



## **OSSERVATORIO SOCIO-POLITICO**

**Quale ricomposizione possibile nel centrodestra?**

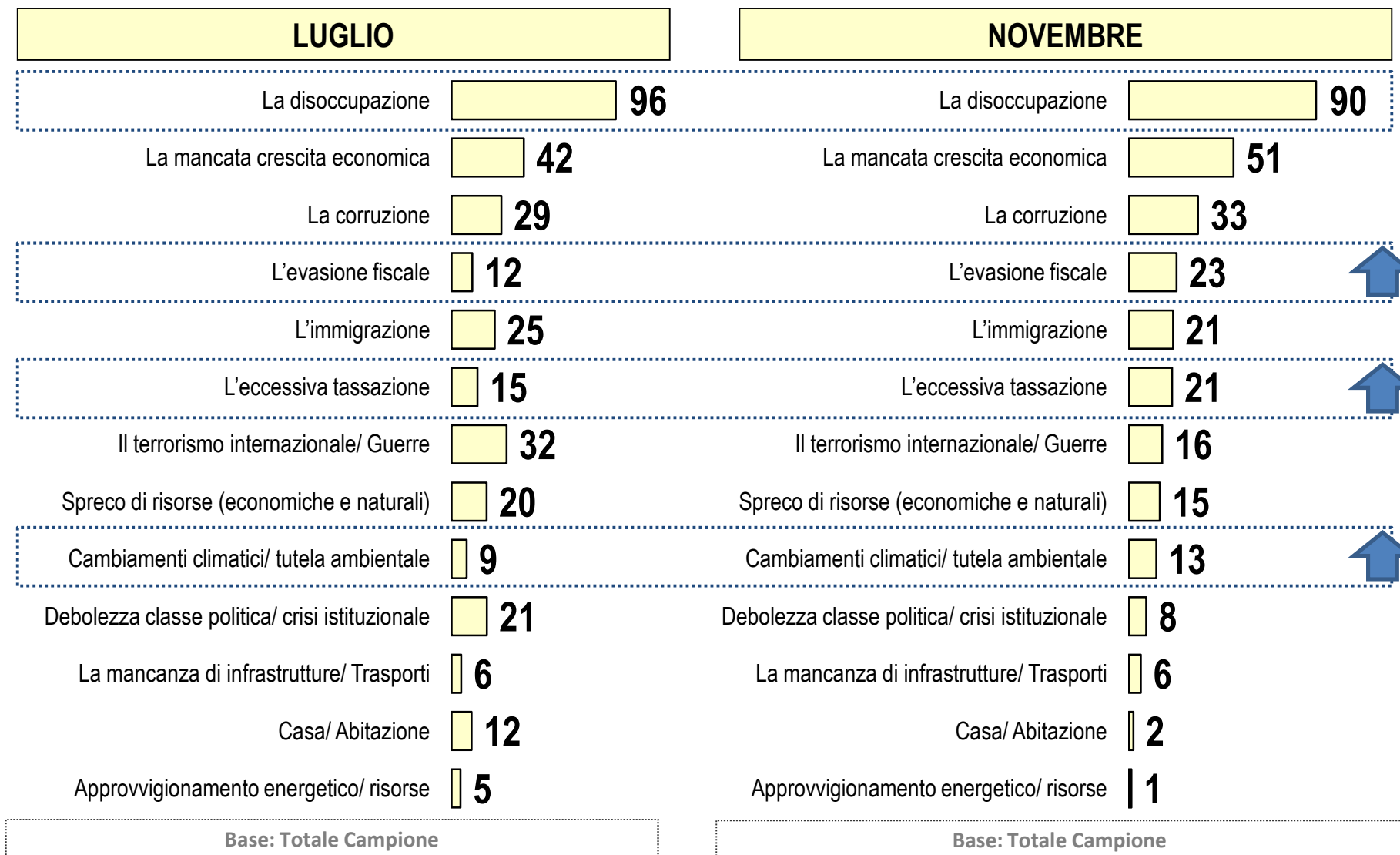
**Il tema delle risorse per le famiglie**

# La disoccupazione sempre al primo posto, cresce la preoccupazione su tasse ed evasione fiscale nonché sulla tutela ambientale



## QUALI PROBLEMI PREOCCUPANO GLI ITALIANI

«A suo parere quali sono i più gravi problemi che sta affrontando in questi ultimi mesi il nostro Paese?»

