



24 – 30 novembre 2025

- I. Il Campo Largo
- II. La «famiglia nel bosco»
- III. Prodotti per la cura della persona

Spinner: indifferenza alla politica – 2014-2025

Pannello: monitor consumo e risparmio delle famiglie

Intenzioni di Voto – 1 dicembre 2025



I. Il Campo Largo



Superata la metà del suo mandato, il Governo Meloni continua a godere di un ampio consenso. L'indagine SWG ha esplorato le motivazioni di questo successo, evidenziando che per circa il 40% degli italiani la ragione principale risiede nella mancanza di un'alternativa valida e unita nell'ambito dell'opposizione. Questo parere è condiviso non solo da circa la metà degli elettori di opposizione, ma anche dal 27% di quelli di maggioranza.

L'ipotesi del "Campo Largo" unitario in effetti ancora non convince: al momento, solo una minoranza reputa questo schieramento competitivo e credibile come alternativa di governo. La base elettorale del centrosinistra si dimostra più fiduciosa nelle potenzialità del Campo Largo, ma anche in questo caso 1 elettore su 3 esprime perplessità al riguardo.

Si registra però un ampio consenso tra gli elettori dell'area di centrosinistra e anche del Movimento 5 Stelle sull'urgenza di strutturare subito una coalizione unitaria nella prospettiva di battere il centrodestra. L'orientamento è chiaro anche sulle modalità operative: il leader del Campo Largo dovrebbe essere scelto tramite primarie e i partiti dovrebbero essere pronti a scendere a compromessi per costruire l'alleanza più ampia possibile. In effetti, se la presenza di PD, AVS e M5S è data praticamente per scontata, si riscontrano ampie aperture anche alle altre formazioni dell'area.

Risulta chiara quindi la richiesta degli elettori delle opposizioni di un'alternativa convincente al Governo, capace di superare attriti e differenze interne per diventare credibile e competitiva.

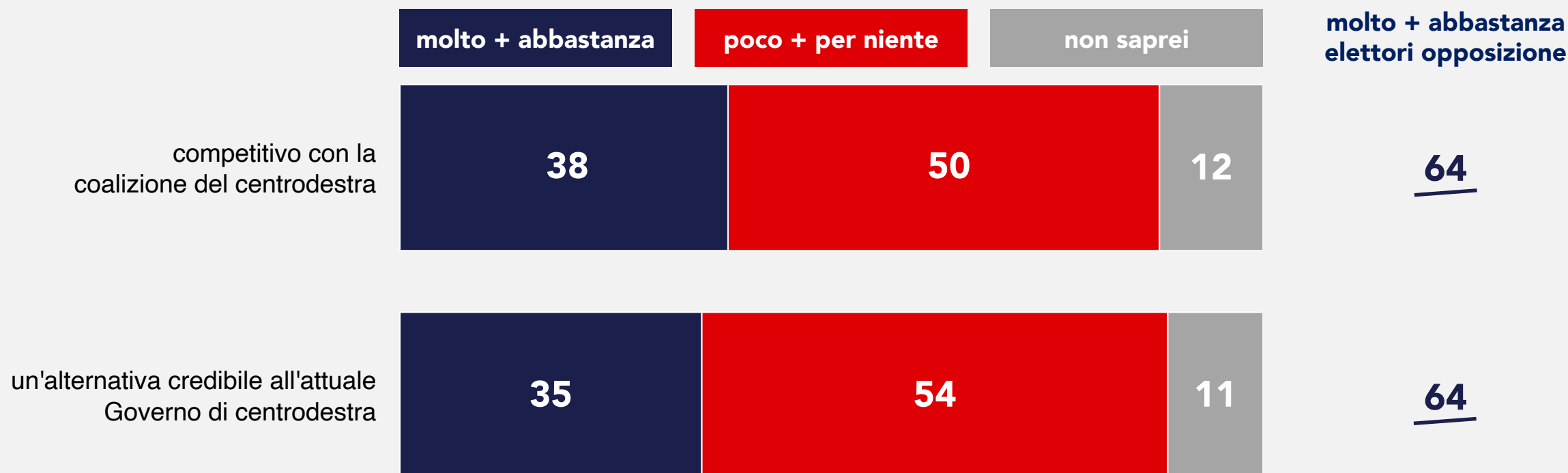
Considerando il panorama politico attuale, quali ritiene siano i due fattori che contribuiscono maggiormente alla stabilità del Governo di centrodestra in Italia? (possibili 2 risposte)



La stabilità del Governo viene associata soprattutto alla mancanza di un'alternativa valida, soprattutto da parte degli elettori di opposizione

Metà degli italiani dubita della competitività e della credibilità del Campo Largo come alternativa al centrodestra. C'è però maggiore fiducia nella base elettorale delle opposizioni

I principali partiti di opposizione (come Partito Democratico, Movimento 5 Stelle, Alleanza Verdi-Sinistra, ecc.) stanno formando una coalizione unitaria, il Campo Largo, in vista delle prossime elezioni politiche. Quanto ritiene il Campo Largo...



