

LIFEGATE

Presentati i risultati della ricerca "L'acqua nelle abitudini degli italiani" realizzata da Lifegate per Culligan

ACQUA DA BERE, ITALIA SPACCATA A METÀ TRA CONSAPEVOLI E INDIFFERENTI "VINCE" LA PLASTICA

"Il 67% della popolazione compra acqua in bottiglia: molti pensano sia più sicura"

Milano, 22 marzo 2018 - Poco più della metà degli italiani, 26,8 milioni di persone, è attento alle tematiche sul consumo dell'acqua da bere, ma una parte consistente del Paese (47%) rimane indifferente all'argomento. Così, tra disinformazione e pregiudizi, il 67% della popolazione, nonostante l'impatto economico e ambientale, preferisce acquistare l'acqua minerale in bottiglie di plastica, ritenendola più sicura rispetto a quella del rubinetto.

Sono alcuni dei risultati emersi dall'analisi sui comportamenti degli italiani relativi al consumo d'acqua, realizzata da Lifegate in collaborazione con l'Istituto di ricerca Eumetra MR e con il supporto di Culligan, azienda che opera a livello internazionale nel settore dell'acqua da oltre 80 anni.

Informati, ma non tutti

Il primo dato significativo che emerge dalla ricerca è che in Italia vi è una netta spaccatura tra chi è consapevole di quanto sia importante l'argomento "acqua" (il 53% del campione) e chi, al contrario, non ha alcun interesse. Fra gli informati, il 38% si dichiara moderatamente attento, mentre solo il 15% è super attento. Quest'ultimi sono soprattutto laureati di 35-44 anni, provenienti dal nord-est del Paese.

La sicurezza è prioritaria

Lo studio, realizzato da Lifegate per Culligan, conferma che fra le mura domestiche il 67% del campione, residente soprattutto al sud o nelle isole, preferisce consumare acqua minerale in bottiglie di plastica e più della metà, persone tra i 18 e i 34 anni, lo fa abitualmente. Per il 47% la scelta è dovuta a una percezione di maggiore sicurezza. Per il 20% è invece una questione di comodità, mentre solo il 16% sceglie l'acqua minerale confezionata perché ne preferisce il gusto.

L'acqua del rubinetto depurata è l'opzione preferita dal 27% del campione. La scelta è dovuta a sicurezza (40%), benefici salutistici (16%) o minore impatto sull'ambiente (10%).

Infine, il 18% dichiara di consumare acqua del rubinetto non depurata, soprattutto per abitudine familiare (32%), comodità (27%) e minore costo (20%).

La plastica inquina e costa: 9 italiani su 10 ne sono al corrente

A fare da contraltare al grande utilizzo delle bottiglie di plastica c'è la diffusa consapevolezza dei rischi per l'ambiente che tale scelta comporta. In particolare, il 90% del campione è consapevole che nel 2050, nei nostri mari, vi sarà più plastica che pesci. Il 91% è altrettanto convinto che la produzione e il trasporto di acqua minerale in bottiglia comportino un elevato impatto ambientale in termini di emissioni di anidride carbonica. Infine, per quanto riguarda i costi economici, il 92% del campione è a conoscenza che l'utilizzo di acqua minerale in bottiglia determini un esborso a famiglia che varia da 300 a 700 euro, in funzione della qualità del prodotto.

The logo for Culligan, featuring the brand name in a blue, cursive script font.

LIFEGATE

Rinunciare alle bottiglie di plastica? Ok, ma la gente chiede più garanzie

Sempre secondo la ricerca commissionata da Culligan, il **68%** degli italiani è disposto ad abbandonare l'acqua in bottiglia e passare a quella del rubinetto, a condizione però di ricevere maggiori garanzie sulla qualità. La percentuale riguarda soprattutto soggetti con più di 55 anni, residenti nei grandi centri del sud Italia, con un titolo di studio medio-basso.

Un nuovo scenario europeo

Di recente la Commissione europea ha deciso di revisionare la direttiva 98/83/CE sulle acque potabili, con l'obiettivo di incentivarne l'utilizzo in quei paesi, fra cui l'Italia, dove si consuma in maggior misura acqua in bottiglia. Circa un italiano su due (**49,3%**), soprattutto persone tra i 18 e i 34 anni, ritiene che l'eventuale miglioramento della norma possa determinare un cambio di abitudini e favorire il consumo dell'acqua del rubinetto.

Giulio Giampieri, direttore generale Culligan

"Dai risultati di questa analisi - spiega Giulio Giampieri, direttore generale di Culligan - emerge come in Italia sia necessaria una maggiore educazione e informazione sul consumo d'acqua potabile pubblica, utilizzata quotidianamente in tanti altri stati europei. In particolare, occorre spiegare alla gente che l'acqua del rubinetto è sottoposta a controlli sempre più severi, che la rendono buona e sicura. Una scelta economica e sostenibile".

Note: Il campione statistico

Il campione di riferimento si compone di **800 individui** statisticamente rappresentativi della popolazione adulta italiana per genere, classe di età, titolo di studio, distribuzione geografica e ampiezza del centro abitativo. L'indagine è stata eseguita da LifeGate attraverso un questionario realizzato da Eumetra MR, che ha utilizzato la metodologia CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*).

Hashtag ufficiale: #ONS18

[\(https://www.culligan.it/\)](https://www.culligan.it/)

Ufficio Stampa Culligan

Ad Mirabilia Tel. 02 4382191 – culligan@admirabilia.it

Manuela Lubrano Tel. +39 349 24 10 696

Chiara Carinelli Tel. +39 347 78 98 673

The logo for Culligan, featuring the brand name in a blue, cursive script font.

LIFEGATE

A proposito di Culligan

Fondata nel 1936 e oggi presente in oltre 90 Paesi, Culligan è leader mondiale nei sistemi di trattamento dell'acqua. Anche in Italia, dove è presente dal 1960 con stabilimenti di produzione e un centro R&S all'avanguardia, Culligan rappresenta un esperto punto di riferimento in uno dei settori più vitali e imprescindibili: quello della salvaguardia della qualità dell'acqua.

Con un approccio integrato verso tutte le esigenze di qualificazione dell'acqua, Culligan copre l'intera filiera di applicazione: dagli acquedotti municipali al settore ospedaliero e medicale, dai sistemi per uso domestico ai grandi impianti destinati all'industria, fino alle piscine e alle grandi navi.

Anche in ambito residenziale, Culligan porta le competenze più specialistiche maturate dall'azienda nel campo della depurazione e dei più evoluti sistemi di trattamento dell'acqua basati su una solida competenza ingegneristica.

Coniugando salubrità e igiene con economicità, praticità, sostenibilità e gusto, le soluzioni Culligan per l'affinaggio dell'acqua domestica rispondono alle esigenze del pubblico sempre più sensibile e attento alla salute, alla qualità della vita e alle problematiche dell'ambiente.

A proposito di LifeGate

dal 2000 punto di riferimento in Italia per lo sviluppo sostenibile

The logo for Culligan, featuring the brand name in a blue, cursive script font.