



Testata: Italia Oggi (on-line)

Data: 2 Marzo 2006

Il 28% compra minerale, ma beve pure dal rubinetto.

Acqua, gli italiani contesi dai marchi

Consumatori italiani allo sbaraglio nella scelta dell'**acqua** da bere. Il 28% dei cittadini ritiene che l'**acqua** minerale sia più controllata e oggetto di verifiche di quella potabile, ma il 43% di loro beve comunque dal **rubinetto**. Uso che si estende al 66% dei casi tra chi equipara la sicurezza del **rubinetto** a quella della bottiglia (33,7% della Penisola).

Sono queste le evidenze di una ricerca sul consumo di **acqua** potabile e l'interesse verso i sistemi di trattamento realizzata lo scorso febbraio dall'istituto di ricerca Customized research & analysis per conto di Aqua Italia, l'associazione che riunisce le aziende italiane costruttrici e produttrici di impianti, prodotti chimici, apparecchiature e componenti per il trattamento delle acque primarie per uso civile, industriale e per piscine.

A discapito degli investimenti da parte dei marchi di **acqua** in bottiglia in spot o annunci stampa, il 70,4% degli italiani dichiara di aver bevuto negli ultimi 12 mesi **acqua** dal **rubinetto**. Per il 20,8%, in particolare, è un'abitudine costante, mentre il 10,7% lo fa quasi sempre e il 27,9% ogni tanto. Solo l'11% limita il consumo a un paio di volte, al massimo. Tra chi preferisce, per comodità o economicità, l'**acqua** potabile sveltano i cittadini del Nordest Italia (85,5%), seguiti da quelli del Nordovest (72,1%), del Centro e Sardegna (68,7%) e infine del Sud con la Sicilia (63,4%). Geograficamente, i consumatori più assidui si confermano quelli delle regioni del Nordovest, che lo fanno sempre (27,8%) o quasi sempre (15,6%).

Se gli entusiasti della bottiglia d'**acqua** salgono dal 28% fino al 33% nella fascia dei giovani dai 18 ai 34 anni, di diverso avviso invece il 21,4%, convinto che sia l'**acqua** del **rubinetto** a essere maggiormente controllata (dato che aumenta fino a quota 28% tra chi ha più di 38 anni), nonché gli indecisi che dalla media nazionale del 16,8% arrivano al 28% tra i 14 e i 24 anni di età.

Per rispondere infine a circa il 60% di tutti gli italiani che chiedono comunque maggiori informazioni sulla sicurezza alimentare di quello che bevono, Aqua Italia lancia il bollino di qualità Sicura, pensato per le aziende che offrono garanzie sui loro servizi e prodotti e decidono di sottostare a controlli o verifiche a sorpresa.

The screenshot shows the Italia Oggi website interface. The main article is titled "Acqua, gli italiani contesi dai marchi" and discusses water consumption habits. The article text is as follows:

Consumatori italiani allo sbaraglio nella scelta dell'**acqua** da bere. Il 28% dei cittadini ritiene che l'**acqua** minerale sia più controllata e oggetto di verifiche di quella potabile, ma il 43% di loro beve comunque dal **rubinetto**. Uso che si estende al 66% dei casi tra chi equipara la sicurezza del **rubinetto** a quella della bottiglia (33,7% della Penisola).

Sono queste le evidenze di una ricerca sul consumo di **acqua** potabile e l'interesse verso i sistemi di trattamento realizzata lo scorso febbraio dall'istituto di ricerca Customized research & analysis per conto di Aqua Italia, l'associazione che riunisce le aziende italiane costruttrici e produttrici di impianti, prodotti chimici, apparecchiature e componenti per il trattamento delle acque primarie per uso civile, industriale e per piscine.

A discapito degli investimenti da parte dei marchi di **acqua** in bottiglia in spot o annunci stampa, il 70,4% degli italiani dichiara di aver bevuto negli ultimi 12 mesi **acqua** dal **rubinetto**. Per il 20,8%, in particolare, è un'abitudine costante, mentre il 10,7% lo fa quasi sempre e il 27,9% ogni tanto. Solo l'11% limita il consumo a un paio di volte, al massimo. Tra chi preferisce, per comodità o economicità, l'**acqua** potabile sveltano i cittadini del Nordest Italia (85,5%), seguiti da quelli del Nordovest (72,1%), del Centro e Sardegna (68,7%) e infine del Sud con la Sicilia (63,4%). Geograficamente, i consumatori più assidui si confermano quelli delle regioni del Nordovest, che lo fanno sempre (27,8%) o quasi sempre (15,6%).

The screenshot also shows a sidebar with navigation links and a search bar.