



**SWG**

# RADAR

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

**4 – 10 novembre 2024**

- ✓ **ELEZIONE DI DONALD TRUMP:** diffusi i timori tra gli italiani, preoccupati dalle ripercussioni sull'economia europea
- ✓ **VIOLENZA DOMESTICA:** fenomeno difficile da riconoscere e trattato con sufficienza. Ogni attore è chiamato a fare di più
- ✓ **LE OFFERTE RISERVATE NELLA TELEFONIA MOBILE:** consumatori penalizzati in un mercato poco trasparente

**SPINNER SWG: FIDUCIA NELLE FORZE DELL'ORDINE – 2014-2024**

**PANNELLO SWG: MONITOR CONSUMO E RISPARMIO DELLE FAMIGLIE**

# 1.

## ELEZIONE DI DONALD TRUMP

Dopo una travagliata campagna elettorale, il 5 novembre si sono tenute le elezioni presidenziali degli Stati Uniti. L'evento è stato seguito da oltre 9 italiani su 10, una quota considerevole, legata alla diffusa consapevolezza che l'esito di questa consultazione elettorale potrà impattare indirettamente anche sulla vita dei cittadini italiani.

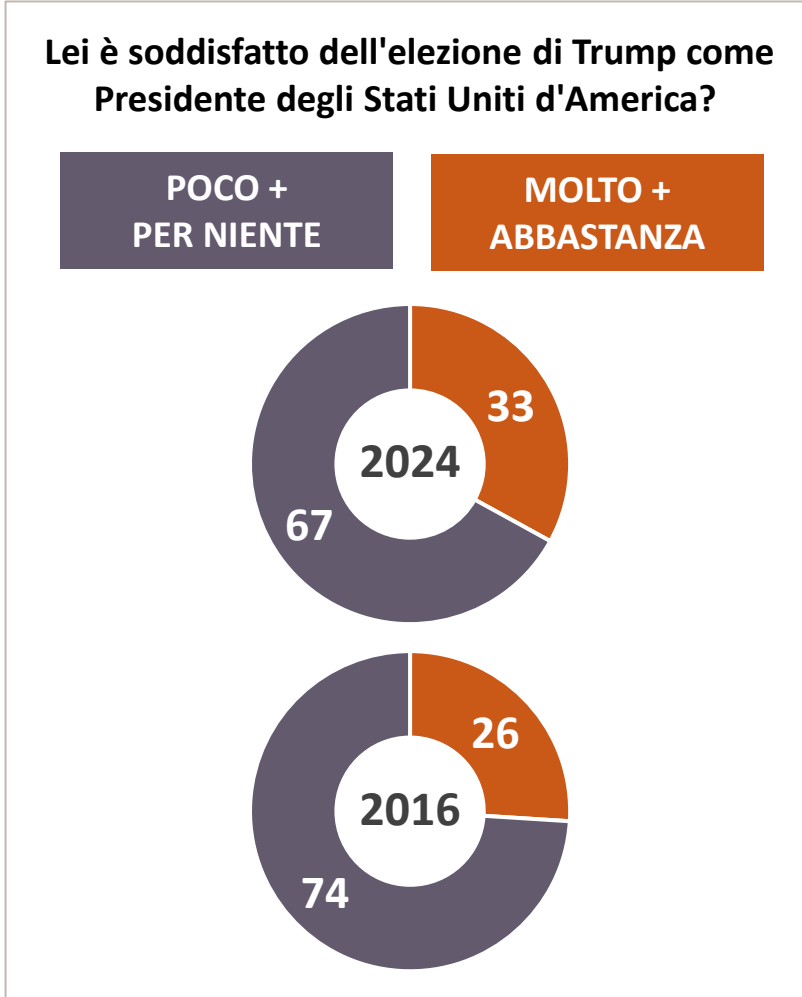
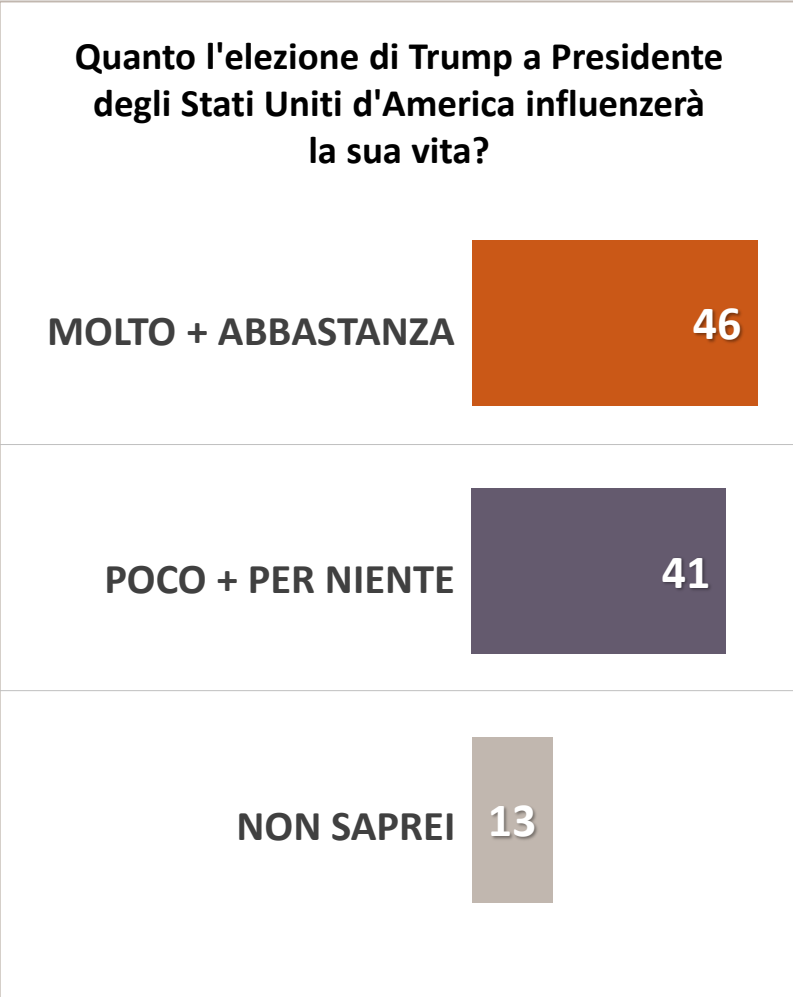
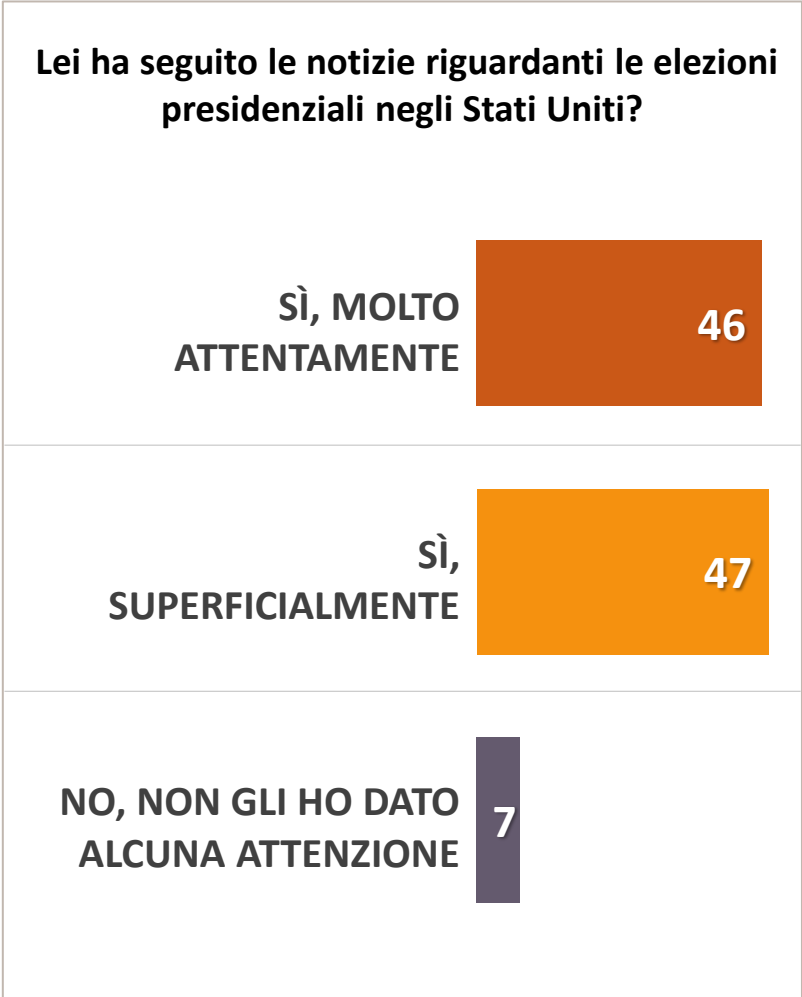
Ad essere rimasto soddisfatto per il secondo mandato di Trump è un italiano su tre, quota in lieve crescita rispetto alla sua prima elezione nel 2016. Tuttavia la maggioranza si dichiara delusa del risultato e non mancano le preoccupazioni rispetto alle conseguenze della vittoria del candidato repubblicano. I timori riguardano soprattutto i possibili danni all'economia europea a causa delle politiche protezionistiche, ma desta apprensione anche un potenziale aumento delle tensioni a livello internazionale.

