



## Primo rapporto Birra Moretti // Astra Ricerche sui valori dell'Italia e degli Italiani

### Italiani sinceri, ma non troppo: fotografia di un popolo con ancora poca cultura civica ma ricco di "etica privata"

Milano, 21 giugno 2007 - Schietti e leali o finti e ipocriti? Sempre onesti o solo quando ci conviene? Geneticamente autentici e genuini o più propensi per indole alla menzogna? In altre parole, **quanto e quando siamo sinceri noi italiani?**

**A fotografare la sincerità degli Italiani è una corposa ricerca demoscopica voluta da Birra Moretti e realizzata da Astra Ricerche** tramite 1.009 interviste *face to face* (ossia domiciliari e non telefoniche) effettuate nel marzo 2007 col metodo CAPI (Computer Aided Personal Interviewing) a un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne e presentata quest'oggi a Milano nel corso di una conferenza stampa.

**"Italiani sinceri, ma non troppo"** è il titolo della curiosa indagine che, scandagliando fra coscienza e interiorità, porta alla luce il livello di onestà intellettuale, di correttezza sociale, di autenticità relazionale che caratterizzano il nostro modo di pensare, di agire, di rapportarci con gli altri. **Quello della sincerità rappresenta il primo di una serie di valori che, nelle intenzioni di Birra Moretti, amatissima birra italiana da anni paladina del gusto per la sincerità, potranno essere indagati dalla marca nei prossimi anni con l'obiettivo di comprendere sempre meglio il modo di pensare e di comportarsi dei nostri connazionali.**

**"Birra Moretti ha fatto della sincerità il proprio cavallo di battaglia e proprio il gusto per la sincerità l'ha portata al successo e a vendite da primato"** - afferma Peter Heilbron, Amministratore Delegato Heineken Italia, proprietaria del marchio Birra Moretti e portatrice degli importanti investimenti che, in poco più di dieci anni, hanno consentito di superare la soglia dei 200 milioni di litri annui e facendone la birra più venduta nel nostro Paese - **"Questo concetto è per noi sinonimo di genuinità, autenticità, fedeltà alle origini e a una ricetta studiata molti anni fa per soddisfare il gusto e il palato degli italiani"**. Questo impegno quotidiano, che porta con sé anche l'esperienza di 150 anni di storia, ha dato origine a una famiglia di cinque prodotti, tra cui Birra Moretti Zero, la prima italiana a zero alcol. **"Il ruolo di leader che giochiamo sul mercato e la nostra bandiera della sincerità"** - prosegue Heilbron - **"ci portano inoltre a promuovere un consumo intelligente, oltre che responsabile, e a voler conoscere sempre più nel profondo i gusti, le caratteristiche e i valori del Paese e delle persone che ci scelgono e ci consumano. Proprio da questo intento nasce il progetto di questa ricerca sociale sulla sincerità che oggi sono lieto di poter "restituire agli italiani" grazie al lavoro dei mezzi di informazione"**.

Venendo ai dati, abilmente snocciolati "tra il serio e il faceto" dal **sociologo Enrico Finzi**, Presidente di Astra Ricerche e acuto interprete di vizi e virtù del nostro Paese, salta subito agli occhi che l'Italia è un Paese spaccato a metà per quel che riguarda il gusto per la sincerità: il **50.4%** della popolazione adulta afferma che **"nella vita è giusto essere sinceri sempre e con chiunque"**, mentre il **48,2%** sostiene che sia opportuno esserlo solo **"a certe condizioni"**. Esiste poi, e non poteva mancare in un Paese che ha dato le origini a Pinocchio, un piccolo partito con 700.000 aderenti (l'1,4% della popolazione adulta) che, senza pudore, teorizza l'indispensabilità della menzogna "sempre e con tutti".

Le **"locomotive"** del treno della sincerità sono in particolare i giovani **18-24enni** e i **35-44enni** con figli non grandi, i residenti nel **Triveneto**, la **classe media** e i **salariati**, mentre i "vagoni" più lenti e resistenti risultano essere i **lazziali** (in particolare i romani), i **25-34enni**, i **commercianti** e - senza pari - le categorie degli imprenditori, dirigenti e professionisti



**Ma qual è l'immagine che gli Italiani hanno delle persone sincere?** La grande maggioranza degli intervistati attribuisce loro un giudizio straordinariamente buono (38%) o oscillante tra il buono e il discreto (44%). Non a caso ai sinceri viene spesso attribuita una valutazione positiva che, ad esempio, tende a identificarli come "affidabili", "buoni" o "per bene". Ma esiste anche un buon 19% che non apprezza le persone sincere le definisce ingenui (nel 17% dei casi), le considera illuse (8%) e giunge addirittura a definirle furbe (2%) insinuando dunque il dubbio che la loro onestà mascheri in vero chissà quale trama.

