



29 giugno – 5 luglio 2026

- I. Il futuro Presidente della Repubblica
- II. Gli italiani e il caldo
- III. Buy Now, Pay Later

**Spinner:** sentimento verso il Paese – 2014-2026

**Pannello:** monitor consumo e risparmio delle famiglie

**Intenzioni di voto – 6 luglio 2026**



# I. Il futuro Presidente della Repubblica



Anche se il secondo mandato di Mattarella è appena al quinto anno su sette, iniziano già ad innescarsi delle discussioni su chi sarà il suo successore. Oltre al toto-nomi, si parla più in generale del metodo e del profilo politico del prossimo Capo dello Stato.

Gli italiani fanno capire chiaramente che la figura del Presidente della Repubblica è per loro molto rilevante e deve essere super partes rappresentando una sfera il più possibile estesa di cittadini. Soltanto una parte minoritaria degli elettori politicamente schierata nell'area di centrodestra o centrosinistra preferirebbe un Presidente proveniente dalla propria area politica di riferimento. Gran parte punta piuttosto sulla qualità della persona o su una figura esterna ai due principali poli. Queste scelte sono legate alla concezione che gli italiani hanno della

carica del Capo dello Stato che viene fortemente associata a una figura unificante e con un elevato prestigio a livello internazionale. Una concezione condivisa sia nel centrodestra che nel centrosinistra.

Di conseguenza, se parliamo concretamente di nomi, Draghi risulta decisamente il più gradito, seguito a distanza da Meloni e Bersani, che però ottengono preferenze in larga parte nel proprio campo politico di riferimento. Gentiloni e Crosetto sono invece, tra i nomi politicamente schierati, quelli che risultano più accettabili anche nel campo avverso.

**La strada fino al Colle è ancora lunga e molto dipenderà dalla composizione del prossimo Parlamento, ma intanto abbiamo raccolto alcune prime indicazioni.**

# Il prossimo Presidente della Repubblica: gran parte degli elettori non preme per un esponente della propria area politica di riferimento

Nel 2029 scadrà il secondo mandato del Presidente Sergio Mattarella e quindi nella prossima legislatura verrà scelto il suo successore.  
Per lei, sarebbe preferibile che il prossimo Presidente della Repubblica fosse...

		elettori maggioranza	elettori opposizione
di provenienza dall'area di centrodestra	<b>22</b>	<b><u>46</u></b>	<b>12</b>
un politico mai schierato né nel centrosinistra né nel centrodestra	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>
di provenienza dall'area di centrosinistra	<b>12</b>	<b>3</b>	<b><u>24</u></b>
una figura esterna alla politica	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>11</b>
è indifferente il posizionamento politico, importante che sia una figura adatta	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>31</b>
non saprei	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>8</b>

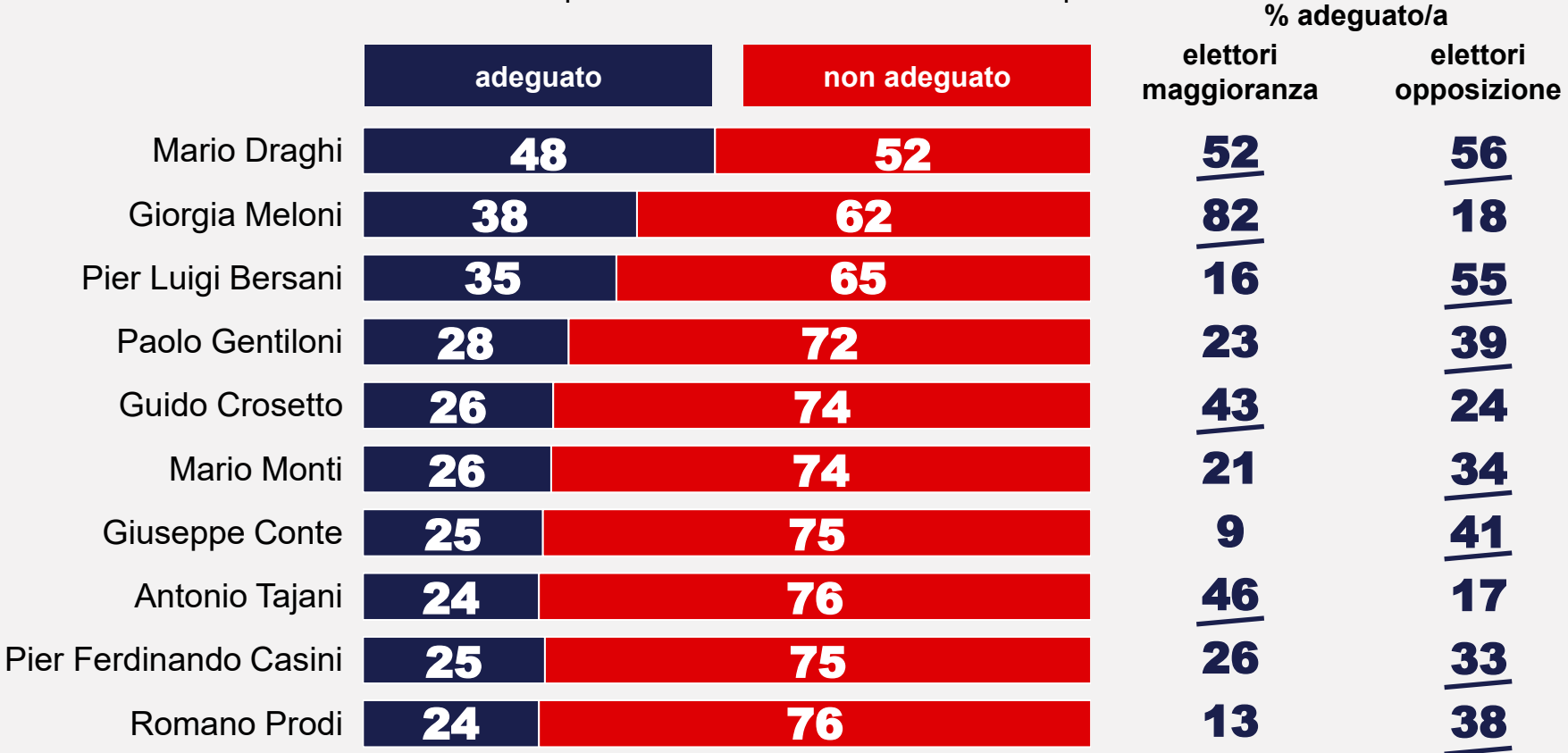
Tra quelle elencate, quali sono le principali caratteristiche che il prossimo Presidente della Repubblica dovrebbe avere? (possibili 3 risposte)



**Il Capo dello Stato deve essere soprattutto una figura aggregante e prestigiosa, ma deve anche vantare una solida esperienza politica**

# Draghi il più gradito tra i potenziali inquilini del Quirinale, seguito da Meloni e Bersani. Draghi, Casini, Monti, Gentiloni e Crosetto i più politicamente trasversali

Indichi, per ciascuna delle seguenti personalità, se le ritiene molto, abbastanza, poco o per niente adeguate a ricoprire la carica di Presidente della Repubblica:



% al netto di chi non si esprime (tra 7% e 15%). Altri nomi con % sotto il 24%: Giorgetti, Fini, Franceschini, Boldrini, La Russa, Mantovano.

