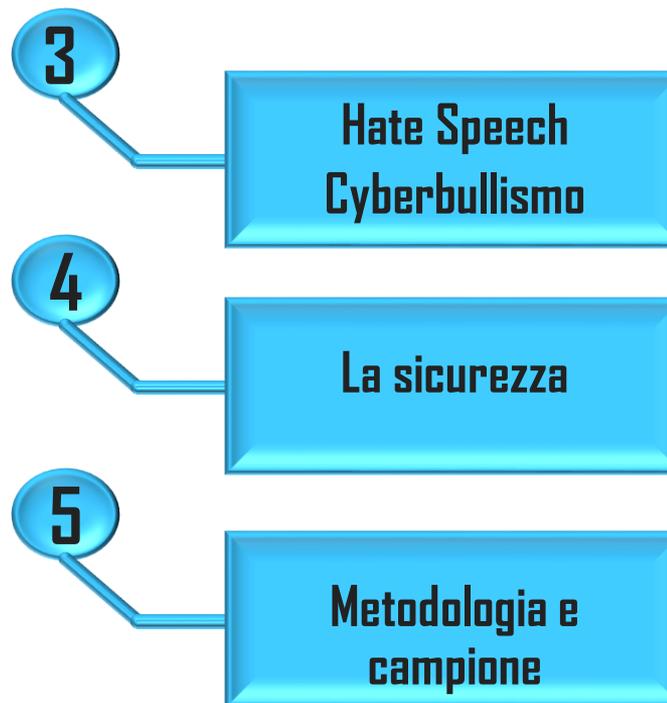


Panettone d'oro 2018: premio alla virtù civica dei milanesi



*Report preparato per: **Cartello**
delle associazioni sostenitrici del
Panettone d'oro*

Job .n. 17-056652-01
Milano, febbraio 2018

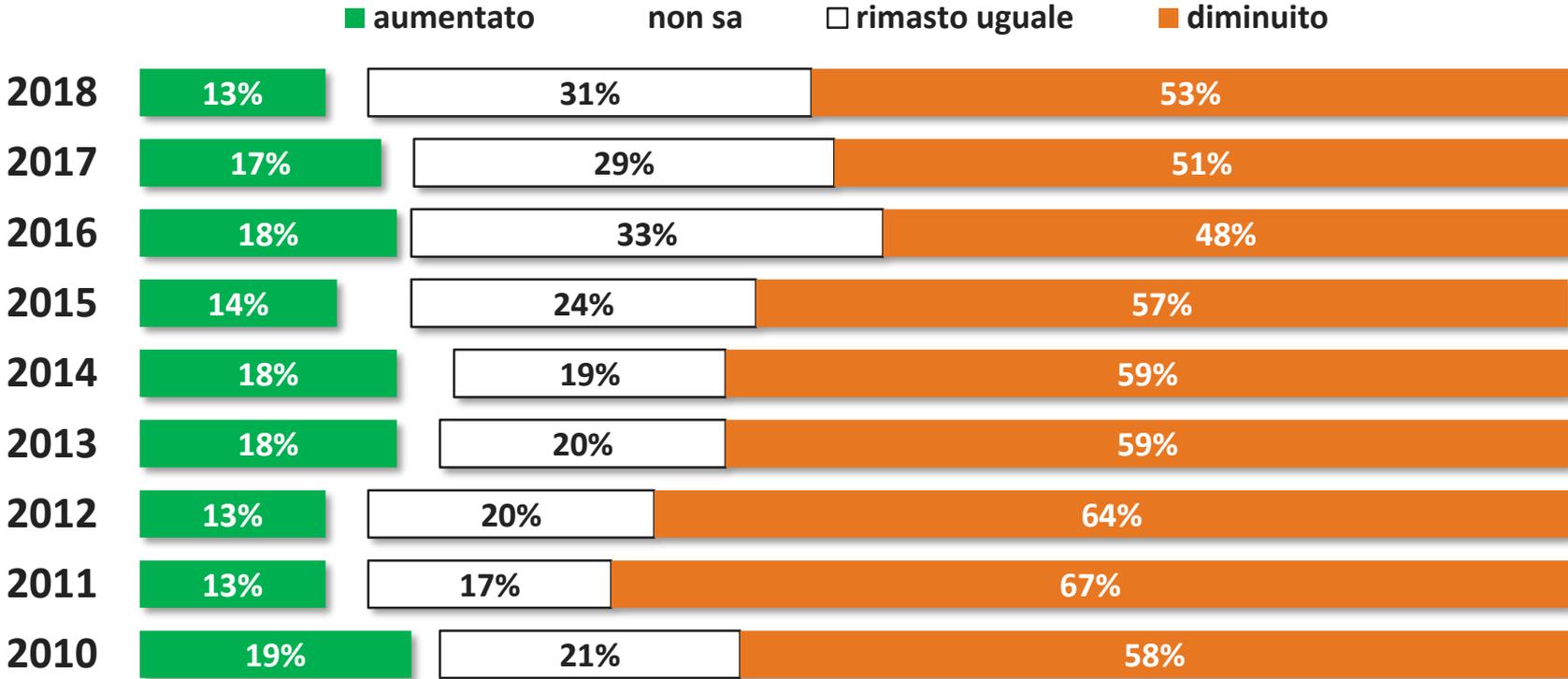




Il senso civico dei Milanesi

Andamento del senso civico dei milanesi

Pensando al senso civico dei milanesi, lei direbbe che negli ultimi anni sia...?

