



Ricerca Socialcom, italiani positivi su Made in Europe

Descrizione

(Adnkronos) 87,3% delle conversazioni condotte sui social network in Europa sull'Unione sono orientate in senso negativo, ma in Italia il tasso è un po' più basso, all'81,6%. Il concetto di "Made in Europe", focus dell'Industrial Accelerator Act, ribalta la percezione, o "sentiment" (65,6% positivo in Italia), cosa che fa del nostro Paese più ricettivo tra le grandi economie europee. E quanto emerge da una ricerca condotta da Socialcom da gennaio ad aprile di quest'anno, analizzando 14,7 mln di conversazioni on line nell'Unione, delle quali un milione in Italia, presentata ieri durante un convegno a Bruxelles.

Il cambio di percezione, secondo Socialcom, è legato al passaggio dall'Unione a "regolatrice" a "scudo industriale". L'Industrial Accelerator Act è il principale fattore trainante della conversazione (24,1% delle menzioni). I settori trainanti sono automotive, energia e digitale. Il consenso è massimo su competitività, piccole e medie imprese e appalti pubblici (fino all'83%). Il dibattito è guidato dal governo e dai grandi player industriali.

Le principali criticità arrivano dalle tensioni geopolitiche con gli Usa, la Cina e il Regno Unito. L'agroalimentare, nota Socialcom, è il vero punto debole, caratterizzato da bassa presenza e sentiment negativo prevalente. Tra i temi più criticati nelle conversazioni on line spiccano l'accordo commerciale tra l'Unione e il Mercosur, la protezione delle Dop-Igp e le accise sul tabacco. Cereali, vino, carne e tabacco, nella percezione degli utenti on line, sono le filiere più minacciate da tasse e regolamentazione.

?

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 7, 2026

Autore

redazione

default watermark