



**SWG**



Partito Democratico

Gruppo Consiliare  
Regione Toscana

# FOCUS CULTURA

*Report indagine novembre 2022*

**Job 37787**



# METODOLOGIA E PARAMETRI DEL CAMPIONE

# Nota metodologica

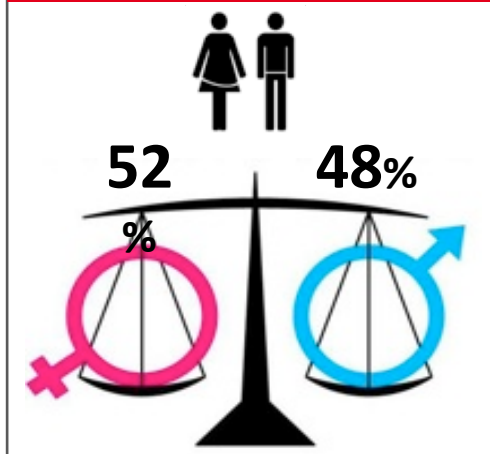
L'indagine quantitativa è stata condotta mediante una rilevazione sia telefonica che online, con metodo misto CATI-CAWI (Computer Assisted Telephone/Web Interview), all'interno di un campione di 604 soggetti maggiorenni residenti nella regione Toscana, rappresentativo della popolazione maggiorenne regionale rispetto ai parametri provincia di residenza, sesso ed età.

Le interviste sono state somministrate tra il 18 e il 26 ottobre 2022.

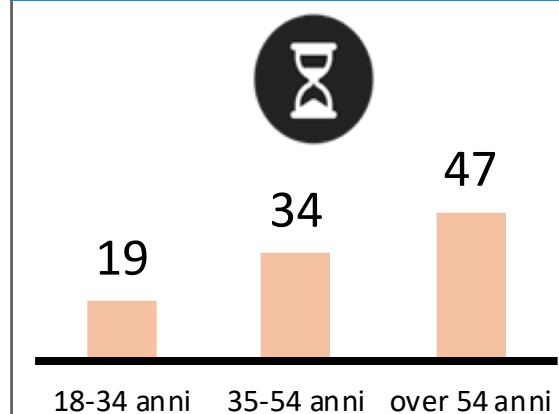
I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di provincia, età, sesso e livello scolare. Il margine d'errore statistico dei dati riportati è del 4,8% a un intervallo di confidenza del 95%.

# PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEL CAMPIONE

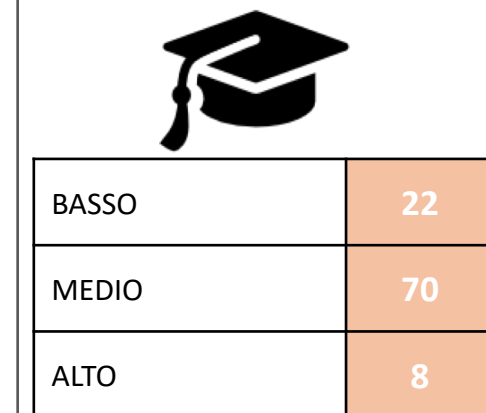
## GENERE



## ETÀ



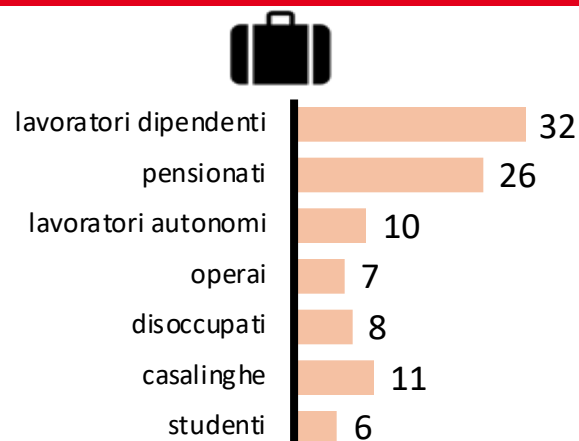
## TITOLO DI STUDIO



## NUCLEO FAMILIARE

1 persona	17
2 persone	34
3 persone	29
4 o più persone	20

## PROFESSIONE



## FIGLI

Sì, uno	32
Sì, due	24
Sì, tre	5
Sì, quattro o più	2
No, non ho figli	37



# PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEL CAMPIONE

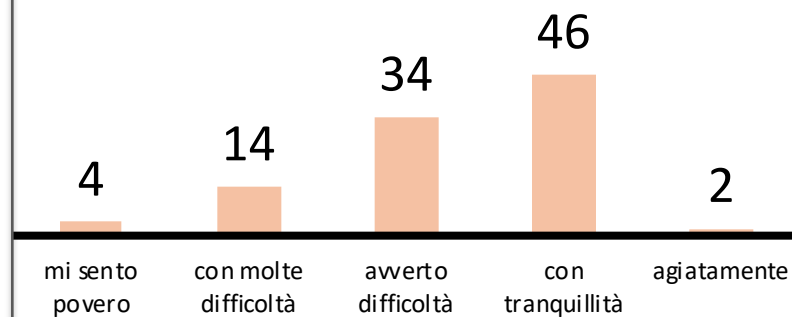
## AREA DI RESIDENZA



<b>AREA Nordovest</b> (Livorno, Lucca, Massa Carrara e Pisa)	<b>36</b>
<b>AREA Centro</b> (Firenze, Pistoia e Prato)	<b>42</b>
<b>AREA Sudest</b> (Arezzo, Grosseto e Siena)	<b>22</b>

## CONDIZIONE ECONOMICA AUTOPERCEPITA

Arriva a fine mese ...



## N. ABITANTI DEL COMUNE DI RESIDENZA

fino a 5000 abitanti	7
da 5001 a 10000 abitanti	9
da 10001 a 30000 abitanti	23
da 30001 a 100000 abitanti	31
da 100001 a 250000 abitanti	12
oltre 250000 abitanti	18



**NOTA DI SINTESI**

# Sintesi dei risultati

## Premessa

Affrontare il tema della cultura è misurarsi con un concetto ampio, con molteplici decodificazioni e implicazioni sia per le persone che per le istituzioni. Per delineare un piano pluriennale di iniziative e attività, in questo vasto campo, appare utile verificare gli atteggiamenti dell'opinione pubblica in relazione a quattro macro-aspetti:

- La concezione della cultura da parte dell'opinione pubblica
- La pratica delle attività culturali
- La valutazione delle esperienze, delle iniziative e delle loro ricadute
- L'azione della Regione Toscana

# Sintesi dei risultati

## La concezione della cultura da parte dell'opinione pubblica

Analizzando gli elementi che compongono l'immagine e la sostanza della cultura si osserva che riflettendo sul significato della cultura l'opinione pubblica privilegia gli aspetti conoscitivi, espressivi, di scoperta e esperienziali; hanno un minor impatto gli aspetti legati alla politica, alla religione, alle narrazioni mediatiche e all'esclusività.

La raffigurazione della cultura è un libro, un viaggio, un'opera d'arte, gli esperti. Emerge, dalle indicazioni più numerose, un quadro un po' tradizionale. Le finalità della cultura maggiormente segnalate sono la possibilità di un migliorare come persona, di allargare i propri orizzonti e di sviluppare capacità critica e dialogo; delle ragioni molto importanti sul piano sociale. E sono, invece, meno indicati gli obiettivi relativi a un interesse più individuale. Si afferma la visione della cultura come elemento utile alla società. Osservando quanto la cultura può offrire si conferma la propensione a ritenere che possa essere molto vantaggiosa per la maturazione delle persone. Nell'insieme la cultura appare, per l'opinione pubblica toscana, un momento rilevante per la persona e per i suoi riflessi sulla società; forse andrebbe promossa una raffigurazione del concetto capace di innovarlo maggiormente.



# Sintesi dei risultati

## La pratica delle attività culturali

È utile effettuare una verifica sui comportamenti relativi alle attività per avere un quadro della fruizione culturale, anche delle attività online. A fronte delle risultanze viene richiesto di indicare le offerte culturali alle quali si vorrebbe dedicare più tempo. Infine vengono identificati i momenti privilegiati per l'effettuazione di consumi culturali. In questo modo si può affiancare alla descrizione espressa del fenomeno cultura la parte legata alla fruizione. I due aspetti consentono di avere la possibilità di correlare la percezione della cultura con la pratica corrente.

## La valutazione delle esperienze, delle iniziative e delle loro ricadute

Una parte dell'indagine mette al centro una serie di valutazioni – sia nei suoi aspetti generali che in quelli specifici – che mettono in evidenza il sentire comune sulla cultura. La percezione della sua importanza è generalizzata; la sua presenza è ritenuta largamente diffusa in Toscana, meno in Italia; la convinzione che la cultura sia elemento integrante della qualità della vita è molto ampia; ancora, la cultura svolge un ruolo di rilievo nell'apprendimento protratto e vi è la consapevolezza vasta che sia fonte di convivenza, accettazione e partecipazione.

# Sintesi dei risultati

Emerge, inoltre, che non può essere avulsa dallo Stato sociale, i cittadini, pertanto, non la ritengono un orpello, pur valido, ma una presenza catalogabile come parte delle prestazioni pubbliche. Un tema analizzato è stato anche quello economico, della spesa culturale. Vi sono, infatti, degli interrogativi sulla validità degli investimenti al riguardo; 1/2 dell'opinione pubblica si schiera nettamente a favore degli stanziamenti; 1/3 li sostiene, con qualche dubbio. E le ricadute vengono ritenute positive per tutti i settori: dal turismo, alle imprese, all'occupazione, al PIL; viene vista come positiva anche la redditività di questi investimenti. Per concludere la disamina delle valutazioni emerge che si potrebbe valorizzare maggiormente la cultura anche nel percorso scolastico. In alcuni casi le ampie maggioranze erano attese per l'evidenza dell'importanza della cultura nelle nostre vite, ma analizzando le risposte è possibile decodificare una serie di conseguenze relative all'azione da intraprendere in campo culturale.

# Sintesi dei risultati

## L'azione della Regione Toscana

La parte conclusiva dell'indagine verifica la valutazione dell'agire della Regione Toscana nel campo della cultura. Si parte da un giudizio di natura generale sul lavoro che sta svolgendo la Regione: oltre la metà dell'opinione pubblica lo trova valido. Vengono analizzati altri due aspetti dell'azione regionale. Il primo è composto dal tipo di presenza che deve avere la Regione: diretto, con le istituzioni territoriali, con la società civile; e dal rischio di privilegiare delle impostazioni. Le istituzioni vengono sollecitate a un ruolo maggiore pur con l'attenzione alle scelte. Il secondo attiene alla spesa: validità e giustificazione; e dal livello di investimenti. Emerge, in questa disamina, una maggioranza che sostiene l'operato della Giunta regionale: poco sopra il 50% sui risultati e più ampio sulla necessità di spendere di più.

Complessivamente la Regione Toscana ottiene una valutazione di natura abbastanza positiva e un sollecito a fare di più, affinando le iniziative.





