



FRA CONCORRENZA E PROTEZIONE

**Indagine sull'atteggiamento degli italiani
nei confronti del mercato**

*Demos & Pi per Comitato Scientifico e Ufficio Studi nazionale di
Confindustria*

NOTA METODOLOGICA

La ricerca qui presentata è stata realizzata Demos & Pi per il Comitato Scientifico ed il Centro Studi nazionale di Confindustria.

La ricerca si basa su un sondaggio telefonico svolto, nel periodo 17-24 febbraio 2006, dalla società Demetra di Venezia. Le interviste sono state condotte con il metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). I dati sono stati successivamente trattati e rielaborati in maniera del tutto anonima. Il campione, di 1500 persone, è rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 15 anni, per genere, età e zona geopolitica.

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Fabio Bordignon, con la collaborazione di Natascia Porcellato, ha curato la parte organizzativa e l'analisi dei dati. Innocenzo Cipolletta e Giulio De Caprariis hanno partecipato all'impostazione dell'indagine.

LO SPIRITO DI CONCORRENZA DEGLI ITALIANI: UN POPOLO DI “FREE RIDERS”?

Un’indagine sugli atteggiamenti sociali nei confronti del mercato.

La concorrenza: responsabilità politiche e complicità sociali

E’ nota la resistenza del sistema economico e politico italiano di fronte alle logiche della “concorrenza”. Nonostante, negli ultimi anni, i tentativi, e i passi, fatti in questa direzione, non siano mancati. Si pensi alle privatizzazioni di alcuni servizi, di grande importanza: dalla telefonia alle autostrade; dall’energia al trasporto aereo. Si pensi, inoltre, alle iniziative avviate, in sede legislativa, per regolare in modo meno corporativo le attività gestite dagli ordini professionali. Tuttavia, le resistenze e i freni, che hanno accompagnato, o meglio, ostacolato, questi processi, testimoniano di quanto sia ancora lungo e tortuoso il cammino che conduce alla realizzazione di un sistema aperto, ispirato dalla concorrenza. Le spiegazioni utilizzate, a questo proposito, fanno riferimento, principalmente, alle responsabilità della “politica”, all’antagonismo delle istituzioni “pesanti”, oppure, ancora, ai vincoli imposti dalle lobbies. Mentre si riserva poca attenzione a un’altra ipotesi, più inquietante, anche se meno “popolare”. Perché, appunto, coinvolge la società (sedicente) civile. Le persone. L’ipotesi, cioè, che sia difficile affermare la concorrenza, in

ambito politico ed economico, anche perché le resistenze, in questa direzione, sono condivise –e diffuse- nella società. Il “popolo”, quindi, non solo non offrirebbe sostegno ai progetti riformatori, che mirano a rendere più aperto e concorrenziale il nostro sistema; ma, anzi, li guarderebbe con sospetto. Nella società italiana, la concorrenza costituisce, infatti, un valore condiviso da una minoranza di persone. Perché, peraltro, oggi non esiste una “lobby” della concorrenza, in grado –almeno- di contrastare le tendenze dominanti. Visto che gli atteggiamenti “protezionisti” dispongono di una platea di consensi ampia e ben distribuita, socialmente. E trasversale: dal punto di vista della classe, delle caratteristiche anagrafiche, dell’area geografica, dell’orientamento politico. Per cui, fra gli italiani, la distanza fra i propositi, le scelte e i comportamenti appare, in questo caso, particolarmente ampia. Perché raramente - come in questo caso - gli interessi comuni divergono da quelli particolari; e raramente - come in questo caso - gli interessi particolari appaiono tanto generali(zzati).

Per verificare e precisare questa ipotesi (per quel che ci riguarda, largamente scontata già in partenza. Al punto da apparirci un “pregiudizio”), abbiamo condotto un’indagine, svolta mediante un sondaggio su un campione rappresentativo della popolazione italiana. Abbiamo rilevato, a questo fine, le opinioni e gli orientamenti su alcune variabili particolarmente significative del “discorso” sulla concorrenza: il significato/i significati attribuiti al concetto di “concorrenza”; il rapporto fra pubblico e privato; il giudizio sulle privatizzazioni, ma anche sugli ordini professionali; la percezione del mercato; le soluzioni alle sfide della globalizzazione; il ruolo assegnato al merito e l’importanza del “familismo”, nel lavoro; la diffusione di comportamenti –e di valori- “tattici” nella vita quotidiana (il ricorso alle raccomandazioni, l’accettabilità sociale dell’evasione e dell’elusione fiscale). I risultati, che presentiamo e commentiamo, per larghe linee, nei punti che seguono, non hanno smentito le nostre attese. E, se ci hanno sorpreso, è perché propongono un profilo dell’atteggiamento

sociale verso la concorrenza dai contorni ancor più marcati del previsto.

