



radar swg

13 – 19 aprile 2026

- I. La prospettiva europea
- II. Gli italiani e lo Spazio
- III. L'impatto della guerra in Iran sulle vacanze

Spinner: guerra come male necessario – 2003-2025

Pannello: la percezione della situazione economica nazionale

Intenzioni di voto – 20 aprile 2026



I. La prospettiva europea



Mentre le vicende sulla scena internazionale mettono sempre più in evidenza la debolezza dell'Unione Europea, si rafforza la convinzione che solo un'Europa più forte, efficiente e soprattutto integrata, potrà in futuro garantire una buona qualità della vita ai cittadini del vecchio continente.

La quota di quanti ritengono che per un futuro migliore sia necessario investire sull'Unione è doppia rispetto a quanti preferirebbero invece puntare sulla dimensione nazionale. Risulta robusta anche la percezione di affinità con gli altri popoli europei, a cui si sente vicino quasi un italiano su due.

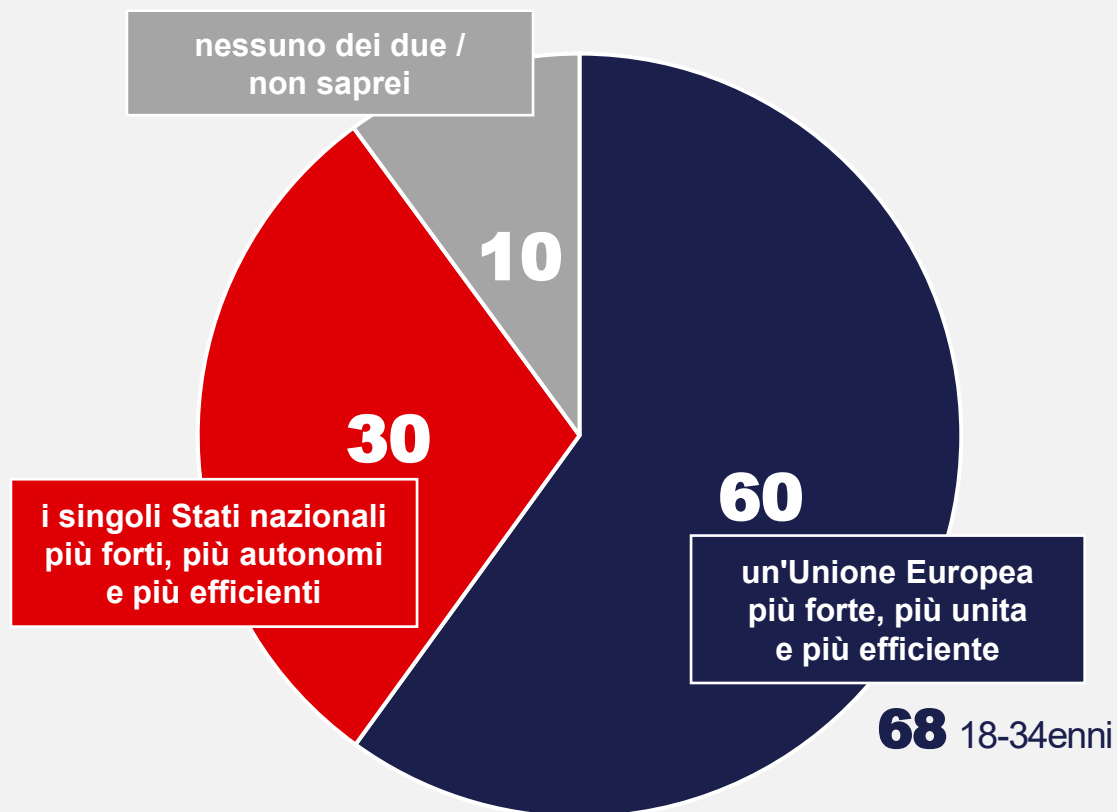
Si rileva, inoltre, una discreta disponibilità di una parte cospicua di italiani a superare la concezione dello Stato nazionale. Il 40% si dichiara aperto all'opzione di sostituire la cittadinanza italiana con quella

europea e la stessa quota si mostra attratta dalla proposta di instaurare un nuovo ordinamento con soli due livelli di governo, quello centrale dell'Unione e quello periferico delle regioni. Una disponibilità ragguardevole, considerando che si tratta di due ipotesi ancora poco presenti nel dibattito pubblico.

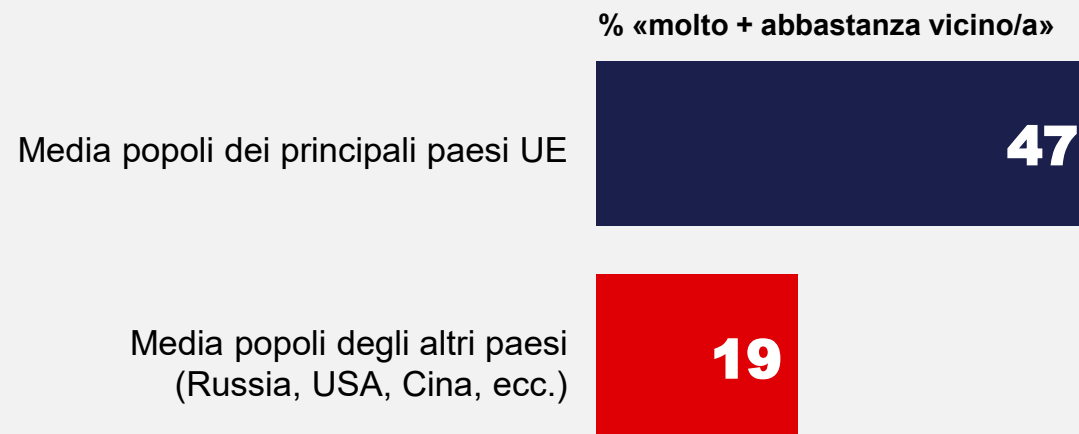
In quest'ottica, la sconfitta di Orbán alle elezioni ungheresi ha rinfrancato chi, soprattutto nel centrosinistra, auspica uno sviluppo unitario in Europa, ma pochi si illudono che le cose cambieranno in modo dirimente.

Il percorso è ancora lungo, ma certo è che una porzione ampia della società italiana vede il proprio futuro strettamente associato a quello dell'Unione Europea.

