

# IL CONFLITTO IN UCRAINA

**MONITORAGGIO DEL SENTIMENT  
DELL'OPINIONE PUBBLICA**

10 GIUGNO 2022

GAME CHANGERS

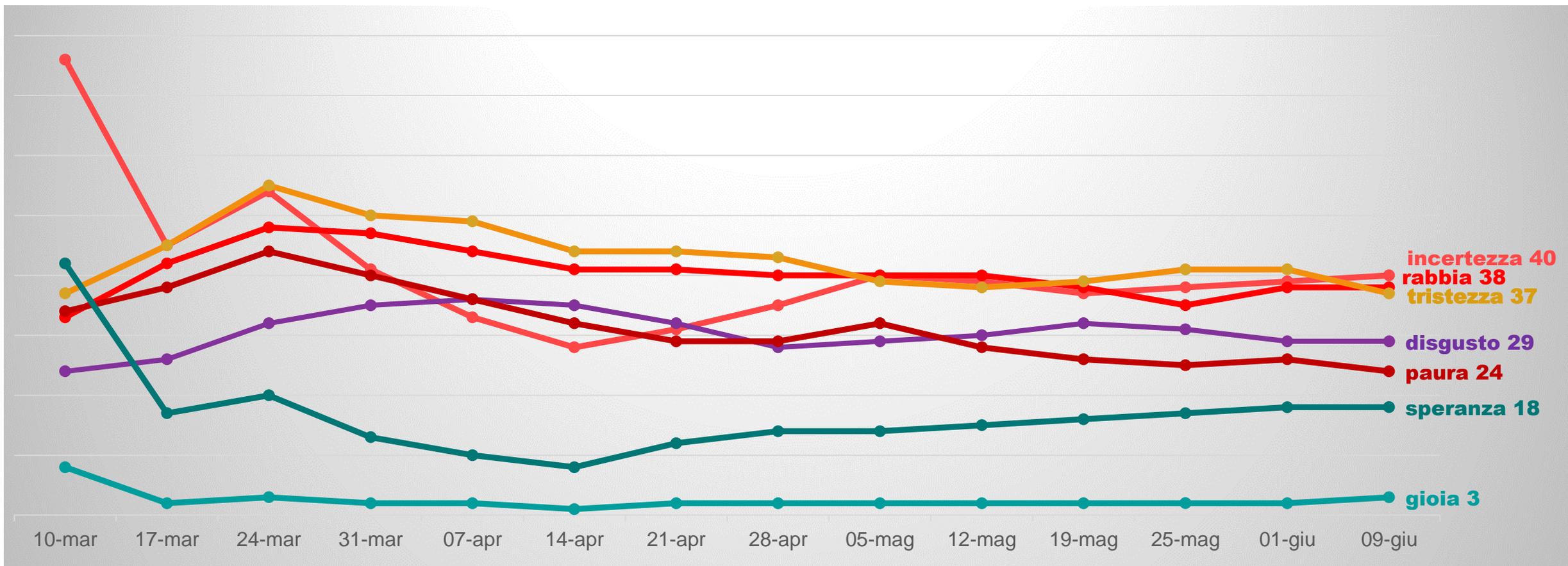


# LO STATO D'ANIMO E LE PREOCCUPAZIONI DEGLI ITALIANI

# 1

A 100 GIORNI DALL'INIZIO DELL'INVASIONE, CONTINUANO A PREVALERE LE SENSAZIONI NEGATIVE: INCERTEZZA, RABBIA E TRISTEZZA SONO CITATE DA OLTRE UN ITALIANO SU TRE. CONTINUA A CALARE IL SENTIMENTO DI PAURA.

