



3 – 9 novembre 2025

- I. Il Governo Meloni
- II. Dialetti e minoranze linguistiche
- III. Educazione finanziaria

Spinner: le priorità degli italiani: inflazione e perdita del potere di acquisto – 2015-2025

Pannello: le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

Intenzioni di Voto – 10 novembre 2025



I. Il Governo Meloni



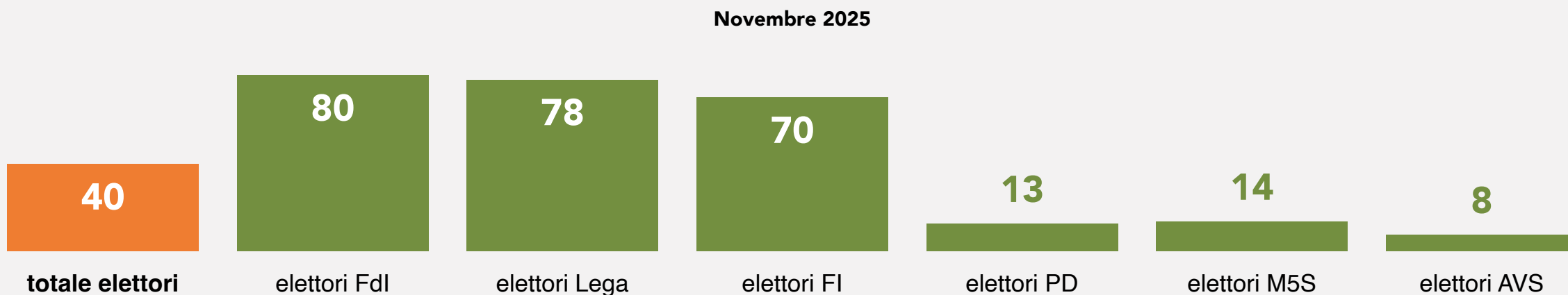
L'esecutivo guidato da Giorgia Meloni gode di un gradimento non particolarmente elevato, in termini generali, ma eccezionalmente stabile nel tempo, considerando che gran parte dei predecessori aveva subito un progressivo calo della popolarità durante il mandato. Negli ultimi 18 mesi la quota di opinioni positive sul Governo è sempre stata a ridosso del 40%, con variazioni molto limitate.

Nelle valutazioni si riscontra una forte polarizzazione: l'elettorato dei partiti della maggioranza è in larga parte soddisfatto del Governo, mentre nell'area delle opposizioni emerge una bocciatura netta. Lo stesso vale per la squadra che compone il Consiglio dei Ministri, ritenuta valida da circa un terzo degli italiani.

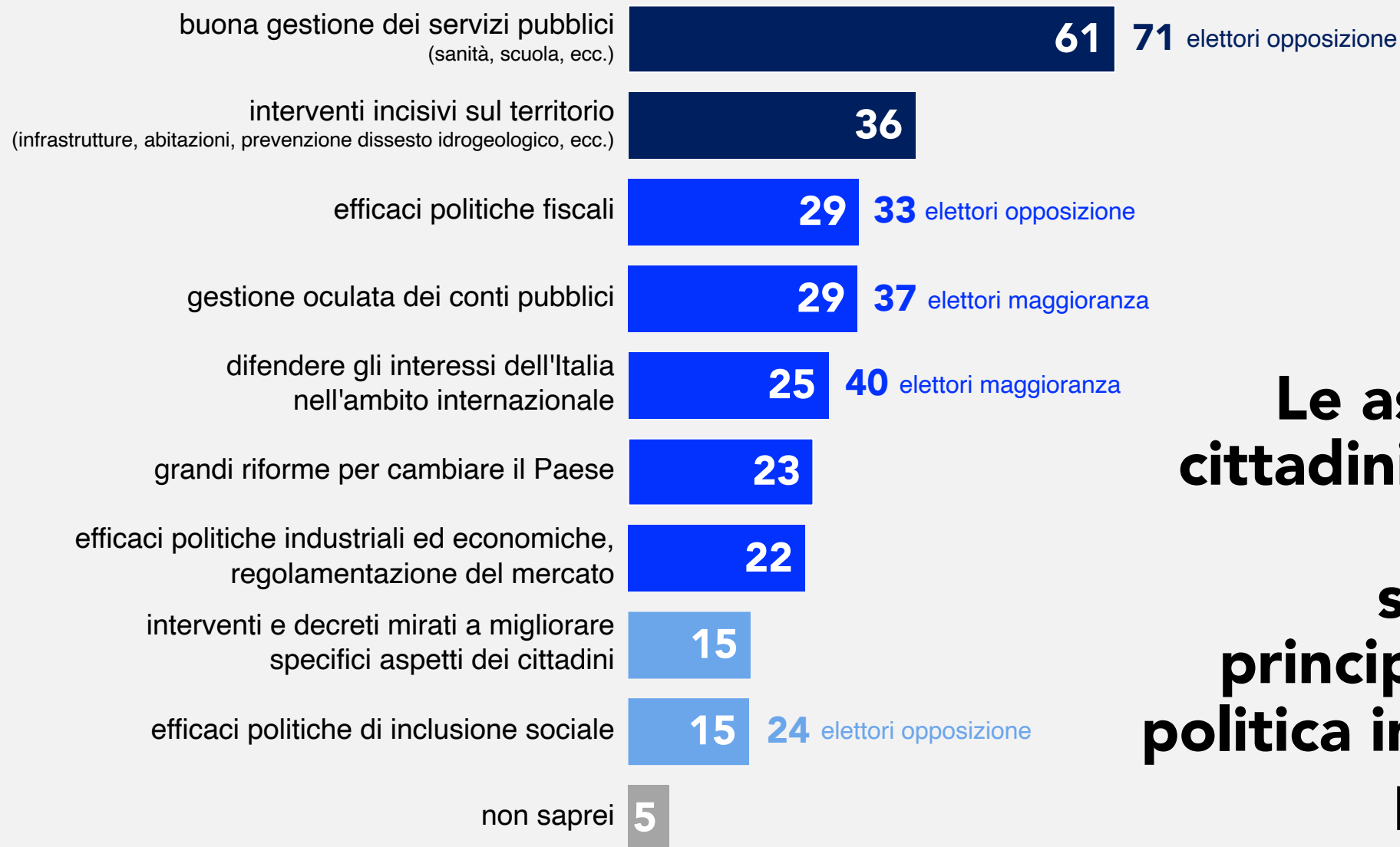
Entrando nel merito dei singoli campi d'attività, si evidenzia una discrepanza tra le aspettative nei confronti dell'operato del Governo e le constatazioni dell'effettiva efficacia. Le questioni considerate più importanti nell'agenda dell'esecutivo sono la gestione dei servizi e gli interventi infrastrutturali sul territorio, ambiti in cui la compagine di Giorgia Meloni ottiene le lodi minori. Al contrario, i suoi punti di forza, ovvero la politica estera e la gestione dei conti pubblici rivestono, agli occhi dei cittadini, una rilevanza media.

