

IL CLIMA SOCIALE IN ITALIA

Chiara Ferrari
Ipsos



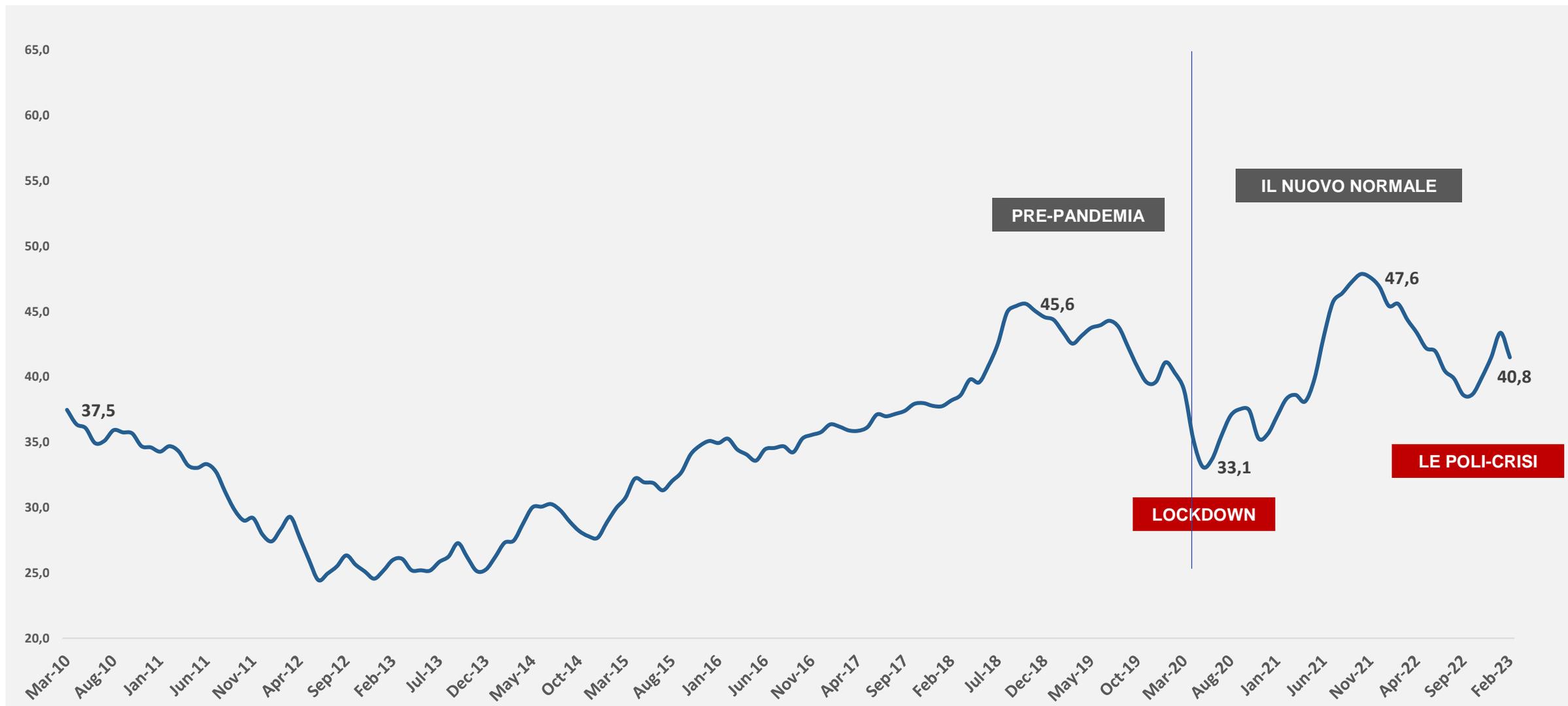
Rimini, 10 Maggio 2023

GAME CHANGERS

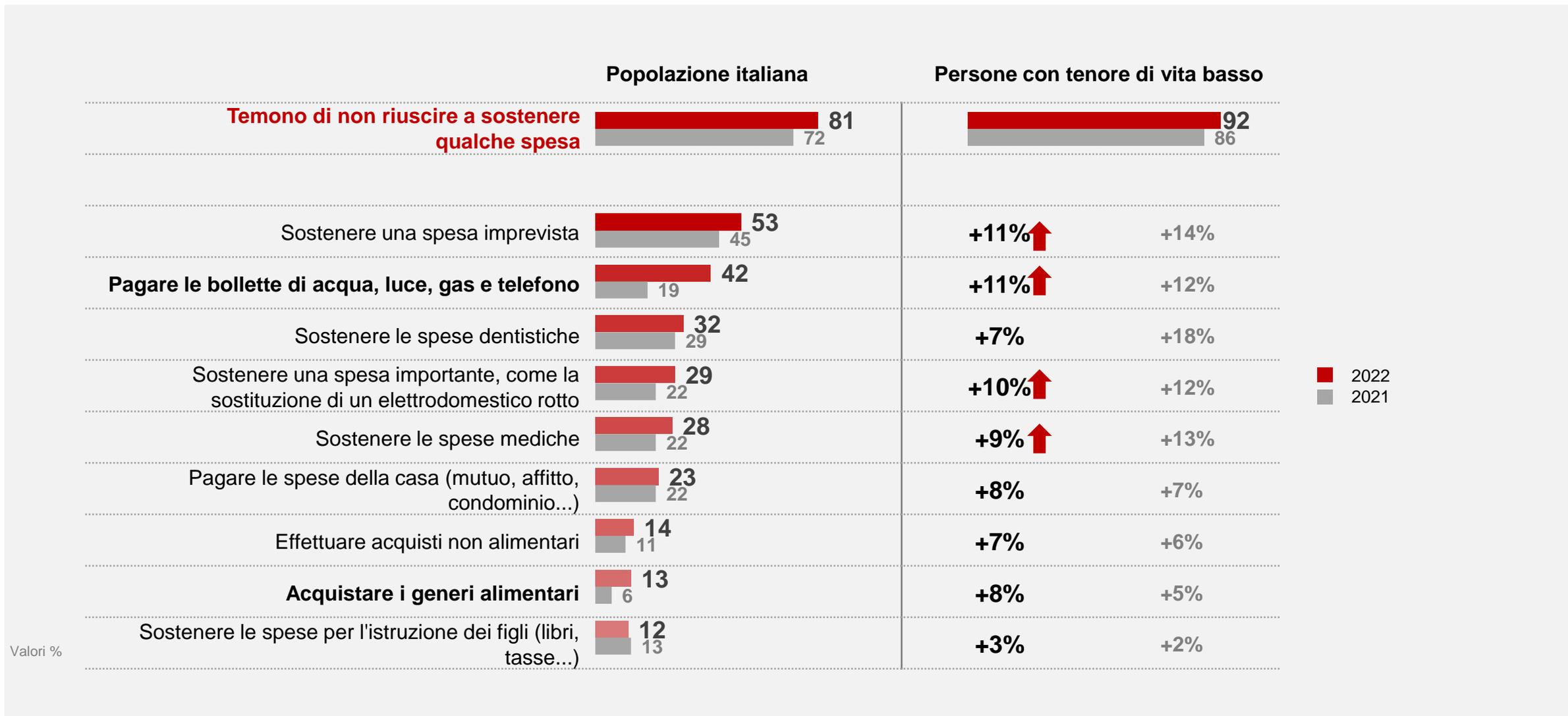


L'OTTOVOLANTE DELLA FIDUCIA: ARCHIVIATO UN 2021 FELICE, NEL 2022 FACCIAMO I CONTI CON UNA SOMMA DI CRISI

NATIONAL INDEX ITALIA – TREND



L'INFLAZIONE È UN ACCELERATORE DI DISUGUAGLIANZA



LA PIRAMIDE SOCIALE DEL PAESE SI ALLARGA ALLA BASE

In base al suo reddito e alle sue condizioni di vita, a quale classe sociale Lei ritiene di far parte?