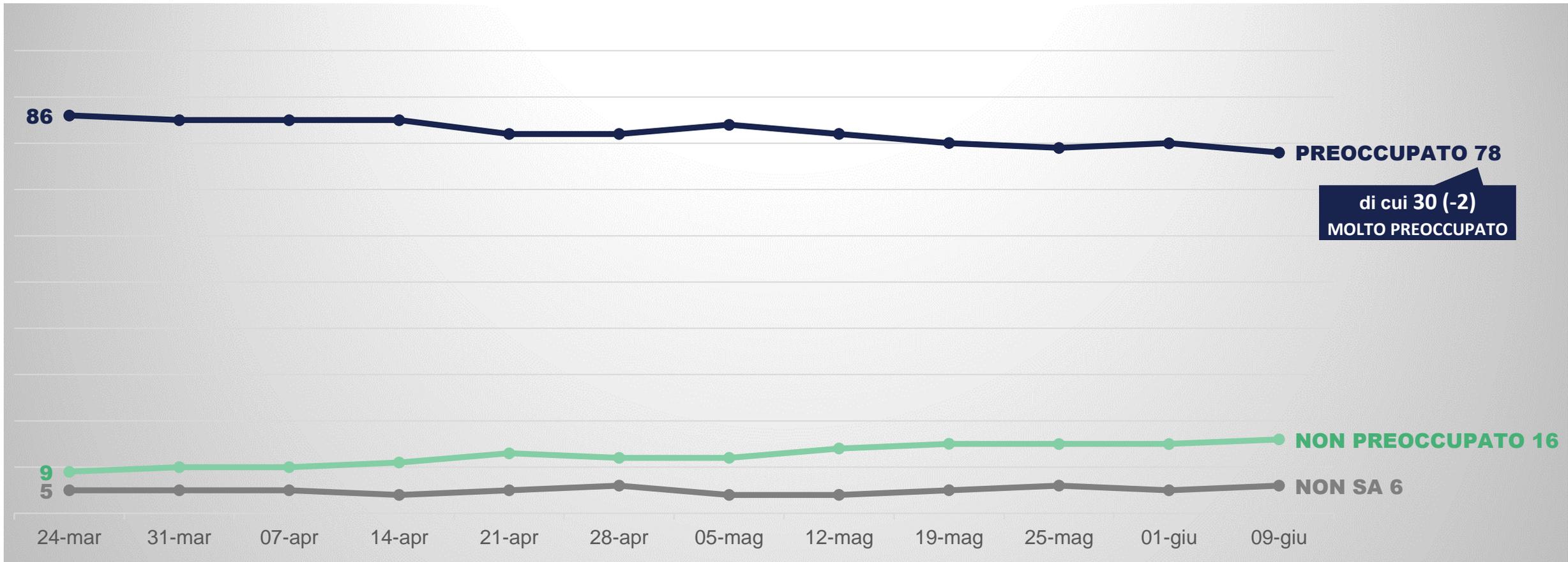
## EMOZIONI PREVALENTI



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

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

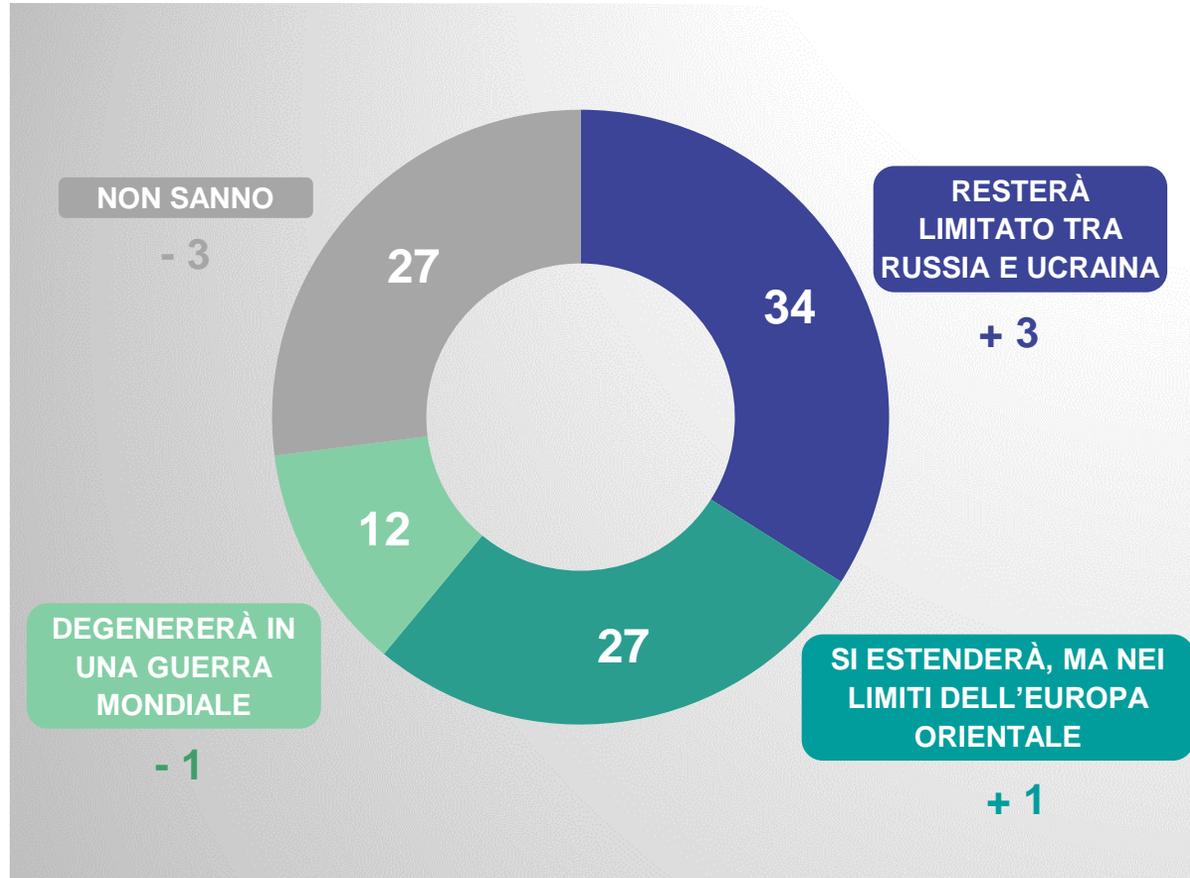
## Preoccupazione generale per il conflitto



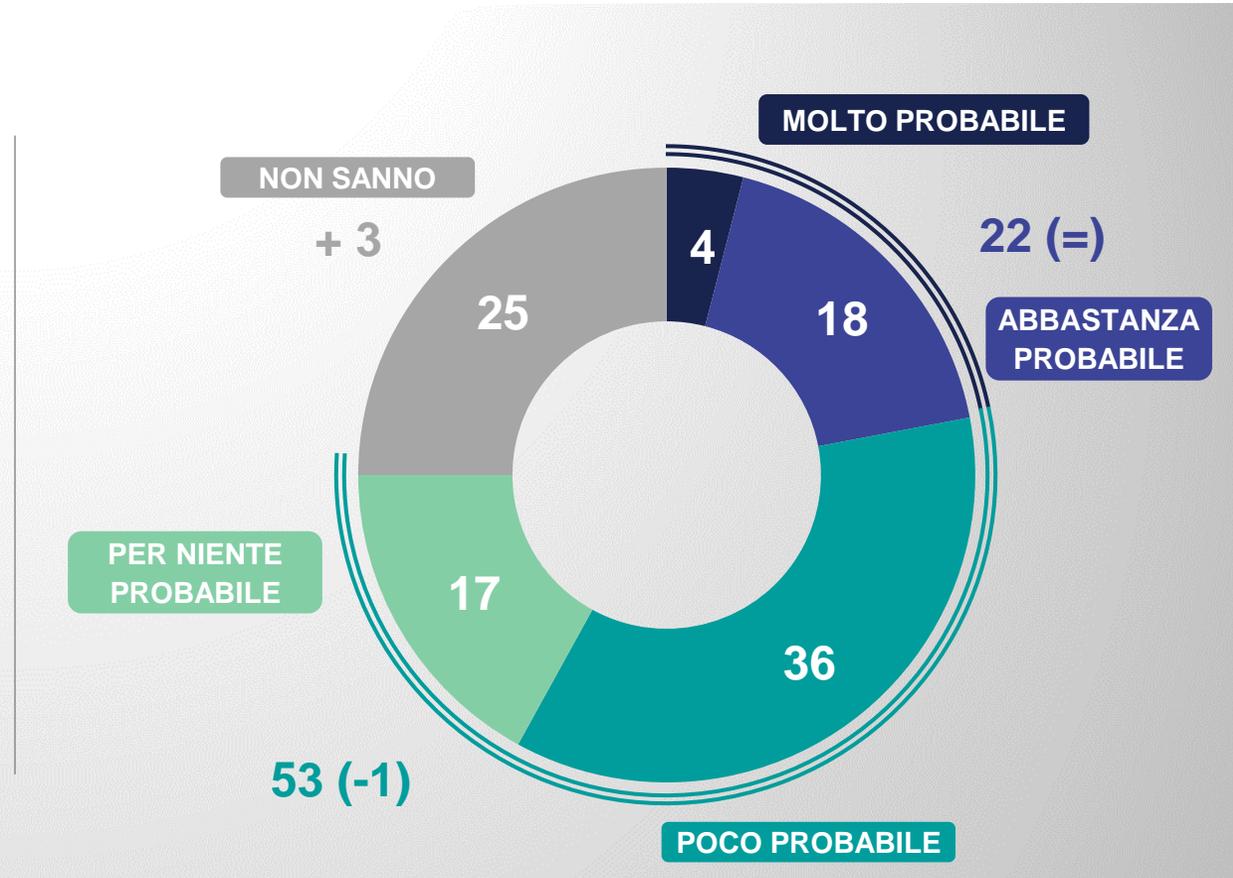
Base: Totale campione – Valori %

SI RIDUCE SEMPRE DI PIÙ IL TIMORE PER UN'ESTENSIONE DEL CONFLITTO SU SCALA MONDIALE E ANCHE IL RICORSO ALLE ARMI NUCLEARI È RITENUTO PROBABILE SOLO DA MENO DI UNO SU QUATTRO.

## PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO

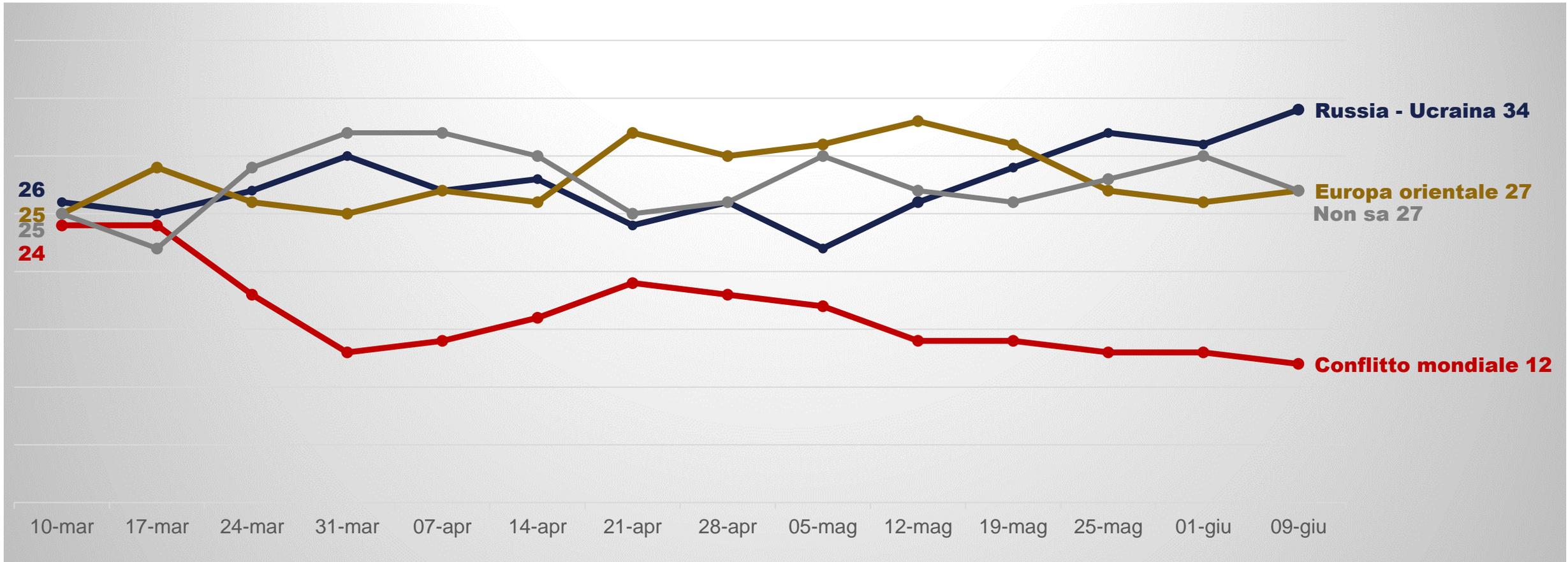


## RICORSO AD ARMI NUCLEARI



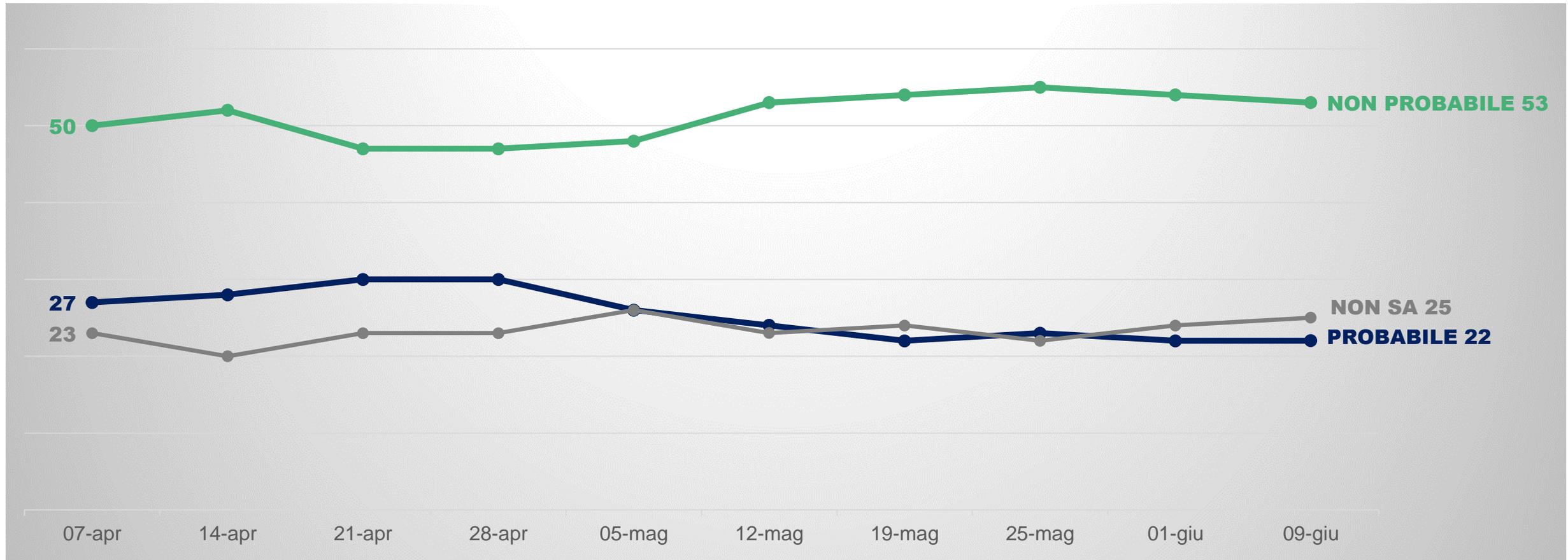
Base: Totale campione – Valori %

# PREVISIONE DI ESTENSIONE DEL CONFLITTO - TREND



Base: Totale campione – Valori %

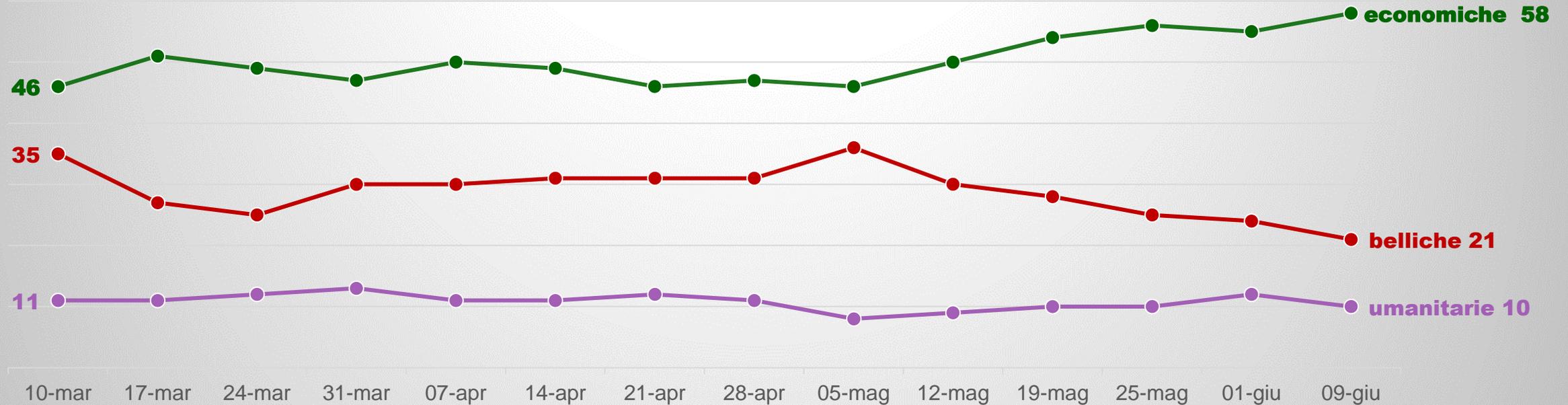
# RICORSO AD ARMI NUCLEARI - TREND



Base: Totale campione – Valori %

# SI RIDUCE A UN QUINTO LA QUOTA DI CHI TEME PER UN POSSIBILE COINVOLGIMENTO DEL NOSTRO ESERCITO NEL CONFLITTO. LARGAMENTE MAGGIORITARIA È INVECE LA PREOCCUPAZIONE PER LE CONSEGUENZE ECONOMICHE.