Questa divergenza tra attese e livello di soddisfazione tuttavia non impatta sull'immagine generale del Governo, in quanto l'elettorato di centrodestra si affida lo stesso a Meloni e i suoi ministri in maniera piuttosto compatta.

Il gradimento del Governo è sostanzialmente stabile da un anno e mezzo. Gode di un forte sostegno nell'area di centrodestra, con qualche perplessità in più tra gli elettori di Forza Italia



Secondo lei, quali sono tra quelle elencate, le cose più importanti che un governo deve fare per essere un buon governo? (indichi le tre più importanti)



**Le aspettative dei
cittadini nei confronti
del Governo
si concentrano
principalmente sulla
politica interna, servizi
prima di tutto**

I punti di forza del Governo Meloni sono gli affari internazionali e la gestione dei conti pubblici. Le valutazioni peggiori si registrano negli ambiti ritenuti più rilevanti, il che però non sembra impattare sul giudizio complessivo

Quanto ritiene che il Governo Meloni sia stato efficace fino ad ora nei seguenti ambiti...

% molto + abbastanza efficace



La compagine di governo è apprezzata da poco più di 1 italiano su 3, ma nella base elettorale dell'esecutivo il gradimento è alto

Tolta la Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, quanto ritiene valida nel complesso la squadra di governo, ovvero l'insieme dei Ministri?



II. Dialetti e minoranze linguistiche



Ad oltre un secolo e mezzo dall'Unità d'Italia, a riflettere la varietà di culture che caratterizza lo stivale, c'è una molteplicità di dialetti regionali e ben 12 minoranze linguistiche protette.

A parlare dialetto è la maggioranza degli italiani, ma ad usarlo spesso nella vita quotidiana è solo un terzo dei rispondenti, e con un divario generazionale tale da vedere il doppio degli over64 utilizzarlo rispetto ai giovani. Questo distacco delle nuove generazioni, assieme ad un uso concentrato in ambito familiare piuttosto che negli scambi quotidiani o nel mondo del lavoro, suggerisce un graduale declino dell'utilizzo del dialetto.

Agli occhi degli italiani, chi lo parla non ha un livello culturale più basso, ma piuttosto è più anziano, residente in aree rurali e orientato verso posizioni conservatrici.

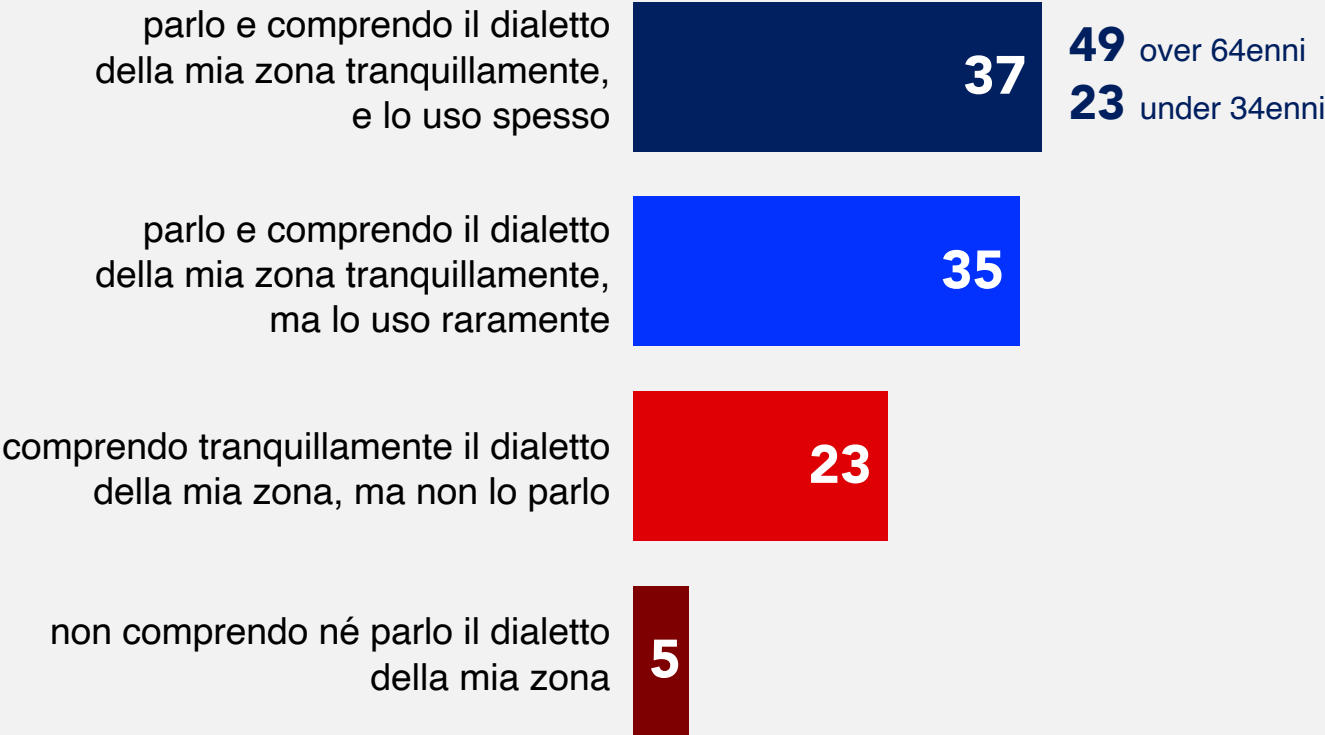
La maggioranza riconosce ai dialetti un valore identitario e culturale e chiede tutele istituzionali. Sentir parlare il proprio dialetto genera infatti senso di vicinanza e non è visto unicamente come un retaggio del passato. Anche l'uso di espressioni dialettali sulle emittenti TV nazionali è generalmente ritenuto accettabile, anche se un terzo non lo apprezza.

