

# DALL'INFORMAZIONE ALL'AZIONE IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE

Report Finale  
Ref: 25-031042

# IL CONTESTO DA CUI NASCE L'INDAGINE

## Premessa

In un'economia che deve diventare circolare, il successo non si misura solo in tonnellate raccolte, ma nella capacità di trasformare la consapevolezza in comportamenti corretti. Per decidere meglio servono evidenze solide. Da questa esigenza nasce il presente lavoro promosso da Erion: un percorso di ricerca che supera l'indagine tradizionale e mette al centro dati affidabili per comprendere perché le persone agiscono in un certo modo e come aiutarle a cambiare.

## L'indagine demoscopica

Per misurare conoscenze, comportamenti, barriere/opportunità e l'efficacia delle campagne di sensibilizzazione, Erion ha incaricato Ipsos di condurre un'indagine demoscopica statisticamente robusta. Il disegno prevede:

- un campione rappresentativo nazionale (n=1.000, 18+);
- approfondimenti locali (n=2.500 complessivi: 500 interviste ciascuna a Milano, Torino, Verona, Roma, Napoli);
- questionario strutturato (circa 15 minuti) somministrato CAWI, con integrazione CATI su Verona.

La survey rileva la "conoscenza operativa" (cosa rientra e dove

conferire), i comportamenti recenti di conferimento, le barriere pratiche e informative, nonché il ricordo e l'impatto delle campagne, per capire quali messaggi e canali funzionano davvero.

Le cinque città sono state selezionate perché già oggetto delle analisi merceologiche condotte da Erion sull'indifferenziato, i cui risultati sono presentati nello studio «*Potenziale inespresso nel rifiuto indifferenziato: indagine tecnico-scientifica sui materiali riciclabili nei rifiuti urbani indifferenziati*».

Questa scelta consente la triangolazione fra "dichiarato" (survey) e "reale" (merceologia), abilitando ulteriori analisi e letture comparative.

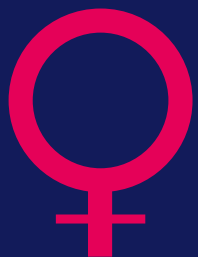
## Nota di lettura e focus del documento

Di seguito si presentano i risultati dell'indagine demoscopica. La lettura integrata con le evidenze merceologiche consentirà, in step successivi, ulteriori analisi e triangolazioni.

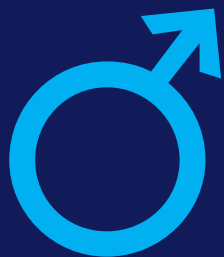
Questo documento si focalizza esclusivamente sui risultati della survey condotta da IPSOS e sulle implicazioni per la comunicazione e i servizi.

# IL CAMPIONE DEGLI INTERVISTATI

## GENERE

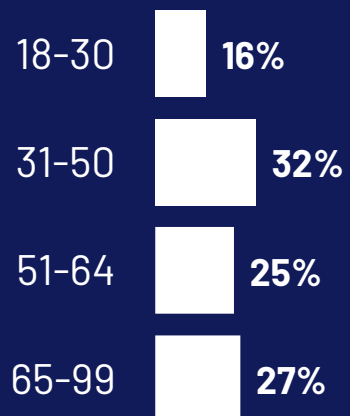


52%

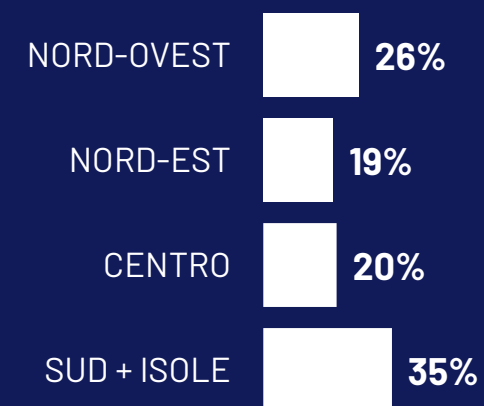


48%

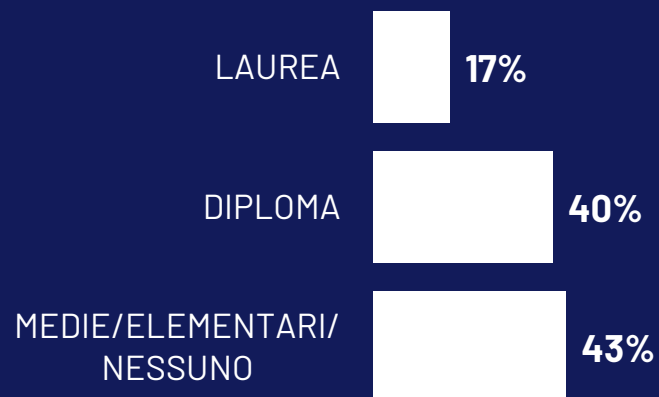
## ETÀ



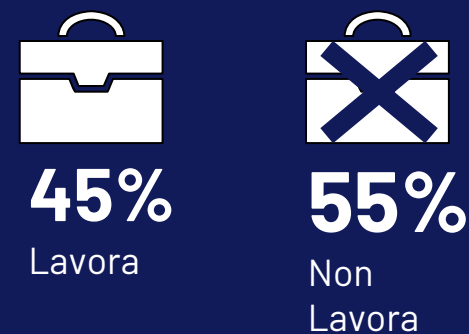
## AREA GEOGRAFICA



## TITOLO DI STUDIO



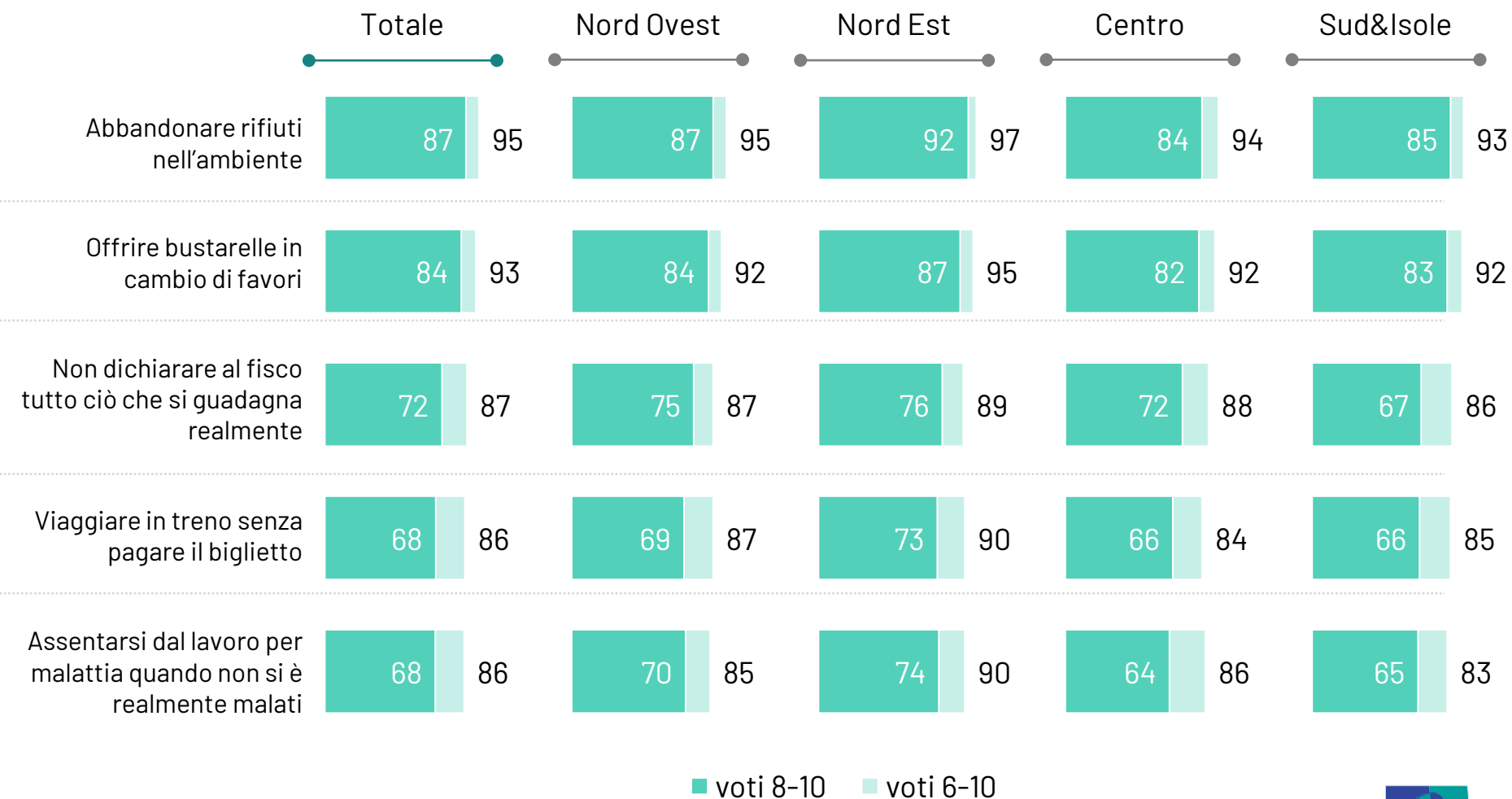
## CONDIZIONE OCCUPAZIONALE



Base: Totale campione (n.1000)

# RISULTATI

## GRAVITÀ PERCEPITA DI ALCUNI COMPORTAMENTI QUOTIDIANI

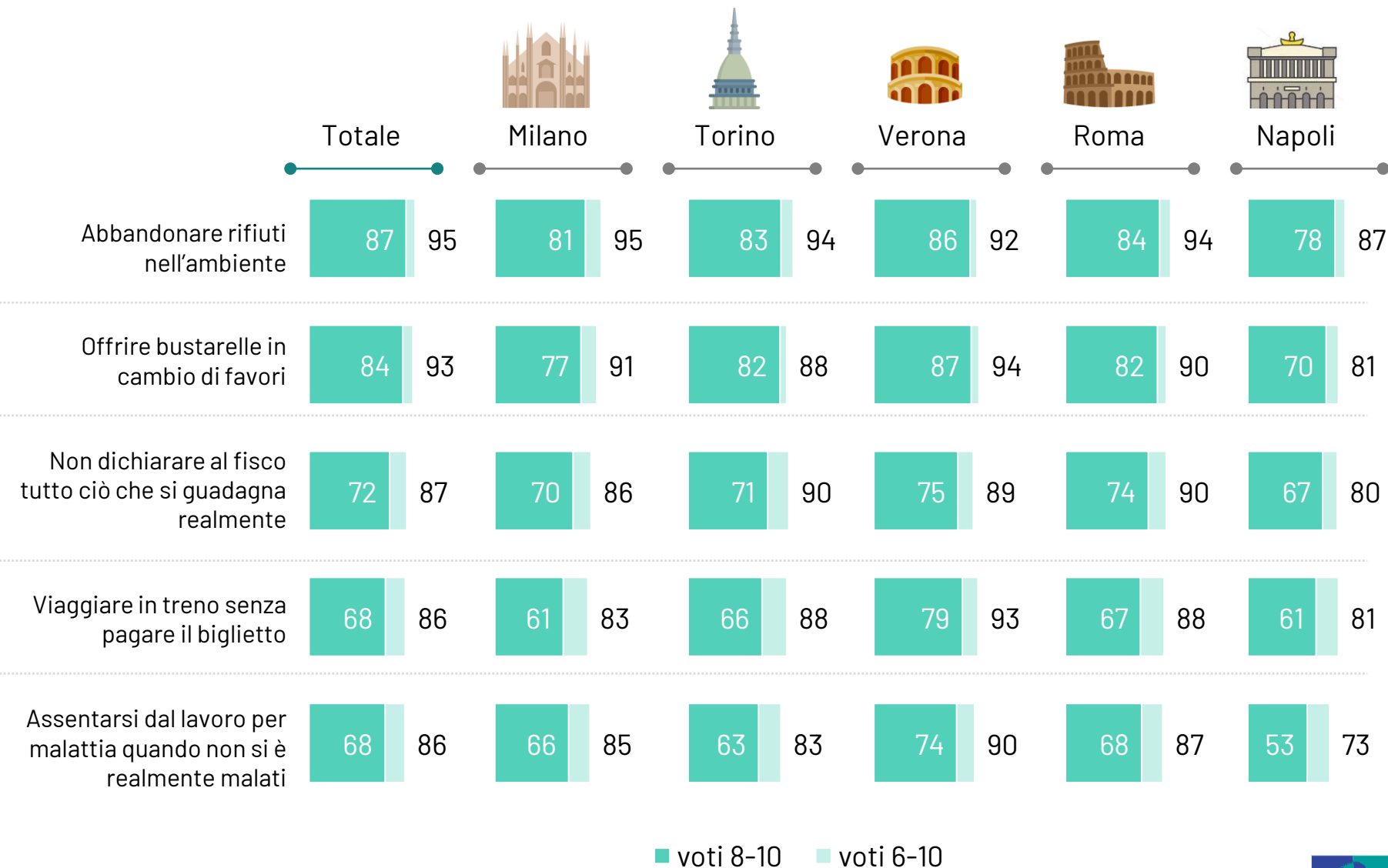


E1. Quali di questi comportamenti, secondo il suo punto di vista sono più gravi e quali meno gravi? Per ognuno dia un voto da 1= non molto grave a 10= molto grave

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## GRAVITÀ PERCEPITA DI ALCUNI COMPORTAMENTI QUOTIDIANI

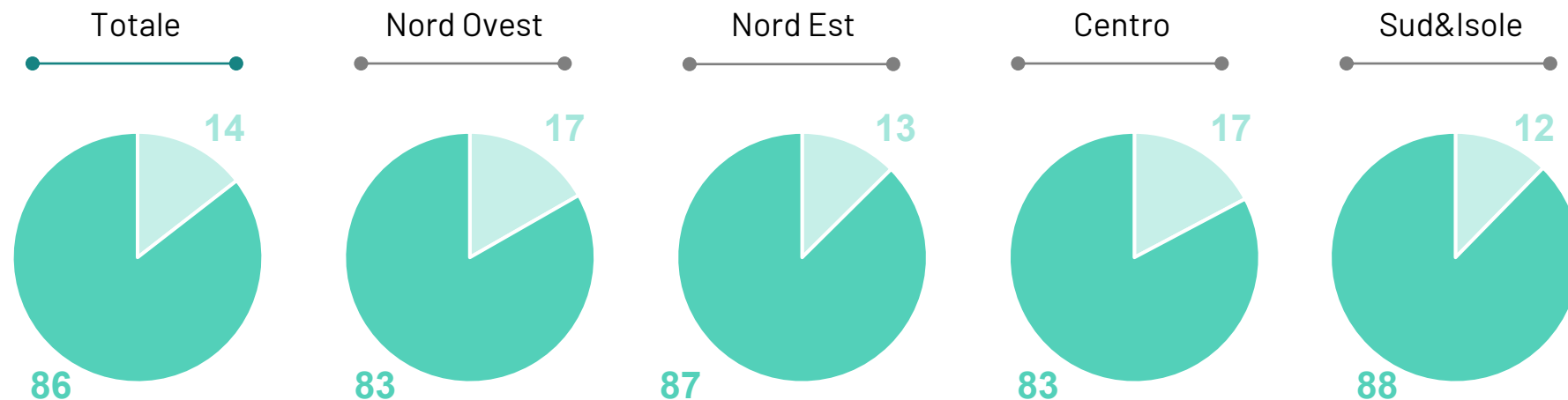


E1. Quali di questi comportamenti, secondo il suo punto di vista sono più gravi e quali meno gravi? Per ognuno dia un voto da 1= non molto grave a 10= molto grave

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## METODI PER MIGLIORARE LA CULTURA CIVICA E AMBIENTALE

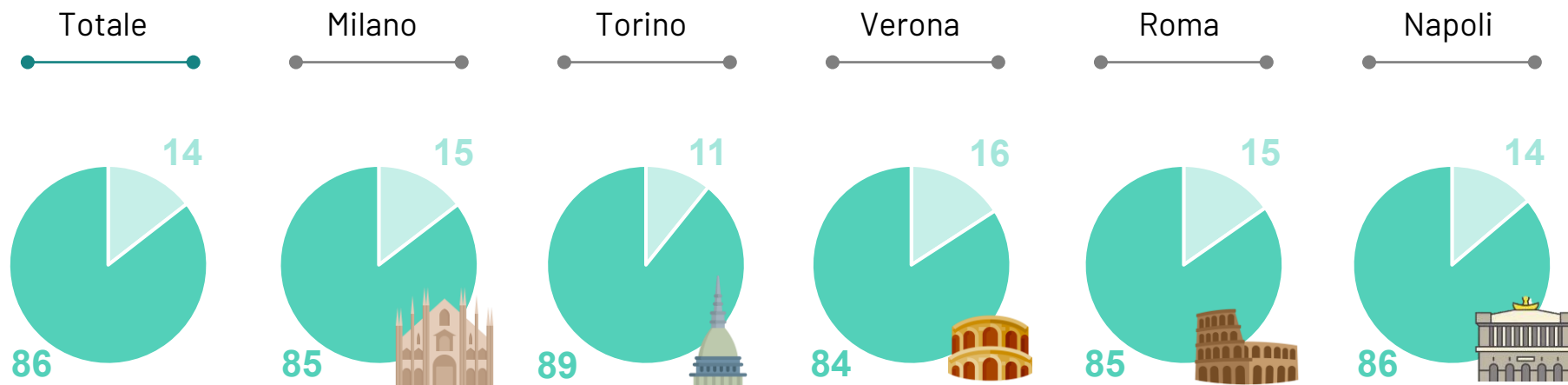


- Educare fin da piccoli a prendersi le proprie responsabilità verso la collettività
- Reprimere maggiormente i comportamenti non civici

E3. In generale, quale potrebbe essere il metodo più efficace per migliorare la cultura civica e l'attenzione per l'ambiente degli italiani?

Base: Totale campione - Valori %

## METODI PER MIGLIORARE LA CULTURA CIVICA E AMBIENTALE



- Educare fin da piccoli a prendersi le proprie responsabilità verso la collettività
- Reprimere maggiormente i comportamenti non civici

E3. In generale, quale potrebbe essere il metodo più efficace per migliorare la cultura civica e l'attenzione per l'ambiente degli italiani?

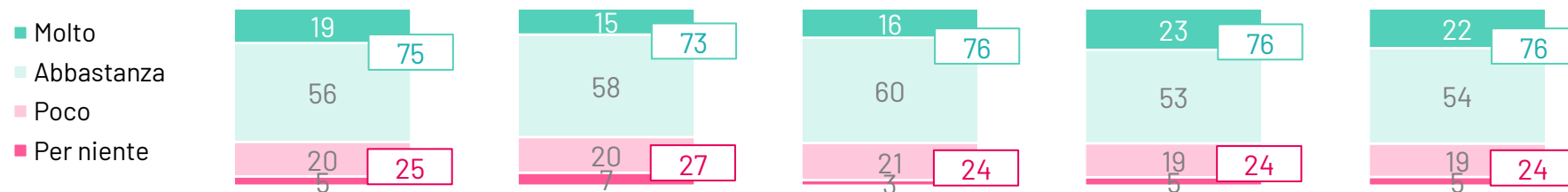
Base: Totale campione - Valori %

## OPINIONI PERSONALI SU AMBIENTE E RESPONSABILITÀ

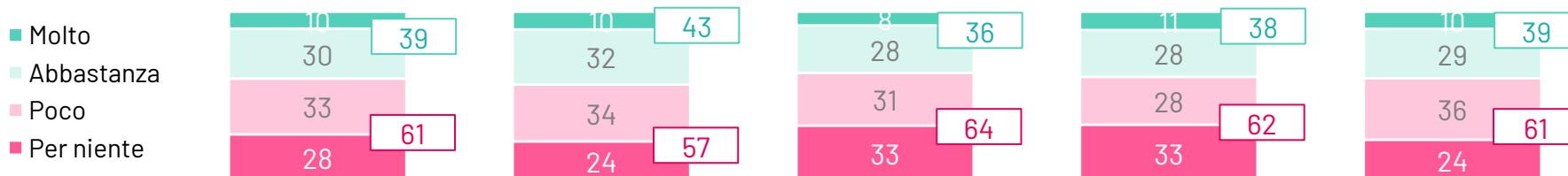


Totale Nord Ovest Nord Est Centro Sud&Isole

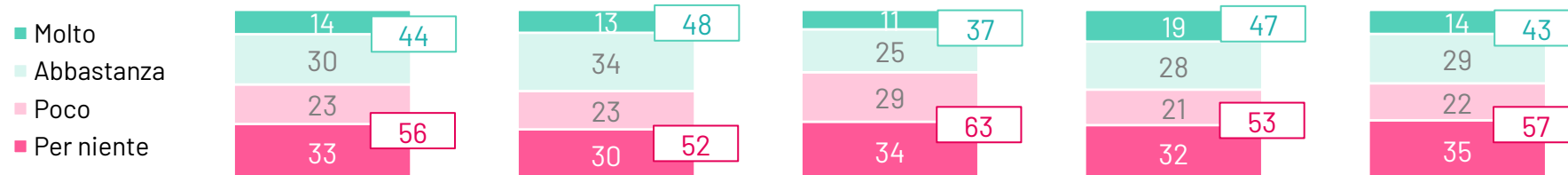
“ Sono disposto/a a fare sacrifici personali anche economici se questo può contribuire a salvaguardare natura e ambiente ”



“ I veri problemi dell'ambiente sono quelli che riguardano il mio paese, la mia città, piuttosto che quelli globali come il buco nell'ozono ”



“ È inutile che ognuno di noi si impegni a difendere l'ambiente quando la società nel suo complesso continua ad inquinare sempre di più ”



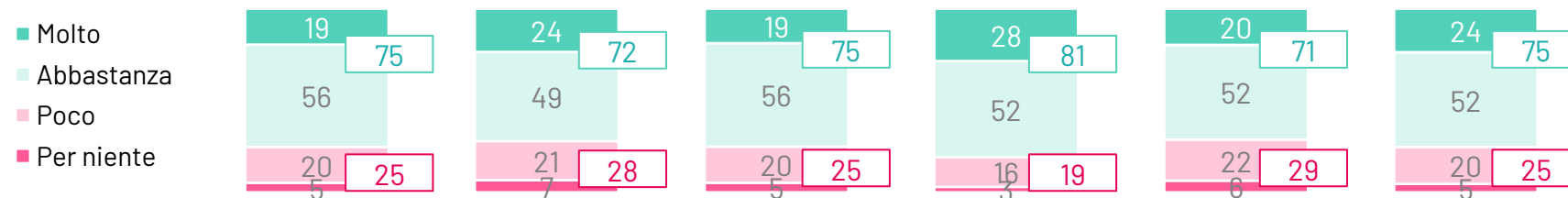
E4. Quanto è d'accordo con le seguenti frasi?

Base: Totale campione - Valori %

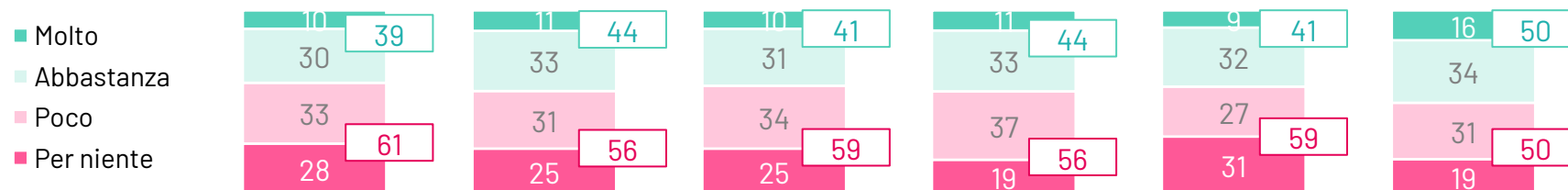
## OPINIONI PERSONALI SU AMBIENTE E RESPONSABILITÀ



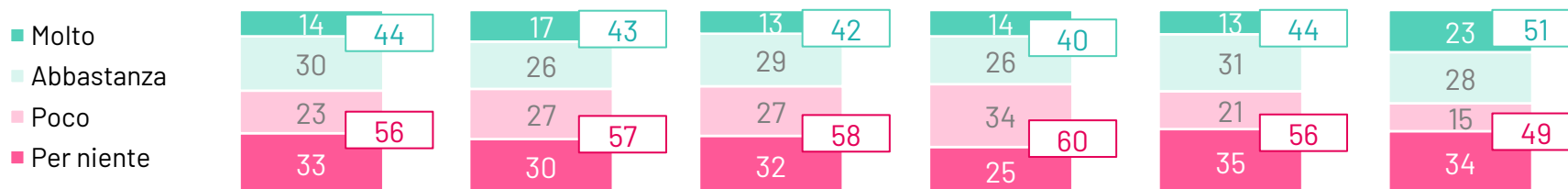
“ Sono disposto/a a fare sacrifici personali anche economici se questo può contribuire a salvaguardare natura e ambiente ”



“ I veri problemi dell'ambiente sono quelli che riguardano il mio paese, la mia città, piuttosto che quelli globali come il buco nell'ozono ”



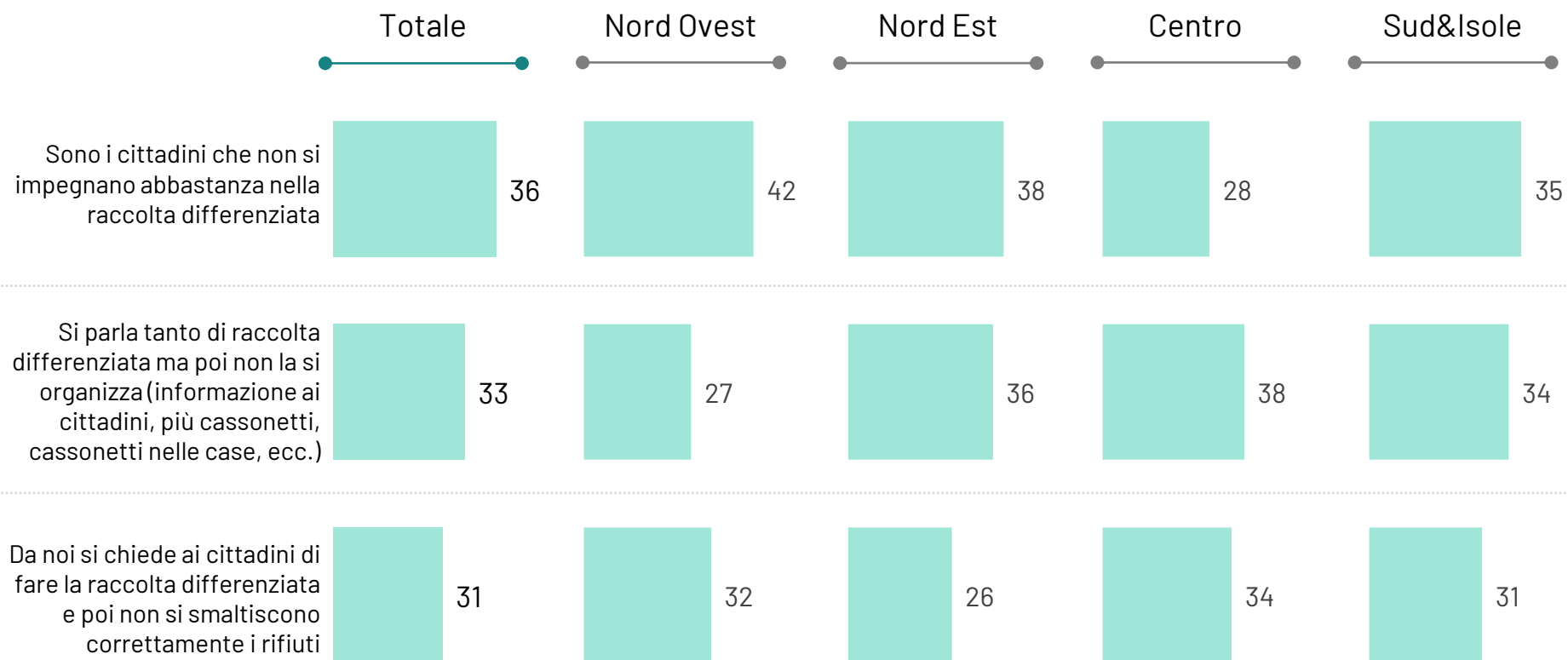
“ È inutile che ognuno di noi si impegni a difendere l'ambiente quando la società nel suo complesso continua ad inquinare sempre di più ”



E4. Quanto è d'accordo con le seguenti frasi?

