



**SWG**

# RADAR

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

**1 – 7 luglio 2024**

- ✓ **RIFORMA COSTITUZIONALE:** i concetti di base della proposta risultano condivisi ma il vantaggio dei favorevoli è sottile
- ✓ **GLI ITALIANI E L'ANSIA:** per 1 giovane su 2 è una compagna di vita, sempre presente
- ✓ **GELATO CHE PASSIONE!**: irrinunciabile per 2 italiani su 3, coni e cornetti i gelati preferiti

**SPINNER SWG: VERTICE NATO E INVESTIMENTI IN DIFESA – APRILE 2024**

**NUOVO CONTENUTO**

**PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE DAL 2022**

# 1.

## LA RIFORMA COSTITUZIONALE

Ci stiamo abituando al fatto che le proposte di riforma della Costituzione siano quasi sempre divisive e suscitino un acceso dibattito con forti contrapposizioni politiche. La riforma del Premierato non rappresenta un'eccezione in tal senso, fin da subito ha infatti provocato reazioni opposte tra l'elettorato di centrodestra e quello delle forze di opposizione.

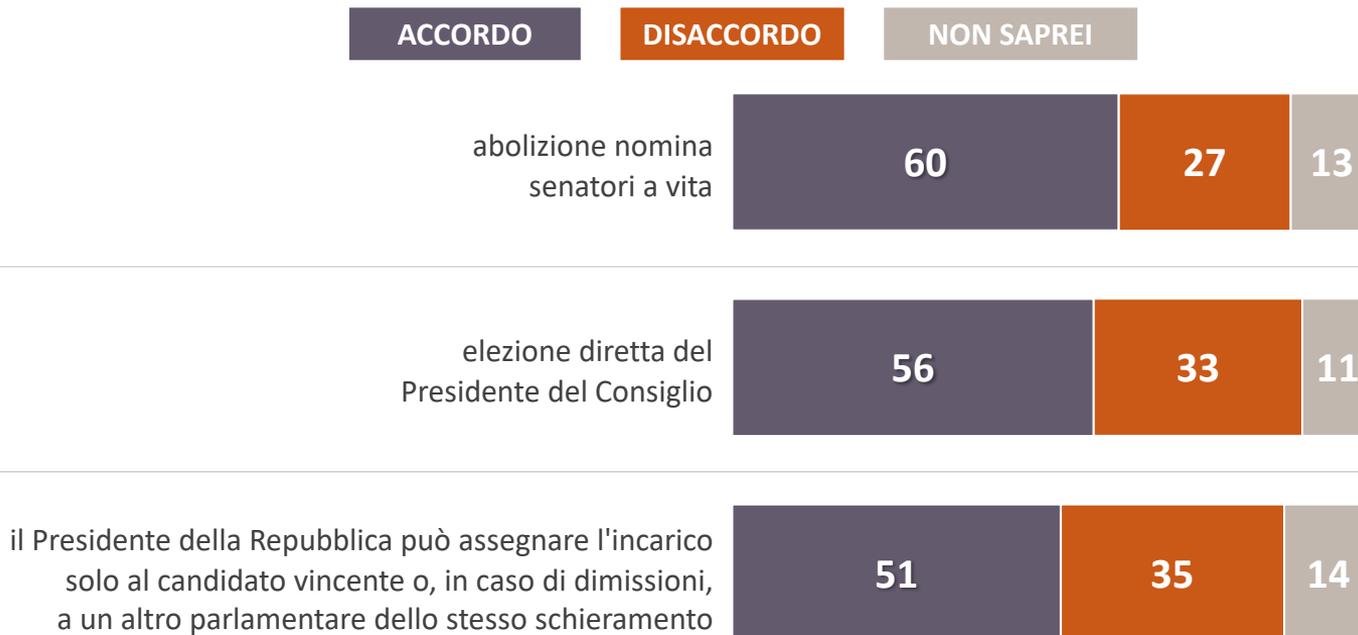
Nei confronti dei concetti base della riforma emerge una prevalenza di opinioni positive: soprattutto per l'abolizione della possibilità di nomina dei senatori a vita, ma anche per l'elezione diretta del Presidente del Consiglio e la cosiddetta «norma anti-ribaltone». Dovendo poi prendere posizione sulla riforma nel complesso, la quota di favorevoli ancora prevale, ma di stretta misura. Risulta infatti largamente condivisa tra gli elettori dei partiti della maggioranza ma viene osteggiata fortemente dal centrosinistra e in parte anche dagli elettori esterni ai due schieramenti. Una dinamica simile a quella osservata in occasione della riforma proposta all'epoca del Governo Renzi.

A motivare i sostenitori della riforma è soprattutto la prospettiva di governi più stabili e duraturi, mentre risulta meno rilevante il rafforzamento dei poteri della figura del Premier. La posizione dei detrattori, invece, si fonda principalmente su due preoccupazioni: il rischio di una deriva autoritaria e la riduzione dei poteri del Capo dello Stato.



