



Eurobarometro standard 78

**OPINIONE PUBBLICA NELL'UNIONE EUROPEA
Autunno 2012**

**RAPPORTO
NAZIONALE**

ITALIA

Questo sondaggio è stato commissionato e coordinato dalla Commissione europea,
Direzione generale della Comunicazione

Il rapporto è stato realizzato per la Rappresentanza della Commissione europea in Italia.

Questo documento non rappresenta il punto di vista della Commissione europea.
Le interpretazioni e le opinioni presenti nel rapporto sono attribuibili esclusivamente agli autori.

Eurobarometro standard 78 / Autunno 2012 – TNS Opinion & Social

INDICE

INTRODUZIONE.....	2
1 LE PRIORITÀ E I RISULTATI DELL'UE.....	3
1.1 L'Ue e la crisi.....	3
1.2 L'euro.....	4
1.3 Schengen e mercato interno.....	4
2. CITTADINANZA E DIRITTI.....	7
2.1 Cittadinanza europea.....	7
2.2 Diritti.....	8
2.3 Il diritto di iniziativa dei cittadini Ue.....	9
3. MEDIA E UE.....	10
3.1 Gi italiani e i media.....	10
3.2 L'informazione sull'Ue.....	11
3.3 I social media.....	12
CONCLUSIONI.....	13

INTRODUZIONE

L'Eurobarometro Standard è il sondaggio più importante condotto a livello europeo sulle opinioni dei cittadini Ue. Le domande si concentrano sui principali temi della politica europea e sulle tematiche di volta in volta più di attualità. Le indagini sono effettuate regolarmente a partire dal 1973. All'Eurobarometro standard, che riunisce le risposte dell'intero campione europeo, sono annessi i rapporti nazionali sulle opinioni dei cittadini dei singoli Stati membri.

Per l'Eurobarometro 78 i sondaggi sono stati condotti su scala europea tra il 3 e il 18 Novembre 2012 da TNS Opinion & Social per conto della Commissione europea. In totale sono state effettuate 32.731 interviste con cittadini di tutti i 27 Stati membri (inclusi gli abitanti della Comunità Turco Cipriota), e dei sei Paesi candidati all'adesione: Croazia, Turchia, Islanda, Serbia, Montenegro ed ex Repubblica Iugoslava di Macedonia. Il campione è costituito da cittadini residenti nei rispettivi Paesi e di età superiore ai 15 anni.

I dati di questa versione nazionale dell'Eurobarometro 78 sono stati raccolti nel periodo tra il 3 e il 18 Novembre 2012, e riguardano un campione di 1.032 cittadini italiani. I sondaggi sono stati condotti in Italia dall'Istituto TNS Infratest.

Alcuni risultati del sondaggio Eurobarometro 78 sono già stati pubblicati nel dicembre 2012. Questo secondo e conclusivo rapporto tratta con maggiore approfondimento le opinioni degli italiani in materia di cittadinanza europea, e del rapporto tra italiani e media.

Il rapporto si concentra nella prima parte sulle opinioni espresse dagli italiani sulle priorità e sui risultati dell'Unione europea con paragrafi dedicati alla crisi economica, all'euro e al giudizio sull'area di libera circolazione di Schengen e sul mercato interno europeo.

Nella seconda parte si analizzano in modo specifico le opinioni degli italiani in materia di cittadinanza europea e il livello di informazione sui diritti che tale cittadinanza comporta. L'ultimo paragrafo si sofferma sul diritto di iniziativa legislativa e sulle probabilità di farne uso, espresse dagli intervistati.

Il capitolo conclusivo del rapporto fa il punto sulla relazione tra italiani e media. Prendendo le mosse dall'analisi degli organi di informazione più utilizzati dagli italiani, si analizzano le preferenze per l'acquisizione di informazioni sull'attualità politica europea e nazionale. L'ultimo paragrafo è dedicato al crescente fenomeno dei social media, e alla funzione politica che gli italiani ad essi attribuiscono.

