

Riassunto

Grande studio svizzero sul littering, parte 1: rapporto sui risultati degli esperimenti sul campo relativi alle misure efficaci contro il littering nelle aree per picnic e tempo libero

Situazione iniziale


Da decenni le autorità svizzere adottano diverse misure contro il littering. Le sfide ma anche l'impegno delle città e dei comuni sono notevoli. Tuttavia, il lavoro riguardante il littering stenta a progredire perché spesso mancano le risorse per misurare l'impatto delle varie misure. Tramite il «**Grande studio svizzero sul littering**» della durata di più anni, il **centro di competenza svizzero contro il littering IGSU**, in collaborazione con la **Scuola di Psicologia Applicata della FHNW**, sta esaminando l'efficacia di diverse misure anti-littering. I risultati dovrebbero servire alle città e ai comuni come strumenti per combattere il littering in modo efficace ed efficiente. Il lavoro preparatorio, con un workshop con le parti interessate per stabilire la prioritizzazione dei contesti di littering, interviste con esperti e una ricerca bibliografica, è stato completato nel 2024. Da esso è emerso, tra l'altro, che una combinazione di misure specifiche per i diversi contesti e di sensibilizzazione aumenta l'efficacia delle campagne contro il littering.






Esperimenti sul campo nelle aree per picnic e tempo libero nel 2025

Su questa base sono state sviluppate misure anti-littering, che sono state valutate in un pre-test prima del loro impiego: in occasione di un sondaggio online, condotto su un campione rappresentativo per quanto riguarda la Svizzera composto da 1198 persone, è stato saggiato come le misure vengono percepite, comprese e valutate dalla popolazione. Basandosi sui risultati ottenuti sono state infine definite delle misure anti-littering, la cui efficacia è stata testata nell'estate 2025 per un totale di 26 luoghi pubblici in nove città e comuni della Svizzera tedesca e francese (Berna, Chavannes-près-Renens, Ginevra, Lucerna, Olten, Regensdorf, Romanshorn, Yverdon e Zurigo). Sono stati esaminati due tipi di misure.

- 1) **Misure specifiche al contesto:** interventi volti a influenzare il comportamento attraverso elementi visibili nel momento in cui si decide di smaltire i rifiuti, ad es. contenitori appariscenti, indicazioni visive o gamification.
- 2) **Misure di sensibilizzazione:** misure volte a rafforzare la consapevolezza del problema e a influenzare positivamente gli atteggiamenti e i comportamenti a lungo termine.

Le seguenti otto misure sono state testate sul campo.

Tipo di misura	Misura	Esempio	Descrizione
Misure specifiche al contesto	«Freccia»		Un riferimento ambientale ben visibile («nudging»), in questo caso una freccia che indica il cestino dei rifiuti.

