



MARKETING & OPINION RESEARCH



Ricerca n° 10080

**Regione Toscana:
Nuove forme di
partecipazione democratica
- Report -**

Milano, 26 Novembre 2010

Studio effettuato per conto della





SINTESI DEI RISULTATI

OGGETTO

La Regione Toscana è da sempre terra di grande innovazione socio-culturale. La scelta della Regione è anche quindi quella, non da oggi, di **favorire nuovi processi partecipativi democratici**.

Rispetto a tale primario obiettivo, il presente progetto di studio si prefigge di individuare dei possibili innovativi percorsi di partecipazione che consentano alla Regione Toscana di valutare nuove e **sempre più simbiotiche modalità di coesione tra istituzioni e corpo sociale**, che possano anche fungere da riferimento di eccellenza per le altre comunità territoriali del Paese.

METODOLOGIA

La metodologia dello studio, eseguito con interviste CATI (Computer Assisted Telephone Interview), è stata la seguente:

- ✓ **universo di riferimento:** popolazione maggiorenne residente in Toscana
- ✓ **stratificazione del campione:** campione rappresentativo secondo l'ampiezza della provincia, l'ampiezza dei centri abitati, il genere e l'età dell'intervistato
- ✓ **numerosità del campione:** 1.000 casi
- ✓ **durata del questionario:** 15 minuti circa
- ✓ **fieldwork:** tenutosi tra il 12 ed 16 Novembre 2010.



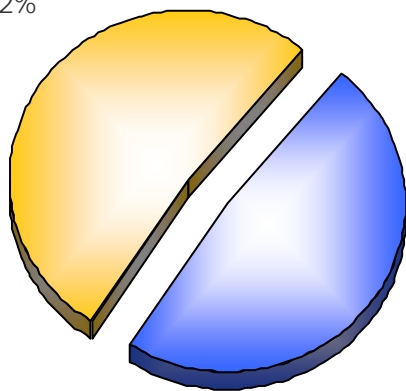
GLI INTERVISTATI: LA PROFILAZIONE

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

GENERE

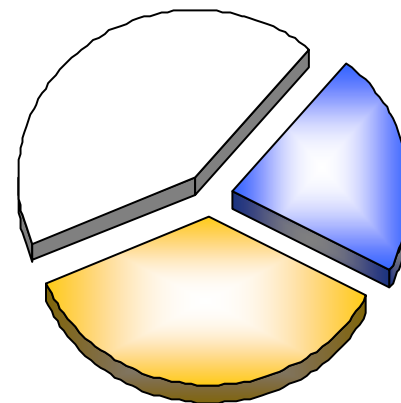
Femmina
52%



Maschio
48%

ETA'

55 anni e oltre
42%



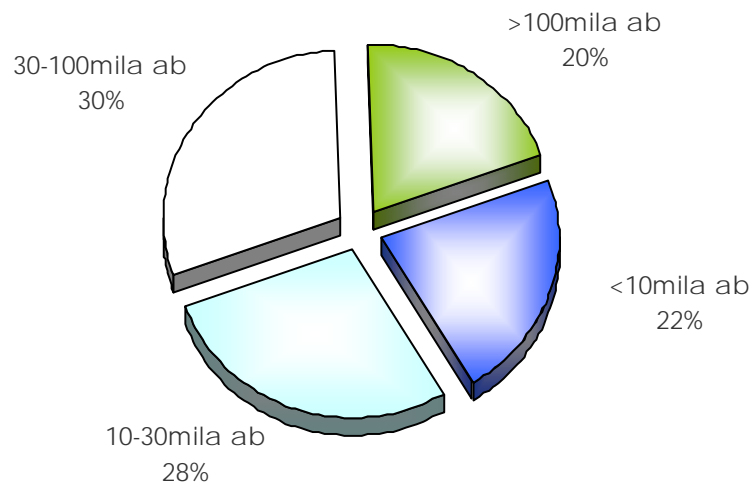
18-34 anni
22%

35-54 anni
36%

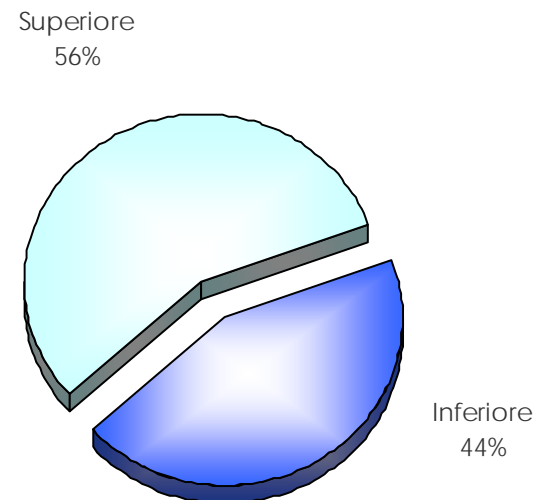
ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

AMPIEZZA CENTRI



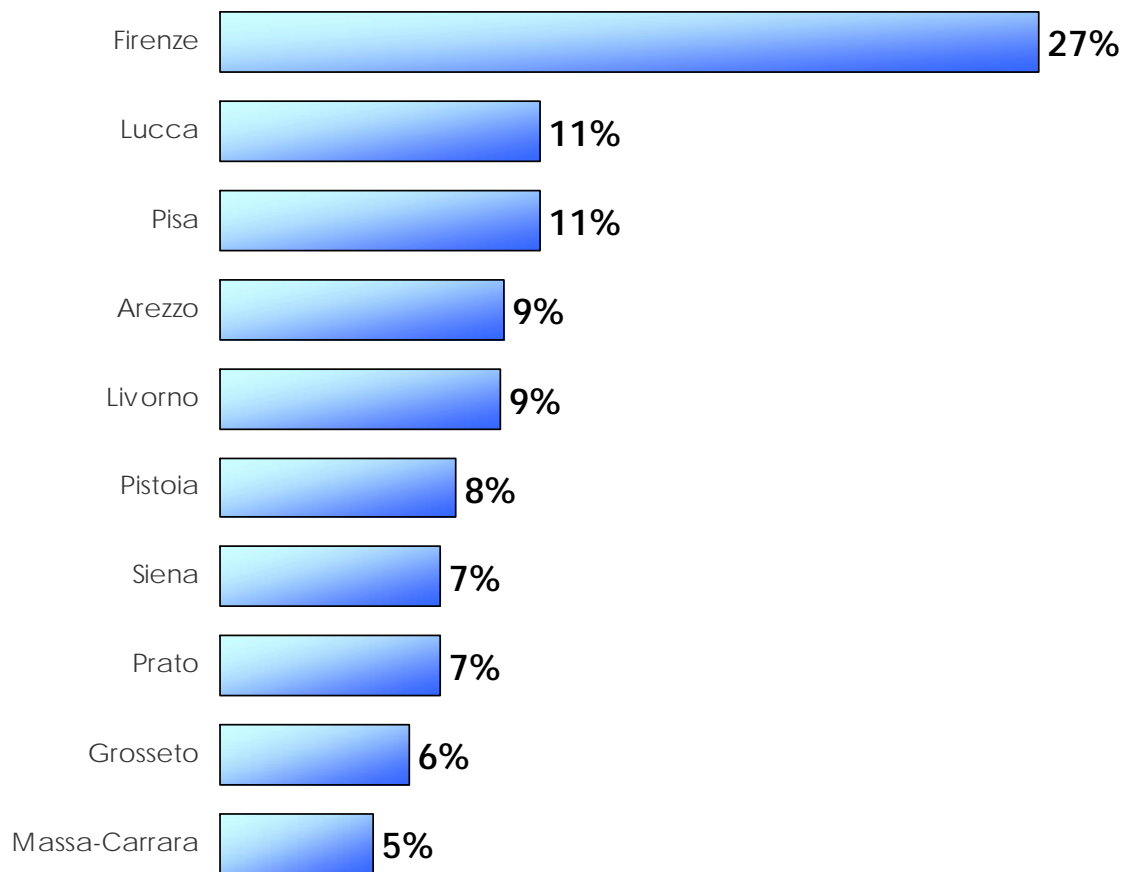
TITOLO DI STUDIO



ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

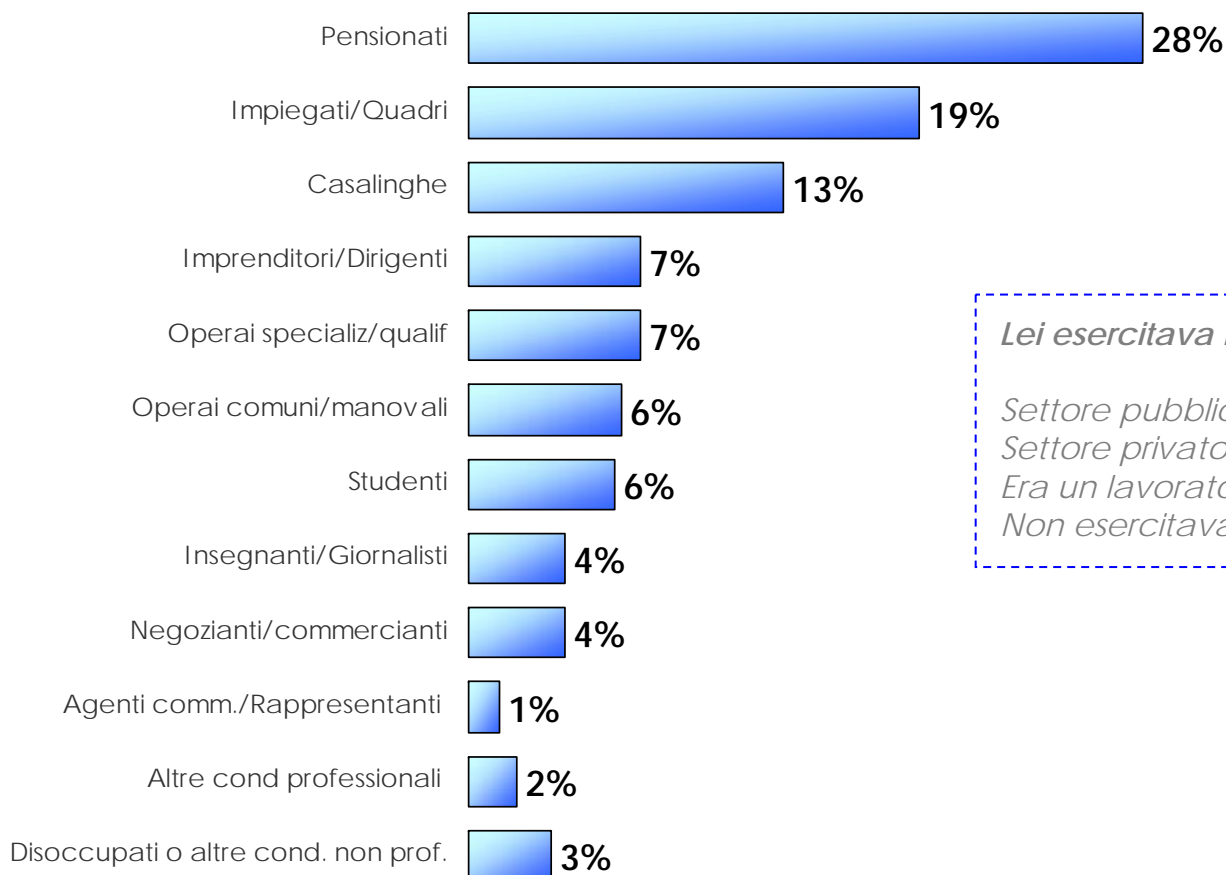
PROVINCIA DI RESIDENZA



ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

PROFESSIONE



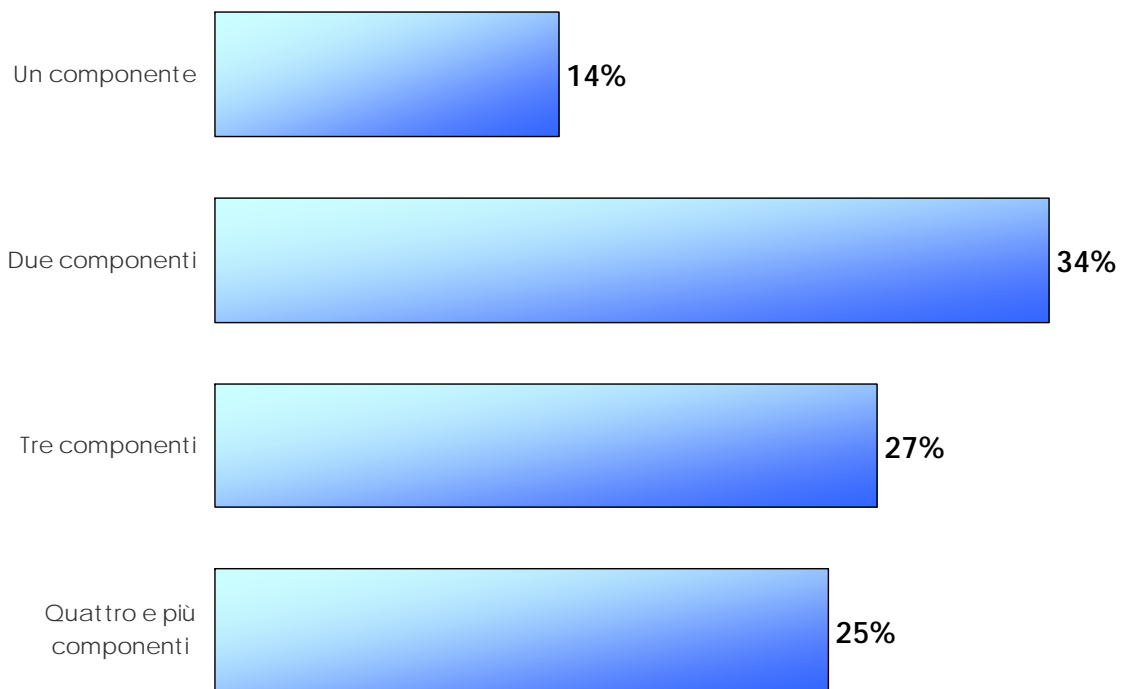
Lei esercitava la sua professione nel ..

