EdelmanNews
NEWSLETTER DI EDELMAN ITALIA
MARZO 2020

Edelman Trust Barometer 2020

La diffusione del Covid-19, l'isolamento forzato e il distanziamento sociale, stanno mettendo a dura prova l'intera popolazione, le imprese e i dipendenti, cui si impone l'adozione di nuove regole per affrontare la vita e il lavoro. L'edizione speciale dell'Edelman Trust Barometer dedicata al Coronavirus mostra come, in Italia, si assegni un ruolo importante alle aziende e al proprio datore di lavoro nella risposta alla pandemia, attribuendo loro la responsabilità e un ruolo attivo nel proteggere i propri collaboratori: a salvaguardia della salute della comunità, assicurando un'informazione corretta e l'implementazione dello smartworking. Chi era preparato? Vent'anni di Trust hanno descritto l'evoluzione del ruolo dei CEO, ai quali oggi viene chiesto di esprimersi su questioni critiche e di guidare il cambiamento. L'incertezza porta alla paura, e c'è bisogno di regole e strumenti che permettano alle persone di andare avanti, fiduciose che non saranno travolte da questa crisi. Il miglioramento del Paese e la gestione delle emergenze sono temi di importanza assoluta per il bene comune, dei quali le imprese e i CEO devono tenere conto in tutti gli aspetti della propria attività.

Fiorella Passoni

CORONAVIRUS

Edizione speciale
Edelman Trust Barometer 2020

L'emergenza Coronavirus, che sta tristemente scuotendo l'Italia e il mondo intero, mette più che mai in evidenza l'importanza del ruolo che la fiducia riveste all'interno della società. In questo momento di crisi, la popolazione vuole chiarezza, cerca una guida, si aspetta autorevolezza e, soprattutto, si merita trasparenza. Per continuare a sostenere i propri clienti in questo momento critico, nel mese di marzo, Edelman ha realizzato un'edizione speciale del Trust Barometer: Trust and Coronavirus. L'indagine, condotta in 10 paesi (Brasile, Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Sudafrica, Corea del Sud, Regno Unito e Stati Uniti), mostra gli italiani fiduciosi nel Governo come principale fonte di informazione sul virus tanto che l'Italia è il primo tra i paesi esaminati con il 63% del campione, all'opposto rispetto al 25% degli USA ma anche in posizione migliore rispetto a Francia (45%), Regno Unito (34%) e Germania (32%); preoccupati per la diffusione delle delle fake news (78% del campione) ma più fiduciosi rispetto alla media globale nella propria capacità di trovare informazioni affidabili sul virus (38% contro il 45% del dato globale) e inclini a privilegiare nettamente i media tradizionali rispetto ai social media per informarsi (55% contro 32%). E' massima la fiducia verso ospedali e personale sanitario rispetto alla capacità di far fronte all'epidemia (92% del campione) e c'è maggiore convinzione rispetto alla media globale nel fatto che Governo e aziende debbano operare in team per combattere il virus (54% contro 45%). Quest'anno, l'Edelman Trust Barometer segna il ventesimo anniversario di una ricerca che, nel corso degli anni, ha studiato i cambiamenti dinamici della fiducia e ha tracciato le tendenze che influenzano e riflettono la fiducia della popolazione nelle quattro principali istituzioni della società: Governo, Imprese, Media e ONG. Nelle pagine che seguono, troverete un'analisi dei principali dati raccolti, italiani e globali.

NEWS ORGANIZATIONS MOST RELIED-ON INFORMATION SOURCE

Percent who are getting most of their information about the virus from each source