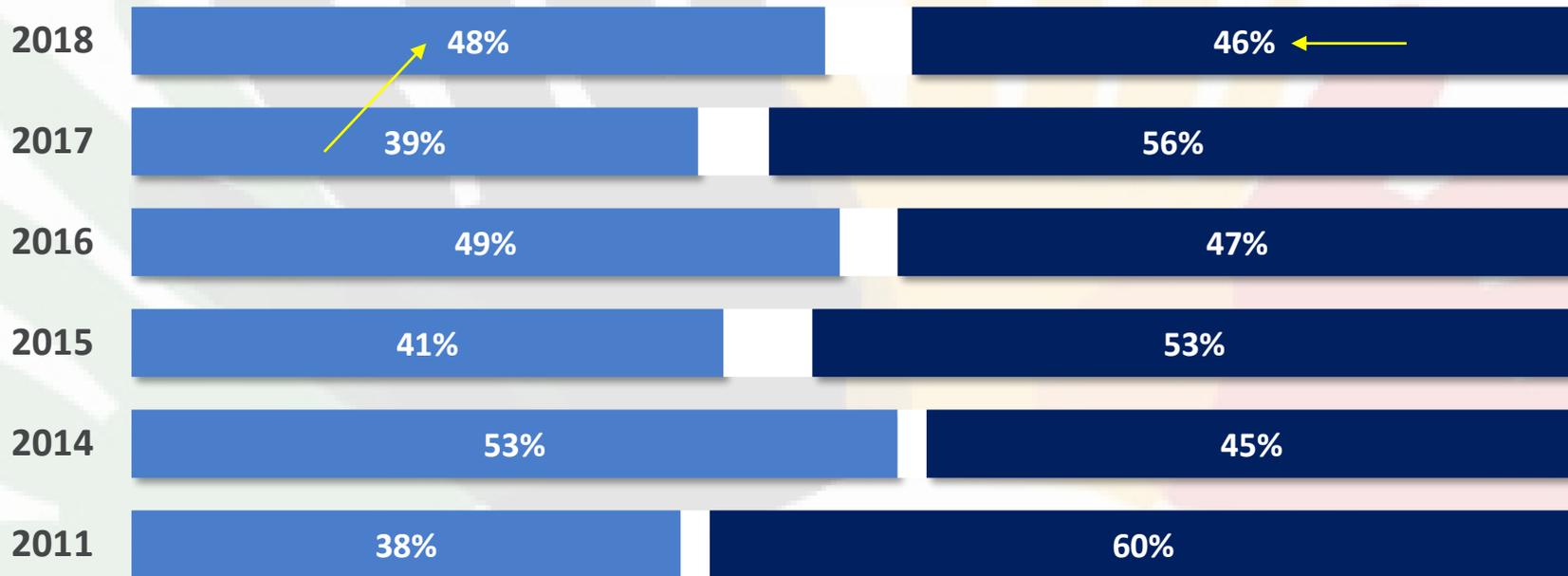


⁴ Base: Totale casi

I milanesi e la solidarietà

La maggioranza dei milanesi era nota in passato oltre che per l'attaccamento al lavoro e l'operosità, anche per avere un forte senso di solidarietà, una caratteristica in cui si riconosceva tutta la città, dai più ricchi ai più poveri. Oggi lei direbbe che ...

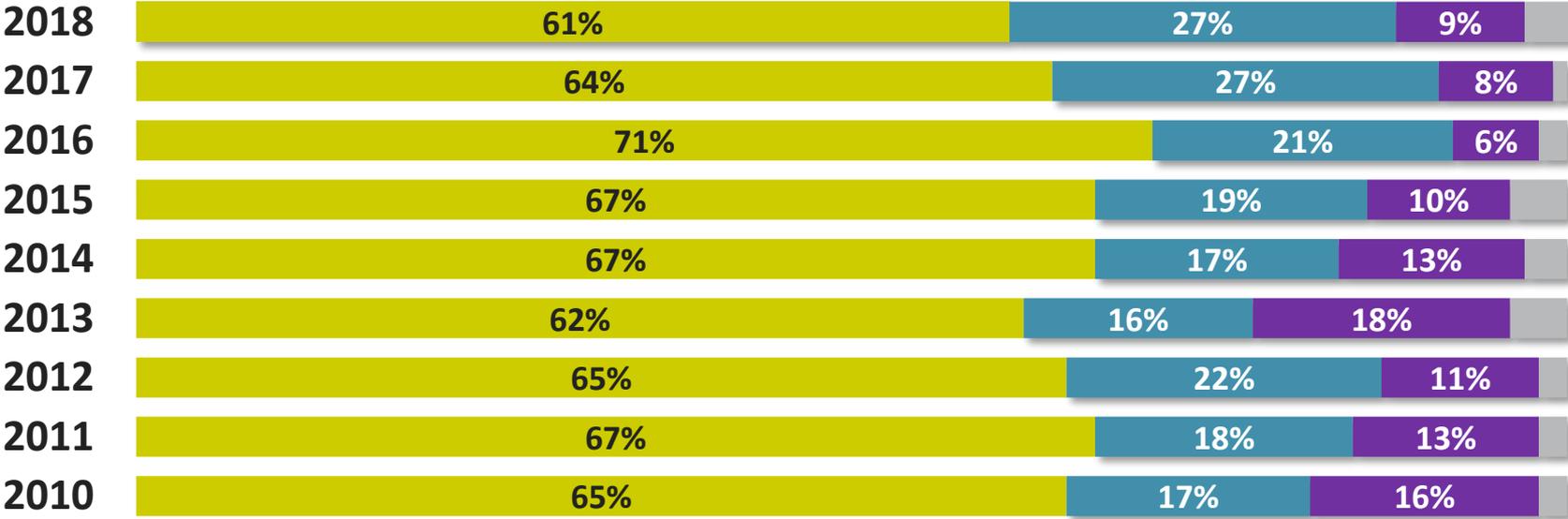
■ I milanesi continuano ad essere solidali con i più bisognosi ■ Non sa/non indica ■ I milanesi sono sempre più chiusi in loro stessi



Le fonti del senso civico

A suo parere, da quale sentimento nasce il senso civico di una persona, tra i tre seguenti?

- da una serie di valori morali individuali
- da un sentimento di appartenenza al territorio in cui si vive
- da un sentimento di fiducia nelle istituzioni
- (non sa)



6 Base: Totale casi

I comportamenti più riprovevoli - trend -

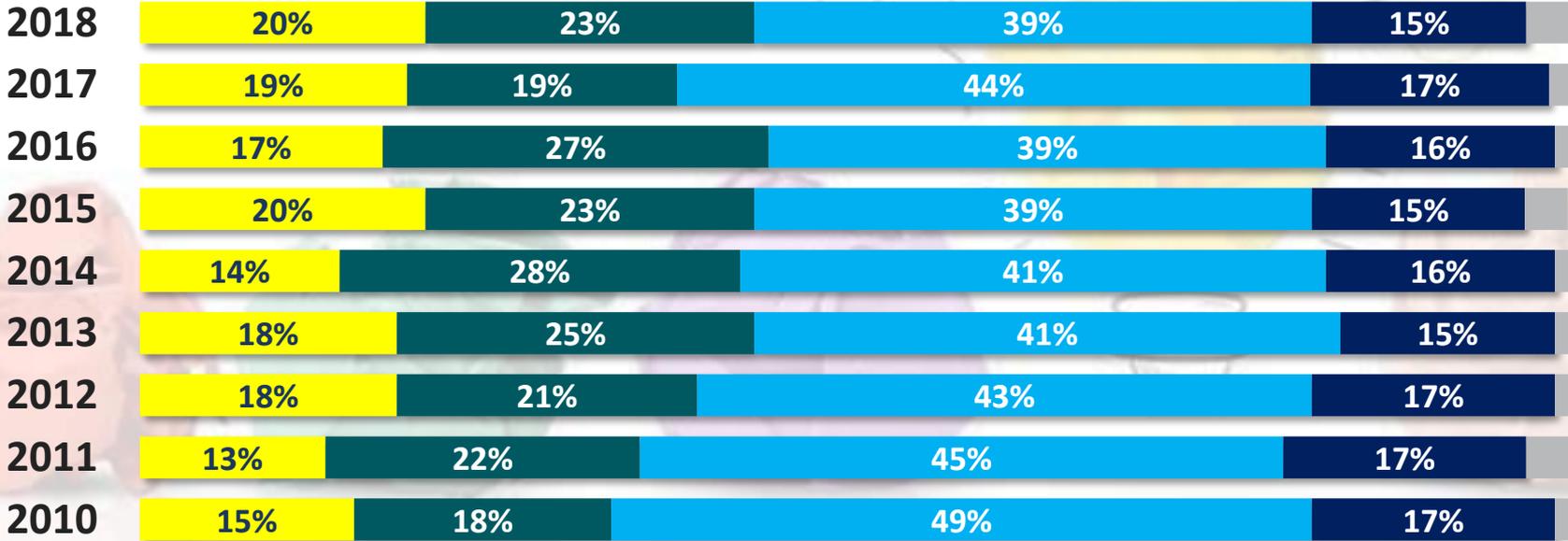
Le leggerò ora un elenco di comportamenti, mi dica a suo parere qual è quello più grave. E poi quale altro mi direbbe? E infine?

