



SWG

RADAR

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

24 – 30 marzo 2025

- ✓ **TYCOON E POLITICA:** si acutizzano le preoccupazioni dei cittadini. Per il 41% i magnati sono in politica per tutelare i propri interessi
- ✓ **PROCREAZIONE ASSISTITA E ADOZIONI:** ampie aperture a dare l'opportunità anche ai single e, in parte, alle coppie omosessuali
- ✓ **PRODUCT PLACEMENT:** tra invasione e integrazione, il brand diventa protagonista?

SPINNER SWG: PAESI UE AMICI DELL'ITALIA: FRANCIA, GERMANIA, SPAGNA – 2020-2025

PANNELLO SWG: LA PREOCCUPAZIONE PER L'AUMENTO DEI PREZZI

1.

TYCOON E POLITICA

In questo suo secondo mandato come Presidente degli Stati Uniti, Donald Trump sta presiedendo il gabinetto più ricco della storia. Sono molti infatti i miliardari o milionari che hanno un incarico politico nell'attuale amministrazione americana. Ma la salita in politica dei cosiddetti tycoon (magnati, grandi imprenditori) è ritenuta dagli italiani soprattutto un fatto negativo. In aggiunta, si rileva un ampio timore per l'influenza sulla politica e il potere sul mercato che queste figure possono esercitare. Preoccupazione che si è acuita rispetto al periodo precedente all'insediamento di Trump.

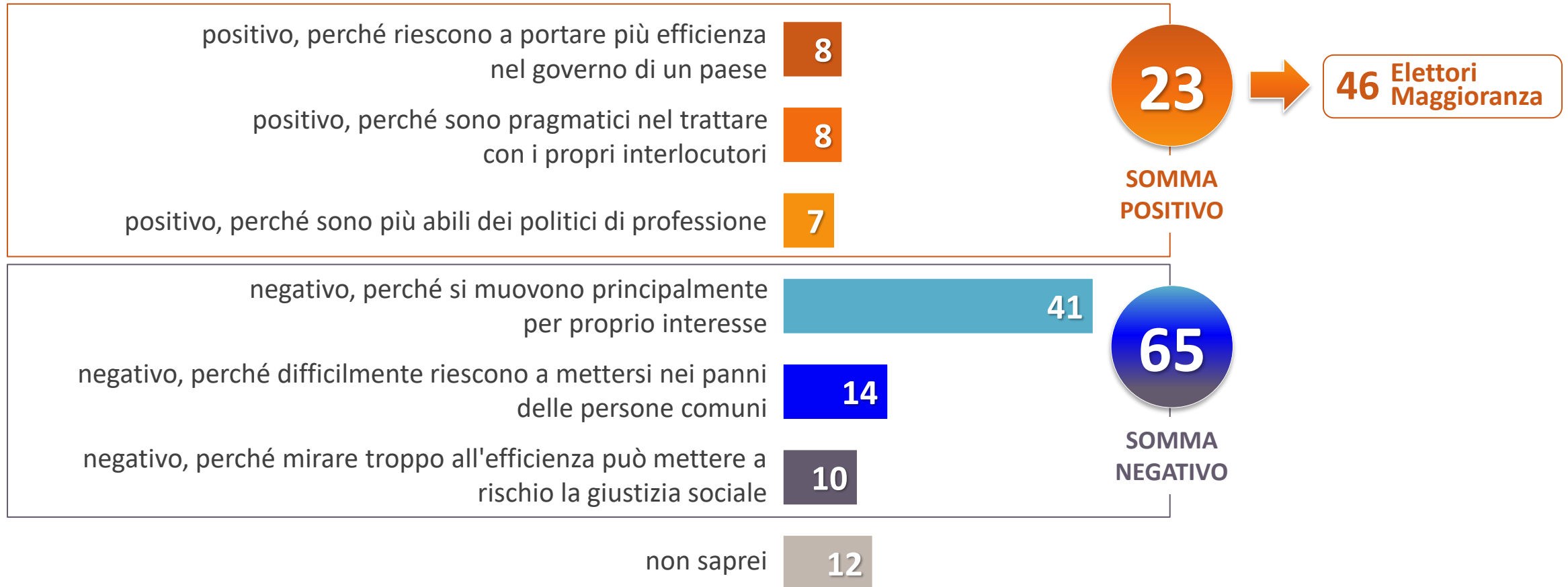
Prendendo ad esempio l'attività politica di Elon Musk, essa viene vista soprattutto come un pericolo per la democrazia. Inoltre, pochi pensano che una particolare vicinanza dei politici italiani con Musk possa portare a dei reali vantaggi al Paese.

L'opinione pubblica non è però compatta su tali questioni e si rilevano alcune differenze in base al campo politico di appartenenza. Se l'elettorato dei partiti di opposizione è fortemente coeso e contrario alla presenza dei tycoon in politica, l'elettorato di centrodestra mostra invece di apprezzare di più il loro contributo e vede nell'attivismo di Musk un nuovo modo di fare politica che suscita interesse.



