# I sacchetti biodegradabili per il reparto ortofrutta

Rapporto di ricerca integrato

Intervento a cura di: Nando Pagnoncelli Luisa Vassanelli







# Metodologia della ricerca



#### **APPROCCIO METODOLOGICO**

### **Ipsos Public Affairs**

#### **PREMESSA**

Per rispondere agli obiettivi, Ipsos ha sviluppato un disegno di ricerca strutturato in due sezioni:

- Una fase qualitativa per esplorare il comportamento dei consumatori nel punto vendita, tramite la Virtual Reality
- Una fase quantitativa di dimensionamento dei fenomeni su scala nazionale

#### **Fase QUALITATIVA**



• ESPLORAZIONE DELLE REAZIONI E DEL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO

#### **Fase QUANTITATIVA**



INTERVISTE CAWI A
 POPOLAZIONE NAZIONALE

### LA FASE QUALITATIVA



# Interviste motivazionali con esperienza in Virtual Reality del contesto d'acquisto → Milano + Napoli

Le due città sono state individuate come rappresentative di due realtà diverse, Nord e Sud Italia, in cui la percezione ed i comportamenti d'acquisto sono differenti.

#### **TARGET:**

- 100% R.A.
- 100% consumatori di frutta e verdura a libero servizio
- 100% acquirenti di prodotti confezionati (1-2 volte al mese)
- No rejector di prodotti confezionati
- 70% donne, 30% uomini
- 25 55 y.o.
- Buon mix di tipologie familiari



### LA FASE QUANTITATIVA

### **Ipsos Public Affairs**

Universo di riferimento:	Popolazione Italiana 18-65 anni			
Campione:	Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, area geografica, titolo di studio e occupazione			
Metodologia:	tecnica CAWI (Computer Assisted Web Interview)			
Numero di interviste eseguite:	<b>1.000</b> interviste in totale, con sovracampionamento sui soggetti sensibili alle tematiche ambientali (347 casi)			
Periodo di rilevazione:	Settembre 2017			

NOTA:

Tutti i valori percentuali riportati nel presente report si riferiscono al <u>dato ponderato</u>, mentre le numerosità indicate (basi) corrispondono al dato <u>NON ponderato</u>, che rappresenta l'effettiva numerosità dei rispondenti.







### Si osserva nelle persone un progressiva presa di coscienza circa l'importanza dell'attenzione all'ambiente

Il focus mediatico, il proliferare di iniziative green da parte delle aziende e delle amministrazioni locali, gli eventi climatici sempre più estremi vanno risvegliando la coscienza e determinano la spinta verso una visione più etica della vita ...

...sollecitando comportamenti più attenti e rispettosi -> in quest'ottica, la nuova normativa costituisce quindi un positivo richiamo alla responsabilità collettiva



dopo un'estate come questa, gli uragani e l'aria che fa sempre più schifo come fai a non pensarci?





poi c'è Trump che si tira indietro dagli accordi sul clima ... ma che mondo lasceremo ai nostri figli?







# I comportamenti virtuosi appaiono in crescita e le persone più sensibili

Osserviamo soggetti realmente sensibili e consapevoli, che hanno introiettato il principio che ogni singolo individuo può incidere sull'ambiente che lo circonda ...

... e che hanno quindi adottato uno stile di vita attento e rispettoso, adattandosi alle regole del vivere green  $\rightarrow$  sono più inclini al sacrificio personale (si spostano in bici, risparmiano la carta, riciclano oggetti di uso comune in plastica ...) e sono più disponibili anche ad affrontare un sacrificio economico pur di rispettare i propri ideali (per es usano detersivi ecologici, cosmetici naturali, oggetti in legno per la casa ...)



... io spesso vado a piedi, non mangio carne perché non sopporto le sofferenze degli animali, prediligo le marche eco-friendly ...





faccio spesso la spesa al Natura Sì che è carissimo ma ha solo prodotti che rispettano la natura e la sostenibilità







# PASSATO E PRESENTE: COSA È CAMBIATO

Fonte: Archivio Ipsos Ricerca realizzata per i 30 di Comieco Giugno 2015





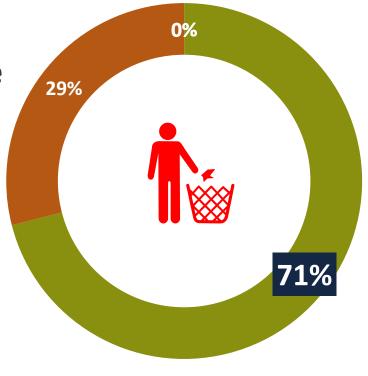
### LA MENTALITA' SUL TRATTAMENTO DEI RIFIUTI

# Un cambio di paradigma

Pensa ora alla vita di tutti i giorni. Siamo nel 1985. Parliamo di ambiente e di come venivano gestiti i rifiuti. Tu pensi che qualcosa sia cambiato nella mentalità delle persone dal 1985 ad oggi?