Per il futuro benessere e la sicurezza dei cittadini europei, lei pensa che bisognerebbe impegnarsi per avere soprattutto...



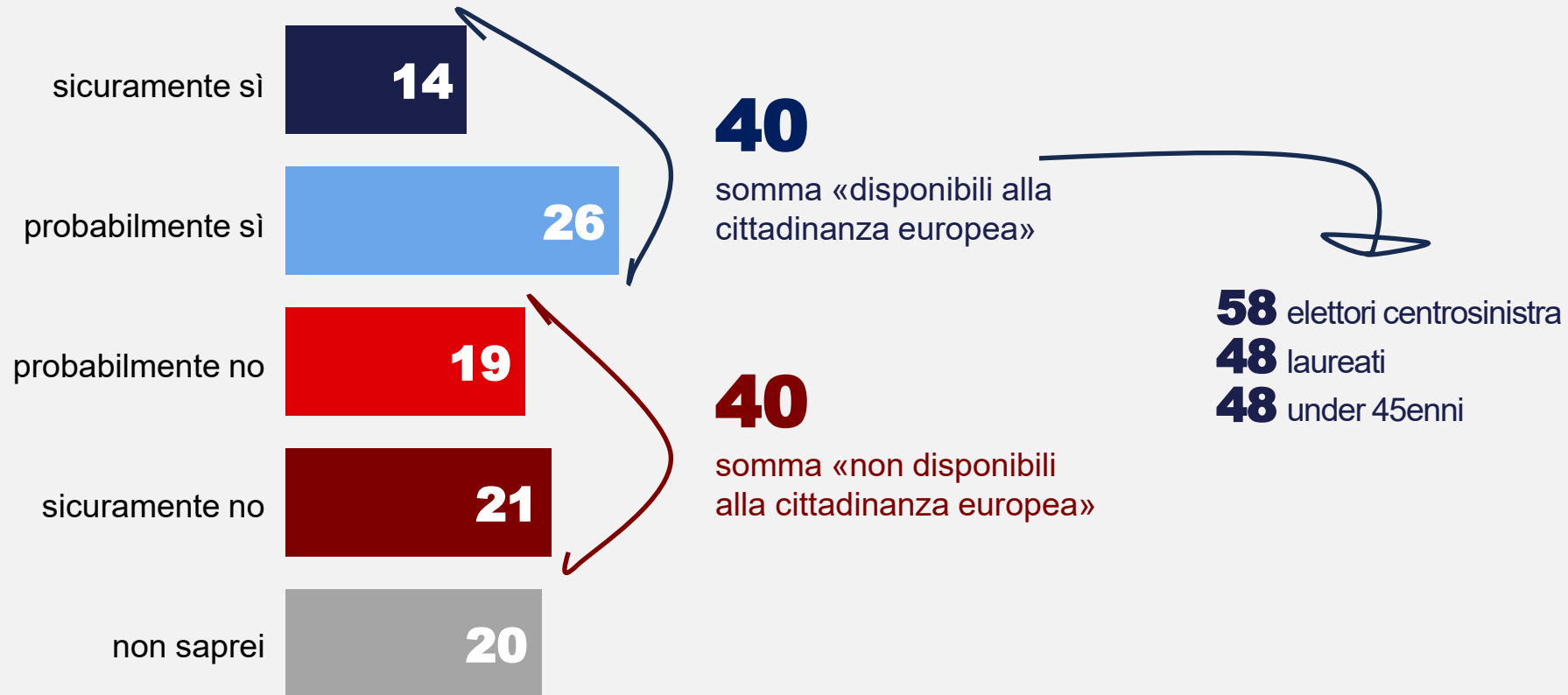
Pensi alle popolazioni dei diversi Stati del mondo, la gente e la loro cultura. Quanto direbbe di sentirsi vicino/a...



**Per un futuro migliore
bisogna puntare
sull'integrazione europea.
Italiani più vicini agli altri
popoli del vecchio
continente, rispetto al
resto del Mondo**

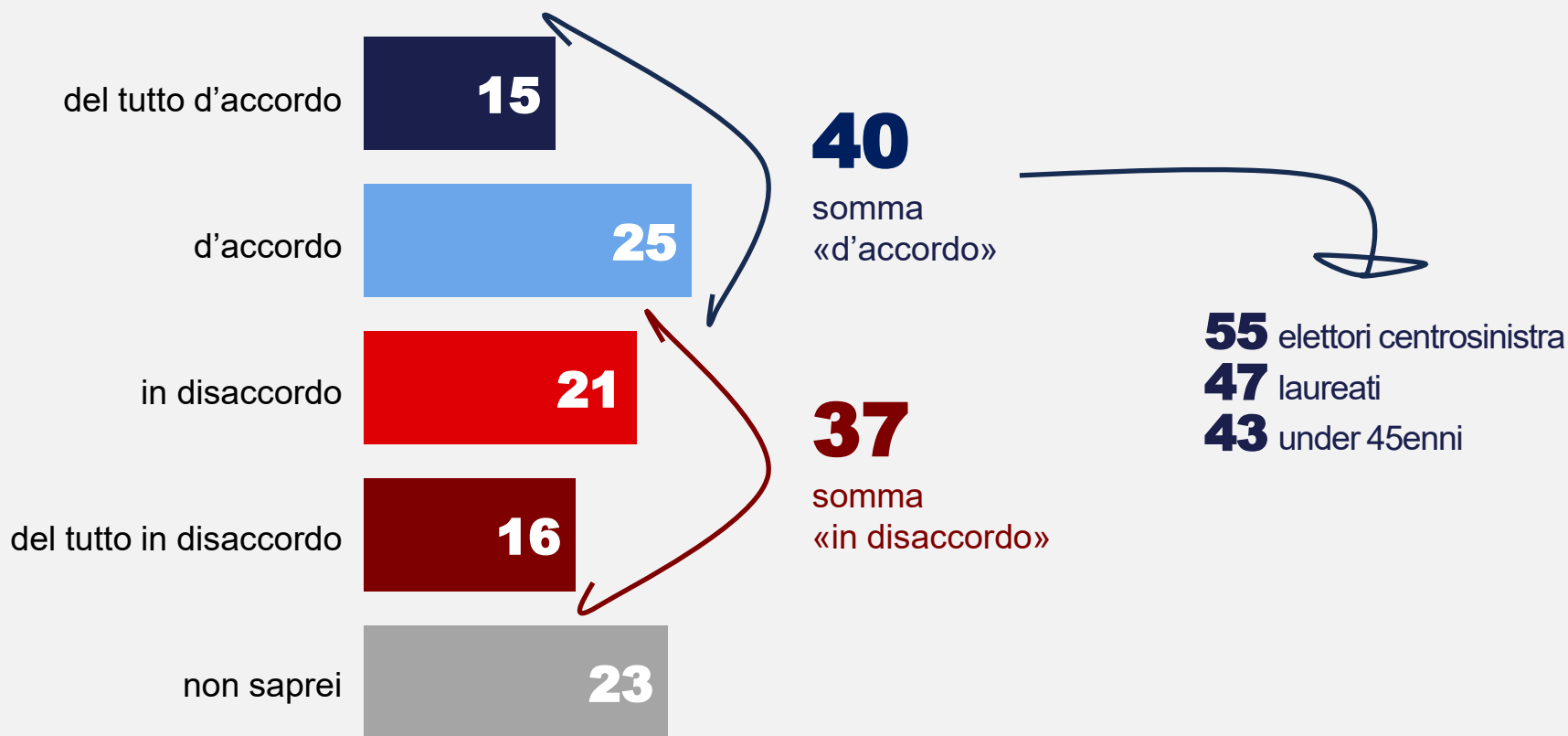
4 italiani su 10 disponibili ad acquisire una cittadinanza europea rinunciando a quella nazionale

