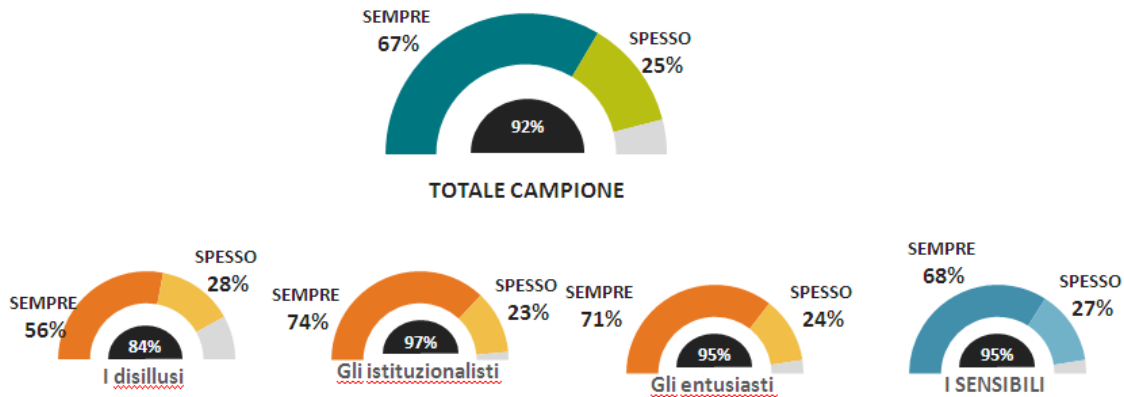


Fig. 1

L'UTILIZZO DELLE SPORTE CASALINGHE: UNA PRATICA DIFFUSA

Ipsos Public Affairs



Valori %:  
Base casi: Totale intervistati  
11 S3. Lei di solito, quando va a fare la spesa, si porta i sacchetti (le sporte) da casa?

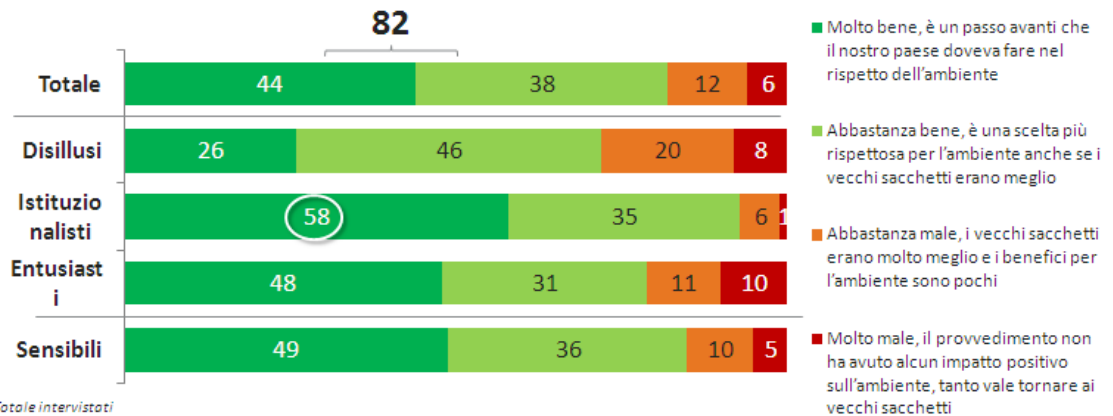
GAME CHANGERS Ipsos

Fig. 2

COMPLESSIVAMENTE POSITIVA LA VALUTAZIONE DEL PROVVEDIMENTO 2011 RELATIVO ALLA SOSTITUZIONE DEI SACCHETTI DI PLASTICA TRADIZIONALE

Ipsos Public Affairs

“Penso tuttora che si sia trattato di un grosso passo verso la civiltà e il rispetto per l'ambiente, anche perché questi sacchetti possono essere a loro volta riutilizzati per la raccolta dell'umido”



