

ANTEPRIMA

# Italia, Chefuturo!

Rapporto 2016 Cotec-CheBanca! sulla cultura dell'innovazione

A cura del Censis

Milano

7 giugno 2016



COTEC

CheBanca!





# Italia, Chefuturo!

Rapporto 2016 Cotec-CheBanca! sulla cultura dell'innovazione

A cura del Censis

Milano

7 giugno 2016



**CheBanca!**





<b>Innovatori si nasce o si diventa?</b>	<b>Pagina 4</b>
<b>Chi sono i protagonisti dell'innovazione?</b>	<b>Pagina 8</b>
<b>Solo benefici o anche nuovi problemi?</b>	<b>Pagina 11</b>
<b>L'innovazione riduce i divari o li amplifica?</b>	<b>Pagina 15</b>
<b>Chi ha avuto vantaggi reali dall'innovazione?</b>	<b>Pagina 20</b>
<b>Tutti uniti sull'Agenda</b>	<b>Pagina 28</b>
<b>L'indagine</b>	<b>Pagina 30</b>
<b>Credits</b>	<b>Pagina 32</b>





## Innovatori si nasce o si diventa?

Chi sono gli innovatori? E' possibile individuarne i tratti caratterizzanti? Gli italiani hanno opinioni nette e circostanziate: sotto il profilo individuale sottolineano soprattutto le doti caratteriali (la creatività, la curiosità, l'intuito, la disponibilità a rischiare, l'intelligenza superiore alla media, addirittura "l'attitudine alla disubbidienza"). Al contrario, le doti "acquisite", sviluppate con l'impegno e il lavoro (l'istruzione universitaria, l'esperienza, finanche le conoscenze informatiche), passano in secondo piano, segnalate soprattutto da chi dispone di bassi livelli di istruzione. L'attitudine ad innovare viene dunque vista più come una dote innata che un'attitudine acquisita nel tempo con l'esperienza o per mezzo di altre forme di apprendimento. "Innovatori si nasce", sembrerebbe, anche se poi servono i contesti favorevoli per poter applicare concretamente le doti degli innovatori in potenza.





Cosa significa  
innovazione

**L'INTRODUZIONE DI QUALCOSA (BENE, SERVIZIO, PROCESSO, ECC.)  
CHE CAMBIA DECISAMENTE LE ABITUDINI DELLA GENTE**

**49,1%**



Una nuova scoperta in campo scientifico	14,9
L'ideazione di un nuovo prodotto tecnologico	10,9
L'introduzione di una nuova tecnologia o modalità organizzativa nei processi produttivi	22,4
L'adozione di una nuova normativa che disciplina diversamente un determinato ambito d'azione	1,9
Non sa / non risponde	0,7
Fonte: indagine Censis 2016	%





## Le caratteristiche dell'innovatore



Approfondite conoscenze informatiche	9,9
Giovane età	7,1
Istruzione universitaria	9,7
Abilità manuale	3,7
Caparbietà	10,1
Intelligenza superiore alla media	18,6
Capacità di rischiare	19,9
Capacità organizzativa	17,0
Esperienza	12,6
Ottimismo/Fiducia nel futuro	19,6
Capacità di "disubbidire" alle regole ed agli schemi precostituiti	14,7
Non sa / Non risponde	0,3

(\*) Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis 2016

%



Descrizione  
dei veri protagonisti  
dell'innovazione in Italia

**LE PICCOLE AZIENDE ATTENTE AD  
INNOVARE I LORO PROCESSI PRODUTTIVI  
(AD ESEMPIO LE START UP INNOVATIVE)**



**38,6%**  
NEL MONDO 23,1%

Le università e i centri di ricerca di eccellenza	<b>35,6</b>	48,4
Le grandi aziende che investono molto in ricerca scientifica e tecnologica	<b>21,0</b>	49,5
Le città che si confrontano con le sfide delle smart cities	<b>11,3</b>	17,8
I governi e le amministrazioni che promuovono e sostengono l'innovazione	<b>12,8</b>	36,2
I cittadini ed i consumatori che risultano molto attenti e attratti dalle novità	<b>26,5</b>	19,5
Gli investitori che finanziano le imprese innovative e le star up	<b>14,5</b>	32,5
La società civile nelle sue espressioni migliori (movimenti, associazioni, ecc.)	<b>23,3</b>	17,0
Nessuno, quello che avviene, avviene per caso	<b>11,6</b>	2,7
	<b>% IN ITALIA</b>	<b>% NEL MONDO</b>

