



**SWG**

# RADAR

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

**27 gennaio – 2 febbraio 2025**

- ✓ **PRESIDENTE MATTARELLA:** in 10 anni ha contribuito positivamente all'immagine internazionale dell'Italia
- ✓ **GLI ITALIANI E L'ISLAM:** un rapporto complesso; la maggioranza favorevole a vietare il velo a scuola e il burqa nei luoghi pubblici
- ✓ **ORIENTE VS OCCIDENTE:** l'ascesa della Cina tra innovazione e strategie competitive

**SPINNER SWG: RELIGIONE MUSULMANA NELLE SCUOLE – 2004-2024**

**PANNELLO SWG: LA PREOCCUPAZIONE PER L'AUMENTO DEI PREZZI**

# 1.

## I 10 ANNI DELLA PRESIDENZA MATTARELLA

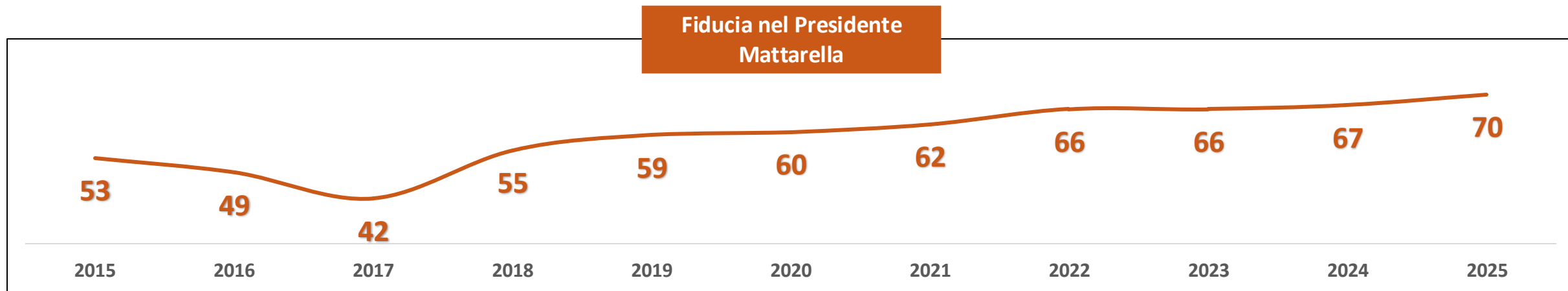
Lo scorso 31 gennaio il Presidente della Repubblica Mattarella ha raggiunto il decimo anno del suo mandato. In questa decade si sono succedute 3 diverse legislature, 6 diversi governi, una pandemia globale, una crisi energetica e hanno avuto inizio diversi conflitti sia di rilevanza europea che mediterranea.

In questi anni Mattarella, grazie alla sua empatia con gli italiani, è riuscito a conquistare la fiducia di un'ampia parte dei cittadini, trasmettendo soprattutto speranza e serenità: due sentimenti senz'altro importanti in tempi travagliati come questi. Il Presidente viene apprezzato principalmente per l'autorevolezza con cui ha interpretato il suo ruolo e la capacità di dare prestigio all'Italia negli ambienti internazionali. La valutazione del suo operato è quindi positiva ma si notano sfumature diverse in base alla collocazione politica. Se tra gli elettori di centro e centrosinistra si rileva un forte sostegno al lavoro di Mattarella, tra gli elettori di centrodestra e i non collocati si registra una maggiore freddezza.

I ricordi legati a Mattarella rimasti maggiormente impressi nella mente dei cittadini sono l'inusuale elezione per il secondo mandato, la sua attività nel corso della pandemia e la difesa dell'autonomia italiana dalle ingerenze straniere. Momenti iconici che associano fortemente Mattarella sia al suo ruolo all'interno del Paese, sia alla sua capacità di incidere sull'immagine dell'Italia nel mondo che, secondo il 50%, è migliorata proprio grazie al Presidente.



# Mattarella: suscita speranza e serenità, 7 italiani su 10 hanno fiducia in lui. Le valutazioni migliori arrivano dagli elettori di centrosinistra e centro



Quando sente parlare il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, quali emozioni prova? (POSSIBILI 4 RISPOSTE - TOP 5)

Speranza	39
Serenità	33
Forza	18
Voglia di impegnarsi	18
Tristezza	10

Su una scala da 1 a 10, dove 1 indica pessimo e 10 indica ottimo, come valuta l'operato del Presidente Mattarella in quest'ultimo decennio?

7,0

VOTO MEDIO

**Auto collocazione politica**

Centrodestra-Destra	6,1
Centro	7,6
Centrosinistra-Sinistra	8,0
Non collocati	6,0

# In crescita l'apprezzamento del lavoro svolto da Mattarella. I suoi punti di forza: importanza del ruolo presidenziale, prestigio all'Italia ed empatia con i cittadini

Quanto è stato EFFICACE, secondo lei, il Presidente Mattarella durante il suo mandato riguardo ai seguenti aspetti?