1. LE PRIORITÀ E I RISULTATI DELL'UE

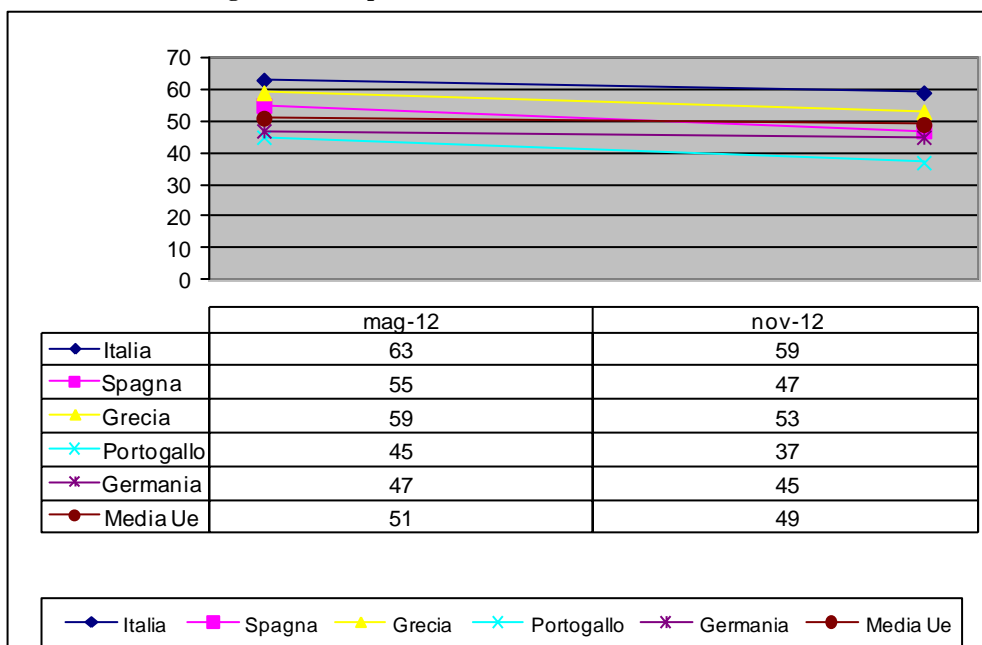
1.1 l'Ue e la crisi

Contrastare la crisi economica resta la priorità, ma per una percentuale calante del campione

L'Unione europea dovrebbe primariamente concentrarsi sulla lotta alla crisi economica, in particolar modo dando sostegno alle aziende in difficoltà e impegnandosi a creare posti di lavoro. È l'opinione prevalente sia in Italia che in Europa in risposta ad una domanda su ciò che ci si aspetta dall'Unione europea.

E tuttavia, l'emergenza creata dalla crisi economica e sociale sembra adesso coinvolgere una percentuale meno ampia del campione. Gli italiani che ponevano la lotta alla crisi in cima alle priorità Ue erano il 63% lo scorso maggio, quando sono stati raccolti i dati dell'ultimo sondaggio Eurobarometro, mentre sono adesso calati al 59%.

Tab. 1: Quali priorità per l'Ue?
(Nel grafico il campione che indica la lotta alla crisi economica)



Allo stesso modo, tra il campione dei 27 paesi Ue, la priorità crisi è ora condivisa dal 49% degli intervistati, a fronte del 51% registrato nel precedente rilevamento. È una tendenza prevalente nella maggior parte dei paesi Ue, compresi quelli più colpiti da recessione e disoccupazione. In Grecia, in Spagna

e in Portogallo sono in calo coloro che considerano la lotta alla crisi come prima priorità dell'Ue.

Lo governance europea e la cooperazione tra stati figurano al secondo posto nella lista di aspettative che i cittadini italiani ed europei nutrono verso l'Unione europea, con il 28% dei consensi in entrambi i campioni.

1.2 L'euro

Aumentano gli italiani che elogiano la moneta unica

La domanda sulle priorità che i cittadini italiani ed europei individuano per l'Unione europea includeva anche una risposta sull'abbandono dell'euro. Solo il 2% degli intervistati europei ha scelto questa opzione.

Tra il campione italiano soltanto l'1% si aspetterebbe dall'Ue l'abbandono dell'euro. In termini assoluti, si tratta di 8 intervistati su un campione italiano complessivo di 1032.

