UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Valutare e promuovere l'**engagement** dei **consumatori** nella **salute** e nei **consumi alimentari**

IL FUTURO VACCINO ANTI-COVID19: TRA PREOCCUPAZIONI E COMPORTAMENTI DI CONSUMO

G. Graffigna, S. Barello, L. Palamenghi, C. Torri

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

LA METODOLOGIA DELLA RICERCA

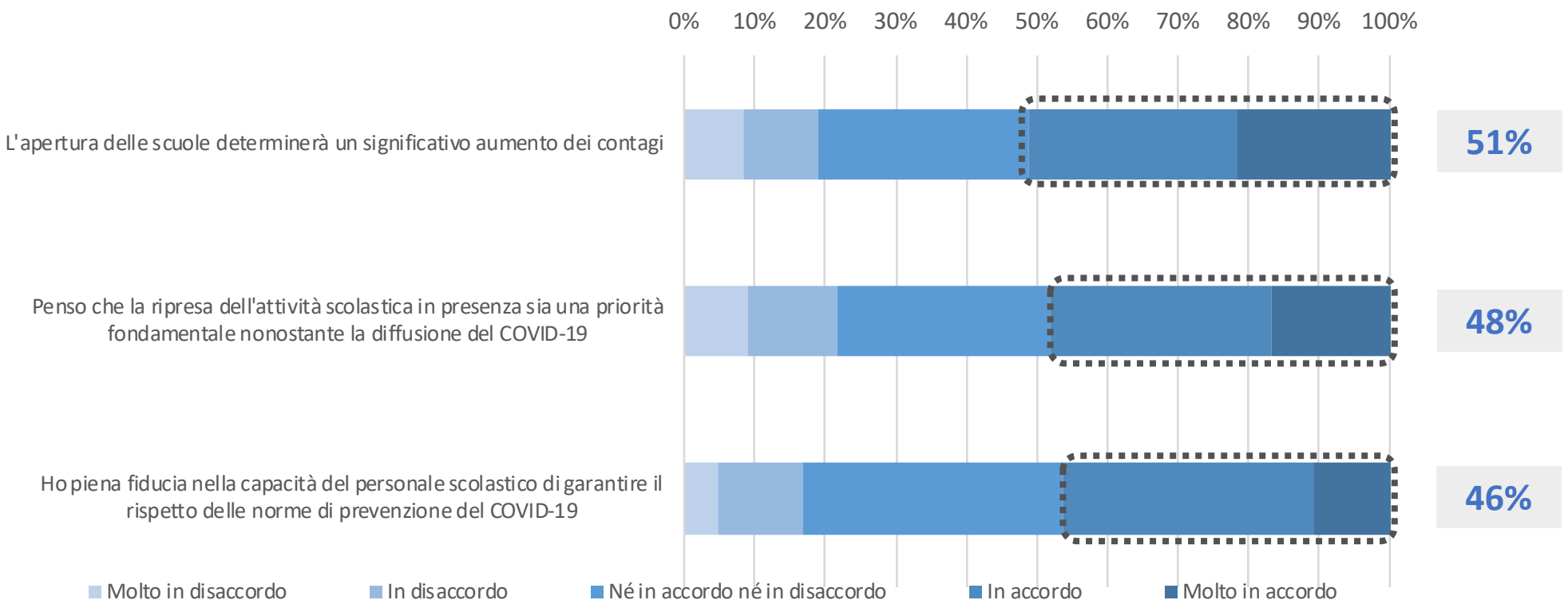
STUDIO LONGITUDINALE
(periodo rilevazione: 1 WAVE:12-18/03/2020; 2 WAVE: 9-14/05/2020; 3 WAVE 20-25/09/2020, 4 WAVE: 27/11 – 3/12/2020)

SURVEY AUTOCOMPILATA CAWI
(indicatori validati e ad hoc)

CAMPIONE RAPPRESENTATIVO DELLA POPOLAZIONE ITALIANA (per sesso, età, professione, provenienza geografica)
N=3980 consumatori

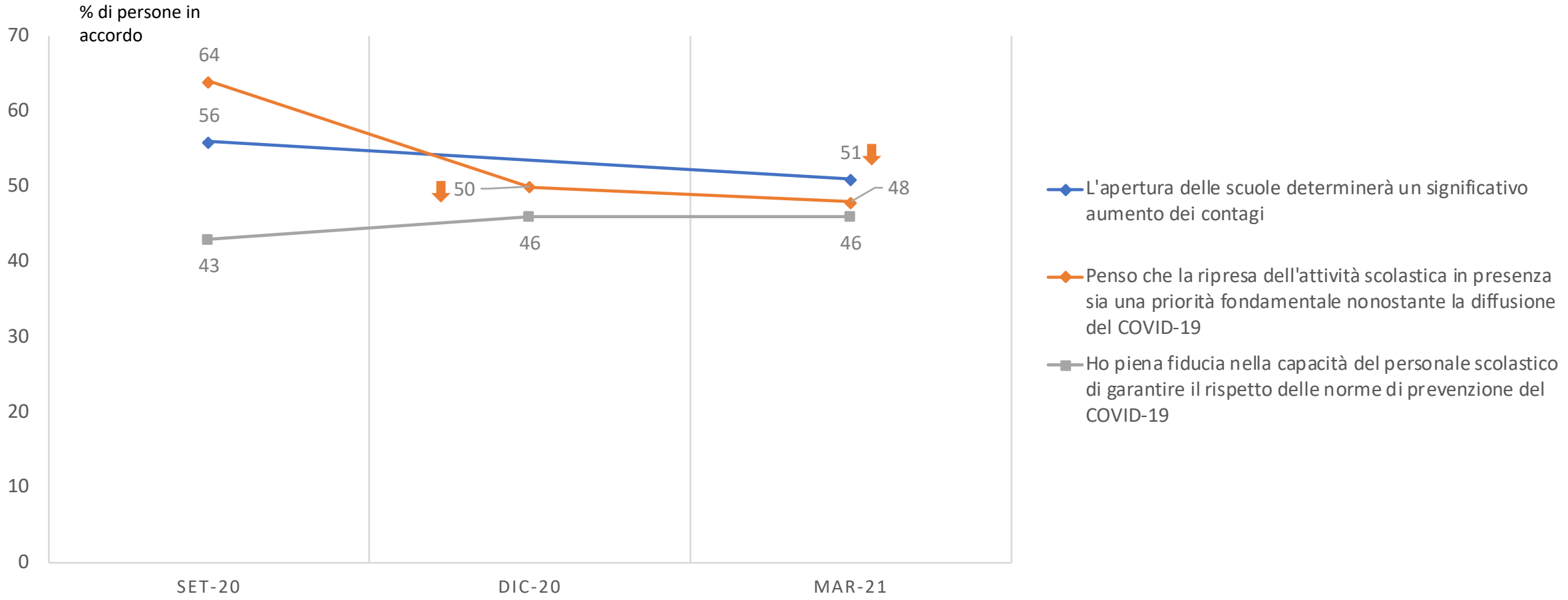
I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Scuola: atteggiamenti



