



SWG

RADAR

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

23 – 29 settembre 2024

- ✓ **CONFLITTO IN MEDIO ORIENTE:** gli italiani non approvano le azioni delle forze israeliane in Libano
- ✓ **ITALIANI IRRITABILI:** il cellulare sul banco degli imputati
- ✓ **IL MERCATO AUTOMOBILISTICO:** un futuro sempre più incerto a causa dei prezzi sempre meno accessibili

SPINNER SWG: RUOLO DELL'ONU NELLE GUERRE - 2007-2023

PANNELLO SWG: LA FIDUCIA IN GIORGIA MELONI E L'EFFICACIA DEL GOVERNO

1.

CONFLITTO IN MEDIO ORIENTE

È passato quasi un anno da quel tragico 7 ottobre in cui Hamas ha provocato in maniera sanguinosa lo scoppio di una nuova guerra in Medio Oriente. La condanna dell'attacco dei terroristi palestinesi era stata quasi unanime, ma successivamente, la reazione delle forze israeliane a Gaza ha suscitato una disapprovazione progressivamente sempre più diffusa.

Oggi la maggior parte degli italiani non si schiera apertamente per israeliani o palestinesi, ma la quota che si sente più vicina ai palestinesi in un anno è cresciuta del 21% a fronte di un calo di chi empatizza con gli israeliani del 12%. Si registra anche un significativo incremento del sostegno al riconoscimento dello Stato Palestinese.

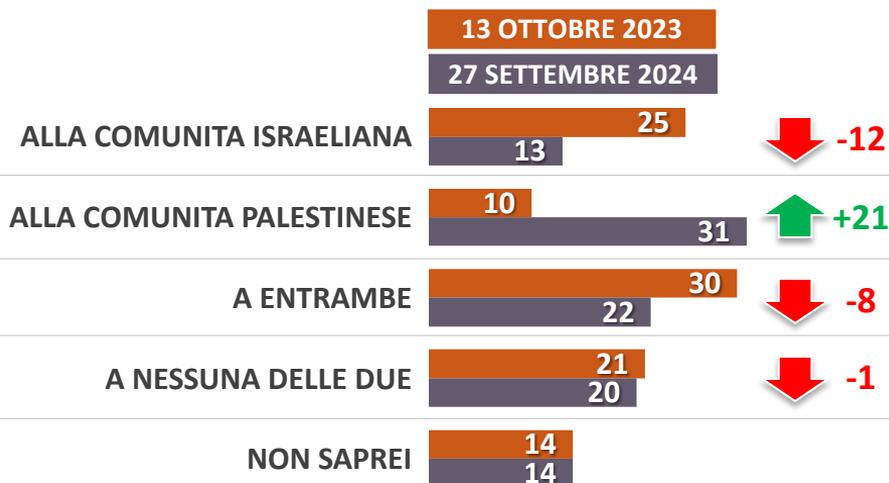
Le critiche all'operato delle autorità israeliane non riguardano solo gli attacchi nella Striscia di Gaza, ma anche le recenti attività militari in Libano. Secondo buona parte degli italiani, il lancio di missili da parte degli Hezbollah sulle città israeliane non giustifica i bombardamenti massicci sul territorio libanese. Anche l'operazione che ha provocato l'esplosione dei dispositivi cercapersona, pur essendo un'azione più mirata, incontra un largo dissenso.

Questo atteggiamento di riprovazione nei confronti delle autorità israeliane tuttavia non porta gli italiani a parteggiare per i suoi nemici. In uno scenario di estensione del conflitto, la tendenza prevalente sarebbe per la neutralità, mentre meno di 1 su 4 auspica un sostegno a Israele.



A quasi un anno dall'inizio del conflitto gli italiani empatizzano sempre di più con i palestinesi e cresce il sostegno alla soluzione dei due stati

In merito alla guerra in Medio oriente, personalmente, in questo momento lei si sente più vicino...