CONFRONTO DATI CON INIZIO 2022

UPPER CLASS

7% (+3)

CETO MEDIO

33% (-9)

Una persona la cui posizione sociale è in discesa e il reddito non le consente lussi

CLASSE MEDIA IN CADUTA

35%

Una persona arriva a fine mese con difficoltà

CETO FRAGILE

19% **58%** (+7)

Una persona che ha meno del necessario o si sente povera

LOWER CLASS

4%

2% non sa

IL FUTURO DEI FIGLI: L'ASCENSORE SOCIALE GUASTO

**CETO
MEDIO**

21%

si aspettano che il
futuro dei figli sia
IN MIGLIORAMENTO

57%

si aspettano che il
futuro dei figli
resterà **IMMUTATO**

**CETI
POPOLARI**

14%

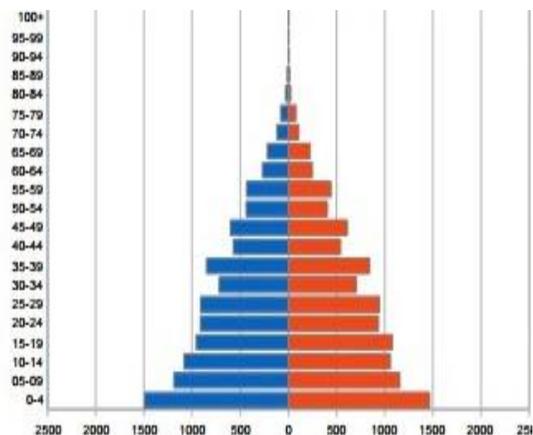
si aspettano che il
futuro dei figli sia
IN PEGGIORAMENTO

68%

si aspettano che il
futuro dei figli
resterà **IMMUTATO**

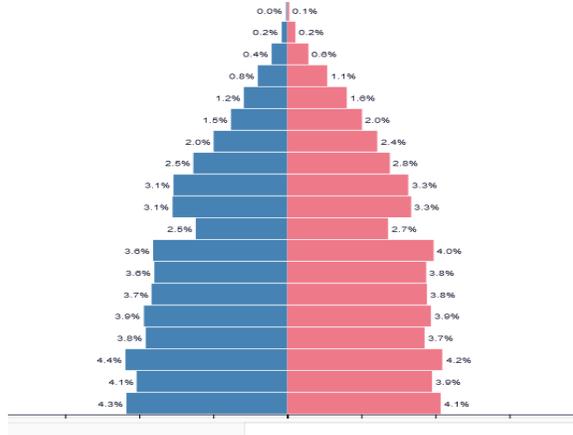
E C'È UN'ALTRA PIRAMIDE CHE CAMBIA SEMBIANZE. QUALE IMPATTO SUI CONSUMI?