Ampio consenso nell'elettorato di riferimento del Campo Largo per costituire subito un'alleanza stretta. 3 su 4 sostengono la prospettiva delle primarie e l'esigenza di scendere a compromessi

Per ciascuna delle seguenti affermazioni, indichi se è d'accordo o in disaccordo:

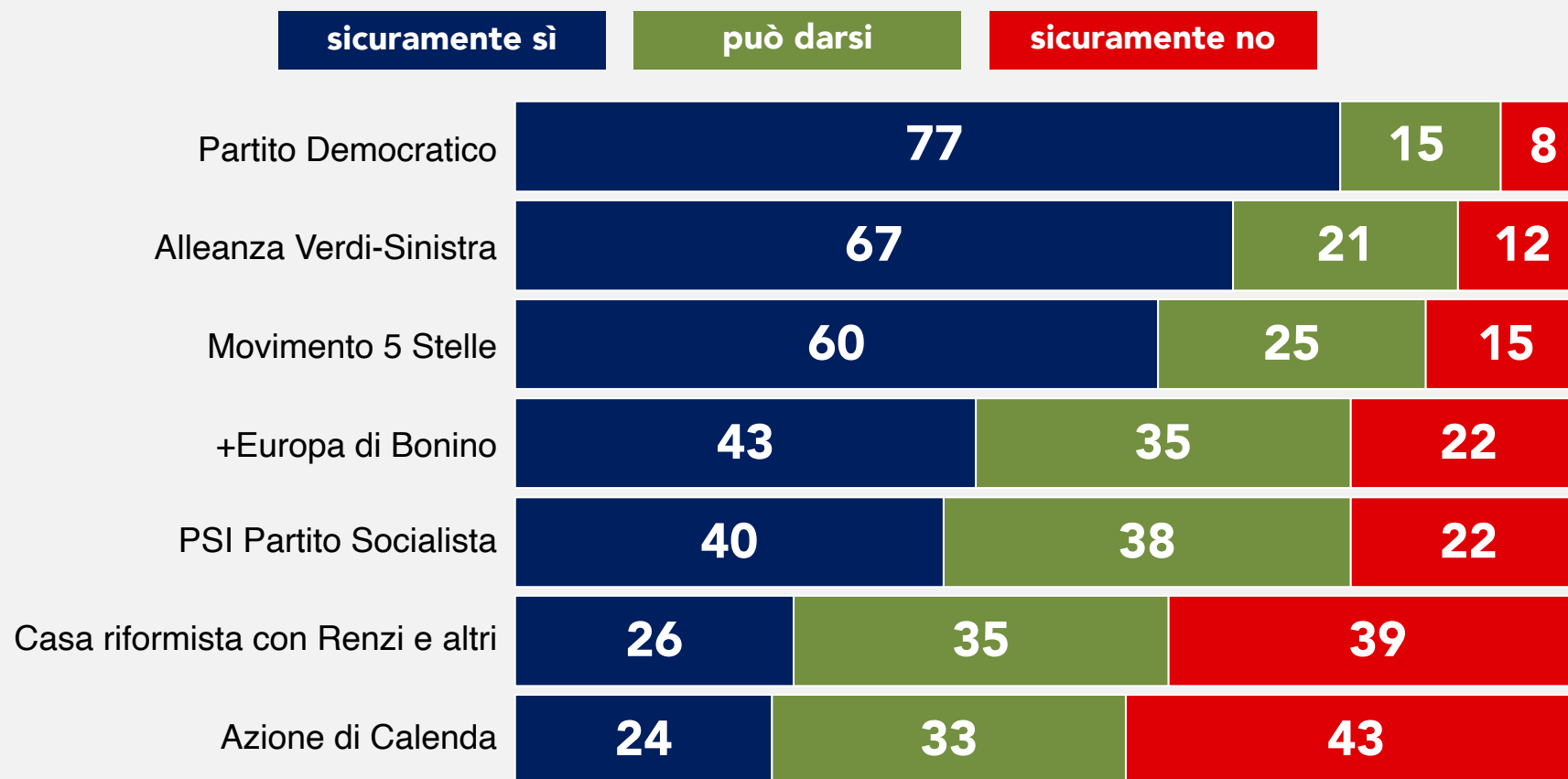
Rispondono gli elettori di centrosinistra e area M5S

	% accordo	elettori PD	elettori M5S	elettori AVS
i partiti del Campo Largo devono accordarsi per un'alleanza più stretta e strutturata già da subito	81	<u>89</u>	<u>85</u>	83
il leader del Campo Largo deve essere scelto attraverso le Primarie	73	76	<u>82</u>	<u>82</u>
il Campo Largo deve trovare compromessi e includere un'alleanza il più ampia possibile per battere la destra	72	<u>83</u>	74	68
alle prossime elezioni politiche è meglio rischiare una nuova vittoria del centrodestra che fare alleanze improprie tra PD e Movimento 5 Stelle	26	21	<u>29</u>	10

Composizione del Campo Largo secondo i suoi elettori: PD, AVS e M5S la base certa, ma anche su tutte le altre formazioni i veti sono minoritari

Secondo lei, quali partiti dovrebbero far parte della coalizione che si contrappone al centrodestra e quali no?

Risponde chi vota uno dei partiti indicati



II. La «famiglia nel bosco»



Il caso della «famiglia nel bosco» ha colpito profondamente l'opinione pubblica italiana tanto che 9 italiani su 10 hanno sentito parlare di questo caso.