Gli italiani: liberisti e protezionisti, privati e pubblici. Senza conflitti.

1. Nei confronti della concorrenza, la società italiana rivela segni di un forte disagio cognitivo ed emotivo. O meglio, ragione e sentimento, valutazione e istinto, orientamento e comportamento, testa e corpo: sembrano andare ciascuno per conto proprio. Seguendo direzioni opposte e contrastanti. Così, gli italiani, in grande maggioranza, considerano la concorrenza una virtù. Un meccanismo positivo. In grado di promuovere libertà, efficienza e qualità. Ridare slancio all'economia. Favorire le esportazioni, migliorare i prodotti e i servizi. Ma anche di sostenere l'occupazione e di far crescere le retribuzioni.

2. Coerentemente, gli italiani attribuiscono un significato positivo al "privato". Ritenendolo la via migliore per contenere gli sprechi, aumentare la qualità e l'efficienza dei servizi. Insomma: lo specchio della concorrenza. Che nel privato trova il suo elemento naturale, per realizzarsi. Inoltre, quando pensano al "privato", gli italiani lo rappresentano libero da privilegi e da barriere. Per cui vedono con diffidenza i mille vincoli imposti dai regolamenti burocratici e professionali, che rendono difficile avviare un'attività. E costoso, accedere ad un servizio. Quindi, non sono d'accordo che, per aprire un'edicola, una farmacia, oppure per guidare un taxi, occorra una licenza. Così come ritengono –ragionevolmente– che le tariffe dei beni e dei servizi erogati da queste professioni dovrebbero venire stabilite dal mercato, non dagli ordini e dalle organizzazioni di categoria. Gli italiani: sembrano offrire molti segni di una mentalità aperta al mercato, poco incline a logiche particolaristiche e corporative.

3. Per la stessa ragione, gli italiani pensano che nel lavoro e nelle professioni occorra promuovere il merito, le capacità e le competenze personali. E, non a caso, pensano, per sé e per i propri figli, a un futuro da imprenditori, lavoratori autonomi e da liberi professionisti. Figure in-dipendenti. Che, per questo, accettano le regole (e precisiamo: “regole”) del mercato. Mentre considerano, di conseguenza, deprecabile e inaccettabile favorire l’accesso e la carriera professionale di un parente, perfino del figlio. Attraverso raccomandazioni e spinte. Come dire che amici, parenti e, soprattutto, figli dovrebbero, per così dire, procedere con le proprie gambe. O almeno: non dovrebbero godere di un sostegno tale da viziare il funzionamento del mercato del lavoro; condizionando i meccanismi della mobilità sociale.

4. Gli italiani. Liberisti e liberali. A parole. O, almeno, in astratto. Dal punto di vista teorico. In via di principio. D’altra parte, -gli italiani- sono un popolo di imprenditori, lavoratori autonomi, professionisti: liberi e liberisti. Per cui, identificano nello Stato e nella burocrazia pubblica i simulacri dell’inefficienza, del privilegio, della dissipazione, dello spreco. Concepiscono la grande impresa come una sorta di surrogato del “pubblico” e dello Stato. E della logica dinastica, anteposta al mercato e al merito personale. Visto che sono evidenti i legami, stretti, fra la grande impresa (di famiglia), la politica e lo Stato.

Aperti, disposti, orientati alla concorrenza. Gli italiani.

Per cui, le resistenze protezioniste, le logiche particolariste, andrebbero ricondotte alle responsabilità dei soliti noti. Alla burocrazia pubblica e dello Stato. Alla Politica. Che, per mantenere e riprodurre il proprio potere, ostacola e inquina i tentativi di riforma e di apertura del sistema economico.

Oppure, ancora, l’opposizione alle virtù della concorrenza giungerebbe dai muri eretti dagli ordini professionali. Dalle pressioni esercitate dagli interessi corporativi, così radicati e profondi in Italia. Il che, ovviamente, è difficile da smentire. Come, tuttavia, è difficile ignorare che queste resistenze possono contare su ampie complicità sociali. Sulla collusione da parte di settori di cittadini molto estesi.

Non è un caso che il consenso sulla concorrenza si ridimensioni di molto - e cambi, perfino, di segno- quando dai principi si passa alla realtà concreta. Quando gli orientamenti generali vengono tradotti in valutazioni specifiche, su questioni specifiche. Allora l'atteggiamento degli italiani diventa molto meno aperto. Molto meno "flessibile" (altra parola che agli italiani piace come concetto, ma non come pratica). Meno liberale e liberista. Anzi, al contrario: particolarmente chiuso e particolarista.

