



- I. Scenario internazionale
- II. Bambini vs. animali da compagnia
- III. Labubu e soft power cinese

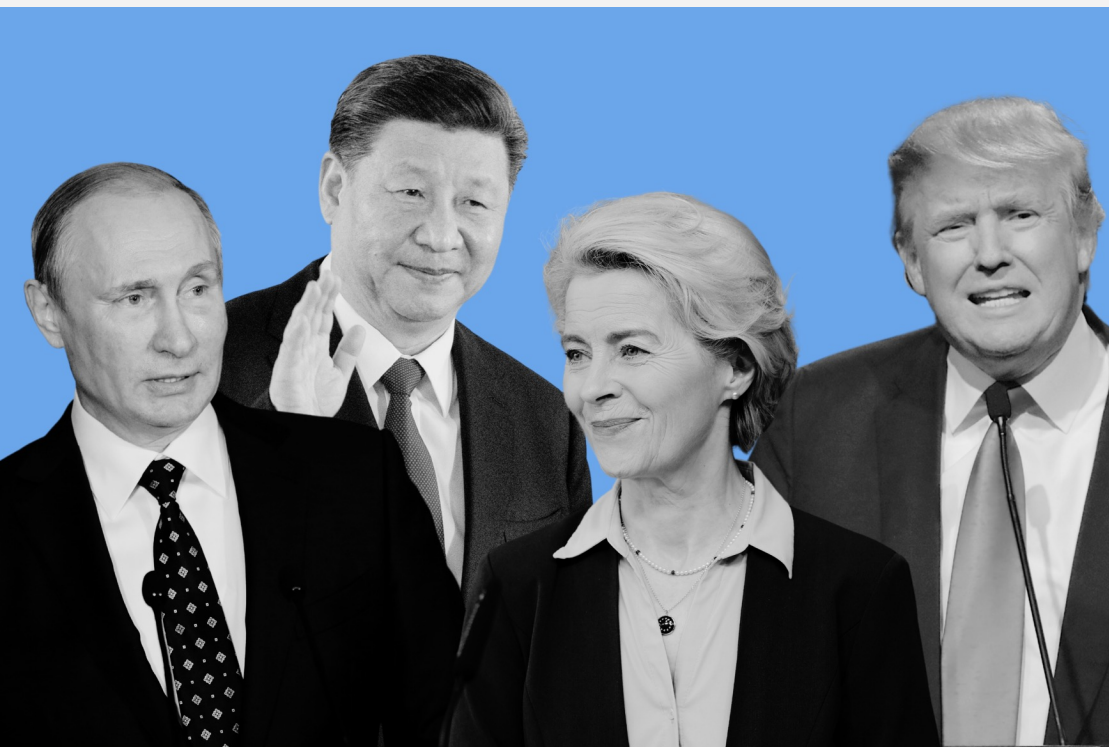
Spinner: inarrestabilità della globalizzazione – 2007-2024

Pannello: la percezione della situazione economica nazionale

Intenzioni di Voto – 8 settembre 2025



I. Scenario internazionale



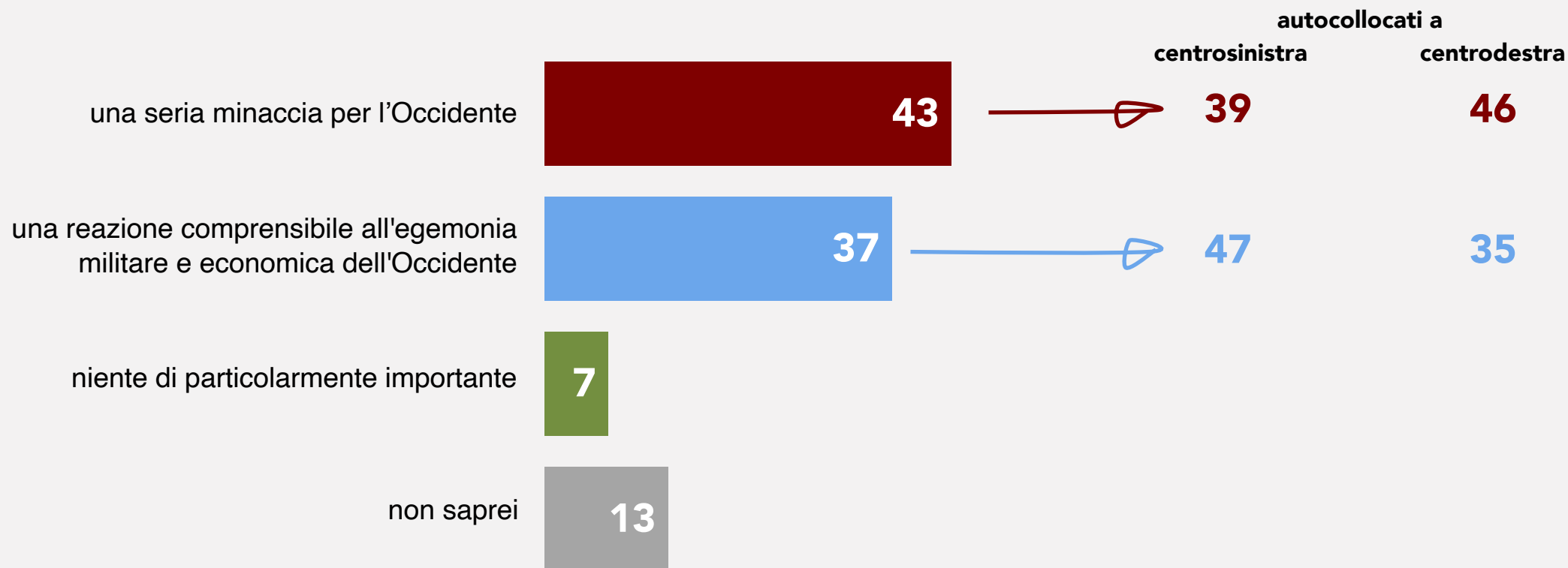
I rapporti di forza tra le grandi potenze mondiali stanno mutando, e sulla scena si stanno affacciando nuovi attori con un ruolo rilevante. Il summit SCO a Tianjin ha confermato la forza del blocco anti-occidentale, che però soltanto una parte degli italiani vive come una seria minaccia per la nostra civiltà. Una quota simile sostiene invece che la spinta a trovare nuovi equilibri nell'ordinamento mondiale sia comprensibile a causa dell'eccessiva egemonia dei paesi occidentali. Di fatto, il messaggio del summit improntato alla necessità di maggiore equità e sicurezza e al superamento delle contrapposizioni tra blocchi appare poco credibile agli occhi degli italiani. Tuttavia il concetto di fondo che sta alla base di questo messaggio si mostra essere molto apprezzato dai cittadini dello stivale: concludere l'era

della Guerra fredda e dei blocchi dominanti, passando a un sistema in cui il potere è distribuito tra più potenze, con meno ostilità e antagonismi, e maggiori sinergie. Rispetto ai principali stati che formano il Grande Sud Globale, gli italiani mostrano di diffidare fortemente dalla Russia, mentre non considerano la Cina né una minaccia militare né un pericolo per i valori democratici dell'Europa (lo è addirittura meno degli Stati Uniti). Il Dragone, piuttosto, spaventa come concorrente in campo economico.

