

COMUNICATO STAMPA

SOSTENIBILITÀ È QUALITÀ

UN'INDAGINE DI FONDAZIONE SYMBOLA E IPSOS

ETICA, PAURA E QUALITÀ SONO I TRE DRIVER CHE SPINGONO AD UNA MAGGIORE ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DI UN PRODOTTO NEL SETTORE VITI-VINICOLO È SINONIMO DI QUALITÀ QUANDO RIESCE A CONIUGARE BONTÀ - GUSTO, INNOVAZIONE – RICERCA, PRESENZA DI CERTIFICAZIONI AMBIENTALI

IL 71 % DEGLI INTERVISTATI IN QUESTA RICERCA È DISPOSTO A PAGARE DI PIÙ PER I PRODOTTI SOSTENIBILI DEL VITI-VINICOLO PERCHÉ SONO DI QUALITÀ SUPERIORE

REALACCI (FONDAZIONE SYMBOLA): “LA SOSTENIBILITÀ NON È SOLO NECESSARIA PER AFFRONTARE LA CRISI CLIMATICA MA È UNA STRAORDINARIA OPPORTUNITÀ PER RILANCIARE LA NOSTRA ECONOMIA E PRODURRE LAVORO LO DIMOSTRA L'INDAGINE CONDOTTA DA FONDAZIONE SYMBOLA E IPSOS. LA PERCEZIONE DI QUALITÀ DEI BENI PRODOTTI IN MODO SOSTENIBILE SPINGE IL CONSUMATORE VERSO ACQUISTI PIÙ RESPONSABILI. IL VINO È UN FORMIDABILE AMBASCIATORE ITALIANO NEL MONDO E L'INDAGINE CONFERMA IL RAPPORTO CHE C'È NEL NOSTRO PAESE TRA PRODUZIONI DI QUALITÀ, PAESAGGIO, INNOVAZIONE E CULTURA. LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NEL SETTORE VITI-VINICOLO È UNA SFIDA CHE GUARDA AL FUTURO, PER IL BENE DEL VINO, DEL TERRITORIO, DELLE COMUNITÀ. SCOMMETTERE SU UN'ITALIA CHE FA L'ITALIA È LA CHIAVE PER RAFFORZARE LA NOSTRA ECONOMIA”.

GALLARATI SCOTTI BONALDI (FEDERDOC): “LA RISPOSTA CHE ARRIVA DAI CONSUMATORI E CHE VEDE LA QUALITÀ COME ELEMENTO BASE ANCHE DI UN DISCORSO LEGATO ALLA SOSTENIBILITÀ E UN MESSAGGIO FONDAMENTALE PER IL MONDO PRODUTTIVO DEL NOSTRO SETTORE. PREME SOTTOLINEARE COME IL MONDO DEL VINO, PRIMA DI MOLTI ALTRI, SI ERA GIÀ MOSSO IN TAL SENSO, PONENDO LA RICERCA DELLA QUALITÀ AI VERTICI DELLA PROPRIA ATTIVITÀ. I NUOVI SEGNALI NON FARANNO ALTRO CHE AUMENTARE I NOSTRI SFORZI IN TAL SENSO, CON UNA QUALITÀ DEL PRODOTTO CHE SI SPOSI CON UN SENSO DELL'ETICA CHE DEVE NECESSARIAMENTE APPARTENERE A TUTTI GLI ELEMENTI DELLA FILIERA”.

