



RADAR

SWG

Niente sarà più come prima

22-28 novembre 2021

- ✓ **GOVERNO:** il gradimento mantiene livelli elevati e Draghi non è più considerato il one man show
- ✓ **I SERVIZI PER L'INFANZIA:** l'insoddisfazione dei genitori italiani
- ✓ **BLACK FRIDAY:** le promozioni fanno gola agli italiani, l'online prevale sui negozi fisici

1.

IL PUNTO SUL GOVERNO

Dopo oltre nove mesi di attività, il Governo Draghi dispone di un solido consenso tra i cittadini. Il 57% di giudizi positivi sul suo operato è da considerarsi un buon risultato, in particolare essendo partito da un livello di gradimento più basso. Negli ultimi sei mesi il rapporto tra i cittadini e l'esecutivo si è infatti rinsaldato.

Il capo del Governo gode anch'esso di un elevato gradimento, anche se in leggera flessione rispetto all'epoca dell'insediamento. In sostanza, agli inizi la fiducia dei cittadini era concentrata soprattutto sulla figura di Draghi, mentre con il tempo si è accreditata tra i cittadini la percezione positiva del Governo nel suo complesso.

A determinare questa prevalenza di opinioni favorevoli è sicuramente l'apprezzamento per la gestione del piano vaccinale e del contenimento dei contagi. Anche l'impegno del Governo sul PNRR riscuote un buon giudizio, mentre le critiche prevalgono soprattutto su temi come lavoro, tasse e immigrazione.

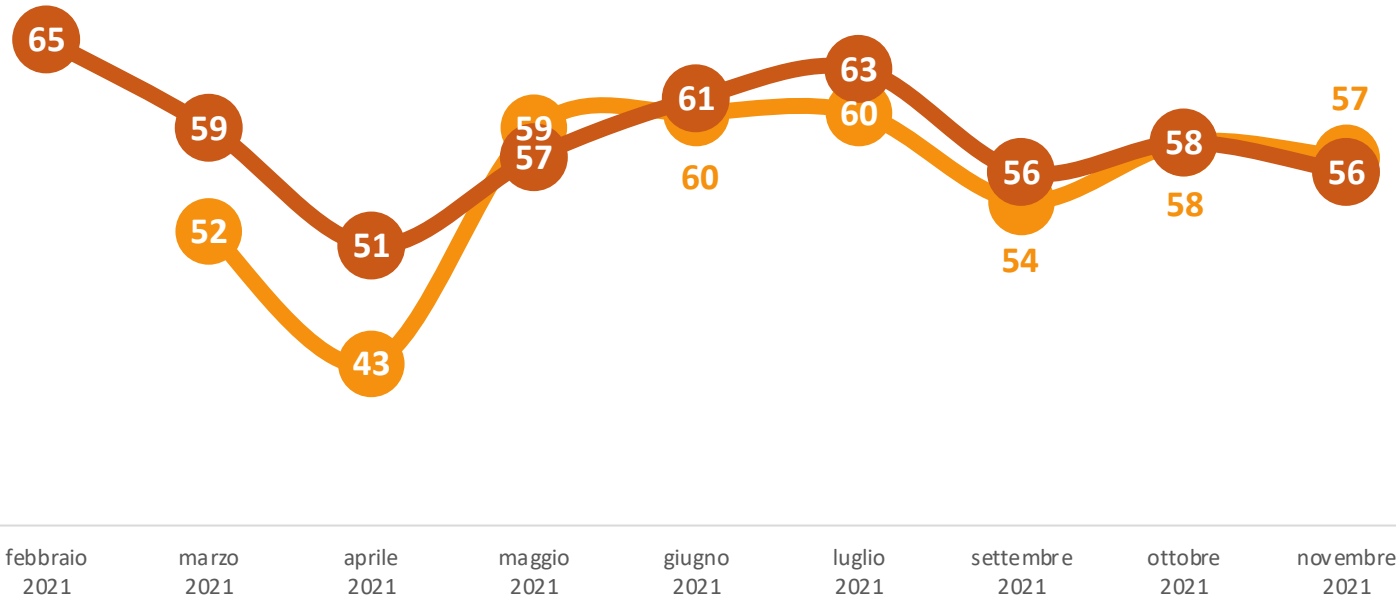
Tra le forze che compongono la maggioranza è il PD a essere percepito come la componente che incide di più sulla linea del Governo. Seguono Lega, M5S e Forza Italia. E gli elettori Dem sono anche quelli che vedrebbero più di buon occhio un esecutivo dello stesso tipo anche nella prossima legislatura. Nel complesso però, gran parte preferirebbe un Governo sostenuto da un solo schieramento oppure la grande coalizione soltanto come un'ultima spiaggia.



