



5 – 11 gennaio 2026

- I. La politica estera degli USA
- II. Evoluzione del clima sociale in Italia
- III. Previsione dei consumi per il 2026

Spinner: lavoro e futuro – 2011-2025

Pannello: le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

Intenzioni di Voto – 12 gennaio 2026



I. La politica estera degli USA



La piega presa dalla politica estera dell'amministrazione Trump mette in apprensione i cittadini italiani e incrina il rapporto con l'alleato storico d'oltreoceano. L'intervento militare in Venezuela e le dichiarazioni sulla Groenlandia si aggiungono a una serie di altre decisioni che l'opinione pubblica italiana condivide poco.

In particolare, viene bocciata su tutta la linea l'operazione in Venezuela, con un apprezzamento leggermente più alto (ma sempre minoritario), soltanto per l'arresto di Maduro. A raccogliere la quota maggiore di critiche è l'intenzione degli americani di gestire il greggio venezuelano. Al contempo, gli italiani reagiscono con sdegno anche all'intento di Trump di fare propria la Groenlandia.

La maggioranza auspica una resistenza ferma da parte dell'Ue e il

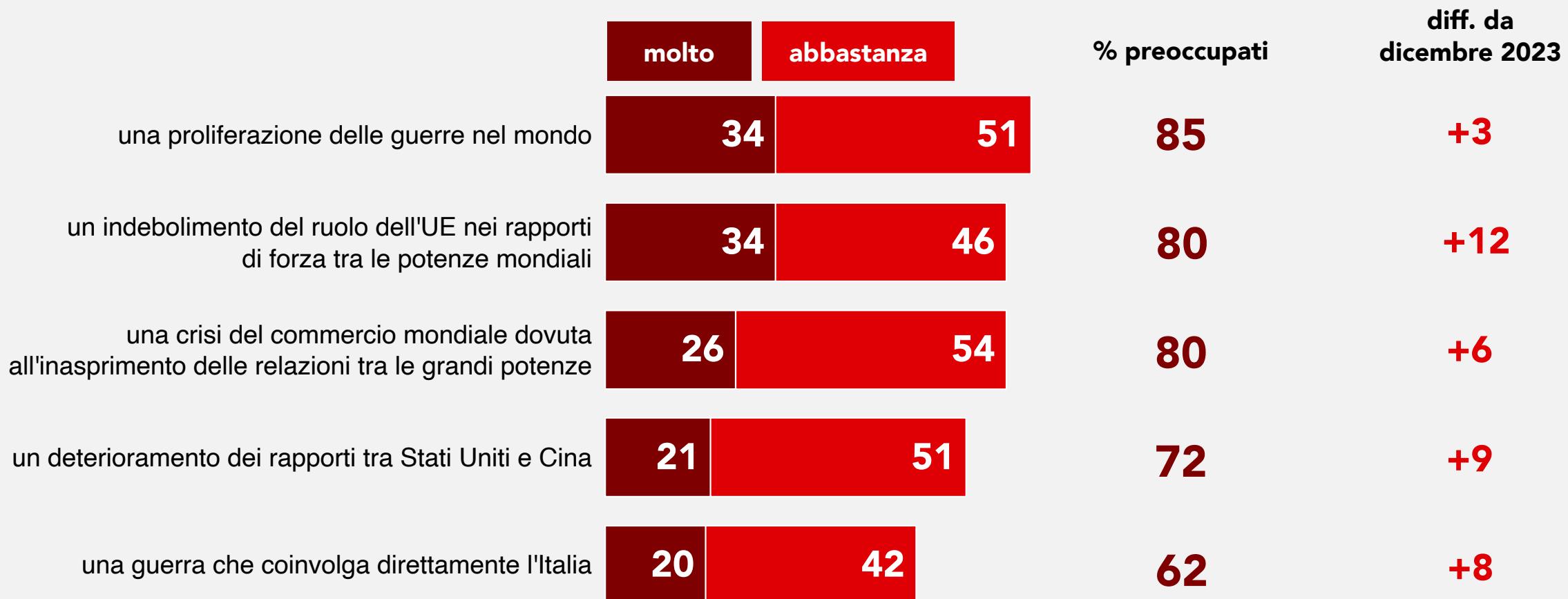
20% arriva ad ipotizzare anche uno scontro militare, se necessario.

Queste mosse americane sullo scacchiere internazionale hanno influito negativamente sull'immagine degli Stati Uniti. Rispetto al passato, sono ritenuti sempre di più una potenziale minaccia alla pace nel mondo, quasi come la Russia e in misura molto maggiore rispetto alla Cina.

Tutto ciò sta provocando un forte aumento delle preoccupazioni tra gli italiani per possibili tensioni e conflitti nello scenario mondiale, vicende nelle quali, in prospettiva, potremmo essere direttamente coinvolti. E questi timori vengono ulteriormente alimentati dalla sempre più evidente debolezza dell'Europa.

