



I risultati della 2° survey di monitoraggio SIC2SIC



Results of the 2nd SIC2SIC monitoring survey

ABSTRACT

The document presents the results of the 2nd monitoring survey launched in October 2020. The questionnaire was administered in CAWI mode.

As regards the project and its impact on its public, in both editions of the survey, the concept of biodiversity is something absolutely acquired and widespread on the entire population. Within this framework it is useful to note that in the August 2019 survey, 80% of those who claimed to know the Natura 2000 Network correctly answered the questions asking to define it and there is also an increase in the added value project in terms of dissemination of knowledge between the first and second survey.



SOMMARIO

1. Il perimetro dell'indagine
2. La composizione del campione
3. Consapevolezza ambientale e scelte di sostenibilità
4. Il progetto e il suo impatto sul suo pubblico



1. Il perimetro dell'indagine

La presente analisi statistica è parte integrante del lavoro di monitoraggio finale del progetto Sic2Sic. Si tratta di un approfondimento che ambisce a ricostruire un quadro complessivo sull'impatto del progetto rispetto alla popolazione target e di valutare le attività svolte in relazione agli obiettivi proposti e ai risultati attesi in termini di audience raggiunto e di grado di consapevolezza nei confronti delle tematiche proposte durante il percorso progettuale.

In questa sede, senza esaurire il lavoro di monitoraggio, ci concentriamo esclusivamente sull'analisi di un breve questionario on line, che attraverso 18 domande a risposta chiusa, è stato costruito per comprendere il grado di conoscenza della popolazione rispondente rispetto ad alcuni temi chiave trattati nel progetto e alcuni elementi che possano aiutare a valutare il livello di gradimento e grado di diffusione delle attività svolte.

Il questionario di valutazione è stato somministrato in due distinte ondate. La prima, oggetto del rapporto di monitoraggio intermedio, è stata lanciata a partire da fine maggio fino agli inizi di agosto 2019, mentre la seconda è stata finalizzata nel mese di ottobre 2020. La somministrazione del questionario è avvenuta in modalità CAWI social grazie all'ausilio della piattaforma Limeservice. Come già raccontato nel documento di monitoraggio intermedio, si tratta di una metodologia di indagine che consente di minimizzare i costi di somministrazione e di selezionare all'interno delle piattaforme di social network un campione ampio e rappresentativo della popolazione di riferimento. Nello specifico, il lavoro di selezione campionaria e di diffusione del questionario è stata realizzata all'interno della piattaforma Facebook in quanto principale veicolo sul quale è stata costruita la strategia di comunicazione del progetto.

Per entrambe le ondate di indagine, attraverso una serie di campagne di advertising a pagamento perimetrare sul territorio italiano e targettizzate rispetto ad alcune parole chiave connesse con le attività di Sic2Sic, siamo riusciti a selezionare un campione di riferimento con caratteristiche simili al pubblico potenziale del progetto. In altre parole, abbiamo chiesto alla popolazione italiana, che attraverso i social network si è in qualche misura mostrata interessata a discutere e a conoscere le tematiche ambientali e naturalistiche, di dirci se conoscevano il progetto Sic2Sic e se erano a conoscenza della Rete Natura 2000 e di alcuni concetti chiave quali biodiversità, ZPS, SIC e altri temi ampiamente trattati nel corso delle attività progettuali. Inoltre, è stato chiesto ai partecipanti all'indagine di dirci se secondo loro il progetto Sic2Sic avesse avuto un impatto positivo rispetto alla diffusione della consapevolezza sull'importanza della salvaguardia della biodiversità.

Complessivamente all'indagine hanno partecipato poco meno di tremila persone all'interno di tutto il perimetro nazionale. Tuttavia, al fine di avere dei dati coerenti, omogenei e maggiormente fedeli all'universo di riferimento, si è reso necessario un processo di pulizia e di ulteriore selezione che hanno portato alla definizione di un campione finale basato su 1018 risposte valide, di cui 595 nella prima ondata e 423 relative alla seconda.

