

THE FOOL & GWI

Coronavirus Research | Marzo 2020

Release 1: Overview Global e Mercato Italiano

INTRODUZIONE	3
Dimensione del campione.....	3
Definizione delle audience.....	3
OVERVIEW GLOBAL	4
Livello di allerta.....	4
Durata dell'epidemia	4
Impatto sulle finanze.....	4
DEEP DIVE LOCAL: MERCATO ITALIANO	5
LIVELLO DI ALLARME	5
DURATA DELL'EPIDEMIA	6
LIVELLO DI OTTIMISMO	7
LIVELLO DI CONSENSO.....	8
QUARANTENA.....	9
CAMBIAMENTI NEL COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI	10
COMPORTAMENTI D'ACQUISTO	11
SPORT ED EVENTI	12
RUOLO DEI BRAND	13
IMPATTO SU FINANZA ED ECONOMIA	15

INTRODUZIONE

Il coronavirus è una presenza costante nelle nostre menti, nelle nostre ricerche, nei nostri monitor e feed, e lo è per ovvie ragioni che coinvolgono su più fronti ognuno di noi.

L'epidemia sta causando cambiamenti rapidi, complessi e imprevedibili nelle nostre vite quotidiane, e le aziende di tutto il mondo sono comprensibilmente preoccupate per l'impatto che avrà su di loro sul breve e, soprattutto, sul lungo periodo.

The Fool e GlobalWebIndex, sentono l'esigenza di aiutarvi e supportarvi nel modo in cui sanno farlo meglio: mettere a disposizione i dati che raccontano il cambiamento della percezione e delle abitudini di donne, uomini, consumatori di oggi e, in forse, di domani.

A questo proposito vi condividiamo questa prima analisi, i cui dati sono stati raccolti nel mese di marzo 2020 da GlobalWebIndex. Il documento si propone di mostrare un'overview sul percepito degli utenti sia a livello **global**, con key insight emersi dal **confronto tra i mercati**, sia a livello **local**, con un approfondimento verticale sul **mercato italiano**.

Stiamo già lavorando al rilascio di ulteriori dati in cui esploreremo l'impatto del Coronavirus su settori di business specifici e sui trend percezione e delle preoccupazioni dei consumatori.

Dimensione del campione

Tutte le statistiche in questo rapporto provengono da una custom survey GlobalWebIndex di marzo 2020 che ha cercato di raccogliere almeno **1.000** rispondenti **Internet-users**, di età compresa tra 16 e 64 anni per ciascun paese tra cui: Australia, Brasile, Cina, Francia, Germania, Italia, Giappone, Filippine, Singapore, Sudafrica, Spagna, UK e USA utenti di età compresa tra 16 e 64 anni. Le risposte sono state ponderate in base all'età, genere e educazione. In alcuni paesi, sono stati raccolti un numero ridotto di risposte per i gruppi 16-24 o 55-64, in questi casi sono stati applicati coefficienti di correttori con i gruppi di età adiacenti.

Definizione delle audience

Generazioni:

- Gen Z - 16-24 anni (% di rispondenti ridotta per il mercato italiano, pertanto il dato non viene visualizzato)
- Gen Y - 25-34 anni
- Gen X - 35-44 anni
- Baby boomers - 45-54 e 55-64 anni

Reddito (basato sul reddito familiare annuo):

- Basso reddito - quartile più basso dei redditi familiari
- Alto reddito - quartile più alto dei redditi familiari

OVERVIEW GLOBAL

Livello di allerta

La preoccupazione per la situazione sulle evoluzioni locali e globali varia in base allo stato di avanzamento del contagio all'interno della singola nazione.

In Cina, circa il 25% si dichiara molto o estremamente preoccupato per la situazione nel proprio paese; la porzione di utenti preoccupati raddoppia quando viene chiesto della situazione globale. In Francia, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti tra il 50 e il 60% della popolazione si dichiara molto o estremamente preoccupata per le situazioni sia a livello globale e nazionale.

