre dimensioni ambientale, sociale ed economica.

Riguardo all'educazione alla cittadinanza globale gli obiettivi specifici si sono orientati all'analisi degli atteggiamenti e delle rappresentazioni associate, partendo dall'assunto sottointeso che l'ECG sia un insieme di valori leva per l'azione individuale e collettiva; particolare attenzione è stata data al ruolo dell'educazione, alla partecipazione e alla responsabilità condivisa.

Ulteriore aspetto conoscitivo non meno importante, la ricerca si è proposta di raccogliere elementi utili a comprendere ostacoli, bisogni informativi e potenziali leve di ingaggio dei diversi target, al fine di orientare in modo mirato ed efficace le successive strategie di comunicazione e sensibilizzazione promosse dal MASE e dall'AICS.

1.2 I target di riferimento

In coerenza con gli obiettivi della ricerca e con l'impostazione strategica del progetto, l'indagine ha coinvolto quattro target, ritenuti centrali nei processi di diffusione e attuazione dei principi di sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale:

- la popolazione adulta residente in Italia;
- le imprese profit;
- gli enti di terzo settore;
- le amministrazioni pubbliche territoriali.

Le quattro sottopopolazioni considerate non rappresentano tanto dei segmenti separati di una realtà complessa, quanto piuttosto delle componenti interconnesse della stessa, che per essere compresa nel suo complesso deve essere necessariamente osservata nelle sue

parti, che, si ribadisce, non sono compartimenti stagni quanto piuttosto molteplici facce e/o punti di vista diversi perché portatori di interessi specifici. In estrema sintesi volendo rilevare le caratteristiche di un sistema complesso e organico, composto da sottoinsiemi caratteristici che peraltro di compenetrano e influenzano, non somma di parti ma funzione delle parti stesse, è necessario osservare e analizzare ciascun sottogruppo, con l'ambizione di avere alla fine una vista globale.

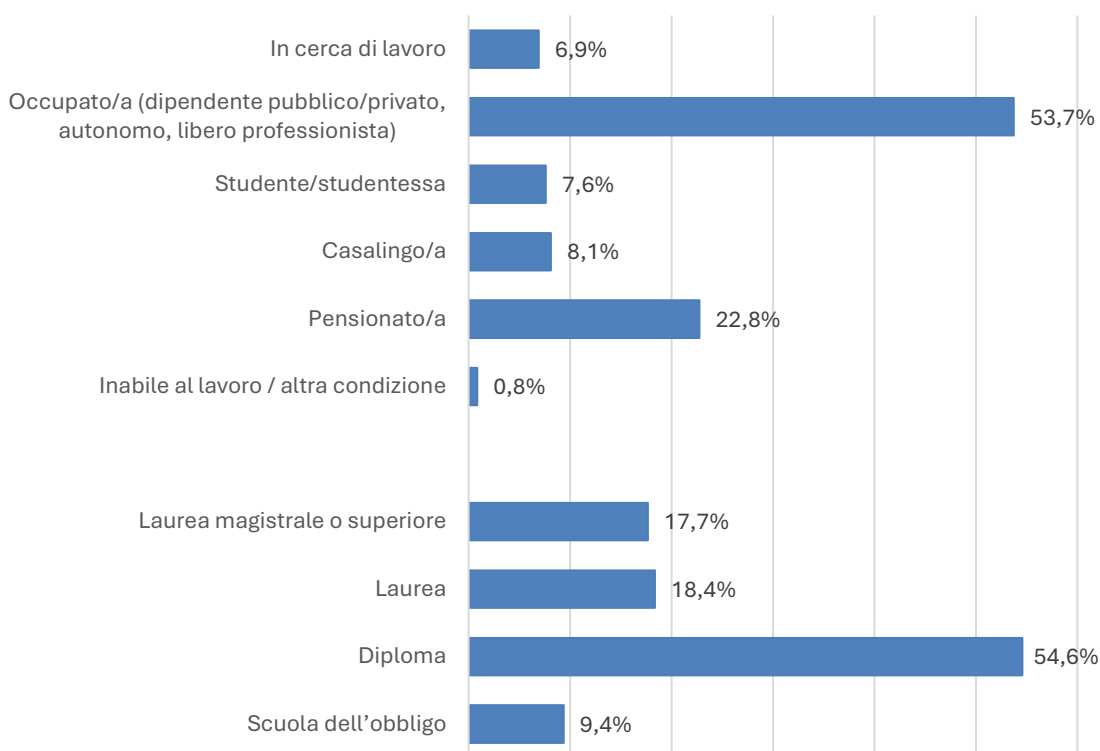
La **popolazione adulta residente in Italia** è stata considerata nella sua eterogeneità territoriale, anagrafica e socio-demografica, al fine di restituire un quadro complessivo delle conoscenze e delle percezioni diffuse tra i cittadini. In particolare è stato intervistato un campione di 2.008 persone, rappresentativo rispetto a sesso, età e area geografica di residenza, al quale sono state poste domande su titolo di studio e condizione occupazionale per specificare ulteriormente le caratteristiche dei rispondenti. Si riportano di seguito le distribuzioni dei caratteri socio-demografici, che rispettano le distribuzioni della popolazione italiana totale.

Tabella I. Distribuzione delle caratteristiche demografiche

Totale	Area geografica			
	Nord Ovest	Nord est	Centro	Sud e isole
2.008	399	389	554	666
Totale	Sesso			
	Maschi	Femmine		
2.008	960	1.048		
Classe di età				
16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
214	244	620	361	569

La netta maggioranza dei rispondenti è occupata (53,7%) o lo è stata (pensionato/a 22,8%). Il livello scolastico è medio-alto. Sono poco meno del dieci per cento, per la precisione il 9,4%, i rispondenti che dichiarano di avere frequentato la scuola dell'obbligo. La proporzione più elevata, 54,6%, ha un diploma di scuola media superiore, i restanti un titolo di studio universitario.

Grafico I. Posizione lavorativa e titolo di studio



I cittadini non sono gli attuatori diretti delle policy, ma possono legittimare le politiche pubbliche, orientando il clima culturale, rendendo più o meno possibili le trasformazioni sistemiche. La popolazione di una determinata comunità locale o nazionale ha la potenzialità di concretizzarsi in massa critica, che rende socialmente accettabile le transizioni, trasformando concetti astratti in norme e comportamenti sociali. Con le proprie azioni e scelte, premia o penalizza istituzioni e imprese.

Senza cittadini minimamente consapevoli la sostenibilità resta tecnica e la cittadinanza globale resta retorica.

Riguardo il complesso delle **imprese profit** sono stati raccolti 685 questionari. Il focus per questo target era quello di analizzare il grado di consapevolezza e di integrazione dei principi di sostenibilità e responsabilità sociale nei modelli di business, nonché la conoscenza delle opportunità legate al coinvolgimento del settore privato nelle politiche e nei programmi di cooperazione allo sviluppo.

Tre le imprese rispondenti prevalgono quelle del nord del Paese. La distribuzione territoriale ripercorre con una buona approssimazione quella dell'universo delle imprese italiane.

Relativamente al numero di addetti nel campione prevalgono le imprese con 10 – 49 addetti, seguono le piccole imprese (quelle con meno di 10 addetti, le più numerose nel panorama nazionale) e poco discoste quelle medio – grandi (50 – 249 addetti pari al 16,8% del totale del campione). Questi dati suggeriscono un primo risultato ossia che le imprese medio – grandi e grandi sono quelle maggiormente interessate ai temi oggetto di indagine.

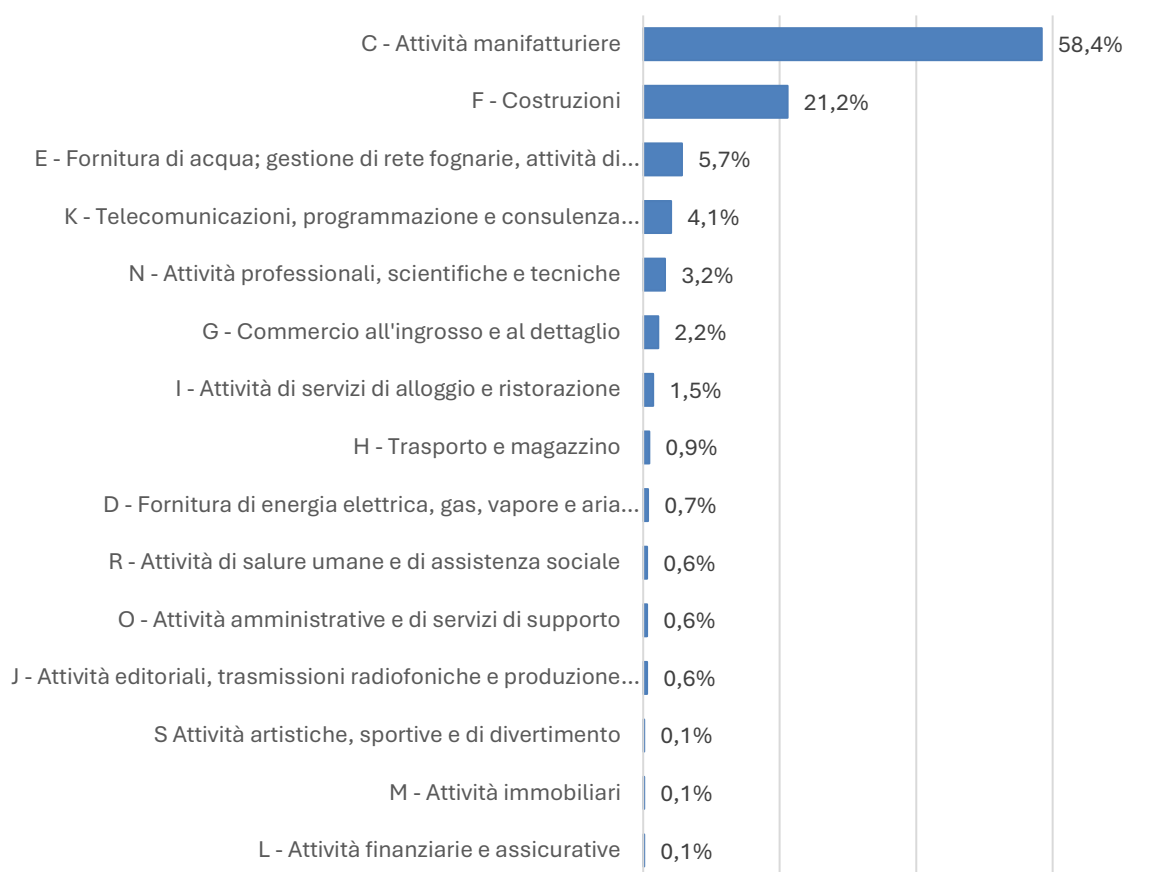
o forse quelle che sentono di poter dare un contributo alle questioni della sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale. Al di là dei contenuti e dei linguaggi, che in questo momento dell'analisi non possono esser messi in discussione, potrebbe essere importante cercare di coinvolgere le imprese micro o piccole, che si sentono evidentemente meno confidenti nel praticare gli argomenti oggetto di studio.

Tabella II. Distribuzione delle caratteristiche delle imprese

Totale	Area geografica				Classe di addetti			
	Nord Ovest	Nord est	Centro	Sud isole e	Fino a 10 addetti	Da 10 a 49 addetti	Da 50 a 249 addetti	Oltre 250 addetti
685	268	214	110	93	124	417	115	29

La distribuzione rispetto al gruppo ATECO di attività prevalente è in linea con la distribuzione generale delle imprese italiane. Prevalgono nettamente le manifatture, a seguire costruzioni.

Grafico II. Distribuzione del gruppo ATECO di attività principale



Le imprese profit sono gli attori economici razionali del sistema, che rispondono ad incentivi e vincoli regolamentari, economico-finanziari come pure reputazionali. Per questo restituiscono la narrazione più concreta dei temi, coniugando sostenibilità e responsabilità globale con competitività e ritorno economico. In sostanza possono trasformare sostenibilità ed ECG in pratica economica concreta, portandoli fuori dal solo ambito etico. Sono di fatto la leva pragmatica del sistema.

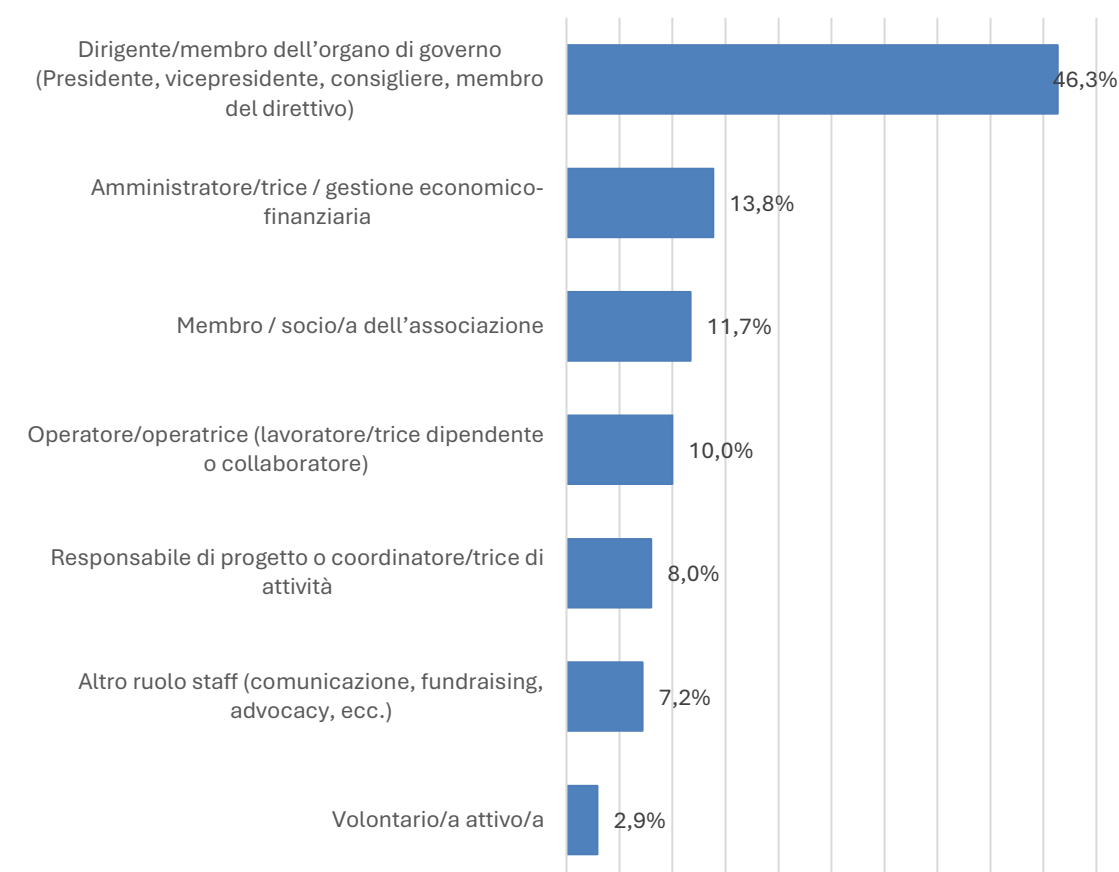
Accanto a questi target, un'attenzione specifica è stata rivolta alla **società civile organizzata**, riconosciuta come attore chiave sia nei percorsi di educazione alla cittadinanza globale sia nei processi di partecipazione e mobilitazione sui temi dello sviluppo sostenibile. In particolare sono stati invitati alla risposta i soggetti iscritti al RUNTS - Registro Unico Nazionale del Terzo Settore. Le risposte arrivate sono state 751, prevalentemente da soggetti del meridione, a seguire nord ovest, nord est e infine regioni del centro Italia. Relativamente al tipo di soggetto, le più numerose sono le imprese sociali.

Tabella III. Distribuzione delle caratteristiche degli enti di terzo settore

Totale	Tipo ente				Area geografica			
	Imprese sociali	Altri enti di terzo settore	APS	ODV	nord ovest	nord est	centro	sud e isole
751	710	20	12	9	202	158	124	267

Prevalentemente hanno risposto coloro i quali sono titolari di una carica di vertice nell'organizzazione.

Grafico III. Distribuzione delle caratteristiche dei rispondenti - enti di terzo settore



Oltre ai questionari completi sono state registrate 438 risposte parziali di enti che dichiarano di non aver mai sentito parlare né dell'Agenza 2030 né di educazione alla cittadinanza globale. Per questi casi era previsto lo screen out, di conseguenza l'esclusione

dal proseguire nella compilazione del questionario. Il dato tuttavia può assumere un rilievo analitico importante. Considerando il totale degli enti che hanno avviato il questionario, 1.189, 751 questionari + 438 out of target, la quota di coloro che non conoscono né ECG né Agenza 2030 è pari al 36,8%. Si tratta sicuramente di un indicatore di carenza informativa, ma non solo. Il fatto che tali enti abbiano comunque scelto di accedere all'indagine segnala l'esistenza di un interesse potenziale, anche in assenza di familiarità terminologica o strategica. Questo segmento può quindi essere interpretato come un'area di ingaggio latente: soggetti non ancora allineati ai quadri concettuali formali, ma disponibili ad avvicinarsi ai temi. In particolare per il Terzo Settore, la comunicazione dei concetti non assume esclusivamente una funzione informativa, ma può rappresentare un dispositivo di attivazione e coinvolgimento.

I soggetti del terzo settore non hanno il potere normativo della PA, come pure la forza economica delle imprese, ma hanno capacità simbolica e relazionale e possono essere considerati dei moltiplicatori di significato e partecipazione, in quanto traducono concetti complessi in modo da renderli pratici e fruibili agli associati, partecipanti e agli utenti finali. Inoltre connettono locale e globale, anche attraverso la creazione di reti, stimolano la partecipazione attiva e lavorano sui valori e sulle emozioni.

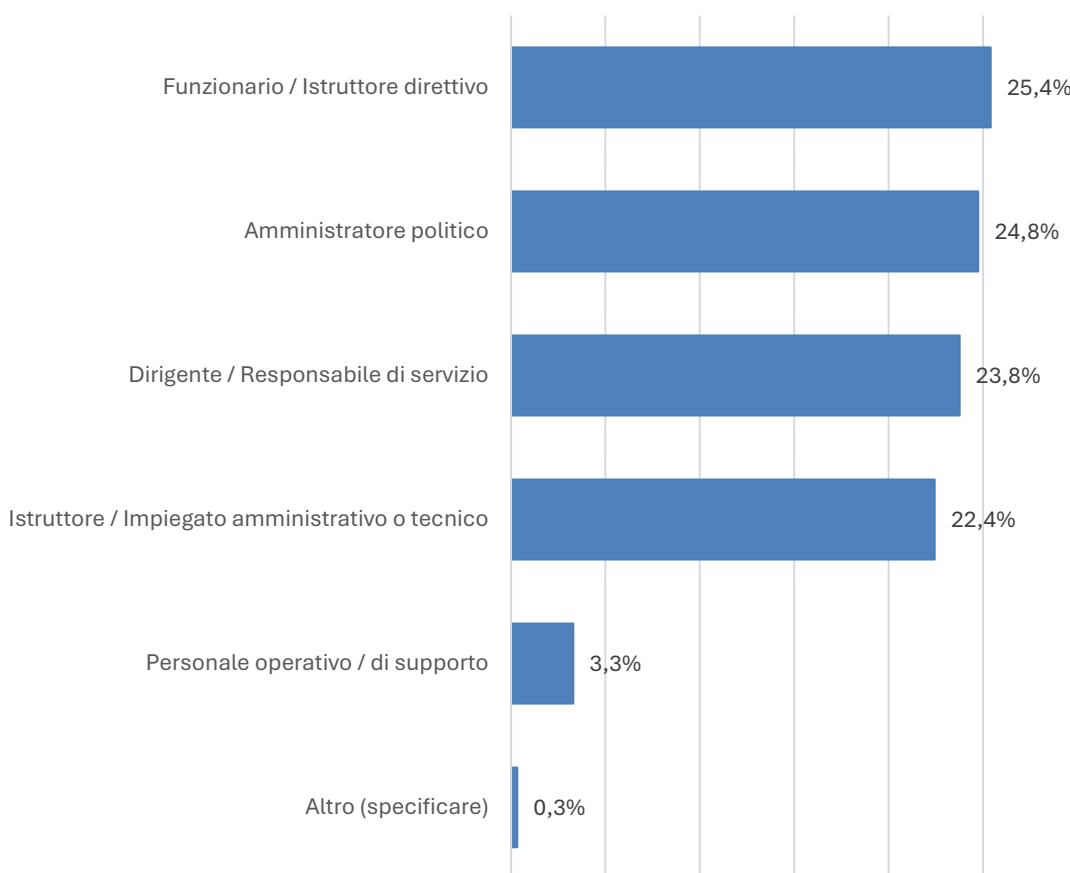
Infine, l'ultimo target riguarda le istituzioni, con riferimento alle **amministrazioni comunali, provinciali e regionali**, per approfondire il ruolo degli enti pubblici territoriali nella declinazione e nell'attuazione delle strategie nazionali di sostenibilità e di educazione alla cittadinanza globale, nonché nelle pratiche di comunicazione e partecipazione rivolte ai cittadini.

Tabella IV. Distribuzione delle caratteristiche delle amministrazioni pubbliche

Totale	Tipo ente				Area geografica			
	comune	comune	provincia	regione	nord ovest	nord est	centro	sud isole e
303	274	274	16	6	125	61	43	74

Prevalentemente le risposte sono state fornite da persone in posizione di vertice amministrativo all'interno dell'organizzazione siano essi funzionari o dirigenti (somma 49,2%). Segue la quota non esigua di amministratori politici.

Grafico IV. Distribuzione delle caratteristiche dei rispondenti – amministrazioni pubbliche



Anche per le amministrazioni pubbliche era stata prevista la formula di screen out legata alla mancata conoscenza dei concetti base, come per gli ETS. La quota di risposte parziali riconducibili alla mancata conoscenza sia dell'Agenda 2030 sia dell'educazione alla cittadinanza globale è significativa. Su 479 enti che hanno avviato il questionario (303 completi e 176 interrotti per screen out), il 36,7% dichiara di non aver mai sentito parlare di entrambi i riferimenti. Il dato assume un rilievo particolare nel caso delle PA, in quanto riguarda soggetti che operano all'interno dei processi di programmazione e attuazione delle politiche pubbliche. Tuttavia, anche in questo caso, l'accesso iniziale all'indagine segnala una forma di interesse o di prossimità tematica, pur in assenza di familiarità con il lessico strategico specifico.

La non conoscenza potrebbe quindi riflettere non tanto un'estraneità ai contenuti della sostenibilità, quanto una parziale integrazione dei quadri strategici nei processi ordinari dell'ente o una concentrazione delle competenze su uffici specifici.

Anche per le PA emerge dunque un'area potenziale di rafforzamento e accompagnamento, nella quale la comunicazione può svolgere una funzione non solo informativa ma di consolidamento istituzionale e integrazione operativa.

Le pubbliche amministrazioni non sono solo le attuatrici, ma anche i soggetti che possono abilitare e o bloccare il sistema, in primo luogo in quanto possono decidere se le strategie debbano restare solo sulla carta. Inoltre possono contribuire a dare il peso reale alla partecipazione e possono qualificare i territori come spazi di sperimentazione e confronto.

1.3 Il disegno metodologico

Il disegno metodologico adottato si fonda su un approccio quantitativo articolato per target, volto a garantire solidità statistica e consentire la raccolta dei dati utili a ricomporre il quadro generale completo.

Per ciascun target è stato predisposto un questionario strutturato, differenziato nei contenuti ma costruito attorno a nuclei tematici comuni, così da consentire letture trasversali. Le rilevazioni sono state realizzate attraverso metodologia CAWI – Computer Assisted Web Interviewing.

Particolare attenzione è stata posta alla qualità del dato in fase di elaborazione dei questionari, frutto di un lavoro attento e ragionato sia nella scelta dei temi che delle terminologie più adeguate.

L'impianto metodologico complessivo è stato concepito non solo come strumento di rilevazione, ma anche come base conoscitiva funzionale alla definizione di indicazioni strategiche operative, in grado di supportare il MASE e l'AICS nella progettazione di interventi di comunicazione mirati, coerenti e fondati sull'evidenza empirica.

Nel loro insieme, le scelte metodologiche adottate consentono di restituire una fotografia articolata e multilivello del grado di diffusione dei concetti di sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale, mettendo in relazione conoscenze dichiarate, percezioni, atteggiamenti e pratiche effettive.

L'articolazione per target e la costruzione di strumenti di rilevazione coerenti ma differenziati permettono non solo di leggere i risultati all'interno di ciascun ambito, ma anche di cogliere convergenze, scarti e specificità tra i diversi attori del sistema Paese.

È proprio a partire da questa pluralità di sguardi che il capitolo successivo presenta e interpreta i risultati dell'indagine, organizzandoli secondo alcune dimensioni chiave — conoscenza dei concetti, percezioni e atteggiamenti, partecipazione e pratiche — funzionali sia alla comprensione dei fenomeni osservati sia alla successiva definizione di indicazioni strategiche per le attività di comunicazione istituzionale.

2 RISULTATI DELL'INDAGINE

2.1 Introduzione

Il presente capitolo restituisce i risultati emersi dalle indagini quantitative condotte sui quattro target oggetto di analisi — popolazione adulta, imprese profit, enti del Terzo Settore e amministrazioni pubbliche — con l'obiettivo di offrire una lettura integrata dei livelli di conoscenza, delle rappresentazioni e delle pratiche connesse ai temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale.

I risultati sono presentati secondo una struttura tematica comune ai diversi target, che consente di evidenziare anche le interconnessioni tra i gruppi osservati, mettendo in luce non solo ciò che è conosciuto o dichiarato, ma anche il modo in cui tali concetti vengono interpretati, valorizzati e, in alcuni casi, tradotti in comportamenti concreti.

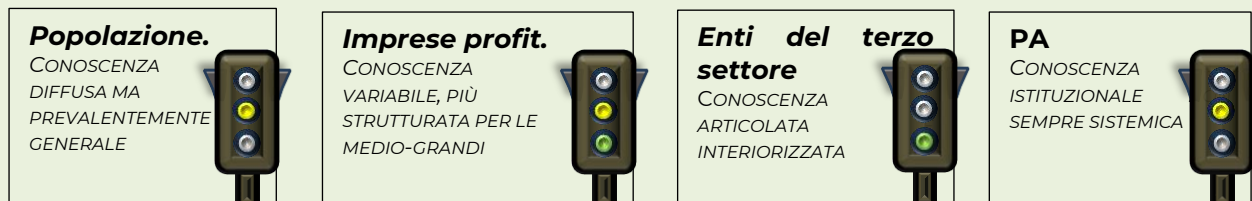
L'analisi che segue non ha una finalità meramente descrittiva, ma intende individuare pattern ricorrenti, criticità e potenziali leve di attivazione, utili a orientare le successive scelte strategiche in materia di comunicazione e coinvolgimento dei diversi pubblici di riferimento.

Le schede che seguono rappresentano un confronto dei concetti chiave della ricerca, utile ad introdurre la lettura più approfondita. Seguono i capitoli che illustrano in dettaglio le risultanze dei questionari, suddivise in base ai nodi concettuali predisposti, ciascuno articolato sui quattro target dell'indagine.

LA CONOSCENZA DI SOSTENIBILITÀ ED EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA GLOBALE: DIFFUSIONE AMPIA, PROFONDITÀ DISOMOGENEA

Livello complessivo di conoscenza per target

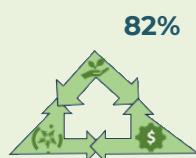
Indicatore sintetico costruito sulla quota di rispondenti che dichiarano una conoscenza almeno "buona" dei concetti chiave



I risultati mostrano una diffusione ampia dei concetti di sostenibilità e Agenda 2030, accompagnata tuttavia da livelli di conoscenza profondi e strutturati solo in una parte limitata dei rispondenti.

Quali concetti sono più conosciuti

Indicatore sintetico: percentuale generale di rispondenti che dichiarano una conoscenza almeno generale



Indicatore calcolato per imprese e popolazione.
ETS e PA sono stati considerati target di implementazione
e governance per i quali poter bypassare concetti base



In tutti i target analizzati, la sostenibilità risulta maggiormente riconosciuta rispetto all'educazione alla cittadinanza globale, che appare più frequentemente associata a un insieme di valori condivisi piuttosto che a un quadro strategico definito.

