SWG

RADAR

valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche

Speciale Osservatorio Annuale
I Valori degli Italiani 1997-2023

9 gennaio 2024

SWG

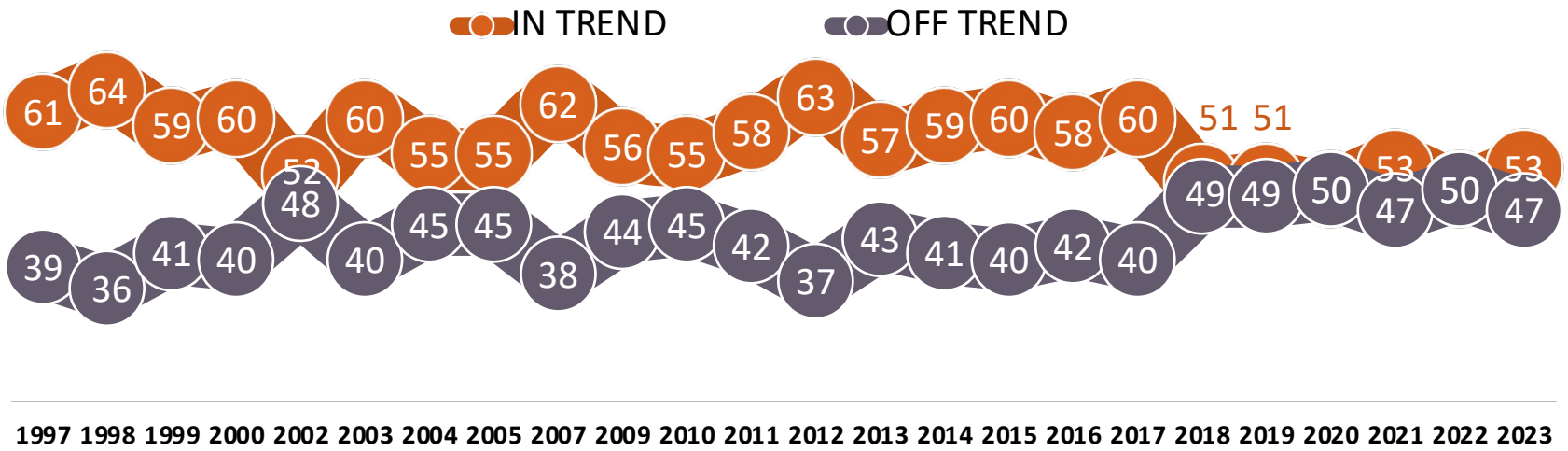
1.

POLITICA

Sfiducia nel sistema dei partiti

Il periodo della seconda repubblica è caratterizzato da un rapporto difficile tra gli elettori e l'offerta politica e da una diffusa diffidenza nei confronti dei partiti. La sfiducia ha avuto continue oscillazioni, seppure sempre su livelli elevati, raggiungendo dei picchi in periodi non concomitanti alle elezioni politiche. Nel 2018, in occasione della vittoria elettorale del Movimento 5 Stelle, si è verificato un parziale avvicinamento dei cittadini alla politica e questo atteggiamento si è consolidato anche negli anni successivi.

Il dato «In trend» riassume un vissuto di sfiducia sul ruolo e sul futuro dei partiti.



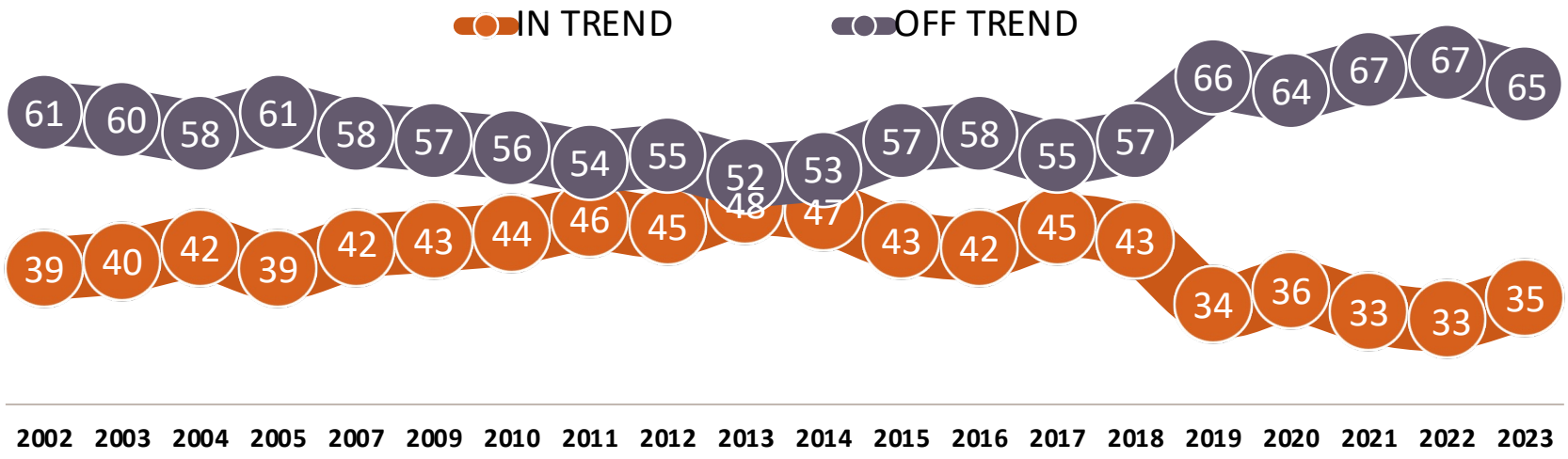
Valori %

Tutti i diritti riservati

Radicalizzazione

All'interno dell'elettorato italiano hanno sempre convissuto spinte più radicali e quelle più moderate con una prevalenza delle seconde. Negli anni della grande crisi economica però si è rafforzata la tendenza al rifiuto del compromesso e una visione più «dura e pura» della politica. Al contrario, dopo il successo del Movimento 5 Stelle alle elezioni politiche del 2018 ha preso il sopravvento l'atteggiamento più moderato ed equilibrato.

