



SWG

RADAR

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

8 – 14 gennaio 2024

- ✓ **ELEZIONI E CANDIDATURE:** prevale il no al limite dei 2 mandati in Regione e alle candidature dei leader alle europee
- ✓ **LE GRANDI CITTÀ ITALIANE:** Milano «place to be», nel confronto diretto con Roma, Napoli e Palermo
- ✓ **INFLUENCER E BRAND:** una forzatura che richiede trasparenza. Il caso Ferragni delude soprattutto i giovani

PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI 12 MESI



1.

ELEZIONI E CANDIDATURE

Davanti a noi abbiamo un anno denso di appuntamenti elettorali: il rinnovo di 5 consigli regionali e dei rispettivi Presidenti, le elezioni amministrative in circa 3.700 comuni e le elezioni europee. Si discute già ampiamente di candidature e quindi anche dei criteri per la scelta dei candidati.

Il primo nodo da risolvere per i partiti è quello delle elezioni regionali sarde. Al proposito, l'opinione pubblica non considera particolarmente grave non ricandidare un Presidente uscente che abbia completato solo il primo mandato e non ritiene che questa scelta sia necessariamente un'ammissione della sua inefficienza. Tuttavia la sostituzione difficilmente può essere motivata soltanto da un cambio dei rapporti di forza all'interno della coalizione.

Dall'altro canto, oltre la metà (54%) dei rispondenti è contraria a limitare l'esperienza dei governatori a 2 mandati, con però una significativa differenza tra l'area di centrosinistra, dove il 51% sostiene tale restrizione, e il centrodestra che tende a voler togliere ogni limite.

Annosa anche la questione sul ricorso o meno alle primarie per la scelta dei candidati, in particolare nell'ambito del centrosinistra. Le primarie rimangono ancora molto attuali ma per buona parte degli elettori del centrosinistra allargato non devono essere considerate un percorso obbligato.

Quanto alle candidature dei leader come capilista alle europee, prevale l'idea che siano inopportune alla luce del fatto che poi avvenga la rinuncia al seggio. La contrarietà risulta particolarmente marcata tra gli elettori del centrosinistra.



Elezioni regionali: la mancata ricandidatura del Presidente uscente dopo il primo mandato non è un tabù

Quest'anno si terranno le elezioni regionali in 5 regioni e si sta iniziando a parlare di candidature. A questo proposito, indichi se è d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni:

D'ACCORDO

IN DISACCORDO

NON SAPREI

se un Presidente uscente dopo il primo mandato non viene ricandidato non vuol dire necessariamente che abbia governato male

62

21

17

i Presidenti di Regione che hanno concluso il primo mandato dovrebbero di regola essere ricandidati alle elezioni successive

36

40

24

se all'interno della coalizione un partito diventa più forte è giusto che pretenda un numero maggiore di propri candidati alla presidenza delle regioni

