

# INDAGINE “SCIENZA IN CAMPO”

Report finale dei risultati

Documento  
predisposto per:

Newsprint  
**espansione**

Febbraio 2011  
ITA1101003

# Sintesi dei risultati principali\_1

## **BACKGROUND E OBIETTIVI**

I due temi cardine dell'indagine sono la ricerca scientifica (sempre più determinate per l'influenza reale che esercita ormai nella vita quotidiana di tutti e per le implicazioni etiche che spesso comporta) e l'agricoltura (il settore primario che è chiamato a dare una risposta alle legittime aspettative di sviluppo della crescente popolazione mondiale in una logica di sostenibilità e di preservazione dell'ambiente).

È chiaro che i due temi sono strettamente intrecciati in quanto solo la "scienza in campo" (ovvero un'agricoltura scientifica) possono garantire sviluppo per tutti e sostenibilità; l'obiettivo dei prossimi decenni.

Ma le implicazioni di questa associazione tra scienza e agricoltura sono tutt'altro che assodate. L'indagine vuole raccogliere le opinioni attuali degli italiani rispetto a questo tema generale a partire da alcuni spunti specifici quali i comportamenti d'acquisto e di scelta verso i prodotti alimentari; le convinzioni rispetto alla ricerca scientifica tout court, il ruolo di alcuni prodotti che costituiscono esempi "paradigmatici" dell'applicazione della scienza all'agricoltura quali i biocarburanti e gli OGM.

## **METODOLOGIA**

Field: gennaio 2011.

Interviste online CAWI mediante il panel proprietario Interactive.

Target: universo della popolazione nazionale degli individui dai 18 anni ai 65 anni.

Campione: 1.000 interviste CAWI complete con quote rappresentative della popolazione nazionale in target per sesso, fascia d'età e area geografica.

Su alcuni temi (nello specifico i comportamenti verso i prodotti alimentari e gli OGM) confronto con un'indagine condotta, su un campione analogo, nella seconda metà del 2007.

# Sintesi dei risultati principali\_2

## RISULTATI PRINCIPALI

### I comportamenti d'acquisto verso i prodotti alimentari

Com'era logico attendersi la distribuzione moderna (declinata nelle sue diverse accezioni: ipermercati, supermercati e discount) rappresenta il canale d'acquisto prevalente dei prodotti alimentari sia come frequenza d'utilizzo che come preferenza (uno dei tre canali moderni è il preferito da oltre il 90% del campione).

Tuttavia emerge il ruolo non secondario di alcuni canali tradizionali come i negozi al dettaglio (utilizzati spesso o qualche volta da quasi il 65% del campione) e i mercati rionali (utilizzati da quasi il 60%), che tra l'altro mostrano un'ottima tenuta rispetto ai dati 2007.

I canali che crescono maggiormente in questi ultimi 3 anni sono gli acquisti fatti direttamente dal produttore (utilizzati spesso o qualche volta dal 47% del campione rispetto al 30% del 2007) e gli acquisti online (che crescono dal 31% al 40%).

In definitiva si può osservare l'utilizzo di un ampio range di canali d'acquisto che risponde ad una logica di risparmio, ma probabilmente anche ad una necessità di libertà di scelta.

Risparmio e libertà di scelta che emergono anche rispetto alle tipologie di prodotti alimentari preferiti. Se la quasi totalità dichiara di acquistare i prodotti delle grandi marche, ormai sono consolidate anche le marche private delle catene distributive (acquistate spesso o qualche volta da quasi l'89% del campione) e le marche poco conosciute, ma convenienti ovvero i primi prezzi che di frequente sono ancora marche private (con oltre il 70% di utilizzo spesso o qualche volta).

Il 93% del campione dichiara di leggere le etichette dei prodotti alimentari sempre o qualche volta. Se è una risposta in parte "dovuta" (è difficile ammettere un atteggiamento d'acquisto poco attento) è parimenti vero che si tratta di una conferma della tendenza "adulta" a privilegiare le scelte libere e consapevoli.

In sintesi un consumatore di alimentari meno influenzabile dalla comunicazione, che ha affrontato la crisi con comportamenti selettivi e che richiede gli strumenti (a livello di diversificazione dell'offerta e d'informazione di prodotto) per mettere in pratica questo suo desiderio.

# Sintesi dei risultati principali\_3

## La ricerca scientifica tout court

Se volessimo sintetizzare in una frase l'atteggiamento di base del campione potremmo dire che la ricerca scientifica dovrebbe essere libera nell'ambito di una garanzia di eticità regolamentata per legge.

Se infatti quasi il 74% è completamente o abbastanza d'accordo con una ricerca scientifica libera sempre, abbiamo anche oltre il 68% che è completamente o abbastanza d'accordo con una ricerca scientifica che non deve travalicare i limiti etici. A conferma di un atteggiamento tendenzialmente laico, l'accordo sulla scienza che non deve travalicare i limiti religiosi appartiene solo a poco più del 40% del campione.

Per quasi il 43% del campione questi limiti (etici) dovrebbero essere definiti e garantiti dalla legge (ovvero dallo stato); meno del 30% chiama in causa un comitato etico e solo il 24% propende per un'autoregolamentazione da parte degli scienziati stessi.

L'88,1% del campione ritiene molto o abbastanza importante tenersi informati sugli sviluppi della ricerca scientifica in generale. Risposta abbastanza scontata tenendo conto della difficoltà di ammettere un disinteresse verso un tema che non può che essere importante.

Risposte meno ovvie se si guarda alla valutazione verso la capacità degli scienziati di comunicare efficacemente i risultati delle proprie ricerche (giudicata molto o abbastanza positivamente solo dal 45,5% del campione) e allo spazio percepito nei media per l'informazione scientifica (che è molto o abbastanza solo per il 26% del campione). Sono numeri così sbilanciati che, anche facendo la "tara" verso una risposta politicamente corretta, mostrano senza dubbio un bisogno di maggiore "conoscenza" rispetto ai temi scientifici ad oggi non soddisfatto.

Venendo più nello specifico al rapporto tra scienza e agricoltura emerge che per l'86% del campione la ricerca scientifica è molto o abbastanza importante per l'agricoltura. Addirittura il 90% pensa che questi due mondi siano complementari tra loro e quindi non incompatibili.

È chiaro che per il campione intervistato la ricerca scientifica possa e forse debba essere uno o il propulsore più importante per lo sviluppo dell'agricoltura e per la soluzione dei problemi alimentari e ambientali globali.

# Sintesi dei risultati principali\_4

## I biocarburanti

Il 78,3% del campione dichiara di sapere che cosa sono i biocarburanti e praticamente la stessa percentuale è favorevole alla ricerca scientifica per svilupparli.

Al contrario l'accordo verso un incremento immediato nel loro utilizzo cala al 61,5%. Si tratta forse di una prova che la conoscenza dichiarata è più sulla carta che effettiva e quindi, alla domanda se affidarsi da subito in modo significativo a questa fonte, i dubbi sorgono spontanei.

Il profilo d'immagine dei biocarburanti è comunque positivo. Ai primi posti come accordo emergono quelli che dovrebbero essere i benefici auspicati più significativi ovvero la possibilità di: coltivare le piante da cui produrli utilizzando terreni improduttivi non utili per l'agricoltura orientata all'alimentazione umana, di far fronte attraverso loro alla scarsità del petrolio riducendo la dipendenza dall'oro nero e infine di contribuire alla riduzione dell'inquinamento.

Tra i minus l'unico che emerge in modo importante è il dubbio che possano andare in concorrenza con la produzione di cibo.

Tuttavia pochi sono d'accordo sul fatto che possano essere il carburante del futuro, ma ancora meno li ritengono inutili perché il futuro sarà nelle energie rinnovabili oppure in quella nucleare.

Queste ultime risposte un po' contraddittorie (non si crede ai biocarburanti come alla soluzione che può risolvere il futuro, ma al contempo non li si ritiene inutili perché le alternative non solo parimenti risolutive), mostra un atteggiamento interessante: la probabile consapevolezza della complessità e delle dimensioni enormi dei problemi da risolvere a cui corrisponde la convinzione che non esistere una sola risposta, ma probabilmente si dovrà sviluppare un mix di tante soluzioni complementari tra loro (in termini energetici l'utilizzo di tutte le fonti a disposizione: fossili, rinnovabili, nucleari e agricole).

Una convinzione tutt'altro che superficiale. A riprova di una maturazione in atto verso i temi ambientali e dello sviluppo?

# Sintesi dei risultati principali\_5

## Gli OGM

Dichiara di sapere che cosa sono le piante OGM ben l'87,6% del campione e quindi, in apparenza, si tratta di un argomento ben conosciuto.

Però tutte le risposte che emergono sugli OGM (caratteristiche, utilizzo attuale e diffusione, opinioni, decisioni auspiccate, ecc.) sono all'insegna della contraddittorietà e quindi dimostrano che si tratta:

- › certamente di un argomento molto meno chiaro e consolidato se dal semplice acronimo si passa alla realtà dei fatti (a conferma della complessità del tema e forse anche del fatto che la scienza e i media che parlano di scienza non sono poi così efficaci);
- › di un'altra di quelle possibili soluzioni di cui, molto probabilmente, l'umanità non potrà fare a meno e su cui quindi, anche se con perplessità, una parte del campione pensa sia giusto investire (in quella logica di multi-risposta che abbiamo visto funzionare rispetto alle fonti energetiche parlando di biocarburanti).

Primo elemento di contraddittorietà: il profilo d'immagine. Ai primi 6 posti in base all'accordo emergono 3 elementi positivi (gli OGM sono più resistenti alle avverse condizioni ambientali, richiedono meno antiparassitari e costano meno) e 3 negative (possono sviluppare parassiti resistenti, possono contaminare le colture tradizionali e mettono in pericolo la biodiversità).

Il profilo d'immagine in termini di trend è praticamente identico a quello del 2007 (l'unico item che aumenta in modo significativo è proprio quello relativo alla contaminazione delle colture tradizionali). Per tutti gli item emerge una diminuzione delle risposte "non so" segno che pur non essendo aumentata la conoscenza reale del tema, è maturata la convinzione di saperne di più e gli intervistati prendono più facilmente una posizione.

Il 50% circa (di nuovo una netta spaccatura del campione) pensa che sia molto o abbastanza probabile acquistare degli alimenti che contengono OGM facendo oggi la spesa al supermercato. I prodotti alimentari in cui è più probabile, a detta degli intervistati, trovare degli OGM sono quelli conservati (conserve di pomodoro, verdure in scatola o surgelate, succhi di frutta, marmellate e conserve di frutta).

# Sintesi dei risultati principali\_6

## Gli OGM (segue)

Ulteriore prova di convinzioni contraddittorie: il 35% pensa che gli OGM possano causare dei danni alla salute, il 37 % è dubbioso e il 20% pensa di no.

Il 25% pensa che mangiando degli OGM si possano avere delle mutazioni nel proprio patrimonio genetico , il 27% è dubbioso, il 38% pensa di no.

Ben il 58,5% ammette di non sapere che la maggior parte di carne, formaggi, latte è prodotta oggi da animali che si nutrono di OGM. Il 49,1% si dichiara a disagio avendo questa informazione.

Il tema dell'informazione è uno di quelli che tende a unificare le opinioni:

- quasi il 68% è d'accordo che sugli alimenti ci devono sempre essere le informazioni su come sono alimentati gli animali e il 23% che questa informazione debba comparire solo se sono utilizzati gli OGM;
- quasi il 70% vuole sempre l'indicazione della presenza degli OGM in un alimento anche se ci sono solo tracce; il 18% circa solo se gli OGM superano una certa soglia.

In definitiva è una conferma che si vuole l'informazione più completa possibile per avere poi la possibilità di scegliere nel modo più consapevole e autonomo (magari anche scegliendo di non dare importanza alle informazioni stesse).

Sapendo che gli animali sono nutriti spesso con gli OGM la maggioranza , anche se ristretta (31,2% del totale), pensa che sia meglio coltivare i mangimi OGM in Italia piuttosto che importarli massicciamente. Nello stesso tempo quasi il 70% pensa che sia meglio consentire le coltivazioni OGM in Italia: il 34,4% in modo molto limitato per soli scopi di ricerca e il 36,1% in modo più diffuso e regolamentato dalla legge. Solo il 21,2% le vieterebbe completamente. Però il 51,8% pensa che le leggi europee siano troppo permissive in tema di OGM. Quindi visto che gli altri paesi sono più aperti agli OGM tanto vale farlo anche noi per non rimanere indietro.

# Sintesi dei risultati principali\_7

## **Gli OGM** (segue)

Infine due temi su cui c'è invece un accordo maggioritario. Il tema degli OGM deve essere regolamentato a livello centrale dallo stato (27,1%) o dalla comunità europea (23,4%) o addirittura a livello di organismi internazionali come la FAO (14,9%). In totale un accordo di oltre il 65% verso una responsabilità a livello centralizzato (e non a livello di regione o ancor meno di provincia e comune).

Gli OGM attualmente sono in mano a poche multinazionali che sono quelle che ci guadagnano di più (lo pensa ben il 64,8% del totale). Da qui la richiesta diffusa di un intervento da parte dei governi per finanziare la ricerca e toglierla dal monopolio delle multinazionali private.

Gli OGM sono quindi visti come uno “strumento” per l'umanità con implicazioni a livello generale. Il loro sviluppo, utilizzo e regolamentazione non può che essere affidato alla “mano pubblica” meglio se con un approccio coordinato tra gli stati e deciso a livello di organismi internazionali. E una conseguenza della complessità del tema, della trasversalità delle implicazioni, della possibile diffusione dei benefici e degli eventuali danni che rendono gli OGM una risorsa, ma anche una fonte di pericolo “globale”.

# Metodologia

- **Field:** Gennaio 2011.
- **Interviste on line:** gestite da Primisoft (programma CAWI proprietario IMR) mediante il panel on line proprietario IMR (oltre 63.000 componenti).
- **Target:** universo della popolazione nazionale degli individui dai 18 anni in su.
- **Campione:** 1000 interviste complete con quote per sesso, fascia d'età e area geografica.

# Obiettivi/scaletta presentazione

- 1. Il profilo del campione**
- 2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**
- 3. Ricerca scientifica ed agricoltura**
- 4. Biocarburanti**
- 5. Focus su OGM**

**1. Il profilo del campione**

**2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**

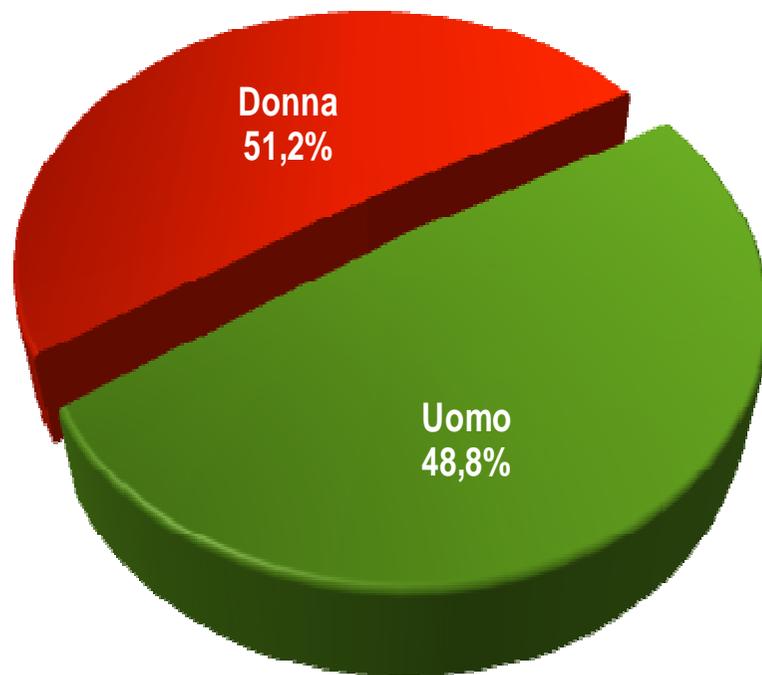
**3. Ricerca scientifica ed agricoltura**

**4. Biocarburanti**

**5. Focus su OGM**

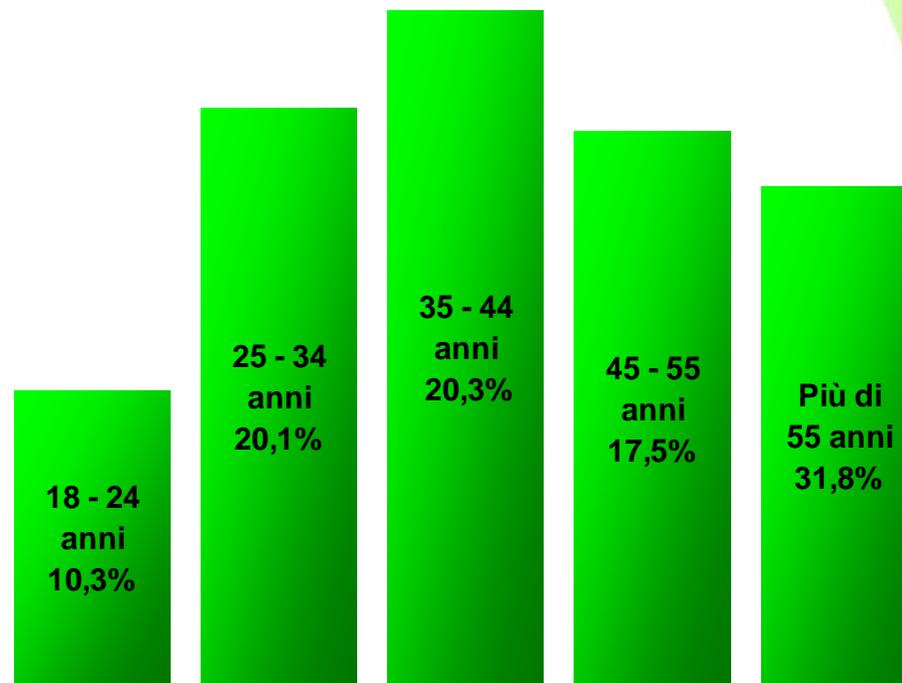
# Sesso ed età del campione

Quote per SESSO:  
 Uomini 48,6%  
 Donne 51,4%



**Sesso**

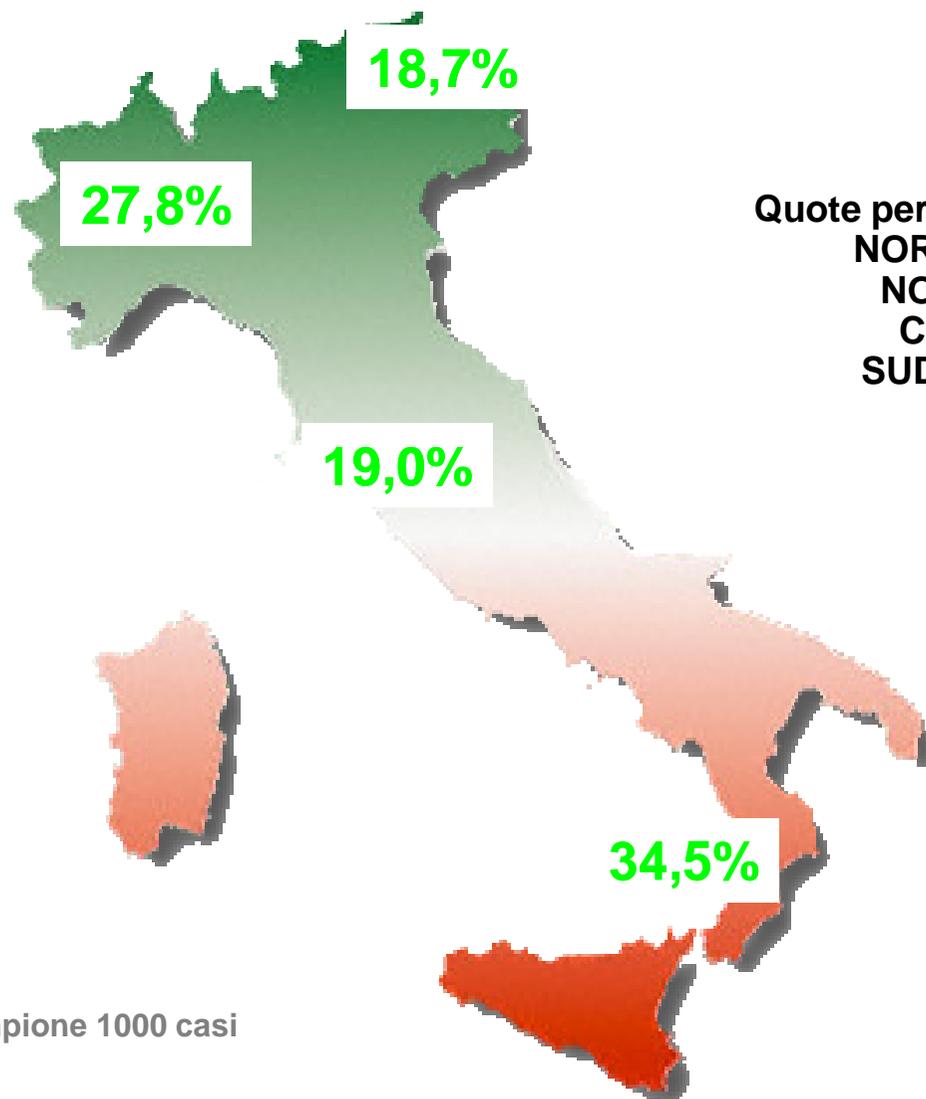
Quote per ETA':  
 18-24 10,4%  
 25-34 19,7%  
 35-44 19,4%  
 45-55 17,0%  
 55 e oltre 33,5%



