



# LE PRIME ELEZIONI VINTE DA INTERNET

Quando, come e perché si è scelto chi e cosa votare.

I sentimenti, l'uso dei media, la condizione economica e quel che serve per capire le elezioni di giugno 2016.

ANTONIO PREITI

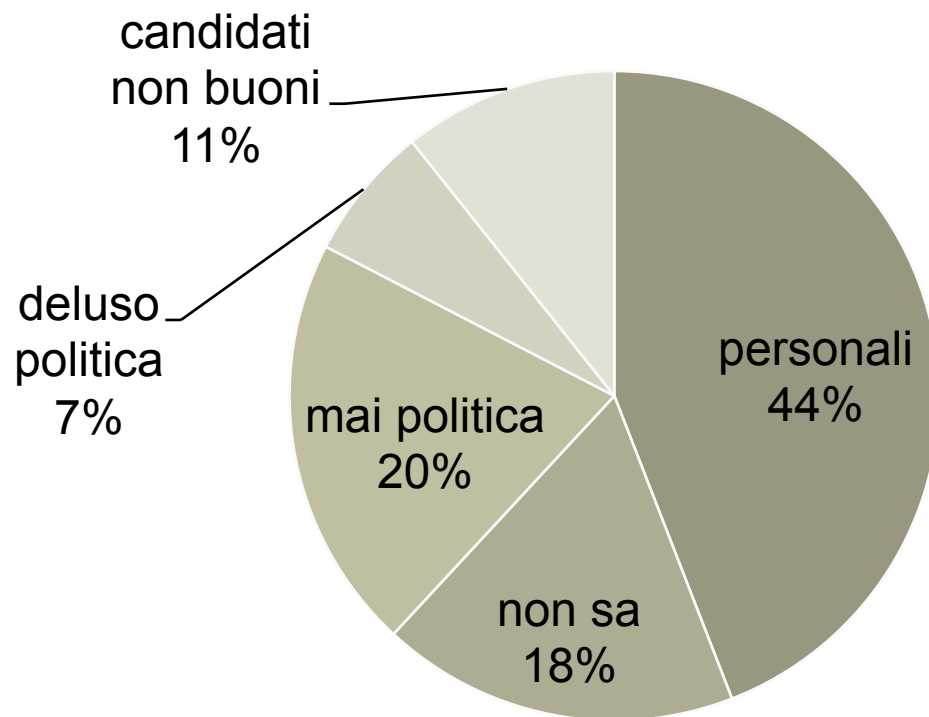
20 giugno 2016

# I SENTIMENTI DI CHI NON HA VOTATO



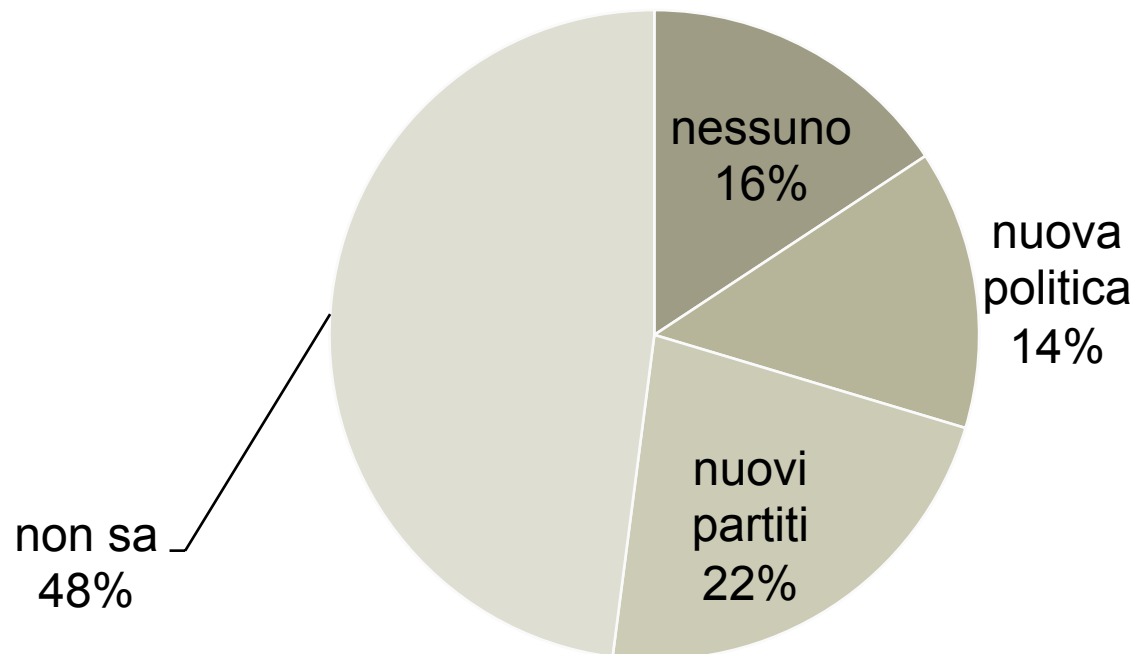
# Le ragioni per cui la gente non ha votato

Su 100 persone che non hanno votato, il 18 % lo ha fatto per motivi “politici”, cioè delusione rispetto all’offerta. Il resto non sembra ragionevolmente recuperabile in tempi brevi alla partecipazione politica.



# Le ragioni per tornare a votare

Su 100 persone che non hanno votato, il 36 % indica che una nuova offerta politica (o di politici) potrebbe portarli di nuovo alle urne. Il 64 %, invece, trova il discorso politico totalmente irrilevante o senza interesse.

