



**SWG**

# RADAR

*valori, comportamenti, gusti,  
consumi e scelte politiche*

**19 – 25 giugno 2023**

- ✓ **RIFORMA DELLA GIUSTIZIA:** promossa per alcuni aspetti, ma non viene ritenuta risolutiva
- ✓ **YOUTUBER:** i nuovi intrattenitori che colgono le nostre debolezze
- ✓ **NOI E IL FORMAGGIO:** un ingrediente centrale nella dieta di consumatori sempre più attenti alla sostenibilità

**PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE**



# 1.

## RIFORMA DELLA GIUSTIZIA

I meccanismi del funzionamento della giustizia sono complessi e spesso l'opinione pubblica ha difficoltà a comprendere le reali implicazioni delle leggi in materia, tuttavia appare interessante analizzare le impressioni che, attraverso i media e il dibattito pubblico, sono arrivate ai cittadini della riforma della giustizia proposta dal Ministro Nordio.

La riforma raccoglie un supporto piuttosto tiepido tra gli italiani. Solo le modifiche inerenti all'interrogatorio prima della convalida dell'arresto e la stretta sulle intercettazioni ottengono un bilancio positivo.

Il tema delle intercettazioni rimane divisivo. La maggioranza vorrebbe limitare la stretta solamente ai contesti in cui l'intercettazione riguarda fatti privati non inerenti all'indagine e rispetto a gennaio è aumentata la quota di chi ritiene che la pubblicazione dovrebbe essere consentita in ogni caso.

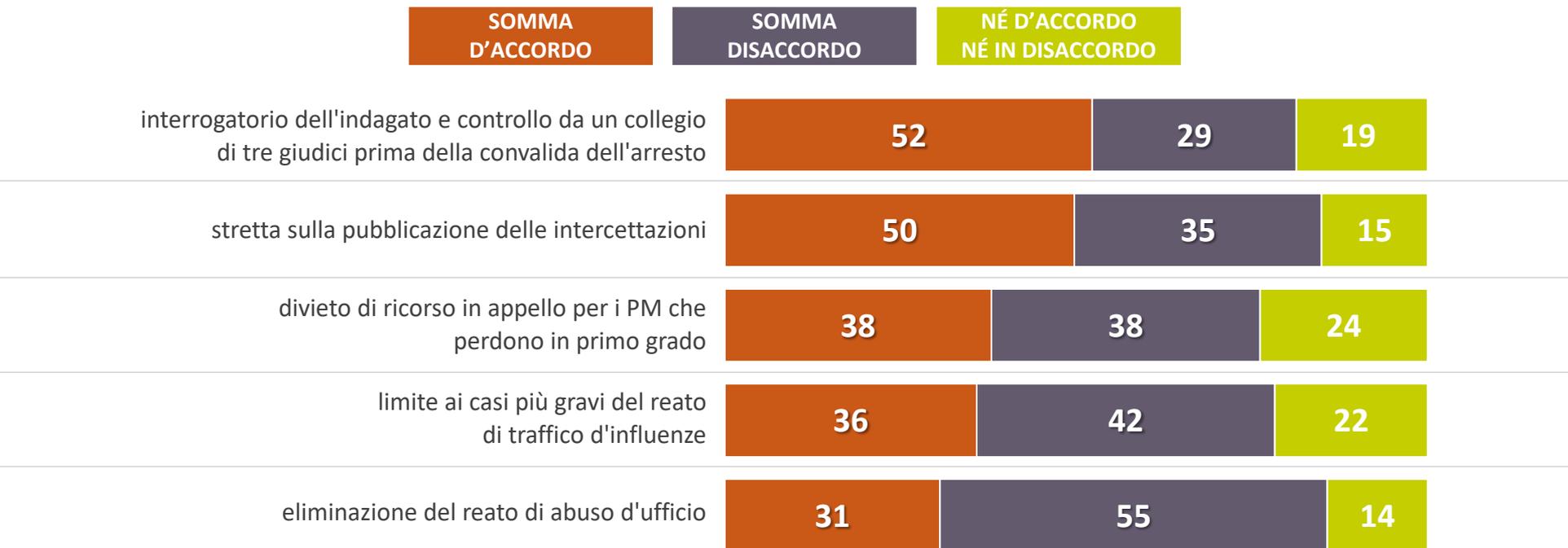
Nel complesso, la riforma non viene reputata particolarmente efficace nell'ottica di dare una svolta significativa alla giustizia italiana. Oltre un terzo degli italiani ritiene che essa sarà in grado di risolvere solo una minima parte dei problemi del sistema giudiziario italiano e tra gli elettori delle opposizioni oltre la metà è dell'idea che la riforma non li risolverà per niente.

