

# AMARSI UN PO'

**Quando il sentimento cambia.**



## **Per uscirne vivi, uniti, migliori.**

La scuola per i nostri ragazzi, un pasto caldo per tutta la famiglia, cure adeguate per i più fragili: la pandemia ha messo in crisi molte delle condizioni indispensabili per la vita dei nostri cari e delle nostre comunità, ma ha anche reso più evidente l'importanza della società civile che si rimbocca le maniche per il bene comune.

### **DI COSA PARLEREMO OGGI**

STRATEGIE

STRUMENTI

IMPATTI

Quando il sentimento cambia.

# Contesto



## La società civile italiana: da bersaglio ad antidoto alla crisi della democrazia?

Luisa Chiodi, Fazila Mat, Serena Epis  
Osservatorio Balcani Caucaso Transeuropa

Quando il sentimento cambia.

# Contesto



**Rimaniamo distanti oggi  
per abbracciarci con più calore**

Quando il sentimento cambia.

# Contesto



Sociale

Gli italiani e i corpi intermedi: il 70% li ritiene importanti per far ripartire il Paese

di Lorenza Velluti\* | 20 ottobre 2020

I risultati dell'analisi svolta da Ipsos per Fondazione Astrid e Fondazione per la Sussidiarietà mostrano una cittadinanza socialmente attiva, che ha resistito anche sotto la pressione del lockdown, tenendo alta la fiducia per il Terzo Settore. Emerge uno spaccato del Paese diverso da quello presente sui mass media

È stata presentata a Roma, nella sede del Cnel, la ricerca condotta da Ipsos sul valore dei corpi intermedi nel nostro Paese. Tre i temi affrontati: la crisi della democrazia nella percezione degli intervistati, al fine di valutare l'impatto della crisi stessa sul Paese; il senso della partecipazione politica e sociale e, in essa, il ruolo dei diversi corpi intermedi; il senso e il valore dei corpi intermedi e del principio di sussidiarietà nella erogazione dei servizi pubblici (e non solo pubblici).



AMARSI UN PO' PER IL PAESE

REPORTING

Quando il sentimento cambia.

# Contesto

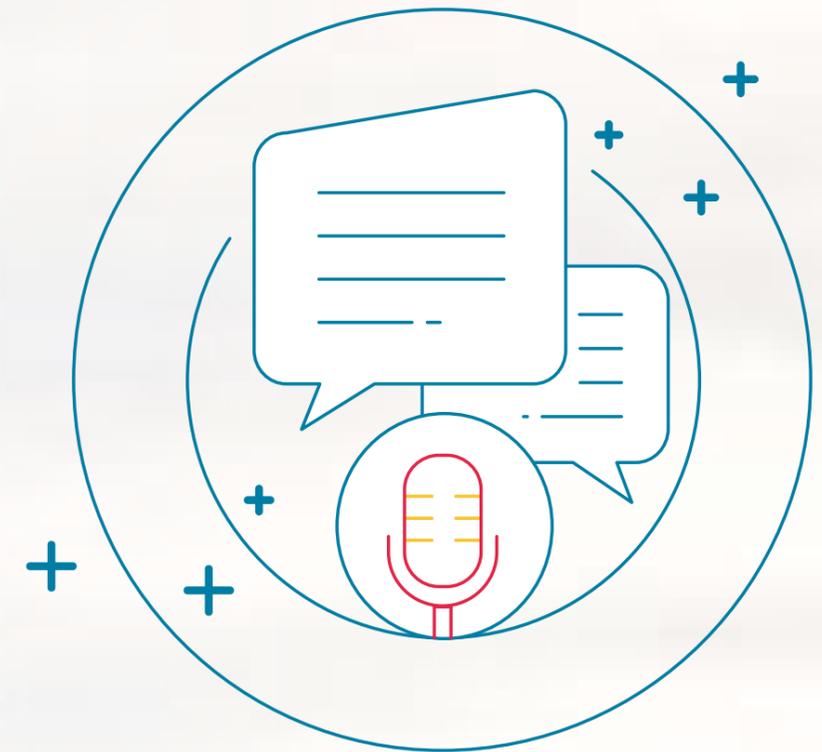


# Obiettivi

- 1** **Comunicare i valori e i contributi positivi** della società civile italiana;
- 2** **Accrescere visibilità delle azioni intraprese** dalla società civile italiana;
- 3** **Aumentare il valore percepito** della società civile italiana;
- 4** **Rinforzare il supporto** alla società civile italiana (predisposizione, attitudine, sostegno anche economico).

Con attenzione specifica a

**persuadere Centro Incerto, attivare Base di Supporto, alienare Opposizione.**



# un po'

DELLE NOSTRE STORIE

Coloriage

Luigi Cavanna

Mariateresa Gallea

Moltivolti

Binario95

Braccianti

Aretè

Macchina delle Parole

Device4All

Giallo Dozza

Consegne Etiche

Scuola di Tutti

Amato Teatro

Tango dei Ciechi

Pianeta delle Idee

Associazione 21 Luglio

Pamela Noutcho Sawa

Storie al Telefono

Differenza Donna

Mosaico

Foqus

Progetto Riabilitazione

[amarsiunpo.co](http://amarsiunpo.co)



**Quando è iniziata la pandemia  
abbiamo pensato di dare il nostro  
contributo a chi era in difficoltà**

VALERIA KONE, COLORIAGE

# Coloriage

Coloriage è una sartoria sociale di Roma che a partire dal lockdown ha prodotto e distribuito mascherine a basso impatto ambientale, dietro offerta libera o gratuitamente alle persone meno abbienti.



