

A person is seen from behind, sitting in a meditative pose on a grassy hill. They are wearing a light blue t-shirt and dark pants. The background features a vast landscape under a sunset sky with warm orange and yellow tones. In the distance, there are rolling hills and a cityscape. The overall mood is peaceful and contemplative.

Benessere 2017/2018

sintesi dei principali risultati
di ordine generale

Il presente documento ha l'obiettivo di sintetizzare in poche charts i principali risultati di carattere generale della ricerca «BENESSERE 2017/2018».

Si fa riferimento solo ai temi di carattere generale, che hanno a che fare con il BENESSERE, che lo ostacolano o lo favoriscono, con anche le implicazioni per le Imprese, sia come datrici di lavoro, sia come propositrici di beni, prodotti e servizi.

Non si entra nelle tematiche specifiche che riguardano i vari mercati ed i relativi brands. Per questi approfondimenti si fa rinvio al rapporto generale, ed alle analisi specifiche.

La presente ricerca si è avviata lo scorso anno, con una prima fase di fondazione: «BENESSERE 2016/2017». Stante la continuità della ricerca, si ritiene utile richiamare il senso dei risultati dello scorso anno. Quindi:

- Le **pagine dalla 3 alla 8** si soffermano sulle evidenze della **ricerca dello scorso anno «BENESSERE 2016/2017»**
- Le **pagine dalla 9 alla 26** riassumono le principali evidenze della **ricerca di quest'anno «BENESSERE 2017/2018»**
- Le **pagine dalla 27 alla 40** **rappresentano un ALLEGATO** che raccoglie alcuni grafici tratti dal report generale – *dello scorso anno e di quest'anno* – inseriti solo al fine di supportare alcune evidenze citate nelle pagine precedenti. **Non hanno una leggibilità autonoma, sganciata dal contesto che li richiama.**

RICERCA 2016/2017



UN BREVE RICHIAMO DEI RISULTATI GENERALI

PREMESSA

La propensione verso un benessere diversamente concepito è stata innescata negli ultimi anni da una serie di variabili che la ricerca dello scorso anno aveva individuato.

Un tempo il benessere veniva fatto coincidere con **5 variabili** che riguardavano solo la persona nel suo ambito privato: **soldi, salute, cibo, casa e famiglia**. Oggi, per effetto di alcuni agenti innescanti, le variabili del benessere si sono molto ampliate, rendendo in realtà la vita più complessa, perché il Sistema non se n'è accorto, o è lento ad adeguarsi, o non gli conviene, almeno fino a quando non ne sarà costretto.

Ricordiamo brevemente gli agenti innescanti, ed occupiamoci poi delle conseguenze, pur in modo schematico.

GLI AGENTI INNECANTI

Sono stati 4, e si sono scatenati negli ultimi 10-15 anni, tutti contemporaneamente e nella stessa direzione, come una forza di efficacia esponenziale:

1. Forte **miglioramento della capacità critica** della popolazione, con riferimento alle nuove generazioni, innescato soprattutto dall'impennata del livello di istruzione (pag.28): gente molto più capace di intendere, di giudicare e di volere; conseguenza: rifiuto delle «dipendenze verticali» di un tempo, e forte desiderio di «orizzontalità»
2. Un'altra variabile – innescata dalla precedente, che porta al «*non affidamento*» – è stata l'impennata della «**secolarizzazione**», che ha come conseguenza il convincersi che la propria vita è certamente questa - *il «dopo» si vedrà -*, che non ci si porta niente dall'altra parte, e che **questa vita va vissuta al meglio, ora** → segue

3. C'è poi il forte contributo dato dal **protagonismo della parte femminile giovane-adulta** della popolazione. Le nuove donne hanno cambiato – o ampliato – il proprio ruolo: sono «uscite di casa», ed hanno portato la propria femminilità nel contesto sociale e professionale. Al di là della maggiore capacità di gestire la multivariabilità - *così utile in un periodo sempre più complesso come quello attuale* - , hanno portato nella società la **capacità relazionale**, fonte di ogni forma di vita, umana, intellettuale, sociale e progettuale. Tanto che è stata realizzata la chart a pag. 29
4. Infine va ricordata l'impennata del mondo digitale, e lo scatenamento della **relazionalità social dal 2.0 in poi**. Una breve sintesi nelle chart a pag. 30-32.

Tutto questo ha di molto ampliato le variabili considerate nel definire il benessere, in termini di **valorialità culturale (A)**, e di **raggio di azione (B)**:

- A. Da una parte si dà sempre più **importanza al «senso» di quello che si fa** e della sua pregnanza culturale: **è come se si transitasse dalle logiche dell'«avere» a quelle dell'«essere»**; conta sempre di più il significato, il valore culturale, la tradizione, il territorio, il rispetto della filiera, la verità. **E questo passaggio «avere→essere» è stato ulteriormente favorito dalla crisi** e dalla mancanza di soldi (*il desiderare di star bene in modo diverso, attraverso ad esempio la cultura, la musica, l'arte, lo sport, ... non comporta necessariamente dei costi*). Il tutto previsto anche da Maslow decenni fa (pag. 33)
- B. Dall'altra, **il raggio di azione**. Un tempo l'ignoranza/diffidenza facevano chiudere in se stessi. Ora invece si esce da se stessi, e si dà sempre più rilevanza al contesto in cui si vive: **gli altri, il territorio, il rapporto con chi fornisce servizi, beni e prodotti, sia dell'area Privata (Sistema Economico), che Pubblica (Stato, Governo, Partiti Politici)**.

Ne consegue una riformulazione del **progetto di vita** in 4 grandi aree tematiche: **1. gli obiettivi prioritari della mia persona, 2. le mie relazioni, 3. il contesto in cui vivo, 4. il lavoro.** Da notare che su quattro aree, ben tre riguardano le **relazioni esterne** della persona. Si tratta di aree sempre esistite, ma mentre prima si subiva acriticamente, adesso si vuole essere attori, o quantomeno si desidera «orizzontalità», rispetto, e possibilmente partecipazione. Vediamole:

- 1. La mia persona:** anche se i soldi hanno ancora una massima correlazione con la qualità della vita, la priorità viene data al proprio benessere, lo **«stare bene adesso» nel corpo e nella mente**, con modalità anche differenti rispetto al solo possesso del denaro
- 2. Le mie relazioni:** una vita di tranquillità sociale e relazionale non soltanto nel mondo privato (amici – conoscenti – colleghi), ma **con tutto ciò che circonda**, fatto di area Pubblica (Stato, Partiti Politici), e di Sistema economico privato. **Si fa riferimento al desiderio di una relazionalità fortemente positiva, e ad una cessazione delle contrapposizioni (ed anche dei menefreghismi)**
- 3. Il contesto in cui vivo:** fatto di territorio salubre, dotato di servizi, sicuro
- 4. Il lavoro:** considerato che il lavoro occupa di fatto gran parte della propria vita cosciente, gli investimenti sono ampi, anzi sempre più ampi, e si contrappongono a ciò che avviene oggi (si veda nella chart che segue).

Si è accennato al fatto che nell'ampliamento del proprio «raggio di relazioni», il rapporto con chi fornisce servizi, beni e prodotti - *sia dell'area Privata (Sistema Economico), che Pubblica (Stato, Governo, Partiti Politici)* – assume sempre più rilevanza. Nella ricerca dello scorso anno tuttavia emergeva una sorta di **rassegnazione nei confronti dell'Area Pubblica** (lo Stato, i Partiti Politici): li si sente distanti, **del tutto insoddisfacenti**, guidati da altri interessi. Quest'anno, peraltro, si conferma.

Tutto ciò ha spostato progressivamente **le attese verso il Sistema delle Imprese**, con il quale si vive e ci si relaziona ogni giorno, sia nel **1. rapporto di lavoro**, sia come **2. consumatori** dei beni e servizi che il Sistema mette a disposizione.

1. Nel **rapporto di lavoro** si hanno tre tipi di attese:
 - avere con i colleghi una relazione molto più soddisfacente, e non contrappositiva come quella attuale. Ciò come frutto anche di una riorganizzazione del mondo del lavoro; infatti ...
 - ... si desidera una organizzazione del lavoro molto meno verticale e molto più orizzontale, «a pettine», con più condivisione, alleanza, partecipazione, coinvolgimento (operare come se si fosse tutti «soci»)
 - guadagnare denaro solo per vivere in modo dignitoso, e non per diventare ricchi; o più semplicemente poter «avere un lavoro», evitando le manovre - *della finanza che sfrutta* - che portano alla «mobilità»
2. Come **consumatori** si vorrebbe essere trattati molto meglio:
 - sia con prodotti/servizi di migliore qualità e a minor costo (con dimostrazioni che ciò è possibile)
 - sia nella relazione: si auspicano attenzioni nuove, sorprendenti, migliori di quanto ci si possa attendere

In grande sintesi il 2016 ha mostrato in grande prevalenza aree critiche:

- mentre gli individui - *soprattutto quelli delle nuove generazioni (e comunque un buon 50%)* – negli ultimi anni sono molto cresciuti e maturati in termini di attese e capacità critica (*peraltro la loro crescita aumenterà in modo esponenziale*)...
- ... nella loro percezione il mondo dell'Offerta – tutta – ha proseguito in totale continuità con il passato, creando una distanza tra realtà ed attese, sempre crescente, e sempre più preoccupante.

