

Quale modernità per il paese?

**Principali risultati di un sondaggio agli italiani
con l'integrazione di alcuni dati dell'Osservatorio Indicod-Ecr di
Dicembre 2008**

Milano, 28 Gennaio 2008

Le prime associazioni spontanee

Le prime associazioni con il concetto di modernità rimandano innanzitutto ad un'area prettamente tecnologica intesa come innovazione che semplifica la vita:

“ma come si faceva prima di internet?”

“non mi saprei vedere senza cellulare, o come mia madre che non ha mai preso un treno”,

“non potrei fare a meno delle automobili, del Bimbi, del forno a microonde”.

La modernità è percepita come qualcosa di positivo, come *“alleata del genere umano”*

La modernità è percepita come
“alleata del genere umano”,
una risorsa capace di migliorare sostanzialmente la sua qualità di vita e le
sue relazioni.

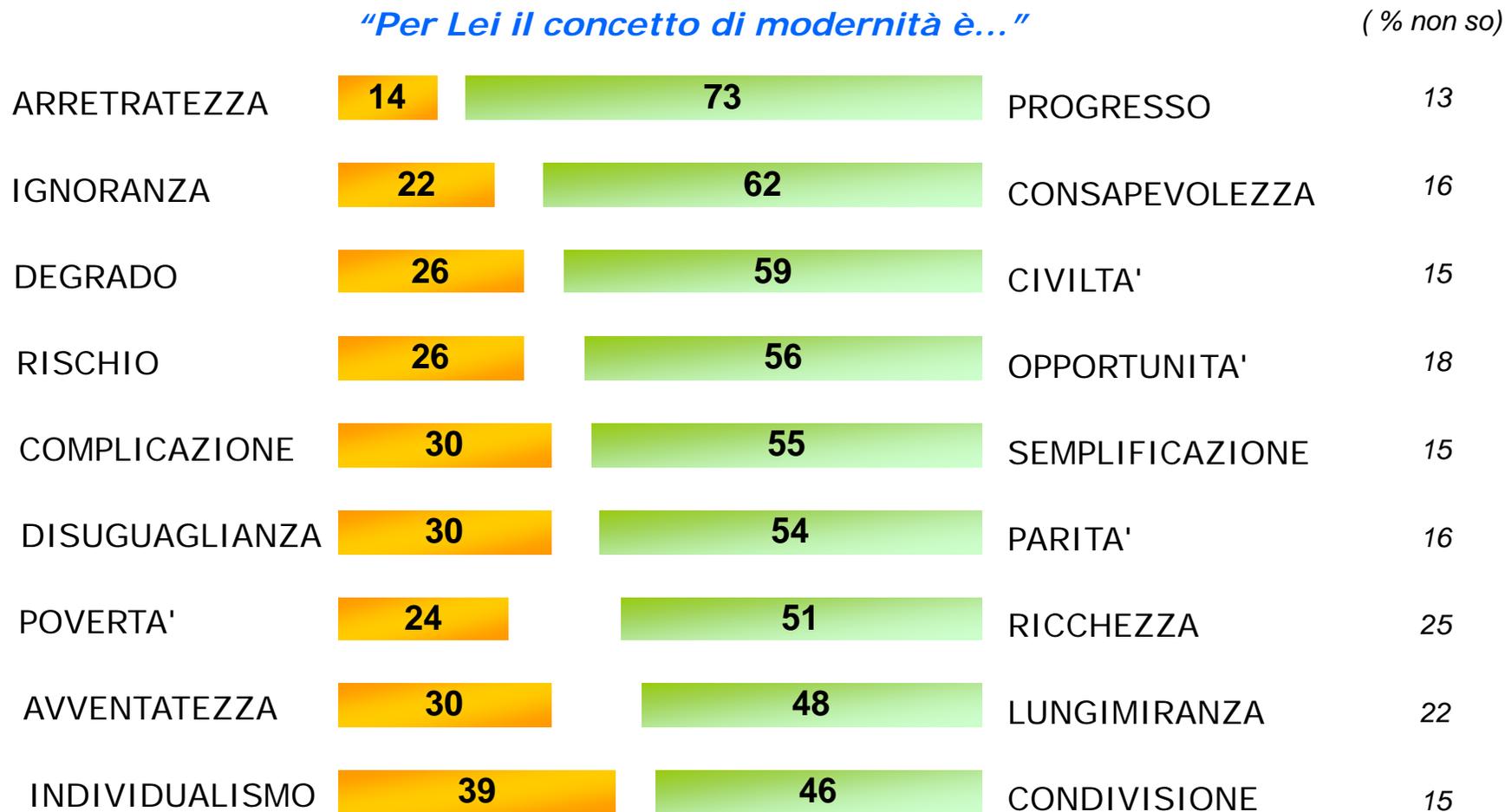
**Per farlo, però, deve sottendere ad un’apertura verso l’altro, alla
globalizzazione intesa come condivisione.**

Emerge il tema della fruibilità della modernità
quindi la possibilità di utilizzo in maniera semplice ed intuitiva, ma
soprattutto condivisa, di sistemi anche molto complessi:



*“La modernità deve portare vantaggi a tutti altrimenti nel lungo
periodo il sistema collassa... Come adesso”.*

Per la popolazione intervistata la modernità è da intendersi innanzitutto come progresso (73%)



VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “Indichi per ciascuna delle seguenti coppie di parole quella che associa di più al concetto di modernità, se la prima o la seconda. Risponda tenendo presente che 1=il concetto di modernità è molto più vicino alla prima parola, 2=è abbastanza vicino alla prima parola, 3=è abbastanza vicino alla seconda parola, 4=è molto più vicino alla seconda parola. Per Lei il concetto di modernità è...”

La GDO, pur sottolineando in primo luogo le valenze positive della modernità, mette in evidenza anche la componente di rischio e di sfide che la modernità pone

“Quali concetti associa al termine modernità?”

valenze negative

valenze positive

	GDO	INDUSTRIA E COMMERCIO ALL'INGROSSO	INDUSTRIA E COMMERCIO ALL'INGROSSO	GDO	
ASSENZA DI VALORI	7	37	63	93	VALORI
DECRESCITA	11	14	86	89	CRESCITA
PAURA	14	19	81	86	FIDUCIA
TRADIZIONE	25	9	91	75	INNOVAZIONE
INCERTEZZA	29	26	74	71	OTTIMISMO
PROBLEMI	75	21	79	25	EFFICIENZA
RISCHIO	86	25	75	14	OPPORTUNITA'

VALORI %

RISULTATI DELL'OSSERVATORIO INDICOD-ECR DI DICEMBRE 2008

Il profilo di un Paese moderno coincide con quello del Paese ideale

Le prime associazioni al concetto astratto di modernità rimandavano alla sua dimensione tecnologica, la mentalizzazione su di un contesto collettivo riporta i partecipanti all'interno di una mappa valoriale prioritariamente sociale e li porta ad associare al "Paese moderno" tutte le caratteristiche del "Paese ideale".

