

The logo for 'radar swg' features an orange sphere with white orbital lines on the left, followed by the text 'radar swg' in a white, lowercase, sans-serif font. The background of the entire page is a dark grey map of Italy, with various human figures in different colors (green, red, white) placed on it to represent different demographics or activities.

# radar swg

8 – 14 settembre 2025

- I. Immigrazione e decreto flussi
- II. Corpo femminile e Miss Italia
- III. Cucina multietnica

**Spinner:** NATO e sviluppo economico – 2019-2024

**Pannello:** le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

**Intenzioni di Voto – 15 settembre 2025**

# I. Immigrazione e decreto flussi



L'approvazione in via preliminare del DPCM flussi per il triennio 2026-28 ci dà l'opportunità di approfondire le posizioni dei cittadini nei confronti del fenomeno migratorio verso l'Italia. In generale, gran parte degli italiani ormai considera l'immigrazione inevitabile e quindi la sfida non è arrestarla quanto governarla. Tuttavia, le posizioni appaiono sin da subito polarizzate sulla base della collocazione politica e del sostegno o meno all'attuale governo. L'elettorato di centrodestra associa al termine immigrato principalmente le persone africane o che arrivano in Italia tramite la tratta del mare. Sebbene in parte riconoscano il bisogno di integrare la forza lavoro nel Paese, sottolineano con forza le possibili difficoltà legate a integrazione, sicurezza e difesa dell'identità italiana.

Al contrario, per gli elettori dei partiti

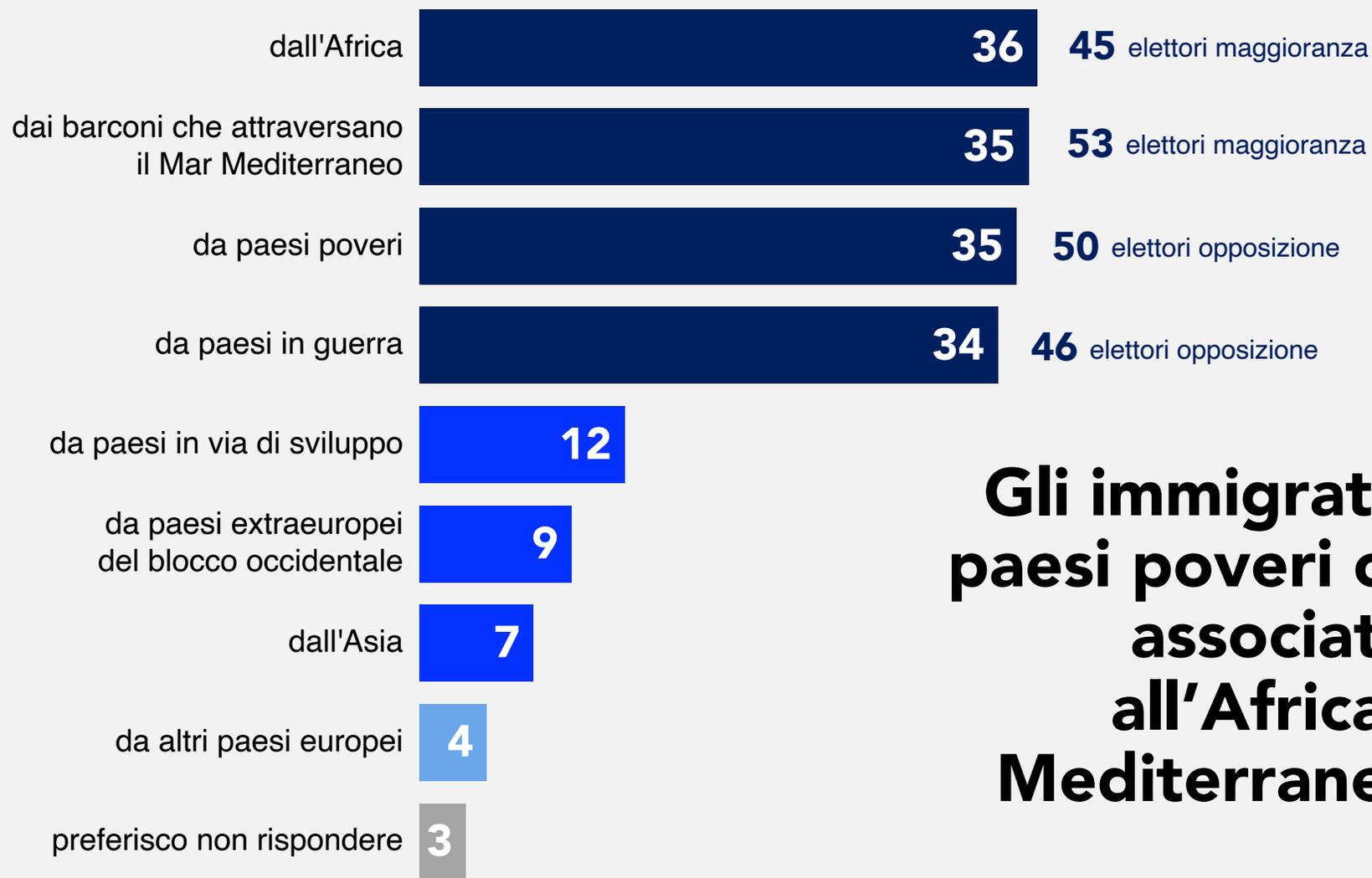
d'opposizione, il termine immigrato è associato soprattutto a chi proviene da zone di guerra o paesi poveri.

All'arrivo degli stranieri viene attribuita notevole importanza sul tema lavoro: sia per il fabbisogno in termini numerici, sia per la copertura di quelle professioni che gli italiani non vogliono più svolgere.

A conferma di queste opinioni, si registrano posizioni contrapposte sul DPCM flussi 2026-28. Sul decreto prevalgono leggermente i pareri negativi, ma l'aspetto singolare è che a concordare con le misure del decreto siano più gli elettori delle opposizioni che quelli della maggioranza, i quali in gran parte si mostrano critici.

