GLI ITALIANI E L'UTILIZZO DELLE VASCHETTE PER FRUTTA E VERDURA

Risultati indagine Ipsos

1 Agosto, 2023

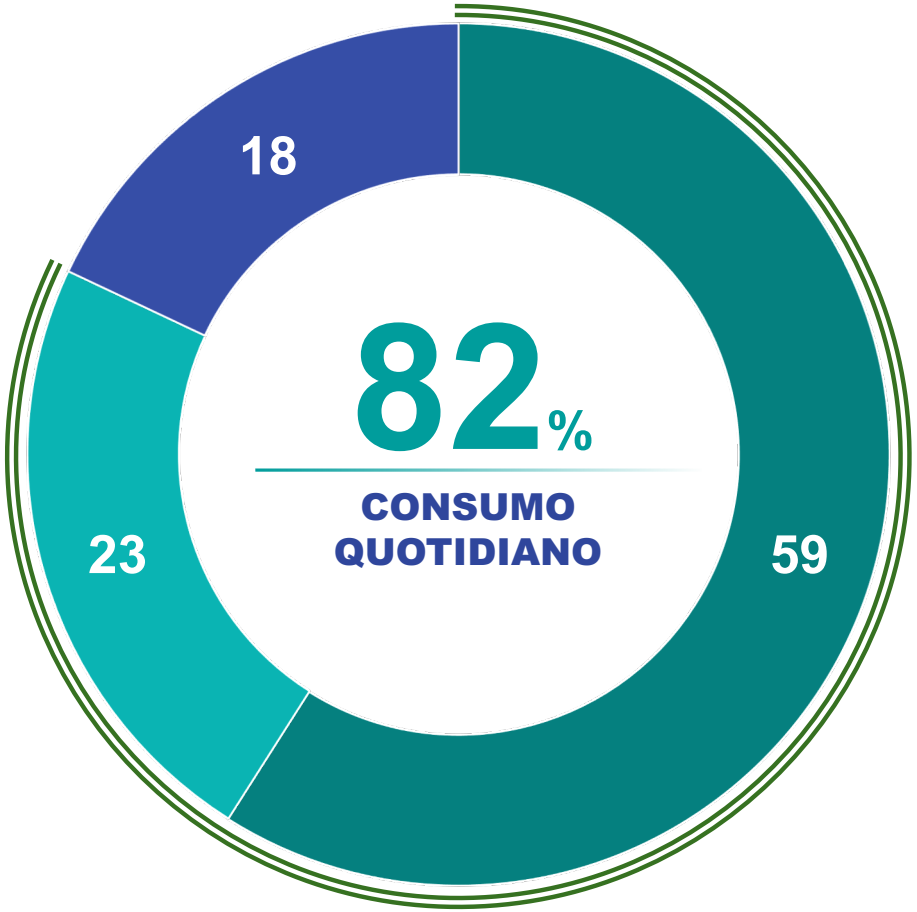
MAREVIVO

GAME CHANGERS

Ipsos

IL CONSUMO DI FRUTTA E VERDURA

Mediamente in una settimana in famiglia con che frequenza consumate frutta e verdura?

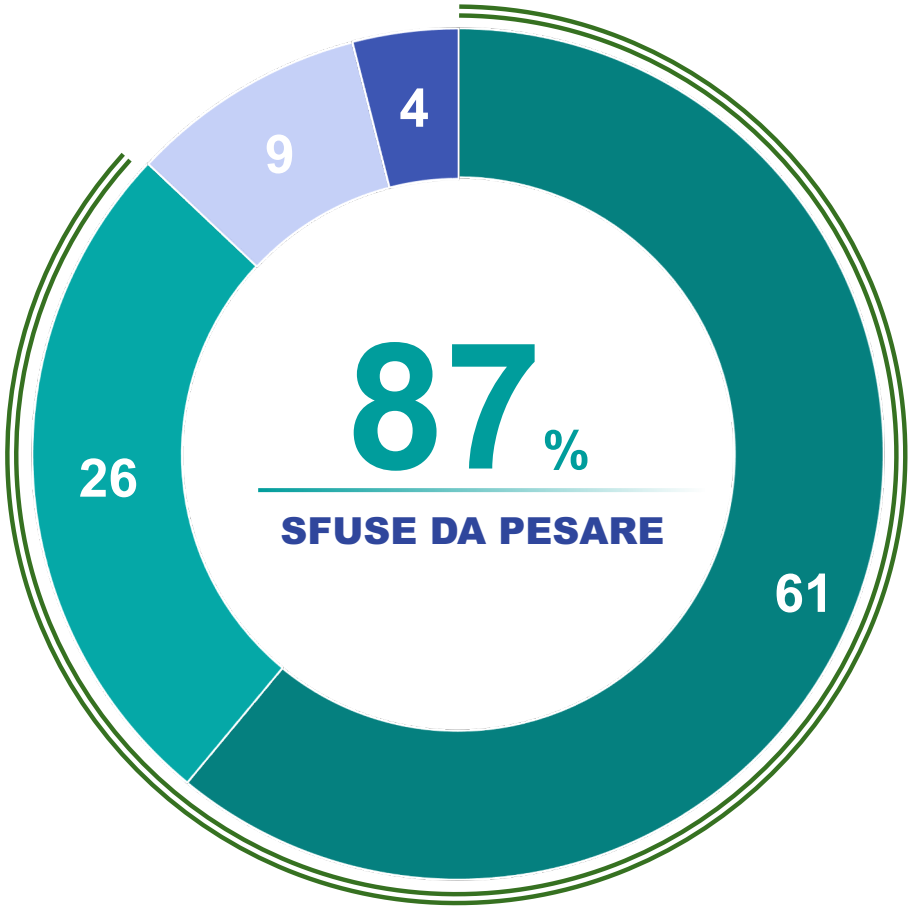


- Tutti i giorni in più pasti
- Tutti i giorni in almeno un pasto
- Non tutti i giorni

Base: totale campione. Valori %

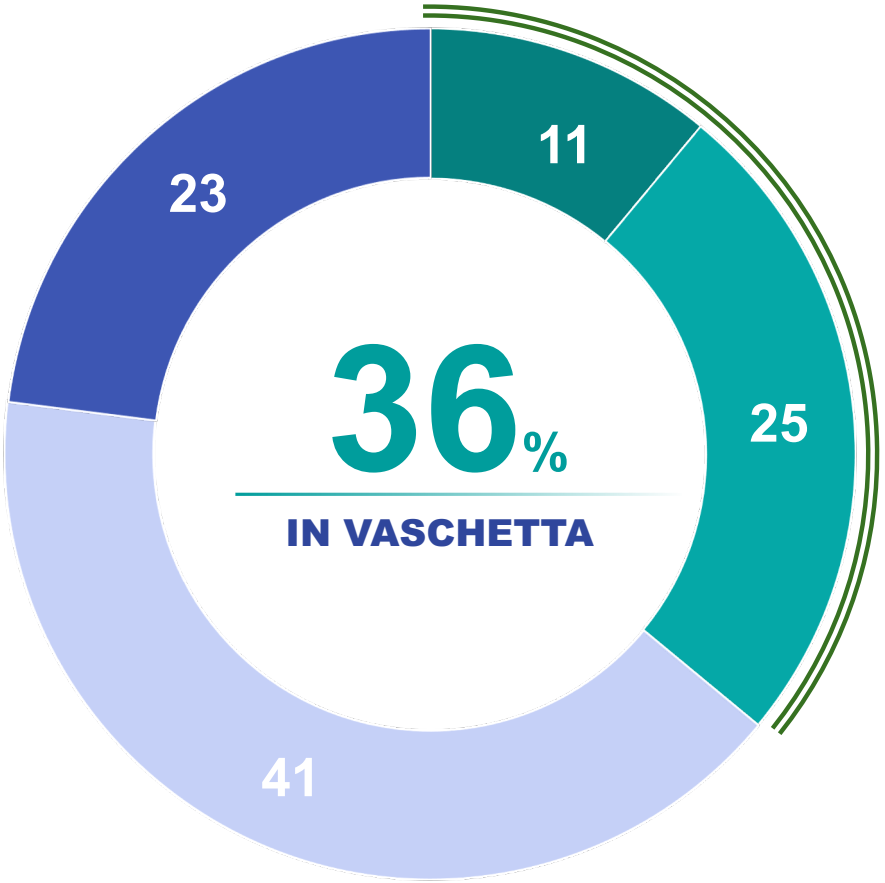
SFUSA O IN VASCHETTA? FREQUENZA DI ACQUISTO

