

LE OPINIONI DEGLI ITALIANI SULLE LEGGI IN MATERIA DI DROGHE LEGGERE

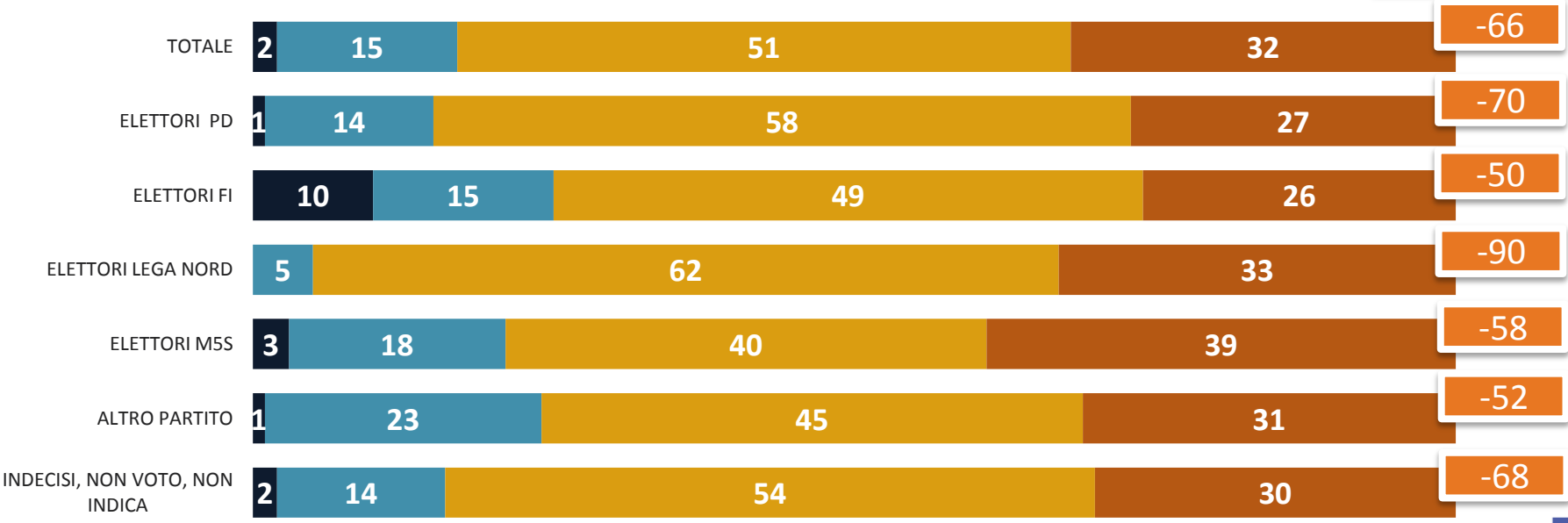


RIGUARDO ALLA DIFFUSIONE E AL CONSUMO DI DROGHE LEGGERE, L'ITALIA AD OGGI DISPONE DI LEGGI SCARSAMENTE EFFICACI

Q1. A SUO PARARE, AD OGGI IN ITALIA QUANTO SONO EFFICACI LE LEGGI CHE IMPEDISCONO LA DIFFUSIONE E IL CONSUMO DELLE DROGHE LEGGERE E DEI DERIVATI DELLA CANNABIS?
- ANALISI PER INTENZIONE DI VOTO. VALORI % -

