

CONSUMATORI E POLITICA CLIMATICA: LAVAMI MA SENZA BAGNARMI

03 Novembre 2020

Arne Holzhausen

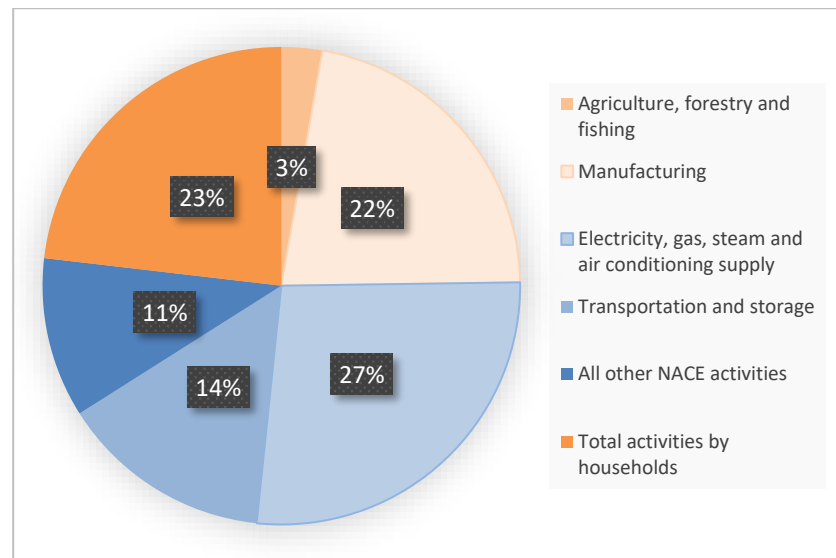
Head of Insurance, Wealth and Trend
Research
Arne.Holzhausen@allianz.com

Markus Zimmer

Senior Economist, ESG
Markus.Zimmer@allianz.com

I consumi delle famiglie europee sono responsabili di tante emissioni di anidride carbonica quanto il settore manifatturiero. Per raggiungere l'obiettivo della neutralità climatica entro il 2050, l'UE dovrà cambiare il proprio approccio, ma la nostra ricerca mostra che in media il 46% dei francesi e il 44% dei tedeschi intervistati non sono disposti a pagare di più per prodotti rispettosi del clima, contro un 36% degli intervistati in Italia. Circa un quarto di tutte le emissioni di anidride carbonica nel 2018 sono attribuibili alle attività delle famiglie (Figura 1), una quota pari a quella del settore manifatturiero e appena un po' inferiore alla produzione di energia elettrica. Ancora più sorprendente: i progressi degli ultimi anni sono stati deludenti. Mentre il settore manifatturiero e la produzione di energia elettrica hanno ridotto dal 2008 la loro *carbon footprint* del 20% e del 27% rispettivamente, le famiglie hanno realizzato solo una riduzione del 9%. La quota di emissioni delle famiglie è aumentata così di 2 punti percentuali nell'ultimo decennio.

Figura 1 - Emissioni di CO₂ nell'UE 28 per attività, 2018 (quote in %)¹



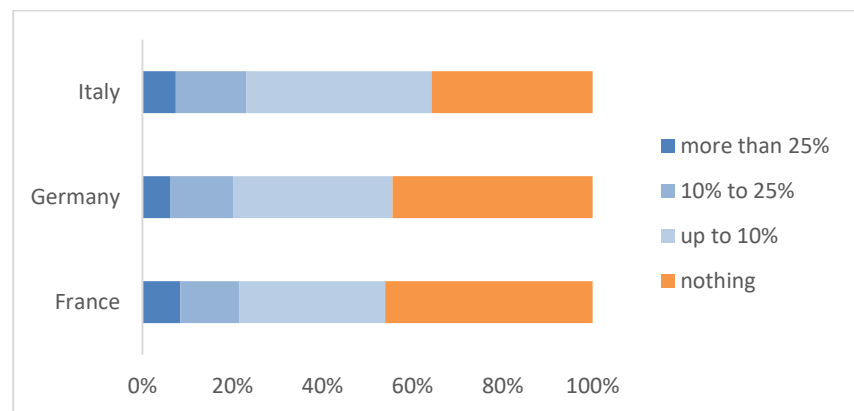
Fonti: Eurostat, Allianz Research.