In questo breve documento utilizzeremo il nostro campione di riferimento in maniera duplice. Analizzeremo, infatti, il campione nella sua interezza, pur enfatizzando eventuali differenze tra le diverse ondate di indagine, relativamente a tutte quelle variabili più generali che ci consentono di fare alcune considerazioni relative al pubblico medio del progetto, mentre andremo a focalizzarci sulla



seconda ondata, comparandola con gli esiti della prima, per quanto attiene alle variabili più espressamente relative al tema della valutazione dell'impatto, per studiare se tra le due rilevazioni ci sono stati dei miglioramenti negli esiti progettuali attesi.

2. La composizione del campione

L'analisi della composizione campionaria ci appare un elemento preliminare fondamentale per conoscere quali sono le caratteristiche principali del nostro pubblico di riferimento.

Come possiamo vedere dalla tabella che segue, nel corso delle due rilevazioni non si è assistito a profondi cambiamenti nelle caratteristiche dei nostri intervistati. Si tratta di un elemento che rafforza la nostra tesi di fondo che ci porta ad assumere il campione selezionato come una buona proxy del pubblico che è stato attratto dal progetto. Quello tratteggiato dalle due indagini, quindi, resta un pubblico bilanciato tra uomini e donne, con una lieve preponderanza della popolazione femminile in linea con le caratteristiche demografiche del nostro paese, fortemente istruito (il 58,5% dei rispondenti dichiara di avere la laurea) e distribuito tra le diverse fasce d'età.

Tuttavia, rispetto alla prima rilevazione occorre evidenziare tre aspetti: l'allargamento del panel anche alla popolazione più anziana; un conseguente cambiamento all'interno della struttura professionale; il rafforzamento dell'importanza della variabile istruzione.

In primo luogo, occorre ricordare come la prima indagine aveva fatto registrare una sotto-rappresentazione del segmento più anziano della popolazione, sia in termini di fascia d'età che in termini di chi al momento della compilazione del questionario dichiarava di essere pensionato. In questa seconda ondata di questionari si è invece registrato un riallineamento di questo dato, con una conseguente contrazione della corte di età più giovane. Come avevamo scritto nel rapporto intermedio:

“la scarsa partecipazione dei pensionati all’indagine, non deve essere letta come un loro minore interesse verso le tematiche sottese dal progetto, ma come uno svantaggio rispetto allo strumento di rilevazione utilizzato. La metodologia CAWI social, infatti, ha come suo difetto principale quello di non riuscire a intercettare le persone che sono meno avvezze all’utilizzo dei social network. In questa prospettiva, se l’utilizzo di Facebook è largamente diffuso nella popolazione, consentendoci una campionatura rappresentativa per buona parte delle coorti generazionali, rispetto alla fascia di popolazione più anziana rappresenta uno strumento che ad oggi risulta meno efficace nei confronti di altri metodi di indagine più tradizionali”.

Questi elementi di criticità sono stati superati dando una maggiore attenzione al tema dei più anziani, sia attraverso una campagna social più mirata, sia nel corso delle iniziative in presenza. Infatti, se durante la prima fase di implementazione del progetto il questionario di monitoraggio non era ancora stato reso disponibile alla compilazione, in questa seconda fase il questionario è stato richiamato in molte occasioni pubbliche dando così maggiori possibilità di fruizione anche a quei soggetti meno attivi sui social network.

Distribuzione intervistati rispetto alle principali variabili anagrafiche e di istruzione (totale intervistati per macro variabile = 100)

