

52° Incontro Nazionale Di Studi

IN CONTINUO MOVIMENTO Le ACLI, la mobilità sociale e la democrazia

Le conseguenze (im)previste del deficit di mobilità:
nostalgia politica e riflesso autoritario

Nando Pagnoncelli, Presidente IPSOS S.r.l.

Bologna, 14 Settembre 2019



ASSOCIAZIONI
CRISTIANE
LAVORATORI
ITALIANI



GAME CHANGERS



L'OPINIONE PUBBLICA TRA PERCEZIONI DISTORTE E COMPETENZE LIMITATE

Il peso della Pubblica Opinione: perchè e come misurarla

Cos'è la **Publica Opinione:**

δόξα vs. ἐπιστήμη

Le opinioni dei cittadini assumono un'importanza crescente nei processi decisionali delle aziende, delle istituzioni e della politica



MA

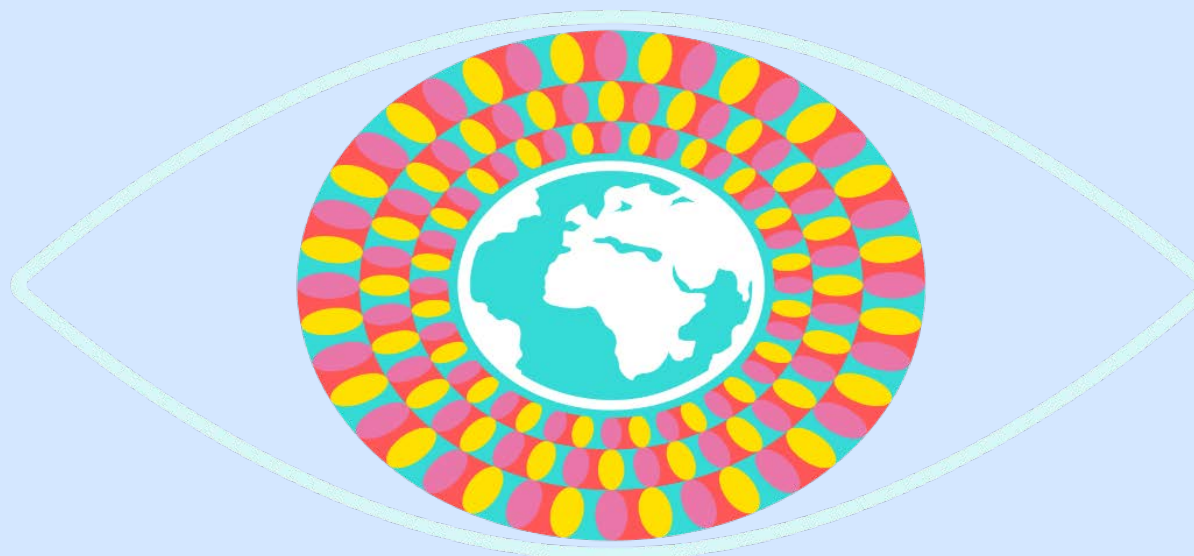
spesso possono essere fondate su presupposti sbagliati, su una lettura dei fenomeni assai distante dalla realtà.

La percezione, ossia la modalità con cui gli individui rappresentano la realtà, **può discostarsi di molto dalla realtà stessa.**



Perils of Perception

UN'INDAGINE IN 14 Paesi



In che misura i cittadini sono in possesso di informazioni accurate – o errate – quando sono chiamati a dare una loro stima su fatti che riguardano la popolazione del loro Paese, o alcuni fenomeni sociali

Ecco quanto spesso ci sbagliamo:

Le percezioni *non* sono la realtà...

Qual è la percentuale di **immigrati** nel tuo Paese ?















Q. Qual è la percentuale di immigrati nel tuo Paese?

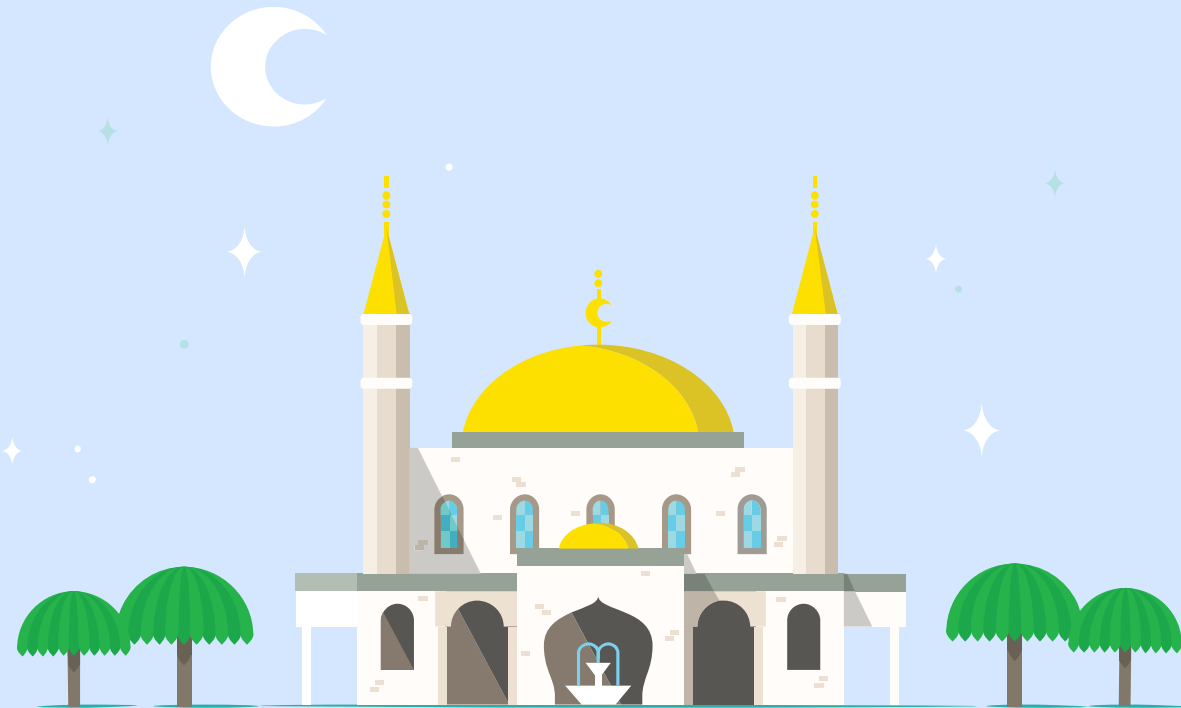
Tutti i Paesi
sovrastimano
la percentuale
di immigrati
presenti

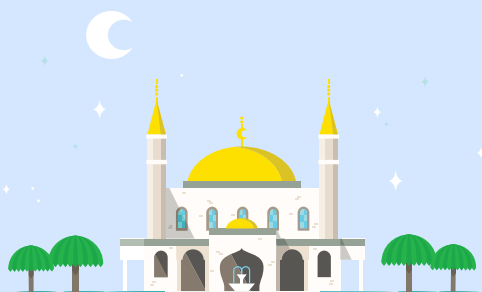
% IN PUNTI DI
DIFFERENZA

PERC. PIU ALTA

			Perc	REALTA'
	Italia	+23	30	7
	USA	+19	32	13
	Belgio	+19	29	10
	Francia	+18	28	10
	Ungheria	+14	16	2
	Canada	+14	35	21
	Polonia	+12	14	1.75
	Gran Bretagna	+11	24	13
	Spagna	+11	23	12
	Germania	+10	23	13
	Giappone	+8	10	2
	Corea del Sud	+8	10	2
	Svezia	+7	23	16
	Australia	+7	35	28















Su 100 persone nel tuo Paese,
quante pensi siano **musulmani**?





Q. Su 100 persone nel tuo Paese, quante pensi siano musulmane?

Francia e Belgio al primo posto, ma in tutte le nazioni la percezione si discosta dalla realtà, sovrastimandola

% IN PUNTI DI DIFFERENZA		PERC. PIU ALTA	PERC.	REALTA'
	Francia	+23	31	8
	Belgio	+23	29	6
	Canada	+18	20	2
	Australia	+16	18	2
	Gran Bretagna	+16	21	5
	Italia	+16	20	4
	USA	+14	15	1
	Spagna	+14	16	2
	Germania	+13	19	6
	Svezia	+12	17	5
	Ungheria	+7	7	0.1
	Corea del Sud	+5	5	0.4
	Polonia	+5	5	0.1
	Giappone	+4	4	0.1

Qual è la percentuale di **OVER 65** nel tuo Paese?





