

The logo for 'radar swg' features an orange sphere with three white orbital rings on the left. To its right, the word 'radar' is written in a white, lowercase, rounded sans-serif font, and 'swg' is in a white, lowercase, bold sans-serif font.

radar swg

25 – 31 maggio 2026

- I. Festa della Repubblica
- II. Gli indici percettivi
- III. Generazione Skincare

Spinner: modifiche alla Costituzione – 2009-2025

Pannello: la preoccupazione per l'aumento dei prezzi

Intenzioni di voto – 1 giugno 2026



I. Festa della Repubblica



La festa che commemora la nascita della Repubblica Italiana sta acquisendo sempre più importanza tra gli italiani. Assieme al 25 aprile, è ora la festività laica più significativa, molto sentita da metà dei cittadini.

Questo atteggiamento nei confronti della ricorrenza del 2 giugno riflette un crescente riconoscimento dei valori fondativi della Repubblica. Dopo un periodo (2012-2017) in cui il rapporto degli italiani con i pilastri della Repubblica, ovvero Resistenza, Costituzione e rappresentanza democratica, si era parzialmente incrinato, negli ultimi 10 anni la consapevolezza del valore di questi capisaldi ha avuto una progressiva crescita. Crescita che poi ha vissuto un'accelerazione nel 2022, all'inizio del mandato dell'attuale Governo.

L'apice della Repubblica è attualmente rappresentato dal Presidente Mattarella, il quale incarna concretamente l'unità nazionale. Gode infatti della fiducia di un livello elevato e crescente di cittadini. Il Capo dello Stato è apprezzato dalla maggioranza in tutte le aree politiche, ad eccezione della destra, dove risulta poco popolare. Il gradimento più alto si registra invece nel centrosinistra.

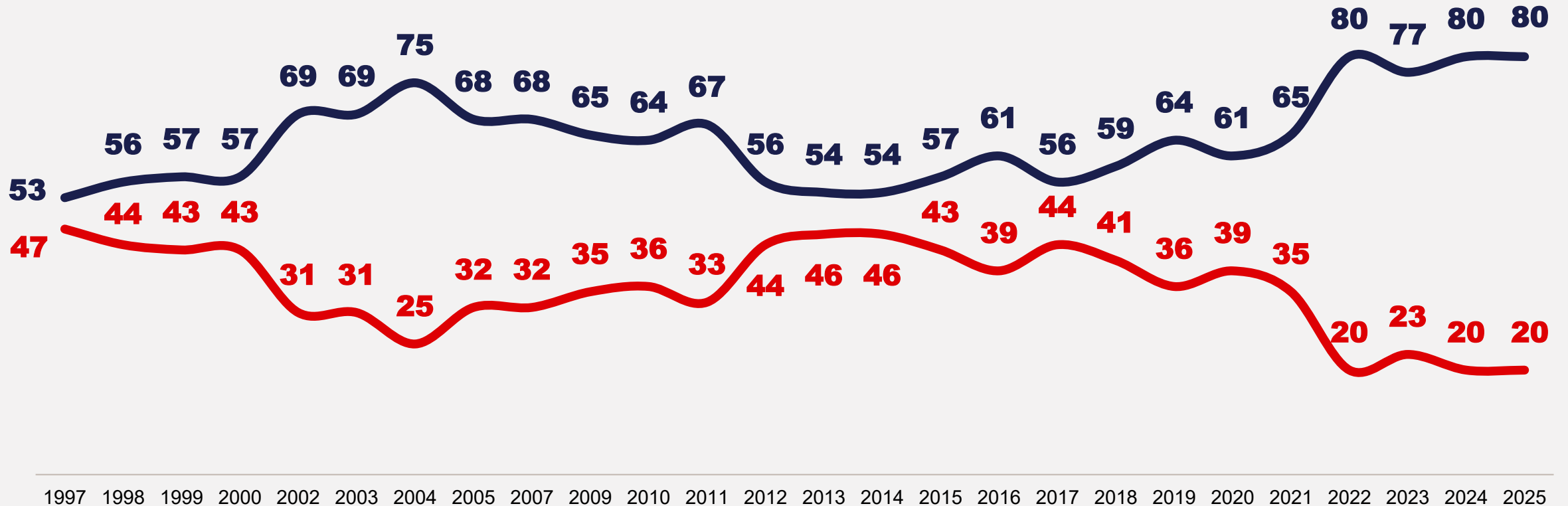
A mostrarsi piuttosto debole è invece l'orgoglio nazionale: soltanto un italiano su tre si dichiara molto fiero della propria identità nazionale, con una evidente frattura generazionale: se tra gli over-64enni la metà esprime orgoglio pieno, tra i giovani lo fa soltanto il 15%.