# La maggioranza dei cittadini è tendenzialmente d'accordo con i principali pilastri della riforma costituzionale

Elenchiamo alcuni elementi chiave della proposta di riforma costituzionale che prevede l'introduzione del Premierato.  
Indichi per ciascuno se la trova d'accordo o in disaccordo.



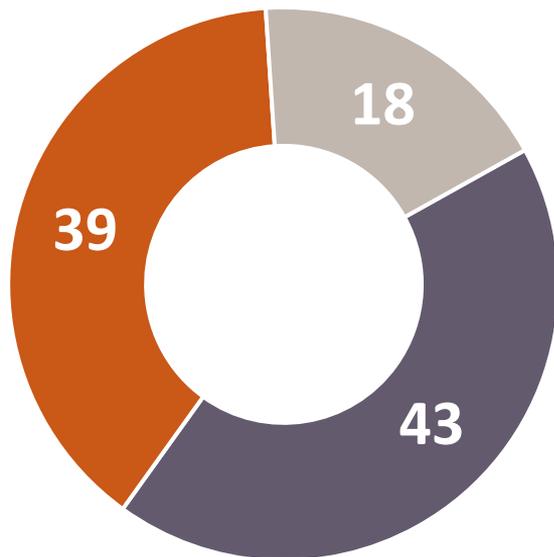
# Rispetto all'intero pacchetto della riforma prevalgono di misura i favorevoli con una netta divisione in base all'appartenenza politica

Nel complesso, lei è favorevole o contrario alla riforma del Premierato?

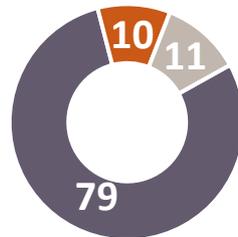
FAVOREVOLI

CONTRARI

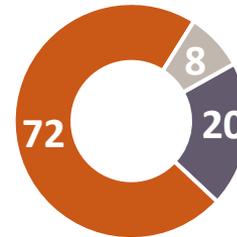
INDECISI



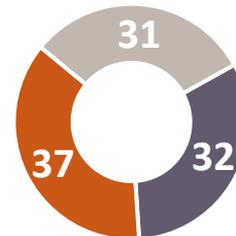
ELETTORI MAGGIORANZA



ELETTORI OPPOSIZIONI

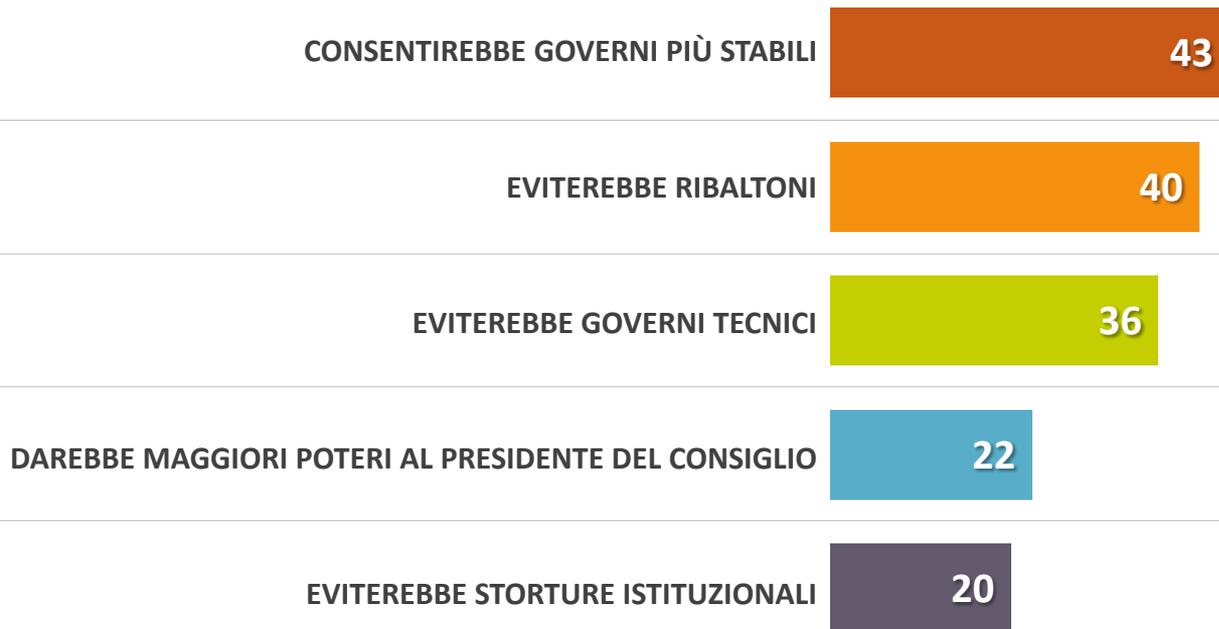


ALTRI



# Le aspettative di chi sostiene la riforma: stabilità dei governi senza ribaltoni e governi tecnici

Quali sono i principali motivi per cui sarebbe favorevole alla riforma? (POSSIBILI 2 RISPOSTE)



# Le motivazioni dei contrari: democrazia a rischio e riduzione del ruolo del Presidente della Repubblica

Quali sono i principali motivi per cui sarebbe contrario/a alla riforma? (POSSIBILI 2 RISPOSTE)