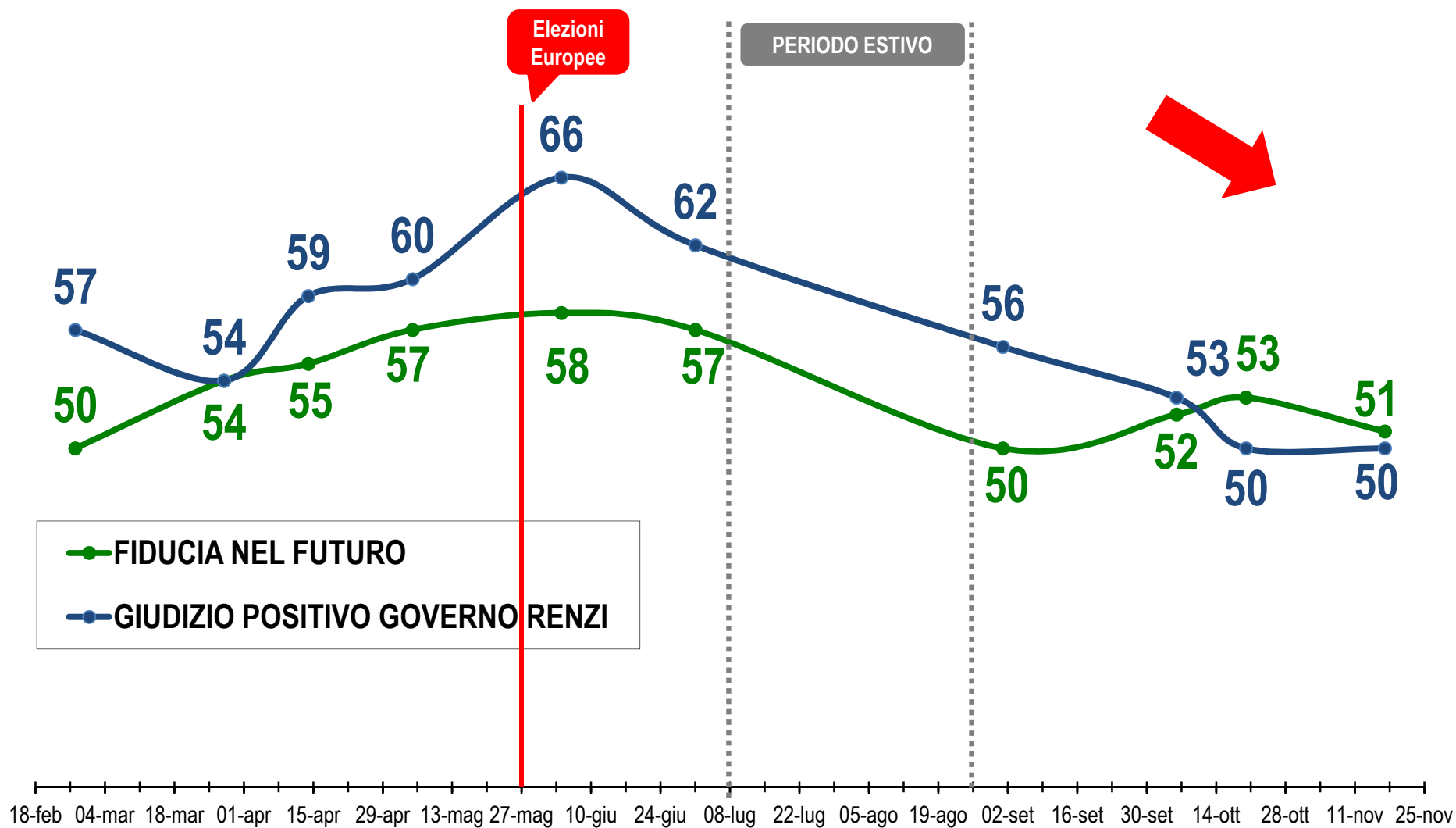




# La “parabola discendente” del Governo Renzi:

SI STABILIZZA LA CADUTA DEL GIUDIZIO SUL GOVERNO

E SI ASSISTE ANCHE AD UN DEBOLE SEGNALE DI RIPRESA DELL'INDICE DI FIDUCIA



BASE IN MEDIA MOBILE: 1.000 casi

# Governo in difficoltà: fermo al 50%



## GIUDIZIO POSITIVO SUL GOVERNO – IN MEDIA MENSILE

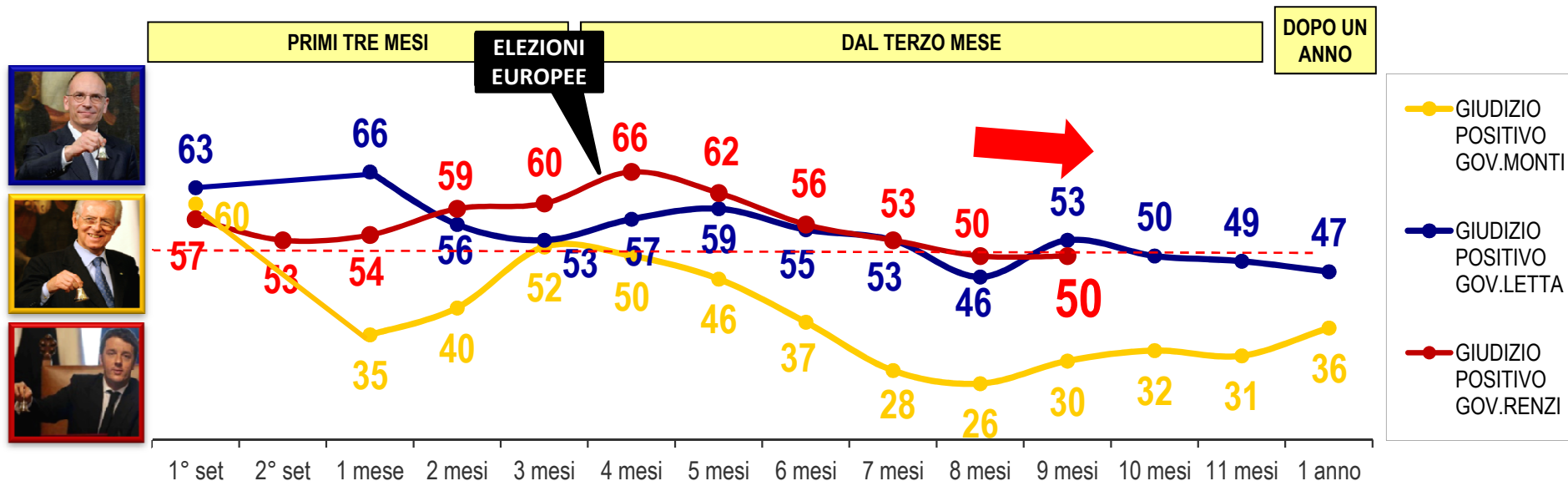
«Qual è il suo giudizio complessivo sull'operato del Governo Renzi?»

# 50%

## GIUDICA POSITIVAMENTE IL GOVERNO

BASE IN MEDIA MOBILE: 1.000 casi




### Giudizio sul GOVERNO RENZI a confronto con MONTI e LETTA



# I “giacimenti” del Paese: quali asset per ripartire



«Ora le leggerò una serie di risorse del Paese che altri prima di lei hanno identificato come strategiche per il rilancio economico dell'Italia. Quali di queste ritiene più importanti?» [Risp. MULTIPLA]

| NOVEMBRE 2013   | NOVEMBRE 2014   |
|---|---|
| Agricoltura e produzione alimentare di alta qualità <input type="checkbox"/> 37                   | Agricoltura e produzione alimentare di alta qualità <input type="checkbox"/> 51  |
| Ricerca e Sistema Universitario di eccellenza <input type="checkbox"/> 37                         | Ricerca e Sistema Universitario di eccellenza <input type="checkbox"/> 49   |
| Artigianato locale e piccole imprese artigiane <input type="checkbox"/> 39                        | Artigianato locale e piccole imprese artigiane <input type="checkbox"/> 39  |
