



SWG

RADAR

*valori, comportamenti, gusti,
consumi e scelte politiche*

1 – 7 aprile 2024

- ✓ GLI ITALIANI E L'EUROPA: dopo il Covid il rapporto si sta lentamente ricucendo
- ✓ LA GENTILEZZA: da virtù relazionale a ingrediente che rafforza le aziende e i leader
- ✓ IL SABATO SERA: dalla discoteca al divano

PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI 12 MESI

1.

GLI ITALIANI E L'EUROPA

Il rapporto degli italiani con l'Unione Europea è stato sempre altalenante. In particolare, negli anni della crisi economica (primi anni dieci) questa relazione si era irrimediabilmente incrinata con un significativo calo della fiducia e della percezione della convenienza dell'essere uno Stato membro dell'UE. Le politiche all'insegna dell'austerità e l'incapacità di dare un'efficace risposta comune alla recessione economica avevano profondamente deluso i cittadini. La risposta dell'Unione all'altra crisi, quella del Covid, era stata invece più apprezzata e quindi dal 2021 in poi gli indicatori del gradimento dell'UE sono migliorati progressivamente, anche se senza ritornare ai livelli pre-2010.

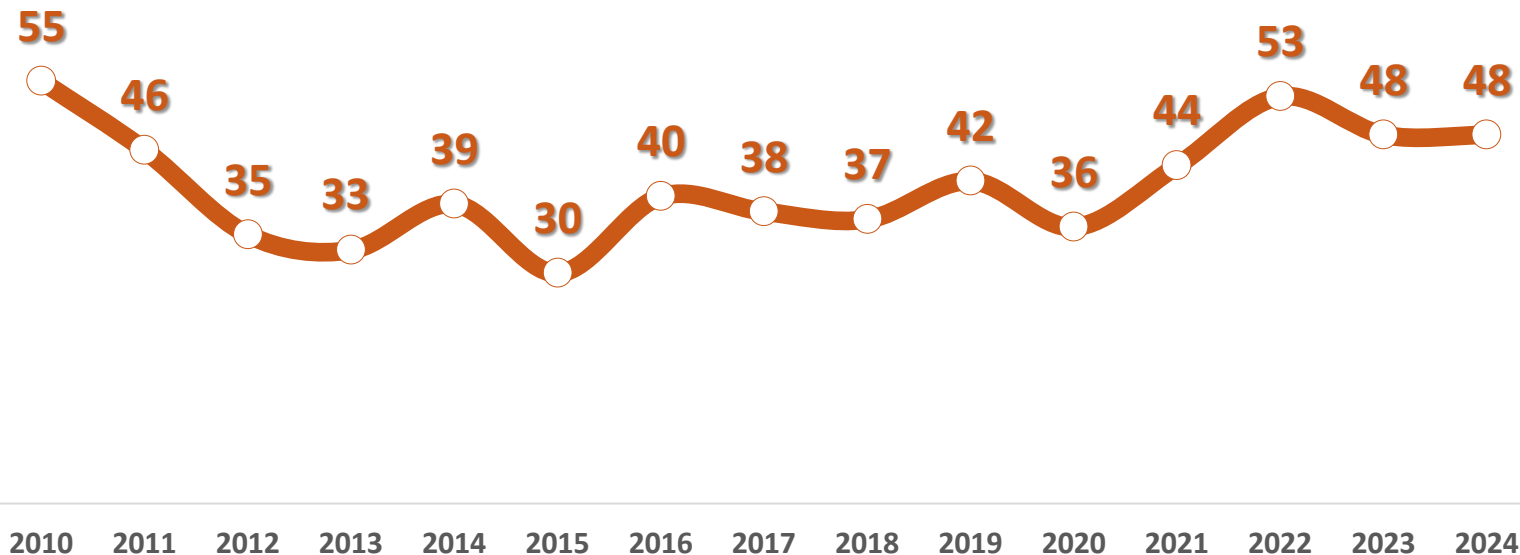
Il senso di appartenenza degli italiani all'UE si fonda prevalentemente su questioni pragmatiche, più che valoriali. La libera circolazione di persone e merci è ritenuta la colonna portante della partecipazione alla famiglia europea e risultano importanti anche la possibilità di avere una posizione più rilevante nello scenario internazionale nonché la garanzia di una maggiore stabilità economica. Per 1 rispondente su 4 però far parte dell'UE significa anche condividere i valori democratici.

Sui futuri sviluppi dell'Unione gli italiani si dividono a metà tra due tendenze: il 51% auspica un'integrazione degli Stati membri o addirittura arrivare a un ordinamento federale che preveda un forte trasferimento di competenze alle istituzioni unitarie, mentre i rimanenti propendono per il mantenimento di gran parte dei poteri in seno ai singoli stati, e tra questi il 17% per la fine dell'UE.