I valori fondativi basati su Costituzione, Resistenza e intermediazione democratica hanno un riconoscimento sempre più ampio

Orientamento «Valori fondativi»: sintetizza, attraverso le risposte a un set di domande, la consapevolezza e il riconoscimento del ruolo "fondante" della Resistenza, della Costituzione che ne è scaturita e del ruolo dei partiti e dei sindacati

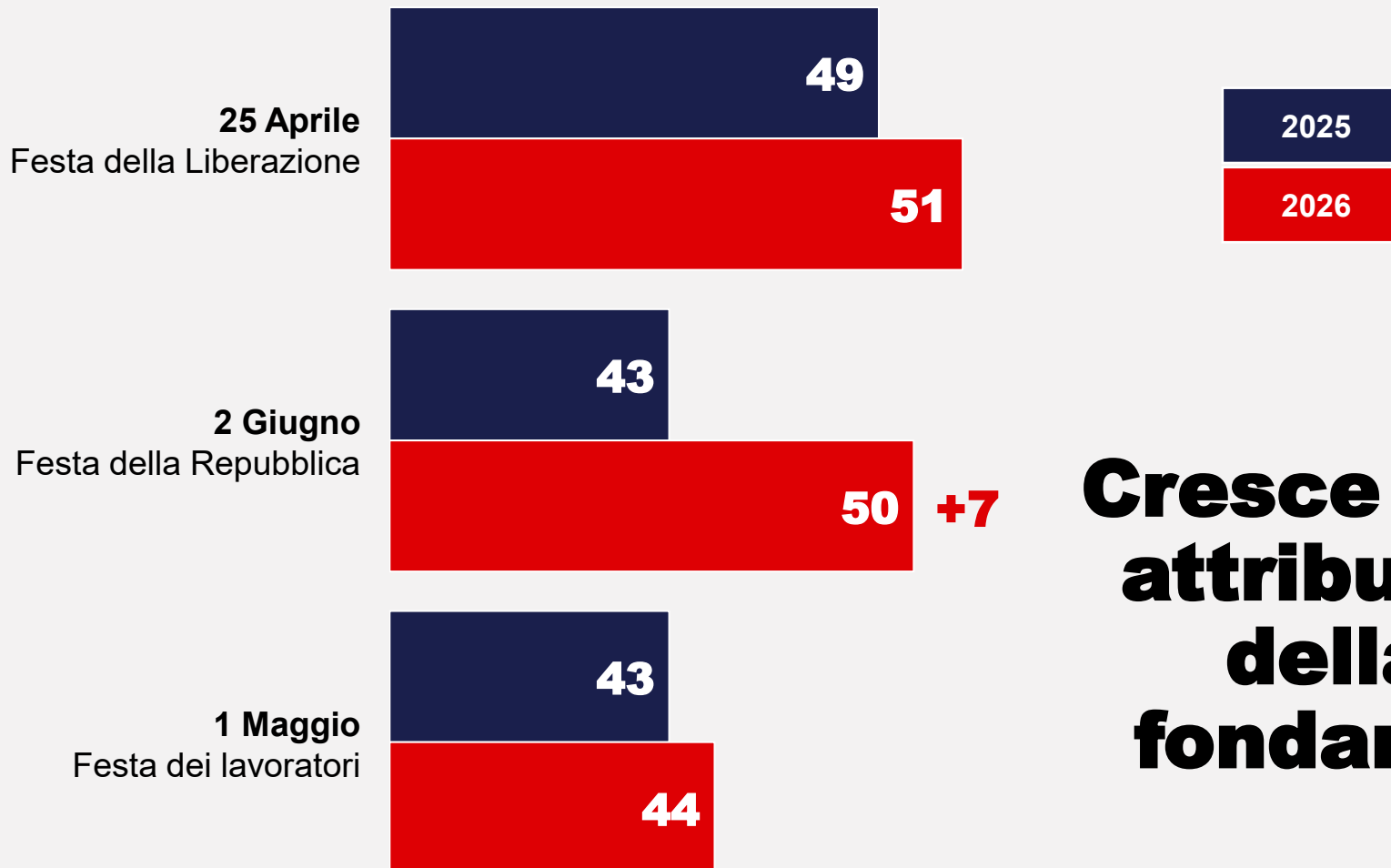
in trend=aderisce all'orientamento

off trend=non aderisce all'orientamento



Per lei personalmente, quanto sono importanti le seguenti feste?

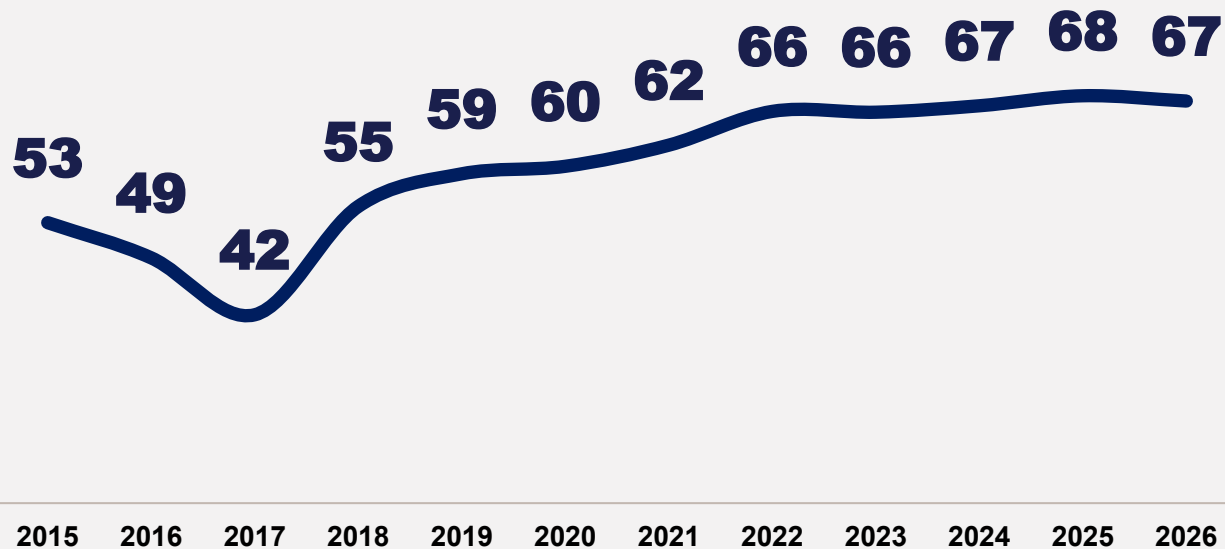
% "molto importante"