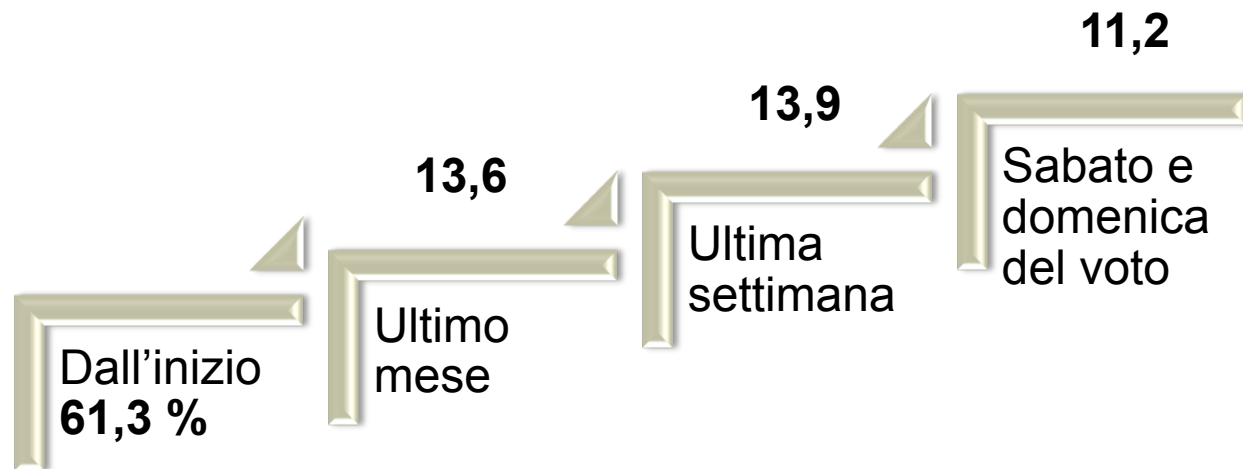


# I SENTIMENTI DI CHI HA VOTATO



# Quando ha deciso di votare?

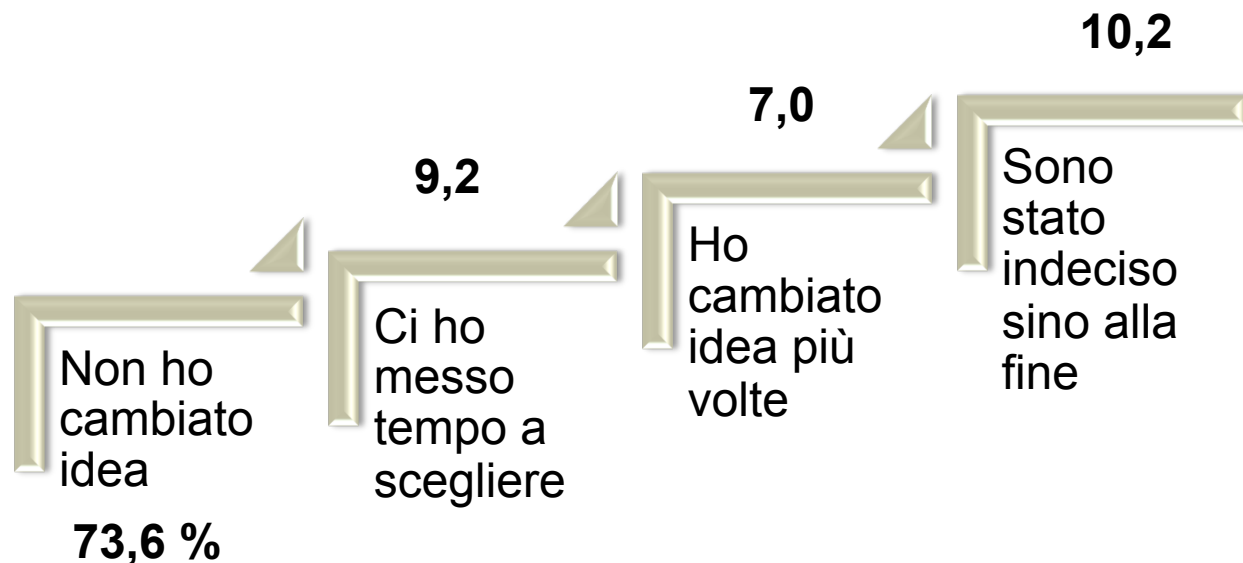
Un elettore su quattro ha deciso il voto all'ultimo momento, il giorno stesso del voto o nella settimana precedente. In sostanza lo svolgimento della campagna elettorale ha determinato la decisione di circa il 40 % degli elettori



# Ha cambiato idea sul voto?

(uno su quattro sì)

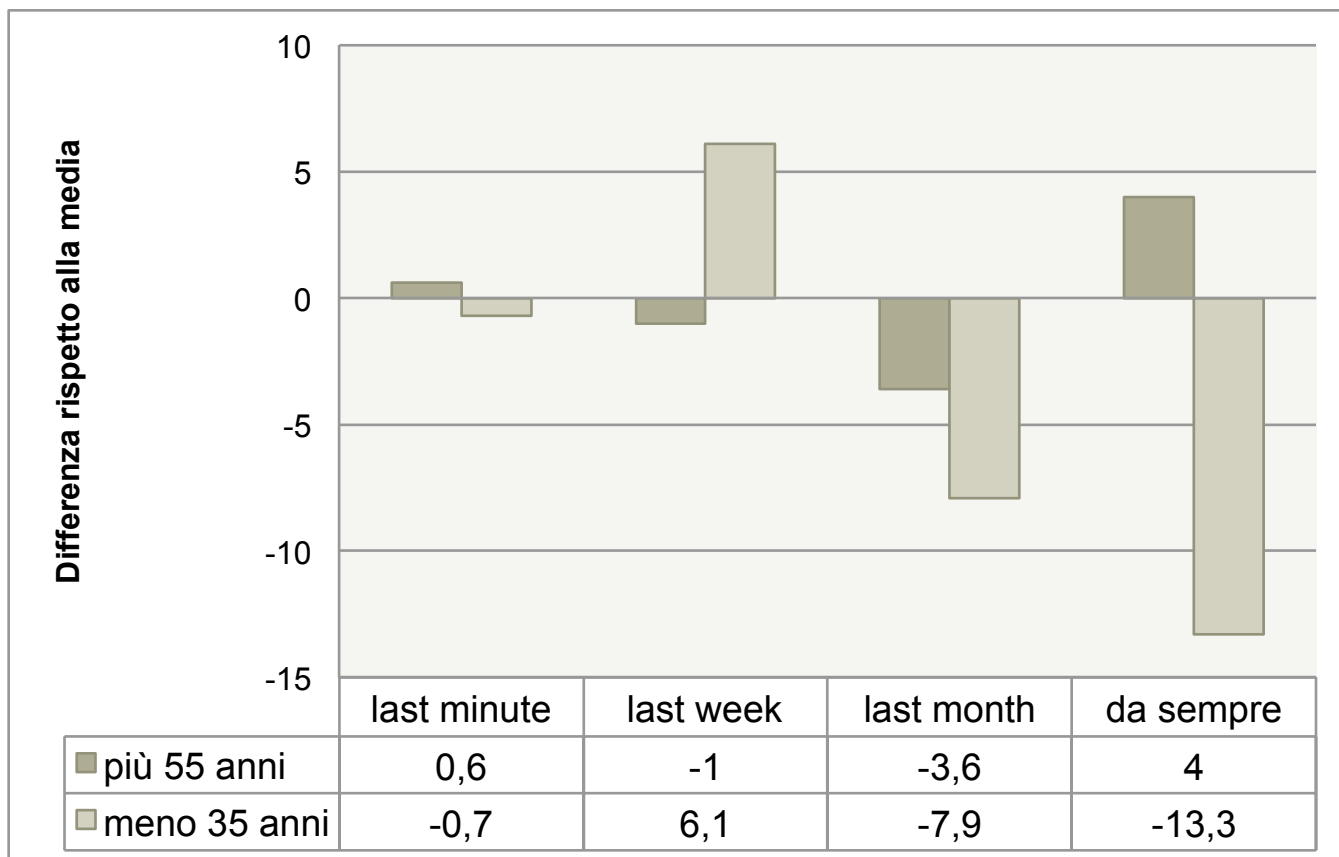
Più di un elettore su quattro ha cambiato voto durante la campagna elettorale. Il 10 % è stato indeciso fino alla fine e il 16 % ha oscillato nella scelta durante tutta la campagna elettorale.



# Quando ha deciso di votare?

(secondo l'età: il voto fluido dei giovani)

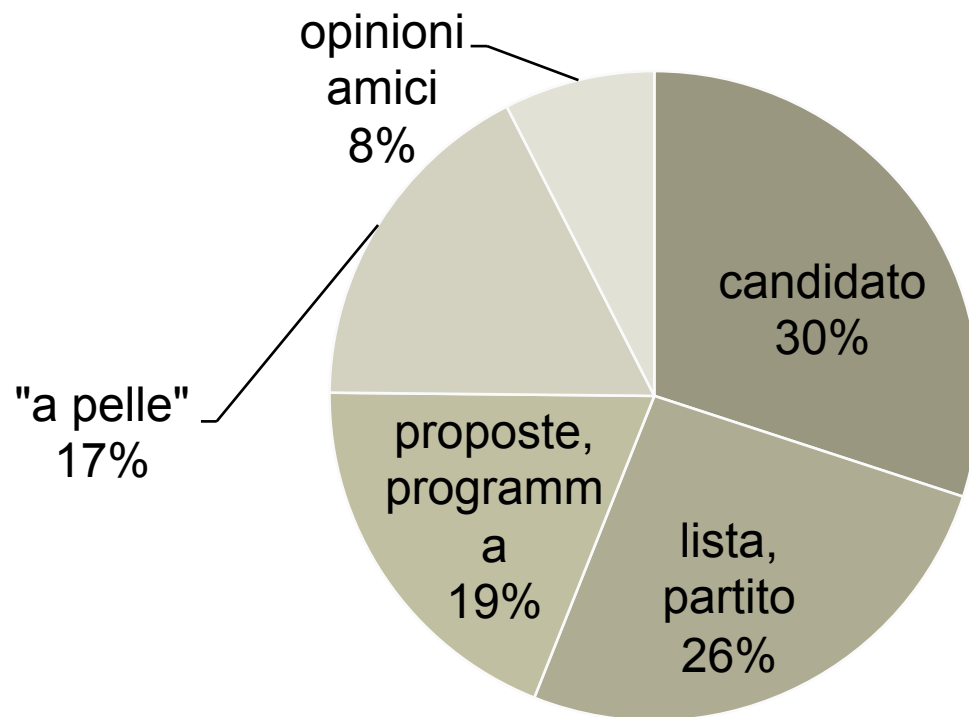
Il 52 % degli elettori sotto i 35 anni ha deciso per chi votare nell'ultimo mese; al contrario quanti hanno un'età sopra i 55 anni avevano deciso "dall'inizio", cioè da prima della campagna elettorale, per chi votare. Più si scende nell'età, più il voto è fluido.



