



radar swg

8 – 14 giugno 2026

- I. Allargamento UE e Ucraina
- II. La sensibilità ambientale
- III. Hobby e manualità: il ritorno del fai-da-te

Spinner: figli come senso dell'esistenza – 2015-2025

Pannello: la percezione della situazione economica nazionale

Intenzioni di voto – 15 giugno 2026



I. Allargamento UE e Ucraina



Sono passati 13 anni dall'ultima adesione di un paese all'Unione Europea e molti sono i candidati in fase di trattativa. In particolare, per quanto riguarda l'Ucraina, è stata proposta un'accelerazione del processo di adesione per via della situazione nella quale si trova.

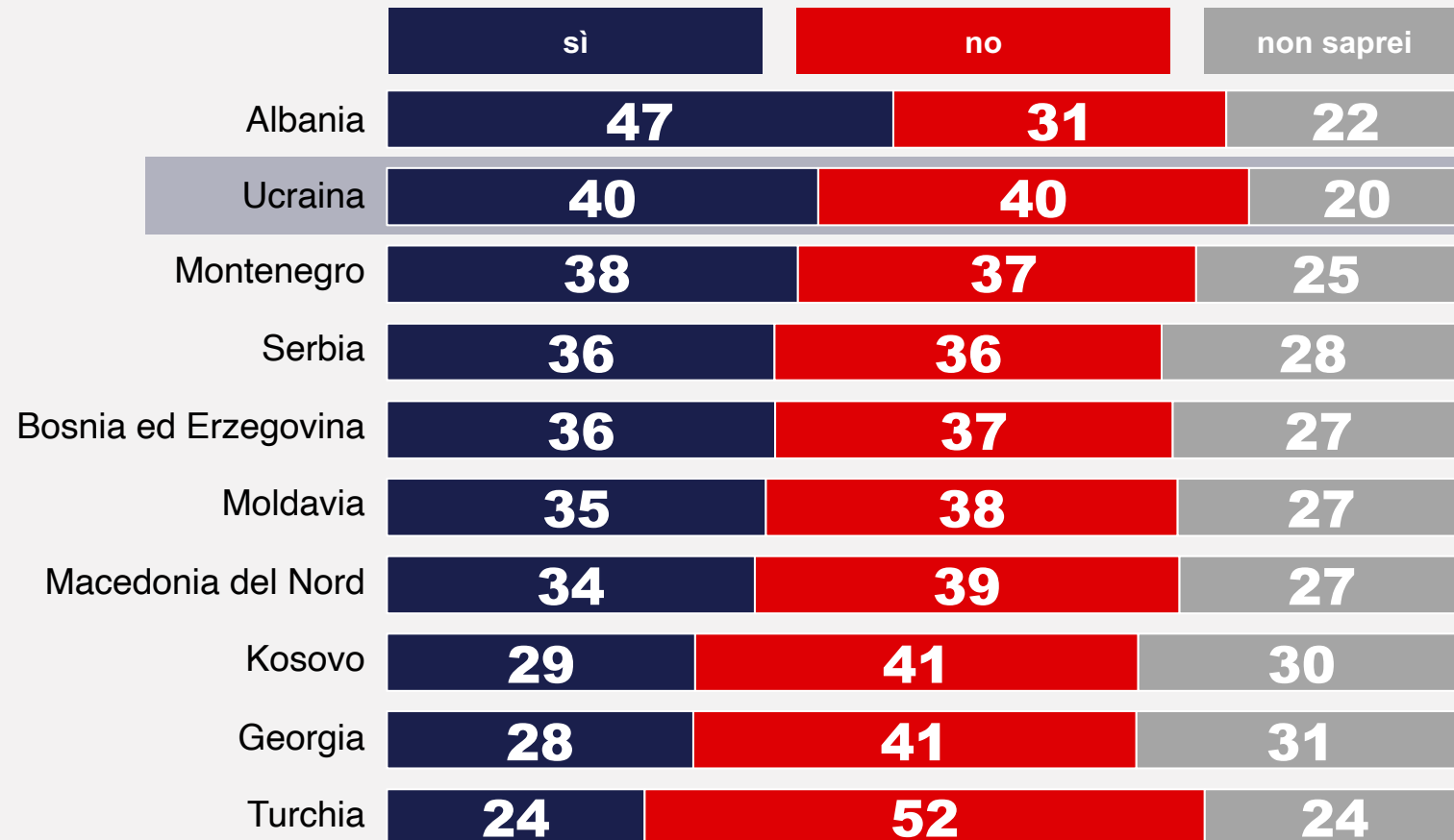
L'opinione pubblica italiana esprime delle riserve sull'accoglimento di tutti i candidati, soprattutto nei confronti di Turchia, Georgia, Kosovo e Macedonia del Nord. Soltanto per l'Albania i favorevoli prevalgono nettamente sui contrari. L'Ucraina invece figura al secondo posto come quota di sostenitori della sua adesione, ma c'è anche un'analogha quota di contrari. Gli italiani risultano dunque divisi sulla questione.

A frenare il sostegno all'accoglimento dell'Ucraina nella famiglia europea è principalmente il timore di un coinvolgimento nel conflitto con la Russia, mentre a motivare i favorevoli è innanzitutto un argomento solidaristico, ovvero la prospettiva di garantire un futuro più sicuro a Kiev e al resto del Paese. Minore è la consapevolezza del contributo che l'Ucraina potrebbe dare all'UE negli ambiti dell'economia, della difesa e della politica estera.

Di conseguenza, nel complesso gli italiani tendono a vedere, per l'UE, più aspetti negativi che positivi nell'ammissione dell'Ucraina. Ciononostante, una quota significativa si dichiara favorevole al suo ingresso, poiché considera anche le esigenze e gli interessi del popolo ucraino.