Il dato «In trend» raccoglie le valutazioni sulla negatività di scendere a compromessi e mediazioni in politica.



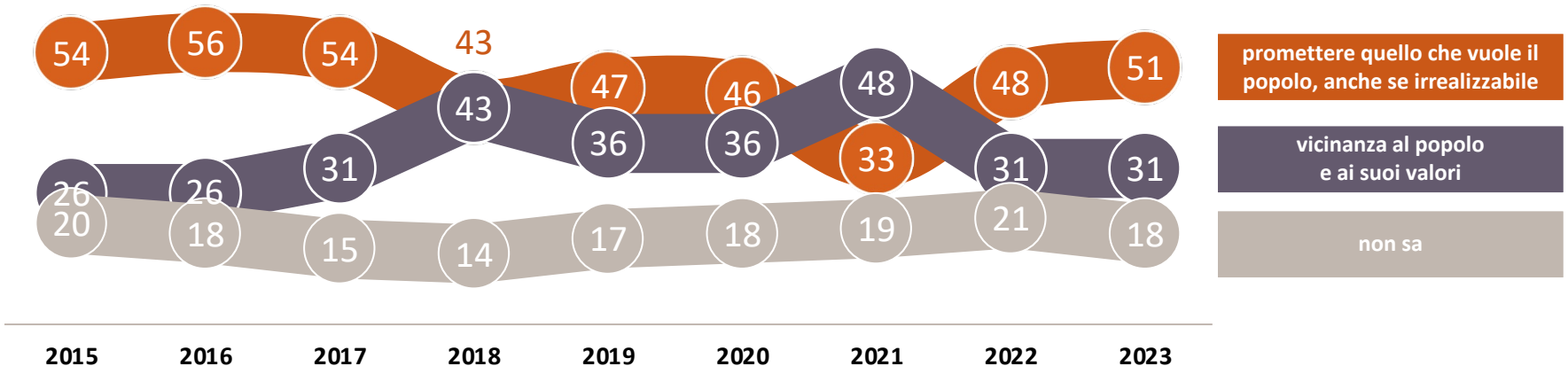
Valori %

Tutti i diritti riservati

Populismo: percezione

Il concetto del populismo assume un'accezione positiva o negativa a seconda della prospettiva politica degli elettori. Inizialmente, nel 2015, l'atteggiamento critico, ovvero la percezione del populismo come pura demagogia, era nettamente prevalente, dopodiché con gli anni si è verificato un progressivo sdoganamento fino al 2021. Negli ultimi due anni, invece, si registra una nuova inversione di rotta: la quota di cittadini con una percezione positiva del populismo è infatti scesa sotto il terzo del totale.

Lei come definirebbe il Populismo in politica?



Valori %

Tutti i diritti riservati

Populismo: i partiti

Lega e Movimento 5 Stelle sono sempre state le forze maggiormente associate al populismo, ma nessuna delle formazioni maggiori è immune da questa definizione. Anzi, con il tempo, al partito di Salvini e al movimento di Conte questa etichetta è stata attribuita un po' meno avvicinando al vertice di questa particolare classifica anche Fratelli d'Italia e Forza Italia.

Quanto definirebbe populiste le seguenti forze politiche? (% MOLTO + ABBASTANZA POPULISTA)

	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
LEGA	55	59	59	58	66	66	64	62	57
M5S	54	56	52	51	54	68	61	58	56
FRATELLI D'ITALIA	51	51	49	48	/	/	/	/	/
FORZA ITALIA	44	46	46	42	39	41	54	53	52
PARTITO DEMOCRATICO	33	32	30	29	24	26	43	46	43
AZIONE	28	31	32	32	/	/	/	/	/

SWG Valori %

Tutti i diritti riservati

SWG

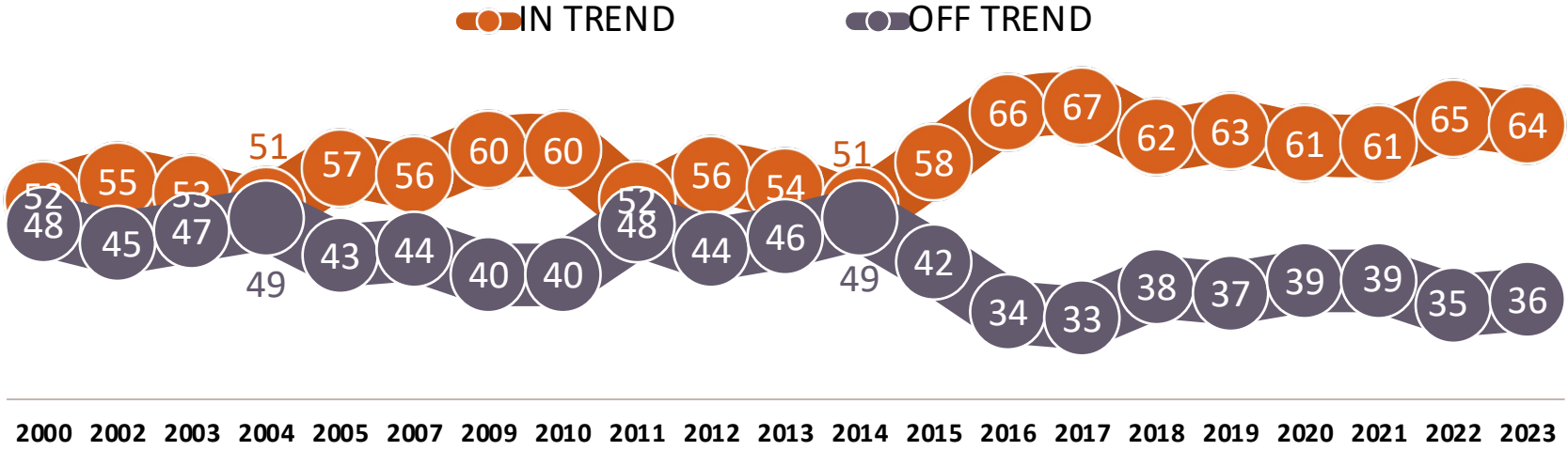
2.

