

IL CONFLITTO IN UCRAINA

**MONITORAGGIO DEL SENTIMENT
DELL'OPINIONE PUBBLICA**

20 MAGGIO 2022

GAME CHANGERS

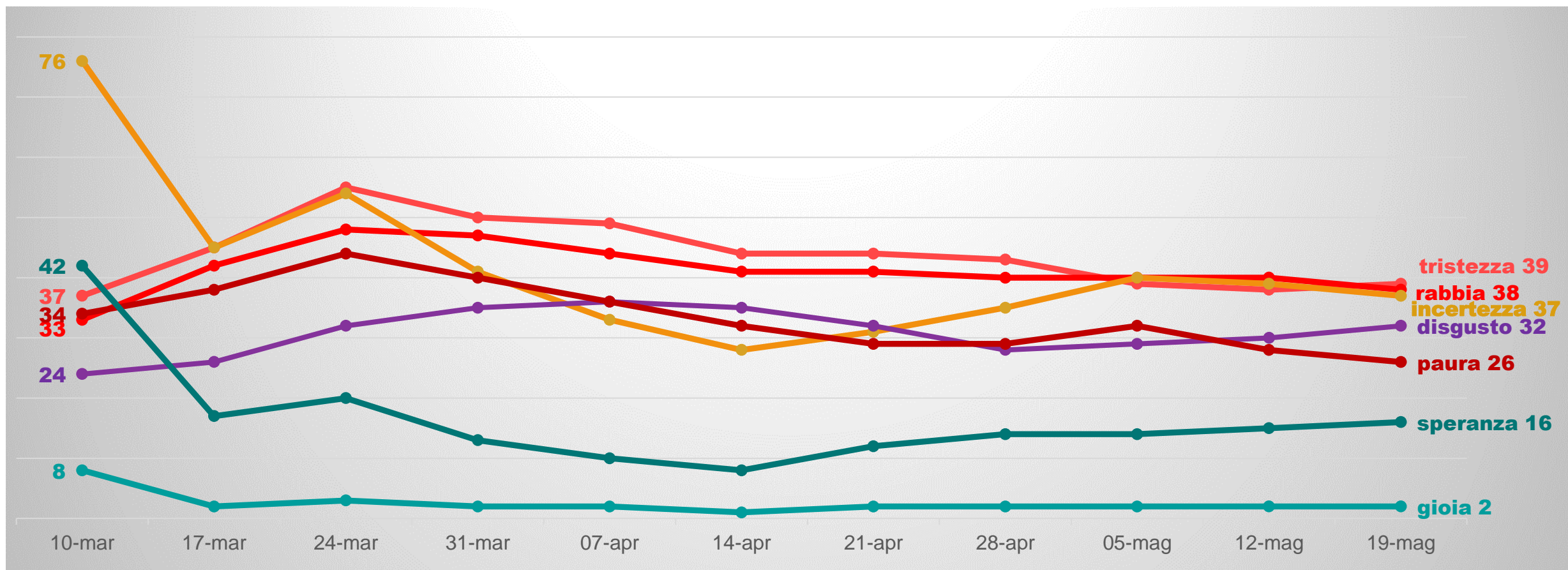


LO STATO D'ANIMO E LE PREOCCUPAZIONI DEGLI ITALIANI

1

DOPO TRE MESI DALL'INIZIO DELLE OSTILITÀ, CONTINUANO A PREVALERE LE SENSAZIONI NEGATIVE: TRISTEZZA, RABBIA E INCERTEZZA SONO CITATE DA OLTRE UN ITALIANO SU TRE. IN CALO IL SENTIMENTO DI PAURA.