L'Albania è il paese candidato all'adesione all'UE che gli italiani accoglierebbero più volentieri. Segue l'Ucraina, ma senza la corsia preferenziale

Per ciascuno dei seguenti paesi indichi se, una volta verificato che soddisfino una serie di condizioni democratiche, economiche e politiche, andrebbero ammessi a far parte dell'Unione Europea o meno:



Modalità adesione dell'Ucraina:

24 ammettere con procedura accelerata
76 ammettere con procedura ordinaria

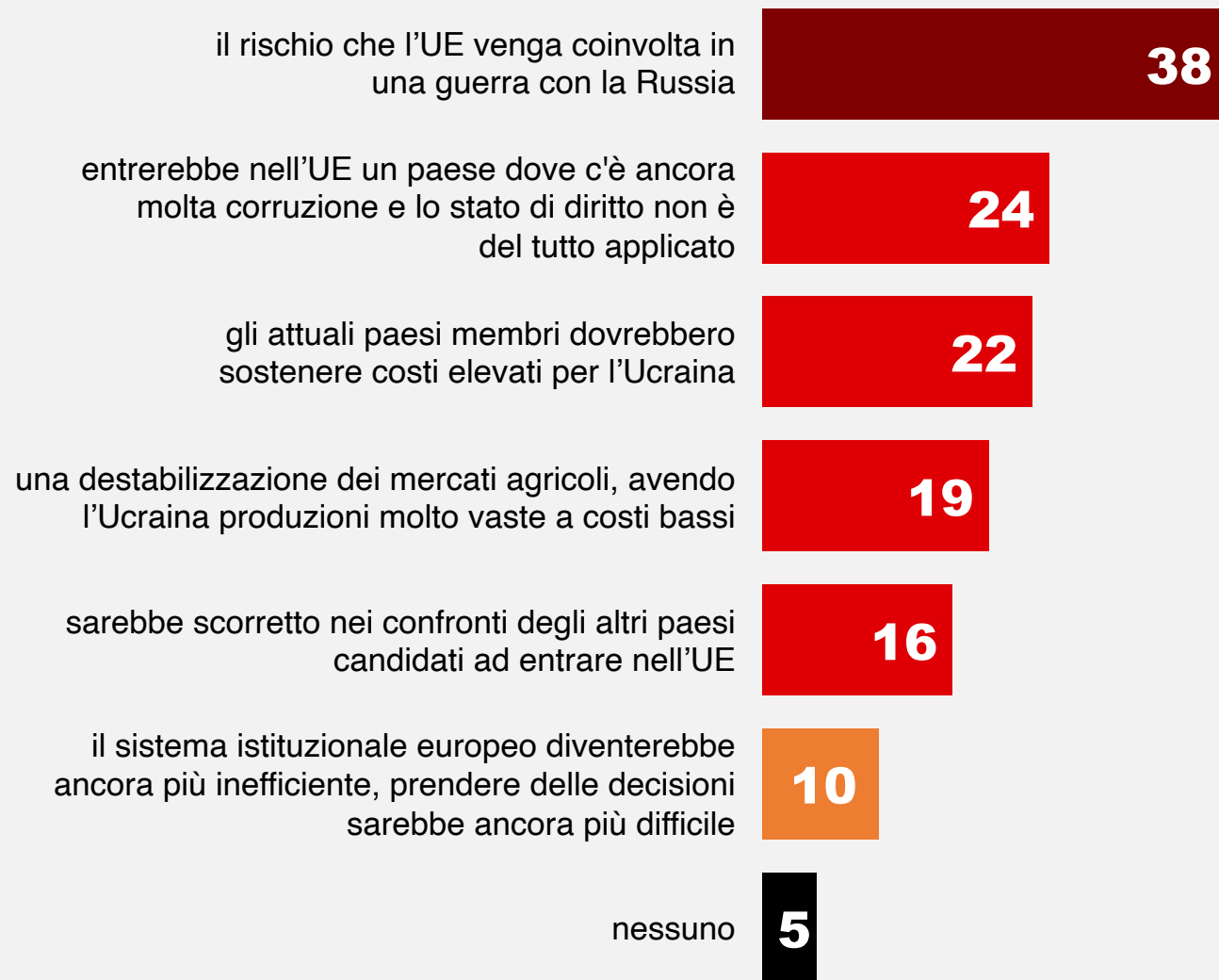
Quali sarebbero, secondo lei, i principali aspetti positivi o i vantaggi dell'adesione dell'Ucraina all'Unione Europea? (possibili 2 risposte)



L'adesione dell'Ucraina all'UE porterebbe garanzie di sicurezza per il paese, un argine per i russi e un consolidamento dell'economia europea

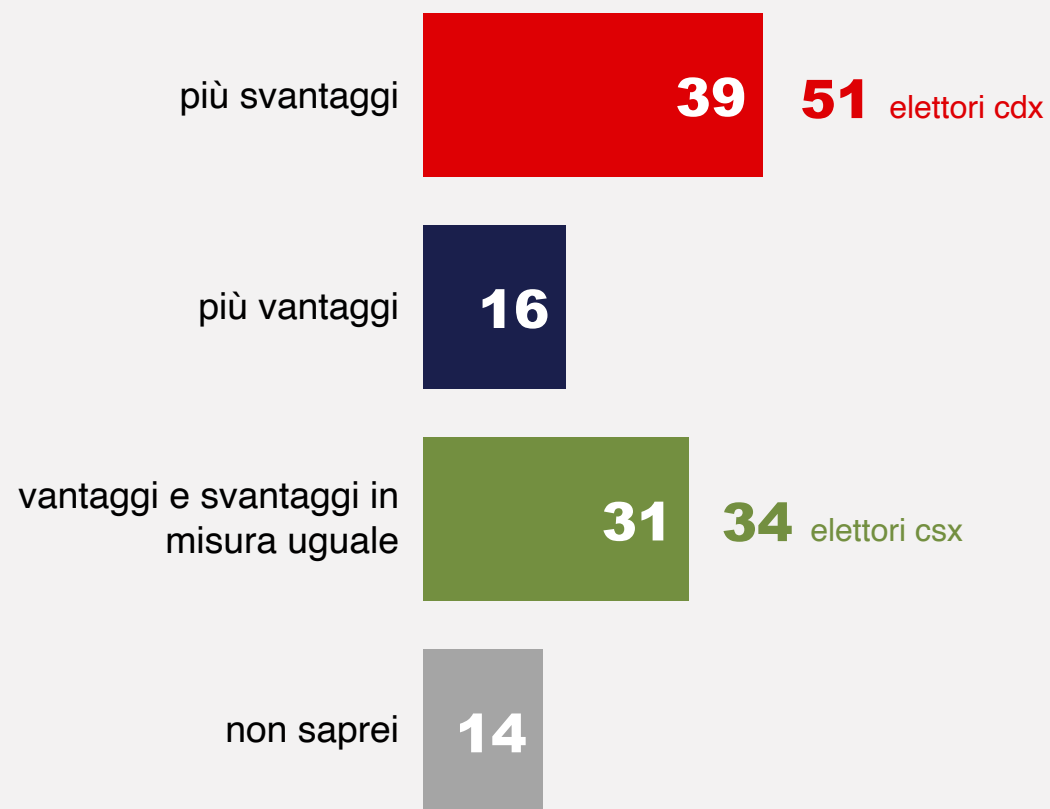
Il timore per un coinvolgimento dei paesi UE nel conflitto con la Russia è il principale motivo della contrarietà all'inclusione dell'Ucraina nell'Unione

