

# Primo Rapporto sulla Nuova Economia in Italia – 2024

*Struttura, metodologia e principali risultati*

**NEXT** | NUOVA  
ECONOMIA  
PER TUTTI

F O N D A Z I O N E

**Unipolis**

Roma, 17 settembre 2024

[NEXTECONOMIA.ORG](https://nexteconomia.org)

## SUMMARY & CONCLUSIONS

Il progetto di ricerca

### **CAPITOLO 1 - Responsabilità nelle scelte di produzione, consumo e risparmio**

(short literature review su altre indagini)

### **CAPITOLO 2 - Focus group e costruzione del questionario sui Livelli della Nuova Economia**

(quattro focus group con le Università e i Centri di Ricerca; dieci focus group con i consumatori; otto incontri individuali con gli ETS)

### **CAPITOLO 3 - I risultati della prima indagine nazionale sui Livelli della Nuova Economia**

(Statistiche descrittive; analisi fattoriale e costruzione dell'Indice del Livello di Nuova Economia; confronto fra sub-sample socio-demografici; impatto Nuova Economia su soddisfazione, felicità e fiducia; descrizione e risultati del percorso di empowerment)

### **CAPITOLO 4 - Cittadinanza attiva e Nuova Economia in Italia: ostacoli, fattori abilitanti e principali determinanti**

(determinanti della cittadinanza attiva; analisi fattoriale e risultati sull'Indice del Voto col Portafoglio; impatto dei livelli del Voto col Portafoglio sulla soddisfazione di vita)

Realizzato da

**NET**

Con il finanziamento di

FONDAZIONE  
**Unipolis**

PRIMO RAPPORTO SULLA  
NUOVA ECONOMIA  
IN ITALIA

GIUGNO 2024

**I questionari complessivamente raccolti sono 907** e sono ripartiti nel seguente modo:

- 351 unità statistiche in tutta Italia (18 regioni su 20, 71 province su 107) – raccolta online
- 336 giovani di Roma – raccolta cartacea
- 220 studenti dell'Istituto di Istruzione Superiore Erasmo da Rotterdam di Nichelino (Torino) – percorso di empowerment

Il periodo di somministrazione è stato compreso fra febbraio e aprile 2024.

Le **analisi sono state condotte sul sotto-campione di 351** in quanto garantisce l'eterogeneità dei rispondenti, a differenza degli altri due che sono concentrati unicamente sui giovani e su due soli territori.

Come ulteriore lavoro di analisi e di controllo della significatività dei risultati, nel capitolo 4 abbiamo condotto un'analisi su una survey realizzata su un diverso **campione di 2000 unità statistiche** rappresentative della popolazione italiana e condotta da una società specializzata nella rilevazione.

Per verificare robustezza dei dati e rappresentatività del campione dei 351 è stata applicata anche una **procedura di pesatura del campione**.

L'analisi è finalizzata a rendere le unità statistiche rappresentative. In particolare, utilizziamo una **raking ratio estimation** (Deming 1943, Kalton 1983, Izrael et al. 2009) che aggiusta i pesi di campionamento delle unità statistiche del campione in modo che i totali marginali dei pesi aggiustati sulle caratteristiche specificate (genere, reddito, età, istruzione, occupazione e provenienza geografica) corrispondano ai totali corrispondenti per la popolazione nazionale.

In sostanza, la raking ratio estimation “**costringe**” i **totali del sondaggio a corrispondere ai totali noti della popolazione, assegnando un peso a ciascun intervistato**.

**Percorso di empowerment** di 6 ore somministrato a 27 studenti (con campione di controllo di 48). Compilazione questionario ex-ante ed ex-post.

Tutti i risultati di **statistica descrittiva** sono testati e confermati anche dalle successive **stime econometriche** (stime multivariate, dove si controlla per tutte le variabili sociodemografiche) e dai relativi controlli di robustezza delle stesse, condotti con l'utilizzo delle **variabili strumentali** (per escludere la presenza di endogeneità e confermare la consistenza delle stime).



Prima di procedere con l'analisi fattoriale gli indicatori elementari sono stati testati sia con il Bartlett Sphericity Test, sia con il KMO test (OECD, 2008).

**I risultati ottenuti suggeriscono che l'analisi fattoriale è possibile.**

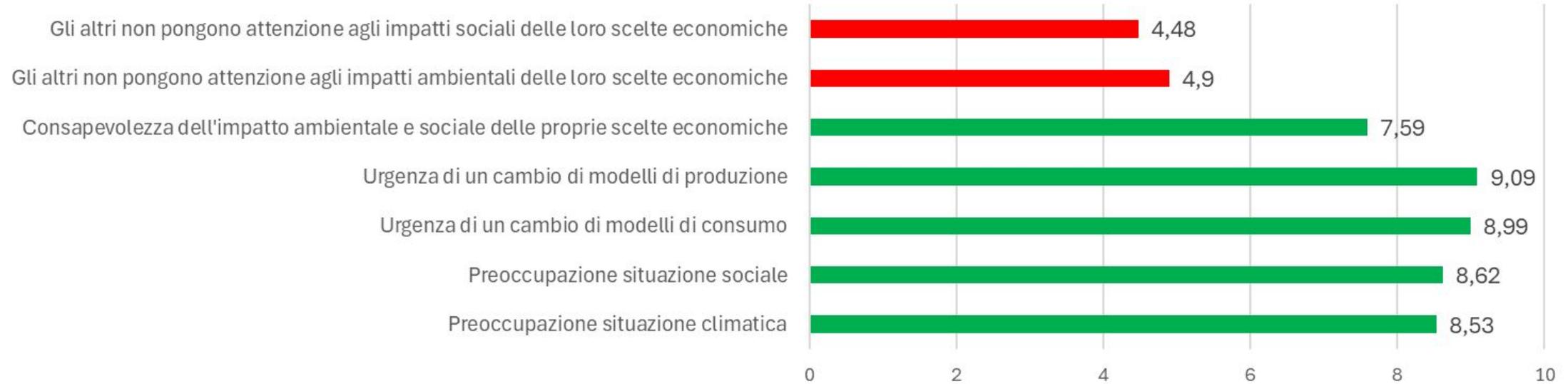
L'obiettivo dell'analisi fattoriale non è però solo quello di individuare i fattori che determinano il livello di Nuova Economia, ma anche quello di costruire indicatori compositi degli stessi, per arrivare, da ultimo, alla costruzione dell'indicatore composito complessivo in cui confluiscono i compositi dei singoli fattori. Difatti, in letteratura (si veda tra gli altri Hollenstein, 1996; Nardo et al., 2005; Werwatz et al., 2005; Mishra, 2007; Gómez-Limón and Riesgo, 2009; Ferrara et al, 2015.), l'utilizzo dei factor loadings che emergono dalla rotazione della matrice è estremamente diffuso nel processo di ponderazione e di costruzione degli indicatori compositi.

La metodologia seguita è quella indicata dall'OECD (2008) che riprende Nicoletti et al. (2000).

Il questionario, somministrato sia online che in modalità cartacea, ha permesso la raccolta di una pluralità di dati inerenti:

- 1) **gli aspetti socio-demografici** – inclusi gli elementi di partecipazione politica, sociale, culturale – di *happiness* – nelle sue diverse forme di soddisfazione, felicità, etc – e di capitale sociale;
- 2) **i livelli di preoccupazione per la situazione ambientale e sociale;**
- 3) **la percezione sulla credibilità e la sostenibilità delle imprese;**
- 4) **l’urgenza del cambio di consumo e produzione;**
- 5) **il livello di sostenibilità di comportamenti e stili di vita** – comprese le scelte di acquisto di prodotti e servizi -;
- 6) **i livelli di conoscenza e condivisione della cultura della Nuova Economia** – in cui sono presenti strumenti di finanza sociale e di responsabilità sociale d’impresa, di amministrazione condivisa e di misurazione e riduzione dell’impatto ambientale -;
- 7) **l’utilizzo e la qualità dei diversi canali di informazione/formazione** per quanto concerne l’accesso alle tematiche della sostenibilità.

