

## COMUNICATO STAMPA BVA DOXA

### CORONAVIRUS: PERCEZIONE, ATTEGGIAMENTI E ABITUDINI DEGLI ITALIANI

**BVA Doxa indaga sulle opinioni e previsioni degli italiani all'epoca del Coronavirus: focus su lavoro, finanza personale, informazione, intrattenimento, abitudini di spesa, fiducia e donazioni.**

#### Principali highlights della ricerca

- **Nel post-emergenza priorità per problematiche più stringenti e meno attenzione per ambiente e temi green**
- **Quasi la metà della popolazione continua a lavorare. Solo 1 lavoratore su 5 ha interrotto la propria attività**
- **Il 70% degli italiani prevede una pesante recessione economica e oltre la metà teme di non riuscire a pagare neanche le bollette**
- **Tempo libero dominato da news online, TV e social, ma il 70% ammette di essersi imbattuto in fake news. TG, siti di news e quotidiani danno le notizie più affidabili. Bocciati Whatsapp e social**
- **Il 92% degli italiani continua a fare la spesa di persona**
- **Fiducia record nel Sistema Sanitario Nazionale (89%), negli ospedali e nelle autorità nazionali e regionali. Vacilla la fiducia nelle istituzioni europee**
- **Italiani solidali, il 24% ha già donato per aiutare la sanità e il 35% lo farà nelle prossime settimane**

*Milano, 7 aprile 2020* – Più preoccupati per il futuro dell'economia e per i propri risparmi, più fiduciosi nel complesso della sanità pubblica, più propensi a fare donazioni e più attenti alla qualità delle notizie che consumano, soprattutto online. È questo il ritratto degli italiani emerso dall'ultimo sondaggio condotto in Italia da **BVA Doxa** relativamente ai principali impatti sulla popolazione italiana determinati dalla

recente diffusione del virus Covid-19, con specifico riferimento alla **percezione, ai cambiamenti nello stile di vita e alle previsioni per il proprio futuro.**

In particolare, l'indagine è focalizzata sulle seguenti aree tematiche: percezioni e timori, lavoro, finanza, media, intrattenimento e shopping online, spesa, fiducia e donazioni. Le rilevazioni fanno riferimento al periodo 20 – 24 marzo 2020 e si basano su un campione di 1003 individui, rappresentativi della popolazione generale italiana tra 18 e 85 anni in termini di sesso, età e area geografica. L'indagine è la prima wave di un osservatorio settimanale che analizzerà in maniera continuativa alcune sezioni e ne integrerà altre ad hoc nel corso delle settimane.

### **Prima le priorità, poi l'ambiente: per gli italiani il post-emergenza è meno green**

Nella scala dei valori i temi green e ambientali perdono posizioni, scalzati dalla preoccupazione per problematiche più stringenti. Per più della metà degli italiani, le problematiche ambientali passeranno in secondo piano una volta finita l'emergenza. Di questi, il 62% è costituito da famiglie con figli, maggiormente preoccupati per la crisi in corso.

### **Il lavoro e l'emergenza: la produttività continua anche da casa**

Se quasi la metà della popolazione continua a lavorare, il 19% della quale in smart working, un lavoratore su 5 è stato invece costretto a interrompere la propria attività. Alla domanda sui cambiamenti dei carichi di lavoro, due lavoratori su tre hanno risposto che rispetto a prima dell'emergenza il carico è rimasto uguale o addirittura aumentato (il 28%), mentre uno su tre, in particolare liberi professionisti, ha notato invece un calo.

Per i lavoratori in smartworking il lavoro agile funziona: l'82% ritiene adeguata la tecnologia utilizzata. Solo una parte dichiara di non disporre di tutti gli strumenti per svolgere bene il proprio lavoro da casa.

In generale, la stragrande maggioranza degli smartworker (72%) riesce a raggiungere livelli di concentrazione pari a quelli raggiunti sul luogo di lavoro. Diverso è invece il discorso per chi ha figli: il 34% di questi lavoratori fa più fatica a lavorare da casa.

Guardando al futuro del mondo del lavoro, una volta che l'emergenza sarà rientrata, la principale priorità per le aziende sarà quella di adeguarsi alle nuove esigenze di disinfezione e sicurezza (66%), aprendo la strada a prodotti e servizi, oltre che a ripensamenti organizzativi e strutturali.

## **Lo spettro della recessione spaventa il 70% degli italiani**

Sul fronte economico, l'emergenza Covid-19 ha alimentato paure e incertezze. Quasi 3 italiani su 4 (63%), infatti, sono preoccupati per i propri risparmi, e poco più della metà della popolazione italiana (52%) teme di non riuscire a pagare neanche le bollette.

Il timore per una pesante recessione economica con effetti diretti sul reddito familiare è particolarmente radicato negli italiani (70%), così come la prospettiva di dover usare i propri risparmi per fare fronte alle spese fisse durante i mesi di emergenza (55%).

Alta anche la preoccupazione rispetto alla solidità finanziaria degli istituti di credito (51%) e alla eventuale ricaduta sulla qualità della relazione con la propria banca e assicurazione (42%). Quest'ultimo timore è particolarmente avvertito dai lavoratori autonomi: ben il 53% dei professionisti teme di non avere supporto adeguato dalla propria banca.