I cittadini quindi non vogliono una «lotta» dell'Occidente contro il resto del mondo, bensì un sistema multipolare caratterizzato da minori tensioni e un maggiore spirito di collaborazione.

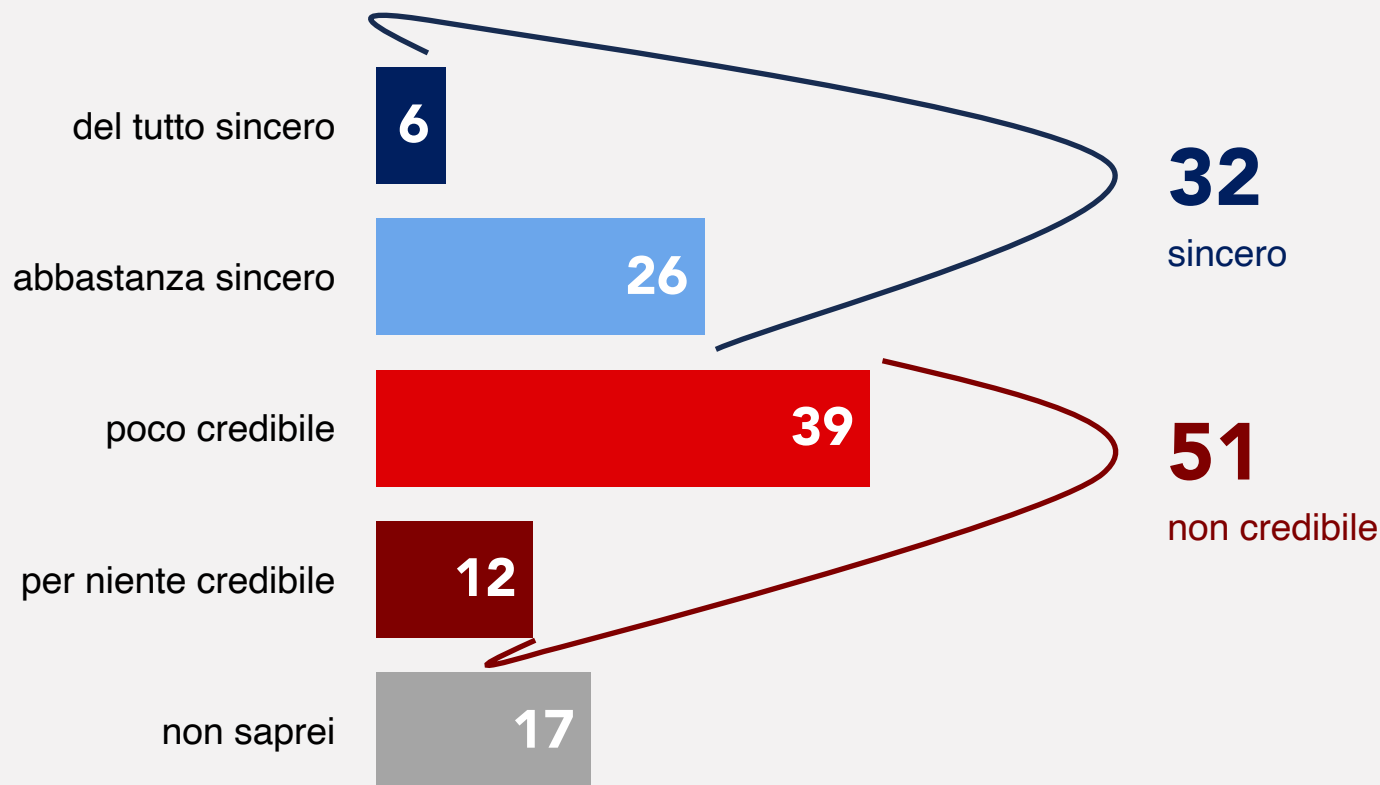
La sfida lanciata dal Grande Sud Globale da Tianjin suscita preoccupazioni, ma appare comprensibile per oltre un terzo degli italiani

Al vertice dell'Organizzazione per la Cooperazione di Shanghai si sono incontrati i rappresentanti di Cina, Russia, India, Iran e altri paesi del cosiddetto Grande Sud Globale. L'obiettivo di questo gruppo di paesi è di contrastare il predominio dell'Occidente e creare un nuovo ordine mondiale. Ritiene questa iniziativa...



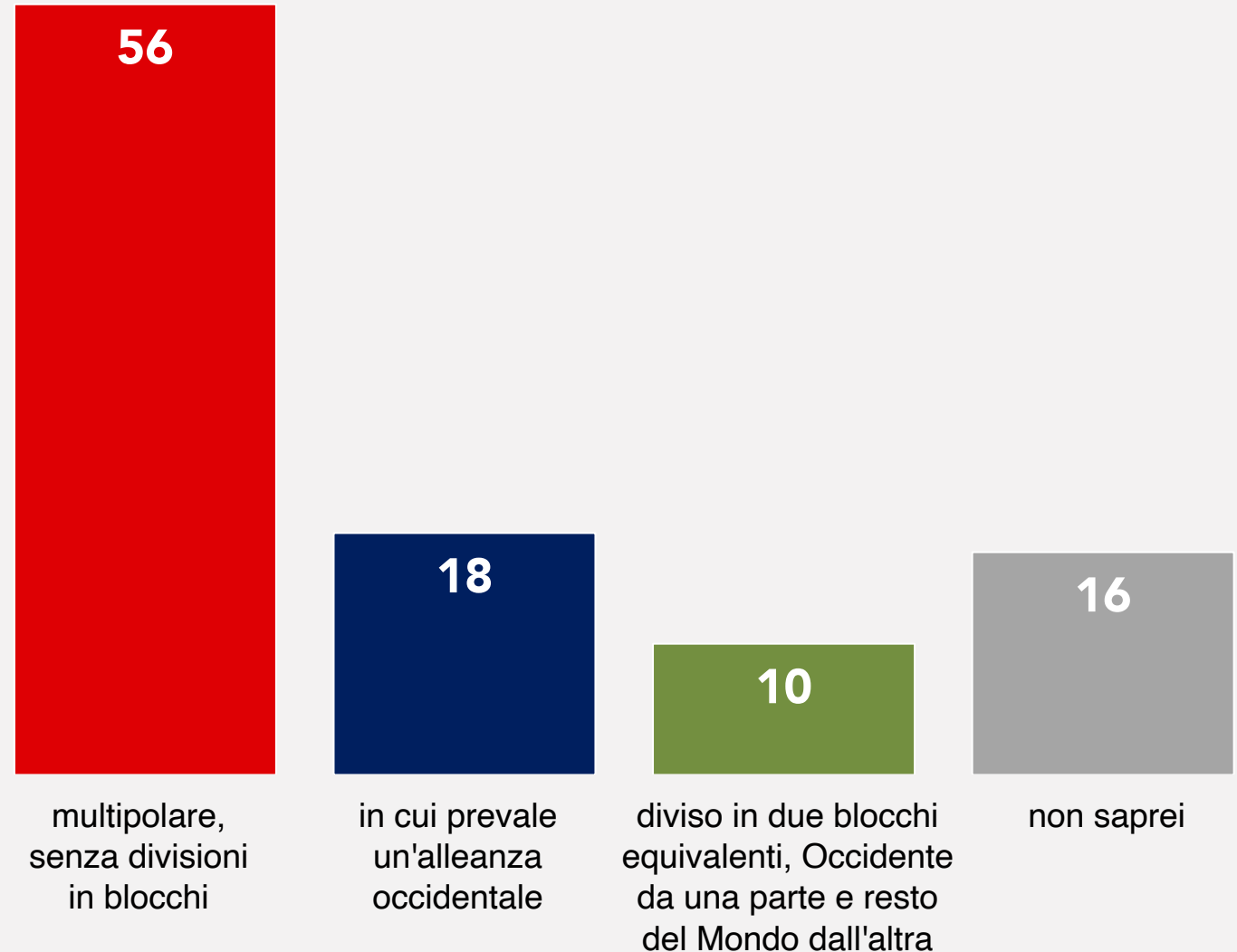
La coalizione di paesi guidata dalla Cina sostiene di ambire a un mondo più equo, multipolare e inclusivo, ma risulta poco convincente