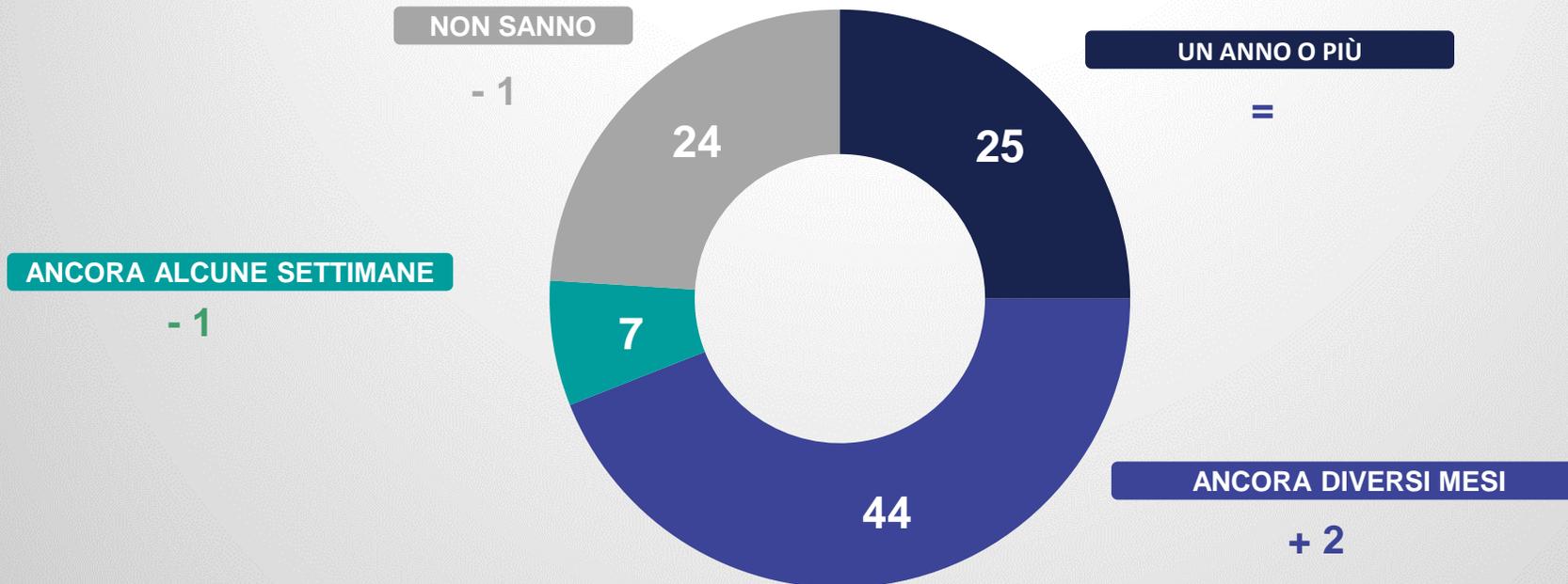
## Preoccupazione per le conseguenze...



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

SOLO IN POCHI PREVEDONO CHE IL CONFLITTO TERMINERÀ A BREVE:  
OLTRE UNO SU QUATTRO PRONOSTICA CHE LE OSTILITÀ SI  
PROTRARRANNO ANCORA PER DIVERSI MESI E UNO SU QUATTRO PER  
ALMENO UN ALTRO ANNO.

## La fine del conflitto



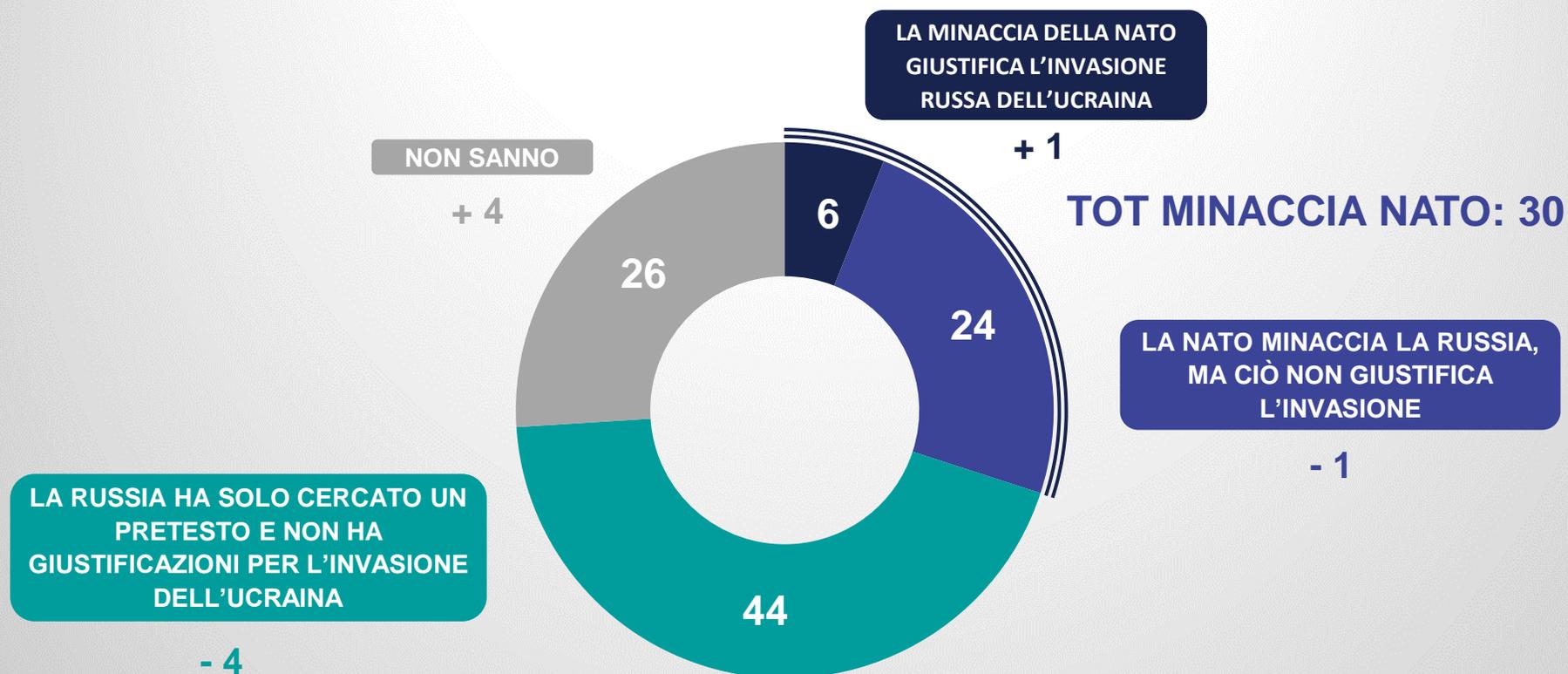
Base: Totale campione – Valori %

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

**2**

PER OLTRE QUATTRO ITALIANI SU DIECI L'INVASIONE DELL'UCRAINA NON È GIUSTIFICABILE IN NESSUN MODO, MA OLTRE UN QUARTO SOSTIENE CHE IN QUALCHE MODO LA NATO MINACCI LA RUSSIA, ELEMENTO TUTTAVIA INSUFFICIENTE A SOSTENERE L'INVASIONE, PER LA MAGGIORANZA.