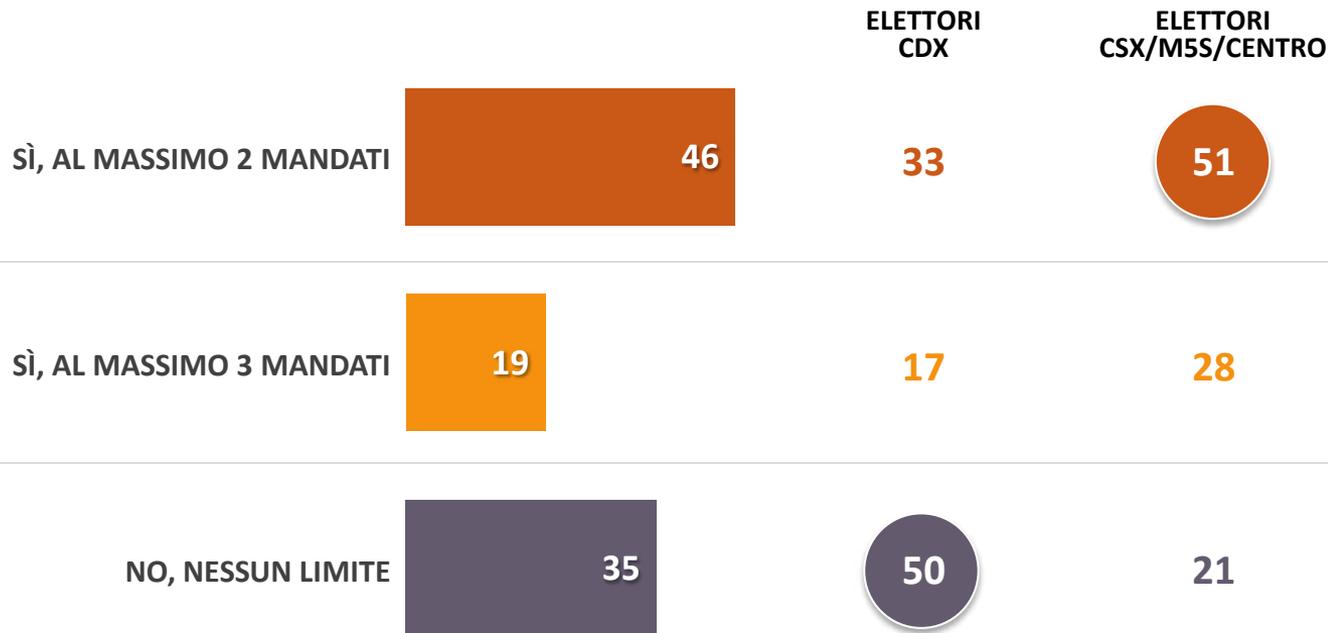
29

36

35

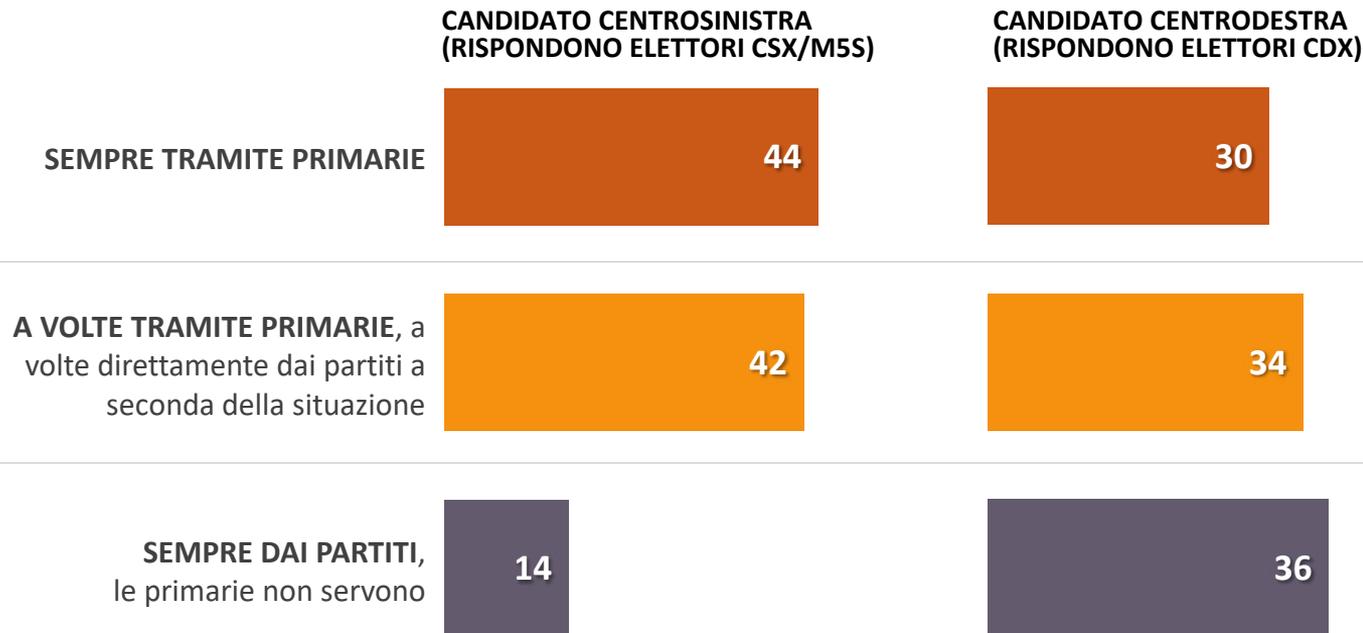
Meno della metà sostiene il limite dei due mandati per i Presidenti di Regione. Nel centrosinistra la tendenza a porre restrizioni è più diffusa

Attualmente diversi Presidenti di Regione sono al secondo mandato.
Secondo lei, per i Presidenti di Regione dovrebbe esserci un limite dei mandati o no?



