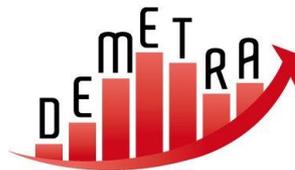


La campagna elettorale 2013

Alcuni risultati di due indagini realizzate a ridosso del voto

Milano, marzo 2013





Obiettivi e metodologia

In occasione delle elezioni politiche 2013 Pepe Research, in partnership con Demetra, ha voluto condurre uno studio sulla campagna elettorale. A tal fine ha condotto due indagini, la prima a 10 giorni dal voto (12-15 febbraio) e la seconda l'ultimo giorno di voto (25 febbraio), entrambi su un campione rappresentativo della popolazione in età di voto.

L'obiettivo della prima indagine è stato quello di:

- Rilevare la **percezione della campagna elettorale** in corso;
- Comprendere il grado di **interesse** nei confronti della stessa;
- Stimare la quota degli **indecisi** al voto a una settimana dalle elezioni;
- Indagare le **motivazioni** principali che spingono a prediligere un partito piuttosto che un altro.

Mentre con la seconda, ci si è concentrati soprattutto a:

- Rilevare gli episodi che hanno caratterizzato maggiormente la **campagna elettorale** secondo gli elettori;
- Misurare il **coinvolgimento** che alcuni eventi della campagna hanno procurato;
- Individuare il **periodo** in cui gli elettori dichiarano di **aver deciso** il partito da votare;
- Conoscere la percezione degli elettori sulle **aspettative della comunità internazionale** riguardo l'esito delle elezioni politiche.

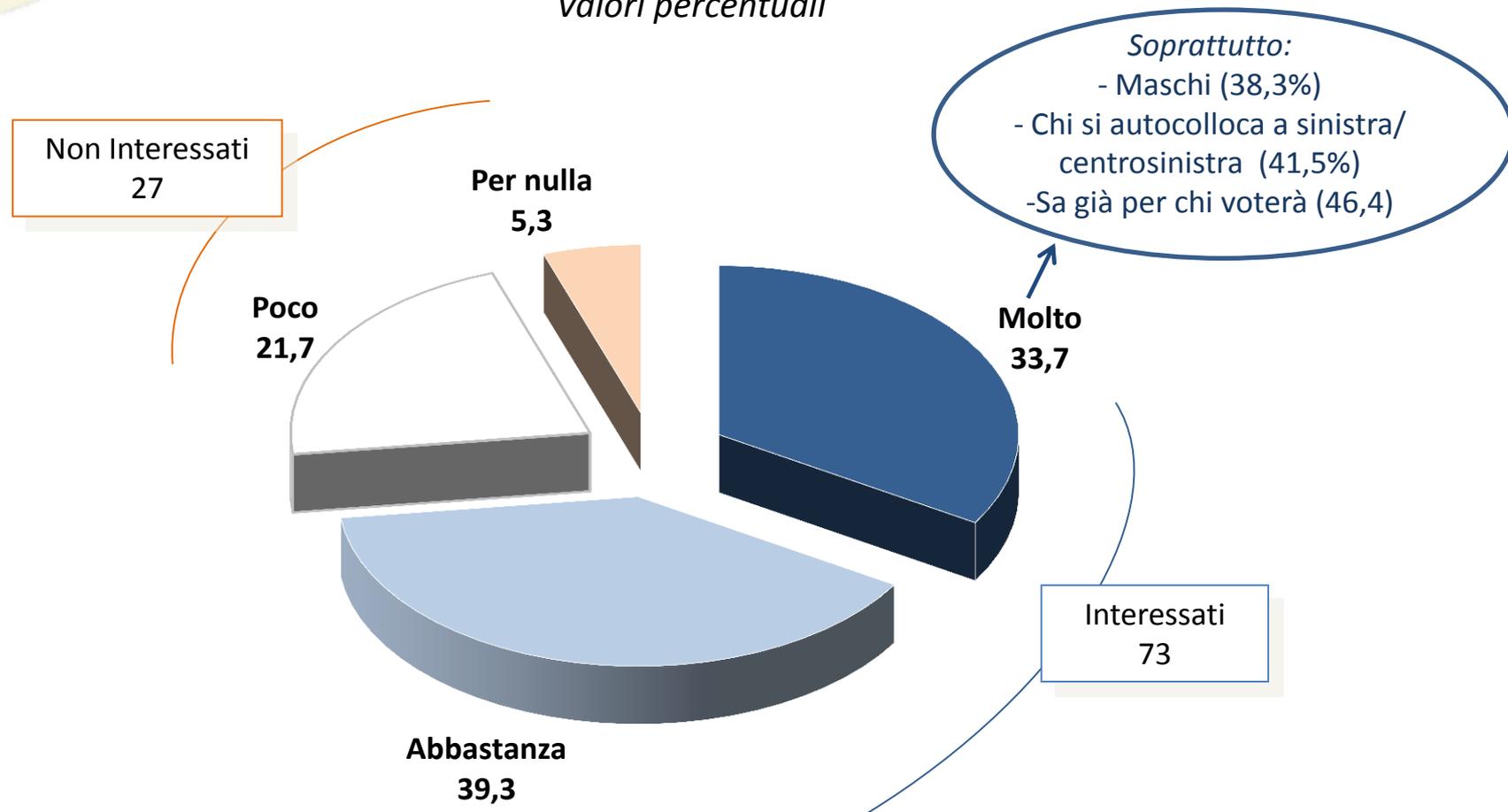
Per rispondere a questi obiettivi sono state realizzate nel primo sondaggio 900 interviste e nel secondo 739, via CAWI su Panel Demetra, sottoponendo un questionario strutturato predisposto da Pepe Research.

Qui di seguito verranno illustrati i principali risultati di entrambi le indagini.

Un terzo della popolazione ha trovato interessante la campagna elettorale in corso: si tratta, come sempre, dei più attratti dalla politica, più spesso maschi, che hanno già deciso cosa votare e si sentono di centro-sinistra

Grado di interesse per la campagna elettorale in corso

Valori percentuali



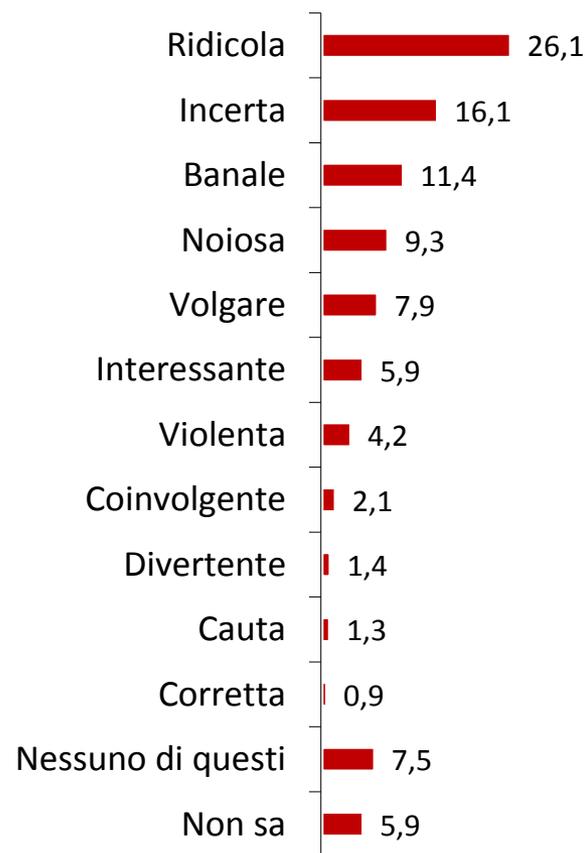
TESTO DELLA DOMANDA: Il 24 e il 25 febbraio si terranno le elezioni per eleggere i parlamentari per la Camera ed il Senato. Lei quanto direbbe di sentirsi interessato alla campagna elettorale per queste Elezioni Politiche?

