



SWG

RADAR

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

9 – 15 ottobre 2023

- ✓ GUERRA ISRAELE-HAMAS: condanna in toto dell'atto terroristico di Hamas ma le responsabilità storiche sono diffuse
- ✓ NUOVE TECNOLOGIE NUCLEARI: poco conosciute, ma capaci di destare un ampio interesse nella popolazione
- ✓ 2024 ANNO DEL TURISMO DELLE RADICI: 9 «italics» su 10 sono pronti a fare un viaggio in Italia per scoprire le proprie origini

PANNELLO SWG: LA PERCEZIONE DELLA SITUAZIONE ECONOMICA NAZIONALE



1.

GUERRA ISRAELE-HAMAS

Il 7 ottobre è stata scritta una nuova pagina del conflitto israelo-palestinese: Hamas ha lanciato un attacco su più fronti verso Israele, prendendo come ostaggi numerosi civili israeliani. Di fronte a questi nuovi avvenimenti gli italiani (oltre 8 su 10) si sentono di condannarli completamente come atti terroristici di particolare crudeltà e ritengono che probabilmente non faranno altro che ritorcersi contro la causa palestinese. Tuttavia in un contesto così instabile è difficile delineare in maniera chiara quali siano i responsabili che hanno portato l'evoluzione del conflitto fino a questo punto: secondo gli italiani le colpe sono da rintracciare in un periodo esteso e sono distribuite soprattutto tra Israele, Stati Uniti, Iran e Palestina, ma anche tra i paesi arabi e quelli europei.

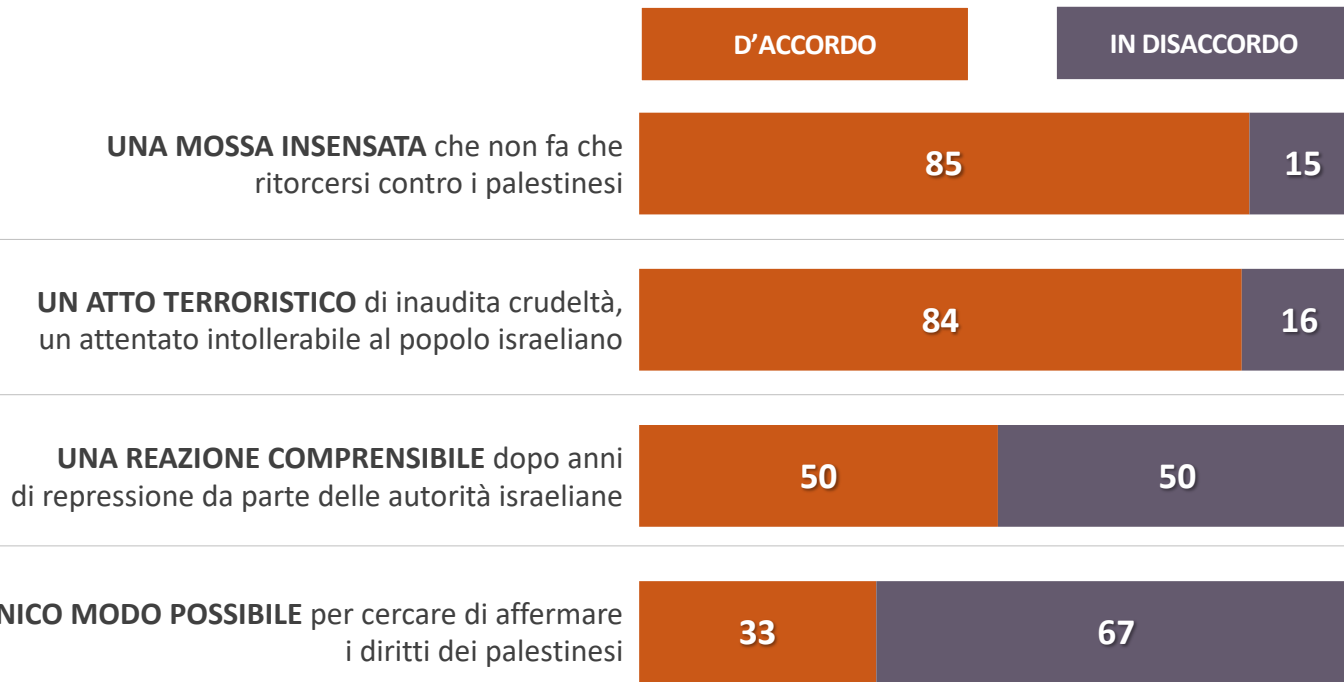
A conferma di tale complessità, gli italiani non se la sentono di schierarsi in maniera netta a favore o contro un popolo, piuttosto empatizzano con entrambe le comunità, seppure cresce la solidarietà con gli israeliani rispetto al passato. Inoltre, circa 1 italiano su 2 crede che il recente atto terroristico sia principalmente frutto di tanti anni di repressione e marginalizzazione del popolo palestinese da parte degli israeliani.

Dopo tanti anni di scontri sanguinosi, solo un aspetto rimane certo: il conflitto non si esaurirà a breve. In questo frangente la speranza del 52% degli italiani è che, una volta conclusa questa fase bellica, Israele cerchi un'intesa con l'Autorità Nazionale Palestinese per neutralizzare Hamas e riconoscere lo Stato Palestinese, mentre la possibilità che Israele rioccupi Gaza o che si torni alla situazione precedente al conflitto senza riconoscere lo Stato Palestinese è decisamente meno auspicata.



L'attacco di Hamas: un atto terroristico cruento e controproducente per i palestinesi ma 1 su 2 lo ritiene una reazione alle repressioni

Ritiene che il recente attacco da parte di Hamas verso Israele costituisca...



Quasi un terzo degli italiani empatizza con entrambe le comunità. Rispetto al 2021, cresce il supporto alla comunità israeliana

Personalmente, in questo momento lei si sente più vicino...

