SWG

RADAR

valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche

20 – 26 novembre 2023

- ✓ **LEADER: Meloni mantiene il gradimento più elevato ma un terzo degli elettori non ha fiducia in nessun capo politico**
- ✓ **LO STATO EMOTIVO DEI GIOVANI: per 2 giovani su 5 il bombardamento di notizie genera ansia e preoccupazione**
- ✓ **BLACK FRIDAY 2023: metà degli italiani attirati dalle promozioni, ma dubbi sulla convenienza e entusiasmo in calo**

PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE

1.

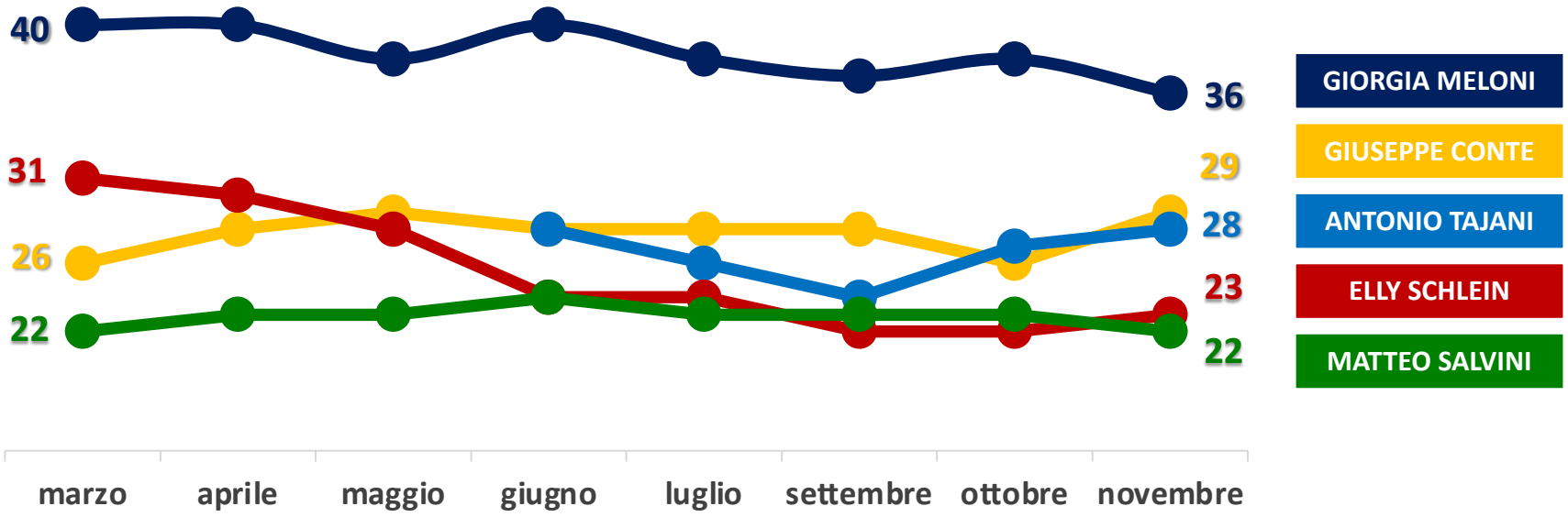
I LEADER DELLA POLITICA ITALIANA

Il monitoraggio del gradimento dei politici che sono a capo dei principali partiti mostra alcuni trend interessanti. Meloni figura ancora al primo posto in termini di fiducia degli elettori anche se in calo rispetto a inizio anno. Aumenta invece la fiducia in Giuseppe Conte che, rispetto a 8 mesi fa, riduce il ritardo dal Presidente del Consiglio dal -14% a -7%. Migliora l'immagine anche di Tajani che dopo aver preso in mano la guida di Forza Italia aveva subito un progressivo calo, dopodiché negli ultimi due mesi ha ripreso a crescere. La segretaria del PD, dopo l'entusiasmo iniziale aveva avuto una flessione della fiducia che da giugno in poi, piccole oscillazioni a parte, risulta stabile. Salvini appare agli occhi degli italiani come la figura più controversa nel panorama politico e quindi registra valori più bassi, ma piuttosto costanti.

Emerge tuttavia come un'ampia parte dell'elettorato, un terzo, non si riconosca in nessuno dei leader presenti sulla scena. Un vuoto di rappresentanza che si palesa anche nelle risposte alla domanda su chi vorrebbe oggi come capo del Governo: la conferma di Giorgia Meloni viene dal 20% degli elettori ed è la quota più elevata, seguita dal 15% di Conte. Draghi figura al terzo posto sostenuto quasi esclusivamente da elettori del centrosinistra, divisi tra l'ex-Presidente del Consiglio e Schlein.
La segretaria del PD, tra l'altro, viene ritenuta la più convincente sulle questioni inerenti al dramma dei femminicidi, mentre in merito alle guerre in Ucraina e Israele sono Meloni e Tajani a raccogliere il plauso maggiore.