<i>Settore pubblico</i>	29%
<i>Settore privato</i>	45%
<i>Era un lavoratore autonomo</i>	14%
<i>Non esercitava una professione</i>	12%

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

L'AMPIEZZA DEL NUCLEO FAMILIARE



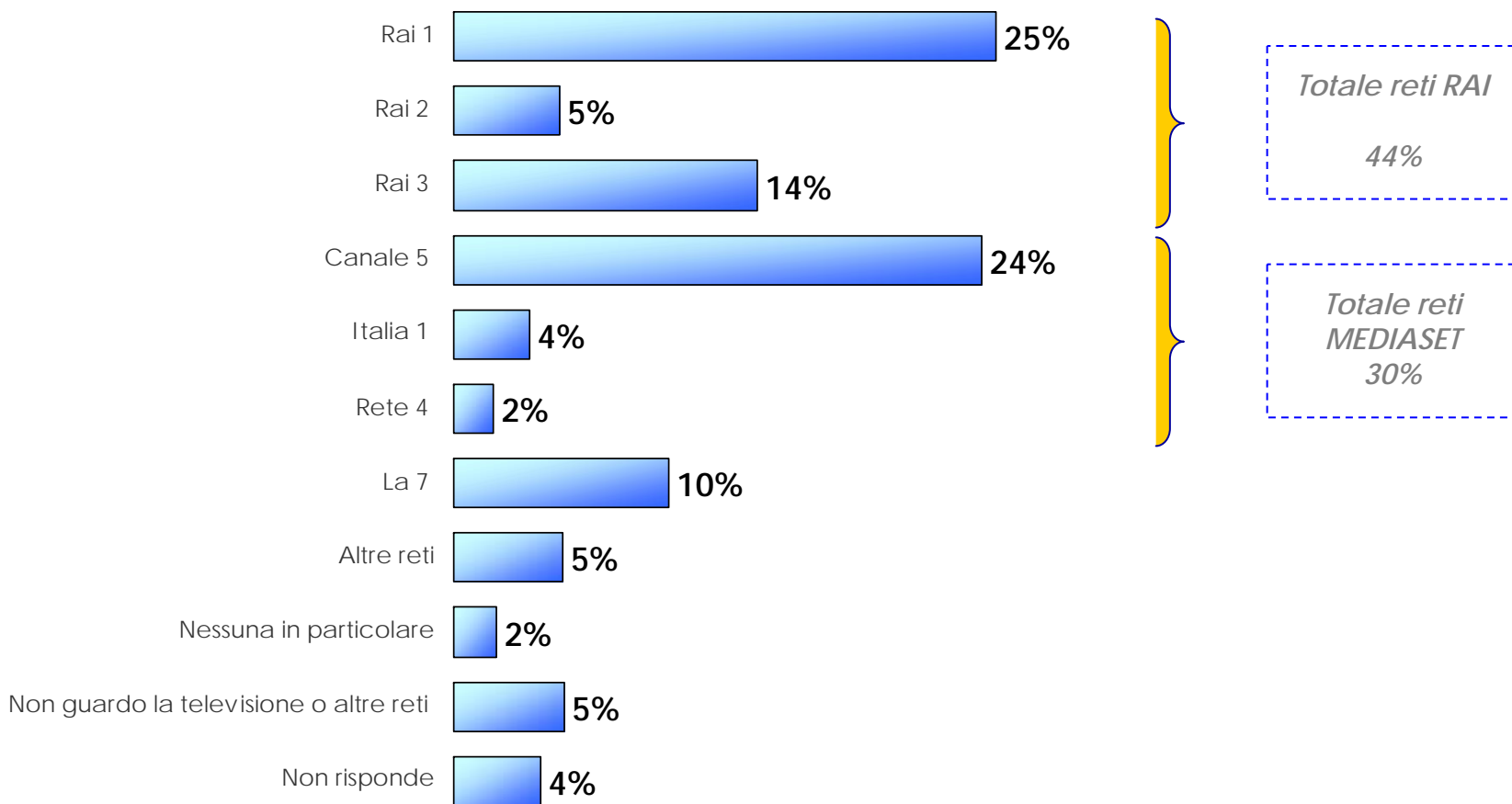
MEDIA COMPONENTI

2.75

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

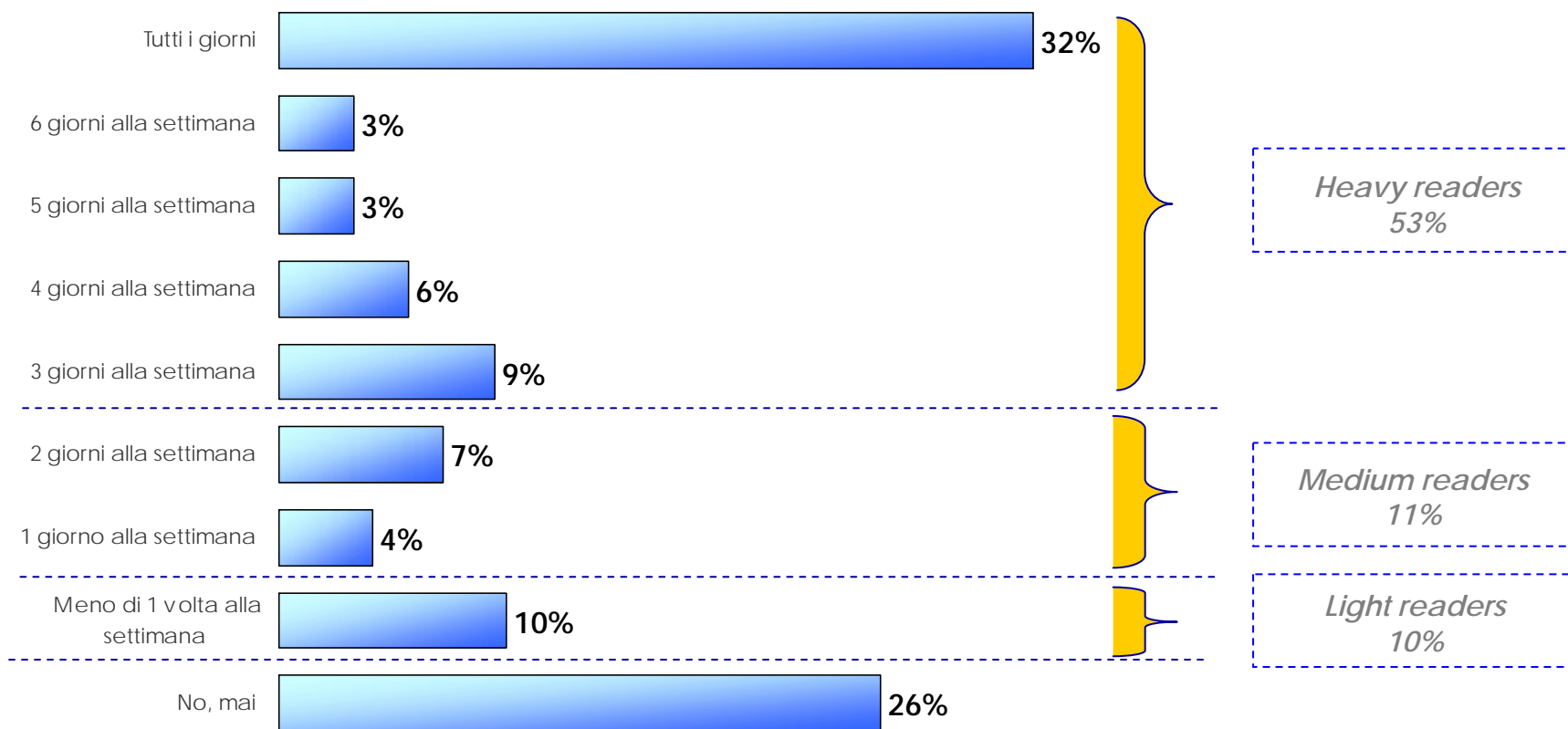
LA RETE TELEVISIVA VISTA PIU' FREQUENTEMENTE



ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

LA FREQUENZA DI LETTURA DEI QUOTIDIANI



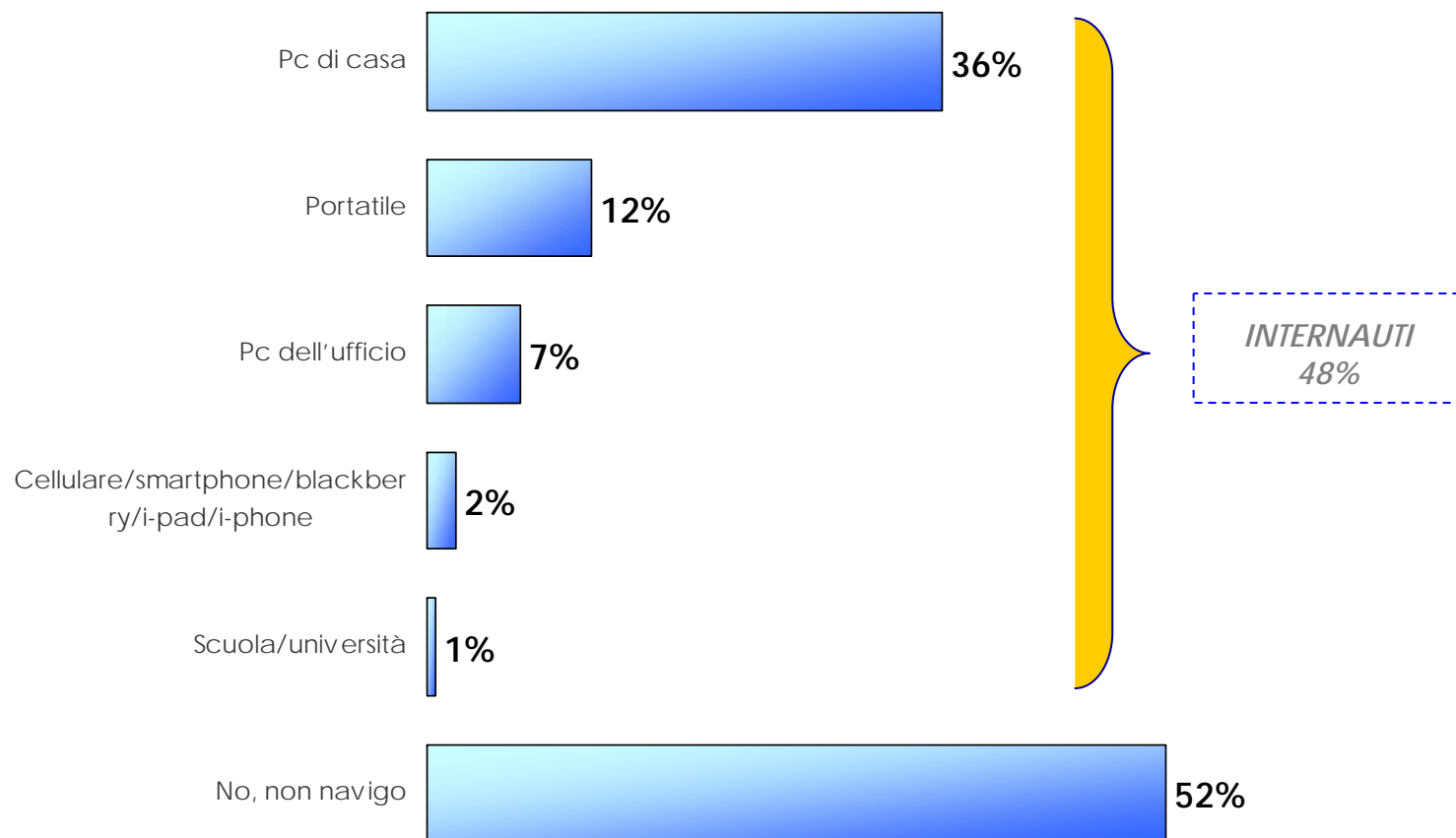
FREQUENZA MEDIA DI LETTURA DEI QUOTIDIANI

