

# IL CONFLITTO IN UCRAINA

**MONITORAGGIO DEL SENTIMENT  
DELL'OPINIONE PUBBLICA**

08 LUGLIO 2022

GAME CHANGERS

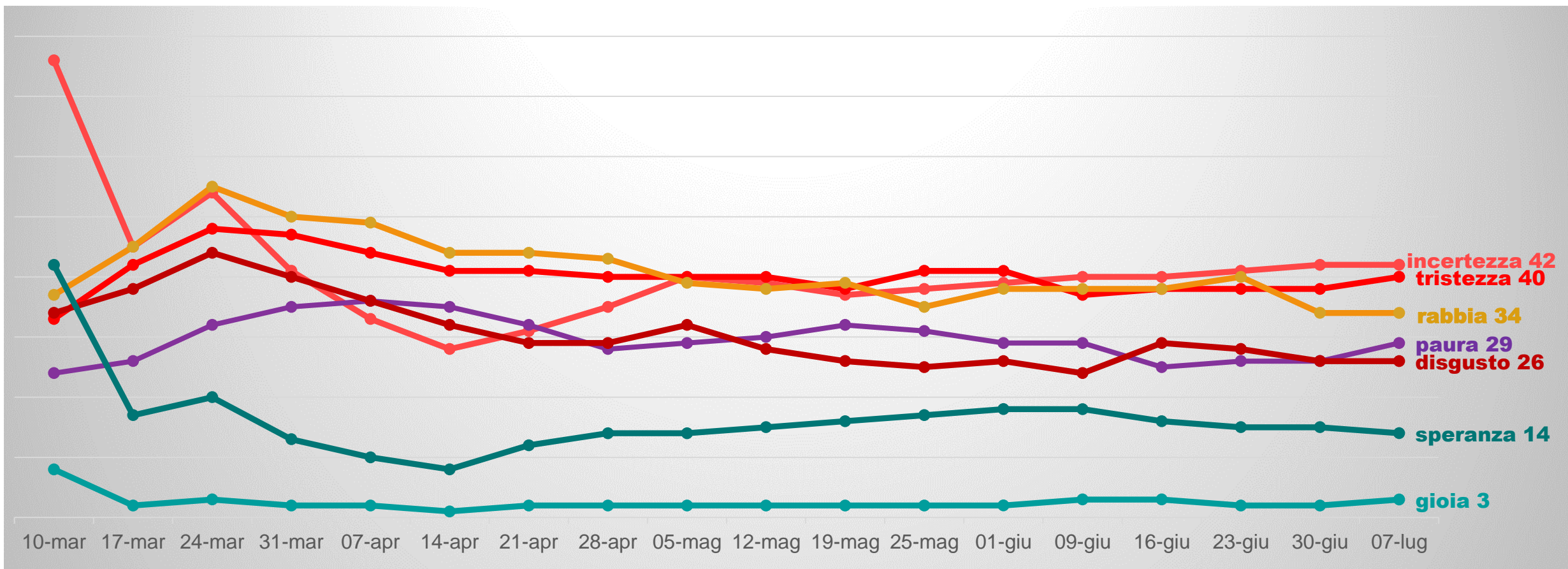


# LO STATO D'ANIMO E LE PREOCCUPAZIONI DEGLI ITALIANI

# 1

OLTRE 5 MESI DOPO L'INIZIO DELL'INVASIONE RUSSA, CONTINUANO A PREVALERE LE SENSAZIONI NEGATIVE E, IN PARTICOLARE, L'INCERTEZZA, CITATA DA OLTRE QUATTRO ITALIANI SU DIECI. MENO DI UNO SU SEI ESPRIME SPERANZA.