## Livello medio



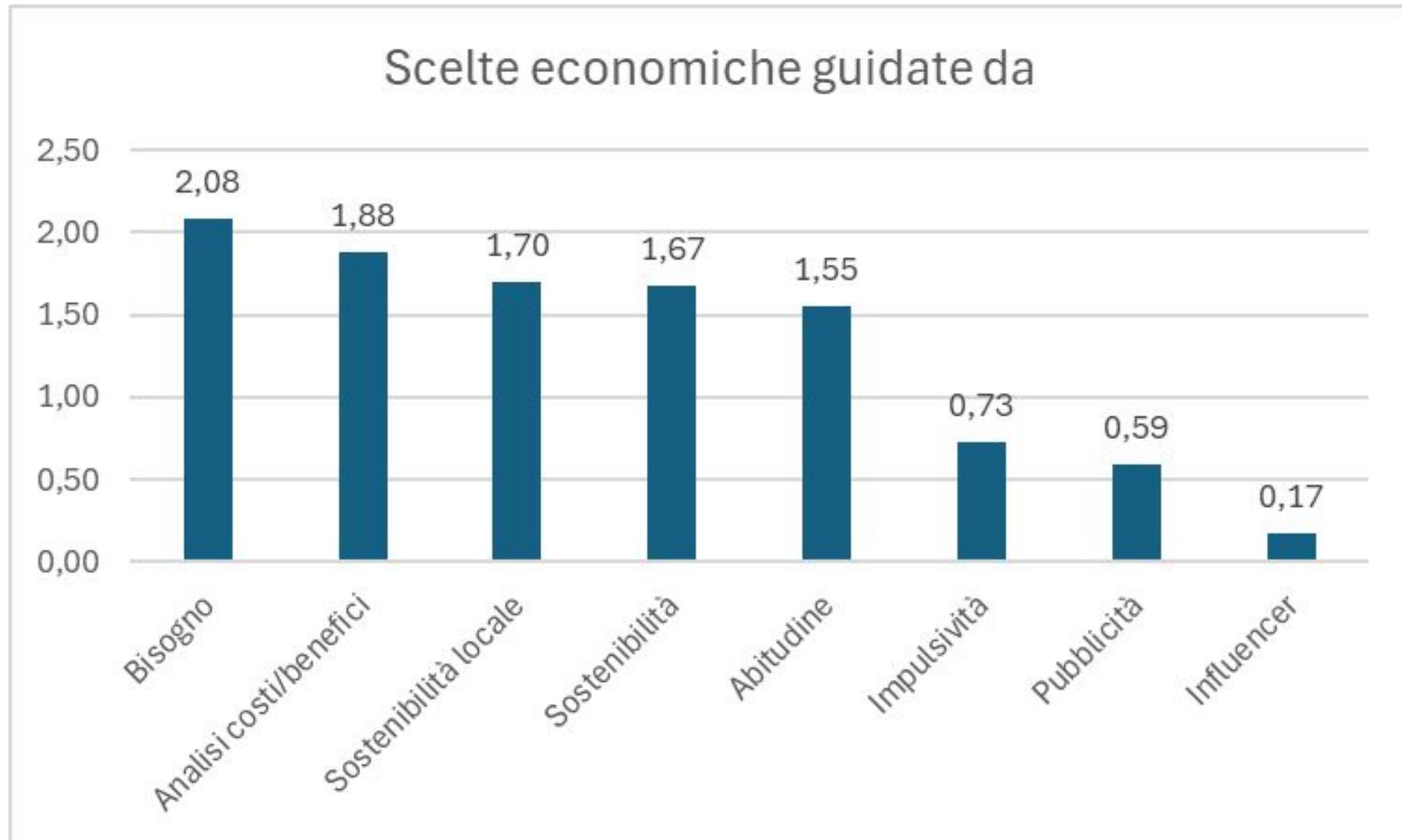
Basso livello di fiducia nei confronti degli altri cittadini e cittadine □ “io penso che sia giusto scegliere secondo criteri di sostenibilità sociale e ambientale, ma non lo faccio perché gli altri non lo fanno”, anche se, come suggeriscono i dati, la percentuale di chi è estremamente consapevole dell’impatto delle proprie scelte economiche (risposte pari a 8, 9 o 10) è pari a oltre il 61%.

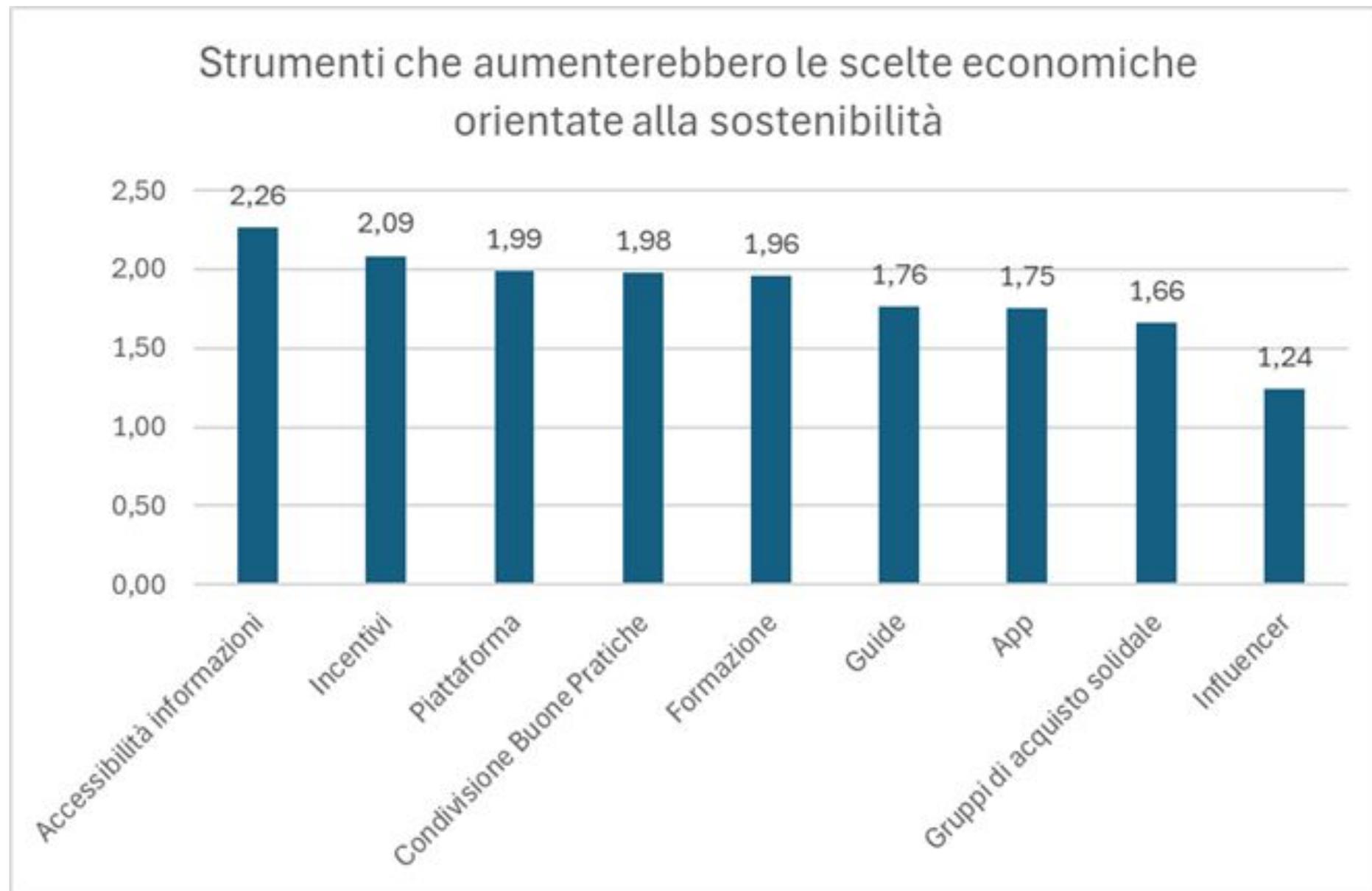
Diventa quindi necessario far emergere la consapevolezza sommersa e renderla visibile a tutti, perché già oggi la comunità del voto col portafoglio è più grande di quello a cui siamo abituati, personalmente, a pensare.