% MOLTO + ABBASTANZA EFFICACE

dare **IMPORTANZA AL RUOLO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA**

74
60

capacità di **DARE PRESTIGIO ALL'ITALIA NEGLI AMBIENTI INTERNAZIONALI**

73
57

creare un **RAPPORTO DI EMPATIA CON I CITTADINI**

73
58

**IMPARZIALITÀ**

69
56

capacità di **MEDIAZIONE TRA LE PARTI POLITICHE**

68
59

capacità di prendere **DECISIONI GIUSTE IN MOMENTI DI CRISI ISTITUZIONALE**

68
55

Gennaio 2025

Luglio 2021

# I momenti più iconici della sua presidenza: l'inizio del secondo mandato, il suo ruolo durante la pandemia e la diplomazia a livello internazionale

Pensando a questi dieci anni di Presidenza della Repubblica, quali sono, tra quelli elencati, i momenti e le azioni che le sono rimasti più impressi della presidenza Mattarella? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

la **CONFERMA A PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA PER UN SECONDO MANDATO** 30

il **RUOLO E L'IMMAGINE MANTENUTI DURANTE LA PANDEMIA DI COVID-19** 29

il **RUOLO DIPLOMATICO SUL PIANO INTERNAZIONALE**  
a difesa dell'Italia contro le ingerenze straniere 27

le **POSIZIONI CONTRO LE MAFIE** 24

le **POSIZIONI EUROPEISTE** 21

i **DISCORSI DI FINE ANNO** 17

la guida e le scelte nella **FORMAZIONE DI NUOVI GOVERNI** 17

la sua presenza agli **APPUNTAMENTI SPORTIVI** 9

nessuno di questi 11

non saprei 11

# Il Presidente ha contribuito positivamente all'immagine internazionale dell'Italia. Più apprezzato dagli elettori che si riconoscono nell'area di centrosinistra

Il fatto che durante questi dieci anni sia stato Mattarella a ricoprire il ruolo di Presidente della Repubblica come ha influito, secondo lei, sulla percezione che il resto del mondo ha dell'Italia?

ha influito **POSITIVAMENTE**



**67** Collocati a Centrosinistra-Sinistra

**NON HA INFLUITO IN ALCUN MODO**, non è la figura di Mattarella a cambiare l'immagine dell'Italia a livello internazionale



**40** Collocati a Centrodestra-Destra

ha influito **NEGATIVAMENTE**



non saprei



# 2.

## GLI ITALIANI E L'ISLAM

La presenza di stranieri di fede musulmana in Italia è rilevante seppure minore rispetto ad alcuni altri paesi europei. In parte si tratta di persone ampiamente integrate nei contesti locali, ma la convivenza non è sempre semplice. Tra gli italiani, in generale, prevale una certa diffidenza nei confronti degli immigrati provenienti dai paesi islamici. Il rapporto con questi si era incrinato nel 2005 e successivamente era andato peggiorando nei successivi 10 anni. Dal 2015 si è registrato una lieve ma progressiva distensione che ha avuto il suo picco nel 2022, mentre negli ultimi due anni il trend si è invertito nuovamente.

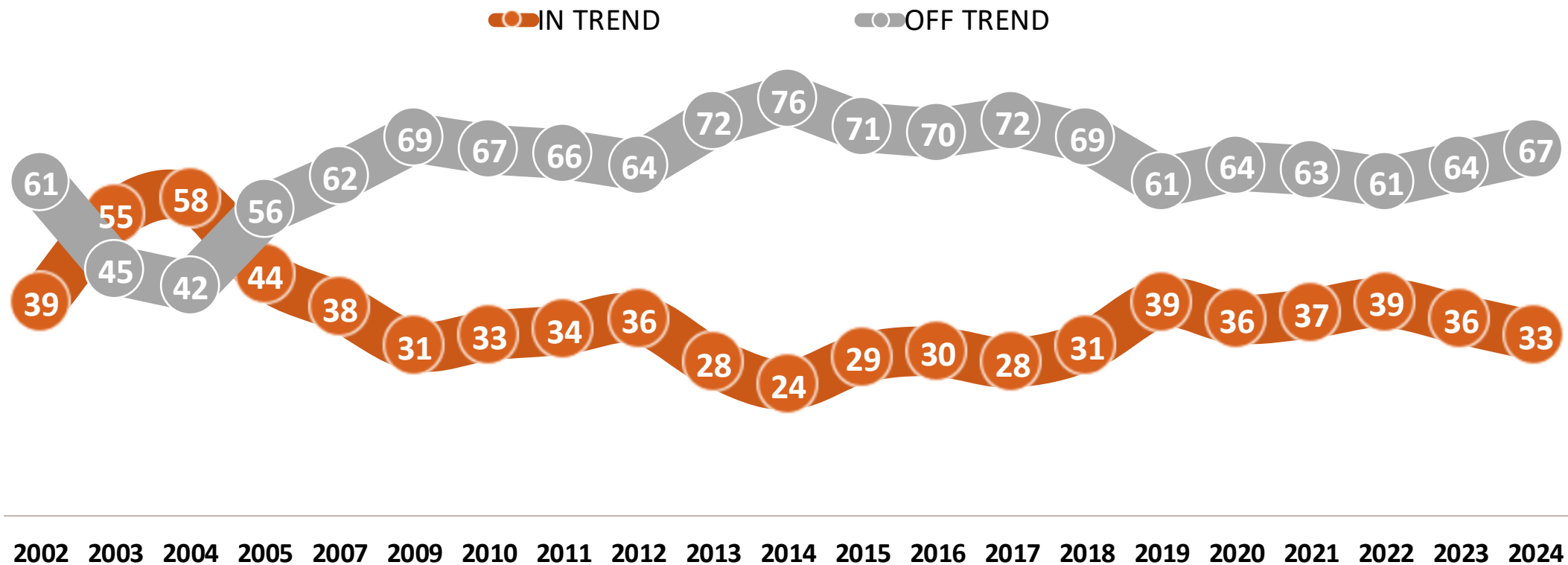
L'idea che sia in atto un'islamizzazione della nostra società o perlomeno che questo rischio esista, appare piuttosto diffusa, anche se sulla questione vi sono punti di vista molto divergenti sia in funzione della collocazione politica (gli elettori del centrodestra tendono ad essere più pessimisti al proposito) che generazionale (i giovani percepiscono meno tale insidia).