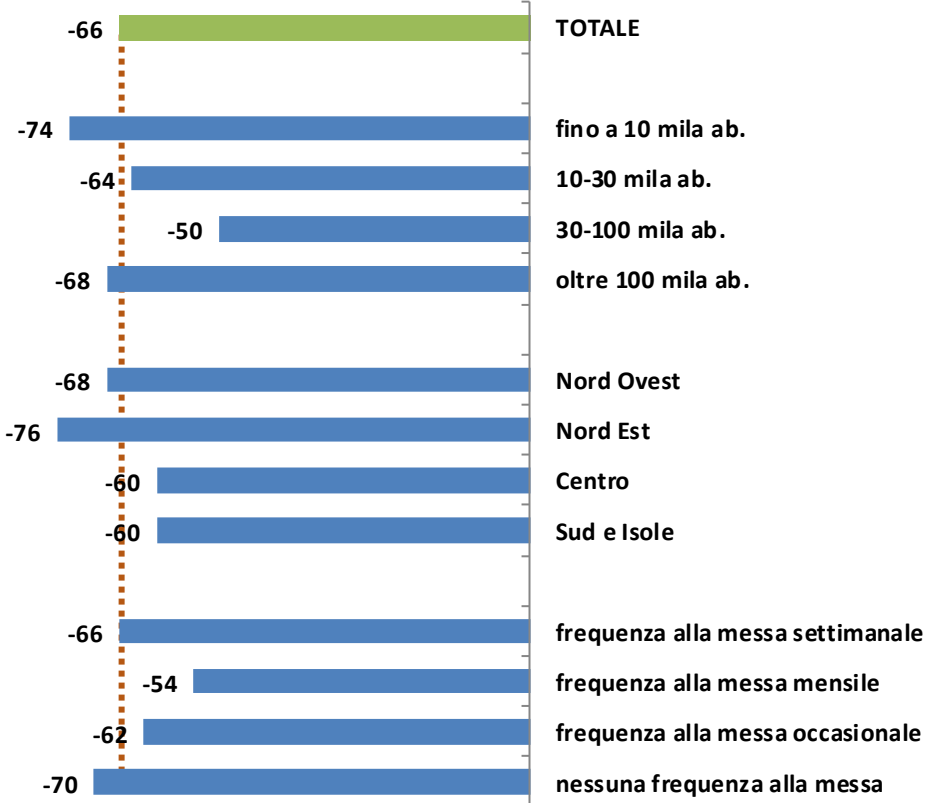
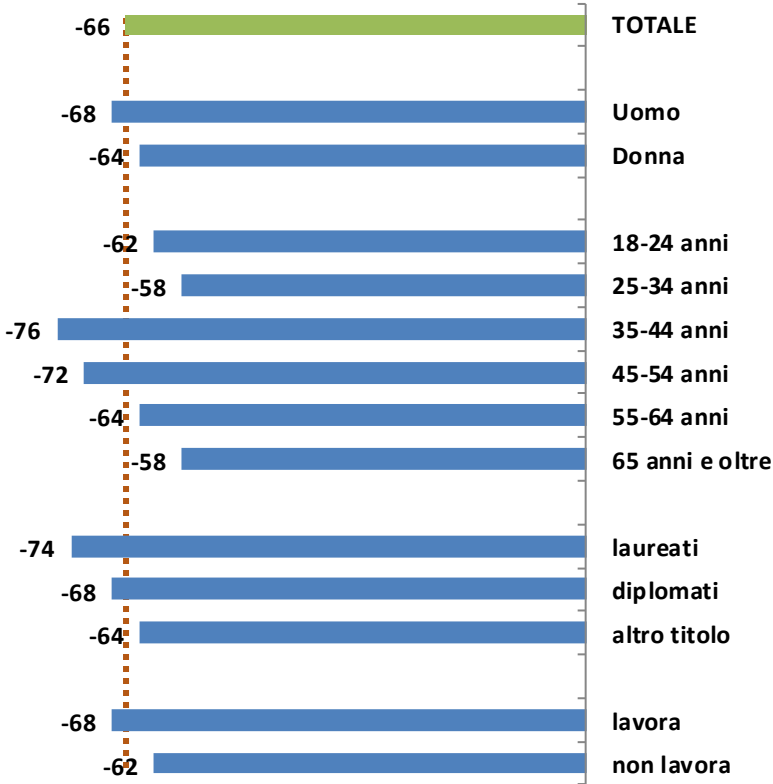
■ Molto efficaci ■ Abbastanza efficaci ■ Poco efficaci ■ Per nulla efficaci

% DELTA EFFICACE - NON EFFICACE



Q1. A SUO PARARE, AD OGGI IN ITALIA QUANTO SONO EFFICACI LE LEGGI CHE IMPEDISCONO LA DIFFUSIONE E IL CONSUMO DELLE DROGHE LEGGERE E DEI DERIVATI DELLA CANNABIS?

