

demos & pi

# *Voglia di etica*

*Cittadini, banche e finanza  
in tempi d'incertezza*

*Indagine  
Demos & Pi  
per Banca Etica*

*Rapporto di ricerca*

*Ottobre 2009*

### NOTA METODOLOGICA

Il sondaggio è stato realizzato da *Demos & Pi* per Banca Etica. La rilevazione è stata condotta, nei giorni 8-12 settembre 2009, dalla società *Demetra* di Venezia, con il metodo CATI, con la supervisione di Claudio Zilio.

Il campione, di 1236 persone, è rappresentativo per i caratteri socio-demografici e la distribuzione territoriale della popolazione italiana di età superiore ai 15 anni. Margine massimo di errore (al livello fiduciario del 95%): 2.78%

L'indagine è curata da Fabio Bordignon, Luigi Ceccarini e Martina Di Pierdomenico. Ilvo Diamanti ha fornito supervisione scientifica all'intero processo di ricerca.

## SOMMARIO

1. Il valore dei valori (Commento di *Ilvo Diamanti*) p. 4
2. Oltre l'ossimoro (Note di sintesi) p. 6
3. Gli italiani e le banche p. 10
4. I cittadini tra banche e finanza etica p. 17
5. Etica, responsabilità e mercato p. 22
6. Clima economico e apertura al mercato p. 35

## IL VALORE DEI VALORI

(Commento di Ilvo Diamanti)

A scorrere i dati dell'indagine condotta da Demos per Banca Etica è difficile trattenere una reazione incredula e un poco ironica. Difficile non restare perplessi di fronte alla rilevanza attribuita ai valori.

La maggioranza degli italiani ritiene, infatti, che l'etica debba avere uno spazio importante nella finanza. Solo una frazione minima, invece, ritiene che non c'entri nulla con questo ambito di attività, dove conta solo fare profitti e remunerare i clienti. Lo stesso sentimento incredulo può emergere quando si osserva che, secondo gli italiani, le banche dovrebbero perseguire non solo il profitto, ma anche agire "a favore della società e del territorio". Dovrebbero, inoltre, fare attenzione alle conseguenze sociali e ambientali delle attività finanziarie. Alimentare le reti di solidarietà sociale.

Infine: dovrebbero rispettare criteri di trasparenza nei finanziamenti e negli investimenti e, quindi, tutelare e informare il cliente. Tanta generosità non può non sollevare qualche dubbio. Suggestire almeno che molte persone abbiano approfittato del sondaggio per scrivere un libro dei sogni. L'elenco dei desideri impossibili. Visto che questa prospettiva appare, comunque e quantomeno, largamente irrealizzata.

Tuttavia, sarebbe altrettanto sbagliato considerarli solo buoni propositi, enunciati senza convinzione. Il problema è che i "buoni" propositi e i "buoni" sentimenti oggi non sono di moda. Vittima, a loro volta, di una visione del mondo, questa sì consolidata, che dà rilievo ad altri valori, di segno ben diverso e quasi opposto.

L'aggressività, l'in-flessibilità, l'utilitarismo, l'individualismo. Per avere successo, oggi, non ci si deve richiamare al bene comune. All'altruismo. Alla solidarietà. Non conviene. Si rischia di non venire presi sul serio. Nella migliore delle ipotesi: di essere considerati deboli e ingenui. Eppure, la domanda di buoni sentimenti è diffusa e fondata. Non solo perché ad essere "buoni", ogni tanto almeno, male non fa. Ma perché, al contrario, fare del "bene" fa bene anche a chi lo fa. Perché, inoltre, il bene comune, l'etica hanno effetti sociali e soggettivi non solo rassicuranti, ma efficaci e concreti. Tant'è vero che, come dimostrano numerose indagini, la diffusione di azioni e pratiche altruiste e solidali, nel nostro paese, è molto ampia. A livello individuale e associativo. Solo che, come abbiamo detto, si stenta ad ammetterlo, a riconoscerlo.

D'altra parte, l'indagine Demos-Banca Etica fornisce indicazioni chiare, al proposito. Smentisce, anzitutto, l'idea che gli italiani valutino il rapporto fra etica e finanza in modo insincero e/o ingenuo. Al contrario. Sono, invece, realisti e disillusi. Infatti, 3 persone su 4 sostengono che fino ad oggi lo spazio dell'etica, nel campo dell'economia e nella finanza, è stato largamente inadeguato. Più che ridotto: residuale. Se si pensa al futuro, peraltro, più di metà di essi non si illude. Non cambierà nulla. Resterà come adesso. E come prima.

I cittadini, cioè, temono, non senza qualche ragione, che l'esperienza della crisi, per quanto traumatica, non abbia insegnato molto. Che, al contrario di quanto molti osservatori e operatori hanno ripetuto negli ultimi mesi, non se ne uscirà migliori. Che gli errori e i vizi del passato potrebbero, al contrario, ripetersi. Ed è per questo che il valore attribuito ai valori oggi assume un significato diverso. Che

l'importanza attribuita alle virtù non è virtuale ma realista. Reale. Se la parola "solidarietà" è apprezzata da 8 persone su 10 e la parola "etica" da quasi 7 su 10: è perché se ne sente il bisogno. Perché definiscono un bene scarso e limitato. Ma al tempo stesso utile. Tanto più e soprattutto nell'ambiente del credito e della finanza.

D'altro canto, "credito" significa "fiducia". E la fiducia nelle banche e nel credito oggi è molto bassa. Espressa da circa 2 italiani su 10. Poco meglio dei partiti. Non solo, in quasi 2 persone su 3 la parola "banca" suscita un sentimento negativo. In altri termini: ri-sentimento.

Ma se non si dà credito al credito, come credere che il credito possa essere creduto e credibile? Per questo motivo la domanda sociale di trasparenza nelle transazioni, nei finanziamenti, negli investimenti, nei depositi più che un desiderio o un auspicio suona come una condizione vincolante, nel complesso rapporto dei cittadini con il credito. E la domanda che le banche investano nel contesto economico e associativo del territorio è altrettanto "ragionevole", in quanto riflette l'esigenza di alimentare le condizioni dello sviluppo territoriale.

Anche la richiesta di operare per la salvaguardia dell'ambiente e di investire in "buone" cause riflette l'esigenza di colmare il deficit etico che affligge la società e produce insoddisfazione diffusa. E diffidenza. Il fine altruista, in questo caso, coincide (come in molti altri casi) con un fine egoista. O meglio: orientato al beneficio personale oltre – e insieme – al bene comune.

D'altronde, basta osservare e analizzare la componente delle persone maggiormente sensibili all'etica. Sono le stesse che aderiscono maggiormente ai valori della concorrenza e del mercato. Quelle che mostrano sentimenti meno negativi nei confronti delle banche e del credito. Le più fiduciose negli effetti rigeneratori della crisi. Convinte, cioè, più degli altri, che la lezione della crisi sia servita. Che il mondo della finanza e del credito ne uscirà "più giusto e rispettoso dei bisogni dei consumatori e degli investitori".

D'altra parte, se la maggioranza degli italiani pensa che le banche siano necessarie allo sviluppo ma, al tempo stesso, che solo poche di esse siano oneste; se continua comunque a riferirsi ad esse, a utilizzarle: non è solo perché non è possibile farne a meno. È perché gran parte degli italiani è convinta che sia possibile – e ovviamente si debba – cambiare. Ridimensionare il divario – ritenuto ancora sensibile – tra la domanda di etica e il comportamento delle banche. Come d'altronde dimostra l'esperienza di alcuni istituti e di alcune esperienze (fra cui, ovviamente, Banca Etica, che ha promosso la ricerca).

Questa indagine sottolinea, in modo molto chiaro, che i valori, l'etica hanno smesso da tempo di essere considerati in modo esclusivo alla stregua di virtù "gratuite" e "altruiste". L'etica, al contrario, serve. Deve essere coltivata e anzitutto riconosciuta, dichiarata, senza reticenze. Perché è "utile" e necessaria, alla vita sociale e delle persone. E agli interessi delle banche.

## OLTRE L'OSSIMORO

(Note di sintesi)

Banca Etica, committente di questa indagine, è (quasi) un ossimoro. Si tratta, infatti, di una istituzione e di una impresa che associa, già nel nome, dimensioni quasi inconciliabili: economia ed etica. Dimensioni che, a loro volta, richiamano razionalità differenti, sicuramente, ma non necessariamente in antitesi: l'efficienza e la solidarietà. La razionalità economica e la razionalità etica. Tuttavia, queste due forme di identità, con i rispettivi valori di riferimento e le specifiche logiche che ne accompagnano le prassi, hanno un comune terreno di interscambio: la società. Ed è qui che le due (anti)tesi possono trovare una sintesi.

### *Voglia di etica*

Infatti, pur partendo da presupposti diversi, l'intreccio tra queste due logiche diventa inevitabile. Oltre ad essere auspicabile. E' una prospettiva che emerge non solo nella riflessione teorica e filosofica sul rapporto tra etica ed economia. Ma anche negli orientamenti dell'opinione pubblica interrogata nell'ambito di questo lavoro di ricerca Demos-BancaEtica.

Metà dei cittadini intervistati sostiene che *l'etica può e deve avere uno spazio nel mondo della finanza* (51%). Di questi, uno su tre (32%) – e sono un po' più ottimisti della media, che è pari al 27% - ritiene (o meglio spera) che, superata la crisi, *l'economia e la finanza diventeranno più giuste e rispettose dei bisogni di consumatori e investitori*. Spera cioè che le banche possano diventare più etiche.

A livello generale, dalle opinioni rilevate si osserva una diffusa "voglia" di etica, che potrebbe essere interpretata come *wishful thinking*, cioè come una desiderabile ipotesi. Allo stesso tempo, infatti, i cittadini si pongono con una certa cautela di fronte agli esiti di questo processo orientato alla sensibilizzazione etica della finanza. Si tratta, quindi, di una domanda sociale connotata da un sentimento di prudenza.

Si rileva, in altri termini, un "realismo" diffuso, specialmente quando i cittadini guardano in prospettiva, oltre questa fase di crisi. Quasi sei intervistati su dieci (58%) ritengono che, anche quando il clima tornerà più disteso, il rispetto dei risparmiatori e dei consumatori resterà come prima (e uno su dieci mette in conto anche la possibilità di un ulteriore deterioramento di questo rapporto).

Resterà, dunque, quel deficit di etica che secondo i cittadini ha segnato il sistema economico e finanziario. Infatti, solo il 14% degli intervistati ritiene che fino ad oggi l'etica abbia avuto cittadinanza in questo mondo. La maggioranza - tre cittadini su quattro - ritiene invece che la sensibilità etica abbia avuto *poco* (52%) o *nessuno* (23%) spazio.

E' largamente diffusa nella società italiana, peraltro, l'idea che la crisi di questi mesi non venga colta come una occasione per orientare il mercato verso una maggiore tensione etica. E' nelle pieghe di queste aspettative sociali che bisogna lavorare per dare risposte ad una istanza che viene dal basso.

I dati Demos-BancaEtica fanno osservare che proprio i risparmiatori "etici" - quanti cioè hanno dichiarato di avere investito in banche che si impegnano in progetti sociali e ambientali – si distinguono dagli altri intervistati per:

- apprezzare maggiormente le banche (nel 41% dei casi la parola *banca* suscita un sentimento positivo, contro il 31% della residua porzione del campione. Il 53% di loro (contro il 42%) riconosce alle banche un ruolo importante nella gestione dei propri risparmi;
- essere più disposti ad investire in imprese di tipo sociale (l'80% contro il 64%), e le banche etiche vengono percepite come imprese sociali perché più attente alla trasparenza, al rispetto dei molteplici contesti (sociali, ambientali, culturali) in cui si trova ad operare.
- avere più elevate aspettative in relazione alla dialettica tra etica ed economia: ritengono, in misura maggiore, che la fine della crisi porterà nel sistema economico e finanziario prassi più giuste e rispettose dei bisogni di consumatori e investitori (32% vs. 26%);

### ***Una domanda strutturale***

Va inoltre sottolineato come questa domanda di etica, e la parallela sfiducia degli italiani nel sistema delle banche e della finanza, appaia più strutturale che congiunturale. Detto in altri termini, si tratta di una istanza pregressa, che non trova una particolare spinta nell'attuale situazione di crisi. Anche se proprio nei momenti di crisi è plausibile operare una ridefinizione dei modelli individuali di comportamento e di valutazione delle scelte; come il modo di rapportarsi ai consumi, e nello specifico l'approccio al sistema bancario e alle modalità di risparmio. Sicuramente alcuni degli atteggiamenti rilevati dall'indagine Demos-BancaEtica sono stati sollecitati dalla crisi economico-finanziaria di questi mesi. Ma, di fatto, l'orientamento generale sembra fortemente radicato nelle prospettive dei cittadini e non ha visto particolari cambiamenti nell'ultima fase: per questo va letto in un'ottica di lungo periodo e non legato alla situazione contingente.