Le opinioni sull'accaduto sono nettamente polarizzate. Da un lato chi plaude la scelta anticonformista dei genitori e considera ogni intervento dello Stato sulle scelte genitoriali una ingerenza indebita; dall'altro chi antepone ad ogni altra considerazione la tutela dei minori e delle loro condizioni di salute.

Due orientamenti che riflettono due diversi atteggiamenti politici (il primo più condiviso dagli elettori di maggioranza, il secondo dagli elettori di opposizione), ma che ci raccontano anche molto altro.

Esiste una quota di opinione pubblica per la quale le regole di Diversity &

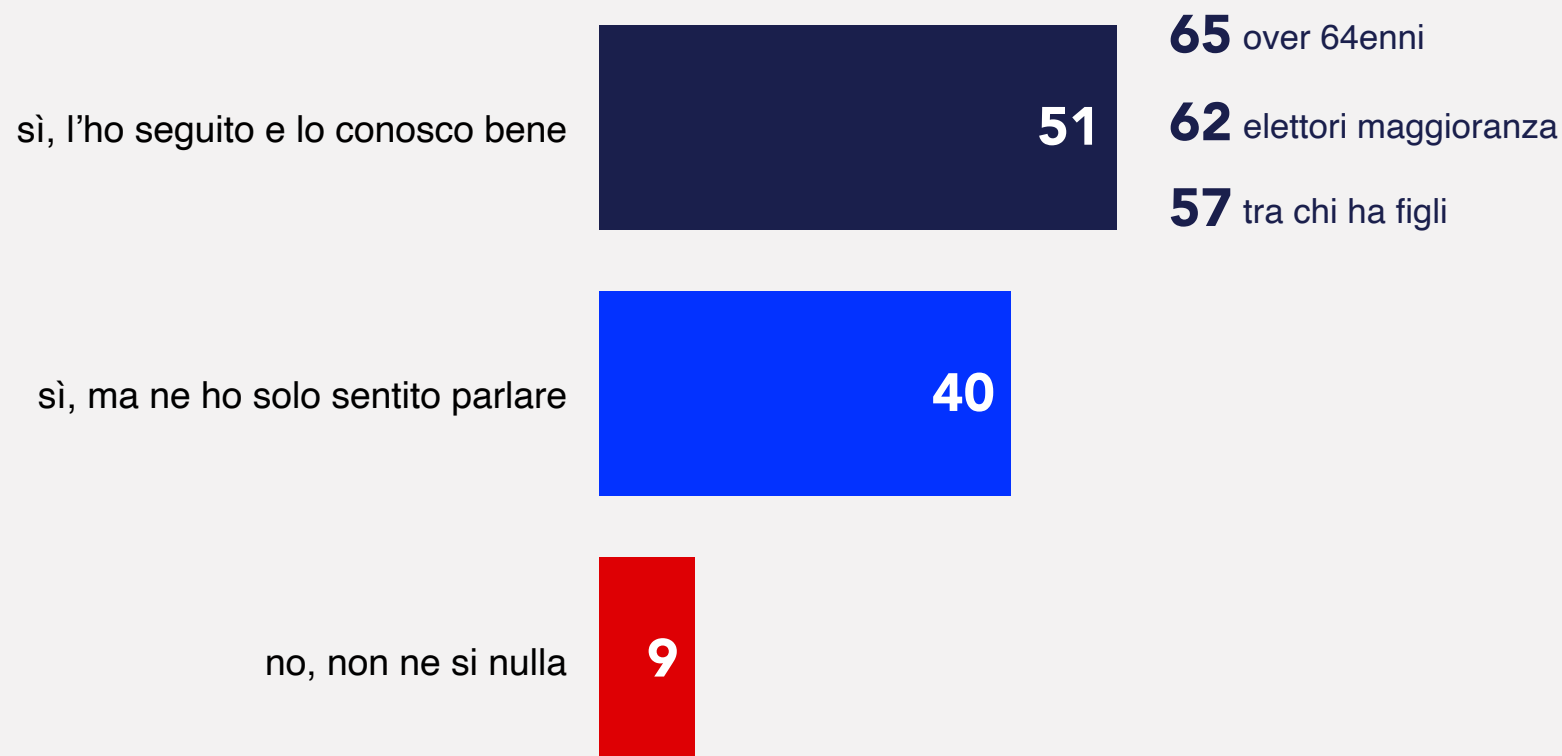
Inclusion e il politically correct appaiono sempre meno condivise e sopportabili, e che considera l'intervento dello Stato su tutto ciò che riguarda la famiglia sostanzialmente inaccettabile.

In questo contesto la «famiglia nel bosco» viene considerata da un lato come un campione della resistenza anti-sistema attraverso le sue scelte così radicali, dall'altro come un esempio dell'eccesso di ingerenza dello Stato nella vita privata dei cittadini.

Per 4 italiani su 10 tutti i genitori dovrebbero avere sempre la libertà di crescere i figli secondo il proprio stile di vita, anche quando questo è estremo. Un confine netto tra spazio pubblico e spazio privato, che denota una potenziale frattura sociale e culturale da monitorare con attenzione per i prossimi anni.