Il messaggio conclusivo del summit del Grande Sud Globale è stato che occorre sostenere una transizione egualitaria e ordinata verso un mondo multipolare e una globalizzazione economica inclusiva, oltre a promuovere la nascita di un sistema di governance globale più giusto ed equo, superando la logica della Guerra Fredda. Ritiene che l'impegno di questi paesi per questo obiettivo sia...



Ritiene che in futuro sarebbe preferibile un ordine mondiale:

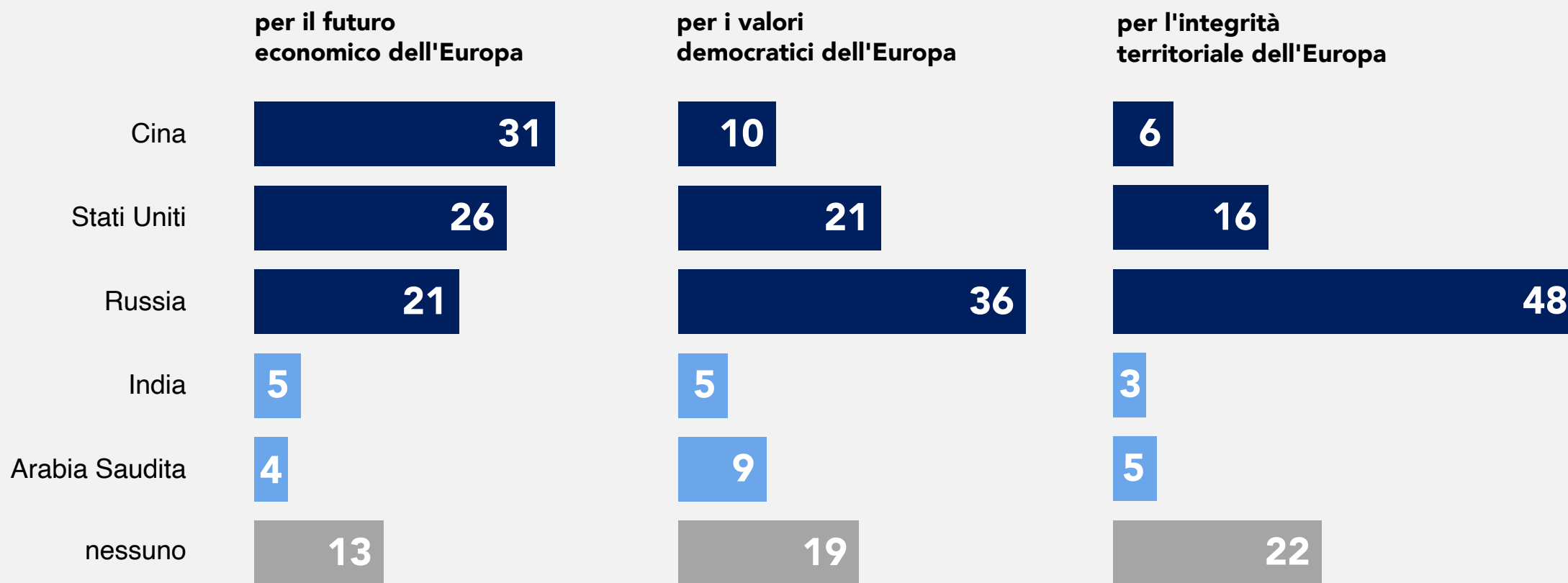
Gli italiani aspirano a un nuovo ordine multipolare che superi la divisione in blocchi nella logica della Guerra Fredda



La Russia rappresenta la principale insidia militare e per la preservazione dei valori europei.

La Cina preoccupa soltanto sul piano economico

Quale delle grandi potenze mondiali lei considera maggiormente una minaccia...



II. Bambini vs. animali da compagnia



Gli italiani non sembrano guardare con particolare piacere all'idea di trascorrere una serata in un locale dove sono presenti animali da compagnia e/o bambini (soprattutto se irrequieti). Tuttavia, solo una minoranza reputa accettabile che un esercente vieti loro l'accesso ai propri locali.

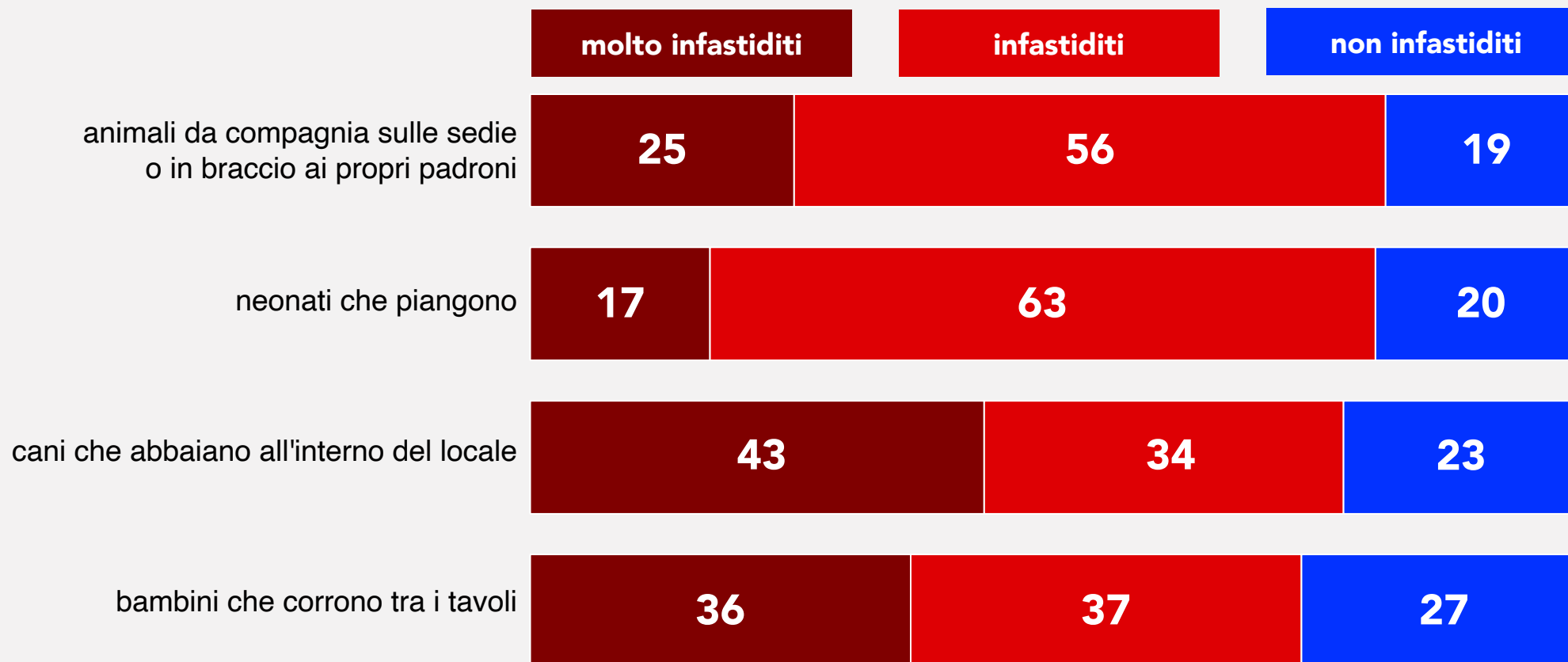
Se, dunque, l'accesso andrebbe comunque sempre consentito per la maggioranza degli italiani, non sono pochi quelli che vorrebbero spazi dedicati (e magari isolati) per le famiglie con figli (46%) e per chi va in locali pubblici con animali da compagnia (63%), in modo da non disturbare le altre persone presenti. Questa opzione, per altro, trova ampio consenso anche tra i genitori e i possessori di cani.