# Cosa ha pesato nel voto?

## L'elemento emozionale

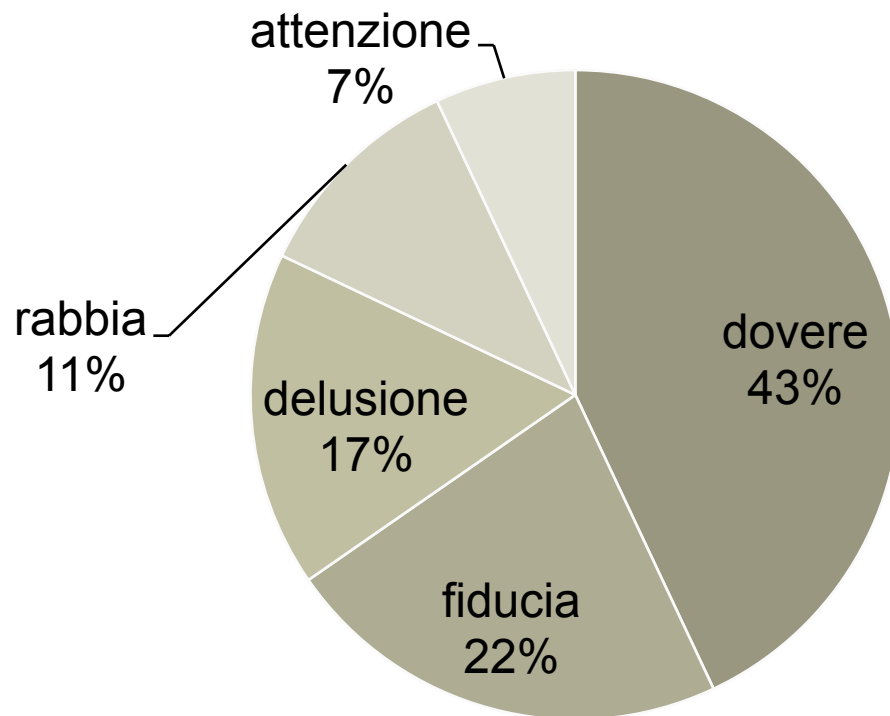
Accanto agli elementi consueti (personalità del candidato, partito d'appartenenza e programma o proposte) arriva per quasi un elettore su cinque il voto totalmente "emotivo", fondato su una percezione "a pelle" della candidatura complessiva.



# Con quale sentimento ha votato?

La rabbia non è la prima, prevalgono le idee positive

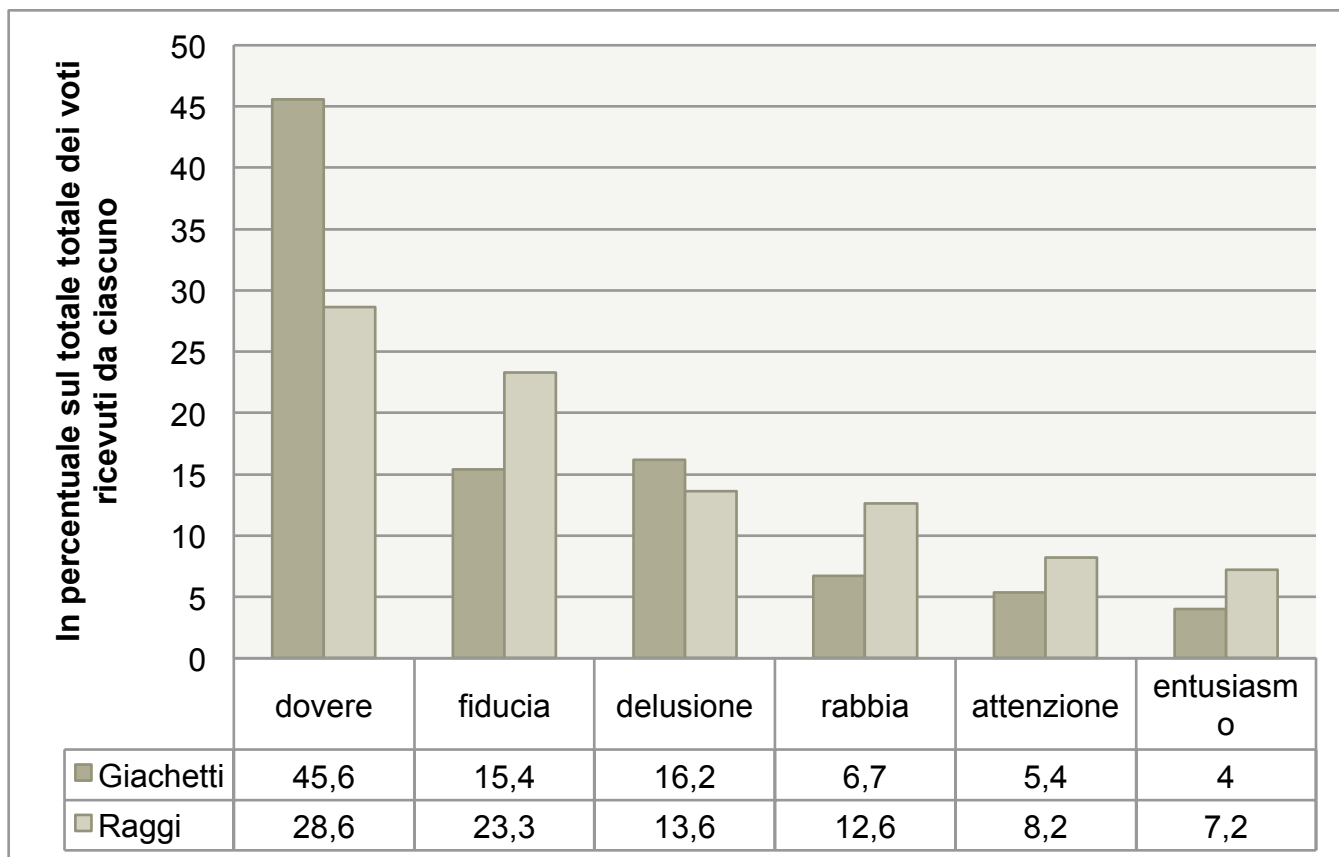
È più forte la delusione della rabbia! Rimane però una maggioranza di sentimenti positivi: dal senso del dovere, assolutamente prevalente, anche all'elemento della fiducia, che forse era il meno previsto.



