

L'IMMAGINE DEL MEZZOGIORNO D'ITALIA

Secondo ciclo

Presso la Business Community

Egitto

Ricerca di mercato condotta da: **GPF&A e Ispo Ltd**

Per conto di: Ministero dell'Economia e delle Finanze

Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e di Coesione

Servizio per le Politiche dei Fondi Strutturali Comunitari

Indice

Introduzione

- ✓ Scopo della ricerca..... 4
- ✓ Metodologia della ricerca..... 6

Sintesi dei risultati..... 7

Capitolo 1 - La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia e le fonti di informazione

- 1. Il livello di conoscenza..... 15
- 2. Le fonti della conoscenza..... 15
- 3. I mezzi di informazione utilizzati..... 16

Capitolo 2 - L'immagine globale del Mezzogiorno d'Italia

- 1. L'interesse globale per il Sud Italia..... 21
- 2. Opinioni su aspetti generali, condizioni di vita e servizi pubblici..... 21
- 3. Percezione dell'andamento dei rapporti economici con il Mezzogiorno d'Italia..... 24
- 4. Rapporti di affari con il Sud Italia..... 24

Capitolo 3 - Atteggiamenti verso gli investimenti nel Mezzogiorno d'Italia

- 1. Opinioni sull'attrattività del Sud Italia per fare investimenti..... 30
- 2. Percezione di convenienza a fare investimenti nel Sud Italia..... 32

Capitolo 4 - Atteggiamenti verso le importazioni dal Mezzogiorno d'Italia

1. Opinioni sulle importazioni dal Sud Italia..... 36
2. Percezione di convenienza a importare prodotti dal Sud Italia 37

Capitolo 5 - Atteggiamenti verso il Mezzogiorno d'Italia, come meta turistica

1. Opinioni sul Sud Italia, come meta turistica 41
2. Percezione di convenienza a proporre viaggi organizzati nel Mezzogiorno..... 42

Capitolo 6 - Confronto fra atteggiamento globale verso il Sud Italia e la Spagna..... 46

Appendice:

- ✓ *Il profilo della Business Community intervistata*
- ✓ *Il questionario*

Introduzione

Scopo della ricerca

Questo è il secondo ciclo di rilevazioni (novembre - dicembre 2004, dopo il primo ciclo svolto nel dicembre 2003) di un servizio di ricerche di mercato in ambito internazionale, finalizzate a conoscere la percezione e l'immagine delle regioni del Sud Italia da parte degli operatori economici italiani del Centro Nord e di altri 10 paesi comunitari ed extracomunitari, che il Servizio per le politiche dei fondi strutturali comunitari del Dipartimento per le politiche di sviluppo e di coesione del Ministero dell'Economia e delle Finanze ha affidato alle società GPF&Associati e ISPO.

Lo scopo principale del servizio è quello di fornire alla Committenza *un **monitoraggio della conoscenza e della percezione della realtà del Mezzogiorno d'Italia a livello dei singoli paesi***: in particolare la Committenza ha interesse a conoscere in che misura sia nota la realtà del Mezzogiorno, quali siano e come si siano formati la percezione e il vissuto di questa realtà, quali opportunità di business possono essere sviluppate e se sussistano fattori che possono ostacolare la concretizzazione di queste opportunità e di quale natura essi siano.

Rispetto al primo ciclo dell'indagine, in questo secondo ciclo del 2004, a conclusione dell'intervista, sono state rivolte anche 4 domande di atteggiamento globale nei confronti della Spagna, per disporre di alcuni elementi di valutazione comparata, rispetto al Mezzogiorno d'Italia.

In questo rapporto vengono presentati i dati dell'**Egitto**, rilevati nel novembre - dicembre 2004 e confrontati con quelli rilevati nel primo ciclo di ricerca 2003. Gli altri paesi oggetto della ricerca sono Centro-Nord Italia, Francia, Germania, Inghilterra, Svezia, Russia, Stati Uniti, Giappone, Singapore e Brasile, come indicato nel bando di gara.

In particolare sono state oggetto di analisi, presso la Business Community, le seguenti aree:

- *Percezione della realtà delle regioni del Mezzogiorno*, conoscenza e immagine percepita di questa realtà, *aspettative e atteggiamenti maturati* in generale e con riferimento ai 3 settori di interesse principale e cioè:
 - gli investimenti diretti
 - le esportazioni
 - il turismo

- *Individuazione dei canali di formazione* dei giudizi e della loro importanza relativa
- *Percezione di interesse verso la Spagna*, nel complesso e con riferimento ai 3 settori rilevati per il Mezzogiorno d'Italia: investimenti diretti, esportazioni e turismo.

In questo secondo ciclo dell'indagine, non sono state effettuate rilevazioni sulla popolazione adulta da 18 a 64 anni, che invece era stata oggetto di indagine nel primo ciclo del 2003.

Metodologia della ricerca

In ogni paese la rilevazione è stata condotta con interviste telefoniche, utilizzando il questionario riprodotto in appendice, su un campione della Business Community composto da titolari, dirigenti e funzionari di:

- aziende produttrici di beni e servizi con oltre 10 addetti (l'industria)
- aziende dei settori finanziari (banche, assicurazioni, ecc.)
- aziende del settore commercio e servizi (import-export, distribuzione, consulenza, ecc.)
- aziende del settore turismo
- oltre ad un gruppo di docenti universitari, giornalisti, dirigenti pubblici (opinion leader).

Nella rilevazione del 2004 è stato utilizzato il questionario 2003 con le varianti riportate nell'allegato che riguardano:

- ✓ gli items di atteggiamento:
 - qualche variazione negli items 5.1.A, 5.1.G, 5.1.H, 5.2.B, 5.2.D, 5.2.I
 - l'eliminazione di due items: 5.1. ex G e 5.1 ex I
 - l'aggiunta di un nuovo item: 5.3.G
- ✓ le domande:
 - l'eliminazione delle domande: ex domanda 9 e ex domanda 11
 - l'aggiunta di cinque domande riguardanti la Spagna: domanda 12bis, 13, 14, 15, 16.

Per l'**Egitto** sono state completate 900 interviste.

Tutti i dati sono stati elaborati sotto forma di tavole statistiche, di cui le principali sono inserite in ogni capitolo del presente rapporto.

Sintesi dei risultati

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia e le fonti di informazione (capitolo 1)

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia risulta essere in crescita rispetto al 2003 (dal 22% a 29%) equamente bilanciata tra un'immagine imprecisa (15%) e una più precisa (14%). Tuttavia il livello di conoscenza del Sud Italia (29%), ed in particolare quello sufficientemente preciso (14%), risulta ancora basso se confrontato con l'89% degli operatori intervistati che dichiarano di avere un'immagine dell'Italia nel complesso e con il 68% di chi dichiara di avere un'immagine molto o abbastanza precisa.

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia degli operatori egiziani deriva sostanzialmente dai media ma la conoscenza più precisa è fortemente influenzata anche dal fatto di avere avuto accesso a fonti di informazione diretta (viaggio personale, rapporti di affari, conoscenza di persone provenienti dall'Italia).

Presso gli operatori egiziani i mass media nazionali sono i veicoli principali delle informazioni sul Mezzogiorno d'Italia; ma la conoscenza più precisa risulta particolarmente influenzata dalla stampa internazionale in lingua inglese e dall'accesso ai siti Internet, soprattutto internazionali, e dal passaparola con altri operatori della Business Community, in crescita, quest'ultimo, rispetto al 2003.

L'immagine globale del Mezzogiorno d'Italia (capitolo 2)

L'interesse globale dichiarato per il Mezzogiorno d'Italia dagli operatori egiziani si colloca mediamente ad un livello decisamente insufficiente (4,8), in flessione rispetto ai risultati già negativi rilevati l'anno precedente (5,6).

Per quanto riguarda l'area della conoscenza, si registra un peggioramento, che coinvolge la notorietà percepita del Mezzogiorno d'Italia, la comparabilità fra Nord e Sud Italia ed anche la percezione dello sviluppo economico del Sud Italia.

A parte il giudizio positivo sul clima, anche sulle condizioni di vita prevalgono i giudizi negativi, con una flessione complessiva di questa area rispetto al 2003, dovuta ad una valutazione più critica della qualità della vita e, soprattutto, dell'accoglienza riservata agli stranieri.

Infine si registrano forti perplessità unite a forte disinformazione anche sull'intera area dei servizi pubblici, dalle condizioni di sicurezza e di ordine pubblico al funzionamento della giustizia e all'efficienza della pubblica amministrazione.

In generale, è più alta la quota di intervistati che non sanno esprimere un'opinione relativamente all'immagine del Sud Italia.

Rispetto al 2003 il divario tra chi ritiene che i rapporti economici tra Egitto e il Sud Italia stia aumentando e chi ritiene che sia allo stesso livello tende ad assottigliarsi. Infatti chi ha una percezione di crescita nei rapporti d'affari tra i due paesi scende dal 51% rilevato nel 2003 a 38%, mentre chi li ritiene stazionari sale dal 28% del 2003 a 34%.

La quota di operatori egiziani che hanno avuto qualche rapporto di affari con il Mezzogiorno d'Italia è ancora bassa (8%), sostanzialmente invariata rispetto al 2003 (7%).

Atteggiamenti verso gli investimenti nel Mezzogiorno d'Italia (capitolo 3)

Le valutazioni espresse complessivamente sull'area degli investimenti non sono positive e registrano un lieve peggioramento (voto medio su tutti gli items che passa da 6,0 a 5,7), mentre aumenta la già forte area di disinformazione.

Gli aspetti critici riguardano la convenienza del costo del lavoro e delle materie prime, la facilità a reperire personale adeguato alle proprie esigenze e la semplicità e rapidità nell'avviare un'attività nel Sud Italia. Un riscontro positivo lo si ottiene, invece, per la disponibilità di infrastrutture e servizi per le nuove imprese, per la possibilità di usufruire di incentivi per chi investe e, in parte, per gli sbocchi offerti dal mercato locale.

Si conferma una disinformazione piuttosto diffusa sulla maggior parte degli aspetti che potrebbero influenzare positivamente gli atteggiamenti verso gli investimenti nel Sud Italia.

In merito alla convenienza a fare investimenti nel Mezzogiorno d'Italia si registrano perplessità maggiori rispetto al 2003 (il voto medio scende da 6,0 a 5,6).

Atteggiamenti verso le importazioni dal Mezzogiorno d'Italia (capitolo 4)

L'atteggiamento globale degli operatori verso l'importazione di prodotti dal Mezzogiorno d'Italia denota nel complesso una sostanziale stabilità di segno positivo: il giudizio medio espresso complessivamente su questa batteria di item (6,6) conferma quanto rilevato nel 2003 (6,7). Si rafforza in particolare il convincimento della qualità dei prodotti e della funzionalità dei trasporti; resta stabile e decisamente positiva la percezione della convenienza dei prodotti del Sud Italia e della diffusione dell'uso di Internet e delle nuove tecnologie. Si registra invece una percezione più critica dell'affidabilità degli operatori.