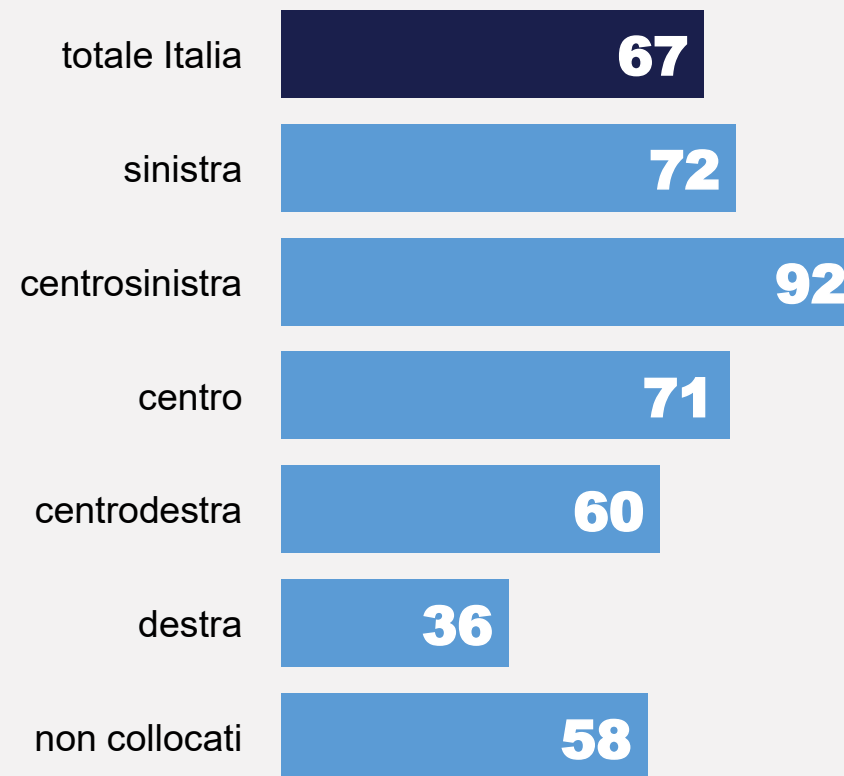
Cresce l'importanza attribuita alla Festa della Repubblica, fondamentale per 1 italiano su 2

Mattarella, il Presidente di tutti gli italiani, o quasi: la fiducia nel Capo dello Stato cresce da 9 anni ed è politicamente trasversale

Fiducia nel Presidente Mattarella.
(% molto + abbastanza fiducia)



Dettaglio per autocollocazione politica.
(% molto + abbastanza fiducia)



Solo un italiano su tre è pienamente orgoglioso della propria identità nazionale. Il sentimento è più debole tra i giovani e le donne

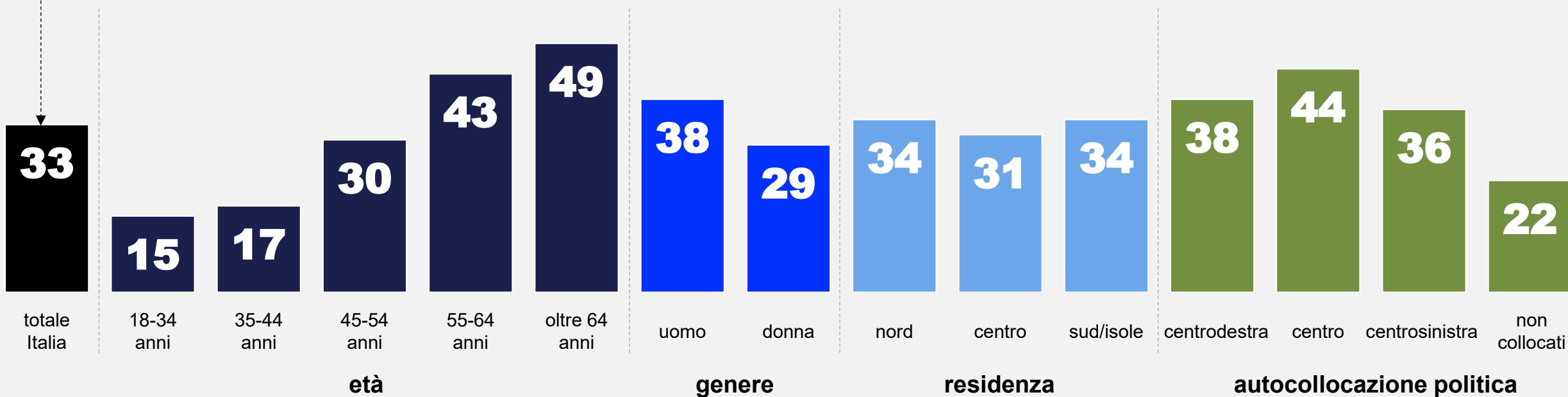
Lei si sente orgoglioso di essere italiano?