**Un tema che continua a dividere i cittadini, dunque, anche se oramai due su tre riconoscono il bisogno di accogliere nuovi lavoratori provenienti dall'estero.**

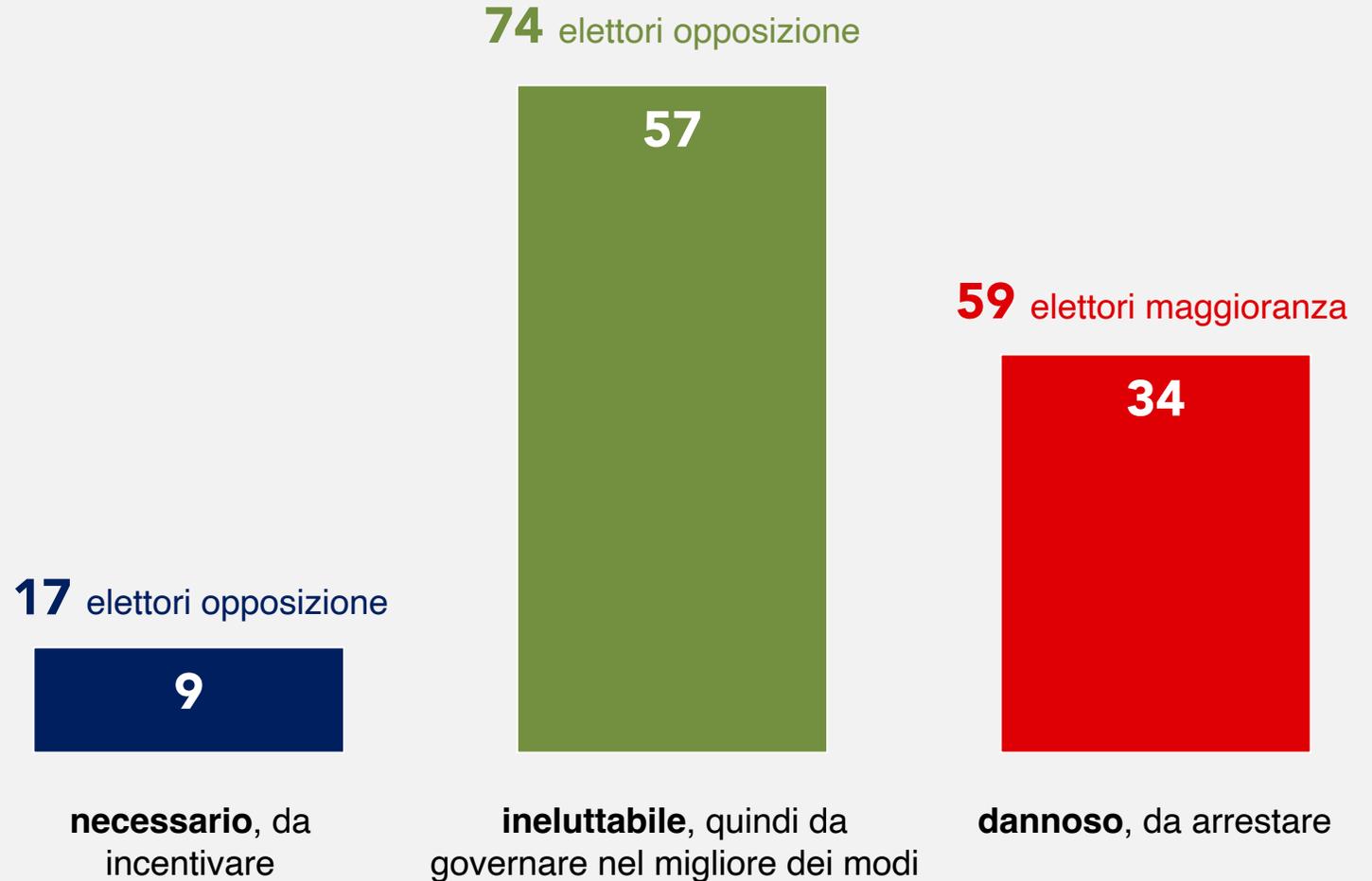
Quando pensa alla parola immigrato, nella sua mente si immagina soprattutto persone provenienti... (possibili 2 risposte)



**Gli immigrati: provenienti da paesi poveri o in guerra, sono associati principalmente all'Africa e ai barconi del Mediterraneo, meno all'Asia**

Secondo lei, l'immigrazione in Italia è un fenomeno...

**Per il 57%  
l'immigrazione è un  
fenomeno ineluttabile,  
quindi la sfida è  
gestirlo al meglio.  
Un terzo degli italiani,  
soprattutto a  
centrodestra,  
ritiene invece che  
bisogna fermarlo  
perché crea solo danni**