Nel complesso, dunque, l'elezione di The Donald non è vista positivamente dagli italiani. Si teme infatti porterà conseguenze prevalentemente negative sia negli Stati Uniti, che in campo internazionale. Un'eccezione sono i conflitti in Medio Oriente e Ucraina, rispetto ai quali prevale l'opinione che Trump riesca ad incidere in maniera efficace.

In particolare, per quanto riguarda la guerra tra Russia e Ucraina, la maggioranza degli italiani ritiene che l'elezione di Trump sarà dirimente per una veloce risoluzione dello scontro, seppure molti prevedono che ciò succederà a fronte di una forte penalizzazione dell'Ucraina.



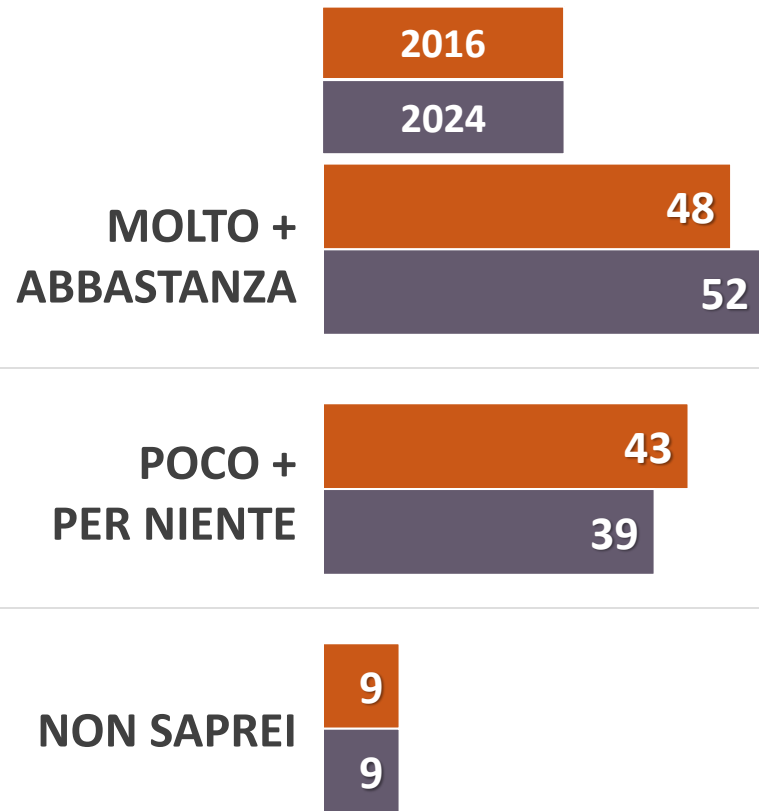
# Molti italiani hanno seguito le elezioni USA, consapevoli dell'impatto che il risultato potrà avere su di loro. Solo 1 su 3 è soddisfatto dell'esito



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 6 – 8 novembre 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

# Trump alla Casa Bianca desta preoccupazione: si temono soprattutto i danni economici all'Europa, ma anche maggiori tensioni e conflitti

Lei è preoccupato per l'elezione di Trump come Presidente degli Stati Uniti d'America?