(\*) Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte  
Fonte: indagine Censis 2016



## Chi sono i protagonisti dell'innovazione?

E chi sono invece i soggetti collettivi “protagonisti dell'innovazione” in Italia? Le opinioni convergono decisamente sulle piccole e medie imprese capaci di sperimentare e di adattare la propria attività al contesto in evoluzione (38,6%). Debole è il ruolo di stimolo che viene riconosciuto ai soggetti di governo (12,8%) ed agli investitori (14,5%). Significativo che una quota non secondaria di intervistati ritenga che in Italia l'innovazione si alimenti in modo casuale, senza il ricorso a precise intenzionalità o capacità progettuali (11,6%). Le cose cambiano raccogliendo le opinioni su quello che avviene nel mondo: importanti vengono ritenute le università e i centri di eccellenza (49,4%), un ruolo rilevante è assegnato anche alle grandi aziende (49,5%), ai venture capitalist che scommettono sulle nuove imprese (32,5%), ed infine ai governi che creano condizioni favorevoli all'innovazione (36,2%).



Capacità di innovare,  
i Paesi segnalati  
come all'avanguardia

**STATI UNITI**  
**80,0%\* - 27,2%**



Giappone	41,7	14,2
Germania	33,6	11,4
Cina	31,7	10,8
<b>Italia</b>	24,4	8,3
Regno Unito	15,9	5,4
Svezia	8,8	3,0
India	8,2	2,8
Francia	6,9	2,4
Norvegia	4,3	1,5
Altri Paesi	38,3	13,0
	<b>%</b> RISPONDENTI (*)	<b>%</b> RISPOSTE

(\*) Il totale delle percentuali di colonna è diverso da 100 perché potevano essere indicati fino a 3 Paesi innovatori.

Fonte: indagine Censis 2016



Capacità di innovare,  
il confronto con 200 Paesi  
dove si colloca l'Italia?

TRA I PRIMI 10 PAESI DEL MONDO	Età 18-34 anni	Età 36-60 anni	Età 61-80 anni
<b>30,7%</b>	<b>22,0%</b>	<b>29,1%</b>	<b>41,6%</b>
Tra i primi 20 Paesi			<b>21,6</b>
Tra i primi 40 Paesi			<b>18,4</b>
Tra i primi 60 Paesi			<b>12,6</b>
Oltre i primi 60 Paesi			<b>16,2</b>
Non sa/non risponde			<b>0,5</b>
			<b>%</b>

Fonte: indagine Censis 2016





## Solo benefici o anche nuovi problemi?

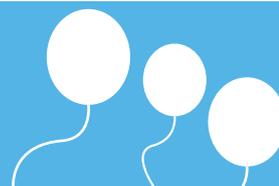
I giudizi sull'innovazione sono però contrastanti. Gli italiani che pensano che le innovazioni degli ultimi 20 anni abbiano apportato esclusivamente benefici sono pochi (14,2%). La gran parte delle opinioni (soprattutto quelle dei ceti medio-alti) si orientano su “molti benefici con qualche piccolo problema” (57,9%). I più critici (molto presenti tra i ceti sociali più bassi) ritengono che abbia apportato “alcuni benefici e alcuni problemi” (20,3%), o addirittura “più problemi che benefici” (7,3%). Naturalmente nei singoli ambiti di applicazione si rilevano importanti differenziazioni che testimoniano di una notevole attitudine, nel corpo sociale, a valutare caso per caso. Valga per tutti l'esempio delle scoperte nel campo dell'ingegneria genetica, valutate positivamente nelle loro concrete applicazioni in campo medico dall'87,2% degli italiani, ma negativamente quando riferite all'agricoltura ed alla controversa questione degli OGM (40,3% di pareri positivi).





Ultimi 20 anni,  
l'effetto delle innovazioni  
in Italia

**MOLTI BENEFICI SIA PURE CON  
QUALCHE PICCOLO PROBLEMA**  
**57,9%**



Esclusivamente dei benefici	14,2
Alcuni benefici e alcuni problemi	20,3
Più problemi che benefici	7,3
Non sa / non risponde	0,4

Fonte: indagine Censis 2016

%



Le innovazioni  
che hanno portato più  
benefici che problemi

## L'INNOVAZIONE IN CAMPO MEDICO-FARMACEUTICO

(ingegneria genetica, cellule staminali, nuovi farmaci, nuovi vaccini, ecc.)