PERSONE E SOCIETÀ

Libertà individuali

L'opinione pubblica ha sempre dibattuto su questi temi e vi sono spesso momenti che rilanciano il confronto politico e sociale su questi argomenti. Negli anni si osserva che da una divisione a metà tra i cittadini favorevoli e contrari a un'apertura in questo campo, si passa a una netta maggioranza, ormai stabilizzata, che richiede più spazio e legittimità per le scelte personali.

Il dato «In trend» segnala l'attenzione al tema dei diritti e delle libertà individuali; gli indicatori che tradizionalmente lo compongono rappresentano il favore a convivenza, omosessualità, legalizzazione delle droghe leggere, aborto ed eutanasia.



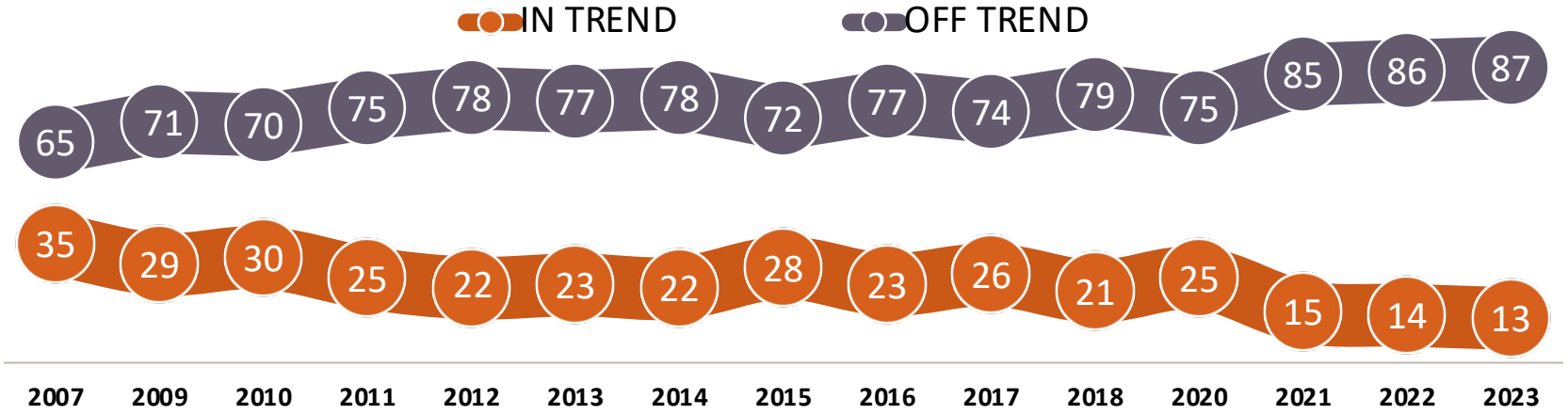
Valori %

Tutti i diritti riservati

Interventismo militare

L'andamento del trend mette in luce nettamente il distacco dell'opinione pubblica dalle posizioni attive in campo militare. La parte favorevole a un coinvolgimento dell'Italia a interventi e alleanze militari era, comunque, minoritaria, ma negli ultimi tre anni appare residuale. Questa convinzione si rafforza già prima dello scoppio della guerra in Ucraina.

L'orientamento sintetizza le posizioni dell'opinione pubblica in relazione alla guerra, al ruolo dell'ONU, alla partecipazione dell'Italia alle missioni militari e alle funzioni della NATO. Il dato «In trend» si riferisce a chi ritiene che l'Italia abbia il diritto ed il dovere di intervenire nel mondo, eventualmente anche senza il consenso degli alleati.