- ANALISI PER LE PRINCIPALI VARIABILI SOCIO DEMOGRAFICHE. DELTA EFFICACE – NON EFFICACE. VALORI % -



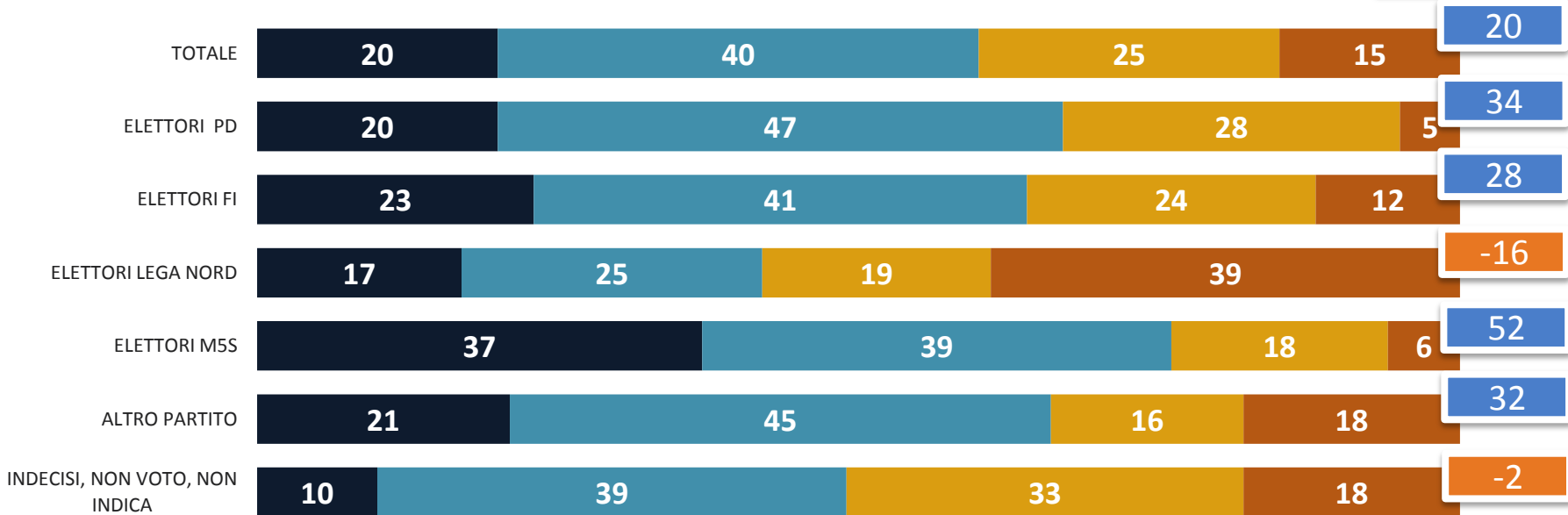
IL PARLAMENTO DOVREBBE PRENDERE IN CONSIDERAZIONE STRATEGIE ALTERNATIVE

Q2. LA DIREZIONE NAZIONALE ANTIMAFIA SOSTIENE CHE LA REPRESSIONE DEL MERCATO DELLE DROGHE LEGGERE È DEL TUTTO INEFFICACE E CHE OCCORRE PENSARE A STRATEGIE ALTERNATIVE, COME LA DEPENALIZZAZIONE. LEI QUANTO È D'ACCORDO CHE IL NOSTRO PARLAMENTO PRENDA IN CONSIDERAZIONE QUESTA OPZIONE?