**87,2%**

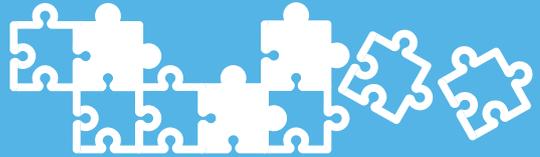


Le tecnologie di comunicazione di cui sono dotate le auto moderne (navigatori, bluetooth, connessioni ad iPhone, ecc.)	82,6
La possibilità di essere sempre connessi utilizzando le tecnologie di comunicazione	77,9
La diffusione della diagnostica nucleare (TAC, RMN, PET, ecc.)	76,1
La crescita dimensionale dei sistemi di trasporto (auto, navi e aerei sempre più grandi, treni sempre più veloci, ecc.)	73,7
L'agricoltura finalizzata alla produzione di bio-carburanti e plastiche bio-degradabili	72,0
La diffusione e l'uso intensivo di strumenti di comunicazione (cellulari, antenne, ripetitori, ecc.)	67,1
La possibilità di procreare tramite la fecondazione artificiale e l'utilizzo selettivo degli embrioni	49,2
Le nuove tecniche di estrazione e trasporto di combustibili fossili (nuovi oleodotti e gasdotti, giacimenti profondi, shale-gas, sabbie bituminose, ecc.)	44,0
L'ingegneria genetica applicata all'agricoltura (interventi sul DNA delle sementi, OGM, ecc.)	40,3
La produzione di energia attraverso i reattori nucleari	25,6
Fonte: indagine Censis 2016	%





## Opinioni sulla fiducia nell'uomo di gestire l'innovazione



La ricerca scientifica e le nuove scoperte, se avranno un loro mercato, troveranno il modo di affermarsi ed imporsi a prescindere da considerazioni di ordine etico o morale	53,1
L'uomo riuscirà a dotarsi degli strumenti necessari per scegliere quali scoperte scientifiche trasformare in innovazioni reali e quali invece bloccare perché ritenute pericolose o dannose	45,2
Non sa / non risponde	1,6
Fonte: indagine Censis 2016	%





## L'innovazione riduce i divari o li amplifica?

Una quota maggioritaria di italiani (57,1%) ritiene che nel nostro Paese le innovazioni abbiano contribuito ad ampliare i divari sociali. Questo è certamente vero in tutte quelle circostanze nelle quali il godimento dei benefici apportati è fortemente condizionato dalla possibilità/capacità di accesso alle informazioni. Guardando alle tecnologie digitali, non è un mistero che il digital divide alimenti di fatto due mercati dei beni e dei servizi, uno tradizionale, con costi di accesso più elevati, ed uno innovativo con costi più contenuti ed opportunità maggiori. Un ragionamento analogo vale per il rapporto tra i processi innovativi e le opportunità di lavoro. Anche in questo caso una quota importante di italiani si mostra molto critica ritenendo che l'automazione sostituirà dosi addizionali di lavoro umano (39,8%).



Le innovazioni  
riducono o amplificano  
i divari fra i ceti sociali?



Fonte: indagine Censis 2016

Le innovazioni riducono o amplificano le opportunità di lavoro?



Le riducono, perché rendono sempre meno indispensabile l'attività dell'uomo che viene sostituita da processi di automazione spinta	39,8
Le aumentano, perché aprono scenari occupazionali in ambiti nuovi e fino ad ora inesplorati	31,6
Il numero delle opportunità rimarrà identico. Quello che cambierà è il tipo di lavoro	28,5
Non sa / non risponde	0,2
	%