Durata dell'epidemia

La popolazione cinese è più ottimista per quanto riguarda la durata dell'epidemia, probabilmente anche grazie alle recenti notizie legate all'assenza di nuovi contagi. Più dell'85% degli utenti credono che il contagio terminerà in 3 mesi. Altre Nazioni non sono così ottimiste, solo il 23% degli utenti da Singapore, il 35% dei britannici e il 50% degli statunitensi e dei francesi condividono lo stesso punto di vista. Solo una piccola parte degli utenti europei si aspetta la fine dell'epidemia tra un paio di settimane.

Impatto sulle finanze

La percezione delle conseguenze che il virus avrà sull'economia riporta risultati interessanti: una percentuale maggiore di utenti dichiara che l'impatto sarà rilevante per le finanze nazionali o globali, contro una minoranza che sostiene un'incidenza rilevante anche nelle finanze personali.

Globalmente, il 30% delle persone pensa che il Covid avrà un impatto notevole o drammatico sulle proprie finanze, percentuale che cresce fino al 75% circa l'economia del proprio paese e che arriva all'85% in relazione all'economia globale.

Francia, Germania, Italia, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti fanno registrare le discrepanze maggiori, con una nota positiva a favore delle proprie finanze rispetto ad un impatto drammatico o notevole sul proprio paese e una distanza percentuale di 50 punti tra le due.

Ruolo dei social media

Trasversalmente ad ogni mercato, la popolazione si attende che i social media possano fare da filtro per guidare verso informazioni autorevoli. A tal proposito, a livello globale, due persone su tre vorrebbero infatti che le piattaforme Social Media riuscissero a filtrare le Fake News.

Quasi il 30% vorrebbe inoltre che fornissero la fruizione di eventi live, dato che verosimilmente cresce nelle due fasce d'età più giovani e che risulta trasversale a tutte le piattaforme (YouTube, Twitter, Instagram, Facebook, Snapchat, WeChat).

DEEP DIVE LOCAL: MERCATO ITALIANO

LIVELLO DI ALLARME

Alto livello di allarme in Italia, le classi di età più adulte si dimostrano maggiormente preoccupate

Circa il 60% degli Italiani si dichiara molto o estremamente preoccupato dell'attuale situazione all'interno del Paese. La proporzione cresce al 62% nei confronti della situazione internazionale.

La classe di età tra i 25 e i 34 anni sembra dimostrare un livello di allerta leggermente inferiore rispetto alla mediana della popolazione; mentre le classi di età più adulte mostrano livelli di preoccupazione più elevati.

% di italiani che dichiarano di essere preoccupati per l'attuale situazione coronavirus nel Paese

Data Point	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Per niente preoccupato	2%	2%	1%	2%	3%	1%	2%
Un po' preoccupato	11%	15%	7%	11%	12%	11%	11%
Abbastanza preoccupato	28%	31%	24%	37%	23%	24%	24%
Molto preoccupato	34%	32%	37%	28%	31%	37%	36%
Estremamente preoccupato	25%	20%	31%	22%	31%	27%	27%

DURATA DELL'EPIDEMIA

Gli italiani non si aspettano che l'epidemia finisca presto

1 persona su 4 crede che il coronavirus durerà sei mesi o più in Italia; mentre, circa un terzo degli italiani pensa che il contagio durerà altri due o tre mesi.

La parte più adulta della popolazione (45-64) è più incline a pensare che l'epidemia in Italia durerà per più di 6 mesi, mentre la maggior parte dell'audience tra i 16 e i 44 anni crede che questa situazione non durerà più di 3 mesi. La porzione di persone che credono la situazione si risolverà in pochi giorni è attorno all'un percento del totale.