No, facciamo la raccolta differenziata solo perchè siamo obbligati





Si, oggi tutti siamo più attenti al riciclo dei materiali



Fonte: Archivio Ipsos Ricerca realizzata per i 30 di Comieco 11 Giugno 2015



# GARBAGE TRASH: QUANTA COLPA HANNO I CITTADINI?

10 milioni le tonnellate di rifiuti presenti, con un'area complessiva che potrebbe aggirarsi intorno al 5% dell'Oceano Pacifico. Di isole come questa nei nostri mari ce ne sono ben 5

Secondo te, in che percentuale i cittadini hanno contribuito alla formazione di questo tipo di fenomeno?

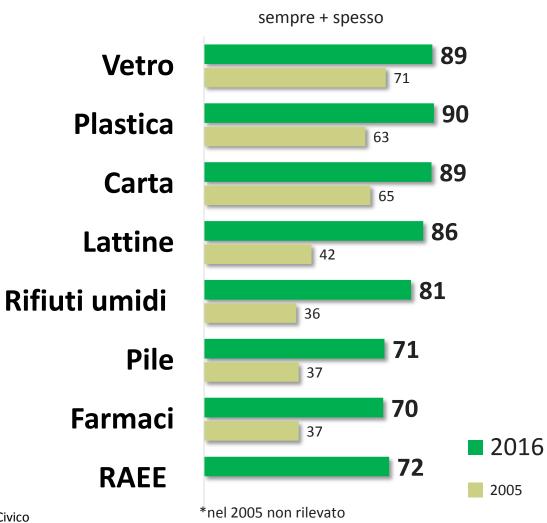


### La raccolta differenziata ha registrato un'impennata in 10 anni

### **Ipsos Public Affairs**

Valori %

#### Abitudini di raccolta:





Tra le due città in test, Milano appare più proiettata verso un futuro green ed i milanesi hanno già introiettato nuove regole e abitudini

Una città già più evoluta, dove la raccolta differenziata è ormai un sistema rodato e ben gestito e dove i cittadini ne rispettano il più possibile le normative; dove si dedicano risorse alla riqualificazione e alla costruzione di parchi e aree verdi e dove sono diffusi il bike sharing e il car sharing, anche di minicar elettriche e dove sono frequenti e molto diffuse le campagne di sensibilizzazione ...

ormai in ufficio vado sempre con le bici del comune ... il City Life è bellissimo per fare passeggiate con il cane ...

nella mia zona hanno messo una marea di cestini per i rifiuti ... so che per la raccolta differenziata siamo tra i migliori ...



# Napoli rappresenta una realtà particolare in cui l'adesione a iniziative eco-attente è minata dalla sfiducia

Ambiente, aria, rifiuti rappresentano un tema molto sentito ma ancora pieno di incongruenze

Il napoletano ha un rapporto di amore profondo e passionale con la propria città ed i suoi problemi rappresentano per lui un groviglio di emozioni in cui si intrecciano rabbia, impotenza, sofferenza

A Napoli il rapporto con le iniziative e le normative ambientali è fortemente minato dalla sfiducia nelle istituzioni e nella gestione della Pubblica Amministrazione



la nostra bella città è degradata e umiliata agli occhi del mondo ...





in certi quartieri ancora non si fa la raccolta differenziata ... comunque in molti abbiamo il sospetto che anche dove c'è la differenziata poi venga buttato tutto insieme ...





### LA PROPENSIONE A PAGARE DI PIU' E' VEICOLATA ANCHE DALL'AUMENTO

### **Ipsos Public Affairs**

#### DELL'OCCUPAZIONE OLTRE CHE DALLA SALVAGUARDIA AMBIENTALE

- Fortemente propensi a pagare di più
- Fortemente propensi a pagare di più per sostenere l'OCCUPAZIONE
- Fortemente propensi a pagare di più per rispetto dell'AMBIENTE
- Propensi a pagare non più del 5% in più
- Non propensi a pagare di più





Valori %;

