



**SWG**

# RADAR

*Niente sarà più come prima*

**27 marzo – 2 aprile 2023**

- ✓ **MANIFESTAZIONI IN FRANCIA E ISRAELE:** gli italiani ne sostengono le ragioni ma con delle perplessità sulle modalità
- ✓ **COMPLOTTISMI:** quasi 1 italiano su 2 ha creduto almeno una volta ad una fake news e/o teoria complottista
- ✓ **CANALI DI ACQUISTO:** dopo la pandemia il consumatore si riscopre multicanale

**PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI MESI**

# 1.

## MANIFESTAZIONI

Le proteste e gli scioperi in Francia e Israele hanno mostrato due popoli molto determinati e agguerriti nel manifestare la propria disapprovazione sulle riforme proposte dai rispettivi governi. Gli italiani tendono a sostenere le ragioni di queste proteste, ma una parte consistente (30% per quanto riguarda la Francia e 25% per Israele) ne ritiene esagerate le modalità. Il fatto che alcune di queste manifestazioni siano degenerare con episodi di violenza e scontri desta perplessità tra i cittadini dello stivale, poco abituati a vicende del genere.

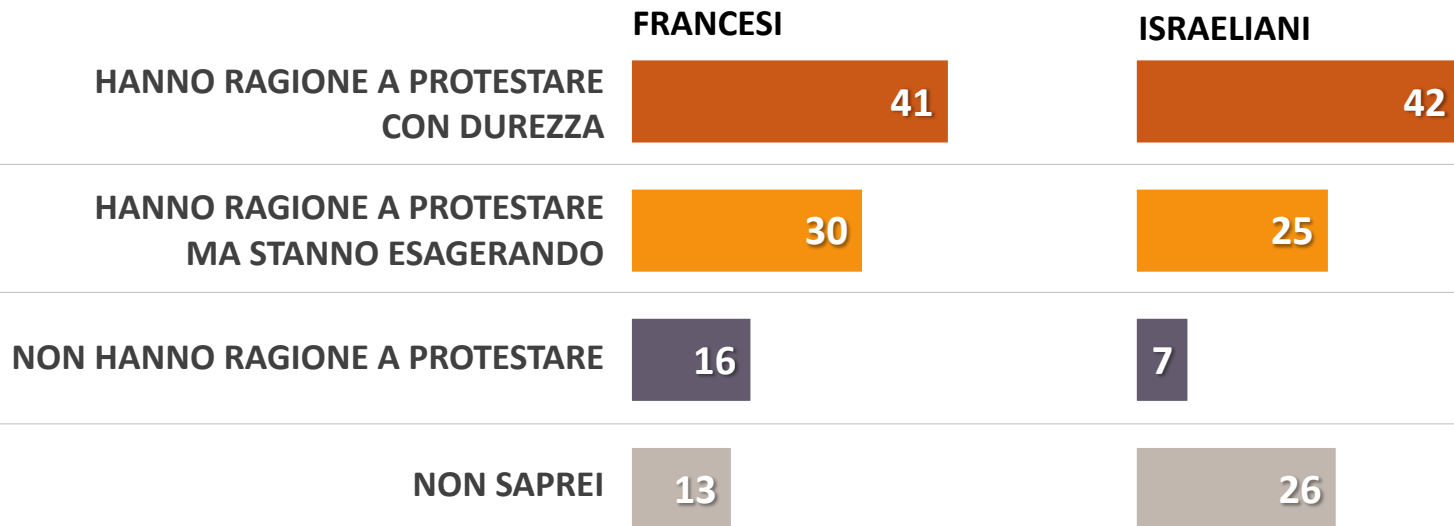
In effetti, è opinione comune che difficilmente in Italia possano verificarsi proteste nei modi visti in Francia e Israele. Molti pensano che per arrivare a un effettivo cambiamento nel nostro Paese bisognerebbe fare una rivolta, ma allo stesso tempo soltanto il 18% ritiene si possa arrivare a movimenti di piazza violenti. Le differenze con i cugini d'oltralpe e gli israeliani sono principalmente due. Il primo è caratteriale, gli italiani sono considerati più passivi, meno inclini a mettere in atto azioni di protesta concrete. Il secondo riguarda invece le motivazioni: al confronto degli anni precedenti la percezione della tensione sociale presente nel contesto sia locale che nazionale appare in calo e quindi per il momento non sembra che in Italia ci sia la brace sotto la cenere pronta a innescare la fiamma della rivolta.



# La maggioranza degli italiani appoggia le proteste dei francesi e degli israeliani anche se una parte ritiene si stia esagerando

