



SWG

RADAR

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

30 settembre – 6 ottobre 2024

- ✓ CAMPO LARGO: ostacolato dalle divergenze tra i leader, resta una speranza per la maggior parte degli elettori delle opposizioni
- ✓ GLI ULTRAS NEL CALCIO: collusioni evidenti ma marginali. Un ruolo sociale più ampio, in particolare tra i giovani
- ✓ SPACE ECONOMY: l'importanza di tenere l'Italia ancorata ai cambiamenti in corso

SPINNER SWG: IL SENTIMENTO ANTISEMITA IN ITALIA – 2014-2024

PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE

1.

CAMPO LARGO

Le fratture tra i partiti dell'opposizione hanno fatto gradualmente svanire la prospettiva di un campo largo unitario che coinvolgesse tutti i partiti fuori dalla coalizione di governo e pure una versione più ristretta dello schieramento al momento sembra essere piuttosto complessa da realizzare.

Gran parte degli elettori delle opposizioni tuttavia spera ancora in una potenziale alleanza che garantisca maggiore competitività nel confronto con il centrodestra. Il motivo del mancato accordo non viene imputato tanto a incompatibilità sul piano valoriale o programmatico, bensì soprattutto ai contrasti di tipo personale tra i diversi leader.

In merito al perimetro dell'alleanza, la presenza di PD, Verdi-Sinistra e Movimento 5 Stelle risulta piuttosto assodata. Non dispiace l'inclusione di +Europa, più controversa appare quella di Azione, mentre su Italia Viva le chiusure prevalgono in modo netto.

Anche a livello di leadership il quadro risulta simile. Nell'ipotesi di dover fare una scelta netta, gli elettori del PD preferiscono Conte sia a Calenda che a Renzi. Tra questi due invece è il leader di Azione ad essere premiato.

Renzi in questa fase è dunque poco popolare, sebbene una non trascurabile parte dell'opinione pubblica (e ancora di più dell'elettorato Dem) abbia un ricordo positivo della sua esperienza alla guida del Governo, soprattutto riguardo alla sua leadership, alla competenza e alla concretezza.



Campo largo auspicato da 2 elettori dell'opposizione su 3. I contrasti personali tra i leader sono ritenuti l'impedimento principale

Secondo lei, le forze all'opposizione dovrebbero...
RISPONDONO GLI ELETTORI DEI PARTITI DI OPPOSIZIONE

UNIRSI, sacrificando alcune differenze per essere competitive con il centrodestra

67

OPERARE SEPARATAMENTE, mantenendo ciascuna interamente la propria identità politica

25

non saprei 8

Quali sono a suo avviso i principali aspetti che ostacolano le alleanze tra i partiti di opposizione? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)
RISPONDONO GLI ELETTORI DEI PARTITI DI OPPOSIZIONE
(TOP 5 ASPETTI)

DIVERGENZE PERSONALI TRA I LEADER

59

LA VISIONE RIGUARDO AL CONFLITTO RUSSO - UCRAINO

35

LAVORO E POLITICHE SOCIALI

29

IL MODO DI FARE OPPOSIZIONE AL GOVERNO

29

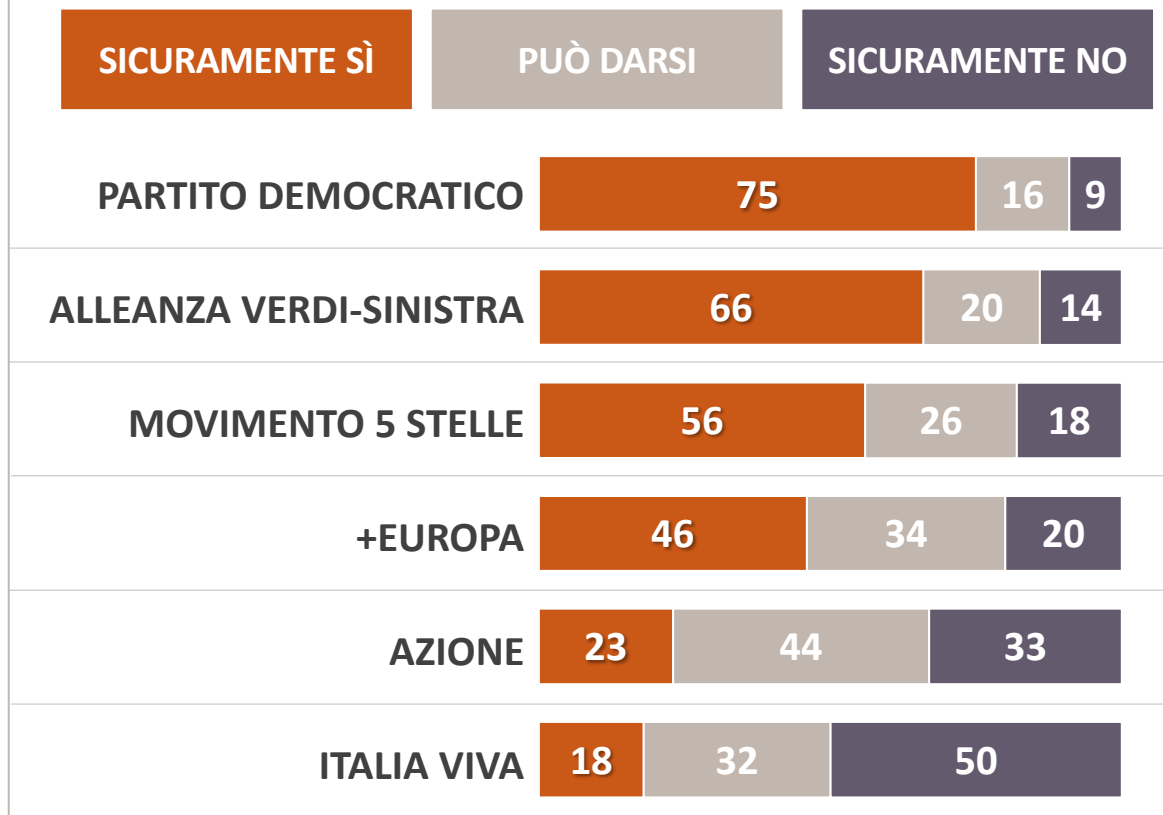
LA VISIONE RIGUARDO AL CONFLITTO IN MEDIO ORIENTE

21

PD, AVS e M5S le forze ritenute necessarie nel Campo largo, Italia Viva la più osteggiata

Secondo lei, quali partiti dovrebbero far parte della coalizione che si contrappone al centrodestra e quali no?