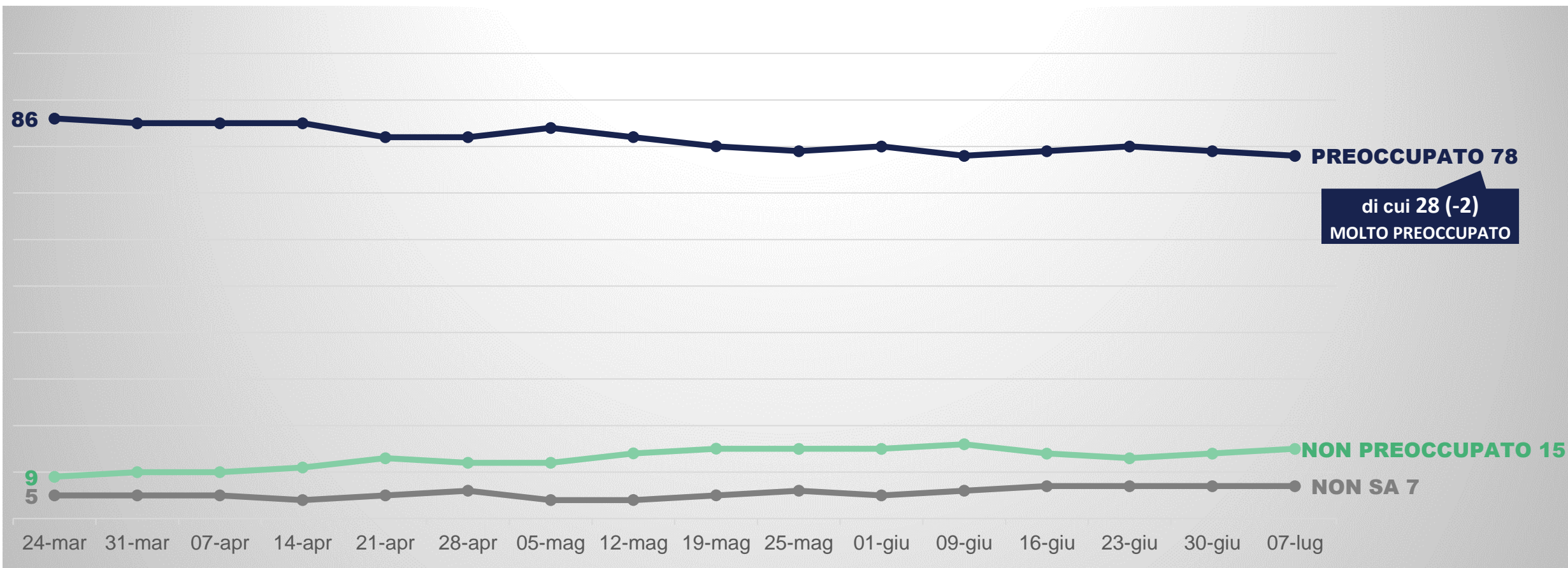
## EMOZIONI PREVALENTI



Base: Totale campione – Valori %  
«Preferisco non rispondere» = 7%

# L'APPRENSIONE PER IL CONFLITTO RIMANE A LIVELLI ESTREMAMENTE ELEVATI: SOLO UNO SU OTTO NON SI DEFINISCE PREOCCUPATO.

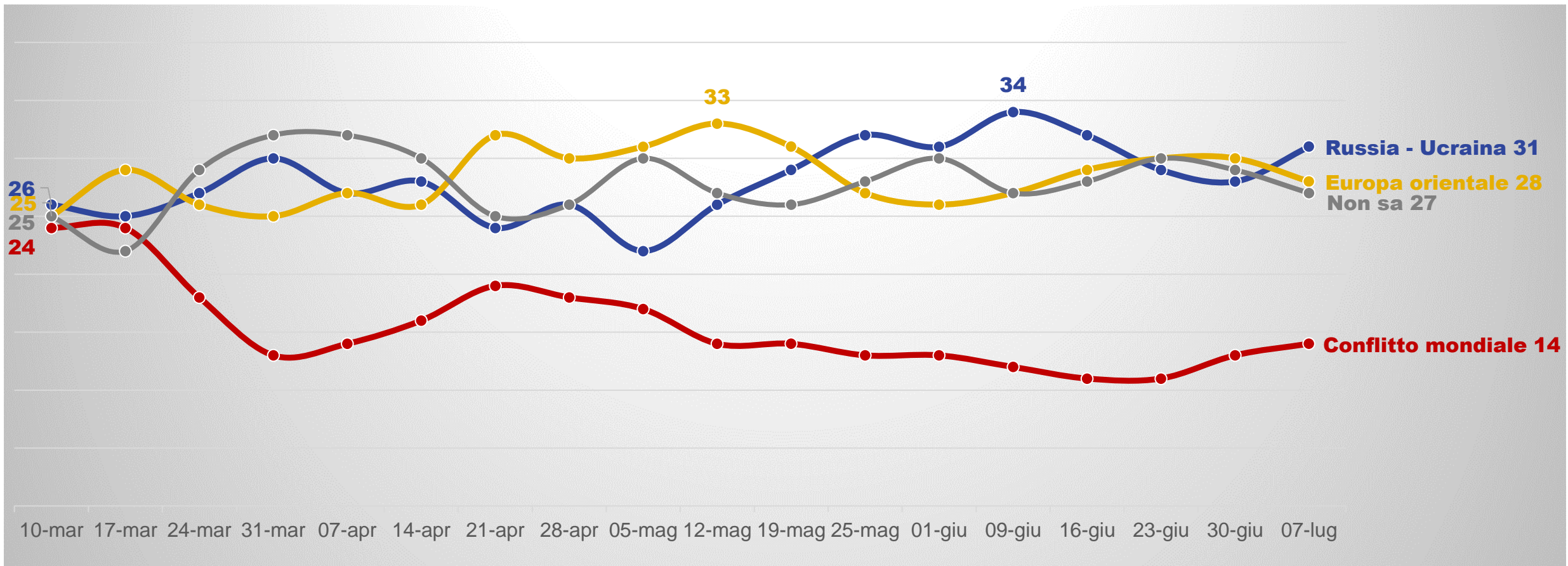
Preoccupazione generale per il conflitto



Base: Totale campione – Valori %

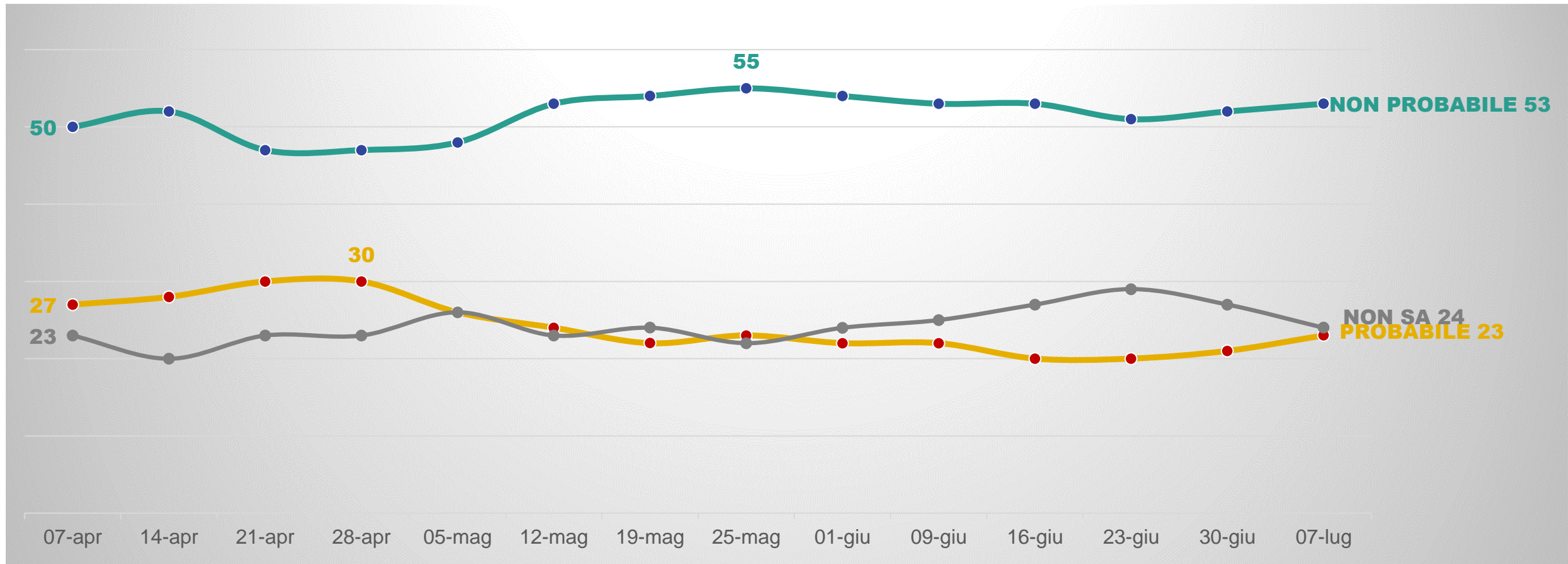
# MOLTA INCERTEZZA ANCHE SULLE IPOTESI DI EVOLUZIONE DEL CONFLITTO: I TIMORI INIZIALI DI UN'ESCALATION GLOBALE SEMBRANO PER LO PIÙ RIENTRATI

