



SWG

RADAR

Niente sarà più come prima

10-16 ottobre 2022

- ✓ **CENTROSINISTRA:** gli elettori PD non gradirebbero una svolta centrista, ma hanno dubbi anche sul M5S
- ✓ **CREDENZE E MAGIA:** quasi tutti si sono cimentati con l'oroscopo, uno su dieci si è rivolto a maghi, santoni/guaritori
- ✓ **BIRRA E TERRITORI:** una bevanda che esprime la cultura di una comunità



1.

PROSPETTIVE NEL CENTROSINISTRA

Incassata la sconfitta elettorale, all'interno del PD e del Movimento 5 Stelle sono iniziate le riflessioni sul futuro dell'area progressista e in particolare sulla questione dell'alleanza tra le due formazioni.

Dall'esperienza del Governo Conte II in poi il posizionamento politico del Movimento 5 Stelle è stato tendenzialmente associato al centrosinistra. Anche se non viene inteso come un partito di centrosinistra nel senso tradizionale, il movimento guidato da Conte viene collocato in questa area dall'82% dei suoi elettori, dal 64% degli elettori PD e dal 72% degli italiani in generale.

Tuttavia, le contrapposizioni emerse con la caduta del Governo Draghi e durante la campagna elettorale hanno allontanato i due elettorati e oggi soltanto la metà dei pentastellati e poco più di un terzo dei Dem auspicano un'alleanza tra le due compagini. Su questo argomento gli elettori del PD si mostrano particolarmente frammentati tra la preferenza per la conferma della coalizione presentata alle elezioni di settembre, l'accordo con il M5S oppure, in misura minore, un avvicinamento al Terzo Polo o la corsa in solitaria.

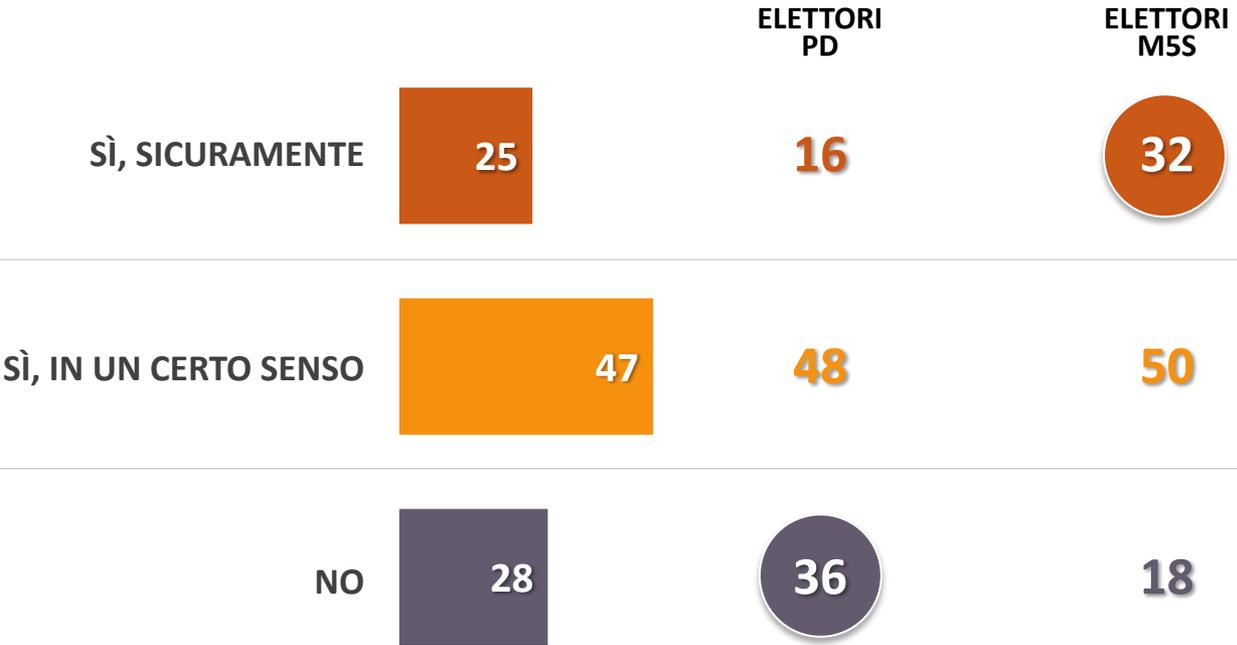
Sul piano dei contenuti, secondo i rispondenti, Pd e M5s hanno molte posizioni compatibili, soprattutto su immigrazione, ambiente, lavoro e problematiche sociali, ma rispetto alla politica internazionale e alle questioni militari le divergenze vengono ritenute piuttosto ampie.