molto orgoglioso

abbastanza orgoglioso

non orgoglioso



II. Gli indici percettivi



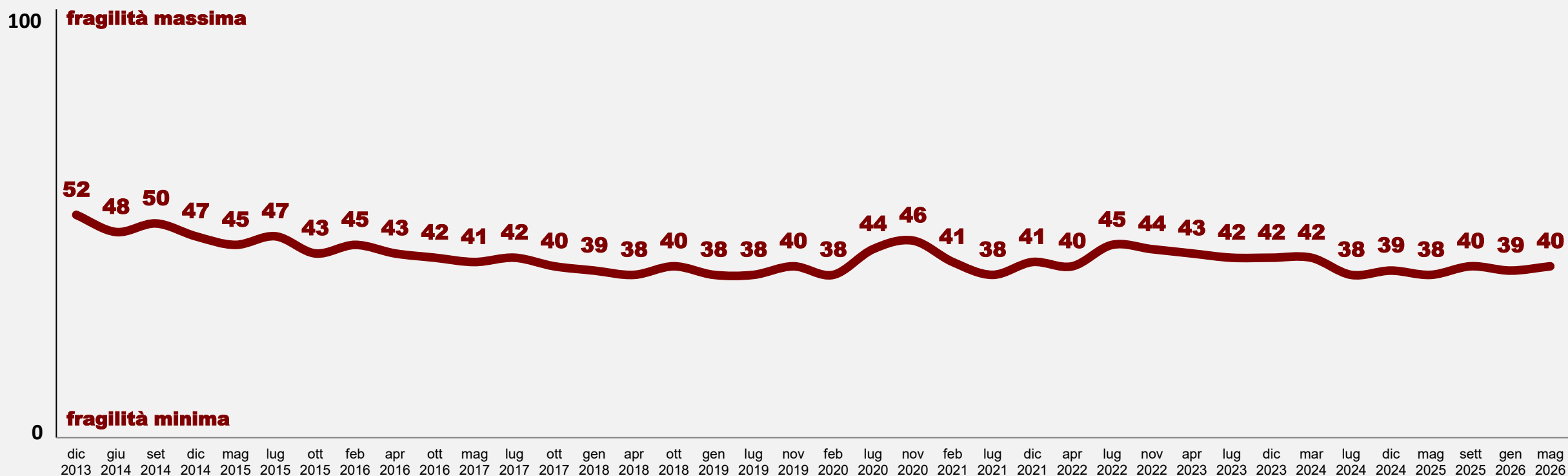
Periodicamente viene presentata l'analisi dell'andamento dei 4 indici di SWG che permettono di osservare i mutamenti in atto nella società italiana; cambiamenti che forniscono indicazioni rilevanti sulle reazioni dell'opinione pubblica a questo periodo denso di avvenimenti:

- **L'indice di fragilità economica delle famiglie**
- **L'indice di marginalità sociale**
- **L'indice di confidenza nel futuro**
- **L'indice di disaffezione politico-istituzionale.**

Questi strumenti analitici sono stati definiti attraverso l'esperienza dello studio dell'opinione pubblica e sono in grado di restituire, ogni quadrimestre, la componente percettiva e di volta in volta adattativa e reattiva dei cittadini. Analizzando gli indici di natura e capacità conoscitiva differente, si capta lo stato d'animo del Paese e si completa quel quadro complessivo indispensabile per la comprensione del presente anche attraverso gli aspetti sommersi e gli atteggiamenti latenti.

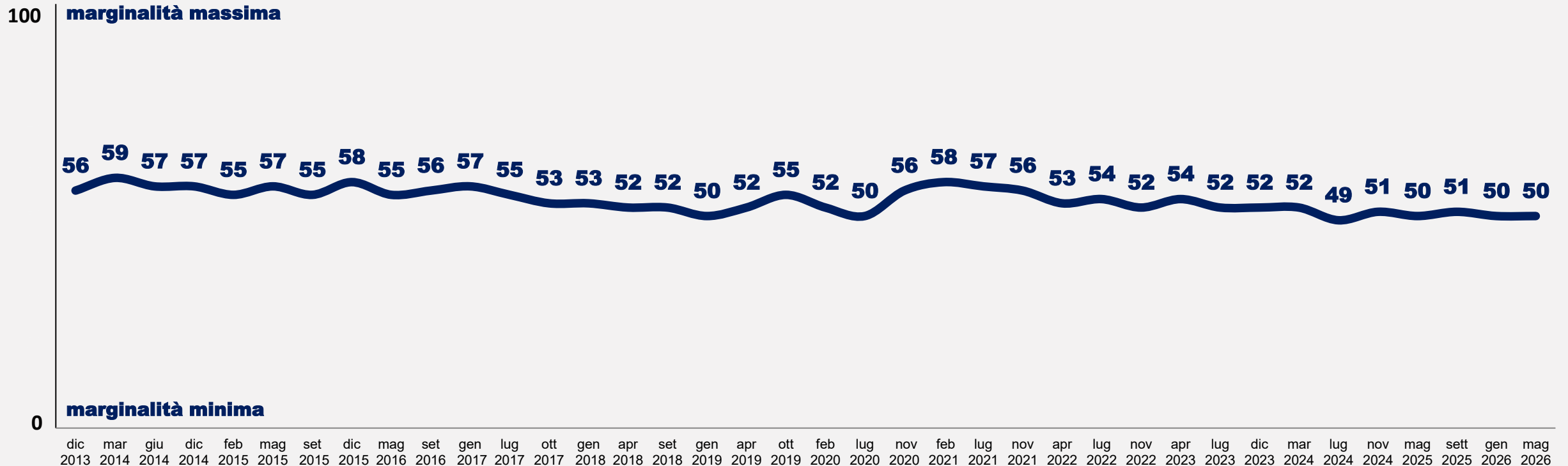
Indice di Fragilità Economica: torna a crescere lievemente la percezione di difficoltà per una parte delle famiglie