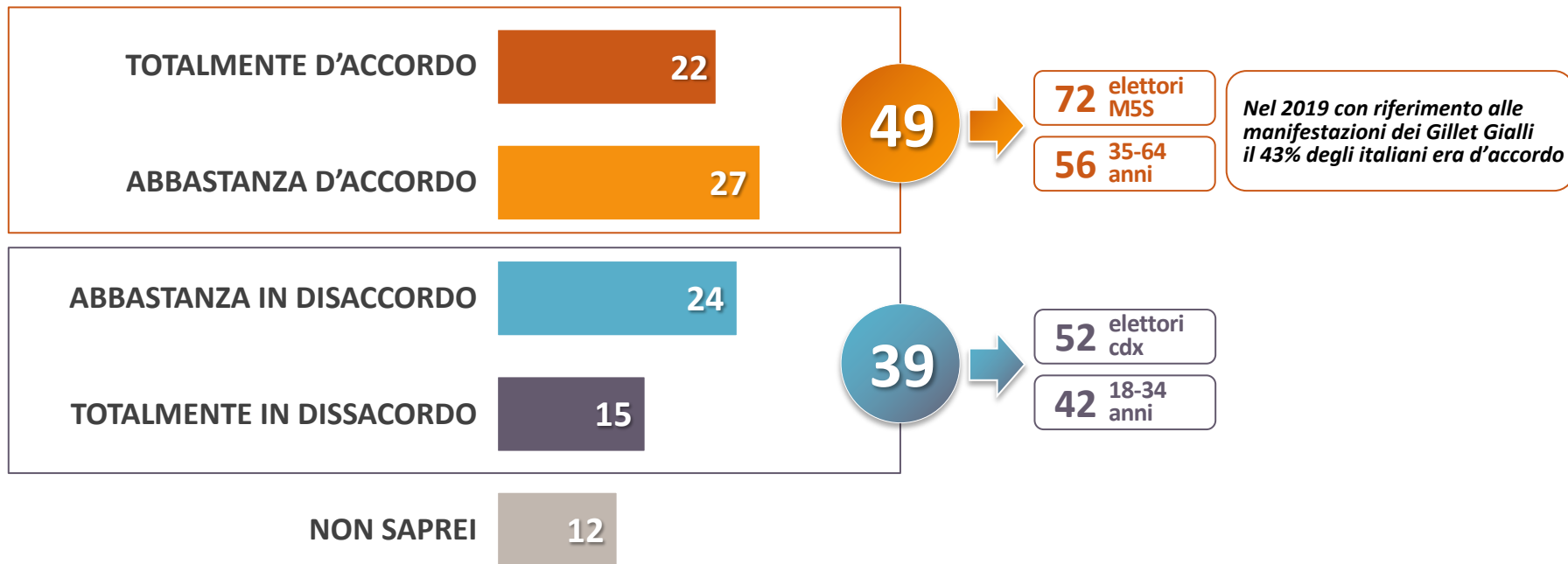
In Francia si stanno svolgendo manifestazioni contro la riforma delle pensioni che prevede l'innalzamento dell'età minima di pensionamento da 62 a 64 anni. Ritiene che i manifestanti francesi:

In Israele ci sono manifestazioni di piazza e scontri per via della protesta contro la riforma della giustizia promossa dal premier Netanyahu. Ritiene che i manifestanti israeliani:



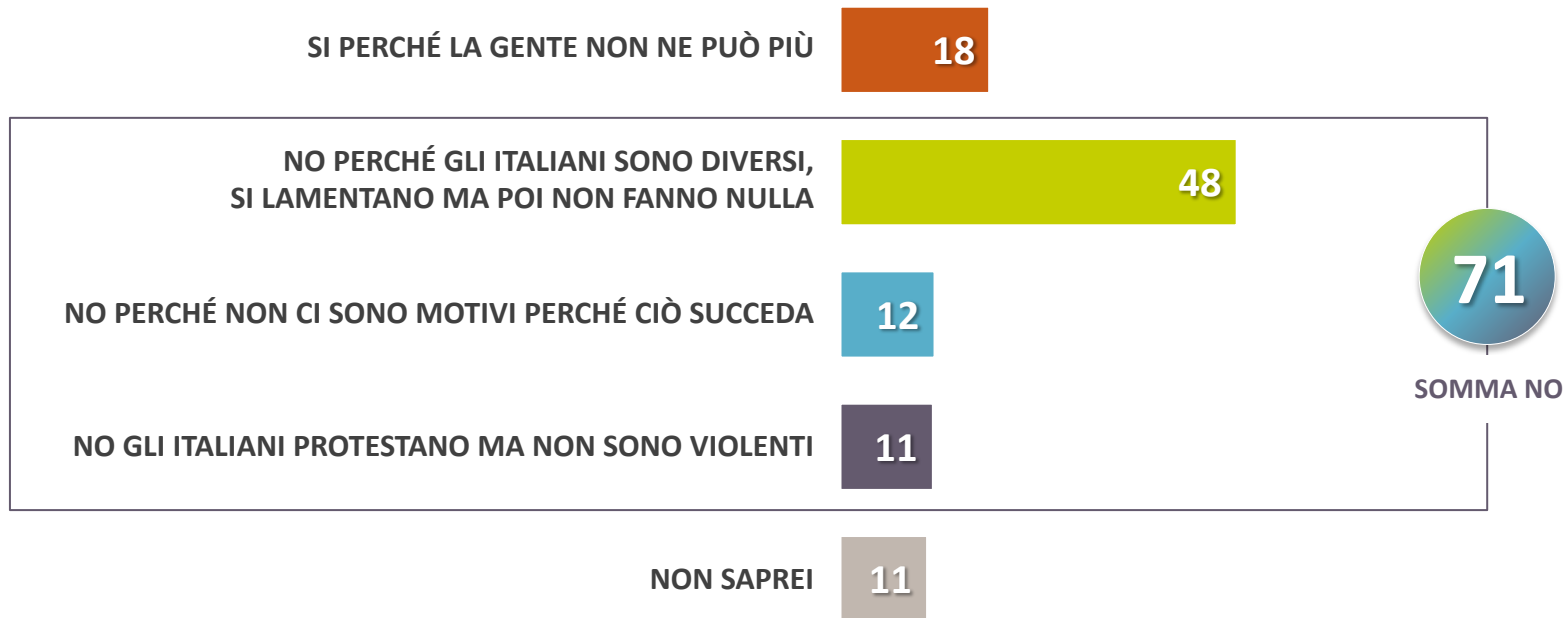
# Metà dei cittadini pensa che anche in Italia bisognerebbe fare una rivolta. I soggetti di età media e gli elettori M5S i più convinti