Fonte: indagine Censis 2016



Futuro, le principali preoccupazioni personali e familiari

## IL LAVORO, SEMPRE PIÙ PRECARIO OPPURE LEGATO ALLA NECESSITÀ DI EMIGRARE ALL'ESTERO

# 46,2%\*



La previdenza, con poche certezze sull'età pensionabile e sul nostro reddito futuro	37,4
La sanità, non più garantita dal sistema pubblico e di sempre più difficile accesso	33,8
Il terrorismo internazionale che oggi ci vede tutti esposti	33,8
I cambiamenti climatici (surriscaldamento del pianeta, fenomeni metereologici violenti, ecc.)	29,0
Il crescente afflusso di migranti nel nostro Paese	21,6
Il mancato governo della questione ambientale in Italia (consumo di suolo, dissesto idro-geologico, inquinamento, smaltimento rifiuti, estrazione di idrocarburi)	18,4
La microcriminalità nella mia area di residenza	17,5
I rischi connessi alla questione alimentare (OGM, fitofarmaci, provenienza sospetta degli alimenti, aree contaminate, ecc.)	15,4
I cambiamenti in atto nella produzione energetica mondiale (persistenza del nucleare, sfruttamento di nuove tecniche estrattive e di nuove aree)	9,3
	%

(\*) Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte)  
Fonte: indagine Censis 2016





## Opinioni su cosa serve per affrontare i problemi di oggi

Pareri forniti dagli occupati di queste categorie: libero professionista, imprenditore, lavoratore in proprio, dirigente e dipendente



Un passo indietro, ridurre i consumi e lo sfruttamento delle risorse e ripensare i nostri processi produttivi traendo spunto dal passato	35,4
Un passo in avanti, individuare e adottare tecnologie che possano ridurre l'impatto sugli ecosistemi e contemporaneamente rendere più efficiente e produttivo l'uso delle risorse	63,7
Non sa / non risponde	0,9
	%

Fonte: indagine Censis 2016





## Chi ha avuto vantaggi reali dall'innovazione?

D'altra parte, una pratica dell'innovazione che si traduca in maggiori opportunità collettive, in poteri meno accentrati, in una riduzione dei divari, è difficile da prendere in considerazione se si guarda a quanto avvenuto in passato. Le opinioni al riguardo sono nette: i lavoratori che hanno tratto vantaggi dalle innovazioni degli ultimi 20 anni sono individuati soprattutto tra gli imprenditori (che hanno visto aumentare i profitti) (38,5%) e tra i manager (che hanno ottenuto ingaggi migliori) (23,6%).





Innovazione, chi ha avuto i maggiori vantaggi negli ultimi 20 anni



**GLI IMPRENDITORI, CHE GRAZIE ALLE INNOVAZIONI HANNO AUMENTATO I LORO MARGINI DI PROFITTO**

**38,5%**



I lavoratori manuali (operai, agricoltori, ecc.), perché con l'innovazione la fatica fisica si è ridotta drasticamente	16,9
I professionisti, perché l'innovazione ha reso il loro lavoro più rapido e remunerativo	15,6
Gli impiegati, che hanno visto ridursi il peso delle attività meramente routinarie	4,5
I manager, perché nel governo dell'innovazione nelle loro organizzazioni hanno ottenuto aumenti remunerativi	23,6
(Non leggere!) Non sa / non risponde	0,9
Fonte: indagine Censis 2016	%



## Cosa tra le tecnologie rende una vita migliore

**La possibilità di comunicare in tempo reale con amici, parenti, clienti, fornitori, ecc.**

(dalla posta elettronica fino a whatsapp e i social network)

**68,8%**



La possibilità di avere un accesso immediato, semplice ed economico alle informazioni di qualunque tipo (giornali on line, portali istituzionali, siti internet di aziende di servizio, ecc.)	Ha migliorato la mia vita	65,0
La possibilità di spostarsi rapidamente da un città all'altra (alta velocità ferroviaria, voli low-cost, ecc.)	Ha migliorato la mia vita	65,0
La possibilità di orientarsi facilmente sul territorio (cartografia digitale e GPS)	Ha migliorato la mia vita	64,3
La possibilità di effettuare prelievi di contanti e pagamenti in maniera semplice e veloce (dal bancomat fino all'homebanking)	Ha migliorato la mia vita	64,0
La possibilità di curarsi in maniera efficace e con tempi rapidi (le protesi, il laser per la chirurgia, le tecniche mini-invasive, l'endoscopia, la risonanza magnetica, le biotecnologie medicali, ecc.)	Ha migliorato la mia vita	58,5
La possibilità di ottimizzare i consumi energetici e il loro impatto ambientale (auto ibride, caldaie a condensazione, solare termico e fotovoltaico, ecc.)	Ha migliorato la mia vita	54,8
La possibilità di effettuare acquisti di beni e servizi a distanza (dalle polizze agli acquisti su Amazon e Ebay)	Ha migliorato la mia vita	52,7
La possibilità di fruire del tempo libero in modo nuovo (dalla play station all'i-pod, dai televisori full hd all'home theatre dagli smart phone ai tablet)	Ha migliorato la mia vita	34,8
La possibilità di assolvere rapidamente ai bisogni alimentari (dai cibi precotti e preconfezionati al forno a microonde)	Ha migliorato la mia vita	32,3