1861



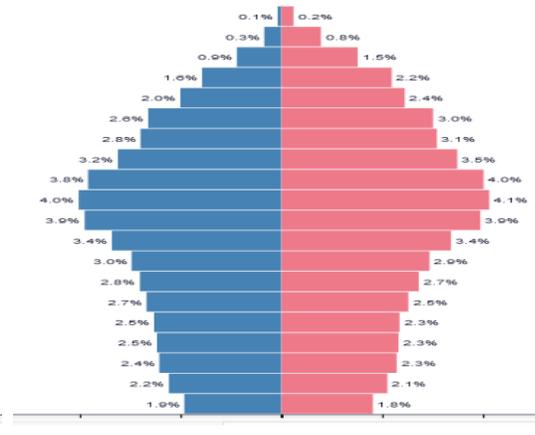
22 M

1961



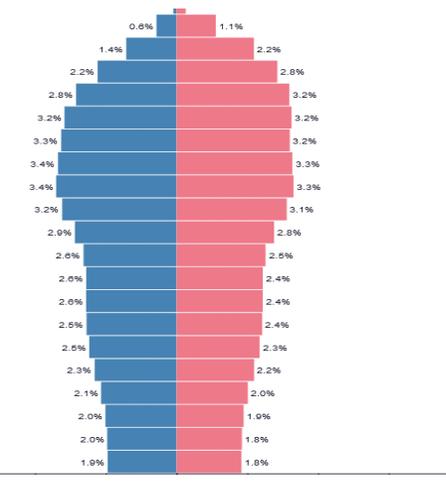
50.6 M

OGGI



59.6 M

FRA 50 ANNI



46.8 M

GLI ELEMENTI DELLA POLI-CRISI

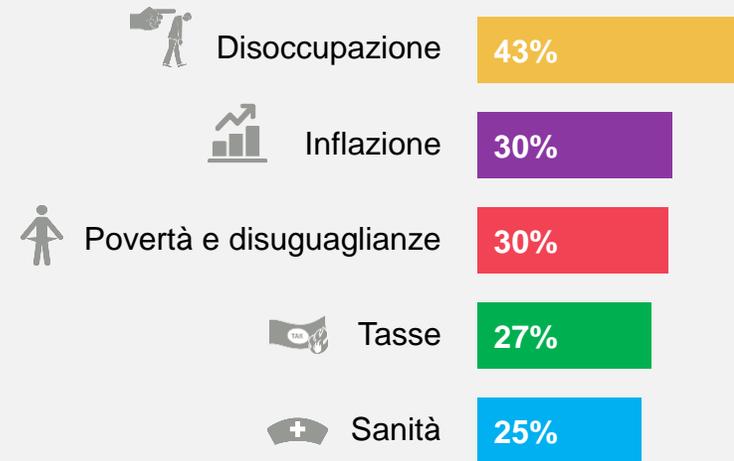


COSA PREOCCUPA GLI ITALIANI VS IL RESTO DEL MONDO

MEDIA 29 PAESI



ITALIA



LE DIMENSIONI DELLA PREOCCUPAZIONE



LA DECISIONE DI RIMANDARE GLI ACQUISTI

Una quota variabile tra il 55%-65% di coloro che avevano programmato un acquisto di beni durevoli ha deciso di rinviarlo, con il timore di non riuscire a realizzarlo nel 2023, fin anche a rinunciare completamente all'acquisto

BENI DUREVOLI



LE STRATEGIE PER FAR FRONTE ALL' AUMENTO DEI PREZZI

Ricerca di **PROMOZIONI** su prodotti abituali

24%

RIDUZIONE del consumo

20%

FORMATI più convenienti

16%

Faccio **SCORTA** quando in promozione

12%

Acquisto più spesso al **DISCOUNT**

12%

BENI DI CONSUMO



LE POLI-CRISI SFOCIANO IN UNA CONDIZIONE DI SFINIMENTO EMOTIVO CHE GENERA...