Posti poi di fronte alla scelta tra la compagnia di una famiglia con bambini e una persona con un cane, le opinioni degli italiani si dividono nettamente. Solo un italiano su tre non avrebbe problemi a fare una cena o un viaggio in compagnia di una famiglia con bambini o di una persona con un cane. Tra chi invece non gradisce questo tipo di compagnia al ristorante, il 15%, piuttosto che stare vicino a cani o bambini, cambierebbe locale. In treno, al contempo, una persona su quattro cambierebbe posto, mentre tra chi effettuerebbe una scelta prevale l'opzione di viaggiare vicino ad un bambino piuttosto che ad un cane.

I meno tolleranti? Le persone tra i 35 e i 54 anni. I giovani preferiscono la compagnia dei cani, mentre gli anziani quella dei bambini.

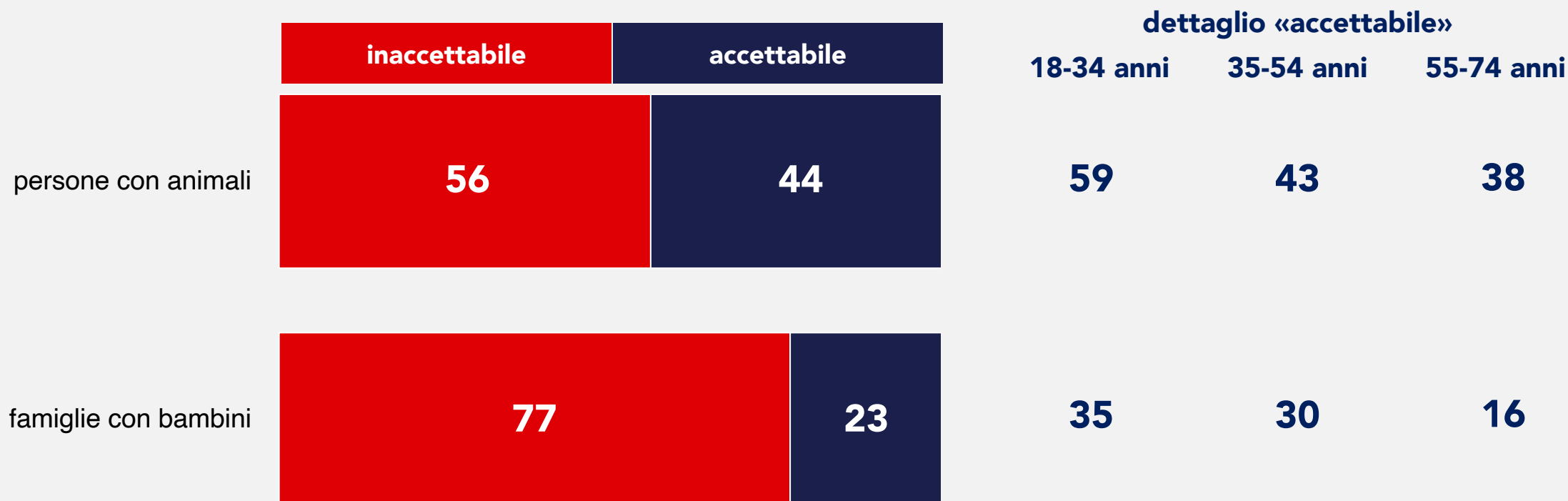
Nei locali pubblici, animali domestici e bambini piccoli danno fastidio a più di 7 italiani su 10

Le presentiamo ora una serie di situazioni che possono capitare quando si è in un locale pubblico, per ciascuna di esse le chiediamo di indicare quanto la infastidisce.



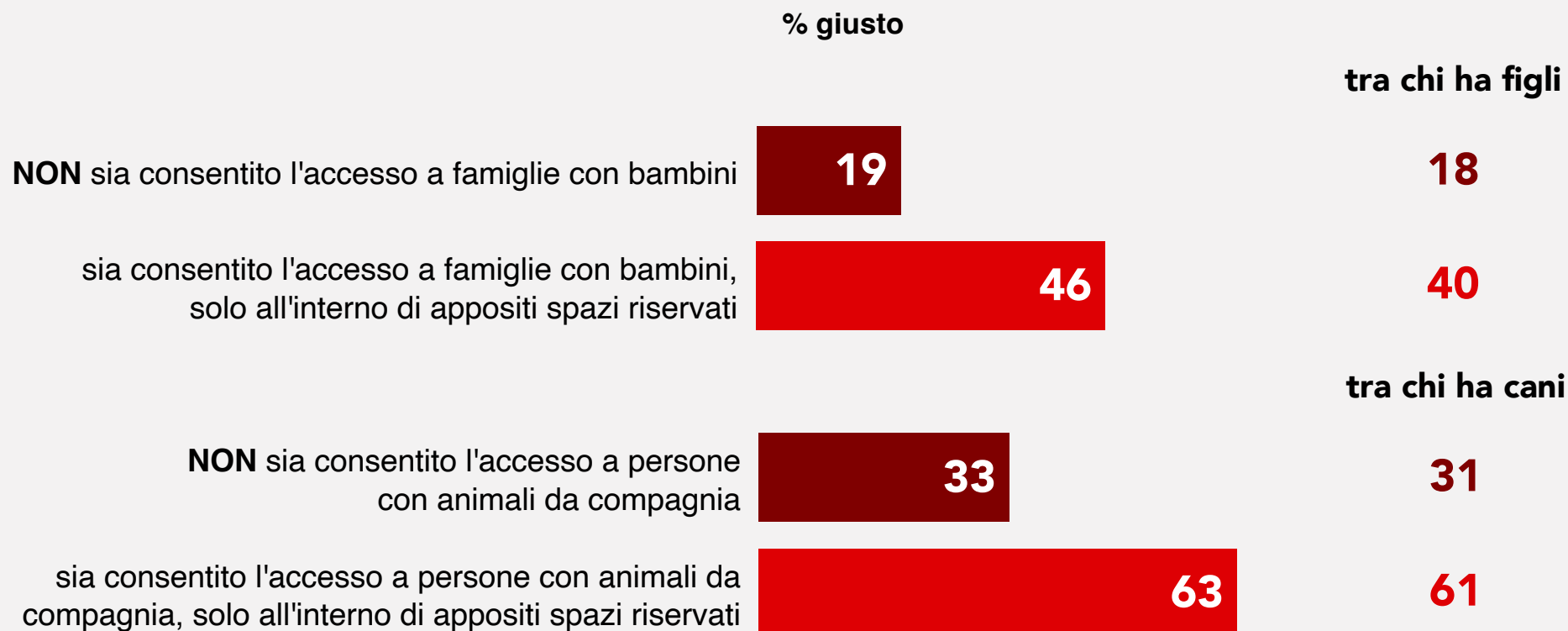
Inaccettabile che gli esercenti impediscano l'accesso ai bambini, opinione spaccata riguardo agli animali. 18-34enni i più possibilisti