Il tema si inserisce anche nel contesto della multiculturalità della società italiana. Si ritiene giusto che gli stranieri mantengano i legami con le proprie radici culturali e sociali, oltre a lingua e tradizioni. La linea di confine è il rispetto delle leggi italiane, tuttavia ci possono essere dei casi in cui gli usi e costumi stranieri vadano in contrasto con le regole sociali e i valori occidentali. È l'esempio del velo islamico che ha acceso un vivace dibattito pubblico in molti paesi europei. In Italia la maggioranza sarebbe d'accordo con il divieto di indossare il velo a scuola o nell'ambito di manifestazioni sportive. Ancora più nettamente è condivisa l'ipotesi del divieto del burqa o più in generale di vestiti che coprono il volto nei luoghi pubblici.



# In Italia prevale un atteggiamento di diffidenza nei confronti dell'Islam. La tendenza all'apertura era cresciuta negli anni 2018-19 ma ora si sta indebolendo

L'indicatore segnala la propensione a non demonizzare l'Islam e ritenere positive le modalità di apertura e di integrazione in atto in Italia e in Europa:  
IN TREND=apertura verso l'Islam; OFF TREND=chiusura nei confronti dell'Islam





# Un terzo dei cittadini ritiene che sia in atto l'islamizzazione della società italiana e un altro 36% considera reale questo rischio per il futuro

Ritiene che in Italia ci sia un reale pericolo dell'islamizzazione della nostra società?

SÌ, L'ISLAMIZZAZIONE È GIÀ IN CORSO

31

50 Elettori  
Centrodestra

39 Anziani

AL MOMENTO NO,  
MA C'È IL RISCHIO PER IL FUTURO

36

NO, NON VEDO QUESTO RISCHIO

33

57 Elettori  
Centrosinistra

42 Giovani

# Gli stranieri non devono rinunciare alle proprie radici quando si stabiliscono in Italia, l'importante è che rispettino le leggi

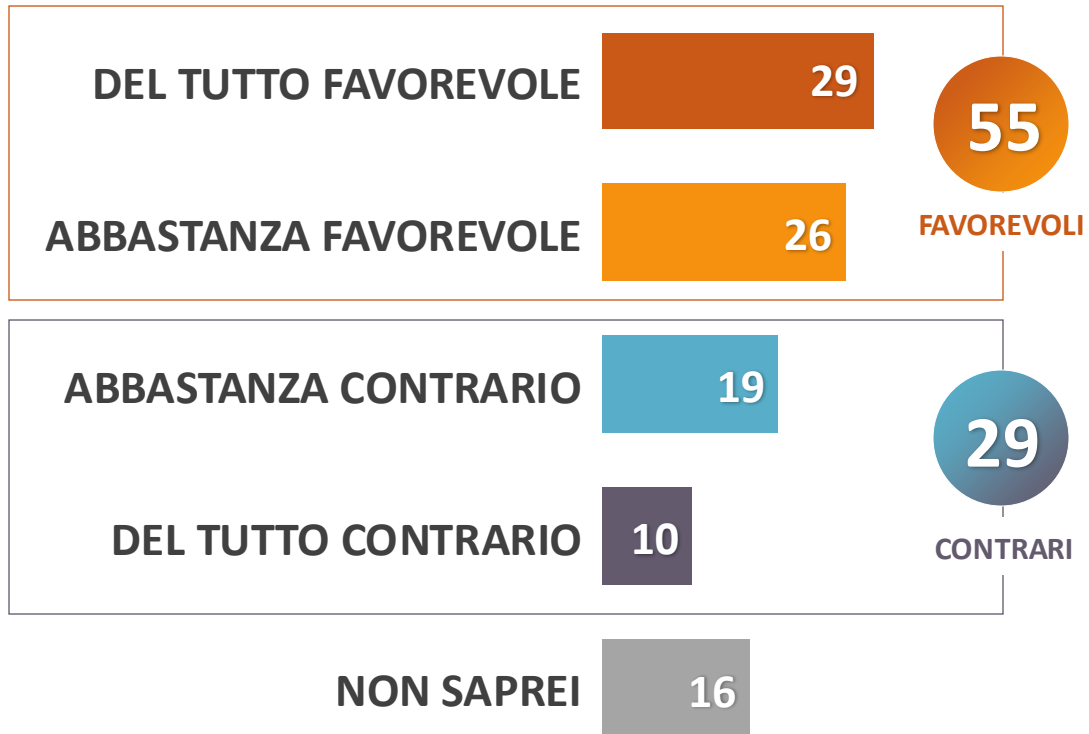
Ritiene che gli stranieri che si stabiliscono in Italia dovrebbero mantenere o abbandonare la propria cultura, lingua, usi e tradizioni?



