



SWG

RADAR

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

29 gennaio – 4 febbraio 2024

- ✓ **ITALIA E AFRICA:** l'opinione pubblica italiana fatica a percepire l'Africa come terra di opportunità
- ✓ **SICUREZZA:** oltre 1 italiano su 2 non si sente sicuro nel luogo in cui vive, soprattutto per paura di furti
- ✓ **I MANCINI:** esiste un potenziale mercato di oggetti per il mondo dei mancini. L'uso della mano sinistra comporta difficoltà

PANNELLO SWG: MONITOR CONSUMO E RISPARMIO DELLE FAMIGLIE

1.

ITALIA E AFRICA

Quando si parla dell’Africa solitamente ci si concentra sugli aspetti più drammatici, la povertà, le guerre, l’emigrazione, mentre si parla molto meno dello sviluppo che molti paesi africani stanno vivendo e di conseguenza delle opportunità economiche che questo sviluppo offre anche per l’Italia. In occasione della presentazione da parte del Governo del rinnovato Piano Mattei abbiamo sondato l’opinione pubblica su come viene percepito il continente nero oggi.

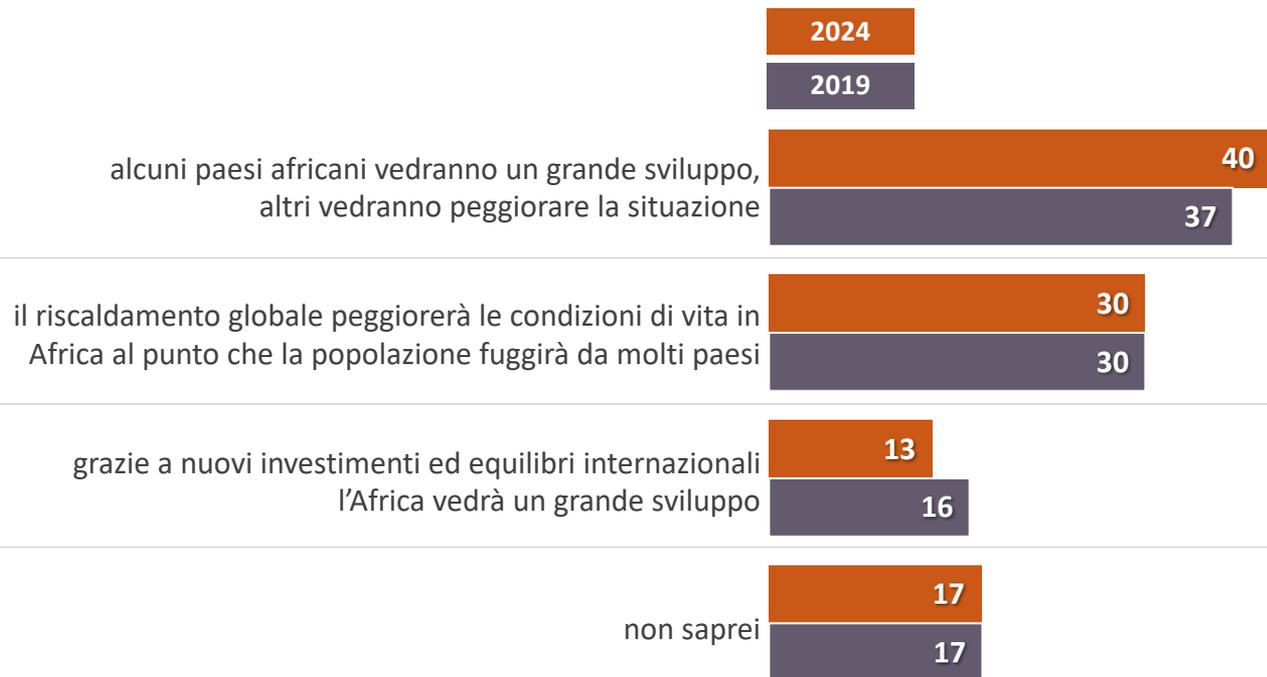
Gli italiani tendono ad avere una visione piuttosto negativa delle prospettive africane. Poco più della metà crede che ci sarà una crescita importante, ma per la gran parte di questi riguarderà soltanto alcune realtà. Il 30% pensa invece che con il riscaldamento globale la situazione è destinata soltanto a peggiorare. E a questa ipotesi si lega la preoccupazione di nuove ondate di flussi migratori, per cui la principale motivazione ad investire in Africa è proprio quella di prevenire che i cittadini partano per cercare una vita migliore in Europa.

Le opportunità di business per le imprese italiane e di approvvigionamento energetico passano quindi in secondo piano anche perché vi è una forte spinta a condizionare gli investimenti al rispetto di diritti umani e principi democratici. Su questo aspetto il vantaggio competitivo di paesi meno attenti a questi concetti non viene preso in considerazione. Al contrario, parlando di esportazioni verso i paesi africani, una quota sempre maggiore dell’opinione pubblica ritiene che il mercato africano debba essere preso seriamente in considerazione per le esportazioni italiane.