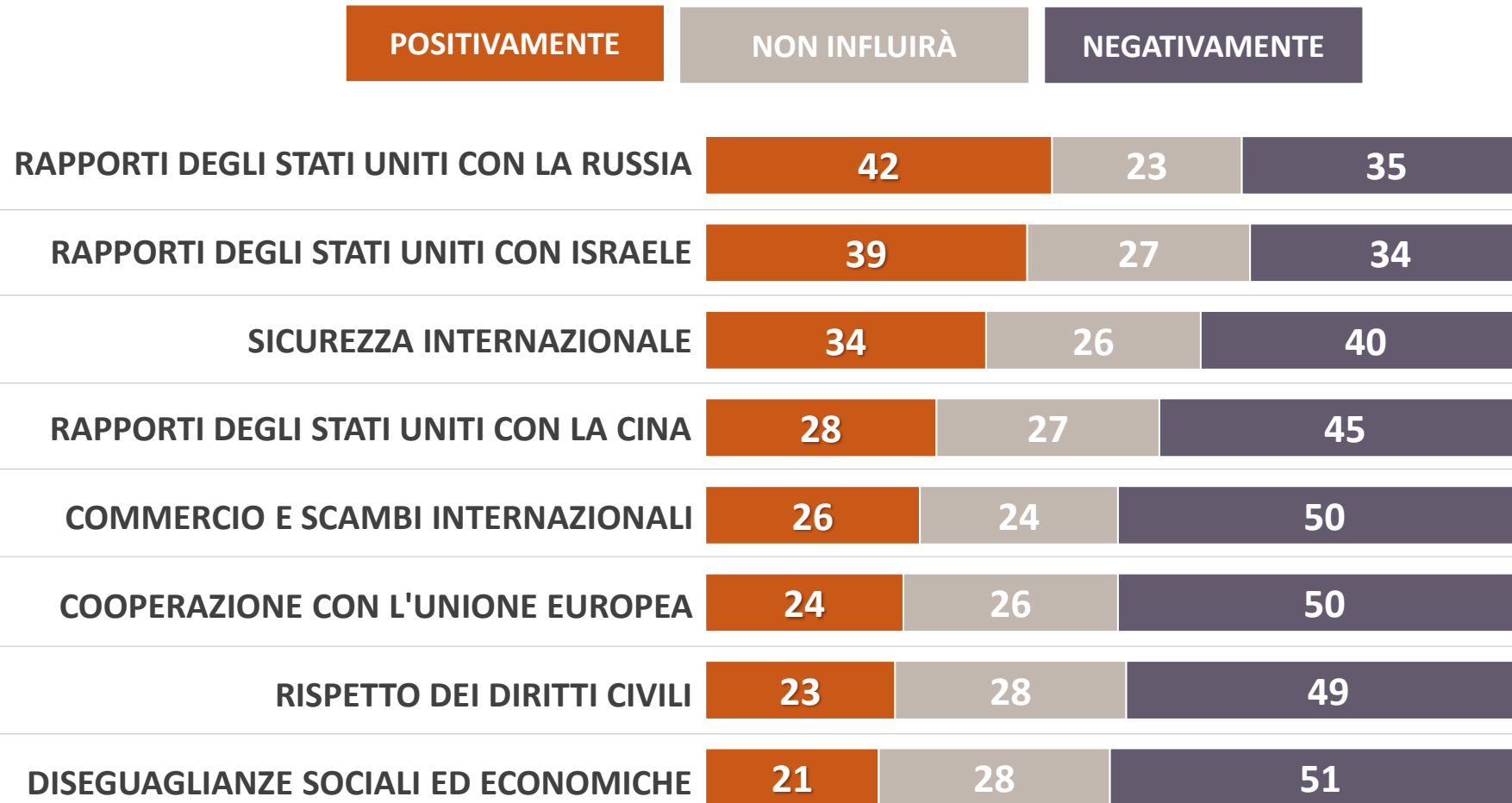
E cosa la preoccupa soprattutto?

(POSSIBILI 3 RISPOSTE – RISPONDE CHI SI DICHIARA PREOCCUPATO PER L'ELEZIONE DI TRUMP)

danni economici all'Europa a causa di dazi e politiche protezionistiche	62
l'aumento dei conflitti e delle tensioni nel mondo	40
una crescita della destra in Europa spronata dalla vittoria di Trump	33
una risoluzione del conflitto in Ucraina a favore della Russia	31
una possibile deriva autoritaria negli USA	24
un rafforzamento del populismo in Europa	22
un abbassamento del livello dei diritti delle donne americane	18
l'introduzione di politiche anti-immigrazione molto severe	17

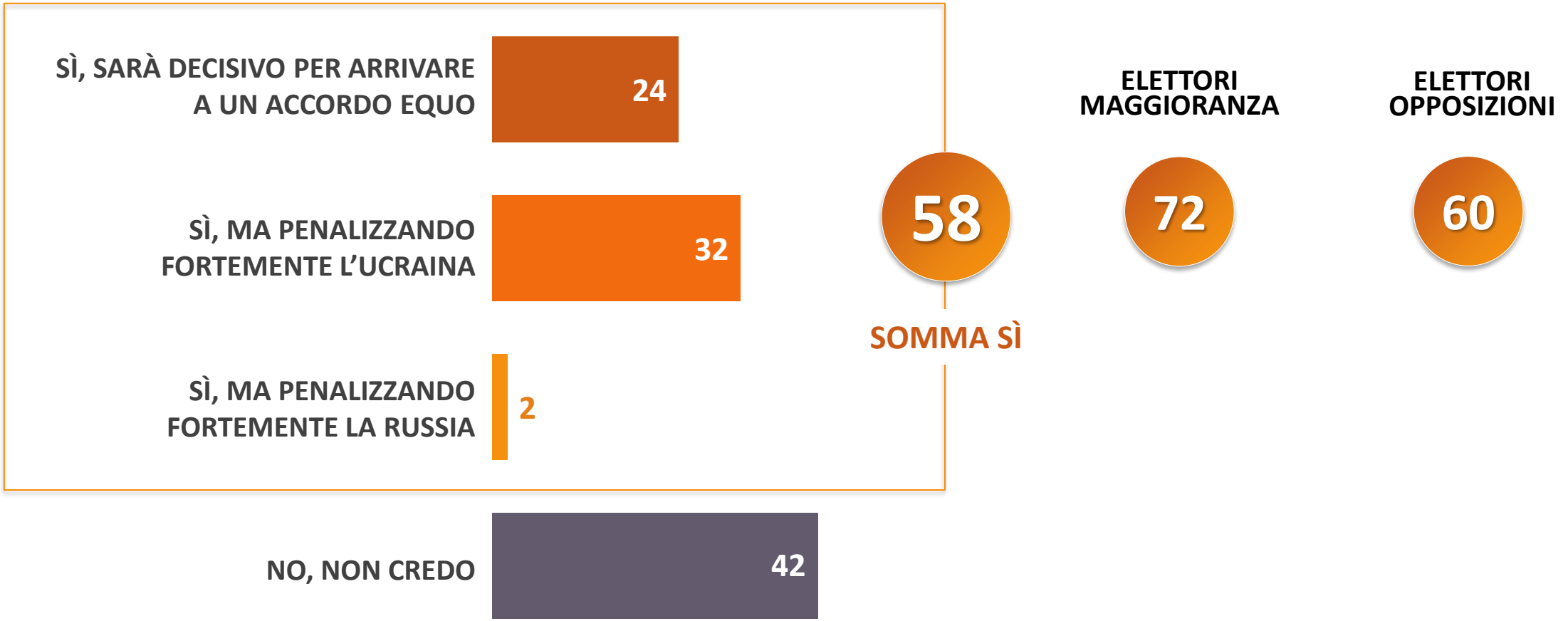
# Un presidente che inciderà in maniera negativa, specialmente su diritti civili e disuguaglianze. Qualche speranza in più per i conflitti in corso

Secondo lei, come influirà l'elezione di Donald Trump sui seguenti ambiti?