# CULTURA SECONDO I TOSCANI

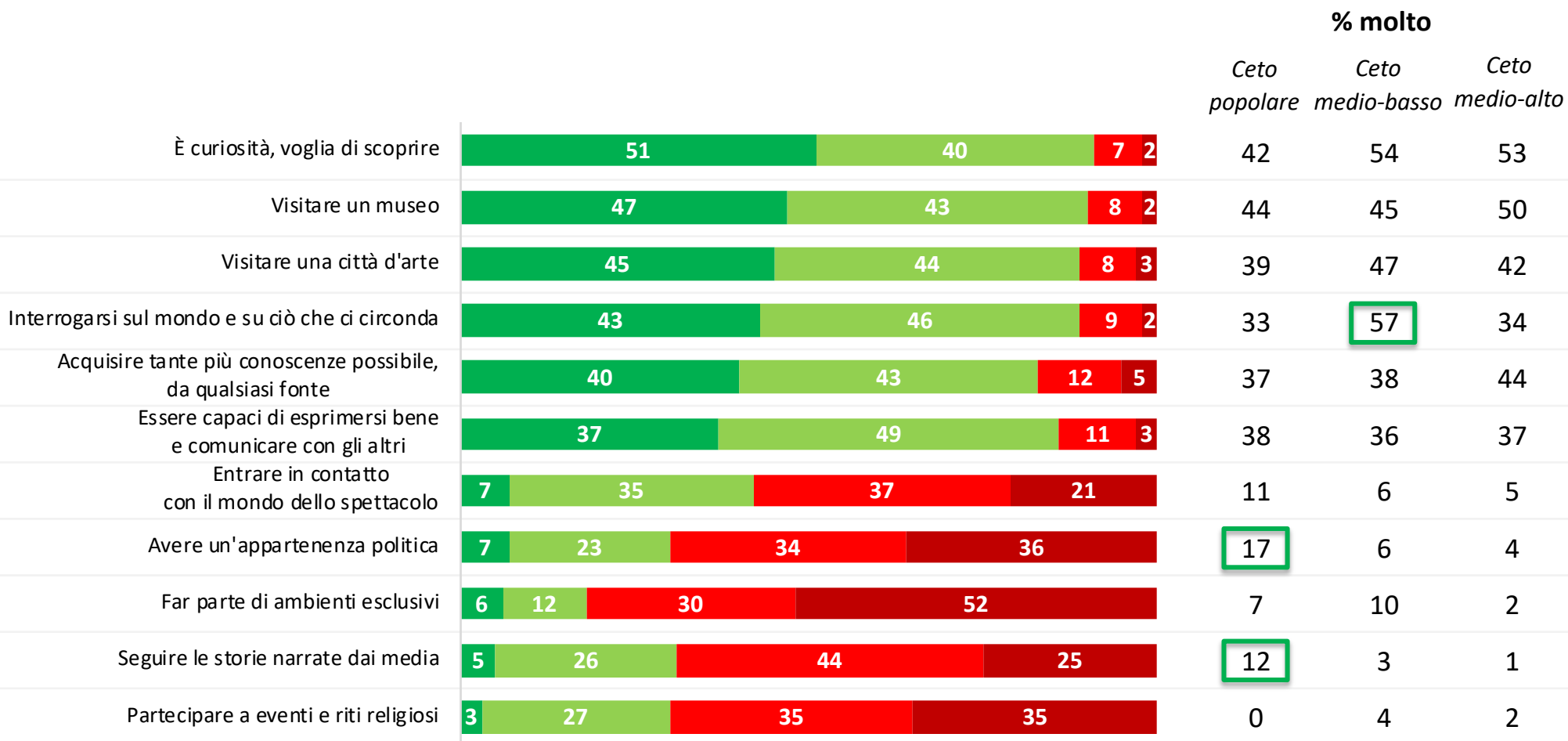


# La definizione di cultura per i toscani

La cultura è curiosità e scoperta di musei o città d'arte.

Eventi religiosi, media, politica e spettacolo sono considerati elementi marginali.

Indichi, per favore, per ognuna delle definizioni proposte, quanto Lei ritiene che sia lontana o vicina al significato di cultura.

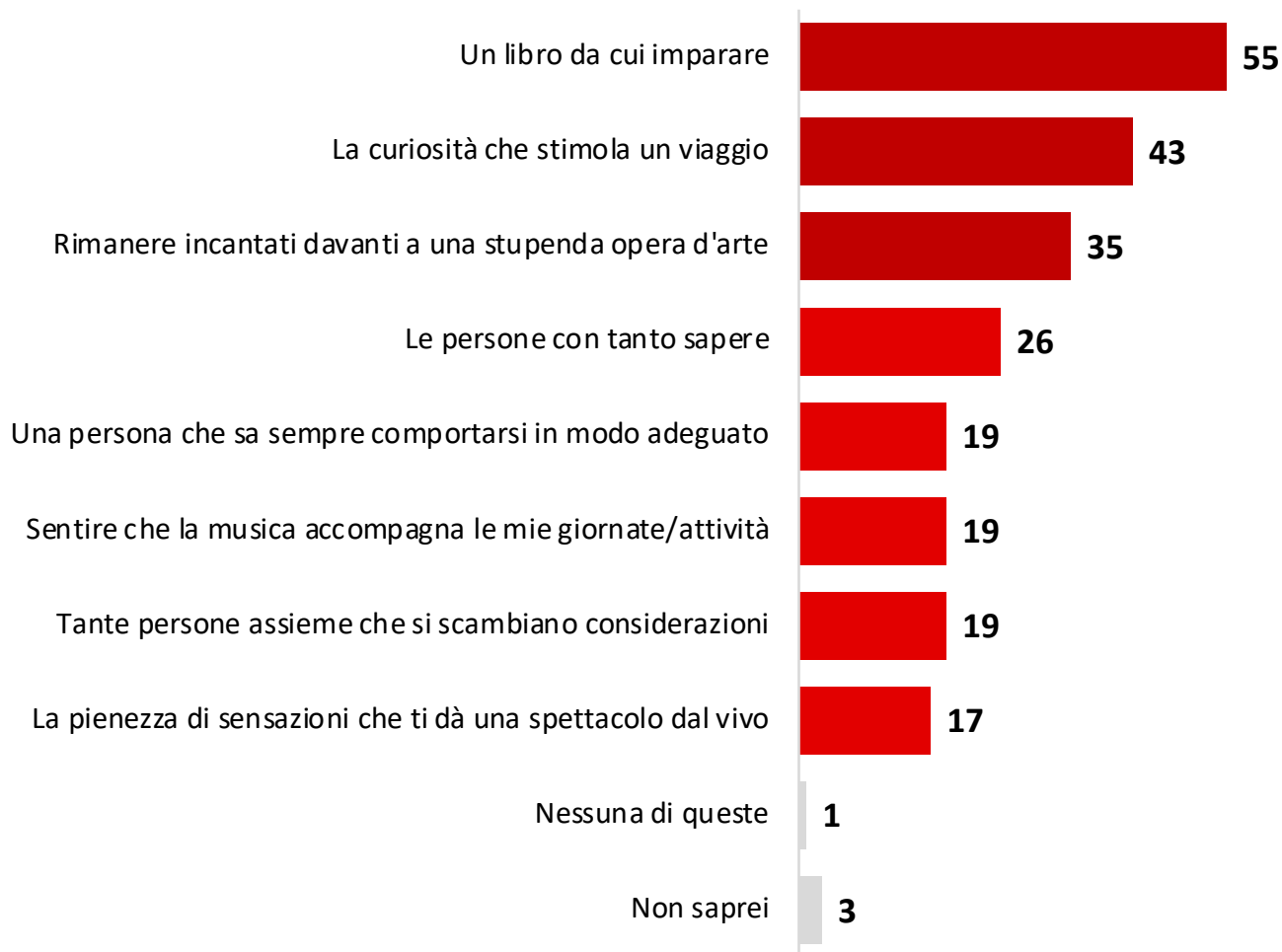


■ molto ■ abbastanza ■ poco ■ per niente

# Le rappresentazioni della cultura

Nell'immaginario collettivo la cultura è associata soprattutto a libri, curiosità, viaggi ed opere d'arte

**Quale delle seguenti raffigurazioni proposte relative alla cultura le sembra più adeguata?**  
(Massimo 3 risposte possibili)



# Lo scopo della cultura

La cultura viene considerata principalmente come fonte di miglioramento e scoperta, ma anche come uno strumento per comprendere la società ci circonda e stimolare il proprio pensiero critico.

**E quale delle seguenti definizioni proposte le sembra più adeguata a descrivere a che cosa serve la cultura**  
*(Massimo 4 risposte possibili)*



# Focus - Lo scopo della cultura

I giovani vedono la cultura soprattutto come scoperta e conoscenza mentre gli over 54 come fonte di miglioramento

**E quale delle seguenti definizioni proposte le sembra più adeguata a descrivere a che cosa serve la cultura**  
(Massimo 4 risposte possibili)