Base: Totale campione - Valori %

## PERCEZIONI SULLE CAUSE DELLA LIMITATA RACCOLTA DIFFERENZIATA



E6. Secondo lei qual è il motivo per cui la raccolta differenziata dei rifiuti è ancora limitata?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## PERCEZIONI SULLE CAUSE DELLA LIMITATA RACCOLTA DIFFERENZIATA



E6. Secondo lei qual è il motivo per cui la raccolta differenziata dei rifiuti è ancora limitata?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale







# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## ABITUDINI DI SMALTIMENTO

TOTALE



	Spazzolino elettrico 	Caricabatterie del cellulare 	Asciugacapelli 	Frullatore 	Cellulare/ smartphone 	Tablet 
Isola ecologica/Centro di raccolta comunale	57	56	66	67	49	54
Spazzatura indifferenziata di casa	11	6	4	4	3	3
Cassonetti stradali generici	1	2	1	1	1	1
Contenitore della plastica	3	2	2	1	-	1
Contenitori stradali/ condominiali della raccolta differenziata suddividendoli per materiale (carta, plastica...)	5	4	4	5	4	3
Li porto presso i negozi di elettronica	10	15	12	10	22	20
Prenoto il ritiro porta a porta tramite il Comune	2	2	3	4	1	3
Li tengo per future esigenze	4	8	3	3	9	8
Non sapendo dove buttarli li accumulo in casa	5	6	4	4	9	6
Altro	2	1	1	1	1	1

Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# PICCOLI ELETTRODOMESTICI

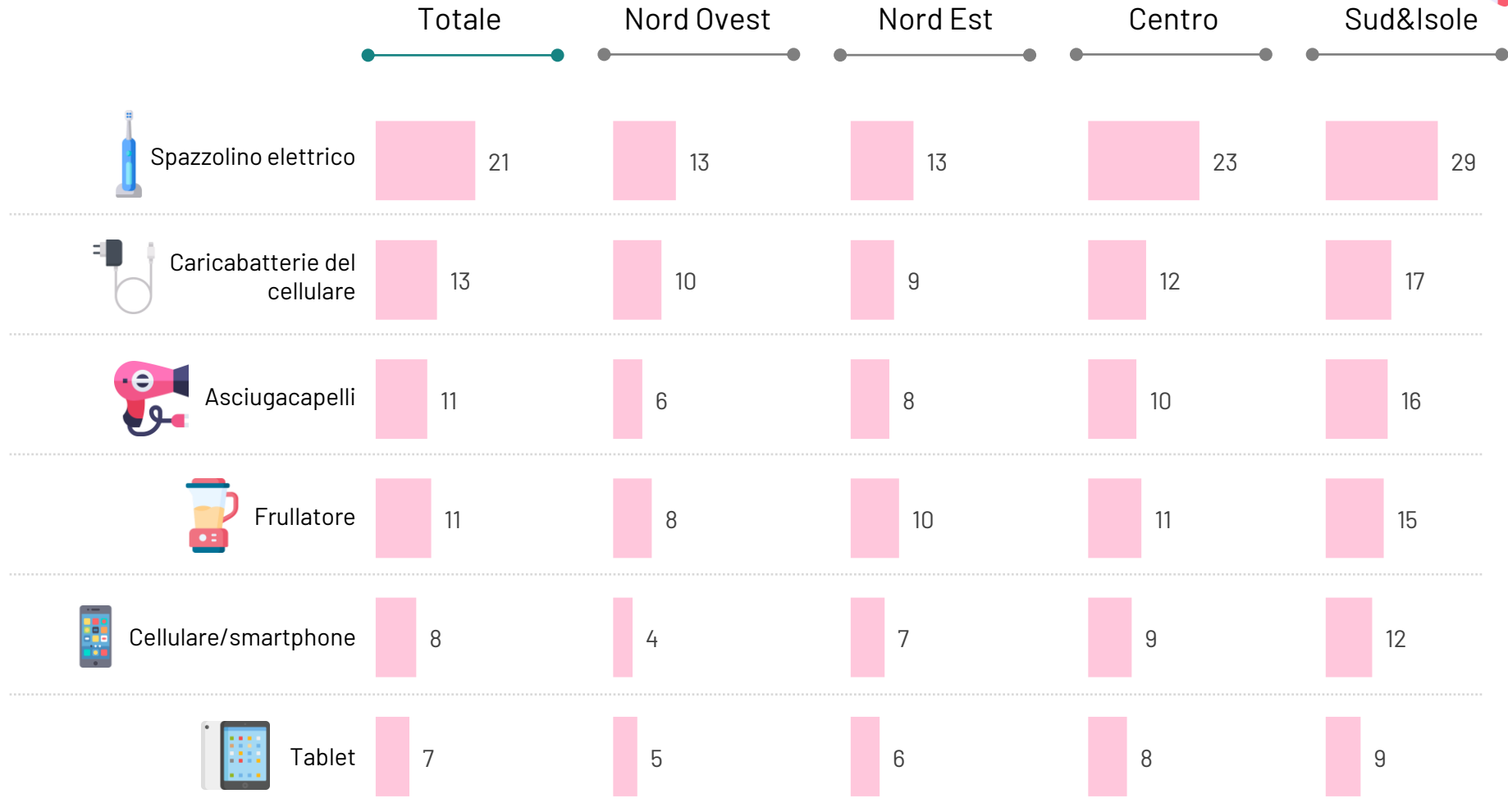


Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO

CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA + CONTENITORE STRADALE/CONDOMINIALE PER LA RACCOLTA DIFFERENZIATA (CARTA, PLASTICA...)



Item ordinati in ordine decrescente sul totale

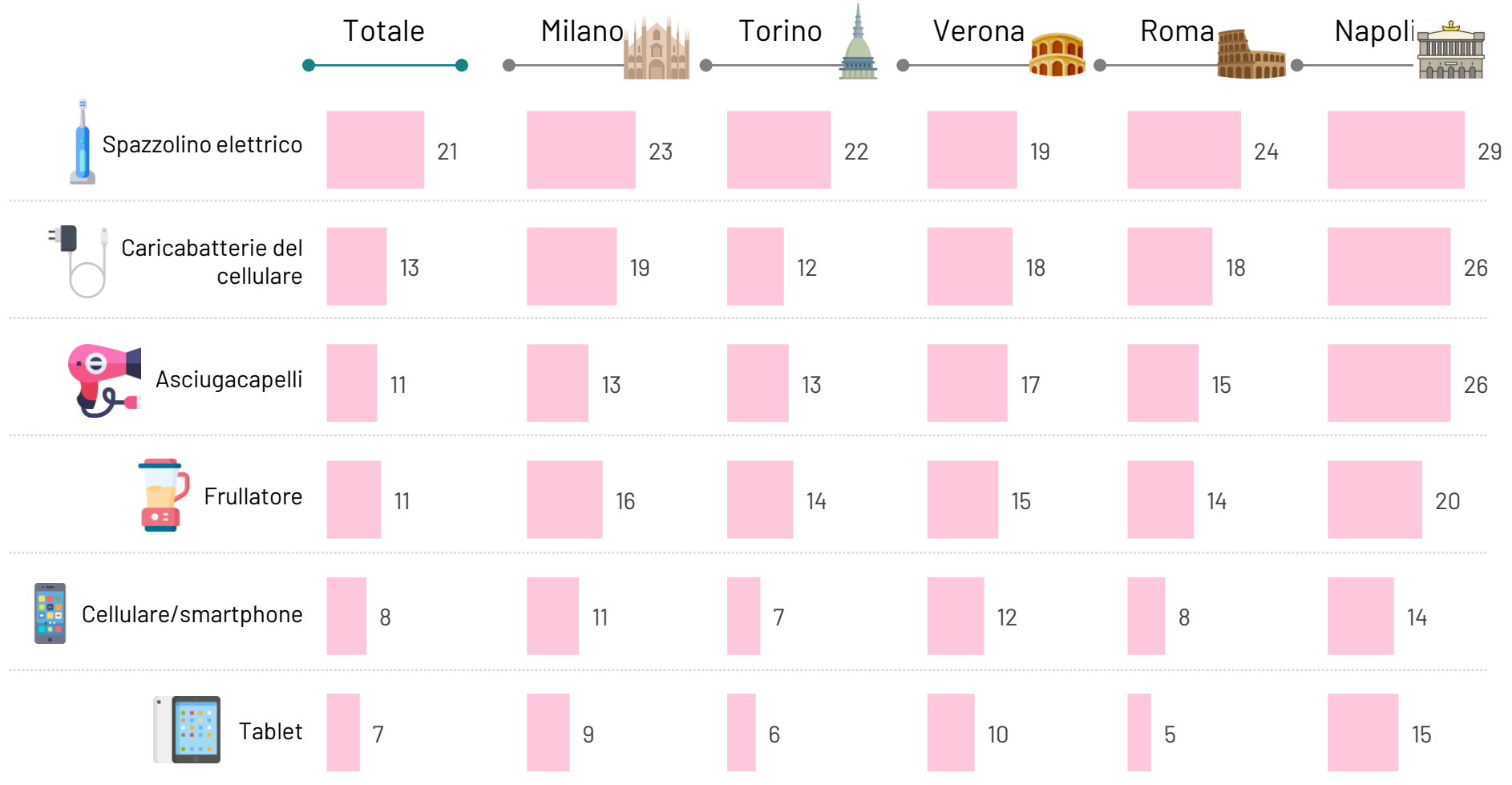
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## CONFERIMENTO SCORRETTO



CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA + CONTENITORE STRADALE/CONDOMINIALE PER LA RACCOLTA DIFFERENZIATA (CARTA, PLASTICA...)



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

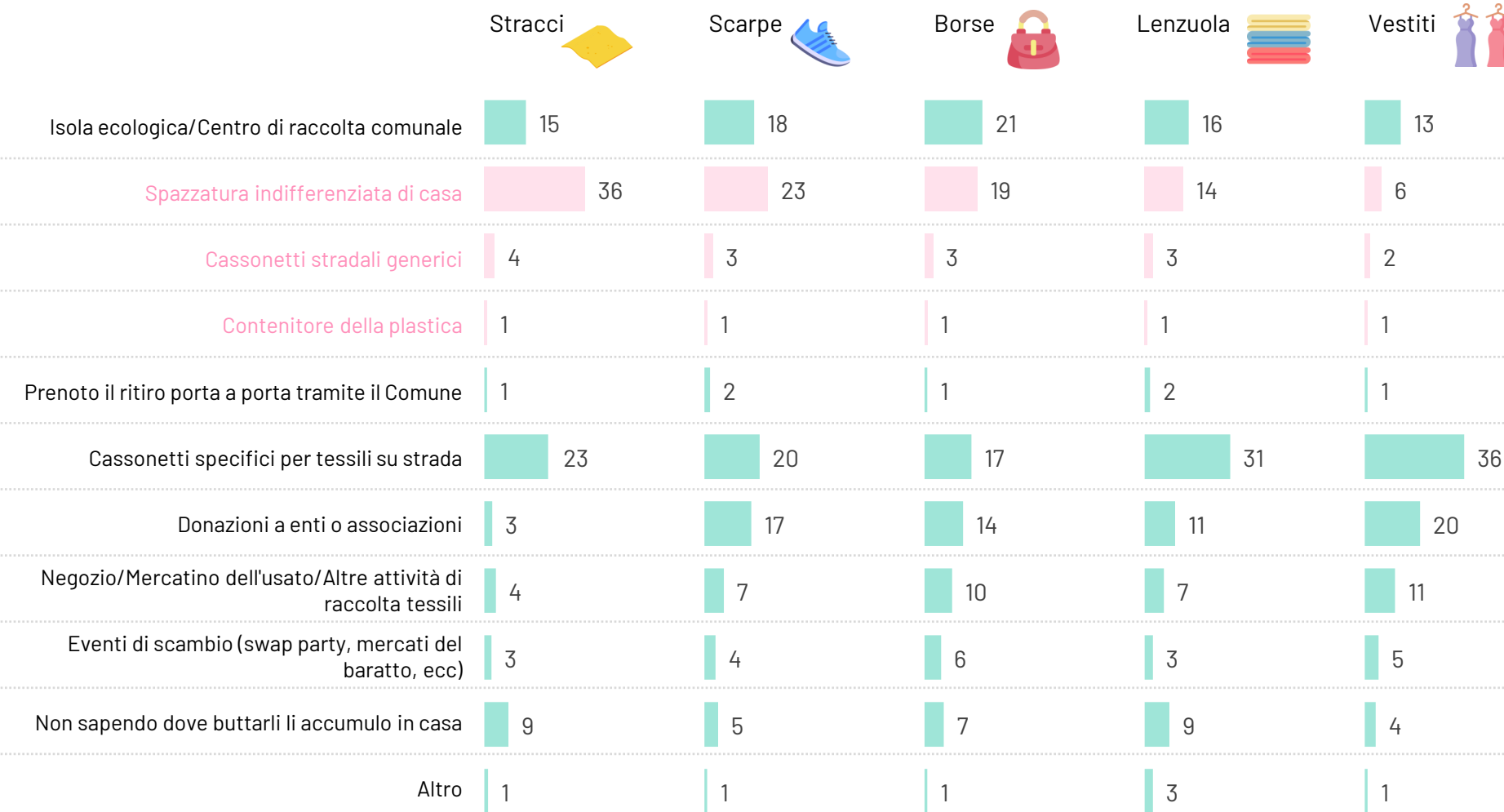
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# TESSILI



## ABITUDINI DI SMALTIMENTO

TOTALE



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

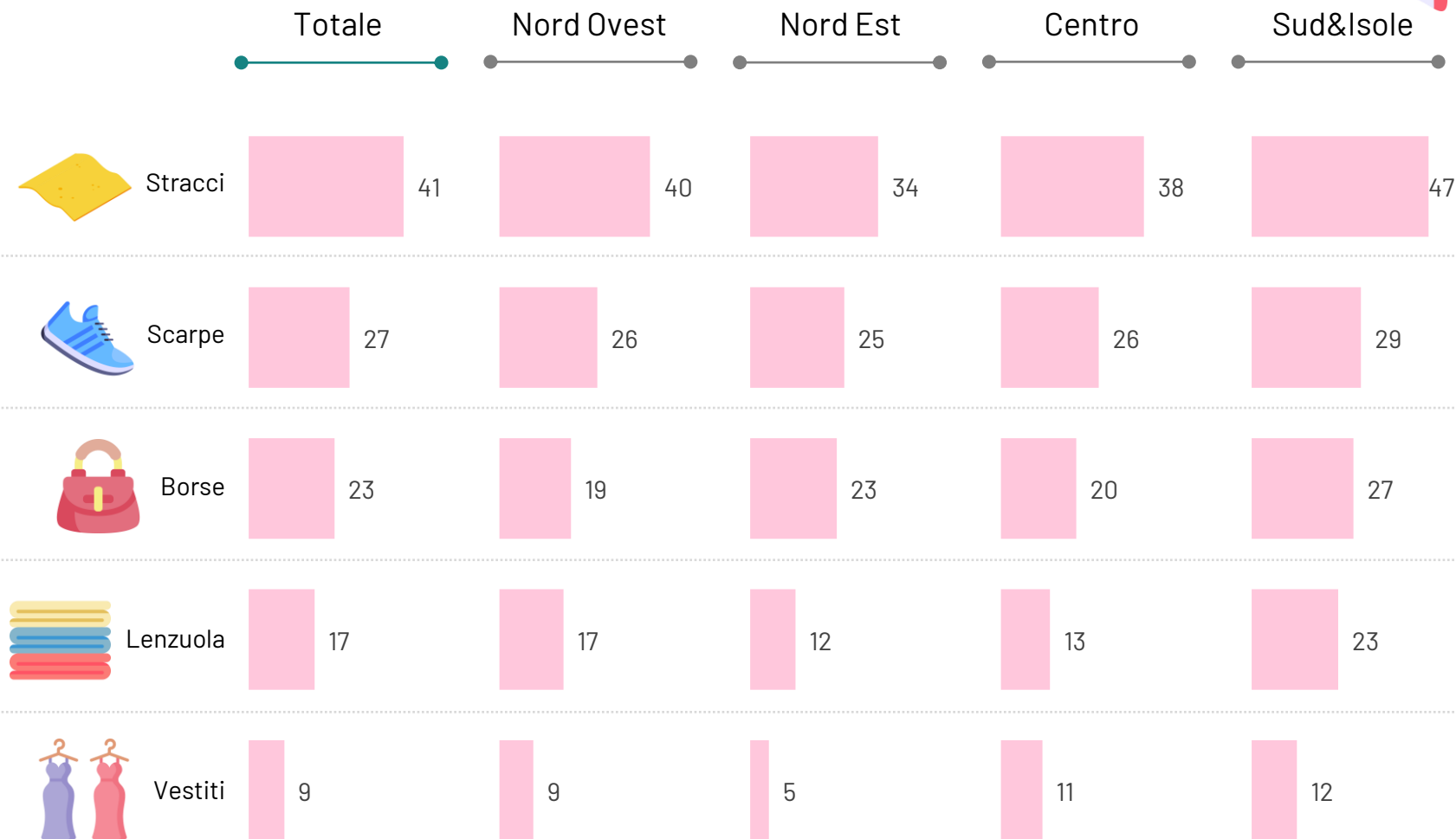
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# TESSILI



## CONFERIMENTO SCORRETTO

CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

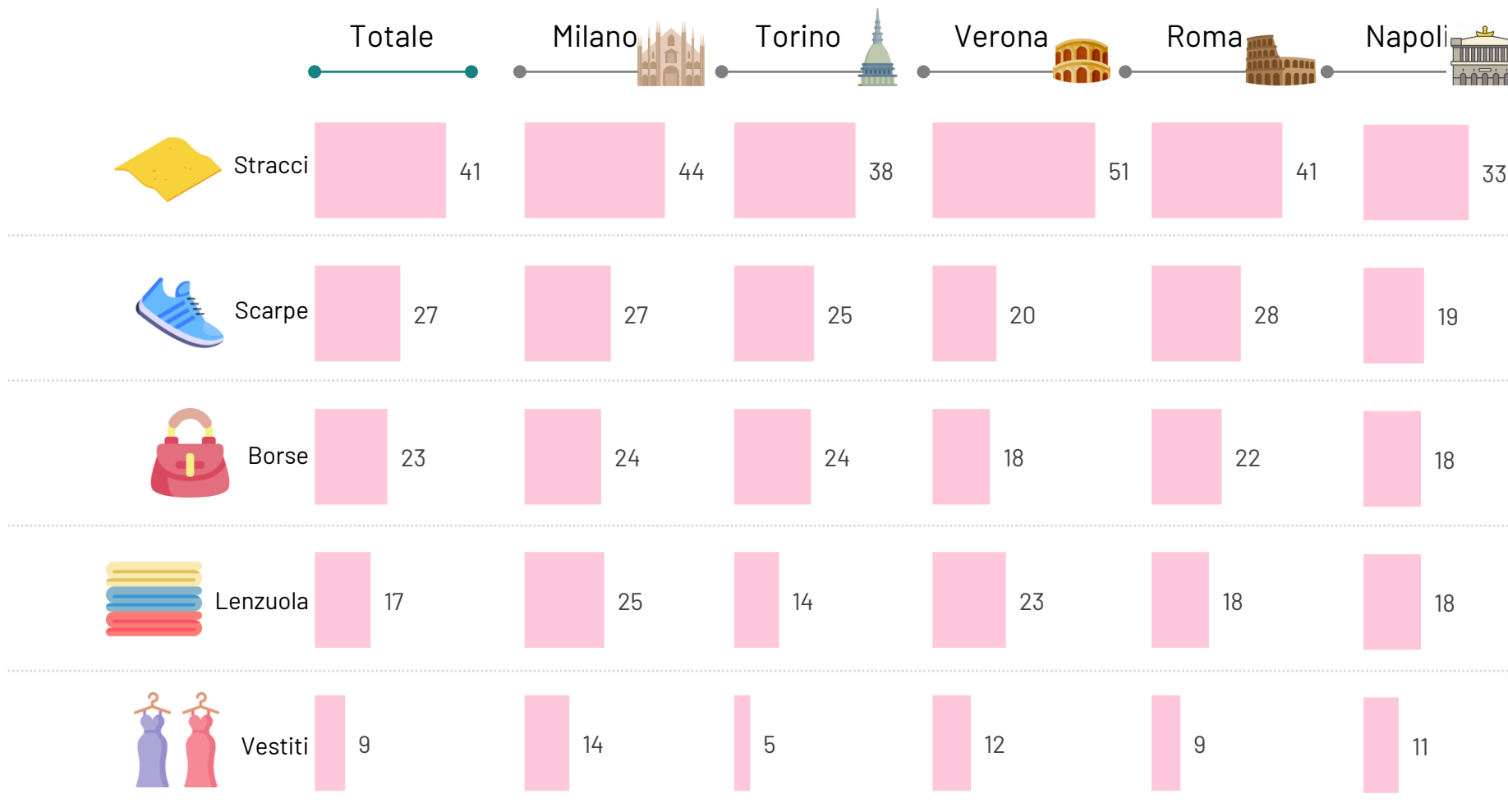
# TESSILI



## CONFERIMENTO SCORRETTO



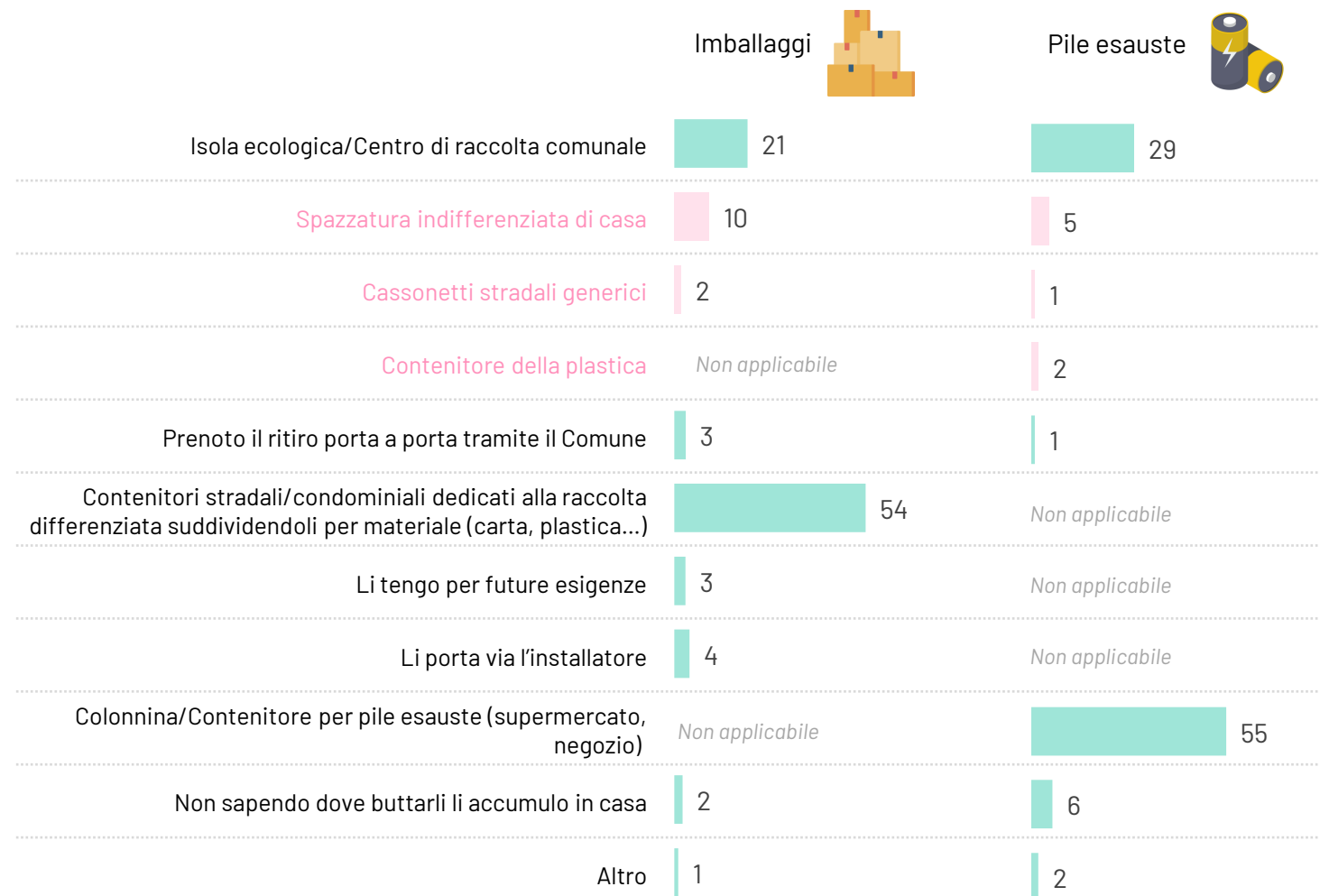
CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale



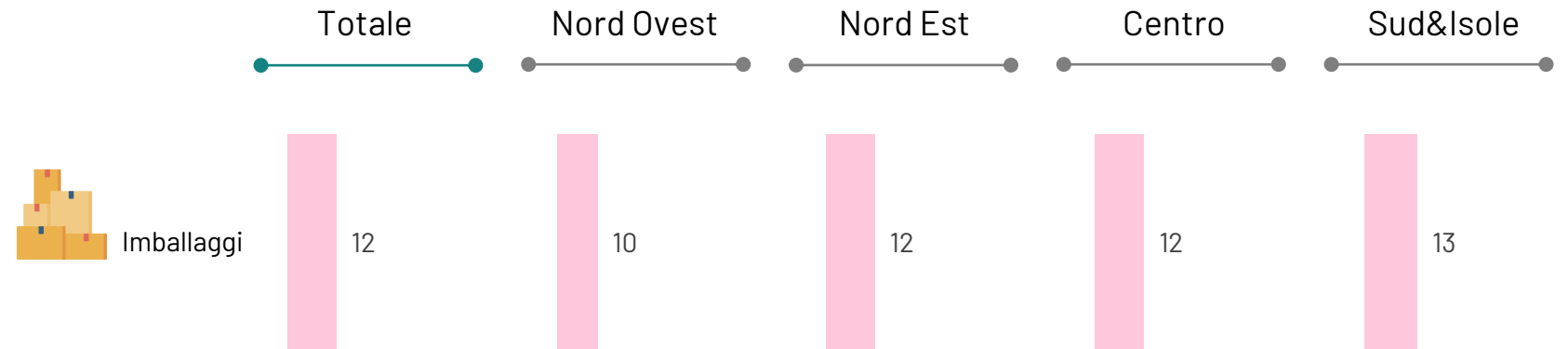
Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## CONFERIMENTO SCORRETTO

CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICICO

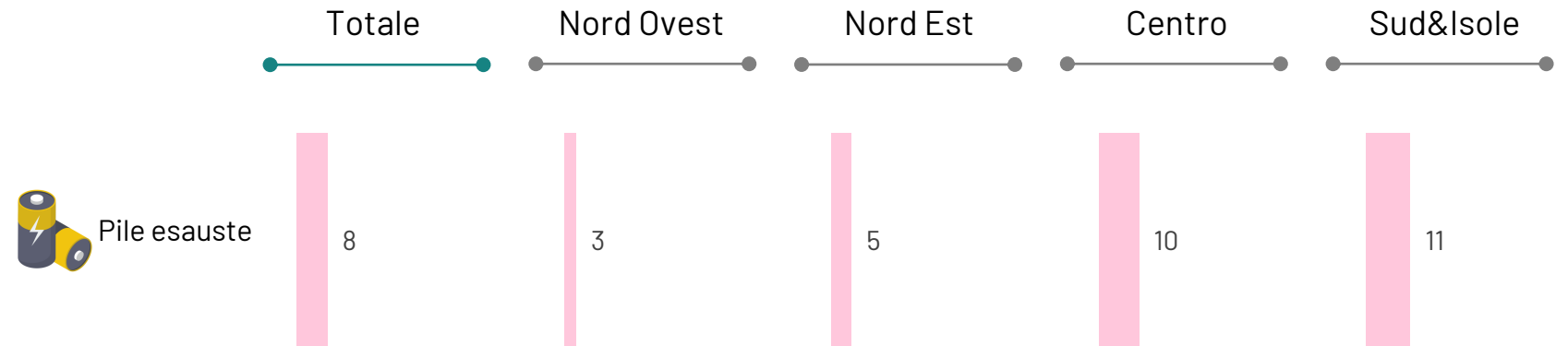


Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO

CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICI + CONTENITORE DELLA PLASTICA



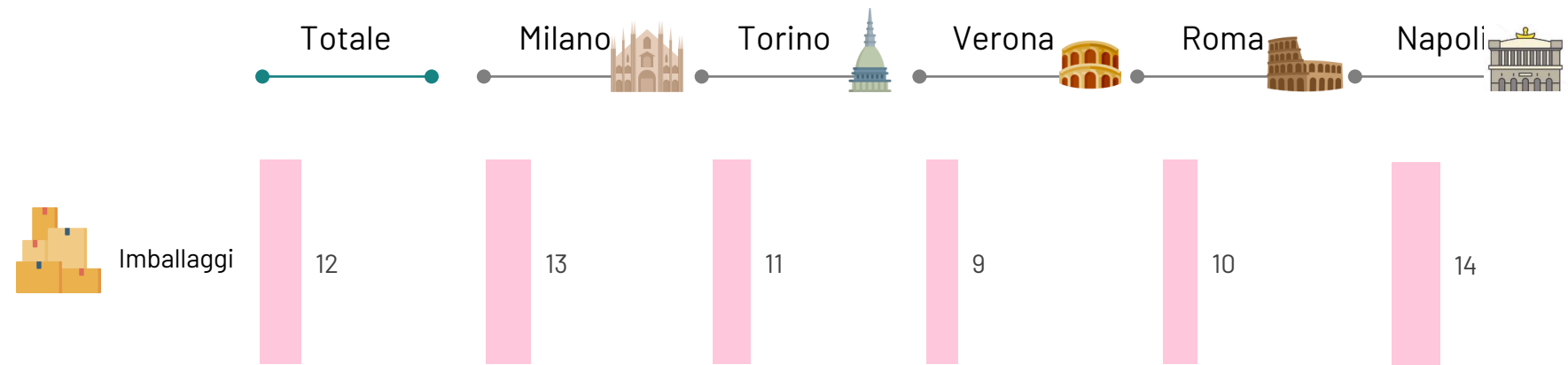
Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO



### CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO



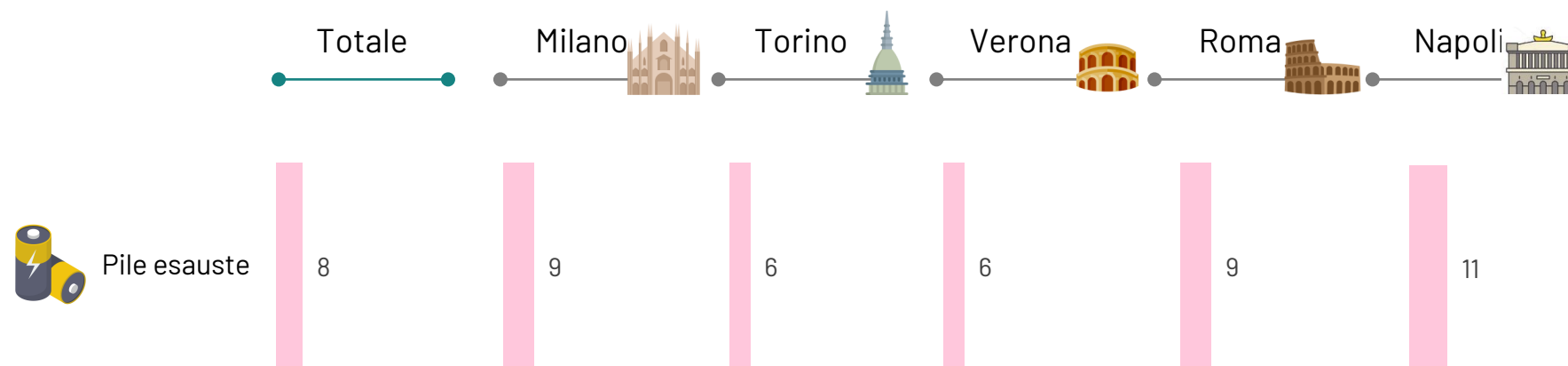
Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO



CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Base: Totale campione - Valori %

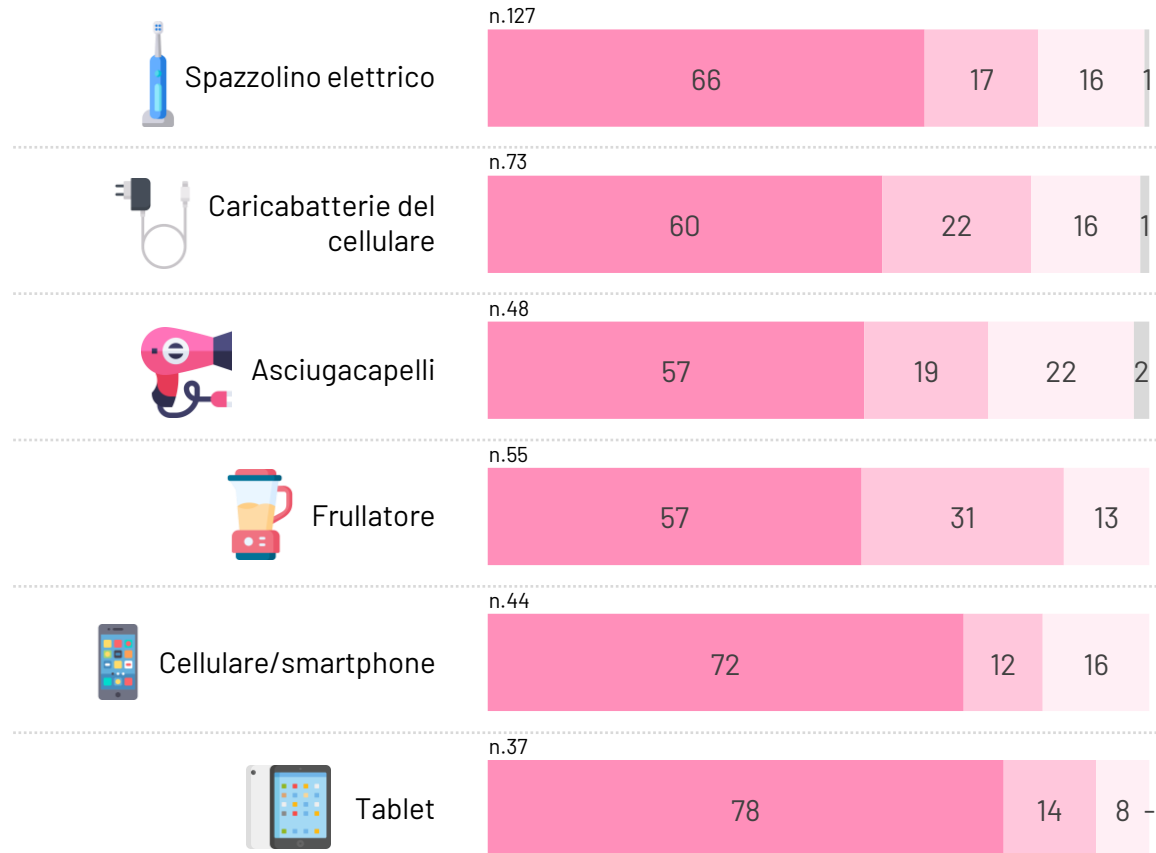
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

Base: Coloro che dichiarano di buttare questi oggetti nella spazzatura indifferenziata - Valori %

## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA



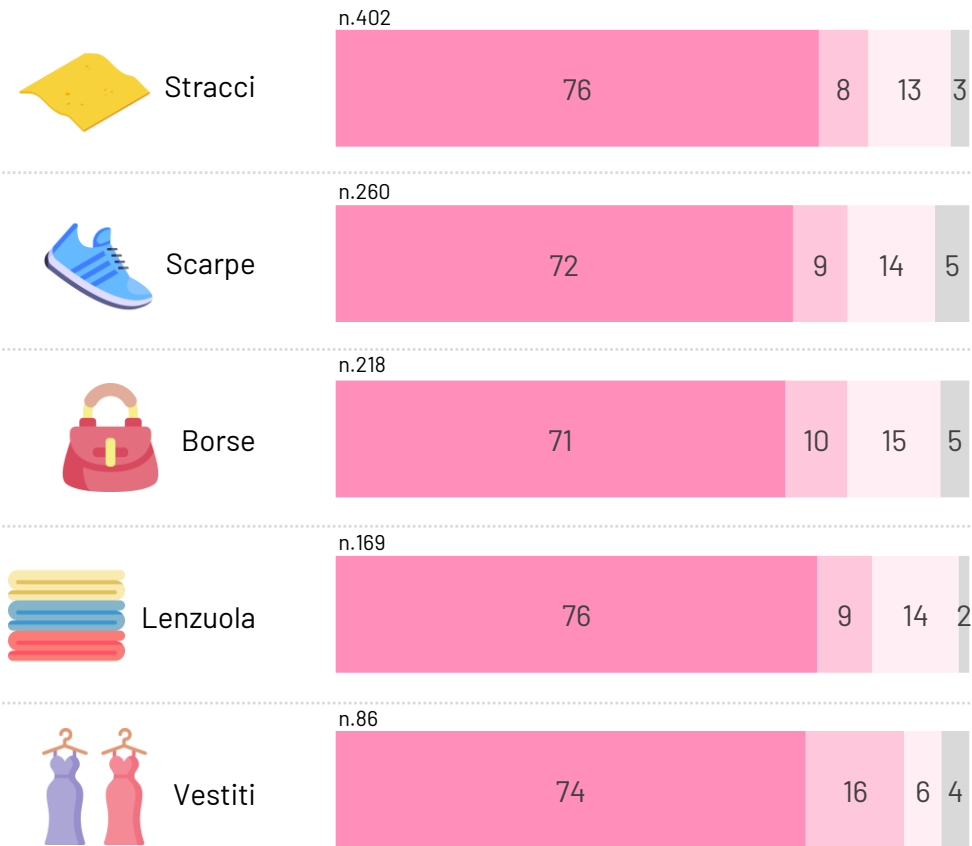
■ CREDE SIA GIUSTO ■ È il modo più comodo e veloce ■ Non so dove altro buttarlo/i ■ Altro

CREDE SIA GIUSTO = Mi sono informato/a su sito del mio comune/ del gestore dei rifiuti urbani del mio comune + Mi sono informato/a su internet e ho letto che si fa così + Ho chiesto ad amici/parenti/conoscenti e mi hanno detto che si fa così + Ho sempre pensato che fosse giusto così

# TESSILI



## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA



Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

Base: Coloro che dichiarano di buttare questi oggetti nella spazzatura indifferenziata - Valori %

■ CREDE SIA GIUSTO ■ È il modo più comodo e veloce ■ Non so dove altro buttarlo/i ■ Altro

CREDE SIA GIUSTO = Mi sono informato/a su sito del mio comune/ del gestore dei rifiuti urbani del mio comune + Mi sono informato/a su internet e ho letto che si fa così + Ho chiesto ad amici/parenti/conoscenti e mi hanno detto che si fa così + Ho sempre pensato che fosse giusto così

## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA

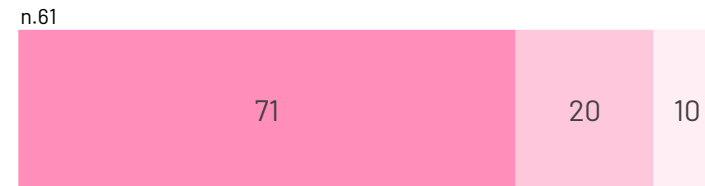
TOTALE



Imballaggi



Pile esauste



■ CREDE SIA GIUSTO ■ È il modo più comodo e veloce ■ Non so dove altro buttarlo/i ■ Altro

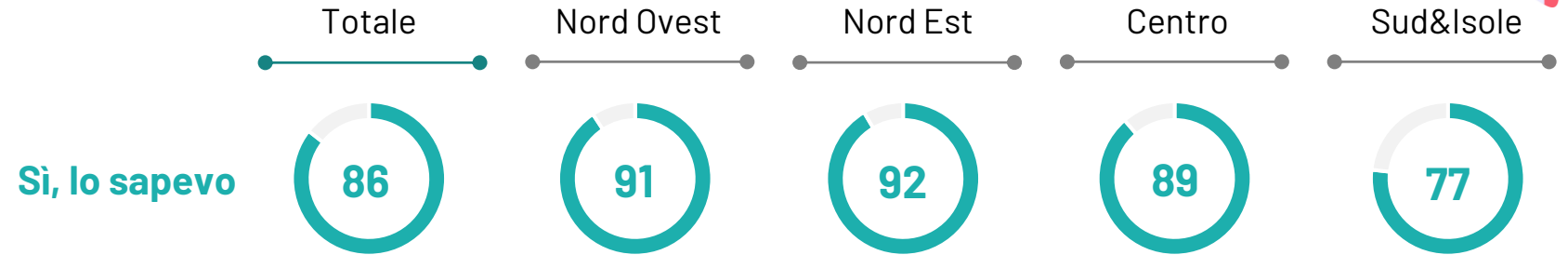
Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

Base: Coloro che dichiarano di buttare questi oggetti nella spazzatura indifferenziata - Valori %

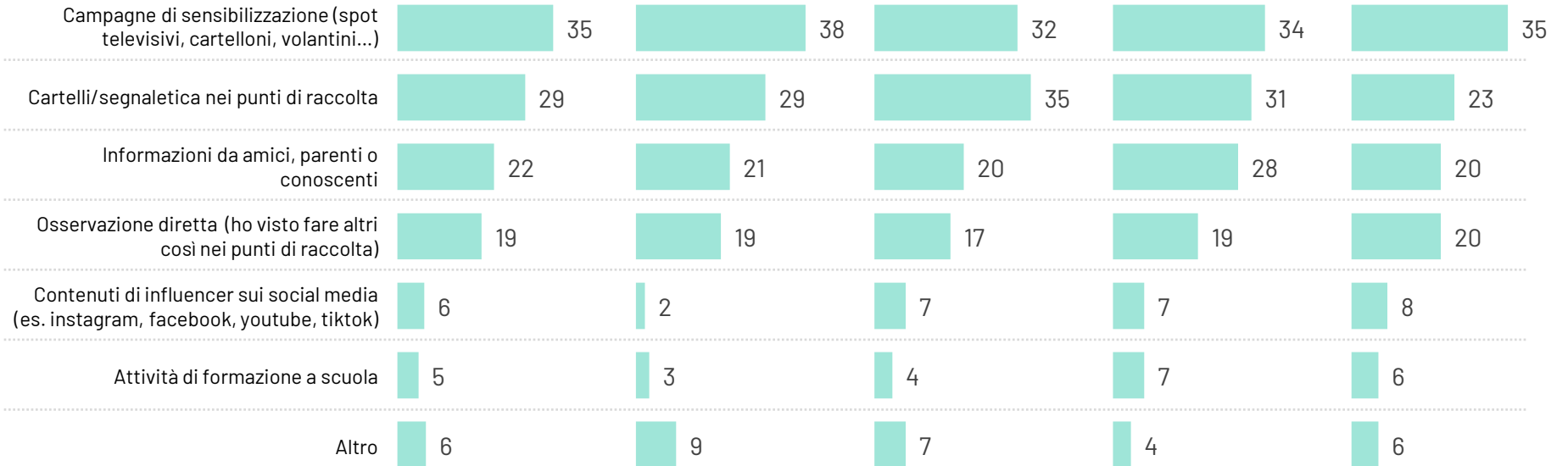
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

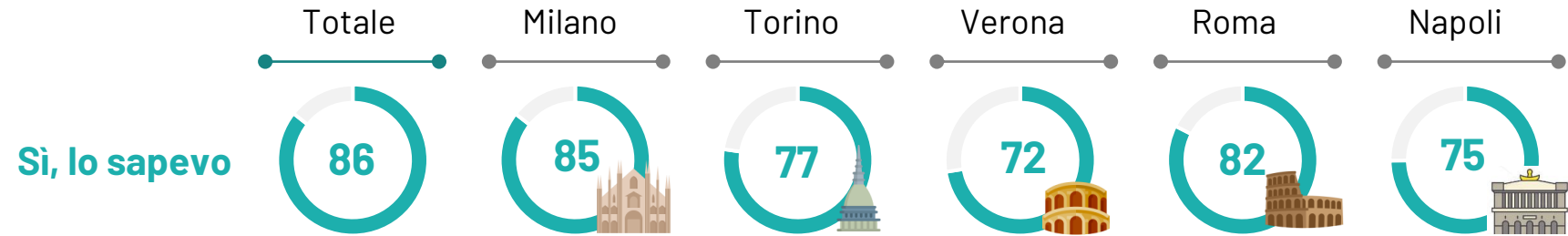
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Canale di informazione	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Campagne di sensibilizzazione (spot televisivi, cartelloni, volantini...)	35	37	38	46	39	33
Cartelli/segnalatica nei punti di raccolta	29	28	21	22	30	22
Informazioni da amici, parenti o conoscenti	22	21	23	18	20	23
Osservazione diretta (ho visto fare altri così nei punti di raccolta)	19	16	24	12	22	25
Contenuti di influencer sui social media (es. instagram, facebook, youtube, tiktok)	6	5	6	9	2	6
Attività di formazione a scuola	5	6	8	4	8	8
Altro	6	8	3	10	7	3

Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

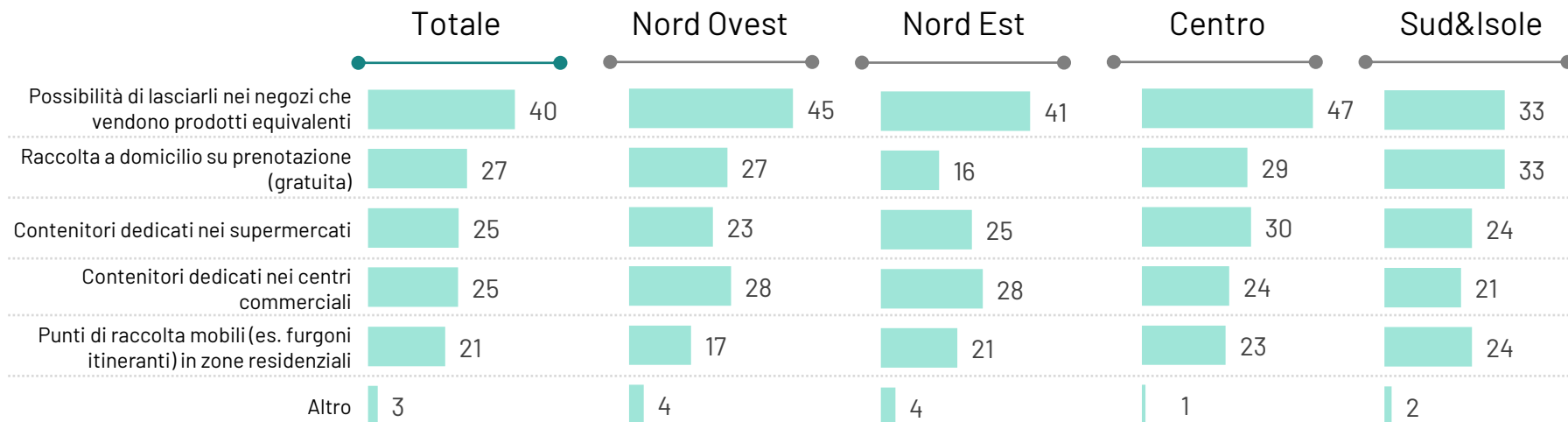
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

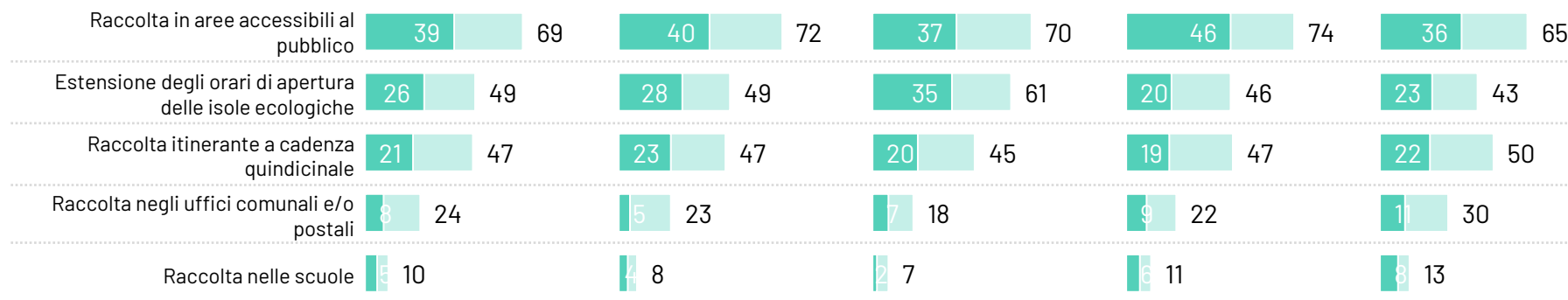
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