- ANALISI PER INTENZIONE DI VOTO. VALORI % -

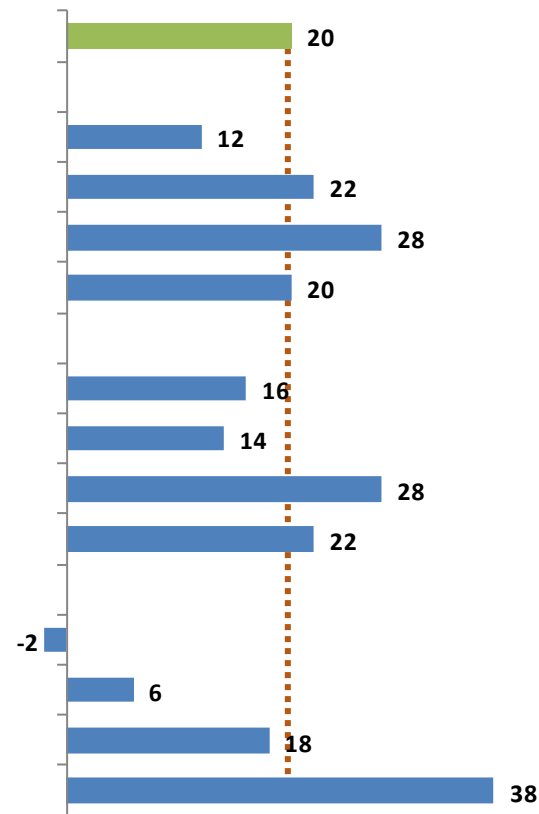
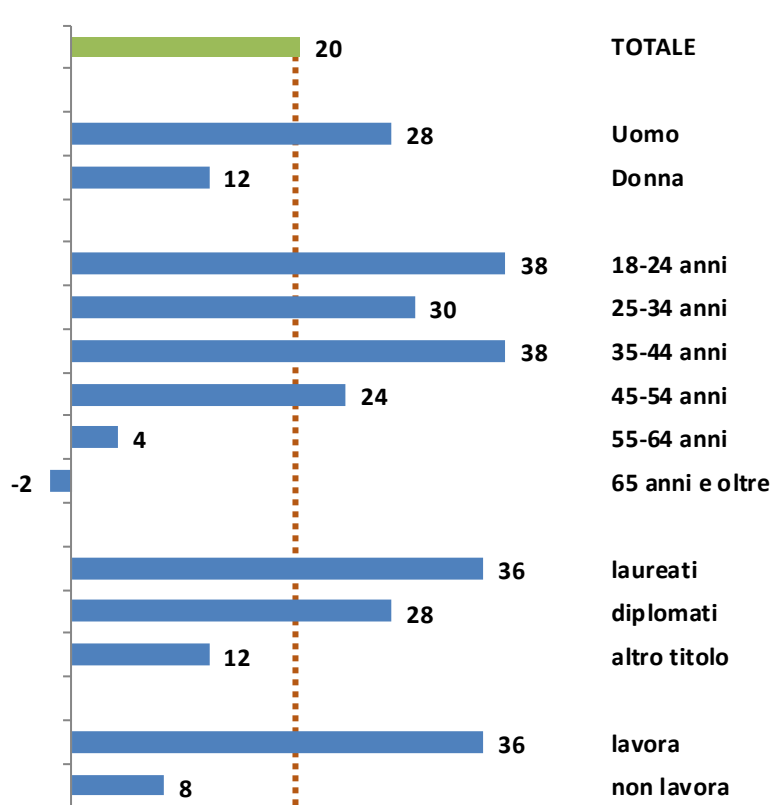
■ Molto d'accordo ■ Abbastanza d'accordo ■ Poco d'accordo ■ Per nulla d'accordo

% DELTA ACCORDO - DISACCORDO



Q2. LA DIREZIONE NAZIONALE ANTIMAFIA SOSTIENE CHE LA REPRESSIONE DEL MERCATO DELLE DROGHE LEGGERE È DEL TUTTO INEFFICACE E CHE OCCORRE PENSARE A STRATEGIE ALTERNATIVE, COME LA DEPENALIZZAZIONE. LEI QUANTO È D'ACCORDO CHE IL NOSTRO PARLAMENTO PRENDA IN CONSIDERAZIONE QUESTA OPZIONE?

- ANALISI PER LE PRINCIPALI VARIABILI SOCIO DEMOGRAFICHE. DELTA ACCORDO – DISACCORDO. VALORI % -



TOTALE

fino a 10 mila ab.

10-30 mila ab.

30-100 mila ab.

oltre 100 mila ab.