| Energie rinnovabili <input type="checkbox"/> 39   | Energie rinnovabili <input type="checkbox"/> 37   |
| Eco-turismo, agri-turismo <input type="checkbox"/> 34   | Eco-turismo, agri-turismo <input type="checkbox"/> 36   |
| Musei e beni culturali <input type="checkbox"/> 24  | Musei e beni culturali <input type="checkbox"/> 32  |
| Produzione di energia <input type="checkbox"/> 19   | Produzione di energia <input type="checkbox"/> 29                                |
| Difesa e Intelligence <input type="checkbox"/> 13   | Difesa e Intelligence <input type="checkbox"/> 24   |
| Turismo di lusso e benessere (resort, centri benessere, ville e centr <input type="checkbox"/> 23 | Turismo di lusso e benessere (resort, centri benessere, ville e centr <input type="checkbox"/> 23   |
| Agenda digitale, rete e wi-fi nazionale <input type="checkbox"/> 12                               | Agenda digitale, rete e wi-fi nazionale <input type="checkbox"/> 20            |
| Imprese tecnologiche, start-up, ICT <input type="checkbox"/> 13                                   | Imprese tecnologiche, start-up, ICT <input type="checkbox"/> 19   |
| Infrastrutture e grandi opere <input type="checkbox"/> 14   | Infrastrutture e grandi opere <input type="checkbox"/> 19   |
| Grandi imprese nazionali <input type="checkbox"/> 17  | Grandi imprese nazionali <input type="checkbox"/> 15  |
| NON RISPONDONO <input type="checkbox"/> 2   | NON RISPONDONO <input type="checkbox"/> 3   |

