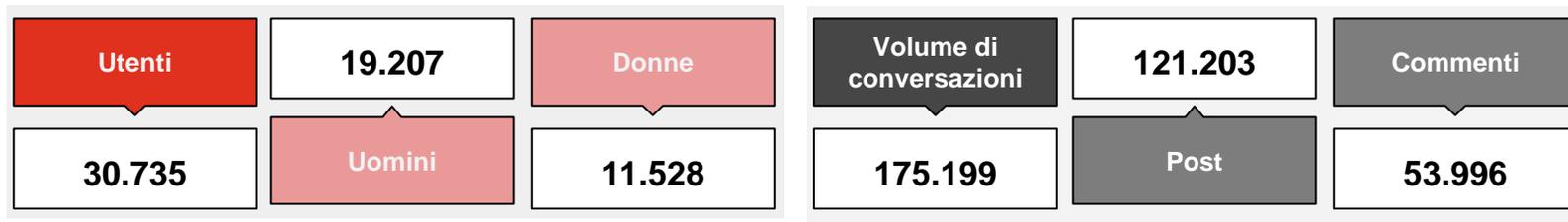




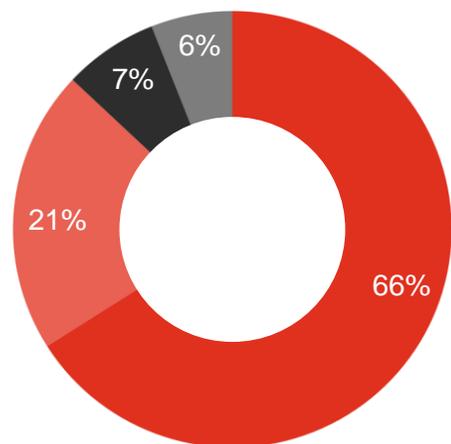
Social Observatory:  
il sentiment verso  
il climate change

# I numeri dell'analisi



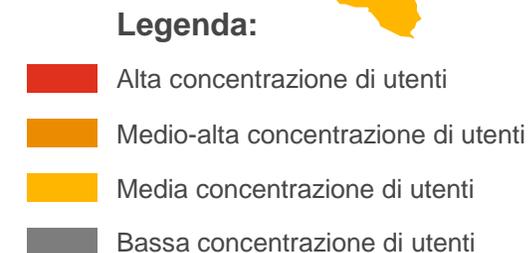
**Orizzonte Temporale**  
03/20 – 09/21

## Volume di conversazioni e utenti per fonte dato



	<b>Twitter</b> 116.103
	<b>Facebook</b> 36.927
	<b>Instagram</b> 12.626
	<b>Webdata</b> 9.543

I Millennial sono la generazione che maggiormente richiede alle aziende un impegno concreto per la sostenibilità



\*Il numero di utenti sui canali Facebook e Instagram corrisponde ai brand/pagine pubbliche monitorate all'interno dell'analisi. A causa delle politiche di privacy dei due social network, non abbiamo accesso al numero di utenti individuali di Facebook e Instagram, ma solo di Twitter. Per gli stessi motivi, il numero di conversazioni su Facebook e Instagram è limitato perché secondo le restrizioni attualmente in vigore è consentito scaricare solo i post pubblicati dalle pagine pubbliche dei brand e i commenti su questi post.

Fonte: Twitter. La cartina fornisce una informazione circa la distribuzione geografica delle audience che hanno parlato dei diversi argomenti oggetto di analisi e si basa su quei post o commenti che gli utenti hanno pubblicato con servizi di geolocalizzazione attiva. Più aumenta la concentrazione di utenti più il colore tende al rosso

# Gli eventi dedicati alla sostenibilità aumentano l'interesse e l'interazione tra cittadini e aziende



Maggior interesse al tema sostenibilità durante eventi particolari (Earth Day, Plastic free month, Festival dello sviluppo sostenibile)