4/5 giorni a settimana

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

LA NAVIGAZIONE INTERNET: DA DOVE



ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

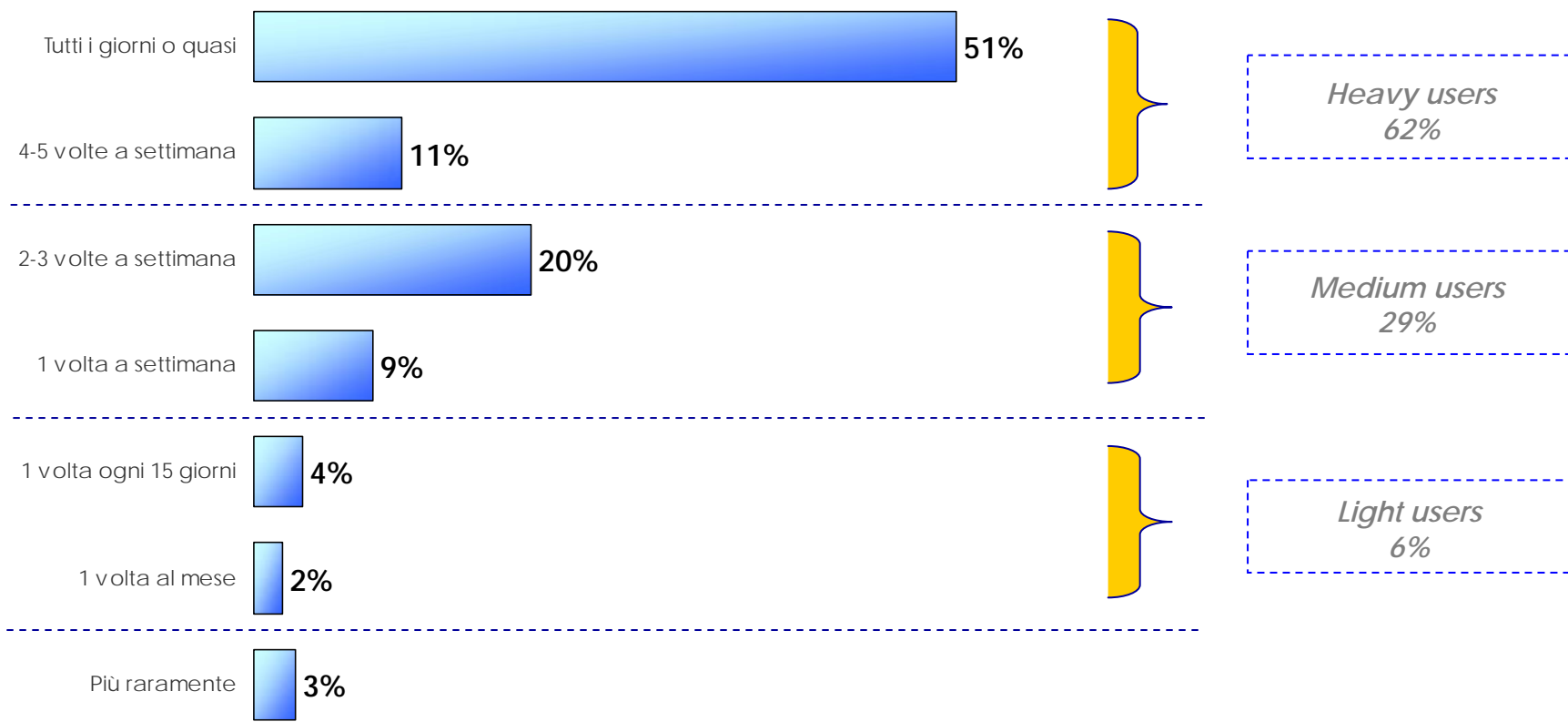
LA NAVIGAZIONE INTERNET: DA DOVE

	TOTALE CAMPIONE	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
		MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Dal pc di casa	36	42	31	59	47	16	38	34	15	53
Dal mio portatile	12	15	9	29	11	3	10	13	4	18
Dal pc dell'ufficio	7	8	5	7	10	4	7	7	2	10
Dal cellulare/smartphone/blackberry/i-pad/i-phone	2	2	1	6	1	0	1	2	0	3
Da scuola/universita'	1	1	1	2	0	0	1	1	0	1
No, non navigo	52	45	59	18	40	80	51	54	80	31

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale sub-campione "navigatori" N=473

LA FREQUENZA DI NAVIGAZIONE IN INTERNET



FREQUENZA MEDIA DI NAVIGAZIONE IN INTERNET

Circa 5 giorni a settimana

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale sub-campione "navigatori" N=473

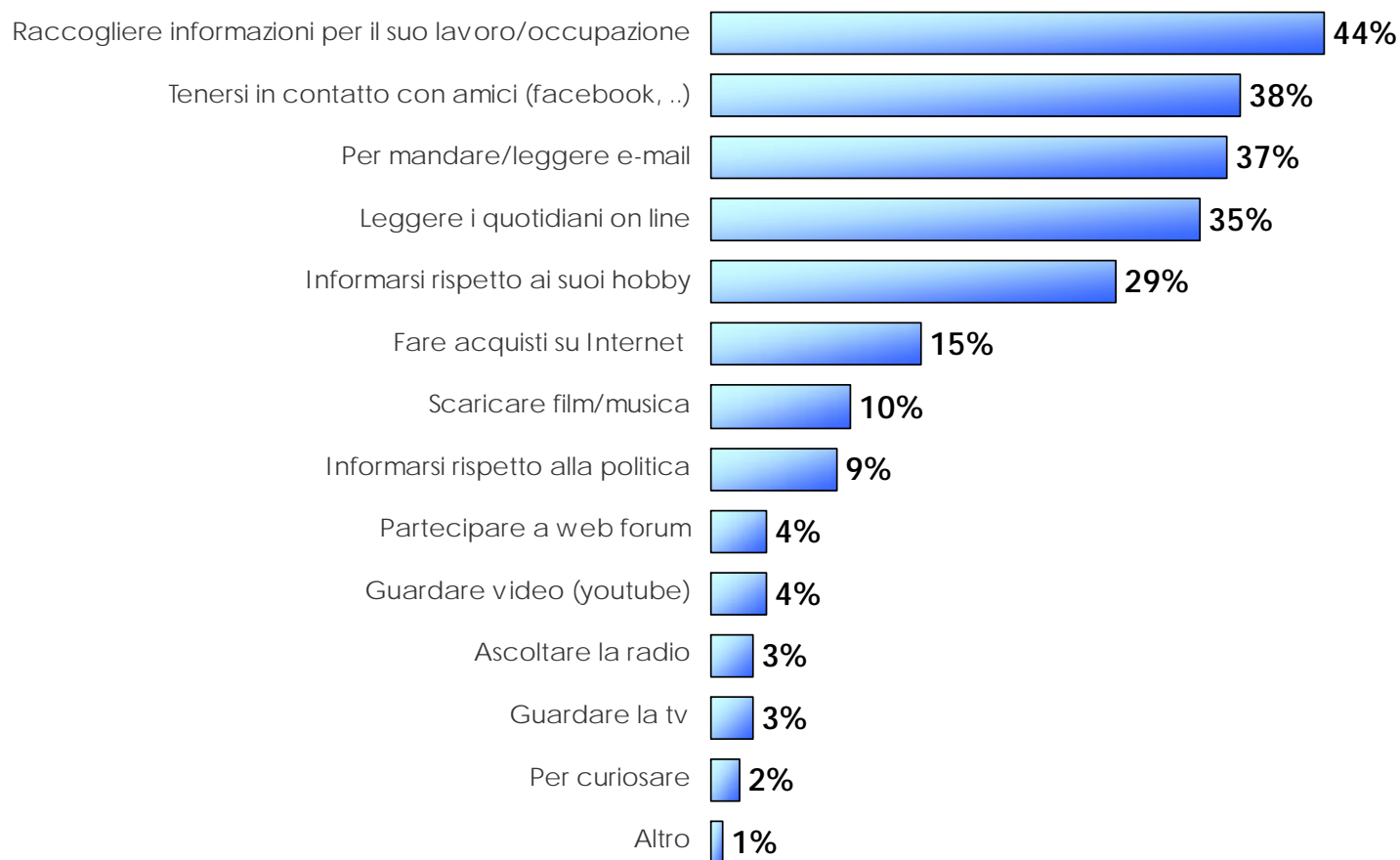
LA FREQUENZA DI NAVIGAZIONE IN INTERNET

	TOTALE CAMPIONE	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
		MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Tutti i giorni o quasi	51	54	48	63	44	46	48	55	47	53
4-5 volte a settimana	11	12	9	9	10	16	11	11	8	11
HEAVY USERS	62	66	57	72	54	62	59	66	55	64
2-3 volte a settimana	20	20	21	19	22	19	22	19	21	20
1 volta a settimana	9	6	12	6	12	6	10	7	9	9
MEDIUM USERS	29	26	33	25	34	25	32	26	30	29
1 volta ogni 15 giorni	4	4	4	2	6	1	5	3	4	4
1 volta al mese	2	1	3	1	2	4	3	1	2	2
LIGHT USERS	6	5	7	3	8	5	8	4	6	6
Più raramente	3	3	3	0	4	8	1	4	9	1
FREQUENZA MEDIA DI NAVIGAZIONE	circa 5 gg	5 gg	4/5 gg	5/6 gg	4 gg	4/5 gg	4/5 gg	5 gg	4 gg	5 gg

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale sub-campione "navigatori" N=473

I MOTIVI DI NAVIGAZIONE



ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale sub-campione "navigatori" N=473

I MOTIVI DI NAVIGAZIONE

	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO D	
	TOTALE CAMPIONE	MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Raccogliere informazioni per il suo lavoro/occupazione	44	46	41	45	46	39	47	41	31
Tenersi in contatto con amici	38	41	34	57	29	21	36	40	41
Per mandare/leggere e-mail	37	35	40	42	37	27	36	39	30
Leggere i quotidiani on line	35	36	34	37	33	35	32	38	31
Informarsi rispetto ai suoi hobby	29	32	26	36	25	27	34	25	38
Fare acquisti su Internet	15	18	12	20	16	4	18	13	13
Scaricare film/musica	10	9	10	15	9	1	9	10	9
Informarsi rispetto alla politica	9	9	9	8	7	16	8	9	6
Partecipare a web forum	4	6	2	9	1	2	5	4	5
Guardare video (youtube)	4	3	4	6	2	4	4	4	9
Ascoltare la radio	3	3	3	6	1	2	2	4	2
Guardare la tv	3	4	1	3	3	4	3	3	1
Per curiosare	2	2	3	0	3	5	2	3	5
Altro	1	0	2	0	1	1	0	1	0

ELEMENTI SOCIO-DEMOGRAFICI

Totale campione N=1000

I CLUSTER DI COMPORTAMENTO RISPETTO AI VALORI

SUBDOLI:

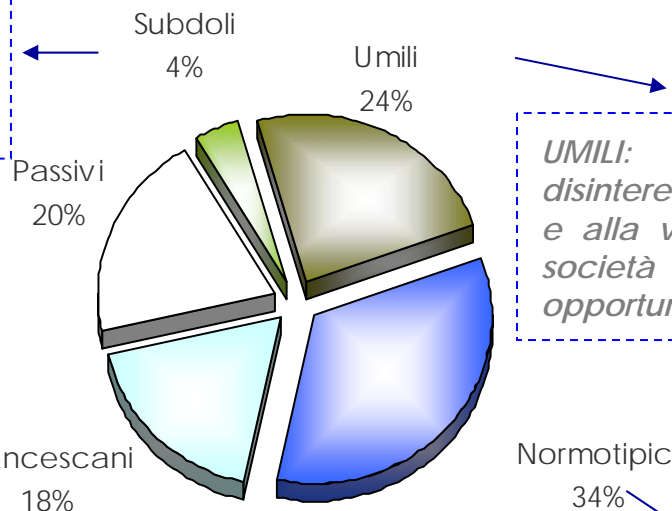
coloro a cui interessa stare davanti agli altri, non tanto per i soldi o il potere ma per il gusto e l'eccitazione di "essere i più furbi"

PASSIVI:

non hanno dei valori di riferimento né in positivo né in negativo

FRANCESCANI:

non ambiziosi, non interessati al danaro, ritengono fondamentale il rispetto, il senso civico, al tolleranza e l'aiuto dei bisognosi



UMILI:

disinteressati alla ricchezza, al successo e alla vita godereccia, bramano una società in cui ci siano le stesse opportunità per tutti

NORMOTIPICI:

NORMOTIPICI:

coloro che pur riconoscendo l'importanza di soldi, successo e potere, ritengono determinante il rispetto dell'altro

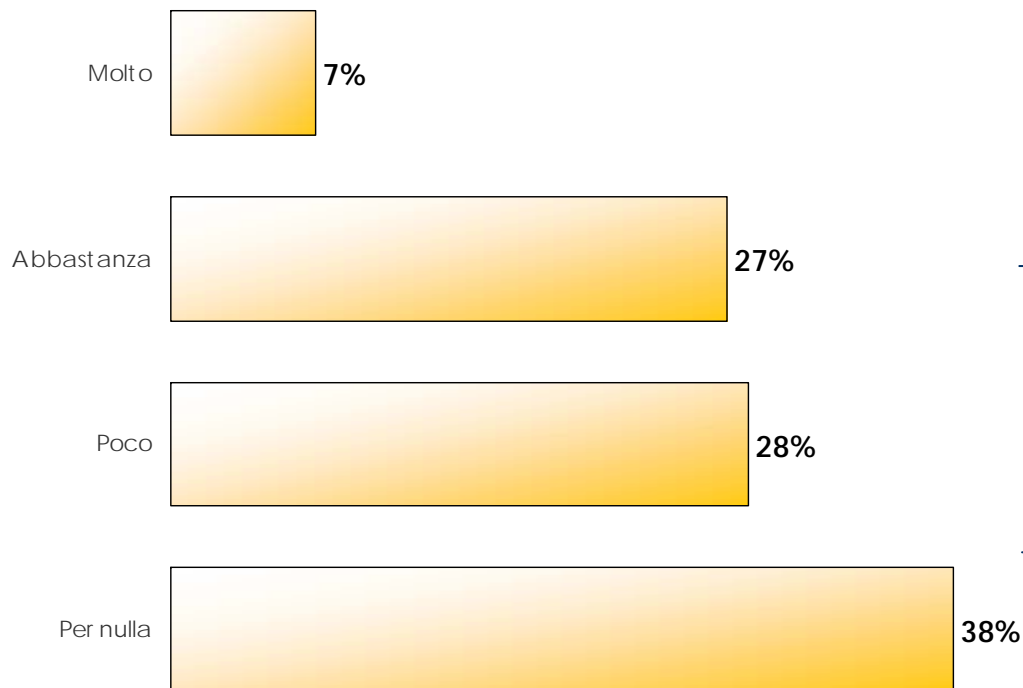


**PRIMA PARTE:
il rapporto con la politica**

L'INTERESSE PER LA POLITICA

Totale campione N=1000

IN GENERALE, LEI SI INTERESSA DI POLITICA? E SE SÌ, QUANTO?



