

IL CONFLITTO IN UCRAINA

**MONITORAGGIO DEL SENTIMENT
DELL'OPINIONE PUBBLICA**

06 MAGGIO 2022

GAME CHANGERS

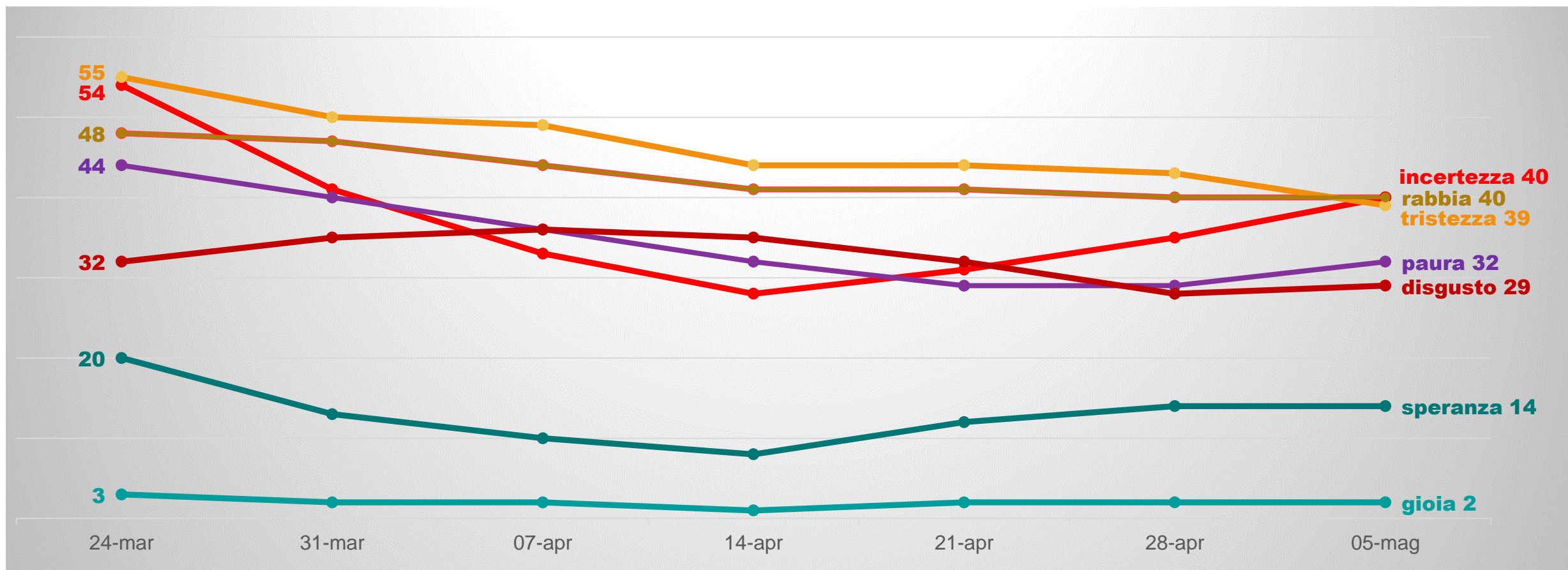


LO STATO D'ANIMO E LE PREOCCUPAZIONI DEGLI ITALIANI

1

LA SCARSA COMPATTEZZA DIMOSTRATA DAI DIVERSI PAESI EUROPEI DI FRONTE AI NUOVI PACCHETTI SANZIONATORI, FA AUMENTARE IL SENSO DI INCERTEZZA CHE, INSIEME A RABBIA E TRISTEZZA, TORNA IN CIMA ALLE SENSAZIONI PREVALENTI.