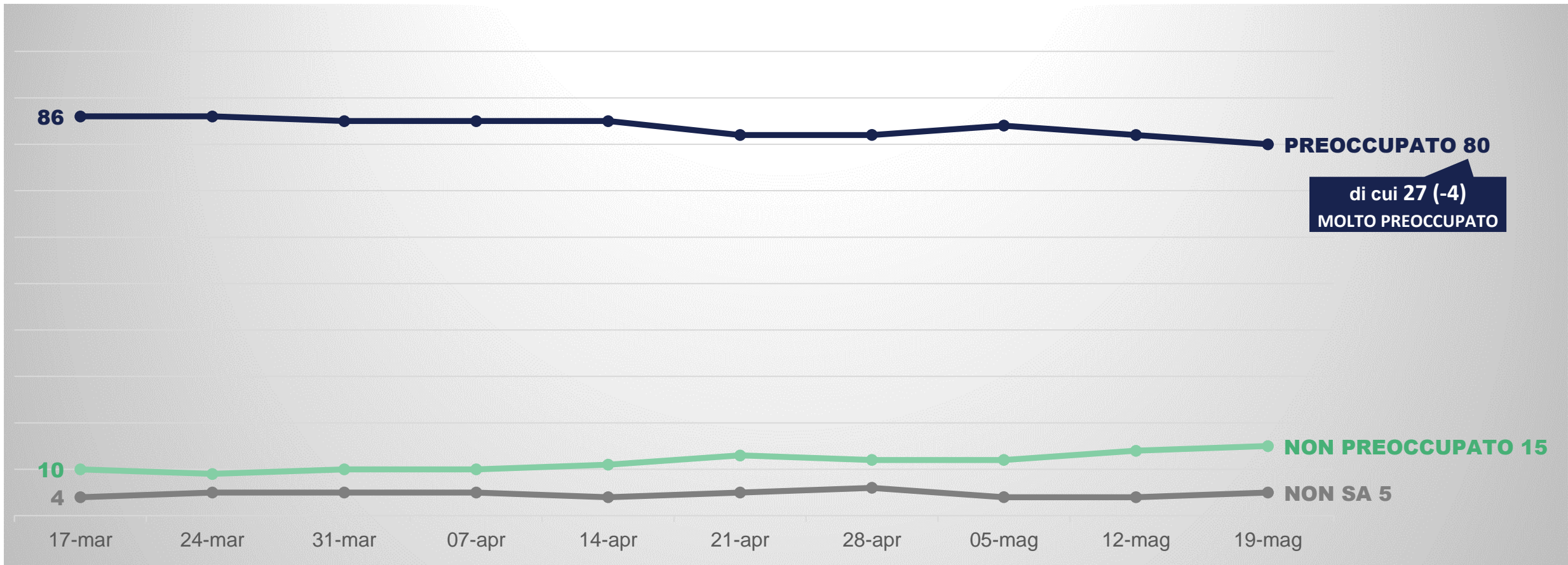
EMOZIONI PREVALENTI



Base: Totale campione – Valori %
«Preferisco non rispondere» = 6%

L'APPRENSIONE PER IL CONFLITTO RIMANE MOLTO ALTA: MENO DI UNO SU SEI NON È PREOCCUPATO

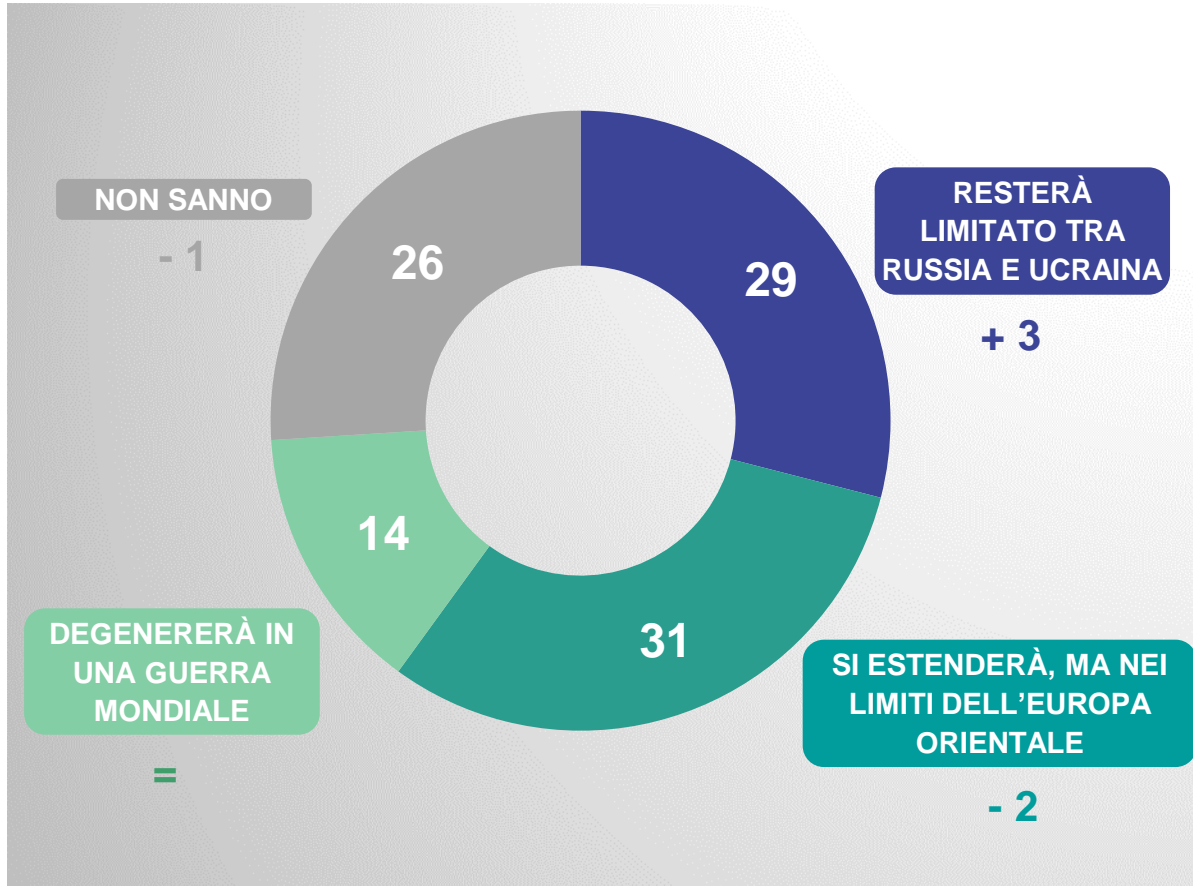
Preoccupazione generale per il conflitto



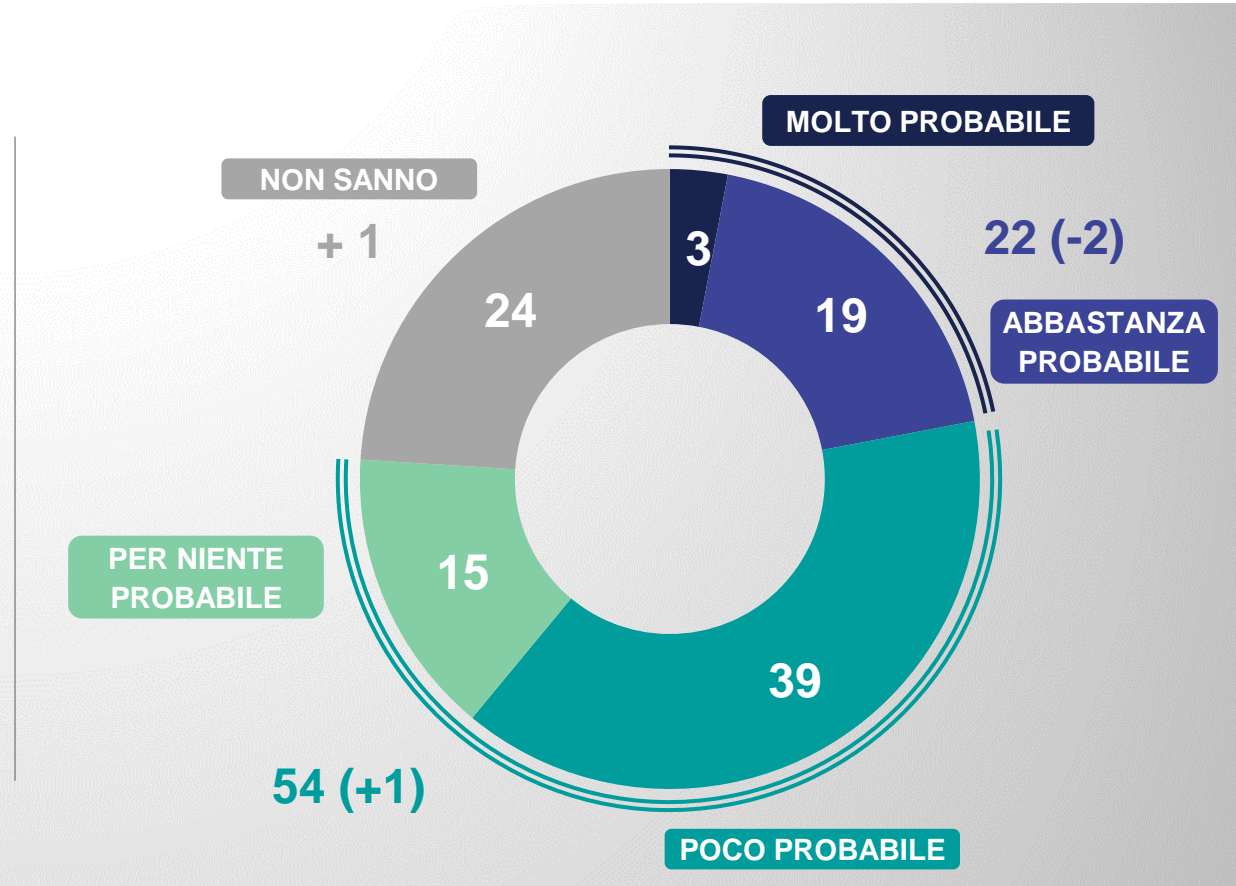
Base: Totale campione – Valori %

L'ESTENSIONE DEL CONFLITTO SU SCALA CONFLITTO MONDIALE SEMBRA ORAMAI UN'IPOTESI SEMPRE PIÙ REMOTA, COSÌ COME IL RICORSO ALLE ARMI NUCLEARI.

PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO

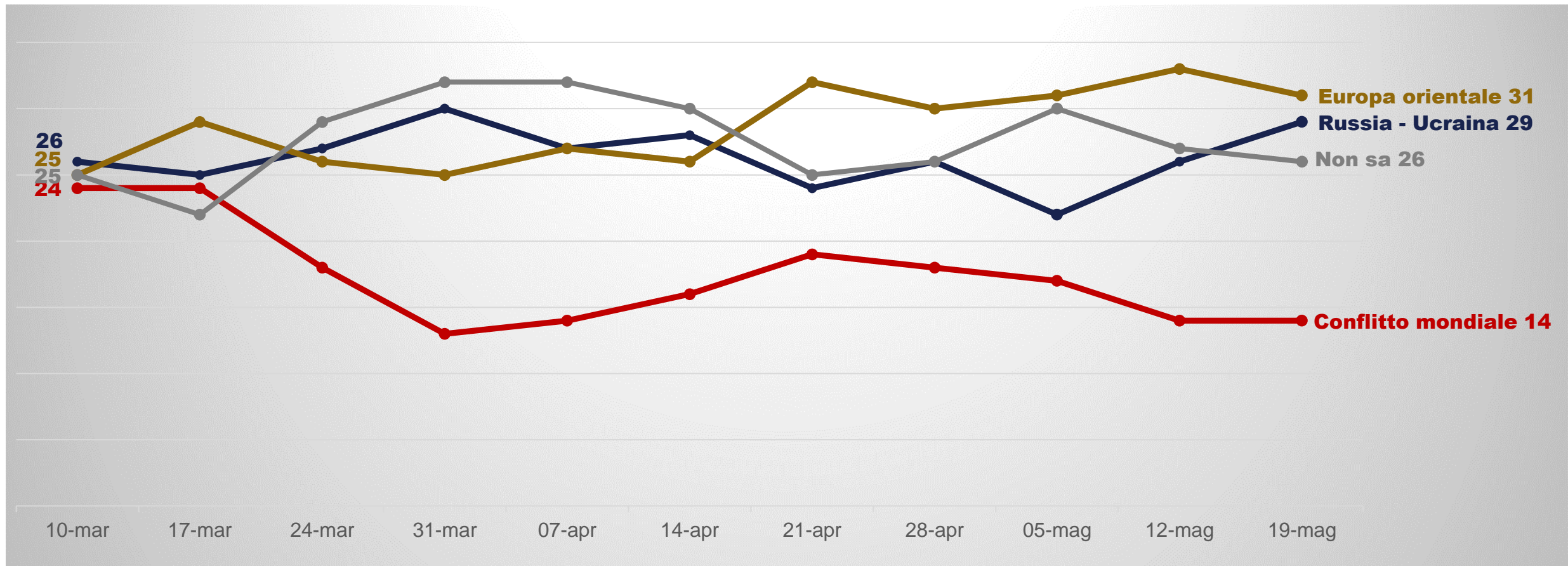


RICORSO AD ARMI NUCLEARI



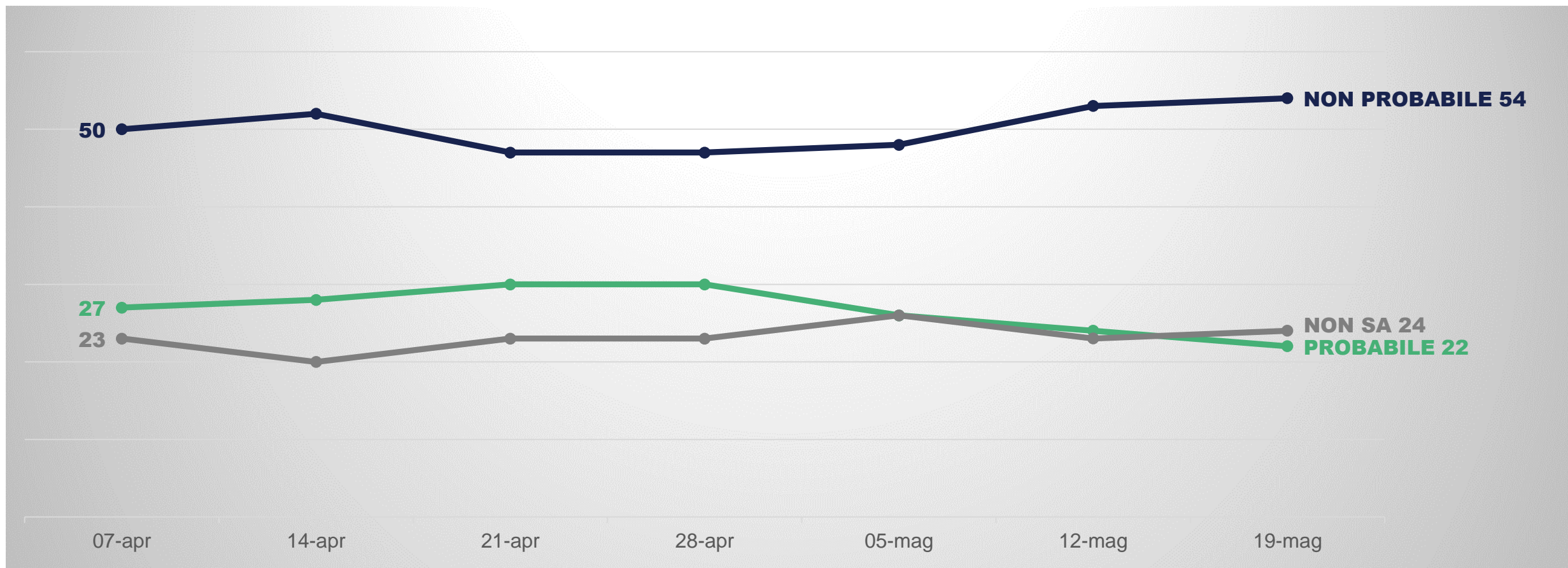
Base: Totale campione – Valori %

PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO - TREND



Base: Totale campione – Valori %

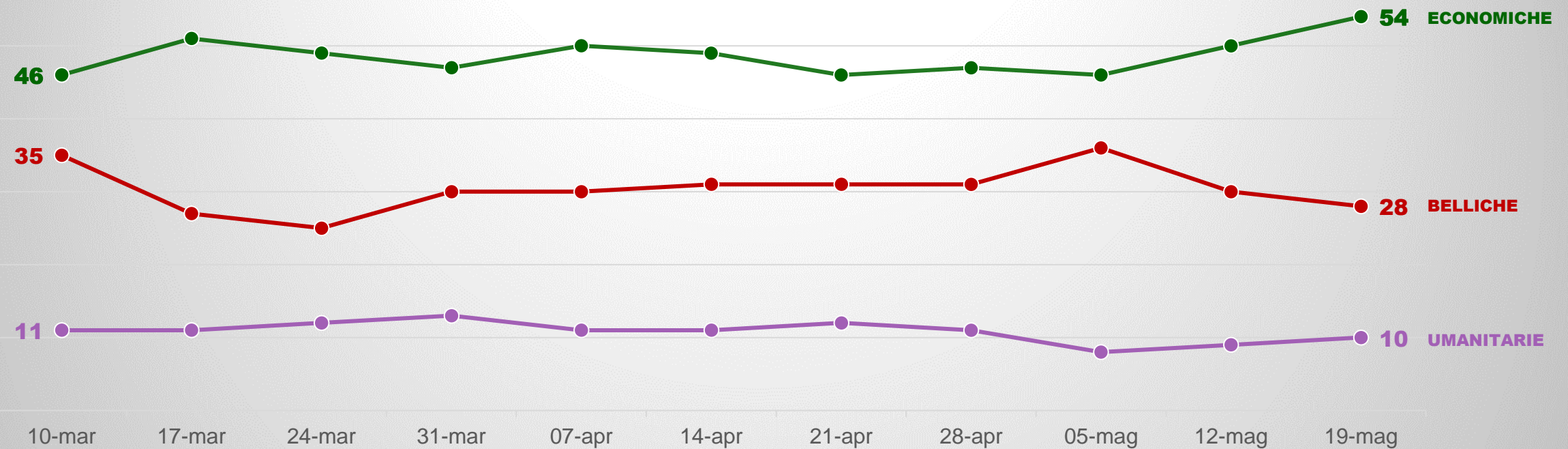
RICORSO AD ARMI NUCLEARI - TREND



Base: Totale campione – Valori %

SI ALLONTANA IL TIMORE PER IL COINVOLGIMENTO DEL NOSTRO ESERCITO NEL CONFLITTO, MENTRE CONTINUA AD AUMENTARE LA PAURA PER LE CONSEGUENZE ECONOMICHE, DI PARI PASSO CON IL PERDURARE DELL'INFLAZIONE E DELLA CRISI ENERGETICA.

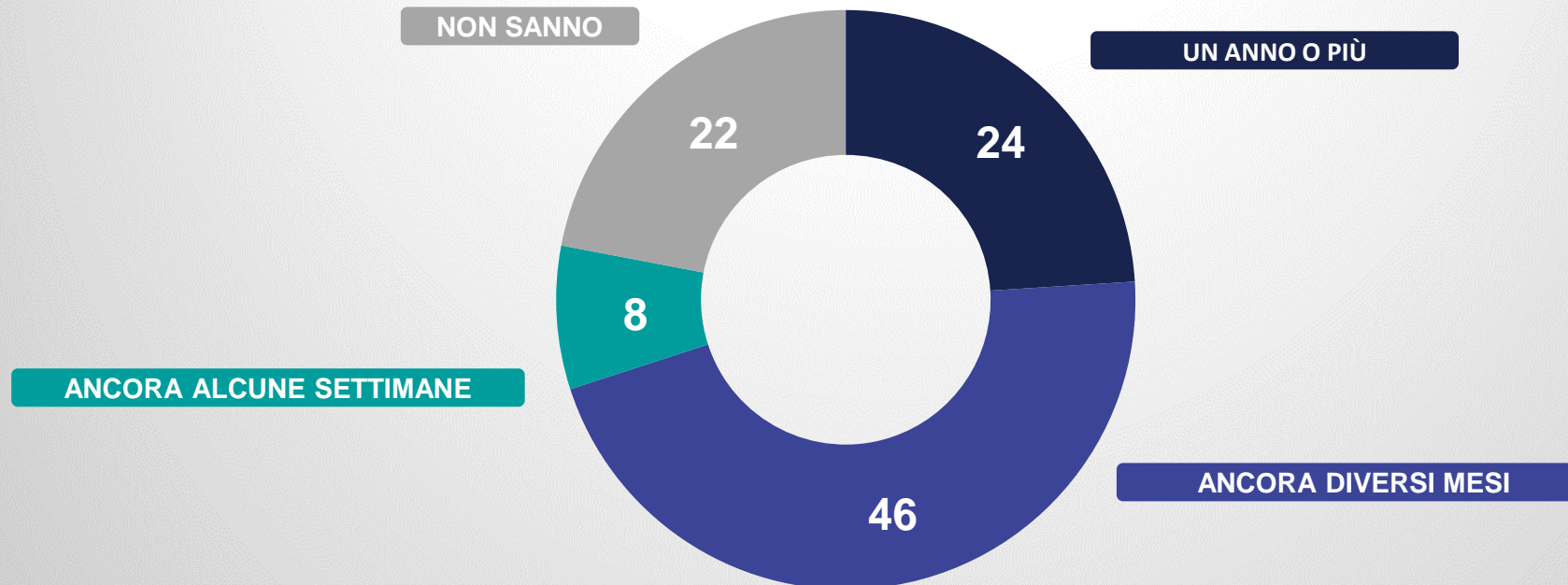
Preoccupazione per le conseguenze...