I giudizi e il dibattito pubblico sulla riforma hanno prodotto un calo della fiducia nei confronti del Ministro Nordio rispetto all'inizio del mandato. Tuttavia essa rimane a un discreto livello, attestandosi al pari di un'istituzione come il CSM. Leggermente più basso il gradimento dell'ANM.



# Riforma Nordio: a raccogliere più consenso sono gli interventi che aumentano le garanzie. Impopolari le limitazioni o le abolizioni dei reati

Le elenchiamo alcuni punti cruciali della riforma, per ciascuno di essi vorremmo sapere se è d'accordo o in disaccordo con la modifica proposta.



# Intercettazioni: oltre la metà sostiene la stretta solo ai fatti privati, tra gli elettori della maggioranza è più alto il sostegno al divieto totale

Ritiene che la pubblicazione delle intercettazioni nei media dovrebbe essere:

VIETATA IN OGNI CASO

21



29 Elettori della Maggioranza

VIETATA SOLO PER LE CONVERSAZIONI CHE RIGUARDANO  
FATTI PRIVATI NON LEGATI AL PRESUNTO REATO

57

CONSENTITA IN OGNI CASO

20



+8% rispetto  
a gennaio 2023

NON SAPREI

2

# Diffusi i dubbi rispetto all'efficacia complessiva della riforma. Entusiasmo limitato anche tra i sostenitori del Governo

A suo avviso, la riforma proposta dal Ministro Nordio, risolverà i problemi del sistema giudiziario Italiano?



# In calo la fiducia nel Ministro Nordio rispetto a inizio mandato, ma il gradimento di CSM e ANM non è più elevato

MOLTA + ABBASTANZA FIDUCIA NEL...

MINISTRO NORDIO

39

 -8% rispetto  
al 28 ottobre 2022

CONSIGLIO SUPERIORE DELLA MAGISTRATURA

39

ASSOCIAZIONE NAZIONALE MAGISTRATI

33

# 2.

## YOUTUBER

I recenti fatti di cronaca hanno riportato l'attenzione sulla produzione e il consumo di video online, attraverso YouTube e le altre piattaforme ad accesso diretto, ponendo in particolar modo l'accento sulla responsabilità della diffusione di video che esprimono comportamenti rischiosi.

I dati SWG mostrano che un italiano su cinque segue abitualmente i video degli youtuber e una percentuale identica, almeno occasionalmente, segue challenge e stunt, a conferma di come questo genere di video sia fortemente attrattivo, soprattutto tra i giovani dove le percentuali raddoppiano. Scene cruente, episodi di stupidità, comportamenti che escono dall'ordinario non sono al centro dell'interesse degli italiani, ma li attirano inesorabilmente, confermando che siamo di fronte ad un nuovo genere di comunicazione, dove soldi facili, sponsor e spinta dei follower possono portare gli stessi youtuber a mettere in atto azioni irresponsabili. Se per gli adulti gli youtuber sono soprattutto dei narcisisti, tra i più giovani è più diffusa la percezione che siano persone come loro, capaci di interpretare in modo nuovo la realtà.

Tra le diverse generazioni, tuttavia, torna l'accordo attorno alla valutazione che chi pubblica contenuti video dovrebbe risponderne in prima persona di fronte alla legge e che le piattaforme e gli sponsor abbiano un ruolo fondamentale nel bloccare contenuti violenti e pericolosi.