# Con quale sentimento ha votato?

(secondo il candidato prescelto: il dualismo del voto alla Raggi)

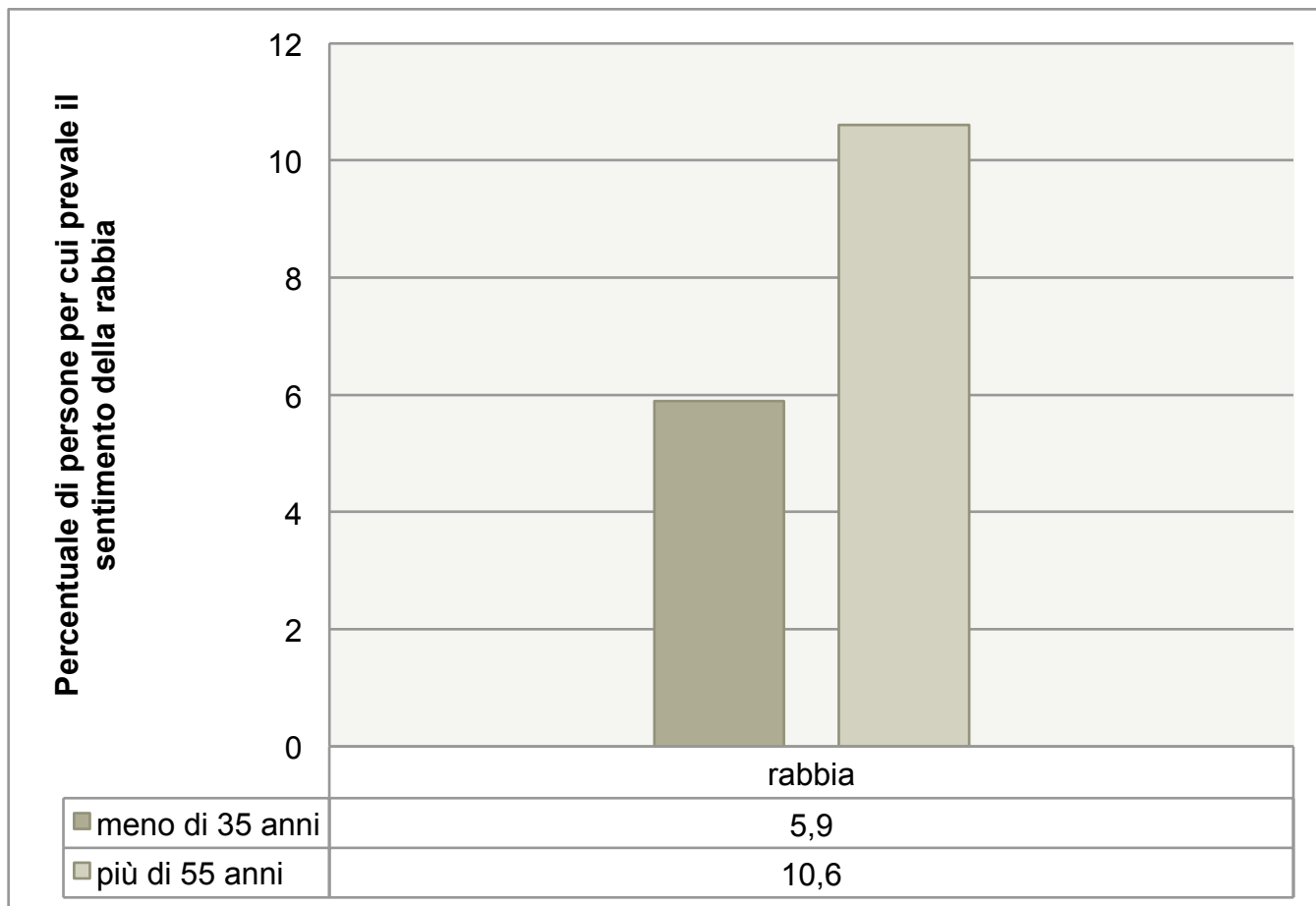
Chi ha votato Raggi, l'ha fatto sulla base di due sentimenti opposti che saputo condensare: la fiducia e la rabbia. In entrambi i casi prevale su Giachetti, che invece prevale nel sentimento di dovere rispetto al voto e nel recupero della "delusione"



# Con quale sentimento ha votato (secondo l'età)?

(La rabbia è degli anziani)

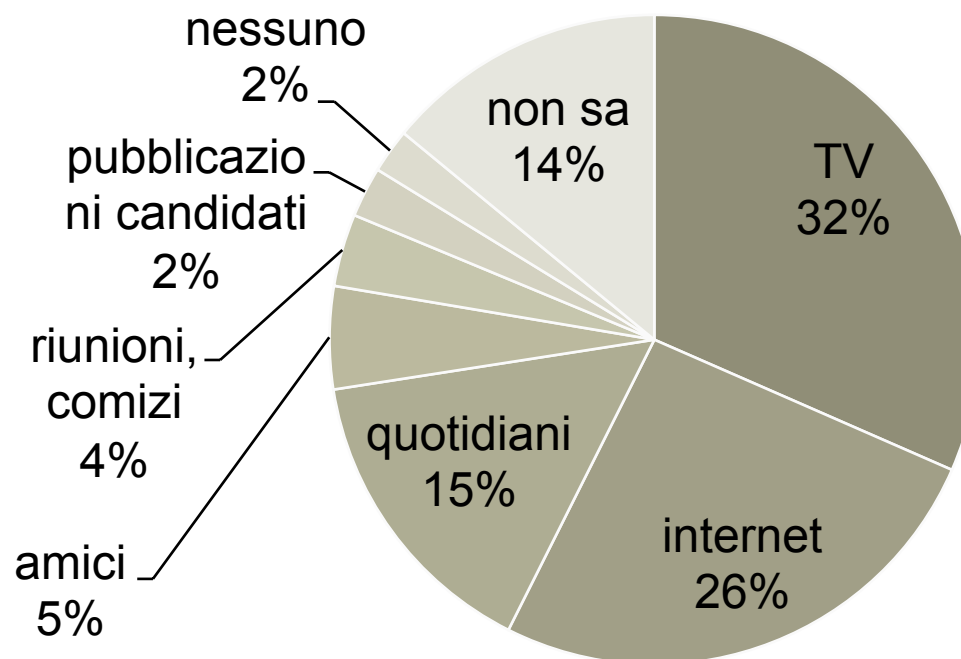
Nella pubblicitaria corrente viene distribuita l'idea che la rabbia sia un sentimento prevalentemente giovanile, magari collegato con l'elevato tasso di disoccupazione; ma rispetto al sentimento espresso con il voto, la rabbia è una questione più degli anziani che dei giovani.