Previsione di estensione del conflitto



# SUL RICORSO ALLE ARMI ATOMICHE PREVALE L'OTTIMISMO. ANCHE IN QUESTO CASO, I TIMORI DELLE PRIME SETTIMANE SI SONO ATTENUATI.

Ricorso ad armi nucleari



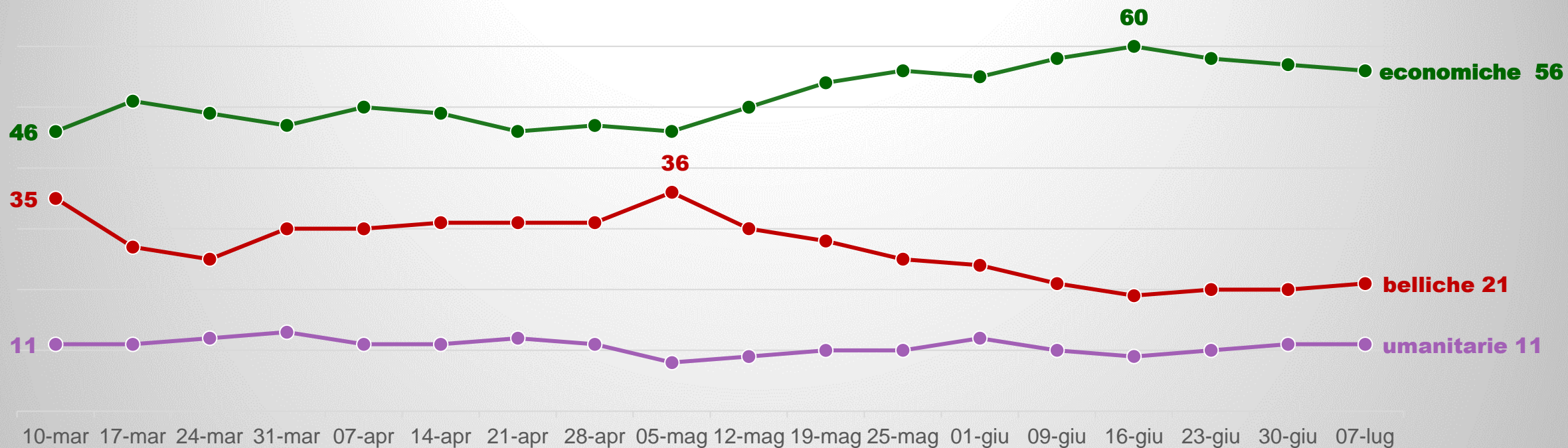
Base: Totale campione (dato 4 aprile – 28 giugno) – Valori %

© Ipsos | CONFLITTO IN UCRAINA – 2022



STABILE 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.

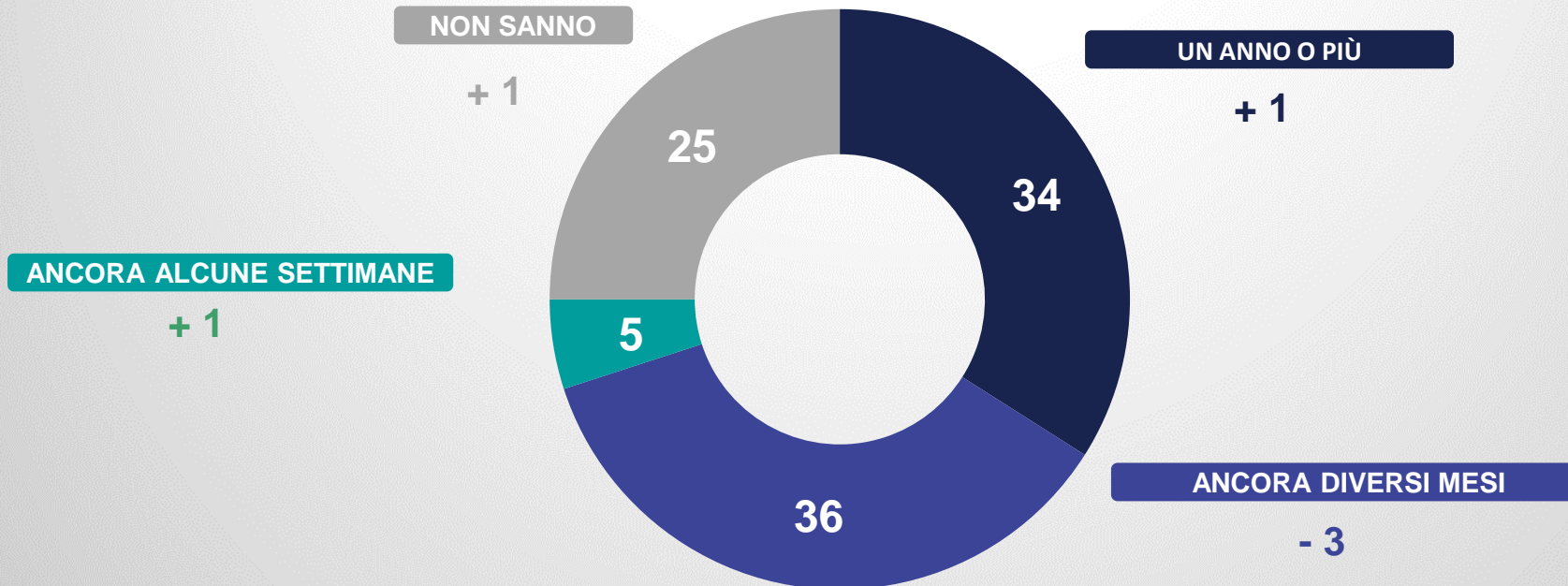
## Preoccupazione per le conseguenze...