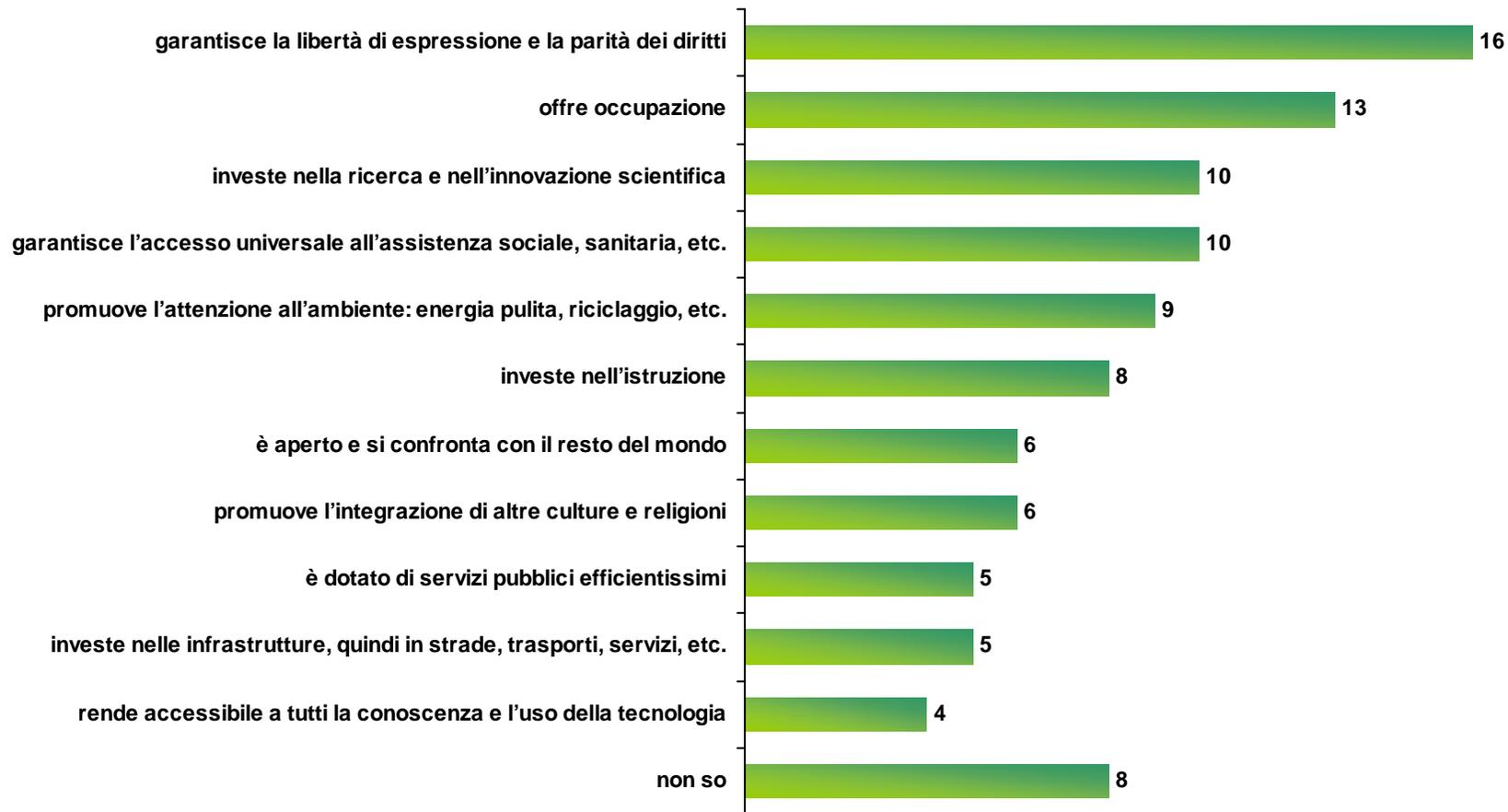


Moderno è un Paese che è diventato *"maturo"*, che ha fatto propria la capacità di pensiero strategico, che non vive nell'*hic et nunc* ma progetta il suo futuro, ha delle responsabilità, dei progetti, dei sogni.

È un profilo a 360°: nessun requisito è preponderante sugli altri, le esigenze sono variegate

“Un Paese può essere considerato moderno innanzitutto quando...”

% di prima risposta



VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “Indichi ora, tra le caratteristiche che trova qui sotto elencate, LE PRIME TRE caratteristiche, in ordine di importanza, che secondo lei possono essere considerate “segnali di modernità” per un Paese. Risponda partendo dalla prima caratteristica, la più importante, poi la seconda e infine al terza”

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

L'Italia è percepita “solo potenzialmente moderna”

La modernità dell'Italia è percepita innanzitutto come non uniforme:

“È discontinua”

“A macchia di leopardo”.

Le immagini proiettive degli intervistati, sia a Milano che a Bari, hanno restituito rappresentazioni sociali molto simili tra loro:

“Andreotti”

“Smèagol, un vecchio accecato dal suo bene, che tiene per sé le proprie scoperte”

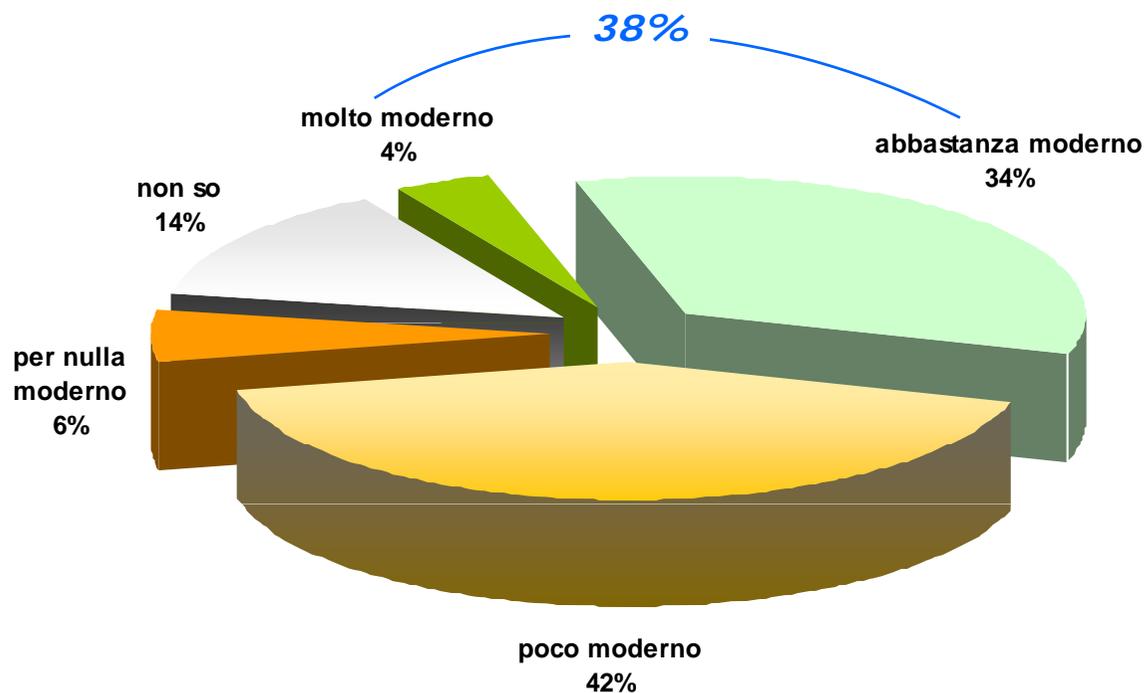
“Un artigiano con idee che non riesce a realizzare”

“Un gambero che un po' va avanti e un po' va indietro”.