Integrazione delle tre dimensioni della sostenibilità

Indicatore sintetico: percezione dell'interconnessione tra dimensione ambientale, sociale ed economica



Trasversalmente, la dimensione ambientale della sostenibilità risulta quella più immediatamente riconosciuta, a fronte di una minore integrazione delle componenti sociali ed economiche.

Tra adesione valoriale e attivazione concreta

In tutti i target si osserva una distanza tra orientamenti favorevoli e traduzione in pratiche strutturate, spiegata da modalità diverse di partecipazione e da soglie di attivazione specifiche.

Popolazione



34%

Partecipazione almeno ad una iniziativa su sostenibilità/ECG



39%

*Scarsa conoscenza/informazione sui temi e possibilità di azione
Ostacolo principale alla partecipazione*

L'adesione ai valori si traduce soprattutto in comportamenti individuali quotidiani, mentre la partecipazione collettiva resta limitata, frenata più da carenze informative e di accesso che da disinteresse.

Imprese profit



24% - 7%

*Partecipazione a progetti di sostenibilità/ECG
Forte gradiente dimensionale*



54%

*Costi elevati o ritorni economici non immediati
Costi, complessità, mancanza di incentivi*

La partecipazione cresce con la capacità organizzativa: l'interesse è diffuso, ma l'attivazione resta selettiva e fortemente condizionata da vincoli strutturali e di contesto.

Enti del Terzo Settore



76%

*Quota che partecipa attivamente a iniziative e reti
Tensione tra impegno e impatto percepito*



21%

Quota di alta capacità di incidere

La partecipazione è parte costitutiva dell'agire degli ETS, ma una quota non marginale segnala difficoltà nel tradurre l'impegno in cambiamento percepito, indicando una soglia di sostenibilità dell'azione.

Pubbliche Amministrazioni



41%

*Enti che non utilizzano strumenti per coinvolgere
Prevalenza di strumenti episodici*



38%

*Carenza di personale/competenze dedicate
Maggior ostacolo: criticità organizzative*

La partecipazione è riconosciuta come obiettivo, ma le amministrazioni faticano a renderla strutturata e continuativa, a causa di limiti organizzativi più che di una scarsa risposta dei cittadini.

2.2 La conoscenza dei concetti

La prima dimensione analizzata riguarda il livello di conoscenza dei principali concetti che strutturano il quadro di riferimento della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale, con particolare attenzione allo sviluppo sostenibile, all'Agenda 2030 e alle strategie nazionali collegate, nonché alla nozione stessa di educazione alla cittadinanza globale.

Nel complesso, i dati restituiscono un quadro caratterizzato da una diffusione ampia ma disomogenea della conoscenza, con differenze significative non solo tra i diversi target, ma anche all'interno degli stessi, in funzione del ruolo ricoperto, del grado di coinvolgimento istituzionale o organizzativo e della prossimità operativa ai temi indagati.

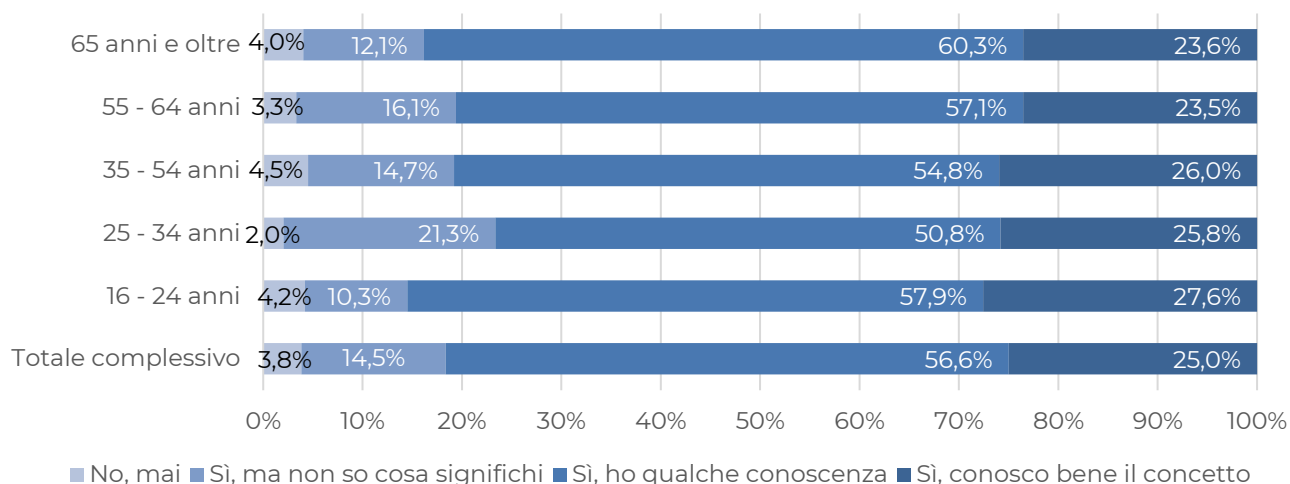
In tutti i target si osserva, infatti, una maggiore familiarità con il concetto generale di sostenibilità e con l'Agenda 2030, rispetto a una conoscenza più strutturata delle strategie nazionali e, soprattutto, dell'educazione alla cittadinanza globale, che risulta spesso meno definita e più soggetta a interpretazioni eterogenee.

Tra la **popolazione residente**, la sostenibilità e l'Agenda 2030 emergono come riferimenti largamente riconosciuti sul piano nominale, ma non sempre accompagnati da una piena comprensione dei contenuti e delle implicazioni operative. La cittadinanza globale, pur evocando valori condivisi e ampiamente accettati, appare invece meno consolidata come concetto autonomo e sistemico, collocandosi più frequentemente in una dimensione valoriale o etica piuttosto che come quadro di riferimento per l'azione.

Relativamente al concetto di sviluppo sostenibile, la conoscenza più approfondita risulta maggiormente concentrata nelle fasce di età più giovani. Questo andamento può essere letto non solo in relazione alla prossimità con l'ambiente scolastico, ma più in generale come effetto di differenti modalità di socializzazione ai linguaggi e ai riferimenti delle politiche pubbliche (vedere grafico V).

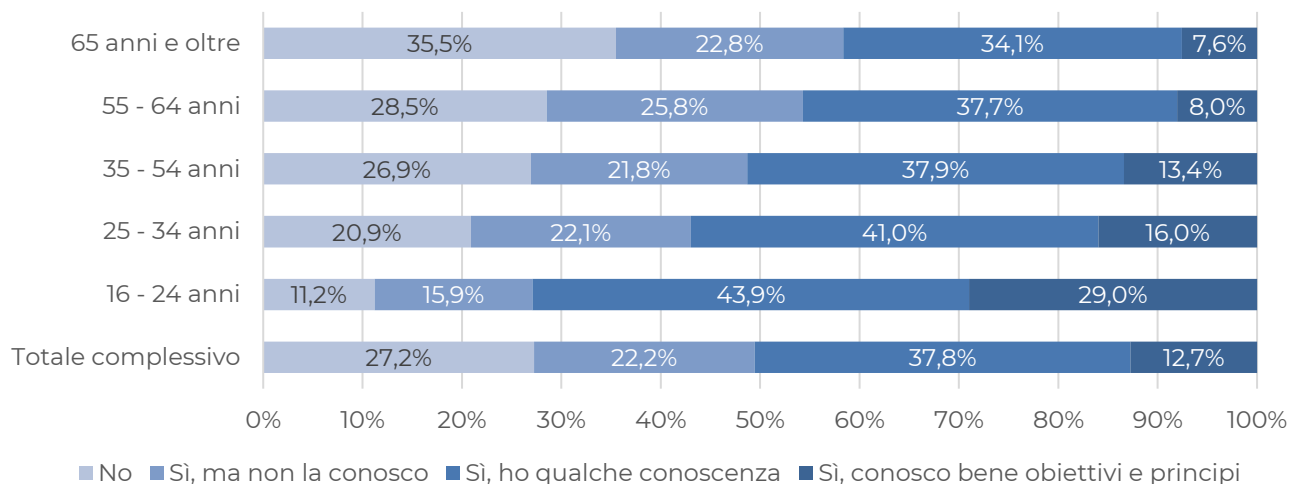
Per le generazioni più giovani, infatti, la sostenibilità è entrata stabilmente nei percorsi formativi e nei discorsi istituzionali come quadro di riferimento strutturato, mentre per le fasce di età più mature tali concetti si sono affermati in una fase successiva del ciclo di vita, spesso in assenza di un'alfabetizzazione formale. Ne deriva una conoscenza che, pur restando diffusa, tende a essere meno sistematizzata.

Grafico V. Ha mai sentito parlare di "sviluppo sostenibile"? Distribuzione per classe di età



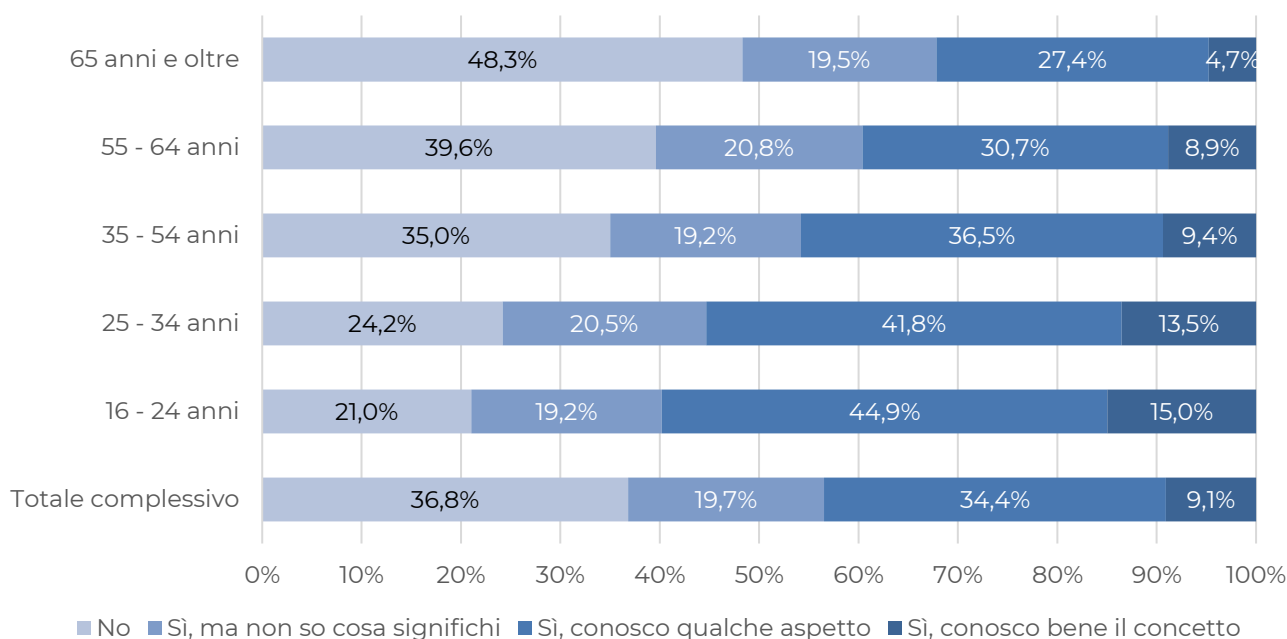
Nel caso dell'Agenda 2030, il ruolo dei percorsi scolastici si intreccia con una più ampia diffusione del tema nel dibattito pubblico, nei media e nelle iniziative istituzionali rivolte ai giovani. L'elevata familiarità riscontrata tra le fasce di età più giovani sembra quindi riflettere non solo l'esposizione formativa, ma anche una maggiore frequenza di contatto con contesti comunicativi in cui l'Agenda 2030 è utilizzata come cornice di riferimento esplicita per interpretare le sfide ambientali e sociali contemporanee.

Grafico VI. Ha mai sentito parlare dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e/o degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)?



Il concetto di educazione alla cittadinanza globale è meno diffuso tra la popolazione, soprattutto tra le persone più anziane. In questo caso l'età appare giocare un ruolo importante. In generale la conoscenza è meno approfondita rispetto a quella relativa al concetto di sviluppo sostenibile. L'andamento dei dati rappresentati nel grafico che segue illustra chiaramente il concetto.

Grafico VII. Ha mai sentito parlare di "educazione alla cittadinanza globale"?



In riferimento alla ECG la maggior parte dei rispondenti coglie la questione del processo formativo costante lungo tutto l'arco dell'esistenza, che porta a meccanismi di attivazione per la cura, il sostegno e l'evoluzione delle strutture sociali. Le definizioni strettamente legate rispettivamente all'impegno e alla dimensione valoriale sono scelte meno frequentemente e con frequenza ancora più bassa la definizione relativa alla padronanza e interpretazione dei contesti.

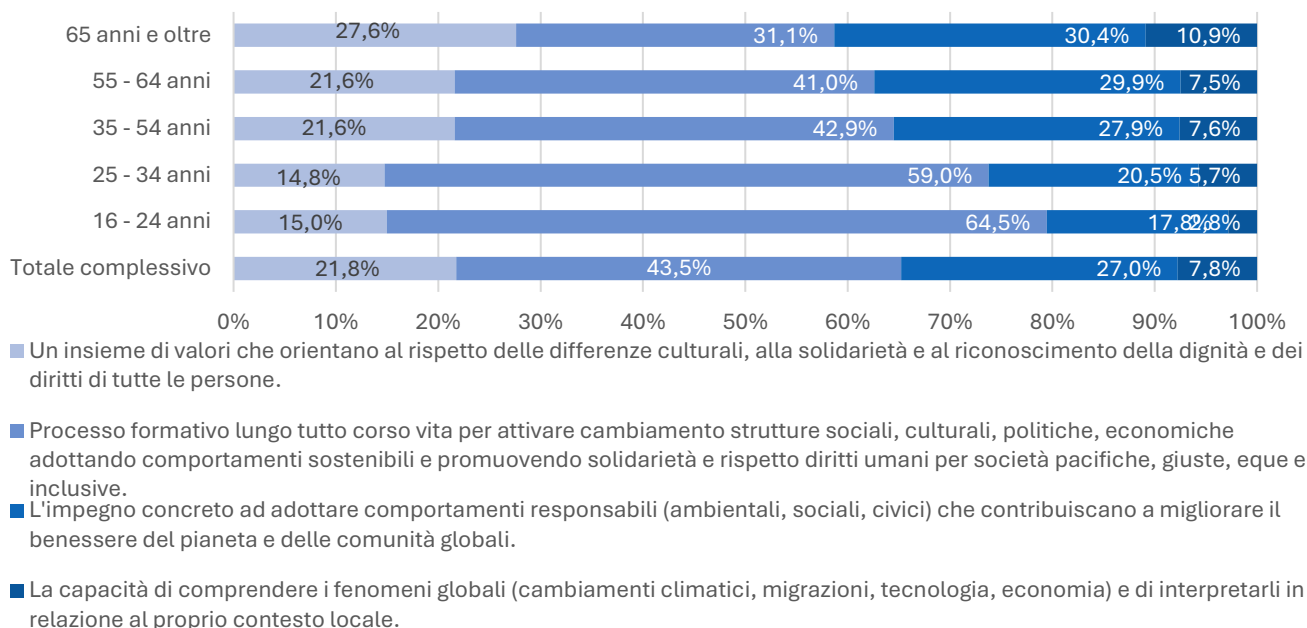
Le differenze generazionali nella definizione dell'educazione alla cittadinanza globale risultano particolarmente marcate e suggeriscono modalità diverse di collocarsi rispetto al cambiamento sociale, che riflettono anche un più ampio mutamento dei paradigmi di partecipazione e dei sistemi di valori.

Tra i più giovani, l'educazione alla cittadinanza globale viene più frequentemente interpretata come un processo formativo continuo, orientato alla comprensione delle dinamiche globali e alla trasformazione delle strutture sociali, culturali ed economiche. Questa lettura appare coerente con una visione della partecipazione meno ancorata a forme tradizionali di impegno e più orientata a percorsi di apprendimento, consapevolezza e azione distribuita nel tempo.

Al crescere dell'età, invece, tende a rafforzarsi una lettura maggiormente ancorata alle dimensioni valoriali e all'impegno individuale, con un'enfasi più forte sul comportamento responsabile, sulla solidarietà e su forme di partecipazione riconducibili a modelli più consolidati di azione civica.

Queste differenze riflettono differenti posture rispetto all'azione collettiva e al cambiamento sociale. Più orientate ai processi, ai sistemi e alla trasformazione strutturale tra le generazioni più giovani. Più centrate sulla responsabilità personale, sui valori e sull'agire individuale tra le generazioni più mature. D'altra parte indicano anche una comprensione meno corretta del concetto, la cui definizione precisa è quella più ampia secondo la quale l'ECG è effettivamente un processo formativo continuo e attivo.

Grafico VIII. Cosa è/cosa rappresenta, secondo lei, l'“educazione alla cittadinanza globale”?



La conoscenza dei documenti strategici relativi alla sostenibilità e all'ECG non è particolarmente diffusa. In coerenza con quanto detto scritto fino ad adesso, è maggiore tra i giovani piuttosto che tra le generazioni più mature (vedi Tabella V).

La minore diffusione della conoscenza dei documenti strategici suggerisce una distinzione rilevante tra la familiarità con i concetti generali e la conoscenza degli strumenti di policy che ne orientano l'attuazione. Anche laddove sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale risultano riconosciute sul piano valoriale, i riferimenti strategici nazionali appaiono meno interiorizzati, soprattutto al di fuori delle fasce di età più giovani.

Tabella V. Livello di conoscenza dei documenti strategici relativi a sviluppo sostenibile ed ECG. Distribuzione per età.

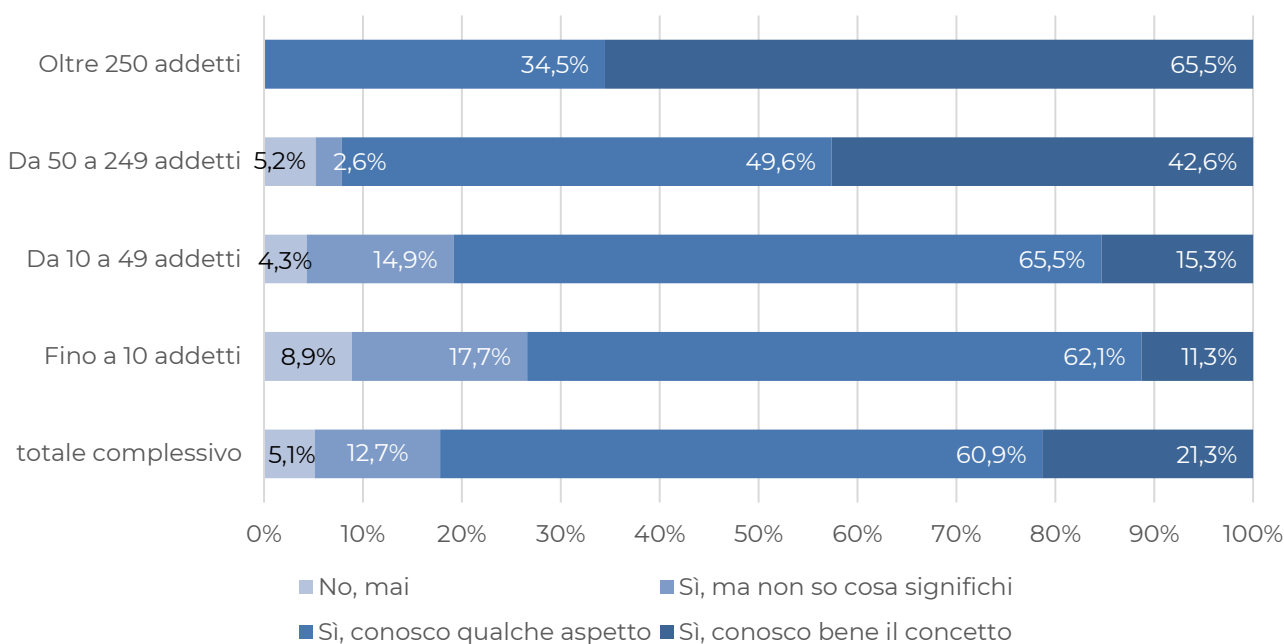
quesito	modalità di risposta	Totale	Classe di età				
			16 – 24 anni	25 – 34 anni	35 – 54 anni	55 – 64 anni	65 anni e oltre
Conosce la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS)?	No	59,3%	47,2%	48,8%	58,5%	64,3%	66,1%
	Sì, solo per sentito dire	21,5%	27,1%	25,4%	19,8%	21,1%	19,7%
	Sì, conosco qualche aspetto	15,6%	19,6%	17,2%	16,9%	13,6%	13,4%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,6%	6,1%	8,6%	4,7%	1,1%	0,9%
Conosce la Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	62,4%	48,6%	50,0%	60,6%	66,5%	72,1%
	Sì, solo per sentito dire	19,5%	29,0%	23,4%	18,2%	17,7%	16,7%
	Sì, conosco qualche aspetto	14,4%	16,8%	19,7%	15,6%	13,9%	10,4%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,7%	5,6%	7,0%	5,5%	1,9%	0,9%
Conosce il Piano di Azione Nazionale per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	65,7%	54,7%	53,7%	62,6%	70,1%	75,6%
	Sì, solo per sentito dire	18,1%	23,8%	20,5%	17,7%	17,2%	16,0%
	Sì, conosco qualche aspetto	12,7%	16,4%	17,2%	14,8%	11,4%	7,9%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,5%	5,1%	8,6%	4,8%	1,4%	0,5%

Nel caso delle **imprese profit**, la conoscenza dei concetti analizzati risulta maggiormente correlata alla dimensione organizzativa e strutturale dell'azienda. Le imprese medio-grandi e grandi mostrano livelli di consapevolezza più elevati, in particolare sui temi della sostenibilità e delle pratiche ESG, mentre nelle micro e piccole imprese la conoscenza appare più frammentata e spesso limitata agli aspetti ambientali o regolatori. Anche in questo target, l'educazione alla cittadinanza globale tende a essere meno riconosciuta come ambito specifico, pur richiamando contenuti che vengono implicitamente ricondotti alla responsabilità sociale d'impresa.

Per quanto riguarda il concetto di sostenibilità le imprese medio-grandi e grandi mostrano livelli di conoscenza più elevati e strutturati, mentre nelle micro e piccole imprese la conoscenza appare più frammentata. Questo andamento suggerisce che la sostenibilità venga appresa prevalentemente come requisito operativo piuttosto che come quadro culturale generale.

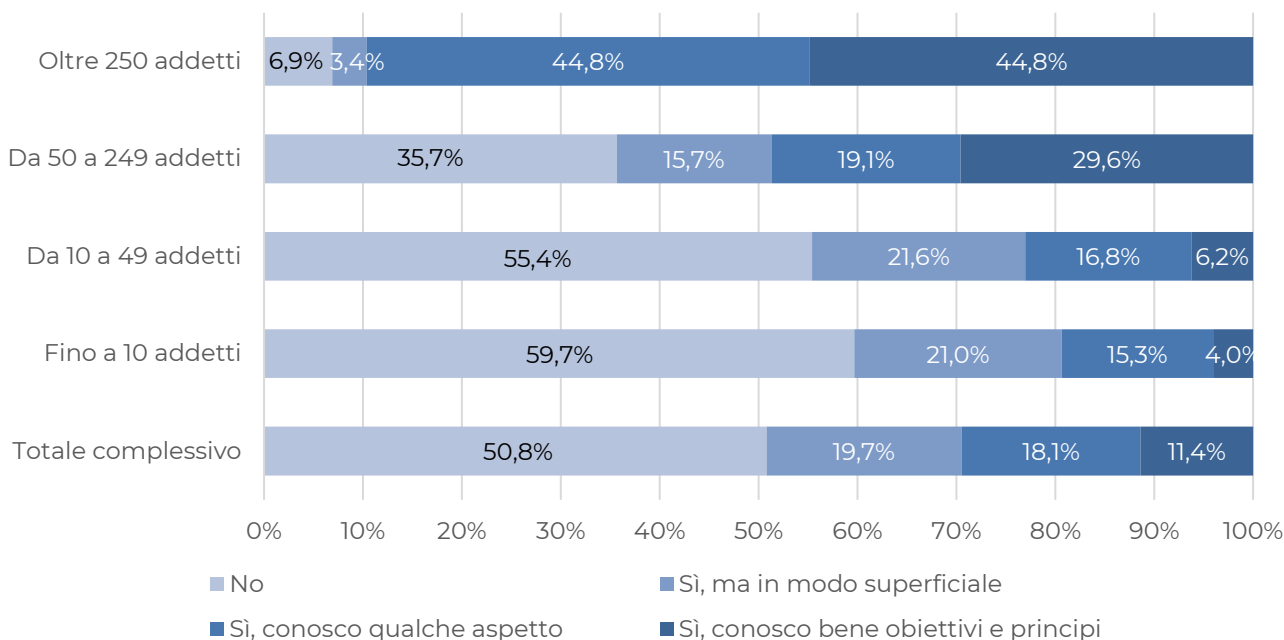
Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

Grafico IX. Ha mai sentito parlare di “sviluppo sostenibile”? Distribuzione per classe di addetti



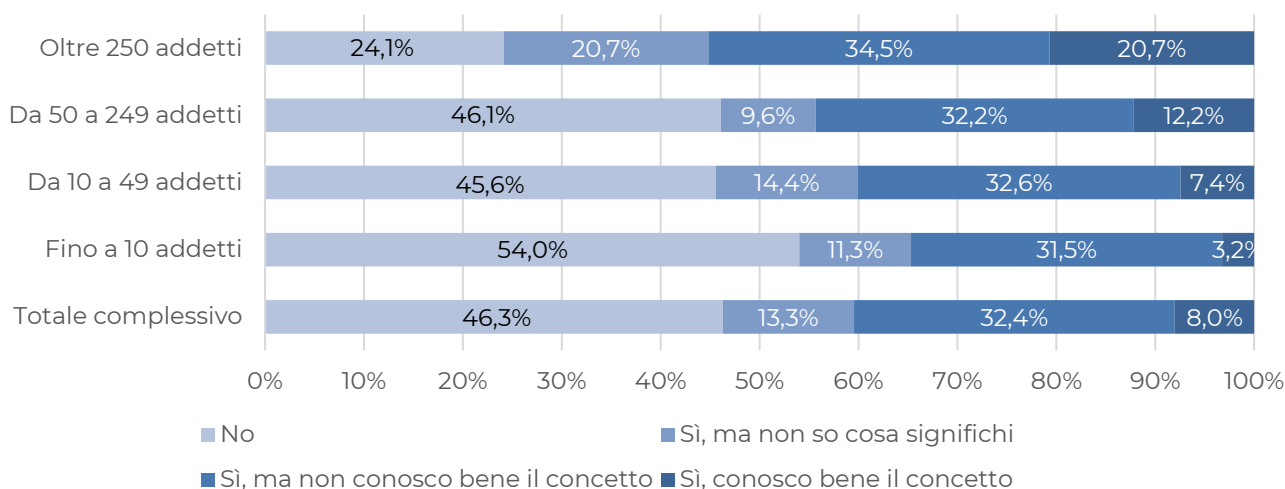
Anche la familiarità con l'Agenda 2030 cresce con la dimensione aziendale, coerentemente con il maggiore coinvolgimento delle imprese più grandi in filiere complesse e in dinamiche di rendicontazione ESG.