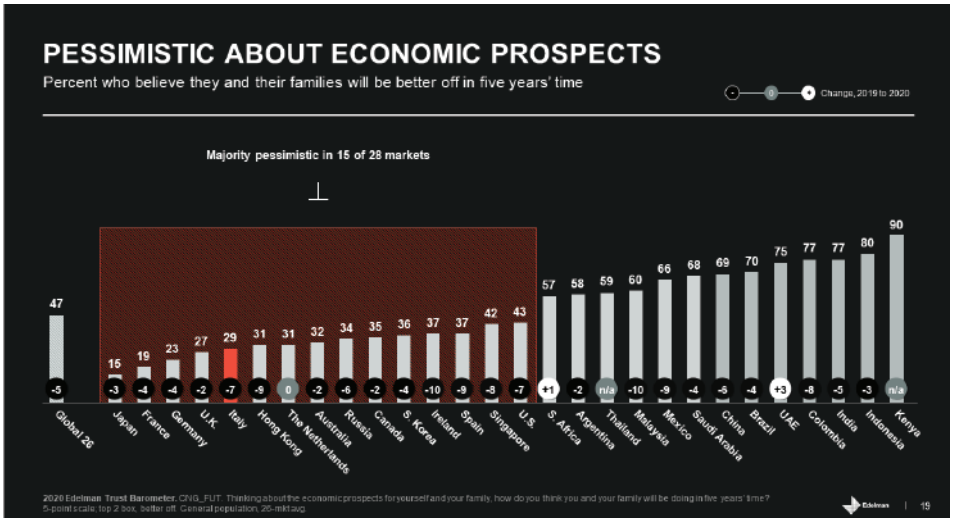
		Japan	S. Korea	S. Africa	U.K.	Canada	Germany	U.S.	Brazil	Italy	France
Major news organizations	64	73	73	67	67	66	65	63	59	55	52
National government sources	40	41	50	36	34	31	32	25	40	63	45
Social media	38	44	35	72	22	33	26	26	64	32	21
Global health organizations like the WHO	34	22	18	43	26	45	30	27	46	46	36
National health authorities like the CDC	29	15	25	28	37	41	18	45	25	36	20
My friends and family	27	36	34	44	20	22	25	22	30	20	21
Local government sources	26	27	29	28	15	27	27	20	31	33	21

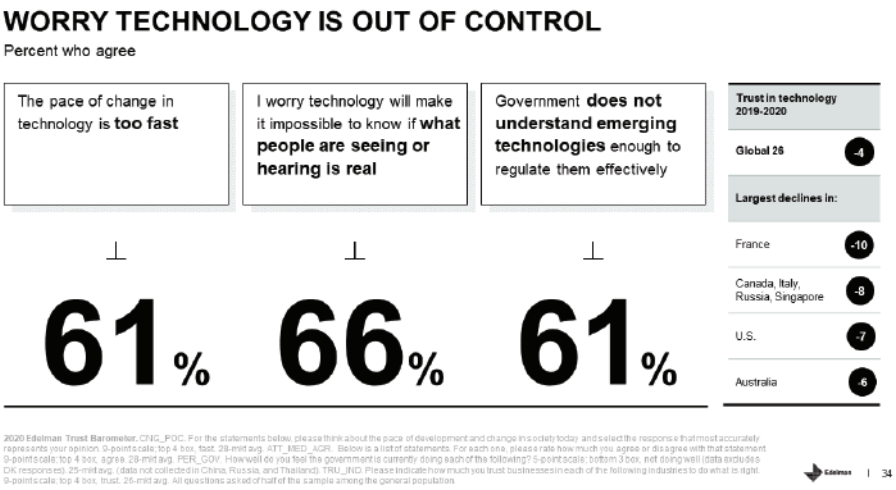
2020 Edelman Trust Barometer Special Report: Trust and the Coronavirus. Q4. Where are you getting most of your information from about this virus? Pick all that apply. Question shown to those who have heard of the virus (Q1/1). 10-mkt avg. Data collected between March 6 and March 10, 2020.