Se venisse introdotta la possibilità di acquisire una cittadinanza europea al posto di quella nazionale, accompagnata da documenti, un sistema di garanzie e un regime fiscale coerenti con i principi e i livelli medi dell'Unione Europea, lei sarebbe disposto/a ad assumerla rinunciando alla cittadinanza italiana?



Cittadini divisi sull'ipotesi del superamento degli Stati in un nuovo ordinamento dell'Unione Europea, ma prevale di misura il fronte dei favorevoli

Immagini, in un futuro, l'Unione Europea come uno stato federale unico, suddiviso in macroregioni o città metropolitane, dove gli attuali 27 stati non avrebbero più un ruolo di governo. Su alcune competenze avrebbe la giurisdizione un governo centrale dell'UE e sulle altre le macroregioni, città metropolitane o i comuni. Lei sarebbe d'accordo o in disaccordo con un ordinamento di questo tipo?



La sconfitta di Orbán incute speranze per le prospettive dell'Ue, soprattutto nell'area di centrosinistra

In Ungheria, a seguito delle elezioni politiche Victor Orbán ha perso la guida del paese. Ritiene che ciò inciderà sugli equilibri dell'Unione Europea?



II. Gli italiani e lo Spazio



Il successo della missione Artemis II ha riaperto l'interesse per l'esplorazione spaziale, risvegliando però una polarizzazione netta nell'opinione pubblica italiana.

Il 60% dei cittadini ritiene importante proseguire le missioni verso lo Spazio profondo, ma il consenso è fortemente trainato dagli uomini e dalla Gen Z, che con il 74% di pareri favorevoli si conferma la generazione più entusiasta. Di contro, donne e Baby Boomers guardano con meno interesse al tema.

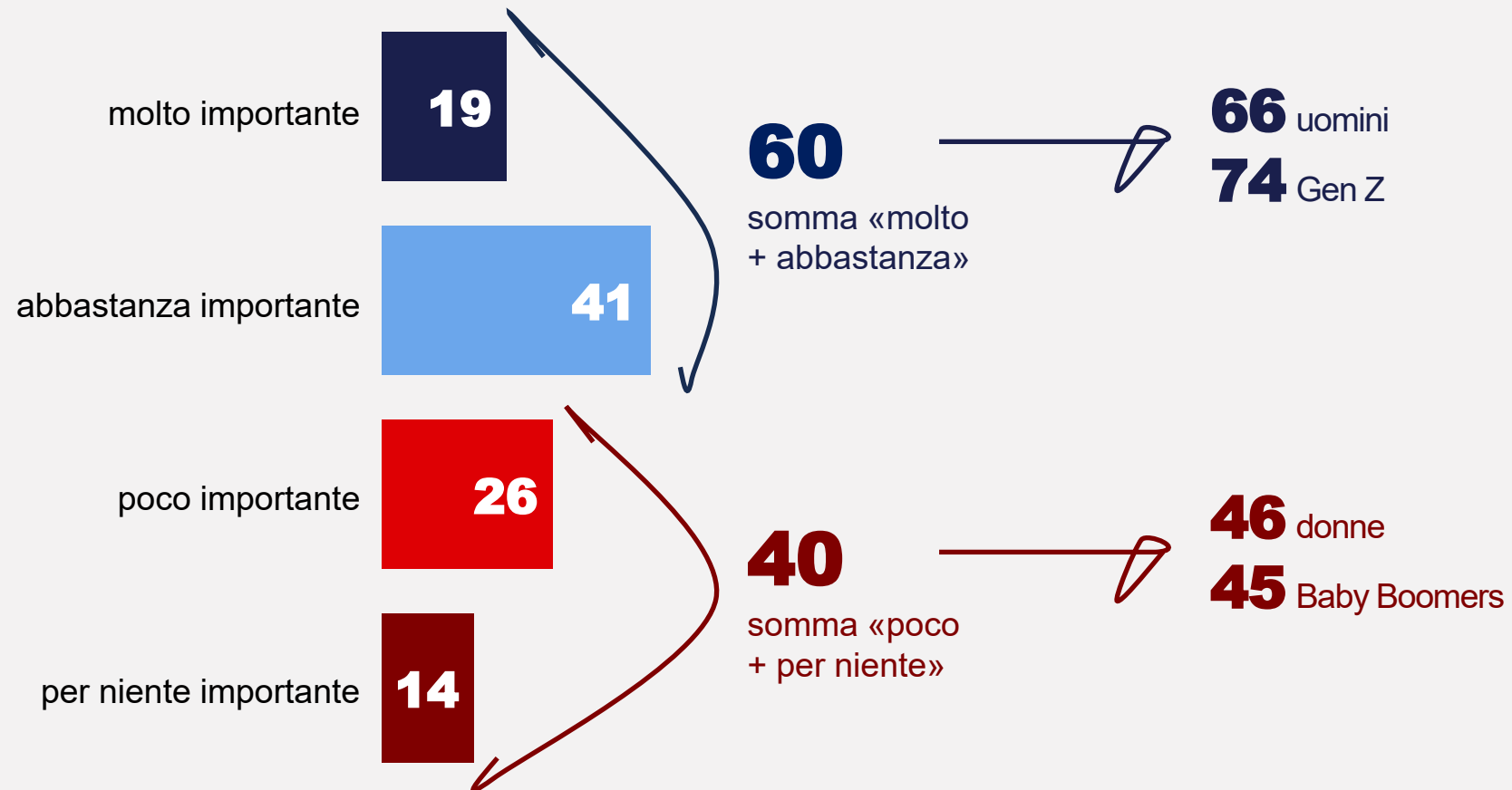
Le evocazioni legate allo Spazio riflettono questa spaccatura: se per il 34% dei Baby Boomers l'esplorazione è sinonimo di progresso infinito, una quota speculare della stessa generazione la percepisce come uno spreco di risorse. Tra le generazioni più giovani prevale il fascino dell'avventura e la speranza per il