Lei è d'accordo o in disaccordo con l'opinione secondo cui "per attuare un reale cambiamento gli Italiani dovrebbero fare una rivolta, ad esempio come stanno facendo in Francia o in Israele"?



# Pochi credono che in Italia si possano tenere manifestazioni violente, principalmente perché gli italiani sono più passivi

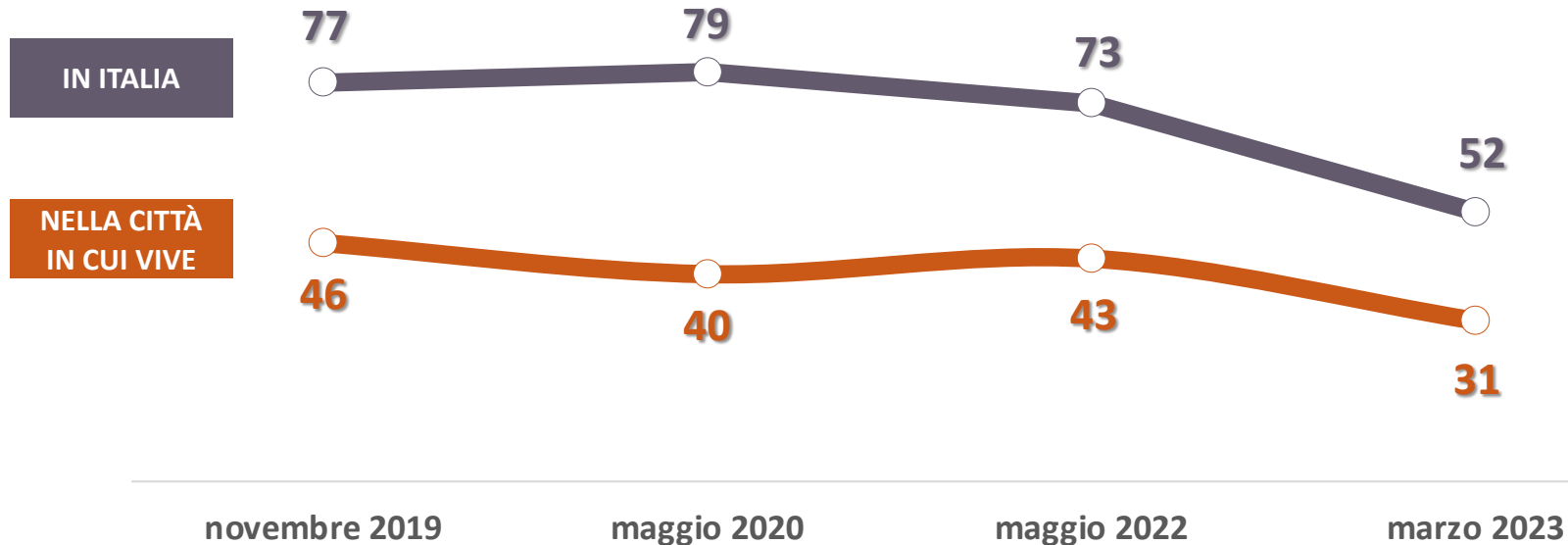
Lei ritiene che in Italia la rabbia delle persone possa sfociare in un movimento violento come quello che sta accadendo in Francia o in Israele?



# La percezione del livello di tensione sociale risulta in calo rispetto agli anni precedenti

Ritiene che ci sia molta, abbastanza, poca, nessuna tensione sociale...

SOMMA MOLTO + ABBASTANZA TENSIONE



# 2.

## COMPLOTTISMI

Eventi importanti e fenomeni inespugnabili sono sempre stati accompagnati dalla proliferazione di teorie complottiste e fake news e ogni giorno milioni di italiani leggono e/o ascoltano le teorie più disparate, dalla terra piatta alla diffusione del Covid come arma letale, cercando di verificarne la veridicità e la correttezza.

L'80% degli italiani, infatti, sospetta ogni tanto di trovarsi davanti a una notizia falsa e il 47% ha ammesso di averci creduto almeno una volta. Tuttavia, 2 italiani su 3 quando sentono parlare di teorie complottiste non vi prestano particolare attenzione. Gli stessi ritengono che la credibilità di queste teorie sia particolarmente diffusa tra chi possiede un basso livello culturale e tra chi ha una scarsa propensione a controllare altre fonti prima di credere alla notizia.