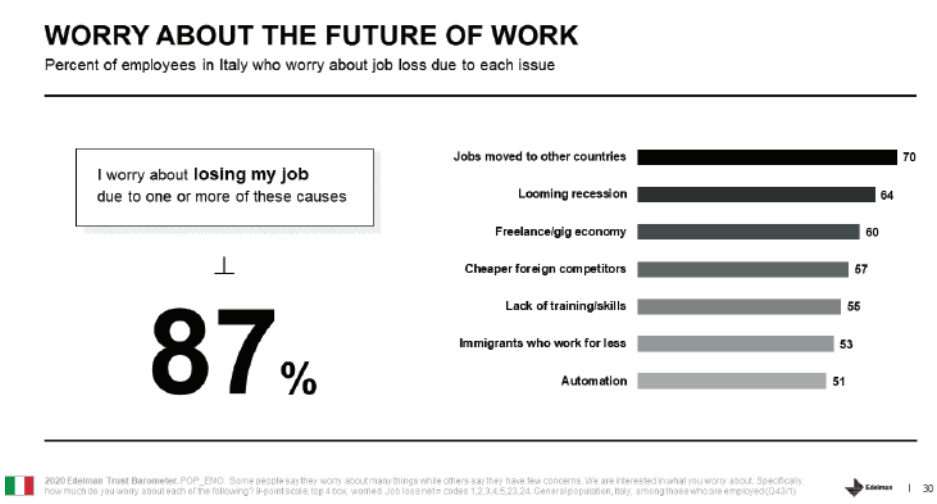
Edelman

La paura del futuro

In Italia soltanto il 29% delle persone pensa che starà meglio nei prossimi 5 anni. E questa **percezione negativa** affligge buona parte dei Paesi fortemente sviluppati: i giapponesi "ottimisti" sono solo il 15%, i francesi il 19%, i tedeschi il 23%, gli inglesi il 27%, gli olandesi il 31%, gli statunitensi il 43%. Una delle ragioni di questo **timore per il futuro** è rappresentato della **paura di perdere rispetto e dignità**: lo dichiarano il 67% degli italiani, il 64% degli spagnoli, il 62% dei francesi, il 55% degli statunitensi, il 52% dei tedeschi. Il **sistema capitalista** è percepito come sostanzialmente negativo: nel mondo solo il 18% della popolazione è convinto che vada bene, il 34% non ne è sicuro, il 48% pensa che non funzioni bene, il 56% che danneggi il mondo più di quanto non giovi (in Italia la percentuale raggiunge il 61%). Prevale un **senso di ingiustizia** (74%) e di **desiderio di cambiamento** (73%). A livello mondiale l'83% della popolazione ha **paura di perdere il posto** per una delle seguenti ragioni: precariato, recessione, incompetenza, immigrazione, automazione, delocalizzazione. Quest'ultima, la **delocalizzazione**, in Italia rappresenta la minaccia più forte, percepita dal 70% del campione. Il 61% della popolazione mondiale è spaventata dal **cambiamento troppo veloce** imposto dalle **nuove tecnologie** e ritiene che i governi non siano in grado di capirle e di regolarle (in Italia si sale al 67% per la paura del cambiamento e all'80% nella sfiducia nel governo). **Aumenta in Italia la fiducia nei media rispetto allo scorso anno** ma resta la paura nei confronti delle "**fake news**". Il 76%, infatti, dichiara di temere che le notizie false possano diventare **pericolose come armi**; non a caso continua **la discesa dei social media**, che perdono 3 punti percentuali nell'ultimo anno e 14 punti dal 2012.

