

25 febbraio 2015

ATTUALITA'

La questione
immigrati

La svolta della
Lega Nord

POLITICA

Intenzioni di Voto

Il Governo Renzi...
un anno dopo

SPECIALE COMMUNITY
Social Network:
Vantaggi e Svantaggi



www.euromediaresearch.it



[Facebook.com/EuromediaResearch](https://www.facebook.com/EuromediaResearch)



[Twitter.com/EuromediaR](https://www.twitter.com/EuromediaR)

INTENZIONI DI VOTO

	Partito Democratico-PSE	37,5	↑
	Movimento 5 stelle-Beppe Grillo.it	17,4	↓
	Lega Nord	14,0	↔
	Forza Italia-Berlusconi	13,5	↓
	Sinistra, Ecologia, Libertà	4,3	↔
	Fratelli d'Italia-Meloni-AN	4,1	↔
	UDC-Unione di Centro	2,0	↔
	Nuovo Centrodestra-NCD	1,8	↔

Altri partiti: 5,4%

Indecisi: 38,6%

**Le frecce indicano la differenza con il dato del 16 febbraio 2015

Dati Euromedia Research – Realizzato il 23/02/2015 con metodologia mista CATI/CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne

Secondo Lei, il Governo Renzi in questo primo anno di vita...

...ha deluso le mie aspettative

55,4%

...ha fatto e ottenuto quello che mi aspettavo

25,6%

...ha superato le mie aspettative

8,1%

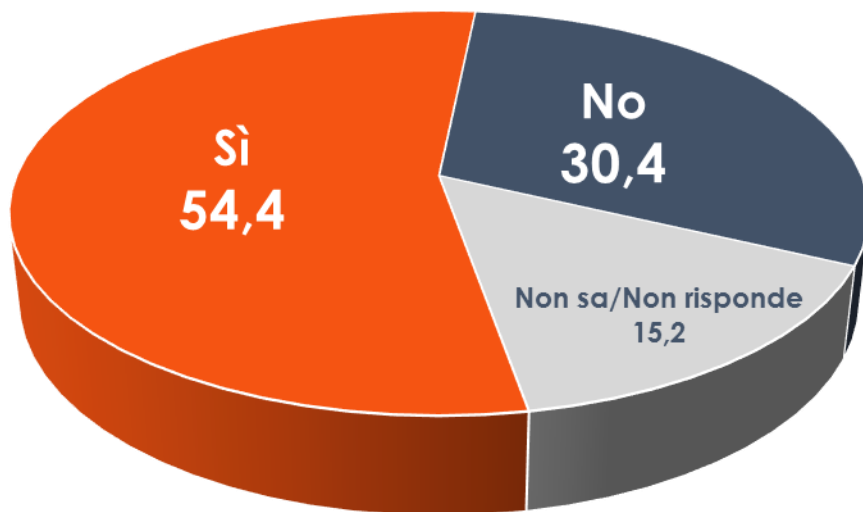
Non sa / non risponde: 10,9%

...per appartenenza politica

	Elettori Forza Italia	Elettori Lega Nord	Elettori NCD UDC	Elettori FDI	Elettori PD	Elettori M5S	Elettori SEL+ altri	Elettori Indecisi
...ha deluso le mie aspettative	57,5	78,2	21,0	80,0	20,1	92,9	83,4	57,6
...ha fatto e ottenuto quello che mi aspettavo	7,5	18,9	52,5	10,0	64,2	1,2	8,3	11,3
...ha superato le mie aspettative	10,6	2,9	26,5	5,0	15,1	-	6,2	4,9
Non sa/Non risponde	24,4	-	-	5,0	0,6	5,9	2,1	26,2

Dati Euromedia Research – Realizzato il 23/02/2015 con metodologia mista CATI/CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne

Il leader della Lega Nord Matteo Salvini ha dichiarato "Fosse per me li aiuterei, li curerei e darei loro cibo e bevande. Li soccorrerei ma li terrei al largo e non li farei sbarcare". Lei condivide questa proposta?