BASE CASI: 896

Nonostante l'ingresso di nuovi attori nello scenario politico, anche questa campagna elettorale interessa, ma non entusiasma

La percezione della campagna elettorale in corso

Prima risposta – valori percentuali



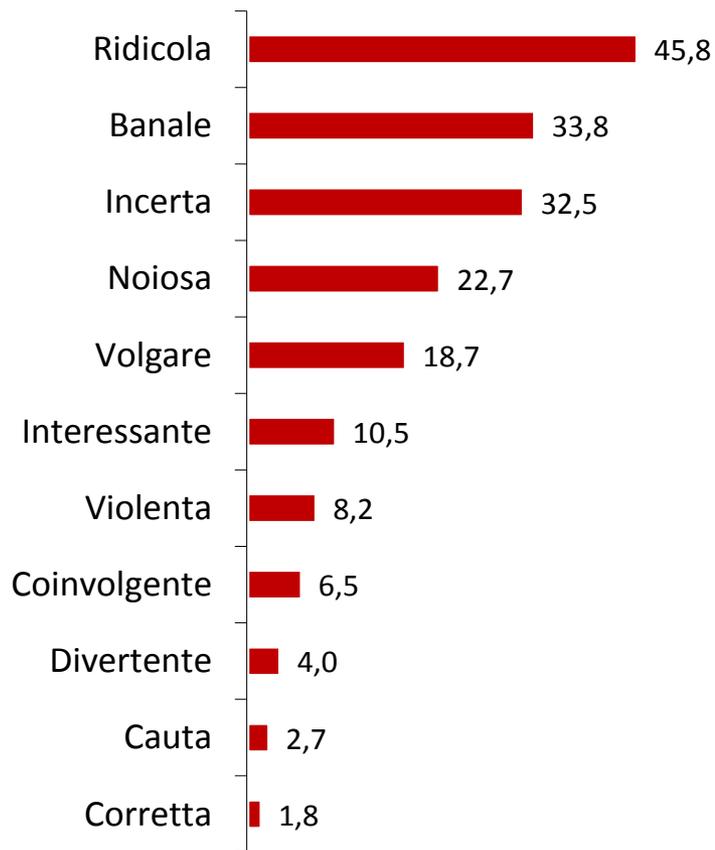
TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 896

Quasi 1 italiano su 5 la ritiene «ridicola», 1/3 «banale». Solo una minoranza la trova «interessante» e sono ancor meno quelli che la sentono «coinvolgente»

La percezione della campagna elettorale in corso

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali



TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 777

L'incertezza pare essere il vero elemento accattivante di questa campagna, quello maggiormente in grado di smuovere l'interesse

La percezione della campagna elettorale in corso per INTERESSE PER LA CAMPAGNA

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali

| | Tot. campione | interessato | non interessato |
|--------------|---------------|-------------|-----------------|
| Ridicola | 45,8 | 40,1 | 60,5 |
| Banale | 33,8 | 28,3 | 47,9 |
| Incerta | 32,5 | 37,3 | 20,1 |
| Noiosa | 22,7 | 20,3 | 28,8 |
| Volgare | 18,7 | 19,6 | 16,4 |
| Interessante | 10,5 | 14,2 | 0,9 |
| Violenta | 8,2 | 9,4 | 5,1 |
| Coinvolgente | 6,5 | 8,7 | 0,8 |
| Divertente | 4,0 | 4,4 | 3,0 |
| Cauta | 2,7 | 3,4 | 0,9 |
| Corretta | 1,8 | 2,1 | 1,0 |

TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 777

E sempre l'incertezza generale influisce probabilmente sulla difficoltà per molti di scegliere su chi convergere la propria preferenza (dubbi sul voto utile?). Nonostante alcune candidature in nome di una nuova politica o dell'antipolitica, la campagna è percepita ancora molto «banale» e «ridicola» da chi probabilmente non parteciperà (nemmeno) a queste prossime elezioni

La percezione della campagna elettorale in corso per PROPENSIONE AL VOTO

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali

| | Tot. campione | Sa già per quale partito votare | Indeciso su che partito votare | Non sa se andrà votare | Non andrà sicuramente a votare |
|--------------|---------------|---------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| Ridicola | 45,8 | 40,6 | 51,1 | 58,4 | 36,4 |
| Banale | 33,8 | 29,7 | 34,5 | 49,6 | 55,7 |
| Incerta | 32,5 | 30,9 | 36,5 | 27,2 | 24,3 |
| Noiosa | 22,7 | 20,8 | 23,9 | 28,5 | 25,2 |
| Volgare | 18,7 | 21,4 | 16,5 | 9,0 | 25,0 |
| Interessante | 10,5 | 13,7 | 9,1 | 0,0 | 0,0 |
| Violenta | 8,2 | 10,7 | 4,5 | 3,3 | 23,1 |
| Coinvolgente | 6,5 | 7,1 | 6,9 | 3,5 | 0,0 |
| Divertente | 4,0 | 4,5 | 4,2 | 1,4 | 0,0 |
| Cauta | 2,7 | 2,8 | 2,6 | 3,2 | 0,0 |
| Corretta | 1,8 | 2,8 | 0,8 | 0,0 | 0,0 |

TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 777

Non tutti gli elettori percepiscono la campagna alla stesso modo. Sono soprattutto gli elettori di destra a distinguersi dagli altri nella valutazione della campagna, giudicandola più spesso «incerta» (il loro primato è più in dubbio che nelle ultime tornate elettorali) e anche «violenta». Viceversa gli elettori di centro, nonostante i nuovi movimenti politici che ne dovrebbero essere espressione, la trovano più spesso «banale»

La percezione della campagna elettorale in corso

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali

| | Tot. campione | Sinistra/ centrosinistra | Centro | Destra/ centrodestra | Apolitico /non so/nr |
|--------------|---------------|-----------------------------|-------------|-------------------------|-------------------------|
| Ridicola | 45,8 | 43,5 | 37,5 | 40,6 | 62,4 |
| Banale | 33,8 | 31,9 | 46,8 | 32,7 | 35,9 |
| Incerta | 32,5 | 33,2 | 37,2 | 37,8 | 22,0 |
| Noiosa | 22,7 | 24,0 | 23,0 | 13,9 | 29,9 |
| Volgare | 18,7 | 21,4 | 14,8 | 13,5 | 19,1 |
| Interessante | 10,5 | 10,9 | 7,6 | 13,0 | 7,4 |
| Violenta | 8,2 | 7,2 | 7,1 | 13,9 | 4,4 |
| Coinvolgente | 6,5 | 7,6 | 6,2 | 7,5 | 2,2 |
| Divertente | 4,0 | 3,7 | 1,3 | 7,3 | 1,7 |
| Cauta | 2,7 | 2,3 | 2,5 | 4,6 | 1,5 |
| Corretta | 1,8 | 2,3 | 0,0 | 2,4 | 0,0 |

TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 777

L'assenza del loro leader dallo scenario mediatico probabilmente consente o motiva i grillini a giudicare questa campagna «ridicola» in misura sensibilmente maggiore agli altri elettori. Emerge invece tra gli elettori di centrosinistra una sensazione di «volgarità» della campagna.