AUMENTEREBBE IL RISCHIO DI DERIVE AUTORITARIE

59

INDEBOLIREBBE IL RUOLO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

45

NON DAREBBE MAGGIORE STABILITÀ AI GOVERNI

22

NON CI SAREBBE PIÙ LA POSSIBILITÀ DI RICORRERE  
A GOVERNI TECNICI IN CASI PARTICOLARI

19

È UN SISTEMA CHE NON È PRESENTE IN NESSUN PAESE,  
È RISCHIOSO SPERIMENTARE

18

# 2.

## GLI ITALIANI E L'ANSIA

Nelle ultime settimane si è molto parlato del successo di *Inside Out 2*, un film che porta gli spettatori in un viaggio alla scoperta delle emozioni di Riley, un'adolescente alle prese con i cambiamenti tipici della fase puberale. Parte della popolarità di questo film è data dalla comparsa di *Ansia*, una nuova emozione, che è riuscita ad empatizzare e conquistare grandi e piccini, ma soprattutto la Gen Z. Questa generazione ha visto sullo schermo la rappresentazione visiva di un'emozione che l'accompagna ogni giorno, visto che quasi 1 su 2 la ritiene una compagna di vita.

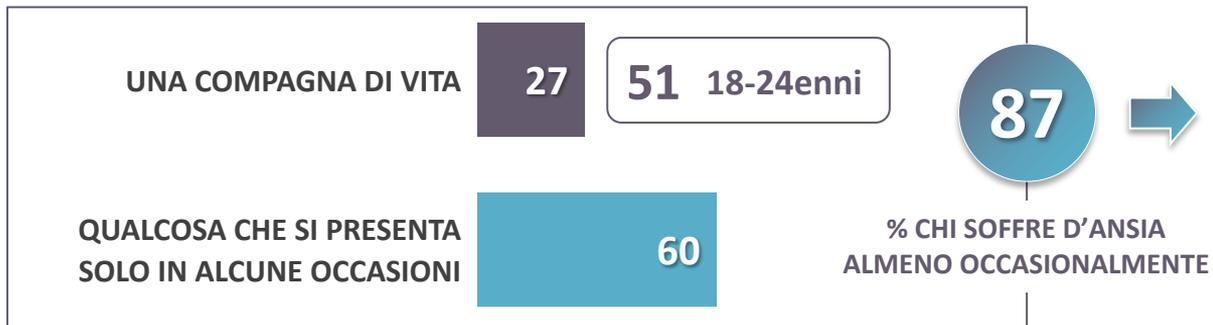
Sebbene sia un sentimento prevalentemente diffuso tra i giovani, l'ansia colpisce tutte le fasce d'età, soprattutto quando si parla di salute e di questioni economiche, ma anche di relazioni sociali e di aspettative di performance.

Se sono ancora una volta i più giovani a soffrire gli effetti più estremi dell'ansia, con il tempo, aumenta la percentuale di italiani che hanno imparato a gestirla e a non farsi sopraffare. Da questo punto di vista è fondamentale aiutare chi ne soffre a non avere paura a raccontare questo stato d'animo, per confrontarsi e trovare gli strumenti per gestirla.



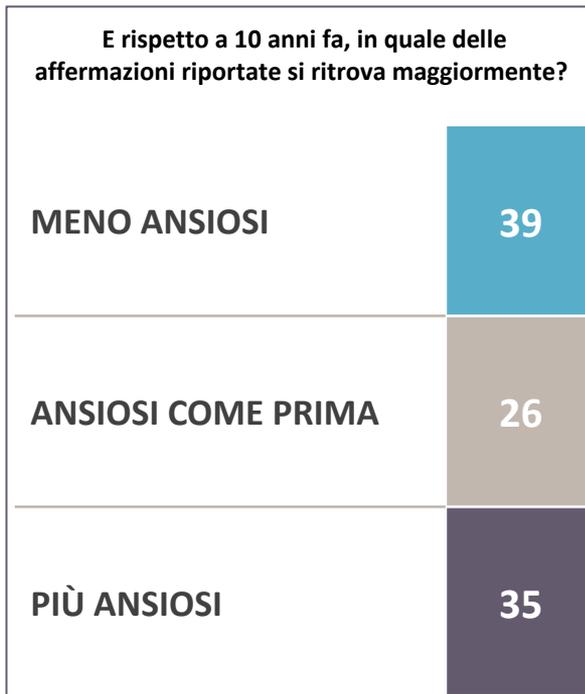
# Per oltre un italiano su quattro (e oltre uno su due tra i giovanissimi) l'ansia è una compagna di vita

In generale, personalmente, quali tra le seguenti espressioni, descrive meglio il suo rapporto con l'ansia? Per me, l'ansia è...