Rispetto al 2021

ALLA COMUNITÀ ISRAELIANA

25

+14

ALLA COMUNITÀ PALESTINESE

10

-9

A ENTRAMBE

30

+9

A NESSUNA DELLE DUE

21

-4

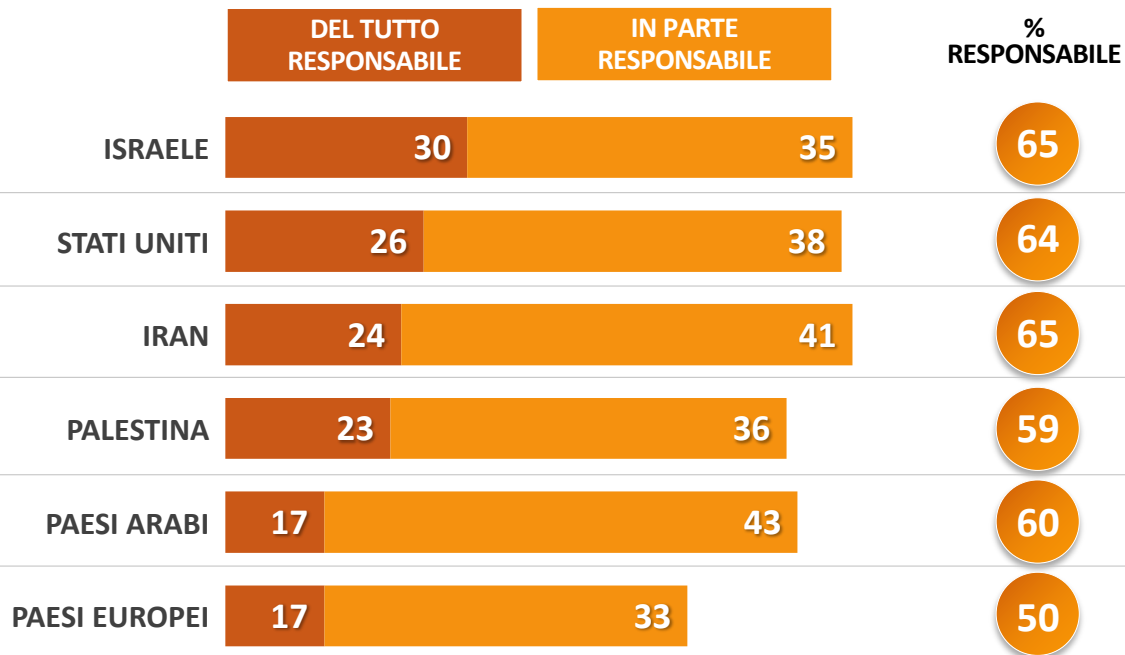
NON SAPREI

14

-10

Se si è arrivati alla situazione attuale le responsabilità sono diffuse ma oltre alle parti in causa si punta il dito soprattutto su Usa e Iran

Il conflitto israelo-palestinese ha radici che percorrono la storia del secolo scorso. Per quella che è la sua opinione, quanto i seguenti paesi hanno avuto un ruolo e una responsabilità storica nel determinare questa situazione?



1 su 2 caldeggia il supporto alle forze moderate per neutralizzare Hamas e andare verso il riconoscimento dello Stato Palestinese

A prescindere dall'evoluzione del conflitto, è molto probabile che la questione israelo-palestinese non si esaurisca a breve.
Secondo lei cosa dovrebbe fare Israele una volta conclusa questa fase del conflitto?

SUPPORTARE L'AUTORITÀ PALESTINESE e le frange più moderate per cercare insieme di neutralizzare Hamas e RICONOSCERE LO STATO PALESTINESE

52



73 ELETTORI CSX

TORNARE ALLA SITUAZIONE PRECEDENTE all'inizio del conflitto, SENZA RICONOSCERE LO STATO PALESTINESE

10

RIOCCUPARE LA STRISCIA DI GAZA, combattendo Hamas nei suoi territori

9



19 ELETTORI CDX

non saprei

29

2.

GLI ITALIANI E IL NUCLEARE

La consapevolezza del ruolo che il nucleare può avere nel processo di transizione energetica ha riportato alla ribalta il dibattito sull'utilizzo dell'energia nucleare in Italia. Le nuove tecnologie alla base dei mini reattori e dei reattori di quarta generazione sono conosciute solo da una minoranza di italiani che, tuttavia, si dichiarano molto fiduciosi rispetto alla sicurezza e alla loro sostenibilità dal punto di vista ambientale.

Approvare la costruzione di una centrale nucleare è tuttavia un discorso più delicato, che, come ogni grande opera, deve fare i conti con la sindrome NIMBY. Se infatti è solo il 30% degli italiani a dichiararsi favorevole alla costruzione di una centrale a meno di 100km da casa propria, la quota sale al 60% nel momento in cui la distanza supera i 500km.

Un discorso analogo riguarda l'eventuale risparmio in bolletta: è il 42% a dichiarare che sarebbe favorevole alle infrastrutture nucleari con una riduzione del 10% del costo in bolletta dell'energia, ma già con una offerta in calo del 20%, i favorevoli ai nuovi impianti superano la metà della popolazione. Nel complesso, a dichiararsi contrario alle nuove tecnologie nucleari a qualsiasi condizione è un quarto degli Italiani, contrapposto ad un 20% di favorevoli a prescindere. La maggior parte della popolazione esprime un'apertura di fondo, ma ha bisogno di informazioni più concrete in merito. La componente generazionale evidenzia tuttavia notevoli spaccature: tra i giovani i contrari sono meno di 1 su 5, mentre tra la generazione che ha vissuto Chernobyl, la quota è sensibilmente più alta.