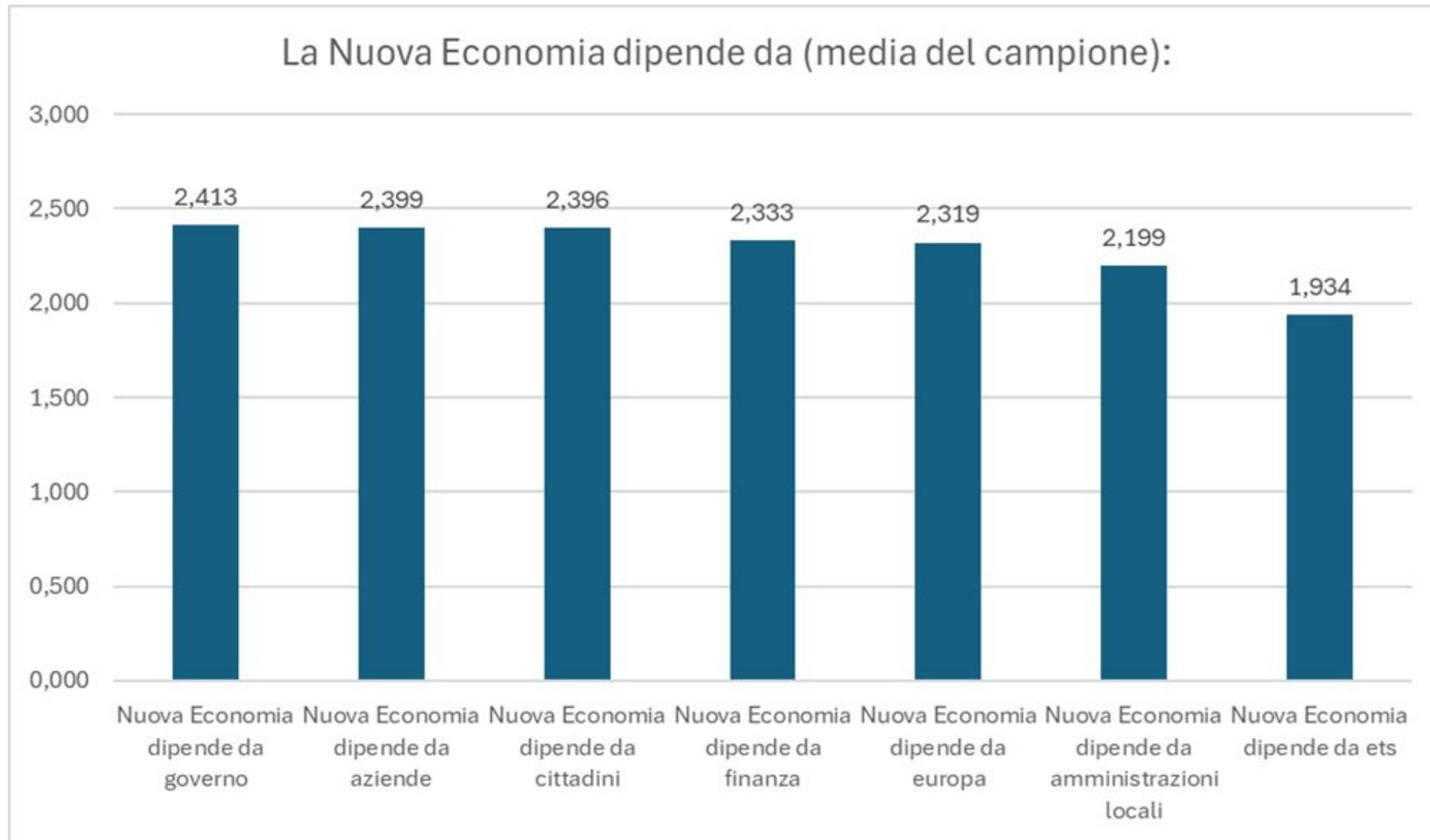
Questa direzione trova conferma anche nei dati sulla disponibilità a pagare un prezzo più elevato per un prodotto/servizio che abbia una certificazione di sostenibilità sociale o ambientale.

In particolare, nel caso di un prodotto alimentare la percentuale di chi si dichiara disponibile a pagare un prezzo maggiore è complessivamente pari all'87,68% (livello medio pari a 4,50 su 7) nel caso di certificazione sociale e all'84,9% (livello medio pari a 4,48 su 7) nel caso di certificazione ambientale.

**Lo scostamento di prezzo in cui converge il maggior numero di risposte è quello fino a un +20% rispetto a un prodotto alimentare non certificato.**