L'indice segnala il livello di difficoltà che i nuclei familiari ritengono di vivere.
Negli ultimi mesi si manifesta un leggero saliscendi della condizione economica media percepita delle famiglie.
La situazione generale conduce a un quadro incerto e mutevole e, di riflesso, l'Indice segnala questa variabilità.



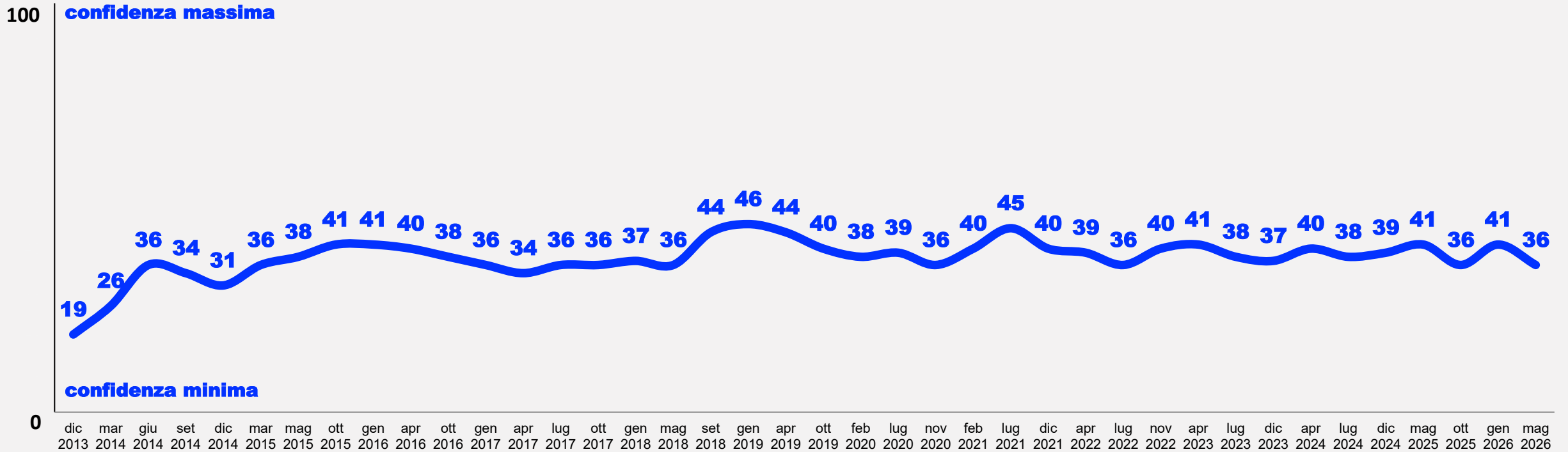
Indice di Marginalità Sociale: cittadino e società, una relazione difficile

L'Indice di Marginalità Sociale segnala la condizione dei cittadini dall'angolo visuale dell'essere parte attiva della società.
Appare stabilizzata la sensazione di non essere del tutto inclusi nel divenire della società.
Questa percezione coinvolge, comunque, metà delle popolazione.



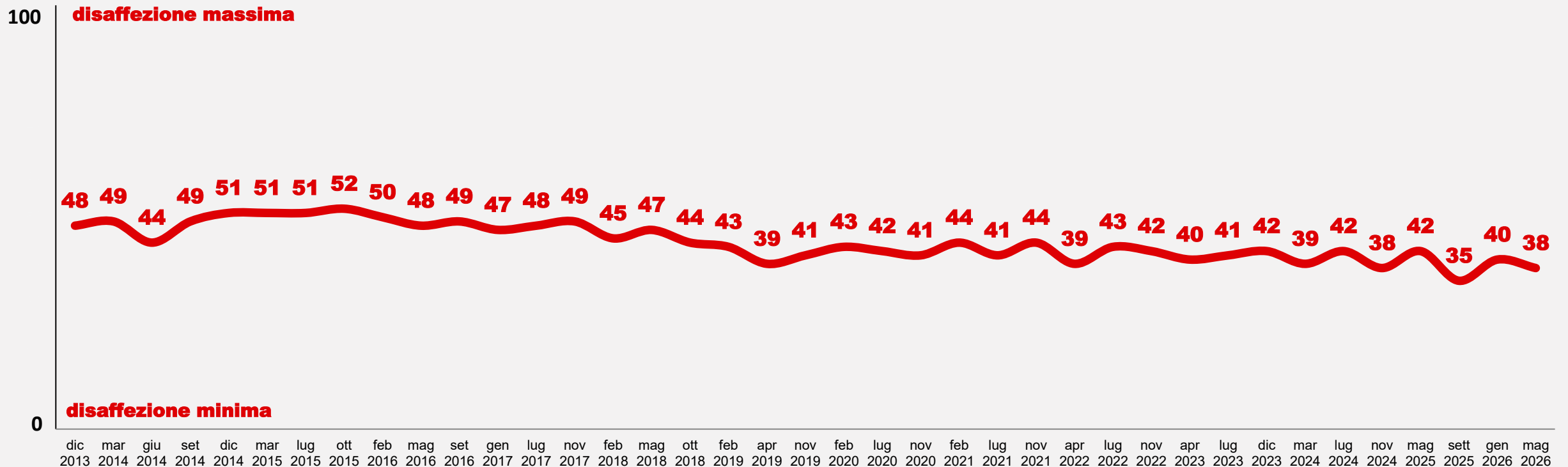
Indice di Confidenza nel Futuro: la mutevolezza del quadro generale destabilizza le attese dei cittadini