Solo una ridotta quota di Italiani è a conoscenza delle nuove tecnologie nel campo del nucleare civile

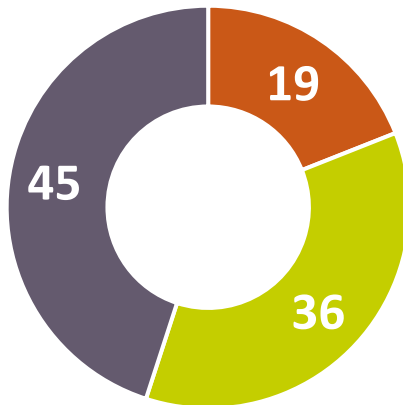
Lei ha sentito parlare delle seguenti tecnologie nel campo della produzione dell'energia?

SÌ, NE SONO A
CONOSCENZA

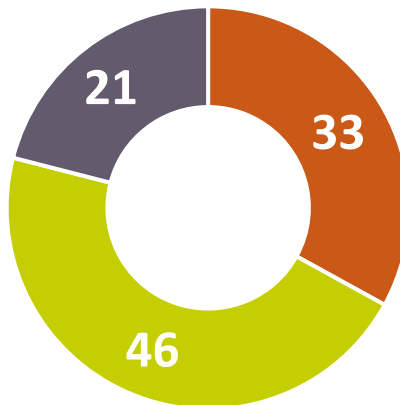
NE HO SENTITO PARLARE MA
NON SO DI COSA SI TRATTI