Quanto alle minoranze linguistiche, gli italiani in gran parte le considerano un arricchimento culturale piuttosto che un problema, e ad esserne convinti sono soprattutto i 35-44enni.

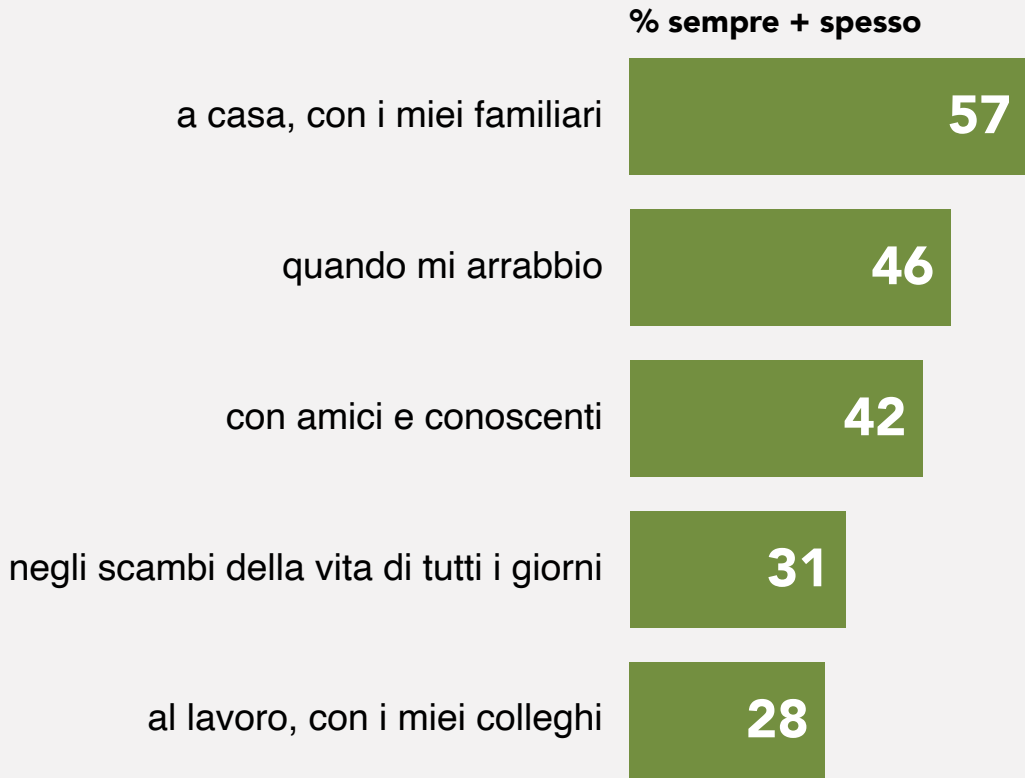
Nel complesso, i dialetti resistono come patrimonio identitario, ma perdono spazio nell'uso quotidiano, soprattutto fra i giovani e nei contesti formali.

La maggioranza degli italiani parla il dialetto della propria zona, ma è poco più di 1 su 3 ad utilizzarlo regolarmente. Contesti familiari ed informali i luoghi di utilizzo, ma oltre 1 su 4 lo usa anche al lavoro

Lei personalmente:

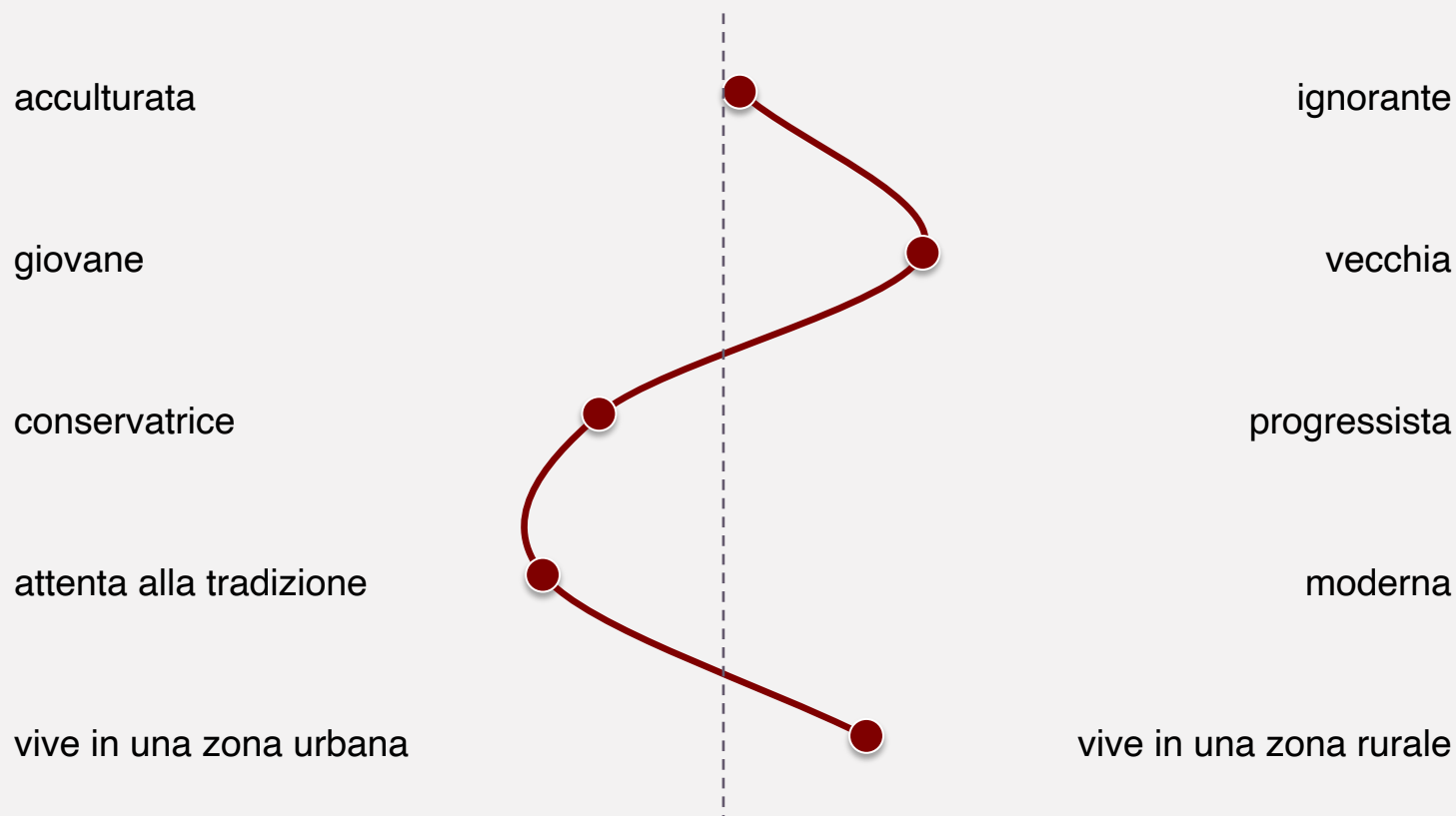


In quali contesti le capita di parlare dialetto?
(risponde chi parla in dialetto)

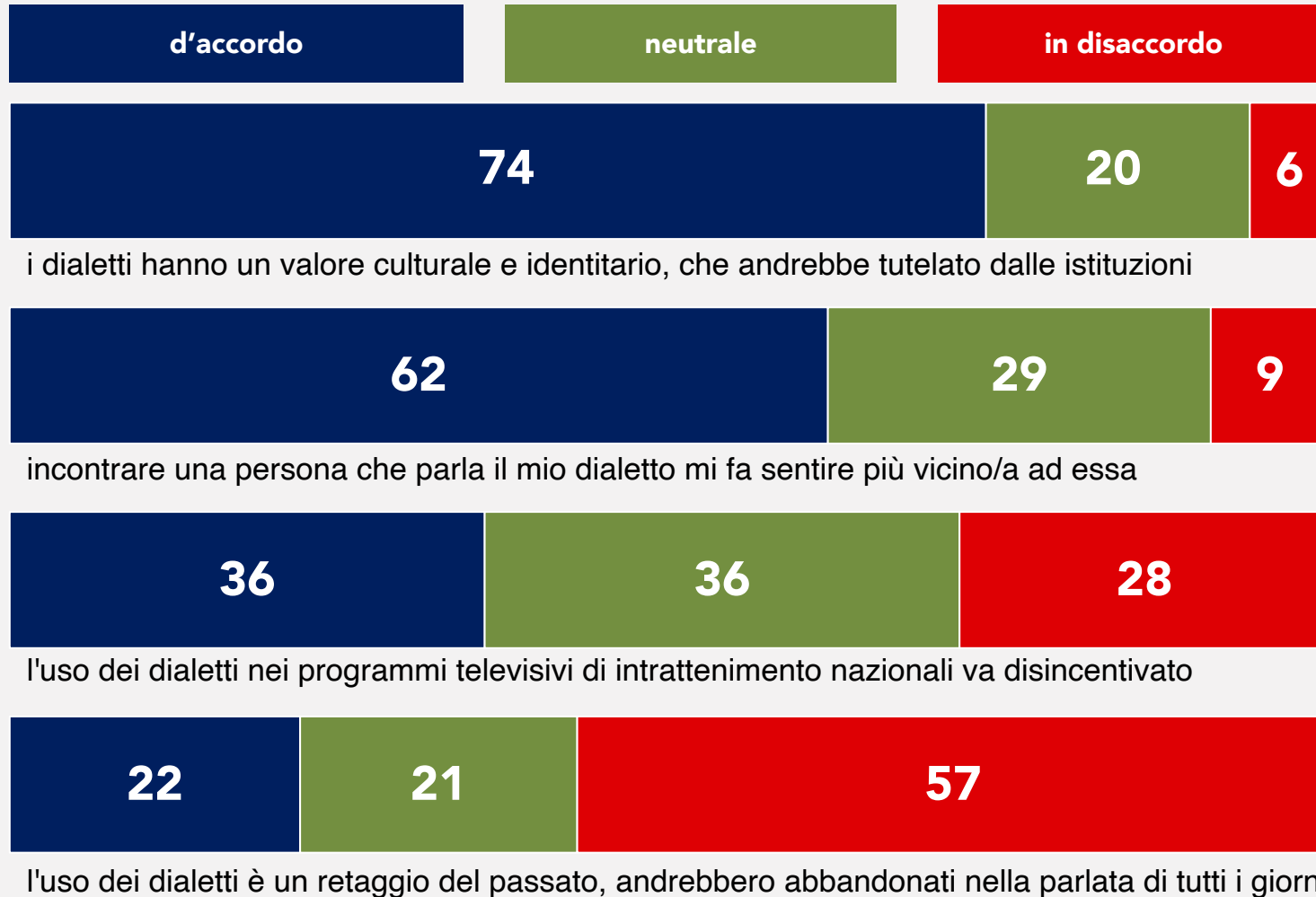


L'utilizzo del dialetto è associato prevalentemente all'età avanzata, a persone conservatrici e tradizionaliste ed alle aree rurali. Giudizio neutrale invece sul livello culturale di chi lo adopera

Secondo lei, una persona che parla dialetto è:



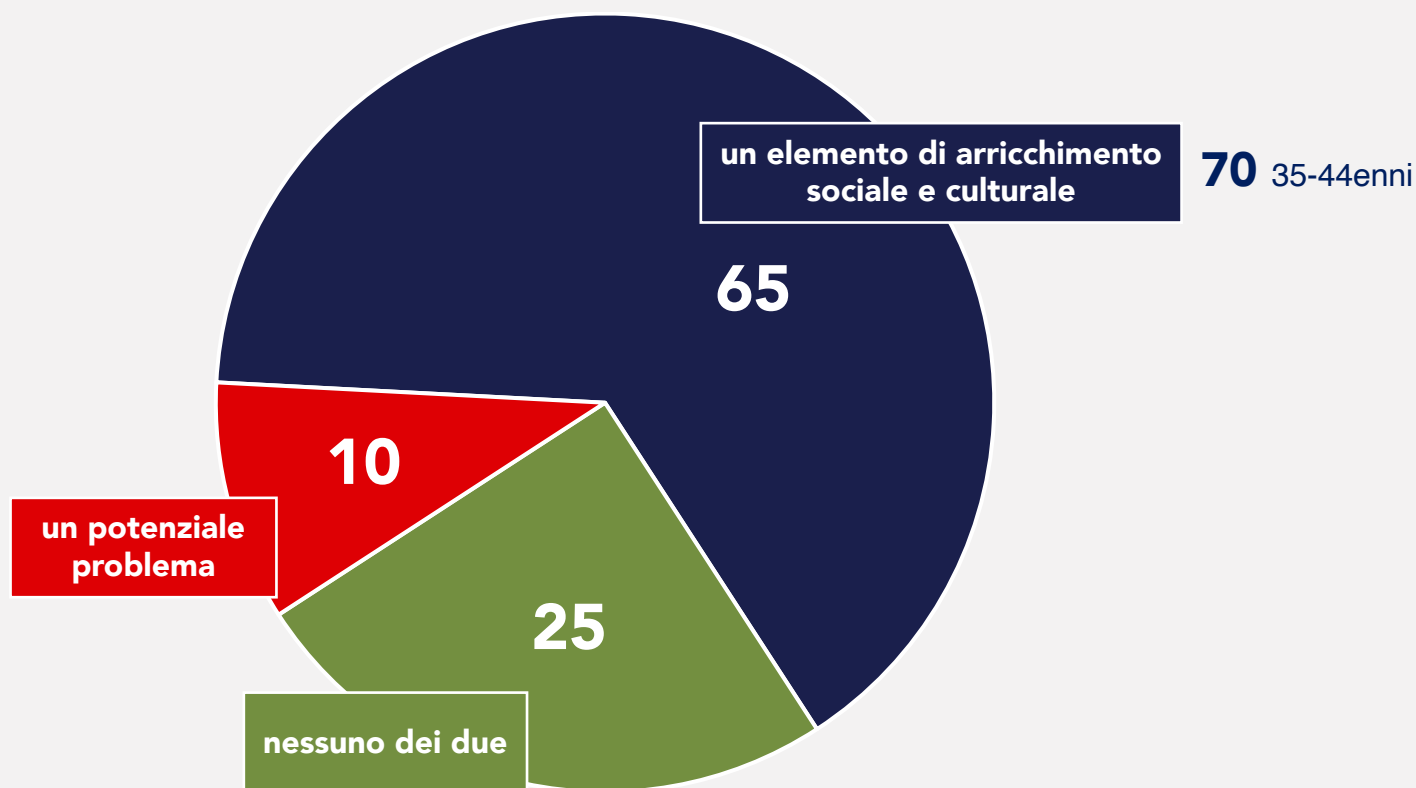
A questo riguardo, le chiediamo il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni...



La maggioranza degli italiani riconosce il valore culturale e identitario dei dialetti. 1 su 3 però non apprezza il loro uso nelle trasmissioni TV nazionali

Le minoranze linguistiche sono considerate un elemento di arricchimento sociale e culturale da 2 italiani su 3

Ritiene che le minoranze linguistiche presenti in Italia siano principalmente...



III. Educazione finanziaria



Novembre è il Mese dell'Educazione Finanziaria, un'iniziativa promossa dal Ministero dell'Economia e delle Finanze per sensibilizzare i cittadini sull'importanza di una gestione consapevole delle proprie risorse. L'obiettivo è favorire una cultura del risparmio e della pianificazione finanziaria che accompagni le scelte quotidiane e rafforzi la capacità di affrontare il futuro in modo critico e informato.

Nonostante sia riconosciuto come cruciale, il tema continua a essere percepito come poco accattivante e spesso distante dalla realtà quotidiana. Se quasi tutti gli italiani ritengono importante pensare al proprio futuro dal punto di vista finanziario, circa il 30% dei rispondenti dichiara di non poterlo fare. Inoltre, un italiano su due associa al risparmio sentimenti di stress, segnale di un rapporto ancora fragile e non

pienamente sereno con il tema.

Sono soprattutto i ceti fragili a ritenere meno importante la pianificazione finanziaria e a pensare al futuro con forte fatalismo e rassegnazione. In generale, emerge un bisogno informativo sull'argomento, che spesso non viene comunicato in modo chiaro e utile.

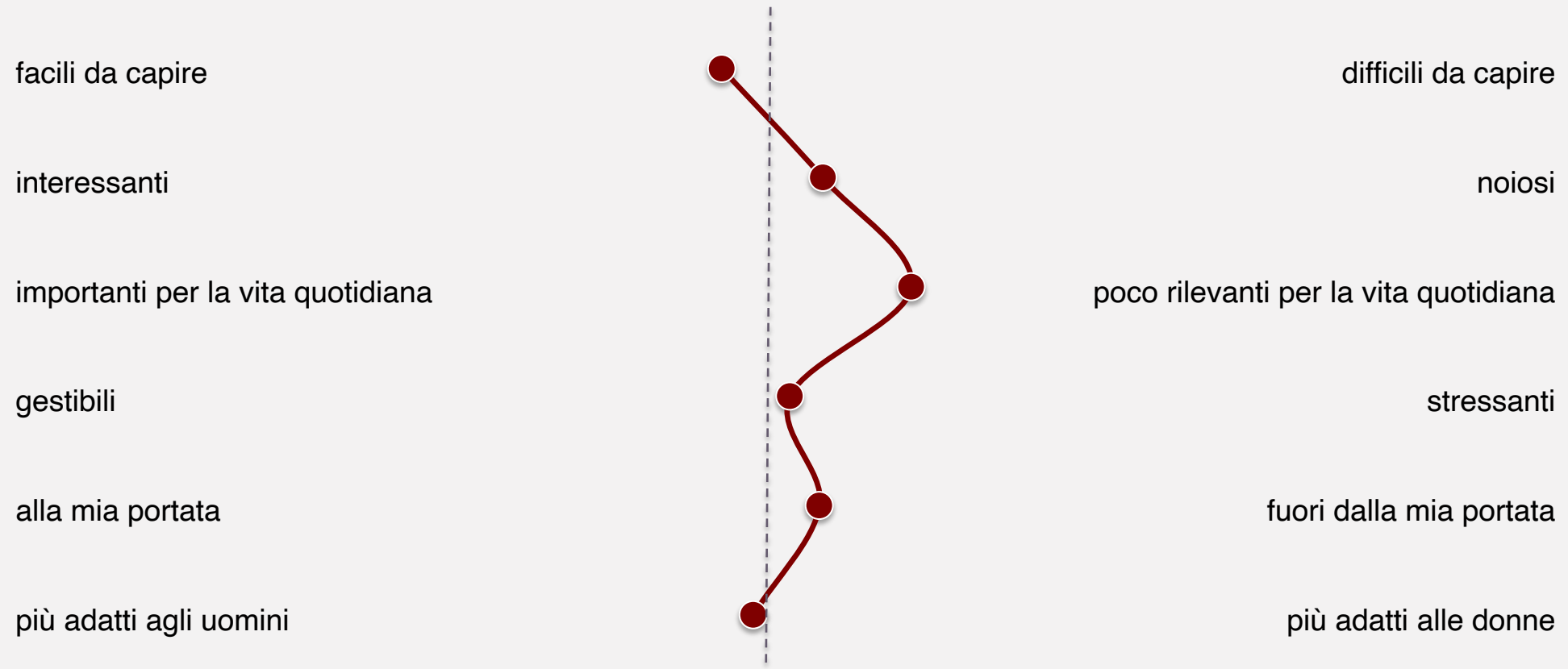
A tal proposito, il 91% dei cittadini sostiene l'introduzione dell'educazione finanziaria nelle scuole, riconoscendone il valore nel preparare le nuove generazioni a scelte più consapevoli.