# Quale mezzo d'informazione ha pesato di più nel decidere?

L'esplosione di internet: per una persona su quattro è decisivo

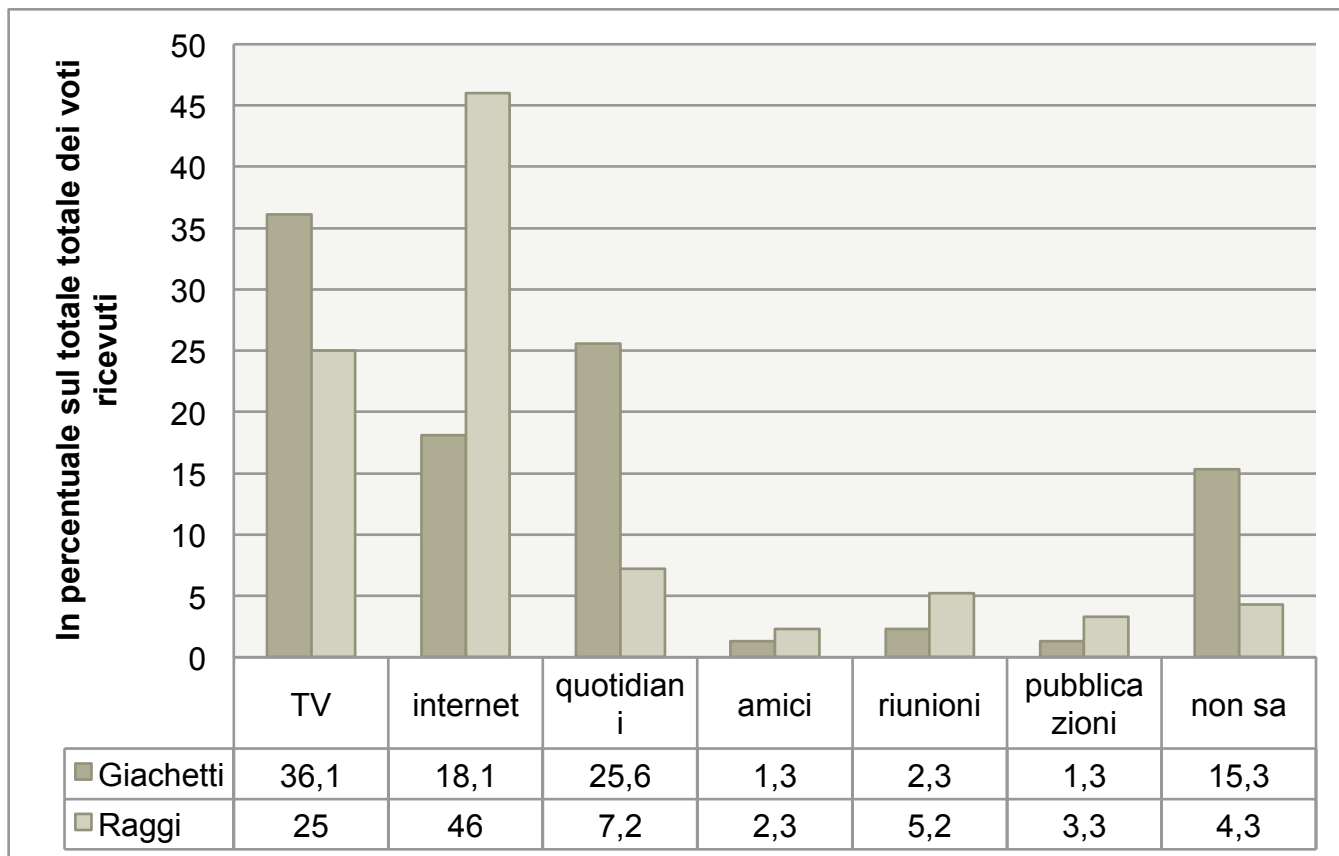
È arrivato internet e sconvolge tutto: una persona su quattro ha ritenuto l'informazione politica più importante proprio quella pubblicata su internet. Ridotta al minimo anche l'influenza di amici, parenti e colleghi di lavoro.



# Quale mezzo d'informazione ha pesato di più?

(Raggi stravince su internet, Giachetti sui quotidiani)

Su 100 persone che ha votato per Raggi, quasi una persona su due giudica internet il mezzo d'informazione più importante per l'informazione politica. L'opposto succede per i quotidiani, che invece incidono molto per Giachetti, che prevale sulla tv, ma sono media declinanti.



# Sì, ma su internet cosa? dove?

(Attività su internet giudicata molto importante: il dominio di facebook)

Alla domanda su quanto siano importanti alcune attività specifiche che si svolgono su internet, le risposte indicano che facebook è ritenuta l'attività più importante, seguita dalle pubblicazioni e dialoghi su internet dei candidati, i loro video, i siti, le foto e poi twitter.

## SOCIAL MEDIA & INTERNET

Ruolo centrale di facebook, ma c'è un grande interesse per tutto quello che circola su internet in tutte le sue forme. Grande interesse verso la comunicazione dei candidati, per i loro video, i loro siti e le foto pubblicate