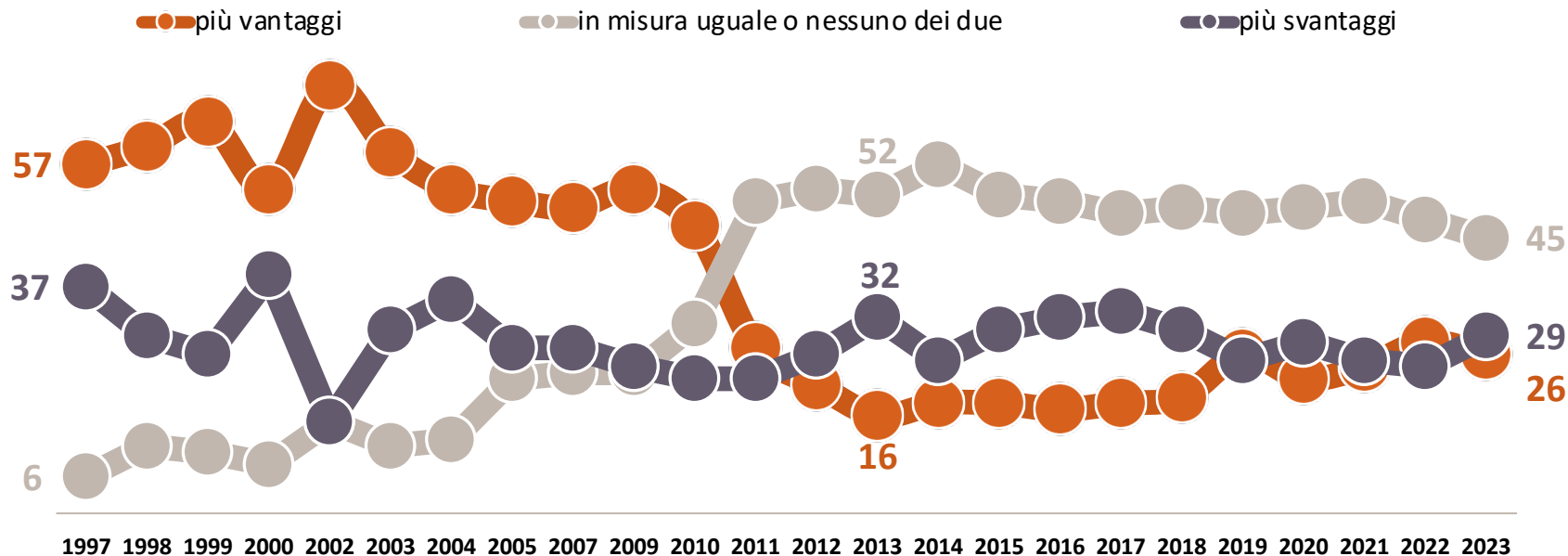
La fiducia degli italiani nell'Unione europea si è rafforzata negli ultimi anni attestandosi attorno al 50%

Nel complesso quanta fiducia ha nell'Unione europea?
(% MOLTA + ABBASTANZA FIDUCIA)



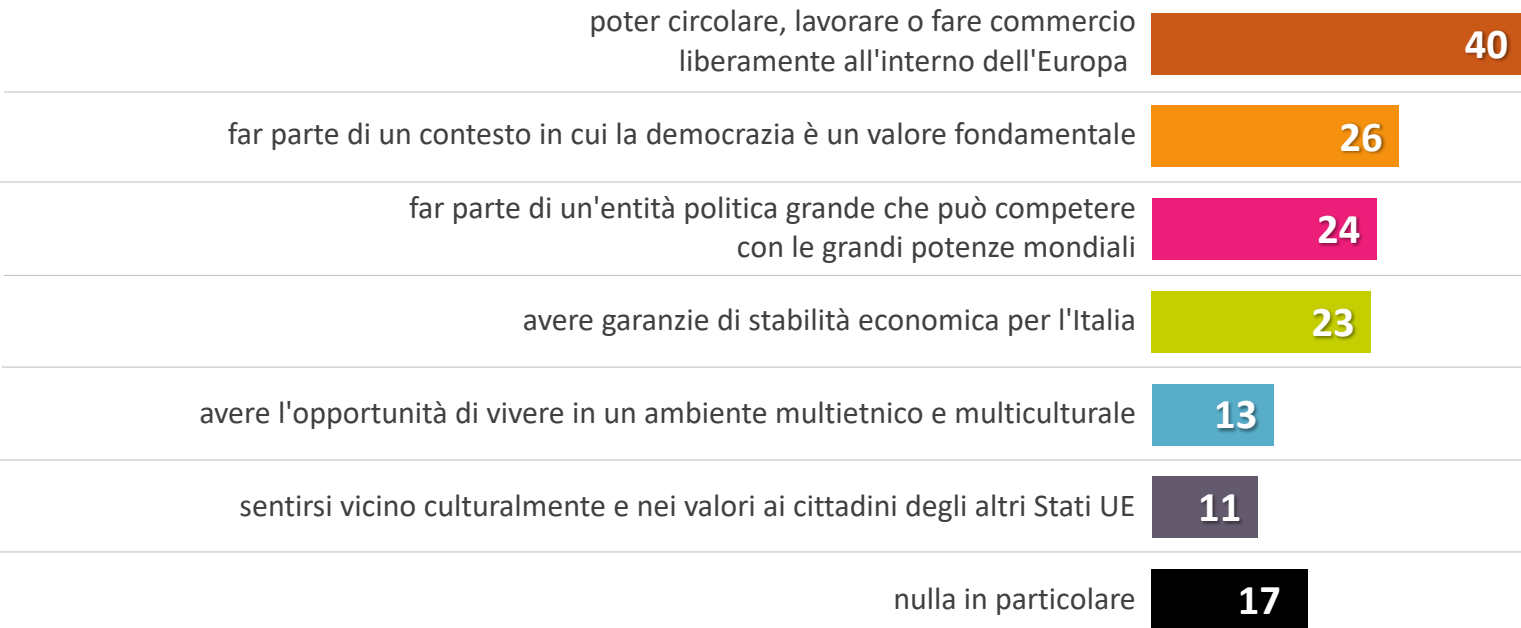
La percezione dei risvolti positivi della partecipazione dell'Italia all'UE si era ridotta in passato ma negli ultimi 10 anni ha ripreso a crescere