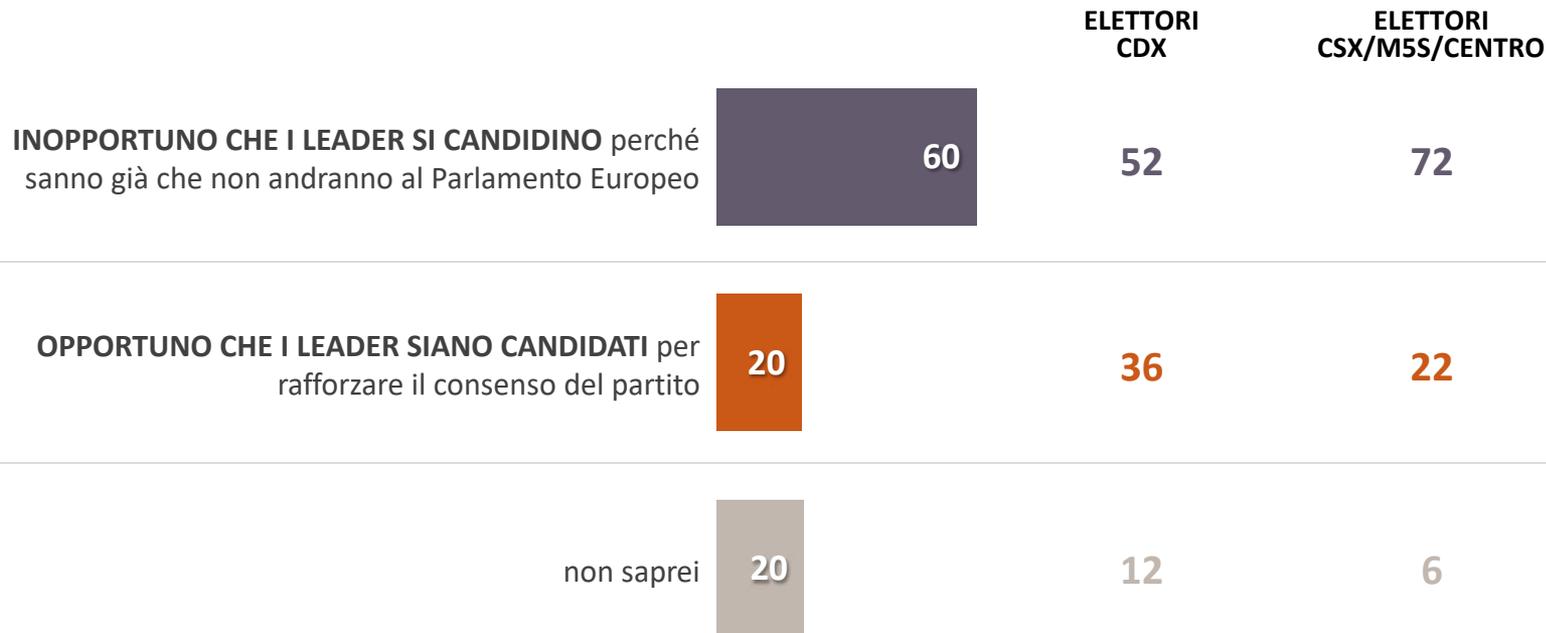
Primarie: per gli elettori del centrosinistra sono centrali ma non imprescindibili; opinioni frammentate nel centrodestra

Ritiene che il candidato alla presidenza della regione o il candidato sindaco del centrosinistra/centrodestra dovrebbero essere scelti:



La maggioranza è contraria alle candidature dei leader di partito alle elezioni europee

Alle elezioni europee a volte i leader di partito figurano tra i candidati, raccolgono numerose preferenze ma poi rinunciano al seggio nel Parlamento europeo lasciandolo a un altro candidato del loro stesso partito. Ritieni...