L'atteggiamento degli operatori egiziani si conferma favorevole alle importazioni dal Mezzogiorno d'Italia e mediamente la percezione di convenienza a importare prodotti risulta ancora più che sufficiente, ma in calo rispetto alla rilevazione precedente (voto medio di 6,9 nel 2003; di 6,5 nel 2004).

Atteggiamenti verso il Mezzogiorno d'Italia come meta turistica (capitolo 5)

Le potenzialità del Mezzogiorno come meta turistica si confermano notevoli, per la pulizia del mare, per il patrimonio artistico e culturale, per il numero di località turistiche interessanti ed anche per le strutture alberghiere. Sui costi, comparati a quelli di altri paesi vicini, prevalgono i giudizi molto critici, con un netto deterioramento rispetto al 2003 (voto medio che passa da 6,5 a 4,7).

Nonostante i costi di soggiorno più elevati, resta però prevalente l'opinione che sia abbastanza conveniente trattare con il Sud Italia, più che con altri paesi dell'area mediterranea, per proporre viaggi organizzati e vacanze, grazie alla buona immagine turistica del Mezzogiorno, anche se la percezione di interesse si ridimensiona sensibilmente rispetto al 2003 (voto medio da 7,0 a 6,4).

Confronto fra atteggiamento globale verso il Sud Italia e la Spagna (capitolo 6)

Pur tenendo conto degli aspetti di metodo (intervista sul Sud Italia fra quanti lo conoscono e confronto finale con la Spagna sull'intero campione), si può parlare di atteggiamento globale comparabile degli operatori egiziani nei confronti di Spagna e Mezzogiorno d'Italia, caratterizzato per entrambi i paesi da scarso interesse per quanto riguarda gli investimenti.

Per quanto riguarda le importazioni si registra, invece, una maggiore propensione ad importare merci dal Mezzogiorno d'Italia anziché dalla Spagna, mentre per quanto riguarda il turismo, l'interesse è positivo nei confronti di entrambi i paesi, ma con una propensione maggiore verso la Spagna.

Tavola di sintesi sul confronto 2004-2003

	2004	2003
Conoscono il Sud Italia	29%	22%
○ <i>Con un'immagine precisa</i>	14%	11%
○ <i>Con un'immagine imprecisa</i>	15%	11%
Attraverso fonti di conoscenza diretta	12%	9%
Attraverso i media	24%	15%
Interesse generale per il Sud Italia (voto medio)	4,8	5,6
Voto medio sugli items di atteggiamento generale	5,0	5,7
○ <i>Items nell'area della conoscenza</i>	4,9	5,6
○ <i>Items sulle condizioni di vita</i>	5,6	6,2
○ <i>Items sui servizi pubblici</i>	4,5	5,4
Voto medio sugli items di atteggiamento verso gli investimenti	5,7	6,0
Percezione di convenienza degli investimenti	5,6	6,0
Voto medio sugli items di atteggiamento verso le importazioni	6,6	6,7
Percezione di convenienza delle importazioni	6,5	6,9
Voto medio sugli items di atteggiamento verso il turismo	6,6	6,9
Percezione di convenienza del turismo	6,4	7,0

Tavola di sintesi sui dati di confronto Sud Italia e Spagna

	Sud Italia	Spagna
Interesse generale	4,8	5,1
Percezione di convenienza degli investimenti	5,6	5,7
Percezione di convenienza delle importazioni	6,5	5,3
Percezione di convenienza del turismo	6,4	7,4

Considerazioni conclusive

Pur essendo cresciuto rispetto al 2003, il livello di conoscenza del Sud Italia resta ancora piuttosto basso. Inoltre l'atteggiamento generale verso il Mezzogiorno d'Italia e l'interesse manifestato dagli operatori egiziani risultano più critici rispetto alla rilevazione precedente.

Permane una larga area di disinformazione sulla maggior parte degli aspetti che potrebbero rendere interessanti gli investimenti nel Sud Italia e ci sono riserve sulla convenienza e sulla facilità a reperire la manodopera, sulla convenienza delle materie prime, oltre ad una percezione di lungaggine nell'avviare un'attività, e questo spiega un atteggiamento verso gli investimenti nel Sud Italia meno favorevole rispetto al 2003.

Resta invece invariato, ad un livello soddisfacente, l'atteggiamento della Business Community egiziana nei confronti delle importazioni di prodotti dal Sud Italia, ma la percezione di convenienza, pur restando positiva, registra una flessione rispetto al 2003.

Nell'area del turismo l'opinione che i costi siano più elevati di alcuni paesi vicini continua a costituire un elemento critico non trascurabile, ma le potenzialità del Mezzogiorno come meta turistica si confermano discrete, soprattutto grazie alla pulizia del mare e alla ricchezza del patrimonio artistico e culturale, oltre al numero di località turistiche interessanti e alle strutture alberghiere di buon livello. La percezione di convenienza a proporre viaggi organizzati nel Sud Italia resta positiva, ma in calo rispetto alla rilevazione precedente.

Per gli operatori egiziani la percezione di interesse globale per il Sud Italia appare legata in primo luogo a tematiche concernenti le condizioni di vita e i servizi pubblici:

- *Gli stranieri sono trattati molto bene*
- *Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima*
- *Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla*
- *Le amministrazioni pubbliche sono efficienti nel Sud Italia*

ma anche ad altri fattori riguardanti l'area degli investimenti:

- *Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide*
- *Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia*
- *Ci sono molti incentivi per chi investe nel Sud Italia*

- *Gli operatori del Sud Italia sono affidabili*
- *Le strutture alberghiere sono di buon livello nel Sud Italia*

A fronte di un goodwill generale verso il Sud Italia che tende a diminuire, per migliorare l'atteggiamento della Business Community egiziana verso il Mezzogiorno d'Italia diventa importante fornire sia un'informazione generale sulle condizioni di vita e sui servizi pubblici nel Mezzogiorno, sia un'informazione puntuale sull'esistenza di condizioni favorevoli a nuovi investimenti.

Tavola riassuntiva - I 26 items di valutazione analizzati per grado di interesse globale verso il Sud Italia

Punteggi medi	TOTALE 2004	GRADO DI INTERESSE GENERALE PER L'ITALIA DEL SUD				
		Voti da 1 a 3	Voti da 4 a 5	Voti da 6 a 7	Voti da 8 a 10	Non indica
Nel Sud Italia ci sono regioni, località molto conosciute (*)	4,7	4,0	4,7	6,1	5,8	3,4
Ci sono poche differenze tra Sud Italia e Nord Italia	4,9	4,8	4,8	5,1	5,6	4,2
Il Sud Italia è un'area interessante perché è in forte sviluppo	5,1	4,9	4,3	6,2	6,2	4,4
Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima	5,2	4,3	4,8	6,4	6,7	5,0
Gli stranieri sono trattati molto bene nel Sud Italia	4,8	3,2	4,7	6,3	6,8	4,3
Le condizioni climatiche sono buone tutto l'anno nel Sud Italia	6,7	7,0	6,2	6,5	7,5	5,9
Le amministrazioni pubbliche sono efficienti nel Sud Italia (*)	5,0	3,9	4,5	6,1	7,0	3,0
Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla (*)	4,3	3,2	3,6	5,2	6,4	4,1
Il sistema giudiziario funziona bene nel Sud Italia	4,4	3,8	3,7	5,6	6,0	3,1
L'uso di Internet e delle nuove tecnologie è molto sviluppato nel Sud Italia	6,6	6,3	5,8	5,9	7,8	7,8
I trasporti da e per il Sud Italia funzionano bene (*)	6,9	6,7	6,7	7,0	7,5	6,6
I prodotti del Sud Italia sono generalmente di ottima qualità	7,3	7,1	6,8	7,6	8,4	7,1
I prodotti del Sud Italia sono convenienti (*)	7,2	6,9	6,8	7,5	8,0	7,0
Gli operatori del Sud Italia sono affidabili	4,9	4,0	4,8	6,3	6,0	3,9
Ci sono molte località turistiche interessanti da visitare nel Sud Italia	6,8	6,3	6,1	7,9	7,6	6,5
Le strutture alberghiere sono di buon livello nel Sud Italia	6,8	6,0	6,3	7,6	8,0	7,5
Il mare è molto pulito nel Sud Italia	7,6	7,3	7,3	7,7	8,1	8,2
Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini (*)	4,7	3,7	5,2	7,2	4,8	3,1
Nel Sud Italia c'è un ricco patrimonio artistico e culturale da visitare	7,1	6,4	7,1	7,7	8,2	6,7
Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno	5,6	4,7	5,9	5,2	6,5	5,1
Ci sono molti incentivi per chi investe nel Sud Italia	6,2	5,4	5,7	6,2	7,4	7,0
Ci sono molte infrastrutture e servizi per le nuove imprese nel Sud Italia	6,4	5,9	6,0	7,1	7,5	5,6
Le materie prime sono convenienti nel Sud Italia	5,5	4,8	5,8	5,6	6,4	5,0
Il mercato locale offre sbocchi interessanti nel Sud Italia	6,1	5,5	6,2	6,1	7,0	5,2
Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia	4,5	3,7	4,6	4,9	5,7	2,7
Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide (*)	5,7	5,1	5,2	5,8	7,3	6,2
TOTALE	265	86	55	35	51	38

(*) Item leggermente modificati rispetto al 2003

Capitolo 1

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia e le fonti di informazione

1. IL LIVELLO DI CONOSCENZA (Tavole 1, 2)

14% degli operatori dichiarano di avere un'immagine molto o abbastanza precisa del Mezzogiorno d'Italia, 15% di averne un'immagine imprecisa o sfocata, mentre 71% dichiarano di non avere alcuna immagine del Sud Italia.

La conoscenza globale del Mezzogiorno d'Italia resta bassa, anche se rispetto alla rilevazione precedente si registra un miglioramento: il livello di conoscenza globale passa da 22% rilevato nel 2003 ad un 29%.

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia risulta essere in crescita rispetto al 2003 (dal 22% a 29%) equamente bilanciata tra un'immagine imprecisa (15%) e una più precisa (14%). Tuttavia il livello di conoscenza del Sud Italia (29%), ed in particolare quello sufficientemente preciso (14%), risulta ancora basso se confrontato con l'89% degli operatori intervistati che dichiarano di avere un'immagine dell'Italia nel complesso e con il 68% di chi dichiara di avere un'immagine molto o abbastanza precisa.

2. LE FONTI DELLA CONOSCENZA (Tavola 2)

3% degli operatori intervistati sono andati personalmente almeno una volta nel Mezzogiorno d'Italia, 6% hanno intrattenuto rapporti di affari e 7% hanno conoscenti o parenti che provengono o hanno vissuto nel Mezzogiorno d'Italia.