È l'immagine di un Paese poco consapevole delle proprie potenzialità, ma anche delle proprie responsabilità, che **gestisce le proprie tante emergenze vivendo alla giornata e preoccupandosi poco o niente del futuro.**

In particolare il 38% degli intervistati riconosce l'Italia come un paese moderno, mentre il 48% non è d'accordo

IL LIVELLO DI MODERNITÀ ATTRIBUITO ALL'ITALIA



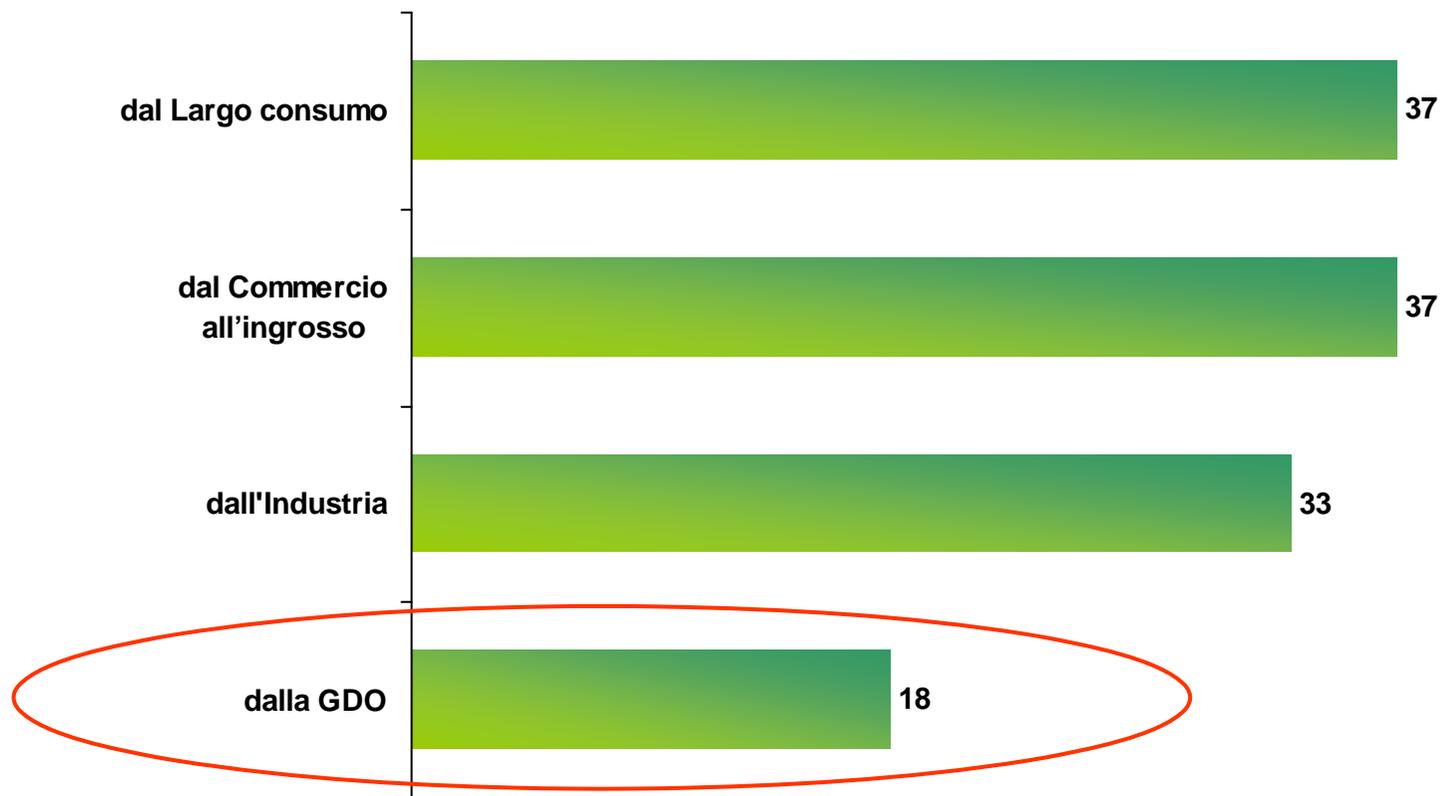
VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: "Pensi ora, in generale, a Italia, Francia, Germania, Spagna e Gran Bretagna. In base alla sua esperienza personale o alle sue conoscenze indichi quanto, secondo Lei, ciascuno di questi paesi è complessivamente moderno, se molto, abbastanza, poco o per niente?"

Tra gli attori del sistema produttivo e distributivo è la GDO a denunciare il deficit maggiore di modernità per l'Italia

IL LIVELLO DI MODERNITÀ ATTRIBUITO ALL'ITALIA

% di "molto/abbastanza moderno"



VALORI %

RISULTATI DELL'OSSERVATORIO INDICOD-ECR DI DICEMBRE 2008

«Secondo Lei, in Italia, quale dei seguenti ambiti è il più moderno?»

1. Sistema di previdenza sociale/welfare state
2. Sistema scolastico
3. Sistema bancario
4. Infrastrutture
5. Piccole e medie imprese
6. Grandi imprese
7. Grande distribuzione
8. Sistema sanitario

Il sistema del largo consumo e quello bancario sono percepiti dalla popolazione come più moderni rispetto a sanità, infrastrutture, scuola e previdenza sociale