Gradimento dei leader: Meloni sempre in testa ma Conte accorcia la distanza

Fiducia nei principali leader di partito.
(% MOLTA + ABBASTANZA FIDUCIA)



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Medie mensili, date di esecuzione rilevazione più recente: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Un italiano su tre non ha fiducia in alcun capo di partito. Nel Nord-est e tra i lavoratori autonomi il vuoto di leadership più marcato

34%

NON HA FIDUCIA IN NESSUN LEADER
(NESSUNO DEI LEADER DEI PARTITI SOPRA IL 2%)

DETTAGLI	
RESIDENTI NORD-EST	45
LAVORATORI AUTONOMI	43
45-54 ANNI	42
CONDIZIONE ECONOMICA DIFFICILE	42
DONNE	40

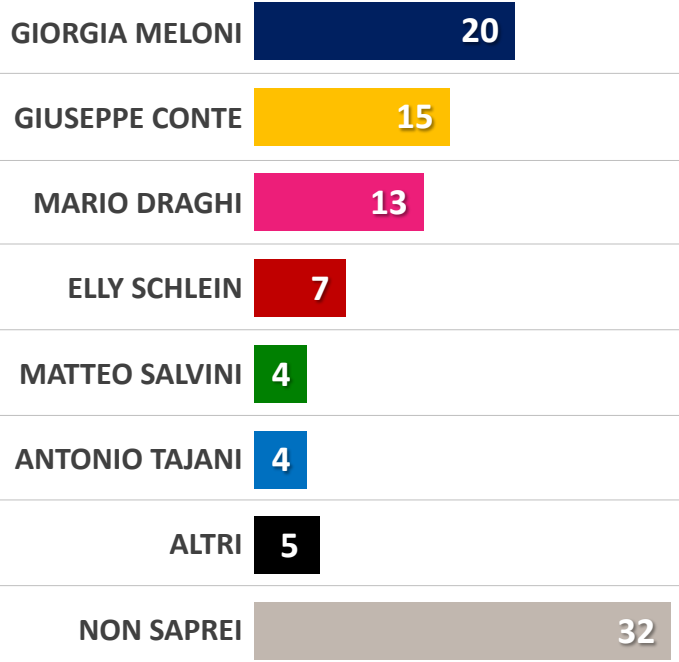
AUTOCOLLOCAZIONE POLITICA	
NON COLLOCATI	63
CENTRO	26
CSX	21
CDX	19

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Il premier ideale: nessun leader supera il 20% delle preferenze, Meloni prevale di poco su Conte, Draghi gettonato solo nel centrosinistra

Se potesse scegliere chi mettere a capo di un nuovo Governo, chi sceglierebbe?



ELETTORI CDX	
GIORGIA MELONI	66
ANTONIO TAJANI	10
MATTEO SALVINI	10

ELETTORI CSX (PD, AVS, +EUROPA)	
ELLY SCHLEIN	34
MARIO DRAGHI	34
GIUSEPPE CONTE	10

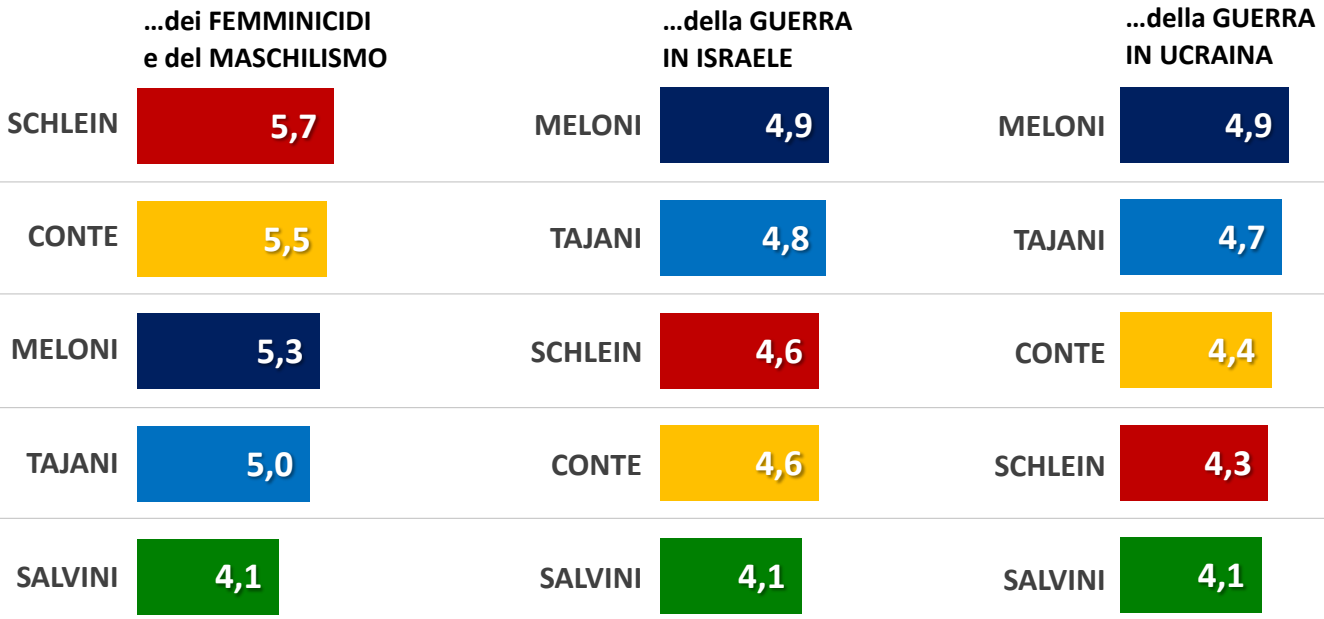
ELETTORI M5S	
GIUSEPPE CONTE	78
MARIO DRAGHI	4