Continuano a prevalere i giudizi positivi nei confronti di Draghi e del Governo e si annulla la differenza tra il premier e l'esecutivo

FIDUCIA IN MARIO DRAGHI
(% «molto
+ abbastanza fiducia»)

EFFICACIA DEL GOVERNO
(% «molto
+ abbastanza efficace»)



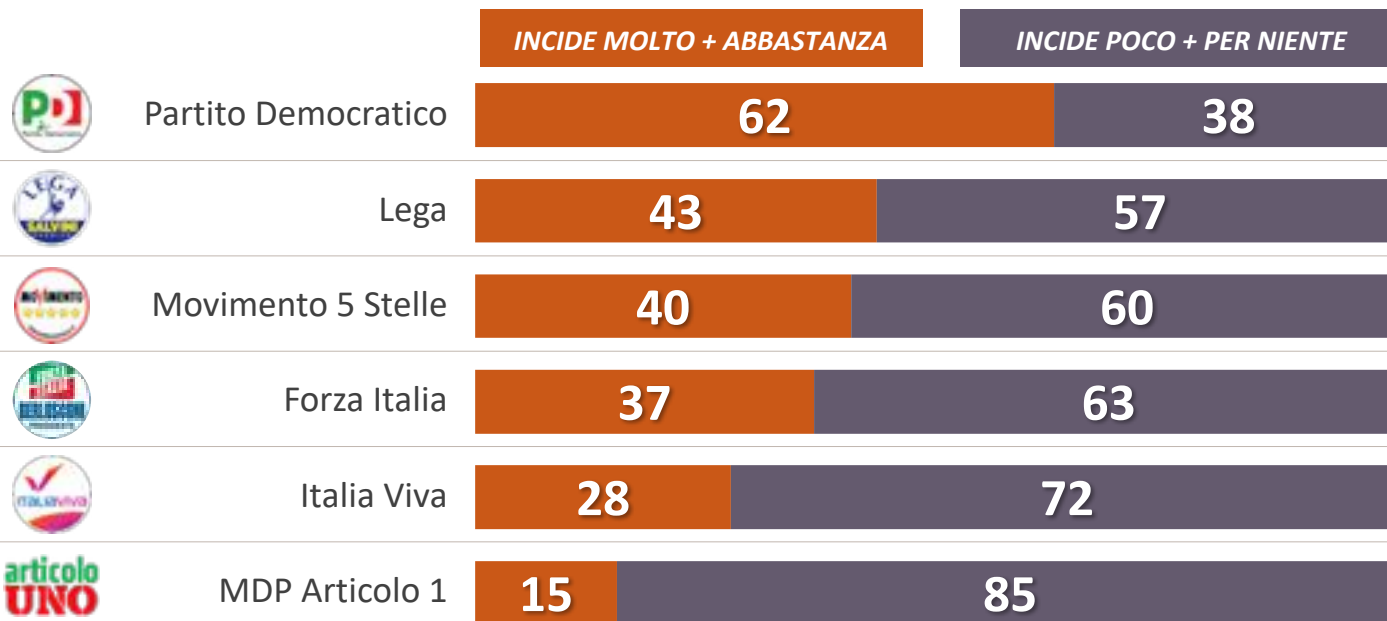
Il piano vaccinale e la gestione dell'emergenza Covid sono gli ambiti determinanti per il gradimento del Governo

Lei ritiene che il Governo sia molto, abbastanza, poco o per niente efficace su... (% di «molto + abbastanza efficace»)

GRADIMENTO..	ELEVATO	il piano vaccinale	74	
		le misure per il contenimento dei contagi	61	
	MEDIO	la gestione del PNRR	49	
		la politica estera	38	
		la politica sulla sanità	37	
		la politica economica	37	
	MEDIO-BASSO	le scelte in materia di sicurezza	33	
		le scelte per le infrastrutture e le grandi opere	29	➔ - 6 rispetto a giugno 2021
		le politiche sull'ambiente	26	➔ - 5 rispetto a giugno 2021
	BASSO	le politiche per la scuola	23	➔ - 6 rispetto a giugno 2021
le scelte contro la povertà		22		
le politiche per il lavoro		21		
le scelte su fisco e tasse		21		
le politiche sull'immigrazione		20		