RISPONDONO GLI ELETTORI DEI PARTITI DI OPPOSIZIONE



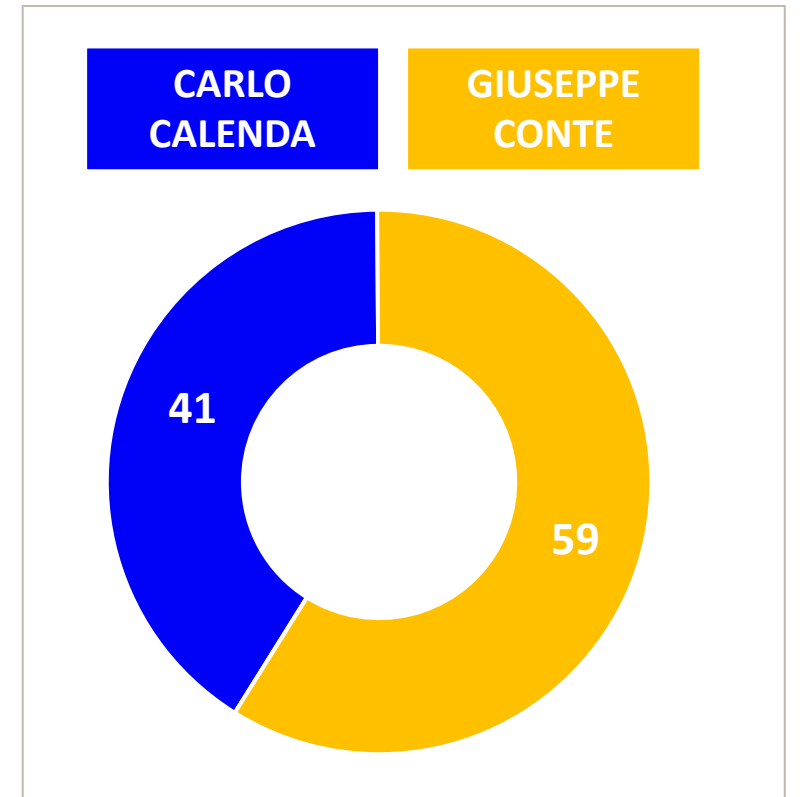
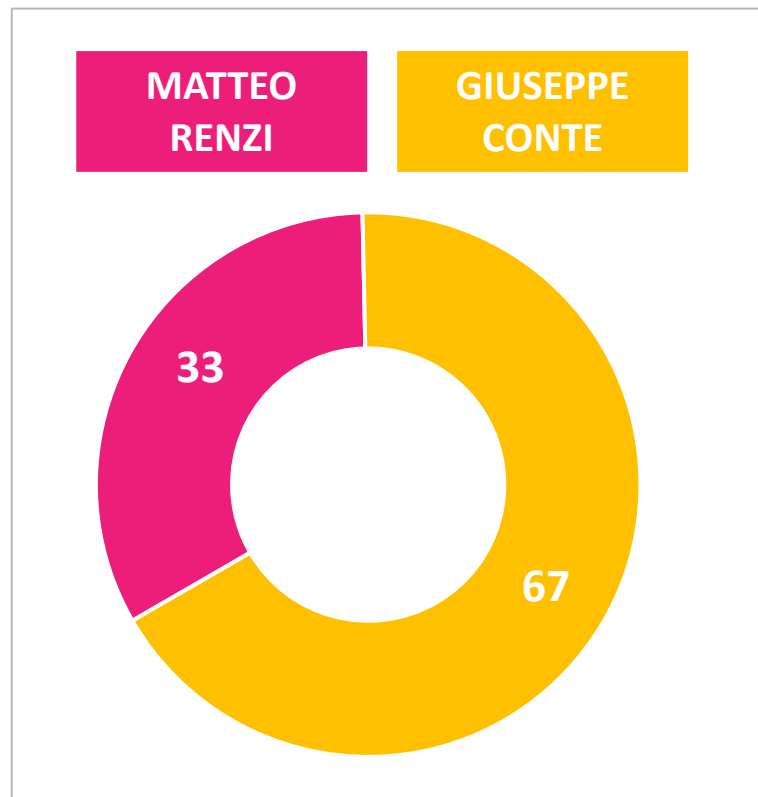
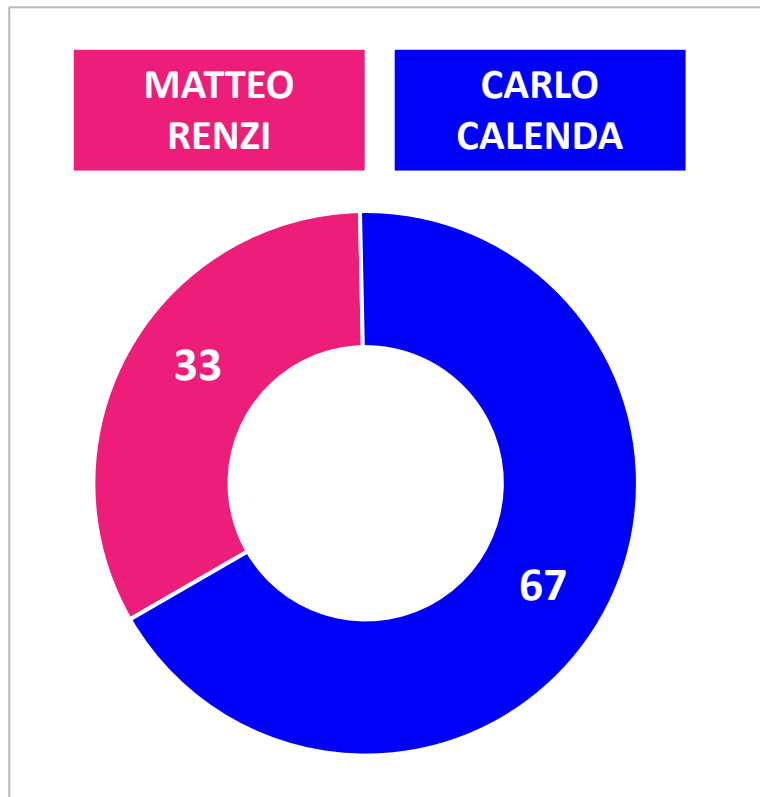
LE 4 COMBINAZIONI DI ALLEANZE PREFERITE:



Tra gli elettori del PD Conte viene preferito sia a Renzi che a Calenda. Tra i due esponenti centristi prevale il leader di Azione

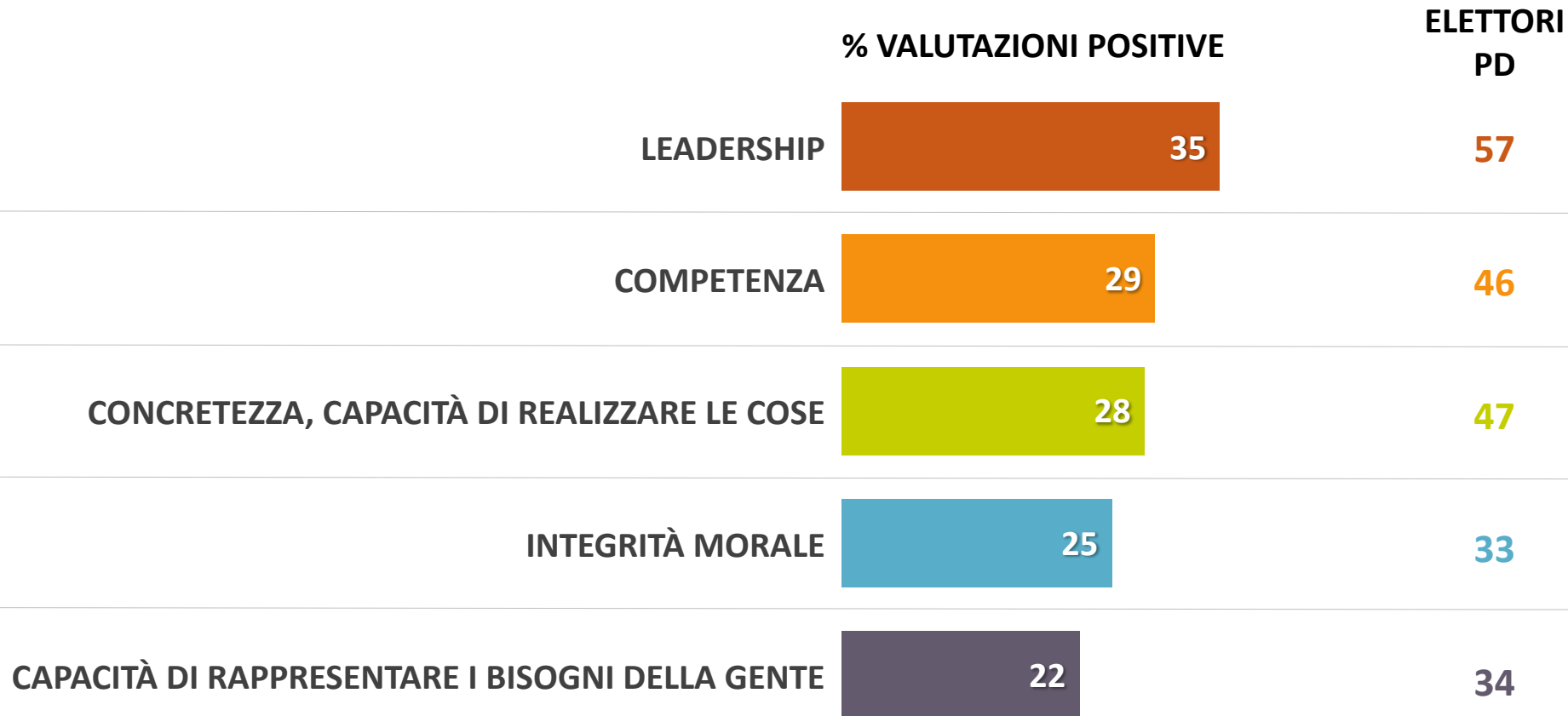
Le proponiamo ora delle coppie di personalità politiche. Se proprio dovesse scegliere, per ogni coppia, quale tra i due leader preferirebbe?

RISPONDONO GLI ELETTORI DEL PARTITO DEMOCRATICO



Oltre un terzo degli italiani ha qualche ricordo positivo dell'esperienza al Governo di Renzi: apprezzate leadership, competenza e concretezza

Tra il 22 febbraio 2014 ed il 12 dicembre 2016 Matteo Renzi è stato Presidente del Consiglio dei Ministri.
Lei come valuta il suo operato in quel periodo in termini di:



2.

GLI ULTRAS NEL CALCIO

Nel mezzo dell'inchiesta ultras balzata alle cronache nelle ultime settimane, ci siamo chiesti cosa ne pensino del fenomeno quegli italiani che vivono il calcio scegliendo una 'propria' squadra. Ciascuno a suo modo, tra tifosi 'identitari' o più 'occasionalisti'. Ne emerge l'esigenza di una narrazione meno semplicistica.

Guardando ai tifosi più accesi, notiamo ad esempio come il 40% trovi ingiusto associare, per definizione, gli ultras alla violenza: il problema c'è, ma va inteso come la devianza di pochi all'interno di un movimento capace invece di costruire identità e appartenenza in quasi un terzo degli appassionati. Ultimo baluardo degli interessi dei tifosi nel calcio-business di oggi e importante collante sociale per una minoranza affatto trascurabile di tifosi e simpatizzanti, con una forte incidenza giovanile. Certo, la promiscuità degli ambienti ultras con gli estremismi politici (84%) e la criminalità organizzata (81%) è sottolineata con decisione, ma anche in questo caso la maggioranza relativa dei tifosi pesa le parole: gli ultras non necessariamente sono dei criminali, anche se al loro interno si verificano «episodi marginali» di collusione (48%).