I "liberisti" che temono il privato

5. Il privato. Gli italiani lo apprezzano a parole e come parola. Ma la "privatizzazione" piace loro molto meno. Anche come parola (dopo la delocalizzazione, è quella che, nel sondaggio, mostra il rapporto più sfavorevole, tra giudizi positivi e negativi). E soprattutto nella pratica. D'altronde, ritengono che, dovunque sia stata realizzata, abbia prodotto più svantaggi che vantaggi. In pochi apprezzano i miglioramenti prodotti nel servizio dalle privatizzazioni nei settori della telefonia, delle autostrade, dell'energia. Perlopiù, ritengono che le cose siano rimaste come erano prima.

Comunque, in tutti questi settori, la percezione dei cittadini è che, se la qualità è rimasta la stessa, i prezzi no. Sono aumentati. Servizi uguali a prezzi superiori. Questi gli effetti delle privatizzazioni, secondo gli italiani. (Anche dove l'evidenza va in direzione opposta, come per quel che riguarda gli aerei). Per cui la maggioranza degli italiani, di fronte all'ipotesi di ri-pubblicizzarli, avanzata in sede di sondaggio, si dice d'accordo. Le privatizzazioni "incompiute", quindi, agli italiani non piacciono. Per la parte "compiuta". Meglio tornare indietro... Ancora: la maggior parte degli italiani (secondo il sondaggio di Demos) si oppone alla prospettiva di realizzare una gestione esclusivamente "privata" dei principali servizi. La sanità, la scuola, le pensioni, i trasporti. Anche la televisione. E solo in questi ultimi casi -trasporti e televisioni-, inoltre,

accetterebbero, gli italiani, una gestione mista –di pubblico e privato. Negli altri, invece, prevale la preferenza per il pubblico e per lo Stato.

Professionisti protezionisti

6. Anche nei confronti degli ordini professionali si osserva un atteggiamento ambivalente. Ricorrere a un professionista iscritto a un ordine professionale, per acquistare un medicinale, e, a maggior ragione, per comprare o vendere un'auto o una casa, non appare giusto. Le tariffe di queste "prestazioni", come si è già osservato, dovrebbero essere dettate dal gioco del mercato. Però, le stesse persone, gli stessi italiani, in larghissima maggioranza, considerano giusto, perfino naturale, che, per svolgere una professione, anzi, qualsiasi professione - l'avvocato e il commercialista, l'architetto e l'ingegnere, il medico e il farmacista, lo psicologo e il maestro di sci - sia necessario essere "iscritti a un albo". A un ordine. Un'organizzazione professionale. Insomma, senza un albo di riferimento, non c'è possibilità di esercitare un "mestiere", da soli. In modo indipendente.

Così, per acquistare i farmaci, occorre recarsi da farmacisti regolarmente iscritti all'albo. E per vendere o comprare una casa – anche se in molti criticano l'intermediazione dei notai – tutti, puntualmente, si recano da notai regolarmente iscritti all'ordine. Senza che ciò provochi disagio. Imbarazzo.

La concorrenza e il merito come meccanismi di "promozione" del mercato del lavoro. Convivono, non si sa bene in che modo, con l'indulgenza verso comportamenti "furbi", nella scuola e nell'accesso alla professione, visto che metà degli italiani giustifica il ricorso ad amicizie personali, per trovare lavoro per sé e per altri familiari. Mentre la stragrande maggioranza delle persone non vede problema nel "trasmettere" ai figli, senza tasse di successione, l'impresa o il negozio. Cioè: l'attività e il capitale "professionale". Come se le ragioni del "merito", di fronte a quelle degli amici, ma soprattutto della famiglia, dovessero retrocedere. Essere chiuse fra parentesi.

La globalizzazione protetta. Conquistare il mondo e averne paura

7. Il mercato, la competizione economica internazionale. Qui, la vocazione liberista degli italiani appare, alla prova dei fatti, e prima ancora degli atteggiamenti, davvero minima. Visto che la maggioranza degli italiani, popolo di piccoli imprenditori, lavoratori autonomi e liberi professionisti (almeno, nelle intenzioni...), in realtà, di fronte alla concorrenza internazionale, si ritrae impaurita. Oltre la metà di essi, infatti, pensa che oggi occorra soprattutto difendersi dalla competizione globale, l'80% vede nella delocalizzazione un pericolo o un vantaggio per i soli imprenditori. Mentre la maggioranza degli italiani, infine, percepisce la Cina come una minacciosa ombra, da cui difendersi erigendo barriere doganali a livello nazionale o, meglio, europeo.