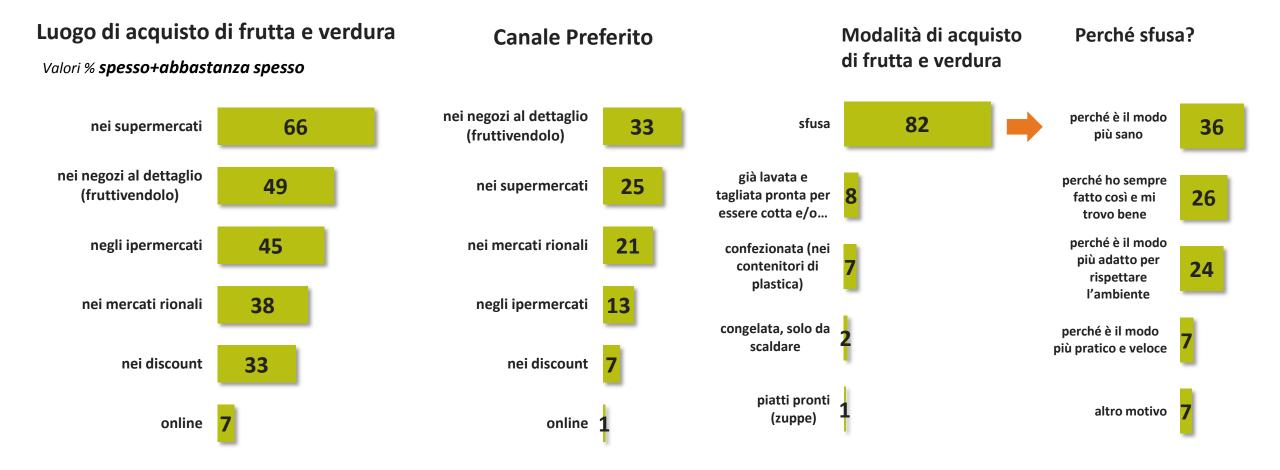
Base casi: totale intervistati (1000)



## L'ACQUISTO DI FRUTTA E VERDURA



#### LE ABITUDINI DI ACQUISTO DI FRUTTA E VERDURA: OVERVIEW



Base casi: Totale intervistati

Parliamo di frutta e verdura. Con che frequenza le capita di acquistare frutta e verdura...

AFV2. Se dovesse scegliere un unico canale di acquisto, qual è quello che preferisce per acquistare frutta e verdura?

AFV3. In che forma preferisce acquistare la frutta e la verdura?

AFV4. Per quale motivo preferisce acquistare frutta e verdura SFUSA?





### Il banco del libero servizio offre indubbi vantaggi trasversalmente riconosciuti



- In generale, il banco del libero servizio risulta apprezzato per il buon rapporto qualità-prezzo e per la possibilità di scegliere frutta e verdura in termini di qualità e quantità
  - ✓ personalizzando quindi meglio gli acquisti in base alle proprie esigenze
  - ✓ veicolando la sensazione di scegliere sempre il prodotto migliore
- Il confezionato, per questo target, rappresenta una scelta utile nei momenti di fretta e, in genere, orientata soprattutto verso i prodotti ad alto contenuto di servizio (es. insalata in busta, zucca tagliata...)
- A Napoli emerge maggiore attenzione al risparmio e si frequentano anche fruttivendoli e mercati dove i prezzi sono più contenuti ma con una soddisfazione parziale, che viene dall'impossibilità si scegliere "i pezzi" migliori

66 dal fruttivendolo ci vado perché costa meno ma mi dà quello che vuole lui ... al banco del supermercato mi piace andare perché quardo, tocco, vedo se

c'è qualche ammaccatura ...

in genere di confezionato compro l'insalata già pulita e la zucca già tagliata ...





## I SACCHETTI DEL REPARTO ORTOFRUTTA



# I sacchetti attuali per la frutta e la verdura continuano a vivere una volta a casa

- I sacchetti attuali vengono riutilizzati per diversi impieghi, talvolta anche impropri (anche per surgelare pane, spezie e avanzi) e per questo motivo vengono spesso prelevati in quantità superiore al fabbisogno,
- Vi è inoltre la convinzione che essi consentendo di risparmiare plastica all'ambiente poiché si tratta di un imballo più snello vs. il confezionato e, in ogni caso, offrono il vantaggio concreto di evitare, a casa, la separazione e lo smaltimento dei materiali come nel confezionato → in questo senso, il banco del libero servizio è già concettualmente coerente con i concetti di sostenibilità ambientale e praticità.



li uso per surgelare il pane o conservare alimenti ... io ci metto la lettiera del gatto ... le scarpe da ginnastica nel borsone della palestra





