



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO



DONNE e AMBIENTE

Protagoniste di sostenibilità

RAPPORTO DI RICERCA
di Guido Cavalca



Prefazione

Il progetto DONNE e AMBIENTE, Protagoniste di sostenibilità è promosso dal Comitato per la promozione dell'Imprenditoria Femminile della Camera di Commercio di Milano e realizzato dalle associazioni CGIL, CISL, UIL, COLDIRETTI, ADICONSUM (Associazione difesa consumatori e ambiente), MO.I.CA (Movimento Italiano casalinghe), in collaborazione con UNIONE ARTIGIANI della Provincia di Milano.

Nella fase iniziale del progetto è stata avviata un'indagine esplorativa finalizzata a conoscere gli orientamenti e le abitudini delle donne del territorio lombardo rispetto all'uso delle risorse energetiche, ai rifiuti, al consumo alimentare e non alimentare: imprenditrici, professioniste, lavoratrici autonome e dipendenti, casalinghe e pensionate nei diversi luoghi di vita e di lavoro.

In questa pubblicazione sono riportati i dati raccolti dai questionari somministrati ad un migliaio circa di donne residenti nella metropoli e nelle vicine province.

Dall'analisi dei risultati della ricerca saranno definite delle azioni mirate a promuovere comportamenti e scelte consapevoli ed etiche nei consumi, negli stili di vita, nelle modalità, nel risparmio energetico, nella riduzione e differenziazione dei rifiuti, in funzione del rispetto dell'ambiente.

In questo percorso progettuale, anche con il contributo di CONFARTIGIANATO, saranno messe in atto iniziative di informazione e formazione per "conoscere, saper fare, saper essere", per una riflessione sul significato di sostenibilità, per acquisire la consapevolezza che alle azioni di ognuno corrispondono conseguenze e reazioni e prendere coscienza delle responsabilità individuali.

Ognuno di noi in piccoli quotidiani comportamenti può contribuire al benessere comune, sviluppando e moltiplicando atteggiamenti sensibili verso la realtà ambientale: è importante pensare alle generazioni future e tenere presente che le risorse naturali non sono infinite.

L'idea di realizzare questo progetto è scaturita dal pensiero che la cultura della sostenibilità e dell'ambiente è un valore fondamentale per riannodare il nostro legame con il territorio, patrimonio prezioso e indispensabile per storia, tradizioni, professionalità, competenze, relazioni che si intrecciano.

Le donne, 'motori' in campi differenti, dal lavoro alla casa, dall'imprenditoria al consumo, possono svolgere un ruolo determinante in questo processo di cambiamento e di trasformazione culturale, impostando stili di vita e modelli di consumo dove la qualità della vita diventa bene comune.

La Terra e i suoi doni: aria, acqua, cibo sono come una Madre con i propri figli.

Le donne, generatrici di vita per natura e per istinto, possono essere il volano di un risveglio sociale necessario allo sviluppo di un mondo in grado di investire sulla centralità dell'uomo e delle sue radici.

Le donne potenziali protagoniste di sostenibilità e di un rinnovato umanesimo.

Ambrogia Bardelli Responsabile Donne Impresa COLDIRETTI MI-LO-MB

Arianna Fontana Presidente Donne Impresa CONFARTIGIANATO MI-MB

Michela Loberto Segretaria ADICONSUM Milano

Camilla Occhionorelli Vicepresidente nazionale MO.I.CA

Tiziana Scalco Segretaria Camera del Lavoro di Milano

Guido Cavalca

Nato a Milano, laureato in Scienze Politiche con indirizzo sociologico, dottorato in Studi Europei sul Territorio su povertà urbana e processi di impoverimento, collabora ad attività di ricerca presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università di Milano-Bicocca.

Lavora a Synergia da febbraio 2011 come ricercatore senior, dove si occupa di progettazione di ricerche a livello locale ed europeo.

Insegna Politiche Sociali nel corso di Laurea in Scienze dell'Educazione all'Università di Milano-Bicocca.

Si occupa di disuguaglianze sociali e stratificazione, povertà e processi di impoverimento, mercato del lavoro, conciliazione tra lavoro e sfera personale-familiare. Ha pubblicato articoli scientifici su riviste italiane e internazionali e capitoli in libri, in particolare su disuguaglianze, mutamento sociale, povertà e mercato del lavoro.

Osservazioni introduttive

La ricerca *DONNE e AMBIENTE, Protagoniste di sostenibilità* intende rilevare atteggiamenti e comportamenti delle donne residenti in Lombardia riguardo a diversi temi ambientali. Si tratta di un'esplorazione del rapporto tra le donne e il consumo di energia e di acqua, l'atteggiamento verso il risparmio energetico, le modalità con le quali si mettono in pratica i principi di riduzione dei consumi o di comportamenti responsabili.

Si affronta anche il tema dei comportamenti delle lavoratrici sul posto di lavoro, verificando quale attenzione viene rivolta alle risorse energetiche ed al rispetto dell'ambiente durante le ore lavorative e quali mezzi di trasporto sono utilizzati per andare quotidianamente in ufficio o in azienda.

Infine, lo sguardo viene rivolto al mondo dell'impresa, cercando di capire, attraverso le risposte delle donne imprenditrici e dirigenti, quali siano le scelte aziendali in relazione agli investimenti sul risparmio energetico, le energie rinnovabili e la riduzione di sprechi e di materiali nocivi.

Le interviste sono state condotte da rappresentanti delle organizzazioni sostenitrici del progetto attraverso la rete delle loro sedi. Alle donne che si recavano ad uno sportello per un appuntamento o un colloquio, per chiedere informazioni o sbrigare una pratica amministrativa o ancora a quelle che partecipavano ad attività associative e sindacali, è stato chiesto di partecipare alla rilevazione, rispondendo alle domande del questionario strutturato, poste dalle intervistatrici delle organizzazioni promotrici.

Le differenze tra queste organizzazioni – sindacati, organizzazioni professionali, associazioni di consumatori – hanno permesso di diversificare il campione di interviste, proprio perché variano le caratteristiche delle donne che ad esse si rivolgono. I dati raccolti non compongono un campione rappresentativo della popolazione femminile; la ricerca nasce scegliendo di non percorrere una strada complessa e costosa come quella del campionamento casuale rappresentativo.

Le organizzazioni che hanno progettato la ricerca si sono mosse pensando di arrivare ad una prima e approfondita osservazione del rapporto delle donne con la questione ambientale in relazione alle caratteristiche sociali delle rispondenti. L'obiettivo è, cioè, quello di comprendere quali fattori si associno agli atteggiamenti e ai comportamenti verso la natura e le sue risorse scarse, non di quantificare con precisione la diffusione di questi atteggiamenti nella popolazione. Del resto, va fatto presente che quest'ultimo scopo può essere raggiunto solo attraverso una rilevazione campionaria, presumibilmente telefonica, molto costosa in termini economici e tutt'altro che priva di problemi di rappresentatività e di ricchezza delle informazioni¹.

Tenendo presente quanto appena detto, è importante far notare che le caratteristiche delle intervistate sono tali da includere nell'elaborazione dei dati

¹ *Facciamo riferimento a due questioni delicate che riguardano le survey telefoniche, che solitamente usano il metodo CATI, cioè interviste telefoniche con personal computer. La prima riguarda la rappresentatività dei piani di campionamento casuali: la mancanza di liste complete di persone da intervistare, dovuta all'aumento dei nuclei familiari privi di telefoni fissi, rende molto difficile ottenere campioni davvero rappresentativi delle caratteristiche sociali più importanti della popolazione di riferimento. Il secondo problema delle survey telefoniche si riferisce all'impossibilità di coniugare questo metodo di intervista e questionari lunghi, più impegnativi di 10-15 minuti che rappresenta la soglia massima di tempo per un'intervista telefonica.*

una varietà di sottogruppi sociali, abbastanza numerosi, equilibrati tra loro, differenziati per età, titolo di studio, posizione occupazionale e livello professionale, cultura ed identità sociale, permettendo così di individuare le possibili relazioni tra caratteristiche sociali e rapporto con l'ambiente.

Alle caratteristiche sociali e demografiche si aggiungono per l'appunto elementi culturali, relazioni sociali ed associative, fattori anch'essi in grado di influire sui modi di pensare e di agire rispetto all'ambiente.

Di seguito descriviamo le caratteristiche del campione, sottolineandone allo stesso tempo la buona differenziazione interna e i tratti socio-demografici, gli atteggiamenti generali verso la società e le attività associative delle intervistate, che più avanti metteremo in relazione con gli atteggiamenti e le opinioni sulla sostenibilità ambientale.

Caratteristiche socio-demografiche delle intervistate

Le donne che hanno risposto alle numerose domande del questionario risiedono in gran parte nella provincia di Milano, il 44% nel capoluogo e un altro 43% in città della provincia.

Il 13% restante risiede in Lombardia, fuori dalla provincia milanese, in buona parte nel territorio brianzolo (provincia di Monza Brianza).

Residenza

	Frequenza	Percentuale	Percentuale Valida
Milano città	401	43,4	44,1
Provincia di Milano	391	42,3	43
Altra Provincia	118	12,8	13
Totale	910	98,4	100
Mancanti	15	1,6	
Totale	925	100	

L'età media delle intervistate è di 49 anni; il campione è equilibrato tra le fasce d'età, in particolare tra le tre adulte dai 35 ai 64 anni, ognuna delle quali comprende un quarto delle intervistate.

Le giovani e le cosiddette anziane (secondo le definizioni demografico-statistiche vigenti) si dividono il restante quarto del campione.

Le intervistate nella fascia di età più bassa sono per più della metà (8% sul totale del campione) concentrate tra i 30 e i 34 anni.

Classi d'età

	Frequenza	Percentuale	Percentuale Valida
Fino a 34 anni	131	14,2	14,2
35 - 44	229	24,8	24,9
45 - 54	232	25,1	25,2
55 - 64	213	23	23,1
65 e più	116	12,5	12,6
Totale	921	99,6	100
Mancante di sistema	4	0,4	
Totale	925	100	
<i>Età media</i>	<i>48,9 anni</i>		

Titolo di studio

	N	Percentuale	Percentuale Valida
Massimo licenza media	159	17,2	17,4
Diploma professionale	115	12,4	12,6
Diploma media superiore	365	39,5	39,9
Laurea	276	29,8	30,2
Totale	915	98,9	100
Mancante di sistema	10	1,1	
Totale	925	100	

La differenza di istruzione tra coorti d'età si evidenzia osservando il titolo di studio più alto, la laurea, che riguarda circa la metà delle intervistate fino ai 44 anni, mentre diminuisce notevolmente tra le donne mature e anziane, tra le quali cresce molto la componente con livello di studio basso (fino alla licenza media).

Titolo studio per età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	totale
Fino licenza media	5,4	6,6	12,2	24,6	50,9	17,4
Diploma professionale	4,6	12,4	13,5	18,0	10,0	12,6
Diploma media superiore	40,0	35,4	45,2	43,1	30,9	39,8
Laurea	50,0	45,6	29,1	14,2	8,2	30,2
N	130	226	230	211	110	907

7

La composizione familiare delle intervistate vede prevalere la struttura tradizionale della coppia con figli (43%); le coppie senza figli costituiscono circa un sesto del campione, stessa quota delle intervistate che vivono sole, che sono in gran parte sopra i 44 anni e per metà separate/divorziate o vedove.

Le giovani intervistate vivono per circa metà in coppia con e senza figli, per un terzo vivono nella famiglia d'origine e per il resto da sole o con amici/coetanei.²

Numerosità familiare per stato civile (% totale)

	Sola	2 persone	3 persone	4 o più persone	totale
Nubile	8,1	3,3	4,0	3,9	19,2
Convivente	0,1	4,6	2,0	1,2	8,0
Coniugata	0,1	15,7	20,6	22,3	58,7
Separata/divorziata	3,3	2,8	1,8	0,2	8,1
Vedova	4,3	0,7	1,0	0,1	6,1
Totale	15,9	27,0	29,4	27,7	100

Per quanto riguarda la posizione occupazionale, il 28% delle intervistate è inattiva, in gran parte si tratta di pensionate (20%) e casalinghe (6%).

Poche sono le disoccupate, solo il 2%, mentre il resto del campione è costituito da donne occupate.

² Queste informazioni sono frutto di deduzioni logiche dall'incrocio tra classe d'età, status familiare e numerosità del nucleo convivente.

Condizione occupazionale - occupazione

	Frequenza	%	% Valida
Imprenditrice	36	3,9	4
Dirigente di azienda-ente pubblico	22	2,4	2,5
Politica, sindacalista	43	4,6	4,8
Quadro-impiegata azienda privata	156	16,9	17,5
Funzionario-impiegata ente pubblico	95	10,3	10,7
Quadro-impiegata terzo settore	68	7,4	7,6
Libera Professionista	44	4,8	4,9
Lavoratrice autonoma	15	1,6	1,7
Commerciante-artigiana	16	1,7	1,8
Insegnante-ricercatrice	83	9	9,3
Operaia	43	4,6	4,8
Studentessa	16	1,7	1,8
Pensionata	180	19,5	20,2
Casalinga	55	5,9	6,2
Disoccupata	20	2,2	2,2
Totale validi	892	96,4	100
Mancanti	33	3,6	
Totale	925	100	

8

Aggregando i livelli professionali e le posizioni occupazionali abbiamo individuato sei sottogruppi che definiamo 'classi occupazionali'.

La più grande nel campione è quella delle donne quadro e impiegate (35%), seguita dal gruppo delle donne in pensione e da altre donne di classe media, costituite da lavoratrici "intellettuali", politiche, sindacaliste, insegnanti e ricercatrici.

Le donne di classe elevata (borghesia), professioniste, dirigenti e imprenditrici, costituiscono poco più del 10%, mentre sono senza dubbio esigue rispetto alla composizione effettiva della popolazione femminile, le classi autonoma e esecutivo-operaia, che abbiamo unito per esigenze numeriche (8%).

Classi occupazionali

	N	%	% Valida
Borghesia (professioniste, imprenditrici, dirigenti d'azienda)	102	11	11,4
Classe media impiegatizia	319	34,5	35,8
Insegnanti, ricercatrici, sindacaliste, politiche	126	13,6	14,1
Classe autonoma-operaia	74	8,0	8,3
Pensionate	180	19,5	20,2
Altre inattive e disoccupate	91	9,8	10,2
Totale	892	96,4	100
Mancante di sistema	33	3,6	
Totale	925	100	

Classi occupazionali per classi d'età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Borghesia	21,1	19,6	21,5	9,3	6,6	16,3
classe media impiegatizia insegnanti-ricercatrici	42,2 9,4	53,3 10,7	48,9 11,9	17,6 8,8	0,9 2,8	36,0 9,4
classe autonoma-operaia	7,8	10,2	9,1	9,3	-	8,2
pensionate	-	-	1,4	42,4	81,1	19,9
Altre inattive e disoccupate	19,5	6,2	7,3	12,7	8,5	10,2
N	128	225	219	205	106	883

L'informazione sul reddito – per quanto vada considerata con una certa prudenza perché, come succede in tutte le ricerche sociali, si tratta di un'informazione sensibile che implica molta reticenza (numerosi casi *missing* e risposte poco attendibili)³ – ci dice che sono le donne nelle fasce d'età intermedie ad avere più disponibilità economica, dato comune a qualsiasi popolazione visto che tra le più giovani ci sono molte donne inattive e disoccupate e le altre sono ad inizio carriera, mentre tra le donne sopra i 64 anni si concentrano le pensionate.