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Schlein la più apprezzata sul tema dei femminicidi, Meloni e Tajani per le posizioni sulle guerre

A ciascuno dei leader politici elencati dia un voto rispetto alle posizioni assunte sulla questione…
(VOTI MEDI IN SCALA 1-10)



NOTA INFORMATIVA: valori medi in scala 1-10. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

2.

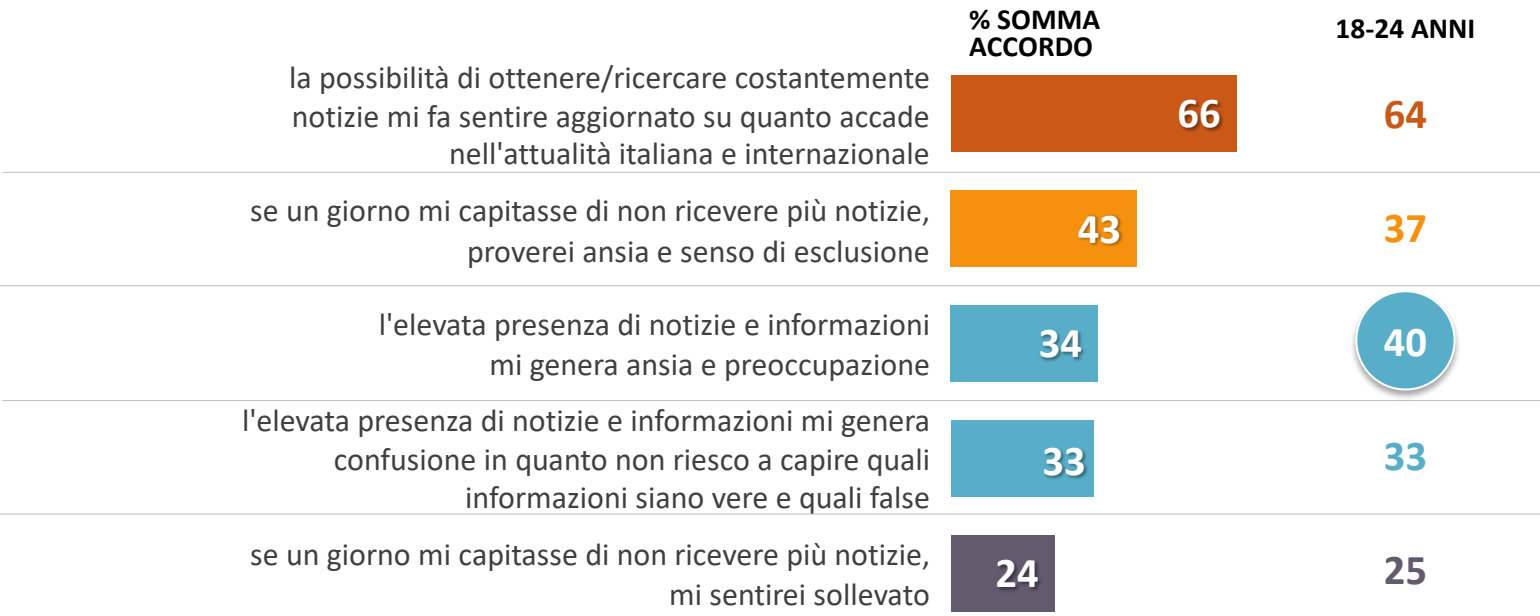
LO STATO EMOTIVO DEI GIOVANI

Ogni giorno riceviamo moltissime notizie sugli avvenimenti legati a catastrofi naturali, guerre e fatti di cronaca nera. Ma qual è l'impatto di queste informazioni sullo stato emotivo generale e soprattutto dei giovani?
Gli italiani di fronte a questo tipo di notizie hanno bisogno di tenersi informati e il non ricevere più notizie farebbe sentire escluso quasi 1 intervistato su 2. Tuttavia, nonostante la necessità di costanti aggiornamenti, quasi un terzo è preoccupato dall'elevata presenza di notizie, dato ancora più diffuso tra i giovanissimi, e teme di non riuscire a distinguere le notizie vere dalle fake news.