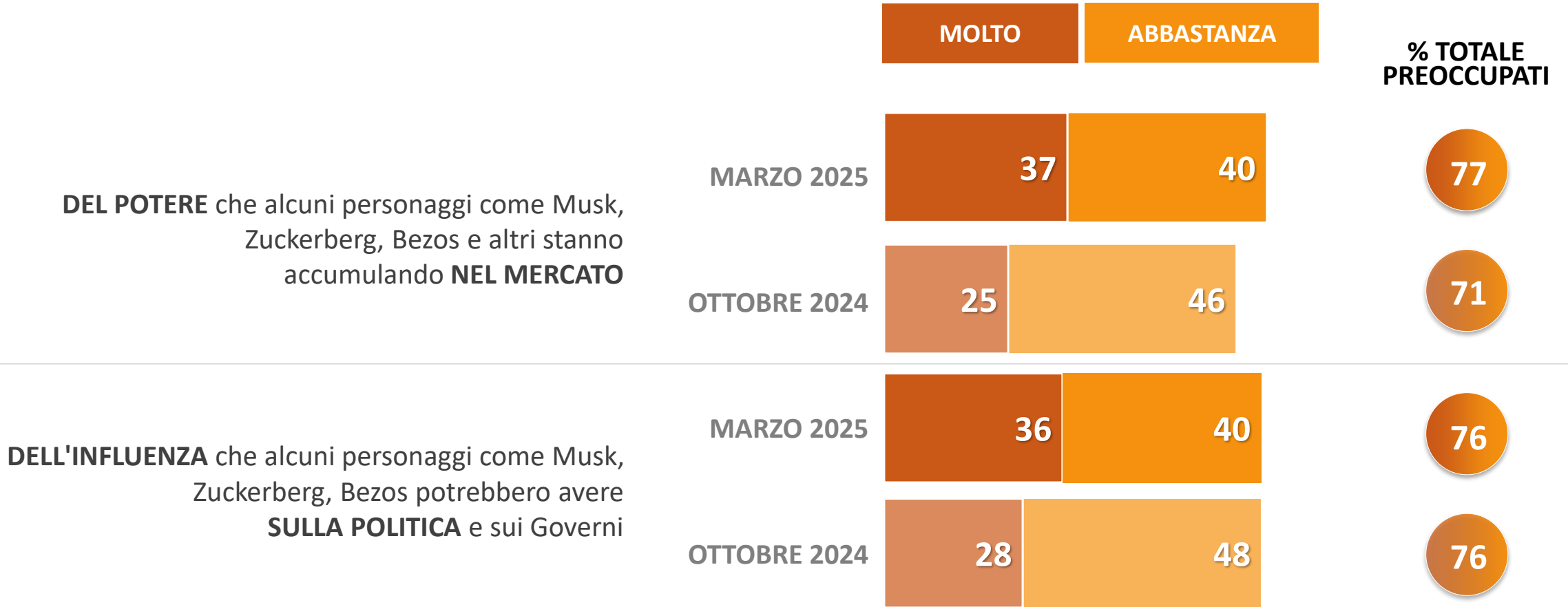
Per il 65% la presenza dei tycoon in politica è un fatto negativo, tuttavia c'è maggiore apertura dagli elettori dei partiti di centrodestra

Da qualche tempo, un po' ovunque nel mondo, alcuni industriali e uomini d'affari sono arrivati ai vertici del governo di alcuni stati.
Secondo lei questo è un fatto...



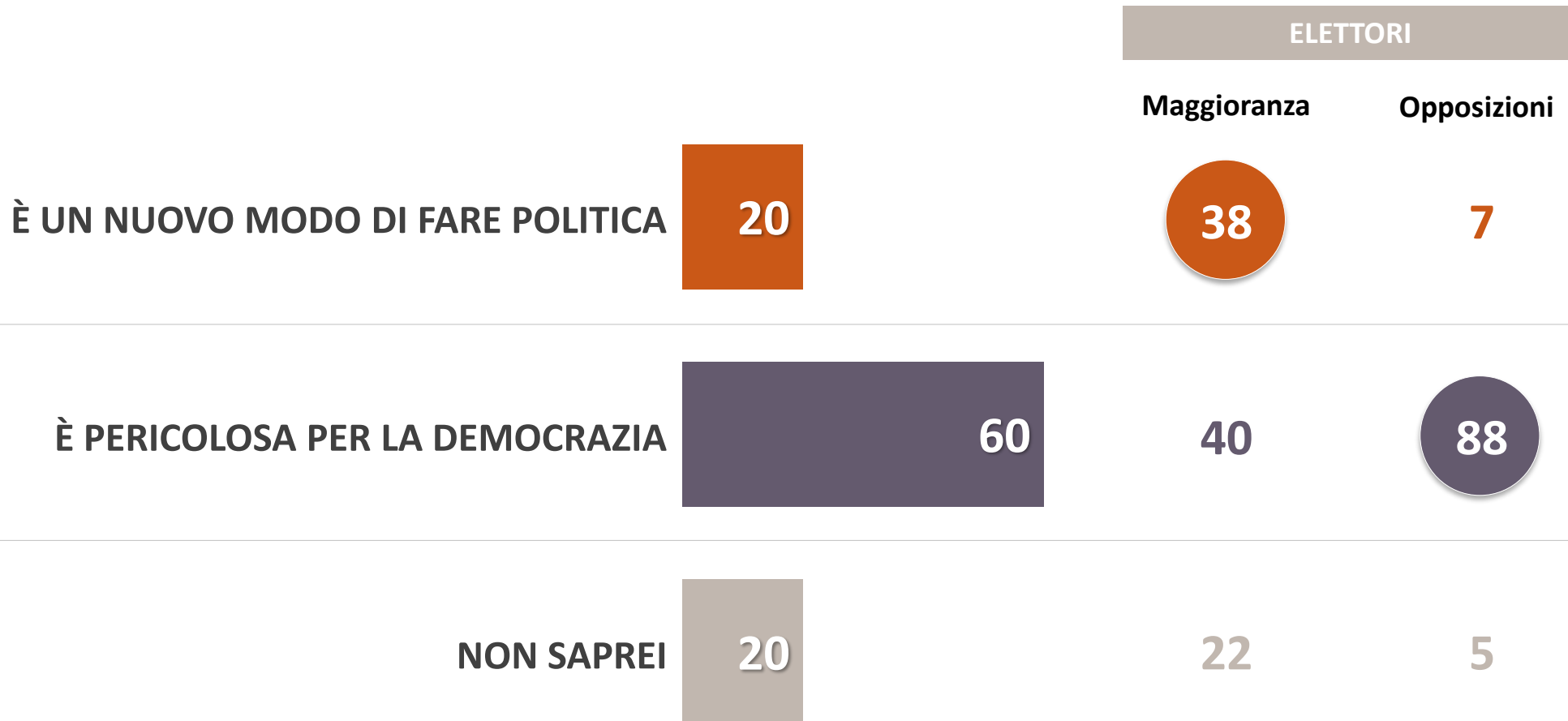
Dopo l'insediamento di Trump si acutizza la preoccupazione per il potere e l'influenza in politica dei grandi imprenditori

Lei personalmente è preoccupato/a...