Le attese verso il futuro sono un ottimo indicatore del livello di impegno e di fiducia che attraversa una popolazione. Dopo la ripresa della fine dell'anno scorso, si ripresenta la preoccupazione per le prospettive. La situazione complessiva dei primi mesi dell'anno - internazionale con le ricadute nazionali - ha prodotto un impatto negativo sulle attese future.



Indice di Disaffezione Politico-Istituzionale: anche il rapporto con la politica risente di aspetti contingenti

Questo indice analizza gli agenti del distacco, della sfiducia e i moventi che generano i cambiamenti del rapporto tra opinione pubblica, istituzioni e politica. Negli ultimi due anni l'opinione pubblica manifesta degli alti e bassi nel rapporto con il mondo politico-istituzionale. Si susseguono momenti di aggancio e di distanza. Da ultimo il referendum sulla giustizia ha spinto a partecipare. Ma non appare esserci ancora un vero rinsaldamento del rapporto.



III. Generazione Skincare



Oggi l'approccio al mondo della cosmetica si anticipa: sempre più bambine e preadolescenti fanno uso abituale di prodotti per la cura della pelle, come sieri, maschere e prodotti anti-age. Il fenomeno si è diffuso globalmente sotto l'influenza di influencer giovanissimi che, su Instagram e TikTok, raccontano la loro routine di skincare.

I dati confermano che questa tendenza ha messo radici anche nel nostro Paese. Sebbene per la stragrande maggioranza degli italiani il momento «giusto» per avvicinarsi a questi prodotti sia l'adolescenza, ben quattro su dieci sono consapevoli che l'utilizzo si stia diffondendo anche tra i minori di 14 anni.

Di fronte al recente fenomeno, la reazione è prevalentemente di allarme, soprattutto tra i genitori con figli tra i 6 e i 13 anni, ma esiste anche una componente di rassegnazione per una deriva ritenuta «inevitabile» nell'era dei social. La forte preoccupazione è rivolta

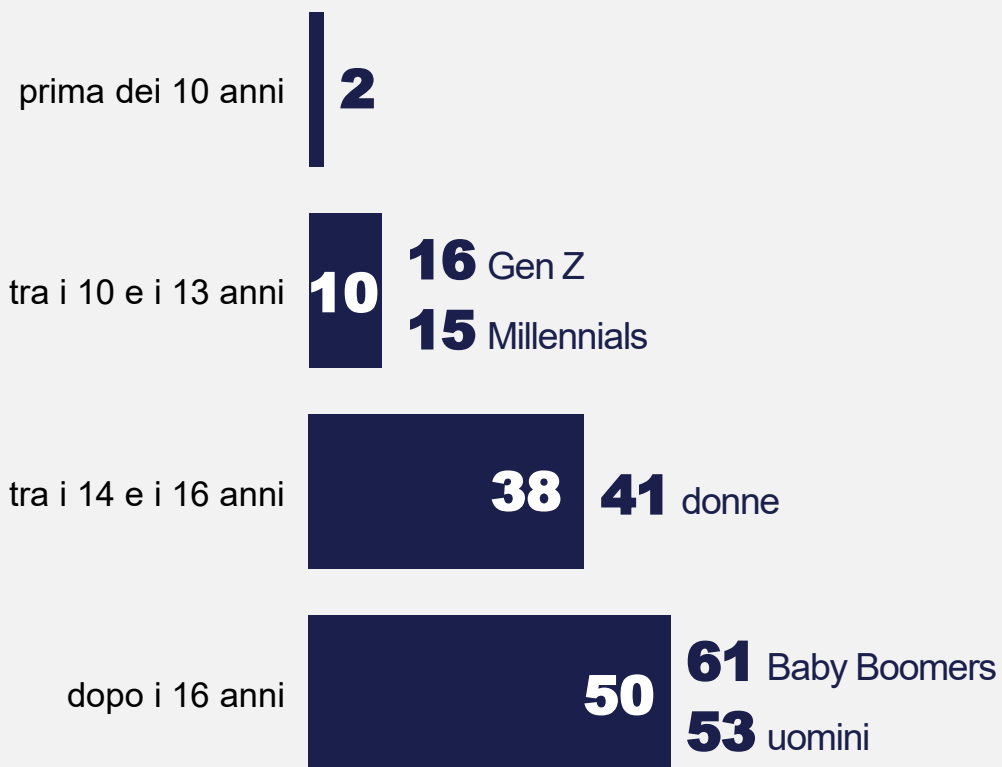
soprattutto al benessere emotivo delle minori, che rischiano di essere esposte a eccessiva attenzione per l'estetica, ansia e problemi di autostima. Ma non solo, viene sollevato anche lo sviluppo prematuro di problemi dermatologici.