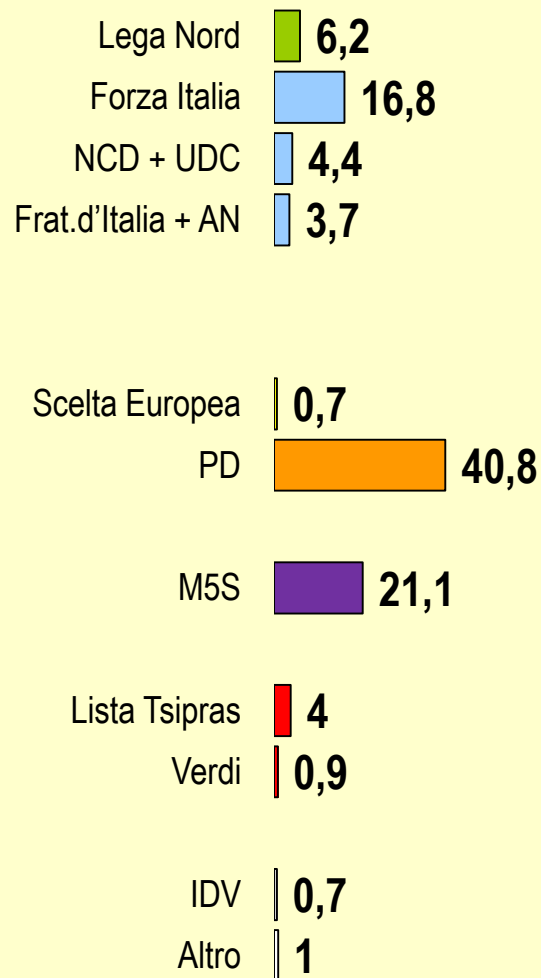
BASE : 500 casi

# Gli orientamenti del voto: 17 NOVEMBRE 2014



**RISULTATI UFFICIALI: 25 MAG.**

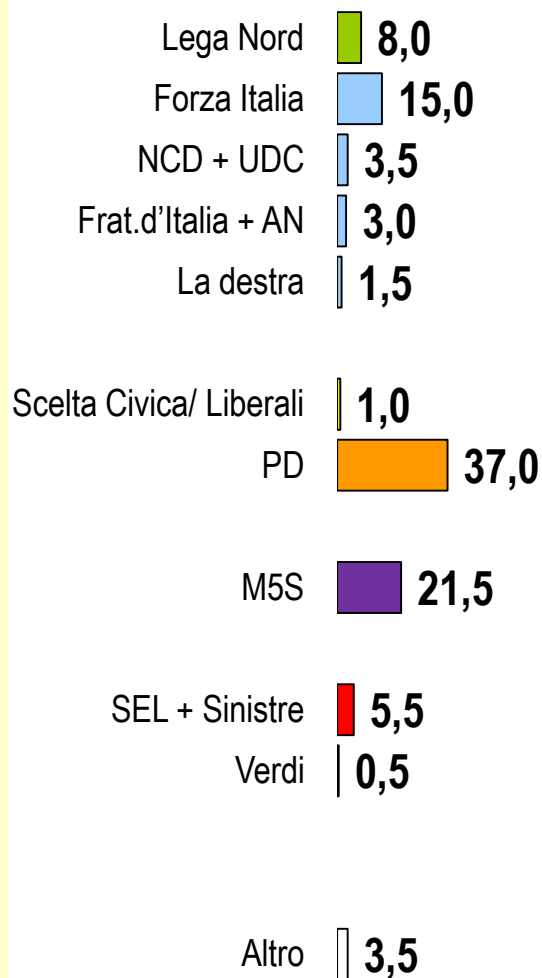
**Affluenza: 58.7%**



Base: DATI UFFICIALI

**INTENZIONI DI VOTO: 10 NOV.**

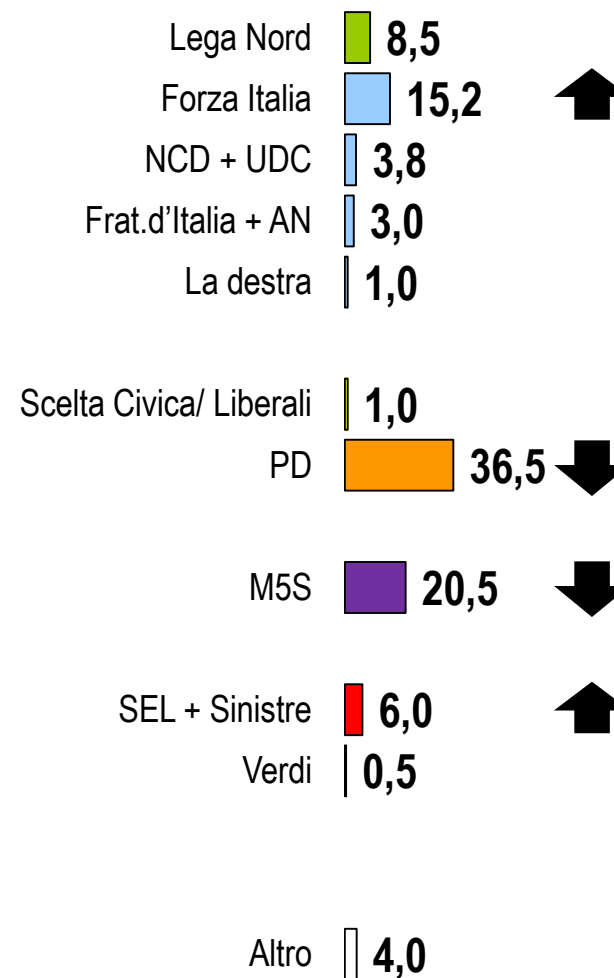