Nel nostro ultimo "Allianz Pulse" abbiamo intervistato un campione rappresentativo di 1.000 persone in Francia, Germania e Italia, chiedendo loro, tra le altre cose, la disponibilità a pagare prezzi più alti per prodotti rispettosi del

¹ NACE (per il termine francese "nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne"), è il sistema di classificazione standard dell'industria utilizzato nell'Unione europea.

clima, dal cibo e dall'abbigliamento alla mobilità e all'alloggio. I risultati sono modesti: poco meno della metà degli intervistati in Francia e Germania ha dichiarato di essere disposta a pagare di più per prodotti rispettosi del clima. E di questi, il 32% (Francia) e il 35% (Germania) sono stati disposti ad accettare solo un massimo del 10% di prezzi più alti. La vera disponibilità a pagare sembra diversa. L'Italia è un po' meglio da questo punto di vista: solo il 36% degli intervistati in Italia non è disposto a pagare; il 41% pagherebbe fino al 10% in più. Ma il gruppo di intervistati che sarebbe disposto a pagare prezzi significativamente più alti - cioè il 10% e oltre - è molto piccolo in tutti e tre i Paesi (poco più del 20%) (Figura 2).

Figura 2 - Quanto paghereste di più per un prodotto rispettoso del clima? (risposte in %)

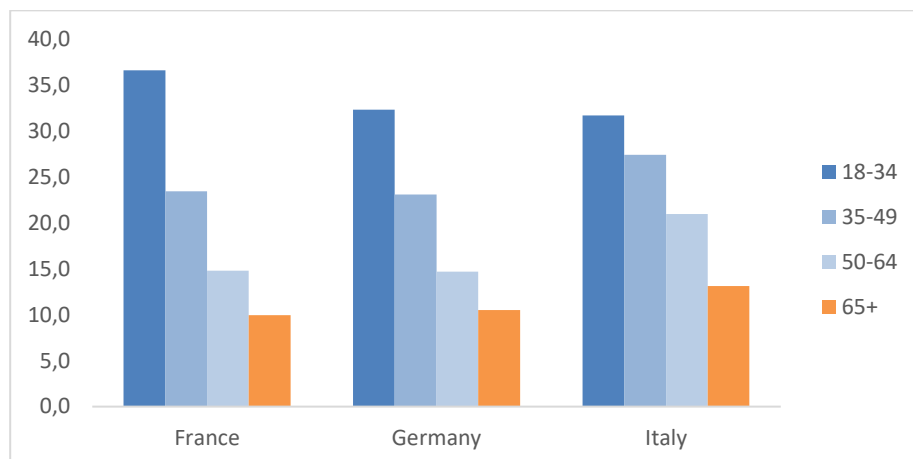


Fonti: Allianz Pulse, Allianz Research.

L'effetto Greta è chiaramente visibile, dato che i Millenials hanno il triplo delle probabilità di pagare il 10% o più per i prodotti a basso impatto climatico rispetto ai pensionati.

Questa fascia di età ha un comportamento molto simile in tutti e tre i paesi. Ma anche tra le giovani generazioni, la percentuale di intervistati disposti a contribuire attivamente alla protezione del clima è sorprendentemente bassa: 37% in Francia e 32% ciascuno in Germania e Italia (cfr. figura 3). Questi numeri, tuttavia, vanno interpretati con cautela. Il crollo economico indotto dalla pandemia degli ultimi mesi - che ha colpito in modo sproporzionato le giovani generazioni - potrebbe aver intaccato la loro volontà e capacità di effettuare tagli per la protezione del clima.

Figura 3 - Quota di intervistati che pagano il 10% o più per prodotti rispettosi del clima, per fascia d'età (risposte in %)



Fonti: Allianz Pulse, Allianz Research

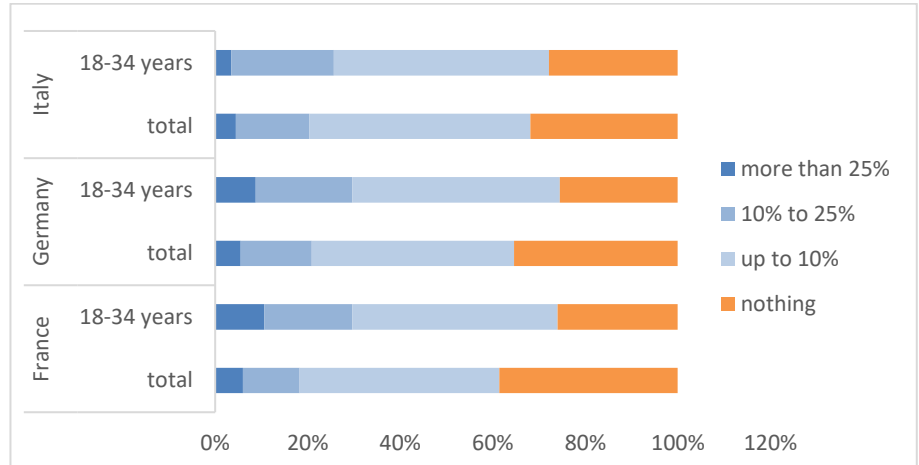
Neanche una carbon tax è popolare. Lo spirito delle proteste del Giubbotto Giallo è ancora vivo - e non solo in Francia.