## **Più tempo sui social, ma occhio alle fake news: il 70% degli italiani ha letto articoli e post sulle piattaforme per poi scoprire che erano falsi**

Le misure restrittive e la quarantena forzata hanno avuto ricadute importanti su ciò che si fa nel tempo libero, con un netto aumento nelle attività di lettura. Aumenta infatti la lettura di notizie online (+71%), ma anche di libri (+43%) e quotidiani o riviste cartacei (+35%). Anche i telespettatori sono aumentati (+67%), così come chi gioca con i videogiochi (+31%).

Per quanto riguarda i social, il 54% degli italiani li usa più spesso del solito, soprattutto per fare videochiamate con colleghi e amici (70%) e condividere iniziative legate all'emergenza, utilizzando l'hashtag #iorestoacasa o partecipando ai vari flash mob organizzati per rallegrare le giornate (44%). Ma i social nascondono anche potenziali insidie: il 70% degli intervistati, infatti, ha ammesso di aver letto sui social un articolo o un post che si è poi rivelato una fake news.

E nella classifica sulla qualità dell'informazione fornita dai media, il fanalino di coda spetta alle notizie circolate su Whatsapp o sui social: rispettivamente un 4.6 e un 5.1 di media – in una scala da 1 a 10 – che li proiettano ben al di sotto della sufficienza. Promossi con voti discreti i telegiornali (7.3), i siti di news (6.8), le riviste e i quotidiani cartacei (6.6), considerati i migliori strumenti per ottenere notizie sul tema coronavirus. Quasi sufficienti i talk show politici, con un 5.6 di media.

I consumatori sono poi molto attenti verso i comportamenti virtuosi intrapresi dalle aziende: il 60% degli italiani, infatti, ha utilizzato i social per leggere commenti positivi su un'azienda per come si è comportata in questo periodo, mentre il 18% ha elogiato apertamente l'operato di un'azienda scrivendo un commento sui social.

### **#iorestoacasa, ma il 92% degli italiani fa ancora la spesa di persona**

Nonostante le limitazioni negli spostamenti, la spesa è ancora questione di carrelli e sportine: il 92% del campione dichiara infatti di fare prevalentemente la spesa di persona o facendosi aiutare da qualche familiare. L'online esclusivo, invece, si conferma un'eccezione, con l'8% degli italiani che usa solo servizi digitali per procurarsi beni essenziali.

Il 63% tende a fare scorte accontentandosi spesso delle marche disponibili anche quando sugli scaffali non si trovano più le abituali marche di consumo (43%). In ogni caso, la maggioranza dei consumatori (57%) continua a fare scelte in linea con la propria brand loyalty.

Nel campo dell'e-commerce aumenta quello alimentare (+20%) e per prodotti farmaceutici e parafarmaceutici (+16%). Netto calo per abbigliamento e accessori (-32%), elettrodomestici e apparecchiature elettroniche (-25%) e prodotti per la cura della persona (-20%).

Sebbene il 59% non abbia cambiato la propria dieta durante la crisi del Coronavirus, il 41% degli intervistati, invece, ha apportato modifiche alle proprie abitudini alimentari, anche a favore di comportamenti più virtuosi. C'è chi mangia più sano (11%), chi sperimenta nuove ricette (9%) e chi cerca di assumere più vitamine con l'alimentazione (6%). Ma c'è pure un consistente 17% che ammette di mangiare di più solo per noia o per scarsa occupazione. Con la chiusura di ristoranti e locali pubblici, cresce anche la preparazione di piatti cucinati interamente a casa: il 44% degli italiani, infatti, ha riscoperto il piacere della cucina casalinga.

Infine, la maggioranza degli intervistati (78%) ritiene che sia giusto che le aziende non si fermino e che si continui nei piani, anche pubblicitari, per sostenere le vendite e l'economia.

### **L'Italia a fianco degli eroi in prima linea contro il virus: boom di fiducia per SSN e ospedali, scetticismo per le istituzioni europee**

La crisi del coronavirus ha messo in evidenza la solidità del Sistema Sanitario Nazionale e la capacità degli operatori dei vari ospedali regionali di gestire l'emergenza. L'89% degli italiani si fida del SSN e l'83% degli ospedali della propria regione. A livello politico-istituzionale, l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) gode della fiducia del 76% degli intervistati, seguita dai governatori regionali (66%) e dal governo nazionale (60%). In fondo alla classifica, complici le ormai note dichiarazioni di Christine Lagarde e una solidarietà europea percepita come ancora "in stallo", due istituzioni europee: il Parlamento europeo (31%) e la Banca Centrale Europea (28%).

### **Crescita delle donazioni: il 24% degli italiani ha già aiutato la sanità**

Non solo gratitudine e risposte emotive, ma anche una pioggia di aiuti concreti per la sanità nazionale. Sono il 24% della popolazione - pari a circa 10/12 milioni - gli italiani che dichiarano di avere già fatto una donazione dall'avvio dell'emergenza Coronavirus mirata all'ambito sanitario e ospedaliero. Inoltre, un ulteriore 35% afferma di voler fare una donazione nelle prossime settimane.

Se si confrontano questi dati con quelli pubblicati dalla ricerca annuale "Italiani Solidali" di BVA Doxa - condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana dai 15 anni in su - si tratta di un aumento di circa il 30% rispetto alla somma totale degli italiani che donano ogni anno a fini di ricerca scientifica, sanitaria ed equivalenti, pari a 8,3 milioni di persone nel 2019.

#### **Contatti**

iCorporate

Sabrina Antonini – Sonia Hason

347 84 87 731 – 331 83 94 343

[bvadoxa@icorporate.it](mailto:bvadoxa@icorporate.it)