% di italiani che credono che l'epidemia COVID-19 in Italia durerà:

Data Point	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Qualche giorno	1%	1%	0%	1%	1%	1%	0%
1 o 2 settimane	2%	3%	1%	3%	1%	2%	2%
3 o 4 settimane	14%	16%	13%	19%	12%	11%	9%
2 o 3 mesi	43%	40%	46%	36%	48%	38%	38%
4 o 5 mesi	16%	19%	14%	18%	16%	15%	20%
6 mesi	11%	11%	10%	10%	10%	16%	15%
Fino ad un anno	10%	9%	11%	12%	10%	12%	10%
Più di un anno	4%	3%	4%	2%	2%	5%	6%

In media, la popolazione italiana sembra essere meno ottimista riguardo all'evolversi dell'epidemia nel resto del mondo. Più del 70% dell'audience crede che l'epidemia durerà 6 mesi o più. Quasi nessuno crede che la situazione si risolverà in un paio di settimane.

% di italiani che credono che l'epidemia COVID-19 nel mondo durerà:

Data Point	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Qualche giorno	1%	1%	0%	1%	1%	0%	0%
1 o 2 settimane	1%	0%	1%	2%	0%	0%	1%
3 o 4 settimane	2%	1%	3%	0%	3%	2%	1%
2 o 3 mesi	10%	13%	7%	12%	8%	12%	9%
4 o 5 mesi	16%	15%	16%	16%	15%	11%	16%
6 mesi	22%	22%	22%	25%	25%	20%	16%
Fino ad un anno	31%	30%	31%	28%	32%	31%	35%
Più di un anno	18%	17%	20%	16%	16%	25%	24%

LIVELLO DI OTTIMISMO

Tanto ottimismo per la capacità dell'Italia di superare il contagio, meno nei confronti del resto del mondo

Più di metà della popolazione dichiara di essere ottimista o estremamente ottimista riguardo l'abilità della Nazione di superare l'epidemia. Il livello di positività diminuisce leggermente riguardo alla capacità del resto del mondo di sconfiggere il virus.

Il livello di ottimismo sembra essere radicato più profondamente nella classe di età più adulta con il 58% degli Italiani tra i 55 e i 64 anni che si dichiarano molto o abbastanza ottimisti per il futuro, versus il 51% della popolazione tra i 25 e i 34 anni che esprime lo stesso livello di fiducia.

% di italiani che dichiarano di essere ottimisti/non ottimisti verso la possibilità che il Paese superi l'epidemia coronavirus

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
1 - Per niente ottimista	3%	3%	3%	3%	5%	4%	2%
2	7%	7%	7%	4%	7%	8%	6%
3	36%	35%	37%	42%	33%	32%	34%
4	35%	35%	35%	33%	36%	32%	37%
5 - Molto ottimista	19%	20%	18%	18%	19%	23%	21%

LIVELLO DI CONSENSO

I cittadini sostengono l'operato del Governo ma approvano meno i social media

Tra gli italiani si registra un alto tasso di consenso. L'80% della popolazione approva la gestione dell'emergenza da parte del governo; un alto livello di supporto è anche registrato nei confronti dei piccoli negozi e delle grandi società.

Meno Italiani si dichiarano soddisfatti di come le istituzioni finanziarie e i social media stanno gestendo la situazione. Poco meno di 1 italiano su 2 dichiara di approvare il modo in cui i propri connazionali stanno reagendo all'epidemia.

% italiani che approvano come le seguenti attività hanno reagito all'epidemia coronavirus / COVID-19

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Attività locali	85%	83%	86%	84%	83%	87%	88%
Grandi società	78%	77%	79%	76%	78%	78%	84%
Luogo di lavoro	58%	59%	56%	56%	65%	62%	55%
Governo Nazionale	80%	82%	79%	86%	76%	75%	83%
Social media	53%	50%	57%	58%	49%	50%	50%
Banche/ attività finanziarie	58%	60%	56%	69%	50%	56%	62%
Concittadini	49%	49%	48%	50%	45%	52%	57%
Compagnie aeree	65%	67%	63%	69%	60%	62%	70%

QUARANTENA

La fascia di italiani tra i 35 e i 44 anni è leggermente meno incline ad accettare il blocco totale delle attività “non necessarie”

Circa 3 italiani su 4 credono che l'intera popolazione debba entrare in quarantena e restare a casa. Gli adulti tra i 35 e i 44 anni sembrano essere leggermente meno inclini a questa opzione, probabilmente pensando alle conseguenze negative di tali misure.