Grafico X. Ha mai sentito parlare dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e/o degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)? Distribuzione per classe di addetti



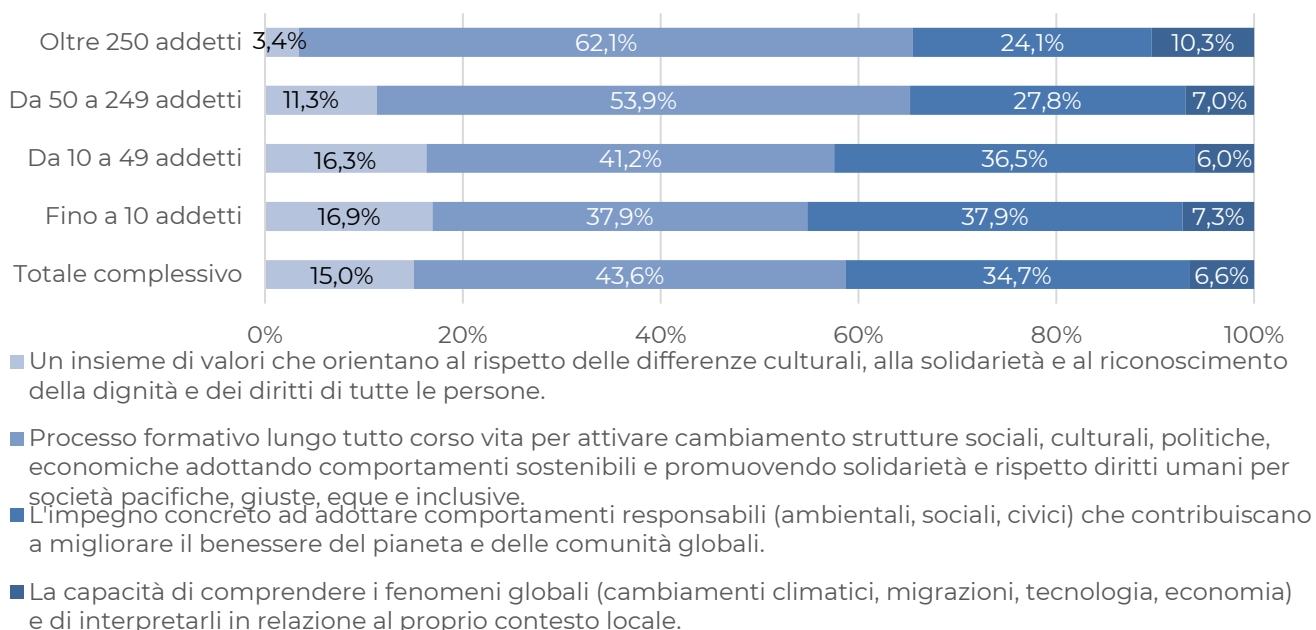
L'ECG risulta meno riconosciuta come ambito specifico del lessico aziendale. Tuttavia, molti dei suoi contenuti possono essere implicitamente ricondotti a pratiche di responsabilità sociale d'impresa, sostenibilità di filiera e posizionamento reputazionale.

Grafico XI. Ha mai sentito parlare di “educazione alla cittadinanza globale”? Distribuzione per classe di addetti



La distribuzione delle definizioni del concetto di l'educazione alla cittadinanza globale suggerisce un diverso grado di “traduzione” del concetto: le imprese più strutturate sembrano tendere a ricondurre l'ECCG a cornici organizzative, responsabilità sociale d'impresa, sostenibilità di filiera, governance, da raggiungere attraverso un processo di formazione lungo e complesse. Con questa scelta prevalente mostrano anche maggiore conoscenza concreta (si ricorda che la definizione di percorso formativo è quella corretta) rispetto alla azione di dimensione inferiore. Per le imprese più piccole il concetto tende a essere interpretato sia come processo formativo che come impegno ad agire. Questa differenza anticipa un punto importante per le leve comunicative: per le imprese, l'aggancio più efficace passa da riferimenti concreti (processi, filiera, strumenti, reputazione) più che da definizioni astratte.

Grafico XII. Cosa è/cosa rappresenta, secondo lei, l'“educazione alla cittadinanza globale”? Distribuzione per classe di addetti



I dati sui documenti strategici evidenziano una distanza netta tra imprese di dimensione maggiore e imprese più piccole. Nel caso della SNSvS, la quota di imprese che dichiara di non conoscerla è molto elevata nel complesso (67,2%) e cresce nelle classi di addetti più piccole (fino a 10 addetti: 74,3%), mentre diminuisce sensibilmente nelle imprese oltre 250 addetti (24,1%), dove aumentano anche le quote di conoscenza “per sentito dire” e “con qualche aspetto” (34,5% + 34,5%) e compare una quota non trascurabile di conoscenza approfondita (6,9%). Un andamento analogo, seppur meno marcato, si osserva anche per i documenti sull’ECG: la conoscenza approfondita resta in ogni caso minoritaria, ma tende a concentrarsi nelle imprese più grandi (Strategia ECG: 4,5%; PAN ECG: 4,5%). Nel complesso, il dato suggerisce che la familiarità con i concetti non si traduce automaticamente in conoscenza degli strumenti strategici e che tale traduzione è più frequente dove esistono strutture e competenze interne in grado di presidiare questi temi.

Tabella VI. Livello di conoscenza dei documenti strategici relativi a sviluppo sostenibile ed ECG. Distribuzione per classe di addetti.

quesito	modalità di risposta	Totale	Classe di addetti			
			Fino a 10 addetti	Da 10 a 49 addetti	Da 50 a 249 addetti	Oltre 250 addetti
Conosce la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS)?	No	67,2%	74,3%	70,7%	58,7%	24,1%
	Sì, solo per sentito dire	16,6%	14,2%	15,5%	18,3%	34,5%
	Sì, conosco qualche aspetto	15,2%	11,5%	13,0%	22,0%	34,5%
	Sì, la conosco in modo approfondito	0,9%	0,0%	0,8%	0,9%	6,9%
Conosce la Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	54,6%	56,1%	56,4%	51,6%	40,9%
	Sì, solo per sentito dire	23,6%	26,3%	23,3%	24,2%	18,2%
	Sì, conosco qualche aspetto	20,7%	17,5%	19,4%	22,6%	36,4%
	Sì, la conosco in modo approfondito	1,1%	0,0%	0,9%	1,6%	4,5%
Conosce il Piano di Azione Nazionale per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	58,4%	57,9%	59,9%	56,5%	50,0%
	Sì, solo per sentito dire	22,6%	28,1%	22,0%	19,4%	22,7%
	Sì, conosco qualche aspetto	18,2%	14,0%	17,6%	22,6%	22,7%
	Sì, la conosco in modo approfondito	0,8%	0,0%	0,4%	1,6%	4,5%

Gli **enti del Terzo Settore** presentano, nel complesso, un livello di conoscenza più elevato e articolato, soprattutto in relazione ai temi dell’Agenda 2030 e della sostenibilità nelle sue dimensioni sociali e ambientali. In questo ambito, la cittadinanza globale risulta maggiormente interiorizzata come riferimento culturale e operativo, sebbene permangano differenze legate alla tipologia di ente e al grado di strutturazione organizzativa.

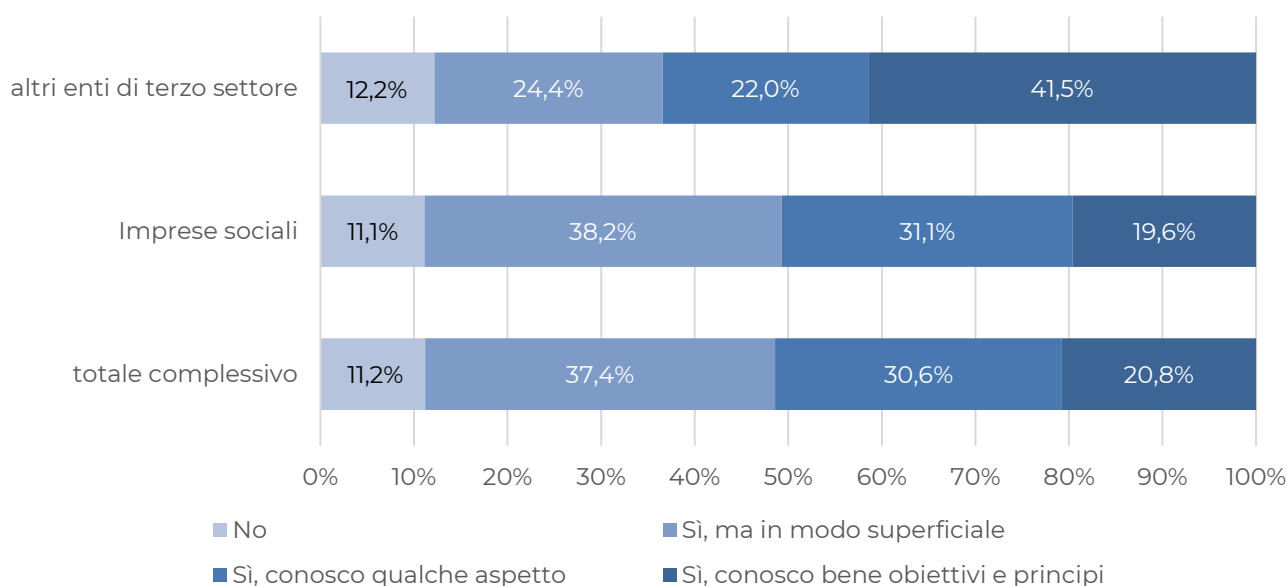
Per gli enti del Terzo Settore, i livelli di conoscenza tendono a risultare più elevati e “naturali” perché sostenibilità e cittadinanza globale sono spesso parte della missione, del linguaggio quotidiano e delle attività. La lettura per tipologia di ente è utile per cogliere una possibile differenziazione interna. Gli enti più strutturati o maggiormente inseriti in reti progettuali e partenariati tendono a mostrare una familiarità più sistematica con i riferimenti (Agenda

Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

2030 e ECG), mentre per altri soggetti la conoscenza può essere più legata a pratiche e valori che a cornici strategiche formalizzate.

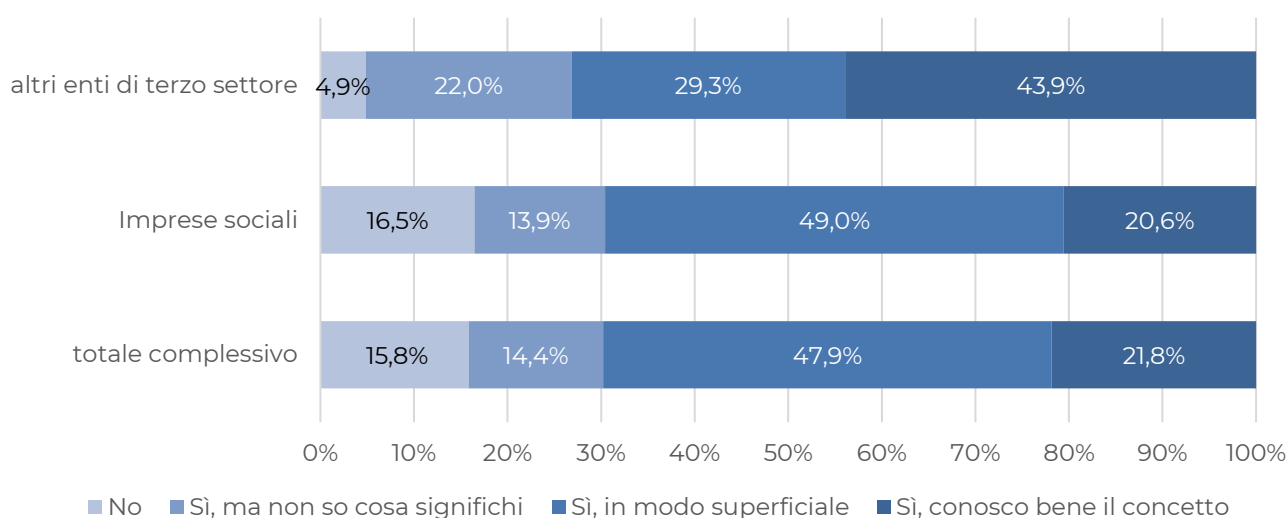
Tenuto conto del ruolo maggiormente operativo degli enti di Terzo Settore non è stata posta la domanda sulla conoscenza generica del concetto di sviluppo sostenibile, ma si è andati direttamente ad indagare la conoscenza dell'Agenda 2030.

Grafico XIII. Ha mai sentito parlare dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e/o degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)? Distribuzione per tipo ETS



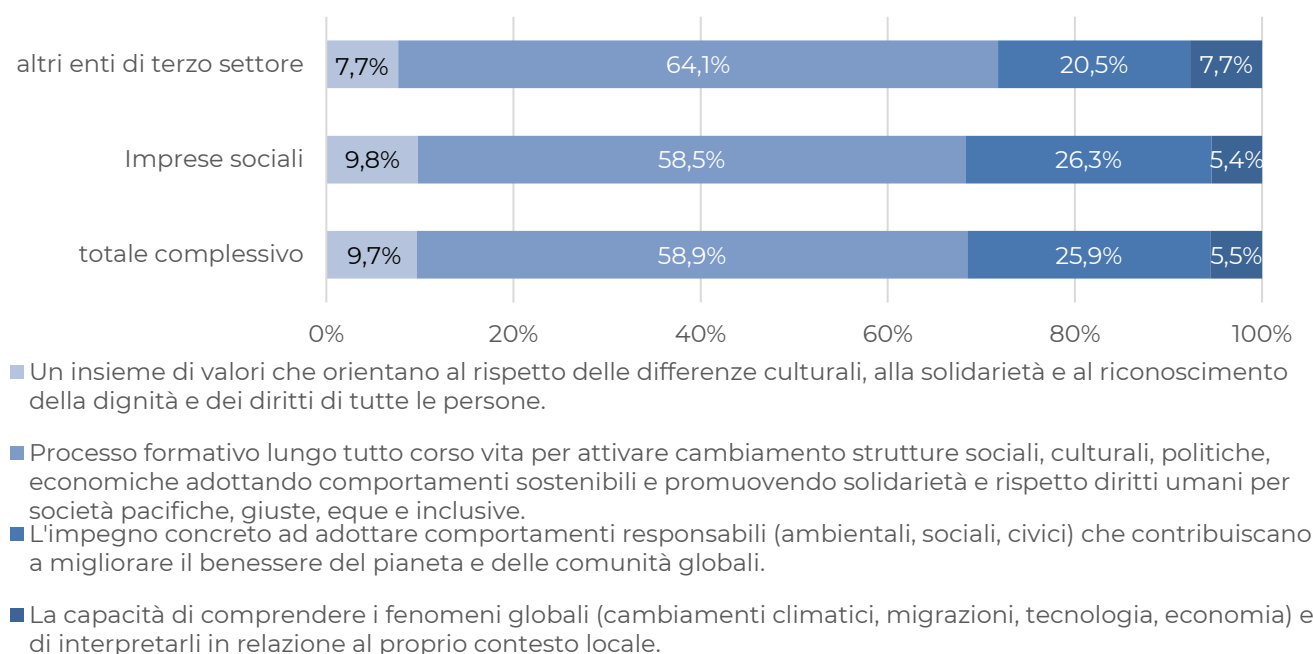
Il concetto di educazione alla cittadinanza globale è invece stato testato su più livelli partendo dal generico. Per la parte di Terzo Settore nella quale sono ricomprese associazioni di volontariato (di primo o secondo livello), ong e altri organismi diversi dalle imprese sociali (altri enti di terzo settore), l'ECG appare essere una nozione familiare.

Grafico XIV. Ha mai sentito parlare di "educazione alla cittadinanza globale"? Distribuzione per tipo ETS



Anche la definizione puntuale testimonia quanto detto sopra. Oltre al fatto che il concetto sia ben collocato dal punto di vista della correttezza definitoria, le modalità con cui viene descritta l'ECG nel Terzo Settore possono essere lette come indicatore del "posizionamento" dell'ente rispetto ad un approccio più o meno ampio. La maggior parte dà la definizione più orientata sui processi formativi e sulla trasformazione delle strutture e questo può rimandare ad un approccio più progettuale e indirizzato al cambiamento sistemico. La definizione più centrata su valori e azione diretta richiama invece una dimensione più identitaria e mobilitante, di fatto più vicina alle imprese sociali. In entrambi i casi si tratta di letture coerenti con il ruolo del Terzo Settore come mediatore tra principi generali e pratiche sociali concrete. Azioni sociali concrete che si accordano maggiormente con la seconda definizione, che, seppur non precisa, caratterizza le imprese sociali, che più spesso concretamente agiscono e creano servizi e valore occupazionale in precisi territori.

Grafico XV. Cosa è/cosa rappresenta, secondo lei, l'"educazione alla cittadinanza globale"? Distribuzione per tipo di ente



La tabella VII mostra che nel complesso i livelli di conoscenza dei documenti strategici sono più alti rispetto alla popolazione e alle imprese, soprattutto per le modalità "conosco qualche aspetto". In questo target si raggiungono i valori più elevati (SNSvS: 32,7%; Strategia ECG: 35,1%). È un dato coerente con la funzione del Terzo Settore come attore di progettazione, advocacy e partecipazione. Le percentuali molto elevate nelle modalità "approfondita" per specifiche tipologie di documenti (ad esempio nella Strategia ECG) vanno lette con prudenza, anche se si tratta di segnali positivi. In sintesi emerge una maggiore prossimità del Terzo Settore ai quadri strategici anche dal punto di vista pratico e non solo concettuale, pur con differenze legate a struttura, reti e specializzazione tematica. Il tema meriterebbe approfondimento.

Tabella VII. Livello di conoscenza dei documenti strategici relativi a sviluppo sostenibile ed ECG. Distribuzione per tipo ente.

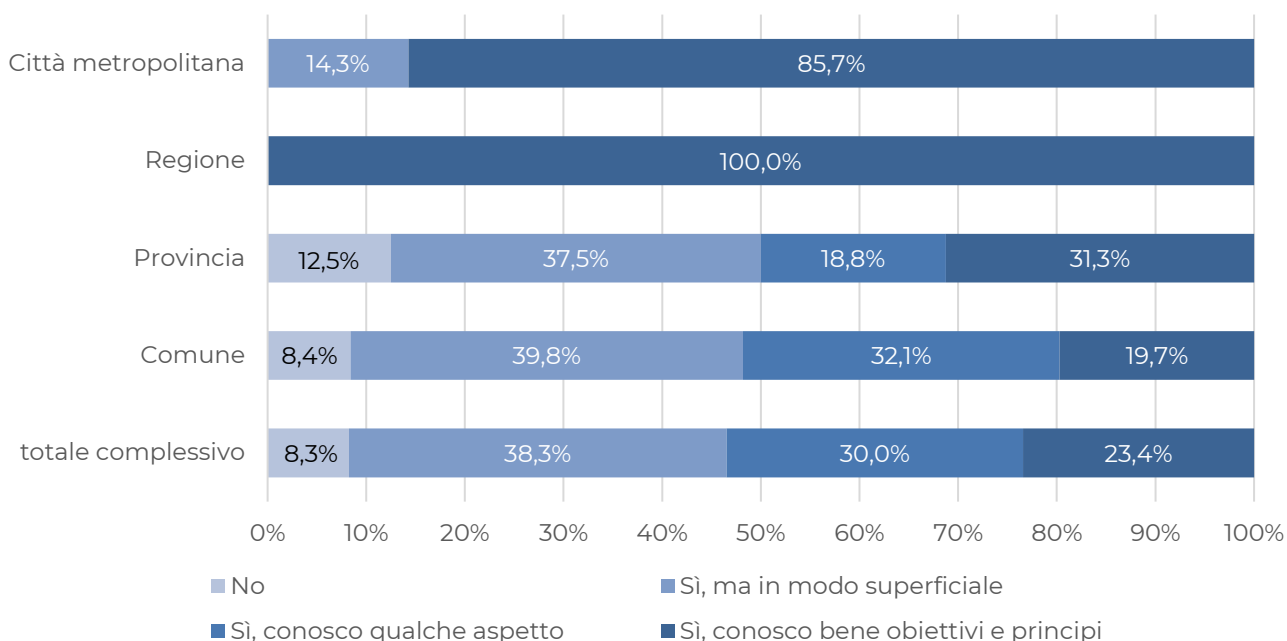
quesito	modalità di risposta	Totale	Tipo ente	
			Imprese sociali	Altri enti
Conosce la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS)?	No	37,5%	38,2%	25,0%
	Sì, solo per sentito dire	26,1%	26,6%	16,7%
	Sì, conosco qualche aspetto	32,7%	31,5%	52,8%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,7%	3,6%	5,6%
Conosce la Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	33,9%	34,1%	30,8%
	Sì, solo per sentito dire	26,9%	27,0%	25,6%
	Sì, conosco qualche aspetto	35,1%	35,9%	23,1%
	Sì, la conosco in modo approfondito	4,1%	3,0%	20,5%
Conosce il Piano di Azione Nazionale per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	32,0%	31,7%	35,9%
	Sì, solo per sentito dire	28,2%	28,8%	17,9%
	Sì, conosco qualche aspetto	11,6%	11,3%	15,4%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,2%	2,9%	7,7%

Nelle **amministrazioni pubbliche territoriali** la conoscenza dei concetti indagati appare fortemente connessa al ruolo istituzionale ricoperto e alla collocazione dell'ente all'interno dei processi di programmazione e attuazione delle politiche pubbliche. L'Agenda 2030 e la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile risultano generalmente più note rispetto alla Strategia per l'Educazione alla Cittadinanza Globale, che tende a essere sistematicamente meno integrata nei quadri di riferimento delle amministrazioni, pur essendo riconosciuta come ambito rilevante.

Per le amministrazioni pubbliche territoriali, la conoscenza dei concetti e dei riferimenti strategici è influenzata dal ruolo istituzionale e dalla collocazione dell'ente nei processi di programmazione e attuazione delle politiche. In questo quadro, i Comuni — che costituiscono la quota prevalente dei rispondenti — rappresentano spesso il livello amministrativo più vicino all'implementazione concreta, ma anche quello in cui la capacità di presidiare stabilmente questi temi può variare maggiormente in funzione di risorse, competenze interne e priorità operative. Ne deriva una conoscenza che può risultare anche elevata sul piano generale, ma non sempre sistematica o omogenea tra enti.

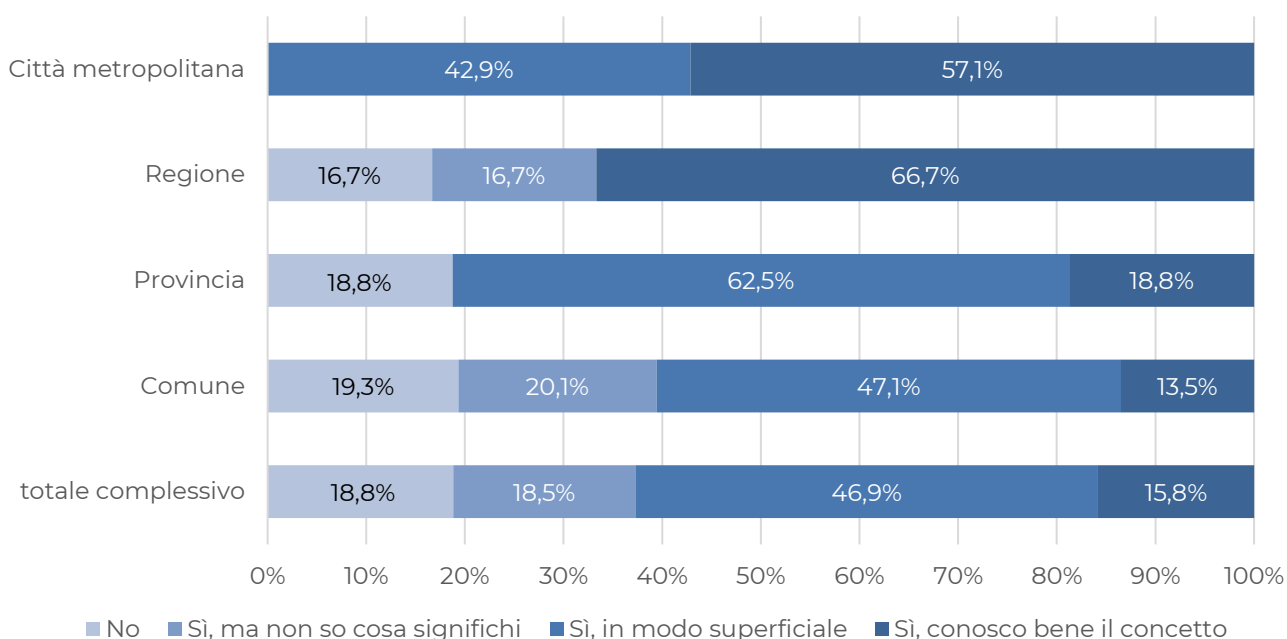
Come per gli enti di Terzo Settore la richiesta della conoscenza del concetto dello sviluppo sostenibile è stata omessa per andare subito ad indagare quella relativa all'Agenda 2030.

Grafico XVI. Ha mai sentito parlare dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e/o degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)? Distribuzione per tipo ente



Il concetto di educazione alla cittadinanza globale ancora una volta si rivela meno familiare rispetto a quello di sostenibilità, anche se le pubbliche amministrazioni, come gli ETS, hanno una maggiore consapevolezza almeno dell'esistenza della questione.

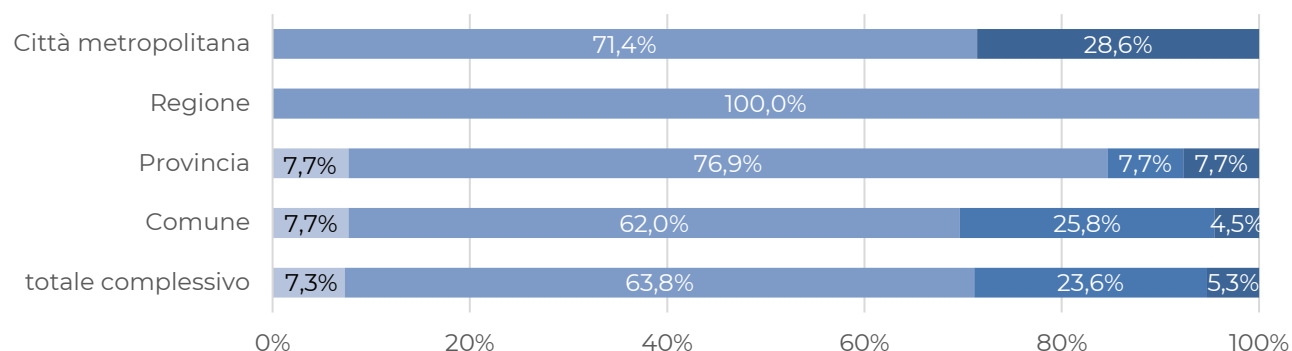
Grafico XVII. Ha mai sentito parlare di "educazione alla cittadinanza globale"? Distribuzione per tipo di ente



Le definizioni di ECG all'interno della PA possono essere lette come indicatore di chiara "messa a fuoco" del concetto. La conoscenza è concreta e inoltre la definizione più

orientata a processi e cambiamento strutturale, è plausibile in contesti nei quali l'ECG deve essere praticamente integrata in cornici di programmazione.

Grafico XVIII. Cosa è/cosa rappresenta, secondo lei, l'“educazione alla cittadinanza globale”? Distribuzione per tipo di ente



■ Un insieme di valori che orientano al rispetto delle differenze culturali, alla solidarietà e al riconoscimento della dignità e dei diritti di tutte le persone.

■ Processo formativo lungo tutto corso vita per attivare cambiamento strutture sociali, culturali, politiche, economiche adottando comportamenti sostenibili e promuovendo solidarietà e rispetto diritti umani per società pacifiche, giuste, eque e inclusive.

■ L'impegno concreto ad adottare comportamenti responsabili (ambientali, sociali, civici) che contribuiscano a migliorare il benessere del pianeta e delle comunità globali.

■ La capacità di comprendere i fenomeni globali (cambiamenti climatici, migrazioni, tecnologia, economia) e di interpretarli in relazione al proprio contesto locale.

I dati sui documenti strategici mostrano, nel complesso, un quadro relativamente favorevole sulla SNSvS. Tra i Comuni la quota di conoscenza “conosco qualche aspetto” è consistente (37,8%) e una quota non trascurabile dichiara conoscenza approfondita (6,4%). Per i livelli amministrativi superiori compaiono percentuali più alte di conoscenza approfondita, ma questo dato va interpretato con prudenza perché i sottogruppi Provincia/Regione/Città metropolitana sono numericamente molto più piccoli e quindi più esposti a oscillazioni. Resta tuttavia evidente una tendenza: la SNSvS appare più conosciuta rispetto ai documenti specifici sull'ECG, per i quali la conoscenza approfondita resta più limitata. Anche qui si conferma la distinzione tra familiarità generale e presidio degli strumenti di policy, distinzione che risulta decisiva quando si passa dalla conoscenza alle pratiche (programmazione, attivazione territoriale, partecipazione).