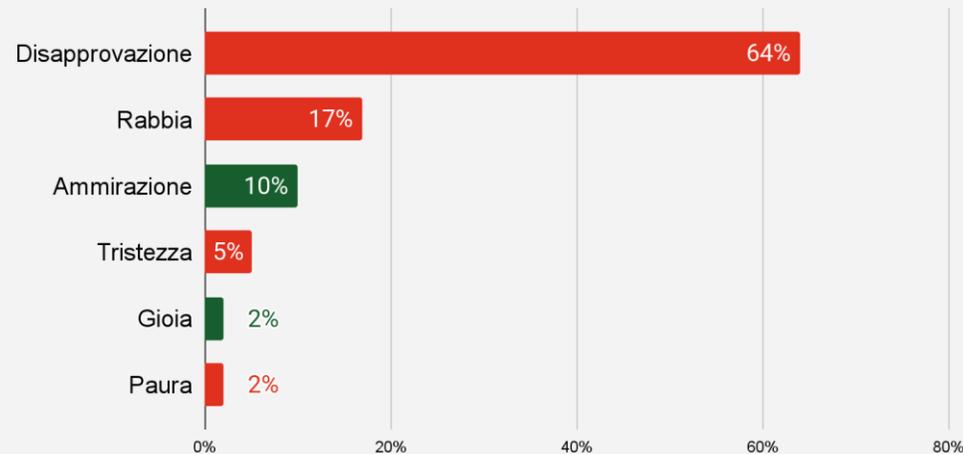
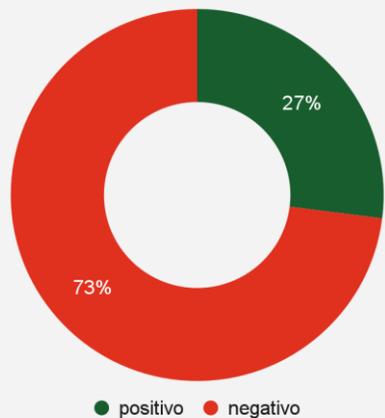
Volume di conversazioni (post e commenti)



Base dato: 120.403 conversazioni (post e commenti)

# I cittadini esprimono disapprovazione poichè percepiscono inefficienza rispetto alle misure messe in atto in ambito sostenibilità

## Sentiment Analysis ed Emotion Analysis



### Percezione di inefficienza delle misure messe in atto dai governi

*“Il **governo non riesce a dare risposte convincenti**”*

### Crescente preoccupazione per il riscaldamento del suolo e il clima

*“I **cambiamenti climatici sono ormai una realtà preoccupante**”*

### Apprezzamento per le iniziative messe in atto dalle aziende

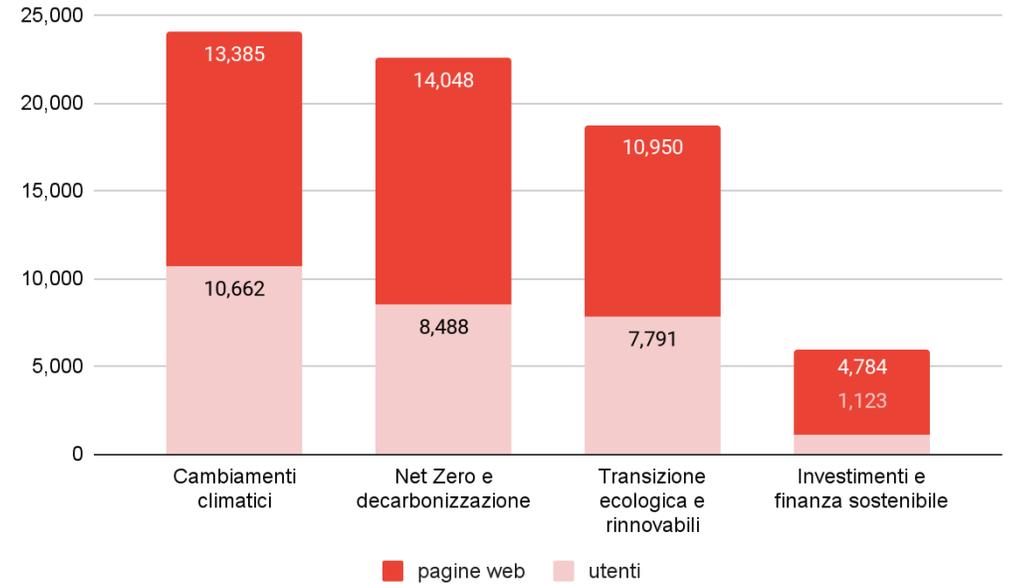
*“**Finalmente le aziende stanno iniziando a produrre con plastica riciclata**”*

