



- I. Le priorità degli italiani**
- II. La parità di genere – Valore D**
- III. Concerti ed eventi estivi**

**Spinner:** NATO e sviluppo economico – 2019-2025

**Pannello:** la percezione della situazione economica nazionale

**Intenzioni di voto – 13 luglio 2026**



# I. Le priorità degli italiani



La mappa delle preoccupazioni degli italiani è in continuo mutamento: in base all'evoluzione della congiuntura e della situazione socio-economica alcuni temi acquistano rilevanza e altri diventano più marginali. 10 anni fa, ad impensierire i cittadini erano soprattutto la disoccupazione, la pressione fiscale e l'immigrazione, temi che oggi risultano meno centrali, perché una triade di problematiche li ha sostituiti in cima alle preoccupazioni degli italiani: sanità, costo della vita e sicurezza.

La sensibilità per le problematiche inerenti ai servizi sanitari era diventata più marcata nel periodo del Covid, ma finita l'emergenza ha continuato a crescere e il malcontento per il funzionamento della sanità si è diffuso. Da due anni l'indicatore della sanità non sta più aumentando, ma si è assestato su un livello piuttosto alto.

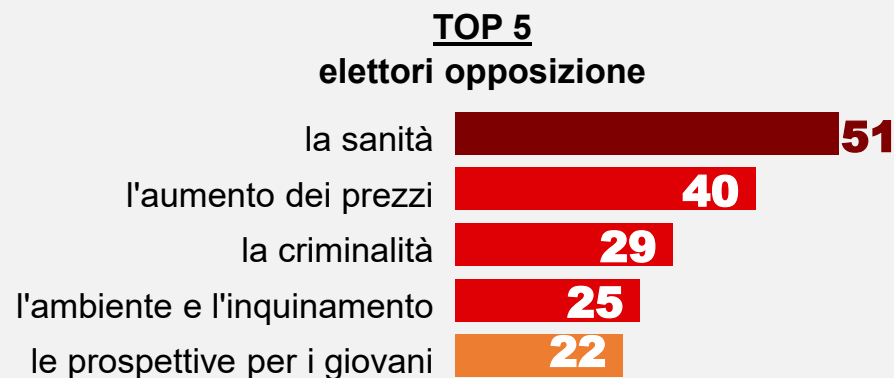
Anche le conseguenze dell'inflazione hanno iniziato a creare disagi alla popolazione nel periodo del lockdown, hanno avuto un picco nel 2022, per poi calare rimanendo però al secondo posto tra le priorità. L'aumento dei prezzi ha inoltre messo in ombra altri aspetti economici che in passato erano stati fondamentali come occupazione, sviluppo economico e tasse.

Infine, è da 4 anni che cresce progressivamente l'importanza attribuita al problema della criminalità. Parallelamente si registra un aumento molto più contenuto delle preoccupazioni legate all'immigrazione, segno che i due fenomeni vengano oggi associati in misura minore.

**Appare evidente, quindi, che la pandemia del 2020 abbia prodotto dei mutamenti sociali, gli effetti dei quali si protraggono ancora oggi.**

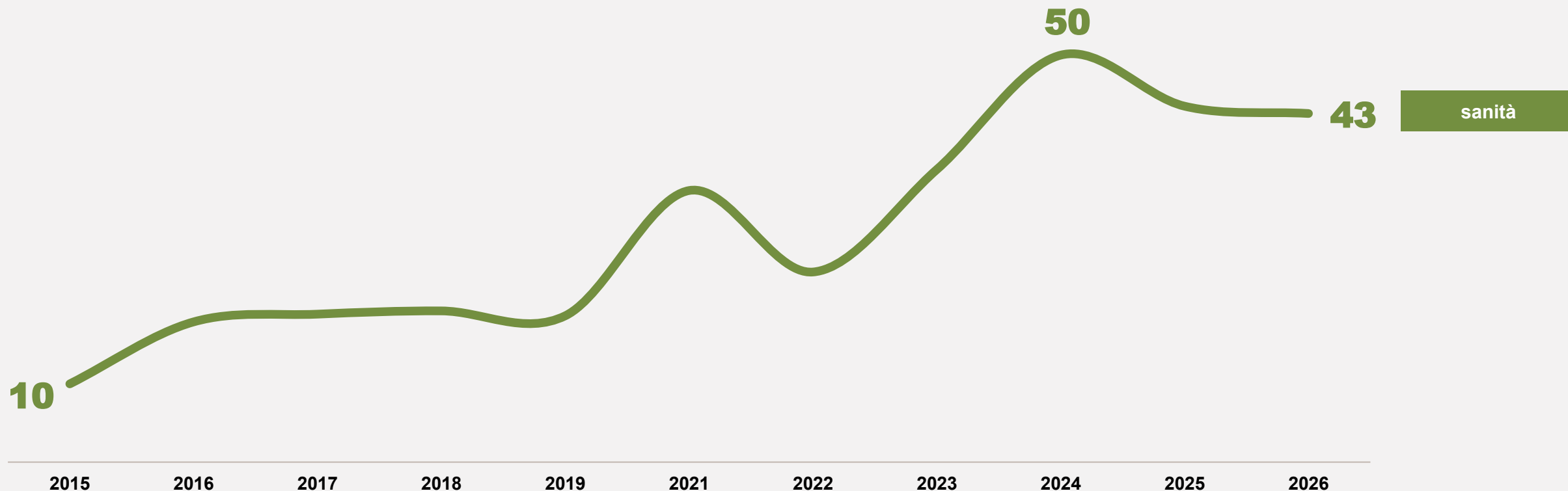
# Sanità, costo della vita e sicurezza sono le preoccupazioni più diffuse tra gli italiani. Nell'ambito del centrodestra è la criminalità il problema prioritario