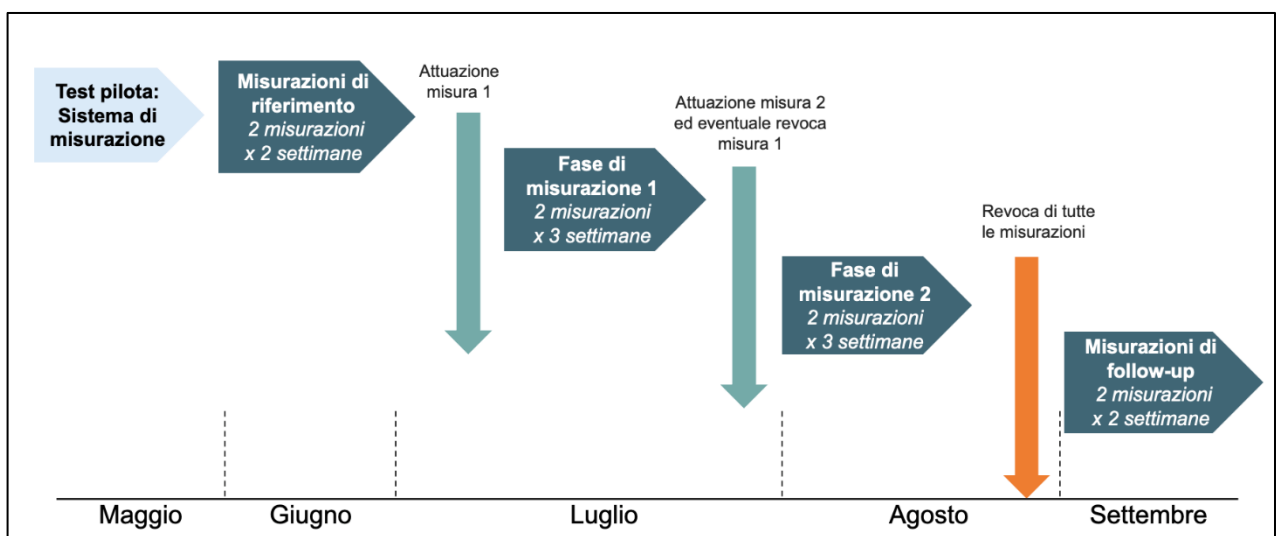
	«Cestino dei rifiuti con slogan»		Slogan divertenti o provocatori sui cestini dei rifiuti.
	«Cestino a forma di mostro»		Cestini dei rifiuti dai colori e dal design accattivanti.
	«Stazione di riciclaggio»		Stazioni di riciclaggio visibili e facilmente accessibili.
	«Cestino in cui è possibile votare»		Cestini dei rifiuti a forma di urne elettorali («gamification»).
Misure di sensibilizzazione	«Manifesto riguardante l'ambiente»		Riferimento all'ambiente e alle conseguenze ecologiche del littering.

	«Manifesto con le gambe»		Sollecitazione diretta e dimostrazione di un comportamento socialmente accettabile (norma sociale).
	«Colloqui personali di sensibilizzazione»		Le ambasciatrici e gli ambasciatori si rivolgono personalmente ai passanti parlando del loro comportamento in materia di rifiuti e trasmettono informazioni. Nello studio sul campo, le interviste sono state condotte da team di ambasciatori IGSU.

Realizzazione dell'esperimento sul campo

La raccolta dei dati è avvenuta in quattro fasi: nella **fase di riferimento**, prima dell'adozione delle misure anti-littering, è stato misurato il littering nei luoghi interessati per due settimane, al fine di ottenere un valore di riferimento. Sono poi seguite **due fasi d'intervento**: per tre settimane sono state applicate due diverse misure anti-littering nei luoghi interessati e il littering è stato misurato dai servizi locali di pulizia. Dopo l'eliminazione di tutte le misure, nella cosiddetta **fase di follow-up**, il littering è stato misurato in ogni luogo per altre due settimane, al fine di verificare se i cambiamenti comportamentali si sono mantenuti anche dopo l'eliminazione delle misure. Delle brevi interviste ai passanti e un sondaggio tra il personale addetto alla pulizia e gli esperti hanno fornito ulteriori informazioni sul punto di vista della popolazione come pure delle città e dei comuni partecipanti. Inoltre, sono stati rilevati in modo sistematico fattori esterni che potrebbero aver influenzato il numero di visitatori e il loro comportamento, come ad es. precipitazioni, temperatura e manifestazioni nel luogo della misurazione.

Fasi di raccolta dei dati durante l'esperimento sul campo:



Risultati principali

Lo studio sul campo ha portato a importanti conclusioni: le misure anti-littering adottate riducono mediamente di circa un terzo il littering nelle aree per picnic e tempo libero. Questo effetto positivo è proseguito anche due settimane dopo l'eliminazione delle misure. Inoltre, è possibile stabilire quali tipi di misure siano più efficaci.