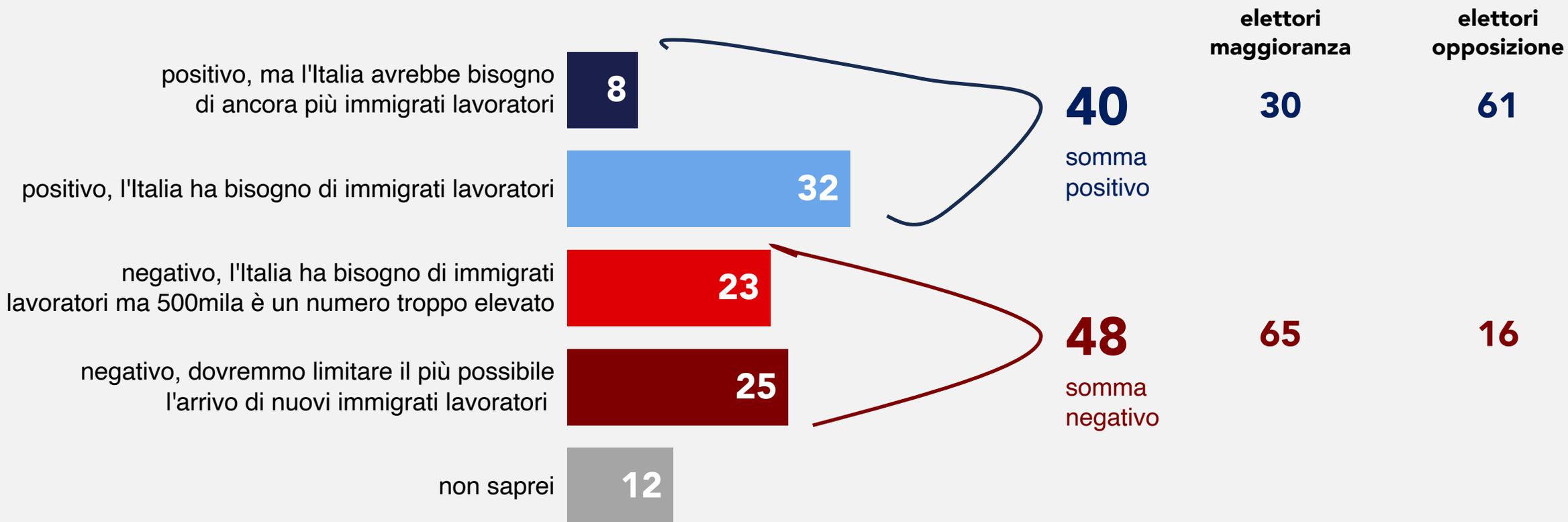


# Il decreto flussi divide gli italiani: prevalgono di poco le opinioni negative, ma a condividere la misura del Governo sono più gli elettori delle opposizioni che quelli della maggioranza

Il Consiglio dei Ministri ha approvato in via preliminare il DPCM relativo ai flussi migratori per il triennio 2026-28.

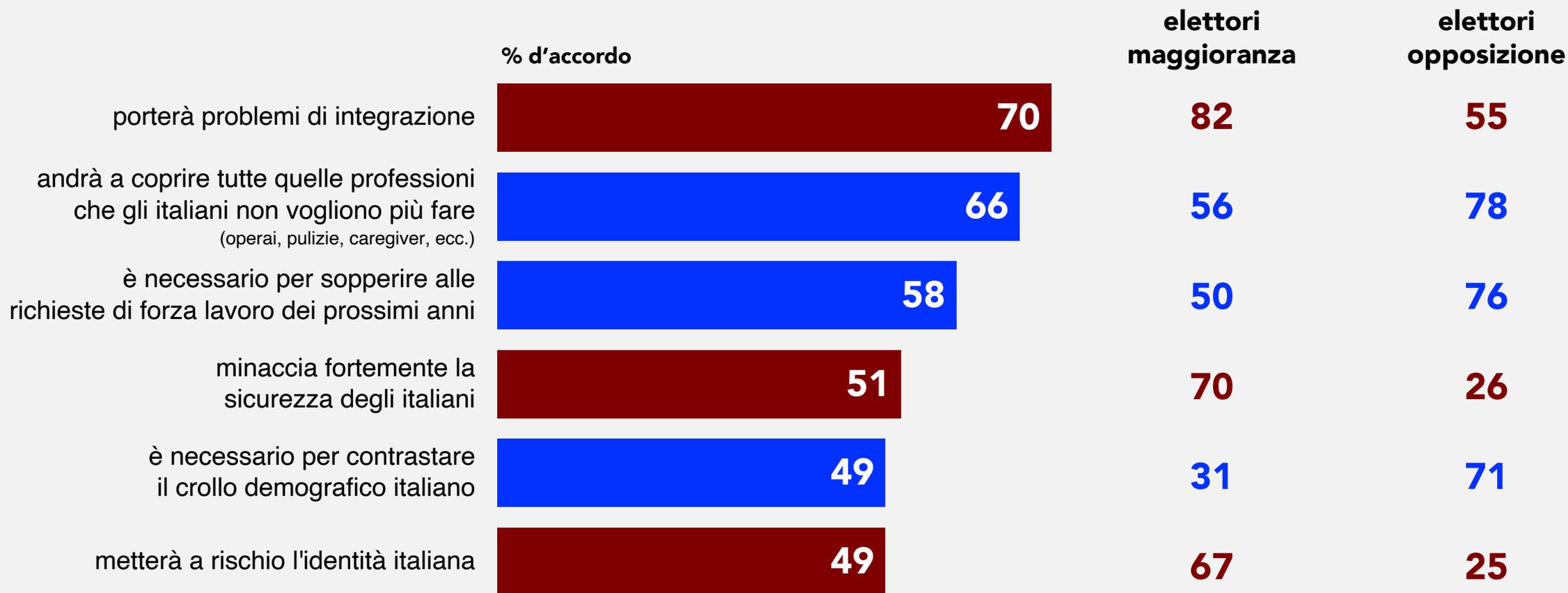
Il decreto prevede l'ingresso in Italia di circa 500mila nuovi immigrati lavoratori per i prossimi 3 anni.

Secondo lei, il potenziale arrivo di 500mila nuovi immigrati nei prossimi 3 anni è...



# Per il centrodestra l'arrivo di nuovi immigrati è un rischio per integrazione e sicurezza, mentre gli elettori di opposizione la considerano un'opportunità per coprire il fabbisogno lavorativo

Secondo lei il potenziale arrivo di 500mila nuovi immigrati nei prossimi 3 anni...



## II. Corpo femminile e Miss Italia



In questa edizione di Radar, cogliendo l'occasione della nuova edizione di Miss Italia, abbiamo scelto di approfondire il tema dei canoni di bellezza e della rappresentazione del corpo nella società italiana.