futuro dell'umanità. Sul piano degli obiettivi, la richiesta è di un ritorno tangibile: il 42% degli italiani, con i Baby Boomers in testa, ritiene che gli investimenti debbano servire prioritariamente a sviluppare tecnologie per la vita quotidiana sulla Terra. La Gen Z assegna invece un valore maggiore all'aumento della conoscenza scientifica e al monitoraggio del clima.

Nella percezione dei protagonisti del settore, la NASA e gli Stati Uniti conservano il primato del prestigio storico e dei successi ottenuti. Tuttavia, lo sguardo verso il futuro premia l'iniziativa privata: Elon Musk (Space X) è considerato il soggetto con i maggiori investimenti, mentre la Cina viene indicata come la potenza con le maggiori probabilità di successo per il futuro.

6 italiani su 10 promuovono l'esplorazione dello Spazio, 3 su 4 tra i più giovani. Il consenso cala tra donne e Baby Boomers

In linea generale, quanto ritiene importante che l'umanità prosegua oggi con missioni di esplorazione dello Spazio profondo (Luna, Marte, asteroidi)?

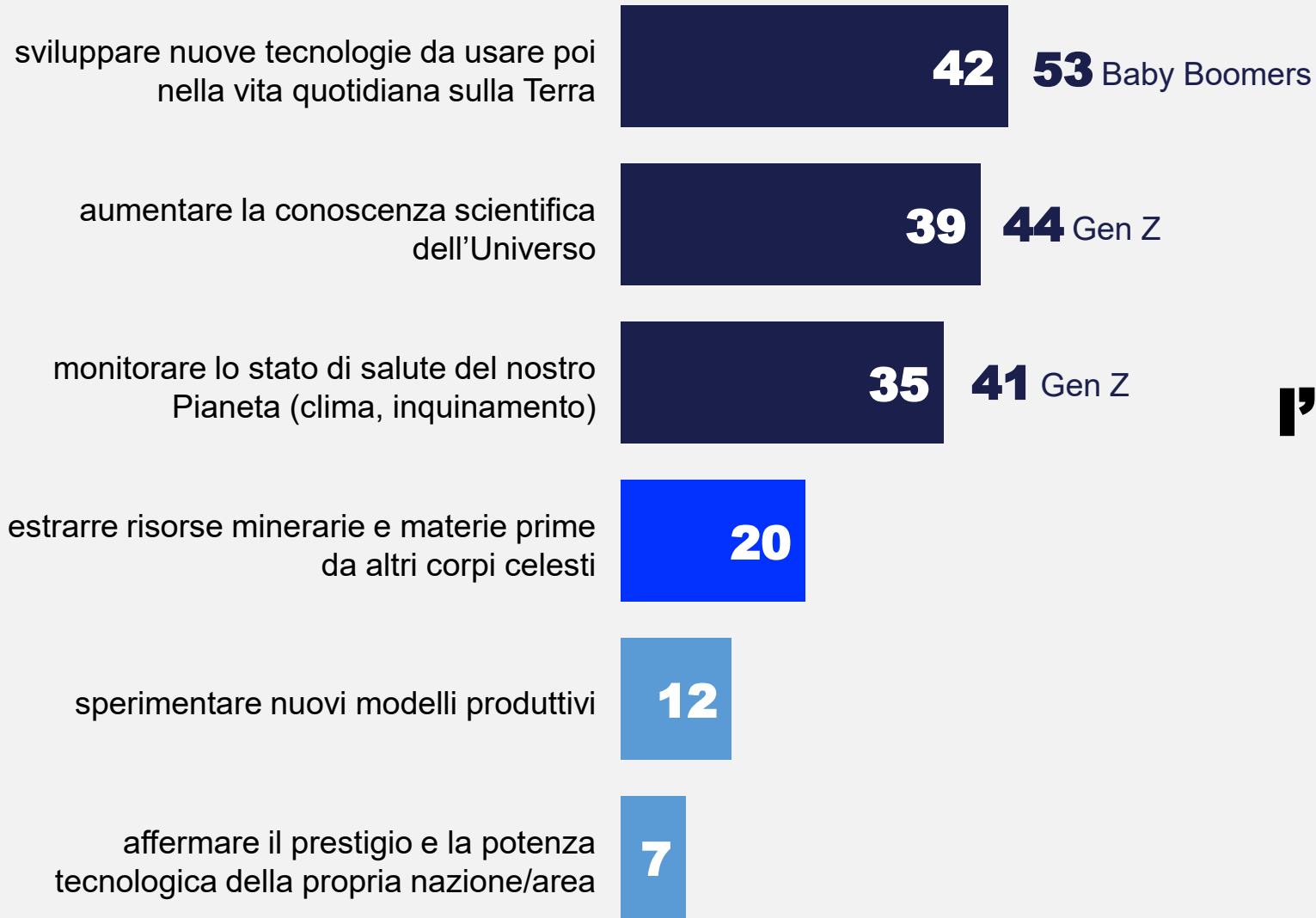


Italiani divisi: per 3 su 10 la ricerca in campo spaziale è progresso, per altri 3 uno spreco. Tra i più giovani è forte il senso di avventura

Con il recente successo della missione Artemis, che ha segnato una tappa fondamentale nel ritorno dell'uomo sulla Luna, il tema dello Spazio è tornato al centro del dibattito. Cosa evoca in lei, principalmente, l'idea dell'esplorazione spaziale?