9

Reddito pro-capite (euro) *Stima sulla base del reddito familiare e della numerosità del nucleo*

	N	Percentuale	Percentuale Valida
Fino 500	129	13,9	17,9
500-1000	260	28,1	36,1
1000-1500	237	25,6	32,9
Oltre 1500	94	10,2	13,1
Totale casi validi	720	77,8	100
Mancante di sistema	205	22,2	
Totale	925	100	

Atteggiamenti sociali, partecipazione politica e associazionismo

Nell'ultima parte del questionario sono state raccolte informazioni sugli atteggiamenti delle donne verso la società, nel dettaglio il grado di fiducia o apertura verso la società, il livello di interesse e di informazione su ciò che accade e la partecipazione attiva e passiva.

Si tratta di elementi di carattere identitario-culturale molto interessanti per la ricerca, considerando che l'attenzione ai temi ambientali è tipico della società post-industriale e di forme di partecipazione politico-sociale (quantomeno di sensibilità verso alcuni temi) associati più a valori che a variabili sociali strutturali (classe, livello di istruzione).

Di seguito forniamo una descrizione sintetica delle caratteristiche "culturali" e identitarie delle intervistate. Nell'analisi degli atteggiamenti delle donne verso l'ambiente utilizzeremo anche queste informazioni come "variabile" indipendente, verificando se il grado di informazione, l'atteggiamento verso la società, il livello di partecipazione politica ed associativa siano collegati alla sensibilità verso le questioni ambientali.

³ Il dato è stata raccolto a livello familiare e per fasce; per l'analisi si è scelto di usare il reddito pro-capite, ricavato sostituendo la fascia di reddito con il valore mediano e dividendolo per il numero di appartenenti al nucleo, ipotizzando un'equa distribuzione interna alla famiglia. Alla prima fascia '0-500€' è stato assegnato il reddito puntuale di 300€, alla fascia più alta 'oltre 4.000€' il valore 5.000€.

Atteggiamenti e fiducia verso la società (%)

	Ci si può fidare della maggior parte della gente	La responsabilità prima è verso la propria famiglia e non verso la collettività	Non si è mai sufficientemente prudenti nel trattare con la gente
Molto	3,3	35,4	23,4
Abbastanza	46,7	35,9	45
Poco	40,0	19,7	22,7
Per niente	9,0	8,3	7,8
Non so	1,0	0,6	1,1
Totale	100	100	100

La sintesi dei tre indicatori, un indice di socialità⁴ intesa come livello di fiducia e di apertura verso la collettività, opposta alla diffidenza e alla preferenza per la dimensione privata su quella pubblica si associa alle principali caratteristiche sociali. Le più istruite, di livello professionale medio alto e sotto i 65 anni sono più propense alla fiducia e all'apertura verso la collettività.

10

Indice di socialità per titolo di studio

	media
Al massimo fino licenza	4,6
Diploma professionale	4,7
Diploma media superiore	5,5
Laurea	6,1
Totale	5,5

Indice di socialità per livello occupazionale

	media
Borghesia	5,7
Classe media	5,6
Insegnanti-ricercatrici-sindacaliste-politiche	6,1
Classe autonoma-operaia	5,1
Pensionate	5,3
altre inattive e disoccupate	4,9
Totale	5,5

Un'altra dimensione identitaria è il senso di appartenenza che un individuo prova rispetto a gruppi sociali più o meno ampi. In questo caso è stato chiesto alle intervistate di scegliere tra il senso di appartenenza al proprio comune, alla regione o ad altre collettività più ampie.

⁴ L'indice va da 1 a 10, con il 10 ad esprimere il livello massimo di apertura verso la società. È stato costruito sommando i punteggi delle risposte delle tre domande 27, che chiedevano di esprimere il livello di accordo (molto, abbastanza, poco, per niente) con frasi che esprimevano rispettivamente fiducia verso la maggioranza della gente, responsabilità verso la propria famiglia e non verso la collettività, prudenza nel trattare con la gente (il punteggio del primo item è stato armonizzato con gli altri due, essendo frasi dal senso opposto). La somma (da 3 a 12 punti) è stata trasformata per ridurla ad una scala tra 1 e 10 punti, che è più facilmente interpretabile.

Da questa informazione si può cogliere una traccia di atteggiamenti di apertura o chiusura verso una dimensione più ampia delle questioni sociali ed economiche. Si ha, cioè, un'indicazione della prospettiva da cui si guardano gli avvenimenti ed i fenomeni sociali che spesso rappresenta la chiave di lettura della realtà, anche quando si tratta di interpretare piccole questioni o fatti rilevanti che accadono vicino a noi.

Le intervistate di questa rilevazione sembrano avere uno sguardo piuttosto ampio sulla realtà, considerato che l'identità si lega per lo più all'Italia o al mondo e non tanto alla dimensione locale.

In chiave di percezione dei problemi ambientali questo dato potrebbe avere una rilevante influenza sugli atteggiamenti e sui comportamenti ecologicamente sostenibili.

d28. Quanto si sente di appartenere: (% molto sul totale)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Al Suo Comune	27,2	23,2	28,8	35,9	46,2	30,6
Alla Sua Regione	22,4	20,8	23,3	33,3	43,2	26,8
All'Italia	37,1	43,1	49,1	67,2	71,4	52,3
All'Europa	20,8	22,9	30,5	40,4	41,4	30,4
Al Mediterraneo	23,4	18,7	23,2	32,9	23,8	24,2
Al Mondo	34,7	35,8	42,1	53,3	44,4	42,1

11

d28. Quanto si sente di appartenere: (% molto sul totale)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Al Suo Comune	41,9	34,7	28,1	26,6	30,6
Alla Sua Regione	38,9	30,5	26,5	19,7	26,7
All'Italia	64,1	57,9	49,1	48,3	52,2
All'Europa	36,8	20,2	28,2	34,0	30,4
Al Mediterraneo	22,4	23,1	21,5	28,8	24,2
Al Mondo	46,1	33,3	40,1	46,7	42,3

Informazione

Il livello di esposizione ai mezzi di informazione è un fattore molto importante per spiegare gli atteggiamenti ed i comportamenti sociali degli individui.

Le intervistate hanno un livello di informazione piuttosto alto, soprattutto se considerato in relazione ai dati medi della popolazione italiana. In sostanza la maggioranza di chi ha risposto alle nostre domande si informa con una certa regolarità. Questo non ci dice nulla sui contenuti dell'informazione, via internet o tramite quotidiani, ma certo indica una forte esposizione ai flussi di informazione dei mass-media.

Lettura di quotidiano/i non sportivo/i

	N	Percentuale	Percentuale Valida
Tutti i giorni o quasi	325	35,1	38,2
Spesso	249	26,9	29,3
A volte	151	16,3	17,7
Raramente	72	7,8	8,5
Mai o quasi mai	54	5,8	6,3
Totale validi	851	92	100
Mancanti	74	8	
Totale	925	100	

Informarsi via internet

	N	Percentuale	Percentuale Valida
Più volte al giorno	362	39,1	42,6
Quasi tutti i giorni	233	25,2	27,4
Solo sporadicamente	153	16,5	18
Mai	102	11	12
Totale validi	850	91,9	100
Mancanti	75	8,1	
Totale	925	100	

12

Incrociando le informazioni relative all'esposizione ai due mezzi di informazione, ricaviamo una descrizione più precisa del campione.

L'uso di internet per informarsi si lega spesso alla lettura dei quotidiani; quasi sei intervistate su dieci si informano frequentemente, tutti i giorni o quasi, sia attraverso la rete sia dalle pagine dei giornali e solo il 9% ha uno scarso livello di informazione.

Livello di informazione - quotidiani e internet (%)

	Uso frequente di internet	Uso scarso/nulla di internet	Totale
Letture frequente di quotidiani	51,8	15,6	67,4
Letture scarsa/nulla quotidiani	18,2	14,4	32,6
Totale	70,0	30,0	100 (N=850)

Complessivamente siamo di fronte ad un campione con un buon livello di informazione e quindi di consapevolezza di quanto accade nella realtà e presumibilmente anche in merito alle questioni ambientali.

Quasi sei donne su dieci intervistate, infatti, si informano con una frequenza alta utilizzando entrambi gli strumenti.

Va comunque detto che i due mezzi di informazione sono disomogenei tra loro per caratteristiche sociali di chi li utilizza.

Tra le più giovani è maggiore l'uso di internet rispetto alle donne mature, mentre la lettura frequente o assidua dei quotidiani è più forte nelle fasce centrali d'età. Per quanto riguarda il titolo di studio, invece, la tendenza è uguale per i due mezzi di informazione: sono le più istruite ad informarsi più di frequente, ma la differenza è più ampia nell'utilizzo del web.

La partecipazione politica

Le donne intervistate risultano piuttosto interessate alla politica: la maggioranza, poco meno di due terzi, si dice molto o abbastanza coinvolta.

Da questo punto di vista, ci troviamo probabilmente di fronte ad un gruppo di donne che si distingue dalle tendenze generali della società italiana, nella quale la politica non gode di grande popolarità.

d31 Interesse per la politica - titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Molto	7,5	10,2	19,4	25,9	18,5
Abbastanza	32,3	40,8	47,5	44,5	43,4
Poco	44,4	35,7	25,2	25,1	29,4
Per niente	15,8	13,3	7,8	4,6	8,7
	100	100	100	100	100

L'interesse cresce tra le donne mature e tra quelle più istruite; in particolare tra le laureate e le donne che hanno studiato fino alla licenza media o meno si nota una differenza molto forte.

13

d31 Interesse per la politica - classe d'età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più
Molto	10,4	16,4	21,8	22,4	17,2
Abbastanza	43,2	42,3	44,1	41,1	50,5
Poco	33,6	33,3	25,0	31,3	20,4
Per niente	12,8	8,0	9,1	5,2	11,8
	100	100	100	100	100

L'impegno diretto in politica è ovviamente meno diffuso rispetto al generico interesse, implicando il primo un maggiore impiego di tempo ed energie rispetto al secondo. Sei intervistate su dieci si tengono al corrente (58,9%) ma rimangono passive e quasi due su dieci (17,2%) pensano che la politica vada lasciata a persone più competenti. Agli estremi troviamo poi una donna su dieci non interessata alla politica e poco più di una su dieci che, invece, si impegna direttamente. Il livello di impegno diretto in politica risulta piuttosto omogeneo tra coorti d'età; il titolo di studio, invece, discrimina molto: tra le laureate partecipano attivamente due donne su dieci e altre due su tre si tengono al corrente; tra le meno istruite solo poco più della metà partecipa o si interessa di politica.

d32 Impegno in politica titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Politicamente impegnata	4,7	9,0	14,2	18,2	13,3
Mi tengo al corrente senza parteciparvi	48,8	51,0	60,2	65,1	58,9
Lasciare la politica a persone più competenti di me	30,2	26,0	14,8	10,5	17,2
Non mi interessa	16,3	14,0	10,8	6,2	10,6
Totale	100	100	100	100	100

Se si scende al dettaglio della partecipazione attiva alla politica, sono piuttosto diffuse tra le nostre intervistate la pratica di firmare per leggi o referendum, scioperare, andare a sentire dibattiti politici ed esporre la bandiera della pace, una forma di partecipazione, quest'ultima, di recente nascita.

La partecipazione legata ai partiti politici è la meno popolare, insieme alla partecipazione a campagne elettorali e referendarie ed alla forma più radicale dell'occupazione illegale di edifici.

È interessante notare proprio che le rispondenti che non occuperebbero mai un edificio raggiungono la stessa diffusione di quelle che non darebbero soldi ad un partito, anche se non si tratta delle stesse donne.

d35 Partecipazione alla vita politica (%)

	ho fatto	sarei disposto a fare	non farei mai	Totale
Firmare per leggi o referendum	75,0	18,9	6,1	100
Partecipare ad una campagna referendaria	22,1	31,6	46,4	100
Firmare per la presentazione di un candidato o di una lista	37,8	38,8	23,4	100
Contribuire ad una campagna elettorale	20,5	30,9	48,6	100
Inviare lettere, reclami, ecc. ad autorità pubbliche	34,2	50,5	15,3	100
Scrivere lettere ad un giornale	20,1	61,2	18,7	100
Andare a sentire qualche dibattito politico	47,2	35,6	17,2	100
Partecipare ad un corteo o ad una manifestazione politica	51	22,6	26,4	100
Iscriversi a un partito	20,2	27,8	52,0	100
Dare soldi per un partito, o per un candidato, o per un giornale di partito	18,4	19,1	62,6	100
Dedicare tempo o lavoro ad un partito	16,8	29,9	53,4	100
Impegnarsi in un organo che si occupa di problemi della comunità (consiglio di quartiere, scolastico, ecc.)	30,0	55,7	14,3	100
Impegnarsi con un gruppo di amici o conoscenti per risolvere un problema del quartiere o del paese	26,2	65,4	8,4	100
Cercare di convincere qualcuno a votare per un determinato partito o candidato	25,1	22,7	52,3	100
Scioperare	56,4	25,1	18,5	100
Occupare un edificio	14,1	23,9	62,0	100
Fare acquisti tramite gruppi di acquisto solidale	22,6	63,1	14,3	100
Partecipare a gruppi o comitati di quartiere	20,4	61,3	18,3	100
Inviare o girare e-mail di denuncia o protesta	38,5	42	19,5	100
Esporre la bandiera della pace	46,4	32	21,6	100
Ricoprire (o ha ricoperto) cariche elettive in organi istituzionali politici (consiglio comunale, di quartiere...)	9,4	35,9	54,7	100

Nel complesso, calcolando un indice numerico che unisce le diverse forme di partecipazione,⁵ si può dire che nel nostro campione partecipano di più le donne adulte e quelle più istruite, mentre le donne sopra i 65 anni e quelle sotto i 34 tendono a partecipare meno e meno attivamente.

Tra le più giovani però alcune forme di partecipazione, che hanno tratti generazionali evidenti, sono in contro-tendenza e sono più diffuse rispetto alle donne adulte: l'occupazione di edifici, fare acquisti nei GAS, inviare e-mail di protesta ed esporre la bandiera della pace.

Considerando i diversi indicatori a disposizione, ed anche questo ultimo indice sintetico, si tratteggia una curva della partecipazione politica tra le intervistate a forma di U rovesciata rispetto all'età: sono le donne adulte a partecipare direttamente e ad interessarsi di più di politica.