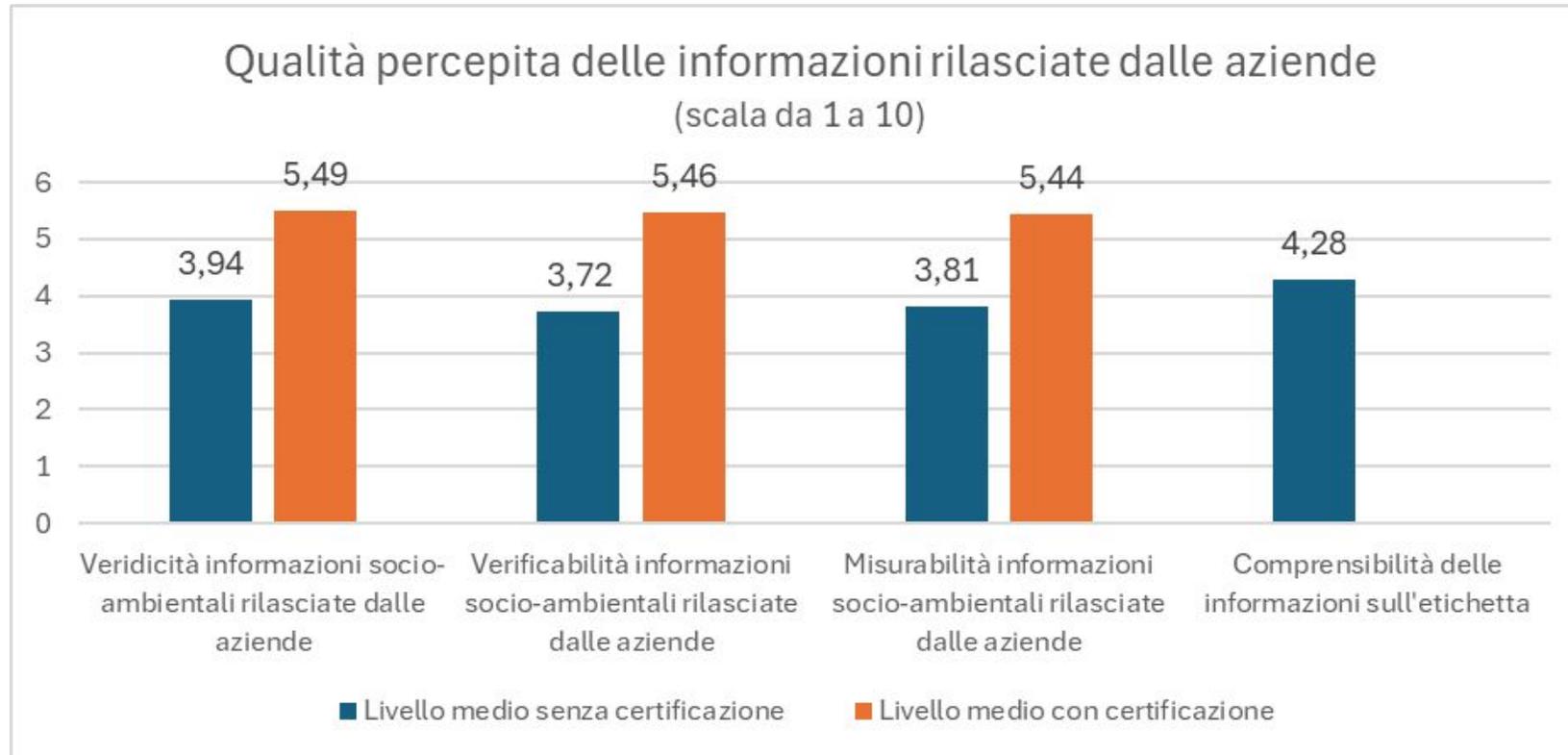


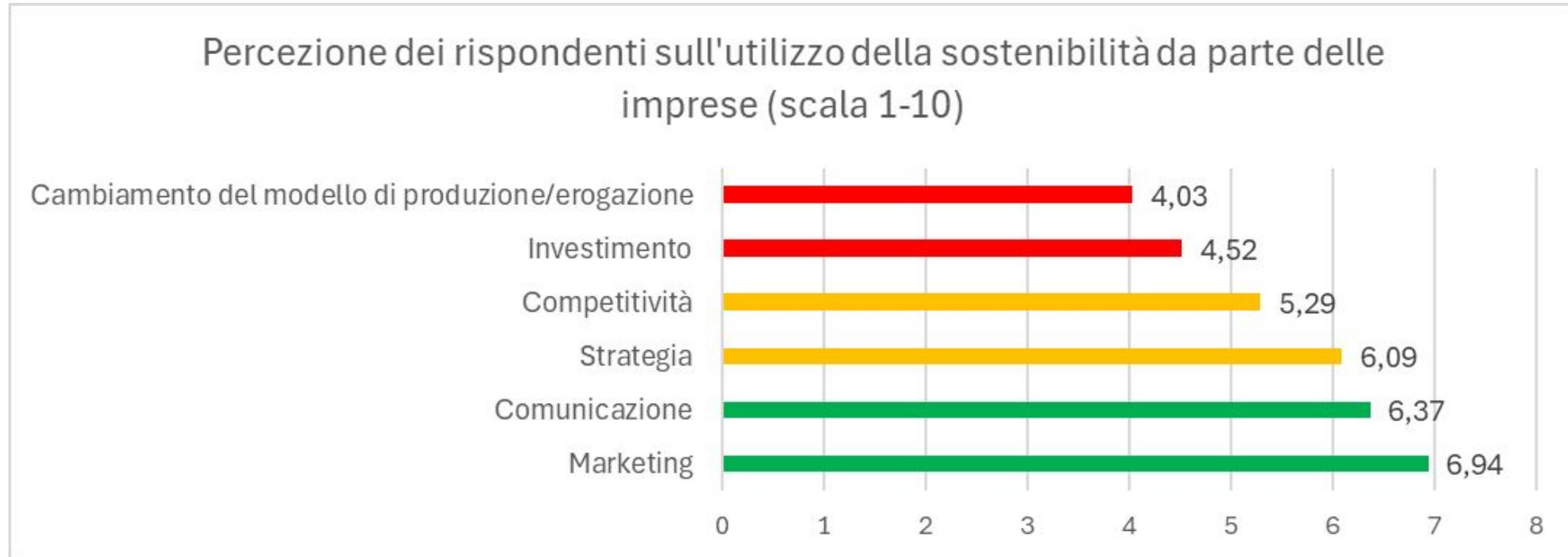


La sostenibilità dell'azienda è un fattore di scelta del posto in cui andare a lavorare, con un livello pari a 6,85 su 10.

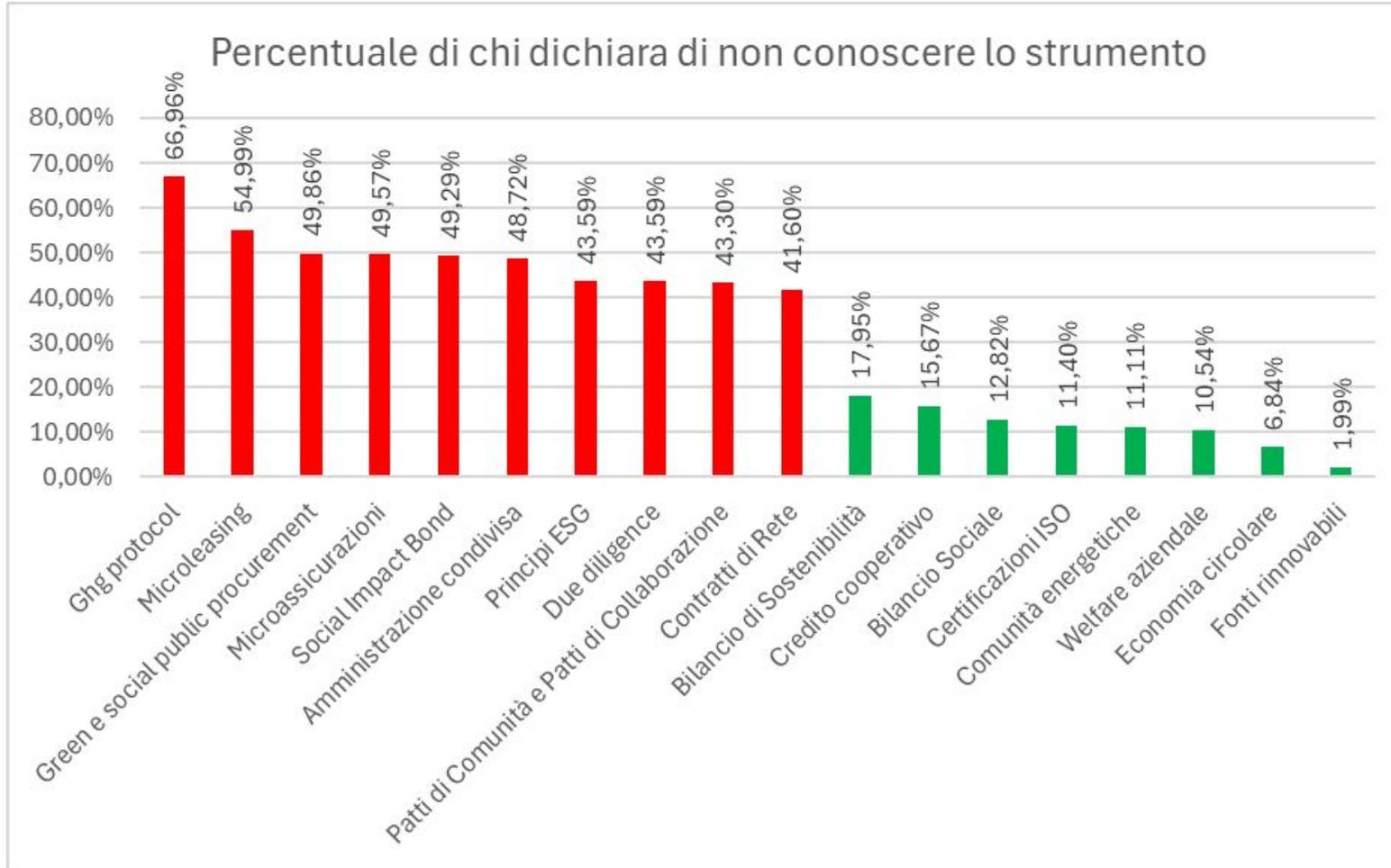


la sostenibilità diventa un elemento di premialità per le imprese non solo da parte dei consumatori e dei risparmiatori, ma anche da parte dei lavoratori.





La lettura combinata di questi dati “lato produzione” fa emergere come esista un problema di fiducia nelle imprese e come la percezione di rischi di green e social washing sia estremamente diffusa e permeata nell’opinione comune.