NO, NON NE HO MAI
SENTITO PARLARE

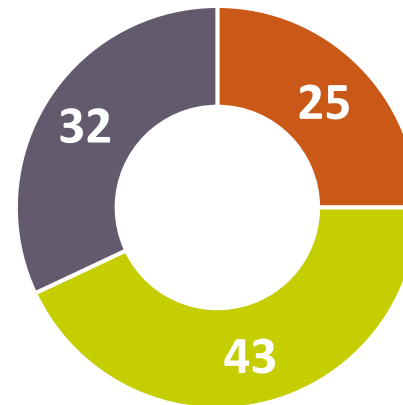
REATTORI SMR



REATTORI NUCLEARI DI
QUARTA GENERAZIONE

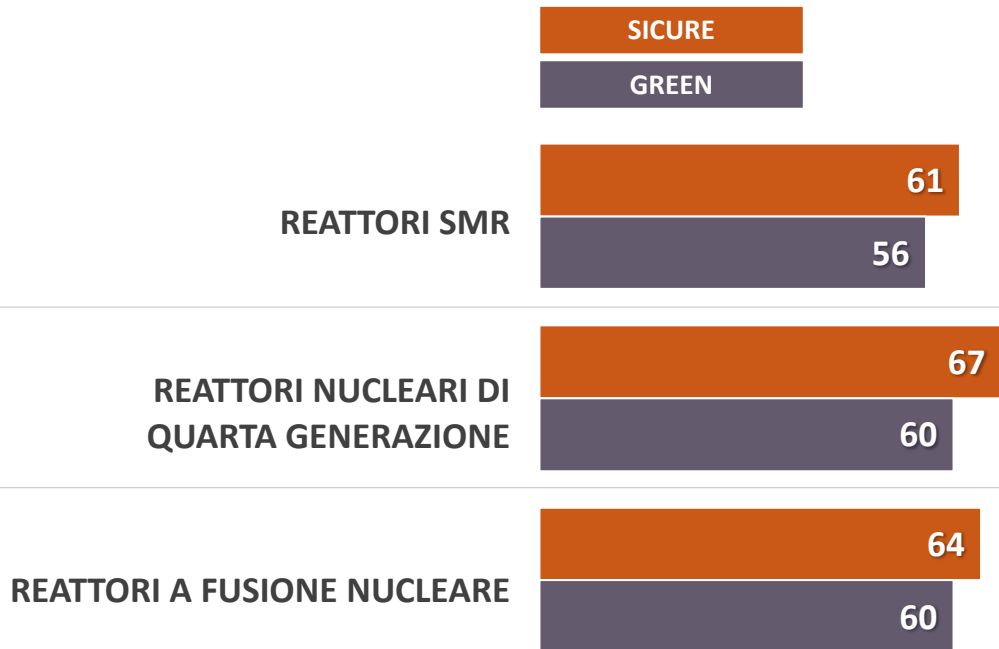


REATTORI A FUSIONE
NUCLEARE



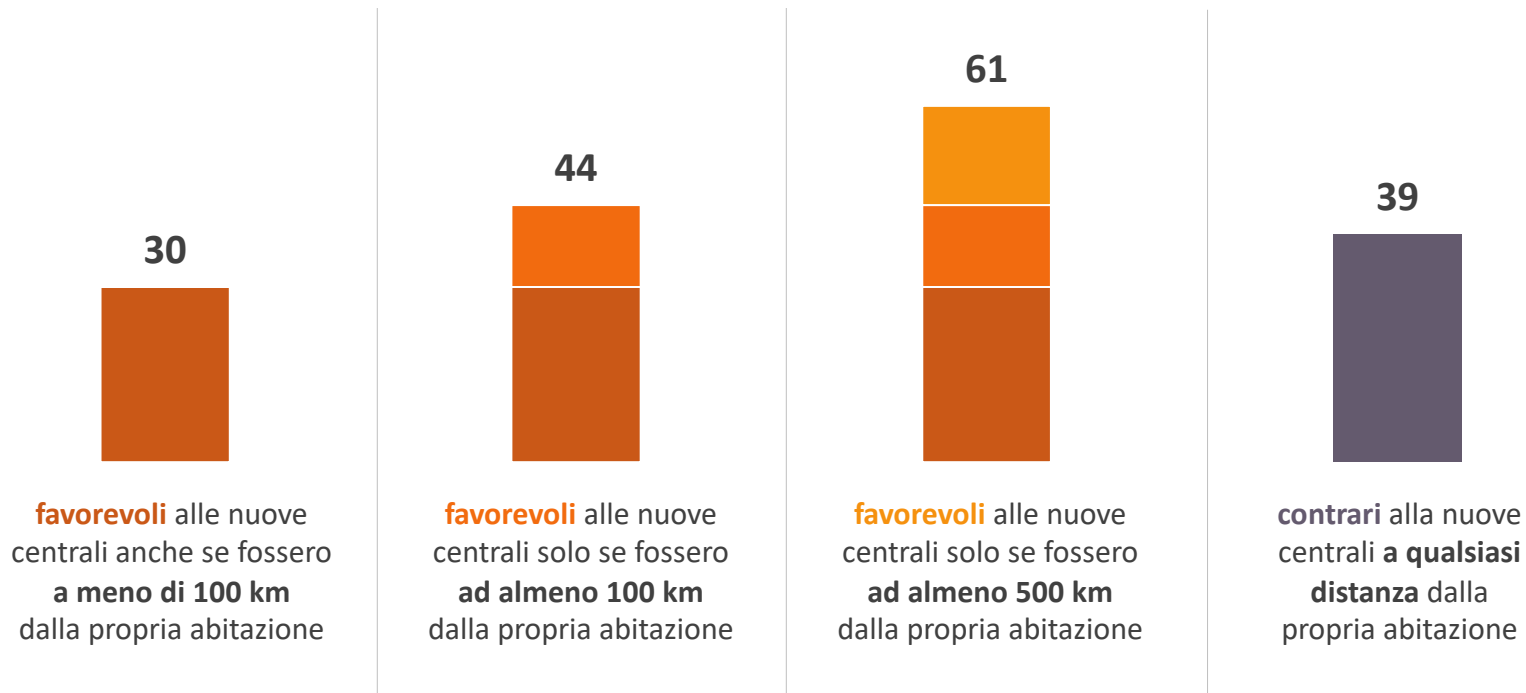
Chi ne è a conoscenza reputa queste tecnologie sicure e sostenibili dal punto di vista ambientale

Per quanto ne sa, queste tecnologie sono...?
RISPONDE CHI LE CONOSCE O NE HA ALMENO SENTITO PARLARE



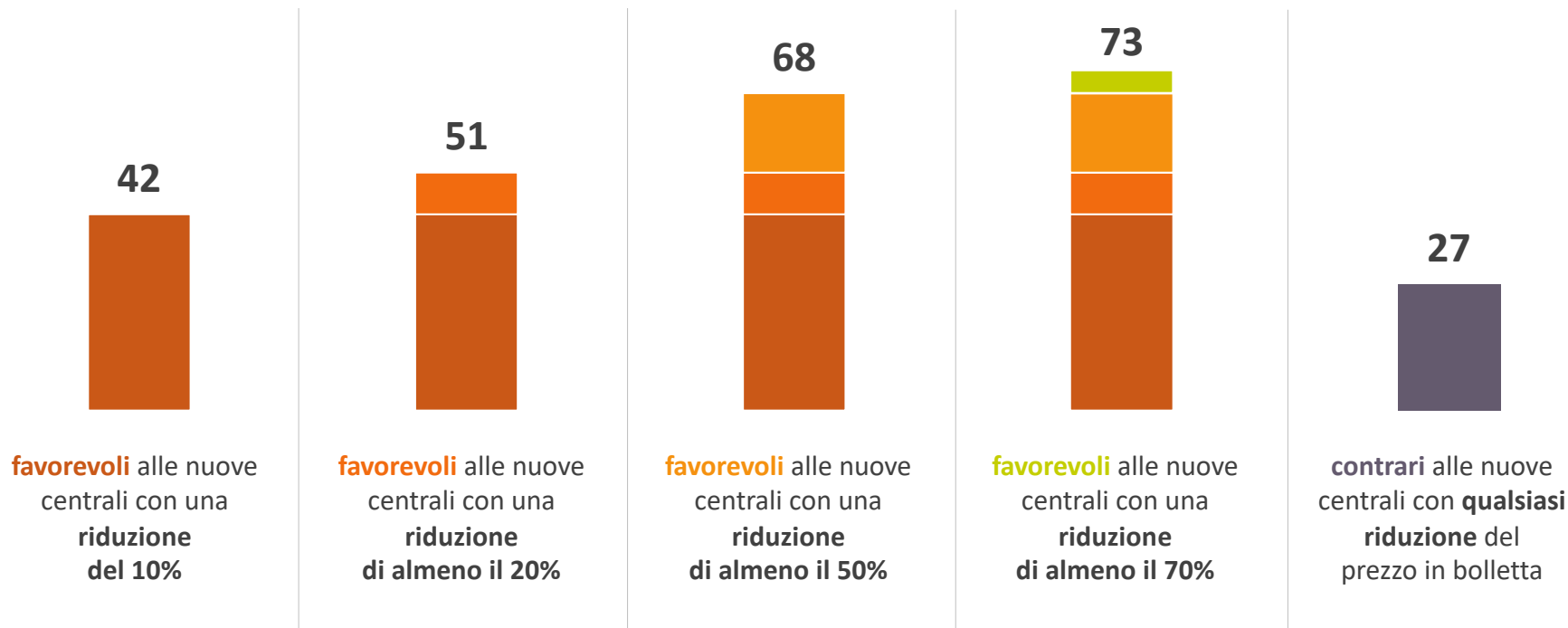
Sindrome NIMBY: solo un terzo ne è immune

Nell'ipotesi in cui questi reattori fossero costruiti a questa distanza dalla sua abitazione lei sarebbe...



Nell'ipotesi di una riduzione del prezzo in bolletta di almeno il 20% la maggioranza degli italiani sarebbe favorevole a nuove centrali

Nell'ipotesi che con questi reattori ci fosse una riduzione dei costi in bolletta per l'energia pari a quella indicata, lei sarebbe...



