



SWG

RADAR

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

7 – 13 aprile 2025

- ✓ **LEGA:** elettori del Carroccio soddisfatti della conferma di Salvini, ma gli alleati sono contrari al suo ritorno al Viminale
- ✓ **INTELLIGENZA ARTIFICIALE:** sempre al centro i rischi per il lavoro, mentre l'utenza si fa più pratica e insegue la produttività
- ✓ **GUERRA DEI DAZI:** come cambiano i consumi e il percepito dei prodotti americani

SPINNER SWG: TENSIONI SOCIALI TRA CITTADINI ITALIANI ED EXTRACOMUNITARI – 2014-2024

PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI 12 MESI



1.

IL PUNTO SULLA LEGA

I congressi dei partiti sono un'importante occasione di confronto interno, ma che inevitabilmente hanno anche dei risvolti sulle alleanze e le dinamiche delle altre formazioni politiche. Il recente congresso della Lega ha segnato la riconferma alla carica di segretario federale di Matteo Salvini e i dati raccolti nella nostra indagine mostrano che effettivamente il leader del Carroccio è in sintonia con una larga parte della sua base, tuttavia non con la sua totalità. 8 elettori della Lega su 10 condividono la sua rielezione, due terzi vorrebbero che prendesse il posto del Ministro Piantedosi e il 70% gradisce il fatto che abbia portato il Generale Vannacci nella Lega. La fazione dei critici su questi aspetti oscilla tra il 5% e il 26% dei leghisti, gli altri si pongono su posizioni neutre.

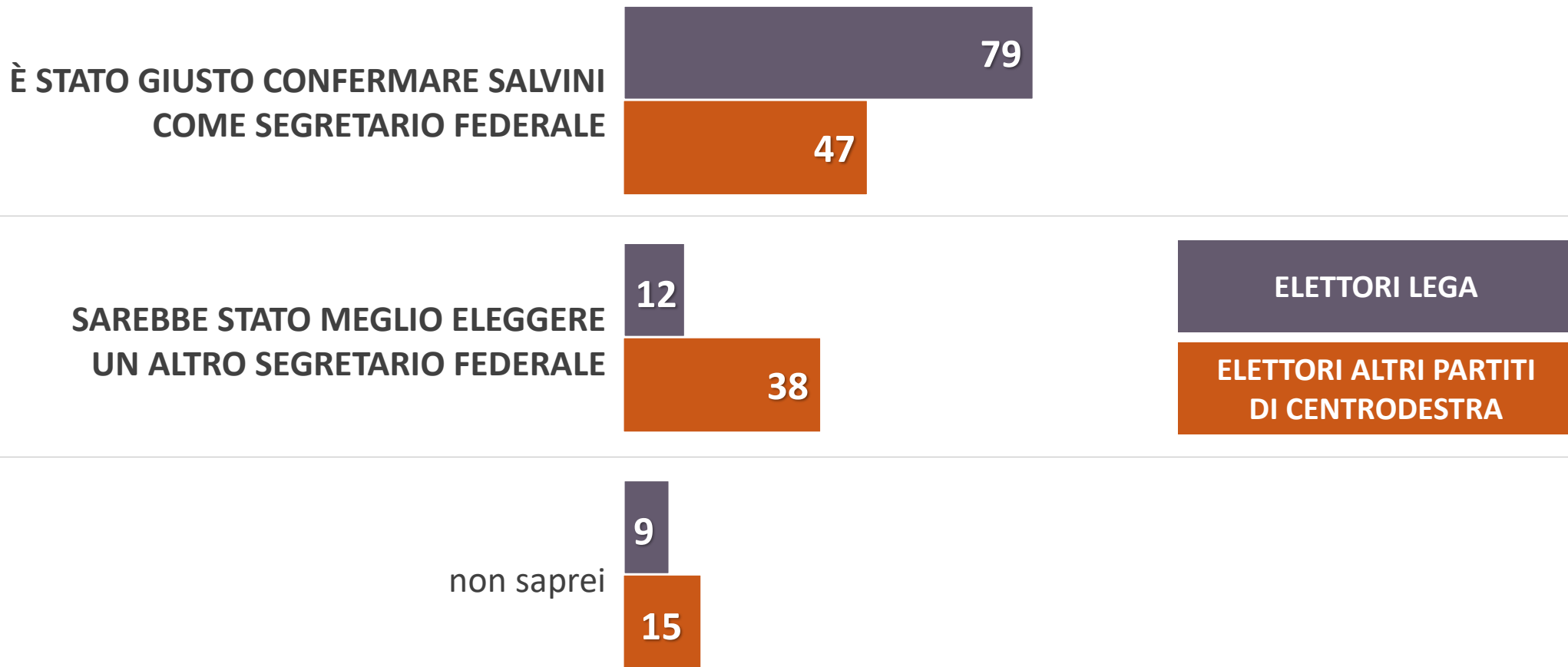
Nell'elettorato dei partiti alleati emergono invece posizioni diverse. La conferma di Salvini alla guida della Lega viene salutata favorevolmente da poco meno della metà degli elettori di FdI, Forza Italia e Noi Moderati, i quali bocciano in maniera netta l'ipotesi del suo ritorno al Viminale. Sul Gen. Vannacci mostrano minore entusiasmo, ma a prevalere sono comunque i pareri positivi.

Interessante, infine, la percezione della trasformazione della Lega dal periodo in cui aveva avuto il suo picco di consensi (2019) ad oggi. Tra gli elettori della Lega e, seppure in misura minore, anche nel resto del centrodestra, si avverte un mutamento in direzione di una maggiore moderazione, mentre all'esterno la sensazione prevalente risulta diametralmente opposta.