Il PD è ritenuto la componente della maggioranza che ha più voce in capitolo nelle decisioni del Governo

Per ciascuno dei partiti della maggioranza, indichi quanto secondo lei riesce a incidere sulle decisioni del Governo:



Nonostante l'esperienza positiva del Governo Draghi la maggioranza non ritiene le larghe intese la soluzione ottimale per il futuro

Secondo lei, una soluzione come quella attuale, ovvero un governo sostenuto da una larga maggioranza che include sia partiti di centrodestra che di centrosinistra e guidato da una personalità esterna ai partiti, sarebbe da replicare anche in futuro?

sì, sarebbe una buona soluzione

20



56 elettori partiti di centro

35 elettori PD

sì, ma solo se non è possibile formare una maggioranza di uno schieramento

28



61 elettori FI

36 elettori M5S

no, non è da ripetere

32



59 elettori FdI

non saprei

20

2.

I SERVIZI PER L'INFANZIA

La tutela della genitorialità risulta essere una dimensione che richiede ancora molti interventi da parte dello Stato e delle istituzioni: una quota consistente dei genitori italiani accusa difficoltà nel conciliare la vita lavorativa e la famiglia, specialmente coloro con figli in età di prima e seconda infanzia.

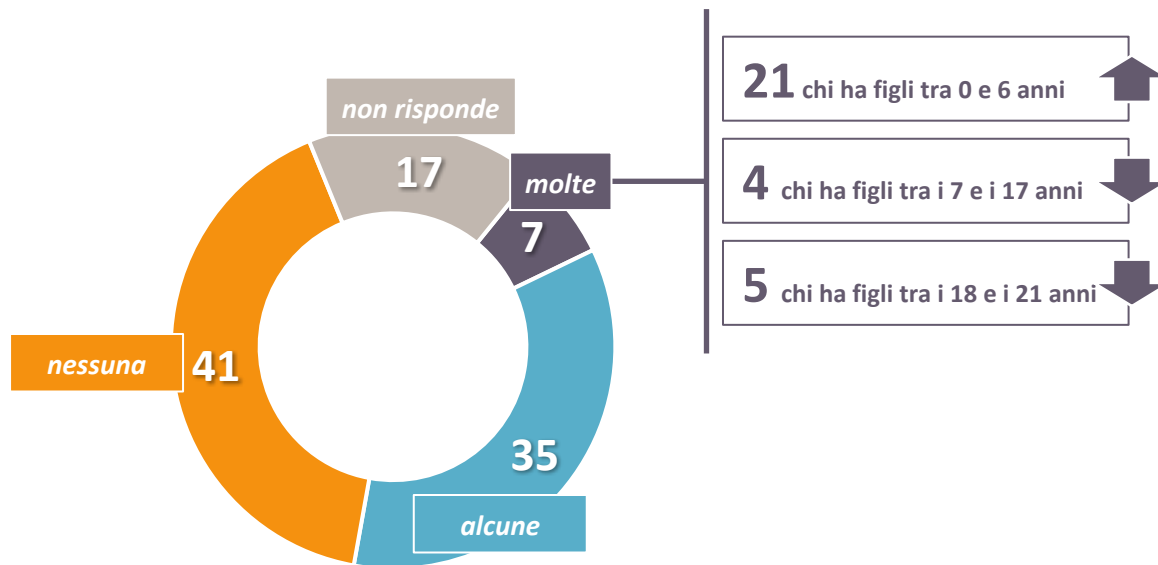
Per quanto riguarda i servizi per l'infanzia si nota una forte disparità tra le macro aree geografiche del Paese: se i servizi forniti nelle regioni del nord vengono percepiti come soddisfacenti da circa la metà della popolazione con figli under 22 (58% nel nord-est, 45% nel nord-ovest), nel resto della penisola la soddisfazione scende sotto il 35%, con il punto più basso nell'area del sud e delle isole, dove solo il 25% dei genitori si esprime in maniera positiva sui servizi disponibili. Le politiche e le misure di assistenza genitoriale offerte dal settore pubblico mostrano un generale calo di gradimento a tutti i livelli amministrativi rispetto a giugno scorso, il che fa presumere che eventuali nuove esigenze dei genitori italiani legate alla pandemia non abbiano per il momento trovato risposta.