Tra gli avvenimenti degli ultimi mesi, sono stati soprattutto i femminicidi a colpire e lasciare il segno. In particolare, i giovani (18-24enni) risultano essere molto turbati da queste vicende, tanto da non smettere di pensarci per tutto il giorno. Sono proprio i costanti aggiornamenti su episodi di cronaca nera ad avere un impatto negativo sullo stato emotivo dei ragazzi: per oltre 1 italiano su 2, queste informazioni generano fragilità emotiva e incertezza verso il futuro e non permettono ai giovani di riflettere su quanto effettivamente accaduto, ipotesi condivisa anche dalla maggioranza dei 18-24enni.
Infine, la percezione di una tendenza al maschilismo/sessismo tra i coetanei maschi è particolarmente diffusa tra gli under 34, grazie anche ad una maggiore sensibilità e informazione sull'argomento, mentre i 45-54enni notano più di altri aggressività e violenza.

Per 2 italiani su 3 il bombardamento di notizie aiuta a tenersi informati. Per il 40% dei giovani rappresenta una fonte di ansia

Pensi all'afflusso di notizie su catastrofi naturali, guerre e episodi di cronaca in questo periodo. Le chiediamo di indicarci il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni:



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Le notizie sui femminicidi colpiscono di più rispetto a catastrofi naturali e guerre

In merito ai recenti avvenimenti e fatti di cronaca, come è stata la sua reazione/quella dei suoi figli?

% MI HA COLPITO MOLTISSIMO, ERO MOLTO SCONVOLTO, CI HO PENSATO CONTINUAMENTE

		MINORENNI (RISPONDONO I GENITORI)	18-24 ANNI	25-34 ANNI
VIOLENZE DI GENERE E FEMMINICIDI	53	38	60	52
CATASTROFI NATURALI	39	33	35	27
GUERRA ISRAELE-HAMAS	35	32	27	32
GUERRA IN UCRAINA	33	28	38	39

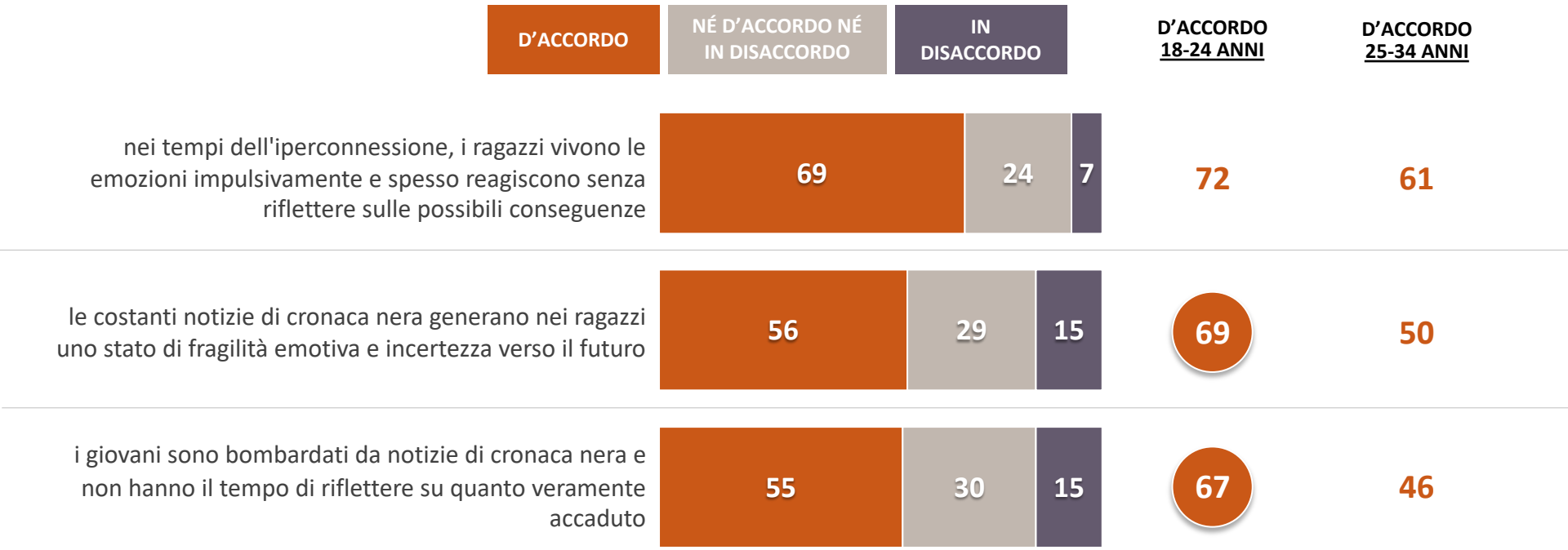
SWG

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

L’impatto della cronaca nera e dell’iperconnessione nei giovani: impulsività, fragilità emotiva e incapacità di riflettere sulle emozioni

Le chiediamo di indicarci il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni:



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

La percezione di una tendenza al maschilismo e al sessismo da parte dei coetanei maschi è particolarmente diffusa tra gli under 34

Tra i suoi coetanei maschi, quanto pensa sia diffusa la tendenza…

	% MOLTO + ABBASTANZA	DETTAGLIO ETÀ					
		18-24 ANNI	25-34 ANNI	35-44 ANNI	45-54 ANNI	55-64 ANNI	OVER 64 ANNI
AL MASCHILISMO/SESSISMO	60	70	67	60	64	50	55
A COMPORTAMENTI AGGRESSIVI/VIOLENTI	45	48	48	46	53	39	42

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

3.