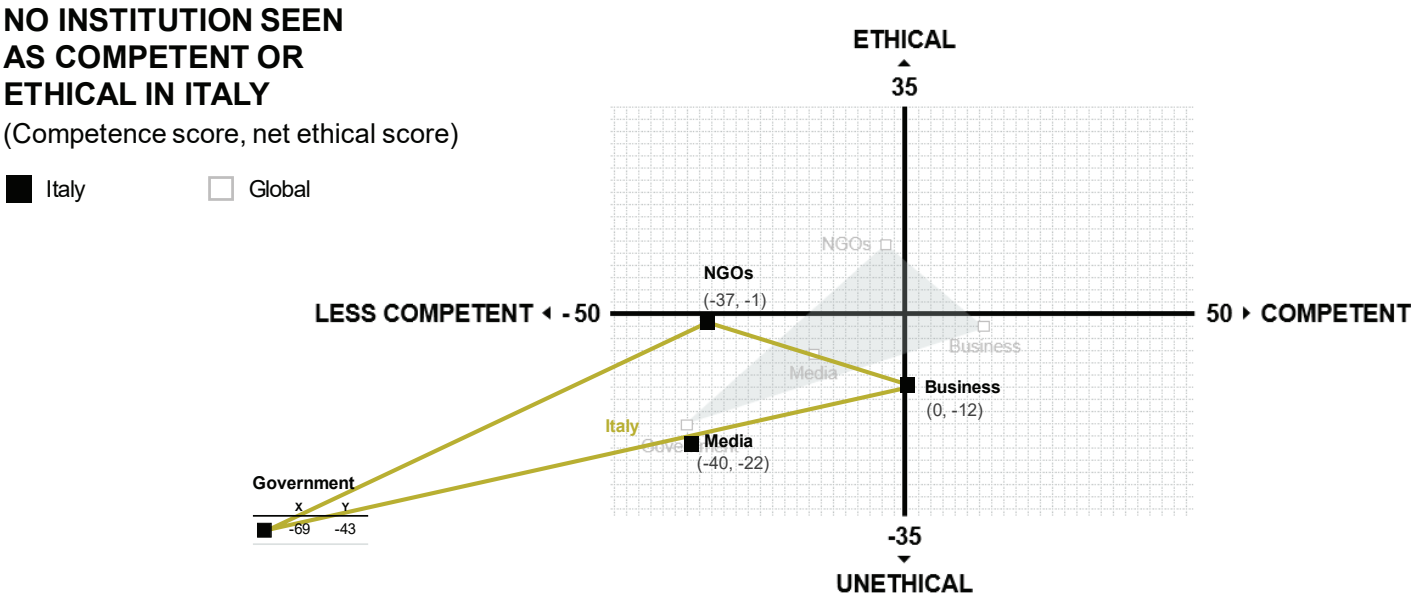






La leadership dei CEO

Nel complesso l'Italia resta uno dei Paesi occidentali più fortemente caratterizzato dalla fiducia, che continua a crescere (3 punti in più rispetto all'anno precedente) e lo colloca al secondo posto in Europa (battuto solo dai Paesi Bassi). Da sottolineare anche che l'Italia attribuisce un ruolo molto importante agli **amministratori delegati** delle aziende nel guidare il cambiamento del Paese senza attendere le decisioni del Governo: l'89% del campione chiede esplicitamente a loro di **prendere posizione** in merito a grandi temi quali l'impatto dell'automazione sul lavoro, l'uso etico della tecnologia, la formazione in vista dei nuovi lavori che il futuro comporta. E questo in uno scenario in cui **nessuna delle quattro istituzioni** presa in considerazione è ritenuta **competente ed etica** allo stesso tempo. Le **imprese** si aggiudicano il primo posto per competenza, ma sono ritenute poco etiche nei loro comportamenti, le **NGO's** sono etiche ma incompetenti, i **media** né etici né competenti. Peggio ancora i **governi.** In Italia la situazione non è migliore, anzi, soltanto il business sfiora l'asticella della competenza, le Ngo's quella dell'etica, mentre media e governo sprofondano nell'incompetenza e nella mancanza di etica. Drammatico se si pensa che proprio sul terrendo dei comportamenti morali si gioca e si vince la battaglia della fiducia. Non solo, **nessuna delle istituzioni è ritenuta avere una "visione" del futuro**: governi 35%, media 35%, business 41%, Ngo's 45%. Ecco quindi la grande opportunità per la comunicazione d'impresa sia interna che esterna: invece di inseguire le notizie (sempre più "fake") spostare l'attenzione sulla competenza, la visione del futuro, l'impegno etico, la solidarietà, la tutela dell'ambiente, la sostenibilità economica. Il tutto **facendo parlare i leader, i CEO,** ma anche i tecnici, gli esperti, la gente comune. Le imprese non dovrebbero farsi imporre la propria agenda dai media, ma dovrebbero essere capaci di elaborare la propria perché **è proprio sul terreno dei comportamenti reali che si gioca e si vince la battaglia della fiducia.**



Edelman Trust Barometer 2020

Questa è la 20° edizione dell'indagine annuale sulla fiducia e credibilità. E' stata realizzata dalla società di ricerca Edelman Intelligence e si basa su interviste online di circa 30 minuti condotte fra il 19 ottobre e il 18 novembre 2019 in 28 Paesi. Il campione è costituito da oltre 34.000 persone residenti in 28 Paesi; per élite si intende un campione costituito da persone con età compresa fra 25 e 64 anni laureate, con un reddito che si colloca nella fascia alta (25%) del proprio Paese, abituali lettori e fruitori di informazioni.

PER SAPERNE DI PIÙ

È possibile richiedere la presentazione dell'Edelman Trust Barometer scrivendo a:
sergio.veneziani@edelman.com

Sono anche disponibili le analisi dei dati con focalizzazioni diverse rispetto all'Italia, per esempio Francia, Germania, U.K. e così via per tutti i 28 paesi.

Presto saranno disponibili anche approfondimenti per i diversi comparti industriali.

Per ulteriori informazioni visitare:
www.edelman.com/trustbarometer

Twitter: @EdelmanItalia
Linkedin: Edelman Italia
Newsletter a cura di Edelman Italia
Via Varese 11
20121 - MILANO
Tel. +39 02 30453100

Per essere cancellati dalla mailing list o per aggiungere un nuovo indirizzo scrivera a :
infomilan@edelman.com
Per dialogare con Edelman:
www.edelman.it