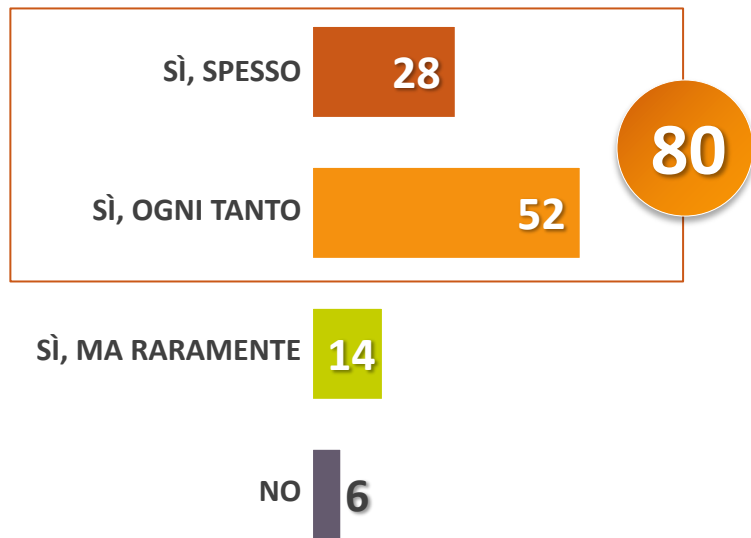
Ma quali sono le teorie più plausibili e quelle più inverosimili? Oltre la metà degli italiani ritiene realistico che un'élite di poteri forti stia controllando il mondo e che l'omicidio di Lady D in realtà sia stato pianificato dalla monarchia inglese. Sono ritenute piuttosto attendibili anche le teorie che riguardano la diffusione del Covid: per il 42% è stato creato per favorire le case farmaceutiche e per il 36% è stato diffuso come arma di distruzione. Infine il 15% non rinnega la possibilità che la terra sia piatta e il 17% che l'olocausto non sia mai avvenuto.

E' soprattutto il Web a favorire la divulgazione di queste teorie, secondo gli italiani, seguito da chat e gruppi in app di messaggistica istantanea. Vi è maggiore fiducia, invece, verso le notizie provenienti dalle testate nazionali più importanti.

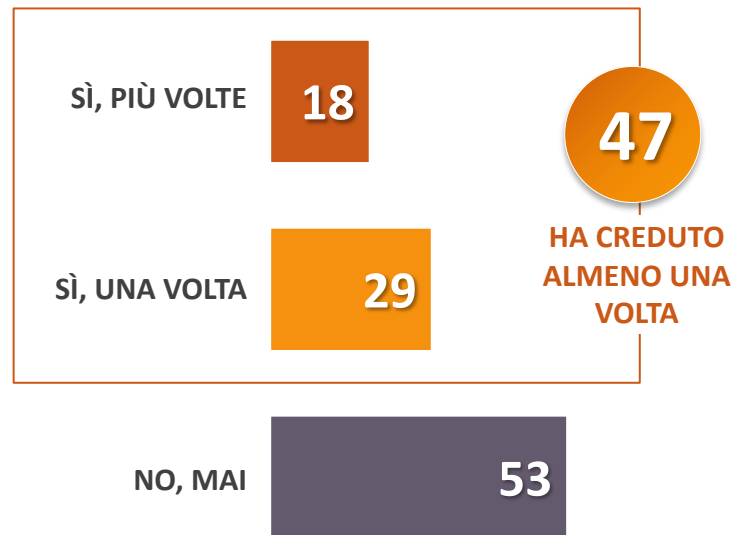


# All'80% degli italiani succede di dubitare della veridicità delle notizie. Quasi la metà ha creduto ad una fake news almeno una volta

Quando legge le notizie, le succede a volte di sospettare che la notizia non sia vera?



Le è capitato di credere a una fake news o a una teoria complottista che si è poi rivelata falsa?





# 1 italiano su 3 afferma di prestare attenzione alle teorie complottiste e ne controlla la veridicità, mentre il 22% dichiara di non crederci mai

Quando sente parlare di teorie complottiste, lei generalmente come reagisce?

PRESTO ATTENZIONE E CERCO  
DI CAPIRE SE SONO FONDATE

34

ASCOLTO MA NON DO  
LORO MOLTA IMPORTANZA

44

NON ASCOLTO NEMMENO,  
NON CREDO A QUESTE COSE

22



Secondo lei, quali tra i seguenti fattori aumentano la possibilità di credere a teorie complottiste e fake news?  
(3 RISPOSTE POSSIBILI - RISPONDE CHI HA AFFERMATO DI NON PRESTARE ATTENZIONE ALLE TEORIE COMPLOTTISTE)

un livello culturale basso

50

la scarsa propensione a verificare la veridicità delle notizie

49

la tendenza a informarsi poco

43

l'influenza di alcuni personaggi che si espongono sulla questione (es. celebrità, giornalisti, esperti, ecc.)

33

la sfiducia nelle istituzioni e nelle autorità

25

la volontà di distinguersi dalla massa

14

# Le teorie complottiste più credute: un'élite che controlla il mondo e l'omicidio di Lady D. Il 15% ritiene plausibile che la Terra sia piatta

Le presentiamo ora una serie di teorie. Per favore, per ogni teoria, indichi se secondo lei è vera o falsa.