Base: Totale campione – Valori %
«Non sa» = 10%

SONO IN POCHI A SPERARE CHE IL CONFLITTO TERMINERÀ TRA ALCUNE SETTIMANE: QUASI UNO SU DUE PREVEDE CHE LE OSTILITÀ SI PROTRARRANNO ANCORA PER DIVERSI MESI E UNO SU QUATTRO PER ALMENO UN ALTRO ANNO.

La fine del conflitto



Base: Totale campione – Valori %

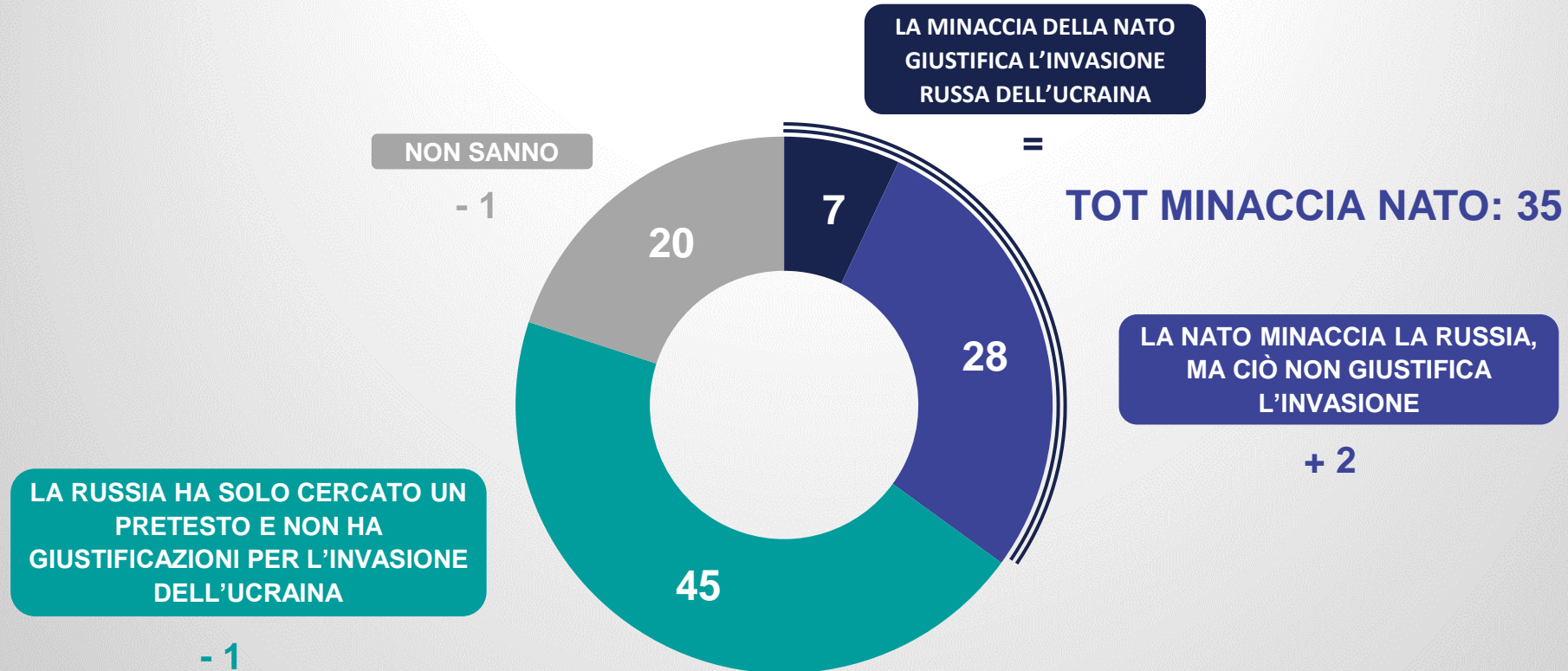
**LA POSIZIONE
RIGUARDO AL
CONFLITTO E AL
COINVOLGIMENTO
DELL'ITALIA**

2



PER QUASI METÀ DEGLI ITALIANI L'INVASIONE DELL'UCRAINA NON HA NESSUNA GIUSTIFICAZIONE, MA OLTRE UN TERZO SOSTIENE CHE IN QUALCHE MODO LA NATO MINACCI LA RUSSIA, ELEMENTO TUTTAVIA INSUFFICIENTE A SOSTENERE L'INVASIONE, PER LA MAGGIORANZA.

Le cause del conflitto

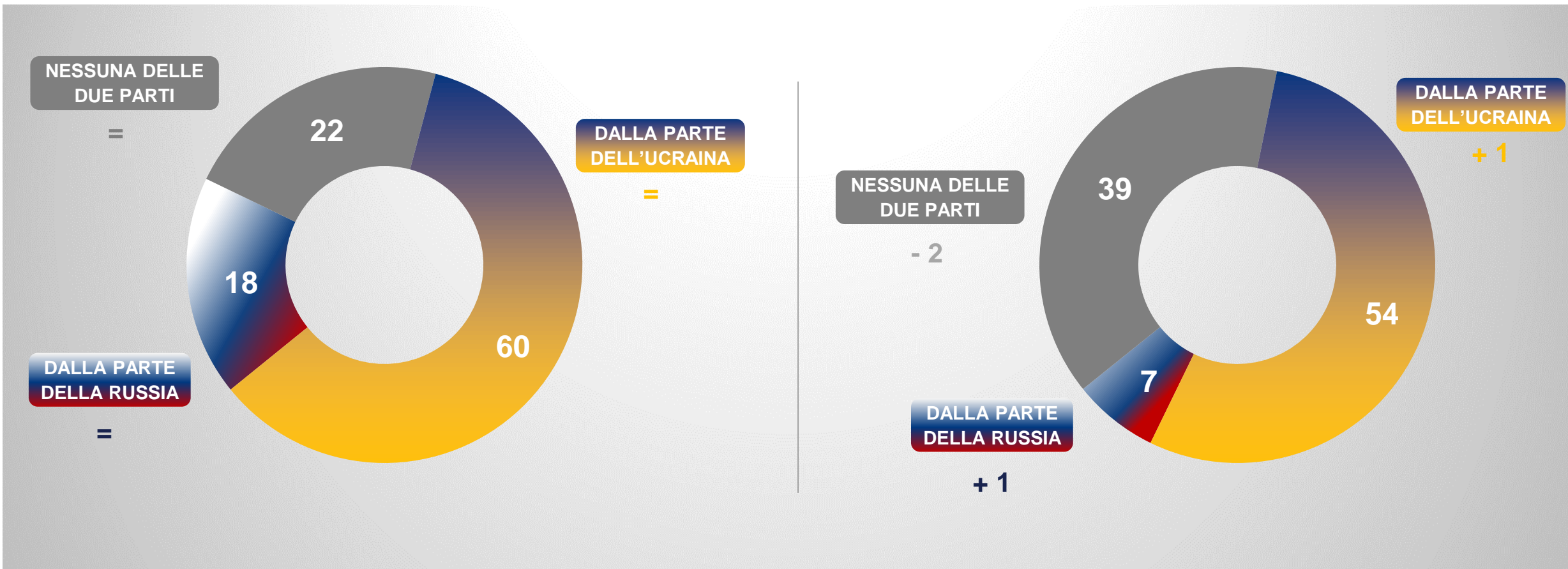


Base: Totale campione – Valori %

LA QUOTA DI CHI DICE DI SUPPORTARE L'UCRAINA RESTA MAGGIORITARIA, BENCHÉ QUATTRO SU DIECI NON SI SCHIERANO. SE INVECE È MINIMA LA PARTE DI ITALIANI CHE RIVELA DI PARTEGGIARE PER LA RUSSIA, ESISTE LA PERCEZIONE CHE SIANO QUASI TRE VOLTE TANTO QUELLI CHE STANNO CON MOSCA.