Q. Qual è la percentuale di OVER 65 nel tuo Paese?

Tutti i paesi sovrastimano enormemente la percentuale di popolazione di età superiore ai 65 anni

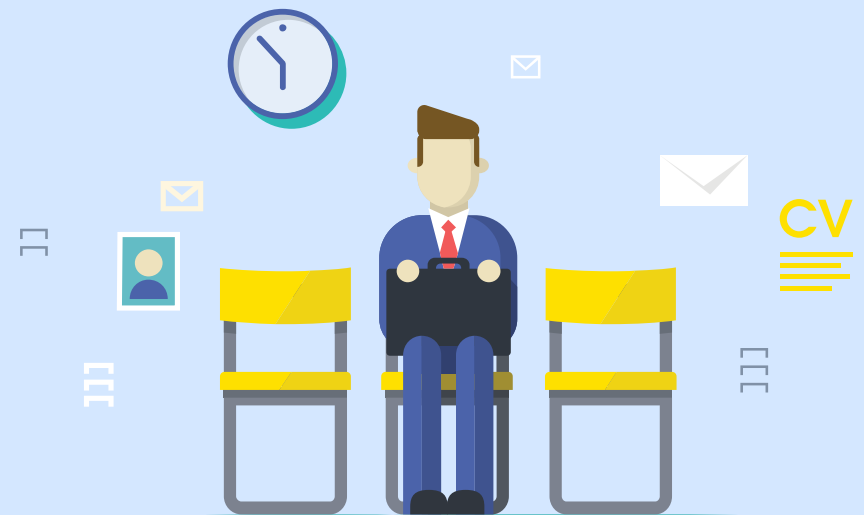
% IN PUNTI DI DIFFERENZA

PERC. PIU ALTA

PERC. REALTA

			PERC.	REALTA
	Italia	+27	48	21
	Polonia	+27	42	15
	Canada	+25	39	14
	Spagna	+25	43	18
	Australia	+23	37	14
	USA	+22	36	14
	Ungheria	+22	40	18
	Belgio	+22	41	19
	Francia	+20	38	18
	Gran Bretagna	+20	37	17
	Germania	+19	40	21
	Giappone	+16	41	25
	Corea del Sud	+16	32	16
	Svezia	+14	33	19

Su 100 persone in età lavorativa, nel tuo **Paese**, quante pensi che siano **disoccupate**?





Q. Su 100 persone in età lavorativa nel tuo Paese, quante pensi che siano disoccupate?

Grandi differenze in tutti i paesi con dato più eclatante in Italia

% IN PUNTI DI DIFFERENZA		PERC. PIU ALTA	PERC	REALTA
	Italia	+37	49	12
	Corea del Sud	+28	32	4
	Ungheria	+28	39	11
	USA	+26	32	6
	Polonia	+25	34	9
	Belgio	+23	31	8
	Spagna	+21	46	25
	Francia	+20	29	9
	Australia	+17	23	6
	Gran Bretagna	+17	24	7
	Svezia	+16	24	8
	Canada	+16	23	7
	Giappone	+15	19	4
	Germania	+14	20	6

Qual è la percentuale di ragazze, di età compresa tra i 15 e i 19 anni, che **porta a termine una gravidanza?**





Q. Qual é la percentuale di ragazze, di età compresa tra i 15 e i 19 anni, che porta a termine una gravidanza?

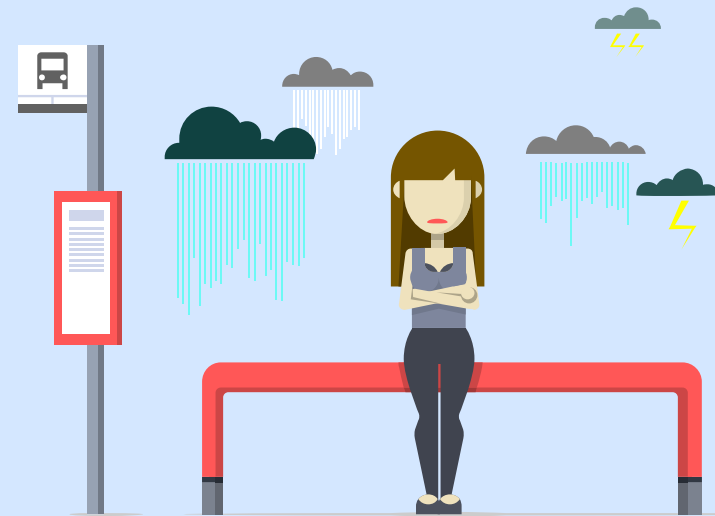
Le persone SOVRASTIMANO la percentuale di adolescenti che partoriscono ogni anno

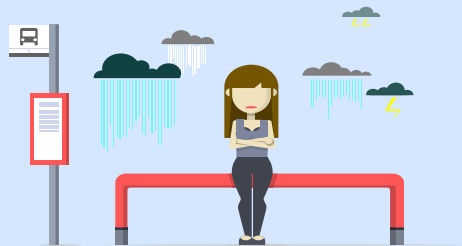
% IN PUNTI DI DIFFERENZA

PERC. PIU ALTA

			PERC.	REALTA'
	USA	+21	24	3
	Polonia	+17	18	1
	Italia	+17	17	0.6
	Ungheria	+14	16	2
	Canada	+14	15	1
	Gran Bretagna	+14	16	3
	Australia	+14	15	2
	Germania	+14	14	0.4
	Corea del Sud	+13	14	0.2
	Spagna	+13	14	1
	Francia	+12	12	0.6
	Belgio	+11	11	0.7
	Giappone	+10	11	0.5
	Svezia	+7	8	0.7

Su 100 persone di eta' compresa tra i 18 e 24 anni, quante di loro pensi siano **NEET** ovvero non impegnate nello studio, né al lavoro né nella formazione?





Q. Su 100 persone di età compresa tra i 18 e 24 anni, quante di loro pensi siano NEET ovvero non impegnate nello studio, né al lavoro né nella formazione?

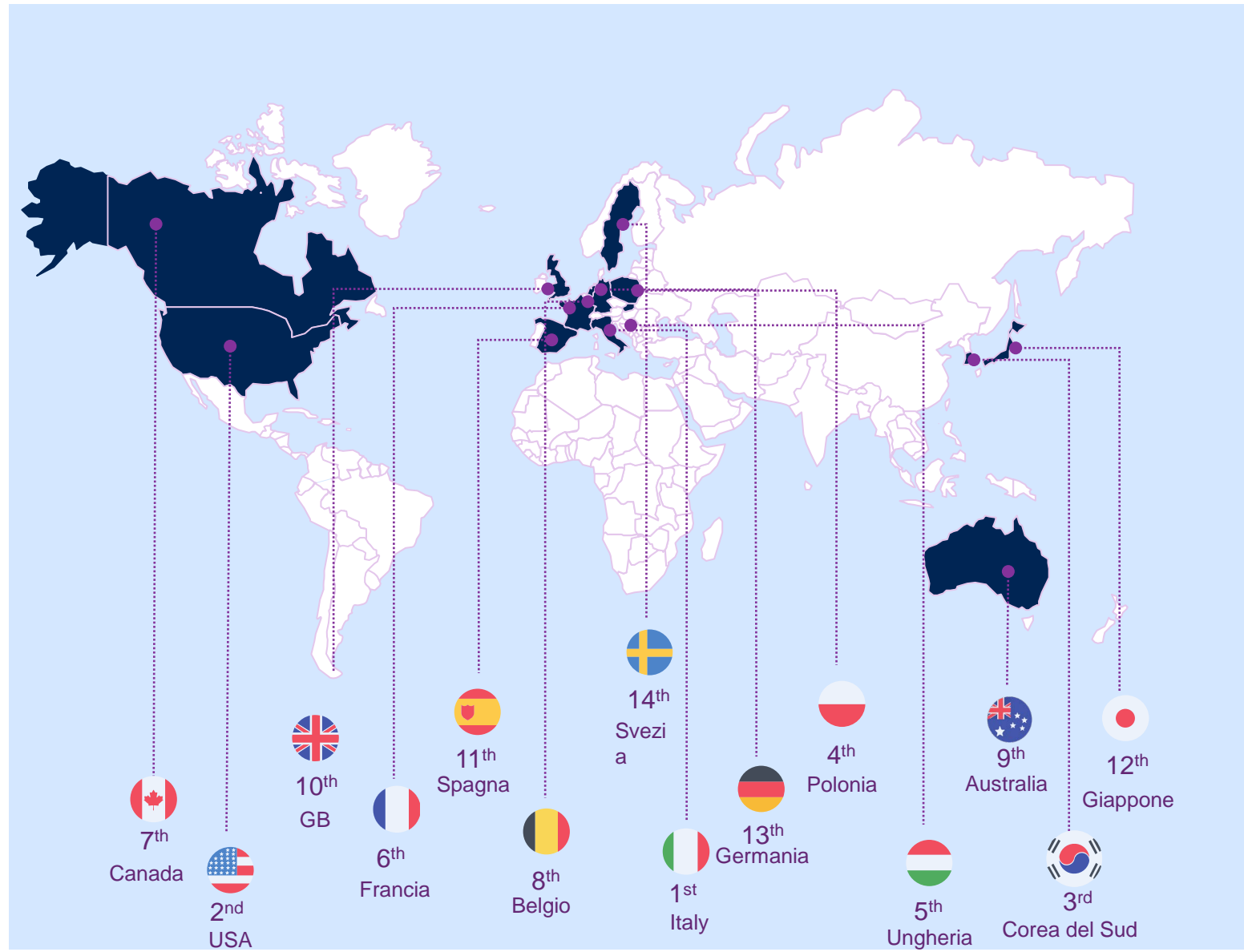
La percezione di NEET nel proprio paese è sottovalutata in tutti i Paesi ad eccezione della Spagna