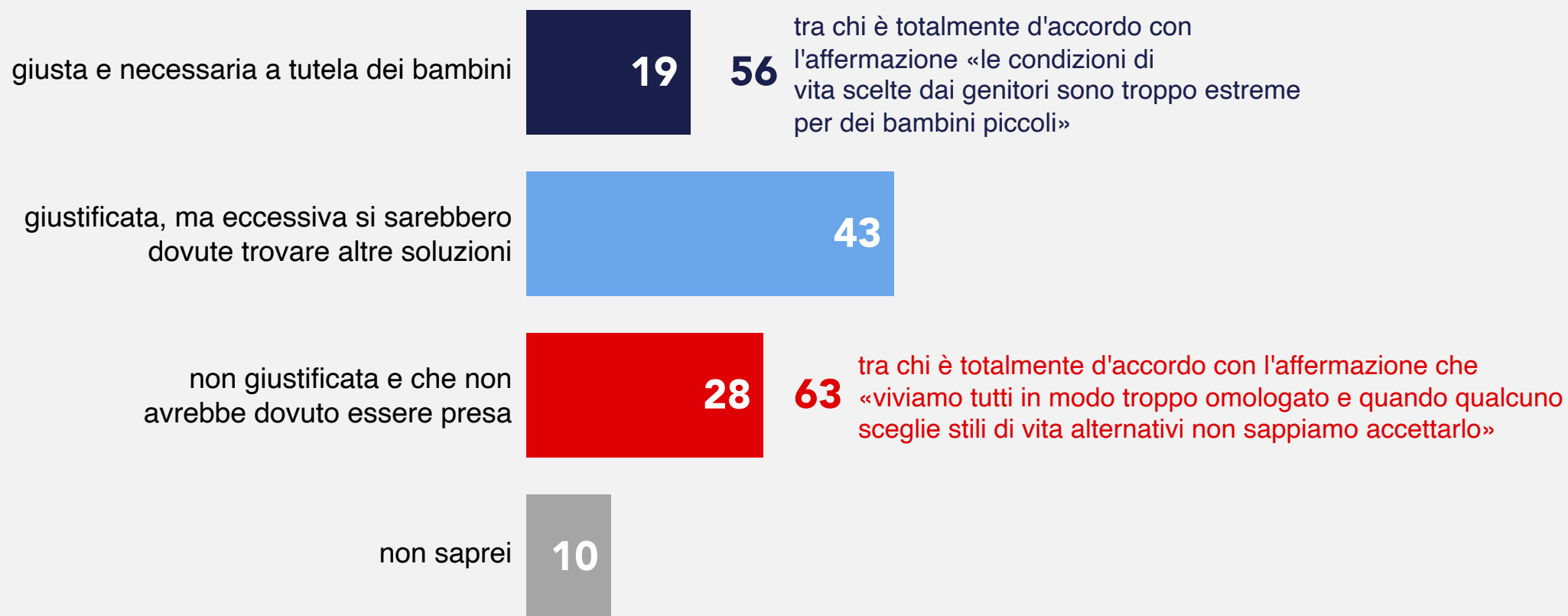
La famiglia nel bosco: una notizia che ha fatto breccia nell'opinione pubblica. 9 italiani su 10 ne hanno sentito parlare

Parliamo ora della «famiglia nel bosco», ovvero di quella famiglia che ha scelto di vivere nei boschi di Palmoli, immersi nella natura, in una casa senza luce né acqua corrente, coinvolta in un caso giudiziario che ha portato al temporaneo allontanamento dei figli. Lei è a conoscenza di questo fatto di cronaca?



La decisione del Tribunale dei Minorenni spacca l'opinione pubblica, anche se 6 italiani su 10 la trovano giustificata

Secondo lei, la decisione del Tribunale dei Minorenni di allontanare temporaneamente i bambini è stata una decisione...



Una scelta che rappresenta uno stile di vita alternativo per il quale emerge un forte rispetto, anche se per quasi 1 italiano su 2 comportava condizioni di vita troppo estreme per i bambini

Pensando a questa vicenda, qual è il suo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni?

viviamo tutti in modo troppo omologato e quando qualcuno sceglie stili di vita alternativi non sappiamo accettarlo

64

73 elettori maggioranza

se i genitori non hanno infranto alcuna legge è giusto che vivano nelle condizioni che preferiscono insieme ai loro figli

62

71 elettori maggioranza

la decisione del tribunale di allontanare i bambini temporaneamente dalla famiglia è più dannosa per i bambini del fatto di vivere in quelle condizioni

58

70 elettori maggioranza

le condizioni di vita scelte dai genitori sono troppo estreme per dei bambini piccoli

