



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

COMUNICATO STAMPA

Contatti:

Media Relations Credem

0522 582075

02 77426202

rel@credem.it - www.credem.it

Ufficio stampa Università Cattolica

335 7125703 (Nicola Cerbino)

335 1223934 (Emanuela Gazzotti)

ufficio.stampa@unicatt.it - www.cattolicanews.it

30 ottobre 2023

OSSERVATORIO CREDEM - UNIVERSITÀ CATTOLICA: IL CAROVITA SI CONFERMA IL TEMA PIÙ RILEVANTE PER GLI ITALIANI

- *La ricerca sui temi di maggiore interesse per gli italiani è stata svolta a luglio 2023 dall'**Osservatorio Opinion Leader 4 Future**, il progetto sull'informazione consapevole nato dalla collaborazione tra il **Gruppo Credem** e l'**Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo (ALMED)** di Università Cattolica;*
- *dall'indagine realizzata su **oltre 5000 persone** dai ricercatori dell'**Università Cattolica**, in collaborazione con l'istituto di ricerca **Bilendi**, emerge che per i primi 6 mesi dell'anno il **carovita (45%)**, la **sostenibilità (29%)** ed il **cambiamento climatico (28%)** sono gli argomenti più importanti per gli italiani.*

Carovita, sostenibilità e cambiamento climatico, questi i temi di maggiore interesse emersi dalla ricerca su oltre 5.000 persone nei primi sei mesi del 2023 dall'**Osservatorio Opinion Leader 4 Future**, il progetto sull'informazione consapevole nato dalla collaborazione tra il **Gruppo Credem** e l'**Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo (ALMED)** dell'**Università Cattolica**.

Nello specifico, l'analisi sui temi di maggiore interesse per gli italiani realizzata su scala nazionale dai ricercatori dell'**Università Cattolica**, in collaborazione con il panel provider

COMUNICATO STAMPA

Bilendi, è il secondo dei tre approfondimenti previsti dall’**Osservatorio** per il 2023. La prima analisi è stata comunicata a febbraio e l’ultima rilevazione sarà realizzata a fine anno.

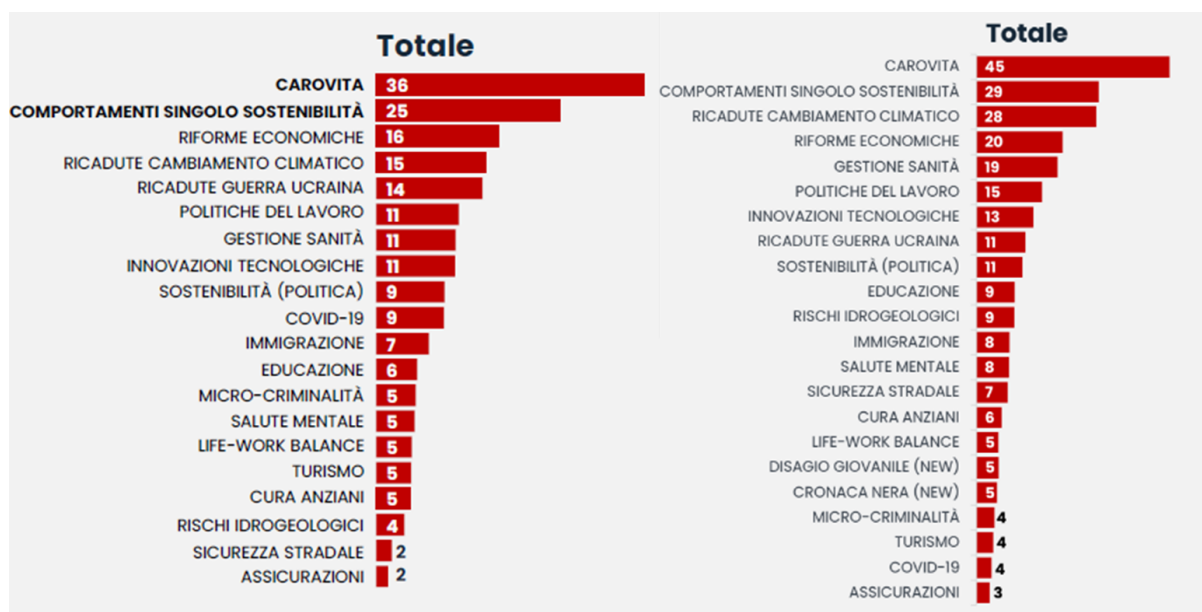
LA RICERCA DELL’OSSERVATORIO OPINION LEADER 4 FUTURE

Dalle interviste condotte a luglio 2023 su un campione di 5.456 persone, **carovita**, **sostenibilità e cambiamento climatico** si confermano i temi di maggiore interesse per gli italiani nei primi sei mesi dell’anno, in linea con quanto emerso dalla ricerca dell’Osservatorio di febbraio 2023 (*grafico 1*).