La percezione della campagna elettorale in corso per INTENZIONE DI VOTO

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali

| | Tot. campione | CENTRO DESTRA | CENTRO | CENTRO SINISTRA | INGROIA | M5S | FARE | ALTRO | Astenuti/ Indecisi |
|--------------|---------------|---------------|--------|-----------------|---------|-------------|------|-------|--------------------|
| Ridicola | 45,8 | 35,7 | 36,3 | 42,4 | 40,7 | 59,3 | 40,1 | 28,2 | 54,8 |
| Banale | 33,8 | 32,4 | 36,9 | 29,1 | 39,1 | 33,7 | 54,5 | 18,1 | 40,9 |
| Incerta | 32,5 | 35,7 | 31,2 | 33,4 | 36,5 | 32,4 | 35,6 | 59,7 | 24,6 |
| Noiosa | 22,7 | 10,3 | 20,8 | 25,7 | 17,9 | 19,6 | 22,0 | 18,1 | 33,4 |
| Volgare | 18,7 | 11,0 | 18,0 | 23,7 | 15,4 | 15,5 | 18,8 | 0,0 | 19,9 |
| Interessante | 10,5 | 17,9 | 15,0 | 9,0 | 14,5 | 12,1 | 0,0 | 22,2 | 2,1 |
| Violenta | 8,2 | 18,6 | 9,4 | 7,7 | 5,4 | 3,1 | 10,0 | 0,0 | 8,5 |
| Coinvolgente | 6,5 | 8,3 | 10,5 | 8,8 | 9,2 | 3,7 | 0,0 | 0,0 | 0,7 |
| Divertente | 4,0 | 8,7 | 4,9 | 3,2 | 2,5 | 4,2 | 3,8 | 13,5 | 0,8 |
| Cauta | 2,7 | 4,5 | 2,1 | 2,7 | 1,6 | 1,7 | 5,4 | 40,3 | 0,0 |
| Corretta | 1,8 | 3,2 | 3,7 | 1,9 | 3,0 | 0,3 | 1,5 | 0,0 | 0,7 |

TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

BASE CASI: 777

E, infine, prevale tra i cattolici un sentimento di incertezza, molto più spiccato che tra il resto degli elettori.

La percezione della campagna elettorale in corso per FREQUENZA ALLA MESSA

Totale risposte (tra chi indica almeno un aggettivo) – valori percentuali

| | Tot. campione | Mai | Sporadici | Assidui |
|--------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ridicola | 45,8 | 42,3 | 51,2 | 40,1 |
| Banale | 33,8 | 33,7 | 34,1 | 33,4 |
| Incerta | 32,5 | 27,6 | 30,2 | 40,9 |
| Noiosa | 22,7 | 23,4 | 21,9 | 23,2 |
| Volgare | 18,7 | 28,4 | 17,3 | 12,1 |
| Interessante | 10,5 | 9,8 | 9,8 | 12,4 |
| Violenta | 8,2 | 10,0 | 6,7 | 9,0 |
| Coinvolgente | 6,5 | 3,8 | 6,7 | 8,8 |
| Divertente | 4,0 | 3,0 | 4,4 | 4,3 |
| Cauta | 2,7 | 2,9 | 2,1 | 3,4 |
| Corretta | 1,8 | 1,4 | 2,0 | 1,7 |

TESTO DELLA DOMANDA: Quali tra questi aggettivi sceglierebbe per definire la campagna elettorale in corso? Può indicare fino a due aggettivi, partendo da quello secondo lei più adatto e poi il secondo.

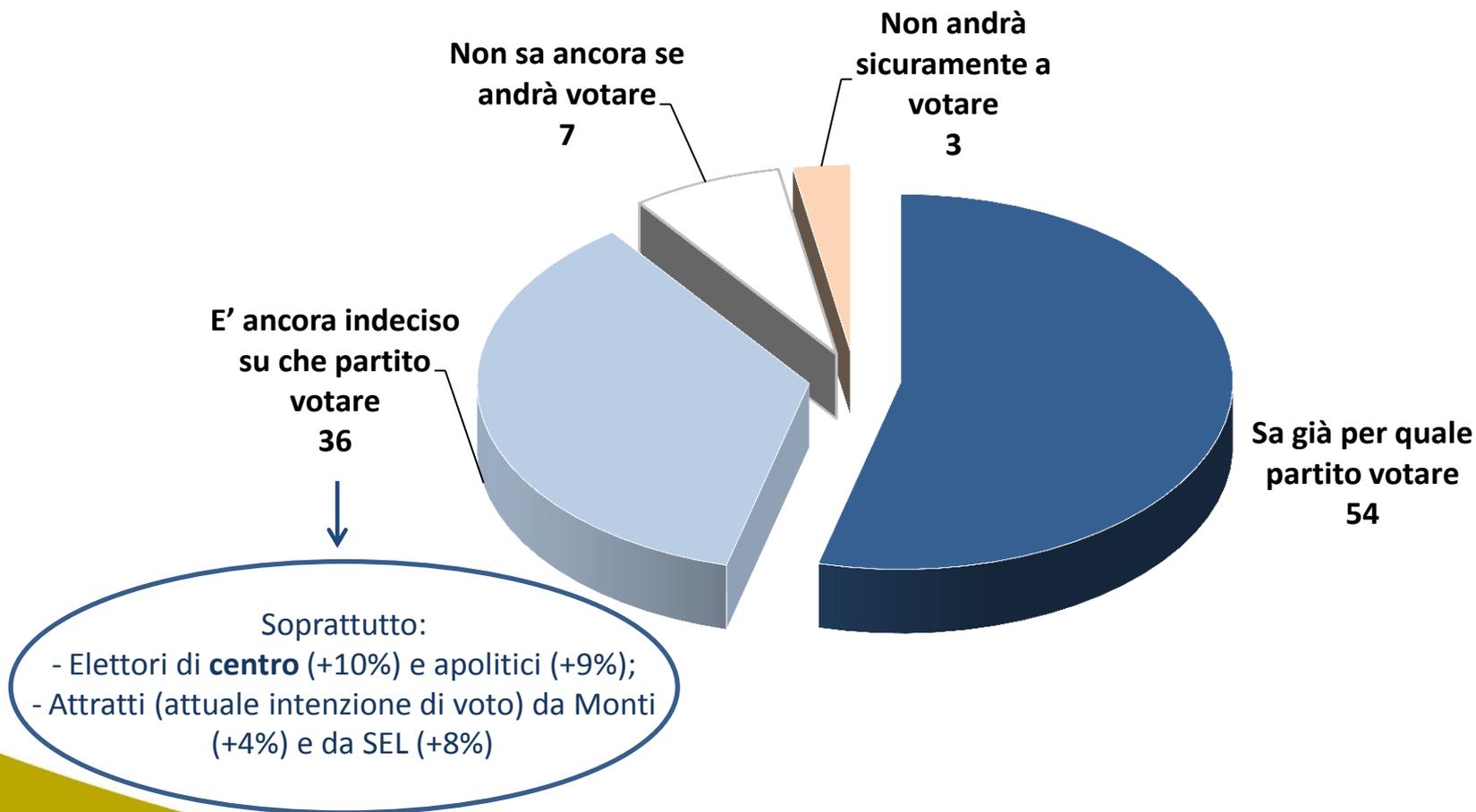
BASE CASI: 777

Sono solo poco più della metà gli italiani che, a 10 giorni dal voto, hanno già le idee chiare in merito alla propria scelta di voto.

