radar swg

26 ottobre – 1 novembre 2026



I. Aspettative sulla campagna elettorale
II. Gli italiani e le pensioni
III. Le auto cinesi

Spinner: inclusione nel contesto socioeconomico – 2007-2025
Pannello: la percezione della situazione economica nazionale
Intenzioni di Voto – 2 novembre 2026

I. Aspettative sulla campagna elettorale



L'appuntamento con le elezioni politiche si sta lentamente avvicinando e le forze politiche vi si stanno già preparando a ritmi serrati. L'opinione pubblica è, per il momento, ancora distaccata, ma emergono alcuni elementi piuttosto chiari su come gli italiani iniziano ad approcciarsi al periodo preelettorale.

Innanzitutto, per quanto riguarda la data delle elezioni, si evidenzia una netta preferenza per il voto anticipato: soltanto 1 italiano su 4 auspica che si arrivi alla scadenza naturale della legislatura, a settembre 2027. Molti vorrebbero l'accorpamento alle elezioni amministrative o addirittura votare nei prossimi mesi.

Le sensazioni associate alle elezioni sono variegate, ma le più comuni sono la speranza da una parte, il pessimismo e la rassegnazione dall'altra. Complessivamente prevalgono le emozioni negative; soltanto tra gli elettori del centrodestra le vibrazioni sono positive. L'atteggiamento negativo nei confronti delle elezioni è alimentato anche dalle aspettative per una campagna caratterizzata da demagogia, risse politiche e tante fake news. A questi elementi, per così dire «tradizionali», si aggiunge il timore di un uso deviante dell'IA nella comunicazione politica.

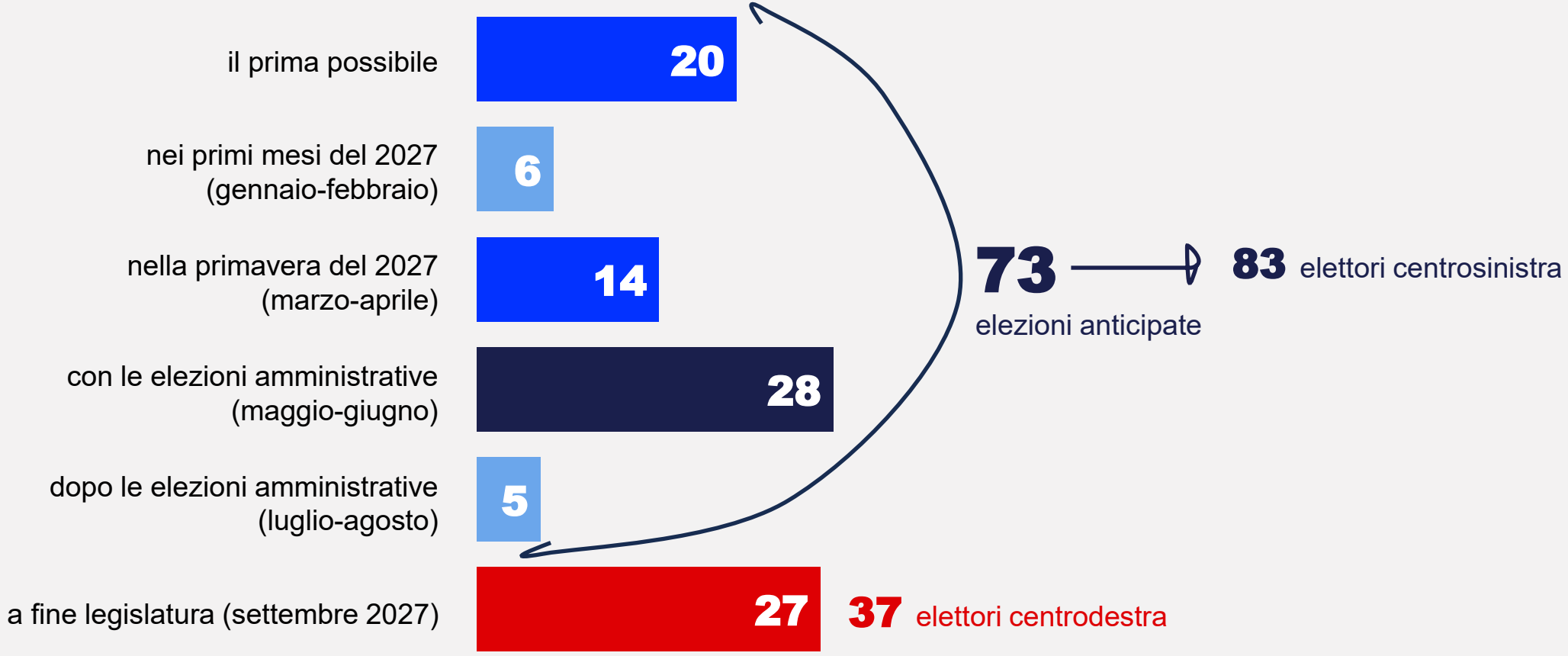
Quanto ai temi della prossima campagna, i cittadini chiedono che si parli soprattutto di sanità, sicurezza, stipendi e crescita economica.

La sfida per i partiti in corsa sarà non solo di rassicurare il proprio elettorato sui temi di bandiera, ma anche esprimere una comunicazione credibile e realistica.

Tutti i diritti riservati

Gran parte degli italiani preferirebbe anticipare le elezioni politiche, o con l'election day in primavera oppure ancora prima

Nel settembre del 2027 gli italiani dovranno andare al voto per rinnovare il Parlamento ma si sta discutendo l'opportunità di andare ad elezioni anticipate. Secondo lei, per il rinnovo del Parlamento sarebbe più opportuno votare...



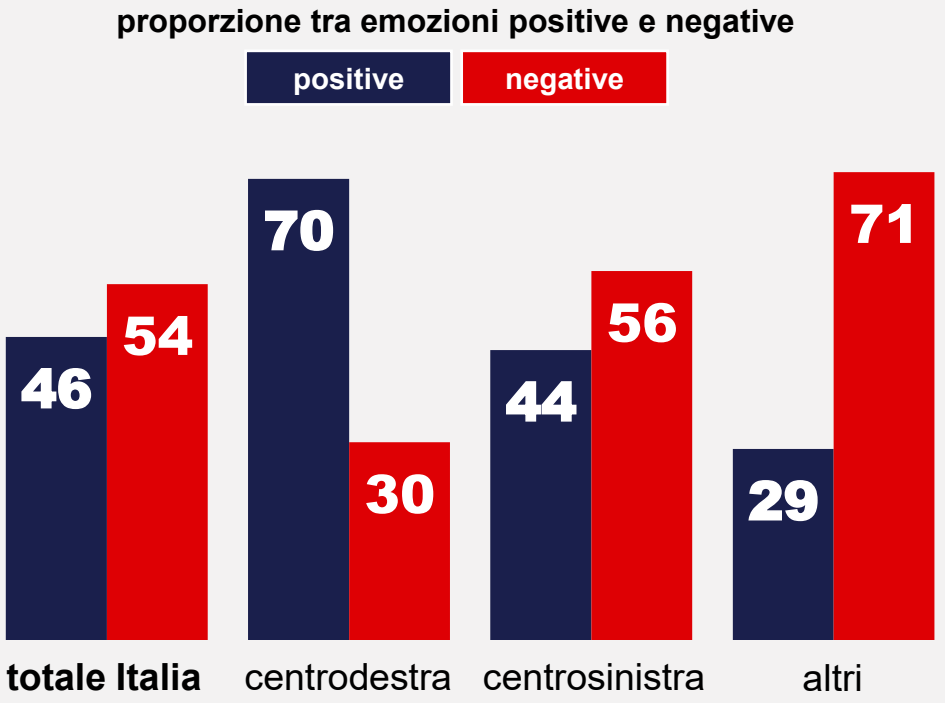
NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Il pensiero delle elezioni suscita soprattutto speranza, pessimismo o rassegnazione. Nell'insieme il mood negativo prevale, ma è positivo nel centrodestra