Affaticamento
più che
Rabbia o tensione sociale

Riallocazione delle priorità nei consumi
più che
Austerità

Ribilanciamento tra quantità e qualità
più che
Rinuncia tout court

Socialità ristretta e selettiva
più che
Socializzazione a tutti i costi

UNO STATO DI TRANSIZIONE PERMANENTE, SENZA UN APPRODO IN VISTA

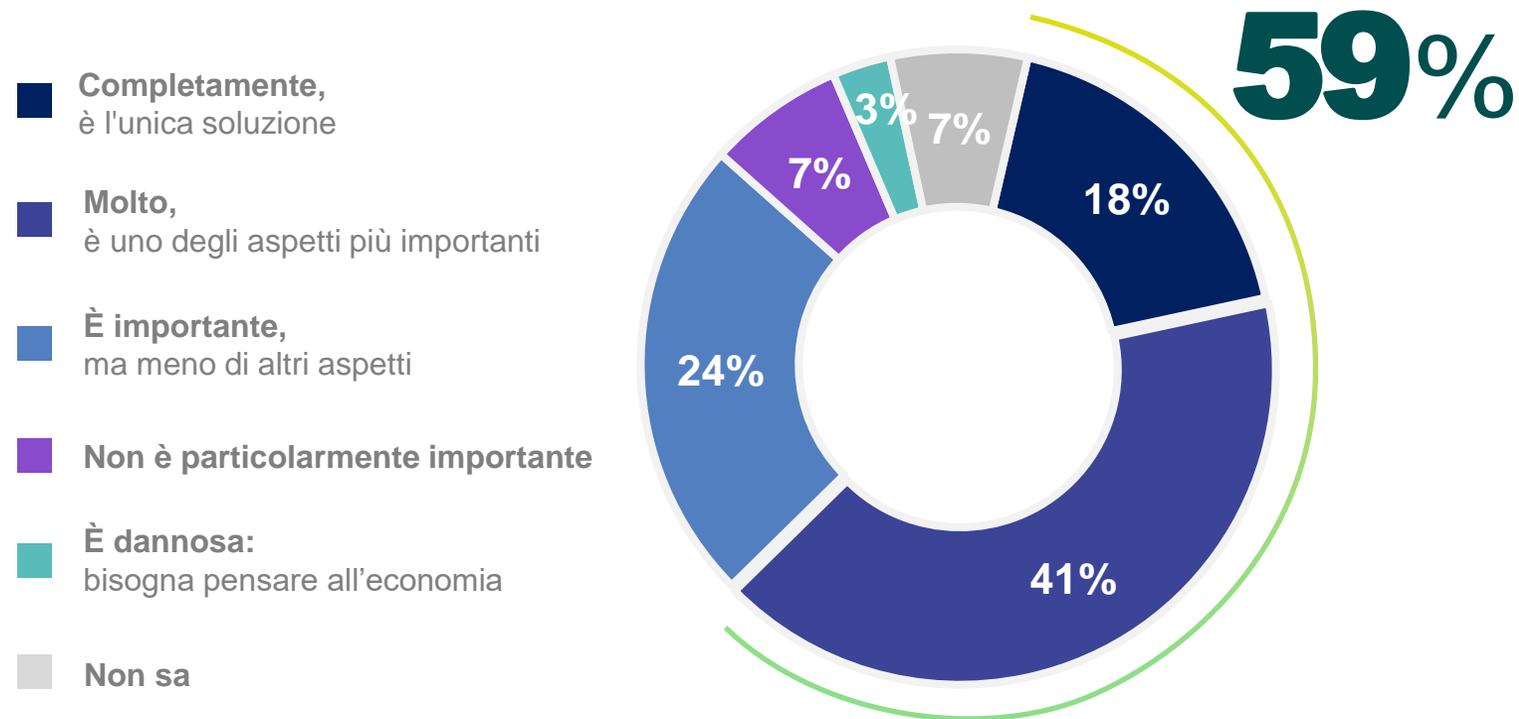
Transizione	Ecologica
Transizione	Energetica
Transizione	Digitale
Transizione	Lavorativa
Transizione	Demografica



TRANSIZIONE ECOLOGICA - indietro non si torna, ma non mancano gli scettici

La paura è uno dei motori propulsivi del cambiamento

Lo sviluppo futuro del Paese quanto dovrebbe essere legato alla transizione ecologica?



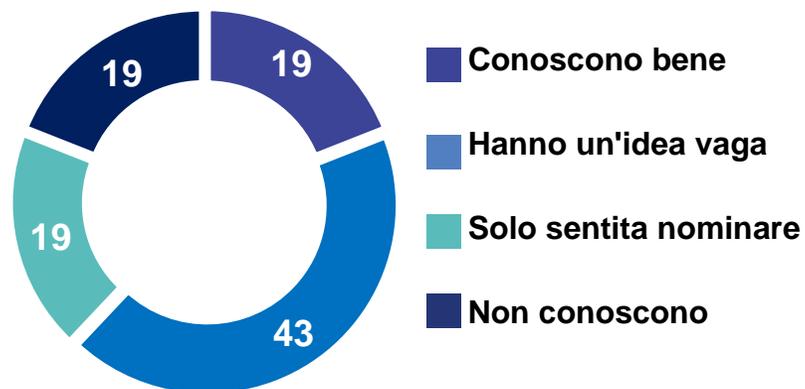
90%

TEME CHE SI ANDRÀ
VERSO UN

**DISASTRO
AMBIENTALE**

TRANSIZIONE ENERGETICA - una novità, a cui la crisi geopolitica ha dato rilevanza

Le attese di ricadute positive superano i timori



58%

**OPPORTUNITÀ DI
CRESCITA E SVILUPPO**

51%

**FORNITORE DI CRESCITA
OCCUPAZIONALE**

22%

**IMPLICA COSTI E METTE
IN CRISI L'OCCUPAZIONE**

TRANSIZIONE DIGITALE - certezza e incertezza, vantaggi e svantaggi convivono in un complesso sentimento di attrazione e timore