% italiani che credono che le seguenti siano il miglior modo per la nazione di superare l'epidemia coronavirus / COVID-19

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
L'intera popolazione dovrebbe essere messa in quarantena	74%	72%	76%	74%	71%	73%	73%
Solo la popolazione fortemente colpita dovrebbe essere messa in quarantena	19%	20%	18%	22%	22%	17%	20%
Nessuno dovrebbe essere messo in quarantena, ma le persone a rischio dovrebbero restare a casa	8%	9%	6%	4%	8%	9%	8%

I disinfettanti per le mani e le mascherine per il viso sono diventati difficili da reperire dopo l'inizio del contagio. Tuttavia, sono pochi gli italiani che stanno avendo difficoltà nel trovare cibo, bevande e tutto il necessario per la casa.

La popolazione sembra soddisfatta del livello di informazione sul coronavirus. Meno del 10% sta avendo difficoltà a trovare informazioni mediche e solo 1 italiano su 20 ha avuto difficoltà nel trovare informazioni aggiornate sull'attuale stato del contagio. Circa il 15% della popolazione dichiara di aver avuto difficoltà nel trovare news sui piani per il futuro.

% Italiani che dichiarano di avere difficoltà nel reperire quanto segue:

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Disinfettante per le mani	50%	49%	50%	45%	52%	53%	49%
Mascherine	68%	69%	68%	60%	69%	70%	78%
Cibo e bevande per la casa	9%	8%	11%	8%	13%	10%	4%
Prodotti essenziali per la casa	7%	7%	7%	7%	8%	8%	4%
Informazioni sui piani a lungo termine per l'epidemia	14%	12%	16%	15%	15%	11%	19%
Informazioni mediche	8%	9%	7%	14%	5%	10%	4%
Modi per passare il tempo in casa	5%	5%	5%	7%	6%	4%	1%
Informazioni aggiornate sullo stato dell'epidemia	5%	6%	5%	6%	5%	7%	5%

CAMBIAMENTI NEL COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI

Gli italiani guardano più telegiornali e passano più tempo sulle piattaforme di messaggistica

Con la diffusione della pandemia e l'inizio della quarantena, gli italiani sono stati chiamati al cambiamento delle proprie abitudini. Rispetto all'inizio della crisi sanitaria, si è speso maggior tempo in alcune attività condotte in casa.

Gli utenti sentono il bisogno di rimanere informati e di restare in contatto con amici; servizi di streaming e programmi TV sono tra le modalità preferite per trascorrere del tempo in casa.

Circa il 35% degli italiani guarda più spesso il telegiornale, considerazione valida per tutte le fasce d'età tranne che per le più giovani, per cui si registra un aumento della fruizione degli show in streaming e del tempo speso sui social network. Solo le fasce di età più adulte dichiarano che guarderanno più programmi TV.

% di italiani che affermano di aver trascorso molto più tempo a fare quanto segue a causa dell'epidemia di coronavirus