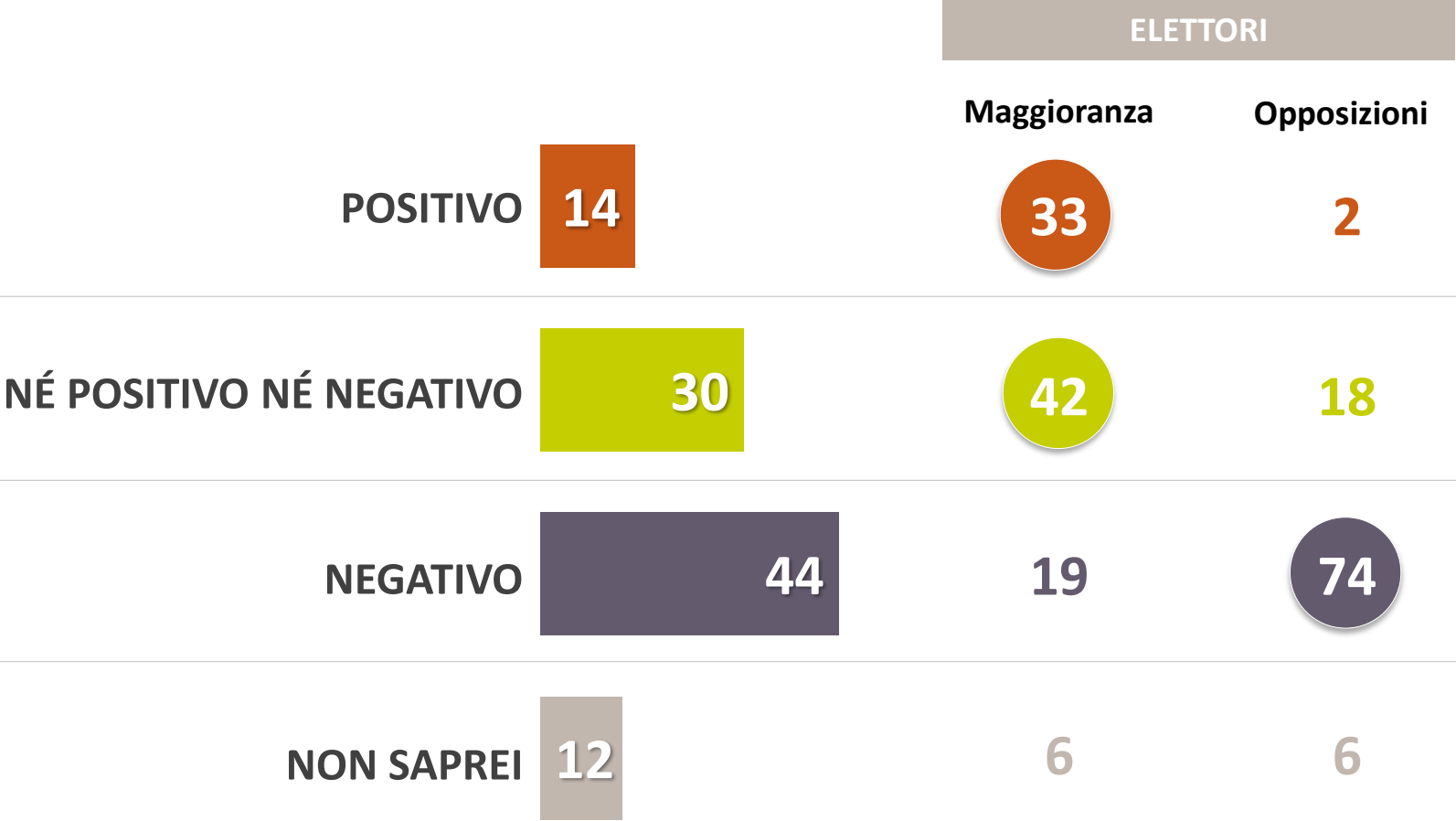
Musk in politica: un pericolo per la democrazia ma per quasi 4 elettori di centrodestra su 10 rappresenta un nuovo approccio alla politica

L'attività politica di Elon Musk...



Un avvicinamento a Musk non aiuta l'Italia. Ne sono convinti gli elettori d'opposizione mentre a centrodestra prevale una visione più neutra o positiva

Alcuni leader italiani stanno cercando di avere un rapporto di vicinanza con Elon Musk. Secondo lei questo è un fatto che per l'Italia potrebbe essere...



2.

PROCREAZIONE ASSISTITA E ADOZIONE

Recentemente la Corte Costituzionale è stata chiamata a pronunciarsi sia sull'accesso alle tecniche per la procreazione medicalmente assistita che sulle adozioni internazionali da parte delle donne single. Su entrambe le questioni gli italiani si mostrano in gran parte favorevoli, dimostrando, di fatto, un'accettazione del modello della famiglia monogenitoriale.

In generale, le diverse tecniche della procreazione assistita sono oramai ampiamente approvate sul piano etico dall'opinione pubblica italiana. A destare ancora perplessità è invece la maternità surrogata, sulla quale però la quota di favorevoli è in rapida crescita. Per quanto riguarda le donne single, la maggioranza condivide il fatto di consentire loro di accedere alla procreazione assistita, a fronte di un 30% di contrari. Per quanto riguarda le adozioni, due terzi degli italiani sostengono l'estensione ai single della possibilità di adottare bambini o ragazzi non solo all'estero, ma anche in Italia.