Vi è dunque una convinzione diffusa nella società che l'etica, in quanto bussola valoriale per la definizione delle prassi da adottare nell'attività bancaria, rappresenti non solo un'esigenza ma anche qualcosa di conciliabile con le logiche del sistema economico e finanziario. Questa almeno sembra essere l'idea suggerita da larga parte dei cittadini interpellati. Le loro opinioni sollecitano il sistema dell'economia e della finanza verso un maggiore rispetto del contesto (inteso in senso lato) in cui operano, evitando tentazioni di autoreferenzialità.

### ***Etica è trasparenza e solidarietà***

L'etica in ambito finanziario, secondo le percezioni dei cittadini, si declina anzitutto nell'idea di *trasparenza*. Questo tratto, *la trasparenza negli investimenti e nei finanziamenti* (indicato da quattro rispondenti su dieci: 37%), evidentemente non viene riconosciuto quale carattere distintivo del sistema finanziario nel suo complesso.

Ma l'importanza attribuita alla *trasparenza* – valorizzata al pari *del rispetto e della tutela del cliente*, 35% – denota indubbiamente una maturità del cittadino-risparmiatore. Il quale valorizza requisiti di sistema (come la trasparenza appunto)

nella stessa misura di “interessi” che lo coinvolgono in modo più diretto, come la tutela del cliente.

Del resto, la trasparenza è un fattore importante nel rapporto tra il sistema bancario e il suo ambiente. E' una prerogativa che sta alla base della fiducia nei confronti della banca stessa. E la fiducia, va ricordato, si configura come l'elemento prioritario nella scelta dell'istituto di credito (viene indicata dal 33% degli intervistati). Si tratta di una risorsa che si riverbera sull'intensità e sulla qualità del rapporto con la banca.

E' evidente come, per stimolare l'eticità delle banche, non siano sufficienti scelte critiche, responsabili, consapevoli operate a livello individuale, nello stile di consumo e di investimento collettivo. Sebbene chi si dichiara più vicino alle “banche etiche” faccia osservare un profilo sociodemografico (segnato maggiormente da soggetti giovani e segmenti scolarizzati) e culturale piuttosto caratterizzato. Da tale identikit emergono i tratti di una cultura politica “partecipante”: attenta alla dimensione civica, incline ad assumersi responsabilità su questioni di interesse collettivo e apertura nel rapporto con gli altri e la società. Si tratta di una minoranza – e al tempo stesso un'avanguardia di *creativi culturali* - segnata da nuove sensibilità in termini valoriali, di stile di vita e di consumo, che intersecano la sostenibilità ambientale, i diritti umani e l'economia etica, appunto.

### ***La Politica e le politiche***

La politica, in questo quadro, ha un ruolo fondamentale: di definizione di regole, di azioni di controllo, nella trasmissione di valori e linee di condotta, nella definizione di scenari futuri. Ma la politica è vista e giudicata in modo ancor più severo delle banche. Banche e politica nelle immagini sociali si legano, distanti da valori e significati come etica, solidarietà e concorrenza.

In generale le banche, come sistema, non godono di un credito sociale elevato. Si tratta di un “dato” ormai strutturale e costante nel tempo. La componente di cittadini che prova fiducia si limita a circa il 20%, con una certa flessione nel corso degli ultimi dieci anni. Inoltre, a sei intervistati su dieci la parola “Banca” suscita un sentimento negativo (solo a uno su tre positivo).

Va però sottolineato, al di là di questo dato generale, che l'approccio con la banca si caratterizza per una certa ambivalenza nella valutazione. Le banche, secondo gli intervistati, sono importanti *per lo sviluppo* (68%), ma al tempo stesso (per il 65%) *quelle oneste sono davvero poche*.

La banca è una struttura presente sul territorio, gioca un ruolo nelle più generali dinamiche dello sviluppo, nella politica locale, nei progetti delle famiglie. Svolge un ruolo importante, che viene riconosciuto dalla società. Al tempo stesso questo ruolo sociale del sistema bancario si configura come una sfida centrale in tempi segnati da incertezza rispetto al futuro. Da qui le aspettative sociali, attente e critiche, non solo in termini strumentali (la banca nella sua dimensione commerciale), ma anche sotto il profilo dell'etica, quindi nel rapporto con i suoi molteplici contesti (sociali, ambientali, valoriali).

### *Il valore aggiunto dell'etica (nella finanza)*

La società, in sintesi, si mostra progressivamente più esigente nei confronti del mondo bancario. Ad una estesa maggioranza che chiede spazio per l'etica nel mercato, si affiancano segmenti sociali che ormai adottano stabilmente nel loro stile di consumo, quindi nelle scelte circa l'uso (e l'investimento) del denaro, considerazioni che vanno oltre la dimensione strumentale. Si mostrano progressivamente più sensibili a temi come l'impatto sociale e ambientale delle scelte di natura commerciale. Richiamandosi a valutazioni di valore per operare scelte che afferiscono alla propria quotidianità di consumatori.

Al di là dei settori "impegnati" e critici, le banche si inseriscono in un ambiente segnato, ormai, da un orientamento gradualmente più attento alla responsabilità sociale delle iniziative economiche e del comportamento etico delle imprese: il 62% dei cittadini afferma che *un'impresa accanto al profitto deve investire progetti a favore della società e del territorio*. Inoltre, le politiche di *investimento di una parte degli utili di una banca in progetti sociali e ambientali* viene ritenuto *fondamentale* da un cittadino su quattro (27%), e *importante* dal 54%. In totale, quindi, questa sensibilità accomuna otto risparmiatori su dieci. Si tratta di una maggioranza che contribuisce a ridefinire il contesto in cui si muovono l'economia e la finanza oggi.

Accanto a questo ampio mercato potenziale, si muove una minoranza "etica", composta di cittadini e consumatori, di cittadini-consumatori responsabili, più disposti di altri ad investire nelle imprese sociali: un ruolo che le banche possono ricoprire, contaminandosi con i principi dell'etica. Si tratta dei risparmiatori più esigenti rispetto alle prassi dell'economia, che al tempo stesso attribuiscono un ruolo sociale alle banche. E vedono nell'etica un *valore aggiunto*, che fa la differenza. L'etica può diventare, così, un elemento redditizio, di "valore", nel sistema economico-finanziario. Può esistere, in altre parole, un "mercato dell'etica". Oltre l'ossimoro.

## GLI ITALIANI E LE BANCHE

### 1. I giudizi sulle banche (italiane e straniere)

Il terremoto che ha scosso l'economia mondiale (e italiana) nel corso del 2008, e che ha avuto il suo epicentro proprio nel mondo della finanza, ha modificato in misura solo marginale l'atteggiamento dei cittadini italiani nei confronti degli attori che operano nel settore del credito.

Non certo perché il legame fiduciario tra cittadino-risparmiatore e Banche fosse sufficientemente solido da resistere all'urto di queste turbolenze; non certo perché l'esplosione della crisi abbia colto di sorpresa l'opinione pubblica: è vero, semmai, il contrario.

Da tempo le avvisaglie della crisi erano ben visibili, nella percezione degli italiani, che nei sondaggi disegnavano un presente a tinte fosche e un futuro ancor più denso di nubi. Da tempo, gli atteggiamenti nei confronti dei soggetti economici delineavano una progressiva erosione del rapporto di fiducia verso il mercato e verso i suoi attori. E tra questi, i soggetti del mondo della finanza e del credito avevano subito l'emorragia di consensi più consistente.

Se guardiamo all'evoluzione della fiducia nelle banche (*Fig.1*), nel corso dell'ultimo decennio, possiamo notare come il raffreddamento più deciso, a partire da valori di per sé non entusiasmanti, si consumi intorno al 2002-2003, quando la fiducia negli istituti bancari, dichiarata dagli italiani intervistati da Demos, scende di circa otto punti. Successivamente, il dato continuerà ad oscillare attorno al 20%. Circa una persona su cinque si fida, dunque, delle banche, e le ultime rilevazioni, successive all'esplosione della crisi, non sembrano modificare le opinioni in proposito. Anzi, fanno segnare una, seppur lievissima, risalita. Forse perché il livello di fiducia era già basso (e declinante) in precedenza. Forse perché, nei momenti di difficoltà, si tende a chiedere (quasi a pretendere) protezione, appellandosi soprattutto alle organizzazioni più "vicine".

Negli ultimi mesi del 2008, come spesso avviene nelle fasi di grande emergenza, la fiducia nelle istituzioni (dello stato e del mercato) è tornata, seppur di poco, a salire, coinvolgendo anche i soggetti del mondo economico. Non è escluso, inoltre, che in questo periodo gli italiani abbiano iniziato a formulare il proprio giudizio in modo selettivo: tra il mondo della finanza e istituti di credito, tra istituti stranieri e istituti italiani (oltre che tra "le banche" e "la propria banca").

In generale, i giudizi sulle banche, presso l'opinione pubblica italiana, paiono segnati da prospettive contrastanti e, spesso, da posizioni ambivalenti.

(*Fig. 2*) Se oltre un terzo del campione interpellato nella ricerca Demos-BancaEtica continua a giudicare le banche *importanti per lo sviluppo della nostra società* (68%), una frazione di pochi punti inferiore ritiene che *in Italia le banche oneste siano davvero molto rare*.

Di fronte ad una affermazione più generale, relativa al ruolo delle banche quale supporto nella gestione dei risparmi, la popolazione italiana si spacca in due, ma in generale tende a prevalere una prospettiva di segno negativo: solo il 43% delle persone vedono negli istituti di credito un soggetto imprescindibile quale supporto nell'amministrazione del bilancio domestico, mentre la maggioranza assoluta (55%) ha delle riserve in proposito.

Questa configurazione delle opinioni tende a riproporsi (ma con sfumature ancora più negative) se consideriamo il giudizio generale sulle banche (*Fig. 3*), che

vede oltre il 60% del campione schierarsi su posizioni critiche ed appena il 32% a promuovere gli istituti di credito.

Questo dato generale varia in modo significativo se disarticoliamo il campione sulla base dei principali caratteri socio-demografici (Fig. 4). Le critiche più esplicite nei confronti del settore bancario provengono, infatti, da settori specifici della popolazione. Il giudizio è più negativo tra gli uomini rispetto alle donne e, in generale, si fa più intenso spostandosi dalle classi più giovani verso quelle più anziane, toccando il punto di maggiore criticità tra i 55 e i 64 anni. Il giudizio è più severo tra le persone con basso livello d'istruzione, residenti nel Centro Italia, in comuni di dimensioni medie o piccole. E' significativo notare, inoltre, come la disaggregazione per professione individui in una precisa categoria l'area di maggiore insoddisfazione nei confronti delle banche: quella degli imprenditori e dei lavoratori autonomi.

