



- I. Il punto politico post-Referendum
- II. Quaresima e Ramadan
- III. Gli italiani e la Pasqua

Spinner: attualità dell'insegnamento della Chiesa – 1997-2025

Pannello: monitor consumo e risparmio delle famiglie

Intenzioni di voto – 30 marzo 2026



I. Il punto politico post-Referendum



I giorni immediatamente successivi alla bocciatura della riforma costituzionale hanno dato l'impressione di una potenziale riorganizzazione nel campo dei due principali schieramenti.

Ma quanto di questo possibile rinnovamento politico è condiviso anche dall'opinione pubblica?

Analizziamo quindi le valutazioni dei cittadini a distanza di una settimana dal voto.

Per l'opinione pubblica l'insuccesso del «Sì» è interpretato prevalentemente come una sconfitta per la Premier, ma tra chi era favorevole alla Riforma cresce la quota di chi indica nel Ministro Nordio il principale sconfitto. Sul fronte opposto, invece, non emerge un chiaro vincitore politico, nemmeno tra i sostenitori del «No». Sulle conseguenze del risultato elettorale, l'opposizione invoca

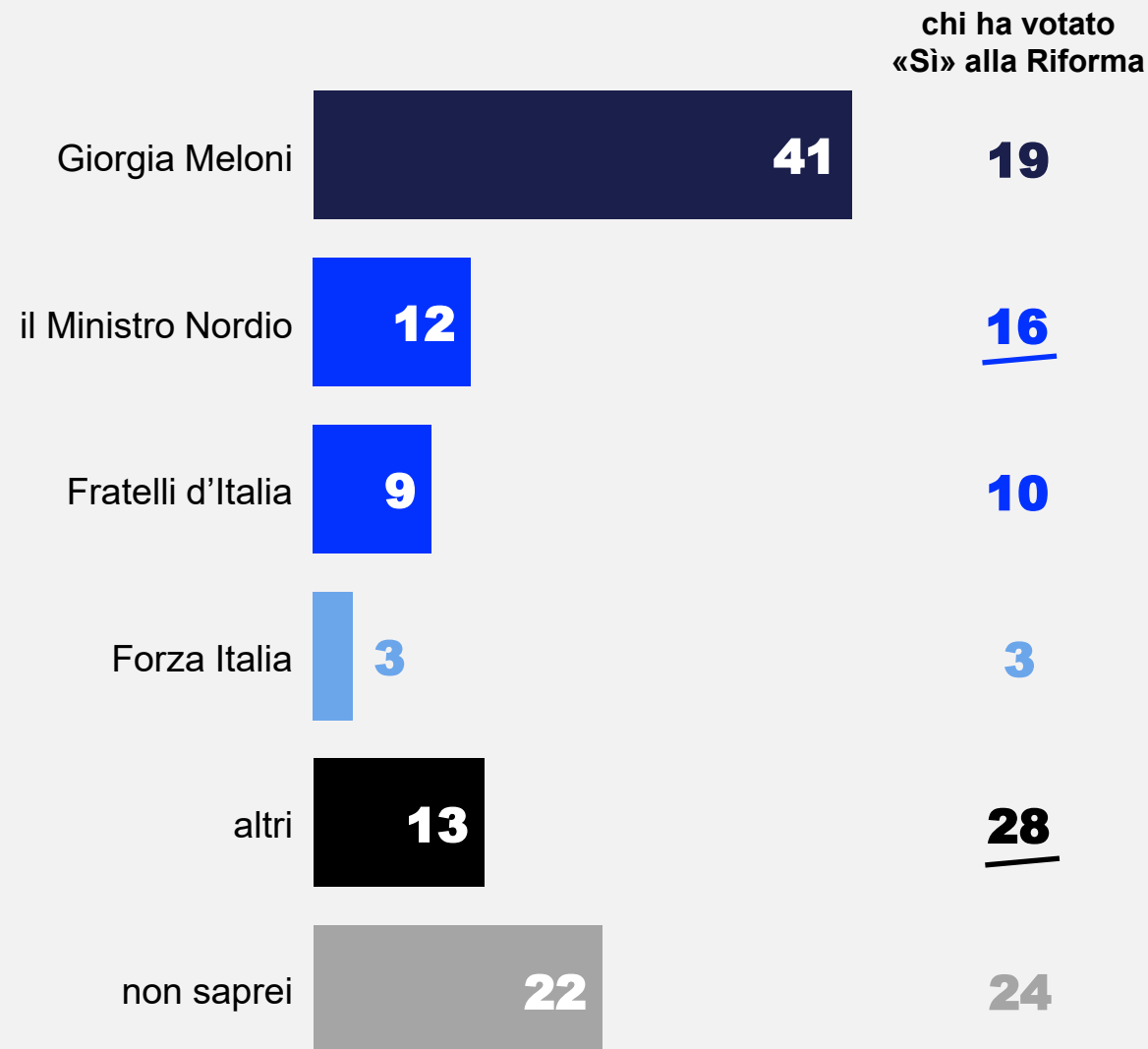
l'individuazione di una leadership unitaria, mentre il centrodestra esprime la volontà di proseguire l'azione di governo senza scossoni.

Ciononostante, una parte minoritaria ma significativa dell'elettorato di centrodestra chiede la sostituzione di alcuni membri del Governo. Ed è proprio in questa direzione che è avvenuta la richiesta di dimissioni di alcuni membri di Governo e Ministero della Giustizia, apprezzata da una ampia maggioranza anche tra i sostenitori del Governo.