Comportamenti	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Offrire bustarelle in cambio di favori	71%	72%	71%	73%	66%	61%	60%	63%	60%
Non dichiarare al fisco tutto ciò che si guadagna	↓ 53%	62%	59%	56%	53%	58%	66%	58%	59%
Assentarsi dal lavoro per malattia quando non si è malati	48%	49%	54%	46%	38%	46%	36%	38%	38%
Abbandonare i rifiuti in un luogo pubblico	44%	40%	41%	35%	35%	34%	30%	32%	32%
Viaggiare sui mezzi pubblici senza biglietto	26%	23%	22%	18%	23%	22%	18%	12%	15%
Non segnalare al proprietario eventuali danni fatti involontariamente	25%	28%	25%	30%	23%	23%	27%	24%	25%
Non effettuare la raccolta differenziata	↑ 17%	10%	11%	13%	16%	13%	15%	21%	16%
Prelevare i soldi trovati in un portafoglio perso da qualcuno	14%	19%	20%	25%	30%	23%	27%	26%	29%

Per migliorare la cultura civica dei milanesi ...

In generale, quale potrebbe essere il metodo più efficace per migliorare la cultura civica dei milanesi?

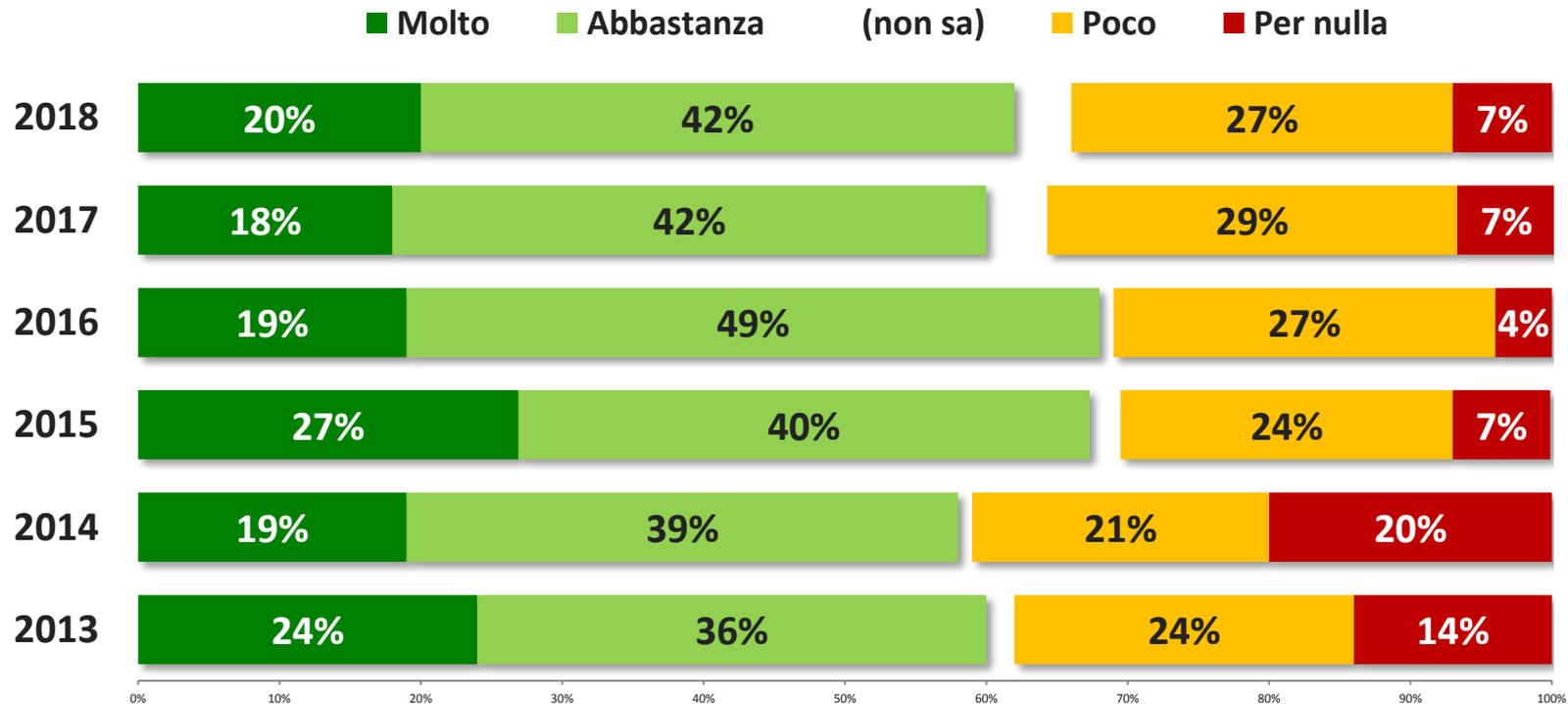
- Reprimere maggiormente i comportamenti non civici
- Aumentare i controlli sul territorio
- Educare al rispetto verso la collettività
- Far partecipare maggiormente i cittadini alle scelte
- (non sa)



8 Base: Totale casi

Utilità di un premio per la cultura civica

Lei quanto crede che possa essere utile, per favorire la cultura civica, stabilire un premio per i cittadini o le associazioni che si sono particolarmente distinti in questo ambito?