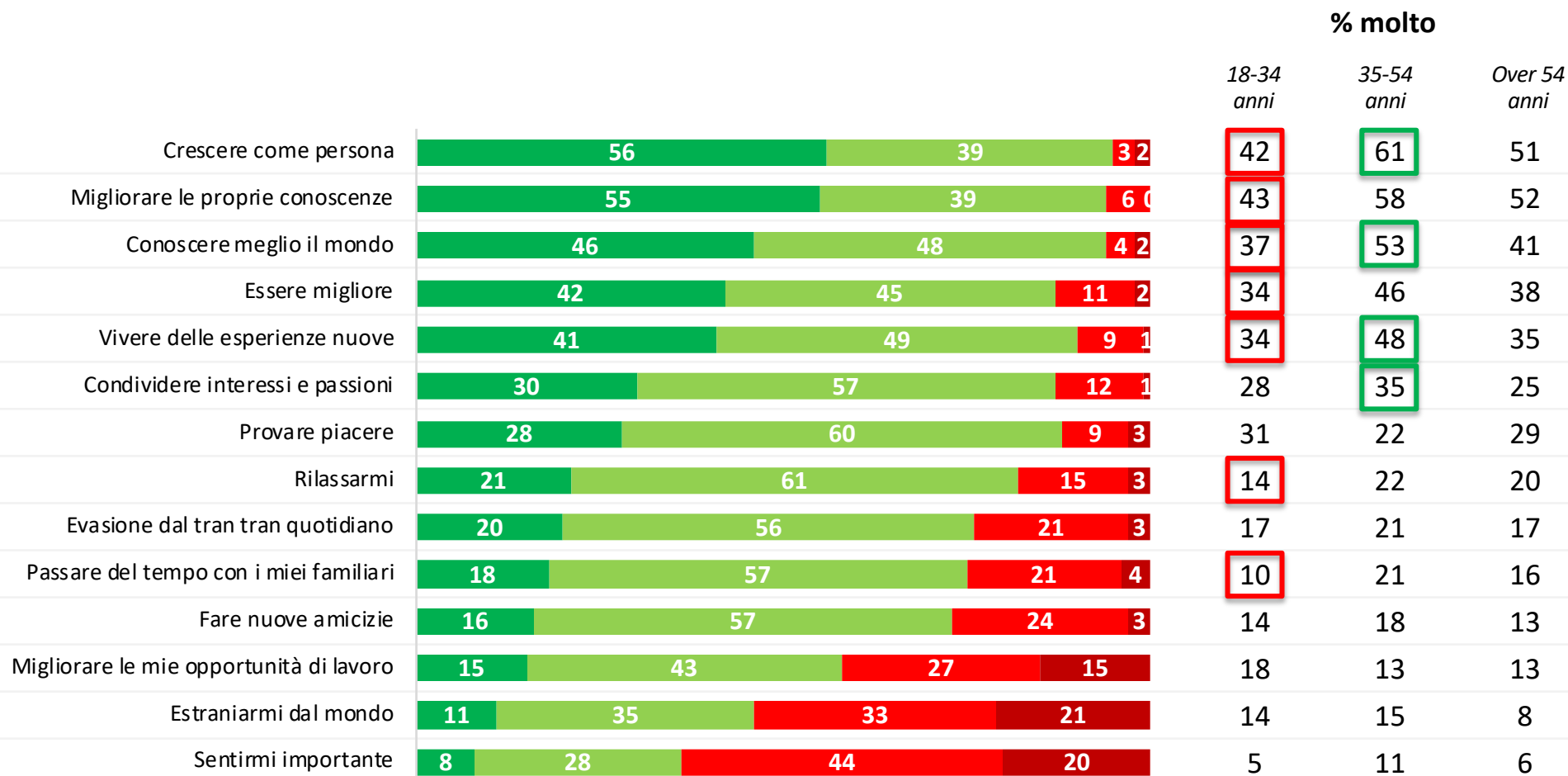
	Totale	18-34 anni	35-54 anni	Oltre i 54 anni
Migliorare come persona	<b>50</b>	38	52	<b>54</b>
Scoprire cose che non conosco ed espandere i miei orizzonti	<b>49</b>	<b>45</b>	49	50
Migliorare la propria capacità critica	<b>40</b>	38	37	42
Saper dialogare con gli altri e condividere le idee	<b>36</b>	31	<b>43</b>	33
Essere aggiornato, avere argomenti di conversazione	<b>22</b>	21	17	25
Stare bene	<b>19</b>	12	19	22
Creare dei momenti di condivisione con la famiglia e gli amici	<b>12</b>	12	11	12
Essere in grado di far valere le mie idee	<b>12</b>	8	13	12
Migliorare la propria condizione economica e sociale	<b>10</b>	10	12	8
Conoscere delle persone interessanti	<b>10</b>	9	9	11
Avere delle occasioni di evasione dalla vita quotidiana	<b>9</b>	9	7	11
Creare qualcosa che mi faccia apprezzare dagli altri	<b>6</b>	11	5	5



# Il ruolo delle attività culturali

Per la maggioranza dei toscani, le attività culturali aiutano a crescere, migliorare e arricchire le proprie conoscenze.  
Per i giovani, il valore attribuito alla cultura è leggermente inferiore

E per ognuno dei seguenti elementi, indichi quanto le possono offrire le attività culturali



■ molto ■ abbastanza ■ poco ■ per niente

Valori % al netto dei non saprei

# La partecipazione ad attività culturali

La visita a monumenti, parchi naturali e mostre sono le attività più praticate. Poco interesse verso teatro, gruppi amatoriali e musica. I giovani sono più interessati ad andare al cinema, in biblioteca e seguire dei corsi formativi.

In quale misura pratica le seguenti attività?

% frequentemente

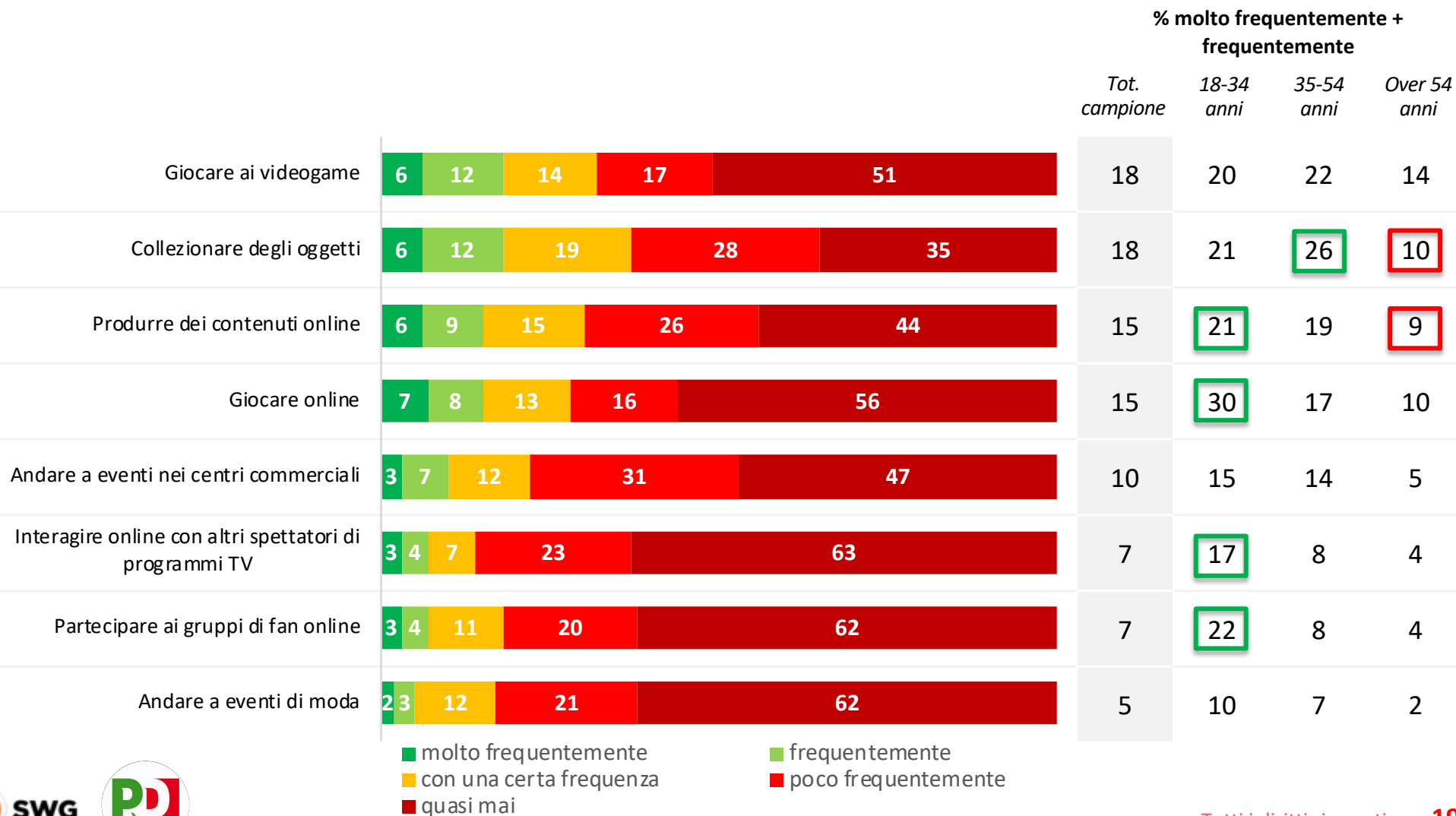
						Tot. campione	18-34 anni	35-54 anni	Over 54 anni
Visitare dei monumenti	8	29	32	25	6	37	36	46	31
Visitare parchi naturali e faunistici	4	23	30	32	11	27	25	33	23
Andare a mostre	7	19	31	32	11	26	24	31	23
Visitare siti archeologici	4	20	26	35	15	24	25	30	17
Partecipare a fiere e mercati	3	20	34	29	14	23	19	29	18
Ascoltare musica dal vivo	5	16	25	35	19	21	25	25	17
Andare al cinema	7	11	30	36	16	18	28	22	14
Andare in biblioteca	7	10	19	32	32	17	29	16	14
Partecipare a feste popolari e religiose in piazza	2	12	22	34	30	14	16	19	11
Seguire dei corsi	4	10	23	32	31	14	25	20	7
Visitare parchi tematici, bioparchi	2	12	26	38	22	14	12	24	8
Andare a teatro	3	9	24	37	27	12	12	12	14
Partecipare a gruppi amatoriali	3	6	19	29	43	9	13	17	4
Suonare e/o cantare in gruppi organizzati	3	5	10	16	66	8	11	8	5

■ molto frequentemente  
■ con una certa frequenza  
■ poco frequentemente  
■ quasi mai

# Le attività online ed eventi

Giovani più coinvolti da attività ed eventi online.  
Il collezionismo coinvolge più di un terzo della popolazione.

## E le capita di...



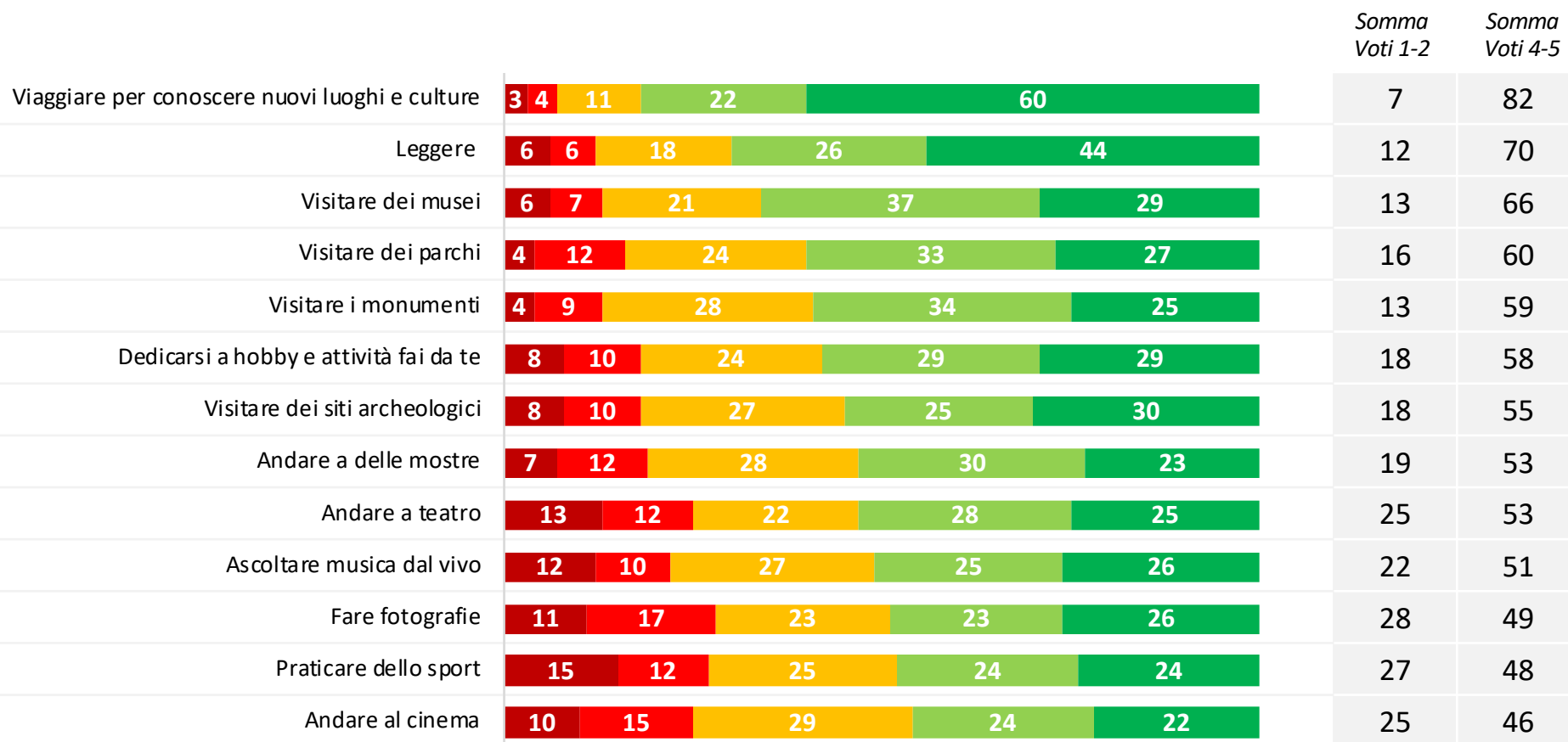
■ molto frequentemente      ■ frequentemente  
■ con una certa frequenza      ■ poco frequentemente  
■ quasi mai

# La volontà di dedicare maggior tempo ad attività culturali

I toscani vorrebbero poter viaggiare e leggere di più.