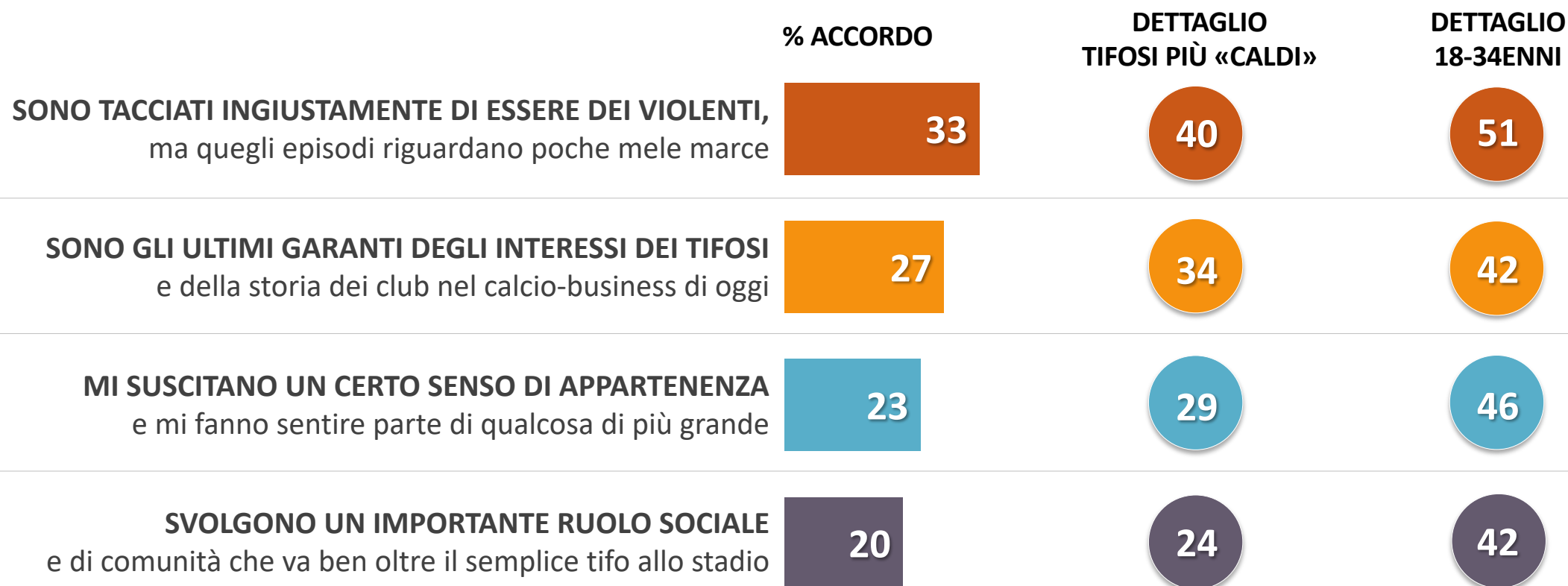
E poi c'è il rapporto quanto meno complesso tra gli ultras e i propri club, in un valzer di interessi reciproci e delicati equilibri di potere. Sulla linea dei club i tifosi italiani sono divisi: prevale l'auspicio del dialogo (40%), soprattutto tra i più giovani e appassionati, ma 1 su 3 sposa la linea della fermezza e della non ingerenza. Sebbene agli ultras venga riconosciuto un ruolo rilevante, oltre le coreografie e la tutela della storia del club. Possono avanzare richieste in tema di biglietti (42%), comunicazione (41%) e calciomercato (37%), purché ragionevoli. E anche in questo caso, tutto parte dai giovani.



Gli ultras: tra i tifosi più caldi, per 2 su 5 è ingiusto tacciarli di violenza e il 29% nutre appartenenza. L'ammirazione di molti giovani

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

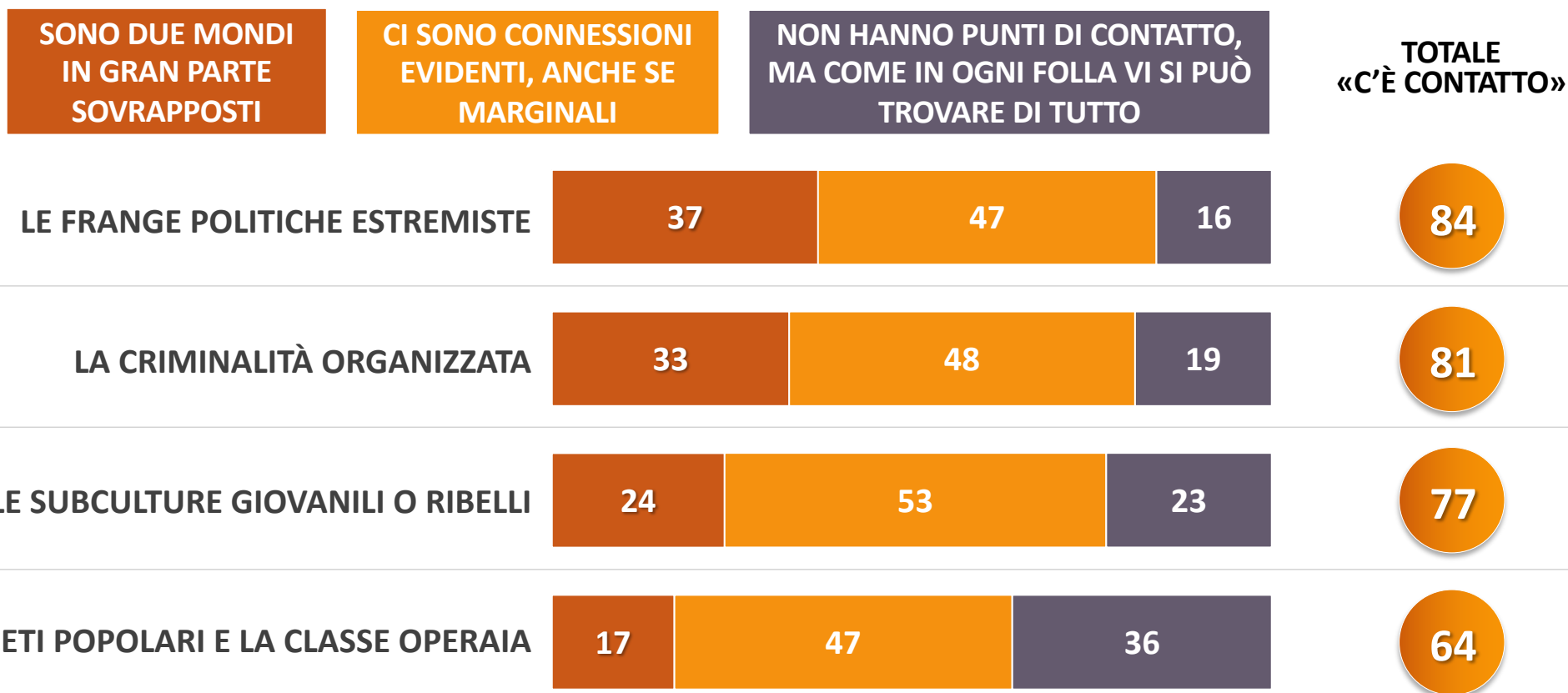
RISPONDONO TIFOSI E SIMPATIZZANTI DI UNA SQUADRA