Alla domanda su una carbon tax e sul suo impatto sui prezzi della benzina, il 39% dei francesi, il 35% dei tedeschi e il 32% degli intervistati italiani ha risposto che non dovrebbero esserci aumenti di prezzo a seguito dell'introduzione di una carbon tax, il che significa semplicemente che sono assolutamente contrari all'introduzione di una carbon tax. E il 43% (Francia), il 44% (Germania) e il 48% (Italia) degli intervistati ammette che solo piccoli aumenti di prezzo fino al 10% sarebbero appropriati. Come per la disponibilità a pagare di più per prodotti rispettosi del clima, l'accettazione di una carbon tax è più alta tra i Millennials, anche se solo di poco (Figura 4).

In altre parole, la stragrande maggioranza degli intervistati in tutti e tre i paesi sembra disposta ad accettare solo una modestissima carbon tax di, diciamo, 25 euro per tonnellata di CO₂, che si dà il caso sia il punto di partenza per la "carbon tax" tedesca (che è inquadrata come sistema nazionale di scambio di quote di emissione per i combustibili fossili) e che porterebbe ad un aumento del prezzo di circa il 5%. Ma schemi più ambiziosi - il prezzo minimo di 55 euro in Germania a partire dal 2025 o l'attuale carbon tax svedese di 110 euro, che porta ad un aumento del prezzo dal 10% al 20% - sono molto probabilmente soggetti a resistenze da parte dei consumatori.

Figura 4 - Di quanto dovrebbe aumentare il prezzo della benzina con una carbon tax?

(risposte in %)



Fonti: Allianz Pulse, Allianz Research.

Cosa significa questo per i policymaker? Anche dopo Covid-19, la politica climatica rimane una via di mezzo tra ciò che è socialmente desiderabile e ciò che è personalmente accettabile.

La pandemia ha aumentato la consapevolezza del rischio e della vulnerabilità del nostro stile di vita, oltre ad offrire una finestra storica di opportunità per accelerare la transizione globale verso una società a emissioni zero. Ma ciò che non è cambiato è l'atteggiamento di molte persone quando si tratta di azioni concrete sul clima: lavami ma non bagnarmi. Quindi, una politica climatica efficace e responsabile ha bisogno di spinte coraggiose e di segnali di prezzo per avviare il necessario cambiamento comportamentale; una carbon tax simbolica non sarà sufficiente.

Inoltre, la transizione verso un'economia decarbonizzata non è un pranzo gratuito: gli investimenti necessari costeranno centinaia di miliardi di euro e tutto questo non può essere finanziato semplicemente da un nuovo debito. L'accumulo del debito durante la pandemia ha già sovraccaricato le finanze di molti Stati. Quindi, una politica climatica efficace e responsabile richiederà scelte difficili su chi la paga.

Queste valutazioni sono, come sempre, soggette alla dichiarazione di non responsabilità fornita di seguito.

DICHIARAZIONI PREVISIONALI

Le dichiarazioni contenute nel presente documento possono includere prospettive, dichiarazioni di aspettative future e altre dichiarazioni previsionali che si basano su opinioni e ipotesi attuali della direzione e comportano rischi e incertezze noti e sconosciuti. I risultati, le prestazioni o gli eventi reali possono differire materialmente da quelli espressi o impliciti in tali dichiarazioni previsionali.

Tali deviazioni possono sorgere a causa, a titolo esemplificativo, (i) cambiamenti delle condizioni economiche generali e della situazione competitiva, in particolare nei mercati del Gruppo Allianz e non, (ii) andamento dei mercati finanziari (in particolare volatilità del mercato, liquidità ed eventi creditizi), (iii) frequenza e gravità degli eventi di perdita assicurata, anche derivanti da catastrofi naturali, e sviluppo delle spese di perdita, (iv) livelli e tendenze di mortalità e morbilità, (v) livelli di persistenza dei fenomeni osservati, (vi) entità delle inadempienze creditizie, in particolare nel settore bancario, (vii) livelli dei tassi di interesse, (viii) tassi di cambio tra cui il tasso di cambio Euro / Dollaro, (ix) modifiche delle leggi e dei regolamenti, comprese le normative fiscali, (x) impatto delle acquisizioni, inclusi i relativi problemi di integrazione, comprese le misure di riorganizzazione e (xi) fattori competitivi generali, da considerarsi su base locale, regionale, nazionale e / o globale. Molti di questi fattori possono essere più probabili o avere conseguenze più accentuate a causa delle attività terroristiche e delle loro conseguenze.

NESSUN DOVERE DI AGGIORNARE

La società non assume alcun obbligo di aggiornare le informazioni o dichiarazioni previsionali contenute nel presente documento, salvo eventuali informazioni che devono essere divulgate dalla legge.