## Le cause del conflitto

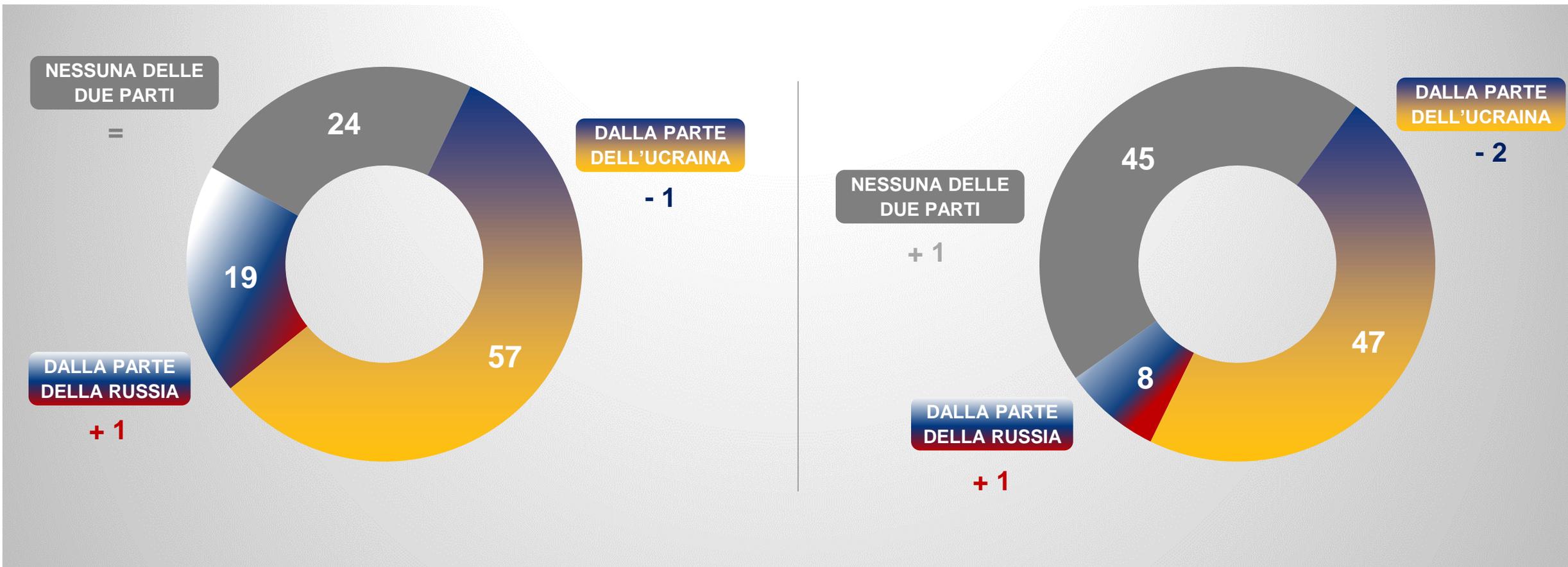


Base: Totale campione – Valori %

IL SOSTEGNO ALL'UCRAINA CONTINUA A CALARE, CON MENO DI UN ITALIANO SU DUE CHE SUPPORTA KYIV E UNA QUOTA QUASI UGUALE CHE NON SI SCHIERA. SE È MINIMA LA PARTE DI ITALIANI CHE RIVELA DI PARTEGGIARE PER LA RUSSIA, ESISTE LA PERCEZIONE CHE SIANO OLTRE IL DOPPIO QUELLI CHE STANNO CON MOSCA.

Secondo lei, da che parte stanno gli Italiani?

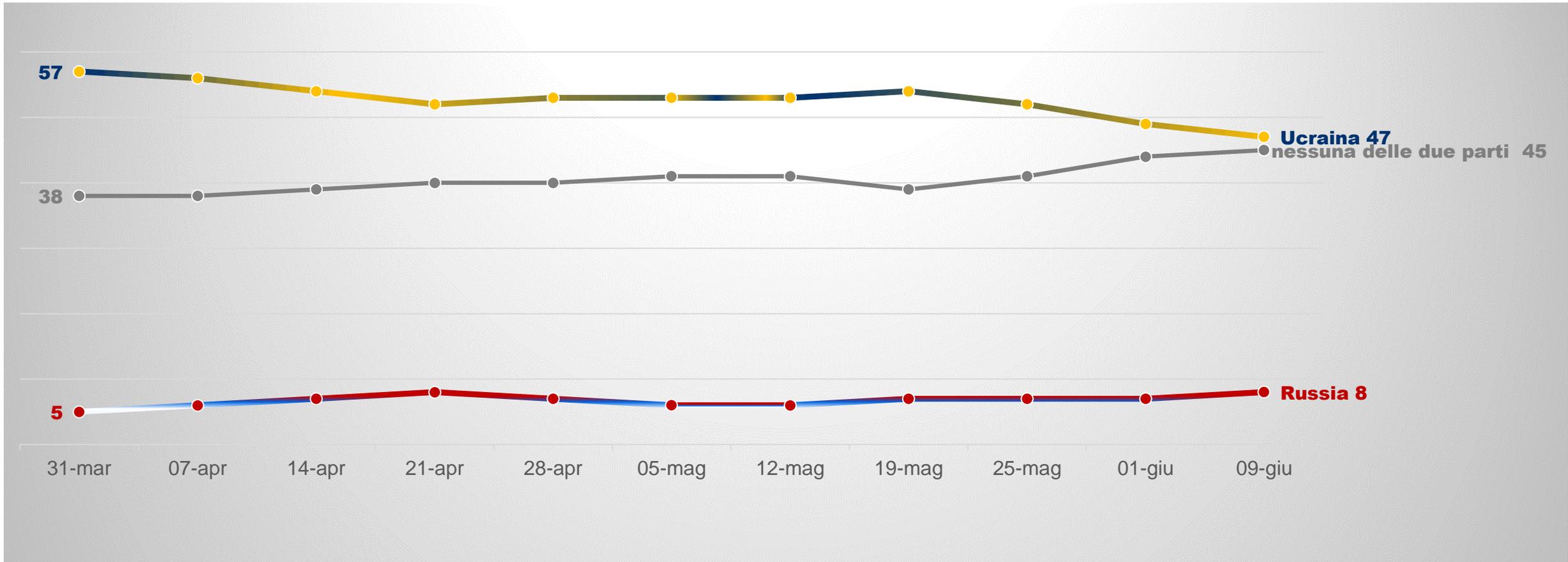
E lei, da che parte sta?