Secondo lei, da che parte stanno gli Italiani?

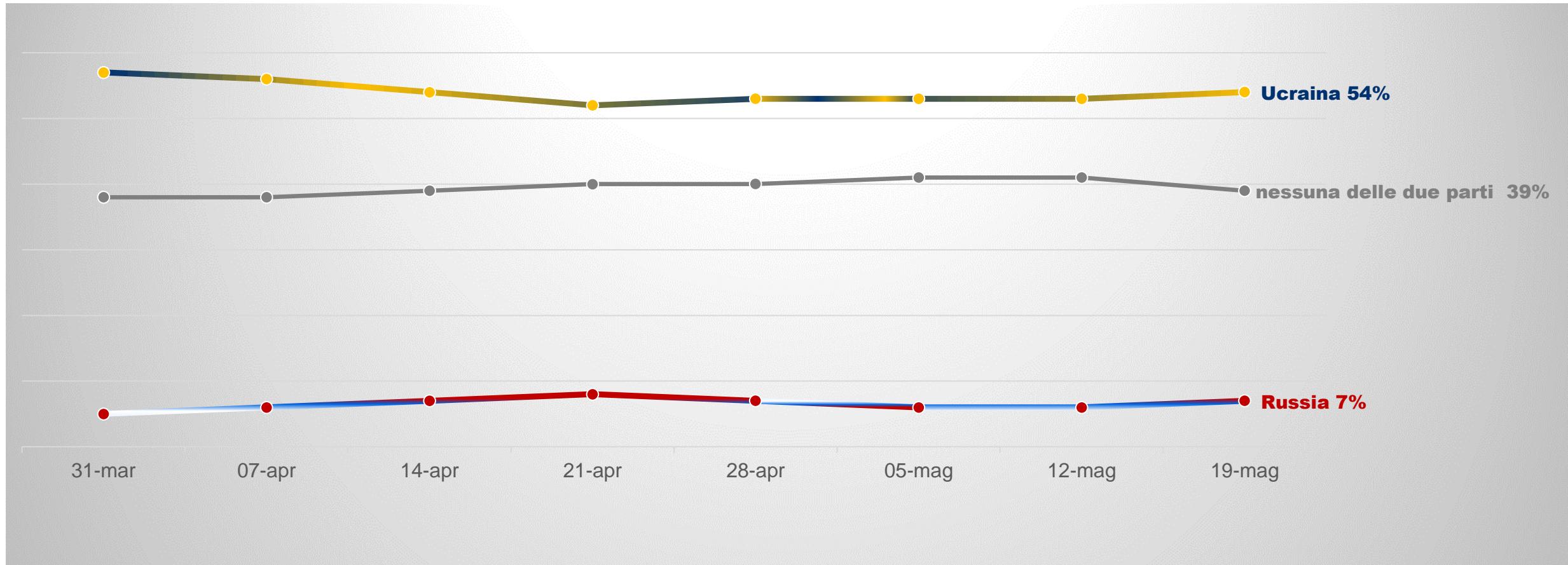
E lei, da che parte sta?



Base: Totale campione – Valori %

DALL'INIZIO DEL CONFLITTO, METÀ DELL'OPINIONE PUBBLICA ITALIANA È SCHIERATA CON L'UCRAINA, MA 4 SU 10 NON PRENDONO POSIZIONE

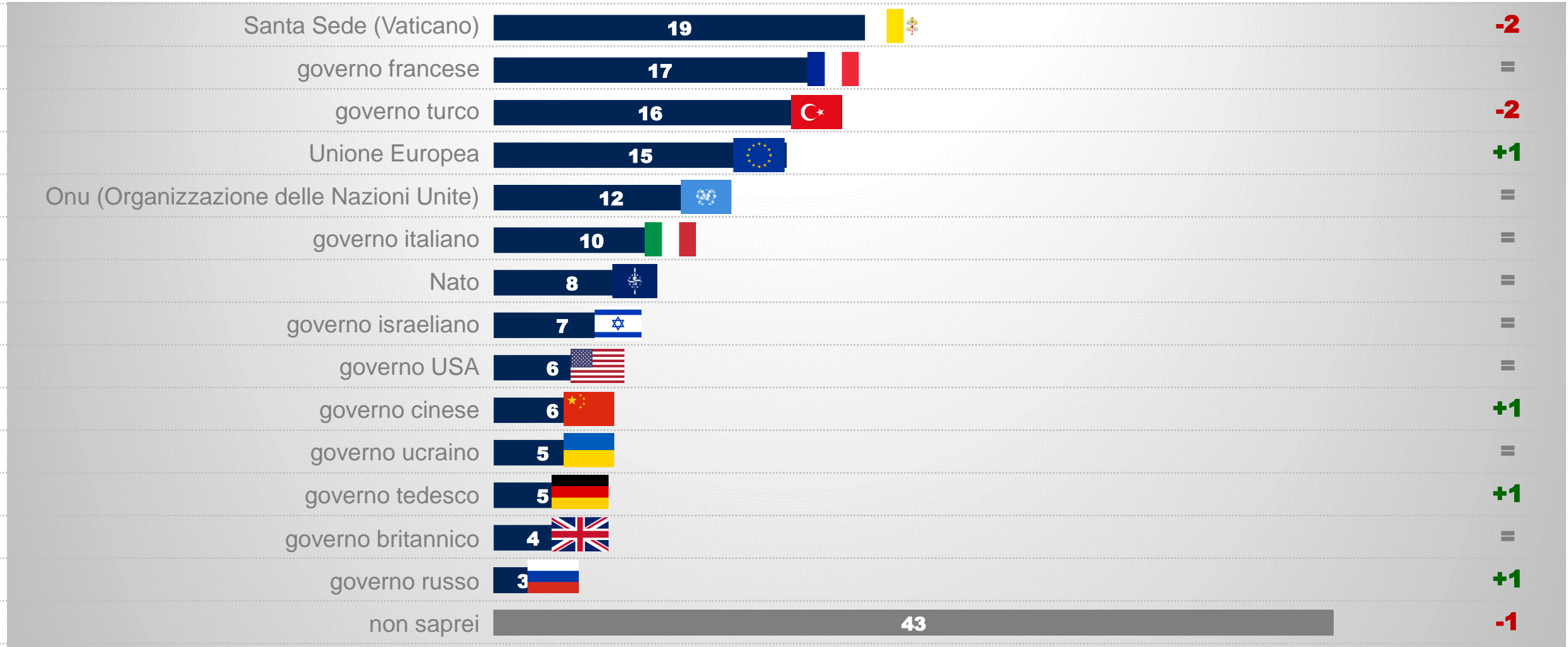
Da che parte?



Base: Totale campione – Valori %

IL VATICANO È PERCEPITO COME L'ATTORE INTERNAZIONALE CHE PIÙ CONTRIBUISCE ALLA RICERCA DI UNA SOLUZIONE DIPLOMATICA AL CONFLITTO. IL GOVERNO ITALIANO È CONSIDERATO COME UN PROTAGONISTA SECONDARIO, MA È OLTRE UNO SU QUATTRO CHE NON INDICA NESSUNO.