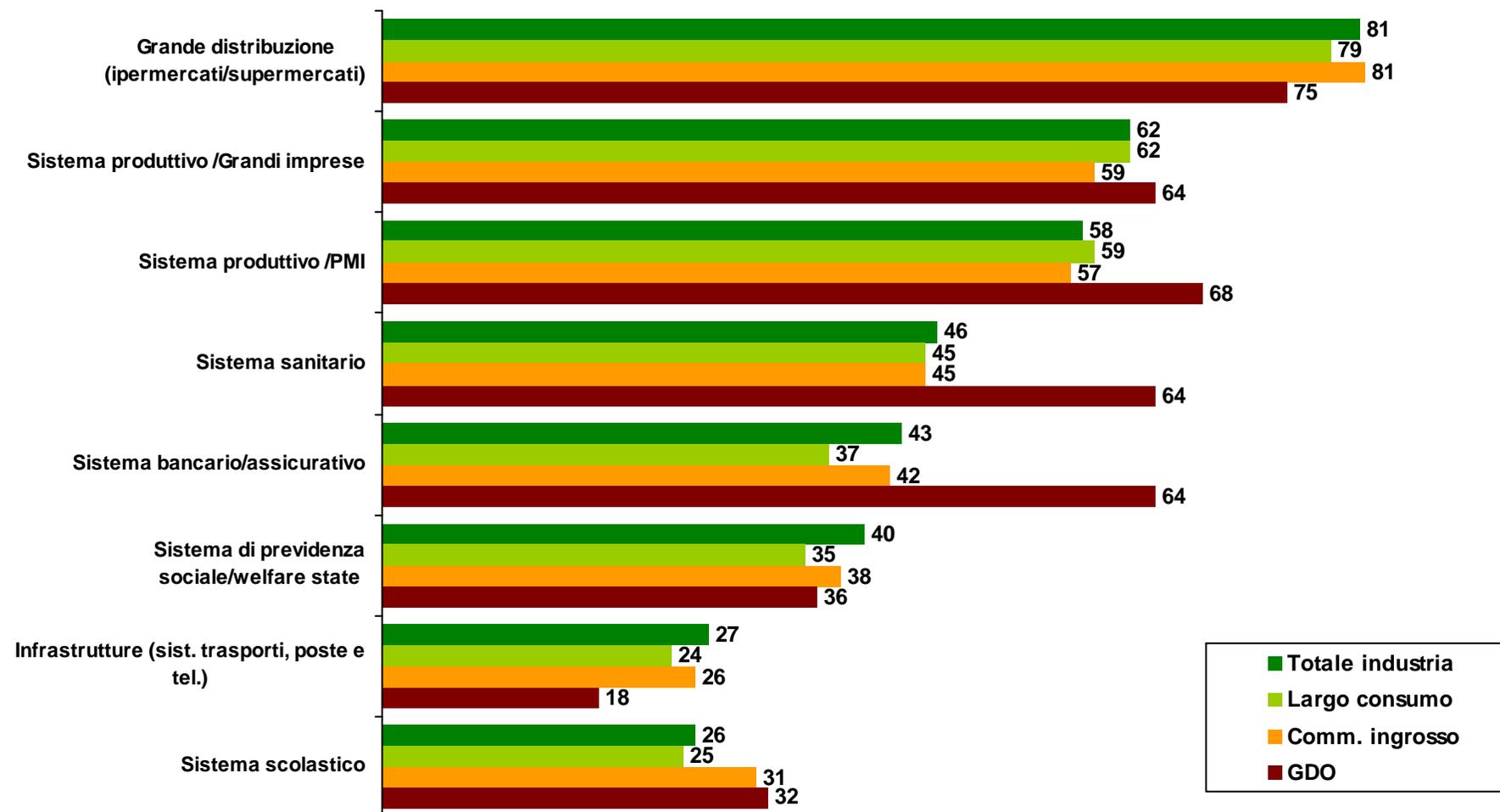


VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: "Pensi ora, più nello specifico, all'Italia. Secondo Lei in Italia quanto è moderno ciascuno dei seguenti ambiti, molto, abbastanza, poco o per niente?"

Il sistema del largo consumo denuncia un deficit di modernità in due settori cruciali per l'attività di impresa, e non solo: il sistema scolastico (capitale umano) e il sistema delle infrastrutture (capitale fisico)

% di 'molto/abbastanza moderno'



VALORI %

RISULTATI DELL'OSSERVATORIO INDICOD-ECR DI DICEMBRE 2008

«Secondo la sua esperienza, quale dei seguenti paesi è complessivamente più moderno?»

1. Italia
2. Francia
3. Germania
4. Spagna
5. Inghilterra

Dal confronto con gli altri paesi l'Italia appare il “fanalino di coda”

IL LIVELLO DI MODERNITÀ ATTRIBUITO AD ALCUNI PAESI EUROPEI

% di “molto/abbastanza moderno”



VALORI % - BASE CASI: 1.000

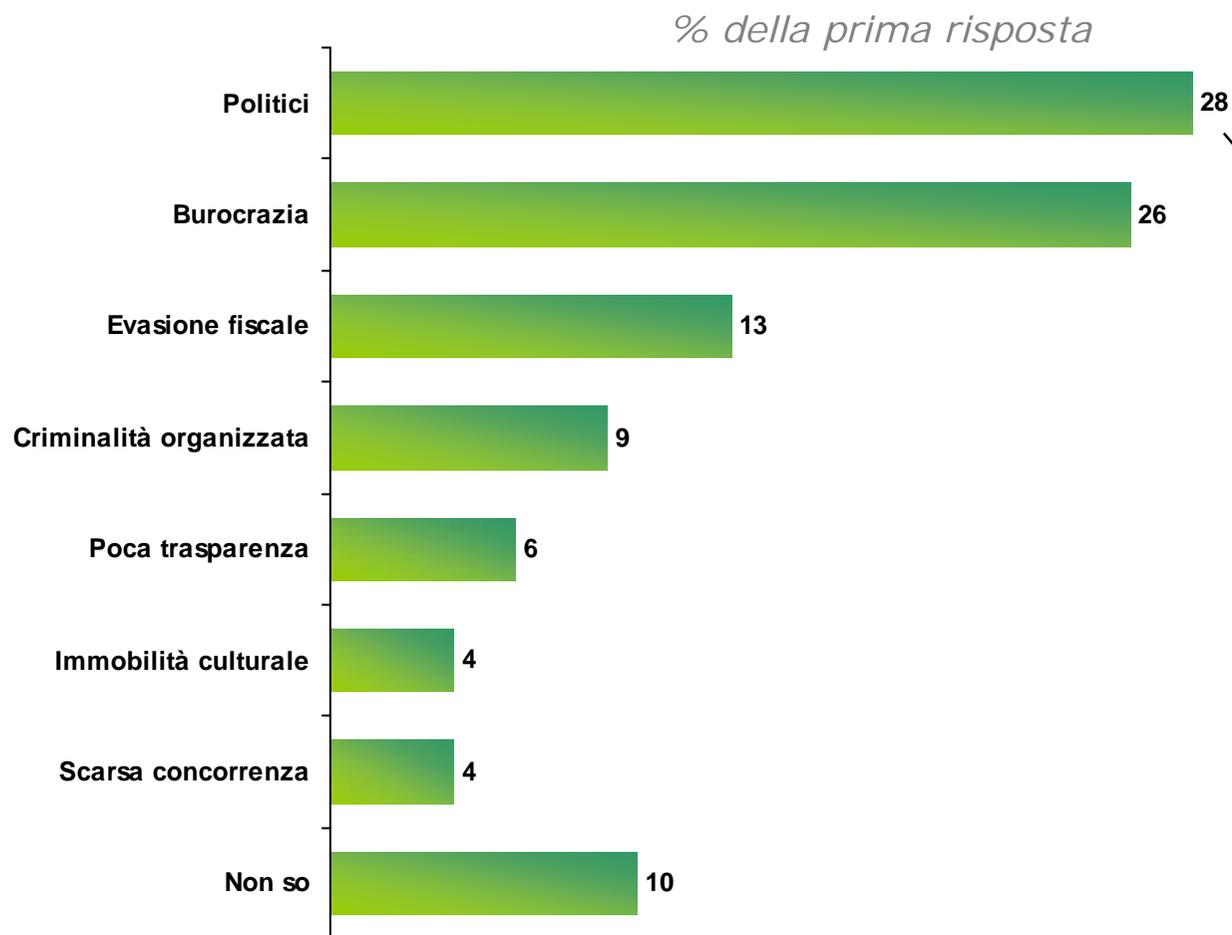
TESTO DELLA DOMANDA: “Pensi ora, in generale, a Italia, Francia, Germania, Spagna e Gran Bretagna. In base alla sua esperienza personale o alle sue conoscenze indichi quanto, secondo Lei, ciascuno di questi paesi è complessivamente moderno, se molto, abbastanza, poco o per niente?”