Secondo lei sarebbe accettabile o inaccettabile che un esercente che impedisse l'accesso alla sua struttura a...



Zone dedicate per famiglie e animali domestici: una scelta condivisa anche da buona parte degli interessati

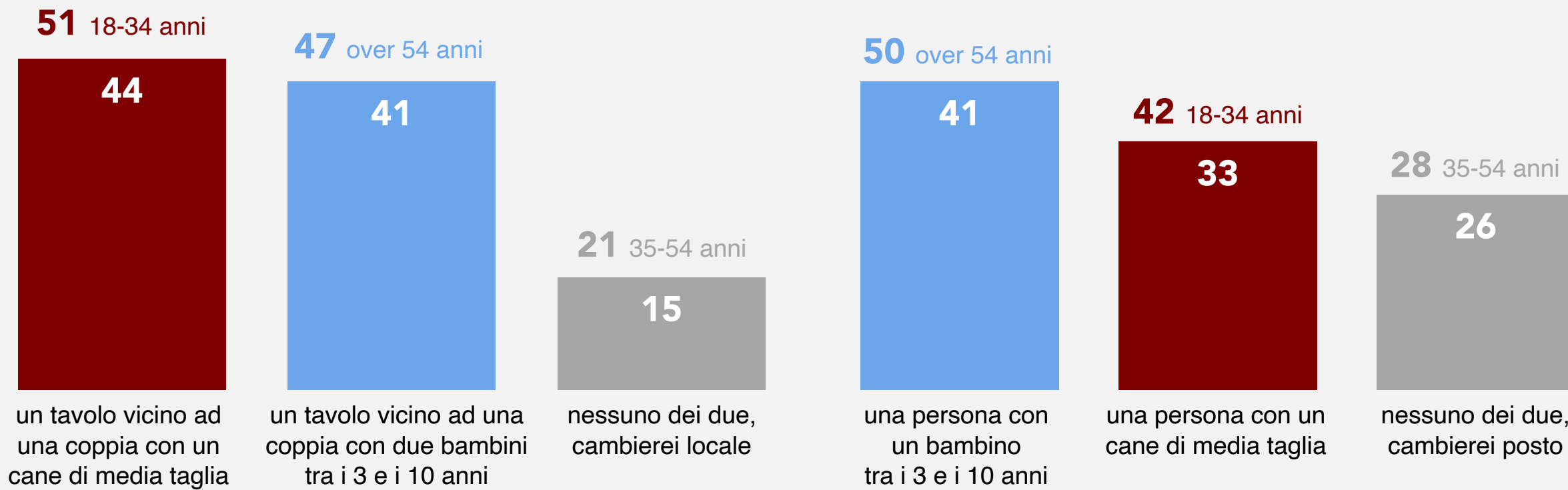
All'interno di strutture ricettive e della ristorazione quanto è giusto/ingiusto che...?



Vicini di posto migliori: bimbi in treno e amici a quattro zampe al ristorante. Preferenze opposte in base all'età

Ipotizziamo che una sera Lei sia uscito/a a cena con il/la suo/a partner e siano rimasti solo due tavoli disponibili. Quale sceglie?
(Al netto dei rispondenti per cui entrambe le soluzioni non sarebbero un problema = 33%)

Ipotizziamo che Lei stia salendo su un treno a lunga percorrenza. Potendo scegliere il posto preferirebbe essere seduto/a vicino a?
(Al netto dei rispondenti per cui entrambe le soluzioni non sarebbero un problema = 31%)



III. Labubu e soft power cinese



Una nuova moda sta spopolando su TikTok negli ultimi mesi: i Labubu. Un fenomeno, tuttavia, dilagato anche offline a tal punto da far diventare questi pupazzetti collezionabili così famosi da essere ormai esauriti in tutti i negozi, creando anche un enorme mercato parallelo di rivendita online. In Italia la notizia è arrivata a 2 italiani su 3 (oltre 1 su 4 li conosce bene, in particolare donne e ragazzi).

I Labubu sono sicuramente un trend, una moda come tante altre prima, potenziata esponenzialmente dal contributo dei social network e da *celebrities* che dichiarano di «impazzire» per loro. Ma la loro fama sta raggiungendo livelli sconosciuti alla maggior parte dei giocattoli – non a caso, il fatturato della casa produttrice ha già superato quello di altre *major* del settore.

Quasi la totalità degli intervistati li ritiene brutti ma afferma che sono così di moda perché, come tutti i collezionabili, alimentano la sete di completamento della serie e fanno sentire le persone parte di una community.