4 italiani su 10 stanno ancora meditando. Particolarmente diffusi i dubbi tra gli elettori di centro

Gli indecisi al voto a 10 giorni alle elezioni

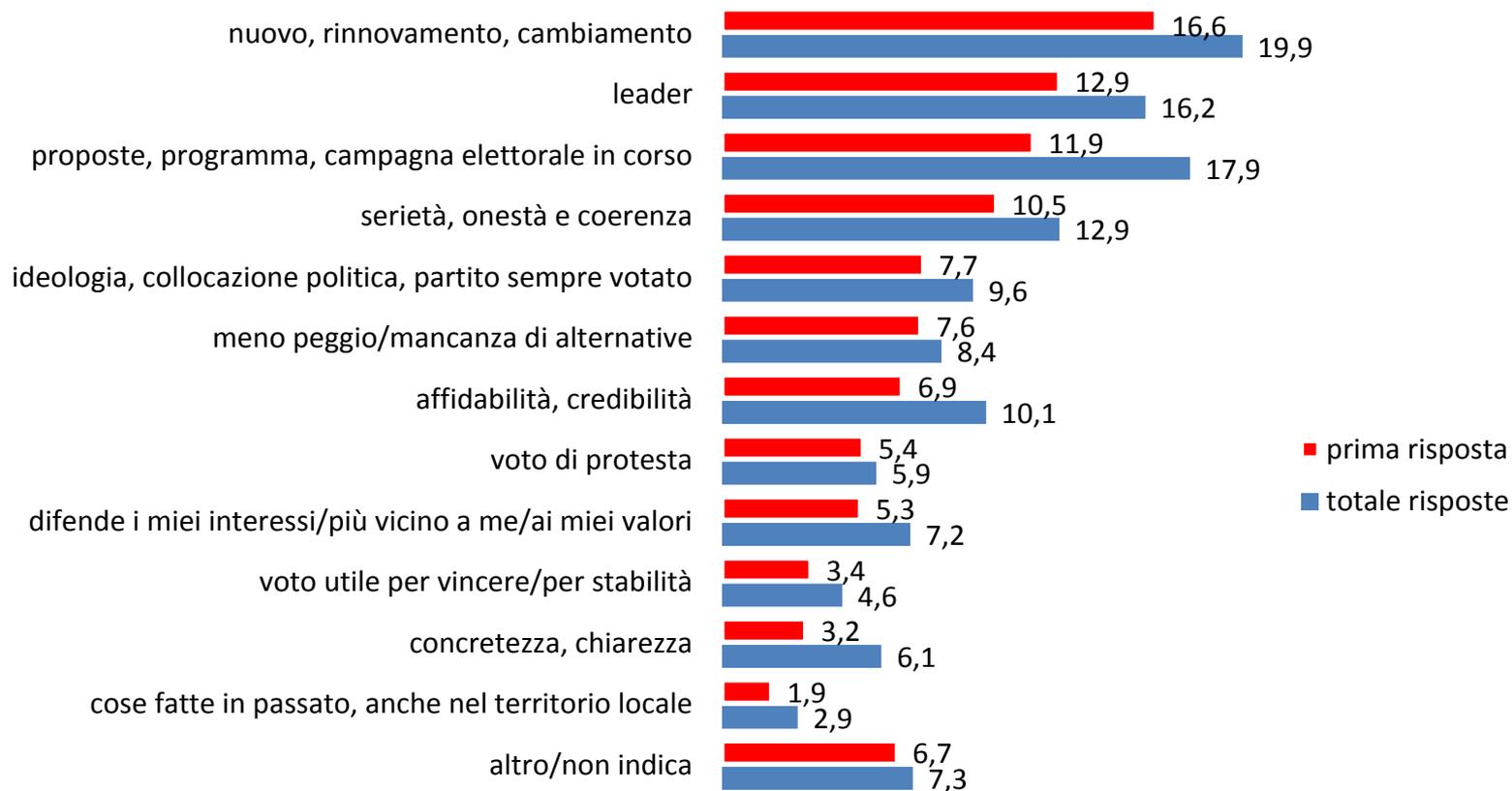
Valori percentuali



Le parole più ricorrenti tra le motivazioni nella scelta del partito da votare alle elezioni politiche 2013 sono soprattutto: novità, leader e proposte

Le principali motivazioni nella scelta di voto

Risposte spontanee – Possibili più indicazioni



TESTO DOMANDA: Lei mi ha detto che se si votasse domani sceglierebbe _____. Mi sa dire qual è il motivo principale che l'ha spinto a indicare questo partito piuttosto che un altro?

BASE CASI: 896

Il leader sembra essere il fattore maggiormente trainante nel voto per PDL e Scelta Civica. Il M5S viene scelto soprattutto per la voglia di cambiamento, il PD per la serietà, SEL e RC Ingroia per le proposte e il movimento FARE per la concretezza

Le principali motivazioni nella scelta di voto

Risposte spontanee – tra gli elettori dei principali partiti

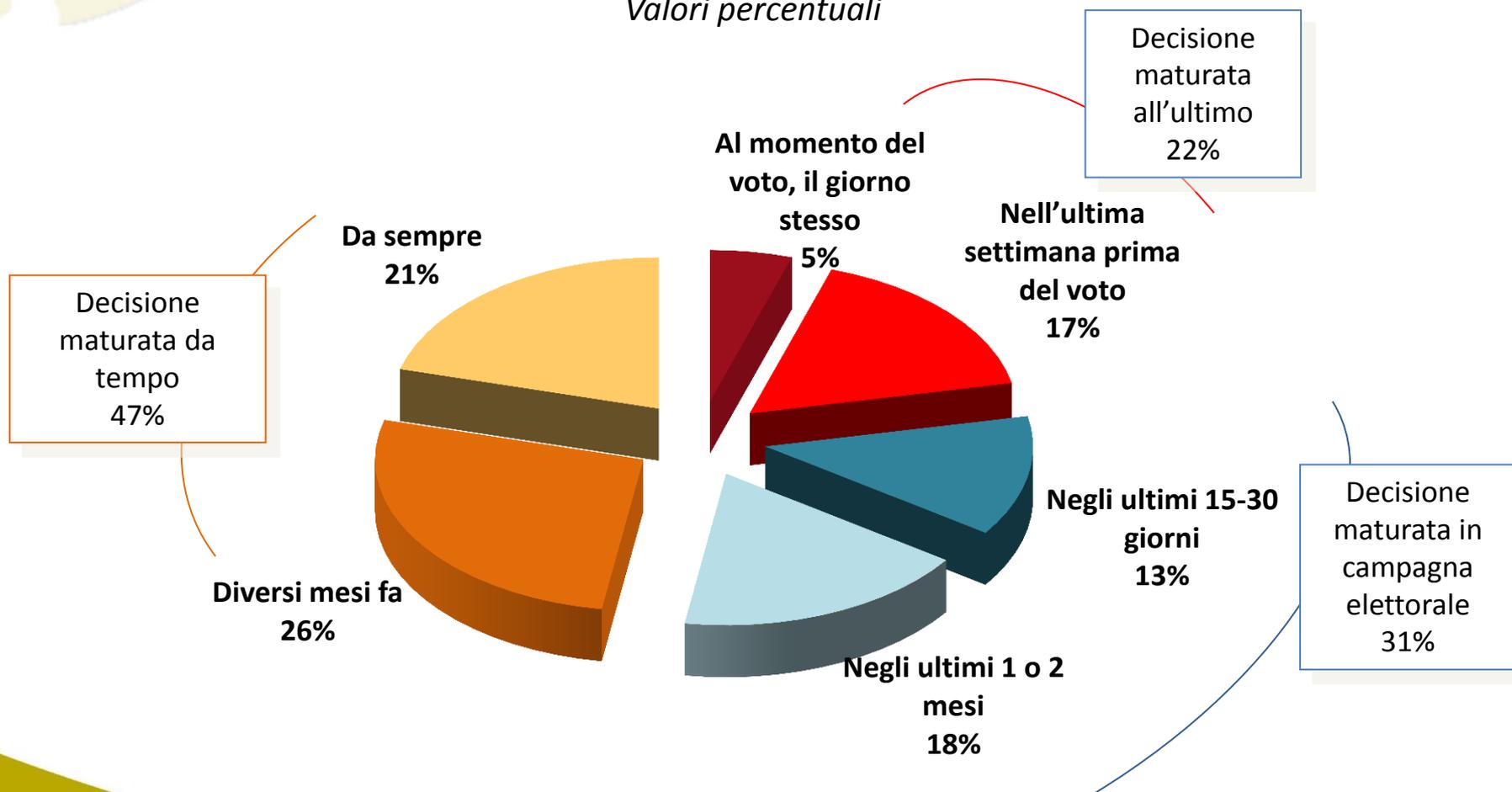
| | Totale elettorato | LEGA NORD | PDL | SC con MONTI | PD | SEL | RC - INGROIA | M5S | FARE |
|---|-------------------|-----------|------|--------------|------|------|--------------|------|------|
| leader | 16,2 | 17,9 | 29,0 | 48,8 | 6,0 | 22,4 | 22,5 | 4,7 | 31,2 |
| affidabilità, credibilità | 10,1 | | 7,5 | 26,6 | 15,7 | 0,5 | 5,2 | 3,1 | 7,9 |
| nuovo/rinnovamento, cambiamento | 19,9 | 7,7 | | 2,5 | 9,5 | 9,8 | 19,9 | 56,7 | 26,3 |
| proposte, programma, campagna elettorale in corso | 17,9 | 31,6 | 19,9 | 6,0 | 19,4 | 38,6 | 28,6 | 12,8 | 13,2 |
| ideologia, collocazione politica, partito sempre votato | 9,6 | 12,7 | 15,9 | 0,4 | 14,6 | 24,1 | 9,6 | | |
| voto di protesta | 5,9 | | | 1,6 | 0,8 | | 3,5 | 23,1 | |
| difende i miei interessi/più vicino a me/ai miei valori | 7,2 | 15,4 | 4,2 | 0,7 | 11,0 | 15,3 | 1,4 | 1,1 | 10,1 |
| meno peggio/mancanza di alternative | 8,4 | 5,6 | 22,4 | 6,8 | 11,7 | 3,8 | 1,2 | 1,0 | 6,9 |
| serietà, onestà e coerenza | 12,9 | 4,8 | 1,0 | 23,2 | 18,5 | 13,8 | 19,1 | 5,8 | 9,0 |
| concretezza, chiarezza | 6,1 | 2,3 | 7,9 | 7,4 | 8,7 | 2,8 | 1,4 | 3,0 | 20,1 |
| voto utile per vincere/per stabilità | 4,6 | | 8,3 | | 7,6 | 8,4 | | | |
| cose fatte in passato, anche nel territorio locale | 2,9 | | 4,2 | 6,4 | 1,0 | 17,9 | | 0,3 | |