BLACK FRIDAY 2023

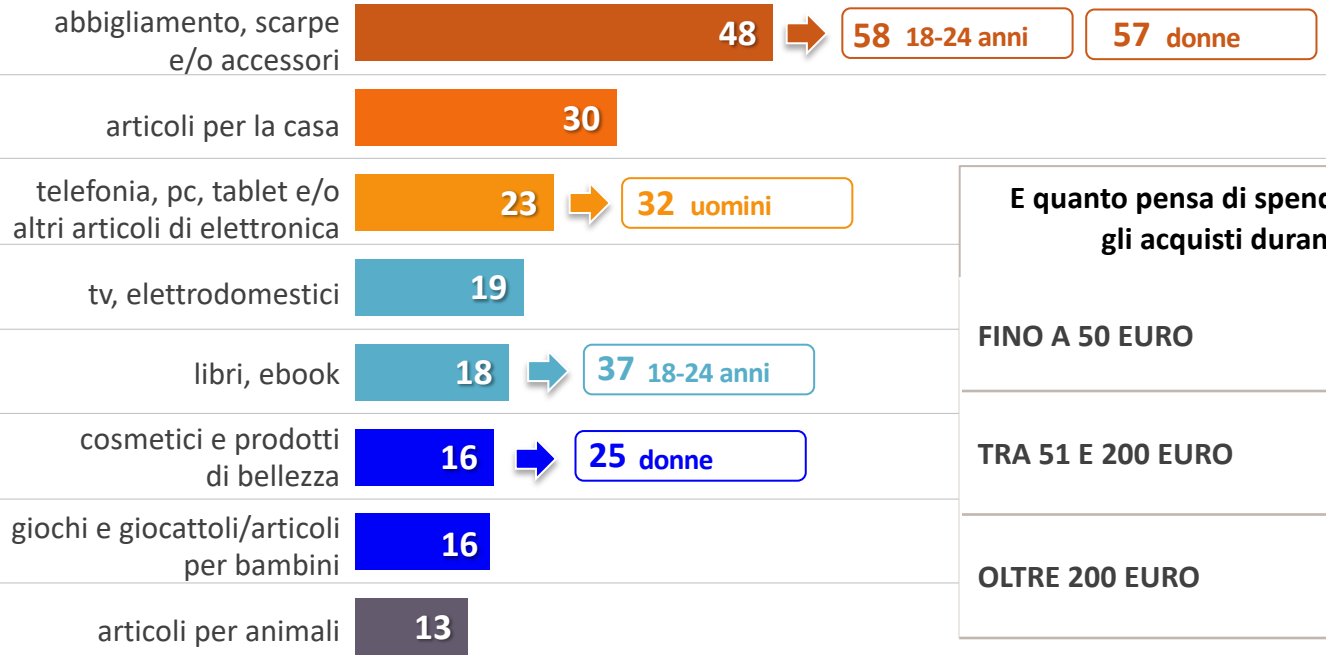
Puntuali, come d'abitudine, tornano le corse per accaparrarsi offerte e promozioni di fine novembre per la settimana del Black Friday. Gli sconti proposti stuzzicano almeno metà degli italiani, tra cui la prima scelta è orientata verso l'acquisto di abbigliamento e accessori, soprattutto tra le donne e i più giovani. Altri prodotti per cui gli italiani intendono maggiormente approfittare delle occasioni sono gli articoli per la casa, la telefonia e l'elettronica (in primis uomini). Il budget previsionale di spesa rimane entro i 200 euro per la maggior parte dei possibili acquirenti. Tuttavia, se le promozioni riescono ad attirare almeno 1 italiano su 2, la stessa quota di persone sostiene che questo Black Friday sarà comunque meno conveniente rispetto a quello dell'anno scorso, a causa dell'inflazione che, seppur in calo negli ultimi mesi, rischia di frenare gli sconti.

Il 43% dei cittadini è pronto a dichiararsi fan del Black Friday, in quanto ogni anno approfitta delle promozioni, nonostante l'entusiasmo appaia in calo dal 2021. Inoltre, sono soprattutto le fasce più giovani a partecipare agli acquisti, mentre un minor fervore si riscontra tra gli over 54.

A conti fatti, la settimana del Black Friday spacca le opinioni degli italiani. Coloro che ne sono fan si dichiarano pronti a fare i loro acquisti in vista del risparmio che può essere ricavato su spese che comunque erano già previste (31%). Per chi appare maggiormente restio a dichiararsi come un appassionato, il BF rappresenta in primis un'iniziativa che in realtà spinge le persone nell'acquisto di cose non necessarie (25%), mascherato dalla sensazione di aver fatto comunque un buon affare.

Black Friday 2023: l'abbigliamento al primo posto tra gli acquisti. Quasi 8 persone su 10 prevedono di non spendere più di 200 euro

Cosa prevede di comprare durante il Black Friday?
(RISPONDE CHI PREVEDE DI ACQUISTARE QUALCOSA DURANTE IL BLACK FRIDAY – 54% DEL CAMPIONE)



E quanto pensa di spendere indicativamente per gli acquisti durante il Black Friday?