Indice di partecipazione attiva alla politica - titolo di studio

	Media	N
Massimo licenza media	3,2	159
Diploma professionale	3,6	115
Diploma media superiore	4,2	365
Laurea	4,7	276
Totale	4,1	915

15

Indice di partecipazione attiva alla politica - classe d'età

	Media	N
Fino a 34 anni	3,9	131
35 - 44	4,2	229
45 - 54	4,7	232
55 - 64	4,1	213
65 e più	3,1	111
Totale	4,1	916

Associazionismo

Per dare una descrizione sintetica della partecipazione associativa delle intervistate consideriamo come primo aspetto una tipologia costruita in base ai diversi tipi di legame⁶ (o mancanza di) con una serie di associazioni di diverso tipo. Un quarto delle intervistate non partecipa in nessuna forma ad alcuna associazione, tra le giovani questo sottogruppo costituisce un terzo delle partecipanti alla ricerca e tra le meno istruite coinvolge quattro intervistate su dieci.

Un quarto delle donne partecipa ad una o più associazioni ma solo in forma passiva, cioè è iscritta e/o contribuisce finanziariamente senza partecipare alle attività. La partecipazione che abbiamo definito "debole" è relativamente più frequente tra le 35-44enni e tra le laureate.

⁵ L'indice di partecipazione è stato costruito assegnando punteggio 2 per ogni tipo di azione politica fatta e uno ad ogni azione che l'intervistata sarebbe disposta a fare. Il punteggio calcolato è stato poi tradotto in una scala da 1 a 10 in modo da renderla facilmente interpretabile.

⁶ Alle intervistate è stato chiesto se partecipano alle attività, se sono iscritte, se hanno cariche elettive e se versano contributi in denaro a 16 tipi di associazione.

Tipologia di associazionismo - classe d'età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Nessuna partecipazione	35,9	29,7	24,1	20,7	30,6	27,2
Partecipazione debole	16,8	26,6	21,6	19,7	14,4	20,9
Partecipazione attiva mono-associativa	20,6	22,7	18,1	30,5	27,9	23,7
Partecipazione attiva due associazioni	14,5	13,1	19,4	15,5	17,1	15,9
Partecipazione attiva tre o più associazioni	12,2	7,9	16,8	13,6	9,9	12,3
N	131	229	232	213	111	916

La partecipazione attiva riguarda nel suo complesso poco più di metà delle intervistate, suddivisa tra partecipazione mono-associativa, quasi un quarto del campione e quella pluri-associativa che coinvolge il 28% del campione.

Tipologia di partecipazione associativa - titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Nessuna partecipazione	39,6	33,9	25,8	19,6	27,3
Partecipazione debole	17,6	21,7	18,6	25,7	21,0
Partecipazione attiva mono-associativa	24,5	20,9	26,0	20,7	23,5
Partecipazione attiva due associazioni	10,7	13,9	16,7	18,5	15,8
Partecipazione attiva tre o più associazioni	7,5	9,6	12,9	15,6	12,3
Totale	159	115	365	276	915

Tra le diverse associazioni ci interessano in particolare quelle che hanno una qualche relazione specifica col tema ambientale o con la difesa dei diritti e con la cooperazione, che possono avere una qualche affinità con atteggiamenti e comportamenti ecologicamente sostenibili. L'associazionismo ambientalista coinvolge otto-nove intervistate su cento, poco meno diffuso dell'associazionismo di consumatori (9,5%), mentre le associazioni di difesa dei diritti civili e quelle di cooperazione e sviluppo arrivano rispettivamente al 14% e 18% del campione.

Partecipazione ad alcuni tipi di associazione (% sul totale)

	N	%
Associazioni ambientaliste	79	8,5
Associazione di consumatori	88	9,5
Associazioni di difesa dei diritti civili	133	14,4
Associazioni di cooperazione	167	18,1

Donne che partecipano in qualsiasi forma all'attività associativa

Tra le donne che partecipano alla vita associativa di più organizzazioni la preferenza viene accordata alle organizzazioni sindacali (19%), dato spiegato dal processo della raccolta di questi dati, a quelle assistenziali e socio-sanitarie (13,5%) seguite dalle associazioni di difesa dei diritti e quelle culturali.

Associazione più importante

	N	%
Sindacato	58	18,7
Assistenziale, socio-sanitaria	42	13,5
Difesa dei diritti civili o dei diritti umani	39	12,6
Culturali	36	11,6
Cooperazione Terzo mondo	29	9,4
Religiose	20	6,5
Professionale o di categoria	16	5,2
Politica o Partito	16	5,2
Femminista	10	3,2
Difesa di utenti e consumatori	10	3,2
Sportive o ricreative	9	2,9
Ambientaliste	9	2,9
Familiare	8	2,6
Altra	7	2,3
Pacifiste	1	0,3

Dopo questa breve descrizione utilizzeremo i diversi indicatori identitari, culturali e politici (nel senso ampio del termine, come partecipazione alla vita civile della polis) per verificarne l'associazione con i comportamenti più sensibili al rispetto dell'ambiente, al risparmio energetico e alla sostenibilità ambientale.

LE DONNE E L'AMBIENTE – RISULTATI EMPIRICI

Sezione 1: Atteggiamenti e comportamenti di consumo in casa

La ricerca affronta, tra gli altri, il tema del consumo energetico da parte delle donne durante le attività svolte nella propria abitazione; il primo elemento specifico preso in considerazione è l'acqua. Le intervistate in generale considerano l'acqua un bene prezioso, anche perché potabile e relativamente poco costoso. Vedremo poi che cercano anche di risparmiarne il consumo.

Gran parte delle donne del nostro campione si mostra consapevole della potabilità dell'acqua di casa: quasi nove intervistate su dieci sono d'accordo su questa caratteristica che potrebbe, in linea di principio, spingere alla riduzione del consumo di acqua minerale confezionata da bere e allo stesso tempo al contenimento dello spreco dell'acqua che arriva ai rubinetti di ogni abitazione. L'età e il livello di istruzione si associano positivamente alla conoscenza della potabilità dell'acqua di casa.

d8.1-2 L'acqua di casa: (%)

	è potabile	costa poco
Molto d'accordo	49,9	23,3
Abbastanza d'accordo	40	44,6
Poco d'accordo	7,6	26,1
Per nulla d'accordo	2,5	6,0
Totale	100	100

d8.1 L'acqua di casa è potabile - classe d'età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Molto d'accordo	43,1	46,6	52,7	50,3	58,3	49,9
Abbastanza d'accordo	44,7	40,7	35,0	41,6	38,9	39,8
Poco/per nulla d'accordo	12,2	12,7	12,3	8,1	2,8	12,2
N	123	221	220	197	108	869

d8.1 L'acqua di casa è potabile - titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Molto d'accordo	48,0	42,6	48,4	55,3	49,7
Abbastanza d'accordo	42,0	44,4	40,3	36,7	40,0
Poco/per nulla d'accordo	10,0	13,0	11,3	8,0	10,3
N	150	108	345	264	867

Il costo dell'acqua è un altro elemento che potrebbe spingere alla parsimonia. Quasi un terzo delle intervistate considera costosa l'acqua (poco/per nulla d'accordo), la maggioranza ritiene che abbia un prezzo contenuto, in particolare quasi un quarto delle intervistate pensa che questa materia prima sia davvero conveniente. L'opinione che l'acqua abbia un costo rilevante è più forte tra le non laureate, quelle che vivono in nuclei con redditi medio-bassi, le lavoratrici autonome-operaie, le casalinghe e le studentesse.

d8.2 L'acqua di casa costa poco - classe d'età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Molto d'accordo	22,8	25,9	21,0	22,0	25,7	23,3
Abbastanza d'accordo	47,2	47,2	43,4	45,5	38,6	44,8
Poco/per nulla d'accordo	30,1	26,9	35,6	32,5	35,6	31,9
N	123	216	219	191	101	850

d8.2 L'acqua di casa costa poco - titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Molto d'accordo	18,2	22,4	19,6	31,9	23,5
Abbastanza d'accordo	44,8	39,3	45,7	44,7	44,5
Poco/per nulla d'accordo	37,1	38,3	34,6	23,3	32,1
N	143	107	341	257	848

d8.2 L'acqua di casa costa poco - reddito procapite (euro) (%)

	fino a 500	500-1000	1000-1500	oltre 1500	Totale
Molto d'accordo	16,5	26,2	20,3	32,2	23,4
Abbastanza d'accordo	44,3	46,7	48,6	40,0	46,1
Poco/per nulla d'accordo	39,1	27,0	31,1	27,8	30,6
Totale	100	100	100	100	100

Le intervistate risultano molto attente a ridurre l'uso dell'acqua in casa durante le quotidiane attività di cura personale e per usi domestici.

Ovviamente è ancor più forte la sensibilità verso lo spreco vero e proprio, rappresentato dal lasciar scorrere l'acqua quando non serve, ma il campione mostra nel suo complesso una forte propensione a usare meno acqua possibile.

19

d8.3-4-5 Attenzione al consumo di acqua (%)

	Per lavarsi (bagno, doccia, altro) cerca di usare meno acqua possibile	Per altri usi domestici, quali lavare pavimenti o capi d'abbigliamento, cerca di usare il meno acqua possibile	Sta molto attenta a non lasciar scorrere l'acqua dei rubinetti quando non occorre
Molto d'accordo	50,5	47,3	74,6
Abbastanza d'accordo	36,9	39,8	20,1
Poco/per nulla d'accordo	10,3	11	4,4
Poco/per nulla d'accordo	2,3	1,8	0,9
Totale	100	100	100

d8.3-4-5 Attenzione al consumo di acqua (molto d'accordo) per età (%)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Per lavarsi	37,7	45,8	48,1	54,8	70,2	50,3
Per altri usi domestici	38,7	40,6	47,1	49,5	66,3	47,1
Acqua dei rubinetti	67,7	75,8	70,7	76,9	82,9	74,5

d8.3-4-5 Attenzione al consumo di acqua (molto d'accordo) per titolo di studio (%)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Per lavarsi	64,1	53,7	47,5	45,5	50,5
Per altri usi domestici	60,5	47,2	43,6	44,4	47,2
Acqua dei rubinetti	76,8	72,5	76,2	71,1	74,3

Per sintetizzare queste ultime informazioni sull'utilizzo della risorsa acqua, abbiamo creato un *indice di propensione al risparmio di acqua*, prendendo in considerazione il massimo accordo espresso dalle rispondenti verso i

comportamenti virtuosi.⁷ Quasi una donna su quattro risulta poco attenta allo spreco di acqua (non esprime mai un forte accordo per le tre frasi relative a comportamenti virtuosi di risparmio), poco più di un quarto si dice in pieno accordo su uno solo dei tre comportamenti virtuosi, mentre rispettivamente il 12% e il 37% delle donne intervistate si professa d'accordo con due o tre dei comportamenti citati e quindi molto attenta al risparmio di acqua.

Indice di propensione al risparmio di acqua

	N	%
0 limitato accordo o nessun accordo con le tre forme di risparmio di acqua	221	23,9
1 pieno accordo con una sola delle tre forme di risparmio di acqua	249	26,9
2 pieno accordo con due delle tre forme di risparmio di acqua	114	12,3
3 pieno accordo con ognuna delle tre forme di risparmio di acqua	341	36,9
Totale	925	100

20

È interessante notare che la propensione al risparmio di acqua non è legata al risparmio economico: tra le donne più preoccupate dalla spesa per l'acqua (poco/per nulla d'accordo che l'acqua costa poco) la sensibilità per il risparmio di questa materia prima è relativamente inferiore (tabella sottostante). Controllando, però, per titolo di studio, buona proxy dello status socio-economico, risulta che tra le intervistate meno istruite il risparmio di acqua cresce anche tra coloro che pensano che l'acqua sia costosa, mentre è tra le donne di status medio-alto che il costo della materia prima non si associa al risparmio.

Attenzione al consumo di acqua per giudizio sul costo (%)

Indice di propensione al risparmio di acqua	l'acqua costa poco: molto d'accordo	l'acqua costa poco: abbastanza d'accordo	l'acqua costa poco: disaccordo	Totale
0	18,5	22,8	18,9	20,5
1	23,5	27,2	30,5	27,4
2	11,0	14,9	11,6	13,0
3	47,0	35,1	38,9	39,1
Totale	100	100	100	100

Controllando la relazione tra costo e risparmio dell'acqua per reddito pro-capite emerge ancora una volta un'associazione inversa a quella che ci si potrebbe aspettare. In ognuna delle fasce di reddito identificate sono le donne che considerano poco costosa l'acqua a mostrare più propensione a ridurne il consumo. Questa attenzione al tema dell'acqua potrebbe quindi dipendere da elementi di natura identitaria e culturale. In effetti, la partecipazione associativa, non in generale ma in alcune specifiche organizzazioni, sembra associarsi con una maggiore attenzione al consumo di acqua. Le donne che sono iscritte o partecipano alle attività di associazioni ambientaliste e di difesa dei consumatori sono particolarmente propense ad evitare sprechi, mentre l'associazionismo di altri tipi non sembra avere legami con questi comportamenti virtuosi.

⁷ Per il calcolo dell'indice è stato assegnato punteggio 1 ad ogni risposta che esprimeva accordo pieno (molto d'accordo) con le tre frasi relative al risparmio di acqua (d8 3,4,5); sono stati poi sommati i punteggi. L'indice varia da 0 a 3 punti, più è alto il punteggio maggiore la propensione a non sprecare l'acqua.

Attenzione al consumo di acqua per partecipazione associativa

Indice di propensione al risparmio di acqua	Ass. ambientalista	Ass. cooperazione	Ass. difesa diritti	Ass. consumatori	Totale
0	16,5	18,6	17,3	17,0	23,9
1	24,1	26,3	29,3	23,9	26,9
2	12,7	16,8	18,8	14,8	12,3
3	46,8	38,3	34,6	44,3	36,9
Totale	100	100	100	100	100

Anche il livello di informazione si associa al risparmio di acqua: sono le donne più informate, in particolare quelle che utilizzano internet, ad essere più d'accordo con i comportamenti responsabili.