Personalmente, quale tipo di emozioni prova pensando alle prossime elezioni politiche? (possibili 2 risposte)



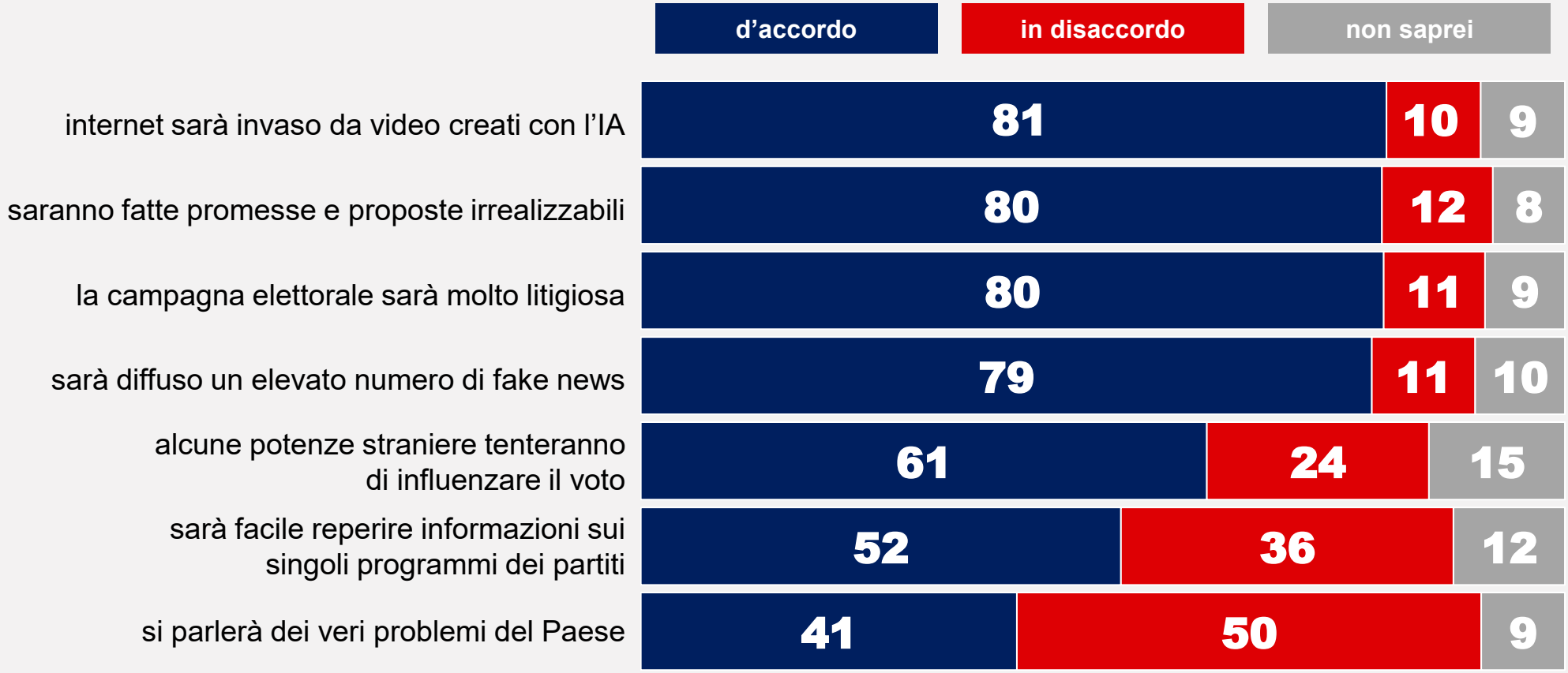


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Diffuso il timore per una campagna inquinata dall'IA. Gli elettori si aspettano anche demagogia, rissosità e tante fake news

Grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni relative alla campagna elettorale per le prossime elezioni politiche.