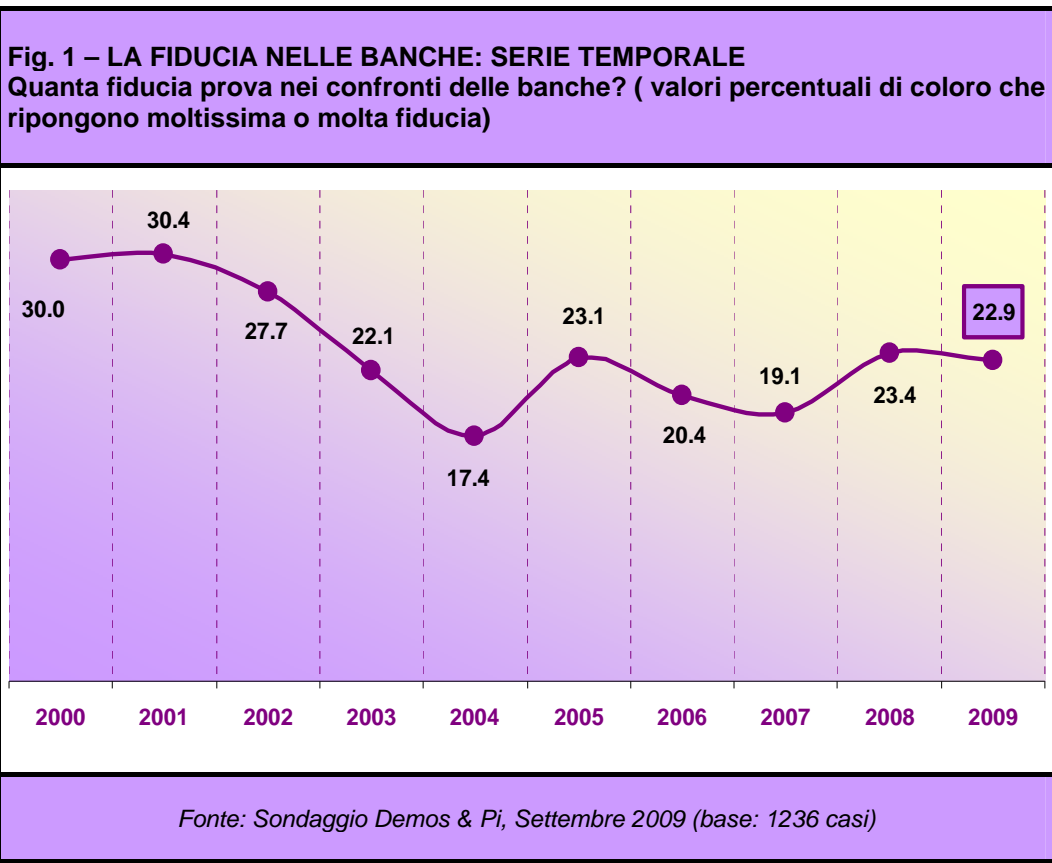
Va precisato che, se le banche navigano, ormai da tempo, su livelli di consenso piuttosto esigui, lo stesso clima di sfiducia circonda da qualche anno i diversi attori del mercato, coinvolgendo, in particolare, quelli più vicini al mondo della finanza. La borsa, secondo gli ultimi dati disponibili, gode di un consenso "ad una cifra", essendo guardata con fiducia da appena l'8-9% degli italiani (grossomodo allo stesso livello dei partiti politici, da diverso tempo tra i soggetti provvisti dei livelli più esigui di gradimento).

## 2. Dove conviene ed è sicuro investire

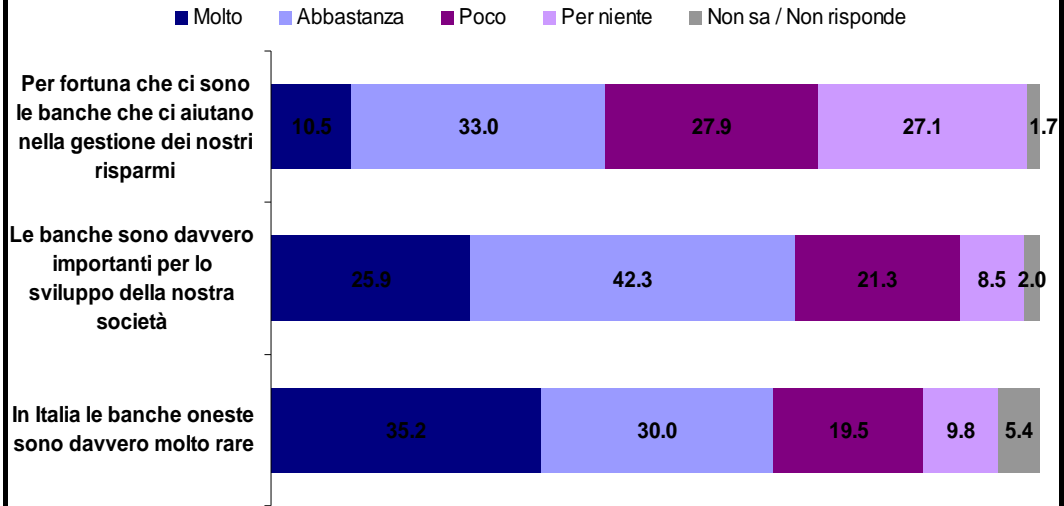
Così, i cittadini, nel tentativo di tutelare i propri risparmi, tendono a valorizzare i vecchi strumenti di investimento e le ricette più tradizionali. Su tutti il "mattoncino", da sempre visto come la soluzione più opportuna per garantire (e fare fruttare) il patrimonio. Acquistare case, appartamenti, terreni: per il 56% è questa (quando possibile) la forma di investimento più conveniente (e oltre sei persone su dieci la collocano tra le prime due); ma anche la più sicura, secondo il 46% delle persone interpellate (Tab.1 e 2).

Convenienza e sicurezza, nel *day-after* dello *shock* finanziario che ha travolto i mercati, tendono quasi a sovrapporsi. I quesiti inerenti alle due dimensioni propongono, infatti, graduatorie del tutto analoghe. Dopo gli immobili, ad offrire maggiori garanzie agli occhi dei risparmiatori sono proprio, sebbene molto staccate nella gerarchia emersa dal sondaggio, le modalità a rischio più contenuto.

Una sorta di ritorno al passato, dopo anni di infatuazione per il mercato finanziario, dopo anni di "nuova" economia. I Bot vengono quindi indicati non solo come metodo sicuro di investimento (13%), ma anche, nonostante i rendimenti ormai molto bassi, per la loro convenienza (8% al primo posto, 15% sul totale del campione). Assieme ai prodotti delle Poste italiane, indicati dal 9% dei rispondenti come metodo più conveniente di investimento (17% sommando la prima e la seconda risposta). Seguono, al 5%, i prodotti assicurativi, quindi i fondi comuni di investimento e le azioni in borsa, appaiate al 4%. Come anticipato, se, in luogo della convenienza, utilizziamo la prospettiva della sicurezza dell'investimento, la graduatoria e le percentuali appaiono del tutto analoghe.

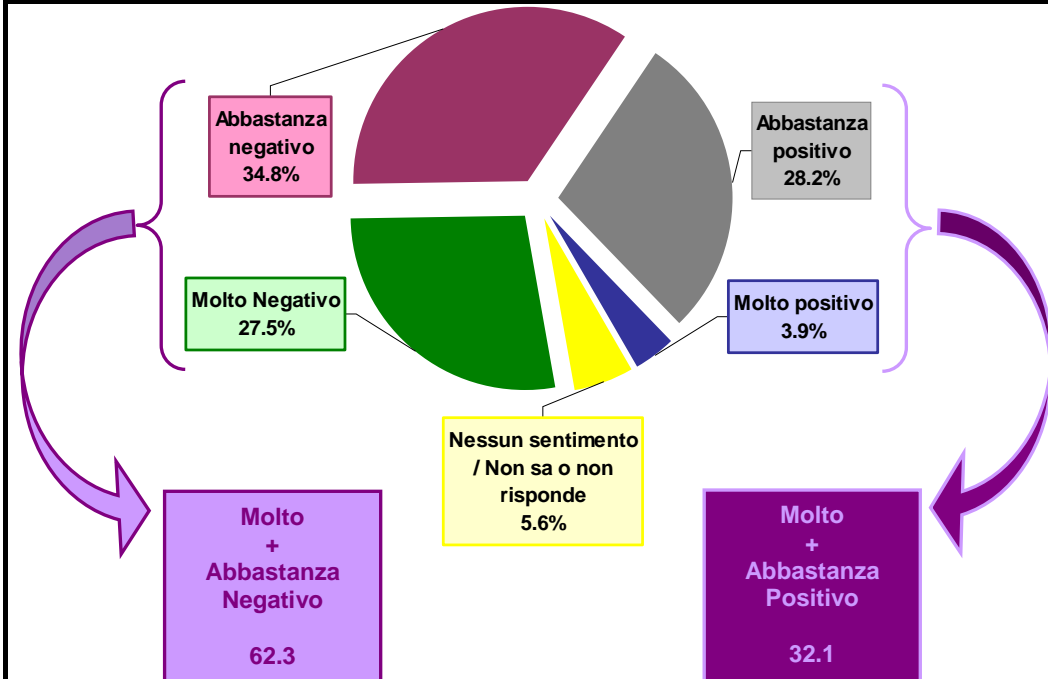


**Fig. 2 – LE OPINIONI SULLE BANCHE**  
 Le leggerò ora alcune affermazioni. Mi può dire quanto si sente d'accordo con ognuna di esse? (valori percentuali)



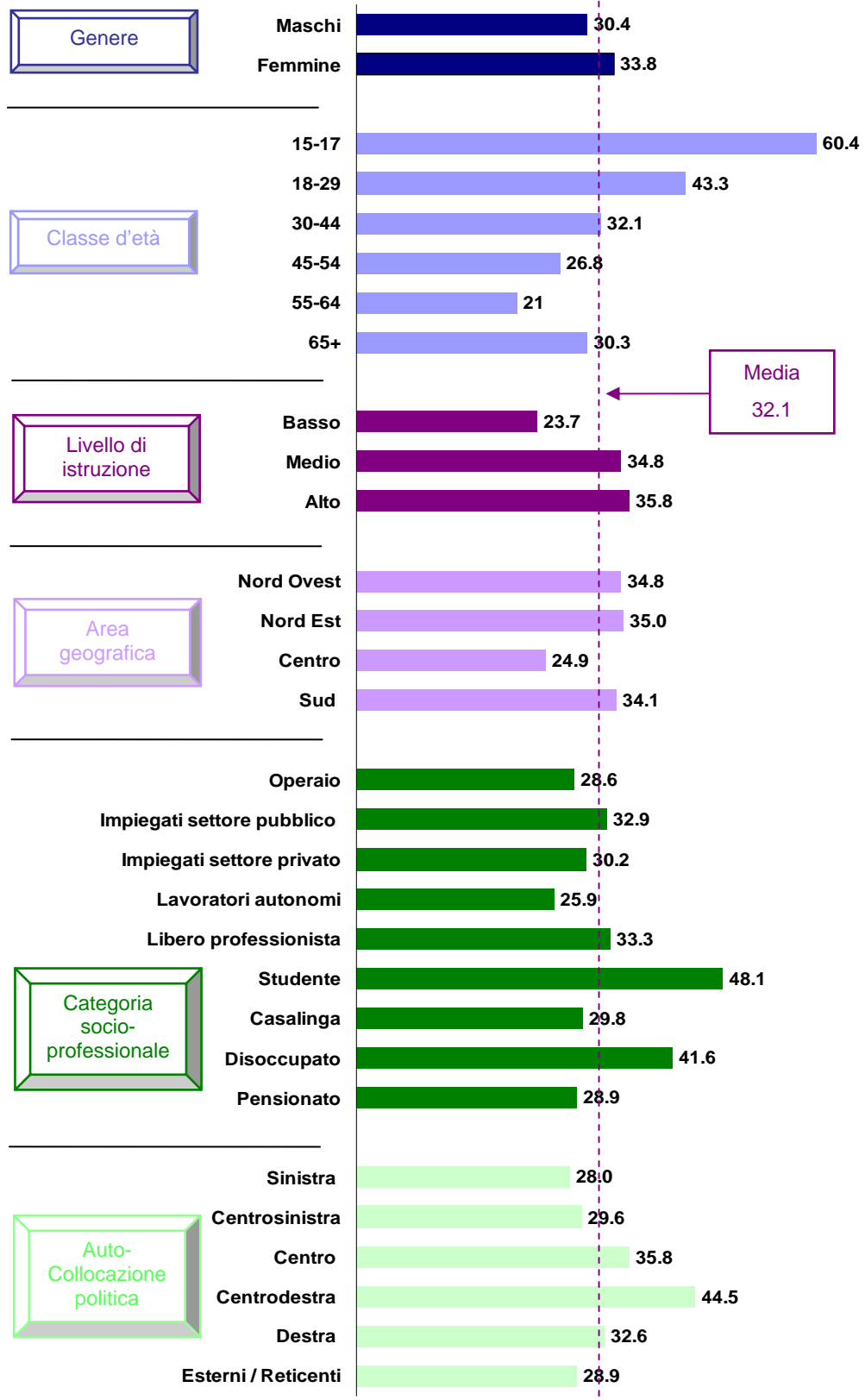
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 3 – I SENTIMENTI VERSO LE BANCHE**  
 Può dirmi quale sentimento suscita in Lei la parola banca? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 4 – I CITTADINI VICINI ALLE BANCHE: UN PROFILO**  
(percentuali di persone, per categoria socio-demografica, che hanno un giudizio molto o abbastanza positivo nei confronti delle banche)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Tab. 1 - DOVE CONVIENE INVESTIRE**

Secondo lei, oggi, dove è più CONVENIENTE investire i soldi?  
(valori percentuali) – L'intervistato poteva fornire due risposte.

