



## 1949 NIENTE COMFORT NEL DOPOGUERRA...

(Fonte: Bollettino Doxa n. 21-22, 1949)

**73,4%**  
gli italiani senza un bagno in casa

**88,8%**  
le case senza termosifoni

**96,8%**  
le famiglie che non avevano il frigorifero

## 2016 OGGI INVECE...

(Fonte: Doxa per Osservatorio Internet of Things, 2016)

**60%**  
degli italiani faranno acquisti per avere una "casa intelligente"

**26%**  
investiranno in una cucina intelligente, a cominciare dai frigoriferi in grado di fare acquisti a distanza

# COME ERAVAMO, COME SIAMO: CE LO DICE LA DOXA

**NATA 70 ANNI FA, LA STORICA SOCIETÀ DI RICERCHE DEBUTTÒ NEL 1946 PER IL REFERENDUM MONARCHIA-REPUBBLICA. DA ALLORA MONITORA I NOSTRI CONSUMI, I NOSTRI SOGNI, LE NOSTRE ASPETTATIVE DI FELICITÀ**

di **Giulia Cerqueti**

**M**onarchia o Repubblica: nel 1946 gli italiani, e per la prima volta le donne a livello nazionale, vengono chiamati a scegliere la forma istituzionale da dare al loro Paese.

In quell'anno l'Italia conosce il primo sondaggio elettorale. A eseguirlo è Doxa, la prima società di ricerche di mercato italiana. A fondarla, in quello stesso anno, è un docente universitario di Statistica, Pierpaolo

Luzzatto Fegiz, insieme a un gruppo di statistici, imprenditori e dirigenti d'azienda. L'Italia è appena riemersa dalla guerra, il tessuto sociale ed economico va ricostruito. E i dati statistici, lungi dall'essere una mera rappresentazione matematica e astratta, aiutano a leggere, interpretare e raccontare la realtà, a capire dove vanno e a cosa aspirano gli italiani.

«Mio padre Ennio entrò in Doxa a 24 anni, chiamato da Luzzatto Fegiz, che era suo professore. Ed è rimasto a lavorare in azienda per più di 50 anni»,

### PRESIDENTE DONNA

Sopra: manifestazione per il referendum su Monarchia o Repubblica nel 1946.

Nella pagina precedente: Marina Salamon, 58 anni, presidente della Doxa.

ATTILIO ROSSETTI - ARCHIVI ALinari

racconta Marina Salamon, imprenditrice, presidente della società dal 2006. «Lui mi ha insegnato che i dati non hanno valore di per sé stessi, ma solo se diventano lo strumento intelligente di apertura e confronto con la

realtà che ci circonda e con gli uomini. Dobbiamo avere infinito rigore nel porre le domande nel modo più neutro possibile e leggere i dati con onestà intellettuale e spirito scientifico».

Doxa celebra in questi giorni settant'anni di vita. Sette decenni di interviste, indagini, ricerche che raccontano l'Italia, la sua evoluzione socio-economica, il cambiamento dei costumi, delle abitudini familiari, della mentalità, del modo di comunicare.

Nel 1946, l'anno della fondazione, Doxa esegue la prima indagine sulla

distribuzione del reddito nazionale. Il 1956 segna l'introduzione in Italia delle ricerche sui consumi. Nel 1969 la società di ricerche di mercato conduce la prima indagine sui bilanci delle famiglie, in collaborazione con Banca d'Italia. Nel 1973 la prima ricerca sugli elettrodomestici nelle case italiane, nel 1987 il primo censimento delle automobili.

«Prendiamo i dati sul numero delle lavatrici in casa», osserva la Salamon, «pensiamo a quanto ci raccontano della vita delle donne, in ➔





La certificazione di qualità del riscaldamento a legna e pellet



Stufa a pellet modello Vintage

Lei arreda, tu risparmi.



Anselmo Cola è il nome delle stufe a pellet che uniscono design e tecnologia. Sicure e affidabili, certificate e di facile utilizzo. Scopri tutti i modelli e i colori su [colastufe.com](http://colastufe.com)

**I TELEFONI 3,5 MILIONI** nel 1959

**17 MILIONI** nel 1978

**2 SU 10**  
nel 1980 gli italiani  
che facevano almeno  
una telefonata al giorno



**«PRENDIAMO I DATI SUL NUMERO DELLE LAVATRICI IN CASA», DICE MARINA SALAMON. «L'INDAGINE SUI CONSUMI SI INTRECCIA CON L'EVOLUZIONE DEL RUOLO DELLE DONNE, DELLE LORO OPINIONI»**

→ un'Italia che negli anni Cinquanta conosceva tanto lavoro manuale femminile, che poi via via si è evoluto. Leggendo i bollettini ripercorriamo la storia contemporanea femminile, quella delle donne che, dopo aver strofinato i panni per secoli, grazie al nuovo elettrodomestico liberano il loro tempo e cominciano a lavorare fuori casa. L'indagine sui consumi, allora, si intreccia con l'evoluzione del ruolo delle donne, delle loro opinioni, lo sviluppo dei loro diritti».