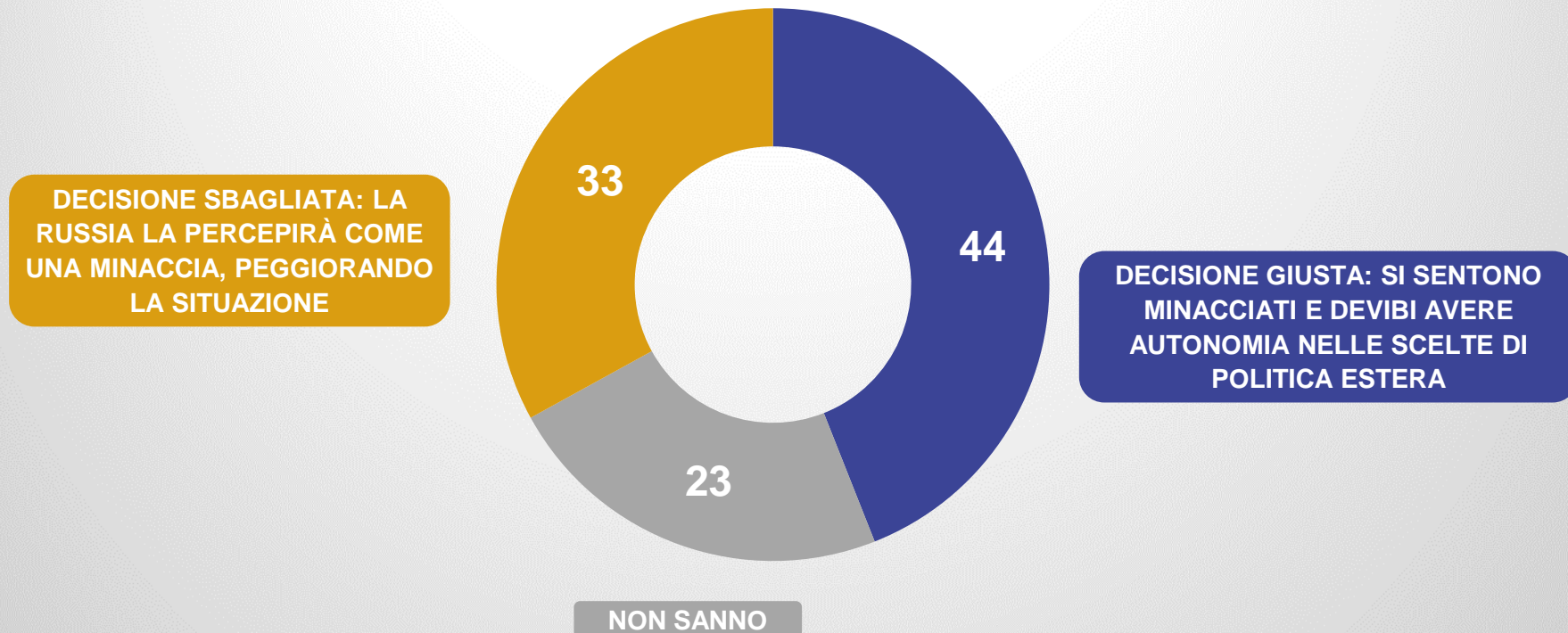
DAL
12 MAGGIO



Base: Totale campione – Valori %

SOLO UN TERZO SI OPPONE ALLA DECISIONE DI DUE PAESI STORICAMENTE NEUTRALI COME SVEZIA E FINLANDIA DI ADERIRE AL PATTO ATLANTICO: OLTRE UN ITALIANO SU QUATTRO RITIENE FONDATE LE PREOCCUPAZIONI DEI DUE STATI SCANDINAVI.

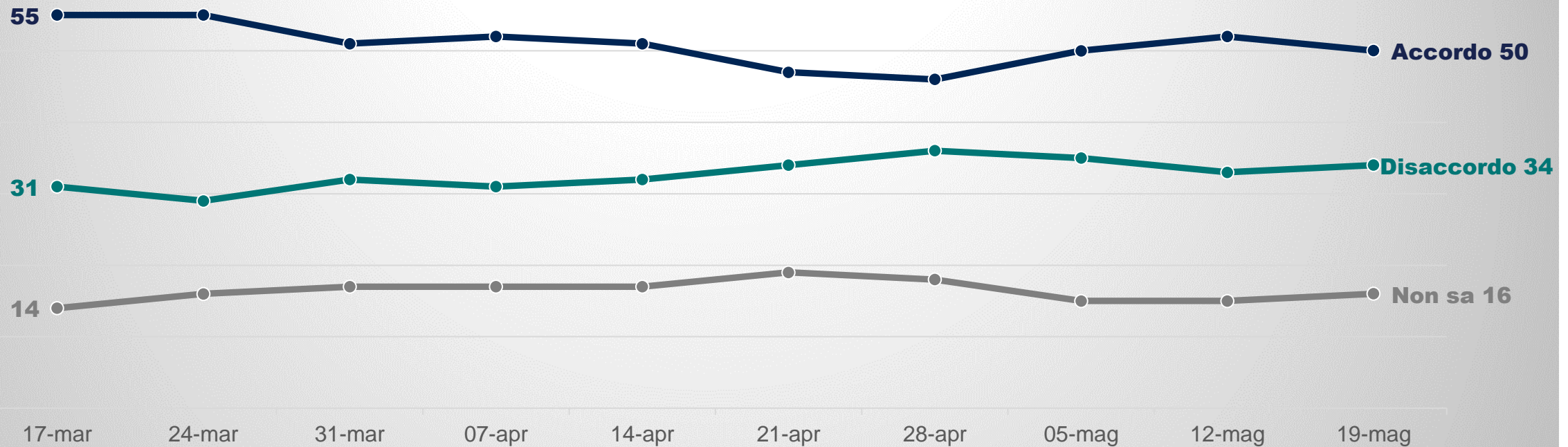
SVEZIA E FINLANDIA NELLA NATO



Base: Totale campione – Valori %

UN ITALIANO SUE DUE SI ESPRIME A FAVORE DELLE SANZIONI IMPOSTE ALLA RUSSIA, MENTRE È UNO SU TRE CHE SI OPPONE.

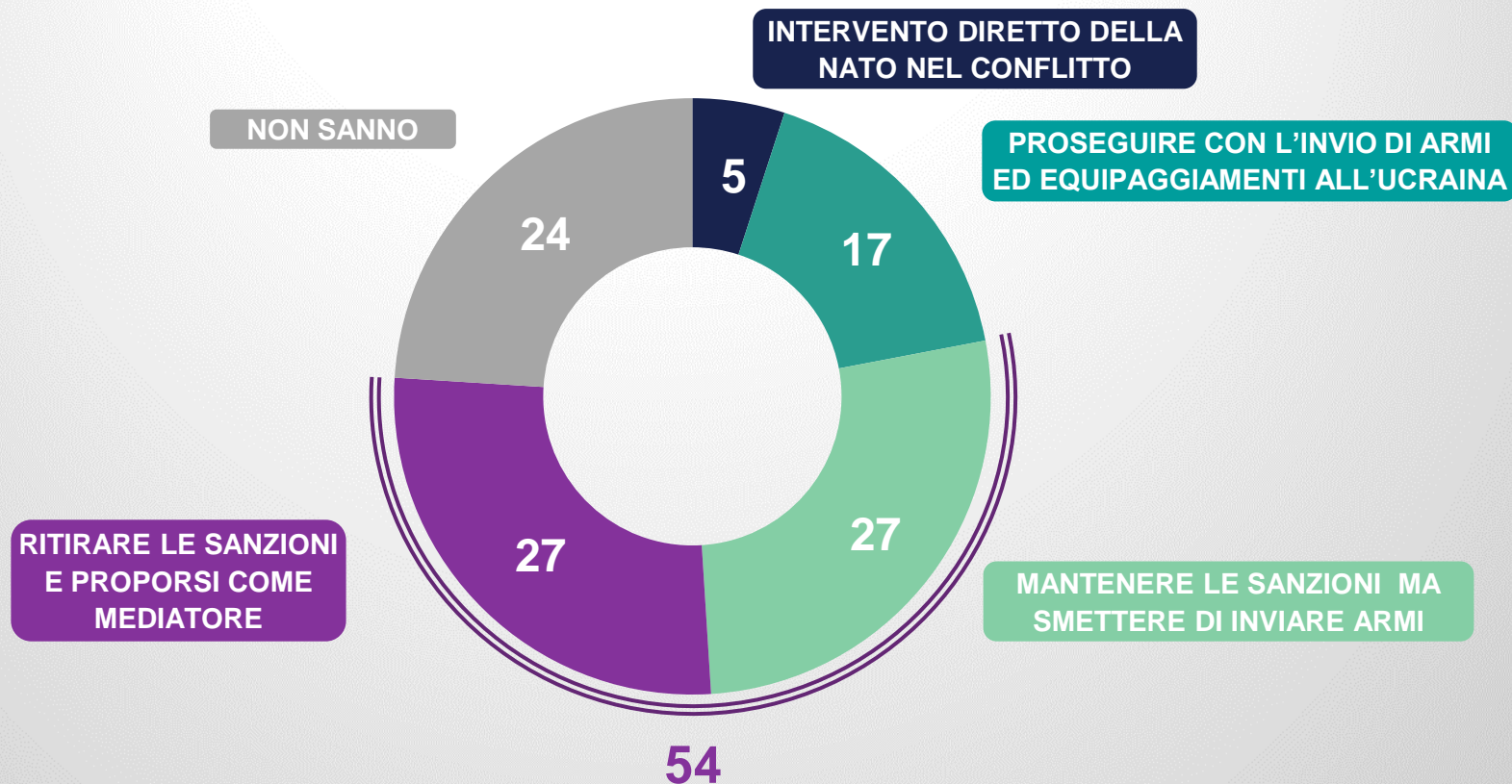
Mantenere le sanzioni alla Russia anche a fronte dell'aumento dei prezzi?