Una forte promiscuità con gli estremismi e le organizzazioni criminali, ma per 1 su 2 - tifosi e 'occasionalisti' - la collusione è marginale

Personalmente e per l'idea che ne ha, che legame vede tra la cultura e gli ambienti degli ultras e...?

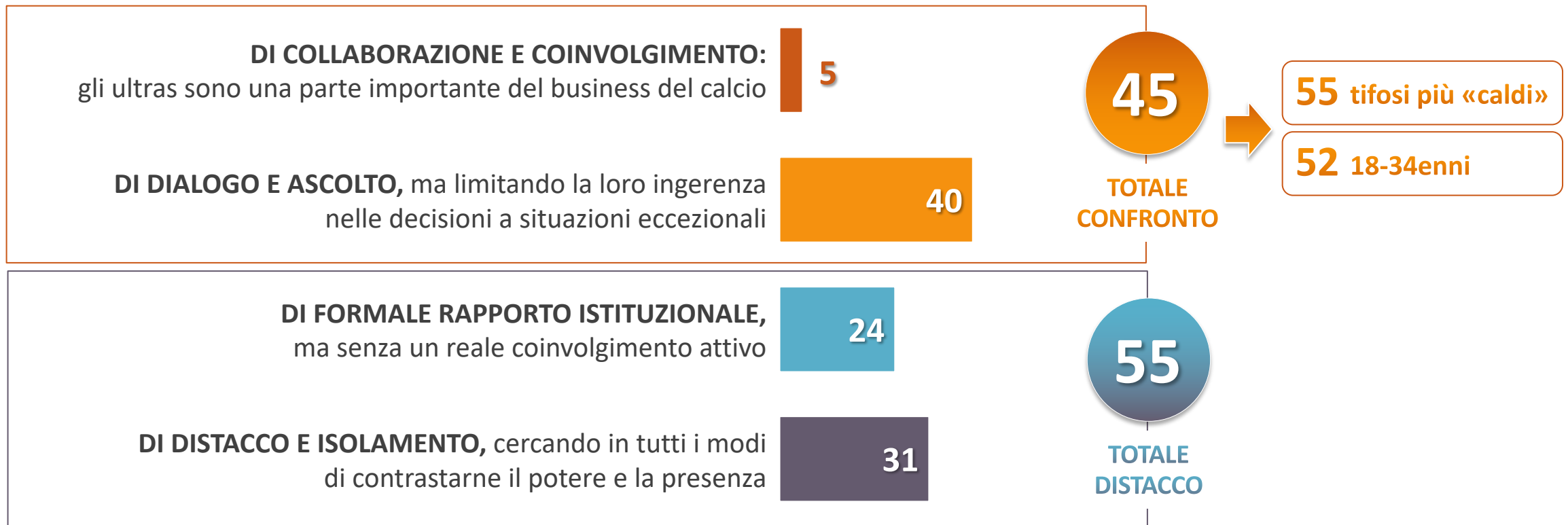
RISPONDONO TIFOSI E SIMPATIZZANTI DI UNA SQUADRA



Sulla linea dei club c'è divisione: prevale l'auspicio del dialogo tra giovani e appassionati. Ma un terzo è per l'intransigenza

Secondo lei, che rapporto dovrebbero intrattenere i club con i loro ultras?

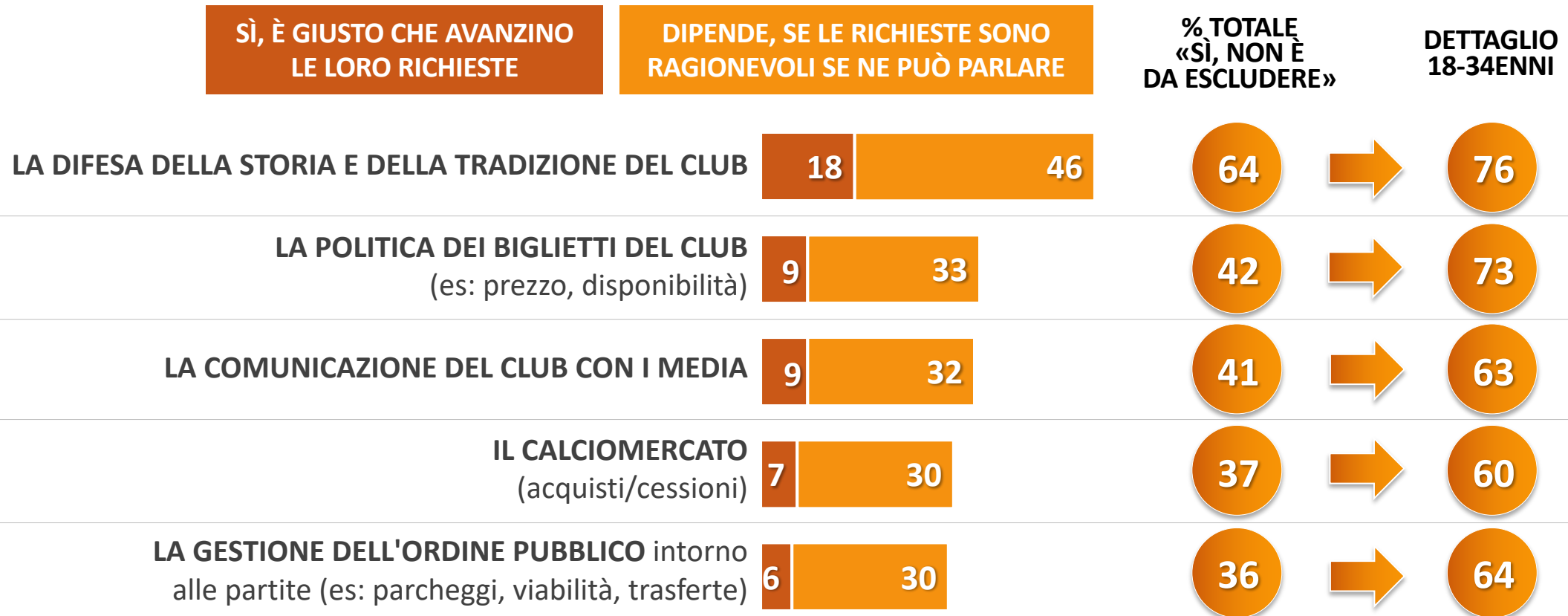
RISPONDONO TIFOSI E SIMPATIZZANTI DI UNA SQUADRA