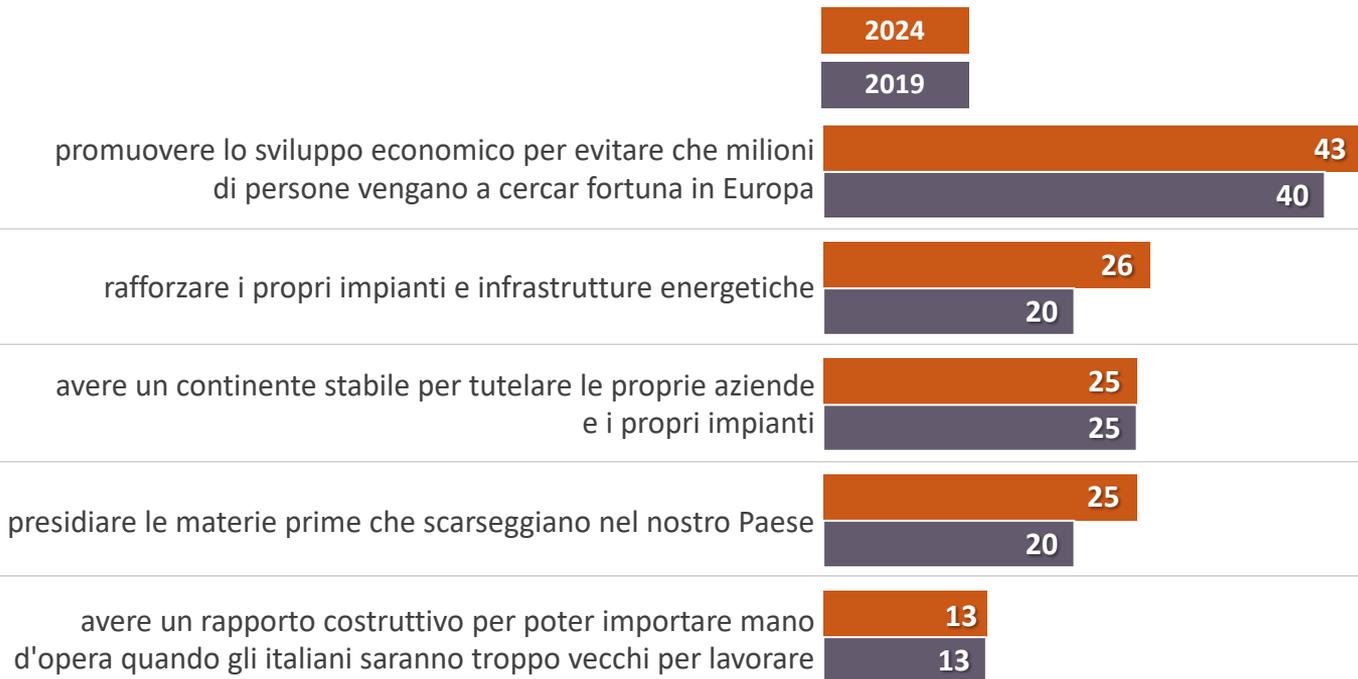
Poco ottimismo sulle prospettive dei paesi africani: si prevede uno sviluppo a macchia di leopardo

Secondo lei, come sarà l'Africa nel 2050?