8. In definitiva: gli italiani si sono abituati a vivere in un regime di concorrenza limitata, di mercato protetto. Dove i meccanismi corporativi sono talmente diffusi e penetrati a fondo, da essere interiorizzati. Anche perché –immaginiamoci tutti o quasi gli italiani (o qualche loro familiare), sono iscritti a qualche ordine o albo professionale, a qualche associazione di categoria, a qualche club. E tutti, o quasi, gli italiani (o qualche loro familiare) hanno una partita IVA, svolgono un'attività autonoma, magari precaria (COCOCO, contratto a progetto e quant'altro). Hanno una bottega, un esercizio, una ditta. Per cui tutti -o quasi- gli italiani, alla fine sono complici di questo sistema di privilegi. Di questa società semichiusa. E molti di essi hanno, comunque, il figlio, il coniuge, un parente stretto che combina, con il reddito da lavoro autonomo o professionale, un altro reddito. Pubblico o privato. E molti italiani contano di trasmettere il loro lavoro, il loro negozio, la loro attività, la loro professione –tanto più la casa e gli altri capitali accumulati - ai figli. Anche se i figli, perduti in mezzo alla loro adolescenza difficile, pensano ad altro.

Delusi e collusi. Il cerchio e la botte. Consigli per vivere felici e scontenti.

9. D'altra parte, un italiano su quattro, di fronte all'alternativa secca fra pubblico e privato, risponde: qui e là. Contemporaneamente. Allo stesso tempo. Appassionatamente. Meglio il privato, ma preferiamo il pubblico. Per noi. E nei confronti del mercato: il 32% degli italiani, quasi uno su tre, ritiene, al tempo stesso, l'apertura internazionale un vantaggio; e un grande rischio. Uno su tre: free rider. Battitore libero. Diffidente. Attento, per questo, a come gira l'aria. E quasi un italiano su due – il 48%, per l'esattezza – fa il free rider, quando si tratta di valutare l'opportunità degli ordini professionali.

La sindrome collusiva, il modello del *free rider*: sono molto diffusi fra gli italiani. Non presentano un particolare grado di concentrazione. I “free rider”, i “cerchiobottisti”, sono i più trasversali. E registrano un alto grado di concentrazione e di diffusione anche fra i lavoratori indipendenti. Di cui rappresentano quasi la metà.

Da ciò derivano le difficoltà per lo Stato, il sistema politico e i partiti, ma anche per le organizzazioni di interesse e i gruppi di pressione, di fronte al tema della concorrenza. Perché, in effetti, partecipano, tutti insieme, a un contesto che condivide sentimenti contrastanti. Domande e paure. Voglia e paura del privato. Diffidenza e domanda di pubblico. Distanza e prossimità, rispetto alle professioni. Adesione e distacco dalla globalizzazione economica. E tuttavia, proprio queste osservazioni dovrebbero indurre il sistema della rappresentanza: il governo, gli attori politici e le organizzazioni di categoria, a “modificare” questo contrasto di atteggiamenti, senza assecondarlo. Senza, in particolare, inseguire, in nome del consenso, le tentazioni protezioniste, i particolarismi, l'assistenzialismo. Come troppo spesso è avvenuto.

10. Per questo, gli italiani appaiono ancora una società “immobile”. Frenata da mille barriere e da mille vincoli, nella vita quotidiana, nella mentalità. Gli italiani: appaiono

un popolo di “free riders”; battitori liberi; che, spesso, infrangono, per primi, i principi e le regole che essi stessi affermano e sostengono. Per interesse o per pigrizia. Tifosi del mercato, delle privatizzazioni, della flessibilità. Della concorrenza. In via di principio. Mentre, in pratica, preferirebbero che queste logiche e queste regole venissero applicate agli altri. Temono la concorrenza, molti di coloro che la vogliono. Perché non percepiscono l’esistenza di tutele sociali adeguate. Gli italiani. Sono protezionisti per sé e liberisti per gli altri. Sono impauriti dal rischio di impresa. Concepiscono la flessibilità come un metodo per liberarsi dai lacci posti dalle leggi e dalle norme, ma anche per tutelarsi dall’apertura del mercato. Non per affrontarla meglio. Battitori liberi. Che copiano, a scuola, oppure scaricano dischi e film, dalla rete. Esaltano il ruolo degli italiani nel mondo, ma temono l’irruzione del mondo nel loro mondo.