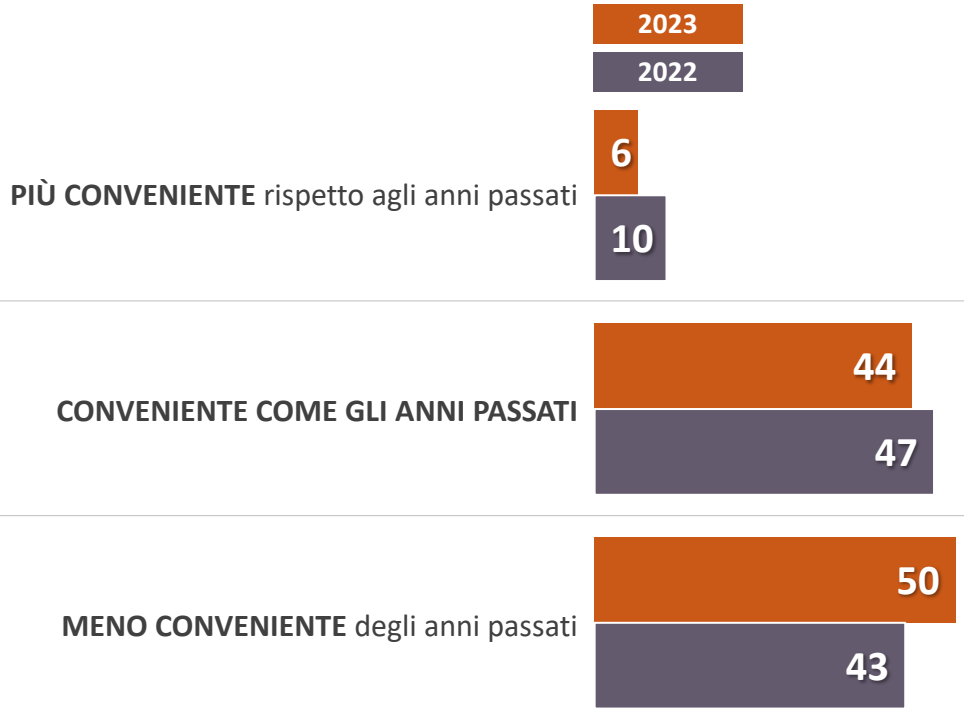
FINO A 50 EURO	12
TRA 51 E 200 EURO	65
OLTRE 200 EURO	23

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

1 italiano su 2 si aspetta un Black Friday meno conveniente rispetto al passato, in peggioramento rispetto alle previsioni dell'anno scorso

Quest'anno si sono registrati diversi aumenti di prezzi in Italia. Secondo lei, alla luce di questo fatto, il Black Friday sarà…

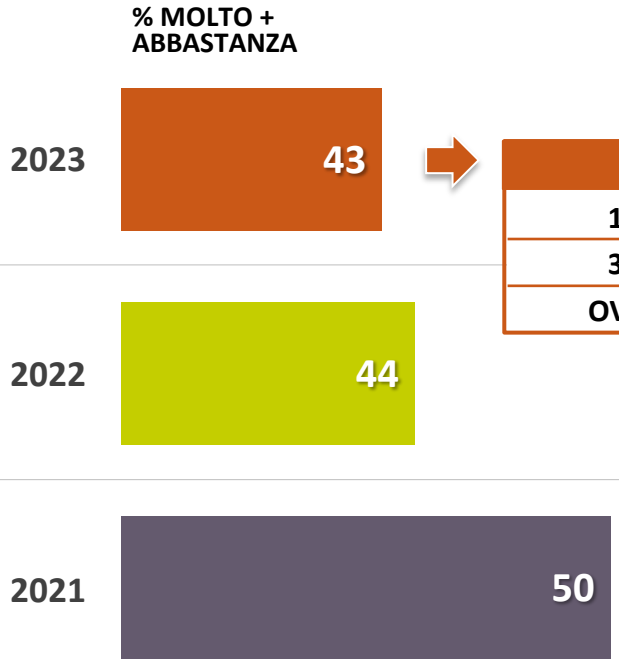


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Più di 2 italiani su 5 si dicono fan del Black Friday, ma l'entusiasmo è in calo dal 2021. Over 54 i meno appassionati

Indichi il suo grado di accordo con la seguente affermazione: "Sono un fan del Black Friday, tutti gli anni ne approfitto per fare acquisiti».