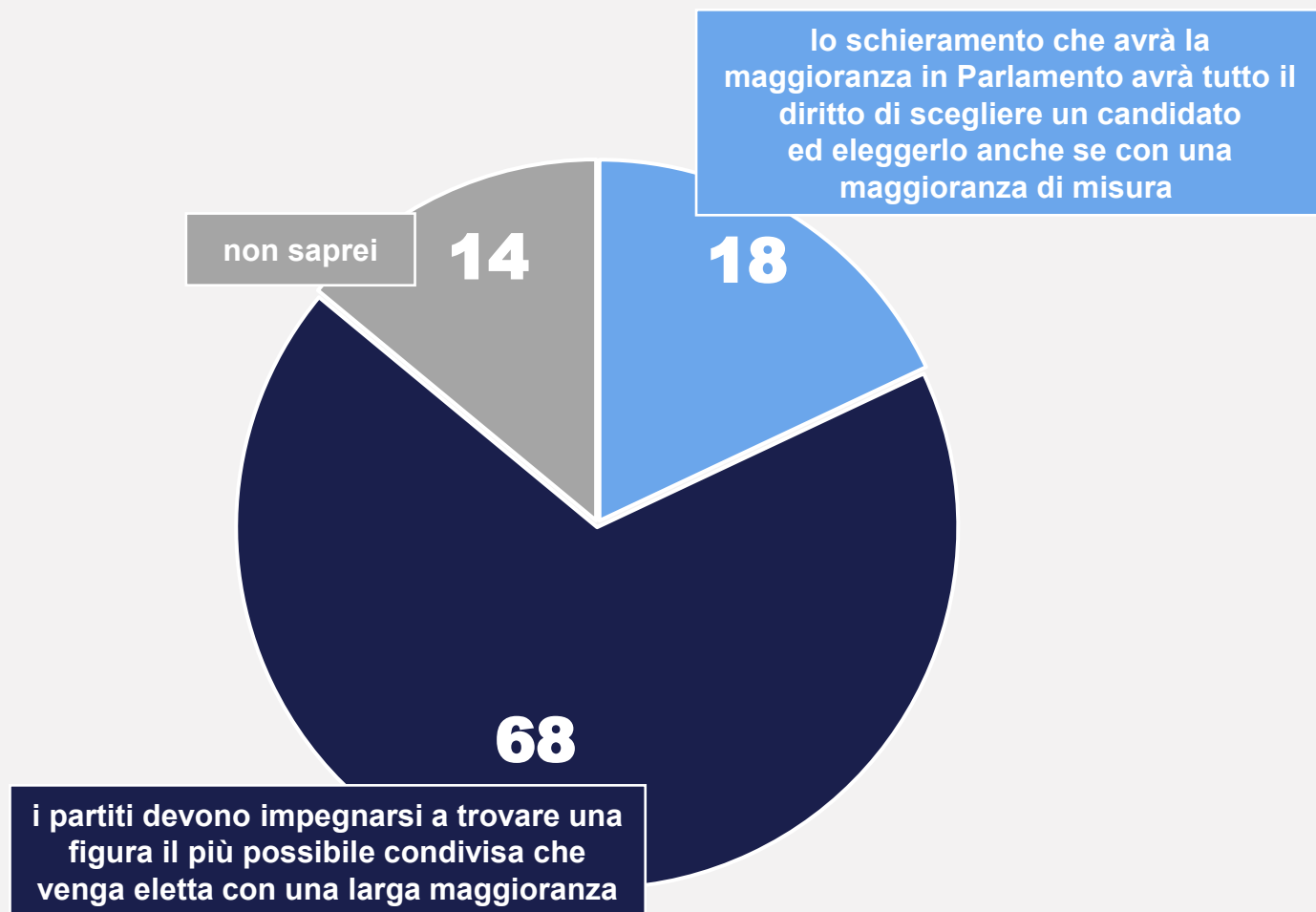


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 1 – 3 luglio 2026. Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 800 soggetti maggiorenni.

**84** % degli italiani ritiene importante, per il futuro dell'Italia, chi sarà eletto il prossimo Presidente della Repubblica

**Pochi dubbi sull'importanza del PdR ed è opinione diffusa che serva una scelta ampiamente condivisa**

In merito al modo in cui verrà eletto il prossimo Presidente della Repubblica, con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo?



## II. Gli italiani e il caldo



L'ondata di calore che ha investito l'Italia e l'Europa è un fenomeno che preoccupa più di 1 italiano su 2.

Si tratta di una reazione emotiva strettamente legata all'impatto fisico del clima: oltre il 60% degli italiani infatti sperimenta spossatezza, insonnia e ha difficoltà nello svolgere il proprio lavoro.

L'emergenza caldo mette in crisi non solo i senior: i giovani 18-34enni dichiarano di soffrire di sintomi come inappetenza e senso di mancamento in misura superiore alla media.

Queste fragilità costringono gli italiani ad applicare strategie di adattamento.