	Settembre 2009		
	PRIMA SCELTA	SECONDA SCELTA	TOTALE
In immobili: acquistando case, appartamenti, terreni	56.1	5.0	61.1
In borsa, comprando azioni	4.0	4.4	8.4
Nei fondi comuni di investimento	4.1	4.9	9.0
In prodotti assicurativi, pensionistici	4.9	6.9	11.8
Nei BOT (dello stato italiano)	8.1	6.6	14.7
Nei prodotti delle Poste Italiane	8.6	8.8	17.4
Non sa / Non risponde	14.2	63.4	---
TOTALE	100	100	---

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Tab. 2 - DOVE E' SICURO INVESTIRE****Secondo lei, oggi, dove è più SICURO investire i soldi?****(valori percentuali) - L'intervistato poteva fornire due risposte.**

	Settembre 2009		
	PRIMA SCELTA	SECONDA SCELTA	TOTALE
In immobili: acquistando case, appartamenti, terreni	45.9	7.2	53.1
In borsa, comprando azioni	4.6	3.1	7.7
Nei fondi comuni di investimento	4.3	2.8	7.1
In prodotti assicurativi, pensionistici	6.8	6.0	12.8
Nei BOT (dello stato italiano)	12.5	6.9	19.4
Nei prodotti delle Poste Italiane	10.1	8.4	18.5
Non sa / Non risponde	15.7	65.5	---
TOTALE	100	100	---

*Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)*

## I CITTADINI TRA BANCHE E FINANZA ETICA

### 1. I contatti con le Banche Etiche

Un po' tutte le banche oggi fanno riferimento alla dimensione "etica" nella loro comunicazione istituzionale. Si tratta – come è noto - di un aspetto che può essere declinato in elementi diversi ma contigui, valori come la responsabilità sociale d'impresa e la trasparenza, la centralità del territorio e l'attenzione alla dimensione locale, all'impatto dell'attività finanziaria nei confronti dell'ambiente considerato in senso estensivo.

A questa tendenza nei processi comunicativi, che peraltro non segna solo le istituzioni bancarie (e non solo quelle nate nel solco di questa tradizione), si legano alcuni tra i risultati dell'indagine Demos-Banca Etica presi in esame in questa sezione del report.

Il 13% degli intervistati (*Fig. 5*) dichiara di *avere attualmente investito dei risparmi in banche che si impegnano in progetti sociali, ambientali o a favore dei paesi poveri*.

Questa parte di risparmiatori ha, di fatto, preso coscienza che la propria banca oltre a seguire la logica dell'impresa si impegna anche verso l'ambito sociale. E' tuttavia evidente che il risparmiatore medio non è un soggetto che mostra una particolare propensione a tenersi informato sulle attività sociali della propria banca, ammesso che la sua banca di riferimento si impegni in queste azioni e che vengano poi comunicate all'esterno attraverso bilanci di sostenibilità, la comunicazione istituzionale e gli spot pubblicitari, le informazioni alla clientela. La maggior parte dei cittadini (85%), infatti, dice di non avere risparmi investiti in banche attive sul fronte sociale e ambientale.

### 2. Il peso del fattore etico nella scelta della banca

Consideriamo ora solo coloro che hanno affermato di avere dei risparmi investiti in banche attente alla dimensione etica (il 13% del campione). Abbiamo chiesto a questo segmento di cittadini di fornire una valutazione di quanto abbia pesato questa *mission* nella scelta della banca di cui sono clienti.

Si tratta ovviamente di una valutazione ex-post, che razionalizza una scelta già operata in un passato anche lontano per molti casi. Tuttavia, si osserva che quasi la metà degli intervistati ha prestato una certa attenzione a questo aspetto (*Fig. 6*): dei 13 italiani su 100 che hanno investito in banche attente alla dimensione etica, 2 lo ritengono un aspetto *fondamentale* mentre 5 lo considerano *importante*, anche se non basilare (avendo preso in considerazione anche altri elementi dell'offerta, e dell'immagine di una banca).

La metà restante sostiene, invece, di non aver prestato particolare attenzione alla sensibilità "etica" dell'istituto.

Dunque, nella scelta di una banca questo tipo di sensibilità sembra assumere un certo peso per una componente numericamente limitata, di nicchia, di cittadini italiani.

Del resto, va anche detto che la scelta di una banca non può prescindere da considerazioni di altra natura: logistica, economica, relazionale, affettiva (*Fig. 7*) Ad esempio l'"elemento *fiducia*": provare cioè un sentimento di vicinanza nei

confronti di una banca sembra essere l'aspetto che oggi – in tempi di diffidenza e incertezza diffusa – viene maggiormente apprezzato nella ipotetica scelta di una banca. Un cittadino su tre fa riferimento a questo tratto (33%); in particolare viene indicato maggiormente dalle donne e dai soggetti meno istruiti, che vedono probabilmente in questa risorsa una scorciatoia cognitiva per la scelta.

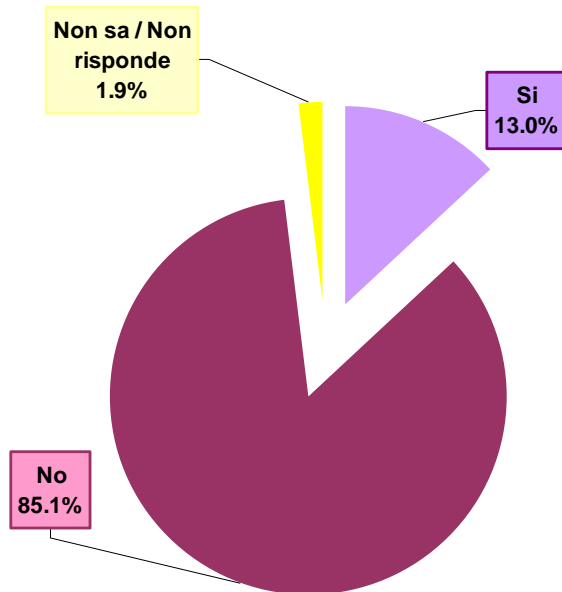
Ovviamente la *qualità del servizio* - una banca resta fundamentalmente un'organizzazione che eroga servizi al cliente - si configura come un altro punto cruciale e viene indicato dal 22% dei cittadini. In particolare sono i soggetti più giovani, le persone di genere maschile e quelle più scolarizzate, quindi più competenti ed esigenti, che pongono l'accento su questo punto.

Troviamo infatti elementi quali il ritorno economico (rapporto tra *costi e rendimento* indicato dalle componenti più istruite e giovani di età). Poi la prossimità ai luoghi della quotidianità degli intervistati (la *comodità e la vicinanza* viene menzionata invece con più frequenza dai soggetti adulti) e la sfera relazionale, il clima familiare dovuto alla conoscenza e alla *gentilezza degli impiegati* (più apprezzata dagli anziani). Questi tre caratteri sono indicati da circa un intervistato su dieci (rispettivamente 13%, 11% e 9%).

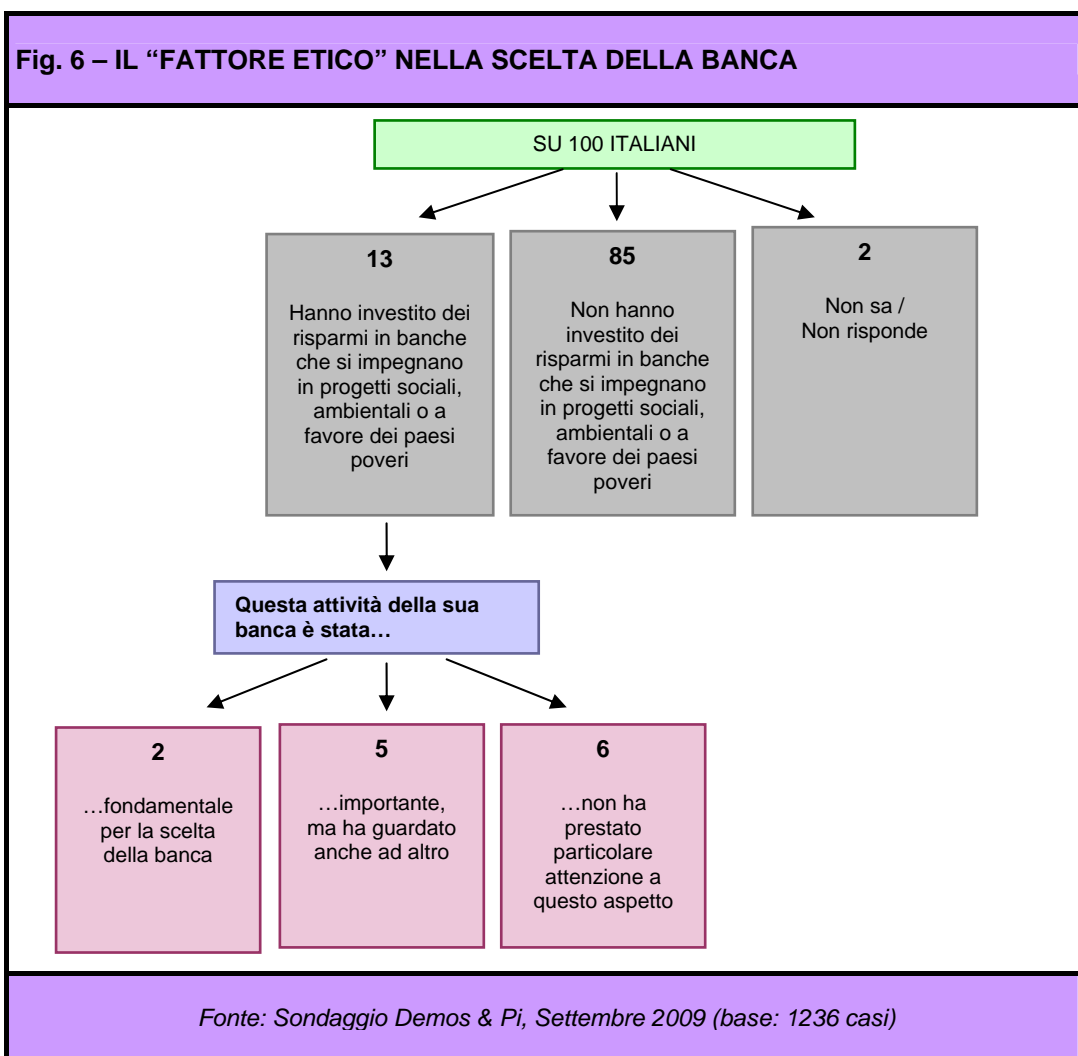
Una componente meno estesa, il 6%, afferma che aprirebbe un conto scegliendo la banca anzitutto in base alla *responsabilità sociale* praticata dall'istituto. Si tratta non solo di una componente minoritaria, ma come prevedibile di soggetti con un titolo di studio più elevato, che denota un profilo più competente ed esigente, e anche più attento ad elementi di natura non strumentale.