RICCI CUBASTRO (EQUALITAS): “QUANDO NEL 2015 FEDERDOC ED I SUOI PARTNERS HANNO DATO VITA ALLO STANDARD EQUALITAS PER LA SOSTENIBILITÀ DEL SETTORE VITIVINICOLO L'ARGOMENTO SEMBRAVA FUTURIBILE, UN VOLO PINDARICO. OGGI, DOPO SOLO 8 ANNI, QUESTA RICERCA CI RESTITUISCE UNA ANALISI DELLE ASPETTATIVE DI UN MERCATO DEL VINO A D.O. CHE COMINCIA A CHIEDERE ESATTAMENTE QUELLO CHE EQUALITAS CERTIFICA: ETICA, ATTENZIONE AI DIPENDENTI, COLLABORAZIONE CON LE COMUNITÀ SONO RICHIESTE DA OLTRE IL 30% DEI CONSUMATORI. AFFIANCATI ALLE RICHIESTE DI GUSTO, CERTIFICAZIONI AMBIENTALI, ORIGINE E CERTIFICAZIONI ABBIAMO ESATTAMENTE IL QUADRO DELLA SOSTENIBILITÀ EQUALITAS, RISPOSTE CONCRETE E CERTIFICATE A DOMANDE CHE OGNI CONSUMATORE SI PONE CIRCA IL PROPRIO IMPATTO SULLA TERRA E SUL SUO FUTURO”.

UGENTI (IPSOS): “GRAZIE ALLE RICERCHE CHE ABBIAMO CONDOTTO NEGLI ULTIMI ANNI SULLA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ABBIAMO COMPRESO CHE ESISTONO 3 FORZE CHE SPINGONO IL CONSUMATORE A COMPIERE SCELTE SOSTENIBILI: L'ETICA, LA PAURA E LA QUALITÀ. CON QUESTO STUDIO ABBIAMO VOLUTO COMPRENDERE IL PESO DELLE 3 FORZE. NELL'ATTUALE CONTESTO, L'ETICA SI COLLOCA ALL'ULTIMO POSTO, LA PAURA HA UN PESO RILEVANTE ED È LA QUALITÀ CHE RAPPRESENTA IL PRINCIPALE DRIVER NELLE SCELTE DI CONSUMO SOSTENIBILE. E QUESTO È ANCORA PIÙ VERO NEL VITI-VINICOLO, UNO DEI SETTORI DI ECCELLENZA DEL NOSTRO PAESE, DOVE ESSERE SOSTENIBILI È BENE PER L'AMBIENTE, PER IL CONSUMATORE E PER IL PRODUTTORE. PERCHÉ SI ACQUISTA IN QUALITÀ”.

Roma, 19 maggio 2023. Il report “Sostenibilità è qualità” di Fondazione Symbola e Ipsos è stato presentato da Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola; Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente Federdoc; Riccardo Ricci Curbastro, presidente Equalitas; Ilaria Ugenti, Service Line Leader Corporate Reputation Ipsos.

Negli ultimi anni si è assistito ad una costante crescita dell'importanza che i cittadini attribuiscono al tema della sostenibilità, entrato ormai nella quotidianità delle persone. Molti cittadini sono sempre più informati, più consapevoli e attivi, e quindi più disponibili a mettere in discussione abitudini consolidate, stili di vita e modelli di consumo ancorati al passato. Cosa spinge verso una maggiore attenzione e un maggior interesse per la sostenibilità? Come si spiega questo profondo cambio di atteggiamento e di prospettiva che sta investendo anche il nostro Paese, consentendo di superare le resistenze al cambiamento? **Dalla ricerca svolta da Ipsos e Symbola lo scorso novembre sono emersi dei risultati sorprendenti i tre driver che spingono ad una maggiore attenzione alla sostenibilità sono, in ordine crescente di importanza, l'etica (dà un contributo**

pari al 6,5%), la paura, in particolare per i cambiamenti climatici e per il futuro del pianeta, (contribuisce per il 37%) e la qualità (con un contributo pari al 56,5%).

Questa maggiore enfasi posta dagli individui sul concetto di qualità rappresenta una vera e propria svolta culturale, e porta con sé molte implicazioni di grande interesse. Innanzitutto, fino a non molti anni fa ciò che era associato alla sostenibilità rappresentava un prodotto meno “efficace”, meno soddisfacente, scelto più per una questione valoriale a scapito di una piena soddisfazione.