La «ritirata strategica» tra le mura domestiche è il primo metodo per ripararsi dal caldo; sono soprattutto i Boomers a barricarsi in casa. Segue una maggiore idratazione e, in risposta all'inappetenza, un consumo più moderato di cibo. I giovani, in particolare, vedono nei luoghi

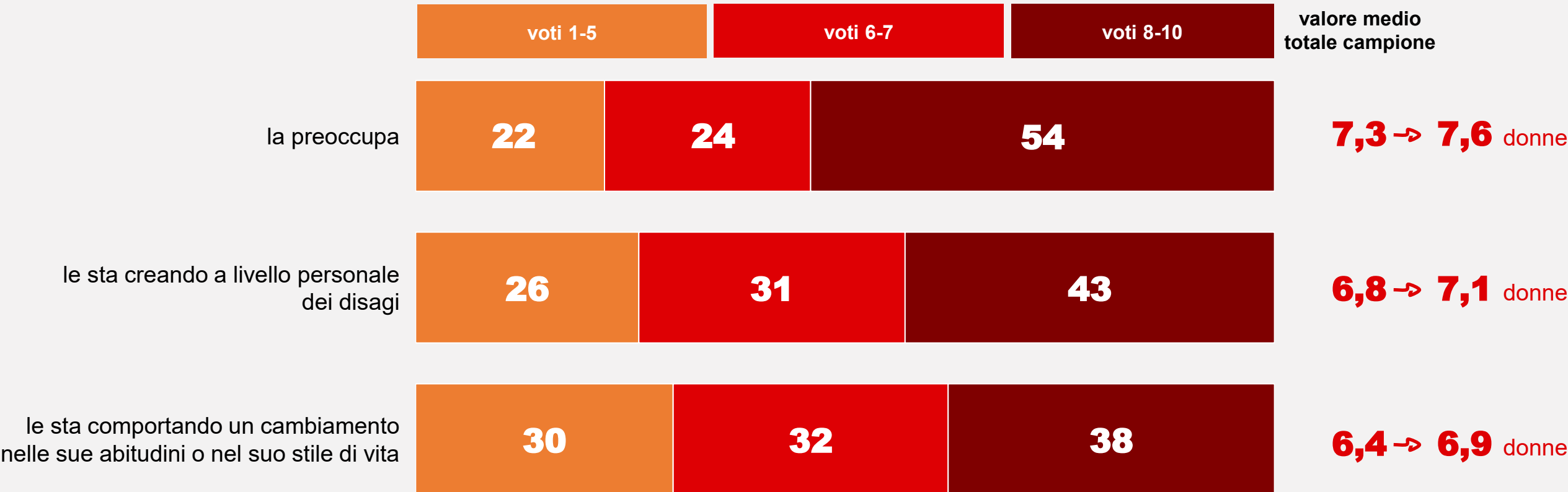
climatizzati, uffici compresi, delle oasi di rifugio termico.

Il malessere legato alle temperature si ripercuote in parte anche sulle vacanze estive. Sebbene il 45% degli italiani dichiara che il caldo non modifica i propri piani, quasi uno su cinque (18%) ipotizza di rinunciare del tutto a partire. Chi si mette in viaggio ridefinisce rotte e priorità: il 22% si orienta verso mete più fresche e ventilate, mentre la presenza di sistemi di climatizzazione nelle strutture ricettive (15%) diventa un prerequisito fondamentale per la loro scelta.

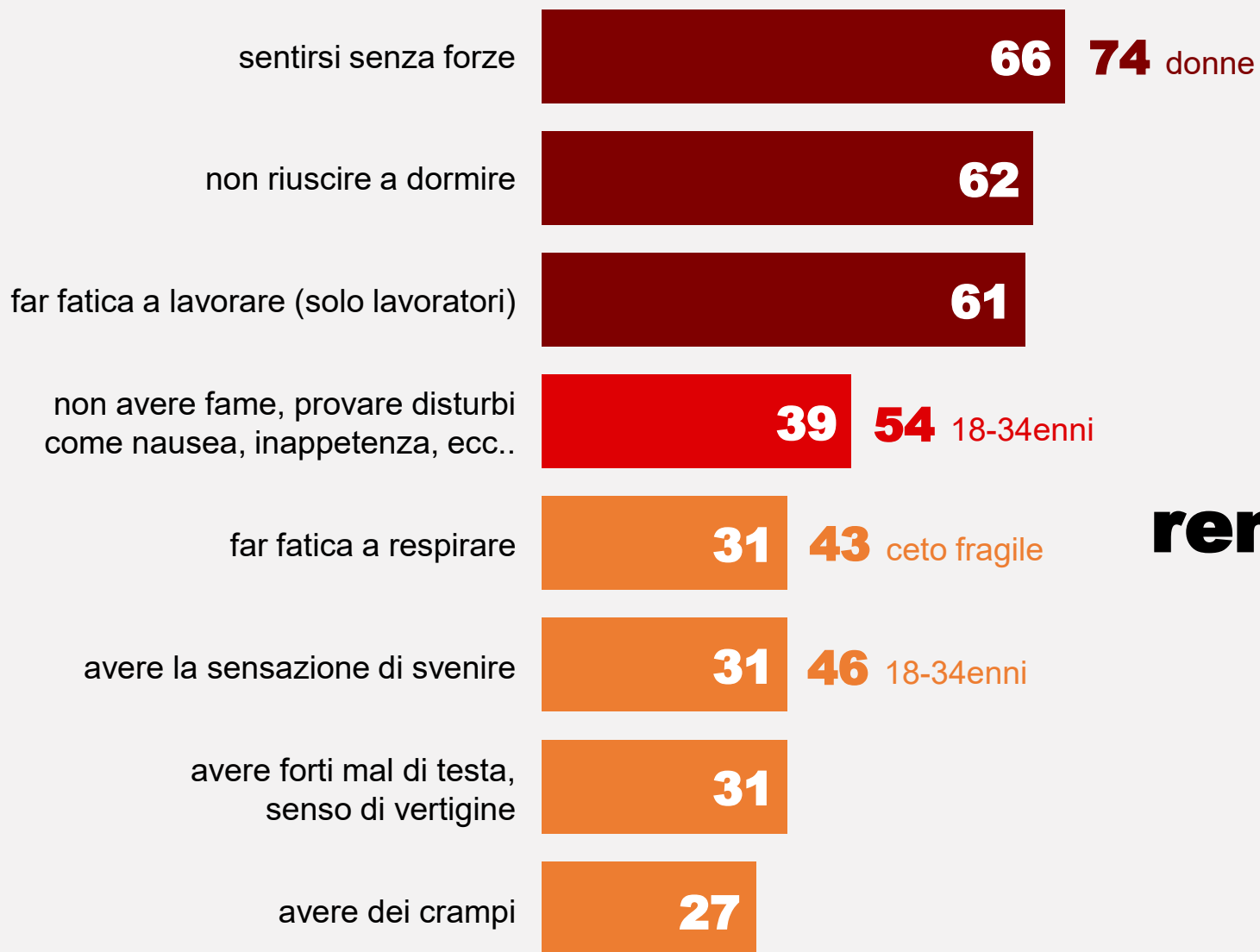
**In definitiva, il caldo estremo preoccupa più di quanto impatti realmente sulle abitudini di comportamento, ma incide comunque su numerose scelte quotidiane, condizionando non solo i senior, ma anche le giovani generazioni.**

# L'ansia da caldo colpisce più di 1 italiano su 2, ma l'impatto concreto sulla routine è minore. Le donne patiscono più della media

Nelle ultime settimane, in tutta Europa si è registrata una ondata di caldo anomalo.  
In una scala da 1 a 10, dove 1 vuol dire per nulla e 10 moltissimo, quanto questa situazione...?