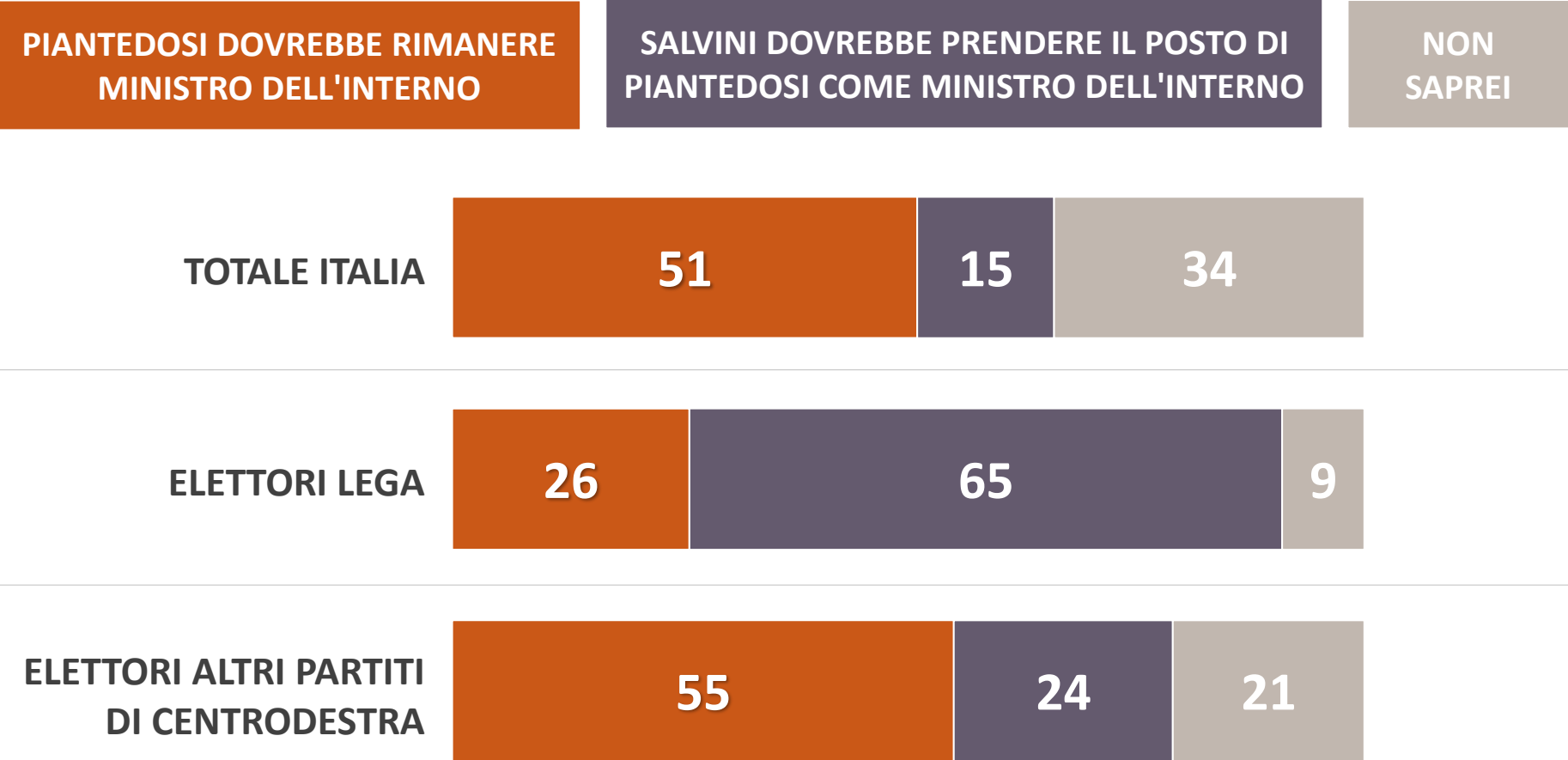
8 elettori della Lega su 10 soddisfatti della conferma di Salvini alla guida del partito. Nel resto del centrodestra metà esprime perplessità

Nei giorni scorsi si è tenuto il congresso della Lega che ha visto la rielezione di Matteo Salvini come segretario federale. Secondo lei...



La prospettiva dell'avvicendamento al Ministero dell'Interno piace solo ai leghisti. Ipotesi bocciata nella parte rimanente della maggioranza

Matteo Salvini ha più volte espresso il desiderio di prendere il posto di Matteo Piantedosi come nuovo Ministro dell'Interno. Secondo lei...



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 9 – 14 aprile 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

Il 70% dei leghisti accoglie con favore Vannacci, il quale gode anche della fiducia di oltre la metà del resto del centrodestra

Nel corso del congresso, Roberto Vannacci è diventato a tutti gli effetti un membro della Lega. Secondo lei questo è un fatto...