Aumentano invece gli italiani che considerano la moneta unica il risultato più positivo raggiunto dall'Unione europea. Sono ora il 31% rispetto al 29% dello scorso maggio in un campione che ha anteposto all'euro soltanto la libera circolazione delle persone, dei beni e dei servizi, come migliore risultato dell'Ue. Anche tra il campione dell'eurozona, il 32% riconosce all'euro di essere il principale risultato dell'Ue.

Avendo a disposizione una risposta multipla, un altro 20% degli intervistati italiani ritiene inoltre che il potere economico dell'Ue e la sua influenza politica nel mondo siano tra i principali successi del progetto comunitario.

1.3 Schengen e mercato interno

La libera circolazione di persone, merci e servizi è il principale successo dell'Ue...

Il 46% degli intervistati italiani dichiara che la libertà di muoversi da un paese all'altro dell'Unione europea, insieme alla possibilità di libera circolazione per beni e servizi, sono le principali conquiste dell'Unione europea. La percentuale è in aumento rispetto al 43% registrato a maggio.

Anche tra il campione europeo emerge la stessa tendenza. Il 52% vede nell'area di libero movimento di Schengen e nel mercato interno europeo i più

grandi successi dell'Ue, un punto percentuale in più rispetto all'ultimo rilevamento.

Il mantenimento della pace è il secondo più grande risultato dell'Ue per il campione europeo, mentre per gli italiani giunge al terzo posto dopo l'euro.

...ma pochi ne approfittano

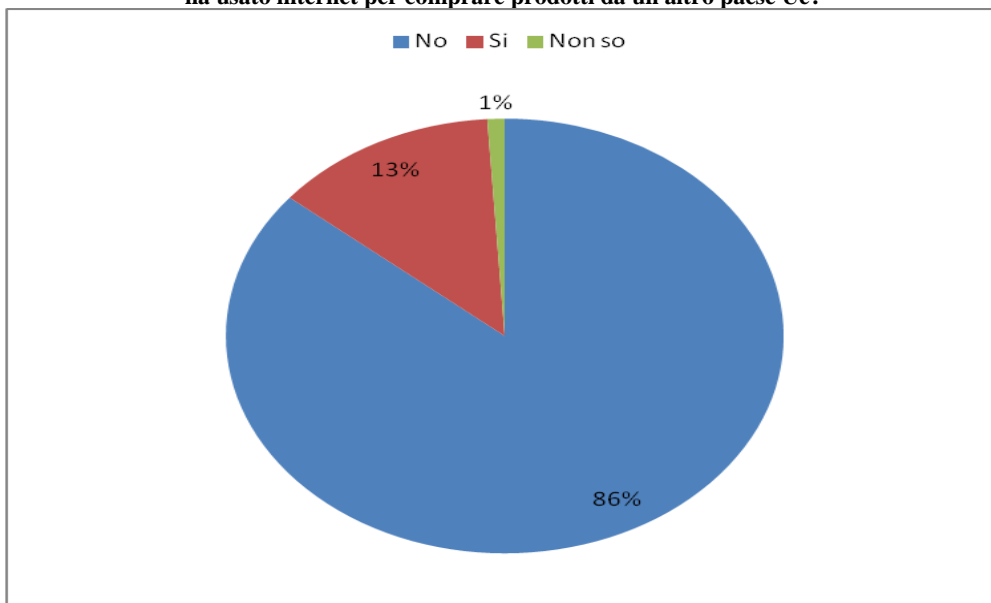
Nonostante i cittadini riconoscano all'Unione europea di aver permesso la libera circolazione delle persone, la netta maggioranza del campione sia italiano che europeo dice di non aver mai beneficiato di questo progresso.

Il 55% degli italiani e il 54% dei cittadini Ue non ritiene di aver fruito dei vantaggi dell'assenza di frontiere tra i paesi dell'Unione europea membri dell'area Schengen.

Non stupisce quindi che oltre due terzi del campione italiano (69%) dichiara di non aver visitato nessun paese dell'Unione europea negli ultimi dodici mesi. Lo stesso vale per il 59% degli europei.

Inoltre, nell'arco dell'ultimo anno soltanto un italiano su tre (34%) ha avuto contatti con cittadini di altri paesi Ue. La percentuale sale però al 48% tra i giovani di età tra i 15 e i 24 anni, e al 43% nella fascia di età tra i 25 e i 39.