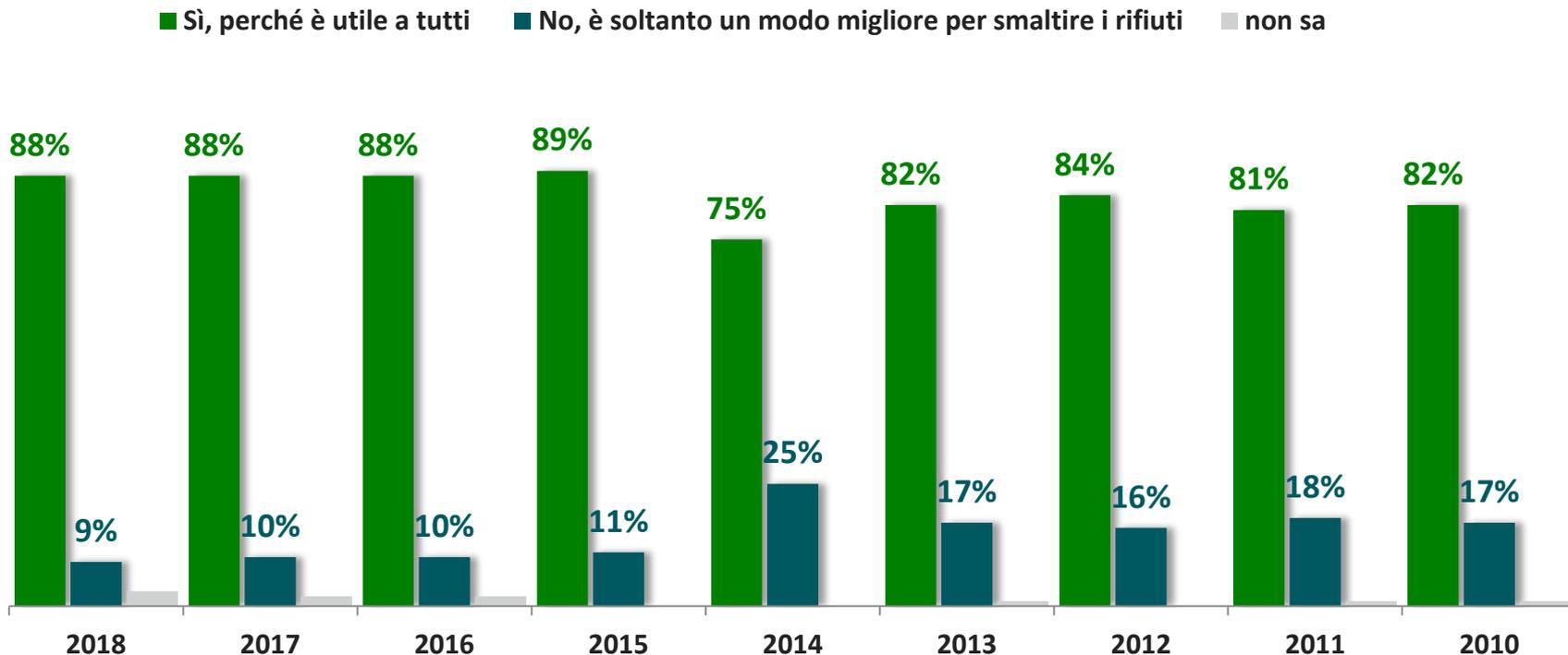




La raccolta differenziata

Raccolta differenziata e senso civico

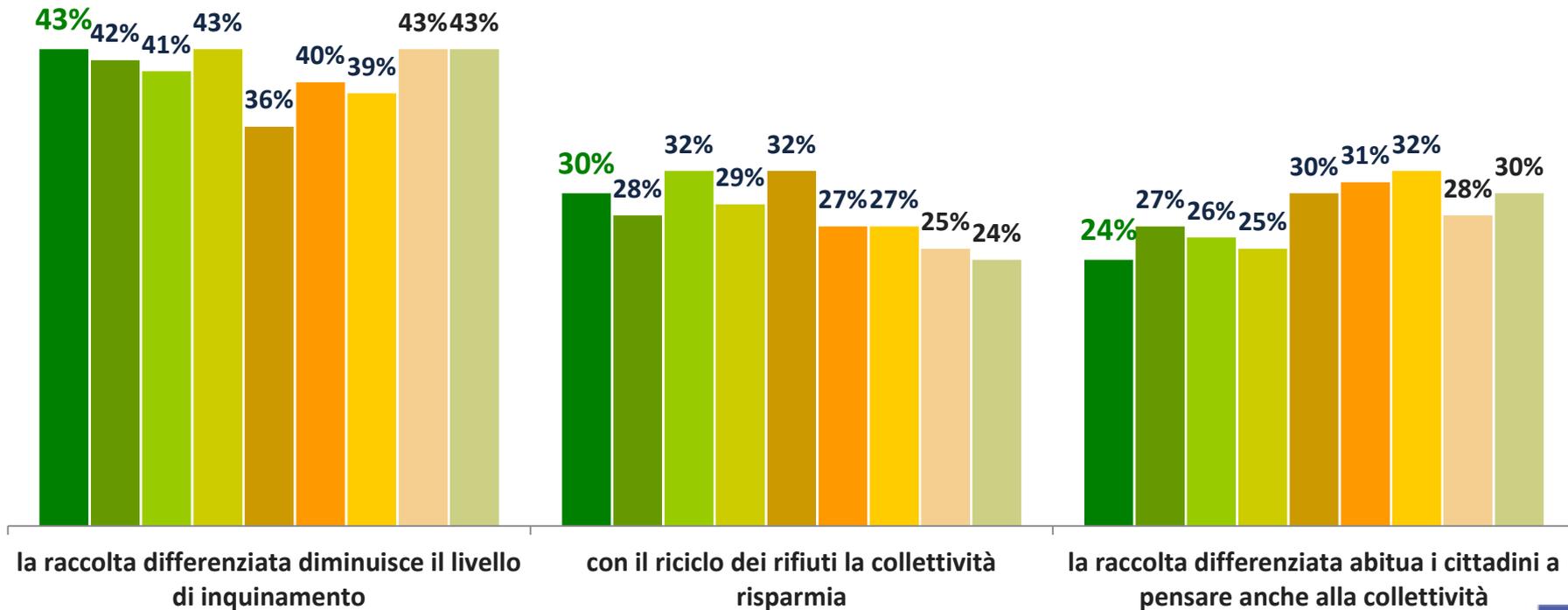
A suo parere, effettuare la raccolta differenziata è un indicatore di senso civico?



L'impatto principale della raccolta differenziata

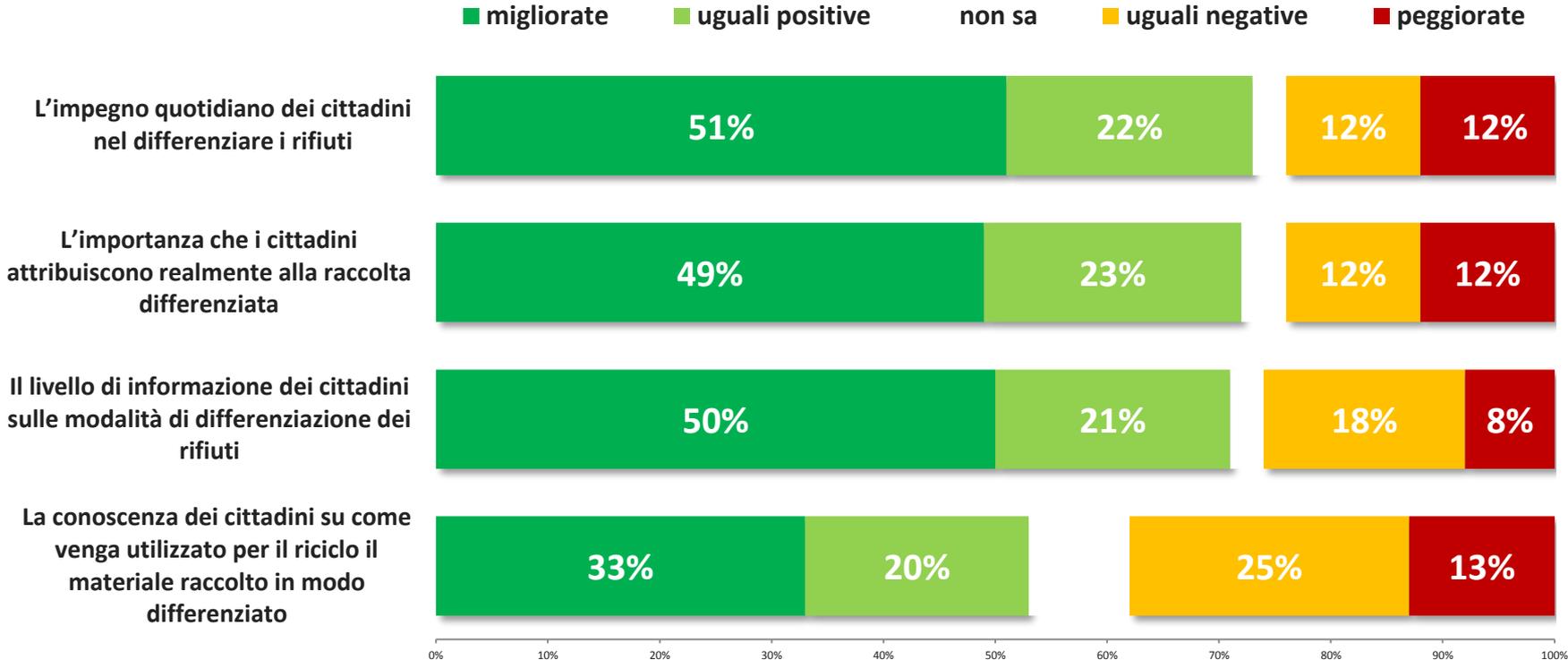
Su quale di questi tre aspetti la raccolta differenziata a suo parere ha l'effetto più rilevante?