Fonte: indagine Censis 2016

%





Nuovi prodotti:  
di quali valutazioni  
ci si fida di più...



**QUELLE DEGLI ESPERTI APPARTENENTI  
ALLA COMUNITÀ SCIENTIFICA**

**50,9%**



Quelle delle aziende che hanno sviluppato e messo sul mercato il prodotto	10,0
Quelle di associazioni e movimenti (consumatori, ambientalisti, ecc.)	18,3
Quelle che sono reperibili in rete su blog e social-network	7,3
Quelle di amici e conoscenti che ritengo affidabili	12,2
Non sa / non risponde	1,2
	%

Fonte: indagine Censis 2016



Beni e servizi non usati  
per status sociale o età  
ma desiderati

 **AUTO ELETTRICA  
O IBRIDA**  
**56,6%**

 **SISTEMI  
DI DOMOTICA**  
**33,0%**

Sistemi di antifurto elettronici	28,4
Car sharing (Enjoy, Car2go, Blablacar)	28,0
Bicicletta a pedalata assistita	24,9
Abbonamento a Pay tv (Sky, Mediaset, ecc.)	12,6
Navigatore satellitare	10,6
Acquisti di beni e servizi tramite e.commerce	8,8
Prenotazioni o pagamenti on line	6,6
Sistemi di gioco on line	5,7
Smartphone o tablet	5,0
Home banking	4,8
Servizi di messaggistica istantanea (Skype, Whatsapp, ecc.)	4,3
Social network(Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ecc.)	4,1
Personal computer	3,7
	%

Fonte: indagine Censis 2016





Qualcosa di nuovo:  
a cosa si dimostra  
più curiosità o interesse



**NUOVE SOLUZIONI  
IN CAMPO ENERGETICO**  
**59,9%**

(energia solare, caldaie a condensazione, nuovi carburanti, ecc.)



**NOTIZIE RIGUARDANTI  
NUOVE SCOPERTE**  
**55,5%**

(ad esempio il Bosone di Higgs, oppure l'acqua su Marte)

Riforme settoriali che cambiano lo status quo (ad esempio il Jobs Act)	30,8
Innovazione nelle procedure della PA (digitalizzazione dei processi, sportelli telematici, 730 precompilato, ecc.)	42,5
Lancio sul mercato di nuovi dispositivi tecnologici (notebook, tablet, smartphone, playstation, ecc.)	48,2
Lancio sul mercato di nuovi veicoli che adottano soluzioni innovative (ad esempio le auto ibride)	51,5
Lancio sul mercato di nuovi servizi (ad esempio il car-sharing, oppure lo scambio di case per le vacanze)	37,3
Lancio sul mercato di nuovi prodotti attenti all'ambiente (es. vernici all'acqua, detersivi a basso impatto, prodotti ricavati dal riciclaggio, ecc.)	53,3
Lancio sul mercato di nuovi prodotti alimentari (integrati, addizionati, lavorati in modo non convenzionale)	31,1
	<b>%</b>

Fonte: indagine Censis 2016



Qualcosa di nuovo:  
curiosità e interesse  
alla divulgazione di notizie

**SOLUZIONI ENERGETICHE (SOLARE)**

**59,9%**



Riforme settoriali (lavoro)	30,8
Scoperte scientifiche (acqua su Marte)	55,5
Innovazioni nella PA (digitalizzazione)	42,5
Beni di consumo tecnologici (smartphone)	48,2
Veicoli innovativi (auto elettriche)	51,5
Servizi basati su sharing economy	37,3
Prodotti ecologici (vernici all'acqua)	53,2
Alimenti innovativi (nutraceutica)	31,5