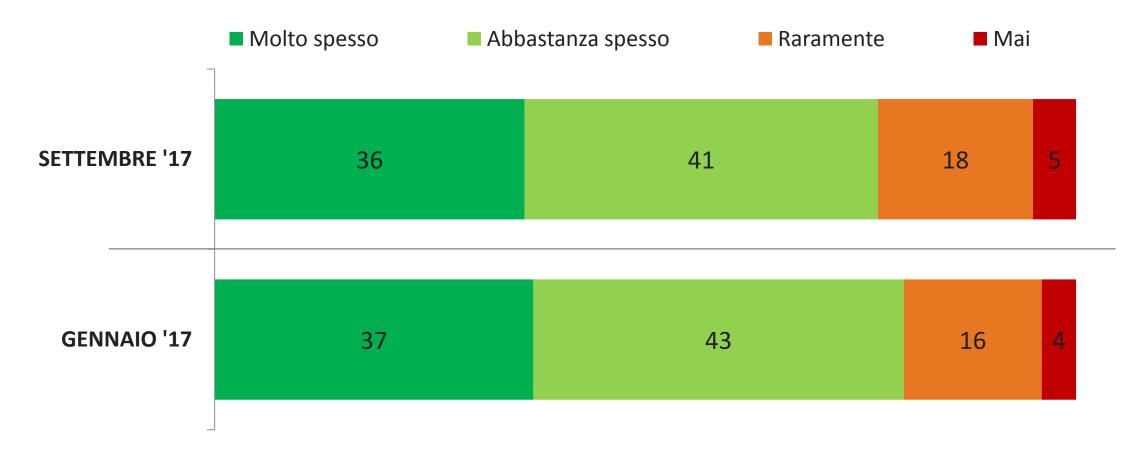
ma se fanno questi nuovi allora non sono biodegradabili! ... io ci metto sempre l'umido ...





### STABILE DA GENNAIO L'UTILIZZO DEI SACCHETTI DEL REPARTO FRUTTA E VERDURA DEL SUPERMERCATO

### **Ipsos Public Affairs**

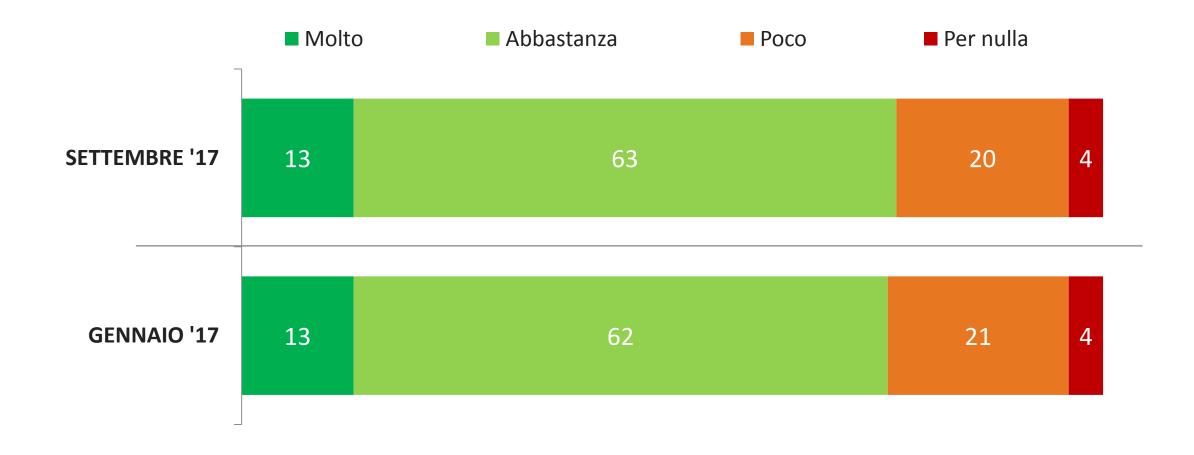


Valori %:

Base casi: Totale intervistati



# LA SODDISFAZIONE PER I SACCHETTI DEL REPARTO ORTOFRUTTA SI **Ipsos Public Affairs** CONFERMA «TIEPIDA»



Valori %:

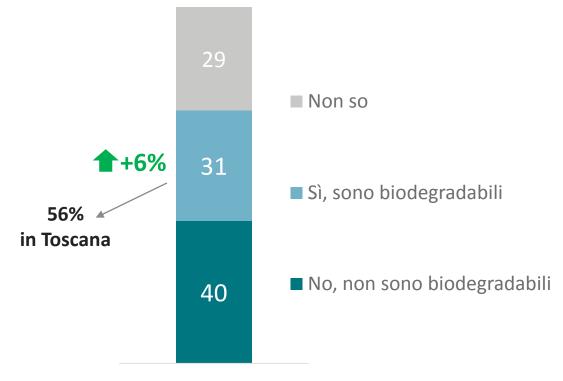
Base casi: Usano i sacchetti del reparto frutta e verdura