Flessibili, con i piedi su due staffe. Gli italiani navigano a vista. Procedono, incerti. Con i piedi su due staffe. Preoccupati dagli effetti della concorrenza, anche se la percepiscono come una risorsa. Per cui, mentre cantano le virtù della “società aperta”, rischiano di rafforzare le mura di questa società (semi)chiusa. Per affrontare e promuovere, con efficacia, l’obiettivo della concorrenza, per questo, non è sufficiente agire sul piano delle politiche e della politica. Occorre intervenire più a fondo: sul piano dei valori, degli orientamenti personali. Senza rassegnarsi a riprodurre le paure, le incertezze –né, tanto meno ad assecondare il “senso cinico”- che attraversano la società. Occorre, invece, modificare a fondo i modelli culturali e di organizzazione sociale. Dimostrare, nello specifico, che la concorrenza è un obiettivo utile non solo in via di principio. Ma nella pratica: generale e quotidiana. Il che non è facile, e, per chi opera in ambito pubblico, perfino rischioso. Ma certamente necessario. E non più dilazionabile, se si intende allontanare l’ombra del declino che, da tempo, si allunga sul Paese.

Ilvo Diamanti
(10 marzo 2006)

APPENDICE TABELLARE

LE PAROLE CHE DIVIDONO

Può dirmi quale sentimento suscitano in lei le seguenti parole? (dati in percentuale)

	Febbraio 2006				
	Negativo (molto + abbastanza)	Positivo (molto + abbastanza)	Non sa / Non risponde	Totale	Indice: % Positivo - % Negativo
Imprenditori	20.9	75.1	4.0	100.0	+ 54.2
Sindacato	34.1	62.3	3.6	100.0	+ 28.2
Stato	32.2	62.7	5.0	100.0	+ 30.5
Globalizzazione	33.8	52.2	14.0	100.0	+ 18.4
Pubblico	19.8	73.3	6.8	100.0	+ 53.5
Privato	24.5	69.2	6.3	100.0	+ 44.7
Concorrenza	28.1	68.3	3.7	100.0	+ 40.2
Stato Sociale	24.2	66.6	9.2	100.0	+ 42.4
Commercio	17.9	78.2	3.9	100.0	+ 60.3
Privatizzazione	39.2	52.3	8.5	100.0	+ 13.1
Delocalizzazione	43.5	32.6	23.9	100.0	- 10.9
Flessibilità	29.7	62.2	8.1	100.0	+ 32.5
Mercato	18.8	75.6	5.6	100.0	+ 56.8

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

IL SIGNIFICATO DELLA CONCORRENZASecondo lei, parlare di *concorrenza*, nella società di oggi, significa parlare soprattutto di... (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
Efficienza	15.5
Qualità	21.3
Libertà	31.8
Ingiustizia	7.8
Disuguaglianza	7.1
Egoismo	11.3
Non sa / Non risponde	5.2
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

MAGGIORE O MINORE CONCORRENZA?**Secondo lei, per ridare slancio all'economia italiana, c'è bisogno di maggiore o minore concorrenza? (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006
Maggiore	64.5
Minore	25.9
[Va bene così]	4.3
Non sa / Non risponde	5.4
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

GLI EFFETTI DELLA CONCORRENZA

Secondo lei, che effetti potrebbe avere una maggiore concorrenza per quanto riguarda... (dati in percentuale)

	Febbraio 2006				
	Negativi	Positivi	[Nessun Effetto]	Non sa / Non risponde	Totale
L'occupazione	26.5	65.9	1.2	6.4	100.0
Le retribuzioni, i salari	33.6	55.6	2.3	8.5	100.0
I profitti degli imprenditori italiani	32.0	58.3	2.2	7.5	100.0
La qualità dei prodotti e dei servizi	20.7	71.5	2.5	5.2	100.0
Le esportazioni, le vendite all'estero	20.7	72.3	1.6	5.3	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

PUBBLICO E PRIVATO: PREGI E DIFETTI

Secondo lei, quale gestione è in grado di [...] quella pubblica o quella privata? (dati in percentuale)

	Febbraio 2006			
	Gestione Pubblica	Gestione Privata	Non sa / Non risponde	Totale
Contenere meglio gli sprechi	25.6	65.9	9.0	100.0
Garantire costi più bassi ai cittadini	60.8	31.1	8.1	100.0
Garantire una maggiore efficienza	31.4	60.2	8.4	100.0
Garantire una maggiore qualità	32.0	60.8	7.2	100.0
Garantire che tutti possano accedere ai servizi, non solamente le persone più ricche che possono permettersi di pagarli	80.8	15.1	4.2	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

LA CONCESSIONE DELLE LICENZE

Come saprà, in Italia, per svolgere alcune attività bisogna ottenere una licenza. E' il caso dei notai, delle farmacie, delle edicole, dei taxi, etc. Secondo lei, è giusto o sbagliato che il numero delle licenze sia un numero chiuso deciso dalle organizzazioni di categoria? (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
Giusto	39.7
Sbagliato	52.4
Non sa / Non risponde	7.9
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