Nel complesso 12% hanno avuto accesso a una o più fonti di conoscenza diretta sul Mezzogiorno d'Italia: questa percentuale sale a 64% fra coloro che hanno dichiarato di avere un'immagine molto o abbastanza precisa del Mezzogiorno.

24% degli operatori hanno letto o sentito parlare del Mezzogiorno d'Italia sui media e per il 17% i media risultano l'unica fonte di informazione.

Rispetto all'anno precedente si rileva una sostanziale stabilità nell'accesso a fonti dirette di informazione (9% nel 2003 e 12% nel 2004), ed una maggiore rilevanza dei media (da 15% nel 2003, a 24% nel 2004) nel veicolare l'immagine del Sud Italia.

La conoscenza del Mezzogiorno d'Italia degli operatori egiziani deriva sostanzialmente dai media anche se la conoscenza più precisa è fortemente influenzata anche dal fatto di avere avuto accesso a fonti di informazione diretta (viaggio personale, rapporti di affari, conoscenza di persone provenienti dall'Italia).

3. I MEZZI DI INFORMAZIONE UTILIZZATI (Tavola 3)

Fra gli operatori che hanno una conoscenza, anche imprecisa o sfocata, del Mezzogiorno d'Italia (29% del campione totale), i mezzi di informazione più utilizzati restano di gran lunga:

- ✓ Radio e televisione egiziana (72%)
- ✓ Giornali e riviste egiziani (54%)

Seguono a distanza gli altri media:

- ✓ Radio e televisione internazionale (36%)
- ✓ Siti internet internazionali (22%)
- ✓ Le pubblicazioni in lingua inglese (18%)
- ✓ Siti internet italiani (15%)
- ✓ Le pubblicazioni di Enti italiani (9%)
- ✓ Giornali e riviste italiani (5%)

Gli operatori che hanno una conoscenza precisa del Mezzogiorno d'Italia per avere informazioni sul Sud Italia consultano più degli altri i mezzi di comunicazione internazionali: siti internet internazionali, 32% e pubblicazioni in lingua inglese, 30%.

51% del totale intervistati citano invece come canale di informazione il passaparola di altri componenti della Business Community, con un incremento significativo rispetto a quanto rilevato nel 2003 (34%).

Presso gli operatori egiziani i mass media nazionali sono i veicoli principali delle informazioni sul Mezzogiorno d'Italia; ma la conoscenza più precisa risulta particolarmente influenzata dalla stampa

internazionale in lingua inglese e dall'accesso ai siti Internet, soprattutto internazionali, e dal passaparola con altri operatori della Business Community.

Rispetto al 2003 si registra un incremento significativo nel passaparola dei colleghi.

Tavola 1 - La conoscenza dell'Italia: livello e fonte di conoscenza (domande 1, 2)

Base: totale campione

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Hanno un'immagine	89,2	77,6
1. Molto precisa	14,8	13,1
2. Abbastanza precisa	53,6	39,7
3. Un po' imprecisa, sfuocata	15,6	19,3
4. Molto imprecisa	5,3	5,5
Fonti di conoscenza		
- 1. Andato personalmente	7,8	7,5
- 2. Intrattenuto rapporti d'affari	21,8	17,4
- 3. Conoscenti o parenti provenienti dall'Italia	20,7	15,5
- 4. Letto o sentito parlare sui media	76,6	54,9
- 5. Non so, non ricorda	1,1	2,6
Non hanno nessuna immagine	10,8	22,4
TOTALE	900	1000

Tavola 2 - La conoscenza dell'Italia del Sud: livello e fonte di conoscenza (domande 3, 4)*Base: totale campione*

Percentuali verticali	TOTALE	TOTALE
	2004	2003
Hanno un'immagine	29,4	22,3
1. Molto precisa	3,3	2,5
2. Abbastanza precisa	11,1	8,5
3. Un po' imprecisa, sfuocata	10,2	8,8
4. Molto imprecisa	4,8	2,5
- 1. Andato personalmente	3,0	2,3
- 2. Intrattenuto rapporti d'affari	6,0	3,2
- 3. Conoscenti o parenti provenienti dall'Italia	7,4	3,5
- 4. Letto o sentito parlare sui media	24,3	15,1
- 5. Non so, non ricorda	0,6	1,3
Non hanno nessuna immagine	70,6	77,7
TOTALE	900	1000

Tavola 3 - Mezzi di informazione utilizzati sul Sud Italia (domanda 10)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

Percentuali verticali	TOTALE	TOTALE
	2004	2003
La radio e la televisione nazionale	71,7	69,1
La radio e la televisione internazionale	36,2	30,9
Giornali e riviste internazionali in lingua inglese	10,6	12,1
Le riviste specializzate, di categoria in lingua inglese	7,5	6,7
Giornali e riviste nazionali	54,0	48,0
Giornali e riviste italiane	5,3	4,5
Le pubblicazioni dell'ICE Istituto per il Commercio Estero Italiano	4,2	2,2
Altre pubblicazioni di enti italiani	4,5	0,9
I siti Internet italiani	15,1	14,3
I siti Internet internazionali	21,9	24,7
Altri colleghi, dirigenti d'azienda, altri componenti della business community	50,9	33,6
Ricorda di aver visto o sentito qualcosa sul Sud Italia, ma non ricorda dove	3,4	1,3
No, non ho sentito parlare o visto notizie sul Sud Italia	5,3	8,5
TOTALE	265	223

Capitolo 2

L'immagine globale del Mezzogiorno d'Italia

1. L'INTERESSE GLOBALE PER IL SUD ITALIA (Tavola 4)

54% degli operatori che hanno un'immagine anche imprecisa del Sud Italia, danno un voto inferiore a 6; 32% esprimono il proprio interesse per queste regioni con un voto pari o superiore al 6; mentre 14% non esprimono nessuna valutazione. Fra coloro che hanno dato un voto pari o superiore al 6, 19% hanno dato un voto di eccellenza da 8 a 10, mentre 13% hanno dato un voto di sufficienza (6 o 7).

Il voto medio assegnato al Mezzogiorno d'Italia è molto critico (voto medio 4,8), in flessione rispetto al giudizio già negativo rilevato nel 2003 (voto medio 5,6).

L'interesse globale dichiarato per il Mezzogiorno d'Italia dagli operatori egiziani si colloca mediamente ad un livello decisamente insufficiente (4,8), in flessione rispetto ai risultati già negativi rilevati l'anno precedente (5,6).

2. OPINIONI SU ASPETTI GENERALI, CONDIZIONI DI VITA E SERVIZI PUBBLICI

(Tavole 6.1, 6.2, 6.3)

L'immagine percepita del Mezzogiorno d'Italia è stata rilevata, facendo valutare una serie di items, sempre con un voto da 1 a 10, riguardanti:

- 1) Alcuni aspetti generali sulla conoscenza:
 - Nel Sud Italia ci sono regioni, località molto conosciute
 - Ci sono poche differenze fra Sud Italia e Nord Italia
 - Il Sud Italia è un area interessante perché in forte sviluppo

59% degli operatori egiziani sono d'accordo nel non ritenere che *'Nel Sud Italia ci sono regioni, località molto conosciute'* e 32% esprimono un parere favorevole, con voto da 6 a 10.

Il voto medio assegnato alla notorietà del Sud Italia è decisamente negativo (4,7) e subisce una flessione rispetto al livello già insufficiente registrato nel 2003 (voto medio 5,4), dove si parlava del Sud Italia, in generale (*'Il Sud Italia è molto conosciuto'*). Giudizi relativamente meno negativi sono stati espressi da chi ha un'immagine precisa del Mezzogiorno d'Italia (5,3).

45% degli operatori non sono d'accordo (voto da 1 a 5) sul fatto che *'Ci sono poche differenze fra Nord e Sud Italia'*; 29% è d'accordo, mentre il 26% non sa esprimere un'opinione al riguardo. Il voto medio è ancora negativo (4,9) e in flessione rispetto al 2003 (5,7).

Sul tema *'Il Sud Italia è un'area interessante perché in forte sviluppo'* prevale l'area di chi non sa esprimere un'opinione al riguardo (41%), seguita da chi è in disaccordo 31%; solo il 28% reputa interessante il Sud Italia in quanto in forte sviluppo.

Il livello medio di accordo su questo aspetto registra un giudizio negativo (5,1), in diminuzione rispetto al giudizio espresso nel 2003 (5,6).

2) Le condizioni di vita nel Sud Italia:

- Le condizioni climatiche sono buone tutto l'anno
- Gli stranieri sono trattati molto bene
- Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima

55% degli operatori intervistati concordano del tutto o in parte su *'Le condizioni climatiche sono buone tutto l'anno'*: questa opinione, che raggiunge un livello di ampia sufficienza (voto medio 6,7) migliore rispetto al 2003 (voto medio 5,8).

31% della Business Community egiziana esprime un giudizio positivo su *'Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima'*, mentre il 42% è contrario e 27% non sa esprimere un'opinione al riguardo. Il voto medio è negativo (5,2) e registra un peggioramento rispetto al voto sufficiente registrato nel 2003 (6,1).

Buona parte degli intervistati (43%) non è d'accordo nel ritenere che *'Gli stranieri sono trattati molto bene nel Sud Italia'*, il 27% è d'accordo, mentre il 30% non sa esprimere un'opinione. Il voto medio è pari a 4,8, registrando una forte contrazione rispetto al giudizio più che sufficiente di 6,6 registrato nel 2003.

3) I servizi pubblici:

- Il sistema giudiziario funziona bene
- Le amministrazioni pubbliche sono efficienti
- Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla

Su questi temi non esprimono un'opinione rilevanti percentuali di operatori: si va dal 38% di risposte non so su *'Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla'*, a 45% per *'Il sistema giudiziario funziona bene'*, fino a 53% sull'item *'Le amministrazioni pubbliche sono efficienti'*.

42% degli operatori non sono d'accordo che *'Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla'*, 20% sono d'accordo, del tutto o in parte, e 38% non esprimono alcun giudizio. La valutazione negativa della sicurezza nel Mezzogiorno d'Italia è espressa da un voto medio pari a 4,3 che registra un sensibile peggioramento rispetto a quanto registrato nel 2003 (4,9).

45% del campione non è in grado di esprimere un'opinione su *'Il sistema giudiziario funziona bene'*; 18% è concorde e 37% è contrario. Il voto medio (4,4) indica una significativa flessione rispetto alla rilevazione precedente (5,4).

Anche l'item *'Le amministrazioni pubbliche sono efficienti'* registra un segno più negativo rispetto al 2003: il voto medio scende da 5,9 a 5,0. Anche in questo caso, giudizi un po' meno negativi sono stati espressi da chi ha un'immagine precisa del Sud Italia (5,6). E' molto elevata anche la percentuale di chi non sa esprimere un'opinione (53%), stabile la percentuale di chi esprime un giudizio negativo (da 1 a 5: 29%) e in contrazione l'area dei positivi (voto da 6 a 10: da 37% rilevato nel 2003 a 18% nel 2004).