Base: Totale campione – Valori %

# MENO DEL 50% SI SCHIERA CON L'UCRAINA E OLTRE 4 SU 10 NON PRENDONO POSIZIONE

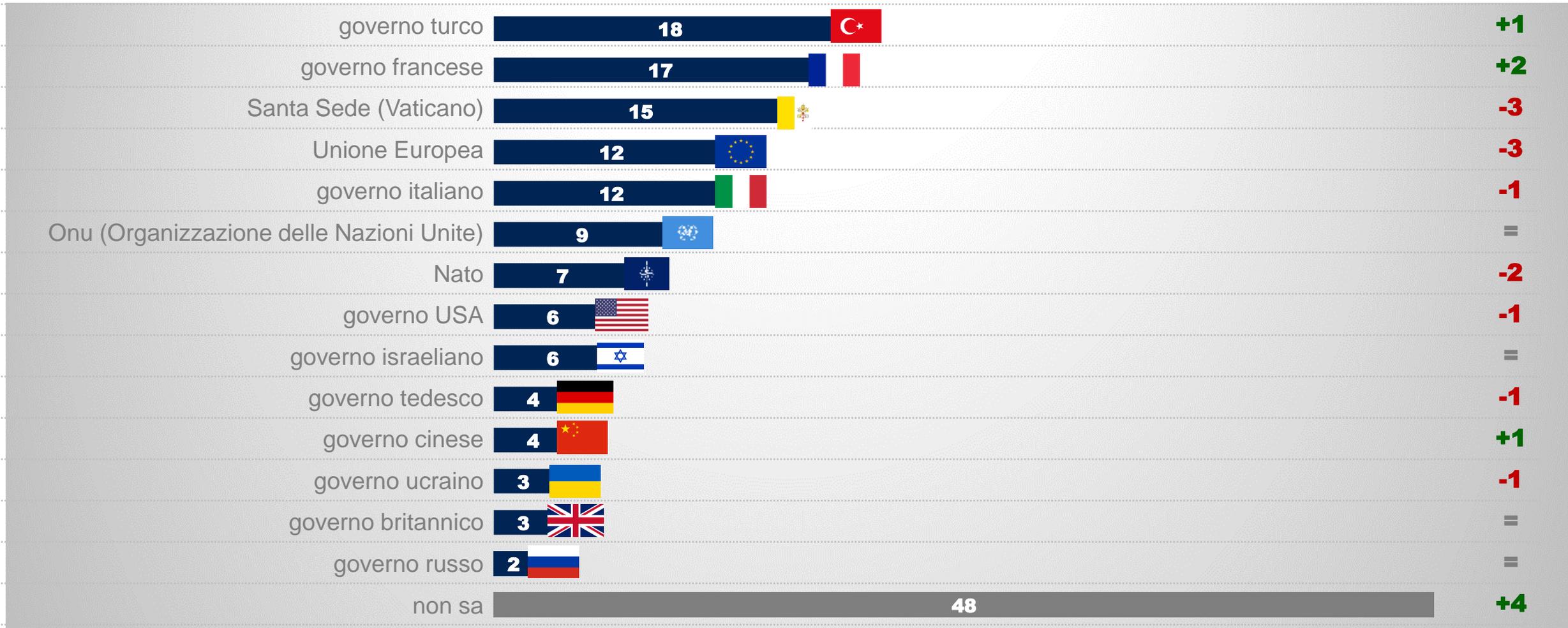
## Da che parte sta lei? - TREND



Base: Totale campione – Valori %

IL GOVERNO TURCO, CHE SI STA IMPONENDO COME PRINCIPALE MEDIATORE, RECUPERA UN ULTERIORE PUNTO E RISULTA L'ATTORE INTERNAZIONALE CHE PIÙ CONTRIBUISCE ALLA RICERCA DI UNA SOLUZIONE DIPLOMATICA AL CONFLITTO, PRIMA DI FRANCIA E VATICANO. OLTRE UNO SU QUATTRO NON INDICA NESSUNO.