**Età**

Base: totale campione 1000 casi

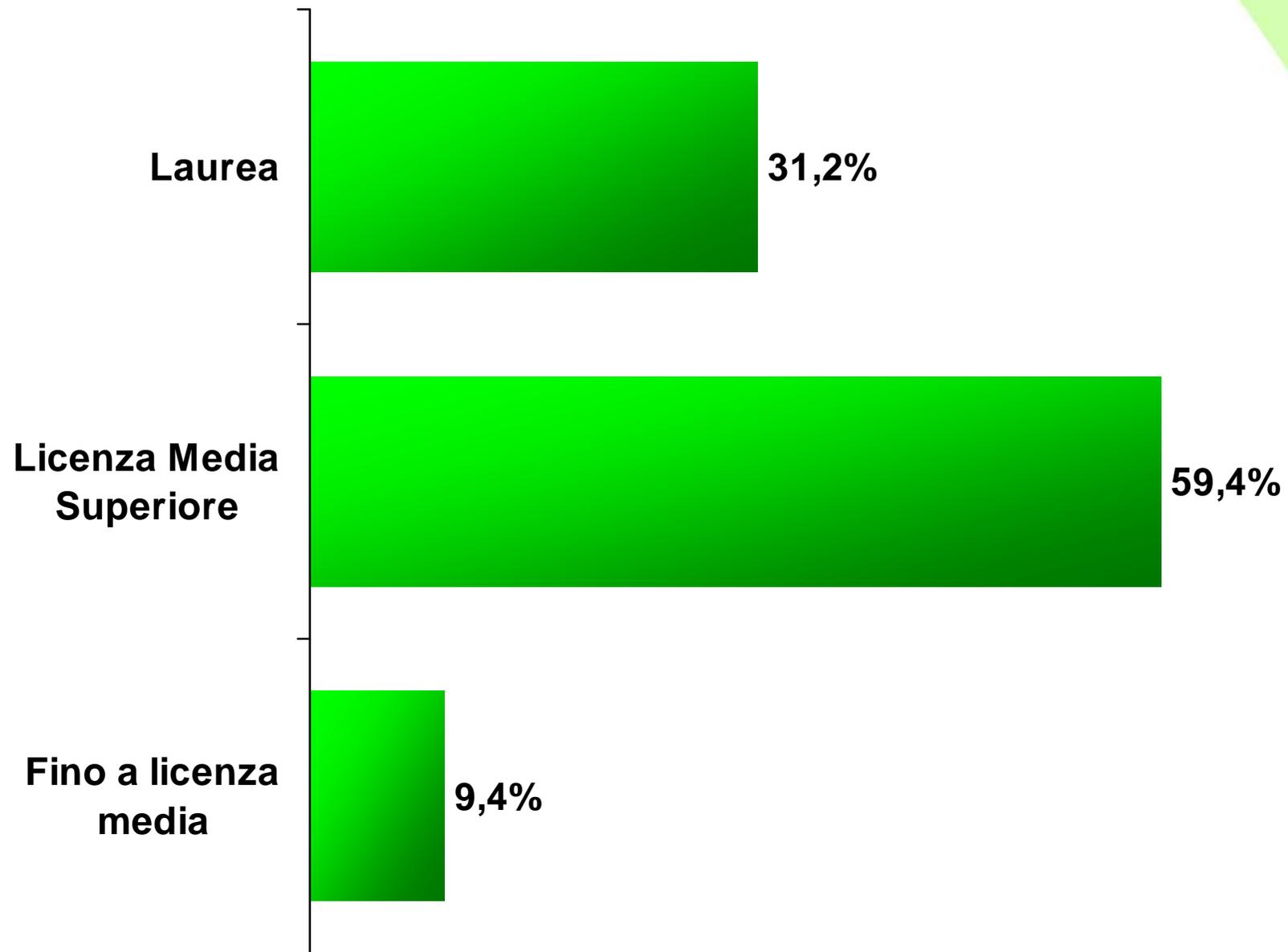
## Area geografica di residenza



Quote per AREA GEOGRAFICA:  
 NORD-OVEST 27,1%  
 NORD-EST 18,8%  
 CENTRO 19,2%  
 SUD + ISOLE 35,9%

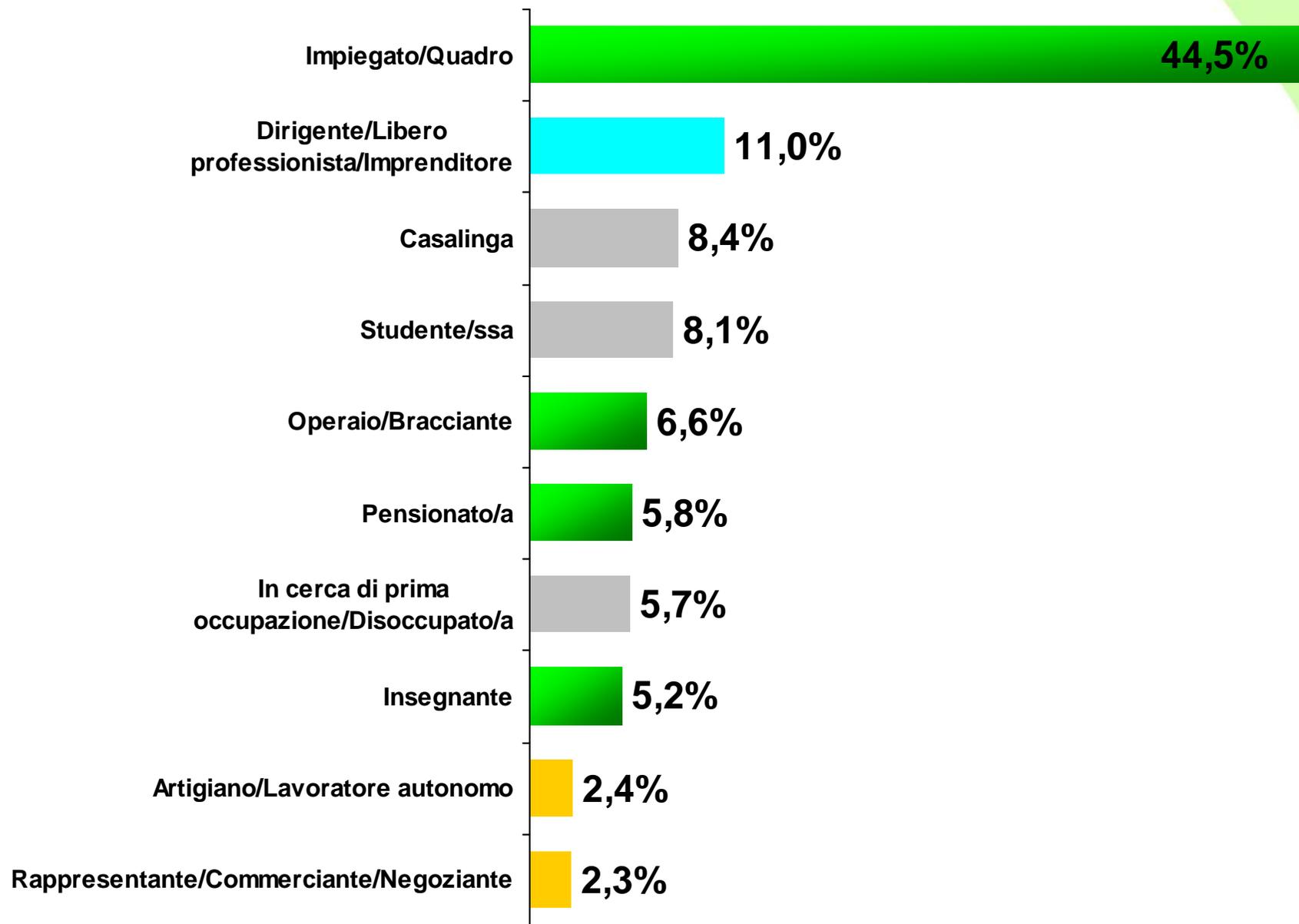
Base: totale campione 1000 casi

## Titolo di studio



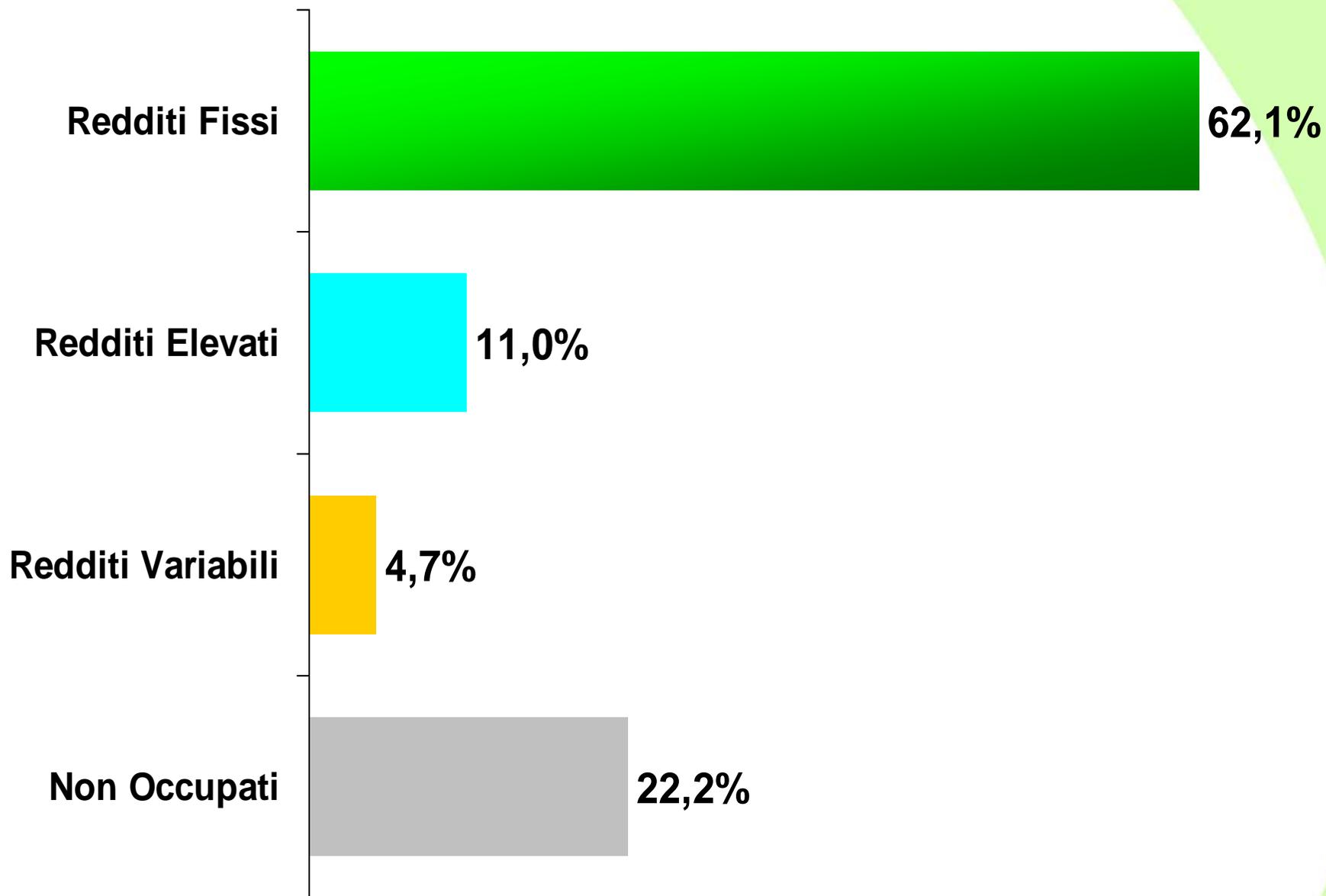
Base: totale campione 1000 casi

## Professione degli intervistati



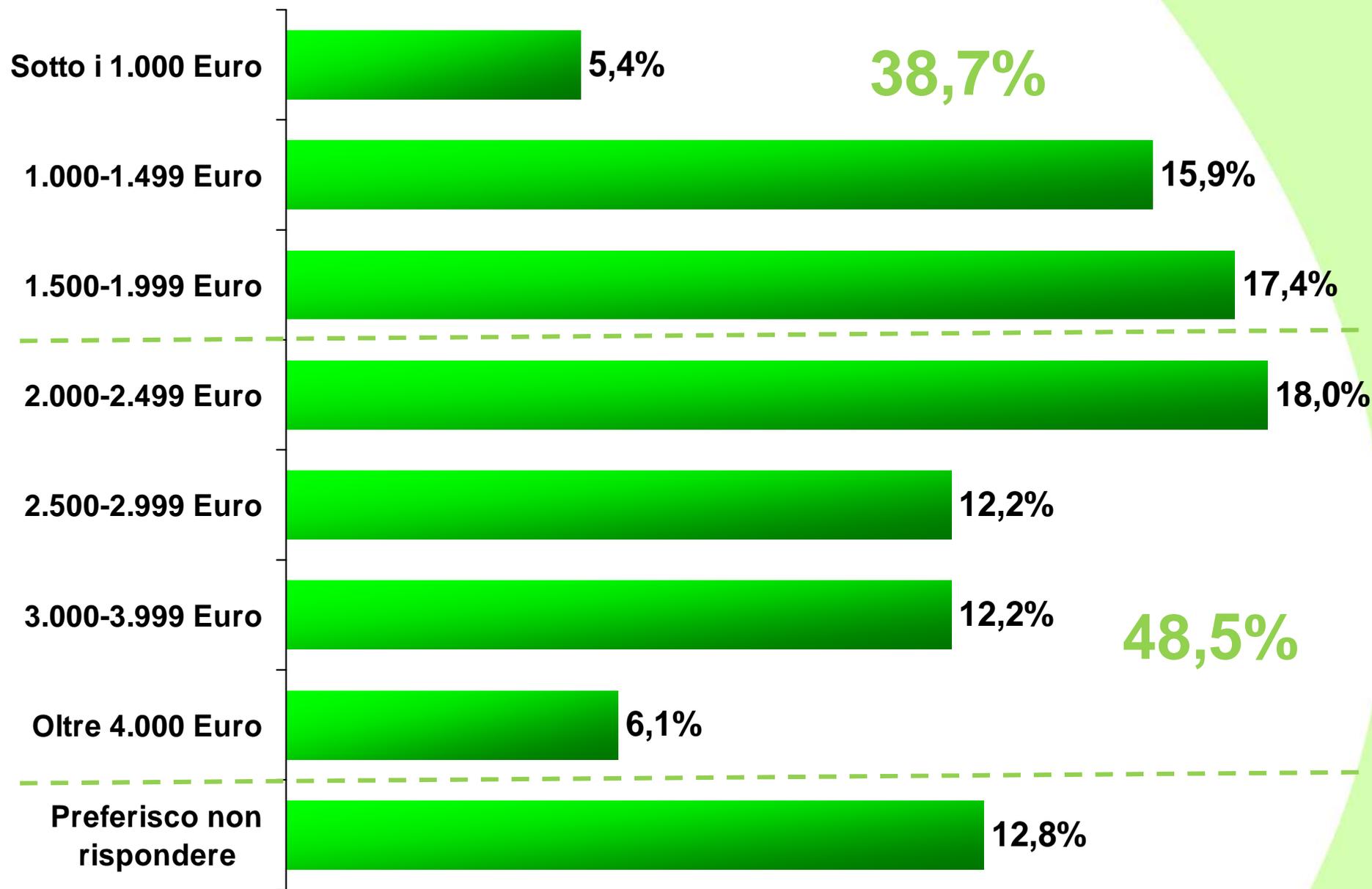
Base: totale campione 1000 casi

## Tipologia Reddito degli intervistati

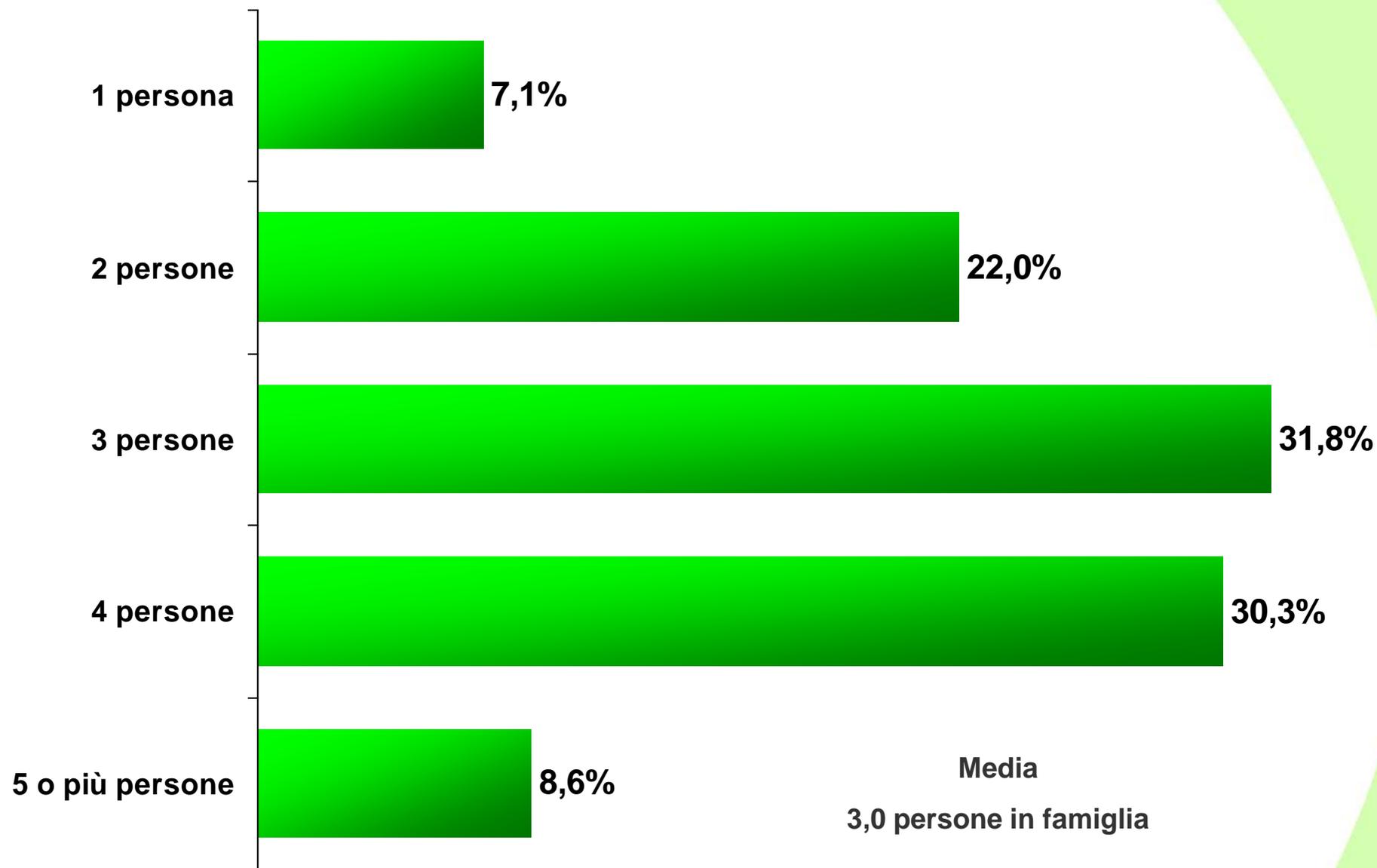


Base: totale campione 1000 casi

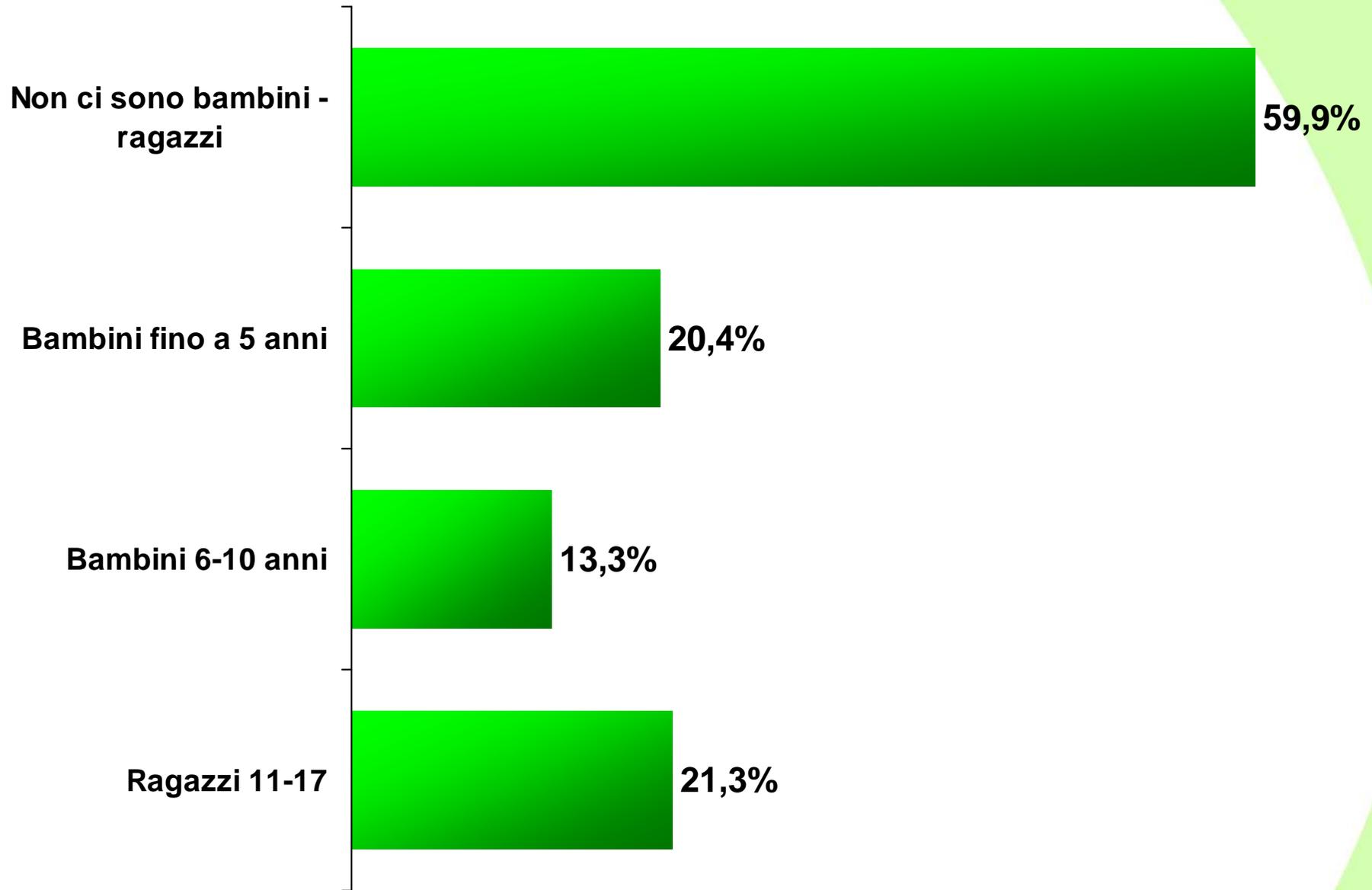
## Reddito degli intervistati



## Numero di persone in famiglia



## Presenza di bambini al di sotto dei 18 anni



**1. Il profilo del campione**

**2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**

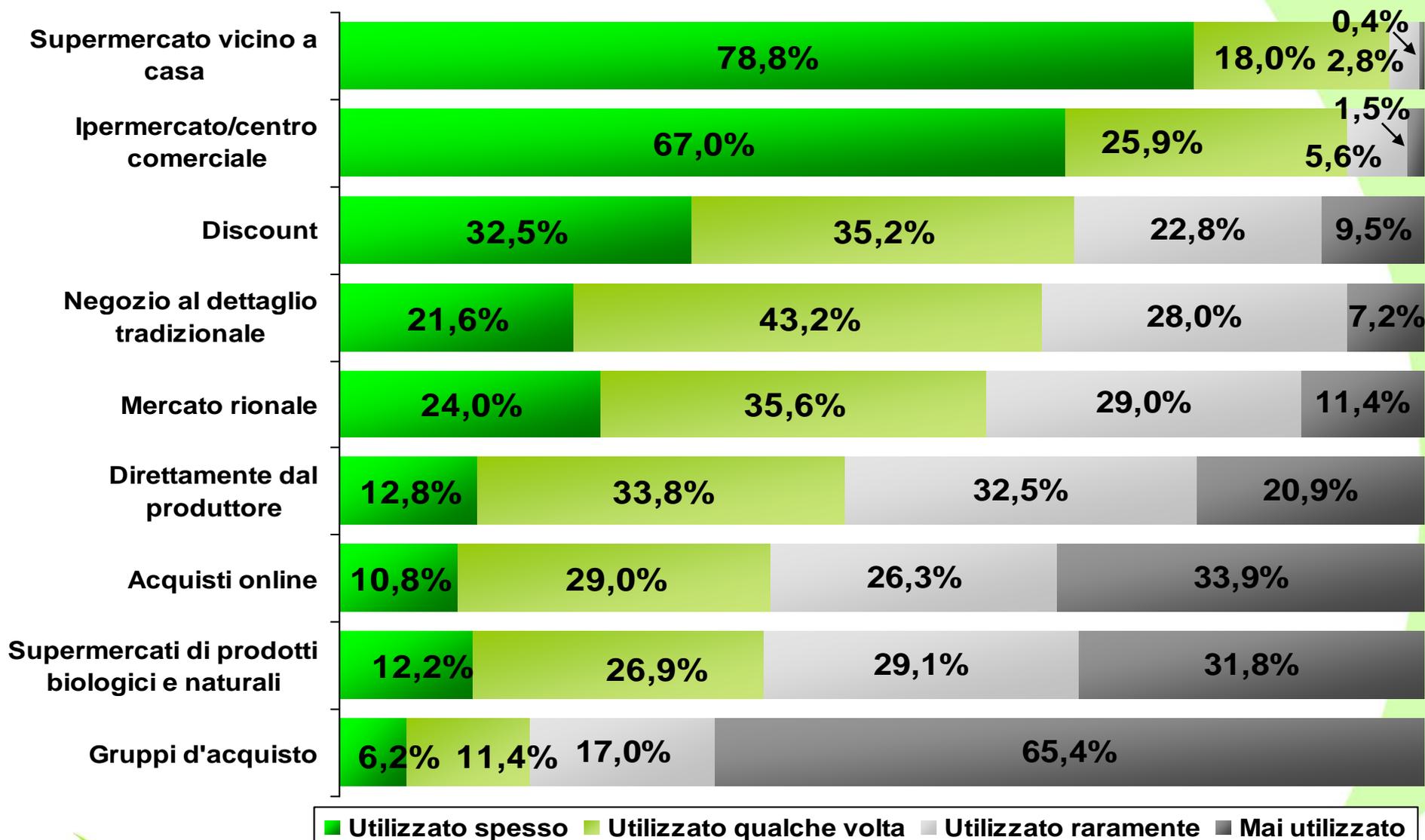
**3. Ricerca scientifica ed agricoltura**

**4. Biocarburanti**

**5. Focus su OGM**

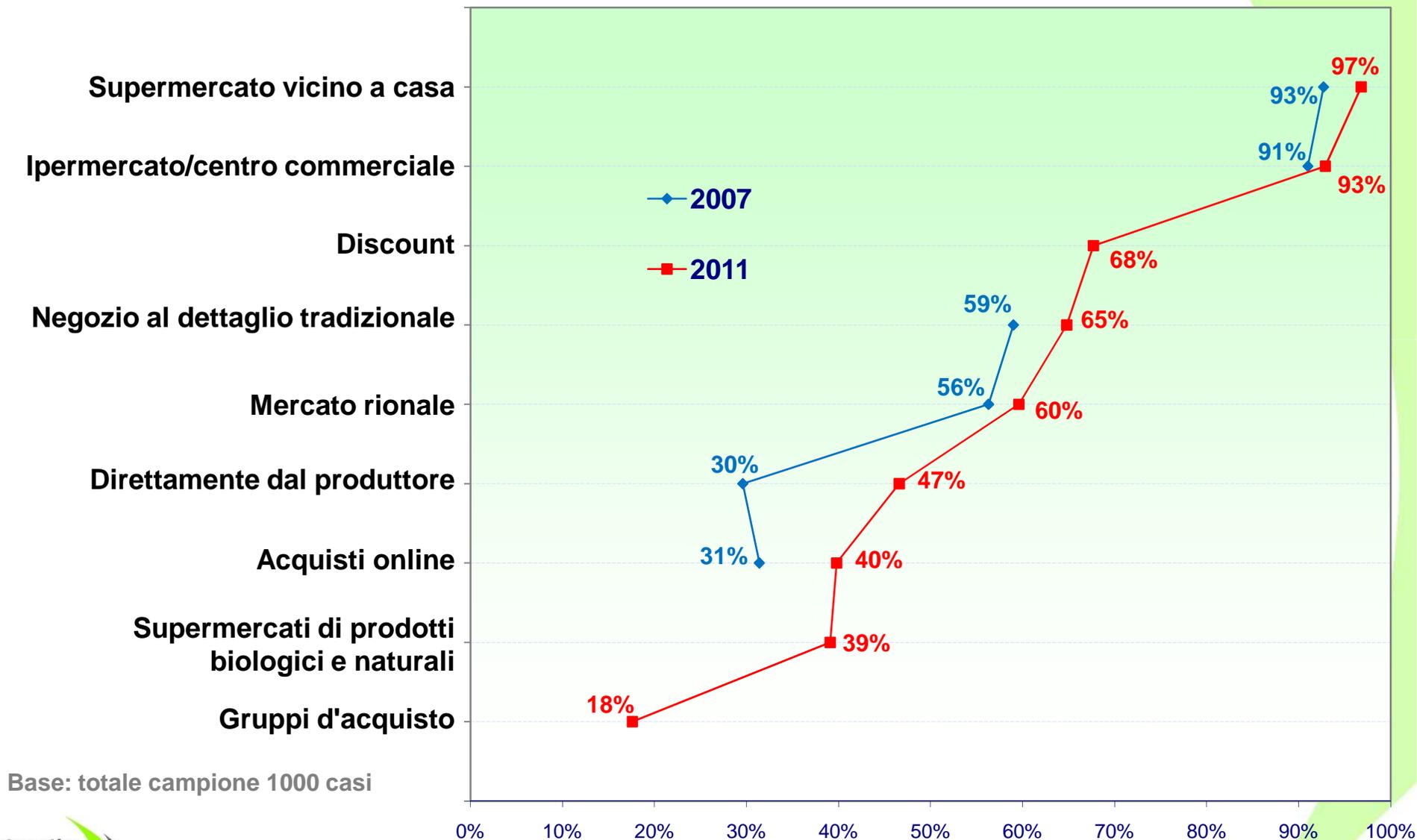
# La grande distribuzione è in assoluto il canale più utilizzato, con super ed ipermercati; poco conosciuti i gruppi d'acquisto