Tabella VIII. Livello di conoscenza dei documenti strategici relativi a sviluppo sostenibile ed ECG. Distribuzione per tipo ente.

quesito	modalità di risposta	Totale	Tipo ente			
			comune	provincia	regione	Città metropolitana
Conosce la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS)?	No	27,7%	29,5%	21,4%	0,0%	0,0%
	Sì, solo per sentito dire	25,5%	26,3%	28,6%	16,7%	0,0%
	Sì, conosco qualche aspetto	38,1%	37,8%	42,9%	16,7%	57,1%
	Sì, la conosco in modo approfondito	8,6%	6,4%	7,1%	66,7%	42,9%
Conosce la Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	35,4%	35,7%	38,5%	40,0%	14,3%
	Sì, solo per sentito dire	28,0%	29,0%	15,4%	20,0%	28,6%
	Sì, conosco qualche aspetto	31,3%	31,2%	38,5%	20,0%	28,6%
	Sì, la conosco in modo approfondito	5,3%	4,1%	7,7%	20,0%	28,6%
Conosce il Piano di Azione Nazionale per l'Educazione alla Cittadinanza Globale?	No	32,9%	32,6%	53,8%	20,0%	14,3%
	Sì, solo per sentito dire	31,3%	32,1%	23,1%	20,0%	28,6%
	Sì, conosco qualche aspetto	6,1%	5,4%	0,0%	0,0%	42,9%
	Sì, la conosco in modo approfondito	3,3%	2,7%	7,7%	20,0%	0,0%

Nel complesso, la conoscenza dei concetti analizzati costituisce una base diffusa ma disomogenea, che varia in funzione di fattori differenti nei diversi target: prossimità ai percorsi formativi nella popolazione, strutturazione organizzativa nelle imprese, missione e reti progettuali nel Terzo Settore, capacità di presidio e programmazione nella PA. La distanza osservata tra concetti generali e documenti strategici suggerisce che il tema non sia tanto la visibilità dei documenti in sé, quanto la loro traduzione in riferimenti operativi riconoscibili dai diversi target. La sfida principale **non sembra soltanto essere quella di aumentare la familiarità nominale**, ma di **rafforzare una conoscenza "operativa" che renda più probabile la traduzione in atteggiamenti coerenti e pratiche strutturate**, oggetto dei paragrafi successivi.

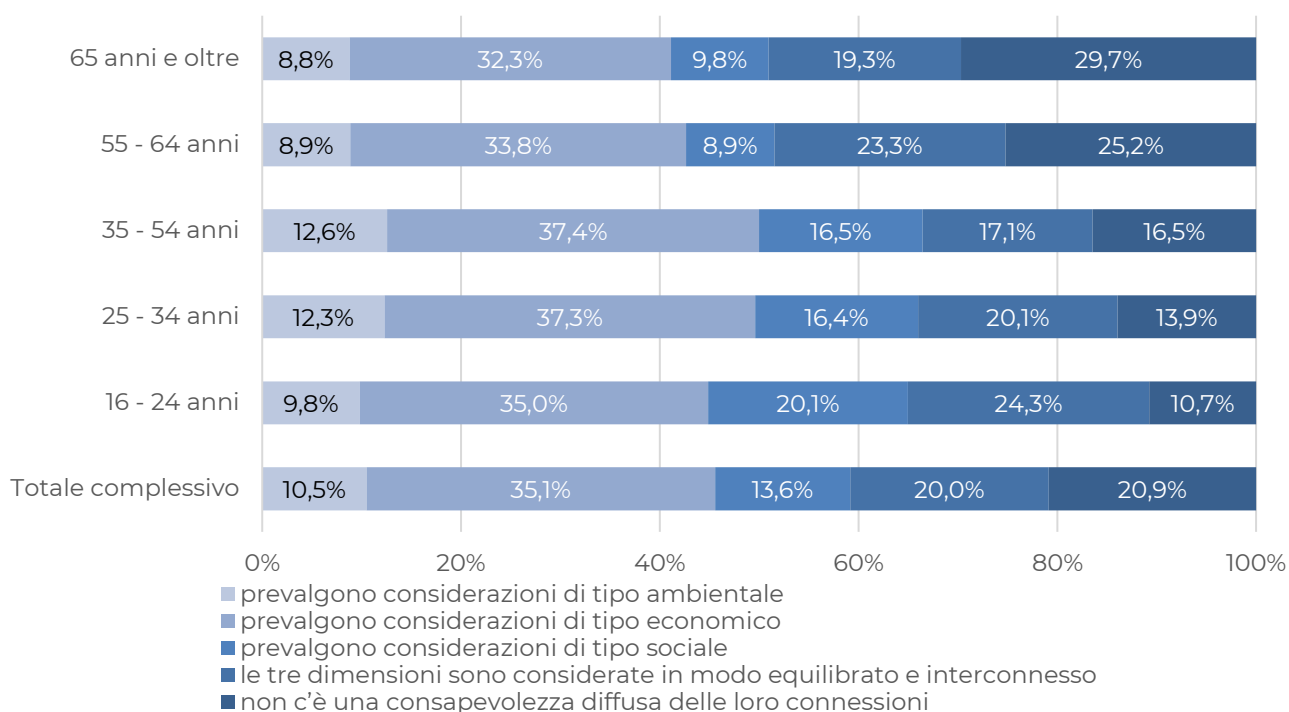
2.3 Percezioni e atteggiamenti

Il presente paragrafo approfondisce le percezioni e gli atteggiamenti dei diversi target rispetto ai temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale, con l'obiettivo di comprendere come tali concetti vengano valutati, interpretati e gerarchizzati sul piano valoriale. L'analisi delle percezioni rappresenta un passaggio cruciale nel percorso logico dell'analisi, collocandosi tra la conoscenza dichiarata dei concetti e la loro eventuale traduzione in pratiche concrete.

Nel complesso, emerge un quadro caratterizzato da un consenso ampio sui principi generali della sostenibilità e della cittadinanza globale, accompagnato tuttavia da modalità differenti di attribuzione di significato, priorità e responsabilità, che variano in funzione del ruolo ricoperto dai diversi attori all'interno del sistema Paese.

Con riferimento alla **popolazione residente**, le percezioni confermano un orientamento complessivamente favorevole nei confronti dei temi indagati. I dati relativi all'integrazione delle dimensioni ambientale, sociale ed economica mostrano come la sostenibilità venga riconosciuta prevalentemente attraverso la sua componente economica, tema che quando richiamato sembra diventare focale. Le dimensioni ambientale e sociale, pur riconosciute, risultano immediatamente meno integrate in una visione sistemica e interdependente. Questa configurazione suggerisce che la sostenibilità sia percepita più come ambito tematico che come quadro interpretativo complesso, con il rischio di una frammentazione delle priorità. Le differenze generazionali osservate nei grafici indicano una maggiore propensione delle fasce più giovani a riconoscere le interconnessioni tra le diverse dimensioni, coerentemente con una socializzazione più recente e probabilmente più approfondita ai linguaggi delle politiche pubbliche e dei riferimenti internazionali.

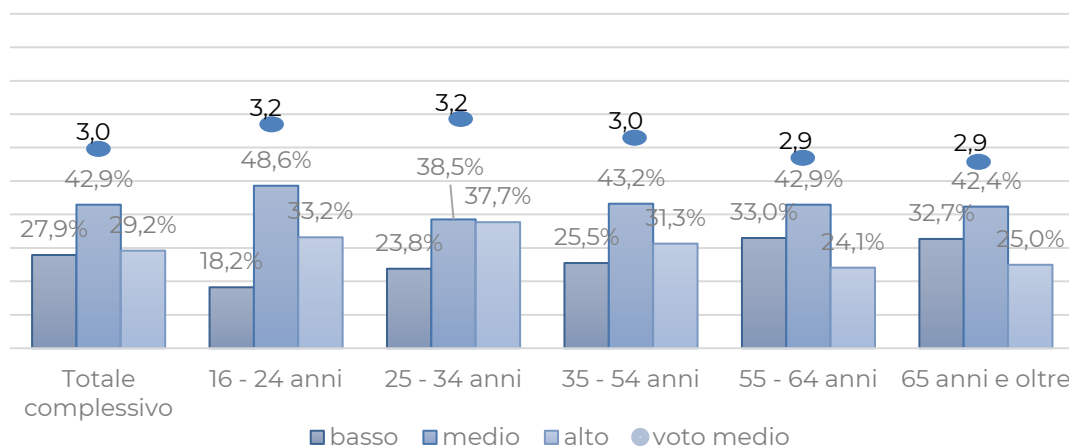
Grafico XIX. Nella sua esperienza, come vengono considerate le tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, sociale, economica)? Distribuzione per classe di età



I giudizi assegnati sul livello di integrazione delle tre dimensioni confermano che le giovani generazioni hanno una maggiore consapevolezza dell'interdipendenza e connessione, sia in termini di voti medi, che vanno diminuendo con l'aumentare dell'età, che di percentuale di voti alti, soprattutto per i giovani maturi nella fascia 25 – 34 anni.

Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

Grafico XX. Su di una scala da 1 a 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente, quanto ritiene che le dimensioni della sostenibilità — ambientale, sociale ed economica — siano oggi integrate e interdipendenti? Distribuzione per classi di età

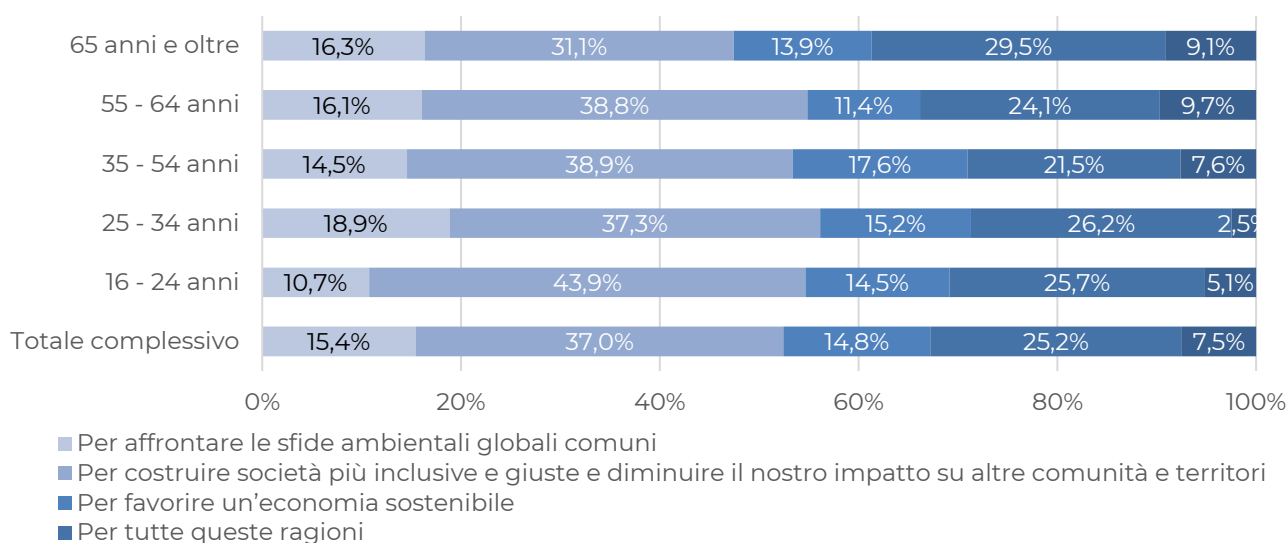


Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

Per quanto riguarda l'**educazione alla cittadinanza globale**, i dati sull'importanza evidenziano adesione maggiore riguardo ai valori di responsabilità, equità e solidarietà. Le sfide ambientali e legate all'economia sostenibile appaiono meno importanti. E' rilevante la quota delle persone che indicano l'importanza di tutti gli ambiti citati, importanza che cresce con la maturità anagrafica, come a voler spostare il fuoco da dimensioni prevalentemente simboliche a uno sguardo più complesso e articolato. Anche se non esplicitamente citata, dare importanza alle tre dimensioni, pone l'accento sull'interconnessione, tema rilevante quando si vuole passare dalla teoria dell'atteggiamento alle azioni pratiche.

Se la conoscenza può essere ulteriormente approfondita, anche lo spazio concreto di partecipazione, seppure ancor poco frequentato, offre potenziali margini di apertura e coinvolgimento.

Grafico XXI. Secondo lei, perché è importante essere "cittadini globali"? Distribuzione per classe di età

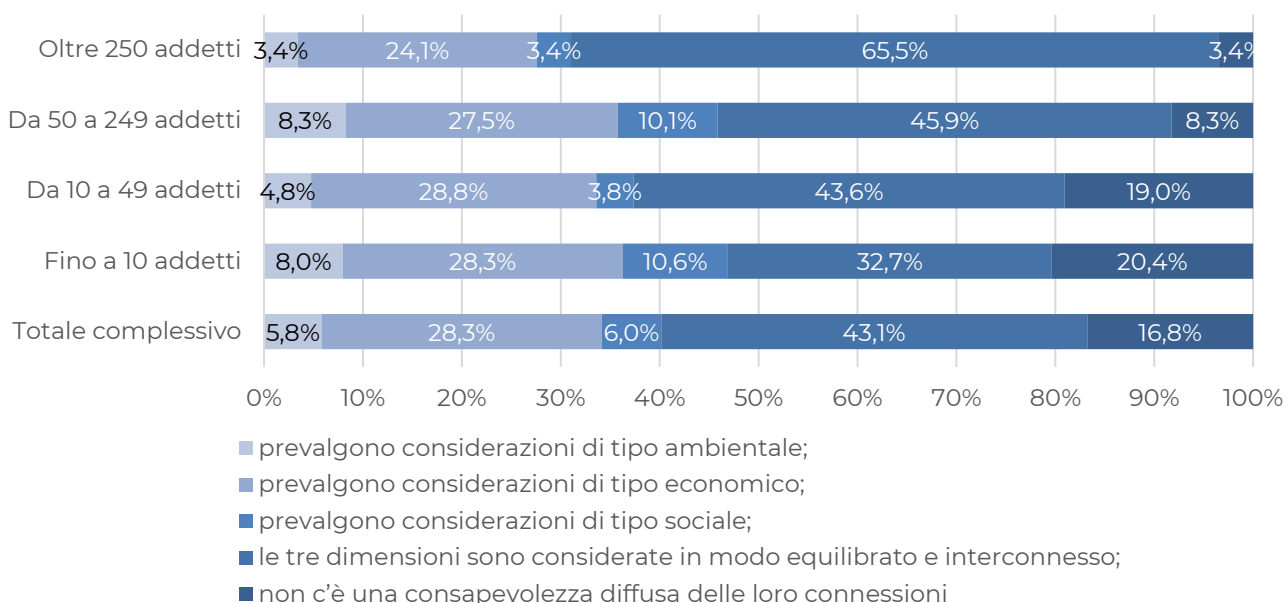


Nel complesso, le percezioni della popolazione delineano un terreno valoriale favorevole, caratterizzato da soglie di attivazione ancora elevate, che rendono necessario un rafforzamento del nesso tra responsabilità individuale e cambiamento collettivo.

Nel target delle **imprese profit**, le percezioni risultano fortemente influenzate dalla dimensione organizzativa e dal grado di strutturazione aziendale.

I dati relativi all'integrazione delle dimensioni della sostenibilità mostrano come le imprese ne percepiscano l'integrazione ed equilibrio. Le medio-grandi e grandi tendono a riconoscere maggiormente l'interconnessione tra aspetti ambientali, sociali ed economici, mentre nelle micro e piccole imprese la sostenibilità è più frequentemente associata alle singole dimensioni.

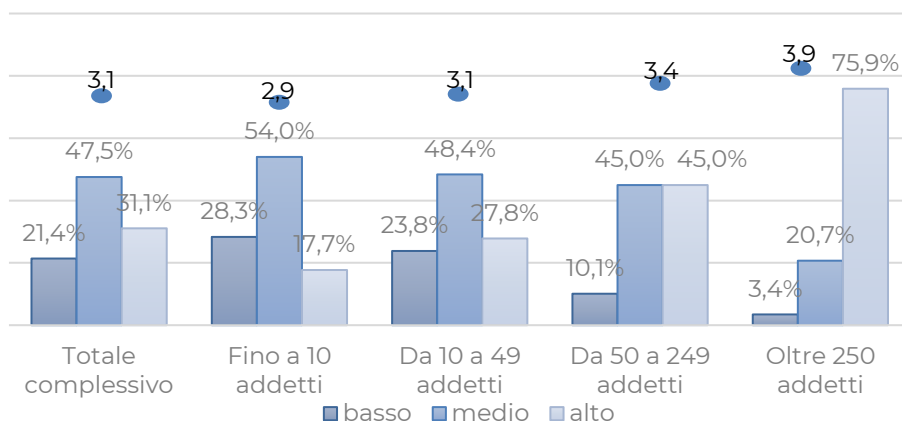
Grafico XXII. Nella sua esperienza, come vengono considerate le tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, sociale, economica) nel contesto in cui opera la sua azienda? Distribuzione per classe di addetti



Le valutazioni sull'interconnessione delle tre dimensioni nel contesto di azione dell'impresa suggeriscono risultati simili a quelli appena esposti, con un'adesione ancora più evidente da parte delle grandi e medio-grandi aziende, che spesso lavorano in contesti nei quali la consapevolezza è maggiore e spesso è necessaria proprio per la pratica quotidiana e per implementare azioni strategiche.

Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

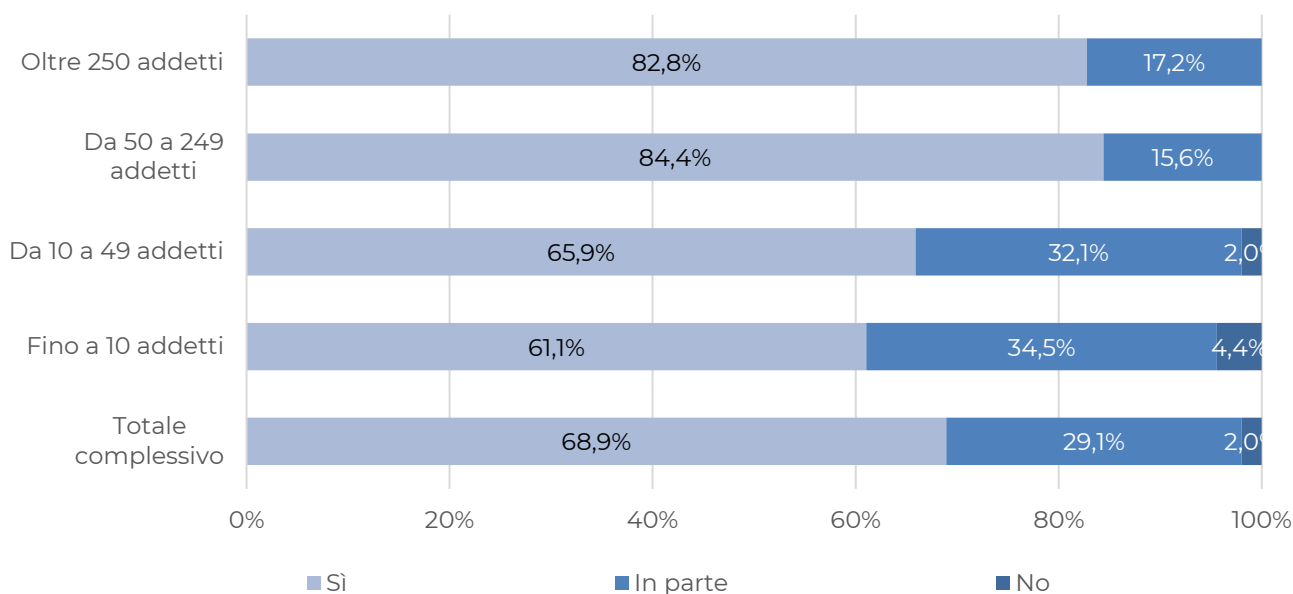
Grafico XXIII. Su di una scala da 1 a 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente, quanto ritiene che le dimensioni della sostenibilità — ambientale, sociale ed economica — siano oggi integrate e interdipendenti, nel contesto in cui opera la sua azienda? Distribuzione per classe di addetti



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

Un valore maturo dell'interconnessione tra le tre dimensioni della sostenibilità risulta dalle risposte alla domanda sulla pratica interna. Per una ampia maggior parte delle imprese coinvolte nello studio la sostenibilità aziendale oltre che ambientale deve essere sociale ed economica. Tra le imprese medio-grandi e grandi il valore dei giudizi affermativi cresce considerevolmente.

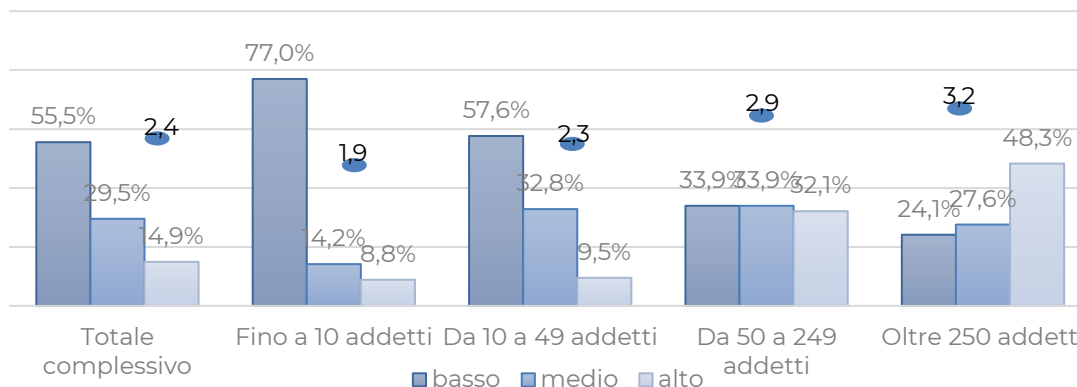
Grafico XXIV. Ritiene che la sostenibilità aziendale debba includere anche aspetti sociali ed economici oltre a quelli ambientali? Distribuzione per classe di addetti



Le valutazioni relative al ruolo delle normative, delle filiere produttive e dei modelli di business evidenziano un atteggiamento pragmatico. La sostenibilità è percepita come rilevante e potenzialmente vantaggiosa, ma anche come ambito che richiede competenze, risorse e capacità di gestione. In questo senso, le percezioni positive crescono laddove esistono strutture organizzative in grado di assorbire la complessità e di trasformarla in opportunità, generalmente più frequenti nelle imprese più grandi.

Il giudizio sulle norme relative alle rendicontazioni non finanziarie e le pratiche di sostenibilità, vista come combinazione delle tre accezioni, si fa progressivamente e nettamente più positivo man mano che la dimensione di impresa cresce. Le grandi aziende hanno un livello di strutturazione più maturo anche per accogliere come opportunità, regole che per altri possono risultare gravosi o comunque adempimenti che appesantiscono la gestione aziendale.

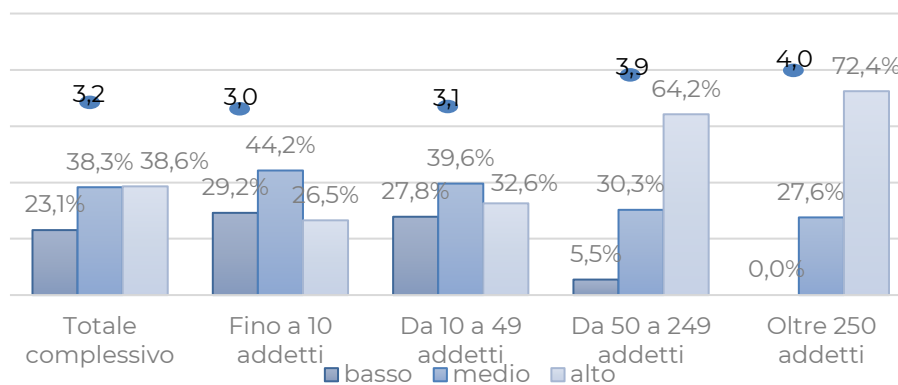
Grafico XXV. Come giudica le normative europee e italiane che stanno progressivamente promuovendo le rendicontazioni non finanziarie e le pratiche ESG all'interno della vita aziendale, a partire dalle grandi aziende fino alle piccole, medie e micro imprese? Distribuzione per classe di addetti



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

In una cornice nella quale la sostenibilità si concretizza nell'interconnessione delle dimensioni ambientale, economica e sociale, concetto al quale le imprese sembrano ampiamente socializzate, lo sviluppo di una filiera di settore sostenibile è quanto mai importante per le medie e grandi imprese. In ambienti aziendali nei quali la sostenibilità è ampiamente accolta e integrata, come mostrato dai dati precedentemente esposti, l'idea di poter operare in contesti di settori virtuosi può essere accolta solo positivamente. Inoltre la cognizione che le economie di scala generate nelle aree di attività specifiche hanno ricadute concrete e robuste sulla propria azienda, può ulteriormente influenzare il livello di importanza.

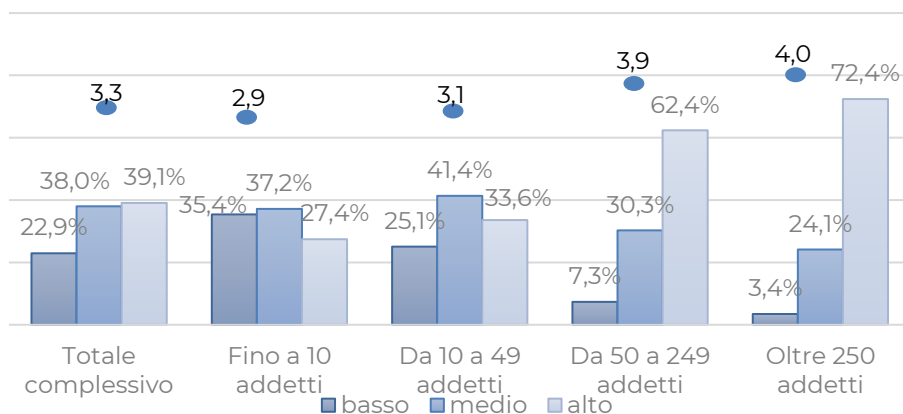
Grafico XXVI. Quanto considera importante sviluppare una filiera sostenibile nel suo settore di attività? Distribuzione per classe di addetti



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

Ancora, i modelli di business sostenibile sono grandemente auspicati tra le aziende con più di 50 addetti. Anche tra le imprese di dimensioni più piccole i voti medi si attestano a livelli elevati e il giudizio non è negativo.

Grafico XXVII. Quanto ritiene importante per la sua azienda lo sviluppo di modelli di business sostenibile (es. Obiettivo 12, produzione e consumo responsabili)? Distribuzione per classe di addetti



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

Le percezioni delle imprese delineano un orientamento complessivamente favorevole, condizionato dalla capacità organizzativa e dalla percezione di costi e benefici, elemento centrale per la definizione di leve comunicative efficaci.

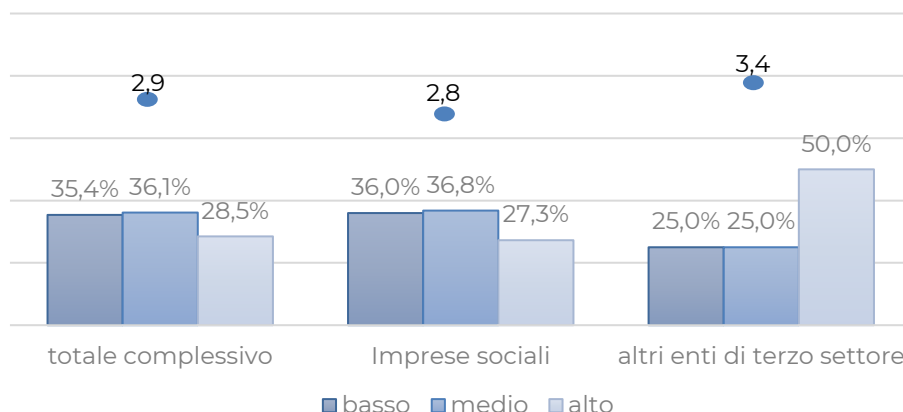
Gli **enti del Terzo Settore** mostrano percezioni generalmente molto positive rispetto alla sostenibilità e all'educazione alla cittadinanza globale. I dati evidenziano un'elevata coerenza tra valori dichiarati, missione organizzativa e riconoscimento dell'importanza di questi temi, in particolare nelle loro dimensioni sociali e relazionali.