GENERE		Quota %		
		PRIMA ONDATA	SECONDA ONDATA	TOTALE
GENERE	Maschio	33,2%	39,6%	35,9%
	Femmina	66,8%	60,4%	64,1%
ETA'	15-29	21,7%	2,7%	13,9%
	30-39	21,1%	9,5%	16,3%
	40-49	22,2%	24,0%	23,0%
	50-59	27,3%	31,6%	29,1%
	oltre 60	7,6%	32,3%	17,8%
TITOLO DI STUDIO	Fino alla scuola media	3,4%	10,4%	6,3%
	Diploma istruzione secondaria superiore	37,0%	32,5%	35,2%
	Laurea o titolo superiore	59,5%	57,1%	58,5%
STATUS LAVORATIVO	Imprenditore/libero professionista	21,2%	11,6%	17,2%
	Dipendente /collaboratore	50,8%	52,3%	51,4%
	Non attivo (pensionato, disoccupato, studente)	25,0%	28,7%	26,5%
	Altro	3,1%	7,4%	4,9%

La maggiore partecipazione all'indagine della coorte più anziana, che abbiamo appena richiamato, ha dirette conseguenze anche sulla composizione campionaria per status occupazionale. Su questo fronte, tuttavia, la sostanziale stabilità dei dati tra la prima e la seconda ondata, nasconde un cambiamento interno alla classe dei non attivi, che nella rilevazione dell'agosto 2019 vedeva una preponderanza di studenti rispetto ai pensionati, mentre nei dati raccolti a ottobre 2020 fa registrare una netta inversione di tendenza.

Infine, se già nella prima rilevazione avevamo osservato un forte sbilanciamento verso un livello di istruzione medio-alto che ci faceva supporre come le tematiche di interesse del progetto e le attività svolte, potessero essere maggiormente appetibili per un pubblico istruito e conseguentemente più curioso e soprattutto più attento a comportamenti e stili di vita sostenibili, con questa seconda rilevazione tale evidenza empirica si rafforza notevolmente. Infatti, nonostante siamo in presenza di dati che non si scostano significativamente tra le due rilevazioni, ma che anzi mostrano un leggero calo del numero dei laureati riferito alla seconda ondata, occorre considerare che in Italia tra le coorti più anziane il tasso di istruzione è nettamente inferiore rispetto a quelle più giovani. In quest'ottica, quindi, la variabile istruzione diventa ancora più determinante per descrivere il nostro pubblico di riferimento se si considera che tra la prima e la seconda ondata si è registrato una crescita dell'età media dei nostri rispondenti.

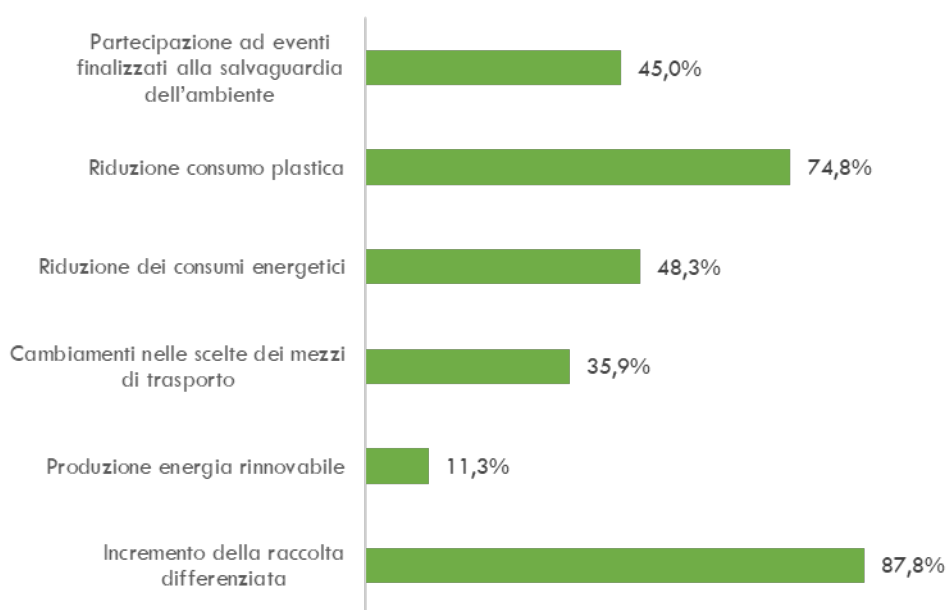
Per quanto attiene alla distribuzione geografica del nostro campione, si conferma la forte correlazione tra le aree dove si sono svolte le principali attività del progetto e la maggiore partecipazione al questionario. Coerentemente con questa impostazione, come rappresentato dal grafico qui sopra, se nella prima ondata le regioni maggiormente rappresentate dall'indagine erano il Lazio, il Piemonte e la Sardegna, l'Umbria e il Piemonte, in questa seconda ondata sono cresciute le altre regioni che hanno visto passare entro i loro confini le iniziative di Sic2Sic, ovvero la Sicilia e la Puglia.

