

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.

**Un Paese in transizione,
tra non più e non ancora**

Flair
2022

#Ipsosflair2022



hosted by
Ipsos  illimity

Flair 2022

#Ipsosflair2022

01. **Introduzione.**
Nicola Neri, Ipsos
02. **Lo scenario complessivo. Nella spirale dell'interregno.**
Enzo Rizzo, Ipsos
03. **L'Italia vista dall'estero: il Paese che ti aspetti...o forse no!**
Katia Cazzaniga, Ipsos
04. **La questione di genere non è solo una questione di donne.**
Chiara Ferrari, Ipsos
05. **Risparmio: una fonte preziosa per la serenità personale e la progettualità collettiva.**
Ilaria Ugenti, Ipsos
06. **Marina Valerio, Class Cnbc** intervista **Corrado Passera, illimity Bank**
07. **Il consumatore: il delicato equilibrio tra pragmatismo ed emozioni.**
Enrica Tiozzo, Ipsos
08. **La digitalizzazione nei media: da obiettivo in sé a strumento di trasformazione culturale.**
Nora Schmitz, Ipsos
09. **Marina Valerio, intervista Nando Pagnoncelli, Ipsos**



Copyright © Ipsos

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora

hosted by
Ipsos  **illimity**

Nicola Neri

introduce

FLAIR ITALIA 2022

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione,
tra non più e non ancora

Flair
2022

#Ipsosflair2022



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  illimity

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.

Un Paese in transizione,
tra non più e non ancora

Flair
2022

#Ipsosflair2022

ENZO RISSO, IPSOS

Direttore scientifico di Ipsos
Docente di audience studies, Università La Sapienza, Roma



hosted by
Ipsos  illimity

PERCHÉ LA SPIRALE DELL'INTERREGNO

Spirale

per indicare un movimento non lineare, che non procede in una direzione unica, predestinata.

Interregno

una realtà nel quale il portato che abbiamo alle spalle è in erosione senza essere stato superato o accantonato e il nuovo ha difficoltà a emergere; in cui operano contemporaneamente più dinamiche, più spinte (progressive e regressive).

Transizione incerta

che presenta molte incognite, le direzioni di uscita sono ancora duali, tra apertura e protezionismo, in cui le potenzialità e le speranze, si scontrano con le debolezze, le fratture sociali, i veti sociali e corporativi.

“ Se le persone definiscono una situazione come reale,
questa sarà reale nelle sue conseguenze. ”

Il teorema del sociologo Usa William Thomas
(una delle “leggi” più importanti delle scienze sociali)

Il mood e l'immaginario che aleggia nel Paese

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  **illimity**

CHE COSA C'È DI SBAGLIATO NELLA SOCIETÀ DI OGGI

Eccesso di flessibilità nel lavoro, social divide, individualismo esasperato

42%

La precarizzazione del lavoro

37%

La crescita delle disuguaglianze sociali

34%

L'individualismo egoistico

Copyright © Ipsos

DI CHE COSA SI AVVERTE IL BISOGNO: I DESIDERI

Tirare il fiato e la ricerca di una pausa fatta di maggiore solidità personale e relazionale

Calma e tranquillità. Tirare il fiato

53%

Stabilità lavorativa

43%

Amore

30%

IL LASCITO DELL'ESPERIENZA PANDEMICA



Le trasformazioni di alcuni paradigmi esistenziali e di riferimento

54%

Sta ripensando le priorità della vita

48%

Cresce il senso di vulnerabilità

40%

**Dà più importanza agli aspetti basilari della vita:
affetti, legami, comunità**

LA BIPOLARE VOGLIA DI COMUNITÀ

Un paese che oscilla tra immunitas e communitas, tra le pulsioni uggiose e la voglia di effervescenza

IL BISOGNO DI COMUNITÀ E LEGAMI CALDI



LE DETERMINANTI DEL TRATTO UGGIOSO

La montagna della sfiducia, l'incertezza del reddito, il senso di esclusione di parte del Paese

65%

Non si fida di nessuno

53%

Si sente escluso

52%

Prevede un calo del reddito familiare per il 2022

LE DETERMINANTI DEL TRATTO EFFERVESCENTE

Tirare il fiato e la ricerca di una pausa fatta di maggiore solidità personale e relazionale

Pronto a impegnarsi per cambiare le cose

71%

Si sente grintoso

49%

Avverte una forte
voglia di leggerezza

24%

Copyright © Ipsos

IMMAGINARIO COLLETTIVO. I FATTORI QUALIFICANTI DEL SUCCESSO

I fattori che sono percepiti come qualificanti il senso del successo di una persona

51%

Libertà e gestione del tempo

41%

Stima degli altri

35%

Ricchezza e carriera

CONSUMER-TELLER. I PRINCIPALI DRIVER DI SCELTA DEI CONSUMATORI

I fattori emozionali che sovrintendono le dinamiche di acquisto e orientano le scelte

58%

La ricerca
del prezzo
giusto

52%

Il valore delle
cose semplici

36%

Prodotti che sono
in grado di
raccontare
chi sono

34%

Made in Italy e
basso impatto
ambientale

CHE COSA CI SI ASPETTA DALLE IMPRESE

Oltre le mere affermazioni del purpose, la sfida del ruolo delle imprese nella società: Sense Providing

63%

Essere impegnate a fare del mondo un posto migliore

60%

Essere coscienti e attente agli effetti futuri delle scelte aziendali

55%

Essere capaci di perseguire dei valori nel modo di essere azienda e nei prodotti

“

Il futuro è caratterizzato dall'accelerazione dei cambiamenti di umore e dall'accentuazione del carattere bipolare presente sia nelle persone, sia nella mentalità collettiva.

”

Marc Augé

Le dinamiche del Paese tra **derive** e **approdi**

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  **illimity**

LA PIRAMIDE SOCIALE IN MOVIMENTO

La forbice sociale che si allarga, riparte il ceto medio ma crescono i ceti fragili e la lower class



DERIVE. DALL'AUMENTO DEI PREZZI AL RISCHIO AUSTERITÀ

L'ondata di aumenti dei prezzi mette a rischio i consumi

55%

Delle famiglie intende ridurre delle spese

71%

Taglio a abbigliamento e carburanti

60%

Tagli a carne, pesce, salumi e formaggi

Copyright © Ipsos

DERIVE. IL PORTATO DEL CONFLITTO RUSSO-UCRAINO



La paura di perdere ulteriormente stabilità e certezze

70%

Prevede un ulteriore aumento dei prezzi dei beni primari (+4%)

25%

Rischi di chiusure o sospensione produzioni (+7%)

81%

Riporta il quadro internazionale a una bipolarizzazione

74%

Europa rischia di essere sempre più un satellite degli Usa

DERIVE. LE BRACI CHE CONTINUANO AD ARDERE

Mixofobia, spinte all'insubordinazione sociale e demofobia

Favorevole a respingere i migranti 43%

Per cambiare il paese bisogna fare le barricate 35%

Ritiene superato il Parlamento 49%

LE SPINTE VERSO NUOVI APPRODI. DINAMICHE DEL GREEN

Neo romanticismo della terra, sostenibilità totale e green availability

Un ecologismo che parta dal locale

80%

Per una sostenibilità ambientale, delle condizioni di lavoro e in connessione con la comunità

78%

I costi della transizione green a carico, in primis, delle imprese

48%

LE SPINTE VERSO NUOVI APPRODI. INFRANGERE I TETTI

Protagonismo femminile, de-precarizzazione, denatalità

4°
Paese per
percezione del
peso delle
diseguaglianze
di genere

70%

Avverte la
denatalità come un
problema da
affrontare

58%

Dei giovani aspira
a una maggiore
stabilità lavorativa

LE SPINTE VERSO NUOVI APPRODI. **COMUNANZA E MUTUALISMO**

Comunità coese, cooperazione e più mutualismo e legami di reciprocità

74%

Investire sulle comunità e i legami

70%

Bisogno di maggiore cooperazione e condivisione

61%

Più mutualismo nella società e nell'economia

Copyright © Ipsos

LE SPINTE VERSO NUOVI APPRODI. INTERVENIRE SULLE DEBOLEZZE

Le sfide da vincere: Lavoro, Sud, periferie e... scuola

Importanza di intervenire sulle periferie

74%

Lavoro. Superare i gap di stipendi troppo bassi e contratti precari (49%)

68%

Investire in infrastrutture al Sud

42%

**Flair
2022**

#Ipsosflair2022

Conclusioni: uscire dalla spirale dell'interregno



Copyright © Ipsos

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora

hosted by
Ipsos  **illimity**

LE DINAMICHE PER LE IMPRESE E NELL'UNIVERSO DEL CONSUMO

Tra riflessività e emozionalità, difficoltà e ricerca di riprendersi la vita, new experience e cambiare il futuro

PARSIMONIA

- resistenza all'aumento del costo della vita
- polarizzazione nella scelta dei prezzi
- il risparmio come fine in sé

GRATIFICAZIONE

- acquisire storie e simboli
- rigenerare l'experience di acquisto
- il valore della sostenibilità
- authenticity is genius loci

BRAND CHANGE

- green identity
- sense providing
- omni e cross canalità

LA SFIDA: UNA “R” IN PIÙ AL PNRR PER AFFRONTARE LE DISEGUAGLIANZE

François Dubet, sociologo francese: «nella contemporaneità le disuguaglianze si moltiplicano»



L'ITALIA. UN PAESE CHE VUOLE ESSERE MIGLIORE

La partita dell'uscita dall'interregno si gioca su alcune linee strategiche che vanno tutte in una direzione rigenerare il senso di una **comunità di destino**, attivando le energie migliori

- . **01** Oltre le pari opportunità: nuovo **ruolo** da **protagoniste** delle **donne**
- . **02** **Liberare le ali dei giovani** con scelte di de-precarizzazione e de-gerontocratizzazione
- . **03** Verso una **sostenibilità totale** che comprende non solo l'ambiente, ma anche la qualità del lavoro e la crescita delle comunità locali
- . **04** Accrescere **l'impegno mutualistico nella società e in economia**, per calmierare gli spiriti neo-liberisti e immettere più senso di cooperazione e collaborazione
- . **05** **Un nuovo patto sociale** per dare vita a una nuova dimensione del lavoro e far ripartire l'ascensore sociale
- . **06** Obiettivo: **armonia, equilibrio, equità, inclusione**, per una nuova dimensione di socialità, reticolarità e senso di comunità aperta

PER USCIRE DALLA SPIRALE DELL'INTERREGNO

Rigenerare la voglia di una visione di lungo periodo

PASSARE

Dalla crescita espansiva ed estensiva

all'idea di una

**CRESCITA EQUA E
INCLUDENTE**

alla spinta verso una nuova idea

**COMUNANZA
UMANISTICA**

PASSARE

Dalla resilienza

“

Una società può progredire in complessità solo se progredisce in solidarietà.