Nord Ovest

Nord Est

Centro

Sud e Isole

frequenza alla messa settimanale

frequenza alla messa mensile

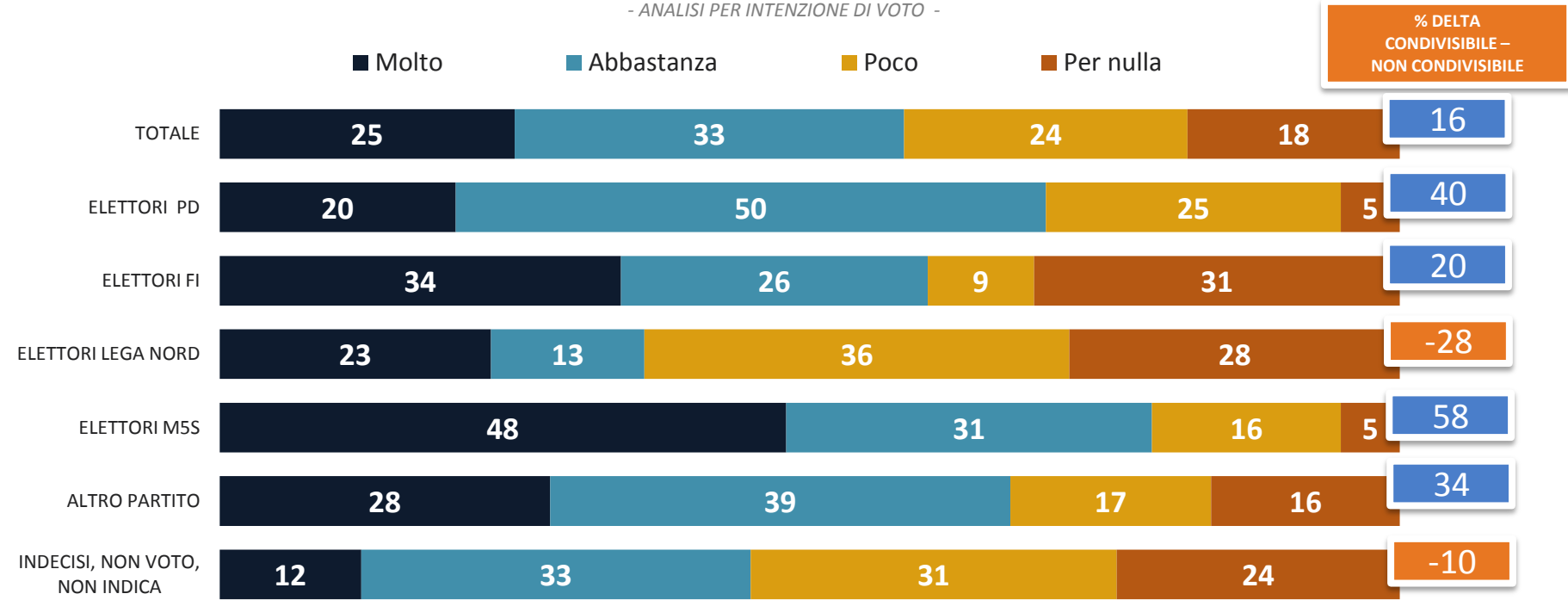
frequenza alla messa occasionale

nessuna frequenza alla messa

LA TASSAZIONE POTREBBE ESSERE UNA STRADA EFFICACE, ANCHE PER IL BILANCIO PUBBLICO

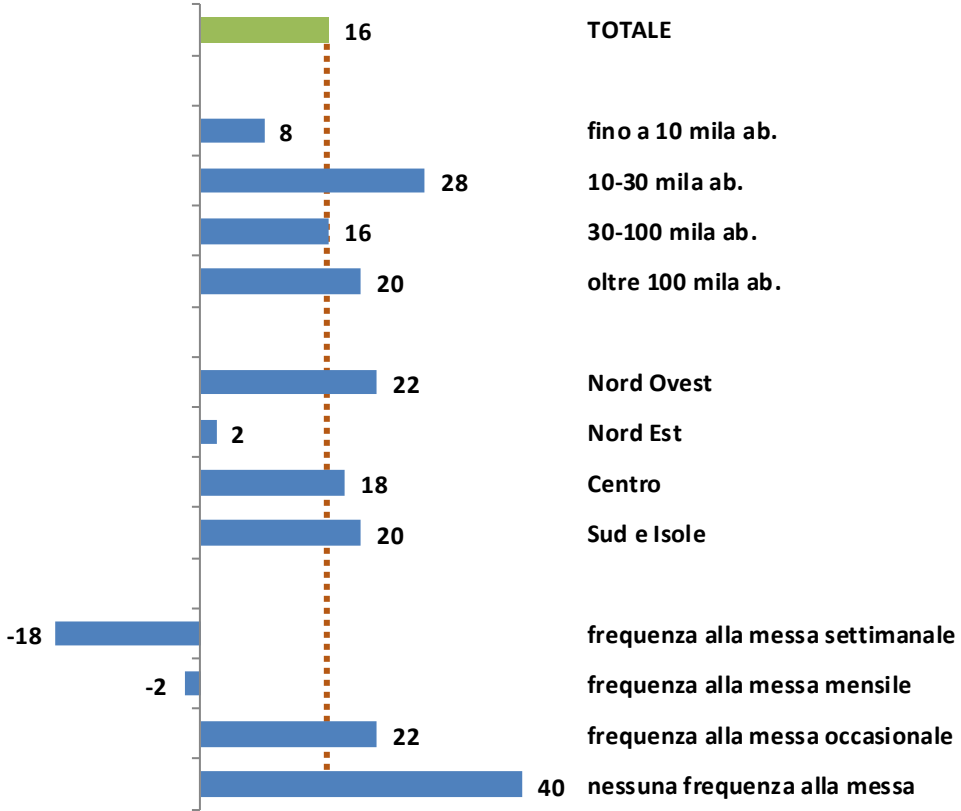
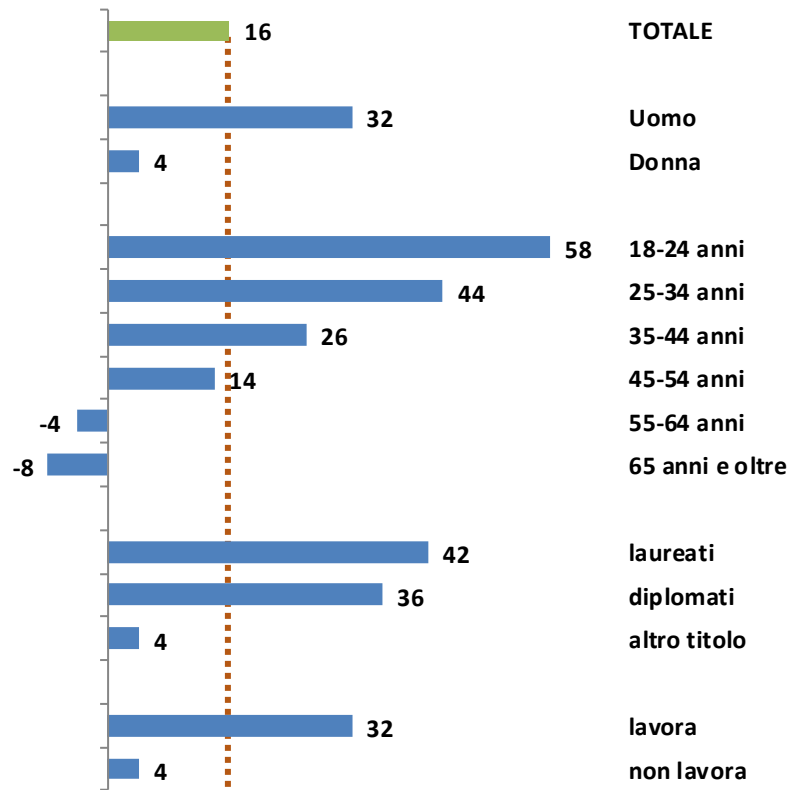
Q3. IN ITALIA SI STIMANO OLTRE 4 MILIONI DI CONSUMATORI DI HASHISH E MARIJUANA PER UN MERCATO CHE OSCILLA TRA GLI 8 E I 12 MILIARDI DI EURO. SE VENISSE LEGALIZZATE LE DROGHE LEGGERE, ATTRAVERSO LA TASSAZIONE SI AVREBBERO BENEFICI PER IL BILANCIO PUBBLICO E PER I CONTRIBUENTI. QUESTO APPROCCIO QUANTO È CONDIVISIBILE?

- ANALISI PER INTENZIONE DI VOTO -



Q3. IN ITALIA SI STIMANO OLTRE 4 MILIONI DI HASHISH E MARIJUANA PER UN MERCATO CHE OSCILLA TRA GLI 8 E I 12 MILIARDI DI EURO. SE VENISSERO LEGALIZZATE LE DROGHE LEGGERE, ATTRAVERSO LA TASSAZIONE SI AVREBBERO BENEFICI PER IL BILANCIO PUBBLICO E PER I CONTRIBUENTI. QUESTO APPROCCIO QUANTO È CONDIVISIBILE?