Con che frequenza le capita di acquistare frutta e/o verdura SFUSE DA PESARE/CONFEZIONATA quando va a fare la spesa?



Base: totale campione. Valori %

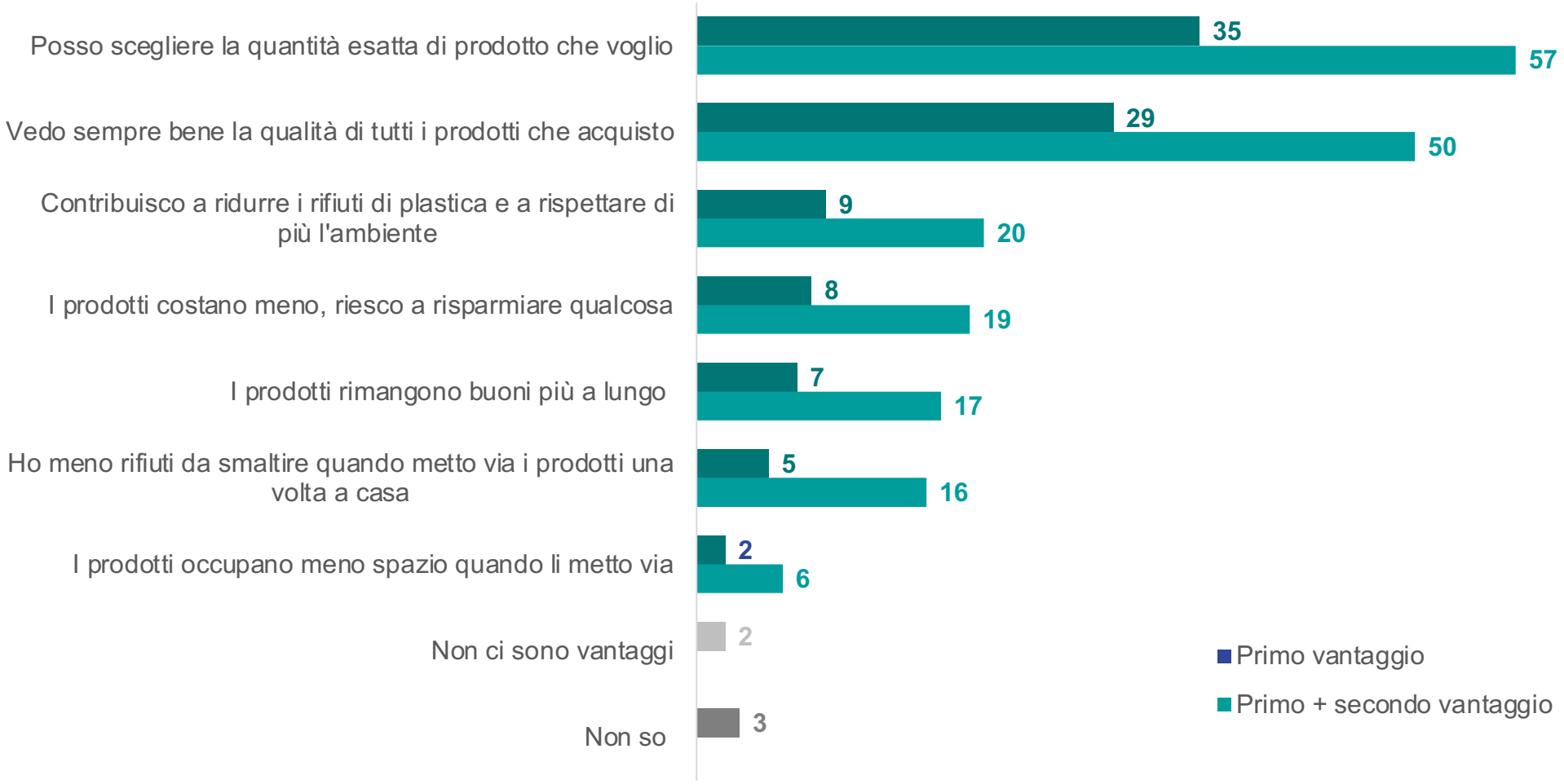
- Molto spesso
- Abbastanza spesso
- Qualche volta
- Mai o quasi mai



Base: totale campione. Valori %

I VANTAGGI DI FRUTTA E VERDURA SFUSE

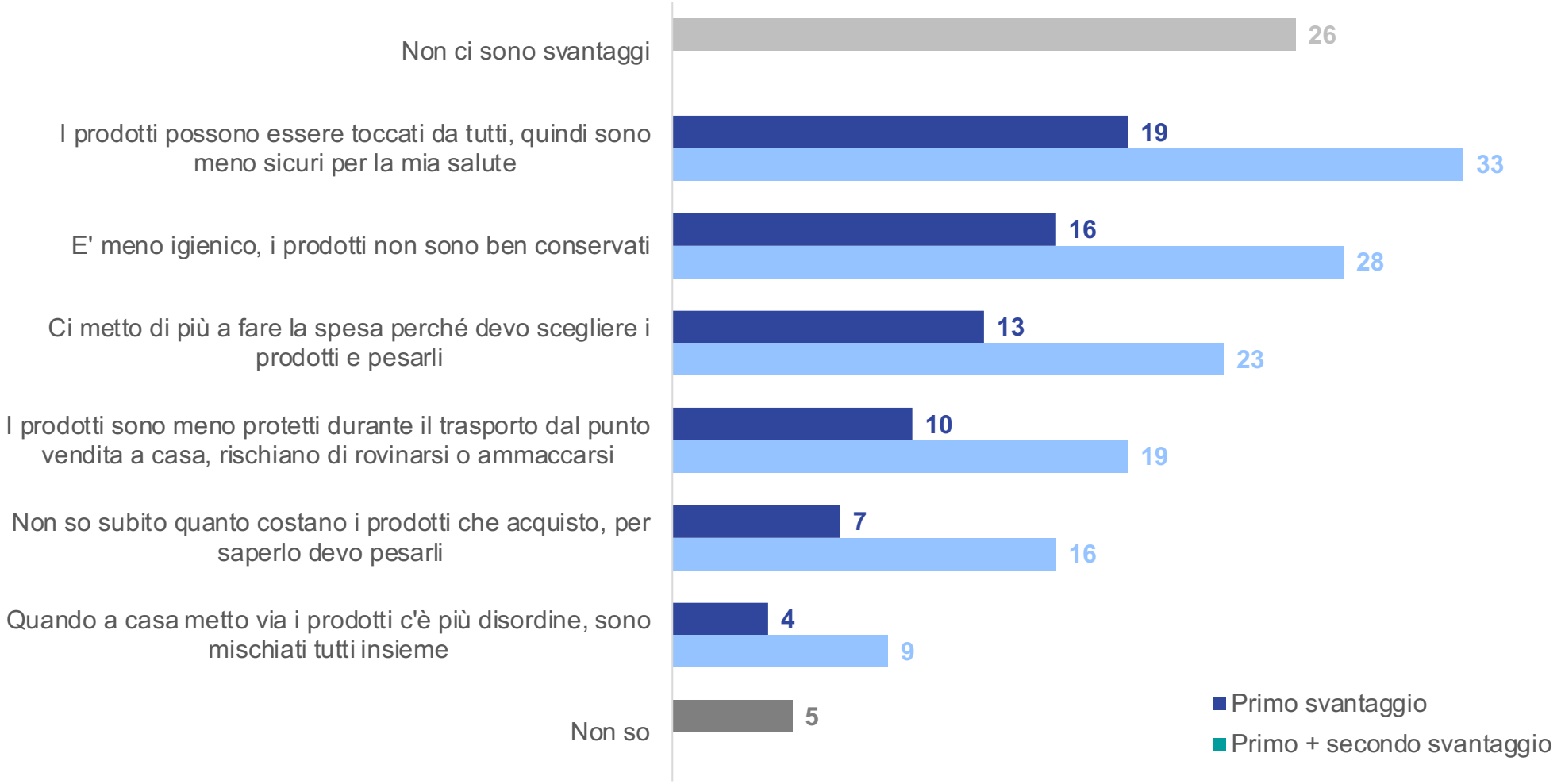
Pensando sempre alla frutta e verdura SFUSE DA PESARE, secondo lei quali sono i principali vantaggi di acquistare i prodotti in questo modo? Indichi i primi 2 in ordine di importanza.