Il PD dovrà presto affrontare il nodo del nuovo segretario. Il percorso è ancora lungo per cui i giudizi degli elettori Dem in questa fase hanno un valenza relativa, ma tra gli ipotetici contendenti a partire dalla posizione più avanzata sono Bonaccini e Schlein.



Gran parte degli elettori associa il Movimento 5 Stelle al centrosinistra, anche se il suo posizionamento non appare ben definito

Ritiene che il Movimento 5 Stelle, oggi, faccia parte dell'area politica di centrosinistra?



Sull'alleanza PD-M5S c'è una notevole diffidenza ma per i Dem l'alternativa centrista per il momento non è un'opzione

Secondo lei, in futuro, il MOVIMENTO 5 STELLE dovrebbe:

RIMANERE DISTANTE DAL PD

40

AVVICINARSI AL PD E STRINGERE
UN'ALLEANZA CHE POSSA ESSERE
COMPETITIVA CON IL CENTRODESTRA

50

NON SAPREI

10

Secondo lei, in futuro, il PD dovrebbe:

CERCARE DI ALLARGARE LO
SCHIERAMENTO ATTUALE
ANCHE AL M5S

36

MANTENERE L'ALLEANZA SOLO CON
SINISTRA, VERDI, +EUROPA

30

PUNTARE A UN'ALLEANZA CON
AZIONE-IV SENZA SINISTRA E M5S

19

PUNTARE A CRESCERE E PRESENTARSI
ALLE ELEZIONI DA SOLO

15

I temi che uniscono PD e M5S sono immigrazione, ambiente, lavoro e problematiche sociali, mentre politica estera e militare sono i punti di rottura

Rispetto ai temi elencati sotto, indichi se secondo lei il PD e il Movimento 5 Stelle hanno posizioni vicine o distanti:

INDICE DI VICINANZA/DISTANZA (DA +100=VICINE A -100=DISTANTI)

	TOTALE ITALIA	ELETTORI PD	ELETTORI M5S
immigrazione	+13	+14	+35
tutela ambientale	+8	+55	+24
i diritti dei lavoratori	+6	+46	+27
sostegno alle classi sociali più deboli	+6	+40	+13
rispetto delle istituzioni	+3	+20	+34
gestione bilancio dello Stato e debito pubblico	-14	-6	+14
sviluppo economico	-16	+2	+5
politica energetica	-19	+4	-13
politica internazionale	-34	-39	-23
difesa e spese militari	-38	-63	-44

La corsa alla successione di Letta: ai blocchi di partenza gli elettori del PD mettono in pole position Bonaccini e Schlein

Elenchiamo una serie di potenziali candidati alla segreteria del Partito Democratico. Indichi per ciascuno quanto lo ritiene adeguato a diventare il nuovo segretario del PD (RISPONDONO GLI ELETTORI DEL PD):

	% MOLTO + ABBASTANZA ADEGUATO TRA CHI CONOSCE IL POTENZIALE CANDIDATO	% di quanti non lo/la conoscono
STEFANO BONACCINI	80	17
ELLY SCHLEIN	75	26
ENZO AMENDOLA	56	53
GIUSEPPE PROVENZANO	54	46
ANTONIO DECARO	51	43
DARIO NARDELLA	50	30
MATTEO RICCI	47	51
PAOLA DE MICHELI	45	32

2.

CREDENZE E MAGIA

I dati rilevati questa settimana indicano che gli italiani hanno opinioni divise sull'importanza e sul ruolo da attribuire al mondo magico e dell'occulto nel proprio quotidiano. Seppur con differenti intensità, un terzo degli italiani afferma di essere scaramantico o superstizioso e, in quanto a credenze, il 34% è convinto o non esclude la possibilità di comunicare con i morti. Questi dati sono accentuati soprattutto tra i residenti del Sud che manifestano una maggior superstizione rispetto al resto degli italiani.