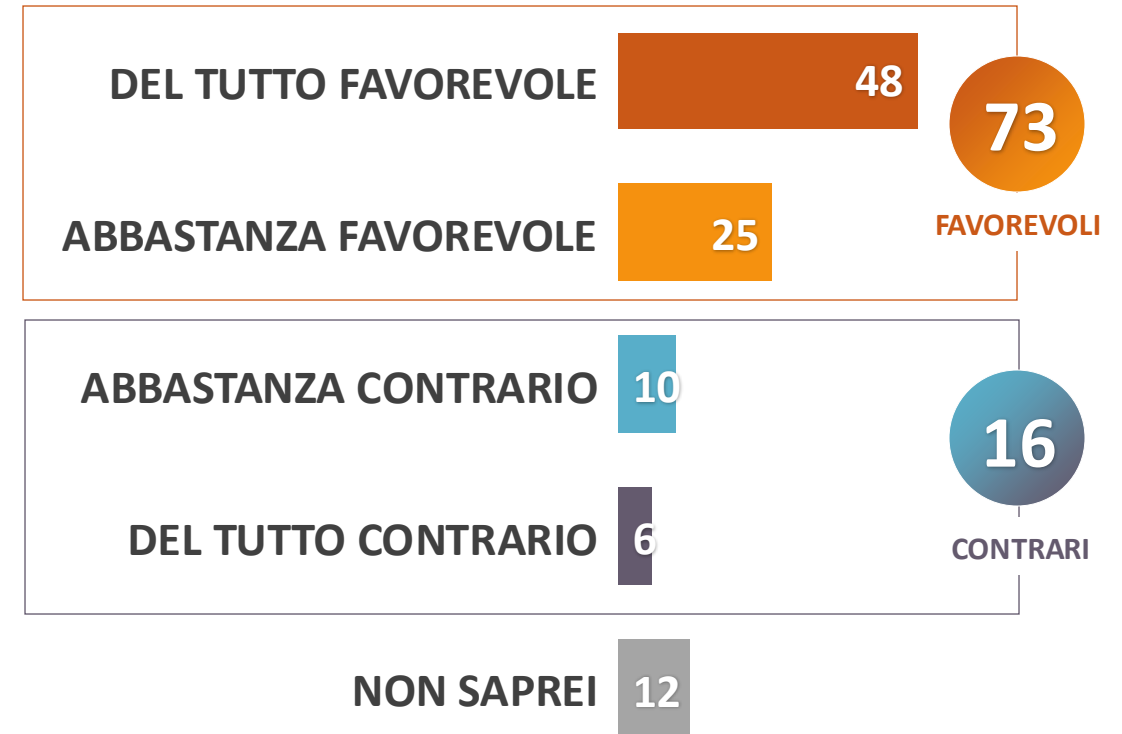
# La maggioranza degli italiani è favorevole a vietare sia il velo nell'ambito scolastico e sportivo che il burqa nei luoghi pubblici

In alcuni paesi europei sono vietati per legge segni o abbigliamento attraverso i quali le persone manifestino un'appartenenza religiosa a scuola o nello sport, il che vieta di fatto alle donne musulmane di portare il velo a scuola o nell'ambito di competizioni sportive.

Lei è favorevole o contrario a questa legge?



Lei sarebbe favorevole o contrario a una legge che vietasse di indossare indumenti che coprano il viso nei luoghi pubblici (come ad esempio con il burqa o niqab)?



# 3.

## CINA E DINAMICHE DI MERCATO

Le recenti notizie su DeepSeek, la startup cinese che ha fatto tremare le borse americane, si inseriscono in un contesto più ampio di trasformazione della Cina sul piano industriale e tecnologico. Da "fabbrica del mondo" specializzata in produzioni di massa a basso costo si è progressivamente imposta come leader dell'innovazione di processo, ridefinendo gli equilibri globali in diversi settori.

Secondo gli italiani, la Cina ha già superato gli Stati Uniti sul fronte tecnologico e l'Europa nel settore automotive, settore in crisi su più fronti e colpito duramente dalla competizione asiatica specialmente nel mercato dell'elettrico. L'Oriente viene associato sempre più alla sua capacità di innovare, un aspetto che nel percepito pubblico contrasta con il declino dell'Unione Europea, considerata meno resiliente e meno competitiva.