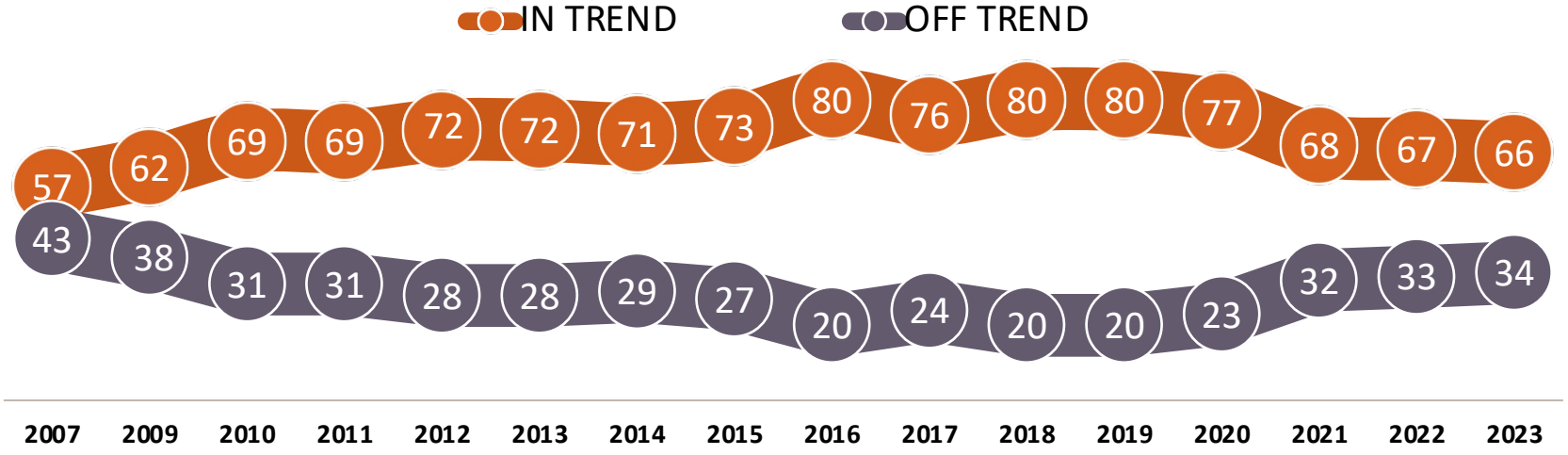
Valori %

Tutti i diritti riservati

Sensibilità ambientale

Da tempo si stava ampliando nel Paese una sensibilità relativa ai temi ambientali. Anche il tema dello sviluppo economico veniva visto, in modo crescente, come necessariamente attento al risvolto ecologico. Negli ultimi anni, però, il mordere della crisi (aumento dei prezzi, salari fermi, qualche allarme macroeconomico) ha portato a una leggera riconsiderazione del porre vincoli ambientali allo sviluppo.

Il dato «In trend» rappresenta la convinzione che occupazione e sviluppo economico debbano passare attraverso la tutela dell'ambiente.



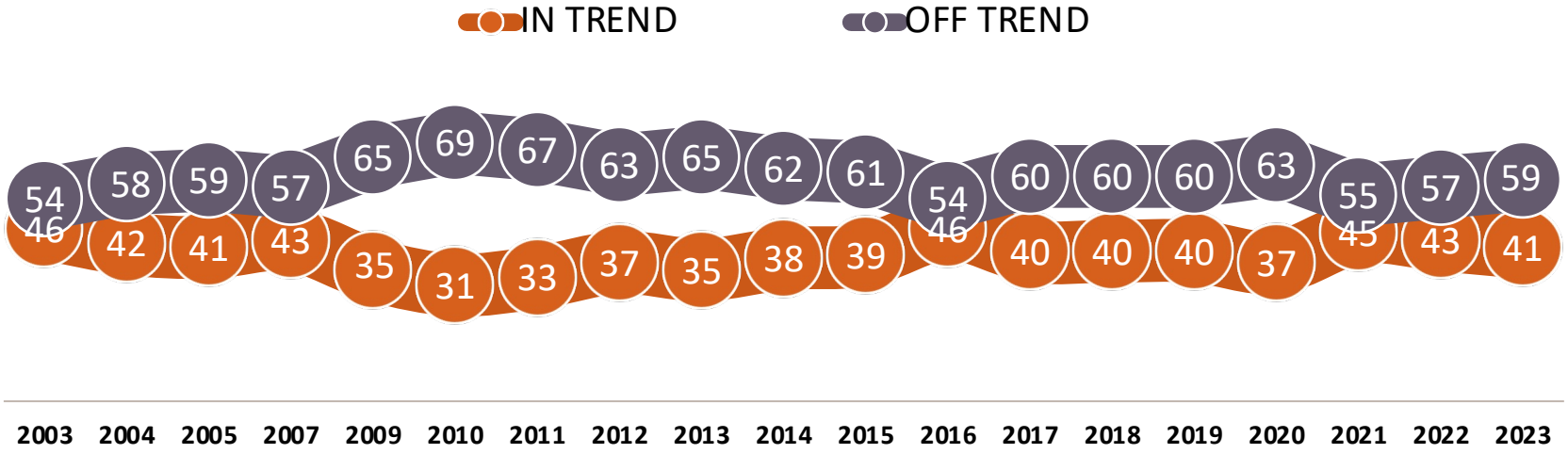
Valori %

Tutti i diritti riservati

Fiducia nei giovani

Il rapporto con i giovani in Italia è, da anni, difficoltoso. Si parte da metà dell'opinione pubblica che non riesce a dare fiducia alle nuove generazioni. È un dato critico perché se un Paese non investe sui giovani non può che ridurre le proprie prospettive. Negli ultimi due anni la tendenza si è acuita.
Si osserva che nei momenti di crisi (post Lehman Brothers, Covid, 2022-2023) cresce la sfiducia.

Il dato «In trend» segnala la convinzione che i giovani abbiano energie e risorse pari alle generazioni che li hanno preceduti e siano quindi in grado di offrire un apporto significativo al presente.