Base: Totale campione – Valori %  
«Non sa» = 12%

# LA FINE DELLA GUERRA SEMBRA UN OBIETTIVO LONTANO: UNO SU TRE PREVEDE CHE LE OSTILITÀ NON CESSERANNO PRIMA DELL'ESTATE 2023.

## La fine del conflitto



Base: Totale campione – Valori %



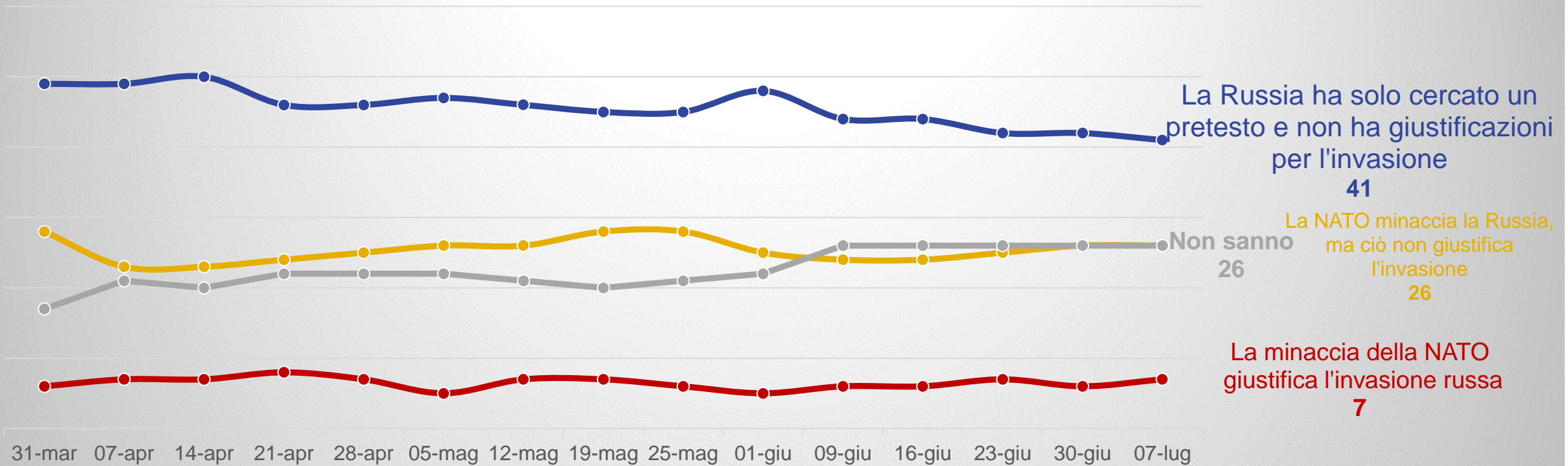
**LA POSIZIONE  
RIGUARDO AL  
CONFLITTO E AL  
COINVOLGIMENTO  
DELL'ITALIA**

**2**



# LA CONDANNA ALL'INVASIONE È MAGGIORITARIA. STABILE LA QUOTA DI CHI CREDE CHE IN QUALCHE MODO LA NATO COSTITUISCA UNA MINACCIA PER LA RUSSIA