# Gran parte degli italiani ritiene che Trump porrà fine alla guerra in Ucraina, si teme però che la penalizzerà, a discapito di un accordo equo

Ritiene che Trump sarà in grado di porre fine alla guerra in Ucraina in tempi brevi, come ha promesso?



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 6 – 8 novembre 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

# 2.

## VIOLENZA DOMESTICA

Periodicamente torniamo a parlarne, attorno ai fatti di cronaca nera. Ma poi ci distraiamo di nuovo. Sulla violenza domestica manca attenzione e consapevolezza: per 8 italiani su 10 l'approccio al problema nel nostro Paese è per lo meno distratto e parziale, se non di facciata. E nel frattempo il fenomeno dilaga, nascondendosi. Assieme a Valore D abbiamo indagato la percezione che gli italiani hanno della violenza domestica, registrando in primis come l'allarme parta dai più giovani, oltre che dalle donne.

Tra tabù e retaggi patriarcali, riconosciuti dal 63% come matrice culturale comune a moltissimi episodi, la violenza domestica serpeggia e si rende difficile da riconoscere, anche per chi la esercita o la subisce (70%). La si associa più facilmente ad atti di aggressione fisica, costrizione sessuale e prepotenza verbale. Ma anche di fronte a questi casi circa un terzo dell'opinione pubblica mantiene il beneficio del dubbio. Sullo sfondo, forse, una forma mentis da inquirente, molto attenta alla genesi del conflitto e alle responsabilità reciproche di vittima e carnefice di caso in caso. E su altri campi, come quello dei bisogni emotivi e dell'autorealizzazione personale, risulta più difficile associare eventuali soprusi a una «vera e propria forma di violenza domestica».

Il problema esiste e compete a tutti: dalle aziende alla politica, dalla scuola all'associazionismo, fino ai singoli individui della comunità della vittima: agli occhi degli italiani tutti dovrebbero farsene carico e nessuno, ad oggi, dimostra un impegno sufficiente. La trasversalità degli attori chiamati a dare un contributo suggerisce il bisogno di un profondo cambiamento culturale.



# Riflettori sul problema solo a fronte di casi eclatanti. Per il 29% si tratta di un tema trascurato e ampiamente sottovalutato

Lei crede che il tema della violenza domestica sia riconosciuto e affrontato adeguatamente nel nostro Paese?

sì, È BEN RICONOSCIUTO IN OGNI SUA FORMA  
e affrontato con attenzione e consapevolezza

8

è riconosciuto, ma SI TENDE AD AFFRONTARNE  
SOLO I CASI ESTREMI/eclatanti

54

no, È UN TEMA AMPIAMENTE TRASCURATO  
e sottovalutato, si finge di prestarvi attenzione

29

non saprei

9

83%

TOT. DENUNCIA UNA  
SCARSA ATTENZIONE O  
APPROCCIO PARZIALE  
AL PROBLEMA

87 18-34enni

86 donne



# Tra tabù e retaggi patriarcali, per 7 su 10 la violenza domestica si 'nasconde' ed è difficile da decodificare anche per la vittima

Indichi il suo grado di accordo o disaccordo con le seguenti affermazioni.  
«La violenza domestica...?»

TOT. ACCORDO

sa essere così **INVISIBILE E DIFFICILE DA RICONOSCERE**, anche per chi la esercita o subisce

70

75 18-34enni

È **ANCORA UN TABÙ**, qualcosa di cui oggi la società fatica a parlare e confrontarsi

68

77 18-34enni

ha come matrice comune in moltissimi episodi **LA CULTURA PATRIARCALE** del nostro Paese

63

72 donne



55 uomini

è un tema che **LE ISTITUZIONI AFFRONTANO IN MODO** del tutto sufficiente e **ADEGUATO**

37

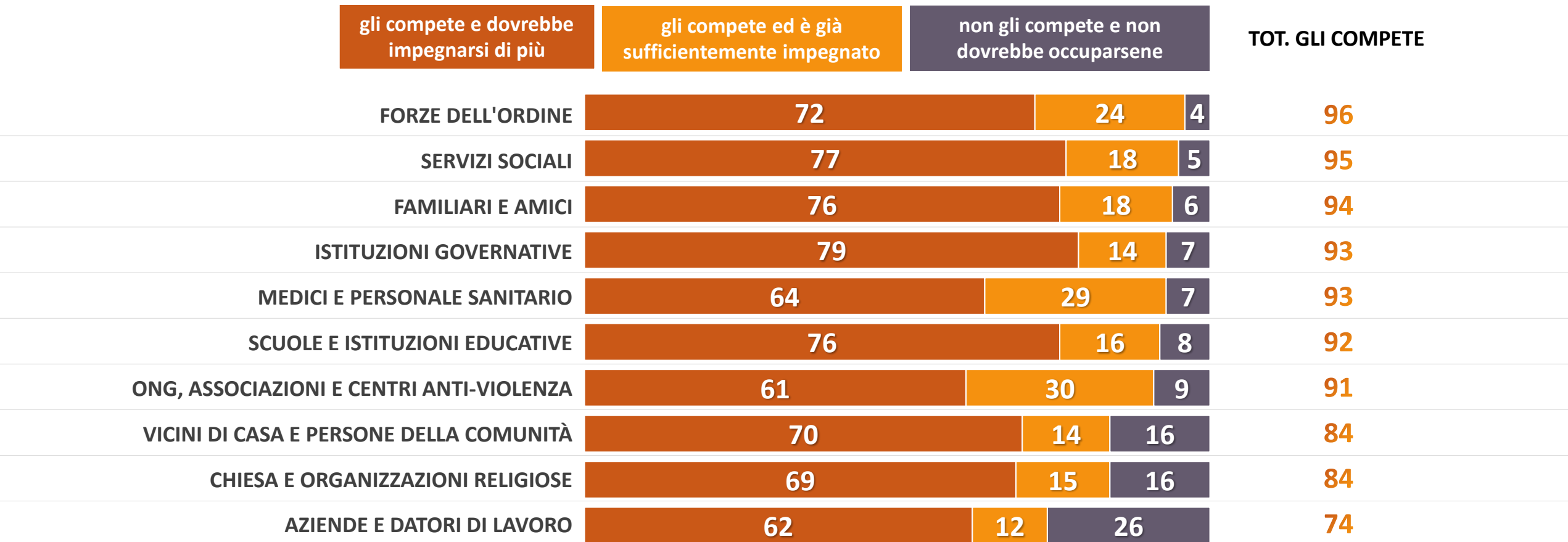
# La riconosciamo soprattutto nelle sue espressioni più fisiche e aggressive. Ma anche qui, circa 1 su 3 relativizza il problema

Le elencheremo una serie di possibili situazioni. Indichi solo quelle che senza alcun dubbio e in ogni caso si sente di definirle come una vera e propria forma di violenza domestica. Quando una persona... (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)