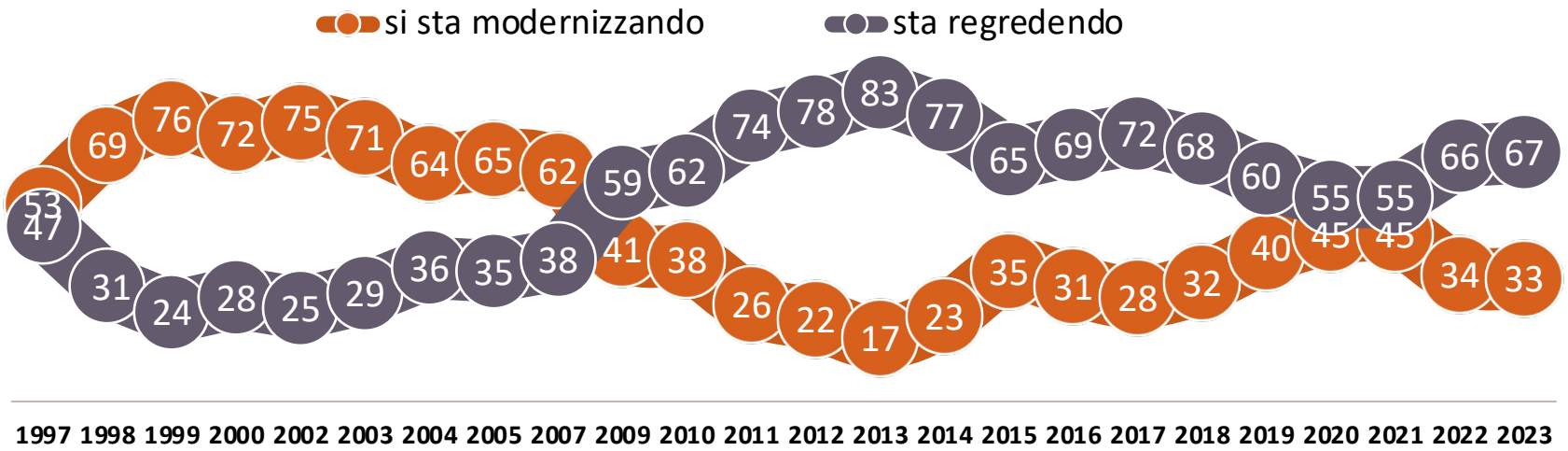
Valori %

Tutti i diritti riservati

Nostalgia e futuro smarrito

Il dato segnala che 2/3 degli italiani temono una mancata capacità di modernizzare il Paese. L'opinione pubblica ha reagito, a questo proposito, negli anni con slanci di ottimismo e pessimismo. La crisi del 2008 ha segnato una svolta, poi man mano superata. Gli ultimi due anni ripropongono uno stato d'animo prevalentemente negativo a fronte di sfide di grande rilievo.

Secondo Lei, il nostro Paese in questi anni, si sta modernizzando o sta regredendo?



Valori %

Tutti i diritti riservati

SWG

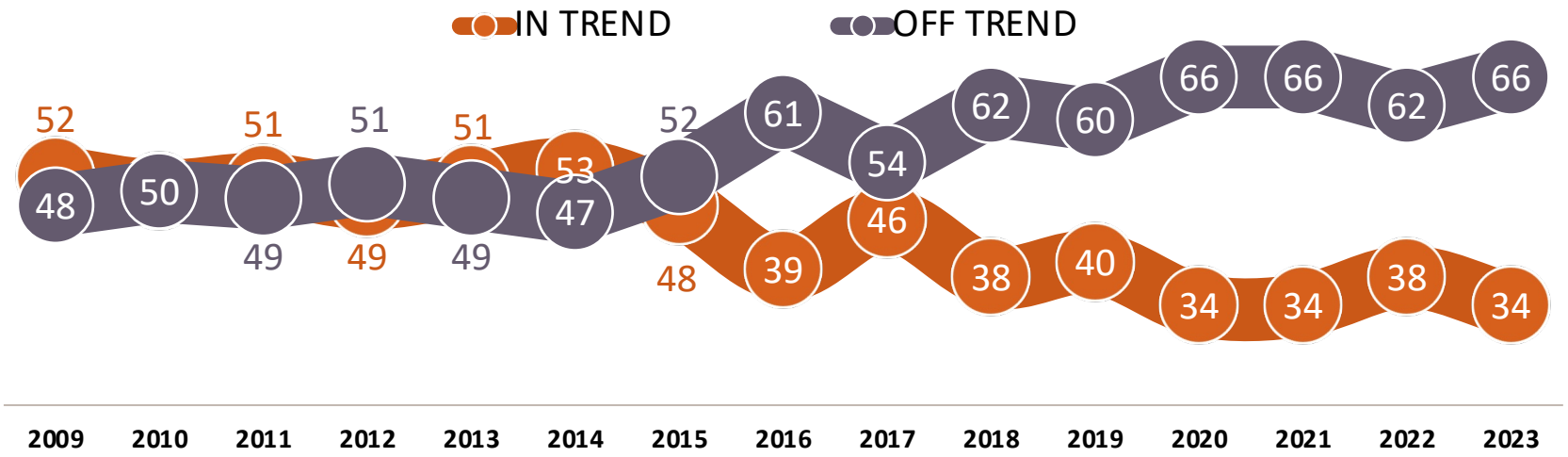
3.

ECONOMIA E MERCATO

Modello imprenditoriale

Agli occhi della larga maggioranza dell'opinione pubblica, da molti anni, l'impresa non rappresenta un traino di successo. Già 15 anni fa i cittadini si dividevano sulla visione dell'impresa, per tutte le implicazione sociali, ambientali e economiche esistenti, ma a metà degli anni Dieci si è verificato un aggravamento della fiducia relativa all'imprenditorialità. Sembra che il mondo delle imprese non appaia più come trainante rispetto sia alle ricadute socio-economiche che nel tenere testa alle sfide dell'innovazione.