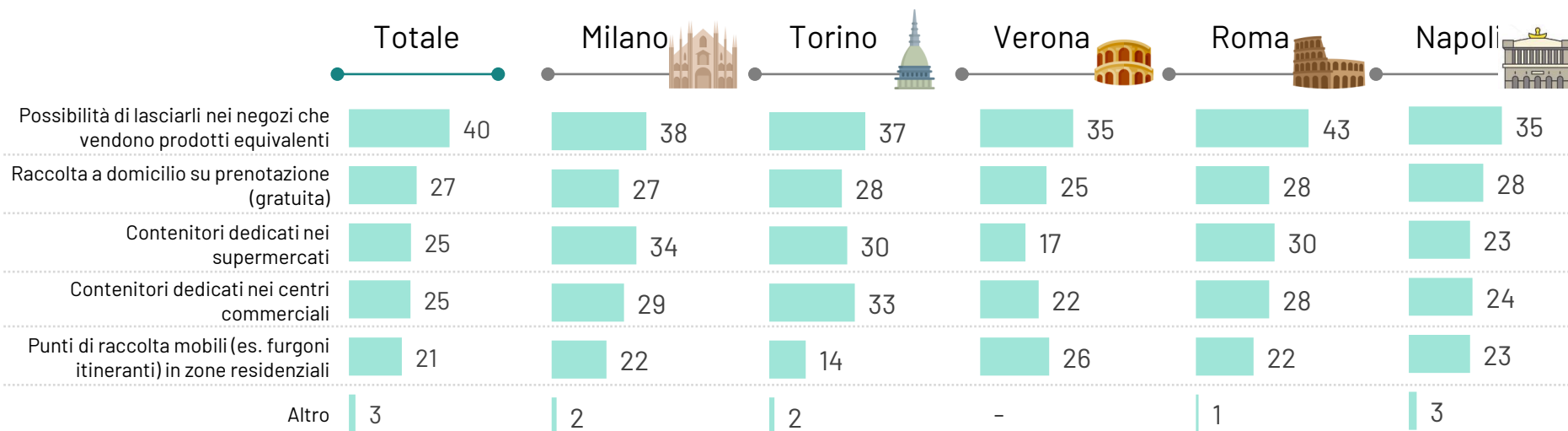
Item ordinati in ordine decrescente sul totale



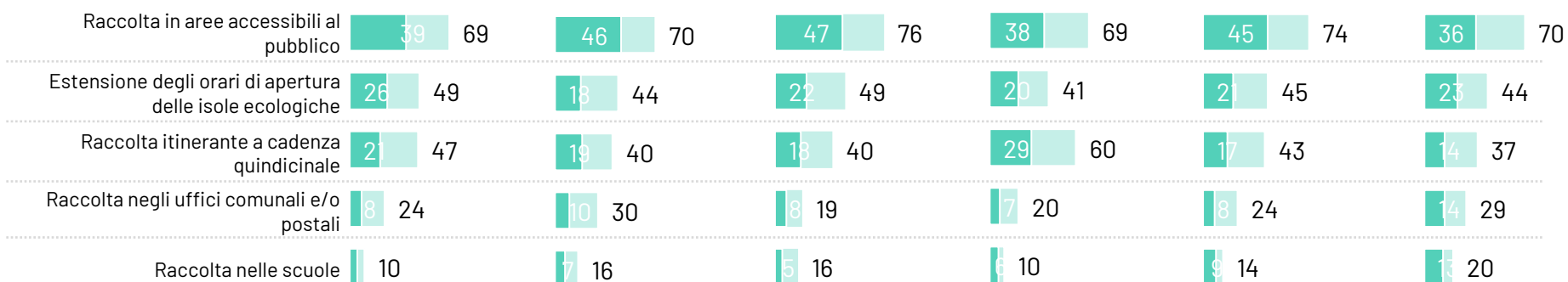
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

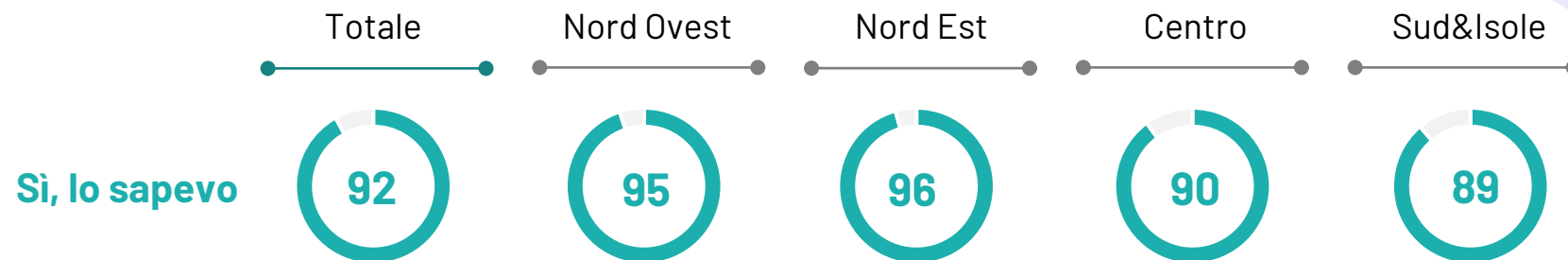
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

■ Prima scelta ■ Totale

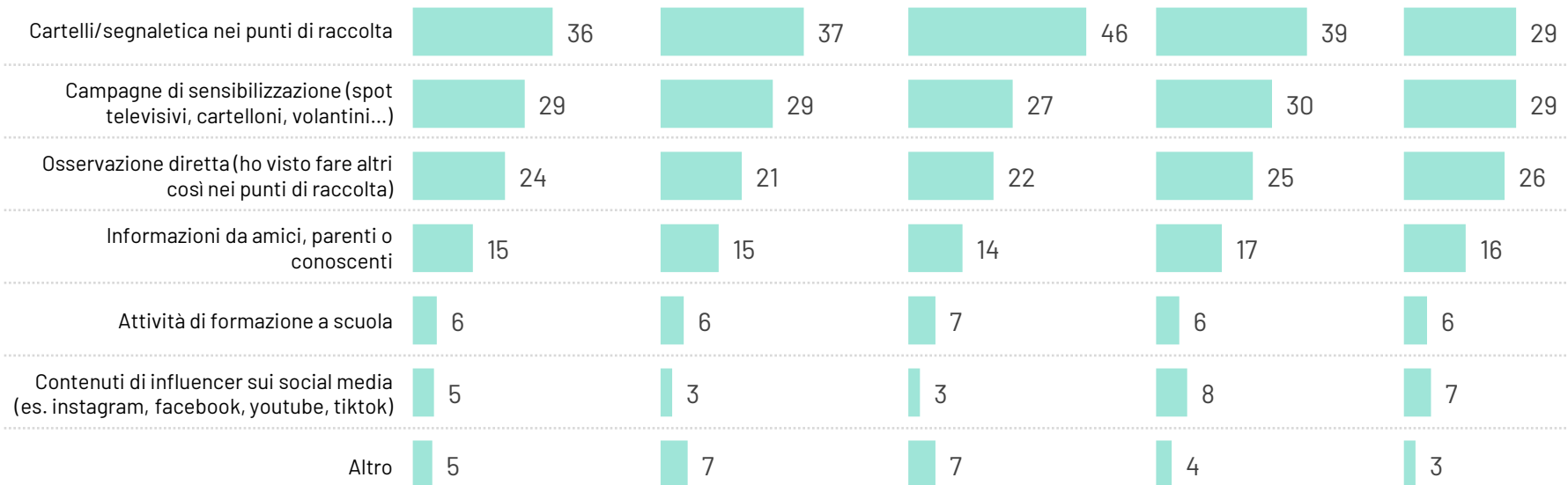
# PILE ESAUSTE



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

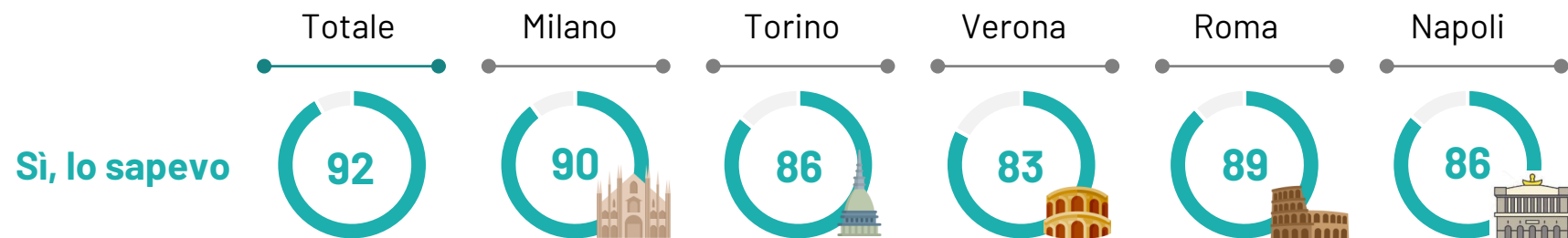
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

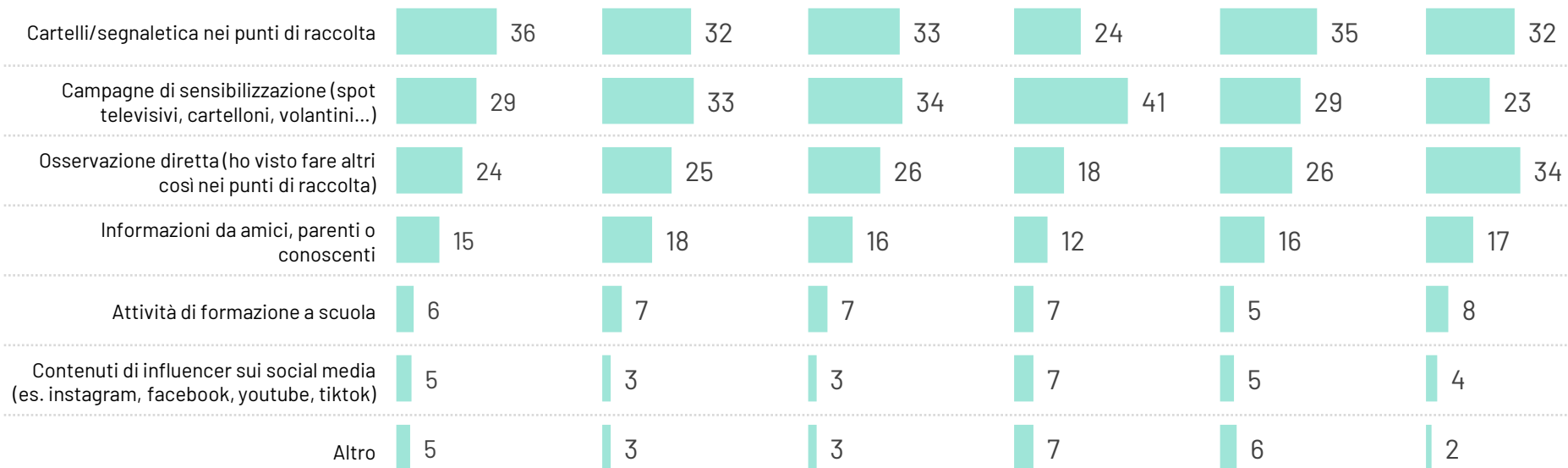
# PILE ESAUSTE



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

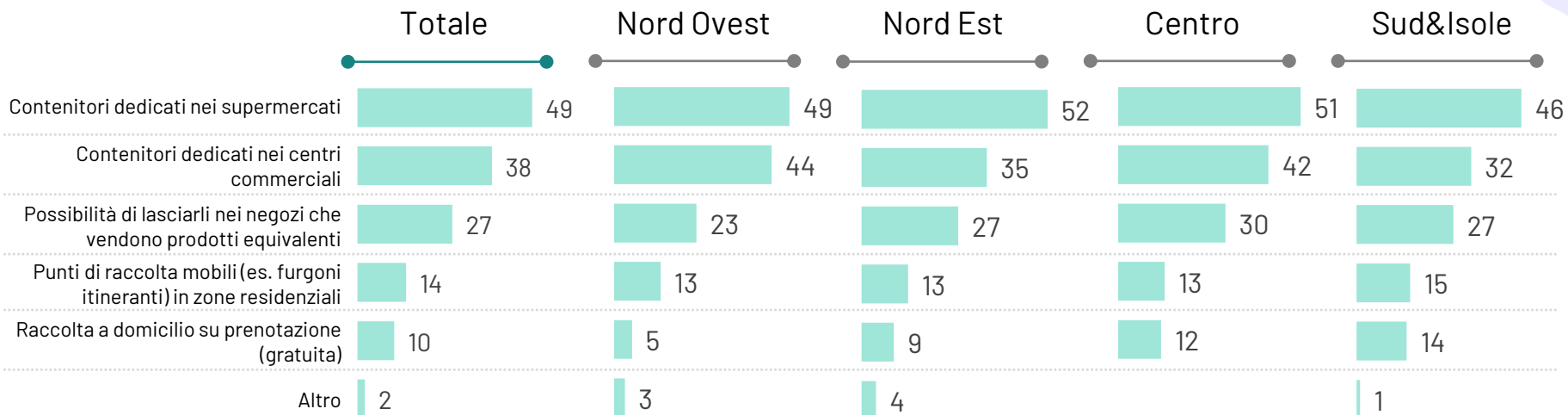
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

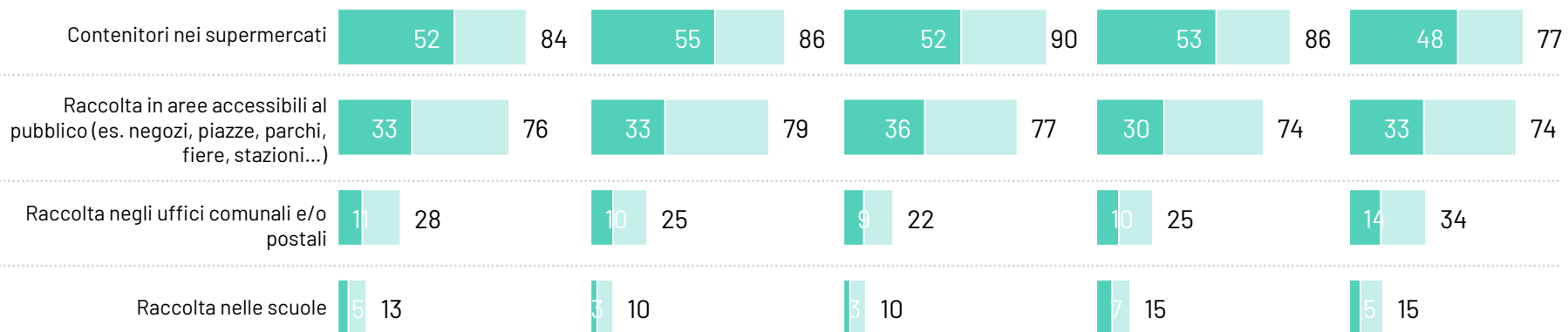
# PILE ESAUSTE



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

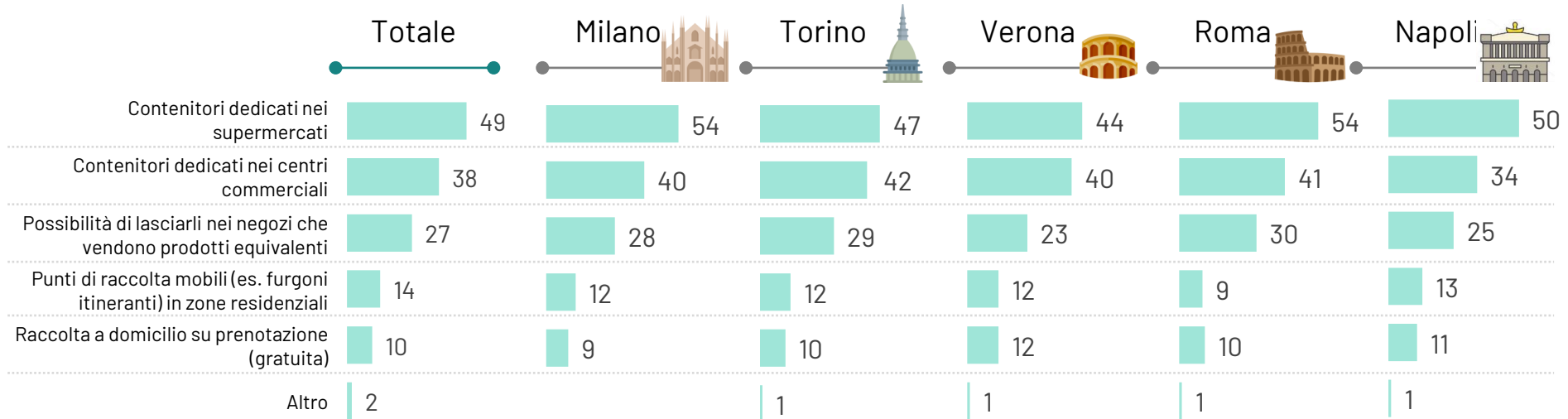
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

■ Prima scelta ■ Totale

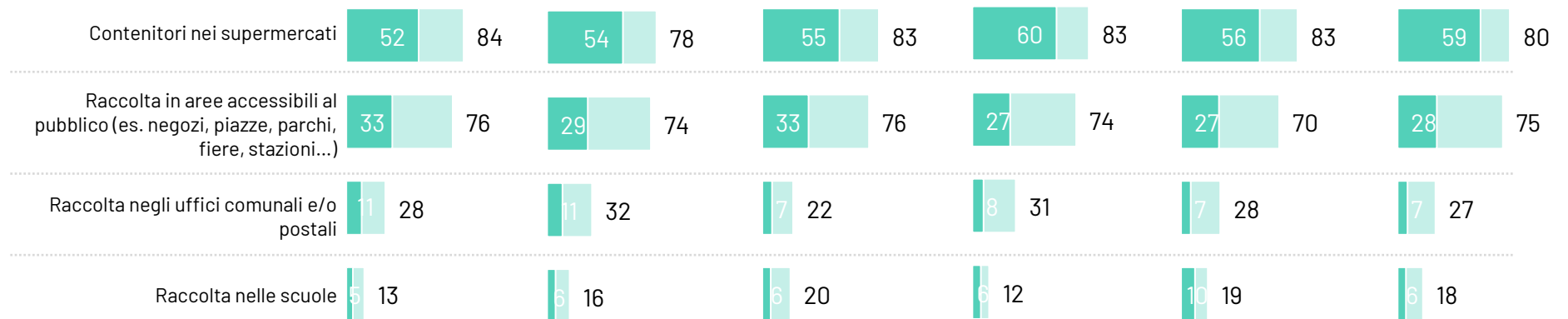
# PILE ESAUSTE



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

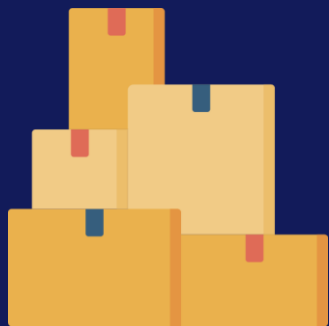
Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

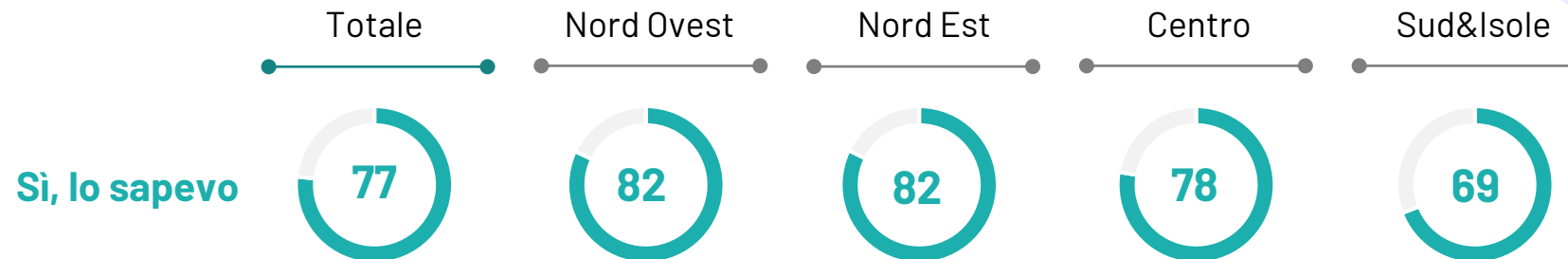
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

■ Prima scelta ■ Totale

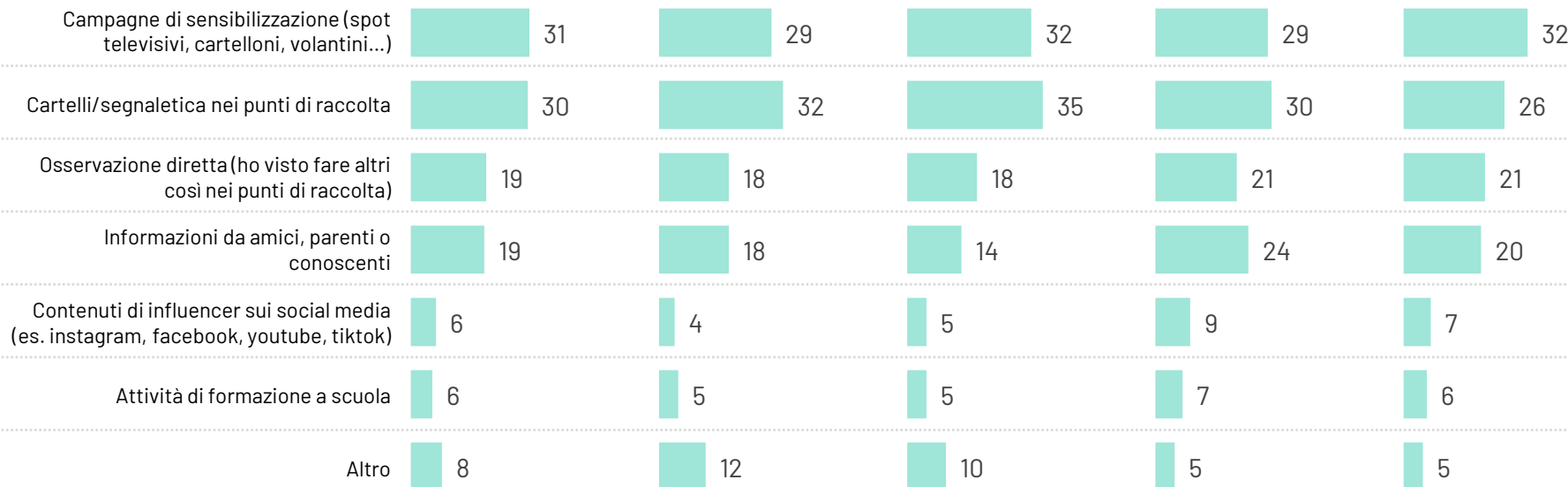
# IMBALLAGGI



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



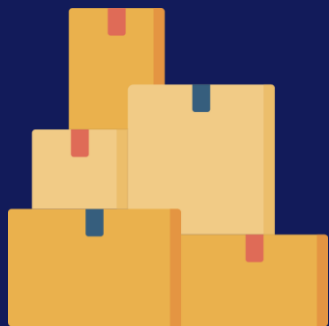
Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

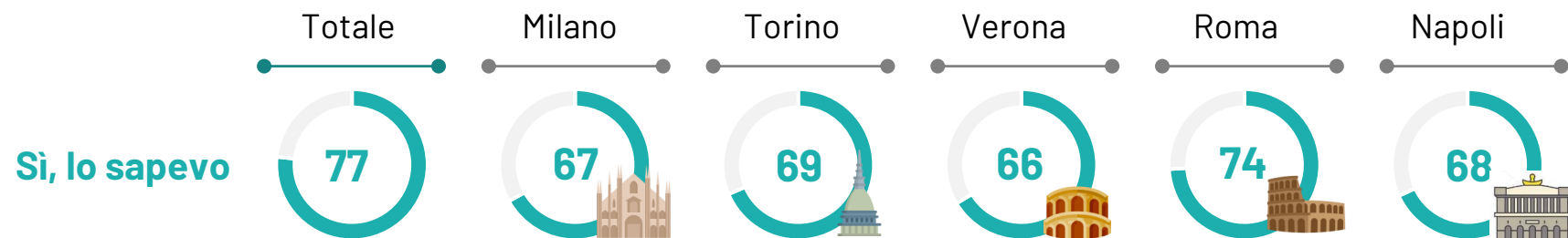
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# IMBALLAGGI



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Canale di informazione	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Campagne di sensibilizzazione (spot televisivi, cartelloni, volantini...)	31	33	37	39	40	33
Cartelli/segnalatica nei punti di raccolta	30	26	31	26	29	23
Osservazione diretta (ho visto fare altri così nei punti di raccolta)	19	24	24	13	17	28
Informazioni da amici, parenti o conoscenti	19	23	22	15	20	18
Contenuti di influencer sui social media (es. instagram, facebook, youtube, tiktok)	6	7	4	8	2	6
Attività di formazione a scuola	6	9	6	5	4	6
Altro	8	5	4	7	7	1

Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

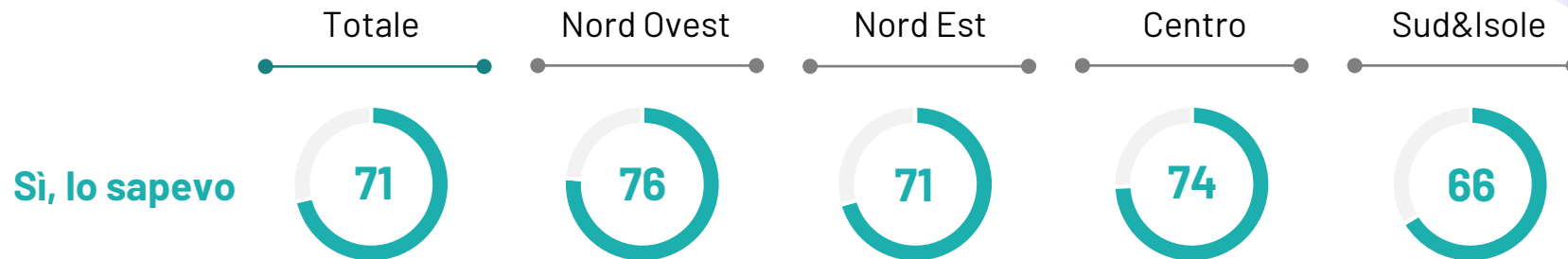
Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

Base: Totale campione - Valori %

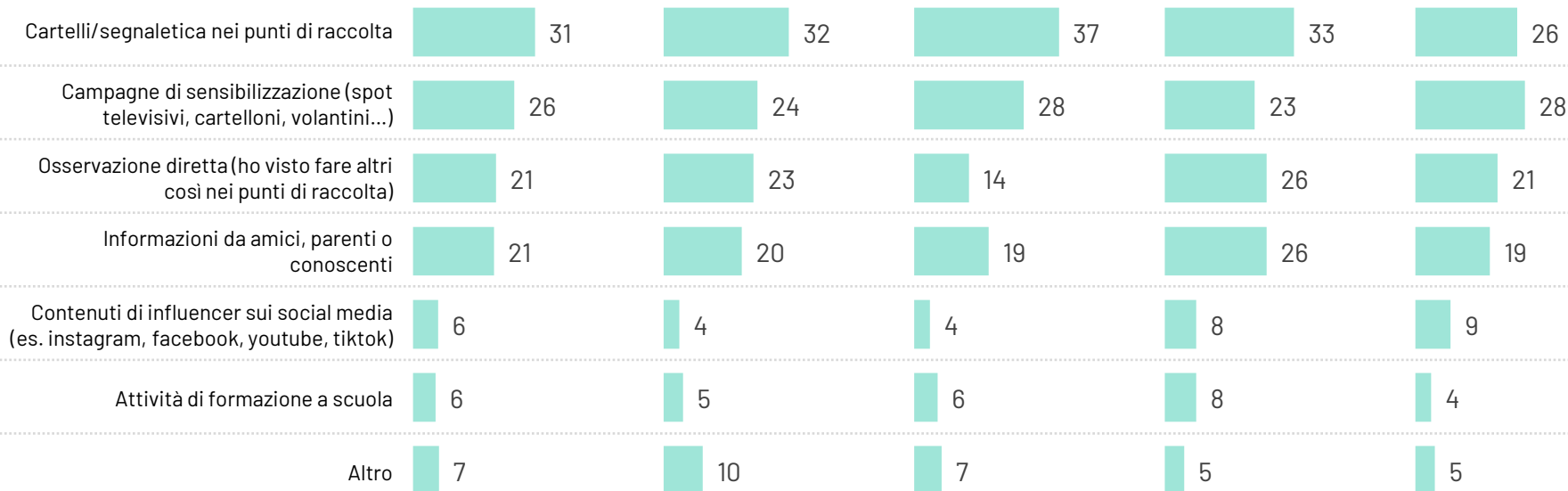
Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

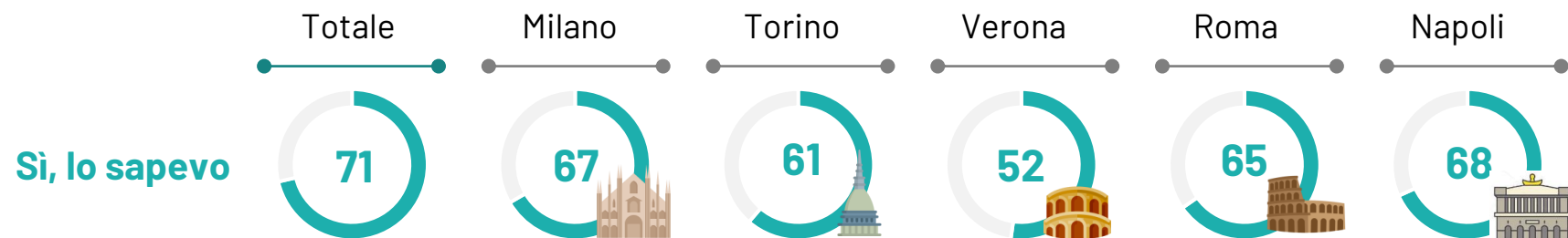
Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

Base: Totale campione - Valori %

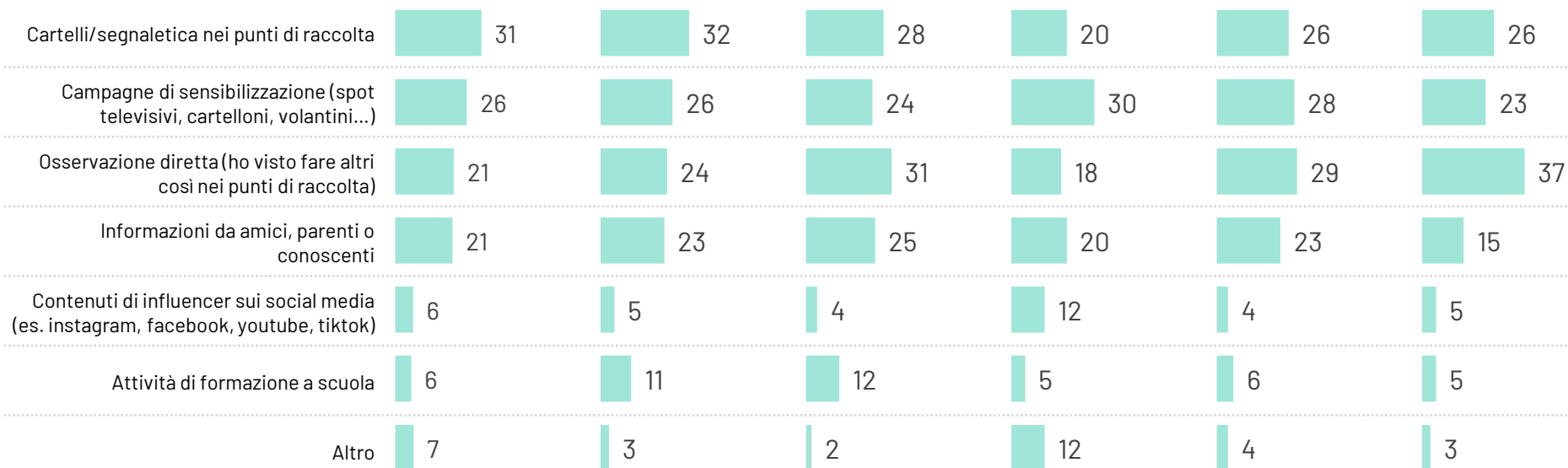
Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

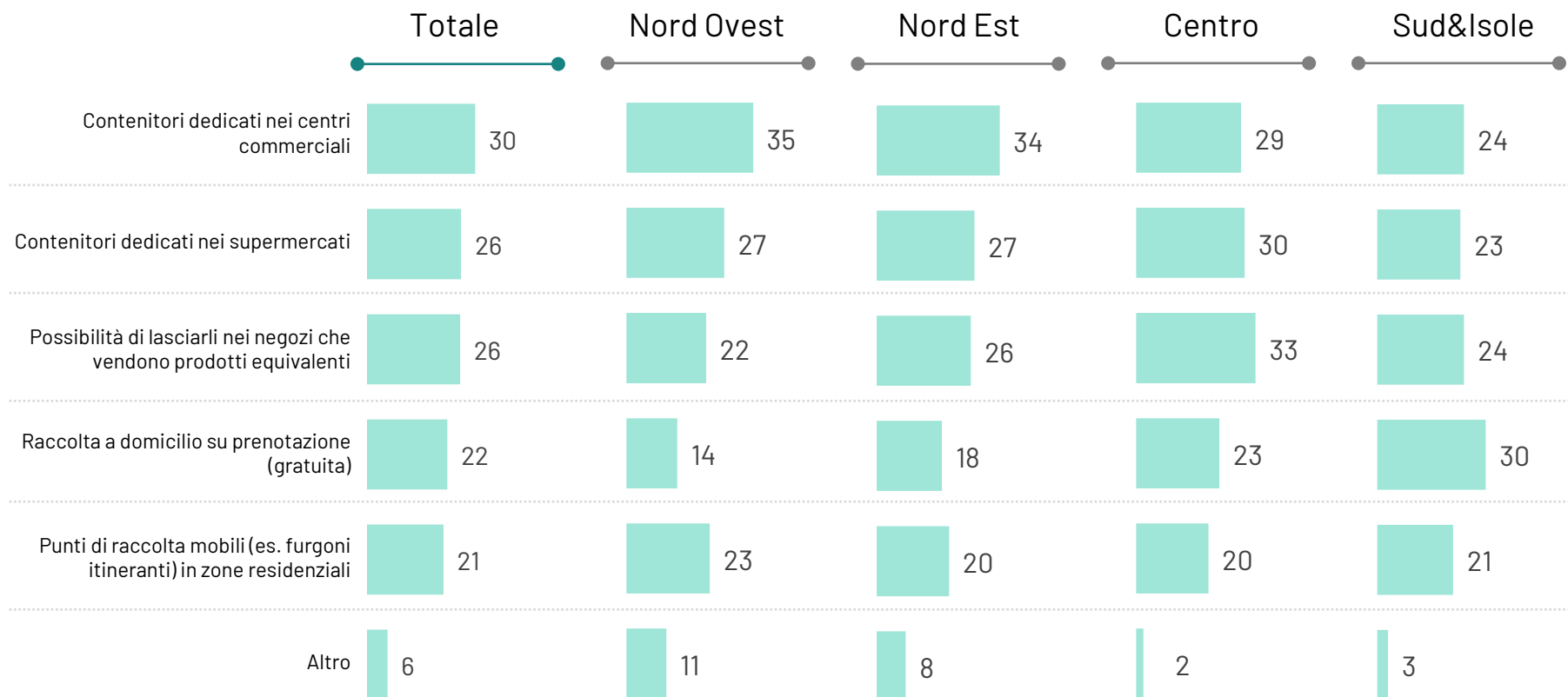
Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

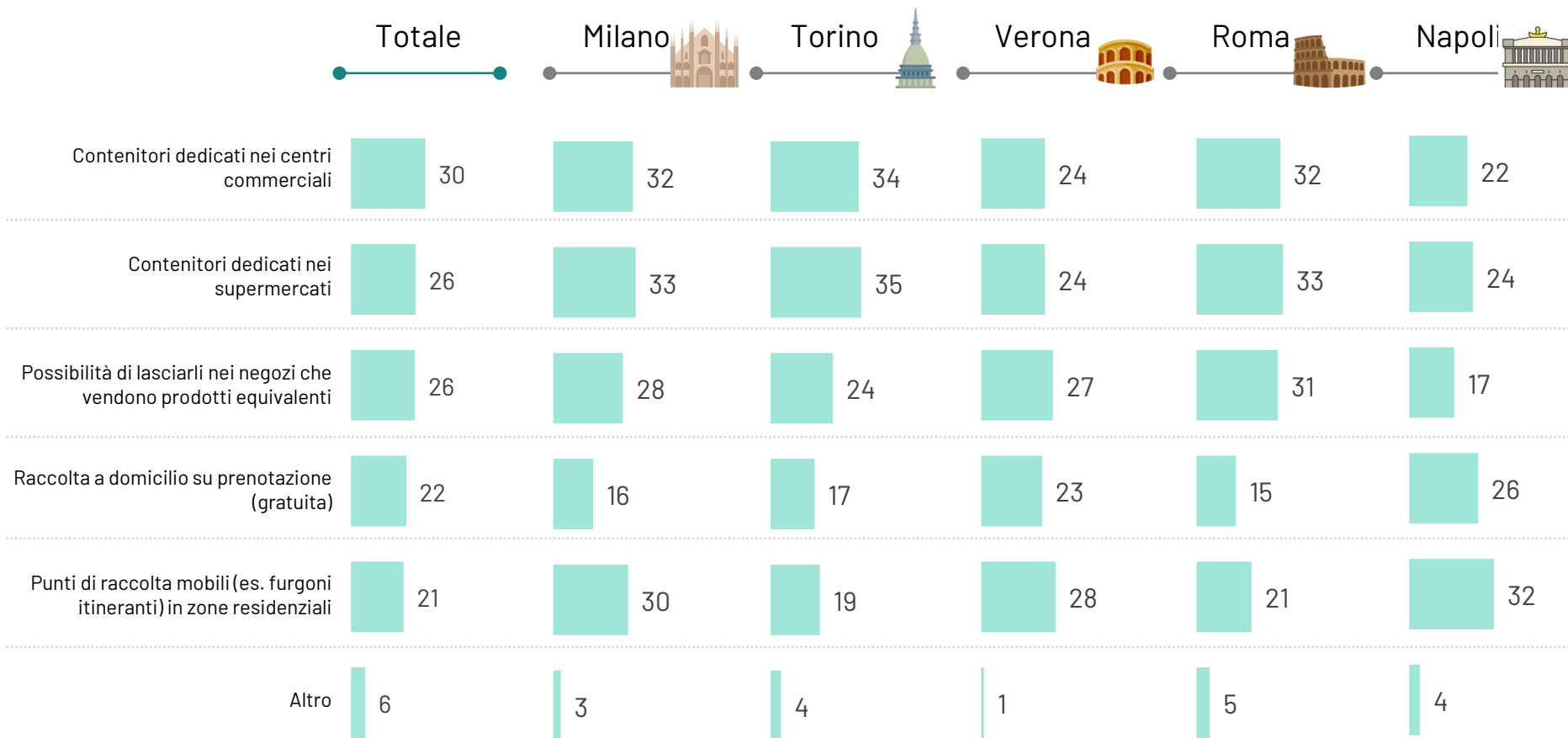
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# TESSILI



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

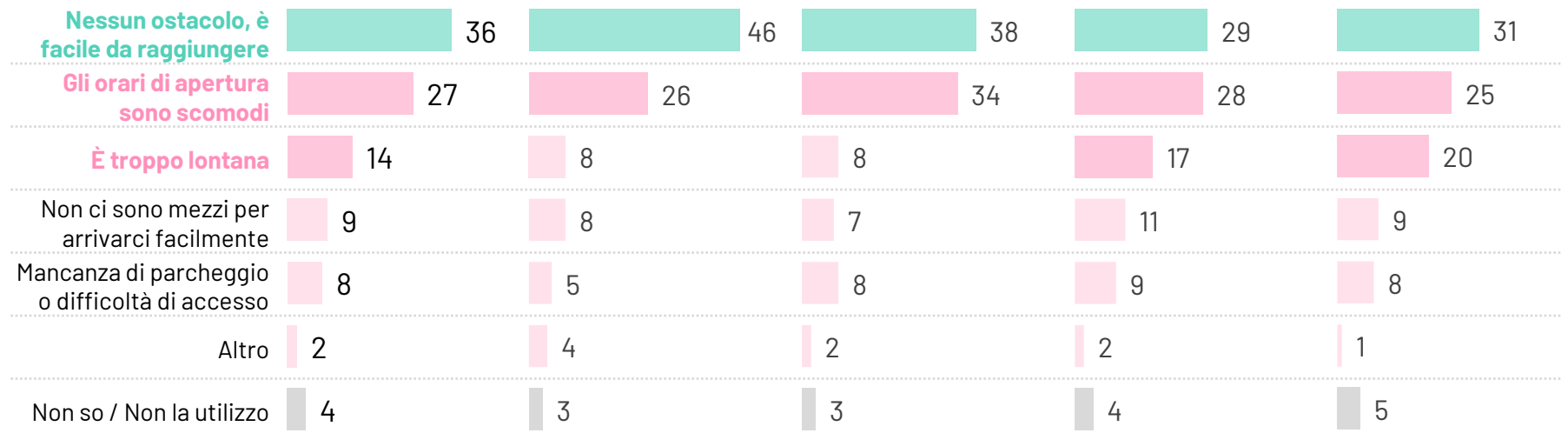


Totale Nord Ovest Nord Est Centro Sud&Isole

### TEMPO DI PERCORRENZA PER RAGGIUNGERE L'ISOLA ECOLOGICA



### PRINCIPALI OSTACOLI PER RAGGIUNGERE L'ISOLA ECOLOGICA

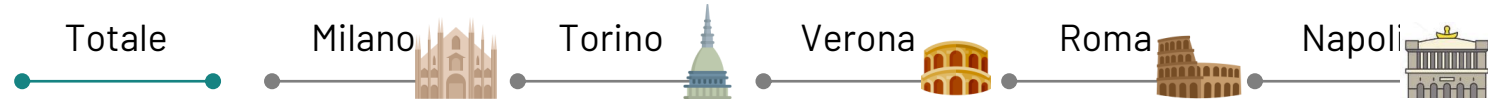


Q7. Quanto tempo impiega, indicativamente, per raggiungere in macchina l'isola ecologica più vicina a casa sua?  
 Q8. Qual è, secondo lei, il principale ostacolo che rende difficile raggiungere l'isola ecologica più vicina?

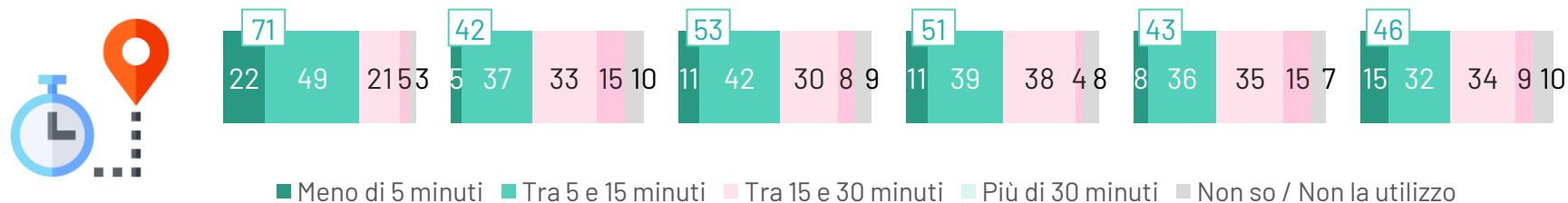
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

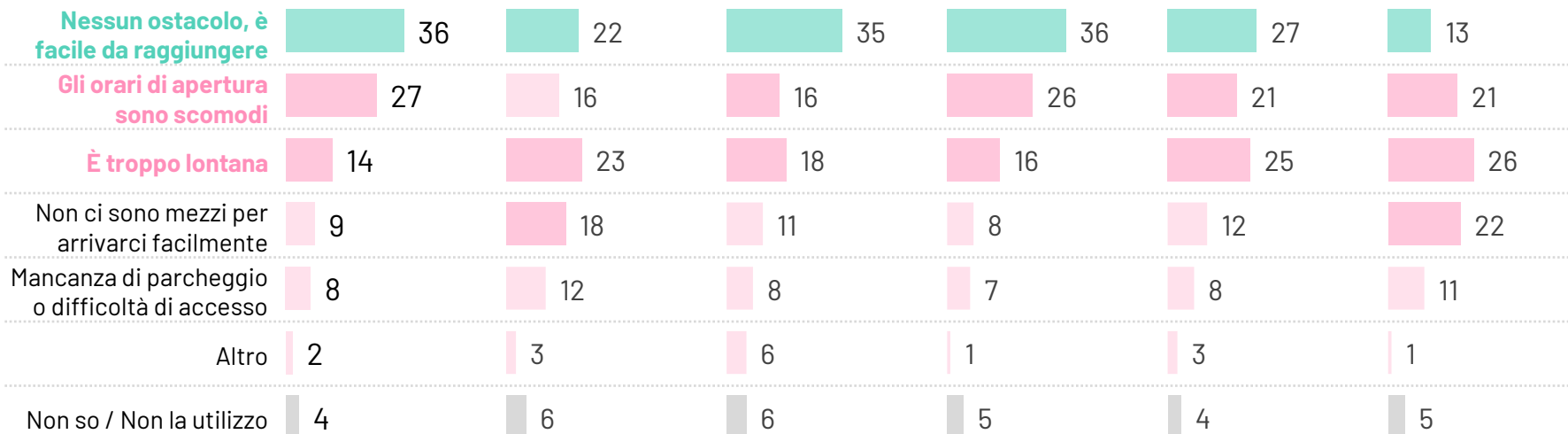




## TEMPO DI PERCORRENZA PER RAGGIUNGERE L'ISOLA ECOLOGICA



## PRINCIPALI OSTACOLI PER RAGGIUNGERE L'ISOLA ECOLOGICA



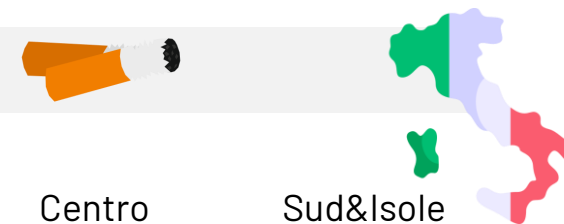
Q7. Quanto tempo impiega, indicativamente, per raggiungere in macchina l'isola ecologica più vicina a casa sua?