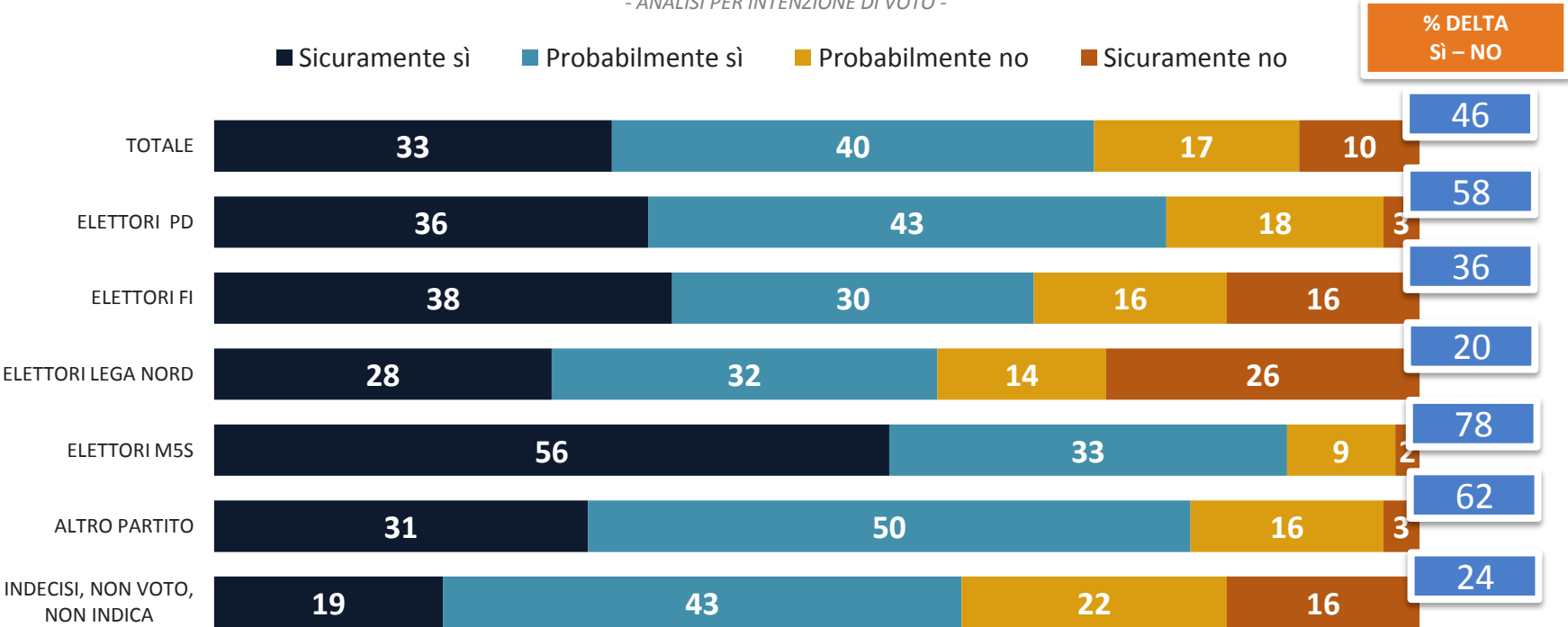
- ANALISI PER LE PRINCIPALI VARIABILI SOCIO DEMOGRAFICHE. DELTA CONDIVISIBILE – NON CONDIVISIBILE. VALORI % -



