

Milano, 04/10/2022

## COMUNICATO STAMPA

# ASSIRM FORUM 2022 IN ANTEPRIMA I PRIMI DATI SUL SENTIMENT DEGLI ITALIANI

**Crisi dei valori e incertezza complessiva degli italiani. Ecco i fattori principali:**

- **Inflazione e debito pubblico incontrollato generano forte crisi nel mondo del lavoro**
- **Relazioni virtuali e fuga dei cervelli aggravano il calo demografico**
- **Perdita delle capacità critiche, egoismo e rapporti umani discontinui mettono in crisi il sistema valoriale italiano; ma il 52% ha fiducia nel futuro**

A meno di una settimana dalla IX edizione dell'Assirm Marketing Research Forum, la manifestazione organizzata da **Assirm** – Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di opinione e Ricerca Sociale – nel corso della conferenza stampa svoltasi in data odierna sono stati annunciati i primi risultati della ricerca *“Gli Italiani nei periodi di turbolenza”*, volta a monitorare il sentiment della popolazione italiana in questo periodo storico di **incertezza e crisi economica**.

A tal proposito, i risultati evidenziano che il **99%** dell'opinione pubblica abbia una percezione dell'attuale instabilità; ciononostante il **52%** degli intervistati risulta essere fiducioso nel futuro a condizione che ognuno faccia la propria parte, contro un **29%** che crede che la situazione sia ormai fuori controllo e un **19%** che si mostra disinteressato.

Lo studio, svolto nel mese di settembre 2022, ha considerato diversi macro-ambiti di interesse socio-culturale tra cui lavoro, ambiente, cultura e istruzione, calo demografico e sistema valoriale. Il **90%** degli intervistati che l'ambito lavorativo stia attraversando un periodo di incertezza 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 ci sono la crescente situazione di precarietà, la disparità sociale e l'impoverimento diffuso.

Sul tema ambiente, il **78%** degli italiani ritiene che la crisi climatica non sia solo una realtà ma è anche causa e conseguenza di conflitti mondiali e del peggioramento delle emergenze ambientali e umanitarie.

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

Per il **28%** della popolazione italiana il calo demografico è un ulteriore elemento di incertezza: tra i motivi della generale diminuzione delle nascite, gli italiani evidenziano da un lato l'incremento delle relazioni virtuali – che mettono in contatto un crescente numero di individui senza, però, un reale contatto fisico; dall'altro la fuga dei cervelli insieme alla

crescente evoluzione tecnologica, in grado di sostituire gli esseri umani. L'insieme dei fattori summenzionati determinerebbe una società culturalmente statica e un impoverimento generale, frutto di relazioni umane a intermittenza e sempre più discontinue.

Infine, emergono risultati interessanti sull'opinione del campione di 3959 italiani (soggetti compresi tra i 18 anni e gli over54) a proposito del **Sistema valoriale**. Infatti, secondo il **32%** degli italiani tale sistema sta attraversando un periodo di incertezza le cui cause sembra siano dovute ad una perdita delle capacità critiche e alla mancanza di contatto umano – sempre più spesso sostituito dalla tecnologia a cui si aggiunge l'influenza degli interessi economici delle grandi "Lobby", che causano disuguaglianza sociale e conseguentemente perdita di potere d'acquisto.

In conclusione, gli italiani dimostrano di avere ben chiaro in mente quali sono gli ambiti che stanno attraversando un periodo di turbolenza, ne identificano bene le cause e le conseguenze e per il 52% nutrono atteggiamenti costruttivi e di fiducia!

Per avere una panoramica completa delle tematiche e approfondire nel dettaglio i risultati delle indagini realizzate dall'Associazione è possibile partecipare in modalità "phygital" alle due giornate dell'Assirm Marketing Research Forum in programma l'11 e il 12 ottobre presso l'Enterprise Hotel Milano.

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