LUCI E OMBRE DELLA TRANSIZIONE DIGITALE

70%

Non riesce a immaginare la propria vita **senza Internet**

74%

I social media e le aziende del settore tecnologico hanno troppo potere

66%

Ha bisogno della tecnologia perché è l'unica in grado di **risolvere i problemi futuri**

79%

Esprime preoccupazione **sulla raccolta e utilizzo di informazioni personali via web da parte delle aziende**

TRANSIZIONE DIGITALE - gli ostacoli al compimento della transizione sono di natura infrastrutturale ma anche culturale

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

Digital Economy and Society Index (DESI)



42%

56%

60%

77%

69%

60%

36%

64%

TRANSIZIONE LAVORATIVA - perde di centralità il valore del lavoro, il tempo diventa moneta corrente – per molti giovani, specie donne, le prospettive professionali sono negative

37%

È cresciuto il valore della socialità:
il piacere di stare insieme

23%

Si è ridotto il valore del lavoro nella nostra vita
come fonte di felicità

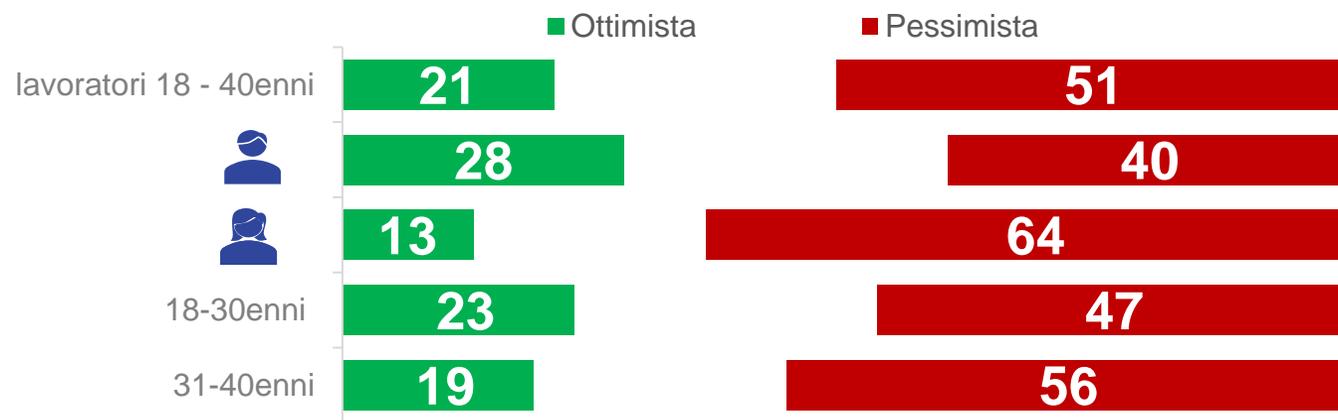
78%

IL TEMPO È IL VERO LUSO

48%

IL TEMPO È IL VERO PROBLEMA

Oggi, nell'era post Covid, come si sente rispetto al suo futuro lavorativo?



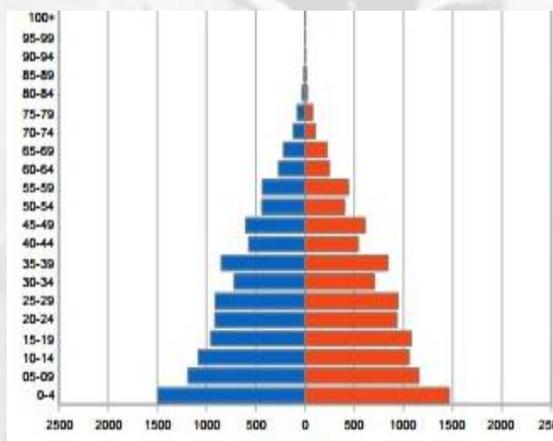
TRANSIZIONE DEMOGRAFICA - se la piramide sociale si schiaccia verso la base, la piramide demografica si assottiglia pericolosamente