48

56 elettori opposizione

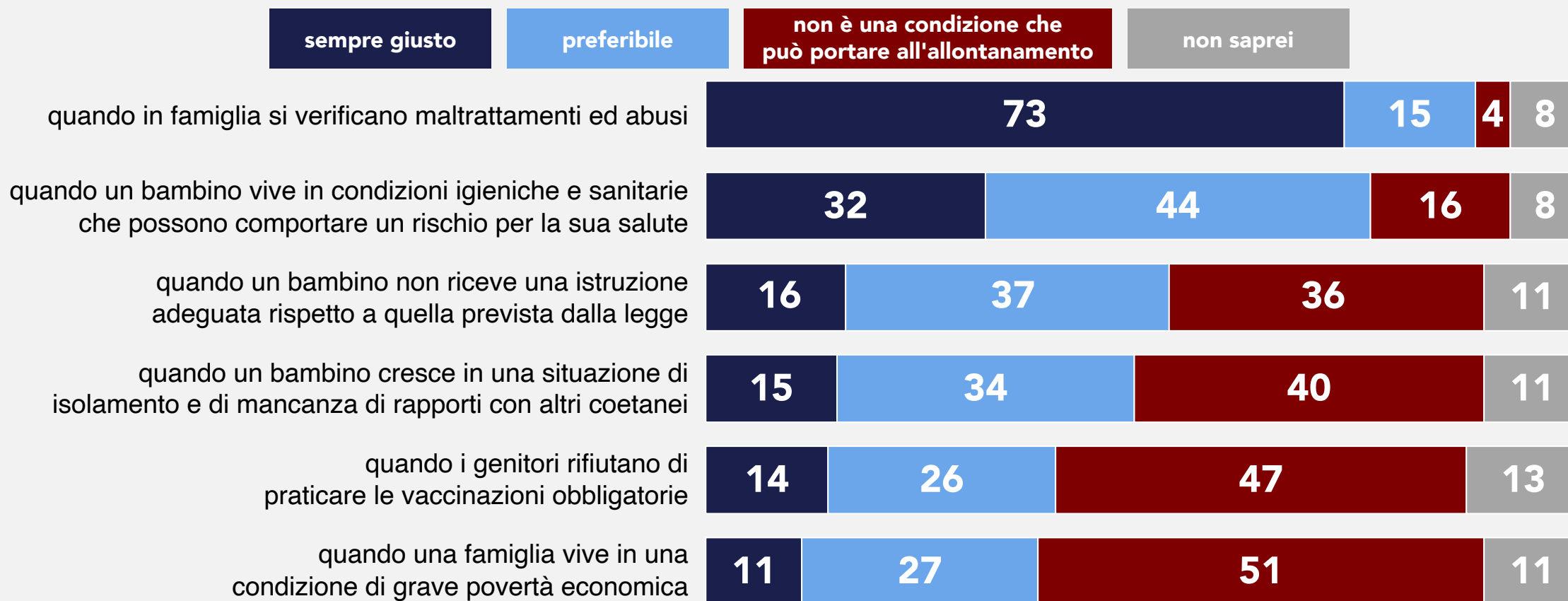
tutti i genitori dovrebbero sempre avere la libertà di crescere i figli secondo il proprio stile di vita, anche quando questo è estremo

41

50 elettori maggioranza

Al netto delle situazioni di maltrattamenti ed abusi, gli italiani sono molto cauti rispetto alla possibilità che lo Stato allontani dei bambini della propria famiglia

A suo giudizio, in quali delle condizioni indicate è giusto un intervento dello Stato a tutela dei minorenni, che comporti l'allontanamento dalla famiglia o dall'abitazione abituale?



III. Prodotti per la cura della persona



La soddisfazione degli italiani per il proprio aspetto mostra una crescita rispetto al 2023, con un miglioramento particolarmente marcato tra gli uomini.

La cura della persona si conferma un'abitudine trasversale, ma è sui capelli che si registra la svolta più significativa: i prodotti *haircare* scalano la classifica e diventano la categoria più utilizzata in assoluto, trainati da un incremento a doppia cifra nel pubblico maschile (+25 punti), segnale di un'attenzione nuova e più strutturata verso questa dimensione estetica.

I capelli assumono infatti una centralità identitaria crescente: l'acconciatura è considerata una forma diretta di espressione personale e un elemento che incide sul modo in cui si viene percepiti. Gli uomini, in particolare, dichiarano di sentirsi maggiormente sotto pressione, più sensibili al giudizio altrui, più convinti che i capelli comunichino qualcosa di

sé, più esposti al tabù della calvizie. Tuttavia, proprio tra chi vive già la perdita dei capelli emerge il livello più alto di accettazione, segnale di un percorso di normalizzazione che avviene soprattutto quando l'esperienza è diretta.

Nel complesso si delinea un mercato in evoluzione, dove routine e prodotti si riorganizzano attorno ai capelli come nuovo baricentro del beauty. Da un lato cresce il desiderio di apparire curati e "in ordine", dall'altro prende forma una spinta verso la naturalezza e l'autenticità che intercetta un cambiamento culturale più ampio.

Il beauty italiano del 2025 racconta quindi un'estetica sempre più ibrida: tra pressione e libertà, cura e identità, sicurezza e vulnerabilità. E sono i capelli, più di ogni altro elemento, a rivelare questa trasformazione.