Per quanto riguarda l'area della conoscenza, si registra un peggioramento, che coinvolge la notorietà percepita del Mezzogiorno d'Italia, la comparabilità fra Nord e Sud Italia ed anche la percezione dello sviluppo economico del Sud Italia.

A parte il giudizio positivo sul clima, anche sulle condizioni di vita prevalgono i giudizi negativi, con una flessione complessiva di questa area rispetto al 2003, dovuta ad una valutazione più critica della qualità della vita e, soprattutto, dell'accoglienza riservata agli stranieri.

Infine si registrano forti perplessità unite a forte disinformazione anche sull'intera area dei servizi pubblici, dalle condizioni di sicurezza e di ordine pubblico al funzionamento della giustizia e all'efficienza della pubblica amministrazione.

In generale, è più alta la quota di intervistati che non sanno esprimere un'opinione relativamente all'immagine del Sud Italia.

3. PERCEZIONE DELL'ANDAMENTO DEI RAPPORTI ECONOMICI CON IL MEZZOGIORNO D'ITALIA (Tavola 7)

38% degli operatori che conoscono il Sud Italia pensano che i rapporti di affari fra l'Egitto e il Mezzogiorno d'Italia stiano aumentando e solo 6% pensano che stiano diminuendo; 34% pensano che siano stazionari e 22% non hanno opinioni in merito.

Rispetto al 2003 la percezione di aumento dei rapporti di affari con il Mezzogiorno d'Italia, al netto delle risposte negative, diminuisce, passando dal 39% al 32% ($38\% - 6\% = 32\%$).

Rispetto al 2003 il divario tra chi ritiene che i rapporti economici tra Egitto e il Sud Italia stia aumentando e chi ritiene che sia allo stesso livello tende ad assottigliarsi. Infatti chi ha una percezione di crescita nei rapporti d'affari tra i due paesi scende dal 51% rilevato nel 2003 a 38%, mentre chi li ritiene stazionari sale dal 28% del 2003 a 34%.

4. RAPPORTI DI AFFARI CON IL SUD ITALIA (Tavola 8.1)

8% degli operatori che conoscono il Sud Italia dichiarano di aver avuto almeno una volta rapporti di affari con il Mezzogiorno d'Italia, confermando il dato registrato nel 2003 (7%).

La quota degli operatori che hanno avuto esperienze d'affari con il Mezzogiorno d'Italia è probabilmente superiore all'8% sopra citato, perché è possibile che una parte di quanti hanno dichiarato di non ricordarsi con quale area dell'Italia hanno avuto rapporti (17%) abbiano in realtà avuto rapporti con il Sud Italia.

La quota di operatori egiziani che hanno avuto qualche rapporto di affari con il Mezzogiorno d'Italia è ancora bassa (8%), sostanzialmente invariata rispetto al 2003 (7%).

Tavola 4 - Grado di interesse generale per l'Italia del Sud (domanda 9)
Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
<i>Voto medio</i>	4,8	5,6
Voti da 1 a 3	32,5	10,3
Voti da 4 a 5	20,8	30,0
Voti da 6 a 7	13,2	28,3
Voti da 8 a 10	19,2	9,4
Non so	14,3	22,0
TOTALE	265	223

Tavola 6.1 - L'immagine del Sud Italia: Aspetti generali (domanda 5.1 items A, B, C)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Nel Sud Italia ci sono regioni, località molto conosciute (*)		
<i>Voto medio</i>	4,7	5,4
Voti da 1 a 3	37,4	30,5
Voti da 4 a 5	21,9	19,3
Voti da 6 a 7	10,9	19,7
Voti da 8 a 10	20,8	28,3
Non so	9,1	2,2
Ci sono poche differenze tra Sud Italia e Nord Italia		
<i>Voto medio</i>	4,9	5,7
Voti da 1 a 3	30,2	17,9
Voti da 4 a 5	14,7	17,0
Voti da 6 a 7	10,9	14,3
Voti da 8 a 10	18,5	22,0
Non so	25,7	28,7
Il Sud Italia è un'area interessante perché è in forte sviluppo		
<i>Voto medio</i>	5,1	5,6
Voti da 1 a 3	18,5	17,9
Voti da 4 a 5	12,8	21,5
Voti da 6 a 7	13,6	17,5
Voti da 8 a 10	14,0	20,6
Non so	41,1	22,4
TOTALE	265	223

(*) Item leggermente modificato rispetto al 2003

Tavola 6.2 - L'immagine del Sud Italia: Le condizioni di vita (domanda 5.1 items D, E, F)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

Percentuali verticali	TOTALE	TOTALE
	2004	2003
Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima		
<i>Voto medio</i>	5,2	6,1
Voti da 1 a 3	25,3	15,7
Voti da 4 a 5	16,2	19,7
Voti da 6 a 7	7,9	25,1
Voti da 8 a 10	23,4	26,9
Non so	27,2	12,6
Gli stranieri sono trattati molto bene nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	4,8	6,6
Voti da 1 a 3	26,8	9,4
Voti da 4 a 5	15,8	17,0
Voti da 6 a 7	7,9	27,8
Voti da 8 a 10	18,9	30,0
Non so	30,6	15,7
Le condizioni climatiche sono buone tutto l'anno nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,7	5,8
Voti da 1 a 3	12,1	16,6
Voti da 4 a 5	18,1	21,5
Voti da 6 a 7	17,4	19,3
Voti da 8 a 10	37,4	21,1
Non so	15,1	21,5
TOTALE	265	223

Tavola 6.3 - L'immagine del Sud Italia: I servizi pubblici (domanda 5.1 items G, H, I)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Le amministrazioni pubbliche sono efficienti nel Sud Italia (*)		
Voto medio	5,0	5,9
Voti da 1 a 3	16,6	9,4
Voti da 4 a 5	12,1	19,3
Voti da 6 a 7	5,7	19,3
Voti da 8 a 10	12,5	17,9
Non so	53,2	34,1
Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla (*)		
Voto medio	4,3	4,9
Voti da 1 a 3	30,6	33,6
Voti da 4 a 5	10,9	16,6
Voti da 6 a 7	7,2	9,4
Voti da 8 a 10	12,8	21,1
Non so	38,5	19,3
Il sistema giudiziario funziona bene nel Sud Italia		
Voto medio	4,4	5,4
Voti da 1 a 3	25,3	15,2
Voti da 4 a 5	11,3	19,7
Voti da 6 a 7	6,8	17,9
Voti da 8 a 10	11,3	13,5
Non so	45,3	33,6
TOTALE	265	223

(*) Item leggermente modificato rispetto al 2003

Tavola 7 - Percezione del trend dei rapporti di affari fra il Paese e il Sud Italia (domanda 11)*Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Aumentando	38,1	50,7
Diminuendo	5,7	12,1
Sono rimasti circa allo stesso livello	33,6	28,3
Non indica	22,6	9,0
TOTALE	265	223

Tavola 8.1 - Rapporti di affari con il Sud Italia (domanda 12)*Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Sì, con l'Italia	35,8	-
Sì, con il Sud Italia	7,9	7,2
Sì, con il Centro/Nord Italia	15,8	-
Sì, ma non ricorda se Sud, Centro o Nord Italia	17	-
TOTALE	265	223

Capitolo 3

Atteggiamenti verso gli investimenti nel Mezzogiorno d'Italia

1. OPINIONI SULL'ATTRATTIVITÀ DEL SUD ITALIA PER FARE INVESTIMENTI (Tavola 9)

L'attrattività del Sud Italia come area dove fare investimenti è stata rilevata, facendo valutare una serie di items, sempre con un voto da 1 a 10, riguardanti:

- Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno
- Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia
- Le materie prime sono convenienti
- Ci sono molti incentivi per chi investe nel Sud Italia
- Ci sono molte infrastrutture e servizi per le nuove imprese
- Il mercato locale offre sbocchi interessanti
- Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide

Su tutti questi temi non esprimono nessuna opinione percentuali molto rilevanti di operatori, che pur avevano dichiarato di avere un'immagine almeno sfocata del Mezzogiorno d'Italia: si va dal 49% di risposte non so su *'Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno'*, fino al 60% per *'Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide'*.

Questa carenza di informazioni sugli aspetti che determinano l'attrattività del Sud Italia per fare investimenti era già stata rilevata nel 2003, anche se il fenomeno era un po' più contenuto.

La quota di voti positivi (da 6 a 10: 28%) è superiore a quella di voti negativi (21%) sul tema *'Ci sono molte infrastrutture e servizi per le nuove imprese'*, sebbene la maggioranza assoluta non sappia esprimere un'opinione (52%). Il voto medio è positivo e pari a 6,4, confermando quanto già rilevato nel 2003 (6,3).

27% degli operatori economici è d'accordo, del tutto o in parte nel ritenere che *'Ci sono molti incentivi per chi investe'*, il 21% non è d'accordo, ma la maggioranza assoluta (52%) non sa esprimere un'opinione al riguardo. Il voto medio oltrepassa la sufficienza (6,2), risultando perfettamente allineato a quanto rilevato nel 2003.

Per quanto riguarda il tema *'Il mercato locale offre sbocchi interessanti'*, il 27% esprime un giudizio positivo (voto da 6 a 10); 23% un giudizio negativo, con un miglioramento rispetto al 2003 (5,8),

che consente di raggiungere la piena sufficienza (6,1). Anche in questo caso, la maggior parte degli intervistati non sa esprimere un'opinione (50%).

'Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno': opinioni negative e positive si bilanciano: 24% sono piuttosto d'accordo (voti da 6 a 10), 27% sono piuttosto in disaccordo (voti da 1 a 5), mentre 49% non esprimono nessuna opinione. Il voto medio 5,6 indica un sensibile aumento delle perplessità rispetto al 2003 (6,3).

L'item *'Le materie prime sono convenienti'* trova gli intervistati che esprimono un'opinione equamente divisi tra chi è favorevole e chi non lo è: il 23% degli intervistati è d'accordo e il 24%, invece, in disaccordo. La maggior parte della Business Community egiziana, in realtà, è incapace di esprimere un'opinione (53%). Il livello di accordo medio 5,5 esprime un giudizio ben al di sotto della sufficienza e in flessione rispetto a quello registrato nel 2003 (5,9).

Le opinioni negative prevalgono sensibilmente su quelle positive, per quanto riguarda il tema *'Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia'*: il 32% degli intervistati non è d'accordo, contro il 17% di quanti sono d'accordo, mentre il 51% non sa esprimere un'opinione. Il voto medio (4,5) indica un giudizio nettamente critico con un aumento delle riserve rispetto al 2003 (5,3).

Anche su un nuovo aspetto rilevato quest'anno *'Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide'*, al di là della scarsissima conoscenza (60% di risposte non so), l'area del disaccordo e dell'accordo sono abbastanza bilanciate (rispettivamente 21% e 19%). Il voto medio è al di sotto della sufficienza (5,7) ed esprime un atteggiamento di riserva.