Tuttavia, le percezioni non risultano omogenee all'interno del settore. Le differenze osservate in relazione alla tipologia di ente e al grado di strutturazione organizzativa suggeriscono che l'adesione valoriale possa assumere forme differenti: in alcuni casi più orientate alla progettazione e al cambiamento sistemico, in altri più centrate sull'azione diretta e sulla mobilitazione.

L'Agenda 2030 è un riferimento importante per le organizzazioni in particolar modo per quella parte di terzo settore diversa dalle imprese sociali.

Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

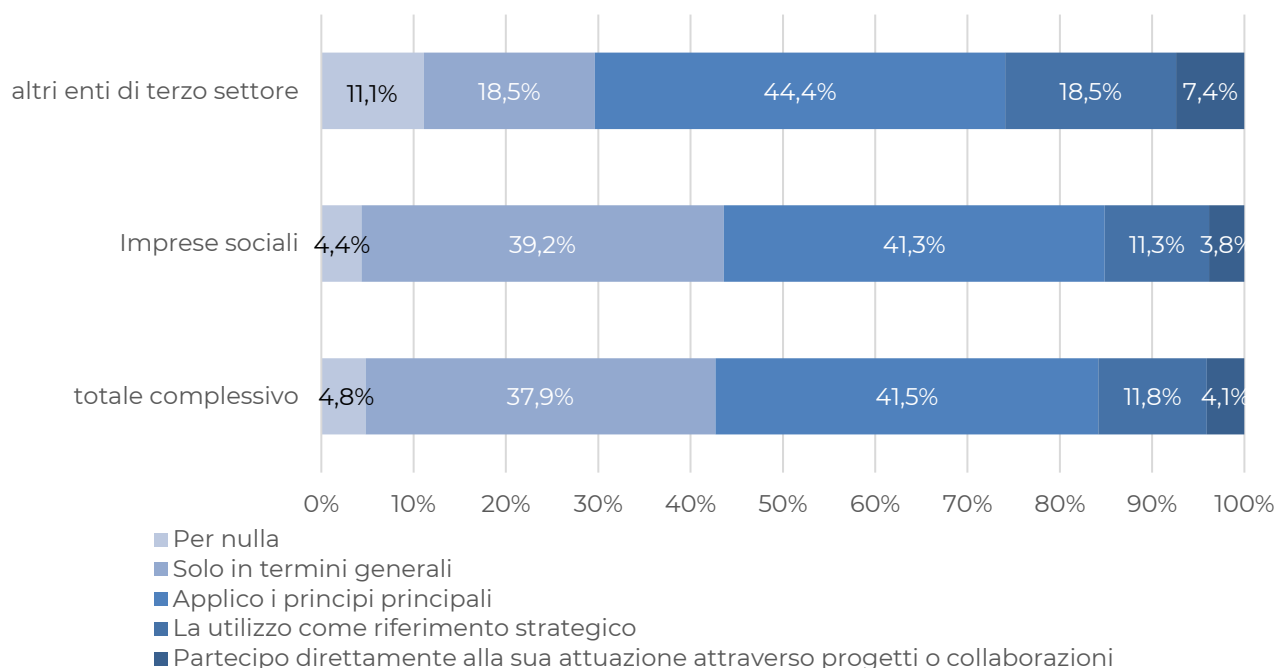
Grafico XXVIII. Su di una scala da 1 a 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente, in che misura la sua organizzazione utilizza l'Agenda 2030 come riferimento per attività o politiche? Distribuzioni per tipo ente



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

La Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile è un riferimento ampiamente riconosciuto per tutti gli enti del Terzo Settore. Per quanto riguarda la partecipazione diretta, l'indagine ha intercettato proporzioni basse di organizzazioni che svolgono azioni; se in apparenza può sembrare un limite, in realtà apre a potenziali di ingaggio importanti.

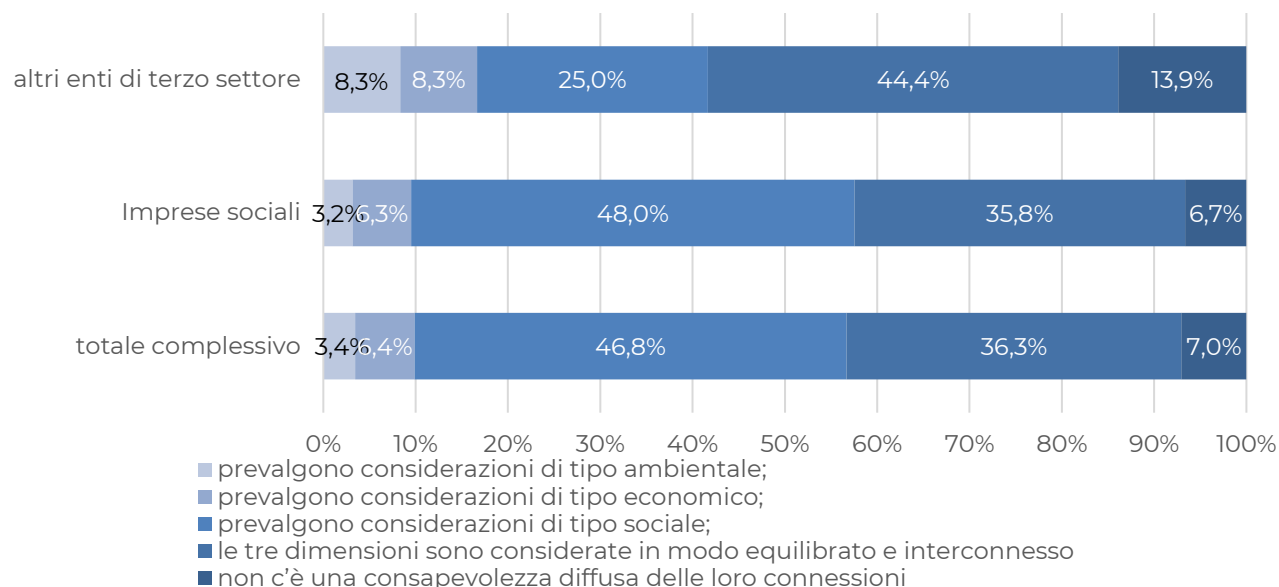
Grafico XXIX. Quanto applica la Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS) nell'ambito della sua organizzazione? Distribuzioni per tipo ente



In generale le organizzazioni percepiscono che il contesto nel quale operano privilegia la dimensione sociale della sostenibilità rispetto alle altre e alla loro interconnessione. Mentre per le imprese profit l'aspetto economico era particolarmente rilevante (seppur il clima generale era quello di sostenibilità integrata), per gli ETS che hanno nel sociale il proprio centro, questa dimensione caratterizza precipuamente lo sviluppo sostenibile. Sul dato

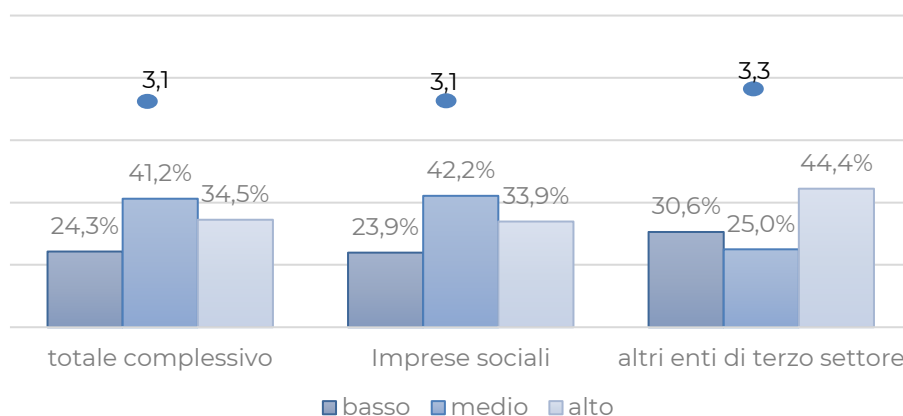
generale influenza particolarmente il punto di vista delle imprese sociali; gli altri enti hanno una visione del contesto di attività più interconnesso tra sociale, ambientale ed economico.

Grafico XXX. Nella sua esperienza, come vengono considerate le tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, sociale, economica) nel contesto in cui opera la sua organizzazione? Distribuzioni per tipo ente



Voti medi e giudizi specifici sull'integrazione delle tre dimensioni corroborano i commenti appena fatti.

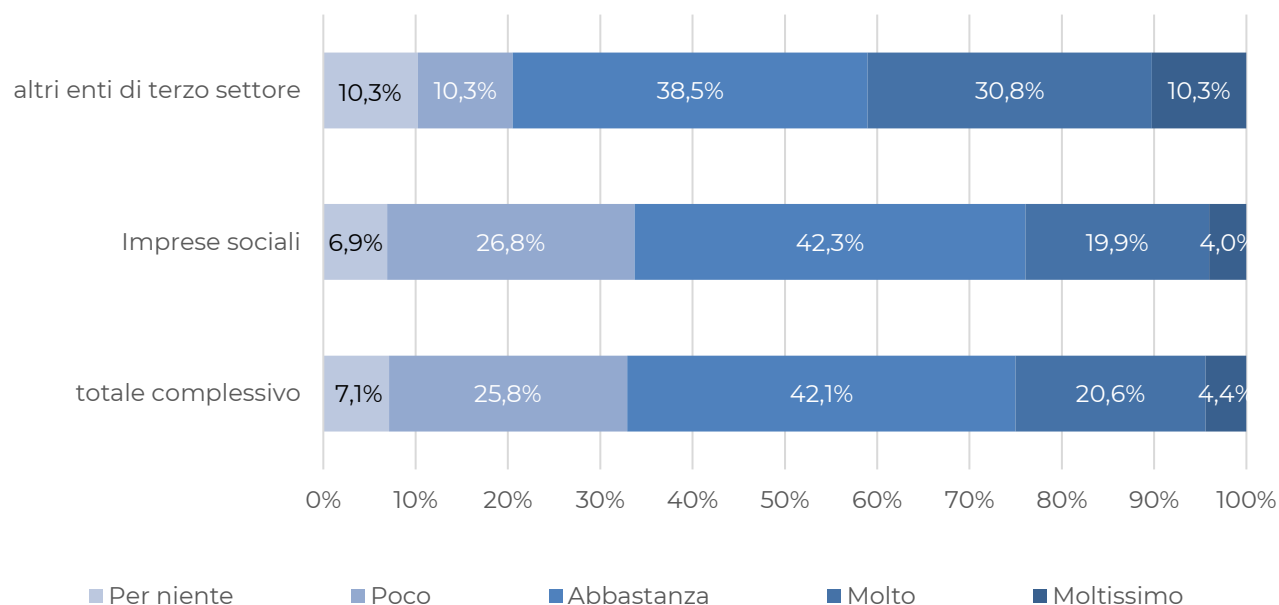
Grafico XXXI. Su di una scala da 1 a 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente, quanto ritiene che le dimensioni della sostenibilità — ambientale, sociale ed economica — siano oggi integrate e interdipendenti, nel contesto in cui opera la sua organizzazione? Distribuzione per tipo ente



Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5 + voto medio

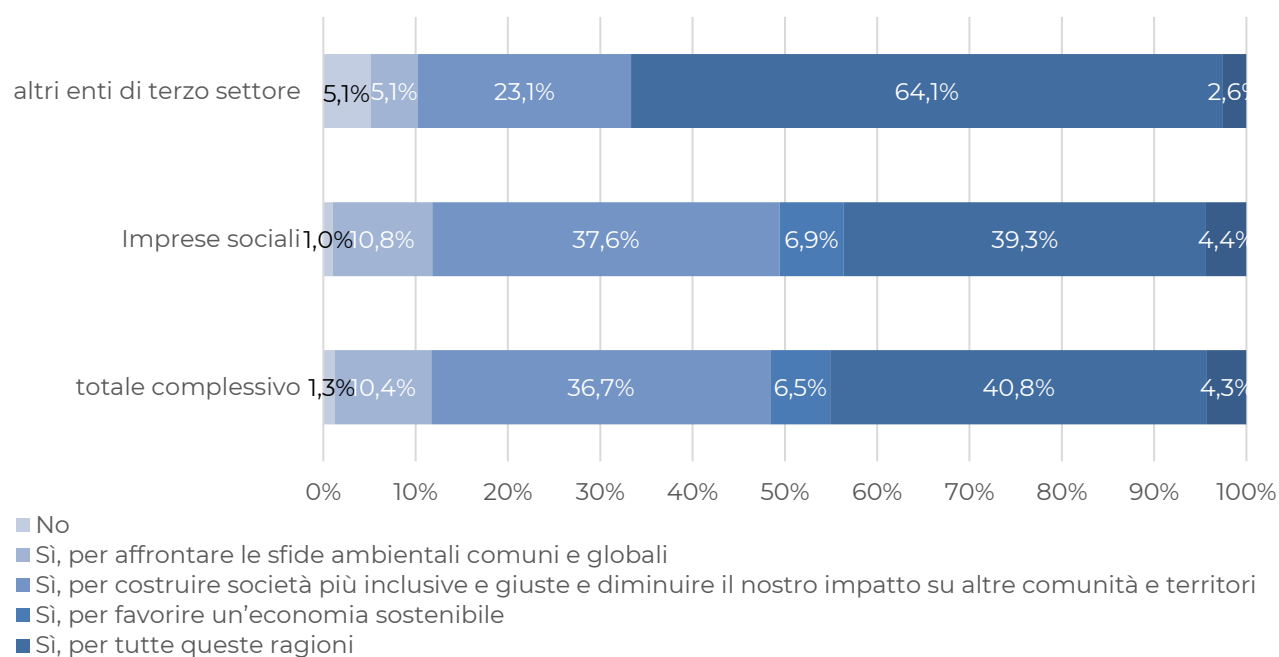
L'educazione alla cittadinanza globale è sicuramente un riferimento importante per le attività degli ETS; questo implica che il concetto non si limiti ad una definizione valoriale ma prenda forma concreta nelle azioni.

Grafico XXXII. Quanto la sua organizzazione considera l'“educazione alla cittadinanza globale” un riferimento per le proprie attività? Distribuzione per tipo ETS



L'ECG prende forma prevalentemente per favorire un'economia sostenibile. L'economia è molto probabilmente considerata nella sua accezione più ampia, di ecosistema nel quale si muovono gli attori sociali, quali i cittadini consumatori, lavoratori, attivisti, le istituzioni, policy maker che guardano al benessere delle comunità locali come ai grandi temi globali quali povertà ed equa distribuzione delle risorse, le imprese come produttrici di profitto per sé ma anche per le collettività che interessano la loro attività.

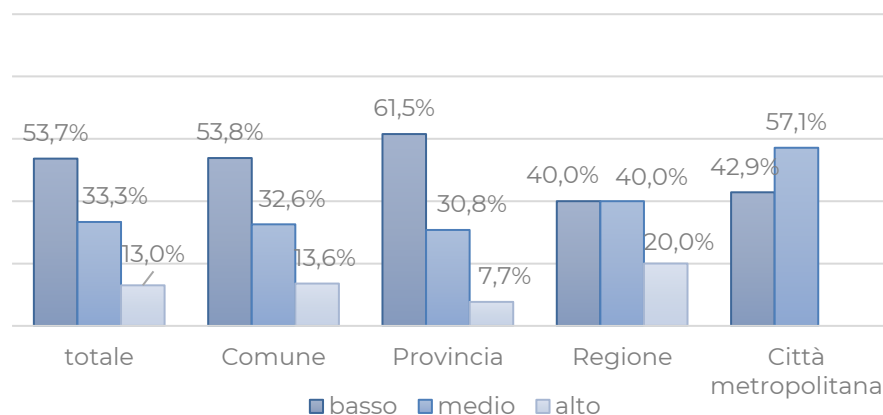
Grafico XXXIII. Ritiene importante promuovere l'educazione alla cittadinanza globale? Distribuzione per tipo ETS



Nel caso delle **amministrazioni pubbliche territoriali**, le percezioni risultano ancorate al ruolo istituzionale e alle condizioni organizzative.

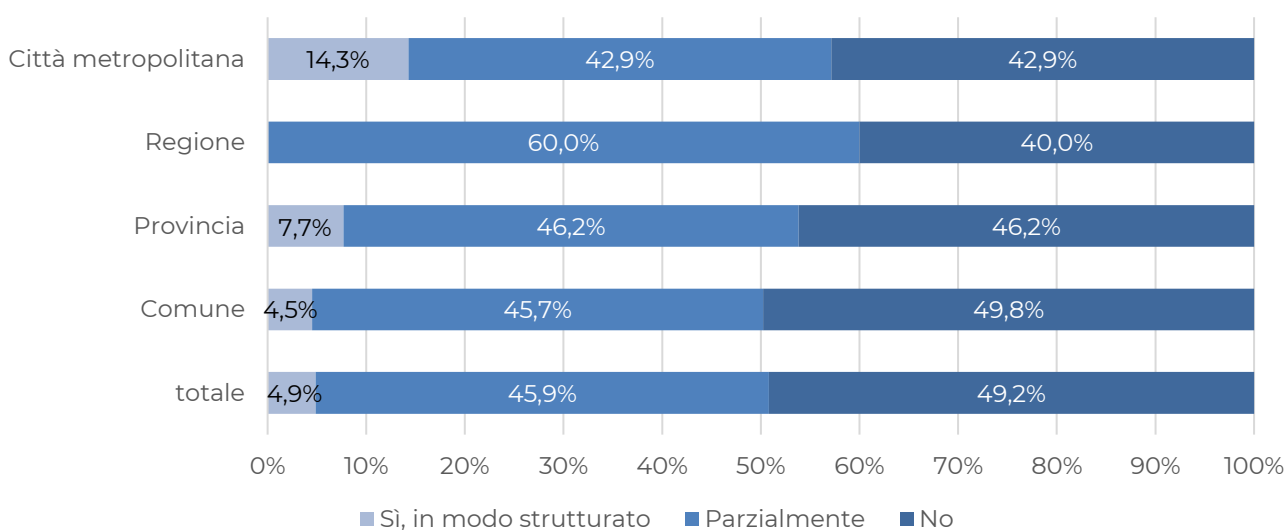
L'educazione alla cittadinanza globale non sembra essere un riferimento fondante dell'attività degli enti. Molto probabilmente sulla valutazione impatta il fatto che sia stata effettuata sul complesso dell'Amministrazione e non su settori/uffici specifici e/o azioni concrete. Inoltre potrebbe influire il fatto che gli enti considerano maggiormente focale e anche utile, fondare le proprie attività sugli obiettivi istituzionali di gestione amministrativa per non disperdere le non elevate risorse a disposizione. Si vedrà oltre, nel paragrafo dedicato alla partecipazione, che la questione risorse ha un peso nelle scelte e strategie degli Enti. La diffusione dell'ECG è importante (vedi oltre grafico xx), ma è necessario fare i conti anche con gli ostacoli connessi.

Grafico XXXIV. In che misura la sua amministrazione considera l'“educazione alla cittadinanza globale” un riferimento per le proprie attività? Distribuzione per tipo ente



Come era prevedibile i documenti strategici sul ECG trovano poco spesso riferimenti formali degli atti e azioni degli Enti.

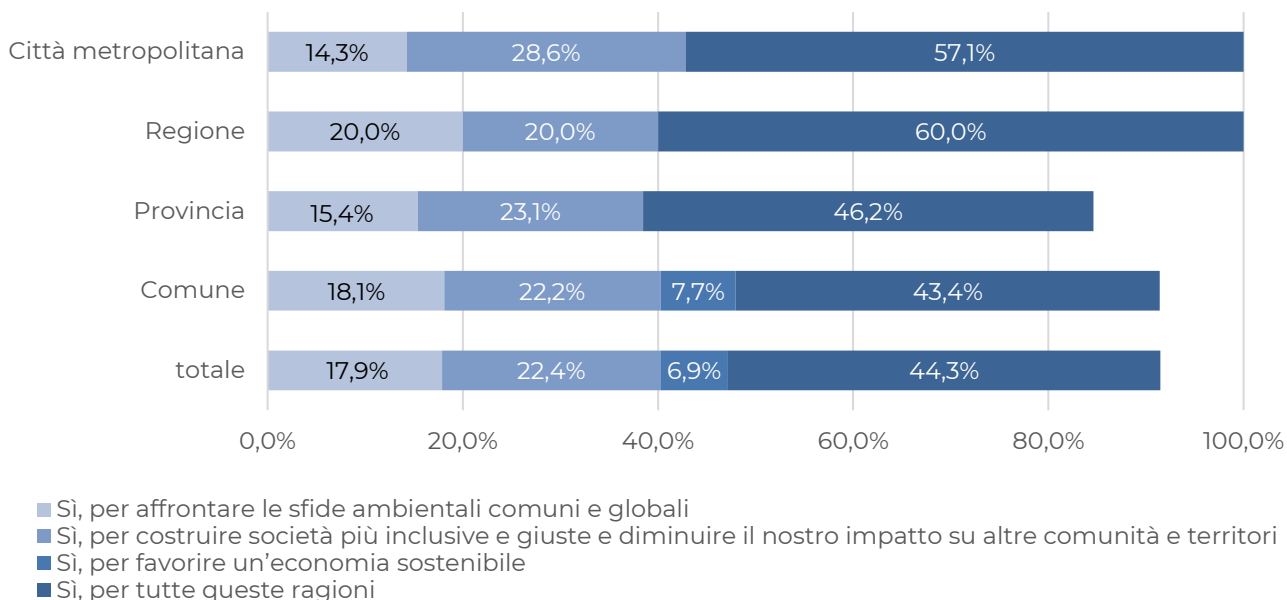
Grafico XXXV. Nelle politiche, nei documenti strategici e/o di programmazione della sua Amministrazione si fa riferimento alla Strategia Nazionale ECG e al Piano di Azione Nazionale? Distribuzione per tipo ente



Indagine demoscopica su sostenibilità e cittadinanza globale

Del resto, le Amministrazioni, come già gli ETS, considerano importante la promozione all'educazione alla cittadinanza globale e prevalentemente la reputano rilevante proprio nella sua accezione più ampia, che connette le dimensioni di sfide ambientali, di costruzione dell'economia sostenibile e nel senso dell'inclusività e giustizia verso le altre comunità e territori.

Grafico XXXVI. Ritiene importante promuovere l'educazione alla cittadinanza globale? Distribuzione per tipo ente. Solo SI



Gli enti pubblici hanno un concetto alto e ampio di ECG, che probabilmente non trova ancora concreta e ampia applicazione nelle azioni correnti. Si rileva quindi ampio margine di coinvolgimento.

Nel loro insieme, le evidenze relative alla partecipazione mostrano come il consenso sui temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale sia ampio ma non uniforme nelle sue modalità di traduzione in pratica. Il consenso emerso appare infatti trasversale ma differenziato: condiviso nei principi, selettivo nelle priorità e condizionato nelle modalità di attivazione, in funzione del ruolo, delle risorse disponibili e dei contesti organizzativi dei diversi target. Questa rappresentazione non segnala una debolezza del consenso, quanto piuttosto la necessità di interventi capaci di accompagnare e rendere praticabile l'attivazione. Nel complesso, le percezioni raccolte delineano un quadro di consenso ampio e trasversale sui principi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale, che tuttavia non si configura ancora come priorità attiva e operativa. Esiste una difficoltà di traduzione dei valori condivisi in orientamenti capaci di guidare scelte e comportamenti in modo sistematico, che una buona comunicazione e informazione possono contribuire a superare.

2.4 Partecipazione e pratiche

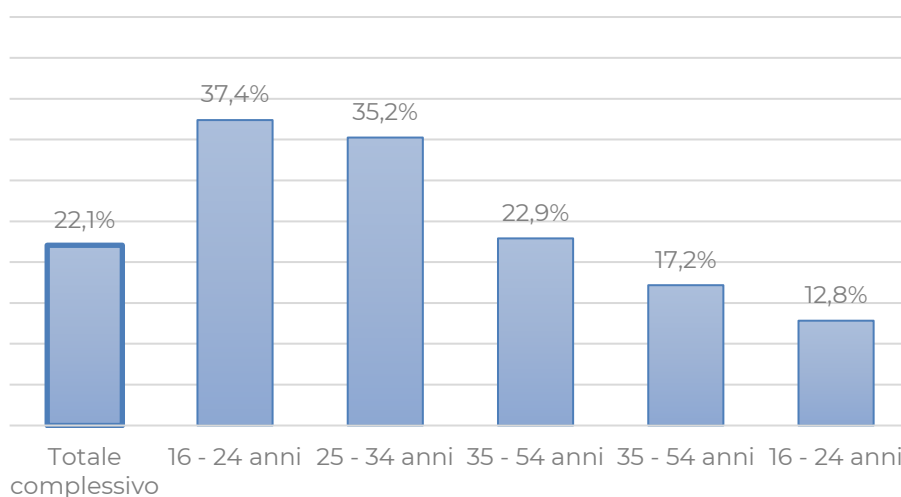
Il paragrafo analizza il grado di traduzione delle conoscenze e delle percezioni in forme di partecipazione e pratiche concrete, con l'obiettivo di verificare se e come gli orientamenti emersi nei paragrafi precedenti trovino riscontro in comportamenti.

Nel complesso, i dati evidenziano **una distanza significativa tra adesione valoriale e attivazione concreta**.

Per la **popolazione adulta** le pratiche legate alla sostenibilità e alla cittadinanza globale risultano prevalentemente riconducibili a **comportamenti individuali e quotidiani**, mentre appaiono **meno diffuse le forme di partecipazione collettiva organizzata**. I dati mostrano come l'impegno sia spesso episodico e legato a contesti specifici, più che inserito in percorsi continuativi. Questa configurazione è coerente con le percezioni emerse nel paragrafo precedente. L'adesione valoriale non si traduce automaticamente in partecipazione attiva, suggerendo l'esistenza di soglie di attivazione elevate e di una percezione limitata delle opportunità concrete di coinvolgimento.

Tra le giovani generazioni la conoscenza di iniziative su sostenibilità e ECG è più alta rispetto alla popolazione più matura. È difficile ipotizzare un motivo ben preciso. Non è presumibile imputarlo all'uso dei social media, canali nei quali passano molte informazioni su iniziative ed eventi, perchè è ormai invalso in tutta la popolazione. Del resto è anche difficile pensarlo come conseguenza di una maggiore partecipazione sociale generale dei giovani, considerando che è frequente il ragionamento sulla crisi della partecipazione o comunque sul cambio di paradigma sociale in tale senso soprattutto tra i giovani. Sembra effettivamente essere indicatore di maggior attivazione dei più giovani sui temi della sostenibilità ed ECG, che in questo caso rispecchia quanto già affermato sul livello di conoscenza. I più giovani sono maggiormente socializzati ai concetti, per cui è più facile che si interessino ai temi.

Grafico XXXVII. Conosce iniziative su sostenibilità e cittadinanza globale organizzate da istituzioni locali e/o nazionali? Percentuale di SI. Distribuzione per classe di età



Premesso che ogni azione personale si riverbera anche nel collettivo e nelle comunità, le dimensioni della vita sulle quali per i rispondenti si traducono maggiormente i principi della sostenibilità sono in prevalenza legati alla sfera personale (consumo delle risorse, alimentazione e lavoro/condizioni economiche). La partecipazione in senso diretto è la dimensione meno indicata, per la quale i rispondenti si dividono similmente tra valori bassi,

medi e alti. Per quanto riguarda consumi e acquisti responsabili la percentuale di adesione è maggiore, ma aumenta anche quella dei valori medi che potrebbe indicare una sorta di mancanza di volontà di esprimere un giudizio per mancanza di conoscenza sul tema, che negli ultimi anni ha perso posizioni nell'agenda sociale.