C'è interesse ma è ritenuto meno rilevante investire più tempo su fotografia, sport, cinema e teatro.

**A quali delle seguenti attività Lei vorrebbe dedicare più tempo...**  
(indicare un punteggio da 1 a 5; con 1= non più tempo, 5 = molto più tempo)



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

Valori % al netto dei non saprei

# Focus - La volontà di dedicare maggior tempo ad attività culturali

Chi ha una situazione di reddito più svantaggiata vorrebbe avere la possibilità di dedicare più tempo a molte attività culturali.

Giovani vorrebbero potersi dedicare di più ad hobby e cinema

**A quali delle seguenti attività Lei vorrebbe dedicare più tempo...**

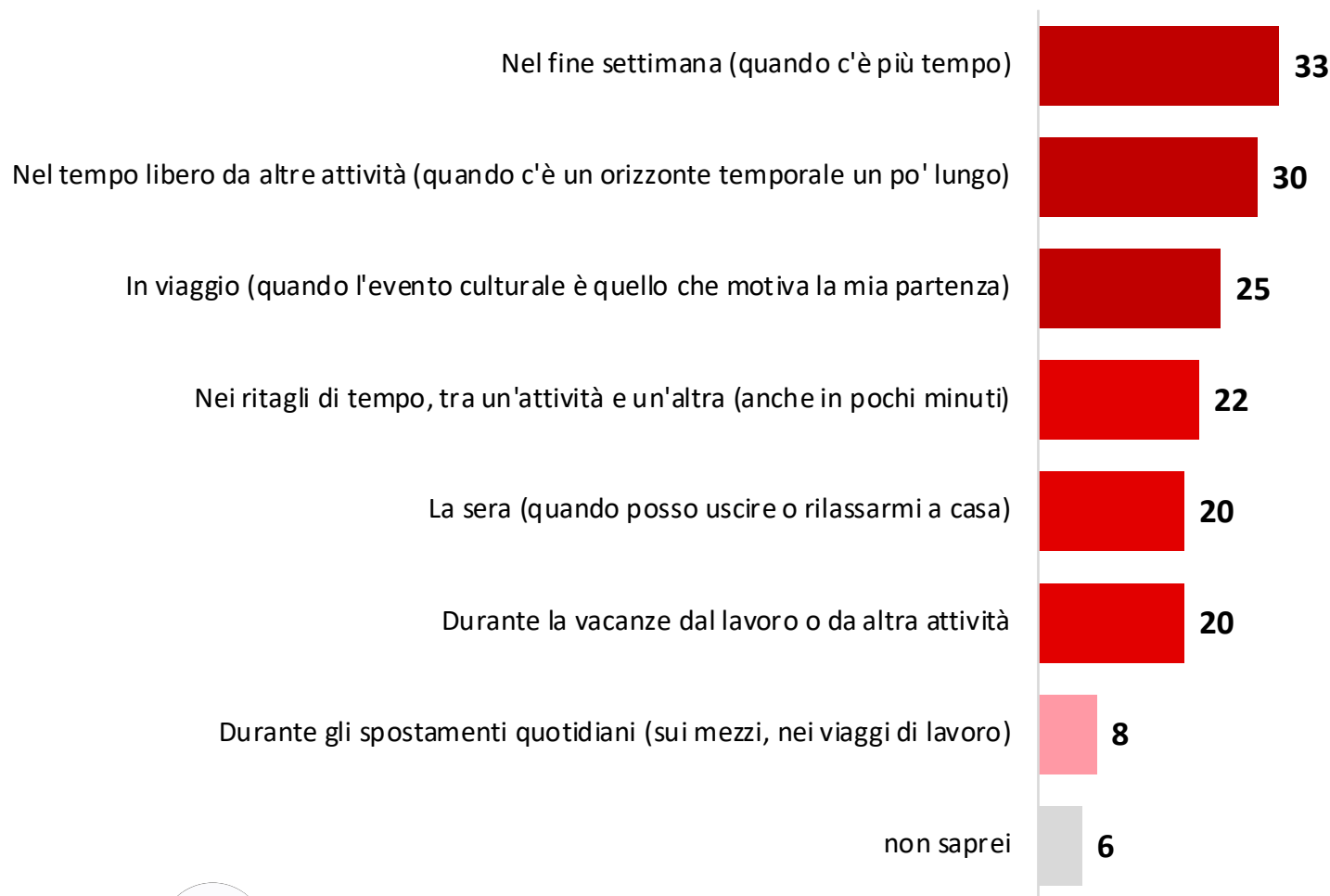
(indicare un punteggio da 1 a 5; con 1= non più tempo, 5 = molto più tempo)

% SOMMA VOTI 4-5	Totale	Genere		Classe d'età			Ceto sociale		
		Uomo	Donna	18-34 anni	35-54 anni	Oltre i 54 anni	Ceto popolare	Ceto medio-basso	Ceto medio-alto
Viaggiare per conoscere nuovi luoghi e culture	<b>82</b>	81	82	68	88	81	88	81	84
Leggere	<b>70</b>	65	75	70	73	69	80	63	72
Visitare dei musei	<b>66</b>	60	69	56	69	66	78	57	67
Visitare dei parchi	<b>60</b>	56	65	63	70	52	72	52	61
Visitare i monumenti	<b>59</b>	54	63	45	67	57	74	53	57
Dedicarsi a hobby e attività fai da te	<b>58</b>	54	63	74	60	52	69	58	55
Visitare dei siti archeologici	<b>55</b>	52	55	50	57	53	69	51	58
Andare a delle mostre	<b>53</b>	54	53	53	53	54	61	56	51
Andare a teatro	<b>53</b>	51	53	45	53	53	60	44	54
Ascoltare musica dal vivo	<b>51</b>	50	52	43	50	54	63	55	49
Fare fotografie	<b>49</b>	42	57	55	54	44	57	44	52
Praticare dello sport	<b>48</b>	51	48	44	60	42	53	49	49
Andare al cinema	<b>46</b>	44	49	62	46	43	50	38	50

# I momenti ideali per partecipare ad attività culturali

Fine settimana e tempo libero sono i momenti migliori per potersi dedicare ad attività culturali.

**Qual è, per lei, tra i seguenti, un buon momento per il consumo culturale?**  
*(Massimo 2 risposte possibili)*





# Focus - I momenti ideali per partecipare ad attività culturali

Le età centrali preferiscono un consumo culturale generalmente fuori dagli orari lavorativi, al contrario dei giovani che non esprimono forti prevalenze.

Qual è, per lei, tra i seguenti, un buon momento per il consumo culturale?  
(Massimo 2 risposte possibili)

	Totale	18-34 anni	35-54 anni	Oltre i 54 anni
Nel fine settimana (quando c'è più tempo)	<b>33</b>	24	<b>40</b>	32
Nel tempo libero da altre attività (quando c'è un orizzonte temporale un po' lungo)	<b>30</b>	31	27	<b>33</b>
In viaggio (quando l'evento culturale è quello che motiva la mia partenza)	<b>25</b>	26	25	26
Nei ritagli di tempo, tra un'attività e un'altra (anche in pochi minuti)	<b>22</b>	25	20	22
La sera (quando posso uscire o rilassarmi a casa)	<b>20</b>	24	18	19
Durante la vacanze dal lavoro o da altra attività	<b>20</b>	19	<b>26</b>	17
Durante gli spostamenti quotidiani (sui mezzi, nei viaggi di lavoro)	<b>8</b>	14	6	6
Non saprei	<b>6</b>	0	6	9

# La percezione dell'importanza della cultura in Toscana e in Italia

Considerata molto importante sia per il territorio nazionale, sia per la Toscana

E lei ritiene che la cultura svolga una funzione importante...

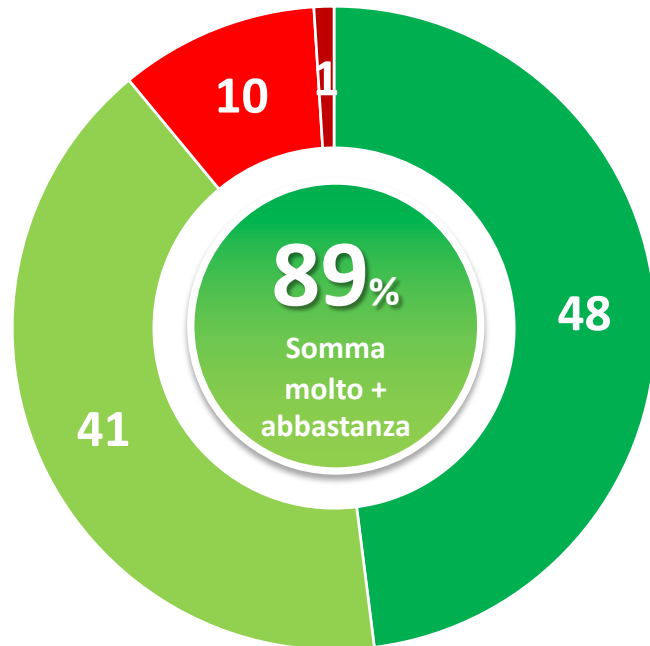
molto

abbastanza

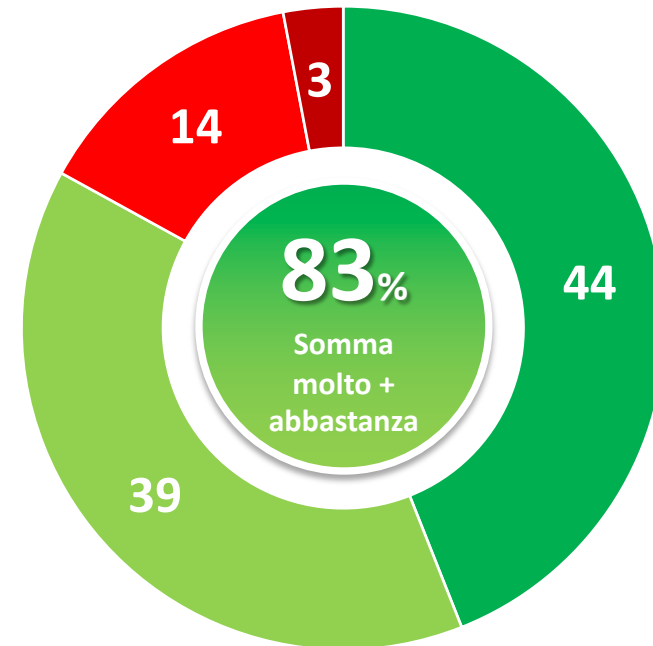
poco

per niente

In Toscana



In Italia



# La diffusione della cultura in Toscana e in Italia

I toscani rilevano un'ampia diffusione della cultura, percepita più all'interno della propria regione che nel resto d'Italia

Lei ritiene che la cultura, in senso generale e nelle sue manifestazioni, sia diffusa...