In questo contesto, investire in alfabetizzazione finanziaria appare decisamente opportuno.

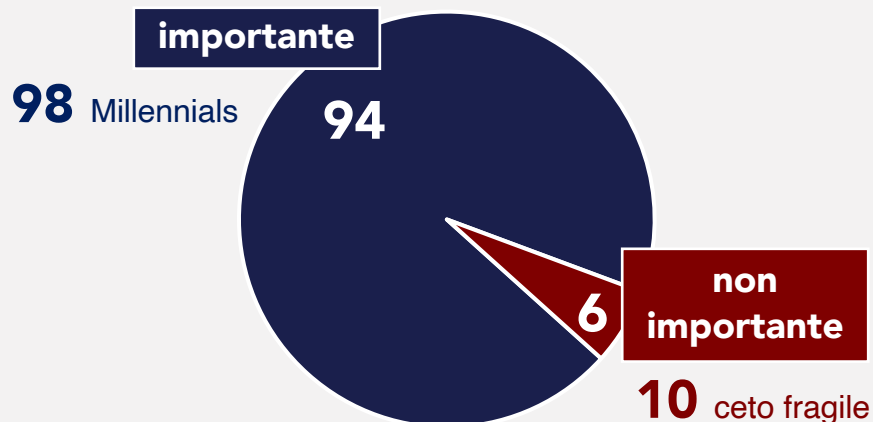
I risultati indicano una richiesta forte e trasversale di competenze nonché richiamano alla riflessione sull'efficacia dei messaggi e degli strumenti oggi disponibili.

I temi legati al risparmio e alla pianificazione finanziaria sono percepiti dagli italiani come distanti e spesso noiosi, e una larga parte di cittadini fatica a vederne l'impatto diretto nella vita quotidiana

Per quella che è la sua esperienza, i temi legati al risparmio e alla pianificazione finanziaria sono...

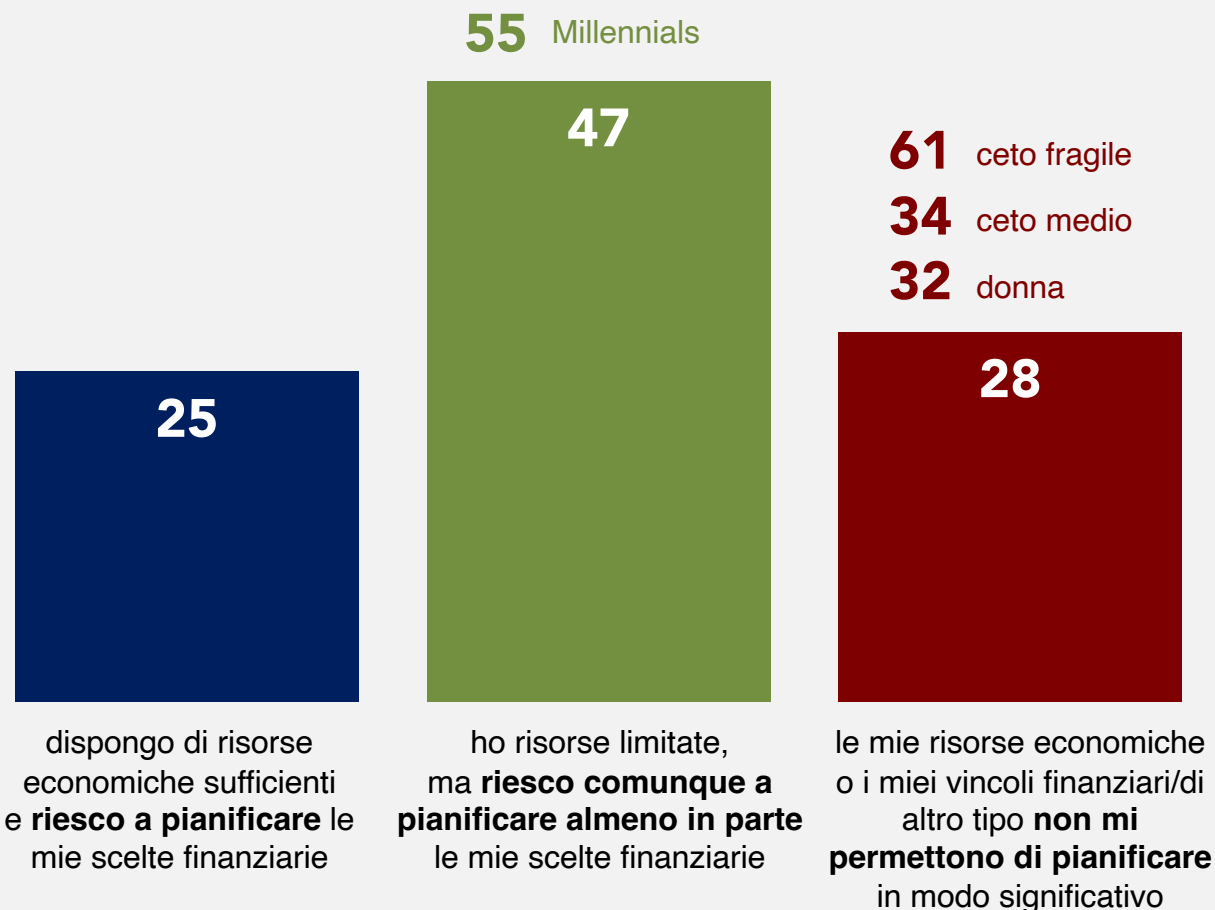


Novembre è il mese dell'Educazione Finanziaria, un'iniziativa che sensibilizza i cittadini sull'importanza di saper gestire le proprie risorse economiche. Personalmente, quanto ritiene importante pianificare le scelte finanziarie future?