		PERC. PIU' ALTA	PERC	REALTA'
	South Korea	+28	37	9
	US	+22	39	17
	Australia	+19	31	12
	Italy	+16	51	35
	Germany	+15	23	8
	Canada	+14	28	14
	Japan	+14	22	8
	Belgium	+14	34	20
	France	+13	37	24
	Hungary	+10	38	28
	Great Britain	+10	31	21
	Sweden	+6	30	24
	Poland	+3	29	26
	Spain	-8	46	54

INDICE DI IGNORANZA

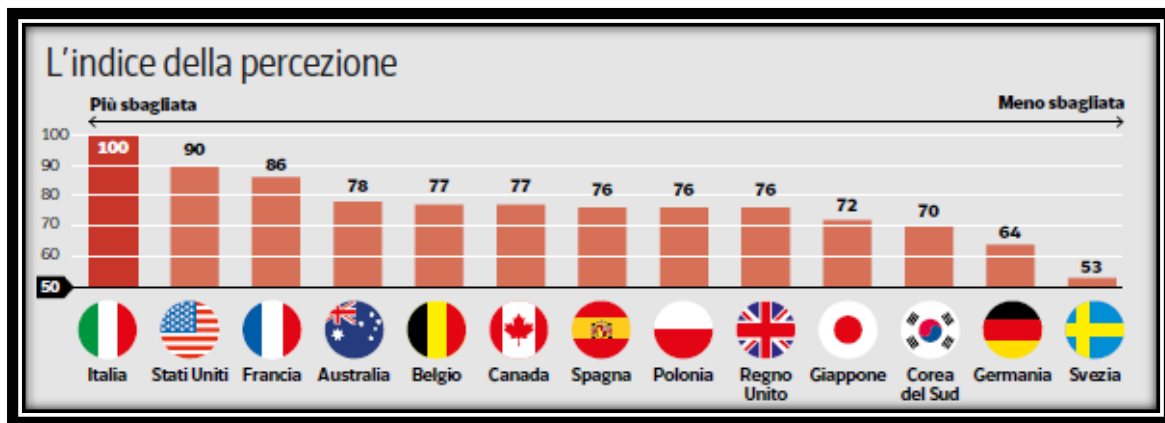
(I paesi meno precisi al TOP)

- 1° Italia
- 2° Stati Uniti
- 3° Corea del Sud
- 4° Polonia
- 5° Ungheria
- 6° Francia
- 7° Canada
- 8° Belgio
- 9° Australia
- 10° Gran Bretagna
- 11° Spagna
- 12° Giappone
- 13° Germania
- 14° Svezia



La penisola che non c'è

Siamo la nazione dove la «percezione» è più lontana dai fatti.



IN ITALIA

Su 100 persone di età compresa tra 20 e 79 anni quante pensi che abbiano il diabete?



Classifica mondiale **Punti % di differenza tra percezione e realtà**



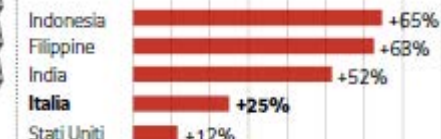
Su 100 carcerati, secondo te quanti sono nati in un Paese straniero?



Quale percentuale di ragazze tra 15 e 19 anni pensi che partoriscono ogni anno?



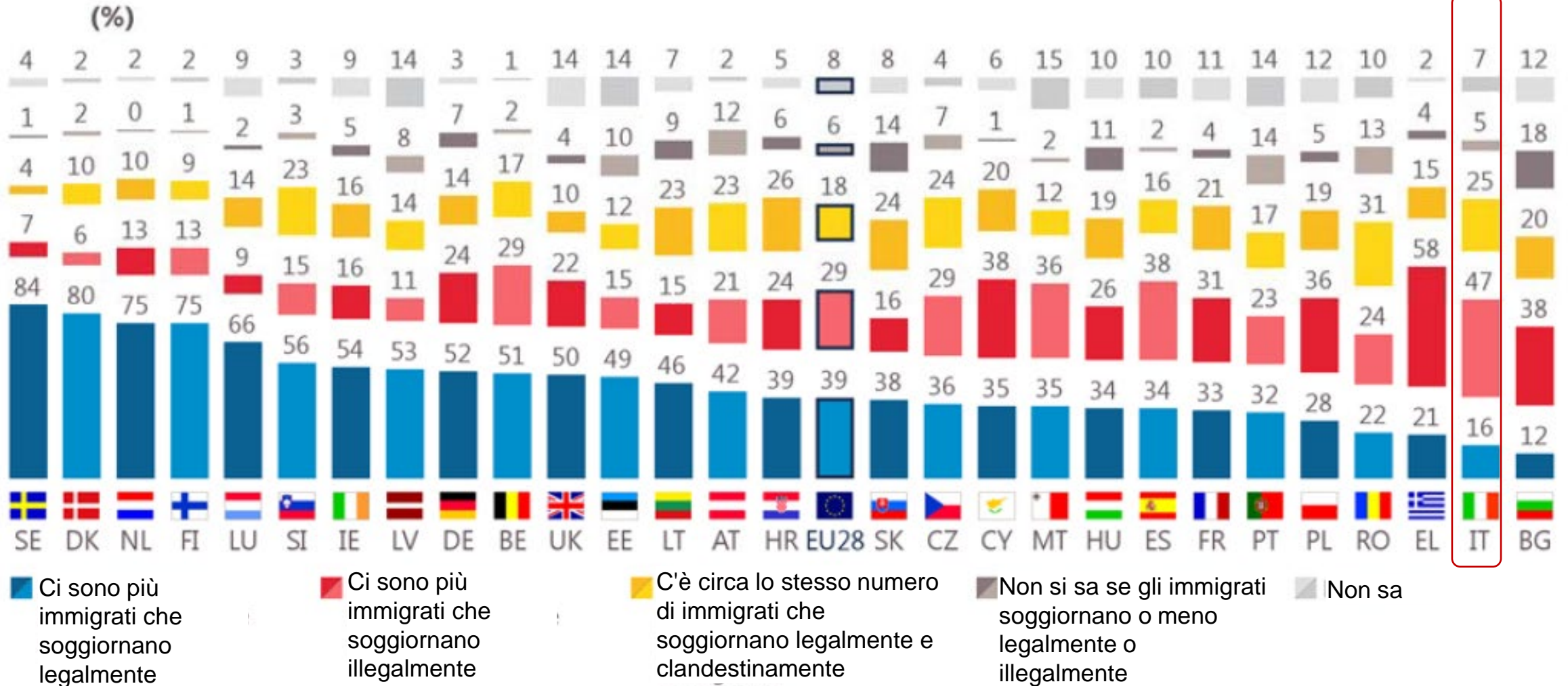
Su 100 persone, secondo te quante possiedono uno smart phone?



Quanti cittadini musulmani pensi ci siano ogni 100 abitanti?