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Guardare più telegiornali	35%	35%	35%	35%	35%	40%	43%
Trascorrere più tempo su piattaforme di messaggistica (ad es. WhatsApp, Facebook Messenger, ecc.)	29%	28%	29%	29%	28%	27%	26%
Guardare più show/film in streaming (ad esempio Netflix)	27%	30%	23%	32%	23%	22%	20%
Guardare più canali TV	24%	27%	21%	21%	26%	26%	32%
Trascorrere più tempo sui social media (ad esempio Facebook, Instagram, Twitter, ecc.)	24%	21%	26%	26%	22%	19%	20%
Trascorrere più tempo a cucinare	23%	14%	33%	17%	26%	29%	23%
Trascorrere più tempo a socializzare con familiari/conviventi	21%	19%	24%	15%	22%	26%	19%
Trascorrere più tempo a parlare al telefono	18%	15%	22%	15%	17%	21%	20%
Trascorrere più tempo in hobby/passatempo	17%	18%	17%	18%	15%	19%	20%
Leggere più libri/ascoltare più audiolibri	16%	16%	17%	15%	13%	14%	22%
Trascorrere più tempo al computer/videogiochi	15%	20%	10%	18%	14%	10%	11%
Trascorrere più tempo sulle app	10%	10%	10%	7%	12%	9%	6%
Ascoltare più radio	9%	10%	8%	5%	9%	16%	10%
Utilizzare più canali audio in streaming (ad esempio Spotify, Apple Music, ecc.)	9%	11%	7%	10%	7%	6%	3%
Leggere più giornali	8%	8%	7%	8%	8%	8%	10%
Leggere più riviste	6%	7%	6%	9%	5%	7%	7%
Creazione/caricamento di video (ad es. su YouTube, TikTok, ecc.)	3%	4%	3%	4%	3%	4%	1%
Nessuna di queste	2%	2%	2%	2%	1%	2%	4%

COMPORAMENTI D'ACQUISTO

1 italiano su 3 effettuerà gli acquisti rimandati a causa del Covid-19 quando l'epidemia in Italia sarà finita

Durante l'epidemia la vita quotidiana, i progetti e gli acquisti si fermano o si rimandano.

In Italia, il 37% della popolazione ha deciso di posticipare le vacanze già programmate e il 21% ha ritardato almeno un volo. Meno interesse è mostrato verso l'acquisto di oggetti generici (articoli di lusso e dispositivi tecnologici), che appaiono soltanto nella seconda metà della classifica.

All'uscita dalla pandemia il 35% degli italiani dichiara che effettuerà gli acquisti che ora ha dovuto rimandare.

% di italiani che affermano di aver ritardato l'acquisto di quanto segue a causa dell'epidemia di coronavirus

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Vacanze	37%	36%	37%	34%	34%	40%	36%
Nessuno di questo	31%	31%	30%	28%	32%	31%	33%
Oggetti di tutti i giorni	27%	24%	30%	29%	26%	31%	29%
Voli	21%	22%	20%	25%	20%	22%	18%
Concerti o teatri	18%	18%	17%	14%	19%	19%	18%
Oggetti per la casa	15%	16%	15%	19%	13%	17%	17%
Biglietti per eventi sportive	14%	17%	11%	16%	12%	16%	14%
Prodotti di lusso	13%	10%	16%	12%	12%	17%	11%
Apparecchi tecnologici	13%	14%	12%	16%	14%	13%	13%
Assicurazione	6%	7%	5%	6%	6%	6%	7%

% di italiani che affermano quanto segue sulle tempistiche di acquisti adesso ritardati

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Quando l'epidemia sarà finita nel mio paese	35%	37%	32%	29%	36%	37%	38%
Non sono sicuro	19%	17%	21%	22%	17%	21%	18%
Non rilevante	18%	17%	18%	13%	17%	18%	25%
Quando l'epidemia sarà finita a livello globale	13%	12%	15%	18%	13%	11%	15%
Quando l'epidemia inizierà a diminuire nel mio paese	12%	13%	11%	13%	15%	9%	3%
Quando l'epidemia inizierà a diminuire a livello globale	4%	4%	4%	5%	2%	4%	1%

SPORT ED EVENTI

Gli italiani sono molto determinati circa il futuro degli eventi sportivi

Il 74% concorda nel postdatare gli eventi sportivi ora interrotti, il 20% ne vorrebbe la cancellazione, solo il 7% è a favore del gioco senza spettatori.

A causa dell'interruzione di eventi live, il 33% degli italiani vorrebbe assistere a un concerto da casa. Inoltre, la componente maschile resta legata allo sport, mentre le donne risultano propositive nell'assistere ad eventi teatrali.