2.

LE GRANDI CITTÀ ITALIANE

Milano, Roma, Napoli e Palermo: come sono viste dagli italiani?

Milano viene percepita come «place to be» grazie a un'economia «trainante», una visione dinamica e proiettata verso il futuro, un'amministrazione che la governa in modo efficace. Una città che si immagina abbia una buona qualità della vita e con servizi che funzionano. Tuttavia non riesce ad essere la «best in class» su tutti i fronti: accoglienza ed inclusività sono una prerogativa riconosciuta maggiormente a Napoli, Roma e Palermo.

Quali sono i pregi di queste 4 grandi città italiane? Milano sa ancora oggi essere la capitale di economia, innovazione e business, ma Roma non molla lo scettro di capitale della cultura, dell'architettura e della storia del nostro paese. Elemento che le accomuna sono le opportunità di divertimento e svago che entrambe sanno offrire a chi trascorre del tempo nelle due città. Napoli e Palermo, invece, si contendono il primato di città simbolo dell'enogastronomia e sono apprezzate anche per il loro patrimonio culturale e la bellezza della loro architettura.

E i difetti? Tutte sono accomunate dal problema del traffico. Milano viene percepita tuttavia anche inquinata e piuttosto costosa, Roma troppo turistica, Napoli e Palermo con un problema di criminalità. Tra i difetti percepiti delle città del Centro-Sud anche i trasporti pubblici.

Ma a chi sono più adatte? Milano si ritiene rappresenti una città per i giovani e i benestanti, Roma risulta più adatta al ceto medio e agli adulti, mentre Palermo ai senior e alle persone con limitate risorse economiche. Napoli non ha un'età o un ceto particolare a cui sembra elettivamente rivolgersi.



Milano "place to be", ma Roma, Napoli e Palermo sono percepite più aperte e accoglienti

Le presentiamo alcune caratteristiche legate alle principali città metropolitane italiane.

Le chiediamo di indicarci tutte le dimensioni che secondo lei appartengono a ciascuna città. (RIPERCENTUALIZZATO AL NETTO DEL «NESSUNO DI QUESTI»)

	MILANO	ROMA	NAPOLI	PALERMO
è una città con un'economia solida	77	29	17	8
ha una visione precisa del futuro e del suo sviluppo	74	21	16	7
è una città organizzata, con servizi che funzionano	72	18	17	11
è una città in evoluzione e trasformazione	59	29	40	18
è governata da un'amministrazione capace	48	23	25	17
è una città attenta all'ambiente e alla sostenibilità	48	19	16	19
è una città accogliente, inclusiva, multiculturale	45	51	58	48
ha una buona qualità della vita	44	33	25	35
è una città sicura	26	28	18	17

Milano capitale del business, Roma della cultura, Napoli e Palermo dell'enogastronomia

Secondo lei, quali tra i seguenti aspetti sono i principali pregi delle seguenti città?
(TOP 3 PREGI)