Possiamo approfondire il peso dell'etica, e dei suoi significati. Il grafico (Fig. 8) riporta il grado di importanza attribuita dai rispondenti ad alcune dimensioni inerenti la responsabilità dell'istituto bancario, nella situazione di dover aprire un conto presso una banca. E' evidente come la dimensione della trasparenza venga particolarmente apprezzata e si configura come elemento distintivo della eticità di una banca.

**Fig. 5 – I CONTATTI CON LE “BANCHE ETICHE”**  
Lei attualmente ha investito dei risparmi in banche che si impegnano in progetti sociali, ambientali o a favore dei paesi poveri? (valori percentuali)

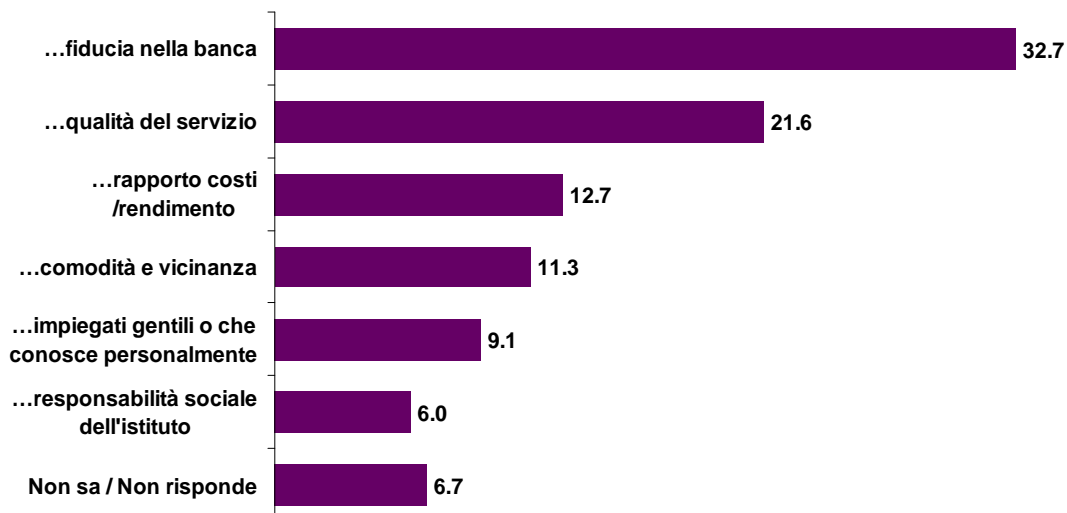


Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)



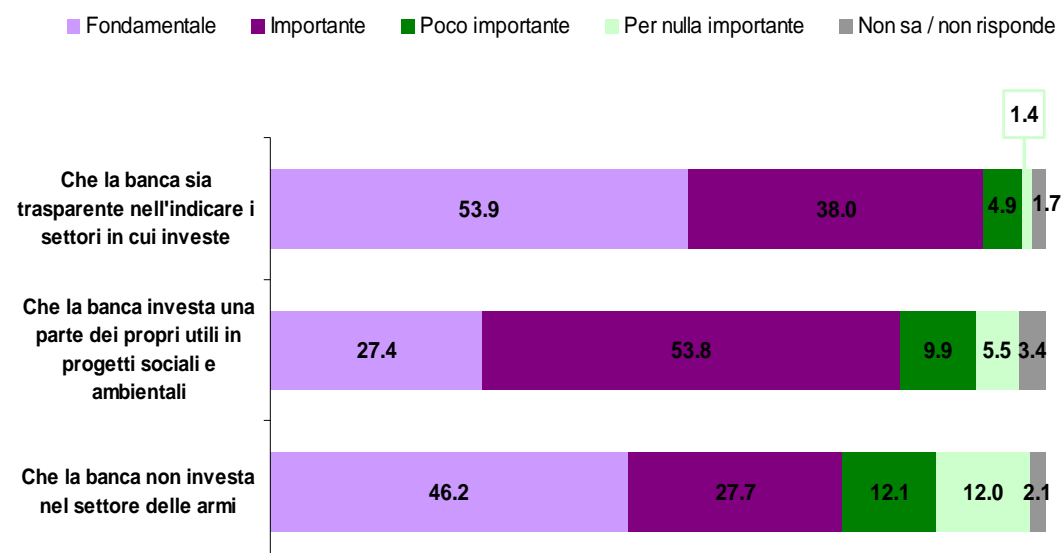
**Fig. 7 - COME SI SCEGLIE UNA BANCA**

Dovendo aprire un nuovo conto presso una banca, lei sceglierebbe innanzitutto in base a... (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 8 - LA RILEVANZA DELLA DIMENSIONE ETICA NELLA SCELTA DELLA BANCA**  
 Dovendo aprire un nuovo conto presso una banca, che importanza darebbe nella sua scelta ai seguenti aspetti... (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

## ETICA, RESPONSABILITÀ E MERCATO

### 1. Responsabilità Sociale d'impresa

Per responsabilità sociale d'impresa si intende una manifestazione della volontà delle imprese di gestire efficacemente le questioni d'impatto sociale ed etico al loro interno e nei contesti di attività. Questo concetto, e le prassi che lo accompagnano, diventa particolarmente strategico nelle dinamiche dello sviluppo quando si accosta all'attività finanziaria e creditizia. Le banche rappresentano uno svincolo tra territorio, società ed economia: adottando questa prospettiva contribuiscono all'esistenza ed al rafforzamento di "reti di fiducia".

Per il sistema bancario e finanziario la sfida della sostenibilità rappresenta un'occasione importante. In questo senso vanno i dati della ricerca di Demos-Banca Etica, i quali suggeriscono che la responsabilità sociale/ambientale delle imprese si configura tra i cittadini come una priorità che non può essere trascurata (Fig. 9): infatti, il 62 % del campione dichiara che *un'impresa, accanto al profitto, deve investire a favore della società e del territorio in cui opera*. In particolare, questo aspetto emerge soprattutto tra i soggetti che hanno un'età che supera i quarant'anni e tra le persone più istruite.

Sempre a favore della responsabilità sociale come riferimento nella gestione d'impresa, ma in un'ottica che potremmo definire meno "interventista", si schiera un'altra consistente parte del campione: il 35% degli intervistati dichiara, infatti, che *le attività economiche devono puntare al profitto, ma allo stesso tempo non devono danneggiare il territorio e la società in cui operano*. In particolare si tratta di soggetti giovani e meno istruiti a condividere in misura maggiore rispetto alla media questa opinione.

Mentre, come era lecito ipotizzare, solo una piccolissima parte (2%) afferma che *un'impresa deve guardare esclusivamente al profitto*.

### 2. La fiducia imprese sociali e in quelle tradizionali

Per quanto riguarda la fiducia verso le imprese (Fig. 10), possiamo notare come non sussista una grande differenza tra il consenso indirizzato alle imprese sociali (42%) rispetto a quello goduto dalle imprese commerciali di tipo tradizionale (44%).

Ad avere *moltissima* o *molta* fiducia sia nelle imprese tradizionali che quelle sociali sono in misura maggiore i soggetti giovani e chi ha conseguito un titolo di studio elevato.

Facendo un confronto con i dati di maggio 2009 possiamo vedere che la fiducia resta quasi invariata sia nei confronti delle imprese sociali (dal 42% al 44%), che nei confronti di quelle tradizionali (dal 44% al 43%). Del resto era lecito non attendersi delle significative differenze, considerata la vicinanza tra le due rivelazioni.

### 3. L'atteggiamento verso le imprese sociali e disponibilità ad investire

L'investimento di risorse finanziarie si associa inevitabilmente al "fattore rischio". È stato chiesto al campione di cittadini di valutare il rischio dell'investimento in due diversi modelli di imprese, quelle di tipo tradizionale e quelle di tipo sociale. Secondo le opinioni degli intervistati (*Fig. 11*) sembra essere un po' più rischioso investire nelle imprese sociali (39%) rispetto alle imprese tradizionali (33%).

Dai dati emerge che sono più disponibili ad investire nelle imprese di natura sociale i giovani dai 15 ai 29 anni e chi ha conseguito un titolo di studio elevato. Sembra, dunque, che siano proprio i giovani a sostenere e a credere in un altro modo di concepire e di fare economia: una nuova realtà di mercato nella quale spinte di natura imprenditoriale e la logica della solidarietà non si contrappongono, ma si integrano a vicenda.

Mentre il profilo dei soggetti che sono più propensi ad investire nelle imprese tradizionali, non presentano particolari differenze rispetto alla media sociale.

Se facciamo un confronto con i dati di maggio 2009 (*Fig. 12*) possiamo osservare che c'è stato un aumento dei soggetti che sono disposti ad investire nelle imprese sociali. In particolare, coloro che sono disposti ad investire una piccola parte dei loro risparmi sono passati dall'83% al 77%, invece quanti investirebbero circa la metà dei propri risparmi sale dal 9% al 14%.

### 4. Lo spazio per l'etica prima e dopo la crisi

Fino ad oggi i cittadini italiani non hanno avvertito molto la presenza dell'etica nel mondo dell'economia e della finanza. Economia e finanza, infatti, si sono richiamate in primo luogo ai principi base dell'economia e poco alla dimensione dell'etica: il capitale prima delle persone, il profitto prima di tutte quelle attività che si muovono in una prospettiva di sviluppo sostenibile. Questa è una delle critiche ricorrenti mosse al settore dell'economia e della finanza. Così il 75% del campione (*Fig. 13*) afferma che, fino ad oggi, lo spazio per l'etica nel mondo dell'economia e della finanza è stato molto limitato (*poco o nessuno*). L'opinione pubblica, in sintesi, avverte un *deficit* di etica nella finanza e nell'economia.

A sottolineare questa mancanza di etica sono soprattutto i giovani dai 18 ai 29 anni, i cittadini più istruiti e coloro che si sentono più orientati a sinistra. Mentre solo il 14% sostiene che lo spazio per l'etica sia più che adeguato (*moltissimo o molto*).

Dalla ricerca di Demos-Banca Etica emerge che gli italiani, in larga misura, dubitano che, anche dopo il superamento dell'attuale fase di crisi, si possa recuperare una dimensione etica nel mondo dell'economia e della finanza: il 58% afferma che la situazione rimarrà uguale al passato.

C'è poi chi non si limita a questi sentimenti di rassegnazione, ma si spinge nell'area del pessimismo, sostenendo che le cose possono anche peggiorare (11%).

Finanza e etica possono e devono convivere: questo sembra essere il suggerimento che viene da gran parte della società. Sebbene il contrasto tra questi due ambiti sia diffuso nelle valutazioni e nelle esperienze dei cittadini.

Il 51% del campione sostiene che *l'etica può e deve avere spazio nel mondo dell'economia e della finanza* (Fig. 14). E' un'opinione che muove anzitutto dai settori più scolarizzati della società, quindi maggiormente competenti ed esigenti, che maturano aspettative di moralità nei confronti del mondo della finanza.

### 5. "Etica" (solidarietà) e banche. Un incontro difficile

Al fine di avere un'idea sul significato della parola *etica* - centrale non solo nelle prassi, ma anche nel marchio della Banca committente questa indagine - è stato chiesto agli intervistati quali sentimenti suscitassero una serie di parole (Fig. 15).

Tra i vari significati di cui queste parole sono portatrici, *solidarietà* è quella che raccoglie il massimo delle reazioni positive (91%). Segue la parola *etica*, 68%, quindi *concorrenza*: 64%.

In coda alla graduatoria troviamo invece termini come *politica* (25%) e *banche* (32%). A metà classifica si posizionano invece due "meccanismi" importanti del processo economico: la *globalizzazione* (53%) e il *mercato* (57%).