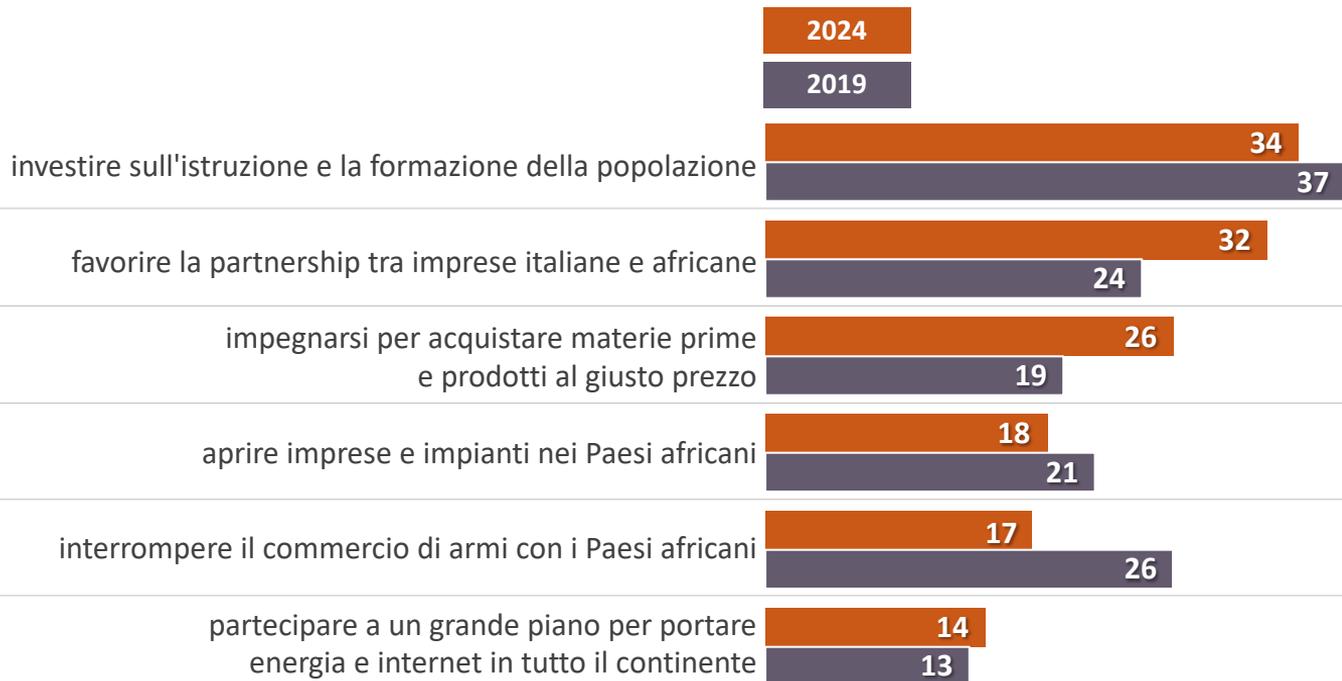
Investire in Africa: più che a opportunità di business gli italiani pensano alla prevenzione di flussi migratori

Secondo lei, quali sono gli attuali interessi dell'Italia nei confronti dell'Africa? (POSSIBILI 2 RISPOSTE)



Le priorità d'intervento per l'Italia in Africa riguardano soprattutto investimenti in formazione e stimoli a partnership economiche

Secondo lei, cosa potrebbe fare l'Italia per favorire lo sviluppo dell'Africa? (POSSIBILI 2 RISPOSTE)



Mercato africano ritenuto sempre più interessante, ma sugli investimenti occorre porre delle condizioni

Secondo lei l'Africa può essere un mercato interessante per le esportazioni italiane?

(% SOMMA MOLTO + ABBASTANZA)

2024



2022



2020



Ritiene che l'Italia dovrebbe condizionare gli aiuti e gli investimenti ai paesi africani al fatto che questi paesi sviluppino sistemi più democratici?

sì, non si devono dare soldi ai dittatori

27

sì, altrimenti gli aiuti e gli investimenti forniti sarebbero a rischio

43

70

% SOMMA
sì

no, è sbagliato imporre i sistemi democratici ad altri paesi

21

no, altrimenti i paesi africani si rivolgeranno ad altri investitori come Cina o Russia

9

2.

SICUREZZA

Anche nel 2024 la percezione di sicurezza personale divide la popolazione: il 55% degli italiani non si sente sicuro, più probabilmente «sicura», nel luogo in cui vive. Emerge che, negli anni, la diminuzione della percezione di sicurezza è in parte collegata al calo della fiducia nelle forze dell'ordine, sottolineando l'importanza cruciale che la fiducia nelle autorità svolge nel plasmare il sentimento di sicurezza individuale.