ANCORA SCARSA LA CONSAPEVOLEZZA SEBBENE LA CRESCITA DA GENNAIO FACCIA IPOTIZZARE UNA DIFFUSIONE NEI PDV

### Conoscenza del materiale di cui sono fatti i sacchetti attuali di frutta e verdura



Totale

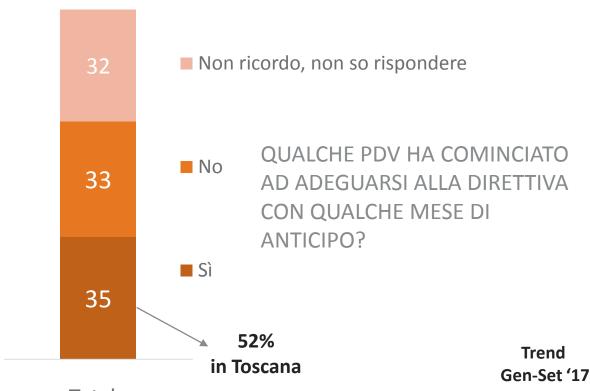
Valori % :

Base casi: Totale intervistati

FV7. Lei sa di che materiale sono fatti questi sacchetti per frutta e verdura? Ossia se sono biodegradabili oppure no?

### **Ipsos Public Affairs**

### Utilizzo dei sacchetti di frutta e verdura biodegradabili



Totale

Base casi: Totale intervistati

Valori %:

+/-

FV15. Le è già capitato di trovare in qualche punto vendita i sacchetti del reparto ortofrutta in materiale biodegradabile?

GAME CHANGERS



### LE REAZIONI ALLA DIRETTIVA EUROPEA



Una volta compresa, la nuova normativa tocca le coscienze delle persone, che ormai sono consapevoli della nocività della plastica sull'ambiente

Osservando le reazioni del target si evidenzia come l'iniziativa porti a riflettere sulle proprie abitudini e a riportare concretamente il tema nella quotidianità

I media hanno ormai creato awareness, e la quotidianità stessa si fa supporting evidence delle dimensioni del rischio e del bisogno di mettere un freno ai comportamenti che impattano sulla salute del pianeta → tutti i giorni, infatti, ci si rende sempre più conto della quantità di plastica passa dalle case attraverso le pratiche, peraltro un po' fastidiose, dello smaltimento, e questo rappresenta un richiamo frequente all'idea di bene comune e di come salvaguardarlo



per capire quanto inquiniamo basta vedere quante volte dobbiamo portare giù la spazzatura ... tutti i giorni porto giù un sacchetto di plastica ...



ormai si sa che danni fa la plastica e non si può più far finta di niente ... è uno dei disastri più grandi che ha fatto l'uomo ...

**GAME CHANGERS** 



# LA NOVITÀ INTRODOTTA DALLA DIRETTIVA EUROPEA È MOLTO APPREZZATA, SPECIE PERCHÉ RAPPRESENTA LA CHIUSURA DEL CERCHIO DI UN PERCORSO GIA' INIZIATO

### **Ipsos Public Affairs**

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



Valori %:

Base casi: Totale intervistati

Nella maggior parte dei casi, i guanti e i sacchetti attualmente presenti nei supermercati per l'ortofrutta NON SONO biodegradabili. In attuazione ad una direttiva Europea, da gennaio 2018 anche i sacchetti del reparto ortofrutta dovranno essere biodegradabili e compostabili.



GAME CHANGERS

### In genere l'iniziativa viene accolta con favore o con serena accettazione

Sia a Milano, sia a Napoli buona parte del target appare già sensibilizzato e disponibile -> accoglie quindi serenamente e con approvazione la nuova iniziativa, che va a proseguire il percorso iniziato nel 2011 con le shopper in Mater-Bi \*

il tema stesso dell'ambiente crea un'adesione aproblematica e, anzi, fa emergere attese di ulteriori iniziative (per es. molti auspicano ad un'implementazione del materiale biodegradabile anche per il fresco confezionato e, più in generale, ad un'attenzione maggiore nell'uso di carta e plastica ...)

\*In alcuni rari casi, i partecipanti dichiarano che la normativa è già stata introdotta nei supermercati frequentati e che, dopo la sorpresa iniziale, questo non ha cambiato le proprie abitudini nella spesa



mi sembra un'idea giusta e corretta ... un altro passo in più ... sempre meno plastica ... dove vado io è già così e mi sono abituata subito



del resto che senso aveva avere i sacchetti di plastica nelle shopper biodegradabili? ... era ora! ...