Inoltre il 2016 aveva osservato che:

- Gli individui soddisfatti pienamente della qualità della propria vita erano solo il 9%; e considerando anche coloro che davano un giudizio comunque di buona soddisfazione non si superava comunque il 31%
- Che l'insoddisfazione era attenuata da due variabili, che sono quindi quelle che più di altre spingono alla serenità:
 - o **dai soldi**: stante la nostra storia, i soldi – al di là della carenza – hanno la «coda lunga», e sono tuttora la variabile che più si correla allo stare bene; l'élite è quindi relativamente più soddisfatta
 - o – *non considerando i soldi* - **dall'annullamento della distanza tra ciò che si ha e ciò che si vorrebbe**. In questo momento la variabile che più crea questo avvicinamento è **l'età: più si diventa anziani, meno si pretende** (i sogni si attenuano), e più si è sereni. Se poi oltre all'età si aggiungono variabili di ulteriore pacificazione (o assopimento mentale), la felicità aumenta sempre di più (es.: la terza/quarta età maschile rispetto a quella femminile).



SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI 2017/2018

BENESSERE 2017-2018: IN SINTESI - 1

La ricerca 2017-2018 ci mostra un quadro simile, ma un po' meno critico: la gente è un po' meno arrabbiata. Lo si constata non solo perché dichiara una soddisfazione un po' più alta (33% invece di 31%), ma perché tutta la ricerca, in tutte le criticità osservate lo scorso anno, produce risultati meno severi. Ma la cosa più interessante è **la prospettiva** che questo «nuovo clima» ha innescato – *per quanto questa minore criticità possa essere ancora moderata* –: «se qualcosa si è mosso, allora forse le opportunità potranno realizzarsi». **E tutto ciò produce l'attesa che qualcosa di meglio possa verificarsi.**

Il tutto è riscontrabile analizzando **la correlazione tra la soddisfazione per la qualità della vita e le variabili che la determinano**. Questa correlazione si incrementa molto di più di quanto non si incrementi la soddisfazione oggettiva per le stesse variabili: se l'importanza delle variabili – *cioè la correlazione con la qualità della vita* - aumenta di molto, vuol dire che hanno credibilità, e se l'oggettiva soddisfazione è ancora bassa, significa che si stanno scatenando le attese.

Una buona sintesi è data dalla mappa a pag.34. Tutte le variabili che stanno sulla destra – in basso o in alto - sono quelle che hanno goduto di un elevato incremento della **correlazione con il benessere** rispetto allo scorso anno:

- Quelle che stanno in **basso a destra** hanno ancora modesta correlazione, ma sono in forte fermento, e ci si attende che nei tempi prossimi siano in ulteriore crescita: qui si trovano le variabili che dimostrano **attese verso le Aziende** (auto, alimentari, internet, ma non solo)
- Quelle che stanno in **alto a destra** sono le variabili che già lo scorso anno erano state giudicate importanti, ma che stanno ribadendo ancora di più la loro rilevanza: **salute/corpo, attività svolta, relazioni**
- Le uniche variabili molto correlate al benessere, ma che non hanno avuto incrementi. sono quelle legate al **territorio**; c'è delusione – il potere pubblico non interviene – ma **non c'è rassegnazione; è troppo importante**

Questo risultato è di grande interesse, perché conferma le ipotesi che si stavano già affacciando lo scorso anno: la gente desidera sempre di più star bene di corpo e di mente, e con il contesto esterno – relazioni – fatto di altre persone, di territorio, e di imprese con le quali ci si relaziona. Quindi:

- **Star bene di corpo e di mente:** sono aree che riguardano la propria persona
- **Investire sulle relazioni:** significa voler stare bene con gli altri (gli altri: ambito vasto, che comprende le Aziende)
- **Pretendere un contesto territoriale** che consenta una vita personale e sociale soddisfacente.

1. **Star bene nella salute (del corpo e della mente).** Star bene nel **corpo**: è un'area primaria, e come si vedrà nelle chart che seguono, coinvolge sia la salute, che l'alimentazione, che la cura del corpo, con attività fisiche e quant'altro. Star bene nella **mente**: non si tratta degli affetti, che di per sé sono soddisfacenti, ma di qualcosa che ha un ruolo importante e che è ben lontano dall'essere ottimale: cioè **l'attività lavorativa**, non solo per la sua precarietà, ma per il fatto che occupa i 2/3 del tempo vitale, ed in questo periodo - per come è organizzato – lo sta occupando certamente non in logiche ottimali, soprattutto per le tensioni spesso esasperate
2. **Star bene nelle relazioni.** Le relazioni interpersonali riguardano soprattutto 2 ambiti: **le persone** con cui si hanno relazioni - *tutte, ma soprattutto quelle obbligate (i colleghi) -*, e **le imprese** i cui prodotti/servizi vengono utilizzati
3. **Star bene nell'ambiente.** Il **territorio**, le sue dotazioni, la sicurezza, la pulizia (il non degrado da inquinamento), sono aree irrinunciabili.

Qui di seguito, dopo una breve parentesi curiosa su uomini donne, etica e soddisfazione, ci occupiamo delle tre aree.

*Prima di sviluppare i principali risultati delle tre aree – **salute** corpo e mente / **relazioni** / **ambiente** – in questa pagina pare interessante tornare un attimo sull'«armonia del benessere primario»: quindi non solo su quello individuale, ma su quello che ci circonda, quantomeno dal punto di vista umano: lo star bene con se stessi, e lo star bene con gli altri, rispettandoli (etica). A pag. 35 è stata inserita una mappa che incrocia le due variabili basiche:*

- *star bene con se stessi, in orizzontale*
- *ed in verticale, avere una buona relazione con gli altri, in questo caso rappresentata dall'etica (il «rispetto» degli altri e del contesto).*

Vi sono proiettati le varie età del ciclo di vita, separatamente per uomini/donne. E' interessante notare quanto siano diversi i due generi – uomini e donne - per specificità naturali, per ruoli, per ambizioni: queste sono tutte variabili che creano tensioni differenti nei vari range di età dei due generi. Le tendenze generate dall'età sono simili (con la grande complessità dei 50 anni, satura di problemi: il lavoro, i figli, i genitori...), ma il genere crea una differenza sostanziale.

*Quando però si tolgono le tensioni della vita – legate ai ruoli ed agli sforzi per una loro ottimalizzazione (più o meno di successo) – e **si entra nella terza età**, il tutto si tranquillizza – si attenuano anche le specifiche tensioni maschili e femminili – ed i due generi, come «rasserenati», entrano nell'area della **soddisfazione completa**. E' come se la distanza tra quello che si ha e quello che si desidera si sia azzerata, e la **«brama» che crea le tensioni, si sia annullata**, per entrambi. Una sorta di «**nirvana**», che forse si chiama «**equilibrio**» e/o «**saggezza**». Dato da tener presente quando si deve decidere quali caratteristiche debba avere colui al quale vengono affidate le «grandi responsabilità», private e pubbliche (politiche).*

LE TRE GRANDI AREE DELLO STAR BENE: 1. LA SALUTE (IL CORPO)

Iniziamo con il corpo. Questo tema si articola in **tre sotto-aree**: il corpo inteso come **forma fisica ed aspetto**, il **sentirsi bene**, e la relazione con **l'alimentazione**.

La **forma fisica e l'aspetto** rappresentano la componente più importante dei tre, ma è la meno soddisfacente. Per quanto in tendenziale miglioramento rispetto lo scorso anno - *come quasi tutti i risultati di ricerca* -, meno di 1/3 si dichiara soddisfatto (32%). L'attività fisica è praticata da un segmento un po' più ampio (40%), ma **le attese – anche estetiche – per il corpo sono molto più alte della realtà in cui ci si trova**, ed il giudizio è critico. Ed è più critico per le donne, dove le attese sono ancora più alte. Il corpo - *come già detto* - è una variabile di forte correlazione con il benessere, correlazione peraltro in significativa crescita rispetto allo scorso anno. **E' un'area in cui c'è molto da fare**, da tutti i punti di vista, tenendo anche conto che **è percepita come una variabile agevolante le relazioni** (tema questo di fortissima rilevanza).