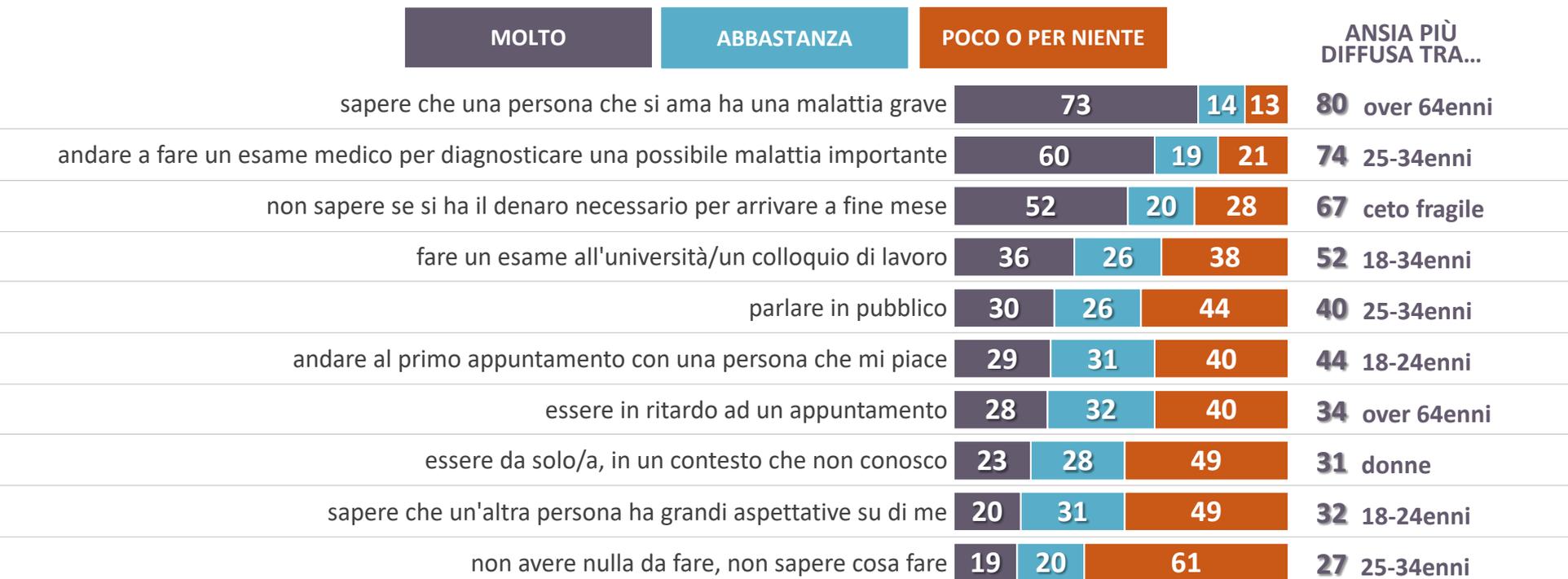
UN RICORDO DEL PASSATO 6

UN'EMOZIONE SCONOSCIUTA, MAI PROVATA 7



# Cosa manda in ansia: salute e situazione economica in primis, ma anche la gestione delle aspettative e delle relazioni

Le presentiamo ora una serie di situazioni, quanto ciascuna di esse le trasmette un senso di ansia?



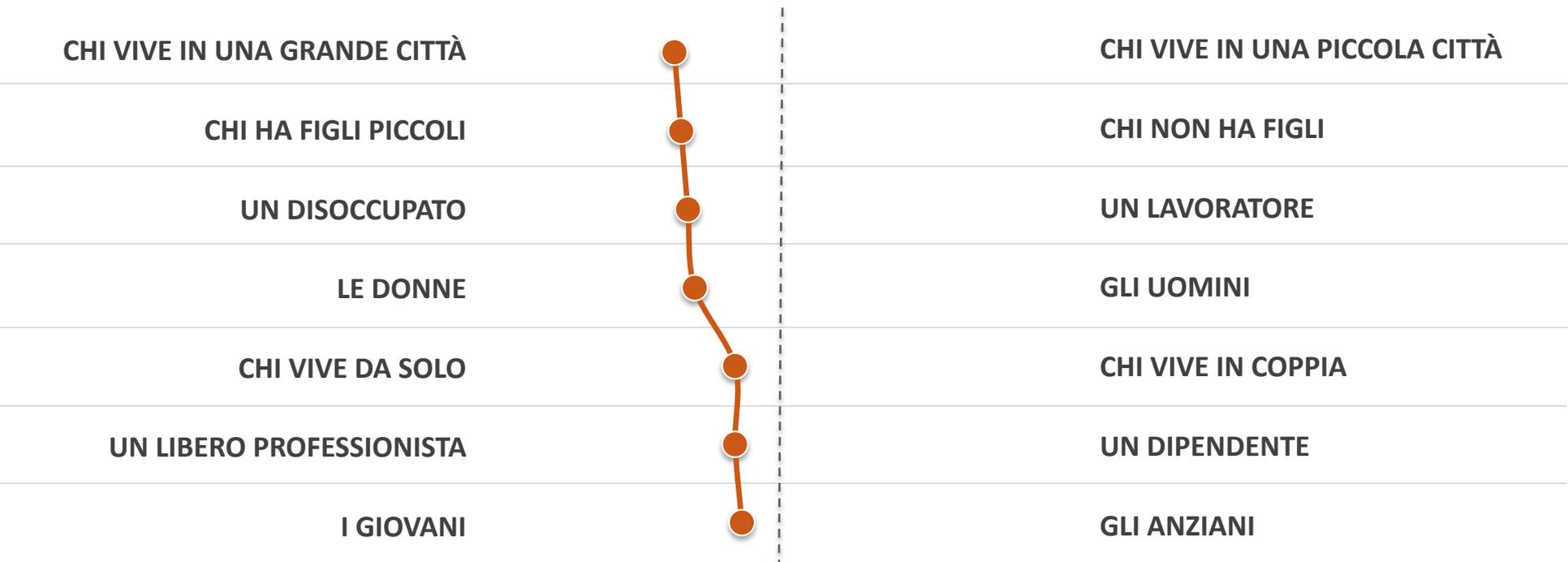
# Gli effetti dell'ansia: disturbi del sonno per 2 su 5, ma anche un grande esercizio di gestione e contenimento