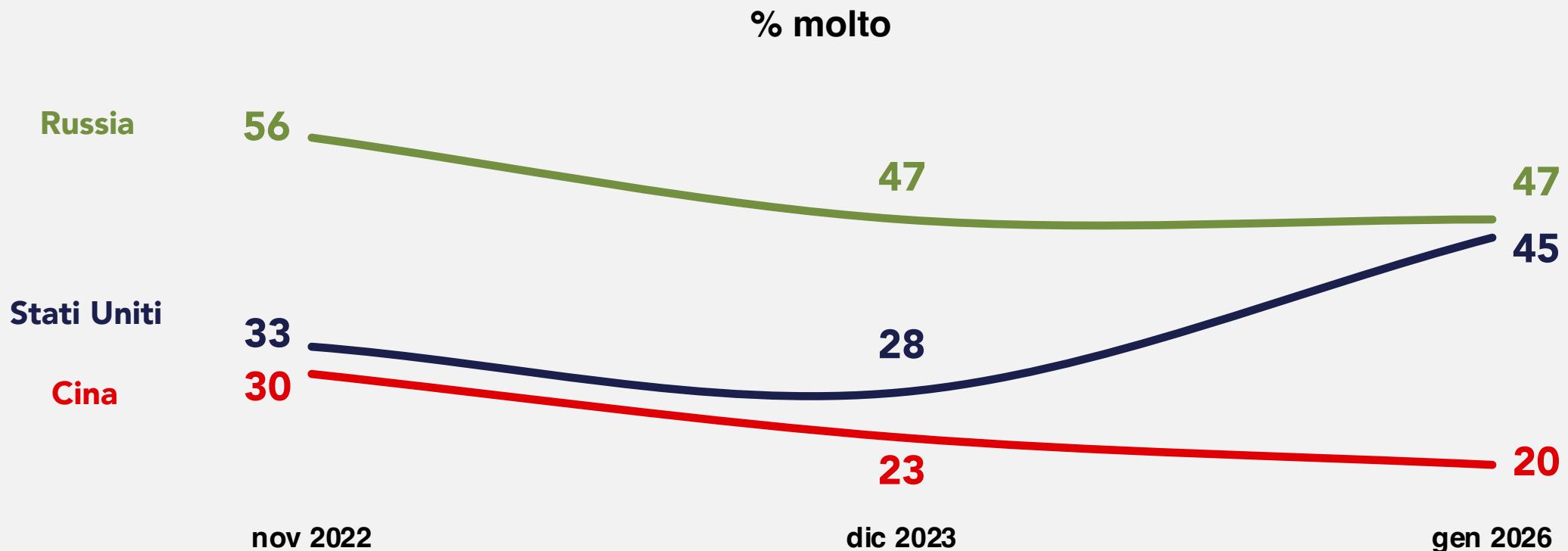
Crescono i timori degli italiani rispetto agli sviluppi nel contesto politico internazionale. Aumenta in particolare la preoccupazione per la debolezza europea

In base agli avvenimenti dell'ultimo anno nello scenario internazionale, quanto è preoccupato per la possibilità che nei prossimi anni ci possa essere...



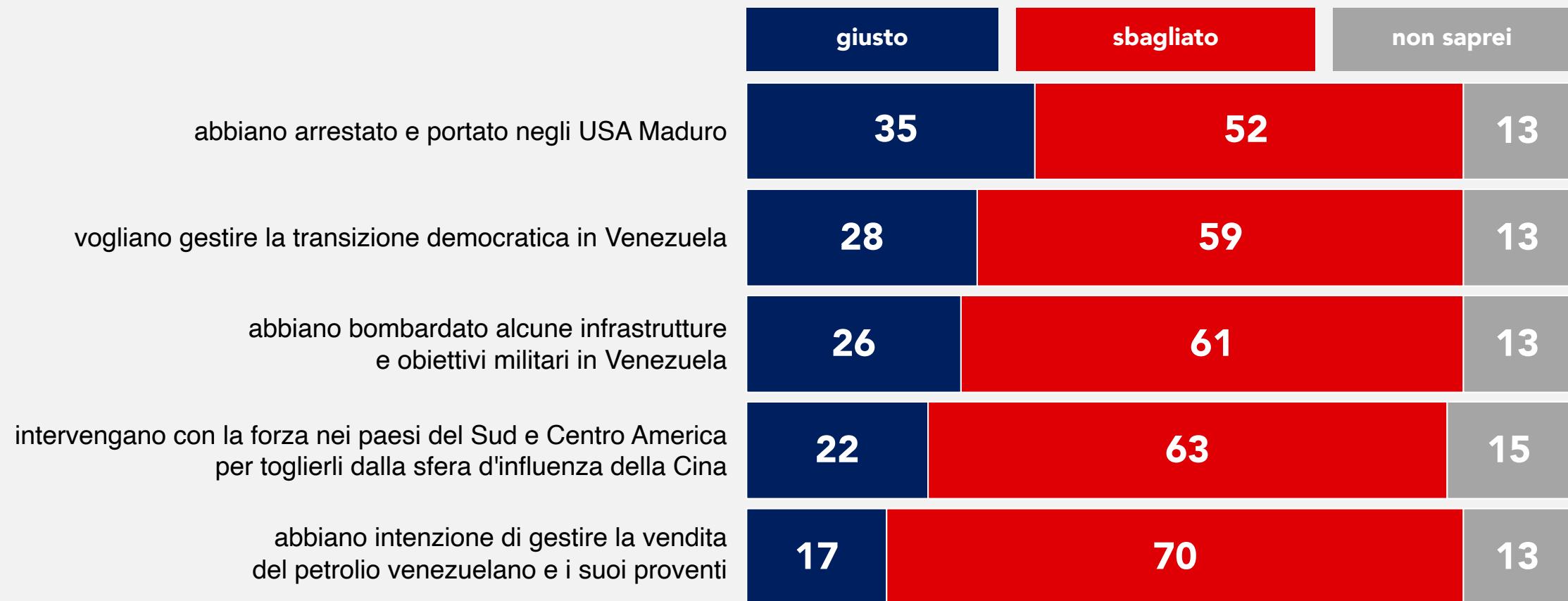
Gli Stati Uniti sono considerati sempre di più un elemento di rischio per la pace nel mondo, mentre la Cina lo è sensibilmente di meno

Secondo lei, quanto ciascuna delle seguenti potenze rappresenta oggi una minaccia per la pace nel mondo?