Complessivamente lei pensa che il nostro Paese abbia tratto più vantaggi o svantaggi dalla partecipazione all'Unione europea?



La libera circolazione di persone e merci è l'aspetto più significativo dell'UE, rilevante anche la condivisione dei valori democratici

Cosa significa per lei essere cittadino dell'Unione europea? Soprattutto... (POSSIBILI 2 RISPOSTE)



Cittadini divisi sulla prospettiva europea: si indebolisce la spinta all'integrazione

Le saranno di seguito elencate quattro concezioni secondo cui l'Europa potrebbe essere organizzata in futuro. Lei quale preferisce?

ciascun Paese mantiene la propria sovranità, nell'Unione si applica solamente il mercato unico europeo e la libera circolazione delle merci

32

i Paesi europei collaborano regolarmente insieme su alcune questioni, trasferendo una parte della propria sovranità alle istituzioni europee

28

si istituiscono gli Stati Uniti d'Europa con un unico governo, un'unica politica economica e fiscale e la moneta comune

23

ciascun Paese mantiene la propria sovranità, senza organismi sovranazionali come l'Unione Europea

17

TENDENZA ALL'INTEGRAZIONE	51	56	55
TENDENZA AL SOVRANISMO	49	44	45
	2023	2022	2021

2.

LA GENTILEZZA

La gentilezza è vista come il primo passo di qualunque relazione, sia personale che professionale. A patto, però, che non intralci la sincerità e la franchezza e non sia d'ostacolo al raggiungimento di un fine, soprattutto negli affari e nella politica.

In ambito lavorativo essere gentili non solo può facilitare le relazioni tra pari ma anche quelle gerarchiche: 3 italiani su 4 ritengono che se un leader aggiunge alle sue qualità la gentilezza rafforza la sua posizione.

Essere un manager «gentile» non si traduce solo nella cortesia dei modi (comunque imprescindibili per quasi il 50% degli intervistati) ma ha ben altre sfaccettature. In primo luogo deve trovare la giusta dose tra empatia, ascolto e capacità di motivare all'obiettivo i propri dipendenti, in secondo luogo deve saper comunicare in modo chiaro. Ci sono infine altre soft skills che, secondo gli italiani, pur non essendo prioritarie possono affinare la definizione di leadership gentile e sono il *problem solving*, la trasversalità di relazione con i diversi livelli aziendali e la valorizzazione della *diversity*.

In definitiva, è opinione comune che i benefici di un manager che sa applicare questa virtù con sapienza siano vari e abbiano un impatto diretto su tutta la realtà aziendale: il clima diventa più disteso, i lavoratori più motivati, fedeli alla causa e produttivi. E alla lunga un approccio di questo tipo può anche favorire la crescita aziendale.



Gentilezza: doveroso rivolgerla agli altri senza che però leda la sincerità. Nel lavoro e nella politica va dosata e finalizzata allo scopo

Parliamo della gentilezza. Secondo lei, nelle seguenti situazioni, essere gentili è...