Gli italiani (più che le italiane) si dicono soddisfatti del proprio aspetto, dato in crescita rispetto al 2023. Viso e mani rappresentano le parti del corpo maggiormente apprezzate

Rispetto al suo corpo, quanto è soddisfatto del suo attuale aspetto...?

soddisfatti

insoddisfatti

dettaglio **soddisfatti**

uomini

donne

del suo viso

78

+3%
da maggio 2023

22

84

73

delle sue mani (e unghie)

75

+4%
da maggio 2023

25

84

68

dei suoi capelli

71

-1%
da maggio 2023

29

70

72

del suo corpo / della sua forma fisica

67

+5%
da maggio 2023

33

73

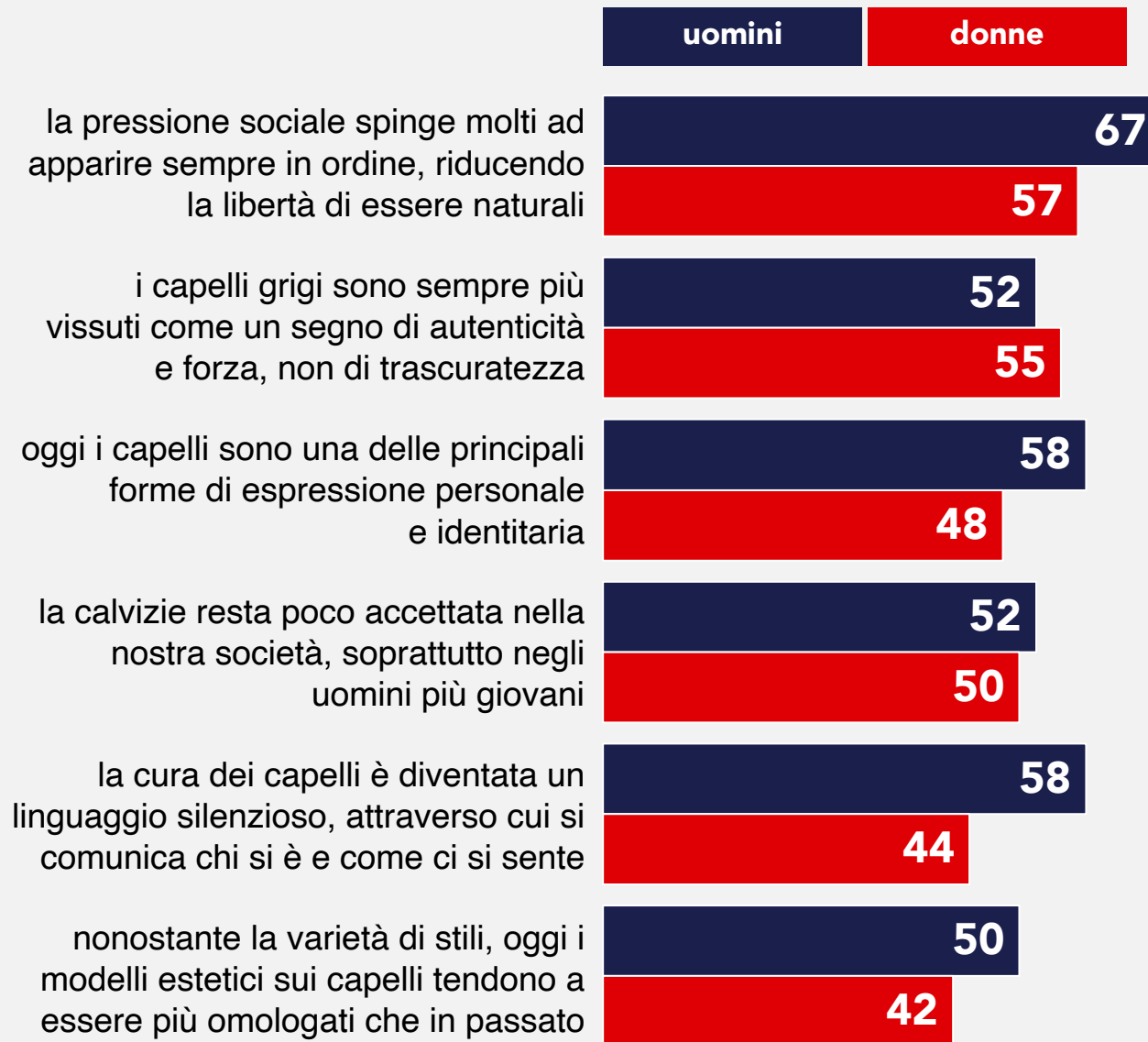
60

I prodotti per capelli scalano la classifica, diventando i prodotti per la cura della persona maggiormente utilizzati. Incremento sostenuto soprattutto dagli uomini che segnano un delta a doppia cifra

Quali tra i seguenti prodotti per la cura della persona utilizza almeno ogni tanto? (possibili più risposte)