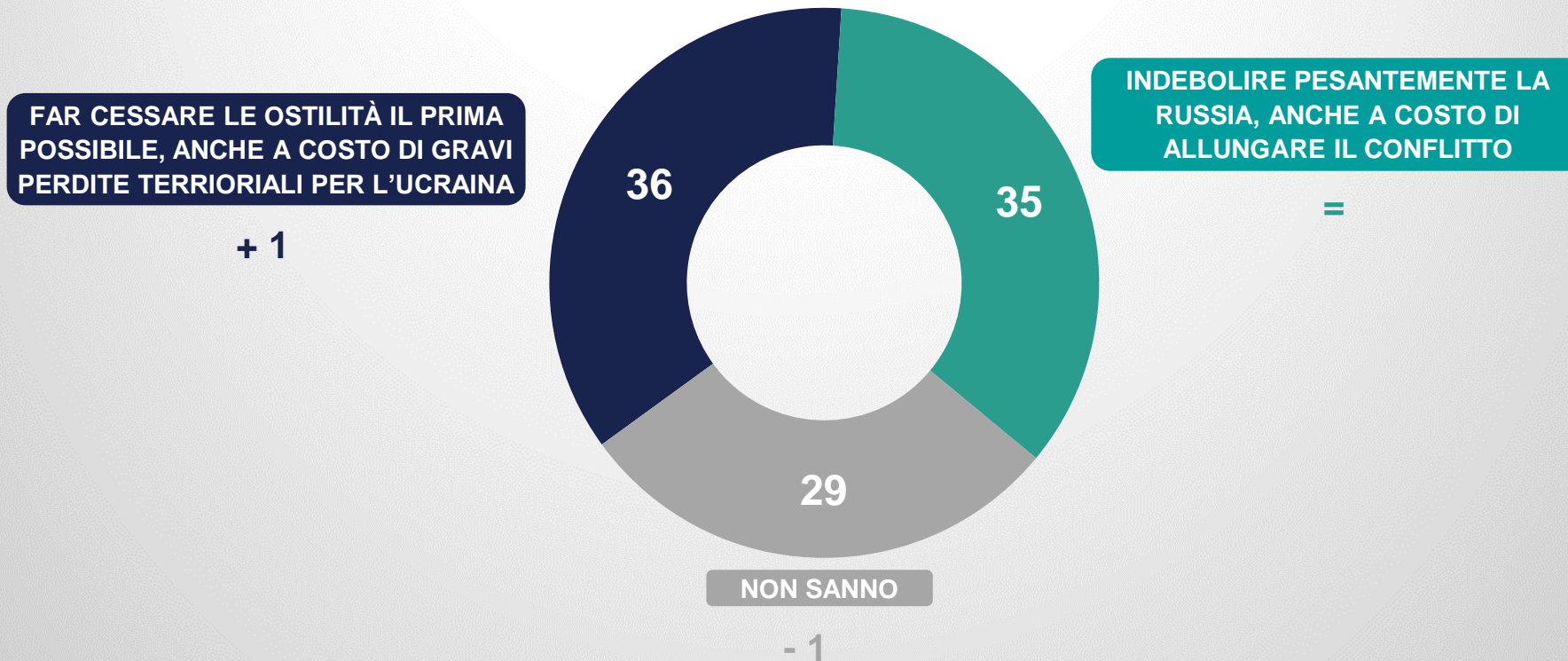
## Le cause del conflitto



Base: Totale campione (dato 28 marzo – 28 giugno) – Valori %

DIVISIONE ASSOLUTA SULLA PRIORITÀ AL MOMENTO: UN TERZO PROPENDE PER LA FINE IMMEDIATA DELLE OSTILITÀ – A QUALSIASI COSTO – UN ALTRO TERZO È INVECE PER LA LINEA DEL PUGNO DURO CON MOSCA, ANCHE RISCHIANDO DI FAR DURARE A LUNGO LE OSTILITÀ.

## IL PRINCIPALE INTERESSE DI ITALIA E UE

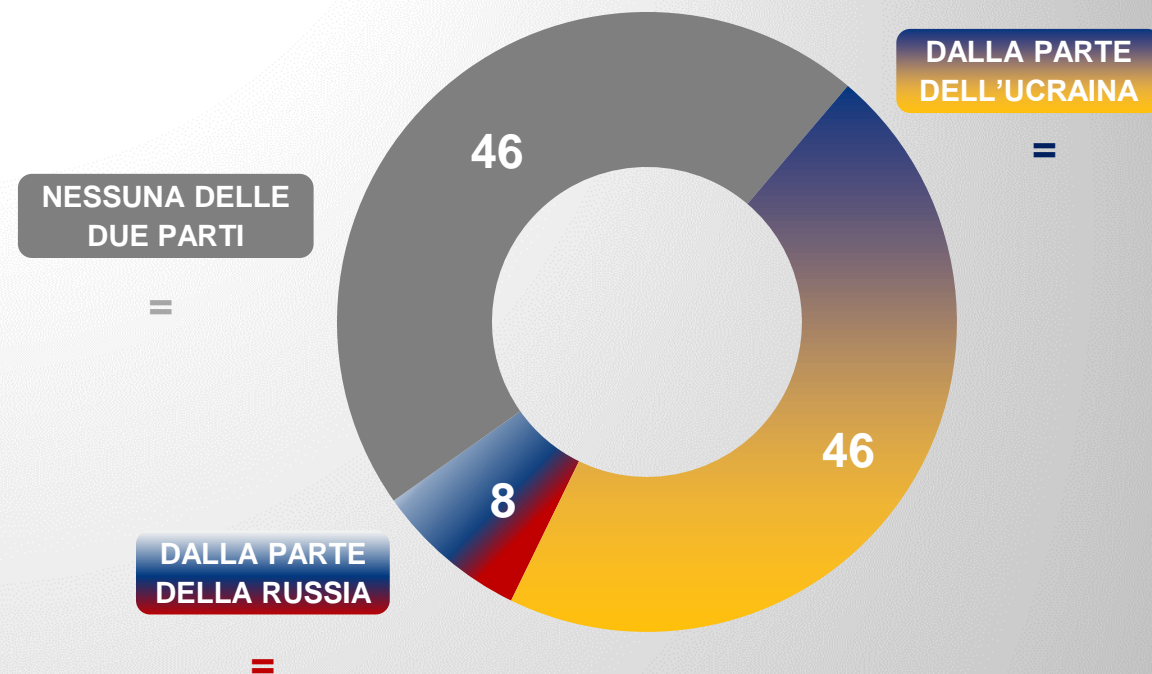
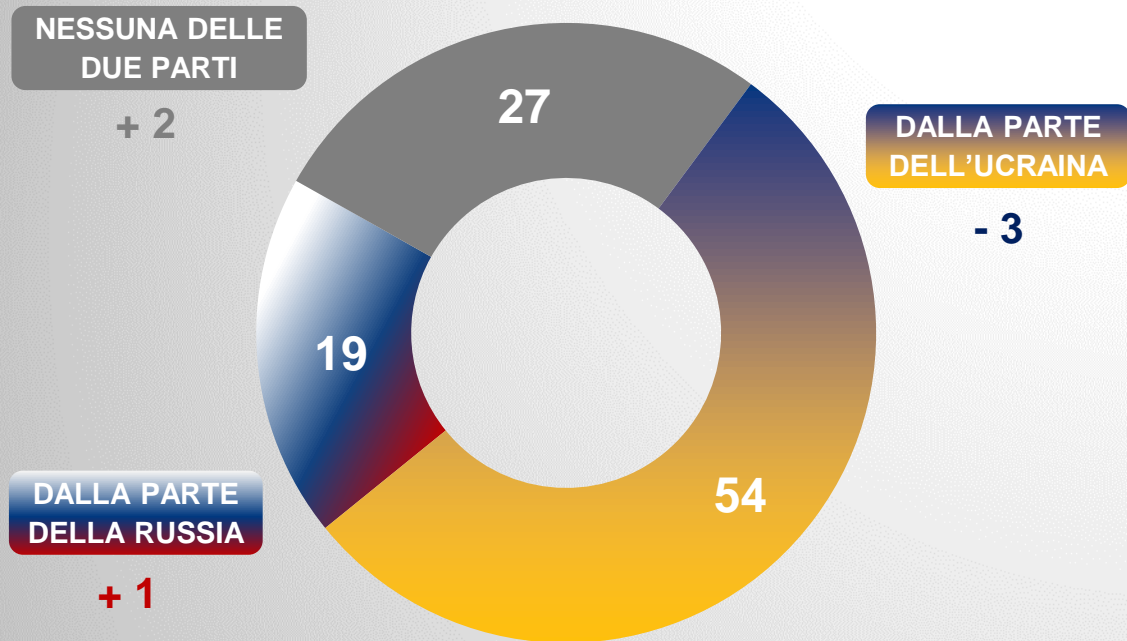