UN DOVERE, LA BASE
IMPRESCINDIBILE DI
OGNI RELAZIONE

UN MODO PER FACILITARE
LE RELAZIONI, A PATTO CHE
NON LIMITI LA FRANCHEZZA

UN SEGNO DI DEBOLEZZA
CHE PUÒ DIVENTARE
UN OSTACOLO

nelle **RELAZIONI PERSONALI**
con persone conosciute

61

32

7

nelle **RELAZIONI COMUNITARIE CON**
SCONOSCIUTI (nel quartiere, nei negozi)

47

44

9

nel **LAVORO/AFFARI**

45

44

11

nella **POLITICA**

39

45

16

Per la maggioranza la gentilezza di un manager ne rafforza la leadership, ma oltre 1 italiano su 4 la valuta accessoria o dannosa

Se pensa a un manager «gentile» d'azienda, questa caratteristica è per lei...

un PUNTO DI FORZA

73

un PUNTO DI DEBOLEZZA

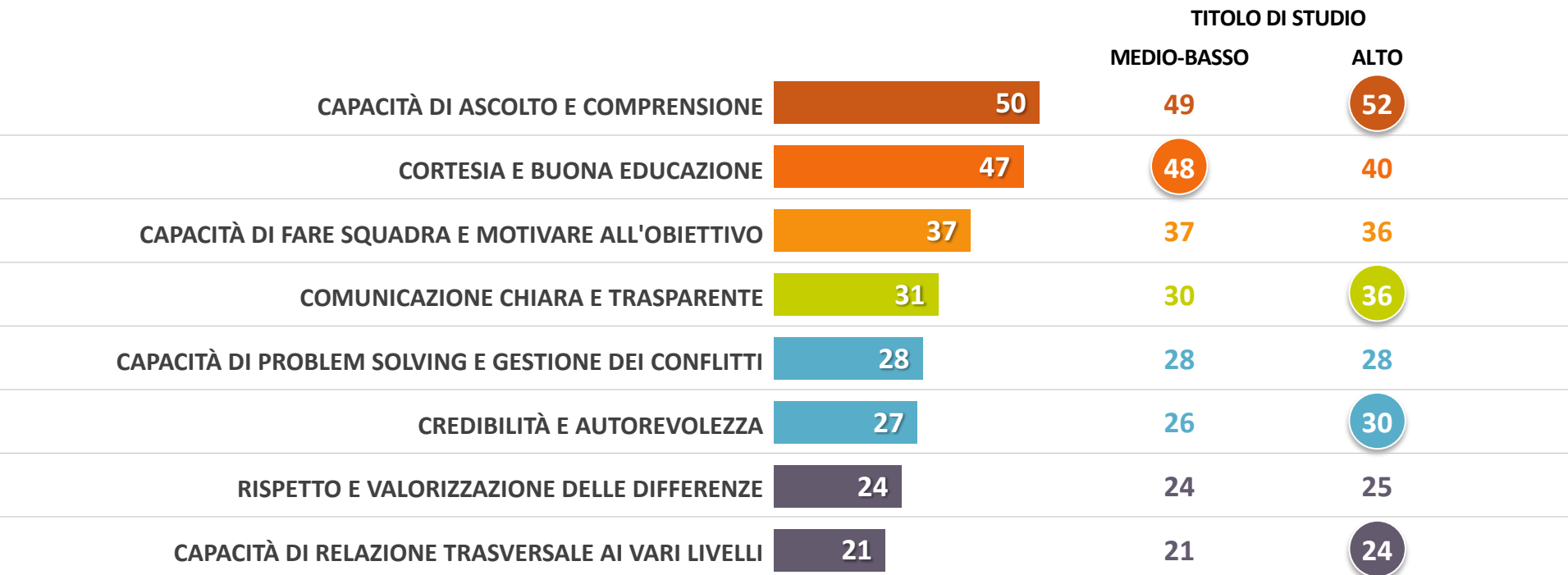
9

NÉ L'UNO, NÉ L'ALTRO, è
solo un elemento
accessorio

18

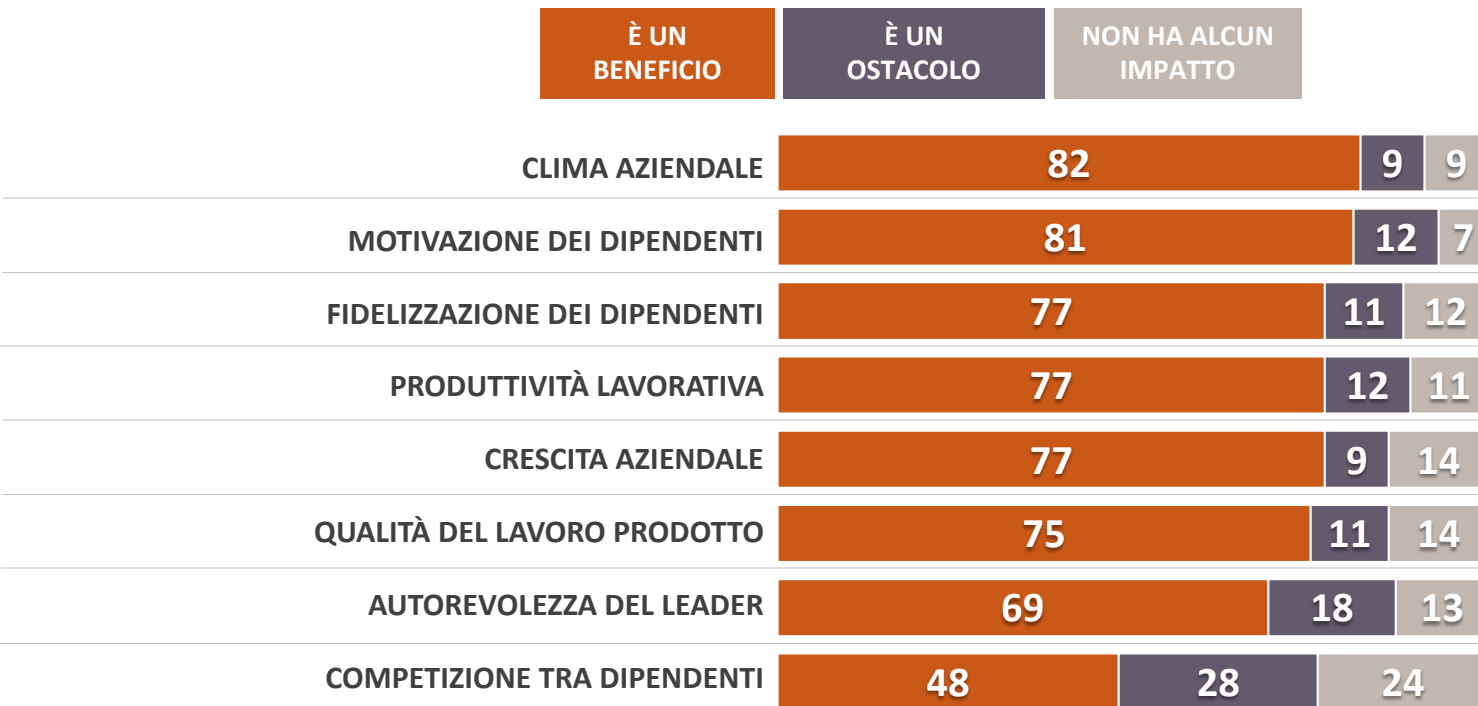
Le soft skill di un manager «gentile»: empatia, cortesia e capacità di motivare. Per 1 su 4 gentilezza e autorevolezza possono coesistere

Pensando alle realtà aziendali, quali sono secondo lei le caratteristiche di un manager «gentile»?
(POSSIBILI 4 RISPOSTE – VENGONO MOSTRATI I VALORI SUPERIORI AL 20%)



Il leader gentile porta crescita, fidelizzazione e un clima aziendale migliore. E non ostacola la produttività e la qualità del lavoro