Base dato: 31.754 conversazioni (focus cittadini)

# I cambiamenti climatici sono l'argomento che interessa maggiormente i cittadini



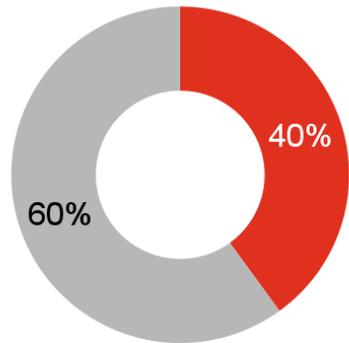
Volume di conversazioni (post e commenti)



Base dato: 71.579 conversazioni

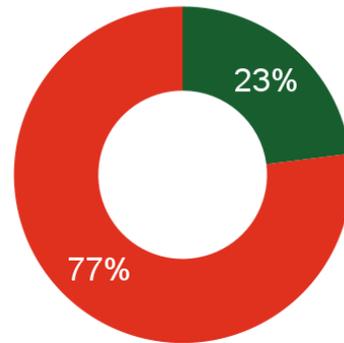
# I cittadini si dimostrano preoccupati per i cambiamenti climatici ed esortano a essere più responsabili nei confronti dell'ambiente

Il sentiment\* delle persone è prevalentemente negativo a causa della percezione di uno scarso impegno da parte dei cittadini, aziende e istituzioni



● conversato ● totale

 40% del conversato totale di utenti



● positivo ● negativo

 23% di sentiment positivo

\*La scala dei valori varia da un punteggio minimo (0 che corrisponderà ad un sentiment totalmente negativo) fino ad un punteggio massimo (100 che corrisponderà ad un sentiment totalmente positivo). Valori intermedi rappresentano l'intensità della polarità, quindi ad un valore di 50 avremo che la polarità del post sarà per lo più neutra e non tenderà verso nessuno dei poli opposti (in questo caso il post avrà più che altro un carattere di constatazione e non mostrerà un sentiment né negativo né positivo).

Base dato: 10.662 conversazioni



“Ho sempre più l'impressione che tutti questi appelli sui cambiamenti climatici cadano sempre più nel vuoto di gente a cui non interessa niente”

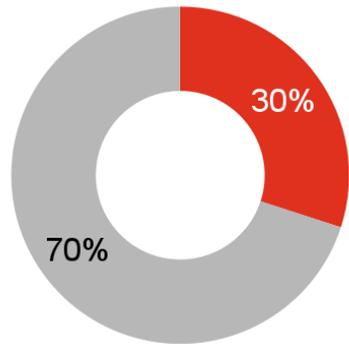


“Finalmente un'iniziativa che dà opportunità di mettersi in gioco e proporre le proprie idee innovative sul tema sostenibilità”



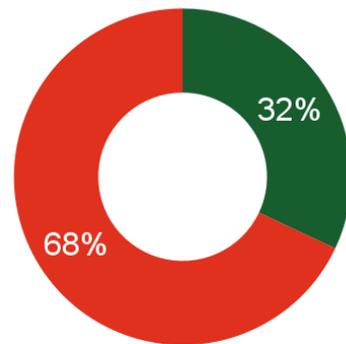
# I cittadini condividono e percepiscono l'importanza delle iniziative portate avanti per il raggiungimento del Net Zero