Nelle situazioni di ansia, lei...? (POSSIBILI 3 RISPOSTE – RISPONDE CHI SOFFRE O HA SOFFERTO D'ANSIA)

		18-34ENNI	35-54ENNI	OVER 55ENNI
non riesco a dormire	42	34	39	47
con il tempo ho imparato a gestire la situazione	37	37	35	38
mi sforzo di non perdere il controllo	35	28	33	40
divento nervoso/a e non riesco a gestire le relazioni con gli altri	23	20	24	24
ho palpitazioni e tachicardia	22	26	25	19
mi manca il respiro	12	18	13	8
chiedo aiuto ad una persona cara	10	16	6	11
mi sento paralizzato/a e non riesco a fare nulla	8	13	7	6
non riesco a trattenere il pianto	8	12	5	8
prendo dei farmaci che mi aiutino a superare la situazione	5	0	4	7

# I soggetti percepiti più a rischio: chi abita nelle grandi città, chi ha figli piccoli, i disoccupati e le donne

A suo modo di vedere, tra le seguenti categorie chi sono quelli che soffrono maggiormente di ansia? (VALORI MEDI IN SCALA 0-10)



# 3.

## GELATO CHE PASSIONE!

È arrivata l'estate e abbiamo chiesto agli italiani quale fosse il loro rapporto con i dolci e approfondito le preferenze legate al re indiscusso dell'estate: il gelato.

Essere golosi è ancora considerato un peccato capitale? Sembrerebbe di no, per oltre 9 italiani su 10 la golosità è normale, importante però essere in grado di controllarsi. Il consumo di dolci è infatti un momento che per gli italiani genera sensazioni positive, è in primis una coccola che ci concediamo, ma anche una gioia ed è un modo per farci sentire bene.

Ed i dolci preferiti? Dovendo scegliere tre dolci da mangiare per il resto della propria vita, il gelato ne esce come vincitore indiscusso (irrinunciabile per quasi 2 italiani su 3) insieme al cioccolato.

Abbiamo quindi chiesto di raccontare quale gelato gli italiani ordinerebbero in gelateria. Il risultato? Cono, due o più palline, massimo due gusti, creme e cioccolato, panna no grazie per più di 1 italiano su 2.

Non solo i gelati artigianali, ma anche i gelati confezionati sono apprezzati dagli italiani, non soltanto per il loro gusto ma anche per la loro storica presenza nei bar e nei supermercati capaci di suscitare ricordi nostalgici di estati passate. Tra questi il più amato dagli italiani è il Cornetto Algida, capace di unire le generazioni. Per i più giovani il podio è completato dal Cucciolone e dai Magnum, per gli over 55 invece sono la Coppa del Nonno ed il ghiacciolo i gelati che più suscitano nostalgia.

Tra le nuove offerte di gelati prodotti da Nestlé, Ferrero e Barilla, gli italiani sono più incuriositi dal Nutella Ice Cream, novità 2024 della Ferrero. Stuzzicano il palato dei 35+ anche i gelati Ferrero Rocher e Pocket Coffee, mentre per i più giovani sono i gelati Pan di Stelle ad attrarre maggiormente l'interesse.



# Gola peccato capitale? Non più! Normale essere golosi per 2 su 3. Mangiare dolci è una coccola, una gioia, un modo per sentirsi bene

Secondo lei, essere golosi è...

**PARTE DELL'ESSERE UMANO,**  
facciamo già troppi sacrifici per non  
concederci degli sfizi **26**

**NORMALE,** ma bisogna essere in  
grado di controllarsi **66**

**UN PECCATO,** non dovremmo  
lasciare andarci ad indugi **8**

Pensi al momento in cui si concede una fetta di torta, un gelato,  
o un pasticcino. Cosa rappresenta per lei il consumo di dolci?  
(POSSIBILI 3 RISPOSTE)