Tra i seguenti problemi quali, in questo momento, la preoccupano maggiormente? (possibili 3 risposte)



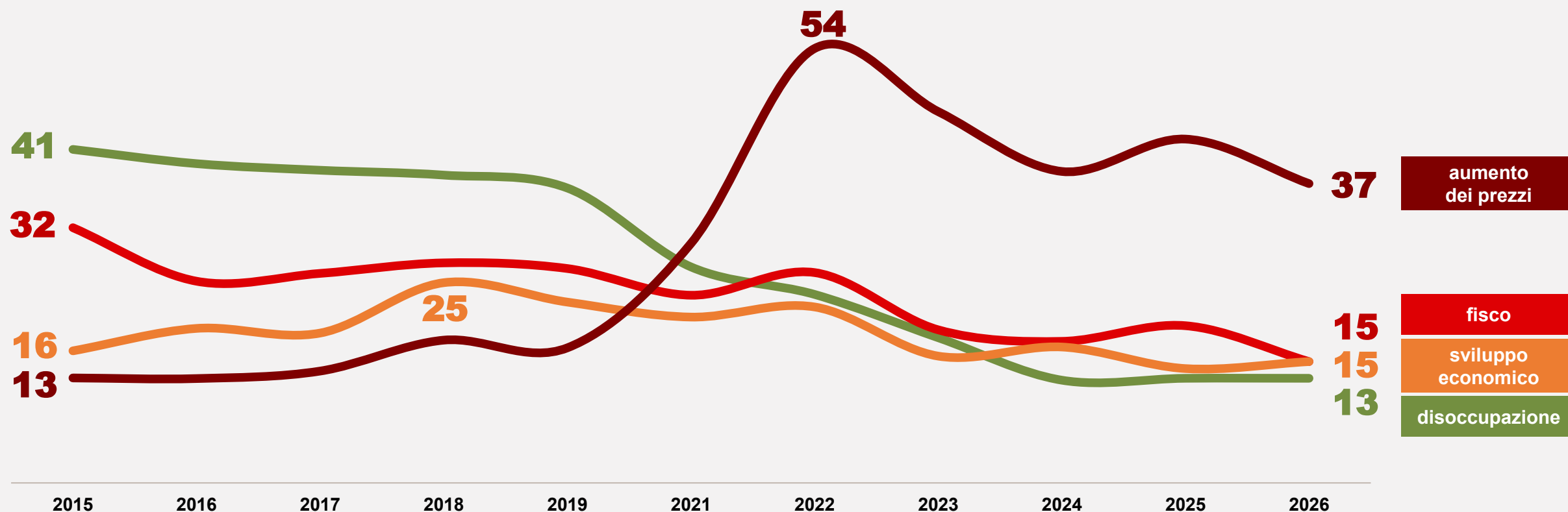
# Dopo il marcato incremento delle preoccupazioni per la sanità tra il 2023 e 2024, ora queste appaiono stabilizzate

Le preoccupazioni rispetto alla sanità:



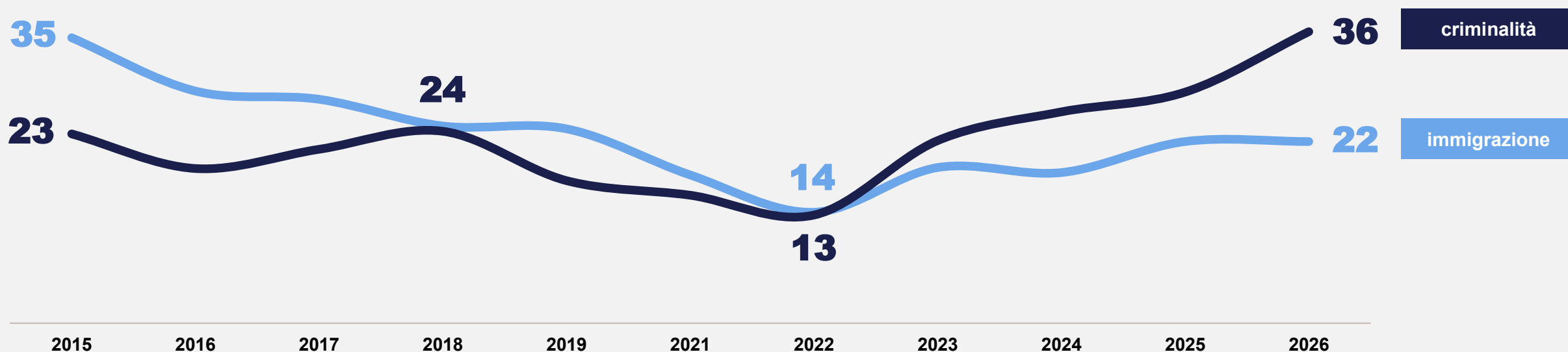
# Negli ultimi 5 anni le difficoltà legate all'impennata dei prezzi hanno relegato in secondo piano gli altri temi economici

Le preoccupazioni legate all'ambito economico:



# Dal 2023 in poi continuano a crescere le apprensioni per la sicurezza, mentre la rilevanza attribuita all'immigrazione segue un andamento più stabile

Le preoccupazioni su criminalità e immigrazione:



## II. La parità di genere



La parità di genere nel mercato del lavoro italiano rimane un obiettivo incompiuto e un traguardo lontano. Gli italiani percepiscono una penalizzazione sistemica che accompagna l'intero percorso professionale delle donne: dal primo ingresso in azienda fino all'accesso ai ruoli apicali, dove il «soffitto di cristallo» continua a frenare le carriere delle donne secondo 1 italiano su 2. Sono inoltre le donne occupate ad avvertire maggiormente il gap retributivo.