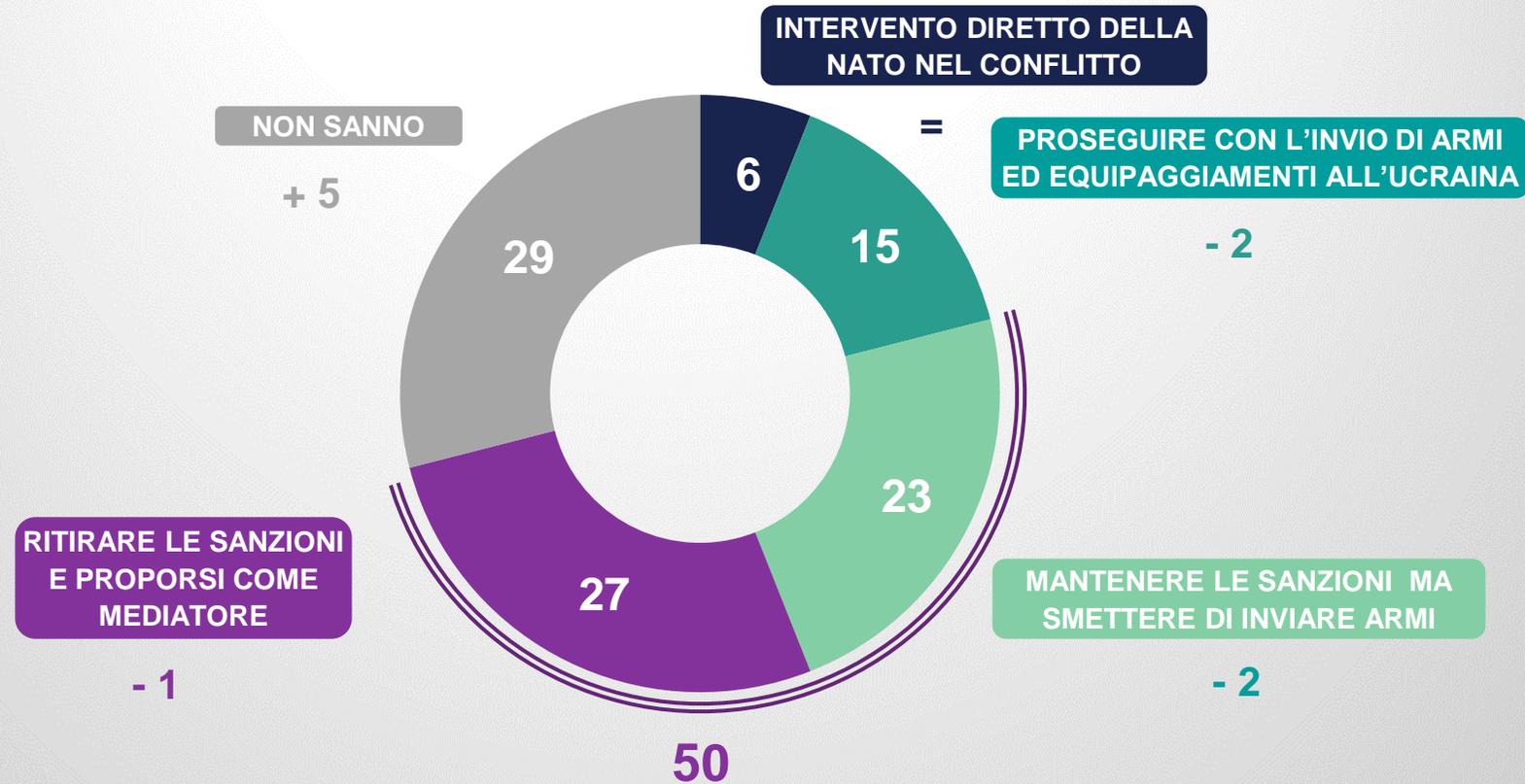
DAL  
3 GIUGNO



Base: Totale campione – Valori %

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

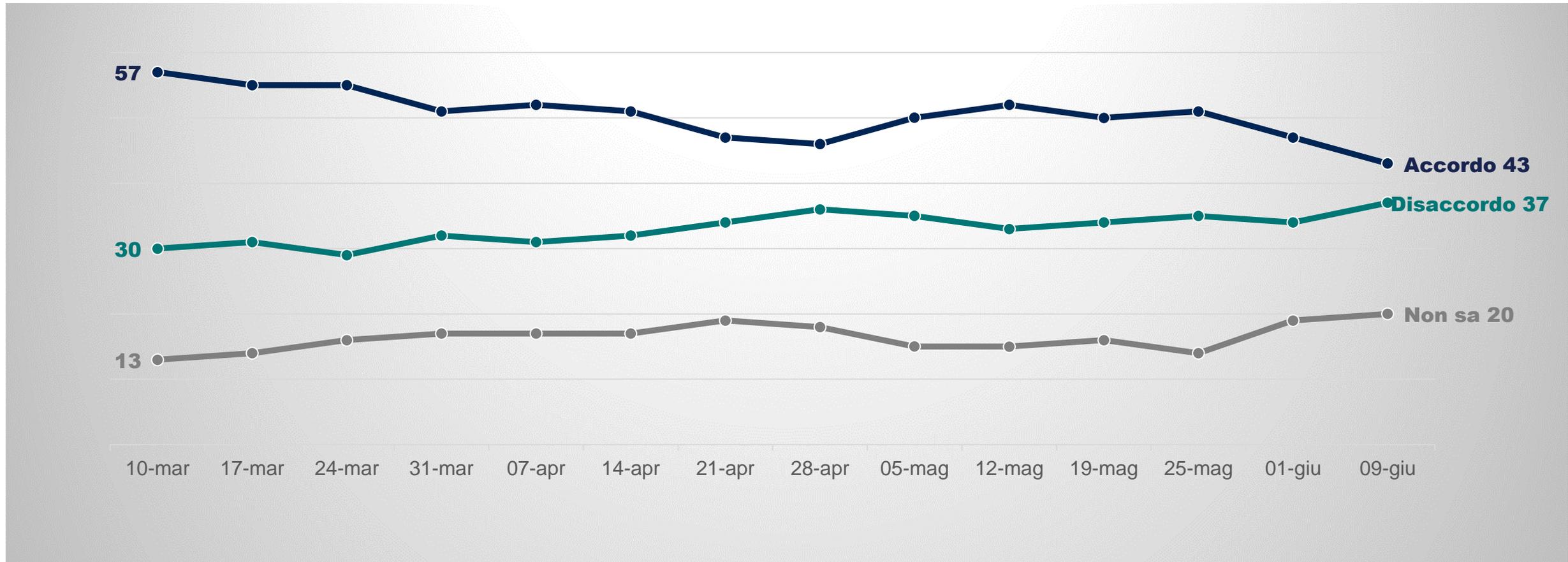
## COSA DOVREBBE FARE L'ITALIA



Base: Totale campione – Valori %

# IN CALO LA PERCENTUALE DI ITALIANI CHE SI ESPRIME A FAVORE DELLE SANZIONI IMPOSTE ALLA RUSSIA; È UNO SU TRE CHE SI OPPONE, MENTRE AUMENTANO COLORO CHE NON SI ESPRIMONO.

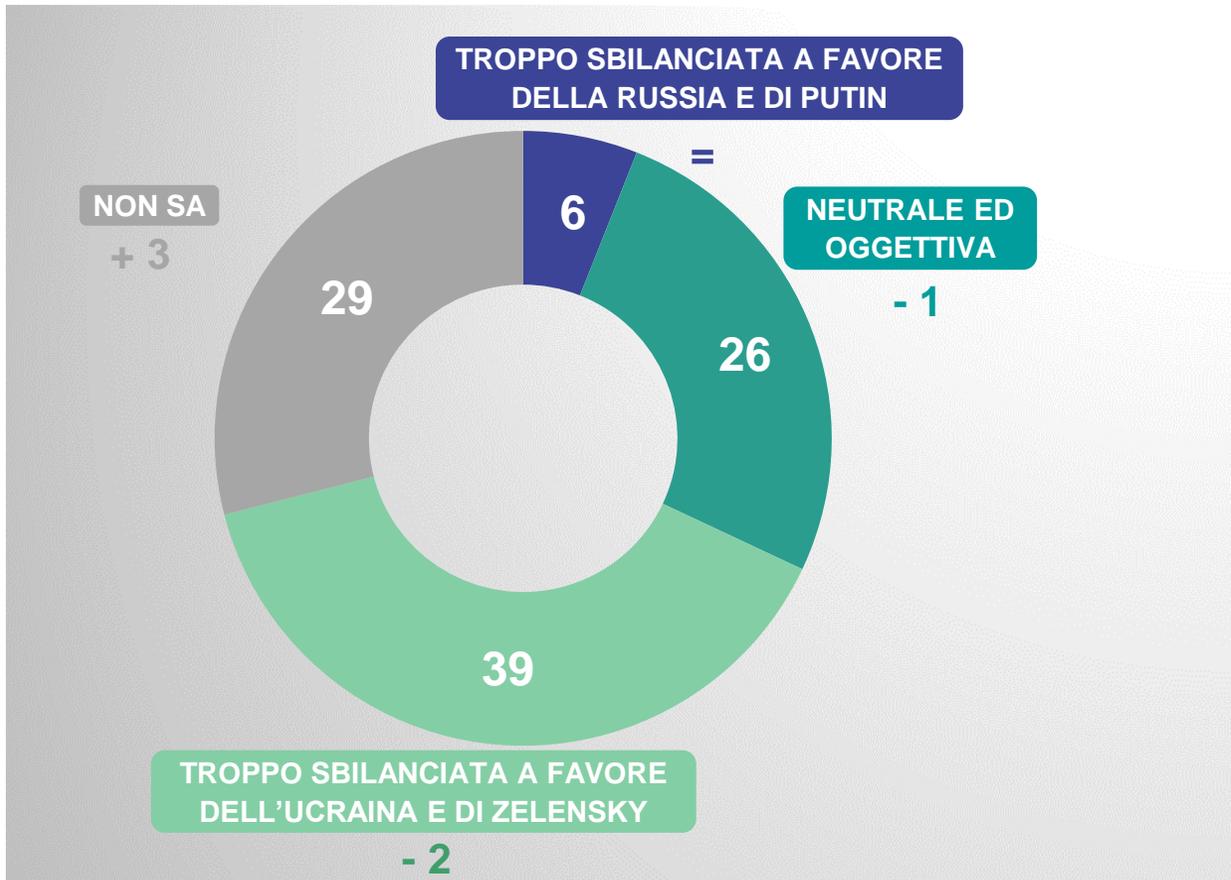
Mantenere le sanzioni alla Russia anche a fronte dell'aumento dei prezzi?