Q100. Leggerà alcune modalità d'acquisto dei prodotti alimentari; mi dovrebbe dire con quale frequenza lo utilizza abitualmente



# Frequenza d'utilizzo canali di distribuzione: top 2 boxes (Utilizzato spesso + utilizzato qualche volta), confronto ricerca 2007

Q100. Leggerà alcune modalità d'acquisto dei prodotti alimentari; mi dovrebbe dire con quale frequenza lo utilizza abitualmente

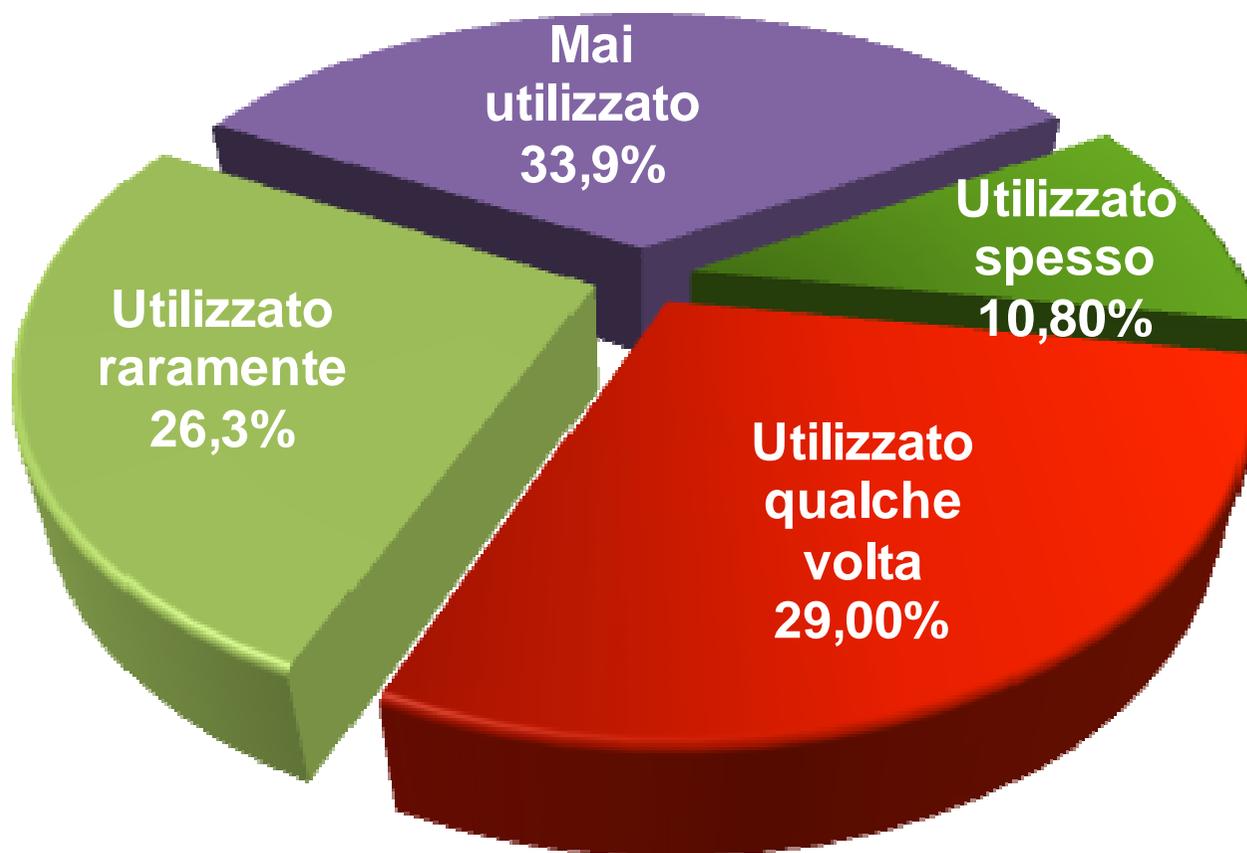


Base: totale campione 1000 casi

Il campione di panelisti è particolarmente avvezzo all'utilizzo di internet per qualsiasi esigenza di casa

Q100. Leggerà alcune modalità d'acquisto dei prodotti alimentari; mi dovrebbe dire con quale frequenza lo utilizza abitualmente

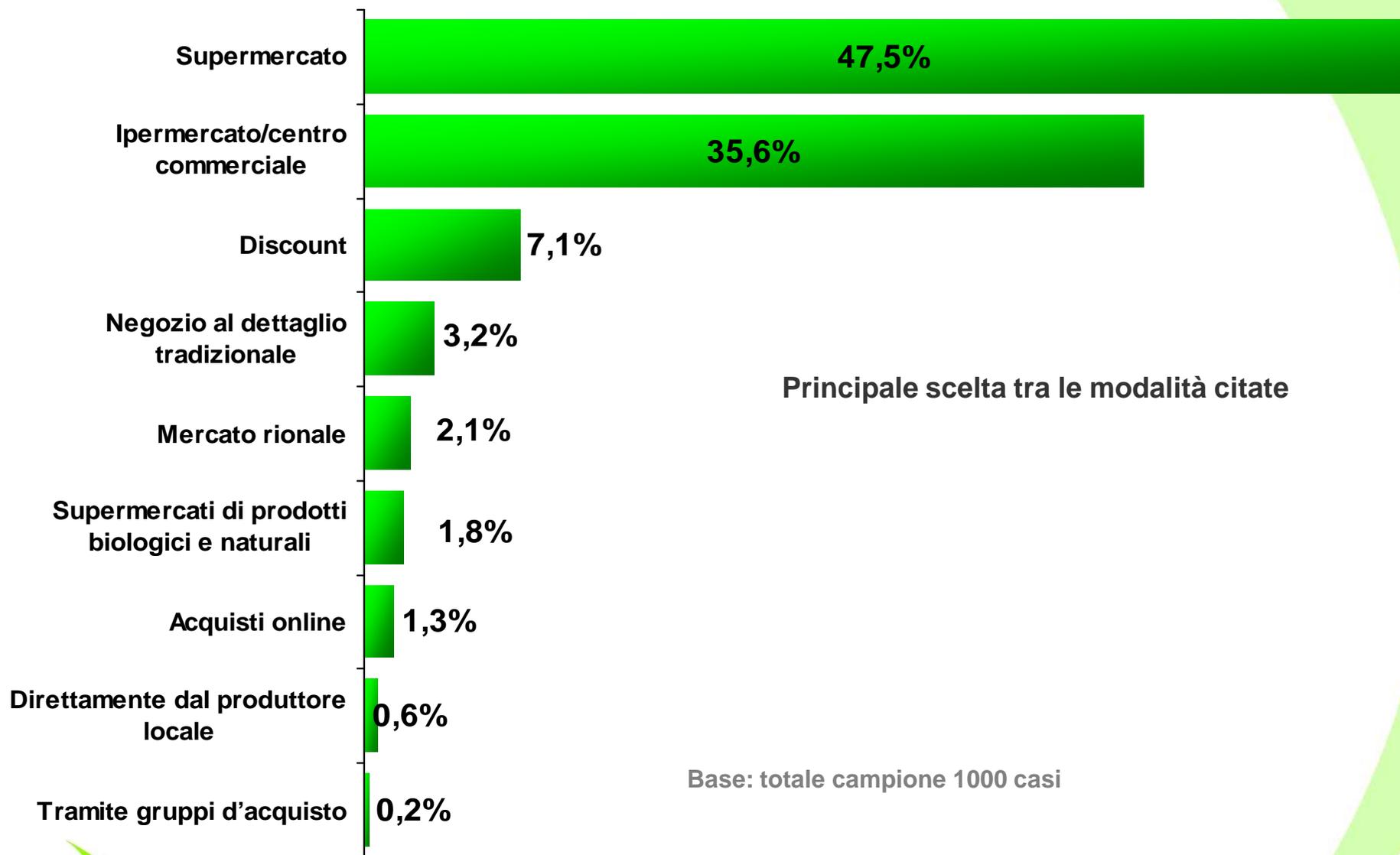
Frequenza di acquisti alimentari *online*



Base: totale campione 1000 casi

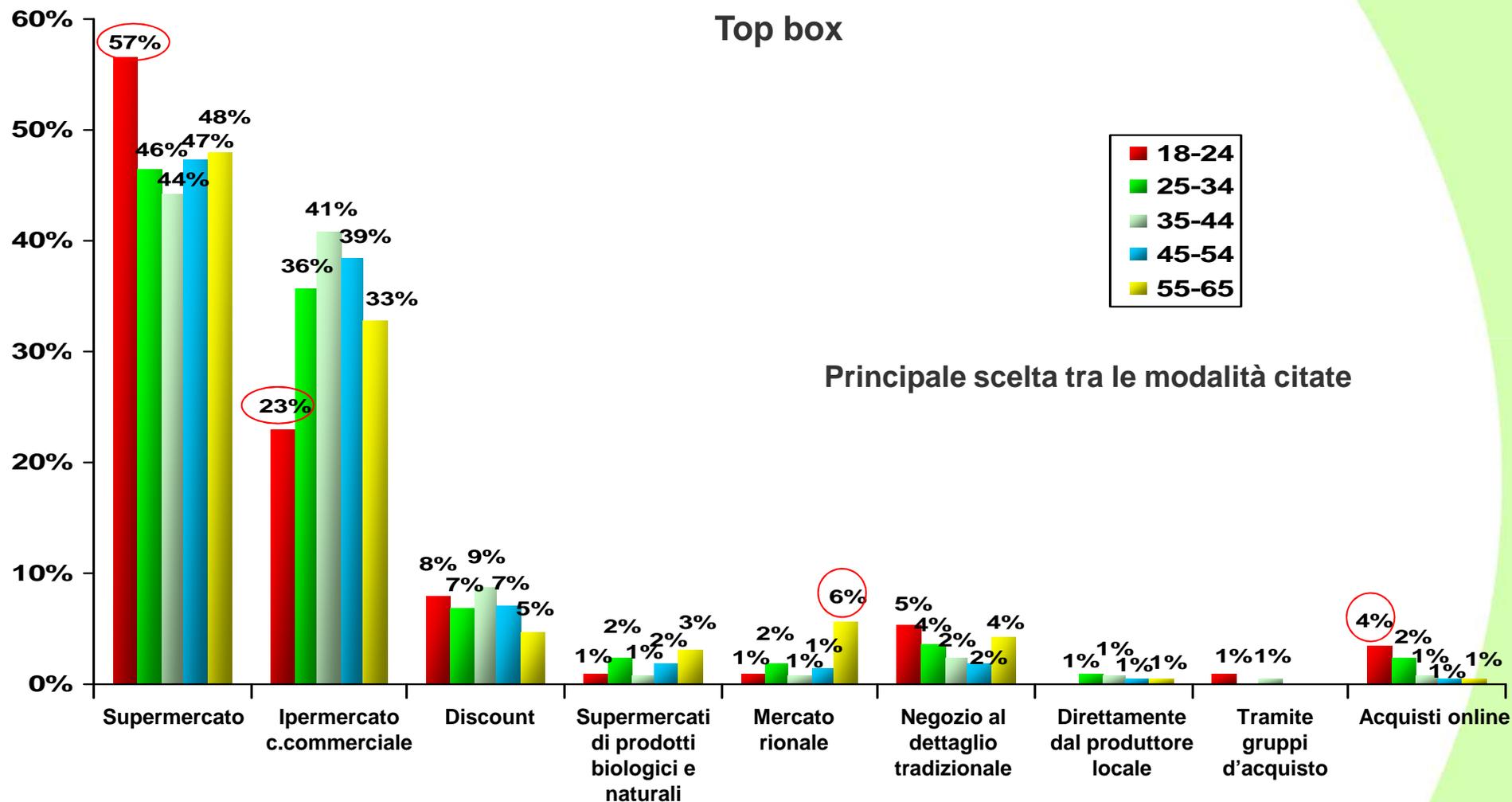
## La principale scelta di canale, tra quelle citate: il supermercato

Q105. Quale modalità d'acquisto dei prodotti alimentari che mi ha detto di utilizzare è per lei la principale?



# I giovani sono più propensi verso i supermercati e l'online, meno verso gli ipermercati; i più adulti privilegiano i mercati rionali

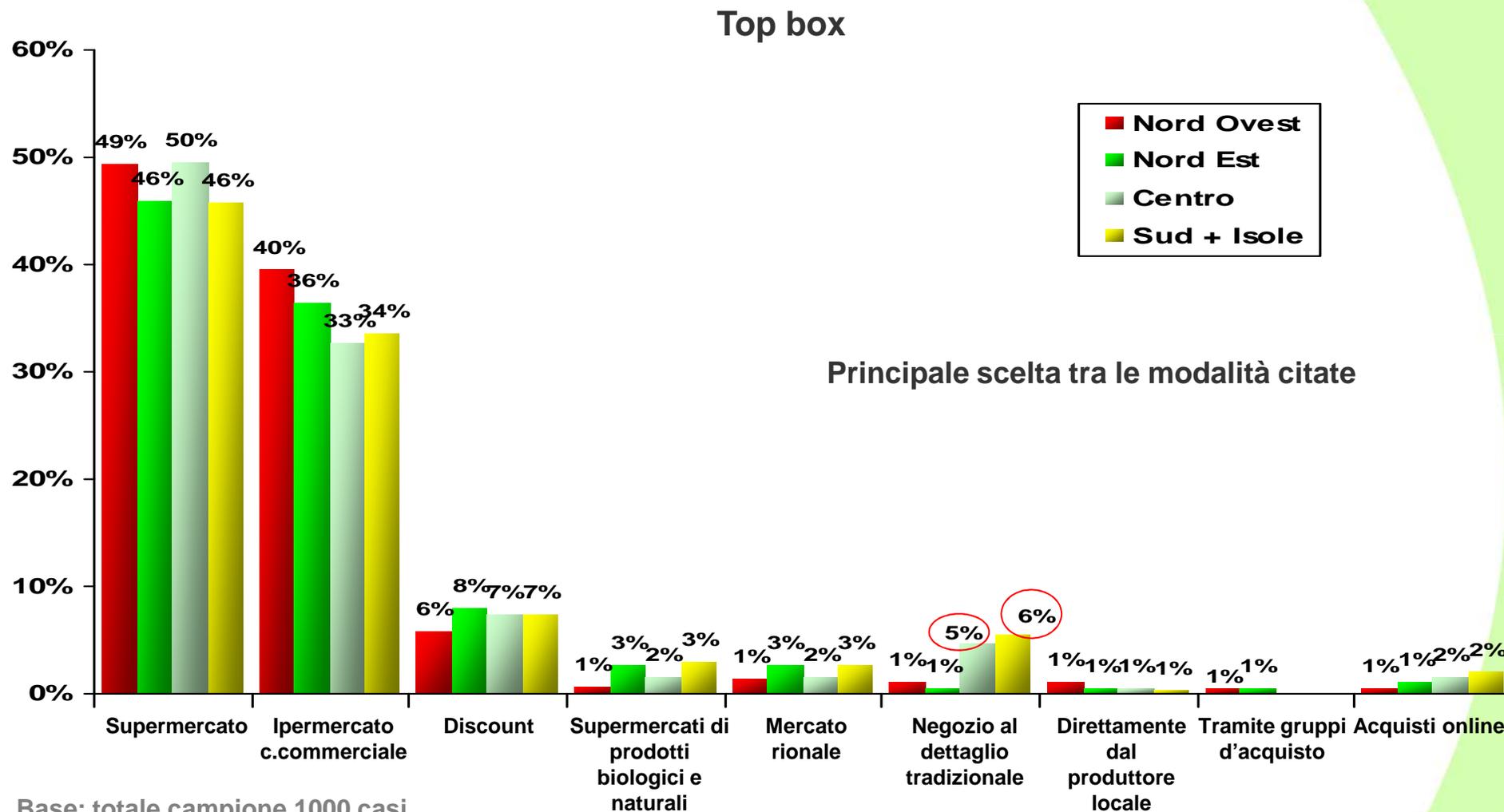
Q105. Quale modalità d'acquisto dei prodotti alimentari che mi ha detto di utilizzare è per lei la principale?



Base: totale campione 1000 casi

# Il Sud + isole e il centro sono più legati al dettaglio tradizionale; il nord ovest si caratterizza per la scelta di super e ipermercati

Q105. Quale modalità d'acquisto dei prodotti alimentari che mi ha detto di utilizzare è per lei la principale?

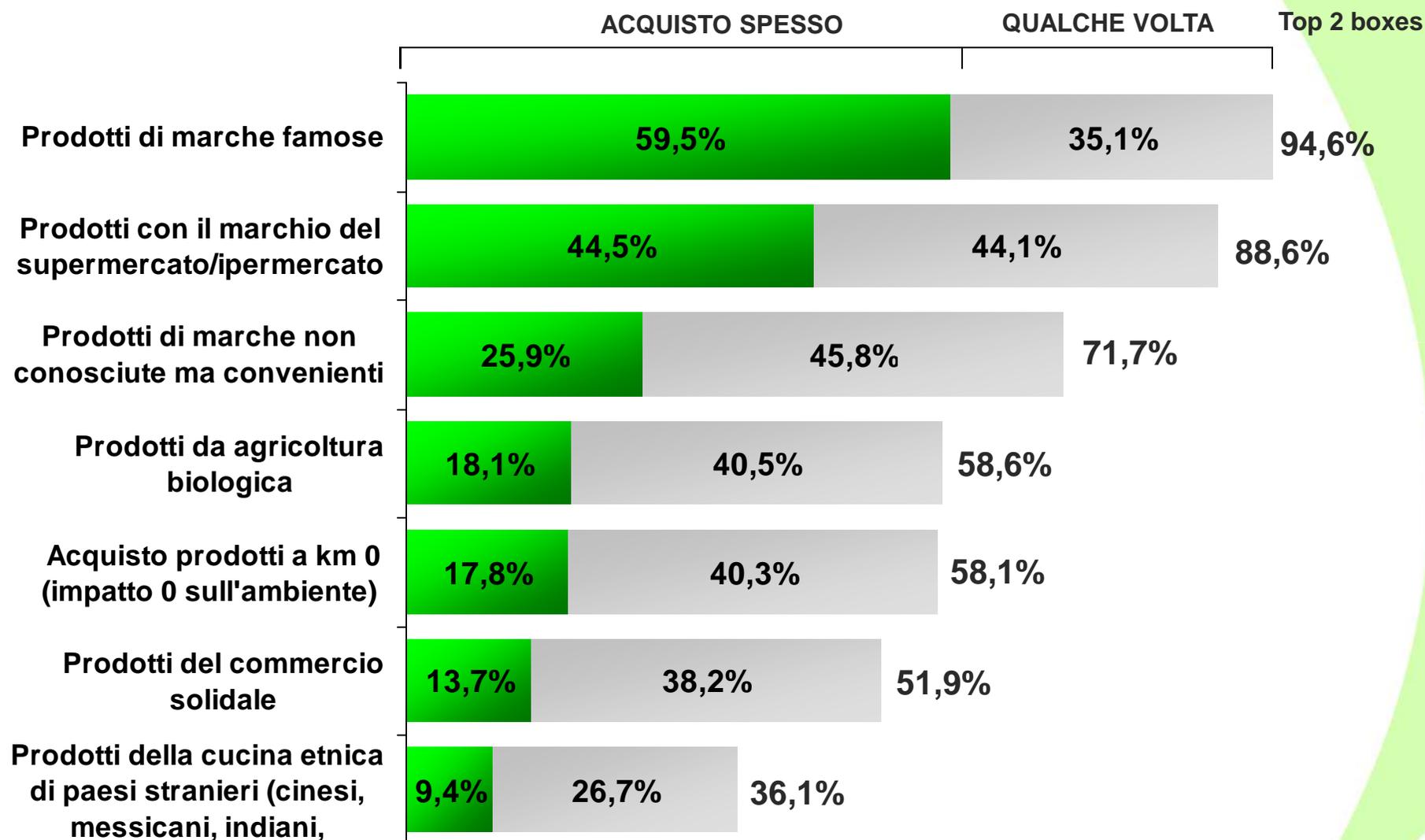


Base: totale campione 1000 casi

  Evidenziate le differenze statisticamente significative

# I prodotti portatori di valori etici e culturali (bio, solidale, etnico) sono acquistati prevalentemente in modo occasionale

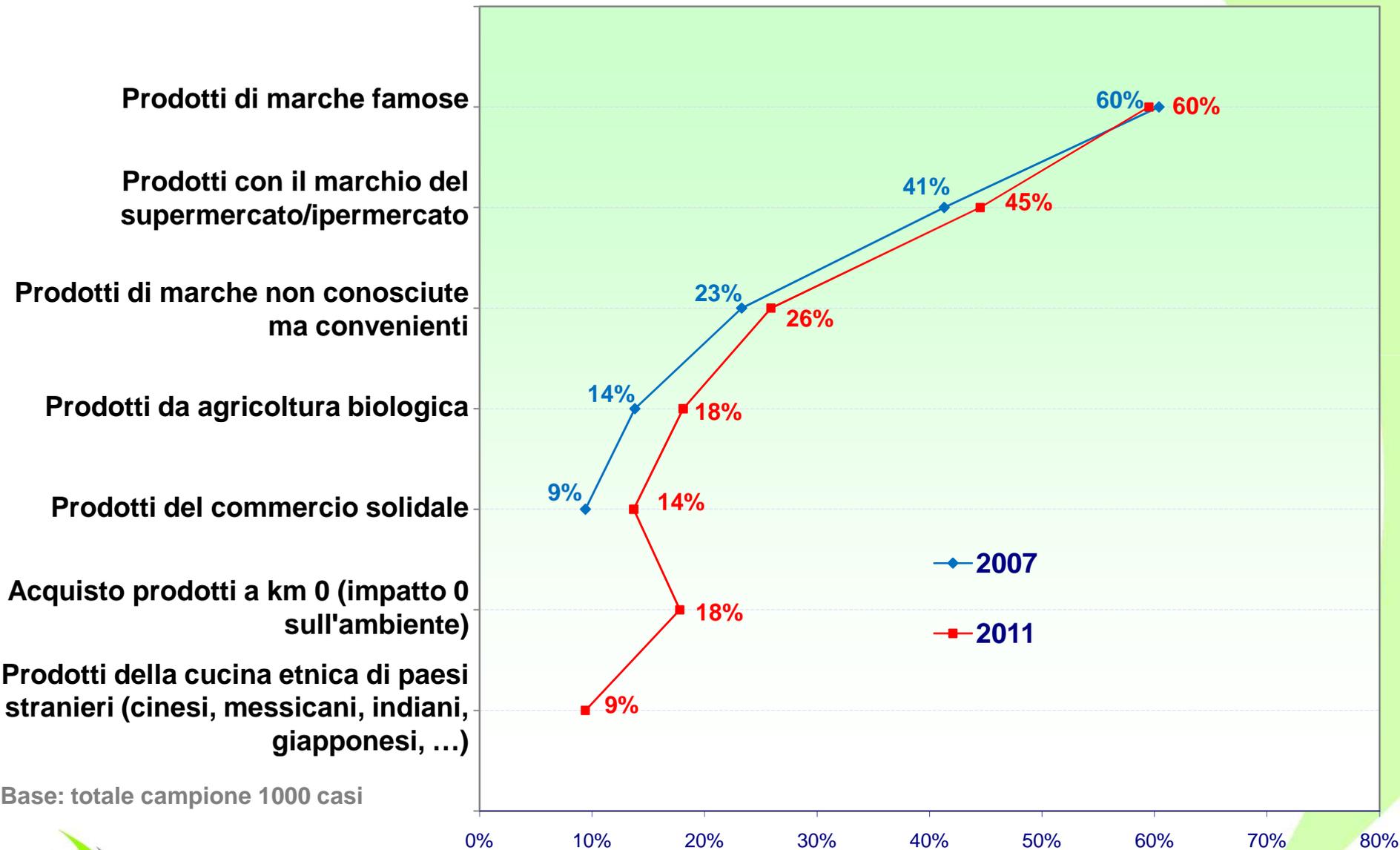
Q115. Con quale frequenza le capita di acquistare i seguenti prodotti alimentari



Base: totale campione 1000 casi

# Frequenza d'acquisto prodotti alimentari: top box (Acquistato spesso), confronto ricerca 2007

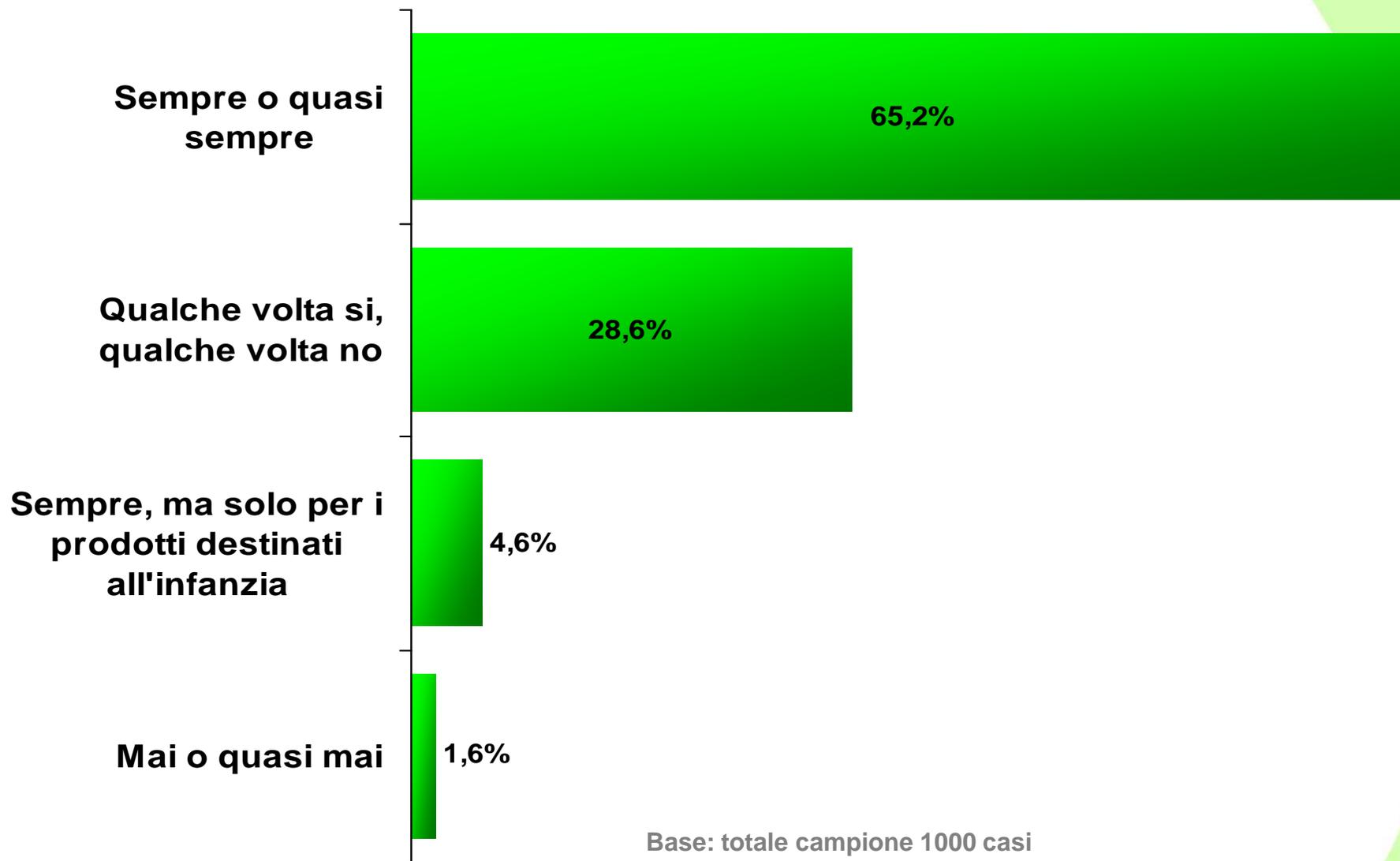
Q115. Con quale frequenza le capita di acquistare i seguenti prodotti alimentari