# 2 italiani su 3 utilizzano YouTube: 1 su 5 segue video di youtuber, challenge e stunt. Dati più che doppi tra i giovani

68%

UTILIZZATORI ALMENO  
SPORADICI DI YOUTUBE



ETÀ	
15-34 ANNI	82
35-54 ANNI	68
OVER 55 ANNI	61

19%

CHI GUARDA ABITUALMENTE SUI  
SOCIAL YOUTUBER E ALTRE PERSONE  
CHE FANNO CONTENUTI DIGITALI



ETÀ	
15-34 ANNI	45
35-54 ANNI	18
OVER 55 ANNI	8

19%

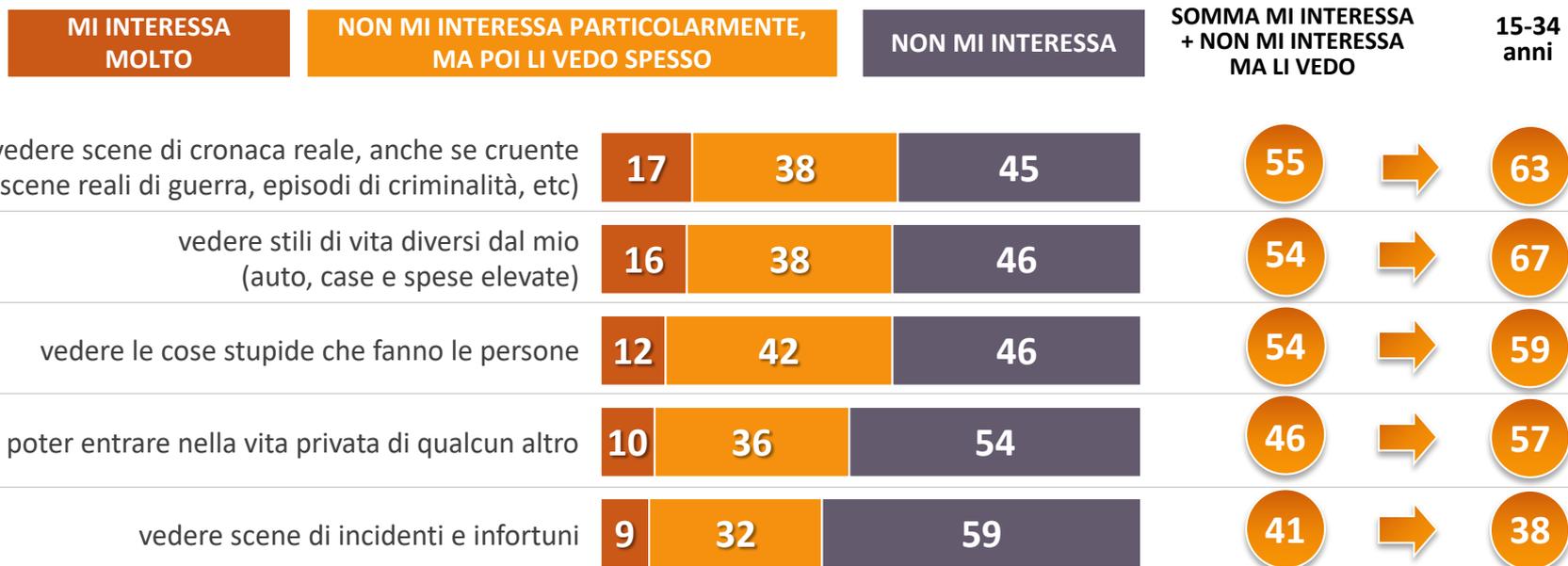
CHI GUARDA ALMENO  
OCCASIONALMENTE CHALLENGE E  
STUNT TRA I CONTENUTI DIGITALI  
SU YOUTUBE



ETÀ	
15-34 ANNI	42
35-54 ANNI	19
OVER 55 ANNI	10

# Oltre la metà degli italiani si fa catturare da stupidità, scene cruente, stili di vita diversi dai propri. 6 su 10 tra i giovani

Quando vede questo tipo di video, quanto le interessa...?



# Gli youtuber: narcisisti che incentivano gesti irresponsabili, ma per i giovani sono i nuovi intrattenitori

Qual è il suo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni relative agli youtuber?