Non è da escludere che gli ultras avanzino le loro richieste extra-campo, dai biglietti al calciomercato: se ragionevoli, per 2 su 5 si può

Secondo lei è giusto che gli ultras possano avere voce in capitolo con i club per quanto riguarda?

RISPONDONO TIFOSI E SIMPATIZZANTI DI UNA SQUADRA



3.

SPACE ECONOMY

L'ingresso dei privati nella «corsa allo spazio» negli ultimi 25 anni ha cambiato profondamente un panorama che fino ad allora aveva come protagonisti assoluti quasi esclusivamente grandi player istituzionali. Blue Origin e SpaceX per prime hanno dato nuovo impulso ad un settore che da sempre ha alimentato l'immaginario dell'uomo e che si stima che nel 2050 possa produrre un valore di mille miliardi di dollari (fonte Goldman Sachs).

Secondo gli Italiani, se il presente della space economy è ancora ancorato allo sfruttamento dei risultati della ricerca e alla produzione di vettori e satelliti, il futuro è legato alla costruzione di basi orbitali, sulla luna e sui pianeti più vicini alla terra. In questo contesto Elon Musk e la Cina sono percepiti come i player più attivi e con più prospettive, ma è chiaro anche che l'Italia non può chiamarsi fuori da questo settore.

Rafforzare il legame con l'ESA, puntare sulla formazione e sostenere le imprese italiane del settore sono le tre vie considerate più importanti dall'opinione pubblica per consentire al nostro Paese di giocare un ruolo chiave in questa partita.



La space economy tra presente e futuro: il sogno di basi spaziali orbitali o su altri pianeti

Le presentiamo ora una serie di attività. Per ciascuna di esse le chiediamo se ritiene che faccia parte o meno delle attività attuali di Space Economy. (TOP 5 ATTIVITÀ)

l'applicazione pratica dei risultati delle ricerche svolte al di fuori dello spazio terrestre per la produzione di nuovi materiali e/o componenti	36
la creazione di vettori e veicoli spaziali	35
la costruzione di sistemi di satelliti per il monitoraggio della terra	33
la costruzione di sistemi di satelliti per l'esplorazione dello spazio profondo	29
la costruzione di basi spaziali orbitali	29

Le presentiamo ora una serie di attività. Per ciascuna di esse le chiediamo se ritiene che faccia parte o meno delle possibili attività future di Space Economy. (TOP 5 ATTIVITÀ)

la costruzione di basi fisse sulla luna o su altri pianeti rocciosi	58
la costruzione di basi spaziali orbitali	56
l'applicazione pratica dei risultati delle ricerche svolte al di fuori dello spazio terrestre per la produzione di nuovi materiali e/o componenti	52
la costruzione di sistemi di satelliti per l'esplorazione dello spazio profondo	52
la costruzione di sistemi di difesa basati su satelliti	50

I protagonisti della space economy: Elon Musk e la Cina «leader» per il futuro

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

HA RAGGIUNTO I <u>MAGGIORI SUCCESSI</u>	
LA NASA	21
ELON MUSK (SPACE X)	14
GLI STATI UNITI	12
LA CINA	7
L'AGENZIA SPAZIALE EUROPEA (ESA)	6

HA FATTO I <u>MAGGIORI INVESTIMENTI</u>	
ELON MUSK (SPACE X)	19
LA CINA	12
GLI STATI UNITI	11
LA NASA	9
L'AGENZIA SPAZIALE EUROPEA (ESA)	6

HA LE <u>MIGLIORI PROSPETTIVE</u>	
LA CINA	12
ELON MUSK (SPACE X)	11
L'AGENZIA SPAZIALE EUROPEA (ESA)	10
LA NASA	8
L'INDIA	7

Investire in space economy: importante per imprese e istituzioni, soprattutto per sviluppare la ricerca scientifica

Secondo lei oggi investire in quella che viene definita la Space Economy, quanto è importante per...

% FONDAMENTALE
+ IMPORTANTE

L'UNIONE EUROPEA

64

LE AZIENDE ITALIANE

63

L'ITALIA COME PAESE

61

Secondo lei oggi investire nella Space Economy, è importante soprattutto per quanto riguarda: (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

la RICERCA SCIENTIFICA

65

lo sviluppo di NUOVI SISTEMI DI TRASPORTO e di PRODUZIONE DI ENERGIA

37

lo sviluppo di NUOVI SISTEMI DI TELECOMUNICAZIONE

29

la RICERCA DI MINERALI E TERRE RARE

28

lo SVILUPPO DI POSSIBILI AMBIENTI DI VITA al di fuori dell'atmosfera terrestre (città orbitanti)

24

la DIFESA MILITARE

22

lo sviluppo di NUOVE TECNICHE DI PRODUZIONE MANIFATTURIERA

17

non saprei

9

Il ruolo dell'Italia: legame forte con l'ESA, formazione del personale, difesa e sostegno alle imprese

A suo avviso quanto è importante in una scala da 1 (per niente importante) a 10 (fondamentale) che l'Italia investa nelle seguenti attività?