Secondo lei a livello aziendale una leadership «gentile» che impatto ha nei seguenti ambiti?



3.

IL SABATO SERA

L'idea anni '80 dei sabati sera come occasione di svago e trasgressione sembra definitivamente tramontata anche tra i giovani. Sesso, droga e rock'n'roll sono sostituiti da divano, serie tv e buon cibo.

La parola d'ordine del sabato sera degli italiani è relax. Il divano il luogo più iconico, le discoteche il posto dei giovanissimi e pochi nostalgici.

Questa chiusura nel privato e nella sicurezza delle mura domestiche non crea insoddisfazione, anche se non entusiasma. Il bisogno di staccare la spina appare più forte del desiderio di uscire e incontrare nuove persone. Ecco dunque che il divertimento non è più la componente fondamentale del sabato sera nemmeno tra i giovani che preferiscono una serata tranquilla con la propria ragazza/o ad una serata in discoteca con gli amici.

Anche il sesso richiede troppe energie e il divano è il vero luogo del sabato sera per quasi metà degli italiani.

Chi abita nelle grandi città è più disposto a una passeggiata in luoghi romantici o a due passi in centro, chi vive nei piccoli comuni cerca più spesso cinema e teatri.

Bere e tornare tardi non è più cool nemmeno tra i giovani.