GRAFICO 1 - Risultati della ricerca di febbraio e luglio 2023 (valori espressi in percentuale)

Temi di maggiore interesse - febbraio 2023

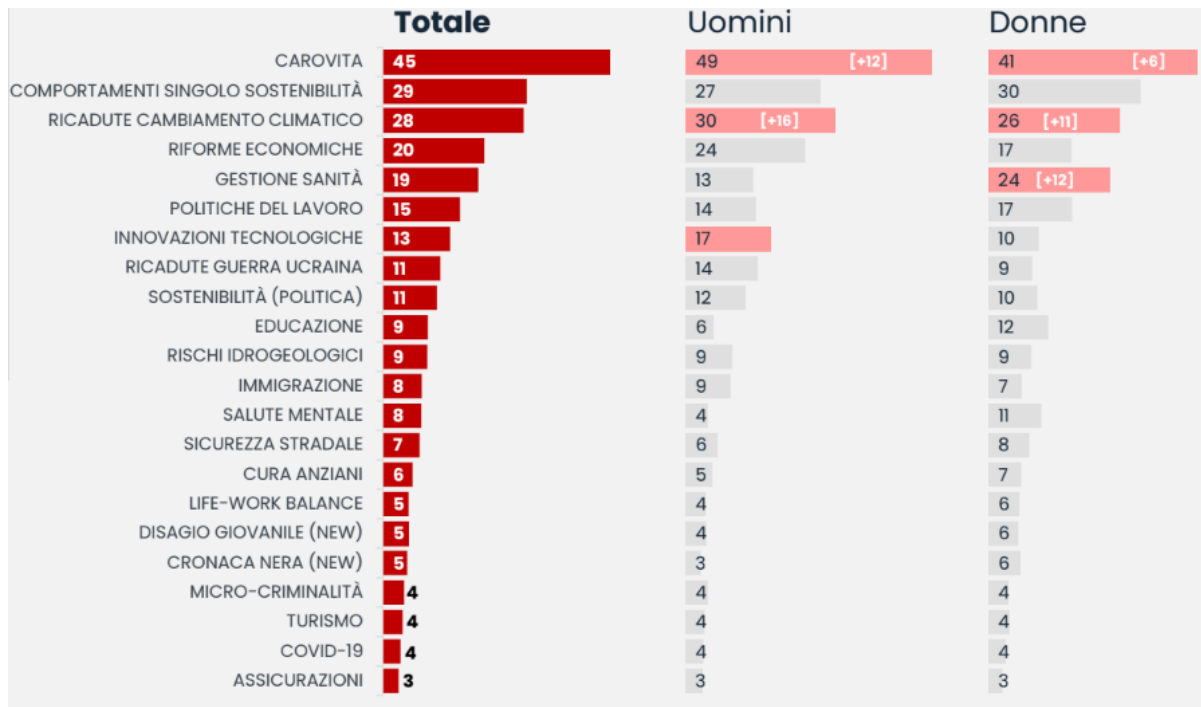
Temi di maggiore interesse - luglio 2023



Nello specifico, **per quasi un italiano su due, il carovita è il tema più importante (45%)**, con un balzo del **+9%** rispetto al precedente rilevamento di febbraio 2023. L’interesse per questo argomento è trasversale al genere ed alle fasce di età, coinvolgendo maggiormente la popolazione dai 45 ai 64 anni, in prevalenza uomini (+12% rispetto alla ricerca precedente - *grafico 2*).

COMUNICATO STAMPA

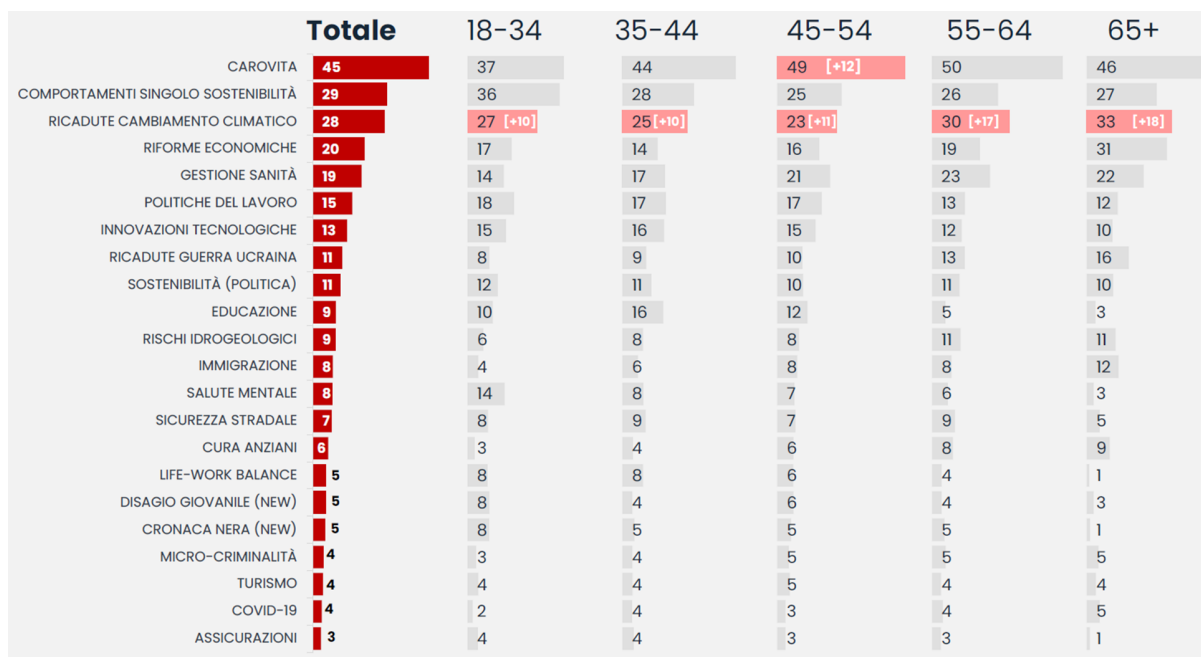
GRAFICO 2 - Risultati ricerca luglio 2023: Totale Vs Genere (valori espressi in percentuale)