INTERESSE ALTO (% di "molto + abbastanza")

TOTALE CAMPIONE	34%
MASCHI	40%
FEMMINE	28%
18-34 ANNI	39%
35-54 ANNI	36%
55 ANNI ED OLTRE	29%
TITOLO STUDIO INFERIORE	21%
TITOLO STUDIO SUPERIORE	43%

L'INTERESSE PER LA POLITICA

Totale campione N=1000

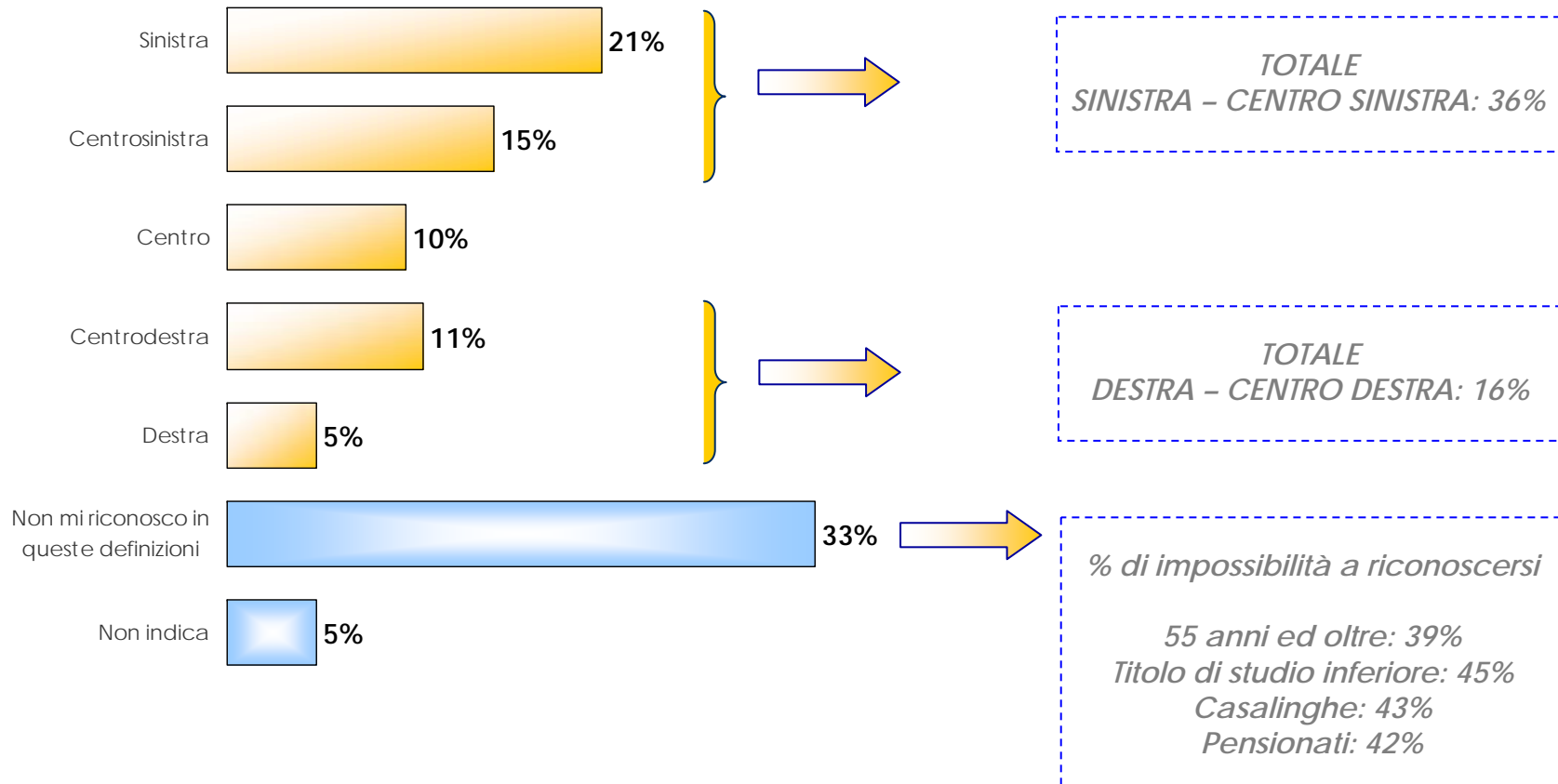
IN GENERALE, LEI SI INTERESSA DI POLITICA? E SE SI', QUANTO?

	COLLOCAZIONE POLITICA						
	TOTALE CAMPIONE	SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	NON COLLOCATO
	%	%	%	%	%	%	%
Molto	7	15	10	2	6	13	1
Abbastanza	27	38	44	33	36	27	10
Poco	28	25	25	37	42	22	27
Per nulla	38	22	21	28	16	38	62
ALTO INTERESSE (% di "molto + abbastanza)	34	53	54	35	42	40	11

LA AUTOCOLLOCAZIONE POLITICA

Totale campione N=1000

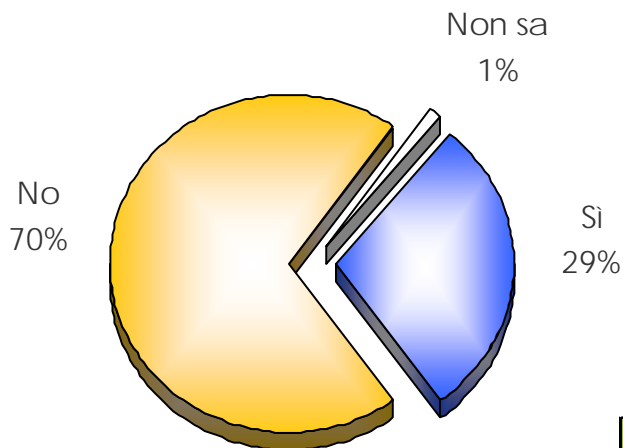
MOLTA GENTE, QUANDO PARLA DI POLITICA, USA LE PAROLE "SINISTRA" E "DESTRA". PENSANDO ALLE SUE OPINIONI POLITICHE, LEI SI DEFINIREBBE DI ..?



LA VICINANZA AD UN PARTITO POLITICO

Totale campione N=1000

C'E' UN PARTITO POLITICO AL QUALE LEI SI SENTE PARTICOLARMENTE VICINO?



Si
No
Non indica

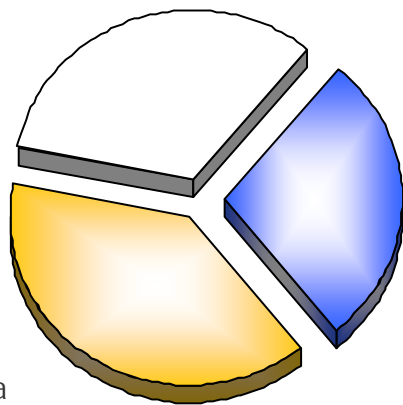
COLLOCAZIONE POLITICA					
SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	NON COLLOCATO
%	%	%	%	%	%
52	43	18	42	56	6
47	55	82	58	44	92
1	2	0	0	0	2

LA VICINANZA AD UN PARTITO POLITICO

Sub campione di intervistati che si sentono vicini ad un partito N=289

RISPETTO A QUESTO PARTITO, LEI SEI SENTE.. ?

Un semplice
simpatizzante
33%



Molto vicino
28%

Abbastanza
vicino
39%

Molto vicino

Abbastanza vicino

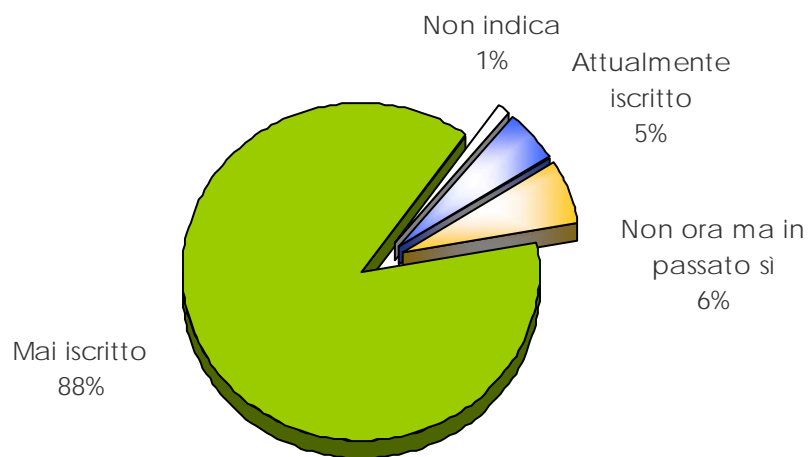
Un semplice simpatizzante

COLLOCAZIONE POLITICA					
SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	NON COLLOCATO
%	%	%	%	%	%
31	27	6	29	36	27
39	42	47	42	35	23
30	31	47	29	29	50

L'ISCRIZIONE AD UN PARTITO POLITICO

Totale campione N=1000

LEI E' ISCRITTO O E' STATO ISCRITTO, IN PASSATO, A QUALCHE PARTITO POLITICO?



% di "attualmente iscritto"

Maschi: 8%
Molto interessati alla politica: 13%
Autocollocati a sinistra: 12%
Autocollocati nel centro sinistra: 8%

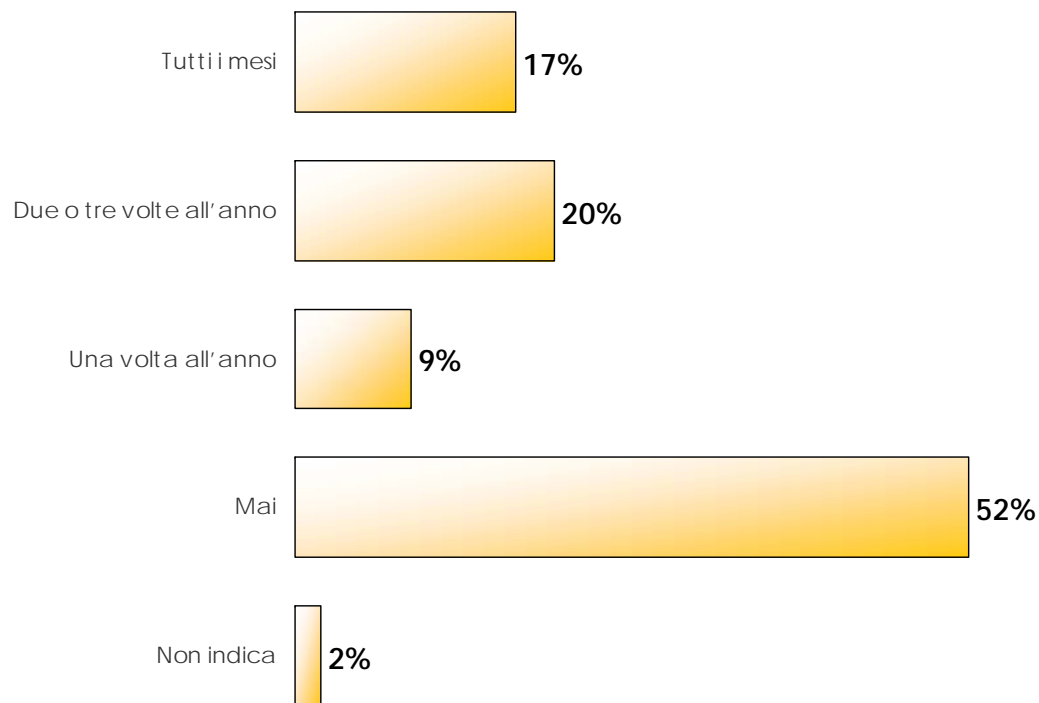
% di "non ora ma in passato sì"

Maschi: 10%
55 anni ed oltre: 8%
Pensionati: 9%
Molto interessati alla politica: 12%
Autocollocati a sinistra: 11%

LA PARTECIPAZIONE POLITICA

Sub campione iscritti o ex iscritti ad un partito N=112

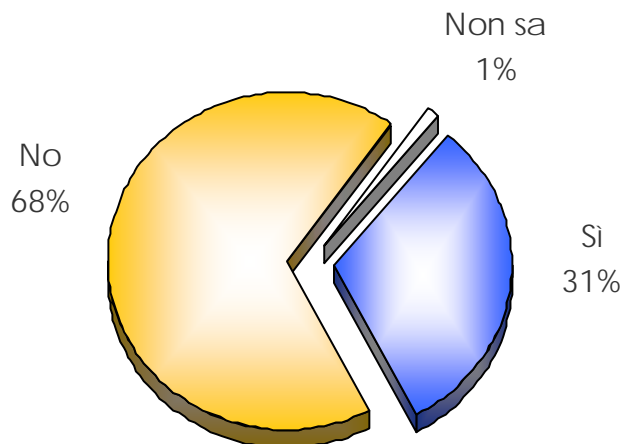
NEGLI ULTIMI 12 MESI, CON QUALE FREQUENZA LE E' CAPITATO DI PARTECIPARE AD ATTIVITA' POLITICHE INTERNE A QUESTO PARTITO, COME DIBATTITI, CONGRESSI, MANIFESTAZIONI O INIZIATIVE PUBBLICHE ?