3. Consapevolezza ambientale e scelte di sostenibilità

Come già fatto nel report intermedio, dopo aver passato in rassegna le caratteristiche anagrafiche del nostro campione, considerato una proxy del pubblico più generale del progetto Sic2Sic, il secondo passaggio fondamentale della nostra analisi passa attraverso la ricognizione di come il nostro campione percepisce alcuni temi legati all'ambiente e quanto sia a conoscenza delle principali tematiche che Sic2Sic sta cercando di portare avanti all'interno delle sue attività.

In questa prospettiva può essere interessante osservare come il campione selezionato si mostri interessato alla salvaguardia dell'ambiente non solo dal punto di vista teorico, ma anche da quello concreto. Si tratta di un dato molto importanti, che si conferma e consolida anche in questa seconda ondata di rilevazioni, con il numero totale degli intervistati che ha dichiarato di non adottare nessuna iniziativa personale a tutela dell'ambiente limitata all'1% del campione totale. Tutti gli altri intervistati, invece, hanno dichiarato di adottare diverse pratiche individuali che vanno nella direzione di una maggiore sostenibilità. In questa prospettiva il grafico sottostante fa sintesi delle principali pratiche messe in campo dal nostro pubblico. Poiché non si assiste a particolari differenze tra le due ondate di rilevazioni i dati sono presentati in maniera aggregata.

Distribuzione di frequenza delle pratiche ambientali adottate dagli intervistati



Coerentemente con questa massiccia diffusione di pratiche prevalentemente orientate alla limitazione dei consumi, sia in termini di incremento della raccolta differenziata (posta in essere dal 87,8% dei nostri intervistati, con un ulteriore incremento rispetto al dato di oltre 86% della scorsa rilevazione), sia di limitazione dell'uso della plastica (che in questa seconda rilevazione raggiunge livelli elevatissimi portando il dato originario del 52% al 74,8%), una parte del nostro campione ha voluto aggiungere alla lista delle azioni possibili quella della piantumazione di alberi nelle pertinenze del proprio giardino e quella della scelta di modificare la propria dieta in un'ottica di eliminazione della carne e, in alcuni casi degli stessi derivati animali.