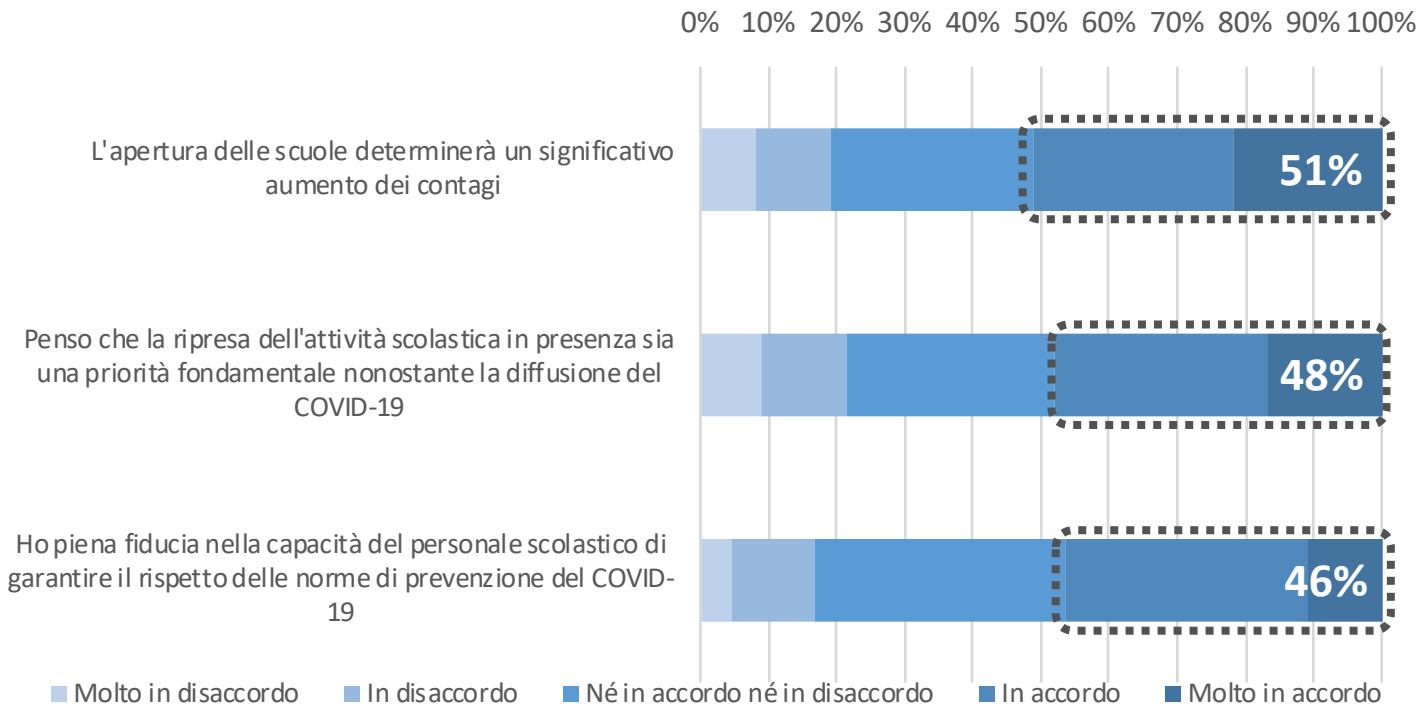
I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Scuola: atteggiamenti



I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Atteggiamenti verso la scuola: gruppi demografici



GENERE

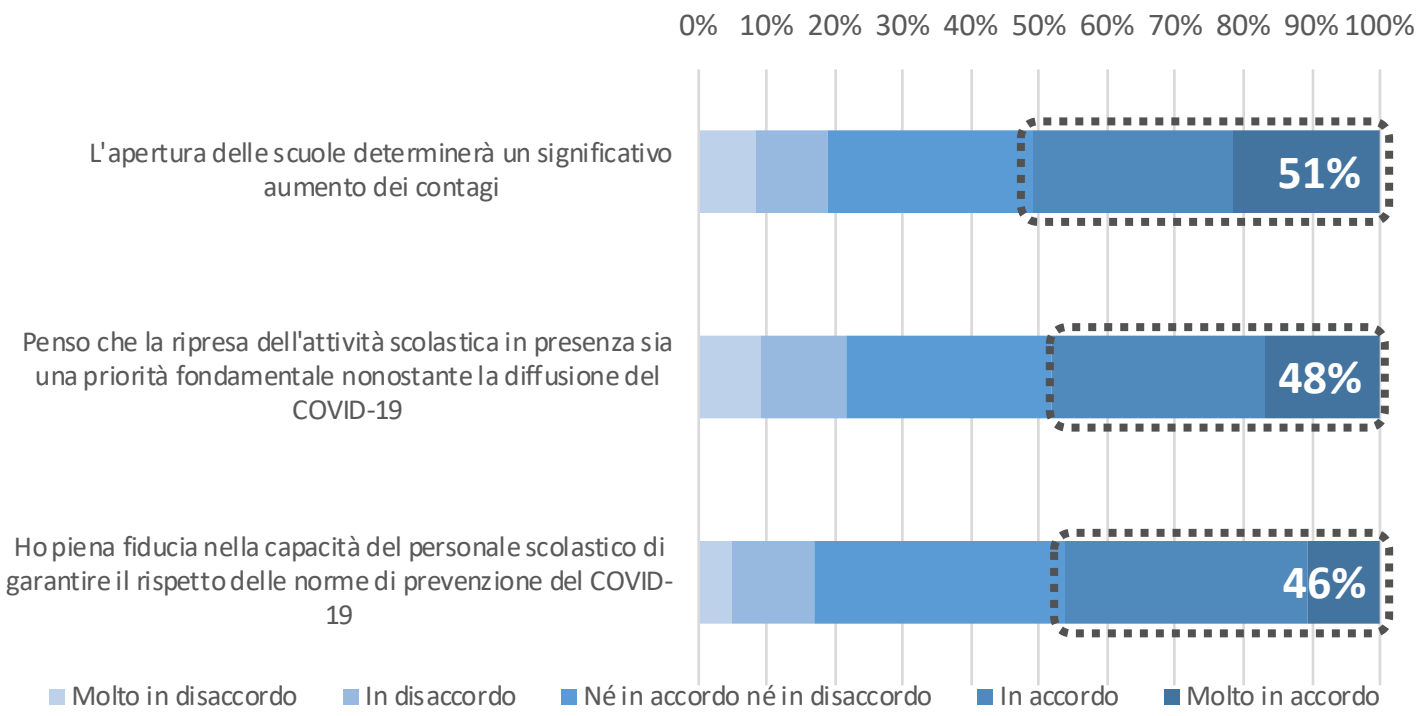
F	M
52%	50%
48%	48%
46%	46%

FASCE DI ETA'