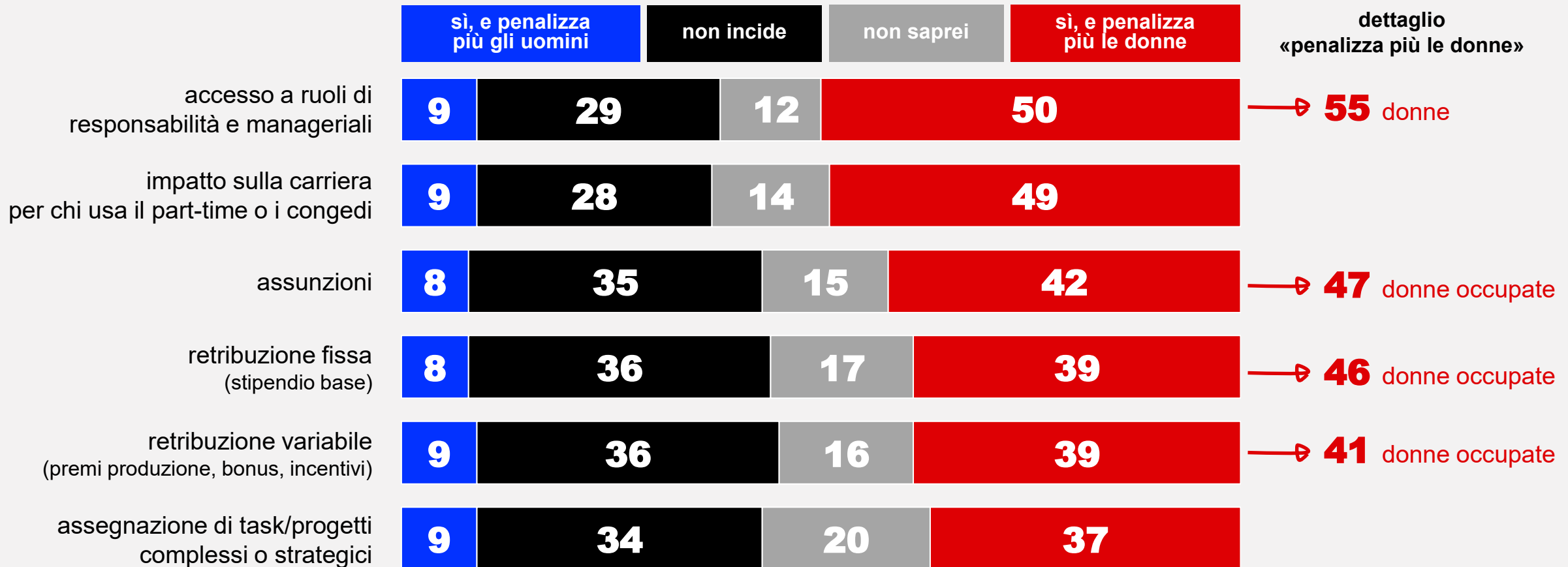
Di fronte a questo scenario, emerge un orientamento decisamente pragmatico. Per promuovere la parità di genere gli italiani auspicano cambiamenti di natura economica più dell'equilibrio di rappresentanza. Parità salariale, maggiore occupazione femminile e

indipendenza economica sono i principali obiettivi a cui tendere per costruire un paese più equo, affiancati da una richiesta di maggiore equilibrio nei ruoli di cura familiare. Il quadro si complica a fronte della diffusa sensazione che il percorso verso la parità stia subendo un'inversione di rotta: il 56% degli italiani dichiara di aver osservato situazioni o episodi di arretramento nell'ultimo anno. Con una più spiccata denuncia giovanile: tra gli under 35 il dato sale al 69%.

**Chi può e deve farsi carico del problema? Serve un impegno diffuso tra tutte le parti sociali, ma ci si aspetta un supporto più concreto soprattutto dallo Stato e dai datori di lavoro.**

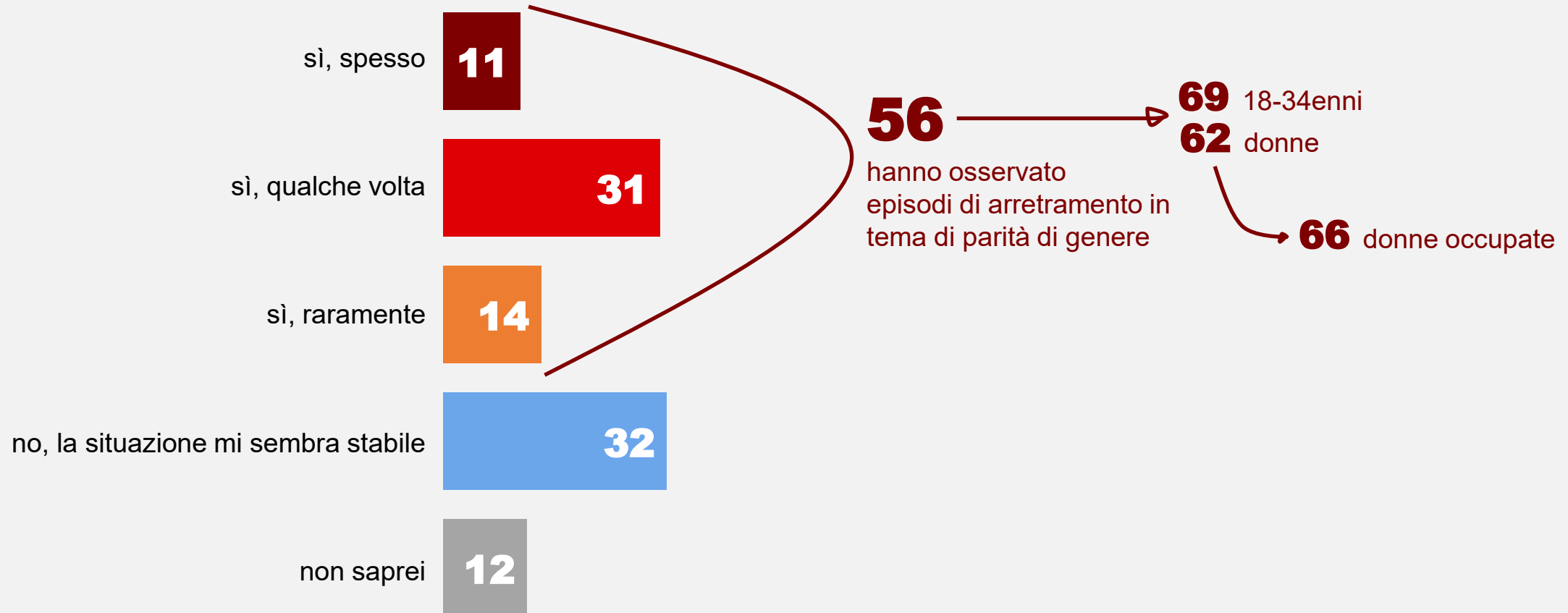
# Parità di genere e mercato del lavoro: netto lo sbilanciamento percepito a scapito delle donne. Il «soffitto di cristallo» esiste per 1 italiano su 2