Base: totale campione 1000 casi

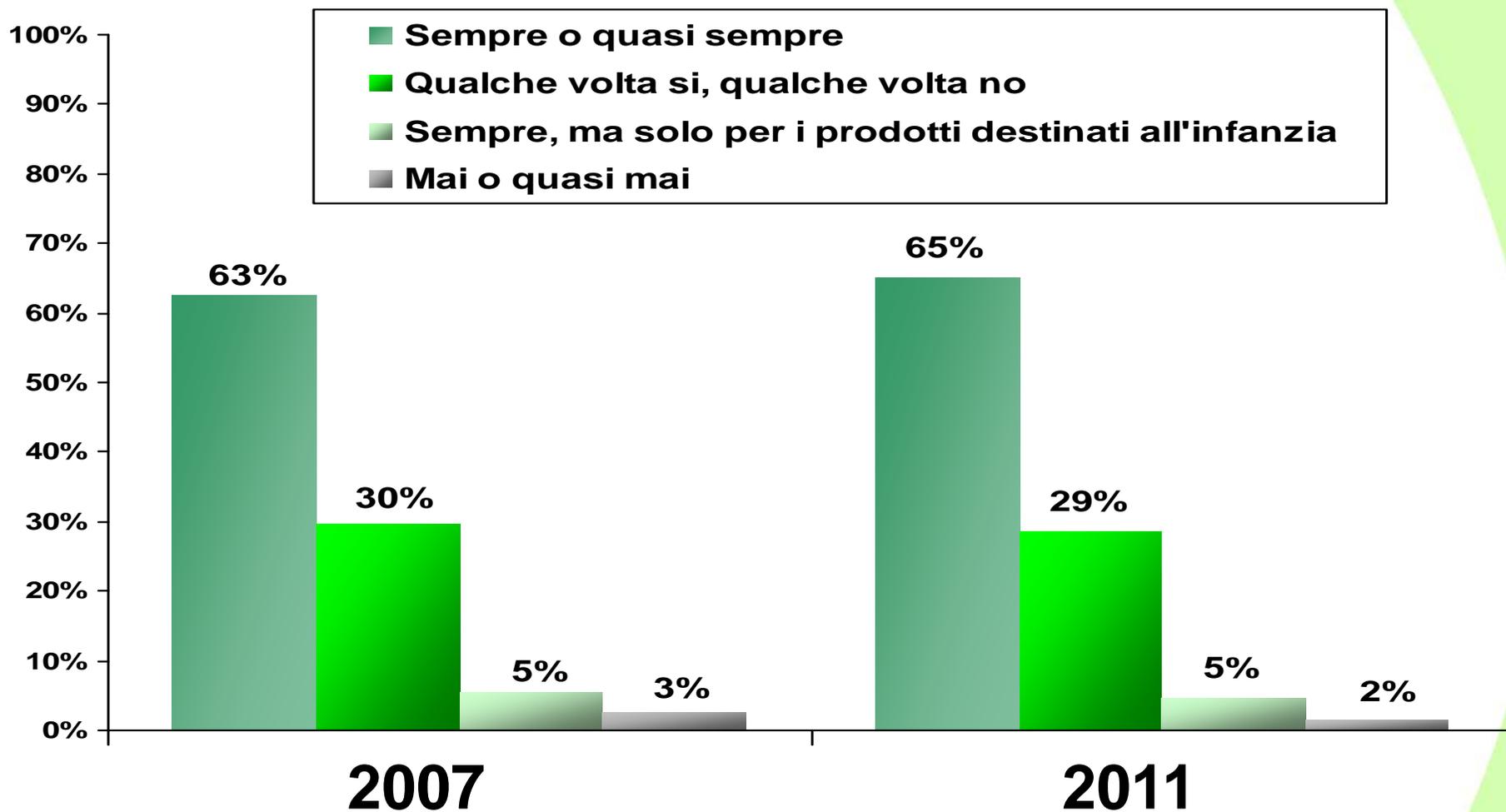
## La maggioranza dichiara di prestare attenzione alle etichette poste sugli alimenti

Q110. Lei legge le etichette dei prodotti alimentari?



# Etichette sugli alimenti: confronto ricerca 2007

Q110. Lei legge le etichette dei prodotti alimentari?



**1. Il profilo del campione**

**2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**

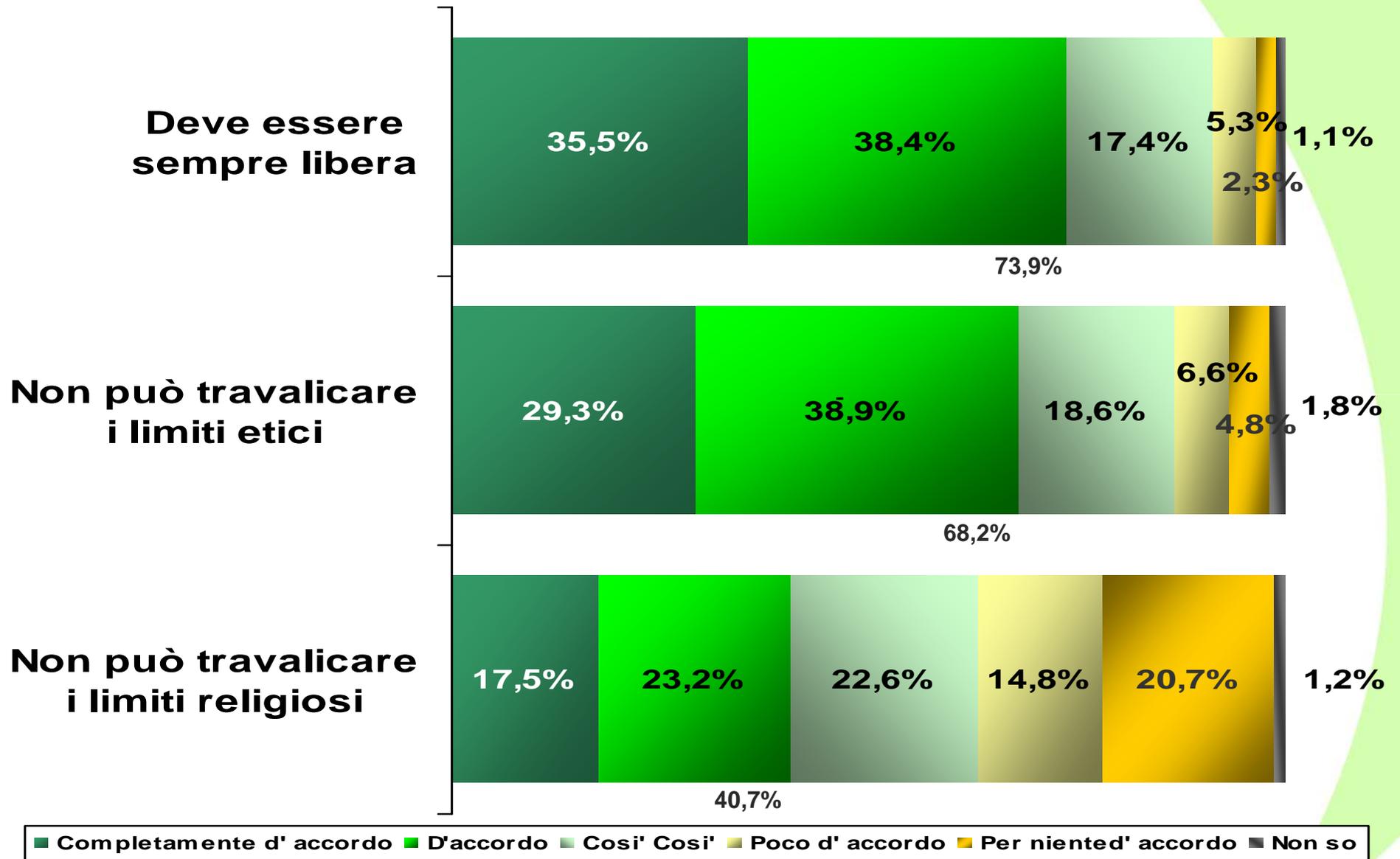
**3. Ricerca scientifica ed agricoltura**

**4. Biocarburanti**

**5. Focus su OGM**

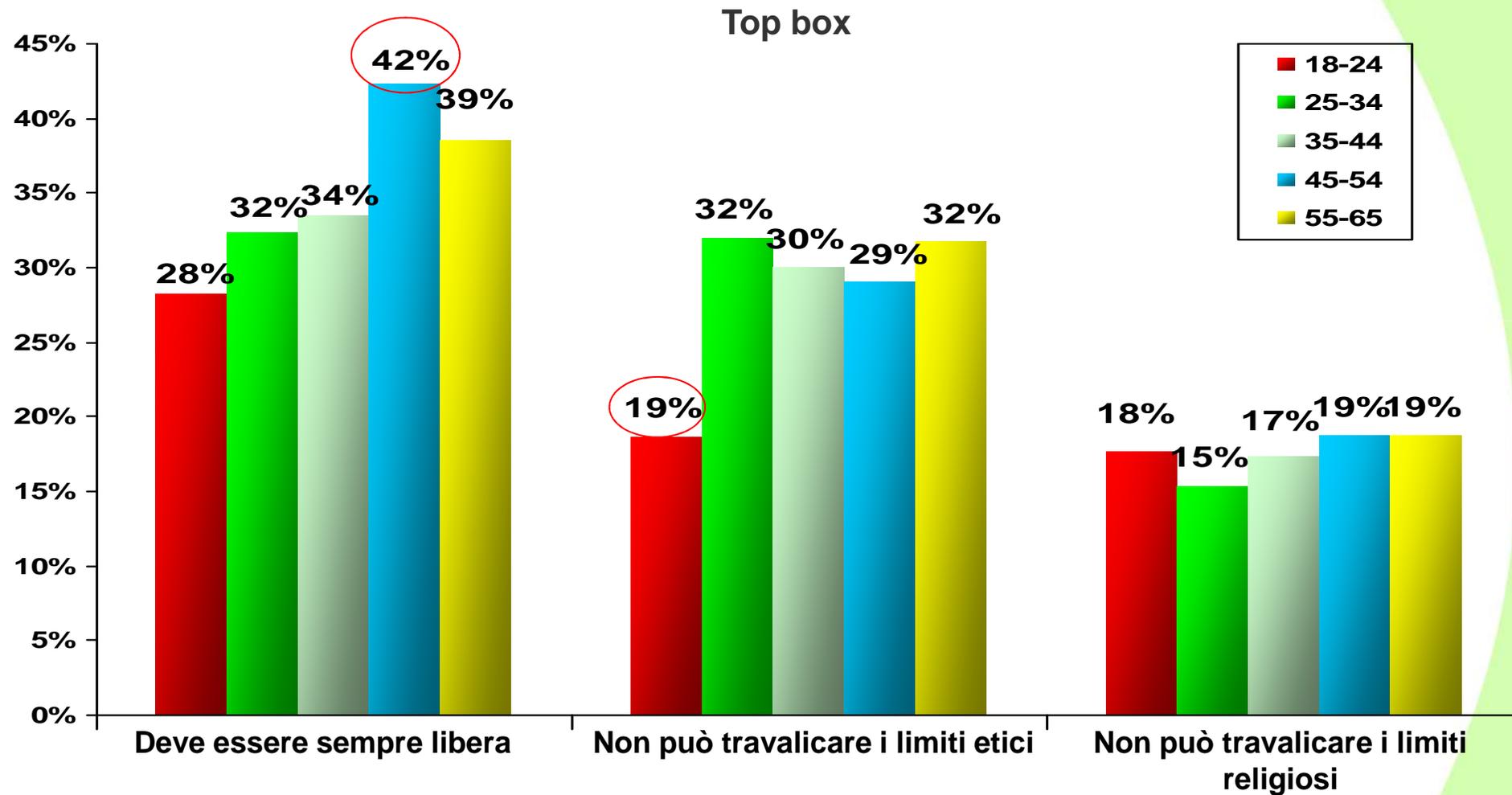
# Limiti e libertà nella ricerca scientifica

Q200. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni relative alla Ricerca scientifica ?



# I giovani sembrano dare meno valore all'etica nel campo della ricerca scientifica; tra i più adulti cresce l'affermazione di una ricerca libera

Q200. Top box per età: quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni ? (Top box: completamente d'accordo)

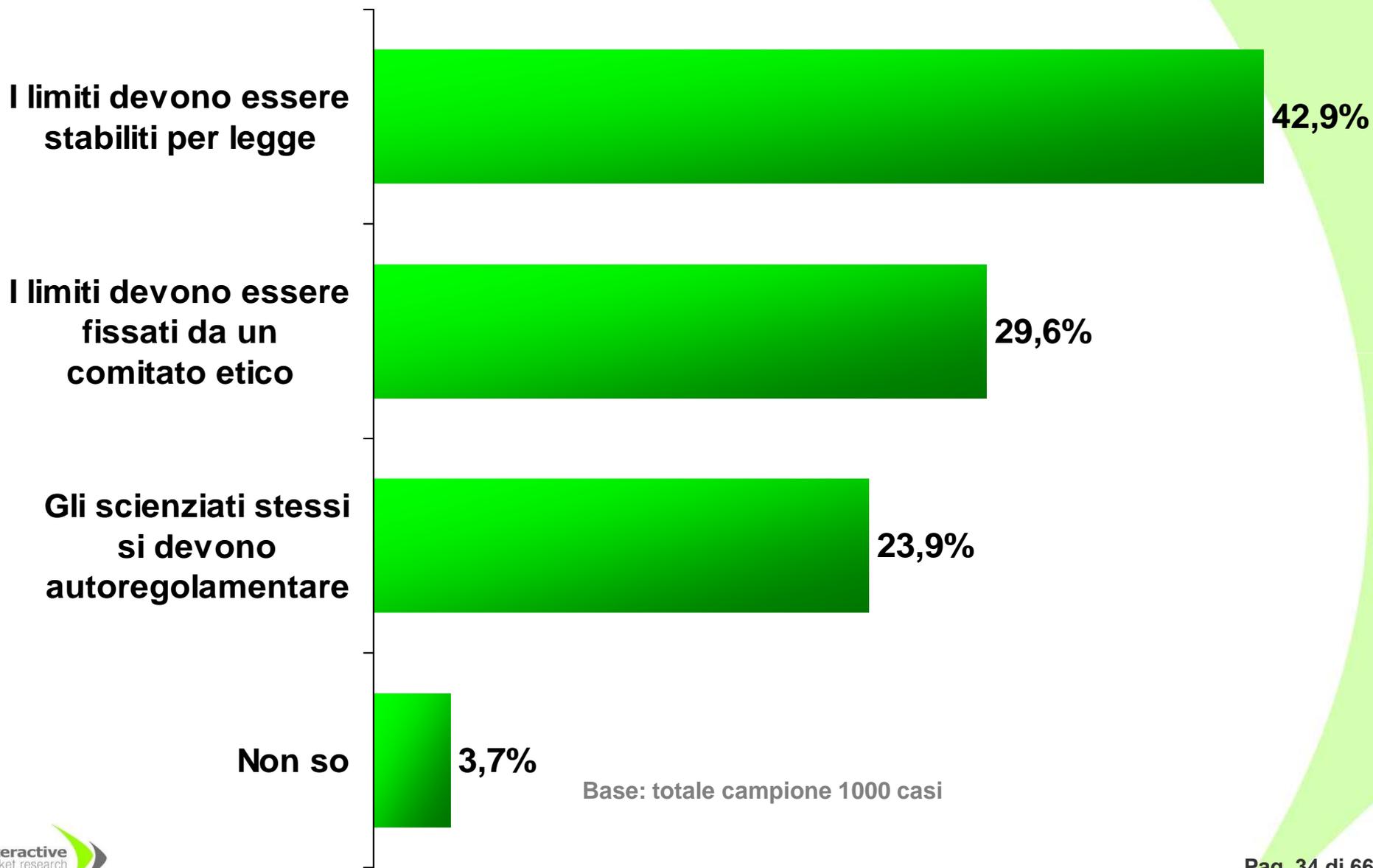


Base: totale campione 1000 casi

Evidenziate le differenze statisticamente significative

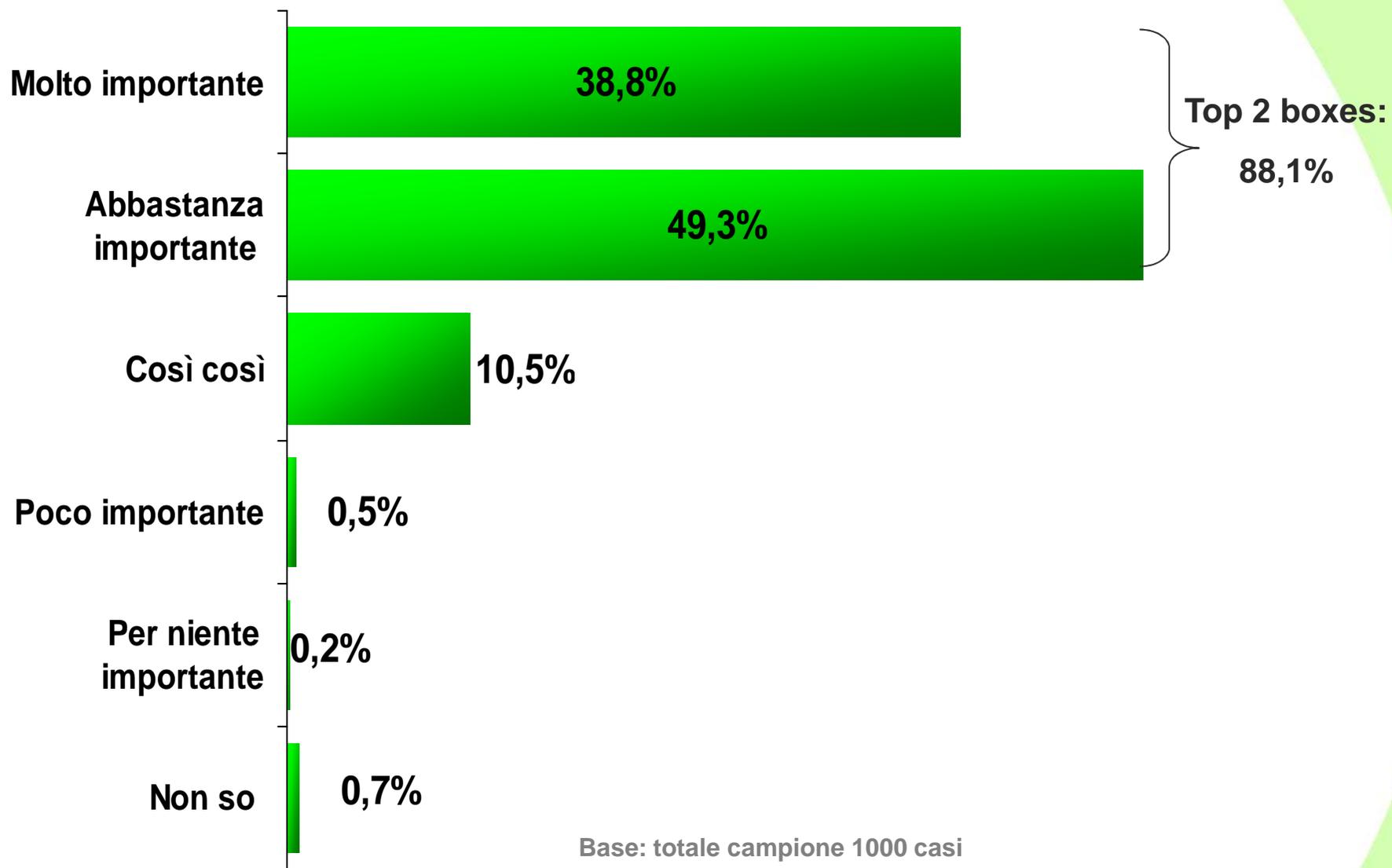
# I confini della ricerca scientifica devono essere regolati dalla legge

Q205. Chi deve fissare questi limiti?



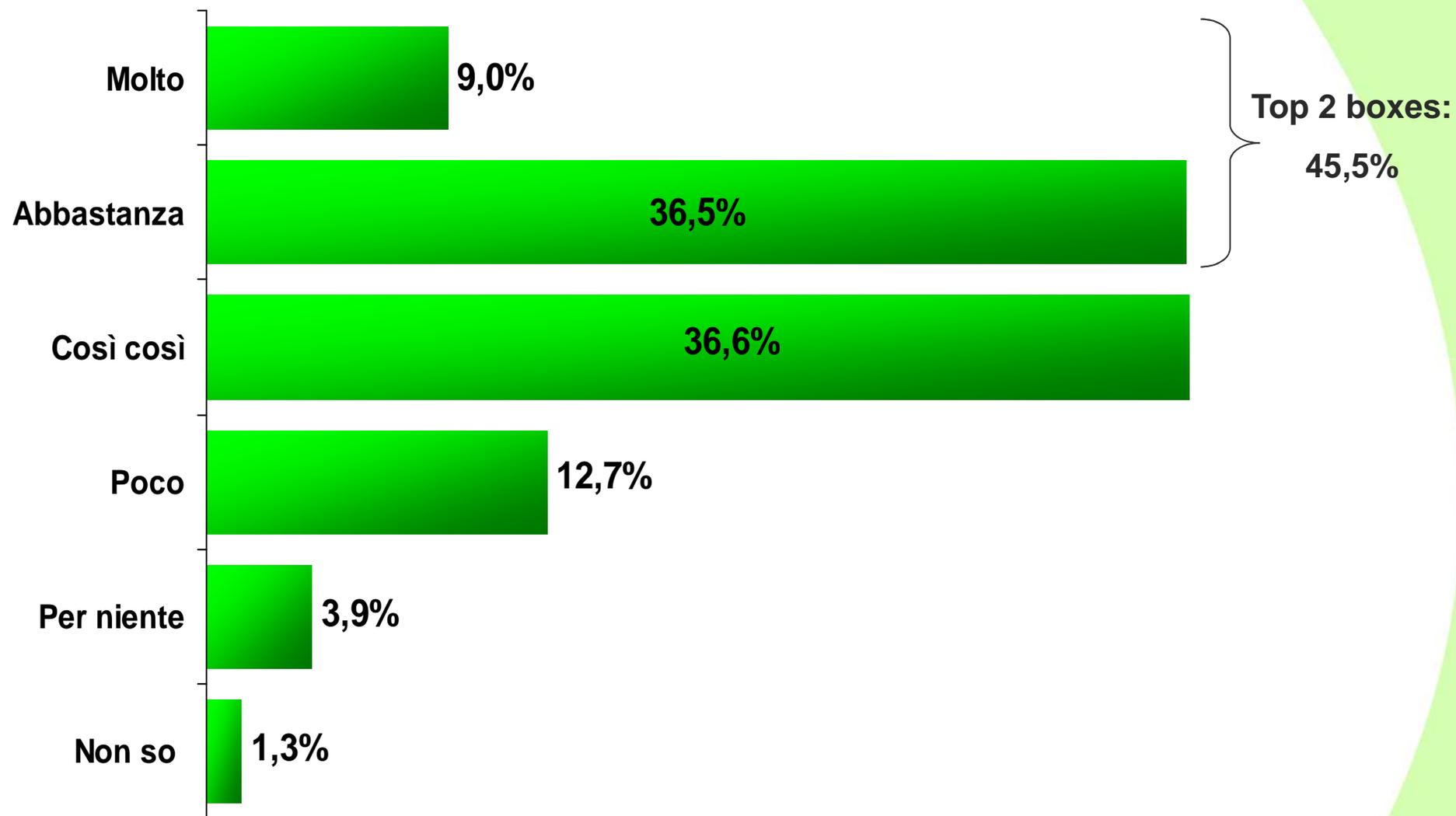
## L'importanza di tenersi informati sui risultati delle ricerche scientifiche nei vari settori

Q206. Quanto è importante per lei informarsi sui risultati raggiunti dalla ricerca scientifica nei diversi settori?