1861

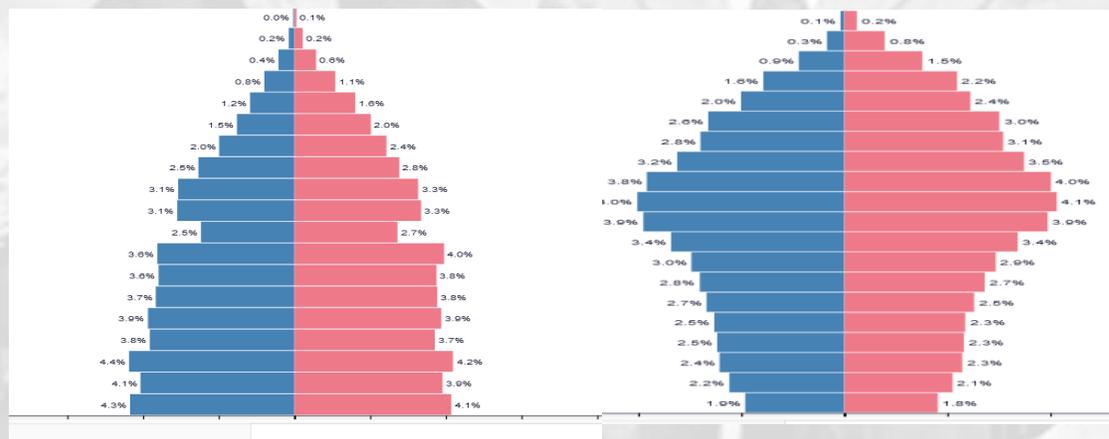
1961

OGGI

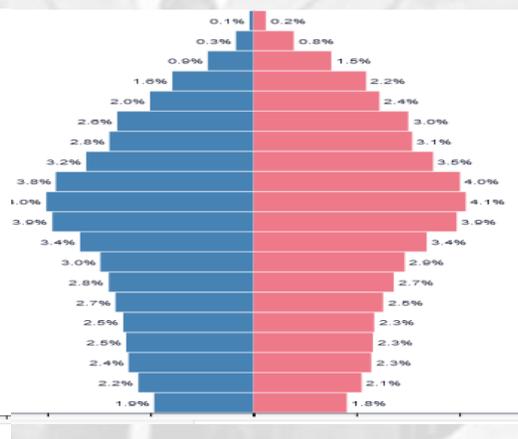
FRA 50 ANNI



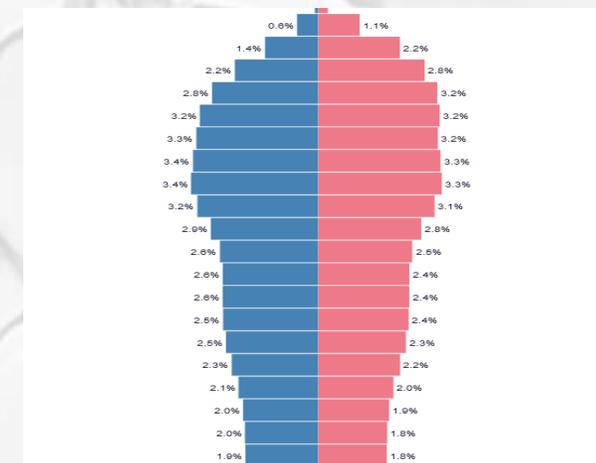
22 M



50.6 M



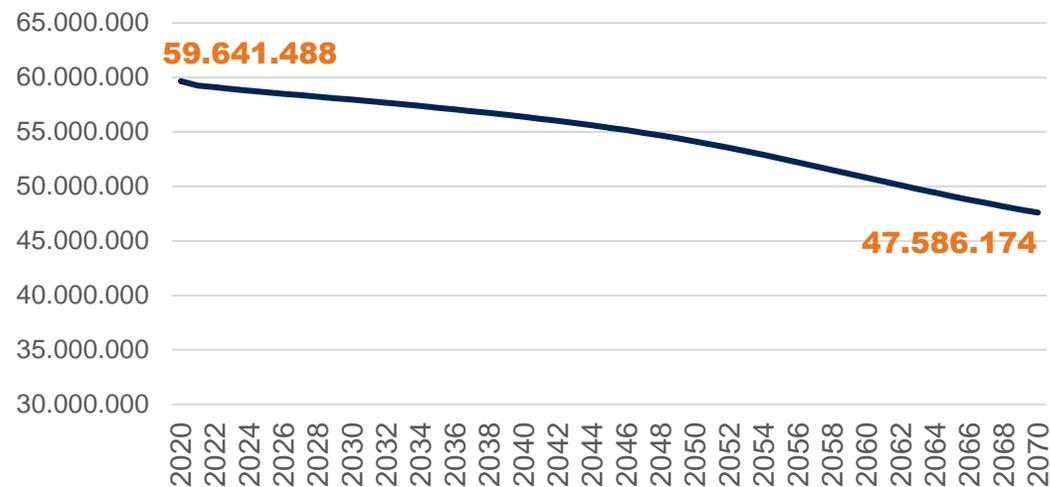
59.6 M



46.8 M

TRANSIZIONE DEMOGRAFICA - meno nascite, meno italiani e minore contributo all'inversione demografica da parte delle famiglie di origine straniera

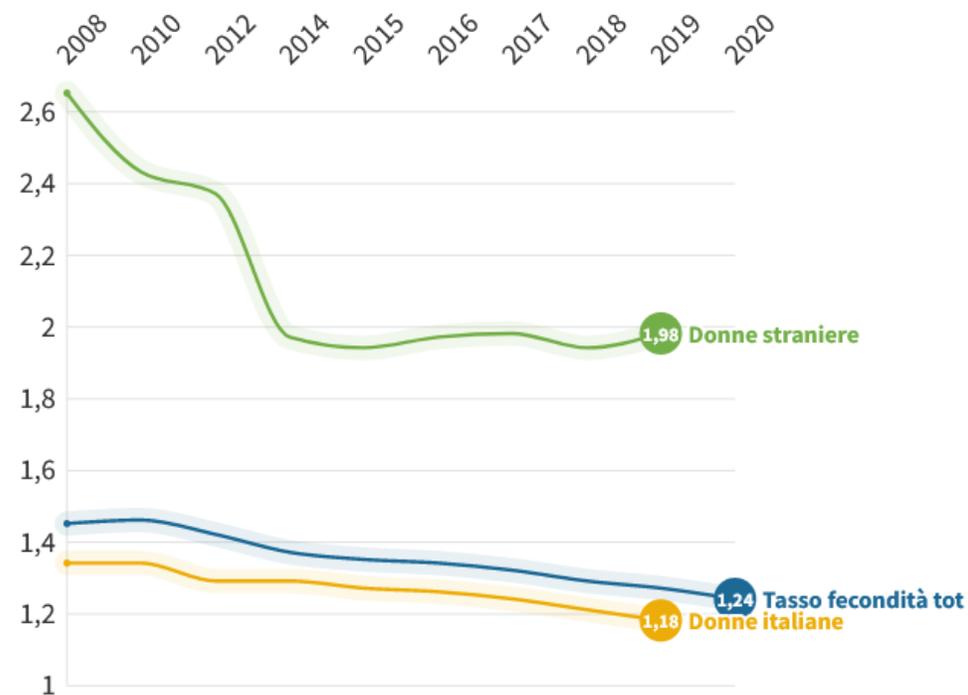
Proiezione del calo della popolazione italiana



Quale sostenibilità per ... ?

- Il mercato del lavoro
- Il sistema pensionistico
- I consumi

Tendenza del tasso di fecondità



Oggi tra gli individui prevale l'hic et nunc sulle strategie di medio-lungo termine.
Quale futuro ci attende?



FINITA L'ERA DELLE PREVISIONI FONDATE SU EVOLUZIONI LINEARI

TENERSI PRONTI A GOVERNARE L'INCERTEZZA, A CAMBIARE ROTTA

FINITA L'ERA DELLA RESILIENZA, ENTRIAMO NELL'ERA DELL'AGILITÀ

GRAZIE!

GAME CHANGERS