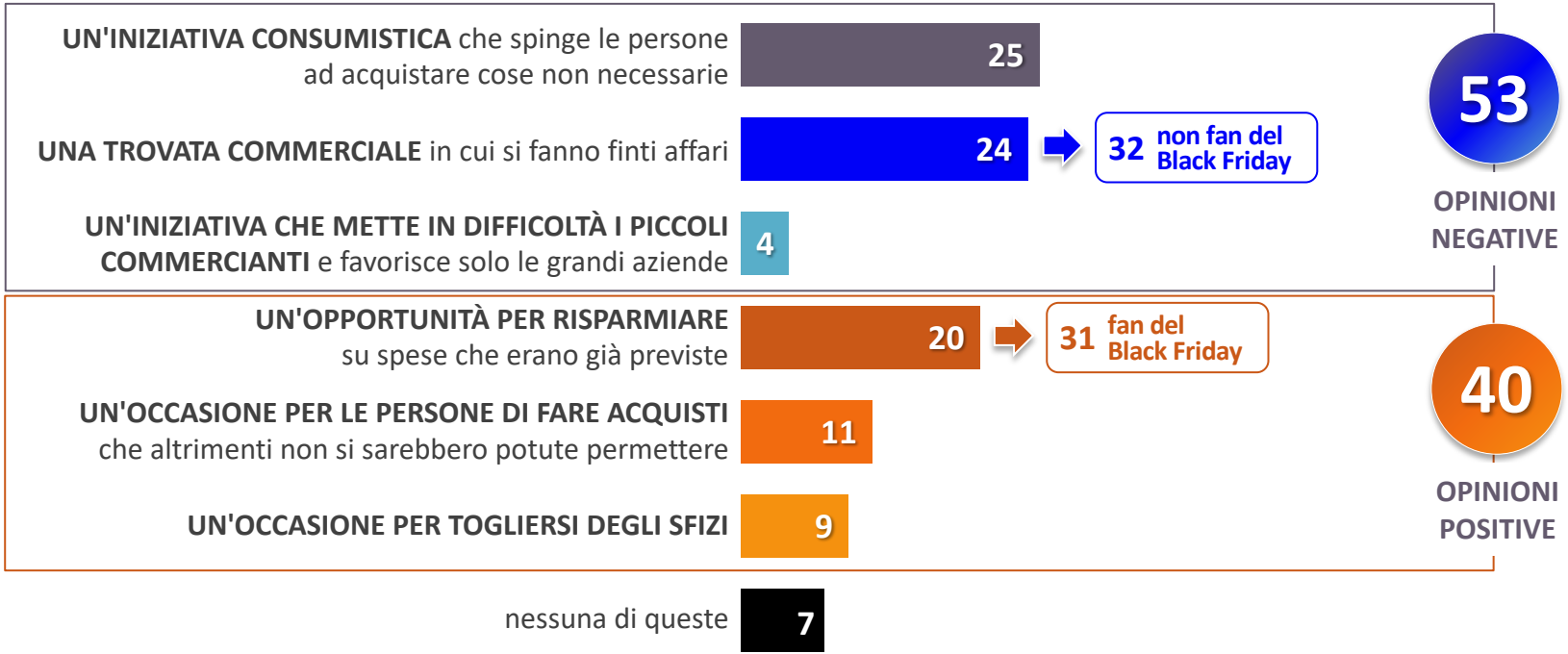
DETTAGLIO ETÀ	
18-34 ANNI	53
35-54 ANNI	52
OVER 54 ANNI	33

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Il BF divide le opinioni: per chi non ne è fan si tratta di un'iniziativa consumistica, per gli appassionati è un'occasione per risparmiare

Secondo lei, il Black Friday è soprattutto:

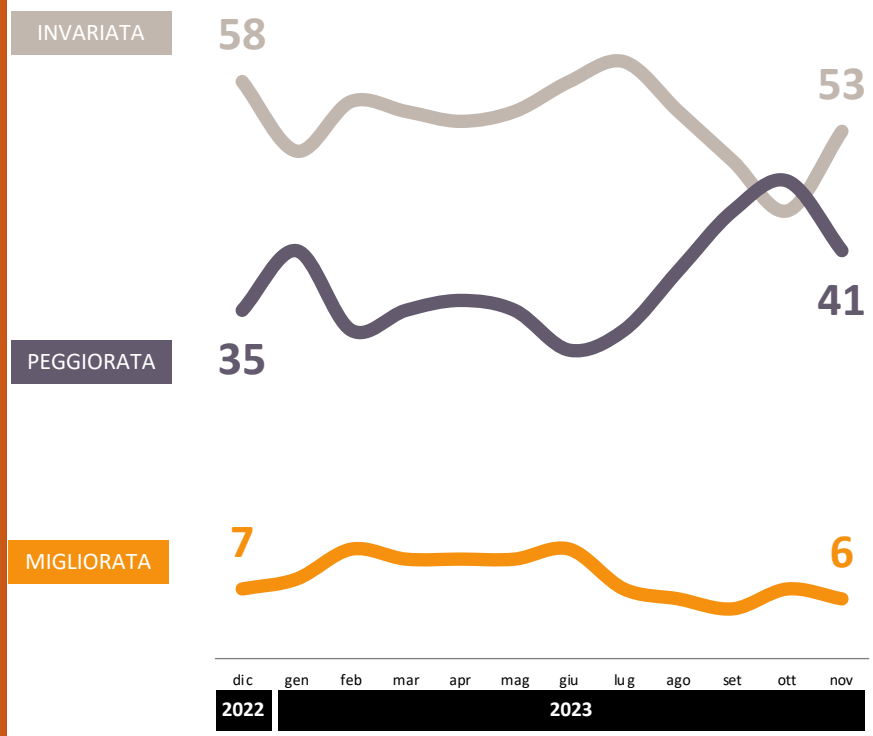


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 22 – 24 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