## Efficienza e trasparenza nella comunicazione dei risultati da parte della comunità scientifica

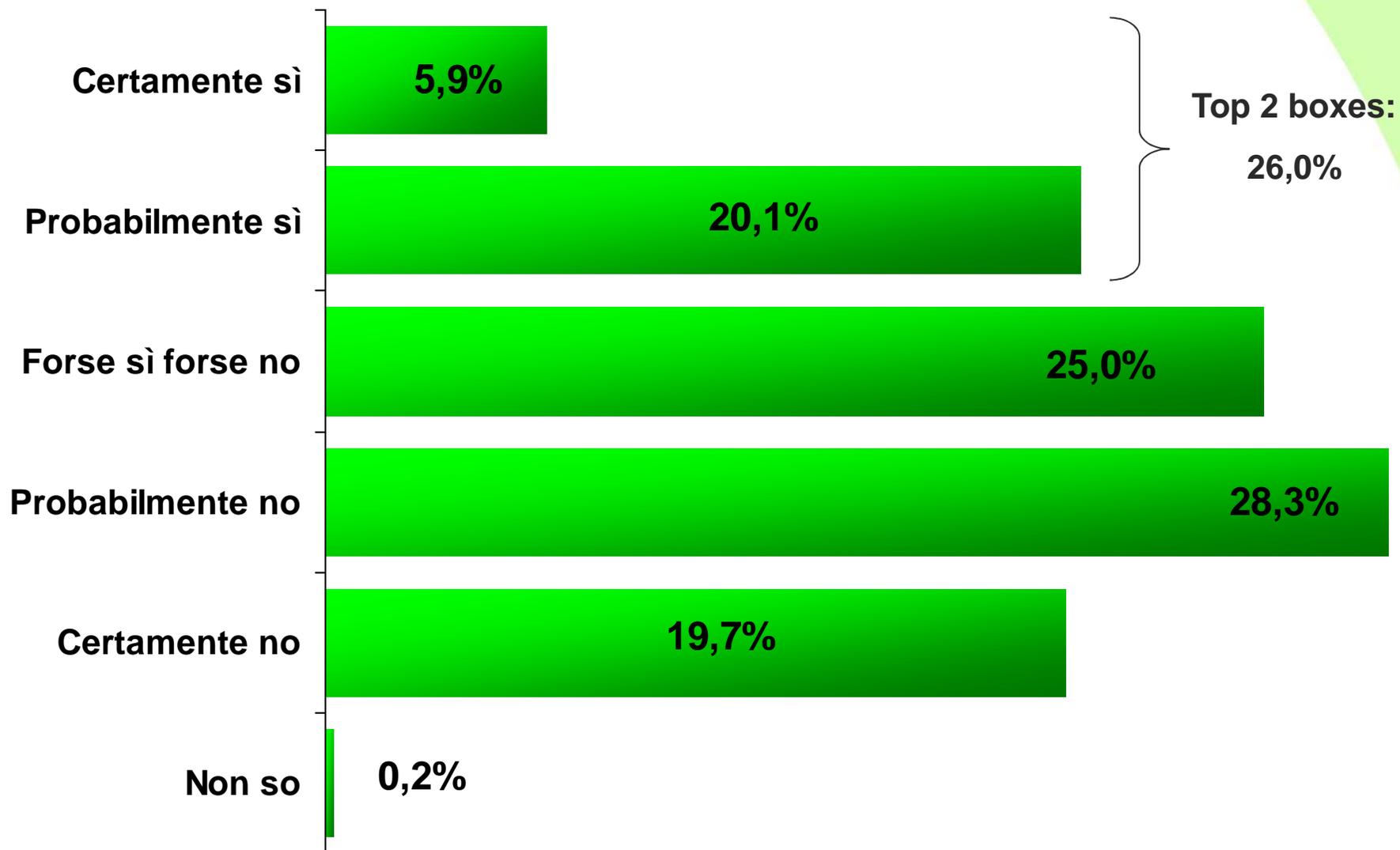
Q207. A suo parere la scienza e gli scienziati sono capaci di comunicare le ricerche che stanno sviluppando e i risultati ottenuti in modo chiaro ed efficace?



Base: totale campione 1000 casi

## Spazio per la comunicazione scientifica sui principali mezzi di comunicazione di massa (TV, giornali, radio, ecc.)

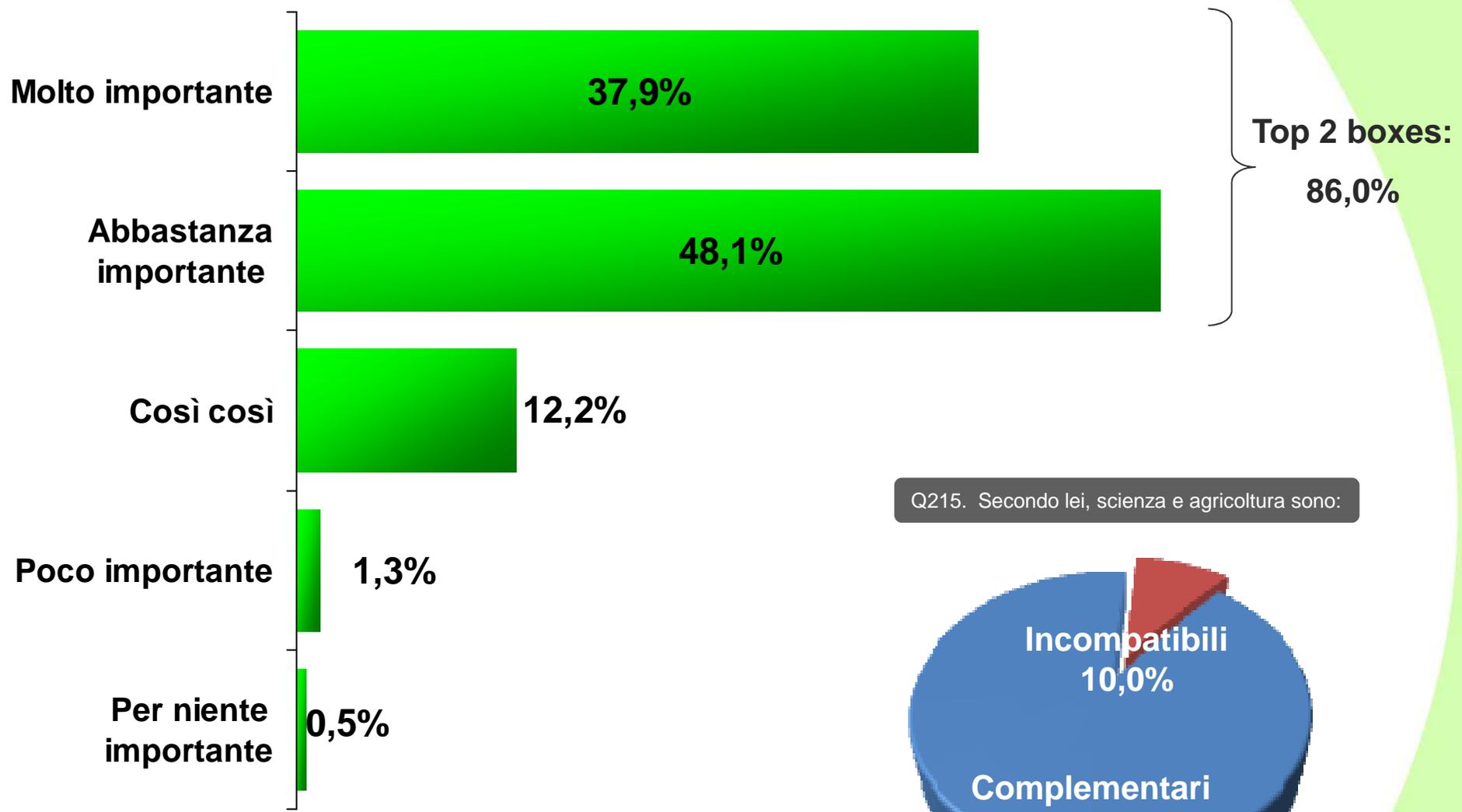
Q208. Lo spazio che i mezzi di comunicazione di massa assegnano all'informazione sulle ricerche scientifiche e sui risultati ottenuti è sufficiente?



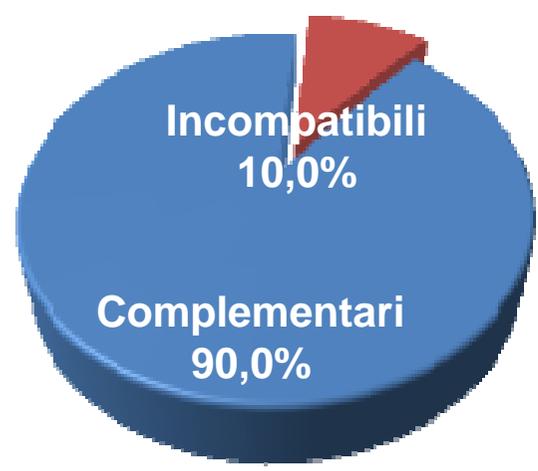
Base: totale campione 1000 casi

# La ricerca scientifica per l'agricoltura assume molta rilevanza e i due concetti sono complementari

Q210. Parliamo nello specifico di scienza e agricoltura. Secondo lei, quanto è importante la ricerca scientifica per l'agricoltura?



Q215. Secondo lei, scienza e agricoltura sono:



- 1. Il profilo del campione**
- 2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**
- 3. Ricerca scientifica ed agricoltura**
- 4. Biocarburanti**
- 5. Focus su OGM**

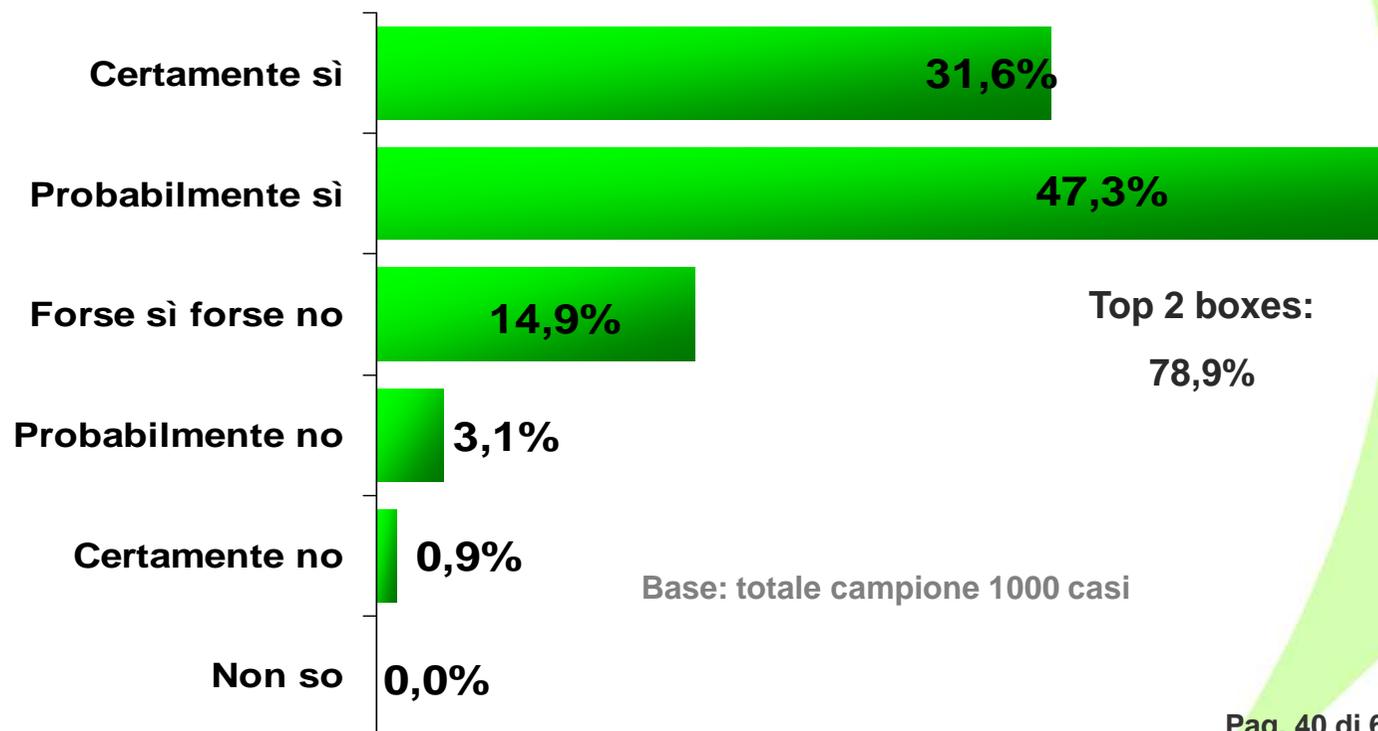
# Conoscenza e pareri sulla ricerca di biocarburanti (diesel o etanolo per autotrazione)

Q300. Lei sa cosa sono i biocarburanti, come il biodiesel o l'etanolo per autotrazione?



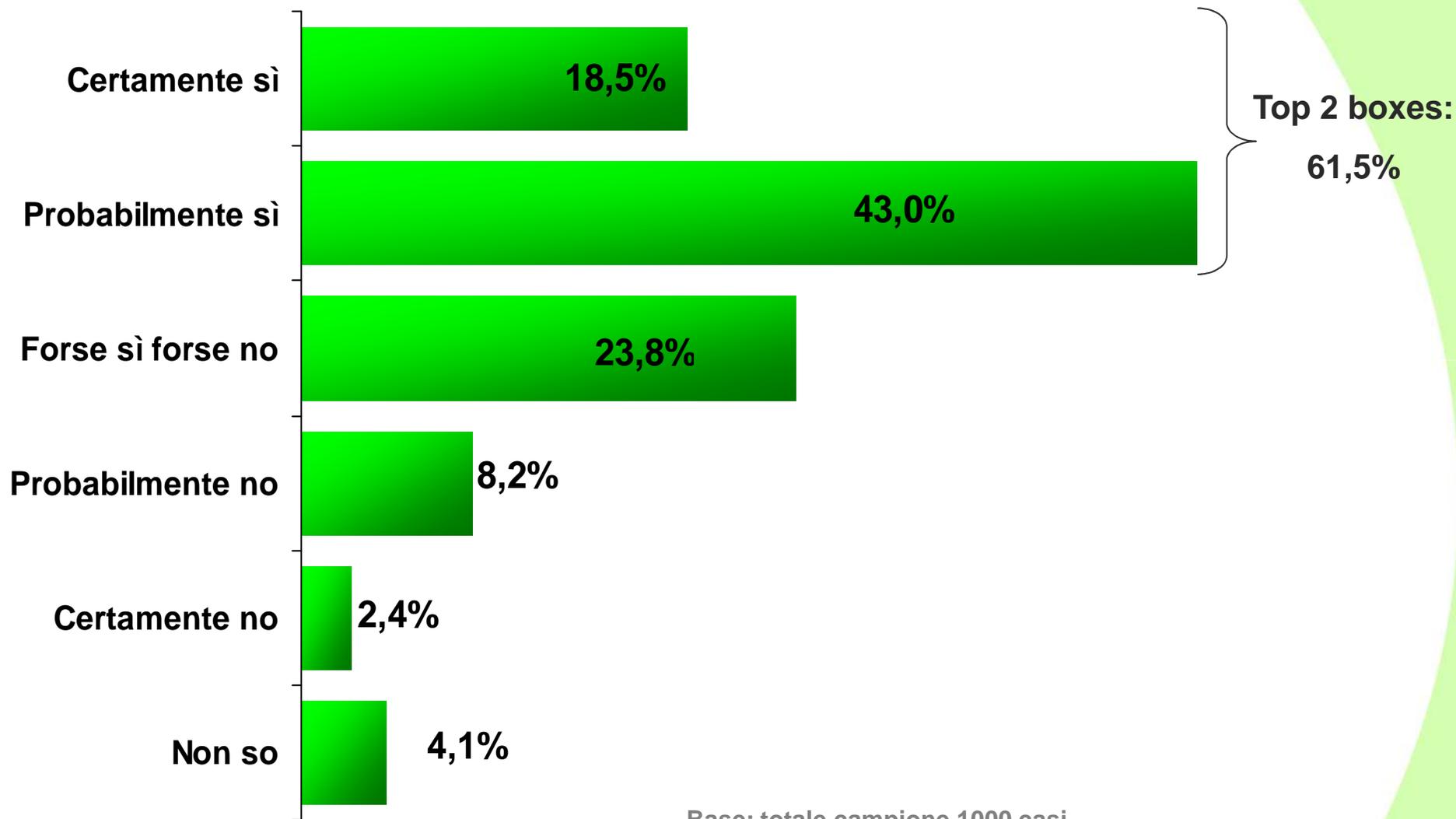
Il 78,3% del campione conosce i biocarburanti

Q310. A suo parere, la ricerca sui biocarburanti andrebbe incoraggiata?



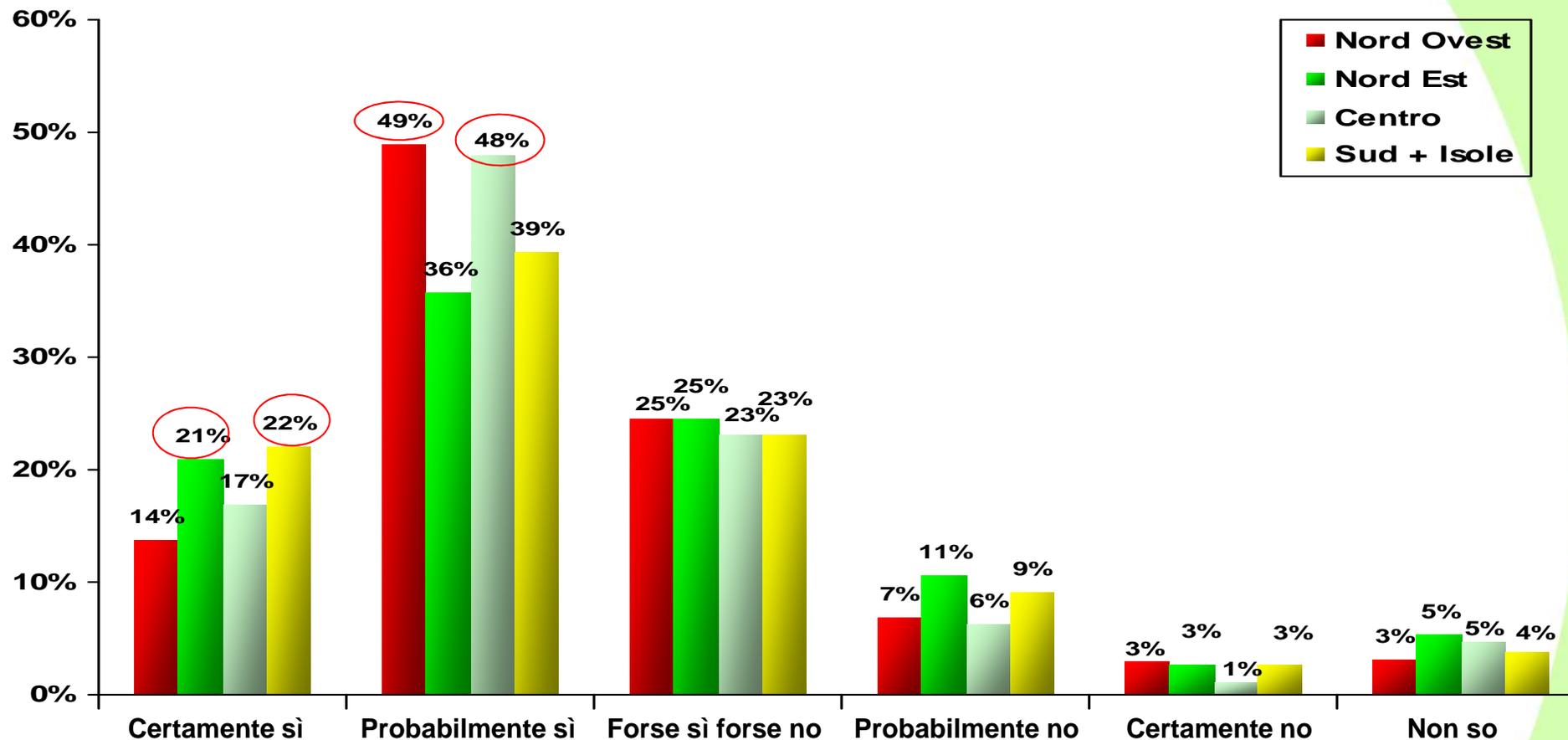
## Propensione all'investimento per un incremento immediato nell'utilizzo di biocarburanti

Q311. Lei sarebbe favorevole ad investire per un incremento immediato nell'utilizzo dei biocarburanti?



Il nord est ed il sud con le isole sembrano i più propensi all'investimento per un incremento immediato di biocarburanti; positivi, in ogni caso, anche nord ovest e centro

Q311. Lei sarebbe favorevole ad investire per un incremento immediato nell'utilizzo dei biocarburanti?

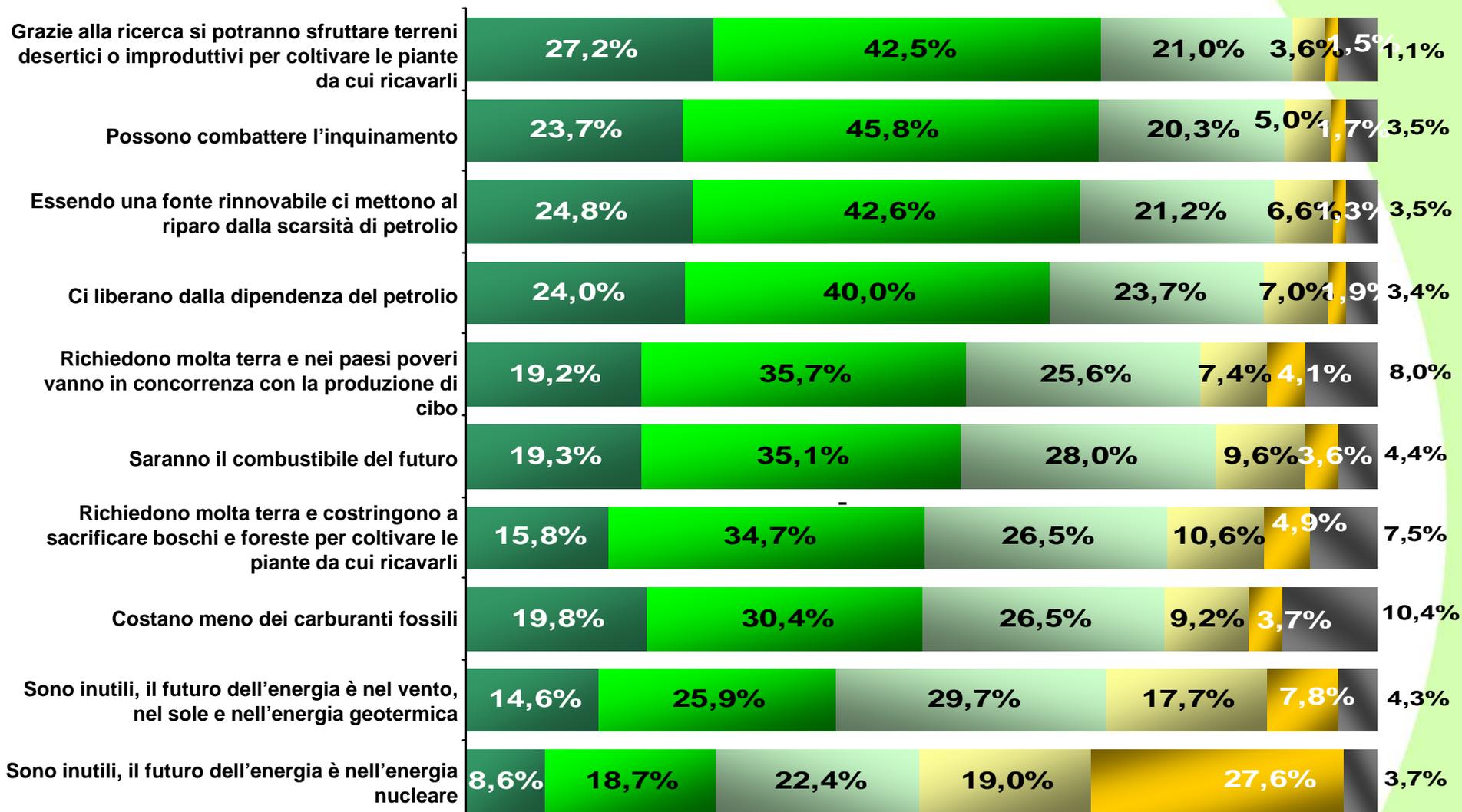


Base: totale campione 1000 casi

Evidenziate le differenze statisticamente significative

# In molti credono che possano combattere l'inquinamento e che si potranno sviluppare grazie all'uso di deserti o terreni improduttivi

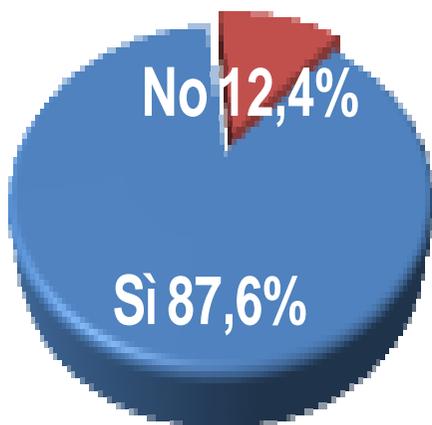
Q305. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni relative ai Biocarburanti ?