■ 2018 ■ 2017 ■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ■ 2012 ■ 2011 ■ 2010



Andamento dei principali aspetti della raccolta differenziata

Sono ormai diversi anni che nella città di Milano è attivo il servizio di raccolta differenziata per i principali rifiuti. Per ognuno degli aspetti che ora le leggerò, a suo parere le cose negli ultimi anni sono migliorate, peggiorate o rimaste uguali?



HATE SPEECH



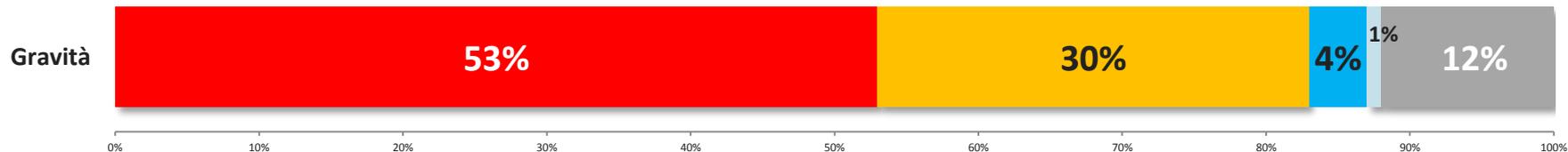
Il fenomeno HATE SPEECH: quanto è grave e se è in crescita

In rete capita di leggere o ascoltare hate speech. A suo parere quanto è grave questo aspetto nelle comunicazioni sul web?

Attivi: coloro che hanno almeno 3 account social e sono connessi almeno 2/3 ore al giorno

■ Molto grave ■ Abbastanza grave ■ Poco grave ■ Per nulla grave ■ non sa

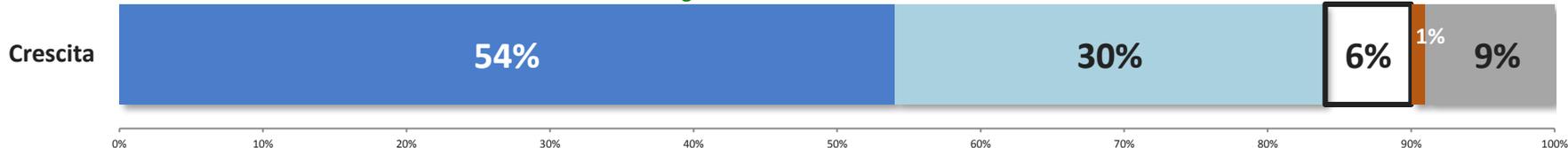
47% tra gli Attivi sui social



E secondo lei negli ultimi anni è un fenomeno in crescita oppure no?

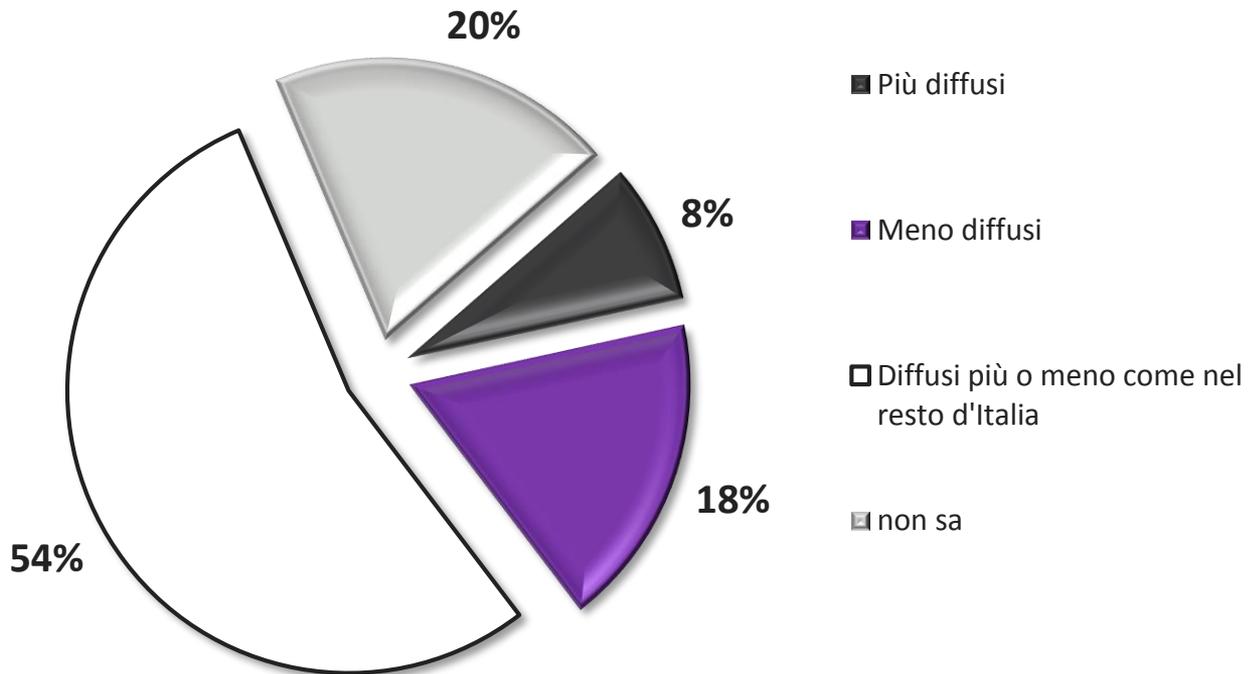
■ Molto in crescita ■ Un po' in crescita ■ Rimasto uguale, non cambiato ■ In diminuzione ■ non sa

