

OSSERVATORIO SOCIO-ECONOMICO NAZIONALE

REPORT SETTIMANALE

giovedì 5 febbraio 2015

LE PROSPETTIVE DI RIPRESA

Secondo lei la ripresa economica dell'Italia:

	29 gen 2015	22 gen 2015	15 gen 2015	7 gen 2015	Nov- Dic 2014	Set-Ott 2014	Lug- Ago 2014	Mag- Giu 2014
È già partita	3	1	2	2	2	2	4	6
Sta iniziando oggi	3	2	2	2	1	2	4	6
È prossima	17	18	17	15	14	12	17	22
Σ OTTIMISTI	23	21	21	19	17	16	25	34
È ancora lontana	62	64	67	68	66	68	62	56
Non credo che l'Italia uscirà mai dalla recessione (dobbiamo rassegnarci)	14	13	11	12	16	14	12	10
Σ PESSIMISTI	76	77	78	80	82	82	74	66
Non saprei	1	2	1	1	1	2	1	-

Valori %

LE CONDIZIONI ECONOMICHE PERCEPITE DALLE FAMIGLIE

Complessivamente il reddito familiare attuale vi consente di:

	29 gen 2015	22 gen 2015	15 gen 2015	7 gen 2015	Nov- Dic 2014	Set-Ott 2014	Lug- Ago 2014	Mag- Giu 2014
vivere agiatamente potendoci concedere anche dei lussi	2	2	3	3	3	3	3	4
vivere serenamente, senza particolari affanni	36	36	37	37	38	38	41	42
Σ CONDIZIONI POSITIVE	38	38	40	40	41	41	44	46
pagare appena le spese	46	47	48	48	45	45	41	40
non basta nemmeno per l'indispensabile	16	15	12	12	14	14	15	14
Σ CONDIZIONI NEGATIVE	62	62	60	60	59	59	56	54

Valori %

LA CAPACITÀ E LE FINALITÀ DEL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE

Al momento attuale la sua famiglia per che cosa sta risparmiando?

	29 gen 2015	22 gen 2015	15 gen 2015	7 gen 2015	Nov- Dic 2014	Set-Ott 2014	Lug- Ago 2014	Mag- Giu 2014
non sta risparmiando	51	49	44	45	54	50	51	53
per il futuro dei figli	19	21	22	20	15	17	17	18
per il proprio futuro	14	13	14	14	11	12	10	11
per le emergenze	12	13	16	14	15	12	11	10
per le vacanze	7	6	6	6	5	4	4	5
per eventuali problemi di salute	3	4	6	6	4	4	3	5
per la pensione	3	3	3	3	4	4	3	4
per un acquisto importante (automobile, elettrodomestici,...)	2	2	3	2	1	2	1	1
per acquistare una casa	2	2	3	3	2	2	2	2
per la ristrutturazione dell'abitazione	1	1	1	1	1	1	1	1
per ripagare un debito	1	1	2	2	2	2	2	1
per la propria attività/ impresa	-	-	1	1	1	-	-	1
altro	-	1	1	1	1	2	2	2

Valori % - Più risposte consentite

L'INSICUREZZA OCCUPAZIONALE

Lei ha molta, poca o nessuna paura che lei o qualcuno della sua famiglia possa perdere il posto di lavoro nei prossimi 6 mesi?

	29 gen 2015	22 gen 2015	15 gen 2015	7 gen 2015	Nov-Dic 2014	Set-Ott 2014	Lug-Ago 2014	Mag-Giu 2014
Molta paura	14	14	15	17	20	21	23	21
Abbastanza paura	25	26	24	22	22	23	19	21
MOLTA + ABBASTANZA	39	40	39	39	42	44	42	42
Poca paura	27	27	26	26	23	20	20	18
Nessuna paura	33	32	34	33	33	33	34	35
Non saprei	1	1	1	2	2	3	4	5

Valori %

IL SENSO DI INCLUSIONE SOCIALE

Rispetto alla società in cui vive, lei si sente:

	29 gen 2015	22 gen 2015	15 gen 2015	7 gen 2015	Nov-Dic 2014	Set-Ott 2014	Lug-Ago 2014	Mag-Giu 2014
Completamente incluso	13	10	11	11	17	22	19	18
In buona parte incluso	38	34	36	35	33	35	36	37
Σ INCLUSI	51	44	47	46	50	57	55	55
In parte incluso in parte escluso	26	29	27	27	28	21	20	21
In buona parte escluso	15	19	18	18	14	14	15	15
Completamente escluso	7	8	8	8	7	7	8	8
Σ ESCLUSI	22	27	26	26	21	21	23	23
Non saprei	1	-	-	1	1	1	2	1

Valori %

NOTA METODOLOGICA

Soggetto realizzatore: Istituto Ixè srl

Metodologia: indagine quantitativa campionaria, continuativa

Metodologia di rilevazione: sondaggio settimanale CATI-CAMI su un campione casuale probabilistico stratificato di 1.000 soggetti maggiorenni (200 interviste giornaliere), di età superiore ai 18 anni. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di sesso, età e macro area di residenza

Periodo di rilevazione: dal 20/3/2014 al 29/1/2015 (complessivamente si sono realizzate 38.800 interviste)

Margine d'errore massimo (per ciascun dato settimanale): $\pm 3,1 \%$

L' ISTITUTO IXÈ

Trent'anni d'esperienza per una nuova qualità

L'Istituto Ixè nasce nell'ottobre del 2013. Ma il nucleo fondante del nuovo Istituto è costituito da quel gruppo ristretto di ricercatori che nei primissimi anni ottanta hanno contribuito a introdurre l'utilizzo del telefono nel mercato italiano della ricerca, hanno ideato e perfezionato strumenti e metodologie che hanno consentito di produrre reports e analisi *'just in time'*, che successivamente hanno posto le premesse per la sperimentazione e l'avvio del sistema della raccolta di dati via web e più recentemente dello sviluppo del sistema integrato per misurazioni neurostatistiche e relativo corredo teorico e metodologico.

Il gruppo muove dalla consapevolezza che la complessità degli scenari di ricerca richiede competenze, metodologie e chiavi disciplinari non più rinvenibili all'interno di un singolo istituto.

Ciò implica l'estensione dei campi di studio e interpretazione a dimensioni inedite e contemporaneamente nuovi percorsi di formazione e approfondimento.

Infine richiede il recupero di una delle risorse più preziose che si sono andate perdendo negli ultimi due decenni: il giusto tempo per il miglior lavoro.

Cosa studiamo, come lo studiamo

La complessità sottostante alla ricerca politica, sociale e di mercato, è in primo luogo l'esito di un intreccio antico, costituito dal movimento di tre distinte sfere dell'agire umano:

- la sfera della *'fattualità'* legata a quanto un soggetto (economico, sociale, politico) produce in modo oggettivamente misurabile;
- la sfera della *'rappresentazione'* pertinente all'immagine con cui media, comunicatori e destinatari stessi avvolgono i fatti;
- la sfera dei *'vissuti'* - intesi sia come *percepiti* che come *esperiti* - che si producono all'interno dell'opinione pubblica, dei cittadini, dei consumatori, a loro volta esito dei primi due fattori.

L'analisi di questo intreccio, del sovrapporsi o distanziarsi di queste tre dimensioni, della singola forza attrattiva di ciascuna di esse, costituisce l'oggetto di studio dell'Istituto.

Senza un adeguato contesto di riferimento anche il più preciso dato statistico rilevabile assume un significato incerto. Per questo la nostra attività di ricerca non mette in campo solo i tradizionali sistemi di indagine quantitativa e qualitativa, ma fornisce un quadro di riferimento interpretativo di valore, costituito dall'insieme di osservazioni supplementari ai dati rilevati, condotte dai nostri esperti specializzati ognuno in una specifica tematica. E' l'insieme di tali competenze, numerose e verticali, a formare la KnowledgeNet del nostro Istituto, in grado di modellarsi finemente a ogni singolo progetto di ricerca.