Pensando al contesto italiano, secondo lei, il genere rappresenta un fattore di penalizzazione per i seguenti aspetti della vita lavorativa?



# Regressione sulla parità di genere: più della metà degli italiani vede segnali di peggioramento. Giovani più sensibili

Negli ultimi 12 mesi le è capitato di osservare situazioni o episodi che le hanno fatto pensare che stiamo tornando indietro rispetto al tema della parità di genere?



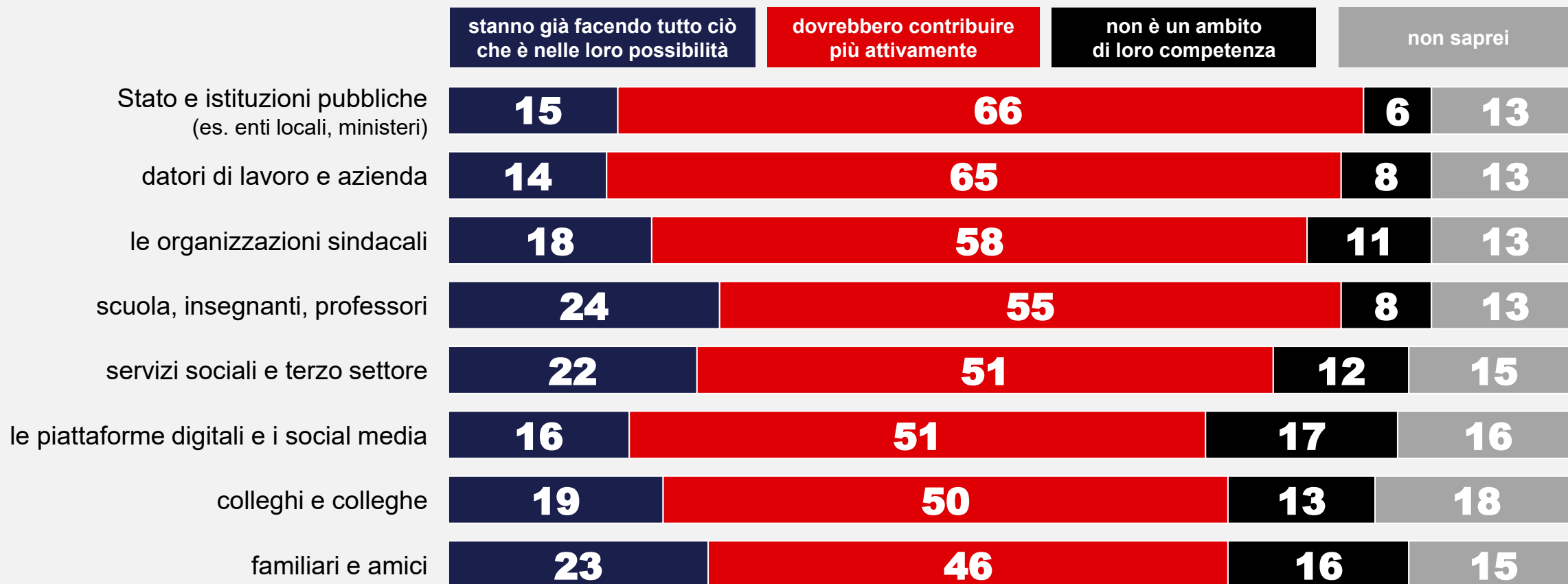
Sempre pensando alla parità di genere, quali sono i cambiamenti prioritari che le piacerebbe vedere in Italia nei prossimi anni? (possibili 4 risposte)



**Concretezza in primo luogo: la parità passa soprattutto da salari equi, occupazione femminile e indipendenza economica**

# Per un cambio di passo serve il contributo di tutte le parti sociali. Ma è soprattutto dalle istituzioni e dalle imprese che ci si aspetta di più

Le elenchiamo una serie di attori e istituzioni. Per ciascuna e pensando al ruolo che ricopre, le chiediamo di valutare il loro impegno a supporto della parità di genere.



# III. Concerti ed eventi estivi



Con l'arrivo del caldo, piazze e arene tornano a riempirsi: la musica dal vivo è uno dei riti collettivi dell'estate italiana. La stagione è appena cominciata: a inizio luglio le presenze restano contenute, ma oltre 4 italiani su 10 non vedono l'ora di ascoltare musica e ballare nelle piazze delle città. E se ad attrarre sono soprattutto i grandi eventi gratuiti, oltre un italiano su tre è pronto ad assistere ad almeno un concerto a pagamento.