18-34	35-59	>60
52%	49%	58% ↑
48%	47%	50%
37% ↓	46%	59% ↑

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Istruzione e reddito



TITOLO DI STUDIO

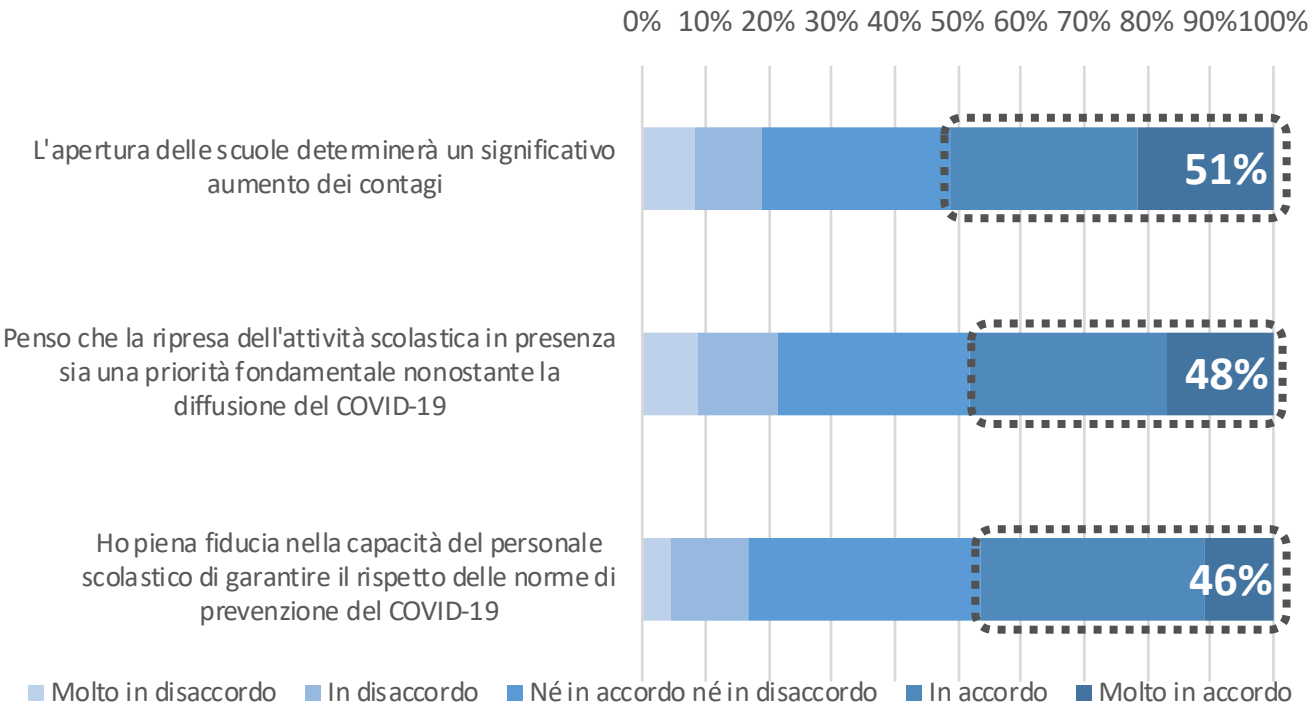
Licenza media o inferiore	Diploma	Laurea o superiore
45%	53%	51%
44%	48%	52%
44%	46%	47%

REDDITO

Basso	Alto
48% ↓	56% ↑
46%	50%
44%	51%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

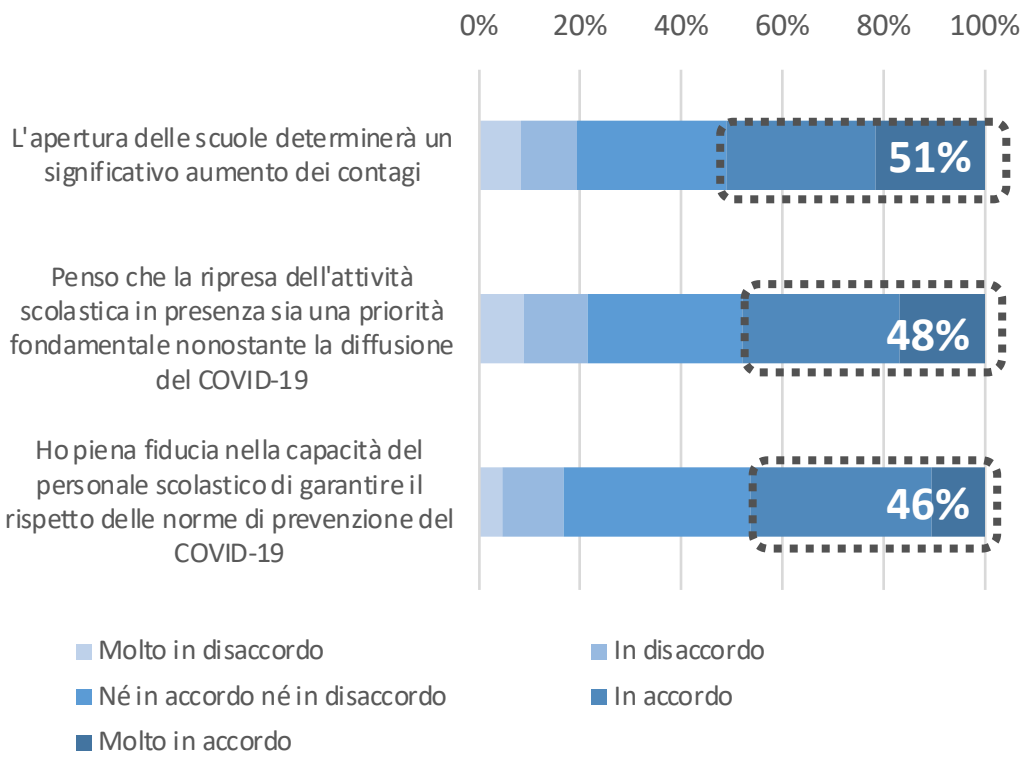
Atteggiamenti verso la scuola: aree geografiche



Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud e isole
48%	38% ↓	57% ↑	57% ↑
50%	49%	46%	47%
45%	50%	41%	49%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