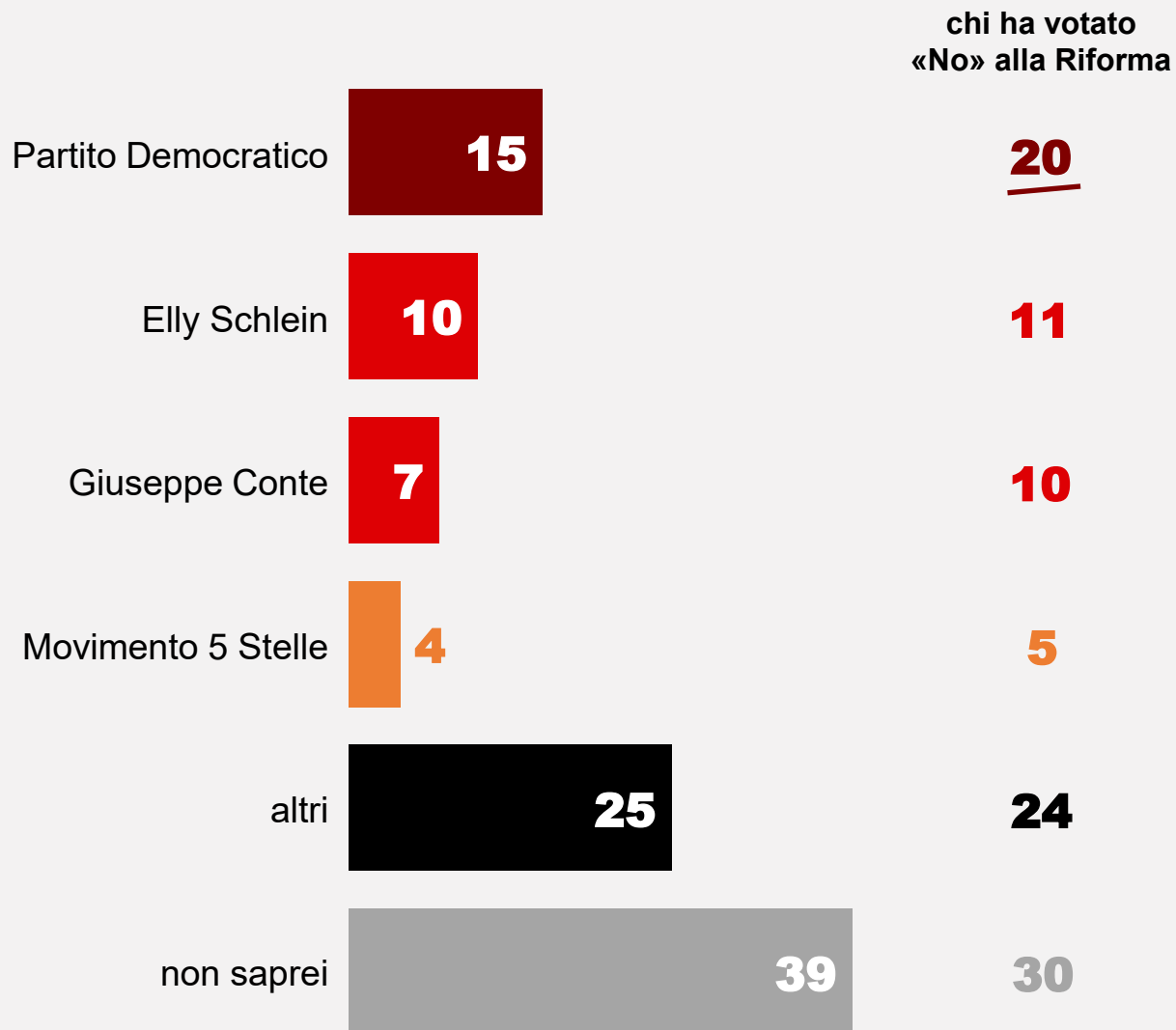
Nel post-Referendum, tra gli elettori emerge quindi il desiderio di vedere i propri schieramenti più compatti per affrontare al meglio le prossime elezioni.

Chi è stato, secondo lei, il principale sconfitto del Referendum costituzionale sulla Giustizia?

**La vittoria del «No»
è per 4 italiani su 10
una sconfitta della
Premier.
Tra i sostenitori del
«Sì», aumentano le
responsabilità
attribuite a Nordio**



Chi è stato, secondo lei, il principale vincitore del Referendum costituzionale sulla Giustizia?



**Il successo del «No»
alla Riforma non è
attribuibile ad un
unico vincitore, ma
tra chi si esprime
prevalgono PD e
Schlein**

Gli elettori dei partiti di maggioranza chiedono al Governo di proseguire nell'azione, al più sostituendo alcuni ministri. A centrosinistra si auspica un leader unico e maggior compattezza

A seguito dell'esito del Referendum, ritiene che il centrodestra dovrebbe...
(rispondono gli elettori di centrodestra)