Dialogo dei candidati

**58,3**



Video dei candidati

**47,8**



Siti dei candidati

**39,2**



Foto dei candidati

**30,4**



Facebook

**33,4**



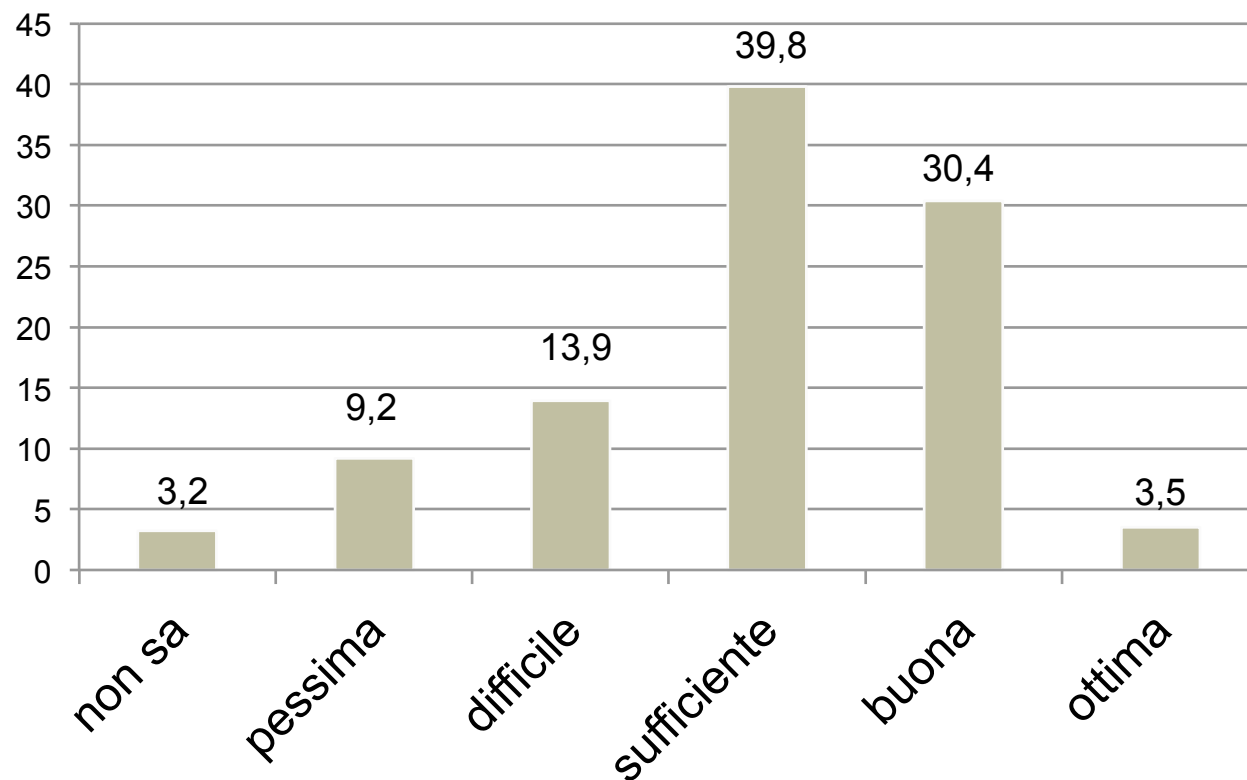
Twitter

**25,5**

# Il giudizio sulla situazione personale

## Secondo l'auto-percezione

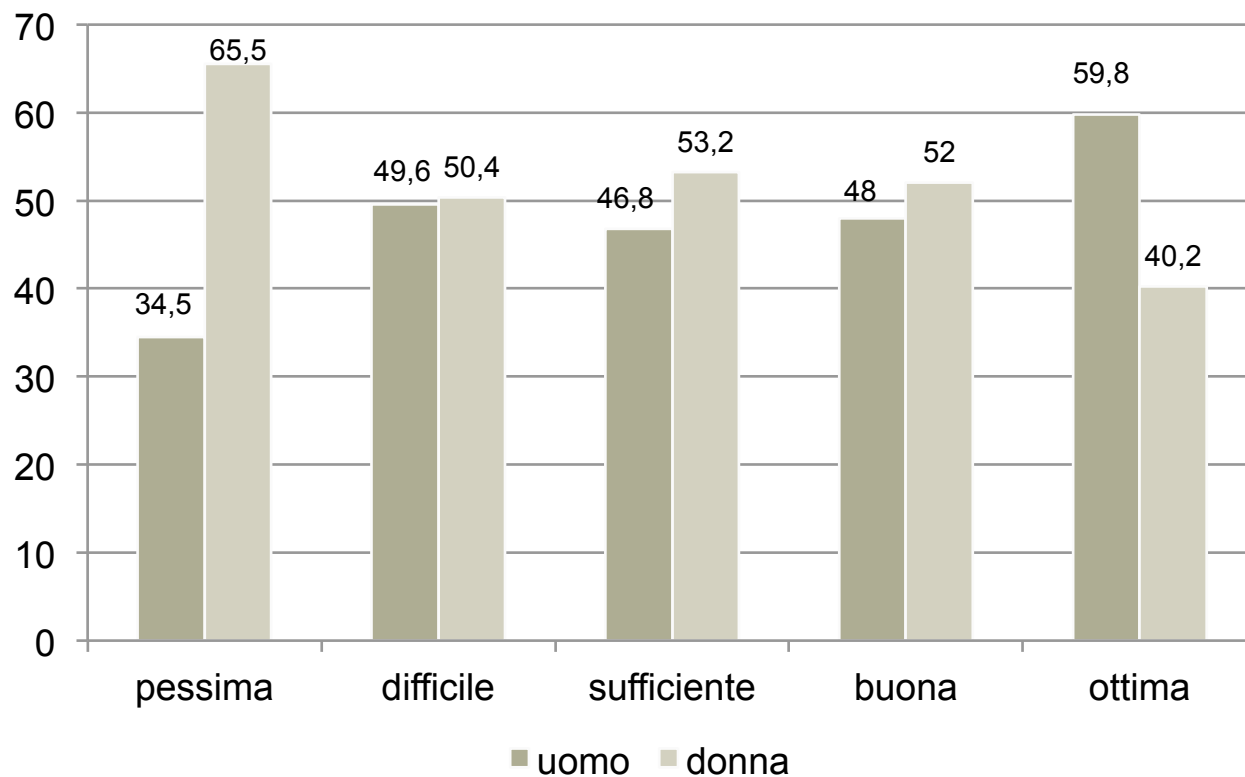
Nell'intervista era richiesto alle persone di esprimere un giudizio sulla propria situazione personale generale, economica e sociale. L'area del disagio coinvolge circa un romano su quattro.



# La situazione personale secondo il genere

## La situazione molto più difficile delle donne

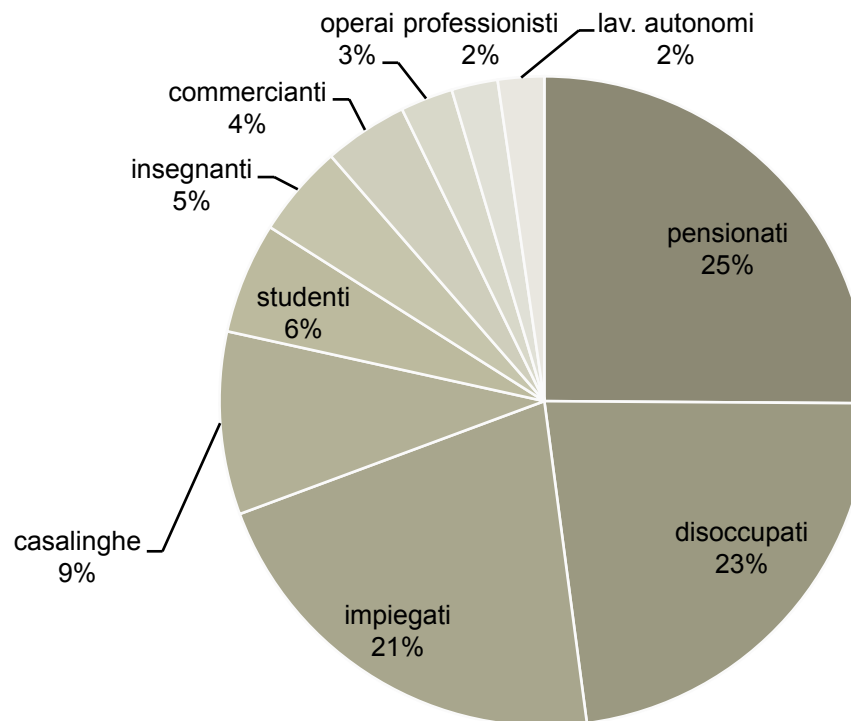
Il genere cambia completamente la percezione della propria situazione socioeconomica: su 100 persone che giudicano pessima la propria situazione, il 65,5 % è costituito da donne e, all'opposto, su 100 che la giudicano ottima, il 60 % è fatto da uomini.



# Ma quali categorie hanno una pessima situazione socioeconomica?

Sono gli anziani nella situazione più difficile

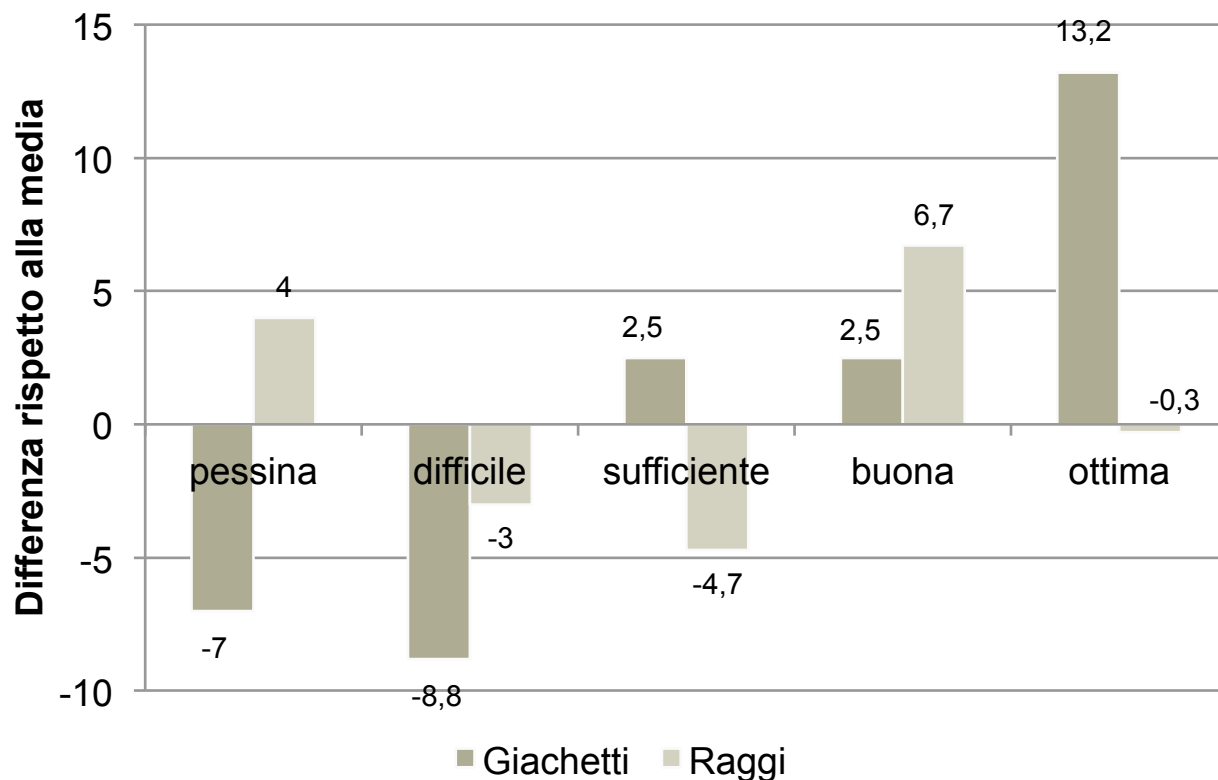
L'auto-percezione di trovarsi in una situazione particolarmente difficile è soprattutto dei pensionati, anche superiore a quella dei disoccupati. Da notare anche l'alta percentuale degli impiegati e delle casalinghe.