Italiani fortemente critici nei confronti dell'intervento americano in Venezuela, soprattutto in merito alla questione del petrolio

In merito all'attacco sferrato dagli Stati Uniti al Venezuela e all'arresto del Presidente Maduro, cosa pensa del fatto che gli Stati Uniti...



Riguardo alle mire di Trump sulla Groenlandia l'Ue non deve cedere, 1 su 5 non esclude l'uso della forza per difenderla

Il Presidente Trump ha dichiarato che agli Stati Uniti serve la Groenlandia per questioni di difesa nazionale e che quindi potrebbe annetterla pacificamente o con la forza. A questo proposito, ritiene che l'Unione Europea dovrebbe:

lasciare la Groenlandia agli Stati Uniti

4

cercare di negoziare un accordo per mantenere il controllo della Groenlandia da parte della Danimarca e consentire una maggiore presenza militare ed economica degli USA nell'isola

30 41 elettori centrodestra

opporsi fermamente a qualsiasi cambiamento dello status della Groenlandia

32 42 elettori centrosinistra

opporsi fermamente e se necessario difendere militarmente la Groenlandia

20 30 elettori centrosinistra

non saprei

14

II. Evoluzione del clima sociale in Italia



Inizia il 2026 e si possono proporre alcune valutazioni dell'anno appena trascorso. È possibile anche, attraverso le serie storiche del nostro *Osservatorio sui valori degli italiani e sulla società*, delineare dei cambiamenti avvenuti negli ultimi anni. Da una prima analisi su alcune percezioni dell'opinione pubblica legate alle sensazioni individuali, della persona, nella società di oggi, il segno che emerge è quello di un certo ripiegamento su se stessi e di un aumento dell'inquietudine di fondo.

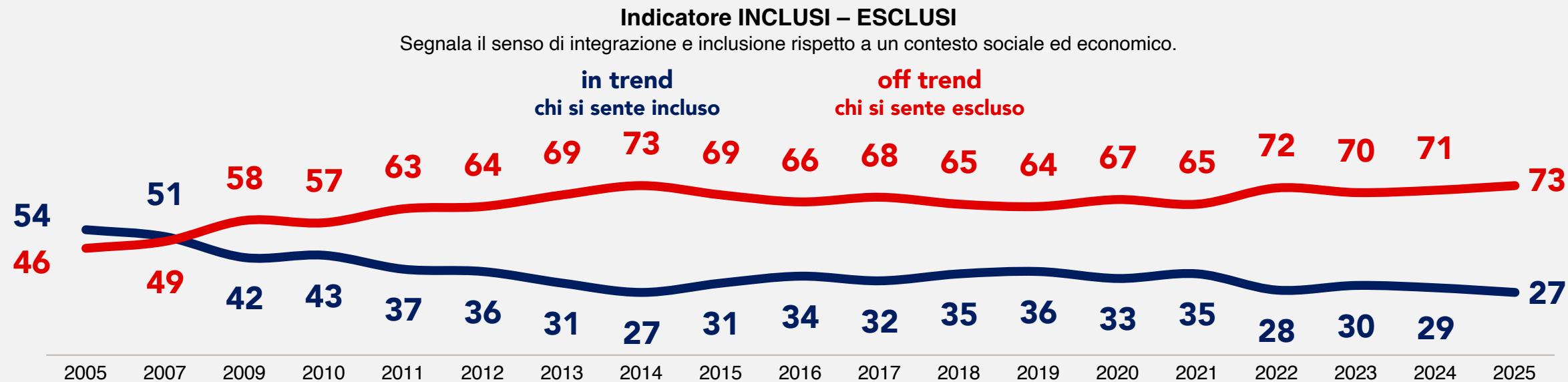
Gli elementi che compongono questa evidenza sono costituiti da: una crescita della sensazione di non sentirsi appieno parte della società e una riduzione delle relazioni con gli altri, cioè del capitale sociale; un riflesso di inadeguatezza individuale rispetto a un contesto sociale e

professionale competitivo che torna a crescere dopo un trend di alcuni anni in calo.

A questo si aggiunge un acuirsi della percezione di insicurezza. Questo è anche un tema di dibattito politico che può, in parte, influenzare l'opinione pubblica. Infine viene osservata una valutazione sulle nuove generazioni: nel 2025 si è ulteriormente appesantito il giudizio negativo sui giovani. Un segnale che rimanda a una scarsa fiducia complessiva sul futuro ed è una conferma del ritrarsi in sé di una parte dei cittadini.

Gli indicatori messi in evidenza tratteggiano, nell'insieme, uno spaccato del 2025 con accenti piuttosto critici per le persone in un clima sociale tendenzialmente più negativo.