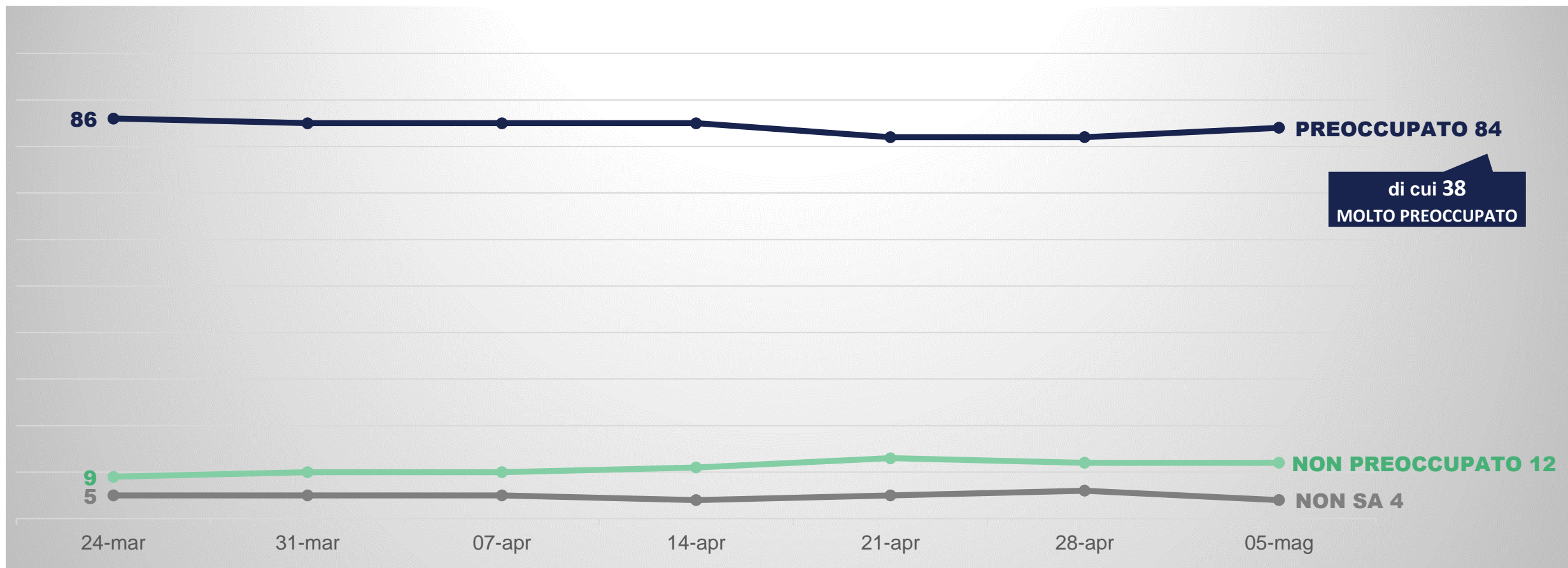
EMOZIONI PREVALENTI



Base: Totale campione – Valori %
«Preferisco non rispondere» = 5%

L'APPRENSIONE PER IL CONFLITTO RIMANE LARGAMENTE MAGGIORITARIA: OLTRE 4 SU 5 SI DICONO PREOCCUPATI

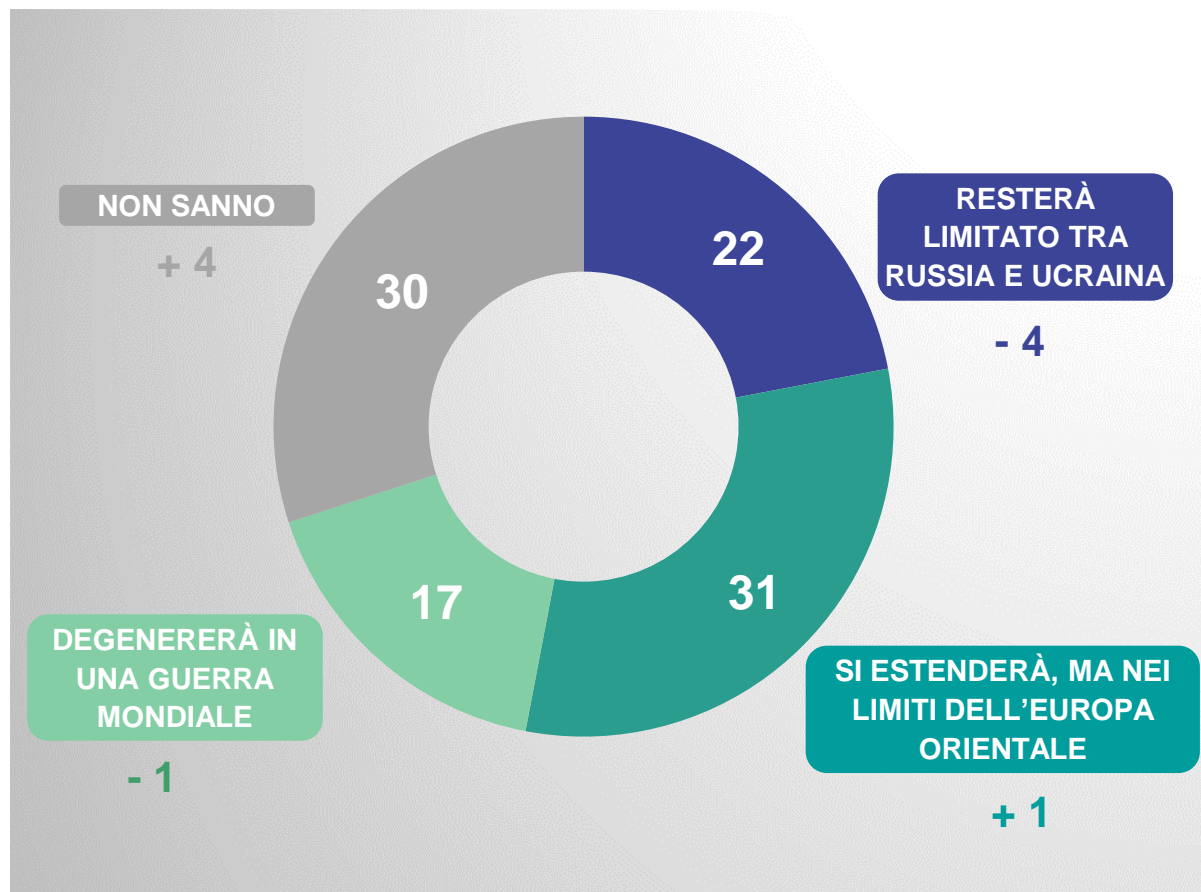
Preoccupazione generale per il conflitto