Attenzione al consumo di acqua per frequenza di lettura quotidiani e internet per informarsi

Indice di propensione al risparmio di acqua	Letture frequenti di quotidiani	Letture scarsa/nulla di quotidiani	Uso frequente di internet	Uso scarso/nulla di internet	Totale
0	22,0	27,1	23,4	25,5	23,9
1	26,8	27,1	26,2	34,6	26,9
2	13,2	10,8	13,6	12,4	12,3
3	38,0	35,0	36,8	27,5	36,9
Totale	100	100	100	100	100

Riduzione del consumo di energia e di acqua – conoscenza degli strumenti di risparmio

Le donne intervistate si dichiarano in buona parte ben informate sugli strumenti di riduzione dei consumi energetici nelle abitazioni. Il più conosciuto è la lampadina a basso consumo: meno di una donna su cento non la conosce per nulla e più di nove su dieci dichiarano di essere esperte. La riduzione dei consumi energetici passa molto spesso anche dall'utilizzo consapevole degli elettrodomestici attraverso lo spegnimento completo (non in *stand-by*), da una parte, e la scelta di quelli a basso consumo, dall'altra. Anche in questo caso siamo di fronte a donne che in gran parte conoscono bene la questione (più di otto su dieci), mentre le donne che ignorano questi strumenti sono molto poche. Anche l'attenzione generale ad un uso accorto dell'energia è un fatto molto diffuso tra le intervistate. Vi è poi una fascia di mezzi tecnici meno conosciuti ma anch'essi piuttosto popolari, che risultano quasi o del tutto ignoti a più di una donna su quattro del nostro campione: la preferenza per lo scaldabagno a gas su quello elettrico, le caldaie efficienti e l'isolamento degli infissi. Il quadro peggiora notevolmente quando si tratta di argomenti come i riduttori di flusso dell'acqua e le valvole termostatiche ai caloriferi. In questi casi, meno della metà delle intervistate conosce bene lo strumento e tra un quinto ed un quarto non sa di cosa si tratti. Questi sono evidentemente argomenti più complessi nel caso delle valvole termostatiche e comunque meno chiari e meno trattati dagli operatori del settore, dagli amministratori pubblici e dai mezzi di informazione. Nel caso dei riduttori di flusso probabilmente una parte delle intervistate non sa di cosa si tratti pur avendoli installati nei rubinetti di casa; stiamo infatti parlando di strumenti tecnici piuttosto diffusi, ma spesso non applicati direttamente da chi abita l'appartamento e con tutta evidenza poco conosciuti.

d9 Conoscenza di strumenti di riduzione consumi (%)

	Conosco bene	Conosco per sentito dire	Non conosco	N
Spegnimento completo degli elettrodomestici (tv, radio, DVD, ecc.)	84,6	13,5	1,8	865
Lampadine a basso consumo	91,3	7,9	0,8	876
Riduttori del flusso d'acqua	44,5	35,4	20,1	851
Valvole termostatiche per termosifoni	40,5	34	25,6	857
Isolamento di infissi	75,8	20,9	3,4	858
Uso di elettrodomestici a basso consumo energetico	84,8	14	1,1	871
Preferire il gas all'elettricità per riscaldare acqua	79	15,5	5,5	862
Caldaie efficienti dal punto di vista energetico	72,6	22	5,5	861
Risparmio tramite comportamenti di consumo moderati ed accorti	82,7	14,9	2,4	866

22

Se prendiamo proprio gli strumenti meno popolari (riduttori di flusso acqua e valvole termostatiche ai caloriferi) vediamo che il livello di conoscenza migliora al crescere del titolo di studio, così come accade per le lampadine e gli elettrodomestici a basso consumo e le caldaie efficienti. La preferenza per il gas rispetto all'energia elettrica per riscaldare l'acqua sembra essere invece più conosciuto tra le donne meno giovani e meno istruite, probabilmente perché è ormai un fatto risaputo e non presuppone, quindi, un livello di informazione e conoscenze alto e si lega molto alla possibilità di risparmio economico, rendendo immediatamente compatibile la riduzione della spesa con i benefici ambientali.

d9 Buona conoscenza di strumenti di riduzione consumi per titolo di studio (% sul totale)

	Al max licenza media	Diploma profes.	Diploma media superiore	Laurea
Spegnimento completo degli elettrodomestici	84,6	85,2	83,2	86,2
Lampadine a basso consumo	85,2	89,7	91,9	94,3
Riduttori del flusso d'acqua	41,3	49,5	42,9	45,2
Valvole termostatiche per termosifoni	34,5	42,5	37,8	46,0
Isolamento di infissi	66,2	70,5	75,4	83,6
Uso di elettrodomestici a basso consumo energetico	82,3	78,9	84,8	88,2
Preferire il gas all'elettricità per riscaldare acqua	83,1	80,4	77,8	77,0
Caldaie efficienti dal punto di vista energetico	54,8	69,8	75,3	79,7
Risparmio tramite comportamenti di consumo moderati ed accorti	74,1	81,3	81,8	88,6

Il livello di informazione potrebbe, per l'appunto, essere influente sulla conoscenza degli strumenti di riduzione dei consumi.

In effetti, la lettura dei quotidiani e la consultazione di internet per informarsi si associano quasi sempre ad una maggiore conoscenza degli strumenti indagati.

d9 Buona conoscenza di strumenti di riduzione consumi per livello di informazione (% sul totale)

	Letture frequenti di quotidiani	Letture scarse di quotidiani	Uso frequente di internet per informarsi	Uso scarso di internet per informarsi
Spegnimento completo degli elettrodomestici (tv, radio, DVD, ecc.)	86,6	81,3	86,2	80,3
Lampadine a basso consumo	93,6	87,6	95,1	84,0
Riduttori del flusso d'acqua	44,8	44,0	45,3	41,6
Valvole termostatiche per termosifoni	44,0	34,5	43,7	35,5
Isolamento di infissi	78,3	71,5	78,4	69,1
Utilizzo di elettrodomestici a basso consumo energetico	86,3	82,4	86,1	83,1
Preferire il gas all'elettricità per riscaldare acqua (es. scaldabagno)	82,5	73,1	78,9	80,1
Caldaie efficienti dal punto di vista energetico	78,1	63,2	76,8	64,3
Risparmio tramite comportamenti di consumo moderati ed accorti	85,5	78,0	84,4	79,7

23

Per quanto riguarda l'età, la conoscenza di questi mezzi tecnici assume una forma a U rovesciata: sono cioè le donne tra i 35 ed i 64 anni a dichiarare un livello di conoscenza più alto rispetto alle giovani e alle donne mature.

Riguardo alle intervistate sotto i 35 anni va ricordato che una parte di esse (intorno ad un terzo) vive ancora nella famiglia d'origine e quindi non si assume direttamente la responsabilità di gestione della casa e di conseguenza non prende in prima persona decisioni rilevanti sul tema ambientale.

d9 Buona conoscenza di strumenti di riduzione consumi per classe d'età (% sul totale)

	fino a 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più
Spegnimento completo degli elettrodomestici (tv, radio, DVD, ecc.)	83,5	84,8	84,9	85,4	82,5
Lampadine a basso consumo	91,9	93,2	95,9	89,0	80,8
Riduttori del flusso d'acqua	36,1	45,8	48,4	43,9	42,9
Valvole termostatiche per termosifoni	32,0	40,6	44,3	42,6	37,8
Isolamento di infissi	60,3	81,9	79,8	80,0	62,7
Utilizzo di elettrodomestici a basso consumo energetico	78,0	88,9	89,0	83,6	77,1
Preferire il gas all'elettricità per riscaldare acqua (es. scaldabagno)	64,2	72,2	85,1	86,6	82,0
Caldaie efficienti dal punto di vista energetico	65,3	76,6	76,7	71,9	64,0
Risparmio tramite comportamenti di consumo moderati ed accorti	76,2	83,9	84,7	82,0	83,7

Riduzione del consumo di energia e di acqua - comportamenti

Prendendo in considerazione gli stessi mezzi di riduzione dei consumi energetici, ma in relazione al reale utilizzo e non alla semplice conoscenza degli stessi, possiamo osservare che sono più frequenti le forme di risparmio di energia elettrica come l'uso di lampadine e di elettrodomestici a basso consumo e la riduzione della temperatura nell'uso della lavatrice.

In generale, però, bisogna segnalare lo scarso uso di mezzi come i riduttori del flusso d'acqua, le valvole sui termosifoni, l'isolamento del cassonetto degli avvolgibili e l'eliminazione dell'asciugatura della lavastoviglie.

Si tratta di tecniche poco conosciute dalle rispondenti, per quanto riguarda i primi due lo sappiamo dai nostri stessi dati.

Le intervistate potrebbero, insomma, non sapere cosa sono né se sono effettivamente installati; oppure si tratta di strumenti non utilizzabili per la mancanza in casa dello specifico elettrodomestico o mezzo tecnico sul quale lo strumento si applica, come si può osservare dalla seconda colonna di dati (non so/non pertinente).

d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale)

	si	Non so/ non pertinente
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	69,3	1,7
Usa lampadine a basso consumo	89,0	0,7
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	28,6	5,1
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	23,7	9,8
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	91,8	1,7
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	71,8	16,9
Ha isolato con un pannello il cassonetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	29,2	18,4
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	32,0	22,8
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	82,1	3,4
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	81,3	4,2
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	74,7	6,4
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	55,9	11,4
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	65,7	9,7

L'associazione tra uso degli strumenti di riduzione del consumo e livello di istruzione risulta per lo più debole.

La pratica di tecniche di risparmio energetico assume in buona parte una forma ad U rovesciata in base all'età (le giovani che vivono coi genitori non si assumono direttamente compiti rilevanti su questo argomento), esattamente come abbiamo visto in relazione alla conoscenza degli strumenti di risparmio.

Vi sono alcune eccezioni interessanti. Le valvole termostatiche sui caloriferi, lo scaldabagno a gas e non elettrico, l'efficienza della caldaia, l'isolamento del cassetto degli avvolgibili e la moderazione della temperatura in casa sono più diffusi tra le donne oltre i 55 anni.

d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale) per età

	fino a 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	65,0	63,8	69,9	74,4	75,0
Usa lampadine a basso consumo	88,6	92,7	89,9	89,4	79,6
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	24,0	28,2	31,5	30,1	26,0
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	18,9	20,4	23,7	28,2	26,5
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	89,3	93,0	92,3	94,5	86,4
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	67,8	74,9	78,7	72,3	53,8
Ha isolato con un pannello il cassetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	19,2	28,7	28,0	35,5	32,6
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	27,9	34,1	33,2	29,8	33,0
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	78,7	85,6	84,9	80,2	76,2
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	76,9	84,7	84,5	80,2	74,0
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	62,0	72,0	77,5	80,8	78,0
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	49,6	56,1	54,8	59,6	57,9
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	60,7	64,2	63,9	68,2	73,8

Mentre il livello di istruzione non si associa ai comportamenti "sostenibili", le variabili di tipo identitario e culturale sembrano avere una relazione con essi.

Le donne che hanno livelli medio-alti di esposizione all'informazione attraverso internet e carta stampata risultano più propense al risparmio energetico, anche se non in tutte le sue declinazioni pratiche.

**d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale)
per livello di informazione**

	Lettura frequente di quotidiani	Lettura scarsa di quotidiani	Uso frequente di internet per informarsi	Uso scarso di internet per informarsi
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	72,5	63,9	68,0	71,5
Usa lampadine a basso consumo	89,6	88,1	90,7	84,5
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	29,6	26,9	30,6	23,9
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	26,3	19,2	25,3	21,3
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	92,1	91,4	92,6	90,9
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	73,9	68,2	74,8	64,6
Ha isolato con un pannello il cassonetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	32,4	23,8	29,4	28,1
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	31,3	33,1	31,5	29,7
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	84,3	78,4	84,2	78,9
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	84,1	76,5	83,4	78,2
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	76,4	71,9	76,0	73,9
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	58,3	51,9	57,5	51,9
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	63,3	69,7	64,9	64,7

La partecipazione associativa ha un legame positivo con i comportamenti di risparmio energetico. Molte delle azioni elencate nel questionario sono più frequenti tra coloro le quali prendono parte alle attività associative.

**d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale)
per tipologia di partecipazione associativa**

	Nessuna partec.	Partec. debole	Partec. intensa mono assoc.	Partec. intensa 2 assoc.	Partec. intensa 3 o più assoc.
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	72,4	67,0	65,7	73,7	68,3
Usa lampadine a basso consumo	86,3	88,8	89,4	88,7	95,2
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	19,9	30,4	33,2	25,0	40,4
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	20,2	19,8	26,5	27,9	26,9
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	86,0	95,2	94,2	91,6	94,3
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	63,4	74,3	71,5	81,5	73,0
Ha isolato con un pannello il cassonetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	25,8	24,9	32,2	32,1	34,7
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	34,1	31,0	36,9	22,1	33,0
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	82,7	84,4	82,6	77,5	81,9
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	79,0	84,2	81,0	80,0	83,5
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	64,7	76,0	80,5	77,6	78,8
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	52,9	55,3	55,7	61,9	55,9
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	65,8	67,0	68,5	65,5	57,8

Sono soprattutto le donne che prendono parte alle associazioni legate ai temi dei diritti e della cooperazione, oltre ovviamente alle associazioni specificamente ambientaliste, ad essere più attente al risparmio energetico.

Nella tabella sottostante sono messe a confronto le donne che hanno un qualche tipo di rapporto con associazioni ambientaliste, di cooperazione, di difesa dei diritti e di consumatori con l'insieme del campione.

Emerge che per alcuni comportamenti di risparmio energetico il peso delle scelte culturali, appunto far parte di un'associazione con determinati orientamenti, ha particolare influenza.

Ed è molto interessante che non solo l'associazionismo ambientalista, ma anche altri tipi di partecipazione affine, assumono la medesima rilevanza sui comportamenti sostenibili.

**d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale)
per tipo di associativa frequentata**

	Ass. ambientalista	Ass. cooperazione	Ass. difesa diritti	Ass. consumatori	Totale intervistate
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	79,5	73,2	72,4	74,4	69,3
Usa lampadine a basso consumo	93,2	92,4	93,7	90,9	89,0
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	41,9	31,6	45,6	41,9	28,6
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	23,0	21,7	30,6	32,6	23,7
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	97,3	97,5	94,5	92,9	91,8
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	76,4	76,6	83,9	70,0	71,8
Ha isolato con un pannello il cassonetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	33,8	24,2	37,1	46,5	29,2
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	29,0	28,1	27,7	28,2	32,0
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	85,1	77,4	79,5	62,8	82,1
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	83,8	81,1	85,6	77,5	81,3
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	71,6	74,2	79,2	81,4	74,7
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	51,4	47,4	58,1	65,1	55,9
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	57,5	58,3	64,0	72,1	65,7

L'interesse per la politica e la partecipazione attiva si associano alla pratica di azioni di risparmio energetico.