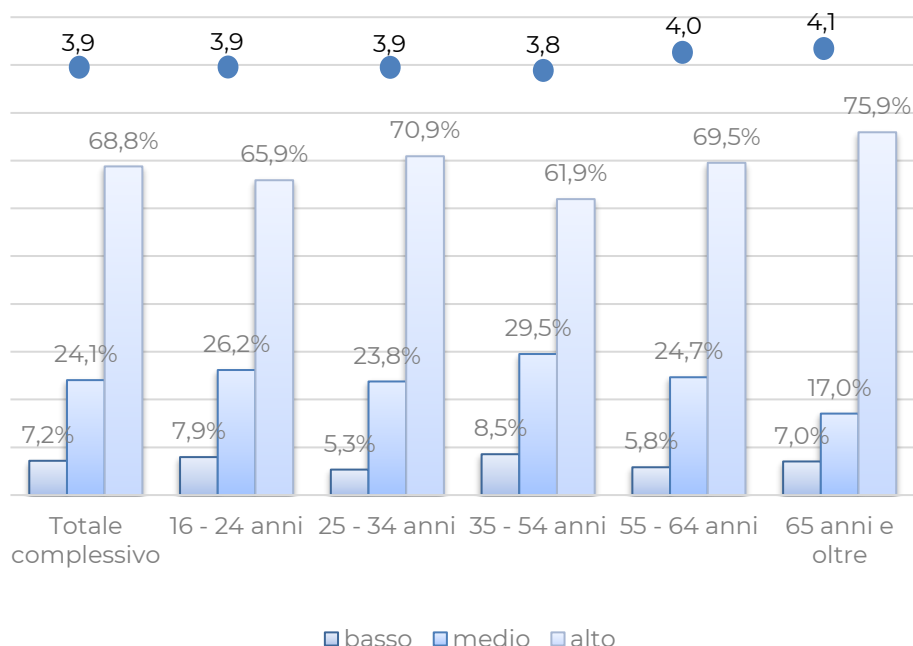
Tabella IX. Nella sua vita quotidiana, quanto i principi di sostenibilità influenzano e orientano sulle sue azioni, in particolare riguardo: (1 – 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente). Distribuzioni per classi di età

item	modalità di risposta	Totale	Classe di età				
			16 – 24 anni	25 – 34 anni	35 – 54 anni	55 – 64 anni	65 anni e oltre
Consumo e gestione delle risorse	basso	8,8%	7,9%	7,8%	9,5%	11,1%	7,2%
	medio	25,3%	31,3%	26,6%	30,3%	24,7%	17,4%
	alto	65,9%	60,7%	65,6%	60,2%	64,3%	75,4%
	Indice medio	3,8	3,7	3,8	3,7	3,7	4,0
Alimentazione	basso	10,5%	14,0%	10,7%	12,1%	10,2%	7,4%
	medio	28,1%	35,0%	30,7%	31,3%	28,3%	20,9%
	alto	61,4%	50,9%	58,6%	56,6%	61,5%	71,7%
	Indice medio	3,7	3,6	3,6	3,6	3,7	3,9
Lavoro e condizioni economiche	basso	15,8%	13,1%	10,2%	14,8%	16,6%	19,7%
	medio	34,4%	31,8%	31,1%	36,5%	32,7%	35,5%
	alto	49,9%	55,1%	58,6%	48,7%	50,7%	44,8%
	Indice medio	3,5	3,6	3,7	3,5	3,4	3,4
Formazione e consapevolezza	basso	15,0%	11,2%	11,1%	15,3%	15,8%	17,4%
	medio	36,1%	37,4%	35,2%	40,0%	38,8%	30,1%
	alto	48,9%	51,4%	53,7%	44,7%	45,4%	52,5%
	Indice medio	3,4	3,5	3,5	3,4	3,4	3,5
Mobilità (mezzi di trasporto)	basso	19,6%	15,0%	18,4%	23,1%	21,3%	17,0%
	medio	35,0%	32,7%	30,3%	35,3%	37,7%	35,7%
	alto	45,4%	52,3%	51,2%	41,6%	41,0%	47,3%
	Indice medio	3,3	3,5	3,4	3,2	3,2	3,4
Scelte di acquisto e consumo responsabile	basso	19,9%	20,6%	16,8%	21,0%	19,7%	19,9%
	medio	38,5%	36,9%	40,2%	37,7%	43,2%	36,2%
	alto	41,6%	42,5%	43,0%	41,3%	37,1%	43,9%
	Indice medio	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3
Partecipazione e impegno sociale	basso	30,1%	28,5%	25,8%	30,2%	30,7%	32,0%
	medio	32,3%	33,6%	35,2%	30,5%	33,0%	32,0%
	alto	37,6%	37,9%	38,9%	39,4%	36,3%	36,0%
	Indice medio	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1

Valutazioni ricategorizzate in basso = voti 1 e 2, medio = voto 3 e alto = voti 4 e 5

L'importanza dell'azione individuale è ampiamente affermata con le risposte alla richiesta diretta di darne un giudizio. L'accordo più elevato si ha nelle classi di età più mature, ma rimane alto su tutta la popolazione. Da notare una flessione verso il basso del segmento giovani adulti-adulti; senza cercare spiegazioni facili, potrebbe essere indicatore di un calo nell'interesse come pure nella capacità di incidere delle azioni individuali.

Grafico XXXVIII. Secondo lei quanto è importante che i cittadini si attivino individualmente per la sostenibilità? Distribuzione per classi di età



Rimanendo sulle conseguenze, non in termini di azioni ma di politiche, e dando per scontato un ritorno positivo, la maggior parte della popolazione ritiene che i vantaggi maggiori si concentrino sul miglioramento della qualità ambientale. Non esistono differenze generazionali in termini di prevalenza di una dimensione rispetto all'altra, ma è interessante notare che nella fascia di popolazione 35 – 54 (della quale si diceva sopra) le percentuali di giudizi più positivi sono sempre più basse rispetto alle altre classi di età.

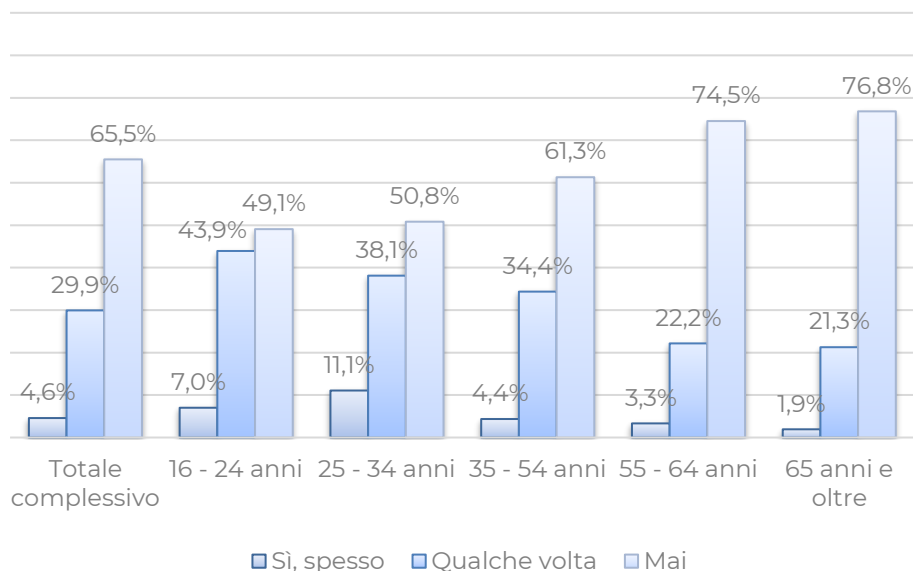
Tabella X. Su di una scala da 1 a 5 dove 1 = per niente e 5 = completamente, quanto crede che le politiche di sostenibilità possano portare vantaggi concreti in termini di: Distribuzioni per classi di età

item	modalità di risposta	Totale	Classe di età				
			16 – 24 anni	25 – 34 anni	35 – 54 anni	55 – 64 anni	65 anni e oltre
Migliore qualità ambientale	basso	10,0%	9,8%	8,6%	11,5%	10,5%	8,8%
	medio	27,8%	29,4%	33,2%	30,0%	26,9%	23,0%
	alto	62,2%	60,7%	58,2%	58,5%	62,6%	68,2%
	Indice medio	3,7	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9
Migliori opportunità economiche/occupazionali	basso	15,4%	13,1%	13,9%	18,7%	15,0%	13,7%
	medio	31,6%	29,9%	29,9%	33,2%	34,1%	29,5%
	alto	53,0%	57,0%	56,1%	48,1%	51,0%	56,8%
	Indice medio	3,5	3,6	3,6	3,4	3,5	3,6
Maggiore equità sociale	basso	16,2%	14,0%	14,3%	17,4%	19,1%	14,8%
	medio	31,7%	29,9%	31,1%	35,3%	28,5%	30,6%
	alto	52,1%	56,1%	54,5%	47,3%	52,4%	54,7%
	Indice medio	3,5	3,6	3,6	3,4	3,5	3,6

Il livello di partecipazione ad eventi e iniziative è decisamente bassa. Il dato riflette il calo generalizzato della partecipazione alla vita pubblica, per il quale si possono osservare diversi segnali, non ultimo il costante calo dei votanti nelle varie consultazioni elettorali,

come la diminuzione di adesione a partiti politici e sindacati o ad organizzazioni di volontariato (ultimi dati ISTAT danno una stima del 9,1% della popolazione¹).

Grafico XXXIX. Ha mai partecipato a iniziative promosse da enti pubblici/associazioni su sviluppo sostenibile e educazione alla cittadinanza globale? Distribuzione per classi di età



Anche gli aspetti che incidono maggiormente sulla possibilità di impegnarsi riguardano precipuamente la crisi della partecipazione: poca fiducia nelle istituzioni e nei processi partecipativi, scarsa conoscenza. Se la prima motivazione è più complessa e complicata da gestire, l'altra offre ampio margine di azione. Buone campagne di comunicazione dedicate alla popolazione generaliste sui concetti, specie su ECG, consentirebbero di coprire parte delle carenze informative e al tempo stesso di stimolare l'interesse verso i temi, quindi verso le possibilità di approfondire e/o agire partecipando ad eventi e iniziative.

Tabella XI. Quali tra i seguenti aspetti incidono maggiormente sulla possibilità di impegnarsi personalmente in azioni di sostenibilità e cittadinanza attiva? (Sono possibili più risposte, max 2). Distribuzione per classe di età

	Totale	Classe di età				
		16 - 24 anni	25 - 34 anni	35 - 54 anni	55 - 64 anni	65 anni e oltre
Scarsa fiducia nelle istituzioni o nei processi partecipativi	38,7%	35,8%	40,6%	39,0%	39,0%	38,2%
Scarsa conoscenza/informazione sui temi e le possibilità di azione	38,6%	38,8%	38,3%	38,6%	38,6%	35,4%
Poca chiarezza sugli strumenti concreti di partecipazione	28,5%	31,6%	26,2%	28,0%	28,4%	27,4%
Costi troppo alti o scarse risorse economiche	27,1%	25,3%	28,8%	25,5%	28,5%	27,7%
Mancanza di tempo	22,7%	26,3%	22,4%	25,6%	18,2%	24,4%
Nessun ostacolo in particolare (esclusiva)	6,7%	5,8%	6,9%	7,4%	6,6%	6,7%

Del resto il margine di ingaggio è evidente anche osservando che, nonostante il fatto che siano pochi quelli che partecipano pubblicamente, sono molto di meno coloro i quali

¹ https://www.istat.it/wp-content/uploads/2025/07/REPORT_Il-volontariato-in-Italia_anno-2023.pdf

dichiarano che non sarebbero disposti a nessun ulteriore contributo per diffondere le pratiche della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale.

L'azione prevalentemente scelta riguarda la possibilità di cambiare le abitudini personali, ma non è residuale la percentuale di chi potrebbe essere interessato ad iniziative volte all'educazione e alla sensibilizzazione, nonché al volontariato e all'azione diretta.

Tabella XII. Che tipo di attività sarebbe disposto a svolgere, come contributo personale alla diffusione delle pratiche di sostenibilità e educazione alla cittadinanza globale? Distribuzione per classi di età

	Totale	Classe di età				
		16 – 24 anni	25 – 34 anni	35 – 54 anni	55 – 64 anni	65 anni e oltre
Cambiamento delle abitudini personali	49,3%	47,6%	48,3%	53,4%	47,4%	46,5%
Iniziative di educazione e sensibilizzazione	22,5%	20,6%	21,3%	19,1%	27,2%	24,6%
Volontariato e azione diretta	19,8%	22,6%	19,3%	19,7%	18,5%	20,1%
Partecipazione civica e advocacy	6,0%	7,8%	5,1%	5,2%	6,2%	5,8%
Nessuna azione (esclusiva)	1,6%	0,5%	4,9%	1,3%	0,8%	2,2%

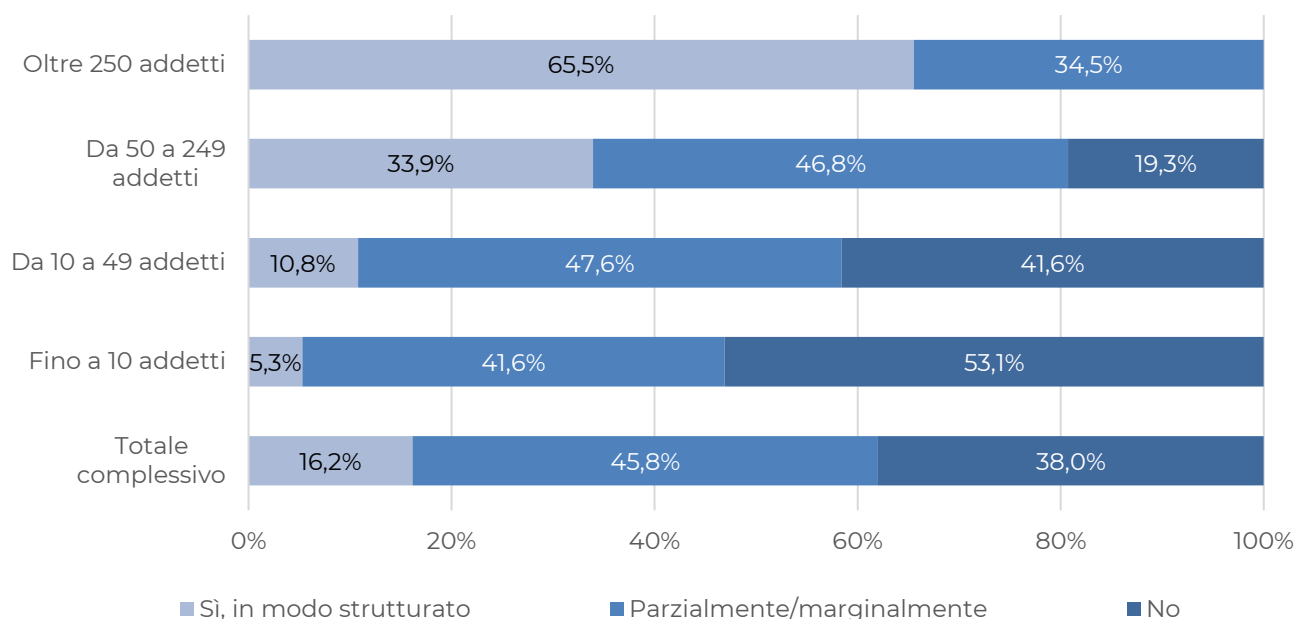
Nel target **imprese**, le pratiche risultano strettamente connesse alla presenza di obblighi normativi, incentivi economici o richieste di mercato. I grafici relativi alla partecipazione a progetti e iniziative mostrano come l'attivazione concreta cresca al crescere della dimensione aziendale, confermando il ruolo centrale della capacità organizzativa.

Le imprese che dichiarano esperienze di partecipazione risultano prevalentemente coinvolte in iniziative proprie o in partnership, mentre appare limitata la diffusione di modelli strutturati e continuativi, in particolare nell'ambito dell'educazione alla cittadinanza globale.

L'adozione di pratiche ESG è correlata alla dimensione aziendale. All'aumentare del numero di addetti cresce in modo significativo la quota di imprese che dichiarano di aver già intrapreso percorsi strutturati in ambito ambientale, sociale e di governance, mentre nelle micro e piccole imprese l'adozione risulta più limitata e frammentata.

Questo andamento conferma il ruolo centrale della capacità organizzativa nella traduzione degli orientamenti valoriali in pratiche operative. Le imprese più strutturate appaiono maggiormente in grado di assorbire la complessità associata ai criteri ESG, sia in termini di competenze interne sia di risorse dedicate, mentre per le realtà di dimensioni minori l'adozione di tali pratiche risulta più onerosa e meno immediata.

Grafico XL. La sua azienda ha adottato pratiche ESG (ambientali, sociali, governance)?
Distribuzione per classi di addetti



La lettura degli ostacoli percepiti rafforza l'interpretazione emersa dai dati precedenti. I costi elevati e l'assenza di ritorni economici immediati rappresentano la principale criticità segnalata dalle imprese, in modo trasversale alle diverse classi dimensionali. A questo si affiancano, con peso rilevante, la complessità normativa e la carenza di incentivi pubblici adeguati.

Le difficoltà legate alla disponibilità di competenze interne e al coinvolgimento della filiera risultano invece più marcate nelle imprese medio-grandi e grandi, suggerendo che, al crescere della dimensione, aumentino non solo le opportunità di intervento, ma anche la complessità gestionale dei processi di sostenibilità. Nel complesso, gli ostacoli individuati delineano un quadro in cui l'adozione di pratiche sostenibili non è ostacolata da una mancanza di interesse, quanto piuttosto da vincoli strutturali e di contesto.

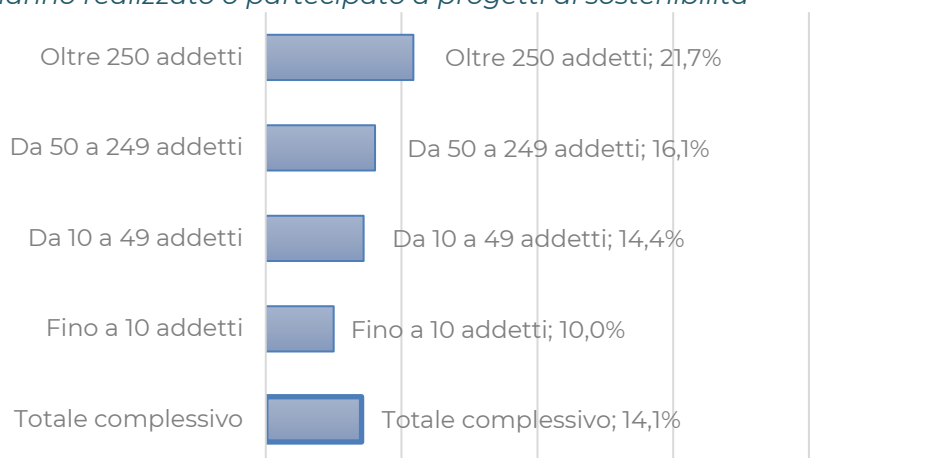
Tabella XIII. Quali dei seguenti aspetti incidono maggiormente sulla possibilità di adottare pratiche di sostenibilità? Distribuzione per classe di addetti

	Totale	Classe di addetti			
Costi elevati o ritorni economici non immediati	53,8%	49,6%	56,4%	46,8%	62,1%
Normative complesse o poco chiare	31,5%	32,7%	30,3%	33,9%	34,5%
Carenza di incentivi pubblici o strumenti di supporto adeguati	22,8%	25,7%	20,8%	24,8%	31,0%
Scarsa disponibilità di competenze interne o know-how specifico	18,3%	11,5%	20,8%	21,1%	10,3%
Difficoltà a coinvolgere fornitori e partner di filiera	13,1%	8,0%	10,5%	24,8%	24,1%
Mancanza di domanda/mercato per prodotti o servizi sostenibili	12,0%	10,6%	13,3%	7,3%	17,2%
Nessun ostacolo in particolare	5,8%	5,3%	5,8%	7,3%	3,4%

L'attivazione concreta relativamente a progetti e iniziative sulla sostenibilità cresce in modo sistematico al crescere della dimensione aziendale. Le imprese medio-grandi e grandi risultano maggiormente coinvolte, sia come soggetti esecutori di iniziative proprie sia attraverso partnership con altri attori pubblici e privati.

La prevalenza di iniziative proprie e di collaborazioni in rete indica una modalità di partecipazione orientata all'operatività e alla concretezza, mentre appare ancora limitata la diffusione di modelli strutturati e continuativi di intervento. Questo dato suggerisce che la sostenibilità venga affrontata prevalentemente come ambito di progetto, più che come componente sistemica delle strategie di lungo periodo, soprattutto nelle imprese di minori dimensioni.

Grafico XLI. La sua azienda è stata Soggetto esecutore e/o partner in progetti e/o iniziative sulla sostenibilità in Italia? Distribuzione per classe di addetti
*Imprese che hanno realizzato o partecipato a progetti di sostenibilità**

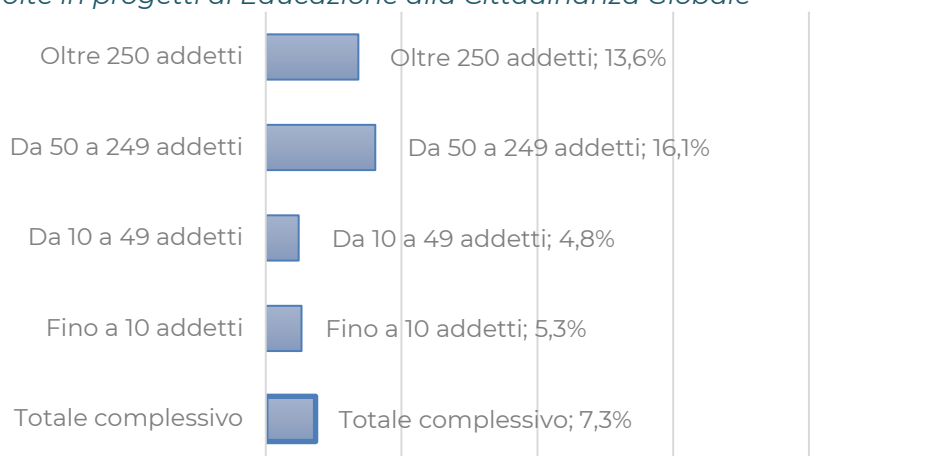


*Somma di 'Sì, iniziativa propria' + 'Sì, partner (privati / pubblici / entrambi)'

Nel caso dell'educazione alla cittadinanza globale, i livelli di partecipazione risultano significativamente più contenuti rispetto a quelli osservati per la sostenibilità. Anche in questo ambito, l'attivazione cresce al crescere della dimensione aziendale, ma resta complessivamente limitata.

Il dato suggerisce che l'ECG sia percepita dalle imprese come un ambito meno direttamente riconducibile alle proprie attività core, o comunque come meno immediatamente traducibile in valore economico e reputazionale. Tuttavia, la presenza di una quota, seppur ridotta, di imprese coinvolte indica l'esistenza di un potenziale di sviluppo, soprattutto se supportato da strumenti di accompagnamento e riconoscimento istituzionale.

*Grafico XLII. La sua azienda è stata partner in progetti e/o iniziative di Educazione alla Cittadinanza Globale in Italia? Distribuzione per classe di addetti
Imprese coinvolte in progetti di Educazione alla Cittadinanza Globale**



*Somma di tutti i Sì

Si evidenzia un consenso molto ampio rispetto all'efficacia di strumenti di sostegno economico e amministrativo. Agevolazioni fiscali, contributi finanziari e semplificazione amministrativa emergono come le leve più rilevanti per favorire la partecipazione delle imprese a iniziative di sostenibilità e cittadinanza attiva.

Accanto a questi strumenti, assume rilievo anche la domanda di formazione dedicata e di sostegno alla progettazione in rete, elementi che segnalano la necessità di accompagnare le imprese non solo sul piano economico, ma anche su quello delle competenze e delle relazioni. Nel complesso, i dati indicano che l'attivazione delle imprese può essere significativamente rafforzata attraverso un mix di incentivi materiali e strumenti abilitanti.

Tabella XIV. Quali incentivi e strumenti di sostegno pubblico, potrebbero favorire/incrementare la partecipazione ad iniziative e/o progetti sulla sostenibilità e cittadinanza attiva da parte della sua impresa? Distribuzione per classe di addetti

	Totale	Classe di addetti			
Agevolazioni fiscali (sgravi, crediti d'imposta, riduzioni tributarie)	86,7%	87,9%	84,4%	92,2%	93,1%
Contributi e finanziamenti agevolati	82,8%	83,1%	81,3%	86,1%	89,7%
Semplificazione amministrativa e sportelli dedicati	78,4%	79,0%	76,7%	84,3%	75,9%
Formazione dedicata	71,2%	69,4%	69,1%	79,1%	79,3%
Sostegno alla progettazione lavoro in reti (partnership con enti pubblici e privati)	52,8%	56,5%	50,1%	58,3%	55,2%
Incentivi indiretti e culturali (per esempio campagne di sensibilizzazione istituzionali)	50,5%	50,0%	47,2%	58,3%	69,0%

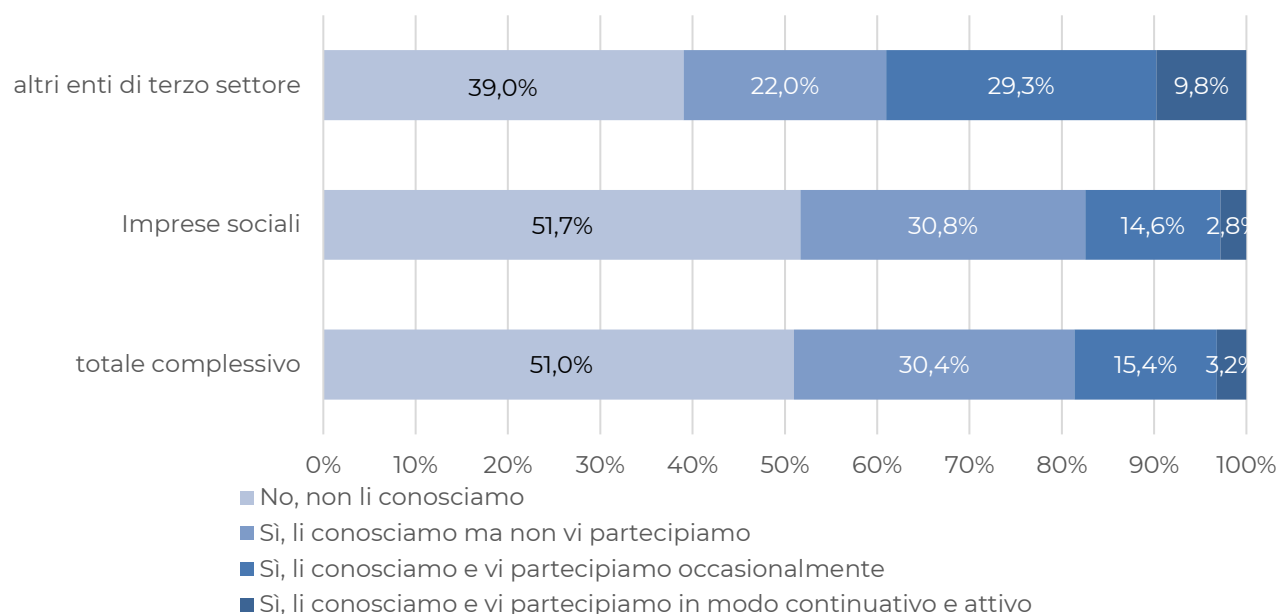
Per gli **enti del Terzo Settore**, la **partecipazione e le pratiche rappresentano una dimensione costitutiva dell'agire organizzativo**. I dati mostrano un livello di attivazione più elevato rispetto agli altri target, sebbene con differenze legate alla tipologia di ente e al grado di professionalizzazione.

Tuttavia, anche in questo caso emerge una tensione tra continuità e innovazione: molte pratiche risultano coerenti con missioni consolidate, mentre appaiono meno diffuse forme di sperimentazione o di ampliamento verso nuovi pubblici.