Per metà degli italiani gli irregolari presenti nel nostro paese sono più degli immigrati regolari

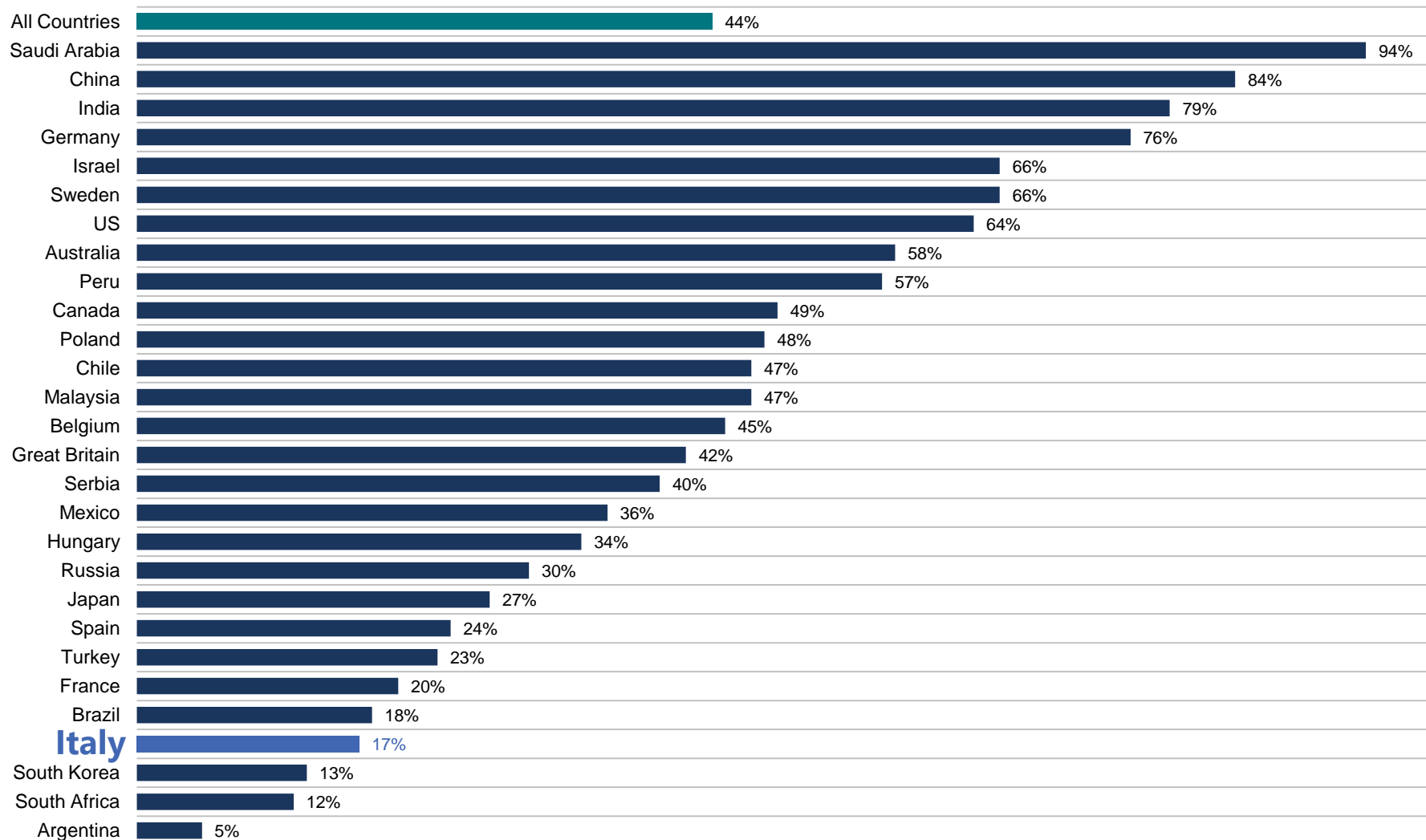


In generale, direbbe che ci sono più immigrati che soggiornano legalmente o che soggiornano illegalmente nel nostro p

Il clima economico

La situazione del Paese: il confronto con il resto del mondo

Pensando alla situazione economica del suo Paese, la descriverebbe come molto positiva, abbastanza positiva, abbastanza negativa o molto negativa?



% POSITIVA
(molto + abbastanza)

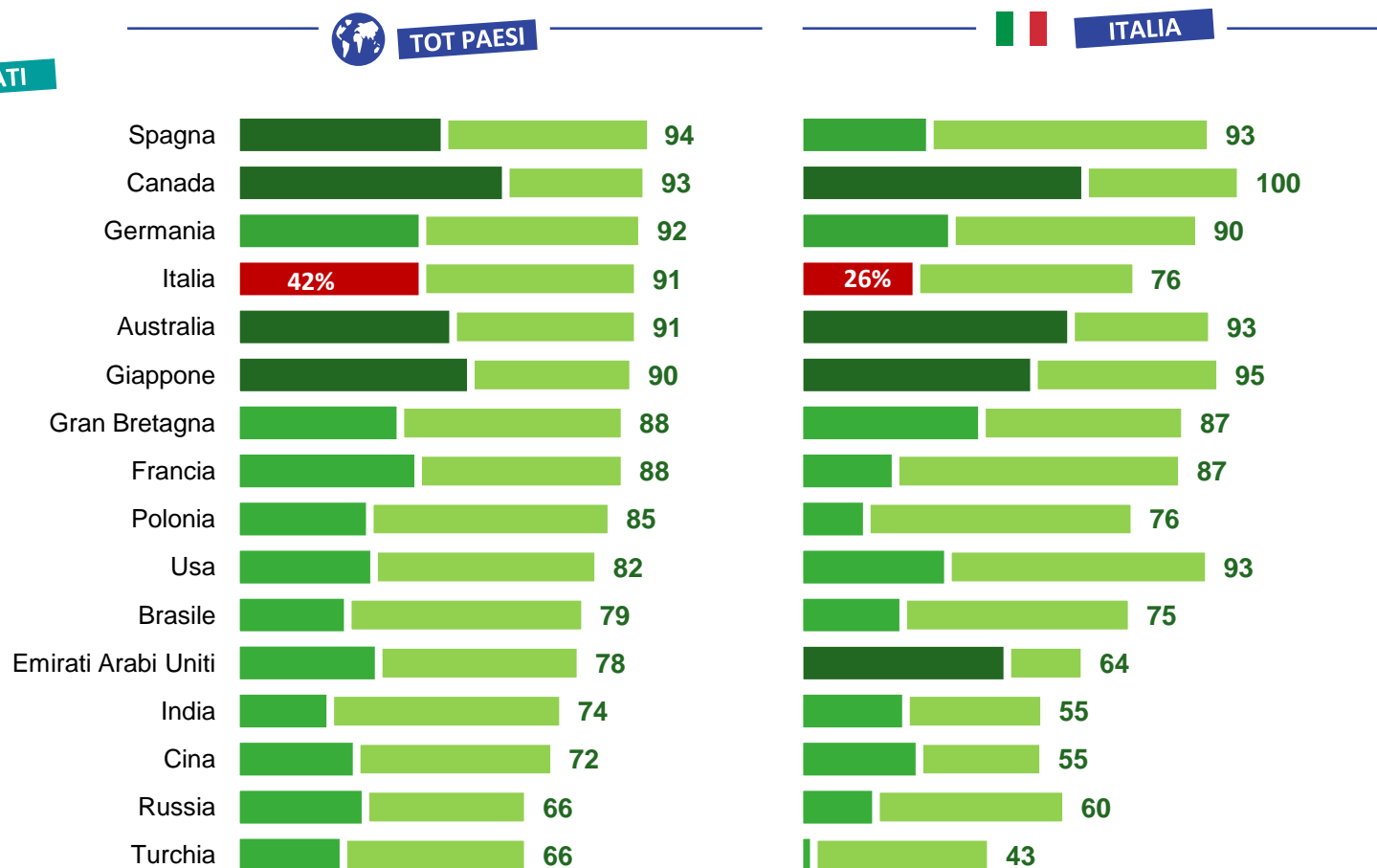
Gli italiani stessi sono più critici nei confronti del proprio Paese

MOLTO + ABBASTANZA
POSITIVO



CETI ELEVATI

S4. Se dovesse dare un giudizio complessivo ai seguenti paesi che voto darebbe?



valori percentuali
base: tutti gli intervistati

I 23 primati dell'Italia suddivisi in 11 ambiti

Secondo Paese in Europa per numero di pernottamenti di TURISTI provenienti da paesi Extra-Europei	Per oltre 900 prodotti venduti sui mercati internazionali l'Italia si colloca sempre nei primi 3 posti per esportazioni
Secondo paese al mondo nell'industria della MODA per quote di mercato	Secondo Paese in Europa per numero BREVETTI DI DESIGN depositati
Primo Paese al mondo per numero di SITI UNESCO	Tra i primi 10 paesi al mondo per INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO
Secondo Paese in Europa per valore aggiunto della MANIFATTURA	Secondo Paese al mondo per surplus manifatturiero del LEGNO- ARREDO
Primo Paese al mondo nella produzione di SUPERYACHT	Più alta percentuale di RICICLO DEI RIFIUTI (76,9%)
Leader mondiale nelle PRODUZIONI AGRICOLE BIOLOGICHE	Seconda al mondo per numero di citazioni delle proprie RICERCHE SCIENTIFICHE
Secondo Paese al mondo per surplus manifatturiero per MACCHINE PER RIEMPIRE, TAPPARE, ETICHETTARE	L'Italia è il sesto Paese al mondo per numero di ROBOT INDUSTRIALI utilizzati nelle aziende
Primato mondiale surplus manifatturiero per i MACCHINARI PER IMBALLAGGIO	Primo Paese in Europa per valore aggiunto dell' AGRICOLTURA
Primo produttore mondiale di MAKE-UP e detiene più della metà del mercato mondiale	Uno dei soli 5 Paesi al mondo con un surplus manifatturiero di oltre 100 miliardi di dollari
Primato mondiale surplus manifatturiero per le NAVI A CROCIERA e le BARCHE DA DIPORTO	Primato mondiale surplus manifatturiero per le PIASTRELLE IN CERAMICA
Valore aggiunto prodotto dal SETTORE CULTURALE è superiore a quello generato da sanità, trasporti, finanza, costruzioni	Primato mondiale surplus manifatturiero per gli OCCHIALI DA SOLE
	Primo produttore di FARMACI nell'Unione Europea