Il recente concerto di Ultimo a Tor Vergata ha visto più di 250 mila partecipanti, alcuni dei quali sono stati in coda davanti ai cancelli per giorni per trovare i posti migliori. D'altronde per il proprio artista del cuore si è disposti a fare pazzie: quasi 3 su 10 hanno viaggiato oltre 200 km per un concerto e più di 1 su 4 ha comprato i biglietti con oltre un anno d'anticipo.

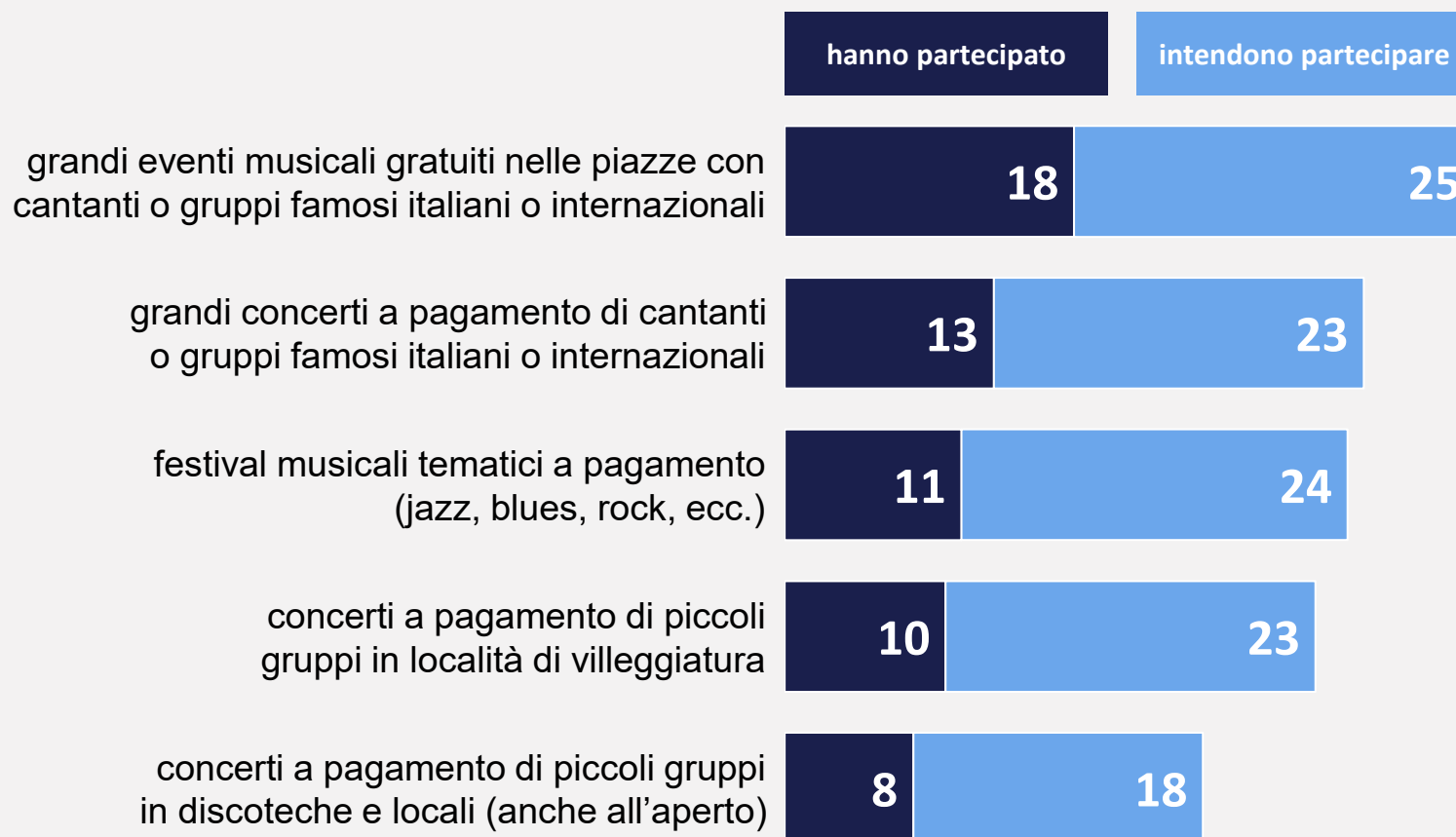
Il tema dei costi dei concerti lascia trasparire, però, una netta insofferenza. Per 4 italiani su 5 i prezzi sono ormai troppo alti e meno di uno su tre vede di buon occhio le nuove strategie di *dynamic pricing*.

Non c'è estate senza il suo tormentone: sebbene sia giudicato un ingrediente cruciale dell'estate, per oltre la metà degli italiani alla fine diventa un'ossessione insopportabile. Il pronostico del tormentone estivo dell'anno vede favorita *Al mio paese* di Serena Brancale.