Per la quasi totalità degli italiani pianificare le scelte finanziarie è importante. Tuttavia, oltre un quarto dei cittadini dichiara di non avere la possibilità di farlo

In che misura ritiene che la pianificazione finanziaria sia compatibile con la Sua situazione, considerando le risorse economiche a sua disposizione e gli eventuali vincoli finanziari personali (es. mutuo, prestiti, spese fisse)?

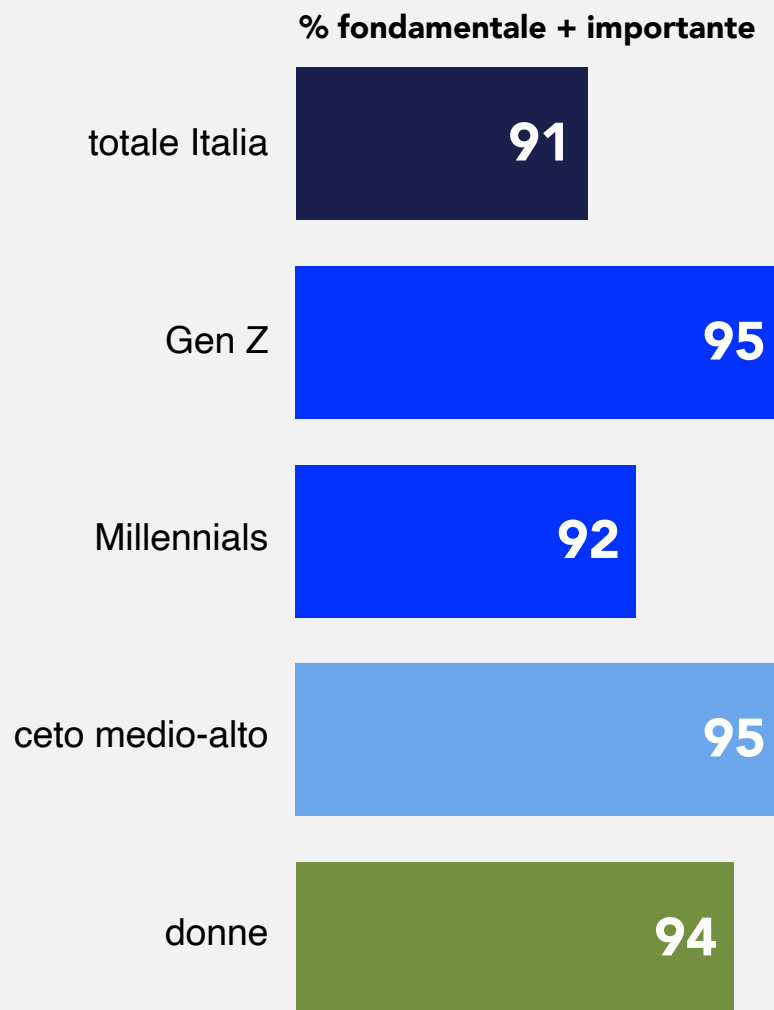


Temi che dovrebbero catturare l'interesse di tutti, ma comunicati in modo inefficace: è l'opinione di oltre 8 su 10. Pensare al risparmio stressa quasi 1 su 2, soprattutto Millennials e ceti meno abbienti

Indichi il suo grado di accordo o disaccordo in merito alle seguenti affermazioni sul tema del risparmio e della pianificazione finanziaria.

	% d'accordo	Gen Z	Millennials	Ceto fragile
la pianificazione finanziaria è un tema importante che dovrebbe essere interesse di tutti, indistintamente dalla situazione socio-economica	85	72	86	77
la pianificazione finanziaria è un tema importante, ma viene comunicata in modo poco chiaro o poco vicino alle persone	84	77	<u>89</u>	84
vorrei saperne di più sulle opportunità del mercato, ma non trovo materiale informativo adatto a chi vuole iniziare a informarsi	66	64	67	61
mi sembrano temi difficili, adatti solo a chi ha competenze specifiche	62	64	62	<u>66</u>
pensare al risparmio mi genera stress, preferisco non pensarci e in qualche modo mi arrangerò	48	50	<u>55</u>	<u>54</u>

Dal 2024 è stato introdotto formalmente l'insegnamento dell'Educazione Finanziaria nelle scuole di ogni ordine e grado all'interno delle ore di educazione civica. A suo avviso quanto è importante alfabetizzare a temi finanziari gli studenti partendo dai banchi di scuola?