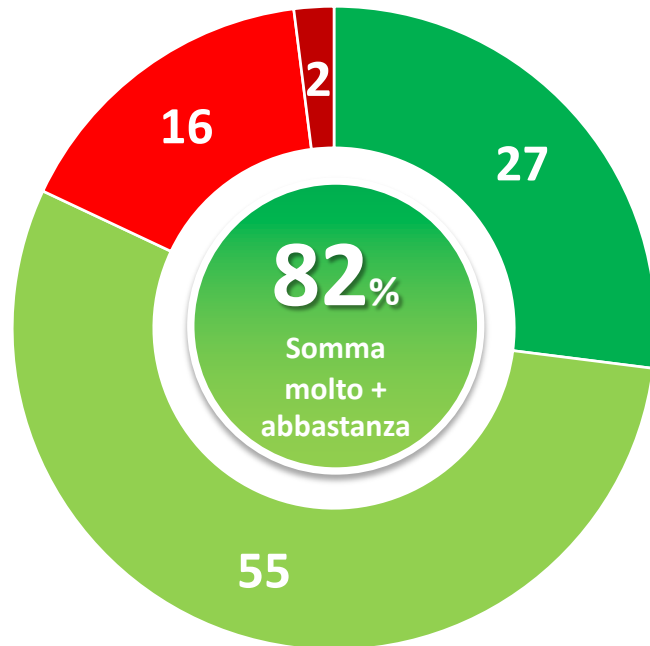
molto

abbastanza

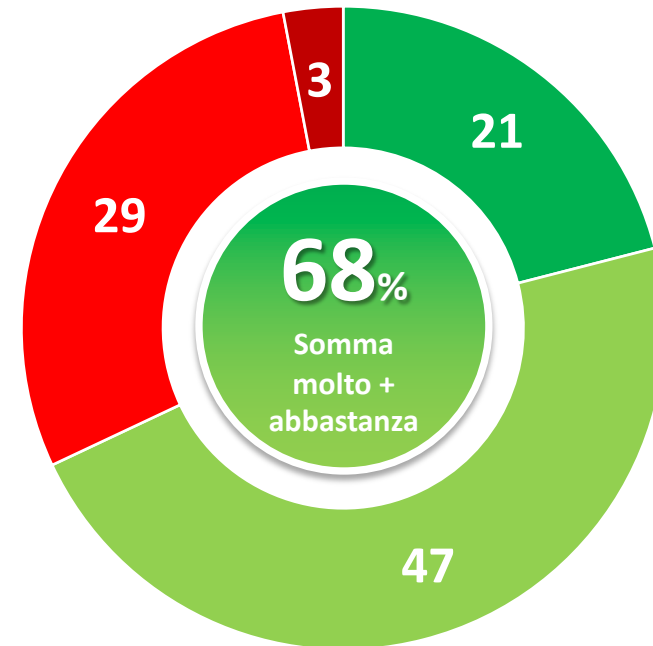
poco

per niente

In Toscana



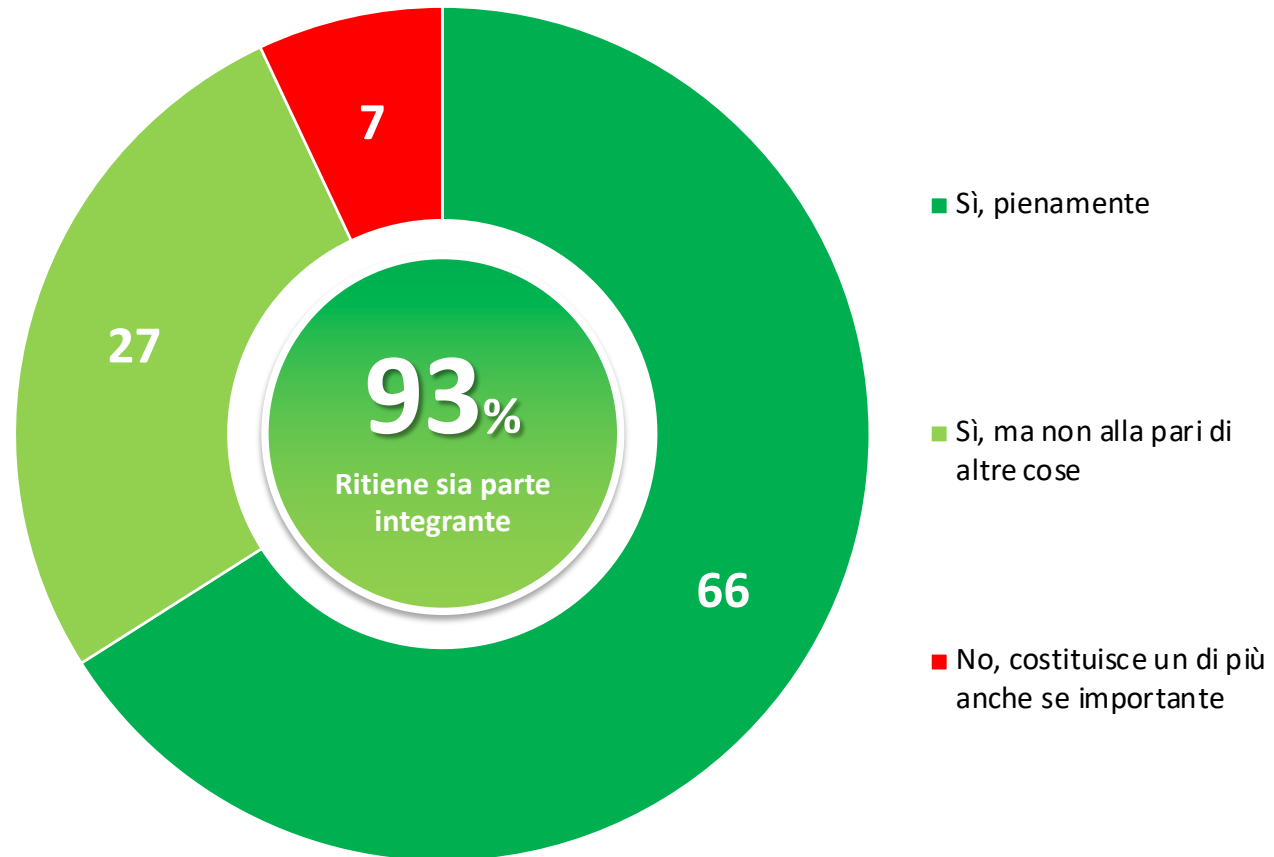
In Italia



# Il ruolo della cultura nella vita quotidiana

La cultura contribuisce alla qualità della vita ma per due toscani su tre non è fondamentale al pari di altri elementi.

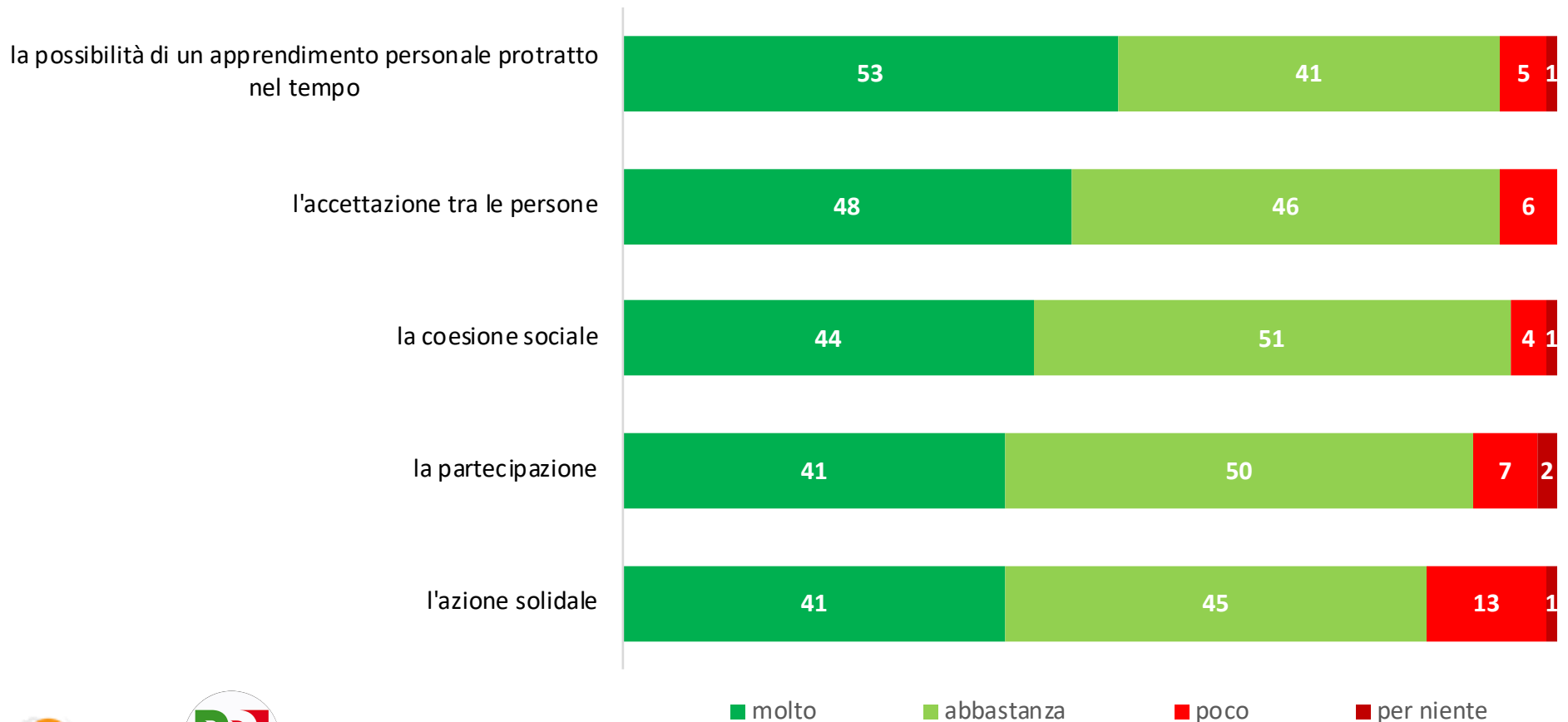
Secondo Lei si può dire che la cultura è parte integrante della qualità della nostra vita?



