Quase metade dos portugueses não acredita que ação individual pode salvar o planeta

26 de Janeiro, 2023

A grande maioria dos portugueses – 73% – afirmam ter sido afetados pelas alterações climáticas através do aumento do preço dos alimentos, um número consideravelmente superior à média geral dos países (57% para a mesma correlação). Esta é uma das conclusões do inquérito "Healthy & Sustainable Living 2022", apresentado pela **Greenlab** e pela **GlobeScan**, que reúne a opinião de consumidores em 31 países, abrangendo a Geração Z, Millennials, Geração X e Baby Boomers.

As conclusões do inquérito, apresentadas esta quinta-feira, 26 de janeiro, demonstram ainda que o aumento dos preços surge assim logo a seguir ao calor extremo (75%) como principal efeito das alterações climáticas sentido pelos portugueses.

Em Portugal, a ação mencionada como ambientalmente mais consciente e frequente é o uso de um saco de compras próprio (86%). A reciclagem e a poupança em aquecimento e ar condicionado seguem-se no topo dos comportamentos para 76% dos inquiridos, segundo a análise.

Em destaque, neste relatório, está também o facto de 80% dos portugueses inquiridos considerarem que se deve consumir menos para preservar o ambiente para as gerações futuras, sendo que 76% estão dispostos a reduzir o seu nível de consumo para metade, embora 46% estejam convencidos de que a ação individual não pode contribuir com muito para a salvação do planeta.

"Esta edição do Healthy & Sustainable Living vem comprovar que existe ainda um caminho a percorrer para uma efetiva mudança comportamental face ao ambiente e à sustentabilidade, quer por parte dos cidadãos e consumidores quer pelo lado das empresas e marcas", considera Luís Rochartre Álvares, Senior Advisor da Greenlab, especialista em Sustentabilidade e professor convidado no ISEG e na Católica do Porto.

Para este *survey*, foram inquiridos **mi cidadãos portugueses**, contando com os patrocínios do Grupo AGEAS Portugal, da EDP e da Abreu Advogados, e os apoios da Associação Portuguesa de Management, do Insure Hub (UCP Porto), da NBI – Natural Business Intelligence e da Sair da Casca.