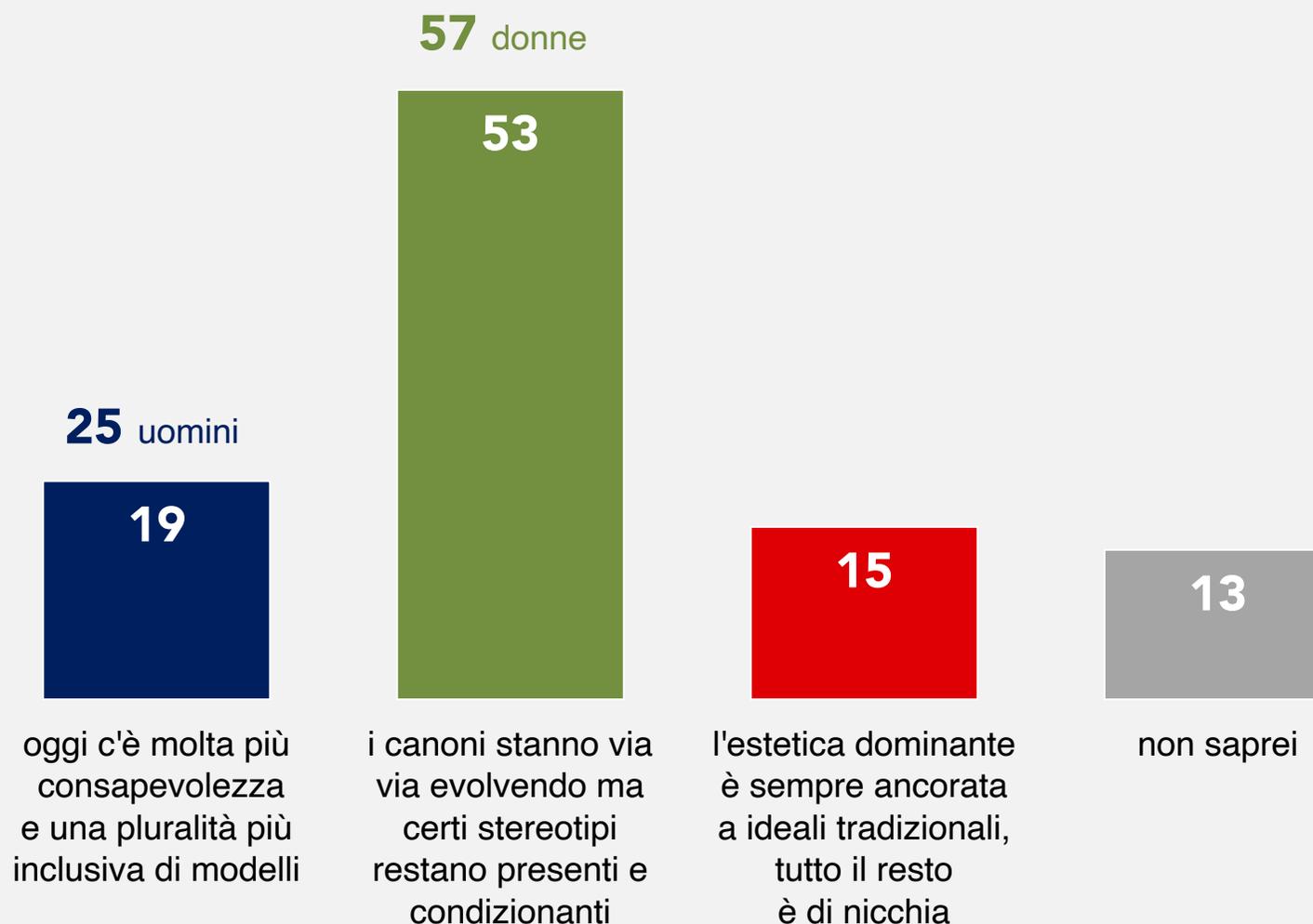
I dati mostrano come, da un lato, vi sia una crescente apertura verso modelli più inclusivi e consapevoli, dall'altro persista ancora il peso di stereotipi radicati che condizionano la visione collettiva. La percezione di una differenza di trattamento tra corpi maschili e femminili rimane evidente: gran parte degli italiani riconosce che il corpo della donna sia ancora maggiormente esposto e oggettificato, anche se inizia a emergere la sensazione che il divario si stia gradualmente riducendo.

Tuttavia, quando si osservano i criteri con cui vengono raccontati socialmente i corpi, emergono gli antichi stereotipi: alla donna si associa soprattutto la dimensione della seduzione, mentre all'uomo quella della prestantza fisica e del potere. Un dualismo che conferma come i modelli culturali e sociali continuino a seguire schemi ben riconoscibili.

**Infine, i concorsi di bellezza dividono l'opinione pubblica in due gruppi simili per dimensione: per il 42% non danno origine a comportamenti di oggettificazione, ma per il 36% rischiano di normalizzare atteggiamenti problematici. Tra i più giovani prevale nettamente quest'ultima percezione, segno di una sensibilità diversa che guarda con occhio critico a certi format tradizionali.**

Rispetto a qualche anno fa, secondo lei in che direzione sta evolvendo il modo in cui si parla di corpo e di bellezza?

**Per oltre il 50% degli italiani i canoni di bellezza del corpo si stanno evolvendo, ma con una resistenza degli antichi stereotipi. Per 1 su 5 c'è più consapevolezza e inclusione**