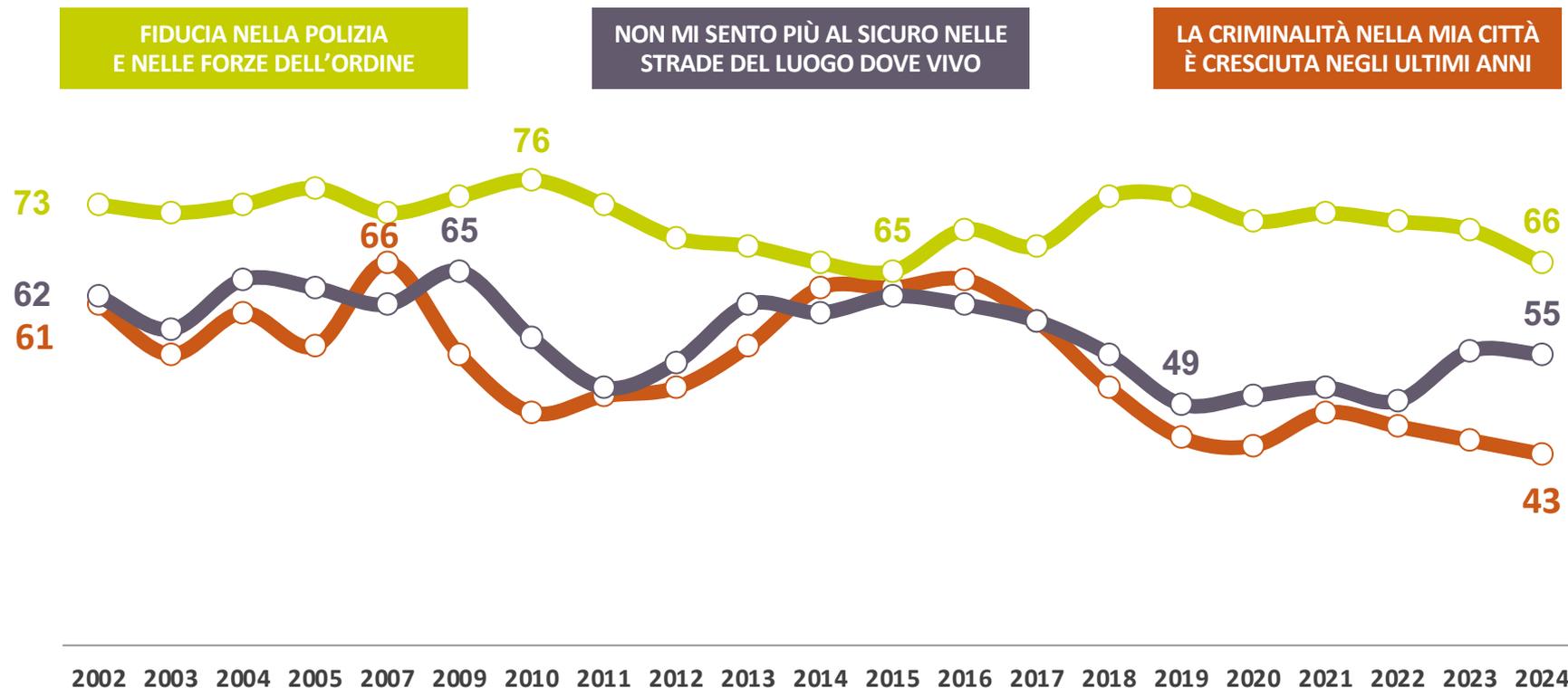
Le forze dell'ordine infatti mantengono il primato tra i fattori che determinano il percepito di sicurezza tra la popolazione, influenzandolo positivamente per il 42% degli italiani, soprattutto tra gli uomini (51%).

Emerge inoltre una notevole disparità di genere nella percezione di sicurezza, con gli uomini che si sentono generalmente più sicuri delle donne. Questa differenza è evidente sia nel senso di sicurezza complessivo (uomini 42%, donne 35%) che in contesti specifici come la sicurezza online (28%, 14%) o camminando per strada nella zona di residenza (45%, 35%).

La micro-criminalità preoccupa notevolmente gli italiani: i furti in appartamento sono quelli che mettono più in apprensione i cittadini, seguiti dai reati delle bande giovanili e gli atti vandalici.