«Secondo Lei qual è il principale ostacolo ai processi di modernizzazione dell'Italia?»

1. Evasione fiscale
2. Scarsa concorrenza
3. Burocrazia
4. Poca trasparenza
5. Criminalità organizzata
6. Politici
7. Immobilità culturale

I principali ostacoli ai processi di modernizzazione? Politica e burocrazia ai primi posti

“Quali sono i principali ostacoli ai processi di modernizzazione in Italia?”



DAI FOCUS:
*“La politica è un esempio di arretratezza in cui nessuno ammette le proprie responsabilità”,
“I politici sono sempre gli stessi e questo non è moderno”*

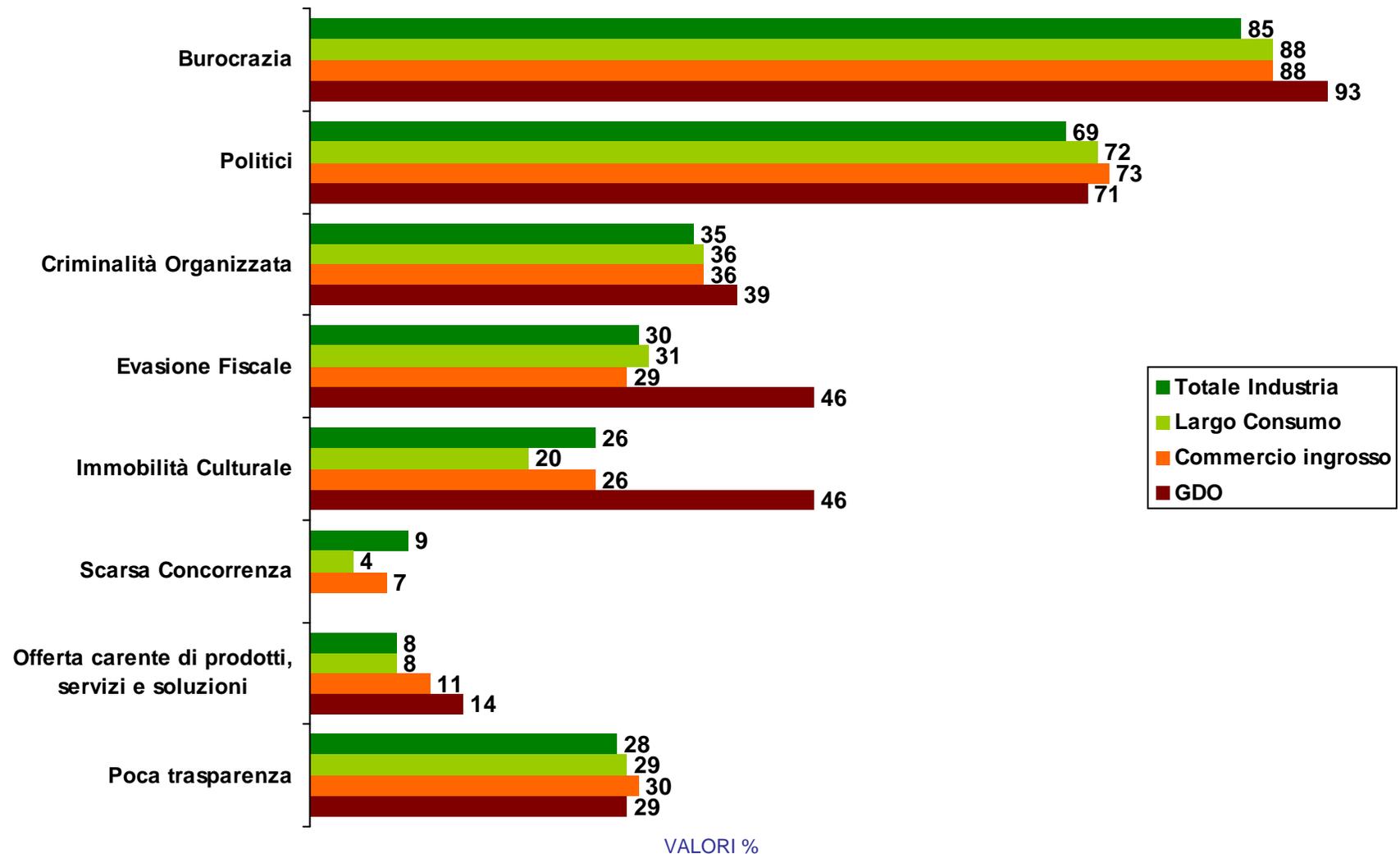
VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “Secondo Lei, tra i seguenti, quali sono i principali ostacoli ai processi di modernizzazione in Italia?” –

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

Anche il sistema produttivo e distributivo concordano con la popolazione nell'individuare nella politica e nella burocrazia i principali ostacoli alla modernità

“Quali sono i principali ostacoli ai processi di modernizzazione in Italia?”



VALORI %

Il problema è anche di natura culturale: si è troppo orientati all'interesse privato

Emerge fortemente, come caratteristica prettamente italiana, una componente culturale orientata in modo prioritario all'interesse privato, piuttosto che alla collettività.

**Mancano politiche condivise a livello nazionale.
Tutto sta alla libera iniziativa dei singoli:**

“In Italia la cultura è a compartimenti stagni, non c'è globalizzazione, ognuno si tiene le cose per sé e non si condividono”,

“Il problema è proprio la cultura che è individualista, rivolta al singolo, quindi offre poche opportunità”.

«Secondo Lei chi maggiormente può promuovere il cambiamento e contribuire significativamente a rendere moderno un paese?»

1. Istituzioni
2. Imprese
3. Persone

Il ruolo delle istituzioni nel promuovere il cambiamento

Emerge come innegabile la responsabilità delle istituzioni.