Tav. 2: Negli ultimi dodici mesi ha usato internet per comprare prodotti da un altro paese Ue?



Anche il mercato interno resta una conquista di cui fregiarsi ma che pochi sfruttano concretamente. Solo il 13% degli italiani nel corso degli ultimi 12 mesi ha usato internet per acquistare un prodotto in un altro paese Ue.

Viaggiando poco, non sorprende inoltre che il 59% degli italiani dice di non aver mai beneficiato delle regole Ue sul roaming che riducono le tariffe per le telefonate mobili da un altro paese europeo. Lo dice anche il 68% degli europei.

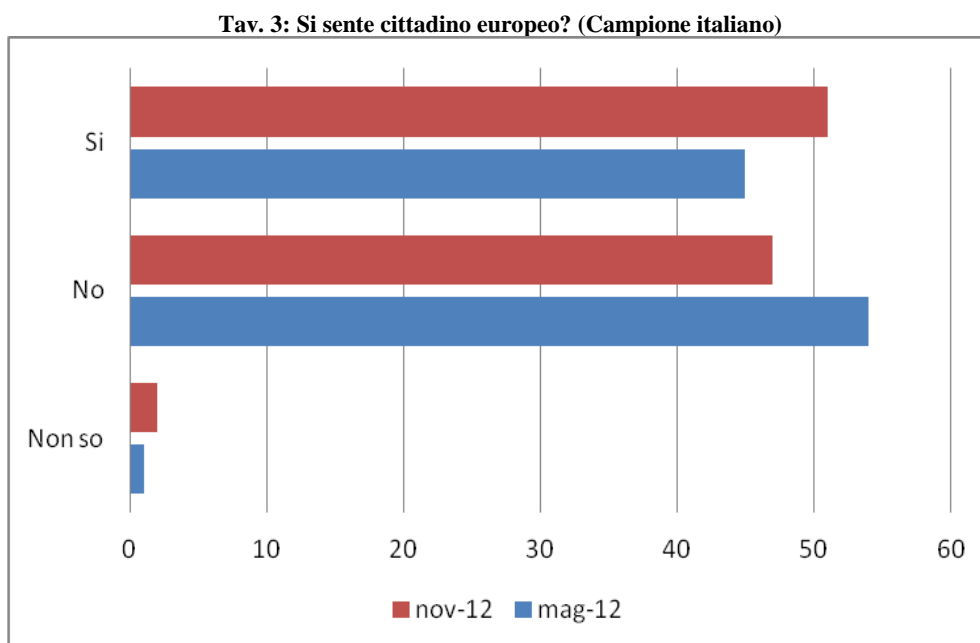
Il 55% degli italiani e il 68% degli europei dichiara inoltre di non avere mai tratto vantaggio da voli meno costosi o dalla più ampia scelta di compagnie aeree, che è frutto diretto della liberalizzazione del trasporto aereo decisa a livello Ue.

2. CITTADINANZA E DIRITTI

2.1 Cittadinanza europea

La maggioranza degli italiani si sentono cittadini europei

Il 51% degli intervistati italiani dicono di sentirsi cittadini europei, seppure il 47% continua a non sentirsi tale. Il dato è capovolto rispetto all'ultimo sondaggio del maggio scorso quando il 54% degli intervistati italiani avevano dichiarato di non identificarsi con l'idea di cittadinanza europea, a fronte del 45% di favorevoli.



Si sentono cittadini europei soprattutto gli adulti di età tra i 40 e i 54 anni (in questa fascia anagrafica si registra una percentuale del 58%). Anche tra i giovani la maggioranza assoluta del campione condivide questo valore, con il picco del 54% nella fascia tra i 15 e i 24 anni, e il 51% tra i 25 e i 39 anni. Il sentimento è invece meno diffuso tra gli ultra-cinquantacinquenni (45%). Gli uomini condividono la cittadinanza Ue (54%) più delle donne (49%). I manager (66%) e lavoratori autonomi (62%) più dei pensionati (42%) e dei disoccupati (44%).