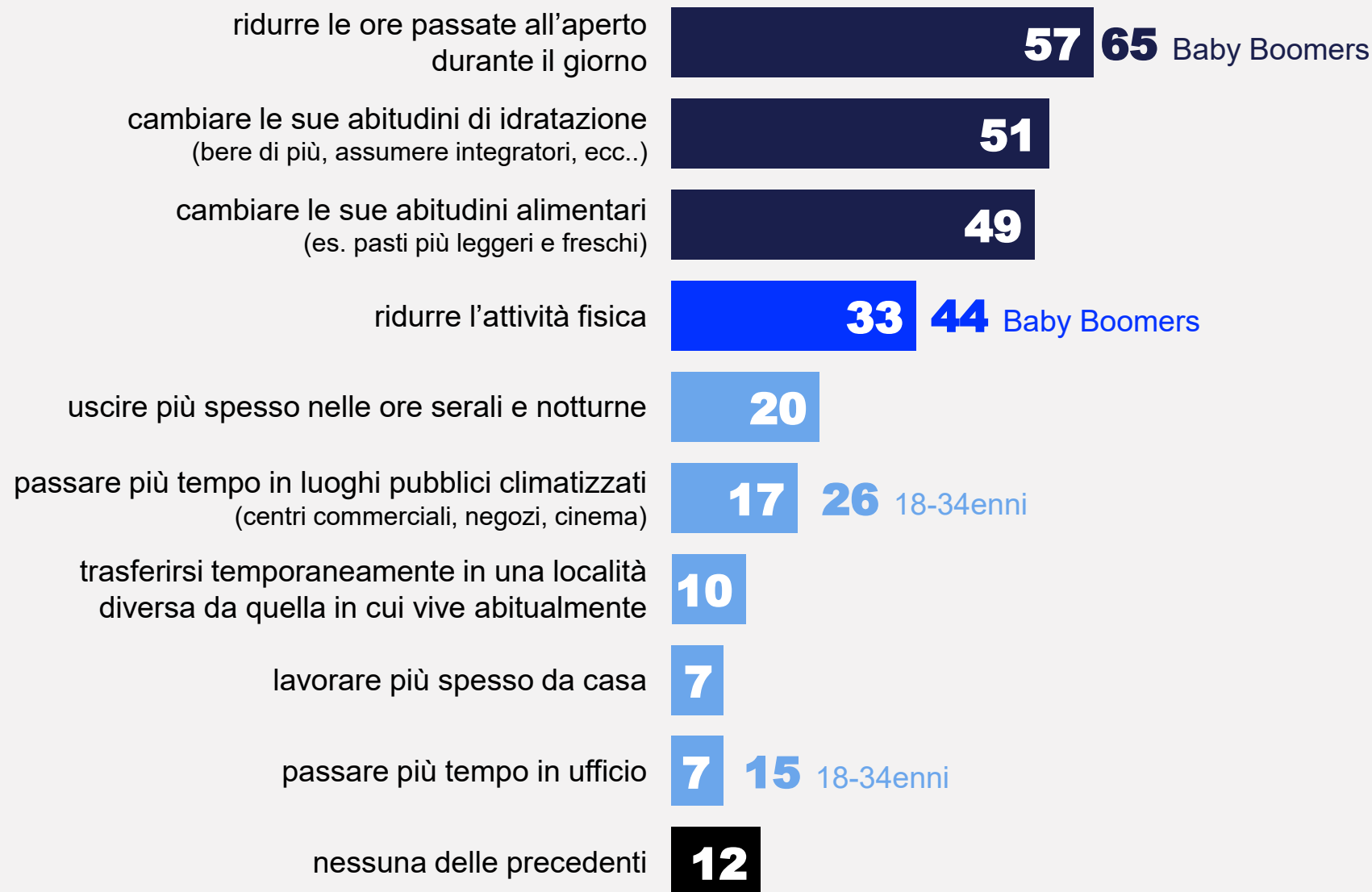
In queste settimane, a causa del caldo le è capitato di...?



**L'ondata di calore ci rende spossati, insonni e meno produttivi. Sfatato il mito della terza età, anche i giovani in ginocchio**

# Oltre al coprifuoco diurno, si modificano anche i consumi di acqua e cibo. I giovani si rifugiano nei centri commerciali

Sempre facendo riferimento a queste ultime settimane, per contrastare il caldo le è capitato di fare una o più delle cose elencate? (possibili più risposte)