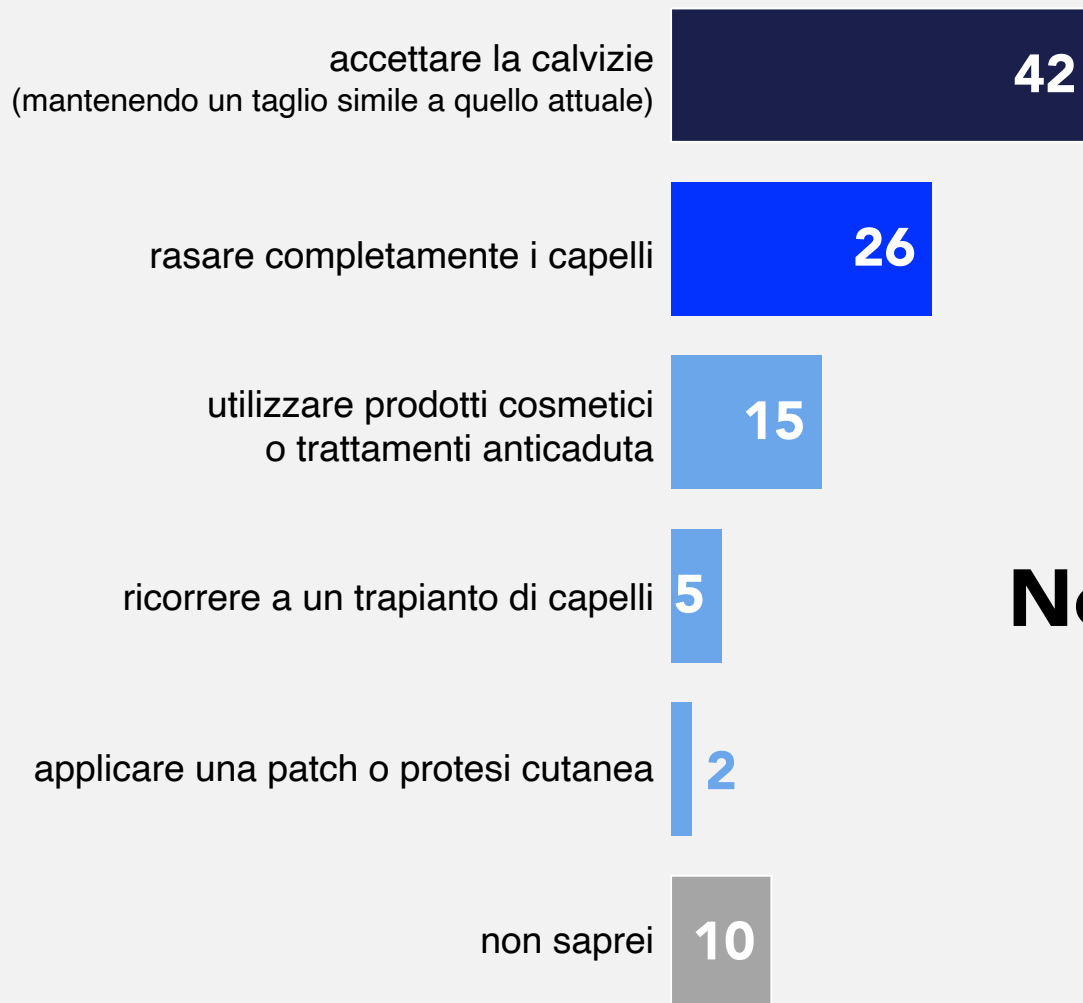
		differenza da maggio 2023				
		uomini	donne	totale Italia	uomini	donne
prodotti per i capelli	61	46	74	+18	+25	+10
prodotti per il viso	54	32	75	+7	+8	+6
prodotti per il corpo	46	29	60	+5	+11	-2
prodotti per le mani	43	29	55	+3	+7	-3
make-up e prodotti per il trucco	32	6	56	=	+4	-4
prodotti per la rasatura / cura della barba	30	63	0	--	-3	--
prodotti per la depilazione	28	11	44	+1	+2	-1
prodotti per la cura delle unghie e mani	27	14	38	+1	+8	-7
non uso nessuno di questi prodotti	9	13	5	-4	-4	-3

Nello specifico, parlando di capelli, quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?



**Gli italiani e i loro capelli:
pressione sociale nel
dover apparire,
soprattutto tra gli uomini,
che vedono i capelli come
espressione identitaria e
comunicativa.
L'acconciatura rappresenta
un modo per esprimere se
stessi, anche se la calvizie
viene ritenuta ancora un
taboo**

Se mai dovesse perdere i capelli/la perdita dei capelli dovesse accentuarsi, quali delle seguenti soluzioni prenderebbe in considerazione? (possibili più risposte – rispondono solo gli uomini)



chi non nota
segni di calvizie

chi sta iniziando a
perdere i capelli

chi è già calvo
o quasi

34

52

46

26

16

43

20

20

6

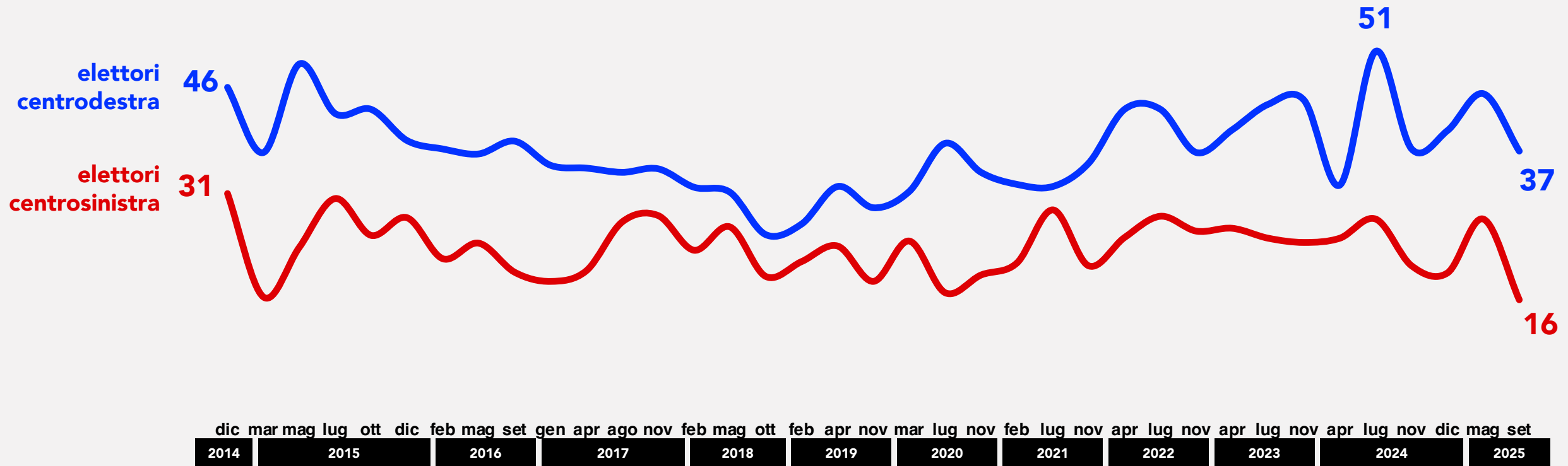
Nonostante il forte valore simbolico riconosciuto ai capelli, gli uomini dichiarano un'ampia accettazione della calvizie, specialmente tra chi già ne soffre