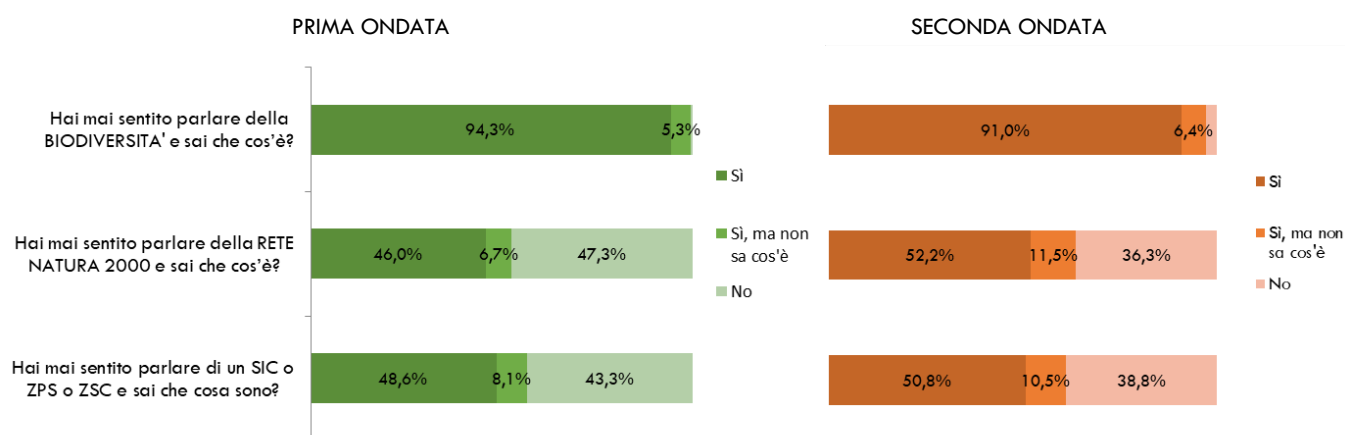
A conferma di quanto appena detto, nella nuova rilevazione si registra un consolidamento della sensibilità rispetto al tema dei rifiuti e del loro corretto smaltimento. Oltre ai dati appena presentati sul tema della riduzione della plastica e dell'incremento della raccolta differenziata, infatti, anche in questa nuova indagine apprendiamo che per quasi il 60% dei nuovi intervistati la riduzione dei rifiuti e le pratiche per il corretto smaltimento dei rifiuti sembrano essere le due aree prioritarie, insieme al tema della preservazione delle specie animali e vegetali.

I dati che abbiamo appena proposto ci consentono di confermare l'idea che il pubblico potenziale del progetto Sic2Sic sia molto attento alla tematica ambientale e per questa ragione può diventare un ottimo strumento di divulgazione su cui far leva per garantire una sostenibilità del progetto nel lungo periodo. I contenuti veicolati durante il progetto, infatti, possono trovare attraverso il passaparola e la pratica quotidiana delle persone coinvolte un canale preferenziale per essere diffusi e trasmessi anche in futuro. Quello che ci resta da capire, quindi, è quanta parte del nostro campione conosce effettivamente Sic2Sic, quanto del messaggio proposto sia stato recepito dal nostro pubblico, come questo abbia eventualmente modificato le sue conoscenze a seguito del progetto e quale sia la valutazione complessiva dell'impatto del progetto da parte dei nostri follower. Tutti questi temi saranno trattati approfonditamente nelle prossime pagine.

4. Il progetto e il suo impatto sul suo pubblico

Dopo aver portato avanti una serie di considerazioni di inquadramento generale rispetto al nostro campione, proviamo a entrare più compiutamente nel merito degli aspetti connessi alla valutazione di tale esperienza. In primo luogo, partiamo da quelli che sono i concetti chiave che ruotano attorno al progetto: il tema della Biodiversità, quello della promozione della Rete Natura 2000 e quello dei Siti di Interesse Comunitario, delle Zone di Protezione Speciale e delle Zone Speciali di Conservazione.

Distribuzione intervistati rispetto alla conoscenza di alcuni temi di interesse del progetto (totale = 100)



Da questo punto di vista, ad emergere è subito un dato molto incoraggiante. Il grafico qui sopra, infatti, ci mostra come in entrambe le edizioni dell'indagine, all'interno del nostro campione il concetto di biodiversità sia un qualcosa di assolutamente acquisito e diffuso su tutta la popolazione, mentre gli altri concetti cardine su cui si fonda Sic2Sic fanno registrare livelli di conoscenza comunque molto elevati. Ad



accrescere il nostro ottimismo è il fatto che tra la prima e la seconda rilevazione si registra un ulteriore incremento del numero delle persone che dichiarano di conoscere la Rete Natura 2000, i Sic le ZPS e le ZSC: un dato che si posizionano ben oltre la metà dei nostri rispondenti.

All'interno di questo quadro è utile notare come se nella rilevazione di Agosto 2019 l'80% di chi ha dichiarato di conoscere la Rete Natura 2000 ha risposto correttamente alle domande in cui si chiedeva di definirla, rispondendo congiuntamente che si tratta di "un sistema europeo di aree protette" e che gli obiettivi di tale sistema siano volti a "garantire uno stato soddisfacente della conservazione di habitat e specie protette", questa percentuale è salita all'86,5% nella rilevazione di Ottobre 2020.