Base: Totale campione – Valori %

SOTTO QUOTA 50% IL SOSTEGNO ALL'UCRAINA: MENO DI UN ITALIANO SU DUE SUPPORTA KYIV E ALTRETTANTI NON SI SCHIERANO. SE È MINIMA LA PARTE DI ITALIANI CHE RIVELA DI PARTEGGIARE PER LA RUSSIA, ESISTE LA PERCEZIONE CHE SIANO OLTRE DUE VOLTE TANTO QUELLI CHE STANNO CON MOSCA.

Secondo lei, da che parte stanno gli Italiani?

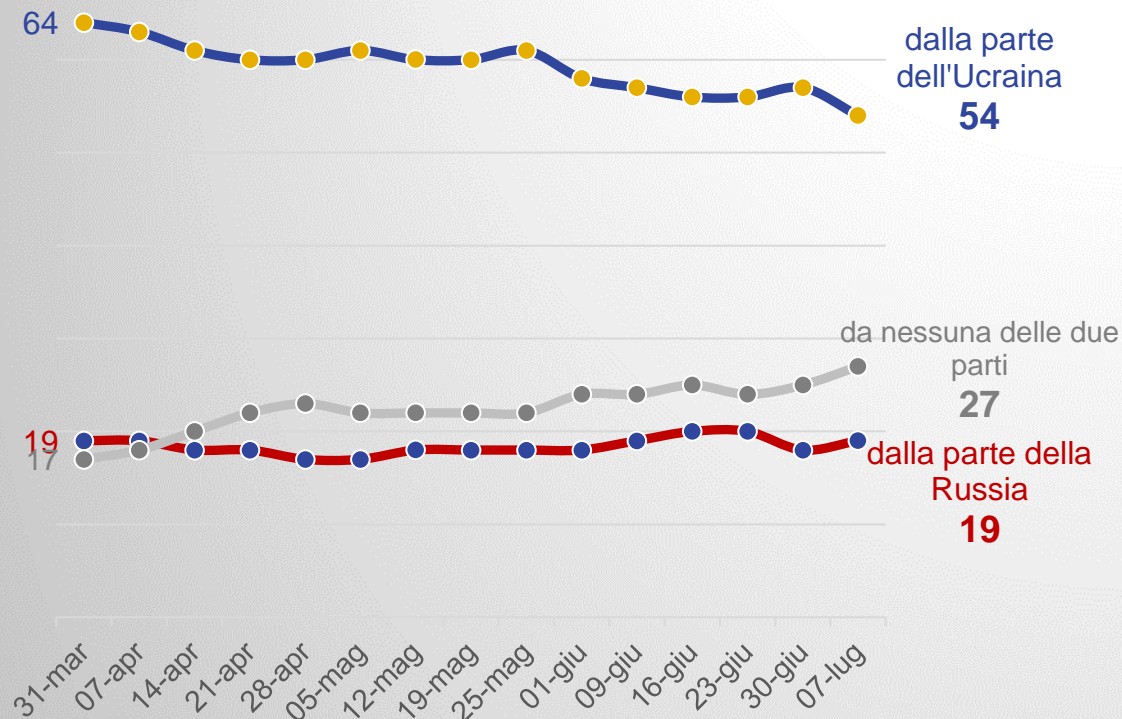
E lei, da che parte sta?