PLAUSIBILE O  
PROBABILMENTE VERA

PROBABILMENTE  
FALSA

SICURAMENTE  
FALSA

	PLAUSIBILE O PROBABILMENTE VERA	PROBABILMENTE FALSA	SICURAMENTE FALSA
UN'ÉLITE DI POTERI FORTI controlla il mondo	60	20	20
LADY DIANA è stata fatta uccidere dalla monarchia UK	54	20	26
IL COVID-19 E ALTRI VIRUS sono stati creati in laboratorio per favorire le CASE FARMACEUTICHE	42	21	37
IL COVID-19 È STATO CREATO DALLA CINA come arma per distruggere l'occidente	36	25	39
L'ATTENTATO ALLE TORRI GEMELLE è stato organizzato dagli Stati Uniti	32	22	46
LO SBARCO SULLA LUNA non è mai avvenuto e le foto sono state realizzate in un set fotografico	29	14	57
I VACCINI sono un metodo di controllo di massa attraverso il 5G	25	15	60
I RETTILIANI sono tra noi, hanno le sembianze di alcuni esponenti politici e governano il mondo	18	11	71
ALCUNE CELEBRITÀ DECEDUTE SONO ANCORA VIVE e si trovano nascoste in un'isola	18	16	66
L'OLOCAUSTO non è mai avvenuto	17	7	76
LA TERRA è piatta	15	5	80

# Sono soprattutto i social e internet ad amplificare la diffusione di teorie complottiste e fake news. Molto meno i quotidiani nazionali

In una scala da 1 a 10 (1= per niente; 10= del tutto), secondo lei quanto i seguenti canali e mezzi di comunicazione aiutano la diffusione di queste teorie?

I SOCIAL NETWORK	8,3
INTERNET	8,2
CANALI E GRUPPI IN APP DI MESSAGGISTICA ISTANTANEA	7,9
I PROGRAMMI TELEVISIVI	6,5
I GIORNALI MINORI	6,0
L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	6,0
I GIORNALI PIÙ IMPORTANTI	5,7

# 3.

## I CANALI DI ACQUISTO

Se è certo che con la pandemia molti italiani abbiano rotto il ghiaccio con l'e-commerce, il new normal descrive un consumatore dalla propensione all'acquisto multicanale che, tra le altre cose, ritorna a guardare con interesse ai centri commerciali, disertati nel 2020.

Fattore chiave nella scelta del canale d'acquisto è il tipo di prodotto: a un estremo troviamo la tecnologia, per la quale i grandi portali di e-commerce costituiscono la prima scelta, all'altro il food, dove oltre 8 persone su 10 scelgono i negozi fisici. Nel mezzo le altre categorie merceologiche che vedono il pubblico dividersi tra online e offline, seppure, potendo scegliere, il consumatore italiano mostri ancora una preferenza più marcata per il negozio fisico.

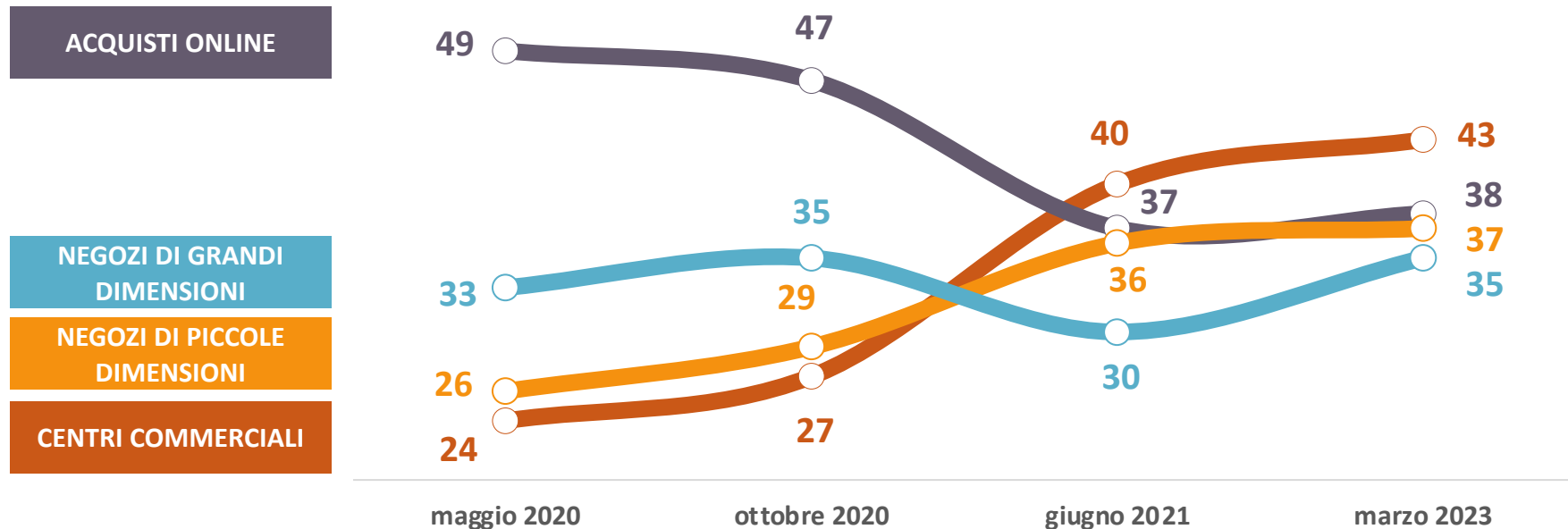
Sulla propensione all'e-commerce influisce anche il fattore età con uno spartiacque che, intorno ai 40 anni, divide Generazione Z e Millennials, più interessati su tutti i fronti all'online, da Generazione X e Boomers, più legati all'esperienza in store.