Nonostante un sentiment perlopiù negativo, le persone riconoscono un crescente impegno nelle politiche di Net Zero e ne diventano ambasciator



● conversato ● totale

 30% del conversato totale di utenti



● positivo ● negativo

 32% di sentiment positivo

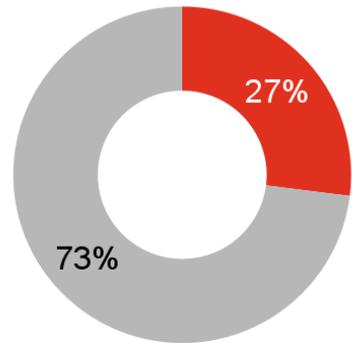
\*La scala dei valori varia da un punteggio minimo (0 che corrisponderà ad un sentiment totalmente negativo) fino ad un punteggio massimo (100 che corrisponderà ad un sentiment totalmente positivo). Valori intermedi rappresentano l'intensità della polarità, quindi ad un valore di 50 avremo che la polarità del post sarà per lo più neutra e non tenderà verso nessuno dei poli opposti (in questo caso il post avrà più che altro un carattere di constatazione e non mostrerà un sentiment né negativo né positivo).

Base dato: 8.488 conversazioni



# I cittadini riconoscono il ruolo fondamentale delle rinnovabili, ma ritengono che abbiano dei costi ancora troppo elevati

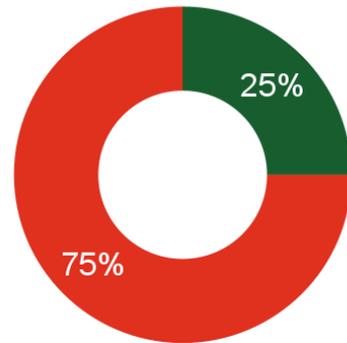
Le rinnovabili sono una tematica di cui si parla sempre con maggior frequenza e con sentiment positivo, tuttavia rimangono perplessità sul loro costo



● conversato ● totale



27% del conversato totale di utenti



● positivo ● negativo



25% di sentiment positivo

\*La scala dei valori varia da un punteggio minimo (0 che corrisponderà ad un sentiment totalmente negativo) fino ad un punteggio massimo (100 che corrisponderà ad un sentiment totalmente positivo). Valori intermedi rappresentano l'intensità della polarità, quindi ad un valore di 50 avremo che la polarità del post sarà per lo più neutra e non tenderà verso nessuno dei poli opposti (in questo caso il post avrà più che altro un carattere di constatazione e non mostrerà un sentiment né negativo né positivo).

Base dato: 7.791 conversazioni

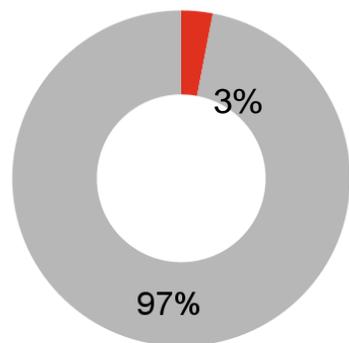


**“Le rinnovabili costano uno sproposito in incentivi”**

**“Digital e Green sono i paradigmi tecnologici del futuro, diamo un boost alle rinnovabili e alle tecnologie”**

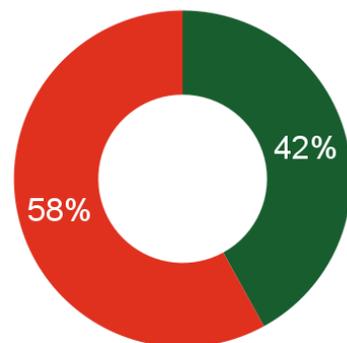
# La finanza e gli investimenti sostenibili sono un tema che interessa sempre di più i cittadini