LA PARTECIPAZIONE ALLE ELEZIONI PRIMARIE

Totale campione N=1000

E NEGLI ULTIMI 3 ANNI LE E' CAPITATO DI PARTECIPARE AD ELEZIONI PRIMARIE DI PARTITO O DI COALIZIONE DI CARATTERE NAZIONALE E/O LOCALE ?

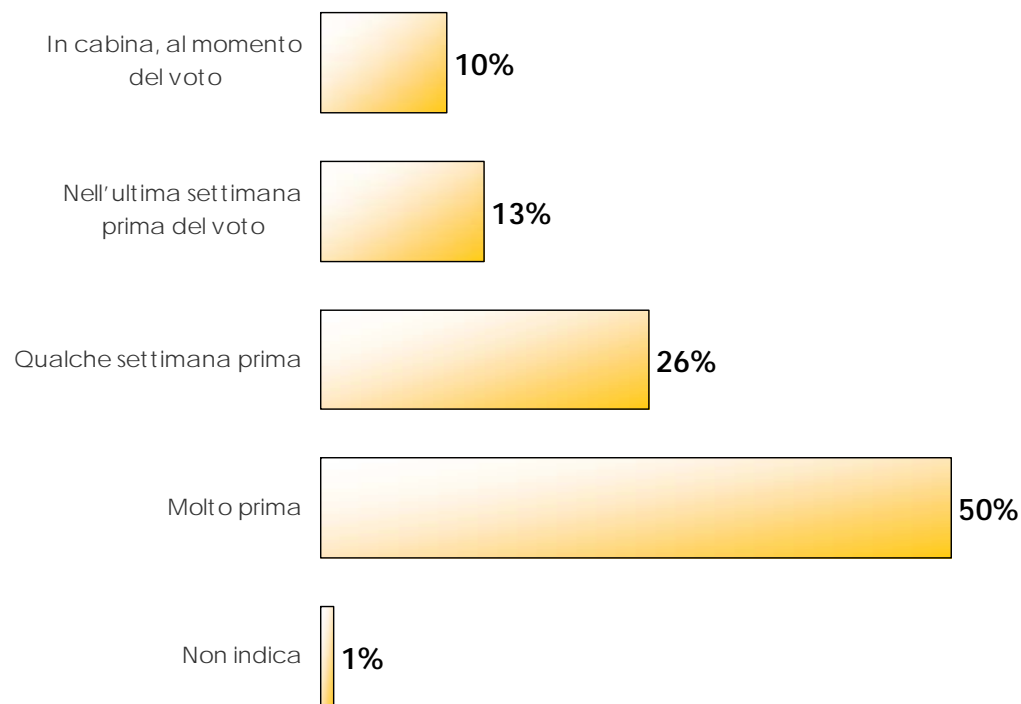


	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
	MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	29	32	31	33	28	27	34	26	34
No	69	67	68	65	71	72	64	73	64
Non sa	2	1	1	2	1	1	2	1	2

LA DECISIONE PER CHI VOTARE

Sub campione intervistati recatisi a votare alle ultime elezioni regionali

MI SAPREBBE INDICARE QUANDO HA DECISO, CON CERTEZZA, PER CHI VOTARE ALLE ULTIME ELEZIONI REGIONALI ?



LA DECISIONE PER CHI VOTARE

Sub campione intervistati recatisi a votare alle ultime elezioni regionali

MI SAPREBBE INDICARE QUANDO HA DECISO, CON CERTEZZA, PER CHI VOTARE ALLE ULTIME ELEZIONI REGIONALI ?

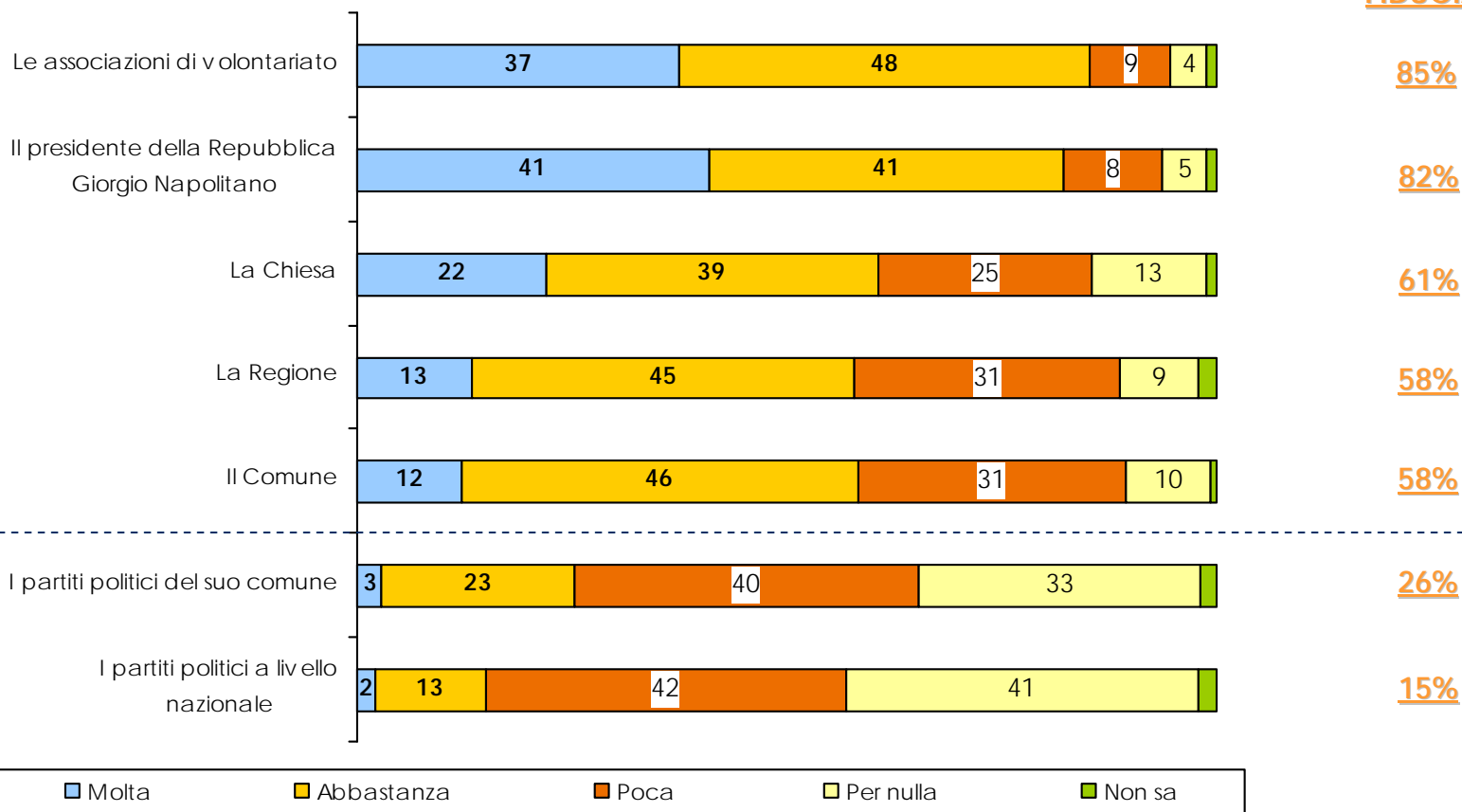
	TOTALE CAMPIONE	COLLOCAZIONE POLITICA					NON COLLOCATO
		SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	
	%	%	%	%	%	%	%
In cabina, al momento del voto	10	6	5	10	3	2	20
Nell'ultima settimana prima del voto	13	8	11	24	11	2	18
Qualche settimana prima	26	24	33	29	18	28	25
Molto prima	50	62	51	35	67	68	35
Non indica	1	-	-	2	1	-	2

LA FIDUCIA IN ALCUNE ISTITUZIONI

Totale campione N=1000

QUANTA FIDUCIA HA NELLE SEGUENTI ISTITUZIONI?

**MOLTA + ABBASTANZA
FIDUCIA**





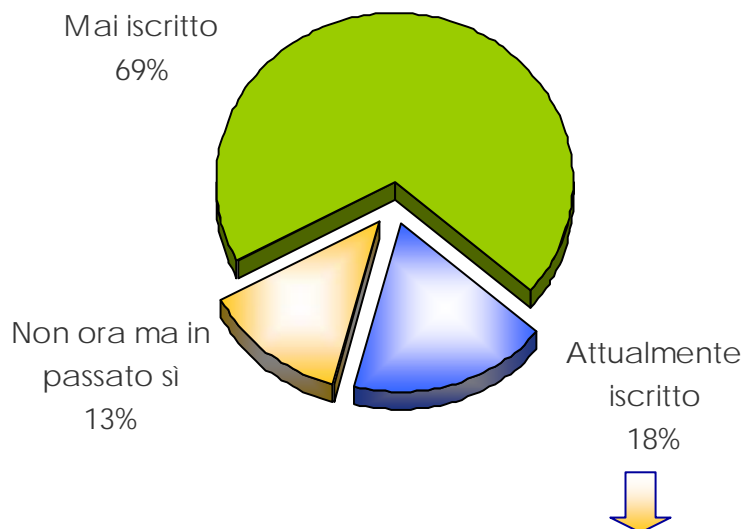
SECONDA PARTE: la partecipazione sociale attiva

L'ISCRIZIONE A RAPPRESENTANZE SINDACALI O PROFESSIONALI

Totale campione N=1000

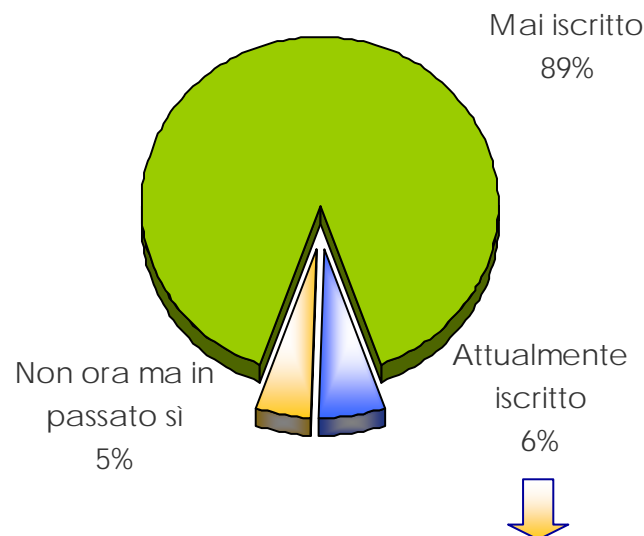
LEI E' ISCRITTO O E' STATO ISCRITTO IN PASSATO, A..

... un sindacato



Maschi: 20%
35-54 anni: 19%
Titolo di studio superiore: 19%
Occupati: 23%
Alto interesse politico: 25%
Collocati a sinistra: 28%

... un'associazione professionale o di categoria



Maschi: 8%
35-54 anni: 10%
Titolo di studio superiore: 9%
Occupati: 12%
Alto interesse politico: 10%
Collocati a sinistra/centrosinistra: 8%

LA PARTECIPAZIONE A VARIE ATTIVITA' SOCIALI

Totale campione N = 1000

PARLIAMO ADESSO DELLA SUA EVENTUALE PARTECIPAZIONE AD ALCUNE ATTIVITA'. CON QUALE FREQUENZA NELL'ULTIMO ANNO HA PARTECIPATO ALLE SEGUENTI ATTIVITA'?

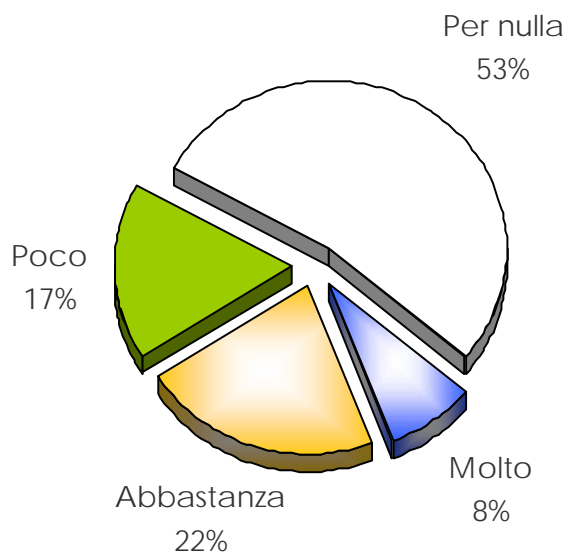
	Attività in associazioni di volontariato	Attività in associazioni culturali, sportive e ricreative	Iniziative collegate ai problemi del quartiere/della città	Iniziative collegate ai problemi dell'ambiente/territorio	Manifestazioni politiche/di partito	Manifestazioni pubbliche di protesta
	%	%	%	%	%	%
Tutti i mesi	8	7	1	2	1	*
Due o tre volte all'anno	8	12	6	7	4	5
Una volta all'anno	6	7	7	6	5	7
Mai	78	74	86	85	90	88
TOTALE PARTECIPANTI AD ATTIVITA'..	22	26	14	15	10	12
TOTALE NON PARTECIPANTI AD ATTIVITA'..	78	74	86	85	90	88

* = Dato inferiore all'1%

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DEL COMUNE

Totale campione N=1000

AD OGNI MODO, QUANTO LE PIACEREBBE PARTECIPARE AD ATTIVITA', INIZIATIVE, OCCASIONI DI PARTECIPAZIONE E CONSULTAZIONE CHE COINVOLGANO I CITTADINI ALLA VITA POLITICA E SOCIALE DEL SUO COMUNE PROMOSSE DAL SINDACO O DALLA GIUNTA COMUNALE ?