Il senso di appartenenza ad una comune cittadinanza europea cresce in parallelo con il livello di istruzione. È inoltre più forte al Nord che in altre aree del paese. La maggioranza assoluta del campione si sente cittadino europeo nel Nord Est (60%), nel Sud (58%) e nel Nord Ovest (52%). La maggioranza è invece scettica al Centro (60%, mentre solo il 39% condivide il senso di appartenenza all'Europa) e nelle Isole (57% di scettici).

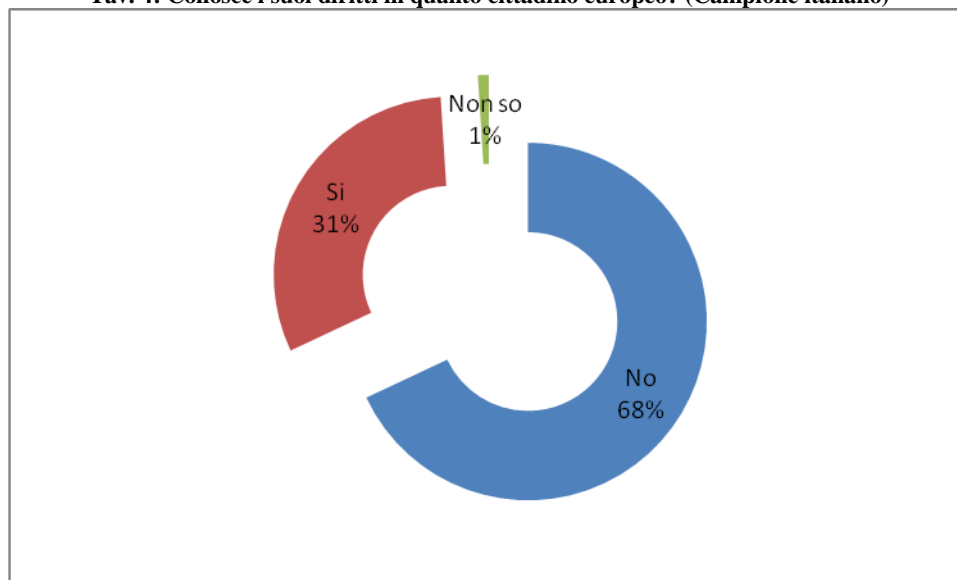
Tra gli intervistati del campione Ue, coloro che si dichiarano cittadini europei sono in media il 63%, con i picchi dell'87% in Lussemburgo, del 78% in Finlandia, del 76% a Malta e del 74% in Germania e Polonia.

2.2 Diritti

Gli italiani non conoscono i loro diritti in quanto cittadini Ue...

Il 2013 è l'anno europeo dedicato alla cittadinanza e forse gli italiani proveranno a utilizzarlo per apprendere qualcosa in più sui loro diritti in quanto cittadini europei, dal momento che il 68% ammette di ignorarli. Soltanto il 31% dice di essere a conoscenza dei propri diritti.

Tav. 4: Conosce i suoi diritti in quanto cittadino europeo? (Campione italiano)



Tra i cittadini Ue, il 54% confessa di non essere a conoscenza dei propri diritti, mentre il 45% dice di conoscerli.

...ma vorrebbero saperne di più

Italiani ed europei sono in ogni caso interessati ad avere maggiori informazioni su quali diritti offre la cittadinanza europea. Il 62% del campione italiano ed europeo la pensa così.

Gli intervistati italiani sono interessati soprattutto a conoscere i diritti relativi alla possibilità di lavorare in un altro paese dell'Unione europea, e in seconda

battuta quelli collegati al vivere in un altro paese. E in effetti, il 68% degli intervistati italiani dice di non avere mai beneficiato della possibilità di lavorare in un altro paese europeo.

La protezione consolare offerta da un qualunque paese Ue al di fuori del territorio dell'Unione europea è il terzo diritto sul quale gli italiani sono maggiormente interessati ad ottenere ulteriori informazioni.

Al quarto posto si pone l'offerta di servizi medici in un altro paese membro. Circa un quarto degli italiani vorrebbero saperne di più. Il 67% degli intervistati italiani dichiarano infatti di non aver mai beneficiato della possibilità di ottenere assistenza medica in un altro paese dell'Unione.