Gli utenti condividono sui social articoli circa gli investimenti sostenibili delle aziende e si dimostrano interessati alla tematica



● conversato ● totale

 3% del conversato totale di utenti

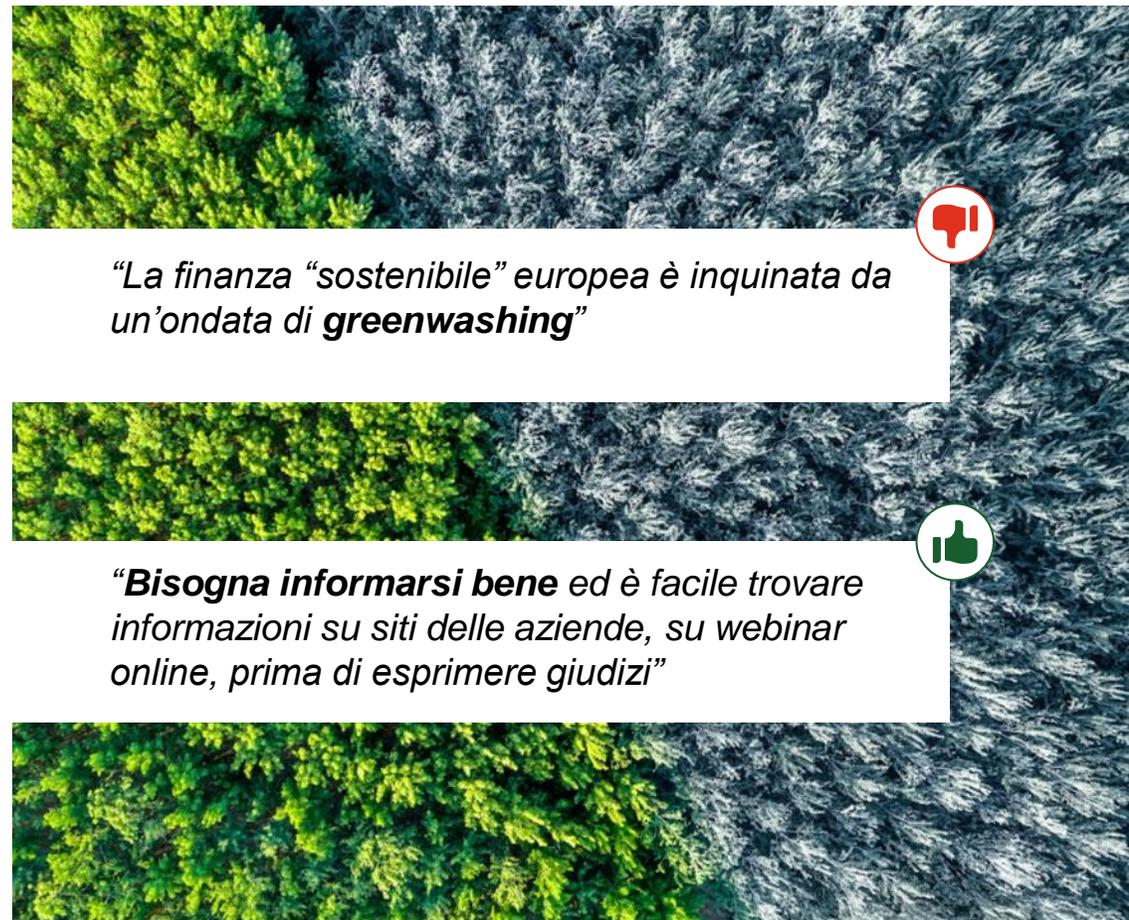


● positivo ● negativo

 42% di sentiment positivo

\*La scala dei valori varia da un punteggio minimo (0 che corrisponderà ad un sentiment totalmente negativo) fino ad un punteggio massimo (100 che corrisponderà ad un sentiment totalmente positivo). Valori intermedi rappresentano l'intensità della polarità, quindi ad un valore di 50 avremo che la polarità del post sarà per lo più neutra e non tenderà verso nessuno dei poli opposti (in questo caso il post avrà più che altro un carattere di constatazione e non mostrerà un sentiment né negativo né positivo).