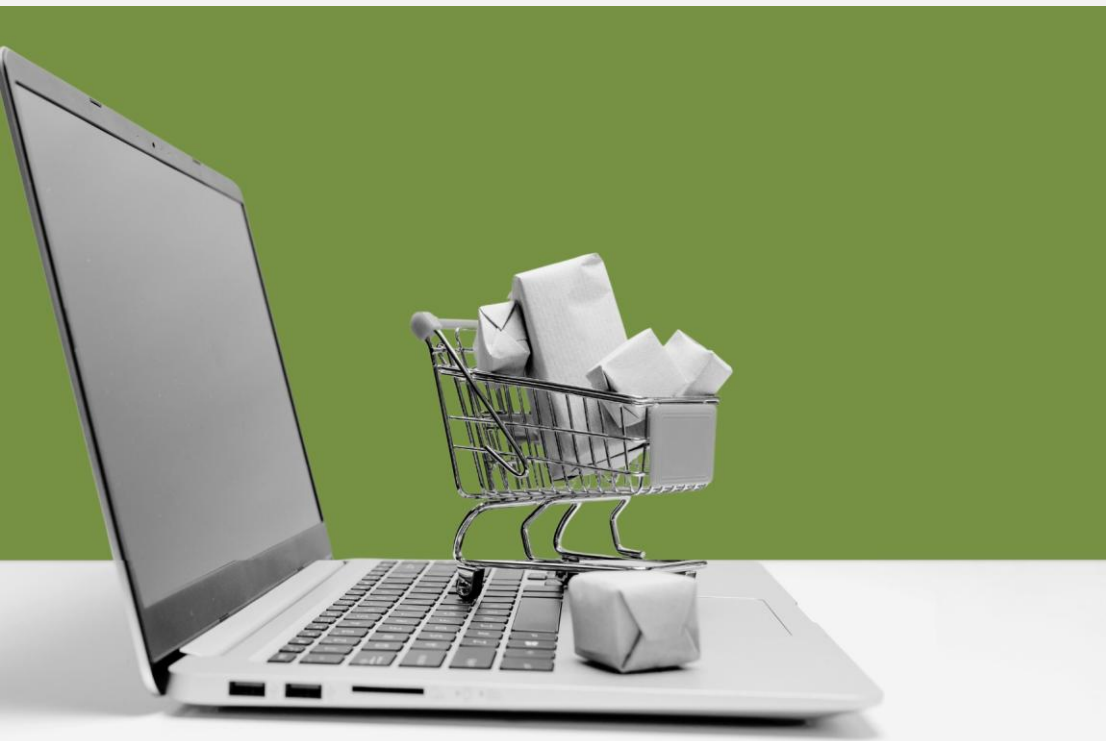


# I mutamenti climatici impattano sul modo di fare le vacanze di più della metà degli italiani. 1 su 5 ipotizza di rinunciare per evitare gli spostamenti

Pensando alle sue vacanze estive, in che modo i cambiamenti climatici stanno impattando sulle sue scelte? (possibili più risposte)



# III. Buy Now, Pay Later



Il Buy Now, Pay Later, sta diventando un'alternativa di pagamento sempre più considerata dagli italiani perché permette di dilazionare la spesa in poche rate senza interessi. 1 su 4 dichiara di averlo utilizzato nell'ultimo anno, il dato è in crescita rispetto al 2023 e sono soprattutto i giovani a dimostrare maggiore interesse.

La facilità di pagamento, la dilazione in poche rate, l'aiuto nel far fronte a spese che possono appesantire il bilancio mensile lo rendono uno strumento che fidelizza chi lo sperimenta.

Chi lo ha utilizzato è decisamente più propenso a riutilizzarlo in futuro (71%), mentre chi lo conosce poco o non lo ha mai utilizzato è scettico su un'eventuale fruizione.

Per una parte rilevante degli utilizzatori, inoltre, il BNPL rappresenta anche un sostegno di fronte all'aumento del costo della vita: il 61%

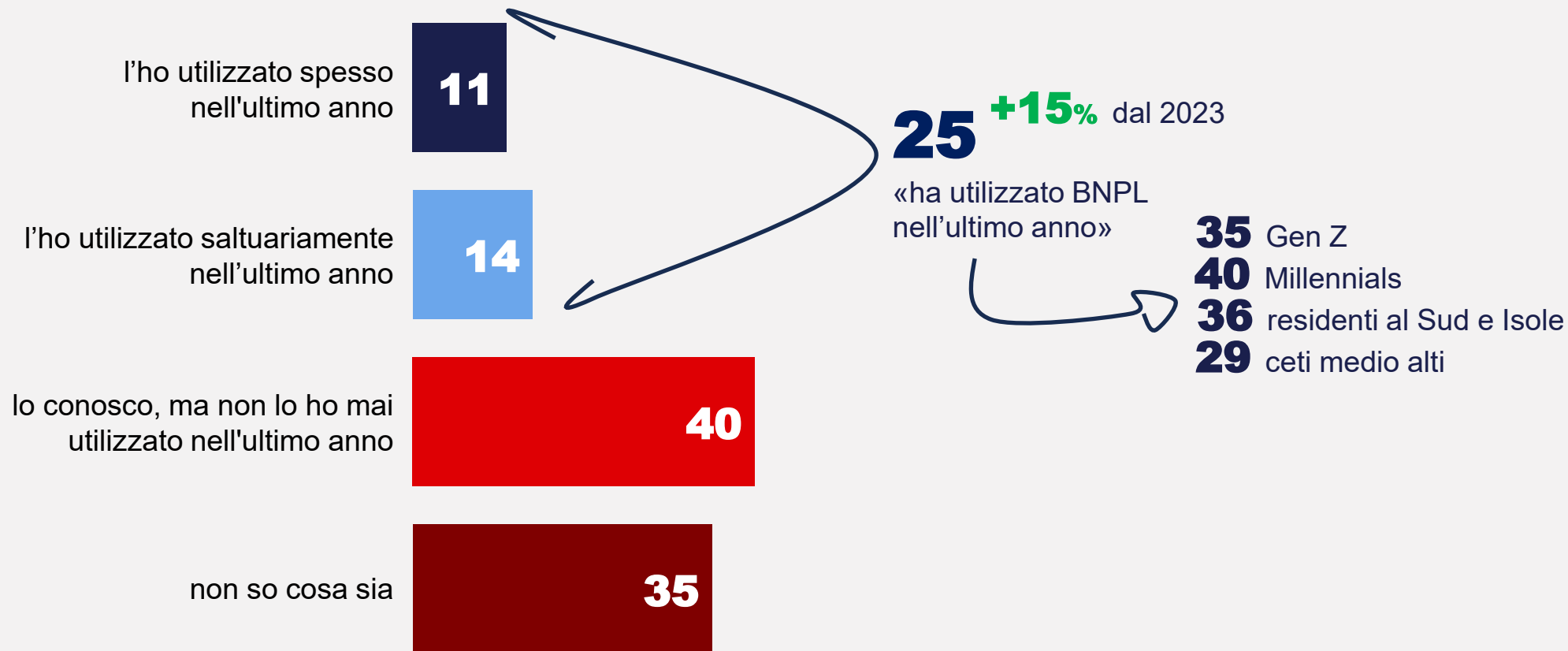
lo considera un modo per sostenere spese che altrimenti non potrebbe più permettersi.

La semplicità di accesso e la comodità di pagamento, tuttavia, non sono prive di rischi, riconosciuti anche da chi già utilizza questo strumento. Il BNPL può infatti incentivare acquisti non necessari e rendere più difficile mantenere il controllo sulle proprie uscite.