”

E. Morin

GRAZIE!

Contatto:

enzo.risso@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  illimity

Flair
2022

#Ipsosflair2022

L'Italia vista dall'estero: il Paese che ti aspetti... o forse no!

Katia Cazzaniga, Ipsos

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  illimity

I DRIVER DELL'APPREZZAMENTO PER IL BEL PAESE

LE DIMENSIONI DEL CONSENSO RISULTANO ARTICOLATE E PERVASIVE



Competenza in ambito alimentare/culinario



Qualità della vita



Atteggiamento positivo e ottimismo



Creatività e inventiva



Tolleranza, rispetto degli altri e dei diritti civili

Da un punto di vista socio-politico
l'Italia è un Paese...

democratico e aperto

affidabile

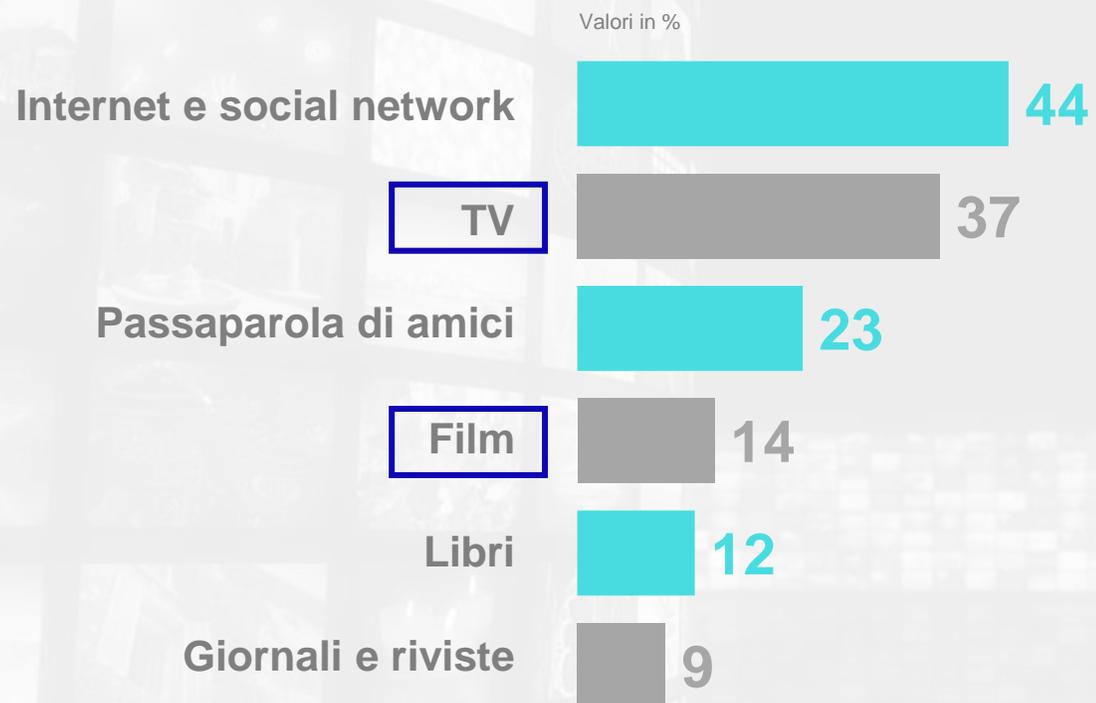
**Impegnato
nel mantenere la pace**

**L'Italia è un interlocutore
importante per il mio Paese**

Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

LE FONTI INFORMATIVE SULL'ITALIA

LA TV RESTA UN MEDIA RILEVANTE I CUI CONTENUTI INFLUENZANO CONOSCENZA E PERCEZIONE DEL PAESE



Le produzioni influenzano l'immagine del Paese

Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA DELL'ITALIA

META DESIDERATA, SCOPERTA E APPREZZATA TANTO DA FAVORIRE IL RITORNO

Se domani vincessesse
una vacanza premio
dove vorrebbe andare?

In **ITALIA**
40%

2016 - **37%**

Anche tra coloro che hanno
visitato l'Italia in passato più
di 3 volte, il desiderio di
tornare è elevato:

44% **RITORNEREBBE**

Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

GLI ITALIANI SODDISFATTI DELLE PROPRIE VACANZE IN ITALIA

UNA META CHE SI DIMOSTRA ALL'ALTEZZA

Gli italiani che si sono concessi un viaggio nel periodo estivo e che, causa pandemia, **sono rimasti nel Bel Paese** sono rimasti decisamente soddisfatti delle loro vacanze italiane.



Elementi dell'offerta maggiormente graditi

(% di molto + abbastanza soddisfatto)

CIBO

88%



PAESAGGI

86%



STRUTTURA DOVE
HA ALLOGGIATO

83%



Fonte: Ipsos Future4Tourism – indagine settembre 2021 – circa 1000 interviste a popolazione italiana

DESTINAZIONE ITALIA

UNO STORYTELLING DA ARRICCHIRE

PATRIMONIO STORICO ARTISTICO

PARZIALMENTE LA BIODIVERSITÀ

ma

IN MOLTI, DOPO AVER ABITATO IN ITALIA,
SOTTOLINEANO L'INCAPACITÀ
DI VALORIZZARE TUTTO IL PATRIMONIO
A DISPOSIZIONE

*“L'Italia è un posto dove **c'è sempre il sole**, un paese molto **piccino**, **senza differenze**. A volte non si riflette nemmeno sul fatto che ci sono coste diverse tra loro, o le Alpi.”*

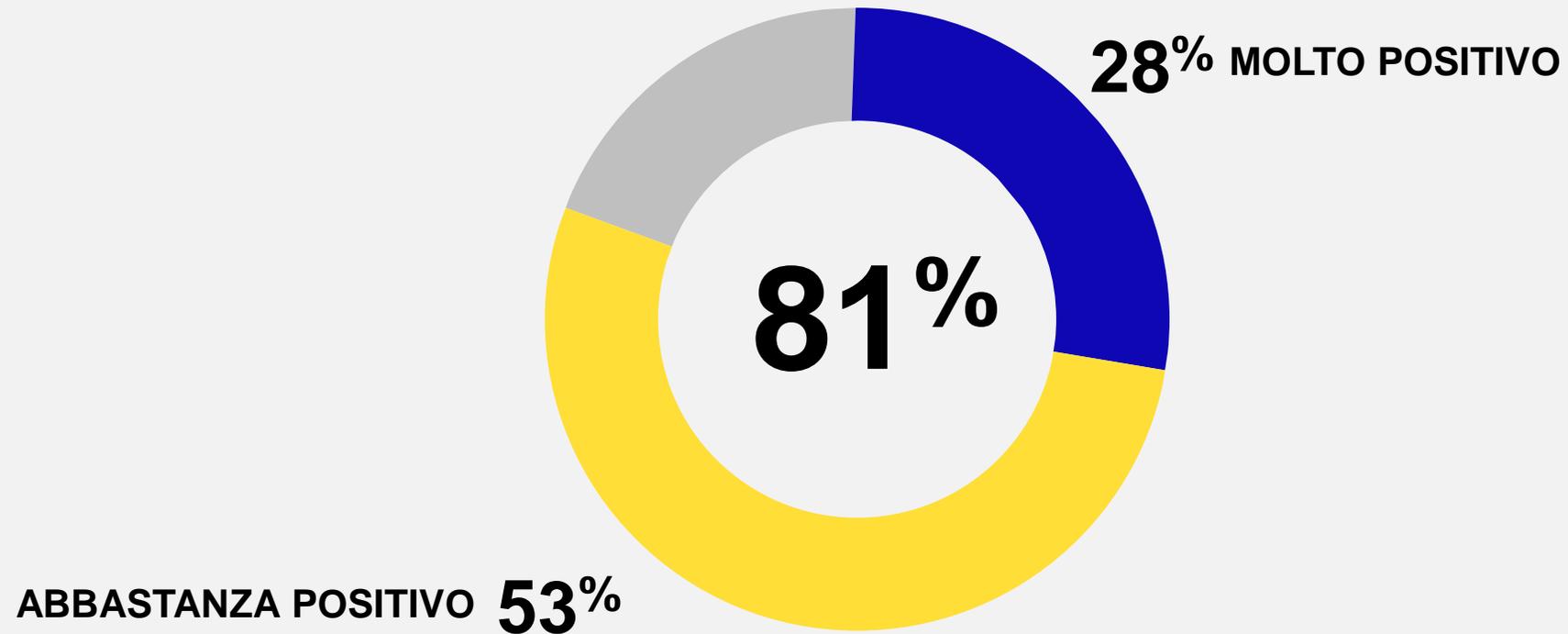
**Testimone di una ricchezza
non sfruttata nel settore**

Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

VALUTAZIONE DELLE AZIENDE E DEI PRODOTTI ITALIANI

LE AZIENDE E I PRODOTTI ITALIANI RICEVONO VALUTAZIONI POSITIVE

In generale che giudizio ha delle aziende e dei prodotti Italiani?