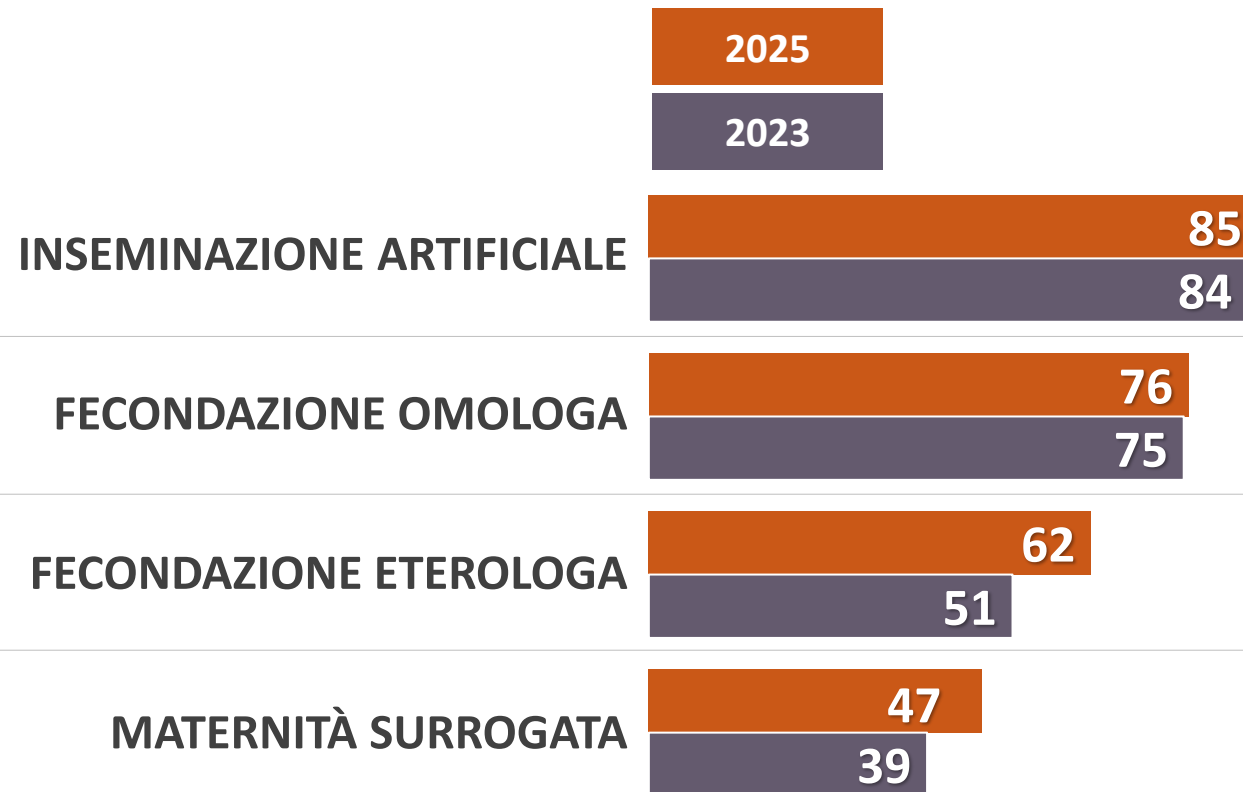
Meno nette risultano le posizioni parlando di coppie omosessuali. In questo caso, sia la procreazione assistita che le adozioni producono una spaccatura, per molti versi politica, con gli atteggiamenti di apertura verso le coppie dello stesso sesso leggermente prevalenti sulle voci contrarie. Il trend storico però mostra chiaramente che la società sta accettando sempre di più l'equiparazione delle coppie omosessuali a quelle eterosessuali.



Procreazione assistita: largo consenso per inseminazione artificiale e fecondazioni omologa ed eterologa; in crescita la tolleranza per la maternità surrogata

Molte coppie in Italia vorrebbero avere figli, ma non riescono ad averne in maniera naturale. Quanto è comprensibile, dal suo punto di vista, che esse ricorrano all'utilizzo dei seguenti metodi di procreazione assistita? (AGLI INTERVISTATI È STATA FORNITA UNA BREVE SPIEGAZIONE DEI METODI)

% MOLTO + ABBASTANZA COMPRENSIBILE



Maggioranza favorevole a consentire la procreazione assistita alle donne single, mentre sulle coppie omosessuali gli italiani si dividono

Secondo l'attuale normativa italiana, alle donne single e a coppie dello stesso sesso che intendono diventare genitori è proibito accedere alla procreazione medicalmente assistita. Secondo lei, la procreazione medicalmente assistita dovrebbe essere consentita...



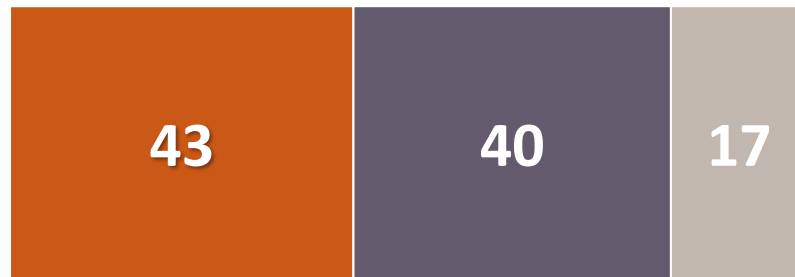
DETTAGLIO «SÌ»