% IMPORTANTE (SOMMA VOTI 7-10)



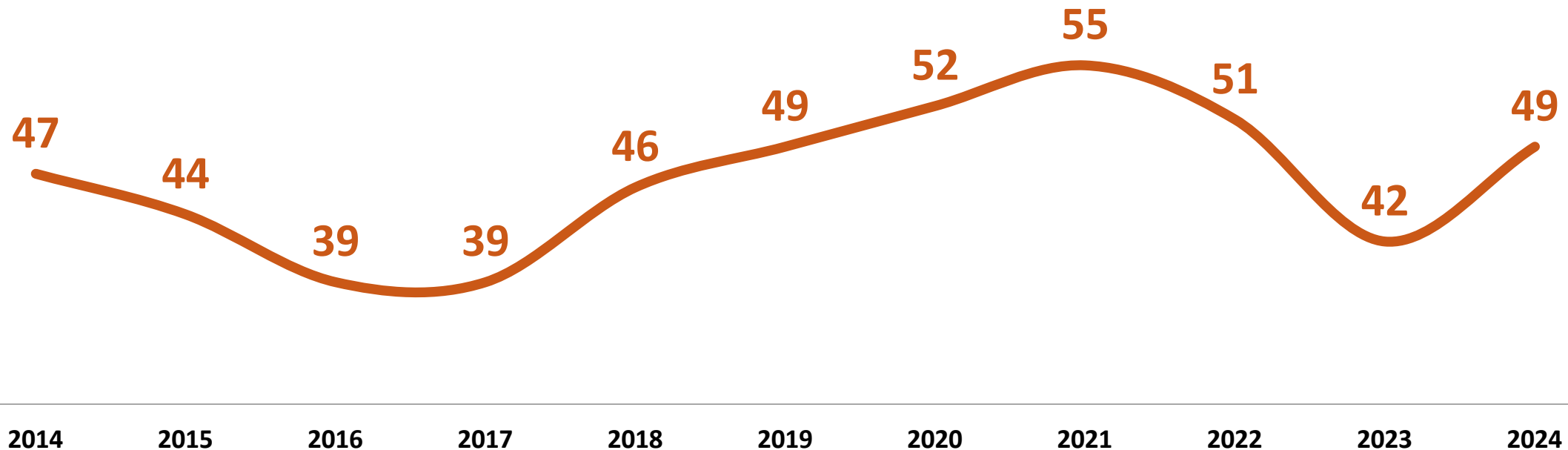
SPINNER SWG: IL SENTIMENTO ANTISEMITA IN ITALIA – 2014-2024

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

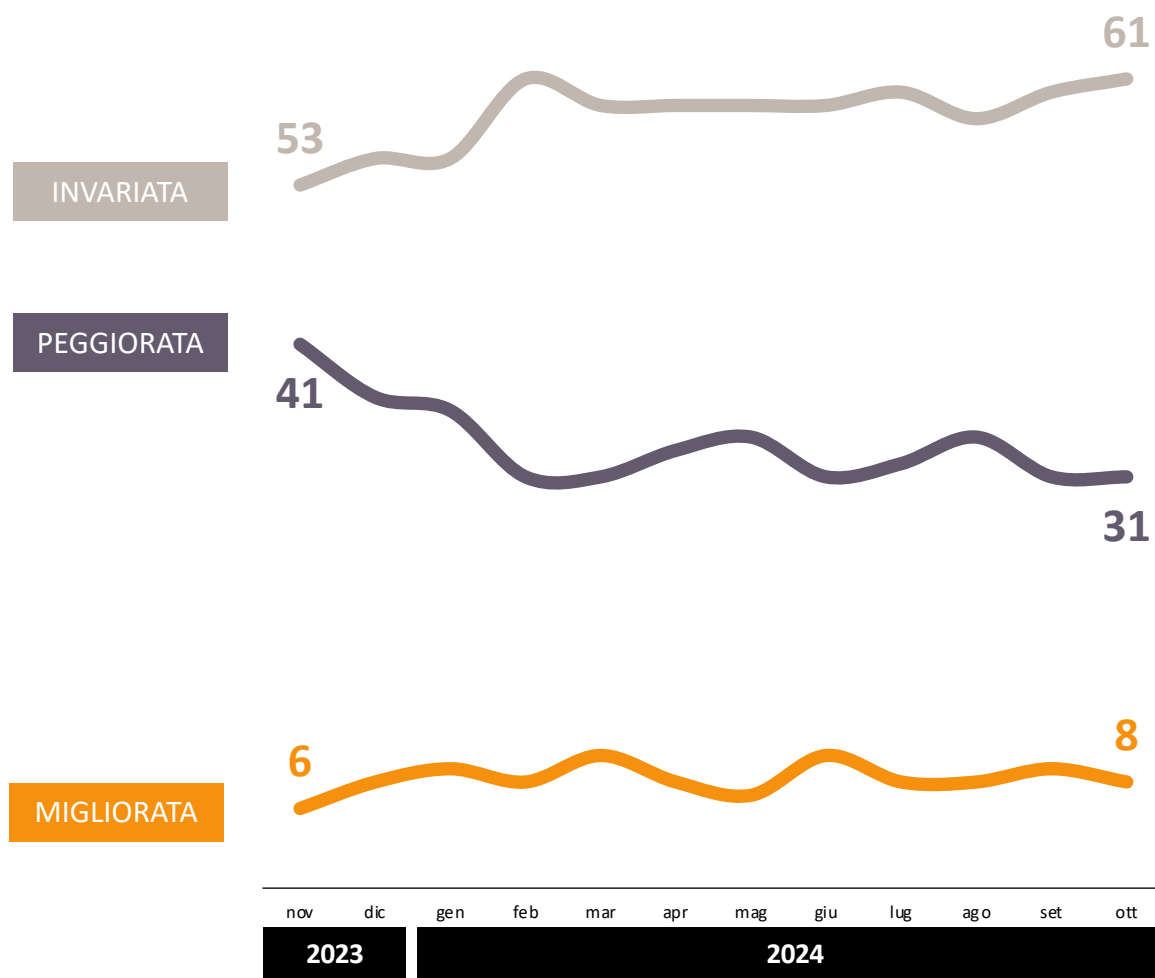
Secondo lei oggi in Italia esiste ancora molto, abbastanza, poco o per niente un sentimento antisemita?