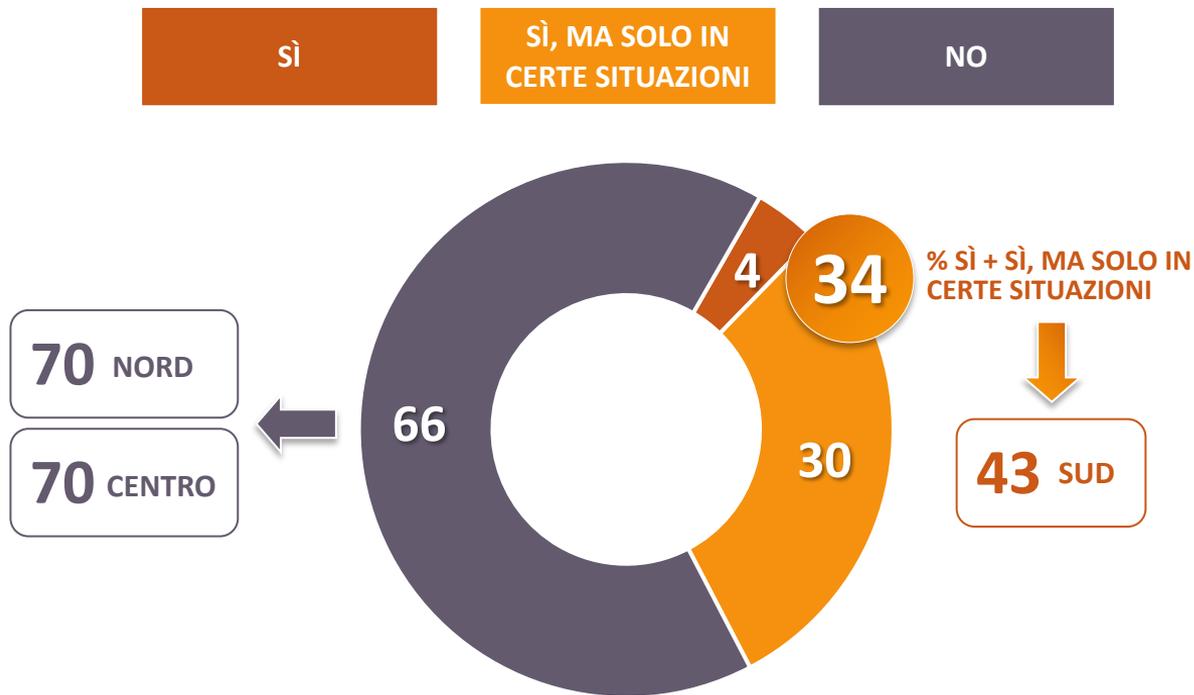
L'oroscopo e più in generale l'astrologia sono attività che interessano e coinvolgono un'ampia parte della popolazione. Per la maggioranza degli italiani sono vissuti soprattutto come un divertimento e passatempo, sebbene il 29% affermi di crederci anche solo parzialmente.

Ma tra le attività prese in esame, solo l'oroscopo sembra essere considerata un'attività prevalentemente ludica. Chi compra un oggetto portafortuna, o si è rivolto a guaritori o maghi lo fa principalmente perché ci crede, ed è disposto anche a pagare per ottenere questo tipo di servizi o oggetti.



Due italiani su tre non credono alla scaramanzia, ma al Sud il 43% afferma di essere superstizioso

Lei si ritiene una persona superstiziosa/scaramantica?



Le credenze più diffuse: la possibilità di comunicare con i morti e l'astrologia. Il 24% non esclude l'esistenza della magia nera

Lei crede oppure no...