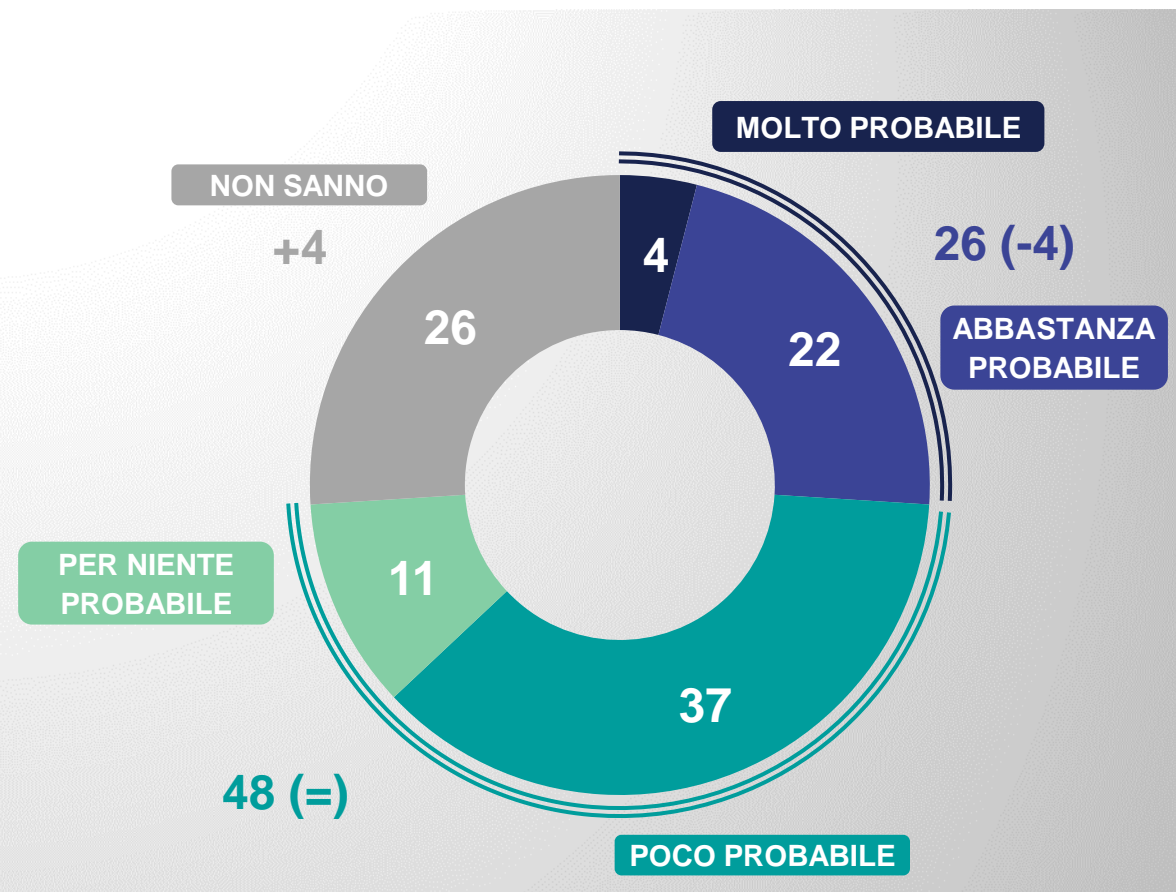
Base: Totale campione – Valori %

IL POSSIBILE COINVOLGIMENTO DI MOLDAVIA NEL CONFLITTO FA TEMERE QUASI UN ITALIANO SU TRE CHE LA GUERRA SI ESTENDERÀ AD ALTRI PAESI DELLA REGIONE, MENTRE SONO SEMPRE DI MENO A CREDERE CHE L'INVASIONE RUSSA RIMARRÀ LIMITATA AL TERRITORIO UCRAINO. IN AUMENTO LA QUOTA DI CHI NON FA PREVISIONI. DOPO LE RASSICURAZIONI DI LAVROV INVECE, CONTINUA A SCEMARE LA QUOTA DI CHI HA PAURA CHE SI FARÀ RICORSO A ORDIGNI NUCLEARI.

PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO

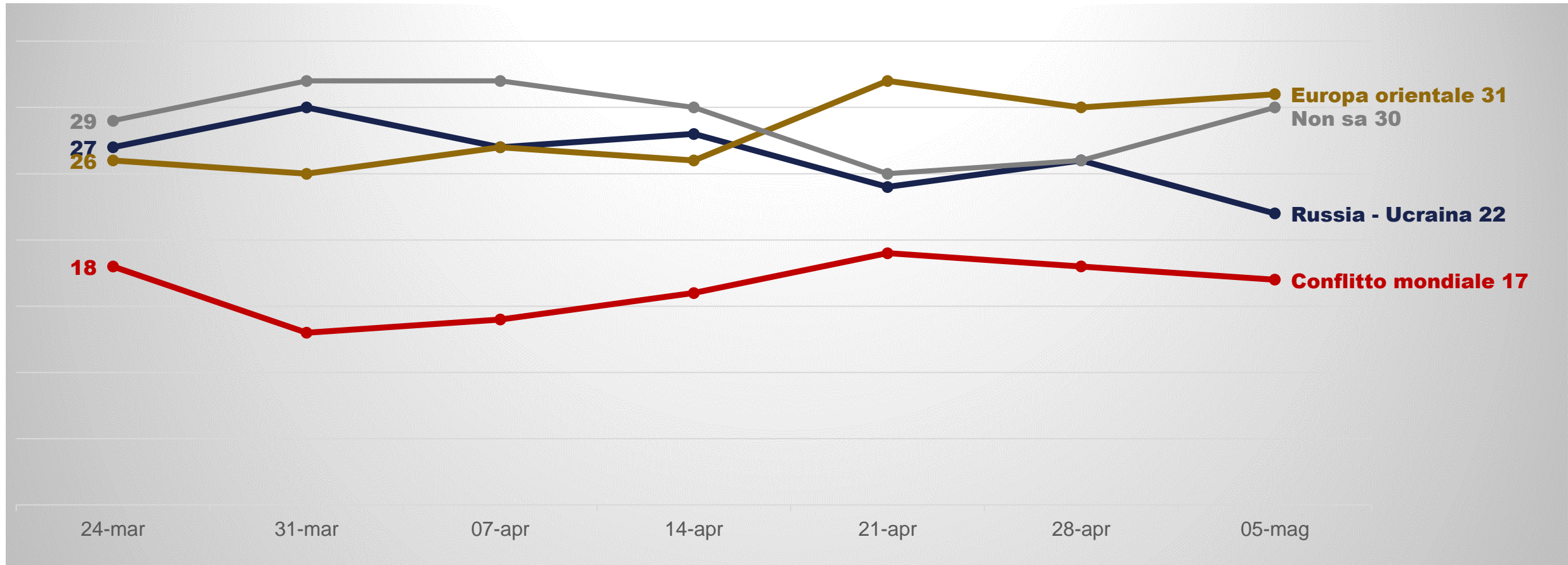


RICORSO AD ARMI NUCLEARI



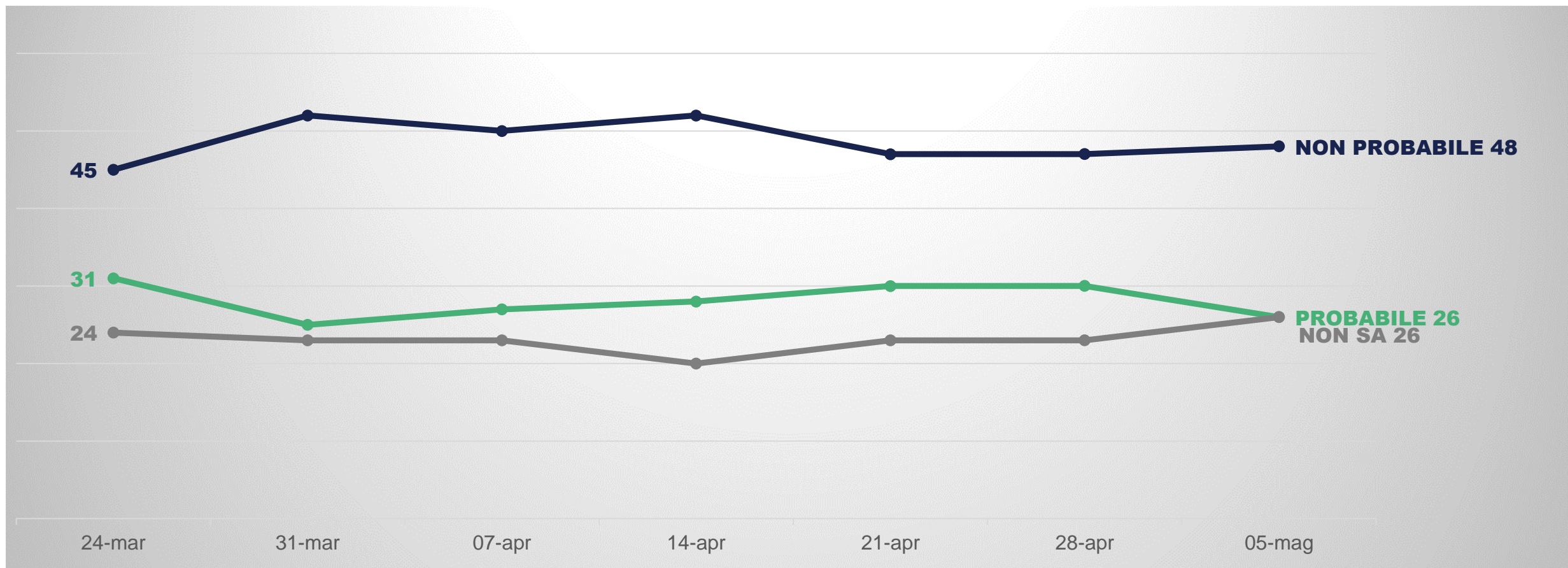
Base: Totale campione – Valori %

PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO - TREND



Base: Totale campione – Valori %

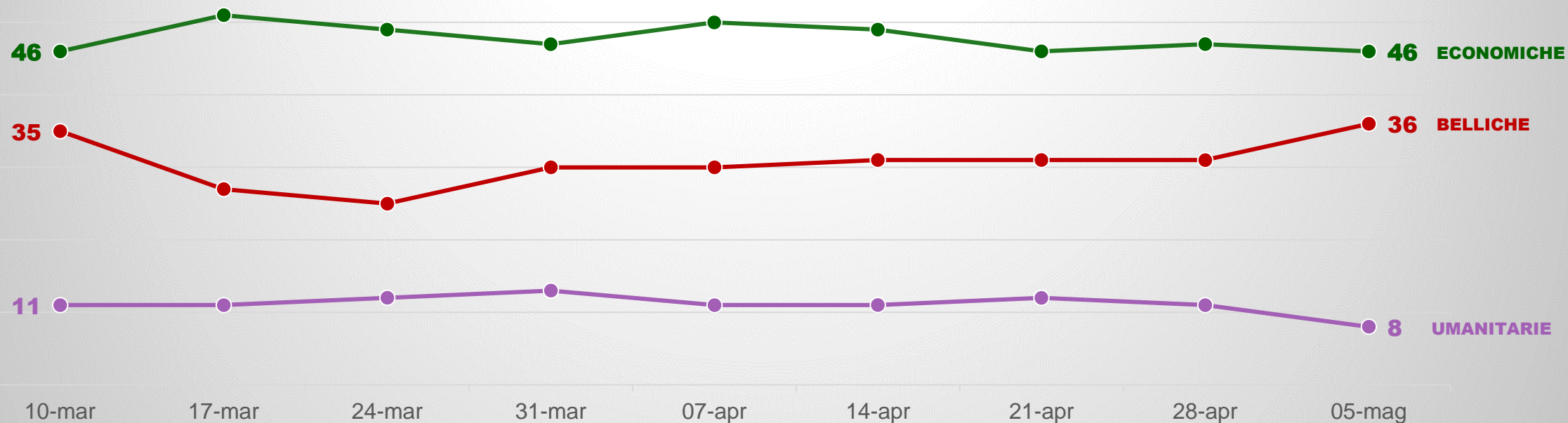
RICORSO AD ARMI NUCLEARI - TREND



Base: Totale campione – Valori %

L'AUMENTO DELLE TENSIONI FA SÌ CHE SI RIDUCA A 10 PUNTI LO SCARTO TRA CHI HA PIÙ PAURA PER LE CONSEGUENZE ECONOMICHE CHE DI QUELLE BELLICHE (IN AUMENTO). SEMPRE DI MENO GLI ITALIANI PREOCCUPATI PER LE CONSEGUENZE UMANITARIE DELLA GUERRA.

Preoccupazione per le conseguenze...