Per quanto riguarda i contributi economici previsti dall'Assegno Unico, le aspettative della maggioranza (61%) dei genitori sono piuttosto basse in quanto non credono che inciderà molto sui bilanci familiari. È probabile, tuttavia, che le informazioni su questa misura siano state recepite ancora in maniera vaga.



4 genitori su 10 accusano difficoltà nel conciliare lavoro e famiglia, la situazione è critica per un quinto di coloro che hanno figli in età 0-6

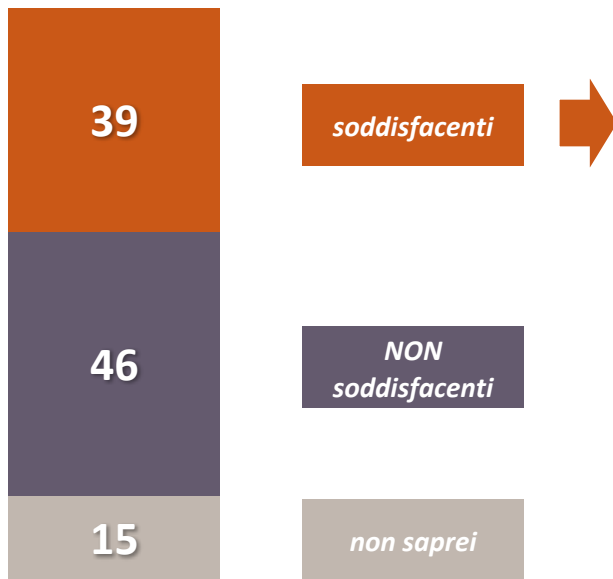
*Generalmente lei trova difficoltà a conciliare i tempi da dedicare ai figli con il lavoro?
(Rispondono i genitori con figli in età 0-21 anni)*



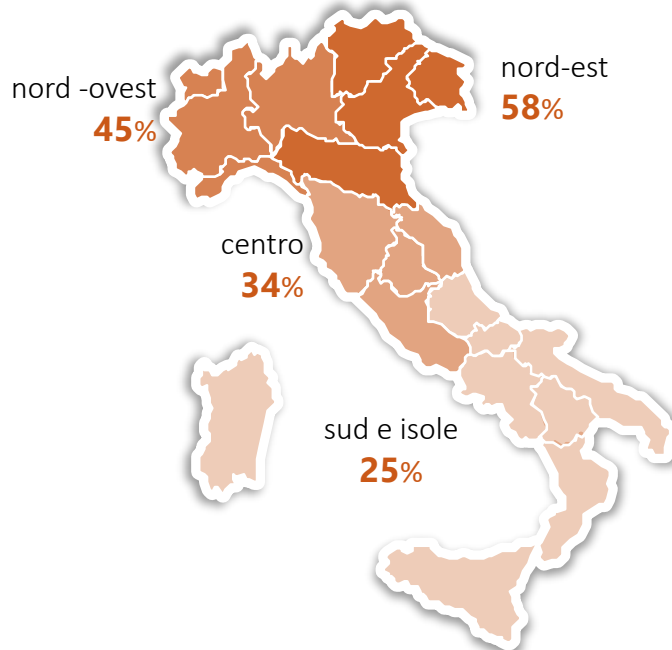
Forte disparità geografica nel giudizio sui servizi: nel nord-est la maggioranza è soddisfatta, i residenti nel Meridione i più critici

Per sua esperienza, nella zona in cui vive i servizi per l'infanzia e di sostegno ai genitori sono... (Rispondono i genitori con figli in età 0-21 anni)