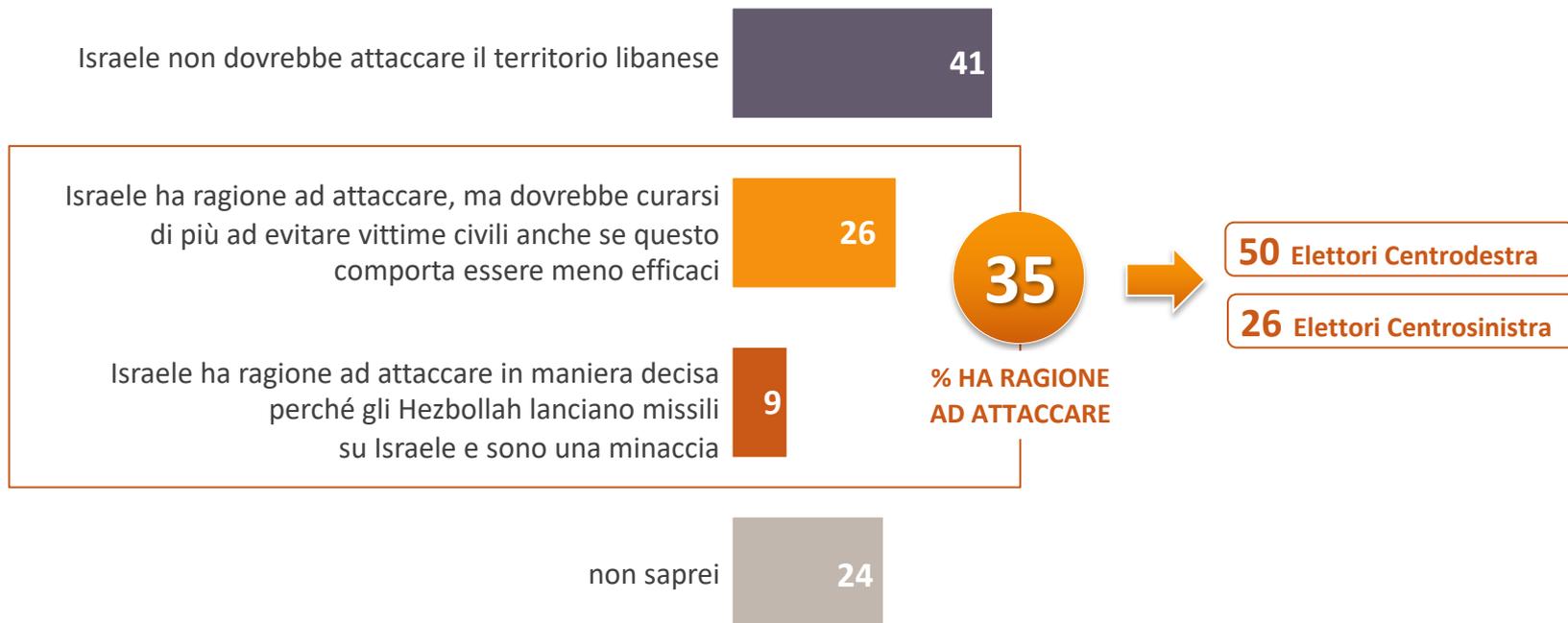


FAVOREVOLI AL RICONOSCIMENTO FORMALE DELLO STATO PALESTINESE



Gli attacchi agli Hezbollah in Libano riscuotono più critiche che approvazioni. Visioni molto diverse tra centrodestra e centrosinistra

In merito agli attacchi delle forze israeliane agli Hezbollah sul territorio libanese, con quale delle seguenti affermazioni si trova maggiormente d'accordo?



L'operazione che ha provocato l'esplosione dei cercapersone non è ritenuta accettabile e ha fatto emergere timori anche in Italia

In Libano e Siria diverse migliaia di dispositivi (cercapersone e walkie talkie) utilizzati prevalentemente dagli Hezbollah sono esplosi provocando morti e feriti. Si sospetta che l'azione sia opera dei servizi segreti israeliani. Ritieni che questo tipo di attacco sia:

NON GIUSTIFICABILE neanche in un contesto di guerra perché si rischiano sempre vittime collaterali civili

61

GIUSTIFICABILE in un contesto di guerra perché è mirato e provoca vittime in gran parte tra i miliziani

20

non saprei

19

Dopo aver saputo di queste esplosioni dei dispositivi, lei personalmente si è preoccupato/a del fatto che un giorno potrebbe capitarle che le esploda il cellulare?