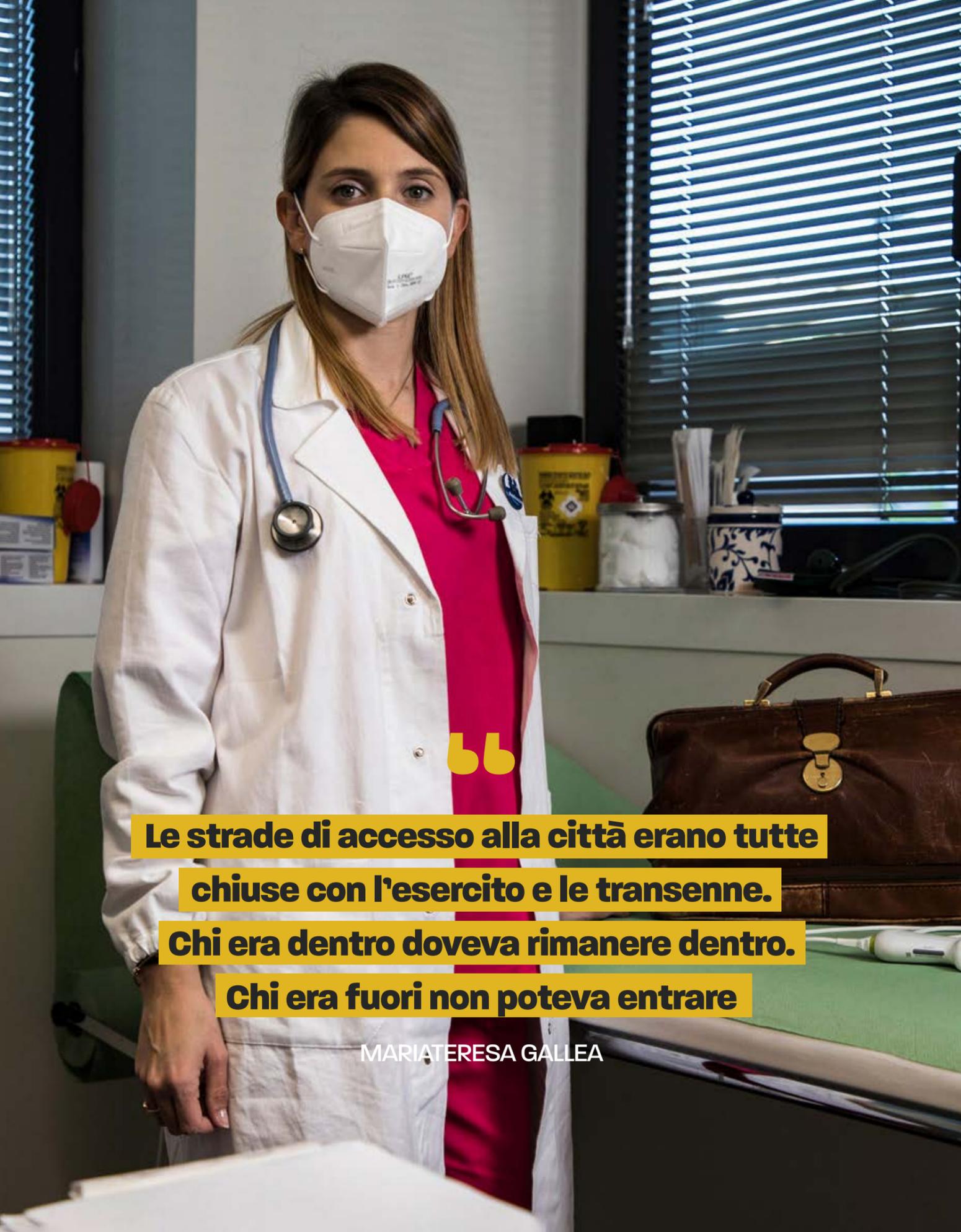
# Luigi Cavanna

Seguiamo il lavoro del Prof. Luigi Cavanna  
Direttore del Dipartimento di oncologia ed ematologia presso  
la ASL di Piacenza - e del caposala Gabriele Cremona che, fin  
dallo scoppio della pandemia, si sono presi cura a domicilio  
dei pazienti con Covid.

“

**Al pronto soccorso arrivavano  
tantissimi malati. Abbiamo detto:  
cerchiamo di intervenire prima**

LUIGI CAVANNA



# Mariateresa Gallea

È la mattina di lunedì 24 febbraio e il paese, a poco più di venti chilometri da Padova, è diventato all'improvviso la frontiera da non oltrepassare, la prima zona rossa d'Italia insieme a Codogno. Mariateresa, insieme ad altri due giovani colleghi, si trova catapultata nel primo epicentro italiano della pandemia.



**Le strade di accesso alla città erano tutte chiuse con l'esercito e le transenne.**

**Chi era dentro doveva rimanere dentro.**

**Chi era fuori non poteva entrare**

MARIATERESA GALLEA

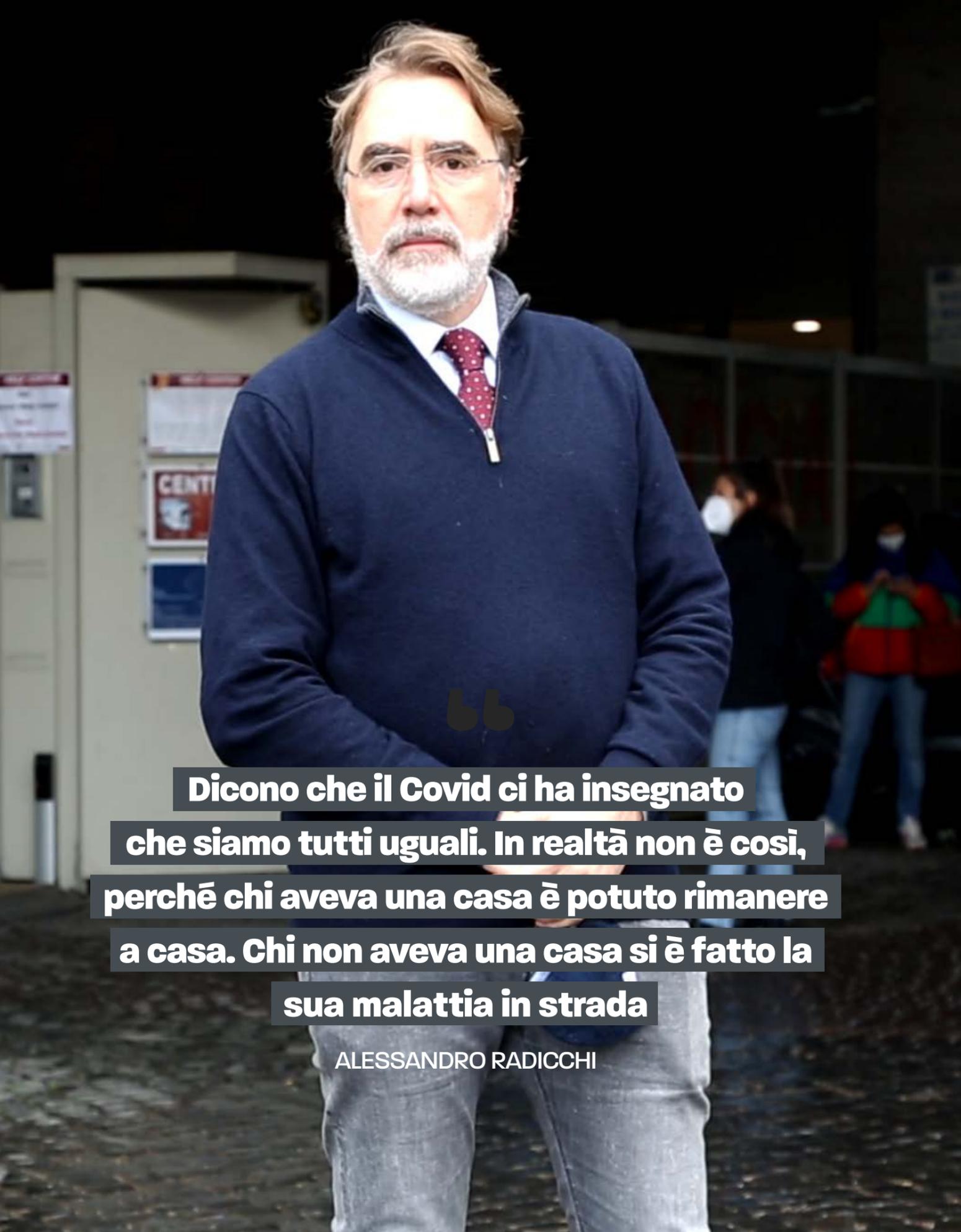
# Moltivolti

Moltivolti è un'impresa sociale nel quartiere Ballarò di Palermo. Durante il lockdown del 2020 ha deciso di preparare e donare oltre 150 pasti al giorno a famiglie e persone in difficoltà.



**Aiutare l'altro in questo momento  
equivale ad occuparsi di se stessi**

CLAUDIO ARESTIVO



“**Dicono che il Covid ci ha insegnato  
che siamo tutti uguali. In realtà non è così,  
perché chi aveva una casa è potuto rimanere  
a casa. Chi non aveva una casa si è fatto la  
sua malattia in strada**”

ALESSANDRO RADICCHI

# Binario95

“La casa di chi non ha casa”, Binario 95 è un centro di accoglienza per persone senza dimora attivo a Roma da molti anni. Durante la pandemia ha scelto, con il supporto del personale sanitario dell'Ospedale San Gallicano, di effettuare i tamponi alle persone senza dimora per garantire anche a loro il diritto alla salute e alla sicurezza.