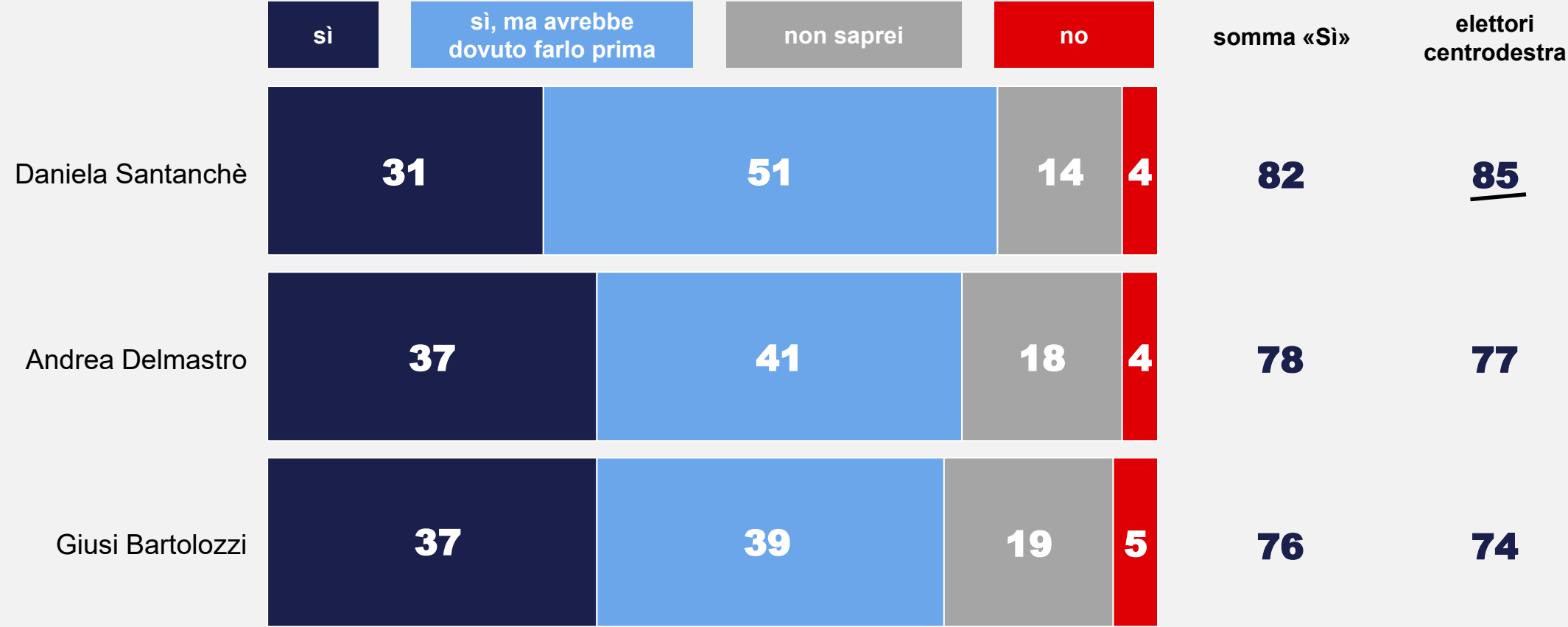


A seguito dell'esito del Referendum, ritiene che il centrosinistra, o Campo largo, dovrebbe...
(rispondono gli elettori di centrosinistra)



Dimissioni giuste anche per gli elettori di centrodestra. Tuttavia, l'opinione prevalente è che Santanchè, Delmastro e Bartolozzi avrebbero dovuto lasciare la carica prima del Referendum

Secondo lei, Giorgia Meloni ha fatto bene a chiedere le dimissioni di:



II. Quaresima e Ramadan



Il 2026 ha visto una parziale sovrapposizione delle celebrazioni del Ramadan (18 febbraio-19 marzo) e della Quaresima (18 febbraio-2 aprile). Cosa fanno e come percepiscono gli italiani queste due ricorrenze?

Come ci si poteva aspettare la Quaresima è molto più conosciuta, ma oltre la metà degli italiani dichiara di averne una conoscenza superficiale. Allo stesso modo, solo poco più di 1 italiano su 10 dichiara di conoscere bene il Ramadan. È però soprattutto il Ramadan a guadagnare in visibilità nel contesto relazionale, tanto che la percentuale di chi dichiara di conoscere persone che hanno vissuto i precetti del Ramadan è sensibilmente superiore a quella di chi dichiara di conoscerlo bene da un punto di vista teorico.

In generale il Ramadan è visto come una pratica più prescrittiva, in linea con

una visione dell'Islam più capace di coinvolgere i propri fedeli.

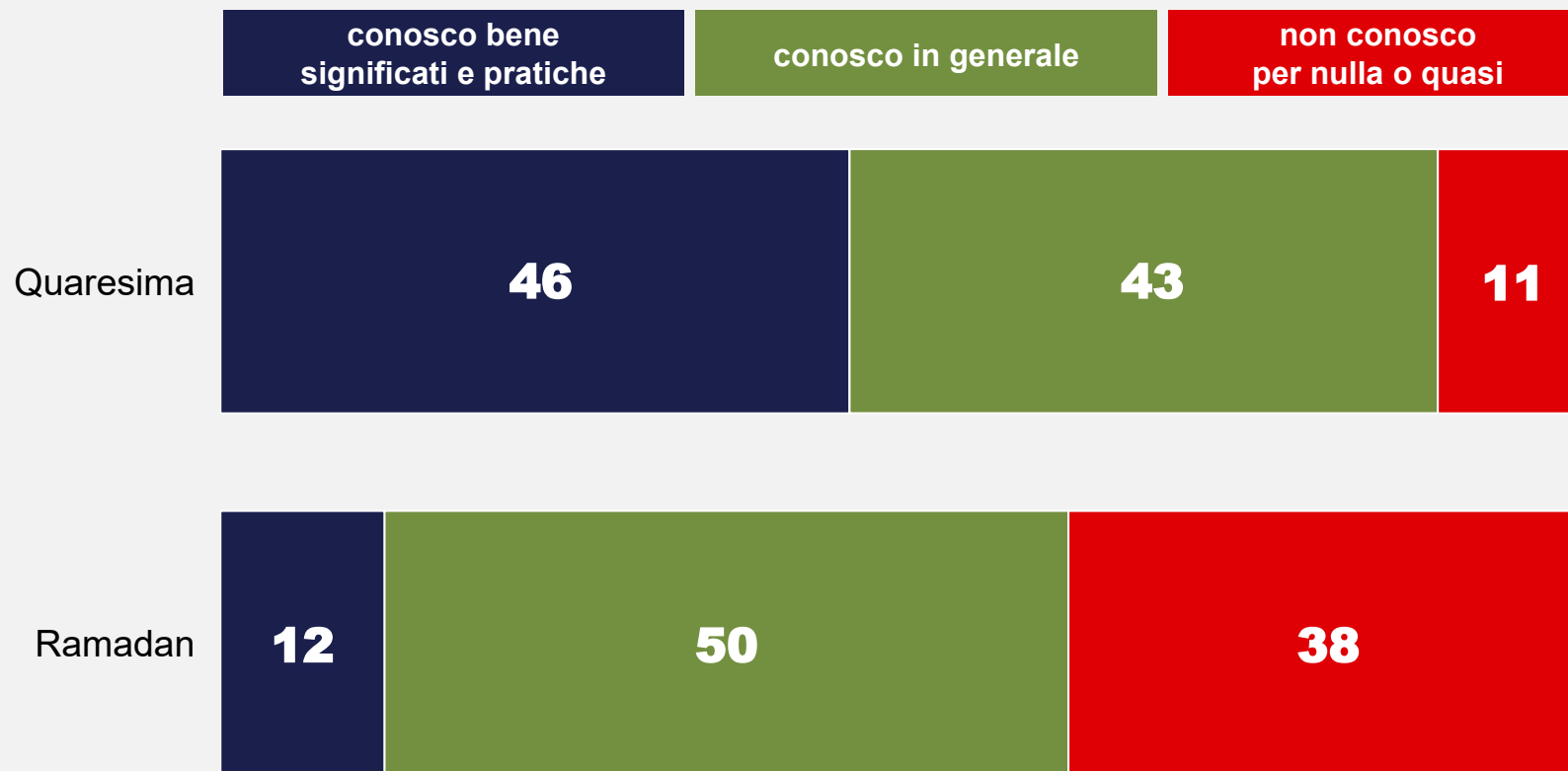
La Quaresima appare più capace di attivare azioni di carità, ma anche più inficiata da pratiche consumistiche, in linea con una visione più debole e secolarizzata del Cristianesimo.