# Il prezzo di 2 centesimi viene accettato, ma viene accolto con maggiore favore a Milano

- Il contributo economico viene giustificato dai costi di lavorazione e dei nuovi materiali, più evoluti e frutto di ricerca
- In linea generale, il prezzo di 2 centesimi viene considerato accettabile e pienamente sostenibile, privo d'impatto sulla maggiore competitività della frutta e della verdura sfusa vs. confezionata.
- Molti, anzi, mettono a confronto questo prezzo con quello dei sacchetti in vendita per l'umido, mettendo in evidenza quanto sia interessante e competitivo.
- Per i più sensibili si tratta di un contributo minimo a fronte dell'importanza della causa (questi addirittura si dichiarano propensi anche verso l'ipotesi di 5 centesimi)



è un costo irrisorio, che non pesa ... quasi simbolico ... anzi, con 20 centesimi compro 10 sacchetti, è interessante, il rotolo per l'umido costa più di 2€! ...

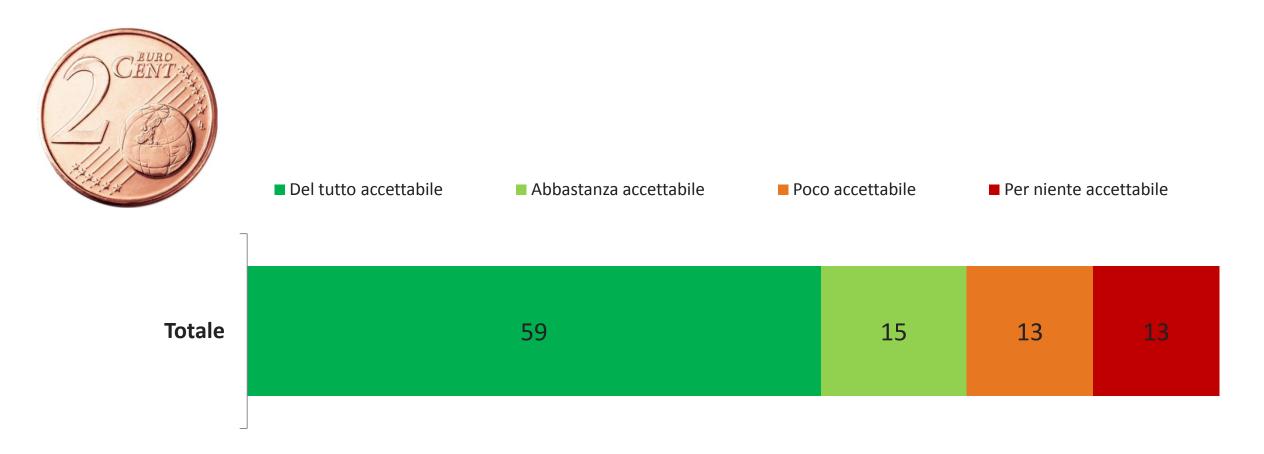
comunque ci saranno dei macchinari nuovi, il materiale sarà più tecnologico, si spendono dei soldi per farli ...

6 6 Io sarei disposto ad arrivare anche fino a 5 centesimi...

**GAME CHANGERS** 



# IL COSTO DI 2 CENTESIMI A SACCHETTO E' CONSIDERATO COMPLESSIVAMENTE ACCETTABILE



Valori % :

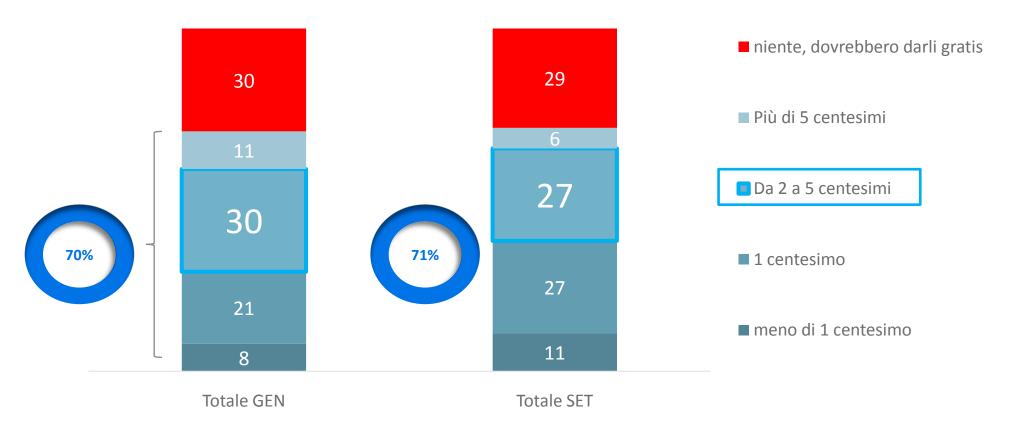
Base casi: Totale intervistati

FV8.4 Se questo nuovo sacchetto del reparto ortofrutta costasse 2 centesimi, come giudicherebbe questo prezzo?