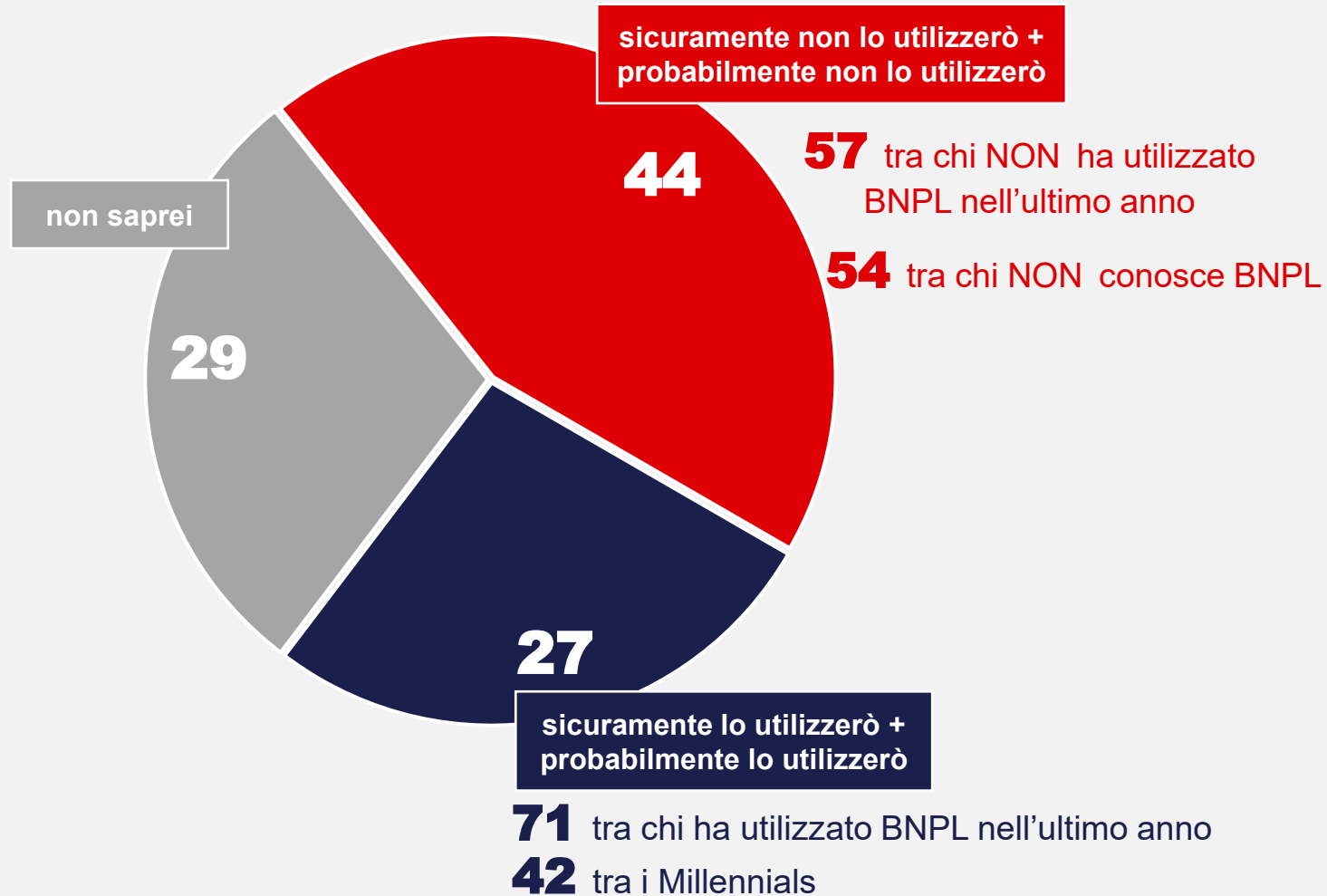
**A differenza delle altre forme di credito, il sistema Buy Now, Pay Later non richiede al consumatore un'attestazione della propria solvibilità e/o capacità di pagare. Nonostante il BNPL abiliti acquisti su piccoli importi che vengono saldati in tempi brevi, il 46% degli italiani ritiene dovrebbero esserci più controlli sulla situazione finanziaria del consumatore proprio per evitare spese eccessive da parte di chi non può permetterselo.**

# Buy Now, Pay Later: 1 italiano su 4 lo ha utilizzato nell'ultimo anno, in crescita rispetto al 2023

Negli ultimi anni si sta diffondendo il Buy Now, Pay Later (BNPL), il finanziamento a breve termine offerto dal venditore che consente al consumatore di acquistare il prodotto o il servizio ora e pagarlo in futuro. Le è capitato di utilizzare questo strumento nell'ultimo anno?



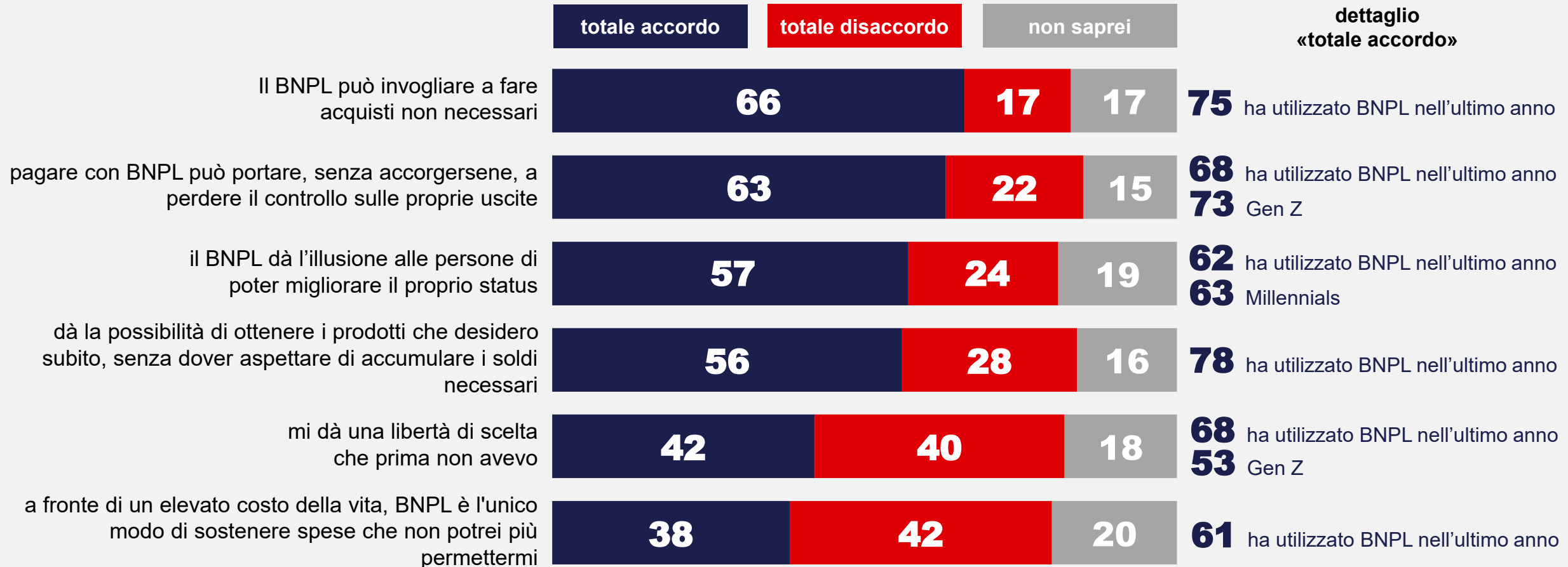
Con che probabilità in futuro pensa che utilizzerà (o continuerà ad utilizzare) questo metodo di dilazione dei pagamenti per gli acquisti online e in negozio?