**Rispondenti: 55%**



Base: TOTALE RISPONDENTI

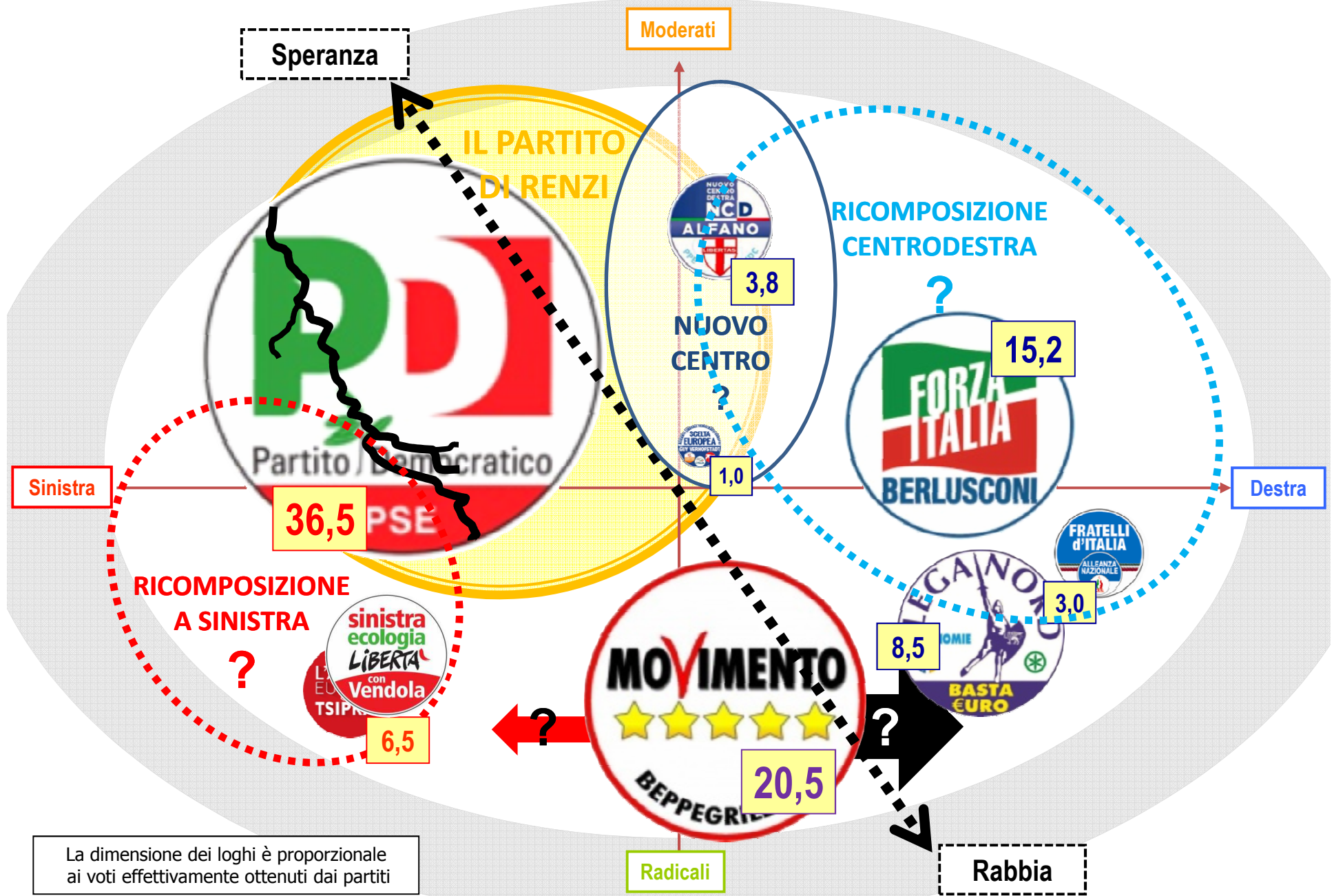
**INTENZIONI DI VOTO: 17 NOV.**

**Rispondenti: 58%**



Base: TOTALE RISPONDENTI

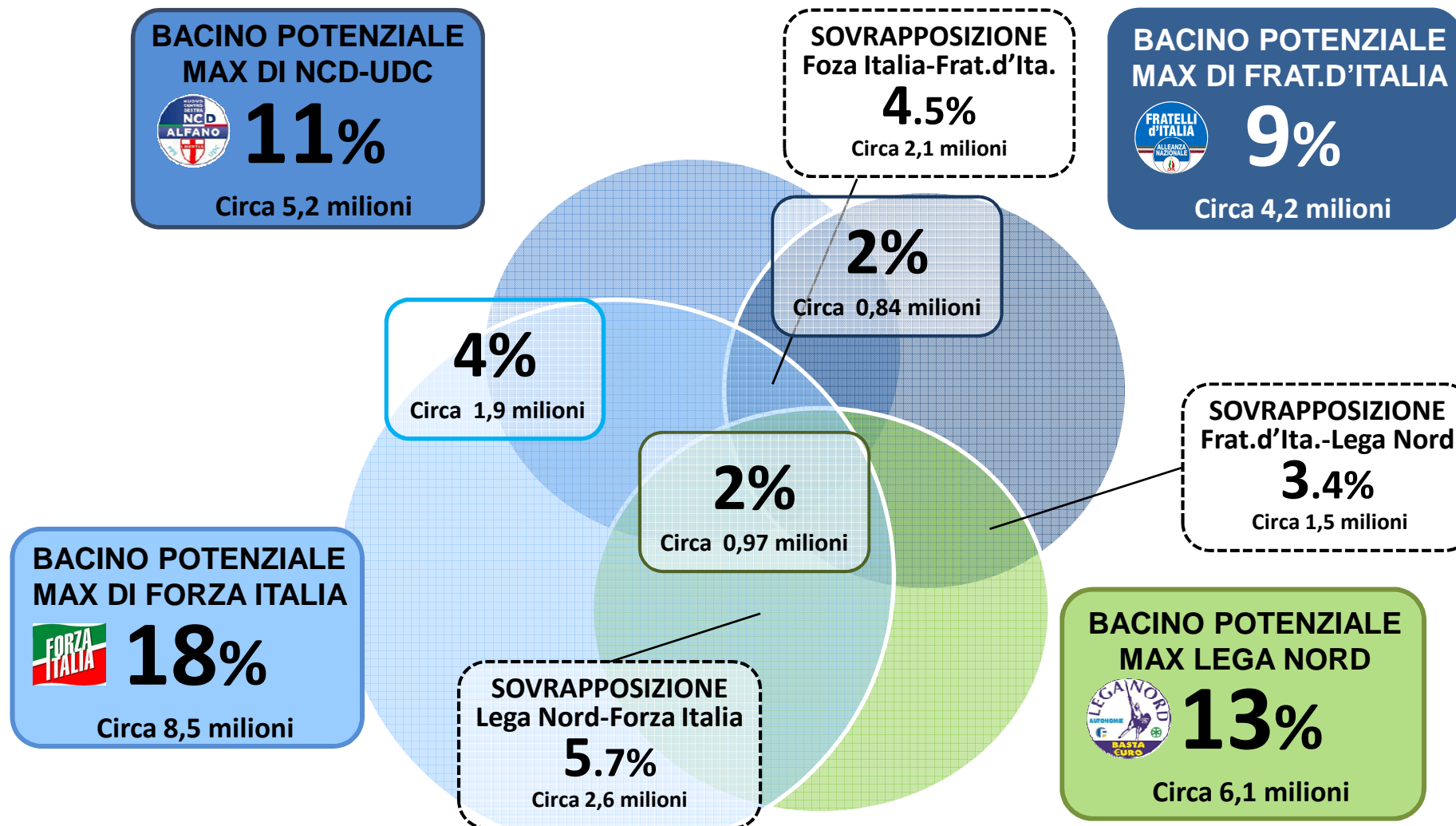
# LO SCENARIO POLITICO ATTUALE



# La ricomposizione del Centrodestra



## I BACINI POTENZIALI (SIMPATIZZANTI) DELL'AREA DI CENTRO DESTRA



N.B. CON IL BACINO POTENZIALE NON SI TRATTA DI "VOTI" O DI "PERCENTUALI DI VOTO"  
MA DELLA QUOTA DI ELETTORI CHE NON ESCLUDE A PRIORI DI PRENDERE IN CONSIDERAZIONE QUEL PARTITO