I 5 primati dell'Italia piu' noti agli italiani

CONOSCITORI



CULTURA E TURISMO

L'Italia è il 1° Paese al mondo per numero di Siti Unesco

38%



MODA

L'Italia è il secondo paese al mondo nell'industria della moda per quote di mercato

37%



CULTURA E TURISMO

L'Italia è il 2° Paese in Europa per numero di pernottamenti di turisti provenienti da paesi Extra-Europei

27%



MANIFATTURA

L'Italia è il 2° Paese in Europa per valore aggiunto della manifattura

21%



NAUTICA

L'Italia è il 1° Paese al mondo nella produzione di superyacht

20%

I 5 primati dell'Italia meno noti agli italiani

CONOSCITORI



ECONOMA CIRCOLARE

L'Italia è il Paese in Europa con la più alta percentuale di riciclo dei rifiuti (76,9%)

10%



MECCANICA

L'Italia è il 2° Paese al mondo come differenza tra esportazioni e importazioni per macchine per riempire, tappare ed etichettare

10%



MANIFATTURA

L'Italia detiene il primato mondiale come differenza tra esportazioni e importazioni per i macchinari per imballaggio

10%



COSMETICA

L'Italia è il 1° produttore mondiale di make-up e detiene più della metà del mercato mondiale

9%



INNOVAZIONE

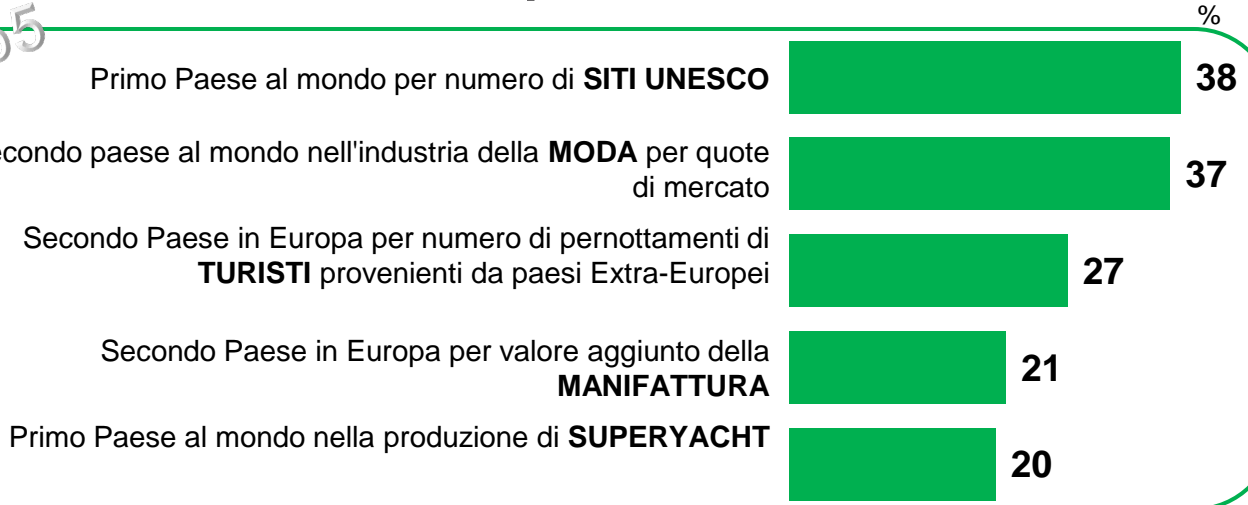
L'Italia è il 6° Paese al mondo per numero di Robot industriali utilizzati nelle aziende

8%

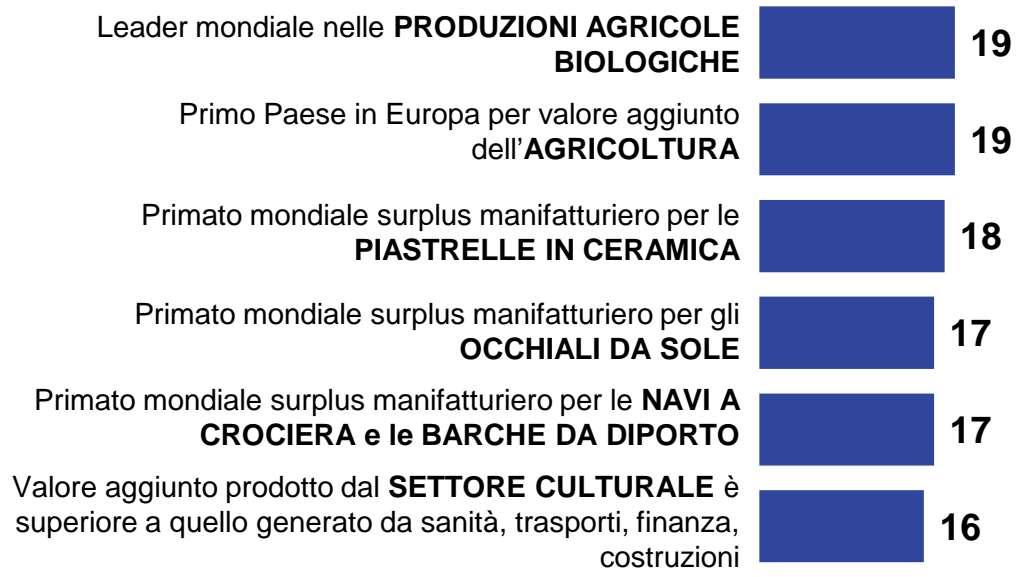
I primati dell'Italia: una visione di insieme