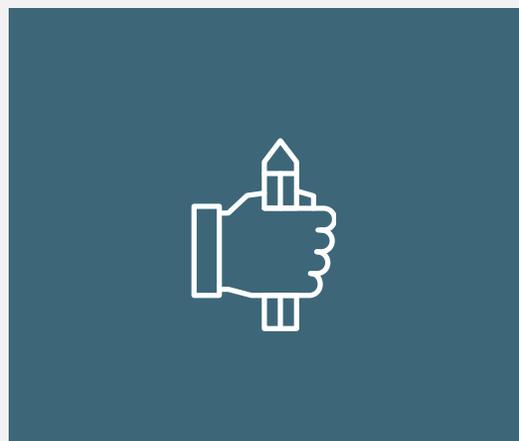
Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

CREATIVITA' E INVENTIVA NON VEICOLANO INNOVAZIONE

ATTENUARE VINCOLI STRUTTURALI E FAVORIRE LA *CONTAMINAZIONE*



Creatività
e inventiva



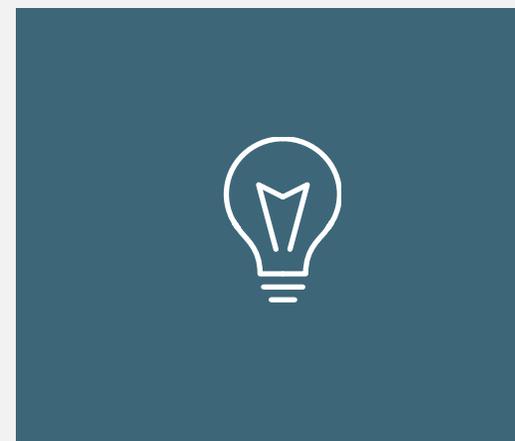
La difficoltà
nel passare
da “creatività/inventiva”
ad “innovazione”
per le aziende italiane
appare legata
alla complessità
del sistema

VELOCITÀ

DIALOGO TRA REALTÀ
DIVERSE



Innovazione e ricerca
scientifica



Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

SOSTENIBILITA' DA SOSTENERE

IL PARADOSSO DI UN PAESE CONSIDERATO SOSTENIBILE, I CUI PRODOTTI FATICANO AD OTTENERE QUESTO RICONOSCIMENTO



Sviluppo sostenibile e
attenzione all'ambiente



Caratteristiche dei
prodotti italiani

Rispetto
per l'ambiente 5%

QUALITÀ 44%

GUSTO 35%

AUTENTICITÀ 24%

AFFIDABILITÀ 13%



Principale descrittore
dei prodotti sostenibili

Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

CONOSCENZA DEL MERCATO GLOBALE

DOVEROSO CALARSI NEI VISSUTI DEI CONSUMATORI GLOBALI

L'artigianato per i...

Paesi UE

Prodotti unici
di altissima
qualità

Mercati Maturi

Assenza
di
lavorazione
industriale

Mercati Prospect

Produzione
semplificata
e di scarso
valore

Occorre spiegarlo e raccontarlo meglio soprattutto alla luce di una diversa **interpretazione** dei mercati obiettivo



Fonte: Ipsos Beltaly-circa 8500 interviste a popolazione in 19 Paesi - 2021

CONOSCERE PER COMUNICARE



**Ammirata
dall'Estero...**



**...ogni Paese ne ha
una visione parziale**

**Attraiante
turisticamente...**



**...con ancora ampi spazi
per farsi conoscere**

**Con prodotti e aziende
valutati positivamente...**



**...che devono raccontarsi
di più, approfondendo le
caratteristiche e i vissuti
dei mercati obiettivo**

GRAZIE!

Contatto:

katia.cazzaniga@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  illimity

Flair
2022

#Ipsosflair2022

La questione di genere non è solo una questione di donne

Chiara Ferrari, Ipsos



FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora

hosted by
Ipsos  illimity

LA CRESCITA DEMOGRAFICA PASSA ANCHE DALLA PARITÀ

Il lavoro delle donne
è una componente essenziale
per l'equilibrio economico
familiare e le misure
a vantaggio dell'occupazione
femminile favoriscono
la crescita demografica



CONCILIARE FAMIGLIA E CARRIERA NON È SOLO AFFARE DI DONNE

PERSONE CHE DICHIARANO DI DEDICARE
REGOLARMENTE **TEMPO NON RETRIBUITO**
AL CAREGIVING*



30%



29%

**GESTIONE «EMERGENZA FIGLI»
DURANTE IL LAVORO**

35%

24%

RICHIESTE CONGEDI FAMILIARI

79%

21%

*figli, anziani, disabili

Fonte: Ipsos Global Advisor 2022 - INPS

PARLIAMO DI UOMINI PER PARLARE DI DONNE

+18,2 OCCUPAZIONE
% a vantaggio degli uomini

3-97 SCUOLA MATERNA E PRIMARIA
% maestri e maestre

33-67 SANITÀ
% dottori e infermieri vs dottoresse e infermiere

Fonte: Istat

GENITORIALITÀ CONDIVISA E RISCOPERTA DELL'EMPATIA

33%

Dei genitori occupati si sono presi cura in egual misura dei figli durante il primo lockdown

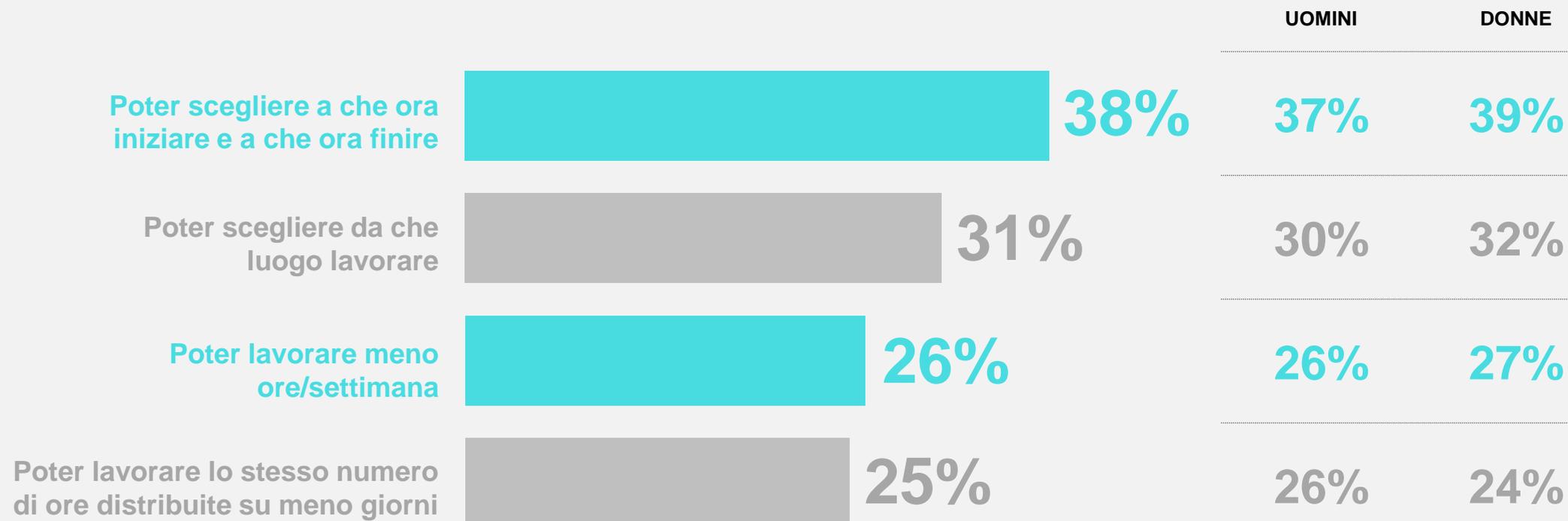
”

Un'empatia efficace ti porta fuori dalla tua sfera, ti fa entrare nel mondo di un altro alla scoperta di tensioni che danno forma a intuizioni e azioni

”

Fonte: Banca dati Ipsos

LAVORATORI E LAVORATRICI HANNO DESIDERI E ASPIRAZIONI UGUALI



Fonte: Ipsos Global Advisor 2022

L'APPROCCIO FEMMINILE ALLA FINANZA: IL CASO DELLE INFLUENCER



Figli e famiglia: organizzare il budget familiare



Coppia: raggiungere l'indipendenza finanziaria



Parlare di soldi non deve essere un tabù



Budget e risparmio: come ottimizzarli



Gestione delle proprie finanze: un atto di self-care



Sconfiggere la soggezione nel rapportarsi alle istituzioni



Fonte: Ipsos Social Intelligence Analytics

GRAZIE!

Contatto:

chiara.ferrari@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  **illimity**

Flair
2022

#Ipsosflair2022

Risparmio: una fonte preziosa per la serenità personale e la progettualità collettiva

Ilaria Ugenti, Ipsos

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  illimity

IMPORTANZA DEL RISPARMIO

TRA I DECISORI FINANZIARI È ...

