

DIMINUIRE LA DISTANZA CON LE ISTITUZIONI

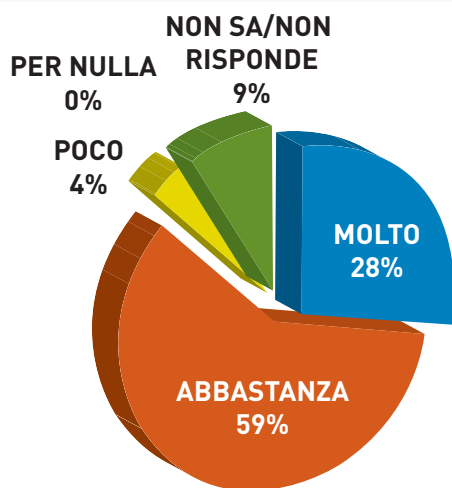
Le Key Word del sistema-Paese
ai tempi della crisi

di ROBERTO BALDASSARI

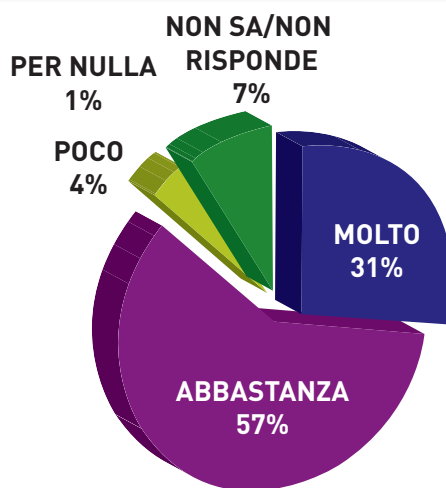
Lo scenario economico che gli italiani stanno vivendo in questo primo semestre del 2013 risente fortemente del trascinarsi globale della crisi economica. Le famiglie e le imprese italiane sembrano essersi “allenate” alla crisi e a tutte le sue mutevoli forme e ripercussioni¹. Il tema del lavoro, della comunicazione, della ripresa economica e del rapporto (trasparente e opaco) con la pubblica amministrazione sono a più livelli de-

terminanti nella vita socio-economica del Paese. A conferma dell'importanza della comunicazione l'86% degli italiani la ritiene chiave strategica utile ad uscire dalla crisi. Tra le parole – chiave per il 2013 il campione degli intervistati vedono al primo posto il lavoro (48%, con prevalenza di donne fino ai 34 anni e da 45 a 54 anni di età), l'innovazione (27%, uomini tra i 45 e i 54 anni di età e donne tra i 25 e i 34), la crisi (22%), i valori (17%) e gli investimenti (14%).

Tra le priorità spicca l'innovazione (47%) seguita dal turismo locale per lo sviluppo del territorio nazionale (45%) e dai valori e dalla cultura del Sistema Italia



MOLTO + ABBASTANZA 87%
POCO+ PER NULLA 4%



MOLTO + ABBASTANZA 88%
POCO+ PER NULLA 5%

48
%

Lavoro

27
%

Innovazione

22
%

Crisi

17
%

Valori

14
%

Investimenti

86
%

Ritiene la
comunicazione
la chiave
strategica
per uscire
dalla crisi

Le parole chiave

(39%). Soffermandoci in particolare sul lavoro e sul quadro economico europeo concordiamo con il Direttore del Centro Studi di Confindustria Luca Paolazzi che, durante il Convegno Biennale della Piccola Industria – Confindustria svoltosi a Torino il 12/13 aprile 2013, spiegava come: “l’Europa è in crisi. Una crisi politica, economica e sociale. Una crisi istituzionale. Rimane ampio il consenso popolare verso l’unione europea. (...) L’Italia è sprofondata nella peggiore recessione, non solo economica, dall’Unità. (...) Tra il 2007 e il 2013 il PIL italiano scende dell’8,3%, tornando ai livelli del 2000. Il PIL per abitante fa peggio: -10,1%, vicino ai valori del 1997. La produzione è caduta del 25% e in alcuni settori di oltre il 40%. Negli ultimi cinque anni oltre 70mila imprese manifatturiere hanno cessato l’attività. (...) Le unità di lavoro sono calate di 1,4 milioni. Il numero di persone occupate è diminuito soprattutto tra le fasce di età più basse: -1,7 milioni tra i 15-44enni. I disoccupati sono raddoppiati a oltre tre milioni. La propensione al risparmio delle famiglie è scesa ai minimi storici. (...) Quando lo standard di vita ristagna, o addirittura arretra, la società si incattivisce e si riducono tolleranza, equità e solidarietà. Le stesse basi della democrazia rischiano di essere minate.” Per cercare di aggiungere qualche elemento all’analisi ricca ed esaustiva del Centro Studi di Confindustria² di cui abbiamo riportato solo qualche passaggio significativo proviamo a chiedere ai cittadini del nostro Paese In quale misura uno sportello di informazioni sul territorio potrebbe essere utile per poter conoscere e accedere

alle risorse comunitarie relative al microcredito per l’impiego e la creazione di nuove piccole imprese. L’87% degli italiani ritiene importante l’istituzione di uno sportello che permette da un lato di accedere a informazioni e dall’altro diminuirebbe quel senso di distanza dai “palazzi” aumentandone anche la “trasparenza”. Analizzando il dettaglio delle variabili socio-demografiche possiamo notare come siano più sensibili i maschi rispetto alle femmine (89% contro l’86%), le persone tra i 35 e i 54 anni di età (93%) seguite dagli over 54 (81%) e dai “giovani” tra i 18 e i 34 anni di età (71%). Sono più sensibili a questo tema gli italiani in possesso di un titolo di studio superiore (90%) e quelli che risiedono al centro Italia (93%) seguiti dal Nord Est e Sud e Isole (86%) e dal Nord Ovest (85%). Abbiamo infine chiesto agli italiani Quanto sarebbe importante che la pubblica amministrazione facesse formazione e diffonda la conoscenza di questi temi di microcredito della comunità europea presso i cittadini. Anche in questo caso il consenso è altissimo: nove italiani su dieci considerano la diffusione dei temi del microcredito elemento fondamentale per lo sviluppo e la crescita del Paese. L’analisi delle variabile socio-demo mostra come siano ancora una volta gli uomini più >