Tuttavia, quando si chiede agli italiani una valutazione delle due religioni, non ci sono dubbi: è il Cristianesimo ad essere considerato in linea con i valori dell'Occidente, ma anche più moderno, più giusto, credibile e con una prospettiva futura.

Se oltre un terzo degli italiani ritiene entrambe le religioni meritevoli di rispetto, è chiara la scelta di campo a favore del Cristianesimo, che, anche in un contesto fortemente secolarizzato, mostra di rimanere un riferimento valoriale imprescindibile per i nostri connazionali.

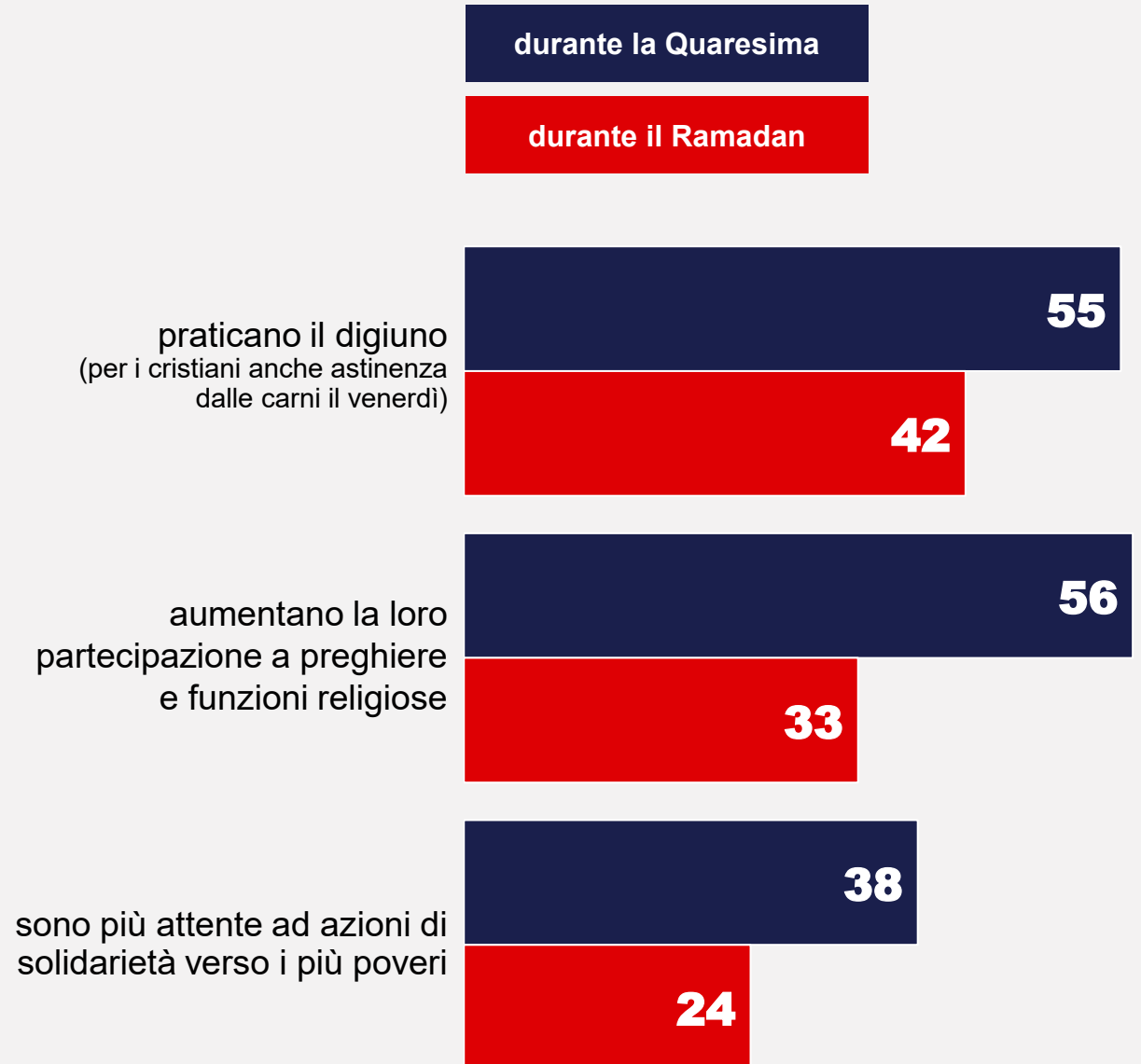
4 italiani su 10 non conoscono per niente il Ramadan, ma meno della metà dichiara di conoscere bene significato e pratiche della Quaresima

Quanto si sente informato sul significato e sulle pratiche della Quaresima e del Ramadan?