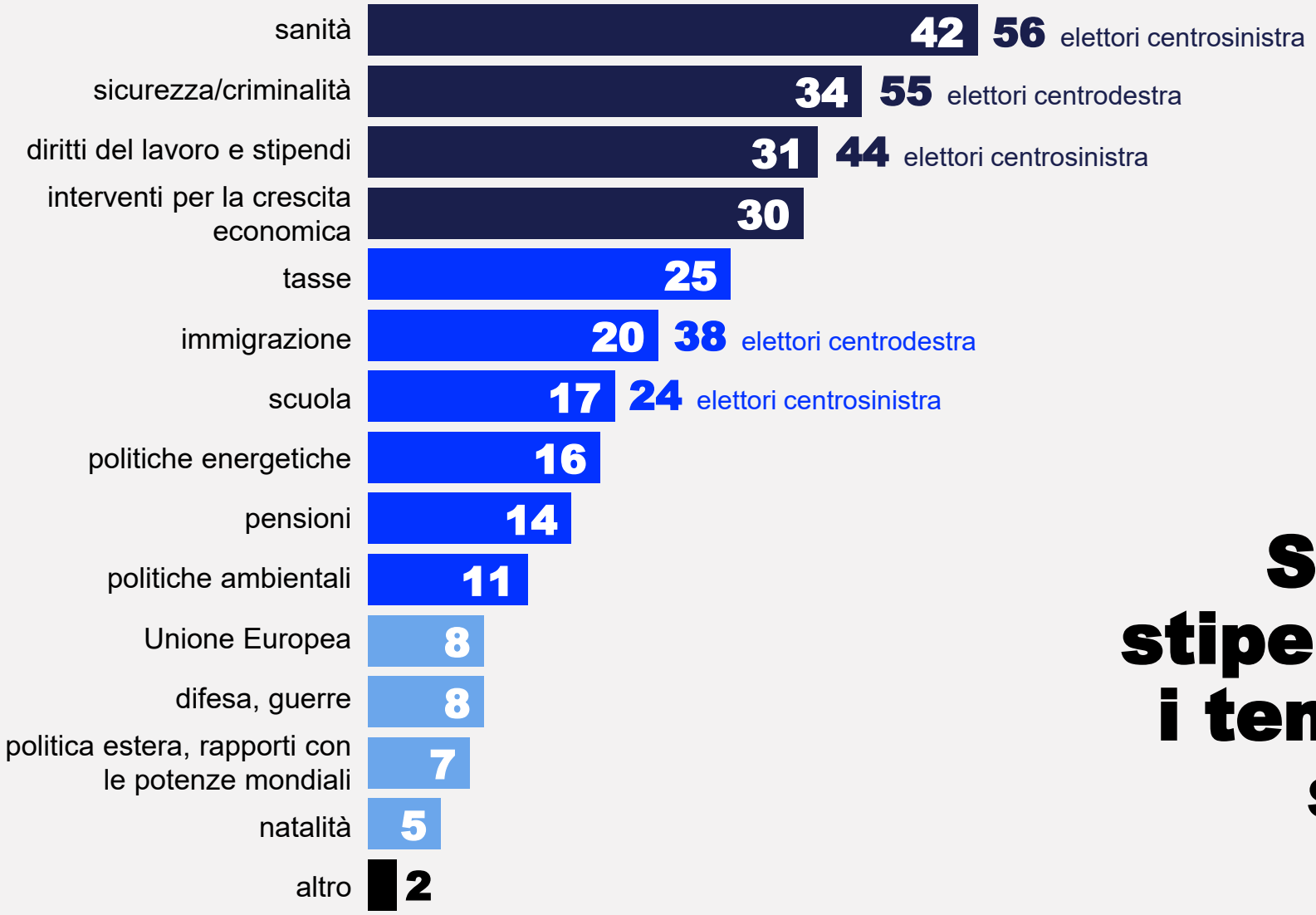


radar swg

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Quali sono i tre temi di cui vorrebbe sentire parlare di più nel corso della campagna elettorale?
(possibili 3 risposte)



Sanità, sicurezza, stipendi ed economia i temi che gli italiani si aspettano che siano discussi

radar swg

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

II. Gli italiani e le pensioni



Nonostante il tema delle pensioni sia costantemente al centro del dibattito politico, solo una piccola quota dei lavoratori italiani dichiara di essersi informata dettagliatamente su ciò che potrà accadere al termine della propria carriera lavorativa. Anche tra gli over 55, infatti, solo poco più di un lavoratore su tre si è informato dettagliatamente su quando potrà lasciare il lavoro e solo uno su quattro su quello che potrà essere il proprio assegno pensionistico.
Tra i più giovani, uno su tre ha valutato la possibilità di costruire una pensione integrativa.

In generale i dati evidenziano come le nuove generazioni non guardino con particolare fiducia al proprio futuro pensionistico, per quanto ritengano sostanzialmente giusto l'attuale sistema contributivo.

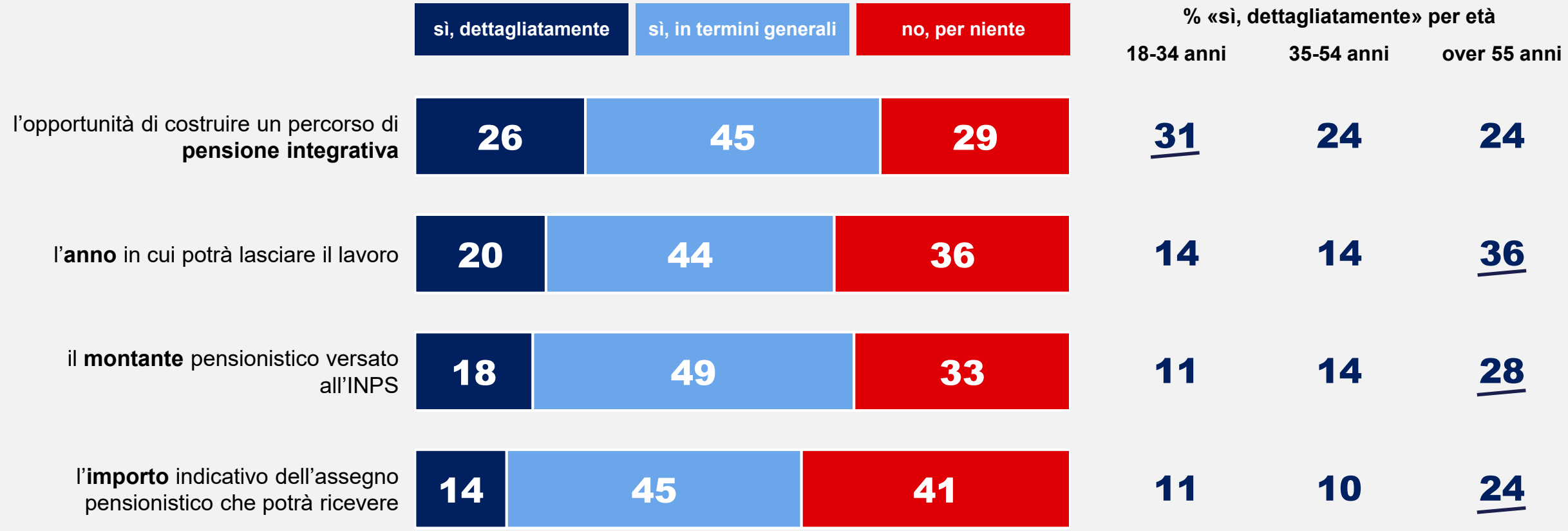
La percezione che riceveranno molto meno delle generazioni precedenti è forte e spinge i più giovani a ritenere che, a fine carriera, l'assegno pensionistico non sarà in grado di coprire più di un terzo delle proprie necessità economiche.

Da qui una maggiore attenzione delle giovani generazioni non solo al sistema della previdenza integrativa, ma anche a gestire fin da subito investimenti che possano aiutare a integrare il reddito quando la propria carriera lavorativa sarà terminata.

Tutti i diritti riservati

Solo una minima quota di lavoratori sta pensando con attenzione al proprio futuro pensionistico

Con riferimento alla sua pensione, lei si è già informato/a sui seguenti aspetti? **(RISPONDONO I LAVORATORI)**



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 21 – 26 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione di 638 lavoratori maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Meno di un lavoratore ogni cinque ritiene pienamente sostenibile il sistema pensionistico. Scontato l'aumento progressivo dell'età pensionabile

Le presentiamo ora una serie di affermazioni sul sistema pensionistico italiano. Per ciascuna di esse le chiediamo di indicare se, per le informazioni in suo possesso, si tratta di un'affermazione vera o falsa.