	DEL TUTTO D'ACCORDO + D'ACCORDO	15-34 anni
hanno trovato un modo per fare guadagni facili	78	60
alla fine sono schiavi degli sponsor e dei loro follower	76	66
spesso inducono a compiere comportamenti irresponsabili	74	54
sono dei narcisisti che vogliono solo mettersi in mostra	72	46
sono i nuovi intrattenitori dell'era digitale	64	85
sono dei professionisti dei nuovi strumenti di comunicazione digitale	50	71
attraverso i loro video rispondono ad un bisogno di informazione e di intrattenimento dell'opinione pubblica	43	67
esprimono sinceramente se stessi e le proprio idee	37	55

# La responsabilità della pubblicazione dei contenuti è degli youtuber, ma piattaforme e sponsor non sono esenti da colpe

Qual è il suo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni relative ad eventuali meccanismi di controllo dei contenuti veicolati dagli youtuber?



# 3.

## NOI E IL FORMAGGIO

Il 7 giugno eravamo a Milano per presentare i risultati di un'ampia indagine sul rapporto degli italiani con il formaggio in occasione della celebrazione dei primi 200 anni di storia (1823-2023) di Ferrari Giovanni Industria Casearia, promotrice dell'iniziativa. Segue un estratto di alcuni passaggi significativi.

Il settore dei formaggi vanta una rappresentazione positiva agli occhi degli italiani: un mondo associato al naturale, artigianale e locale, intriso di tradizione, gusto e qualità. Un legame che si esprime nella centralità del formaggio nella dieta italiana, con la varietà delle quasi 500 tipologie presenti nel nostro Paese: poco meno di 6 su 10 dichiarano un consumo di formaggio regolare (almeno 3 giorni a settimana); per il 21% si tratta di un'abitudine pressoché quotidiana. Nel complesso, emerge un profilo di consumatori accorti e critici, che prestano sempre più attenzione al Made in Italy, al Km0 e alla sostenibilità dei processi produttivi in fase d'acquisto.

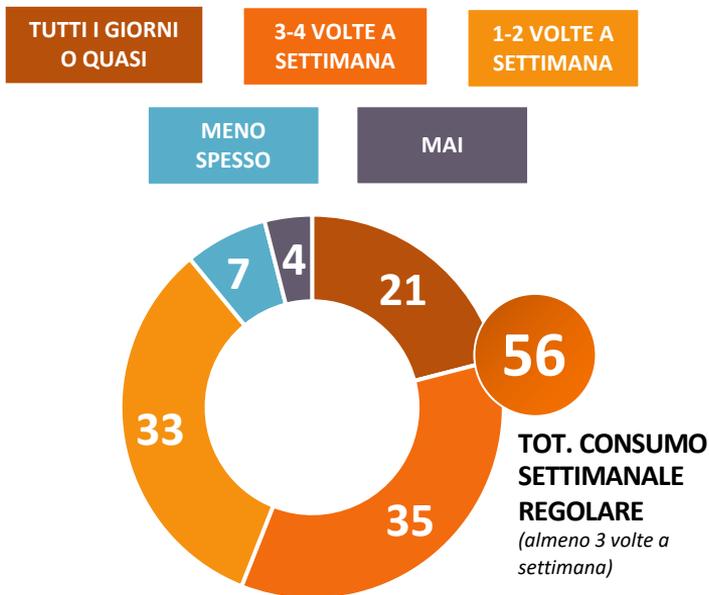
L'indagine ha dedicato un approfondimento al segmento dei confezionati da reparto frigo, fino al suo prodotto di punta: il grattugiato in busta. I consumatori riconoscono un forte miglioramento dei grattugiati confezionati negli ultimi anni, sul piano dei sapori e delle qualità organolettiche (62%), della conservazione (59%) e della naturalezza dei prodotti (54%). Ad oggi 1 su 2 li considera già un valido sostituto dei grattugiati a mano in termini di qualità. Non solo: per 2 consumatori su 3 il grattugiato in busta semplifica la vita, grazie alla sua praticità e rapidità d'uso in cucina.



# Formaggio centrale nella dieta italiana: consumo regolare per il 56%. Immagine di settore positiva: artigianale, naturale e gustoso