ALLE DONNE SINGLE



56 Donne

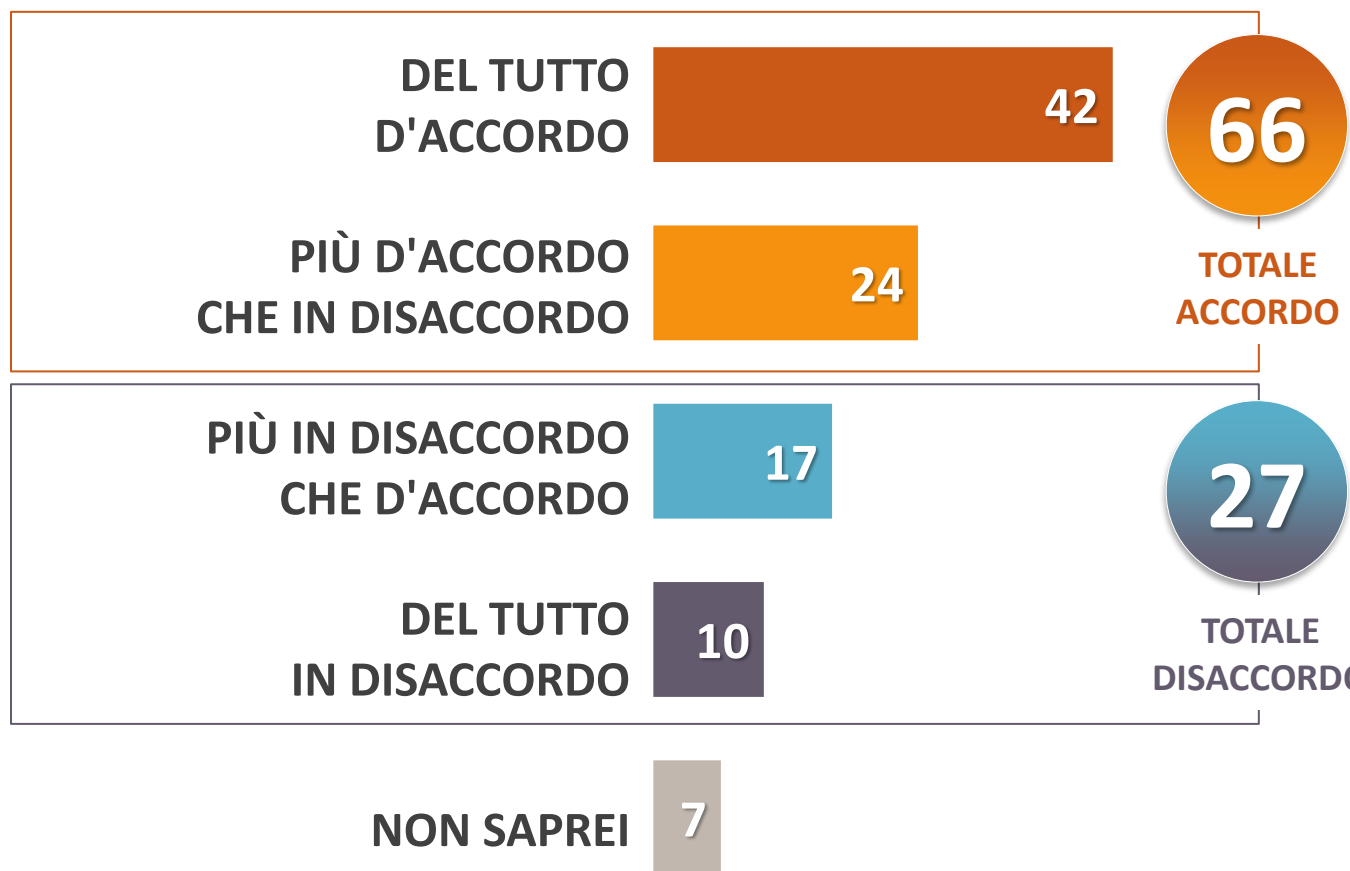
ALLE COPPIE DELLO STESSO SESSO



56 Elettori Centrosinistra

Limitate le resistenze a dare la possibilità ai single di adottare in Italia. Chi è contrario tendenzialmente si oppone anche all'adozione all'estero

Sarebbe d'accordo con l'estensione ai single della possibilità di adottare bambini o ragazzi in Italia?



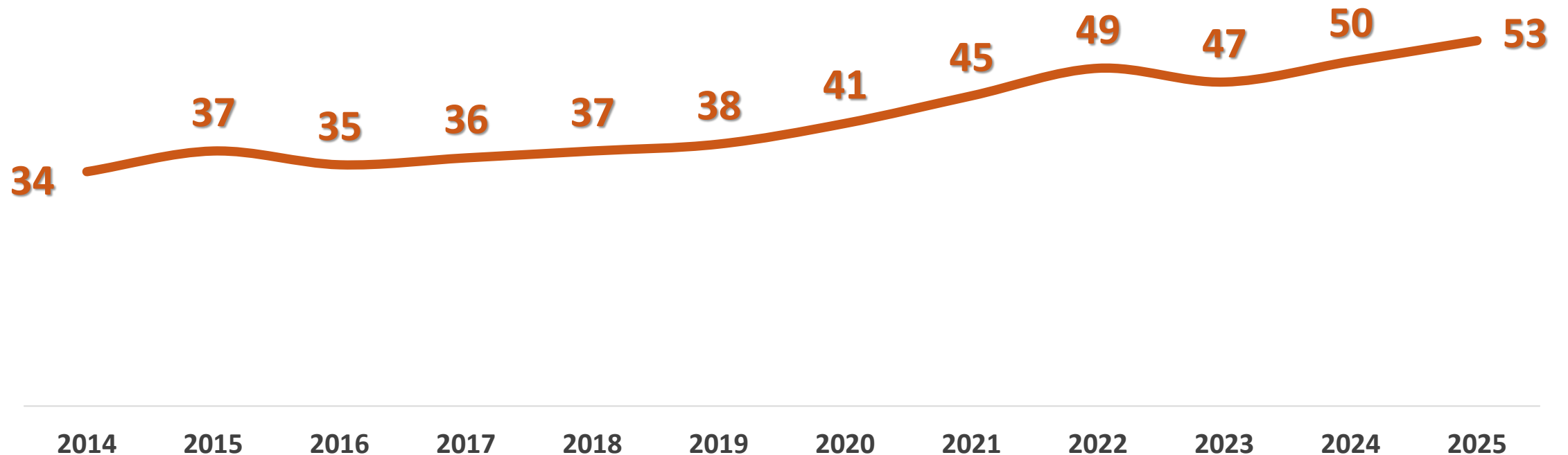
E ritiene che bisognerebbe consentire o vietare ai single italiani di adottare bambini o ragazzi all'estero? (RISPONDE CHI È CONTRARIO ALL'ADOZIONE PER I SINGLE IN ITALIA)



Adozioni da parte di coppie dello stesso sesso: dopo un incremento progressivo negli anni, ora i favorevoli superano la metà

Lo stato dovrebbe permettere le adozioni anche da parte di coppie omosessuali. Lei è...

% D'ACCORDO



3.

PRODUCT PLACEMENT

Il product placement è ormai una presenza consolidata nel mondo dell'intrattenimento: una strategia che integra brand e prodotti all'interno di film, serie TV e programmi di intrattenimento con l'obiettivo di renderli parte integrante della narrazione. Questa forma di pubblicità immersiva viene spesso notata dal pubblico, generando reazioni contrastanti.

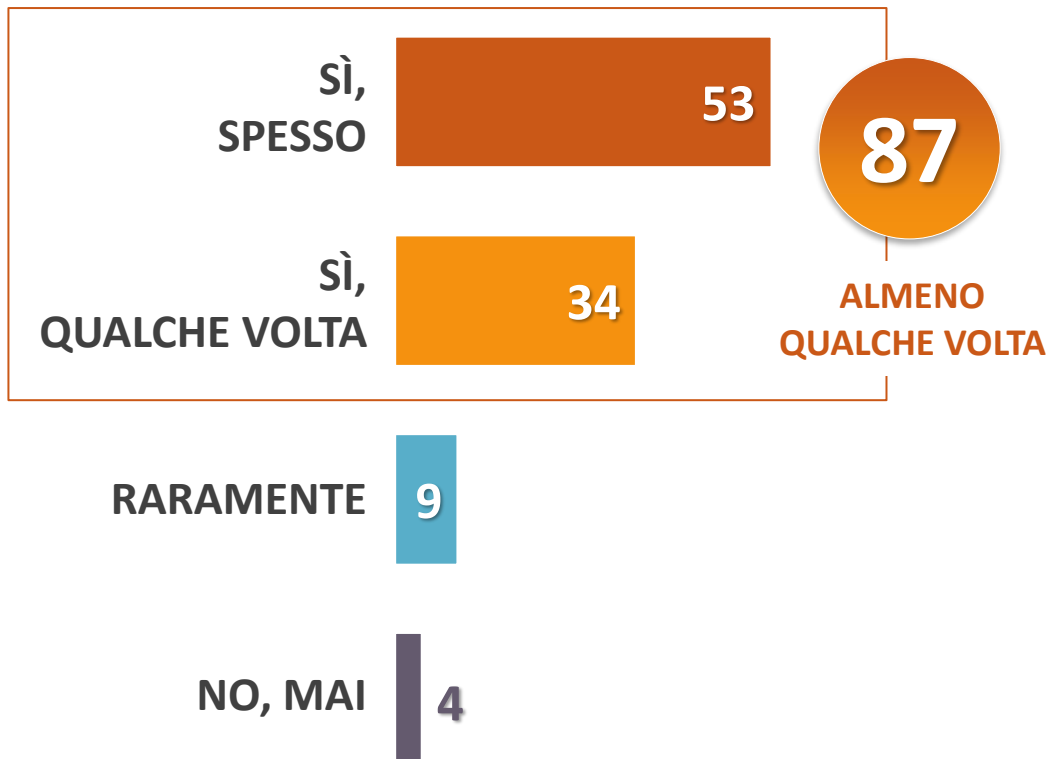
Se i più giovani, in particolare la Gen Z, lo accolgono con curiosità e lo trasformano in un'occasione di scoperta, le generazioni più adulte (soprattutto gli over 60) tendono a percepirlo come un'invasione e, in alcuni casi, a rifiutare attivamente i prodotti inseriti nei contenuti audiovisivi. Tuttavia quasi la metà del pubblico, inclusi i più scettici, riconosce nel product placement un'alternativa più fluida e meno invasiva rispetto alla pubblicità tradizionale. Il vero potenziale di questo strumento sta infatti nella sua capacità di eliminare le interruzioni pubblicitarie, migliorando la fruizione dei contenuti.