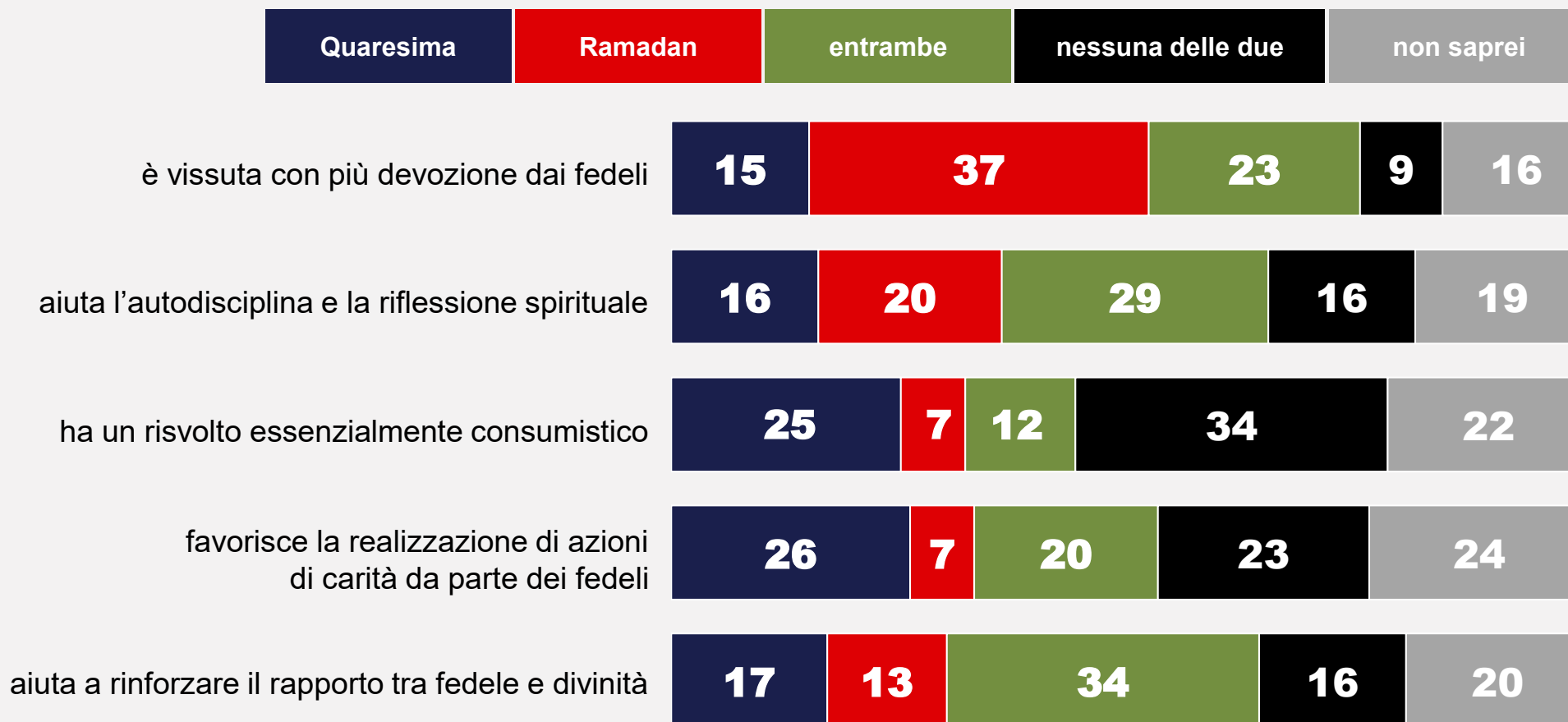
Escludendo se stesso/a e i suoi famigliari più stretti, lei conosce persone vicine che...

**Per quanto il
Ramadan sia molto
meno conosciuto
come ricorrenza,
oltre 4 italiani su 10
conoscono persone
che ne praticano le
prescrizioni**



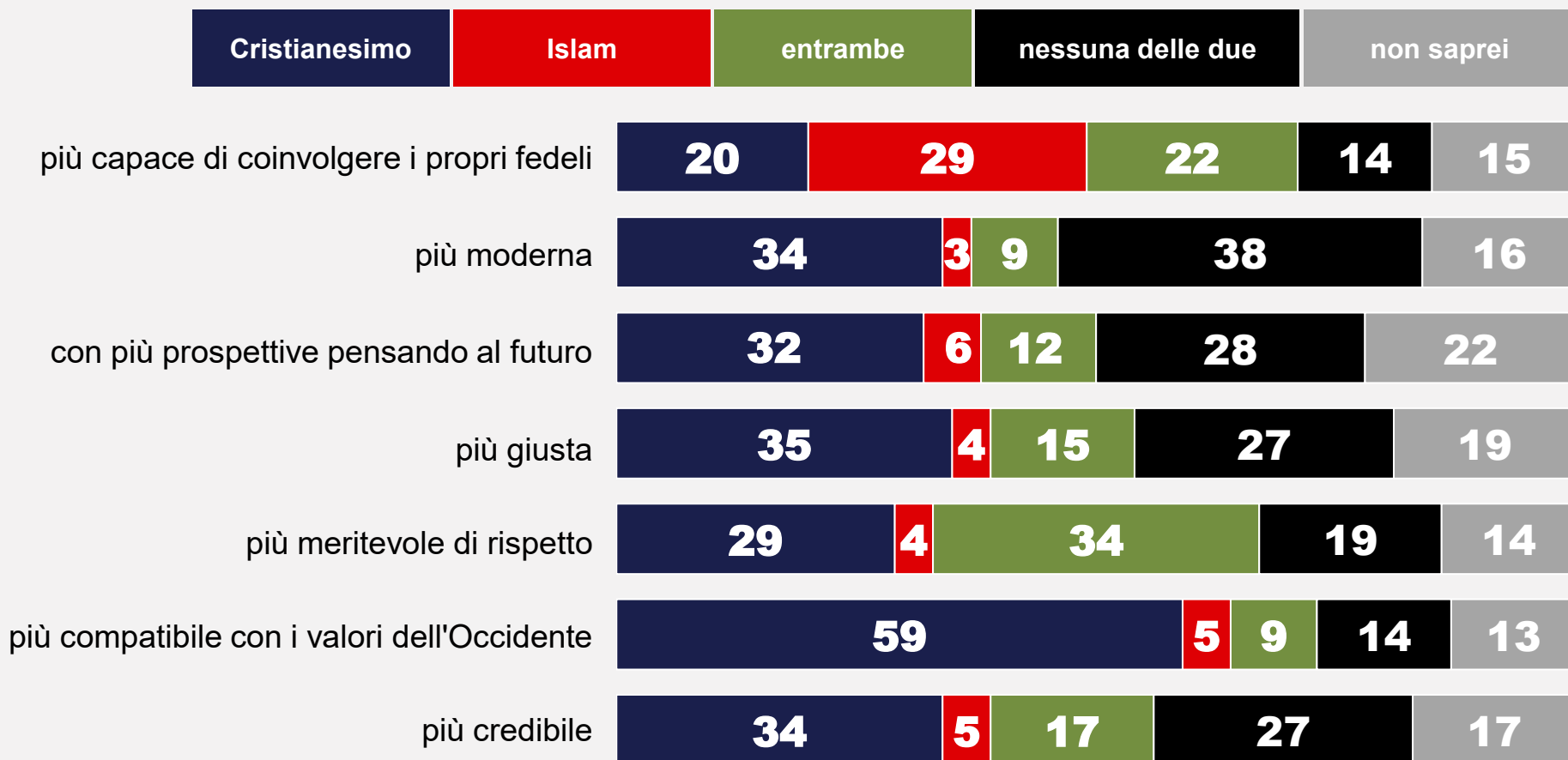
Il Ramadan è percepito come più coinvolgente per i suoi fedeli, la Quaresima più consumistica, ma più capace di favorire azioni di carità