% di italiani che affermano cosa dovrebbe accadere agli eventi sportivi che sono stati interessati dal Covid-19

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Dovrebbero essere rinviati e svolgersi dopo la fine dell'epidemia	74%	75%	73%	71%	73%	72%	72%
Dovrebbero essere cancellati	19%	17%	22%	17%	20%	22%	25%
Dovrebbero svolgersi comunque senza spettatori/folle	7%	8%	6%	12%	7%	6%	3%

% di italiani che affermano che le Olimpiadi del 2020 dovrebbero andare avanti/fermarsi

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Dovrebbero essere rinviati	47%	44%	51%	39%	52%	58%	48%
Dovrebbero andare avanti solo al termine dell'epidemia di coronavirus	22%	25%	20%	27%	20%	12%	22%
Dovrebbero essere cancellati	15%	12%	17%	11%	16%	16%	18%
Dovrebbero andare avanti solo se l'epidemia di coronavirus fosse per lo più finita	14%	17%	10%	20%	10%	12%	11%
Dovrebbero andare avanti a prescindere	2%	3%	1%	3%	2%	2%	2%

% di italiani che affermano di voler assistere in streaming ai seguenti eventi che non possono essere svolti a causa del coronavirus

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Streaming di concerti live	34%	30%	38%	27%	35%	33%	31%
Nessuna di queste	33%	32%	35%	29%	34%	37%	44%
Streaming di eventi sportivi	28%	40%	15%	35%	29%	24%	21%
Streaming di spettacoli teatrali	25%	20%	30%	21%	29%	26%	23%
Streaming di conferenze	24%	23%	26%	25%	23%	25%	18%

RUOLO DEI BRAND

Gli italiani ricercano affidabilità e serietà principalmente nei marchi di Social Media

Gli italiani risultano essere molto consapevoli della gravità della situazione. Per questo motivo ricercano serietà e affidabilità nei social media, nelle aziende e nei negozi.

2 italiani su 3 vorrebbero che i Social filtrassero le Fake News, indicatore della volontà di acquisire una percezione necessaria ed effettiva della realtà. Inoltre, quasi il 60% vorrebbe che i social media avessero un ruolo proattivo nella vicenda coronavirus e che aiutassero le persone a far fronte all'emergenza.

Per quanto riguarda il ruolo produttivo delle imprese, in linea con le indicazioni di una "economia di guerra", circa 2 persone su 5 concordano sull'arresto della normale produzione al fine di aiutare quella dei beni necessari.

Per 3 persone su 5, le aziende dovrebbero concedere pagamenti flessibili; infine, la chiusura delle attività commerciali non essenziali trova grande riscontro positivo.

% di italiani che affermano che le società di Social Media dovrebbero fare quanto segue durante l'epidemia di coronavirus

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Screening di "Fake News"	71%	72%	71%	67%	72%	73%	80%
Fornire contenuti verificati per aiutare le persone a far fronte all'emergenza	57%	56%	58%	53%	58%	52%	63%
Aiutare i vicini e le comunità locali restare in contatto tra loro	37%	39%	35%	38%	39%	35%	37%
Trasmettere eventi live	19%	19%	19%	21%	19%	17%	14%
Nessuna di queste	4%	4%	4%	6%	3%	4%	2%

% di italiani che concordano/non concordano sulla chiusura dei negozi non essenziali per aiutare a prevenire la diffusione, ove applicabile

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Assolutamente d'accordo	76%	73%	80%	72%	74%	78%	84%
Abbastanza d'accordo	17%	19%	15%	23%	19%	15%	12%
Nè d'accordo nè in disaccordo	3%	4%	3%	3%	3%	3%	2%
Abbastanza in disaccordo	2%	3%	1%	1%	2%	2%	1%
Fortemente in disaccordo	2%	1%	2%	1%	2%	2%	2%

% di italiani che concordano/non concordano sul fatto che i brand dovrebbero continuare a fare pubblicità normalmente, ove applicabile

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Abbastanza d'accordo	33%	34%	32%	32%	35%	29%	27%
Nè d'accordo nè in disaccordo	24%	25%	22%	22%	19%	23%	30%
Assolutamente d'accordo	19%	18%	19%	23%	20%	20%	20%
Abbastanza in disaccordo	15%	13%	19%	13%	14%	18%	13%
Fortemente in disaccordo	10%	11%	8%	11%	12%	10%	11%