<b>AGISCE FISICAMENTE</b> , con calci, schiaffi e pugni Rivolti all'altra persona	71	<b>OSTACOLA</b> o scoraggia la <b>CARRIERA LAVORATIVA</b> dell'altra persona	48
costringe l'altra persona a <b>RAPPORTI SESSUALI</b> non consenzienti	66	<b>IGNORA</b> sistematicamente <b>I BISOGNI EMOTIVI</b> dell'altra persona	48
<b>INSULTA E DENIGRA</b> l'altra persona davanti agli altri	65	<b>MINACCIA DI FAR MALE A SÉ STESSO/A</b> se non assecondato/a	43
mostra o <b>DIFFONDE IMMAGINI</b> intime senza il consenso dell'altra persona	58	<b>INSISTE PER UN CAMBIAMENTO DELL'ASPETTO FISICO</b> dell'altra persona (es. vestiti, capelli)	40
<b>SPIA E CONTROLLA</b> messaggi, mail, telefonate e spostamenti dell'altra persona	56	<b>CONTROLLA LE SPESE</b> dell'altra persona	34
<b>LIMITA</b> o vieta <b>L'ACCESSO AL DENARO</b> dell'altra persona	49	nessuna, dipende sempre e comunque dai casi	6

# Pubblico e privato, individui e organizzazioni: il problema compete a tutti e di nessuno si può dire che stia facendo abbastanza

Le elencheremo una serie di attori e di istituzioni. Per ciascuno, pensando al ruolo che ricoprono, le chiediamo di valutare il loro impegno per il contrasto alla violenza domestica.



# 3.

## LE OFFERTE RISERVATE

Il mercato italiano della telefonia negli ultimi anni è stato caratterizzato dalla proliferazione degli operatori, accrescendone così la competizione e moltiplicando le alternative disponibili per gli utenti, tendenzialmente inseguendosi in una gara di prezzo al ribasso. Tale parcellizzazione, oltre che creare disorientamento tra i consumatori sembra averne inficiato anche la fiducia: gli operatori sembrano infatti scontare un'importante crisi di fiducia che coinvolge quasi 1 su italiano 2.

All'origine di questo malessere sembra esserci la consapevolezza, in oltre 6 italiani su 10, che la certezza delle tariffe per la telefonia non sia (più) qualcosa su cui fare affidamento, e il 70% dei consumatori preferirebbe pagare un prezzo più alto per avere la sicurezza di non subire rimodulazioni.

In questo scenario in cui la maggioranza dei clienti è propensa a rimanere fedele al proprio operatore, la pratica delle Offerte Riservate rappresenta l'apice della compromissione del rapporto operatore-utente, una mera strategia di marketing che sottende una manipolazione e una pressione indebita sui consumatori.

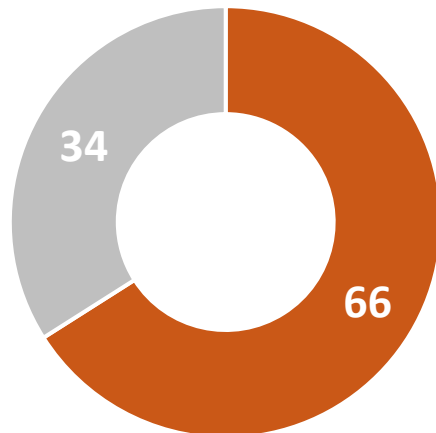
Le Offerte Riservate sono pertanto considerate dalla maggioranza ingiuste o ingannevoli perché creano confusione e importanti sbilanciamenti nel mercato determinando disparità di trattamento e avvantaggiando solo alcune categorie di utenti. 3 italiani su 4 auspicano pertanto l'intervento dello Stato per regolamentare il mercato in maniera più rigida e garantire standard sostenibili per tutti gli operatori.



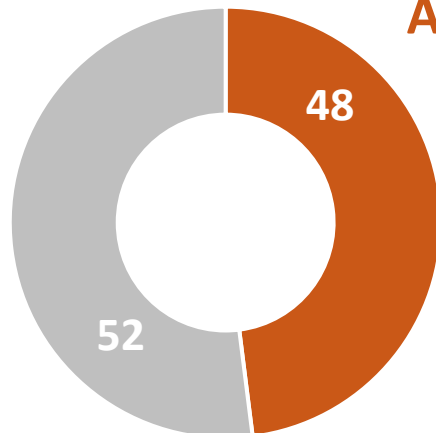
# Prezzi poco trasparenti: più del 70% preferisce pagare un prezzo più alto pur di non subire le rimodulazioni delle tariffe

Indichi il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni:

Tutti gli operatori fanno delle offerte convenienti all'apparenza, ma alla fine trovano sempre il modo per farti pagare di più

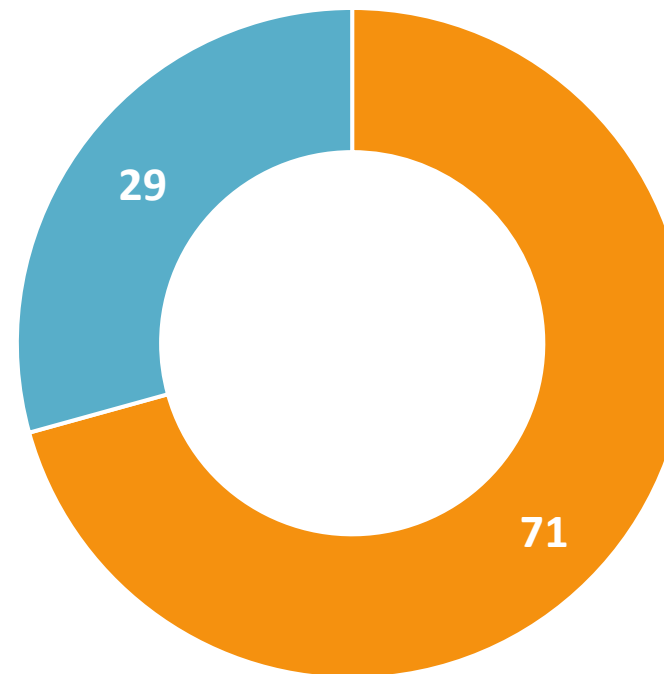


Non mi fido degli operatori che tendono a farti prezzi troppo bassi



%  
ACCORDO

Lei preferisce:



- Un'offerta ad un prezzo più alto, ma che sia senza vincoli di durata e che non subisca variazioni nel tempo
- Avere un'offerta scontata anche per poco tempo anche a costo di cambiare spesso operatore