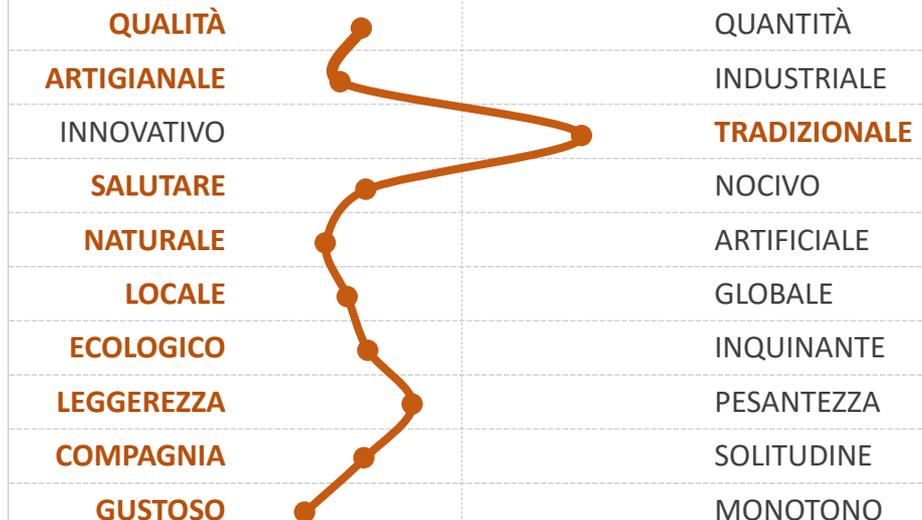
In generale, quanto spesso le capita di mangiare formaggio?

*Pensi a tutte le tipologie (es: grattugiati, spalmabili, a pezzi, freschi, stagionati)*



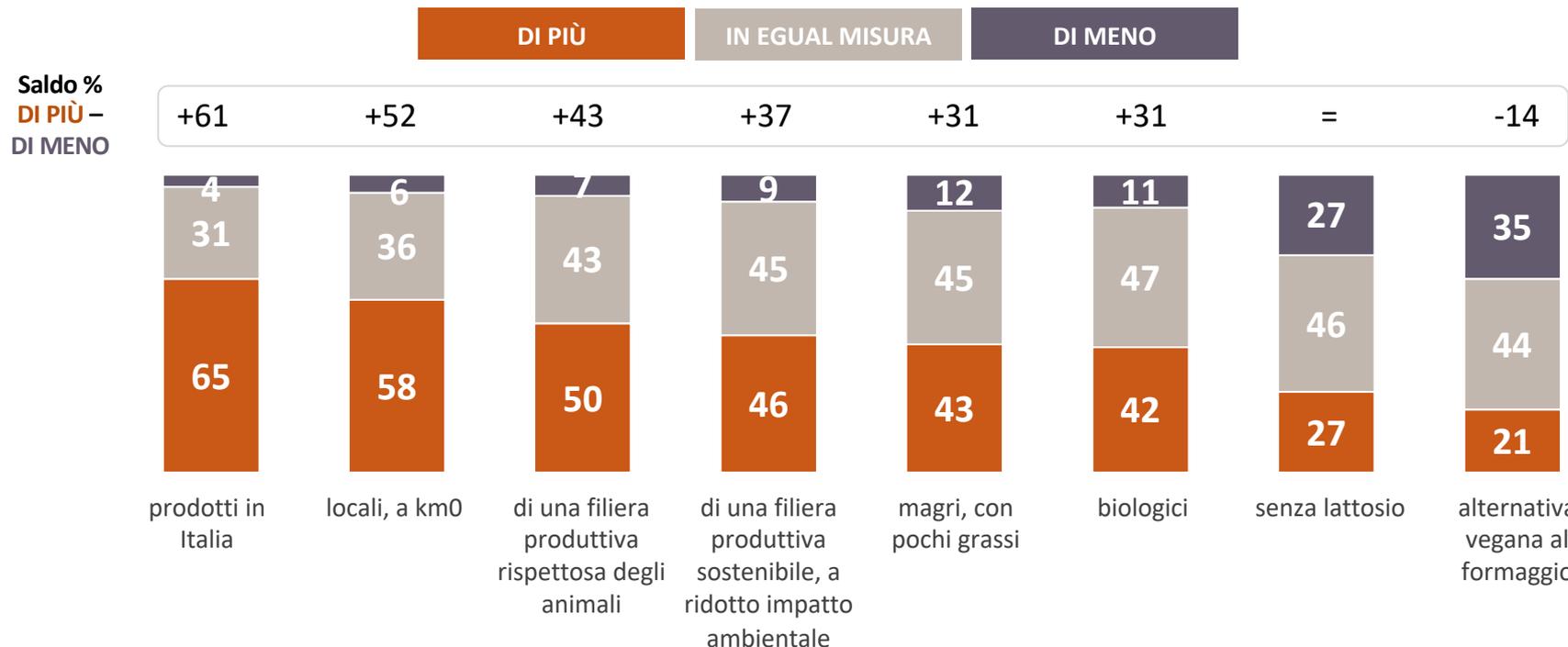
Pensi al mondo del formaggio nel suo complesso e all'immagine che le suscita. Quali dei seguenti aggettivi utilizzerebbe per descriverlo?