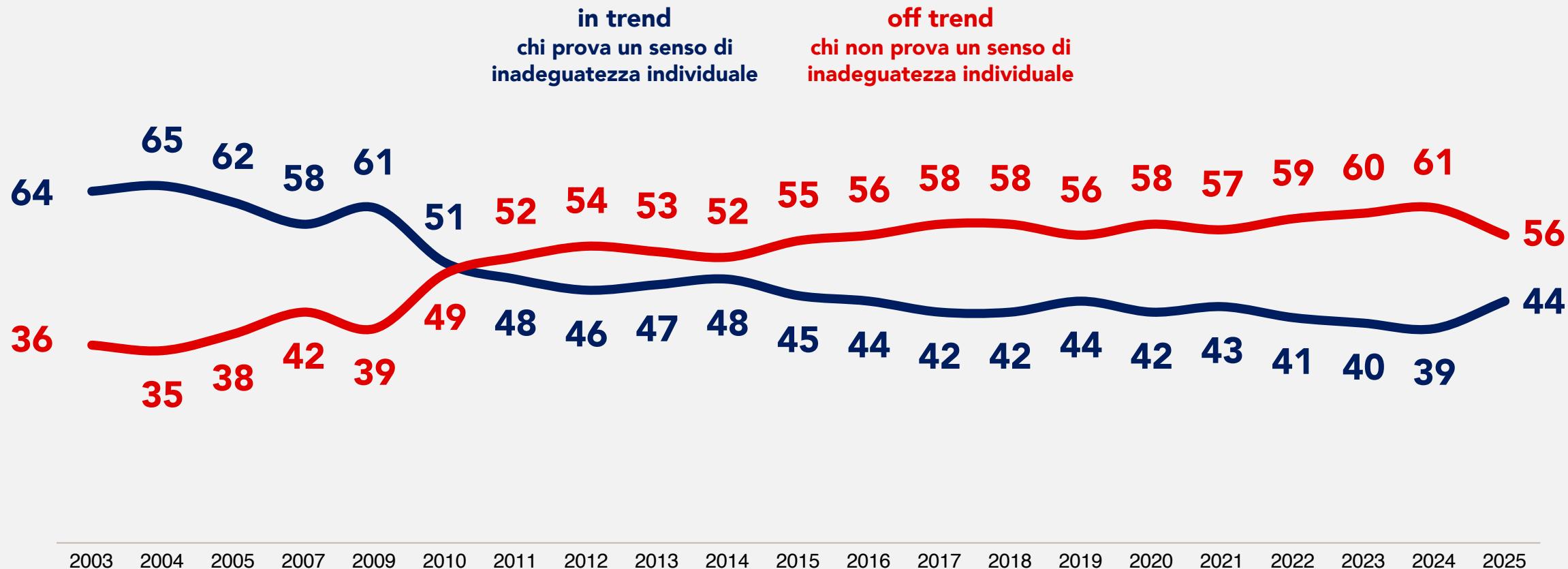
Aumenta la sensazione di distacco dal contesto socioeconomico e si restringe l'area delle relazioni. Il segnale di disagio personale è palpabile



Nel 2025 la sfida della competitività socioprofessionale si innalza. Si apre una nuova fase?

Indicatore INADEGUATEZZA INDIVIDUALE

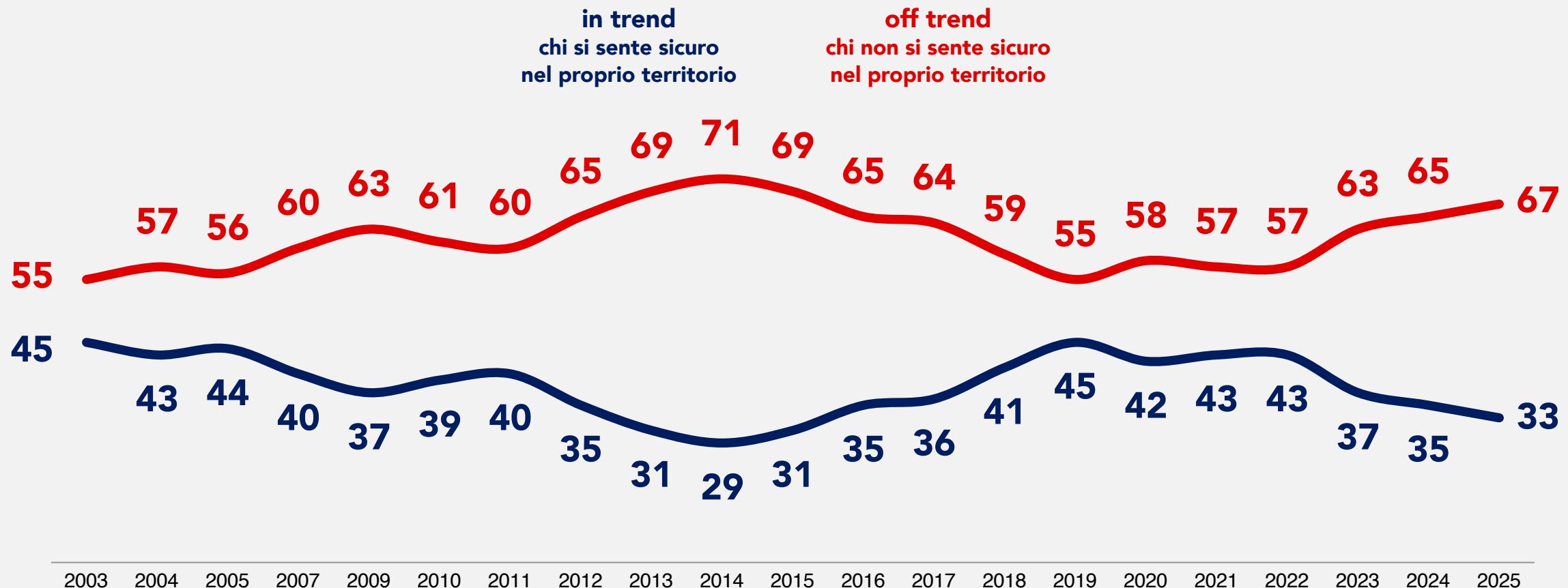
Segnala il senso di inadeguatezza individuale rispetto a un contesto professionale e sociale percepito come fortemente competitivo.