TESTO DOMANDA: Lei mi ha detto che se si votasse domani sceglierebbe _____. Mi sa dire qual è il motivo principale che l'ha spinto a indicare questo partito piuttosto che un altro?

1 italiano su 5 ha deciso il suo voto/non voto nell'ultima settimana prima del voto

Quando è nata la decisione sul voto?

Valori percentuali



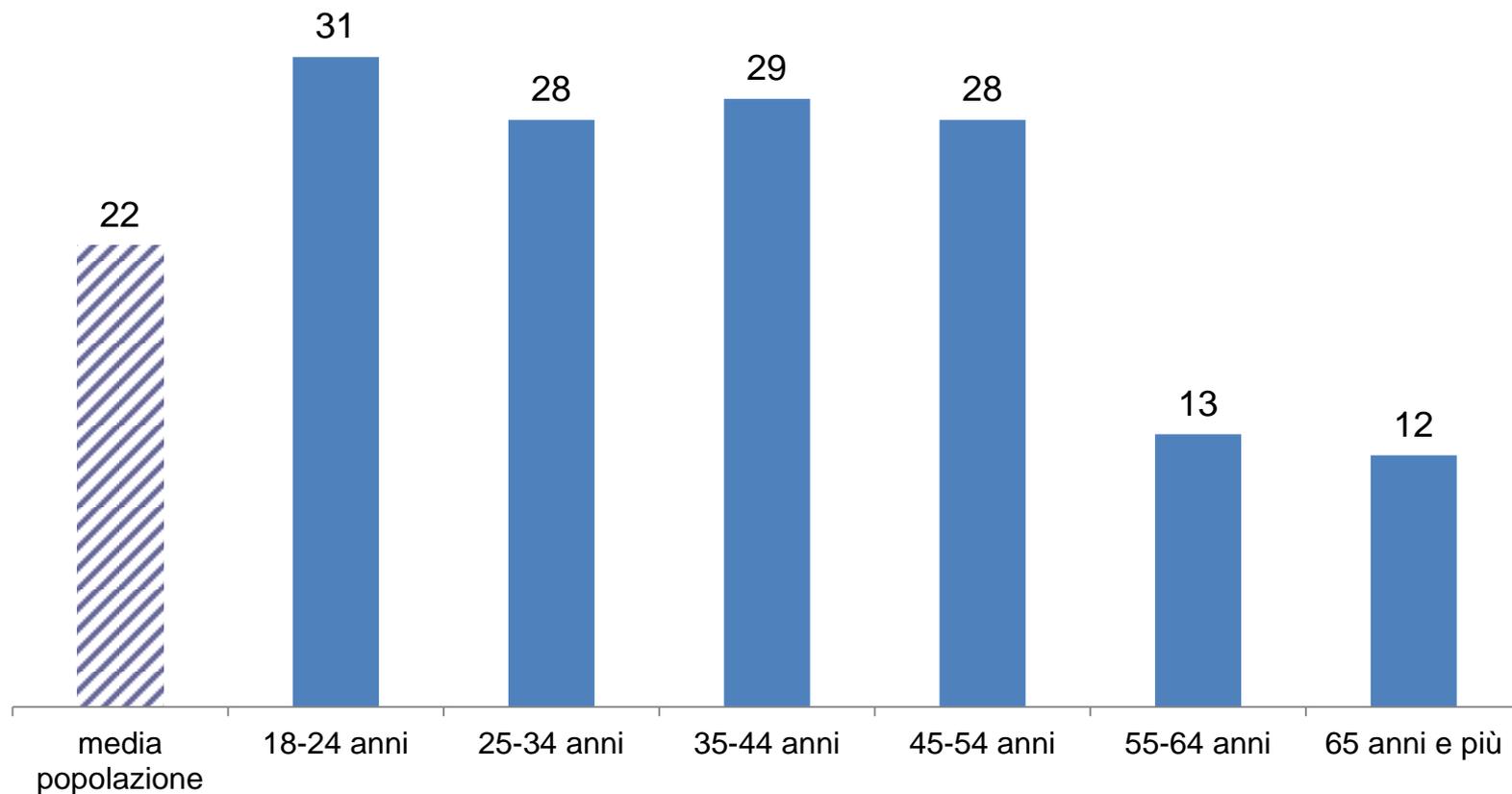
TESTO DELLA DOMANDA: La sua decisione sul voto è nata...

BASE CASI: 739

Sono soprattutto i più giovani ad essere indecisi fino all'ultimo sul partito da votare

Quando è nata la decisione sul voto?