A pari merito, ma con un evidente scarto rispetto al carovita, troviamo la **sostenibilità al 29%** (nella sua accezione di abitudini e scelte del singolo) con un +4%, ed il **cambiamento climatico al 28%**, con un incremento del +13% rispetto alla ricerca di febbraio 2023. Nel dettaglio, sono soprattutto le fasce più adulte a mostrare un interesse crescente per gli eventi legati al cambiamento climatico: il tema, infatti, mostra un incremento pari al 10-11% nella popolazione fino ai 54 anni, arrivando al +17-18% nelle fasce over 54 (*grafico 3*).

COMUNICATO STAMPA

GRAFICO 3 - Risultati ricerca luglio 2023: Totale Vs Età (valori espressi in percentuale)



Altri temi in crescita, rispetto all'indagine di febbraio dell'Osservatorio, sono le **politiche sanitarie e l'informazione sanitaria** (con un aumento dell'8%), le **politiche sul lavoro** (+4%), le **innovazioni tecnologiche** (l'intelligenza artificiale, la realtà virtuale e il metaverso, +3%) e la **sicurezza stradale** che raccoglie un interesse complessivo del 7%. Come conseguenza degli ultimi episodi di cronaca, tra i temi di interesse compare anche la **cronaca nera** (5%), con un riferimento particolare al **disagio giovanile** (5%), non presente nella precedente analisi.

Cala, rispetto alla ricerca di inizio anno, l'interesse nei confronti della **guerra in Ucraina** con un -3% e dell'emergenza sanitaria relativa al **Covid-19** (-5%).

“Il carovita, la sostenibilità ed il cambiamento climatico sono temi particolarmente sentiti dalle persone, a seguito del rincaro dei prezzi dell'ultimo anno e delle catastrofi ambientali che hanno colpito recentemente con forza alcune aree del nostro Paese. L'obiettivo dell'Osservatorio Opinion Leader 4 Future è contribuire a rendere le persone più consapevoli sugli aspetti più rilevanti della vita”, ha affermato Lucio Dionisi responsabile media relations del Gruppo Credem. “I dati che emergono da questa ricerca ci spingono a proseguire nel percorso di sviluppo di una diffusa cultura informativa, presupposto per la crescita sana di qualsiasi società moderna”, ha concluso Dionisi.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

COMUNICATO STAMPA

*“La ricerca condotta dall’Osservatorio evidenzia due tendenze, spie di un cambiamento che ha risvolti valoriali e antropologici di estrema rilevanza: da un lato l’attenzione, crescente e trasversale alle fasce di età, per la tematica green, problematizzata in relazione ai comportamenti del singolo, alla politica e alle sue responsabilità, al futuro e alla preoccupazione per le ricadute nel medio e lungo periodo sul clima e sull’abitabilità del pianeta. Dall’altro lato, la centralità dei temi che attengono al proprio quotidiano e che hanno conseguenze dirette sulla vita del singolo e delle famiglie, come l’aumento dei prezzi, le riforme economiche e le politiche del lavoro, la sanità pubblica o le trasformazioni tecnologiche. Temi rispetto ai quali continua ad emergere la richiesta di buona informazione, corretta, chiara e capace di parlare a tutti”, ha dichiarato **Mariagrazia Fanchi**, Direttore ALMED (Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo).*

NOTE

Il **Gruppo Credem** è quotato alla Borsa Italiana ed ha un total business a fine giugno 2023, tra la raccolta complessiva e prestiti, pari a circa 130 miliardi di euro.

ALMED, Alta Scuola in Media, comunicazione e spettacolo è la struttura dell’**Università Cattolica del Sacro Cuore** di formazione post-laurea nel campo dell’informazione giornalistica e della comunicazione al servizio delle imprese, dei media, delle istituzioni e dei territori. Dal 2016 è sede dell’Osservatorio delle professioni della comunicazione, un progetto di monitoraggio della filiera, del mercato e dei profili professionisti, patrocinato da Assolombarda. ALMED è inoltre sede di 17 Master universitari e progetti di formazione permanente e alta formazione che coprono diversi ambiti della comunicazione.