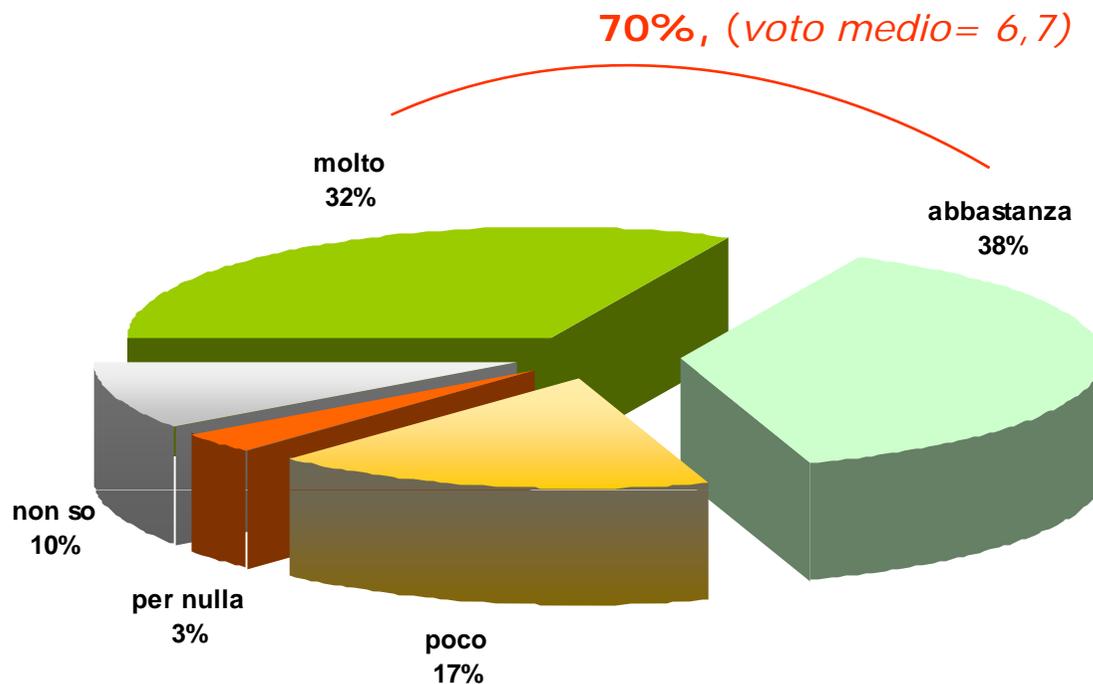
Sembra infatti che i partecipanti ai focus groups si aspettino dalle istituzioni una guida capace di interpretare al meglio lo scambio tra tradizione e modernità:

“Le istituzioni dovrebbero influenzare i cittadini”

“In famiglia se i genitori sono culturalmente evoluti, i figli lo sono altrettanto, rapportando questo discorso alle istituzioni, col fatto che lo Stato non è molto evoluto anche i cittadini hanno una marcia in meno”.

Anche le imprese sono percepite come motore del cambiamento (per il 70% degli intervistati)

“Da 1 a 10 secondo Lei le imprese in che misura possono promuovere il cambiamento?”

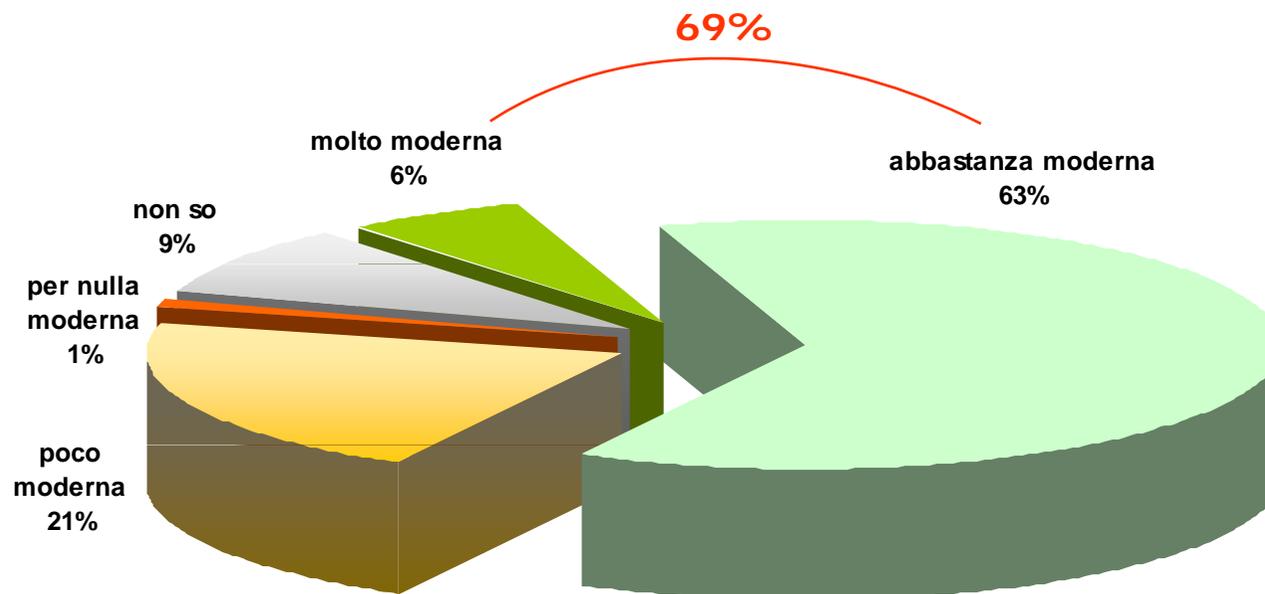


VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “Parliamo ora delle imprese. Indichi con un voto da 1 a 10 come a scuola in che misura, secondo Lei, le imprese possono promuovere il cambiamento e contribuire a rendere moderno un paese. Risponda con un voto da 1 a 10, dove 1 significa “per nulla” e 10 significa “moltissimo?”

La maggioranza degli italiani (69%) si autopercepisce moderna

“E Lei come si definirebbe? Pensa di essere una persona...”



VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “E Lei in generale come si definirebbe? Pensa di essere una persona molto moderna, abbastanza moderna, poco moderna o per niente moderna?”

Moderni perché: usano la tecnologia, si informano, sono aperti e curiosi

Gli intervistati si dicono moderni perché:

1. Utilizzano in modo funzionale la tecnologia:

“Vado a correre con l’I-Pod”;

“Faccio la spesa online”;

“do una panoramica ai viaggi online”;

2. Si tengono costantemente informati:

“Mi aggiornano sulle novità tecnologiche, tv, Internet e quotidiani”;

“Leggo i giornali”;

3. Si ritengono aperti alle diversità, socialmente e culturalmente curiosi:

“Cerco di non avere pregiudizi,

di non seguire troppo la scia, di non farmi trascinare dai luoghi comuni”;

“Nei rapporti interpersonali cerco di accettare idee altrui” .

Il livello di modernità attribuito al sistema del largo consumo

La percezione nei confronti del sistema del largo consumo è assolutamente positiva

Le prime associazioni rinviano a evidenti elementi di modernità:

“Gli Iper sono molto moderni, ora c’è la cassa self service”;

“Ci sono le casse automatiche, i parcheggi, l’aria condizionata e il tapis roulant”;

“Per me l’Iper è moderno, posso fare tutto da sola”.