SWG

iliad

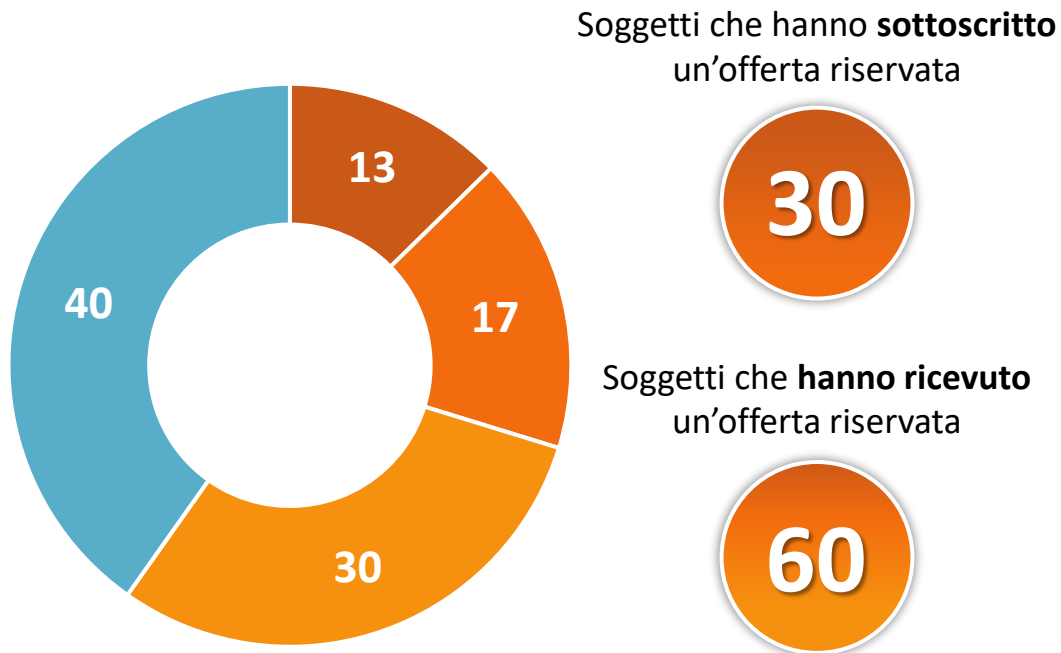
NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 25 settembre – 10 ottobre 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAWI su un campione di 2.311 soggetti di età pari o superiore ai 15 anni.

Tutti i diritti riservati

# Le offerte riservate: a 6 su 10 sono state proposte e chi le ha sottoscritte in 1 caso su 2 ha subito rimodulazioni

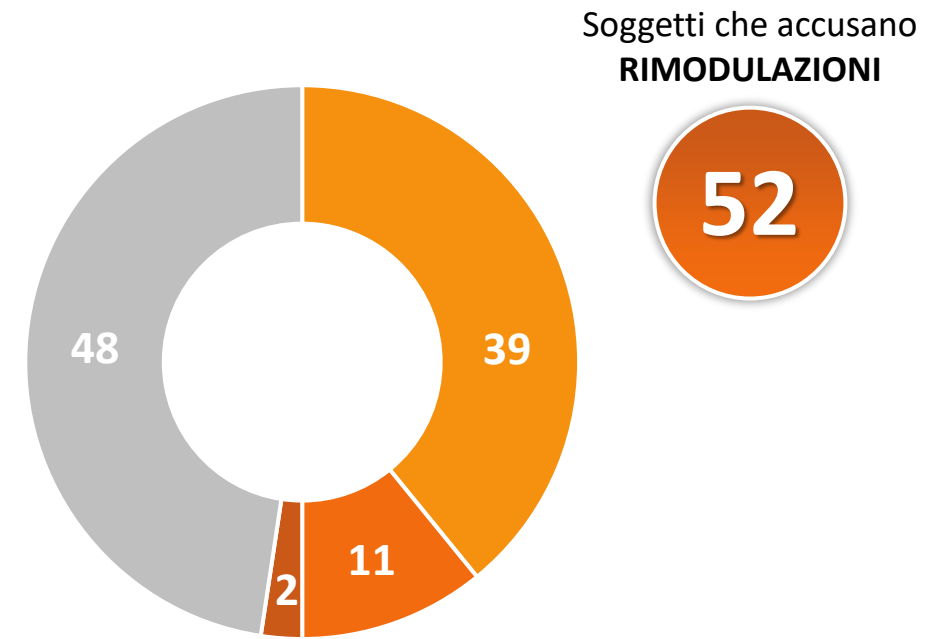
Le è mai capitato che le venisse proposto di cambiare operatore grazie un'offerta riservata ovvero un'offerta specificatamente pensata per lei perché cliente di un determinato operatore?

- Sì, e sono ancora cliente dell'operatore che me l'ha proposta
- Sì, in passato, ma dopo ho cambiato operatore
- Sì, ma ho rifiutato e non sono passato a quell'offerta/operatore
- No, mai



Dal momento della sottoscrizione dell'offerta, le è capitato di subire rimodulazioni o aumenti?

- Mi hanno aumentato il prezzo senza avvisarmi
- Mi hanno aumentato il prezzo con la scusa di darmi nuovi servizi
- Mi hanno tolto dei servizi mantenendo lo stesso prezzo
- No