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

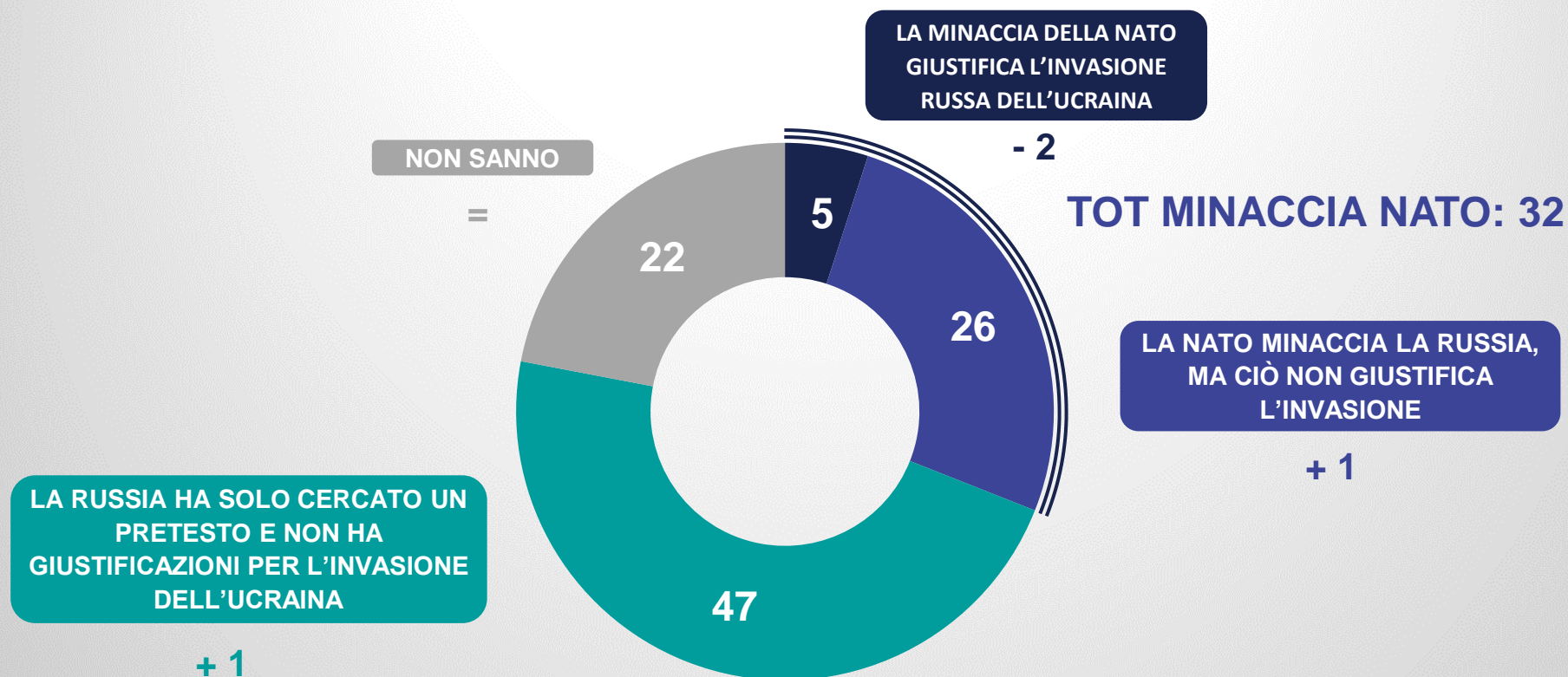
**LA POSIZIONE
RIGUARDO AL
CONFLITTO E AL
COINVOLGIMENTO
DELL'ITALIA**

2



CIRCA METÀ DEGLI ITALIANI AFFERMA CHE L'INVASIONE DELL'UCRAINA NON ABBAIA NESSUNA GIUSTIFICAZIONE POSSIBILE, MA UN TERZO SOSTIENE CHE IN QUALCHE MODO LA NATO MINACCI LA RUSSIA.

Le cause del conflitto

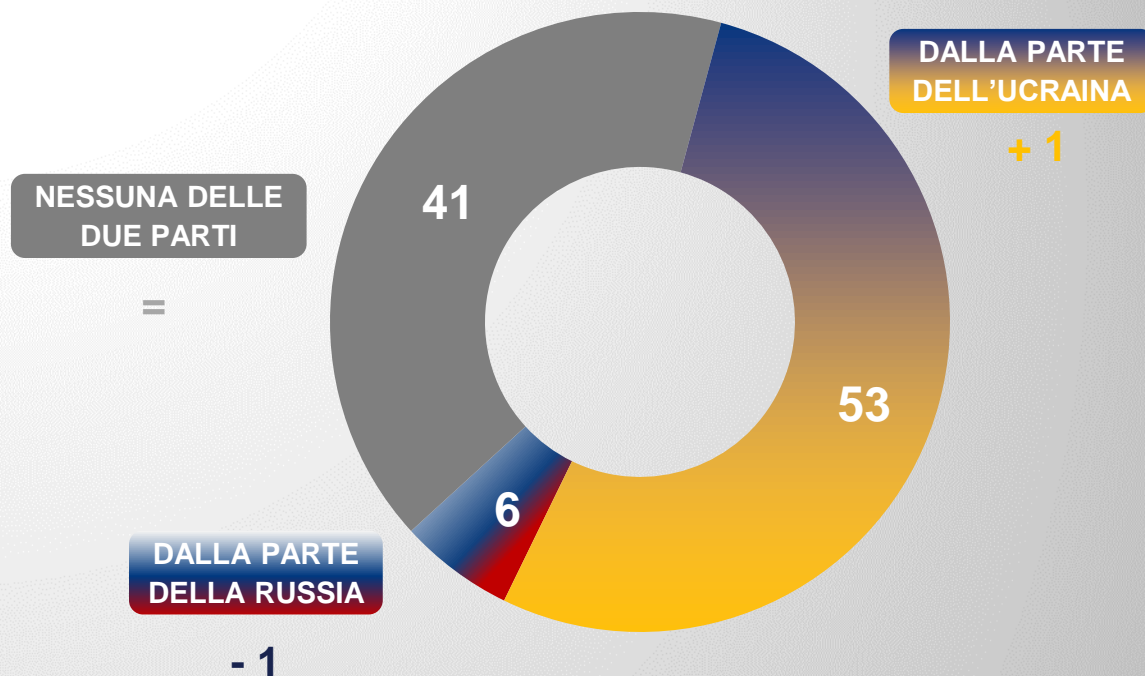
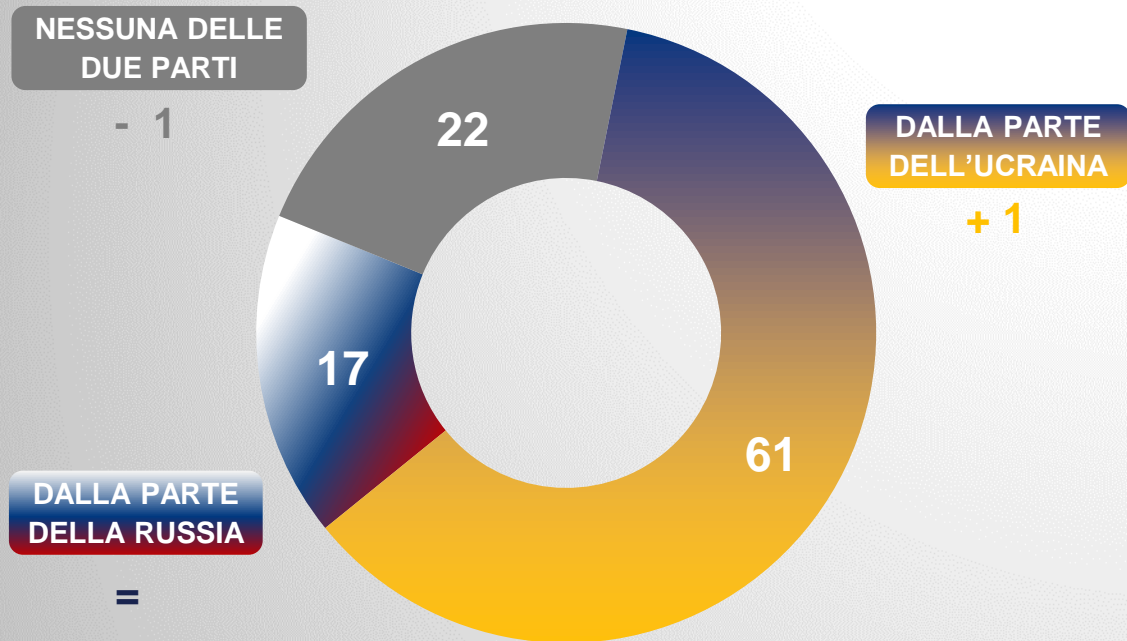