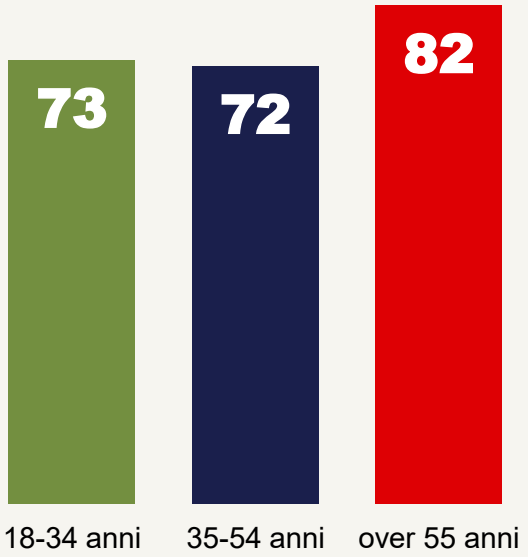
(% di chi ritiene vera l'affermazione – RISPONDONO I LAVORATORI)

75%

totale

nei prossimi anni, l'**età pensionabile si alzerà** progressivamente in linea con l'aumentare dell'aspettativa di vita

per età



18%

totale

dopo le riforme fatte in passato ora è **pienamente sostenibile** e non serviranno altri interventi nei prossimi anni

per età

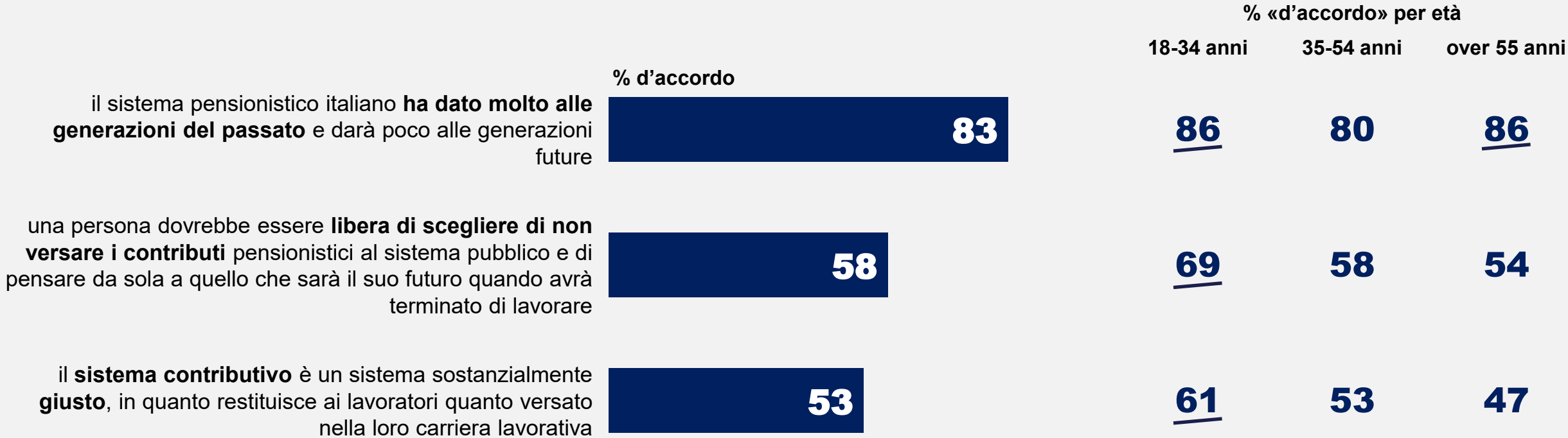


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 21 – 26 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione di 638 lavoratori maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Un sistema pensionistico che ha favorito le generazioni del passato, ma che ora appare sostanzialmente giusto ai più. 7 giovani lavoratori su 10 vorrebbero essere liberi di scegliere autonomamente il proprio futuro pensionistico

Le presentiamo una serie di affermazioni sul sistema pensionistico italiano.
Per ciascuna di esse le chiediamo di indicare il suo grado di accordo o disaccordo.
(RISPONDONO I LAVORATORI)



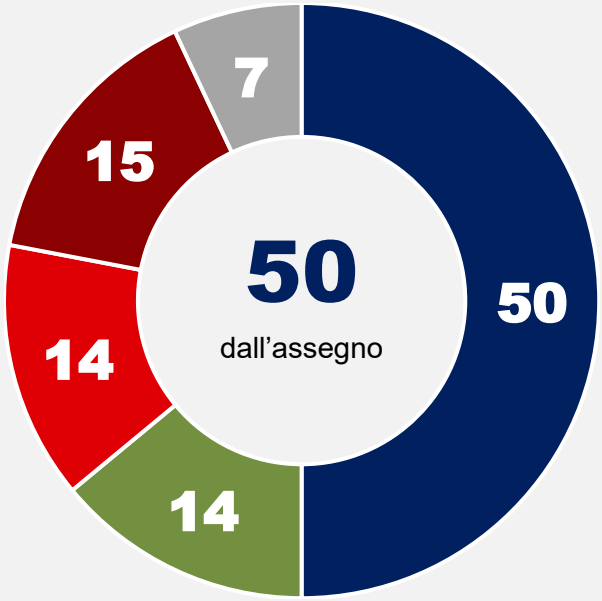
NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 21 – 26 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione di 638 lavoratori maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

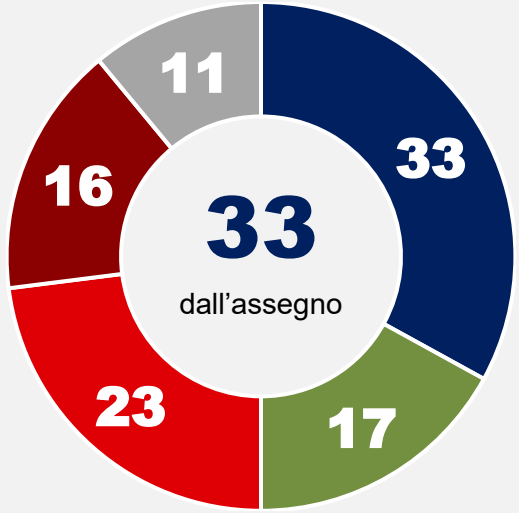
Il reddito post lavoro: per i giovani l'assegno pensionistico non coprirà più di un terzo del totale delle entrate

Proviamo a fare una simulazione. Quando andrà in pensione, fatto 100 il totale del denaro che le serve per vivere, quanta parte sarà coperta da…
(RISPONDONO I LAVORATORI)

l'assegno maturato con i contributi	un fondo pensione privato	rendite da investimenti (immobili, finanza…)	i risparmi accumulati nel corso della vita	contributi dai familiari



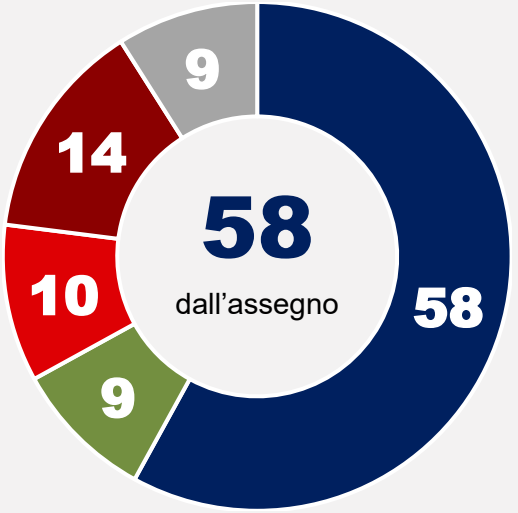
totale



18-34 anni



35-54 anni



over 55 anni

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 21 – 26 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione di 638 lavoratori maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

III. Le auto cinesi



Nell’ultimo anno, l’Europa ha registrato una rapida crescita nelle immatricolazioni di automobili a marchio cinese. In Italia, questo trend è ormai tangibile nella vita quotidiana: il 74% dei cittadini dichiara infatti di vederle circolare, con una persona su dieci che afferma di incrociarle costantemente.