Totale Italia



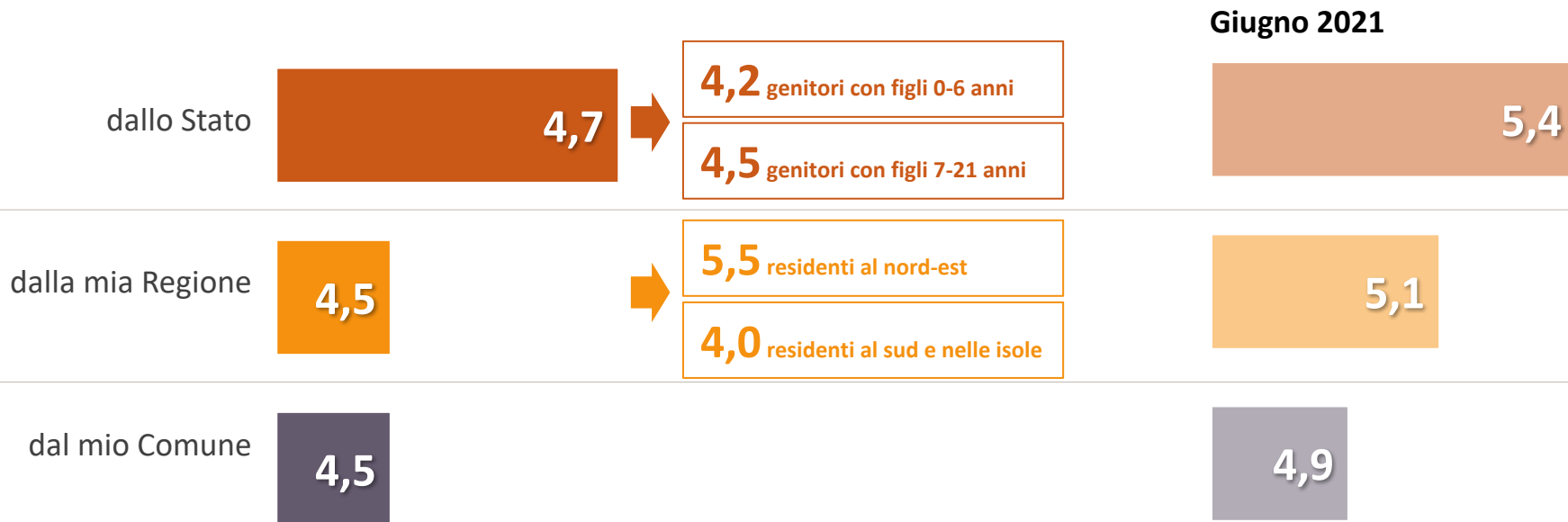
% «Soddisfacenti» per zone di residenza



Le valutazioni delle misure e delle politiche familiari peggiorano ad ogni livello rispetto a giugno 2021

Nel complesso come valuta le politiche e le misure per il sostegno alle famiglie con figli erogate...

Utilizzi il voto da 1 a 10, dove 1 significa pessime, 6 significa sufficienti e 10 significa ottime.



Gli importi attesi dall'Assegno Unico sono considerati modesti, con impatto ridotto o nullo sull'economia familiare

*Rispetto a contributi e detrazioni per figli a carico di cui la sua famiglia ha fruito fino ad ora, ritiene che l'Assegno Unico...
(Rispondono i genitori con figli in età 0-21 anni)*

		GENITORI DI FIGLI 0-6 ANNI	GENITORI DI FIGLI 7-17 ANNI	GENITORI DI FIGLI 18-21 ANNI
porterà un incremento significativo del sostegno economico	3	2	3	1
porterà un incremento ridotto del sostegno economico	25	26	26	29
non porterà un incremento del sostegno economico	36	25	42	38
il sostegno economico potrebbe diminuire con l'assegno unico	17	19	14	10
non saprei	19	28	15	22

3.

LA TENTAZIONE DEL BLACK FRIDAY

Puntuale come le luminarie natalizie che iniziano a comparire in giro per le strade, a meno di un mese dal Natale si conclude la settimana del Black Friday, un'occasione per fare acquisti in negozi fisici e online a prezzi scontati. I più interessati a usufruire di queste promozioni sono soprattutto i giovani under 40 (Generazione Z e Millennials) e coloro che vivono nelle grandi città.

La corsa all'acquisto online stuzzica 8 fruitori su 10, più che per timore dei contagi in negozio, soprattutto per la percezione di una maggiore convenienza, una maggiore varietà e promozioni riservate esclusivamente all'acquisto in Rete. Ma per 4 su 10 Black Friday significa anche andare a fare shopping nei negozi.