INTERESSE ALTO (% di "molto + abbastanza")

TOTALE CAMPIONE	30%
MASCHI	36%
FEMMINE	25%
18-34 ANNI	40%
35-54 ANNI	33%
55 ANNI ED OLTRE	23%
TITOLO STUDIO INFERIORE	19%
TITOLO STUDIO SUPERIORE	39%

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DEL COMUNE

Totale campione N=1000

AD OGNI MODO, QUANTO LE PIACEREBBE PARTECIPARE AD ATTIVITA', INIZIATIVE, OCCASIONI DI PARTECIPAZIONE E CONSULTAZIONE CHE COINVOLGANO I CITTADINI ALLA VITA POLITICA E SOCIALE DEL SUO COMUNE PROMOSSE DAL SINDACO O DALLA GIUNTA COMUNALE ?

	TOTALE CAMPIONE	INTERESSE POLITICA		COLLOCAZIONE POLITICA					
		ALTO	BASSO	SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	NON COLLOCATO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Molto	8	17	4	18	11	2	9	6	3
Abbastanza	22	38	14	32	38	26	22	22	10
Poco	17	17	17	12	16	24	27	22	15
Per nulla	53	28	65	38	35	48	42	50	72
% di "molto + abbastanza"	30	55	18	50	49	28	31	28	13

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DEL COMUNE: SUGGERIMENTI

Sub campione interessati alla partecipazione ad attività della giunta N=477

SECONDO LEI, PER QUALE PROBLEMATICAZIONE, PRIMA DI TUTTO, IL SINDACO E LA GIUNTA DEL SUO COMUNE DOVREBBERO REALIZZARE DELLE ATTIVITA' NELLE QUALI COINVOLGERE I CITTADINI ?

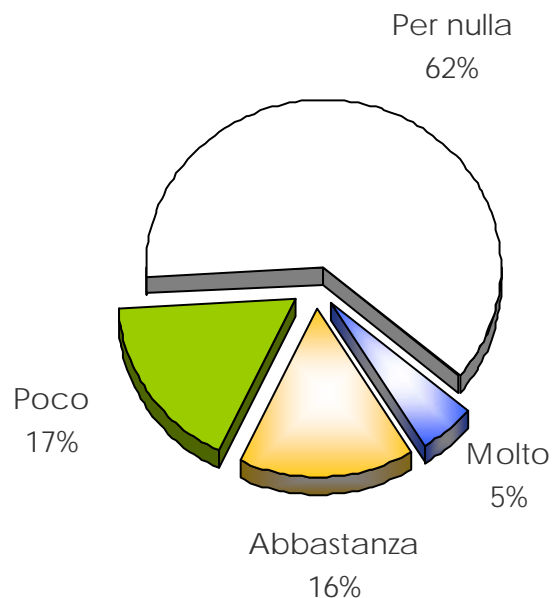
	1^ CITATA (N=477)	2^ CITATA (N=455)	3^ CITATA (N=416)	TOTALE CITAZIONI
	%	%	%	%
L'occupazione	22	14	11	45
L'ambiente e lo smog	12	11	5	26
Le politiche sociali in favore dei giovani	8	10	9	26
La pulizia della città	9	6	6	20
L'istruzione e la formazione al lavoro	6	9	8	20
La sistemazione delle strade e del suolo pubblico	8	5	4	16
La riduzione del traffico	4	6	5	14
Le politiche sociali in favore degli anziani	4	4	6	13
Il miglioramento dei trasporti pubblici	3	5	5	11
Le politiche di aiuti alle famiglie in difficoltà finanziaria	3	5	3	10
La sanità	3	4	4	10
Lo sviluppo economico e commerciale	4	2	4	9
Il sostegno alle attività culturali	2	2	2	6
Il turismo	1	3	2	6
Le problematiche collegate all'integrazione/immigrazione	2	1	1	4
La salvaguardia del patrimonio artistico	1	1	2	4
La riduzione della delinquenza	1	1	2	4
L'aumento dei parcheggi	1	*	1	2
Le politiche per la casa	*	*	1	2
Altro	3	2	*	5
Non indica	4	9	20	4

* = Dato inferiore all'1%

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DELLA REGIONE

Totale campione N=1000

AD OGNI MODO, QUANTO LE PIACEREBBE PARTECIPARE AD ATTIVITA', INIZIATIVE, OCCASIONI DI PARTECIPAZIONE E CONSULTAZIONE CHE COINVOLGANO I CITTADINI ALLA VITA POLITICA E SOCIALE DELLA SUA REGIONE PROMOSSE DAL PRESIDENTE E DALLA GIUNTA REGIONALE?



INTERESSE ALTO (% di "molto + abbastanza")

TOTALE CAMPIONE	21%
MASCHI	25%
FEMMINE	18%
18-34 ANNI	30%
35-54 ANNI	22%
55 ANNI ED OLTRE	17%
TITOLO STUDIO INFERIORE	14%
TITOLO STUDIO SUPERIORE	27%

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DELLA REGIONE

Totale campione N=1000

AD OGNI MODO, QUANTO LE PIACEREBBE PARTECIPARE AD ATTIVITA', INIZIATIVE, OCCASIONI DI PARTECIPAZIONE E CONSULTAZIONE CHE COINVOLGANO I CITTADINI ALLA VITA POLITICA E SOCIALE DELLA SUA REGIONE PROMOSSE DAL PRESIDENTE E DALLA GIUNTA REGIONALE?

	TOTALE CAMPIONE	INTERESSE POLITICA		COLLOCAZIONE POLITICA					
		ALTO	BASSO	SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	NON COLLOCATO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Molto	5	11	2	11	9	1	6	0	2
Abbastanza	16	29	10	23	24	20	17	13	9
Poco	17	19	15	15	19	24	24	18	13
Per nulla	62	41	73	51	48	55	53	69	76
% di "molto + abbastanza"	21	40	12	34	33	21	23	13	11

LA PARTECIPAZIONE ALLA VITA DELLA REGIONE: SUGGERIMENTI

Sub campione interessati alla partecipazione ad attività della giunta N=384

SECONDO LEI, PER QUALE PROBLEMATICA, PRIMA DI TUTTO, IL PRESIDENTE E LA GIUNTA DELLA SUA REGIONE DOVREBBERO REALIZZARE DELLE ATTIVITA' NELLE QUALI COINVOLGERE I CITTADINI?

	1^ CITATA (N=384)	2^ CITATA (N=353)	3^ CITATA (N=298)	TOTALE CITAZIONI
	%	%	%	%
La sanità	22	10	6	37
L'occupazione e la formazione al lavoro	20	11	6	34
Il turismo	7	8	6	20
Le politiche sociali in favore dei giovani	8	7	5	18
Lo sviluppo economico e industriale	6	8	6	18
La tutela dell'ambiente e la riduzione dello smog	4	7	6	15
La riduzione della delinquenza	3	7	6	14
La ricerca e l'università	4	5	6	13
La salvaguardia del patrimonio artistico	3	5	5	11
Le infrastrutture regionali	5	3	4	11
Le politiche sociali in favore degli anziani	3	4	6	10
Le politiche di aiuti alla famiglie in difficoltà finanziaria	2	3	5	8
La gestione dei flussi migratori e l'integrazione degli immigrati	2	2	3	6
Lo snellimento della burocrazia e l'efficienza amministrativa degli enti pubblici	0	1	4	5
Le politiche per la casa	1	3	1	4
L'investimento nelle energie alternative	1	1	2	3
Altro	1	1	2	4
Non indica	8	16	21	8

NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE ATTIVA

Totale campione N=1000

SECONDO LEI QUALI POTREBBERO ESSERE LE PIU' EFFICACI NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE ATTIVA DEI CITTADINI ALLA VITA POLITICA E SOCIALE? GLIENE LEGGERO' ALCUNE, SE LO RITIENE OPPORTUNO POTRA' SUGGERIRNE ALTRE

	TOTALE CAMPIONE	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
		MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Dibattiti aperti a tutti con la presenza di esperti della problematica oggetto di discussione	27	27	26	28	33	21	28	25	22	30
Questionari inviati a casa dei cittadini che indichino gli interventi necessari e le eventuali proposte	24	24	25	18	27	26	23	25	23	25
Dibattiti in contemporanea, in tutti i quartieri o tutte le città principali, in cui i cittadini discutano del problema in esame	18	19	18	19	18	18	19	17	15	21
Comitati di rappresentanza da coinvolgere in sede di giunta	17	18	16	18	20	14	16	18	15	19
Estrazione a sorte di un campione di cittadini che discutano di un problema collettivo e delle possibili soluzioni	10	9	12	12	9	11	10	11	11	10
Forum e laboratori permanenti, cioè gruppi di cittadini che si riuniscono regolarmente per seguire un problema e proporre soluzioni	10	9	10	10	12	7	9	11	7	12
Referendum on line	9	11	7	18	10	3	9	9	3	13
Web forum, cioè consultazioni e dibattiti via Internet	8	9	7	17	7	4	7	9	3	12
Non servono a nulla	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
Referendum	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1
Altro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Non sa	21	20	22	12	18	28	23	19	30	14

L'OPINIONE SULLE NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE

Totale campione N=1000

MOLTE AMMINISTRAZIONI STANNO SPERIMENTANDO ORA NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE ATTIVA DEI CITTADINI ALLE DECISIONI PUBBLICHE. LE LEGGERO' ALCUNE OPINIONI AL RIGUARDO: LE CHIEDO DI INDICARE A QUALI OPINIONI SI SENTE PIU' VICINO E, NEL CASO, POTRA' AGGIUNGERE LA SUA.

Sono utili a patto che le amministrazioni tengano poi conto veramente del giudizio e dell'opinione dei cittadini:
35%

Sono utili, perché permettono di sentire l'opinione dei cittadini e aiutano a risolvere i problemi con meno conflitti:
26%

Sono iniziative di facciata, tanto i politici fanno quello che gli pare: **22%**



Sono utili, soprattutto se riguardano decisioni non ancora prese o problemi su cui non vi è ancora una decisione definitiva: **16%**

Sono utili se coinvolgono anche le associazioni attive sul territorio a seconda della problematica : **16%**

Sono inutili, il Sindaco o il Presidente e le giunte devono attuare il programma senza stare troppo a sentire la gente:
8%

L'OPINIONE SULLE NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE

Totale campione N=1000

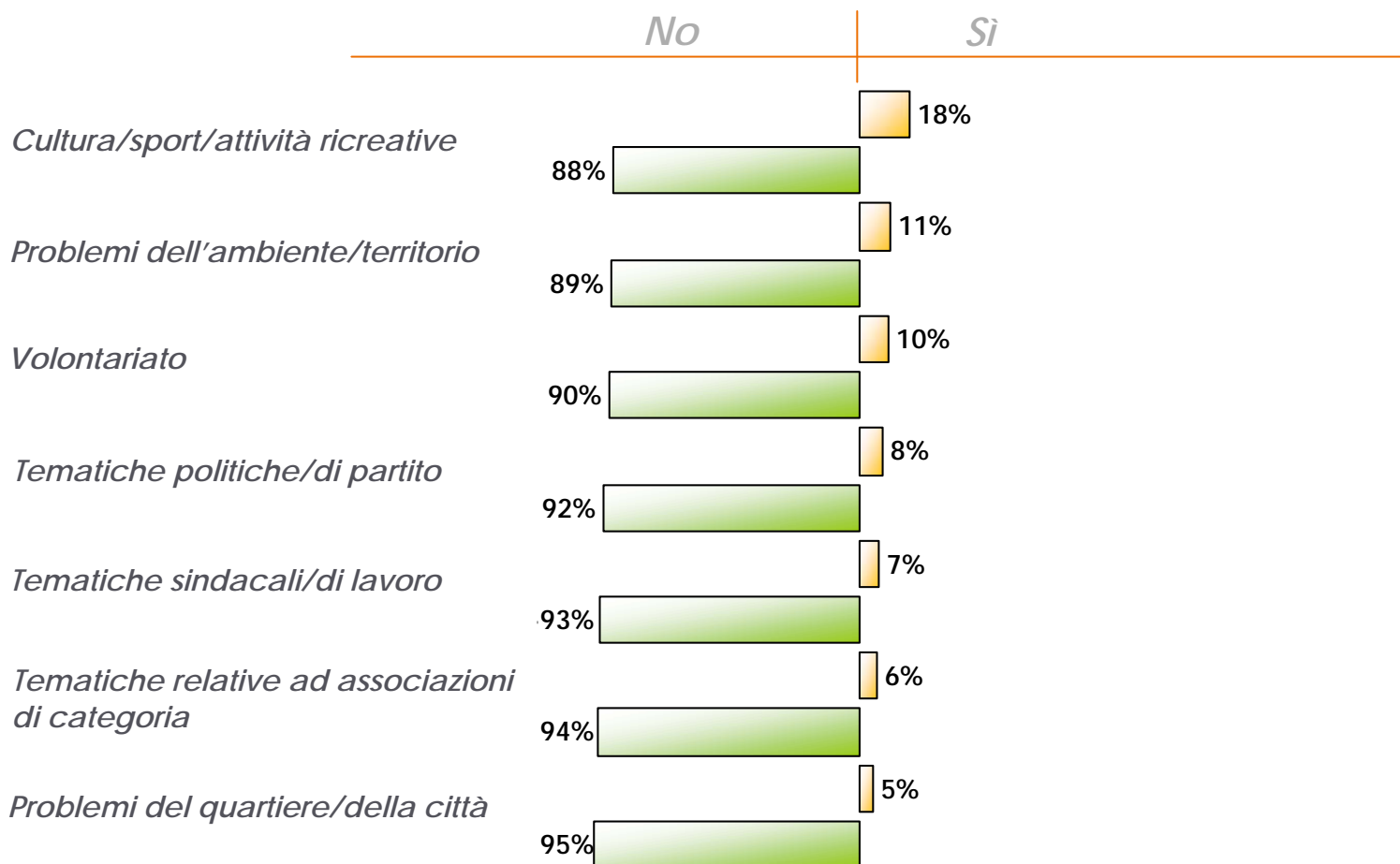
MOLTE AMMINISTRAZIONI STANNO SPERIMENTANDO ORA NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE ATTIVA DEI CITTADINI ALLE DECISIONI PUBBLICHE. LE LEGGERO' ALCUNE OPINIONI AL RIGUARDO: LE CHIEDO DI INDICARE A QUALI OPINIONI SI SENTE PIU' VICINO E, NEL CASO, POTRA' AGGIUNGERE LA SUA.