Insomma, emerge un chiaro profilo di ordine culturale dei comportamenti di rispetto ambientale, che appaiono più rilevanti delle variabili di status sociale (istruzione).

d10 Mettono in pratica questi comportamenti (% sul totale) per partecipazione politica

	Politica- mente impegnato	Mi tengo al corrente senza parteciparvi	Lasciare la politica a persone più compe- tenti di me	Non mi interessa	Totale
Spegne completamente gli elettrodomestici, tv, radio (non li lascia in stand by)	64,1	73,3	63,5	57,1	68,6
Usa lampadine a basso consumo	93,3	89,4	90,0	77,8	88,8
Ha installato i riduttori del flusso dell'acqua	51,9	28,0	22,6	14,8	28,9
Ha installato valvole termostatiche sui termosifoni	26,7	25,2	16,5	24,7	23,8
Usa la lavatrice a temperature basse (40-60 gradi)	98,1	90,7	92,1	89,3	91,8
Usa la lavastoviglie solo quando è a pieno carico	83,5	72,7	62,9	66,7	71,8
Ha isolato con un pannello il cassonetto degli avvolgibili per ridurre spifferi	36,6	29,3	27,6	17,5	28,7
Evita di utilizzare l'asciugatura ad aria calda della lavastoviglie	42,3	30,9	24,8	32,5	31,5
Utilizzare il frigorifero di classe A (risparmio energetico massimo)	85,6	84,4	79,3	74,7	82,6
Utilizzare la lavatrice di classe A (risparmio energetico massimo)	89,3	82,5	79,4	73,8	82,0
Usa scaldabagno a gas e non elettrico	82,4	74,6	76,8	70,7	75,6
Ha fatto installare negli ultimi anni una caldaia più efficiente	55,4	57,7	54,7	44,4	55,5
Regola la temperatura di casa a 20 gradi massimo in inverno	55,3	64,8	69,8	67,5	64,7

La raccolta differenziata dei rifiuti

Uno dei temi più rilevanti in campo ambientale e una delle questioni più discusse nell'opinione pubblica del nostro paese è la raccolta differenziata di alcuni materiali di scarto.

A questo proposito è stato chiesto alle donne di esprimersi da una parte sulla possibilità concreta di effettuare la raccolta differenziata, in base alle decisioni prese dall'amministrazione pubblica del proprio comune di residenza, dall'altra sull'effettiva pratica del riciclo ed il relativo livello di cura nel metterlo in pratica.

Il livello generale della diffusione della raccolta differenziata appare molto alto per tutti i tipi di materiali trattabili, eccetto per l'umido che risulta, secondo le nostre intervistate, meno diffuso nei comuni di residenza. In particolare, meno della metà delle donne residenti a Milano sostiene di avere la possibilità di mettere in pratica la divisione dell'umido dal resto della spazzatura. È proprio questa percentuale ad abbassare la media generale della raccolta separata dell'umido rispetto a quella degli altri materiali, risultando più virtuosi, quindi, i comuni della provincia milanese e delle altre province rispetto al capoluogo.

d11 Nel suo comune viene effettuata la raccolta differenziata di...
(% sul totale rispondenti)

	Milano città	Milano provincia	Altra provincia	Totale	N
Carta	99,5	99,7	97,5	99,3	883
Lattine	92,3	98,1	90,4	94,6	802
Plastica	99,2	99,7	96,6	99,1	877
Umido	43,3	87,8	92,2	70,2	586
Vetro	99,7	100,0	98,3	99,7	879

Se passiamo alla pratica della differenziazione dei rifiuti, le percentuali rimangono alte, sinonimo di comportamenti virtuosi frutto presumibilmente anche di una certa abitudine a questa pratica. Il riciclo del vetro e della plastica risultano più diffusi, mentre l'umido è comprensibilmente poco differenziato, considerando che buona parte delle donne vive a Milano, dove risulta meno facile questa pratica (sperimentazione in alcune zone). Bisogna però dire che solo sei intervistate su dieci residenti in comuni "virtuosi" (dove la raccolta viene effettuata) è solita raccogliere separatamente i rifiuti organici. Sembra, cioè, emergere un doppio problema relativo alla raccolta differenziata dell'umido, uno di carattere politico-amministrativo, che riguarda Milano, e l'altro di carattere sociale, la limitata diffusione di questa abitudine anche nei comuni più virtuosi.

d12 Alto livello di cura nella raccolta differenziata per presenza riciclo nel comune di residenza (% sul totale)

	Tutte	Residenti in città che prevedono la raccolta differenziata	Residenti in città che non prevedono la raccolta differenziata
Carta	89,3	90,1	16,7
Lattine	81,6	86,6	4,4
Plastica	90,7	91,4	0,0
Umido	61,6	82,3	4,0
Vetro	94,8	95,1	0,0

Donne che hanno dichiarato di effettuare la raccolta differenziata con molta cura sul totale delle intervistate

Con l'età aumenta il livello di cura nella raccolta differenziata, mentre al titolo di studio alto si associa minore cura nel differenziare l'umido e nessuna evidente distinzione per gli altri tipi di raccolta. Controllando per zona di residenza (essendo le laureate più numerose a Milano rispetto alle altre zone, l'associazione potrebbe essere spuria, cioè dipendere da questo fattore) risulta che proprio a Milano le laureate siano meno attente alla raccolta dell'umido.

Va poi sottolineato che a parità di livello di istruzione⁸ l'età più avanzata si associa comunque alla maggiore cura nella raccolta differenziata dei rifiuti.

d12. Alto livello di cura nella raccolta differenziata per fascia d'età (% sul totale)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Carta	83,1	86,8	91,1	92,7	93,6	89,6
Lattine	72,4	81,7	82,4	88,0	79,8	81,7
Plastica	81,3	89,5	92,4	96,0	90,8	90,8
Umido	54,1	60,0	69,2	59,2	60,9	61,5
Vetro	88,7	95,9	95,5	97,5	93,5	94,9

⁸ Il titolo di studio è stato dicotomizzato tra donne che hanno raggiunto al massimo il diploma professionale e quelle che si sono diplomate o laureate.

Sembra emergere una minore propensione delle giovani donne alla raccolta differenziata; essa è sì mitigata dalla distinzione del ruolo all'interno del nucleo familiare, tra giovani indipendenti, più propense alla raccolta differenziata, e quelle che vivono nella famiglia d'origine, ma rimane valida nel complesso. È vero, infatti, che le giovani "indipendenti" (che hanno lasciato casa dei genitori) sono comunque meno attente alla raccolta differenziata rispetto alle donne più mature, in particolare quelle dai 45 anni in su.

d12. Alto livello di cura nella raccolta differenziata per condizione familiare delle giovani (% sul totale delle intervistate fino ai 34 anni)

	Vive con i genitori	Indipendente	Totale
Carta	77,3	86,3	83,1
Lattine	65,1	76,3	72,4
Plastica	76,7	83,8	81,3
Umido	64,1	48,6	54,1
Vetro	84,1	91,3	88,7

Il dato relativo all'umido è influenzato dal fatto che le giovani indipendenti vivono per metà a Milano

31

Il livello di informazione differenzia quasi per nulla il comportamento nella raccolta differenziata; nel caso dell'umido addirittura sono le meno informate (tendenzialmente meno giovani) a fare più attenzione alla suddivisione.

Le donne che partecipano ad associazioni ambientaliste sono più propense a mettere in pratica la raccolta differenziata, eccetto quella dell'umido, che evidentemente fatica ad entrare nelle abitudini anche delle donne in generale più attente all'ambiente. Queste forme di associazionismo, eccetto la cooperazione, sono più frequenti tra le residenti a Milano città, che concede meno possibilità di fare la raccolta dell'umido. Si potrebbe quindi avere una relazione spuria tra variabili. Verificando per area di residenza, però, abbiamo la conferma che in particolare a Milano, ma spesso anche negli altri comuni sono proprio le donne che stanno in associazioni, sia ambientaliste sia legate alla difesa dei diritti, ad essere meno attente alla raccolta differenziata.

d12. Alto livello di cura nella raccolta differenziata per associazionismo

	Ass. ambientalista	Ass. cooperazione	Ass. difesa diritti	Ass. consumatori	Totale intervistate
Carta	93,3	88,3	93,7	90,5	89,6
Lattine	94,4	86,9	88,7	82,2	81,7
Plastica	96,0	93,2	96,1	94,0	90,8
Umido	45,6	60,1	48,7	60,9	61,5
Vetro	98,7	95,7	98,4	94,0	94,9

Prodotti biologici per la pulizia

Anche la scelta di prodotti biologici per la cura di sé, dell'abbigliamento e della casa può dare indicazioni sull'atteggiamento delle donne verso l'ambiente. L'utilizzo di beni di consumo alternativi in questo campo appare abbastanza limitato; risulta abbastanza diffuso solo l'acquisto di prodotti biologici per i capelli e per il corpo, mentre l'attenzione all'impatto dei prodotti di pulizia della casa è limitato a circa un quinto/un quarto delle intervistate.

d13 Utilizzo di prodotti biologici per la pulizia negli ultimi 3 mesi

Prodotti per:	% sul totale rispondenti
I capelli	39,4
La pelle, le mani, il viso	48,0
I pavimenti	24,2
I capi di abbigliamento	25,3
I vetri	19,7
I mobili	19,5
I fornelli	17,4

Il livello di istruzione non sembra associarsi alla scelta tra prodotti biologici e non; le più giovani sono meno attente ai prodotti biologici per capelli e pavimenti.

Molto forte sembra l'associazione con il reddito pro-capite: le donne con più disponibilità economica sono quelle che maggiormente consumano beni biologici per la pulizia.

32

d13 Utilizzo di prodotti biologici per la pulizia negli ultimi 3 mesi - reddito procapite (%)

Prodotti per:	fino a 500	500-1000	1000-1500	oltre 1500	Totale
I capelli	37,2	34,3	36,9	50,5	37,8
La pelle, le mani, il viso	42,5	40,2	48,7	62,2	46,3
I pavimenti	26,1	20,9	21,8	26,1	22,7
I capi di abbigliamento	19,8	21,6	26,0	29,3	23,8
I vetri	19,8	15,3	17,3	27,2	18,3
I mobili	18,9	16,1	16,5	30,4	18,6
I fornelli	17,1	11,2	15,6	28,3	16,0

Le donne che partecipano alle associazioni di consumatori e quelle ambientaliste scelgono relativamente più spesso questi prodotti biologici.

Sezione 2: le lavoratrici

Una parte del questionario era rivolta alle donne occupate (retribuite per almeno 16 ore alla settimana) al momento della rilevazione. Sono stati affrontati due temi: il consumo di acqua ed energia sul posto di lavoro ed i mezzi di trasporto utilizzati per recarsi al lavoro.

Comportamento rispetto al consumo di acqua e di energia

Dalle informazioni raccolte sul consumo sul posto di lavoro di acqua ed energia per riscaldamento e condizionatori, emerge per prima cosa che sull'utilizzo dell'acqua le lavoratrici hanno la possibilità di intervenire e dichiarano generalmente di prestare la medesima attenzione prestata a casa, mentre sul consumo energetico la libertà di scelta è molto meno diffusa.

Poco più della metà delle intervistate dice di poter intervenire direttamente sul livello di consumo per riscaldamento e condizionamento dell'aria sul posto di lavoro, ma tra queste l'attenzione a tenerlo basso è prevalente.

d15 Consumo di acqua ed energia sul luogo di lavoro (%)

	Acqua	Riscaldamento	Condizionatore
Meno attenzione	12,5	15,4	18,0
Stessa o più attenzione	78,9	35,1	37,2
Non posso farci nulla	8,7	49,5	44,8
Totale	506	481	460
<i>Mancante di sistema (N)</i>	80	105	126

Per tipo di professione e per livello professionale non si individuano differenze rilevanti nel risparmio di acqua, mentre distinguendo tra lavori autonomi e dipendenti emergono differenze rispetto alla gestione del consumo energetico per riscaldare o raffreddare l'ambiente di lavoro.

Le professioniste e le lavoratrici autonome, che abbiamo distinto dalle occupate dipendenti, sono in genere più responsabilizzate ("non posso farci nulla" è limitato ad un quarto delle intervistate) ed il livello di attenzione al risparmio di energia ne risente positivamente.

33

Insomma, dove possono intervenire, in genere le donne coinvolte da questa ricerca tendono a mettere in pratica comportamenti virtuosi.

d15 Consumo di acqua ed energia sul luogo di lavoro per tipo di occupazione (%)

		Autonome	Dipendenti	Totale
Acqua	meno attenzione	11,1	13,5	13,1
	stessa o più attenzione	79,0	78,1	78,3
	non posso farci nulla	9,9	8,3	8,6
	Totale	100	100	100
Riscaldamento	meno attenzione	16,2	15,5	15,6
	stessa o più attenzione	58,8	30,5	34,8
	non posso farci nulla	25,0	54,0	49,5
	Totale	100	100	100
Condizionatore	meno attenzione	19,7	18,3	18,5
	stessa o più attenzione	54,5	34,2	37,3
	non posso farci nulla	25,8	47,5	44,1
	Totale	100	100	100

È interessante far notare che tra le lavoratrici che risultano più attente al risparmio di acqua sul posto di lavoro è più forte anche la propensione al risparmio di acqua nella propria abitazione, misurata con l'indice già visto nella prima sezione dell'analisi⁹: alla minore attenzione al risparmio dell'acqua durante le ore di lavoro ("meno attenzione" nella prima colonna) corrisponde minore propensione al risparmio a casa (1,2 di media dell'indice).

Si tratta di una coerenza di comportamento tra sfera pubblica e privata per nulla scontata e che va ricondotta senz'altro alla considerazione dell'importanza in sé della risorsa acqua.

⁹ Come spiegato nella nota 7, l'indice varia da 0 a 3 punti, il punteggio massimo indica grande propensione al risparmio di acqua presso la propria abitazione.

d15 Consumo di acqua sul luogo di lavoro per propensione al risparmio di acqua a casa

	Media indice propensione al risparmio acqua a casa	N
Meno attenzione	1,2	63
Stessa o più attenzione	1,6	399
Non posso farci nulla	1,4	44
Totale	1,5	506

Se togliamo dall'analisi le lavoratrici che non possono materialmente intervenire sui consumi sul luogo di lavoro, possiamo notare che le giovani occupate sono meno attente rispetto a quelle oltre i 34 anni¹⁰ al consumo energetico, riscaldamento e condizionamento dell'aria, mentre la sensibilità verso l'acqua è relativamente più equilibrata per età.

Alto livello attenzione per i consumi di acqua ed energia (% sul totale)

	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	Totale
Acqua	85,5	80,8	88,0	93,7	86,3
Riscaldamento	55,9	67,5	67,1	82,2	69,3
Condizionatore	45,2	73,7	61,6	86,0	67,1

Donne che hanno risposto "stessa o più attenzione rispetto a casa" sul totale delle lavoratrici

Il livello educativo si associa ad una maggiore propensione al risparmio sul riscaldamento, si nota la maggiore attenzione tra le laureate e diplomate rispetto alle meno istruite, mentre il minore consumo di acqua ed energia usata per i condizionatori assume variazioni poco lineari.

Alto livello attenzione per i consumi di acqua ed energia (% sul totale)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media superiore	Laurea	Totale
Acqua	88,9	80,4	89,8	83,8	86,3
Riscaldamento	60,0	65,2	71,2	70,0	69,4
Condizionatore	62,5	71,4	64,8	69,4	67,2

Donne che hanno risposto "stessa o più attenzione rispetto a casa" sul totale delle lavoratrici

I mezzi di trasporto

Ancora all'interno della tema occupazione-ambiente, di grande importanza è l'uso di mezzi di trasporto per spostarsi da casa al posto di lavoro.