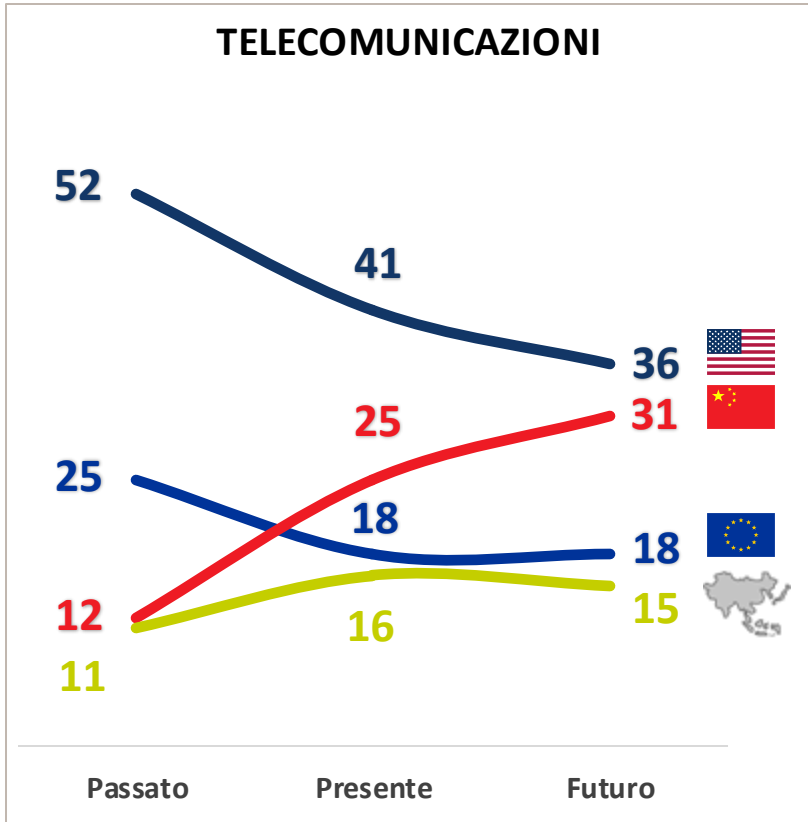
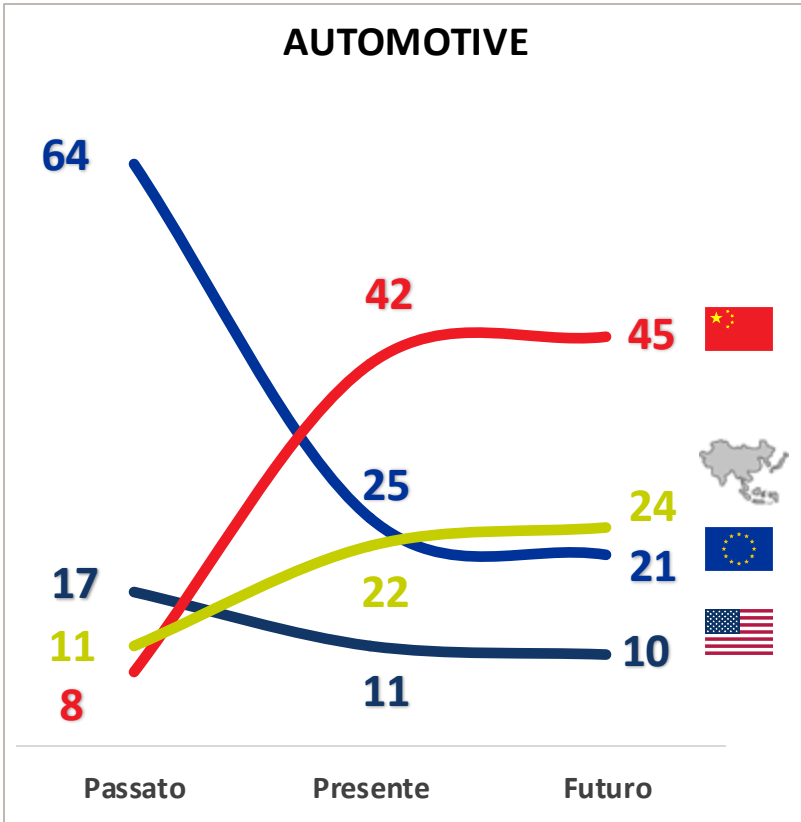
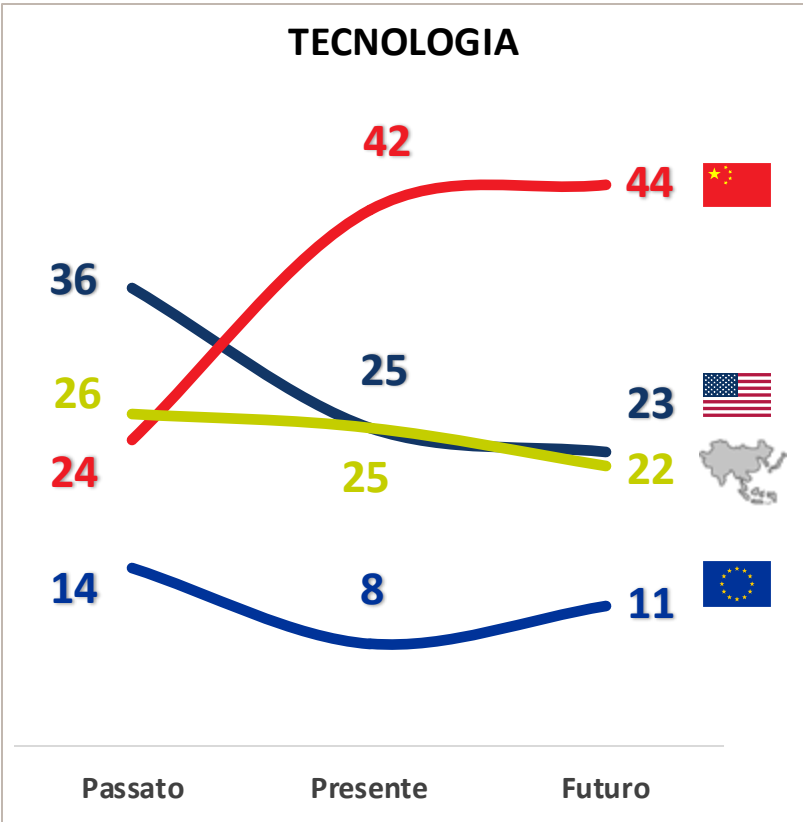
Il successo del colosso asiatico non è privo di criticità. Se il dinamismo e l'efficacia dei processi produttivi cinesi sono riconosciuti come elementi chiave del suo dominio economico, permangono forti dubbi su strategie poco trasparenti. L'opinione pubblica italiana è divisa tra chi attribuisce tale crescita alla sua capacità di innovare e chi, invece, la vede come il risultato di politiche economiche aggressive, dell'accesso privilegiato a risorse strategiche e di pratiche che mettono a rischio la concorrenza leale. La Gen Z è il segmento più preoccupato per l'egemonia orientale, vedendo la Cina come una minaccia per l'economia globale, mentre i Millennials sembrano più rassegnati all'attuale equilibrio di potere. Gli over 45, invece, risultano i più ottimisti, ritenendo che la leadership cinese possa rappresentare anche un'opportunità, una spinta per l'occidente ad innovarsi.