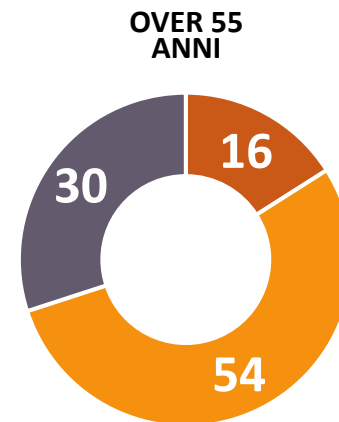
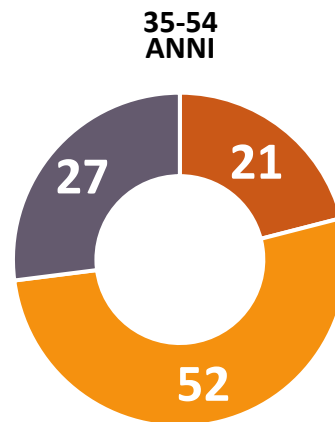
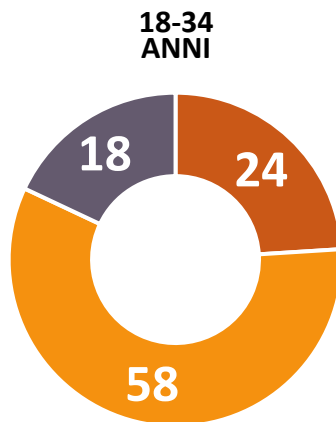
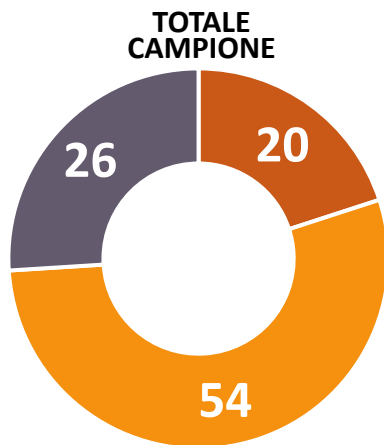
Solo 1 italiano su 4 è apertamente contrario alle nuove centrali. I giovani i più favorevoli

Favore o contrarietà alla costruzione di nuove centrali nucleari in Italia per età degli intervistati.

FAVOREVOLI A
PRESCINDERE

FAVOREVOLI AD
ALCUNE CONDIZIONI

CONTRARI A
PRESCINDERE



3.

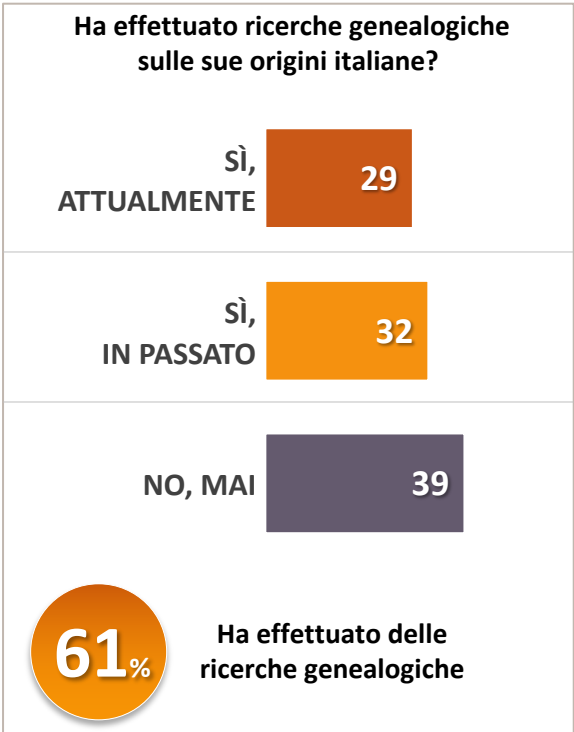
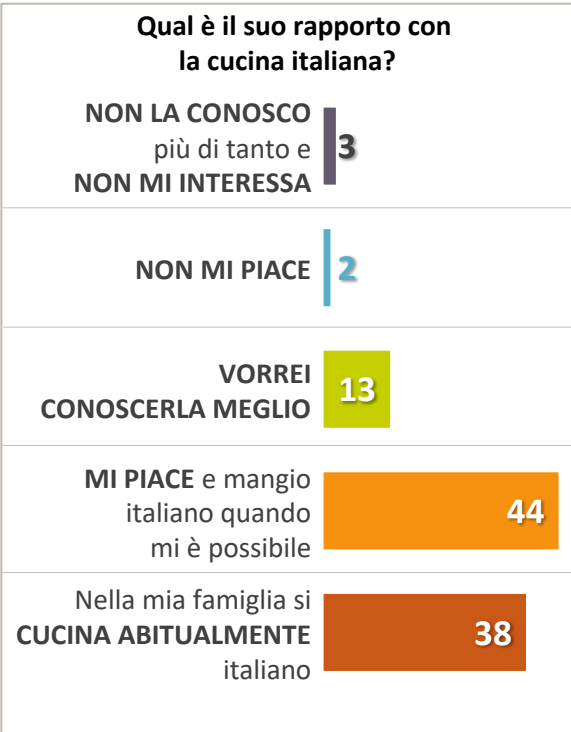
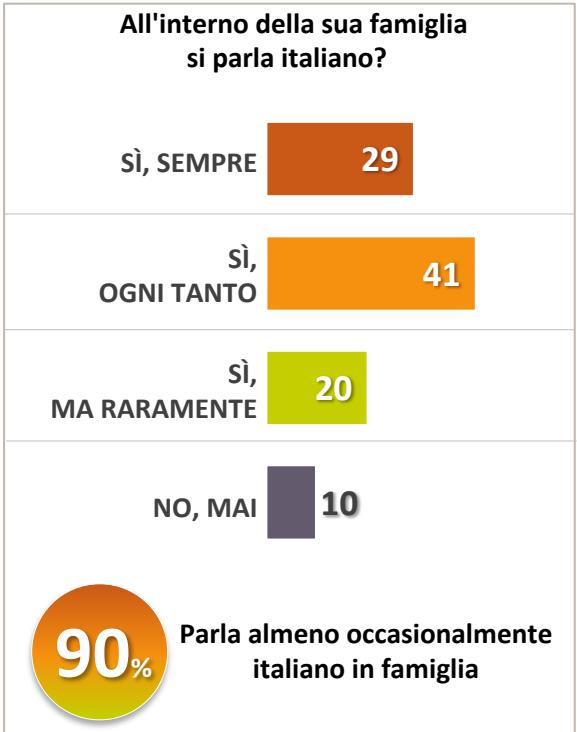
IL TURISMO DELLE RADICI