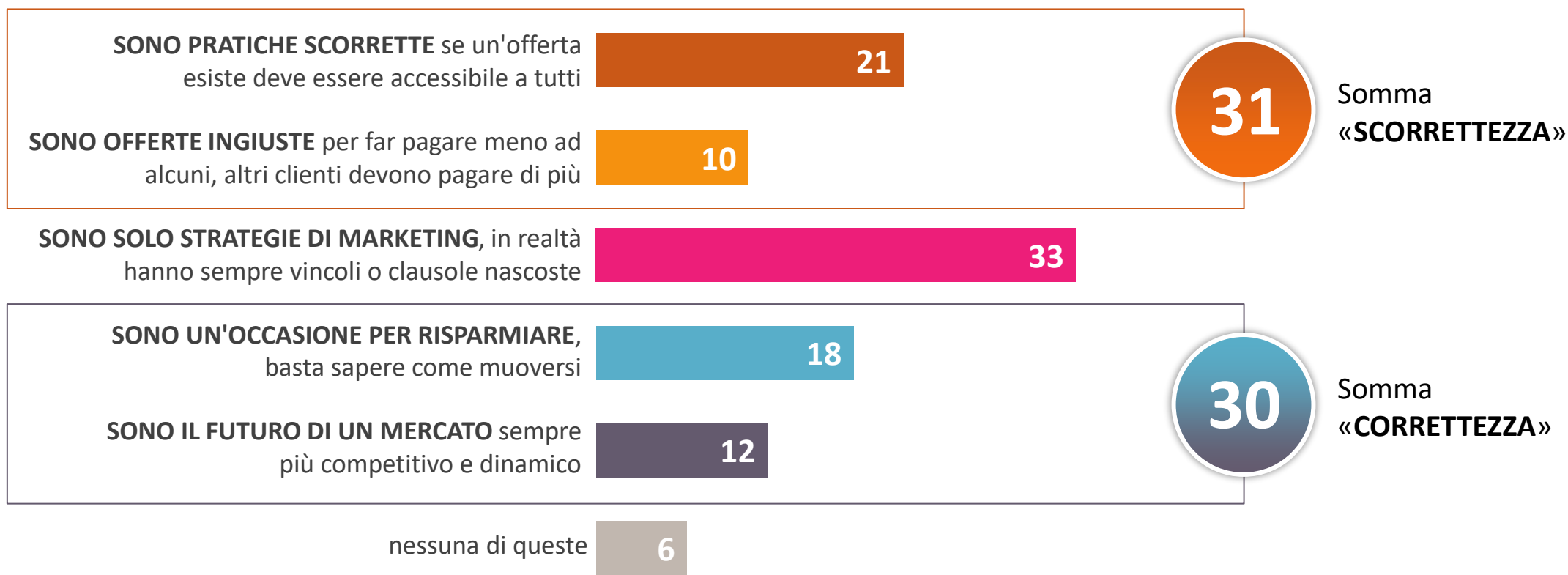


# Le offerte riservate: una pratica che viola il principio di trasparenza e favorisce una disparità di trattamento

Viene fornita la definizione di **Offerte Riservate:**

*Alcuni dei principali operatori di telefonia mobile lanciano periodicamente offerte a prezzi ridotti o con un maggior numero di servizi e contenuti, le quali sono riservate solo ad alcune tipologie di utenti, ovvero coloro provenienti da operatori di dimensioni minori o virtuali o ex-clienti dell'operatore (le cosiddette offerte 'winback'), con l'obiettivo di farli tornare con il vecchio operatore. In questi casi, le offerte non vengono pubblicizzate al grande pubblico, ma sono promosse con modalità mirate (es. tramite SMS, email, pop up, volantini) rivolgendosi direttamente agli utenti a cui sono dedicate.*

**In generale, cosa pensa di queste offerte riservate?**



SWG

iliad

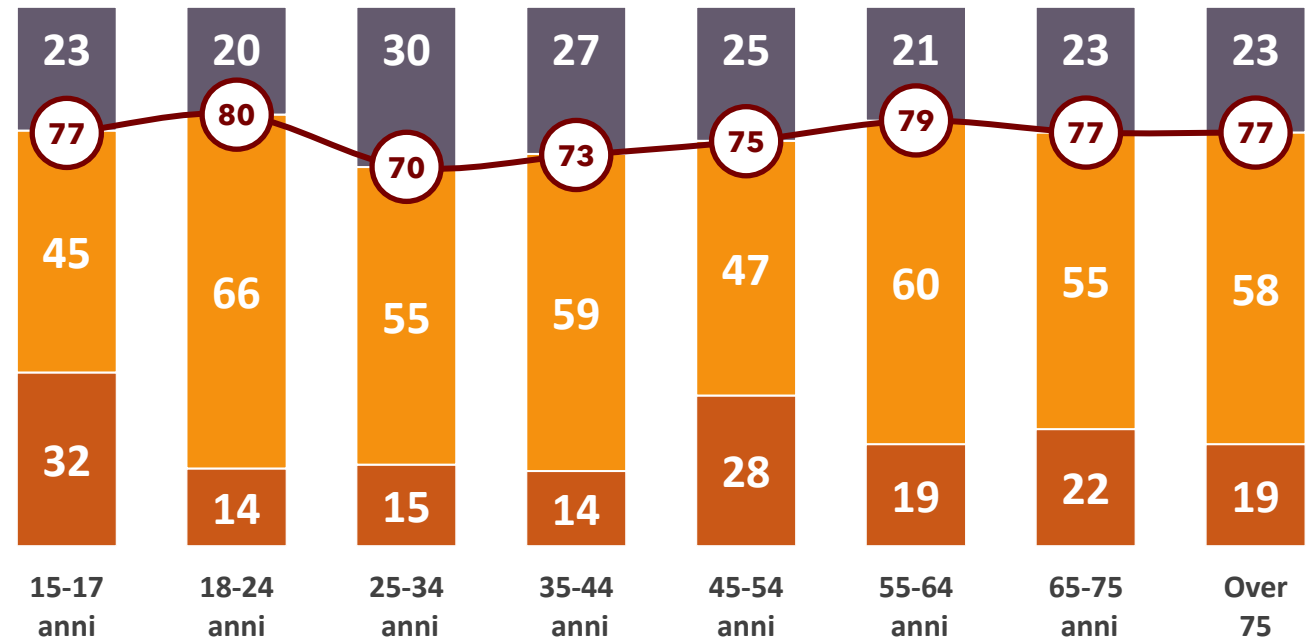
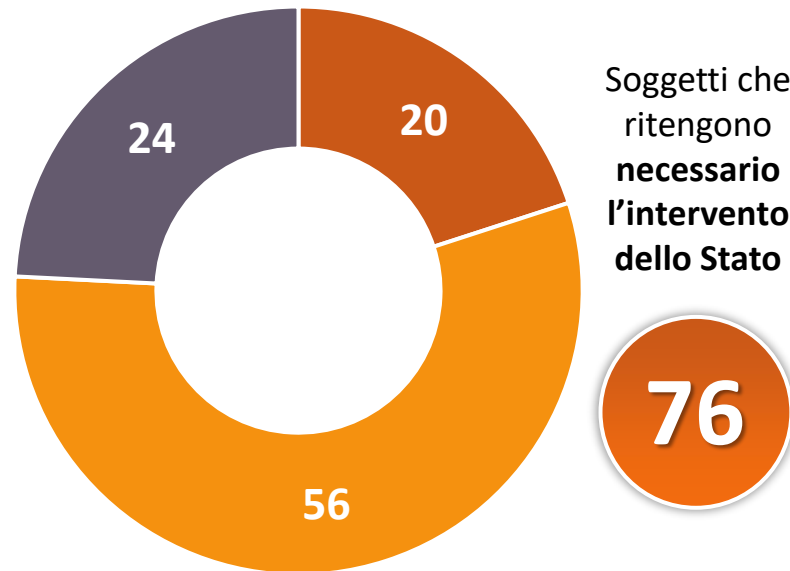
**NOTA INFORMATIVA:** valori espressi in %. Date di esecuzione: 25 settembre – 10 ottobre 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAWI su un campione di 2.311 soggetti di età pari o superiore ai 15 anni.

Tutti i diritti riservati

# 3 consumatori su 4 favorevoli ad un intervento dello Stato. Opinione condivisa in egual misura tra le varie generazioni

Ritiene che lo Stato dovrebbe intervenire nella regolamentazione delle offerte riservate?