Base: Totale campione – Valori %

LA QUOTA DI CHI DICE DI SUPPORTARE L'UCRAINA RESTA MAGGIORITARIA, MA 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 MOLTI DI PIÙ QUELLI CHE STANNO CON IL CREMLINO.

Secondo lei, da che parte stanno gli Italiani?

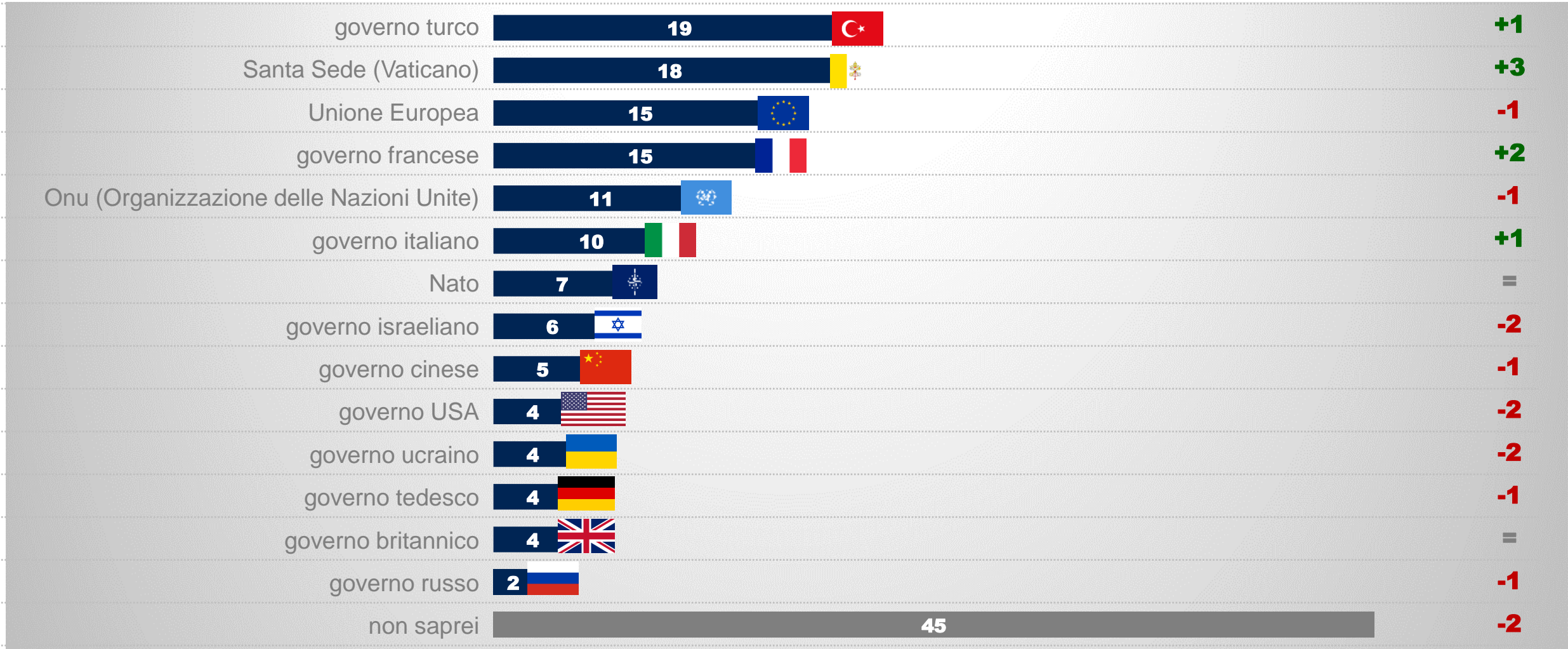
E lei, da che parte sta?



Base: Totale campione – Valori %

TURCHIA E VATICANO SONO VISTI COME GLI ATTORI INTERNAZIONALI CHE PIÙ CONTRIBUISCONO ALLA RICERCA DI UNA SOLUZIONE DIPLOMATICA AL CONFLITTO. IL GOVERNO ITALIANO È PERCEPITO COME UN PROTAGONISTA SECONDARIO, MA È QUASI LA METÀ CHE NON INDICA NESSUNO.