Questa classificazione ci offre però un'idea unidimensionale della rappresentazione che i cittadini hanno di queste parole e dei rispettivi significati. Al fine di avere un'raffigurazione più articolata di queste immagini sociali è interessante esplorare le relazioni interne tra queste parole. A tal proposito la *figura 16* ci offre graficamente la collocazione su un piano bidimensionale delle parole proposte. Emergono diversi aspetti di un certo interesse: a) *etica* e *banche* si collocano agli antipodi di questo spazio, suscitano cioè reazioni contrapposte, la valutazione positiva dell'una si combina con quella negativa dell'altra; b) si scorgono di fatto tre gruppi di parole (e di significato): il primo lega *banche* e *politica*; il secondo *etica*, *solidarietà* e – in modo forse non così scontato – *concorrenza* (termine che richiama l'idea del mercato); il terzo gruppo di significato intreccia infine *mercato* e *globalizzazione*.

Detto in altri termini, nelle immagini fornite dai cittadini sembra esserci contiguità tra *solidarietà*, *etica* e *concorrenza*, che vengono intese come valori. La parola *concorrenza* - che consiste nella condizione di mercato in cui le imprese competono - viene data un'accezione positiva e non incompatibile con prassi improntate ai valori e alla sostenibilità. La *concorrenza*, cioè la competizione leale tra gli attori economici, seguire le regole del mercato, viene intesa come valore, in particolare se interpretata nella sua declinazione idealtipica: la *concorrenza perfetta*. Nelle valutazioni dei cittadini questo significato non si lega alla *globalizzazione* né al mercato, e tanto meno alle banche.

## 6. I significati dell'etica in ambito finanziario

Cosa significa, nelle prospettive dei cittadini, perseguire un comportamento etico quando si opera in ambito finanziario? E' stato chiesto agli intervistati di suggerire fino a due risposte a questo interrogativo.

Le opzioni che più si avvicinano, secondo gli italiani, al concetto e alla prassi di eticità finanziaria sono a) la trasparenza negli investimenti e nei finanziamenti operati dalle banche, b) rispetto e tutela del cliente. Circa un rispondente su tre ha indicato questi tre requisiti nelle possibilità di risposta.

Sembra invece assumere un rilievo minore – anche se vengono comunque menzionate da circa il 20% dei rispondenti - la a) *destinazione di parte degli utili in beneficenza*; b) *il sostegno a progetti di interesse sociale e ambientale*; c) *l'attenzione alle conseguenze dell'attività finanziaria* (Tab. 3).

Questi dati lasciano intendere che prassi improntate al rispetto e ad un nucleo di valori forti - all'etica dunque - passano anzitutto attraverso un'azione trasparente

delle banche. Probabilmente le banche non vengono percepite e valutate in questo senso dai cittadini. Sono guardate con un certo sospetto, scorgendovi, come abbiamo visto, un *deficit* di etica.

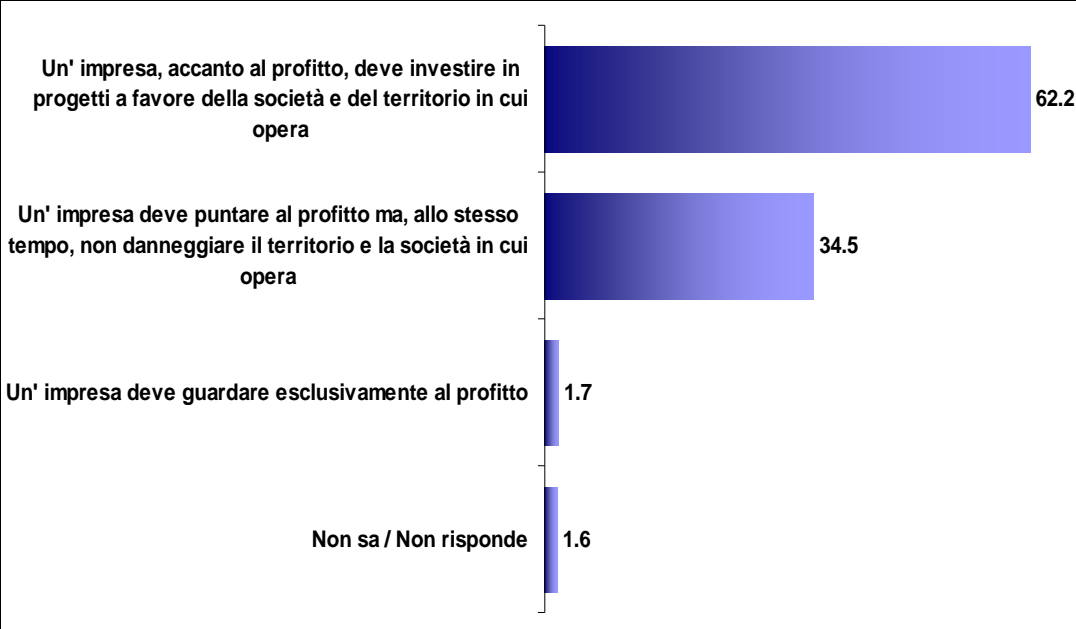
Del resto la stessa fiducia nelle banche intese come sistema, come detto in precedenza, coinvolge una minoranza di cittadini (circa due su dieci). Abbiamo anche visto come si legga una sorta di *rassegnazione* (58%), quando non di *pessimismo* (11%), negli orientamenti della opinione pubblica rispetto ad una maggiore attenzione da parte del mondo economico-finanziario verso consumatori e investitori, una volta superata questa fase di crisi.

Porre l'accento su modalità di *trasparenza*, come fanno i cittadini, riassume di fatto i termini di una prassi corretta e rispettosa nei confronti del contesto esterno all'impresa bancaria. Ma il cittadino interpellato, quando fa riferimento alla *trasparenza*, si pensa anche e soprattutto come risparmiatore, privilegia la prospettiva individuale (anziché sistemica e collettiva) e attribuisce centralità al rapporto banca-cliente, che del resto costituisce il primo elemento di riferimento di una banca.

Infine, sul piano degli orientamenti va sottolineato che il segmento sociale – ma anche segmento di mercato - che ha investito in modo responsabile, in banche, conti, fondi orientati a progetti di interesse collettivo, valuta in modo migliore le banche (41% vs. 31%). Si mostra più ottimista nel futuro rapporto tra finanza e investitori, tra economia e consumatori, vedendo nella crisi anche un evento che porterà ad un cambiamento positivo su questo fronte (32% vs. 26%).

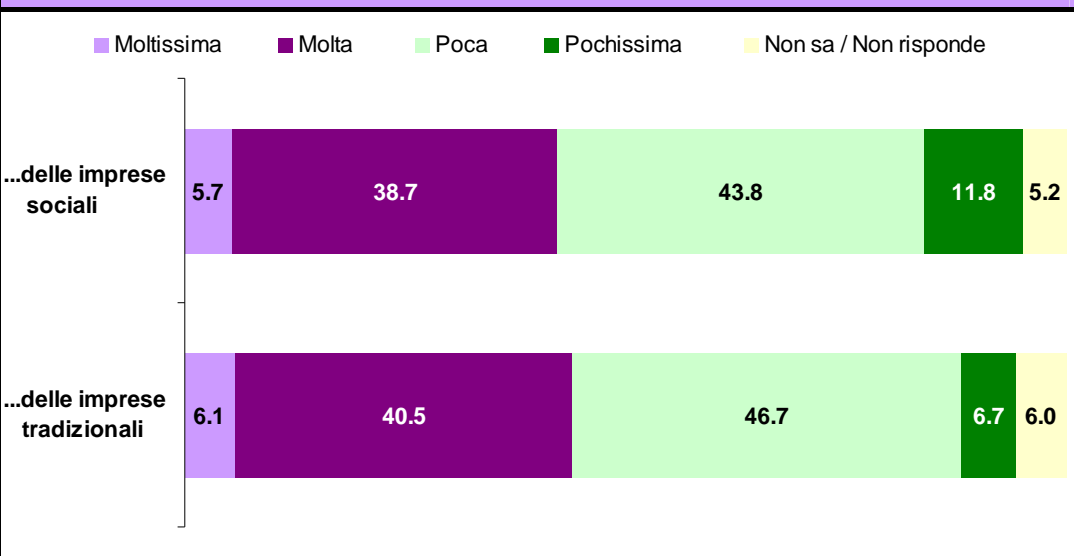
E' inoltre una componente di cittadini-risparmiatori che valorizza maggiormente l'idea della trasparenza e il finanziamento di progetti di interesse sociale e ambientale da parte delle banche (Tab. 4).

**Fig. 9 - RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA**  
Quale delle seguenti affermazioni La trova maggiormente d'accordo?  
(valori percentuali)

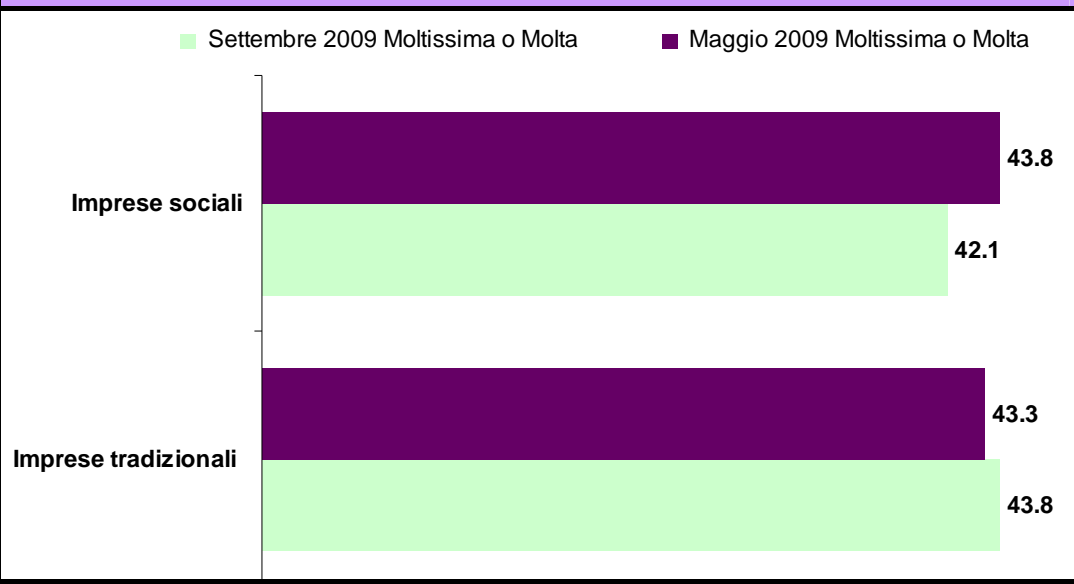


Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 10 – LA FIDUCIA NELLE IMPRESE TRADIZIONALI E NELLE IMPRESE SOCIALI**  
 Le aziende e le imprese oggi si possono dividere in due tipi: quelle tradizionali, che hanno fini economici, e quelle sociali, come ad associazioni, fondazioni, cooperative, che sono impegnate nella produzione di beni e servizi di utilità generale. Mi può indicare il suo grado fiducia nei confronti... (valori percentuali)