Conoscitori di ciascun primato

Top 5



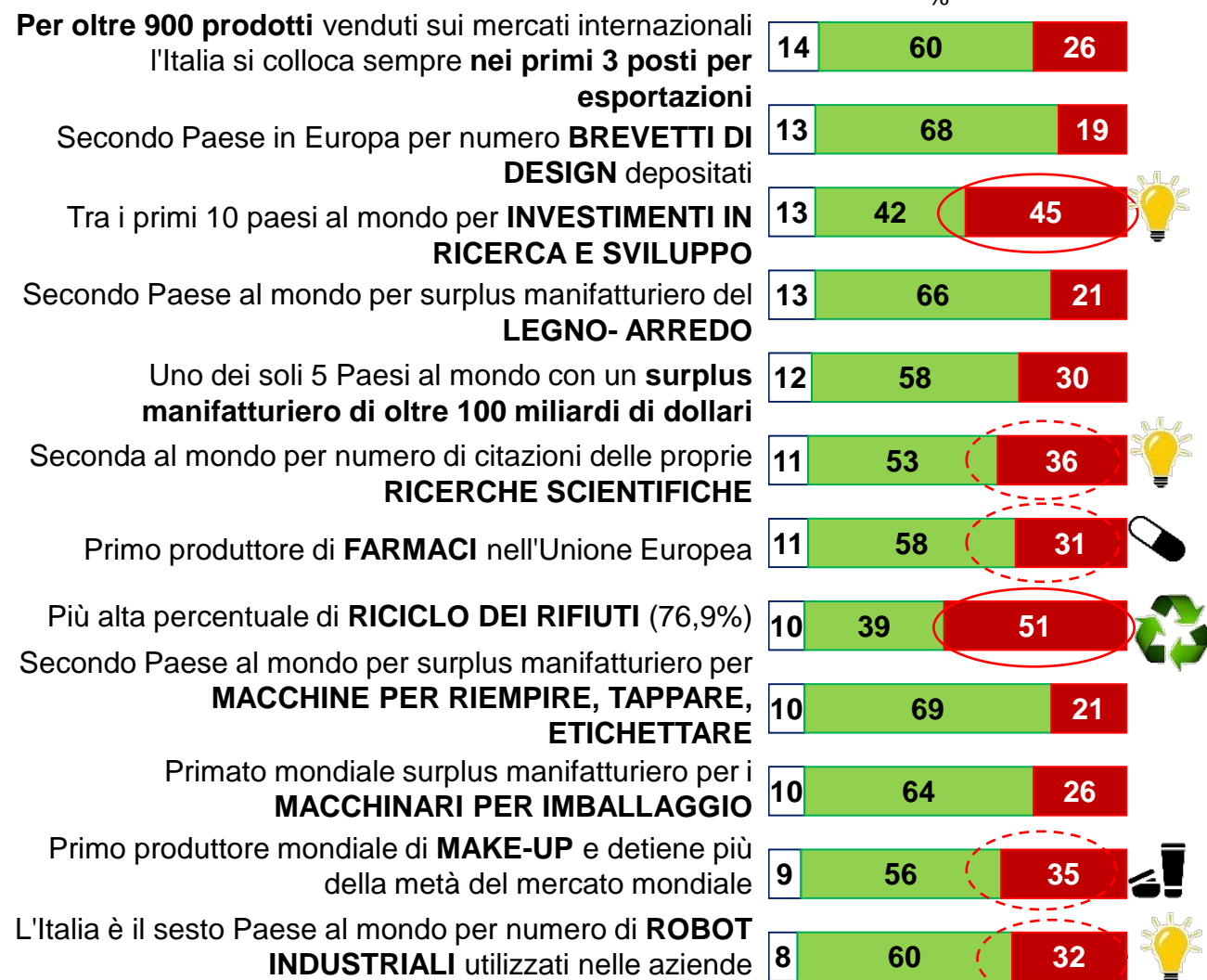
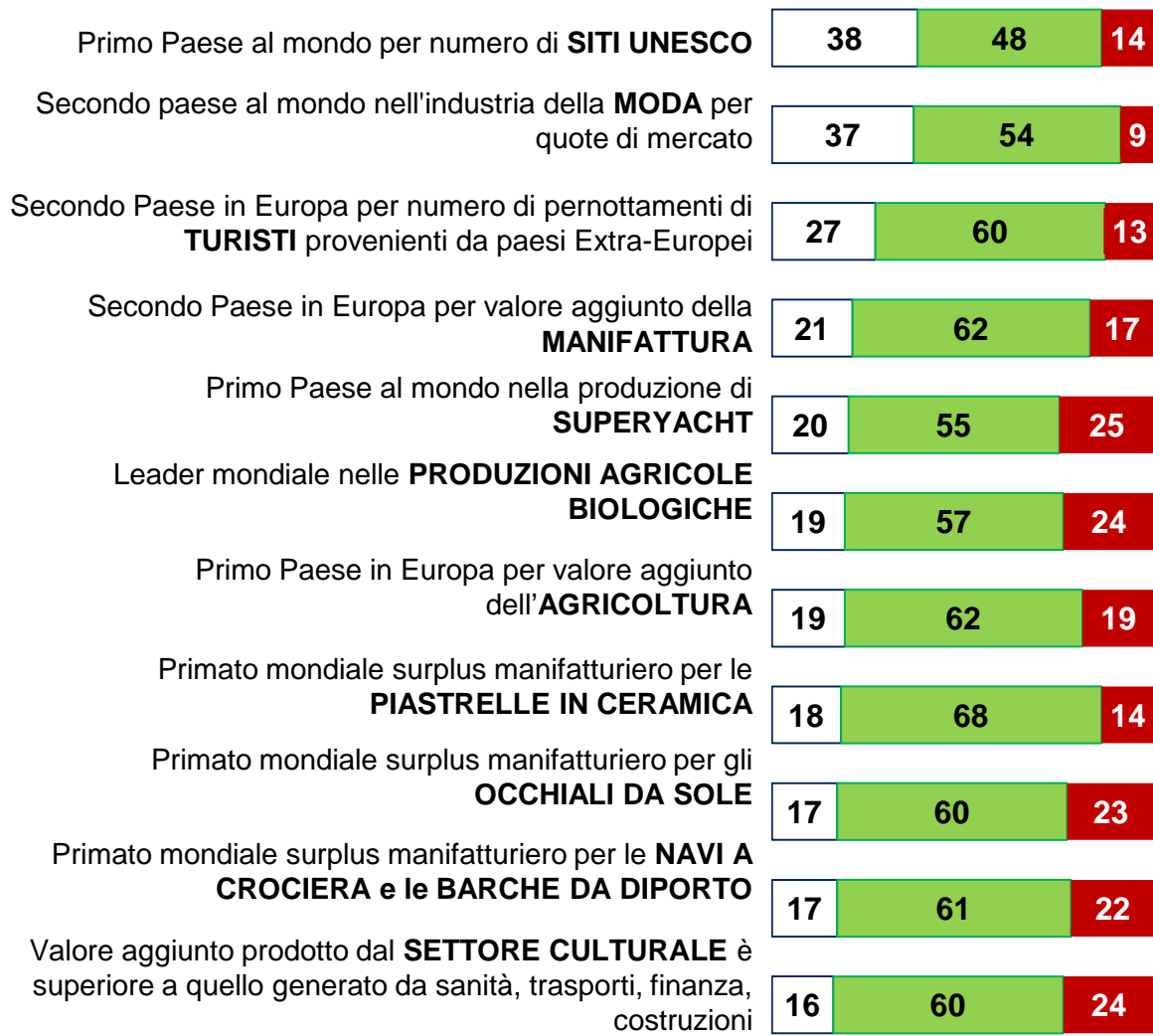
Bottom 5



La credibilità dei primati

% Conoscenza

Ritenuto credibile Ritenuto NON credibile



I problemi dell'Italia: aggregazione per aree

Qual è per lei il primo problema, il più grave e urgente dell'Italia? E il problema che metterebbe al secondo posto? E quale altro mi direbbe?*



**Occupazione
ed economia**
76%



**Funzionamento delle
istituzioni**
35%

*Funzionamento della politica e
corruzione*



Welfare
34%



Immigrazione
31%



Sicurezza
28%



Ambiente
9%



Mobilità
3%

***Domanda a risposta spontanea**

I problemi nella propria zona: aggregazione per aree

Qual è per lei il primo problema, il più grave e urgente del SUO COMUNE? E il problema che metterebbe al secondo posto? E quale altro mi direbbe?*