Il sentirsi bene è valutata in modo più soddisfacente: il 45% si dichiara soddisfatto, ed il 49% dichiara di prestare anche buona attenzione. E' comunque interessante notare che mentre nello scorso anno stava crescendo di importanza uno stile di approccio salutistico severo, molto attento alla prevenzione e ben poco alla concessione, quest'anno si nota uno stand by di questo stile, ed invece un significativo incremento di stili caratterizzati anche da logiche concessive, pur con elevata disponibilità poi al rimedio, adottando stili periodicamente più attenti, chiedendo interventi di medici/medicine. La gente è come se stesse uscendo da un periodo di «sole penitenze» e volesse in qualche misura regalarsi qualcosa in più, pur con le attenzioni del caso (di tipo riparativo).

L'alimentazione è anch'essa giudicata di buona soddisfazione da una metà del campione (50%), in decorosa crescita rispetto allo scorso anno. Tuttavia questo «dato medio» mal interpreta i veri dati di ricerca: ci sono segmenti che pare abbiano raggiunto un equilibrio perfetto (93% di soddisfazione), altri che dichiarano buona soddisfazione (65/66%), ed altri che paiono precipitati nella depressione totale (da 0% a 30%). Le tre logiche sono chiare, e corrispondono a chi ha trovato gli equilibri, a chi non cerca equilibri ma se lo può permettere, e a chi lo desidera ma proprio non ce la fa. Si fa riferimento:

- ad un segmento della terza età, che ha peraltro pochi soldi ma che ha trovato un equilibrio compatibile con la modesta spesa, e fa coincidere le attese con la realtà che gli è possibile (ed è molto soddisfatto)
- all'area elitaria di età centrale, che si concede il meglio – che può essere salutistico o anche «peccaminoso» – non avendo ovviamente problemi di soldi (la soddisfazione è buona)
- all'area dell'ex classe media che ora è economicamente precipitata, e che era abituata ad un decoroso livello che ora non si può più concedere. La distanza tra desiderio – pur non eccessivo – e realtà consentita è davvero ampia, e l'insoddisfazione è totale.

Analizzando la sola area che può scegliere – *l'elitaria* – si nota lo stesso fenomeno che si è descritto per la salute: gli stili attenti e rigorosi stanno in stand by, mentre gli stili goderecci - *pur disponibili poi a riparare* - si ingrossano non poco.

In definitiva, mentre sugli «ingredienti» della salute – *l'alimentazione ed il sentirsi bene* – la soddisfazione è decorosa, pur senza generalizzare, e con riferimento soprattutto ai segmenti medio-alti ed alti (°), il risultato finale – *cioè la soddisfazione per il proprio corpo in tutte le sue articolazioni* – è ancora molto modesta.

C'è molto spazio di intervento per l'Offerta: le Aziende più importanti e credibili si occupano soprattutto dell'«ingredientistica» - *salute ed alimentazione* – e **non del risultato finale, che coincide con la soddisfazione per il proprio corpo nella sua complessità, anche estetica**, tenuto conto peraltro che il proprio corpo è un «ingrediente» fondamentale per una gestione di una parte delle relazioni, anch'esse – come vedremo – così rilevanti.

E' ovvio che ci debba essere attenzione alla salute ed alla alimentazione da parte di un'Offerta attenta e seria.

Non è altrettanto ovvio che sull'ottimalizzazione del risultato finale, l'individuo debba essere lasciato tendenzialmente solo.

(°) *Si fa qui riferimento ai segmenti medio-alti ed alti, 1/3 abbondante della popolazione, perché sono gli unici che possono progettare uno stile non condizionato. Non considerando lo «stile dell'equilibrio» (terza età, circa 15%), che si accontenta, e non mostra più divari tra desideri e realtà, il restante 50% - ex classe media – ha tali condizionamenti da rendere qualsiasi obiettivo sempre più distante dalla perseguibilità, con conseguenze depressive in tutte le aree.*

LE TRE GRANDI AREE DELLO STAR BENE: 1. LA SALUTE (LA MENTE)

I temi centrati sulla serenità della mente hanno poco a che fare con gli affetti familiari: non ci sono problemi.

La turbativa maggiore, che richiede il massimo di attenzione – e di interventi – riguarda l'attività svolta. L'attività svolta ha avuto quest'anno l'impennata più significativa nella correlazione con il benessere complessivo, ed ha raggiunto la prima posizione, a pari merito con i soldi. Le due variabili – *attività e soldi* – sono in parte correlate, ma ciò che ha più rilevanza per la gente non è tanto la relazione con i soldi, ma il cercare di occupare i 2/3 del tempo vitale – *quello lavorativo* – nel modo più interessante e meno teso in assoluto.

L'attività svolta è di moderata soddisfazione (38%). Lieve crescita rispetto allo scorso anno (36%), ma comunque contratta in assoluto. La modesta soddisfazione è connessa a due temi:

- La **verticalità** del rapporto di lavoro, che **crea tensioni**: le soluzioni più adottate dalle Aziende sono ancora di tipo tayloristico, ad albero gerarchico (come vedremo, si tratta di soluzioni molto distanti dai nuovi desideri)
- L'essere coinvolti in Imprese che vengono giudicate - dai dipendenti stessi - di **modesta serietà nel produrre** (qualità bassa), e nel **comportarsi in modo poco etico con i clienti** (gestione non corretta del rapporto)

La verticalità. L'albero gerarchico – *ideato 120 anni fa, quando gli individui in realtà erano masse «acefale» capaci solo di eseguire ordini* - e le tensioni contrappositive che crea, mal risponde alle nuove aspirazioni della nuova generazione, più colta, più critica, più vogliosa di partecipare, di essere coinvolta, più desiderosa di far parte di strutture organizzative orizzontali, «a pettine». Le contrapposizioni, tipiche dell'albero gerarchico, oltre ad essere paralizzanti, sono depressive

Le analisi condotte mettono in evidenza che questa impostazione – verticale - è alla base della precarietà dei rapporti con i superiori e con i colleghi. Con questi ultimi si rileva un'ottima relazione solo nel 13% dei casi; si arriva ad un 31% se si accetta un livello più basso (pur decoroso). Valori davvero troppi bassi perché il lavoro possa essere non solo un luogo per guadagnare, ma anche un luogo in cui passare la parte principale della propria esistenza.

L'etica. Parlando dell'azienda in cui si lavora, ci si sarebbe aspettati di rilevare atteggiamenti alleati con il contesto di appartenenza, non critici. Invece nessuna area di valutazioni supera il 28% di eccellenza, ed il 51% di decoro. Ciò significa che una percentuale che va dal 50% al 75% dichiara di lavorare in una azienda che non è del tutto onesta, che non fa prodotti di ottima qualità, che non è attenta ai bisogni dei clienti, che non fa una comunicazione seria/onesta, che non ha un buon rapporto qualità/prezzo, ecc... Si vedano i dati nell'allegato a pag. 36.

Quindi si ha coscienza di operare in un contesto al limite dell'accettabilità, che opera di fatto in logiche contrappositive, da sfruttamento, e non in logiche relazionali positive e costruttive.

Tutto ciò non pare un buon ingrediente per alimentare la salute della mente.

L'area delle relazioni è molto articolata, con risultati in parte soddisfacenti, in parte un po' negativi, ed in parte molto negativi. Diciamo subito che le negatività si riscontrano soprattutto nella relazione con il mondo dell'Offerta, per effetto del fatto che mentre l'Offerta tende ad andare in continuità, solo «*pro domo propria*», la Domanda – cioè la gente – ha goduto di tassi evolutivi nella capacità di capire e giudicare in fortissima crescita, con previsioni di ulteriore crescita di tipo esponenziale. Vediamo meglio.

Innanzitutto ricordiamo un dato già visto: **la relazionalità positiva risulta essere una delle variabili più importanti nel determinare il benessere: lo era in assoluto lo scorso anno, ed in questa ricerca non solo si è confermata, ma ha goduto di un'ulteriore impennata nella correlazione con il benessere.** Molte relazioni rispondono alle attese, altre no.

Non considerando le relazioni nel mondo del lavoro - *già viste analizzando il benessere mentale* -, qui di seguito analizziamo:

1. Le **relazioni del mondo privato**, pur non familiare (ma ad es: amici, ...); variabile non solo importante ma in crescita significativa
2. Le **relazioni con l'Offerta del Sistema Economico Privato** – le Aziende – non tanto come fornitrici di opportunità di lavoro (ne abbiamo già parlato), ma di prodotti e servizi: discreta insoddisfazione in alcuni settori, ma di certo non drammatica come nell'area pubblica. E comunque densa di opportunità prospettiche...