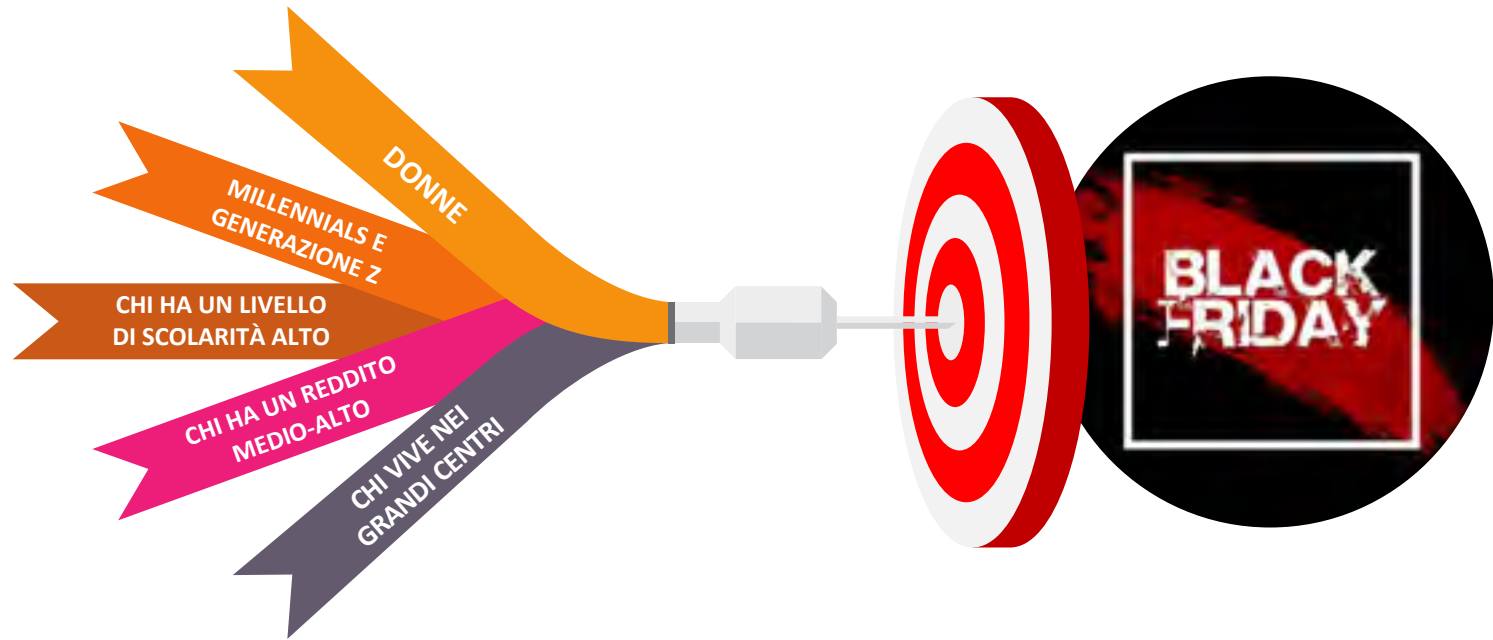
Chi ha invece resistito alla tentazione di acquistare qualcosa durante la settimana del Black Friday dichiara di non avere bisogno di nulla in questo periodo, di non volere comprare oggetti inutili e di voler risparmiare.

In sostanza il Black Friday divide i consumatori, presenta due lenti attraverso cui leggere il fenomeno: 1 italiano su 2 se ne dichiara fan e tutti gli anni attende con ansia questa settimana, mentre 4 su 10 sposano la prospettiva green e minimal e credono che il Black Friday sia solo un'occasione consumistica, poco rispettosa dell'ambiente che produce un sovrappiù di oggetti non necessari.



Black Friday: più tentati dalle promozioni donne, giovani e residenti nei grandi centri

Il profilo di chi ha acquistato o aveva intenzione di acquistare durante il Black Friday:



I motivi di chi ha detto no al Black Friday: assenza di bisogni specifici, attenzione al risparmio e rifiuto della spinta a consumare

*Per quali motivi NON ha acquistato o non ha intenzione di acquistare nulla durante il Black Friday? (Possibili 2 risposte)
(Rispondono coloro che non faranno acquisti in occasione del Black Friday)*