Le valutazioni espresse complessivamente sull'area degli investimenti non sono positive e registrano un lieve peggioramento (voto medio su tutti gli items che passa da 6,0 a 5,7), mentre aumenta la già forte area di disinformazione.

Gli aspetti critici riguardano la convenienza del costo del lavoro e delle materie prime, la facilità a reperire personale adeguato alle proprie esigenze e la semplicità e rapidità nell'avviare un'attività nel Sud Italia. Un riscontro positivo lo si ottiene, invece, per la disponibilità di infrastrutture e servizi per le nuove imprese, per la possibilità di usufruire di incentivi per chi investe e, in parte, per gli sbocchi offerti dal mercato locale.

Si conferma una disinformazione piuttosto diffusa sulla maggior parte degli aspetti che potrebbero influenzare positivamente gli atteggiamenti verso gli investimenti nel Sud Italia.

2. PERCEZIONE DI CONVENIENZA A FARE INVESTIMENTI NEL SUD ITALIA (Tavola 10)

46% degli operatori che conoscono il Sud Italia avanzano perplessità sulla convenienza a fare investimenti (erano il 33% nel 2003), contro il 40% di chi ha una percezione di convenienza (erano il 47% nel 2003): il precedente saldo positivo fra favorevoli e contrari (+14% nel 2003) volge al negativo (-6%) nel 2004, con un voto medio che da 6,0 (nel 2003) scende a 5,6.

In merito alla convenienza a fare investimenti nel Mezzogiorno d'Italia si registrano perplessità maggiori rispetto al 2003 (il voto medio scende da 6,0 a 5,6).

Tavola 9 - Opinione sugli investimenti nel Sud Italia (domanda 5.3 items A, B, C, D, E, F, G)

Base: rispondenti che conoscono no il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno		
<i>Voto medio</i>	5,6	6,3
Voti da 1 a 3	16,2	10,8
Voti da 4 a 5	10,6	14,3
Voti da 6 a 7	5,7	17,5
Voti da 8 a 10	18,1	24,2
Non so	49,4	33,2
Ci sono molti incentivi per chi investe nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,2	6,2
Voti da 1 a 3	8,3	8,1
Voti da 4 a 5	13,2	17,9
Voti da 6 a 7	10,9	27,4
Voti da 8 a 10	15,8	17,5
Non so	51,7	29,1
Ci sono molte infrastrutture e servizi per le nuove imprese nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,4	6,3
Voti da 1 a 3	7,5	6,3
Voti da 4 a 5	13,2	19,3
Voti da 6 a 7	7,5	25,6
Voti da 8 a 10	20,0	19,3
Non so	51,7	29,6
TOTALE	265	223

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Le materie prime sono convenienti nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	5,5	5,9
Voti da 1 a 3	11,3	12,6
Voti da 4 a 5	12,5	16,1
Voti da 6 a 7	10,2	13,0
Voti da 8 a 10	12,8	16,6
Non so	53,2	41,7
Il mercato locale offre sbocchi interessanti nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,1	5,8
Voti da 1 a 3	8,3	9,4
Voti da 4 a 5	14,7	23,8
Voti da 6 a 7	10,2	19,3
Voti da 8 a 10	17,0	15,7
Non so	49,8	31,8
Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	4,5	5,3
Voti da 1 a 3	20,4	22,0
Voti da 4 a 5	11,7	14,3
Voti da 6 a 7	7,9	13,0
Voti da 8 a 10	9,1	17,5
Non so	50,9	33,2
Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide (*)		
<i>Voto medio</i>	5,7	-
Voti da 1 a 3	10,6	-
Voti da 4 a 5	10,2	-
Voti da 6 a 7	5,7	-
Voti da 8 a 10	13,6	-
Non so	60,0	-
TOTALE	265	223

Tavola 10 - Percezione di convenienza a fare investimenti nel Sud Italia (domanda 7)*Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Voto medio	5,6	6,0
Voti da 1 a 3	26,0	9,9
Voti da 4 a 5	20,4	22,9
Voti da 6 a 7	13,2	26,9
Voti da 8 a 10	26,8	20,6
Non so	13,6	19,7
TOTALE	265	223

Capitolo 4

Atteggiamenti verso le importazioni dal Mezzogiorno d'Italia

1. OPINIONI SULLE IMPORTAZIONI DAL SUD ITALIA (Tavola 12)

L'attrattività del Sud Italia come area da dove importare prodotti è stata rilevata, facendo valutare una serie di items, sempre con un voto da 1 a 10, riguardanti:

- I prodotti del Sud Italia sono generalmente di ottima qualità
- I prodotti del Sud Italia sono convenienti
- Gli operatori del Sud Italia sono affidabili
- I trasporti da e per il Sud Italia funzionano bene
- L'uso di Internet e delle nuove tecnologie è molto sviluppato

60% degli operatori che conoscono il Sud Italia sono d'accordo, molto (42%) o parzialmente (18%) che *'I prodotti del Sud Italia sono generalmente di ottima qualità'*. Il voto medio denota un atteggiamento decisamente positivo (7,3), segnando un trend in crescita rispetto a quanto rilevato nel 2003 (6,9).

Si rileva una netta prevalenza di pareri favorevoli anche su *'I prodotti del Sud Italia sono convenienti'*: 55% degli operatori sono molto o abbastanza d'accordo, mentre 23% è contrario e 22% non sa esprimere un'opinione. Anche il voto medio denota un atteggiamento decisamente positivo (7,2), confermando quanto già registrato nel 2003.

47% della Business Community egiziana che conosce il Sud Italia reputa che *'I trasporti da e per il Sud Italia funzionano bene'*; 24% è in disaccordo e 29% non sa esprimere un'opinione. Il voto medio è pari a 6,9, un giudizio ampiamente sufficiente e in miglioramento rispetto al giudizio già positivo rilevato in precedenza (6,5).

Anche sul tema *'L'uso di Internet e delle nuove tecnologie è molto sviluppato'* si registra una maggioranza di giudizi favorevoli: 48% degli operatori sono prevalentemente d'accordo, 33% non sono d'accordo, mentre 19% non sa dare una risposta. Il voto medio è pari a 6,6, confermando quello registrato nel 2003 (6,7).

Nel valutare questa stabilità va considerato però che, nel 2003, l'item di convenienza dei prodotti era leggermente diverso (*'A parità di qualità i prodotti del Sud Italia sono convenienti'*).

Si incrementa notevolmente l'area di chi non sa esprimere un giudizio per quanto riguarda il tema *'Gli operatori del Sud Italia sono affidabili'*: dal 24% rilevato nel 2003 si passa a 50% nel 2004. I pareri negativi prevalgono su quelli positivi: 30% degli operatori sono scettici mentre 20% sono d'accordo. Il voto medio risultante è decisamente critico (4,9), in sensibile flessione rispetto al 2003 (6,1).

L'atteggiamento globale degli operatori verso l'importazione di prodotti dal Mezzogiorno d'Italia denota nel complesso una sostanziale stabilità di segno positivo: il giudizio medio espresso complessivamente su questa batteria di item (6,6) conferma quanto rilevato nel 2003 (6,7). Si rafforza in particolare il convincimento della qualità dei prodotti e della funzionalità dei trasporti; resta stabile e decisamente positiva la percezione della convenienza dei prodotti del Sud Italia e della diffusione dell'uso di Internet e delle nuove tecnologie. Si registra invece una percezione più critica dell'affidabilità degli operatori.

2. PERCEZIONE DI CONVENIENZA A IMPORTARE PRODOTTI DAL SUD ITALIA

(Tavola 13)

53% degli operatori che conoscono il Mezzogiorno d'Italia giudicano molto conveniente (37%) o abbastanza conveniente (16%) importare prodotti dal Sud Italia, mentre 34% sono di parere contrario e 13% non esprimono nessuna opinione. La valutazione media di convenienza resta positiva (6,5), sebbene leggermente inferiore rispetto al 2003 (6,9).

L'atteggiamento degli operatori egiziani si conferma favorevole alle importazioni dal Mezzogiorno d'Italia e mediamente la percezione di convenienza a importare prodotti risulta ancora più che sufficiente, ma in calo rispetto alla rilevazione precedente (voto medio di 6,9 nel 2003; di 6,5 nel 2004).

Tavola 12 - Opinioni sulle importazioni dal Sud Italia (domanda 5.2 items A, B, C, D, E)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
L'uso di Internet e delle nuove tecnologie è molto sviluppato nel Sud Italia		
Voto medio	6,6	6,7
Voti da 1 a 3	14,7	15,7
Voti da 4 a 5	17,7	13,5
Voti da 6 a 7	10,6	11,7
Voti da 8 a 10	37,7	45,7
Non so	19,2	13,5
I trasporti da e per il Sud Italia funzionano bene (*)		
Voto medio	6,9	6,5
Voti da 1 a 3	7,9	14,8
Voti da 4 a 5	16,2	9,9
Voti da 6 a 7	12,8	22,0
Voti da 8 a 10	33,6	33,6
Non so	29,4	19,7
I prodotti del Sud Italia sono generalmente di ottima qualità		
Voto medio	7,3	6,9
Voti da 1 a 3	6,4	8,5
Voti da 4 a 5	14,0	9,4
Voti da 6 a 7	17,7	29,1
Voti da 8 a 10	42,6	35,4
Non so	19,2	17,5
TOTALE	265	223

(*) Item leggermente modificato rispetto al 2003

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
I prodotti del Sud Italia sono convenienti (*)		
<i>Voto medio</i>	7,2	7,2
Voti da 1 a 3	8,3	4,0
Voti da 4 a 5	14,7	11,2
Voti da 6 a 7	12,8	30,5
Voti da 8 a 10	41,9	33,6
Non so	22,3	20,6
Gli operatori del Sud Italia sono affidabili		
<i>Voto medio</i>	4,9	6,1
Voti da 1 a 3	17,4	6,3
Voti da 4 a 5	12,5	30,5
Voti da 6 a 7	8,7	18,8
Voti da 8 a 10	10,9	20,6
Non so	50,6	23,8
TOTALE	265	223

(*) *Item leggermente modificato rispetto al 2003*

Tavola 13 - Percezione di convenienza a importare dal Sud Italia (domanda 6)*Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Voto medio	6,5	6,9
Voti da 1 a 3	15,1	4,0
Voti da 4 a 5	18,5	14,8
Voti da 6 a 7	16,2	33,2
Voti da 8 a 10	37,0	30,9
Non so	13,2	17,0
TOTALE	265	223

Capitolo 5

Atteggiamenti verso il Mezzogiorno d'Italia, come meta turistica

1. OPINIONI SUL SUD ITALIA, COME META TURISTICA (Tavola 15)

L'attrattività del Sud Italia come meta turistica è stata rilevata, facendo valutare una serie di items, sempre con un voto da 1 a 10, riguardanti:

- Nel Sud Italia c'è un ricco patrimonio artistico e culturale da visitare
- Ci sono molte località turistiche interessanti da visitare
- Le strutture alberghiere sono di buon livello
- Il mare è molto pulito
- Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini

Su tutti questi temi non esprimono nessuna opinione percentuali consistenti di operatori, che pur avevano dichiarato di avere un'immagine almeno sfocata del Mezzogiorno d'Italia: si va dal 25% di risposte non so su *'Ci sono molte località interessanti da visitare'*, fino al 37% per *'Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini'*.