# L'ascesa del Dragone: per gli italiani la Cina ha già «usurato» il primato tecnologico agli USA e quello automobilistico all'Europa. Le telecomunicazioni il prossimo obiettivo

Secondo lei, quale paese/area eccelle/eccelleva/eccellerà nei seguenti settori?

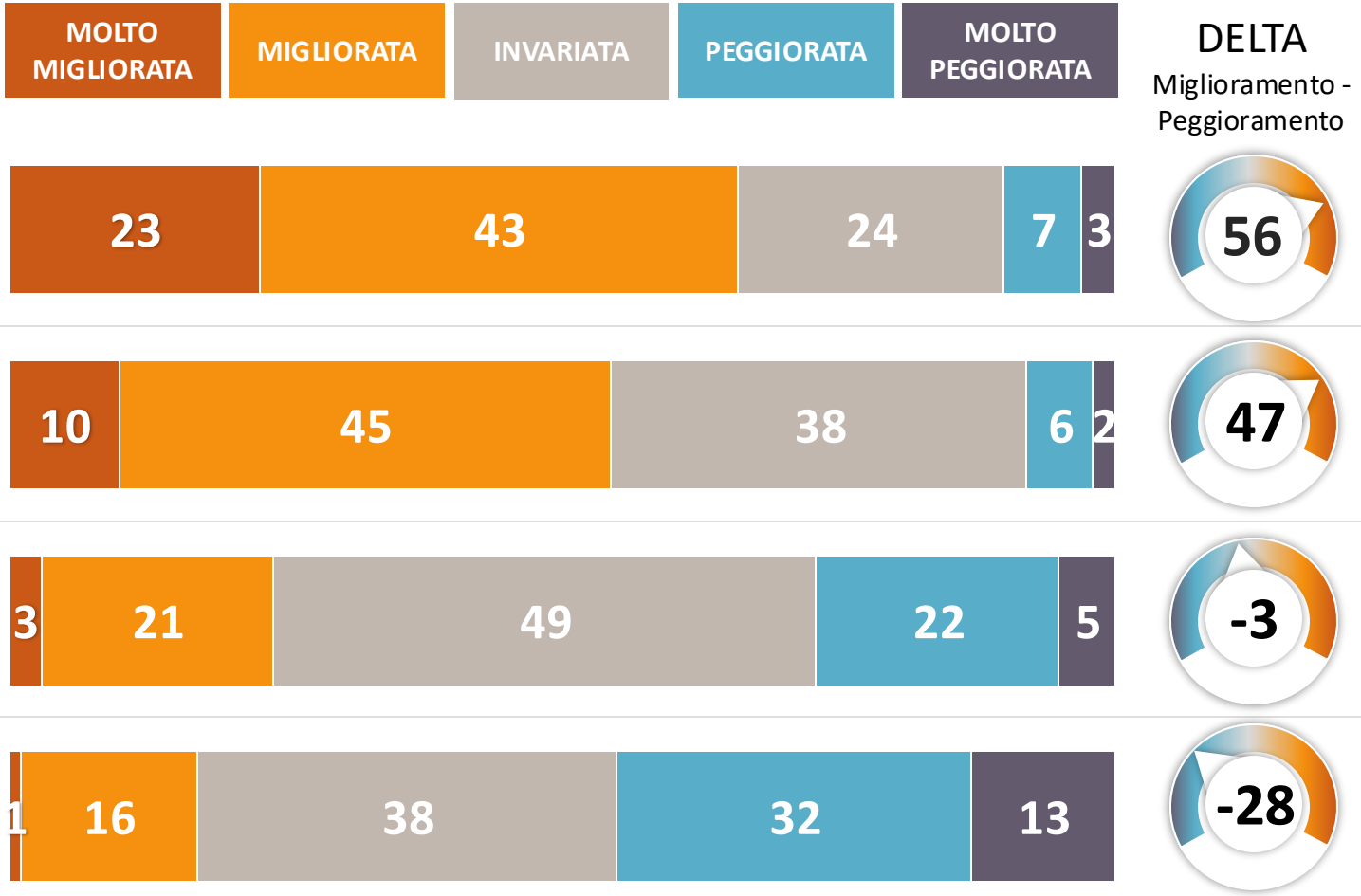
STATI UNITI
EUROPA
CINA
ALTRI PAESI ASIATICI (GIAPPONE, COREA)



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 29 - 31 gennaio 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

# L'Oriente ha fatto della capacità di innovare il proprio «cavallo di battaglia». L'UE segna un elevato peggioramento nel percepito, classificandosi ultima

Rispetto a 5 anni fa, come valuta la capacità di innovazione dei/delle seguenti paesi/aree?