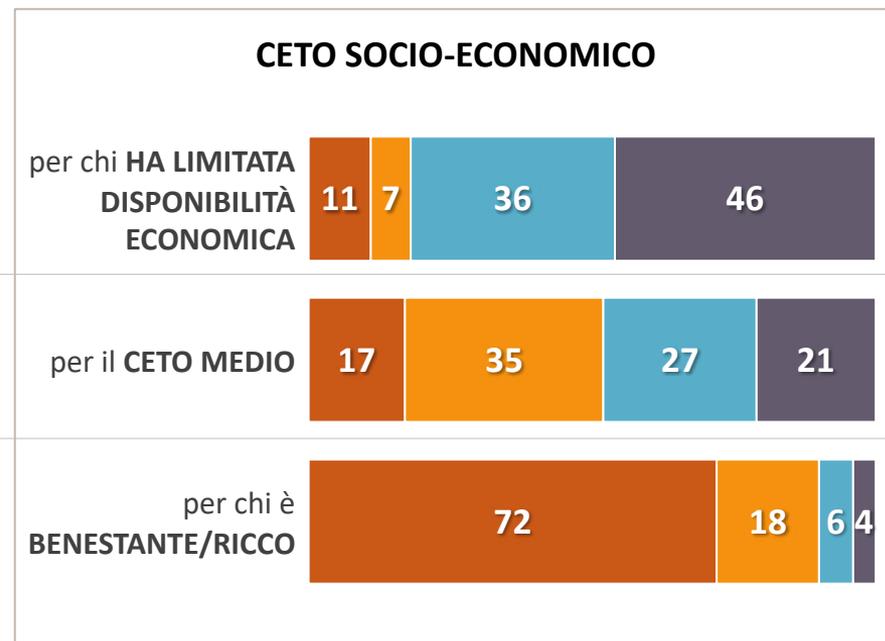
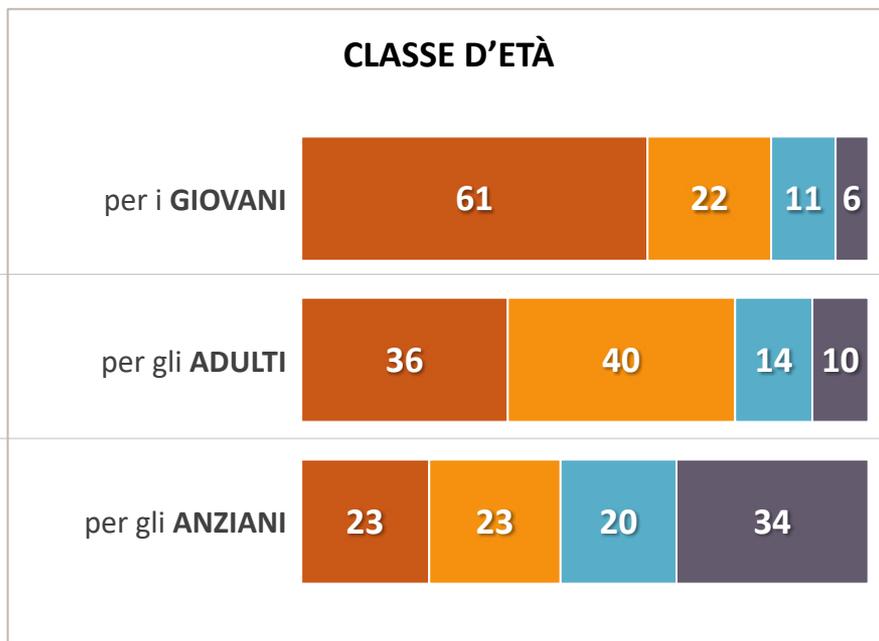
Traffico difetto condiviso. Milano inquinata e cara, Roma con troppo turismo, Napoli e Palermo poco sicure

Secondo lei, quali tra i seguenti aspetti sono i principali difetti delle seguenti città?
(TOP 3 DIFETTI)



Milano città adatta a giovani e benestanti, Roma per adulti e ceto medio. Palermo per senior e chi ha limitate risorse economiche

Secondo lei, tra le città qui presentate, qual è quella più adatta...?



3.

INFLUENCER E BRAND

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una presenza sempre crescente di influencer in grado di incidere attraverso i social media sulle opinioni e sulle decisioni del pubblico. Le loro audience di riferimento si confermano come molto giovani: il 72% degli under 24 segue gli influencer sui vari social, percentuale che cala drasticamente tra le varie classi d'età, coinvolgendo tuttavia quasi 1 over 64 su 4.

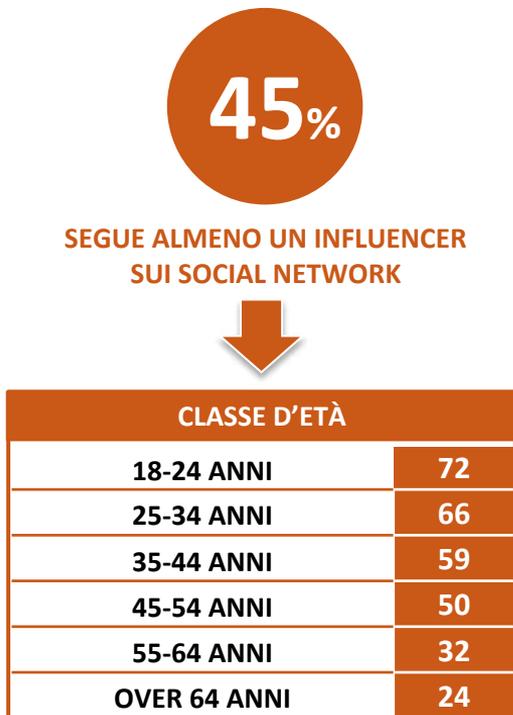
Questa capillare capacità comunicativa viene spesso strumentalizzata da brand di diversa natura per scopi pubblicitari, il che si scontra con una forte resistenza del pubblico: il 63% degli italiani ritiene tali collaborazioni come forzature che testimoniano scarsa autenticità e trasparenza dei brand, i quali cercano di sfruttare il carisma e le caratteristiche dei nuovi personaggi di culto. Trasparenza ed onestà infatti sono il "must have" dell'influencer per poter comunicare in maniera efficace alla propria community.