Base: totale campione. Possibili 2 risposte in ordine di importanza. Valori %

GLI SVANTAGGI DI FRUTTA E VERDURA SFUSE

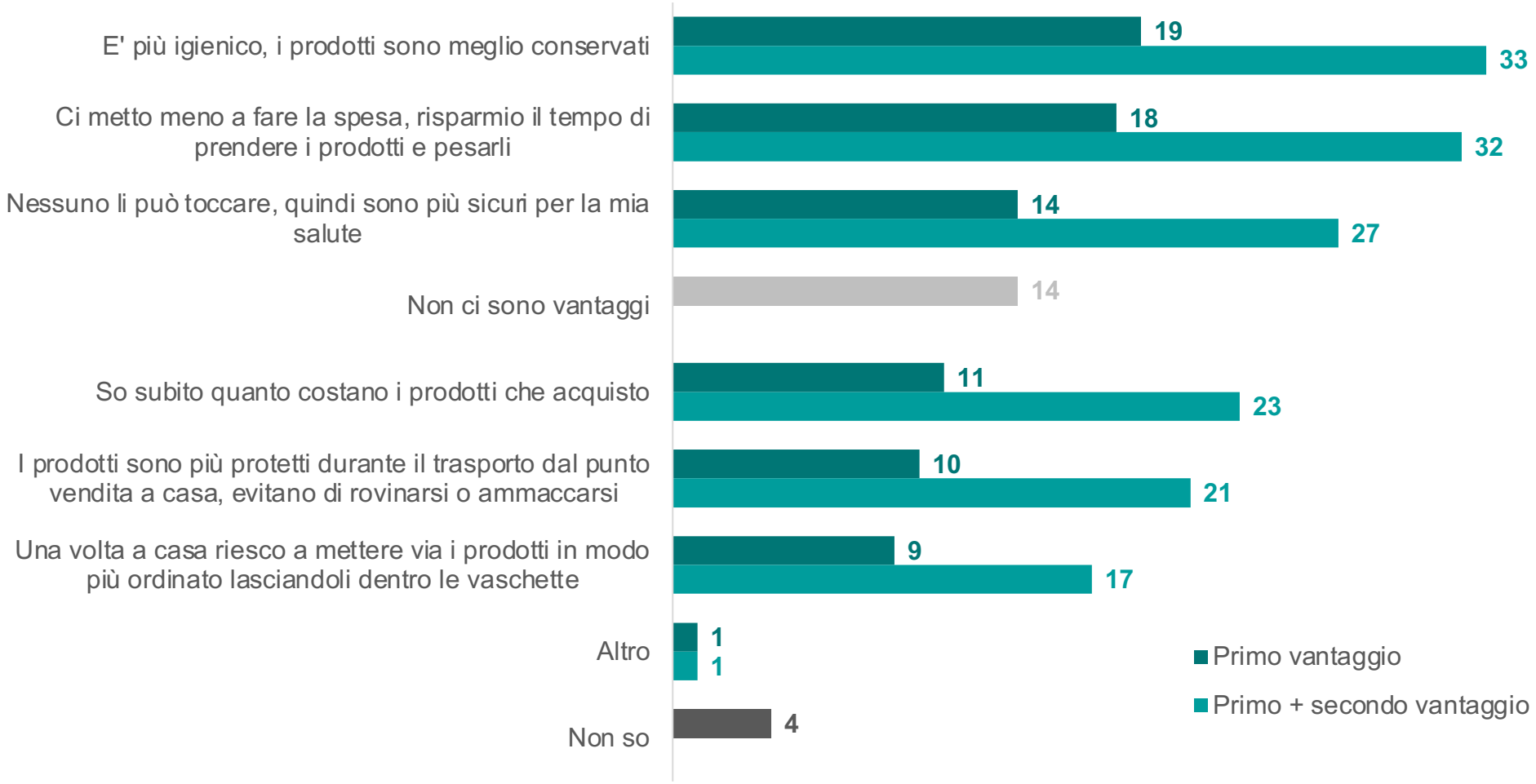
E quali sono invece i principali svantaggi di acquistare frutta e verdura SFUSE DA PESARE? Indichi i primi 2 in ordine di importanza.