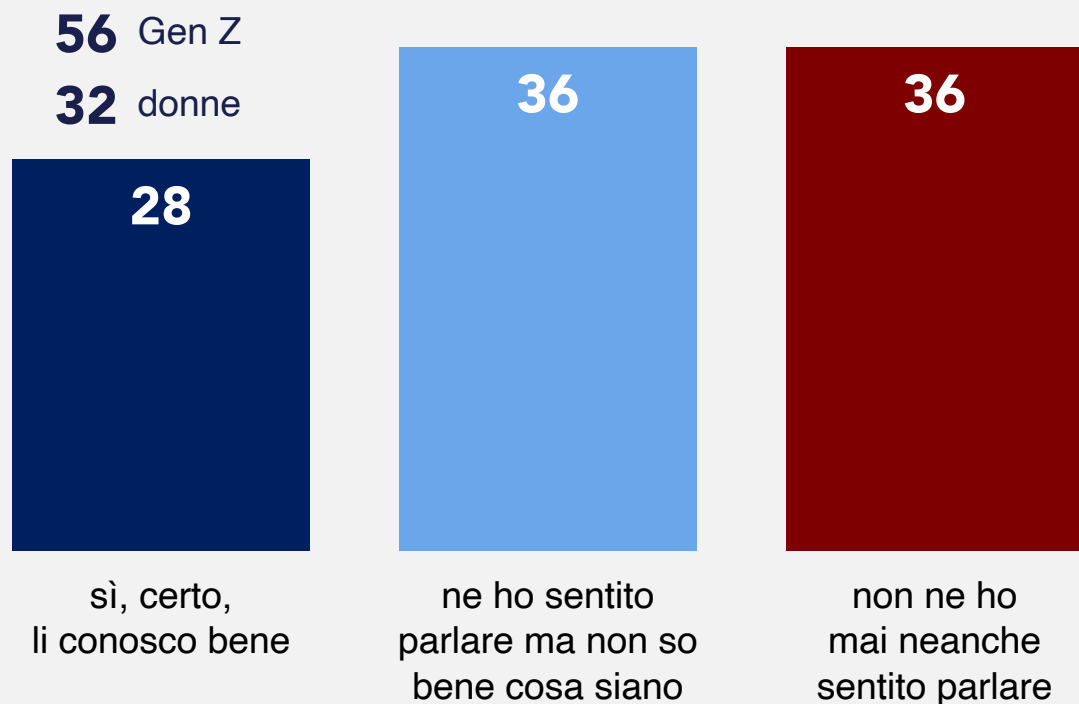
Al contempo, non stupisce neanche che siano cinesi – ormai, 9 italiani su 10 credono che la Cina stia invadendo il mercato occidentale con prodotti propri e originali e non più, esclusivamente, con articoli low cost e di bassa qualità.

E questo mercato è destinato a espandersi sempre di più nei prossimi anni. Di fronte a questa eventualità le opinioni sono divise: il 40% degli italiani si dichiara scettico e diffidente (soprattutto i Boomers) mentre il 34% ne è incuriosito (soprattutto la Generazione Z).

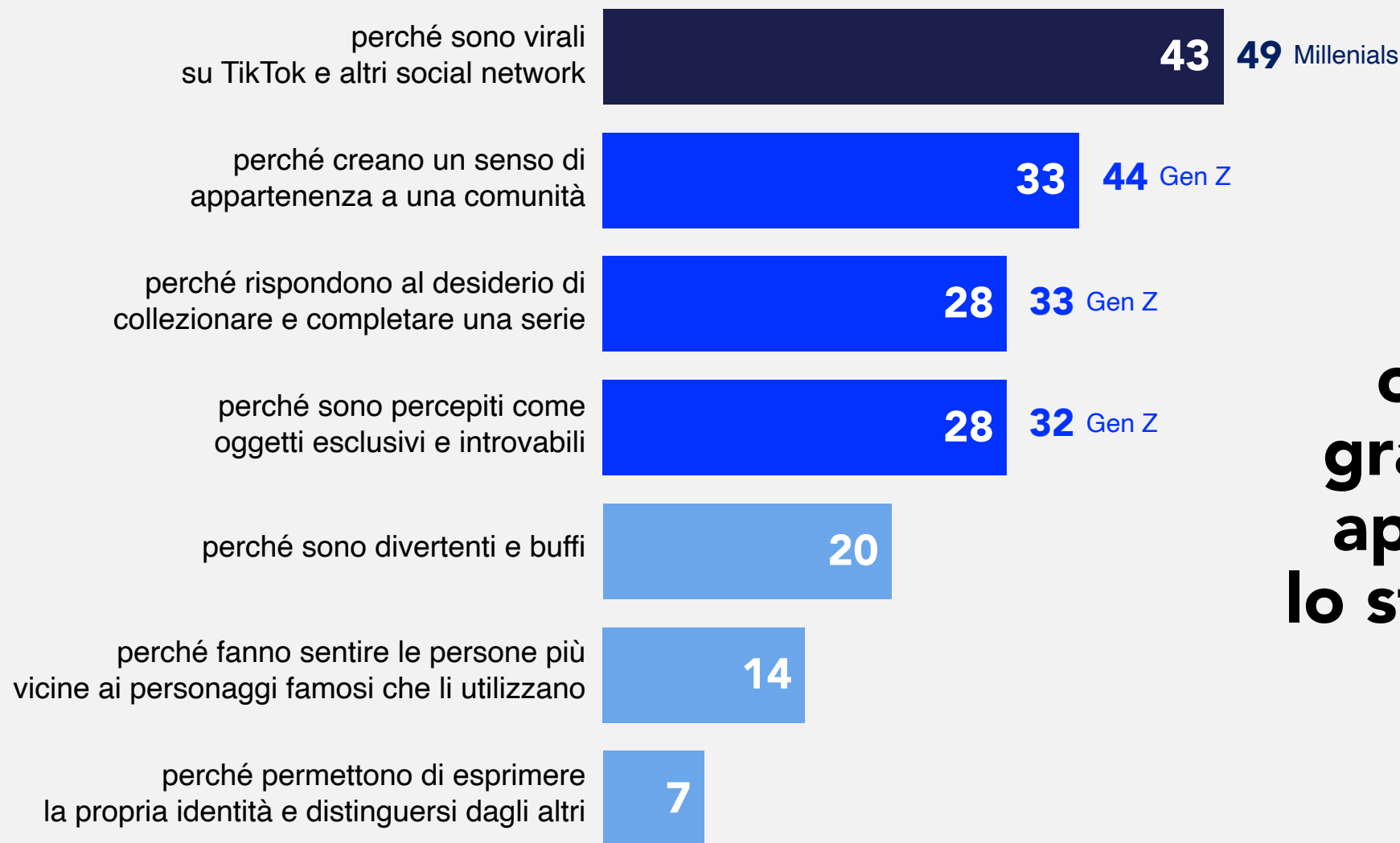
Labubu: l'ultima moda social raggiunge 2 italiani su 3. Brutti ma dal successo immediato e raro per un pupazzo. Non stupisce che siano cinesi

Negli ultimi mesi sta dilagando anche in Italia il fenomeno cinese dei pupazzi Labubu [...]. Prima di questo momento ne aveva mai sentito parlare?

I pupazzi Labubu si stanno rivelando un successo planetario. Indichi il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni.