**UNA COCCOLA** **57**

**UNA GIOIA** **28**

**UN MODO PER SENTIRMI BENE** **27**

**UN MODO PER SENTIRMI APPAGATO** **24**

**UN ANTISTRESS** **18**

**UNA COSA CHE NON DOVREI FARE** **15**

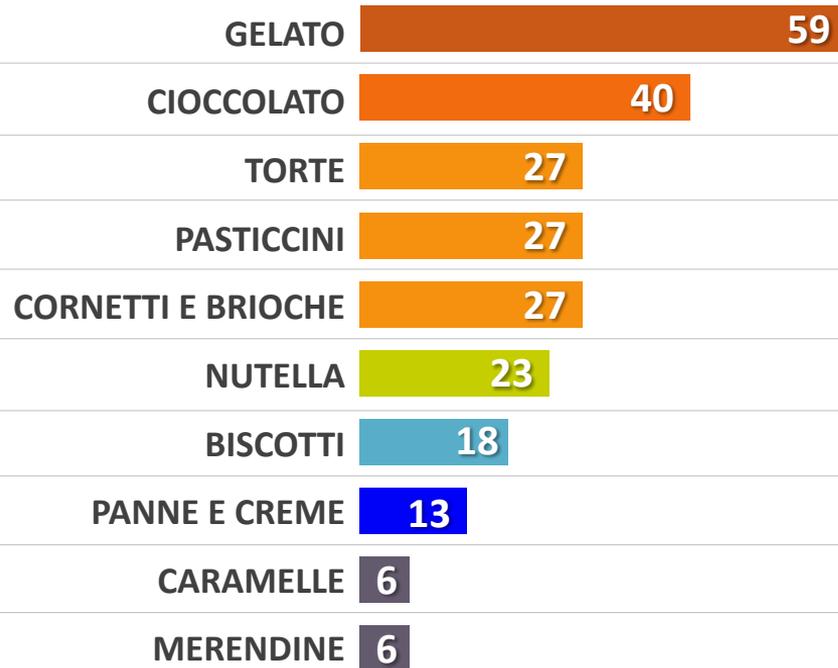
**UN TOCCASANA** **11**

**UN DIVERTIMENTO** **8**

**UNA DIPENDENZA** **7**

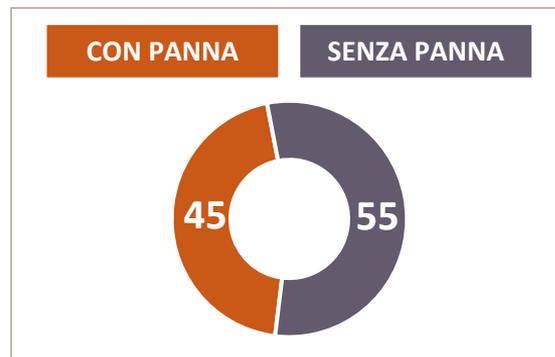
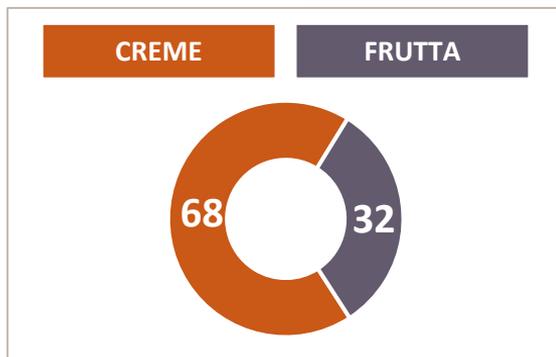
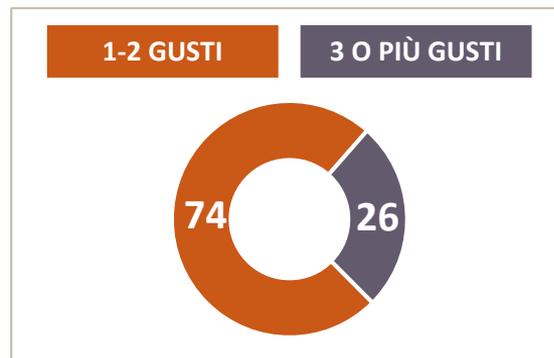
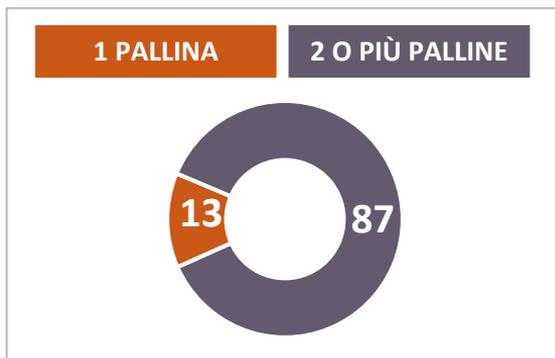
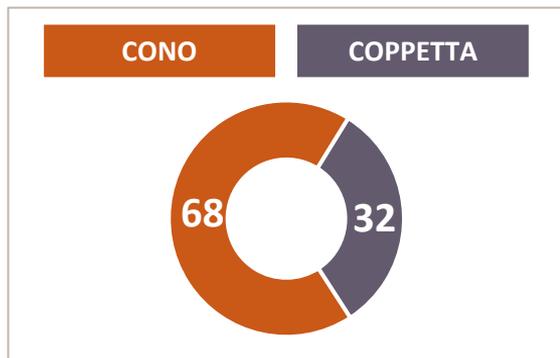
# Gelato passione indiscussa degli italiani, per quasi 2 su 3 è irrinunciabile. Cioccolato e prodotti da pasticceria tra i preferiti

Se dovesse scegliere solo tre tipi di dolci da mangiare per il resto della sua vita, quali sceglierebbe? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)



# «Vorrei un cono con due palline, cioccolato e crema, no panna grazie!» è l'ordine preferito dagli italiani in gelateria

Tempo di estate e quindi tempo di gelati. Immagini di essere in gelateria, cosa ordina?