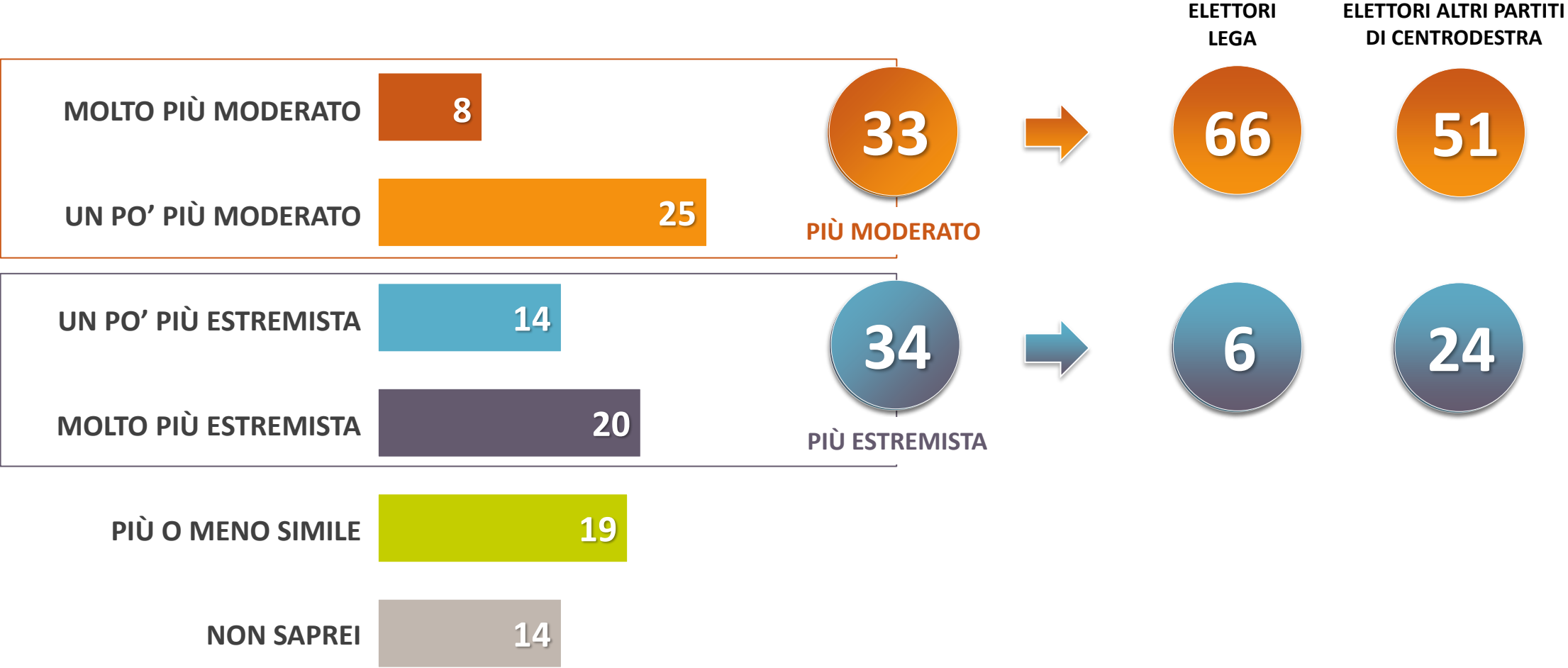


FIDUCIA IN ROBERTO VANNACCI
(% MOLTO + ABBASTANZA)



L'evoluzione della Lega negli ultimi anni: dall'interno si nota una svolta moderata, mentre dall'esterno si percepisce una deriva estremista

Ritiene che la Lega oggi, rispetto a 6-7 anni fa, sia un partito...



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 9 – 14 aprile 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

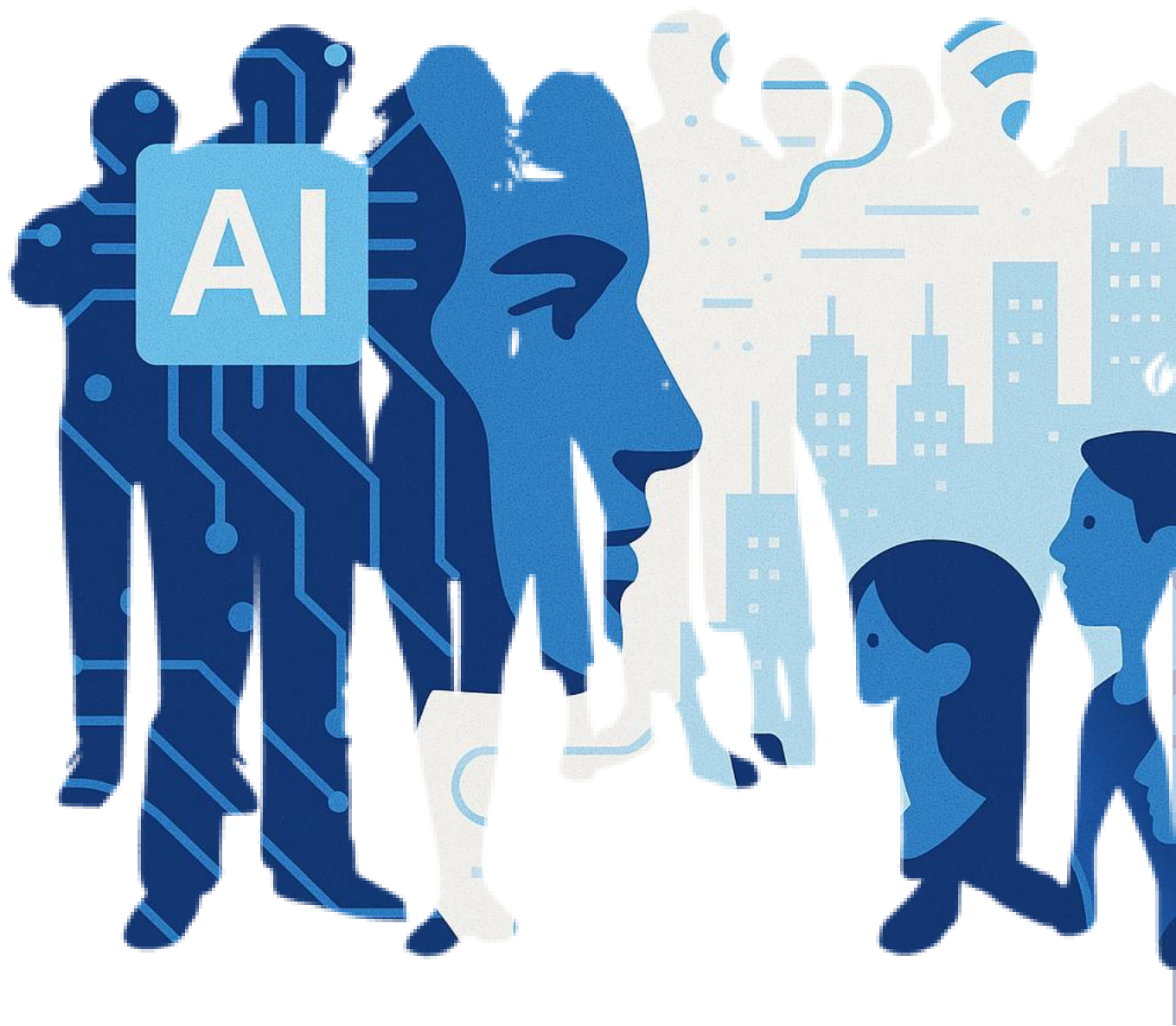
2.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

A oltre due anni di distanza dal debutto record di ChatGPT, siamo tornati ad osservare il rapporto degli italiani con le IA generative, scoprendo una parziale evoluzione negli atteggiamenti di fondo.