CI CREDO

NON LO ESCLUDO

NON CI CREDO



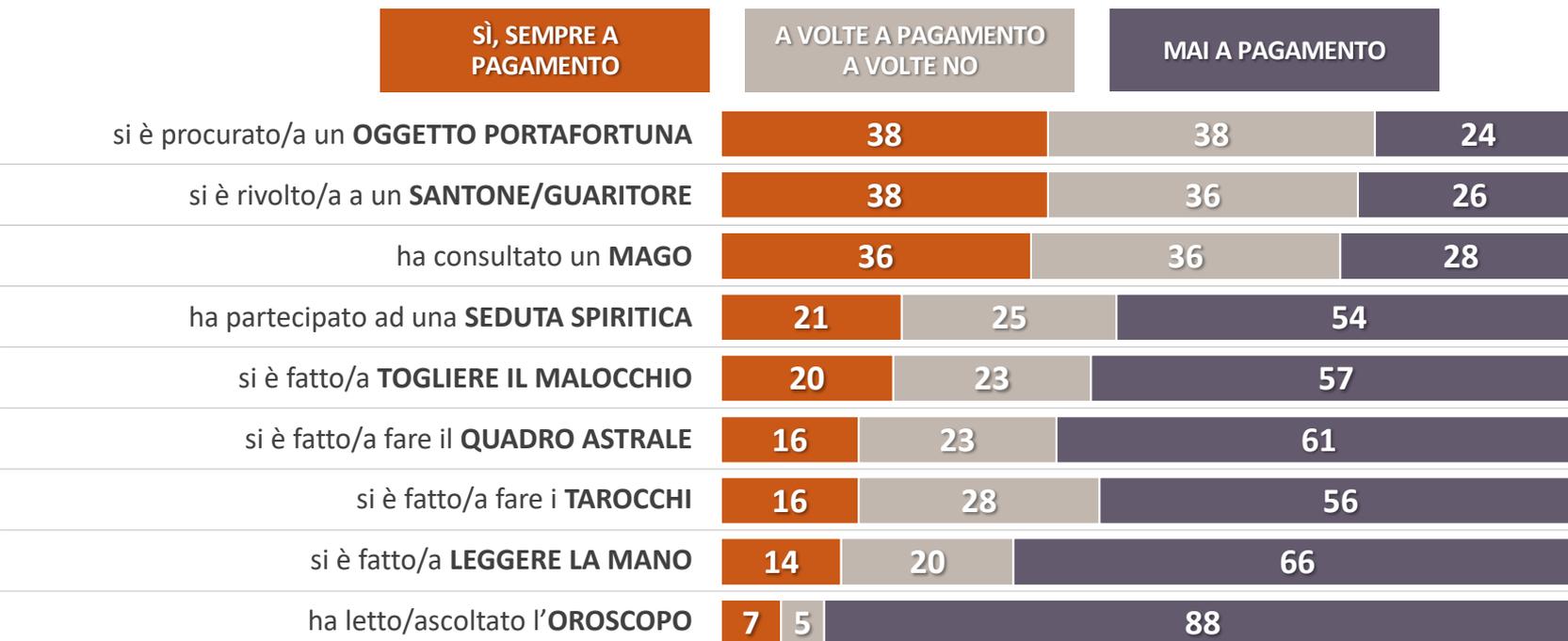
8 intervistati su 10 hanno consultato un oroscopo. 1 su 10 un mago o un guaritore

Lei, nel corso della sua vita...



Si paga soprattutto per portafortuna, guaritori e maghi

Quando ha fatto le seguenti attività, erano a pagamento?
(RISPONDE CHI HA SVOLTO LE SEGUENTI ATTIVITÀ ALMENO UNA VOLTA)



3.

BIRRA E TERRITORI

La birra rappresenta molto più di una semplice bevanda alcolica: è un prodotto che racchiude storia e tradizioni, una bevanda informale che sa di festa e di artigianalità. Con tutte le sue peculiarità, viene riconosciuta come valida rappresentazione delle diverse identità culturali.

Una bevanda che appassiona metà dei giovani e un terzo del totale del campione, che sempre di più sta imparando a riconoscerla e degustarla.

Nell'immaginario collettivo, per gli italiani la birra è principalmente un modo per stare insieme, mentre – secondo gli intervistati – per i tedeschi rappresenta maggiormente un elemento identitario e per gli inglesi un modo per trasgredire.

La consapevolezza dell'importanza che questo settore riveste per l'economia italiana è diffusa e quasi metà degli intervistati ne riconoscono il forte legame con il territorio: le birre italiane sono capaci di portare con sé storia e sapori diversi da regione a regione.