Infine, nella scelta pesa anche l'immagine associata ai due tipi di canale: l'acquisto online è visto come rapido, pratico e conveniente, mentre l'acquisto fatto in negozio è vissuto come più sicuro, sostenibile, etico ed emozionante.



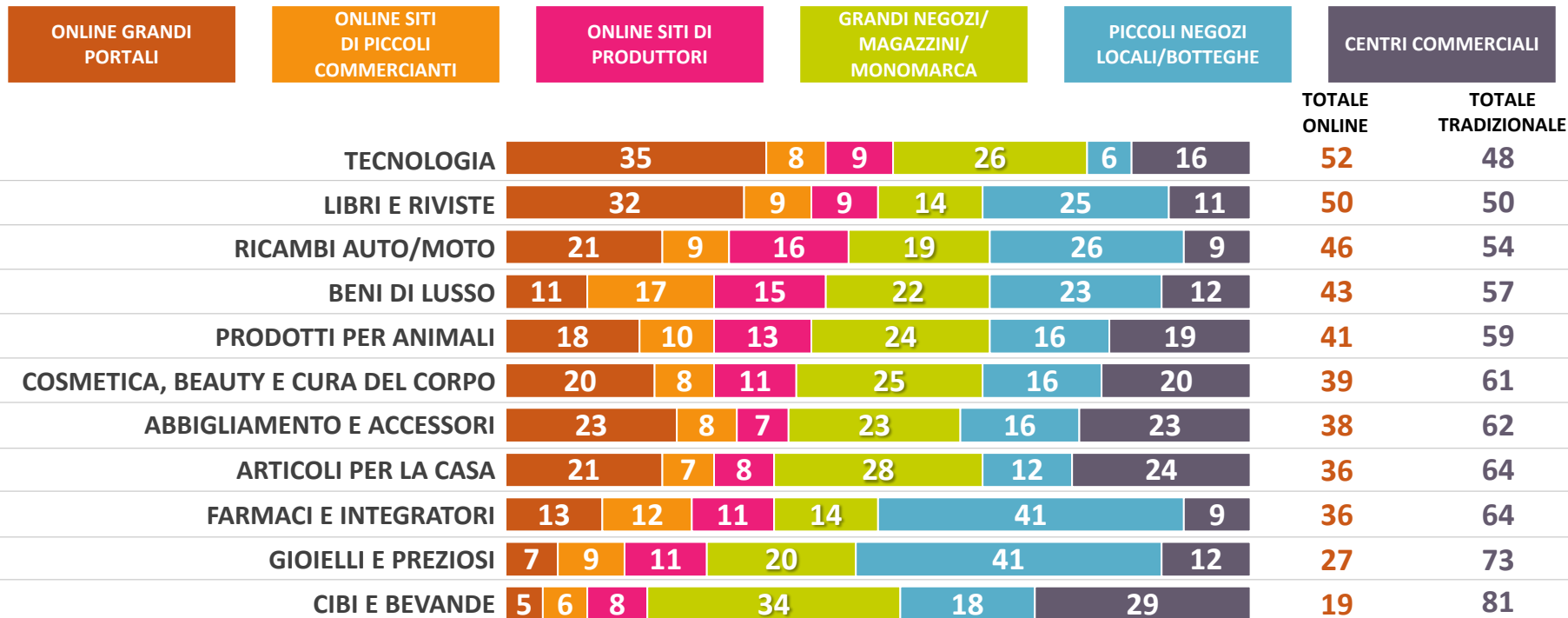
# Finita la pandemia si consolida la preferenza del consumatore per la multicanalità. Tornano in auge i centri commerciali, disertati nel 2020

Se potesse scegliere liberamente dove fare acquisti nella prossima settimana, cosa sceglierebbe? (MASSIMO 2 RISPOSTE POSSIBILI)



# La scelta del canale di acquisto è legata al tipo di prodotto. Per tecnologia si guarda più all'online, per il food allo store fisico

Pensi ora ai seguenti tipi di prodotto/servizio. Qual è il suo canale preferito, quello che le piace di più, per ciascuna delle seguenti opzioni?  
(RISPONDE CHI ACQUISTA CIASCUNA TIPOLOGIA DI BENI)