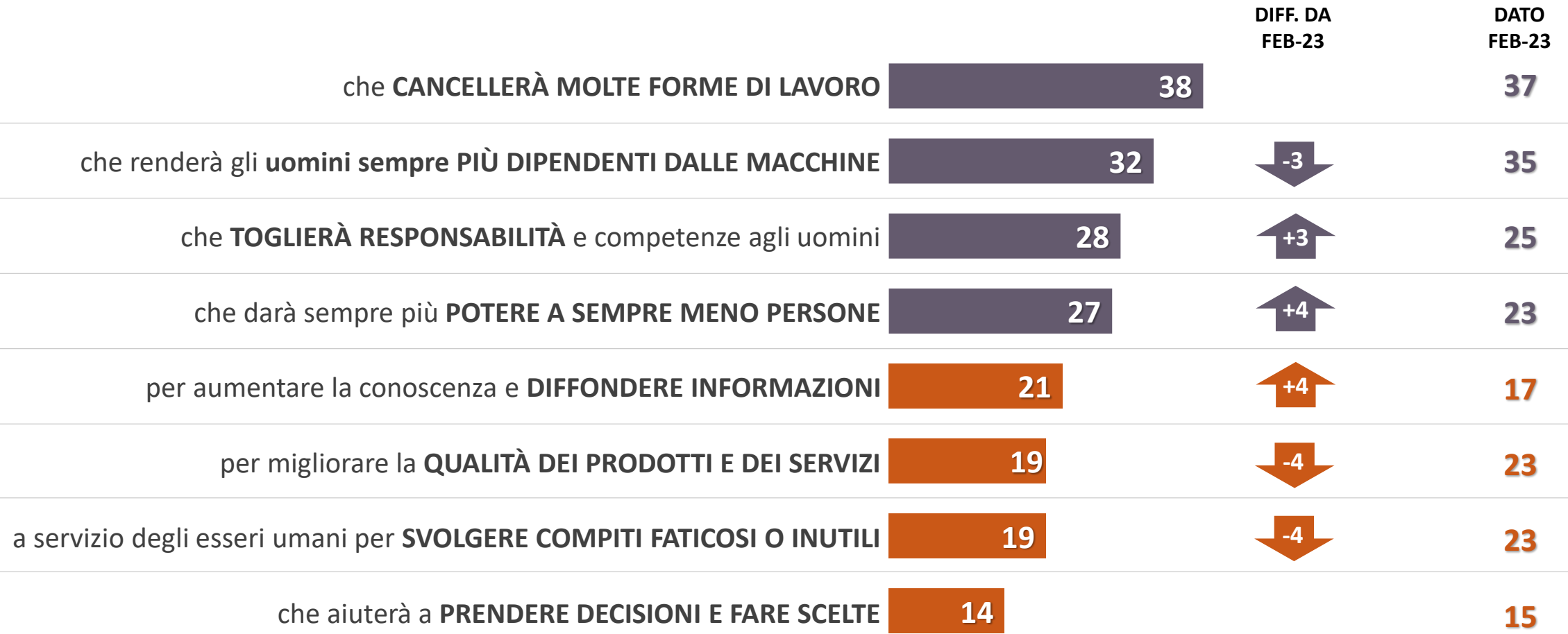
Di fronte all'IA continuano a prevalere le preoccupazioni, legate in primis alle implicazioni per il mercato del lavoro (38%). Ma i timori di una diretta dipendenza dalle macchine iniziano a lasciare spazio alla sfida, meno deterministica, delle responsabilità umane. E il contributo informativo dei chatbot prevale su quello dell'automazione di compiti ripetitivi. Oggi rivendichiamo più autonomia decisionale e siamo meno favorevoli a farci assistere dall'IA nelle scelte più importanti. In campo affettivo, etico, educativo e politico la netta maggioranza non vuole ingerenze. Mentre in ambito giuridico ed economico siamo divisi, ma nettamente più chiusi rispetto a due anni fa.

L'esperienza stessa degli utenti sta evolvendo, verso una direzione più pratica. Oggi molto più di ieri ChatGPT è utilizzato per aumentare la produttività lavorativa (36%, +10 punti percentuali da febbraio 2023), mentre stiamo riducendo test di abilità ed esperimenti (20%, -5 punti). Passa il tempo e monta la curiosità nello scoprire ciò che l'algoritmo è in grado di fare per noi (48%, +12 punti). A seguire, sullo sfondo dell'esperienza, continuano a prevalere emozioni positive. Usando ChatGPT oggi, ci diciamo più soddisfatti di ieri. Ma al tempo stesso e con la stessa intensità crescono le preoccupazioni. Alla fine, ciò che cerchiamo e che ci gratifica di più è anche ciò che ci spaventa.