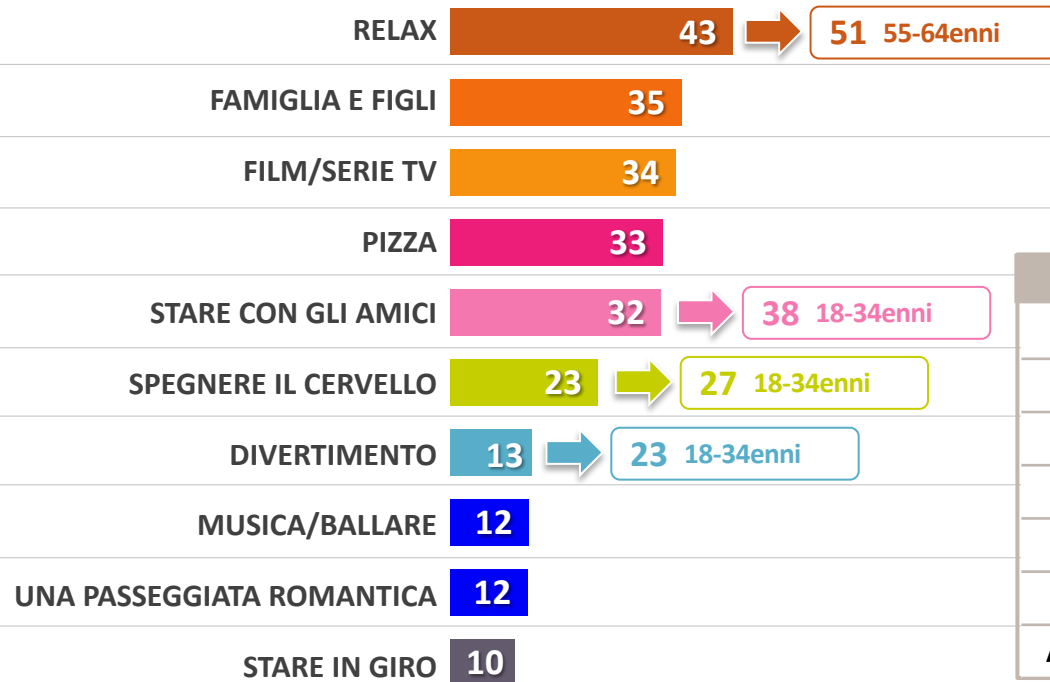
Nasce spontanea una domanda, sono gli italiani troppo stanchi per divertirsi o è la nostra società che non sa più offrire proposte davvero stimolanti?



Il sabato sera degli italiani: relax, affetti, TV e pizza.

Tra i più giovani, 1 su 4 ha bisogno di «spegnere il cervello»

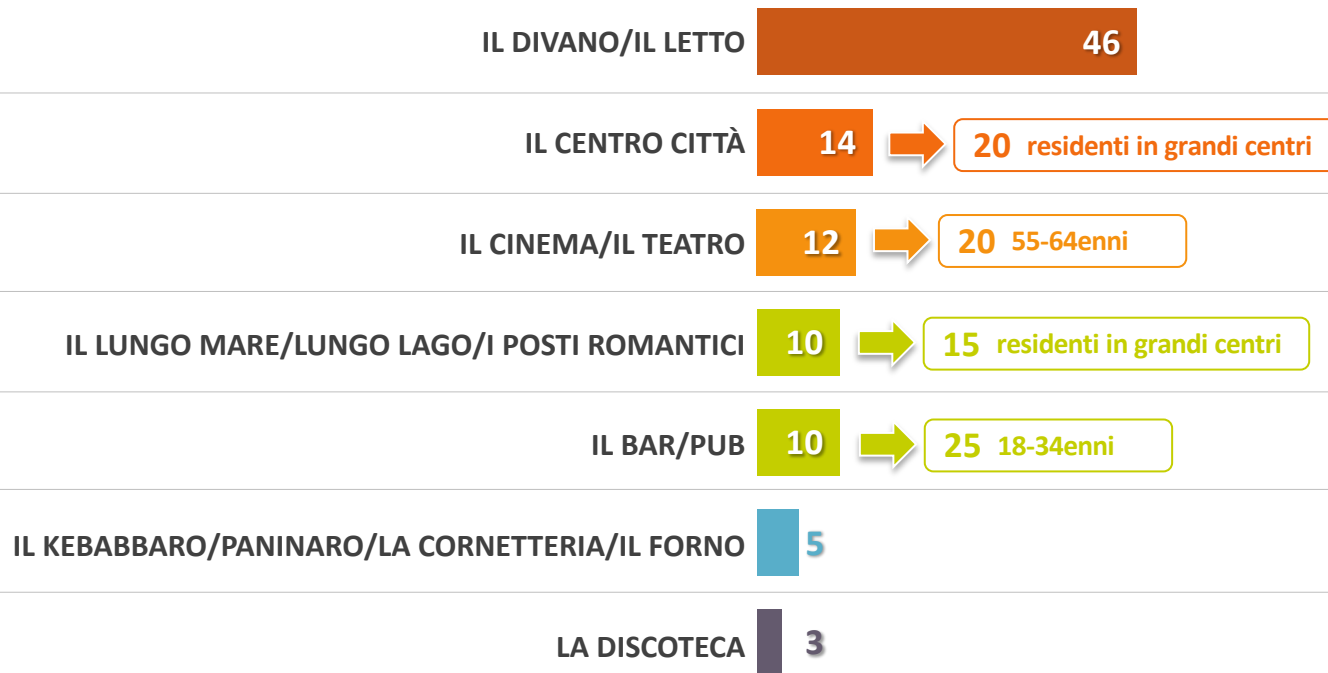
Per lei il sabato sera è soprattutto? (POSSIBILI 5 RISPOSTE)