Base: totale campione. Possibili 2 risposte in ordine di importanza. Valori %

I VANTAGGI DI FRUTTA E VERDURA IN VASCHETTA

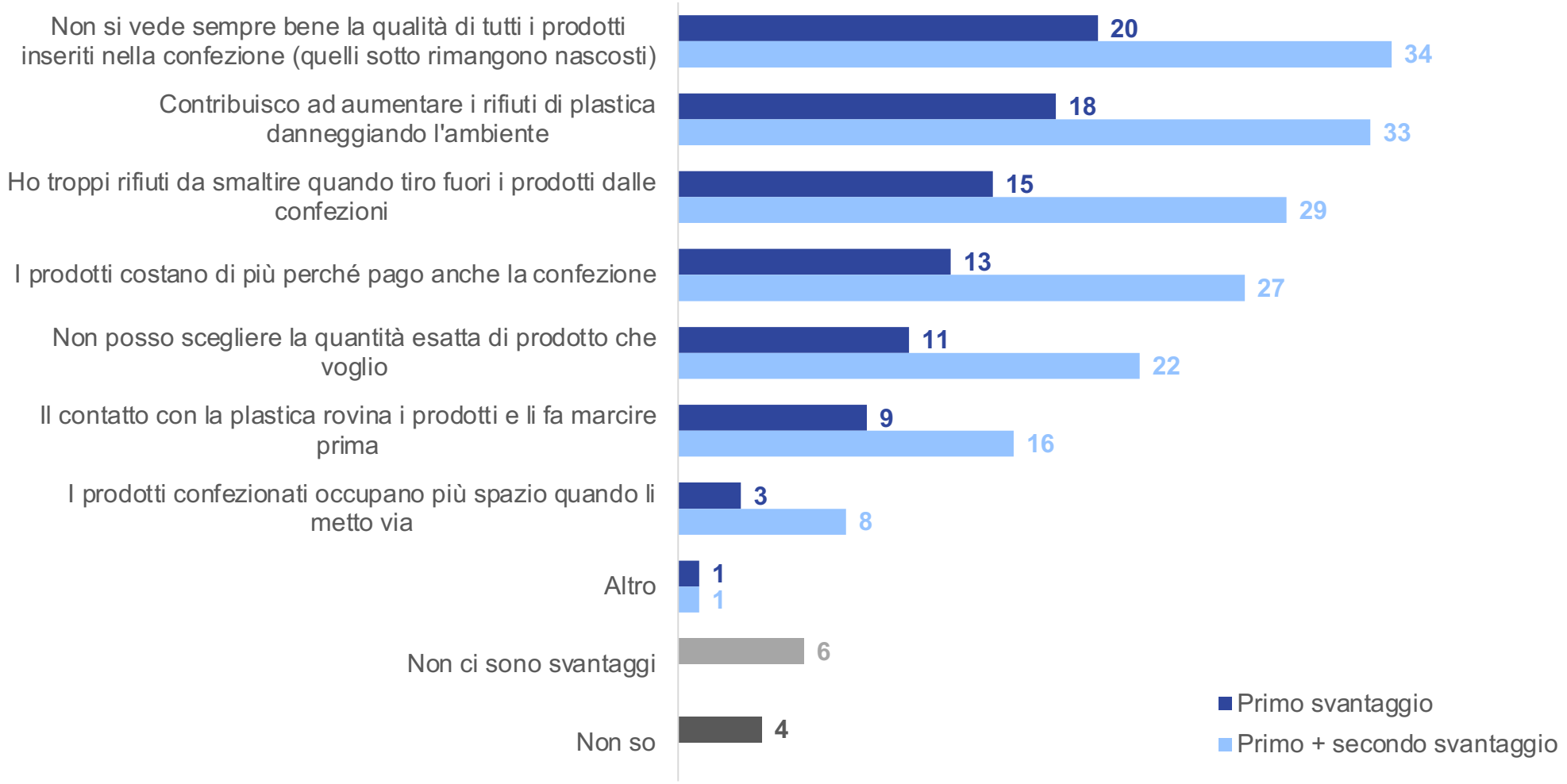
Pensando sempre alla frutta e verdura IN VASCHETTA, secondo lei quali sono i principali vantaggi di acquistare i prodotti in questo modo? Indichi i primi 2 in ordine di importanza.



Base: totale campione. Possibili 2 risposte in ordine di importanza. Valori %

GLI SVANTAGGI DI FRUTTA E VERDURA IN VASCHETTA

E quali sono invece i principali svantaggi di acquistare frutta e verdura IN VASCHETTA? Indichi i primi 2 in ordine di importanza.



Base: totale campione. Possibili 2 risposte in ordine di importanza. Valori %

LA SCELTA: SFUSA O IN VASCHETTA?

Se dovesse fare una sola scelta, tra le due quale modalità di acquisto preferisce per frutta e verdura?