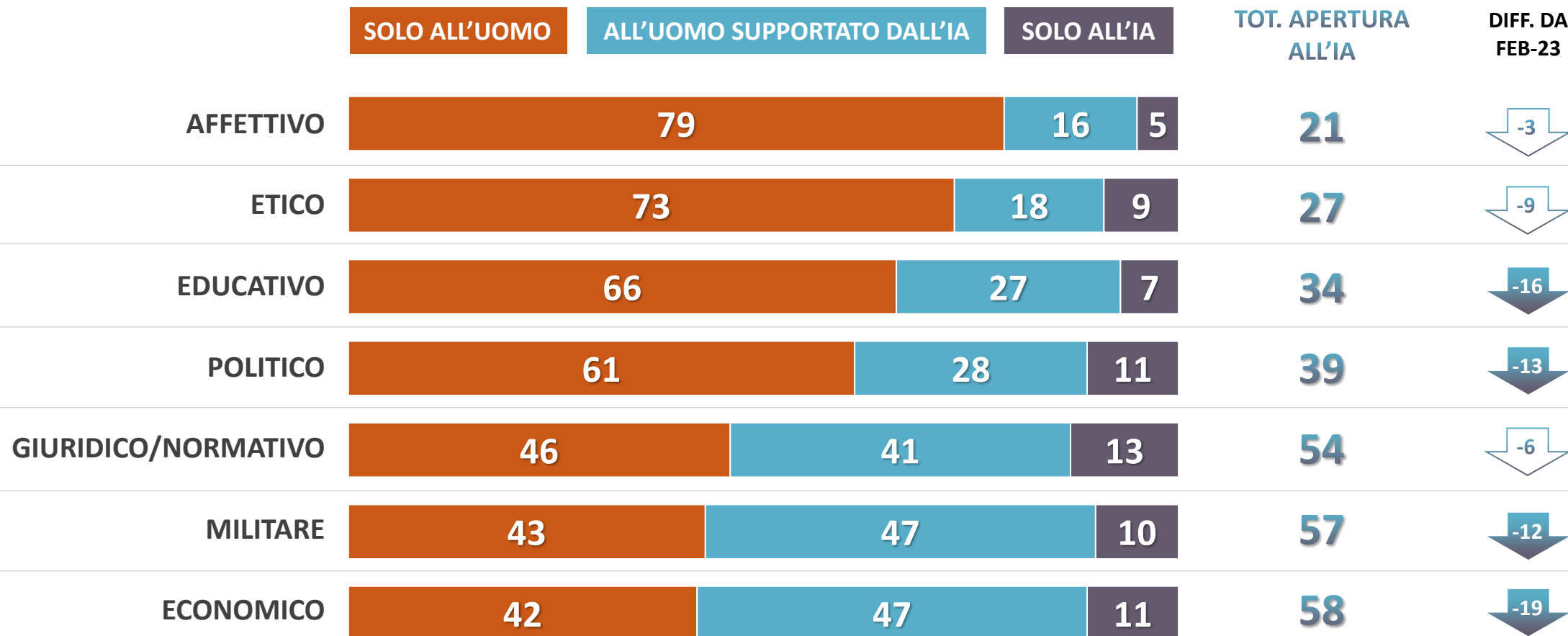
Come guardiamo all'IA rispetto a 2 anni fa: sfide per il lavoro sempre al centro. L'accento si sposta dalla dipendenza alle responsabilità

Secondo lei, oggi l'Intelligenza Artificiale è soprattutto uno strumento...? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)



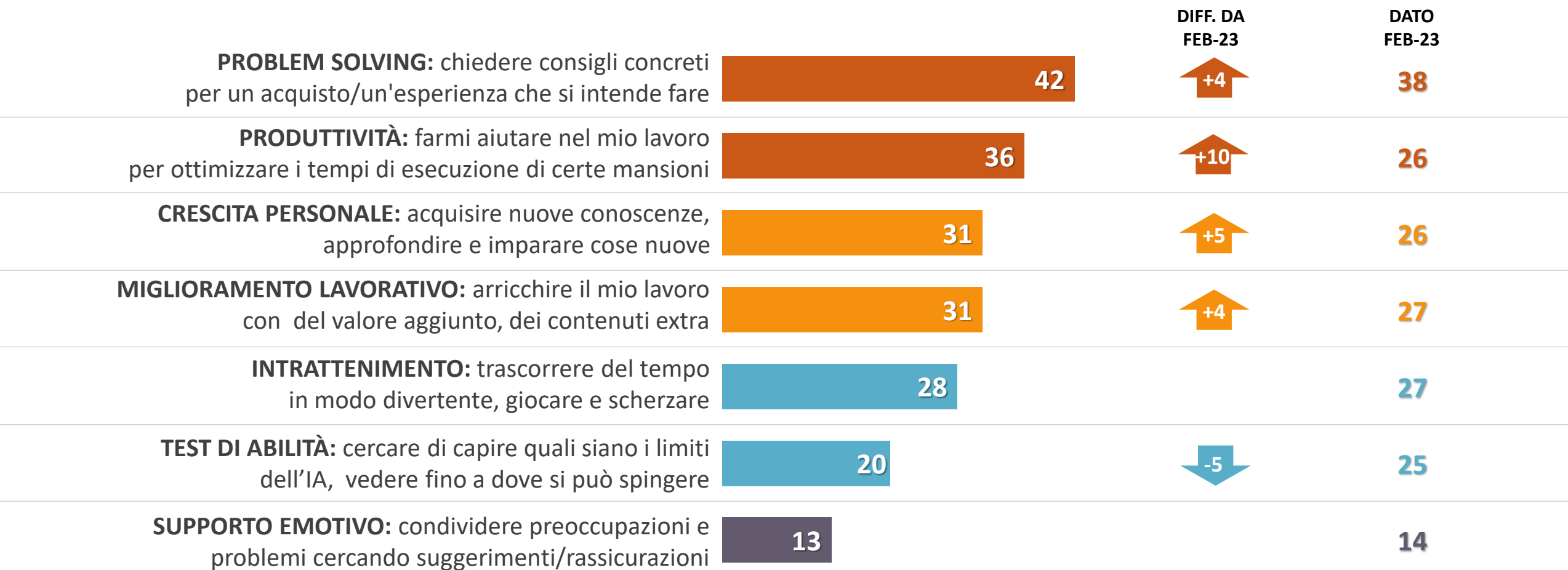
Siamo più chiusi e rivendichiamo più autonomia e potere decisionale. Soprattutto in campo affettivo, etico, educativo e politico

Quando si tratta di prendere delle decisioni importanti nei seguenti campi, secondo Lei è meglio affidarsi...?