Q8. Qual è, secondo lei, il principale ostacolo che rende difficile raggiungere l'isola ecologica più vicina?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## CONOSCENZA SULL'IMPATTO AMBIENTALE DEI MOZZICONI DI SIGARETTA



	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
I mozziconi abbandonati rilasciano microplastiche ed altre sostanze nocive per l'ambiente	92 ✓	90 ✓	94 ✓	92 ✓	92 ✓
I mozziconi di sigaretta sono biodegradabili e quindi non inquinano l'ambiente	91 ✓	94 ✓	92 ✓	90 ✓	89 ✓
Buttare i mozziconi di sigaretta nei tombini può inquinare le acque sotterranee e i corsi d'acqua	91 ✓	93 ✓	91 ✓	90 ✓	90 ✓
I mozziconi di sigaretta, una volta spenti, non sono più dannosi se gettati a terra o nell'ambiente	88 ✓	89 ✓	94 ✓	87 ✓	86 ✓
I mozziconi di sigaretta possono contaminare il suolo e compromettere la crescita delle piante	87 ✓	86 ✓	87 ✓	88 ✓	87 ✓
Buttare i mozziconi di sigaretta in mare non è un problema, perché vengono diluiti dall'acqua	85 ✓	86 ✓	87 ✓	85 ✓	84 ✓

Q9. Quali delle seguenti affermazioni secondo lei sono vere e quali sono false?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

✓ % di risposte corrette

## CONOSCENZA SULL'IMPATTO AMBIENTALE DEI MOZZICONI DI SIGARETTA



	Totale	Milano 	Torino 	Verona 	Roma 	Napoli 
I mozziconi abbandonati rilasciano microplastiche ed altre sostanze nocive per l'ambiente	92 ✓	90 ✓	91 ✓	84 ✓	91 ✓	86 ✓
I mozziconi di sigaretta sono biodegradabili e quindi non inquinano l'ambiente	91 ✓	85 ✓	91 ✓	86 ✓	94 ✓	87 ✓
Buttare i mozziconi di sigaretta nei tombini può inquinare le acque sotterranee e i corsi d'acqua	91 ✓	89 ✓	90 ✓	81 ✓	87 ✓	90 ✓
I mozziconi di sigaretta, una volta spenti, non sono più dannosi se gettati a terra o nell'ambiente	88 ✓	88 ✓	85 ✓	85 ✓	88 ✓	82 ✓
I mozziconi di sigaretta possono contaminare il suolo e compromettere la crescita delle piante	87 ✓	86 ✓	87 ✓	81 ✓	90 ✓	87 ✓
Buttare i mozziconi di sigaretta in mare non è un problema, perché vengono diluiti dall'acqua	85 ✓	83 ✓	83 ✓	86 ✓	87 ✓	85 ✓

Q9. Quali delle seguenti affermazioni secondo lei sono vere e quali sono false?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

 % di risposte corrette

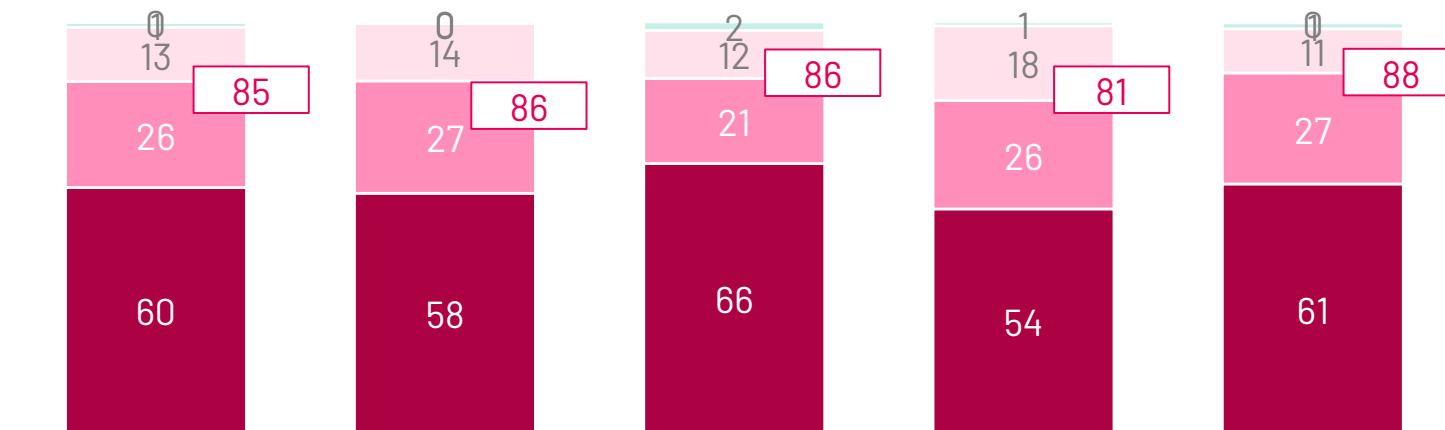
## COMPORAMENTI SCORRETTI TRA I FUMATORI: BUTTARE I MOZZICONI A TERRA



Totale Nord Ovest Nord Est Centro Sud&Isole

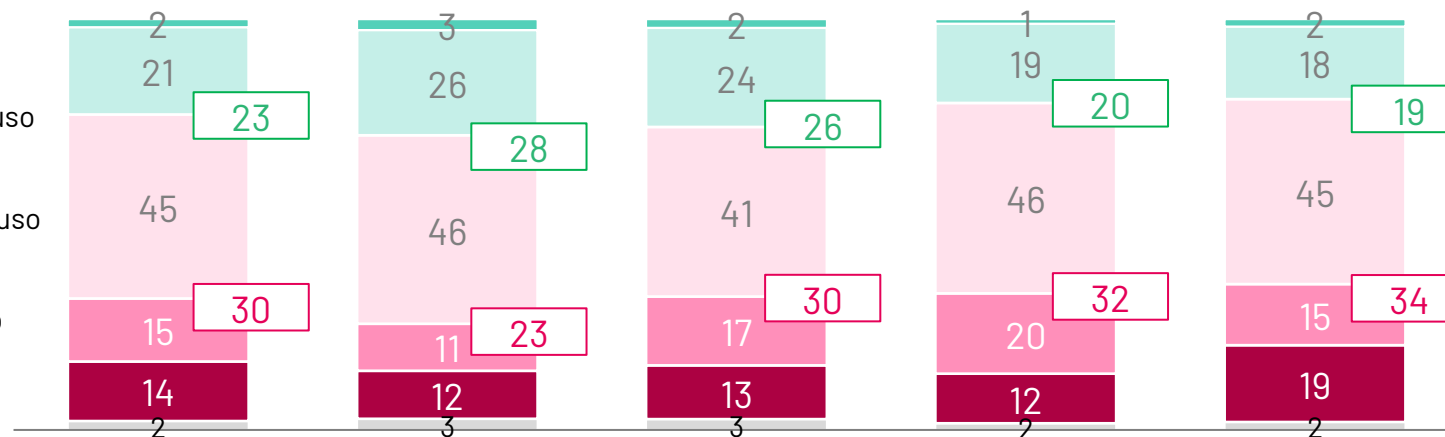
### DIFFUSIONE OGGI

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
- Moltissimo



### PERCEZIONE DEL COMPORTAMENTO RISPETTO A 10 ANNI FA

- Molto meno diffuso
- Meno diffuso
- Ugualmente diffuso
- Più diffuso
- Molto più diffuso
- Non saprei



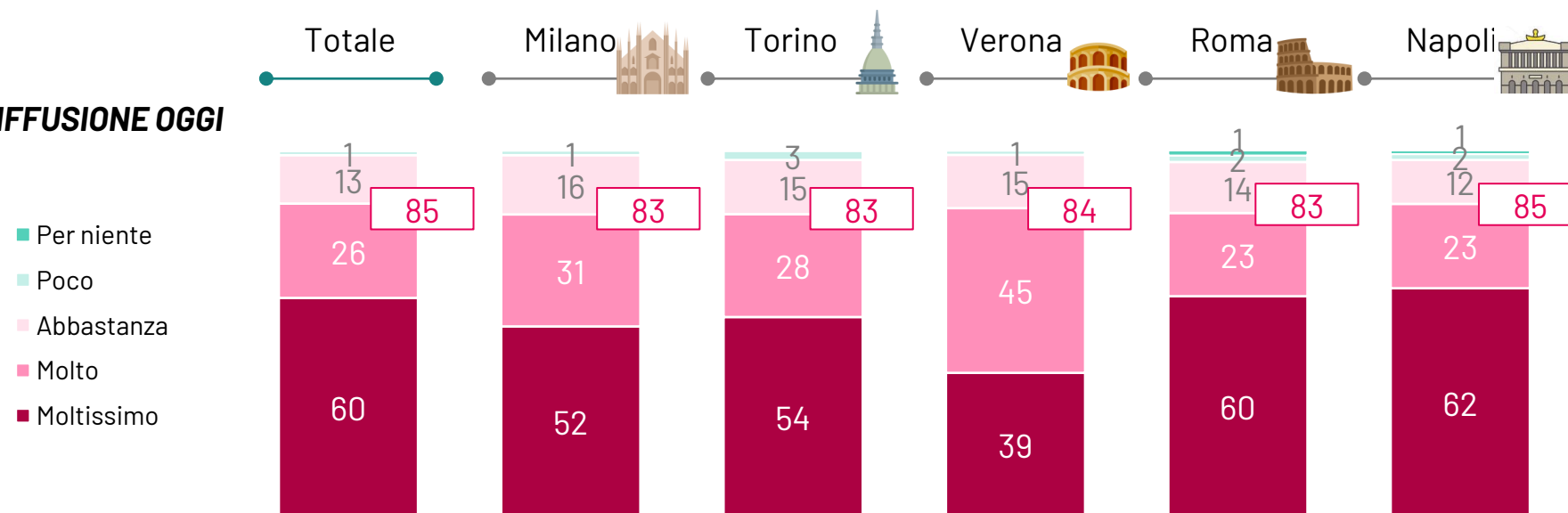
Q10. Buttare i mozziconi di sigaretta a terra è un comportamento scorretto che danneggia l'ambiente. Secondo lei, quanto è diffuso questo comportamento tra i fumatori in Italia?  
 Q13. Rispetto ad una decina di anni fa, secondo lei il comportamento di buttare i mozziconi di sigaretta a terra in Italia è:

Base: Totale campione - Valori %

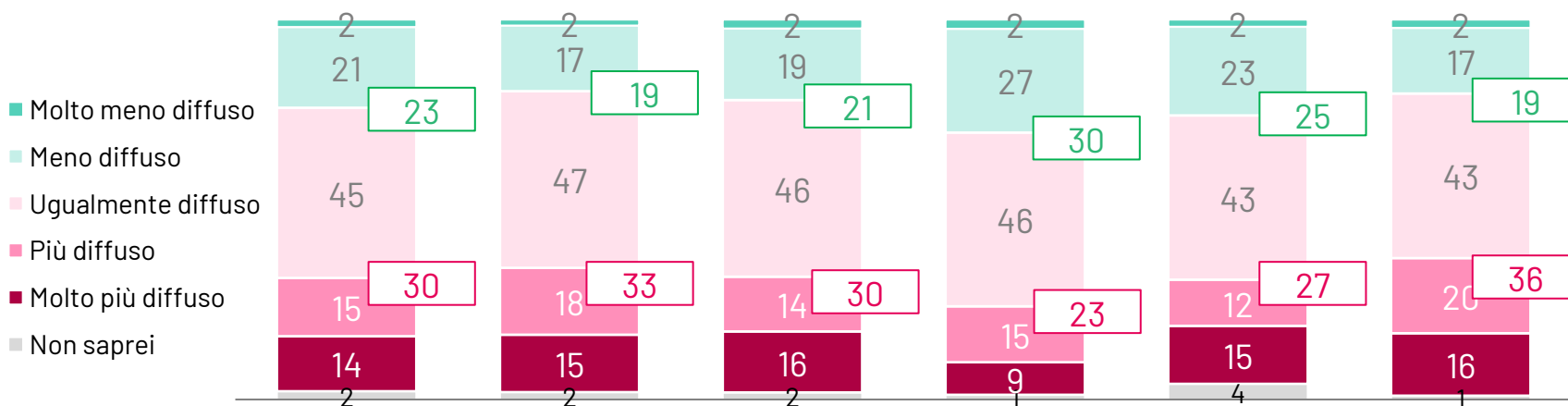
## COMPORAMENTI SCORRETTI TRA I FUMATORI: BUTTARE I MOZZICONI A TERRA



### DIFFUSIONE OGGI



### PERCEZIONE DEL COMPORTAMENTO RISPETTO A 10 ANNI FA



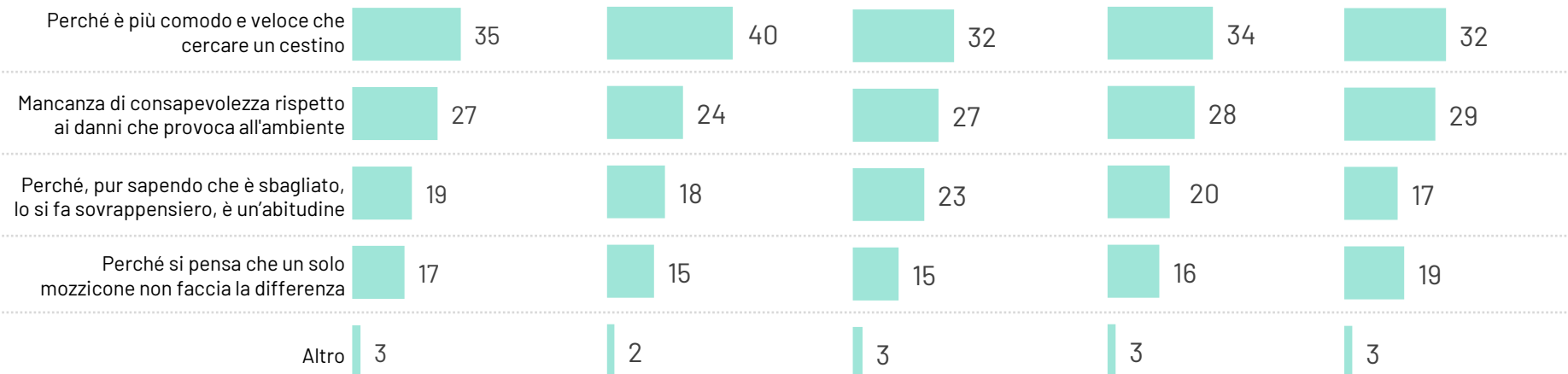
Q10. Buttare i mozziconi di sigaretta a terra è un comportamento scorretto che danneggia l'ambiente. Secondo lei, quanto è diffuso questo comportamento tra i fumatori in Italia?  
 Q13. Rispetto ad una decina di anni fa, secondo lei il comportamento di buttare i mozziconi di sigaretta a terra in Italia è:

Base: Totale campione - Valori %

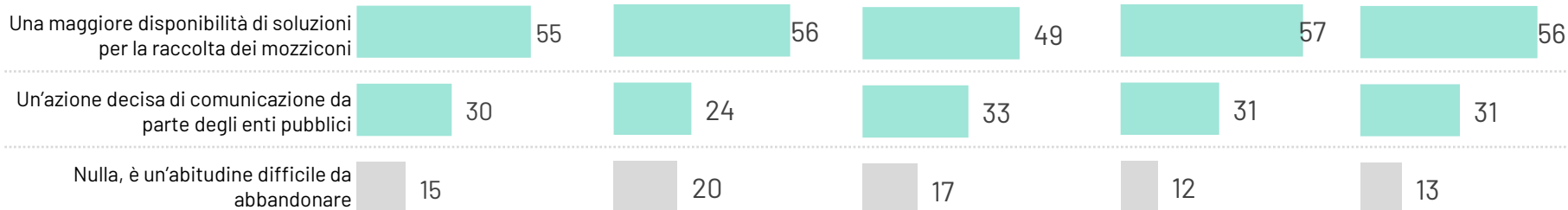
## COMPORAMENTI SCORRETTI TRA I FUMATORI: BUTTARE I MOZZICONI A TERRA



### PERCEZIONE DELLE CAUSE



### SOLUZIONI DI PREVENZIONE



Q12. Secondo lei, qual è la ragione principale di questo comportamento?

Q14. Secondo Lei, cosa potrebbe spingere maggiormente i fumatori a non buttare a terra i propri mozziconi?

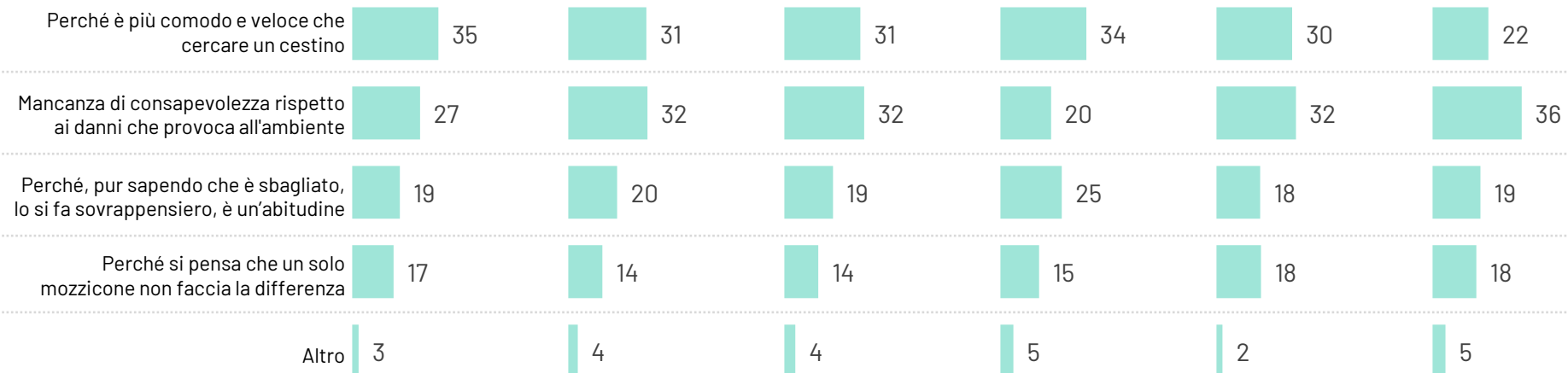
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

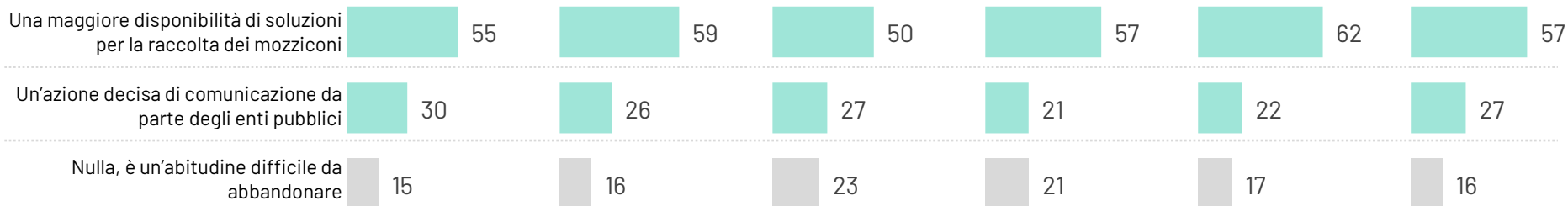
## COMPORAMENTI SCORRETTI TRA I FUMATORI: BUTTARE I MOZZICONI A TERRA



### PERCEZIONE DELLE CAUSE



### SOLUZIONI DI PREVENZIONE



Q12. Secondo lei, qual è la ragione principale di questo comportamento?

Q14. Secondo Lei, cosa potrebbe spingere maggiormente i fumatori a non buttare a terra i propri mozziconi?

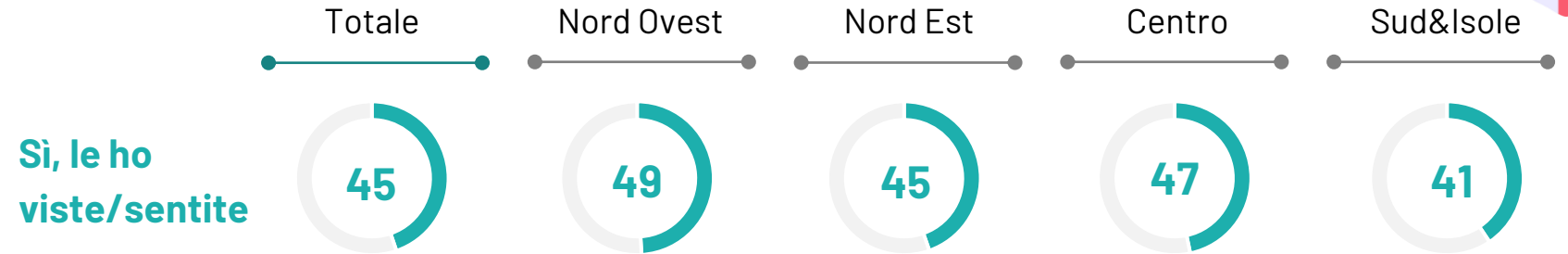
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

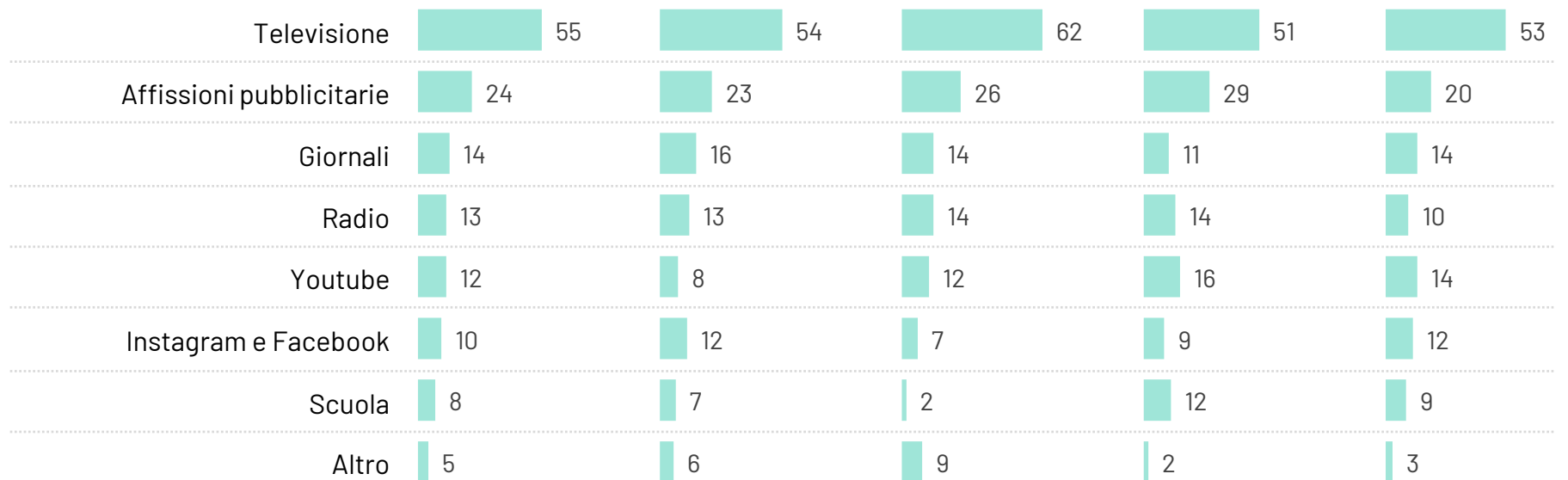
# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

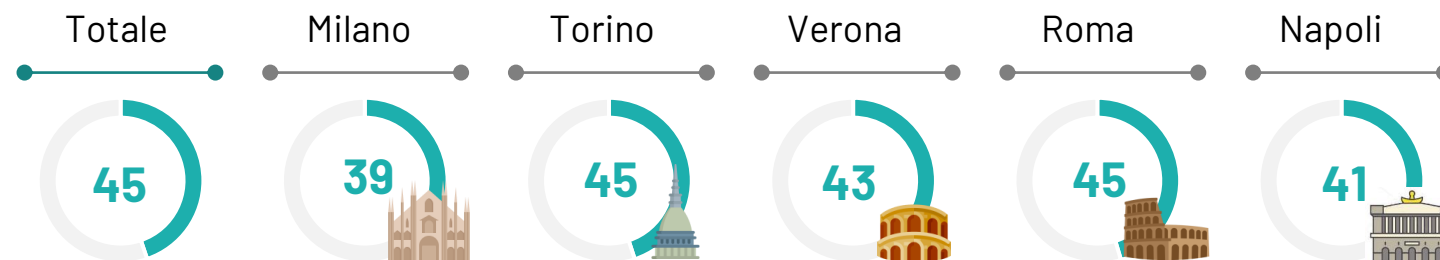
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Sì, le ho viste/sentite



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Canale	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Televisione	55	43	54	50	56	49
Affissioni pubblicitarie	24	29	37	22	27	27
Giornali	14	16	12	18	16	7
Radio	13	13	16	10	16	5
Youtube	12	12	11	7	9	15
Instagram e Facebook	10	15	7	10	9	9
Scuola	8	9	12	12	13	12
Altro	5	9	1	3	4	2

Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

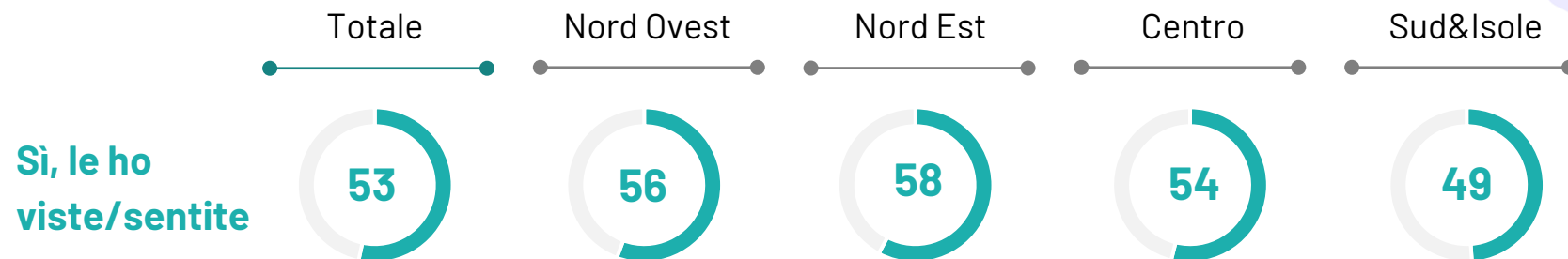
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

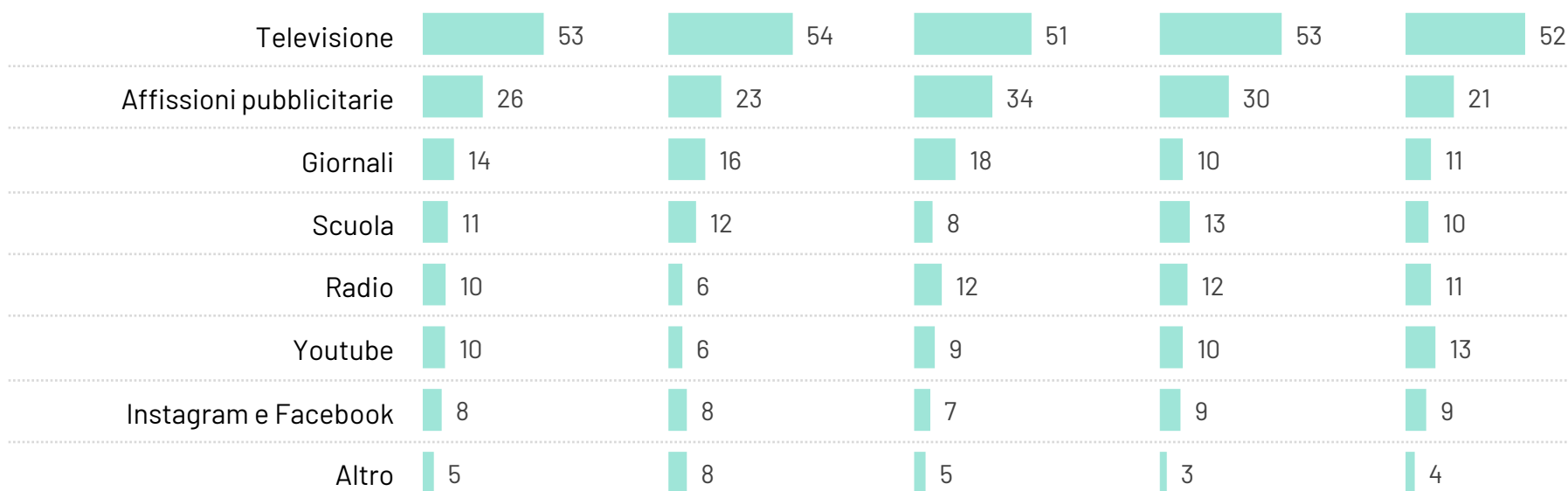
# PILE ESAUSTE



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# PILE ESAUSTE



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Canale	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Televisione	53	40	53	52	54	42
Affissioni pubblicitarie	26	39	33	26	27	37
Giornali	14	17	12	21	14	6
Scuola	11	18	22	14	14	13
Radio	10	12	14	7	12	11
Youtube	10	11	8	6	7	12
Instagram e Facebook	8	14	10	10	9	7
Altro	5	5	4	2	6	6

Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

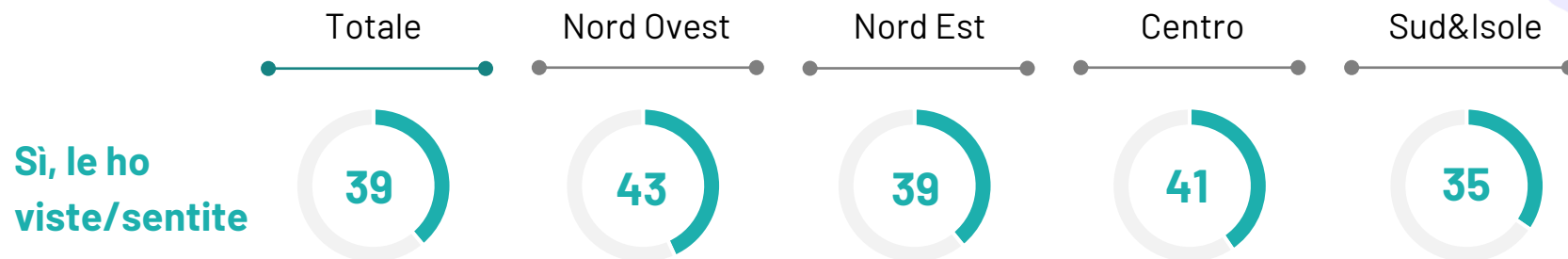
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# IMBALLAGGI



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Canale	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Televisione	54	55	59	52	52
Affissioni pubblicitarie	24	25	31	23	19
Giornali	18	14	20	21	17
Youtube	12	10	8	14	15
Instagram e Facebook	11	9	6	12	14
Radio	10	7	10	11	12
Scuola	7	5	7	8	7
Altro	4	5	7	1	4

Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

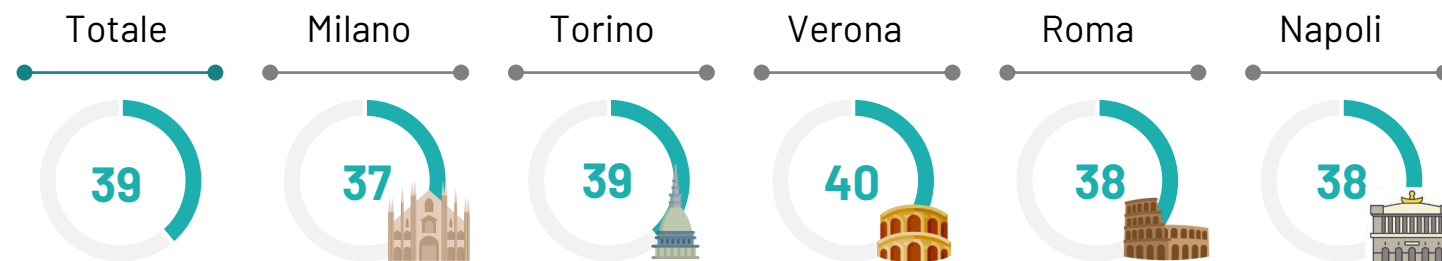
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# IMBALLAGGI



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Sì, le ho viste/sentite



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Canale	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Televisione	54	45	60	51	65	52
Affissioni pubblicitarie	24	39	28	19	26	34
Giornali	18	20	15	26	19	7
Youtube	12	14	9	9	9	10
Instagram e Facebook	11	15	8	10	5	17
Radio	10	15	18	11	11	9
Scuola	7	18	17	14	10	9
Altro	4	4	3	3	6	1

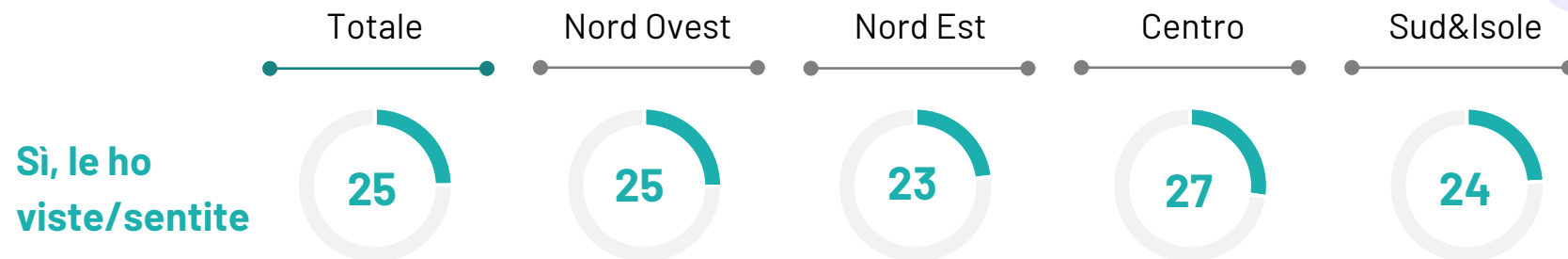
Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

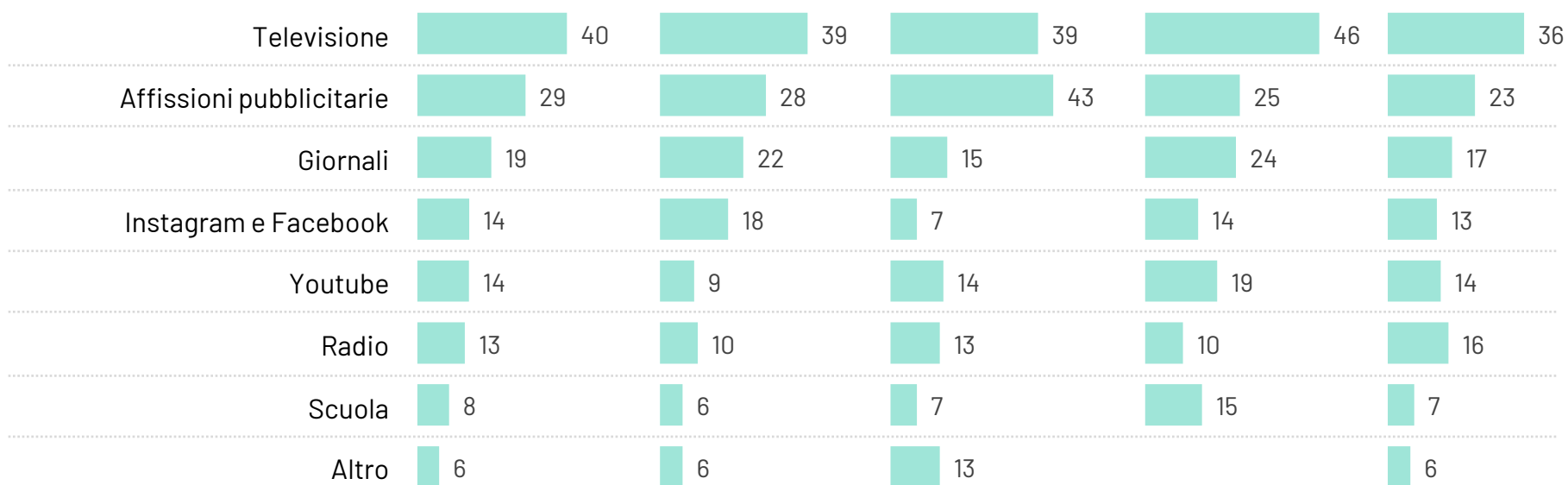
Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



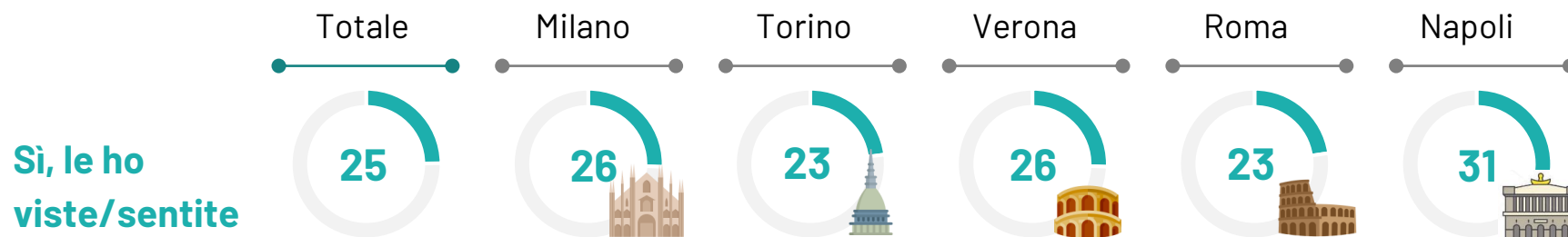
Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Canale	Totale	Milano	Torino	Verona	Roma	Napoli
Televisione	40	36	43	42	34	39
Affissioni pubblicitarie	29	34	30	20	30	21
Giornali	19	14	12	14	11	9
Instagram e Facebook	14	30	10	12	11	10
Youtube	14	28	13	10	21	28
Radio	13	16	16	13	10	14
Scuola	8	22	29	10	12	10
Altro	6	4	2	5	5	2

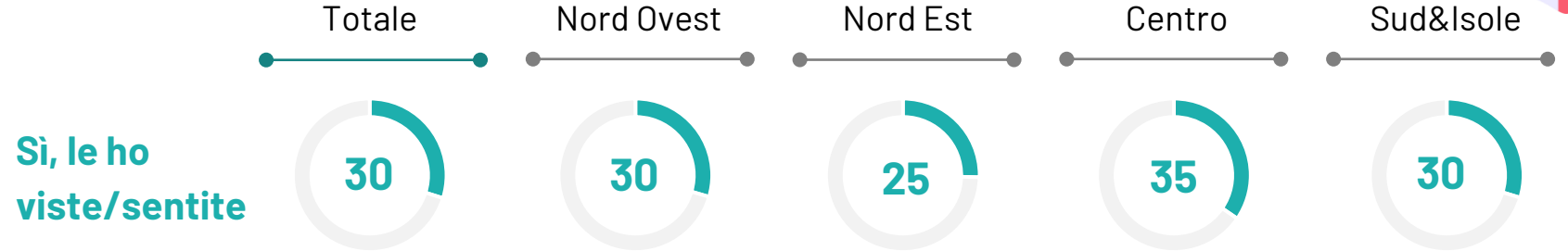
Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

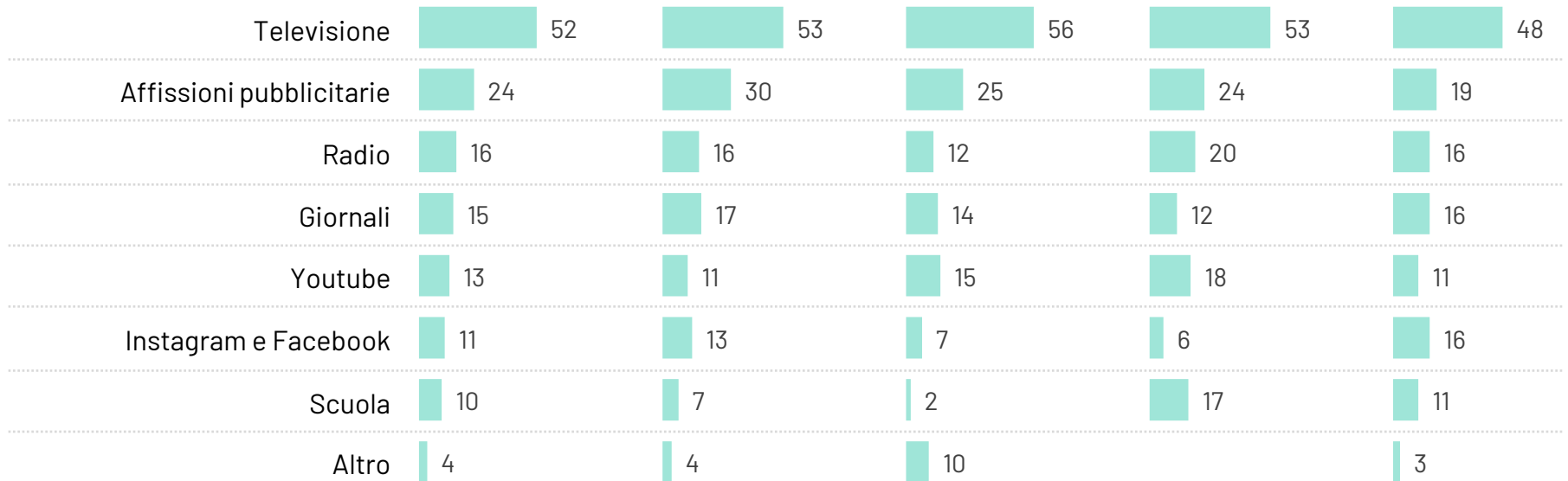
Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

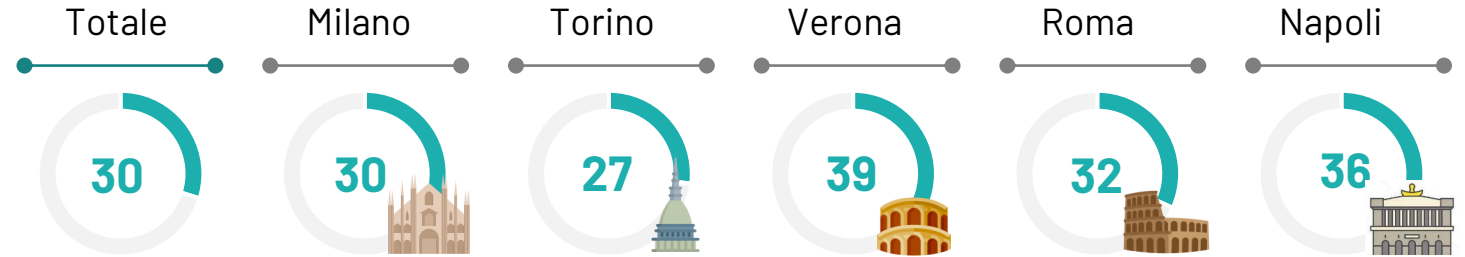
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

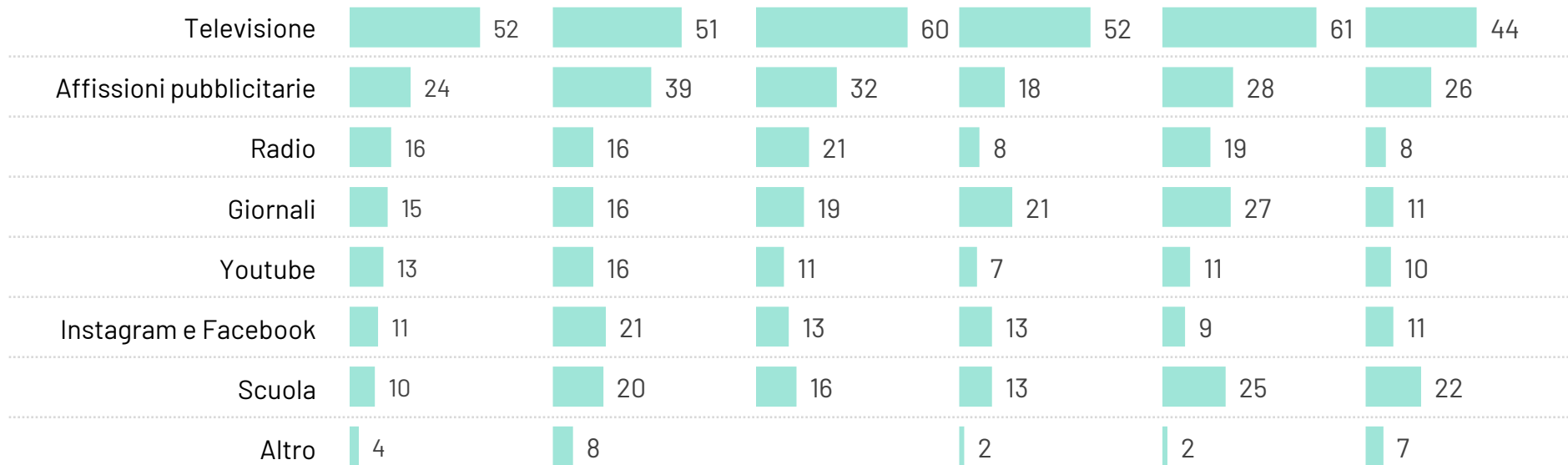


## CONOSCENZA DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Sì, le ho viste/sentite



## CANALI DI FRUIZIONE DELLE CAMPAGNE SULLA RACCOLTA E LO SMALTIMENTO DEI RIFIUTI



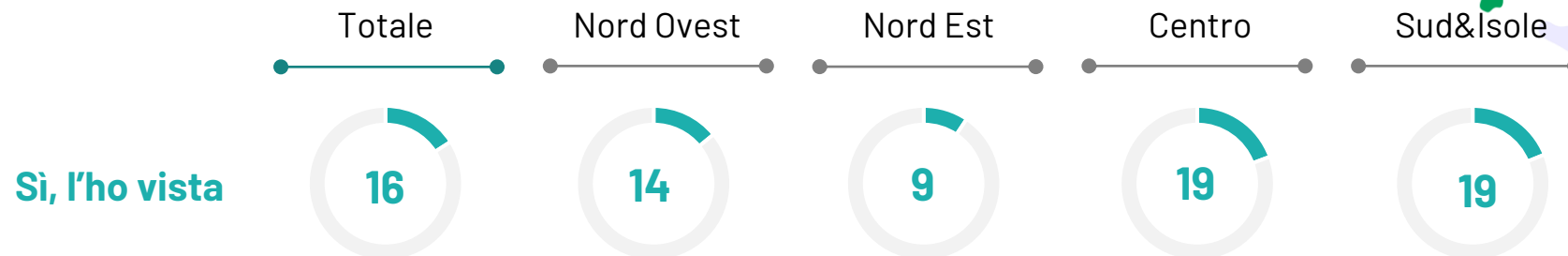
Q15. Ha mai visto o sentito campagne di sensibilizzazione sulla corretta gestione di...  
 Q16. Dove ricorda di aver visto/sentito campagne di comunicazione che l'hanno informata su come conferire/buttare correttamente

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# CAMPAGNA RADIO (CDCNPA) «SCENDI IN CAMPO ANCHE TU»

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Il messaggio era chiaro e diretto	59 / 86	59 / 88	62 / 86	55 / 84	60 / 87
Il messaggio era facile da capire	61 / 86	60 / 87	64 / 87	55 / 85	65 / 87
Ricordo facilmente il messaggio principale	56 / 84	55 / 83	61 / 85	52 / 83	56 / 85
Ho capito subito qual era lo scopo	58 / 83	57 / 81	61 / 82	54 / 84	58 / 85
E' adatta al tema	57 / 83	55 / 83	57 / 80	51 / 80	62 / 85
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	55 / 82	55 / 83	56 / 84	48 / 83	58 / 80
E' interessante	55 / 82	52 / 80	53 / 81	53 / 82	59 / 84
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	54 / 80	54 / 82	54 / 78	49 / 77	57 / 80
Mi è piaciuta	52 / 79	47 / 77	50 / 77	49 / 79	59 / 81
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	52 / 79	47 / 78	53 / 78	48 / 77	57 / 80
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	50 / 79	46 / 79	49 / 80	50 / 76	53 / 79
E' coinvolgente	51 / 78	47 / 77	50 / 73	45 / 76	57 / 81

C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

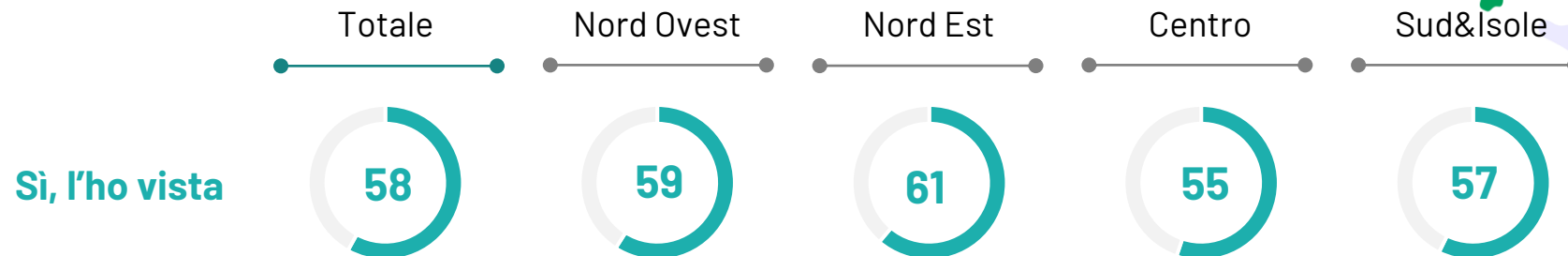
Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

■ voti 8-10 ■ voti 6-10

# CAMPAGNA TV E YOUTUBE (COREVE) «IL VETRO RINASCERA'»

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

Descrizione	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Il messaggio era facile da capire	71 / 90	67 / 91	72 / 89	70 / 88	73 / 91
Il messaggio era chiaro e diretto	70 / 90	65 / 91	71 / 85	70 / 91	72 / 91
Ho capito subito qual era lo scopo	70 / 90	69 / 92	71 / 88	68 / 90	71 / 89
Ricordo facilmente il messaggio principale	70 / 89	68 / 89	73 / 90	68 / 89	72 / 89
E' adatta al tema	68 / 88	67 / 88	72 / 88	62 / 87	70 / 89
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	65 / 88	63 / 88	68 / 88	59 / 86	69 / 89
E' coinvolgente	67 / 87	64 / 86	66 / 88	62 / 85	72 / 89
Mi è piaciuta	66 / 87	63 / 86	65 / 85	63 / 88	71 / 87
E' interessante	65 / 87	61 / 85	62 / 85	64 / 88	70 / 88
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	63 / 86	62 / 87	62 / 84	62 / 85	65 / 88
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	63 / 86	59 / 84	61 / 83	60 / 85	69 / 88
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	63 / 85	60 / 85	62 / 82	61 / 83	66 / 87

■ voti 8-10    ■ voti 6-10

C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

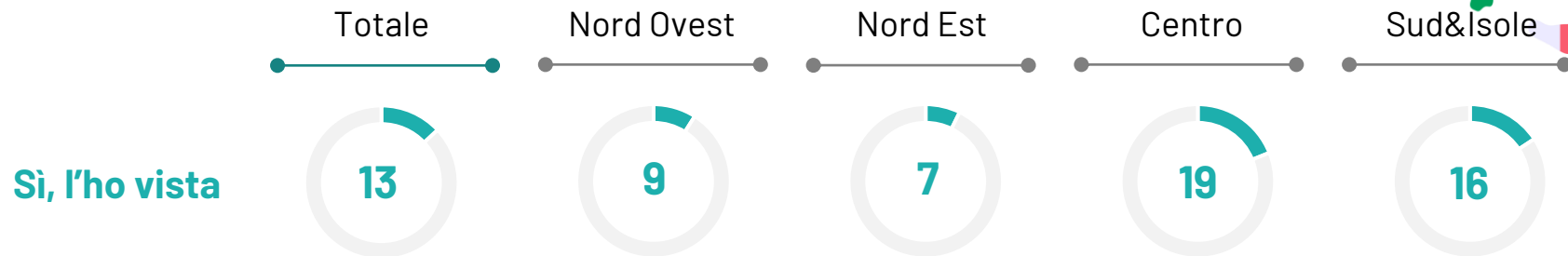
# CAMPAGNA OOH, DIGITAL ADV E STAMPA (ERION WEEE) «SE TE NE FOTTI SEI FOTTUTO»



C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Il messaggio era facile da capire	55 / 83	51 / 83	54 / 81	51 / 85	60 / 83
E' adatta al tema	54 / 82	51 / 81	52 / 78	50 / 83	60 / 83
Il messaggio era chiaro e diretto	54 / 81	51 / 82	52 / 74	53 / 82	59 / 84
E' interessante	51 / 81	48 / 80	49 / 79	46 / 80	59 / 83
Ho capito subito qual era lo scopo	52 / 81	50 / 81	51 / 77	50 / 80	56 / 82
Ricordo facilmente il messaggio principale	51 / 79	48 / 79	49 / 77	48 / 77	55 / 81
E' coinvolgente	50 / 78	44 / 78	47 / 76	46 / 77	57 / 81
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	48 / 78	47 / 80	48 / 75	42 / 78	53 / 80
Mi è piaciuta	51 / 78	48 / 78	47 / 76	48 / 79	57 / 80
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	50 / 78	46 / 79	47 / 75	44 / 76	57 / 80
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	49 / 78	42 / 78	43 / 74	49 / 77	56 / 81
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	47 / 77	44 / 76	43 / 74	43 / 76	53 / 79

■ voti 8-10 ■ voti 6-10

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

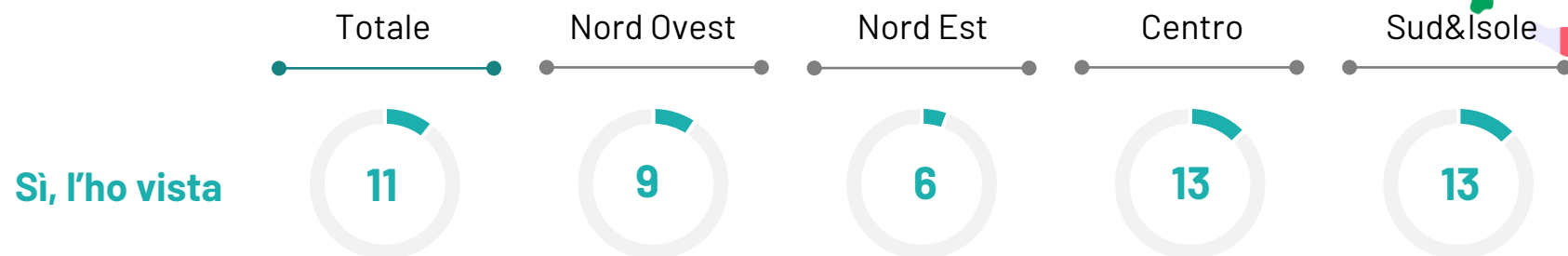
# CAMPAGNA STAMPA (ERION CARE) «SENZA FILTRI»