NO, È UNA PREOCCUPAZIONE INSENSATA

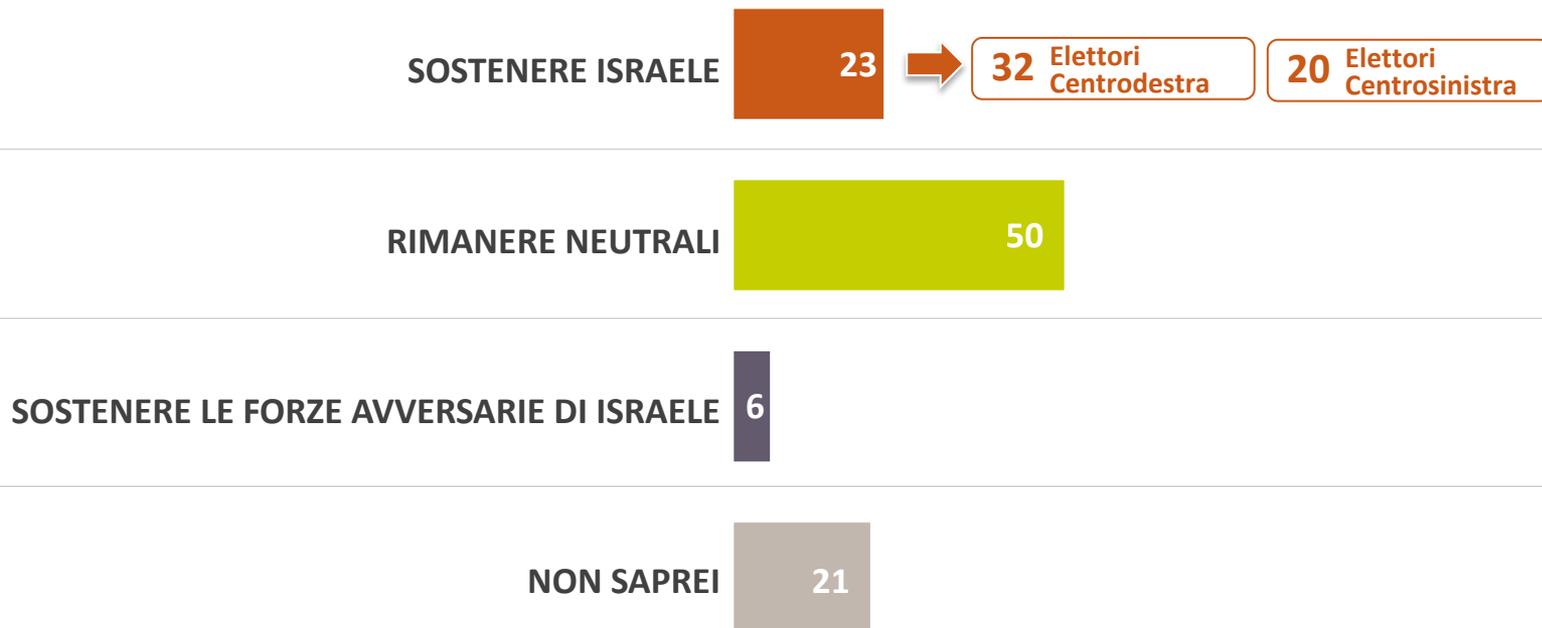
46

MI SONO PREOCCUPATO/A

54

In caso di escalation la neutralità è la linea prevalente. Nell'ambito del centrodestra la preferenza per il sostegno a Israele è un po' più forte

Nel caso in cui la guerra in Medio Oriente dovesse estendersi con ad esempio attacchi diretti dell'Iran e dello Yemen ad Israele, ritiene che l'Italia e l'UE dovrebbero:



2.

LE COSE CHE CI DANNO FASTIDIO

A quanti è capitato di sedere al ristorante e sentire il vicino di tavolo parlare al telefono ad alta voce o, peggio, sentire il video a tutto volume dal suo cellulare? E quanti hanno un collega impiccione che sbircia sul nostro schermo per vedere cosa stiamo facendo? E nel rapporto di coppia, quanto ci infastidisce parlare al nostro partner e vedere che non distoglie minimamente lo sguardo dal suo cellulare? Lo stress da maleducazione colpisce 6 italiani su 10 e per uno su tre è in aumento nel corso dell'ultimo anno.

Il cellulare finisce sul banco degli imputati, sia quando invade il nostro spazio vitale con conversazioni e audio non graditi, sia quando attira la curiosità di altri che violano la nostra privacy, sia quando diventa una barriera insormontabile con le persone con cui vorremmo dialogare. E se quando siamo in un locale l'irritazione è massima per tutto ciò che rovina la prospettiva di una serata intima, al lavoro si impazzisce per tutto ciò che fa perdere tempo.