Il diritto di partecipare alle elezioni europee in un altro paese Ue è invece considerato meritevole di approfondimento solamente dall'11% del campione italiano e dal 9% di quello Ue.

2.3 Il diritto di iniziativa dei cittadini Ue

La maggioranza del campione italiano ritiene improbabile di usare il diritto di iniziativa

Tra i nuovi diritti che i cittadini europei possono esercitare c'è anche quello di iniziativa legislativa che permette di intervenire direttamente nel processo legislativo europeo con la raccolta di almeno un milione di firme. Gli italiani tuttavia sono ancora poco inclini a pensare di poter utilizzare questo nuovo strumento.

Il 61% del campione ritiene improbabile di fare uso del diritto di iniziativa. Il 23% lo considera invece possibile, mentre il 16% non sa rispondere. Tra i cittadini europei, il 69% è scettico sull'eventualità di ricorrere in prima persona a questo strumento.

Il lavoro è il settore che gli italiani indicano come più probabile per utilizzare il nuovo diritto di iniziativa. È l'opinione del 40% del campione. Il campione italiano è in linea con quello europeo, che allo stesso modo riconosce al settore dell'occupazione la maggiore probabilità di essere oggetto di un'iniziativa legislativa popolare.

Per gli italiani, il secondo settore più probabile è quello della politica fiscale, mentre per gli europei l'istruzione giunge al secondo posto. La protezione dei consumatori è la terza opzione più comune tra il campione italiano, mentre per gli europei sono le pensioni e i diritti fondamentali.

3. MEDIA E UE

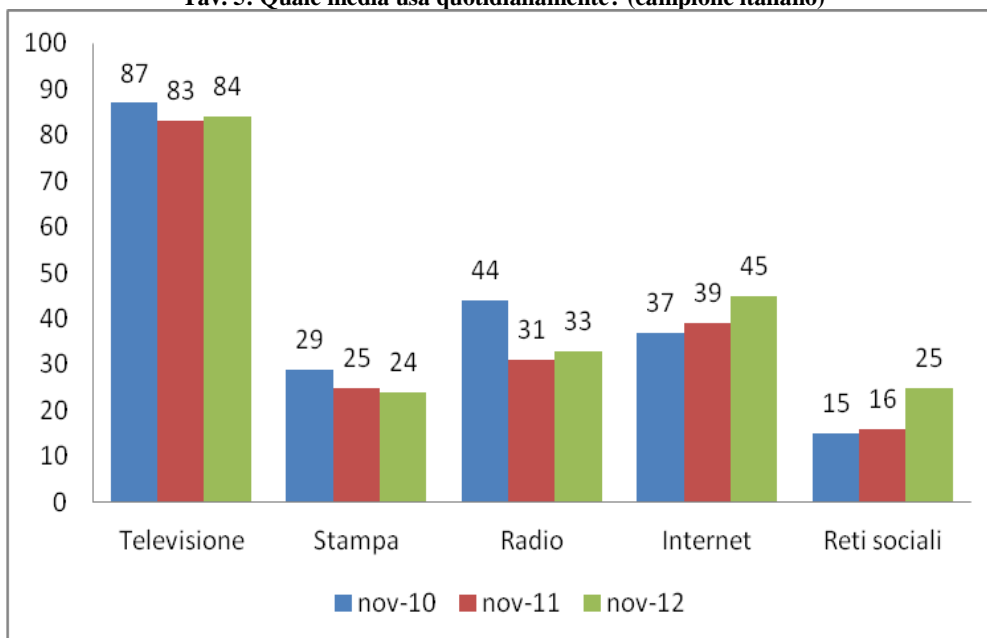
3.1 Gli italiani e i media

La televisione resta di gran lunga il mezzo di comunicazione più usato dagli italiani

L'84% degli italiani guarda la televisione con una cadenza giornaliera attraverso i consueti apparecchi Tv, ed un altro 4% segue i programmi televisivi quotidianamente su internet.

