

IL MADE IN ITALY CONVINCINE

SONDAGGI Il Trust Barometer di Edelman segnala per quest'anno una forte ripresa della fiducia nelle aziende con sede nel nostro Paese. Dove la crisi è stata meno devastante.

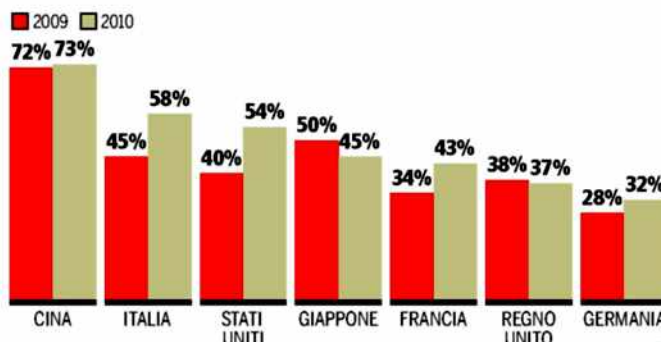
di Andrea Nicoletti

■ Dopo essere crollata ai minimi storici lo scorso anno, torna la fiducia dei consumatori italiani nei confronti del mondo del business: le aziende oggi sono credibili, dice il 60% degli intervistati, più di quanto non lo siano il governo (36%) o i mezzi di comunicazione (38%). È quanto emerge dal Trust Barometer 2010, l'annuale sondaggio di Edelman, big delle pubbliche relazioni, che misura il livello di fiducia del pubblico in imprese e istituzioni.

Con un balzo in avanti del 26% rispetto al 2009, anno nero della crisi, l'ottimismo italiano tira la volata a tutti gli altri e batte anche lo sprint degli americani (+18%). Le imprese hanno fatto bene a tagliare i bonus e licenziare chi ha sbagliato, si legge tra le righe del sondaggio, ma per restare credibili dovranno impegnarsi di più, puntando sulla trasparenza e non sul profitto, con un occhio di riguardo per i dipendenti, che dovrebbero essere trattati meglio. Giudizi espressi da un campione che per istruzione (tutti laureati) e per reddito (non si scende sotto i 100 mila euro) rappresenta l'élite del Paese.

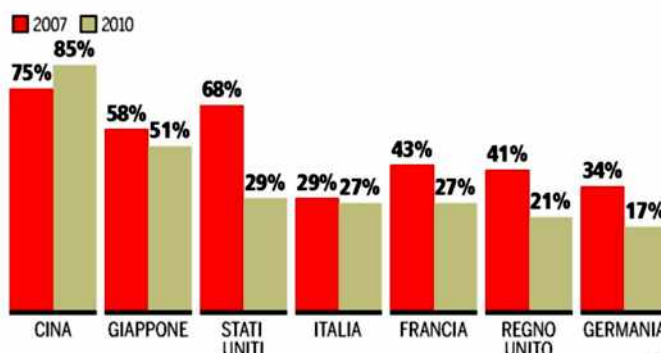
Le industrie hi-tech si confermano anche quest'anno le più credibili in Italia: la pensano così nove intervistati su dieci. Sanno comunicare meglio, hanno un brand forte e i loro prodotti piacciono. Al secondo posto nelle preferenze troviamo il biotech con il 78%. «Il settore ha saputo catalizzare le speranze del pubblico e l'interesse degli investitori, attratti dai buoni ritorni economici» spiega a *Economy* Fiorella Passoni, amministratore delegato di Edelman Italia. Il terzo posto dell'entertainment (66%) si spie-

LE IMPRESE ITALIANE PIACCIONO DI PIÙ...



La fiducia degli italiani nelle aziende, suddivise per la sede del quartier generale. Per le società nazionali si registra un balzo della fiducia record.

...MA PER LE BANCHE SI SALVA SOLO LA CINA



Tra il 2007 e il 2010 è crollata la fiducia nelle banche, in tutti i Paesi occidentali, anche se l'Italia limita i danni.

gherebbe invece con il crescente successo dei giochi d'azzardo, vissuti dal pubblico come ultima chance quando i tempi si fanno difficili, e con le buone performance di aziende come **Lottomatica** e **Sisal**. Maglia nera, invece, per il settore farmaceutico (35%), le banche (31%) e le assicurazioni (29%).

COMUNICAZIONE DIFFICILE. «I produttori di medicinali» commenta l'a.d. di Edelman «salgono agli onori della cronaca solo quando le cose vanno male, si pensi agli scandali della malasanità, e mai quando inventano un nuovo farmaco. Non sanno comunicare bene». Ad affon-

dare banche e assicurazioni sono invece le tante delusioni dei risparmiatori, che si sentono traditi e accusano gli istituti di essere fra le cause della recessione. «Investimenti andati in fumo, bond spazzatura, prezzi delle assicurazioni fra i più alti d'Europa: tutto concorre alla débâcle del settore, che peggiora addirittura rispetto al 2009, scendendo di due punti percentuali».

Il barometro di Edelman rimane sul sereno per il settore automobilistico (64%). «Un voto di fiducia che in larga parte coincide con una promozione della **Fiat** e del suo accordo con **Chrysler**, mentre i fatti più recenti, a partire dal caso Termini Imerese, non hanno avuto peso nel giudizio» è l'analisi di Passoni.

Infine uno sguardo all'identità nazionale delle varie società. Per i consumatori di tutto il mondo le aziende con sede in Italia meritano più fiducia: l'indice è infatti cresciuto dal 45% al 50% in un solo anno. «Come dire: ci si fida di più, abbiamo superato l'esame, anche perché da noi

la crisi c'è stata ma non così devastante come altrove e la ripresa sarà più facile». «Abbiamo chiesto agli italiani dove si trovano le aziende migliori» conclude Fiorella Passoni «e la fiducia in quelle con quartier generale sulla penisola è salita al 58%, con un balzo del 13% rispetto al 2009, mentre è crollata la credibilità di chi ha aperto gli uffici in Brasile (-23%) o in Giappone (-10%). Per gli italiani le aziende di cui fidarsi restano quelle con sede in Cina (73%), forse perché con loro il commercio è tanto frequente quanto inevitabile, mentre nel post Obama sale nettamente la reputazione di quelle americane, +14% a quota 54%». ■