Il dato «In trend» individua nell'impresa un modello economico vincente



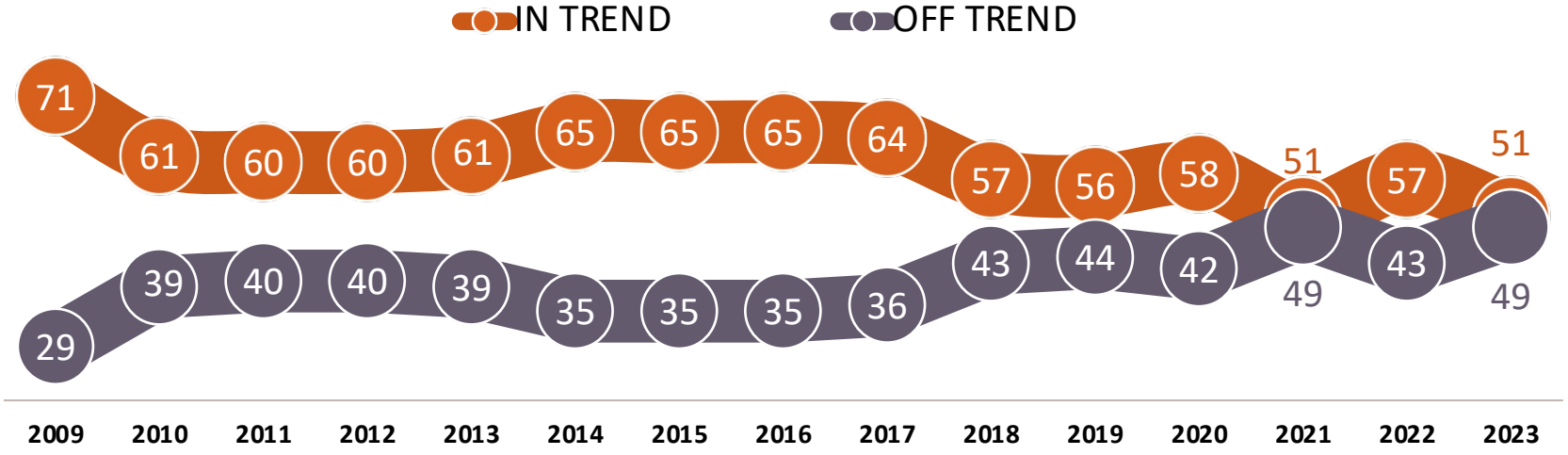
Valori %

Tutti i diritti riservati

Territorialità e dimensione locale

La grande crisi del 2008 ha avuto riflessi anche sulla percezione della valorizzazione delle risorse: una parte dei cittadini ha pensato che la centralizzazione della direzione di queste potesse essere più adeguata. È rimasta, però, una decennale larga prevalenza dell'importanza della gestione da parte del territorio. Nell'ultimo anno, invece, si nota una tendenziale ripresa della parte che ritiene che la valorizzazione delle risorse, anche locali, vada ascritta alla regia nazionale.

Il dato «In trend» mostra la propensione degli italiani alla valorizzazione delle risorse presenti nel territorio.



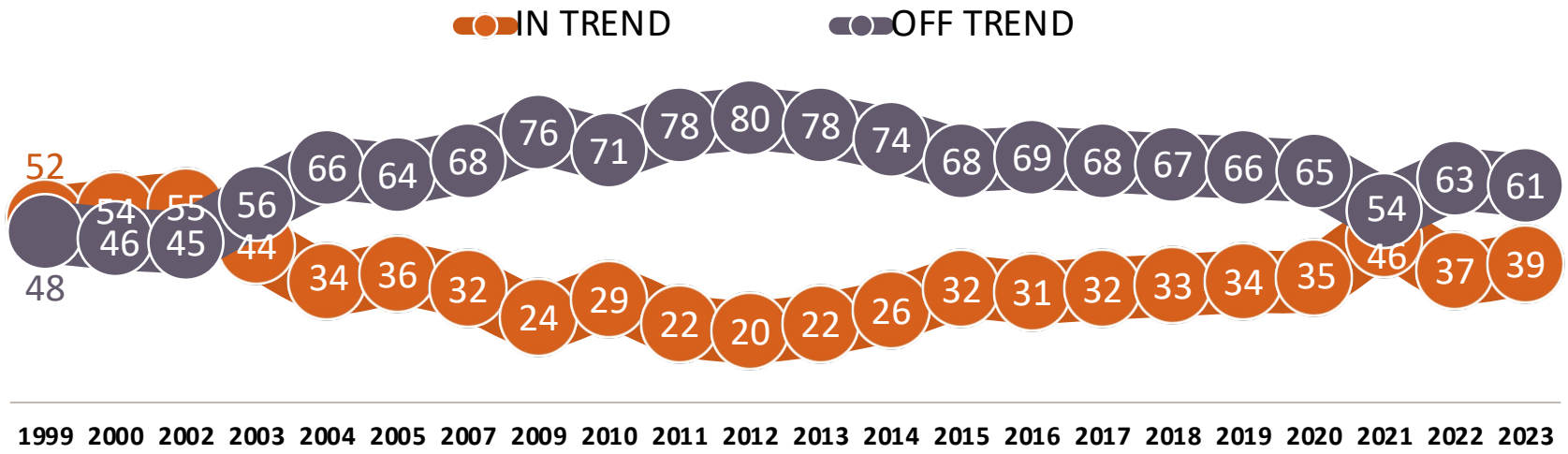
Valori %

Tutti i diritti riservati

La sicurezza economica

La grande crisi del 2008 ha avuto riflessi anche sulla tendenza ad attribuire un valore aggiunto alle risorse del territorio: una parte dei cittadini si è ricreduta passando a preferire un approccio improntato alla centralizzazione. È rimasta, però, una larga prevalenza dell'importanza della gestione da parte del territorio. Nell'ultimo anno, invece, si nota una tendenziale ripresa della parte che ritiene che la valorizzazione delle risorse, anche locali, vada ascritta alla regia nazionale.