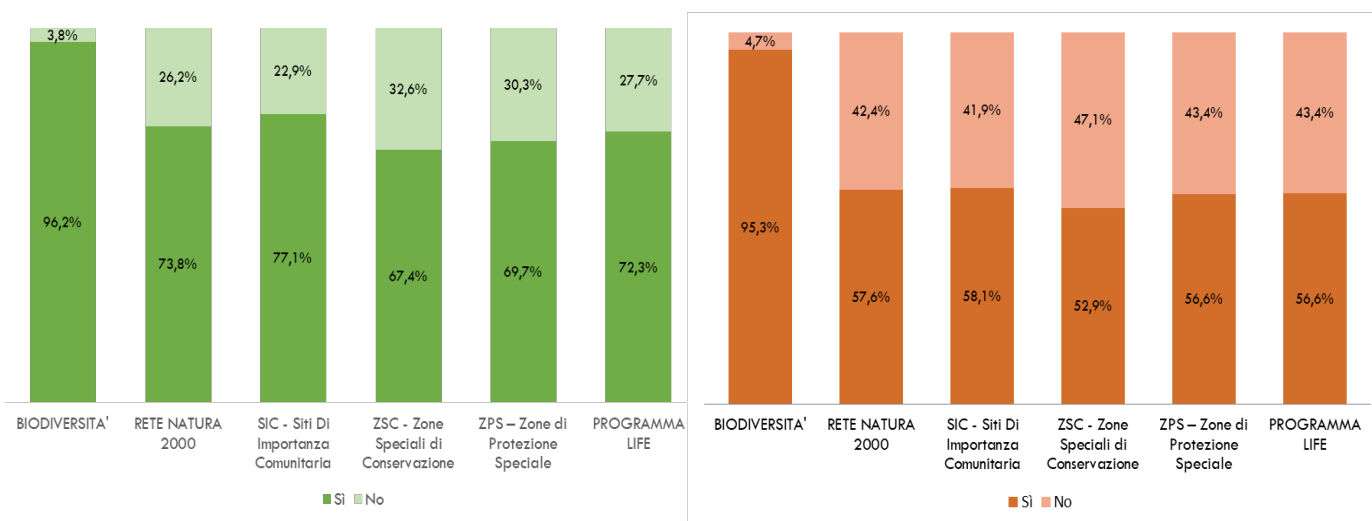
Tuttavia, al di là del valore assoluto dei dati appena citati, come avevamo fatto anche nel report di monitoraggio intermedio, un elemento interessante da investigare per avere una prima misura di impatto del progetto è rappresentata dalle differenze nella conoscenza della Rete natura 2000 tra chi ha dichiarato di conoscere il progetto Sic2Sic e quelli che non ne ha mai sentito parlare. Da questo punto di vista nella prima ondata di rilevazione avevamo affermato che i dati raccolti ci fornivano un quadro inequivocabile rispetto al ruolo di Sic2Sic nella diffusione di una maggiore consapevolezza ambientale, con ben l'87% dei rispondenti che avevano sentito parlare del progetto che dichiaravano di conoscere anche la Rete natura 2000. Questo dato molto importante è confermato con gli stessi valori anche nella seconda ondata.

Si tratta di considerazioni che trovano un ulteriore rafforzamento se si leggono congiuntamente agli elementi riportati nel grafico sottostante. La figura, infatti, ci mostra come nella seconda ondata di indagine, il miglioramento negli indicatori di conoscenza dei temi chiave di Sic2Sic evidenziati, non si associa a una conoscenza pregressa più ampia, ma sono frutto del percorso progettuale. Se, infatti, nella prima rilevazione solo una fetta minoritaria compresa tra il 20% e il 30% di chi era a conoscenza di Sic2Sic aveva dichiarato di non avere conoscenze pregresse sui temi chiave del progetto, nella seconda rilevazione questa componente si attesta tra il 40% e il 50% del campione. Detta in altri termini, le evidenze riportate dall'analisi dei questionari ci portano a leggere una crescita del valore aggiunto del progetto in termini di diffusione delle conoscenze tra la prima e la seconda rilevazione.