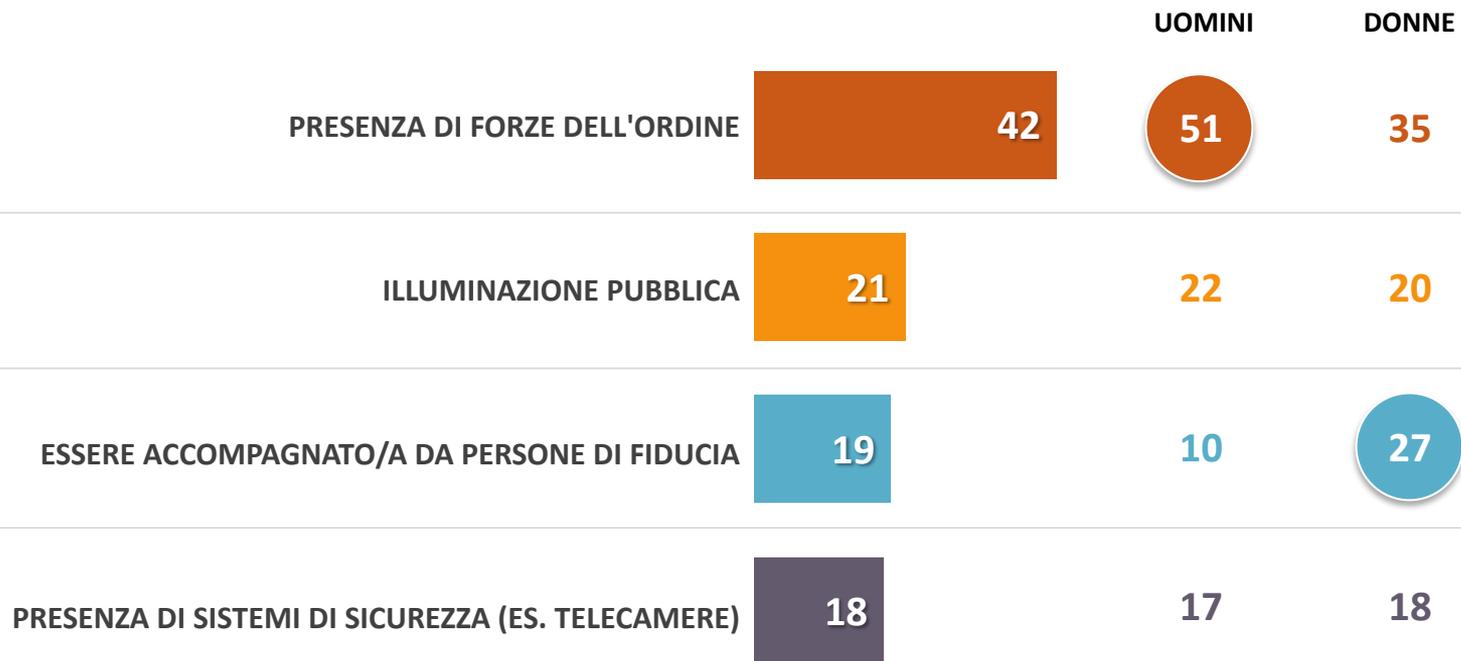


Nonostante non si riscontri un aumento della criminalità, oltre la metà degli italiani non si sente sicuro nel luogo in cui vive. In calo la fiducia nelle forze dell'ordine



Le forze dell'ordine trasmettono sicurezza, soprattutto agli uomini. Per le donne è particolarmente rassicurante essere accompagnate da persone di fiducia

Quale fattore tra quelli elencati influisce maggiormente sulla sua percezione di sicurezza personale quando cammina per strada?



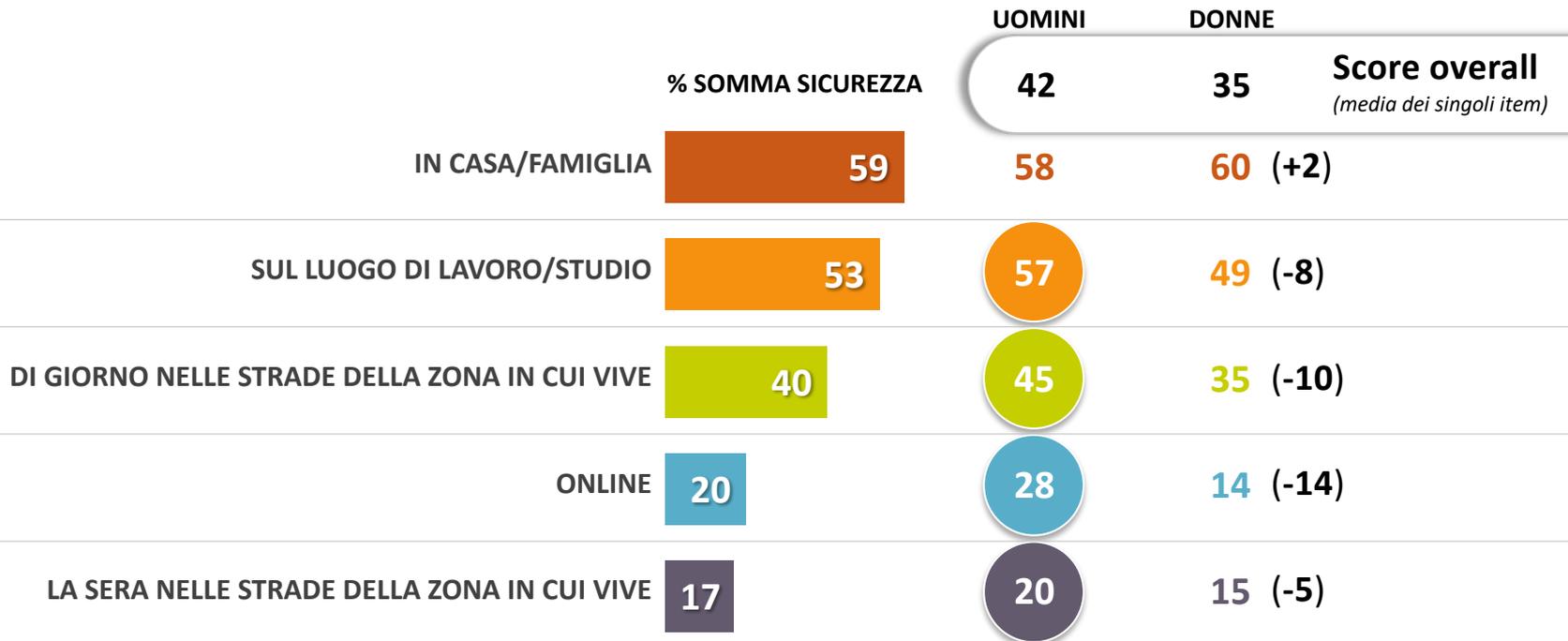
La micro-criminalità preoccupa gli italiani: i furti in appartamento in primis, sul podio anche i reati delle bande giovanili e gli atti vandalici

Nel territorio in cui vive, quali tra i seguenti fenomeni la preoccupano di più? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)



Gli uomini si sentono generalmente più sicuri delle donne che mostrano una percezione di sicurezza più bassa soprattutto online e camminando per strada

Le elenchiamo ora alcuni ambiti in cui ci si può sentire più o meno sicuri.
Per ognuno di questi ambiti, indichi, pensando alla sua quotidianità, il livello di sicurezza che percepisce:



3.