VALORI SOTTO AL 10%	
PARTITA/SPORT	9
GIOCHI DI SOCIETÀ/VIDEOGIOCHI	8
SOLITUDINE/NOIA	6
TORNARE TARDI	5
SESSO	5
ANDARE PER LOCALI/BERE TANTO	5
ANSIA DA «COSA FACCIO QUESTA SERA?»	2

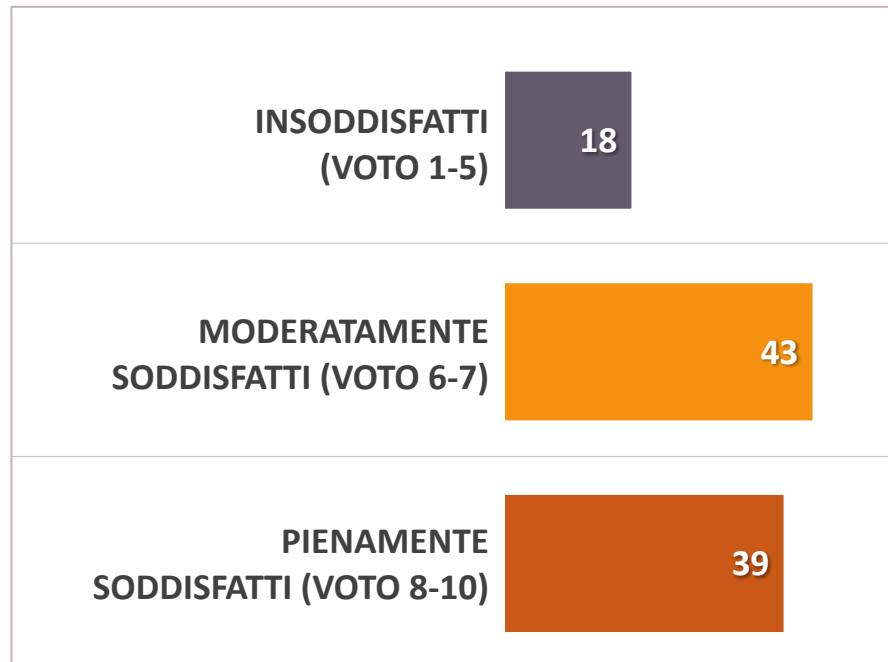
La «febbre del sabato sera» viene sostituita da divano e letto, discoteche all'ultimo posto tra i luoghi più iconici

Qual è il luogo più iconico del suo sabato sera?



Solo 2 italiani su 5 soddisfatti delle proprie serate, numeri più alti tra chi vive in grandi centri e Millennials

In una scala da 1 (per niente) a 10 (del tutto) quanto è soddisfatto/a, in generale dei suoi sabati sera?



6,9

VOTO MEDIO DI
SODDISFAZIONE



DETTAGLI	
35-44ENNI	7,3
RESIDENTI NEL NORD-EST	7,1
RESIDENTI IN GRANDI CENTRI	7,1
18-34ENNI	6,7
RESIDENTI IN PICCOLI CENTRI	6,6
BASSA CONDIZIONE ECONOMICA	6,3

Sabato sera ideale: no trasgressioni ma tanto relax, anche per i più giovani

Per un sabato sera ideale, cosa non può mancare? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