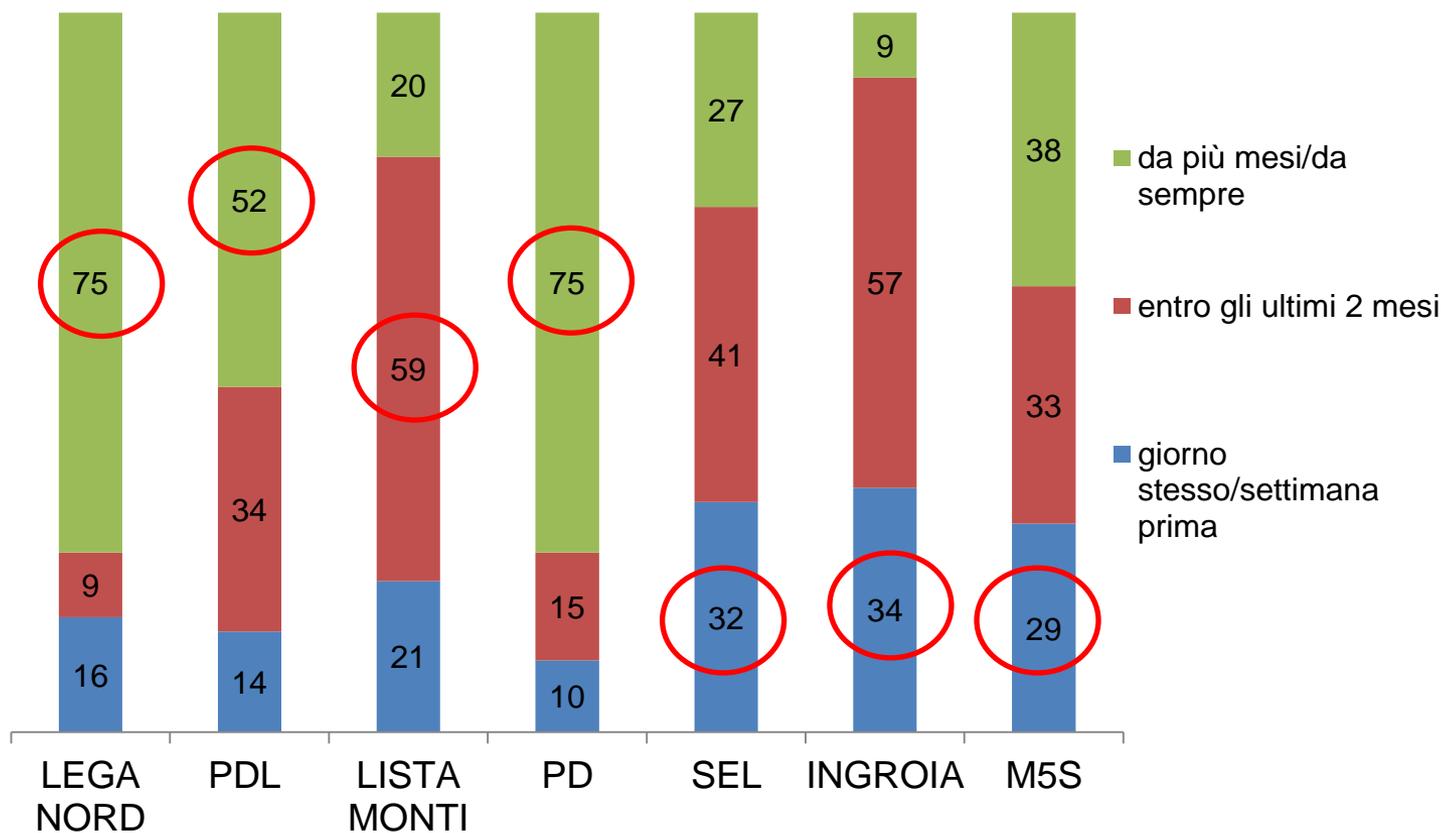
Risposte «momento stesso del voto/settimana prima» - Valori percentuali



Gli elettori di estrema sinistra e del movimento 5 Stelle sono stati tra i più indecisi fino all'ultimo rispetto alla media della popolazione

Quando è nata la decisione sul voto?

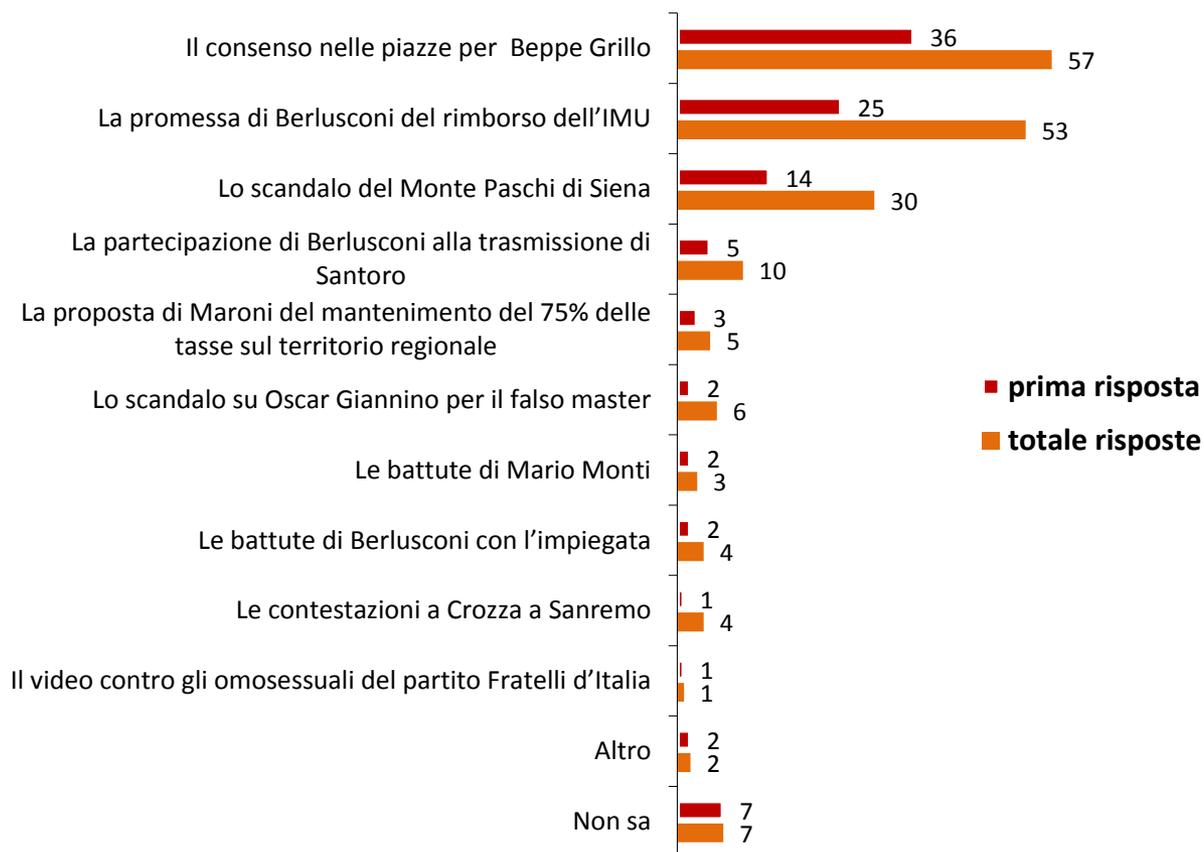
Risposte «momento stesso del voto/settimana prima» - Valori percentuali



Gli episodi più memorabili della campagna elettorale sono stati quelli più vicini al «popolo»: la promessa del rimborso dell'Imu e il tour di Grillo

Gli eventi della campagna elettorale che secondo gli elettori rimarranno impressi