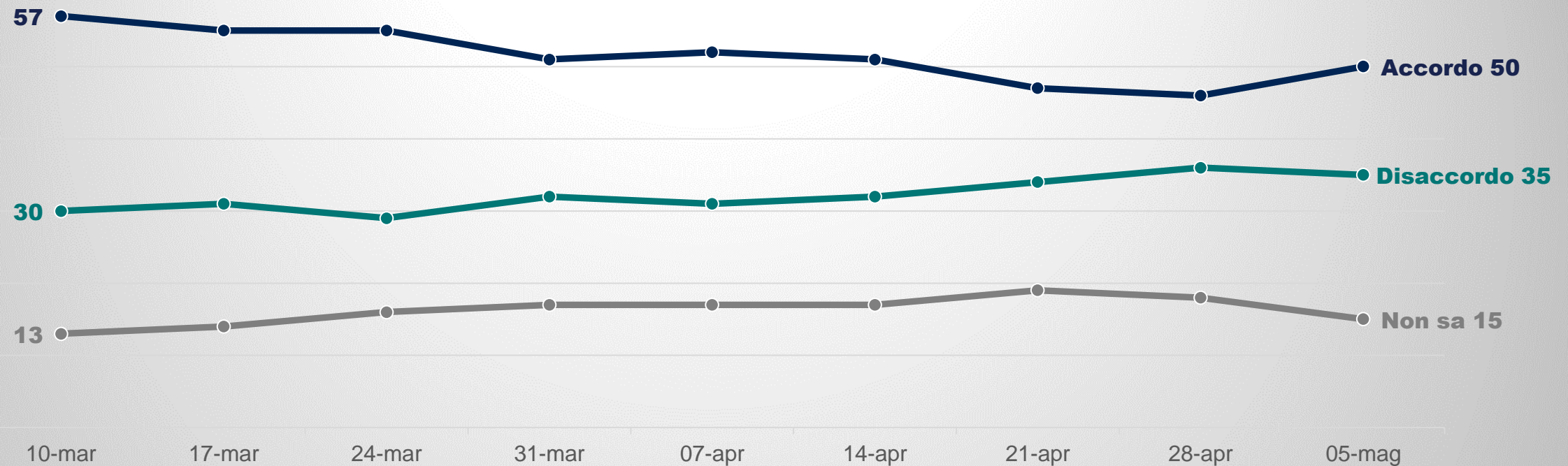
DAL
29 APRILE



Base: Totale campione – Valori %

ALL'ANNUNCIO DEL SESTO PACCHETTO DI SANZIONI CONTRO LA RUSSIA, È LA METÀ DEGLI ITALIANI A DIRSI FAVOREVOLE. È PERÒ OLTRE UN TERZO A OPPORVISI.

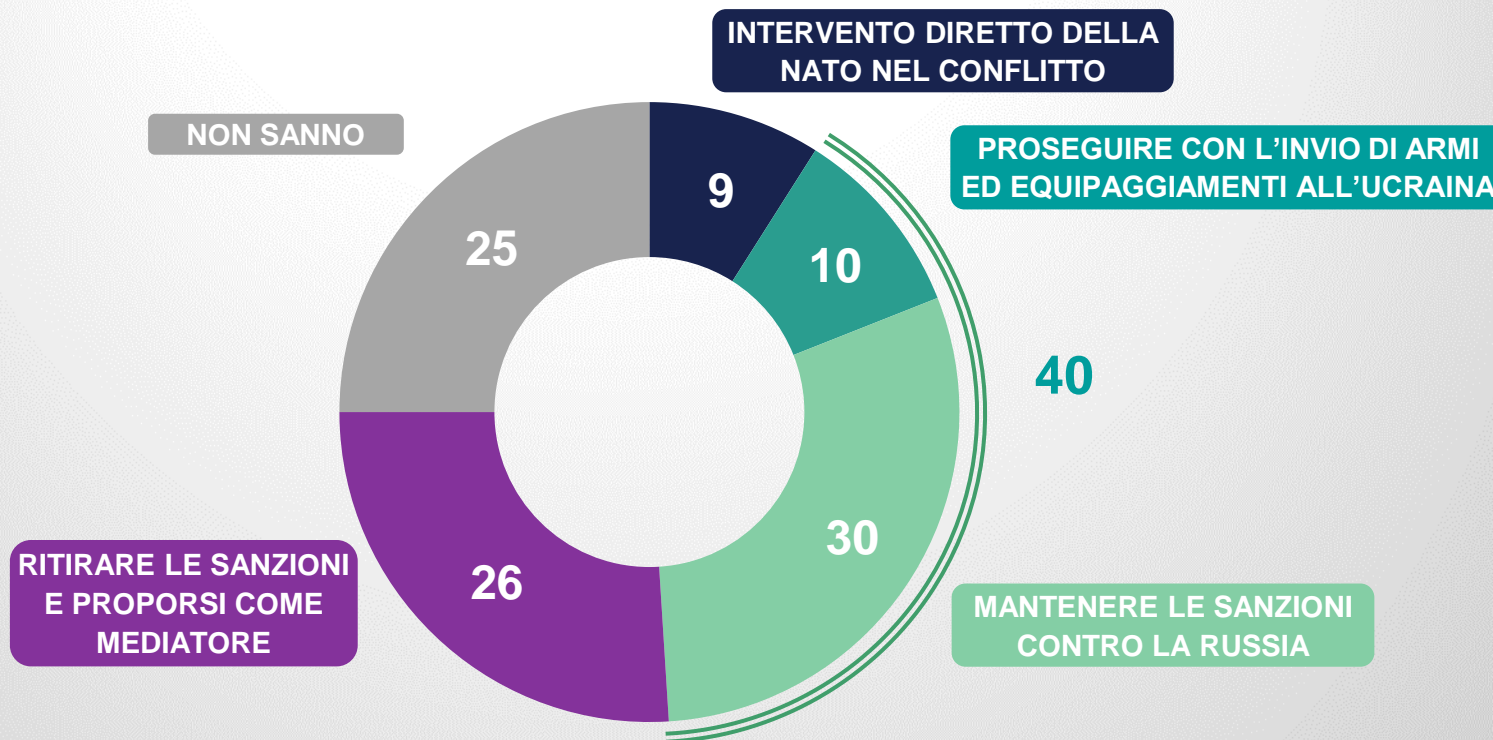
Mantenere le sanzioni alla Russia anche a fronte dell'aumento dei prezzi?



Base: Totale campione – Valori %

QUATTRO ITALIANI SU DIECI APPOGGIANO LA POSIZIONE DEL GOVERNO DI MANTENERE LE SANZIONI CONTRO LA RUSSIA E DI CONTINUARE A INVIARE UN AIUTO MATERIALE ALL'UCRAINA. SOLO UNA MINORANZA APPOGGIA L'IDEA DI UN INTERVENTO DIRETTO DELLE TRUPPE NATO. UNO SU QUATTRO INVECE PREFERIREBBE UNA LEVATA DELLE SANZIONI.