Base: Totale Campione





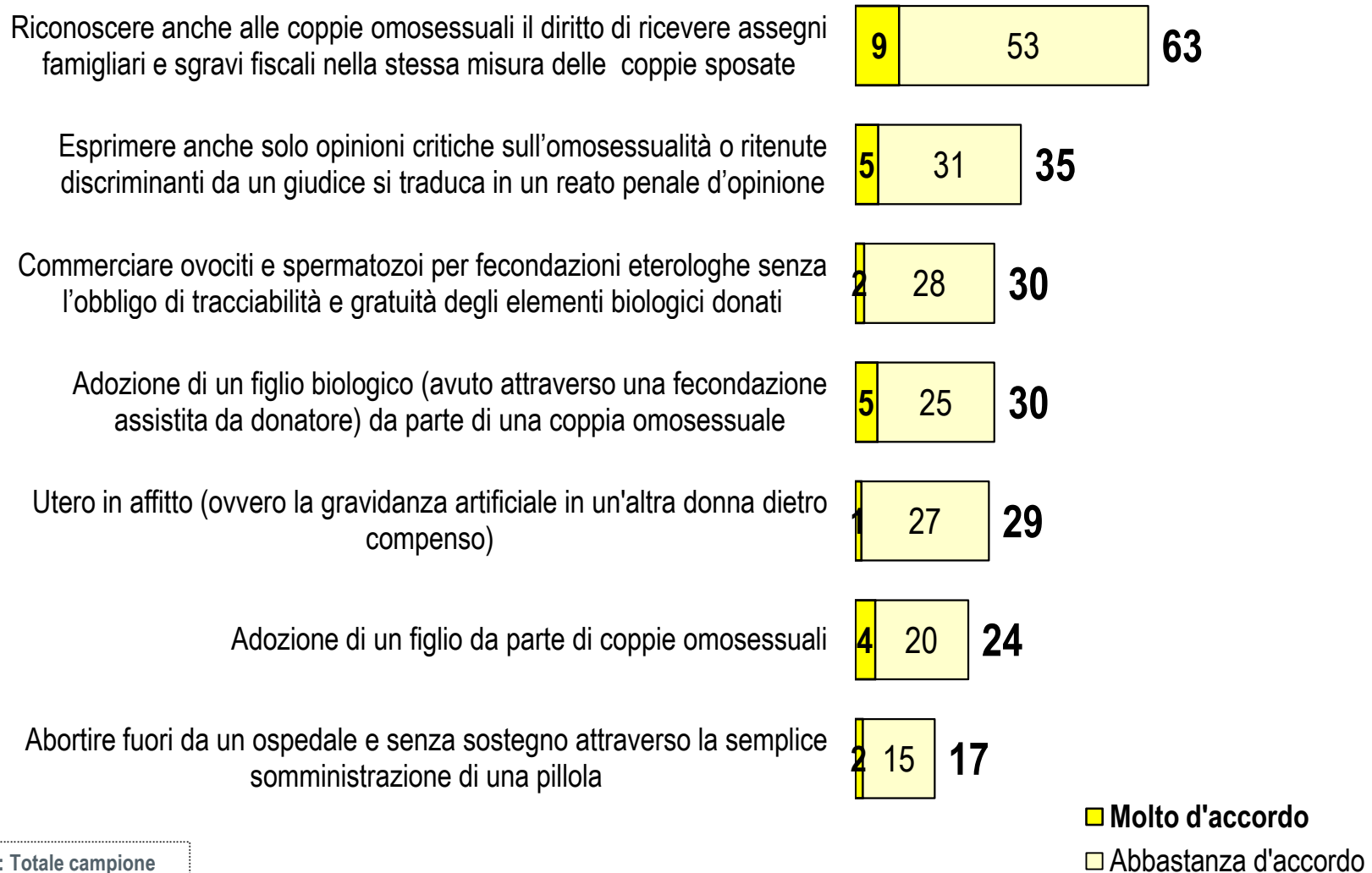
**In difesa della famiglia**

# Italiani favorevoli a diritti economici per le coppie Gay, ma contrari ad adozioni e fecondazioni assistite, pillola abortiva fuori dagli ospedali e commercio materiale procreativo

## I TEMI ETICI ATTORNO ALLA FAMIGLIA E ALLA VITA

«Ore le farò alcune domande su temi etici.

Quanto è d'accordo sul fatto che la legge italiana permetta anche la possibilità di: ...»