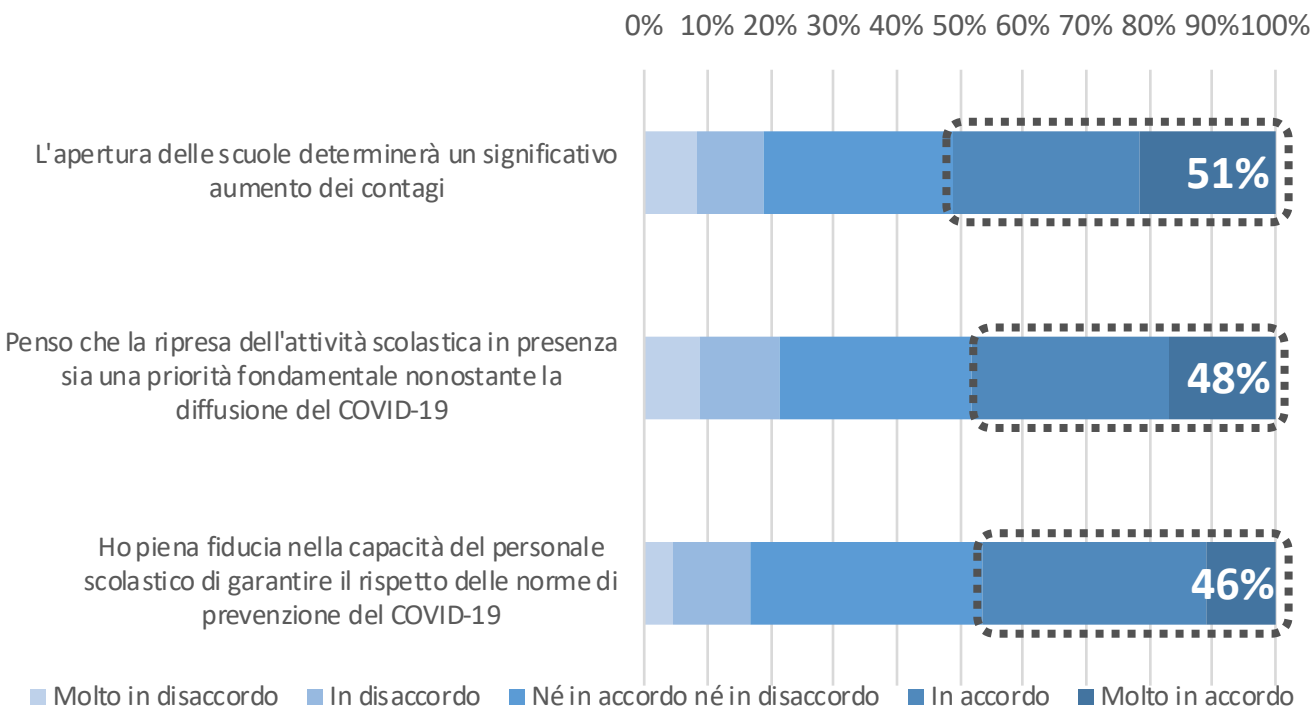
Atteggiamenti verso la scuola: lo stato psicologico



Blackout	Allerta	Adesione	Equilibrio	Stato d'ansia	Stato di depressione	Alto rischio di contagio percepito	Alto rischio economico percepito
60% ↑	47% ↓	51%	37% ↓	50%	49%	61% ↑	55% ↑
43% ↓	49%	50%	62% ↑	47%	48%	49%	53% ↑
44%	42% ↓	54% ↑	57% ↑	43% ↓	42% ↓	50% ↑	48%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

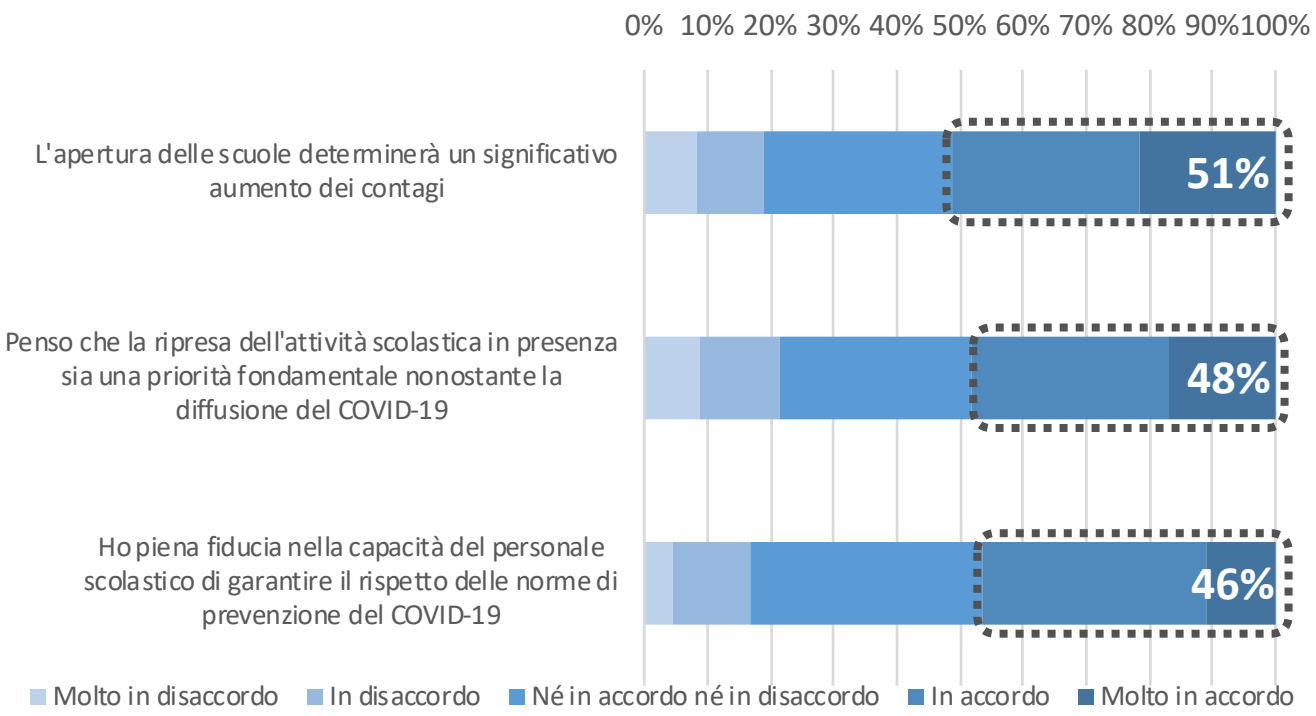
Atteggiamenti verso la scuola: la fiducia



Scarsa fiducia verso…		
La ricerca	Il sistema sanitario	Le istituzioni
40% ⬇	42% ⬇	47% ⬇
40% ⬇	42% ⬇	46%
26% ⬇	28% ⬇	35% ⬇