...per appartenenza politica

	Elettori Forza Italia	Elettori Lega Nord	Elettori NCD UDC	Elettori FDI	Elettori PD	Elettori M5S	Elettori SEL+ altri	Elettori Indecisi
--	-----------------------	--------------------	------------------	--------------	-------------	--------------	---------------------	-------------------

Sì

81,8	92,8	31,5	90,0	43,0	76,5	12,5	41,1
------	------	------	------	------	------	------	------

No

16,7	1,5	68,5	5,0	38,0	20,0	75,0	30,8
------	-----	------	-----	------	------	------	------

Non sa/Non risponde	1,5	5,7	-	5,0	19,0	3,5	12,5	28,1
---------------------	-----	-----	---	-----	------	-----	------	------

Dati Euromedia Research – Realizzato il 23/02/2015 con metodologia mista CATI/CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne
Diffuso durante la trasmissione Ballarò

Secondo Lei, la svolta nazionale della Lega Nord è...

...**finta**, non c'è. Il movimento guarda solo o soprattutto agli interessi del Nord

52,4%

...**reale**, vera, sincera. Il movimento guarda agli interessi dell'Italia nel suo complesso

26,0%

Non sa / non risponde: 21,6%

...per appartenenza politica

	Elettori Forza Italia	Elettori Lega Nord	Elettori NCD UDC	Elettori FDI	Elettori PD	Elettori M5S	Elettori SEL+ altri	Elettori Indecisi
...finta	50,0	4,4	73,5	35,0	60,9	57,6	83,3	52,1
...reale	42,4	89,8	16,0	50,0	16,3	24,7	4,2	11,0
Non sa/Non risponde	7,6	5,8	10,5	15,0	22,8	17,7	12,5	36,9

Dati Euromedia Research – Realizzato il 23/02/2015 con metodologia mista CATI/CAWI su un campione di 800 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne
Diffuso durante la trasmissione Ballarò

Nella vicenda interna alla Lega Nord in Veneto in vista delle elezioni regionali che si terranno nel mese di maggio, secondo Lei chi ha ragione?

Elettori
Veneto



Matteo Salvini:

Luca Zaia come candidato della sola
Lega Nord

48,5%



Flavio Tosi:

una coalizione di centrodestra con Forza
Italia e NCD

10,6%

Non sa / non risponde: **40,9%**

Dati Euromedia Research – Realizzato il 23/02/2015 con metodologia mista CATI/CAWI su un campione di 350 casi rappresentativi della popolazione maggiorenne residente nella Regione Veneto

Diffuso durante la trasmissione Ballarò

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Qual è il fine che l'ha spinto a iscriversi e a utilizzare un Social Network?

Tenermi in contatto con i miei amici	28,8%
Rintracciare vecchi amici che non vedo da tempo	20,0%
Per provarlo/per curiosità	14,3%
Tenermi aggiornato	10,7%
Condividere con gli altri le mie esperienze	9,6%
Ricerca nuovi amici	4,1%
Tenermi in contatto con la mia famiglia	3,6%
Trovare un fidanzato/a	1,8%
Favorire e facilitare i rapporti di lavoro	1,6%
Promuovere la mia attività	1,1%
Per farmi conoscere/aumentare la mia popolarità	0,9%

Altro: 3,2% - Non sa / non risponde: 0,3%

Il **22,9%** dei giovani tra **18-24 anni** si è iscritto ad un Social Network per la **curiosità di provarlo**

Oltre il **60%** degli **over 65** utilizza i Social Network per contattare e/o rintracciare gli amici

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Qual è il maggiore vantaggio che Le offre l'essere iscritto ad un Social Network?

E' un ottimo passatempo, una possibilità in più di svago **16,4%**

Mi tengo informato sulla vita dei miei amici anche se non ho l'occasione di incontrarli o vederli **16,0%**

Posso comunicare e tenermi in contatto con i miei amici che vivono lontano o in quel momento sono altrove **15,6%**

Vengo a conoscenza di fatti, informazioni, eventi di mio interesse **12,2%**

Comunico in modo rapido e diretto con gli amici che sono iscritti **11,8%**

Mi permette di ampliare le mie conoscenze **7,7%**

Mi informo in tempo reale sui principali fatti di attualità/cronaca/politica **7,0%**

Mi è utile per il lavoro/attività che svolgo **3,1%**

Non vedo nessun vantaggio in particolare **7,8%**

Altro: 0,3% - Non sa / non risponde: 2,1%

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Qual è il maggiore vantaggio che Le offre l'essere iscritto ad un Social Network?