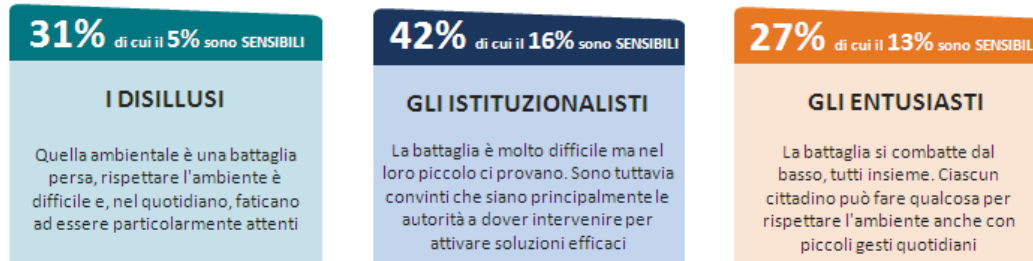
Valori %:  
Base casi: Totale intervistati  
15 S12. Come forse ricorderà, i sacchetti per la spesa di plastica tradizionale distribuiti dal supermercato (non biodegradabili) sono stati sostituiti per legge nel 2011 da sacchetti di plastica biodegradabile e compostabile. Ad oggi, dopo 5 anni, come giudica quel provvedimento?

GAME CHANGERS Ipsos

Fig. 3

L'APPROCCIO DEGLI ITALIANI VERSO IL TEMA DELL'AMBIENTE: I GRUPPI

Sulla base del livello di prossimità o lontananza riguardo al tema ambientale sono stati individuati 3 gruppi:



I tre gruppi differiscono rispetto all'attitudine nei confronti delle tematiche ambientali e all'ecologia in generale e i dati dell'indagine verranno letti sulla base di questi diversi atteggiamenti.

7

Fig. 4

MOLTEPLICI GLI UTILIZZI ALTERNATIVI DEI SACCHETTI DELLA SPESA, ANCHE PER SCOPI NON «CANONICI» Ipsos Public Affairs

TOTALE CAMPIONE	disillusi	istituzionalisti	entusiasti	SENSIBILI
per il contenitore dei rifiuti umidi	52	71	58	65
per i rifiuti indifferenziati	43	42	42	46
per trasportare oggetti	22	26	21	27
per riporre avanzi di cibo	15	15	16	14
come "portabiancheria" quando si è in viaggio	18	14	13	19
per surgelare i cibi	8	3	6	7

Valori %:  
Base casi: Totale intervistati

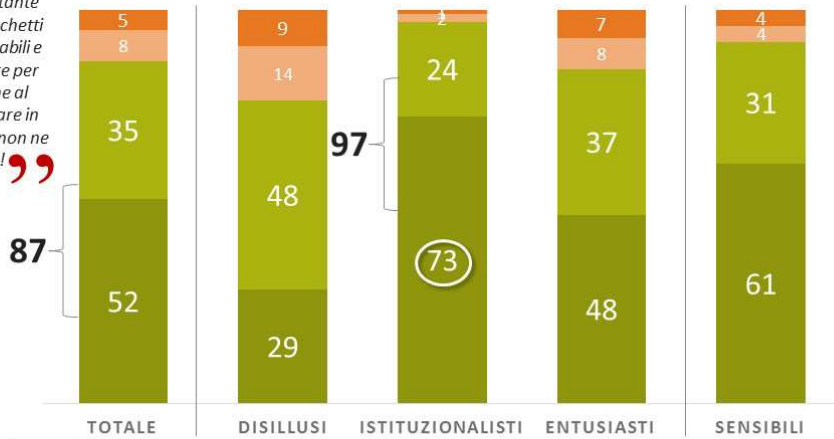
S11. I sacchetti della spesa sono spesso utilizzati per usi diversi una volta portati a casa. Alcuni intervistati prima di lei ci hanno raccontato cosa ne fanno. Tra le proposte sottostanti indichi tutti gli utilizzi che le capita di fare dei sacchetti della spesa acquistati al supermercato)

Fig. 5

POSITIVA LA VALUTAZIONE DELLA DIRETTIVA EUROPEA RIGUARDO I SACCHETTI DEL REPARTO ORTOFRUTTA **Ipsos Public Affairs**

“

Penso che sia importante che anche questi sacchetti diventino biodegradabili e compostabili, sempre per avere un'attenzione al nostro ambiente e fare in modo che le persone non ne prendano atto!!”