Quali sarebbero, secondo lei, i principali aspetti negativi o i rischi di un'adesione rapida dell'Ucraina all'Unione Europea? (possibili 2 risposte)



Mettendoli sulla bilancia, gli italiani vedono per l'UE più svantaggi che vantaggi dall'adesione dell'Ucraina, ma per 1 su 3 i pro e i contro si equivalgono

Considerando i possibili aspetti positivi e negativi (e i rischi) dell'adesione dell'Ucraina all'Unione Europea, complessivamente, direbbe che per l'UE ci sarebbero...



II. La sensibilità ambientale



SWG è il membro italiano di WIN MR - Worldwide Independent Network of Market Research, che da anni monitora su scala globale le tendenze legate al tema ambientale.

I recenti dati WIN delineano un mutamento nell'approccio dell'opinione pubblica verso il tema dell'ambiente, segnato da un recente intiepidimento. In particolare, la quota di cittadini europei allarmati, che guardano al cambiamento climatico come una grave minaccia per l'umanità, è scesa dall'84% del 2020 al 75% del 2026, con l'Italia che si mostra persino meno preoccupata (73%).

La fiducia nel contributo delle singole azioni individuali sostenibili in Europa è crollata dall'81% al 71% (72% in Italia), evidenziando come i cittadini europei si sentano oggi decisamente più impotenti e disincantati rispetto al passato.

Questa sfiducia si riflette sul paradigma della Green Economy, che gli italiani considerano sempre più un costo (dal 19% del 2019 al 37% del 2026) e sempre meno una risorsa.

Riguardo alle motivazioni che potrebbero stimolare comportamenti più sostenibili, la principale spinta è rappresentata dal risparmio economico per quasi 1 italiano su 2, in crescita rispetto al 2023. Di contro, diminuisce l'esigenza di informazione, che passa dal 31% nel 2023 al 22% e cala anche la rilevanza dell'evidenza dei risultati e il potenziale contributo dell'emulazione sociale.

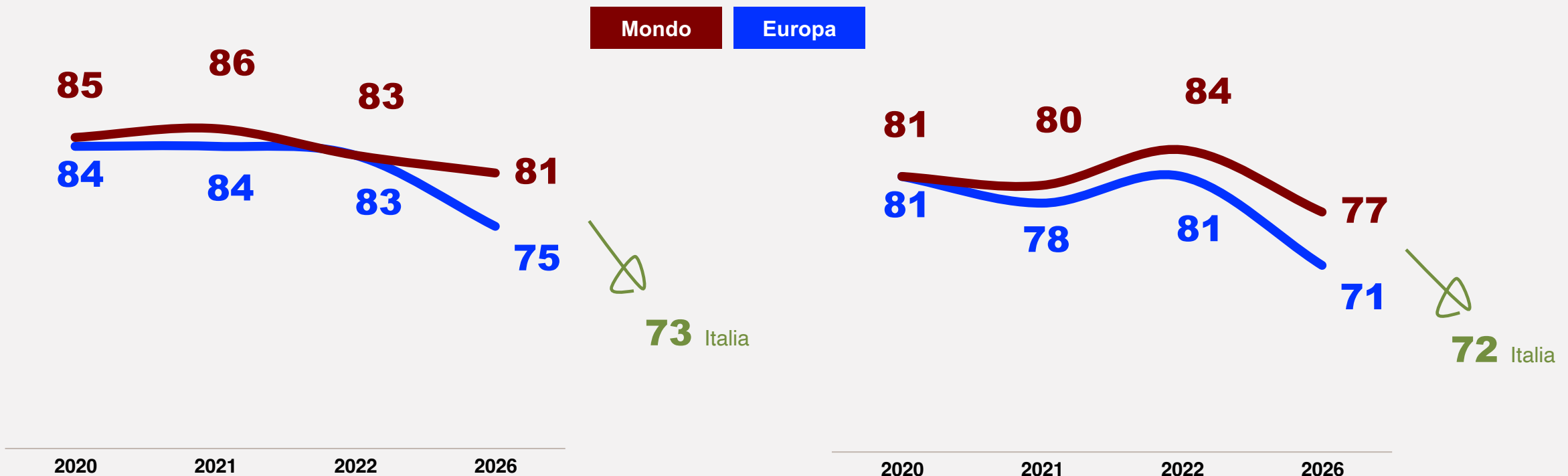
In un quadro di crescente disillusione e attenzione ai costi economici della sostenibilità, cresce l'apertura verso il nucleare: il fronte di chi la considera una scelta strategica e utile per il futuro energetico del Paese è cresciuto di +5 punti nell'ultimo anno.

