

## Sintesi dei risultati e metodologia

### I risultati principali

Il concetto di modernità viene associato prevalentemente a quello di Tecnologia e Progresso (circa il 70% degli intervistati): complessivamente vista in un'accezione prettamente positiva la modernità risulta essere alleata del genere umano nella sua capacità di semplificare la vita nonostante non ci si dimentichi di enunciare qualche potenziale rischio o insoddisfazione (circa un 30% degli intervistati riconosce un rischio di complicazione, aumento delle diseguaglianze e dell'individualismo).

Un po' più critici gli operatori della GDO, come emerso dall'Osservatorio economico di Indicod-Ecr di dicembre 2008, dove il 75% teme l'insorgere di problemi e l'85% riconosce potenziali nuovi rischi.

A fronte di questa visione un paese moderno non può che essere un paese maturo: capace di elaborare un pensiero strategico, che vive il presente ma progetta un futuro, con responsabilità e progetti.

In questo contesto l'Italia è vista come un paese solo potenzialmente moderno: non sfrutta a pieno le sue capacità e soprattutto non lo fa in maniera uniforme ma a macchia di leopardo (il 38% degli intervistati riconosce l'Italia moderna o abbastanza moderna).

Principali punti deboli il sistema scolastico (soddisfacente solo per il 29% delle famiglie intervistate) e le infrastrutture (soddisfacenti solo per il 32% delle famiglie intervistate). Stessa critica da parte delle imprese che hanno risposto all'Osservatorio economico Indicod-Ecr. Come poter migliorare? Emerge chiaramente che un primo ostacolo deriva da una componente culturale prettamente italiana orientata all'interesse privato piuttosto che alla collettività. Affiancando a questo dato la differenza tra quanto il Paese è visto come moderno (38%) e la quantificazione di quanto si senta moderno il cittadino (si dichiara moderno o abbastanza moderno il 70%) evidenzia uno scollamento che sottolinea proprio questa incapacità di riconoscersi nella collettività a cui si aggiunge un'innegabile manifestazione di responsabilità delegata alle Istituzioni. Un ruolo importante nella spinta al cambiamento e alla modernizzazione viene riconosciuto alle imprese (oltre il 70% degli intervistati lo condivide). Questa situazione italiana è quasi un primato in Europa; di fatti l'Italia risulta il fanalino di coda in unipotetica classifica alla modernità stilata sulle percezioni e esperienze degli intervistati che vede coinvolti Francia, Spagna, Germania e Inghilterra.

Dal dato generale emerge però che il sistema del largo consumo ha, agli occhi degli intervistati, un livello di modernità più elevato (il 67% riconosce la GDO moderna o abbastanza moderna e il 46% fa lo stesso con le imprese di produzione).

### Metodologia della ricerca

Presentiamo i risultati di una ricerca sul tema della modernità che ISPO Ricerche ha realizzato per conto di Indicod-Ecr. La ricerca si è divisa in due fasi: una prima fase, di tipo qualitativo, e una seconda fase di tipo quantitativo.

#### Fase qualitativa

Nello specifico sono stati realizzati 2 focus group, uno a Milano e uno a Bari, della durata di circa due ore ciascuno, coinvolgendo un target di cittadini abbastanza evoluti in tema di consumi tecnologici, viaggi e informazioni. L'obiettivo della ricerca qualitativa era duplice: da un lato, un obiettivo esplorativo, in vista della successiva fase quantitativa: dunque testare l'argomento della ricerca, e le domande da sottoporre al campione quantitativo, definire le aree tematiche più interessanti, e individuare la terminologia più adeguata; Dall'altro, un obiettivo prettamente conoscitivo: approfondire quindi il tema della modernità, verificare a quali aree tematiche rimanda nella percezione dei partecipanti, evidenziare associazioni e confronti importanti con altre esperienze, anche estere. I gruppi, della durata di circa 2 ore ciascuno, sono stati condotti da personale altamente specializzato.

#### Fase quantitativa

La seconda fase della ricerca è stata realizzata intervistando un ampio campione (di 1.000 individui) statisticamente rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, per le principali variabili socio-anagrafiche: sesso, età, titolo di studio, professione e area di residenza. Le interviste sono state condotte mediante PANEL TELEMATICO.

- Il campione intervistato
- *Nota 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 153/02/CSP, pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002 e 237/03/CSP del 9/12/2003).*