**Occupazione
e economia**
43%



Mobilità
42%



Ambiente
28%



Sicurezza
23%



**Funzionamento
delle istituzioni**
23%



Welfare
22%

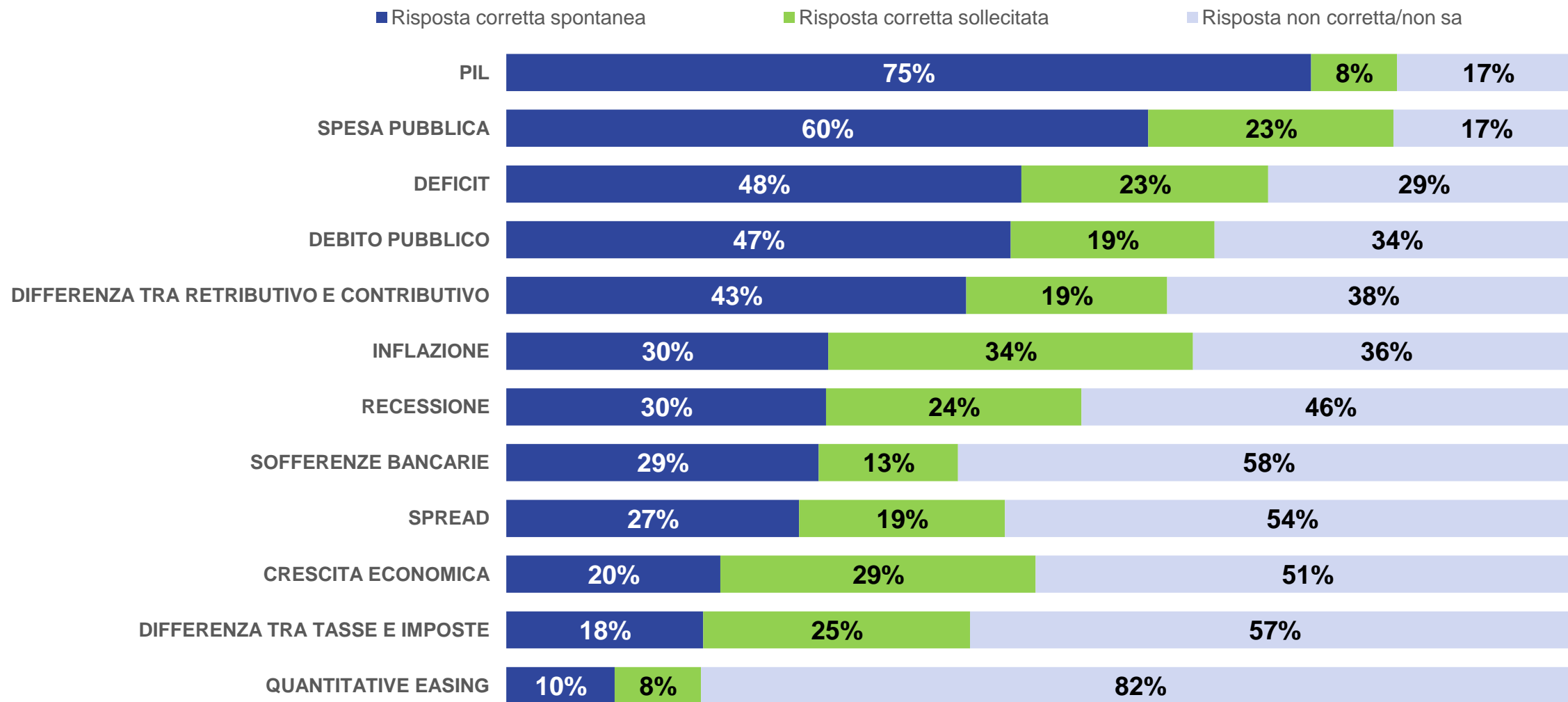


Immigrazione
11%

*Domanda a risposta spontanea

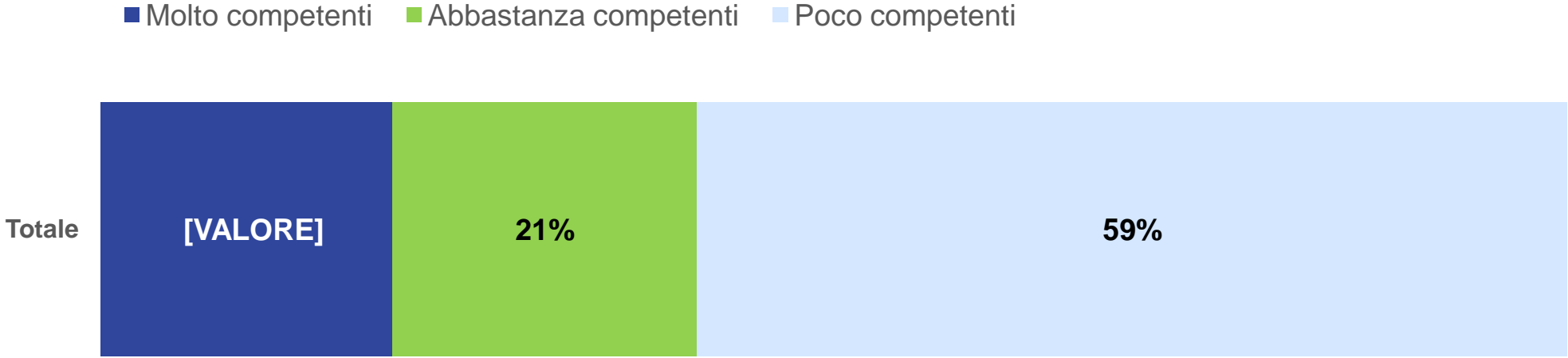
La conoscenza di alcuni termini di economia e finanza

Adesso troverà alcuni termini e concetti di economia e finanza. Sulla base di quello che conosce e ricorda, indichi brevemente la definizione che le sembra corretta per ciascun termine.



Tre classi di competenza

Raggruppamento sulla base delle risposte alle definizioni dei termini economici



Lo spread è poco conosciuto e non sempre è chiaro cosa effettivamente comporti

L'AUMENTO DELLO SPREAD... (valori %)



L'aumento dello spread è accompagnato dalla **percezione che il rendimento dei titoli di stato diminuisca (46% vs 25% ritiene che amenti)**, palesando un problema di **educazione finanziaria**.

Tra chi ritiene che lo **spread sia negativo**, il **60% indica che lo spread comporta un calo dei rendimenti dei titoli di stato**

PERCHE' SIAMO IGNORANTI? 3 cause prevalenti

Perché siamo ignoranti?



1. Livello di istruzione e analfabetismo numerico



2. Emotional Innumeracy (Daniel Herda)



3. I mezzi di informazione e la «dieta mediatica»

La SCOLARITÀ

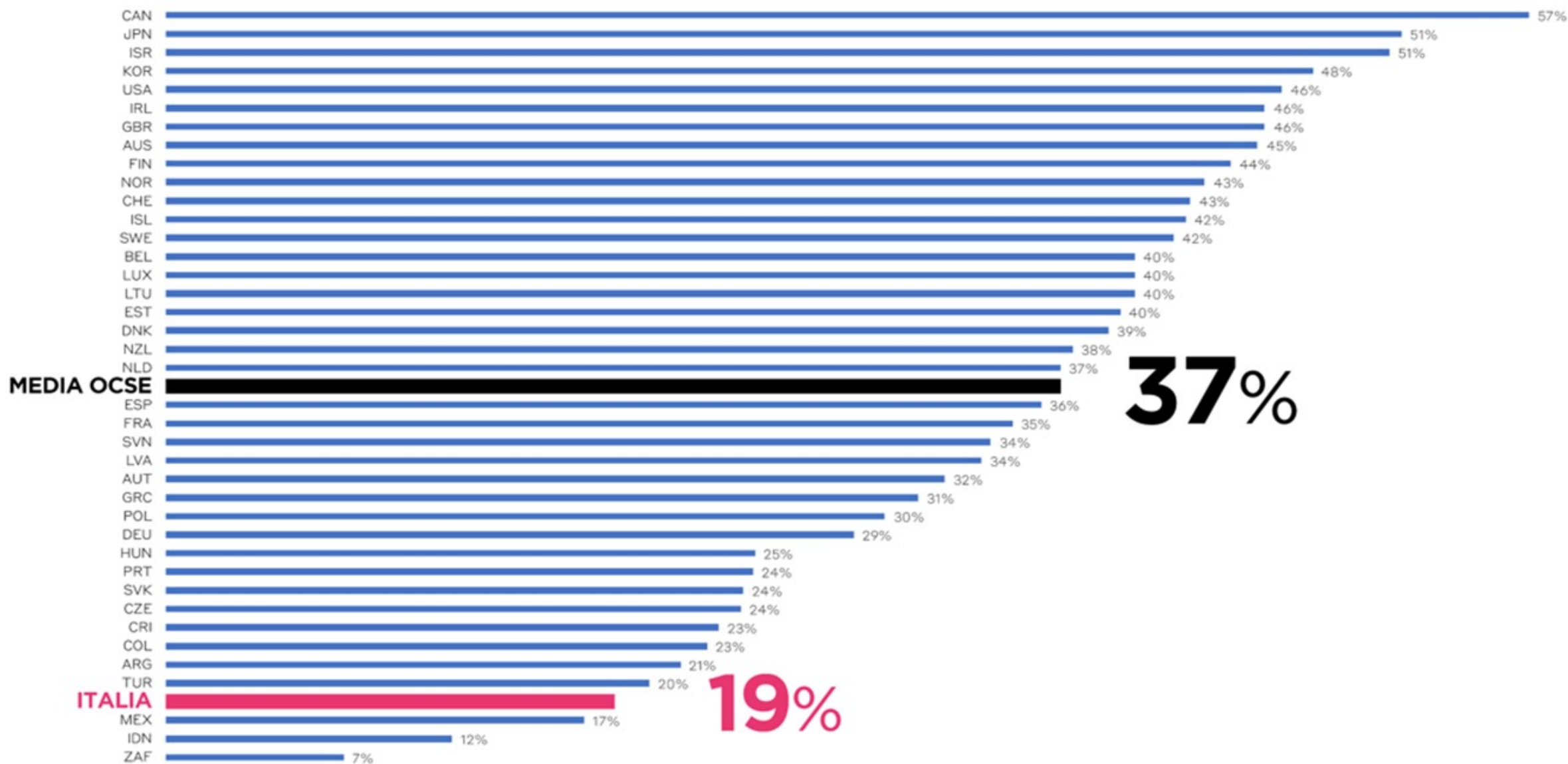
Laurea e post laurea **7.355.000** **14%**