- 1. Il profilo del campione**
- 2. Le abitudini di acquisto di prodotti alimentari**
- 3. Ricerca scientifica ed agricoltura**
- 4. Biocarburanti**
- 5. Focus su OGM**

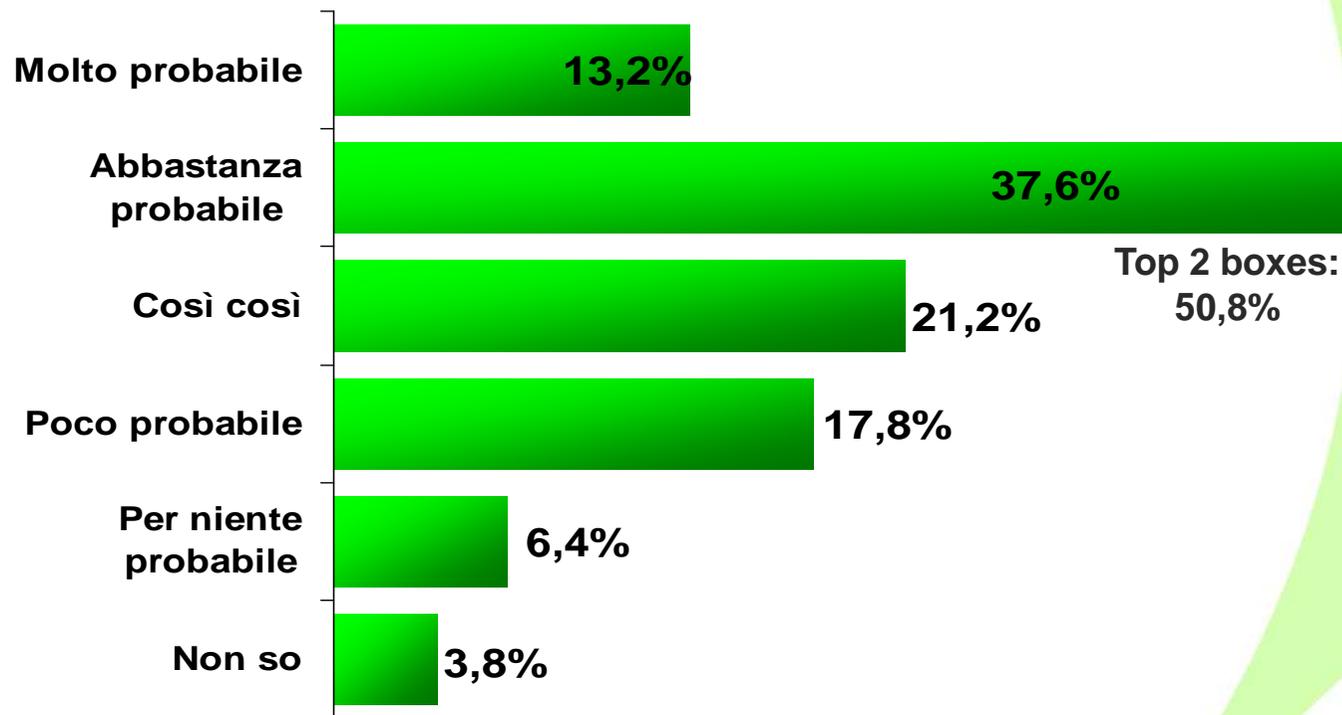
# Conoscenza delle piante OGM, propensione all'acquisto in un supermercato di generi alimentari contenenti OGM

Q400. Lei sa che cosa sono le piante Ogm?



L' 87,6% del campione conosce le piante OGM

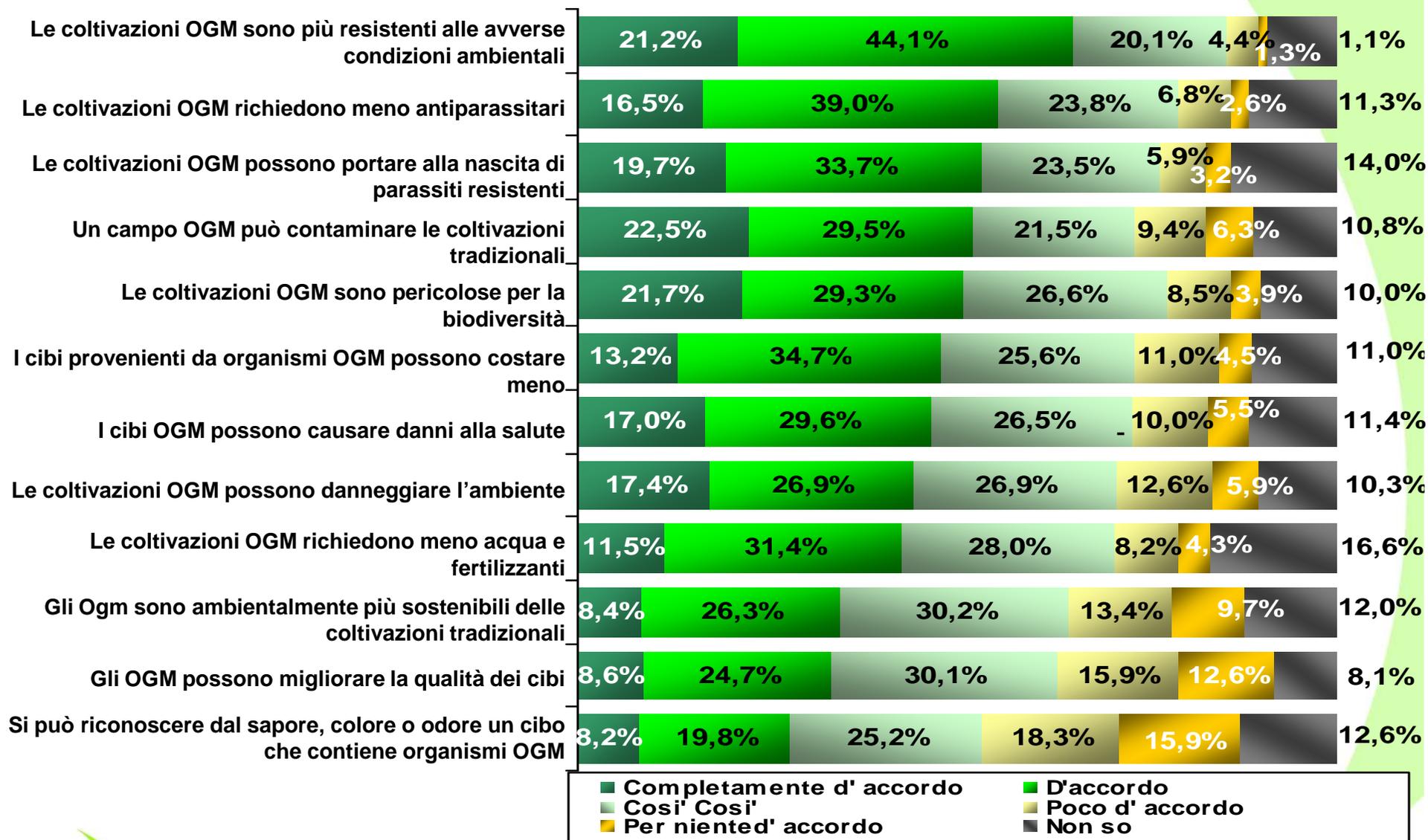
Q406. Quanto è probabile che facendo la spesa compri degli alimenti che contengono OGM?



Base: totale campione 1000 casi

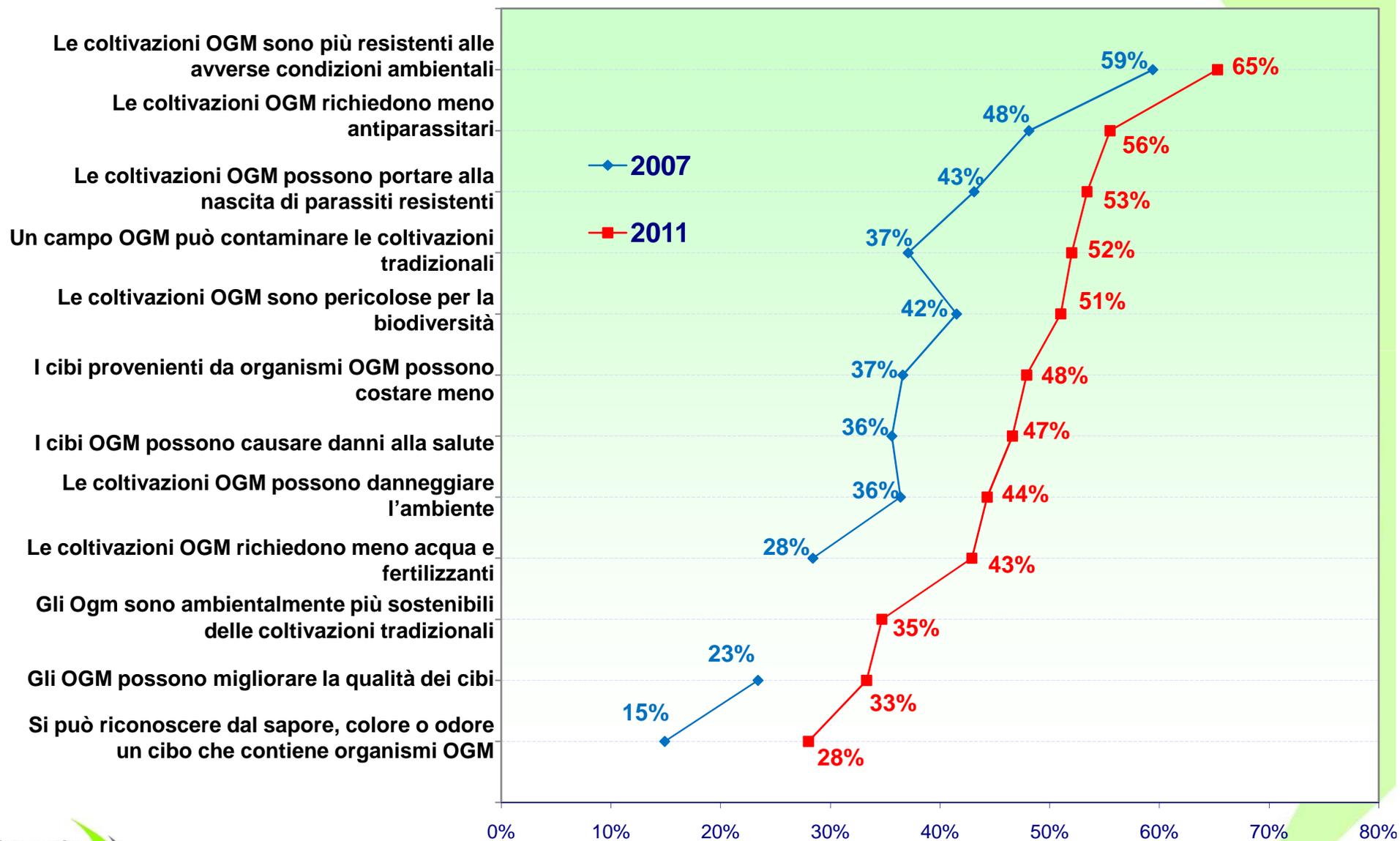
## Atteggiamento ambivalente verso gli OGM: utili ma anche rischiosi

Q405. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni relative agli OGM?



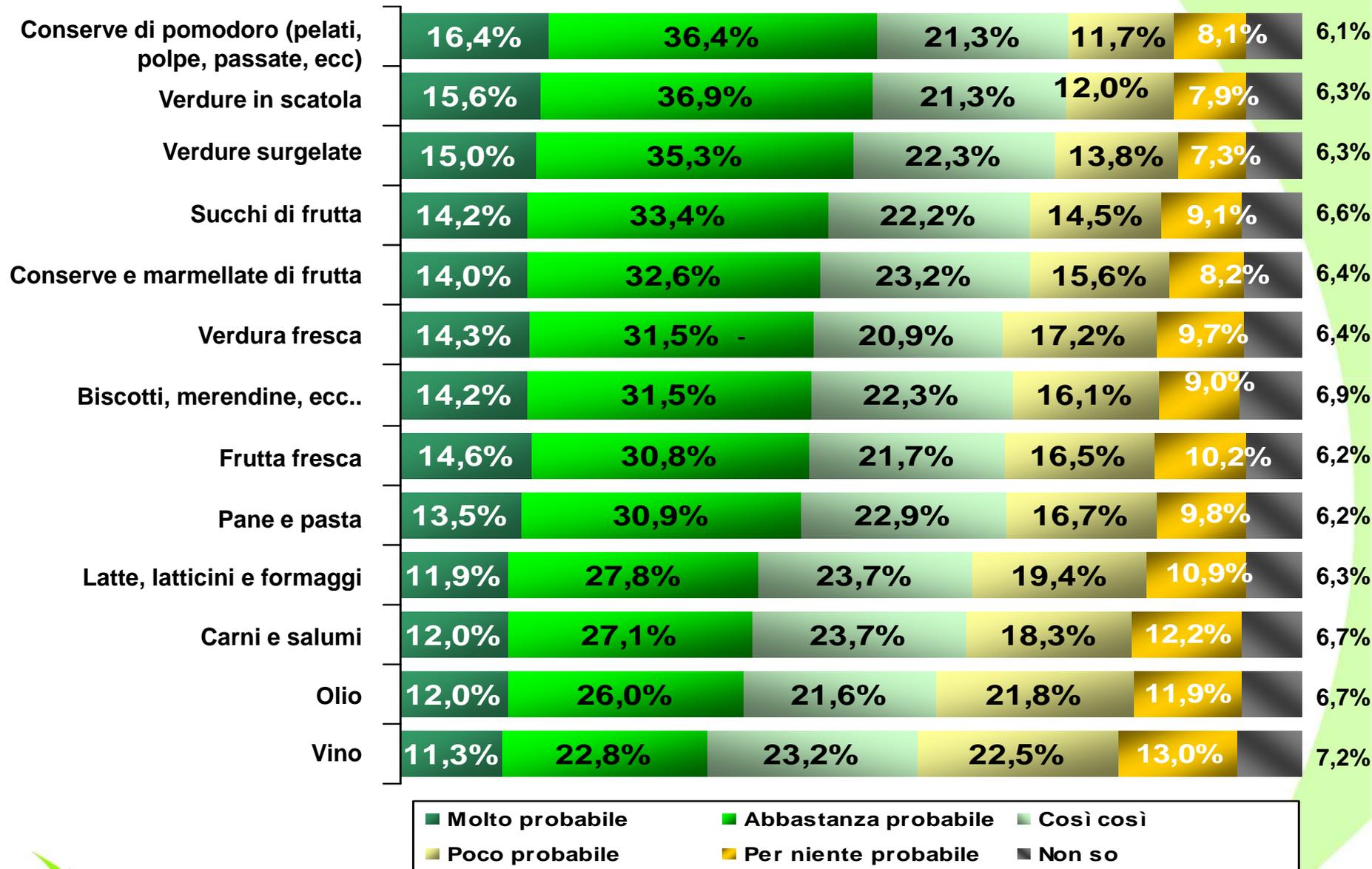
# OGM più resistenti alle avverse condizioni ambientali: confronto ricerca 2007 (Top 2 boxes completamente + abbastanza d'accordo)

Q405. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni relative agli OGM?



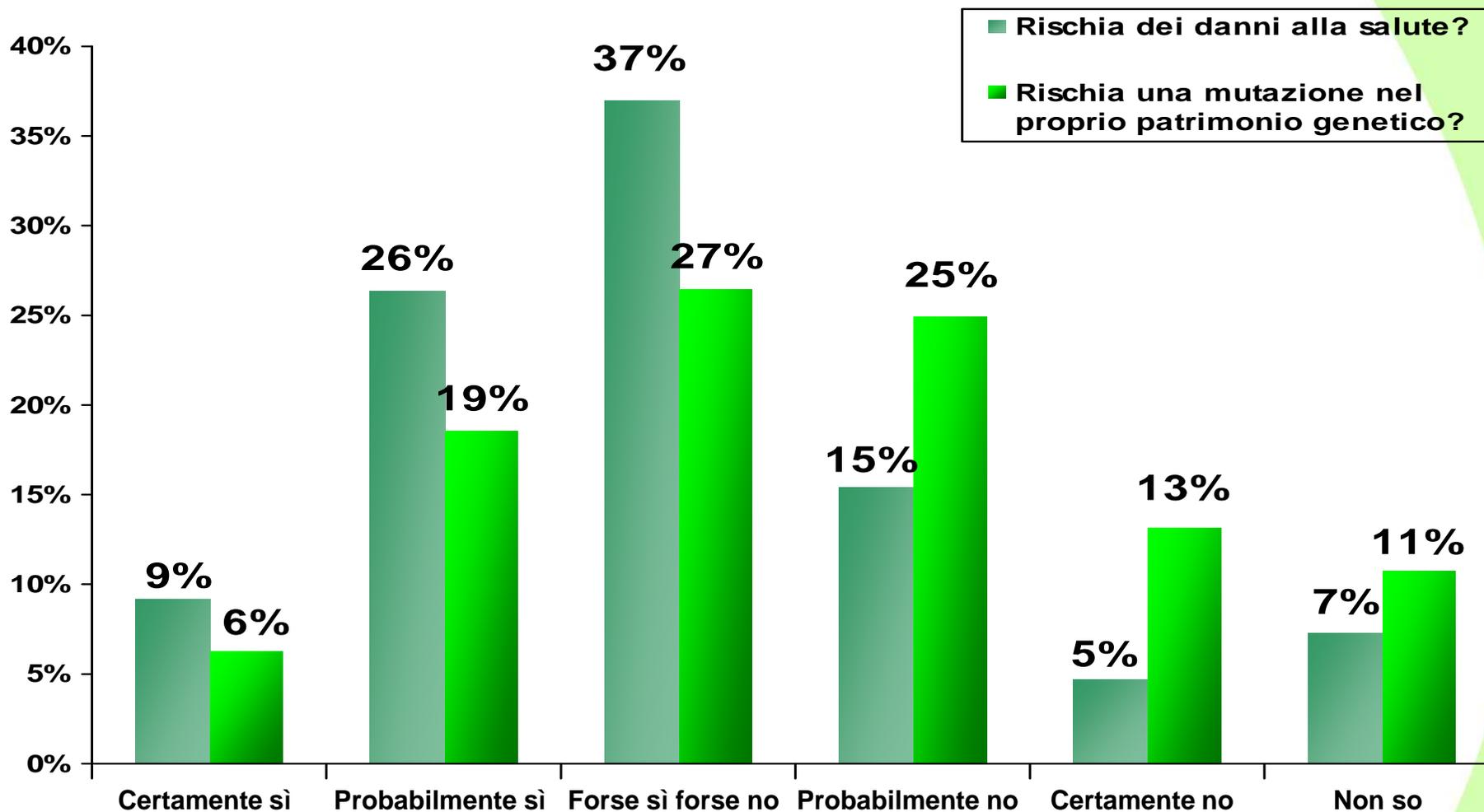
# Quanto più il cibo è “conservato” tanto più rischia di contenere OGM

Q407. Per ogni prodotto dica quanto è probabile che un consumatore, facendo la spesa in un supermercato, acquisti prodotti contenenti OGM.



# Danni alla salute e mutazioni del patrimonio genetico provocati da OGM

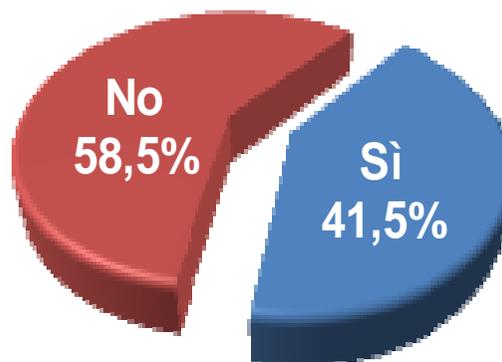
Q408. Secondo lei, chi mangia un cibo Ogm rischia dei danni alla salute?  
 Q409. Secondo lei, chi mangia un cibo Ogm rischia una mutazione nel proprio patrimonio genetico?



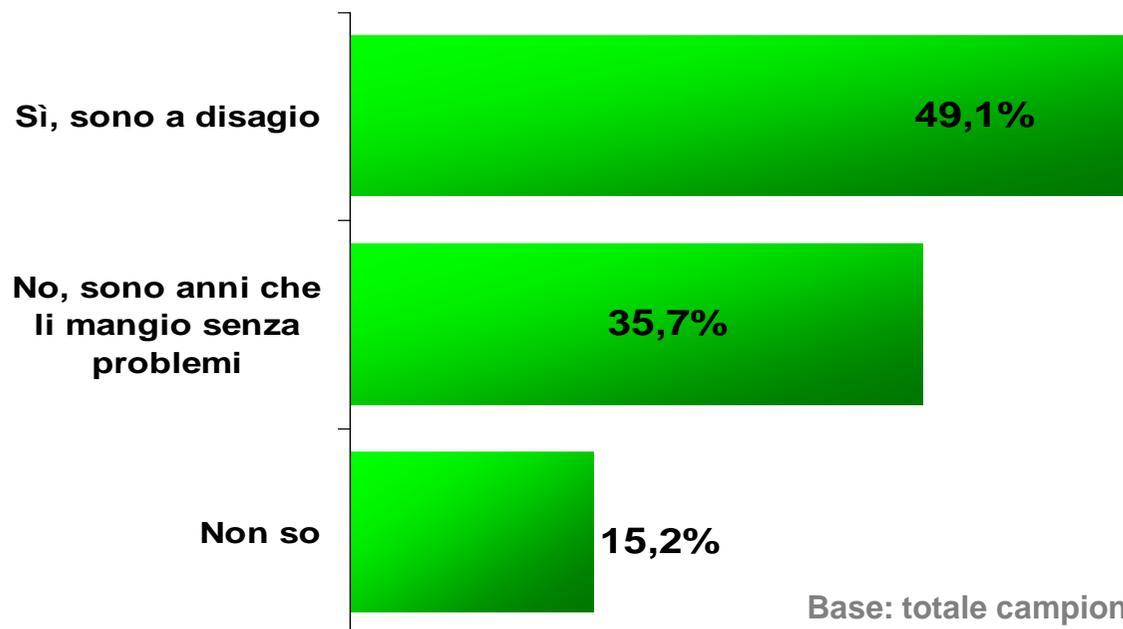
Base: totale campione 1000 casi

## Conoscenza e atteggiamento verso l'uso degli OGM per l'alimentazione animale

Q410. Sapeva che quasi tutto il latte, la carne, i salumi e i formaggi che compra ogni giorno vengono da animali che molto probabilmente si sono nutriti di Ogm?



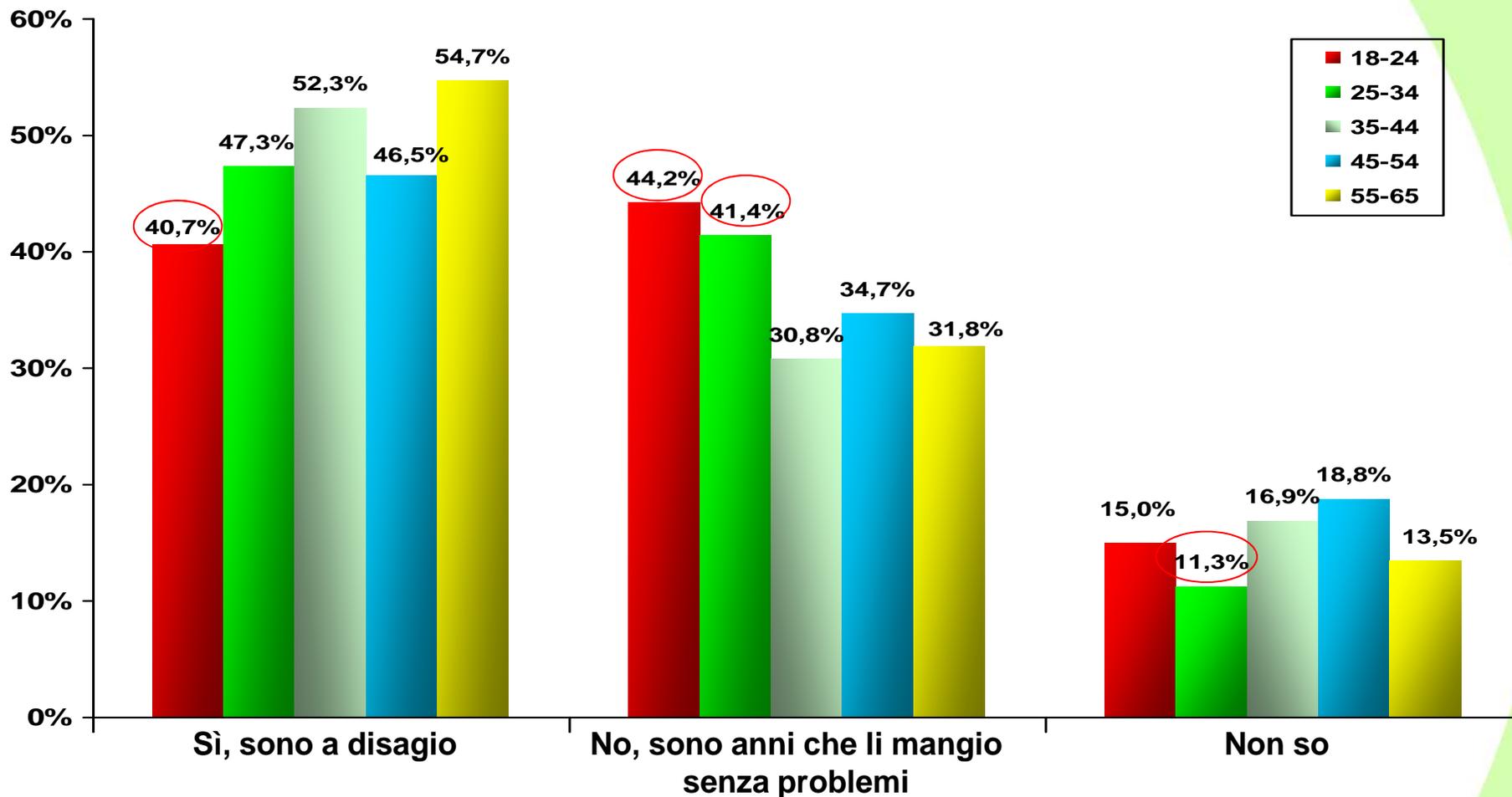
Q415. Si sente a disagio sapendo che il latte, la carne, i formaggi che compra ogni giorno vengono da mucche che molto probabilmente si sono nutrite di Ogm?