La preoccupazione nei confronti della questione ambientale cala sia a livello globale che europeo. Più disillusione sull'utilità dell'impegno individuale

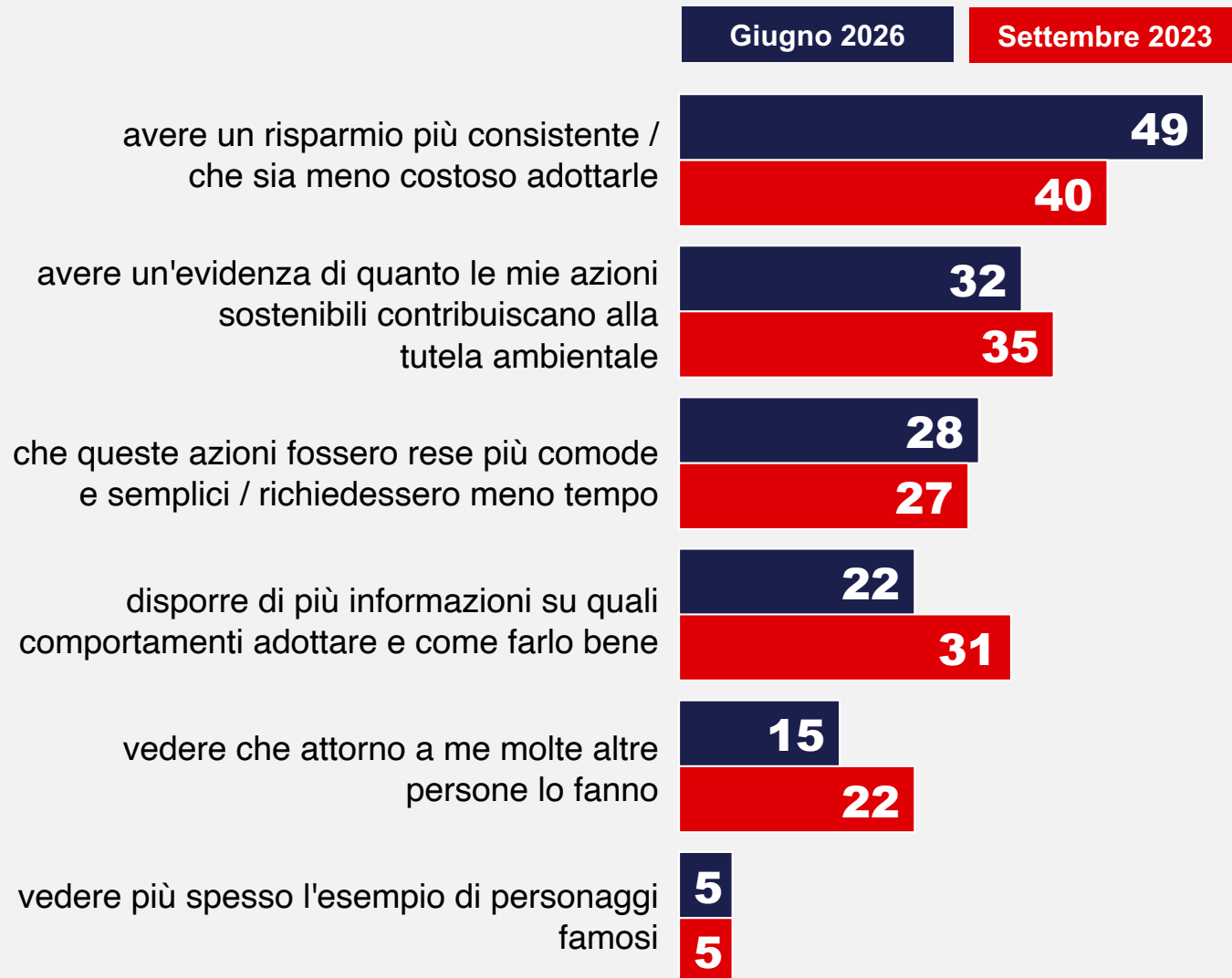
Indichi il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni.

Il riscaldamento globale è una grave minaccia per l'umanità
(% d'accordo)

Credo che le mie azioni personali possano migliorare l'ambiente
(% d'accordo)



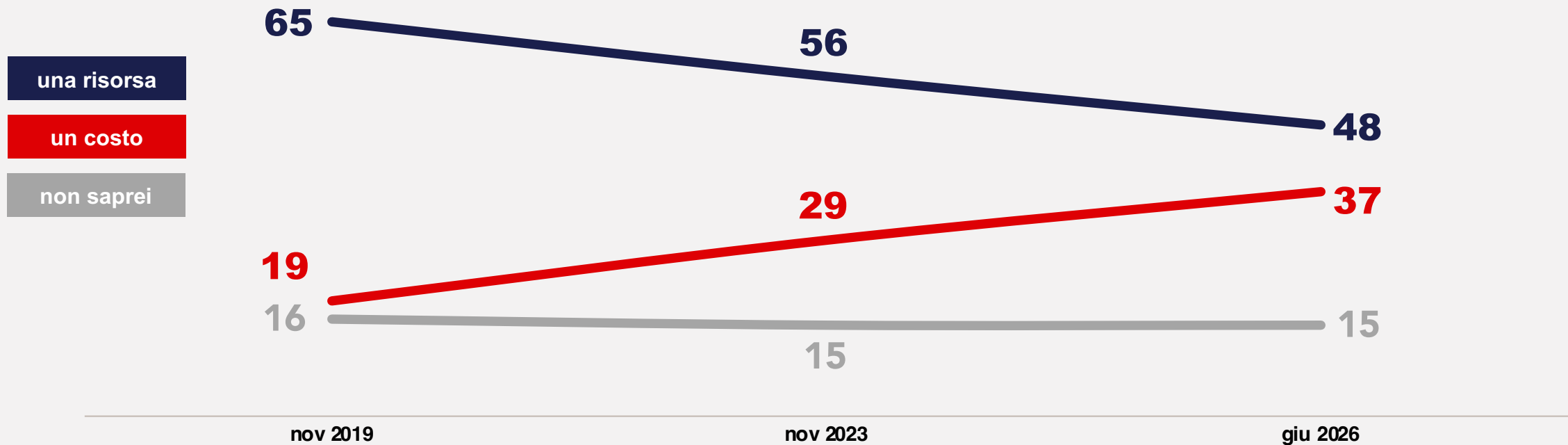
In generale, cosa la spingerebbe ad adottare un numero maggiore di comportamenti sostenibili?
(possibili 2 risposte)