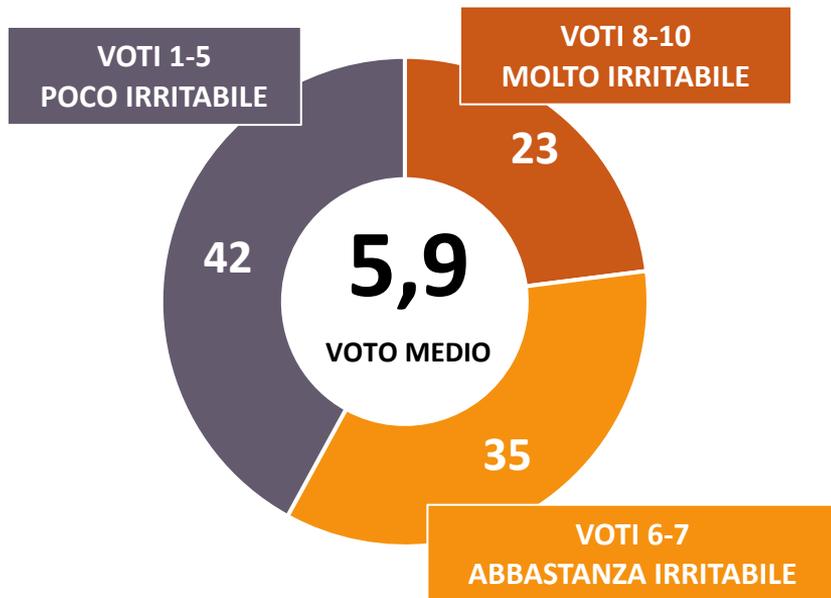
Nella coppia, invece, gli uomini sembrano farsi passare sopra tutto molto più delle donne, la metà delle quali si innervosisce quando il partner critica le scelte fatte perché avrebbe fatto diversamente, o quando continua ad usare il cellulare durante una conversazione.

Gli italiani popolo irritato e irritabile, dunque, tanto nello spazio pubblico quanto in quello privato. Ma senza i cellulari, forse, sarebbe meglio.

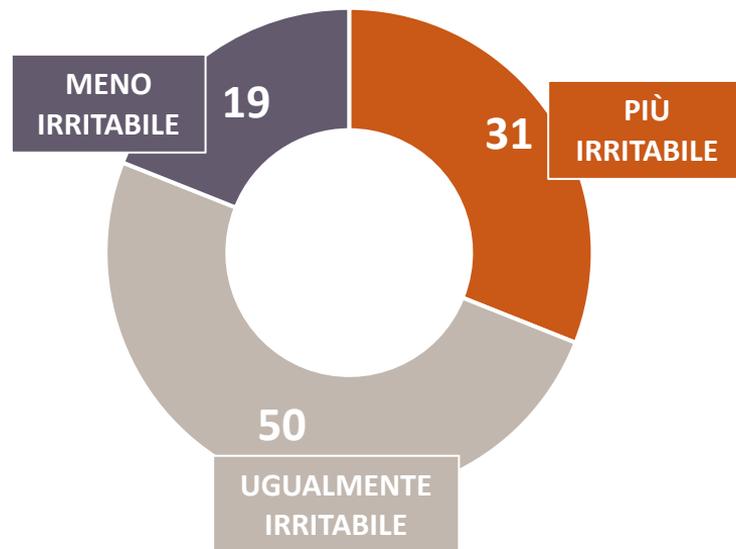


3 italiani su 5 si definiscono irritabili, quasi 1 su 3 è più irritabile rispetto ad un anno fa

Su una scala da 1 (per niente irritabile) a 10 (molto irritabile), come si sente in questo periodo?



Rispetto a un anno fa le sembra di essere...



Cosa dà più fastidio in un locale pubblico: cellulari ad alto volume, fumo all'aperto e persone che tossiscono

Le presentiamo ora una serie di situazioni che possono capitare quando si è in un locale pubblico, per ciascuna di esse le chiediamo di indicare quanto la infastidisce su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo).

TOP 5 CITAZIONI

PERSONE CHE GUARDANO VIDEO
SUI CELLULARI AD ALTO VOLUME 57

PERSONE CHE FUMANO VICINO A LEI
(NEL CASO DI LOCALI ALL'APERTO) 51

PERSONE CHE PARLANO AD ALTA VOCE
AL CELLULARE O CON GLI ALTRI DEL TAVOLO 50

PERSONE CHE TOSSISCONO/STARNUTISCONO
CONTINUAMENTE VICINO LEI 46

PERSONE CHE ASCOLTANO LE SUE CONVERSAZIONI 44

Cosa dà più fastidio al lavoro: persone in ritardo, colleghi impiccioni e riunioni inutili

Le presentiamo ora una serie di situazioni che possono capitare quando si è al lavoro, per ciascuna di esse le chiediamo di indicare quanto la infastidisce su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo).