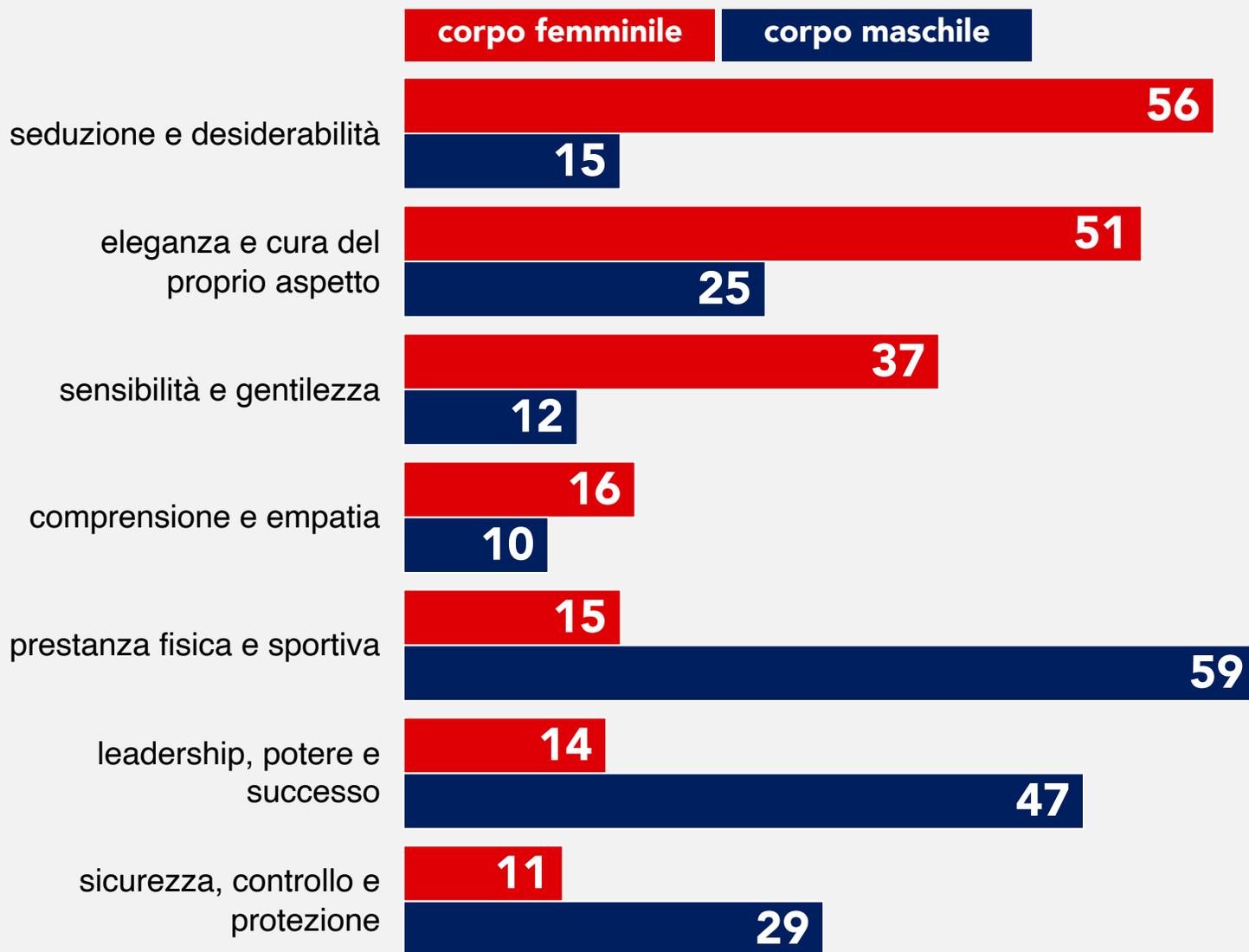


# Per 8 italiani su 10 il corpo femminile e quello maschile vengono trattati diversamente dai media. Ma secondo il 35% il divario si sta riducendo

Quando si parla di corpo, secondo lei, esiste oggi un trattamento mediatico diverso tra uomini e donne?



In generale, pensa che la rappresentazione del corpo maschile/femminile nella sfera sociale, culturale e mediatica sia più legata a...  
(possibili 3 risposte)



**La rappresentazione del corpo femminile è ancora centrata su seduzione ed eleganza; quella maschile su prestanza fisica e potere**

# Opinioni divise sul ruolo dei concorsi di bellezza. Tra i più giovani è maggioritaria l'opinione che contribuiscano a spingere verso comportamenti sbagliati

A fronte dei recenti scandali legati alla pubblicazione non consensuale di immagini intime e sessualizzanti di molte donne, che ruolo giocano concorsi come Miss Italia nella legittimazione di tali comportamenti?



### III. Cucina multietnica



La cucina etnica è entrata stabilmente nelle abitudini culinarie degli italiani e conquista soprattutto le nuove generazioni, che la scelgono con frequenza nettamente superiore rispetto agli over 50. Tra le preferenze emergono con forza le grandi cucine asiatiche — cantonese e giapponese — seguite dalla cucina messicana. Quello che un tempo era percepito come “esotico” appare oggi sempre più normalizzato e integrato nella propria routine alimentare, soprattutto tra i più giovani.

La diffusione delle cucine estere è percepita in larga parte come un arricchimento culturale e gastronomico: due italiani su tre esprimono un’opinione positiva, riconoscendole il merito di ampliare l’offerta e stimolare curiosità, seppur con la consapevolezza che tale diffusione possa mettere in difficoltà i ristoratori italiani e possa influire negativamente sulla qualità media del settore.

A trainare il fenomeno contribuiscono diversi

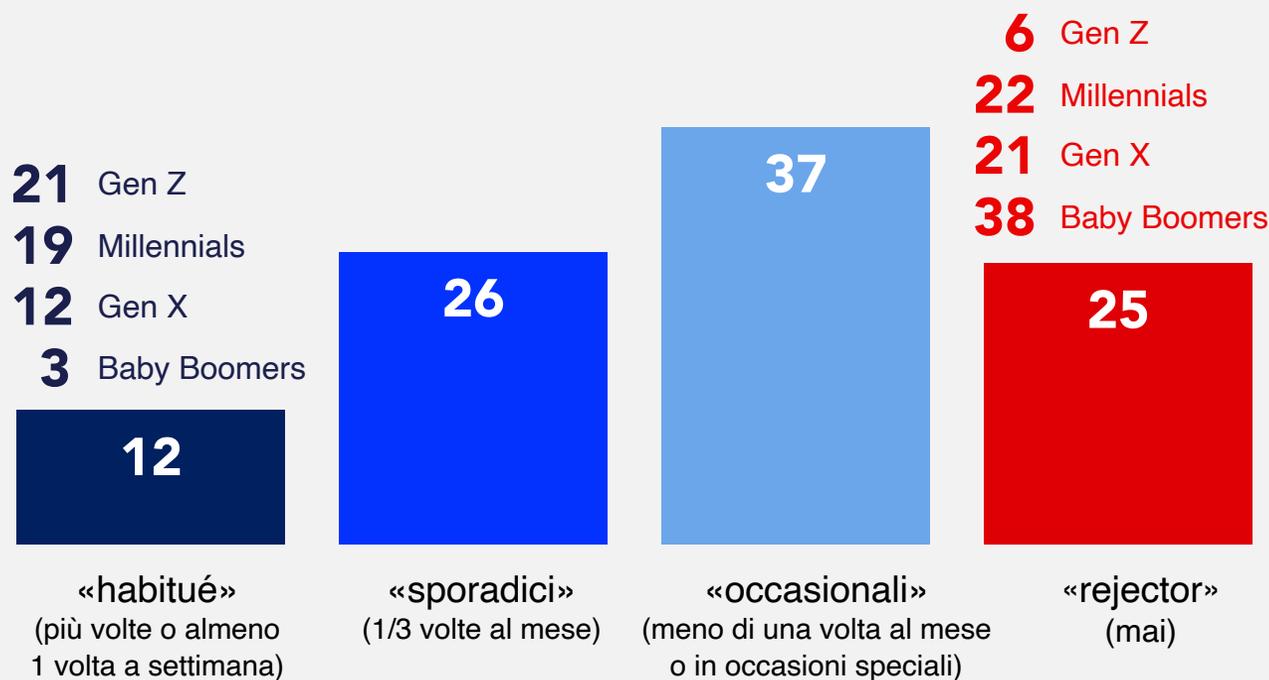
fattori: la crescente presenza di comunità straniere sul territorio, il peso della globalizzazione e della mobilità internazionale, ma soprattutto l’evoluzione dei gusti e della mentalità delle nuove generazioni, sempre più aperte al confronto interculturale e desiderose di ampliare il proprio repertorio gastronomico.