”

**Non si è pensato di dire grazie ai braccianti  
veicolando questo messaggio attraverso  
politiche di sostegno adeguate**

MARCO OMIZZOLO

# Braccianti

Non si sono mai fermati. Anche nelle fasi più acute della pandemia, i braccianti agricoli hanno continuato a lavorare nei campi, garantendo il costante e fondamentale approvvigionamento di alimenti alle nostre tavole. Perché serve che la nostra società faccia finalmente qualcosa di fondamentale per loro?



**Per molti dei nostri clienti fare la spesa era diventato difficile o impossibile. Ci siamo messi a loro disposizione, pur consapevoli dei costi che avremmo dovuto sostenere**

MASSIMO LAMERI

# Aretè

Durante il lockdown di marzo 2020 Aretè ha attivato un servizio gratuito di consegne a domicilio per i propri clienti e ha contribuito ad un'iniziativa di "spesa sospesa" che ha fornito gratuitamente prodotti biologici a famiglie in difficoltà. L'attenzione sociale è, insieme all'agricoltura biologica, uno dei capisaldi di questa cooperativa nata nel 1987 a Torre Boldone, alle porte di Bergamo.



“

L'idea è stata un po' quella

che qualcuno potesse regalare

a qualcun'altro una storia

ELEONORA NAVA

# Macchina delle Parole

A Greve in Chianti - in provincia di Firenze - Eleonora, Elisa e Michele hanno deciso di dedicarsi ai più piccoli che si trovano isolati o in quarantena per il Covid-19. Caricano la loro macchina di libri, strumenti musicali, sedie e soprattutto immaginazione ed entusiasmo, per portare sotto casa e nei cortili spettacoli unici fatti di favole, musica e disegni.



**Raccogliere, rigenerare e  
distribuire device è solo  
un punto di partenza, non di arrivo**

**GIAMPIERO OBISO**

# Device4All

Raccogliere e rigenerare dispositivi elettronici per donarli a chi ne ha bisogno ma non può permettersi di acquistarli. Device4All punta ad attenuare il divario digitale aggravato dal Covid-19 offrendo a chi ne sarebbe escluso la possibilità di proseguire con attività di studio o di lavoro, anche nelle modalità che la pandemia impone.



# Giallo Dozza

Cosa significa subire un doppio isolamento, quello fisico imposto dall'essere detenuti e quello sanitario imposto dal Covid-19? Lo capiamo meglio grazie alla storia di Giallo Dozza, la squadra dilettantistica che offre ai detenuti del carcere di Bologna la possibilità di riscattarsi attraverso i valori e le fatiche del rugby.



**Ricominciare significa rimetterli in contatto con il proprio fisico e vedere la prospettiva che tornino ad essere atleti**

STEFANO CAVALLINI



**Durante il primo lockdown, poter lavorare,  
poter restare in strada, per me era libertà.  
Non tanto perché sottovalutassi il rischio  
di quello che stava succedendo,  
ma perché era uno strumento  
per poter fare qualcosa**

GIORGIO GUARNIERI

# Consegne Etiche

Ripensare il modello di delivery, mettendo al centro i diritti, per rilanciare un modello di città più vivibile. Fondazione Innovazione Urbana e Comune di Bologna, durante il lockdown, lanciano Consegne Etiche. L'obiettivo è quello di garantire eticità, diritti e trasparenza su tutta la filiera, che parte dai commercianti, passa per i fattorini e arriva all'utente finale. Un progetto che nasce dalle sfide della pandemia, ma è capace di guardare già oltre.



**Quando è scoppiata la pandemia ho  
pensato a riorganizzare tutto il nostro  
modo di essere e di fare scuola**

LUCREZIA DI GREGORIO

# Scuola di Tutti

Gli alunni dell'Istituto "Magarotto" sono ragazzi udenti e non udenti, abituati, grazie al progetto di inclusione della loro scuola, a riconoscere le differenze come ricchezza e non come barriera. Mentre il Covid-19 ha aggravato ulteriormente le disuguaglianze, per loro tornare in classe ha significato scoprirsi ancora più uguali davanti al bisogno di stare insieme tra i banchi e nei cortili della scuola.

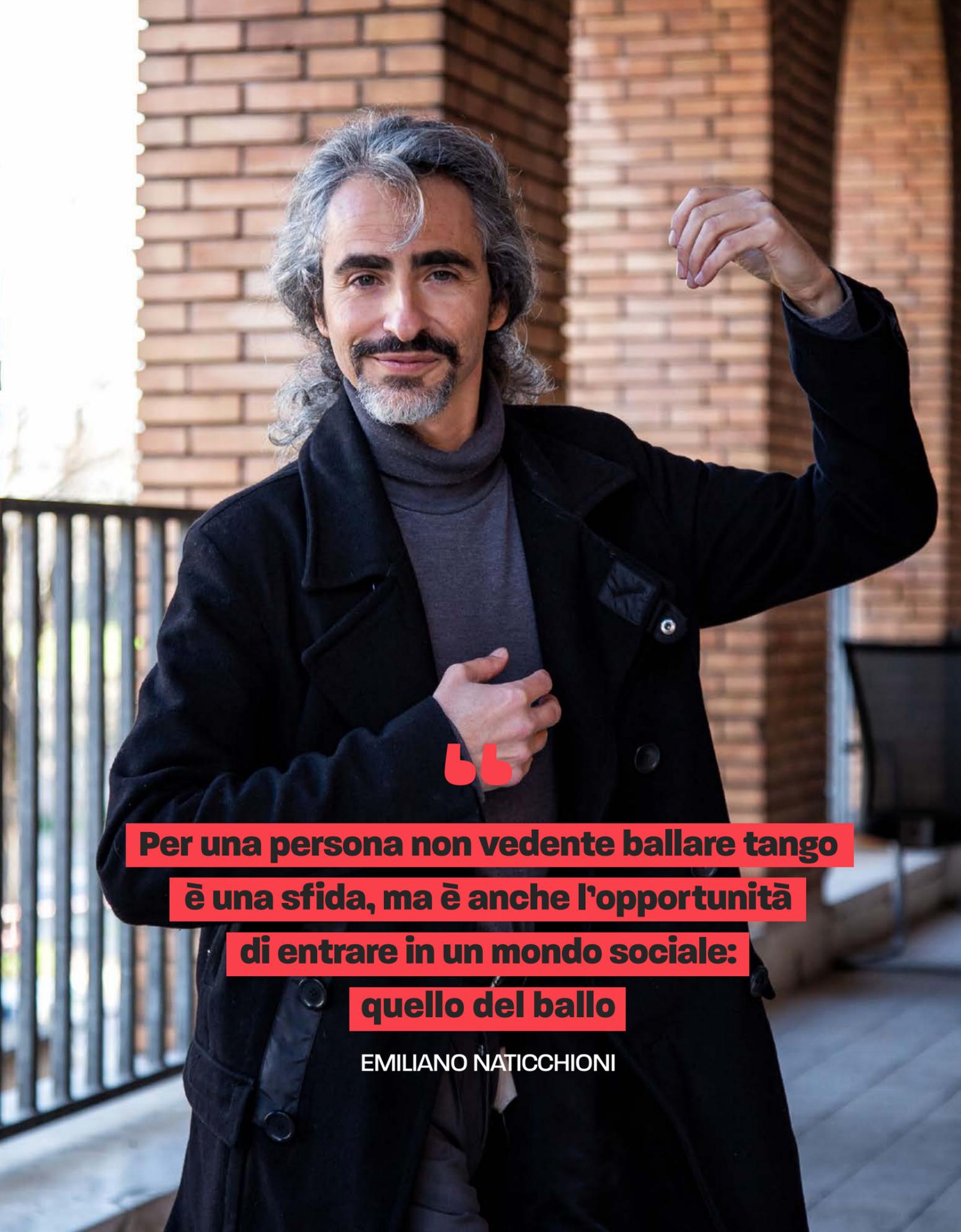
# Amato Teatro

La vicinanza tra tutte le parti del teatro, come condizione ma anche conseguenza del suo funzionamento, è stata messa in crisi dalla pandemia. Oggi il teatro reclama la possibilità di esistere. Per farci sentire e ripartire migliori, come individui e come collettività. Il “bisogno di teatro”, raccontato da Gilberto Santini e Ascanio Celestini, è al centro della nostra storia e dell’iniziativa di AMAT.