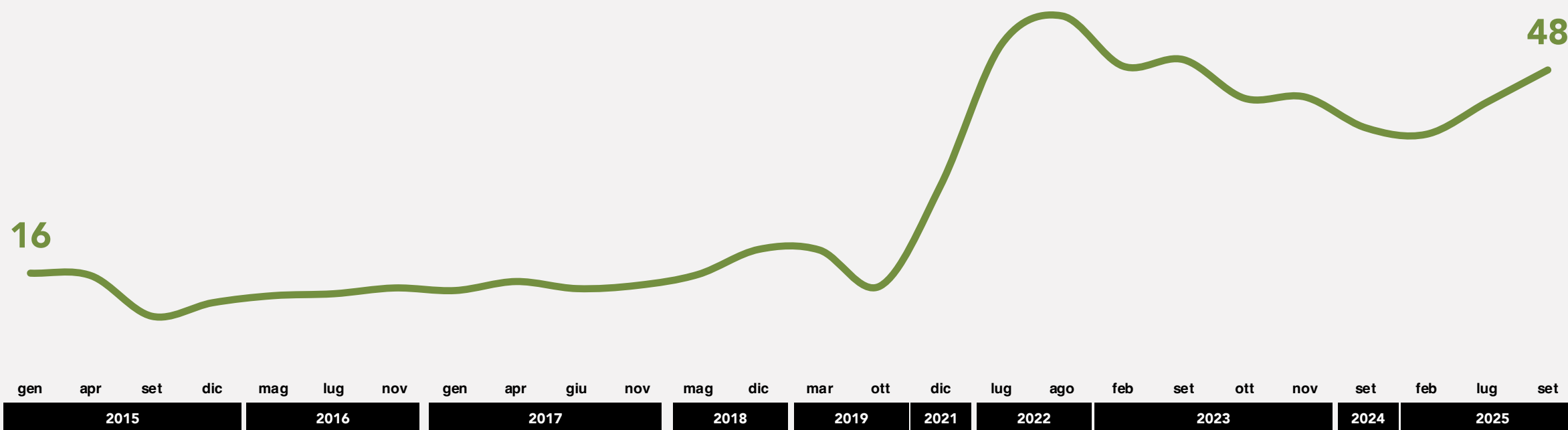
**Sì all'insegnamento
dell'Educazione Finanziaria nelle
scuole: una misura cruciale
per 9 cittadini su 10.
Tra i più convinti le giovani
generazioni, chi ha un
reddito medio-alto e le donne**

Le priorità degli italiani: inflazione e perdita del potere di acquisto – 2015-2025

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

Tra i seguenti problemi, in questo momento, quali la preoccupano maggiormente? (possibili 3 risposte)

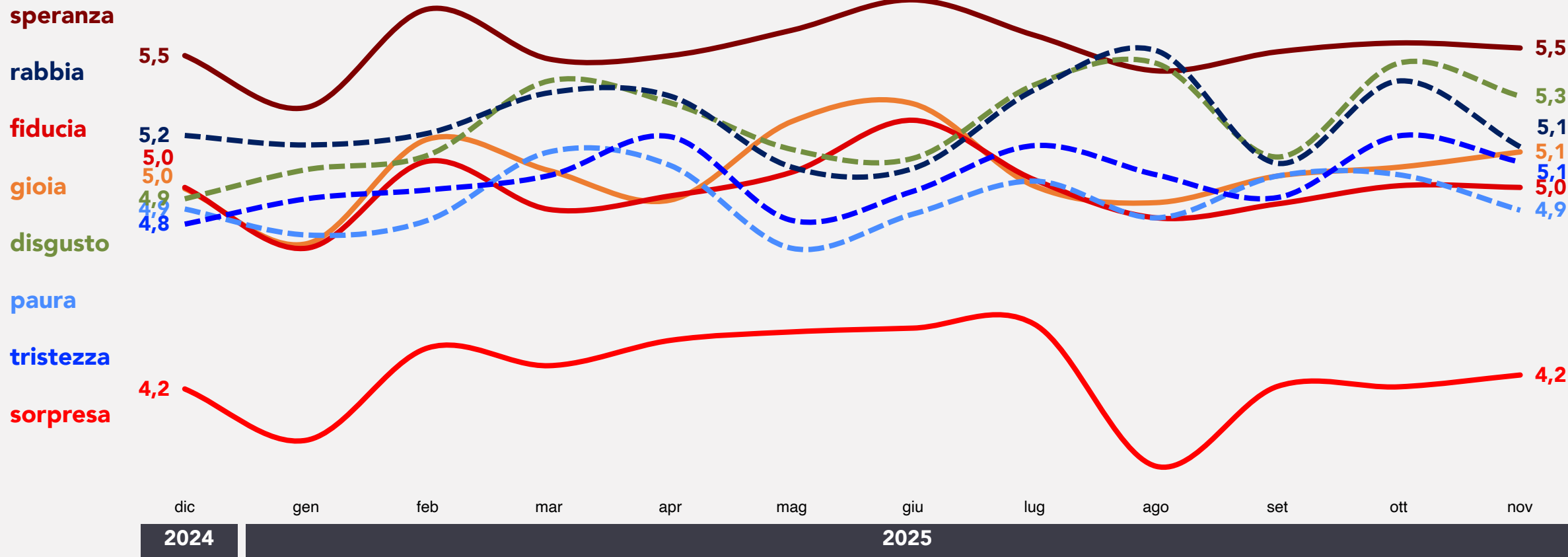
aumento dei prezzi e perdita del potere di acquisto



Le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

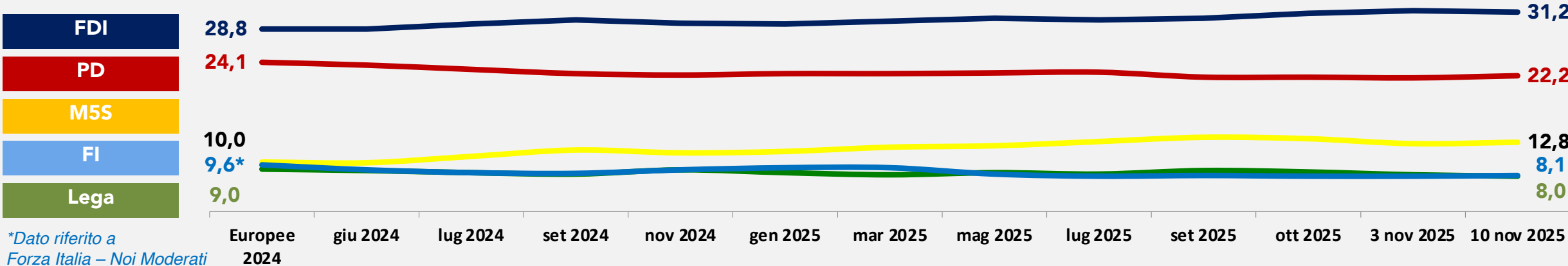
Pannello SWG è la fotografia periodica che raccoglie e sintetizza i principali trend sui sentimenti, le preoccupazioni e le abitudini degli italiani. Include percezioni come fiducia economica, consumi e risparmi, comportamenti sociali e percezione del futuro.

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

10 novembre 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

swg.it | info@swg.it | pec: info@pec.swg.it



@swg_research



@swg_research



SWG S.p.A.