Ne deriva – perciò – una pluralità di campioni di italianità, con tre marchi a contendersi la corona di birra più rappresentativa della cultura e della tradizione italiana.



Appassionato o esperto un italiano su tre e la metà dei 25-34enni

Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio il suo rapporto con la birra?
Mi considero un...

ESPERTO/A di birra e di tutto ciò che la riguarda,
per me è molto più di una semplice bevanda

3



8 25-34 anni

APPASSIONATO/A, conosco e presto attenzione
alle birre che acquisto e bevo

29



41 25-34 anni

CONSUMATORE, la scelgo e la bevo volentieri
ma non sono particolarmente informato

50

DISTRATTO/A, la bevo ma non ci presto molta attenzione
e non ho preferenze particolari

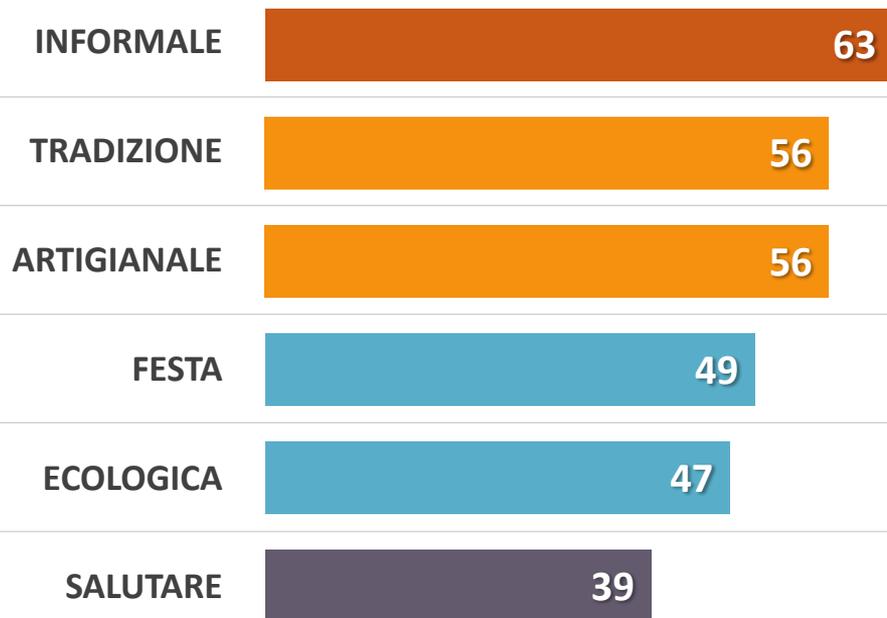
14

FORZATO/A, quando la bevo lo faccio per lo più per adeguarmi
alla situazione, ma non mi piace molto

4

La birra: una bevanda adatta alle occasioni informali, espressione di tradizione e simbolo di artigianalità

Pensi ora alla birra e all'immagine che le viene in mente. Quali dei seguenti aggettivi utilizzerebbe per descriverla? (% di associano l'aggettivo)



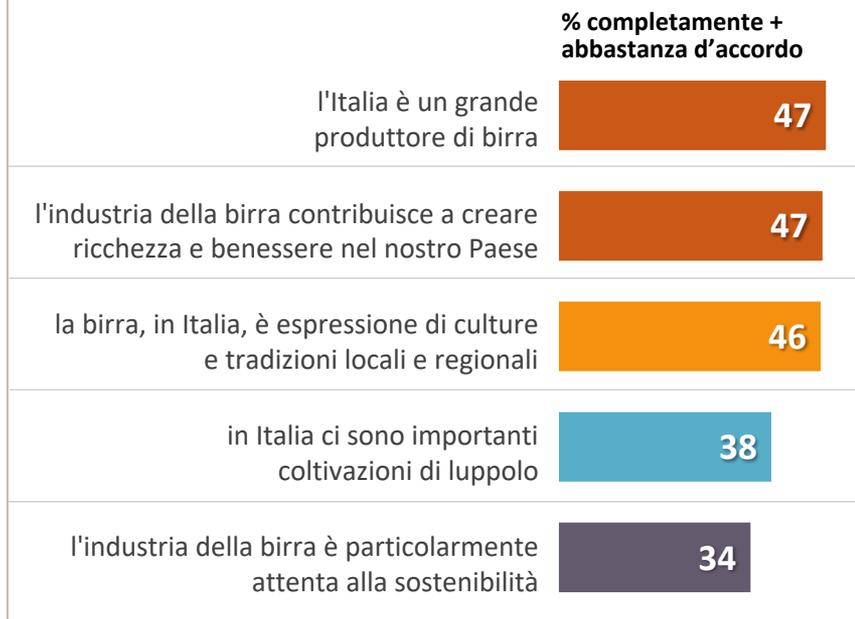
Per gli italiani un modo per stare insieme, per i tedeschi una vera e propria icona culturale, per gli inglesi un modo per trasgredire