L'esperienza con ChatGPT si fa più pratica e meno sperimentale. Inseguiamo la produttività. Stabile la ricerca di supporto emotivo

Quando usa/ha usato ChatGPT, per quali scopi e obiettivi lo fa/lo ha fatto di più? (POSSIBILI 3 RISPOSTE – RISPONDONO I FRUITORI DI CHATGPT)



Sensazioni a pelle di fronte al chatbot più famoso: regna la curiosità. Rispetto a 2 anni fa siamo più soddisfatti, ma anche più preoccupati

E come giudica la sua esperienza con ChatGPT? Che sensazioni le lascia/le ha lasciato? (POSSIBILI 3 RISPOSTE – RISPONDONO I FRUITORI DI CHATGPT)

		DIFF. DA FEB-23	DATO FEB-23
CURIOSITÀ nello scoprire cosa fosse in grado di fare	48	+12	36
INTERESSE mi ha fornito soluzioni interessanti e stimolato ad usarla di più	37	+7	30
SODDISFAZIONE mi ha dato il supporto che cercavo	31	+6	25
SORPRESA è andata oltre le mie aspettative, stupendomi in positivo	19	-4	23
SCETTICISMO mi ha spinto a preferire di cercare informazioni/soluzioni in altri modi	16		17
DELUSIONE non ha soddisfatto le mie aspettative, mi aspettavo di più	15	+3	12
PREOCCUPAZIONE l'ho trovata oscura e pericolosa per ciò che può diventare	13	+7	6
GRATITUDINE mi sono sentito riconoscente per il supporto che mi ha dato	11		10
SFIDUCIA mi ha fornito informazioni poco accurate che mi hanno fatto perdere fiducia	9		7
FRUSTRAZIONE non ha saputo assecondarmi e soddisfare le mie esigenze	7		7
SOSPETTO si è dimostrata ambigua, si è comportata in modo strano	5		6

3.

PRODOTTI AMERICANI

Nel pieno delle tensioni commerciali tra Stati Uniti ed Europa, gli italiani rivedono le proprie scelte di consumo. Se da un lato cresce il distacco verso alcuni marchi storici americani, soprattutto nei settori food e fashion, dall'altro la tecnologia e l'intrattenimento restano i capisaldi dell'attrattività statunitense, con una presa forte soprattutto tra uomini e Millennials.

Sono questi i veri "must-have" americani per il consumatore italiano: servizi digitali, piattaforme e device tecnologici delle aziende che popolano la California. Un legame che resiste, ma che si fa sempre più selettivo.

Il 74% degli italiani dichiara infatti di voler ridurre gli acquisti legati a marchi americani a seguito dei nuovi dazi imposti da Trump. Oltre che un'ovvia risposta agli aumenti, emerge anche una scelta valoriale: i consumatori si orientano verso scelte più consapevoli, con un mix di boicottaggio e "buycottaggio", ovvero la riduzione dell'acquisto di prodotti simbolo di quella che viene percepita a tutti gli effetti come un'aggressione che colpisce i consumatori in primis. Ma è anche l'opportunità per dare supporto all'economia «locale» e una risposta simbolica di avversione.

Pur rimanendo gli Stati Uniti un riferimento culturale per 1 italiano su 3, la politica protezionista americana sembra aver innescato un forte distacco da parte degli italiani nei confronti dei prodotti d'oltreoceano, accompagnato da una maggiore consapevolezza nelle scelte di consumo e il desiderio di contromisure forti da parte di Bruxelles nell'ottica della *reciprocità*.



«Must-have» americani sono principalmente tecnologia e intrattenimento, soprattutto tra uomini e millennials

Quando pensa ai suoi consumi, in quali di queste categorie tende a preferire più spesso marchi e prodotti americani (anche se non prodotti negli Stati Uniti)? (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)

TECNOLOGIA E DISPOSITIVI ELETTRONICI
(es. Apple, Microsoft, Amazon, Google)



INTRATTENIMENTO
(es. Netflix, Amazon Prime, Disney, Film e serie statunitensi)



ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI
(es. Nike, Levi's, Converse)



CIBO E BEVANDE
(es. Coca-cola, McDonald's, Oreo, Heinz)



nessuna di queste



non saprei



Affezione o dipendenza? I prodotti targati USA irrinunciabili sono legati ai servizi tech. Brand storici del food e del fashion facilmente sostituibili

Quali di questi marchi e prodotti americani famosi sono irrinunciabili per lei e di quali invece potrebbe decidere di fare a meno?
(% IRRINUNCIABILE, NON NE POTREI FARE A MENO)

TECNOLOGIA E SERVIZI	
GOOGLE - Gmail, Google Maps	56
WHATSAPP	55
YOUTUBE	44
MICROSOFT - Windows, Programmi Office	42
AMAZON - E-commerce, Alexa, Prime Video, Kindle	41
META - FACEBOOK, INSTAGRAM	28
NETFLIX	19
APPLE - iPhone, iPad, MacBook, Apple Watch	18
X/TWITTER	9

FOOD & BEVERAGE	
COCA-COLA E PEPSI	16
MCDONALD'S, BURGER KING E KFC	11
CEREALI KELLOGG'S	8
MERENDE MONDELEZ (OREO, TUC, SAIWA)	6

FASHION	
NIKE - scarpe sportive, abbigliamento	14
LEVI'S - jeans, abbigliamento casual	10

La guerra commerciale dei dazi colpisce tutti, soprattutto i cittadini: un'aggressione che va contrastata sia a livello individuale che comunitario

Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?

% MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

le guerre commerciali danneggiano tutti, nessuno escluso

77



85 Baby Boomers

i dazi colpiscono soprattutto i cittadini, non i governi

75



81 Baby Boomers

i dazi imposti dagli USA sono una forma di aggressione commerciale

74

boicottare i prodotti americani è una scelta coerente con i propri valori

61

l'Europa dovrebbe rispondere con contromisure forti

54



58 Baby Boomers

gli USA restano comunque un punto di riferimento culturale ed economico

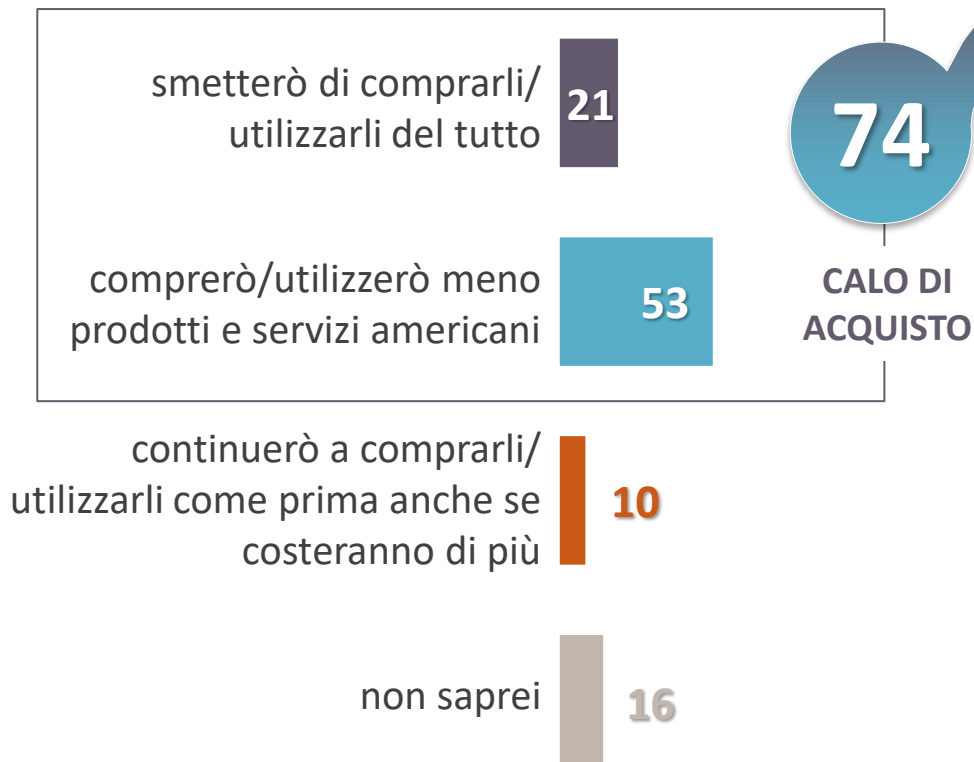
34



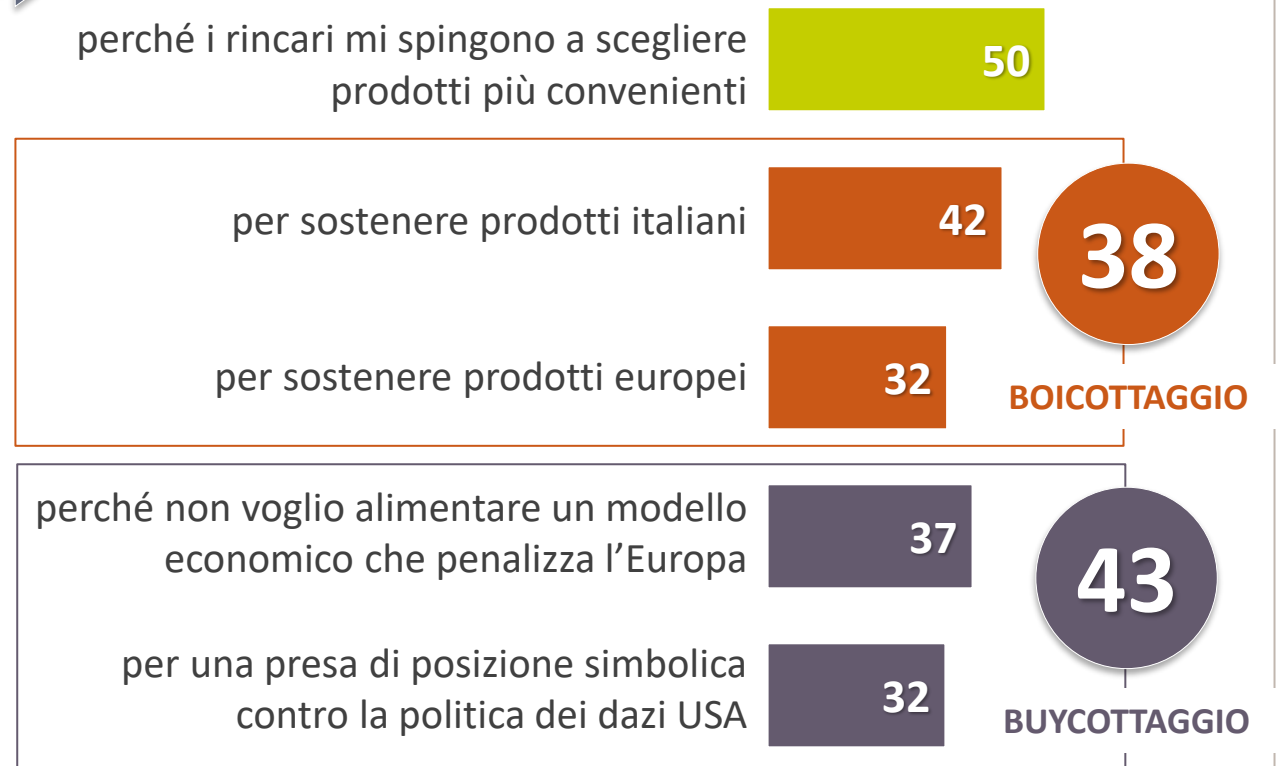
41 Millennials

3 italiani su 4 cambieranno abitudini di acquisto scegliendo meno prodotti americani, sia per convenienza che per scelta valoriale

A fronte dell'attuale inasprimento dei dazi tra Stati Uniti ed Europa, come pensa che cambieranno le sue abitudini di acquisto e utilizzo di prodotti e servizi americani?