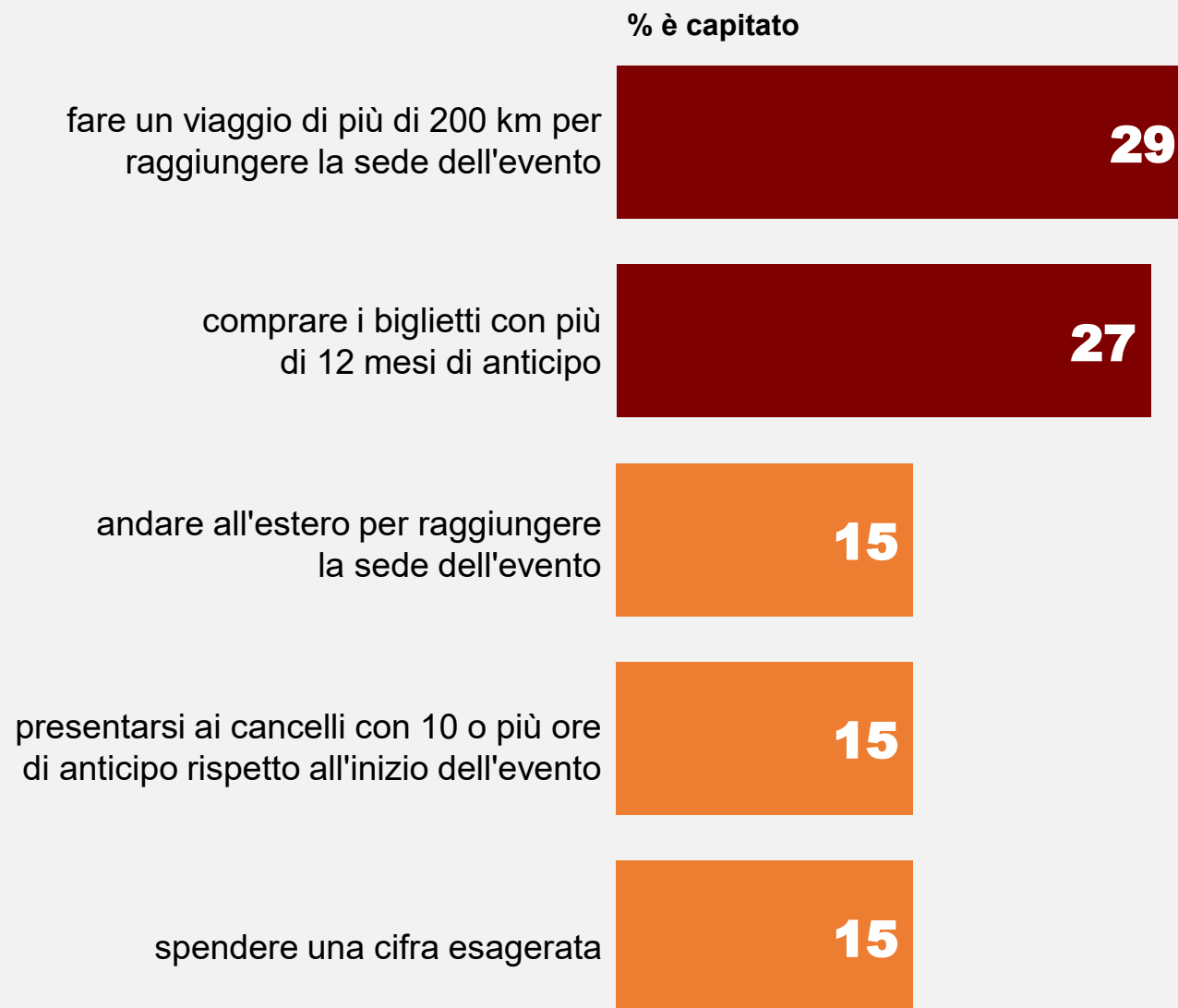
**Il binomio estate e musica appare indissolubile. I grandi concerti estivi nelle piazze catalizzano la voglia di musica degli italiani, trasformando l'ascolto in una esperienza unica per la quale si è pronti a fare pazzie.**

# L'estate degli italiani suona dal vivo, ma il clou deve ancora arrivare: i grandi eventi gratuiti in piazza al top, mentre concerti e festival a pagamento restano una scelta più selettiva

Durante questa estate 2026 ha assistito o intende assistere a...

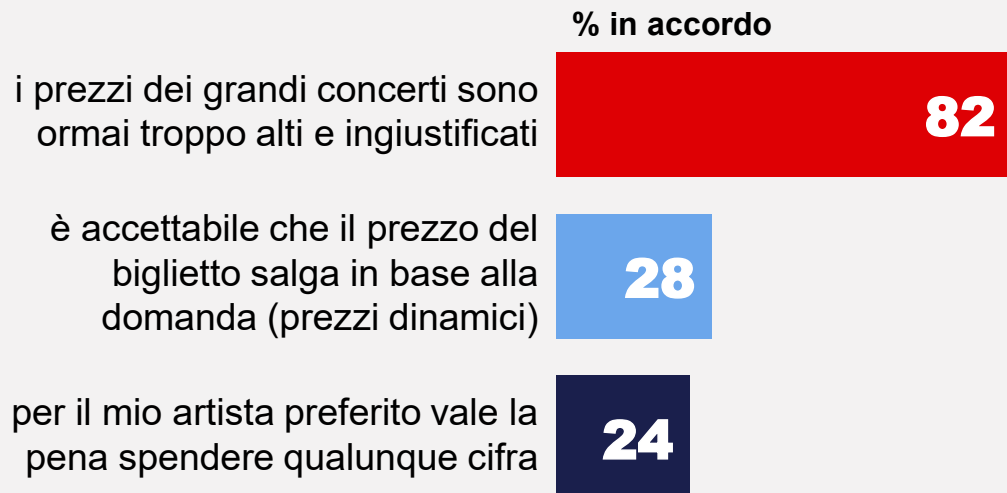


Per assistere al concerto di uno dei suoi cantanti o gruppi preferiti le è mai capitato di...



**Disposti a tutto  
per il proprio  
artista del cuore:  
più di 1 italiano su  
4 ha viaggiato  
oltre 200 km per  
un concerto o  
comprato il  
biglietto con oltre  
un anno d'anticipo**

Qual è il suo grado di accordo o disaccordo  
con le seguenti affermazioni?