FRUTTA E VERDURA SFUSE DA PESARE

78%

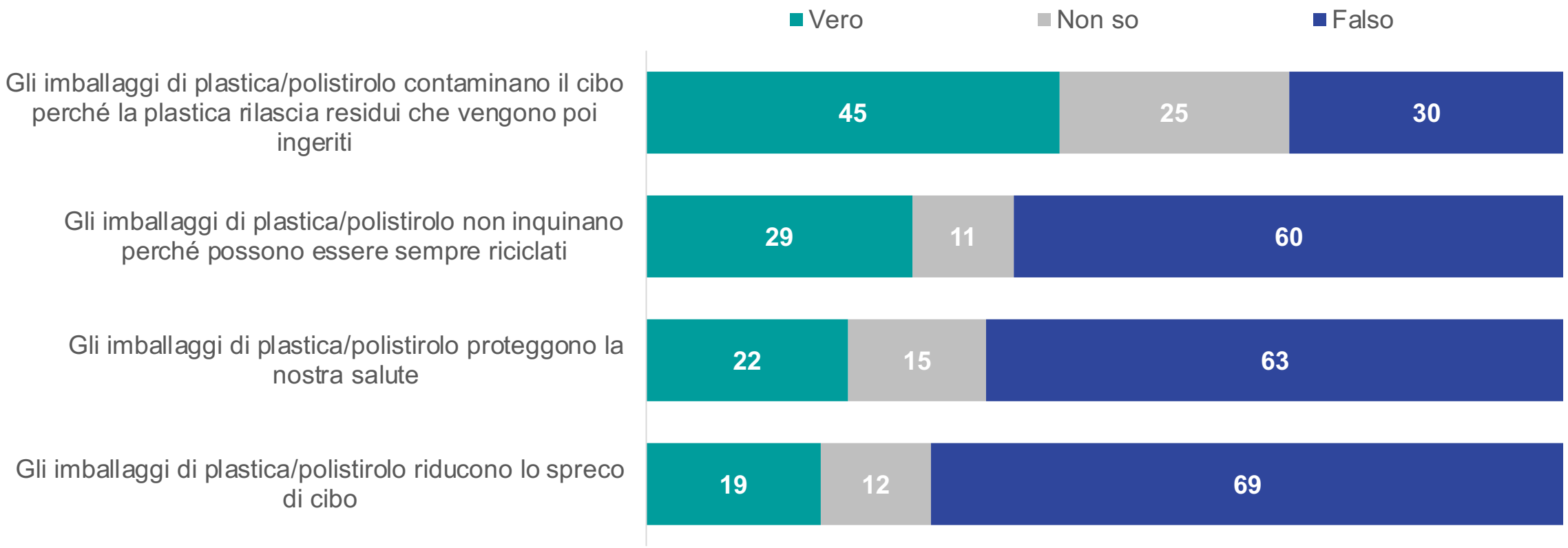
FRUTTA E VERDURA GIÀ CONFEZIONATA IN IMBALLAGGI MONOUSO DI PLASTICA

22%

Base: totale campione. Valori %

I FALSI MITI

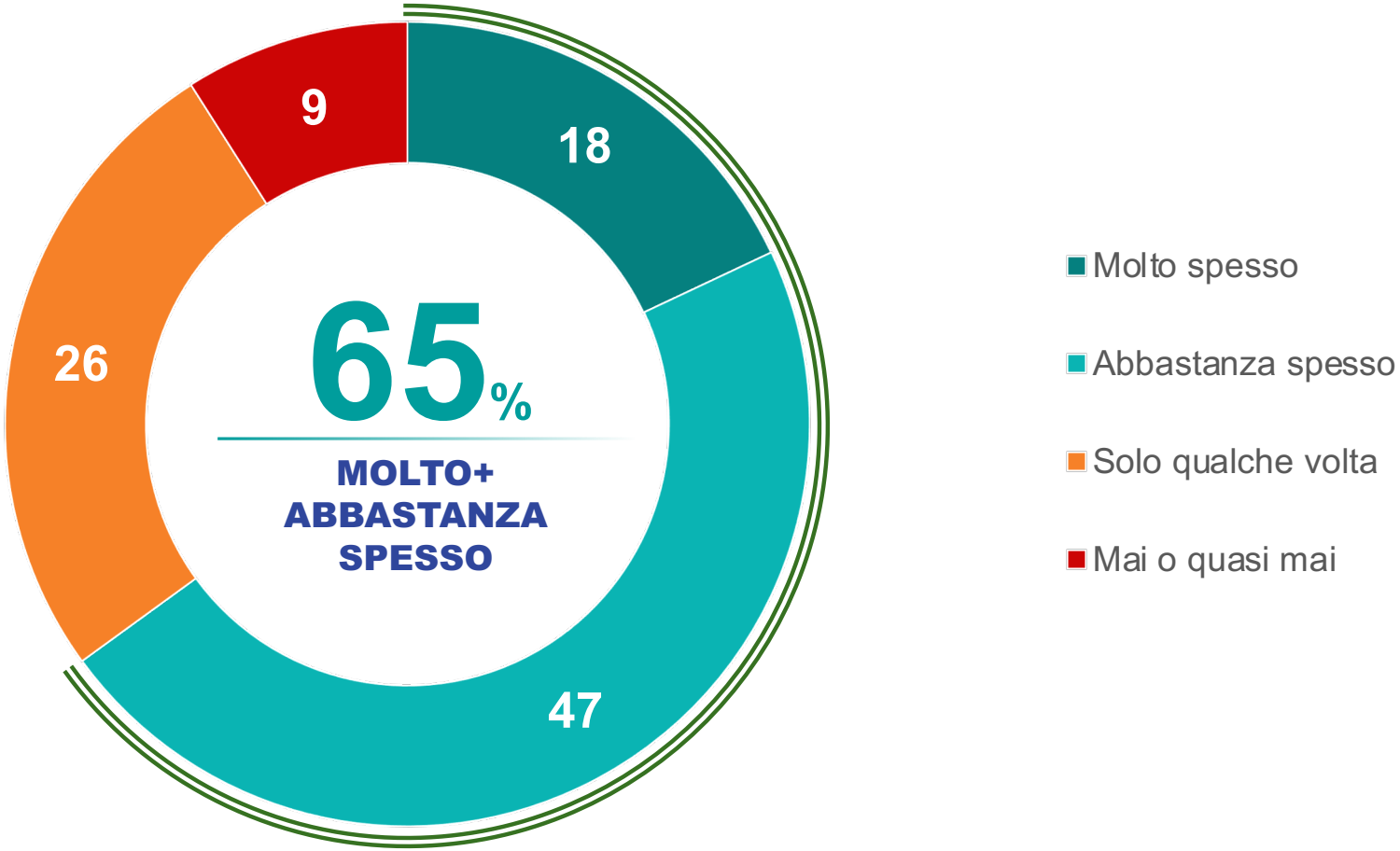
Per ciascuna delle seguenti affermazioni dica se secondo lei è vera o falsa.



Base: totale campione. Valori %

SCEGLIERE DI NON DANNEGGIARE L'AMBIENTE

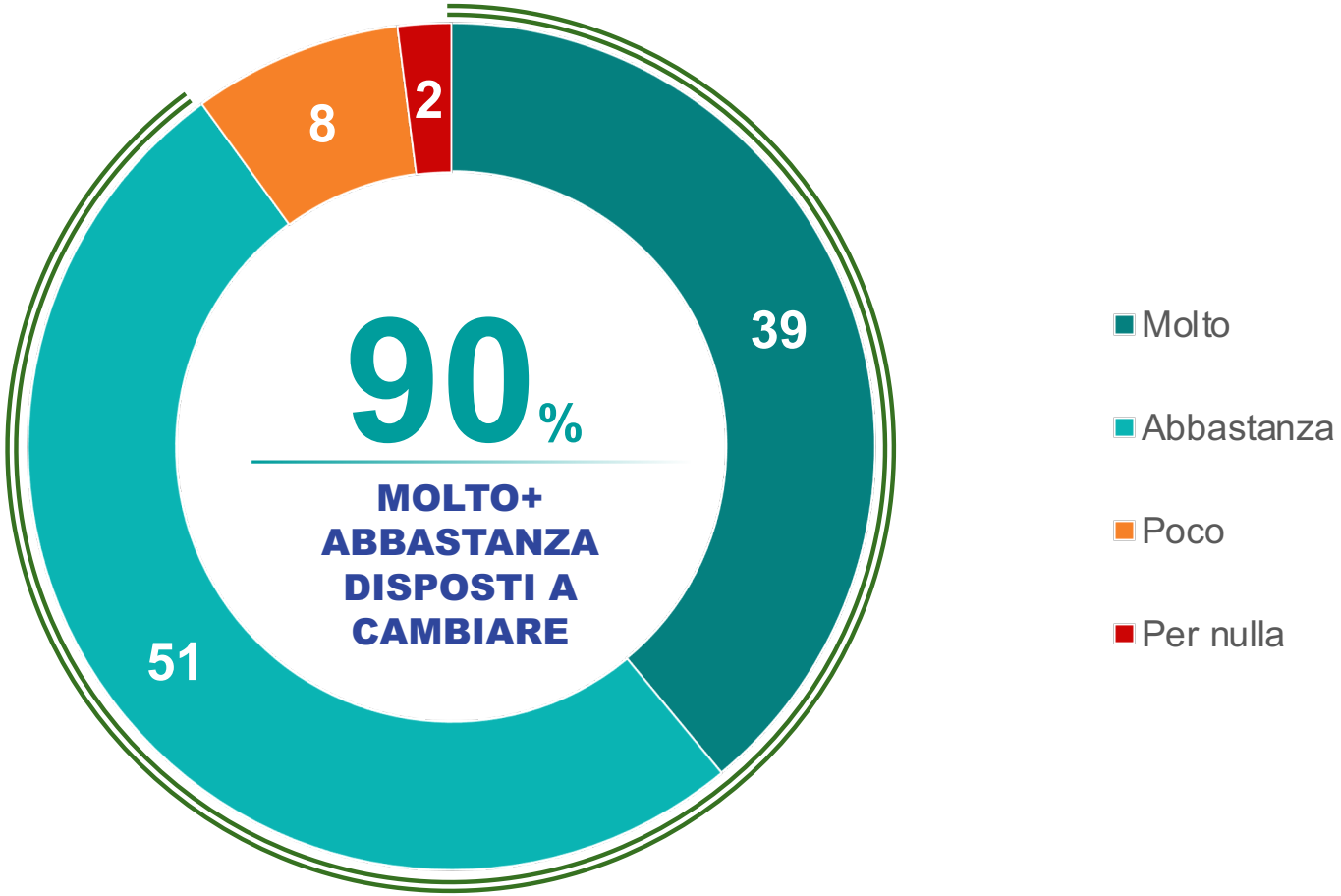
Quando fa la spesa quanto spesso le capita di scegliere ciò che compra pensando a quanto le sue scelte possano danneggiare l'ambiente?