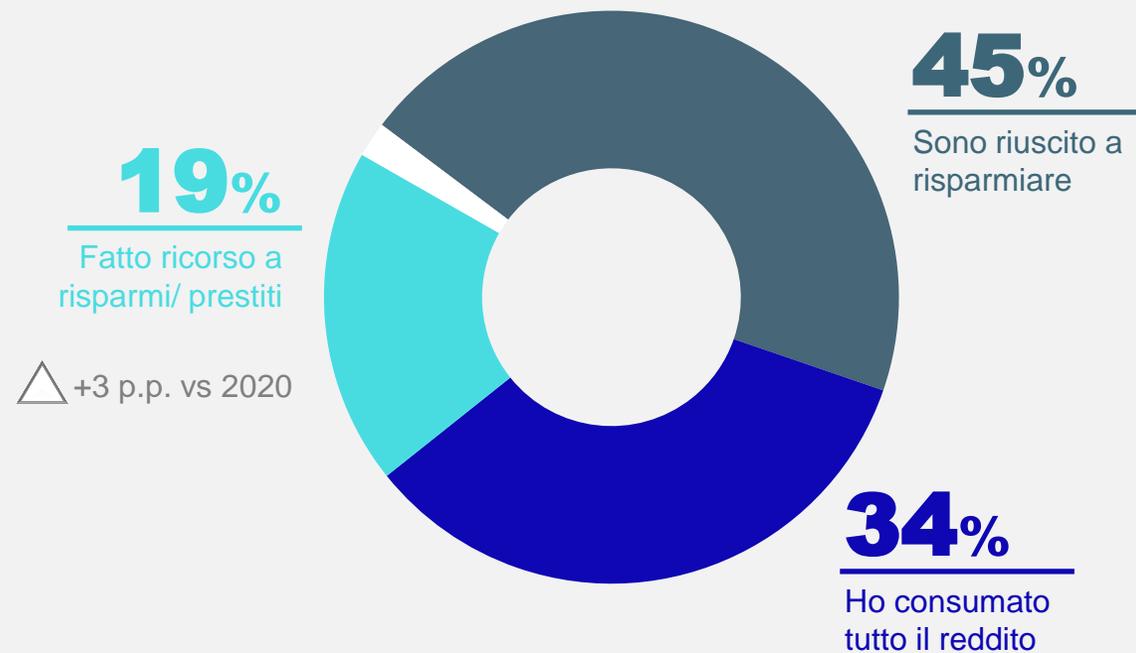
57% molto importante (voto 8-10)

31% abbastanza importante (voto 6-7)

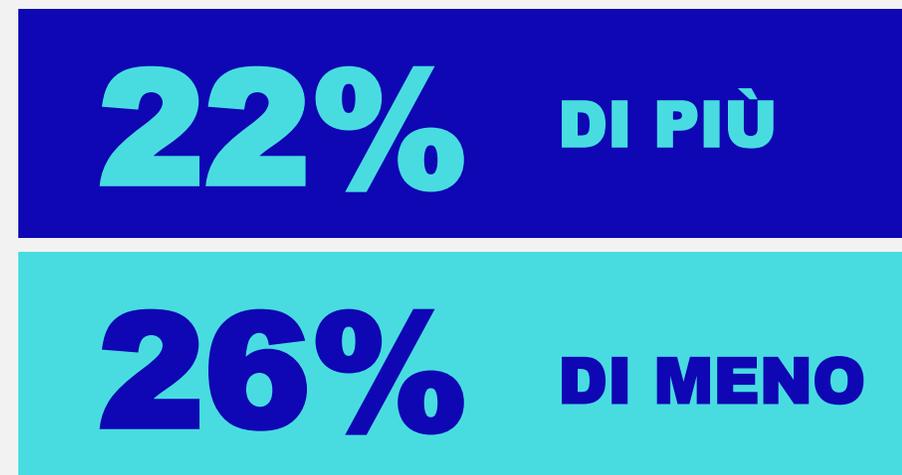
Fonte: Ipsos e Prometeia - Wealth Insight – Gennaio 2022

AUMENTANO LE FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ

Negli ultimi 12 mesi è riuscito a risparmiare parte del reddito guadagnato?



Nel corso dei prossimi 12 mesi pensa di riuscire a risparmiare di più o di meno rispetto a quest'anno?



Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

VISSUTO DEL RISPARMIO

QUALI DI QUESTI TERMINI ASSOCIA DI PIÙ?

33%

FUTURO



23%

SACRIFICIO



21%

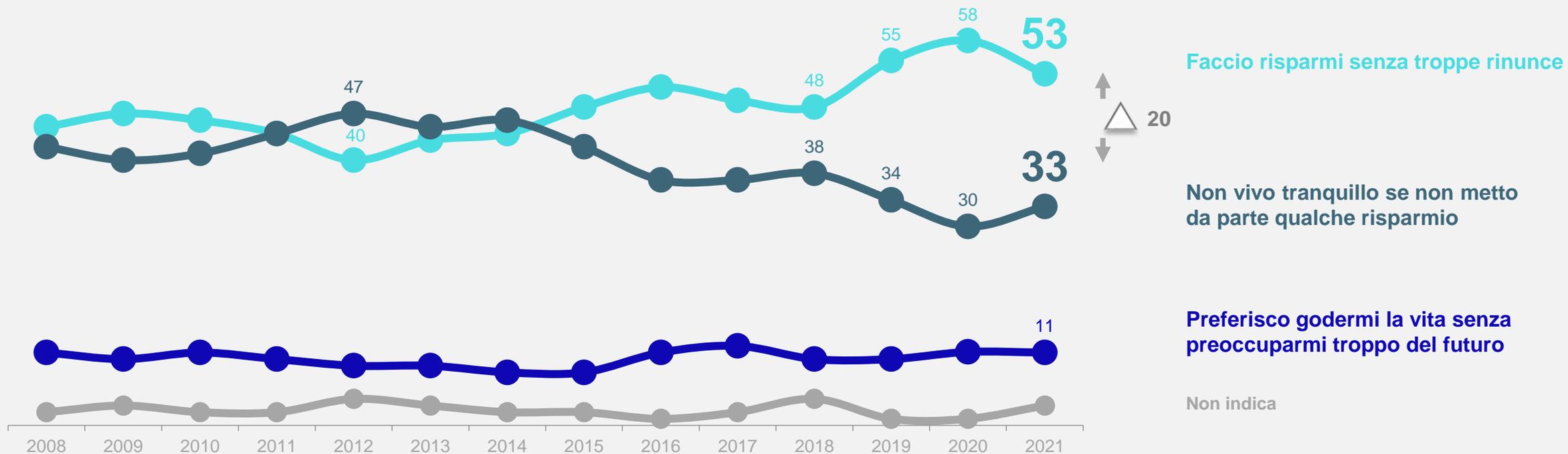
TUTELA



Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

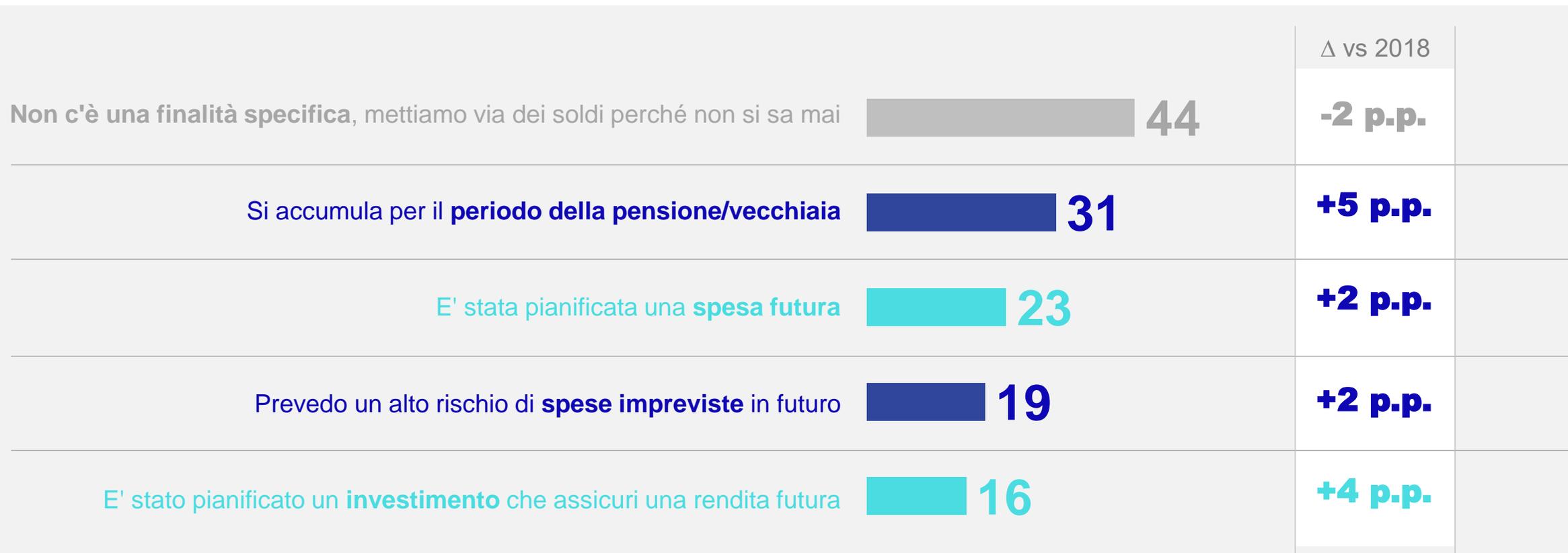
APPROCCIO AL RISPARMIO

QUALE DI QUESTE 3 AFFERMAZIONI DESCRIVE MEGLIO IL SUO PENSIERO?



Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

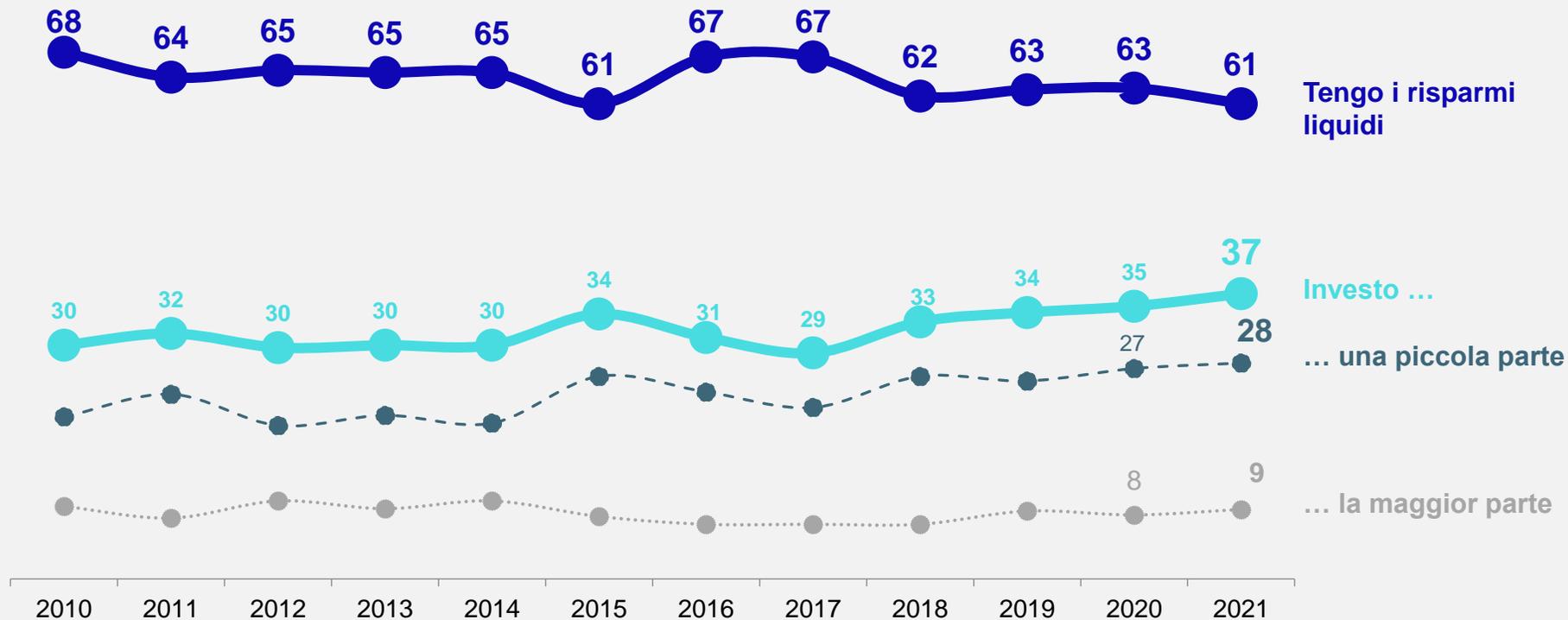
FINALITÀ DEL RISPARMIO



Fonte: Ipsos e Prometeia - Wealth Insight – Gennaio 2022

AUMENTA ANCHE LA PROPENSIONE ALL'INVESTIMENTO

IN GENERALE, LEI INVESTE ALMENO UNA PARTE DEI SUOI RISPARMI, OPPURE LI MANTIENE LIQUIDI, SUL CONTO CORRENTE?



In crescita anche la propensione vs strumenti finanziari più rischiosi. Tra chi ha risparmiato:

21%

(+8 p.p. vs 2020)

Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

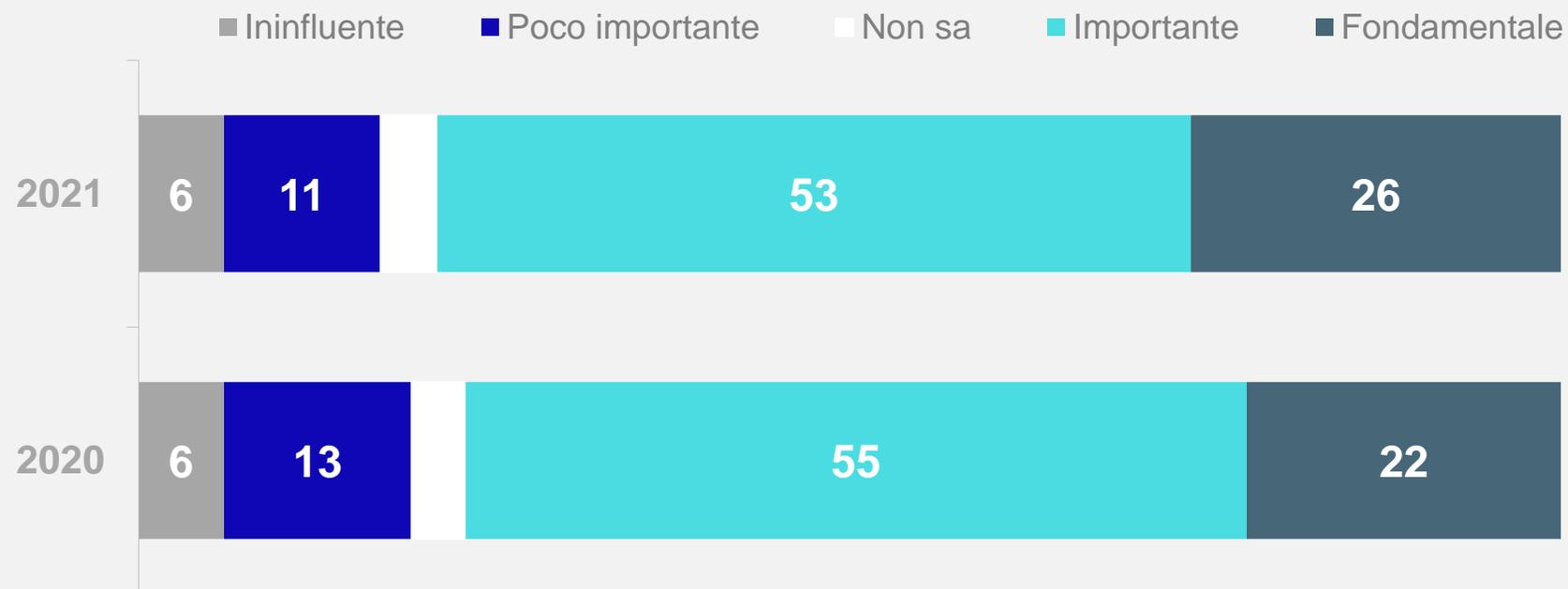
DRIVER DEGLI INVESTIMENTI



Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

LEGAME TRA RISPARMIO PRIVATO E SOSTEGNO AL PAESE

LEI RITIENE CHE IL RISPARMIO DEI SINGOLI CITTADINI SIA IMPORTANTE PER IL RAFFORZAMENTO DI UNA SOCIETÀ DEMOCRATICA E CIVILE?



Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

AMBITI PRIORITARI DI INTERVENTO PER LA CRESCITA DEL PAESE

QUALI SONO GLI AMBITI SU CUI SECONDO LEI È PRIORITARIO INTERVENIRE PER RENDERE POSSIBILE UNA CRESCITA ECONOMICA SOSTENIBILE?

64% **COMPETITIVITÀ**

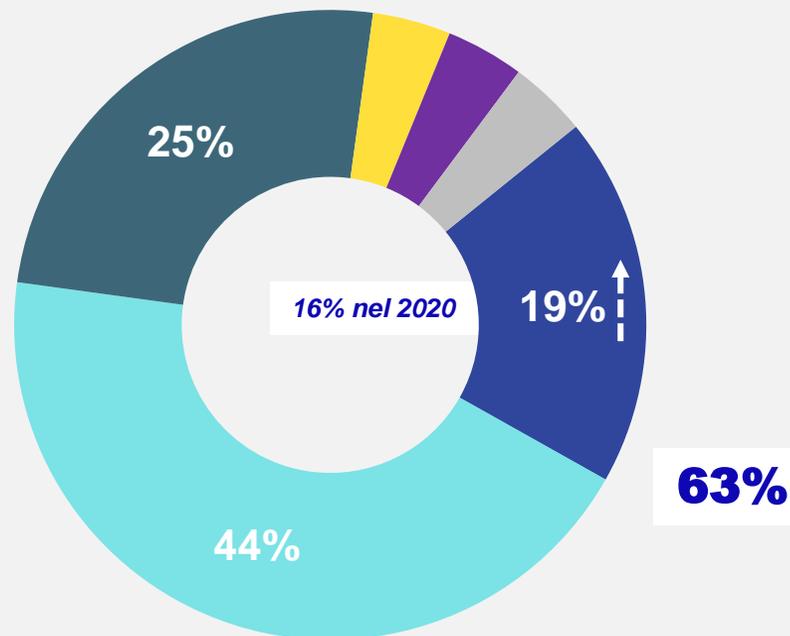
62% **WELFARE E RESPONSABILITA' SOCIALE**

61% **GIOVANI E FORMAZIONE**

Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

UN TASSELLO IMPORTANTE È LA TRANSIZIONE ECOLOGICA

SECONDO LEI, LA CRESCITA E LO SVILUPPO FUTURO DEL PAESE POST COVID, QUANTO DOVREBBE ESSERE LEGATA AL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ?



- **Completamente**, è l'unica soluzione
- **Molto**, è uno degli aspetti più importanti
- **È importante**, ma meno di altri aspetti
- **Non è particolarmente importante**
- **È dannosa**: bisogna pensare alla crescita economica
- Non sa

Fonte: Ipsos per ACRI – Ottobre 2021

COSA CI RISERVA IL PROSSIMO FUTURO?

Domani, gli italiani avranno un atteggiamento verso il risparmio analogo a quello odierno?

Come verrà gestita dal singolo la tensione verso il risparmio e la difficoltà di raggiungere gli obiettivi prefissati?

Continuerà il trend di apertura verso gli investimenti e il rischio o si tornerà ad un ripiegamento più difensivo, improntato alla tutela?

Il Paese riuscirà a non disattendere l'aspettativa di una crescita economica sostenibile?

GRAZIE!

Contatto:

ilaria.ugenti@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  **illimity**

Marina Valerio

Class Cnbc

INTERVISTA

Corrado Passera

illimity Bank

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  **illimity**

Flair
2022

#Ipsosflair2022

Il consumatore: il delicato equilibrio tra pragmatismo ed emozioni

Enrica Tiozzo, Ipsos



Copyright © Ipsos

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora

hosted by
Ipsos  illimity

QUESTO (STRANO) NUOVO MONDO CHE HA STRAVOLTO
IL PARADIGMA CONSUMERISTICO.