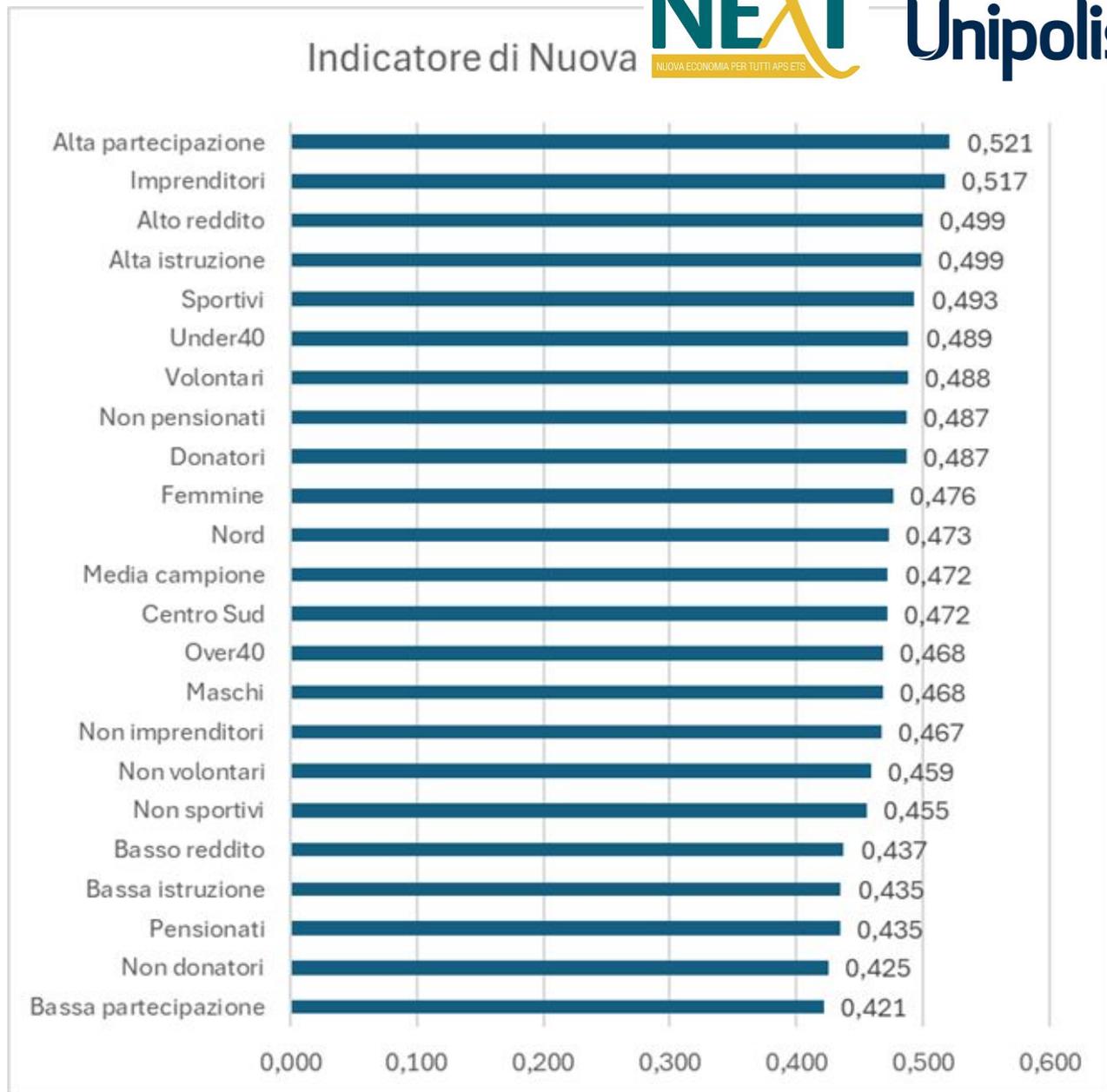
Gli strumenti di nuova economia più conosciuti sono quelli legati all'impresa e all'ambiente, mentre quelli meno noti sono gli strumenti connessi con la finanza sociale, i più tecnici/nuovi e quelli di governance del territorio

È ancora presente un appiattimento della nuova economia e della sostenibilità sui concetti di responsabilità sociale d'impresa e di sostenibilità ambientale: la responsabilità civile del territorio fa ancora fatica a trovare spazio.



Queste sei determinanti sono aggregati, seguendo la metodologia di costruzione degli indicatori compositi proposta dall'OCSE, in un unico indicatore composito: l'Indice del Livello di Nuova Economia.

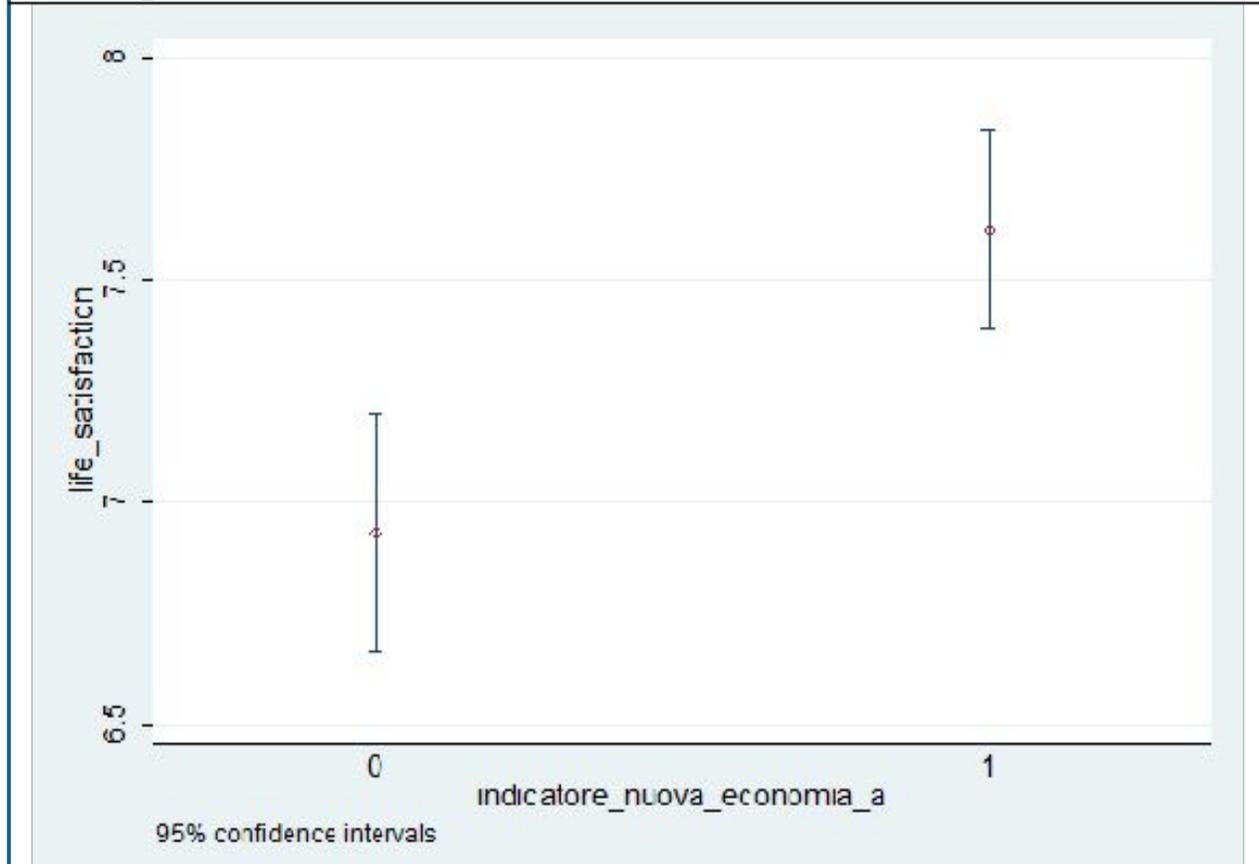
Le statistiche descrittive dell'indicatore composito di Nuova Economia restituiscono un quadro in cui la media del campione si ferma a un livello pari a 0,472 (su 1), dimostrando un livello generale inferiore alla sufficienza. Passando a un'analisi per sotto-campioni emerge che il risultato migliore è quello costituito da chi ha un livello più elevato di partecipazione (0,521), seguito dagli imprenditori (0,517), da chi ha un alto reddito e da chi ha un alto livello di istruzione (0,499). Punteggi sopra la media del campione si registrano anche per gli sportivi (0,493), gli under40 (0,489), i volontari (0,488), i non pensionati (0,487), i donatori (0,487), le donne (0,476) e chi abita al nord (0,473).



**A livelli più elevati di Nuova Economia corrispondano livelli più alti di happiness.** In particolare, livelli più elevati di Nuova Economia (superiori alla media) portano a un livello di soddisfazione di vita pari a 7,61 rispetto alla **soddisfazione di vita** di chi ha un livello basso di Nuova Economia (6,92).

Le determinanti della Nuova Economia che maggiormente incidono sulla soddisfazione di vita sono quelle legate ai livelli di conoscenza (fattore 1) e ai livelli della disponibilità a pagare per la sostenibilità dei prodotti/servizi (fattore 3).

Figura 3.26 - Livelli di Nuova Economia e soddisfazione di vita



Medesime differenze statisticamente significative si rinvengono anche nei livelli di **soddisfazione delle relazioni familiari** (2,46 vs 2,27), **amicali** (2,26 vs 2,03), **del lavoro** (2,08 vs 1,68), per la **fiducia negli altri** (6,41 vs 5,28) e per la **felicità per il miglioramento delle condizioni altrui grazie alle proprie azioni/scelte** (9,29 vs 8,82).