Per quali motivi sarebbe portato/a a evitare o ridurre l'acquisto di prodotti e servizi legati a marchi americani? (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)



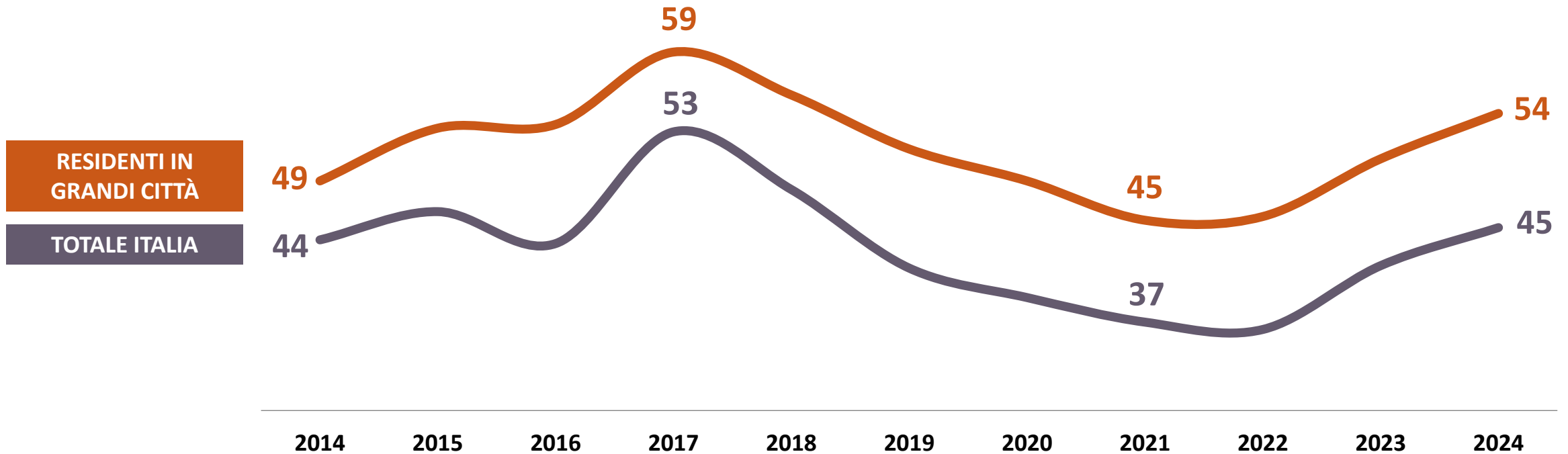
SPINNER SWG: TENSIONI SOCIALI TRA CITTADINI ITALIANI ED EXTRACOMUNITARI – 2014-2024

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

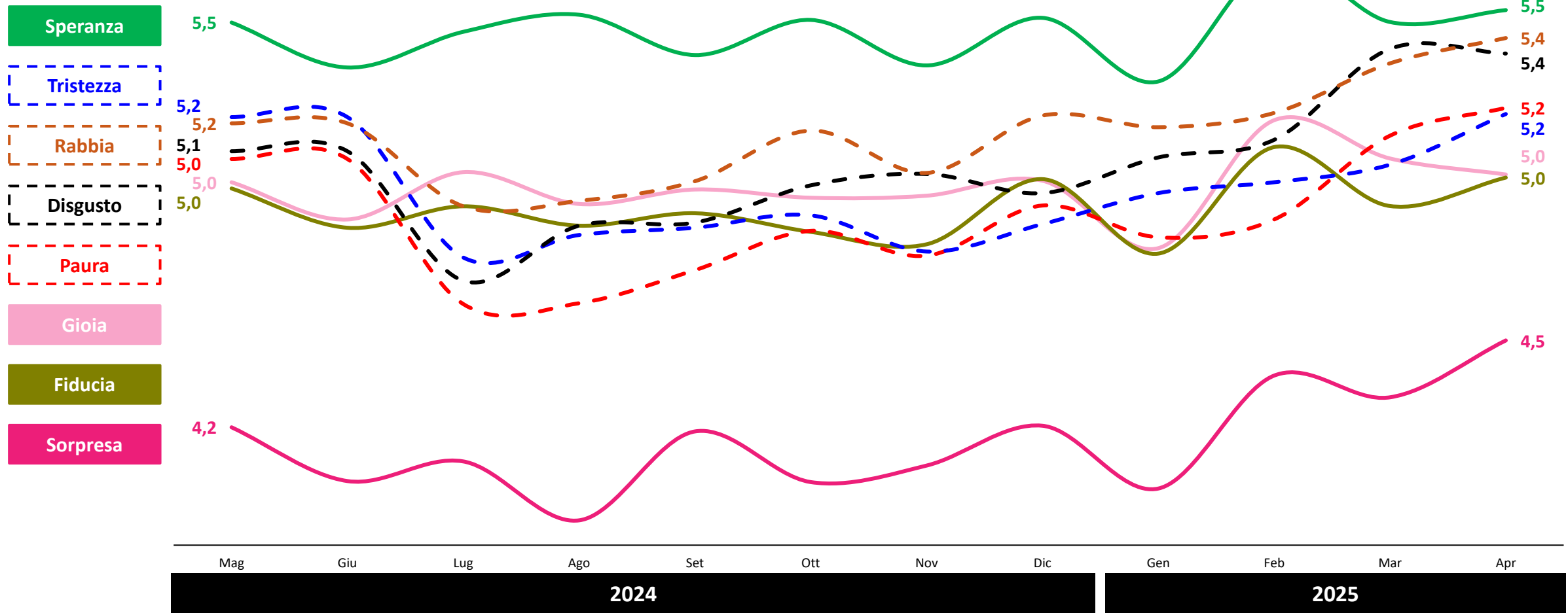
Secondo Lei, nella sua città c'è un clima di tensione sociale e di conflitto tra cittadini italiani ed extracomunitari?

(% MOLTO + ABBASTANZA)



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 14 APRILE 2025

		Differenza rispetto al 07/04/2025
Fratelli d'Italia	30,0	-0,2
Partito Democratico	22,0	-0,3
Movimento 5 Stelle	12,5	+0,3
Forza Italia	8,8	-0,1
Lega	8,7	=
Alleanza Verdi-Sinistra	6,4	+0,2

		Differenza rispetto al 07/04/2025
Azione	3,6	-0,2
Italia Viva	2,7	+0,2
+Europa	1,9	+0,1
Sud Chiama Nord	1,0	=
Altro partito	2,4	=

Non si esprime: 33% (-1)