BUSINESS TO ~~CONSUMER~~ CITIZENS

83%

Mi aspetto che le aziende si occupino della **qualità della vita dei propri dipendenti**

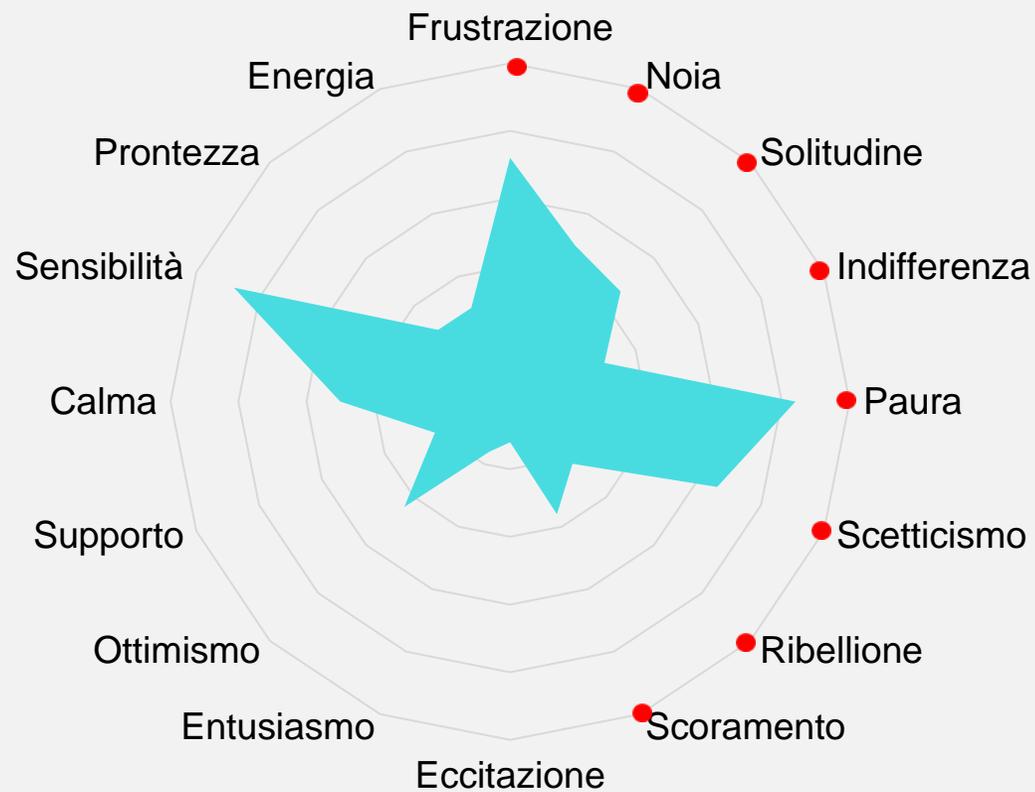
82%

Mi aspetto che le aziende si occupino di temi ad **impatto diretto sulla mia città, il mio territorio, la mia comunità**



Copyright © Ipsos

IL DELICATO EQUILIBRIO TRA EMOZIONI.

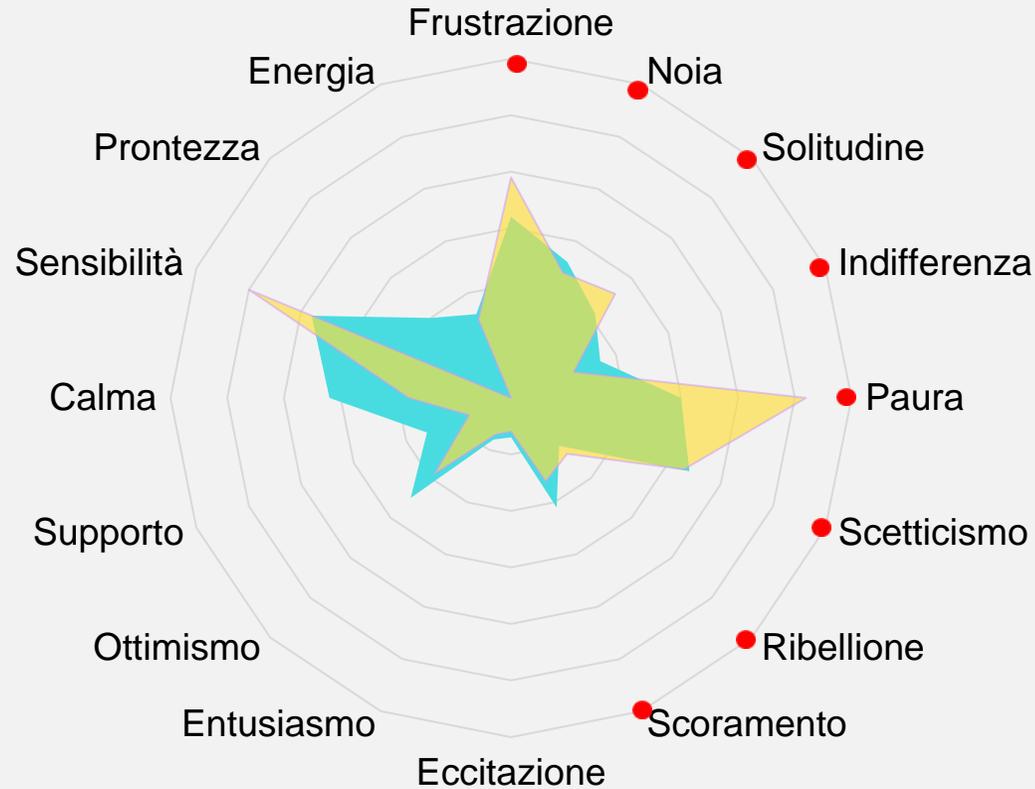


△ vs Feb 2022

+ 23% Paura
+ 9 % Scetticismo
+ 7% Scoramento

- 14% Ottimismo
- 10 % Prontezza
- 9 % Calma

IL DELICATO EQUILIBRIO TRA EMOZIONI.

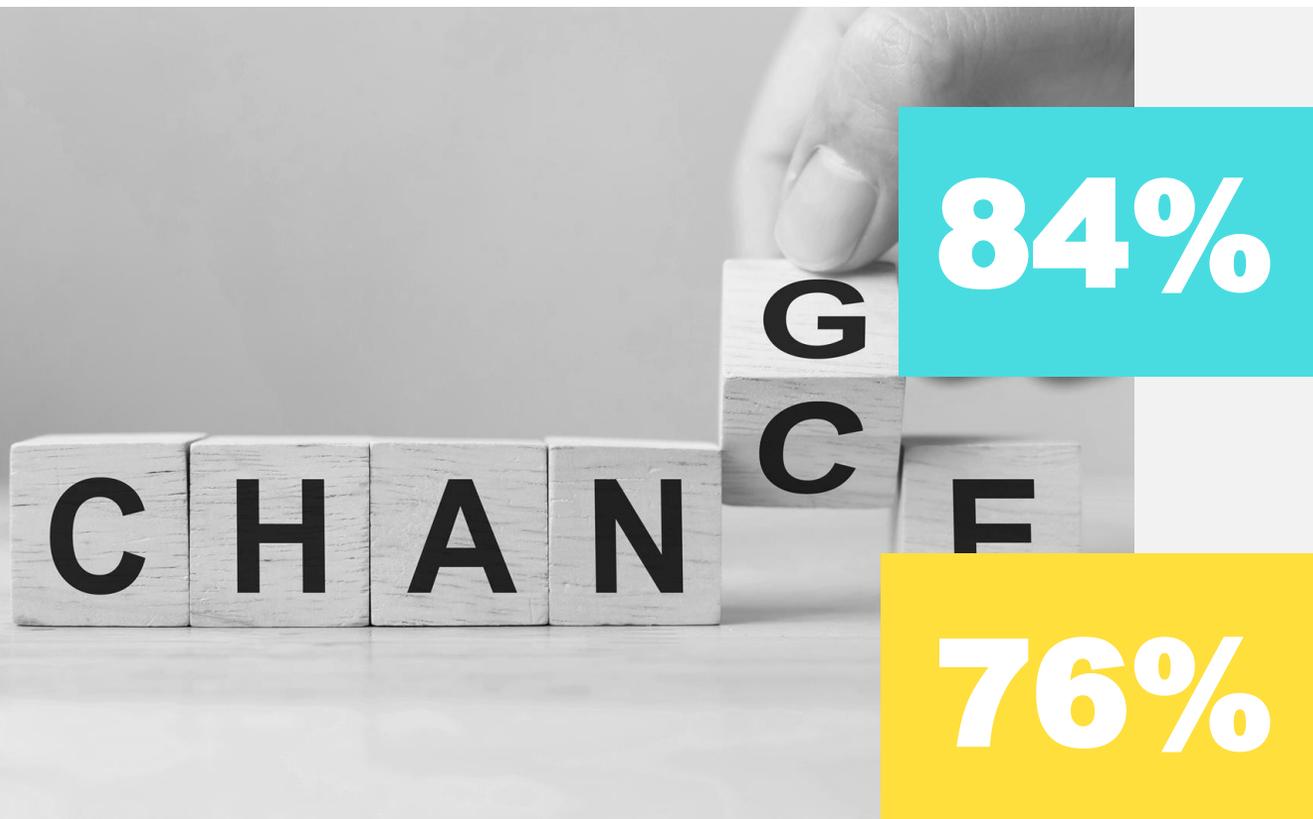


Uomini



Donne

IL PRAGMATISMO COME RISPOSTA: ESSERE ATTORI DEL CAMBIAMENTO



Le marche e le aziende devono **ascoltare e farsi aiutare dai cittadini** per agire in modo responsabile per il bene delle comunità e dei territori

Se una marca vuole davvero impegnarsi deve passare attraverso il **coinvolgimento attivo dei cittadini e dei consumatori**



IL PRAGMATISMO COME RISPOSTA: UNA BUONA ESPERIENZA PRIMA DI TUTTO.