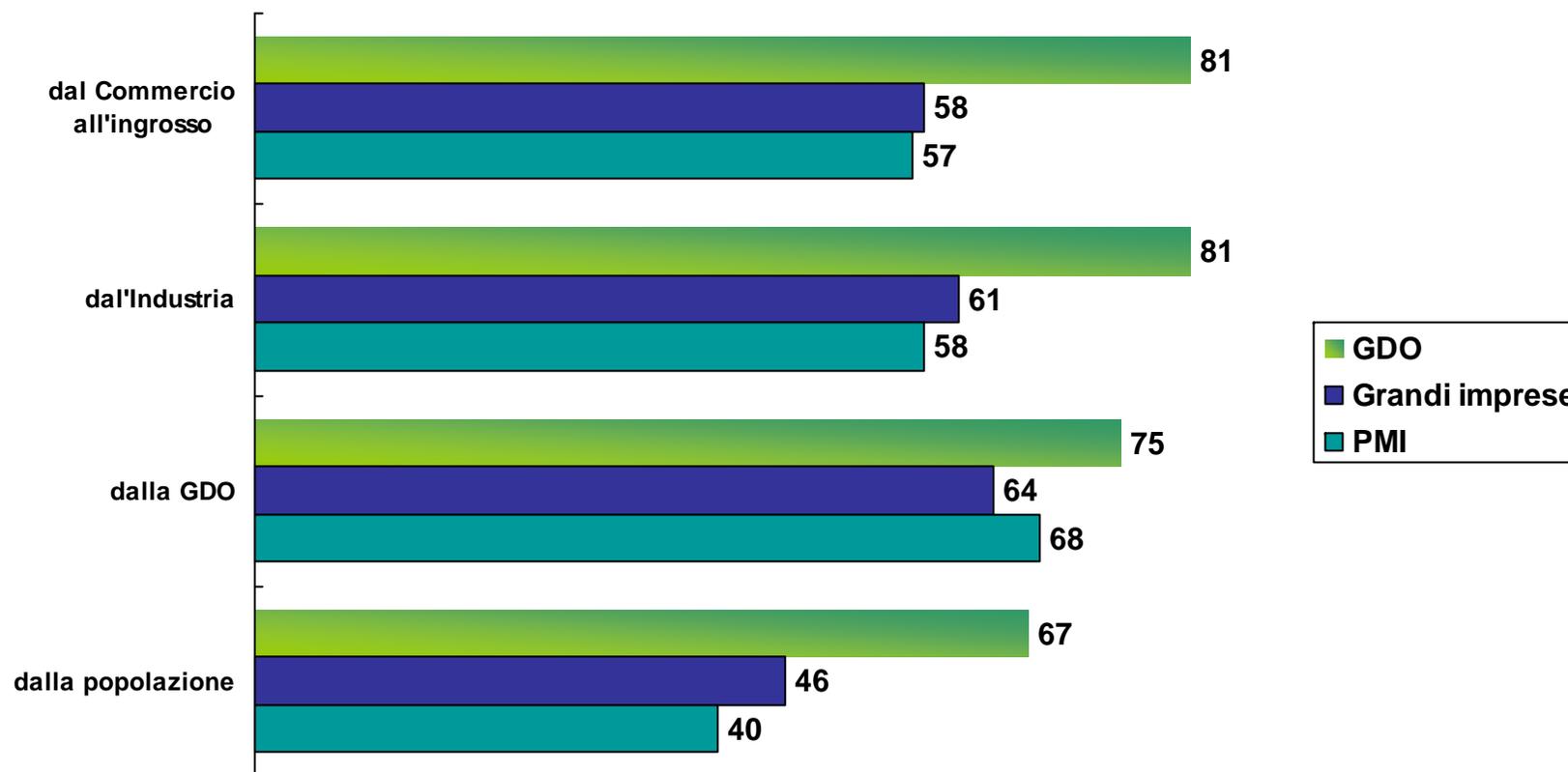
Spontaneamente emerge subito anche qualche confronto con l’estero, questa volta in positivo per l’Italia:

“In Italia c’è la tracciabilità mentre negli USA c’è il transgenico”;

“Nei nostri Iper c’è la pizza, ci sono prodotti locali che all’estero non ci sono”.

Gli stessi attori del sistema produttivo e distributivo, in misura anche maggiore della popolazione, concordano nel ritenersi “moderni”

IL LIVELLO DI MODERNITÀ ATTRIBUITO AGLI OPERATORI DEL SISTEMA



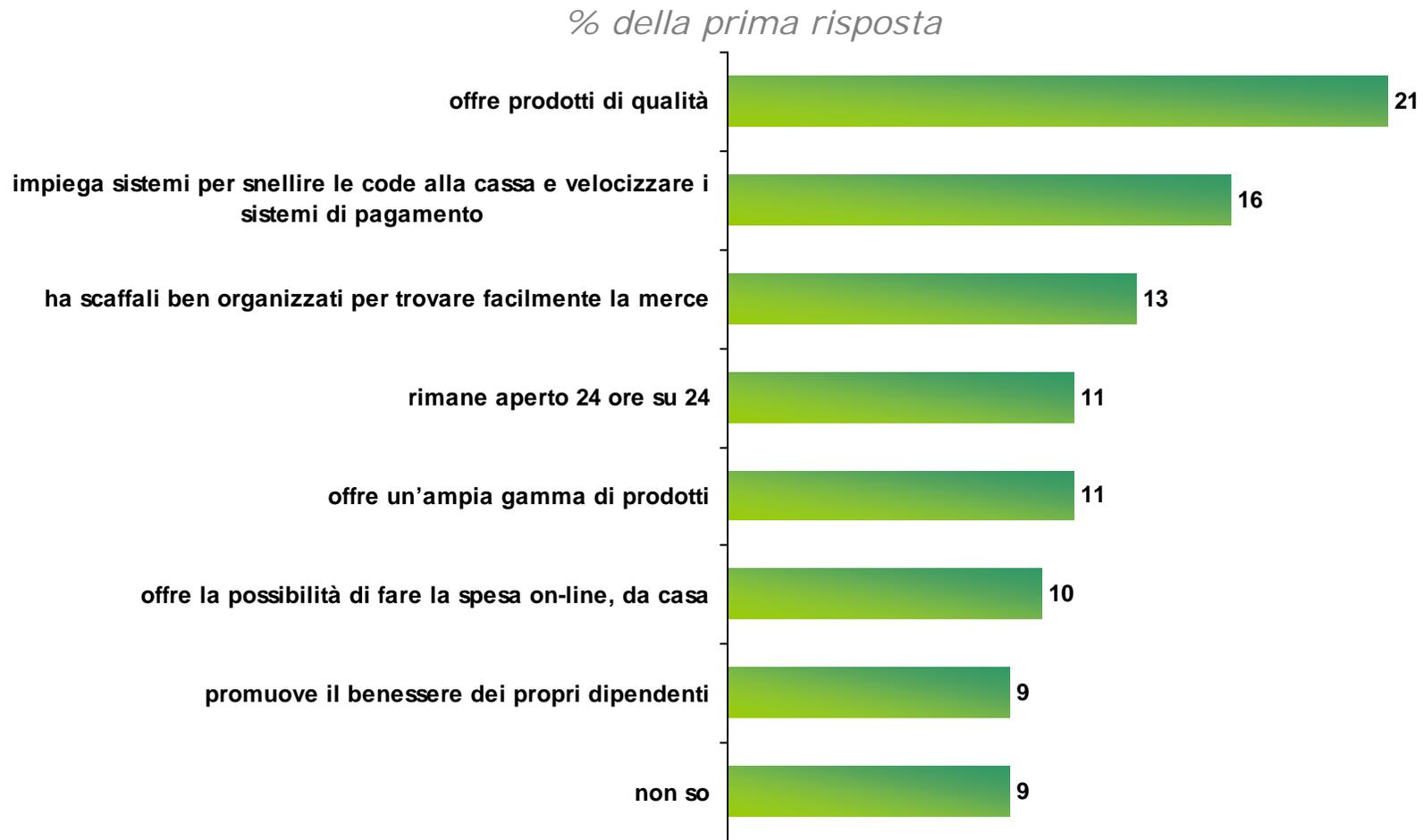
VALORI %
RISULTATI DELL'OSSERVATORIO INDICOD-ECR DI DICEMBRE 2008

Quali requisiti deve possedere un supermercato per essere definito moderno?