Il product placement si muove quindi lungo un confine sottile: un possibile connubio tra prodotto e comunicazione ma, se percepito come troppo forzato o ingannevole, rischia di generare rifiuto. La chiave per un utilizzo efficace è l'integrazione discreta e naturale, con i prodotti che entrano in scena attraverso l'uso diretto dei personaggi, senza distogliere l'attenzione dalla storia ma rendendosi riconoscibili in modo autentico.

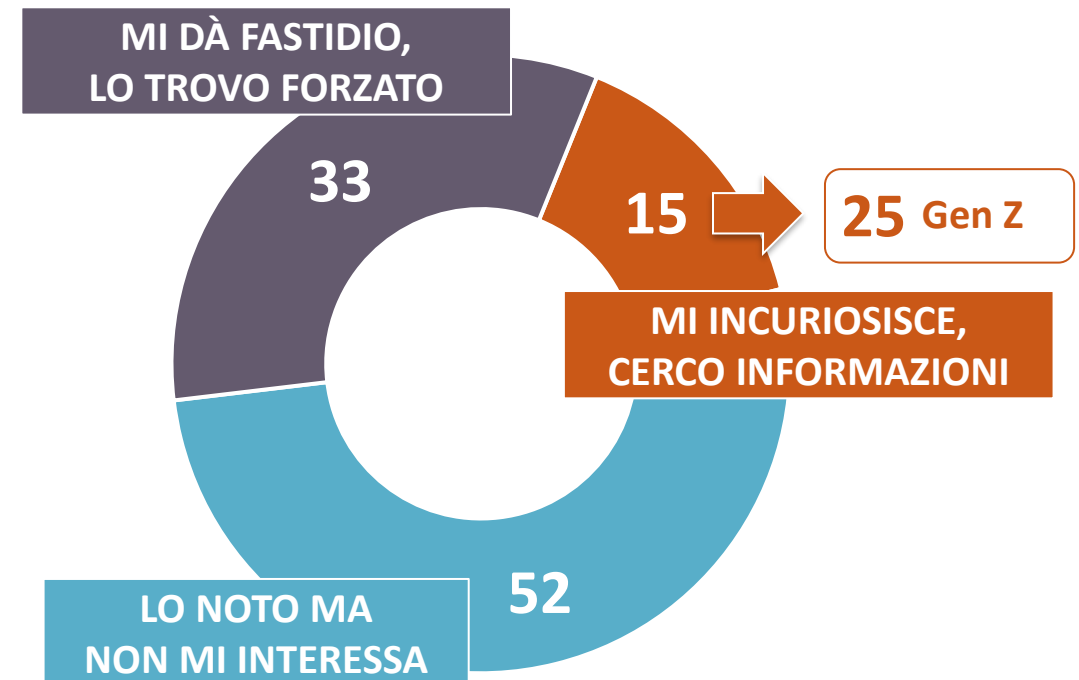


Il product placement viene notato spesso ma è poco apprezzato. Gen Z più incuriosita e alla ricerca di informazioni

Ha mai notato l'inserimento di prodotti a fini commerciali all'interno di film, serie TV o programmi televisivi?



Quando nota un prodotto all'interno di un film, una serie TV o un programma televisivo, quale reazione ha generalmente?
(RISPONDE CHI HA NOTATO INSERIMENTO PRODOTTI A FINI COMMERCIALI)



L'engagement maggiore si ottiene con l'utilizzo in prima persona dei prodotti da parte dei personaggi, ormai vissuto come parte del mondo audiovisivo

Per pubblicizzare un marchio, quale tipo di inserimento di prodotti a fini commerciali in film, serie TV o programmi televisivi le sembra più efficace?

UN PRODOTTO USATO spontaneamente DAI PERSONAGGI **33**

UN PRODOTTO MOSTRATO CHIARAMENTE, ma senza essere al centro dell'attenzione **23**

UN MARCHIO VISIBILE SU SFONDI, CARTELLONI O SCHERMI **17**

non trovo efficace **NESSUNA DI QUESTE MODALITÀ** **27**

Quale di queste affermazioni rappresenta meglio il suo punto di vista su l'inserimento di prodotti a fini commerciali in film, serie TV o programmi televisivi?