Distribuzione intervistati rispetto alla domanda "prima di questo progetto avevi sentito parlare di? (totale intervistati = 100)

PRIMA ONDATA

SECONDA ONDATA



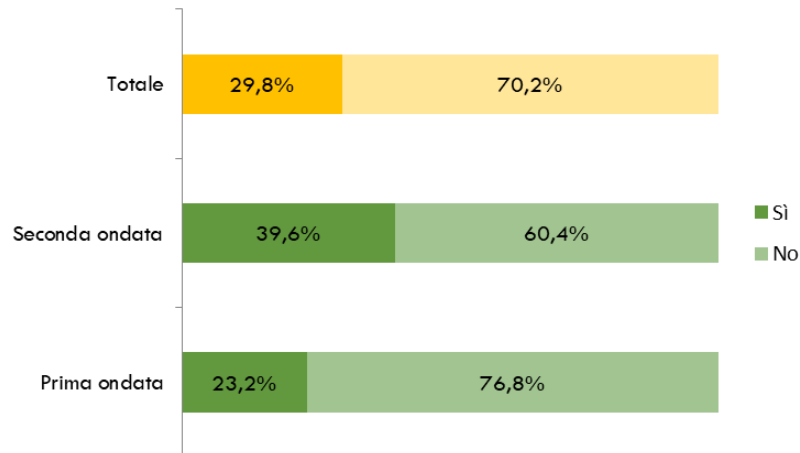
Andando avanti nella nostra ricostruzione di tutte quelle variabili chiave che ci consentono di valutare l'impatto del progetto non possiamo non menzionare la percentuale del nostro campione che è venuta a conoscenza del progetto e in secondo luogo un'analisi di quali sono stati i canali principali con cui è stato raggiunto il pubblico

Rispetto alla conoscenza del progetto i dati già positivi presentati nella prima rilevazione non solo trovano conferma, ma vengono nettamente superati. Se, infatti, il 23,2% del campione di agosto 2019 conosceva il progetto Sic2Sic, nella seconda rilevazione questo dato è quasi raddoppiato, portandosi al 39,6%. Chiaramente siamo in presenza di dati molto elevati, che non vanno letti in termini di percentuale assoluta rispetto alla popolazione italiana, ma in quanto percentuale relativa a un potenziale pubblico di persone interessate ad approfondire i temi sviluppati nel corso del progetto.

All'interno di questo quadro, anche dopo la seconda ondata di questionari, possiamo rilevare che la percentuale di chi conosce il progetto è correlata alle aree dove si sono svolte le principali attività. Prendendo in considerazione tutto il campione, infatti, nella classifica regionale, escluse le regioni con una numerosità campionaria sotto il 10, spiccano quelle che sono state attraversate dal tour di Sic2Sic.

Ci riferiamo al Lazio con una percentuale di chi conosce il progetto che si attesta intorno al 45%, l'Umbria (34,2%), La Puglia (33,3%) e la Sicilia (30,8%). Da questo punto di vista è, inoltre, interessante notare come la Sicilia e Puglia, pur avendo mostrato dati non particolarmente positivi rispetto al tema della numerosità campionaria, si collocano tra le prime regioni per livello di conoscenza del progetto.