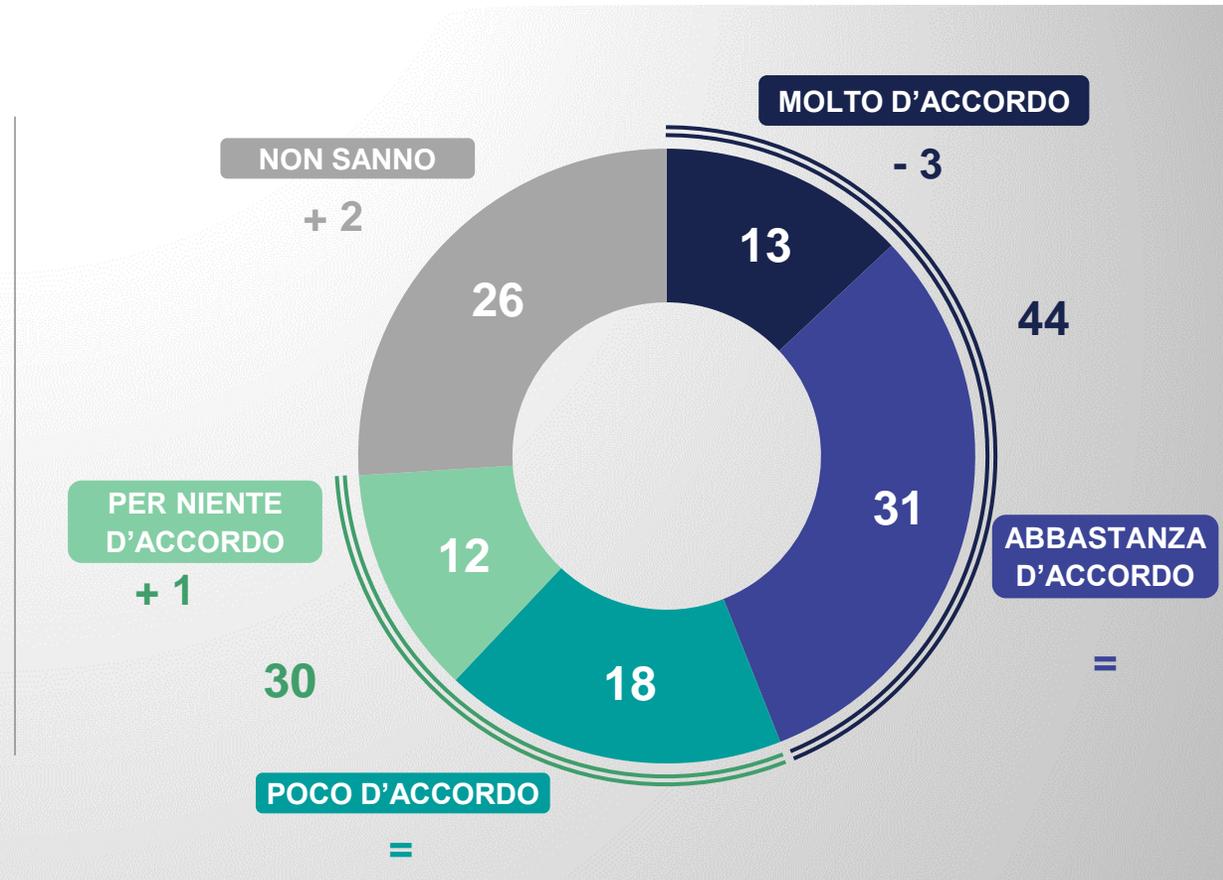
Base: Totale campione – Valori %

SONO 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. DIMINUISCE LA QUOTA DI CHI CONDIVIDE 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

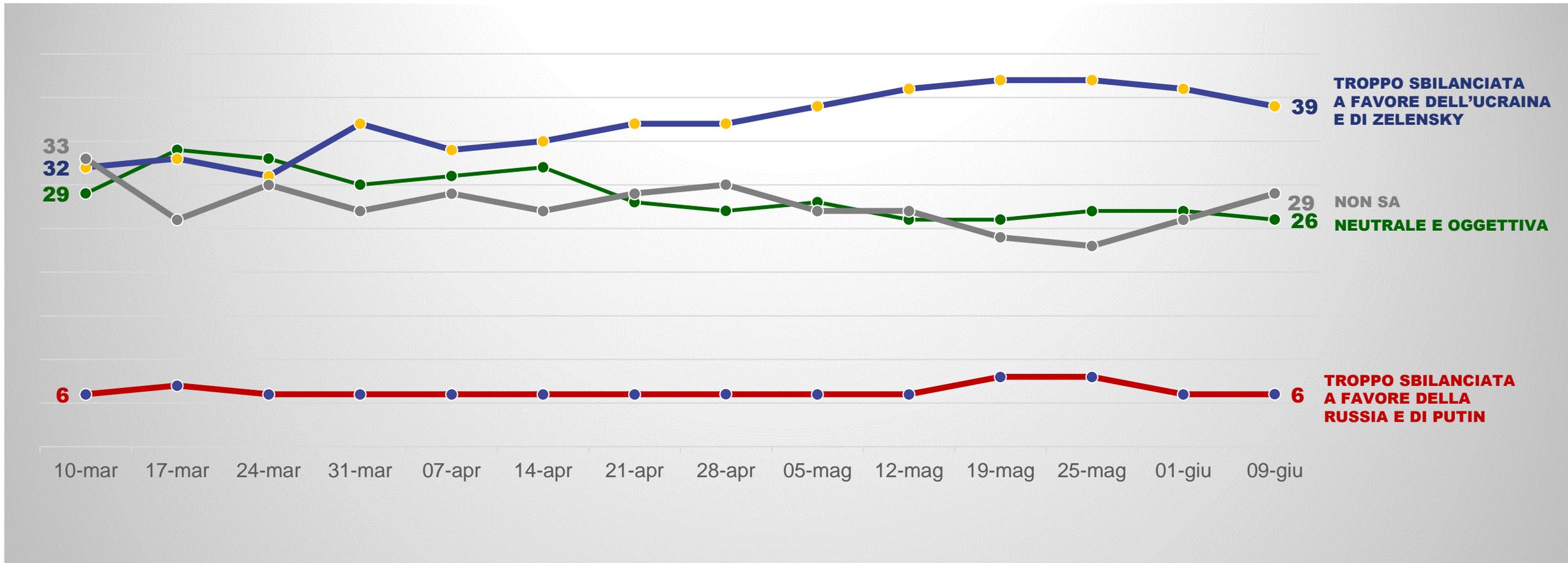


## Dare visibilità a esponenti ufficiali russi



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: 6 – 8 giu 2022  
Margine di errore compreso tra +/- 0,6% e +/- 3,1%

# IPSOS

Per informazioni:

Nando Pagnoncelli - [nando.pagnoncelli@ipsos.com](mailto:nando.pagnoncelli@ipsos.com)

Chiara Ferrari - [chiara.ferrari@ipsos.com](mailto:chiara.ferrari@ipsos.com)

Benjamin Fishman - [benjamin.fishman@ipsos.com](mailto: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](http://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**