TOP 5 CITAZIONI

PERSONE CHE ARRIVANO IN RITARDO AGLI APPUNTAMENTI

50

COLLEGHI CHE ASCOLTANO LE SUE TELEFONATE O GUARDANO
LO SCHERMO DEL SUO COMPUTER

47

PARTECIPARE A RIUNIONI CHE NON HANNO
UN OBIETTIVO CHIARO

42

COLLEGHI/E CHE PARLANO AL TELEFONO AD ALTA VOCE

41

COLLEGHI/E CHE SVAPANO IN UFFICIO

39

Cosa dà più fastidio in una relazione di coppia: suoceri invadenti, partner distratti e criticoni

Le presentiamo ora una serie di situazioni che possono capitare quando si è in coppia, per ciascuna di esse le chiediamo di indicare quanto la infastidisce su una scala da 1 (per niente) a 10 (moltissimo).

TOP 5 CITAZIONI

		UOMINI	DONNE
QUANDO I SUOCERI/GENITORI METTONO IL BECCO NELLE VOSTRE QUESTIONI	50	46	52
QUANDO IL PARTNER GUARDA IL CELLULARE MENTRE CONVERSATE	45	41	49
QUANDO IL PARTNER TI CRITICA PERCHÉ NON HAI FATTO UNA COSA COME L'AVREBBE FATTA LUI/LEI	43	37	51
QUANDO IL PARTNER PRENDE IL TUO CELLULARE PER LEGGERE I TUOI MESSAGGI	39	34	44
QUANDO IL PARTNER NON PRENDE MAI UNA DECISIONE SULLE COSE DA FARE	37	31	45

3.

IL MERCATO AUTOMOBILISTICO

Il mercato dell'auto negli ultimi anni ha subito una forte accelerazione verso l'innovazione, con un focus crescente su vetture più efficienti e a minor impatto ambientale. Tuttavia, oggi si ritrova a percorrere una strada dissestata: i dati ufficiali di agosto 2024 indicano un calo del 13,4% per il mercato italiano in generale e una contrazione del 40% per il segmento delle vetture full-electric rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Secondo i consumatori italiani questa crisi è la conseguenza di una gestione inadeguata del comparto, che ha mantenuto prezzi ingiustificatamente elevati, rendendo per molti l'acquisto di nuovi veicoli inaccessibile. La situazione ha già innescato profondi cambiamenti nella produzione europea, con una riduzione significativa della capacità produttiva. L'unica soluzione prospettata sembra essere una riduzione sostanziale dei prezzi.