1. **Le relazioni nel mondo privato.** Delle due aree di relazioni che si sta analizzando, questa è certamente quella più positiva e, pur avendo una correlazione altissima con il benessere, non c'è distanza tra realtà ed attese: con gli altri del proprio entourage (amici, ...) tutto va benissimo, e tutto ciò rappresenta un ancoraggio fondamentale.
2. **Le relazioni con il Sistema Economico.** La soddisfazione verso le varie aree del Sistema mostra una forte variabilità:
 - ben valutati la GDO, il mondo Internet, e le imprese Automobilistiche. Peraltro per questi tre (pag.40) si rileva un'attesa crescente; quindi buona soddisfazione, ma ci si aspetta sempre di più.
 - Non ben valutati invece le Banche, le Industrie Alimentari ed in parte i Gestori della telefonia. Ricordiamo sempre che non si tratta di valutazioni in assoluto, ma tengono conto dell'eventuale disagio creato dalle attese, spesso di ordine superiore. Però così è: l'industria alimentare è basica, così come lo è l'industria che gestisce il denaro, così come lo sta diventando quella della telefonia, verso la quale si sente sempre più una dipendenza irrinunciabile. Peraltro questo settore – telefonia - è l'unico che ha criticità crescenti rispetto allo scorso anno: ciò testimonia non tanto un eventuale degrado, quanto una crescita delle attese molto superiore alla crescita delle risposte che si ottengono.

Il Sistema Privato – l'unico che potrebbe essere in grado di rispondere – è quindi destinatario del massimo delle attese. Si chiede vicinanza, si chiede aiuto (il mondo è sempre più complesso), si chiede non solo trasparenza e correttezza, ma anche alleanza. E ancora di più: si desidera essere nel cuore delle Aziende, di essere trattati dalle Aziende meglio di quanto ci si possa attendere. Si spera che si crei l'effetto WOW!

Innanzitutto ricordiamo un dato già visto: la fruizione di un ambiente positivo risulta essere una delle variabili più importanti nel determinare il benessere: lo era in assoluto lo scorso anno, ed in questa ricerca l'esigenza si è confermata, ma purtroppo è accompagnata anche da una strisciante delusione; ma non rassegnazione.

Le aree più critiche sono le due che seguono: il **contesto in cui si vive** (la cui responsabilità è peraltro del Potere Pubblico), e più in generale l'**Offerta del Potere Pubblico**, anche al di là del contesto in cui si vive.

1. **Il contesto in cui si vive.** La soddisfazione complessiva non supera il 31%, a fronte dell'altissima importanza (cioè altissima correlazione con il benessere). **Crea disagio:** si veda a pag.37.

Distinguiamo: la gente è orgogliosa di essere italiana, orgoglio spiegabile dall'unicità dell'Italia, per le sue caratteristiche ereditate dalla storia e dalla cultura: le famose **6A** (si veda pag. 38), ma non è contenta di vivere in Italia – si veda pag.39 – e le variabili causali di questa tristezza - *si trovano nella stessa pagina* - hanno a che fare con il Potere Pubblico. **Forse il Sistema Economico Privato, nell'ambito di nuove assunzioni di Responsabilità sociale, potrebbe proporre soluzioni, non solo interessanti, ma anche molto apprezzate (e «premate»)**

2. **Il Potere Pubblico.** Oltre alle responsabilità già viste nella pagina citata, le tensioni negative verso questa Offerta sono rilevabili nei valori di insoddisfazione, in assoluto i più bassi tra tutti quelli misurati. Senza essere severi più di tanto nella misurazione, e considerando anche i valori di soddisfazione blanda - quindi non elevatissima – per lo Stato si ottiene una soddisfazione da parte solo del 13%, ed i Partiti Politici da parte solo del 6%!

E QUINDI? IN POCHISSIME RIGHE ...

Il benessere complessivo della qualità della vita è molto moderato, perché nessun fattore – *con riferimento a quelli indipendenti e causali*: **salute** (corpo e mente), **relazioni** e **ambiente** - in realtà raggiunge non solo l'ottimalità, ma nemmeno la sufficienza. Ma per certo si può rimediare, e la ricerca fa intravedere per il Sistema Economico Privato grandi possibilità di intervento:

1. Salute:

- **del corpo**: valutazione oggettivamente positiva per l'«**ingrediente sentirsi bene**», e sostanzialmente positiva per l'«**ingrediente alimentare**» (pur con nuove forti attese), ma necessità di un aiuto per fare in modo che la «ricetta finale» sia vincente: si vuole stare bene con tutto se stesso, a cominciare dalla fisicità del corpo, da tutti i punti di vista, ovviamente anche estetica. E questo spazio di attese non è ancora occupato da nessuna Offerta credibile. E' uno spazio di intervento importante. Ed è a carico di iniziative private.
- **della mente**: questo tipo di benessere è raggiungibile solo cambiando l'organizzazione del lavoro, più orizzontale, coinvolgente e responsabilizzante. Peraltro la cronaca testimonia che là dove sono state fatte scelte di questo tipo, l'Azienda è diventata di successo, come conseguenza dell'entusiasmo dei dipendenti.

2. Relazioni: come si è visto, l'aiuto per superare le difficoltà crescenti della vita può certamente venire dal **Sistema Economico Privato, agendo da fornitore orizzontale, vicino ed alleato**, posto che ne capisca l'importanza/ agisca di conseguenza, a cominciare dalla **comunicazione che deve essere adeguata nei contenuti e nella forma**

3. Ambiente: a fronte della paralisi dell'intervento pubblico, solo l'assunzione di una Responsabilità Sociale più ampia del Sistema Economico privato potrebbe offrire soluzioni.

Per il Sistema Economico, quindi, grandi chances: la gente saprà sempre di più capire, e nel caso punire o Premiare!



La Sostenibilità

E' stata testata la rilevanza di ciascuna delle **16 aree del progetto di Sostenibilità 2030** – *riportate nella pagina che precede* - , attraverso un test di percezione della gravità, e quindi di **urgenza degli interventi**.

Tutte le aree hanno raccolto risposte di massima preoccupazione, e quindi di elevata urgenza di interventi. L'analisi delle priorità, come pure l'individuazione dei segmenti della popolazione che sostengono la priorità di alcune aree, si basa quindi su ridotte differenze di valori, tutti posizionati sulla fascia alta.

La misurazione di urgenza è avvenuta utilizzando una scala a 10 passi, dove i valori di massima urgenza corrispondevano ai passi 9 e 10, ed il valore di elevata urgenza corrispondeva al passo 8.

Per tutte le 16 aree si ottengono valori di 8+9+10 attorno all'80% (tra il 78 e l'85%), e valori di 9+10 attorno al 40-50% (tra il 34 ed il 54%). **Si tratta di valori altissimi.**

Per cercare di capire più approfonditamente il senso delle risposte - *cioè le logiche di ragionamento che stanno a monte* -, e cercare di individuare - *pure in termini relativi* - la priorità implicita nelle risposte stesse, è stata condotta una **analisi fattoriale**.

Sono stati individuati **3 fattori**, che spiegano complessivamente il **76% della varianza, valore alto**.

La Sostenibilità: sintesi - 2

Il contributo di ciascuno dei tre alla varianza è del tutto analogo.

Gli «ingredienti» dei tre fattori, e quindi una possibile loro definizione, sono riportati qui di seguito:

Fattore 1: «salute e benessere per tutti»	Fattore 2: «riduzione disuguaglianze»	Fattore 3: «cura dell'ecosistema»
- Buona salute e vita sana per tutti .75	- Riduzione disuguaglianze tra/nei paesi .80	- vita sott'acqua .81
- Crescita econ, occupaz. dignit. per tutti .72	- Uguaglianza di genere in ogni ambito .71	- Proteggere flora fauna .72
- Acqua pulita e sanità per tutti .72	- Porre fine alla povertà .67	- Combattere cambiam. climatico .69
- Istruzione di qualità per tutti .61	- Porre fine alla fame .60	- Produz. e consumo responsabile .66
- No fame, sicurezza alimentare .59		- Energie pulite .65
- Pace, promuovere Società pacifiche .52		- Città e comunità sostenibili .63
		- Industr/innovaz. equa e sosten. .57

Di fatto, semplificando il risultato, **le tre aree mentali** che in qualche misura riassumono il senso degli interventi di Sostenibilità testati, **ripropongono i tre dei temi fondamentali a supporto del Benessere**, e che caratterizzano il progetto dominante del nuovo stile di vita cui si ambisce:

- La salute del corpo e della mente → F1 «salute e benessere per tutti»
- La positività – orizzontalità - delle relazioni → F2 «riduzione disuguaglianze»
- La buona/sana vivibilità del contesto → F3 «cura dell'ecosistema»

Attraverso un nuovo calcolo, è stata valutata la rilevanza – in termini di urgenza degli interventi – di ciascuno dei tre fattori, calcolando – *in modo sintetico* - per ciascuno dei tre fattori quale è la priorità, cioè l'urgenza massima (la % di quanti danno valori 9+10).