Il dato «In trend» registra il giudizio positivo sulla propria situazione economica e sulle possibilità di miglioramento.



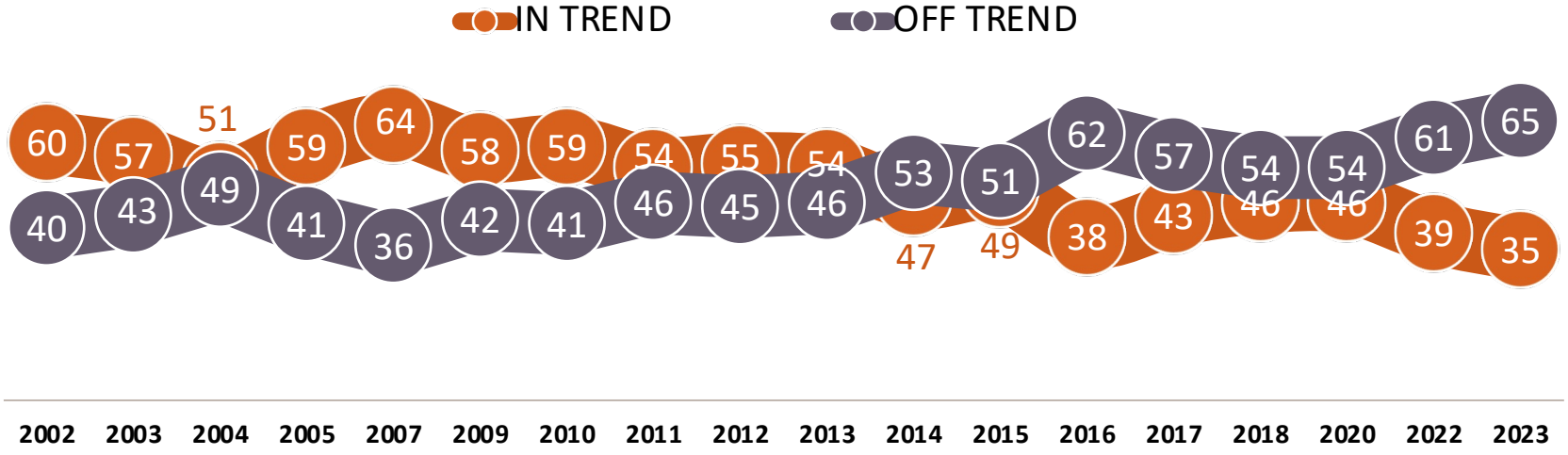
Valori %

Tutti i diritti riservati

Apertura verso la globalizzazione

La tendenza è chiara: dopo l'accoglienza positiva dei primi anni Duemila, il fenomeno della globalizzazione perde il suo smalto, attrae sempre meno i cittadini. Si cominciano a percepire più i suoi limiti e rischi che le sue positività; almeno da parte dell'opinione pubblica. Nell'ultimo anno si tocca il punto più basso con poco più di 1/3 degli italiani che la ritengono vantaggiosa.

Il dato «In trend» descrive la percezione della globalizzazione come processo ineluttabile e al tempo stesso vantaggioso in termini economici, politici e sociali.