La sostenibilità è sempre più una questione di portafoglio: per quasi 1 italiano su 2 è il risparmio economico a motivare un comportamento più sostenibile

Scetticismo verso la Green Economy in crescita: gli italiani la vedono sempre più come un costo

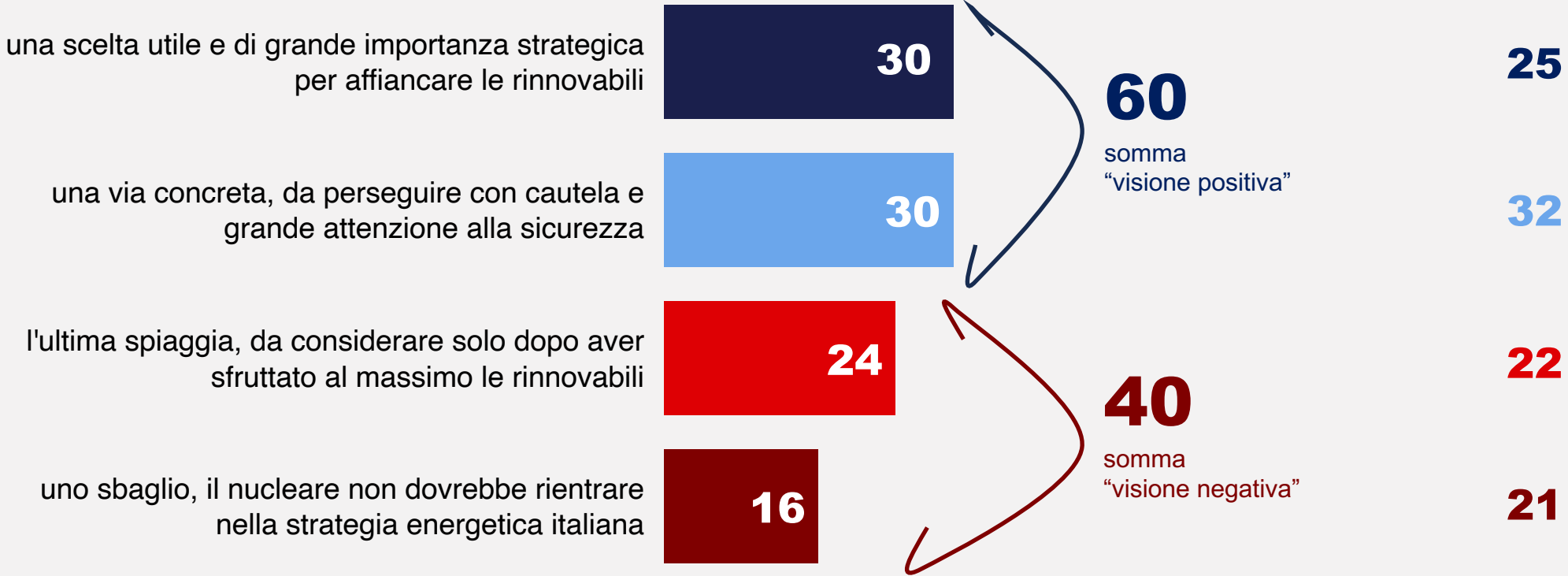
Secondo lei per il futuro del Paese la green economy è...?



Attorno al nucleare cresce il consenso: una maggioranza più marcata lo promuove. L'atomo come soluzione strategica da affiancare alle rinnovabili

In Italia si discute di ritorno al nucleare, con impianti di nuova generazione, come possibile fonte di energia per garantire al Paese una riduzione delle emissioni e una maggiore autonomia energetica. Secondo lei si tratta di...?

maggio 2025



III. Hobby e manualità: il ritorno del fai-da-te



Negli ultimi anni molti italiani hanno riscoperto attività manuali come ceramiche, uncinetto e falegnameria. Questo ritorno al «fatto a mano» è un fenomeno moderno che coinvolge 2 italiani su 3, ridefinendo il nostro rapporto con il tempo, la sostenibilità e la creatività con sfumature diverse per ogni generazione.

Da un lato i Millennials si dedicano ad attività più tradizionali e casalinghe come panificazione, falegnameria e cucito, spinti dal desiderio di uno stile di vita più sostenibile legato alle tradizioni familiari; dall'altro la Gen Z, che in questi hobby cerca una fuga dalla quotidianità e dall'iperconnessione, sta riscoprendo la creatività con pittura, candele artigianali e bigiotteria DIY, intravedendovi anche un'opportunità di monetizzazione. Infine i Baby Boomers che nei ferri da maglia e nell'uncinetto

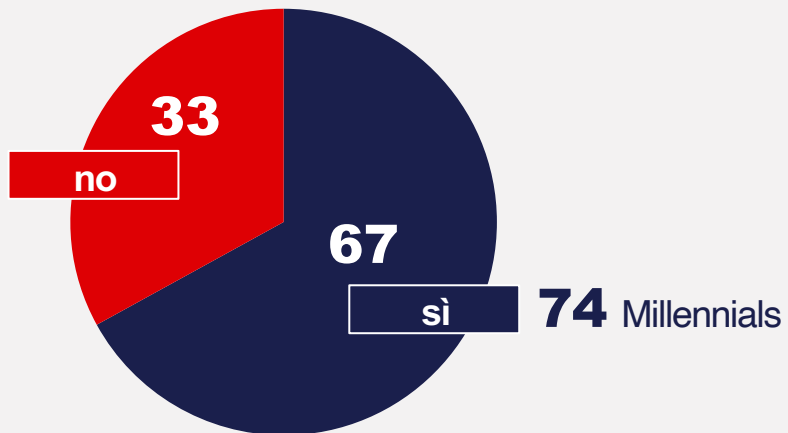
ritrovano l'orgoglio di creare qualcosa con le proprie mani.

Per quasi l'80% degli italiani, la manualità è una risposta ad un bisogno collettivo di staccare dagli schermi e di abbracciare uno stile di vita più lento e sostenibile, anche se per 2 italiani su 3 il rischio è che tutto ciò sia solo una moda social passeggera.