La birra è da sempre considerata espressione di valori e di identità culturale di popoli e territori.
Cosa rappresenta, secondo lei, la birra per... (INDICATE LE PRIME TRE ASSOCIAZIONI PER OGNI POPOLO)

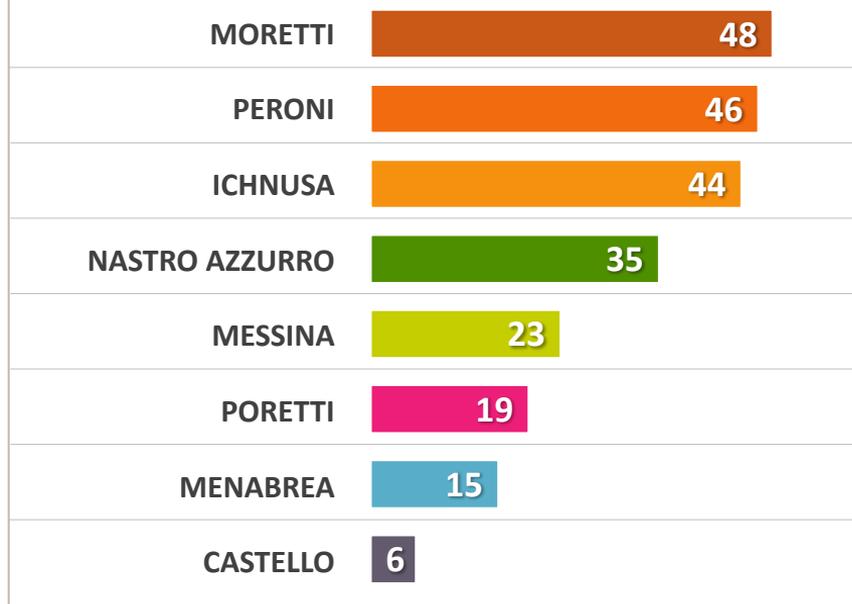


L'industria della birra: una parte importante della nostra economia, con tanti brand originali e riconosciuti

Di seguito troverà una serie di affermazioni che riguardano la produzione di birra in Italia. Per ciascuna, indichi il suo grado di accordo o disaccordo.



Secondo lei, quali tra i seguenti marchi di birra, racchiude/esprime meglio i valori di una birra tipicamente italiana? (3 RISPOSTE POSSIBILI)



MONITOR CONSUMO E RISPARMIO DELLE FAMIGLIE

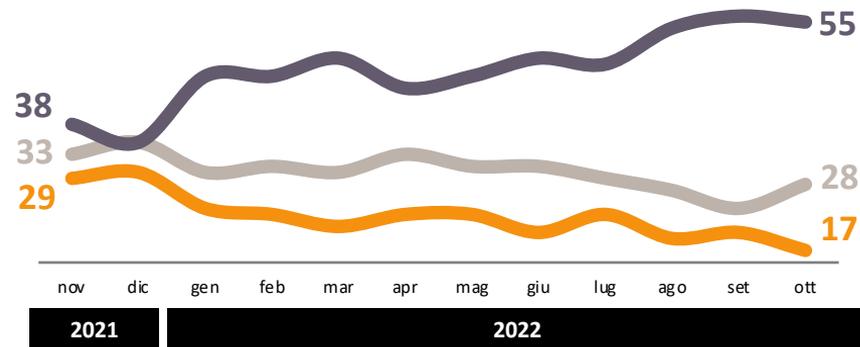
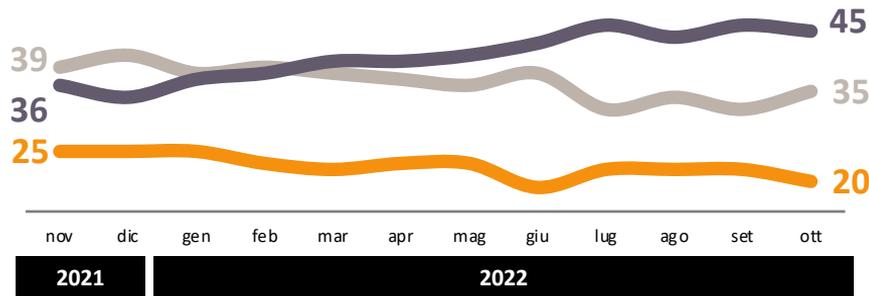
MESE PASSATO: COME È ANDATA