In generale, si osserva che l'auto privata rappresenta il mezzo più diffuso per recarsi al lavoro, seguita a distanza dalla metropolitana e dal camminare.

d16 Mezzo di trasporto usato e frequenza di utilizzo (%)

	Treno	Metro	Auto	Autobus	Tram	Bici	Moto	Piedi
Ogni giorno	20,1	41,3	64,0	28,8	23,2	15,2	10,1	47,1
Spesso	4,8	10,1	7,1	7,2	11,0	12,6	3,4	11,4
Ogni tanto	5,7	10,4	10,6	13,3	13,8	9,4	4,7	11,8
Occasionalmente	69,4	38,2	18,4	50,8	52,0	62,8	81,9	29,6
Totale	100							

¹⁰ Non abbiamo incluso le donne lavoratrici oltre i 64 anni perché numericamente molto scarse e quindi i relativi risultati sono difficili da interpretare.

Ovviamente la scelta dei mezzi di trasporto dipende dall'area di residenza. Metropolitana, autobus e tram, ma anche la bicicletta sono più frequenti tra chi è residente nel comune di Milano, mentre in provincia è relativamente più diffuso l'uso dell'auto, utilizzata da tre quarti delle intervistate non milanesi.

Il treno è molto più utilizzato fuori dalla provincia di Milano, mentre andare (anche) a piedi è abitudine giornaliera per circa metà delle intervistate senza grandi differenze tra aree di residenza.

d16. Usano ogni giorno... per area di residenza (%)

	Milano città	Milano provincia	Altra provincia	Totale
Treno	9,8	13,1	48,0	19,5
Metropolitana	43,8	37,0	39,6	40,6
Auto	38,5	76,0	75,3	64,2
Autobus	32,8	22,9	21,2	27,7
Tram	28,5	15,0	17,6	22,5
Bici	19,6	10,9	15,6	15,4
Moto	15,9	7,7	-	10,1
Piedi	45,3	47,4	51,2	46,9

35

Fin qui abbiamo analizzato l'uso di ogni mezzo di trasporto in sé, valutando la frequenza di utilizzo di ognuno di essi. Prendiamo ora in considerazione la possibile combinazione di mezzi diversi, includendo nel calcolo di un indice il mezzo scelto ogni giorno o spesso (3-4 volte alla settimana)¹¹. Su questo tipo di informazione, tenendo conto che la residenza assume tale importanza per la scelta del mezzo per recarsi al lavoro, valuteremo le caratteristiche sociali delle donne sempre divise per le tre aree individuate, in modo da tenere sotto controllo il fattore spaziale. Gran parte delle rispondenti usa frequentemente un solo mezzo di trasporto, soprattutto se vive fuori Milano ma in quella provincia; tra le intervistate occupate residenti a Milano città e nelle altre province la combinazione di più mezzi risulta più frequente.

Indice di utilizzo di più mezzi per area di residenza (%)

	Milano città	Milano provincia	Altra provincia	Totale
1	65,4	80,6	62,8	72,1
2	20,4	12,4	17,4	16,2
3	9,9	3,3	11,6	7,1
4	3,1	2,9	7,0	3,7
5	1,0	0,8	1,2	1,0
Totale	100	100	100	100

È ben noto che rispetto alla qualità della vita e alla questione ambientale è l'utilizzo dell'auto a creare problemi. Vediamo quindi quanto sia diffuso l'uso di mezzi alternativi ad essa. Anche in questo caso prendiamo in considerazione i mezzi utilizzati quotidianamente o spesso, ma escludiamo la sola auto dall'indice dei mezzi di trasporto utilizzati.

¹¹ L'indice misura il numero di mezzi utilizzati sempre o di frequente: è stato assegnato 1 punto per ogni mezzo degli otto più frequenti tra quelli previsti dal questionario (Treno, Metropolitana, Auto, Autobus, Tram, Bici, Moto, Piedi) utilizzato dalle intervistate ogni giorno o 3-4 volte alla settimana. L'indice può quindi variare da 0 (nessuno di questi mezzi viene utilizzato spesso o quotidianamente) a 8 (tutti i mezzi sono utilizzati spesso o sempre per recarsi al lavoro). Sono escluse dalle analisi le donne (n=58) che non utilizzano di frequente alcun mezzo degli otto indicati.

Secondo questo calcolo (tabella sottostante) una donna su quattro non usa spesso l'auto (valore superiore allo zero) e utilizza un solo mezzo di trasporto (incluso il camminare) e una su sette ne usa due.

Quattro donne su dieci, invece, usano in gran parte solo l'auto: si collocano nella categoria con valore zero, che indica che non utilizzano spesso o sempre nessuno degli altri mezzi per recarsi al lavoro.

Le intervistate che usano prevalentemente la sola auto sono più della metà delle lavoratrici intervistate fuori Milano e solo un quinto delle residenti nel capoluogo lombardo.

Numero di mezzi alternativi all'auto per area di residenza (%)

Numero mezzi	Milano città	Milano provincia	Altra provincia	Totale
0 (solo auto)	21,5	56,2	54,7	43,2
1	46,6	30,2	11,6	33,1
2	19,4	7,9	22,1	14,5
3 o più	12,6	5,8	11,6	9,2
Totale	100	100	100	100

36

L'età delle intervistate sembra influire sull'utilizzo dell'automobile solo tra le residenti di Milano.

Tra queste le più giovani sono meno propense ad utilizzare la sola auto per recarsi al lavoro, utilizzando più spesso delle altre donne più mezzi alternativi. Per il resto non si notano differenze d'età.

Numero di mezzi alternativi all'auto (%) per area di residenza e fascia d'età

	Numero mezzi	fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	Totale
Milano città	0 (solo auto)	11,4	29,1	22,0	19,4	21,5
	1	51,4	47,3	45,8	41,7	46,6
	2	20,0	14,5	18,6	27,8	19,4
	3 o più	17,1	9,1	13,6	11,1	12,6
	Totale	100	100	100	100	100
Milano provincia	0 (solo auto)	51,4	57,6	55,7	55,0	56,0
	1	37,1	27,1	30,4	32,5	30,3
	2	5,7	7,1	10,1	7,5	7,9
	3 o più	5,7	8,2	3,8	5,0	5,8
	Totale	100	100	100	100	100
Altra provincia	0 (solo auto)	55,6	54,1	54,2	57,1	54,7
	1	11,1	13,5	12,5	-	11,6
	2	22,2	21,6	20,8	28,6	22,1
	3 o più	11,1	10,8	12,5	14,3	11,6
	Totale	100	100	100	100	100

Le lavoratrici sopra i 64 anni sono state escluse dall'elaborazione per il loro scarso numero

Il titolo di studio si associa alla scelta del mezzo di trasporto.

A Milano sono le donne più istruite (e tendenzialmente di status sociale più alto) a usare più di frequente l'auto come unico mezzo di trasporto, mentre fuori dalla provincia di Milano si nota la relazione inversa.

Numero di mezzi alternativi all'auto per area di residenza e titolo di studio (%)

	Numero mezzi	Basso livello istruzione	Alto livello istruzione	Totale
Milano città	0 (solo auto)	3,4	24,7	21,5
	1	58,6	44,4	46,6
	2	24,1	18,5	19,4
	3 o più	13,8	12,3	12,6
	Totale	100	100	100
Milano provincia	0 (solo auto)	53,5	57,1	56,5
	1	27,9	30,1	29,7
	2	14,0	6,6	7,9
	3 o più	4,7	6,1	5,9
	Totale	100	100	100
Altra provincia	0 (solo auto)	75,0	49,2	55,3
	1	5,0	12,3	10,6
	2	15,0	24,6	22,4
	3 o più	5,0	13,8	11,8
	Totale	100	100	100

Livello di istruzione:

basso equivale al massimo a diploma professionale; alto corrisponde a diploma superiore e laurea

37

Dall'analisi non emerge alcun profilo culturale e identitario (atteggiamenti verso la società, partecipazione associativa e politica) delle lavoratrici che usano più spesso o unicamente l'auto.

Si potrebbe concludere da questo punto di vista che il mezzo di trasporto per recarsi al lavoro dipende probabilmente da una serie complessa di fattori, come il contesto territoriale in cui si vive e si lavora, la disponibilità di alternative all'auto privata, la disponibilità stessa di un'auto, i vincoli di tempo che si devono affrontare e così via. Incrociamo l'indice di utilizzo di mezzi alternativi all'auto con l'informazione rilevata sull'utilizzo di quest'ultima (tabella sottostante): ciò ci permette un ragionamento relativo alla combinazione tra auto e altri mezzi, meno o per nulla inquinanti.

Utilizzo combinato di auto (frequenza sulle colonne) e uno o più mezzi pubblici/non inquinanti (%)

Numero di mezzi alternativi all'auto	Usa l'auto ogni giorno	Usa l'auto spesso	Usa l'auto ogni tanto	Usa l'auto occasionalmente	Totale
0	83,5	-	-	-	57,8
1	8,1	92,9	60,0	43,1	22,1
2	4,8	-	14,3	33,3	10,7
3	3,7	7,1	25,7	23,6	9,4
N	272	14	35	72	393

Tra le donne che utilizzano l'auto ogni giorno otto su dieci lo fanno come unico strumento di locomozione, una su dieci la combina con un altro mezzo.

Si tratta di un'informazione interessante, che dovrebbe spingere a riflettere sulle politiche di trasporto da proporre per contrastare l'uso dell'auto, proponendo mezzi pubblici alternativi in tutto o in parte all'auto privata.

In particolare, si pensi ai parcheggi in corrispondenza dei capolinea dei mezzi

pubblici per limitare l'uso dell'auto delle persone che da fuori arrivano in città, oppure al problema della scarsità dei mezzi pubblici che collegano tra loro le zone esterne al centro urbano.

Meno frequente è l'uso dell'auto, di conseguenza cresce l'uso di diversi mezzi di trasporto: la maggior parte delle lavoratrici che non usa l'auto quotidianamente, utilizza un solo altro mezzo, probabilmente la prima in alternativa al secondo in relazione alle esigenze di mobilità, che possono mutare da un giorno all'altro anche se non cambia il luogo di destinazione.

Consumo

La scelta di cosa e quanto acquistare assume grande importanza in relazione alla qualità della vita e alla difesa dell'ambiente in società benestanti nelle quali il bene, il prodotto assume un ruolo centrale nella vita quotidiana.

Un consumo che va ben oltre i reali bisogni (il cosiddetto consumismo), anche nell'area alimentare, è un tratto caratteristico delle società più ricche.

38

Altro elemento rilevante riguarda le conseguenze indirette del consumo di prodotti alimentari e non.

Si pensi al trasporto dei beni di consumo oppure all'imballo utilizzato per trasportarli e venderli o ancora le risorse utilizzate per la produzione dei beni. Un utilizzo di materie prime spesso eccessivo rispetto al bisogno e molto legato al marketing, quindi all'esigenza di creare il bisogno stesso di consumo.

Alle intervistate è stato chiesto di esprimere il livello di importanza nell'acquisto di beni (alimentari e non) che assumono determinate caratteristiche (legate all'origine e alla qualità del prodotto) rispetto al prezzo, alla marca, alla confezione e ad altri elementi.

Partiamo dai consumi di beni alimentari.

L'attenzione delle intervistate si concentra particolarmente sugli alimenti di stagione e sulla provenienza italiana del prodotto: sette donne su dieci li ritengono molto importanti e un altro quinto delle intervistate assegna loro un'importanza media.

Nel complesso la quasi totalità delle donne (95-96%) coinvolte prende in considerazione queste caratteristiche nell'acquisto di alimenti.

Le qualità DOC e DOP degli alimenti sono ritenute molto influenti sulle scelte d'acquisto da quasi la metà delle intervistate e anche le carni provenienti da allevamenti non intensivi assumono rilevanza per molte delle intervistate: almeno otto donne su dieci assegnano importanza, media o alta, all'origine controllata del prodotto.

I prodotti a km zero, quelli biologici e quelli equo-solidali sono presi in considerazione nel complesso da circa i 2/3 delle intervistate, anche se coloro che li ritengono molto importanti nella scelta si fermano al 30%.

I prodotti a Km zero sembrano anche relativamente meno conosciuti: una donna su dieci intervistate non esprime un parere sul ruolo giocato da questa caratteristica degli alimenti da acquistare.

d17 Prodotti alimentari. Rispetto al prezzo, la marca, la confezione e gli altri elementi, quanto è per lei rilevante, nella scelta, il fatto che siano... (%)

	Molto rilevante	Abb. rilevante	Poco rilevante	Per nulla rilevante	Non sa	N
Alimenti di stagione	72,9	23,1	3,5	0,2	0,2	876
Prodotti biologici	18,6	38,6	30,5	10,7	1,6	857
Carni da allevamenti non intensivi	37,0 (39,1)	36,7 (38,9)	17,5 (18,5)	3,3 (3,5)	5,5	841
Prodotti a KM Zero	29,5 (32,9)	33,7 (37,5)	20,3 (22,6)	6,3 (7,0)	10,2	843
Prodotti tracciabili	53,3	30,1	9,4	3,3	3,9	850
Prodotti italiani	70,4	22,1	6,0	1,2	0,3	869
Prodotti DOC (Denominazione di Origine Controllata)	45,9	36,5	14,0	2,3	1,3	864
Prodotti DOP (Denominazione di Origine Protetta)	43,1	36,9	16,0	2,7	1,4	857
Prodotti equi e solidali	19,4	38,7	29,1	8,7	4,1	850
Prodotti IGP (Indicazione Geografica Protetta)	31,2	34,3	24,8	4,7	4,8	0,2

Tra parentesi la frequenza escluse le intervistate che non esprimono un parere ("non sa")

39

Alcuni specifici tipi di prodotto, tra l'altro proprio quelli più popolari, gli alimenti di stagione, quelli italiani, i prodotti a denominazione controllata e protetta di vario tipo, sono indicati come molto rilevanti più di frequente dalle donne meno istruite.

d17 Grande rilevanza nella scelta di prodotti alimentari per titolo di studio (% sul totale)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media sup.	Laurea	Totale
Alimenti di stagione	77,0	72,9	71,4	73,9	73,3
Prodotti biologici	21,0	10,8	17,6	21,1	18,4
Carni da allevamenti non intensivi	38,4	37,6	38,3	34,6	37,1
Prodotti a KM Zero	28,1	33,3	28,6	29,9	29,5
Prodotti tracciabili	50,4	54,0	53,1	54,1	53,0
Prodotti italiani	80,1	76,0	71,8	61,3	70,5
Prodotti DOC	57,2	50,5	48,1	35,2	46,0
Prodotti DOP	54,2	48,5	44,6	33,2	43,2
Prodotti equi e solidali	22,6	14,9	17,1	22,1	19,3
Prodotti IGP	43,2	33,3	29,5	26,2	31,2

Donne che considerano "molto rilevante" il fatto che il prodotto sia...