- 1) Le **misure specifiche al contesto** hanno avuto l'effetto più forte. La «freccia», il «cestino dei rifiuti con slogan», il «cestino in cui è possibile votare» e la «stazione di riciclaggio» sono stati molto efficaci. Il «cestino a forma di mostro» ha ricevuto feedback positivi, in particolare dai bambini, ma non è stato apprezzato allo stesso modo da tutti i gruppi target. Inoltre, l'effetto del «cestino a forma di mostro» non si è rivelato significativo da un punto di vista statistico, il che significa che potrebbe trattarsi di un caso fortuito.
 - **«Freccia»:** riduzione del littering del 38 % (molto significativa)
 - **«Cestino dei rifiuti con slogan»:** riduzione del littering del 38 % (molto significativa)
 - **«Cestino in cui è possibile votare»:** riduzione del littering del 36 % (significativa)
 - **«Stazione di riciclaggio»:** riduzione del littering del 31 % (significativa)
 - **«Cestino a forma di mostro»:** riduzione del littering del 23 % (non significativa)
- 2) Anche le **misure di sensibilizzazione** hanno contribuito a ridurre il littering in modo affidabile, sebbene in misura leggermente inferiore rispetto alle misure specifiche per determinati contesti. Il «manifesto riguardante l'ambiente» e il «manifesto con le gambe», che invitavano a smaltire correttamente i rifiuti, sono stati molto efficaci. Anche i «team di ambasciatori IGSU» hanno contribuito a ridurre il littering, ma a causa della durata degli interventi e della portata limitati sono più difficili da confrontare con le altre misure.
 - **«Manifesto riguardante l'ambiente»:** riduzione del littering del 32 % (molto significativa)
 - **«Team degli ambasciatori IGSU»:** riduzione del littering del 27 % (non significativa)
 - **«Manifesto con le gambe» (norma sociale):** riduzione del littering del 26 % (significativa)
- 3) Una **combinazione di varie misure** si è rivelata particolarmente efficace: l'impiego simultaneo di «team di ambasciatori IGSU» e «cestini dei rifiuti con slogan» ha portato alla maggiore riduzione di littering nell'intero esperimento, cosa che è rimasta stabile anche nel follow-up.
 - **«Team di ambasciatori IGSU» e «cestini dei rifiuti con slogan»:** riduzione del littering del 49 % (significativa)
 - **«Manifesto riguardante l'ambiente» e «stazione di riciclaggio»:** aumento del littering del 4 % (non significativa)
- 4) **L'effetto a lungo termine** si è manifestato soprattutto in cinque sequenze di misure: anche due settimane dopo l'eliminazione delle misure hanno continuato ad avere un effetto significativo contro il littering.

Sequenze e loro impatto nella fase di follow-up.

 - **«Cestino dei rifiuti con slogan» (fase d'intervento 1) seguito da «cestini dei rifiuti con slogan» e «team di ambasciatori IGSU» (fase d'intervento 2):** riduzione del littering del 75 % (altamente significativa)
 - **«Cestino dei rifiuti con slogan» (fase d'intervento 1) seguito da «manifesto riguardante l'ambiente» (fase d'intervento 2):** riduzione del littering del 72 % (altamente significativa)
 - **«Freccia» (fase d'intervento 1) / «team di ambasciatori IGSU» (fase d'intervento 2):** riduzione del littering del 70 % (molto significativa)

- «Manifesto riguardante l'ambiente» / «manifesto riguardante l'ambiente» e «stazione di riciclaggio» (fase d'intervento 2): riduzione del littering del 60 % (significativa)
- «Freccia» (fase d'intervento 1) / «manifesto riguardante l'ambiente» (fase d'intervento 2): riduzione del littering del 44 % (significativa)

Non è possibile stabilire quale misura sia più efficace, poiché le misure non sono state confrontate direttamente tra loro. Sebbene l'efficacia di ogni singola misura sia stata calcolata separatamente, non è stato verificato statisticamente se gli effetti di due misure differiscano in modo significativo l'uno dall'altro.