55% della Business Community egiziana che conosce il Sud Italia ritiene che qui *'Il mare è molto pulito'*; 15% sono di parere opposto, mentre 30% non sanno dare un'opinione al riguardo. Il voto medio, 7,6 indica un giudizio eccellente ed in crescita rispetto al 7,2 riscontrato nel 2003.

Giudizi molto positivi sono stati espressi anche su *'Nel Sud Italia c'è un ricco patrimonio artistico e culturale'* (il voto medio è 7,1) confermando l'orientamento positivo espresso nel 2003 (6,9).

Le valutazioni restano nettamente positive parlando di *'Le strutture alberghiere sono di buon livello'* (voto medio 6,8 nel 2004 e 7,0 nel 2003). 44% degli operatori che conoscono il Sud Italia concordano sul buon livello delle strutture alberghiere, del tutto (34%) o in parte (10%), mentre 23% sono di parere contrario; 32% però non sanno esprimere un'opinione al riguardo.

53% degli operatori che conoscono il Sud Italia sono d'accordo su *'Ci sono molte località interessanti da visitare'*, 22% si dichiarano non d'accordo e 25% non sanno dare un'opinione. Il voto medio è pari a 6,8, in calo rispetto ai livelli già registrati nel 2003 (7,1).

Molto critiche le valutazioni su *'Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini'*, con un netto peggioramento rispetto al giudizio dato nel 2003 (6,5), a proposito di *'I costi di soggiorno sono più alti nel Sud Italia, rispetto ai paesi vicini'*.

25% ne percepiscono la convenienza, 38% non condividono questa opinione, mentre 37% non sanno esprimerne una.

Le potenzialità del Mezzogiorno come meta turistica si confermano notevoli, per la pulizia del mare, per il patrimonio artistico e culturale, per il numero di località turistiche interessanti ed anche per le strutture alberghiere. Sui costi, comparati a quelli di altri paesi vicini, prevalgono i giudizi molto critici, con un netto deterioramento rispetto al 2003 (voto medio che passa da 6,5 a 4,7).

2. PERCEZIONE DI CONVENIENZA A PROPORRE VIAGGI ORGANIZZATI NEL MEZZOGIORNO (Tavola 16)

57% degli operatori che conoscono il Sud Italia percepiscono una convenienza a proporre viaggi organizzati nel Sud Italia rispetto ad altri paesi dell'area mediterranea: il livello medio di convenienza percepita è pari a 6,4, un giudizio positivo ma con una flessione rispetto ai migliori livelli di convenienza registrati nel 2003 (7,0).

Nonostante i costi di soggiorno più elevati, resta però prevalente l'opinione che sia abbastanza conveniente trattare con il Sud Italia, più che con altri paesi dell'area mediterranea, per proporre viaggi organizzati e vacanze, grazie alla buona immagine turistica del Mezzogiorno, anche se la percezione di interesse si ridimensiona sensibilmente rispetto al 2003 (voto medio da 7,0 a 6,4).

Tavola 15 - Opinioni sul Sud Italia, come meta turistica (domanda 5.2 items F, G, H, I, J)

Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Ci sono molte località turistiche interessanti da visitare nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,8	7,1
Voti da 1 a 3	12,5	7,2
Voti da 4 a 5	9,8	6,7
Voti da 6 a 7	17,4	32,3
Voti da 8 a 10	35,8	30,9
Non so	24,5	22,9
Le strutture alberghiere sono di buon livello nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	6,8	7,0
Voti da 1 a 3	10,2	5,8
Voti da 4 a 5	13,2	9,9
Voti da 6 a 7	10,2	33,6
Voti da 8 a 10	34,3	30,9
Non so	32,1	19,7
Il mare è molto pulito nel Sud Italia		
<i>Voto medio</i>	7,6	7,2
Voti da 1 a 3	5,7	4,5
Voti da 4 a 5	9,4	16,6
Voti da 6 a 7	12,1	21,1
Voti da 8 a 10	42,6	38,6
Non so	30,2	19,3
TOTALE	265	223

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini (*)		
<i>Voto medio</i>	4,7	6,5
Voti da 1 a 3	25,3	11,7
Voti da 4 a 5	12,8	10,8
Voti da 6 a 7	11,7	15,7
Voti da 8 a 10	13,2	28,3
Non so	37,0	33,6
Nel Sud Italia c'è un ricco patrimonio artistico e culturale da visitare		
<i>Voto medio</i>	7,1	6,9
Voti da 1 a 3	11,3	9,0
Voti da 4 a 5	7,9	16,1
Voti da 6 a 7	12,1	15,2
Voti da 8 a 10	41,5	36,3
Non so	27,2	23,3
TOTALE	265	223

(*) *Item leggermente modificato rispetto al 2003*

Tavola 16 - Interesse percepito per il Sud Italia come meta turistica (domanda 8)*Base: rispondenti che conoscono il Sud Italia (risposte 1, 2, 3, 4 a domanda 3)*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
<i>Voto medio</i>	6,4	7,0
Voti da 1 a 3	20,4	10,8
Voti da 4 a 5	11,7	12,1
Voti da 6 a 7	17,4	24,2
Voti da 8 a 10	40,0	42,6
Non so	10,6	10,3
TOTALE	265	223

Capitolo 6

Confronto fra atteggiamento globale verso il Sud Italia e la Spagna

(tavole 5,8.2,11,14,17)

Nel valutare i dati di questo confronto vanno considerati due aspetti di metodo che, in qualche modo, possono influire a favore del Mezzogiorno d'Italia rispetto alla Spagna:

- il confronto riguarda solo 4 domande di atteggiamento globale, rivolte sulla Spagna, a conclusione dell'intervista fatta tutta sul Mezzogiorno d'Italia
- i dati sulla Spagna riguardano l'intero campione degli operatori intervistati (come l'Italia, la Spagna è conosciuta praticamente da tutti), mentre gli atteggiamenti sul Mezzogiorno d'Italia sono stati rilevati solo fra quanti ne avevano una conoscenza, anche imprecisa (29% del campione)

31% degli operatori intervistati manifestano un interesse positivo per la Spagna (voti da 6 a 10), analogo al 32% dei voti da 6 a 10 registrati per il Sud Italia, fra coloro che lo conoscono. Per quanto riguarda l'interesse dichiarato nei confronti della Spagna, una consistente percentuale di intervistati (28%) non sanno esprimere un'opinione.

L'interesse complessivamente risultante nei confronti della Spagna (voto medio 5,1), è lievemente meno critico rispetto all'interesse per il Mezzogiorno d'Italia (voto medio 4,8).

Nel complesso 14% degli operatori dichiarano di aver avuto almeno qualche volta occasioni di rapporti di affari con la Spagna: si tratta di una quota superiore al 8% degli operatori che hanno avuto rapporti di affari con il Sud Italia, ma va ricordato a questo proposito, che è invece superiore la quota di coloro che hanno avuto rapporti di affari con l'Italia (36% fra quanti conoscono il Sud Italia, 27% nell'intero campione).

Per quanto riguarda la percezione di convenienza per gli investimenti, i giudizi medi espressi nei confronti della Spagna (5,7, con il 34% di voti positivi, da 6 a 10) sono analoghi a quelli espressi nei confronti del Sud Italia fra quanti lo conoscono (5,6, con il 40% di voti positivi, da 6 a 10).

In tema di importazioni, la percezione di convenienza a trattare con la Spagna risulta nettamente inferiore rispetto a quella registrata per il Sud Italia (voto medio 5,3 sul totale operatori per la Spagna e voto medio 6,5 per il Mezzogiorno d'Italia, fra quanti lo conoscono). Per quanto concerne la Spagna si registra una consistente area di intervistati (29%) che non sa esprimere un'opinione al riguardo.

Nell'area del turismo e dei viaggi organizzati emerge una percezione di significativa maggior convenienza espressa per la Spagna (voto medio 7,4) rispetto a quanto manifestato nei confronti del Sud Italia (voto medio 6,4) da quanti lo conoscono.

Pur tenendo conto degli aspetti di metodo (intervista sul Sud Italia fra quanti lo conoscono e confronto finale con la Spagna sull'intero campione), si può parlare di atteggiamento globale comparabile degli operatori egiziani nei confronti di Spagna e Mezzogiorno d'Italia, caratterizzato per entrambi i paesi da scarso interesse per quanto riguarda gli investimenti.

Per quanto riguarda le importazioni si registra, invece, una maggiore propensione ad importare merci dal Mezzogiorno d'Italia anziché dalla Spagna, mentre per quanto riguarda il turismo, l'interesse è positivo nei confronti di entrambi i paesi, ma con una propensione maggiore verso la Spagna.

Tavola 5 - Grado di interesse generale per la Spagna (domanda 16)*Base: totale campione*

	TOTALE
Percentuali verticali	2004
<i>Voto medio</i>	5,1
Voti da 1 a 3	23,6
Voti da 4 a 5	17,8
Voti da 6 a 7	13,9
Voti da 8 a 10	16,6
Non so	28,2
TOTALE	900

Tavola 8.2 – Rapporti di affari con la Spagna (domanda 12)*Base: totale campione*

	TOTALE
Percentuali verticali	2004
Si, con l'Italia	27,3
Si, con il Sud Italia	3,2
Si, con il Centro/Nord Italia	10,4
Si, ma non ricorda se Sud, Centro o Nord Italia	15,6
Si, con la Spagna	14,1
TOTALE	900

Tavola 11 – Percezione di convenienza a fare investimenti in Spagna (domanda 14)*Base: totale campione*

	TOTALE
Percentuali verticali	2004
<i>Voto medio</i>	5,7
Voti da 1 a 3	16,2
Voti da 4 a 5	19,6
Voti da 6 a 7	14,3
Voti da 8 a 10	20,0
Non so	29,9
TOTALE	900

Tavola 14 – Percezione di convenienza a importare dalla Spagna (domanda 13)*Base: totale campione*

	TOTALE
Percentuali verticali	2004
<i>Voto medio</i>	5,3
Voti da 1 a 3	19,0
Voti da 4 a 5	19,2
Voti da 6 a 7	16,2
Voti da 8 a 10	16,4
Non so	29,1
TOTALE	900

Tavola 17 – Interesse percepito per la Spagna come meta turistica (domanda 15)*Base: totale campione*

	TOTALE
Percentuali verticali	2004
Voto medio	7,4
Voti da 1 a 3	6,7
Voti da 4 a 5	13,1
Voti da 6 a 7	17,6
Voti da 8 a 10	45,3
Non so	17,3
TOTALE	900

Appendice:**Dati sull'intervistato: Sesso ed Età***Base: Totale campione*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
SESSO		
Maschio	87,4	86,5
Femmina	12,6	13,5
ETA'		
Fino a 34 anni	46,1	59,8
35-44 anni	26,9	22,8
45-54 anni	18,2	11,5
55-64 anni	7,3	4,6
65 anni e più	1,4	1,1
Non indica	-	0,2
TOTALE	900	1000

Dati sull'azienda: Numero di dipendenti*Base: Totale campione*

	TOTALE	TOTALE
Percentuali verticali	2004	2003
Meno di 10 dipendenti	33,3	33,1
10-49 dipendenti	42,7	41,2
50-99 dipendenti	9,3	9,9
100-499 dipendenti	8,2	9,4
500 e oltre dipendenti	6,4	5,3
Non indica	-	1,1
TOTALE	900	942*

* La base casi è inferiore al totale campione, perché una parte degli opinion leader non ha risposto alla domanda.