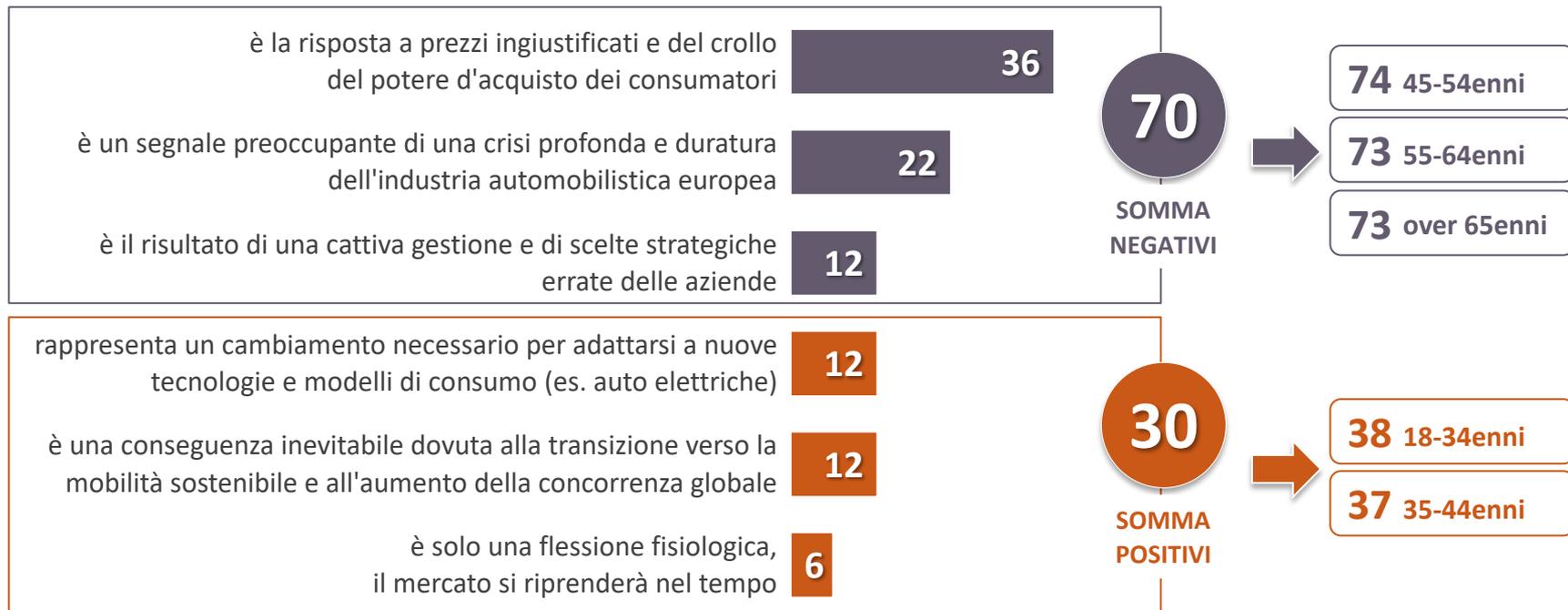
Gli eco-incentivi non sono stati sufficienti per abbattere la barriera economica, specialmente per i consumatori più anziani, che spesso possiedono veicoli più obsoleti e sarebbero i principali destinatari dei bonus rottamazione. Nonostante questi incentivi, il nuovo acquisto rimane poco appetibile.

Questa dinamica sta contribuendo a modificare l'immagine dell'automobile agli occhi dei consumatori. Pur continuando a essere percepita come un bene importante da oltre la metà degli italiani, la sua funzione di «bene fondamentale» sta diminuendo. In linea con le attuali tendenze nel campo della mobilità, inoltre, per oltre un terzo dei consumatori, l'automobile sta diventando sempre meno uno «status symbol».



La crisi del settore automobilistico è dovuta soprattutto ai prezzi ingiustificati non compatibili con il sempre minore potere d'acquisto

Il settore automotive europeo negli ultimi mesi ha dato nuovi segnali di crisi con forti ridimensionamenti del personale e la potenziale chiusura di diversi stabilimenti di marchi storici. Come interpreta personalmente questi avvenimenti?



La strategia per il rilancio del comparto deve partire dall'abbassamento dei prezzi, senza rinunciare però all'innovazione

Quali strategie potrebbero favorire una ripresa del mercato automobilistico italiano? Indichi il suo grado di accordo con le seguenti strategie.



Gi eco-incentivi non bastano: soprattutto tra gli over-65, che ritengono i prezzi comunque proibitivi

In merito agli eco-incentivi per l'acquisto di auto nuove e rottamazione di categorie inquinanti, quale delle seguenti affermazioni condivide di più?

nonostante gli incentivi, i prezzi delle auto nuove rimangono comunque troppo elevati per molti consumatori

38

42 over 65enni

hanno un impatto limitato e non cambiano significativamente il costo complessivo delle vetture

17

20 55-64enni

20 45-54enni

sono utilizzati per pubblicizzare prezzi scontati, ma pochi consumatori riescono effettivamente a beneficiarne

14

facilitano l'acquisto di auto con consumi ridotti ed incentivano la rottamazione di veicoli inquinanti

12

18 18-34enni

sono utili, ma l'accesso è limitato da requisiti difficili da soddisfare

10

non saprei

9

Automobile sempre meno fondamentale e anche meno «simbolo»

Pensi alle spese importanti della vita.
Quanta importanza attribuisce a:

POSSEDERE UN'AUTO DI PROPRIETÀ



Secondo lei oggi l'automobile rappresenta ancora uno status symbol?

SÌ, PIÙ DEL PASSATO

18

SÌ, COME IN PASSATO

21

SÌ, MA MENO
CHE IN PASSATO

32

NO

29

SPINNER SWG: RUOLO DELL'ONU NELLE GUERRE – 2007-2023

SPINNER è una piattaforma proprietaria di SWG che consente di avere accesso allo storico dei nostri dati dal 1997 con tutte le edizioni settimanali di Radar, trend dell'Osservatorio, intenzioni di voto, report tematici e molto altro.