*Collochi il cursore in prossimità dell'aggettivo che si avvicina di più al suo pensiero*



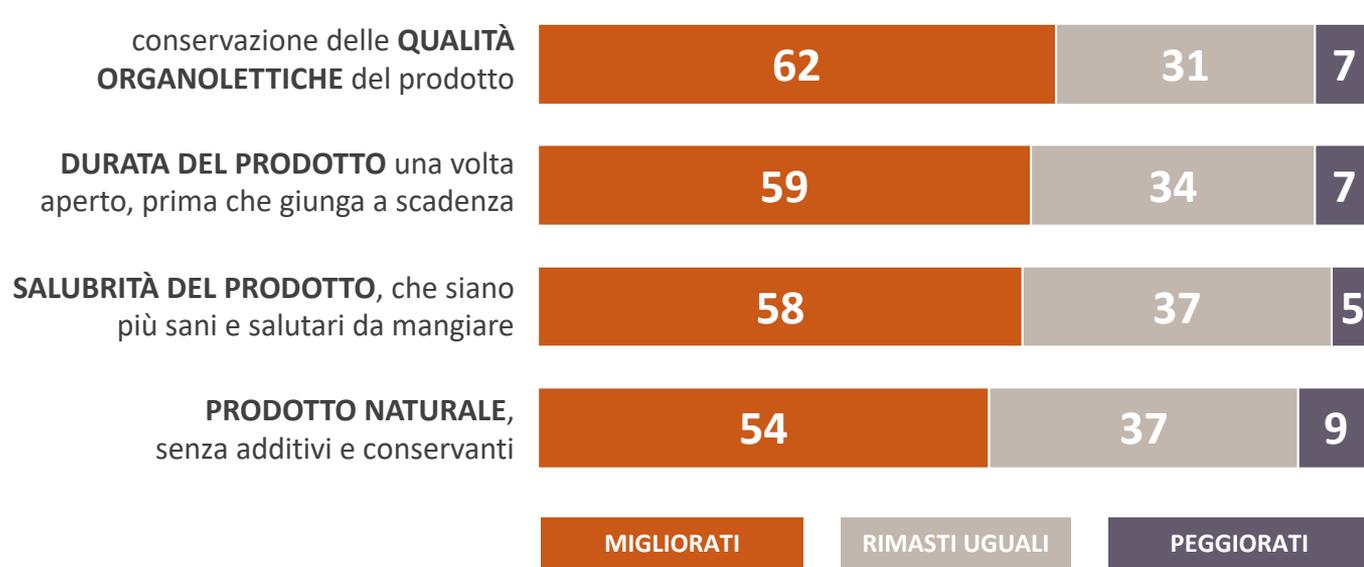
# Trend di consumo: nella scelta del formaggio attenzione crescente a Made in Italy, Km0, sostenibilità e rispetto degli animali

Negli ultimi 5 anni lei ritiene di stare prestando maggior o minor attenzione al fatto che i formaggi che acquista siano...?  
(RISPONDONO I CONSUMATORI DI FORMAGGIO)



# Formaggio grattugiato in busta sempre migliore: negli ultimi anni prodotti di maggior qualità, più durevoli, salubri e naturali

Lei ritiene che negli ultimi anni i prodotti di formaggio grattugiato in busta siano migliorati o peggiorati per quanto riguarda...?  
(RISPONDONO I CONSUMATORI DI FORMAGGIO GRATTUGIATO)