Ne è emerso quanto segue:

- Fattore 1: 50% Quindi dapprima la salute delle persone
- Fattore 2: 46% In secondo luogo le relazioni, il vivere bene assieme
- Fattore 3: 41% In terzo luogo il contesto, l'ambiente e la sua salubrità

Sono discorsi di saggezza. Come testimonia questa ricerca sul «Benessere», la gente – *anche un po' secolarizzata* - dice: abbiamo solo questa vita, non ci portiamo niente dall'«altra parte», dobbiamo fare di tutto per viverla al meglio, con le seguenti tre priorità:

- Devo stare bene con me stesso, nel corpo e nella mente
- Devo stare bene con gli altri (*la relazionalità è all'origine di ogni forma di vita, mentre contrapposizione, lotta, battaglia portano se va bene alla paralisi, altrimenti alla morte*)
- Devo stare bene nel contesto in cui vivo

Analizzando la variabilità di ciascuno dei tre fattori nei vari segmenti sociodemografici e stilistici, emerge un dato costante: tutti e tre i fattori raccolgono il massimo dei punteggi sempre negli stessi segmenti, e cioè....

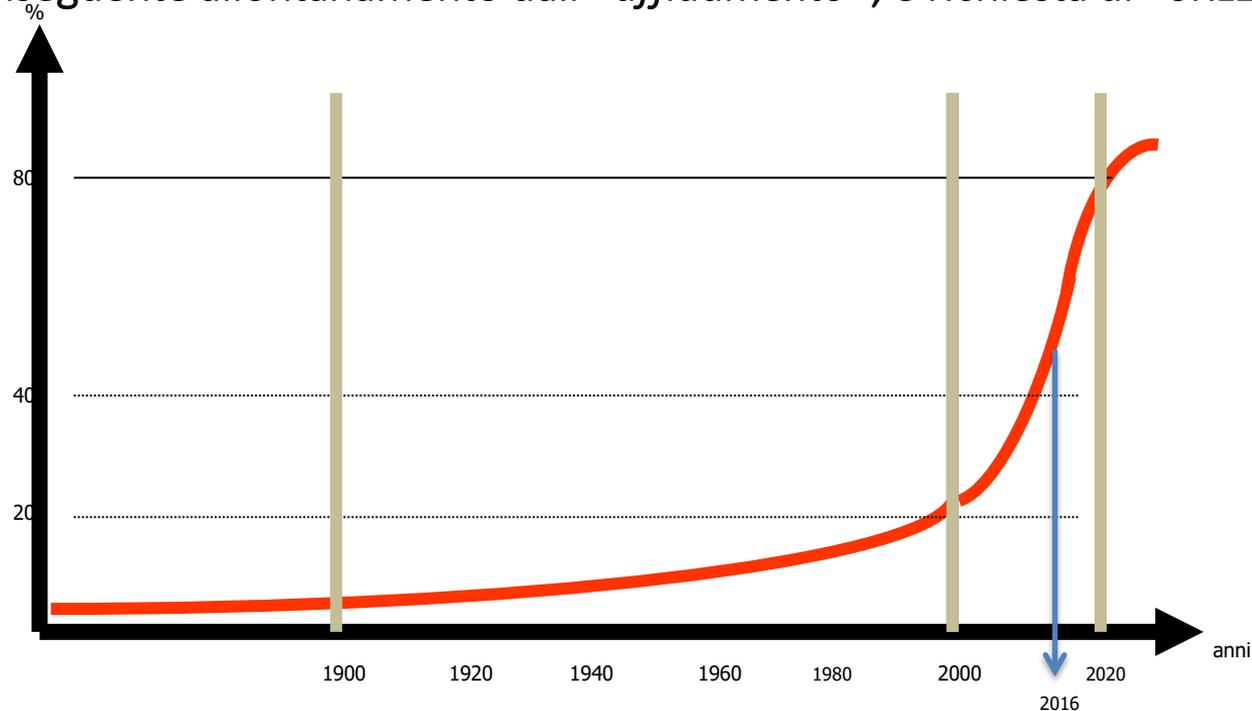
- presso le donne, che per dote naturale hanno il valore della «relazione con gli altri» (è nel loro DNA)
- presso gli anziani, non necessariamente colti, ma che hanno dalla loro parte la saggezza di un'intera vita vissuta
- presso coloro che hanno quegli stili comportamentali – *relativamente alla salute ed alla alimentazione* – che fanno trasparire massima attenzione allo stare bene (cioè al benessere salutistico, tema prioritario).

eumetrar
— m i l a n o —

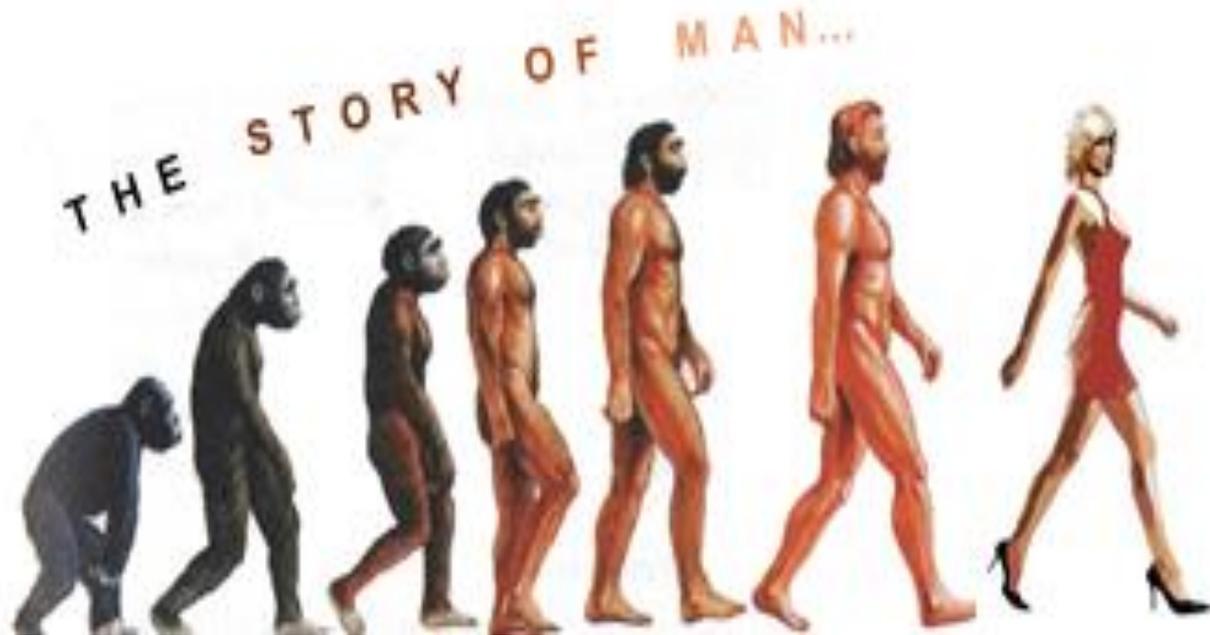
ALLEGATI

Tavole di puro supporto al
testo, non analizzabili in
autonomia

EVOLUZIONE ISTRUZIONE SUPERIORE (almeno medie sup.),
con conseguente allontanamento dall'«*affidamento*», e richiesta di «*orizzontalità*»



3^A CAUSA: IL PROTAGONISMO FEMMINILE



L'AFFERMAZIONE DEL WEB 2.0 È CONCAUSA DELL'AUMENTO DELLA RELAZIONALITA' E DELLA PRESA DI COSCIENZA DI SE'

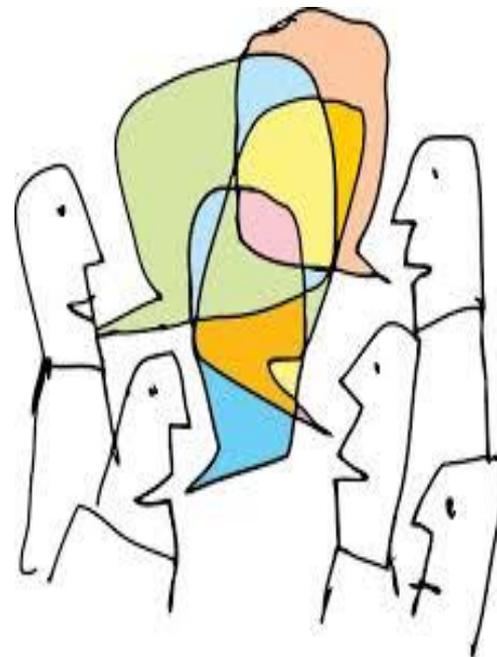


Ha consentito di uscire dalla dipendenza «verticale» dai mezzi di comunicazione...