MESE FUTURO: PREVISIONE

ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

PAREGGIO ENTRATE/ USCITE

USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE



DETTAGLIO 14 OTTOBRE 2022
ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

19%

crescita risparmio **11%**

crescita consumi **8%**

DETTAGLIO 14 OTTOBRE 2022
USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

43%

riduzione consumi **26%**

ricorso al risparmio **12%**

ricorso al debito **5%**

DETTAGLIO 14 OTTOBRE 2022
ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

16%

crescita risparmio **10%**

crescita consumi **6%**

DETTAGLIO 14 OTTOBRE 2022
USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

54%

riduzione consumi **34%**

ricorso al risparmio **14%**

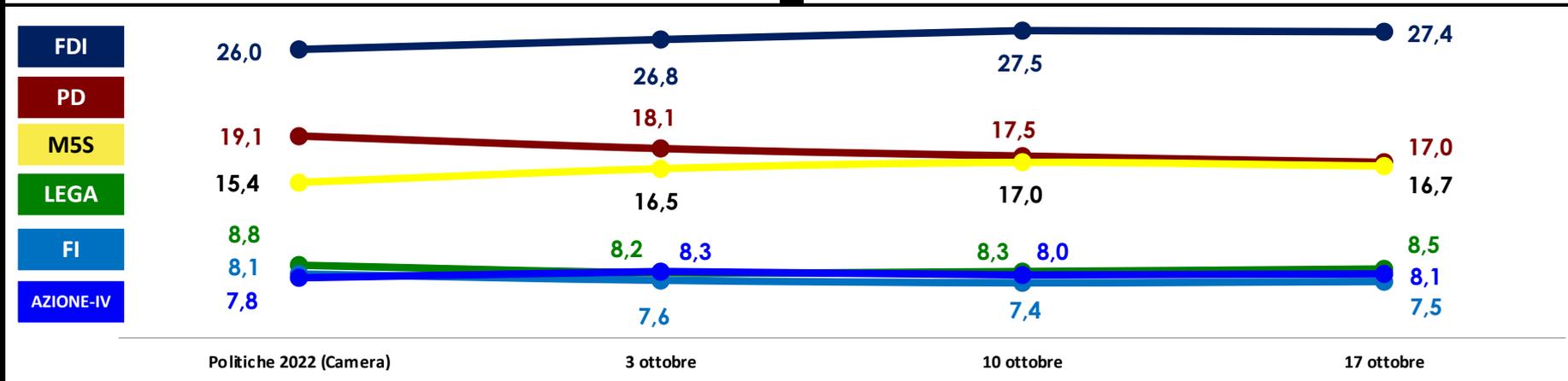
ricorso al debito **6%**

INTENZIONI DI VOTO 17 OTTOBRE 2022

		Differenza rispetto al 10/10/2022
Fratelli d'Italia	27,4	-0,1
Partito Democratico	17,0	-0,5
Movimento 5 stelle	16,7	-0,3
Lega	8,5	+0,2
Azione - Italia Viva	8,1	+0,1
Forza Italia	7,5	+0,1

		Differenza rispetto al 10/10/2022
Verdi e Sinistra	4,1	+0,3
+Europa	3,3	+0,2
Italexit con Paragone	2,5	+0,1
Unione Popolare	1,1	+0,2
Altro partito	3,8	-0,3

Non si esprime: 35% (+3)





“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 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754