Le ragioni di questa espansione risiedono principalmente in prezzi decisamente più competitivi rispetto ai modelli elettrici europei e, per chi guida già veicoli elettrici o ibridi, nella carenza di alternative valide sul mercato UE. Il 59% degli italiani sostiene infatti che i brand cinesi stiano colmando un vuoto di mercato, intercettando una domanda a cui i costruttori europei faticano a rispondere. Al contempo, se 7 italiani su 10 percepiscono tale avanzata come una minaccia per l’industria automobilistica europea, metà della popolazione ritiene che questa pressione competitiva possa fungere da stimolo per l’innovazione interna del settore.

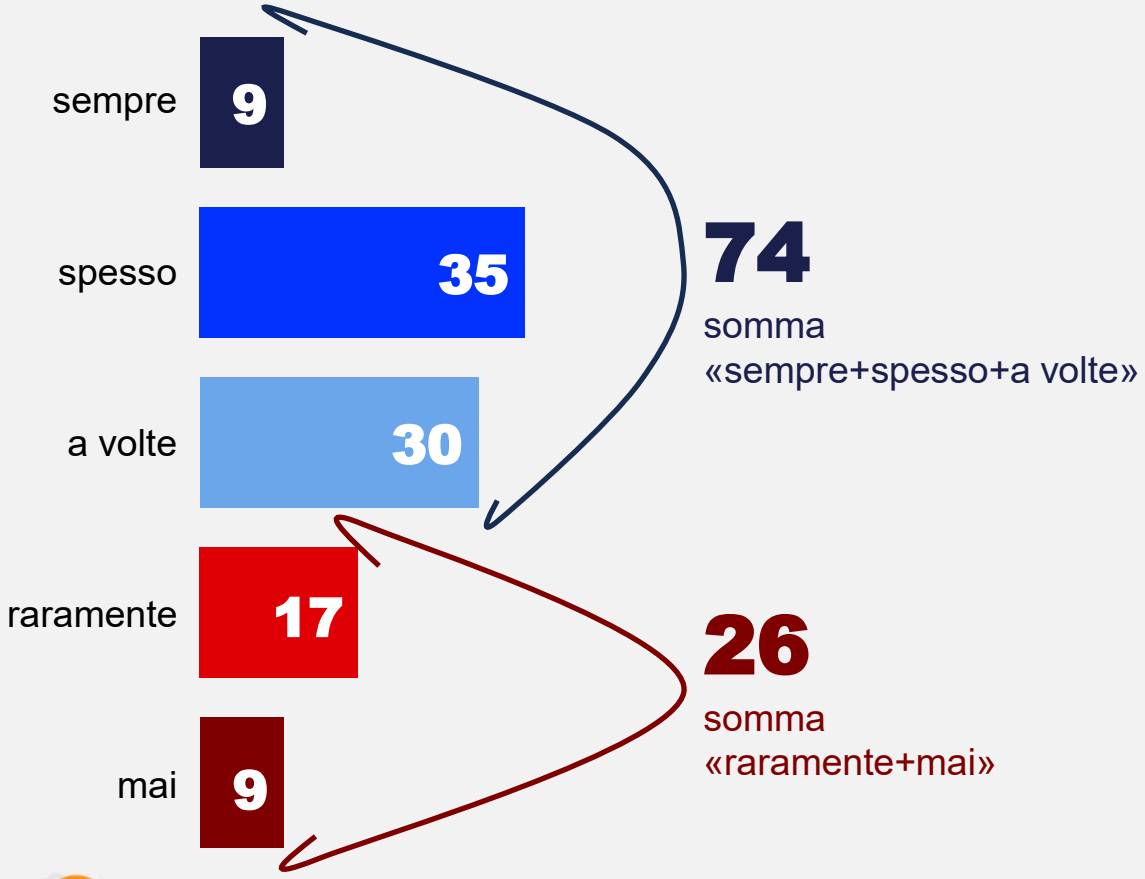
La produzione cinese sembra inoltre superare il tradizionale pregiudizio verso il «Made in China»: alla convenienza economica si affiancano affidabilità e buona qualità costruttiva, giudizio confermato dalla metà di chi possiede già un’auto elettrica o ibrida.

Tuttavia, nonostante la percezione favorevole, la fiducia sul piano d’acquisto resta prudente. Tra gli italiani aperti alla possibilità di comprare un’auto «green» in futuro, la maggioranza continuerebbe a orientarsi verso marchi europei, giapponesi o coreani, ma il 38% si affiderebbe a una casa produttrice cinese.

Tutti i diritti riservati

Auto cinesi sempre più diffuse: questione di prezzo per i futuri acquirenti, ma per chi guida già elettrico c'è anche una mancanza di alternative europee

Pensi alla sua quotidianità. Con quale frequenza le capita di notare, nel luogo in cui vive, automobili di marchi cinesi (BYD, MG, Omoda e Jaecoo ecc.)?



Secondo lei, qual è il motivo principale che spinge ad acquistare un'auto elettrica di un marchio cinese?

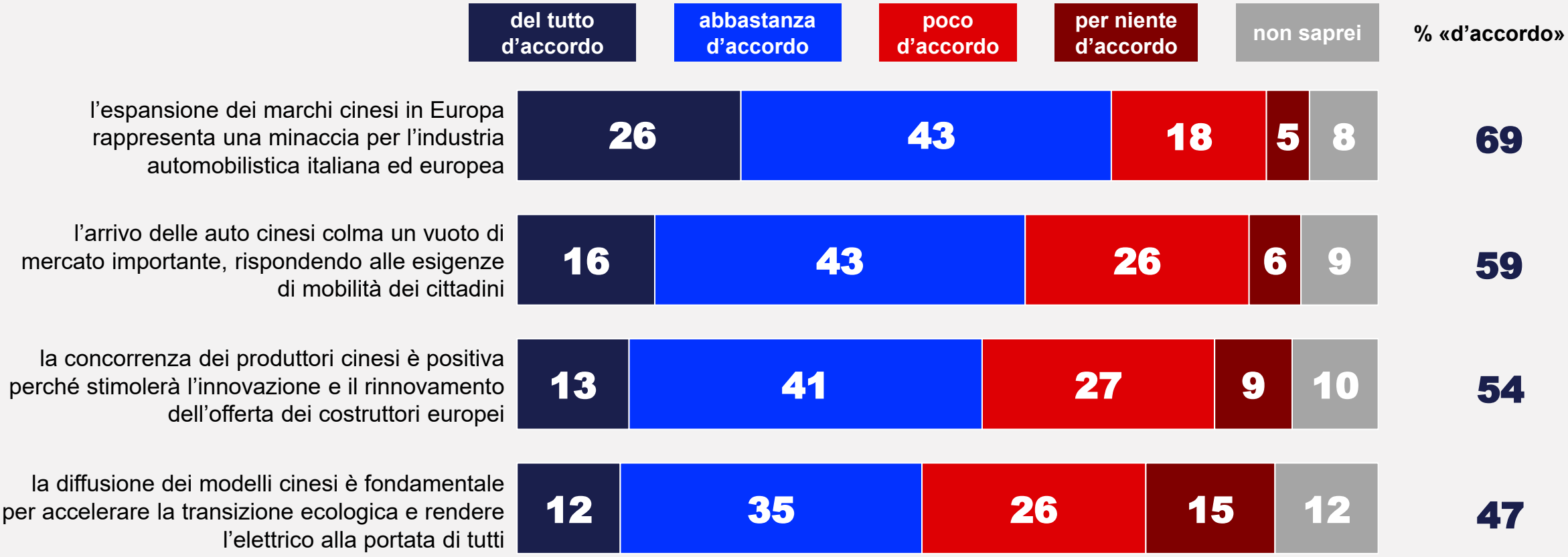


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

7 italiani su 10 temono le auto cinesi per l'industria UE, ma per oltre la metà colmano un vuoto di mercato e incentiveranno l'innovazione dell'offerta europea