Di fronte ad una tendenza che spinge le bambine ad «adultizzarsi» precocemente per gli italiani la priorità è duplice: limiti di età sui social per arginare contenuti inappropriati e controlli più rigidi sulle strategie di mercato delle aziende del settore.

Al contempo, per un intervistato su due la skincare non va demonizzata: può essere un'abitudine positiva per le giovanissime, a patto che incarni un approccio più ludico, che educi alla scoperta di sane abitudini e favorisca una relazione positiva con il proprio corpo, libera da pressioni e condizionamenti «da adulto».

Età «adeguata» ai cosmetici? Dopo i 14 anni. Ma è ormai diffuso un utilizzo più precoce

Secondo lei, a quale età è appropriato che una ragazza inizi a usare prodotti cosmetici (creme, sieri, maschere o make-up) in modo abituale?



Le è mai capitato di osservare, in famiglia o tra i suoi conoscenti, bambine o preadolescenti (sotto i 14 anni) che utilizzano prodotti cosmetici per adulti, come ad esempio sieri, retinolo, maschere o creme anti-età?



Negli ultimi anni si vedono sempre più bambine e preadolescenti che acquistano e usano abitualmente prodotti cosmetici da adulti: sieri anti-età, retinolo, acidi esfolianti. Il fenomeno è esploso a partire dal 2024, trainato da TikTok e Instagram, dove influencer giovanissimi mostrano in video le proprie routine di bellezza. Qual è la sua opinione personale di fronte a questo fenomeno?

è molto preoccupante e allarmante,
lo trovo un pericolo per la salute fisica
e mentale delle bambine

58

62 chi ha figli tra
i 6 e i 13 anni

non mi piace ma è inevitabile,
è una conseguenza dell'era
dei social media in cui viviamo

28

credo sia solo una **moda passeggera** e che
se ne stia facendo un dramma eccessivo

4

è una cosa del tutto normale, le bambine
hanno sempre giocato con i cosmetici

3

9 Gen Z

non ho un'opinione in merito

7

**Il fenomeno allarma,
ma non sorprende:
italiani divisi
tra timore per la
salute delle minori
e rassegnazione
per un'inevitabile
deriva social**

L'abitudine alla cosmesi: una minaccia per il benessere emotivo delle minori. Per le donne conta anche il rischio dermatologico

Personalmente, quali rischi associa di più all'utilizzo precoce di cosmetici per adulti da parte di bambine e preadolescenti?
(possibili 2 risposte)



Cosa fare? Giro di vite su social, più rigore etico delle aziende e approccio più ludico, «leggero» ed educativo alla routine di bellezza

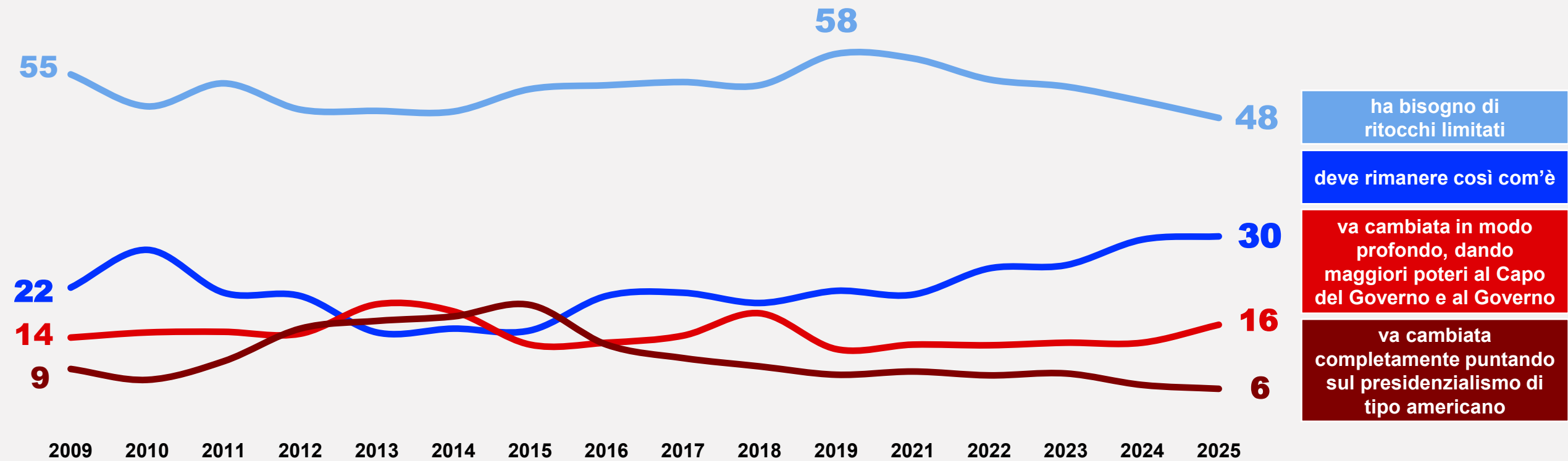
Le chiediamo di indicare il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni.