L'ESPERIENZA AMERICANA CONFORTA GLI ITALIANI. IL NOSTRO PAESE DOVREBBE PERCORRERE LA STESSA STRADA

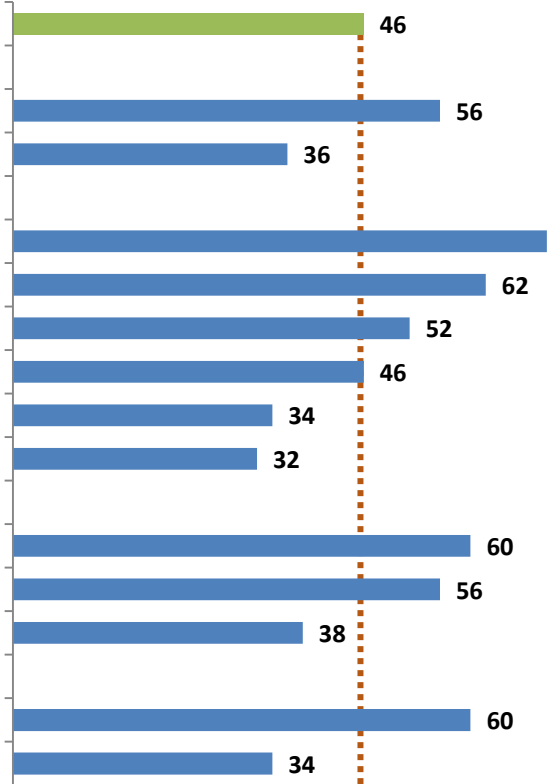
Q4. IN 4 STATI DEGLI USA LA MARIJUANA È STATA LEGALIZZATA. I CONSUMATORI NON SONO AUMENTATI, I PROFITTI CRIMINALI SONO DIMINUITI E LE ENTRATE FISCALI SONO AUMENTATE E VENGONO UTILIZZATE PER FINANZIARE PROGRAMMI SOCIALI. UNA STRADA DI QUESTO TIPO DOVREBBE ESSERE PRESA IN CONSIDERAZIONE ANCHE IN ITALIA?

- ANALISI PER INTENZIONE DI VOTO -

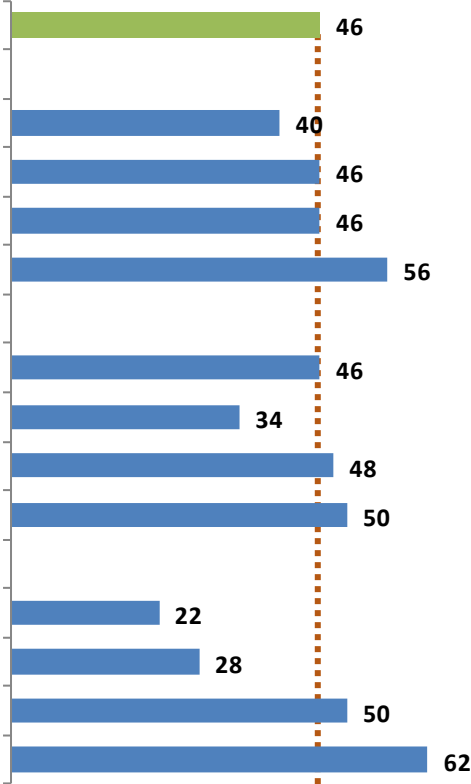


Q4. IN 4 STATI DEGLI USA LA MARIJUANA È STATA LEGALIZZATA. I CONSUMATORI NON SONO AUMENTATI, I PROFITTI CRIMINALI SONO DIMINUITI E LE ENTRATE FISCALI SONO AUMENTATE E VENGONO UTILIZZATE PER FINANZIARE PROGRAMMI SOCIALI. UNA STRADA DI QUESTO TIPO DOVREBBE ESSERE PRESA IN CONSIDERAZIONE ANCHE IN ITALIA?

- ANALISI PER LE PRINCIPALI VARIABILI SOCIO DEMOGRAFICHE. DELTA SI' - NO. VALORI % -



TOTALE
Uomo
Donna
18-24 anni
25-34 anni
35-44 anni
45-54 anni
55-64 anni
65 anni e oltre
laureati
diplomati
altro titolo
lavora
non lavora



TOTALE
fino a 10 mila ab.
10-30 mila ab.
30-100 mila ab.
oltre 100 mila ab.
Nord Ovest
Nord Est
Centro
Sud e Isole
frequenza alla messa settimanale
frequenza alla messa mensile
frequenza alla messa occasionale
nessuna frequenza alla messa

LA METODOLOGIA

Universo di riferimento:	individui residenti in Italia, di 18 anni ed oltre (circa 50.699.000 individui. Fonte Istat, 2015)
Campione:	stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, titolo di studio, condizione occupazionale e zona di residenza
Metodologia:	Le interviste sono state condotte con CAWI (interviste on line).
Nr. Interviste eseguite:	1.000
Data di esecuzione interviste:	30 giugno – 1 luglio 2015
Margine di errore statistico:	Compreso tra +/-0,6% e +/-3,1%

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS