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

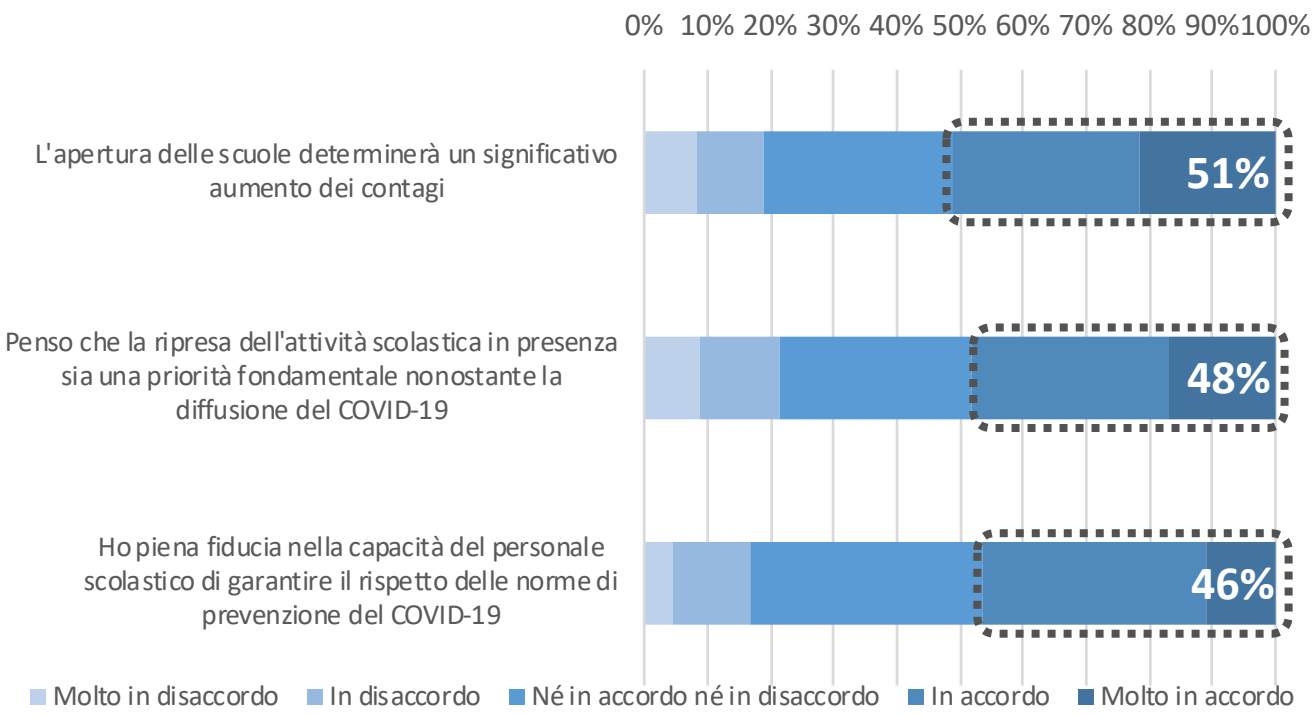
Atteggiamenti verso la scuola: i valori



Auto-affermanti (orientati verso sé)	Trascendenti (orientati verso l'altro)	Conservatori (orientati verso la tradizione)	Innovatori (orientati verso il cambiamento)
37% ↓	52% ↑	54% ↑	46% ↓
49%	47%	45%	50%
41%	46%	48%	42%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

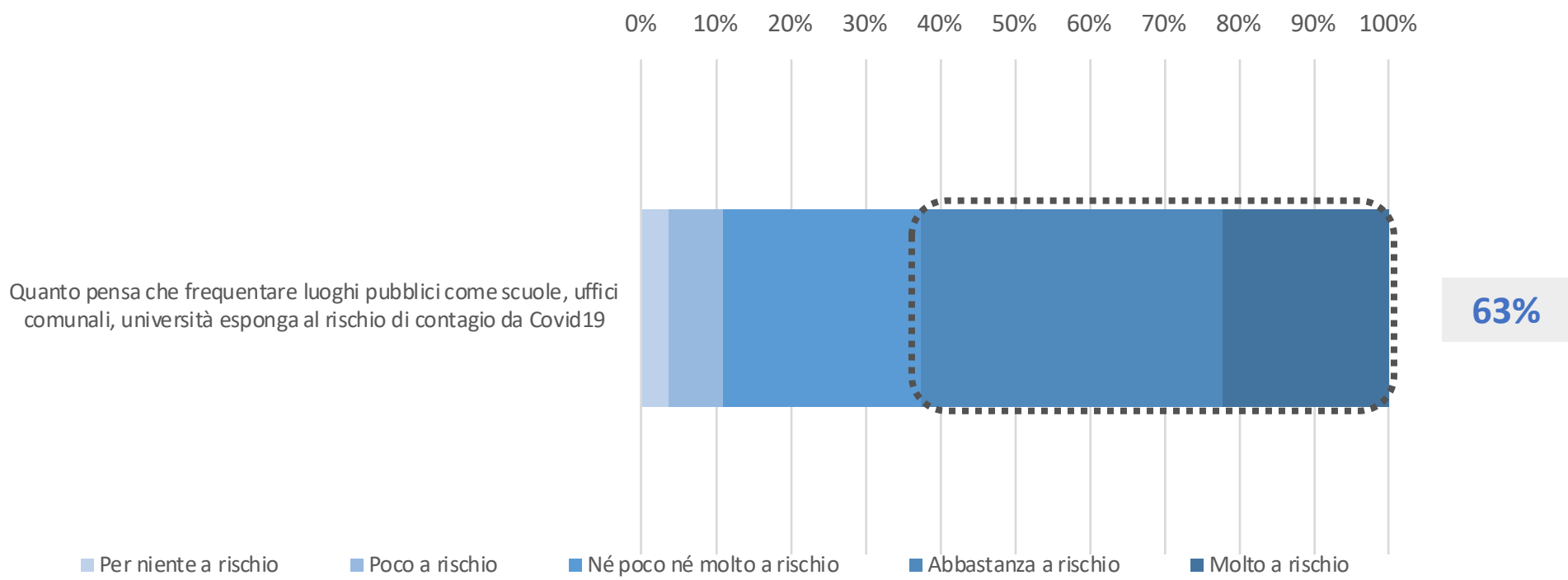
Atteggiamenti verso la scuola: l'orientamento politico



Orientamento politico centro-sx	Orientamento politico centro	Orientamento politico centro-dx	Nessun orientamento politico
54%	50%	49%	53%
42%	48%	52%	50%
44%	49%	46%	44%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