I dati mostrano un'elevata propensione degli enti del Terzo Settore a operare in rete. Tale dato conferma il ruolo degli ETS come attori relazionali e intermediari, capaci di connettere livelli territoriali diversi e di facilitare processi di partecipazione.

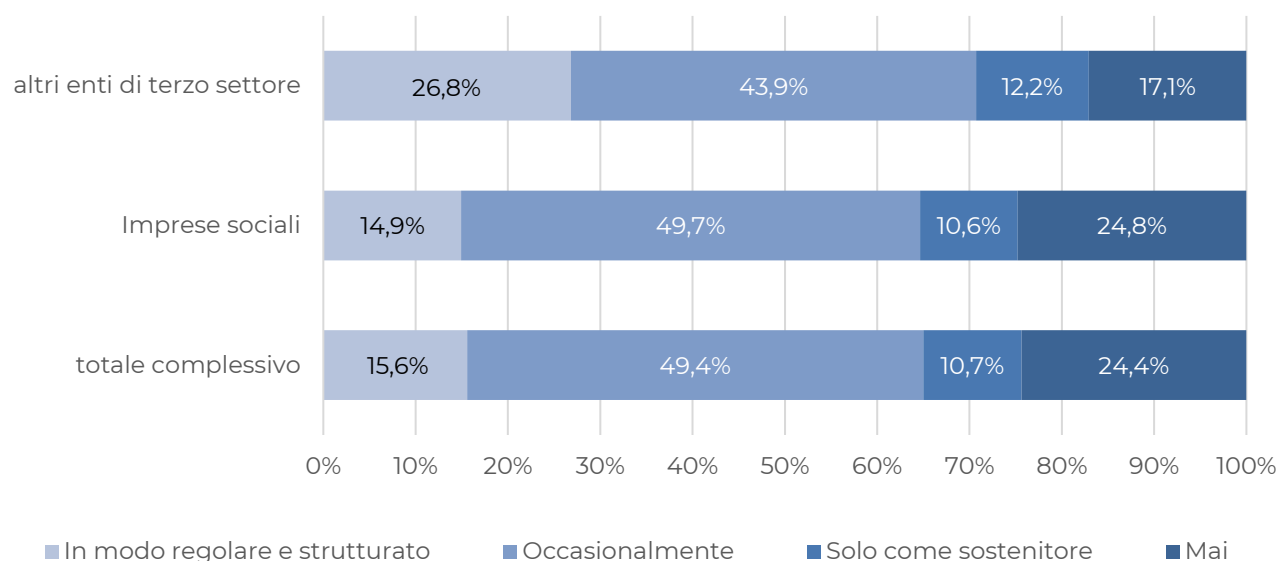
Le differenze osservate per tipologia di ente suggeriscono tuttavia una diversa intensità di inserimento nei network, legata al grado di strutturazione organizzativa e alla missione prevalente.

Grafico XLIII. La sua associazione è in contatto con reti o network locali/nazionali dedicati a sostenibilità e/o cittadinanza globale (es. Forum nazionale o fora territoriali per lo Sviluppo Sostenibile, Forum Interregionale ECG, Tavolo Nazionale ECG ecc.)? Distribuzione per tipo ETS



La partecipazione a iniziative risulta molto diffusa all'interno del Terzo Settore, confermando come l'azione concreta rappresenti una dimensione centrale dell'identità organizzativa. Tuttavia, la lettura congiunta dei dati suggerisce che tale partecipazione sia spesso orientata alla continuità con ambiti di intervento consolidati, piuttosto che all'esplorazione di nuovi spazi o pubblici.

Grafico XLIV. La sua associazione partecipa ad iniziative di cittadinanza attiva e sostenibilità? Distribuzione per tipo ETS



La distribuzione degli ambiti di intervento mostra una forte concentrazione su inclusione sociale, diritti umani, parità di genere e salute, coerentemente con le missioni storiche del settore. Risultano invece meno frequenti gli interventi in ambiti quali economia circolare, green jobs e cooperazione internazionale, sebbene questi rappresentino snodi centrali delle strategie di sostenibilità e cittadinanza globale.

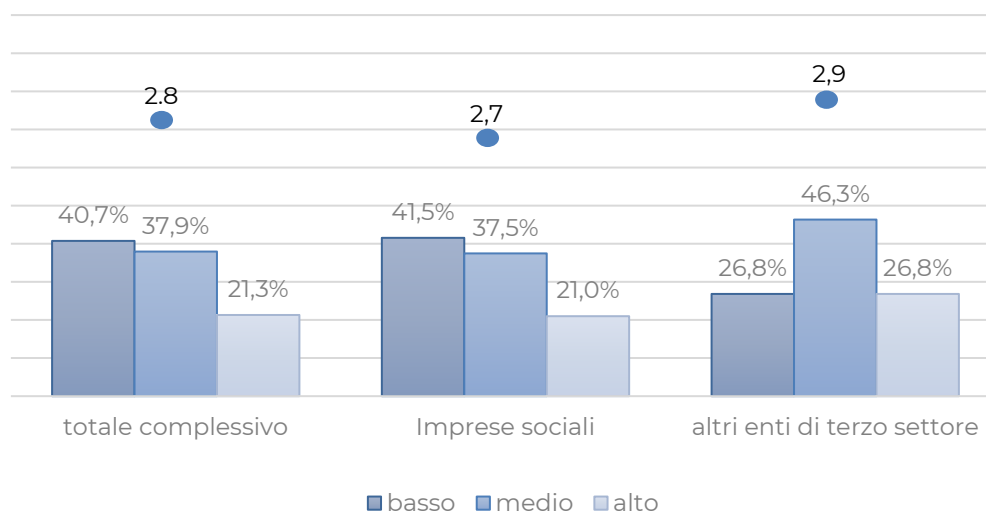
Il dato suggerisce l'esistenza di margini di ampliamento e integrazione, soprattutto attraverso percorsi di accompagnamento e valorizzazione delle competenze già presenti.

Tabella XV. In quali ambiti? Distribuzione per tipo ETS

	Totale	Tipo ETS	
		Imprese sociali	altri enti del terzo settore
Inclusione sociale e interculturale	82,6%	83,0%	75,6%
Diritti umani e cittadinanza attiva	71,0%	71,1%	68,3%
Parità di genere	69,0%	69,0%	68,3%
Salute e benessere	66,0%	66,9%	51,2%
Partecipazione giovanile	55,5%	54,5%	73,2%
Ambiente, cambiamenti climatici e transizione ecologica	44,5%	43,5%	61,0%
Legalità e contrasto alle mafie	41,9%	42,5%	31,7%
Economia circolare e green jobs	33,2%	33,5%	26,8%
Cooperazione internazionale	28,2%	27,0%	48,8%

Il dato sulla capacità percepita di incidere nei processi di cambiamento assume un significato particolarmente rilevante se letto alla luce del ruolo fondativo degli enti del Terzo Settore. Il fatto che una parte degli ETS non si percepisca come realmente incisiva suggerisce l'esistenza di una tensione tra impegno profuso e risultati percepiti. Lo scarto può essere letto come un segnale di affaticamento o di riduzione della fiducia nel ritorno dell'azione collettiva, più che come una mancanza di volontà o di adesione ai principi della sostenibilità e della cittadinanza globale.

Grafico XLV. Quanto la sua associazione si percepisce in grado di incidere realmente nei processi di cambiamento verso la sostenibilità? Distribuzione per ETS

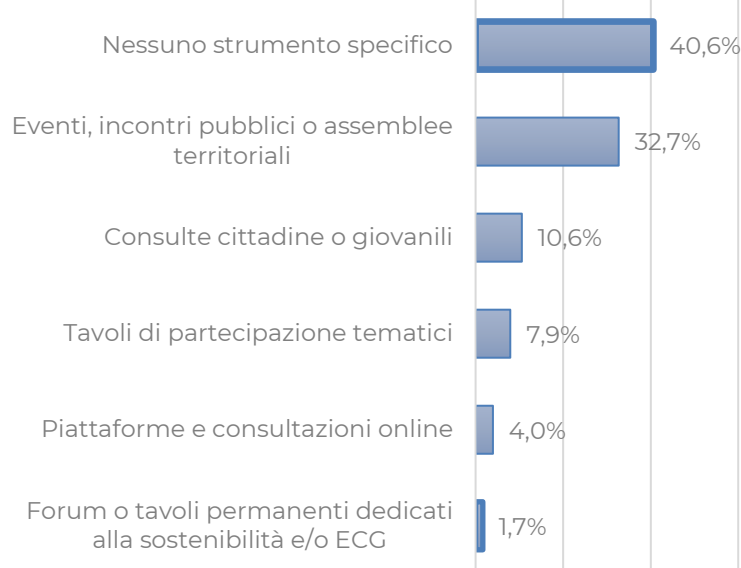


Nel caso delle **amministrazioni pubbliche**, la partecipazione non può essere letta esclusivamente in termini di comportamenti individuali o di adesione a iniziative, come avviene per gli altri target. Le PA svolgono infatti un ruolo specifico nella costruzione delle condizioni che rendono possibile la partecipazione, definendo spazi, strumenti, linguaggi e modalità di coinvolgimento dei cittadini. In questo senso, l'analisi delle pratiche delle amministrazioni si concentra non tanto sul "partecipare", quanto sul "far partecipare": sulle infrastrutture organizzative e comunicative messe a disposizione, sulla loro efficacia percepita e sulla capacità di rendere accessibili e comprensibili i temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale.

All'interno di questo quadro, anche il ruolo degli enti del Terzo Settore assume rilievo, in quanto attori che spesso contribuiscono, insieme alle amministrazioni, alla costruzione e all'animazione dei contesti partecipativi, fungendo da intermediari tra istituzioni e cittadini. I dati relativi agli strumenti di coinvolgimento mostrano come la partecipazione dei cittadini sia prevalentemente affidata a iniziative episodiche, quali eventi, incontri pubblici e assemblee territoriali. Risultano invece meno diffusi strumenti strutturati e continuativi, come forum permanenti, tavoli stabili o piattaforme di consultazione digitale.

Le differenze per tipologia di ente risultano contenute e non modificano il quadro generale, suggerendo una configurazione sistemica delle modalità di partecipazione più che una specificità legata ai diversi livelli amministrativi. Questo dato indica che, nel complesso, la partecipazione è ancora concepita principalmente come momento puntuale, più che come processo strutturato e continuativo.

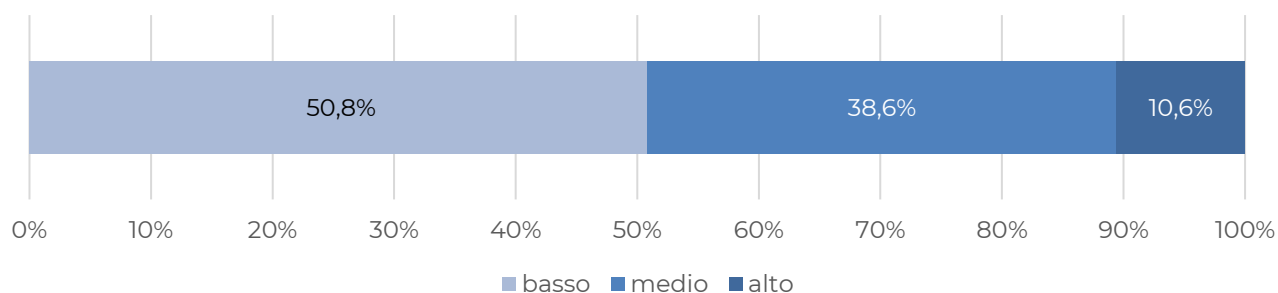
Grafico XLVI. Quali strumenti la sua amministrazione utilizza attualmente per coinvolgere i cittadini nei processi decisionali e nelle politiche di sostenibilità e/o ECG? Sono possibili più risposte



Le valutazioni sull'efficacia della comunicazione delle amministrazioni in materia di sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale evidenziano un giudizio prevalentemente medio-basso, con una quota limitata di enti che la considera pienamente efficace.

La lettura congiunta dei dati suggerisce che questo giudizio non sembra imputabile a una scarsa disponibilità o sensibilità dei cittadini, quanto piuttosto a limiti interni alle amministrazioni in termini di risorse, competenze e strumenti comunicativi. Il dato suggerisce quindi che la comunicazione rappresenti un nodo critico non sul piano dell'intenzionalità, ma su quello della capacità operativa.

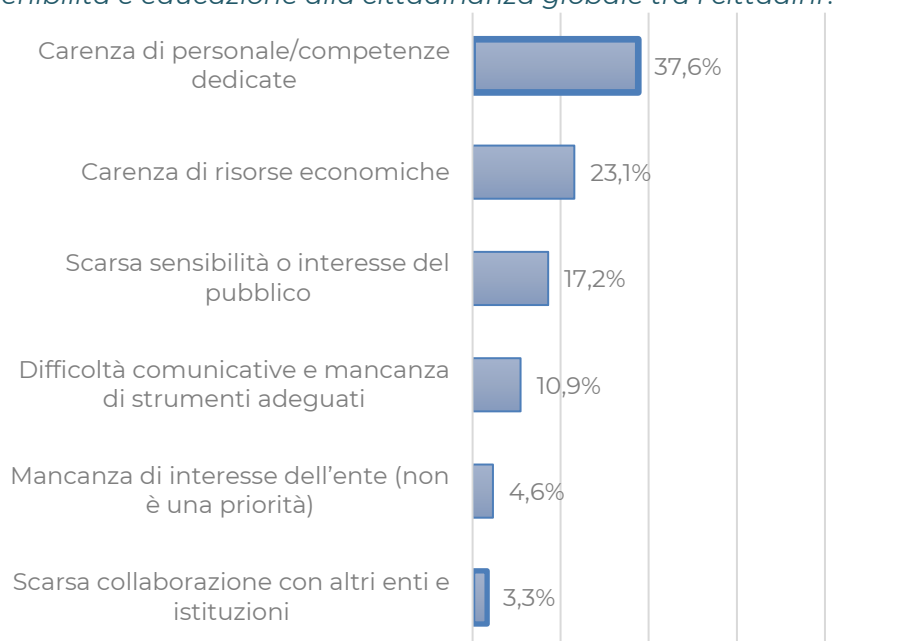
Grafico XLVII. Ritiene efficace la comunicazione della sua amministrazione su sostenibilità e educazione alla cittadinanza globale?



Le difficoltà indicate confermano questa lettura. La carenza di personale e competenze dedicate e la scarsità di risorse economiche emergono come i principali ostacoli alla diffusione dei concetti di sostenibilità e di educazione alla cittadinanza globale, mentre la scarsa sensibilità del pubblico assume un ruolo secondario.

Le criticità risultano trasversali ai diversi livelli amministrativi, rafforzando l'interpretazione di una difficoltà strutturale e organizzativa più che culturale. In altri termini, le amministrazioni non attribuiscono la distanza tra intenzioni e risultati a una mancanza di interesse dei cittadini, ma alla difficoltà di costruire e sostenere nel tempo strumenti adeguati di comunicazione e partecipazione. In questo senso, la PA non dice "i cittadini non capiscono", ma "non abbiamo strumenti e risorse sufficienti".

Grafico XLVIII. Quali ritiene siano le principali difficoltà per la sua amministrazione nel diffondere i concetti di sostenibilità e educazione alla cittadinanza globale tra i cittadini?



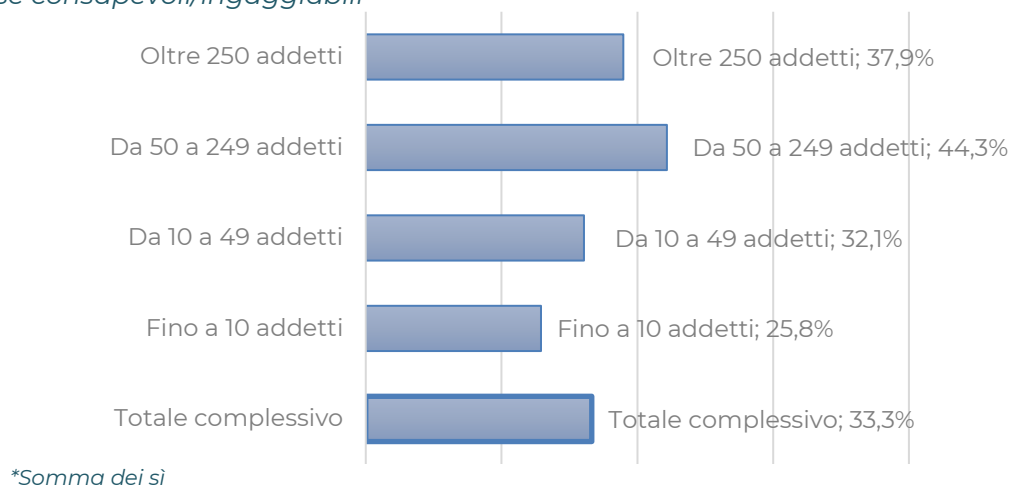
Nel loro insieme, si delinea un quadro in cui l'orientamento alla partecipazione è presente, ma la capacità di renderla accessibile, continuativa ed efficace risulta limitata da vincoli organizzativi. La partecipazione è prevalentemente concepita come evento o iniziativa circoscritta, più che come processo strutturato e continuativo. Appare quindi più come un obiettivo condiviso che come una pratica pienamente strutturata, ponendo con forza il tema delle condizioni abilitanti necessarie a trasformare la condivisione dei valori in attivazione concreta.

2.5 Ulteriori spunti di riflessione

Accanto alle forme di partecipazione più direttamente riconoscibili e strutturate, l'analisi mette in luce ulteriori ambiti nei quali si manifestano orientamenti, tensioni e potenziali di attivazione rilevanti per le politiche di sostenibilità e di educazione alla cittadinanza globale. In particolare, emergono alcune dimensioni trasversali che, pur non configurandosi sempre come partecipazione esplicita, rappresentano segnali importanti di disponibilità all'azione, di ricerca di senso e di domanda di coinvolgimento. Tra queste, il ruolo delle imprese profit nella cooperazione allo sviluppo e nei processi di internazionalizzazione, e la questione della partecipazione giovanile, soprattutto all'interno degli enti del Terzo Settore e nei rapporti con le istituzioni pubbliche.

Pur in un quadro di conoscenza complessivamente limitata, **emerge una quota non trascurabile di imprese che riconosce il ruolo del settore profit nella cooperazione allo sviluppo o manifesta interesse a un maggiore coinvolgimento.** Tale quota cresce al crescere della dimensione aziendale, indicando un potenziale bacino di ingaggio differenziato.

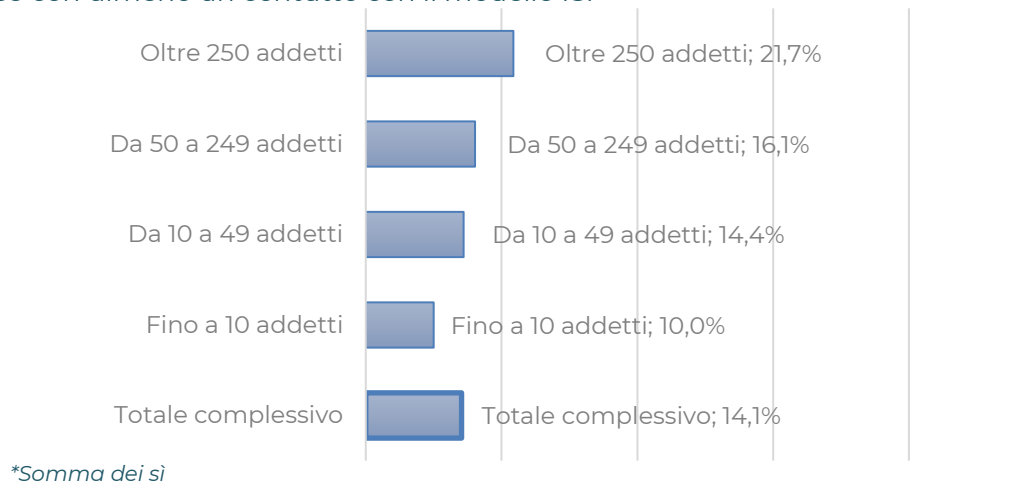
*Grafico XLIX. La sua azienda conosce il ruolo del settore privato profit nella cooperazione allo sviluppo? Distribuzione per classi di addetti
Imprese consapevoli/ingaggiabili**



I dati mostrano come la consapevolezza del ruolo del settore privato nella cooperazione allo sviluppo e la conoscenza, anche solo iniziale, del modello ISI siano fortemente correlate alla dimensione aziendale. Le imprese medio-grandi e grandi presentano livelli di familiarità e di potenziale ingaggio significativamente più elevati, mentre nelle micro e piccole imprese tali temi risultano meno presenti.

Questo dato suggerisce che la cooperazione allo sviluppo e i modelli di business sostenibile e inclusivo vengano percepiti dalle imprese non solo come ambiti valoriali, ma anche come opportunità di posizionamento e di apertura verso contesti internazionali, soprattutto laddove esistono strutture organizzative adeguate.

*Grafico L. Ha mai sentito parlare di modello di Business ISI – Innovativo, Sostenibile, Inclusivo- promosso da Aics per il settore Profit nella Cooperazione allo Sviluppo?
Imprese con almeno un contatto con il modello ISI**

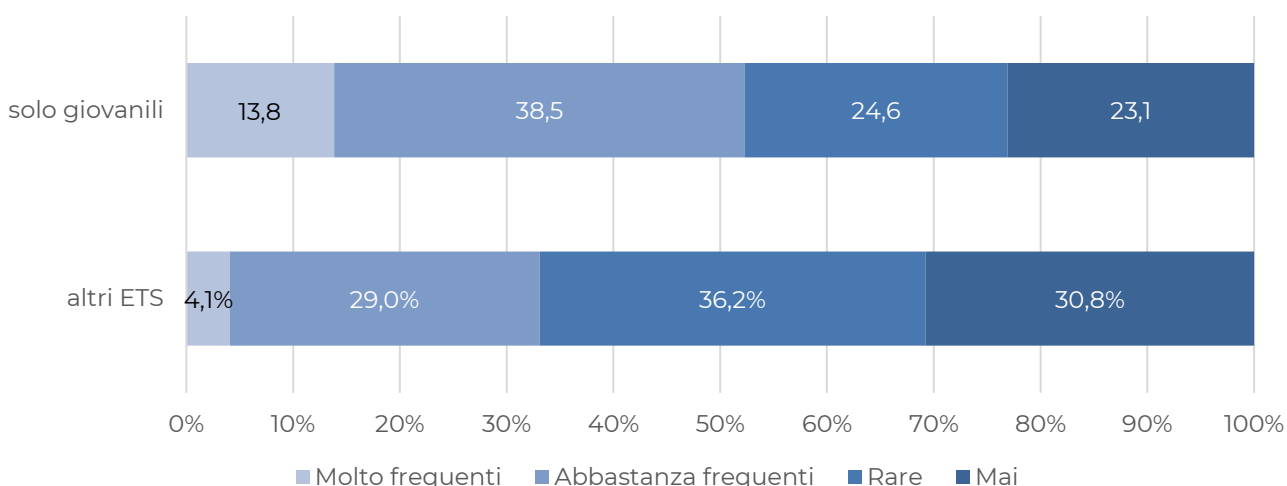


Un ulteriore ambito di riflessione riguarda **la partecipazione giovanile, in particolare all'interno degli enti del Terzo Settore**, dove i giovani rappresentano spesso una componente attiva ma anche esposta a dinamiche di incertezza e fragilità legate al futuro. Tra gli enti di Terzo Settore partecipanti all'indagine sono state intercettate 65 organizzazioni esclusivamente composte da giovani, sottogruppo che rappresenta l'8,7% del totale dei rispondenti. Questo sottogruppo consente di osservare in modo più diretto

le dinamiche specifiche della partecipazione giovanile, senza la mediazione di strutture intergenerazionali.

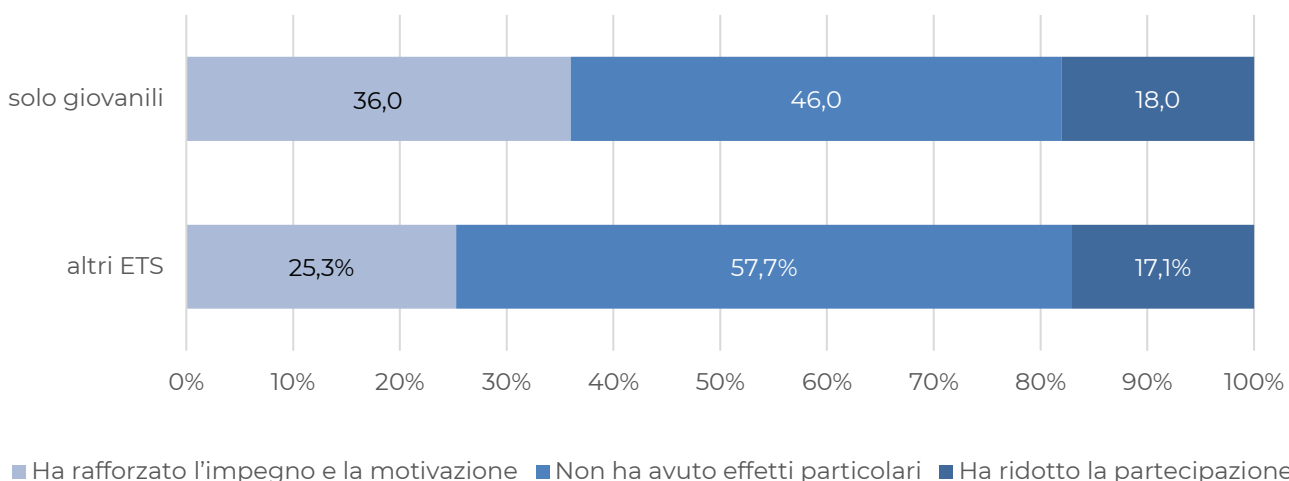
I dati relativi alla presenza di ansie e paure per il futuro tra i giovani membri o attivisti mostrano che tali sentimenti siano ampiamente diffusi all'interno delle organizzazioni. Lo sono specialmente nelle organizzazioni composte esclusivamente da giovani, dove forse c'è maggior attenzione nell'osservare l'insorgere di determinate emozioni. Tra l'altro nelle altre organizzazioni, i giovani potrebbero essere anche in numero molto basso e poco centrali nell'attività, tanto da non notare i particolari.

Grafico LI. Nella sua associazione, avete riscontrato manifestazioni di ansie e paure per il futuro tra giovani membri/attivisti?