# La situazione personale secondo il voto

## Giachetti e Raggi non perfettamente asimmetrici

Chi giudica la sua situazione 'ottima' ha votato soprattutto Giachetti; chi si trova in una situazione 'buona' ha votato Raggi. Chi si trova in una situazione difficile ha votato più Raggi ma, rispetto agli altri candidati del primo turno, aveva votato in maggioranza per Giorgia Meloni.



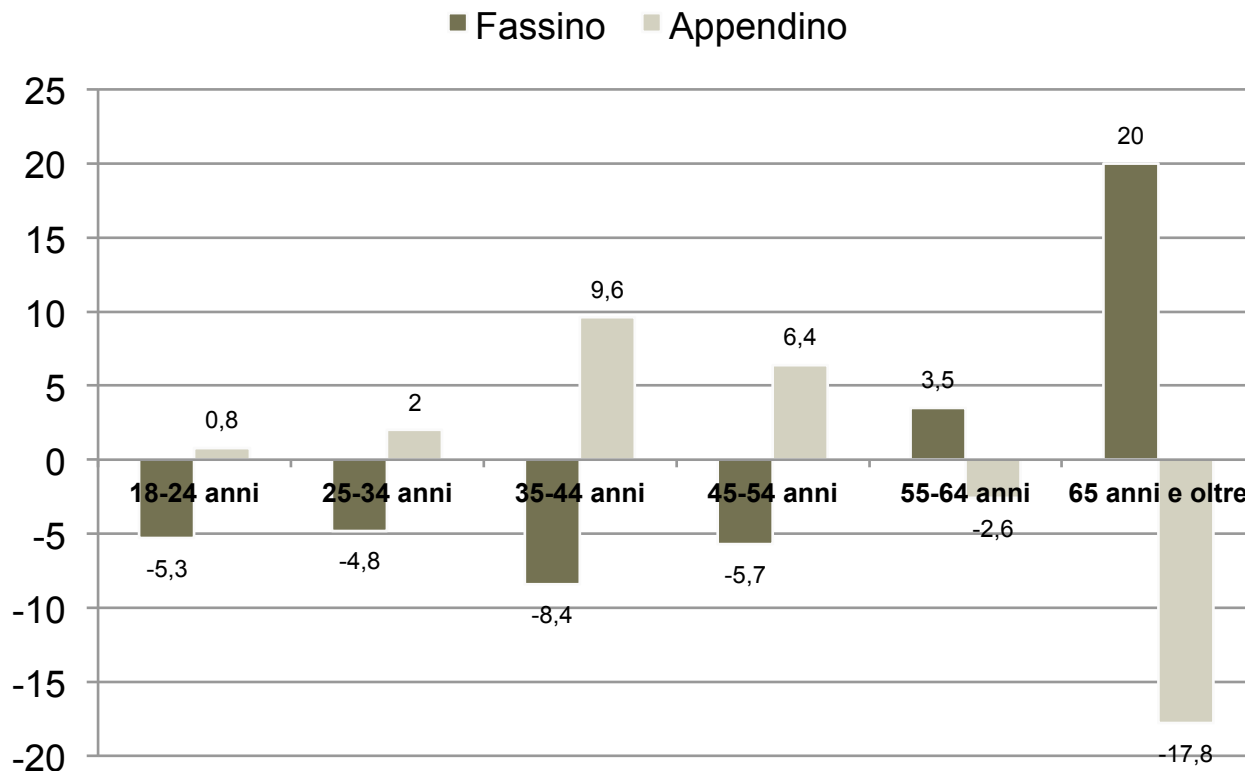
# DEMOGRAFIA DEL VOTO



# Quando conta l'età

## Fassino con gli anziani, Appendino vince sotto i 55 anni

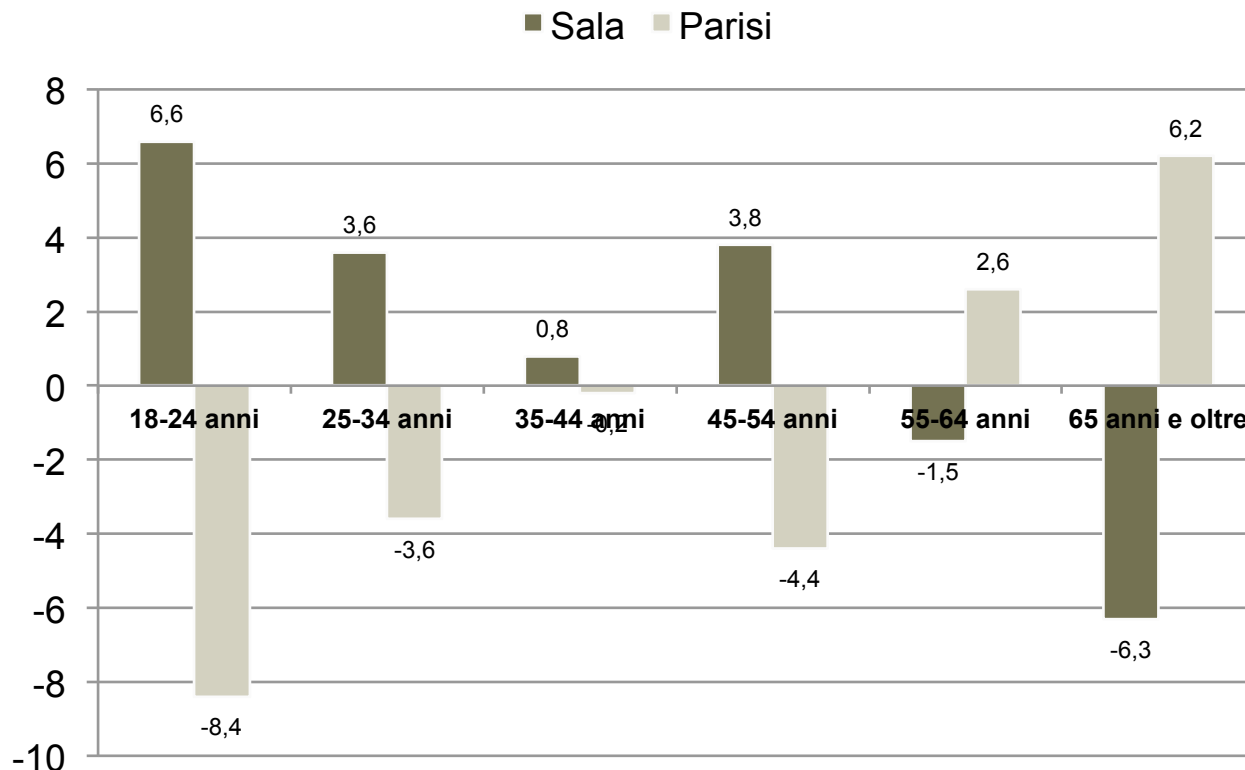
Un elettore su cinque di Fassino ha un'età superiore ai 65 anni, e nella stessa fascia d'età Appendino ottiene un - 17,8 %. Da notare che Appendino supera Fassino in tutte le classi d'età fino alla soglia dei 55 anni, dove Fassino prevale.