In questo contesto cresce il desiderio di vedere più alternative etniche nelle proprie città: nuove aperture vengono accolte con entusiasmo e voglia di scoperta, pur accompagnate da una quota di timore per la penalizzazione dei locali tradizionali e per possibili nuovi segmenti di clientela che minerebbero la comunità che vive il territorio circostante.

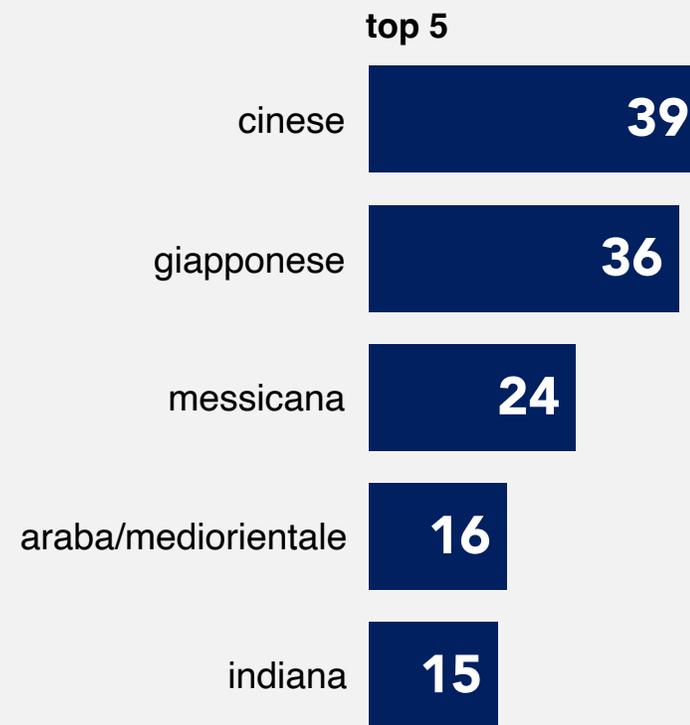
**Questa ambivalenza segnala un mercato in trasformazione, in cui la curiosità e l’apertura sembrano destinate a prevalere, ridisegnando progressivamente il panorama della ristorazione italiana.**

# La cucina etnica è ormai parte delle abitudini culinarie degli italiani, soprattutto delle nuove gen. In cima al podio le grandi asiatiche (cantonese e giapponese), bronzo per i piatti messicani

Con che frequenza le capita di mangiare cucina etnica (araba/mediorientale, cinese, giapponese, messicano, thailandese)?



Quali cucine etniche apprezza di più? (possibili più risposte)



# Prevale il favore per la diffusione della cucina etnica: un arricchimento culturale e gastronomico. I critici evidenziano il rischio di danneggiare la cucina italiana e abbassare la qualità

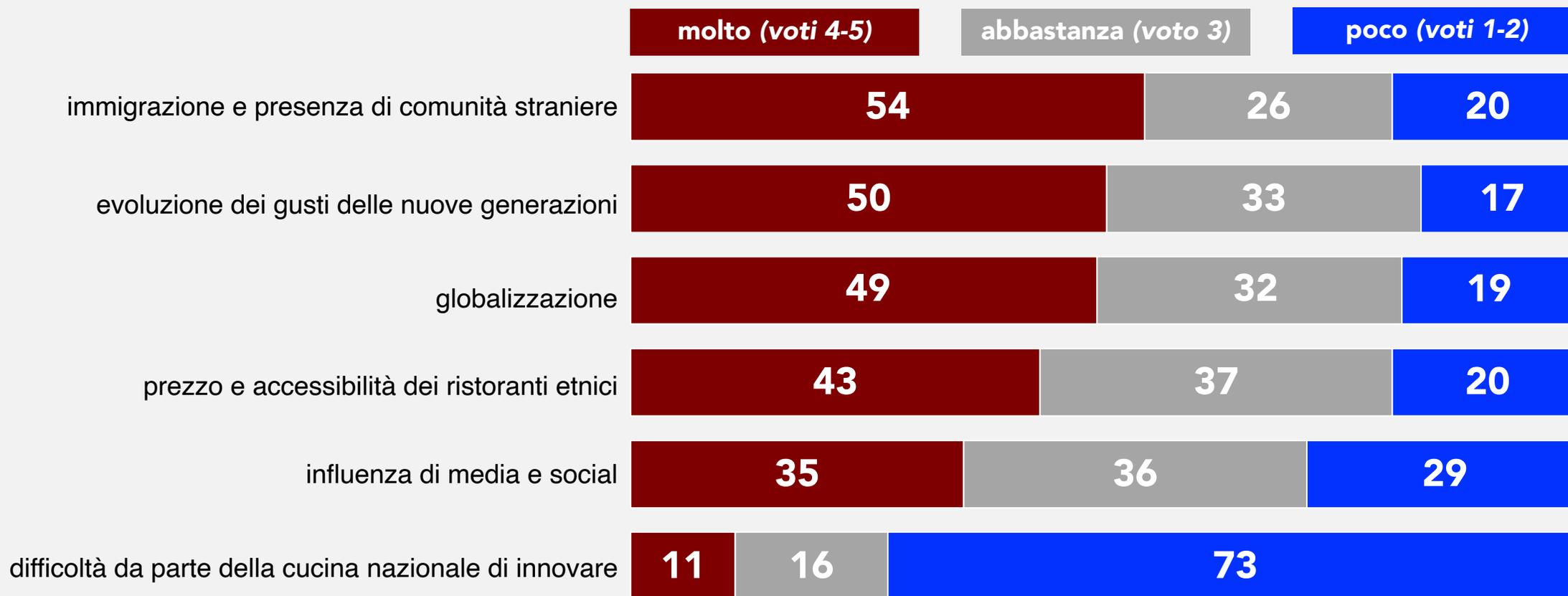
Secondo lei, la diffusione della cucina etnica in Italia... (possibili più risposte)