Un'altra spinta arriva dalla possibilità di riscoprire una socialità più autentica. Il 37% degli italiani è infatti interessato a eventi che uniscano manualità e comunità, come aperitivi creativi, corsi e laboratori.

La riscoperta della manualità non è quindi solo un ritorno nostalgico al passato, ma il pretesto perfetto per rallentare, ritrovare se stessi e riscoprire il valore di stare insieme.

Sempre più italiani stanno riscoprendo la manualità di una volta dall'uncinetto alle ceramiche, fino a candele e gioielli fatti a mano. Negli ultimi anni si è cimentato anche lei in alcune di queste attività?



2 italiani su 3 riscoprono la manualità. I Millennials tra pane, legno e cucito; Gen Z tra pittura, candele e saponi

Quali?



Per quali motivi ha deciso di dedicarsi, o vorrebbe dedicarsi, a queste attività?
 (possibili 3 risposte – risponde chi fa almeno 1 attività o è interessato)

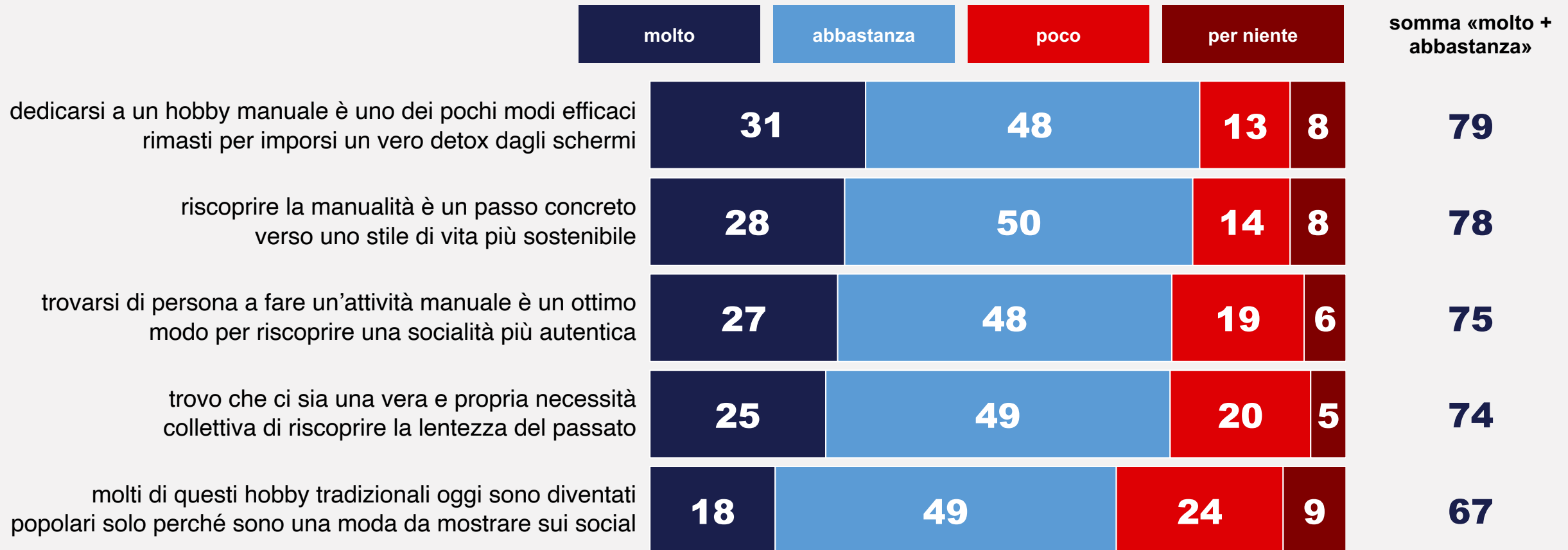


Il senso della manualità: i Baby Boomers cercano l'orgoglio del fare; per la Gen Z è un'occasione per rallentare, «disconnettersi» e per monetizzare

La riscoperta della manualità è un bisogno collettivo di digital detox e sostenibilità, ma il rischio è che sia solo una moda social passeggera

Al di là delle passioni personali, oggi il «fatto a mano» è diventato un vero e proprio fenomeno sociale.

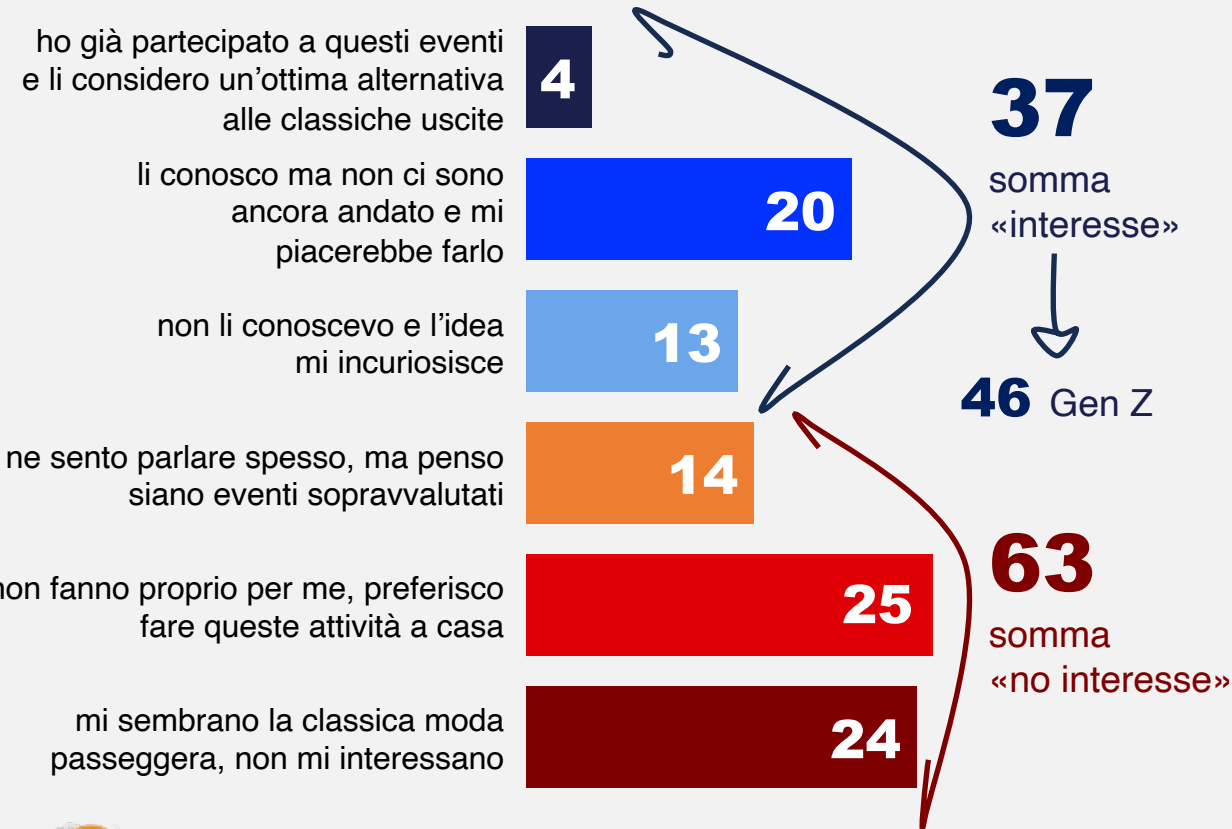
Quanto si rispecchia in queste affermazioni?