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione 29 - 31 gennaio 2025. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

# Il successo asiatico viene associato sia alla capacità di innovare che alla perdita di competitività dell'Occidente. Luci e ombre sulle strategie del celeste impero

Con quale delle seguenti affermazioni relative alle possibili motivazioni del successo della Cina e di altri paesi asiatici come Corea e Giappone in diversi settori è maggiormente d'accordo?

la Cina e l'Asia hanno saputo sfruttare meglio le opportunità globali rispetto all'Occidente **22**

l'Occidente ha perso competitività, rallentando il proprio progresso **19**

entrambi i fattori, miglioramento dell'Asia e peggioramento dell'Occidente **18**

la Cina e l'Asia hanno migliorato le proprie capacità e investito in innovazione **18**

le regole del mercato globale sono cambiate, favorendo le economie emergenti **10**

non saprei **13**

Quale di queste affermazioni rappresenta meglio la sua opinione sulla Cina nel panorama economico e industriale globale?

la Cina domina il mercato, ma grazie a strategie poco trasparenti e vantaggi competitivi sleali **29**

la Cina ha trasformato la propria industria da sinonimo di scarsa qualità a leader dell'innovazione **21**

la Cina è oggi il motore del cambiamento globale e detta le nuove regole del mercato **19**

la Cina produce beni di bassa qualità e rimane sinonimo di prodotti scadenti **13**

la Cina è ancora indietro in termini di qualità e innovazione, ma sta migliorando **7**

non saprei **11**

# GenZ il segmento più preoccupato per l'egemonia della Cina nei mercati globali. Mentre i millennials si «arrendono» allo status quo, gli over-45 i più ottimisti

Lei vede il ruolo di leadership della Cina nei mercati globali come un'opportunità o una minaccia?

		GEN Z	MILLENNIALS	GEN X	BABY BOOMERS
È <b>UNA MINACCIA</b> il dominio cinese mette a rischio l'industria e l'economia occidentale	28	40	30	27	25
È <b>UNA SFIDA</b> l'Occidente dovrà adattarsi e innovare per restare competitivo	26	21	18	26	35
È <b>INEVITABILE</b> il mondo sta cambiando e la Cina ne è semplicemente il nuovo protagonista	25	25	31	26	17
È <b>UN'OPPORTUNITÀ</b> la concorrenza cinese stimola il progresso e l'innovazione globale	14	8	10	17	19
non saprei	7	6	12	5	4

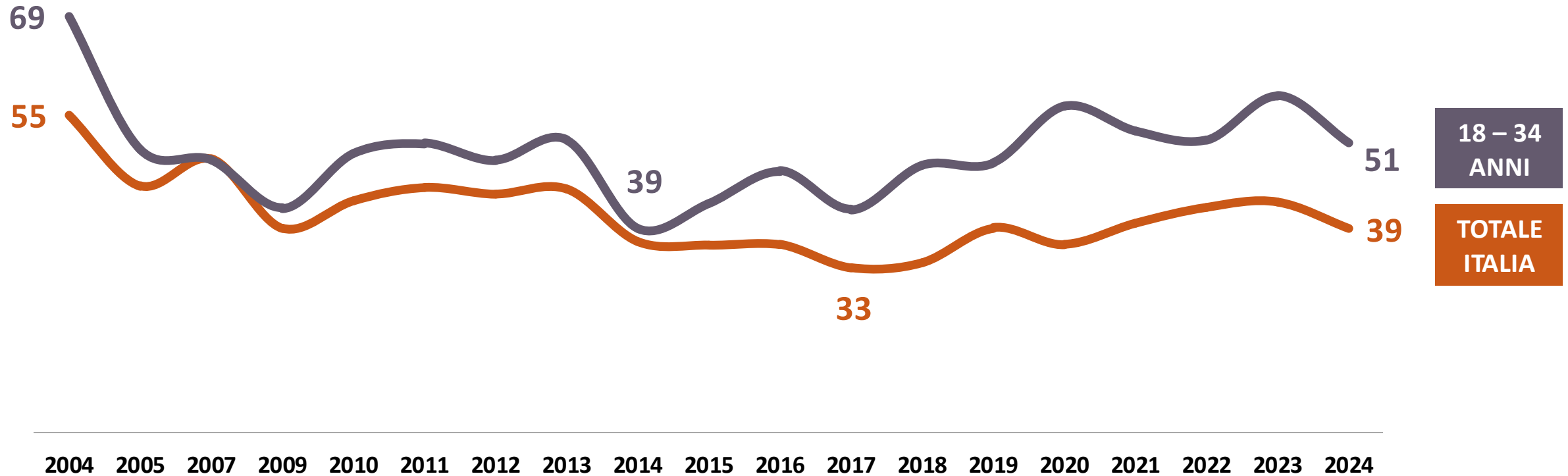


# SPINNER SWG: RELIGIONE MUSULMANA NELLE SCUOLE – 2004-2024

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.