Base: totale campione 1000 casi

# I più giovani sono quelli ad essere *meno* a disagio sapendo che molto probabilmente le mucche i cui derivati sono sulle tavole, si nutrono di OGM

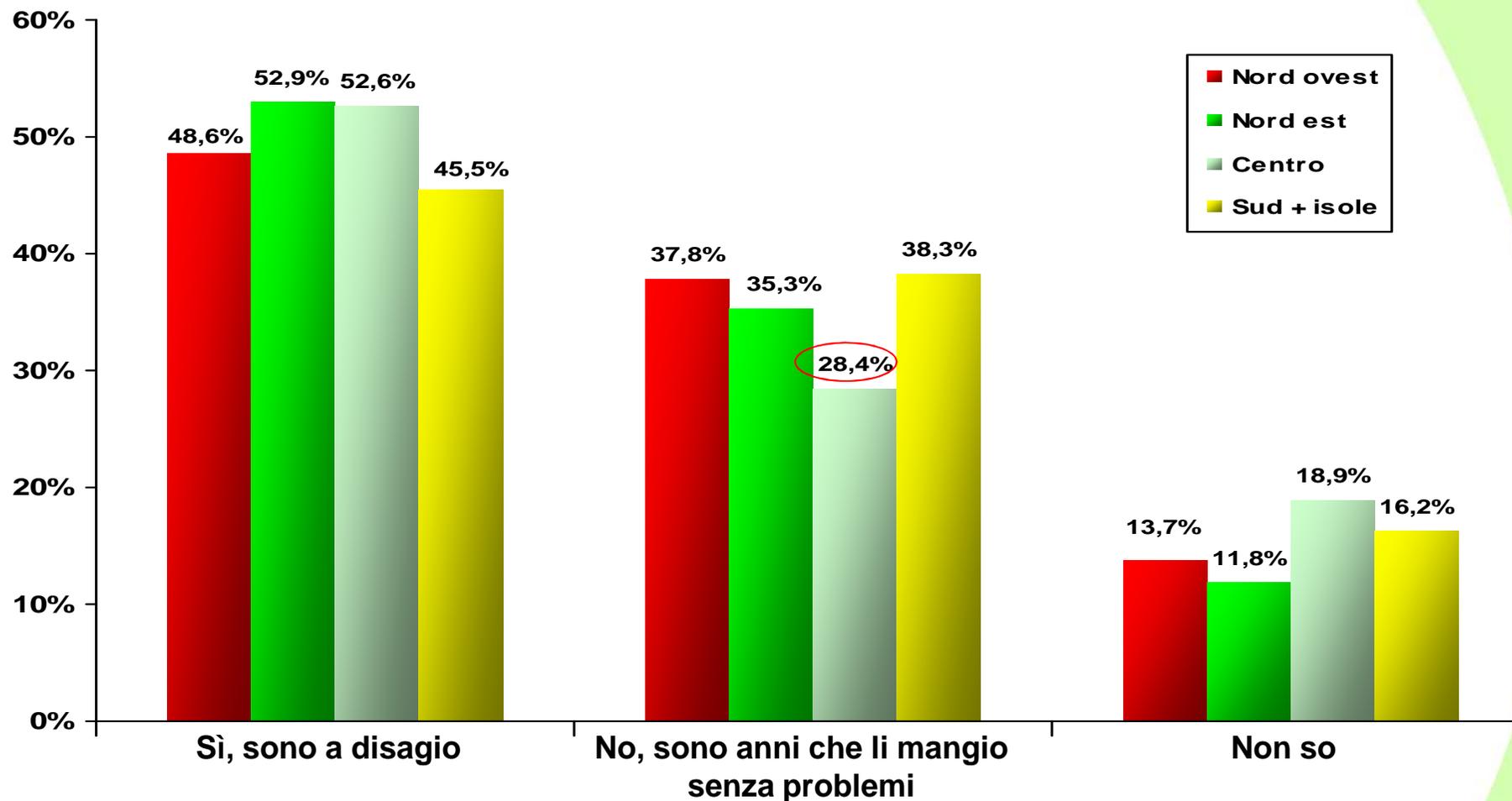
Q415. Si sente a disagio sapendo che il latte, la carne, i formaggi che compra ogni giorno vengono da mucche che molto probabilmente si sono nutrite di Ogm?



Base: totale campione 1000 casi

## Le regioni del centro Italia si discostano significativamente dalle altre, non mangiando i derivati senza problemi

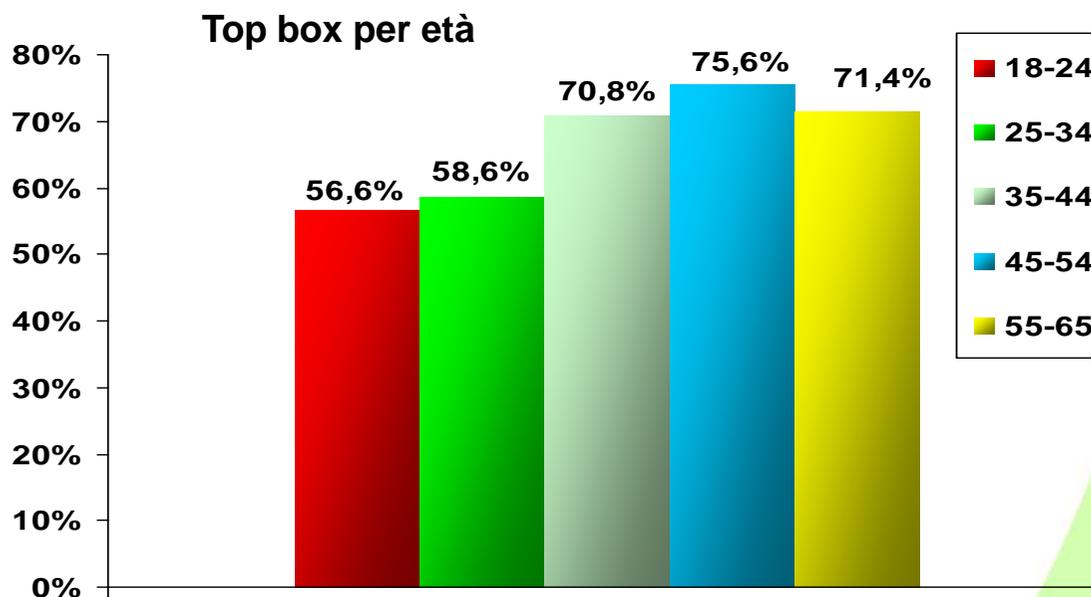
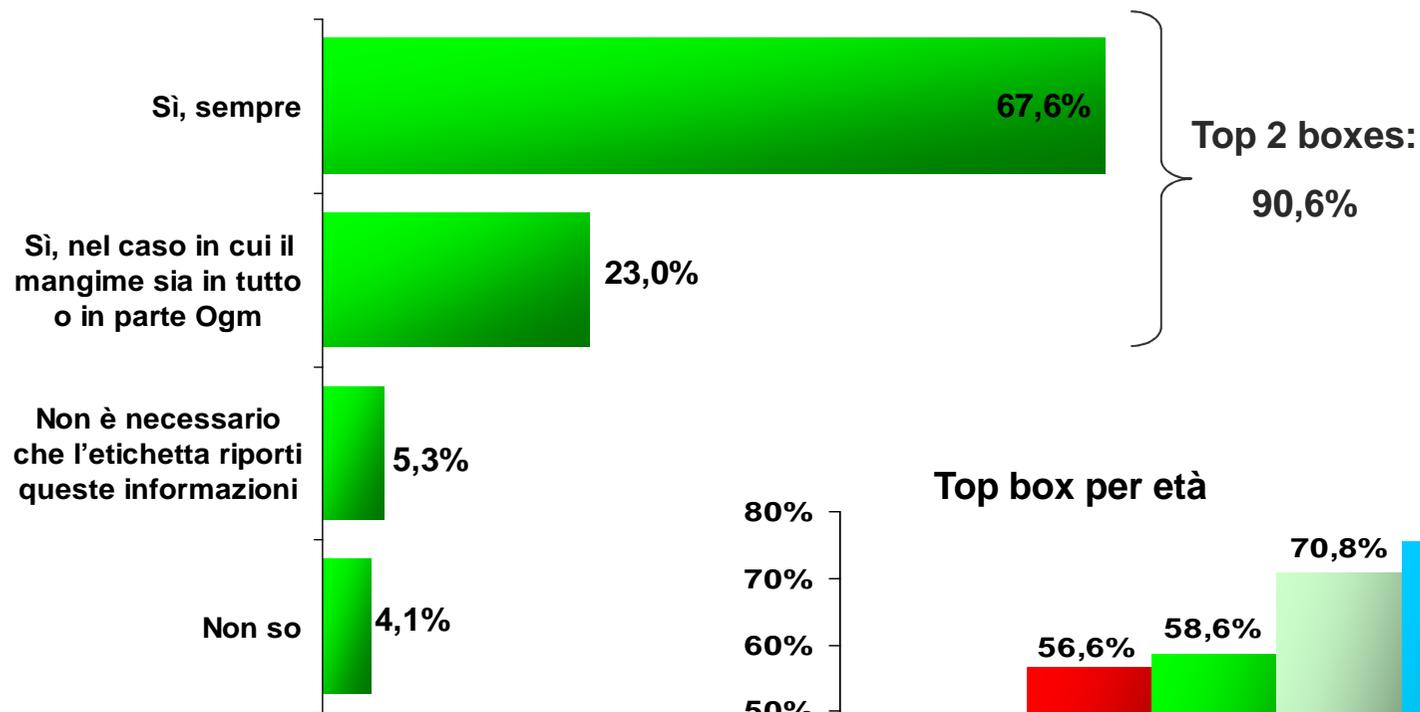
Q415. Si sente a disagio sapendo che il latte, la carne, i formaggi che compra ogni giorno vengono da mucche che molto probabilmente si sono nutrite di Ogm?



Base: totale campione 1000 casi

# Risulta importante conoscere sull'etichetta il tipo di alimentazione dell'animale da cui provengono i derivati, specialmente per i più adulti

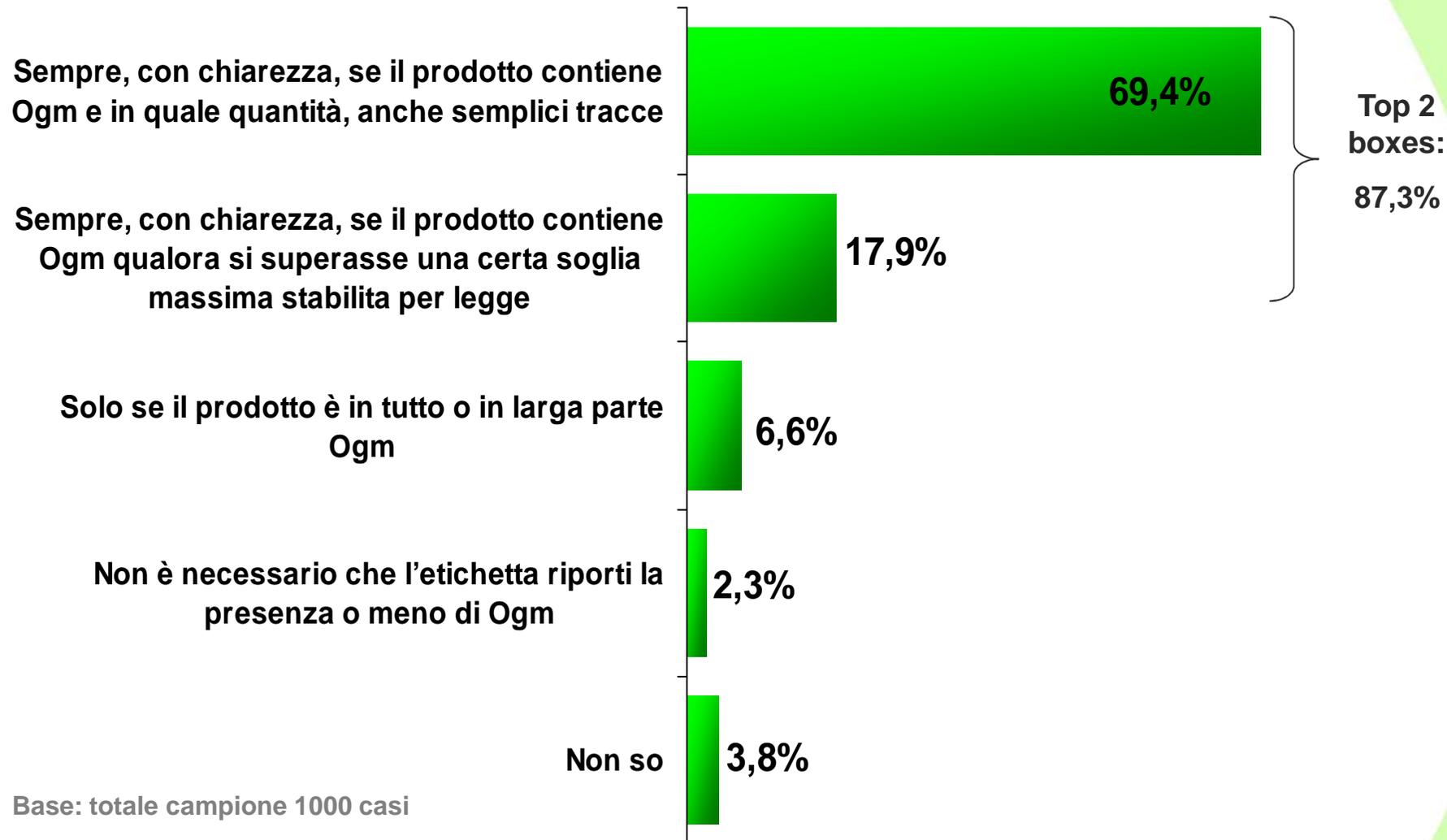
Q420 .Secondo lei l'etichetta di formaggi, carni e salumi dovrebbe indicare il tipo di alimentazione dell'animale da cui provengono?



Base: totale campione 1000 casi

## Chiarezza sulla quantità di OGM presenti nel prodotto, sull'etichetta del prodotto

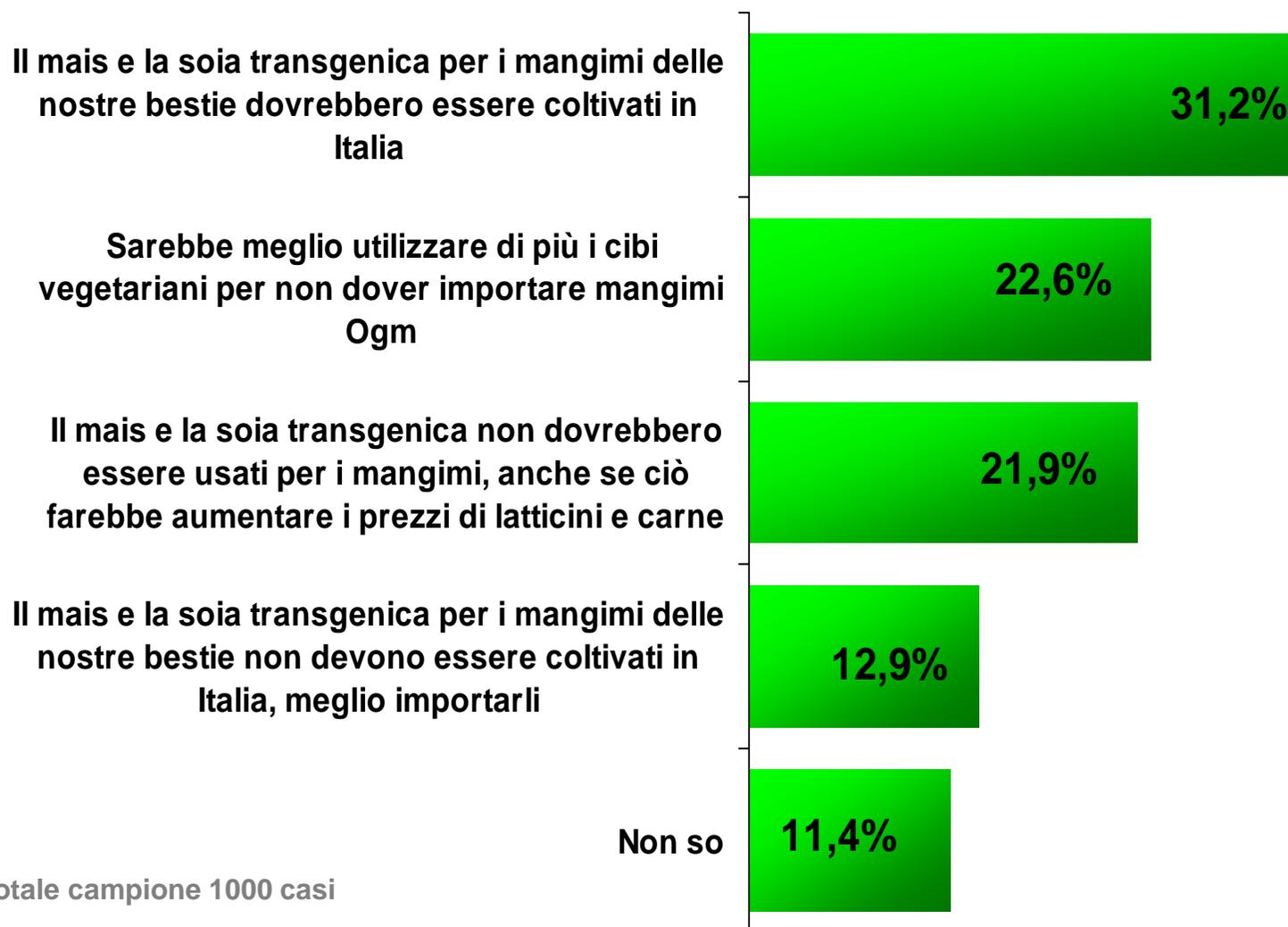
Q425. Secondo lei, le etichette dei cibi dovrebbero riportare:



Base: totale campione 1000 casi

## Per il 31,2% del campione il mais e la soia transgenica per i mangimi delle nostre bestie andrebbero coltivati direttamente in Italia

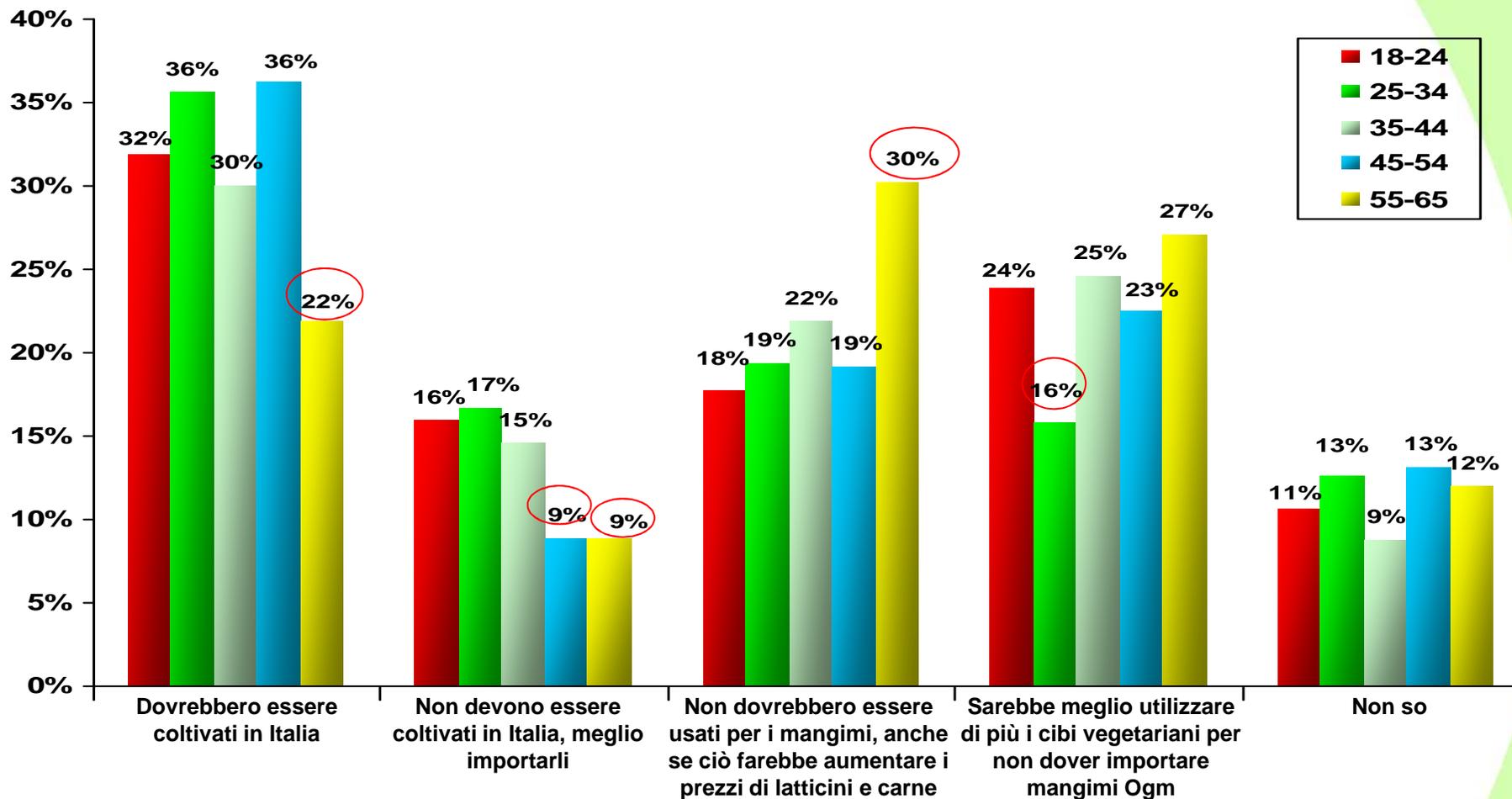
Q430 . Non si possono coltivare Ogm in Italia, gli allevatori per ragioni di costo acquistano dall'estero mangimi con soia e mais transgenico. Lei cosa ne pensa?



Base: totale campione 1000 casi

# I più adulti (55-65) vorrebbero che gli OGM non fossero utilizzati per i mangimi (30%)

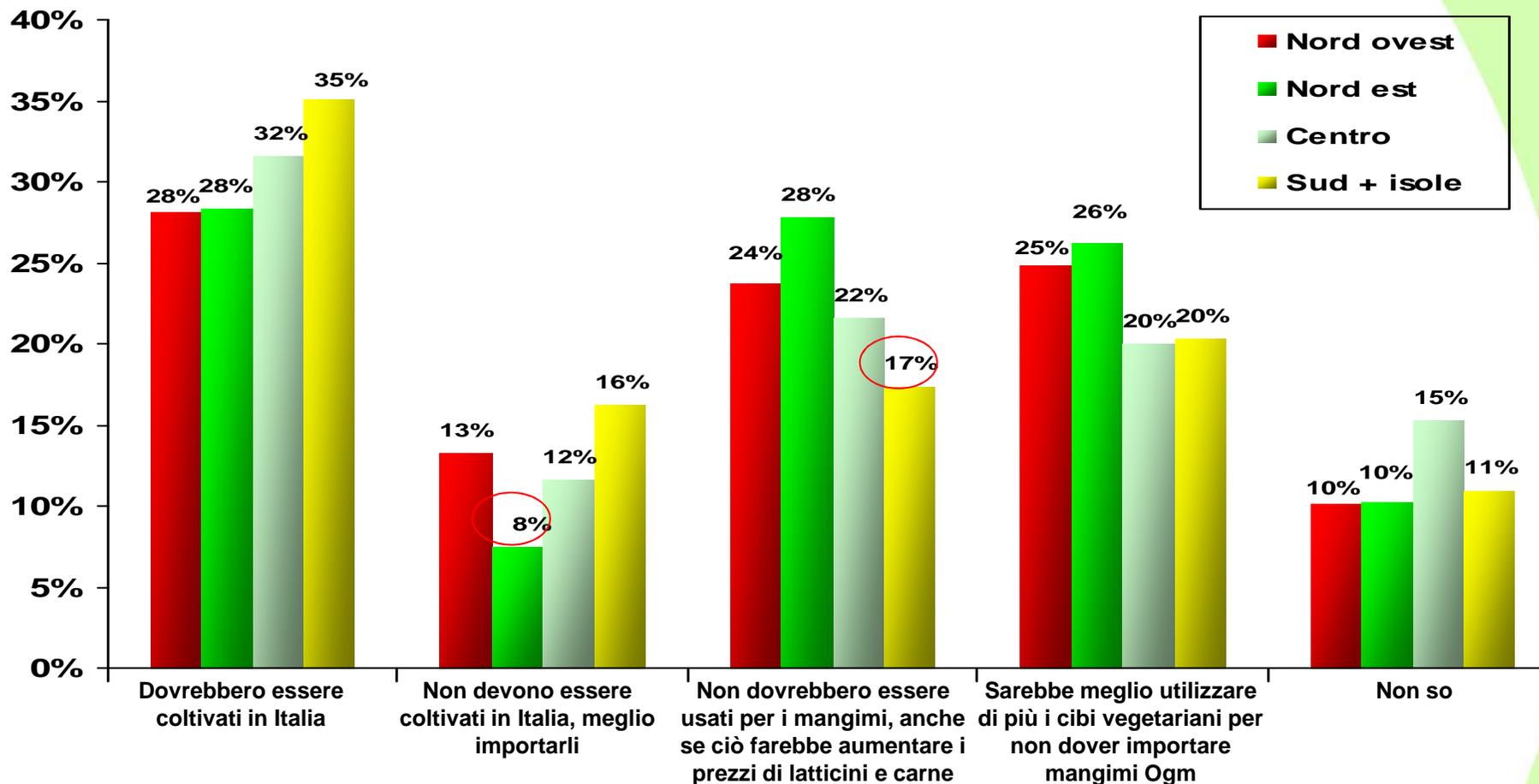
Q430 Non si possono coltivare Ogm in Italia, gli allevatori per ragioni di costo acquistano dall'estero mangimi con soia e mais transgenico. Lei cosa ne pensa?



Base: totale campione 1000 casi

Al contrario del Nord est, dove il 28% indica che non dovrebbero essere usati per mangimi, al sud ed isole, lo indica solo il 17% dei casi (significativamente diverso)

Q430 Non si possono coltivare Ogm in Italia, gli allevatori per ragioni di costo acquistano dall'estero mangimi con soia e mais transgenico. Lei cosa ne pensa?