¹ Il sondaggio qui presentato è stato eseguito da Istituto Piepoli il giorno 22 APRILE 2013 con metodologia C.A.T.I., su un campione di 501 casi rappresentativo della popolazione italiana maschi e femmine dai 18 anni in su, segmentato per sesso, età, Grandi Ripartizioni Geografiche e Ampiezza Centri proporzionalmente all’universo della popolazione italiana.

DETTAGLIO PER VARIABILI SOCIO-DEMOGRAFICHE

		MOLTO+ABBASTANZA
		%
Sesso	Maschi	89
	Femmine	86
Età	18-34 anni	71
	35-54 anni	93
	Oltre 54 anni	81
Titolo di studio	Superiore	90
	Inferiore	81
GRG	Nord Ovest	85
	Nord Est	86
	Centro	93
	Sud e Isole	86

DETTAGLIO PER VARIABILI SOCIO-DEMOGRAFICHE

		MOLTO+ABBASTANZA
		%
Sesso	Maschi	90
	Femmine	86
Età	18-34 anni	90
	35-54 anni	93
	Oltre 54 anni	82
Titolo di studio	Superiore	91
	Inferiore	82
GRG	Nord Ovest	85
	Nord Est	89
	Centro	92
	Sud e Isole	87

sensibili rispetto alle donne (il delta tra i sessi è però solo di 4 punti percentuali). Giovani e Adulti fino ai 54 anni di età si posizionano sopra la media generale con un gradimento che si assesta tra il 90 e il 94%. Le persone con un titolo di studio superiore e i residenti nel Centro e Nord Est Italia sono al primo posto per l'apprezzamento seguiti dal Sud e dalle Isole e dal Nord Ovest. ●

² Avremmo potuto scegliere molti altri studi di settore e di scenario presentati in questi mesi da numerose Associazioni di categoria, sindacati, enti e Istituti di ricerca specializzati. Consigliamo la consultazione dei rapporti ISTAT e della Confcommercio per completare lo scenario di riferimento.



Biografema sintetico Roberto Baldassari



Roberto Baldassari, Vice Presidente dell'Istituto Piepoli, insegna Giornalismo – specialistico nel corso di laurea di Scienze della Comunicazione presso la Facoltà di Lettere e filosofia dell'università degli studi RomaTre. Nel 2008 ha conseguito il titolo Dottore di Ricerca in *Scienze del testo, Letteratura, Cultura Visuale e Comunicazione* (Università degli studi di Siena). Dal 2005 è Ricercatore dell'*Osservatorio Permanente Europeo sulla Lettura*. Dal 2008 al 2012 ha insegnato *Scrittura, Abilità linguistico-comunicative, Metodologie e tecniche della ricerca socio-culturale* all'Università degli studi RomaTre. Dal 2006 ha tenuto lezioni su: lettura; opinione pubblica e democrazia; processi culturali e comunicativi; nuove forme di comunicazione digitale; ambiente e territorio; marketing politico (Università degli studi di Roma La Sapienza, Università degli studi RomaTre; Lumsa, Uninettuno, Università Lateranense). Ha partecipato come relatore per: Forum della comunicazione; Forum delle Risorse Umane; Ministero delle Pari opportunità; Ottobre piovoano libri; Onicom Expo; FormUp; Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale; Più libri Più liberi; Galassia Gutenberg; UmbriaLibri; Letteratura DocFest; Ministero dell'Interno; Scuola superiore Interforze; Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dal 2008 presenta risultati di ricerche sull'opinione pubblica sui principali mezzi di comunicazione nazionali e internazionaltra i quali: la Repubblica; SkyTG24; Mediaset; Rai; RadioRai; Gruppo Sole24 ore; Rai International; Vizion Plus Television, Ansa, AdnKronos, Agi, TmNews. Dal 2005 ha svolto assistenza di ricerca e didattica per le cattedre di Sociologia dell'arte e della letteratura, Storia della critica e della storiografia letteraria; Letteratura italiana contemporanea; Linguistica Italiana, Linguistica generale, Impresa Televisiva e Multimediale, Analisi del Messaggio Pubblicitario, Comunicazione Pubblicitaria. Dal 2008 al 2010 ha diretto per Istituto Piepoli le Missioni internazionali nei principali Paesi di sviluppo del sistema "BRIC" (Brasile, Russia, India, Cina). Negli ultimi anni ha pubblicato oltre cinquanta studi tra cui: *Il Mercato del libro: la Regione Lazio, Il titolo perfetto, Il Mercato del Libro e Titolo, testi e comunicazione* (FrancoAngeli 2008); curato con Nicola Piepoli: *Dizionario creativo, Roma09. L'impatto socio-economico dei mondiali di nuoto; Mobilità nel Lazio. Rapporto 2008; Regione Lazio: i servizi per il cittadino. Rapporto 2009; 65+ Analisi sulla condizione di vita dopo i 65 anni; Turismo: Impatto economico-occupazionale su Roma e Provincia*. Dal 2008 cura l'annuario dell'opinione pubblica *L'opinione degli italiani*.