Conclusioni per una buona pratica

- I feedback ricevuti dalla popolazione dicono che le misure anti-littering devono essere comunicate in modo **semplice, comprensibile, chiaro e inequivocabile** per essere comprese senza ambiguità. Ad esempio, per quanto riguarda i «cestini in cui è possibile votare», non era chiaro a tutti che gettando i rifiuti si poteva votare per i propri prodotti preferiti (ad esempio «pizza» o «hamburger»). Alcuni hanno invece interpretato le scritte come un invito a gettarvi i relativi imballaggi alimentari.
- Le **misure specifiche per determinati contesti** sono evidenti, ben visibili e influenzano direttamente il comportamento delle persone nel momento in cui decidono di smaltire i rifiuti. I risultati dello studio confermano che il loro impiego è particolarmente consigliabile in luoghi frequentati come aree per picnic e tempo libero. Devono essere adeguate al gruppo target e presentare una struttura robusta. Infatti, una misura efficace in un parco giochi può attirare un'attenzione indesiderata o portare ad atti di vandalismo in un luogo frequentato prevalentemente da adolescenti o giovani adulti durante la notte. Inoltre, gli elementi nuovi e ancora sconosciuti dovrebbero essere progettati in modo da essere facilmente comprensibili: i cestini dei rifiuti devono sempre essere riconoscibili come tali, mentre i «cestini in cui è possibile votare» o le «freccie» devono essere provvisti di indicazioni chiare (ad esempio «Smaltite qui i rifiuti»).
- I **manifesti e le altre misure di sensibilizzazione** offrono un complemento flessibile ed economico alle misure specifiche per un determinato contesto e contribuiscono ad aumentare la consapevolezza del problema a lungo termine. Tuttavia, dovrebbero trovarsi il più vicino possibile ai punti caldi del littering. Per mantenere viva l'attenzione delle visitatrici e dei visitatori, i messaggi e le immagini dei manifesti dovrebbero essere cambiati regolarmente. Un approccio personale da parte dei «team di ambasciatori IGSU» funziona molto bene nei luoghi in cui le persone sostano, nonché in occasione di manifestazioni e in luoghi molto frequentati.
- **Combinazione di misure:** gli esperimenti sul campo indicano che una combinazione di misure specifiche per un determinato contesto e di misure sensibilizzazione ne rafforza l'efficacia.
- I **pre-test** (quantitativi e qualitativi) sono importanti per aumentare la comprensibilità, l'accettazione e l'efficacia delle misure anti-littering.

Conclusioni

Lo studio dimostra che le misure anti-littering, sia quelle specifiche per determinati contesti che quelle di sensibilizzazione, riducono in modo significativo e duraturo il littering nelle aree per picnic e tempo libero: in media di 1/3. Rappresentano quindi strumenti fondamentali per le città e i comuni che desiderano ridurre efficacemente il littering. Le misure specifiche per determinati contesti agiscono principalmente attraverso adeguamenti infrastrutturali e di solito solo nel luogo in questione e per la durata dell'installazione. Le misure di sensibilizzazione mirano invece a cambiare l'atteggiamento e sono quindi potenzialmente efficaci a lungo termine e oltre i singoli luoghi. Indicazioni a breve termine, visibili e specifiche per determinati contesti e

misure di sensibilizzazione a lungo termine si completano in modo ideale per ottenere effetti sia immediati che duraturi.

Note editoriali

Autrici:

Scuola di Psicologia Applicata della FHNW, Istituto per le offerte di mercato e le decisioni di consumo
Prof. Dr. Nina Tobler e Nives Vajda

Committente

IGSU, centro svizzero di competenza contro il littering
Nora Steimer e Céline Bonino

Finanziamento e sostegno

Il presente rapporto è stato redatto con il sostegno dell'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM).
Anche le città di Basilea, Berna, Lucerna, Olten, Rapperswil-Jona e Zurigo, l'Associazione Svizzera Infrastrutture comunali (ASIC), REAL Lucerna e i Cantoni di Argovia, Basilea Campagna, Berna, Soletta, San Gallo, Turgovia e Zurigo hanno fornito ulteriore sostegno finanziario.
Berna, Chavannes-près-Renens, Ginevra, Lucerna, Olten, Regensdorf, Romanshorn, Yverdon e Zurigo hanno fornito assistenza nella realizzazione degli esperimenti sul campo.