# Cornetto Algida il re dell'estate, il più nostalgico dei gelati. Cucciolone e Coppa del Nonno a completare il podio

Molti gelati confezionati sono entrati nell'immaginario degli italiani e alcuni di questi vengono spesso associati a ricordi di amici, primi amori, vacanze e mare. Quali di questi gelati le fanno sentire più nostalgia delle estati passate? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

		18-34ENNI	35-54ENNI	OVER 55ENNI
CORNETTO ALGIDA	44	36	38	51
CUCCIOLONE	25	34	24	22
COPPA DEL NONNO	25	23	21	28
CROCCANTE ALL'AMARENA	23	26	26	20
MAGNUM	22	33	19	18
GHIACCIOLO	19	6	14	28
CALIPPO	15	16	22	11
CONO CINQUE STELLE	15	12	9	21
MAXIBON	14	22	16	9
SANSONÌ	11	12	19	4

# Italiani di ogni età incuriositi dall'ultima novità: Nutella Ice Cream. Giovani attratti anche dai gelati Pan di Stelle, over 55 dai Pocket Coffee

Negli ultimi anni, grandi aziende come Nestlé, Ferrero e Barilla hanno deciso di proporre i propri prodotti di punta in versione gelato. Quale di questi la incuriosisce di più? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

		18-34ENNI	35-54ENNI	OVER 55ENNI
BARATTOLO NUTELLA ICE CREAM	27	32	24	28
STECCO FERRERO ROCHER	23	17	28	23
STECCO POCKET COFFEE	22	15	19	28
CONO KINDER BUENO	18	20	21	16
GELATI PAN DI STELLE	16	32	13	10
VASCHETTA PAVESINI TIRAMISÙ	13	14	11	15
STECCO RAFFAELLO	12	6	15	12
GELATI RINGO	12	8	11	13
BISCOTTO LOACKER	12	13	10	12
STECCO KINDER CHOCOLATE	10	7	11	11
GELATI GOCCIOLE	10	19	9	8

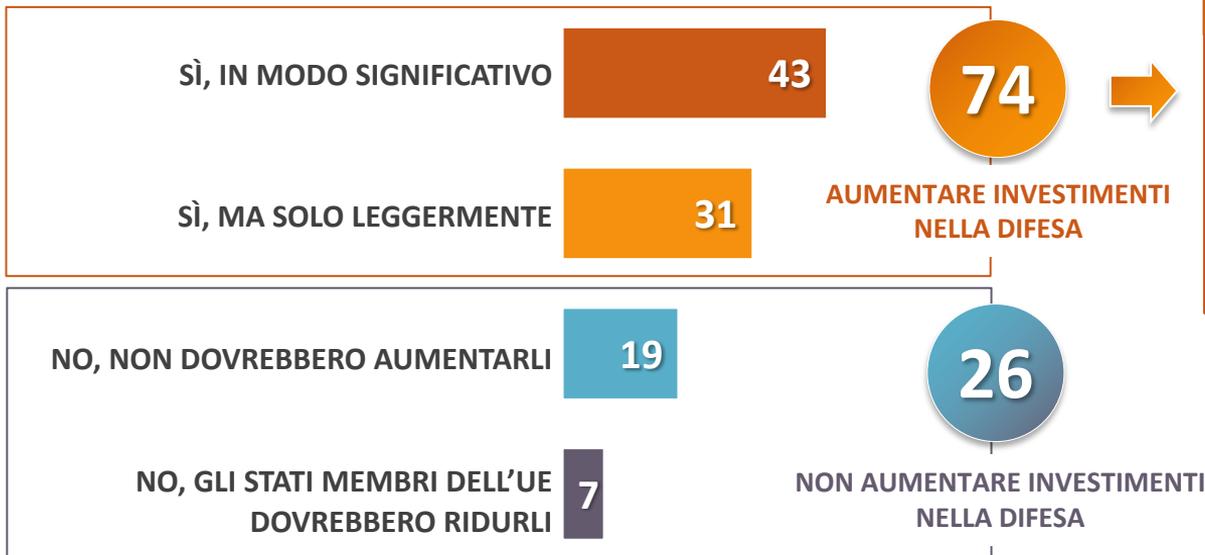
# SPINNER SWG: VERTICE NATO E INVESTIMENTI IN DIFESA – APRILE 2024

SPINNER è una piattaforma proprietaria di SWG che consente di avere accesso allo storico dei nostri dati dal 1997 con tutte le edizioni settimanali di Radar, trend dell'Osservatorio, intenzioni di voto, report tematici e molto altro.