	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO		
	TOTALE CAMPIONE	MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sono utili a patto che le amministrazioni tengano poi conto veramente del giudizio e dell'opinione dei cittadini	35	36	34	33	37	35	31	39	31	38
Sono utili, perché permettono di sentire l'opinione dei cittadini e aiutano a risolvere i problemi con meno conflitti	26	28	25	34	27	22	25	27	19	32
Sono iniziative di facciata, tanto i politici fanno quello che gli pare	22	20	24	18	21	25	23	22	26	19
Sono utili, soprattutto se riguardano decisioni non ancora prese o problemi su cui non vi è ancora una decisione definitiva	16	16	16	14	19	14	14	18	10	21
Sono utili se coinvolgono anche le associazioni attive sul territorio a seconda della problematica	16	17	14	18	19	11	17	14	12	19
Sono inutili, il Sindaco o il Presidente e le giunte devono attuare il programma senza stare troppo a sentire la gente	8	9	7	11	7	7	9	7	6	9
Altro	1	1	1	0	1	1	1	1	*	2
Non sa	14	11	16	8	13	17	16	11	20	9

NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE

Sub campione "navigatori" Internet N=473

LE E' MAI CAPITATO DI PARTECIPARE A WEB FORUM SULLE SEGUENTI TEMATICHE?



NUOVE FORME DI PARTECIPAZIONE

Sub campione "navigatori" Internet N=473

LE E' MAI CAPITATO DI PARTECIPARE A WEB FORUM SULLE SEGUENTI TEMATICHE?
(PERCENTUALE DI SI')

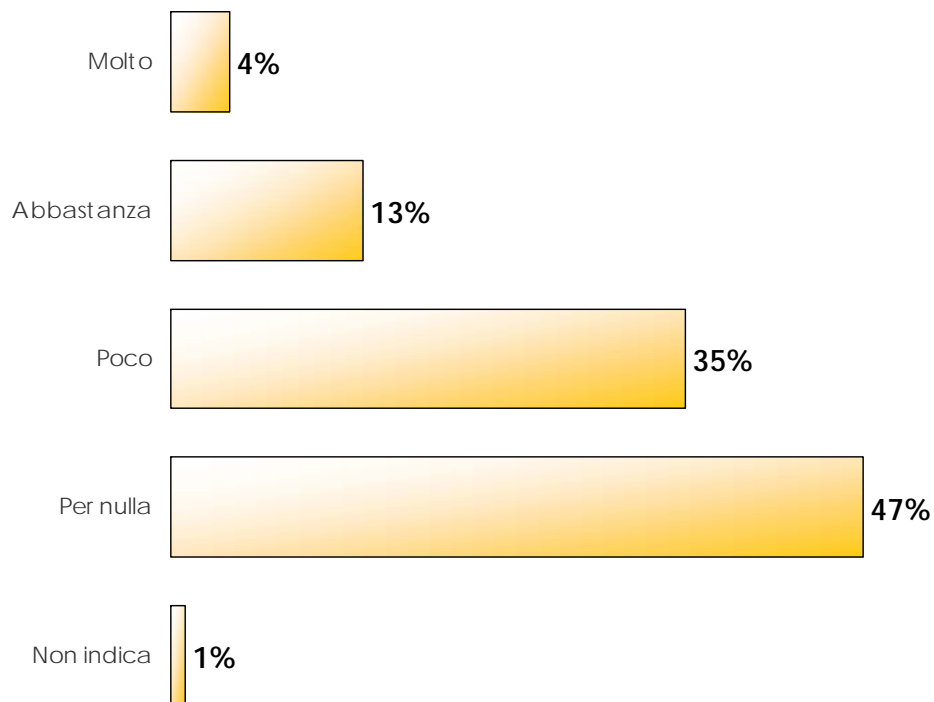
	TOTALE CAMPIONE	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
		MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Cultura, sport, attività ricreative	18	21	13	24	14	12	18	17	13	19
Problemi dell'ambiente/territorio	11	13	9	14	11	7	11	12	5	13
Volontariato	10	10	10	13	10	2	11	8	6	11
Tematiche politiche/di partito	8	12	4	10	6	11	6	11	4	9
Tematiche sindacali/di lavoro	7	10	4	9	8	5	8	7	4	8
Tematiche relative a associazioni di categoria	6	7	4	7	6	5	6	6	4	7
Problemi del quartiere/della città	5	6	4	8	3	4	5	6	4	5

	TOTALE CAMPIONE	INTERESSE POLITICA		COLLOCAZIONE POLITICA					NON COLLOCATO
		ALTO	BASSO	SINISTRA	CENTRO SINISTRA	CENTRO	CENTRO DESTRA	DESTRA	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Cultura, sport, attività ricreative	18	20	15	19	20	19	21	23	11
Problemi dell'ambiente/territorio	11	16	8	19	16	6	5	13	8
Volontariato	10	12	8	12	10	14	13	7	7
Tematiche politiche/di partito	8	14	3	10	12	2	13	16	2
Tematiche sindacali/di lavoro	7	11	5	13	11	2	5	7	5
Tematiche relative a associazioni di categoria	6	9	4	3	12	10	2	16	2
Problemi del quartiere/della città	5	8	3	8	7	-	5	7	3

I GIOVANI DI 16-17 AL VOTO?

Totale campione N=1000

ECCOCI INFINE ALLE ULTIME DOMANDE. SI DISCUTE MOLTO DEI GIOVANI E DELLA LORO MATURITA'. QUANTO PENSA CHE I GIOVANI DI 16-17 ANNI SIANO MATURI PER PARTECIPARE ALLA VITA POLITICA DI OGGI E AVERE QUINDI DIRITTO DI VOTO?



ALTA VALUTAZIONE (% di "molto + abbastanza")

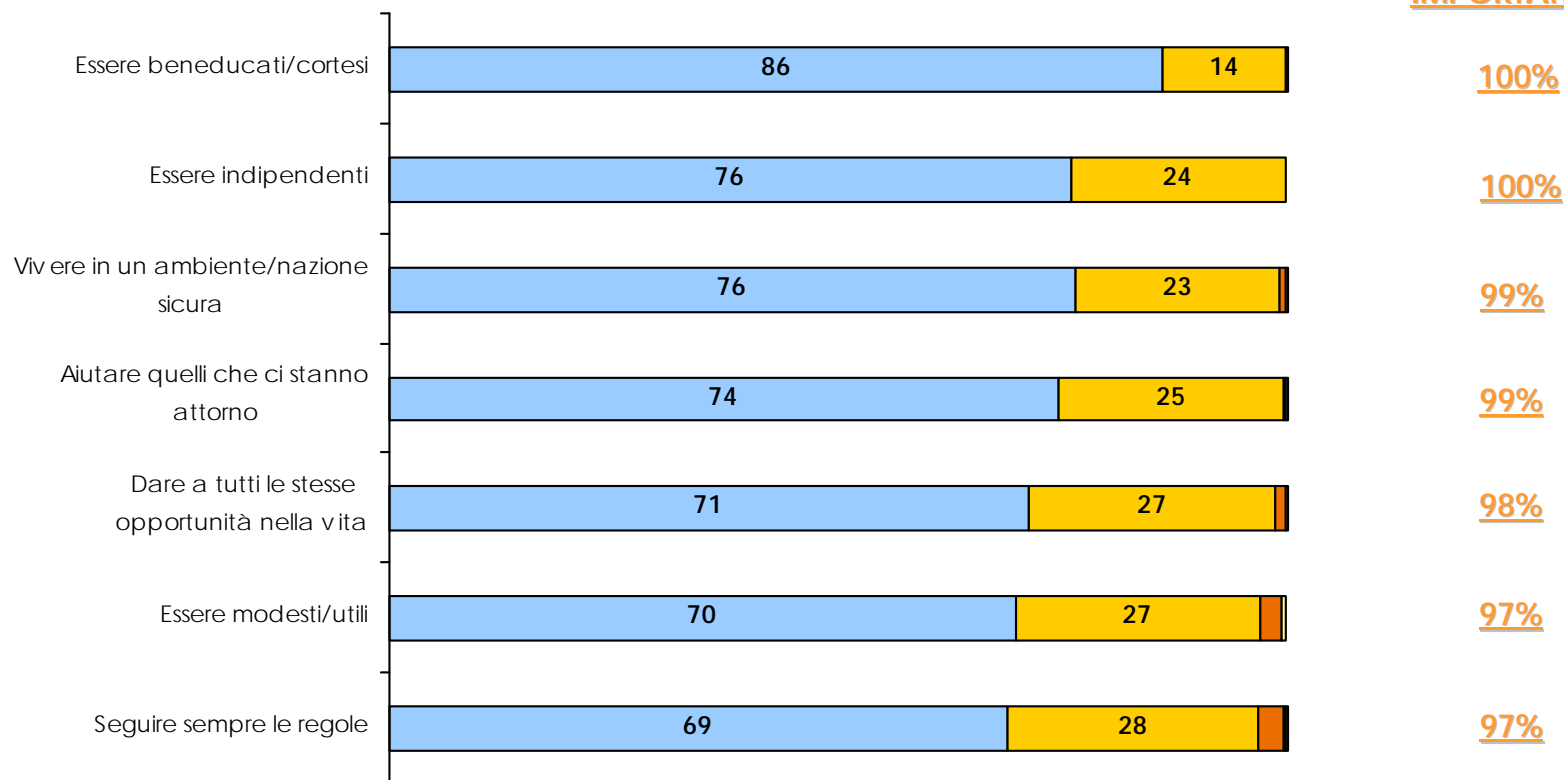
TOTALE CAMPIONE	17%
MASCHI	24%
FEMMINE	12%
18-34 ANNI	18%
35-54 ANNI	16%
55 ANNI ED OLTRE	18%
TITOLO STUDIO INFERIORE	16%
TITOLO STUDIO SUPERIORE	18%

L'IMPORTANZA DI ALCUNI VALORI

Totale campione N=1000

LE ELENCHERO' UNA SERIE DI VALORI. PER CIASCUNO DI ESSI, LE CHIEDEREI DI GIUDICARNE L'IMPORTANZA COME PRINCIPIO GUIDA DELLA SUA VITA.