Quest'anno il Ramadan e la Quaresima cristiana si sono quasi sovrapposti. Per quelle che sono le sue informazioni, quali delle due ricorrenze...



Cristianesimo e Islam a confronto: il secondo è percepito come più capace di mobilitare, ma il Cristianesimo vince la sfida valoriale e della credibilità

Pensando più in generale alla religione cristiana cattolica e a quella islamica, quale delle due ritiene che sia...



III. Gli italiani e la Pasqua



La Pasqua 2026 si conferma una ricorrenza ad alta intensità familiare, ma sempre più reinterpretata in chiave personale, dove tradizione e autonomia convivono. Il pranzo resta il momento centrale della festa: 6 italiani su 10 lo trascorrono con i parenti, dimostrando un legame forte con la tradizione. Tuttavia, soprattutto tra i più giovani emerge il bisogno di ritagliarsi spazi di libertà, con il 23% della Gen Z che si concede un weekend lontano dai vincoli famigliari.

La casa rimane il fulcro della festa, ma in una modalità più attiva e partecipata: il 39% degli italiani si mette ai fornelli, trasformando il pranzo in un'esperienza condivisa e non solo consumata. A tavola le regole cambiano: i menù si fanno più liberi, con un mix di portate senza un unico protagonista, mentre la tradizione più rigida coinvolge solo una minoranza, circa 1 italiano su 4.

Anche tra i dolci si osserva una tradizione che si frammenta ma non si perde: l'uovo di cioccolato si conferma il simbolo più diffuso, mentre la colomba resta più radicata tra i Baby Boomers. Al Sud continuano a essere scelti i dolci del territorio, indicati da circa una persona su tre.

Più che un semplice prodotto, l'uovo rappresenta un vero e proprio rito: 1 italiano su 2 lo acquista per il piacere di aprirlo insieme e condividere il momento, con una crescente attenzione alla qualità, soprattutto tra le generazioni adulte.

Nel complesso, la Pasqua degli italiani pur mantenendosi fedele alla tradizione, evolve verso una forma più flessibile e personalizzata, in cui la dimensione collettiva continua a essere centrale, ma lascia sempre più spazio al bisogno di autonomia individuale.

«Natale con i tuoi, Pasqua con chi vuoi». Lei come preferisce festeggiare la Pasqua?

per me la Pasqua è un «secondo Natale»,
la trascorro rigorosamente con la
famiglia e i parenti

32

36 Baby Boomers
39 residenti al Sud e Isole

rispetto la tradizione del pranzo in famiglia,
ma rivendico la libertà di passare il resto
della giornata con chi desidero

27

32 Gen Z

considero la Pasqua l'occasione ideale per
staccare dalla routine, spesso viaggiando o
cercando momenti di solitudine

14

23 Gen Z

seguo il proverbio alla lettera, preferisco
organizzare la giornata esclusivamente con
gli amici o il partner

12

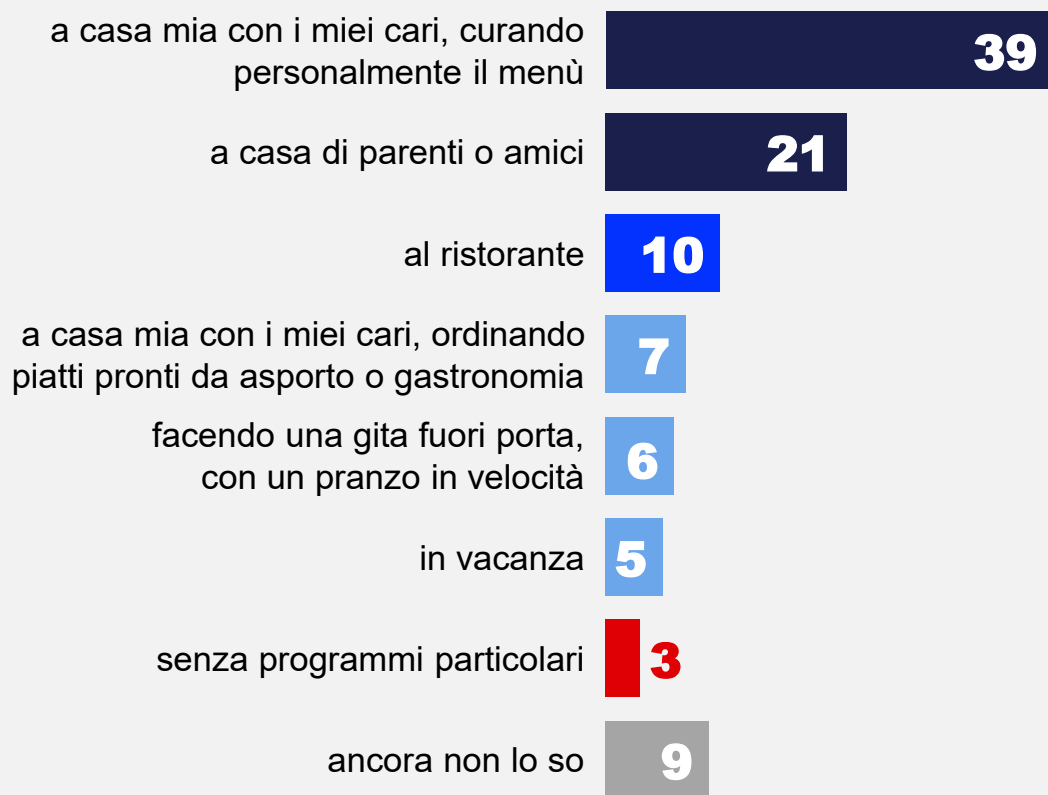
non la festeggio in nessun modo,
non è una festività che sento mia