# Quando l'età del candidato conta meno

## Sala supera Parisi e ha lo stesso profilo elettorale di Appendino

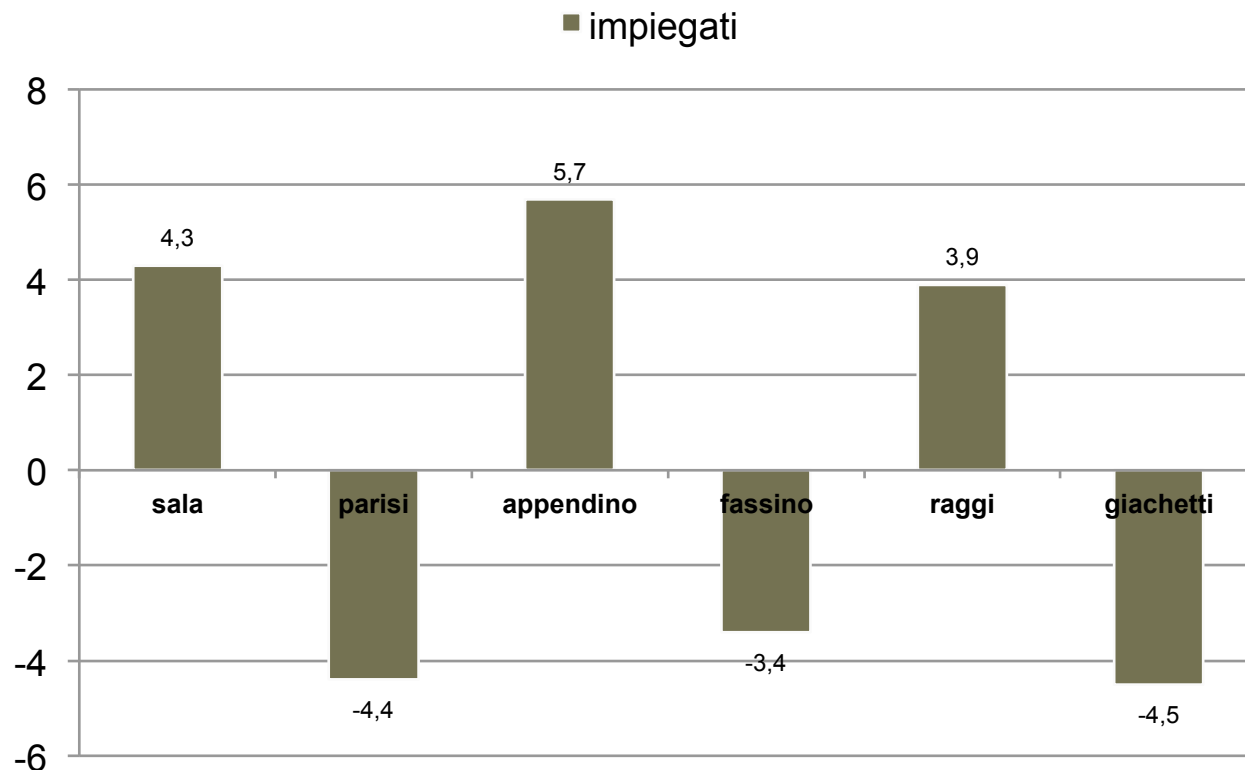
Evidentemente non conta molto l'età del candidato, anche se Sala e Parisi sono molto vicini, perché il profilo per età degli elettori di Sala è esattamente lo stesso di Appendino a Torino. Insomma non è decisiva l'età anagrafica del candidato.



# Vince chi vince nel ceto medio

## Sala, Appendino, Raggi più avanti fra gli impiegati

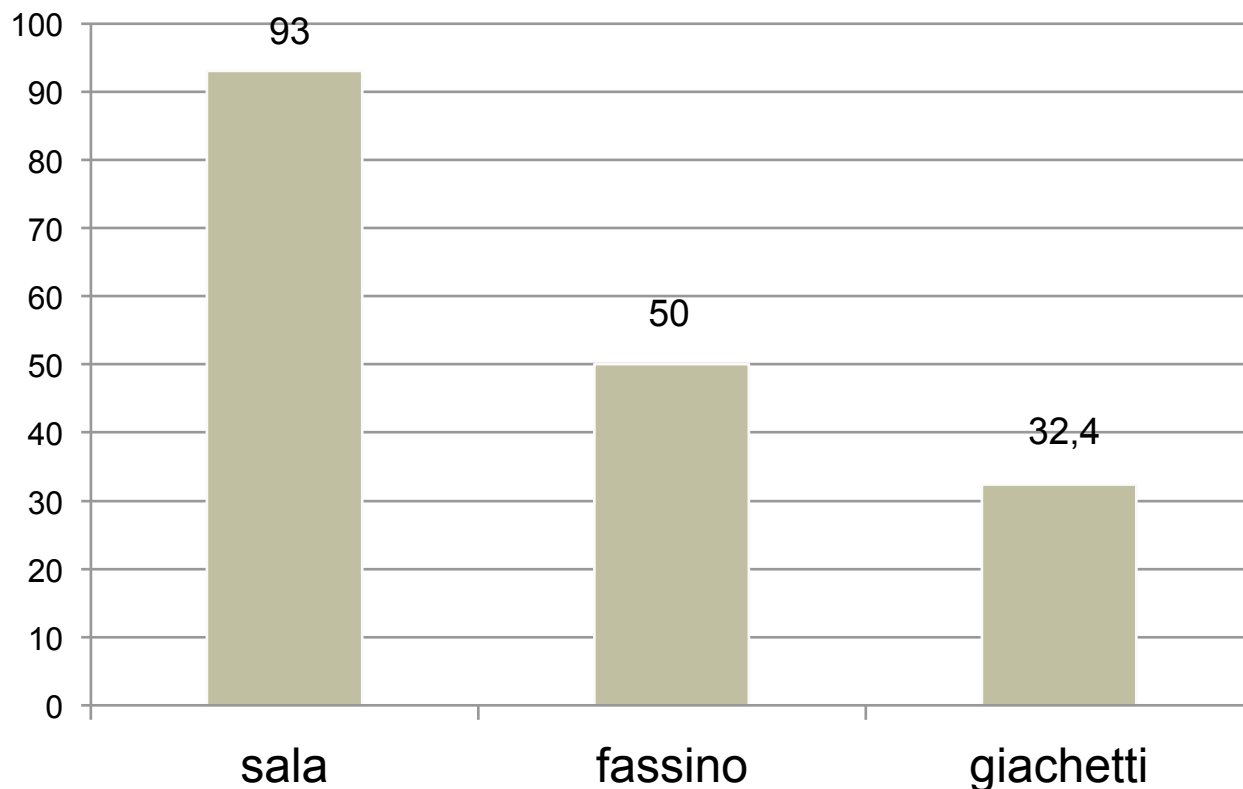
Rispetto alla media elettorale ottenuta, Sala ottiene un + 4,3 % fra gli impiegati, così come Appendino (+ 5,7 %) e Raggi (+ 3,9 %). In sostanza chi riesce a ottenere il massimo consenso relativo nel ceto medio, poi vince le elezioni.



# Voto al Pd alle Europee e voto al ballottaggio

## Sala conserva tutti i voti (o quasi), non così Fassino e Giachetti

Su 100 elettori che alle precedenti elezioni europee avevano votato Pd, il 93 % ha votato Sala al ballottaggio; lo stesso è avvenuto nel 49,8 % per Fassino e nel 36,4 % per Giachetti



## NOTA METODOLOGICA

I risultati sono riferiti a un'indagine realizzata da Pragma e Sociometrica sul voto delle comunali attraverso un campione rappresentativo della popolazione residente dei tre comuni di Milano, Roma e Torino. Le interviste sono state realizzate tra il primo e il secondo turno elettorale con il metodo CATI.



[www.sociometrica.it](http://www.sociometrica.it)



[www.pragma-research.it](http://www.pragma-research.it)