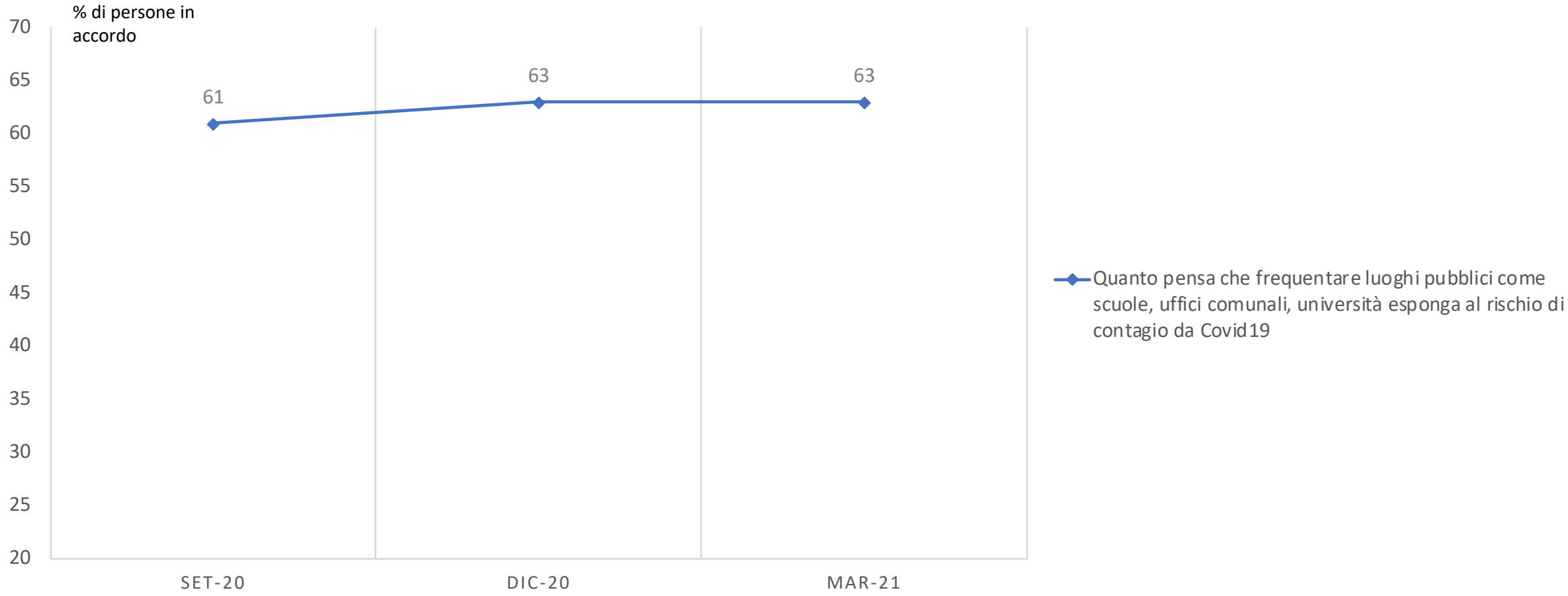
Scuola: percezione di rischio



63%

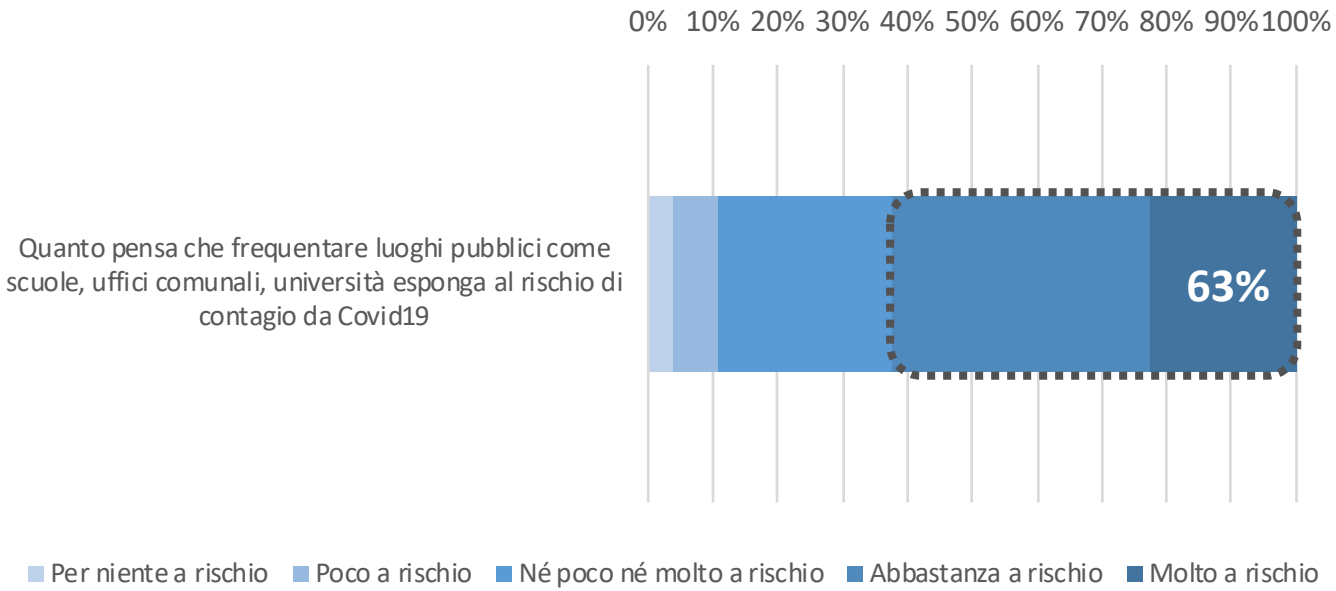
I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Scuola: percezione di rischio



I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Rischio a scuola: gruppi demografici



GENERE

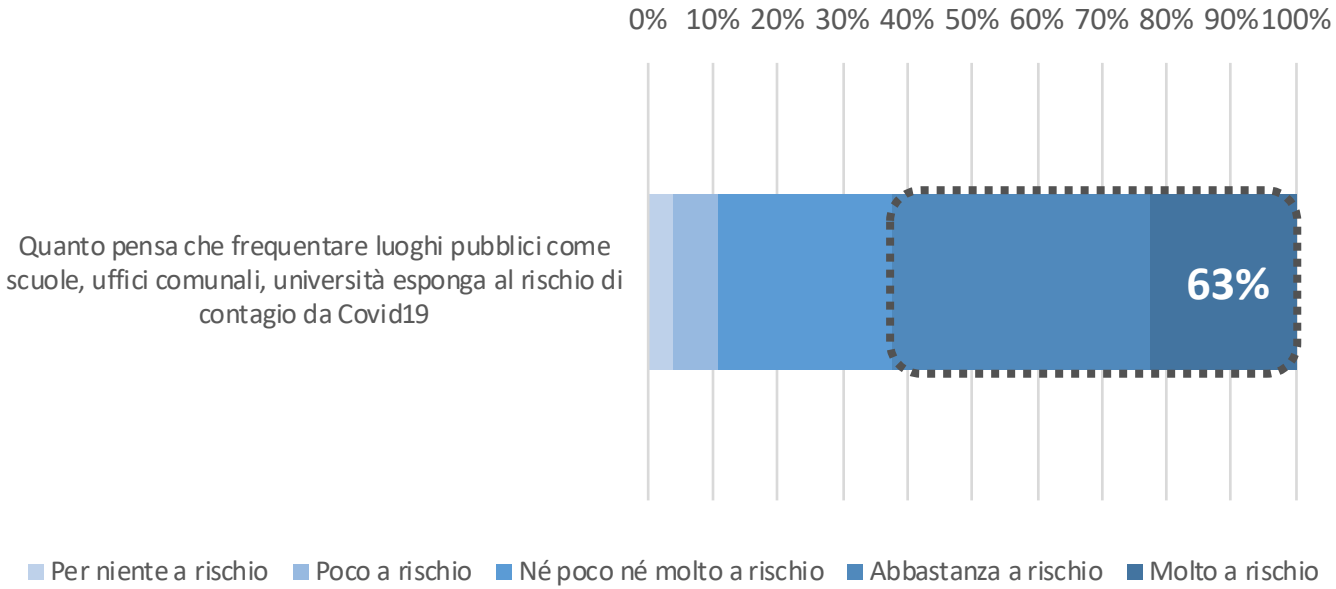
F	M
64%	61%

FASCE DI ETA'

18-34	35-59	>60
60%	61%	72% ↑

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Istruzione e reddito



TITOLO DI STUDIO

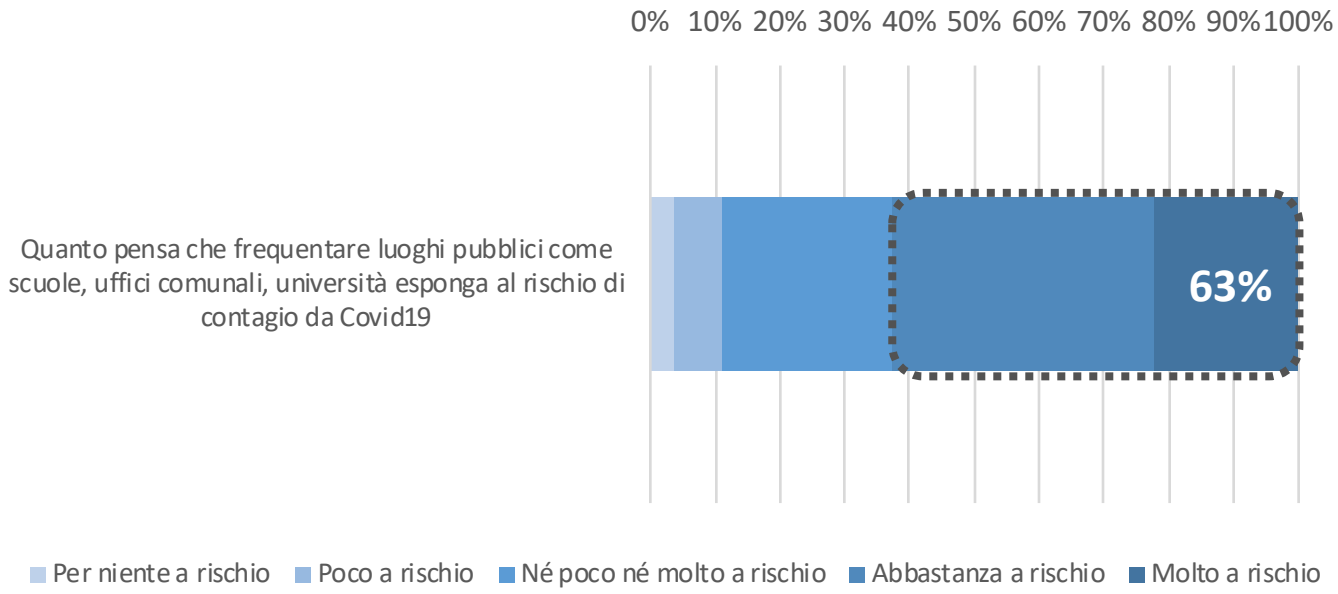
Licenza media o inferiore	Diploma	Laurea o superiore
65%	62%	62%

REDDITO

Basso	Alto
61% ↓	68% ↑

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

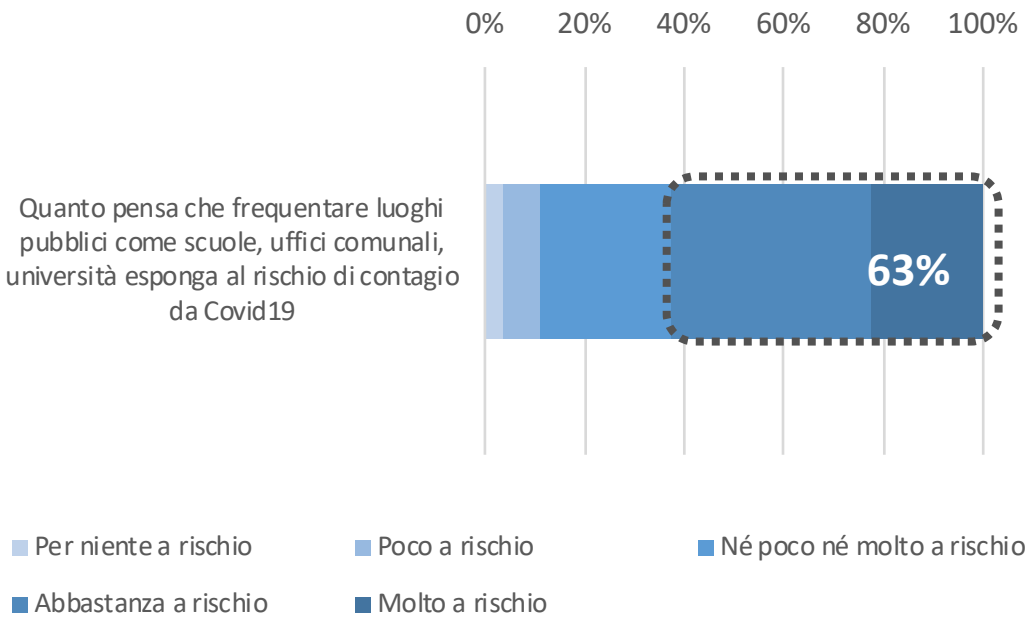
Rischio a scuola: aree geografiche



Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud e isole
63%	61%	60%	65%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