I MANCINI

Sono una minoranza silente presente in tutto il mondo, eppure ammontano a circa il 10% della popolazione: sono i mancini. Generalmente sono persone che incontriamo nella vita di tutti i giorni ma a quanto pare è un fenomeno biologico che conosciamo ancora molto poco. Abbiamo testato all'interno del nostro campione la conoscenza di alcune teorie ritenute verosimili sul mondo dei mancini. Le più accreditate riguardano il fatto che i mancini siano ritenuti con più facilità più creativi e intelligenti dei destrimani (32%), non siano ancora visti di buon occhio in alcuni paesi (31%) e che il mancinismo sia presente anche nel mondo animale (30%).

In un mondo sempre più progettato e disegnato per agevolare e semplificare l'utilizzo di strumenti e dispositivi, il quotidiano presenta delle difficoltà per i mancini. Poco più della metà dei mancini inclusi nel campione afferma di avere o aver avuto problemi nella vita di tutti i giorni. Le difficoltà riguardano soprattutto gli utensili da cucina, la condivisione degli spazi a tavola con destrimani, la pratica negli strumenti musicali o il supplizio di dover usare delle penne legate a catenine negli uffici pubblici. La principale soluzione? Adattarsi.

Ma all'orizzonte si scorge un potenziale mercato per i mancini. Il 55% si dichiara interessato ad un possibile acquisto di dispositivi progettati appositamente per loro e quasi un mancino su dieci sarebbe disposto anche a pagare un rincaro rispetto al prezzo dello stesso oggetto disegnato per destrimani, pur di averlo.



La maggioranza degli italiani non attribuisce delle peculiarità ai mancini. Un terzo però li ritiene più creativi e soggetti a discriminazioni

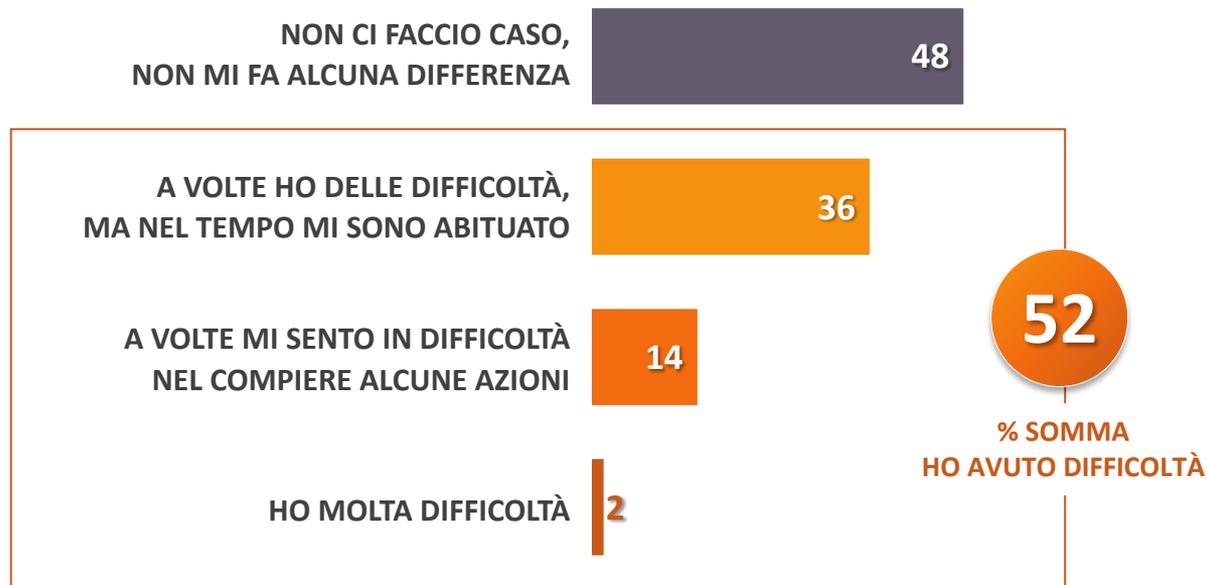
Rispetto ai destrimani, secondo lei è più probabile che i mancini...
(% AFFERMAZIONI RITENUTE VERE O VEROSIMILI)



N.B. LE IPOTESI TESTATE SONO RITENUTE VERE O VEROSIMILI A SEGUITO DI DIVERSI STUDI

Mancini: poco più della metà dichiara di aver avuto difficoltà nella vita di tutti i giorni

Precedentemente ha indicato di essere mancino. In quanto mancino, le capita di avere difficoltà a vivere in un mondo pensato e disegnato per i destrimani? (RISPONDE CHI DICHIARA DI ESSERE MANCINO)