”

**Abbiamo pianto tutti appena si è aperto il sipario, appena Ascanio ha iniziato questa storia, che si è tatuata dentro di noi**

GILBERTO SANTINI

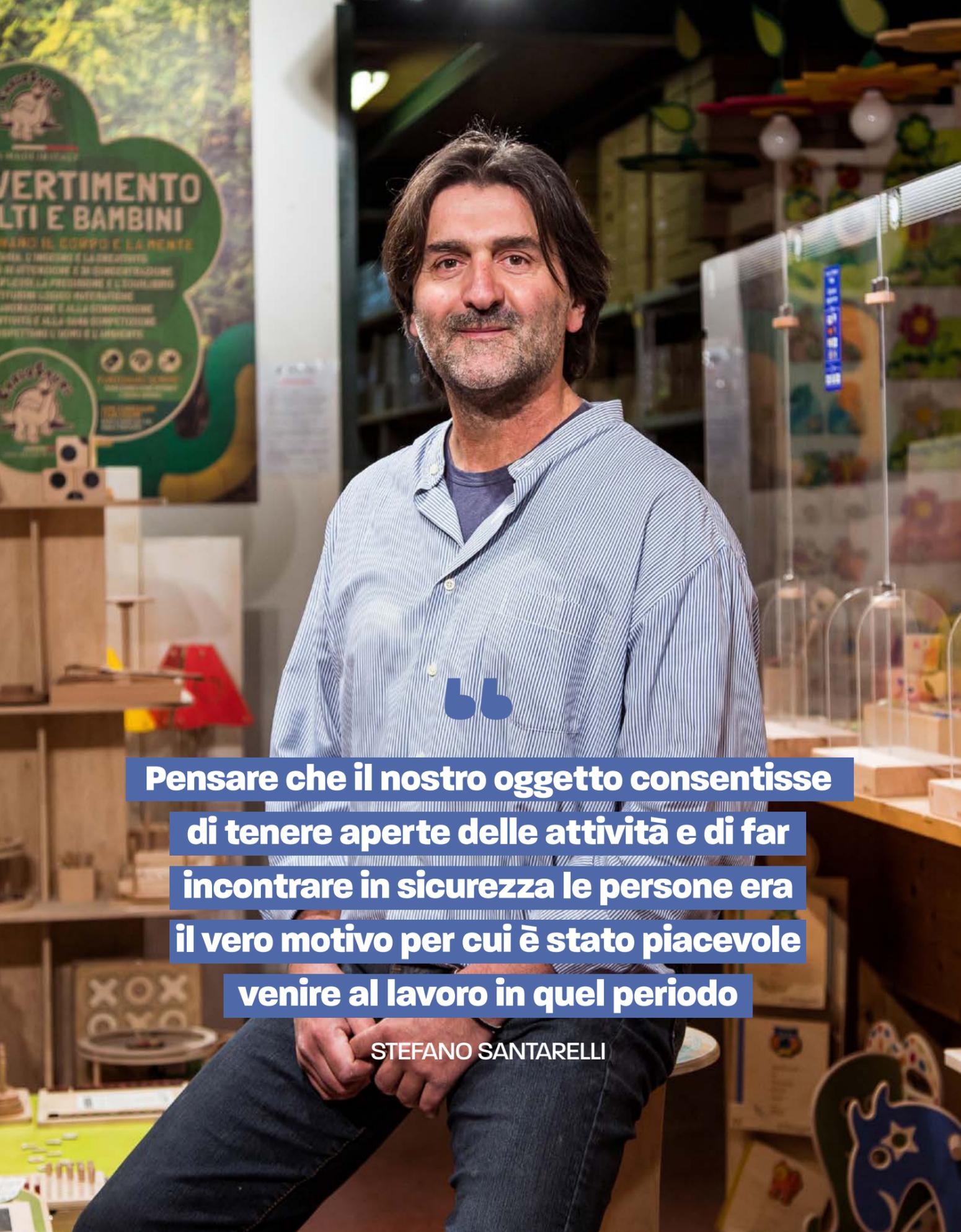


**Per una persona non vedente ballare tango  
è una sfida, ma è anche l'opportunità  
di entrare in un mondo sociale:  
quello del ballo**

EMILIANO NATICCHIONI

# Tango dei Ciechi

Il tango è un ballo di contatto, tra i più difficili da imparare. Ancor di più per chi non vede. Una sfida che Emiliano Naticchioni ha raccolto con il progetto "Tango Fog" al Sant'Alessio di Roma, un Centro regionale per i ciechi. Anche qui la pandemia ha imposto soluzioni creative per salvare l'iniziativa e le occasioni che offre, per molti allievi uniche, di socializzare e rompere il proprio isolamento.



**Pensare che il nostro oggetto consentisse  
di tenere aperte delle attività e di far  
incontrare in sicurezza le persone era  
il vero motivo per cui è stato piacevole  
venire al lavoro in quel periodo**

STEFANO SANTARELLI

# Pianeta delle Idee

Falegnameria creativa umbra dal 1993, il Pianeta delle Idee rappresenta la famiglia delle piccole e medie imprese italiane, da sempre cuore pulsante del nostro tessuto produttivo. Ci racconta di realtà intraprendenti che, colpite dalla pandemia, sono state capaci di reinventarsi per sopravvivere, talvolta proprio offrendo soluzioni creative ai problemi inediti causati dal Covid.



**Avere un bambino, avere un neonato  
a cui non poter cambiare il pannolino, a cui  
non poter dare il latte in polvere  
o l'omogeneizzato, sicuramente è  
qualcosa che devasta un genitore**

CARLO STASOLLA

# Associazione 21 Luglio

La formula dell'Associazione 21 Luglio per la ripartenza: garantire i diritti di tutti, partendo da chi in questo momento si trova agli ultimi posti della scala sociale, con un occhio di riguardo ai bisogni materiali e all'empowerment femminile.

Una ricetta che per primi, come associazione che si occupa di tutelare i diritti delle bambine e dei bambini che vivono in segregazione estrema, hanno sperimentato con successo nella periferia di Roma.



”

**Sia sul ring che in ospedale,  
provo a vedere la persona  
nella sua interezza.**

**Il corpo e la vita insomma**

PAMELA NOUTCHO SAWA

# Pamela Noutcho Sawa

Pamela lavora come infermiera all'Ospedale Maggiore di Bologna ed è una pugile. In corsia come sul ring a fare la differenza è la voglia di non arrendersi, la capacità di studiare l'avversario per portare il colpo decisivo e aggiudicarsi il match. Le analogie tra i due ambiti sono molte e proprio le palestre, veri punti di riferimento per i quartieri, possono tornare ad esse luoghi fondamentali nella ripartenza, non soltanto per la cura del corpo, ma anche per il benessere psicologico e sociale.