Cresce la sensazione di insicurezza. Al di là dei dati oggettivi, il tema della criminalità è divenuto una componente della vita sociale

Indicatore SICUREZZA NEI CONFRONTI DELLA CRIMINALITÀ

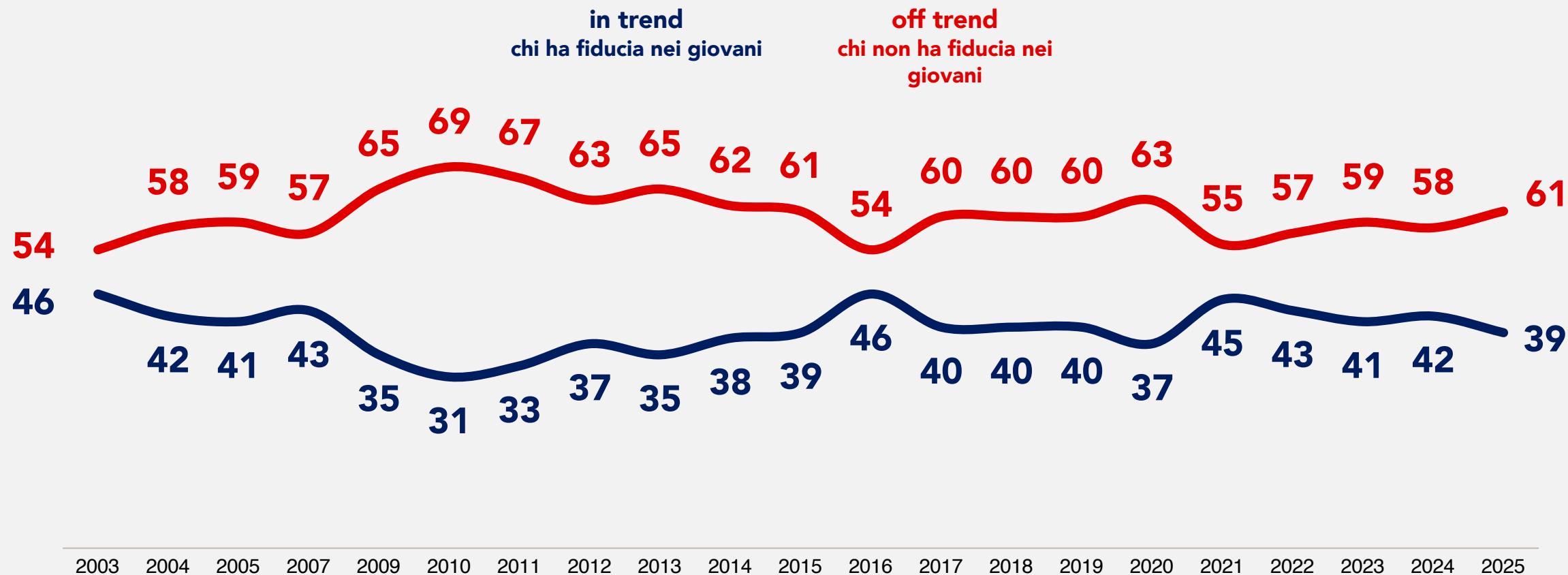
Esprime una sensazione di sicurezza in relazione al tema della crescita della microcriminalità nel territorio di residenza.



La sottovalutazione dei giovani è da vent'anni un problema. Nel 2025 cresce e segnala l'incertezza di fondo che pervade la società

Indicatore FIDUCIA NEI GIOVANI

Segnala la convinzione che i giovani abbiano energie e risorse pari alle generazioni che li hanno preceduti e siano quindi in grado di offrire un apporto significativo al presente.



III. Previsione dei consumi per il 2026



Il 2026 viene immaginato dagli italiani come un anno privo di reali segnali di ripresa economica. Se la quota maggioritaria della popolazione prevede una situazione economica familiare invariata (52%), questa stabilità va letta in chiave pessimistica: oltre tre italiani su dieci (32%) si attendono infatti un peggioramento delle proprie condizioni, delineando uno scenario di stagnazione fragile, più vicino a un arretramento che a una tenuta.

Il pessimismo cresce con l'età e si concentra soprattutto tra la Generazione X e i Baby Boomers, mentre i Millennials rappresentano l'unico segmento relativamente più fiducioso, pur senza aspettative di miglioramento marcato.