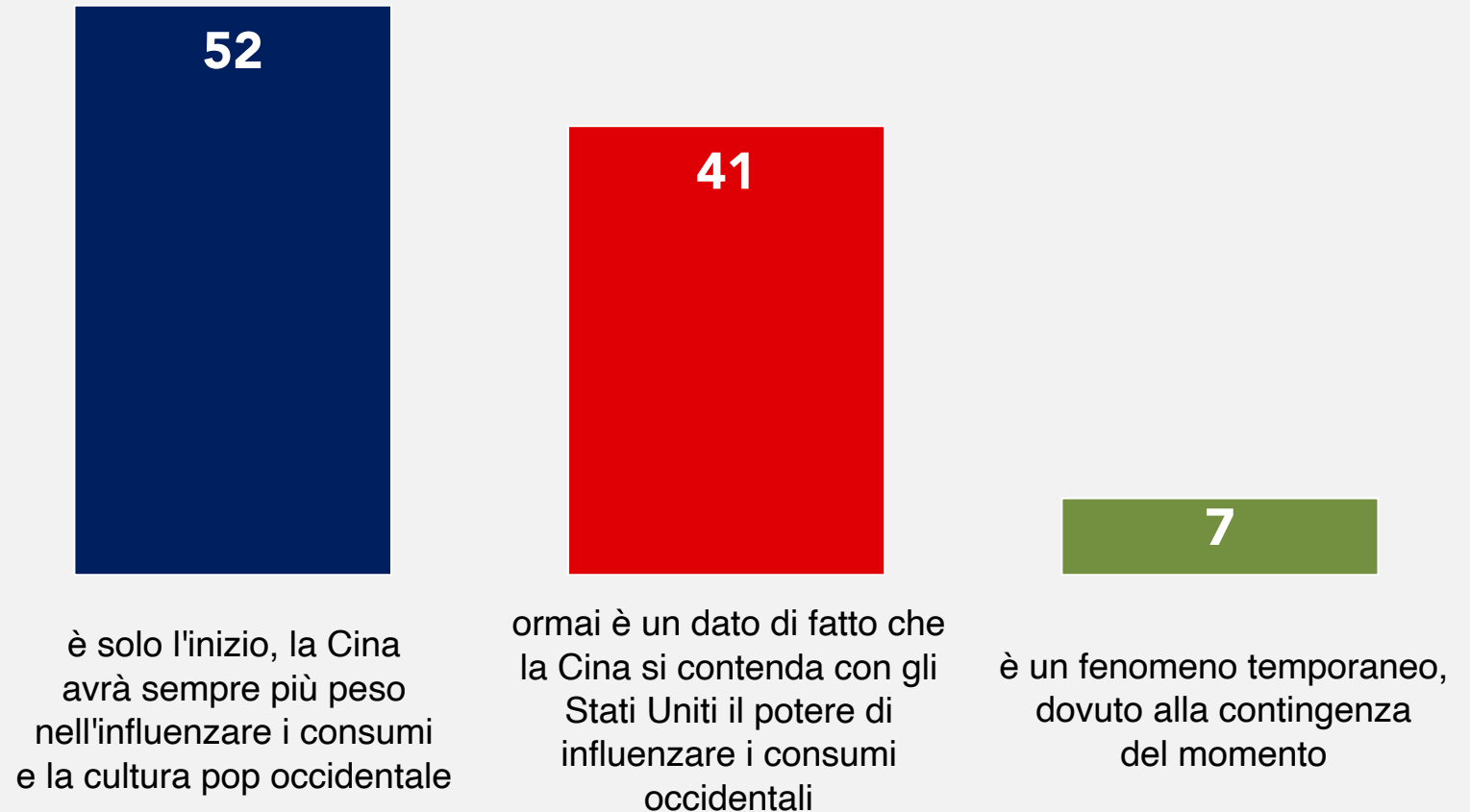
In passato ci sono stati altri trend di oggetti pop da collezione che hanno avuto larga diffusione nel mercato.
Secondo lei, perché le persone si appassionano così tanto a questi fenomeni? (Possibili più risposte)



**I collezionabili
ormai sono virali
grazie ai social ma
appagano sempre
lo stesso desiderio:
far parte di una
comunità**

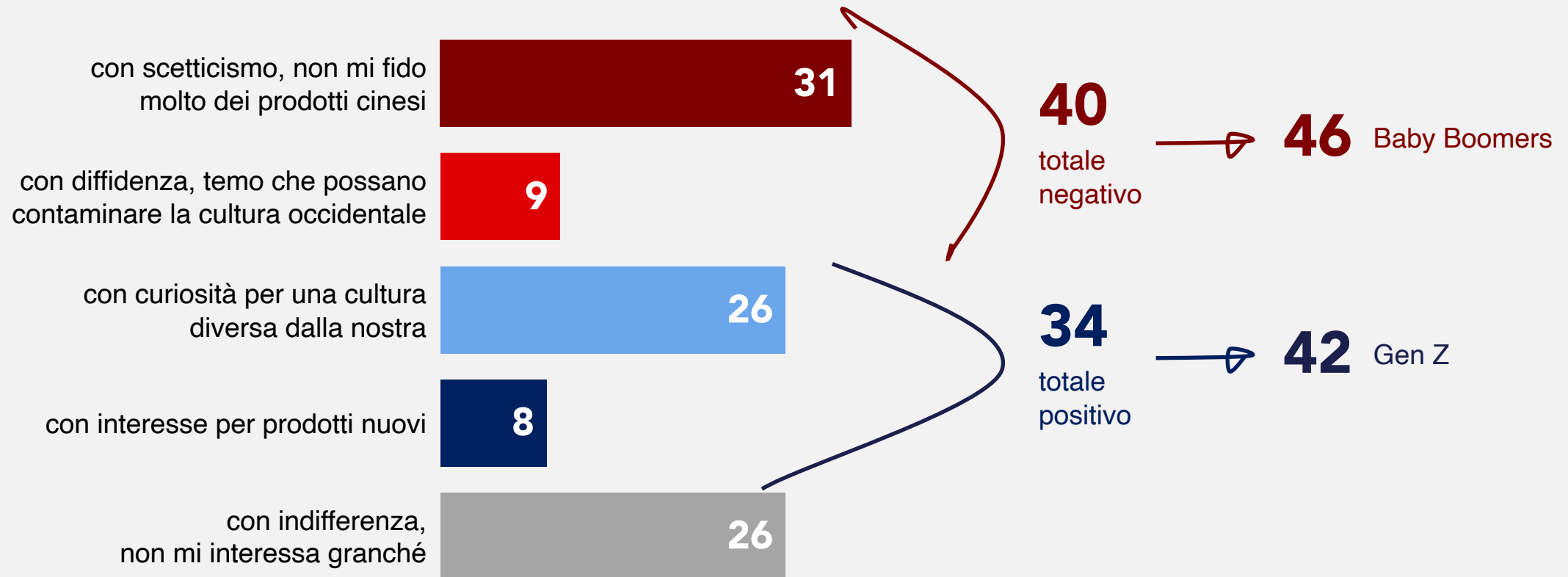
Negli ultimi anni la Cina si sta espandendo nel mercato occidentale con prodotti propri e originali che segna un'evoluzione rispetto alla larghissima diffusione che ha avuto finora grazie a prodotti di bassa qualità e a basso prezzo. Quale delle seguenti affermazioni rispecchia meglio il suo pensiero?

L'influenza della Cina nei consumi occidentali – non più solo con prodotti low cost – continuerà ad aumentare



La crescente diffusione di prodotti originali provenienti dalla Cina divide: Boomer più scettici, Gen Z incuriositi

Pensi ora alla crescente diffusione di prodotti, mode e contenuti provenienti dalla Cina (es. giocattoli, abbigliamento, social network, serie TV, ecc). Lei come vive questo fenomeno?