LA DEFINIZIONE DELLE TARIFFE**Secondo lei,...** (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
E' giusto che gli ordini fissino delle tariffe per queste professioni	32.5
Le tariffe dovrebbero variare in base al mercato	59.7
Non sa / Non risponde	7.8
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

I FATTORI DEL SUCCESSO PROFESSIONALE

Oggi, secondo lei, per avere successo nel lavoro, per fare carriera, quanto ritiene importanti i seguenti aspetti? Ne indichi due in ordine di importanza (dati in percentuale)

	Febbraio 2006		
	Prima scelta	Seconda scelta	Totale (prima + seconda)
Il titolo di studio	16.7	18.2	34.9
Le capacità personali	39.4	22.8	62.2
La fortuna	10.4	11.6	22
L'aiuto di conoscenti, amici, o parenti	7.1	9.1	16.2
L'aiuto di politici	5.3	3.8	9.1
L'esperienza	20.3	15.6	35.9
Non sa / Non risponde	.7	18.9	-
Totale	100.0	100.0	-

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

IL LAVORO PREFERITO**Se potesse scegliere un lavoro per sé o per i suoi figli, quale preferirebbe? (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006	Ottobre 2004 *
Un lavoro in proprio	27.4	31.0
Un lavoro da libero professionista	23.6	21.5
Un lavoro alle dipendenze di una grande impresa	13.0	14.4
Un lavoro alle dipendenze di una piccola impresa o di un artigiano	5.0	4.5
Un lavoro alle dipendenze di un ente pubblico	26.2	25.8
Non sa / Non risponde	4.8	2.7
Totale	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

* Fonte: sondaggio Demos & Pi per Coop, Osservatorio sul Capitale Sociale, Ottobre 2004

PARENTELE E RACCOMANDAZIONI**Lei ritiene giusto che essere figlio o parente di qualcuno costituisca un titolo preferenziale, ovvero favorisca l'assunzione... (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006	
	In una impresa	In un ente pubblico
Giusto	26.6	14.4
Sbagliato	68.4	81.2
Non sa / Non risponde	5.0	4.4
Totale	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

GLI EFFETTI DELLE PRIVATIZZAZIONI: LA QUALITA' DEI SERVIZI

Come saprà, alcuni servizi che in precedenza erano solo pubblici, oggi sono stati, del tutto o in parte, affidati alla gestione privata. Secondo lei, che effetti ha prodotto la privatizzazione [...].

Il servizio [...] è...

(dati in percentuale)

	Febbraio 2006			
	Settore Dei Telefoni	Delle Autostrade	Settore Dell'energia	Aerei, Aeroporti
Migliorato	31.3	26.6	25.7	18.7
Peggiorato	31.2	24.3	26.9	22.8
Rimasto come prima	31.3	31.2	40.7	15.4
Non sa / Non risponde	6.2	17.8	6.7	43.2
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

GLI EFFETTI DELLE PRIVATIZZAZIONI: IL COSTO DEI SERVIZI.

Come saprà, alcuni servizi che in precedenza erano solo pubblici, oggi sono stati, del tutto o in parte, affidati alla gestione privata. Secondo lei, che effetti ha prodotto la privatizzazione [...].

I costi [...] sono...

(dati in percentuale)

	Febbraio 2006			
	Settore Dei Telefoni	Delle Autostrade	Settore Dell'energia	Aerei, Aeroporti
Aumentati	54.0	69.9	74.6	30.6
Diminuiti	16.4	2.4	4.5	16.1
Rimasti come prima	20.7	11.3	14.6	10.8
Non sa / Non risponde	8.9	16.4	6.3	42.5
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

DAL PUBBLICO AL PRIVATO (E RITORNO?)

Come saprà, alcuni servizi che in precedenza erano solo pubblici, oggi sono stati, del tutto o in parte, affidati alla gestione privata.

Lei sarebbe favorevole se questo servizio tornasse ad essere solo pubblico?

(dati in percentuale)

	Febbraio 2006			
	Settore Dei Telefoni	Delle Autostrade	Settore Dell'energia	Aerei, Aeroporti
No	32.8	25.3	27.7	27.6
Si	55.3	53.5	58.9	34.3
Non sa / Non risponde	11.9	21.3	13.4	38.1
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

L'ORIENTAMENTO PUBBLICO-PRIVATO

Alcuni servizi usati dai cittadini possono essere forniti dalle amministrazioni pubbliche oppure da aziende private. Iniziamo con il primo.

Secondo lei, [...servizio...] dovrebbe essere affidato...