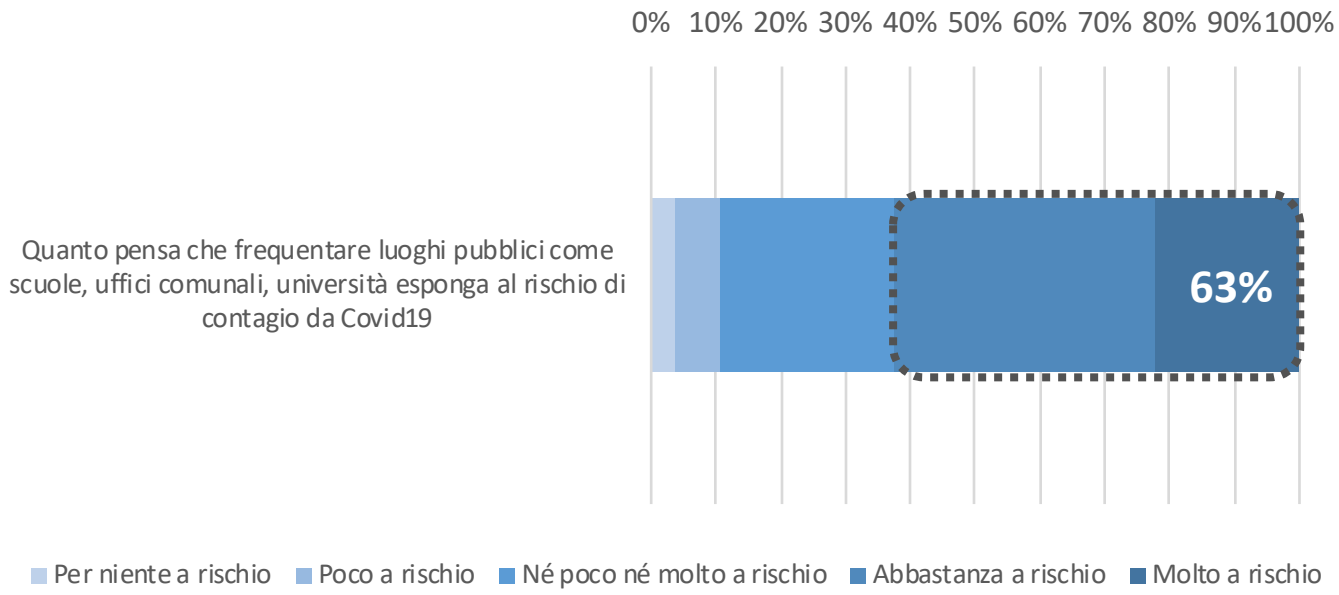
Rischio a scuola: lo stato psicologico

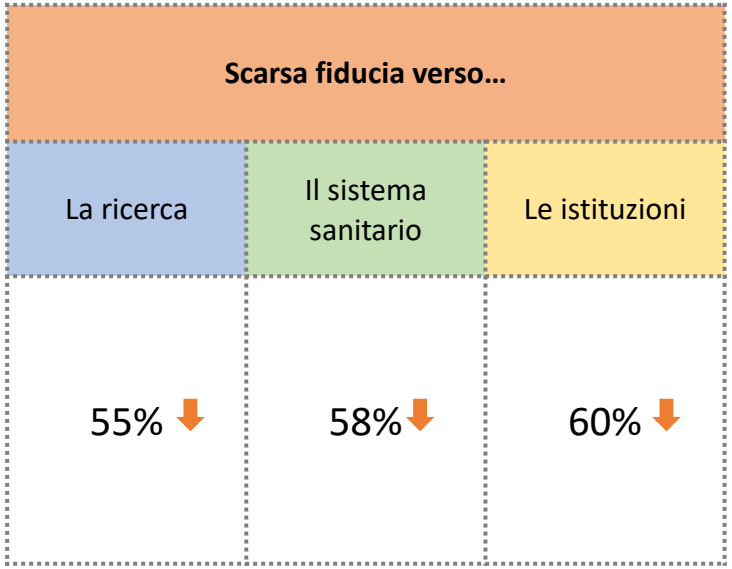


Blackout	Allerta	Adesione	Equilibrio	Stato d'ansia	Stato di depressione	Alto rischio di contagio percepito	Alto rischio economico percepito
69% ↑	61%	62%	49% ↓	64%	63%	78% ↑	68% ↑

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

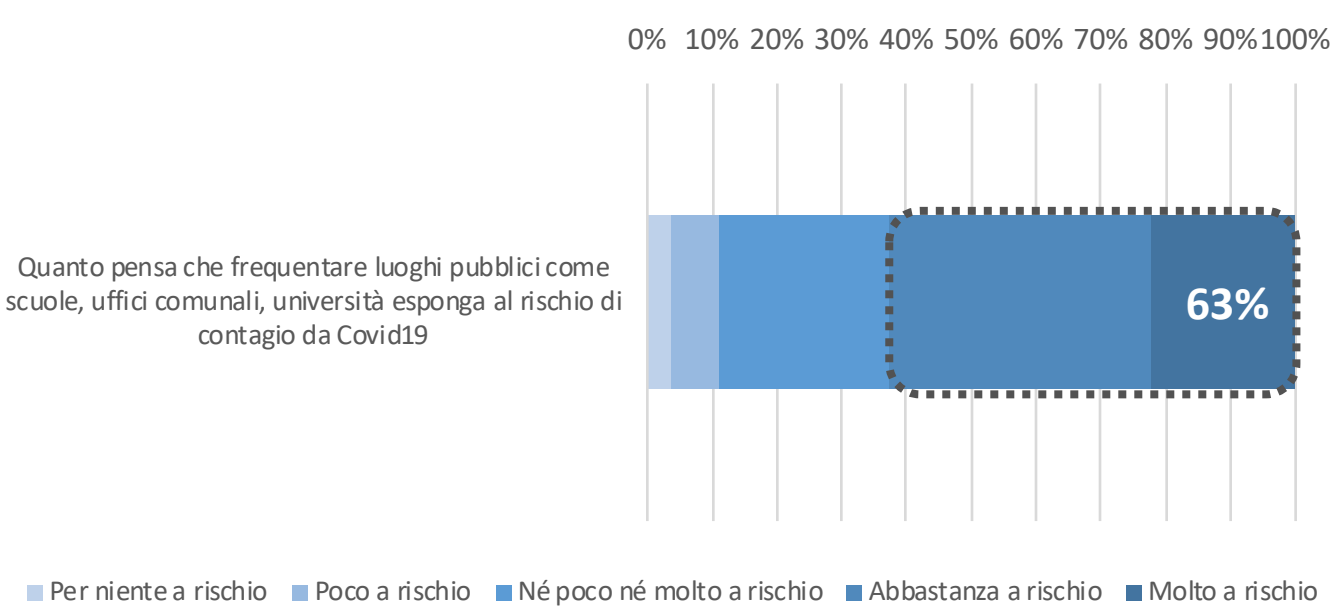
Rischio a scuola: la fiducia





I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

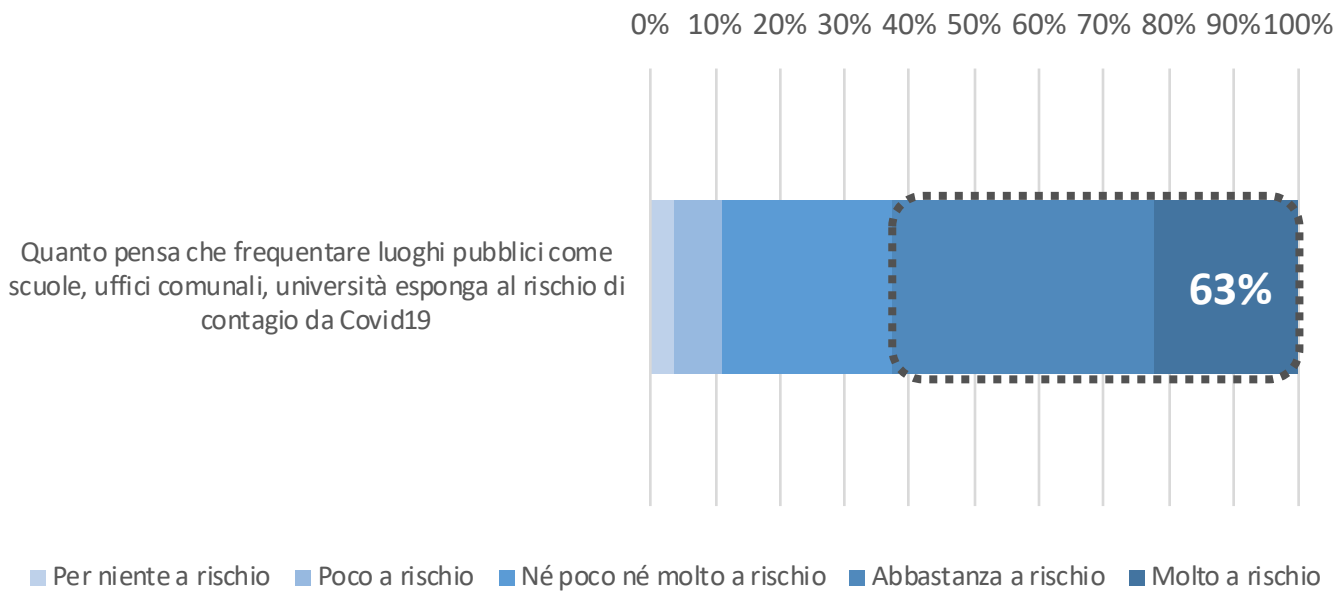
Rischio a scuola: i valori



Auto-affermanti (orientati verso sé)	Trascendenti (orientati verso l'altro)	Conservatori (orientati verso la tradizione)	Innovatori (orientati verso il cambiamento)
55%	63%	66% ↑	57% ↓

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Rischio a scuola: l'orientamento politico



Orientamento politico centro-sx	Orientamento politico centro	Orientamento politico centro-dx	Nessun orientamento politico
66%	63%	65%	58%

I contenuti sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso previa autorizzazione di EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center