COSA DOVREBBE FARE L'ITALIA

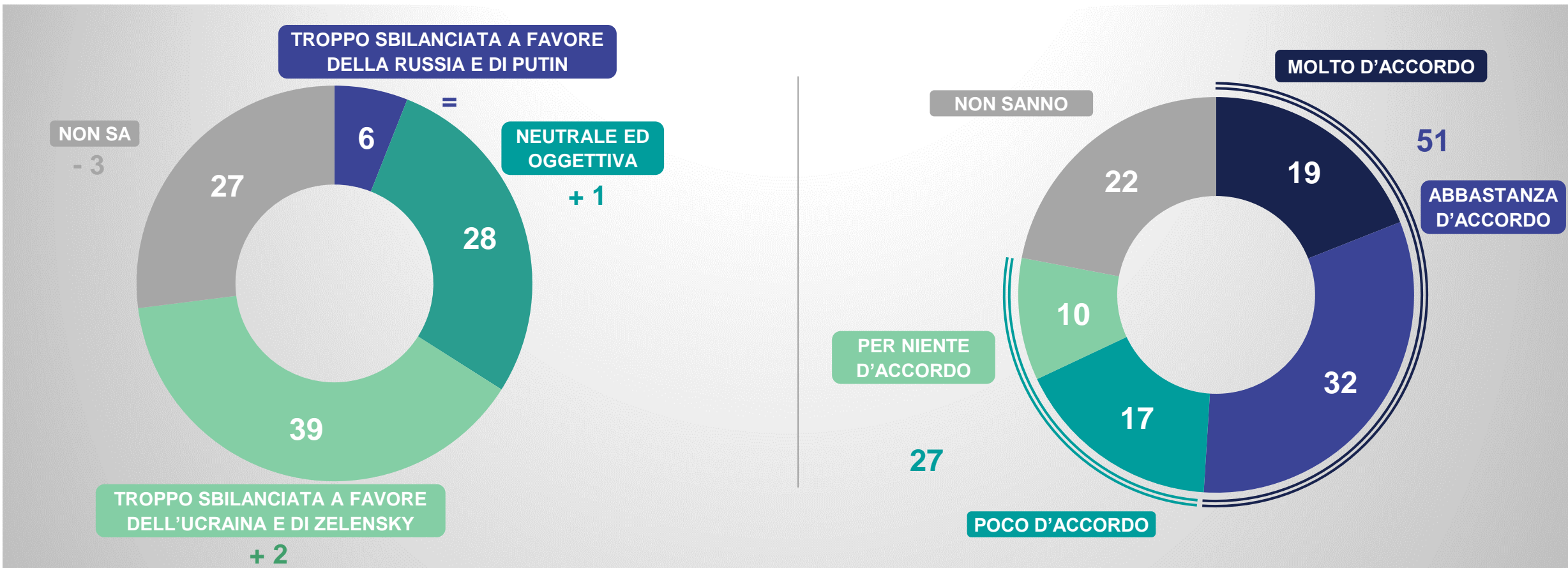


Base: Totale campione – Valori %

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

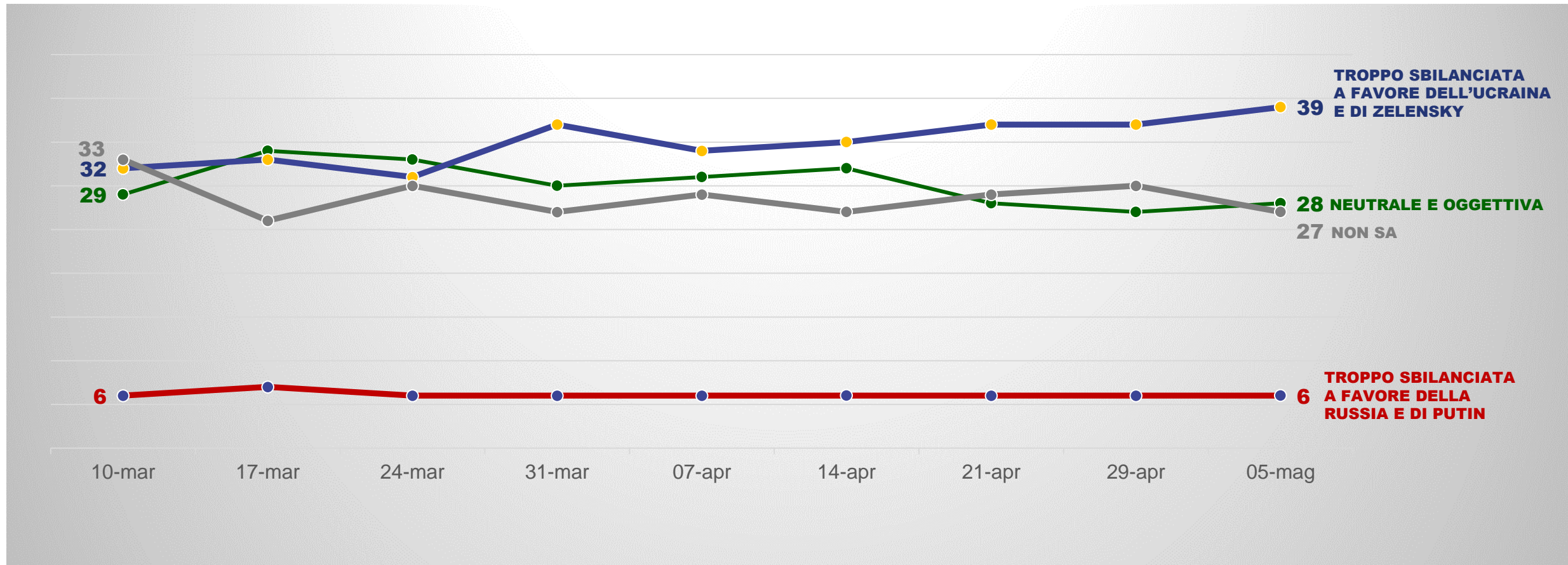
Giudizio sull'informazione

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: 2 – 4 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