BASE : Totale campione

# L'atteggiamento degli Italiani sulle iniziative per la famiglia



## Maggiori risorse per le famiglie

«Personalmente quanto ritiene necessario dedicare maggiori risorse del bilancio dello Stato a sostegno diretto delle famiglie con figli?»

[Risposta: MOLTO + ABBASTANZA]

93%

[Risposta: MOLTO]

TOTALE  
24%

MODERATI  
27%

## Importante battersi per la famiglia tradizionale

«Personalmente quanto ritiene importante manifestare e battersi in difesa e a sostegno della famiglia tradizionale formata da un uomo e una donna che generano figli?»

[Risposta: MOLTO]

TOTALE  
33%

MODERATI  
35%

## Partecipare a manifestazioni in difesa della famiglia

«Lei personalmente con che probabilità parteciperebbe a manifestazioni a sostegno della famiglia se si tenessero nella sua città?»

[Risposta: SICURAMENTE SÌ]

TOTALE  
8%

MODERATI  
7%

BASE: Totale Campione

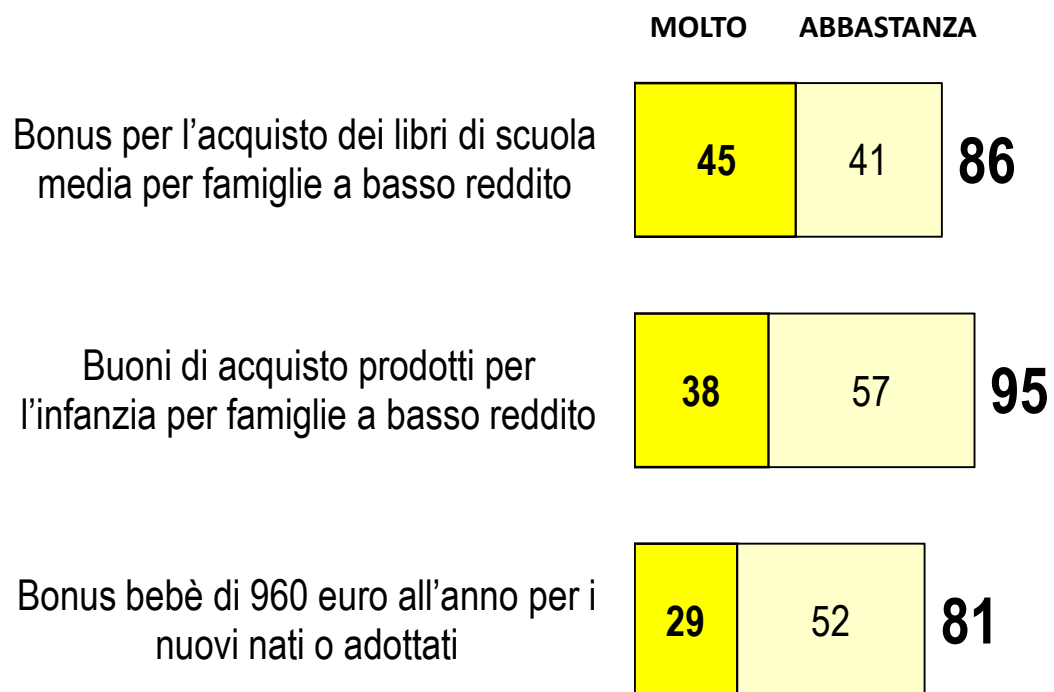
MODERATI: 60% del campione

# Alcune proposte per la famiglia...



## ACCORDO SUI PROVVEDIMENTI A SOSTEGNO DELLA FAMIGLIA

«Ora le leggerò alcuni provvedimenti proposti a sostegno della famiglia, per ognuno di essi potrebbe indicarmi quanto è d'accordo a dedicare le risorse necessarie per questi provvedimenti?»



BASE : Totale campione

# Nota metodologica



- **Istituto:** Lorien Consulting – Public Affairs
- **Sondaggio realizzato per Italia Oggi**
- **Criteri seguiti per la formazione del campione:** sondaggio realizzato su un **campione rappresentativo della popolazione maggiorenne italiana di 1000 cittadini**
- **Metodo di raccolta delle informazioni:** interviste **CATI** ad un campione rappresentativo per sesso, età e area di residenza
- **Numero delle persone interpellate ed universo di riferimento:** Campione cumulato di **1000 cittadini** strutturati per sesso ed età
- **Data in cui è stato realizzato il sondaggio:** **9 e 16 Novembre 2014**
- **Metodo di elaborazione:** SPSS – Intervallo di confidenza 95%



via Argelati 40/A  
20143 Milano  
Italia  
t. +39 02 58 145 51  
f. +39 02 58 145 500  
[www.lorienconsulting.it](http://www.lorienconsulting.it)



WPP Group plc