**La cosa bella è che, una volta lanciata l'iniziativa con il giornale locale, siamo stati subissati di richieste di volontari. Oggi mi emoziona quando molti volontari mi dicono che sia diventata anche per loro un'attività gratificante a cui sarebbe difficile rinunciare**

GASPARE MORGANTE

# Storie al Telefono

A Trieste le storie corrono attraverso il telefono e tengono compagnia alle tante persone che l'emergenza ha reso più sole. Durante la pandemia, con l'aiuto dei dipendenti e dei volontari, la libreria che Gaspare Morgante gestisce con sua moglie legge al telefono storie per chi, isolato in casa, può viaggiare soltanto con la fantasia.

# Differenza Donna

Come si esce da una situazione di segregazione e violenza, mentre si è costrette in casa durante il lockdown?

Il 6 marzo scorso, all'inizio delle chiusure per tutti a causa del COVID, Differenza Donna, associazione femminista che aiuta le donne vittime di violenza di genere, ha visto crollare le chiamate di aiuto dell'85%. Difficile parlare al telefono avendo il proprio aguzzino in casa.



**Noi donne femministe abbiamo sempre detto che non si poteva parlare di semplice ripartenza, perché non volevamo assolutamente partire dallo stesso punto di prima**

ELISA ERCOLI



**Sono cadute tutte le barriere.**

**Rifugiati e non rifugiati,  
aiutiamo gli uni e gli altri.**

**La pandemia non fa differenze  
tra una persona e l'altra.**

YAGOUB KIBEDA

# Mosaico

Come mettere a frutto un capitale sociale fatto di anni di esperienze vissute in prima persona? A Torino donne e uomini, rifugiati in Italia da anni, hanno dato vita all'Associazione Mosaico per aiutare nuovi stranieri ad affrontare le difficoltà che loro hanno già superato. Con la pandemia ed il lockdown il supporto si allarga a tutti i bisognosi, stranieri e italiani. Aiutare l'altro diventa espressione di cittadinanza attiva e sinonimo di un'integrazione completa.



“

**Sapendo che qui la scuola spesso ha a che fare con la vita, con la qualità della vita e il futuro dei bambini, noi abbiamo cercato di tenerla aperta in tutti i modi.**

RENATO QUAGLIA

# Foqus

Garantendo la spesa sociale a 675 famiglie e contrastando l'abbandono scolastico aggravato dalla pandemia, durante il lockdown a Napoli la Fondazione Quartieri Spagnoli - Foqus ha offerto un sostegno diretto alla comunità locale, dalla quale si deve oggi ripartire per superare la manutenzione inadeguata del presente e produrre futuro.