Figura 3.27 - Livelli di Nuova Economia e altre soddisfazioni

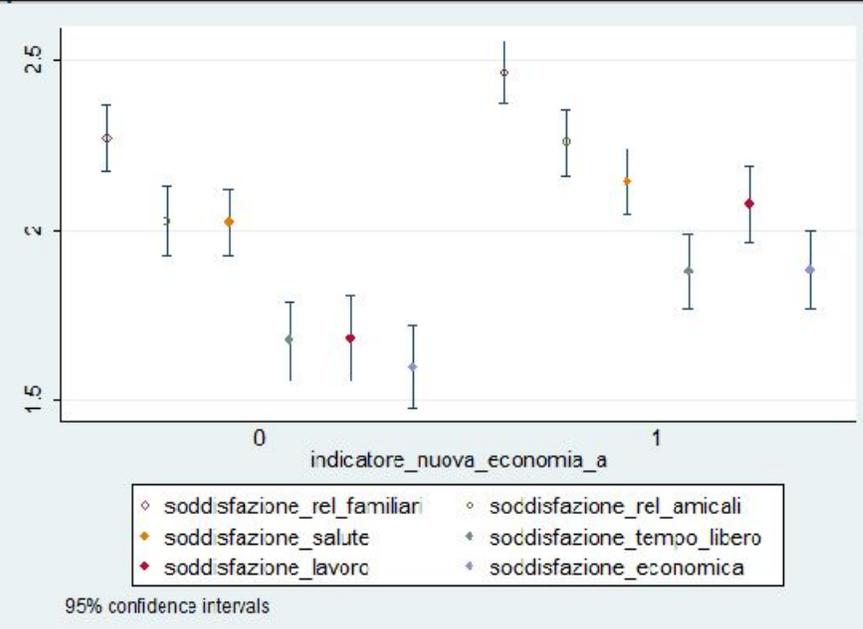


Figura 3.28 - Livelli di Nuova Economia e fiducia negli altri

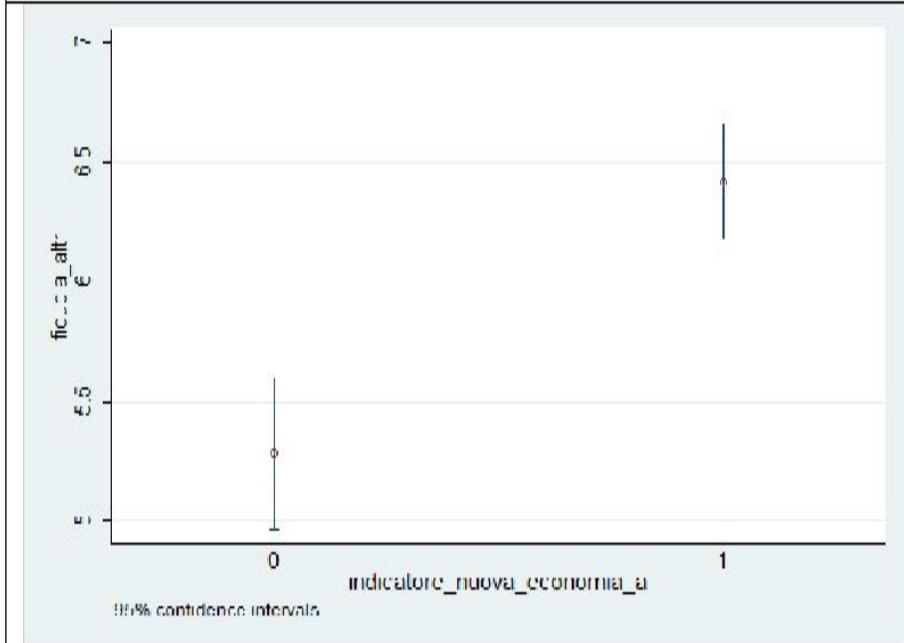
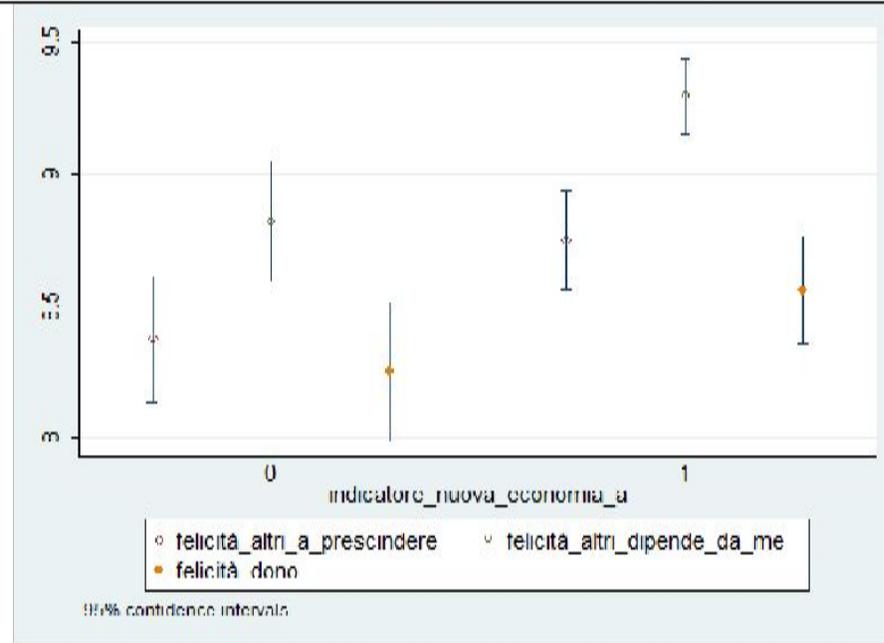


Figura 3.29 - Livelli di Nuova Economia e altre tipologie di felicità



Dalla lettura combinata di questi risultati possiamo trarre alcune considerazioni di estremo interesse sotto il punto di vista della ricerca e del rapporto fra Nuova Economia e *happiness*:

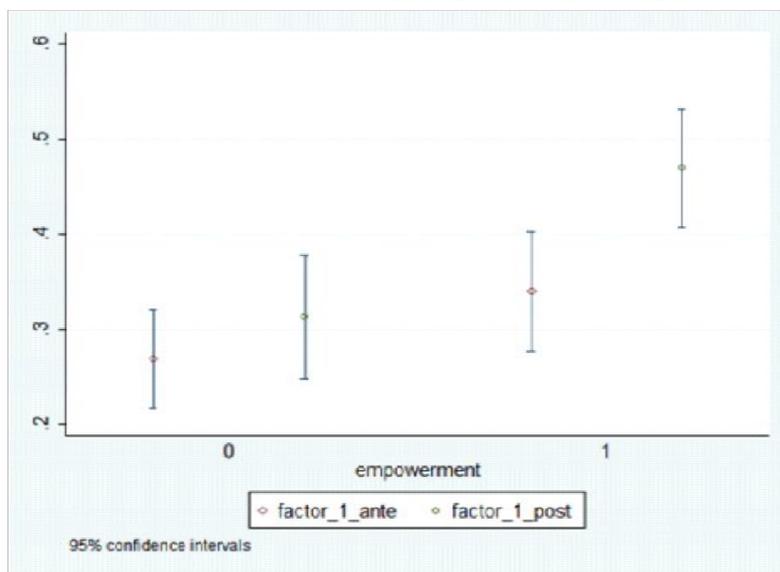
- 1) il fatto che a registrare il maggiore impatto nella maggior parte delle diverse forme di *happiness* sia **l'indicatore composito di Nuova Economia significa che riesce a meglio spiegare la relazione rispetto alle sue singole determinanti** (il tutto è superiore alle parti);
- 2) adottare un **approccio economico orientato alla sostenibilità**, all'impatto, alla responsabilità delle proprie scelte (disponibilità a pagare e voto col portafoglio) e alla conoscenza degli strumenti della nuova economia **augmenta la nostra *happiness as a whole*** (un approccio integrale genera impatti integrali);
- 3) la Nuova Economia contribuisce in generale, ma anche con le sue determinanti, a **migliorare le condizioni di *happiness* collegate alla capacità di costruire beni relazionali** e alla capacità di responsabilità.