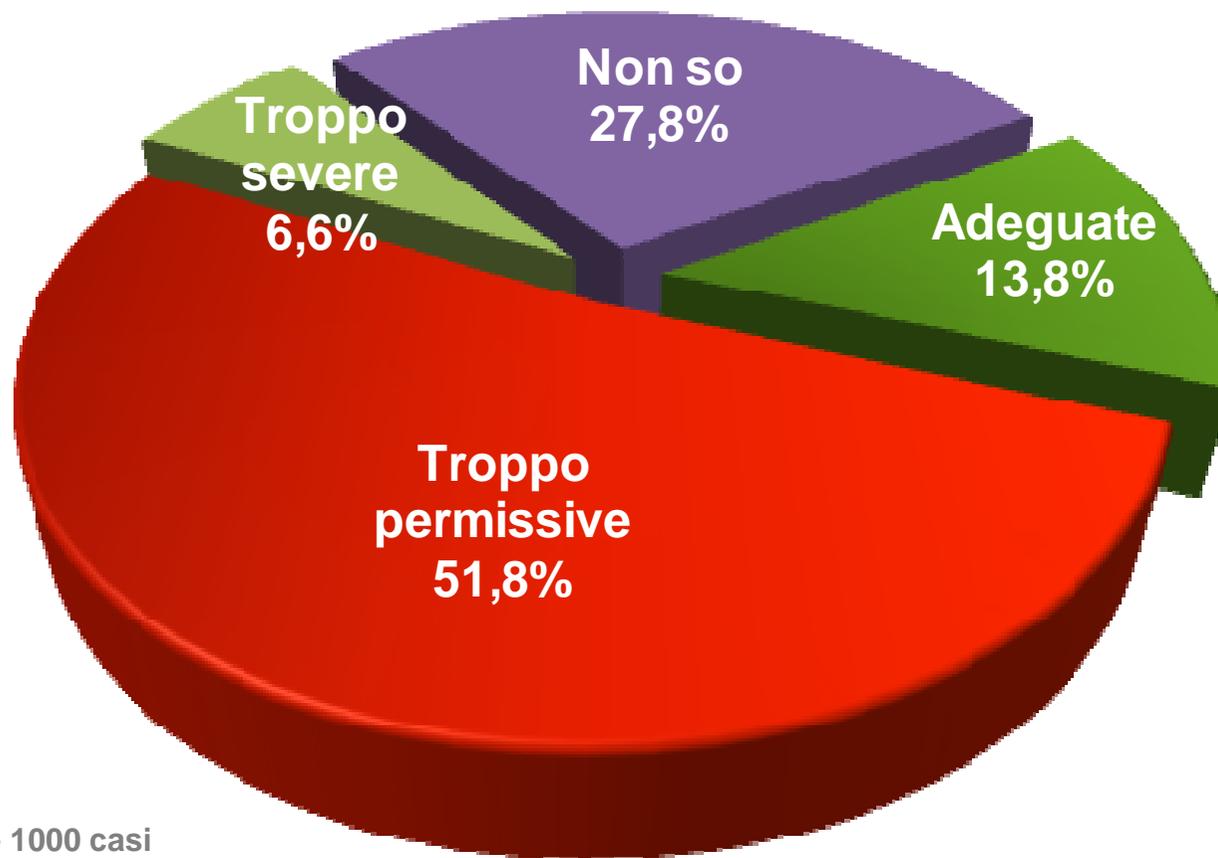


Base: totale campione 1000 casi

Per il 52% circa del campione le regole europee vigenti sono troppo permissive per la coltivazione di OGM

Q435 Secondo lei, le regole europee per la coltivazione di Ogm sono:

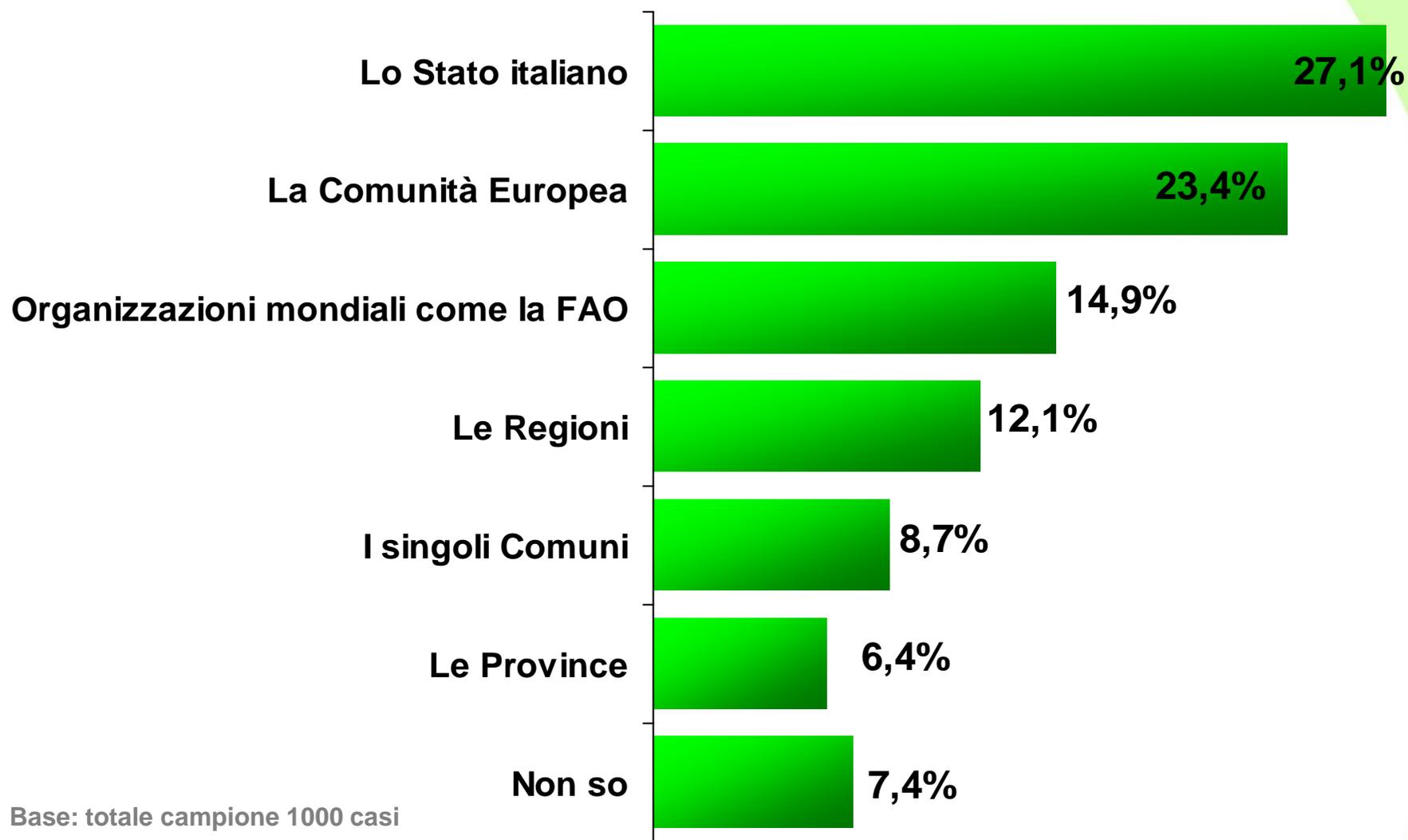
Regolamentazione europea per la coltivazione di OGM



Base: totale campione 1000 casi

## Il 27,1% del campione sembra preferire che lo Stato italiano fissi le regole in materia di coltivazione di OGM

Q440 Secondo lei le regole per la coltivazione di Ogm dovrebbero essere fissate da:

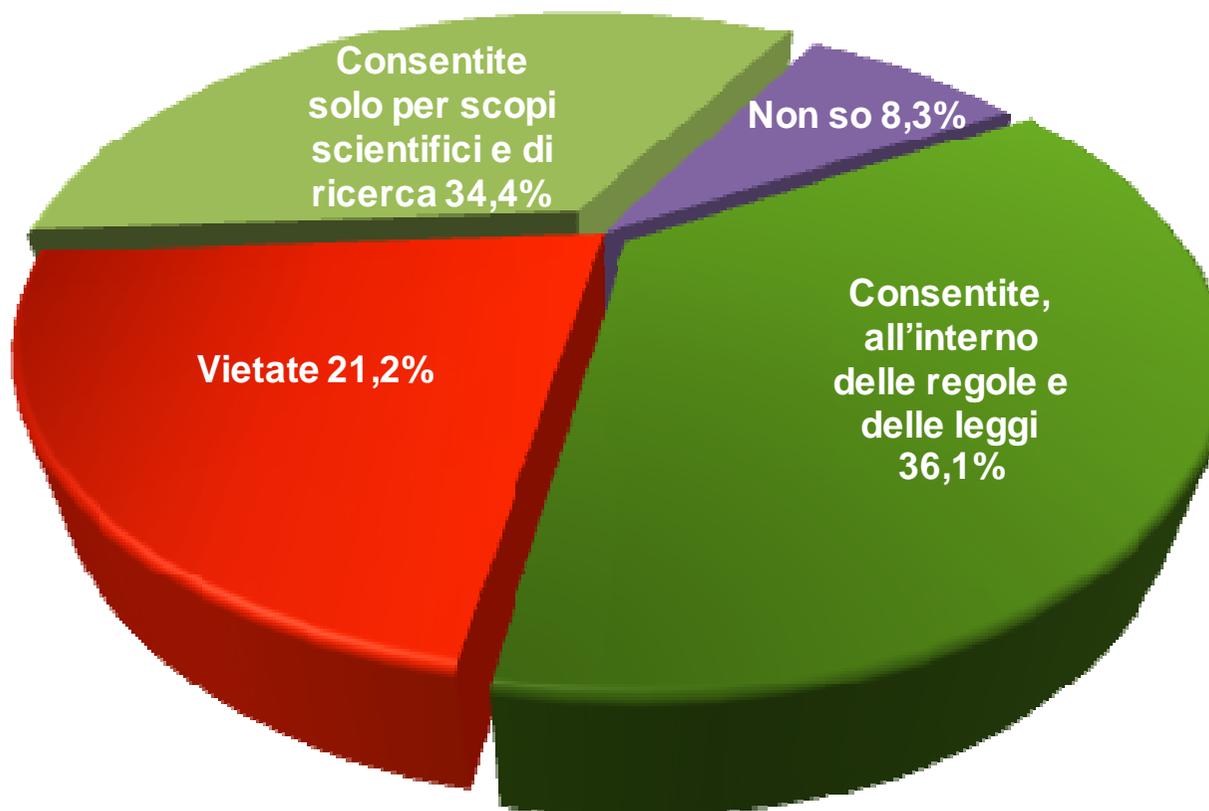


Base: totale campione 1000 casi

E' il 21,2% a ritenere che dovrebbero essere vietate le coltivazioni OGM; contro il 70,5% che le consentirebbe per scopi di ricerca o all'interno di leggi

Q445 Secondo lei, le coltivazioni Ogm dovrebbero essere:

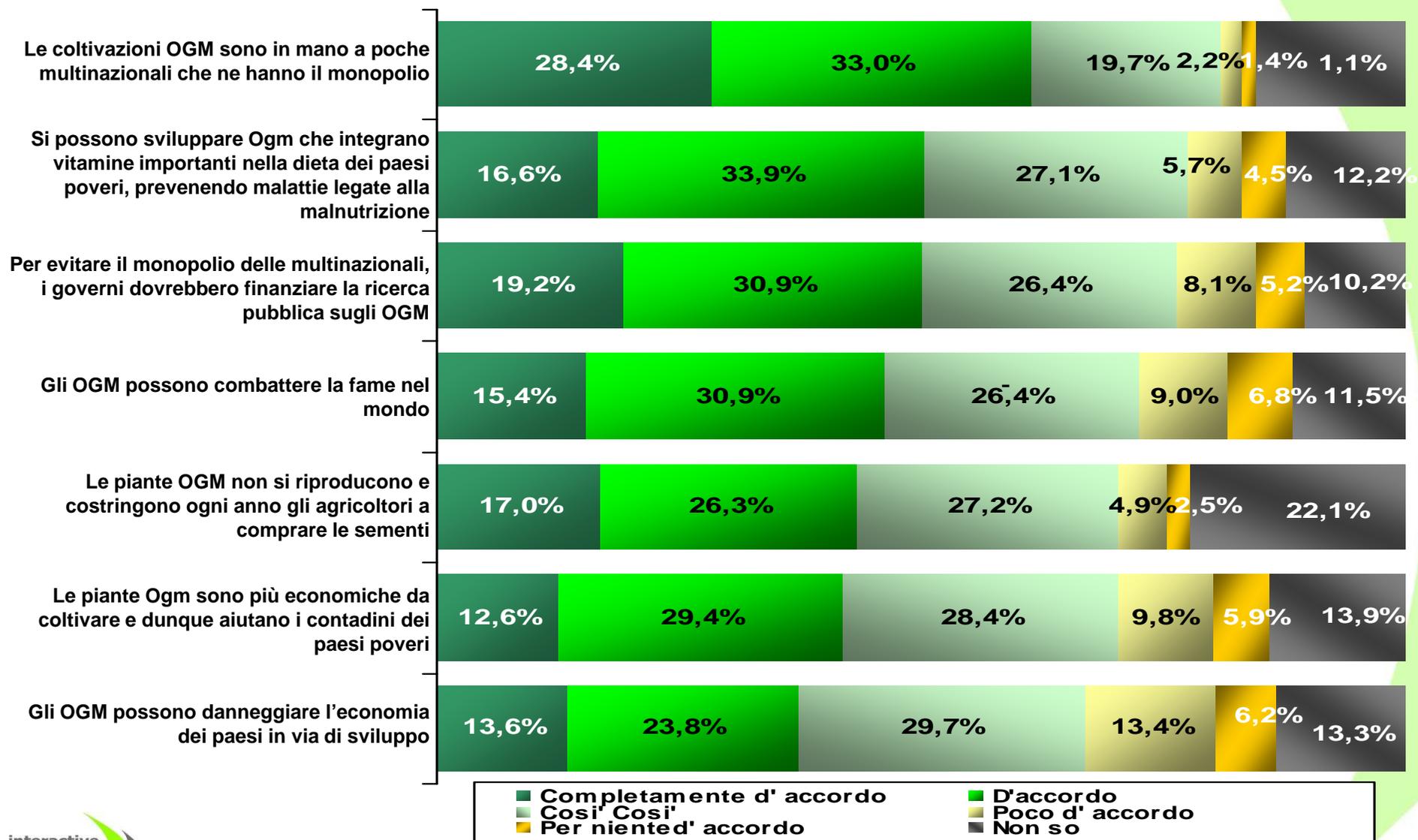
### Regolamentazione per la coltivazione di OGM



Base: totale campione 1000 casi

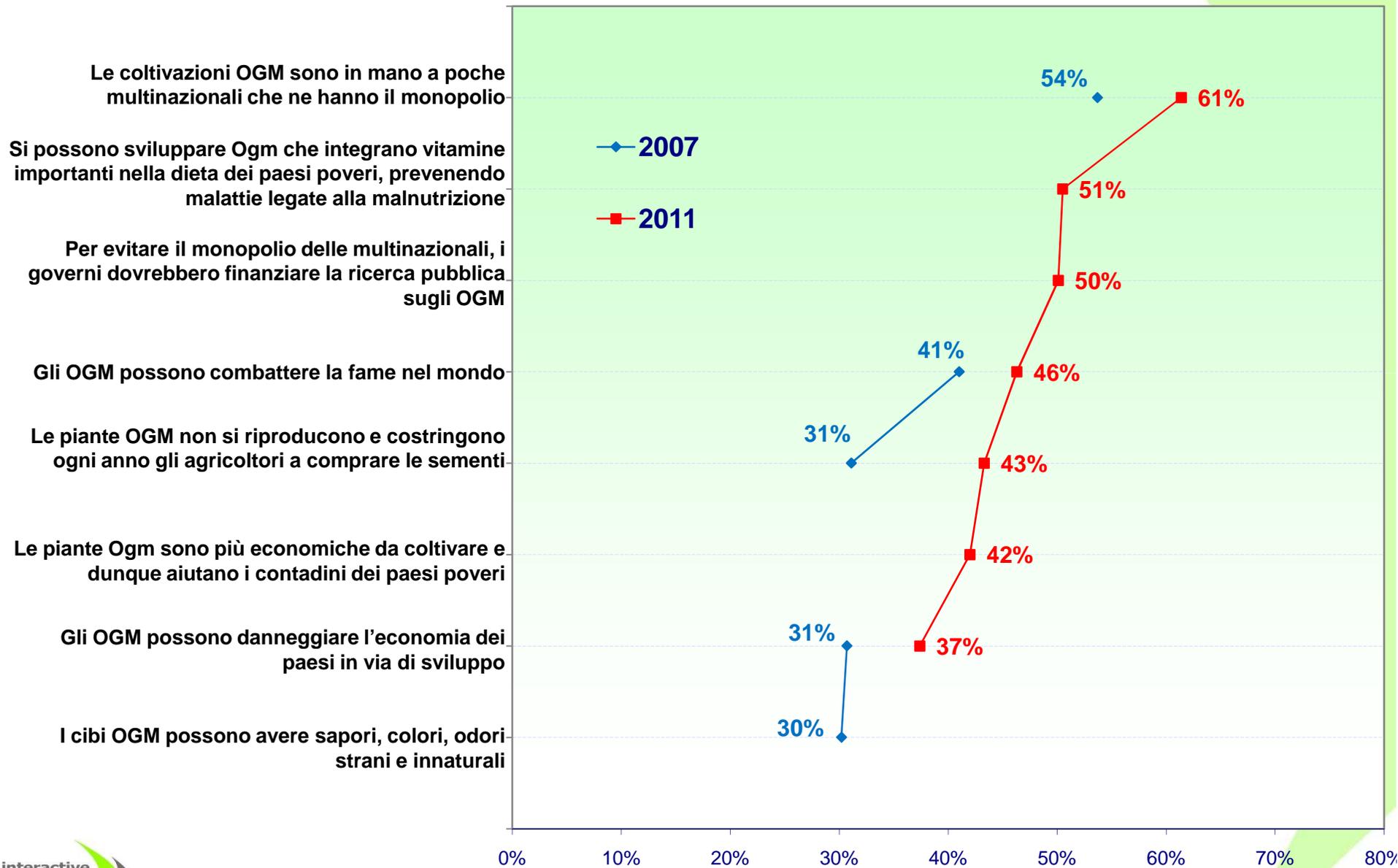
# OGM: un business in mano alle multinazionali

Q450 Quanto è d'accordo con queste affermazioni?



# OGM, confronto ricerca 2007 (Top 2 boxes: completamente + abbastanza d'accordo)

Q450 Quanto è d'accordo con queste affermazioni?



Circa il 65% del campione pensa che gli OGM convengano alle multinazionali che vendono le sementi modificate

Q455 Secondo lei, a chi convengono di più gli Ogm?

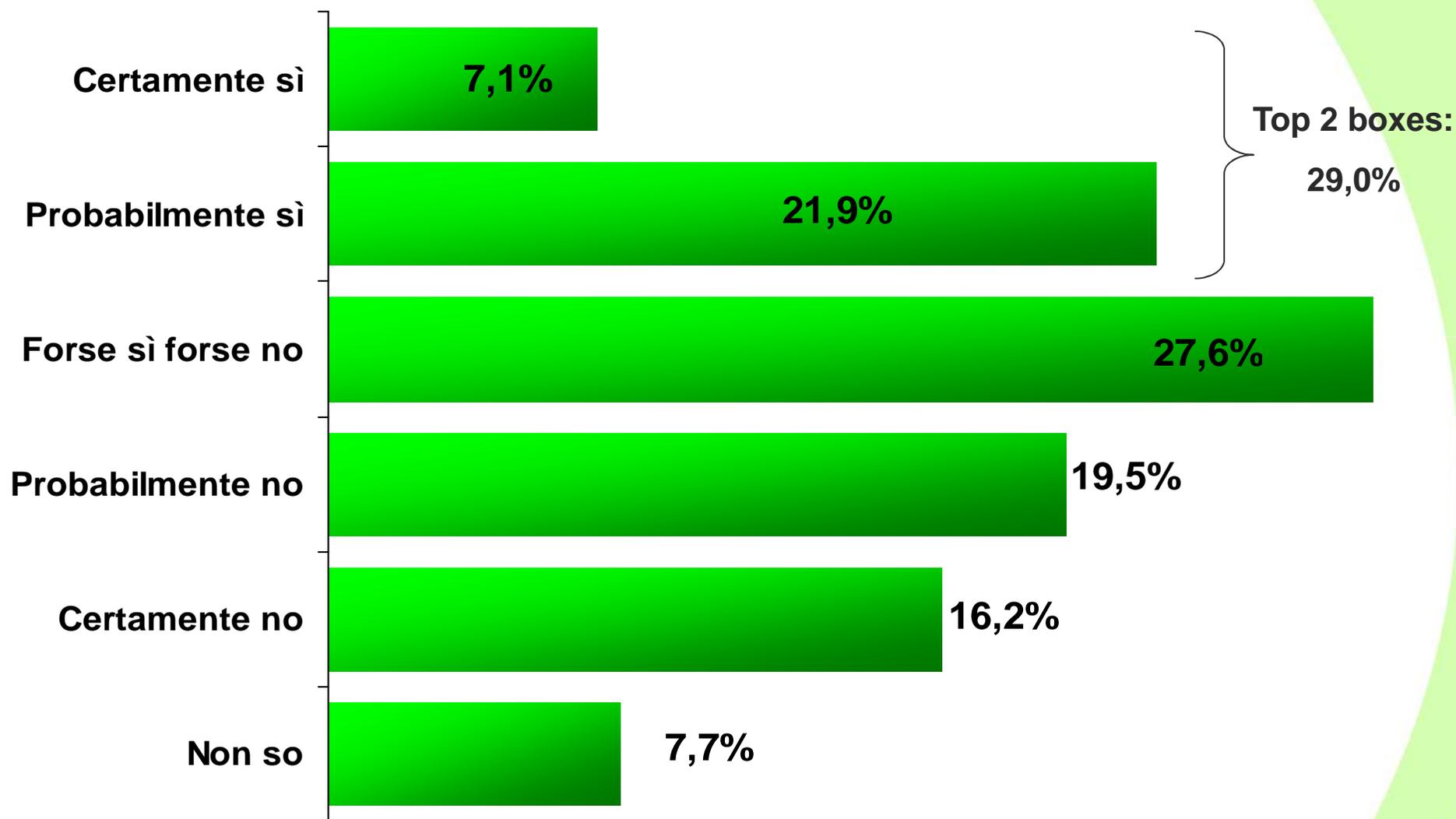
Selezione multipla



Base: totale campione 1000 casi

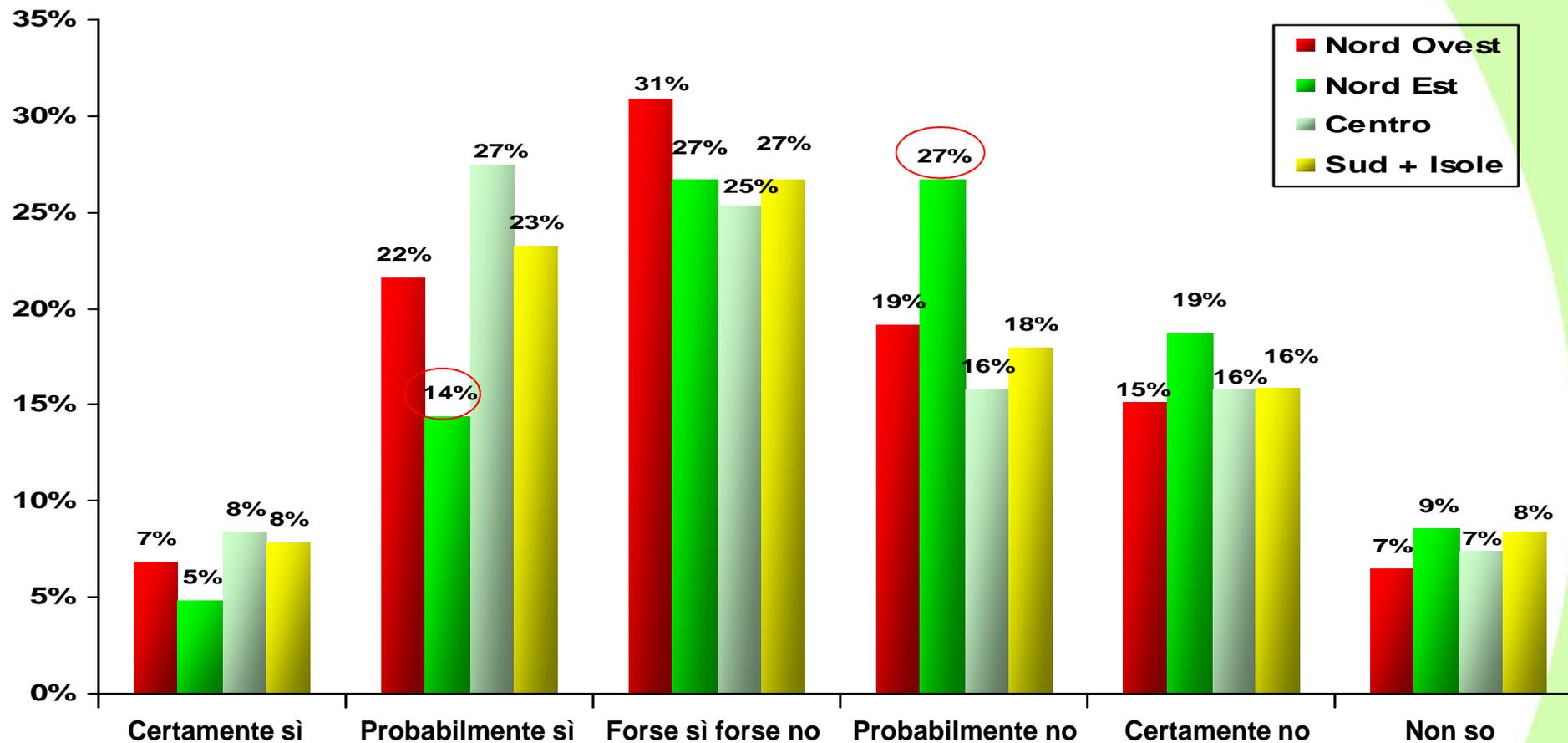
## Il 7,1% dichiara di mangiare con certezza un cibo OGM, all'occasione

Q460. Lei mangerebbe un cibo Ogm?



E' al nord est che c'è meno propensione a mangiare cibi OGM: il 14% di "probabilmente sì" è significativamente inferiore; il 27% dei "probabilmente no" è superiore

Q460. Lei mangerebbe un cibo Ogm?



Base: totale campione 1000 casi

Evidenziate le differenze statisticamente significative

## Il 10,4% del campione dichiara che mangerebbe con certezza un piatto OGM nel ristorante preferito

Q465. Se il suo ristorante preferito le proponesse un piatto Ogm, lei come si comporterebbe?