Diploma di **maturità** **15.779.000** **30%**

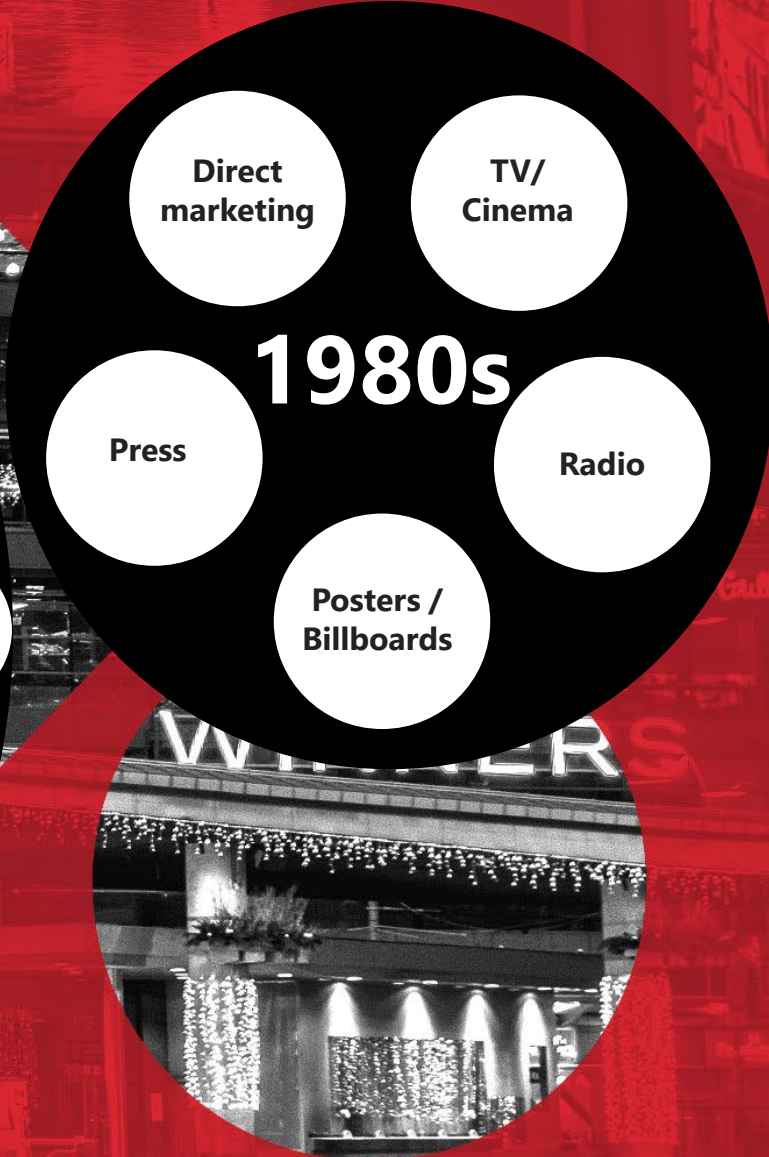
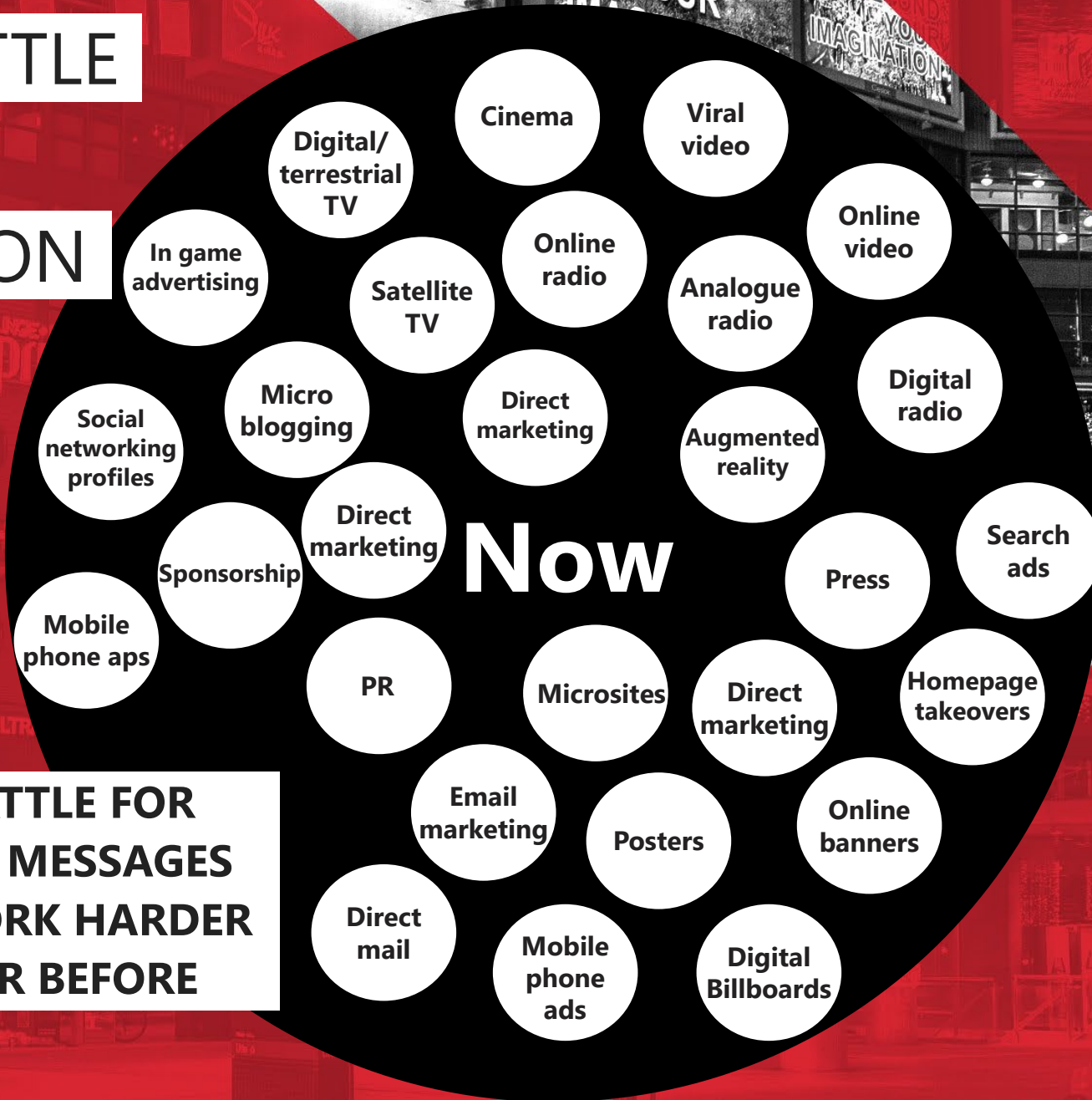
Licenza **media** **19.681.000** **38%**

Licenza **elementare,**
nessun titolo **9.238.000** **18%**

Popolazione 25-64 anni laureata



THE BATTLE FOR ATTENTION



IN THE BATTLE FOR ATTENTION MESSAGES HAVE TO WORK HARDER THAN EVER BEFORE

L'evoluzione dell'utenza dei media

	2007	2017	Δ
Tv tradizionale (digitale terrestre)	93%	92%	-1%
Tv satellitare	27%	44%	16%
Tv via internet (web tv e smart tv)	10%	27%	17%
Mobile tv	1%	22%	21%
Radio tradizionale	54%	59%	5%
Autoradio	56%	70%	14%
Radio da lettore MP3	14%	13%	-1%
Radio da smartphone	4%	19%	16%
Radio da internet (pc)	8%	19%	11%
Quotidiani cartacei	67%	36%	-31%
Free press	35%	9%	-26%
Settimanali	40%	31%	-9%
Mensili	27%	27%	0%
Quotidiani online	21%	25%	4%
Siti web di informazione	-	43%	
Libri	59%	43%	-17%
eBook	3%	10%	7%
Telefono cellulare basic	-	61%	
Smartphone	-	70%	
Internet	45%	75%	30%

La **DIETA MEDIATICA** di oggi: **CITTADINI**

+ INFORMATI

- CONSAPEVOLI

10/16 marzo 2017

Ogni settimana
il meglio dei giornali
di tutto il mondo

n. 1195 · anno 24

Manuel Castells
L'ultima possibilità
della socialdemocrazia

internazionale.it

Michelle Allison
A dieta per essere
immortali

4,00 €

Faesi Bassi
Scontento
olandese

Internazionale

La fine dei fatti

Siamo sempre più diffidenti verso
l'obiettività dei dati e degli
esperti. Ma senza una descrizione
condivisa della realtà non
può esserci un vero confronto
democratico



In conclusione



- Prevalere un **SENTIMENTO DI PAURA** e di ripiegamento difensivo che trae origine dalla fine della speranza nel futuro
- **L'ASCENSORE SOCIALE** si è interrotto, siamo convinti che abbiamo il meglio alle spalle, domina la nostalgia (*Retrotopia* di Zygmunt Bauman) e le generazioni future staranno peggio di noi

Ma è proprio vero che il meglio sia alle nostre spalle?

Quali vie d'uscita?



- Abbandonare il «**presentismo permanente**»
- Rimettere al centro la **questione identitaria**, gli elementi che ci uniscono, le ragioni del nostro stare insieme, il bene comune
- Cambiare il racconto, **valorizzare** i tanti aspetti positivi del nostro Paese
- **Essere consapevoli** delle proprie responsabilità

Le molteplici responsabilità



Responsabilità del cittadino

- Il dovere dell'informazione
- La tentazione del Tweet e dello zapping
- La pigrizia, i pregiudizi e l'attitudine «confermativa», la «fine dei fatti»



Responsabilità dei mezzi di informazione

- Riappropriarsi del ruolo di mediazione sociale e della neutralità
- Importanza dell'audience
- Ignoranza nell'analisi dei dati?



Responsabilità della politica

- Importanza del consenso
- Ignoranza e populismo

**THANK
YOU**

GAME CHANGERS



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our clients to navigate more easily our deeply changing world.