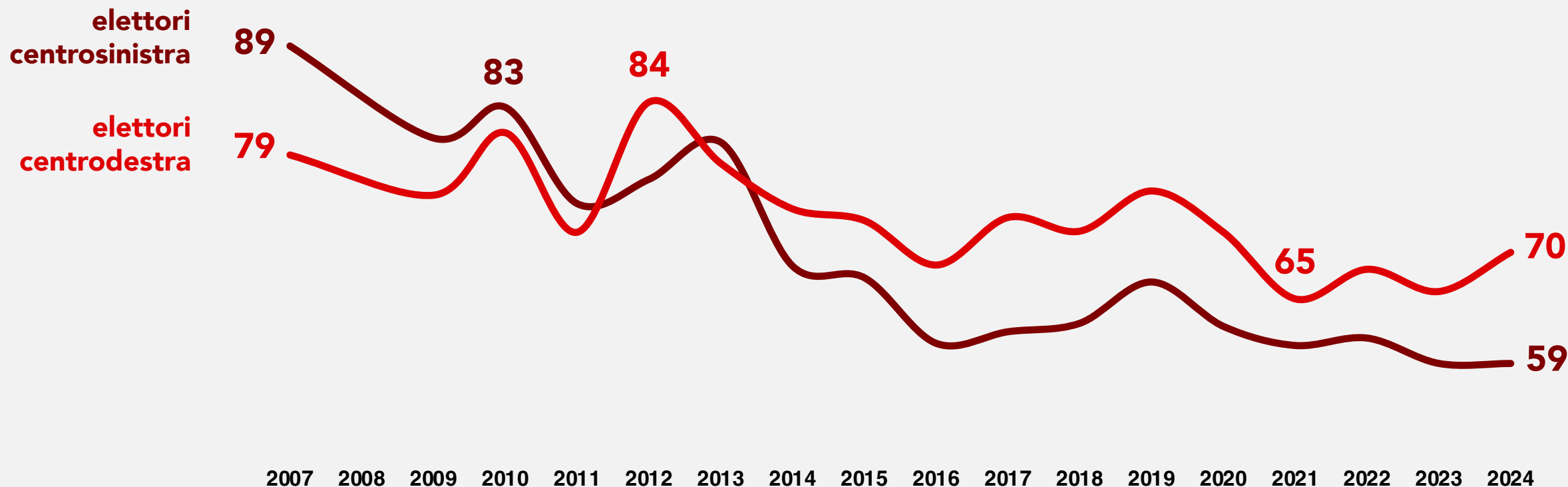


Inarrestabilità della globalizzazione

2007-2024

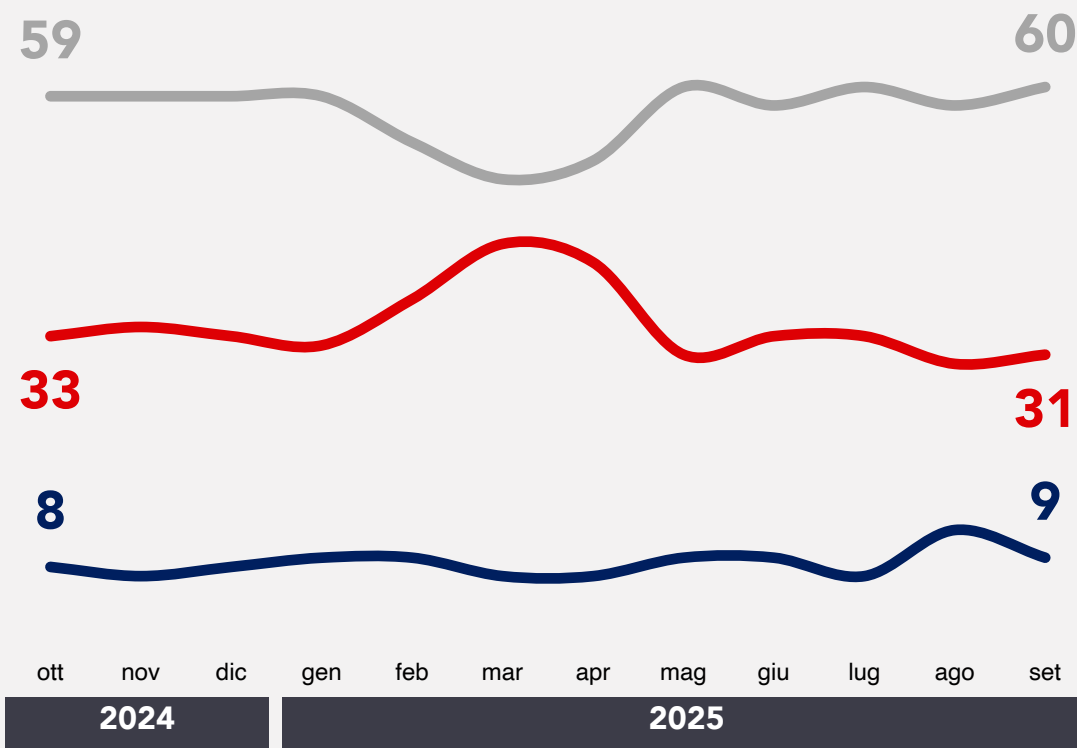
Il processo di globalizzazione delle economie e dei mercati è inarrestabile. Lei è:

% accordo

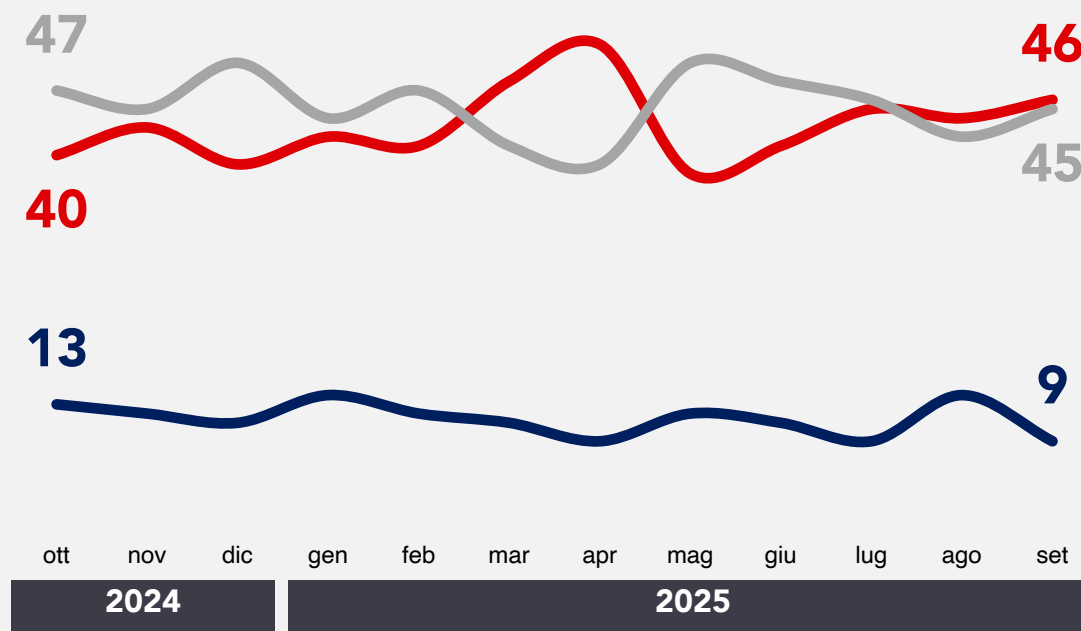


La percezione della situazione economica nazionale

percezione della situazione economica nelle due settimane precedenti l'intervista



percezione dell'evoluzione della situazione economica nei mesi successivi all'intervista



Intenzioni di Voto

8 settembre 2025