# Il ruolo della cultura nella società

Sebbene non sia un elemento prioritario la cultura genera la possibilità di apprendere nel tempo e facilita l'accettazione e la coesione sociale

Secondo lei la cultura può favorire molto, abbastanza, poco o per niente...

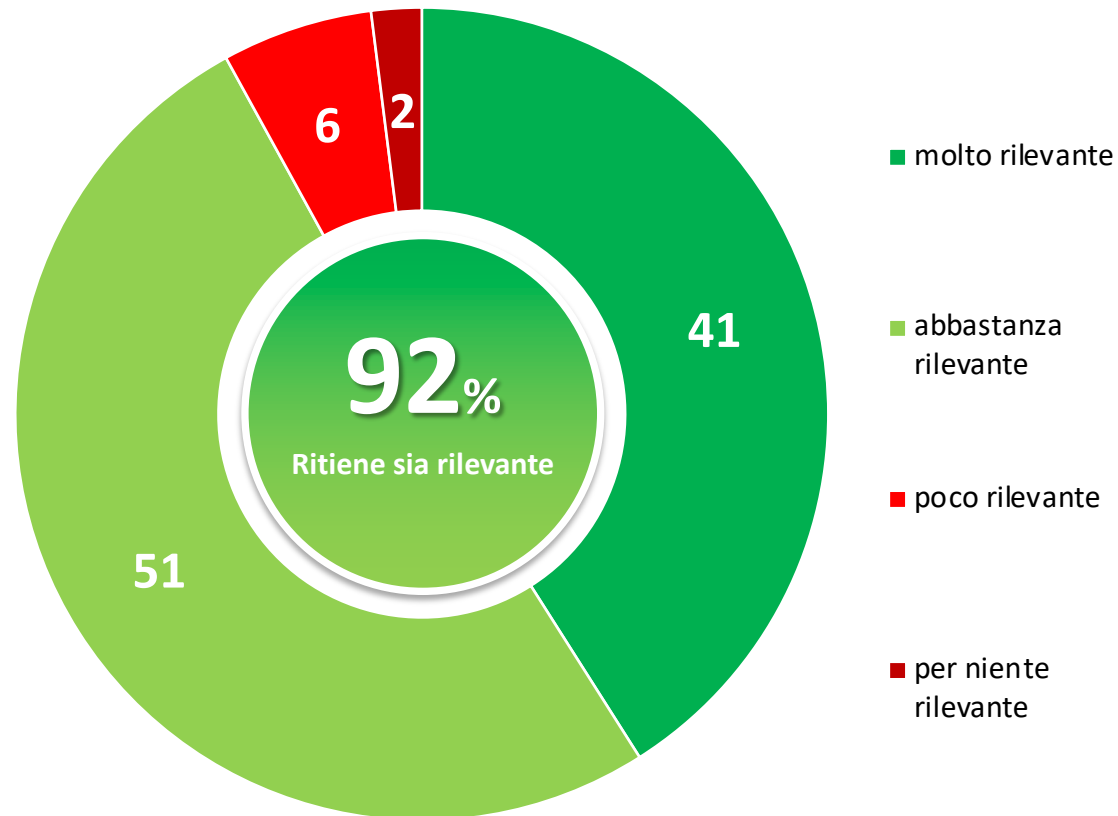




# Il ruolo della cultura nella definizione degli interventi dello Stato sociale

Per oltre 9 toscani su 10, la cultura dovrebbe essere rilevante e influire nella definizione degli interventi e delle prestazioni

In che misura la cultura dovrebbe essere parte nella definizione degli interventi e delle prestazioni dello Stato sociale?

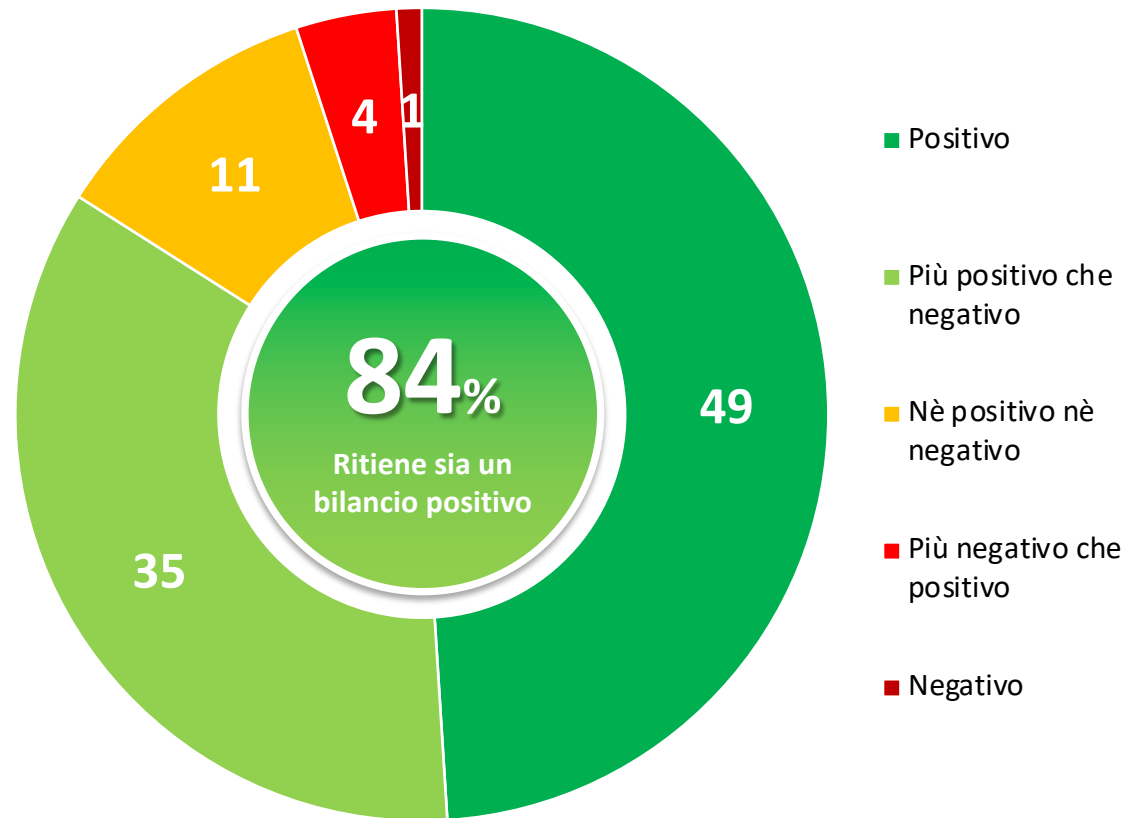


# Il valore economico della cultura

Visione favorevole anche nei confronti del valore economico della cultura:  
per oltre 8 toscani su 10 la cultura porta ad un bilancio economico positivo

Si discute del valore economico della cultura.

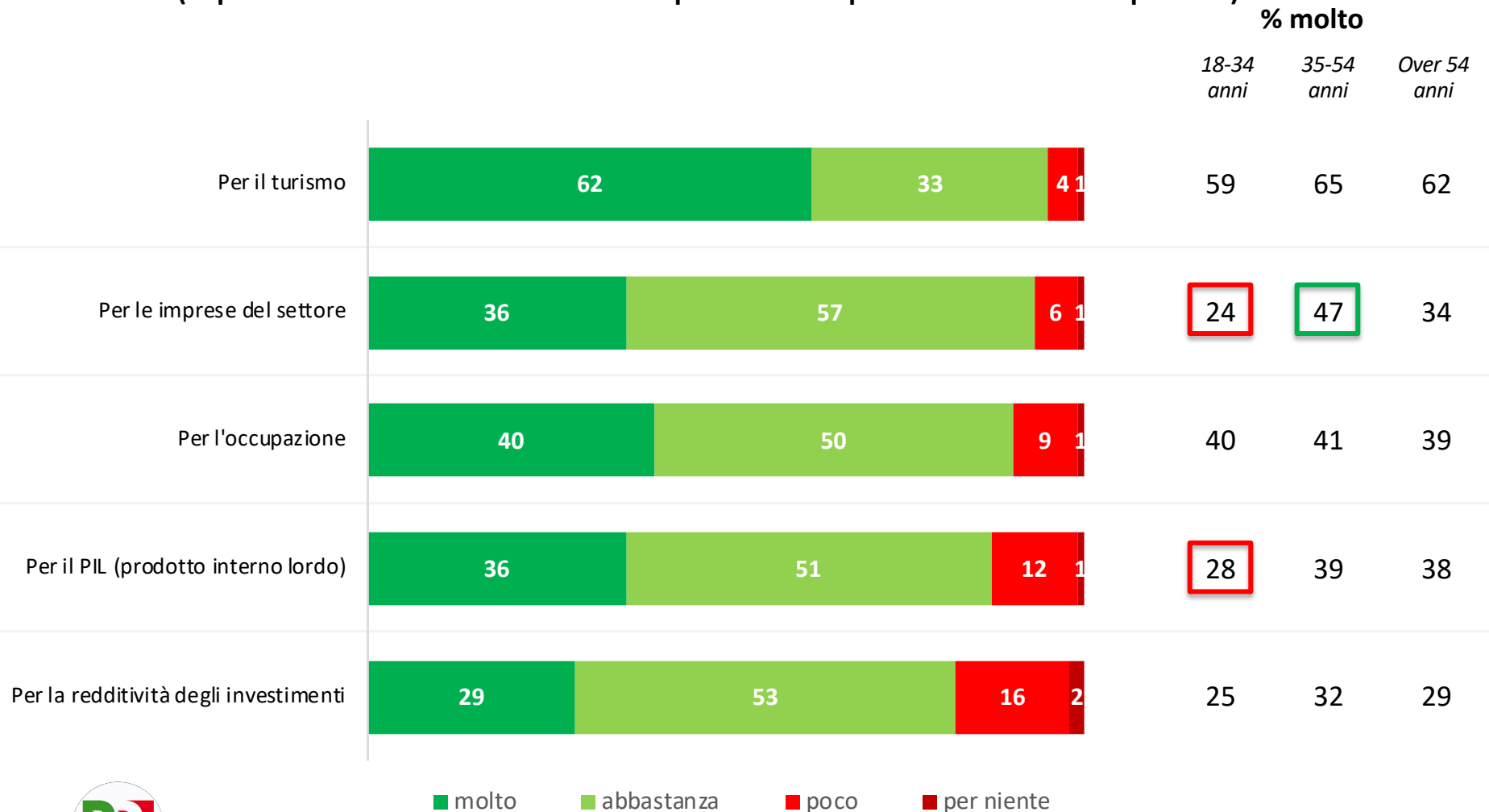
Lei ritiene che, da questo punto di vista, le attività e le spese culturali portino a un bilancio...



# Il valore economico della cultura

Turismo, imprese del settore e occupazione sono i principali beneficiari dagli introiti del settore culturale.