(dati in percentuale)

	Febbraio 2006					
	La Scuola	La Sanità	Trasporti	Pensioni	Televisioni	Servizi Socio Assistenziali
Prevalentemente alle aziende private	5.5	7.6	16.9	7.9	19.3	11.0
Prevalentemente al pubblico	57.7	51.3	38.9	51.4	32.4	43.0
In parte alle aziende private, ma con il controllo del pubblico	34.1	38.5	40.8	33.9	42.9	42.0
Non sa / Non risponde	2.7	2.6	3.4	6.8	5.4	4.1
Totale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

L'OBBLIGATORIETA' DELL'ISCRIZIONE AGLI ORDINI

In Italia, per svolgere alcune professioni bisogna essere iscritti agli ordini professionali. Secondo lei, è giusto che un [...] per svolgere la sua professione, sia obbligato ad iscriversi all'ordine di [...] ? (dati in percentuale)

	Febbraio 2006			
	No	Sì	Non sa / Non risponde	Totale
L'avvocato	17.2	79.2	3.6	100.0
Il commercialista o il consulente del lavoro	16.4	79.8	3.8	100.0
Il giornalista	17.8	78.3	3.9	100.0
L'architetto	16.2	80.3	3.5	100.0
L'ingegnere	15.3	81.2	3.5	100.0
Il medico	10.8	86.1	3.1	100.0
Il farmacista	13.2	83.9	2.9	100.0
Lo psicologo	12.5	83.9	3.7	100.0
Il maestro di sci	33.3	60.2	6.4	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

IL RUOLO DEL NOTAIO**Secondo lei, è giusto o sbagliato che, in Italia, per comperare una casa sia necessario ricorrere a un professionista, un notaio... (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006
Giusto	44.1
Sbagliato	51.4
Non sa / Non risponde	4.5
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

I COMPORAMENTI “TATTICI”**Le elenco alcuni comportamenti tenuti da molti italiani. Mi dovrebbe dire, per ognuno se, secondo lei, sono giustificabili... (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006				
	Mai	Quasi Mai	Qualche Volta / Quasi Sempre / Sempre	Non sa / Non risponde	Totale
Copiare a scuola o a un esame	57.3	11.8	30.4	0.5	100.0
Copiare a un concorso pubblico	77.0	10.3	12.1	0.6	100.0
Usare CD, VHS o programmi per computer copiati	44.2	11.7	40.6	3.4	100.0
Ricorrere a conoscenze personali per ridurre i tempi di attesa per una visita medica	42.0	14.2	42.9	0.8	100.0
Ricorrere ad una raccomandazione per ottenere un lavoro, un incarico professionale	49.4	13.5	36.8	0.3	100.0
Offrire del denaro ad un pubblico ufficiale per ottenere benefici	92.2	3.0	4.6	0.2	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

LE SUCCESSIONI**Lei ritiene giusto o sbagliato che i genitori possano trasmettere [...], senza pagare tasse di successione, ai propri figli? (dati in percentuale)**

	Febbraio 2006	
	L'impresa	Il negozio
Giusto	71.0	71.6
Sbagliato	25.2	24.7
Non sa / Non risponde	3.7	3.7
Totale	100.0	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

L'ITALIA NEL MERCATO INTERNAZIONALE**Secondo lei, in questo momento, l'Italia dovrebbe cercare soprattutto...** (dati in percentuale, al **lordo** delle non risposte)

	Febbraio 2006
...di aprire maggiormente la sua economia verso gli altri paesi	41.2
...di proteggere la sua economia dalla concorrenza internazionale	53.0
Non sa / Non risponde	5.8
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

ATTEGGIAMENTO VERSO IL COMMERCIO ESTERO**Secondo lei, il commercio estero rappresenta per l'Italia soprattutto...** (dati in percentuale, al **lordo** delle non risposte)

	Febbraio 2006
...un'opportunità per la crescita economica, attraverso maggiori esportazioni	48.9
...una minaccia per l'economia, a causa delle importazioni dall'estero	38.1
[Entrambe]	6.3
[Nessuna delle due]	0.8
Non sa / Non risponde	6.0
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

L'ITALIA E LA CINA**Secondo lei, in questo momento la Cina rappresenta per l'Italia soprattutto...** (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
Un rischio per la sua economia e le sue imprese	65.4
Un mercato importante su cui investire	27.5
Non sa / Non risponde	7.1
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

COME CONTRASTARE LA CONCORRENZA CINESE

Si discute molto, in Italia, su come contrastare la concorrenza delle imprese cinesi. Quale delle seguenti soluzioni le sembra più opportuna? (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
Rafforzare i dazi doganali sui prodotti importati dalla Cina	19.1
Imporre dei vincoli di qualità sui prodotti che possono circolare in Europa	40.7
Stringere accordi con la Cina per la libera circolazione delle merci	7.7
Aumentare la competitività del sistema produttivo italiano (maggiori investimenti in innovazione, elevare la qualità dei prodotti, lavorare più ore, accettare salari più bassi)	19.6
Realizzare maggiori investimenti in Cina	4.0
[Questi problemi non esistono]	0.4
Non sa / Non risponde	8.6
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