### UN'APERTURA AL PAGAMENTO SI RILEVA PER LA MAGGIORANZA DEGLI INTERVISTATI, STABILE DA GENNAIO

### **Ipsos Public Affairs**



Valori % :

Base casi: Totale intervistati



### Le motivazioni di chi non gradisce il provvedimento...

Si tratta di soggetti più refrattari al cambiamento in generale, a livello sociale e istituzionale e al farsene carico personalmente, infatti, non hanno ancora 'metabolizzato' l'introduzione delle shopper in bio-plastica nella grande distribuzione, che criticano aspramente per la loro mancanza di valore funzionale

→ immaginano quindi strategie alternative per ridurre l'impatto delle shopper a pagamento (utilizzare uno stesso sacchetto per più prodotti pesandolo e svuotandolo ogni



no, no sono sempre stati gratis ma perché li devo pagare io! ... anche quelli per la spesa, sono solo una fregatura, si rompono tutti ... non mi va di pagare, è un'imposizione ...



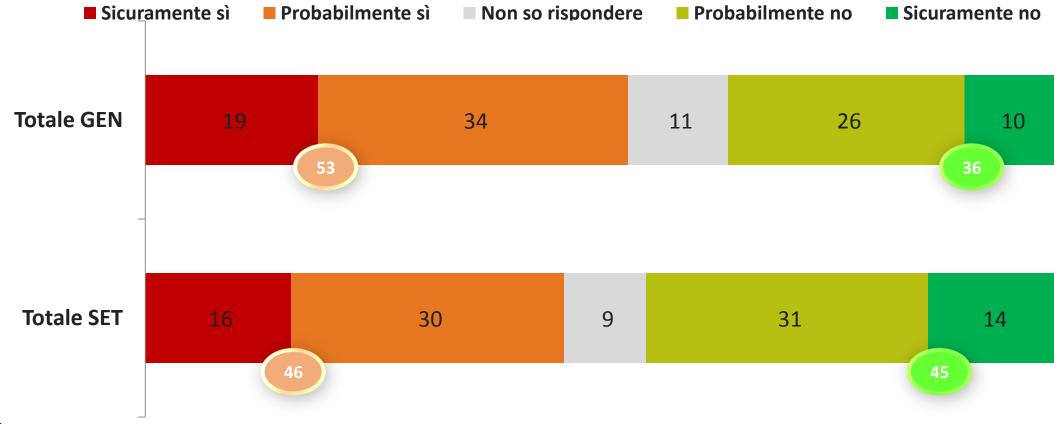
mi porto il sacchetto da casa ... e se proprio devo, metto più roba in un sacchetto solo e attacco le etichette del prezzo ...





IL CAMPIONE È SEGMENTATO RISPETTO AL CAMBIAMENTO DELLE ABITUDINI DI ACQUISTO. DA GENNAIO TUTTAVIA AUMENTA LA QUOTA DI COLORO CHE RITENGONO CHE NON INTRODURRANNO ALCUN CAMBIAMENTO

### **Ipsos Public Affairs**



Valori %:

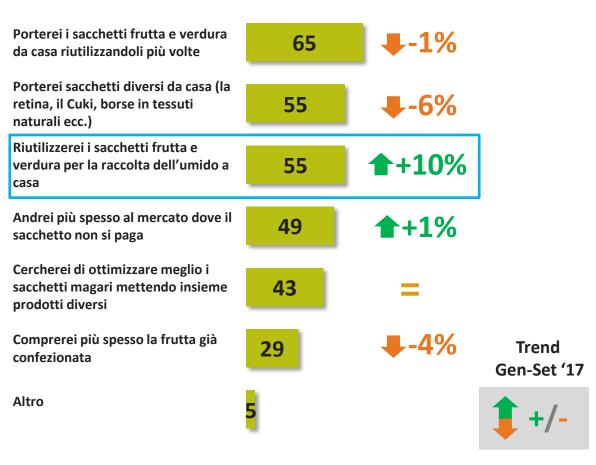
Base casi: Totale intervistati

FV11. Ipotizzando che i sacchetti di frutta e verdura fossero a pagamento lei pensa che cambierebbe le sue abitudini di acquisto al banco ortofrutta dei supermercati/ipermercati?