15

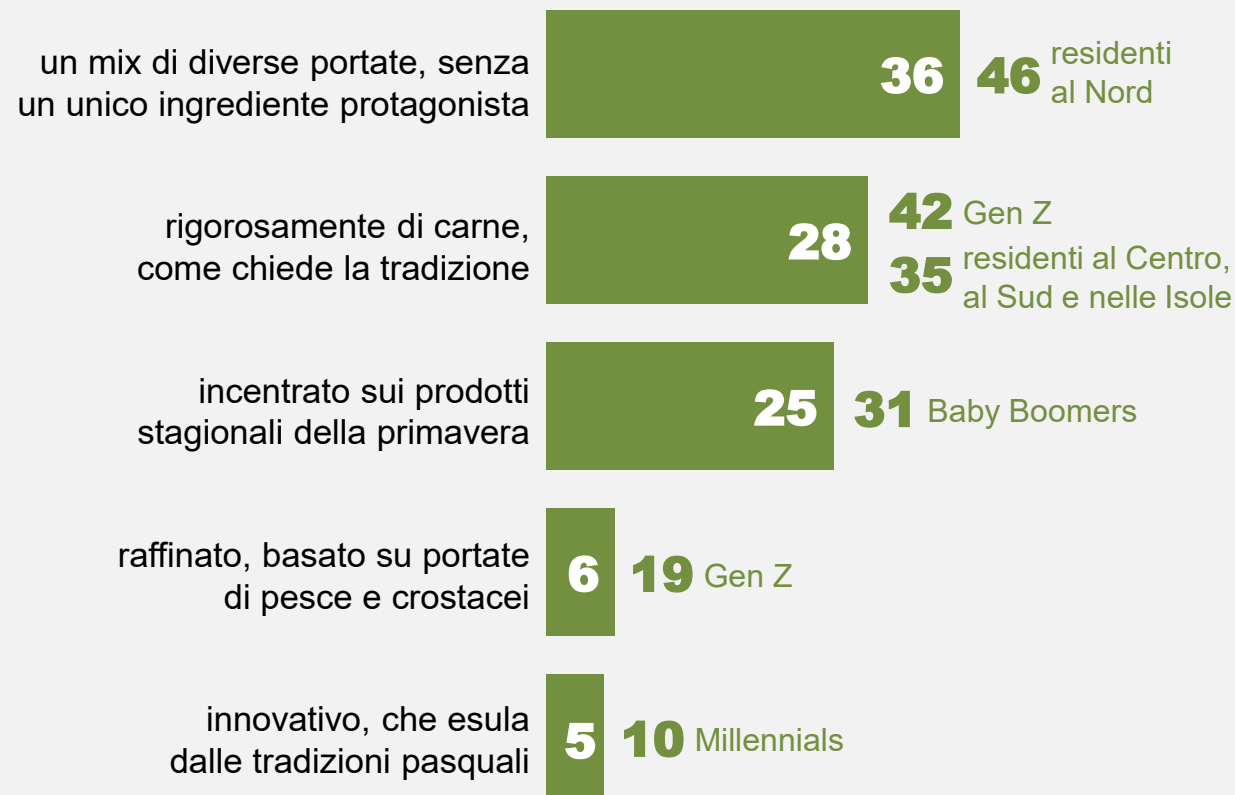
**Pasqua tra famiglia e
autonomia: se il 36%
dei Baby Boomers
resta fedele ai parenti,
tra i più giovani
cresce il bisogno di
staccare, e 1 su 4 ne
approfitta per un
break dalla routine**

La Pasqua resta un momento domestico e collettivo, ma solo una minoranza sceglie un menù rigorosamente tradizionale

Come festeggerà questa Pasqua che sta arrivando?
(risponde chi festeggia)



Per quanto riguarda il menu di Pasqua, questo sarà...
(risponde chi mangia a casa o al ristorante)



Qual è per lei e la sua famiglia il dolce simbolo della Pasqua che non deve mai mancare?

**Il dolce della
Pasqua: se l'uovo
è il re indiscusso,
la Colomba
resiste tra i Baby
Boomers, mentre
al Sud 1 su 3
sceglie le
specialità locali**



L'uovo resta un rito di famiglia: 1 italiano su 2 lo compra per il piacere di aprirlo insieme e di vedere la gioia dei bambini. Priorità nella scelta alla qualità, Millennials più attenti al prezzo

Quale di queste affermazioni descrive meglio il suo rapporto con le uova di Pasqua?