...e di entrare progressivamente in logiche paritetiche e di «orizzontalità»...

CON IL WEB 2.0...

- ✓ ...si diventa parte attiva del Sistema e ci si sente protagonisti
- ✓ si crea una democrazia partecipativa della comunicazione
- ✓ si scoprono in sé opportunità e voglia di fare prima nemmeno immaginate



CRESCITA ISTRUZIONE E SECOLARIZZAZIONE – PROTAGONISMO FEMMINILE – INTERNET 2.0

Spostano l'attenzione sulla **relazionalità**

- ... sugli altri
- ... sul contesto, sul sistema

Rafforzano il **senso critico**

- ... coscienza di sé
- ... capacità di capire

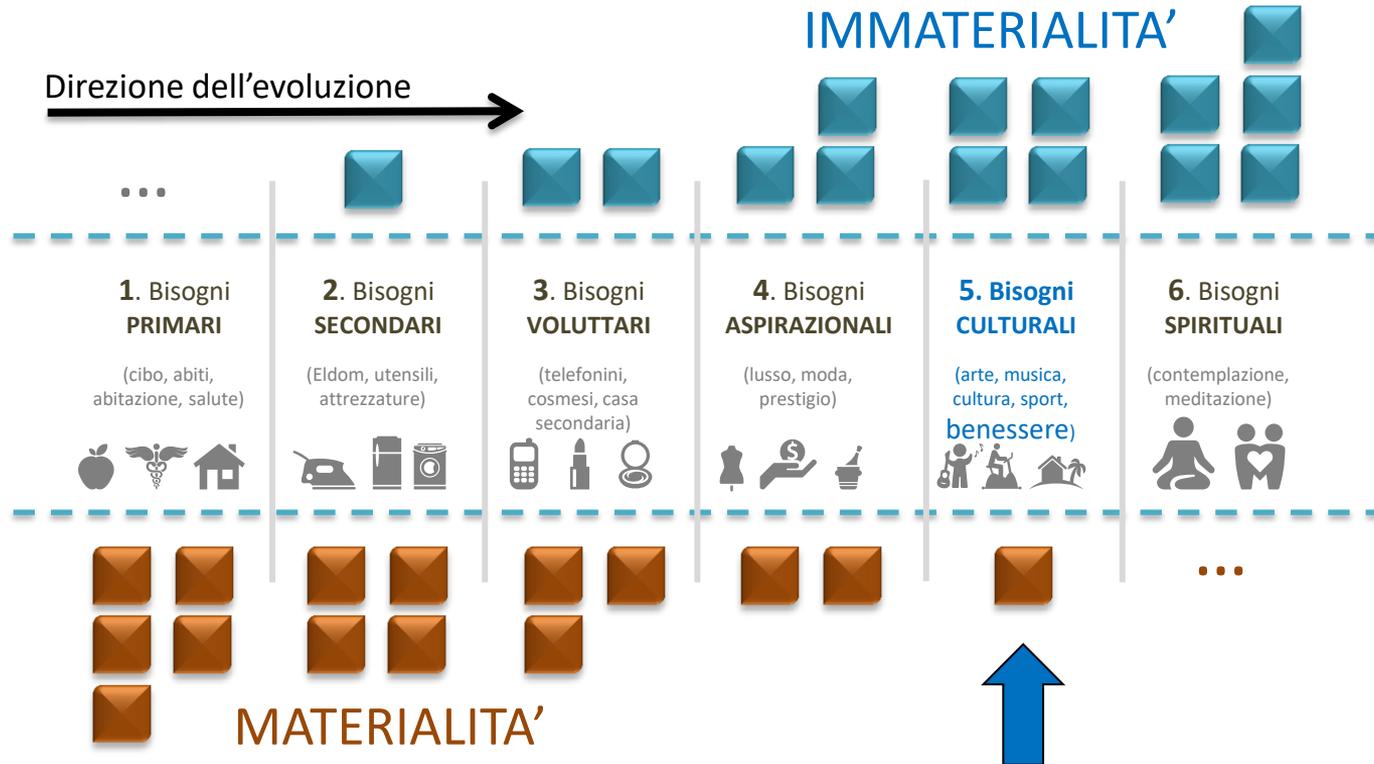
Attivano il desiderio di **partecipare**

- ... sul mondo
- ... sugli altri



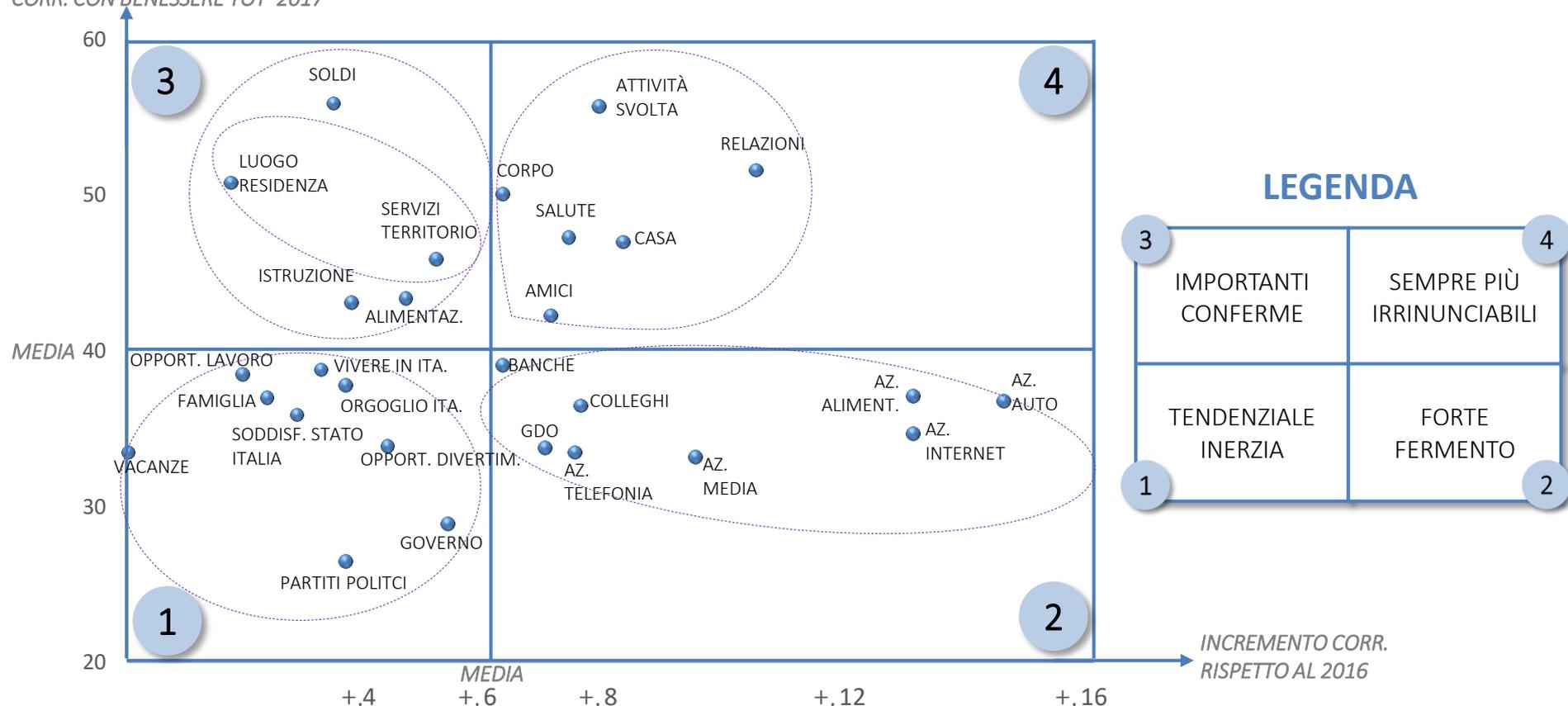
RIELABORAZIONE DELLA PIRAMIDE DEI BISOGNI

(Maslow 1954)