**L'approccio della Nuova Economia è un attivatore di felicità personale** e Scitovsky sottolinea come la soddisfazione di vita dipenda dalla fruizione dei **beni di stimolo**, beni che rendono la vita più interessante, appassionante e dotata di senso e consentono apprendimento continuo, allontanando la noia. Sono beni di stimolo la pratica sportiva, la formazione, l'impegno sociale, cioè proprio quelle caratteristiche sociodemografiche per le quali si registrano livelli superiori nelle determinanti e nel composito della Nuova Economia.

Anche l'evidenza che **la Nuova Economia (singole determinanti e livello aggregato) contribuisca ad ottenere un'*happiness* più alta suggerisce non solo che la stessa dipenda dai beni di stimolo, ma che essa stessa sia un rilevante bene di stimolo** per le nostre felicità e per la nostra ricchezza di senso.

La principale evidenza riguarda il fatto che il percorso abbia **impattato sul livello di conoscenza della nuova economia (fattore 1)** sia all'interno del campione di trattamento (ex ante vs ex post) sia fra i due campioni (ex post trattamento vs ex post controllo).

Figura 3.55 – L'impatto del percorso di empowerment sul livello del Fattore 1 - Conoscenza



Inoltre, **aumentare i livelli del fattore 1**, come avvenuto grazie al percorso di *empowerment*, **spinge il cambiamento anche negli altri fattori** con una tempistica che naturalmente non può essere quella di un percorso *light* su ragazzi che si stanno avvicinando adesso alle loro scelte economiche.

Infine, l'analisi di *beta-convergence* sui livelli della Nuova Economia evidenzia che la **diffusione della cultura della Nuova Economia** può essere assimilata a un **processo di convergenza** (chi parte da livelli più alti registra variazioni più basse) e che **percorsi di empowerment**, anche *light*, possono **accelerare (condizionare) tale processo** (chi ha partecipato ha delta superiori).

Ipotesi centrali di ricerca:

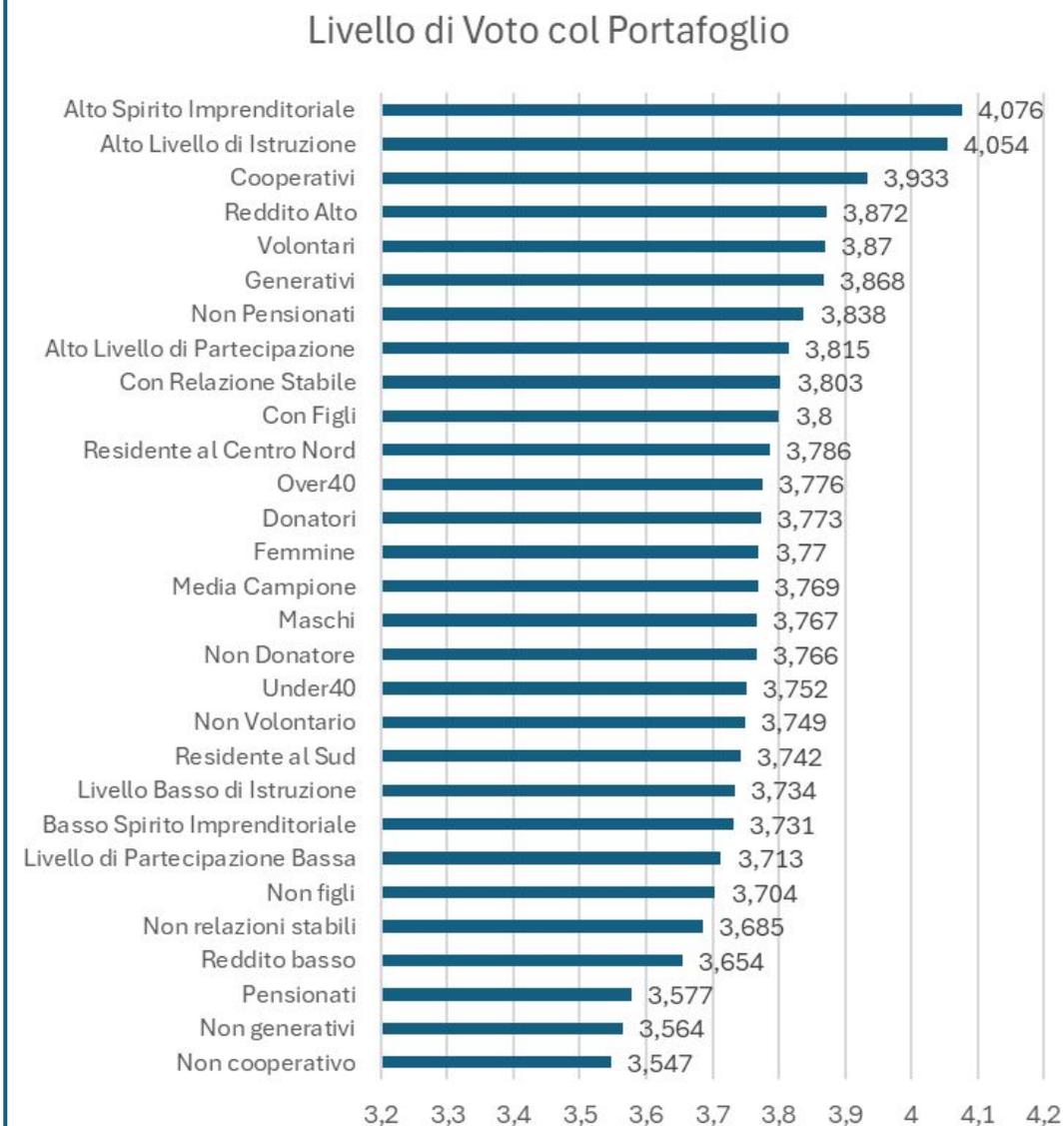
- Gli individui “generativi” e gli individui “cooperativi” si caratterizzano per una maggiore propensione a scelte civiche (di voto col portafoglio)
- Chi ha livelli di Voto col Portafoglio più elevati, ha livelli di soddisfazione di vita più elevati

I comportamenti di cittadinanza attiva (voto col portafoglio) esaminati nell’indagine sono i seguenti (stessa metodologia del capitolo 3 per costruzione del composito):

- i) Raccolta differenziata
- ii) Scelte di risparmio nel consumo di energia
- iii) Disponibilità a pagare per la sostenibilità sociale dei prodotti
- iv) Disponibilità a pagare per la sostenibilità ambientale dei prodotti
- v) Acquisto di prodotti con certificazione ambientale

L’indice di generatività è misurato come media aritmetica tra creatività individuale e desiderio di aiutare gli altri. L’indice di cooperazione come risposta ad una domanda che misura il convincimento sull’importanza della cooperazione per la soluzione dei problemi.

I valori più elevati dell'Indice di Voto col Portafoglio sono di chi risulta avere uno spirito imprenditoriale (4,076), da chi ha un alto livello di istruzione (4,054) e da chi ha un approccio cooperativo (3,933). Gli unici sotto-campioni che, rispetto a quanto emerso nel capitolo 3 con l'Indice di Nuova Economia, si trovano a parti invertite sopra e sotto la media del campione riguardano gli over40 e gli under 40. Inoltre, rispetto alla precedente analisi si sono costruiti ulteriori sub-sample: cooperativi e non cooperativi, generativi e non generativi, chi ha e chi non ha figli e chi ha e chi non ha una relazione stabile. **Questi risultati confermano quanto rilevato in precedenza**, rendendo, di fatto, i risultati ottenuti consistenti anche a valere su un campione maggiormente rappresentativo, seppur su un set di domande ristrette.



I risultati delle stime econometriche relative alle determinanti del voto col portafoglio sono riportati confermano in misura importante quanto già emerso a livello descrittivo.

Il voto col portafoglio dipende in modo positivo e significativo dai livelli di generatività e cooperazione (con significatività pari al 99%), dal livello di istruzione (99%), di reddito (99%), da non essere pensionati (99%), dall'essere volontario (99%) e dall'aver un alto spirito imprenditoriale (99%) e una relazione stabile (99%).