43% tra gli Attivi sui social



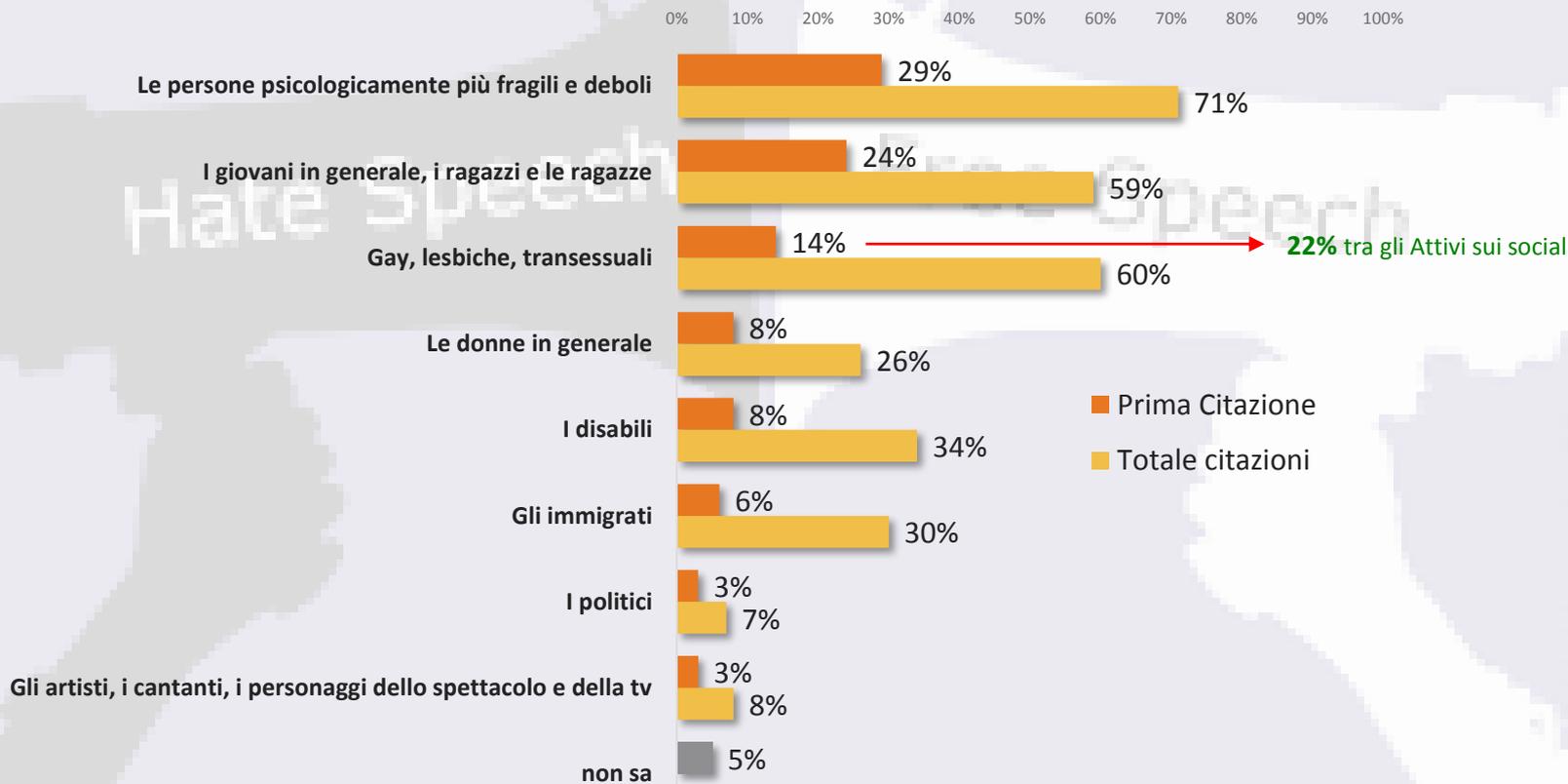
Il fenomeno HATE SPEECH a Milano

Secondo lei a Milano gli episodi di hate speech o cyberbullismo sono più o meno diffusi rispetto al resto dell'Italia?



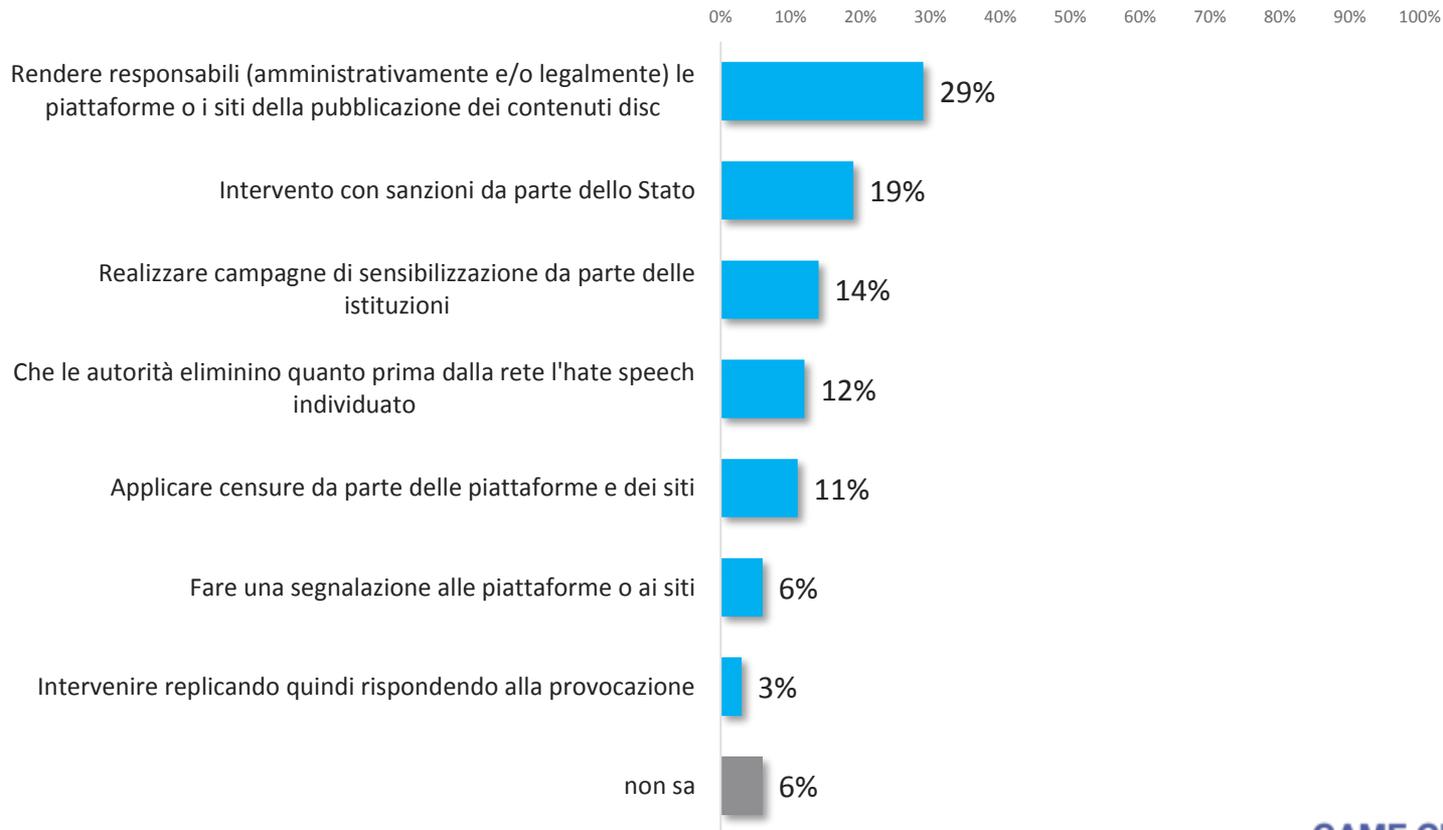
Quali soggetti sono PIU' DEGLI ALTRI vittime di Cyberbullismo?