IL BUON CIBO

40

47 45-64enni

IL RELAX

37

40 55-64enni

IL PARTNER

36

43 18-34enni

GLI AMICI

31

37 18-34enni

I FILM, LE SERIE

21

IL DIVERTIMENTO

19

32 18-34enni

LA MUSICA

10

IL SESSO

8

LO SPORT

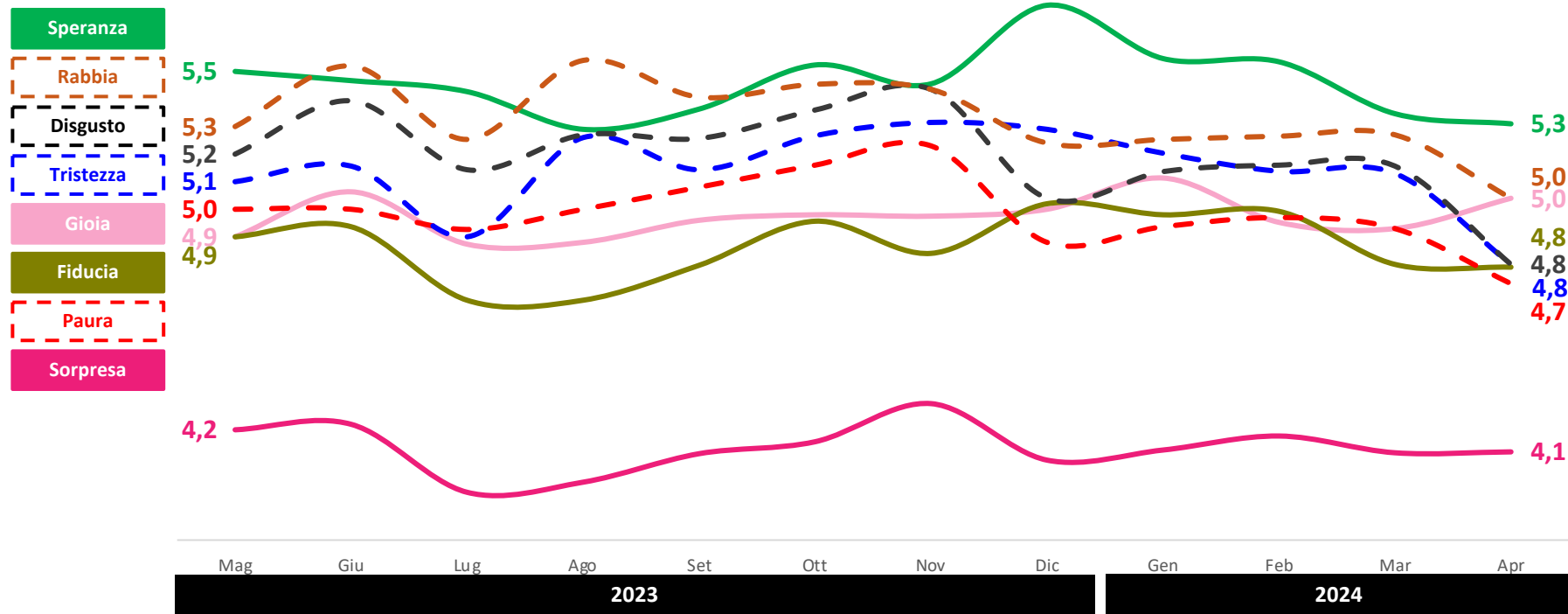
6

L'ALCOOL

2

PANNELLO SWG: LE EMOZIONI PIÙ SENTITE NEGLI ULTIMI 12 MESI

In termini di intensità, in questi giorni, quanto vive le seguenti emozioni? Usi una scala da 0 (per niente) a 10 (moltissimo)

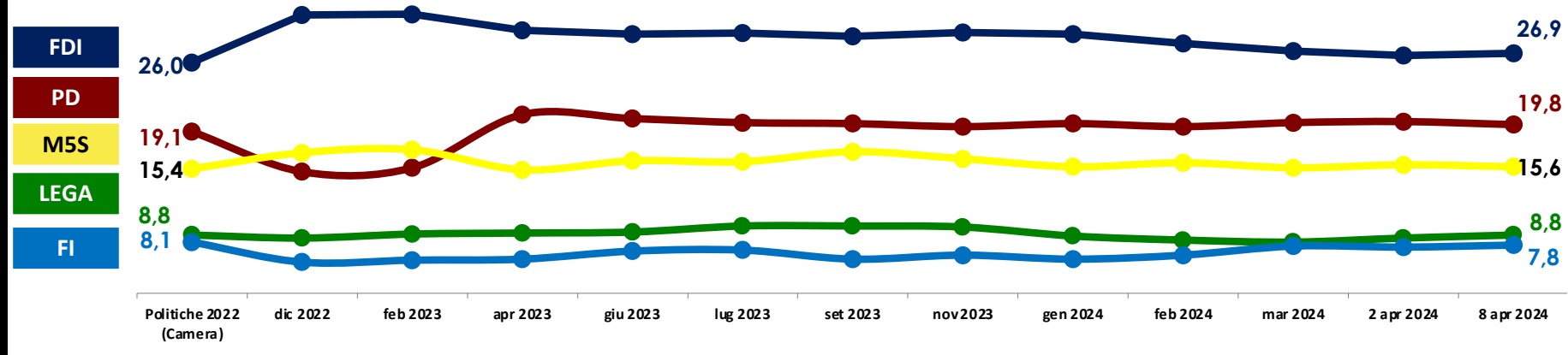


INTENZIONI DI VOTO 8 APRILE 2024

		Differenza rispetto al 2/04/2024
Fratelli d'Italia	26,9	+0,2
Partito Democratico	19,8	-0,3
Movimento 5 Stelle	15,6	-0,2
Lega	8,8	+0,3
Forza Italia	7,8	+0,2
Stati Uniti d'Europa di Renzi e Bonino	5,3	-1,0 (confr. con somma IV e +Europa)
Azione di Calenda	4,0	-0,1

		Differenza rispetto al 2/04/2024
Alleanza Verdi-Sinistra	3,9	-0,2
Pace Terra Dignità di Santoro	1,6	+0,2
Libertà di Cateno De Luca	1,5	+0,6
Democrazia Sovrana e Popolare di Rizzo	1,4	+0,1
Noi Moderati	1,0	=
Altre liste	2,4	+0,2

Non si esprime: 39% (+2)



"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



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.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. 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.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754