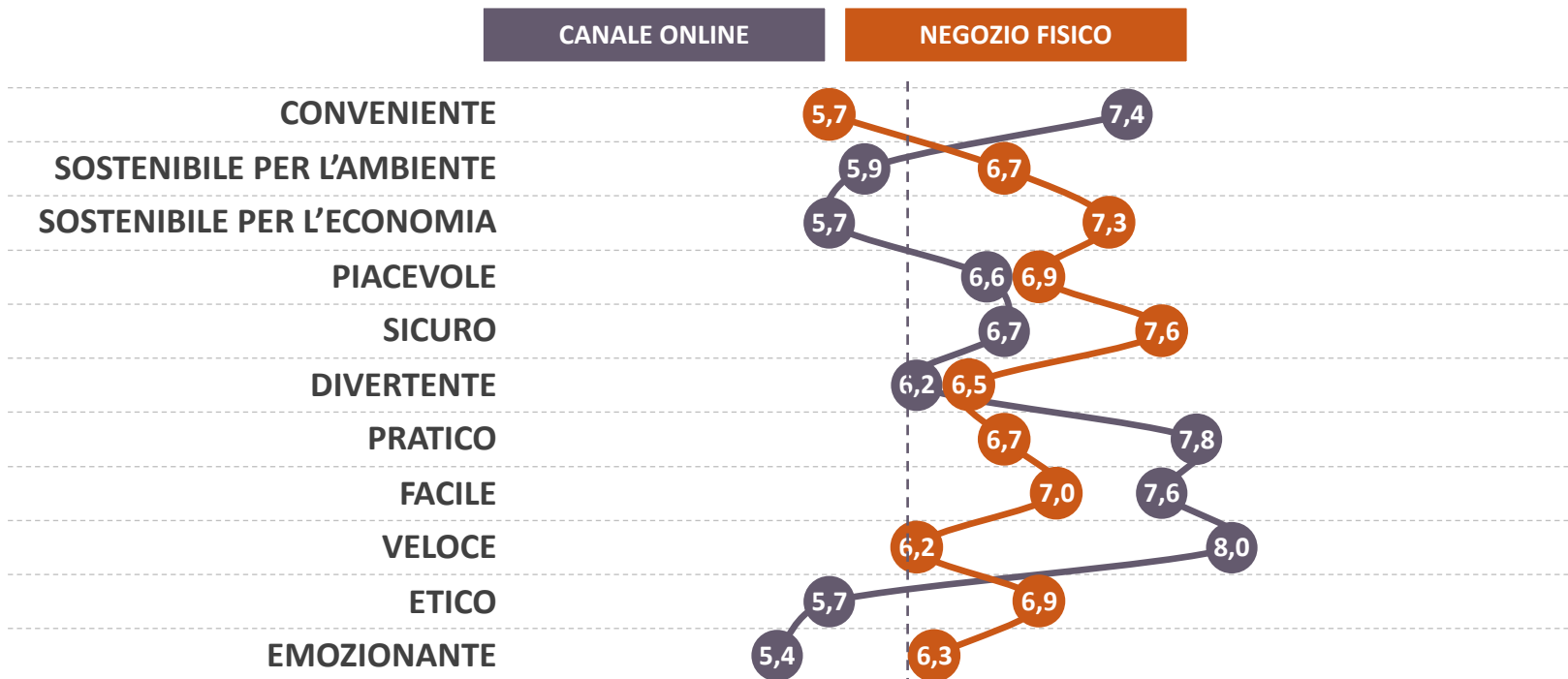
# Cosa piace comprare online e cosa no: sotto i 40 anni la propensione aumenta in gran parte dei settori

Pensi ora ai seguenti tipi di prodotto/servizio. Qual è il suo canale preferito, quello che le piace di più, per ciascuna delle seguenti opzioni?  
(RISPONDE CHI ACQUISTA CIASCUNA TIPOLOGIA DI BENI)

	TOTALE CANALI ONLINE	Gen Z	Millennials	Gen X	Baby Boomers
TECNOLOGIA	52	60	58	56	46
LIBRI E RIVISTE	50	67	58	52	37
RICAMBI AUTO/MOTO	46	73	59	46	31
BENI DI LUSSO	43	55	50	43	30
PRODOTTI PER ANIMALI	41	38	48	48	31
COSMETICA, BEAUTY E CURA DEL CORPO	39	51	49	38	30
ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI	38	56	48	41	26
ARTICOLI PER LA CASA	36	38	44	38	28
FARMACI E INTEGRATORI	36	30	41	41	30
GIOIELLI E PREZIOSI	27	26	39	28	19
CIBI E BEVANDE	19	24	32	21	8

# Rapidità, praticità e convenienza i driver dell'online, mentre il negozio fisico è visto come più sicuro, sostenibile, etico ed emozionante