Fonte: indagine Censis 2016



Qualcosa di nuovo:  
"sensibili" e "riluttanti"



	SENSIBILI	RILUTTANTI
Nuove soluzioni in campo energetico (energia solare, caldaie a condensazione, nuovi carburanti, ecc.)	88,6	11,4
Lancio sul mercato di nuovi prodotti attenti all'ambiente (es. vernici all'acqua, detersivi a basso impatto, prodotti ricavati dal riciclaggio, ecc.)	84,7	15,3
Lancio sul mercato di nuovi veicoli che adottano soluzioni innovative (ad esempio le auto ibride)	82,6	17,4
Notizie riguardanti nuove scoperte (ad esempio il Bosone di Higgs, oppure l'acqua su Marte)	80,4	19,6
Innovazione nelle procedure della PA (digitalizzazione dei processi, sportelli telematici, 730 precompilato, ecc.)	78,5	21,5
Lancio sul mercato di nuovi dispositivi tecnologici (notebook, tablet, smartphone, playstation, ecc.)	73,5	26,5
Riforme settoriali che cambiano lo status quo (ad esempio il Jobs Act)	68,8	31,2
Lancio sul mercato di nuovi servizi (ad esempio il car-sharing, oppure lo scambio di case per le vacanze)	63,5	36,5
Lancio sul mercato di nuovi prodotti alimentari (integrati, addizionati, lavorati in modo non convenzionale)	61,9	38,1
	%	

Fonte: indagine Censis 2016





## Tutti uniti sull'Agenda

Tutti gli obiettivi contenuti nell'Agenda Digitale Italiana trovano larga condivisione tra gli italiani che, nel 90% circa dei casi li ritengono “fondamentali” oppure “abbastanza importanti”. E' chiaro che su questo tema si gioca gran parte della credibilità dell'azione di governo in relazione al supporto all'innovazione. Un supporto che, fino a questo momento, viene giudicato dai cittadini italiani largamente insufficiente ed inferiore a quello garantito negli altri Paesi europei.





Agenda digitale,  
i servizi eletti come  
fondamentali



## L'IDENTITÀ DIGITALE DEL CITTADINO

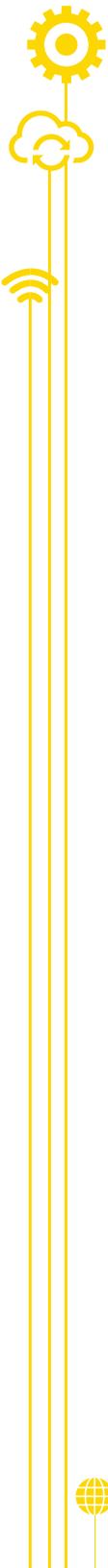


**49,1%**

La pubblica amministrazione digitale (dati della PA in formato aperto, sistemi digitali per gli acquisti della PA, trasmissione obbligatoria dei documenti via Internet, ecc.)	41,0
L'istruzione digitale (certificati e fascicoli elettronici nelle università, testi scolastici digitali, ecc.)	37,1
La sanità digitale (fascicoli sanitari elettronici, prescrizioni mediche digitali, ecc.)	43,3
Pagamenti e fatturazioni elettroniche	37,2
La giustizia digitale (procedure e notifiche dei tribunali per via telematica, ecc.)	32,5
I programmi per migliorare le competenze digitali dei cittadini	40,0
Un forte impulso per la banda ultra-larga e il wifi pubblico	47,3
	%

Fonte: indagine Censis 2016





## L'indagine

L'universo statistico di riferimento dell'indagine campionaria in oggetto è la popolazione residente sul territorio nazionale tra 18 e 80 anni. Il campione, rappresentativo della popolazione di riferimento, è di tipo proporzionale, con una numerosità di 3.226 unità. Ad un livello di confidenza del 95%, garantisce un margine d'errore campionario del +/-1,7%.

Il campione è stratificato sulla base dei parametri che caratterizzano l'universo statistico di riferimento: genere, classe di età, area geografica, ampiezza demografica del comune di residenza. Le variabili di stratificazione sono state scelte tra quelle che hanno maggiore influenza nel determinare opinioni e comportamenti relativi alle tematiche trattate.