**Viene da chiedersi quando e con chi, secondo i nostri connazionali, bisogna essere davvero sinceri?** Ebbene, occorre distinguere due grappoli di casi diversi. Infatti, se parliamo di **sincerità relazionale** – cioè nei rapporti con altre persone – un dominante 57% esorta alla sincerità generalizzata, un corposo 36% sostiene la sincerità selettiva e "solo" un piccolo 7% esalta l'insincerità totale. Non si dovrebbe mai mentire con i figli (67%), con i veri amici (61%), con i genitori (50%) e nel fare una dichiarazione d'amore (46%). Vi sono poi, situazioni in cui la percentuale tende a scemare: solo il 12% degli intervistati, ad esempio, ritiene giusto confessare al proprio partner un tradimento o un'avventura amorosa e ben il 21% reputa che ai malati gravi sia addirittura opportuno nascondere la verità. Solo il 22% pretende infine che si dica la verità quando si fa un complimento a una persona...

Esiste poi la **sincerità funzionale**, ovvero quella che riguarda i rapporti non con una persona specifica ma con il rappresentante di un ruolo anonimo. Anche in questo caso, l'ago della bilancia punta diritto verso un comportamento etico e diligente: sono ben il 43% i sostenitori di una forte sincerità, i fautori di una veridicità selettiva si assestano al 38%, mentre i bugiardi si fermano a quota 19%. Secondo gli Italiani si deve sempre dire la verità quando si parla con il proprio medico (54%), in tribunale (49%), con l'avvocato o con il commercialista (36%). Ben meno importate è farlo quando si stipula un contratto (24%), si sostiene un colloquio di lavoro (20%), si compila la dichiarazione dei redditi (18%), si discute con le forze dell'ordine (17%) o ci si giustifica per un ritardo (16%).

**Tutto ciò conferma che gli Italiani sono un popolo ricco di "etica privata" – quella che si applica nel proprio ambiente ristretto - ma tutto sommato carente in termini di *civic culture*, di senso di responsabilità personale e sociale, nei rapporti con le istituzioni e negli affari.**

**Agli intervistati è stato poi chiesto di giudicare il loro livello di sincerità e di valutarlo su una scala da 1 a 10.** Ebbene, solo il 7% si dipinge come prevalentemente o totalmente bugiardo, dandosi un voto oscillante dall'1 al 5; su un totale di 48,5 milioni di italiani maggiorenni questo 7% equivale a circa 3,2 milioni di individui (soprattutto laziali, residenti nei comuni medi, ultra 44enni, appartenenti alle classi alte o al ceto medio autonomo). Il 35% (16,9 milioni) si attribuisce un voto discreto, dal 6 al 7 (fascia 25-34enni, centro-meridionali, residenti in piccoli comuni, appartenenti a ceti superiori). Il 49% degli italiani adulti (23,8 milioni) ha evidentemente molta stima di sé definendosi genuino e non mendace nella gran parte se non addirittura nella totalità delle circostanze (ultra 54enni, residenti nella ricca provincia Triveneto ma anche nelle regioni tradizionalmente 'rosse'). Conti alla mano, il totale non fa cento perché esiste un 1% circa che preferisce non rispondere e un 8% (3,8 milioni) che sostiene di scegliere a seconda dei casi e degli interlocutori (in particolare 18-34enni, di classe media o superiore, diplomati).

**E i trend, le tendenze degli ultimi 10/20 anni? Giudizio inesorabile: il 60% del campione intervistato concorda nell'affermare che viviamo in un mondo sempre più mendace e falso e in un'Italia a esso perfettamente allineata.** A "salvarsi" solo il giro dei familiari e conoscenti, per l'80% dalla sincerità stabile e solo per il 15% in peggioramento. In effetti, solo gli intervistati migliorano, seppur di poco: l'80% ritiene di non essere cambiato affatto, l'8% si ritiene meno sincero che in passato, il 13% si giudica più sincero di prima.

A conclusione dell'indagine, tramite domande 'aperte' è stato chiesto agli intervistati di indicare i **gruppi sociali e i personaggi famosi** da essi ritenuti più sinceri. Tra i diversi segmenti della popolazione italiana **non** sono emerse **differenze** statisticamente significative sia **per genere sessuale** (con uomini e donne a pari merito) sia **per area geografica** (settentrionali e meridionali sono quasi appaiati).