Non posso farne a meno

Trasparente **Valore** **Facile da utilizzare**

Mi semplifica la vita **Facile da capire**

Qualità **Mi aiuta a gestire le mie finanze**

Sa quello che voglio **Mi sento in controllo**

Sicurezza **So cosa aspettarmi** **Fiducia** **Senza seccature**

Esperienza soddisfacente **Sempre disponibile per me**

Mi tratta bene **Innovativo**

L'EMOZIONE: IL RUOLO PREPONDERANTE NEL BILANCIAMENTO TRA ELEMENTI FUNZIONALI E RELAZIONALI

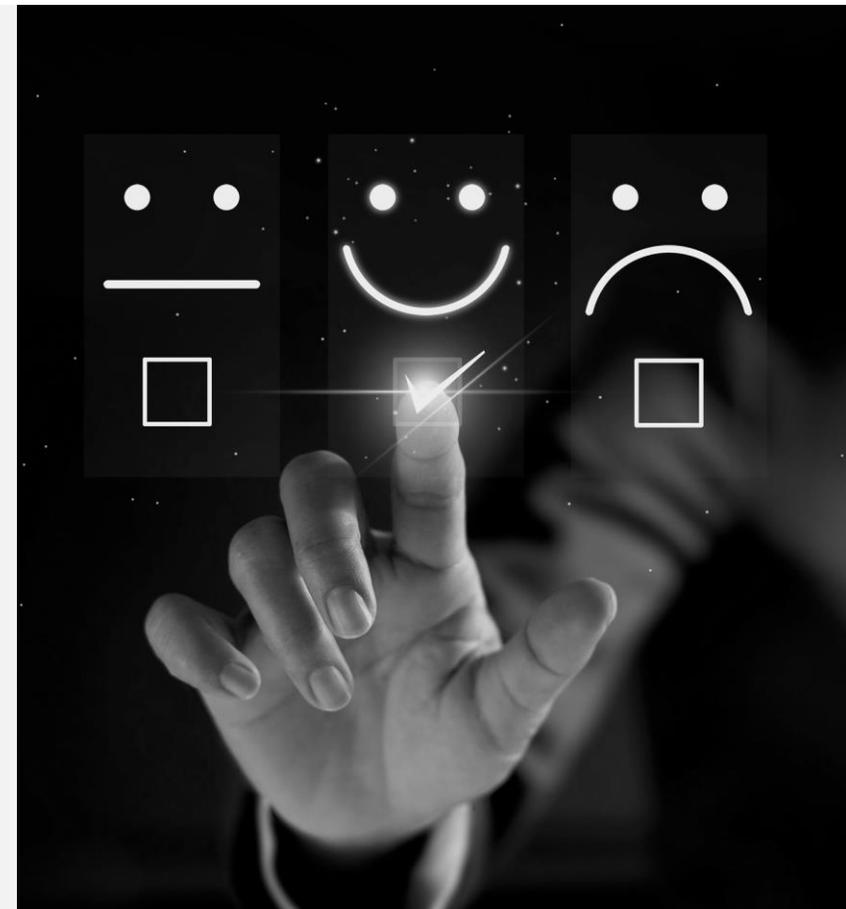
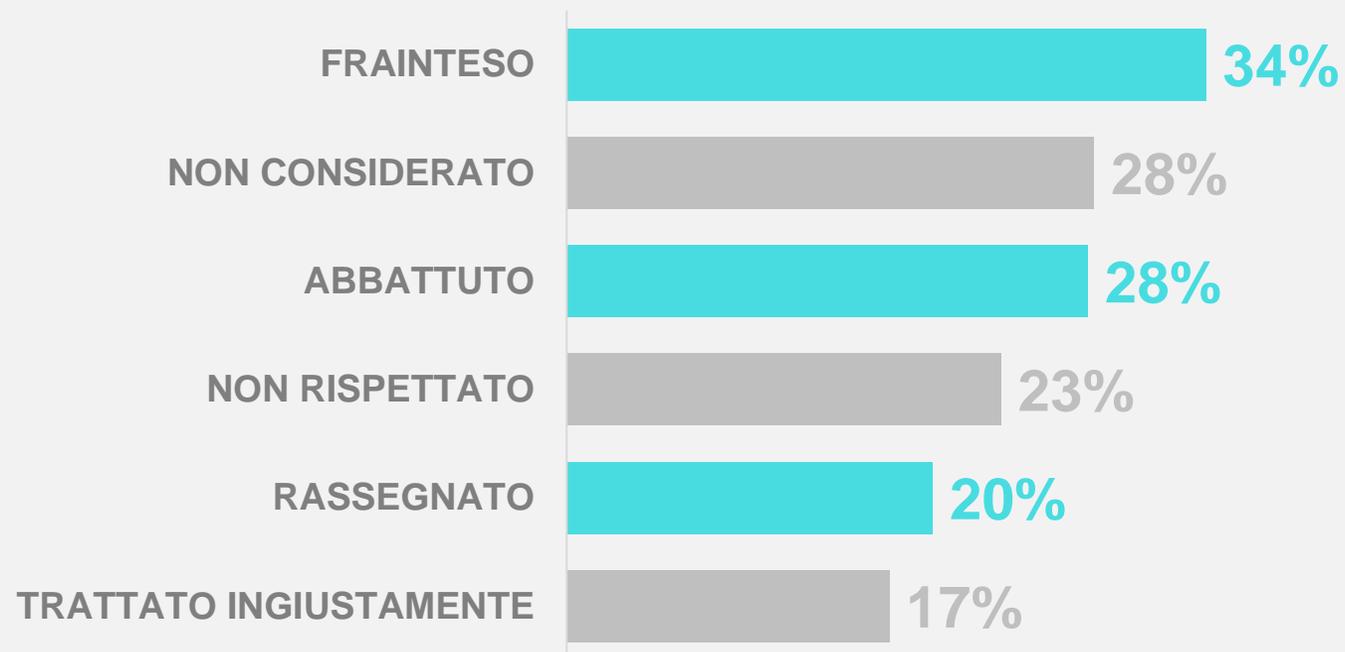
L'accento sugli aspetti **EMOZIONALI** porta a:

- **PREFERIRE UNA MARCA**
- **INSTAURARE UNA RELAZIONE DURATURA**
- **RACCOMANDARE**
- **PERDONARE**



FUNZIONALE + RELAZIONALE = RELAZIONE SOLIDA

L'EMOZIONE: UN'ESPERIENZA INFERIORE ALLE ATTESE **LASCIA IL SEGNO**



PEOPLE ARE FURIOUS AT TOBLERONE FOR CHANGING ITS CHOCOLATE

FANS ARE FEELING ROBBED.

Toblerone gets more gappy, but its fans are not happy



 **John Prescott** ✓
@johnprescott

Brexit just got real.
Via [@markcgreenwood](#) #toblerone

fans have described as “stupid”, “ridiculous” and “just plain dumb”.



Milena Langdale I love toblerone but feel totally robbed after today's purchase. Doesn't look at all like the one on your photo, does it?! Never seen the triangles being so spaced out 😞



And Lee Yarker said: “Fair enough reducing the weight of the bar, but why the big gap in between segments? Looks stupid imo [in my opinion], could have just made the bar shorter and kept the original design.”

Michał Tat wrote: “This must be up there with the dumbest corporate decisions of all time. You have a somewhat premium chocolate bar which is very well known for its distinctive shape, and to save money you change the shape? Now you have a premium-priced product that looks like a weird knock-off of itself.”



Alistair Calder wrote: “Utterly ridiculous decision!! ... I'll never buy one of these.”

Tamerighi wrote: “[It's] just plain dumb changing the trademark shape of your flagship product. If you were really that concerned about Toblerone customers you would have consulted them.”

IN CONCLUSIONE

I cittadini sono consapevoli del contesto difficile, ma orientati ad **attivarsi pragmaticamente nelle scelte di acquisto**.

Una piena e soddisfacente **esperienza di marca** è premiante ben oltre la promessa e l'equity.

Nell'equilibrio tra aspetti funzionali ed emozionali, **gli emozionali** giocano un ruolo preponderante nel rispondere alle esigenze dei consumatori.

GRAZIE!

Contatto:

enrica.tiozzo@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  illimity

Flair
2022

#Ipsosflair2022

Da obiettivo in sé a strumento di trasformazione culturale: la digitalizzazione nei media

Nora Schmitz, Ipsos



FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora

hosted by
Ipsos  illimity

UN PERCORSO ANCORA ACCIDENTATO VERSO LA DIGITALIZZAZIONE

La conferma del **digital divide** italiano e il bisogno di un **doppio binario** nel proporre contenuti e servizi

	2019	2021
Famiglie con banda larga	55%	60%
Numero medio di device	4,6	5,0
Famiglie senza Internet	14%	10%
Connessione solo mobile	29%	30%

Fonte: elaborazione Censis su dati Indagine di base Auditel rilevati da Ipsos

GLI OSTACOLI ALLA TRASFORMAZIONE DIGITALE SONO CULTURALI

Incidere sulla domanda: il digitale da obiettivo a impatto sulla vita quotidiana, e il ruolo dei media nel percorso di **socializzazione soft al digitale**

Digital Economy and Society Index (DESI)