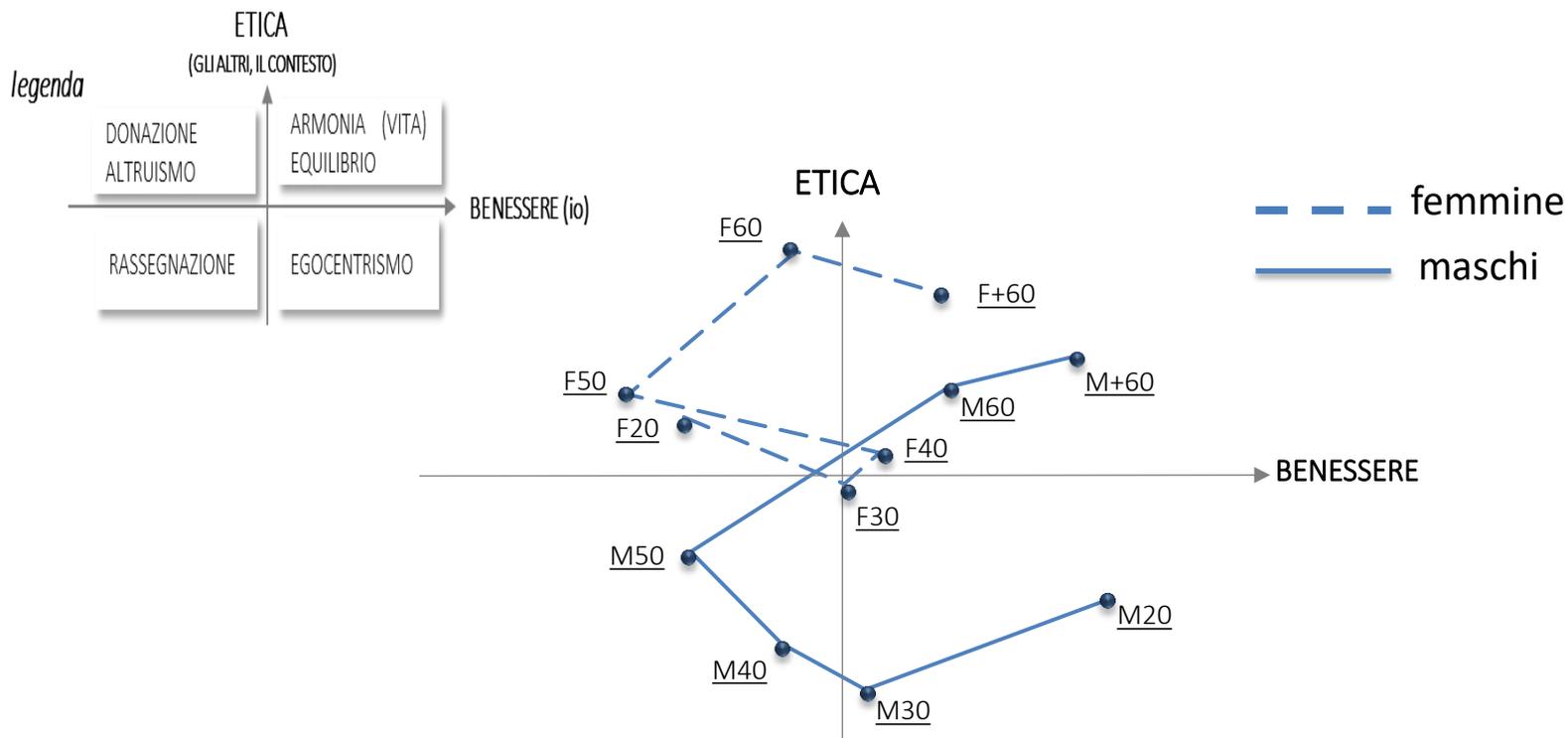


Correlazioni con la soddisfazione complessiva per la vita

CORR. CON BENESSERE TOT 2017



Mappa benessere (personale) ed etica (rispetto degli altri e del contesto): posizionamento per genere - M/F - ed età

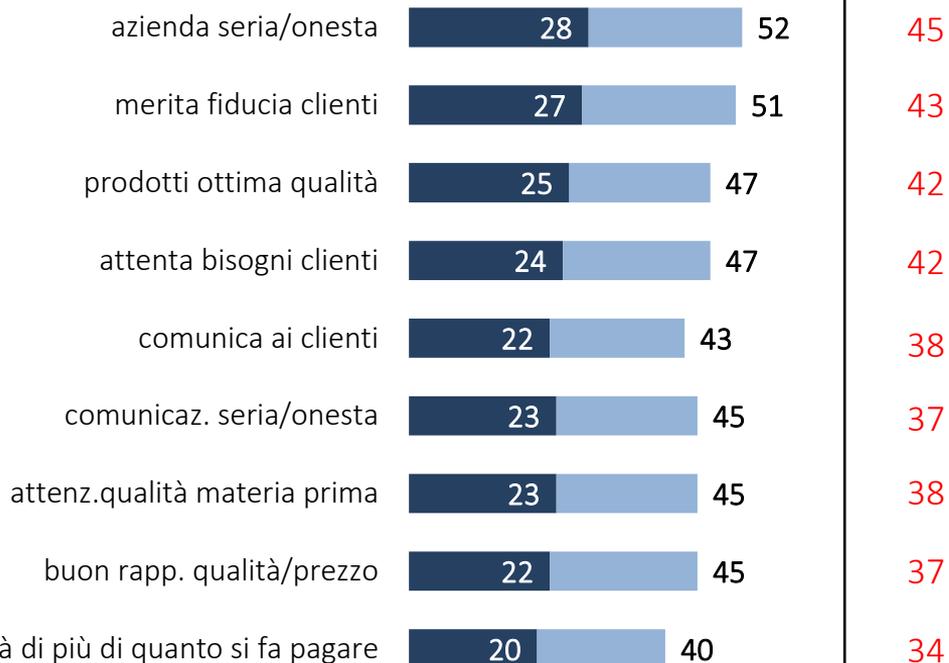


Valutazione contesto lavorativo (il proprio)

RAPPORTO CON I CLIENTI

■ 9+10 8+9+10

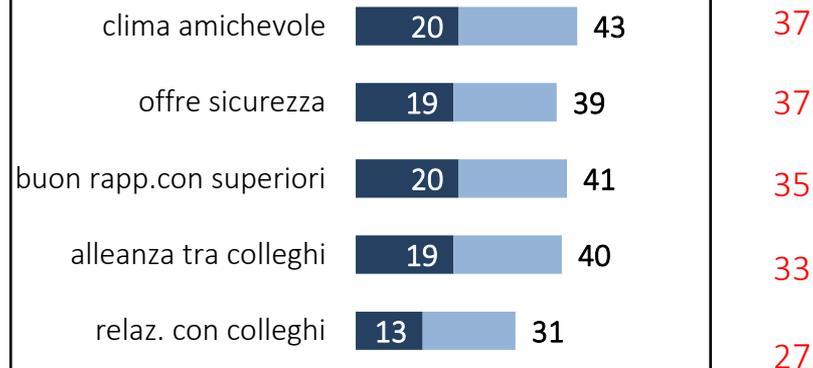
2016
(8+9+10)