Il rapporto ha voluto approfondire settori di particolare interesse per l’economia nazionale, in particolare il settore viti-vinicolo.

La sostenibilità ambientale di un prodotto nel settore viti-vinicolo è sinonimo di qualità quando riesce a coniugare bontà - gusto, innovazione – ricerca, presenza di certificazioni ambientali.

Il 71 % degli intervistati in questa ricerca è disposto a pagare di più per i prodotti sostenibili del viti-vinicolo perché sono di qualità superiore. Agli occhi del cittadino il settore vitivinicolo deve prestare particolare attenzione alla coltivazione, quando si parla di sostenibilità. Importanti anche la lavorazione, confezionamento e smaltimento.

Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola: “La sostenibilità non è solo necessaria per affrontare la crisi climatica ma una straordinaria opportunità per rilanciare la nostra economia e produrre lavoro lo dimostra l’indagine condotta da Fondazione Symbola e Ipsos. La percezione di qualità dei beni prodotti in modo sostenibile spinge il consumatore verso acquisti più responsabili. Il vino è un formidabile ambasciatore italiano nel mondo e l’indagine conferma il rapporto che c’è nel nostro Paese tra produzioni di qualità, paesaggio, innovazione e cultura. La sostenibilità ambientale nel settore viti-vinicolo è una sfida che guarda al futuro, per il bene del vino, del territorio, delle comunità. Scommettere su un’Italia che fa l’Italia è la chiave per rafforzare la nostra economia”.

Giangiaco Gallarati Scotti Bonaldi, presidente Federdoc: “La risposta che arriva dai consumatori e che vede la qualità come elemento base anche di un discorso legato alla sostenibilità e un messaggio fondamentale per il mondo produttivo del nostro settore. Preme sottolineare come il mondo del vino, prima di molti altri, si era già mosso in tal senso, ponendo la ricerca della qualità ai vertici della propria attività. I nuovi segnali non faranno altro che aumentare i nostri sforzi in tal senso, con una qualità del prodotto che si sposi con un senso dell’etica che deve necessariamente appartenere a tutti gli elementi della filiera”.

Riccardo Ricci Curbastro, presidente Equalitas: “Quando nel 2015 Federdoc ed i suoi partners hanno dato vita allo standard Equalitas per la sostenibilità del settore vitivinicolo l’argomento sembrava futuribile, un volo pindarico. Oggi, dopo solo 8 anni, questa ricerca ci restituisce una analisi delle aspettative di un mercato del vino a D.O. che comincia a chiedere esattamente quello che Equalitas certifica: etica, attenzione ai dipendenti, collaborazione con le comunità sono richieste da oltre il 30% dei consumatori. Affiancati alle richieste di gusto, certificazioni ambientali, origine e certificazioni abbiamo esattamente il quadro della sostenibilità Equalitas, risposte concrete e certificate a domande che ogni consumatore si pone circa il proprio impatto sulla terra e sul suo futuro”.

Ilaria Ugenti, Service Line Leader Corporate Reputation Ipsos: “Grazie alle ricerche che abbiamo condotto negli ultimi anni sulla Corporate Social Responsibility, abbiamo compreso che esistono 3 forze che spingono il consumatore a compiere scelte sostenibili: l’etica, la paura e la qualità. Con questo studio abbiamo voluto comprendere il peso delle 3 forze. Nell’attuale contesto, l’etica si colloca all’ultimo posto, la paura ha un peso rilevante ed è la qualità che rappresenta il principale driver nelle scelte di consumo sostenibile. E questo è ancora più vero nel viti-vinicolo, uno dei settori di eccellenza del nostro Paese, dove essere sostenibili è bene per l’ambiente, per il consumatore e per il produttore. Perché si acquista in qualità”.

Il report si può scaricare su www.symbola.net