Socialità e creatività: il 37% degli italiani interessato a eventi che uniscono le due cose; vincono aperitivi creativi, corsi di cucina e laboratori creativi

Di recente si stanno diffondendo format di socializzazione legati a queste attività, come i workshop di pittura o ceramica con aperitivo, o i caffè dove ci si ritrova per lavorare a maglia. Lei come si pone rispetto a queste iniziative?

Se dovesse scegliere delle esperienze che uniscono manualità e socialità, che tipo di attività preferirebbe fare? (possibili 2 risposte – rispondono gli interessati)

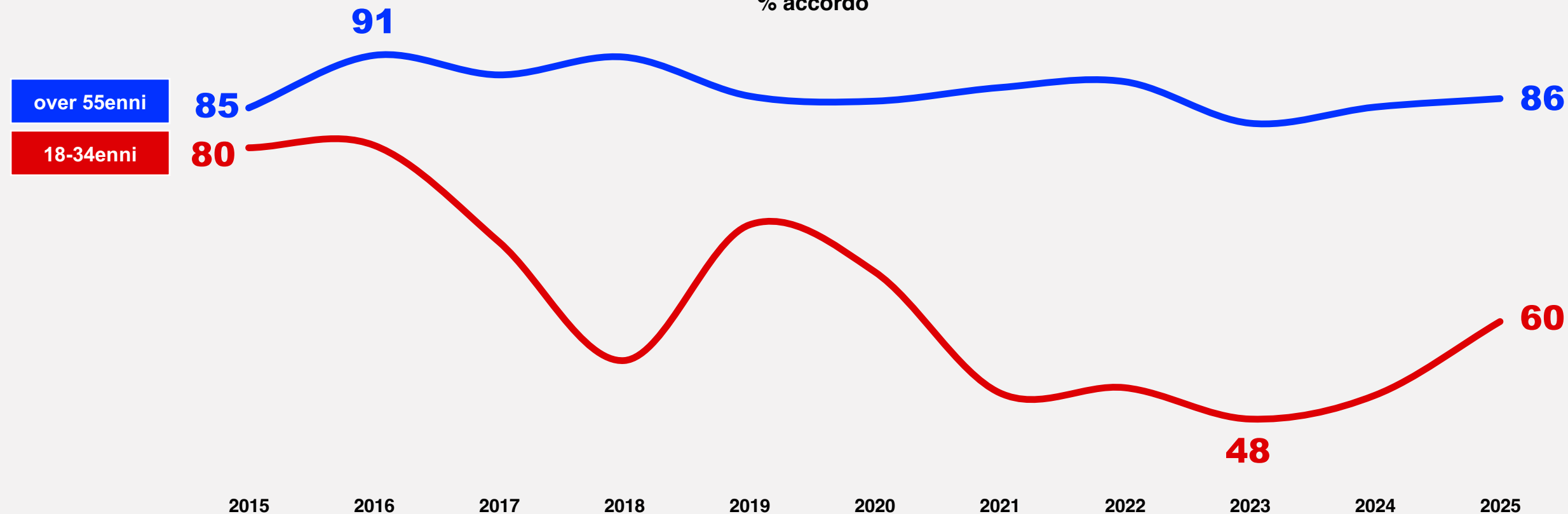


Figli come senso dell'esistenza – 2015-2025

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.

Avere figli dà senso all'esistenza. Lei è:

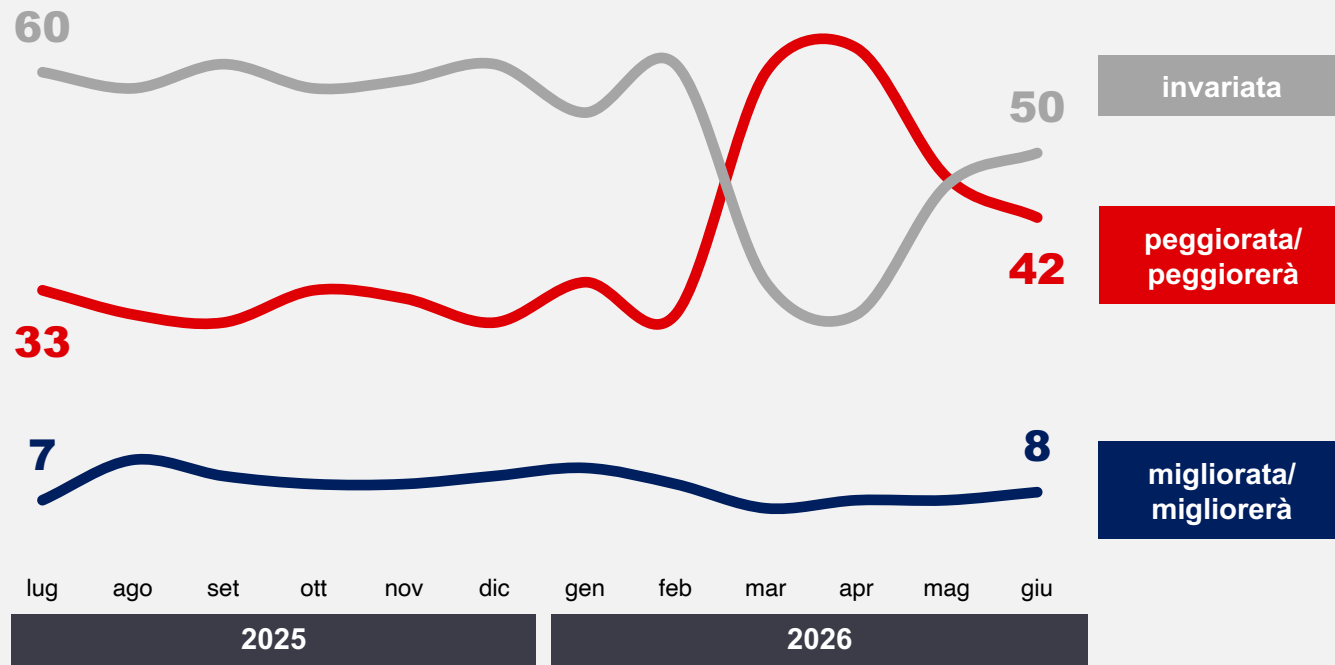
% accordo



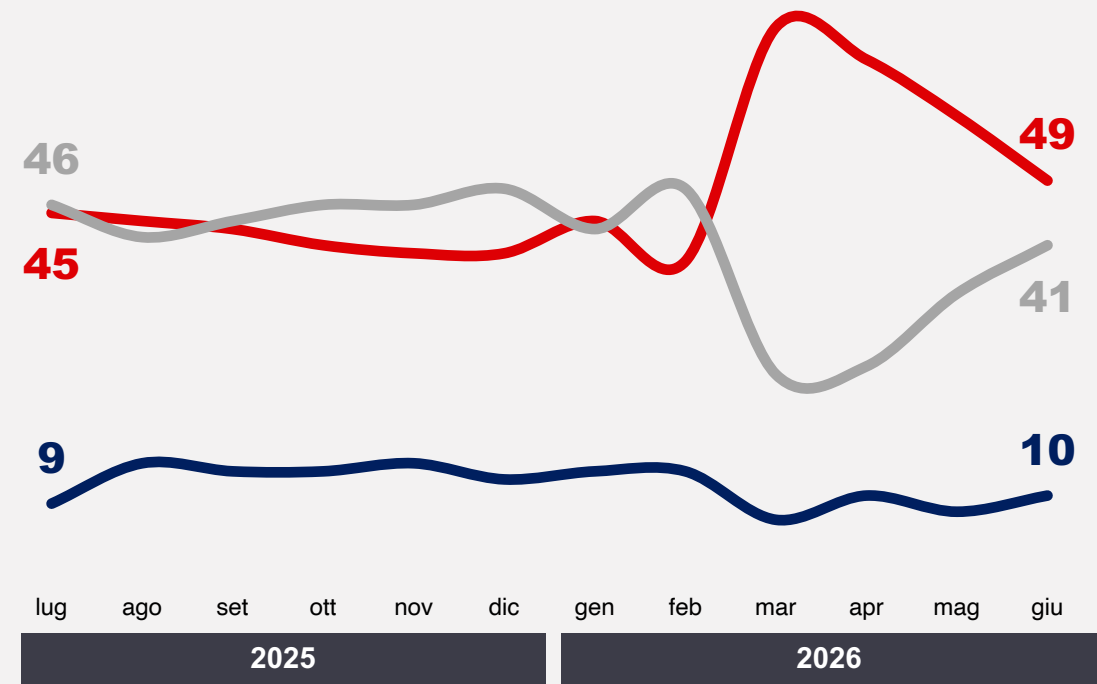
La percezione della situazione economica nazionale

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

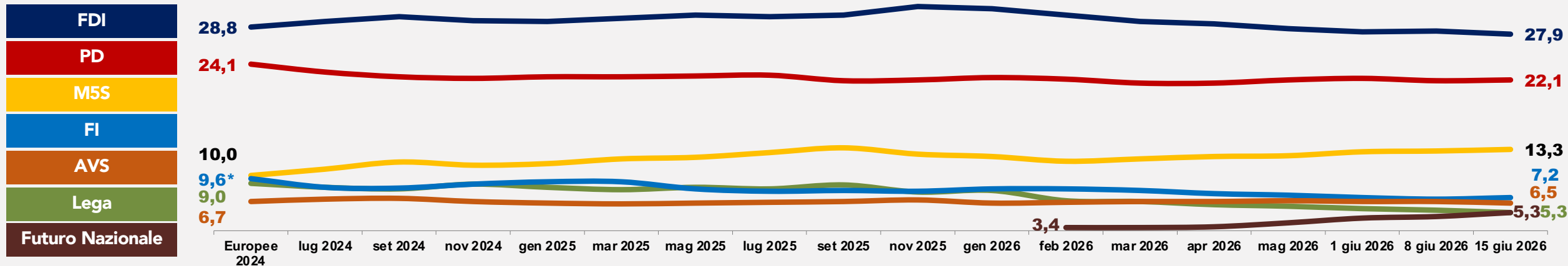


percezione dell'evoluzione della situazione economica nei mesi successivi all'intervista



Intenzioni di Voto

15 giugno 2026



*Dato riferito a Forza Italia – Noi Moderati

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 10 - 15 giugno 2026.
 Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.
 I dati da giugno 2024 a maggio 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 partner esclusivo del network WIN MR in Italia. Sistema di gestione certificato ai sensi delle norme UNI EN ISO 9001:2015 e UNI ISO 20252:2019. 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 e la certificazione di responsabilità sociale SA8000.

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.