% di italiani che concordano/non concordano sul fatto che le imprese dovrebbero sospendere la loro normale produzione in fabbrica per aiutare a produrre forniture essenziali, dove applicabile

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Assolutamente d'accordo	43%	42%	44%	42%	44%	49%	49%
Abbastanza d'accordo	42%	44%	41%	49%	41%	36%	35%
Nè d'accordo nè in disaccordo	8%	7%	8%	5%	6%	7%	10%
Abbastanza in disaccordo	4%	5%	4%	3%	6%	5%	4%
Fortemente in disaccordo	3%	2%	3%	1%	3%	4%	2%

% di italiani che concordano/non concordano sul fatto che i brand dovrebbero offrire termini di pagamento flessibili per i consumatori, ove applicabile

	Totale	Uomini	Donne	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Assolutamente d'accordo	65%	64%	66%	61%	68%	65%	61%
Abbastanza d'accordo	25%	26%	24%	29%	23%	23%	27%
Nè d'accordo nè in disaccordo	7%	8%	7%	5%	7%	8%	11%
Fortemente in disaccordo	2%	2%	2%	3%	1%	3%	1%
Abbastanza in disaccordo	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%

IMPATTO SU FINANZA ED ECONOMIA

Sentimenti di incertezza e negatività emergono tra le fasce d'età più adulte

Il futuro dell'economia genera grande incertezza negli italiani.

La maggior parte di loro ritiene che il Covid-19 avrà un impatto sulle loro finanze personali; 1 persona su 5 non sa dire cosa accadrà in futuro.

I giovani sono i più positivi: 2 su 3 (dai 25 a 34 anni) ritengono che il virus avrà un impatto limitato, mentre 1 su 5 è convinto che non vi sarà alcun impatto sulle proprie finanze personali.

I gruppi di età più adulta mostrano un atteggiamento più negativo: il 12% degli italiani dai 35 ai 54 anni crede infatti che l'impatto sarà drammatico.

Sia l'economia nazionale che quella globale inoltre, sono considerate a rischio. Circa 1 italiano su 2 ritiene che il Covid avrà un grande impatto a livello globale e nazionale. Il 43% afferma che l'impatto sull'Italia sarà drammatico, il 39% è convinto che la stessa cosa accadrà a livello globale.

% di italiani che credono che l'epidemia COVID-19 avrà i seguenti effetti sulle finanze della famiglia

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Piccolo Impatto	35%	38%	33%	40%	34%	35%	38%
Grande Impatto	32%	29%	36%	24%	35%	32%	29%
Non so	12%	11%	12%	13%	11%	12%	11%
Nessun Impatto	11%	13%	8%	15%	9%	11%	13%
Impatto drammatico	10%	10%	11%	9%	12%	10%	10%

% di italiani che credono che l'epidemia COVID-19 avrà i seguenti effetti sull'economia nazionale

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Grande Impatto	50%	52%	49%	51%	49%	50%	52%
Impatto Drammatico	43%	41%	45%	36%	44%	43%	41%
Piccolo impatto	4%	5%	3%	7%	4%	4%	5%
Non so	3%	2%	3%	3%	3%	3%	2%
Nessun Impatto	1%	1%	0%	2%	0%	1%	1%

% di italiani che credono che l'epidemia COVID-19 avrà i seguenti effetti sull'economia globale

	Totale	Uomini	Donne	25 -34	35 - 44	45 - 54	55 - 64
Grande Impatto	53%	56%	49%	52%	51%	53%	56%
Impatto drammatico	39%	35%	44%	34%	41%	39%	35%
Piccolo Impatto	5%	6%	4%	9%	4%	5%	6%
Non so	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Nessun Impatto	1%	1%	1%	3%	0%	1%	1%



info@thefool.it
www.thefool.com



trends@globalwebindex.com
www.globalwebindex.com