Nessun altro mezzo di comunicazione può vantare numeri simili. I giornali sono usati quotidianamente soltanto dal 24% degli italiani, in costante calo negli ultimi rilevamenti. La radio è usata quotidianamente dal 33% del campione. Sia per stampa che per radio, i dati italiani sono ampiamente inferiori alla media Ue, dove invece il 37% legge i giornali quasi ogni giorno e il 53% ascolta la radio.

Tav. 5: Quale media usa quotidianamente? (campione italiano)



Internet si conferma il secondo mezzo di comunicazione più utilizzato dagli italiani, e anzi segna una regolare crescita dal 37% di utenti quotidiani nel 2010 al 45% del 2012. Anche le reti sociali, come Facebook o Twitter, aumentano costantemente la loro popolarità tra gli italiani. Un intervistato su quattro dice di collegarsi ad un social network circa una volta al giorno, mentre nel 2010 la percentuale era ferma al 15%.

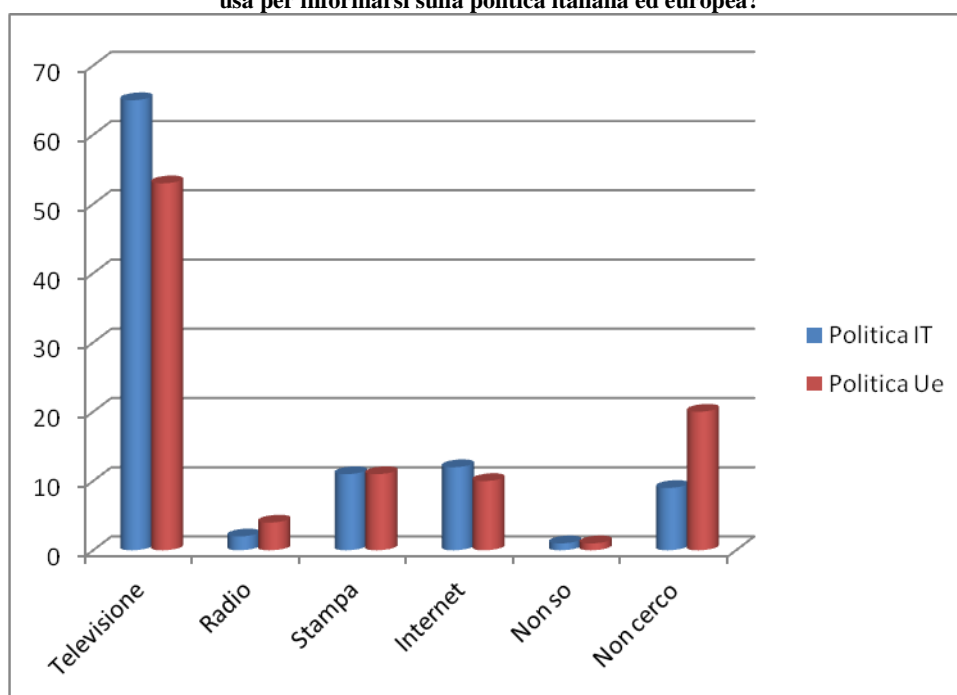
3.2 L'informazione sull'Ue

La televisione è la prima fonte di informazioni sulla politica nazionale ed europea

La televisione non è soltanto uno strumento di svago, ma anche il principale organo di informazione per gli italiani. Il 65% del campione dichiara che il piccolo schermo è la prima fonte di notizie sulla vita politica nazionale, e il 53% dice di informarsi prevalentemente attraverso la Tv sull'attualità politica europea.

Gli altri media sono usati come principale mezzo di informazione da una minoranza intorno al 10% degli intervistati sia per le notizie nazionali che per quelle europee.

Tav. 6: Quale mezzo di comunicazione usa per informarsi sulla politica italiana ed europea?



La differenza più spiccata sta nel tasso di interesse alla politica nazionale rispetto a quella europea. Soltanto il 9% del campione dichiara di non cercare informazioni sull'attualità italiana su nessun mezzo di comunicazione, mentre la percentuale di disinteressati è più che doppia (20%) riguardo alla politica europea.

Gli italiani si ritengono poco informati sull'attualità europea

Il 74% del campione italiano ammette di essere poco informato sull'attualità europea. È una percentuale superiore alla media Ue (68%) e in deciso aumento rispetto all'ultimo rilevamento effettuato nel novembre del 2010, quando il 66% degli intervistati si dicevano poco informati sull'Europa.