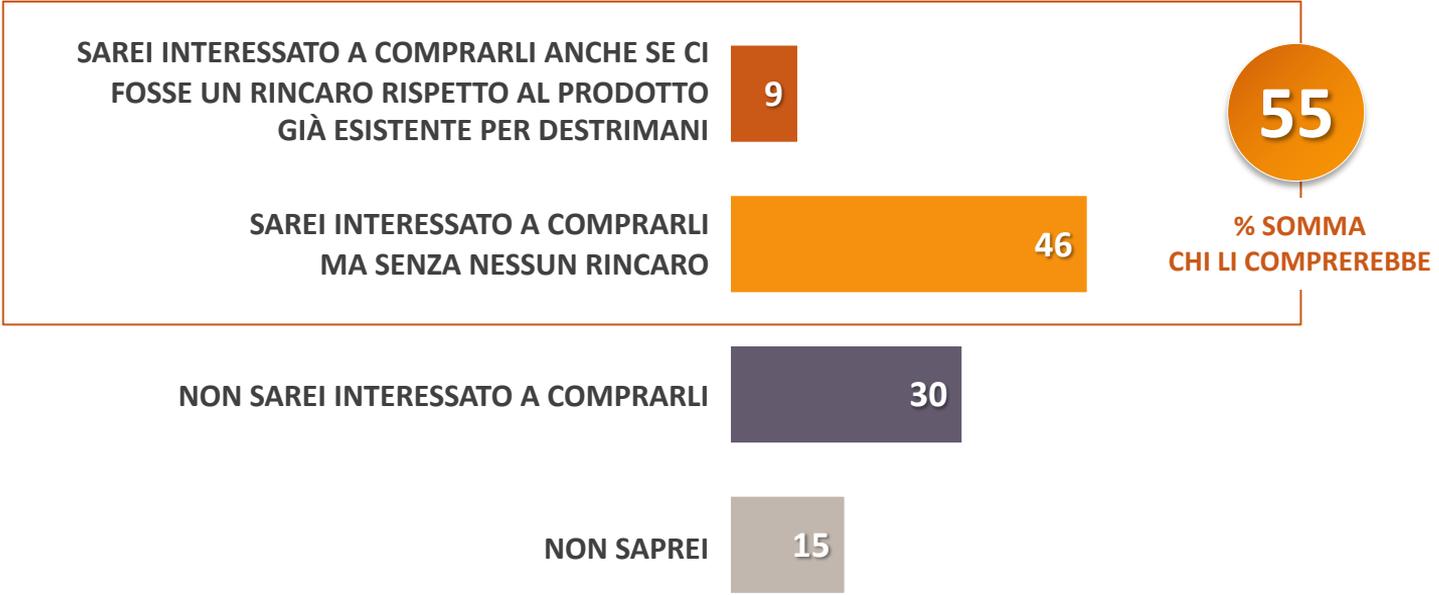
L'uso degli utensili da cucina e sedersi a tavola sono le difficoltà vissute con maggior frequenza dai mancini

Elencheremo ora una serie di ambiti e azioni, indichi se nella vita di tutti i giorni si sente o meno in difficoltà nell'utilizzo di oggetti pensati per destri. (RISPONDE CHI DICHIARA DI ESSERE MANCINO)

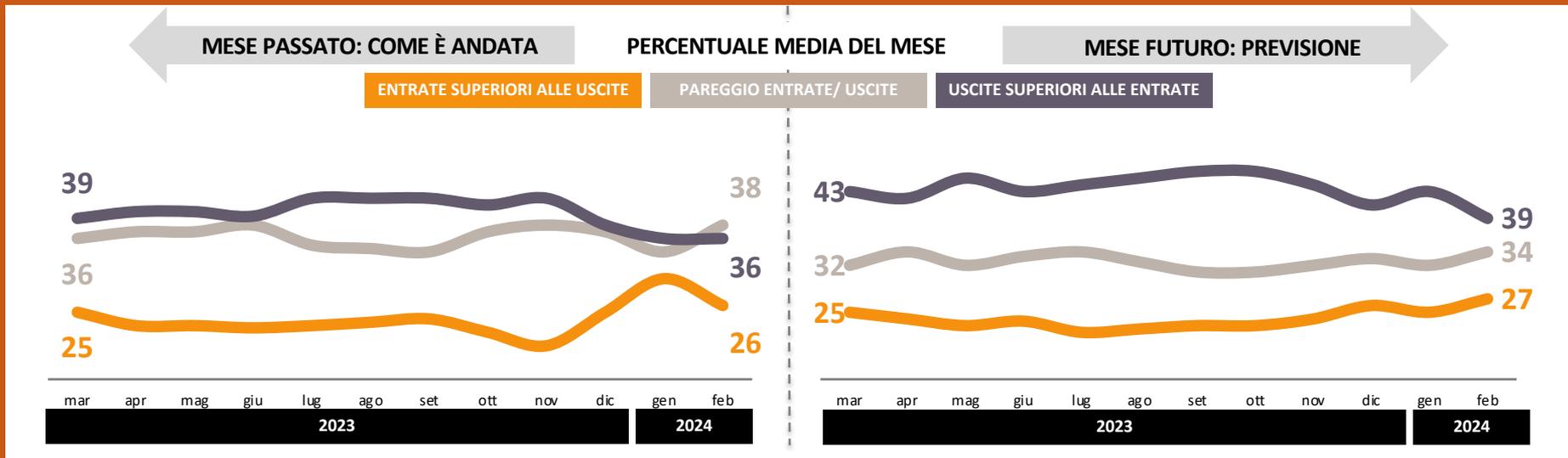
	MI SENTO IN DIFFICOLTÀ	HO DELLE DIFFICOLTÀ MA HO IMPARATO AD ADEGUARMI	% SOMMA DIFFICOLTÀ
UTENSILI DA CUCINA	11	50	61
SEDERMI A TAVOLA CON DEI DESTRIMANI	15	43	58
STRUMENTI MUSICALI	17	38	55
FIRMARE CON UNA PENNA ATTACCATA ALLA CATENINA	19	35	54
PORTE E SERRATURE	16	37	53
ELETTRODOMESTICI	15	37	52
PRODOTTI TECH	16	35	51
PRODOTTI DI CANCELLERIA	16	35	51