non ho bisogno di comprare nulla in questo periodo

39

in questo periodo preferisco risparmiare

28

è un modo per spingere le persone ad acquistare cose non necessarie

28

39 Generazione Baby Boomers e Silent

non ho trovato offerte interessanti

12

è un modo per mettere in difficoltà i piccoli commercianti

12

quello che cerco non rientra nelle offerte proposte

10

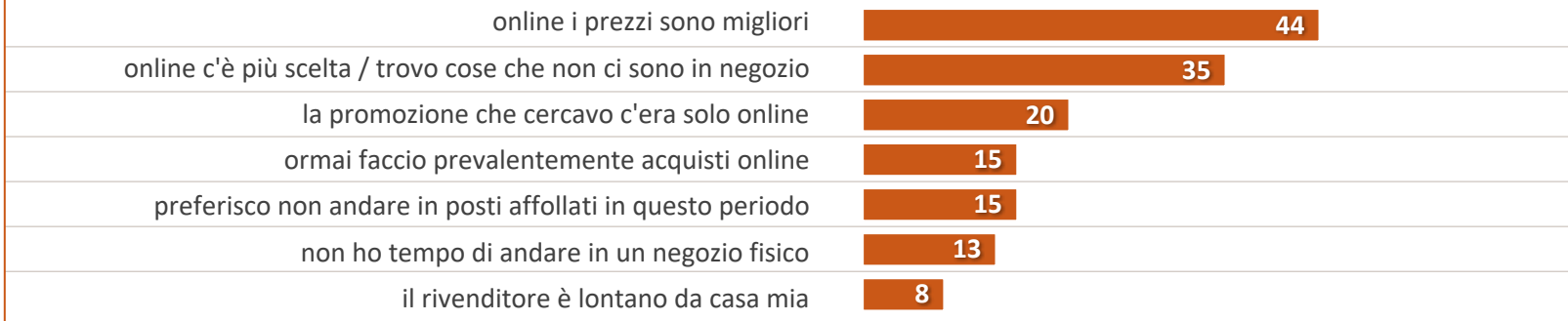
Il Black Friday passa per l'e-commerce per 8 fruitori su 10: convenienza, varietà e promozioni dedicate i driver principali

Dove ha acquistato o ha intenzione di acquistare prodotti per il Black Friday?

(Rispondono coloro che hanno acquistato o avevano intenzione di acquistare qualcosa - % di sì)



*Per quali motivi ha scelto un **NEGOZIO ONLINE** piuttosto che uno fisico? (Risponde chi ha fatto acquisti online - Possibili 2 risposte)*



Il Black Friday divide le opinioni: buona parte lo attende tutti gli anni, ma per 4 su 10 è emblema di consumismo e poco green

Indichi il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni (% di chi è d'accordo)

Sono un fan del Black Friday,
tutti gli anni ne approfitto
per fare acquisti e regali

50



61 Millennials e
Generazione Z

54 persone
con reddito medio-alto

55 chi abita
in grandi centri

Sono contrario al Black Friday,
è un'iniziativa consumistica
che danneggia l'ambiente