Sei a conoscenza del progetto Sic2Sic? (totale=100)

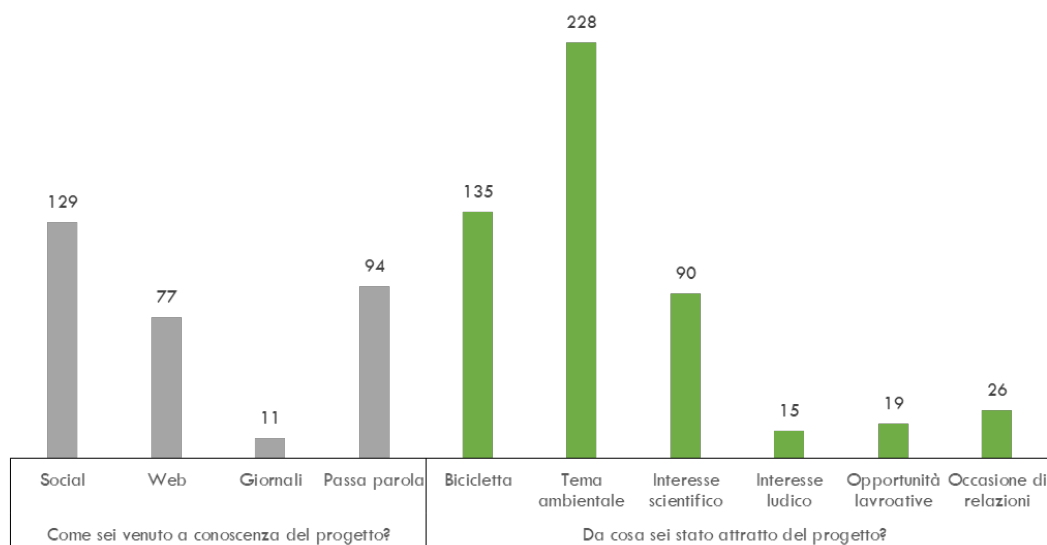


Passando, invece in rassegna i principali canali con cui le persone che conoscono Sic2Sic sono venute a conoscenza del progetto, non possiamo non menzionare i canali social. Tuttavia, rispetto alla precedente rilevazione cresce significativamente la componente che è venuta a conoscenza del progetto per passaparola. Si tratta di un dato molto importante che conferma che il nostro pubblico essendo particolarmente legato ai temi ambientali può diventare un ottimo veicolo per trasmettere le informazioni e promuovere le attività di Sic2Sic.

Sul fronte delle principali leve attrattive di Sic2Sic, si confermano le evidenze emerse nella prima rilevazione, con il tema ambientale che senza dubbio rappresenta il principale catalizzatore del pubblico, seguito da quello della bicicletta.

Anche in questo caso i numeri ci consentono di affermare che l'idea di base del progetto si conferma molto funzionale per coinvolgere un pubblico sempre più ampio. La tutela dell'ambiente, infatti, non sempre si sovrappone all'interesse ludico-sportivo per la bicicletta. Mettere insieme queste due dimensioni molto connesse tra loro, quindi, rende possibile intercettare un pubblico potenzialmente più ampio, sensibilizzandolo su tematiche di interesse sociale come la valorizzazione del territorio, la sostenibilità ambientale, la tutela della biodiversità.

Distribuzione frequenza delle modalità con cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del progetto e dei temi che li hanno attratti



Infine, la figura che segue ci mostra il grado di apprezzamento di Sic2Sic dell'intero campione che ha dichiarato di conoscere il progetto. Abbiamo, infatti, chiesto quanto ciascun intervistato ritenesse utile questa esperienza per aumentare la consapevolezza pubblica sul tema della biodiversità. I risultati ottenuti non hanno bisogno di molti commenti e confermano gli ottimi risultati ottenuti nella prima rilevazione. Praticamente nessuno degli intervistati, infatti, ha ritenuto che Sic2Sic sia un'attività totalmente inutile allo scopo preposto, a fronte del 92,9% che esprime un giudizio compreso tra l'abbastanza e il molto positivo. Si tratta di un'importante attestazione di stima che certifica come per il pubblico che ha partecipato alle attività di Sic2Sic o che ne ha seguito i contenuti sui social o sul web, il progetto sia stato molto positivo.

Distribuzione intervistati rispetto a quanto ritengono utile il progetto Sic 2 Sic per aumentare la consapevolezza sul tema della biodiversità (totale intervistati= 100)