Possibili fino a 2 risposte – valori percentuali



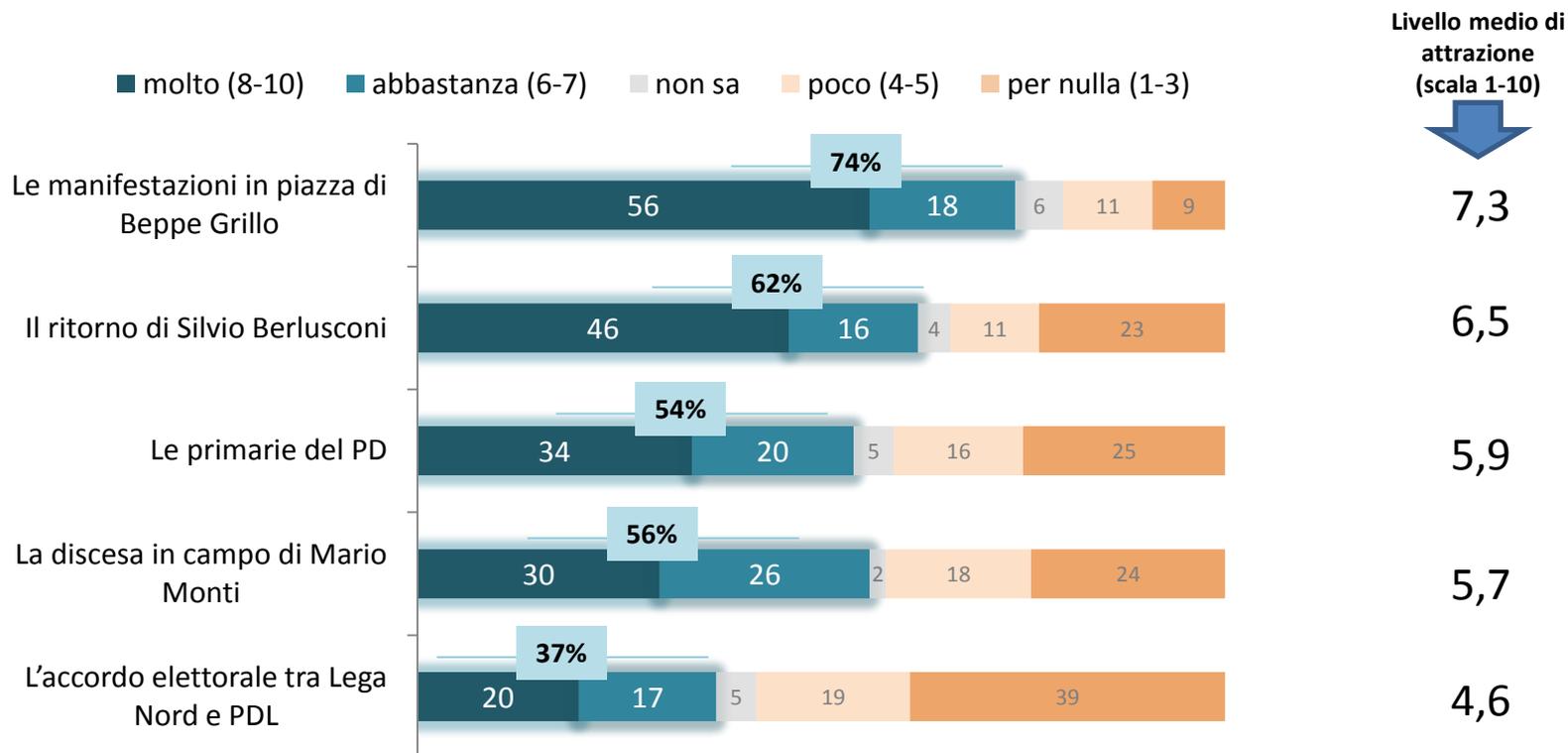
TESTO DELLA DOMANDA: In ogni elezione le campagne elettorali sono caratterizzate da eventi, dichiarazioni, colpi di scena, ecc... Pensando alla campagna elettorale appena conclusa, e al di là della sua personale collocazione politica, per quale di questi episodi secondo lei sarà più ricordata?

BASE CASI: 739

E ancora, Grillo e Berlusconi si confermano protagonisti della campagna elettorale, per aver saputo catturare l'interesse degli elettori

In che misura ciascuno dei seguenti avvenimenti ha attratto la sua attenzione, per interesse o preoccupazione, su questa campagna elettorale?

Livello di attrazione da 1 a 10 riaggregato– valori percentuali



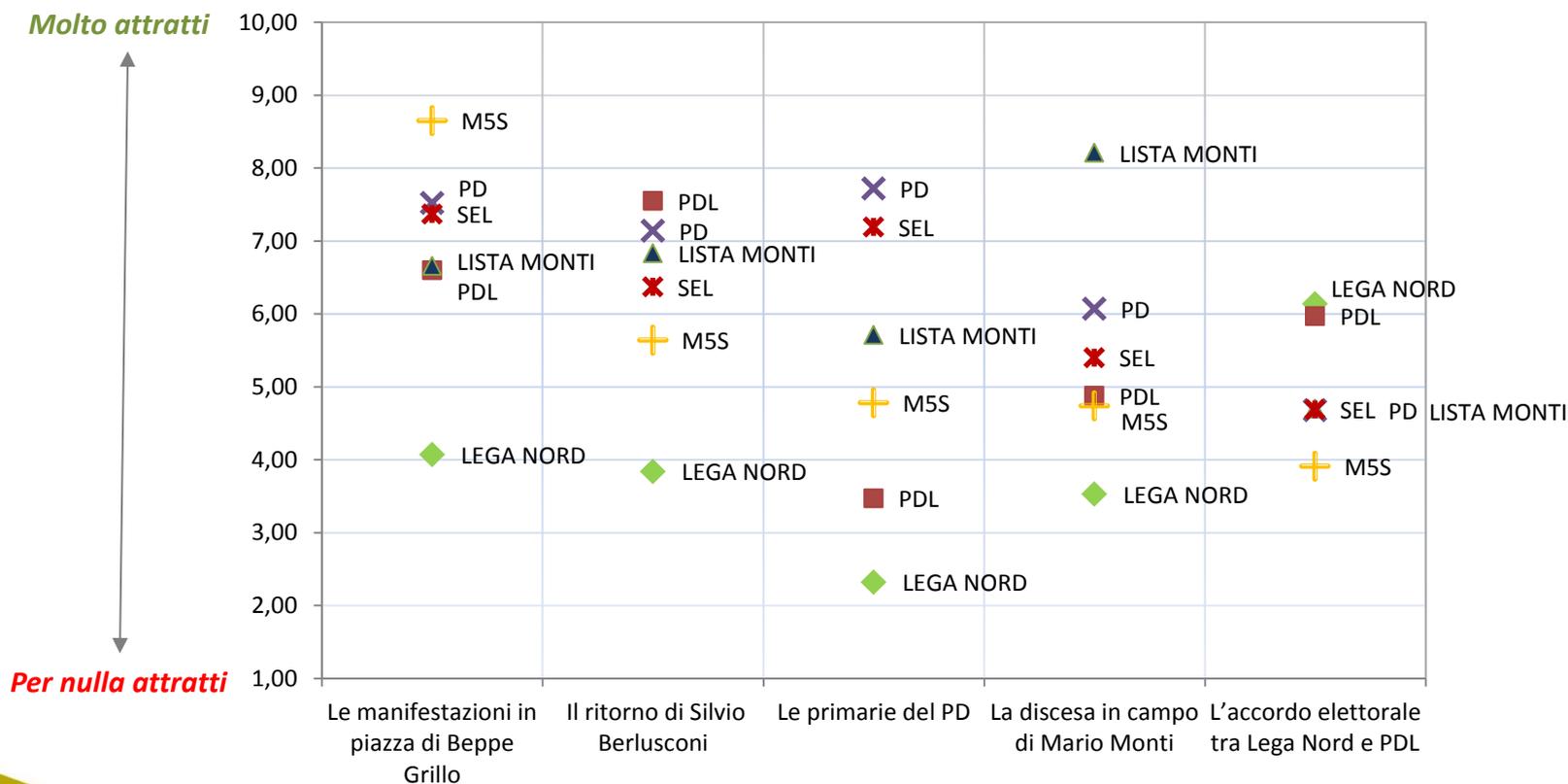
TESTO DELLA DOMANDA: Alcuni dicono che in questa campagna elettorale ci sono stati degli eventi che li hanno spinti a seguire il dibattito con più coinvolgimento, per interesse o preoccupazione.

In che misura ciascuno dei seguenti avvenimenti ha attratto la sua attenzione, per interesse o preoccupazione, su questa campagna elettorale?

Il ritorno di Berlusconi ha e Grillo hanno destato interesse sia a destra sia a sinistra. Gli elettori della Lega sono tra i meno coinvolti da questa campagna elettorale.

In che misura ciascuno dei seguenti avvenimenti ha attratto la sua attenzione, per interesse o preoccupazione, su questa campagna elettorale?