Base: Totale campione – Valori %

OLTRE LA METÀ DEGLI ITALIANI È PER LA SOSPENSIONE DEGLI AIUTI MILITARI ALL'UCRAINA, MENTRE SOLO UNA MINORANZA APPOGGIA L'IDEA DI UN INTERVENTO DIRETTO DELLE TRUPPE NATO.

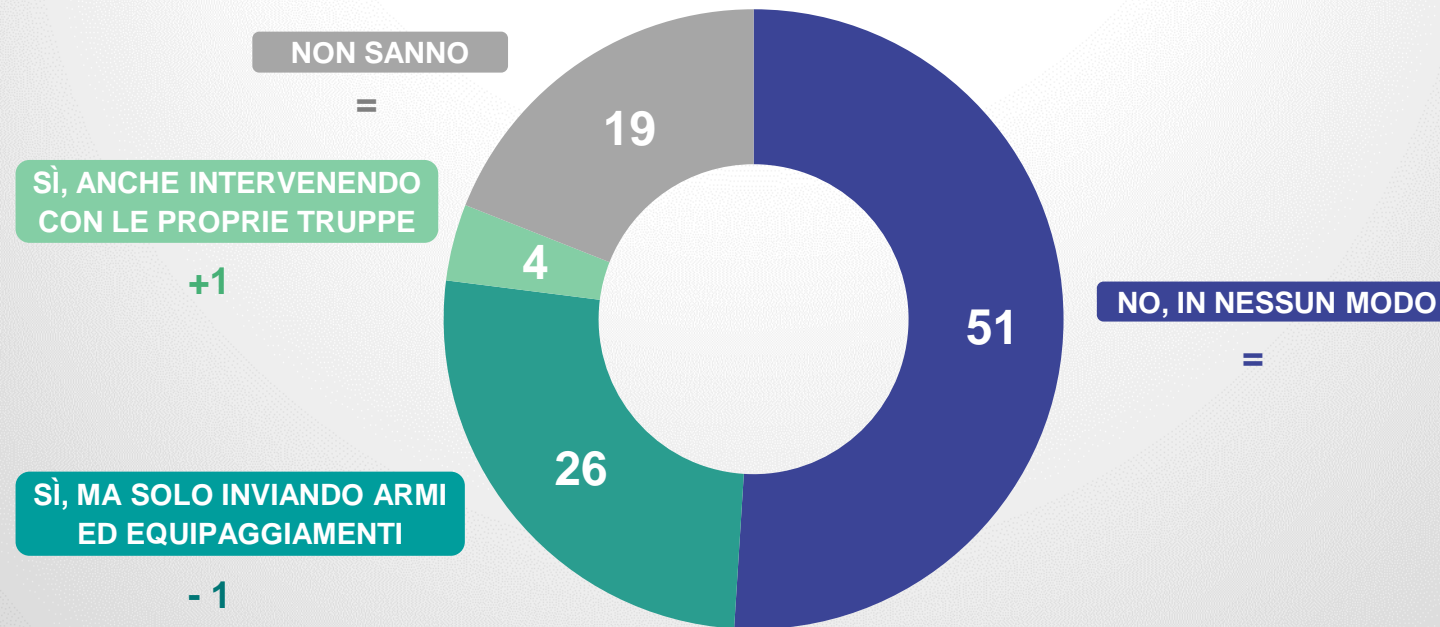
COSA DOVREBBE FARE L'ITALIA



Base: Totale campione – Valori %

SOLO UNA PICCOLA MINORANZA È FAVOREVOLE ALL'INTERVENTO DIRETTO NEL CONFLITTO MILITARE. PIÙ AMPIO IL FAVORE ALL'INVIO DI EQUIPAGGIAMENTI, MA METÀ DEGLI ITALIANI PREFERIREBBE EVITARE QUALSIASI COINVOLGIMENTO.

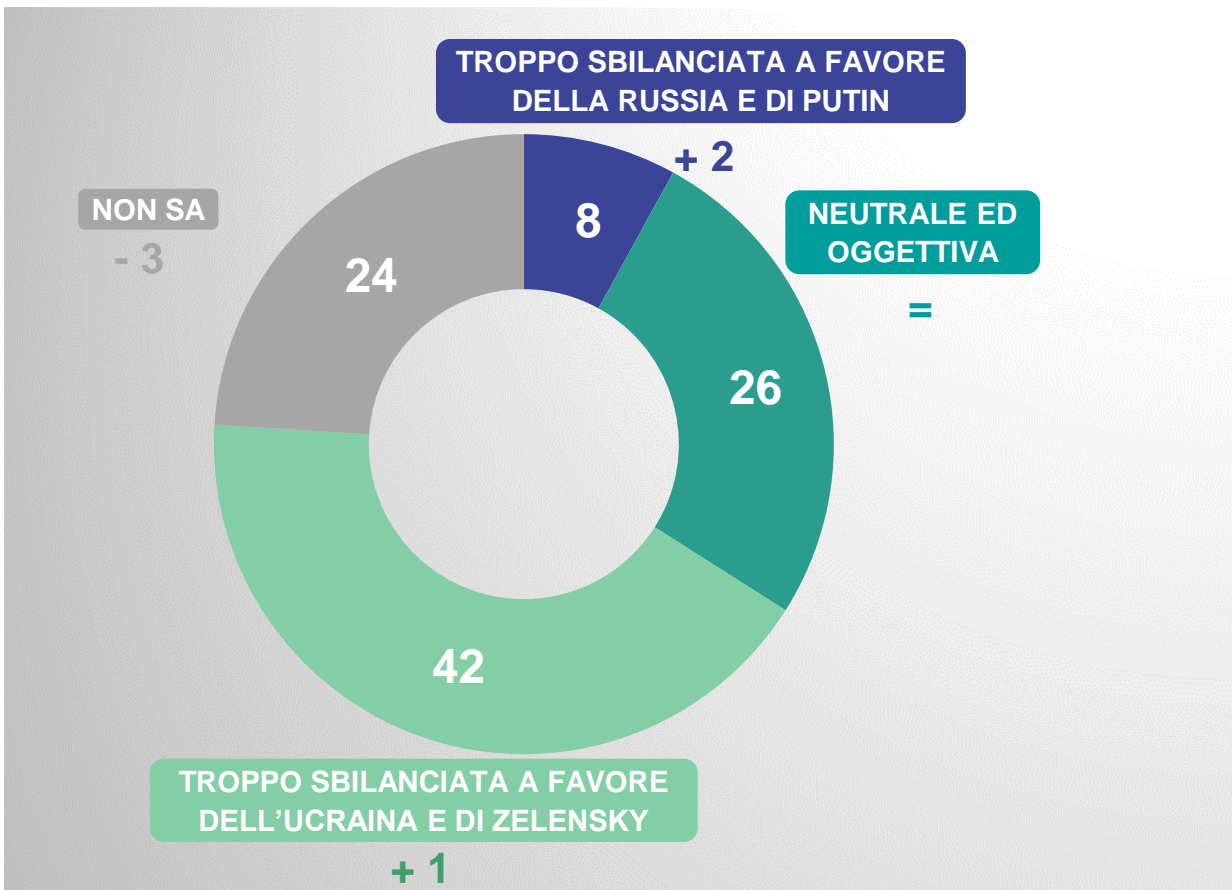
INTERVENIRE A FIANCO DELL'UCRAINA?