A suo parere tra questi soggetti quali più degli altri sono vittime del cyberbullismo?



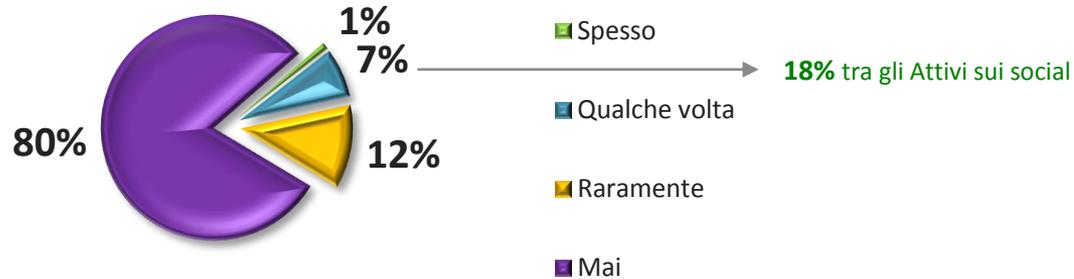
Cosa è più utile per contrastare gli episodi di hate speech

A suo parere fra queste qual è la cosa più utile per contrastare questi episodi di hate speech o cyberbullismo online?

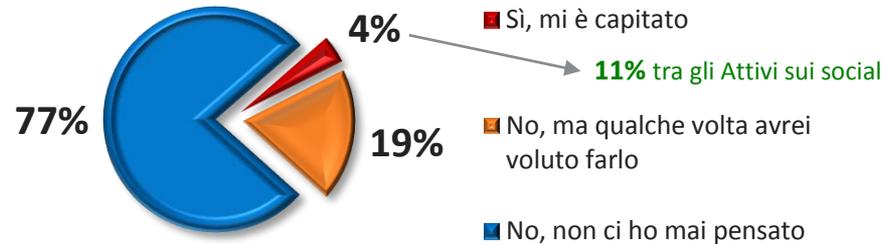


Esperienze personali di CYBERBULLISMO / HATE SPEECH

È mai stato vittima di un hate speech o cyberbullismo? Si è mai sentito offeso in prima persona da un discorso online di questo genere?



E a lei personalmente è mai capitato di reagire pesantemente sui social, o di denigrare un'altra persona, magari in un momento di rabbia?