**Alcuni numeri**

**A 9 mesi dal lancio  
Amarsi Un Po'  
aveva raggiunto**

**227.000**

**visualizzazioni video**

**28 milioni +**

**visualizzazioni web**

**47.5 milioni +**

**impressioni totali**



**Amarsi Un Po'**

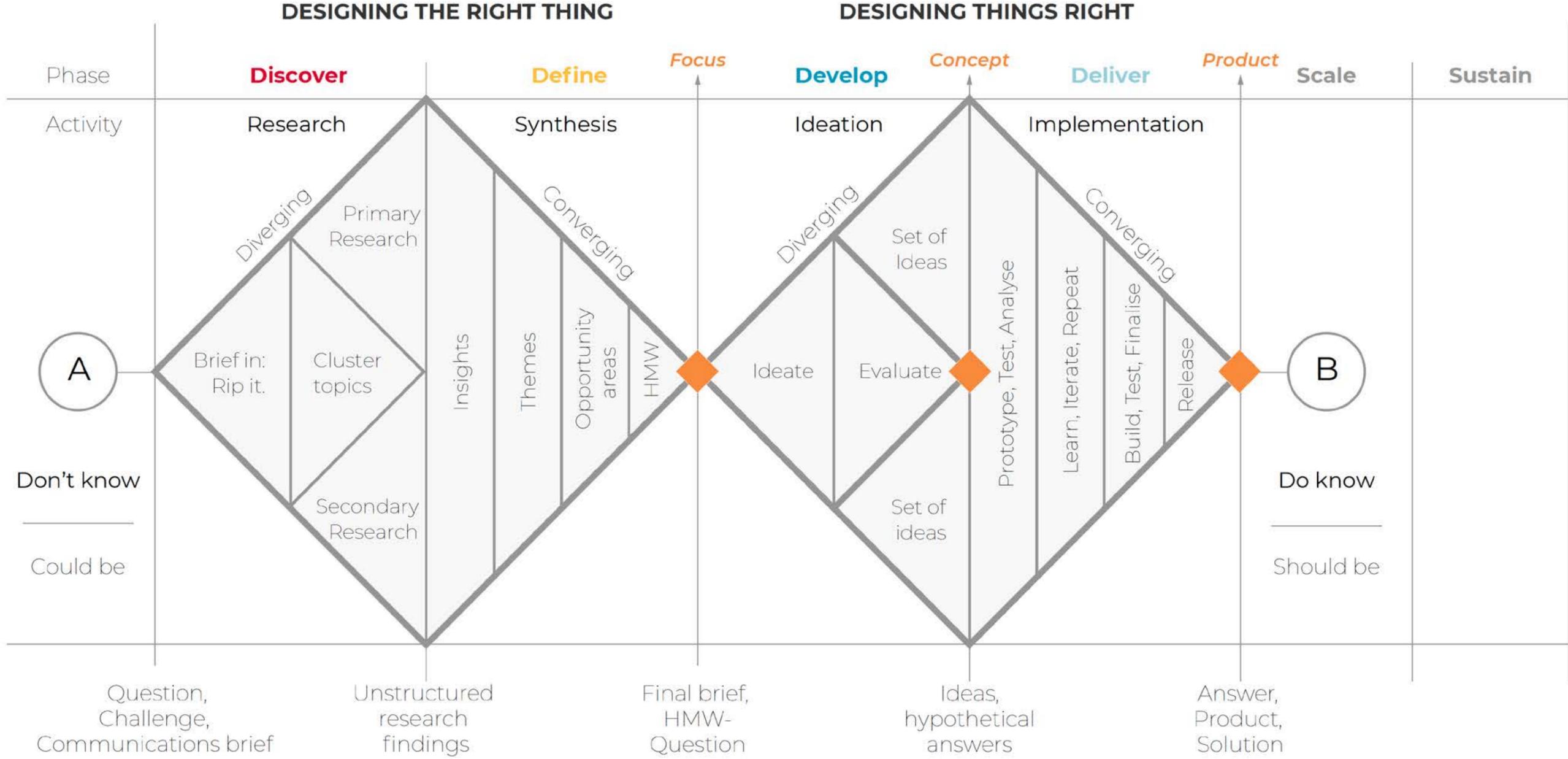
# Strategie & Strumenti

**PROGETTAZIONE**

**COMUNICAZIONE**



# Strategie & Strumenti Progettazione

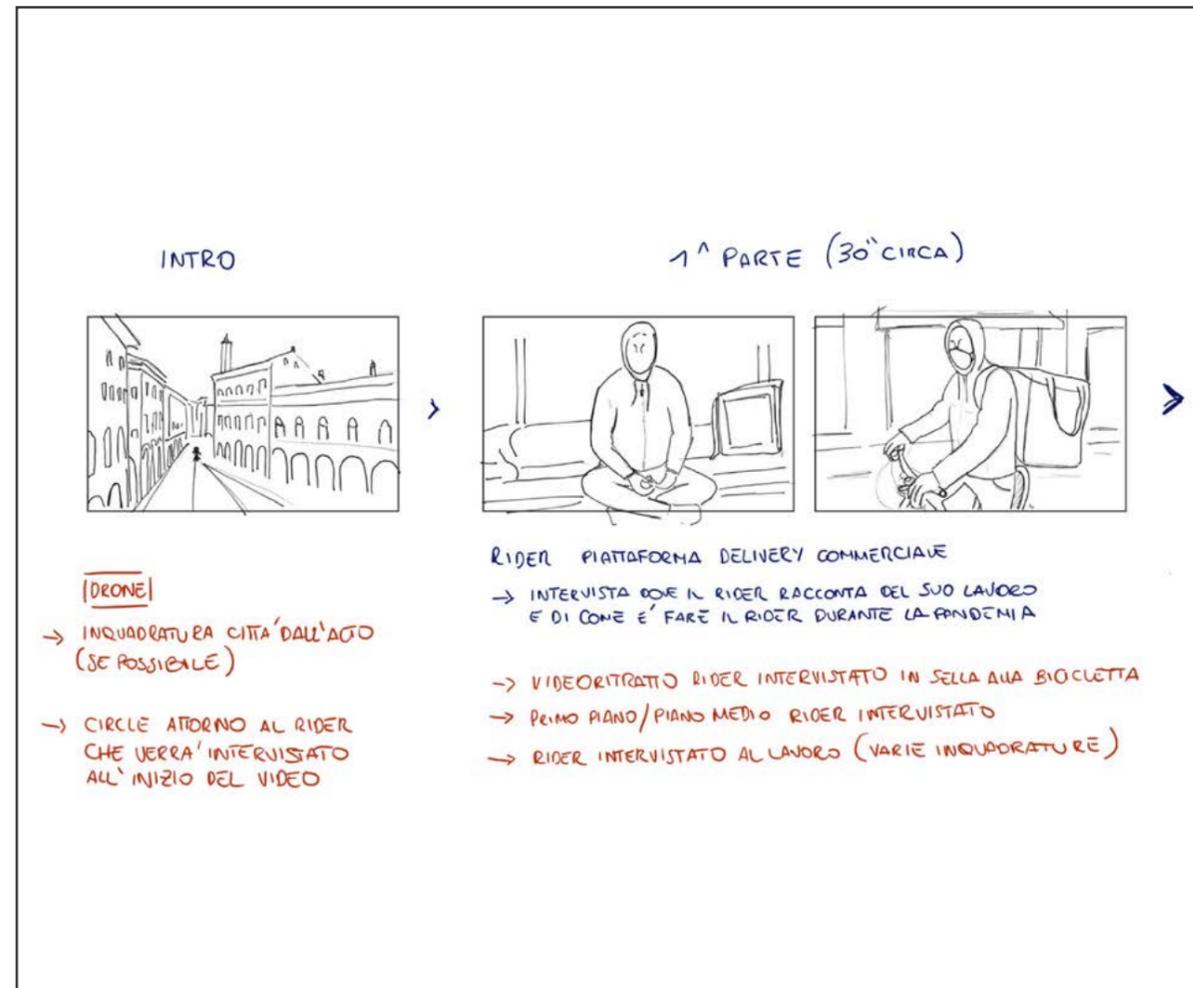




# Strategie & Strumenti Progettazione

<p><b>Vision</b> What is the long term vision for what you want to achieve with this campaign?</p> <p>1</p>	<p><b>How can we create that change?</b> How can we disrupt and transform the current system?</p> <p>How can we create culture change on this issue?</p> <p>How can we disrupt or transform institutions?</p> <p>How can we support or amplify alternatives?</p> <p>3</p>	<p><b>Who can help?</b> Who do we need to bring about this change? Who has influence? Who is affected? And who can we collaborate with?</p> <p>4</p>	<p><b>Goals</b> What is the specific goal for this project?</p> <p><b>Objectives</b> What do we need to do to bring this about?</p> <p>6</p>	<p><b>What's the story?</b> What are the key elements of the new narrative we want to create?</p> <p>8</p>
<p><b>What needs to change?</b> Based on the problems we've identified that contribute to the current situation, what needs to change?</p> <p>2</p>	<p>3</p>	<p><b>What influences?</b> What relationships, trends or events currently have influence/help sustain the current situation or could shift it?</p> <p>5</p>	<p><b>Outcomes</b> What does success look like?</p> <p><b>Indicators</b> How will we know we're on the right path?</p> <p>7</p>	<p><b>What do people need to do?</b> How can audiences and allies help bring about this change? What are our asks to them?</p> <p>9</p>
<p><b>Assumptions</b> What assumptions have we made about how the system will respond? Why do we believe this plan will succeed?</p> <p>11</p>		<p><b>Risks</b> Why might this plan fail? What resistance could we face? Are there risks to staff or the organisation?</p> <p>12</p>		<p><b>Tracking &amp; measuring</b> What will we track and measure to show we are making progress towards our objectives?</p> <p>13</p>

# Strategie & Strumenti Progettazione



## Amarsi Un Po' Team

Campaign Lead: **Giulio Frigieri**

Video Editing e Graphic Design: **Andrea Colombo**

Filming e Drone: **Francesco Alesi**

Team Comunicazione: **Fabi Fugazza, Andrea Oleandri, Tommaso Fusco, Valentina Muglia**

Fotografie: **Francesco Alesi, Andrea Colombo, Marco Pavan, Zoe Vincenti**

Sviluppo Web: **Achilleas Galatsidas**

Feature writers: **Paolo Riva (Areté), Christian Elia (Device4All)**

## Strategie & Strumenti Comunicazione

### HOPE-BASED COMMUNICATION

Thomas Coombes

## HOPE-BASED COMMUNICATIONS

A checklist

Our audience research and the new communications strategy argue that we need to inspire people to stand up for human rights, to change minds and to win debates.

### **Every story has hope.**

These are five simple steps to help you find it in any piece of communication.

# Strategie & Strumenti Comunicazione

## VALUES-BASED FRAMING Anat Shenker-Osorio



### I MODERATI DISIMPEGNATI

56% DONNE 44% UOMINI



### CARATTERISTICHE

Giovani (i 18-30enni sono numerosi)  
Istruiti  
Impiegati  
Il 30% non si colloca né a sinistra né a destra nello spettro politico  
Nord-ovest, sud e isole

### TEMI PRINCIPALI

Disoccupazione, situazione politica, corruzione, servizi sociali, pubblica amministrazione.

- Incerti sulle prospettive di successo e sulla possibilità che persone come loro possano avere influenza sulla politica e la società
- L'Italia è "divisa", "debole" ma anche "accogliente"
- Abbastanza orgogliosi di essere italiani, ma non attribuiscono un peso particolare alla lealtà
- In generale, non hanno opinioni decise e non partecipano ai dibattiti
- Disinteresse verso i partiti politici, pensano di non essere considerati oggetto di interesse dalla politica
- Atteggiamenti "caldi" verso i rifugiati e i musulmani
- Incerti in merito agli effetti dell'immigrazione, sia dal punto di vista economico che culturale
- Non sanno dire con certezza se ci siano pressioni circa lo schierarsi a favore o contro i rifugiati, ma sentono che il trattamento mediatico della questione è spesso ingiusto e non accurato



## AUGUST 2018 Attitudes towards National Identity, Immigration and Refugees in Italy



More in Common

## Strategie & Strumenti Progettazione

19

video storie

3

foto storie

2

media partnerships

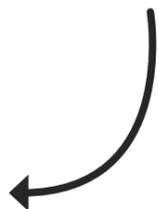
la Repubblica.it

la Repubblica



ROMA  
Storie di solidarietà durante il Covid: le mascherine della sartoria sociale Coloriage

COSMOPOLITAN  
AMARSI UN PO'



”

Ho incontrato CILD cercando risorse in italiano sul dibattito relativo ai diritti civili: mi ha colpito la dissonanza tra la scarsità di materiale disponibile e la rilevanza dell'argomento. Anche per questo siamo stati contenti di mettere a disposizione il nostro Cosmopolitan per amplificare il progetto Amarsi un po'. La rispondenza con il progetto Power of Positivity di Hearst era comunque perfetta e Paola di Marcantonio, Direttrice del digital di testata, ha raccolto con entusiasmo la proposta, declinandola in un trattamento multicanale molto moderno.