Esiste un potenziale mercato degli oggetti per il mondo dei mancini. Solo il 9% sarebbe però disposto a pagare un sovrapprezzo pur di averli

Se le aziende iniziassero a mettere diffusamente in commercio utensili e oggetti pensati e disegnati per i mancini, lei...
(RISPONDE CHI DICHIARA DI ESSERE MANCINO)



PANNELLO SWG: MONITOR CONSUMO E RISPARMIO DELLE FAMIGLIE



ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

26%

crescita risparmio	17
crescita consumi	9

USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

36%

riduzione consumi	21
ricorso al risparmio	11
ricorso al debito	4

DETTAGLIO GENNAIO 2024

ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

27%

crescita risparmio	16
crescita consumi	11

USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

39%

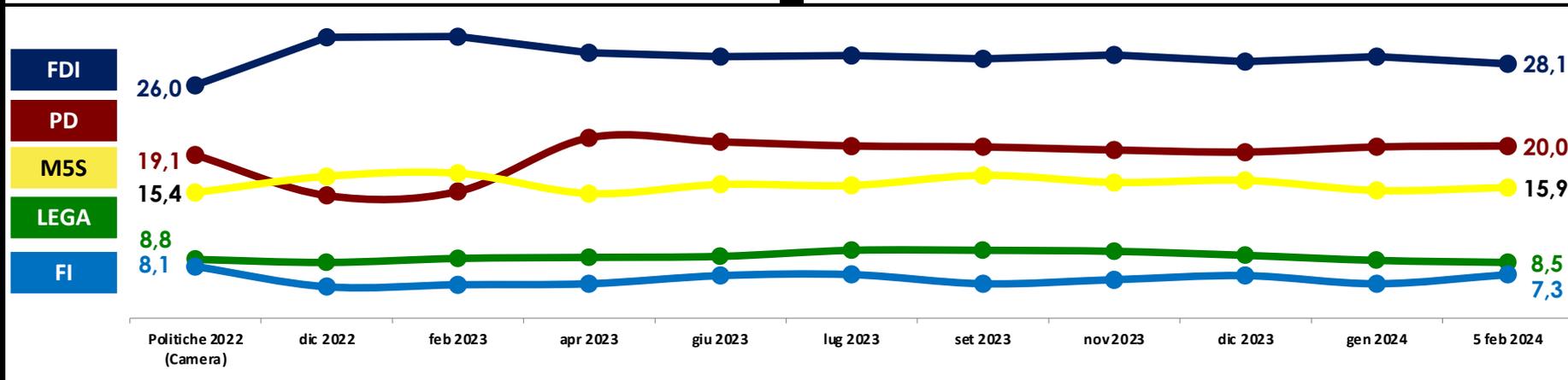
riduzione consumi	27
ricorso al risparmio	8
ricorso al debito	4

INTENZIONI DI VOTO 5 FEBBRAIO 2024

		Differenza rispetto al 29/01/2024
Fratelli d'Italia	28,1	-0,4
Partito Democratico	20,0	+0,5
Movimento 5 Stelle	15,9	=
Lega	8,5	-0,2
Forza Italia	7,3	+0,1
Azione	4,3	=

		Differenza rispetto al 29/01/2024
Alleanza Verdi-Sinistra	4,0	+0,1
Italia Viva	3,1	-0,2
+Europa	2,4	-0,1
Italexit per l'Italia	1,6	+0,2
Unione Popolare	1,3	=
Sud Chiama Nord	1,1	+0,2
Altro partito	2,4	-0,2

Non si esprime: 36% (-2)



"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