**E per quale dei seguenti aspetti, secondo Lei, si ha un risultato favorevole...  
(risponde chi ritiene che le attività e le spese culturali portino ad un bilancio positivo)**



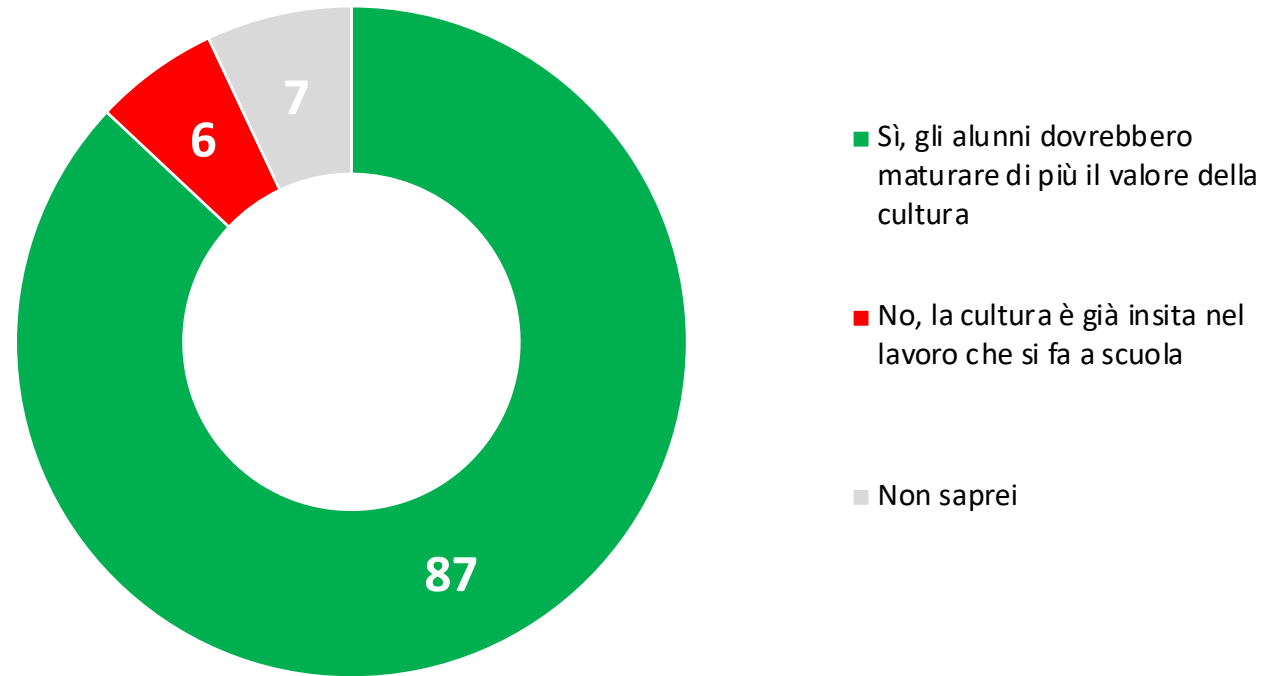
Valori % al netto dei non saprei

# La valorizzazione della cultura nel sistema scolastico

Ampio consenso sulla necessità di valorizzare la cultura all'interno del sistema scolastico. Questa urgenza è percepita soprattutto tra chi ha figli.

La scuola è il luogo della formazione.

Lei ritiene che sarebbe necessario una maggiore valorizzazione della cultura nell'insieme del lavoro scolastico?



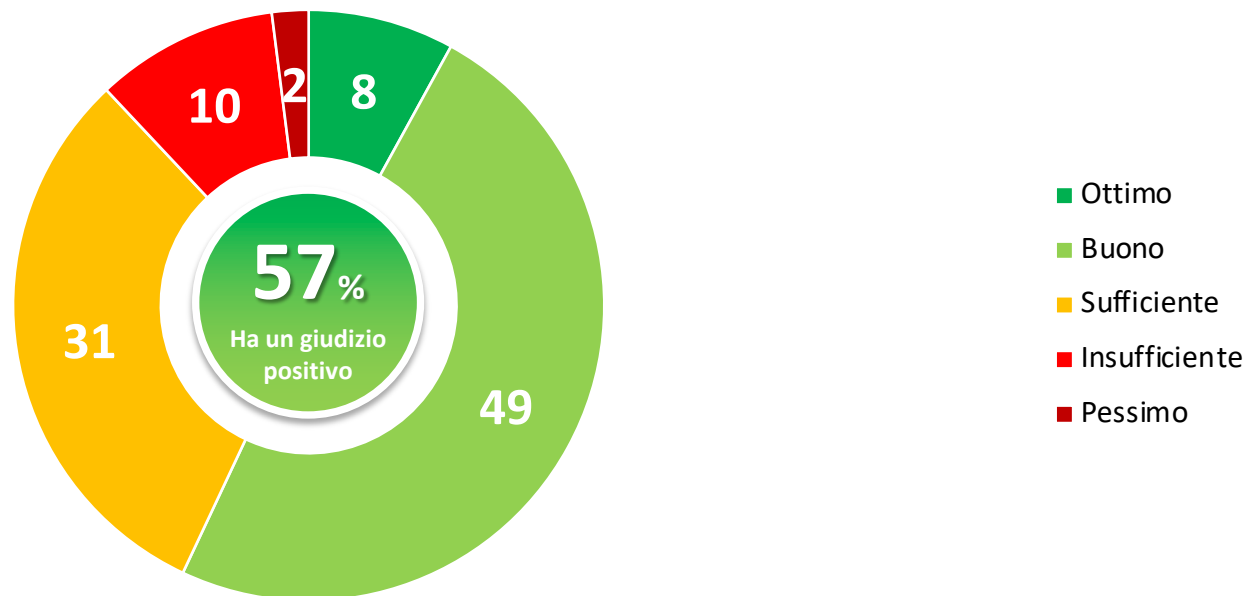
89% tra chi ha figli

# Il ruolo della Toscana nel campo della cultura

Per oltre 1 cittadino su 2, la Regione svolge un buon lavoro.

Giovani e ceto medio-alto i più soddisfatti

Secondo Lei la Regione Toscana svolge un lavoro nel campo della cultura...



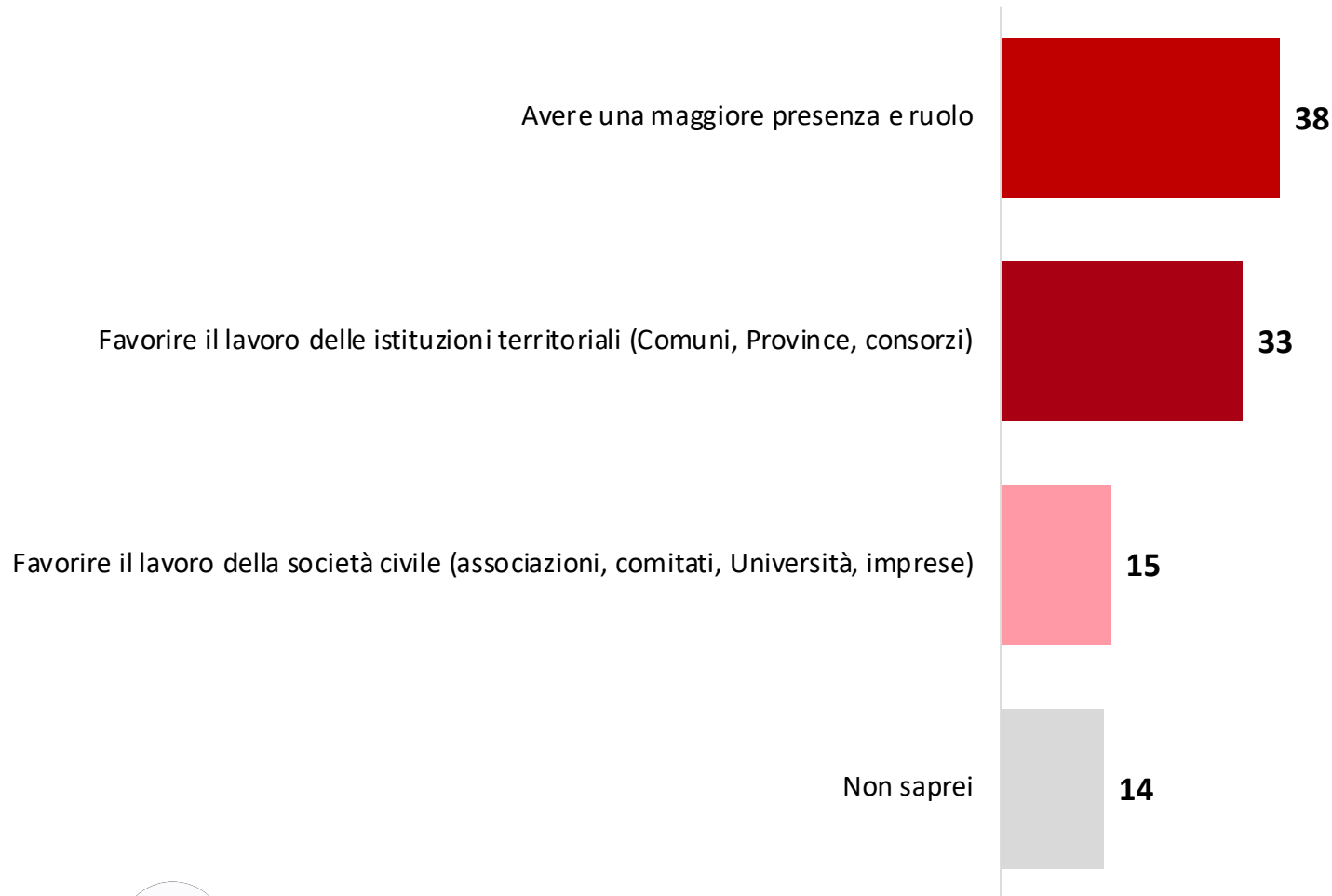
	Totale	Uomo	Donna	18-34 anni	35-54 anni	Oltre 54 anni	Ceto Popolare	Ceto Medio-basso	Ceto Medio-alto
% ottimo + buono	57	54	60	64	59	52	38	55	64
% sufficiente	31	31	32	24	31	36	41	37	27
% insufficiente + pessimo	12	15	8	12	10	12	21	8	9



# La presenza della Regione in campo culturale

La maggioranza richiede un maggior sforzo della Regione sia in prima persona, sia aiutando le istituzioni territoriali.