# La diffusione dei ristoranti etnici è dettata dalla crescita di comunità straniere, dall'evoluzione dei gusti delle nuove generazioni e facilitata dalla globalizzazione

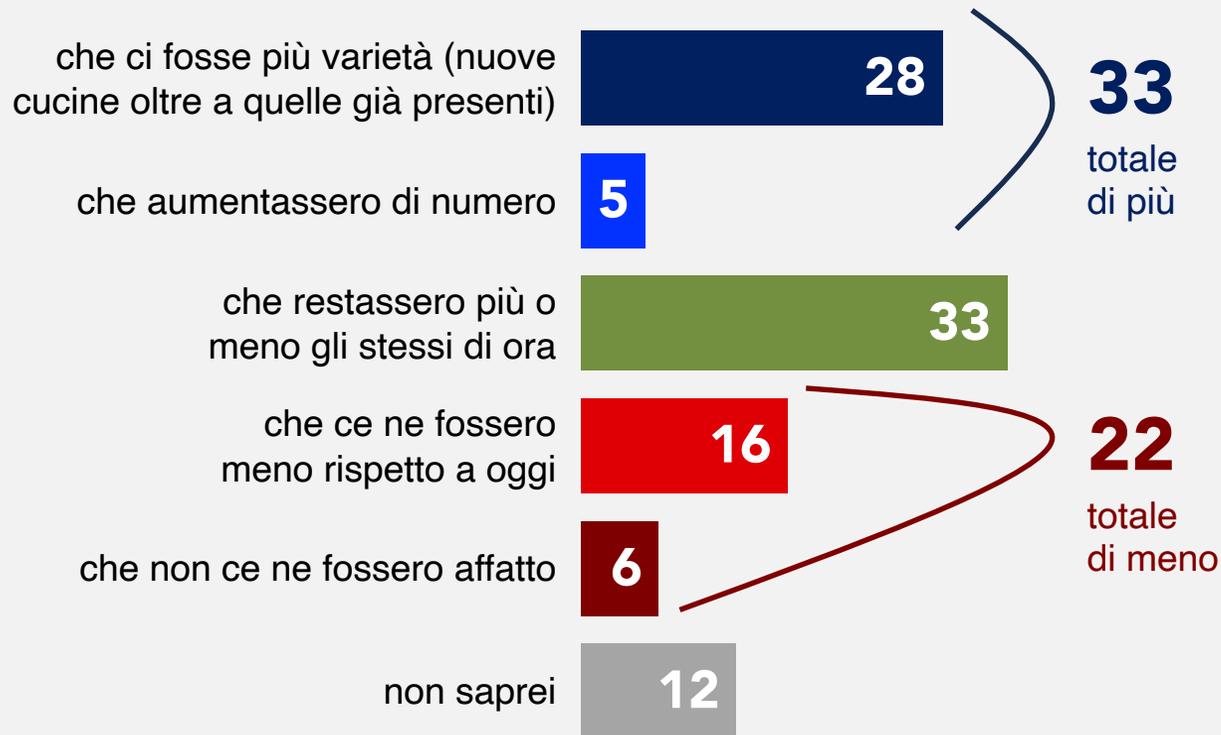
Quanto pensa incidano i seguenti fattori nella diffusione della cucina etnica in Italia?

Dia un voto da 1 a 5 dove 1 = «per niente» e 5 = «moltissimo»



# Molti desiderano più alternative etniche nelle proprie città, seppur con qualche timore per la possibile clientela e l'impatto sui locali nazionali vicini

Pensando alla presenza di ristoranti etnici nella sua città, lei preferirebbe...