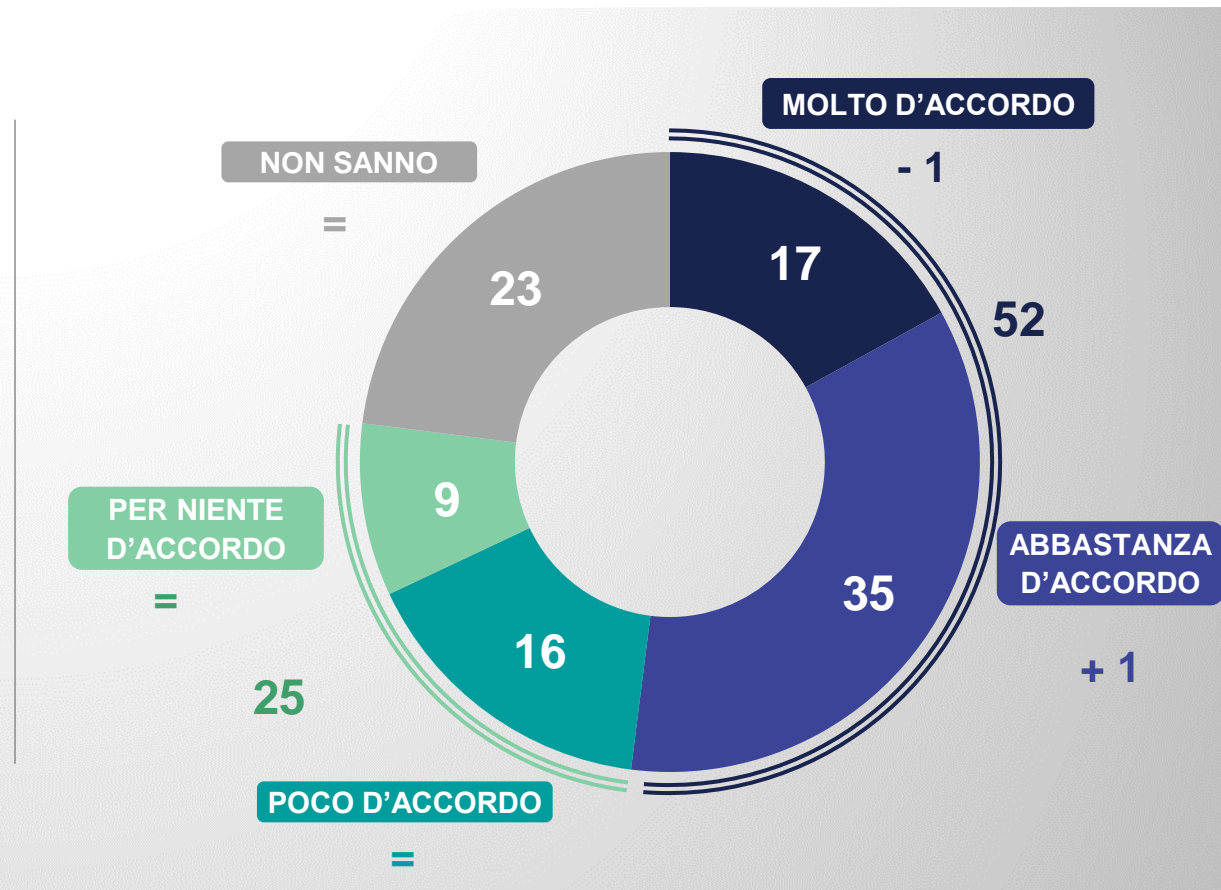
Base: Totale campione – Valori %

SONO OLTRE 4 ITALIANI SU 10 A GIUDICARE I MEDIA ITALIANI COME TROPPO SBILANCIATI NEI CONFRONTI DELL'UCRAINA E SOLO UN QUARTO GIUDICA OGGETTIVA LA NOSTRA INFORMAZIONE. È PERÒ LA METÀ A CONDIVIDERE LA POSIZIONE DI ALCUNI TALK SHOW DI DARE SPAZIO A GIORNALISTI E MEMBRI DEL GOVERNO RUSSO PER DIFENDERE LE POSIZIONI DEL CREMLINO.

Giudizio sull'informazione

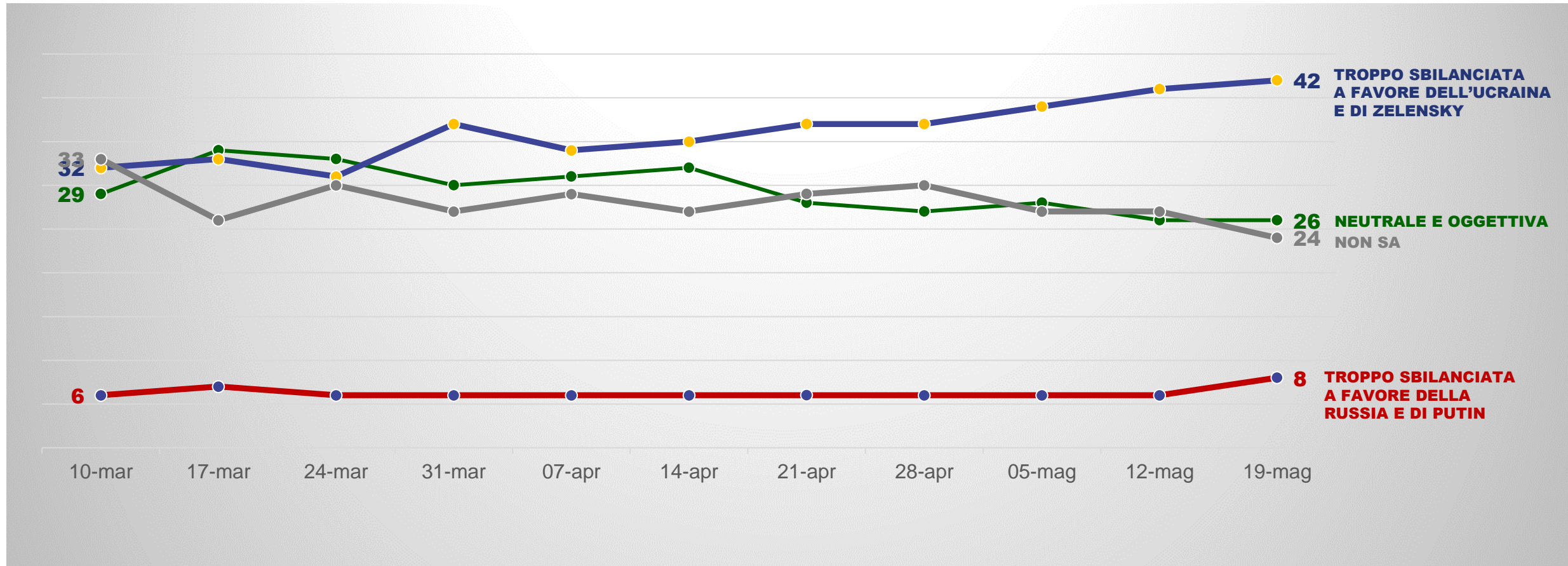


Dare visibilità a esponenti ufficiali russi



Base: Totale campione – Valori %

GIUDIZIO SULL'INFORMAZIONE - TREND



Base: Totale campione – Valori %

METODOLOGIA E CAMPIONE

Universo di riferimento

Individui residenti in Italia di 18 anni e oltre (circa 50,0 milioni, Fonte ISTAT 2021)

Campione

Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, titolo di studio, provincia di residenza

Metodologia

Multimode survey
CATI, CAWI, CAMI

Interviste e margine d'errore

800 interviste
Data esecuzione: 16 – 18 maggio 2022
Margine di errore compreso tra +/- 0,6% e +/- 3,1%

IPSOS

Per informazioni:

Nando Pagnoncelli - nando.pagnoncelli@ipsos.com

Chiara Ferrari - chiara.ferrari@ipsos.com

Benjamin Fishman - benjamin.fishman@ipsos.com



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our clients to navigate more easily our deeply changing world.



**THANK
YOU**

GAME CHANGERS