Indifferenza alla politica – 2014-2025

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.

Sono indifferente a chi vince le elezioni, tanto la mia vita rimane la stessa. Lei è...

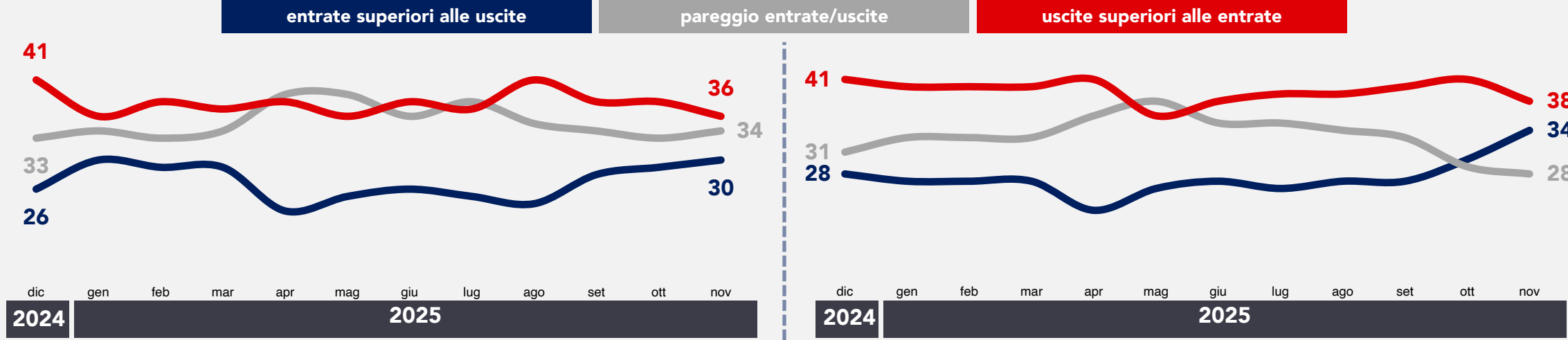
% d'accordo



Monitor consumo e risparmio delle famiglie

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.

mese passato: come è andata  percentuale media del mese  mese futuro: previsione

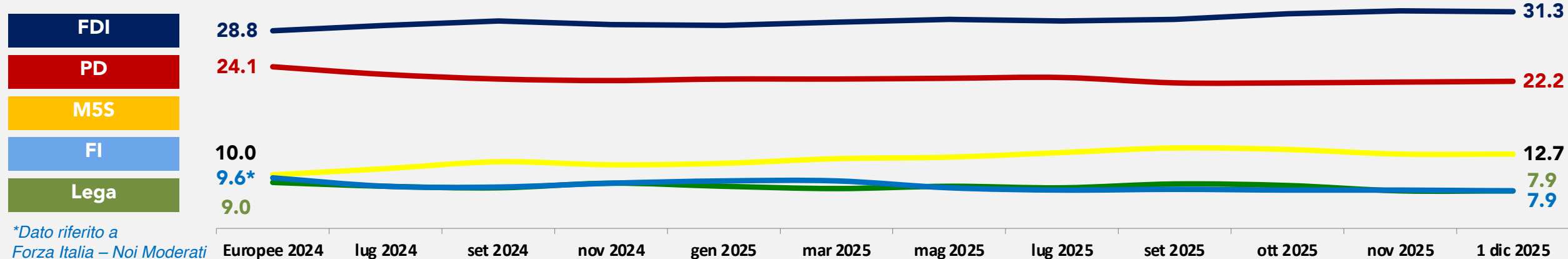


dettaglio novembre 2025

entrate superiori alle uscite	30	uscite superiori alle entrate	36	entrate superiori alle uscite	34	uscite superiori alle entrate	38
crescita risparmio	15	riduzione consumi	22	crescita risparmio	15	riduzione consumi	24
crescita consumi	15	ricorso al risparmio	10	crescita consumi	19	ricorso al risparmio	9
		ricorso al debito	4			ricorso al debito	5

Intenzioni di Voto

1 dicembre 2025



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 26 novembre – 1 dicembre 2025.
 Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.
 I dati da giugno a novembre si riferiscono alla media mensile.



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, ESOMAR e WIN. 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.