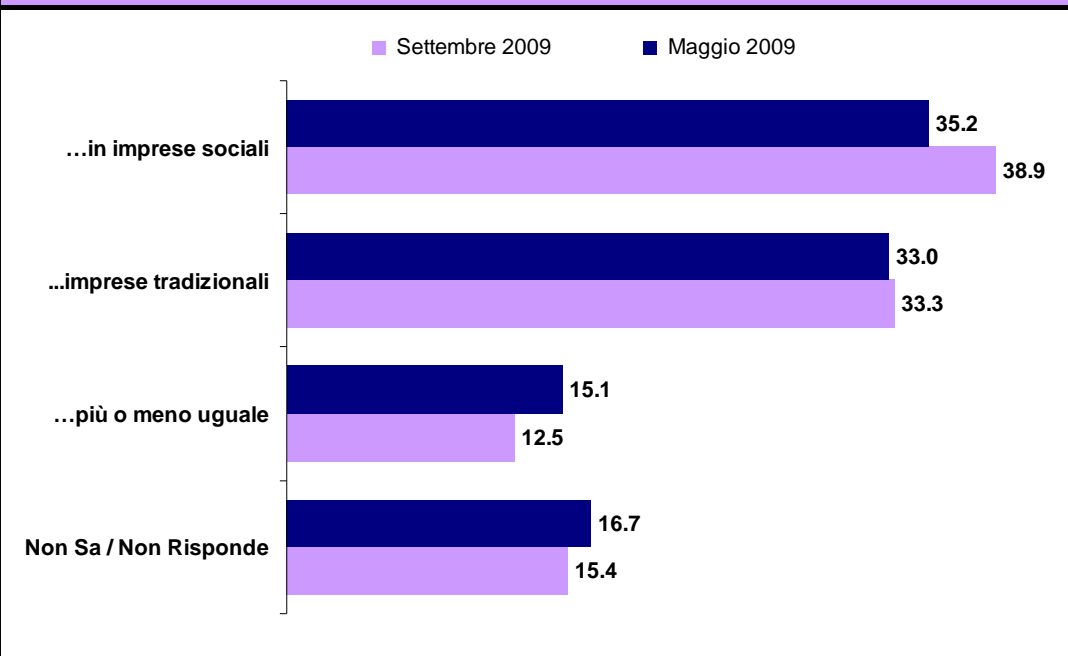


**L'EVOLUZIONE SETTEMBRE – MAGGIO 2009**  
 (valori percentuali di quanti dichiarano di avere Moltissima o Molta fiducia al lordo delle non risposte)



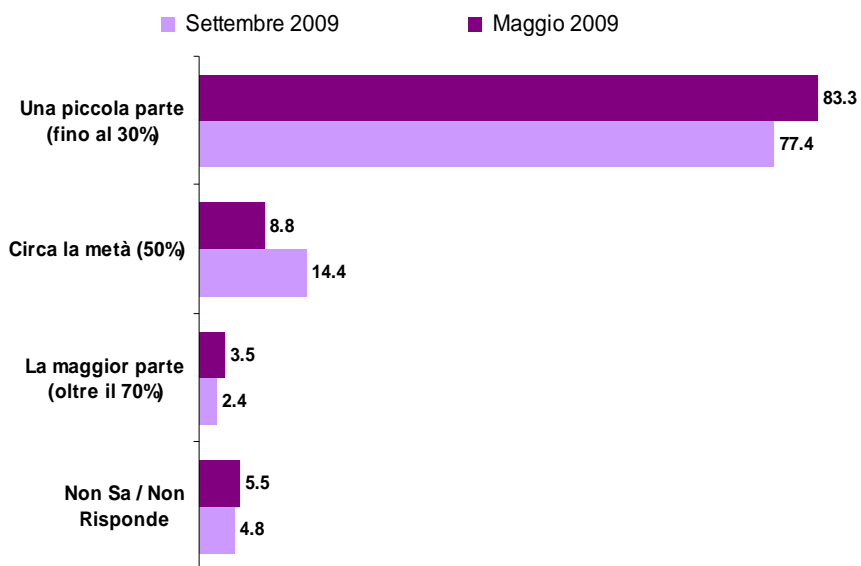
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 11 - ATTEGGIAMENTI VERSO LE IMPRESE SOCIALI E DISPONIBILITÀ AD INVESTIRE**  
**Secondo lei è più rischioso investire dei soldi... (valori percentuali)**



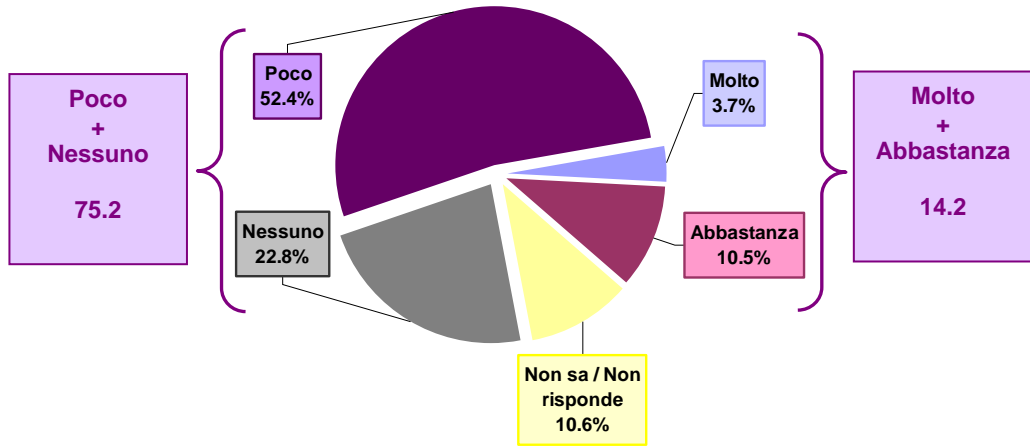
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 12 – “QUANTO” INVESTIRE**  
Se lei avesse dei risparmi in che misura sarebbe disposto ad investirli in imprese di tipo sociale ? (valori percentuali)

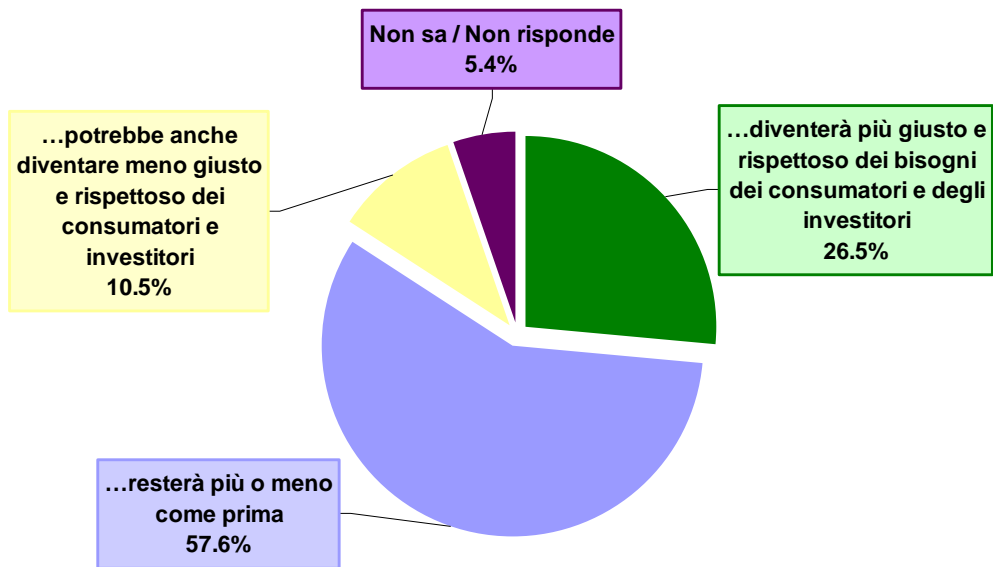


Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 13 - ETICA E FINANZA PRIMA E DOPO LA CRISI**  
 Secondo Lei nel mondo dell'economia e della finanza qual è stato, fino ad oggi, lo spazio per l'etica? (valori percentuali)

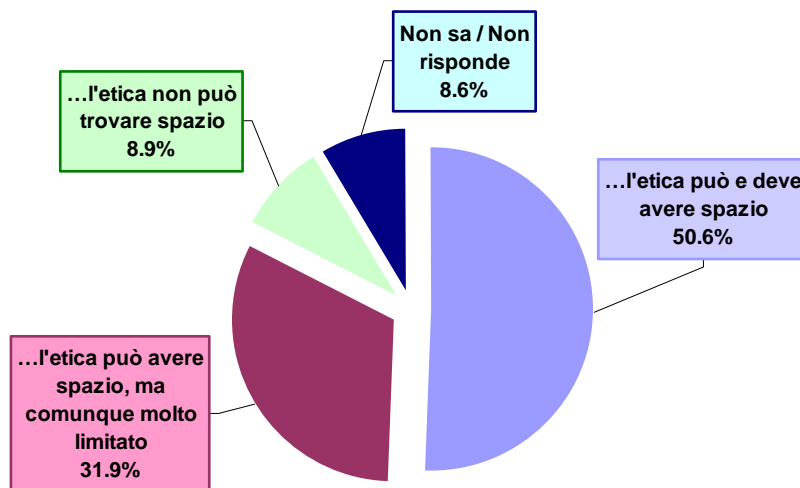


Secondo lei, quando l'attuale periodo di crisi finirà il mondo dell'economia e della finanza... (valori percentuali)



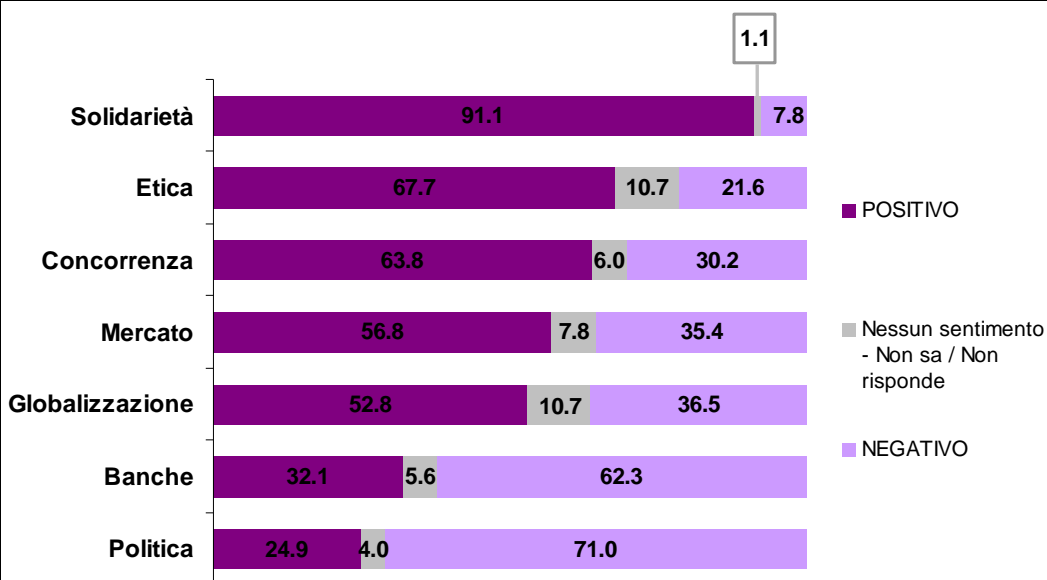
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 14 – LO SPAZIO PER L'ETICA**  
 Nel mondo dell'economia e della finanza, secondo Lei...(valori percentuali)



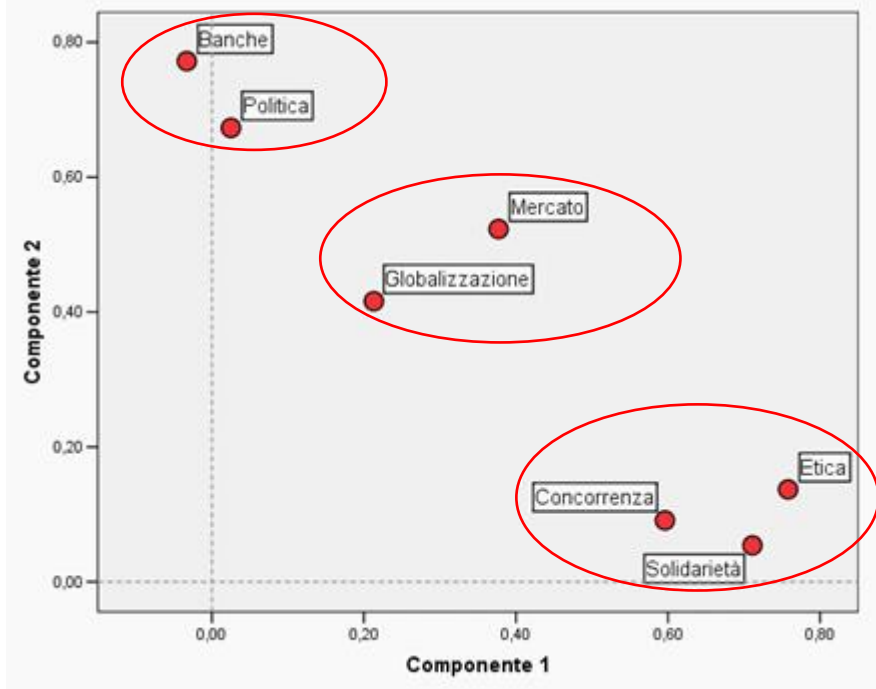
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Fig. 15 – PAROLE E SENTIMENTI**  
 Può dirmi quale sentimento suscitano in Lei le seguenti parole? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

Fig. 16 – ETICA, MERCATO E POLITICA  
Piano fattoriale (valori percentuali)



Nota:  
Analisi fattoriale delle componenti principali. Metodo di rotazione Varimax. Varianza totale spiegata: 45%. Primo fattore 23,2%, secondo fattore 21,8%.