IL QUESTIONARIO



LEGENDA: GIALLO = ITEM /DOMANDA MODIFICATO CORSIVO =ITEM/DOMANDA VECCHIO	AZZURRO = ITEM /DOMANDA NUOVO BARRATO = ITEM/DOMANDA ELIMINATO
--	---

2.1 BC INTERNAZIONALE 2004

Buongiorno. Sono..... (nome e cognome) della GPF&A di Milano. Le telefono dall'Italia per un grande sondaggio internazionale, realizzato in 11 paesi, sull'immagine dell'Italia nel mondo.

Sto parlando con la....(nominativo)? L'attività della vostra società / organizzazione è

Se no: chiedere a chi corrisponde il nominativo (se azienda o privato) e verificare l'eleggibilità in base all'attività.

SETTORI

SECTOR_2

1. **INDUSTRIA**
2. **FINANZA**
3. **COMMERCIO E SERVIZI**
4. **TURISMO**
5. **OPINION LEADER**

A TUTTI

ADDETTI

La vostra azienda ha meno di 10 addetti oppure più di 10 addetti ?

SIZE1

1. meno di 10 addetti
2. 10 addetti o più

SE MENO DI 10 ADDETTI:

- se industria → CHIUDERE
- se altri settori (settori 2,3,4) → *chiedere del titolare/socio o al massimo del direttore (no altre figure)*

POSIZIONE DA CONTATTARE

Ho bisogno di parlare per una breve intervista con.....

se AZIENDE: SETTORI 1,2,3,4

INTTYPE

1. TITOLARE/SOCIO/LEGALE RAPPRESENTANTE/
2. DIRETTORE GENERALE/ VICEDIRETTORE GENERALE/AMMINISTRATORE DELEGATO
3. DIRIGENTE/QUADRO COLLABORATORE DEL DIRIGENTE NELL' AREA COMMERCIALE/ MARKETING /COMUNICAZIONE/ RELAZIONI ESTERNE/PRODUZIONE/FINANZA (**AMMESSO SOLO IN AZIENDE > DI 10 ADDETTI**)

se OPINION LEADER: SETTORE 5

4. UN GIORNALISTA CHE SEGUE L'ECONOMIA, GLI AFFARI INTERNAZIONALI
5. UN PROFESSORE UNIVERSITARIO DI ECONOMIA AZIENDALE, MARKETING, COMUNICAZIONE, SOCIOLOGIA, SCIENZE POLITICHE
6. UN FUNZIONARIO GOVERNATIVO CON RESPONSABILITA' DIRETTIVE

PRESENTAZIONE**SE NOMINATIVO QUOTA AZIENDE (DA 1 A 4)**

BUONGIORNO/BUONASERA SONO ... NOME/COGNOME... UN INTERVISTATORE DI GPF&ASSOCIATI, UN ISTITUTO ITALIANO DI RICERCA SOCIALE .

LE TELEFONO DALL'ITALIA PERCHÉ STIAMO FACENDO UNA GRANDE INDAGINE INTERNAZIONALE PER CONTO DEL GOVERNO ITALIANO FRA I MANAGER, GLI IMPRENDITORI E IN GENERALE GLI OPERATORI ECONOMICI DI 11 PAESI EUROPEI ED EXTRA-EUROPEI SULL'IMMAGINE DEL SUD ITALIA NEL MONDO. L'INTERVISTA È BREVE E NON RICHIEDE INFORMAZIONI SPECIFICHE O ESPERIENZE DIRETTE, PERCHÉ RIGUARDA **L'IMMAGINE**, CIOÈ LE OPINIONI GENERALI E LE IMPRESSIONI CHE GLI OPERATORI HANNO DEL SUD ITALIA.

SE NOMINATIVO QUOTA OPINION LEADER (5)

BUONGIORNO/BUONASERA SONO ... NOME/COGNOME... UN INTERVISTATORE DI GPF&ASSOCIATI, UN ISTITUTO ITALIANO DI RICERCA SOCIALE .

LE TELEFONO DALL'ITALIA PERCHÉ STIAMO FACENDO UNA GRANDE INDAGINE INTERNAZIONALE PER CONTO DEL GOVERNO ITALIANO TRA GLI OPINION LEADER (GIORNALISTI, DOCENTI UNIVERSITARI, FUNZIONARI DI ISTITUZIONI ED ENTI PUBBLICI) DI 11 PAESI EUROPEI ED EXTRA-EUROPEI SULL'IMMAGINE DEL SUD ITALIA NEL MONDO. L'INTERVISTA È BREVE E NON RICHIEDE INFORMAZIONI SPECIFICHE O ESPERIENZE DIRETTE, PERCHÉ RIGUARDA **L'IMMAGINE**, CIOÈ LE OPINIONI GENERALI E LE IMPRESSIONI CHE GLI OPINION LEADER HANNO DEL SUD ITALIA.

Se è la persona al telefono, proseguire con la domanda 1

Se si tratta di altra persona disponibile subito, ripetere la presentazione

Se si tratta di altra persona non disponibile fissare l'appuntamento per richiamare.

LA RINGRAZIAMO DEL TEMPO CHE CI CONCEDE PER QUESTA INTERVISTA. LE RISPOSTE CHE LEI CI DARA' VERRANNO UTILIZZATE ESCLUSIVAMENTE PER PREPARARE TABELLE STATISTICHE E COMUNQUE VERRANNO TRATTATE IN CONFORMITA' DECRETO LEGISLATIVO 196/2003 SULLA PRIVACY.

Q1 Parliamo dell'Italia. L'Italia è un paese di cui per vari motivi (dalla moda al calcio al cinema) spesso si sente parlare in tutto il mondo e sul quale quindi ci si formano delle idee, delle impressioni, un'immagine. Lei direbbe di avere dell'Italia un'idea, un'immagine, anche solo per averne letto o sentito parlare.... (leggere le risposte)

Q1

1. molto precisa
2. abbastanza precisa
3. un po' imprecisa, sfuocata
4. molto imprecisa
5. nessun'immagine, non mi evoca nessuna impressione

(INTERVISTATORE LEGGERE E RASSICURARE L'INTERVISTATO SE NECESSARIO) Capisco che l'Italia può esserle poco familiare, ma potrebbe dare ugualmente una risposta basandosi su ciò che ha visto, sentito o letto su questo paese)

Se risposta 5 a Q1 → passare a Q3

Q2 Ciò che lei pensa dell'Italia, le impressioni che ha sull'Italia da dove le provengono: dal fatto di esserci andato personalmente, di aver intrattenuto dei rapporti d'affari, di avere conoscenti o parenti di origine italiana, di averne letto o sentito parlare in tv, sui giornali, nei libri o sui media in genere? (ammessa risposta multipla) (Registrare per ogni risposta: 1= sì; 2= no)

**Q2.1
TO
Q2.5**

1. andato personalmente
2. intrattenuto dei rapporti d'affari
3. avere conoscenti o parenti di origine italiana
4. letto o sentito parlare sui media
5. (non ricorda) *(NON LEGGERE)*

A TUTTI

Q3 **Parliamo adesso dell'Italia del Sud.** L'Italia del Sud è composta da 8 regioni: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna. Lei direbbe di avere dell'Italia del Sud un'idea, un'immagine

1. molto precisa
2. abbastanza precisa
3. un po' imprecisa, sfuocata
4. molto imprecisa
5. nessun'immagine, non mi evoca nessuna impressione

Q3

Se risposte 5 a Q3 → passare a Q.10

Q4 Ciò che lei pensa dell'Italia del Sud, le impressioni che ha sull'Italia del Sud da dove le provengono: dal fatto di esserci andato personalmente, di aver intrattenuto dei rapporti d'affari, di avere conoscenti o parenti di origine italiana, per averne letto o sentito parlare in tv, sui giornali, nei libri o sui media in genere? (*ammessa risposta multipla*) (Registrare per ogni risposta: 1= sì; 2= no)

1. andato personalmente
2. intrattenuto dei rapporti d'affari
3. avere conoscenti o parenti di origine italiana
4. letto o sentito parlare sui media
5. sono nato nel Sud Italia <for Italy only>
6. (non ricorda) (*NON LEGGERE*)

Q.4.1
to
Q.4.4;
<Q.4.5blank>;
Q.4.6

Q 5.1 Gli operatori dei vari paesi, intervistati prima di lei, hanno espresso opinioni diverse sul Sud Italia. Le leggerò ora alcune frasi che riguardano alcuni **aspetti generali dell'Italia del Sud**: per ciascuna delle frasi che ora le leggerò le chiedo di dire in che misura è d'accordo oppure non è d'accordo, dando un voto su una scala da 1 a 10, dove 1 significa 'non sono per niente d'accordo', 10 significa 'sono completamente d'accordo' e gli altri voti da 2 a 9 servono per graduare la sua risposta. Mi risponda in base a quello che lei pensa o immagina, anche sulla base di quanto se ne sente dire o di semplici impressioni. (*Leggere una alla volta le frasi elencate e registrare i voti - NON SA=99*)

RUOTARE GLI ITEMS

Q5.1 A
TO
Q5.1 I

- A. **Nel Sud Italia ci sono regioni, località molto conosciute**
Il Sud Italia è molto conosciuto
- B. Ci sono poche differenze tra Sud Italia e Nord Italia
- C. Il Sud Italia è un'area interessante perché è in forte sviluppo
- D. Nel Sud Italia si vive bene, la qualità della vita è ottima
- E. Gli stranieri sono trattati molto bene nel Sud Italia
- F. Le condizioni climatiche sono buone tutto l'anno nel Sud Italia
- G. Le amministrazioni **pubbliche** (*locali*) sono efficienti nel Sud Italia
- ~~Ex G.~~ ~~Il costo della vita è basso nel Sud Italia~~
- H. **Nel Sud Italia la situazione dell'ordine pubblico e della sicurezza è tranquilla**
Nel Sud Italia ci sono seri problemi di sicurezza e di ordine pubblico
- ~~Ex I.~~ ~~I trasporti locali funzionano male nel Sud Italia~~
- I. (*ex K*) Il sistema giudiziario funziona bene nel Sud Italia