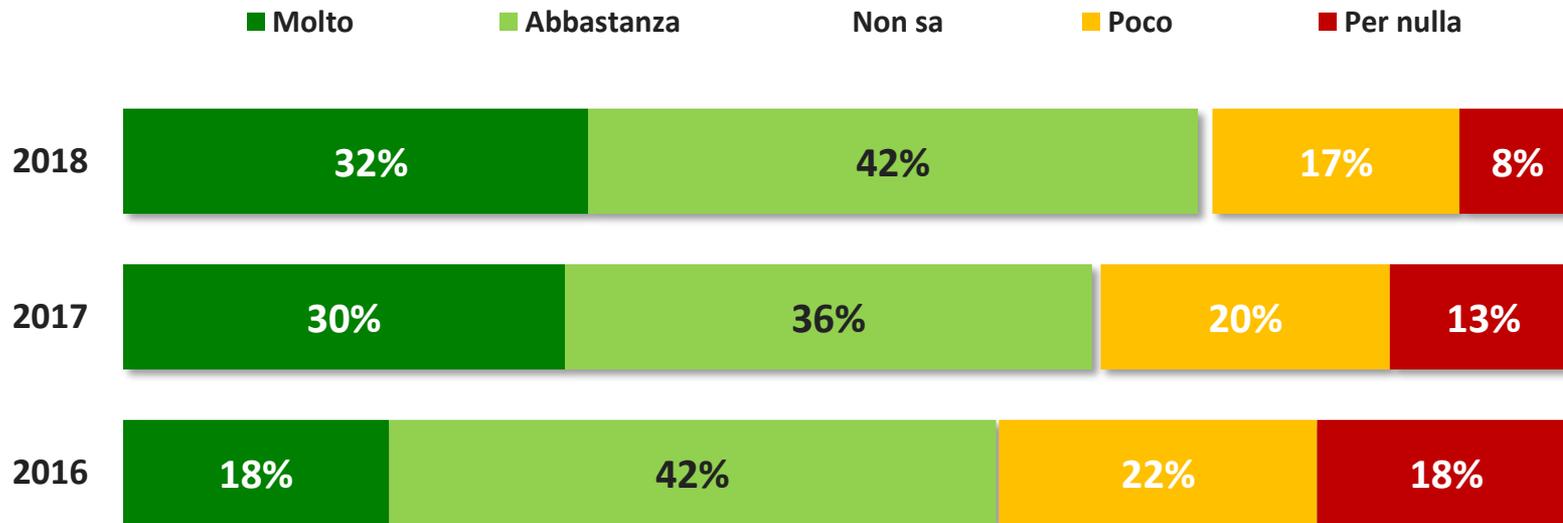


S I C U R E Z Z A

LA SICUREZZA

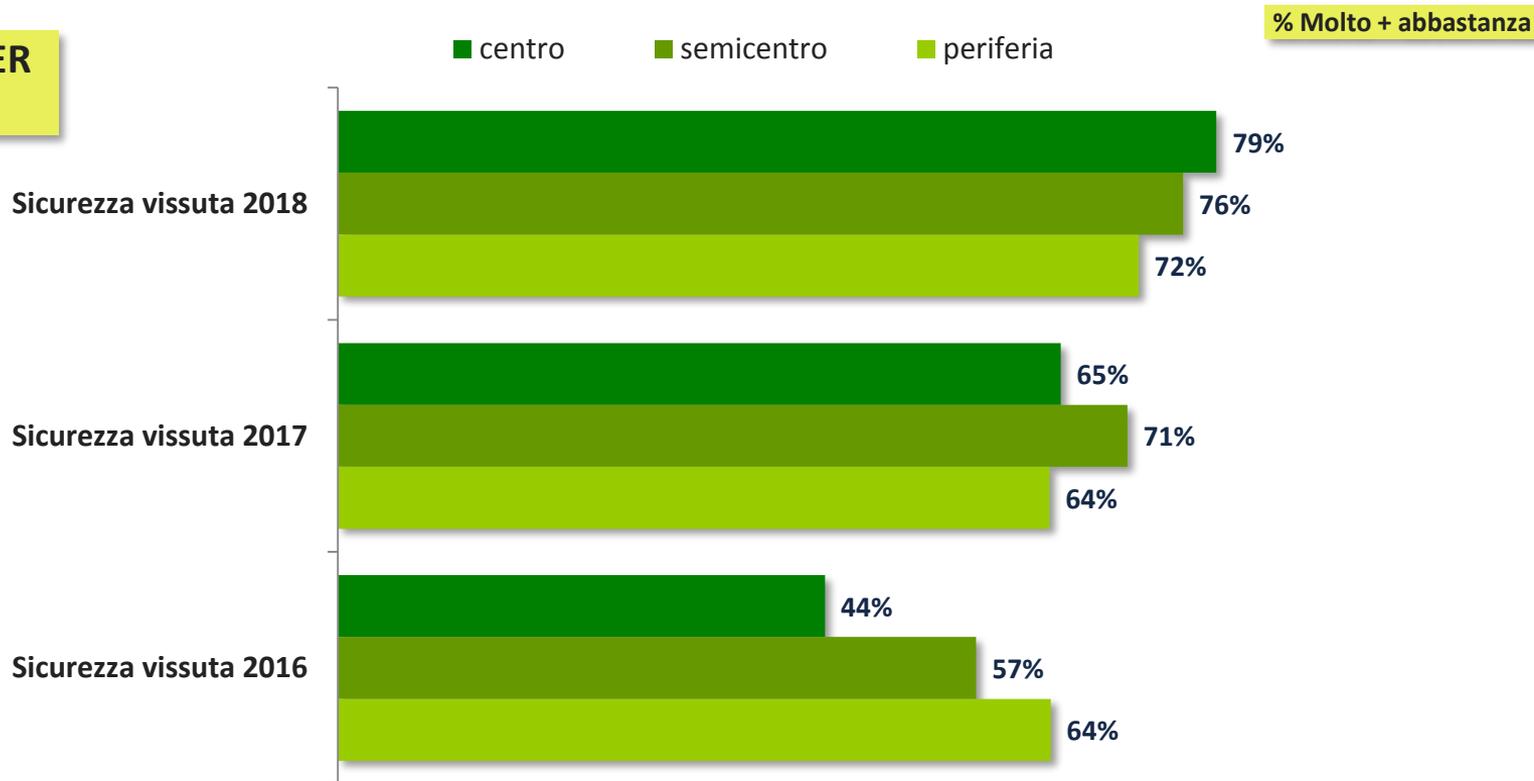
La sicurezza vissuta

SICUREZZA VISSUTA: Lei personalmente quanto si sente sicuro nella zona in cui vive?



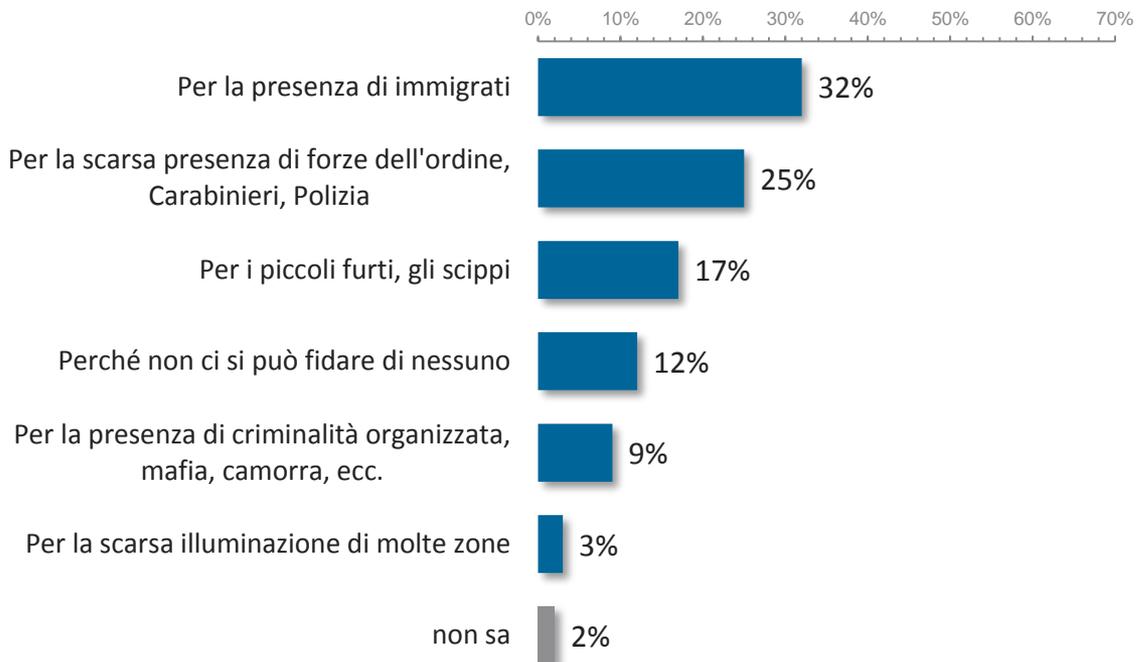
La sicurezza vissuta

ANALISI PER ZONA



Perché si sentono insicuri?

E per quale motivo soprattutto si sente insicuro?





METODOLOGIA E CAMPIONE

METODOLOGIA UTILIZZATA

Universo di riferimento

Individui residenti a Milano di 18 anni e oltre (circa 1,1 milioni, fonte ISTAT 2017)

Campione

Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, titolo di studio, zone di residenza

Metodologia

CAWI (Computer Assisted WEB Interview)

Interviste e margine d'errore

1000 casi realizzati fra 11 e 15 gennaio 2018
margine di errore compreso fra +/- 0,6% e +/- 3,1%

NOTA INFORMATIVA

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

Titolo del sondaggio: "Panettone d'oro 2018: premio alla virtù civica dei milanesi"

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: IPSOS SRL

Soggetto committente: Cartello delle associazioni sostenitrici del Panettone d'oro

Soggetto acquirente: Cartello delle associazioni sostenitrici del Panettone d'oro

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio: dall'11 al 15 gennaio 2018

Temi/Fenomeni oggetto del sondaggio (*economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*): il senso civico dei milanesi, hate speech, raccolta differenziata.

Popolazione di riferimento: popolazione residente a Milano di 18 anni e più.

Estensione territoriale del sondaggio: estensione al comune di Milano

Metodo di campionamento: campione stratificato e casuale, selezionato in base a quote di genere, età, titolo di studio e condizione lavorativa. Al campione in rientro è stata applicata una ponderazione (con metodo RIM weighting) per tutte le variabili di campionamento.

Rappresentatività del campione e margine di errore: il livello di rappresentatività del campione è del 95% e il margine di errore relativo ai risultati del sondaggio è compreso fra +/- 0,6% e +/- 3,1 per i valori percentuali relativi al totale degli intervistati (1000 casi).

Metodo di raccolta alle informazioni: sondaggio di opinione tramite metodologia CATI-CAWI

Consistenza numerica del campione di intervistati, numero dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate:

Interviste complete	1000	15,1%
Rifiuti	4178	63,4%
Sostituzioni	1420	21,5%
Totale contatti effettuati	6598	100,0%

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.