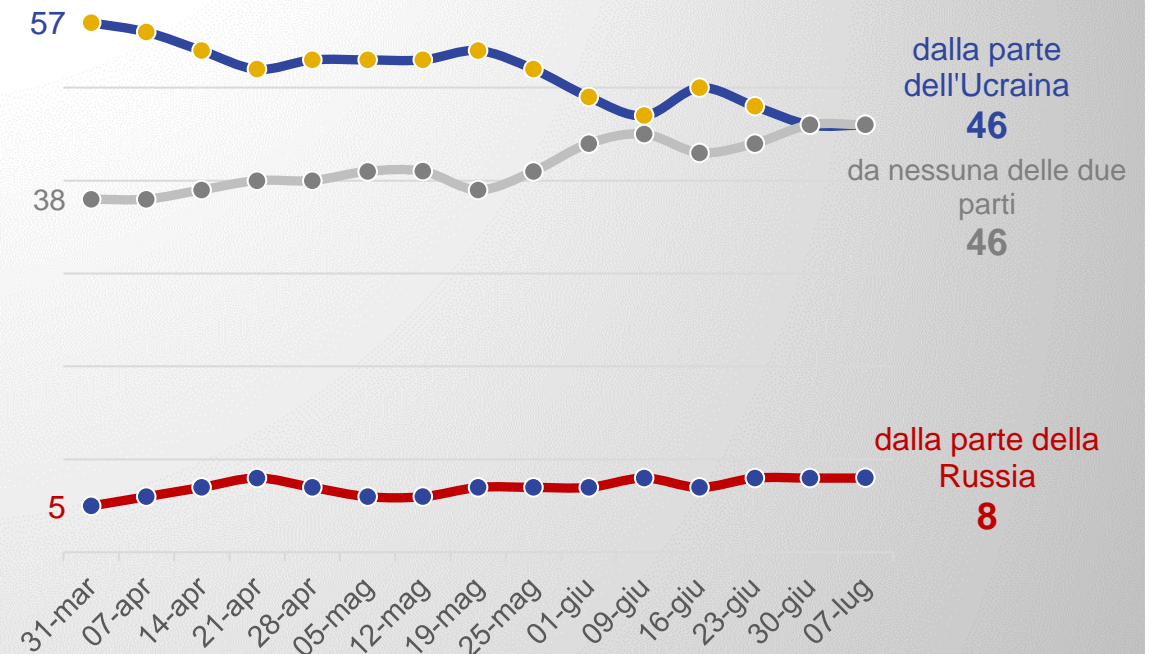
Base: Totale campione – Valori %

# IN DIMINUIZIONE IL SOSTEGNO INCONDIZIONATO ALL'UCRAINA, RAGGIUNTO DALLA QUOTA DI POSIZIONI «EQUIDISTANTI»

## Secondo lei, gli italiani da che parte stanno?



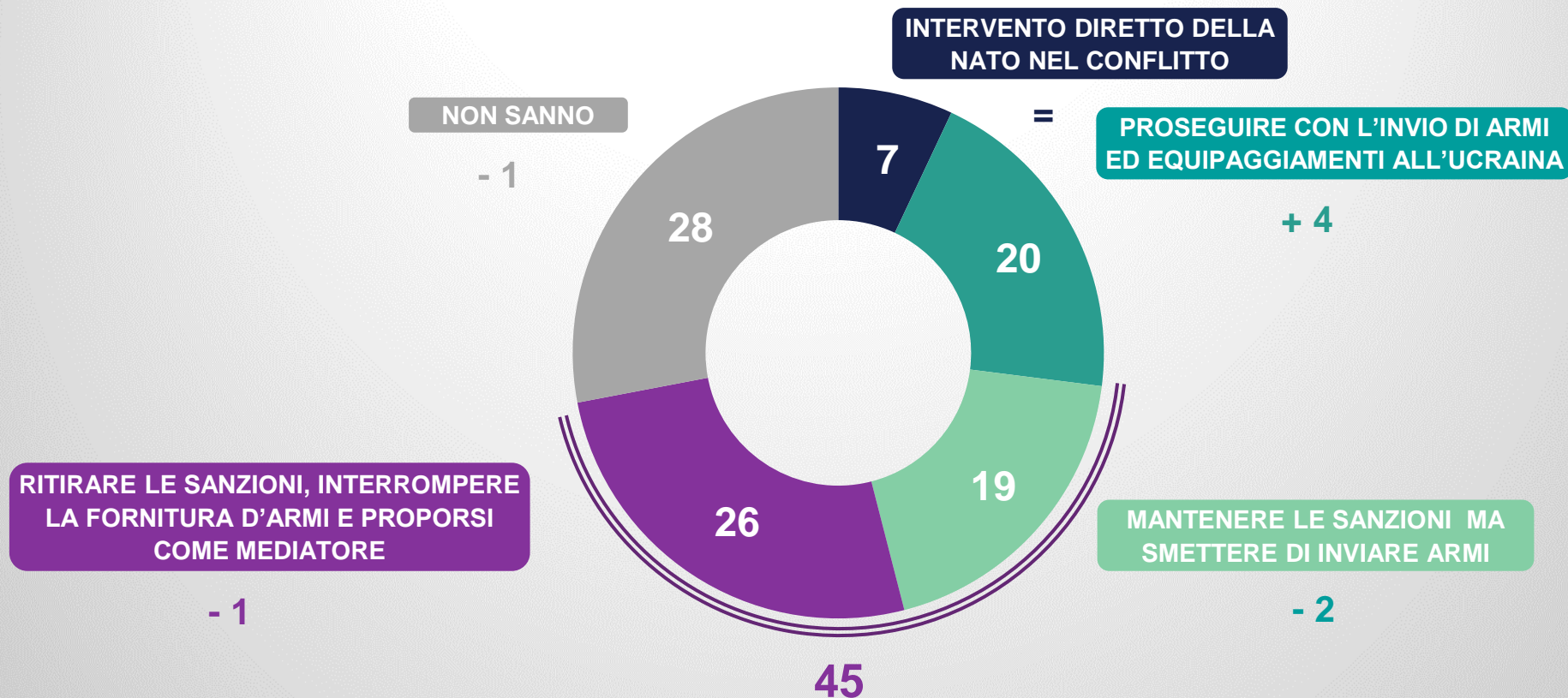
## Lei da che parte sta?



Base: Totale campione (dato 28 marzo – 28 giugno) – Valori %. Valore «non sa» non riportato nel grafico

IN CALO MA ANCORA IMPORTANTE LA QUOTA DI ITALIANI A FAVORE DELLA SOSPENSIONE DEGLI AIUTI MILITARI ALL'UCRAINA, SOLO UN'ESIGUA MINORANZA APPOGGIA L'IDEA DI UN INTERVENTO DIRETTO DELLE TRUPPE NATO.