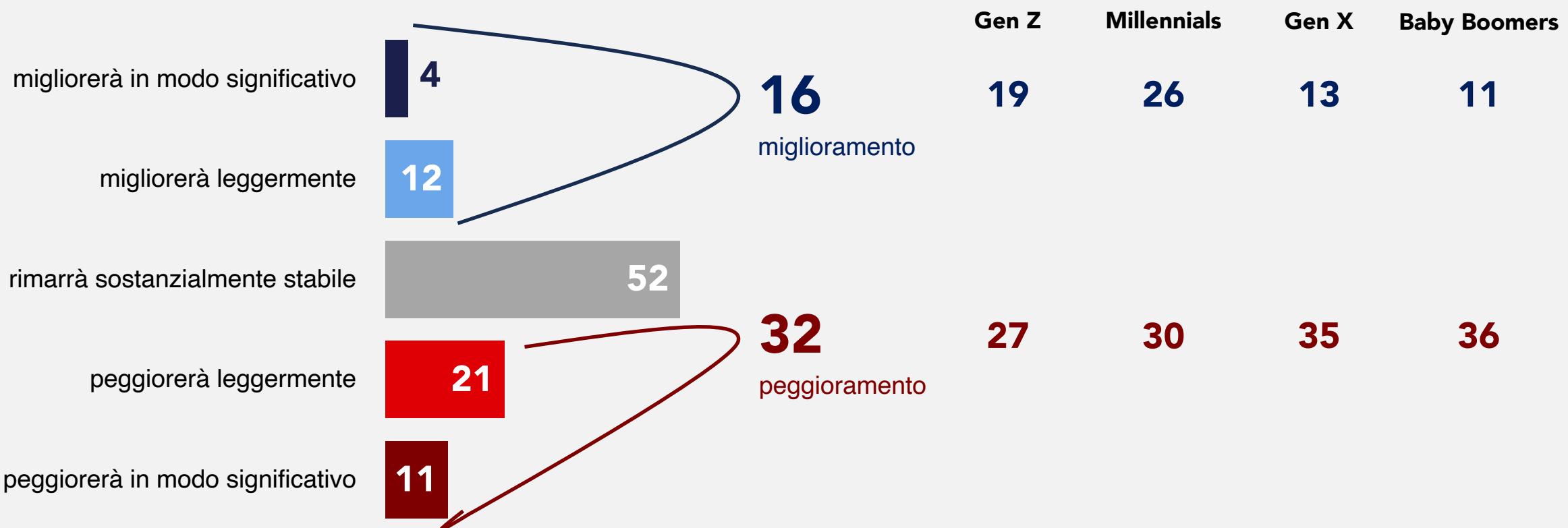
Questo clima di incertezza si riflette direttamente sulle scelte di consumo:

una parte significativa delle famiglie prevede di ridurre le spese nel corso dell'anno, non tanto per un'emergenza immediata quanto per una crescente sfiducia legata alla perdita del potere d'acquisto e al timore di un peggioramento futuro. In questo contesto, il risparmio assume un ruolo centrale come strumento di protezione e di gestione del rischio, mentre prende forma una ridefinizione più profonda del concetto di "essenziale": nel 2026 le rinunce vengono accettate, ma solo a condizione di non intaccare ambiti ritenuti fondamentali come salute, alimentazione e vacanze.

Nel complesso emerge un quadro di cautela strutturale, in cui gli italiani non si limitano a contenere i consumi ma riorganizzano priorità e aspettative in risposta a un futuro percepito come incerto e poco favorevole.

Previsione economica stagnante per la metà degli italiani. Generale pessimismo, soprattutto tra gli over 45

Pensando al 2026, come ritiene che andrà complessivamente la situazione economica del suo nucleo familiare?



Lo sguardo corto sul futuro porta a una crescente austerità da parte degli italiani. Cause principali: contrazione del potere d'acquisto e aggravamento della situazione economica globale

Pensando al 2026, con quale delle seguenti affermazioni riguardo ai consumi del suo nucleo familiare è maggiormente d'accordo?



Tra le seguenti, qual è la motivazione principale che potrebbe portare a ridurre i vostri consumi nel prossimo anno?



Risparmio e priorità di spesa rivisti per il 2026: la crescente «cautela» economica porta a ripensare i propri consumi in modo strutturale

Nel 2026, quale ruolo avrà il risparmio nelle scelte del suo nucleo familiare?

centrale: risparmiare sarà una priorità assoluta

22

importante, ma compatibile con alcune spese significative

42

funzionale: useremo anche i risparmi per migliorare la qualità della vita

17

sempre più orientato a strumenti di **investimento**

5

marginale o difficile da realizzare

14

Pensando alle spese rimandate o alle rinunce fatte negli ultimi anni, quale delle seguenti affermazioni descrive meglio come il suo nucleo familiare vive oggi questa situazione?

stiamo ripensando in modo più profondo cosa è davvero essenziale

39

le rinunce vengono vissute come una frustrazione o una perdita

19

le rinunce sono temporanee stiamo aspettando il momento giusto per tornare a spendere