La qualità giornalistica delle storie è stata un plus notevole e un arricchimento reciproco: dietro a una esecuzione tecnica impeccabile, abbiamo trovato un pensiero di transformative storytelling raffinato e molto attuale.

FRANCESCO MAGNOCAVALLO  
Digital Strategy Director, Hearst Italia

Amarsi Un Po'

# Impatti



# Background

**LEXIS Research** - Established in 1991, Lexis Research is a qualitative and quantitative market research company specializing in the design and development of Marketing and Communication strategies.

[www.lexisricerche.it](http://www.lexisricerche.it)

**CILD** (Italian Coalition for Liberties and Civil Rights) was established in 2014 with the aim to **defend and promote civil rights and freedoms**. It is a national network of civil society organizations that operates through a combination of policy analysis, advocacy, media strategy and formation of public opinion.

From CILD was born **the AMARSI UN PO' campaign**, a project aimed at telling of **the strength and the role of civil society** in a dark period such as the pandemic.

**Amarsi un po'** tells the stories of free men and women who act for the common good, stories that can serve as an example for the average citizen, instil trust and communicate the importance of the relationship between freedom and civic responsibility.

**CILD questioned about the effectiveness of the project in relation to its capacity to raise public awareness sentiment around Italian civil society (amongst the «uncertain middle» in particular) and to increase awareness of the important role that civil society plays in Italy and of its contribution during the pandemic.**

# Methodology

## LEG NOT EXPOSED TO THE VIDEO: Leg without video stimulus:

400 Interviews without exposure to the video.

## LEG EXPOSED TO THE VIDEO: Leg with video stimulus:

400 interviews with exposure to the video Amarsi un po', in turn divided into 4 sub-samples of 100 cases each, each sub-sample was exposed to one different video among the following:

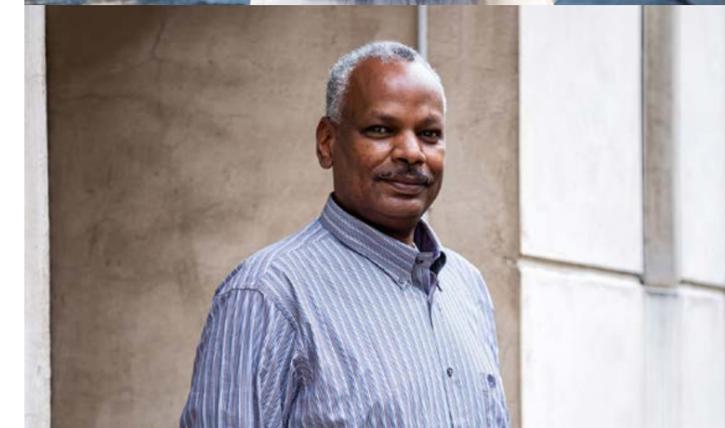
MOSAICO, BINARIO 95, GIALLO DOZZA,  
MACCHINA DELLE PAROLE

The fieldwork was carried out from 13-16 of July 2021.



*Each interview lasted about 15 minutes.  
In order to ensure the correct distribution  
of interviews, some sample rates were  
checked: Sex x age (2x2 cells) and age x  
macro-area of residence (2x4 cells).*

- Semi-structured questionnaire
- CAWI/CAMI methodology
- 800 «UNCERTAIN MIDDLE» aged 18-50 y.o. (50% women and 50% men)



## Definition of Civil Society proposed to the sample

**In this interview we talked about Italian civil society, a whole defined as people or associations operating outside the governmental and public administration context, in order to pursue public utility objectives.**

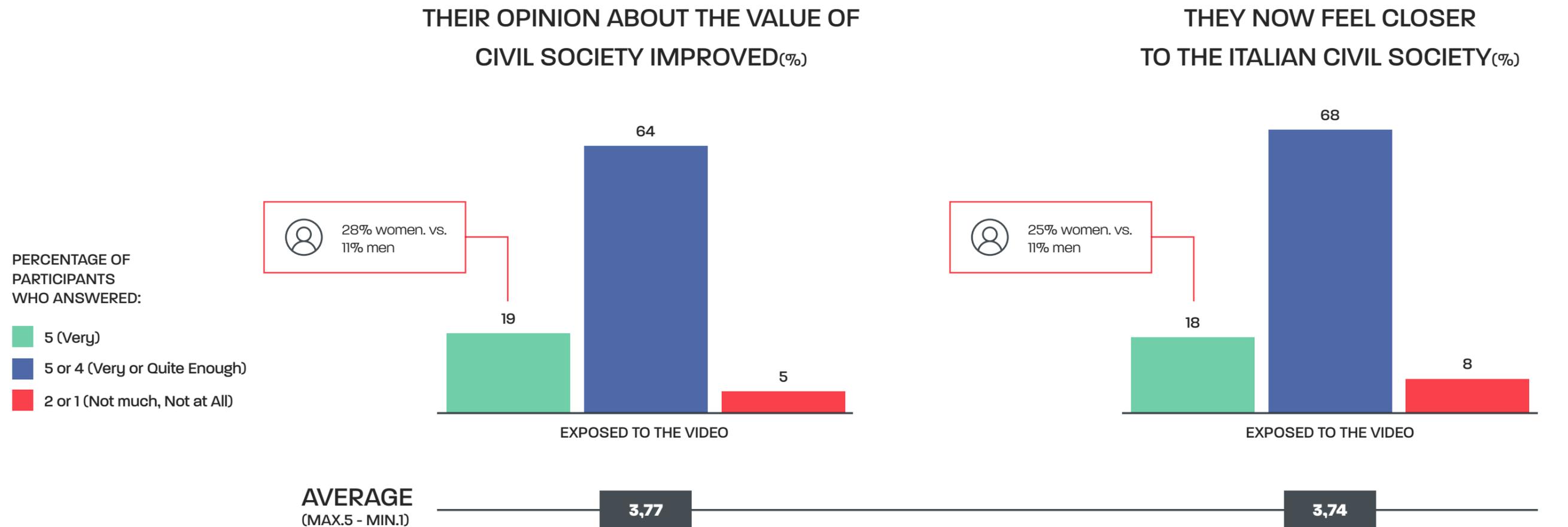
**Civil society includes, for example, non-profit organisations, neighbourhood and sports associations, consortia and foundations.**



**The Video Effectiveness**

# The opinion of research respondents towards civil society improved after exposure to videos

THE PARTICIPANTS' RESPONSE WERE ON A SCALE FROM 1 (NOT AT ALL) TO 5 (VERY)