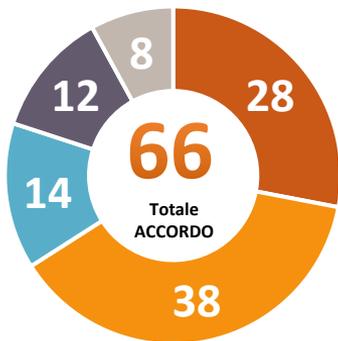


**Dettaglio MIGLIORATI**  
tra i consumatori abituali  
di grattugiato in busta

# Grattugiato in busta: un'alternativa pratica che semplifica la vita. E per la metà di chi lo consuma equivale al grattugiato a mano

Pensando ai formaggi grattugiati in busta ad oggi e in base alla sua esperienza, indichi il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni:  
(RISPONDONO I CONSUMATORI DI FORMAGGIO GRATTUGIATO)

mi **SEMPLIFICA LA VITA**, rende più pratico e veloce l'uso in cucina e in tavola del formaggio grattugiato



la qualità di questi prodotti ormai è tale che sono un **VALIDO SOSTITUTO DEL GRATTUGIATO A MANO**



se non esistessero probabilmente **CONSUMEREI MENO FORMAGGIO** di quanto non faccio ora



Dettaglio ACCORDO

Consumatori abituali grattugiato in busta

83 ↑

74 ↑

51 ↑

DEL TUTTO D'ACCORDO

PIÙ D'ACCORDO

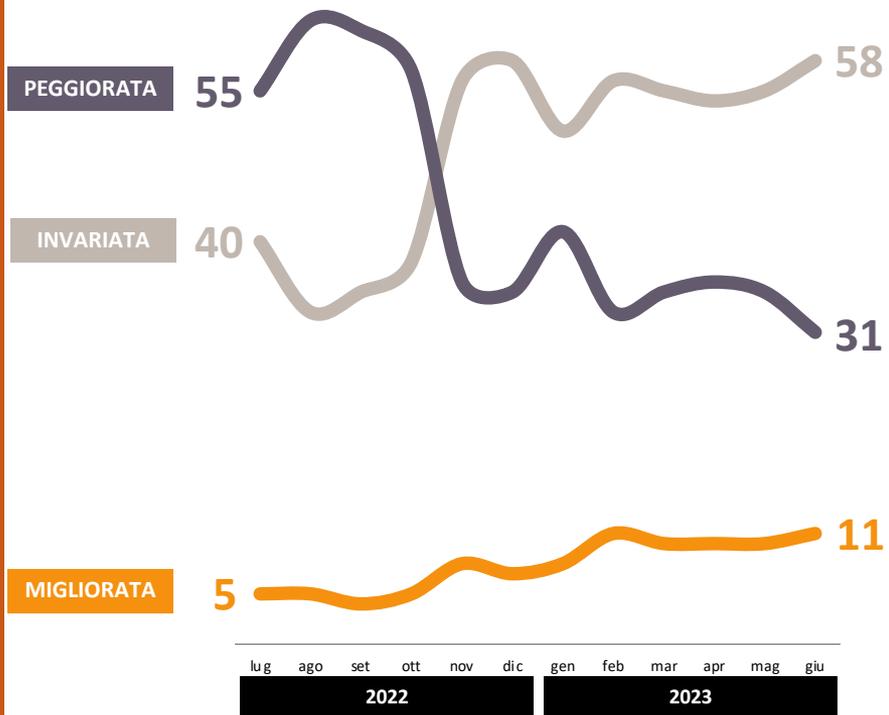
PIÙ IN DISACCORDO

DEL TUTTO IN DISACCORDO

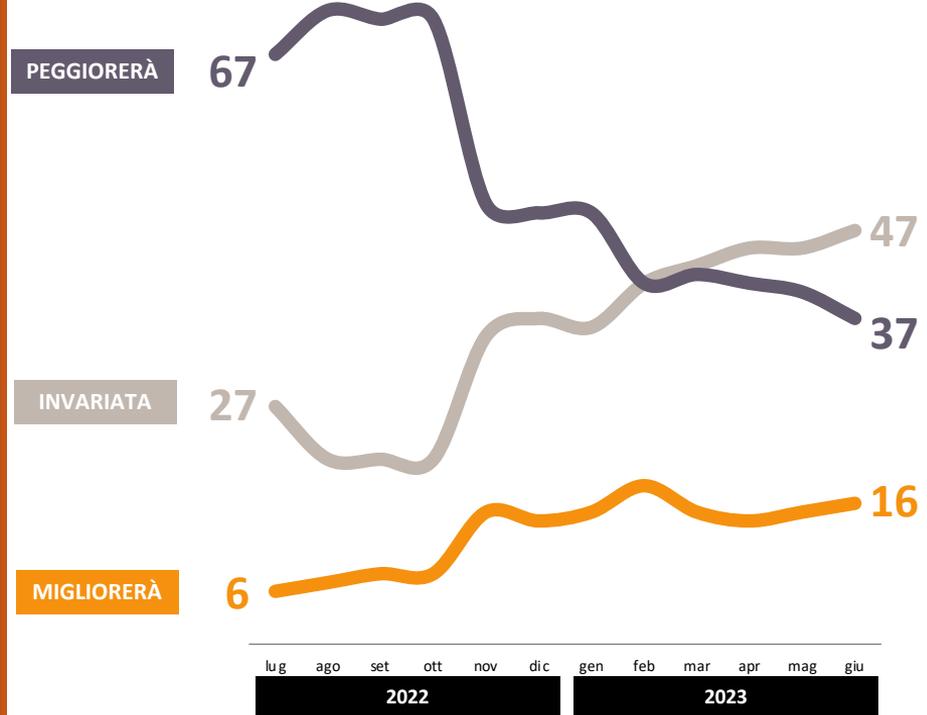