Pensando al mercato automobilistico italiano ed europeo, indichi il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.

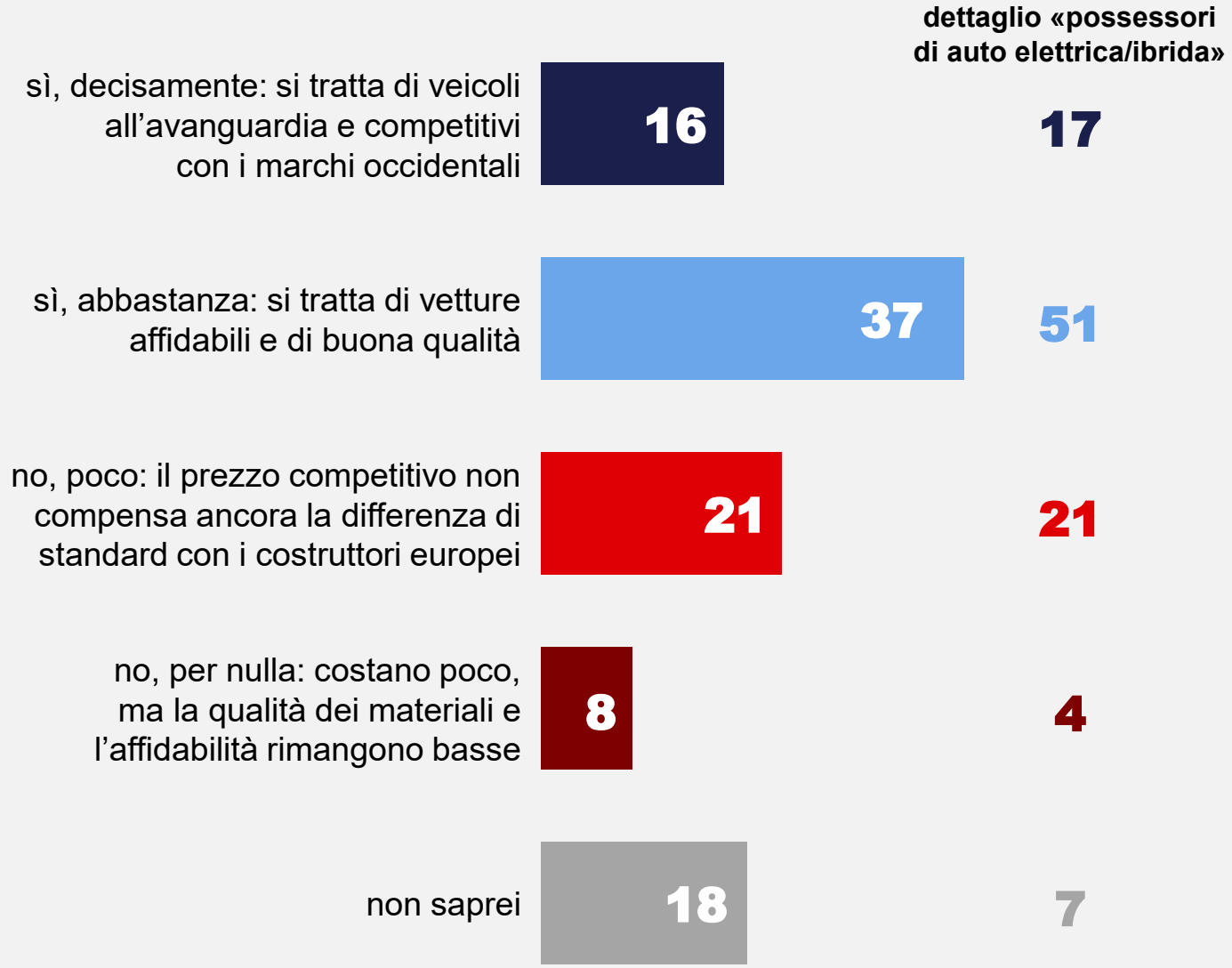


radar swg

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Nel sentire comune, il Made in China è stato spesso associato a prodotti economici e di bassa qualità. Pensando alle attuali auto elettriche cinesi, ritiene che questa opinione sia cambiata?



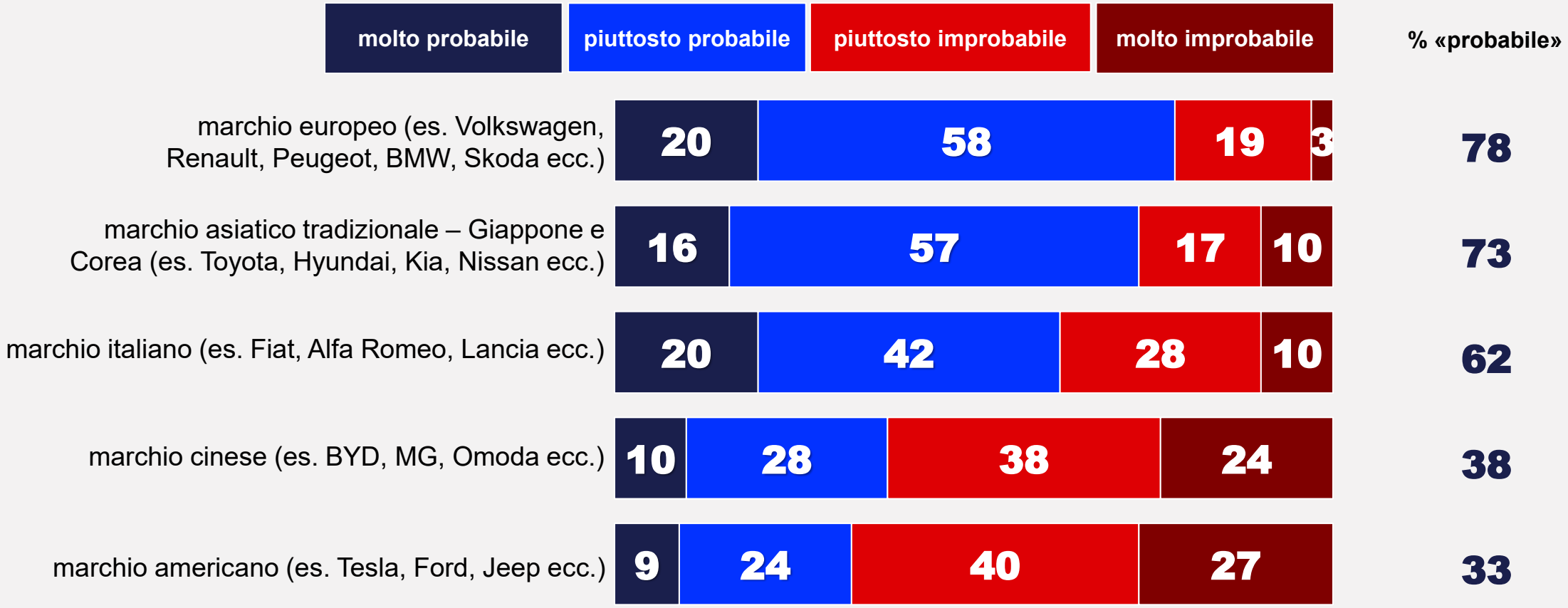
Le auto cinesi superano il pregiudizio del «Made in China»: affidabili e di qualità, soprattutto per chi già guida elettrico