**I prezzi sono giudicati troppo alti e ingiustificati e meno di 1 su 3 accetta il *dynamic pricing*. Il prezzo giusto per un concerto si aggira attorno ai 50€**

Il prezzo ritenuto giusto:

valore medio in €

un ingresso ad un concerto con  
«pacchetto VIP» (accesso al backstage,  
posti in prima fila, ecc.)

88 €

l'ingresso ad un festival musicale di due  
giorni con grandi band internazionali

67 €

un concerto evento da una sola data  
di un grande cantante / gruppo  
(es. concerto di Ultimo a Tor Vergata)

48 €

un concerto di un grande cantante /  
gruppo all'interno di un tour

48 €

% in accordo con l'affermazione:

ogni estate ci sono 2-3 canzoni  
che diventano una ossessione e  
che alla fine non sopporto più

62

un'estate senza tormentoni  
musicali non è un'estate

58

**Il tormentone è  
amore-odio: senza di esso  
non è estate, ma si finisce  
per non sopportarlo più.  
Per l'estate 2026 in vetta  
*Al mio paese* di Serena  
Brancale**

Il tormentone dell'estate secondo gli italiani:

(TOP 5)

1

**Al mio paese**

di Serena Brancale feat. Levante & Delia

2

**La testa gira**

di Fred De Palma, Anitta & Emis Killa

3

**Sorry Scusa Lo Siento**

dei Pinguini Tattici Nucleari

4

**Buon vento**

di Jovanotti e Alfa

5

**Ossessione**

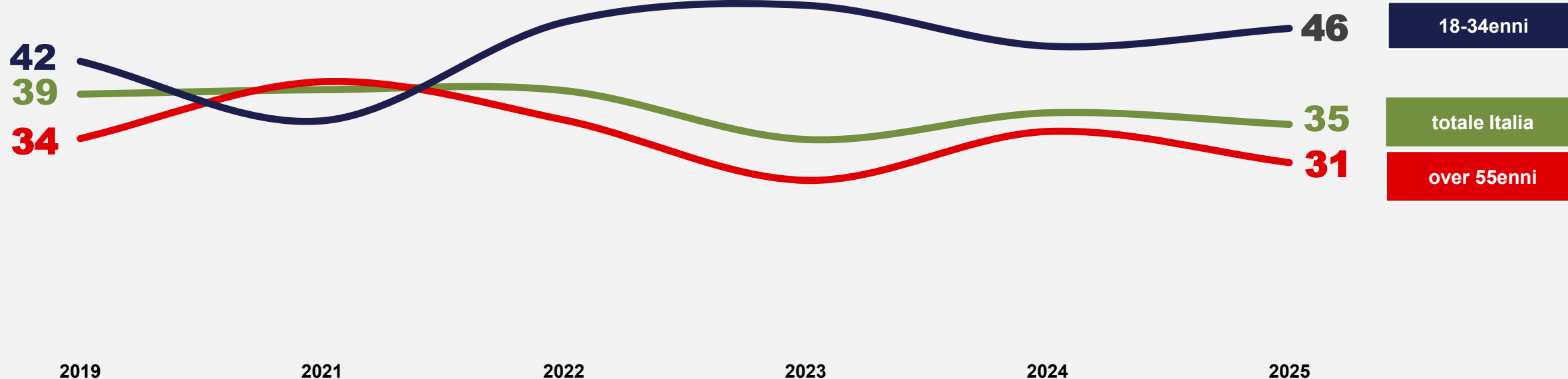
di Samurai Jay & Vito Salamanca

# NATO e sviluppo economico – 2019-2025

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, quanto ha contribuito la NATO negli ultimi 70 anni allo sviluppo economico e sociale del nostro Paese?