Il 2024 sarà l'anno dedicato al «turismo delle radici», ovvero alla riscoperta dei territori, delle tradizioni e della cultura italiana da parte degli italiani emigrati all'estero e/o italo discendenti che hanno legami e origini italiane (italics). Dalla ricerca realizzata per Confcommercio/Confturismo per questa occasione emerge che vi è ancora un forte legame con la cultura italiana da parte degli italics: la maggior parte parla ancora italiano e mangia italiano.

Il legame con le proprie origini si traduce anche in una forte propensione a visitare l'Italia ed effettuare un viaggio di (ri)scoperta delle proprie radici. 9 italics su 10, infatti, sarebbero disposti a fare un viaggio nei prossimi anni in compagnia della propria famiglia. Un viaggio che deve occupare almeno due settimane, ma, soprattutto per chi arriva da altri continenti, si può allungare ad oltre un mese e dove è importante sentirsi riconosciuti come italiani e non come turisti stranieri in visita. Questo comporta anche scelte precise dal punto di vista dell'ospitalità (con la preferenza per strutture turistico-ricettive piccole o medio piccole), della ricerca delle cose da fare (recuperare le tradizioni culinarie in primis, ma anche rafforzare la lingua), degli itinerari (concentrati soprattutto attorno ai luoghi chiave della storia famigliare). L'importanza di questo tipo di turismo è anche di natura economica: la spesa media prevista per riscoprire le proprie origini è di 3.100€ a persona, con un impatto complessivo stimato che potrebbe superare gli 8 miliardi di euro.

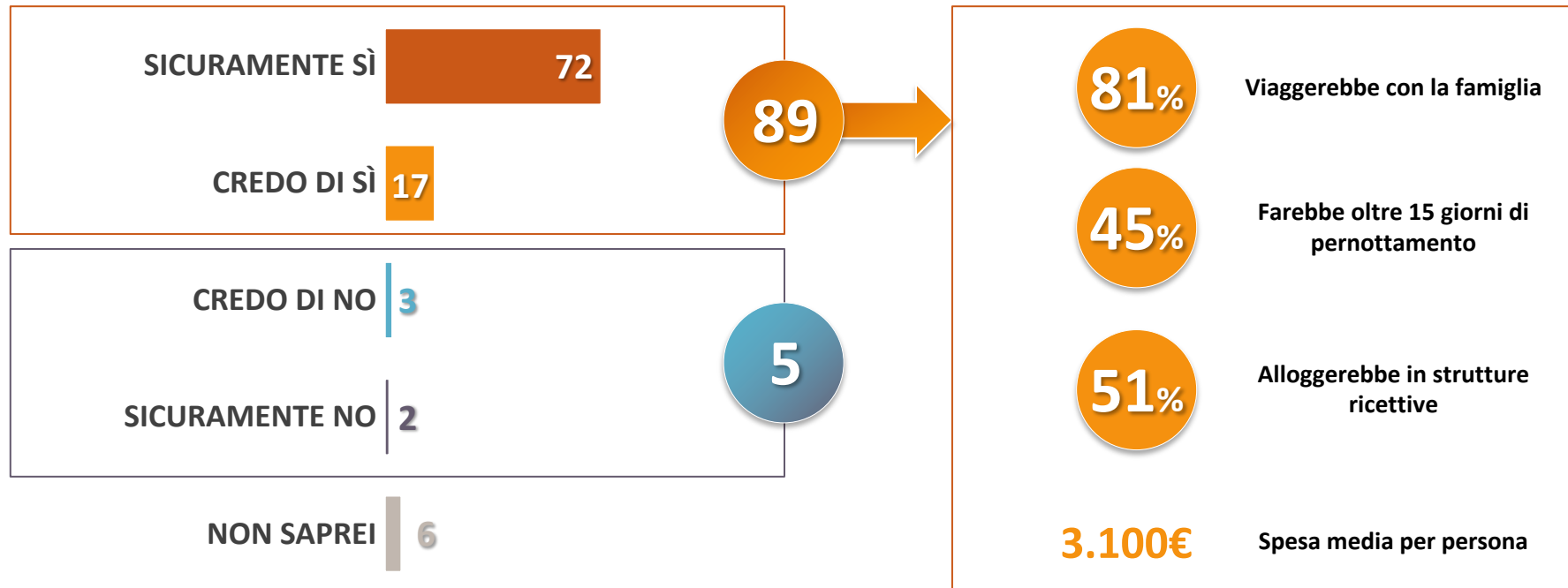


Italics: rimane forte il legame con la Patria delle origini. Lingua e cucina sono irrinunciabili. 6 su 10 hanno fatto ricerche genealogiche



Quasi la totalità degli italics vorrebbe fare un viaggio in Italia per riscoprire le proprie origini, con una spesa media di 3.100€ a persona

Nei prossimi anni, sarebbe interessato/a a fare un viaggio in Italia?