Base dato: 1.123 conversazioni



 *“La finanza “sostenibile” europea è inquinata da un'ondata di greenwashing”*

 *“Bisogna informarsi bene ed è facile trovare informazioni su siti delle aziende, su webinar online, prima di esprimere giudizi”*

# I cittadini chiedono maggiori azioni e interventi da parte del governo, ma anche un maggiore sforzo collettivo

*“Il ministero della transizione ecologica dovrebbe intervenire con azioni concrete”*



**Maggiori azioni e interventi da parte del governo**

**67%**

La somma non dà il 100% in quanto le rimanenti conversazioni non sono state classificate in quanto non rilevanti ai fini delle analisi  
Base dato: 2.194 conversazioni (cittadini)

*“Oggi c’è ancora gente che non prende sul serio questa situazione, c’è bisogno di maggiore sforzo collettivo”*



**Maggiore sforzo collettivo e interesse dei singoli**

**12%**

# Trasparenza, inclusività e responsabilità sono i tre aspetti principali che i cittadini richiedono alle aziende



**Maggiore trasparenza**

**54%**



**Maggiore inclusività**

**24%**



**Maggiore responsabilità**

**22%**

Base dato: 824 conversazioni

# Approccio human-centered, supporto al territorio e valorizzazione dei giovani e delle competenze sono i punti di forza delle iniziative aziendali