CAPITALE UMANO

L'alfabetizzazione digitale

CONNETTIVITÀ

La diffusione della Banda larga sulla rete fissa e mobile

INTEGRAZIONE DI TECNOLOGIE DIGITALI

L'integrazione delle nuove tecnologie nelle imprese e nell'e-commerce

UTILIZZATORI SERVIZI PUBBLICI DIGITALI

E-Government



=

42%

56%

+

60%

77%

++

69%

60%

+

36%

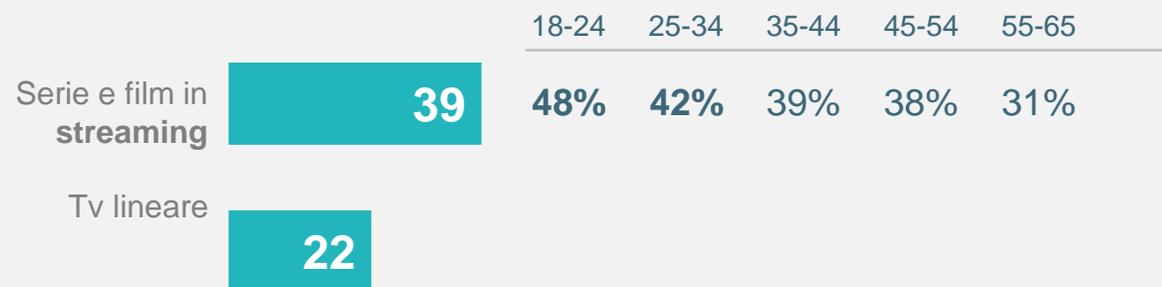
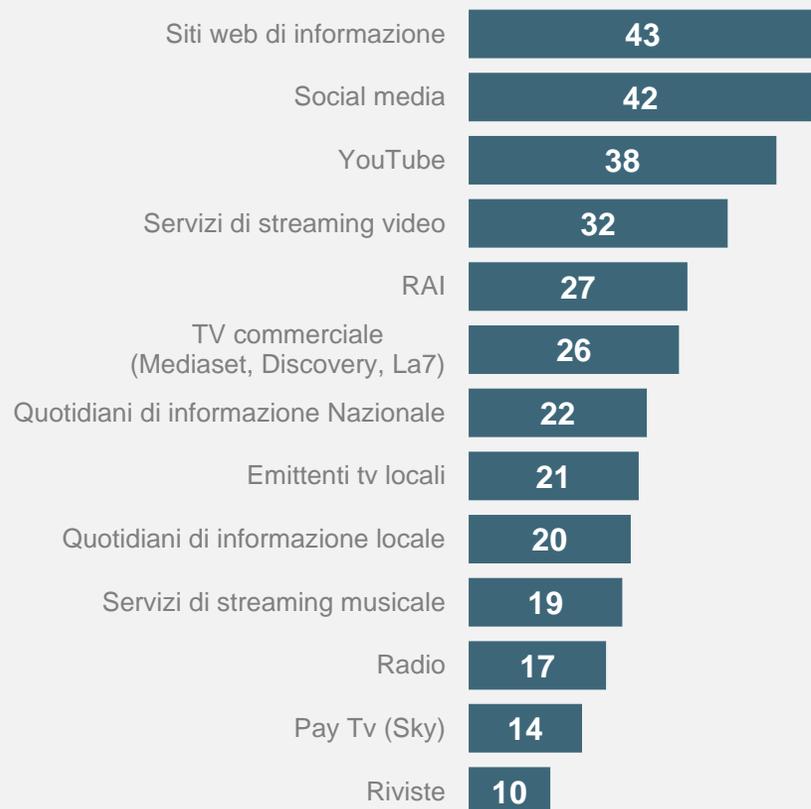
64%

Fonte: Digital Economy and Society Index (DESI) , European Commission

IL RUOLO CENTRALE DEI MEDIA NEL LOCKDOWN

Aumenta la fruizione Tv in un paese già Tv-centrico ma con una **domanda di contenuti da sempre più locale** della media europea

In lockdown hanno usato più spesso :



Fonte: Ipsos, Anticipating the new normal 2020

LA CRESCITA DELLO **STREAMING** IMPLICA PIÙ TV CONNESSE E BB

Un avvicinamento al digitale motivato dalla promessa di **benefici fruitivi concreti** e dall'offerta di film, serialità e sport. Il contributo del calcio e di Rai Play



45% Famiglie con
Tv connessa

Copyright © Ipsos

Fonte: elaborazione Censis su dati Indagine di base Auditel rilevati da Ipsos

L'IMPATTO TRASFORMATIVO DELLA TV DIGITALE ON DEMAND

La **glocalization** degli OTT crea **finestre** su culture diverse e **vetrine** della cultura locale nel mondo: un'opportunità di valorizzazione e di multiculturalità

NUOVE PRODUZIONI
LOCALI NON US/UK

72 **+53%**
VS. 2019



COREA DEL SUD



SPAGNA



GERMANIA

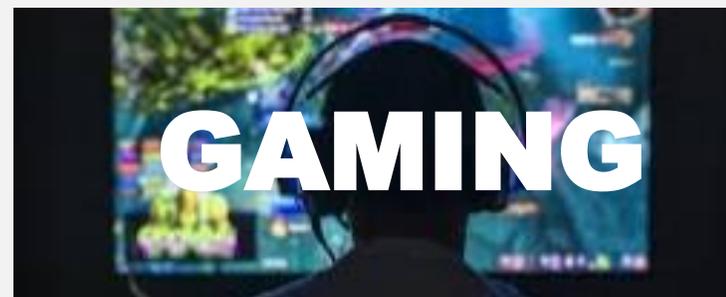


GIAPPONE

YouTube

TikTok

twitch



FRANCIA

Fonte: Glance – Global Audience & Content Evolution, Mediametrie

IL RUOLO DEI SOCIAL NELLA TRASFORMAZIONE CULTURALE

Tra timori e ambivalenze, il loro ruolo trasformativo oltre le fake news: sdoganano un **rapporto dialogico diretto**, cambiano **conformazione del linguaggio**

80%
Le social media company hanno troppo potere

33%

La forma comunicativa tipica dei canali digitali è una delle cause principali dell'**impoverimento della nostra capacità di esprimerci in italiano corretto**

Fonte: Dati GTS Settembre 2021

Fonte: Indagine Laboratorio di Ricerca sulla Comunicazione Avanzata (LaRiCA)
Università Carlo Bo di Urbino, Istituto per la Formazione al Giornalismo, News-Italia.it

LA FRONTIERA AUDIO DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE: I PODCAST

I podcast di fronte alla **sfida di farsi conoscere** e attivare un **doppio binario** di accesso

31% **Ascoltatori di podcast
nell'ultimo mese**



PODCAST

55% **Non ha mai sentito parlare
di questo format**

Fonte. Ipsos Digital Audio Survey 2021

LA FRONTIERA AUDIO DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE: LA RADIO

Evolgere senza perdere i **tratti distintivi** del mezzo: esperienza audio comune e sincrona, senso di comunità e di appartenenza, relazione fiduciaria profonda

33,8 Mln di ascoltatori nel giorno medio
- 1 mln vs. pre-pandemia

204 Minuti di ascolto al giorno
- 1 minuto di ascolto vs. pre-pandemia



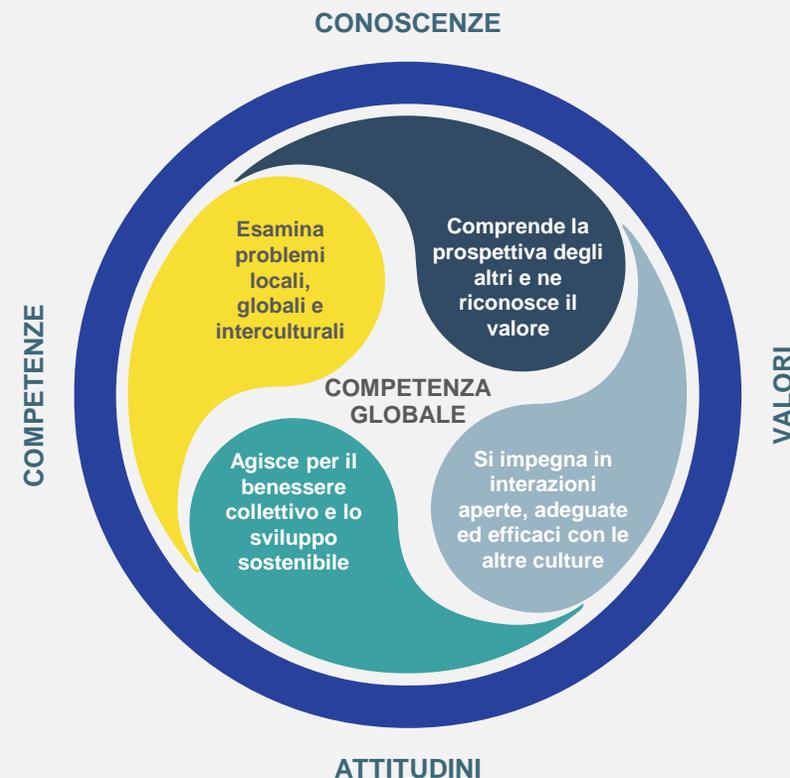
Fonte. Indagine TER, Tavolo Editori Radio 2021

IN CONCLUSIONE, I MEDIA SONO UN MOTORE DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE MA ANCHE CULTURALE DEL PAESE

Per favorire e non subire questo cambiamento, i media devono conoscere il proprio **contesto** e interrogarsi sul loro **ruolo concreto** nella vita delle persone

Le competenze globali OCSE-PISA

- / Per vivere armoniosamente in comunità multiculturali
- / Per prosperare in un mercato del lavoro in cambiamento
- / Per usare le piattaforme mediatiche in modo efficace e responsabile
- / Per supportare gli obiettivi di sviluppo sostenibile



Fonte. Rapporto OCSE-PISA

GRAZIE!

Contatto:

nora.schmitz@ipsos.com

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



hosted by
Ipsos  illimity

Marina Valerio

Class Cnbc

INTERVISTA

Nando Pagnoncelli

Ipsos

Flair 2022

#Ipsosflair2022

FLAIR ITALIA

Nella spirale dell'interregno.
Un Paese in transizione, tra non più e non ancora



Copyright © Ipsos

hosted by
Ipsos  illimity