Le motivazioni del viaggio in Italia: amore verso il Belpaese, ma anche una immersione totale per rivivere le proprie radici

Per quali motivi vorrebbe fare un viaggio in Italia? (POSSIBILI PIÙ RISPOSTE)
RISPONDE CHI E' INTERESSATO A FARE UN VIAGGIO IN ITALIA

		Chi è stato in Italia più volte	Chi non è mai stato in Italia
perché MI PIACE L'ITALIA	65	66	51
per VISITARE I LUOGHI di cui ho sentito parlare	47	45	56
per INCONTRARE I MIEI PARENTI che ancora vivono in Italia	44	50	33
per GUSTARE LA CUCINA ITALIANA	44	42	55
per APPROFONDIRE LA CULTURA LOCALE	38	36	53
per ACQUISTARE PRODOTTI ITALIANI IN ITALIA	34	37	26
per CONOSCERE/ RISCOPRIRE LA MIA TERRA D'ORIGINE e le mie radici	33	30	60
per SCOPRIRE LE TRADIZIONI ITALIANE e della mia terra d'origine	30	29	44
per FAR SCOPRIRE LE MIE ORIGINI al/alla mia partner e/o ai miei figli	27	27	33
per IMPARARE L'ITALIANO	26	25	29
per una PROMESSA fatta a genitori, amici, parenti	19	21	22
per IMPARARE A CUCINARE i piatti italiani	19	19	20
per RICOSTRUIRE IL MIO ALBERO GENEALOGICO	17	14	35
per MOTIVI BUROCRATICI	7	8	7



SWG



CONF COMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

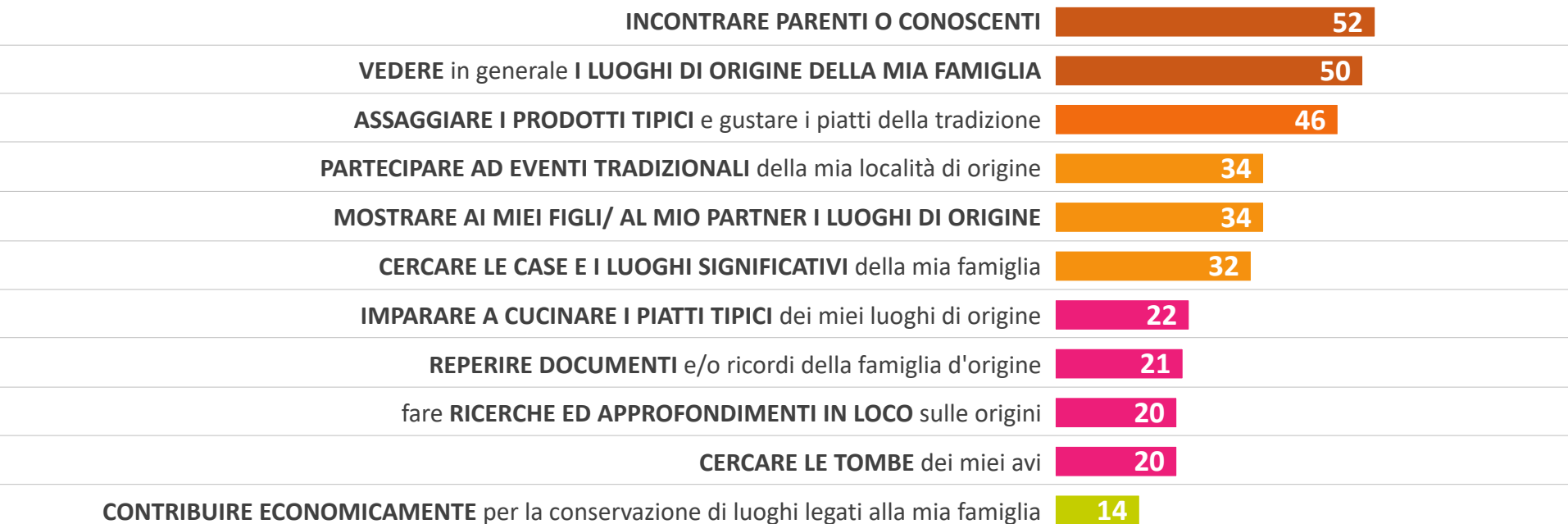
NOTA INFORMATIVA valori espressi in %. Date di esecuzione: 5 - 25 settembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione composto da 523 italiani o italo discendenti – figli o nipoti di emigrati italiani – residenti in Nord America (USA e Canada), Sud America (Brasile e Argentina), Australia ed Europa (Francia, Germania, UK).

Tutti i diritti riservati

16

Famiglia, storia e cibo: i tre ingredienti fondamentali per la vacanza ideale alla scoperta delle proprie origini

Rispetto alla possibilità di visitare i luoghi di origine della sua famiglia, cosa vorrebbe fare in particolare? (POSSIBILI 5 RISPOSTE)