**Approccio human-centered**

**41%**



**Supporto al territorio**

**32%**



**Valorizzazione dei giovani  
e delle competenze**

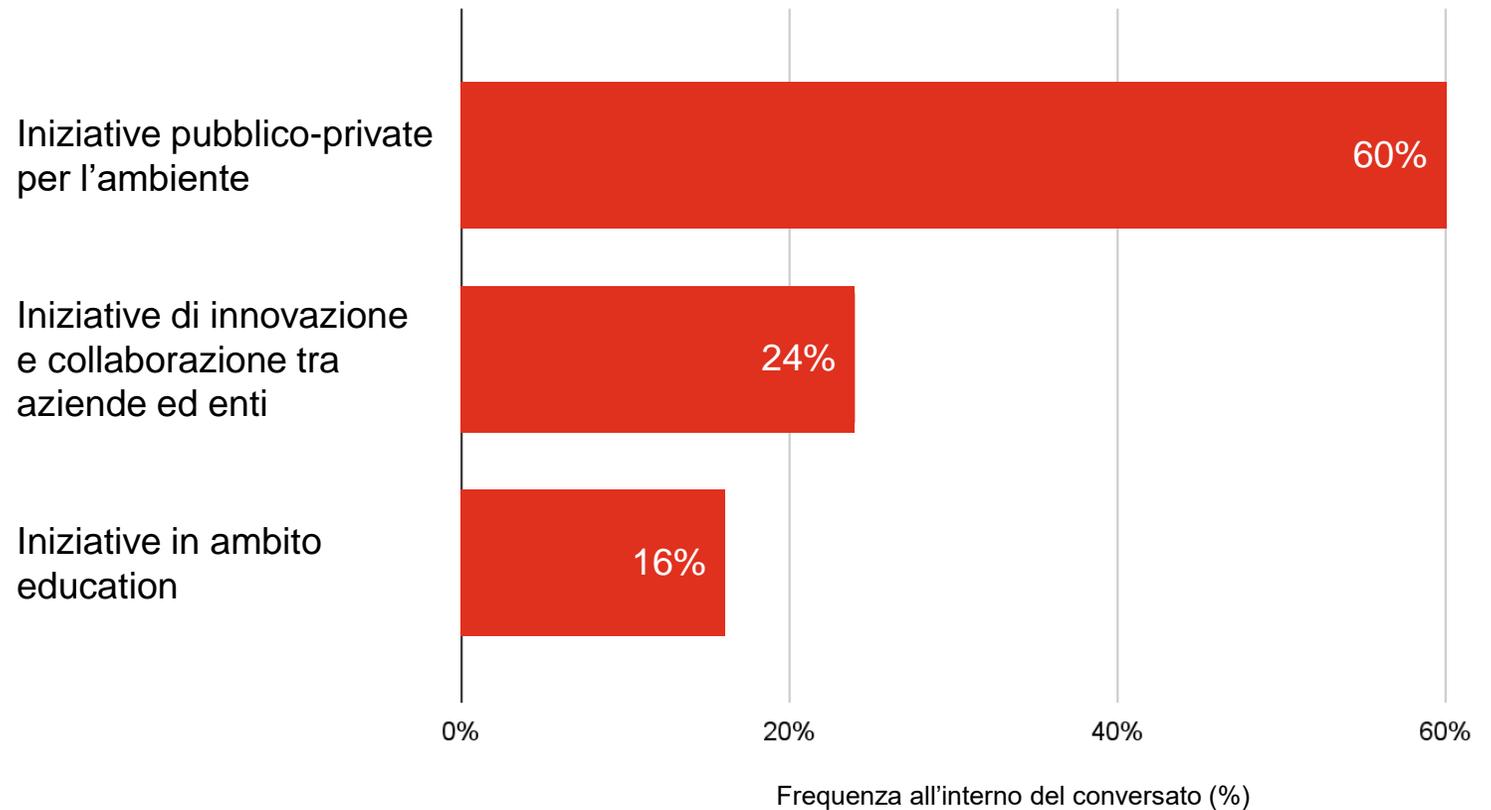
**27%**

Base dato: 701 conversazioni

# Come le aziende e gli enti pubblici stanno rispondendo alle esigenze dei cittadini e alle sfide ambientali

Le iniziative sull'ambiente lanciate da aziende ed enti pubblici sono quelle che attirano maggiormente i cittadini

Distribuzione delle tipologie di iniziative



Base dato: 7.432 conversazioni

# Sono le grandi aziende che comunicano di più in ambito sostenibilità, richiedendo alla società maggiore awareness e partecipazione

## Quali sono le aziende che comunicano di più in ambito sostenibilità



Big Corporate



Geolocalizzate nei grandi centri urbani (Milano e Roma)



### Legenda:

- Alta concentrazione di utenti
- Medio-alta concentrazione di utenti
- Media concentrazione di utenti
- Bassa concentrazione di utenti

Fonte: Twitter. La cartina fornisce una informazione circa la distribuzione geografica delle audience che hanno parlato dei diversi argomenti oggetto di analisi e si basa su quei post o commenti che gli utenti hanno pubblicato con servizi di geolocalizzazione attiva. Più aumenta la concentrazione di utenti più il colore tende al rosso

Base dato: 4.878 (focus aziende)

## Cosa richiedono le aziende alla società e cosa comunicano



Maggiore awareness e consapevolezza



Partecipazione

Risultano meno rilevanti le comunicazioni delle **PMI** sulla tematica sostenibilità, tuttavia esse sono molto attive nella **partecipazione** a iniziative promosse dalle grandi aziende.

# Contatti



**Domenico Agnello**  
Innovation Lead  
Innovation Team - PwC Italia  
+39 349 323 9944  
domenico.x.agnello@pwc.com



**Vincenzo Tanania**  
Innovation Director  
Innovation Team - PwC Italia  
+39 346 508 2519  
vincenzo.tanania@pwc.com



**Roberta Anelli**  
Innovation Manager  
Innovation Team - PwC Italia  
+39 347 566 4964  
roberta.anelli@pwc.com