Base: totale campione. Valori %

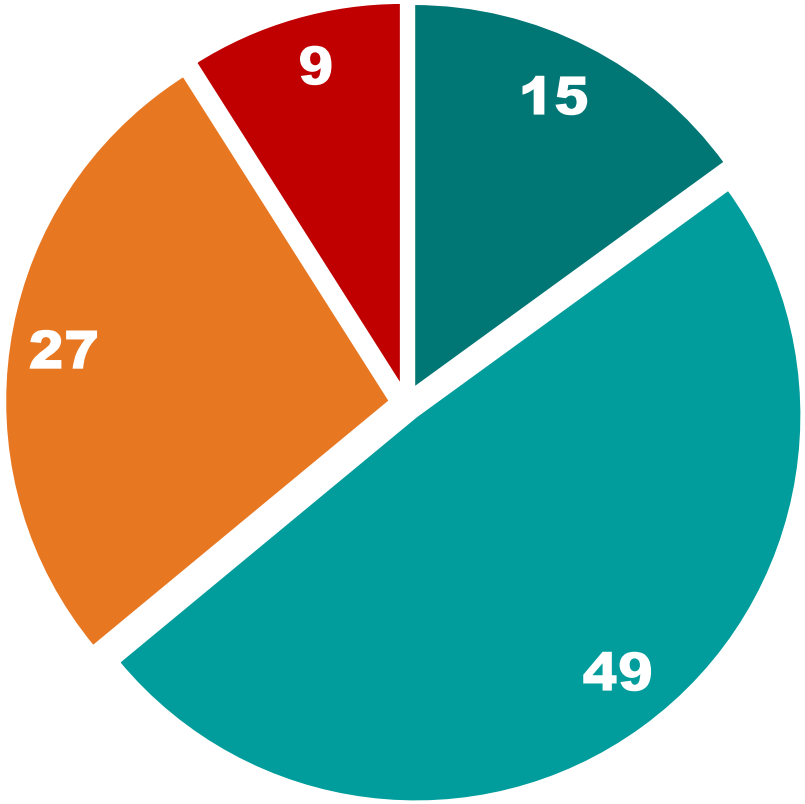
LA DISPONIBILITÀ A CAMBIARE ABITUDINI

Quanto sarebbe disposto a cambiare le sue abitudini d'acquisto per rispettare maggiormente l'ambiente?



Base: totale campione. Valori %

LA SEGMENTAZIONE IN BASE A ATTENZIONE ALL'AMBIENTE E DISPONIBILITÀ A CAMBIARE COMPORTAMENTI



- **Gli ingaggiati**
  MOLTO ATTENTI A FARE SCELTE DI ACQUISTO RESPONSABILI E DISPONIBILI A CAMBIARE IL PROPRIO COMPORTAMENTO PER RISPETTARE ANCORA DI PIÙ L'AMBIENTE ADATTANDOSI A NUOVE ABITUDINI
- **I doveristi**
  ABBASTANZA ATTENTI A FARE SCELTE DI ACQUISTO RESPONSABILI E DISPONIBILI A CAMBIARE IL PROPRIO COMPORTAMENTO PER RISPETTARE L'AMBIENTE PURCHE' LE NUOVE ABITUDINI NON SIANO TROPPO DRASTICHE
- **I disinteressati**
  POCO ATTENTI A FARE SCELTE DI ACQUISTO RESPONSABILI E DISPONIBILI A CAMBIARE IL PROPRIO COMPORTAMENTO NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE. FATICANO A CAMBIARE LE PROPRIE ABITUDINI DI CONSUMO
- **Gli irresponsabili**
  PER NULLA ATTENTI A FARE SCELTE DI ACQUISTO RESPONSABILI E DISPONIBILI A CAMBIARE IL PROPRIO COMPORTAMENTO PER RISPETTARE L'AMBIENTE. ESCLUDONO DI CAMBIARE LE PROPRIE ABITUDINI DI CONSUMO

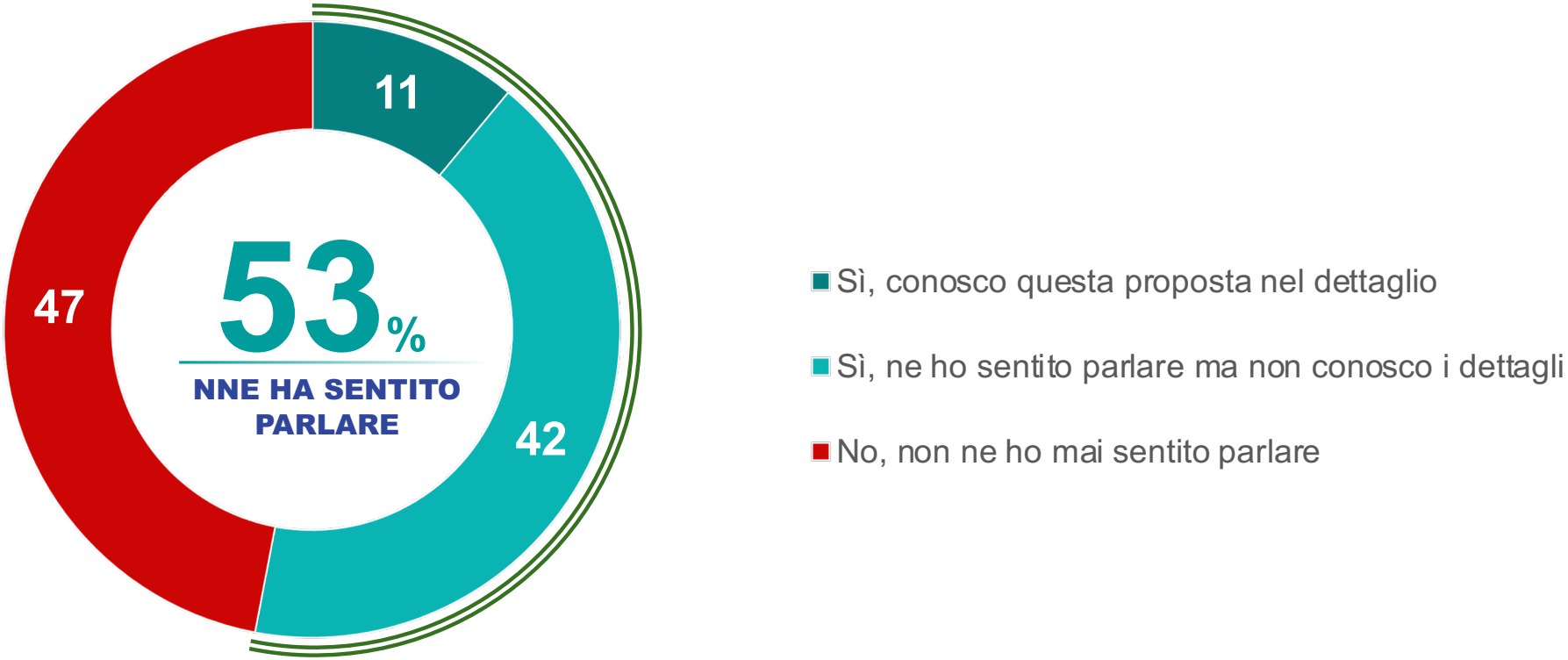
Base: totale campione. Valori %

CONOSCENZA DELLA PROPOSTA DELLA UE

L'Unione Europea ha stimato che ogni cittadino residente in Europa genera quasi 180 chili di rifiuti di imballaggi di plastica ogni anno prevedendo un aumento per il futuro. Per invertire questa tendenza la Commissione Europea ha proposto un nuovo pacchetto di regole finalizzato da un lato a ridurre i rifiuti in plastica e dall'altro a migliorare il riciclo di quella in circolazione, il tutto per un maggior rispetto dell'ambiente.

Una delle proposte è quella di eliminare dagli scaffali dei supermercati gli imballaggi monouso di plastica/polistirolo per frutta e verdura ancora non lavorata (escluse quindi per esempio le macedonie o i minestroni).