Richiedi informazioni alla mail [ufficio.stampa@swg.it](mailto:ufficio.stampa@swg.it)

Considerando la situazione internazionale, Lei pensa che gli Stati membri dell'UE dovrebbero aumentare gli investimenti nella difesa?

## CITTADINI UE

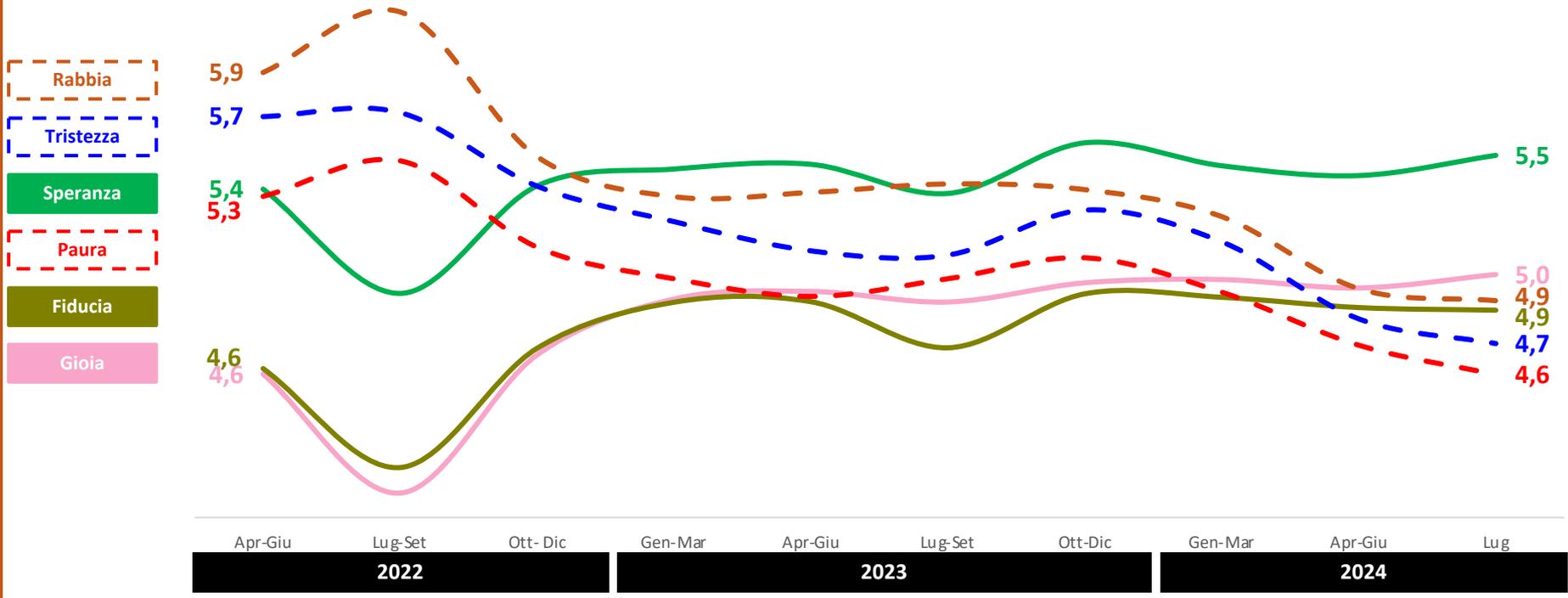


## DETTAGLIO AREA DI RESIDENZA

EST EUROPA	83
NORD EUROPA	80
GERMANIA	74
SUD EUROPA	69
FRANCIA	67
ITALIA	61

# PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE DAL 2022

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



NOTA INFORMATIVA: valori medi mensili. Date di esecuzione ultima rilevazione 3-5 luglio 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

# INTENZIONI DI VOTO 8 LUGLIO 2024

		Differenza rispetto al 1/07/2024
Fratelli d'Italia	<b>29,2</b>	<b>+0,2</b>
Partito Democratico	<b>23,3</b>	<b>-0,3</b>
Movimento 5 Stelle	<b>10,6</b>	<b>+0,3</b>
Forza Italia	<b>8,5</b>	<b>=</b>
Lega	<b>8,4</b>	<b>-0,3</b>
Alleanza Verdi-Sinistra	<b>7,0</b>	<b>=</b>

		Differenza rispetto al 1/07/2024
Azione	<b>3,4</b>	<b>-0,1</b>
Italia Viva	<b>2,1</b>	<b>+0,2</b>
+Europa	<b>1,9</b>	<b>-0,1</b>
Pace Terra Dignità	<b>1,7</b>	<b>=</b>
Noi Moderati	<b>1,1</b>	<b>+0,1</b>
Sud Chiama Nord	<b>1,0</b>	<b>-0,1</b>
Altre liste	<b>1,8</b>	<b>+0,1</b>

*Non si esprime: 33% (=)*

*"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

#### **BRUXELLES**

Av. De la Renaissance, 1 - 1000  
[info@pollingeurope.eu](mailto:info@pollingeurope.eu)