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Nel comprare un'auto «green» gli italiani si orientano su marchi europei o asiatici tradizionali. 2 su 5 sceglierebbero un brand cinese

A quale tipo di marchio si affiderebbe più probabilmente?
(Risponde chi non possiede un'auto elettrica o ibrida ma ritiene probabile comprarla in futuro)



radar swg

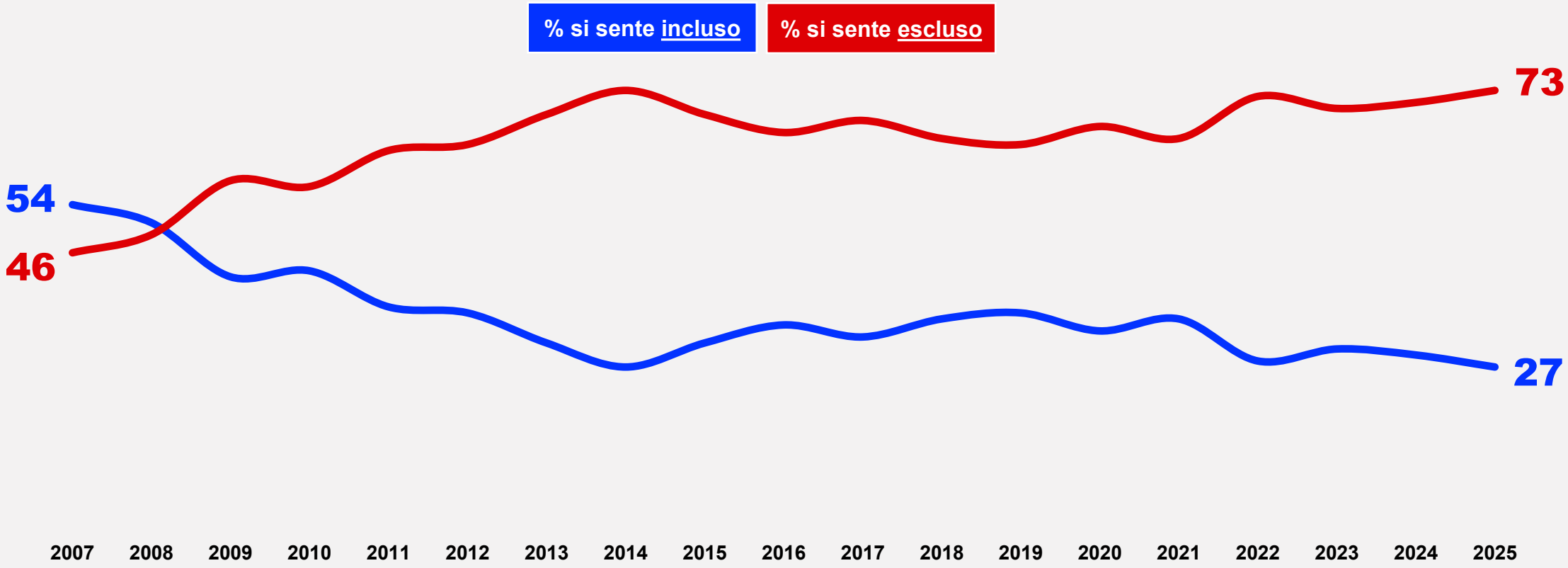
NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

Inclusione nel contesto socioeconomico – 2007-2025

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'orientamento «Inclusione nel contesto socioeconomico» sintetizza la percezione legata all'isolamento sociale, alla marginalizzazione economica e alla possibilità di intervento nella propria vita. Chi aderisce a questo orientamento tende a sentirsi incluso in maniera soddisfacente nel proprio contesto socioeconomico.



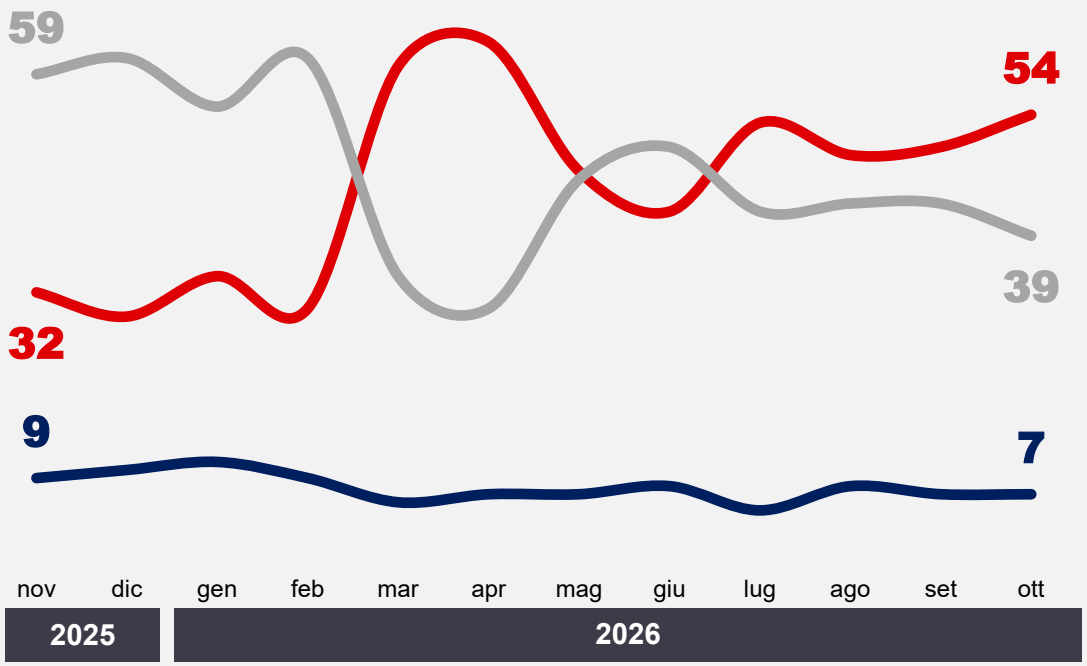
NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Estratto dell'indagine annuale di SWG Radar – Osservatorio sui valori degli italiani e sulla società 1997-2025. Date di esecuzione: 26 settembre – 27 ottobre 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.540 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