	% d'accordo	chi ha figli tra i 6 e i 13 anni	chi ha figli tra i 14 e i 16 anni	chi ha figli sopra i 16 anni
i social media dovrebbero limitare o bloccare agli utenti minori di 14 anni contenuti non appropriati	89	89	87	<u>93</u>
l'utilizzo precoce di cosmetici dimostra che oggi la società spinge i bambini a comportarsi come adulti troppo in fretta	88	83	<u>93</u>	<u>91</u>
l'attività di marketing delle aziende di cosmetica dovrebbe essere sottoposta a controlli più rigidi e a standard etici	87	86	89	<u>91</u>
se trattata come gioco, la cura della pelle può essere un'abitudine positiva che insegna alle ragazzine a volersi bene fin da piccole	49	<u>64</u>	49	45

Modifiche alla Costituzione – 2009-2025

Spinner SWG è la piattaforma interattiva che consente di avere accesso allo storico dei nostri dati dal 1997 con tutte le edizioni di Radar, trend dell'Osservatorio, intenzioni di voto, report tematici e molto altro.

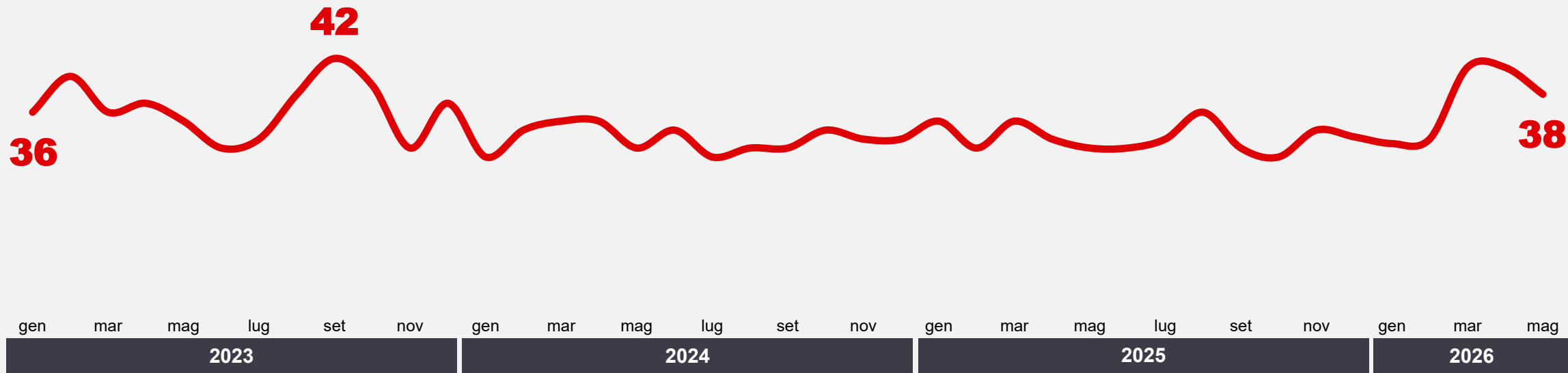
Secondo Lei, la Costituzione della Repubblica Italiana:



La preoccupazione per l'aumento dei prezzi

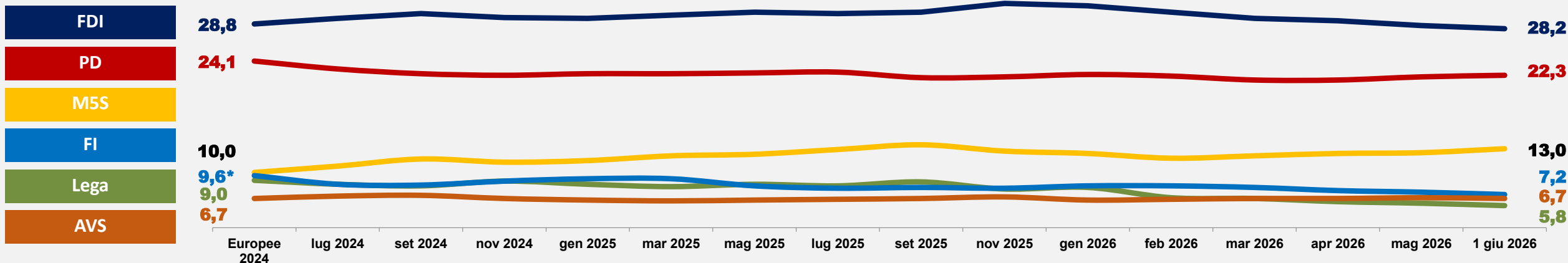
Pannello SWG è la fotografia periodica che raccoglie e sintetizza i principali trend sui sentimenti, le preoccupazioni e le abitudini degli italiani. Include percezioni come fiducia economica, consumi e risparmi, comportamenti sociali e percezione del futuro.

% di quanti sono **molto preoccupati** per l'aumento dei prezzi



Intenzioni di Voto

1 giugno 2026



*Dato riferito a Forza Italia – Noi Moderati

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 27 maggio - 1 giugno 2026.
 Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.
 I dati da giugno 2024 a maggio 2026 si riferiscono alla media mensile.



**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.

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA, ESOMAR e partner esclusivo del network WIN MR in Italia. Sistema di gestione certificato ai sensi delle norme UNI EN ISO 9001:2015 e UNI ISO 20252:2019. 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 e la certificazione di responsabilità sociale SA8000.

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. SWG è iscritta al Registro di Trasparenza dell'UE, nel pieno rispetto degli standard di trasparenza definiti dalle istituzioni Europee (n. 364184999182-85).

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112

BRUXELLES

Square de Meeûs, 35
Tel. +32 28939700