La disponibilità di risorse economiche potrebbe influenzare le scelte di acquisto. Gli alimenti di stagione, i prodotti a Km zero, quelli tracciabili e le carni di allevamento non intensivo sono più rilevanti per le donne con un reddito mediamente più alto rispetto alle altre intervistate.

d17 Grande rilevanza nella scelta di prodotti alimentari per reddito familiare (% sul totale)

	fino a 500	500-1000	1000-1500	oltre 1500	Totale
Alimenti di stagione	67,5	74,0	72,8	77,4	72,9
Prodotti biologici	18,0	16,1	16,1	23,9	17,5
Carni da allevamenti non intensivi	38,5	34,7	36,8	42,7	37,2
Prodotti a KM Zero	24,8	27,8	27,8	37,8	28,6
Prodotti tracciabili	51,3	53,4	50,9	57,1	52,7
Prodotti italiani	66,7	71,8	68,0	71,0	69,5
Prodotti DOC	42,7	48,1	44,9	44,6	45,6
Prodotti DOP	38,7	46,4	42,8	43,3	43,4
Prodotti equi e solidali	18,2	18,1	18,0	19,8	18,3
Prodotti IGP	31,1	32,9	27,6	30,8	30,6

Donne che considerano "molto rilevante" il fatto che il prodotto sia...

40

L'attenzione alla qualità e alla sostenibilità dei prodotti alimentari tende a crescere con l'età, anche se la tendenza cambia da un *item* all'altro. Le più giovani tra le intervistate sembrano meno attente a questo tipo di prodotti¹²; sono, invece, le fasce d'età mature, dai 45 anni in poi a preferire questi alimenti.

d17 Grande rilevanza nella scelta di prodotti alimentari per classe d'età (% sul totale)

	fino a 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Alimenti di stagione	59,7	69,3	73,1	80,8	80,8	72,9
Prodotti biologici	12,1	15,2	20,8	22,8	20,9	18,6
Carni da allevamenti non intensivi	27,0	34,9	40,4	42,9	37,0	37,2
Prodotti a KM Zero	21,6	31,4	30,7	32,5	27,5	29,6
Prodotti tracciabili	42,4	57,5	59,7	51,8	47,8	53,4
Prodotti italiani	58,4	66,8	74,0	72,0	83,8	70,6
Prodotti DOC	29,4	38,7	48,0	54,9	62,5	46,1
Prodotti DOP	24,6	36,7	44,5	52,8	60,6	43,3
Prodotti equi e solidali	17,1	13,9	21,7	23,2	21,7	19,4
Prodotti IGP	19,2	26,7	28,1	40,1	47,3	31,3

Tra parentesi la frequenza escluse le intervistate che non esprimono un parere ("non sa")

Alcune caratteristiche culturali-identitarie hanno una relazione con il consumo di beni alimentari alternativi al consumo di massa.

Si tratta però di alcuni specifici profili, le donne che si informano spesso attraverso i quotidiani e quelle che partecipano ad associazioni ambientaliste.

Le caratteristiche sociali classiche, età e status sociale, risultano più influenti.

¹²

Nel caso del consumo di beni la differenza di status familiare tra giovani indipendenti e giovani nella famiglia d'origine non dovrebbe avere influenza diretta, come avviene invece nel caso degli strumenti di riduzione del consumo energetico, anche se le giovani ancora in famiglia potrebbero non occuparsi quotidianamente della spesa. Semmai, potrebbe avere maggior peso il fatto che siano proprio le più giovani (e le donne sopra i 64 anni) ad avere meno risorse economiche, fattore che abbiamo appena visto essere associato alla rilevanza di alcune caratteristiche "sostenibili" dei prodotti di consumo.

Il livello di informazione si associa positivamente alla scelta di prodotti alimentari sostenibili, ma solo quella tradizionale, attraverso la lettura del quotidiano: per tutti i tipi di prodotti infatti sono le donne che leggono spesso o sempre i giornali a dare grande rilevanza alle caratteristiche alternative di questi beni. Che sia solo il quotidiano a legarsi ad un consumo sostenibile può essere in parte dovuto all'età più avanzata di queste donne, considerato che l'età sembra avere una influenza importante su questi stili di consumo.

d17 Grande rilevanza nella scelta di prodotti alimentari per livello di informazione (% sul totale)

	Letture frequenti di quotidiani	Letture scarse di quotidiani	Uso frequente di internet per informarsi	Uso scarso di internet per informarsi
Alimenti di stagione	77,6	65,3	73,0	73,4
Prodotti biologici	20,9	15,2	19,5	16,7
Carni da allevamenti non intensivi	41,7	34,7	38,9	40,4
Prodotti a KM Zero	35,0	29,1	32,6	36,0
Prodotti tracciabili	56,7	53,2	56,2	54,0
Prodotti italiani	73,4	65,9	67,9	78,9
Prodotti DOC	48,8	42,5	44,8	50,7
Prodotti DOP	46,1	39,3	42,4	47,6
Prodotti equi e solidali	21,7	17,6	20,8	19,6
Prodotti IGP	34,5	29,9	31,0	37,1

41

Le donne che fanno parte di associazioni ambientaliste sono molto più propense al consumo di prodotti alimentari ecologicamente sostenibili. È l'unico tipo di associazionismo che si associa a questo tipo di comportamento.

d17 Grande rilevanza nella scelta di prodotti alimentari per associazionismo ambientalista (% sul totale)

	Non associate	Associate	Totale
Alimenti di stagione	72,8	76,3	73,1
Prodotti biologici	18,2	25,3	18,9
Carni da allevamenti non intensivi	38,7	43,7	39,1
Prodotti a KM Zero	31,0	50,0	32,9
Prodotti tracciabili	54,3	66,7	55,4
Prodotti italiani	70,8	69,7	70,7
Prodotti DOC	47,0	42,1	46,5
Prodotti DOP	44,2	38,2	43,7
Prodotti equi e solidali	18,9	32,9	20,2
Prodotti IGP	32,8	33,3	32,9

Le scelte d'acquisto dei prodotti non alimentari sono legate per molte delle intervistate all'origine italiana del bene d'acquisto, alla limitata presenza degli imballi, alla genuinità del prodotto ed ai bassi consumi legati alla produzione del bene: poco più della metà delle donne ritiene molto importante l'origine italiana del prodotto (80% molto e abbastanza), il 40% (75-80%) la naturalezza del prodotto, il limite agli imballi e ai consumi energetici di produzione.

Relativamente meno importanti sono gli altri prodotti sostenibili, i beni tracciabili, quelli con imballo riciclabile, ritenuti molto rilevanti dal 30% delle intervistate, i prodotti a Km zero e quelli equo-solidali, a cui assegnano grande peso il 20% delle donne. Anche per questi prodotti, comunque, almeno la maggioranza di chi ha risposto esprime una certa attenzione.

d18 Prodotti non alimentari. Rispetto al prezzo, la marca, la confezione e gli altri elementi, quanto è per lei rilevante, nella scelta, che siano...(%)

	Molto rilevante	Abb. rilevante	Poco rilevante	Per nulla rilevante	Non sa	Totale
Prodotti naturali	42,0	38,1	15,5	4,0	0,5	867
Prodotti biologici	19,6	35,9	35,4	7,7	1,4	100
Prodotti ad imballo riciclabile	30,6	42,0	22,5	4,1	0,8	857
Prodotti a KM Zero	22,0	34,0	27,9	7,6	8,4	841
Prodotti tracciabili	31,8	33,2	23,6	7,0	4,3	855
Prodotti italiani	55,5	25,6	13,8	4,5	0,6	874
Prodotti ad imballo a ridotto volume o scarto	40,9	35,5	18,1	4,1	1,4	856
Prodotti equi e solidali	17,0	35,4	32,9	10,3	4,4	855
Prodotti a bassi consumi	41,7	35,0	15,2	4,4	3,7	863

Donne che considerano "molto rilevante" il fatto che il prodotto sia...

Sono le donne più mature, oltre i 54 anni, a scegliere più spesso i beni sostenibili rispetto alle donne più giovani. È una tendenza che vale per tutti i tipi di prodotti presi in considerazione.

d18 Grande rilevanza nella scelta di prodotti non alimentari per classe d'età (% sul totale)

	Fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Prodotti naturali	25,4	36,9	39,2	53,0	60,4	42,1
Prodotti biologici	11,1	17,8	19,9	24,9	24,2	19,7
Prodotti ad imballo riciclabile	23,8	23,6	32,7	36,1	40,6	30,7
Prodotti a KM Zero	13,7	17,9	23,4	29,3	25,0	22,1
Prodotti tracciabili	20,8	28,2	33,5	39,9	35,8	32,0
Prodotti italiani	39,7	49,5	55,6	62,7	75,8	55,7
Prodotti ad imballo a ridotto volume o scarto	31,2	35,2	43,1	45,1	52,6	40,9
Prodotti equi e solidali	15,3	13,9	15,1	20,9	19,6	16,6
Prodotti a bassi consumi	25,4	40,5	45,7	47,2	45,8	41,8

Donne che considerano "molto rilevante" il fatto che il prodotto sia...

Nel caso dei prodotti sostenibili non alimentari prevale chiaramente il consumo delle intervistate meno istruite, su tutti i prodotti elencati, eccetto i prodotti a Km zero e quelli equo-solidali, che sono in generale meno conosciuti e apprezzati. Il costo di questi prodotti potrebbe influenzare questa scelta; vedremo più avanti se e come il livello di reddito influisce sulle preferenze di consumo.

d18 Grande rilevanza nella scelta di prodotti non alimentari per titolo di studio (% sul totale)

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media sup.	Laurea	Totale
Prodotti naturali	56,8	47,6	39,2	35,0	42,0
Prodotti biologici	30,0	16,3	17,8	17,1	19,5
Prodotti ad imballo riciclabile	34,7	35,6	28,7	29,0	30,6
Prodotti a KM Zero	23,4	22,5	21,1	21,7	21,8
Prodotti tracciabili	37,8	36,3	30,3	28,3	31,7
Prodotti italiani	74,5	67,6	51,4	44,7	55,3
Prodotti ad imballo a ridotto volume o scarto	44,7	46,2	38,8	39,8	41,0
Prodotti equi e solidali	19,7	16,7	14,6	18,5	16,9
Prodotti a bassi consumi	47,6	47,1	43,1	35,6	42,0

Donne che considerano "molto rilevante" il fatto che il prodotto sia...

43

Le risorse economiche a disposizione sembrano in effetti influire sulla scelta di consumo delle donne intervistate, sulla gran parte dei beni considerati. Le donne con reddito medio-alto sembrano più attratte dai prodotti biologici, da quelli a Km zero, che abbiamo visto essere tra i pochi a non essere preferiti dalle donne meno istruite e tra i pochi scarsamente considerati, ma anche i prodotti nazionali, quelli tracciabili e quelli a ridotto volume di imballo. Le donne meno abbienti hanno una relativamente maggiore propensione verso i prodotti italiani e quelli tracciabili, che quindi convincono le due fasce di reddito estreme più di quelle intermedie. In generale, però, sembrerebbe prevalere un'associazione positiva tra reddito disponibile pro-capite e preferenza per prodotti non alimentari sostenibili dal punto di vista ambientale.

d18 Grande rilevanza nella scelta di prodotti non alimentari per reddito pro-capite (%)

	fino a 500	500-1000	1000-1500	oltre 1500	Totale
Prodotti naturali	39,5	39,2	42,0	41,3	40,5
Prodotti biologici	18,7	17,9	17,4	22,8	18,6
Prodotti ad imballo riciclabile	27,9	31,7	28,4	34,4	30,3
Prodotti a KM Zero	17,9	20,2	20,0	30,0	21,1
Prodotti tracciabili	35,2	26,3	28,4	34,4	29,7
Prodotti italiani	60,0	50,2	52,0	57,0	53,5
Prodotti ad imballo a ridotto volume o scarto	41,8	39,1	39,4	47,3	40,8
Prodotti equi e solidali	14,8	16,5	15,6	16,3	15,9
Prodotti a bassi consumi	40,0	42,7	39,7	41,3	41,0

La categoria "non sa" non viene riportata per la bassa numerosità dei casi

La riduzione degli sprechi è una delle sfide più importanti e difficili che le società economicamente più avanzate hanno di fronte a sé. Ben al di qua della scelta radicale di ridurre la crescita o anzi di decrescere come sostengono recenti

teorie, un'opzione praticabile facilmente è quella di ridurre i consumi che eccedono la capacità (necessità) stessa di consumare beni.

Le intervistate appaiono in gran parte convinte da questo approccio più per motivi di scelta etico-politica che di risparmio economico: otto donne su dieci si esprimono molto a favore della riduzione degli sprechi come posizione di principio, mentre sono meno, circa due terzi delle intervistate coloro che collegano la riduzione del consumo a ragioni di risparmio di soldi.

d19 Importanza di ridurre gli sprechi

	Acquistare solo le quantità di prodotti adeguate alle esigenze	Preparare i cibi e consumarli con l'attenzione che nulla vada sprecato	Non sprecare il cibo acquistato per risparmiare denaro	Non sprecare il cibo acquistato perché non è giusto
Molto importante	73,3	78,2	66,0	81,8
Abbastanza	24,2	19,8	27,2	14,8
Poco	2,1	1,7	5,4	2,2
Per nulla	0,3	0,1	1,2	0,7
Non sa	0,1	0,2	0,2	0,4
Totale	902	896	894	925

44

La partecipazione ai gruppi di acquisto solidale (GAS) è una delle forme di consumo alternativo più recente e più interessante. Tra le nostre intervistate solo una su dieci fa parte di uno di questi gruppi associativi, che condividono un consumo di beni alimentari o meno alternativi a quelli più comuni.

d20 Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS)

Partecipa e da quanto tempo	Frequenza	Percentuale Valida
No	834	95,0
Da alcuni mesi	8	0,9
Da un anno	12	1,4
Da 2 o 3 anni	13	1,5
Da 3 o 5 anni	3	0,3
Da più di 5 anni	8	0,9
Totale	878	100

La partecipazione ai gruppi di acquisto non conosce variazioni rilevanti tra fasce d'età, tra livelli di istruzione e fasce di reddito. L'impressione che ne ricaviamo è che, mentre le forme di consumo sostenibile individuale sono, pur con alcune differenze tra prodotti, piuttosto conosciute e diffuse, la modalità collettiva dello stesso tipo di comportamento attento all'ambiente è ancora molto ridotta anche se non residuale.

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per classe d'età

	Fino 34 anni	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Nessuna partecipazione	95,3	95,5	95,2	94,4	93,9	94,9
Partecipa da un anno o meno	3,1	2,7	0,4	3,0	3,1	2,3
Partecipa da due o più	1,6	1,8	4,4	2,5	3,1	2,8
Totale	100	100	100	100	100	100

Non si notano differenze di partecipazione per età e titolo di studio.