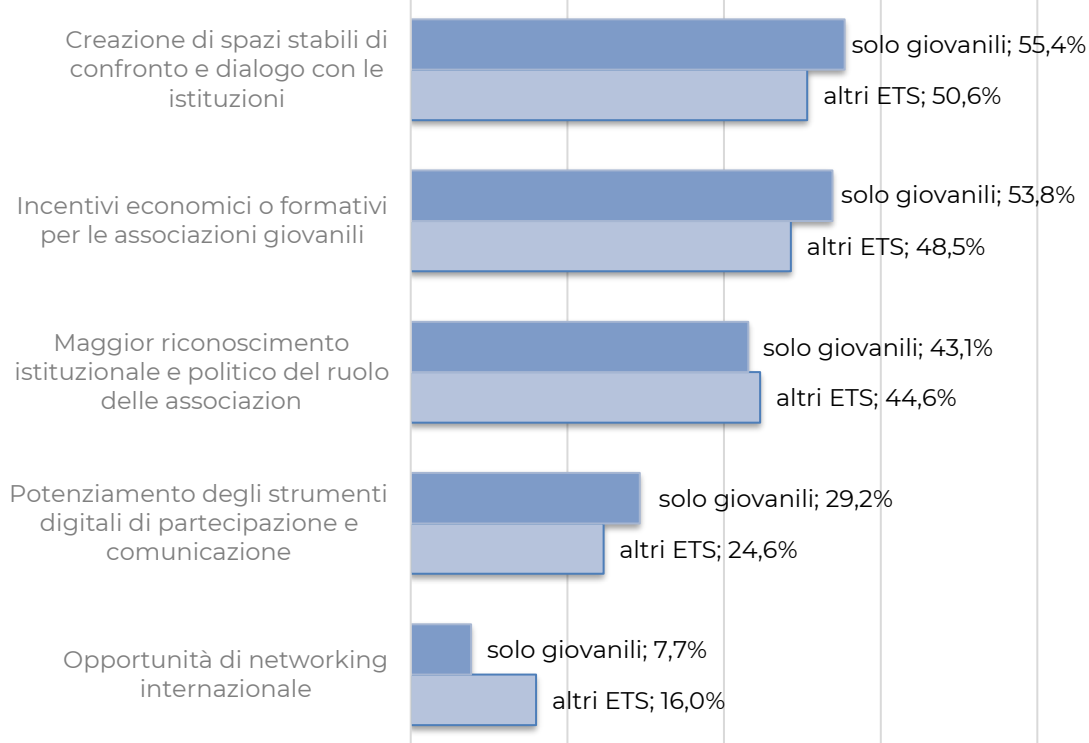
E' indubbio che l'incertezza rispetto alle prospettive economiche, ambientali e sociali incide in modo significativo sulle modalità di partecipazione, influenzandone continuità, intensità e motivazione. Quanto a intensità di partecipazione, generalmente ansie e timori sembrano non avere particolari effetti. Se li hanno, spingono a rafforzare l'impegno e le motivazioni connesse. I giovani che partecipano all'azione collettiva come volontari, collaboratori e/o attivisti in enti di Terzo Settore sono sicuramente i più motivati nel voler affrontare le questioni sociali per cercare di dipanarne i nodi, risolvere i problemi, prendersi cura dei propri ambiti di azioni e del futuro. Sentimenti di tensione tendono maggiormente a sostenere la determinazione nella propria azione piuttosto che a frenarla. Questo potrebbe essere indicatore di buona valutazione dell'efficacia delle proprie azioni come pure di robustezza dell'organizzazione, che sostiene i propri membri, associati ed eventuali dipendenti.

Grafico LII. Se presenti, in che modo queste ansie e paure influenzato la partecipazione associativa?



La partecipazione giovanile oltre che nella qualità, deve essere curata anche nella quantità in modo da favorire l'ingaggio delle nuove generazioni. Le risposte sugli strumenti ritenuti più efficaci per favorire la partecipazione delle aggregazioni giovanili indicano la necessità di approcci capaci di combinare ascolto, formazione, spazi di protagonismo e riconoscimento istituzionale. Il dato suggerisce che la partecipazione giovanile non possa essere attivata esclusivamente attraverso strumenti tradizionali, ma richieda linguaggi, tempi e modalità coerenti con le esperienze e le aspettative delle nuove generazioni.

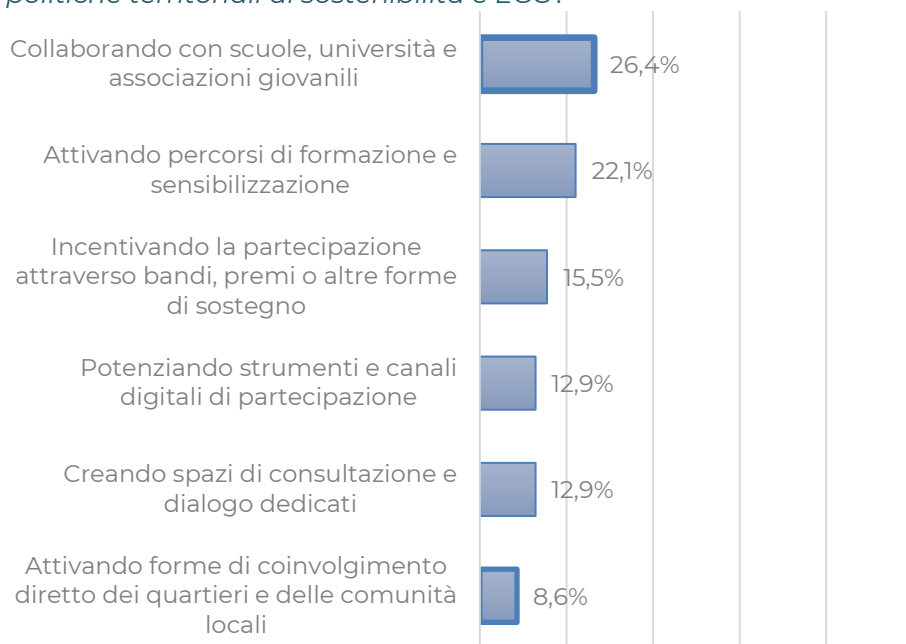
Grafico LIII. Quali strumenti favorirebbero una maggiore partecipazione delle aggregazioni giovanili nei processi di sostenibilità e cittadinanza globale? Sono possibili più risposte (max 2):



Le indicazioni fornite dagli enti del Terzo Settore sugli strumenti utili a rafforzare la partecipazione giovanile trovano una significativa corrispondenza nelle risposte delle

amministrazioni pubbliche. Anche dal lato delle PA emerge la consapevolezza dell'importanza di favorire spazi di coinvolgimento dedicati ai giovani e alla società civile, pur all'interno dei limiti posti dalle risorse e dalle competenze disponibili. Il confronto tra i due punti di vista evidenzia quindi una convergenza sul piano delle finalità, a fronte di una difficoltà condivisa nel rendere sistematici e continuativi i percorsi di partecipazione.

Grafico LIV. In che modo, con le risorse e competenze attualmente a sua disposizione, la sua amministrazione potrebbe favorire una maggiore partecipazione di giovani e società civile nelle politiche territoriali di sostenibilità e ECG?



Nel loro insieme, questi elementi indicano che la partecipazione giovanile rappresenta uno degli ambiti più dinamici ma anche più fragili dei processi di sostenibilità e cittadinanza globale. Un ambito nel quale esistono motivazioni forti e disponibilità all'azione, ma che richiede condizioni abilitanti, riconoscimento e continuità per trasformare l'impegno in cambiamento duraturo.

2.6 Evidenze trasversali e nodi interpretativi. Dalla condivisione dei valori all'attivazione

L'analisi trasversale dei dati consente di individuare alcuni elementi comuni ai diversi target, che rappresentano altrettanti snodi interpretativi rilevanti per la definizione delle successive indicazioni strategiche.

In primo luogo, emerge con chiarezza una distinzione ricorrente tra adesione valoriale e attivazione concreta. In tutti i target, seppur con intensità diverse, i principi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale risultano ampiamente condivisi, ma non sempre tradotti in pratiche strutturate e continuative. Questa distanza non segnala disinteresse, bensì l'esistenza di soglie di attivazione elevate, legate a fattori informativi, organizzativi e contestuali.

In secondo luogo, i dati mostrano come la capacità di agire sia fortemente condizionata dalla disponibilità di risorse, competenze e strumenti. Tale elemento attraversa in modo trasversale imprese, Terzo Settore e amministrazioni pubbliche, suggerendo che il

rafforzamento delle pratiche passi necessariamente da interventi abilitanti e non solo da azioni di sensibilizzazione.

Infine, l'analisi mette in luce l'esistenza di potenziali bacini di ingaggio non pienamente intercettati: imprese interessate ma non ancora coinvolte, cittadini disponibili ad agire ma poco informati sulle opportunità, enti pubblici e del Terzo Settore che riconoscono l'importanza dei temi ma faticano a tradurli in azione sistematica.

Questi elementi indicano che la sfida principale non consiste esclusivamente nell'aumentare la conoscenza o il consenso, quanto piuttosto nel costruire percorsi di attivazione differenziati, capaci di tenere conto delle specificità dei diversi target e delle condizioni concrete in cui operano.

È a partire da queste evidenze che il capitolo successivo propone alcune indicazioni strategiche per la campagna di comunicazione, orientate a rafforzare il nesso tra conoscenza, percezione e pratica, e a valorizzare le leve più efficaci per ciascun pubblico di riferimento.

3 INDICAZIONI STRATEGICHE PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Le evidenze emerse dall'indagine delineano un quadro nel quale i temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale risultano ampiamente riconosciuti e condivisi sul piano valoriale, ma incontrano difficoltà nel tradursi in atteggiamenti stabili e pratiche strutturate. La distanza osservata tra conoscenza, percezione e partecipazione non segnala una mancanza di interesse o di consenso, quanto piuttosto l'esistenza di soglie di attivazione elevate, legate a fattori informativi, organizzativi e contestuali.

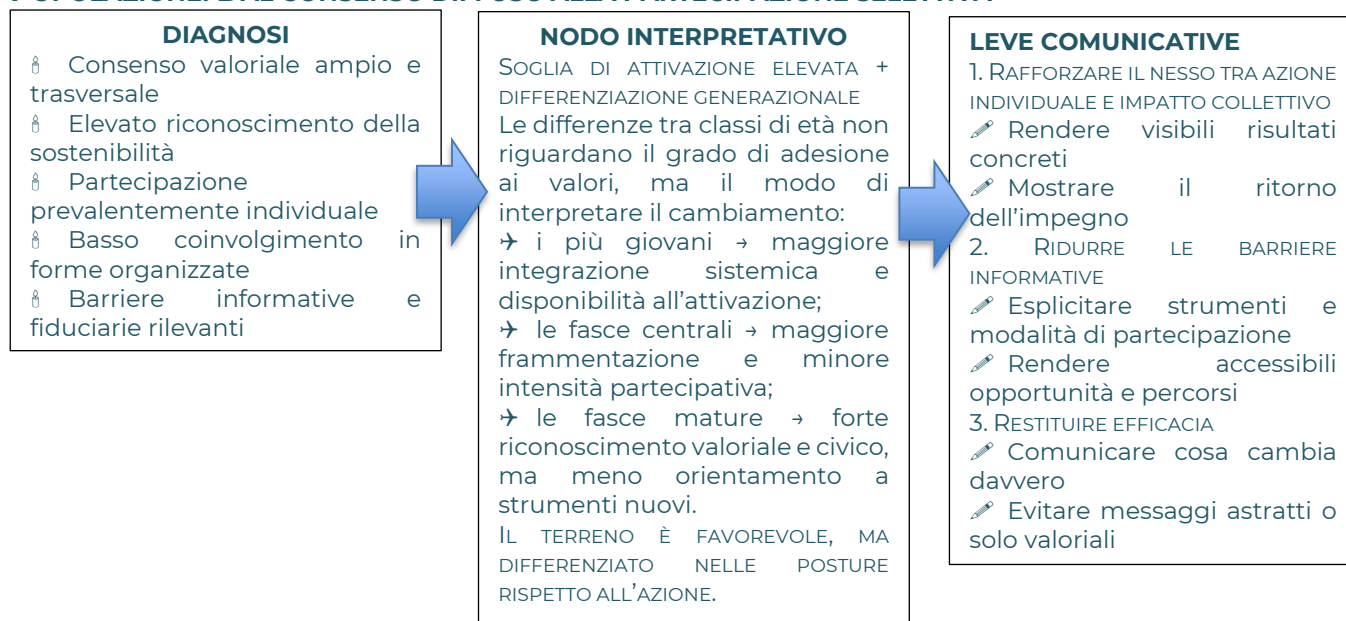
In questo scenario, la comunicazione istituzionale è chiamata a svolgere una funzione che va oltre la mera sensibilizzazione. Non si tratta esclusivamente di aumentare la visibilità dei temi o di rafforzare l'adesione simbolica ai principi della sostenibilità e della cittadinanza globale, quanto piuttosto di contribuire a creare le condizioni che rendano tali principi comprensibili, praticabili e riconoscibili come rilevanti nei contesti concreti di vita, lavoro e azione dei diversi target.

Le indicazioni strategiche che seguono muovono quindi dalla consapevolezza che una campagna efficace debba essere capace di differenziare linguaggi, messaggi e leve di ingaggio, tenendo conto delle specificità dei pubblici di riferimento e del ruolo che ciascun attore svolge nel sistema Paese. L'obiettivo non è uniformare le risposte, ma accompagnare processi di attivazione coerenti con le motivazioni, le risorse e i vincoli che caratterizzano cittadini, imprese, enti del Terzo Settore e amministrazioni pubbliche.

In questa prospettiva, la comunicazione assume una funzione abilitante: rafforza il nesso tra valori condivisi e possibilità di azione, riduce le barriere all'ingaggio e contribuisce a trasformare un consenso diffuso in partecipazione effettiva e duratura.

3.1 Leve comunicative per ciascun target

POPOLAZIONE. DAL CONSENSO DIFFUSO ALLA PARTECIPAZIONE SELETTIVA

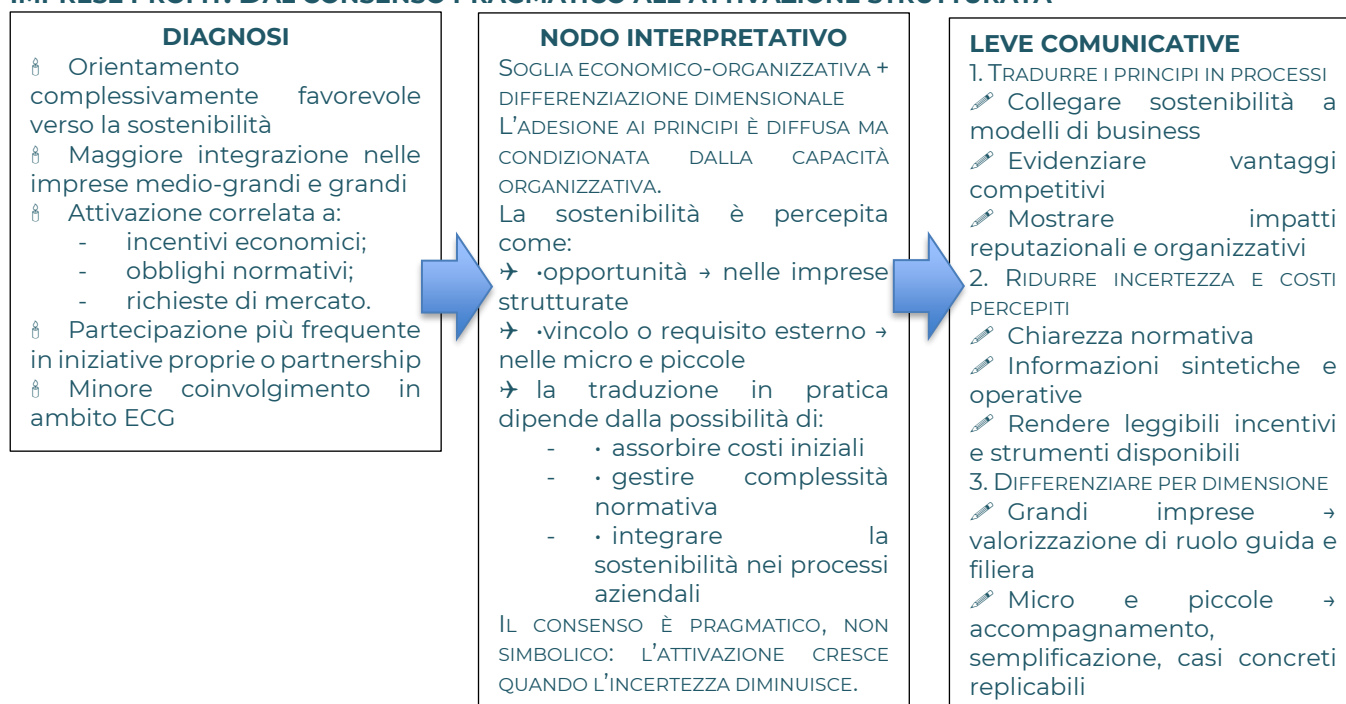


Per la **popolazione** residente, i dati mostrano un terreno valoriale complessivamente favorevole, accompagnato tuttavia da una partecipazione prevalentemente individuale e da un coinvolgimento limitato in forme organizzate e continuative. La comunicazione rivolta a questo target dovrebbe quindi concentrarsi sul rafforzamento del nesso tra responsabilità personale e cambiamento collettivo, rendendo più visibili e comprensibili le opportunità concrete di partecipazione.

Le evidenze suggeriscono che le principali barriere non risiedono in un rifiuto dei temi, bensì in una scarsa conoscenza degli strumenti di azione, in una percezione limitata dell'efficacia della partecipazione e, in parte, in una ridotta fiducia nei processi partecipativi. In questo quadro, una comunicazione efficace dovrebbe privilegiare messaggi chiari, ancorati alla quotidianità e capaci di mostrare come le azioni individuali possano connettersi a percorsi collettivi strutturati.

In particolare, per le fasce più giovani, maggiormente socializzate ai concetti di sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale, la comunicazione può svolgere un ruolo di attivazione, valorizzando spazi di protagonismo e canali coerenti con i linguaggi e le pratiche generazionali. Per le fasce più mature, invece, appare centrale il riconoscimento del valore civico dell'impegno e la restituzione di benefici concreti e tangibili derivanti dalle politiche di sostenibilità.

IMPRESE PROFIT. DAL CONSENSO PRAGMATICO ALL'ATTIVAZIONE STRUTTURATA



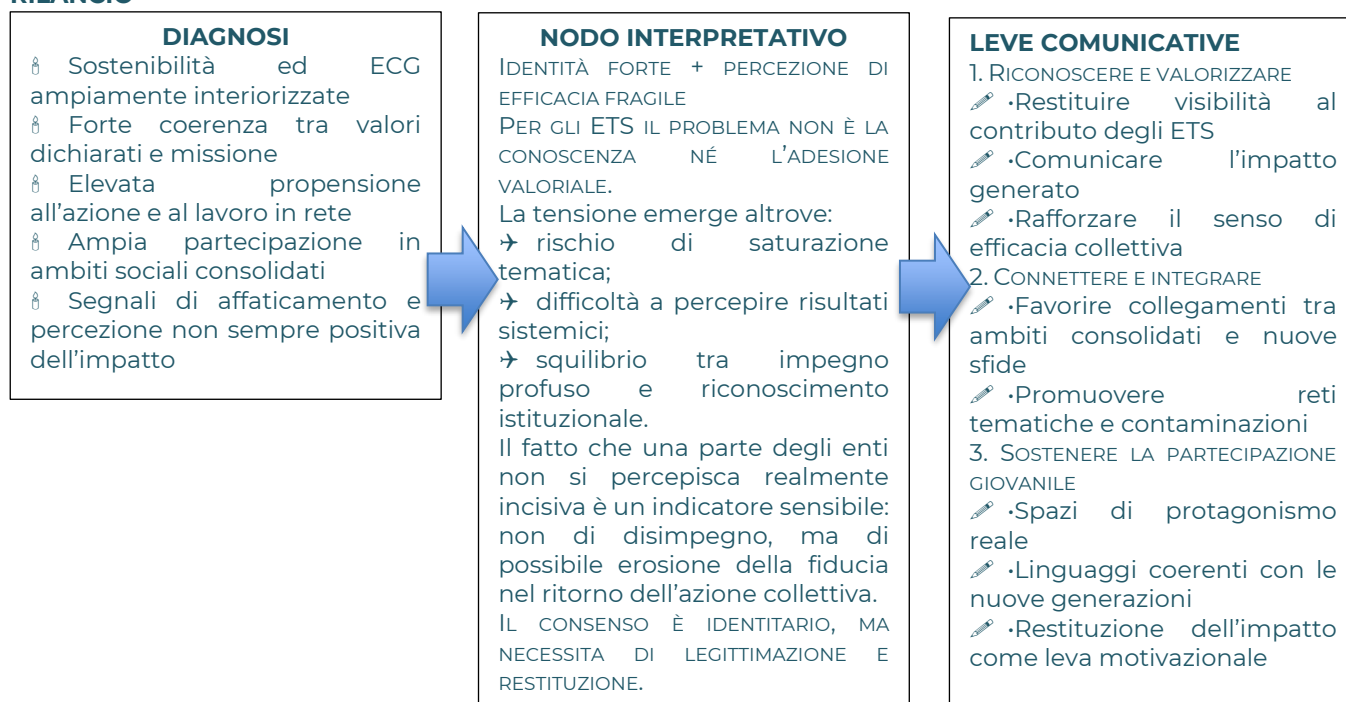
Nel caso delle **imprese profit**, l'indagine evidenzia un orientamento complessivamente favorevole verso la sostenibilità, fortemente condizionato dalla dimensione aziendale e dalla capacità organizzativa. La comunicazione rivolta a questo target dovrebbe quindi adottare un approccio pragmatico, capace di connettere i principi della sostenibilità e della cittadinanza globale a processi operativi, modelli di business e opportunità concrete.

I dati mostrano come l'attivazione cresca in presenza di incentivi economici, obblighi normativi e richieste di mercato, suggerendo che le leve più efficaci siano quelle in grado

di ridurre l'incertezza e i costi percepiti dell'azione. In questo senso, la comunicazione istituzionale può svolgere un ruolo rilevante nel rendere più leggibili i benefici reputazionali, competitivi e organizzativi associati all'adozione di pratiche sostenibili e alla partecipazione a iniziative di cittadinanza globale.

Particolare attenzione dovrebbe essere riservata alle micro e piccole imprese, per le quali la sostenibilità appare spesso come un requisito esterno più che come un'opportunità. In questo caso, messaggi e strumenti comunicativi orientati all'accompagnamento, alla semplificazione e alla valorizzazione di esperienze concrete possono contribuire a ridurre le soglie di accesso e a favorire un coinvolgimento progressivo.

ENTI DEL TERZO SETTORE. DALL'IDENTITÀ CONSOLIDATA ALLA NECESSITÀ DI RICONOSCIMENTO E RILANCIO



Per gli **enti del Terzo Settore**, sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale rappresentano riferimenti già ampiamente interiorizzati, spesso parte integrante della missione e delle pratiche organizzative. La comunicazione rivolta a questo target non dovrebbe quindi avere una funzione prevalentemente informativa, quanto piuttosto di riconoscimento, valorizzazione e connessione.

I dati mostrano un'elevata propensione all'azione e al lavoro in rete, accompagnata tuttavia da segnali di affaticamento e da una percezione non sempre positiva della capacità di incidere realmente nei processi di cambiamento. In questo quadro, la comunicazione istituzionale può contribuire a rafforzare il senso di efficacia collettiva, valorizzando il ruolo degli ETS come attori chiave di mediazione, sperimentazione e animazione territoriale.

Particolare rilievo assume la dimensione della partecipazione giovanile, che emerge come ambito dinamico ma fragile. Messaggi orientati al riconoscimento, alla restituzione dell'impatto generato e alla creazione di spazi di protagonismo possono rafforzare la continuità dell'impegno e sostenere le organizzazioni nel coinvolgimento delle nuove generazioni.

AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE. DAL CONSENSO ISTITUZIONALE ALLA CAPACITÀ ABILITANTE



Nel caso delle **amministrazioni pubbliche**, la comunicazione non può essere letta esclusivamente come strumento di diffusione di messaggi, ma come componente strutturale delle politiche di sostenibilità e di educazione alla cittadinanza globale. Le PA svolgono infatti un ruolo centrale nella costruzione delle condizioni che rendono possibile la partecipazione, definendo spazi, strumenti e modalità di coinvolgimento.

I dati evidenziano come le difficoltà incontrate dalle amministrazioni siano prevalentemente di natura organizzativa e non culturale: carenza di risorse, competenze e strumenti comunicativi adeguati limitano la capacità di rendere sistematici e continuativi i processi partecipativi. In questo quadro, la comunicazione istituzionale dovrebbe essere concepita per orientare e semplificare, coordinare e rendere accessibili i percorsi di coinvolgimento.

Una particolare attenzione dovrebbe essere riservata al rafforzamento del dialogo con la società civile organizzata e con i giovani, valorizzando il ruolo degli enti del Terzo Settore come intermediari e moltiplicatori di partecipazione. La comunicazione può così contribuire a trasformare la partecipazione da evento episodico a processo riconoscibile e strutturato.

3.2 Possibile architettura della campagna

Le evidenze emerse dall'indagine suggeriscono che una campagna di comunicazione efficace sui temi della sostenibilità e dell'educazione alla cittadinanza globale non possa essere concepita come un intervento uniforme o esclusivamente informativo. Al contrario, i dati indicano la necessità di un'architettura comunicativa multilivello, capace di tenere insieme messaggi comuni e declinazioni differenziate, continuità narrativa e adattabilità ai contesti, visione sistemica e attenzione alle pratiche concrete.

In primo luogo, la campagna dovrebbe fondarsi su una cornice narrativa unitaria, in grado di restituire coerenza ai diversi messaggi e di rafforzare il nesso tra sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale. L'analisi mostra infatti che, sebbene i due ambiti siano spesso percepiti come affini o complementari, essi non sempre vengono letti come parti di

uno stesso quadro strategico. Una narrazione condivisa può contribuire a superare questa frammentazione, presentando sostenibilità ed ECG come dimensioni interdipendenti di un unico processo di trasformazione sociale, economica e culturale.

All'interno di questa cornice comune, la campagna dovrebbe articolarsi in **percorsi comunicativi differenziati per target**, capaci di parlare a cittadini, imprese, enti del Terzo Settore e amministrazioni pubbliche a partire dai loro specifici ruoli, motivazioni e vincoli. Le evidenze indicano chiaramente che le soglie di attivazione variano significativamente tra i diversi pubblici e che un messaggio efficace per un target può risultare poco rilevante o poco accessibile per un altro. L'architettura della campagna dovrebbe quindi prevedere livelli di lettura diversi, evitando sia l'eccessiva semplificazione sia una tecnicità non necessaria.

Un elemento centrale dell'architettura comunicativa riguarda il **rafforzamento del passaggio dalla conoscenza all'azione**. I dati mostrano come la distanza tra adesione valoriale e partecipazione concreta sia spiegata più da barriere informative, organizzative e strumentali che da un disinteresse sostanziale. In questo senso, la campagna dovrebbe affiancare ai messaggi valoriali informazioni chiare e accessibili sulle possibilità di azione, sui canali di partecipazione esistenti e sui benefici – individuali e collettivi – derivanti dall'impegno. Rendere visibili percorsi, strumenti e opportunità rappresenta una leva fondamentale per abbassare le soglie di attivazione.

Coerentemente con quanto emerso nei diversi target, l'architettura della campagna dovrebbe inoltre **valorizzare una logica di accompagnamento, più che di sola sollecitazione**. Questo significa:

- per le imprese rendere leggibili i nessi tra sostenibilità, competitività e innovazione;
- per i cittadini mostrare come le scelte quotidiane possano connettersi a processi collettivi;
- per gli enti del Terzo Settore, riconoscere e rafforzare il loro ruolo di mediatori e moltiplicatori;
- per le amministrazioni pubbliche, sostenere la costruzione di capacità comunicative e partecipative stabili.

In tutti i casi, la **comunicazione non agisce come fine, ma come infrastruttura abilitante**.

Un ulteriore asse rilevante riguarda la **dimensione relazionale e territoriale** della campagna. Le evidenze suggeriscono che la partecipazione si attiva più facilmente laddove esistono reti, prossimità e riconoscimento reciproco tra attori. In questo quadro, una campagna nazionale dovrebbe essere pensata non come intervento isolato, ma come piattaforma capace di dialogare con iniziative territoriali, reti esistenti e soggetti intermedi, in particolare gli enti del Terzo Settore e le amministrazioni locali. Tale impostazione consente di rafforzare la credibilità dei messaggi e di favorire processi di appropriazione locale. Infine, l'architettura della campagna dovrebbe prevedere una **temporalità distesa e coerente**, evitando logiche episodiche. I dati mostrano che una delle principali criticità della partecipazione risiede nella mancanza di continuità e nella difficoltà di trasformare iniziative puntuali in percorsi riconoscibili. Una comunicazione efficace dovrebbe quindi articolarsi nel tempo, costruendo progressivamente familiarità, fiducia e riconoscimento, e accompagnando i diversi target lungo un percorso che renda visibile l'evoluzione dall'informazione all'ingaggio.

Nel loro insieme, queste indicazioni delineano un'architettura di campagna che non si limita a “parlare di” sostenibilità ed educazione alla cittadinanza globale, ma che contribuisce attivamente a creare le condizioni per praticarle. Una campagna che assume la comunicazione come leva strategica di sistema, capace di connettere conoscenze, percezioni e pratiche, e di trasformare un consenso ampio ma spesso latente in partecipazione consapevole e duratura.