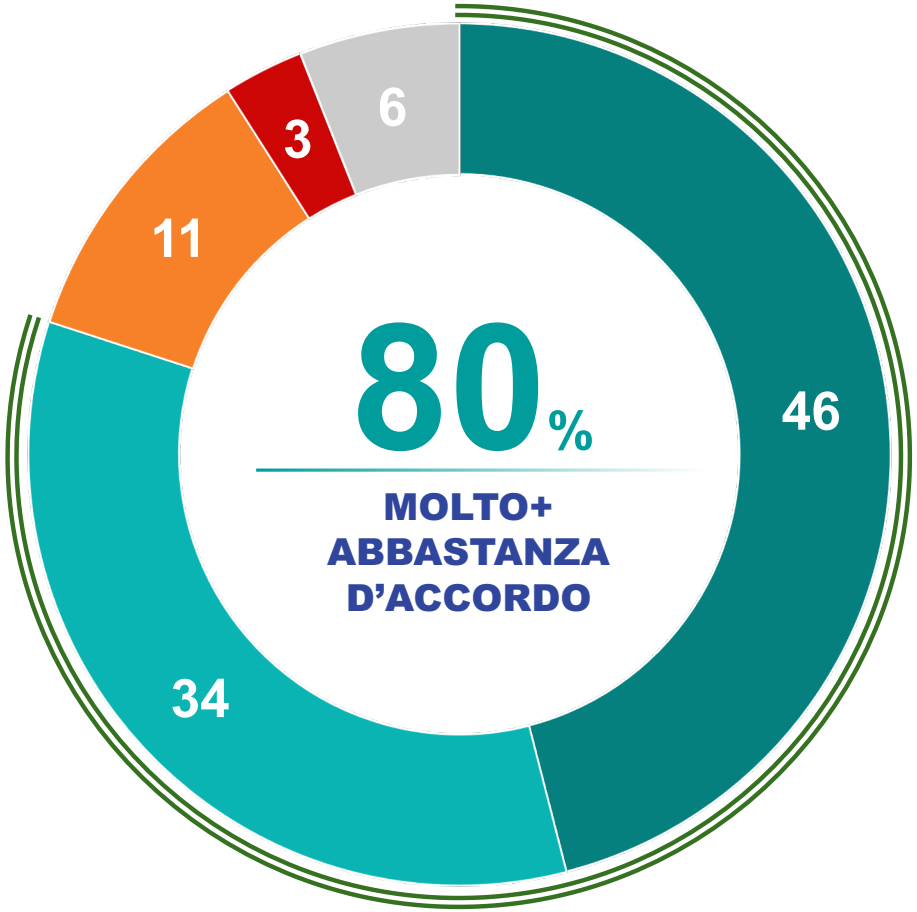
Lei era a conoscenza di questa proposta dell'Unione Europea?



Base: totale campione. Valori %

IL LIVELLO DI ACCORDO CON LA PROPOSTA

Quanto è d'accordo con la proposta di eliminare dagli scaffali dei supermercati gli imballaggi di plastica/polistirolo per frutta e verdura ancora non lavorata?



- Molto d'accordo, dobbiamo fare di tutto per ridurre la produzione di rifiuti di plastica nel rispetto dell'ambiente
- Abbastanza d'accordo
- Poco d'accordo
- Per nulla d'accordo, non è con proposte come questa che si salva l'ambiente
- Non so

Base: totale campione. Valori %

PERCEZIONE ALL'ADATTAMENTO AL PROVVEDIMENTO INDIVUALE E DEGLI ALTRI

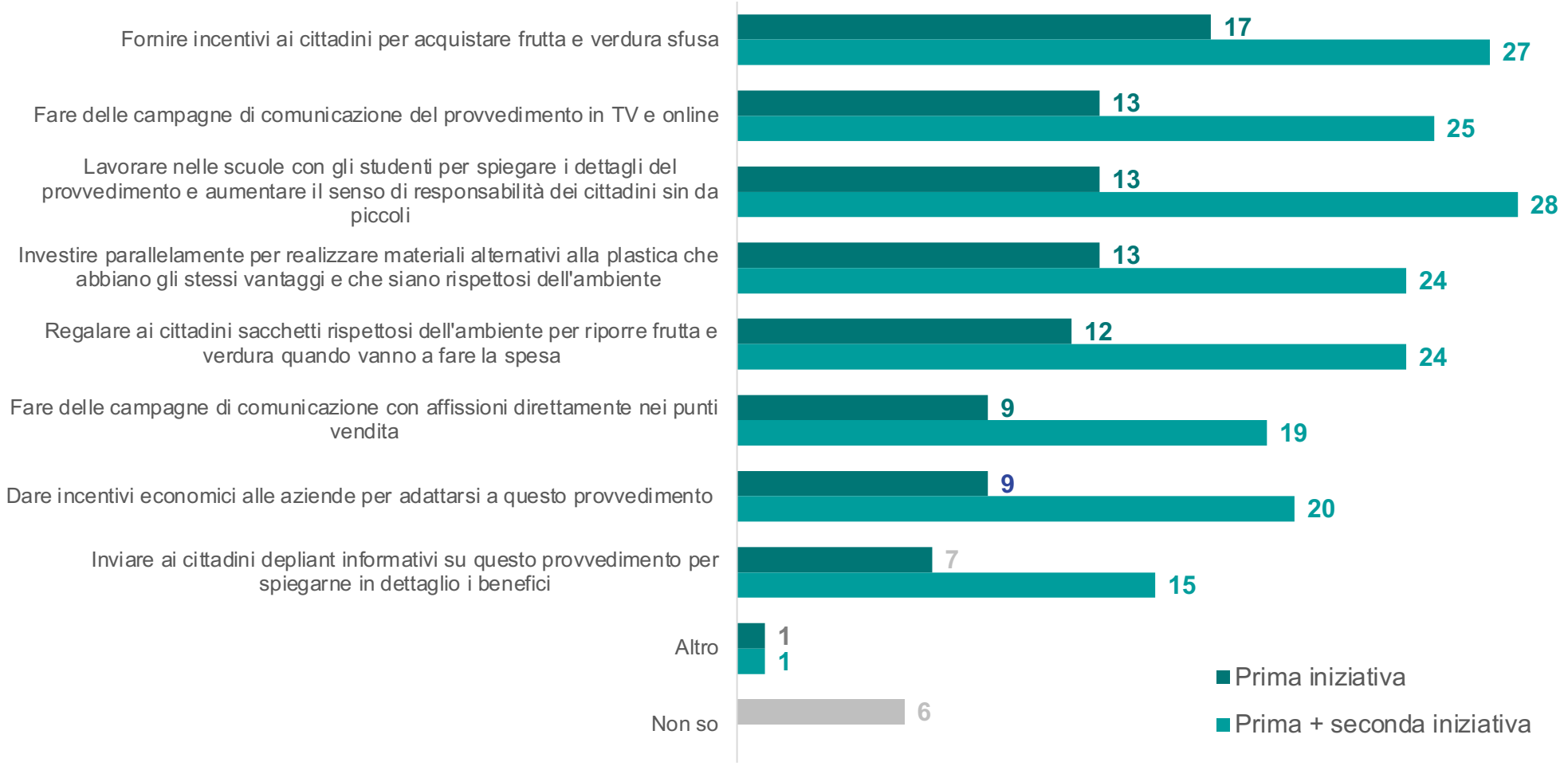
Nel momento in cui questa proposta entrerà in vigore e spariranno dagli scaffali dei supermercati gli imballaggi monouso di plastica/polistirolo per frutta e verdura ancora non lavorata, quanto fatica pensa che dovrà fare per adattarsi a questo cambiamento?
E quanto fatica pensa che dovranno fare invece i cittadini italiani per adattarsi a questo cambiamento?