Trasparenza e onestà sono stati invece giudicati mancanti a Chiara Ferragni coinvolta in quello che è stato rinominato il "Pandoro-gate", caso noto alla quasi totalità della popolazione e che ha messo alla gogna una delle influencer più conosciute. Per la maggioranza questo caso ha messo in luce il fatto che le star dei social siano state contagiate dalle stesse dinamiche dello show business tradizionale. I più giovani, che compongono gran parte della nutrita community dell'influencer, pronunciano la sentenza più severa.



Quasi la metà degli internauti segue gli influencer tramite social, con forti differenze tra le classi d'età. I contenuti più diffusi riguardano la cucina e il fai da te

Lei segue qualche influencer tramite i diversi social network? Se sì, quali contenuti le interessano di più?
(POSSIBILI PIÙ RISPOSTE – RISPONDE CHI NAVIGA IN INTERNET)

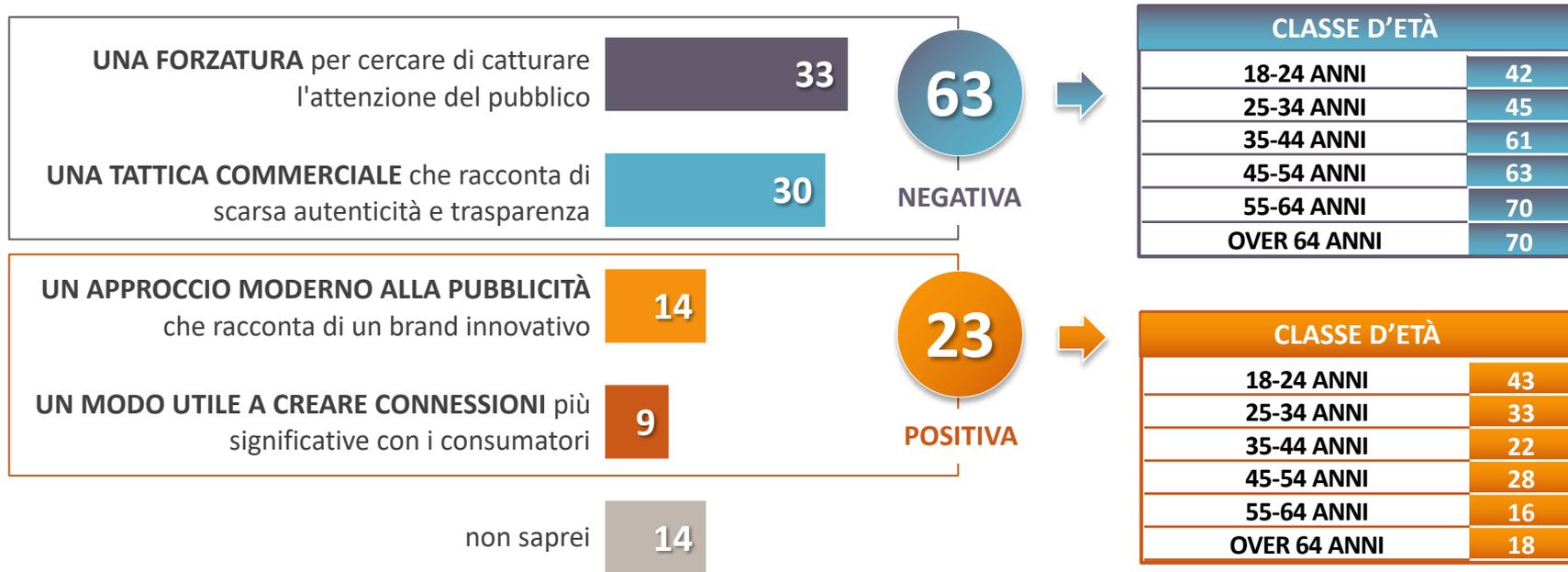


TRA CHI SEGUE:

CONSIGLI DI CUCINA	42
TUTORIAL E FAI DA TE	41
CONSIGLI DI VIAGGIO/VACANZE	34
RECENSIONI DI LIBRI E FILM	29
CONSIGLI PER GLI ACQUISTI IN GENERALE	26
OPINIONE E POLITICA	26
CONSIGLI DI MODA	20
ALTRO	5

Le «sponsorizzate» dividono l'opinione dei più giovani mentre per gli over 35 risultano chiaramente una forzatura, sintomo di scarsa autenticità e trasparenza

In generale, quando un brand si avvale degli influencer per le proprie attività di comunicazione, lei percepisce questa scelta come...?
(RISPONDE CHI NAVIGA IN INTERNET)



“Must have” della collaborazione efficace tra influencer e brand: trasparenza ed onestà, soprattutto nei confronti della propria community

Quali caratteristiche ritiene essenziali in un influencer affinché la sua collaborazione con un brand risulti efficace e positiva?
(POSSIBILI 2 RISPOSTE – RISPONDE CHI NAVIGA IN INTERNET)



Pandoro-gate: per la maggioranza «nulla di nuovo sotto il sole».

Più critici gli under 34: 1 su 4 esprime una sentenza severa

Di recente Chiara Ferragni una delle influencer più note è stata coinvolta in uno scandalo legato alla sua partnership con Balocco nella creazione del pandoro Pink Christmas. Lei ha seguito la vicenda?