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

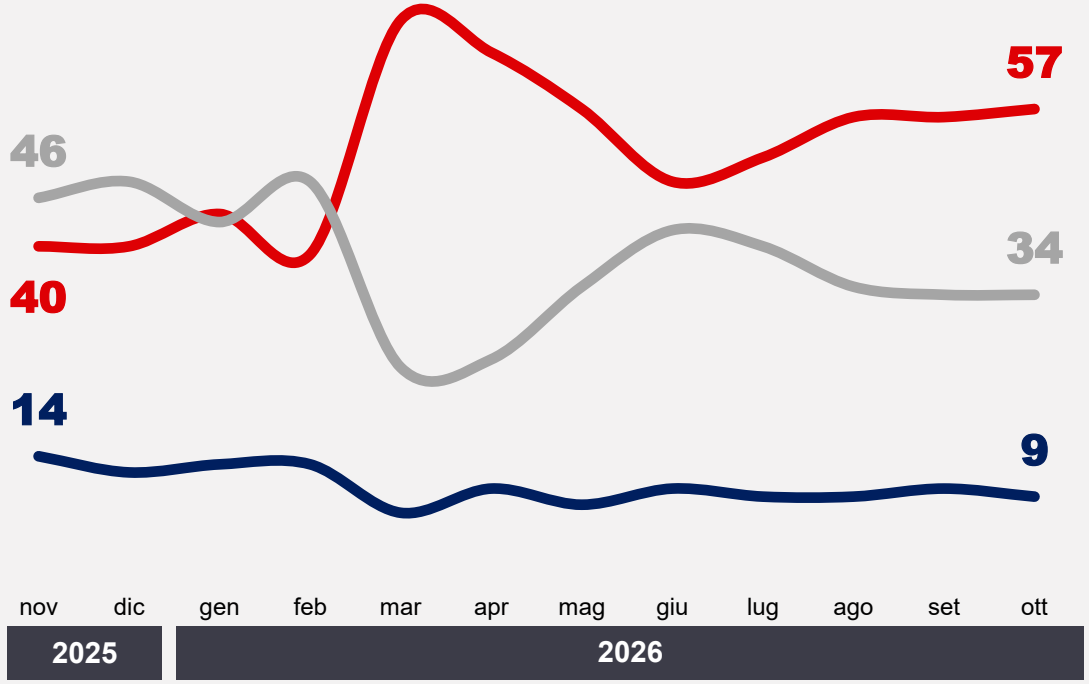


peggiorata/ peggiorerà

invariata

migliorata/ migliorerà

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



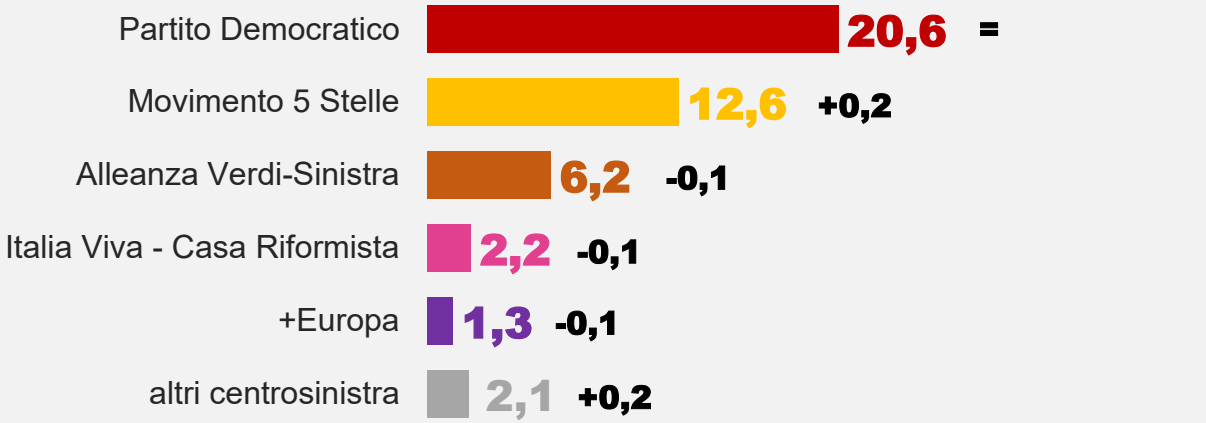
NOTA INFORMATIVA: valori medi mensili. Date di esecuzione ultima rilevazione: 28 – 30 ottobre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

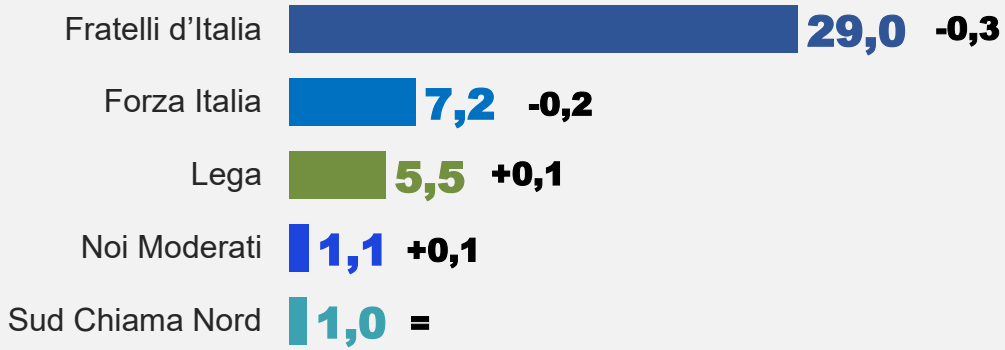
Intenzioni di Voto
2 novembre 2026

Differenza rispetto al 26.10.2026

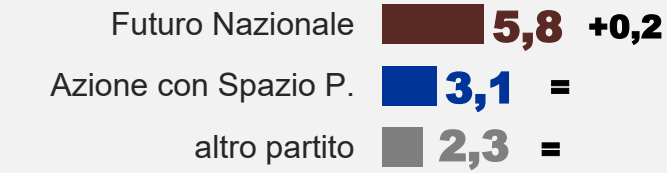
Centrosinistra 45,0 +0,1



Centrodestra 43,8 -0,3



Fuori dalle coalizioni



Non si esprime **30% (=)**

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 28 ottobre – 2 novembre 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

radar swg

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 rappresenta l'Italia nel network WIN MR. Il Sistema di Gestione è certificato secondo UNI EN ISO 9001:2015, UNI ISO 20252:2019, UNI ISO 27001:2024 e ISO/IEC 27701:2019. La Privacy Policy è conforme al GDPR. In linea con gli obiettivi di beneficio comune e con il Codice Etico, SWG S.p.A. ha ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere e la certificazione SA8000 per la responsabilità sociale. La finalità del sistema di gestione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche 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.