è inevitabile e ormai **PARTE DEL MONDO DELL'INTRATTENIMENTO** **29**

è una forma di **PUBBLICITÀ INGANNEVOLE** **24**

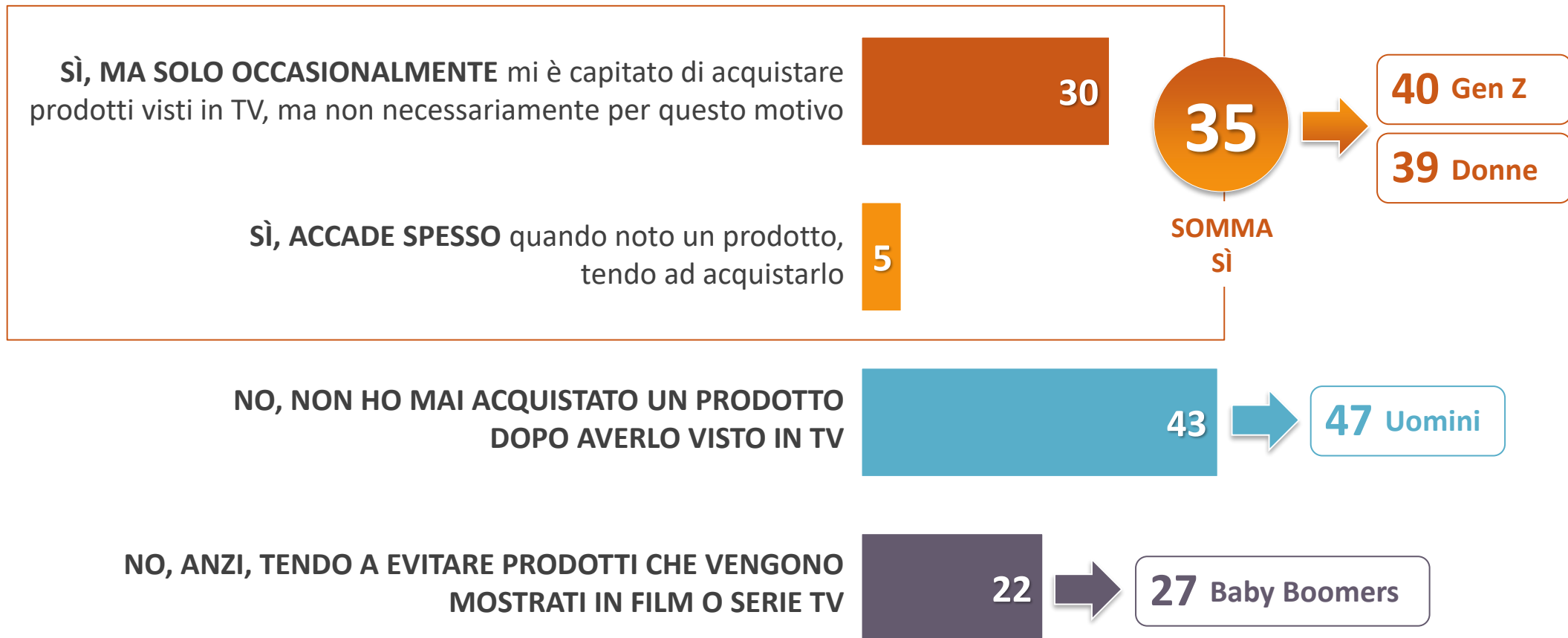
è un **MODO INTELLIGENTE DI FARE PUBBLICITÀ** senza interrompere i contenuti **20**

DOVREBBE ESSERE PIÙ REGOLAMENTATO **18**

se ben fatto, **PUÒ MIGLIORARE L'ESPERIENZA DI VISIONE** **9**

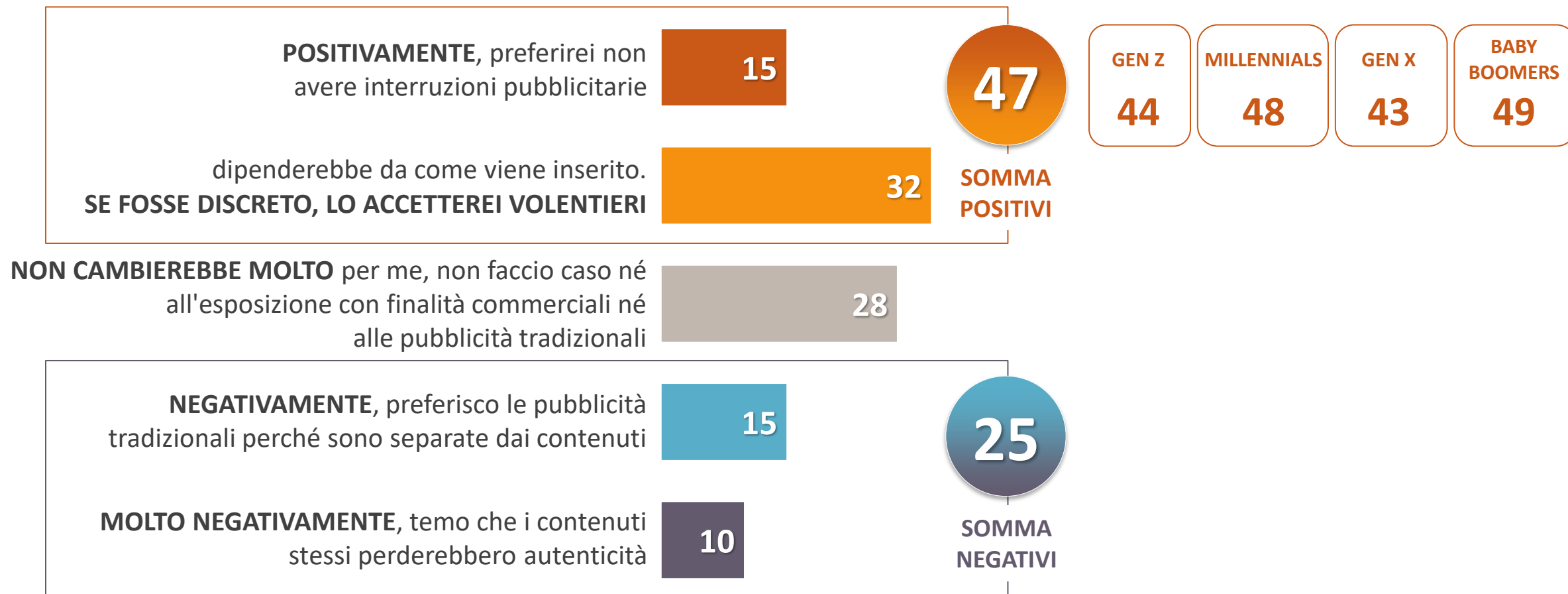
Italiani influenzati dalla TV, 1 italiano su 3 ha acquistato un prodotto visto sullo schermo. Baby Boomers principali «boicottatori»

Le è mai capitato di acquistare un prodotto dopo averlo visto in un film, una serie TV o un programma televisivo?