# SI PENSA DI PORTARE I SACCHETTI DA CASA O ANDARE AL MERCATO, MA E' IL RIUTILIZZO LA VERA «RIVOLUZIONE»

### **Ipsos Public Affairs**



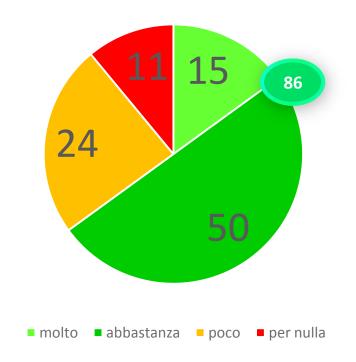
Valori % Base casi: Cambierebbero le proprie abitudini di acquisto nel reparto ortofrutta Si individuano anche alcuni vantaggi immediati che soddisfano anche l'anima utilitaristica di acquirente

- ✓ risparmio: la promessa di un sacchetto riutilizzabile risulta
  essere un tema interessante e motivante → una promessa
  che parla di specificità, quindi di una resa migliore e che
  lascia supporre un risparmio rispetto ai sacchetti venduti
  per la raccolta dell'umido, che posso essere sostituiti o
  ridotti nell'uso
- ✓ semplificazione: meno plastica da separare e da smaltire
- ✓ meno spreco: sostenere un costo porterà ad un maggiore senso di responsabilità e ad un utilizzo più corretto

devo fare il conto di quanto mi costano quelli che compro apposta ...



# LA CREAZIONE DI POSTI DI LAVORO IN ITALIA AUMENTA LA PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DEI SACCHETTI...

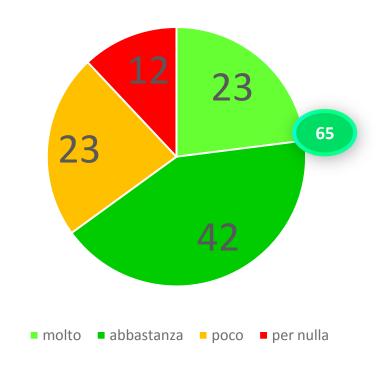


Valori %:

Base casi: Totale intervistati

FV12b. Sapendo che la produzione di questi nuovi sacchetti per la frutta e la verdura contribuirebbe a creare posti di lavoro sul territorio nazionale, lei in che misura si riterrebbe propenso ad acquistarli?

# ...SPECIE SE LA COMUNICAZIONE SUFFRAGA IL MESSAGGIO



Valori %:

Base casi: Totale intervistati

FV12c. Quanto gradirebbe che sul nuovo sacchetto per la frutta e la verdura venisse scritto un messaggio sul fatto che la sua produzione contribuisce a creare posti di lavoro sul territorio nazionale?

GAME CHANGERS







# Tra i due sacchetti mostrati nel test, non emerge un vero vincitore. Per entrambi i prodotti sono citati pro e contro



Il sacchetto "1" risulta più «familiare», si associa immediatamente all'idea di biodegradabile

il classico biodegradabile, lattig**h**o**m**...



Il sacchetto "2" viene percepito come **più resistente e simile alla plastica tradizionale**, sia nell'aspetto sia al tatto

Mi sembra meglio meno fragile del solito bio degradabile che si spacca appena lo tocchi

Scritte e logo appaiono di modesto interesse e poco leggibili > l'unica informazione davvero importante è la conferma della biodegradabilità, seguita dall'indicazione «Prodotto in Italia». Potrebbe essere interessante piuttosto introdurre un claim centralmente in verde che qualifichi in modo immediato l'identità del sacchetto del tipo es. «amico dell'ambiente» e/o che ammicchi al consumatore es. «grazie per riutilizzarmi»...

6 io tutti quei simbolini non li conosco ... quando mi dici che è bio ed è amico dell'ambiente a me basta, se poi mi fai capire che lo posso anche riutilizzare sono più contenta di pagarlo, no?

### VI È INCERTEZZA SU CHI DOVREBBE STABILIRE IL PREZZO DEL SACCHETTO

TOTALE CA	AMPIONE	disillusi	istituzionalisti	entusiasti	SENSIBILI
La grande distribuzione (supermercati, ipermercati)	24	<b>27</b>	<b>25</b>	21	21
L'Unione Europea	22	16	21	28	27
Lo Governo Italiano	18	15	21	18	24
I produttori dei nuovi sacchetti del reparto ortofrutta	12	12	10	13	13
Non so	24	30	23	20	15

Valori %

Base casi: Totale intervistati