40



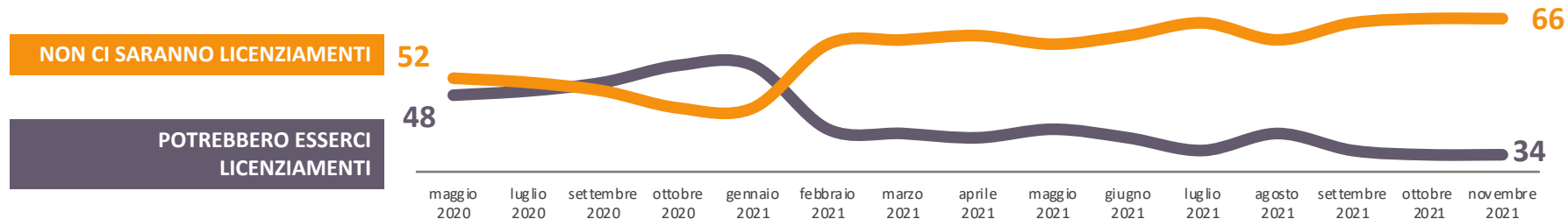
49
Generazione X

47 persone con basso
livello di scolarità

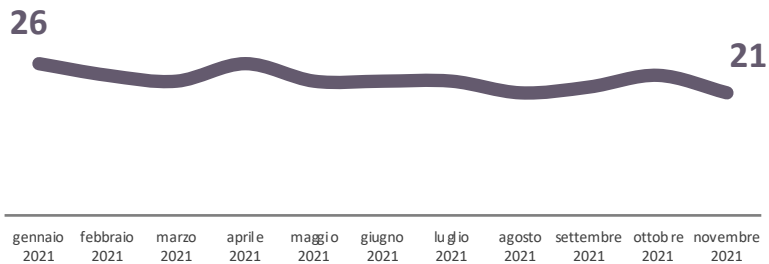
46 persone
con reddito medio-basso

MONITOR DELLE PROSPETTIVE LAVORATIVE

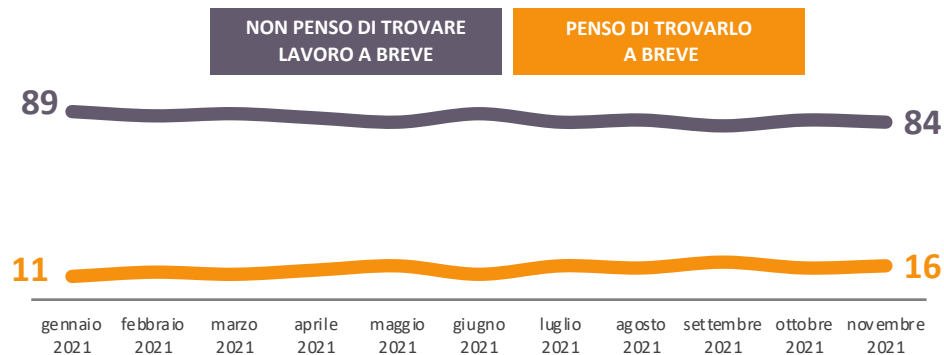
PERCEZIONE DEL RISCHIO LICENZIAMENTI ALL'INTERNO DELL'AZIENDA/ENTE IN CUI SI LAVORA



LAVORATORI DEL SETTORE PRIVATO CHE TEMONO DI PERDERE IL LAVORO



PERCEZIONE DELLA PROBABILITÀ DI TROVARE LAVORO PER CHI STA CERCANDO LAVORO

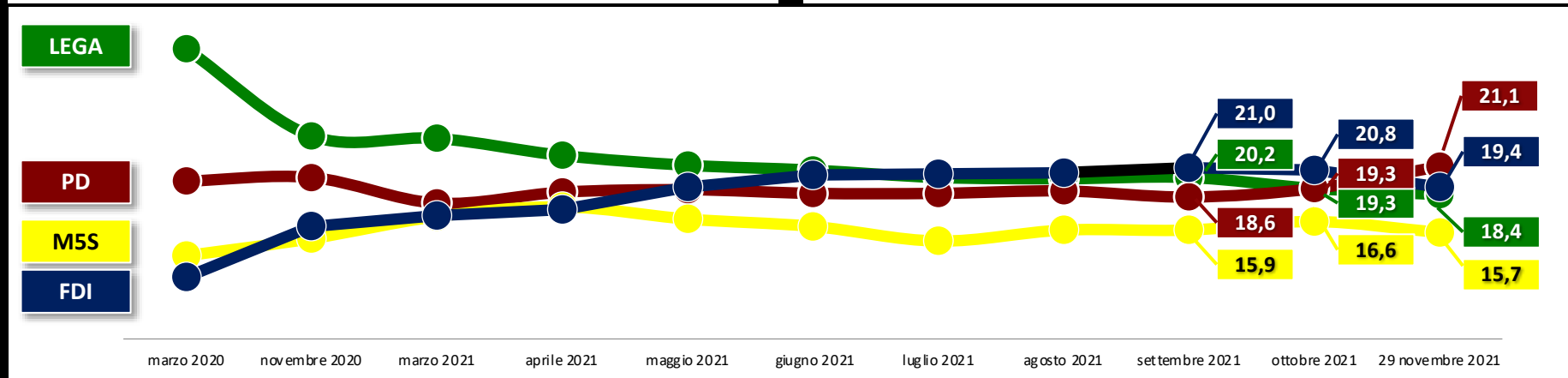


INTENZIONI DI VOTO 29 NOVEMBRE 2021

		Differenza rispetto al 22/11/2021
Partito Democratico	21,1	+0,3
Fratelli d'Italia	19,4	-0,4
Lega	18,8	+0,4
Movimento 5 Stelle	15,7	=
Forza Italia	7,0	+0,2
Azione	4,2	+0,2

		Differenza rispetto al 22/11/2021
Italia viva	2,7	+0,3
Sinistra Italiana	2,5	=
Verdi	2,2	-0,2
MdP Articolo 1	2,0	-0,2
Più Europa	1,7	-0,4
Altro partito	2,7	-0,2

Non si esprime: 42% (+2)





"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan

SWG

Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, ESOMAR e MSPA. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 7/A - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 26 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754