SWG

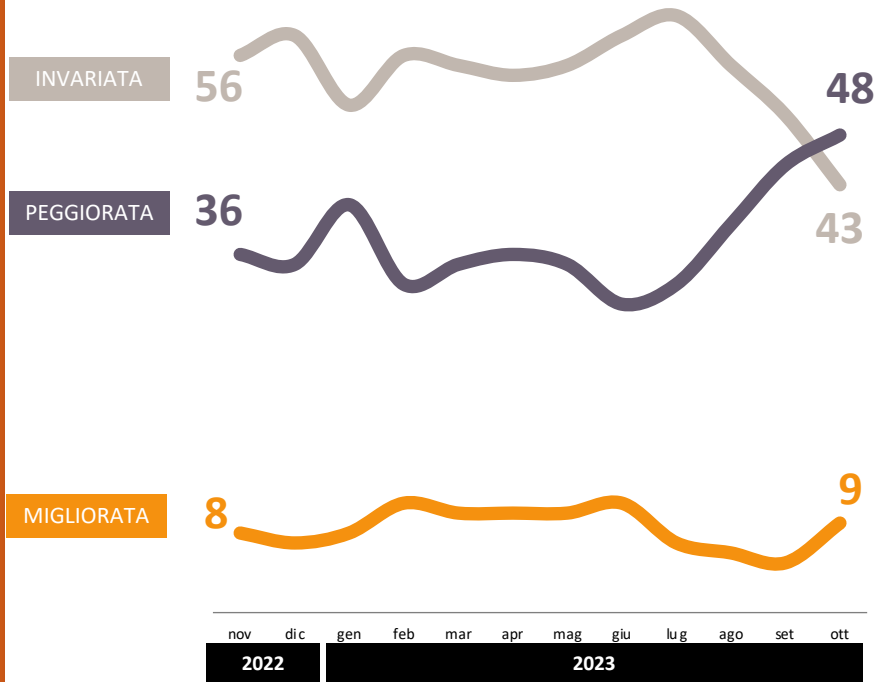


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

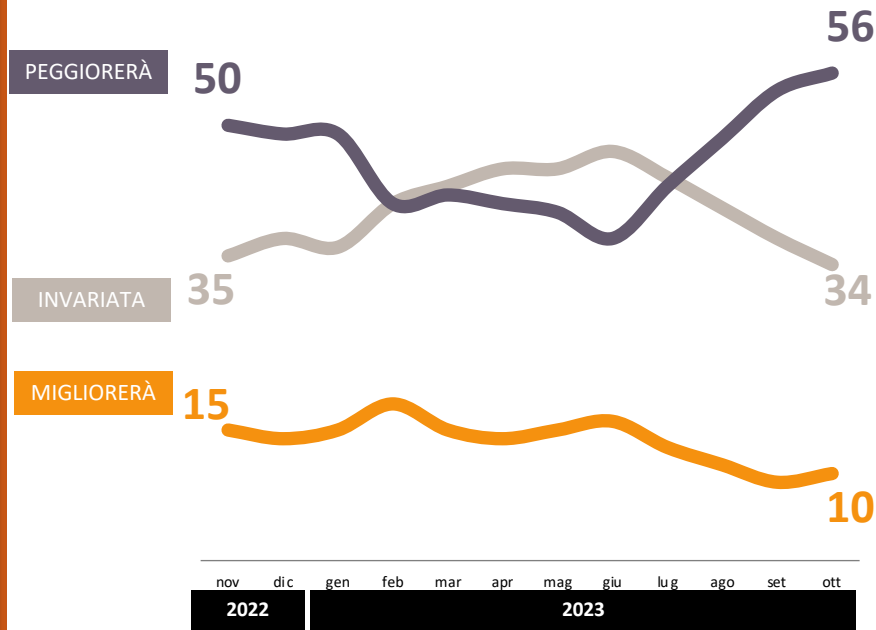
NOTA INFORMATIVA valori espressi in %. Date di esecuzione: 5 - 25 settembre 2023. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione composto da 523 italiani o italo discendenti – figli o nipoti di emigrati italiani – residenti in Nord America (USA e Canada), Sud America (Brasile e Argentina), Australia ed Europa (Francia, Germania, UK).

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

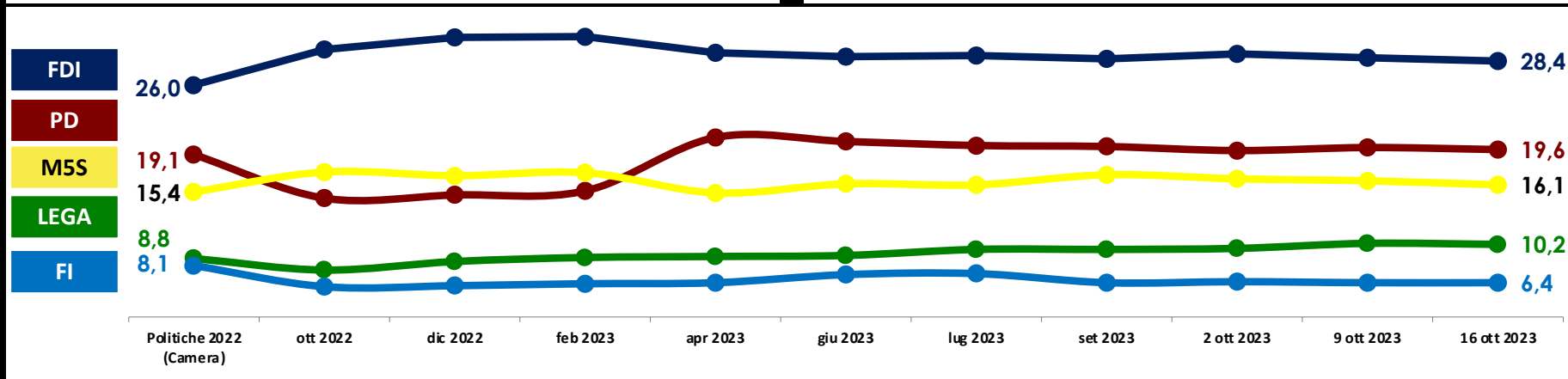


INTENZIONI DI VOTO 16 OTTOBRE 2023

		Differenza rispetto al 9/10/2023
Fratelli d'Italia	28,4	-0,3
Partito Democratico	19,6	-0,2
Movimento 5 Stelle	16,1	-0,4
Lega	10,2	-0,1
Forza Italia	6,4	=
Azione	4,0	+0,3

		Differenza rispetto al 9/10/2023
Alleanza Verdi-Sinistra	3,6	+0,3
+Europa	2,5	+0,1
Italia Viva	2,5	=
Per l'Italia con Paragone	1,8	+0,1
Unione Popolare	1,4	-0,2
Noi Moderati	1,0	+0,2
Altro partito	2,5	+0,2

Non si esprime: 40% (-1)



"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