Q5.2 **Parliamo ora di commercio e di turismo verso il Sud Italia.**

Per ogni frase che le leggo, mi dica ancora in che misura è d'accordo oppure no dando un voto su una scala da 1 a 10, (dove 1 significa 'non sono per niente d'accordo', 10 significa 'sono completamente d'accordo' e gli altri voti da 2 a 9 servono per graduare la sua risposta), sempre in base a quello che lei pensa, può immaginare o ha sentito dire

(Leggere una alla volta le frasi elencate e registrare i voti - NON SA=99)

RUOTARE GLI ITEMS

**Q5.2 A
TO
Q5.1 J**

- A. L'uso di Internet e delle nuove tecnologie è molto sviluppato nel Sud Italia
- B. **I trasporti da e per il Sud Italia funzionano bene**
Ci sono problemi nei trasporti da e per il Sud Italia
- C. I prodotti del Sud Italia sono generalmente di ottima qualità
- D. **I prodotti del Sud Italia sono convenienti**
A parità di qualità i prodotti del Sud Italia sono convenienti
- E. Gli operatori del Sud Italia sono affidabili
- F. Ci sono molte località turistiche interessanti da visitare nel Sud Italia
- G. Le strutture alberghiere sono di buon livello nel Sud Italia
- H. Il mare è molto pulito nel Sud Italia
- I. **Fare una vacanza nel Sud Italia è conveniente, rispetto ad altri paesi vicini**
I costi di soggiorno sono più alti nel Sud Italia, rispetto ad altri paesi vicini
- J. Nel Sud Italia c'è un ricco patrimonio artistico e culturale da visitare

Q5.3 Parliamo ora di quella che può essere **la situazione delle imprese che operano nel Sud Italia**. Per ogni frase che le leggo, mi dica ancora in che misura è d'accordo oppure no con un voto su una scala da 1 a 10, (dove 1 significa "non sono per niente d'accordo" e 10 significa completamente d'accordo), sempre in base a quello che lei pensa, può immaginare o se ne sente dire.

(Leggere una alla volta le frasi elencate e registrare i voti - NON SA=99)

RUOTARE GLI ITEMS

**Q5.3 A
TO
Q5.3 G**

- A. Nel Sud Italia è facile trovare il personale di cui si ha bisogno
- B. Ci sono molti incentivi per chi investe nel Sud Italia
- C. Ci sono molte infrastrutture e servizi per le nuove imprese nel Sud Italia
- D. Le materie prime sono convenienti nel Sud Italia
- E. Il mercato locale offre sbocchi interessanti nel Sud Italia
- F. Il costo del lavoro è conveniente nel Sud Italia
- G. **Le pratiche per avviare un'attività nel Sud Italia sono semplici e rapide**

Q6 Le chiederò ora alcune opinioni molto generali e le chiederò ancora di rispondermi con un voto su una scala da 1 a 10. Mi risponda anche se non ha un'idea precisa, ma sulla base delle sue impressioni o di ciò che se ne sente dire.

In che misura pensa sia conveniente **importare prodotti dal Sud Italia** per le aziende di

(paese)? Me lo dica sempre con un voto da 1 a 10, dove adesso 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente (*NON SA=99*)

Q6

Q7 Per le aziende di...(paese) che scelgono di **fare investimenti all'estero** per sviluppare o decentrare la loro attività, in che misura pensa sia conveniente **la scelta del Sud Italia rispetto ad altri paesi?** Me lo dica sempre con un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente (*NON SA=99*)

Q7

Q8 In che misura ritiene conveniente per i tour operator di... (*paese*) **proporre viaggi organizzati o vacanze** (*proporre viaggi organizzati o altre soluzioni di turismo*) nel Sud Italia, rispetto ad altri paesi dell'area mediterranea? Me lo dica con un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente. (*NON SA=99*)

Q8

Q9 (*ex Q12*) Se lei dovesse dare un voto da 1 a 10 al Sud Italia in generale **come luogo o occasione di affari**, rispetto ad altri paesi dell'area mediterranea, lei quale voto darebbe? 1 adesso significa pessimo, 10 significa ottimo. (*NON SA=99*)

Q9

A TUTTI

Q10 (*ex Q9*) Le leggo ora **alcune fonti di informazione sul Sud Italia** citate da altre persone intervistate prima di lei.

Per ciascuna di esse mi dica se ha avuto occasione recentemente di leggere o sentir parlare di fatti o problemi riguardanti il Sud Italia (*leggere una alla volta le frasi e registrare si/no: 1=si;2=no*)

1. Giornali e riviste internazionali in lingua inglese
2. Le riviste specializzate, di categoria in lingua inglese
3. Giornali e riviste di...(*paese*)
4. Giornali e riviste italiane
5. Le pubblicazioni dell' ICE-Istituto per il Commercio Estero Italiano
6. Altre pubblicazioni di enti italiani
7. I siti Internet italiani
8. I siti Internet internazionali
9. La radio e la televisione di ... (*paese*)
10. La radio e la televisione internazionale
11. Altri colleghi, dirigenti d'azienda, altri componenti della business community
12. ricorda di aver visto o sentito qualcosa sul Sud Italia, ma non ricorda dove – *NON LEGGERE*
13. no. non ho sentito parlare o visto notizie sul Sud Italia – *NON LEGGERE*

Q. 10.1
TO
Q. 10.13

~~Se più di un sì a Q 11 – risp. 1-11 – chiedere:
(ex Q11) – Fra queste (rileggere le risposte sì a dom 11) qual è stata la fonte più importante di notizie sul Sud Italia. (una sola risposta)~~

1. ~~Giornali e riviste internazionali in lingua inglese~~
2. ~~Le riviste specializzate, di categoria in lingua inglese~~
3. ~~Giornali e riviste di... (paese)~~
4. ~~Giornali e riviste italiane~~
5. ~~Le pubblicazioni dell'ICE-Istituto per il Commercio Estero Italiano~~
6. ~~Altre pubblicazioni di enti italiani~~
7. ~~I siti Internet italiani~~
8. ~~I siti Internet internazionali~~
9. ~~La radio e la televisione di ... (paese)~~
10. ~~La radio e la televisione internazionale~~
11. ~~Altri colleghi, dirigenti d'azienda, altri componenti della business community~~

Q11 (*ex Q13*) Secondo lei, tutto considerato, **i rapporti di...**(*paese*) con il Sud Italia, rispetto a qualche anno fa, stanno oggi aumentando, diminuendo o sono rimasti circa allo stesso livello.

Q11

1. aumentando
2. diminuendo
3. sono rimasti circa allo stesso livello
4. (non sa) (*NON LEGGERE*)

- Q12 (ex Q14)** La Sua azienda ha già intrattenuto rapporti di affari con.....
1. Il Sud Italia? (LEGGERE) (SI/NO)
 2. Con il Centro o il Nord Italia ? (il resto d'Italia) LEGGERE) (SI/NO)
 3. (ho avuto contatti con l'Italia, ma non ricordo se Sud, Centro o Nord) – NON LEGGERE
- Q12.1**
TO
Q12.3
- Q12 bis** A parte l'Italia la sua azienda ha già intrattenuto rapporti con...?
- Q12 bis**
1. la Spagna? (leggere) (SI/NO)
- Q13** Le rivolgo ora, per concludere l'intervista, 4 domande, del tutto generali, sulla Spagna, indipendentemente dal fatto che abbia avuto rapporti con questo paese oppure no. Le chiederò ancora di rispondermi con un voto su una scala da 1 a 10. Mi risponda anche se non ha un'idea precisa, ma sulla base delle sue impressioni o di ciò che se ne sente dire.
- In che misura pensa sia conveniente per le aziende di....(paese) **importare prodotti dalla Spagna?** Me lo dica sempre con un voto da 1 a 10, dove adesso 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente (NON SA=99)
- Q13**
- Q14** Per le aziende di....(paese) che scelgono di **fare investimenti all'estero** per sviluppare o decentrare la loro attività, in che misura pensa sia conveniente **la scelta della Spagna rispetto ad altri paesi?** Me lo dica sempre con un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente (NON SA=99)
- Q14**
- Q15** In che misura ritiene conveniente per i tour operator di....(paese) **proporre viaggi organizzati o vacanze in Spagna** rispetto ad altri paesi dell'area mediterranea? Me lo dica con un voto da 1 a 10, dove 1 significa per niente conveniente e 10 significa estremamente conveniente. (NON SA=99)
- Q15**
- Q16** Se lei dovesse dare un voto da 1 a 10 **alla Spagna** in generale **come luogo o occasione di affari**, rispetto ad altri paesi dell'area mediterranea lei quale voto darebbe ? 1 **adesso** significa pessimo, 10 significa ottimo. (NON SA=99)
- Q16**

L'intervista è quasi terminata. Le chiedo solo qualche dato su di lei e sulla sua azienda a scopo statistico.

SE SETTORI1,2,3,4 (VEDI PAGINA 1)

Funzione in azienda

POSITION

1. proprietario/ titolare/ rappresentante legale
 2. amministratore delegato
 3. direttore generale
 4. vice-direttore
 5. direttore/quadro commerciale
 6. direttore/quadro marketing
 7. direttore/quadro finanziario
 8. direttore/quadro produzione
 9. direttore/quadro comunicazione o relazioni esterne
- altro funzionario con mansioni direttive*

A TUTTI

COMSIZE1

Dimensione dell'azienda:

1. fino a 9 addetti → non ammessi se produzione, industria
2. 10-19 addetti
3. 20-49 addetti
4. 50-99 addetti
5. 100-199 addetti
6. 200-499 addetti

7. 500-1000 addetti
8. più di 1000 addetti

se settore 5 (vedi pag. 1)

OPLEAD

Lei è dunque un...

1. giornalista
2. un professore universitario
3. un dirigente/ un funzionario con funzioni direttive in enti pubblici e istituzioni

A TUTTI

Sesso

SEX

1. uomo
2. donna

Età dell'intervistato:

AGE

1. fino a 34 anni
2. 35-44 anni
3. 45-54 anni
4. 55-64 anni
5. più di 64 anni

Potremmo avere il suo indirizzo e-mail, per futuri contatti e per inviarle un estratto dei risultati di questa ricerca a cui sta partecipando?

E-MAIL

99- NO

Zona geografica (se l'azienda ha più di una sede, zona della sede dell'intervista)

AREA

- 1.
- 2.
- 3.
4. <edizioni locali> vedi file AREE geografiche
- 5.
- ...

Paese

COUNTRY

1. Italia Centro-Nord
2. Egitto
3. Egitto
4. Egitto
5. Germania
6. Giappone
7. Inghilterra
8. Russia
9. Singapore
10. Usa
11. Svezia

La ringraziamo di aver accettato di partecipare all'indagine. Buona giornata/Buona sera.