**Lei ritiene che la Regione Toscana nel campo della cultura dovrebbe preferibilmente avere una maggiore presenza o lasciare alle istituzioni territoriali e alla società civile il compito di sviluppare le iniziative?**



# Focus - La presenza della Regione in campo culturale

Il ceto medio-basso preferirebbe un maggior coinvolgimento da parte della Regione,  
mentre il ceto popolare preferirebbe un contributo più forte da parte delle istituzioni territoriali

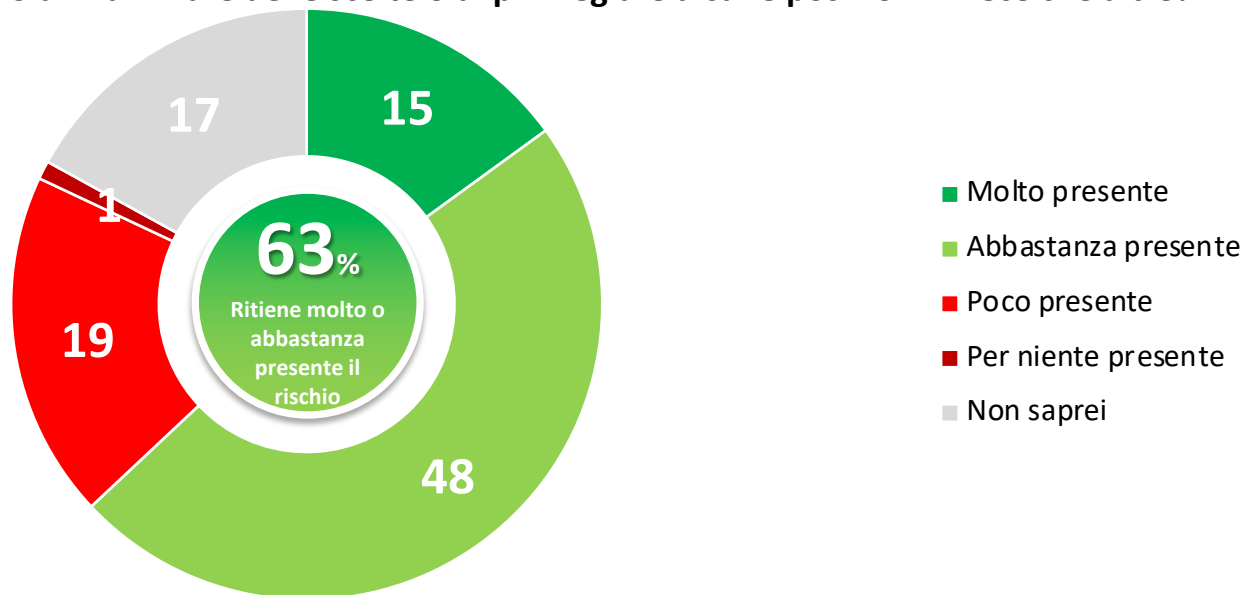
Lei ritiene che la Regione Toscana nel campo della cultura dovrebbe preferibilmente avere una maggiore presenza o lasciare alle istituzioni territoriali e alla società civile il compito di sviluppare le iniziative?

	Totale	Ceto popolare	Ceto medio-basso	Ceto medio-alto
Avere una maggiore presenza e ruolo	<b>33</b>	31	<b>42</b>	39
Favorire il lavoro delle istituzioni territoriali (Comuni, Province, consorzi)	<b>30</b>	<b>40</b>	31	38
Favorire il lavoro della società civile (associazioni, comitati, Università, imprese)	<b>25</b>	17	20	<b>13</b>
non saprei	<b>6</b>	12	7	10

# Regione e cultura – il rischio di indirizzare le scelte

Per quasi 2 toscani su 3 è presente il rischio di agevolare alcune posizioni. Giovani e ceto medio-alto i più critici

Secondo lei, quando le istituzioni pubbliche (Stato, Regioni, Comuni) fanno interventi di politica culturale, è molto, abbastanza, poco o per niente presente il rischio di indirizzare delle scelte o di privilegiare alcune posizioni invece che altre?



	Totale	Uomo	Donna	18-34 anni	35-54 anni	Oltre 54 anni	Ceto Popolare	Ceto Medio-basso	Ceto Medio-alto
% molto + abbastanza	<b>63</b>	68	59	<b>71</b>	59	62	52	62	<b>72</b>
% poco + per niente	<b>20</b>	20	21	15	23	21	<b>34</b>	28	15
% non saprei	<b>17</b>	12	20	14	18	17	14	10	13

# La percezione del valore della spesa pubblica in attività culturali

Per poco più di 1 toscano su 2 la spesa pubblica sostenuta sia valida, sia giustificata.

Lei ritiene che la spesa pubblica che viene effettuata per le attività culturali sia impiegata in modo molto, abbastanza, poco o per niente...?

molto

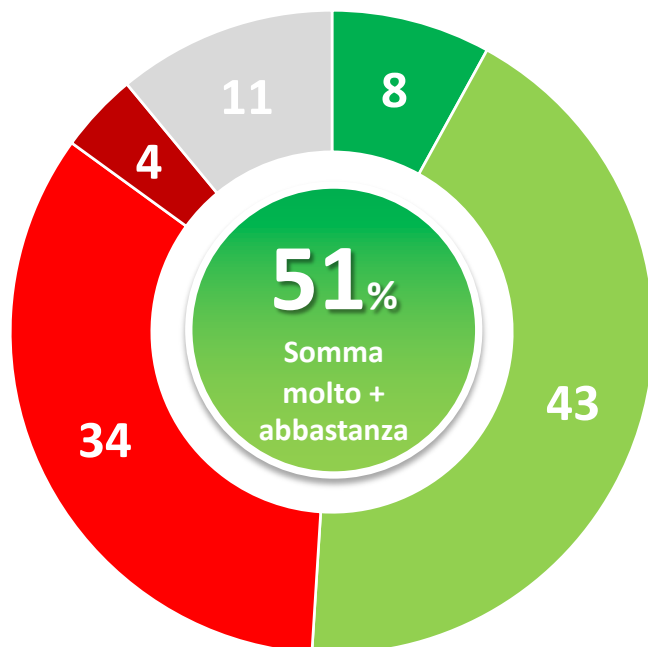
abbastanza

poco

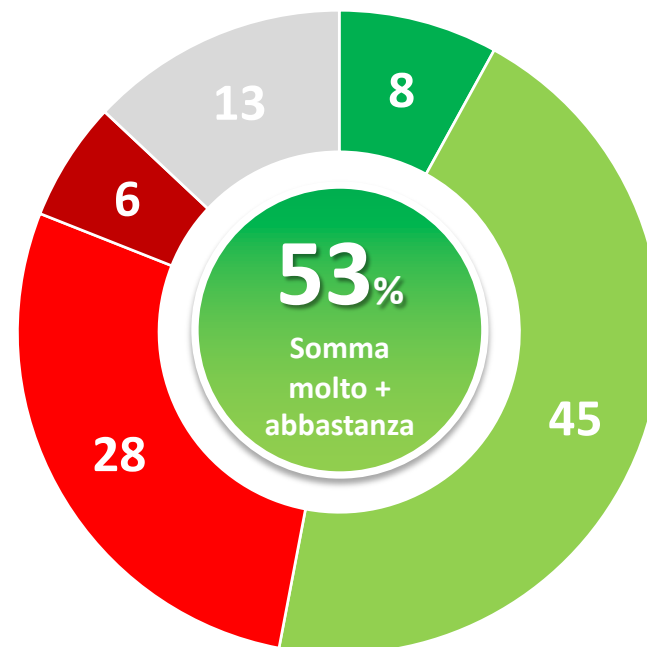
per niente

non saprei

Valido



Giustificato



# Focus – La percezione del valore della spesa pubblica

I giovani e le persone appartenenti al ceto medio-alto ritengono che l'importo speso sia valido e giustificato, mentre sono più critici il ceto popolare e medio-basso

Lei ritiene che la spesa pubblica che viene effettuata per le attività culturali sia impiegata in modo molto, abbastanza, poco o per niente...?

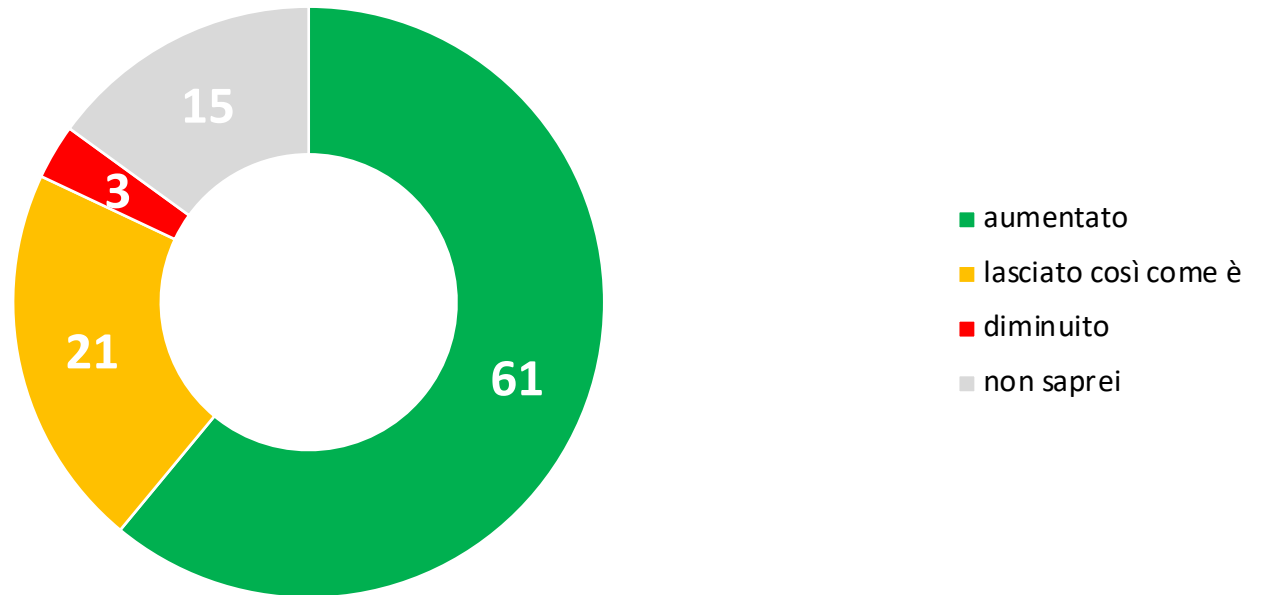
Valido	Totale	18-34 anni	35-54 anni	Oltre 54 anni	Province Area Nordovest	Province Centro	Province Sudest	Ceto Popolare	Ceto Medio-basso	Ceto Medio-alto
% somma molto + abbastanza	<b>51</b>	63	47	48	57	43	54	48	44	59
% somma poco + per niente	<b>38</b>	28	39	41	33	42	38	45	49	32

Giustificato	Totale	18-34 anni	35-54 anni	Oltre 54 anni	Province Area Nordovest	Province Centro	Province Sudest	Ceto Popolare	Ceto Medio-basso	Ceto Medio-alto
% somma molto + abbastanza	<b>53</b>	65	51	50	59	48	54	49	47	60
% somma poco + per niente	<b>34</b>	25	35	37	31	35	35	43	47	29

# La spesa per le attività culturali

Per i cittadini, emerge la forte esigenza di aumentare la spesa per attività culturali della Regione.  
Solo il 3% vorrebbe diminuire il budget.

Secondo Lei, per quanto ha visto, il livello della spesa per le attività culturali della Regione Toscana andrebbe...



	Totale	Uomo	Donna	18-34 anni	35-54 anni	Oltre 54 anni	Ceto Popolare	Ceto Medio-basso	Ceto Medio-alto
Aumentato	61	63	58	60	54	66	60	68	63
Lasciato così come è	21	24	19	25	23	18	20	21	23
Diminuito	3	3	2	5	4	1	8	2	2
Non saprei	15	10	21	10	19	15	12	9	12



**Maurizio Pessato**  
Vicepresidente di SWG

**Riccardo Benetti**  
Senior Researcher

**Giulia Costantini**  
Junior Researcher

*“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 è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA e ASSEPRIM. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

## **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