Quale ritiene debba essere l'obiettivo primario dei nuovi investimenti nello Spazio?
(possibili 2 risposte)

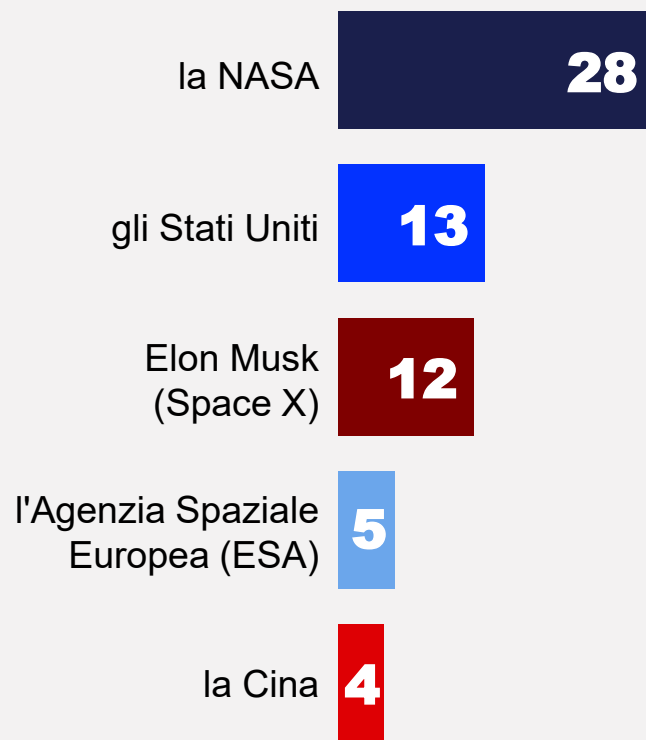


Spazio al servizio della Terra: per 4 italiani su 10 l'obiettivo principale è avere ricadute tecnologiche immediate. Per la Gen Z prioritarie la conoscenza e il monitoraggio del clima

Tra il prestigio storico della NASA e gli investimenti di Space X, la Cina si consolida nell'immaginario come la potenza di maggiore prospettiva

Le presentiamo ora una serie di soggetti che hanno investito in attività spaziali. Secondo lei oggi chi tra i soggetti indicati?

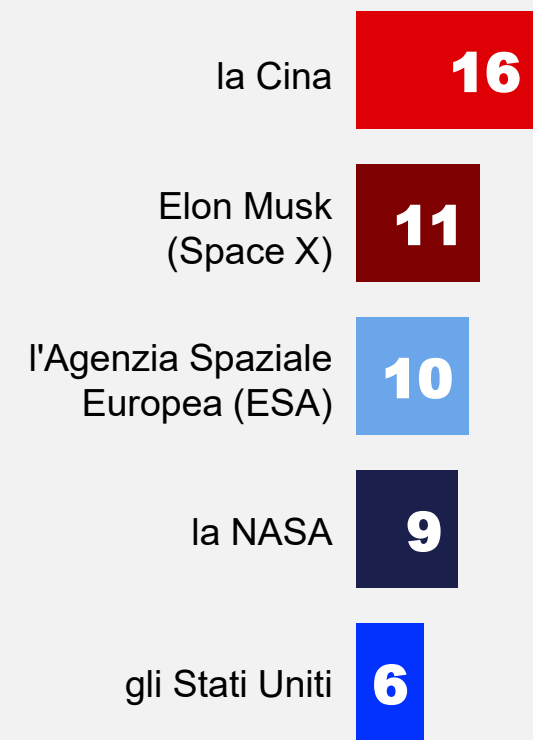
ha fatto maggiori successi



ha fatto maggiori investimenti



ha le migliori prospettive per il futuro



III. L'impatto della guerra in Iran sulle vacanze



Quest'anno la pianificazione delle vacanze estive è messa a dura prova dal conflitto in Iran. Le incertezze sui trasporti aerei e navali e l'incremento nei prezzi dei carburanti sta costringendo gli italiani a ripensare la propria programmazione. Ad oggi solo il 20% ha già pianificato la propria vacanza estiva con certezza.

Per oltre la metà degli intervistati (57%) il conflitto sta avendo un peso sulla pianificazione delle proprie vacanze estive, influenzando la scelta delle destinazioni. In questa situazione di incertezza, quasi 3 italiani su 10 continuano a monitorare costantemente la situazione, pronti a cambiare i propri programmi, mentre il 10% ha deciso di posticipare la propria prenotazione in attesa di uno scenario più stabile.

Gli italiani prevedono, infatti, un'estate segnata da rincari e disagi sul fronte dei voli e delle prenotazioni, con un certo timore di attentati nelle principali mete turistiche.

Proprio per questi motivi, tutelarsi maggiormente diventa la priorità. In primo luogo, il 64% degli italiani (e l'80% di chi viaggerà all'estero) opta per la «cancellazione gratuita» last minute. A seguire, il 47% (e il 69% di chi ha prenotato da poco o sta pianificando) si affida ad un'assicurazione di viaggio completa.

Il conflitto sta quindi condizionando fortemente le vacanze degli italiani, che tra incertezze e rincari optano per la massima flessibilità, sia nella scelta delle mete che nella gestione dei programmi.