14

non sentiamo di aver rinunciato a molto

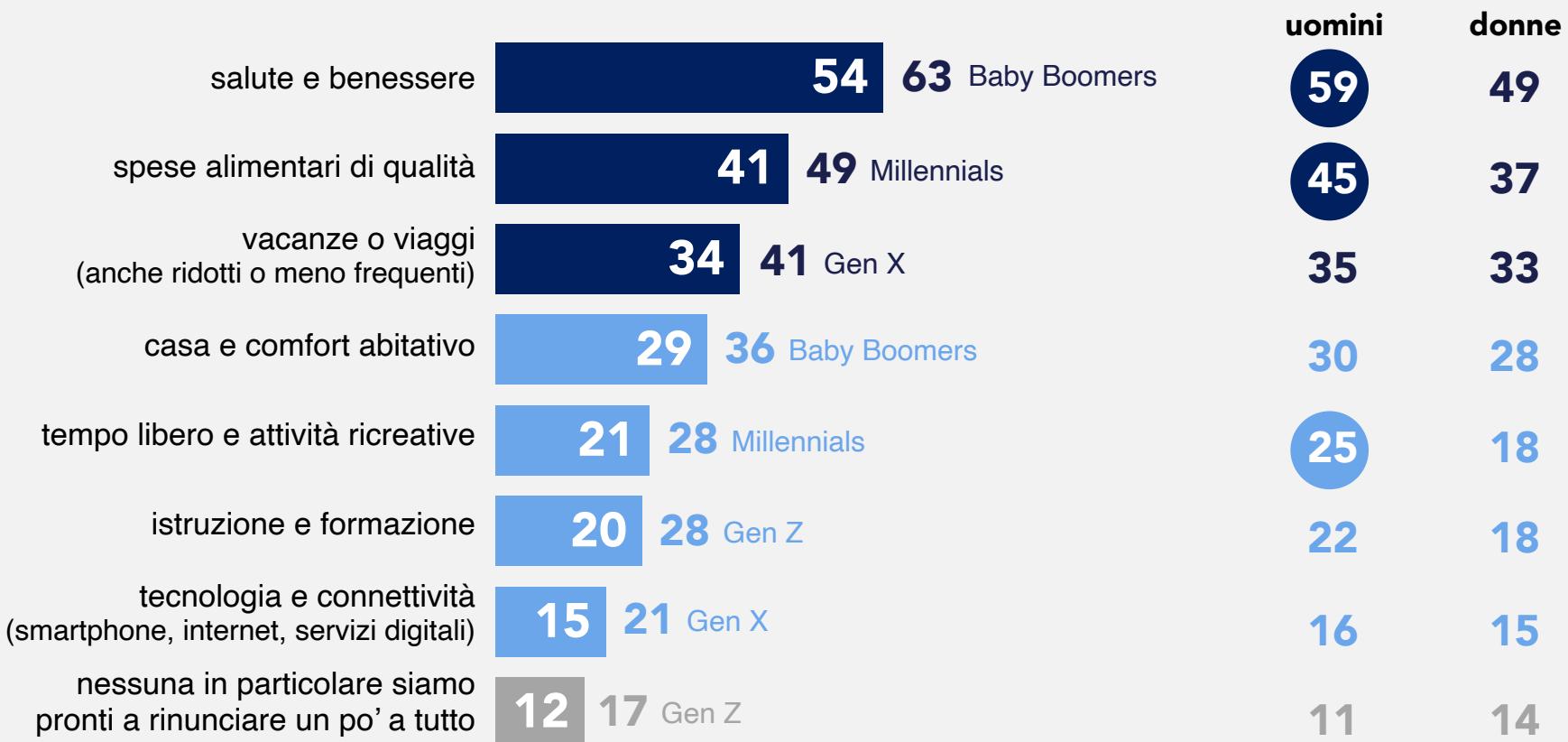
12

stiamo ripensando in modo più profondo cosa è davvero essenziale

16

Gli «irrinunciabili» per gli italiani: salute, alimentazione e vacanze

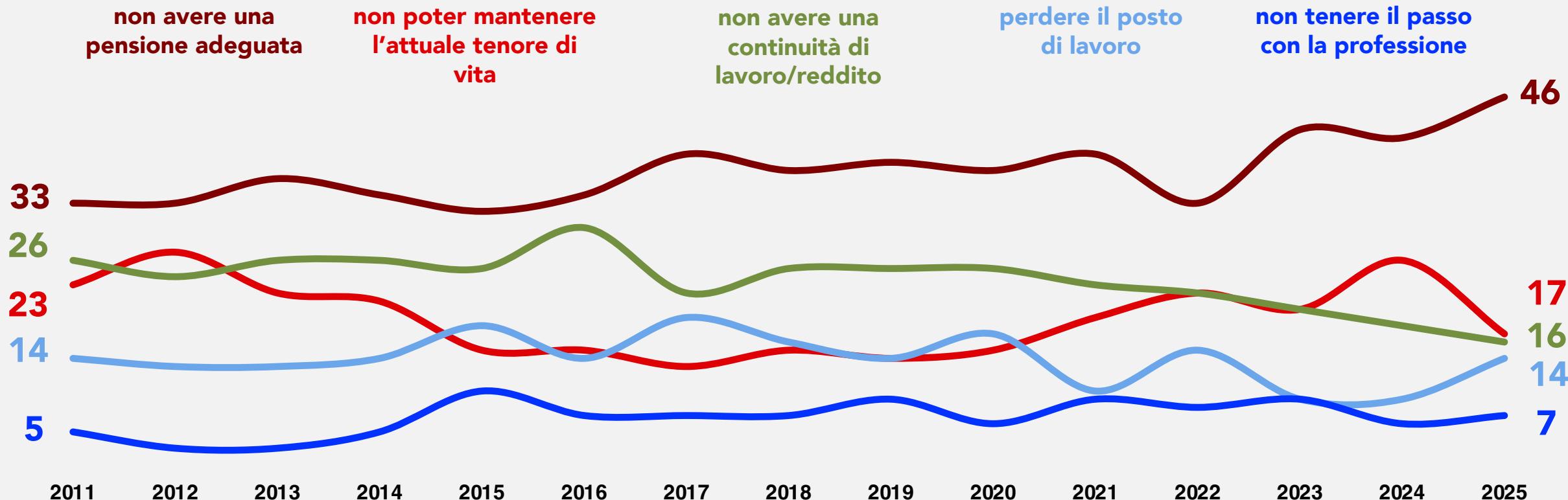
Pensando al 2026, su quali delle seguenti voci di spesa il suo nucleo familiare cercherà di non rinunciare, anche in un contesto economico incerto? (possibili più risposte)