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)

**Tab. 3 - COSA SIGNIFICA ESSERE "ETICI" IN AMBITO FINANZIARIO**  
 Secondo Lei tenere un comportamento etico nell'ambito della finanza significa soprattutto... Me ne può indicare un secondo? (valori percentuali)

Settembre 2009			
	PRIMA SCELTA	SECONDA SCELTA	TOTALE
...trasparenza negli investimenti e nei finanziamenti	27.3	9.6	36.9
...rispetto e tutela del cliente	22.5	12.2	34.7
...destinare parte degli utili in beneficenza	10.4	7.7	18.1
...finanziare progetti sociali o ambientali	15.9	7.7	23.6
...attenzione alle conseguenze sociali ed ambientali delle attività finanziarie	13.9	6.9	20.8
Non sa / Non risponde	10.1	55.9	---
TOTALE	100.0	100.0	---

*Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)*

<b>Tab. 4 – I RISPARMIATORI “ETICI”: UN PROFILO</b>		
	<b>Tra chi HA investito in banche etiche*</b>	<b>Tra chi NON HA investito in banche etiche*</b>
<b>Può dirti quale sentimento suscitano in Lei le seguenti parole?</b> (valori percentuali di quanti provano un sentimento POSITIVO)		
Banche	40.5	30.8
<b>Le leggerò ora alcune affermazioni. Mi può dire quanto si sente d'accordo con ognuna di esse?</b> (percentuali di coloro che dichiarano di essere MOLTISSIMO O MOLTO d'accordo)		
Per fortuna che ci sono le banche che ci aiutano nella gestione dei nostri risparmi	52.6	41.8
<b>Secondo lei, quando l'attuale periodo di crisi finirà il mondo dell'economia e della finanza...</b>		
...diventerà più giusto e rispettoso dei bisogni dei consumatori e degli investitori	32.3	25.6
<b>Secondo Lei tenere un comportamento etico nell'ambito della finanza significa soprattutto...</b> (valori percentuali della PRIMA SCELTA)		
...trasparenza negli investimenti e nei finanziamenti	35.1	29.1
...rispetto e tutela del cliente	15.0	26.7
...destinare parte degli utili in beneficenza	10.5	11.7
...finanziare progetti sociali o ambientali	24.0	16.9
...attenzione alle conseguenze sociali ed ambientali delle attività finanziarie	15.4	15.6
* banche che si impegnano in progetti sociali, ambientali o a favore dei paesi poveri.		
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)		

## CLIMA ECONOMICO E APERTURA AL MERCATO

### 1. La situazione economica e la crisi

La crisi è finita? La crisi sta finendo? Le previsioni della popolazione italiana sull'evoluzione dello scenario economico sembrano contraddire le prospettive più ottimistiche circolate negli ultimi mesi.

L'insoddisfazione per l'attuale situazione del Paese, per quanto attiene alla dimensione economica, rimane molto estesa in tutti i diversi settori della popolazione. Nel complesso, esprimendosi sulla tradizionale scala di valutazione da 1 a 10 (*Fig. 17*) più di sette persone su dieci formulano un giudizio "insufficiente", assegnando un punteggio inferiore al sei (71%).

A manifestare insoddisfazione sono soprattutto le componenti della popolazione di età centrale, quelle maggiormente coinvolte nel mercato del lavoro. Le indicazioni di segno negativo provengono, inoltre, soprattutto dai lavoratori dipendenti del settore privato, indipendentemente dal tipo di mansione svolta: la componente di insoddisfatti è infatti elevata sia tra gli operai (76%) che tra i lavoratori più qualificati (impiegati, tecnici, funzionari: 77%). Ma appare elevata anche tra i liberi professionisti e in alcuni settori della popolazione non occupata, in particolare tra le casalinghe (80%).

In questo clima d'opinione a "scommettere" su un rasserenamento, nel breve periodo, del quadro economico è una componente minoritaria, per quanto consistente, della popolazione. Complessivamente, circa un terzo degli intervistati: il 10% ritiene che la crisi esaurirà i propri effetti, lasciando spazio a una fase di ripresa, entro sei mesi, cui si aggiunge un altro 23% che immagina una conclusione nell'arco di un anno (*Fig. 18*).

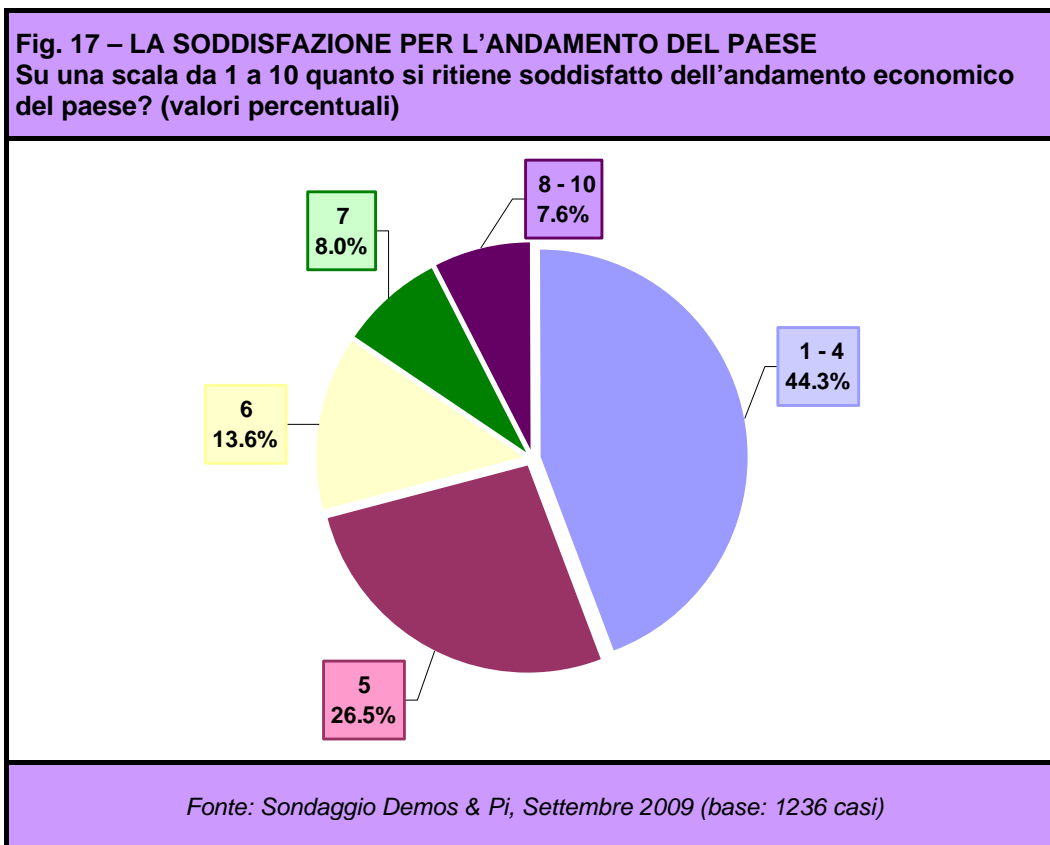
Se escludiamo un 9% di cittadini che non è in grado di formulare una previsione, la parte rimanente della popolazione vede davanti a sé un tunnel ancora più lungo. Una persona su cinque scorge un po' di luce nell'orizzonte di circa due anni. Per il 36% degli intervistati sarà invece necessaria un'attesa maggiore affinché possa tornare il sereno sui mercati.

Questa componente più pessimista dell'opinione pubblica italiana rimane, oggi come prima dell'estate, su proporzioni maggioritarie, anche se va sottolineato come, al suo interno, si sia allargato il gruppo che immagina una durata della crisi che supera la soglia dei 24 mesi.

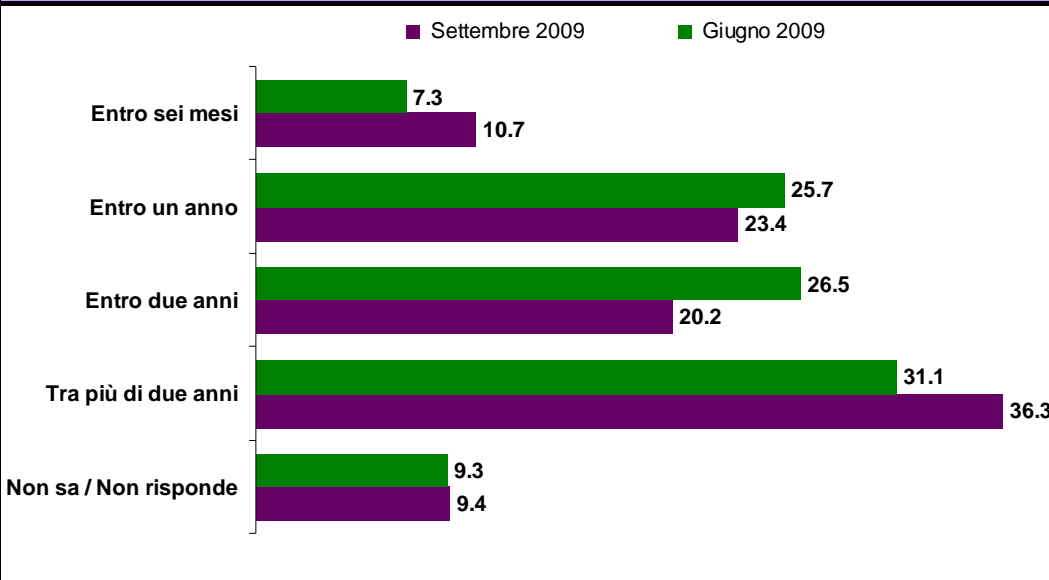
Il protrarsi nel tempo di condizioni di disagio e le incognite circa l'evoluzione del quadro economico hanno come inevitabile conseguenza una sensazione di spaesamento tra i cittadini. Tale difficoltà si manifesta anche nelle risposte fornite dal campione, rispetto alla prospettiva futura. Quasi la metà degli intervistati ritiene, infatti, che sia oggi inutile *fare progetti impegnativi per sé e per la propria famiglia, perché il futuro è incerto e carico di rischi* (45%). Si tratta in altri termini di una "rinuncia" alla progettualità - precisiamo subito - che nell'ultimo decennio sembra presentarsi come dato quasi strutturale, ma che in parte si intreccia alla fase di acuta incertezza sperimentata nel corso degli ultimi due anni.

Se consideriamo l'evoluzione di questo indicatore a partire dal 1999, possiamo osservare come la curva disegni un andamento sussultorio, che mantiene tuttavia il dato su valori costantemente elevati. In particolare, tocca il suo apice in due precisi momenti: all'inizio del nostro intervallo di osservazione (sul finire degli anni '90) e poi, nuovamente, nel corso del 2008 (60%), nei mesi, cioè, in cui la crisi

economica si manifesta con maggiore evidenza in Europa. Successivamente, il dato tende progressivamente a riassorbirsi.



**Fig. 18 – LA DURATA DELLA CRISI ECONOMICA**  
Secondo lei, quando finirà l'attuale crisi economica? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Settembre 2009 (base: 1236 casi)