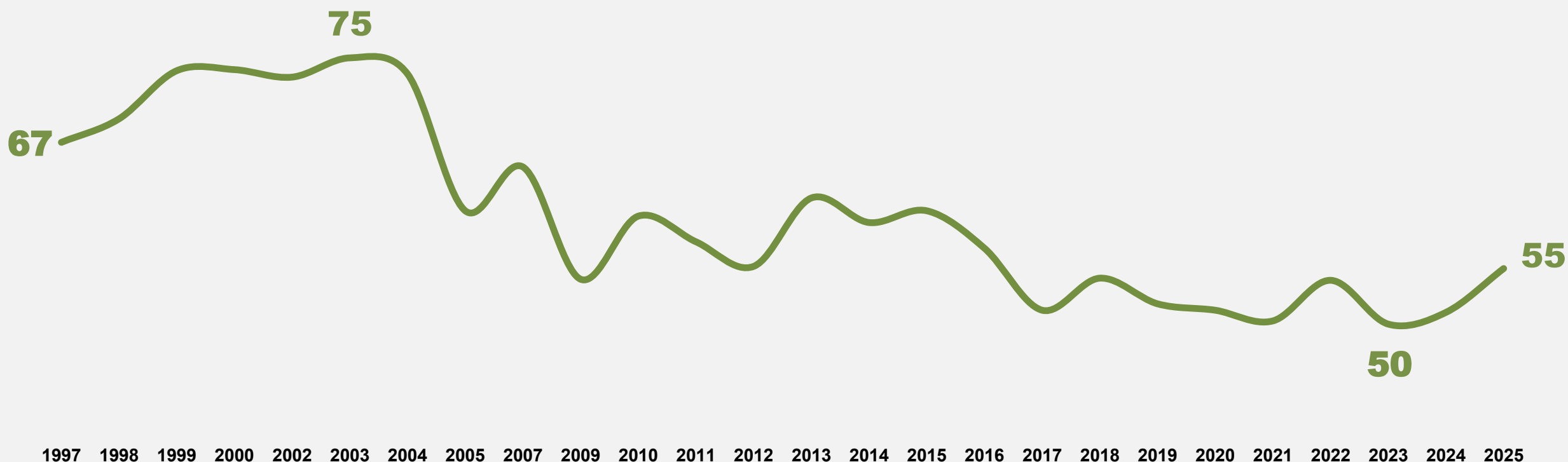
Quando deve scegliere quale uovo di Pasqua comprare, a cosa presta maggiormente attenzione?



Attualità dell'insegnamento della Chiesa – 1997-2025

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.

L'insegnamento della chiesa è ancora valido. Lei è:



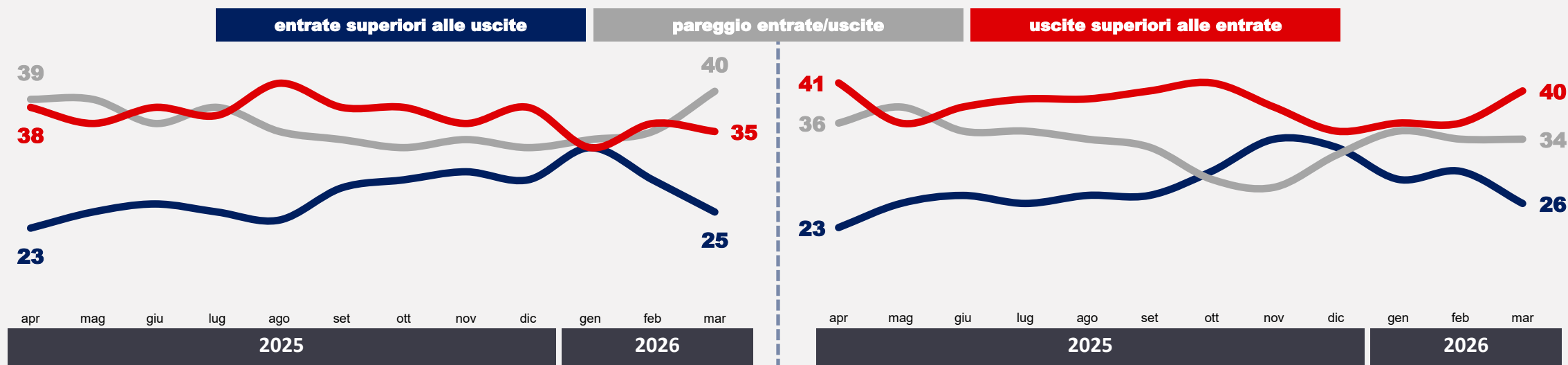
Monitor consumo e risparmio delle famiglie

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



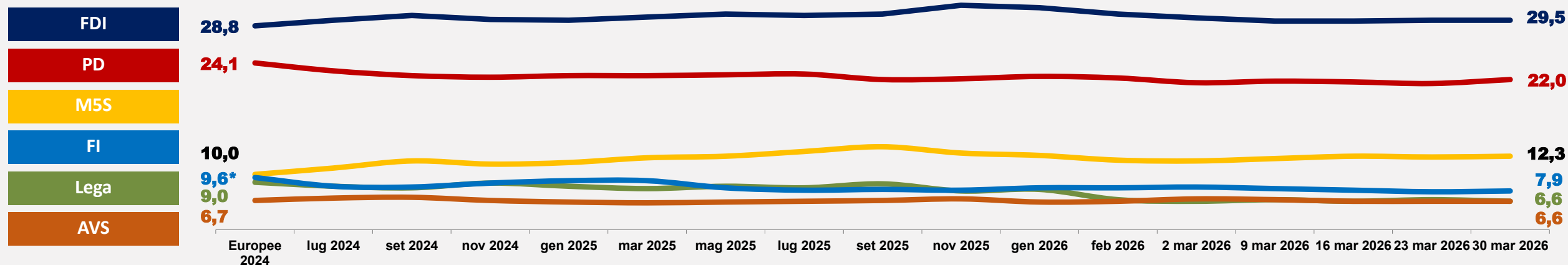
dettaglio marzo 2026

entrate superiori alle uscite	25	uscite superiori alle entrate	35
crescita risparmio	15	riduzione consumi	20
crescita consumi	10	ricorso al risparmio	10
		ricorso al debito	5

entrate superiori alle uscite	26	uscite superiori alle entrate	40
crescita risparmio	14	riduzione consumi	26
crescita consumi	12	ricorso al risparmio	9
		ricorso al debito	5

Intenzioni di Voto

30 marzo 2026



*Dato riferito a Forza Italia – Noi Moderati

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 25 - 30 marzo 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.
I dati da giugno 2024 a febbraio 2026 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



@swgresearch



@swg_research



SWG S.p.A.