...per fasce d'età

18-24 anni

“Posso comunicare e tenermi in contatto con i miei amici che vivono lontano o in quel momento sono altrove”

20,8%

25-44 anni

“Vengo a conoscenza di fatti, informazioni, eventi di mio interesse”

15,9%

Over 65 anni

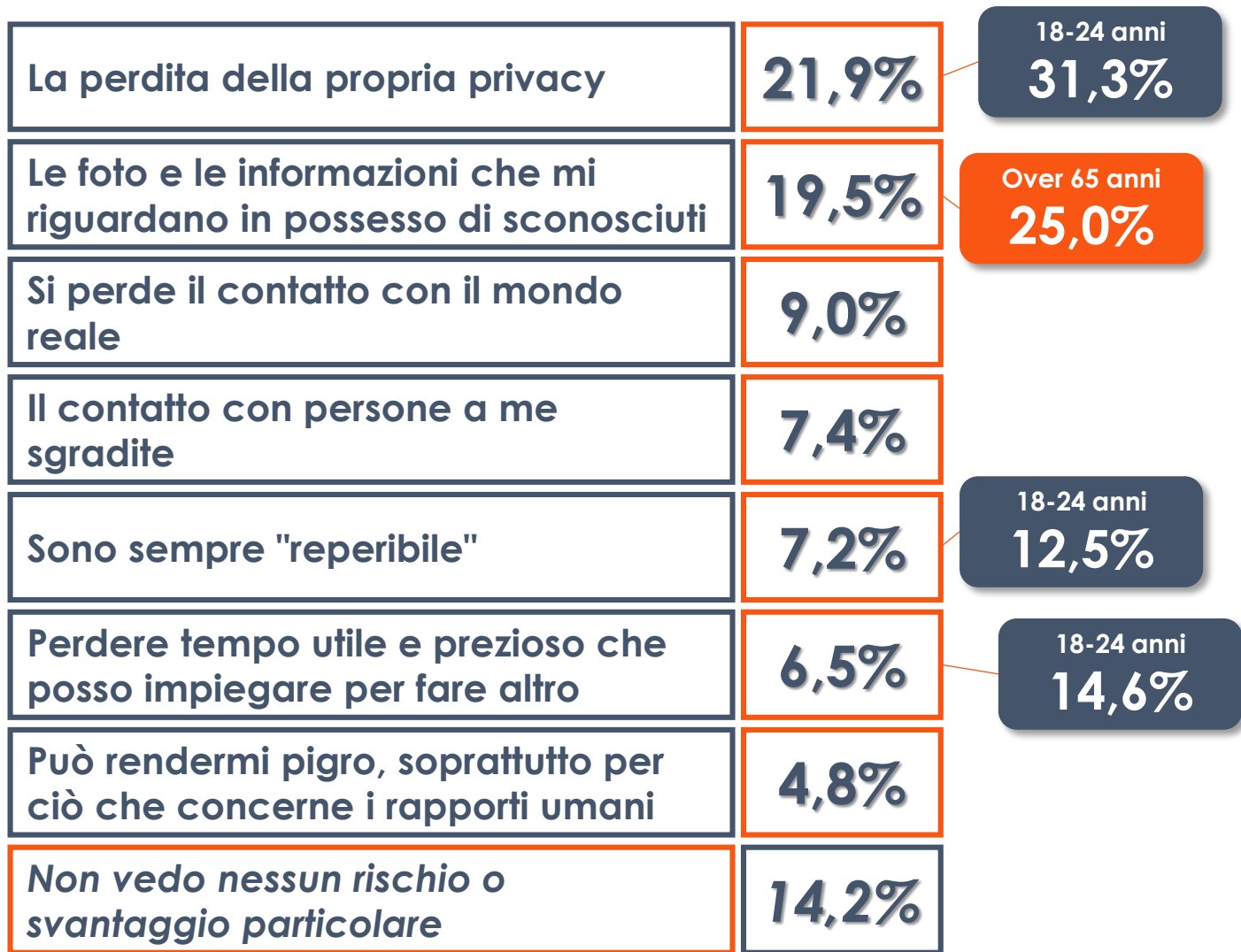
“Mi tengo informato sulla vita dei miei amici anche se non ho l'occasione di incontrarli o vederli”

31,3%

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Qual è il maggiore svantaggio o rischio che Le offre l'essere iscritto ad un Social Network?