L'ipotesi di sostituire i tradizionali break pubblicitari con inserimenti mirati convince 1 italiano su 2, includendo anche i «refrattari» Baby Boomers

Se l'inserimento di prodotti a fini commerciali sostituisse completamente la pubblicità tradizionale (senza più interruzioni pubblicitarie durante film, serie TV o programmi televisivi), Lei come valuterebbe questo scenario?

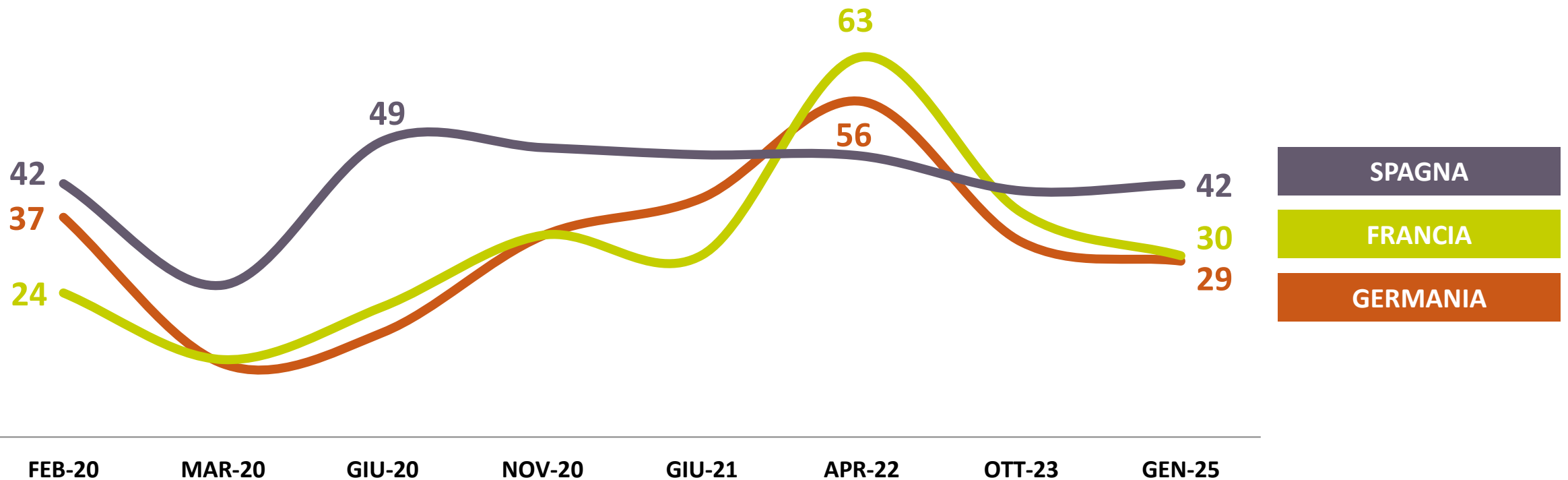


SPINNER SWG: PAESI UE AMICI DELL'ITALIA: FRANCIA, GERMANIA, SPAGNA – 2020-2025

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.

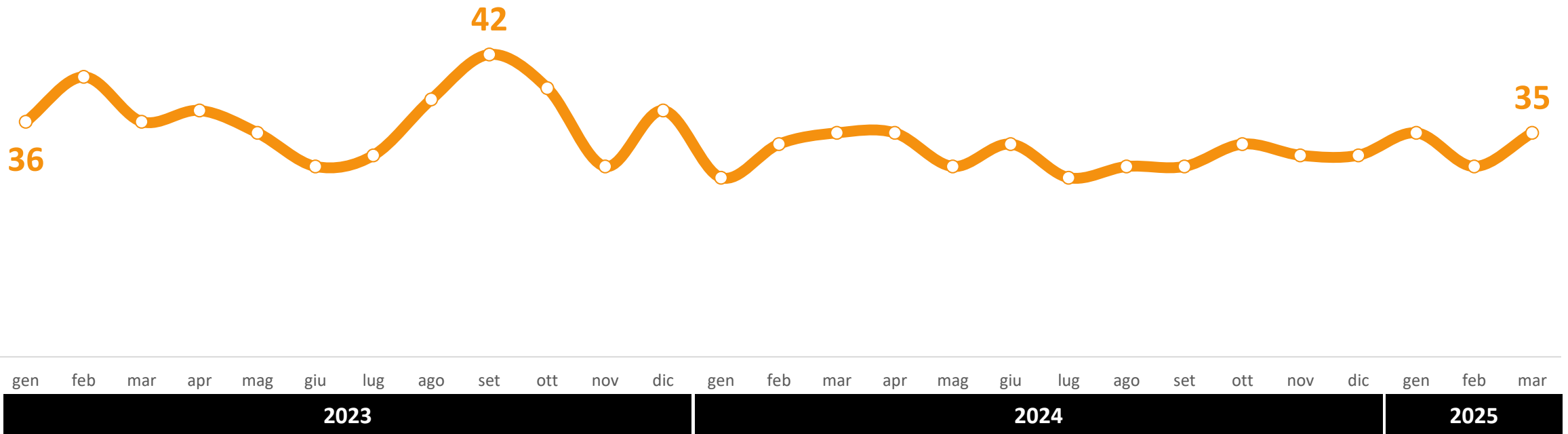
Richiedi informazioni alla mail ufficio.stampa@swg.it

In termini di politica estera, economia e relazioni diplomatiche, quali dei seguenti stati Lei considera amici dell'Italia?
(POSSIBILI 3 RISPOSTE)



PANNELLO SWG: LA PREOCCUPAZIONE PER L'AUMENTO DEI PREZZI

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



INTENZIONI DI VOTO 31 MARZO 2025

| | | Differenza rispetto al 24/03/2025 |
|-------------------------|-------------|-----------------------------------|
| Fratelli d'Italia | 29,8 | +0,1 |
| Partito Democratico | 22,5 | +0,1 |
| Movimento 5 Stelle | 11,9 | -0,3 |
| Forza Italia | 9,1 | -0,2 |
| Lega | 8,4 | = |
| Alleanza Verdi-Sinistra | 6,0 | -0,2 |

| | | Differenza rispetto al 24/03/2025 |
|-----------------|------------|-----------------------------------|
| Azione | 3,9 | +0,3 |
| Italia Viva | 2,6 | +0,2 |
| +Europa | 2,0 | +0,2 |
| Sud Chiama Nord | 1,0 | +0,1 |
| Altro partito | 2,8 | -0,3 |

Non si esprime: 31% (-1)