Lavoro e futuro – 2011-2025

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.

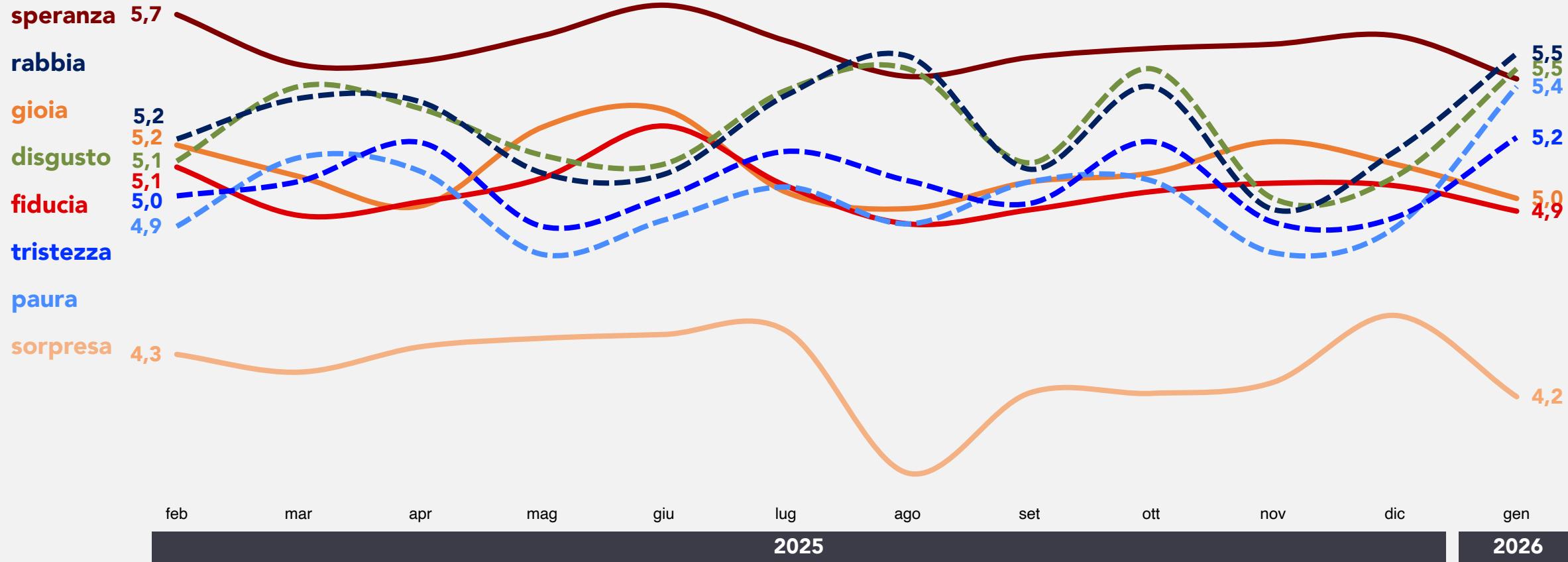
Quando pensa al futuro, la preoccupa soprattutto:



Le emozioni più sentite negli ultimi 12 mesi

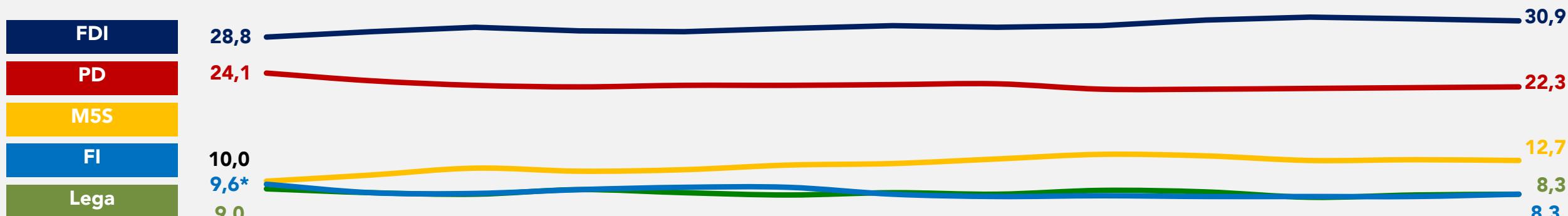
Pannello SWG è la fotografia periodica che raccoglie e sintetizza i principali trend sui sentimenti, le preoccupazioni e le abitudini degli italiani.
Include percezioni come fiducia economica, consumi e risparmi, comportamenti sociali e percezione del futuro.

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

12 gennaio 2026



*Dato riferito a
Forza Italia – Noi Moderati



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