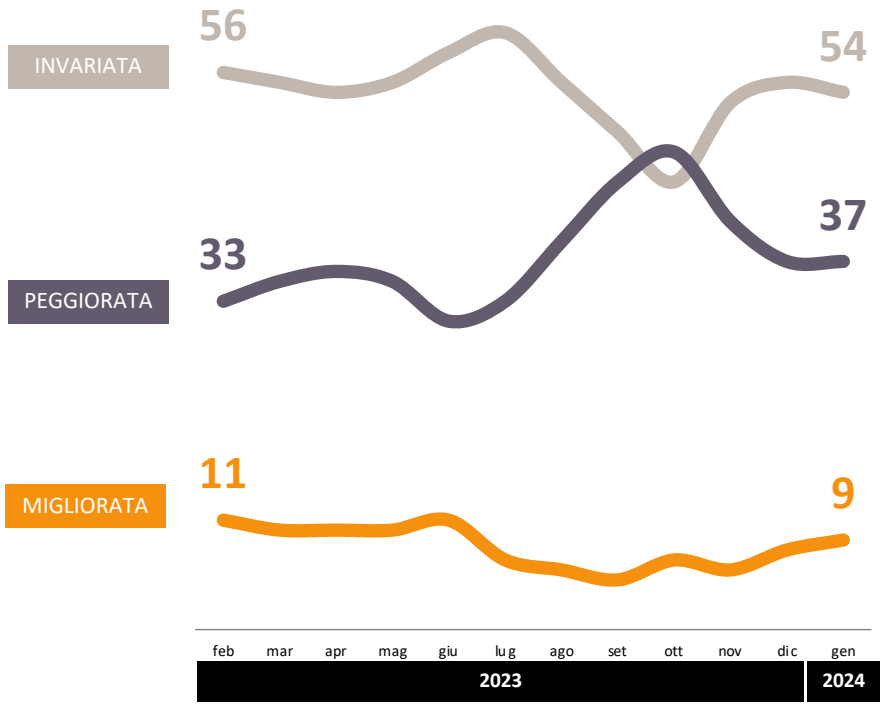


Valori %

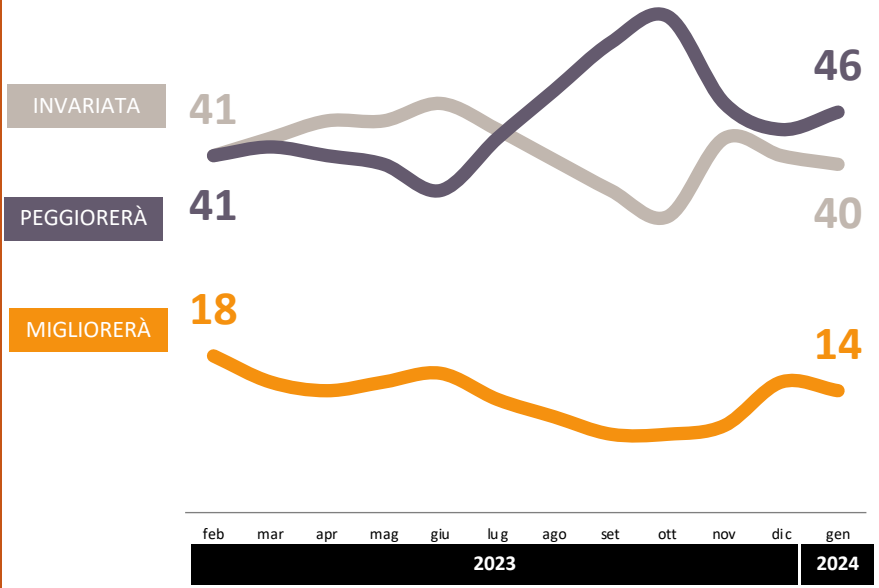
Tutti i diritti riservati

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: 3-8 gennaio 2024.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

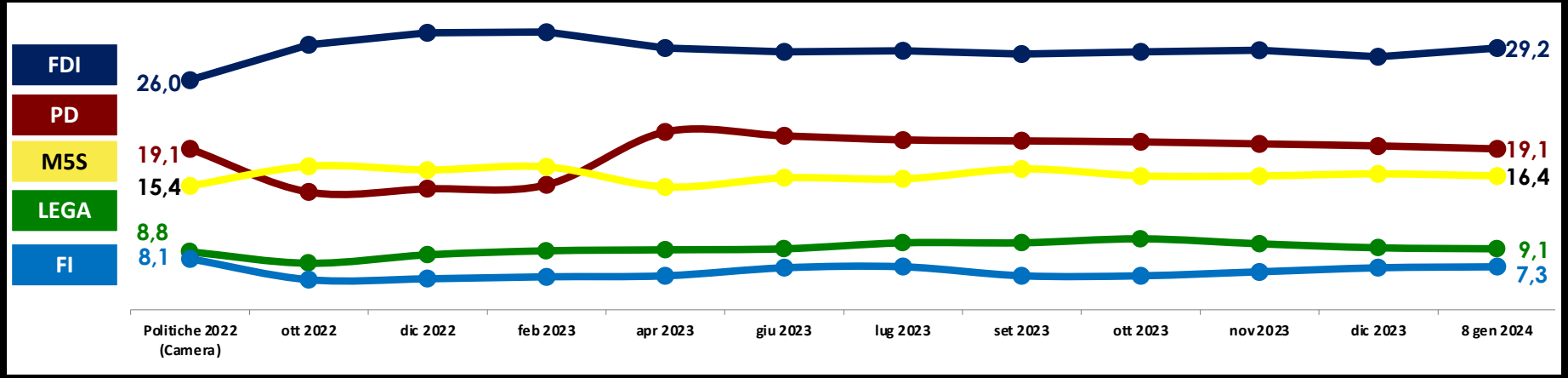
Tutti i diritti riservati

INTENZIONI DI VOTO 8 GENNAIO 2024

		Differenza rispetto al 18/12/2023
Fratelli d'Italia	29,2	+0,7
Partito Democratico	19,1	-0,3
Movimento 5 Stelle	16,4	-0,4
Lega	9,1	=
Forza Italia	7,3	+0,1
Azione	4,0	+0,3

		Differenza rispetto al 18/12/2023
Italia Viva	3,5	+0,1
Alleanza Verdi-Sinistra	3,2	-0,2
+Europa	2,4	-0,2
Per l'Italia	1,4	-0,3
Noi Moderati	1,2	-0,1
Unione Popolare	1,2	-0,2
Altro partito	2,0	+0,5

Non si esprime: 39% (-2)



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 3 – 8 gennaio 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni. I dati da ottobre 2022 a dicembre 2023 si riferiscono a medie mensili.

Tutti i diritti riservati

NOTA METODOLOGICA

I dati riportati rappresentano un estratto dell'indagine annuale di SWG *Radar - Osservatorio sui valori degli italiani e sulla società* condotta dal 1997 in poi. L'indagine 2023 è basata su un campione di 1.616 maggiorenni residenti in Italia, stratificato per regione e ampiezza del centro di residenza e distribuito secondo quote di età e genere. Le interviste sono state somministrate nel periodo 20 settembre - 13 ottobre 2023 tramite canale online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Gli indicatori vengono elaborati a partire da un insieme di singole variabili che indagano uno stesso fenomeno. Mediante un'analisi multivariata vengono identificati gli orientamenti, ovvero rappresentazioni sintetiche di concetti complessi, i quali permettono di generare degli agglomerati di persone con posizioni condivise sull'argomento.

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.**