**Oltre 1 su 4 è propenso a utilizzare il BNPL in futuro. Resta più scettico chi non conosce questo metodo di pagamento**

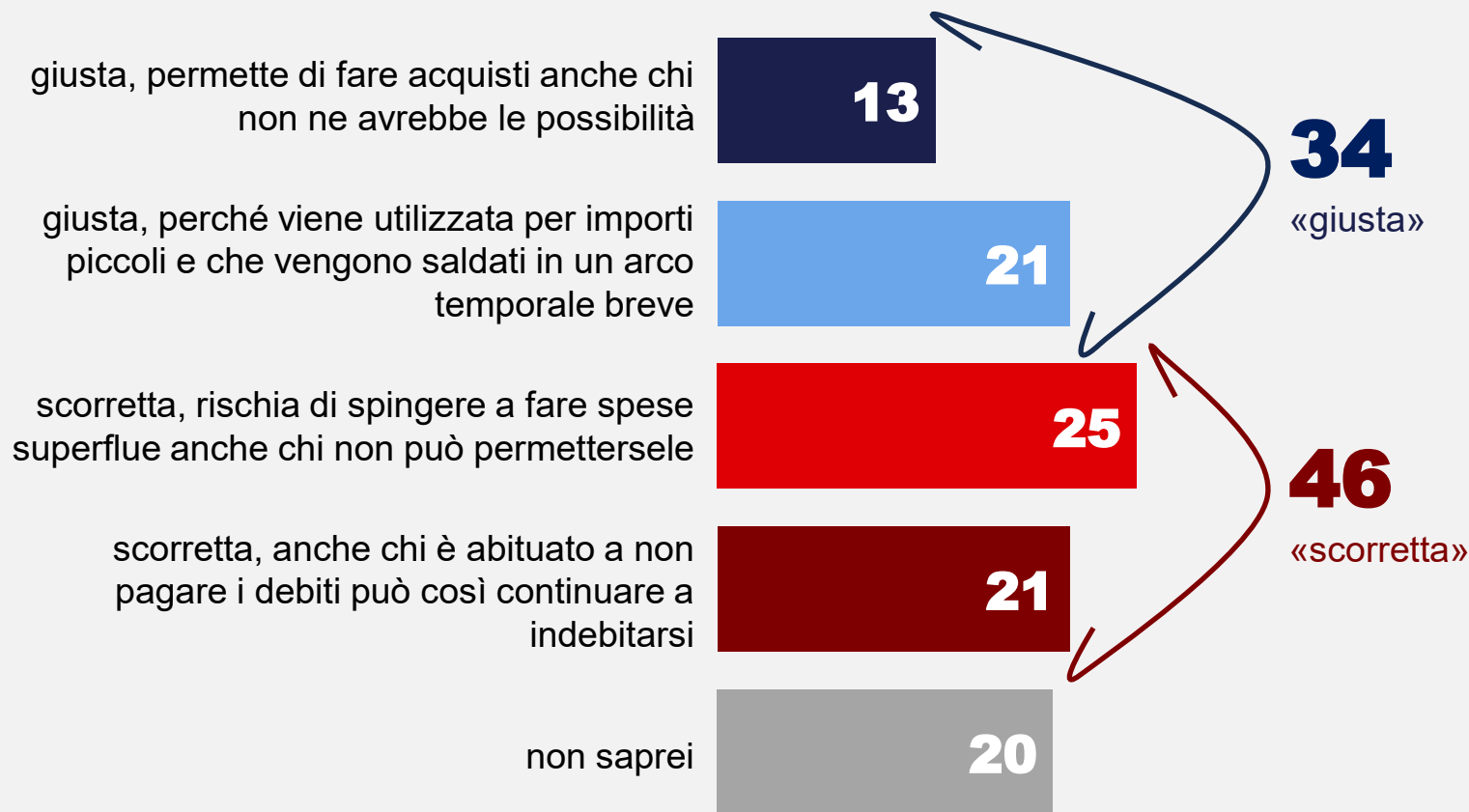
# Il BNPL rende gli acquisti più accessibili ma il rischio di perdere di vista le uscite è concreto. Per chi lo utilizza è anche una risposta al caro vita

Le chiederemo ora il suo grado di accordo o disaccordo su affermazioni che alcuni intervistati prima di lei hanno fatto sul BNPL.