- 1. Il risparmio di tempo:** *“Non ti fa stare in coda”,
“Ha un parcheggio facile da usare, comodo”,
“È ben compartimentato ti permette di trovare tutto subito”.*
- 2. La flessibilità:** *“Ha un orario molto disponibile, quindi è aperto 24 ore su 24, tutta la settimana”.*
- 3. L’offerta,** assortita e varia: *“Devi poter trovare tutto, ma proprio tutto”.*
- 4. La sostenibilità ambientale**
e un atteggiamento etico: *“Riutilizza i contenitori, ad esempio i dispenser per i detersivi, per il latte”.*
- 5. La tecnologia:** *“Ha la cassa automatica”,
“È il sistema informatico di organizzazione che è dietro le quinte che li fa moderni, indagini di mercato, le offerte in base ai consumi, la velocità di rispondere alle esigenze del mercato”.*

Ai primi posti “qualità” e “risparmio di tempo”

“Un ipermercato/supermercato è moderno innanzitutto se...”



VALORI % - BASE CASI: 1.000

TESTO DELLA DOMANDA: “Parliamo infine della Grande Distribuzione (ipermercati e supermercati). Secondo lei un ipermercato/ supermercato per essere moderno che caratteristiche dovrebbe avere?” – POSSIBILI PIU’ RISPOSTE

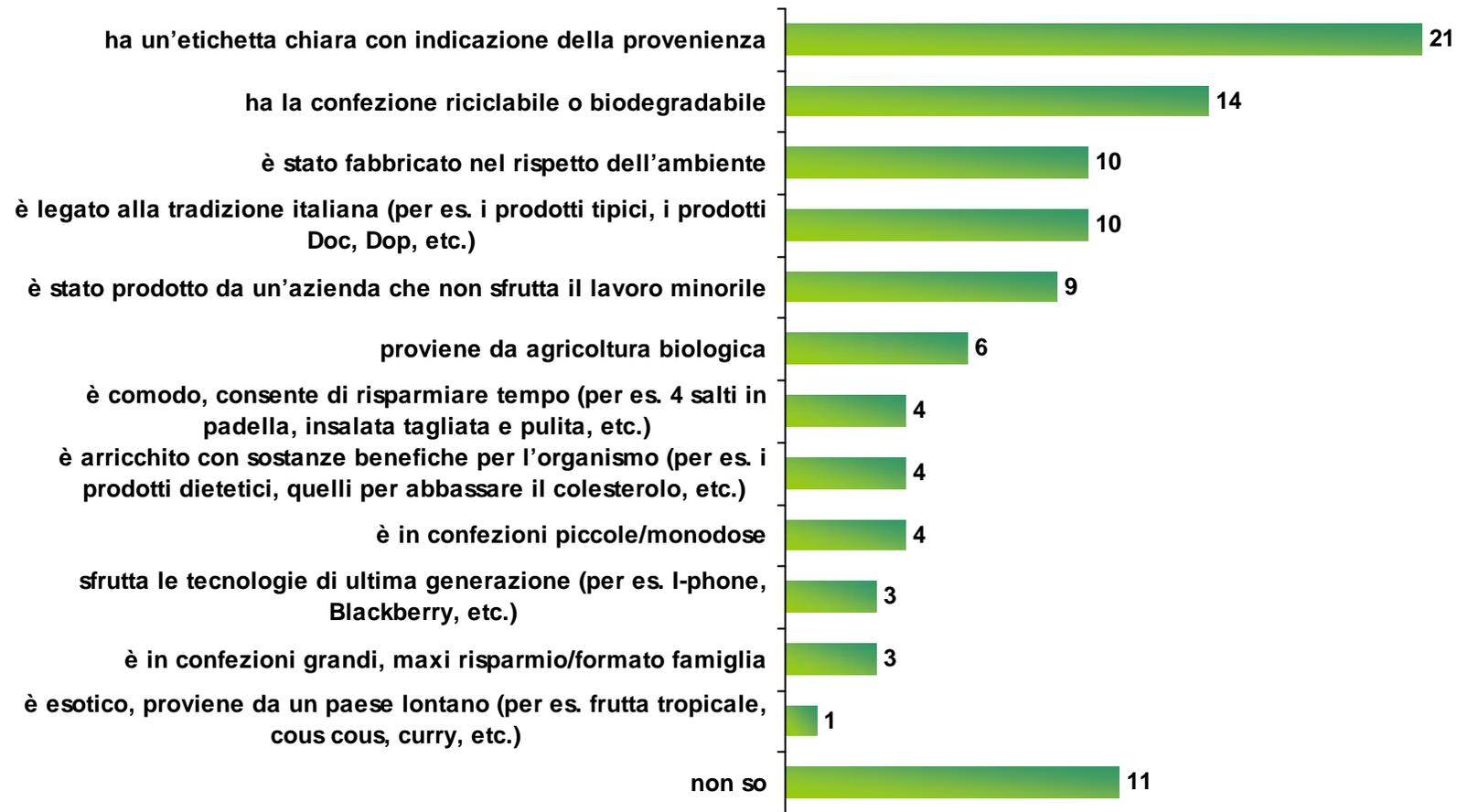
E quali sono i prodotti del largo consumo identificati come moderni?

1. **sostenibili**, attenti all'ambiente, al riciclo, al riutilizzo, che evitano gli sprechi: *"detersivi con dispenser, surgelati in confezioni riciclabili, prodotti da agricoltura biologica"*;
3. **etici**: *"uova di categoria A"*;
4. **pratici, comodi e veloci**, senza pensieri: *"4 Salti in Padella, frutta tagliata e pulita, insalata in busta, primi già pronti"*;
5. **di qualità**: *"Parmigiano Reggiano grattugiato al momento"*;
6. **salutari**, a volte dietetici: *"farina ai 5 cereali, yogurt ai cereali"*;
7. che mantengono il legame con la tradizione, magari rielaborandola: *"giochi di legno per bambini, sapone di marsiglia ma liquido"*;
8. esotici, **di grande varietà**, curiosi: *"riso nero, cous cous, riso basmati, frutta tropicale, germogli di soia"*;
9. **quasi futuribili**: *"crema all'acido ialuronico, trattamento anticaduta per capelli..."*;
9. **elettronici, tecnologici di ultima generazione**: *"smart card (hard disk esterno miniaturizzato), MP4, Blackberry, etc."*

Tracciabilità, attenzione all'ambiente e rispetto della tradizione rendono "moderno" un prodotto più della comodità e del risparmio di tempo

"Un prodotto è moderno innanzitutto se..."

% della prima risposta



TESTO DELLA DOMANDA: "Pensi ora ai prodotti, sia di tipo alimentare che di altro tipo, che si possono acquistare in un ipermercato/ supermercato. Secondo lei un prodotto, sia di tipo alimentare che di altro tipo, che si può acquistare in un ipermercato/ supermercato per essere moderno che caratteristiche dovrebbe avere" - VALORI % - BASE CASI: 1.000 – POSSIBILI PIU' RISPOSTE