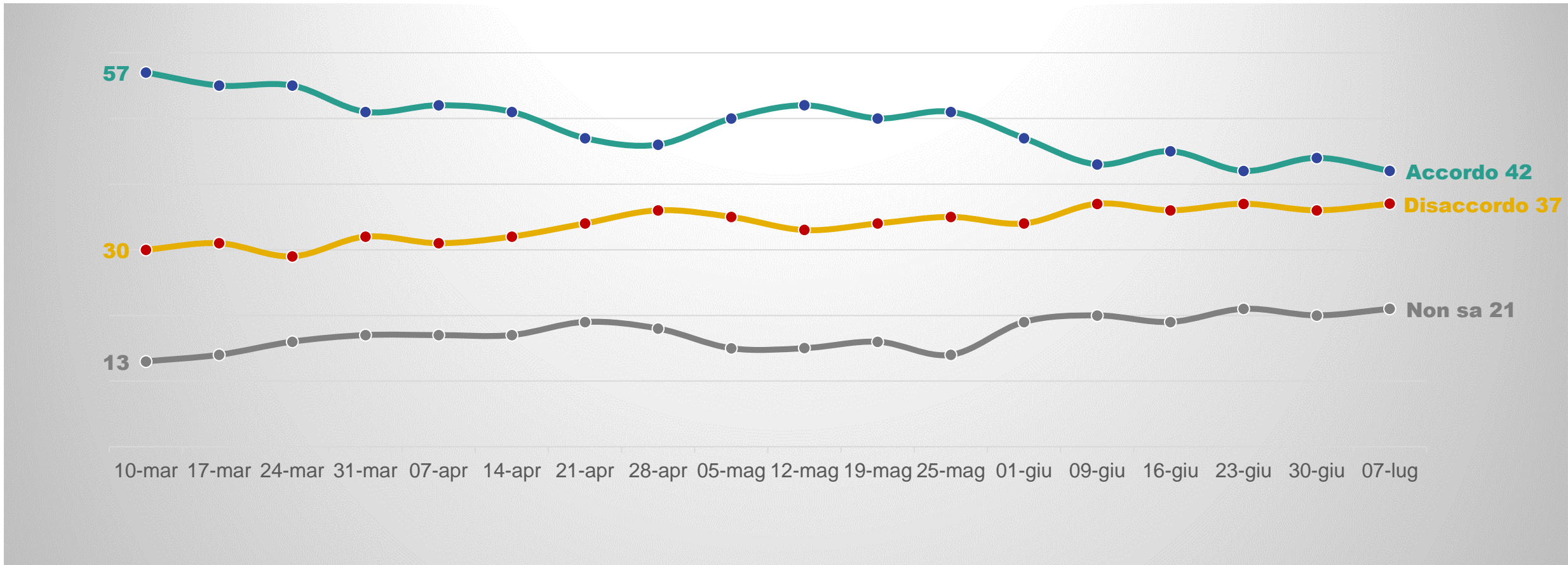
## COSA DOVREBBE FARE L'ITALIA



Base: Totale campione – Valori %

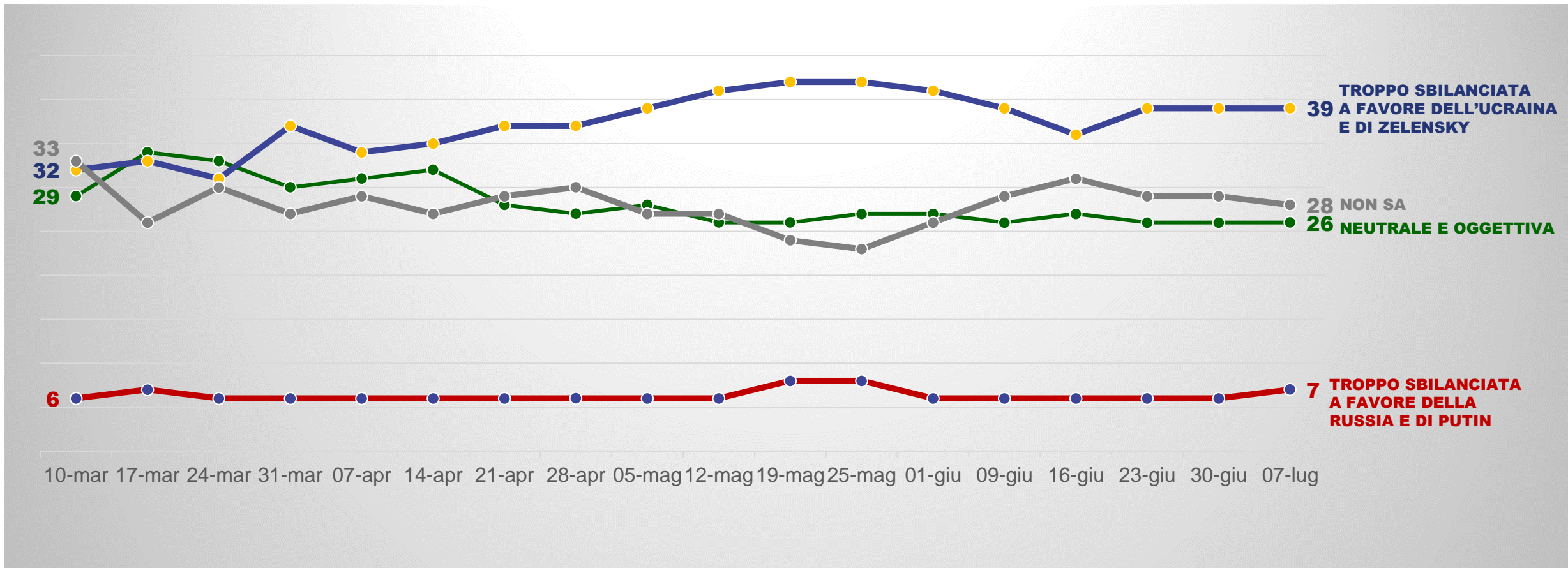
# SI RIDUCE A 5 PUNTI IL DIVARIO TRA FAVOREVOLI E CONTRARI ALLE SANZIONI IMPOSTE ALLA RUSSIA. UNO SU CINQUE NON SI ESPRIME.

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



Base: Totale campione (dato 7 marzo – 28 giugno) – Valori %

# SIN DALL'INIZIO DEL CONFLITTO L'INFORMAZIONE ITALIANA È APPARSA TENDENZIALMENTE TROPPO SCHIACCIATA SULLE POSIZIONI PRO-UCRAINA



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: 5 – 6 lug 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**