# Prevale la richiesta di maggiori verifiche sulla solvibilità, anche se per 1 italiano su 3 gli importi contenuti giustificano controlli ridotti

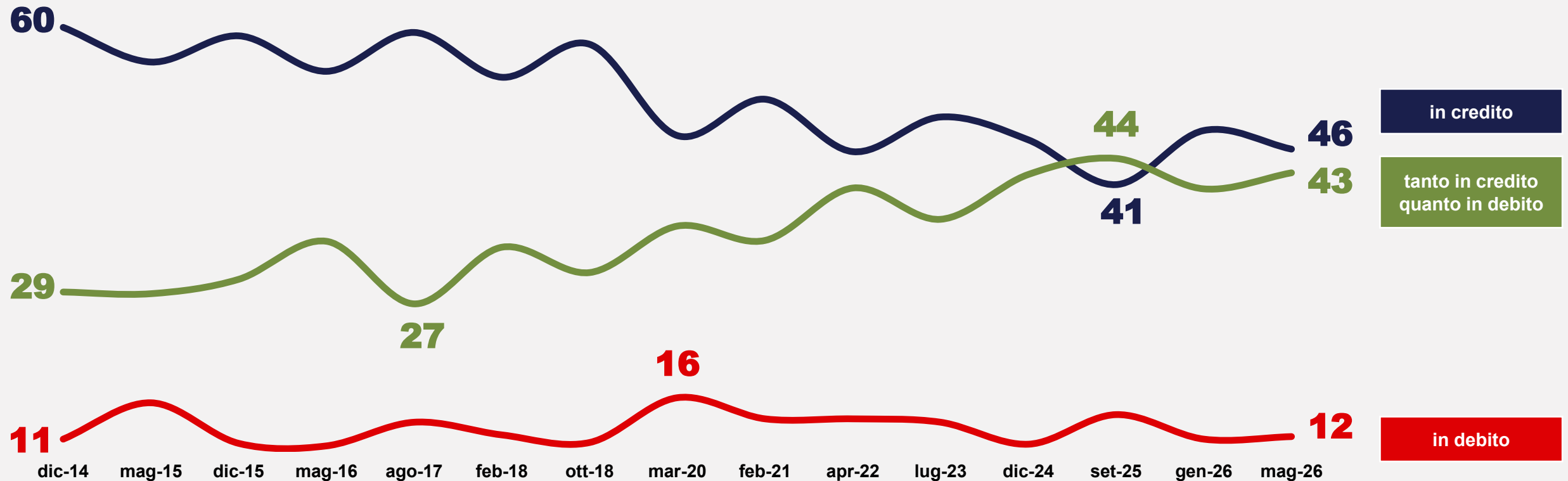
A differenza delle altre forme di credito, il sistema BNPL non richiede al consumatore documenti che dimostrino la sua capacità di pagare. Lei ritiene questa modalità...



# Sentimento verso il Paese – 2014-2026

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.

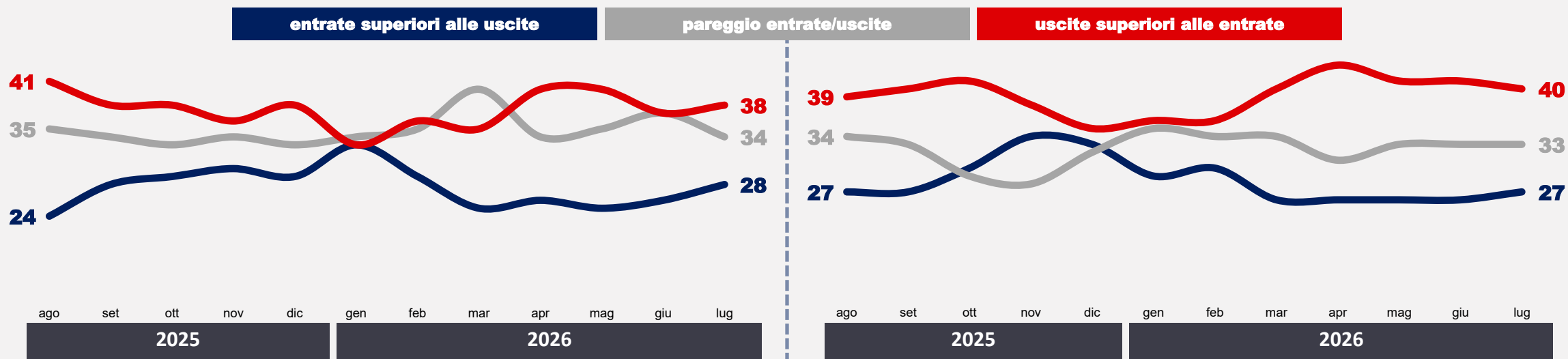
Complessivamente come si sente rispetto al suo Paese?




# Monitor consumo e risparmio delle famiglie

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.

mese passato: come è andata  **percentuale media del mese**  mese futuro: previsione



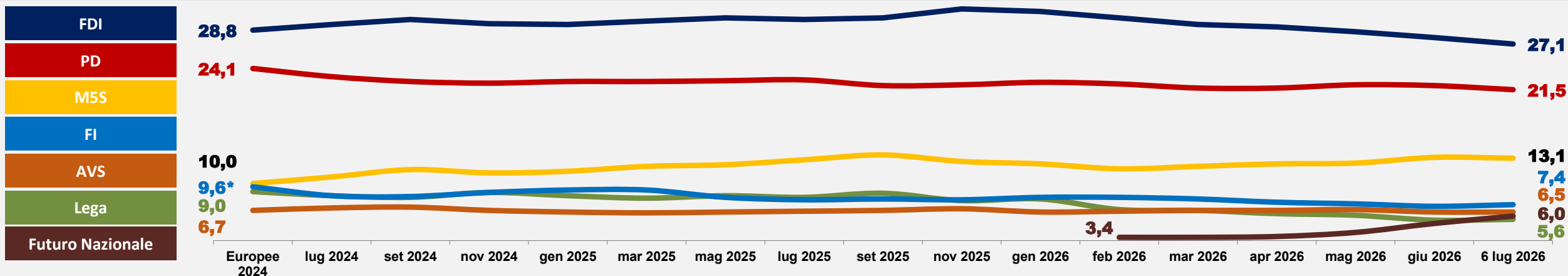
dettaglio luglio 2026 

<b>entrate superiori alle uscite</b>	<b>28</b>	<b>uscite superiori alle entrate</b>	<b>38</b>
crescita risparmio	<b>16</b>	riduzione consumi	<b>21</b>
crescita consumi	<b>12</b>	ricorso al risparmio	<b>13</b>
		ricorso al debito	<b>4</b>

<b>entrate superiori alle uscite</b>	<b>27</b>	<b>uscite superiori alle entrate</b>	<b>40</b>
crescita risparmio	<b>14</b>	riduzione consumi	<b>26</b>
crescita consumi	<b>13</b>	ricorso al risparmio	<b>10</b>
		ricorso al debito	<b>4</b>

# Intenzioni di Voto

## 6 luglio 2026



\*Dato riferito a Forza Italia - Noi Moderati

**NOTA INFORMATIVA:** valori espressi in %. Date di esecuzione: 1 - 6 luglio 2026.  
 Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI-CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni.  
 I dati da giugno 2024 a giugno 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