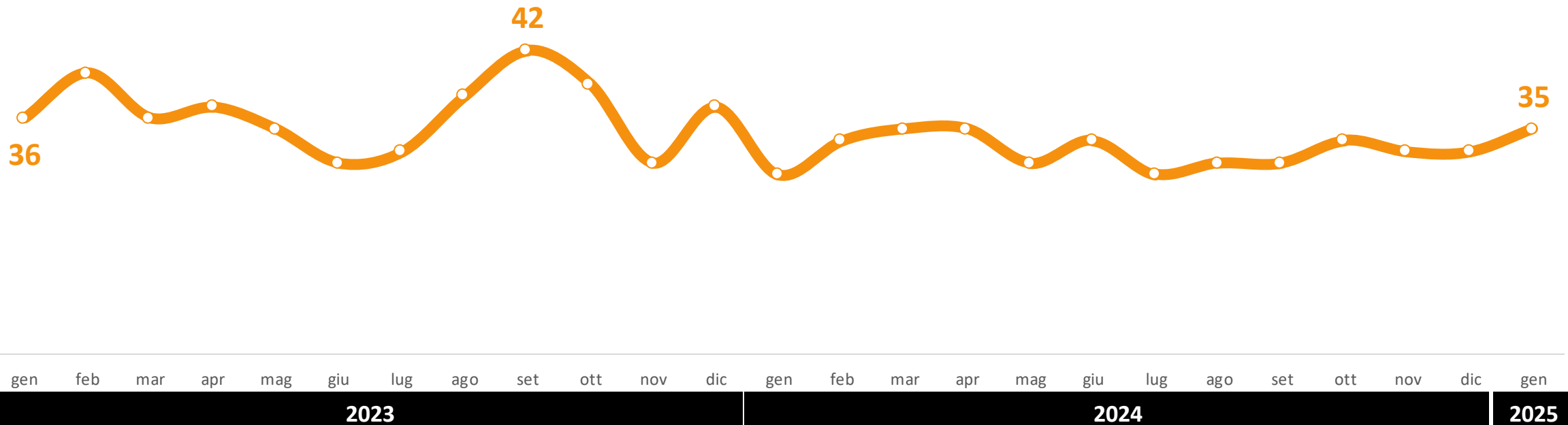
Richiedi informazioni alla mail [ufficio.stampa@swg.it](mailto:ufficio.stampa@swg.it)

I musulmani in Italia dovrebbero avere la possibilità, all'interno delle scuole, di osservare e praticare la loro religione.  
Lei è...



# PANNELLO SWG: LA PREOCCUPAZIONE PER L'AUMENTO DEI PREZZI

% di quanti sono MOLTO PREOCCUPATI per l'aumento dei prezzi

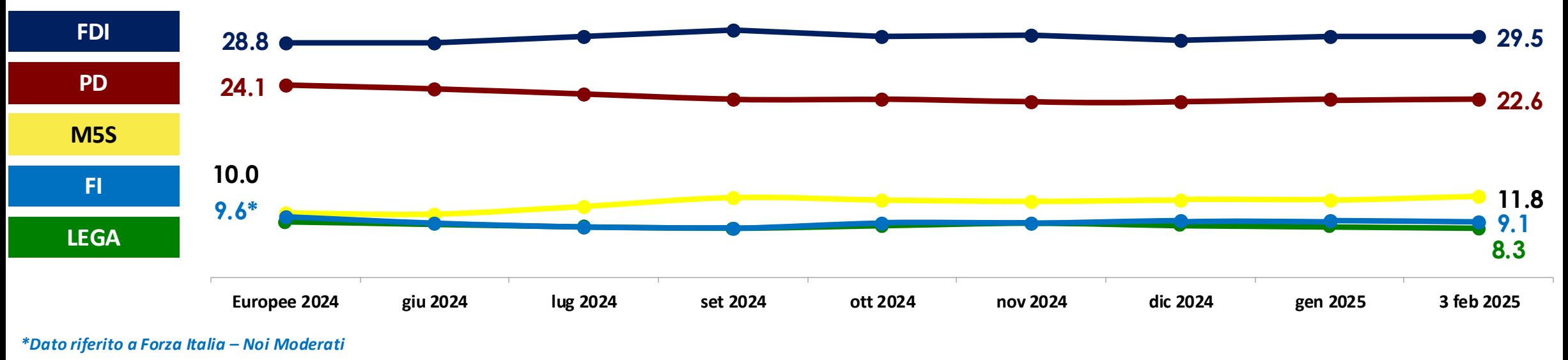


# INTENZIONI DI VOTO 3 FEBBRAIO 2025

		Differenza rispetto al 27/01/2025
Fratelli d'Italia	29.5	-0,2
Partito Democratico	22.6	-0,2
Movimento 5 Stelle	11.8	+0,4
Forza Italia	9.1	=
Lega	8.3	-0,1
Alleanza Verdi-Sinistra	6.5	=

		Differenza rispetto al 27/01/2025
Azione	3.1	-0,1
Italia Viva	2.9	+0,1
+Europa	2.1	+0,1
Noi Moderati	1.2	-0,1
Altro partito	2.9	+0,1

*Non si esprime: 30% (-4)*



*“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**

Chaussée d'Alseberg 1084 Boite 5  
B1180 Brussels  
[info@pollingeurope.eu](mailto:info@pollingeurope.eu)