Gli italiani però non sembrano rimproverare la televisione per la loro scarsa conoscenza degli affari europei. Anzi, il 52% ritiene che la Tv copra già sufficientemente i temi europei. Un altro 7% è convinto che in televisione si parli fin troppo di Europa. Il 34% pensa invece che l'informazione disponibile al momento non sia abbastanza.

3.3 Social media

Le reti sociali online sono ritenute utili alla vita politica

Di fronte allo strapotere della televisione, internet è l'unico mezzo di comunicazione che guadagna utenti in Italia. E insieme ad internet crescono anche i social media. Oltre la metà del campione (51%) ritiene che le reti sociali siano un modo innovativo per tenersi aggiornati sulla vita politica. Il 24% degli intervistati si mostra invece scettico.

La stessa maggioranza (51%) ritiene inoltre i social media un modo per partecipare attivamente alla vita pubblica, e non solamente per informarsi. Ancora una volta, il 24% del campione non crede invece in questa funzione dei social media.

Seppure considerati quindi dalla maggioranza assoluta degli intervistati uno strumento moderno per aggiornarsi e per discutere di questioni politiche, tuttavia i social media restano ancora poco credibili. Soltanto il 34% del campione ritiene che ci si possa fidare di Twitter o Facebook su temi politici. La stessa percentuale è invece convinta che non siano affidabili. Il restante 32% non sa rispondere.

CONCLUSIONI

Il giudizio degli italiani sull'Europa e sui suoi risultati migliora, in linea con una visione della crisi meno cupa. La maggioranza degli intervistati continua a chiedere all'Unione europea di far fronte in via prioritaria alla difficile situazione economica e sociale, ma un numero crescente di intervistati guarda ad altre priorità, segno che la crisi potrebbe essere entrata nella sua fase finale.

A conferma comunque che la situazione economica comincia a far intravedere qualche schiarita, le considerazioni sull'euro sono positive, e una parte consistente del campione ritiene la moneta unica il principale successo dell'Unione europea. Solo la libera circolazione di persone e merci precede l'euro nella classifica dei risultati Ue, secondo l'opinione degli italiani.

Anche Schengen e il mercato unico suscitano grande ammirazione, e tuttavia pochi dicono di averne effettivamente colto i benefici. Oltre due terzi del campione italiano non ha infatti visitato nessun paese dell'Unione europea negli ultimi dodici mesi, e solo il 13% ha usato internet per acquistare un prodotto in un altro paese Ue.

Questa incongruenza tra opinioni e azioni emerge anche a proposito della cittadinanza europea. La maggioranza degli italiani non ha dubbi nel sentirsi cittadino europeo, ma una parte ancora più ampia del campione confessa di non essere a conoscenza dei diritti che tale cittadinanza implica. Anche il diritto recentemente acquisito all'iniziativa legislativa popolare non genera un coinvolgimento particolarmente rilevante. Anzi, il 61% del campione ritiene improbabile di farne uso.

In un periodo di elezioni, il sondaggio Eurobarometro si è poi nuovamente soffermato sulle abitudini degli italiani in materia di fruizione di mezzi di comunicazione. La televisione resta in assoluto lo strumento più usato dagli italiani, con l'84% del campione che dice di guardare la Tv circa una volta al giorno.

Il piccolo schermo è anche la prima fonte di informazioni sulla politica nazionale e su quella europea. L'attaccamento alla Tv è tale che gli italiani non contestano al loro mezzo di comunicazione favorito una scarsa copertura degli affari europei, nonostante si ritengano generalmente poco informati sul tema.

I giornali continuano invece nella loro graduale perdita di utenti, mentre internet fa registrare la tendenza opposta. Tra il novembre 2010 e il novembre 2012, gli italiani che dicono di usare la rete con una cadenza giornaliera sono passati dal 37% al 45%. Aumentano anche gli utenti dei social media, come Facebook o Twitter, ai quali gli italiani riconoscono un ruolo di rilievo nell'attirare i cittadini alla vita politica, pur mantenendo un certo scetticismo sulla credibilità delle informazioni che circolano su queste piattaforme.