Richiedi informazioni alla mail ufficio.stampa@swg.it

Solo l'ONU dovrebbe poter decidere su eventuali interventi militari. Lei è:

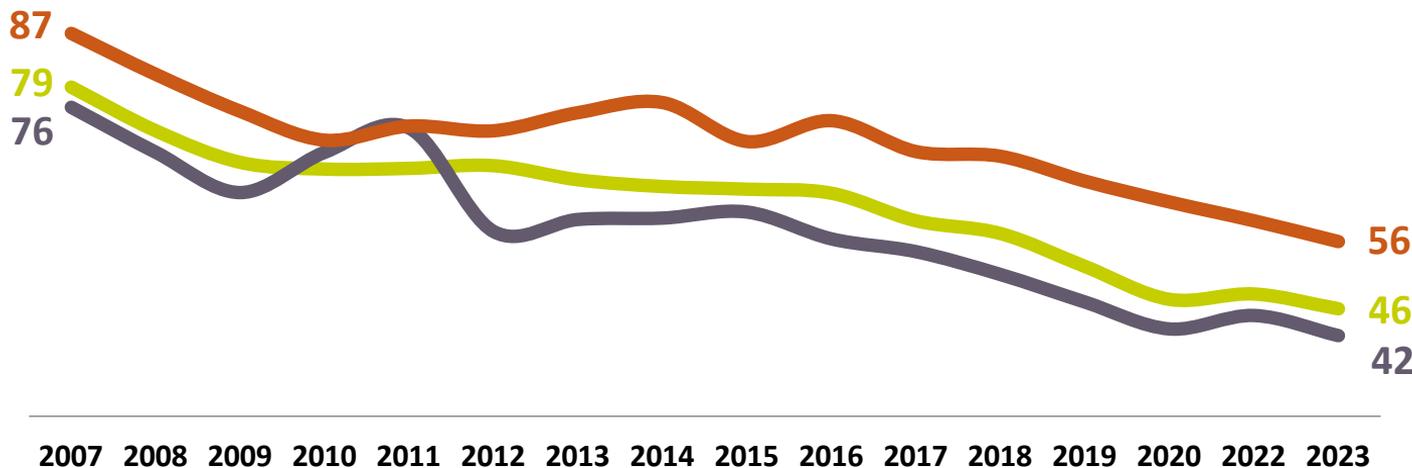
AUTOCOLLOCAZIONE
POLITICA

CENTROSINISTRA –
SINISTRA

TOTALE ITALIA

CENTRODESTRA –
DESTRA

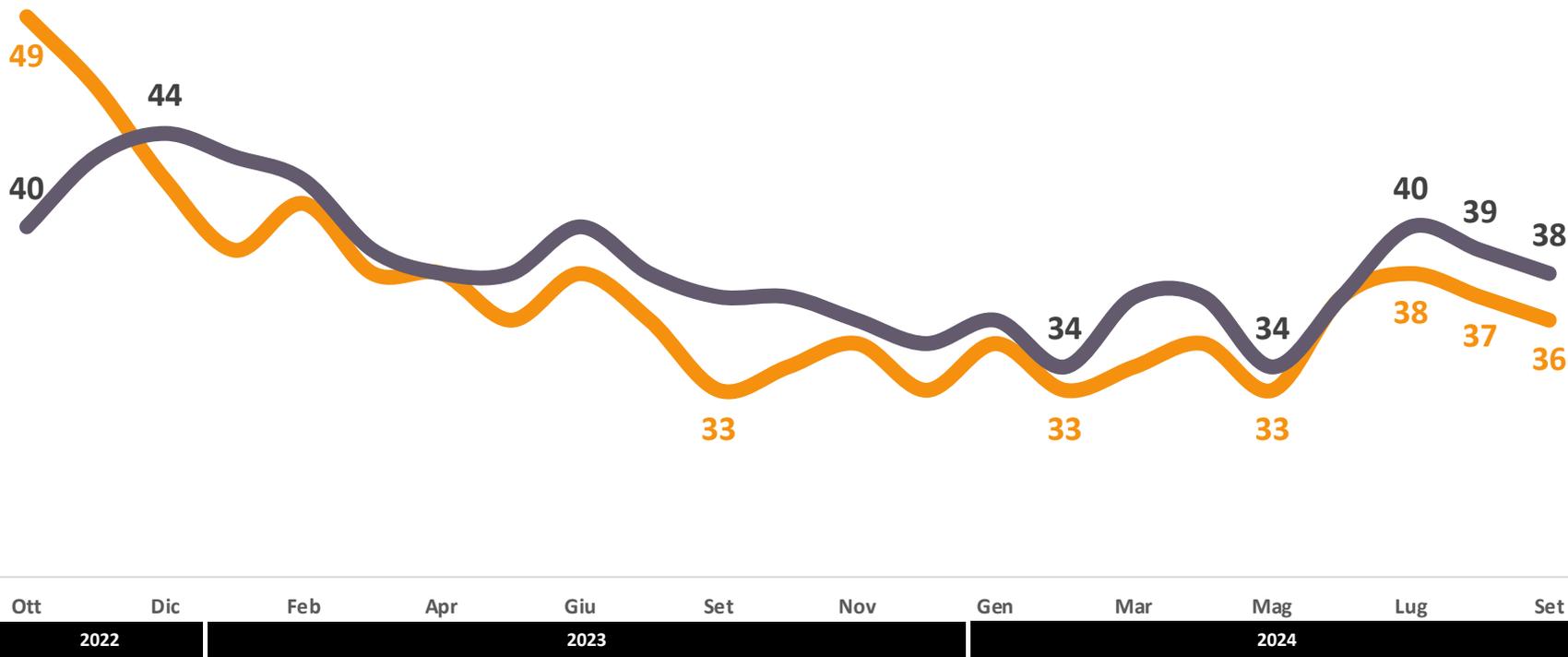
% DEL TUTTO D'ACCORDO + D'ACCORDO



PANNELLO SWG: LA FIDUCIA IN GIORGIA MELONI E L'EFFICACIA DEL GOVERNO

FIDUCIA IN GIORGIA MELONI
(% «molta + abbastanza fiducia»)

EFFICACIA DEL GOVERNO
(% «molto + abbastanza efficace»)

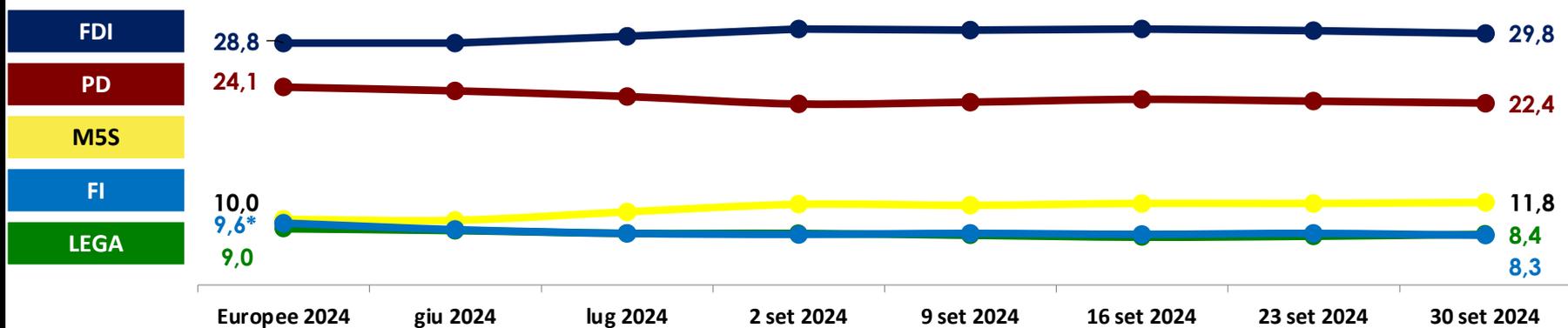


INTENZIONI DI VOTO 30 SETTEMBRE 2024

		Differenza rispetto al 23/09/2024
Fratelli d'Italia	29,8	-0,3
Partito Democratico	22,4	-0,2
Movimento 5 Stelle	11,8	+0,1
Lega	8,4	+0,2
Forza Italia	8,3	-0,2
Alleanza Verdi-Sinistra	7,1	=

		Differenza rispetto al 23/09/2024
Azione	3,0	-0,1
Italia Viva	2,5	-0,2
+Europa	1,7	+0,2
Sud Chiama Nord	1,2	+0,2
Noi Moderati	1,0	=
Altre liste	2,8	+0,3

Non si esprime: 33% (-2)



*Dato riferito a Forza Italia – Noi Moderati

"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

BRUXELLES

Av. De la Renaissance, 1 - 1000
info@pollingeurope.eu