OPINIONI SULLA DELOCALIZZAZIONE

Molti imprenditori della sua regione stanno spostando le proprie aziende, o una parte di esse, all'estero; secondo lei, si tratta di un fatto... (dati in percentuale)

	Febbraio 2006
Vantaggioso per le imprese e per l'economia della regione	9.5
Vantaggioso per le imprese, ma un rischio per lo sviluppo economico della sua regione	51.6
Solo negativo	34.0
Non sa / Non risponde	4.9
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

TIPOLOGIE

TIPI DI ATTEGGIAMENTO NEI CONFRONTI DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO INTERNAZIONALE
(La tipologia¹ è stata costruita utilizzando un indice di atteggiamento verso la concorrenza e un indice di apertura al mercato internazionale)

Liberisti	25.3
Free rider	31.8
Protezionisti	29.0
Altri	13.8
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

¹ I liberisti: sono coloro che mostrano un atteggiamento favorevole verso la concorrenza e non temono l'apertura al mercato internazionale;
I free-rider: sono coloro che mostrano un atteggiamento favorevole alla concorrenza ma temono l'apertura al mercato internazionale;
I protezionisti: sono coloro che mostrano delle riserve sia nei confronti della concorrenza che verso il mercato internazionale;

TIPI DI ATTEGGIAMENTO VERSO GLI ORDINI PROFESSIONALI

(la tipologia² è stata costruita utilizzando un indice relativo agli atteggiamenti verso gli ordini professionali e il giudizio sull'obbligatorietà dell'iscrizione agli ordini)

Liberisti	17.4
Free rider	48.0
Protezionisti	29.5
Altri	5.1
Totale	100.0

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

² I liberisti: sono coloro che mostrano un atteggiamento negativo verso gli ordini professionali e sono contrari all'obbligatorietà dell'iscrizione;
I free-rider sono coloro che mostrano un atteggiamento negativo verso gli ordini professionali ma sono favorevoli all'obbligatorietà dell'iscrizione;
I protezionisti: sono coloro che mostrano un atteggiamento positivo nei confronti degli ordini professionali e sono favorevoli all'obbligatorietà dell'iscrizione;

TIPI DI ATTEGGIAMENTO VERSO GLI ORDINI PROFESSIONALI

(la tipologia è stata costruita utilizzando un indice relativo agli atteggiamenti verso gli ordini professionali e il giudizio sull'obbligatorietà dell'iscrizione agli ordini)

	Classe d'età						Totale
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 e più	
Liberisti	19.7	16.8	14.5	15.5	16.9	20.8	17.4
Free rider	47.9	46.4	50.7	53.1	51.3	41.2	48.0
Protezionisti	25.8	31.9	31.1	26.6	25.1	33.4	29.5
Altri	6.6	4.9	3.7	4.7	6.7	4.5	5.1

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

TIPI DI ATTEGGIAMENTO VERSO GLI ORDINI PROFESSIONALI

(la tipologia è stata costruita utilizzando un indice relativo agli atteggiamenti verso gli ordini professionali e il giudizio sull'obbligatorietà dell'iscrizione agli albi)

	Livello di istruzione			Totale
	Basso	Medio	Alto	
Liberisti	20.4	12.9	20.3	17.4
Free rider	47.2	50.4	45.9	48.0
Protezionisti	27.0	31.5	29.2	29.5
Altri	5.4	5.3	4.6	5.1

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)

TIPI DI ATTEGGIAMENTO VERSO GLI ORDINI PROFESSIONALI

(la tipologia è stata costruita utilizzando un indice relativo agli atteggiamenti verso gli ordini professionali e il giudizio sull'obbligatorietà dell'iscrizione agli albi)

	Categoria socio-professionale							Totale
	Operaio	Tecnico, impiegato, dirigente, funzionario	Lavoratore indipendente	Studente	Casalinga	Disoccupato	Pensionato	
Liberisti	10.0	20.4	17.5	20.5	11.4	20.4	20.8	17.4
Free rider	58.6	42.5	48.6	46.1	50.5	47.3	45.0	48.0
Protezionisti	27.4	31.0	27.5	25.8	34.9	26.6	29.1	29.5
Altri	3.9	6.1	6.4	7.6	3.2	5.8	5.2	5.1

Fonte: sondaggio Demos & PI, Febbraio 2006 (N. Casi: 1500)