% MOLTO + ABBASTANZA DIFFUSO (AL NETTO DEI «NON SO»)

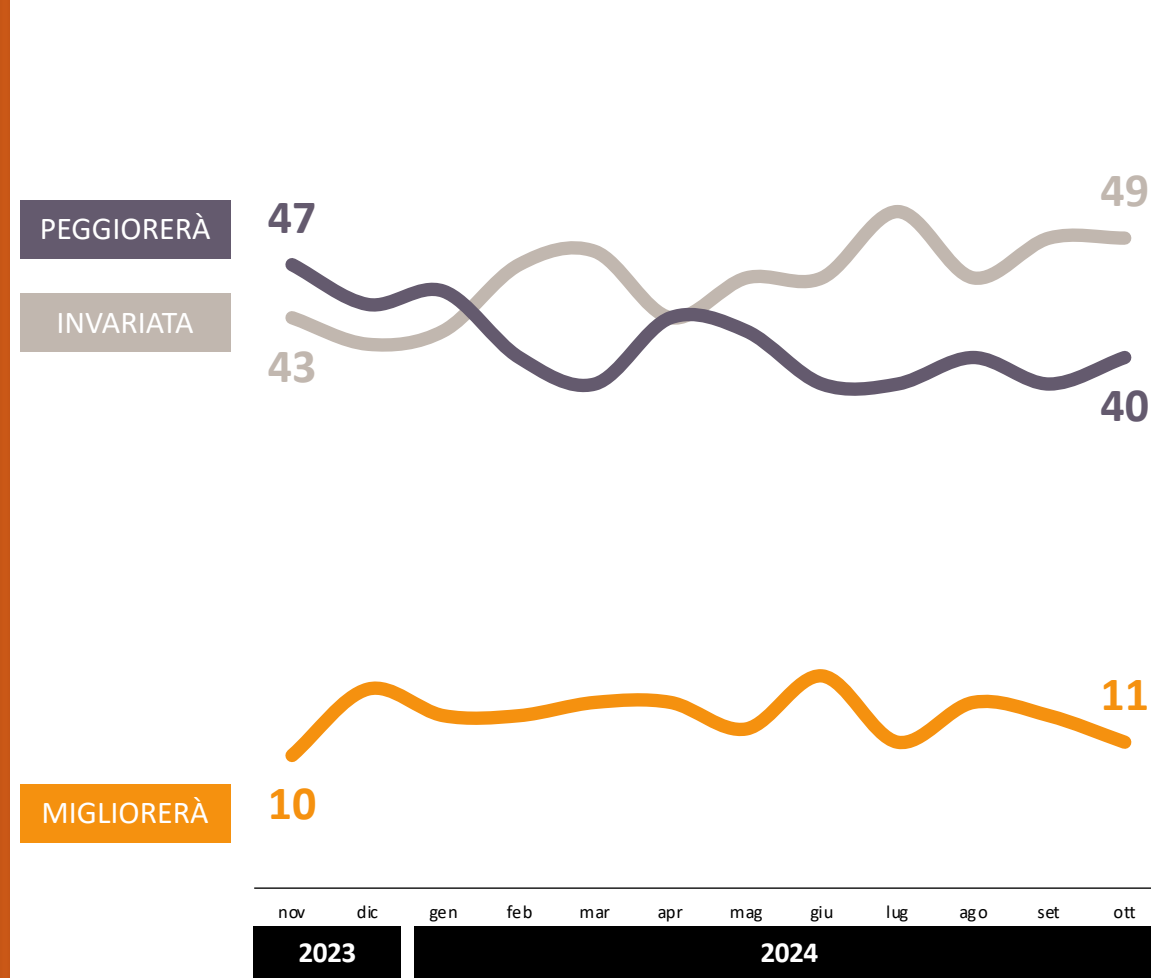


PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE

PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NELLE DUE SETTIMANE PRECEDENTI L'INTERVISTA



PERCEZIONE DELL'EVOLUZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NEI MESI SUCCESSIVI ALL'INTERVISTA

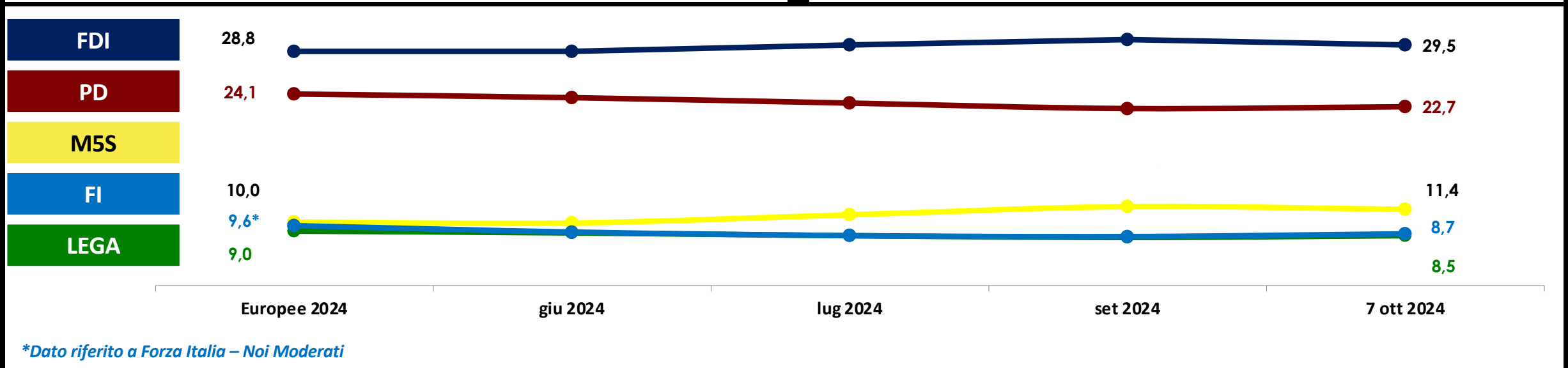


INTENZIONI DI VOTO 7 OTTOBRE 2024

		Differenza rispetto al 30/09/2024
Fratelli d'Italia	29,5	-0,3
Partito Democratico	22,7	+0,3
Movimento 5 Stelle	11,4	-0,4
Forza Italia	8,7	+0,4
Lega	8,5	+0,1
Alleanza Verdi-Sinistra	6,9	-0,2

		Differenza rispetto al 30/09/2024
Azione	2,8	-0,2
Italia Viva	2,2	-0,3
+Europa	1,9	+0,2
Sud Chiama Nord	1,2	=
Noi Moderati	1,1	+0,1
Pace Terra Dignità	1,1	+0,2
Altro partito	2,0	+0,1

Non si esprime: 33% (=)



"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