Non sa / non risponde: 9,5%

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Secondo Lei, lo sviluppo della tecnologia e l'avvento dei Social Network...

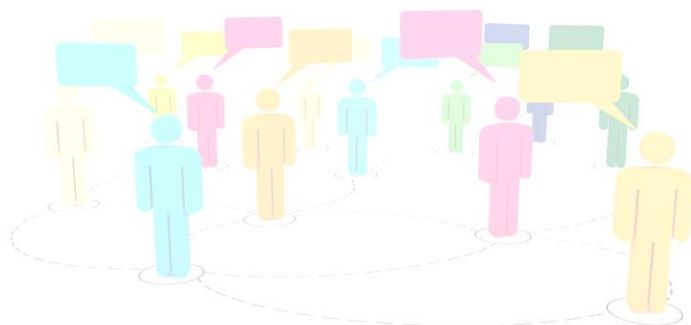
...favorisce una maggiore socializzazione tra le persone

43,7%

...isola maggiormente le persone dagli altri

45,5%

Non sa / non risponde: 10,8%



...per fasce d'età

	18-24 anni	25-44 anni	45-64 anni	Over 65 anni
...favorisce la socializzazione	45,8%	42,2%	52,9%	31,3%
...isola le persone	43,8%	45,1%	39,2%	56,3%
Non sa / non risponde	10,4%	12,7%	7,9%	12,4%

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Quali contenuti posta/condivide maggiormente*?

Commenti e/o pensieri personali 45,2%

Foto personali 41,5%

Link divertenti 20,9%

News 20,6%

Citazioni/aforismi 12,3%

Eventi 10,3%

Video 7,5%

Altro: 3,5% - Non sa / non risponde: 5,1%

24-44 anni

43,0%

45-64 anni

45,8%

Over 65 anni

50,0%

18-24 anni

54,2%

Over 65 anni

50,0%

* Ammesse risposte multiple

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Lei ha scaricato e installato sul suo smartphone qualche App relativa ai Social Network?

Sì, una	40,0%
Sì, due	18,1%
Sì, tre	5,2%
Sì, più di tre	6,6%
No, Nessuna	30,1%

69,9%



89,6% dei giovani tra **18-24 anni** ha scaricato **almeno una App** relativa ai Social Network sul proprio smartphone

50,0% degli **Over 65** non ha installato App

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

Social Network: Vantaggi e Svantaggi

Mediamente quanto tempo trascorre al giorno sul Social Network a cui è iscritto?

Fino a 10 minuti	6,4%
Da 10 a 15 minuti	16,9%
Da 15 a 30 minuti	24,1%
Da 30 minuti fino a 1 ora	24,8%
Più di 1 ora	19,5%
Ci entro ogni tanto (1 volta alla settimana, al mese...)	6,9%

Non sa / non risponde: 1,4%



...per fasce d'età

	18-24 anni	25-44 anni	45-64 anni	Over 65 anni
Fino a 10 minuti	12,5%	9,3%	5,9%	-
Da 10 a 15 minuti	20,8%	18,0%	17,6%	12,5%
Da 15 a 30 minuti	16,7%	24,1%	25,5%	25,0%
Da 30 minuti fino a 1 ora	31,3%	19,9%	19,6%	37,5%
Più di 1 ora	16,7%	24,9%	23,5%	6,3%
Ci entro ogni tanto	2,0%	3,8%	7,9%	12,5%
Non sa / non risponde	-	-	-	6,2%

Dati Euromedia Research – Realizzato tra il 20 e il 23 febbraio 2015 con metodologia CAWI su un campione di 600 casi rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne ed utilizzatrice dei Social Network

CONTATTI



**EUROMEDIA[®]
RESEARCH**

www.euromediaresearch.it



[Facebook.com/EuromediaResearch](https://www.facebook.com/EuromediaResearch)

[Twitter.com/EuromediaR](https://twitter.com/EuromediaR)



info@euromediaresearch.it



**EUROMEDIA[®]
RESEARCH**

www.euromediaresearch.it

Iscriviti alla nostra Community per
partecipare ai nuovi sondaggi
www.euromediaresearch.it/registrati