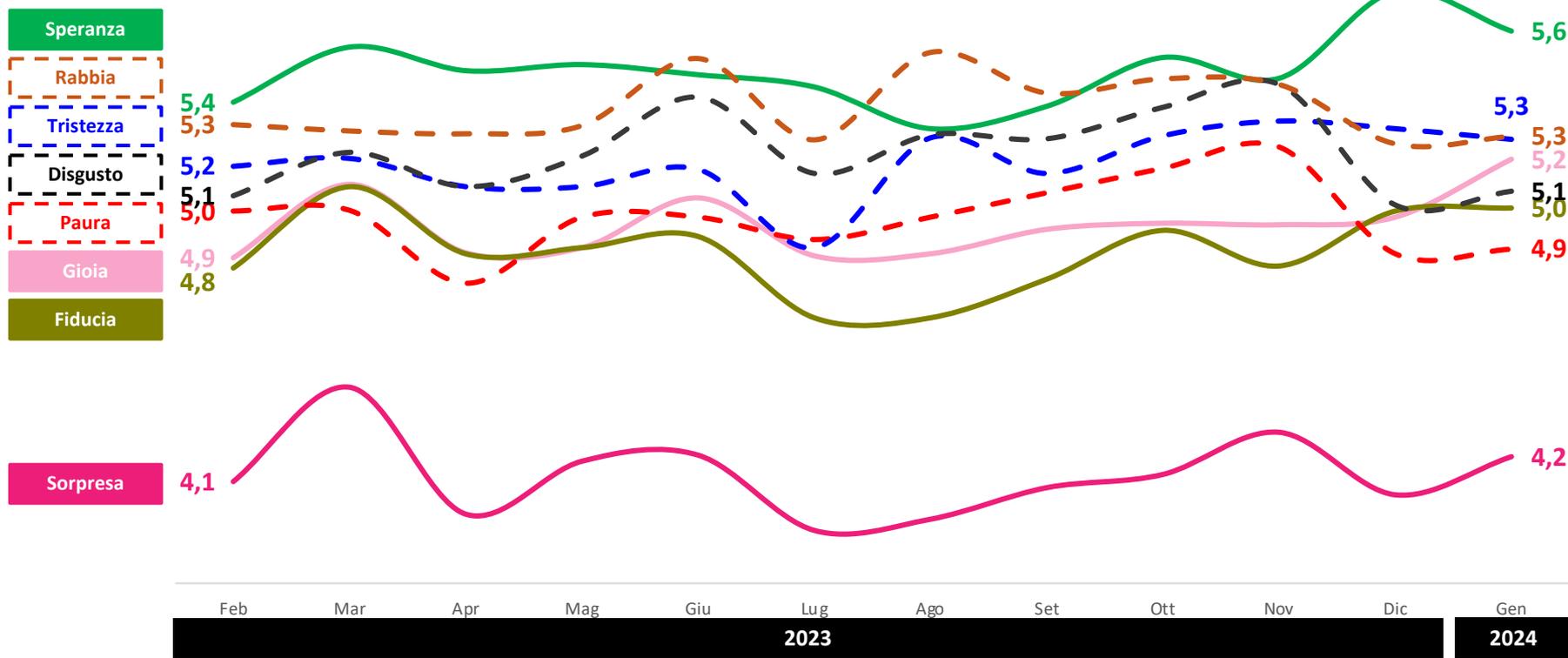


Qual è la sua opinione in merito a tale scandalo? Indichi l'affermazione più vicina al suo pensiero. (RISPONDE CHI AFFERMA DI CONOSCERE, ANCHE SOLO PER SENTITO NOMINARE)



PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI 12 MESI

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

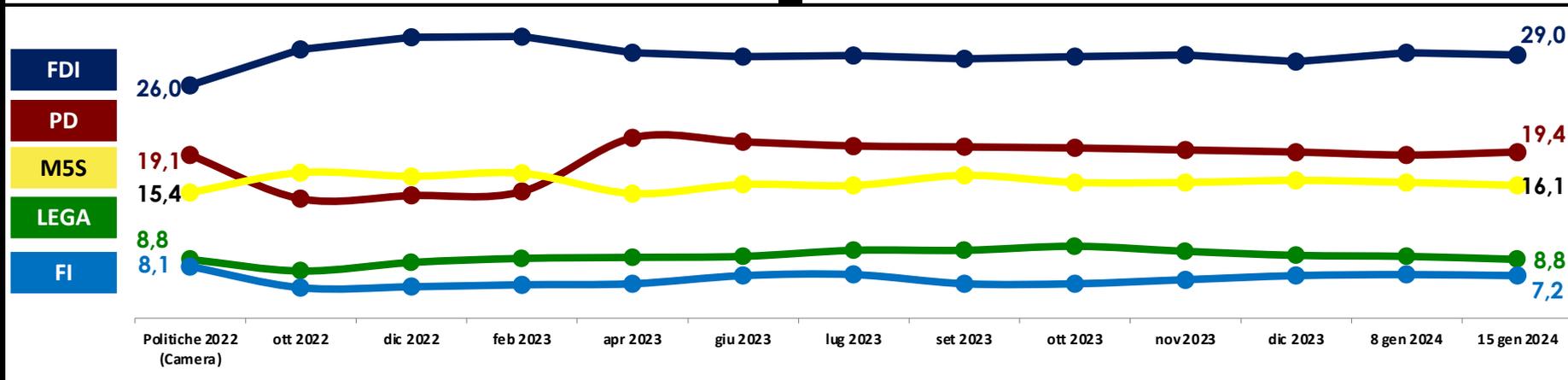


INTENZIONI DI VOTO 15 GENNAIO 2024

		Differenza rispetto al 8/01/2024
Fratelli d'Italia	29,0	-0,2
Partito Democratico	19,4	+0,3
Movimento 5 Stelle	16,1	-0,3
Lega	8,8	-0,3
Forza Italia	7,2	-0,1
Azione	4,0	=

		Differenza rispetto al 8/01/2024
Italia Viva	3,5	=
Alleanza Verdi-Sinistra	3,4	+0,2
+Europa	2,3	-0,1
Italexit per l'Italia	1,6	+0,2
Unione Popolare	1,4	+0,2
Noi Moderati	1,0	-0,2
Altro partito	2,3	+0,3

Non si esprime: 38% (-1)



“There is nothing so stable as change”
Bob Dylan



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