Grado di attrazione attribuito ad ogni evento tra i principali elettorati – scala 1-10



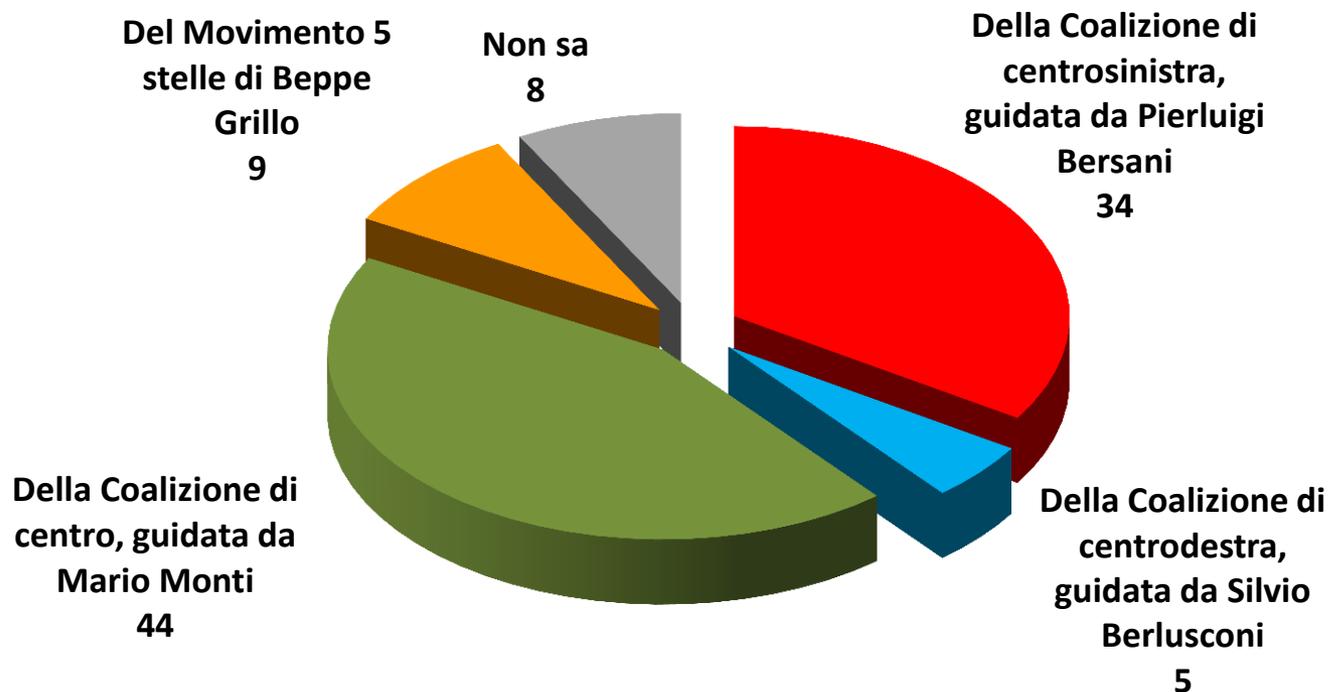
TESTO DELLA DOMANDA: Alcuni dicono che in questa campagna elettorale ci sono stati degli eventi che li hanno spinti a seguire il dibattito con più coinvolgimento, per interesse o preoccupazione.

In che misura ciascuno dei seguenti avvenimenti ha attratto la sua attenzione, per interesse o preoccupazione, su questa campagna elettorale?

Gli elettori pur aver in minima parte votato per la lista Monti, considerano il Presidente del Consiglio il vincitore più auspicabile dalla comunità internazionale

La comunità internazionale avrebbe voluto la vittoria....

Valori percentuali



TESTO DELLA DOMANDA: Fra qualche ora si saprà qual è la coalizione vincente di queste elezioni politiche. Secondo Lei, la comunità internazionale in questo momento per chi sta tifando maggiormente? Per la vittoria...

BASE CASI: 739

Gli elettori della lista Monti sono certi dell'appoggio della comunità internazionale, come, anche se in misura minore, quelli di centrosinistra

La comunità internazionale avrebbe voluto la vittoria....

% di indicazioni tra i principali elettorati - Valori percentuali

| | Totale elettorato | LEGA NORD | PDL | SC con MONTI | PD | SEL | RC - INGROIA | M5S |
|--|-------------------|------------|------------|--------------|------------|------------|--------------|------------|
| Della Coalizione di centrosinistra, guidata da Pierluigi Bersani | 34 | 17 | 13 | 17 | 56 | 49 | 47 | 20 |
| Della Coalizione di centrodestra, guidata da Silvio Berlusconi | 5 | 14 | 20 | 1 | | 2 | 8 | 6 |
| Della Coalizione di centro, guidata da Mario Monti | 44 | 64 | 47 | 74 | 38 | 36 | 36 | 38 |
| Del Movimento 5 stelle di Beppe Grillo | 9 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 9 | 26 |
| Non sa | 8 | | 18 | 5 | 5 | 11 | | 10 |
| TOTALE | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

TESTO DELLA DOMANDA: Fra qualche ora si saprà qual è la coalizione vincente di queste elezioni politiche. Secondo Lei, la comunità internazionale in questo momento per chi sta tifando maggiormente? Per la vittoria...



Nota metodologica e informativa

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 256/10/CSP, allegato A, art. 5 del 9 dicembre 2010, pubblicato su G.U. 301 del 27/12/2010)

| | | |
|--|---|--|
| Titolo indagine: | Campagna elettorale 2013 | |
| Soggetto realizzatore: | Demetra | |
| Committente/acquirente: | Demetra | |
| Date di rilevazione: | 12-15/02/13 e 25/02/13 | |
| Tema: | Elezioni politiche 2013 | |
| Tipo e oggetto dell'indagine: | Sondaggio d'opinione a livello nazionale | |
| Popolazione di riferimento: | Popolazione adulta residente in Italia | |
| Estensione territoriale: | Nazionale | |
| Metodo di campionamento: | Campione casuale stratificato per quote | |
| Rappresentatività del campione: | Rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne per genere, età, area geografica | |
| Margine di errore: | ± 3,0%; ± 3,5%; | |
| Metodo di raccolta delle informazioni: | CAWI | |
| | Campione: Tot. interviste: Rifiuti/sostituzioni: Totale contatti: | Primo sondaggio: 896 1164 2060 Secondo sondaggio: 739 958 1697 |
| | | 43% del totale contatti (Tasso risposta) 57% del totale contatti 44% del totale contatti (Tasso risposta) 56% del totale contatti |
| Elaborazione dati: | PSPP - Ptabs | |

NOTA METODOLOGICA SINTETICA (PER I MEDIA):

Sondaggio PEPE RESEARCH/DEMETRA per PepeResearch/Demetra. Campione rappresentativo popolazione italiana maggiorenne - Estensione territoriale: nazionale - Casi: 896-739 - Metodo: CAWI - Rifiuti/sostituzioni: 1164-958-Data di rilevazione: 12-15 febbraio 2013; 25 febbraio 2013 - Margine di approssimazione: 3,0%-3,5%

Indirizzo del sito dove sarà disponibile la documentazione completa in caso di diffusione: www.agcom.it.
 In caso di pubblicazione è obbligatorio riportare le informazioni della scheda indicata, a pena di gravi sanzioni.
 PEPE RESEARCH non si assume alcuna responsabilità in caso di inosservanza.



pepe research

Demetra opinioni.net srl
Via A.Costa 34/c
30172 Venezia-Mestre
info@opinioni.net

T 041-98.2286
F 041-98.30.64

www.opinioni.net

Pepe Research srl
Via Villa Mirabello, 6
20125 Milano – Italy
info@peperesearch.it

Tel. + 39 02 6682276
Fax + 39 02 70030857

www.peperesearch.it