**MOLTO + ABBASTANZA
IMPORTANTE**



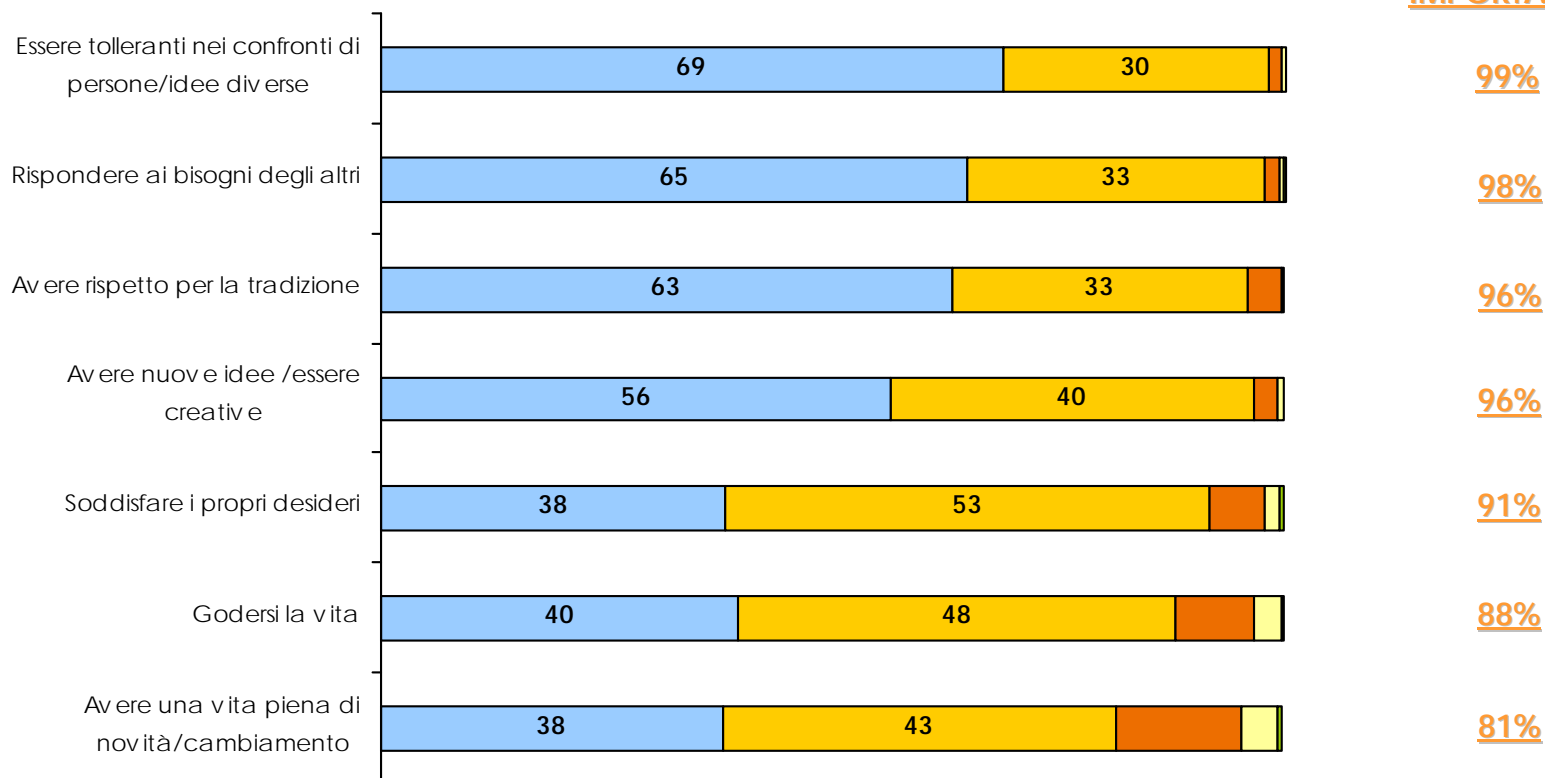
■ Molto importante ■ Abbastanza importante ■ Poco importante ■ Non importante ■ Contrario ai suoi principi

L'IMPORTANZA DI ALCUNI VALORI

Totale campione N=1000

LE ELENCHERO' UNA SERIE DI VALORI. PER CIASCUNO DI ESSI, LE CHIEDEREI DI GIUDICARNE L'IMPORTANZA COME PRINCIPIO GUIDA DELLA SUA VITA.

**MOLTO + ABBASTANZA
IMPORTANTE**



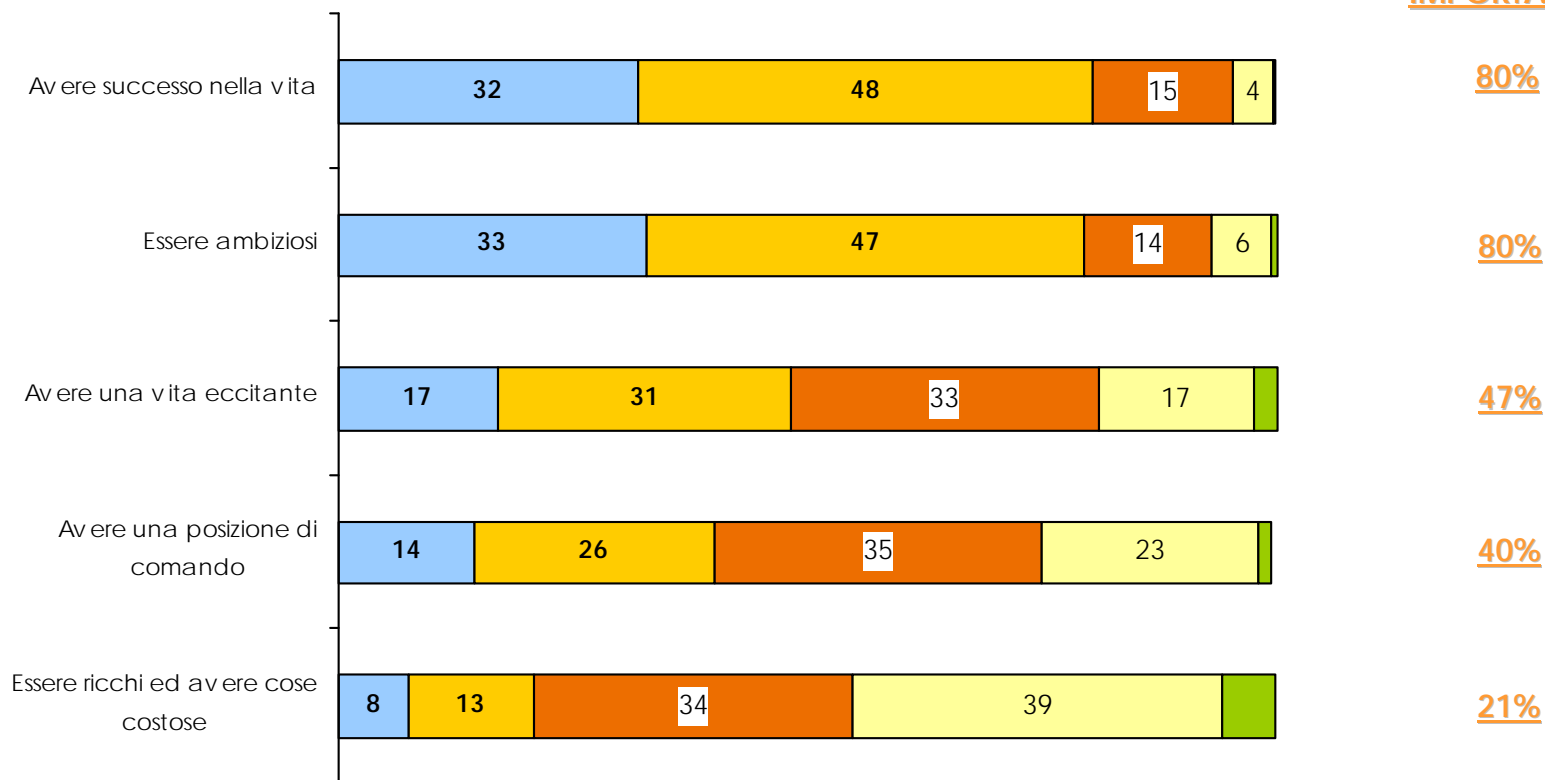
■ Molto importante ■ Abbastanza importante ■ Poco importante ■ Non importante ■ Contrario ai suoi principi

L'IMPORTANZA DI ALCUNI VALORI

Totale campione N=1000

LE ELENCHERO' UNA SERIE DI VALORI. PER CIASCUNO DI ESSI, LE CHIEDEREI DI GIUDICARNE L'IMPORTANZA COME PRINCIPIO GUIDA DELLA SUA VITA.

**MOLTO + ABBASTANZA
IMPORTANTE**



■ Molto importante ■ Abbastanza importante ■ Poco importante ■ Non importante ■ Contrario ai suoi principi

L'IMPORTANZA DI ALCUNI VALORI

Totale campione N=1000

LE ELENCHERO' UNA SERIE DI VALORI. PER CIASCUNO DI ESSI, LE CHIEDEREI DI GIUDICARNE L'IMPORTANZA COME PRINCIPIO GUIDA DELLA SUA VITA (% di molto importante)

	TOTALE CAMPIONE	GENERE		ETA'			AMPIEZZA CENTRI		TITOLO DI STUDIO	
		MASCHI	FEMMINE	18-34 anni	35-54 anni	55 anni ed oltre	<30 mila ab	>30mila ab	Inferiore	Superiore
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Essere beneducati e cortesi	86	85	87	82	87	87	85	87	86	86
Vivere in un ambiente/nazione sicura	76	70	82	72	77	78	75	77	77	76
Essere indipendenti	76	70	81	78	76	75	76	76	75	76
Autare quelli che ci stanno attorno	74	68	80	67	76	77	75	74	73	75
Dare a tutti le stesse opportunità nella vita	71	69	73	64	70	76	69	73	70	72
Essere modesti e umili	70	64	75	64	70	73	69	70	72	68
Seguire sempre le regole	69	64	73	57	70	74	68	70	71	67
Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse	69	63	74	63	71	70	67	70	67	70
Rispondere ai bisogni degli altri	65	59	71	59	65	68	63	67	64	66
Avere rispetto per la tradizione	63	58	68	51	62	70	62	65	67	60
Avere nuove idee/essere creativi	56	54	59	61	61	50	58	55	51	61
Godersi la vita	40	38	41	48	40	35	40	39	35	43
Soddisfare i propri desideri	38	37	39	44	41	33	39	38	32	43
Avere una vita piena di novità e cambiamento	38	37	39	43	39	34	40	35	36	39
Essere ambiziosi	33	34	32	37	34	30	32	34	32	33
Avere successo nella vita	32	31	33	36	32	30	32	32	30	34
Avere una vita eccitante	17	18	16	18	18	15	18	16	15	18
Avere una posizione di comando	14	13	16	14	17	13	14	15	14	15
Essere ricchi e avere cose costose	8	8	7	9	10	5	9	6	7	8



CONCLUSIONI

CONCLUSIONI

La attuale situazione politica, caotica, ma soprattutto caratterizzata da una netta sensazione di perdita di valori (quelli della "polis greca") da parte di chi dovrebbe farsene portatore essendo chiamato a rappresentare i cittadini, crea un evidente vuoto nel coinvolgimento personale di tutti nella vita politica e sociale.

Alcuni fattori si evidenziano chiaramente da questa indagine:

- ✓ solo 1 cittadino su 3 si dichiara molto o abbastanza interessato alla politica
- ✓ laddove gli si chiede di collocarsi politicamente, il 36% si definisce di sinistra-centrosinistra, ma il dato più eclatante pare essere il 33% che non si riconosce nelle canoniche definizioni "sinistra-destra" (dato che sale al 39% tra gli intervistati di età superiore ai 55 anni)
- ✓ solo il 29% si sente vicino ad un partito politico (con punte più elevate tra coloro che si collocano a sinistra, 52%, e a destra, 56%)
- ✓ c'è un 6% di intervistati che nel frattempo non si è più iscritto ad un partito politico, con punte dell' 11% tra coloro che si collocano a sinistra
- ✓ la disaffezione nei confronti dei partiti politici, in particolare in quelli a livello nazionale, è evidente in quel 15% di "molta + abbastanza fiducia".

Un discorso a parte può essere fatto sulle elezioni primarie: infatti c'è un intervistato su 3 che si lascia coinvolgere da esse, forse una delle poche forme di partecipazione diretta rimasta ai cittadini, a cui viene finalmente lasciata la possibilità di scegliere un uomo, una persona che possa rappresentarli.

CONCLUSIONI

La politica, ed in particolare i partiti politici, non sono esattamente in questo momento al primo posto nei pensieri dei cittadini toscani per i quali, degni di fiducia, sono sicuramente le associazioni di volontariato (85%), il Presidente della Repubblica (82%), la Chiesa (61%), e poi Regione e Comune in "ex aequo" (58%): eppure eventuali attività poste in essere da queste due ultime istituzioni non sortirebbero grande successo in termini di partecipazione da parte dei cittadini (il 30% per il Comune, il 22% per la Regione).

Se la percezione immediata pone dei limiti alla potenzialità degli strumenti partecipativi, il coinvolgimento dei cittadini su alcune tematiche e con certe modalità potrebbe sortire effetti più interessanti. Così i comuni potrebbero avviare attività sull'occupazione, sulle politiche a favore dei giovani, sull'ambiente e la pulizia delle città, sull'istruzione e sulla formazione al lavoro, tematiche impellenti in questo momento di crisi economica. Esse dovrebbero competere anche alla Regione, che non dovrebbe tralasciare, dal canto suo, attività sulla sanità, sullo sviluppo economico e sulle infrastrutture, per citare le più importanti per i cittadini.

Il dibattito aperto con esperti appare la modalità più interessante di coinvolgimento, ma anche i questionari inviati a casa e i dibattiti in contemporanea. Tuttavia permane il dubbio circa l'utilità delle attività, viste spesso come iniziative di facciata o come forme di partecipazione per le quali si teme un disinteresse "a valle" degli amministratori.

CONCLUSIONI

In definitiva: la disaffezione nei confronti della politica c'è, è evidente, anche in una Regione nella quale meglio si è fatto e sempre si è tenuto conto dei cittadini e delle loro necessità. Ma il quadro nazionale pesa e allontana da quelli che dovrebbero essere i valori fondanti di un Paese e di un vivere civile: molto si deve fare per recuperare la fiducia dei cittadini e il loro sentirsi parte di un territorio e di una comunità.

Ma bisogna riprendere a dialogare: e lo si può fare con le indicazioni che gli intervistati hanno dato. Parlare di lavoro, di occupazione, di ambiente, di sanità, sentire, ascoltare i pareri del cittadino ed elaborare delle soluzioni che non piovano dall'alto ma vengano dal basso. Incontrare, concertare ed elaborare soluzioni in funzione del fruitore ultimo, perché lo si faccia sentire nuovamente parte di un sistema che ascolta e non macina uomini, pensieri e necessità.

Via Derna, 26 – 20132 Milano
Tel. +39 02 26809382
Fax. +39 02 2847431