- Sì, dovrebbe bandirle completamente
- Sì, in parte creare regolamentazioni più rigide per garantire standard sostenibili per tutti gli operatori
- No, dovrebbe lasciare completa libertà agli operatori di fare le proprie scelte strategiche





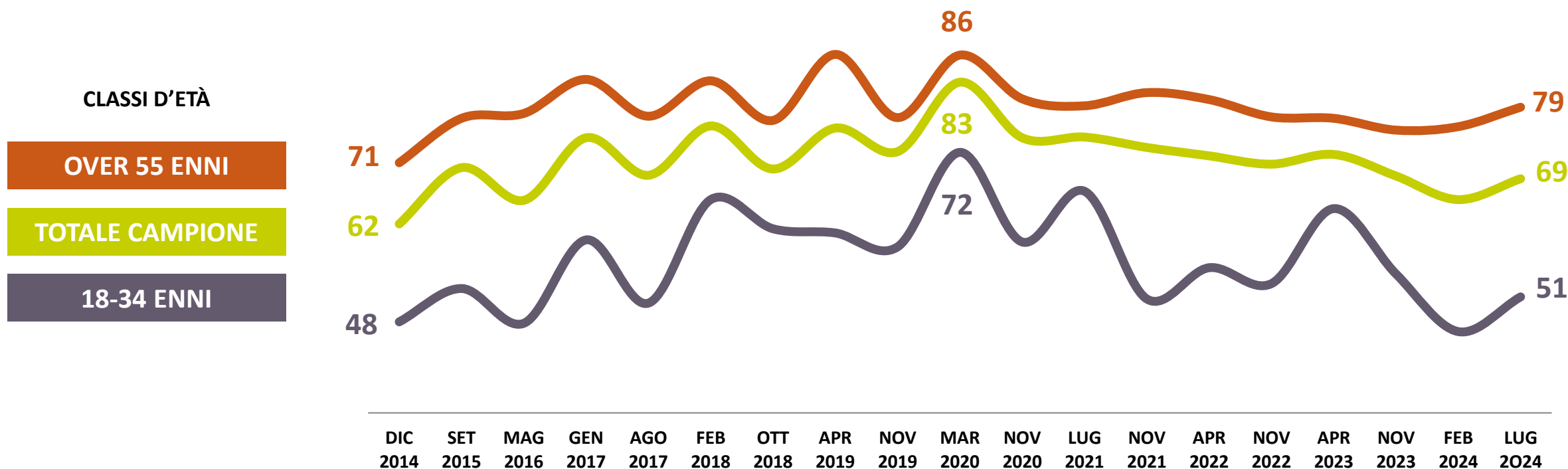
# SPINNER SWG: FIDUCIA NELLE FORZE DELL'ORDINE – 2014-2024

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.

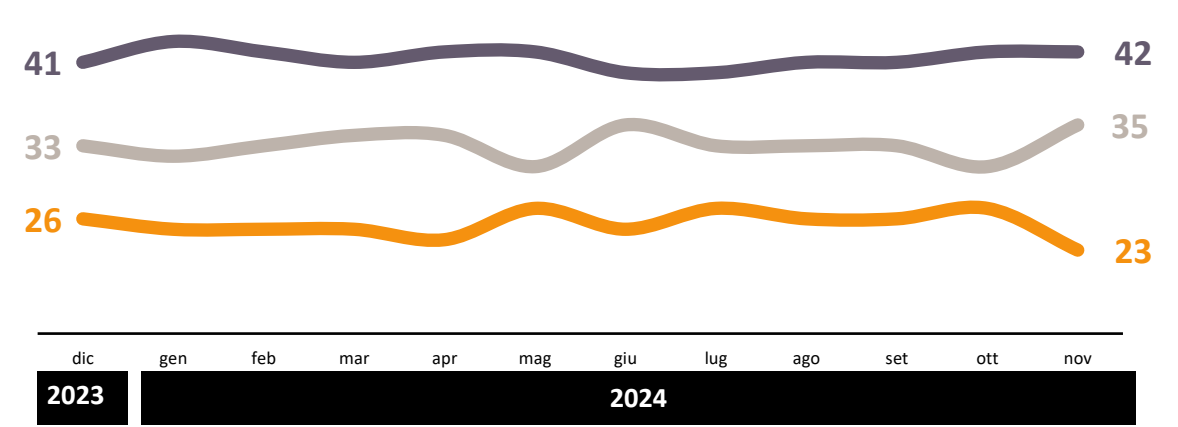
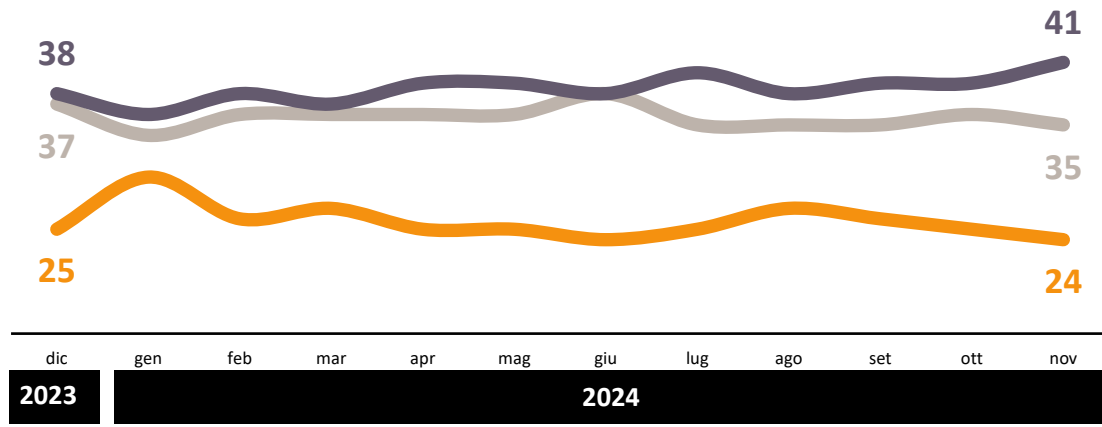
Richiedi informazioni alla mail [ufficio.stampa@swg.it](mailto:ufficio.stampa@swg.it)

Quanta fiducia ha nelle forze dell'ordine?

% DEL TUTTO D'ACCORDO + D'ACCORDO



# PANNELLO SWG: MONITOR CONSUMO E RISPARMIO DELLE FAMIGLIE



## ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

24%

crescita risparmio	13
crescita consumi	11

## USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

41%

riduzione consumi	22
ricorso al risparmio	14
ricorso al debito	5

## DETTAGLIO NOVEMBRE 2024

## ENTRATE SUPERIORI ALLE USCITE

23%

crescita risparmio	12
crescita consumi	11

## USCITE SUPERIORI ALLE ENTRATE

42%

riduzione consumi	27
ricorso al risparmio	9
ricorso al debito	6



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Medie mensili. Date di esecuzione ultima rilevazione: 6 – 8 novembre 2024. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

Tutti i diritti riservati

# INTENZIONI DI VOTO 11 NOVEMBRE 2024

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

		Differenza rispetto al 4/11/2024
Azione	2,6	=
Italia Viva	2,3	-0,1
+Europa	2,1	+0,1
Noi Moderati	1,2	+0,1
Sud Chiama Nord	1,0	-0,1
Pace Terra Dignità	1,0	=
Altro partito	2,1	-0,2

*Non si esprime: 34% (+2)*