Ben diverso è il discorso per fasce d'età: i più sinceri sono giudicati i **bambini** (63%), seguiti dagli anziani (24%) e, a distanza i **ragazzi** (7%) e gli **adulti** (3%). Per quel che concerne i ruoli socio-professionali, la classifica dei più sinceri vede in testa i **medici**, seguiti a ruota dai **sacerdoti** e dai **carabinieri/poliziotti**, quindi dai giudici, seguiti a distanza dalle prostitute, dagli avvocati, dai lavoratori dipendenti. In coda alla classifica? I ristoratori, i politici e, ultimissimi, gli imprenditori.

Va senza alcun dubbio a Papa **Benedetto XVI** la palma di personaggio "più sincero". Sul variegato podio della sincerità, con medaglia d'argento **Rita Levi Montalcini** e, con quella di bronzo, **Gerry Scotti**.

Per informazioni:  
Ufficio Stampa Birra Moretti  
Cantiere di comunicazione  
[cantiere@cantierecomunicazione.com](mailto:cantiere@cantierecomunicazione.com)  
Tel. 02 87 383 180

Heineken Italia  
Alfredo Pratolongo  
Tel. 02 27 076 347  
Laura Tordin  
Tel. 02 27 076 494  
[ufficio\\_stampa@heinekenitalia.it](mailto:ufficio_stampa@heinekenitalia.it)

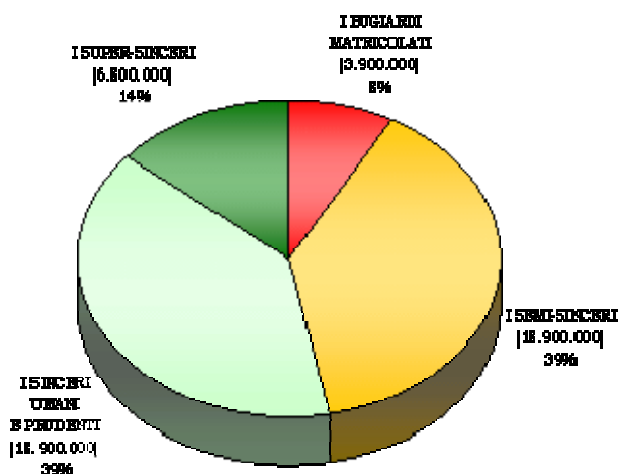


## Primo rapporto Birra Moretti // Astra Ricerche sui valori dell'Italia e degli Italiani

### L'Italia e le quattro facce della sincerità

Milano, 21 giugno 2007 - In definitiva, stando ai risultati dell'indagine demoscopica voluta da Birra Moretti e condotta da Astra Ricerche, il nostro Paese non è poi messo così male: la sincerità domina o stravinca nei comportamenti del 53% della popolazione adulta mentre risulta assente o debole e condizionata in quelli del rimanente 47%.

Utilizzando apposite statistiche - l'analisi fattoriale e la cluster analysis - è stato possibile definire "i quattro volti della sincerità degli Italiani", eccoli:



#### I bugiardi matricolati

I bugiardi incalliti e sostenitori della menzogna a tutti i costi ammontano solo all'8% (3,9 milioni di maggiorenti).

#### I semi sinceri

Sono il 39% (18,9 milioni): veritieri, ovvero sinceri a corrente alternata, praticano la sincerità per lo più nei rapporti privati, con familiari, amici e conoscenti.

#### I sinceri umani e prudenti

E' il 39% dell'Italia (18,9 milioni) che racconta poche frottole, per lo più orientate a mantenere un buon clima sociale, a non offendere, a evitare imposte, multe, seccature.

#### I super-sinceri

Rappresentano quel 14% dell'Italia, circa 6,8 milioni di individui, che esaltano l'assoluta trasparenza in ogni momento della propria vita.

#### Per informazioni:

Ufficio Stampa Birra Moretti

Cantiere di comunicazione

[cantiere@cantierecomunicazione.com](mailto:cantiere@cantierecomunicazione.com)

Tel. 02 87 383 180

Heineken Italia

Alfredo Pratolongo

Tel. 02 27 076 347

Laura Tordin

Tel. 02 27 076 494

[ufficio\\_stampa@heinekenitalia.it](mailto:ufficio_stampa@heinekenitalia.it)