C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

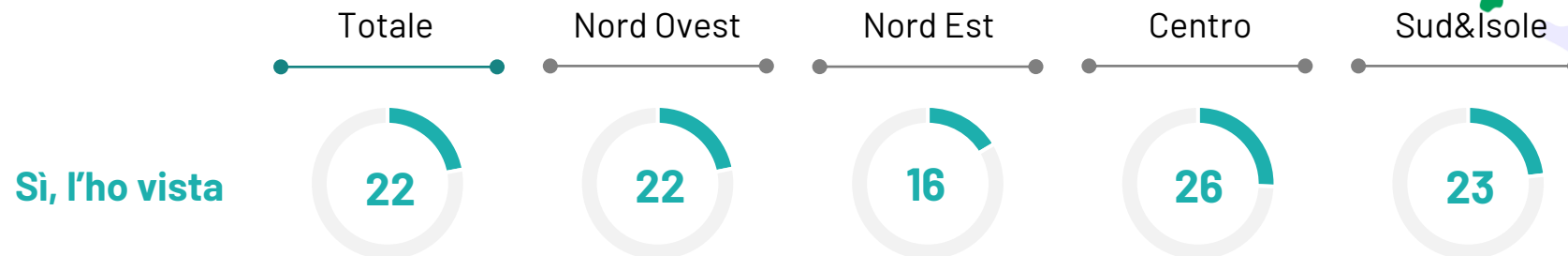
	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
E' adatta al tema	50 / 79	45 / 74	52 / 78	48 / 78	55 / 84
E' interessante	49 / 78	46 / 73	47 / 76	46 / 79	55 / 82
Il messaggio era facile da capire	50 / 77	44 / 69	51 / 75	48 / 79	57 / 82
Il messaggio era chiaro e diretto	49 / 76	43 / 72	51 / 76	44 / 76	54 / 80
Ricordo facilmente il messaggio principale	48 / 76	43 / 72	48 / 74	43 / 77	54 / 79
Mi è piaciuta	46 / 76	42 / 72	44 / 73	43 / 77	53 / 79
Ho capito subito qual era lo scopo	47 / 76	41 / 72	48 / 75	45 / 76	53 / 78
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	46 / 75	43 / 72	43 / 72	44 / 77	51 / 78
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	46 / 74	43 / 70	46 / 74	43 / 75	51 / 77
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	47 / 74	45 / 73	43 / 74	41 / 71	53 / 78
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	44 / 74	41 / 68	41 / 73	42 / 76	49 / 78
E' coinvolgente	45 / 72	40 / 68	41 / 68	40 / 71	52 / 78

■ voti 8-10    ■ voti 6-10

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# CAMPAGNA TV (CDCRAEE) «SCENDI IN CAMPO PER L'AMBIENTE»

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Il messaggio era facile da capire	62 / 86	60 / 85	69 / 86	56 / 87	65 / 86
Il messaggio era chiaro e diretto	60 / 86	56 / 85	64 / 85	57 / 88	61 / 85
Ho capito subito qual era lo scopo	59 / 85	56 / 85	63 / 83	57 / 86	61 / 86
Ricordo facilmente il messaggio principale	58 / 85	54 / 82	63 / 85	57 / 85	59 / 87
E' adatta al tema	59 / 84	57 / 85	62 / 84	54 / 82	61 / 86
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	55 / 83	49 / 82	55 / 81	54 / 83	60 / 84
E' interessante	58 / 83	57 / 81	60 / 84	56 / 84	60 / 83
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	54 / 82	51 / 80	54 / 83	53 / 82	56 / 84
Mi è piaciuta	53 / 82	47 / 78	53 / 82	51 / 85	58 / 83
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	53 / 82	51 / 80	55 / 78	49 / 84	56 / 84
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	51 / 80	45 / 78	51 / 78	52 / 82	55 / 82
E' coinvolgente	52 / 80	48 / 77	50 / 78	49 / 78	58 / 84

■ voti 8-10 ■ voti 6-10

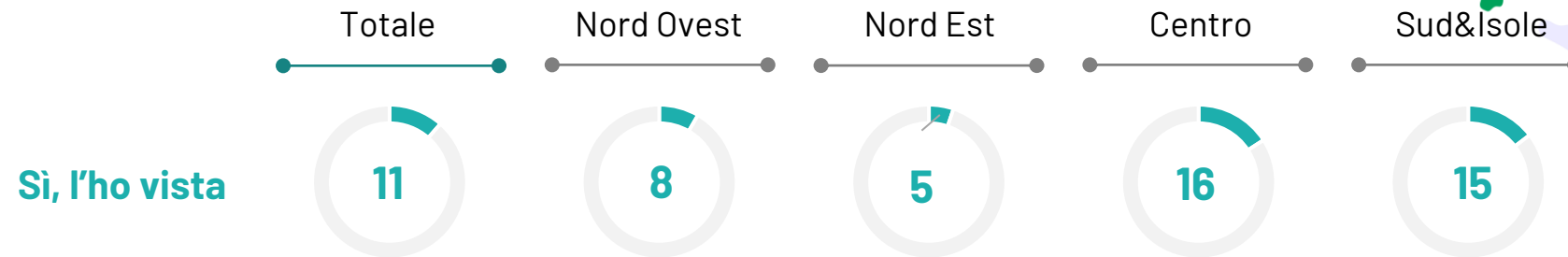
C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

# CAMPAGNE SUI SOCIAL NETWORK CON INFLUENCER (ERION)

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

	Totale	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud&Isole
Il messaggio era facile da capire	59 / 86	54 / 84	60 / 85	55 / 83	66 / 89
Ho capito subito qual era lo scopo	58 / 85	54 / 84	64 / 83	55 / 83	61 / 89
E' adatta al tema	57 / 84	52 / 83	58 / 81	54 / 84	63 / 86
Il messaggio era chiaro e diretto	57 / 84	53 / 83	60 / 80	55 / 83	60 / 87
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	53 / 82	47 / 84	52 / 76	49 / 78	60 / 85
E' interessante	55 / 82	48 / 83	52 / 77	51 / 81	63 / 84
Ricordo facilmente il messaggio principale	55 / 82	52 / 82	58 / 81	48 / 77	60 / 85
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	51 / 81	46 / 82	52 / 77	45 / 77	57 / 84
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	51 / 80	46 / 83	53 / 78	49 / 78	56 / 80
Mi è piaciuta	52 / 80	45 / 82	48 / 72	53 / 76	59 / 84
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	51 / 80	46 / 80	49 / 74	50 / 77	57 / 84
E' coinvolgente	49 / 79	41 / 78	50 / 72	45 / 78	56 / 85

■ voti 8-10    ■ voti 6-10

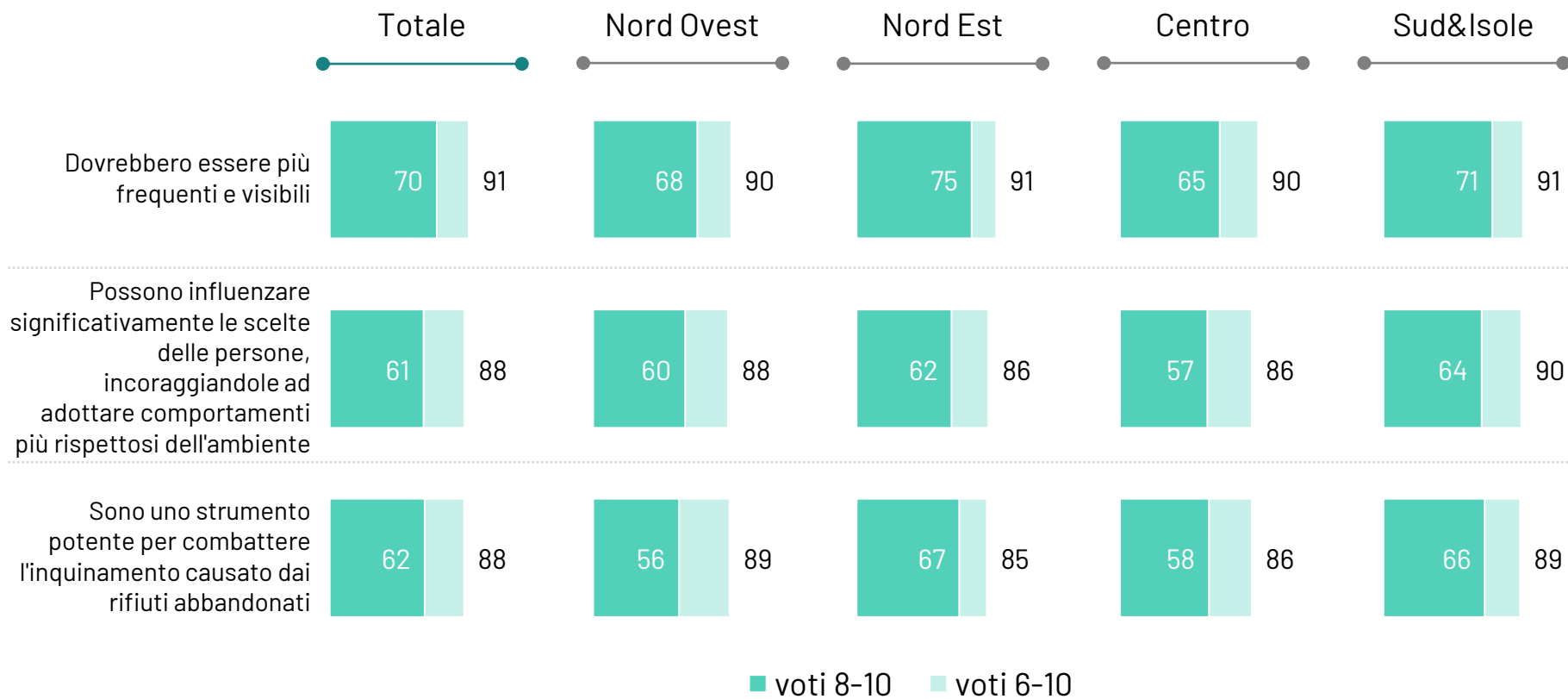
C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
 C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale



## EFFICACIA PERCEPITA DELLE CAMPAGNE AMBIENTALI



Q17. Quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni? Le campagne di sensibilizzazione sul corretto conferimento dei rifiuti:

Base: Totale campione - Valori %

Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## EFFICACIA PERCEPITA DELLE CAMPAGNE AMBIENTALI



Q17. Quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni? Le campagne di sensibilizzazione sul corretto conferimento dei rifiuti:

Base: Totale campione - Valori %

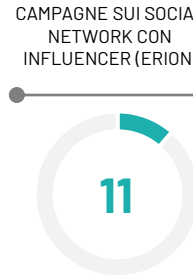
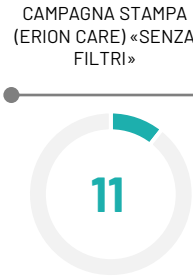
Item ordinati in ordine decrescente sul totale

## CONOSCENZA DELLA PUBBLICITA'/CAMPAGNA ESPOSTA

TOTALE



Sì, l'ho vista



## PERCEZIONE E IMPATTO DELLA CAMPAGNA

Mi è piaciuta	52	79	66	87	51	78	46	76	53	82	52	80
E' interessante	55	82	65	87	51	81	49	78	58	83	55	82
E' coinvolgente	51	78	67	87	50	78	45	72	52	80	49	79
E' adatta al tema	57	83	68	88	54	82	50	79	59	84	57	84
Il messaggio era facile da capire	61	86	71	90	55	83	50	77	62	86	59	86
Ho capito subito qual era lo scopo	58	83	70	90	52	81	47	76	59	85	58	85
Il messaggio era chiaro e diretto	59	86	70	90	54	81	49	76	60	86	57	84
Ha spiegato bene i vantaggi del corretto conferimento dei rifiuti	55	82	65	88	50	78	46	74	54	82	51	81
Ricordo facilmente il messaggio principale	56	84	70	89	51	79	48	76	58	85	55	82
Mi ha fatto riflettere sull'importanza del corretto conferimento dei rifiuti	54	80	63	86	48	78	47	74	55	83	53	82
Dopo averla vista, sono più propenso/a a prestare maggiore attenzione alla corretta gestione	50	79	63	85	47	77	44	74	51	80	51	80
Mi ha motivato a fare di più per l'ambiente	52	79	63	86	49	78	46	75	53	82	51	80

voti 8-10

voti 6-10

C1. Ha mai visto prima d'ora questa pubblicità/campagna?  
C2. Pensando a questa campagna, quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni?

Base: Totale campione - Valori %

# PICCOLI ELETTRODOMESTICI



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

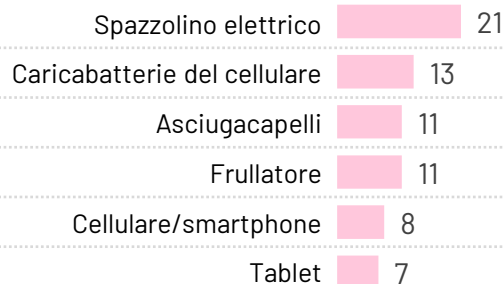
Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO

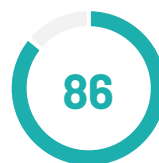


CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA + CONTENITORE STRADALE/CONDOMINIALE PER LA RACCOLTA DIFFERENZIATA

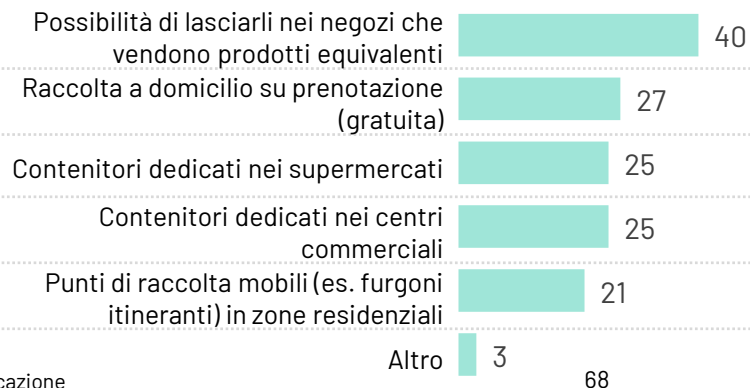


## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA

Si, lo sapevo

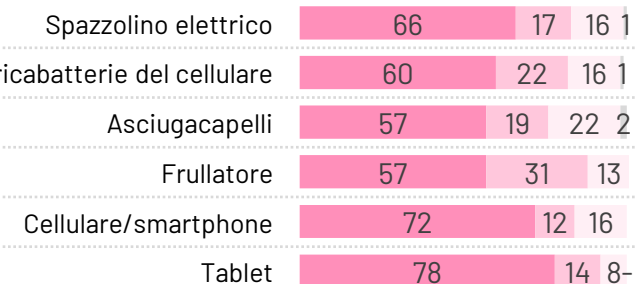


## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE

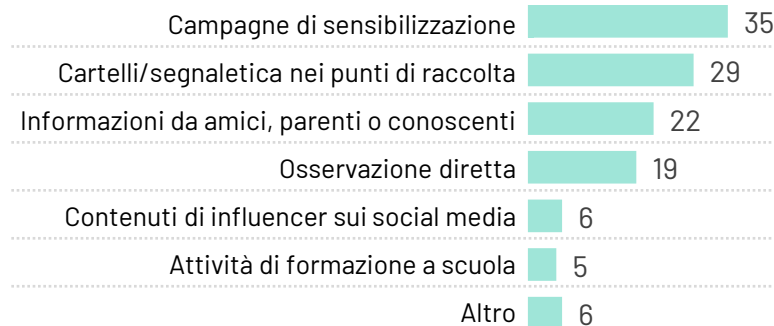


## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA

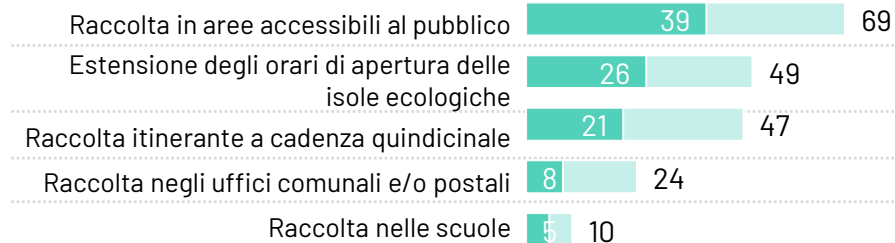
CREDE SIA GIUSTO  
Non so dove altro buttarlo/i  
È il modo più comodo e veloce  
Altro



## CANALI DI INFORMAZIONE



## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



Prima scelta Totale

TOTALE



# PILE ESAUSTE



- Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?
- Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?
- Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:
- Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?
- Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?
- Q6. Cosa potrebbe indurla maggiormente a fare la raccolta differenziata di questi oggetti?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO



CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA

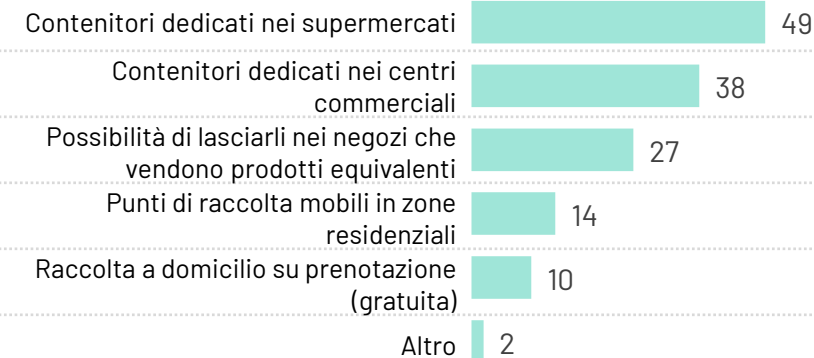
8%

## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA

Sì, lo sapevo

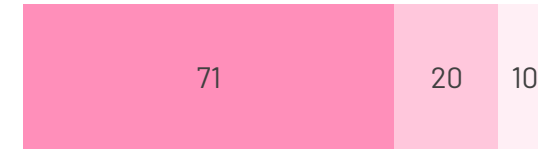


## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE

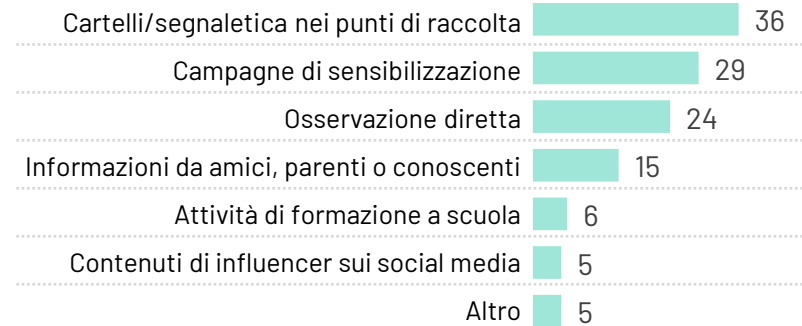


## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA

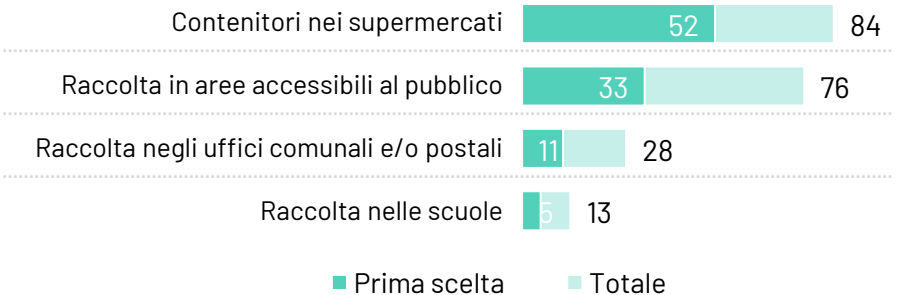
- CREDE SIA GIUSTO
- Non so dove altro buttarlo/i
- È il modo più comodo e veloce
- Altro



## CANALI DI INFORMAZIONE

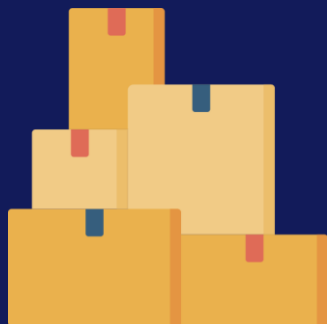


## FATTORI CHE FAVORIREBBERO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA



TOTALE





## CONFERIMENTO SCORRETTO



CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO

12%

## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA

Sì, lo sapevo



Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

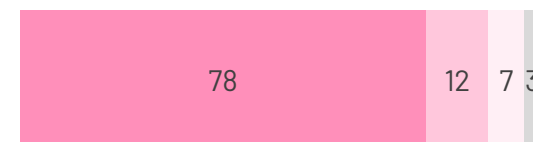
Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

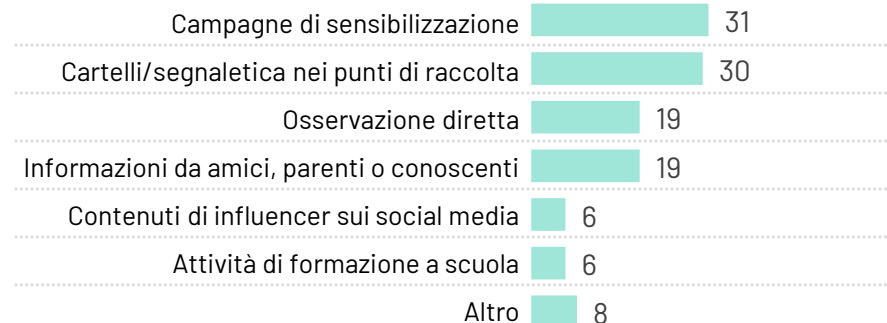
Base: Totale campione - Valori %

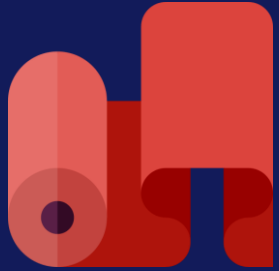
## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA

■ CREDE SIA GIUSTO      ■ È il modo più comodo e veloce  
■ Non so dove altro buttarlo/i      ■ Altro



## CANALI DI INFORMAZIONE





Q1. Dove conferisce solitamente o dove conferirebbe i seguenti oggetti quando sono giunti a fine vita/devono essere smaltiti o in generale non le servono più?

Q2. Lei ha detto di buttare i seguenti oggetti nella spazzatura indifferenziata. Per quale motivo lo fa?

Q3. Prima di oggi, sapeva che la legge prevede la raccolta separata per le seguenti tipologie di rifiuti:

Q4. Come ha appreso che questi rifiuti devono essere raccolti in modo differenziato?

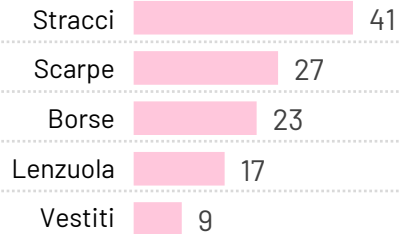
Q5. Quali modalità di raccolta alternative sarebbero per lei più comode per buttare i suoi rifiuti?

Base: Totale campione - Valori %

## CONFERIMENTO SCORRETTO



### CASSONETTO INDIFFERENZIATO + CASSONETTO STRADALE GENERICO + CONTENITORE DELLA PLASTICA

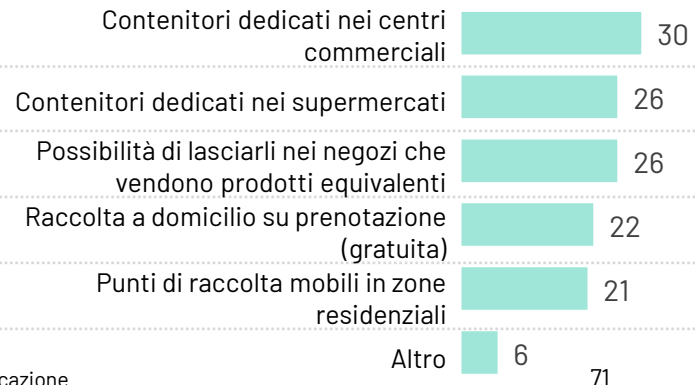


## CONOSCENZA DELL'OBBLIGO DI RACCOLTA DIFFERENZIATA

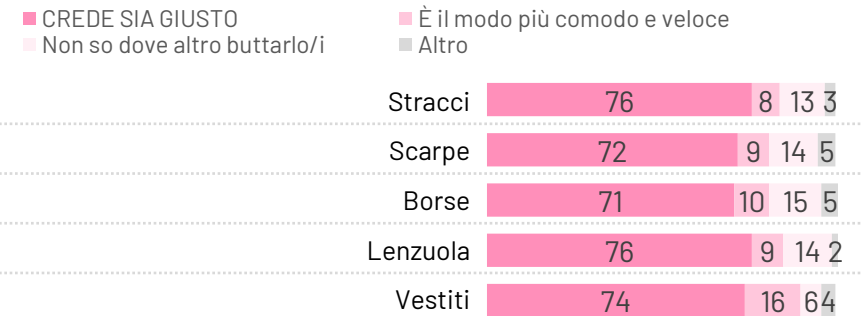
Sì, lo sapevo



## MODALITA' DI RACCOLTA PIU' COMODE



## MOTIVAZIONI PER IL CONFERIMENTO NELL'INDIFFERENZIATA



## CANALI DI INFORMAZIONE

