

Milano, 7/10/2022

## COMUNICATO STAMPA

### RICERCA ASSIRM GLI ITALIANI NEI PERIODI DI TURBOLENZA SI SUDDIVIDONO IN: COSTRUTTORI 52%, PAUROSÌ 29% E DISINTERESSATI 19%. IN ANTEPRIMA I PRIMI DATI SUL SENTIMENT DI FAMIGLIE E AZIENDE

**Assirm** – Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale – presenta l’anteprima della ricerca “*Gli Italiani nei periodi di turbolenza*”, che monitora il sentiment della popolazione italiana in questo periodo storico di **incertezza e crisi**. La ricerca completa verrà presentata alla IX edizione [dell’Assirm Marketing Research Forum](#), in programma l’11 e il 12 ottobre presso l’Enterprise Hotel Milano e in **diretta streaming**.

**L’indagine: “Gli italiani nei periodi di incertezza” si dividono in Costruttori, Paurosì e Disinteressati.**

La ricerca Assirm indaga e svela l’opinione degli italiani relativamente ai più importanti macro ambiti o sistemi che oggi stanno attraversando momenti di crisi e di incertezza, focalizzandone le cause e prevedendone le conseguenze.

A tal proposito, i risultati evidenziano che il **99%** del campione si dichiara consapevole dell’attuale instabilità, senza differenze significative tra aziende e popolazione generale; ciononostante il **52%** degli intervistati, inseriti nel gruppo identificato dei “**Costruttori**” risulta essere fiducioso nel futuro a condizione che ognuno faccia la propria parte, contro un **29%** di “**Paurosì**” che crede che la situazione sia ormai fuori controllo e ben un **19%** di “**Disinteressati**” che si mostra tranquillo, certo che qualcuno risolverà la situazione.

Lo studio, svolto nel mese di settembre 2022, ha considerato dodici macro-ambiti tra cui lavoro, ambiente, cultura e istruzione, calo demografico e sistema valoriale.

Il **90%** degli intervistati ritiene che l’**ambito lavorativo** sia il settore maggiormente colpito e ne attribuisce le cause alle speculazioni economiche e alla precarietà del sistema pensionistico, oltre che al debito pubblico incontrollato; tra le conseguenze maggiormente indicate dagli italiani emergono la crescente situazione di precarietà, la disparità sociale e l’impoverimento diffuso della classe media.

Il **78%** degli italiani ritiene che l’**ambiente** sia il quarto sistema maggiormente interessato da crisi e incertezza e, in via decrescente, individua come principali conseguenze un ulteriore aggravamento proprio delle emergenze climatiche, l’insorgere di conflitti e guerre ed infine un aumento della disparità sociale.

**Cultura e istruzione**, sono motivo di preoccupazione per il **53%** dei soggetti coinvolti nell’indagine. Le principali cause riguardano il sistema scolastico-formativo, una perdita delle capacità critiche e una diffusa crisi di fiducia nella scienza e in chi la rappresenta.

Per più di un italiano su 4 (pari al **28%** del campione) il **calo demografico** è un ulteriore elemento di incertezza: tra le principali cause oltre alla generale diminuzione delle nascite, determinata dall'incremento delle relazioni virtuali; vengono indicate anche la fuga dei cervelli e la delocalizzazione della produzione in altri paesi. L'insieme dei fattori descritti determinerebbe una società culturalmente statica e un impoverimento generale, frutto di relazioni umane a intermittenza e sempre più discontinue.

Infine, il 32% pari a 1 italiano su tre (in base all'opinione espressa dal campione di quasi 4.000 italiani) ritiene che sia proprio il **Sistema valoriale ad attraversare un momento di crisi ed incertezza**. Tra le conseguenze espresse emergono principalmente egoismo, disuguaglianza sociale e perdita di potere d'acquisto causate dalla perdita delle capacità critiche e la mancanza di contatto umano – sempre più spesso sostituito dalla tecnologia - a cui si aggiunge l'influenza degli interessi economici delle grandi "Lobby".

**Metodologia:** rilevazione è avvenuta online tra il 7 e il 14 settembre 2022, su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 3.959 persone (di cui 819 uomini e donne di azienda e 3140 popolazione generale). Le tre fasce di età coinvolte sono per il 33% 18-34 anni, per il 35% 35-54 e per il restante 32% over 54).

L'Associazione approfondirà i vari macrosettori analizzati e le differenze tra popolazione generale e aziende durante dell'Assirm Marketing Research Forum in programma l'11 e il 12 ottobre presso l'Enterprise Hotel Milano, a cui è possibile partecipare in modalità sia fisica che digitale previa registrazione.

Maggiori dettagli su programma e registrazione al link: <https://www.assirmforum.it/>

## Assirm

Assirm è l'Associazione di categoria che ha tra i suoi obiettivi primari valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali, capaci di **tradurre gli insight** del presente e del futuro attraverso **Business Intelligence, Big Data, Data Analysis** e **servizi di Consulenza**. Sin dalla sua nascita nel 1991, contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti.

Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar- e aderisce a EFAMRO – the European Research Federation e ASA – Associazione per la Statistica Applicata.

È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect.

[www.assirm.it](http://www.assirm.it)

Contatti

**UFFICIO STAMPA ASSIRM**

**Doppia Elica**

Claudia Tirendi – [c.tirendi@doppiaelica.com](mailto:c.tirendi@doppiaelica.com) – T.02 409993484

Giulia Panebianco – [g.panebianco@doppiaelica.com](mailto:g.panebianco@doppiaelica.com) – T.02 40999 3355