Figura 4.7 – Confronto per sub-sample approccio cooperativo sugli intervalli di confidenza del voto col portafoglio

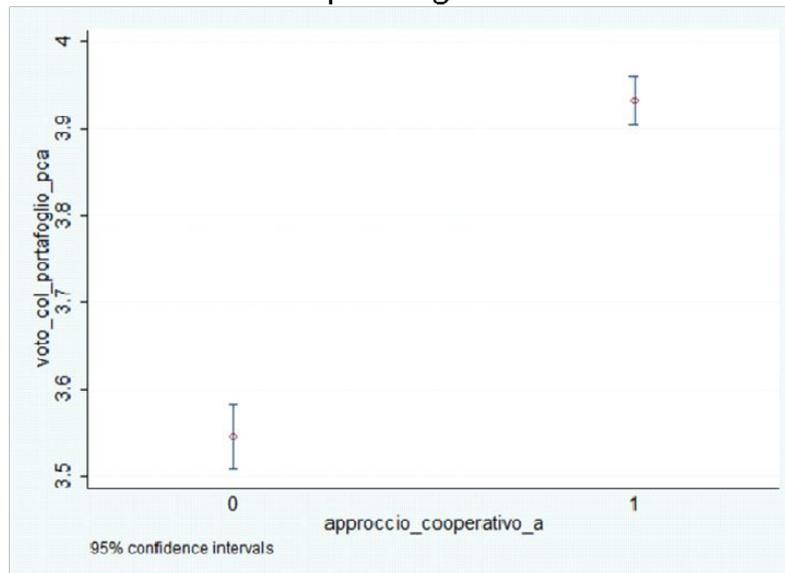
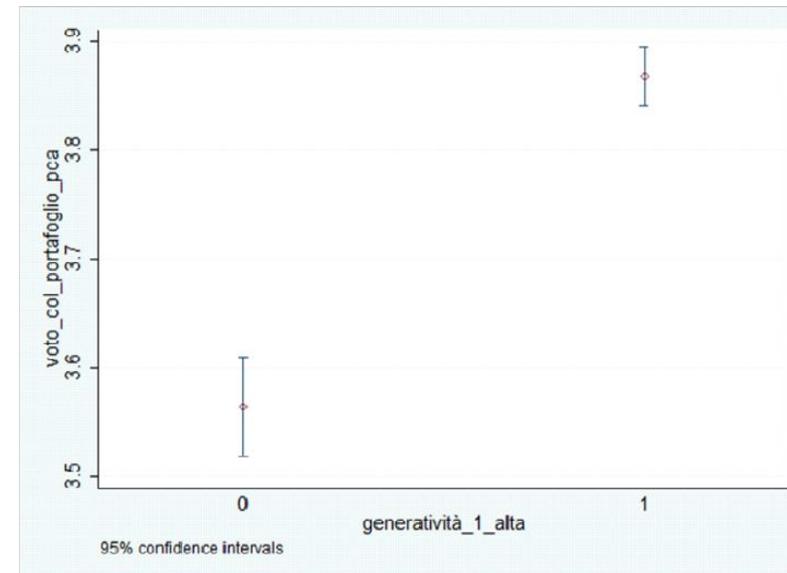


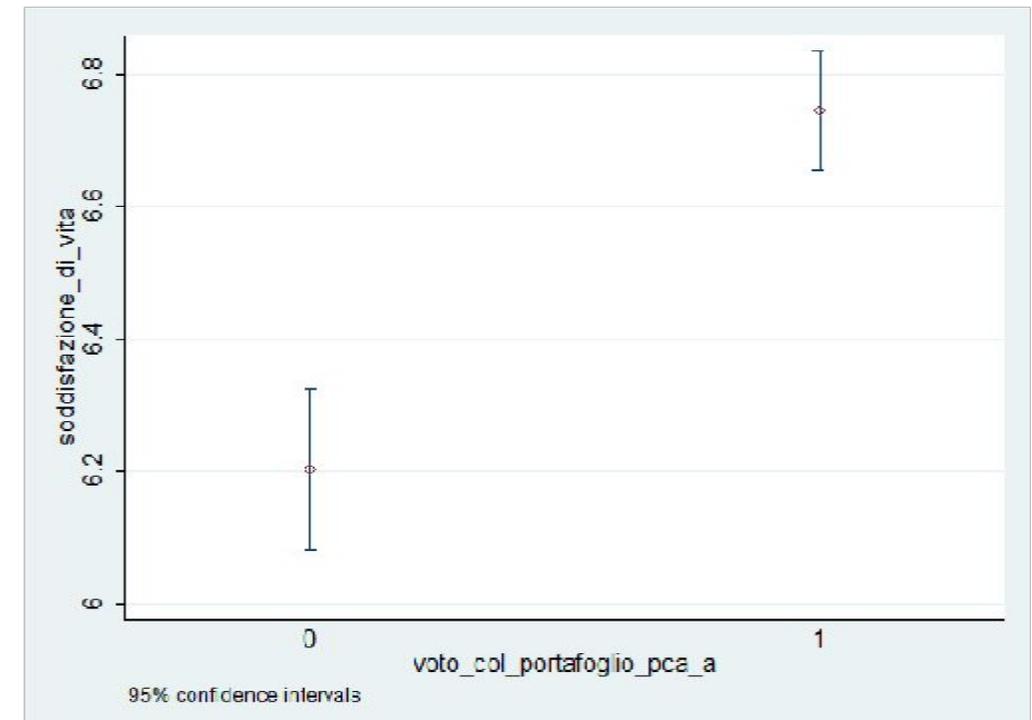
Figura 4.8 – Confronto per sub-sample generativi sugli intervalli di confidenza del voto col portafoglio



In particolare, livelli più elevati di Voto col Portafoglio (superiori alla media) portano a un livello di soddisfazione di vita pari a 6,74 che risulta essere superiore in misura statisticamente significativa (usando intervalli di confidenza del 95%) rispetto alla soddisfazione di vita di chi ha un livello basso di Voto col Portafoglio (6,20).

I risultati di questa seconda ricerca confermano che generatività, attitudine partecipativa e cooperativa sono positivamente e significativamente correlate con scelte di nuova economia e di voto col portafoglio e queste ultime sono a loro volta significativamente correlate con la soddisfazione di vita.

Figura 4.33 – Livelli di voto col portafoglio e soddisfazione di vita



Mettendo in relazione i risultati del terzo e quarto capitolo emerge con chiarezza come lavorare a un innalzamento del livello delle sei determinanti della Nuova Economia (Conoscenza degli strumenti della nuova economia, Credibilità delle aziende, Disponibilità a pagare per prodotti sostenibili, Informazione, Consapevolezza personale cambio di paradigma, Consapevolezza personale impatto scelte economiche), significhi lavorare sul superamento dei sei ostacoli (Mancanza di consapevolezza, Informazione incompleta, Fallimento del coordinamento, Differenziale di costo della scelta, Gap di investimento in comunicazione, Costi psicologici del cambiamento).

Per farlo è necessario potenziare i fattori abilitanti – norme sociali e infrastrutture fisiche, digitali e relazionali – per favorire (allenare) le competenze generative e cooperative, partendo da esperienze diffuse, accessibili e multicanale di istruzione e formazione sui contenuti, le dinamiche, gli strumenti e le prassi della Nuova Economia (consumo e risparmio responsabile, integrazione di strategie ESG all'interno delle imprese, finanza sociale, costruzione di reti locali).

In estrema sintesi, l'implicazione di policy è quella di creare condizioni che favoriscano l'investimento in beni di stimolo dei cittadini (formazione continua, volontariato, solidarietà, pratica sportiva) e l'esperienza di pratiche di nuova economia (consumo e risparmio responsabile, integrazione di strategie ESG all'interno delle imprese, finanza sociale, costruzione di reti locali).

Ovvero creare le condizioni in potenza e in atto perché ciò avvenga, non dimenticando che l'azione concreta e non solo il potenziale contribuiscono significativamente all'impatto su ricchezza di senso e soddisfazione di vita (dunque non l'aver solo un elevato titolo di studio ma l'aver sperimentato gli effetti e le risonanze di un'azione civica).

Sulla base dei risultati della nostra ricerca queste policy consentono di raggiungere un duplice obiettivo, ovvero il cambiamento dell'economia in direzione di maggiore responsabilità sociale ed ambientale e la maggiore soddisfazione e ricchezza di senso di vita dei cittadini.