RAPPORTO CON I DIPENDENTI

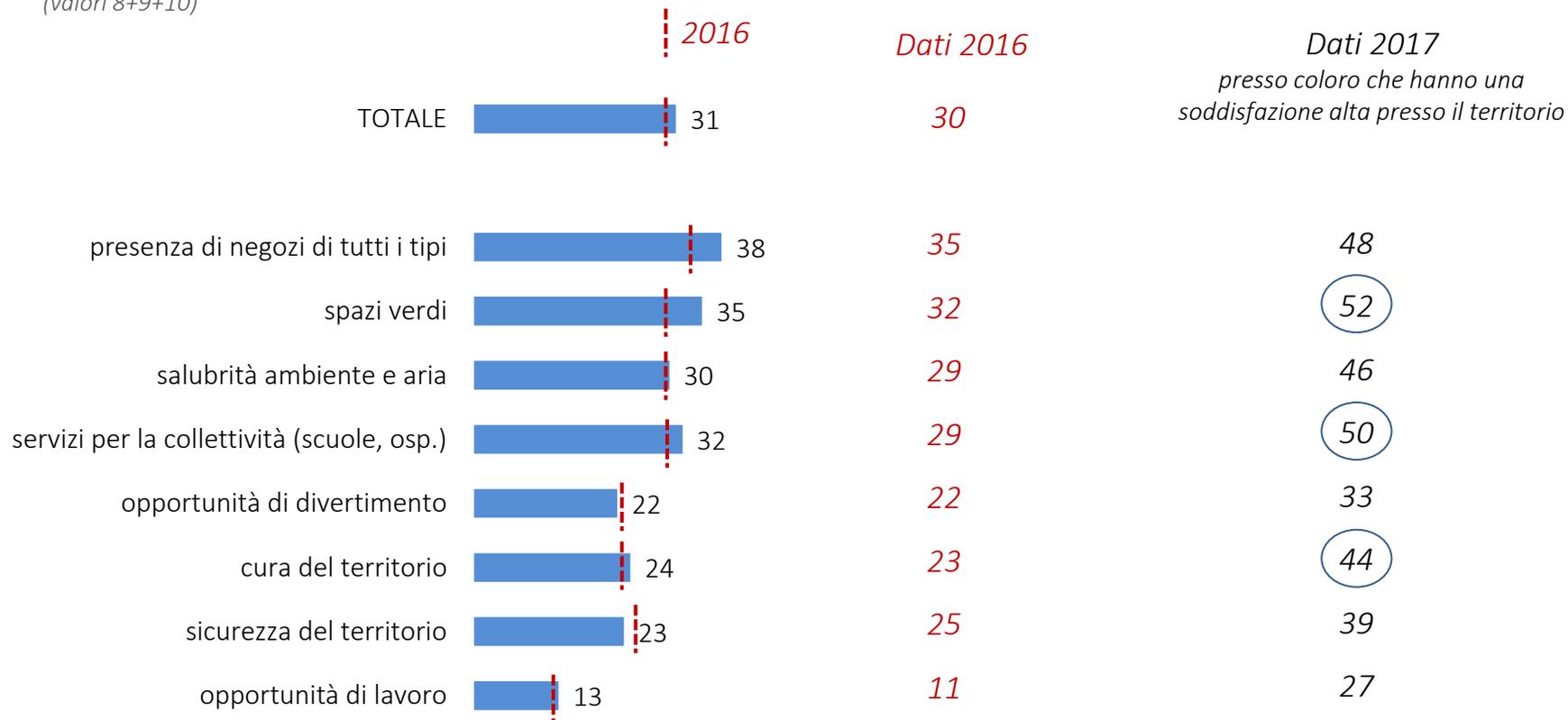
■ 9+10 8+9+10

2016
(8+9+10)

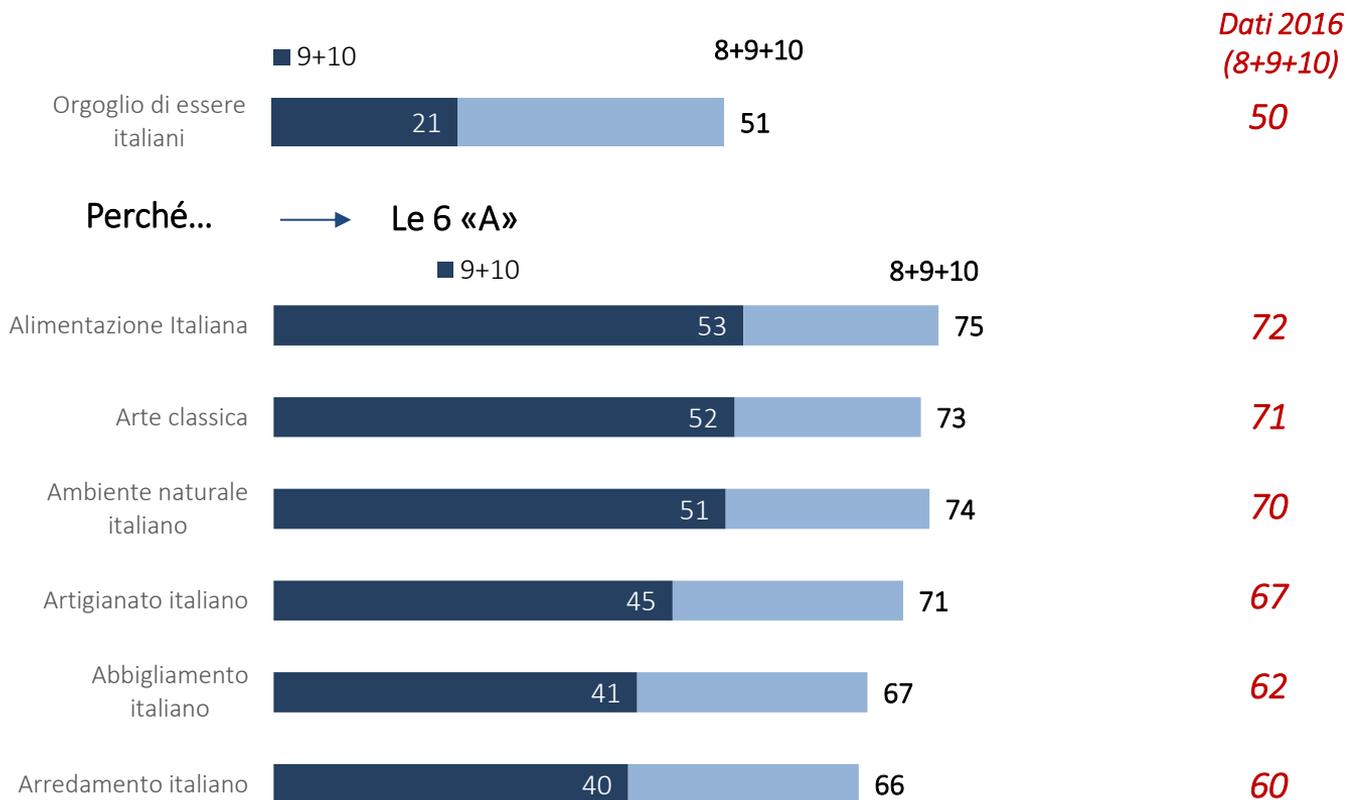


Il territorio in cui si vive: soddisfazione per gli aspetti strutturali

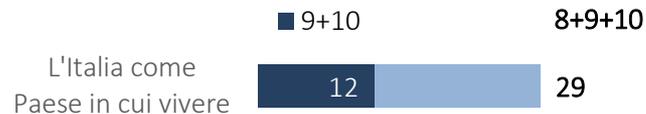
(valori 8+9+10)



Il nostro Paese: le eredità positive



Il nostro Paese: le eredità problematiche



*Dati 2016
(8+9+10)*

27

Perché (valutazione del contesto)...



13



11



8



7



-



4

Il 29% di gradevolezza dell'Italia come Paese in cui vivere, assume valori massimi là dove c'è massima soddisfazione verso le varie Istituzioni. Questa è una misura implicita delle responsabilità.

Se fosse massima la soddisfazione per queste Istituzioni, la **gradevolezza dell'Italia come Paese in cui vivere sarebbe:**

→ **54%**

→ **65%**

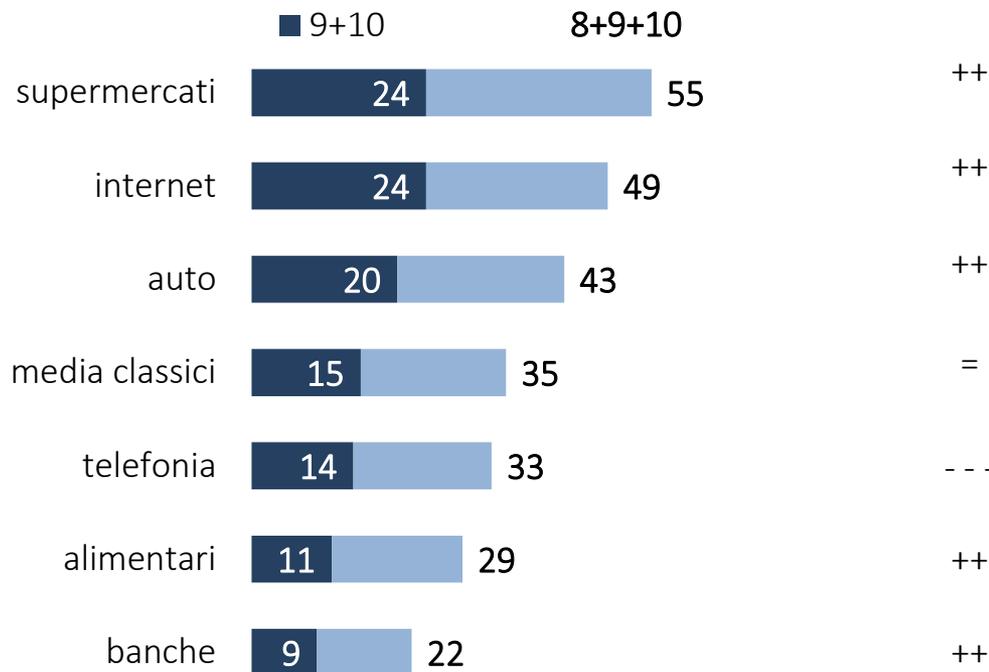
→ **60%**

→ **70%**

→ **69%**

Valutazione della correttezza/vicinanza ai clienti delle imprese di alcuni settori

(valutazione 9+10 e valutazione 8+9+10)



	2016 (9+10)	2016 (8+9+10)
supermercati	22	51
internet	22	48
auto	18	42
media classici	15	36
telefonia	17	37
alimentari	9	26
banche	7	18

eumetrmr

— m i l a n o —

Eumetra MR s.r.l.

via M. Barozzi, 6 - 20122 Milano (Italy)

C.F. e P. IVA: 09194440963 | REA: MI 2074968

T +39 02 22 19 83 60 | F +39 02 22 19 83 62

M info@eumetramr.it | PEC eumetramr@legalmail.it

www.eumetramr.it



Certificate n.
QA/166/16