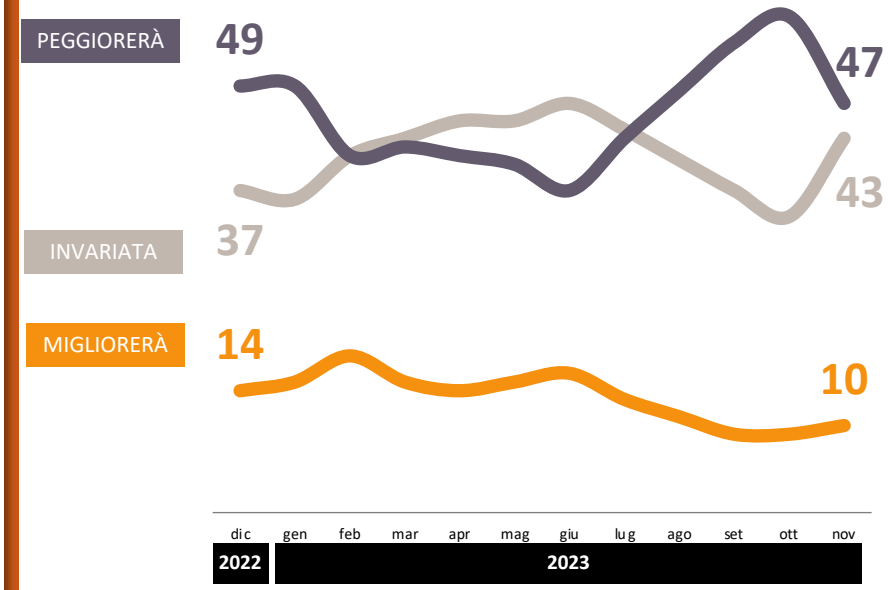
Tutti i diritti riservati

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



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Medie mensili. Date di esecuzione ultima rilevazione: 22-24 novembre 2023.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

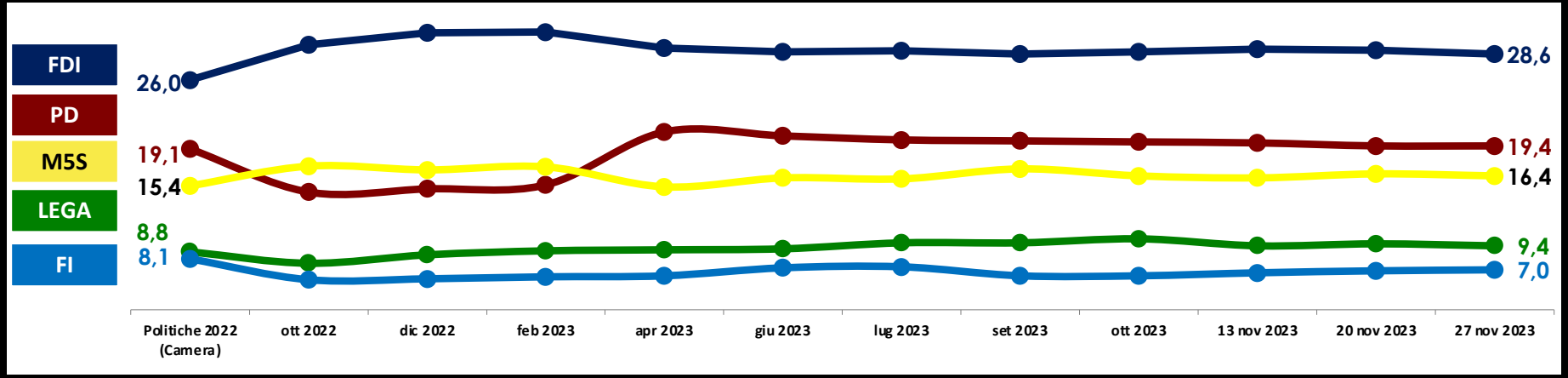
Tutti i diritti riservati

INTENZIONI DI VOTO 27 NOVEMBRE 2023

		Differenza rispetto al 20/11/2023
Fratelli d'Italia	28,6	-0,4
Partito Democratico	19,4	=
Movimento 5 Stelle	16,4	-0,2
Lega	9,4	-0,2
Forza Italia	7,0	+0,1
Azione	3,8	+0,1

		Differenza rispetto al 20/11/2023
Alleanza Verdi-Sinistra	3,6	+0,1
Italia Viva	3,3	+0,2
+Europa	2,6	-0,2
Per l'Italia con Paragone	1,6	-0,1
Unione Popolare	1,4	+0,2
Noi Moderati	1,1	+0,1
Altro partito	1,8	+0,3

Non si esprime: 39% (-2)



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 22 – 27 novembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni. I dati da ottobre 2022 a ottobre 2023 si riferiscono a medie mensili.

Tutti i diritti riservati

“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.
SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022
La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l’adozione di politiche per la parità di genere e per l’empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

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

swg.it | info@swg.it | pec: info@pec.swg.it

@swg_research **@swg_research** **SWG S.p.A.**