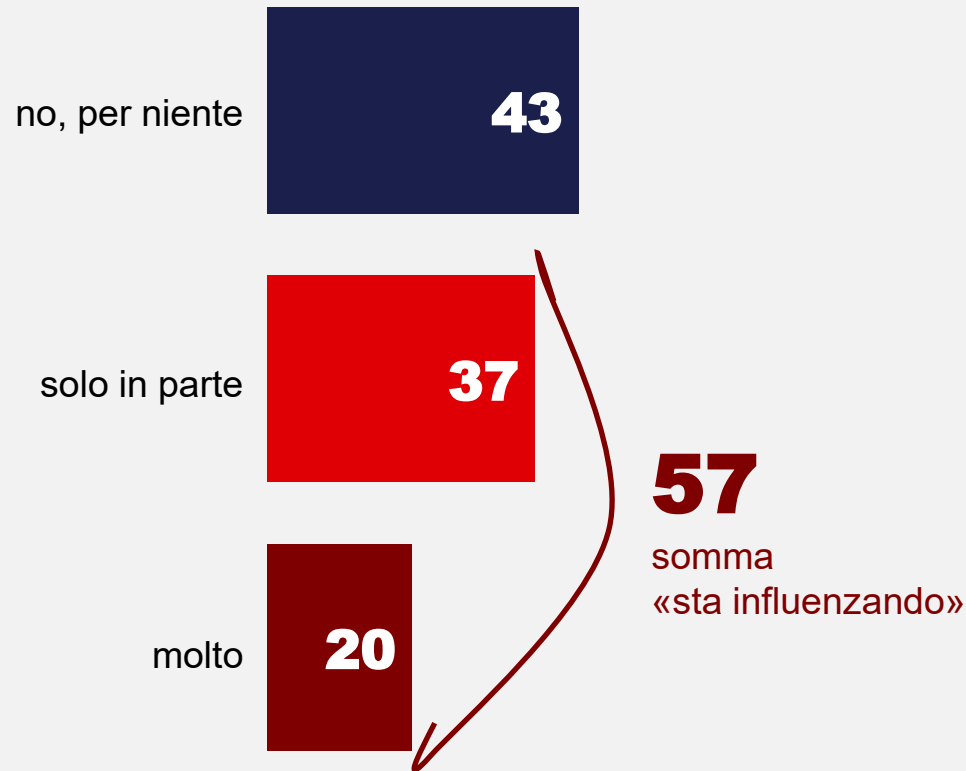
Si sta avvicinando l'estate e molti italiani, in questo periodo dell'anno, hanno già pianificato, o stanno pianificando, le proprie vacanze estive. Rispetto alle sue vacanze...



**Vacanze estive:
se 1 italiano su 5
ha già la valigia
pronta, il 27%
deve ancora
iniziare a
pianificare**

Il conflitto in Iran condiziona le vacanze di quasi 3 italiani su 5: si cambiano le mete e si monitora la situazione prima della scelta definitiva

L'attuale situazione internazionale sta influenzando o ha influito sulla programmazione delle sue vacanze?

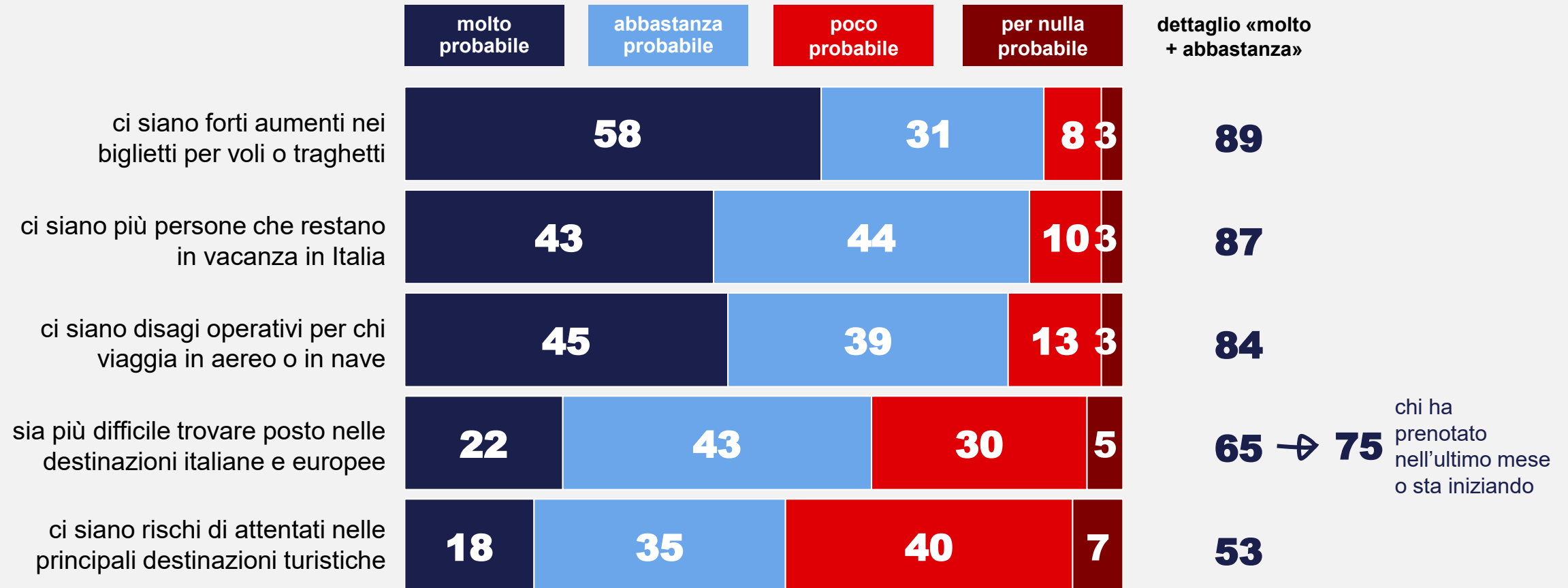


Nello specifico, quali sono gli effetti che il conflitto in Iran ha avuto o sta avendo sulla programmazione delle sue vacanze? (possibili più risposte)
risponde chi dice che la guerra ha influito