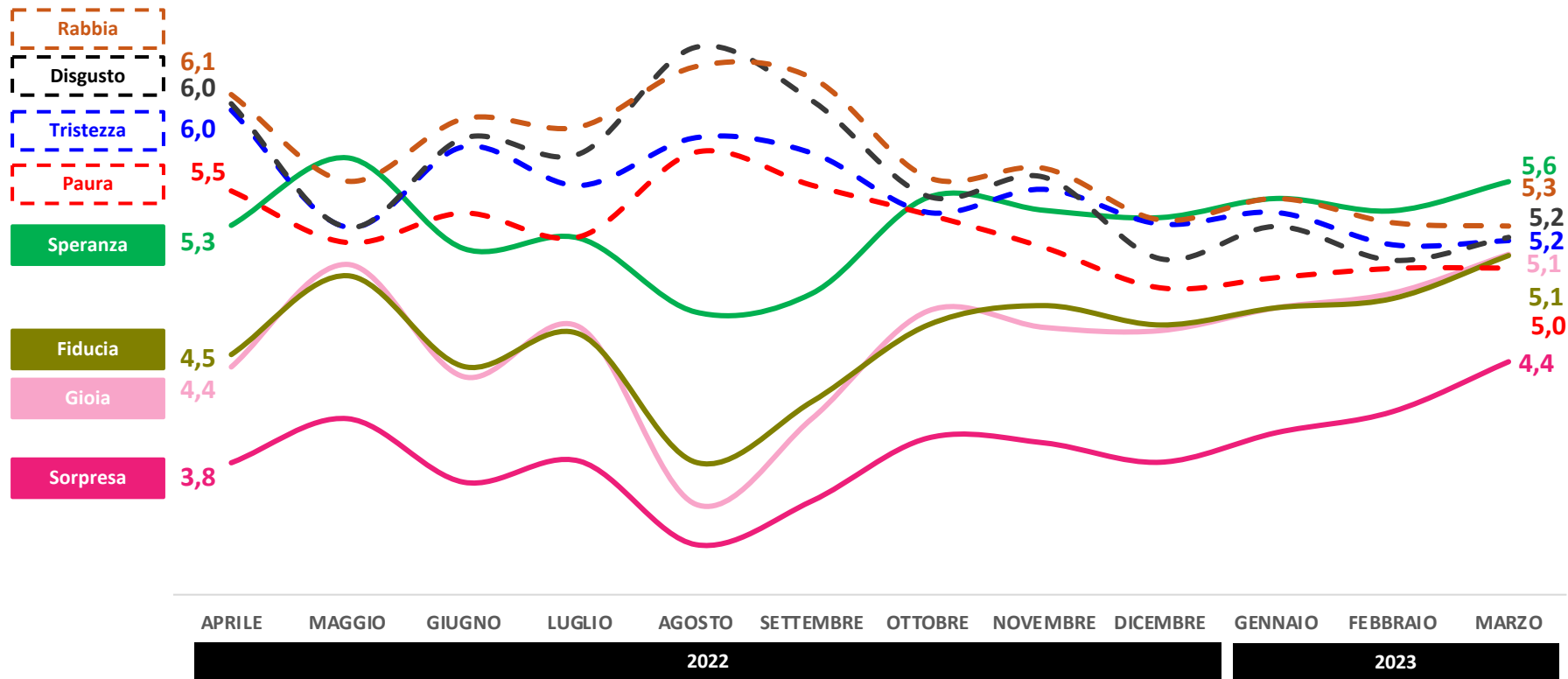
Pensi ora all'esperienza di acquisto online/nei negozi fisici. Quanto secondo lei comprare online/nei negozi fisici è:  
(ASSEGNI UN VALORE DA 1 A 10 DOVE 1 = PER NIENTE E 10 = MOLTISSIMO)





# PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI MESI

In termini di intensità, in questi giorni, quanto vive le seguenti emozioni? Usi una scala da 0 (per niente) a 10 (moltissimo)

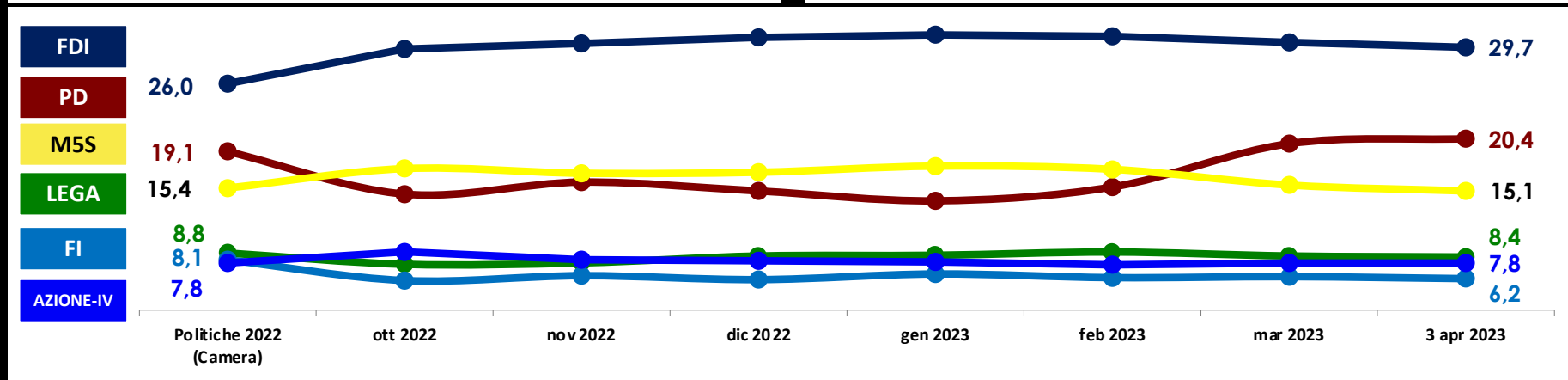


# INTENZIONI DI VOTO 3 APRILE 2023

		Differenza rispetto al 27/03/2023
Fratelli d'Italia	29,7	+0,1
Partito Democratico	20,4	=
Movimento 5 Stelle	15,1	-0,5
Lega	8,4	+0,4
Azione-Italia Viva	7,8	-0,2
Forza Italia	6,2	-0,2

		Differenza rispetto al 27/03/2023
Alleanza Verdi-Sinistra	3,3	-0,1
+Europa	2,6	-0,1
Unione Popolare	1,9	+0,2
Per l'Italia con Paragone	1,8	=
Altro partito	2,8	+0,4

*Non si esprime: 34% (-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 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320  
Fax +39 040 635050

## ROMA

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