■ Molto male, il provvedimento non avrà alcun impatto positivo sull'ambiente, tanto vale mantenere i sacchetti di plastica  
 ■ Abbastanza male, i vecchi sacchetti erano molto meglio e i benefici per l'ambiente dei nuovi sacchetti saranno pochi  
 ■ Abbastanza bene, è una scelta più rispettosa per l'ambiente anche se credo che saranno peggio dei sacchetti di plastica  
 ■ Molto bene, è il completamento di un percorso iniziato nel 2011 con la sostituzione dei sacchetti alla cassa

Valori % :  
 Base casi: Totale intervistati

Torniamo ora per un momento ai sacchetti di plastica del reparto ortofrutta. I guanti e sacchetti attualmente presenti nei supermercati per l'ortofrutta NON SONO biodegradabili. In attuazione ad una direttiva Europea, dal 2018 anche i sacchetti del reparto ortofrutta dovranno essere biodegradabili e compostabili.  
 24 FV8. Come giudica questo provvedimento?

**GAME CHANGERS** Ipsos

Fig. 6

**Ipsos**

**Inizialmente attraverso un'informazione istituzionale capace di dare la giusta centralità alla tematica trattata**

È una fonte autorevole che parla della nuova direttiva: il ministro dell'ambiente, un pool di scienziati, esperti del settore, giovani ricercatori.

Attraverso 'canali' tradizionali per poter raggiungere un gran numero di persone:

- Telegiornali
- Spot pubblicitari con il logo del ministero dell'ambiente (tipo 'pubblicità progresso')
- Trasmissioni tv in seconda serata
- Pubblicità stampa sui principali quotidiani nazionali

“  
 Magari scegliere dei personaggi famosi nel mondo scientifico che parlino della nuova normativa e di quanto sia importante per tutti salvaguardare l'ambiente”

“  
 Deve arrivare a tutti e quindi la tv, la pubblicità, deve far parlare e accendere un dibattito altrimenti le persone poco istruite o anziane ne resteranno escluse”

**GAME CHANGERS**

Fig. 7

## Anche il punto vendita deve essere un soggetto 'attivo' in questo percorso

**Veicolare i benefici per la collettività e rendere il consumatore consapevole** delle proprie scelte:

- Innanzitutto iniziare con il gettare le basi per un **comportamento corretto e anti-spreco con riferimento all'attuale sacchetto in uso**, largamente abusato in quantità e per scopi di conservazione alimentare per i quali non è idoneo, sottolineandone i limiti fra cui la non biodegradabilità
- Parlare della nuova direttiva attraverso una **cartellonistica capillare**, sia all'ingresso che all'interno del punto vendita: *'attenzione, da gennaio 2018 i sacchetti per la frutta e la verdura saranno a pagamento, vai sul sito per maggiori informazioni'* in modo da oggettivare le responsabilità
- Mostrare cosa cambierà nel concreto: **una promoter** nel reparto **regala** i nuovi sacchetti, spiegando la direttiva, i vantaggi per l'ambiente, le **caratteristiche** del Mater Bi, ecc → importante avere un **referente 'umano'** con cui rapportarsi e a cui poter **fare delle domande**

*“ Forse inizierei con il sensibilizzare la gente sul fatto che questi sacchetti gratis sono dannosi per l'ambiente e non vanno bene usati per le pietanze ”*

*“ Vorrei poter vedere questi sacchetti, magari me ne regali 2 o 3 così posso vedere come sono, se sono resistenti, li provo anche subito per fare un confronto ”*

*“ Dovrebbero esserci delle indicazioni che mi facciano venire voglia di informarmi, un sito o degli opuscoli ”*

**GAME CHANGERS** 

### NOTA INFORMATIVA

Ipsos Public Affairs

Sondaggio realizzato da Ipsos PA per Novamont SPA presso un campione casuale rappresentativo dei cittadini dai 18 ai 65 anni residenti sul territorio nazionale secondo genere, età, area geografica, titolo di studio e occupazione. Sono state realizzate 1.000 interviste (su 1.775 contatti), mediante sistema CAWI, tra il 20 e il 27 dicembre 2016. Il documento informativo completo riguardante il sondaggio sarà inviato ai sensi di legge, per la sua pubblicazione, al sito [www.agcom.it](http://www.agcom.it).