SOURCE: Amarsi Un Po' / LEXIS

Base: Leg EXPOSED to the video = 402

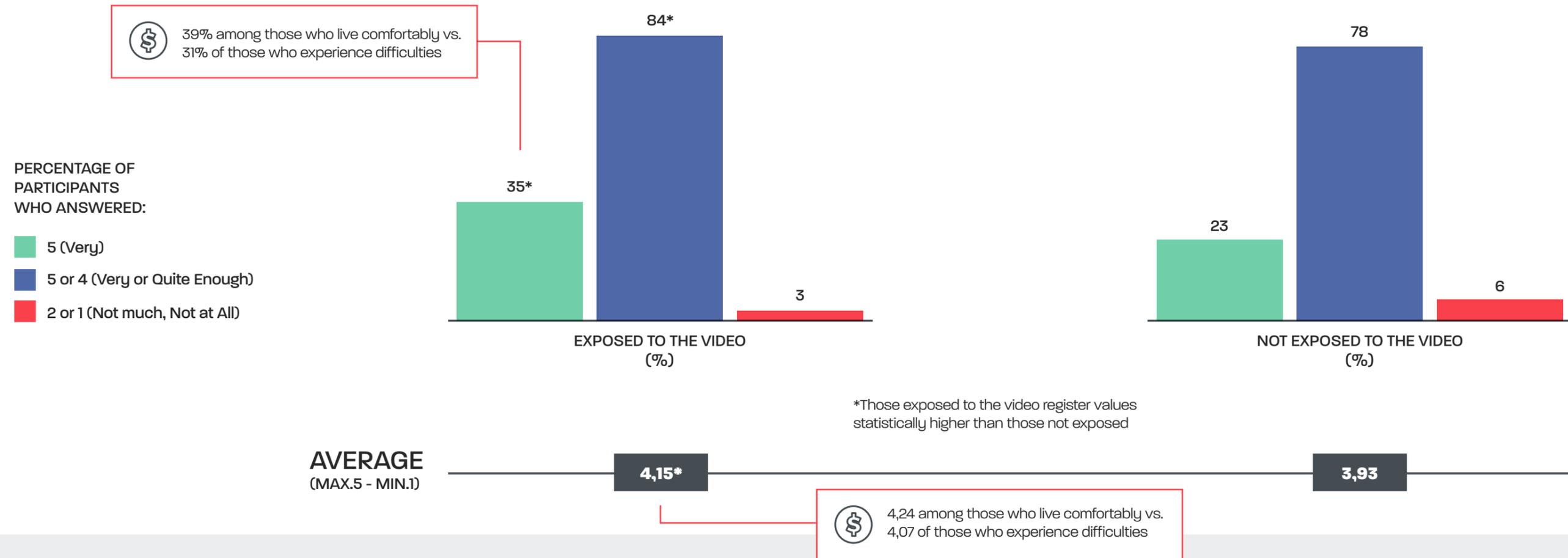
D11. Finally, thinking back to the content of the video that was previously shown to you, do you think you have improved your opinion about the value that Civil Society has in Italy?

D12. Always thinking back to the video you saw, in general, do you now feel closer to the Italian Civil Society?

## The Video Effectiveness

# Comparing views about the role of Italian civil society in promoting well-being of all citizens

THE PARTICIPANTS' RESPONSE WERE ON A SCALE FROM 1 (NOT AT ALL) TO 5 (VERY)



SOURCE: Amarsi Un Po' / LEXIS

Base: Base: Whole sample: Leg EXPOSED to the video = 402 \_ Leg NOT exposed to the video = 401

D1. In general, how important is to you the role that the Italian Civil Society has in promoting the well-being of all citizens and improving their living conditions?

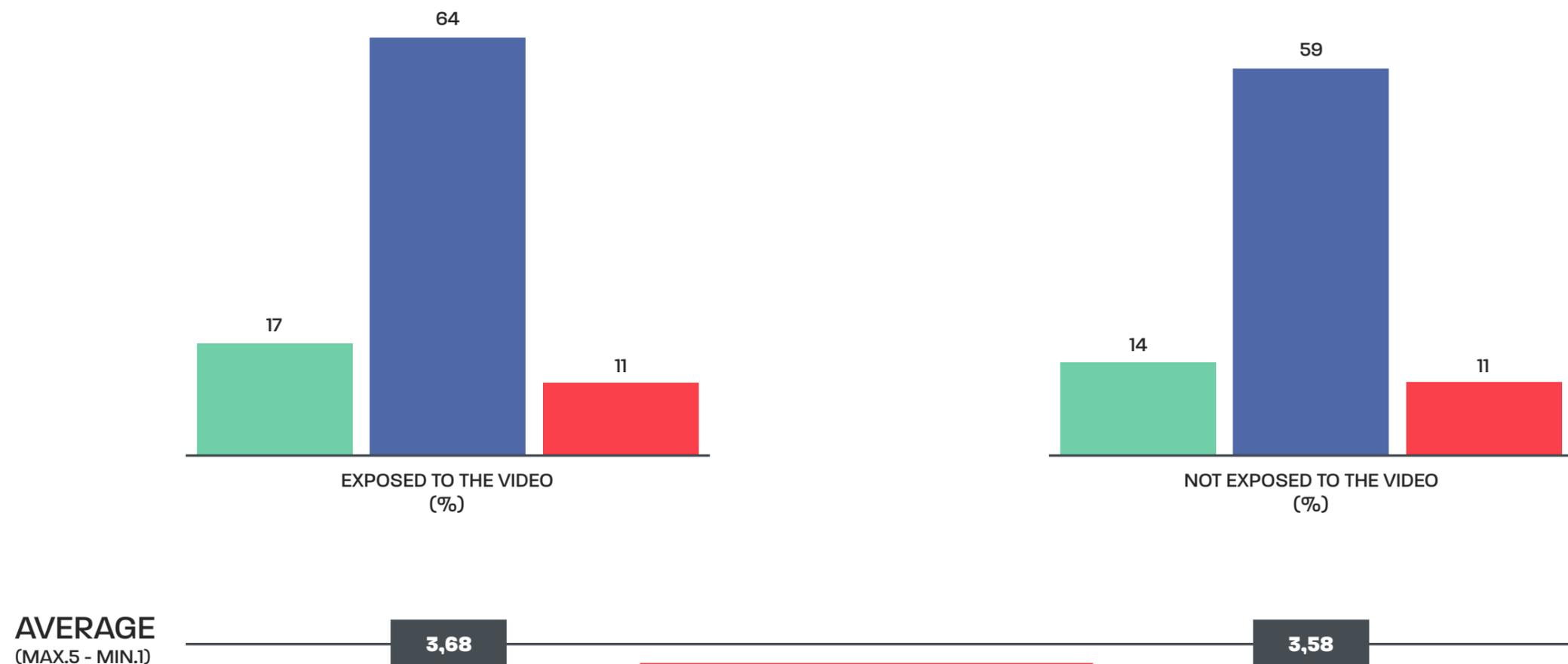
## The Video Effectiveness

# Comparing views on how much Italian civil society is able to change and improve the country

THE PARTICIPANTS' RESPONSE WERE ON A SCALE FROM 1 (NOT AT ALL) TO 5 (VERY)

PERCENTAGE OF PARTICIPANTS WHO ANSWERED:

- 5 (Very)
- 5 or 4 (Very or Quite Enough)
- 2 or 1 (Not much, Not at All)



3,76 among those who live comfortably vs. 3,60 of those who experience difficulties

SOURCE: Amarsi Un Po' / LEXIS

Base: Whole sample: Leg EXPOSED to the video = 402 \_ Leg NOT exposed to the video = 401

D3. To what extent do you think the Italian Civil Society is effectively able to change and improve the Country?