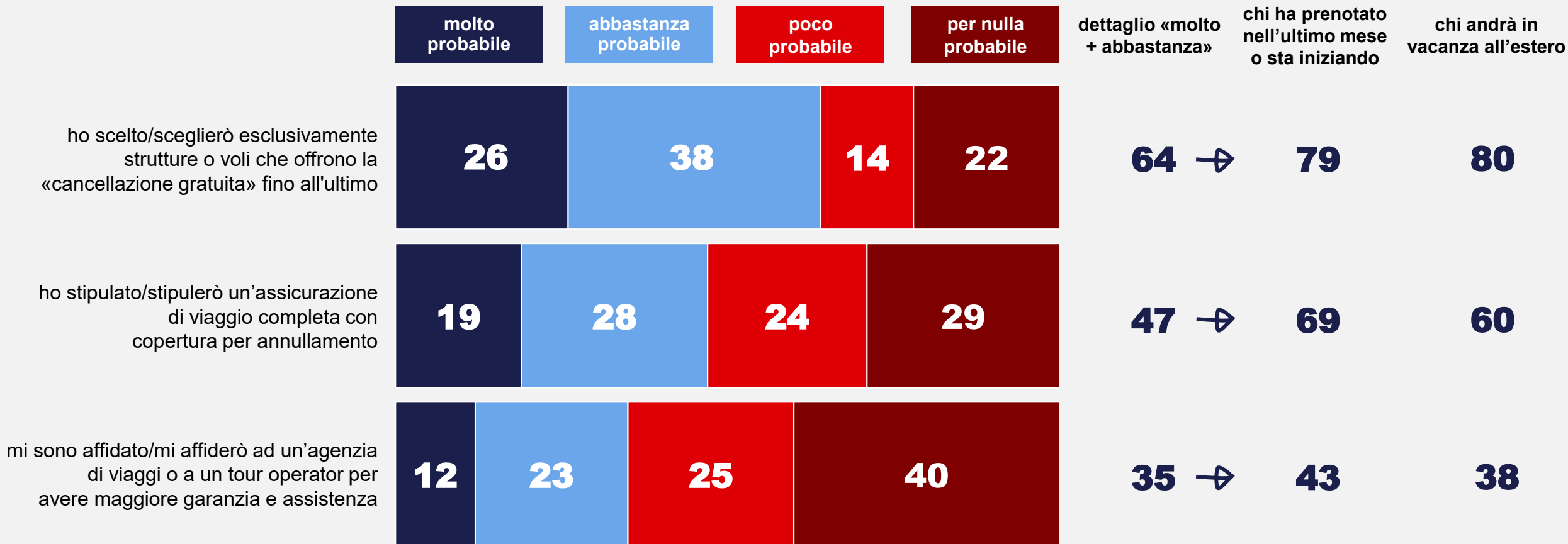
La maggior parte degli italiani prevede rincari e disagi per le prossime vacanze estive: per l'87% crescerà il turismo domestico e la metà teme possibili attentati

Secondo lei, pensando alle vacanze estive quanto è probabile che...



L'incertezza impone cautela, specie tra chi ha prenotato di recente o viaggerà all'estero: priorità alla «cancellazione gratuita» last-minute e a un'assicurazione di viaggio completa

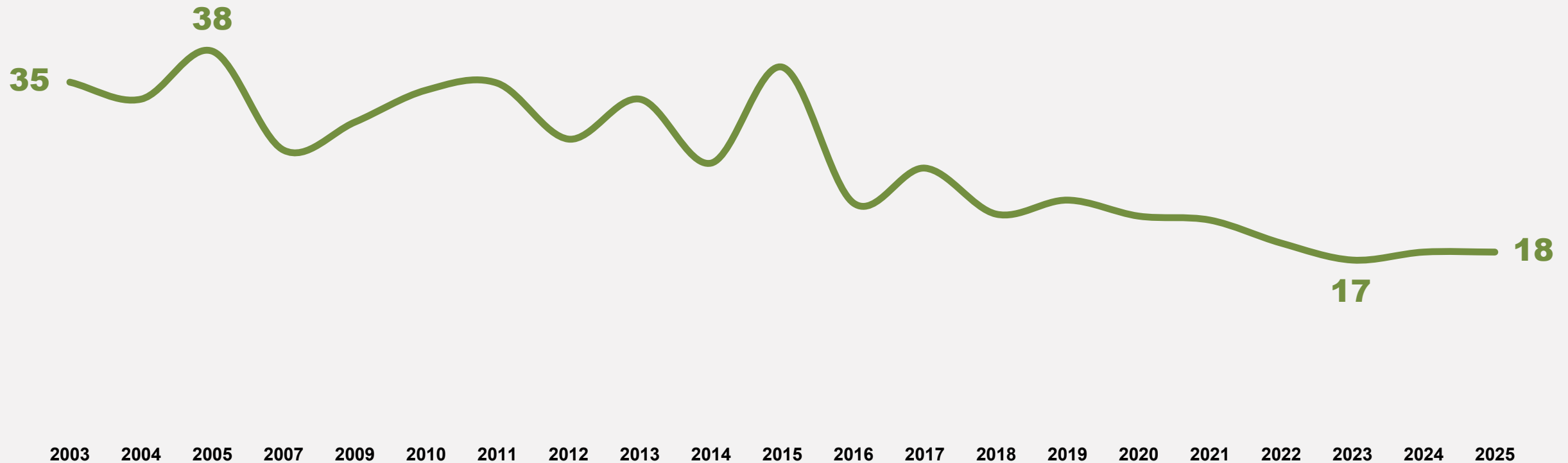
Per tutelare le sue prossime vacanze in questo clima d'incertezza, con quanta probabilità ha fatto/farà le seguenti azioni?



Guerra come male necessario – 2003-2025

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.