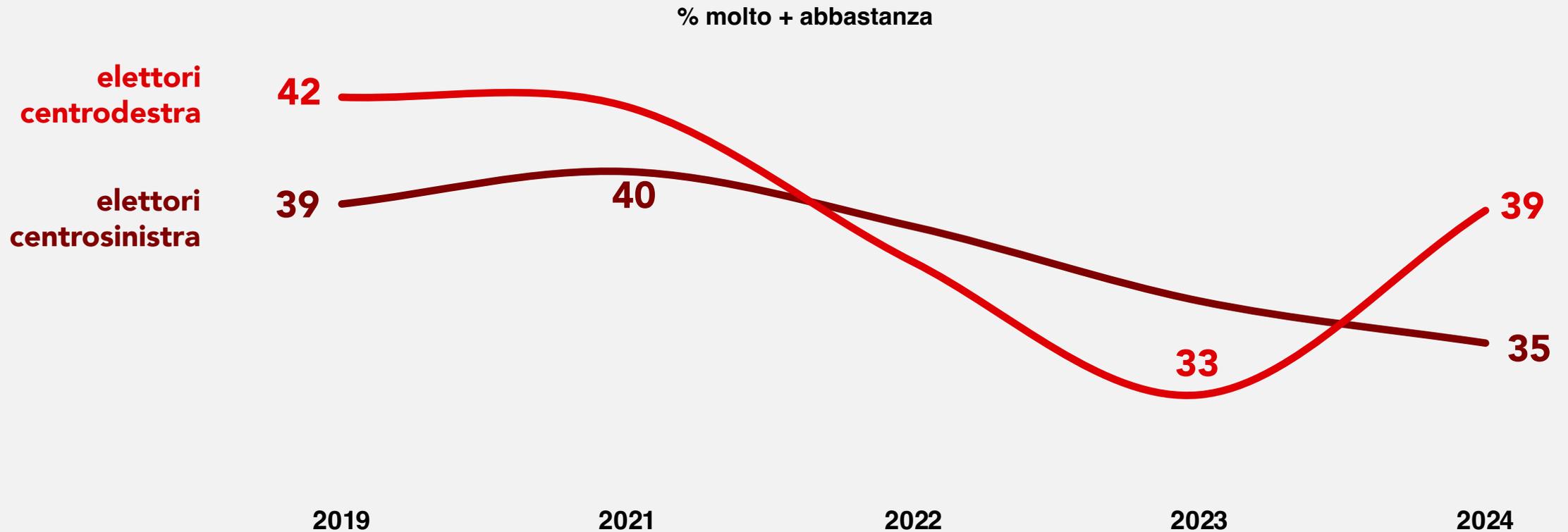


Se nella sua zona aprisse un nuovo ristorante etnico, quanto sarebbe d'accordo con le seguenti affermazioni?



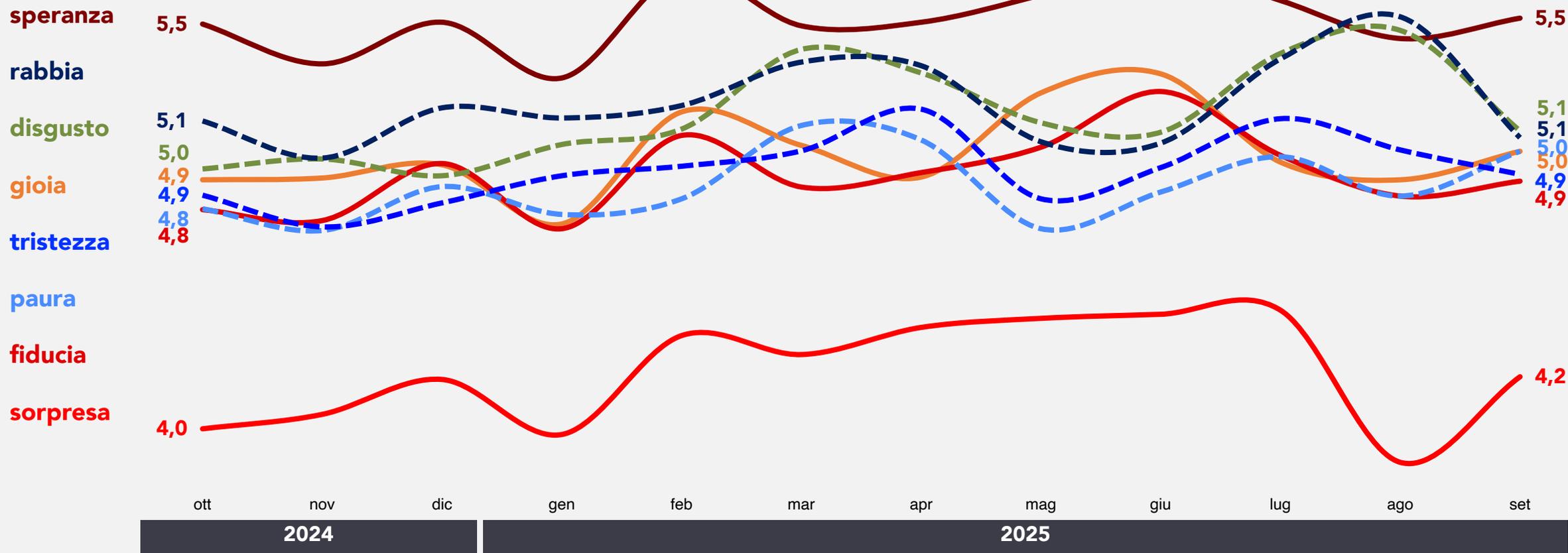
# NATO e sviluppo economico 2019-2024

Secondo lei, quanto ha contribuito la NATO negli ultimi 70 anni allo sviluppo economico e sociale del nostro Paese?



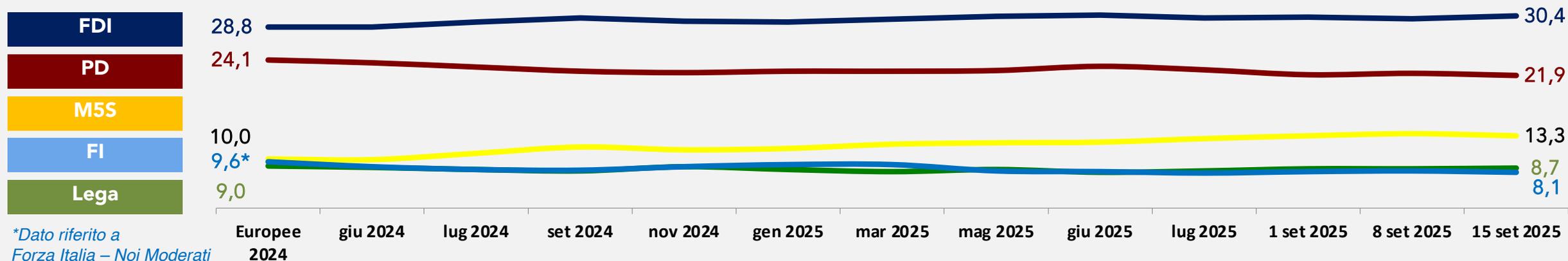
# Le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

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 settembre 2025





**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.

**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. SWG è iscritta al Registro di Trasparenza dell'UE, nel pieno rispetto degli standard di trasparenza definiti dalle istituzioni Europee (n. 364184999182-85).

**TRIESTE**

Via San Giorgio 1 - 34123  
Tel. +39 040 362525

**MILANO**

Via G. Bugatti 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320

**ROMA**

Piazza di Pietra 44 - 00186  
Tel. +39 06 42112

**BRUXELLES**

Square de Meeûs, 35  
Tel. +32 28939700