- Molta fatica
- Poca fatica
- Nessuna fatica

Base: totale campione. Valori %

LE INIZIATIVE PER GUIDARE IL CAMBIAMENTO

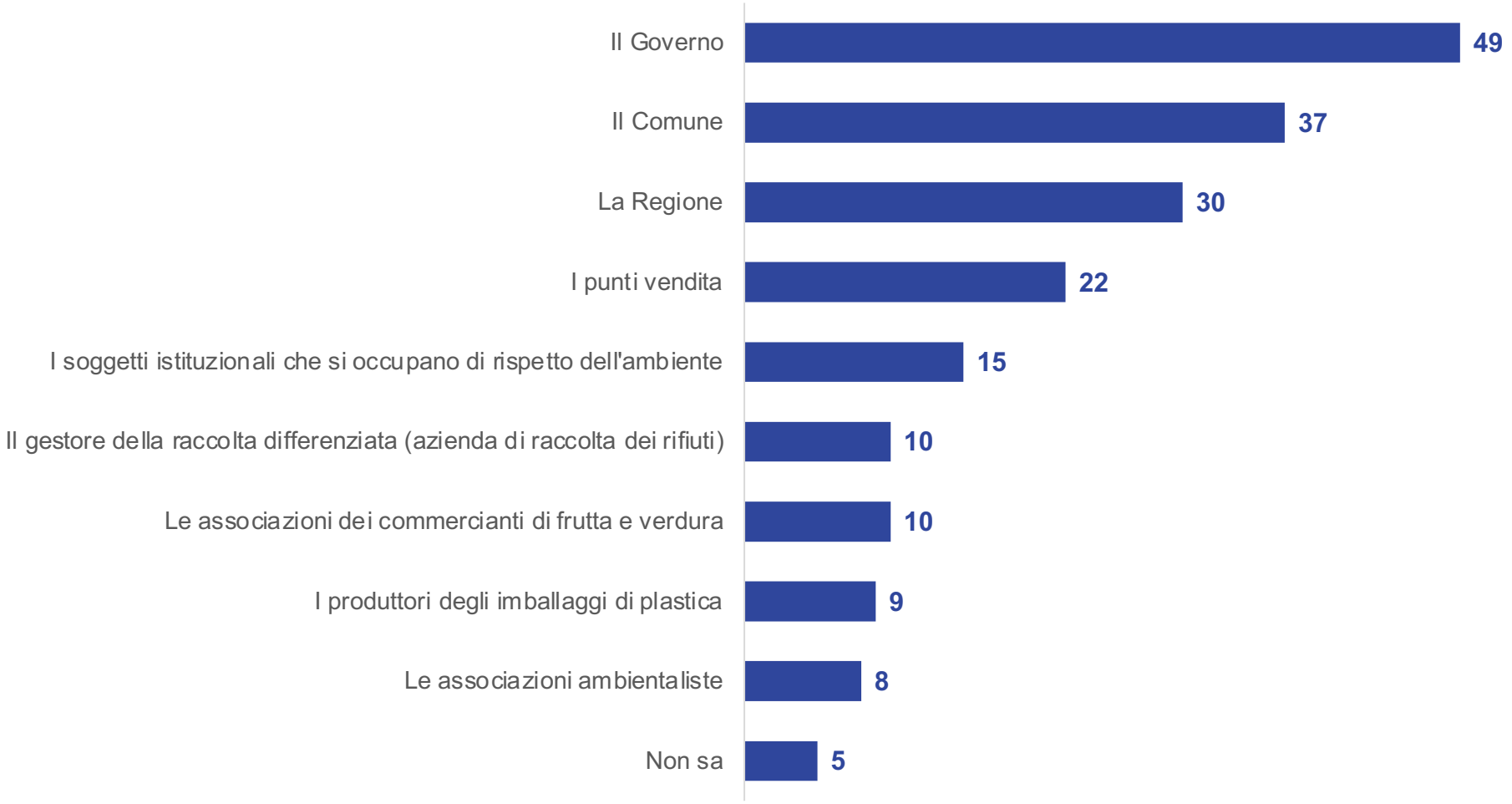
Secondo lei, quale di queste azioni è la più efficace per fare in modo che la proposta dell'Unione Europea di eliminare dagli scaffali dei supermercati gli imballaggi di plastica/polistirolo per frutta e verdura ancora non lavorata possa essere ben accolto dai cittadini italiani, se diventasse un vero e proprio provvedimento? E quale azione metterebbe al secondo posto?



Base: totale campione. Possibili 2 risposte in ordine di importanza. Valori %

I SOGGETTO AUTOREVOLI PER GUIDARE IL CAMBIAMENTO

Quali sono secondo lei i soggetti istituzionali che hanno il compito di sensibilizzare di più il cittadino rispetto all'introduzione di questa proposta? Indichi i due principali



Base: totale campione. Possibili 2 risposte. Valori %

NOTA METODOLOGICA

7

METODOLOGIA E CAMPIONE

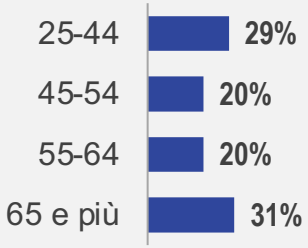
600 Responsabili acquisti residenti in Italia dai 25 anni in su

10 – 19 Luglio 2023

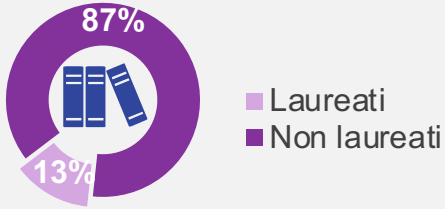
Interviste realizzate CATI/CAMI/CAWI

GENERE

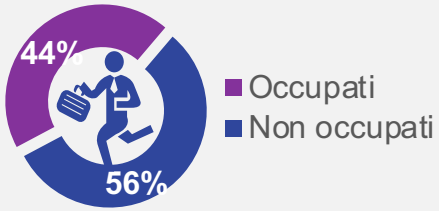
ETÀ



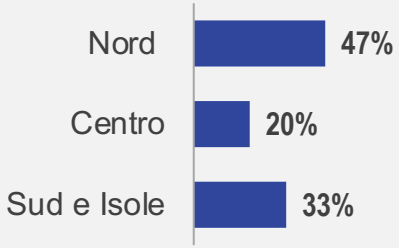
ISTRUZIONE



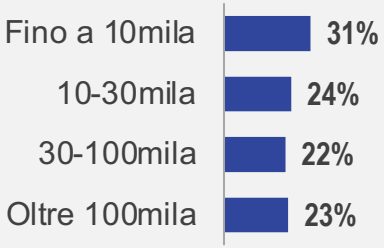
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE



AREA GEOGRAFICA



AMPIEZZA CENTRO



NOTA INFORMATIVA: Sondaggio realizzato da Ipsos Srl per Fondazione Ambientalista Marevivo ETS presso un campione casuale di responsabili acquisti residenti in Italia dai 25 anni in su secondo genere, età e area geografica di residenza. Sono state realizzate 600 interviste (su 5.124 contatti) mediante sistema CATI/CAMI/CAWI, tra il 10 e il 19 Luglio 2023. Il documento informativo completo riguardante il sondaggio sarà inviato ai sensi di legge al sito www.agcom.it