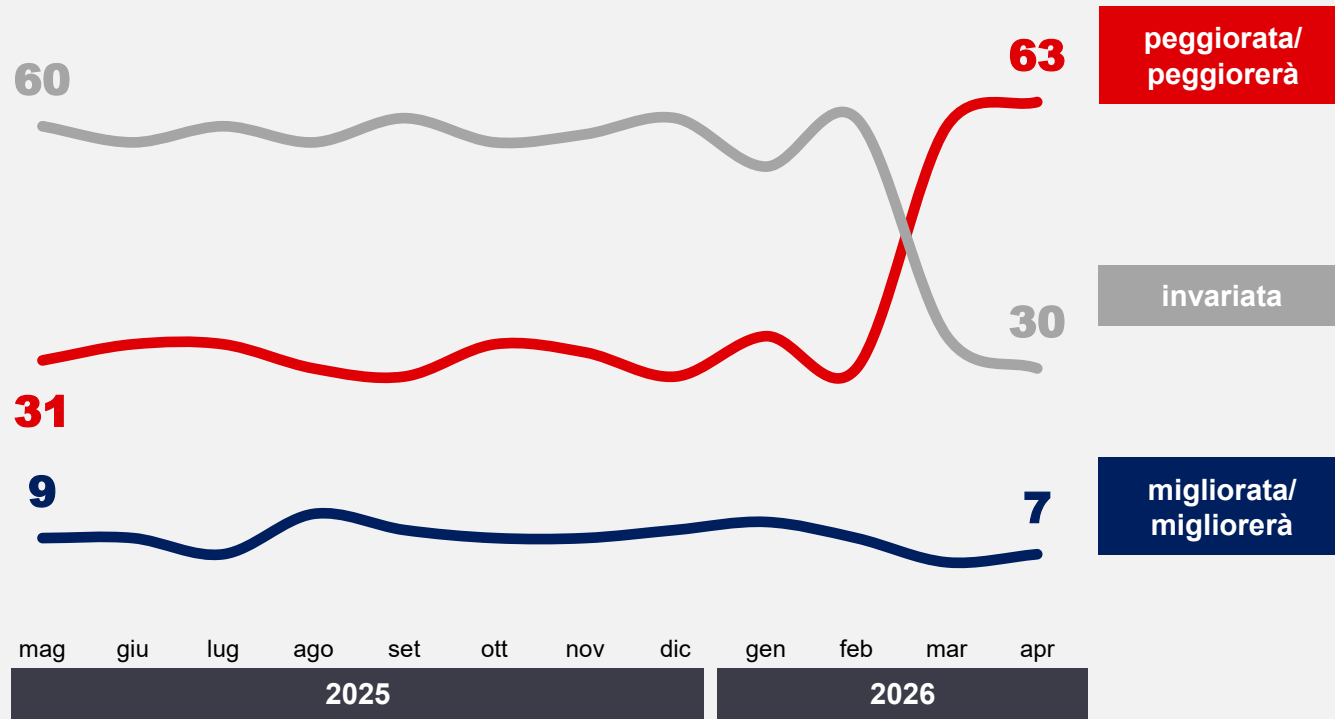
Talvolta le guerre sono un male necessario. Lei è:



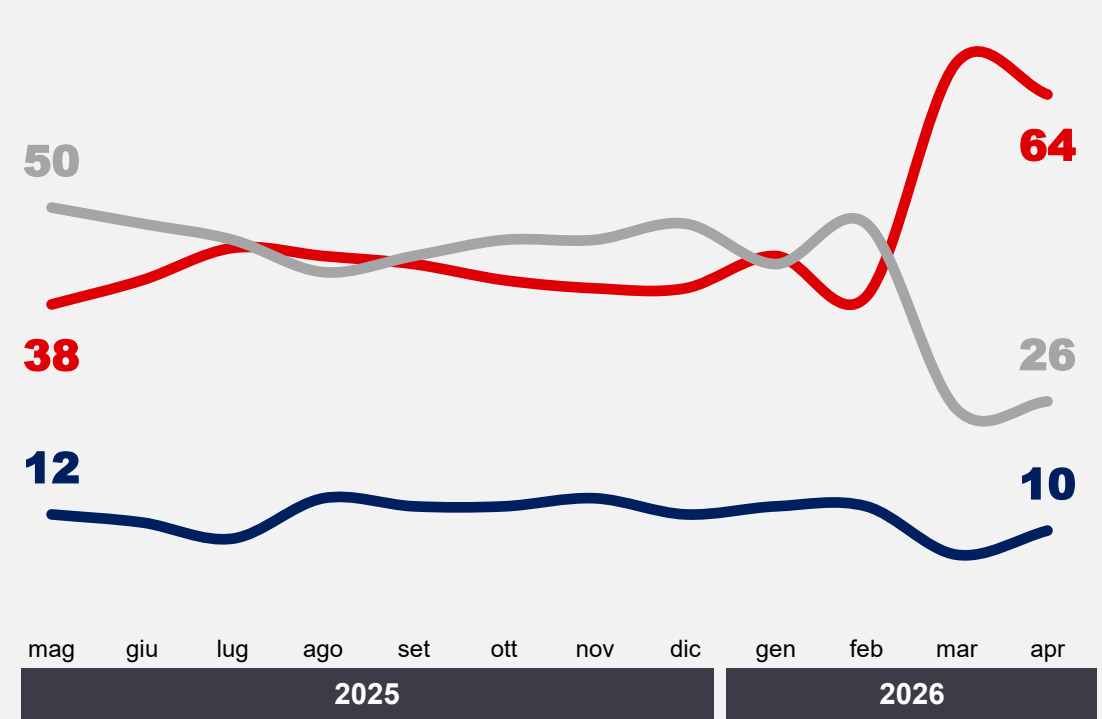
La percezione della situazione economica nazionale

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.

percezione della situazione economica nelle due settimane precedenti l'intervista

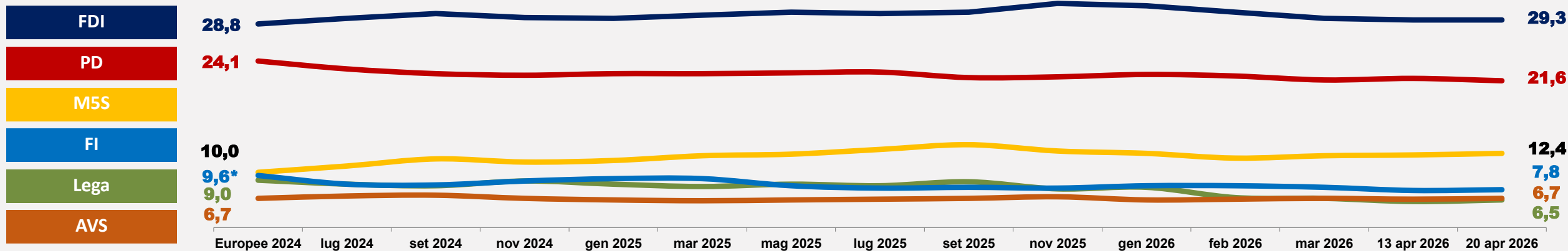


percezione dell'evoluzione della situazione economica nei mesi successivi all'intervista



Intenzioni di Voto

20 aprile 2026



*Dato riferito a Forza Italia – Noi Moderati

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 15 - 20 aprile 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.
I dati da giugno 2024 a marzo 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