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per titolo di studio

	Max licenza media	Diploma professionale	Diploma media sup.	Laurea	Totale
Nessuna partecipazione	95,8	95,2	93,8	95,9	94,9
Partecipa da un anno o meno	2,1	3,8	1,7	2,6	2,3
Partecipa da due o più	2,1	1,0	4,5	1,5	2,8
Totale	100	100	100	100	100

Un elemento interessante emerge, invece, dall'analisi delle differenze per reddito disponibile.

Partecipano a gruppi di acquisto più le donne con minore disponibilità economica, all'opposto di quanto accade per il consumo di beni sostenibili, cioè per il comportamento sostenibile di natura individuale e non associata.

45

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per reddito pro-capite

	fino a 500	500-1000	1000-1500	oltre 1500	Totale
Nessuna partecipazione	91,1	95,2	94,3	96,7	94,4
Partecipa da un anno o meno	1,6	2,4	4,3	2,2	2,9
Partecipa da due o più	7,3	2,4	1,3	1,1	2,7
Totale	100	100	100	100	100

La partecipazione ai GAS ha però anche un chiaro profilo identitario-culturale.

Le donne con maggiore propensione alla socialità, alla fiducia e all'apertura verso gli altri partecipano mediamente di più a questi gruppi.

Le donne che partecipano ai GAS hanno un punteggio dell'indice di socialità superiore a coloro che non vi prendono parte.

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per indice di socialità

	Media indice di socialità	N
Nessuna partecipazione	5,4	734
Partecipa da un anno o meno	7,2	16
Partecipa da due o più	6,5	20
Totale	5,5	770

Anche gli indicatori analitici che formano l'indice sintetico sono tra loro concordi: la fiducia nella gente, il senso di responsabilità prevalente verso la società e la bassa diffidenza verso gli altri sono ingredienti identitari della partecipazione ai gruppi di acquisto.

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per indicatori specifici di socialità

	Scarsa fiducia nella gente	Fiducia medio-alta nella gente	Responsabilità prima verso famiglia	Responsabilità prima verso società poi famiglia	Molta prudenza con la gente	Poca prudenza con la gente
Nessuna partecipazione	97,4	92,9	96,8	91,7	98,0	89,8
Partecipa da un anno o meno	0,8	3,4	1,2	3,9	0,6	5,3
Partecipa da due o più	1,8	3,6	2,0	4,4	1,5	4,9
Totale	100	100	100	100	100	100

La partecipazione ai gruppi di acquisto si associa alla partecipazione associativa in generale, ma non in particolare alle forme di associazionismo che abbiamo analizzato nei particolari, cioè l'ambientalismo, la cooperazione, la difesa dei diritti e dei consumatori.

Partecipazione a gruppi di acquisto solidale (GAS) per tipologia di associazionismo

	Nessuna partecipazione	Debole partecipazione	Partecipaz. attiva mono associativa	Partecipaz. attiva due associazioni	Partecipaz. attiva tre o più associazioni	Totale
Nessuna partecipazione	97,3	96,3	95,3	91,6	91,7	95,0
Partecipa da un anno o meno	1,3	1,6	2,4	5,6	0,9	2,3
Partecipa da due o più	1,3	2,1	2,4	2,8	7,3	2,7
Totale	100	100	100	100	100	100

Non si notano differenze per numerosità familiare, mentre tra le giovani solo chi è indipendente dalla famiglia d'origine e quasi esclusivamente se vive con un partner partecipa a gruppi d'acquisto.

Sezione 4: Imprenditrici-Dirigenti, uno sguardo sulle imprese

Questa ricerca esplorativa ha voluto capire anche cosa accade nelle aziende e nei luoghi di lavoro per quanto riguarda gli investimenti e le politiche produttive che hanno un impatto sull'ambiente.

Questo è stato fatto tramite lo sguardo di donne occupate in aziende pubbliche e private ai livelli più alti, come dirigenti e imprenditrici.

Si tratta di pochi casi, hanno risposto infatti 45 donne, in gran parte imprenditrici, ma è comunque interessante verificare quali investimenti "ecologici" sono stati fatti e quali siano i motivi della scelta opposta. Circa metà delle intervistate ha fatto direttamente o visto fare investimenti aziendali in energie rinnovabili, quasi esclusivamente in pannelli fotovoltaici e solari.

d21. Investimenti in tecnologie produttive di energie rinnovabili per l'attività dell'azienda negli ultimi 2 anni

	N risposte	% di casi
Si, per pannelli fotovoltaici (per produzione energia elettrica)	9	20,9
Si, per pannelli solari termici (per riscaldamento dell'acqua)	9	20,9
Si, per sistemi che producano energia da biomasse	1	2,3
Si, per altro	2	4,7
Nessuno investimento di questo tipo	23	53,5
Non sa	3	7,0
Li abbiamo già fatti	1	2,3
Totale	48	111,6

Risposte multiple: la percentuale totale delle risposte sul numero dei casi supera il 100%.

Tra le imprenditrici e dirigenti che non hanno sperimentato investimenti nelle aziende in cui lavorano (23 casi e 22 rispondenti) attribuiscono questa scelta per gran parte alla preferenza per altri investimenti o altre priorità (in tutto 13 risposte su 30), ma anche al costo elevato di questi investimenti.

47

d22. Motivi per i quali non ha effettuato investimenti di questo tipo

	N risposte	% di casi
Abbiamo effettuato altri investimenti importanti	6	27,3
Riteniamo che il costo sia eccessivo	6	27,3
Non siamo riusciti ad adempiere alle formalità per avere gli incentivi pubblici	2	9,1
Avevamo altre priorità, abbiamo rinviato	7	31,8
Non abbiamo informazioni sufficienti per decidere	6	27,3
Non ci interessa	3	13,6
Totale risposte	30	136,4

Risponde solo chi lavora in aziende che non hanno fatto alcun investimento in energie rinnovabili; risposte multiple

Le prospettive di investimento nel prossimo futuro sembrano ridotte, considerato che solo quattro intervistate sulle 21 che lavorano in aziende che non hanno investito in energie alternative, hanno progettato di farlo nei due anni successivi.

d23. Investimenti in tecnologie produttive di energie rinnovabili nel 2010/11

	N risposte	% di casi
Si, per pannelli fotovoltaici (per produzione energia elettrica)	2	10,0
Si, per pannelli solari termici (per riscaldamento dell'acqua)	2	10,0
Si, per sistemi che producano energia da biomasse	0	0,0
Si, per altro	0	0,0
Nessun investimento di questo tipo	17	85,0
Totale	21	105,0

risposte multiple

Il motivo più diffuso della mancata intenzione di investimenti futuri in energie rinnovabili è la presenza di altre priorità di investimenti. Il secondo problema riguarda invece l'eccessivo costo che questa scelta aziendale implicherebbe.

d24. Motivi per i quali non intende effettuare investimenti di questo tipo nel 2010/2011

	N risposte	% di casi
Effettueremo altri investimenti importanti	3	18,8
Riteniamo che il costo sia eccessivo	5	31,3
Non siamo riusciti ad adempiere alle formalità per avere gli incentivi pubblici	0	0,0
Abbiamo altre priorità	8	50,0
Non abbiamo informazioni sufficienti per decidere	1	6,3
Non ci interessa	3	18,8
Totale risposte	20	125,0

Risponde solo chi lavora in aziende che non faranno investimenti in energie rinnovabili; risposte multiple

Aziende agricole

48

Alle imprenditrici e dirigenti nel settore agricolo (21 casi) è stato chiesto quale attenzione venga rivolta dalla loro azienda alla riduzione dell'inquinamento legato alla produzione agricola.

Quasi due rispondenti su tre dichiarano l'impiego costante di fitofarmaci a basso impatto ambientale, mentre solo tre non hanno mai sperimentato questi prodotti "ecologici".

d25.1 Impiego di fitofarmaci a basso impatto ambientale

	N risposte	% valida
Si, sempre	13	61,9
Si, spesso	3	14,3
Si, solo in alcuni casi	2	9,5
No, mai	3	14,3
Totale	21	100

Piuttosto diffuso appare anche l'impiego di tecniche di coltivazione e produzione a bassa emissione di gas inquinanti: sette su diciannove rispondenti dicono che la loro azienda le utilizza sempre e sei con una buona frequenza. Quattro su diciannove aziende non le utilizzano affatto e altre due non sanno rispondere.

d25.2 Impiego di tecniche di coltivazione e produzione che limitano l'emissione di Gas nocivi

	N risposte	% valida
Si, sempre	7	36,8
Si, spesso	6	31,6
No, mai	4	21,1
Non sa	2	10,5
Totale	19	100

Tra chi ha risposto negativamente ad almeno una delle due domande precedenti è stato chiesto per quali motivi non vengano usati; cinque dirigenti/imprenditrici su otto hanno risposto "altro", il che può far pensare a imprese agricole che

adoperano esclusivamente prodotti biologici e a lotta integrata e che di conseguenza escludono completamente queste tecniche, anche nella versione a basso inquinamento.

d26. Motivi per i quali non vengono usati

	N risposte	% di casi
Costi per me troppo elevati	1	12,5
Non ho informazioni sufficienti per decidere	1	12,5
Non ci interessano, riteniamo non siano cose importanti	1	12,5
Altri motivi	5	62,5
Totale	8	100

risposte multiple

Conclusioni

49

Da questa analisi esplorativa emerge un buon livello di rispetto verso l'ambiente da parte delle donne, ma anche elementi e aspetti della questione che richiedono un intervento di sostegno allo sviluppo di una maggiore attenzione alla tematica ecologica da parte degli attori interessati.

Risulta anche evidente che i fattori sociali e culturali, che possono favorire atteggiamenti e comportamenti rispettosi dell'ambiente e delle risorse naturali, variano da uno specifico tema all'altro, da un aspetto all'altro dello stesso tema. Insomma, è possibile sintetizzare uno scenario positivo del rapporto tra donne e ambiente, ma risulta più complesso capire quali elementi sociali, strutturali e culturali, siano alla base di questa situazione positiva e strumenti possibili di un ulteriore miglioramento.

In generale, si può affermare, sulla base dei risultati appena visti nel dettaglio, che le donne adulte, appartenenti alle fasce d'età intermedie sembrano essere più coscienti dei problemi ambientali, delle possibili soluzioni e più pronte a mettere in pratica comportamenti virtuosi. Da questo punto di vista la relativamente minore sensibilità ambientale delle donne sotto i 35 anni assume un significato particolare, che rende meno scontato il riprodursi della cultura e delle pratiche ambientali tra le generazioni. Il livello di istruzione sembra favorire la conoscenza degli strumenti di rispetto per l'ambiente, ma non sempre si associa alla messa in pratica di comportamenti sostenibili. In molti casi poi sono le donne meno istruite, anche a parità d'età, a praticare più spesso stili di consumo ecologici.

Anche i fattori culturali sembrano favorire la responsabilizzazione verso i temi ambientali. Le donne che sono più informate, quelle che partecipano, più o meno attivamente, alla vita politica e a determinati tipi di associazionismo, sono spesso più propense a praticare stili di vita sostenibili, anche se non in tutte le sue forme. Va sottolineato, infatti, che spesso la propensione all'apertura verso la sfera sociale e l'atteggiamento di fiducia verso la collettività, prevalente rispetto alla sfera personale-familiare, non equivale ad una maggiore attenzione ai temi ecologici. Questo potrebbe indicare cioè che i comportamenti particolarmente sostenibili sono frutto di scelte culturali specifiche, cioè nelle sue forme più

coerenti e “radicali” la difesa dell’ambiente rimane confinata in settori particolari della società.

C’è un buon livello generale di sensibilità verso l’ambiente, ma ancora ci sono pratiche e atteggiamenti che sono propri solo dell’ambientalismo, inteso come specifica sottocultura, e che tardano a diffondersi nel resto della società.

Le donne intervistate hanno mostrato in media un buon livello di attenzione verso il risparmio di energia e di acqua sia in casa sia al lavoro, dove, se in grado di decidere e intervenire in prima persona, non mostrano una de-responsabilizzazione rispetto al comportamento tenuto tra le mura domestiche.

Particolarmente buono sembra essere anche il livello di diffusione della raccolta differenziata, fatta eccezione per quella dell’umido, che trova soprattutto un impedimento oggettivo nei comuni che non adottano la raccolta separata dell’umido; come abbiamo visto, essa risulta particolarmente problematica nel comune di Milano rispetto ai centri urbani della provincia e della regione.

In relazione a questo tema dalla ricerca emergono debolezze nella diffusione di pratiche di risparmio energetico e di rispetto ambientale; oltre alla raccolta differenziata dell’umido vi sono alcuni strumenti utili a ridurre il consumo di acqua ed energia ancora poco conosciuti e sui quali probabilmente si dovrebbero organizzare campagne di sensibilizzazione o attività di formazione. L’ampio utilizzo dell’auto privata per spostarsi da casa al lavoro è un altro elemento di preoccupazione, come d’altronde dimostrano tante altre ricerche, dati statistici e l’esperienza quotidiana della vita urbana.

Per quanto riguarda i consumi di beni, alimentari e non, emerge che la riduzione degli sprechi derivi più da convinzioni etiche che da finalità di risparmio economico e che in effetti la scelta di prodotti a basso impatto ambientale (e di qualità alta per quelli alimentari) sia più diffusa tra le donne con buona disponibilità economica. Si potrebbe quindi concludere su questo tema, con un gioco di parole, che esiste un problema di sostenibilità economica delle pratiche di consumo sostenibile.

Sempre nel campo del consumo sostenibile è interessante notare che la forma collettiva e associata di consumo alternativo, la partecipazione ai GAS, sia molto meno frequente rispetto alle pratiche nella sfera privata, familiare o individuale. Nel caso dei gruppi di acquisto sembrerebbe però emergere un dato opposto a quello relativo ai consumi sostenibili individuali: partecipano a queste forme associative più spesso le donne con meno disponibilità economica rispetto alle altre, forse a testimoniare che quantomeno questa scelta sostenibile non implichi una spesa aggiuntiva o sia addirittura fonte di risparmio economico. Ancor più convincente è la spiegazione che il consumo sostenibile in forma associata, più di quello individuale, assume una forte caratterizzazione culturale e identitaria; i risultati indicano, infatti, che la partecipazione ai GAS è più forte tra le donne che mostrano apertura e fiducia verso la società, le più informate e quelle che partecipano alla vita politica e associativa.

Se è vero che età, titolo di studio e disponibilità di reddito sono spesso influenti sulle scelte in tema ambientale, è anche chiaro che i comportamenti sostenibili sono di frequente frutto di scelte culturali. La diffusione di un maggiore rispetto verso l’ambiente e uno sviluppo sostenibile dovrebbe, quindi, passare anche attraverso attività di informazione e sensibilizzazione.

Pubblicazione a cura di