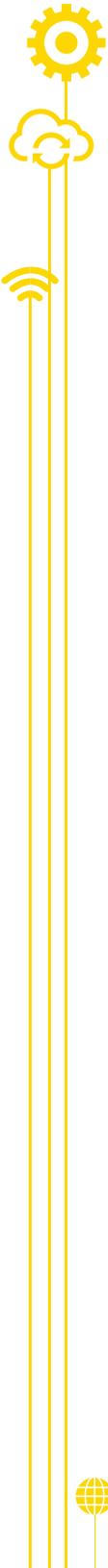
E' stato effettuato un sovra-campionamento per le città sopra i 250.000 abitanti (Milano, Roma e Napoli) per prevedere eventuali approfondimenti successivi, e sono quindi stati calcolati e applicati dei pesi per poter riportare il campione alle giuste quote a livello nazionale (ossia a 3.000 individui distribuiti secondo la popolazione di riferimento per i parametri del campione prescelti).

La definizione della numerosità campionaria è stata stabilita in modo da garantire una sufficiente affidabilità dei risultati al livello dei domini geografici prescelti.

Tali domini sono i seguenti:

- la circoscrizione geografica (secondo 4 modalità: Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole);
- l'ampiezza demografica del comune di residenza (secondo 2 modalità: medio-piccolo, fino a 250.000 abitanti; grande, con più di 250.000 abitanti).





La tecnica di indagine utilizzata è duplice: CATI (Computer Assisted Telephonic Interviewing) e CAWI (Computer Assisted Web Interviewing).

La scelta è stata dettata dalla necessità di ovviare al limite principale delle due tecniche: da un lato con la CATI si rischia di avere una sotto copertura dell'universo di riferimento data l'esistenza di una quota di famiglie che non compare in elenco o non ha l'abbonamento al telefono fisso, dall'altro la tecnica CAWI tende a raggiungere maggiormente persone con bassa età, più elevato livello di istruzione e una maggiore dimestichezza con gli strumenti informatici.

Con la tecnica mista si superano entrambi i problemi, garantendo affidabilità dei risultati e rapidità dei tempi di elaborazione, grazie anche al salvataggio automatico delle risposte e alla possibilità di verifiche automatiche. Il personale che ha effettuato la rilevazione è stato preventivamente istruito sulle tematiche oggetto del questionario attraverso un apposito briefing tenuto da ricercatori del Censis.

Lo strumento di rilevazione utilizzato è stato un questionario a risposta pre-codificata prevedendo, laddove opportuno, la possibilità di risposta libera da post-codificare per le modalità "altro, specificare".

Il questionario è stato elaborato dai ricercatori del Censis e condiviso con la committenza e con esperti del Cotec.

I dati sono stati elaborati con il software statistico SPSS. L'analisi delle frequenze semplici ha suggerito il successivo piano di incroci tra le variabili. I risultati sono stati letti e interpretati in funzione delle caratteristiche strutturali dei rispondenti, giungendo ad una sintesi interpretativa dei comportamenti, delle conoscenze, delle percezioni e della disponibilità al coinvolgimento attivo della popolazione italiana nel tema oggetto dell'indagine.



# CREDITS

*La Fondazione Cotec è stata costituita il 24 aprile 2001 con lo scopo di rafforzare l'innovazione tecnologica in Italia. Soci Fondatori sono: Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. • ENI S.p.A. • Finmeccanica S.p.A. • Fondazione Monte Paschi di Siena • Intesa Sanpaolo S.p.A. • Telecom Italia S.p.A. • Unicredit Group S.p.A. Il presidente onorario, per statuto, è il Presidente della Repubblica.*

*CheBanca! Nasce nel 2008 come banca retail del gruppo Mediobanca. Dal 2012 è editore della testata online "Chefuturo!", diretto da Riccardo Luna, che si è subito affermato uno dei principali siti di innovazione.*

*Il Censis nasce nel 1964 come Centro studi investimenti sociali, dal 1973 diventa fondazione e, grazie dalla guida del fondatore Giuseppe De Rita, diventa il principale osservatorio dei mutamenti sociali, politici ed economici. I suoi Rapporti annuali sullo stato del paese sono un appuntamento entrato nella tradizione, visto che siamo arrivati alle soglie della 50esima edizione. Ha curato l'indagine Cotec-Chebanca!*



**CheBanca!**

**CHE FUTURO** 