NON SA

# PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE

PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NELLE DUE SETTIMANE PRECEDENTI L'INTERVISTA



PERCEZIONE DELL'EVOLUZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NEI MESI SUCCESSIVI ALL'INTERVISTA

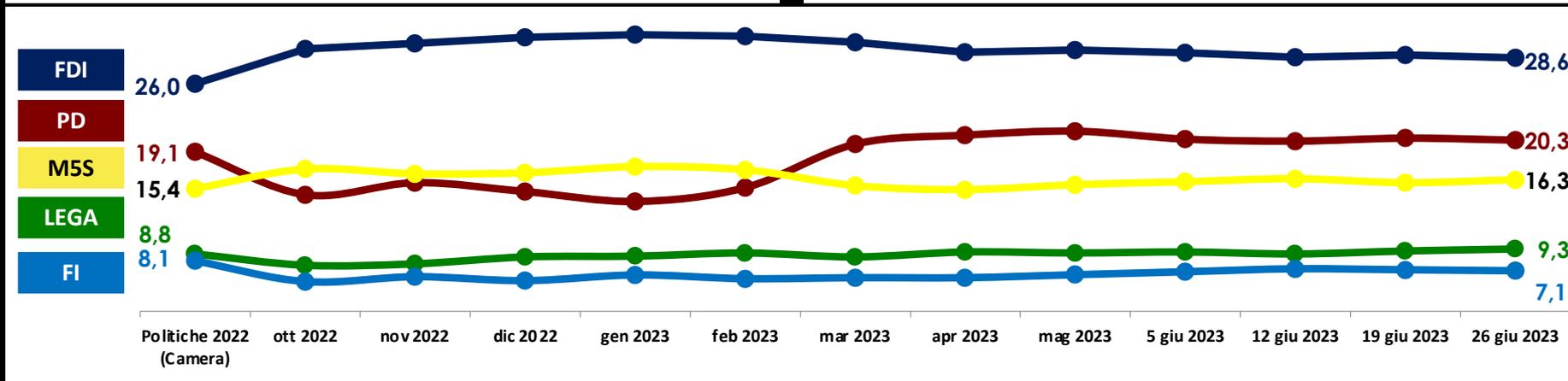


# INTENZIONI DI VOTO 26 GIUGNO 2023

		Differenza rispetto al 19/06/2023
Fratelli d'Italia	28,6	-0,3
Partito Democratico	20,3	-0,2
Movimento 5 Stelle	16,3	+0,3
Lega	9,3	+0,2
Forza Italia	7,1	-0,1
Azione	3,5	-0,2

		Differenza rispetto al 19/06/2023
Alleanza Verdi-Sinistra	3,3	+0,1
Italia Viva	3,1	+0,2
+Europa	2,3	-0,2
Per l'Italia con Paragone	2,1	-0,1
Unione Popolare	1,7	+0,2
Altro partito	2,4	+0,1

*Non si esprime: 40% (+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 S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022**

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. 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