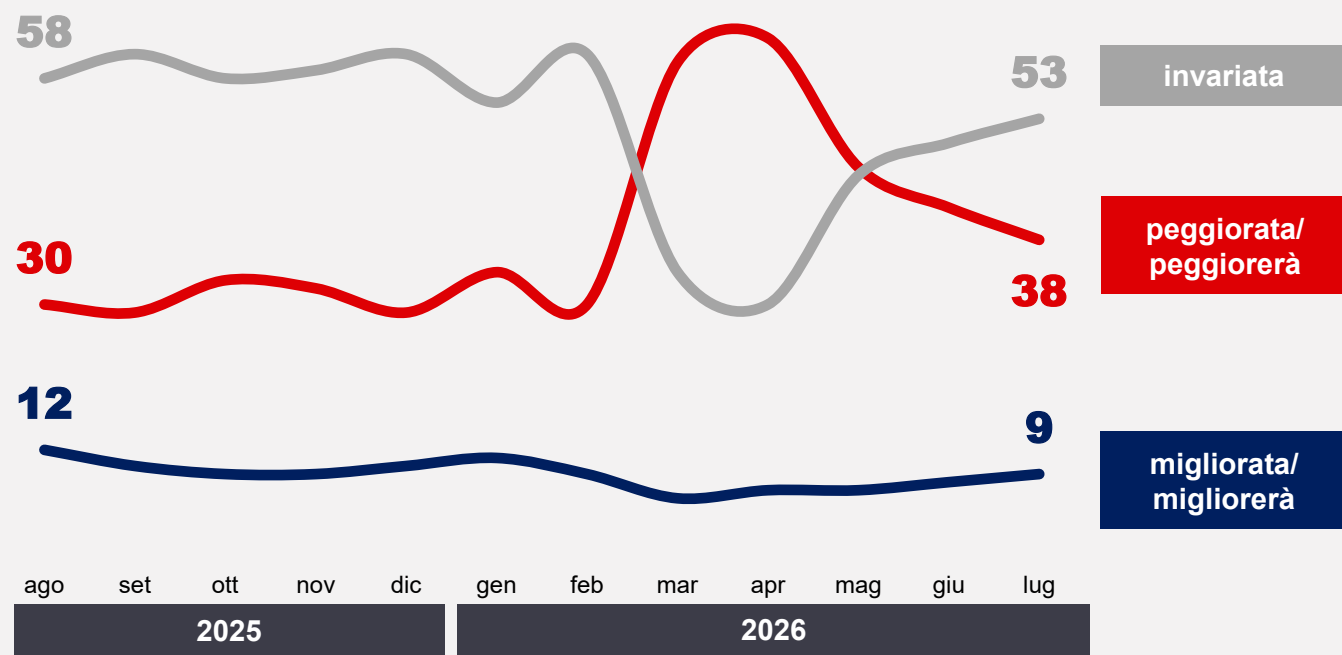
% molto + abbastanza



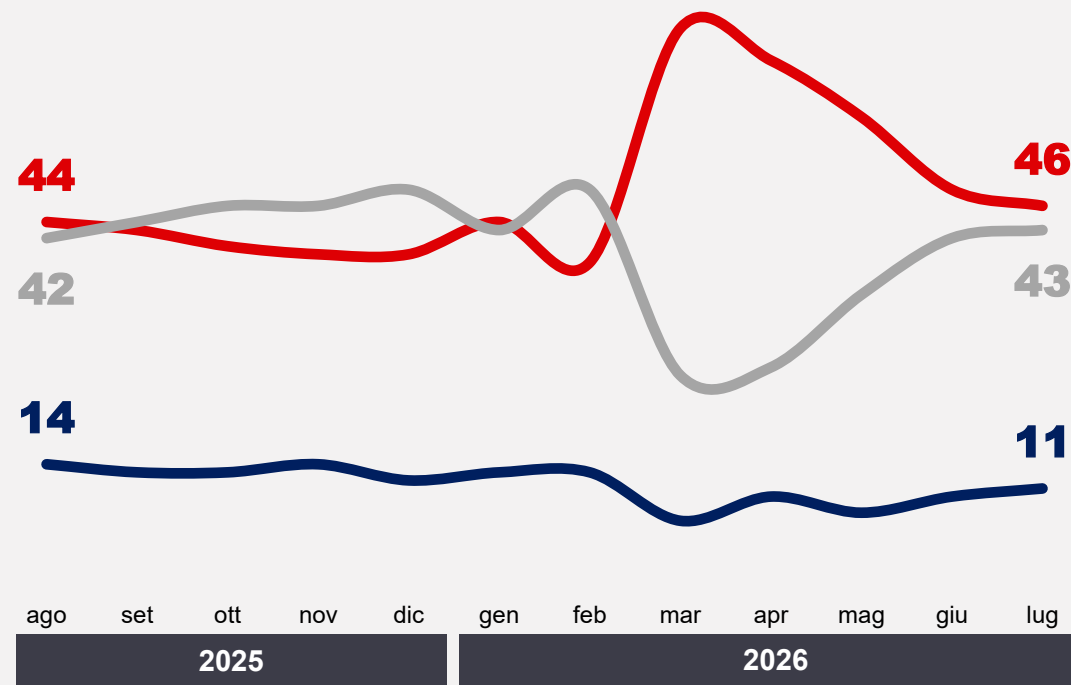
# La percezione della situazione economica nazionale

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.

percezione della situazione economica  
nelle due settimane precedenti l'intervista

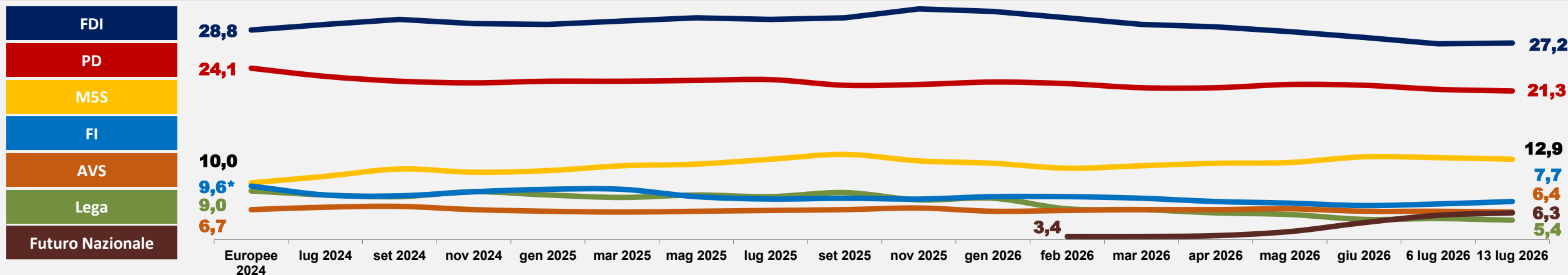


percezione dell'evoluzione della situazione  
economica nei mesi successivi all'intervista



# Intenzioni di Voto

## 13 luglio 2026



\*Dato riferito a Forza Italia - Noi Moderati

**NOTA INFORMATIVA:** valori espressi in %. Date di esecuzione: 8 - 13 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**

finaswg è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA, ESOMAR e rappresenta l'Italia nel network WIN MR. Il Sistema di Gestione è certificato secondo UNI EN ISO 9001:2015, UNI ISO 20252:2019, UNI ISO 27001:2024 e ISO/IEC 27701:2019. La Privacy Policy è conforme al GDPR. In linea con gli obiettivi di beneficio comune e con il Codice Etico, SWG S.p.A. ha ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere e la certificazione SA8000 per la responsabilità sociale. La finalità del sistema di gestione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche 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

swg.it | info@swg.it | pec: info@pec.swg.it



@swgresearch



@swg\_research



SWG S.p.A.