Nel 1961 i dati Doxa raccontano che la televisione diventa per gli italiani il sogno da acquisire, insieme all'automobile. «Pensiamo al risvolto sociale di questo dato: quanto le famiglie parlavano durante la cena e quanto l'irruzione del piccolo schermo nelle case ha modificato i rapporti familiari, mettendo silenzio tra padri e figli e tra le coppie?».

E ancora, la diffusione del telefono: nel 1980 solo due italiani su dieci facevano una telefonata almeno una volta al giorno. Vent'anni dopo il boom dei cellulari, un mezzo di cui non si riesce più a fare a meno. I cambiamenti →



**1949 GLI ELETTRODOMESTICI**

**0,2%** delle famiglie possedeva Tv e lavatrice

**0,5%** possedeva solo la lavatrice

Nei Comuni sotto i cinquemila abitanti la lavatrice non esisteva. La sua diffusione è più intensa al Nord (0,6%).







**LA FELICITÀ DEGLI ITALIANI**  
alla fine del 2015 in previsione del 2016

**66%** della popolazione mondiale dichiara di essere felice della propria vita; il 23% è né felice né infelice e il 10% non è felice

**44%** degli italiani si dichiara felice



**LE AZIENDE USANO LE RICERCHE DI MERCATO PER LA VERIFICA DI UN PRODOTTO, DELL'IMPATTO DI UNA PUBBLICITÀ, DELLA REPUTAZIONE DI UN MARCHIO**

ti più radicali nei consumi sono avvenuti tra gli anni Cinquanta e Sessanta. Per quanto riguarda l'evoluzione della pubblica opinione su certe tematiche sociali, il salto vero è dopo il '68».

Oggi a rivolgersi alle ricerche di mercato sono soprattutto le aziende, per la valutazione e il lancio di un nuovo prodotto, **la verifica dell'impatto di una pubblicità, la reputazione di un marchio**, in un mondo in cui, con la diffusione del digitale, i confini tra comunicazione e marketing sempre di più si stanno confondendo: «La gente è più sensibile e informata», spiega la presidente di Doxa, «e decide di rivolgersi a un certo marchio e prodotto anche per la reputazione e la stima di cui gode quell'azienda. Sarebbe dunque sbagliato lanciare una pubblicità senza **sondare in parallelo cosa la gente pensa di te come azienda**, per correggere eventualmente il tiro sulla tua identità. Con le nuove tecnologie, poi, oggi siamo in grado di geolocalizzare i dati, ad esempio in un determinato quartiere».

Ma quanto eravamo felici, noi ita-

liani, dopo la guerra? Nel 1948 il 43,5% degli italiani intervistati dichiara di non sentirsi né felice né infelice, una condizione intermedia, neutra di soddisfazione nella propria vita. **Fra le categorie professionali, i più felici sono i datori di lavoro**, seguiti dagli agricoltori conduttori e gli artigiani. In ultimo arrivano nientedimeno che i dirigenti. Fra i motivi di felicità, al primo posto si colloca la serenità della vita familiare, seguita dalla nascita di un figlio o di un nipote. Le ragioni familiari e di cuore prevalgono per il 60% degli italiani.

Altri motivi per cui gioire: per alcuni la prima volta al Teatro La Scala di Milano per assistere a uno spettacolo, per altri l'acquisto di una Fiat 600. E c'è chi gioisce perché, **dopo tanti anni di attesa, finalmente si è visto assegnare un alloggio**.

E oggi? Secondo il sondaggio internazionale di fine anno 2015 realizzato da Win/Gallup International (con focus di Doxa sull'Italia), se la popolazione mondiale nel complesso si dimostra felice (66%), il nostro Paese si piazza agli ultimi posti: per gli italiani nel 2016 c'è ben poco di cui stare allegri.

**LA STORIA DELL'AZIENDA**

**LA LINEA DI COMANDO TUTTA AL FEMMINILE**

Doxa è una società di ricerche di mercato a capitale interamente italiano. **Nel 1991 Marina Salomon l'ha acquistata dalla famiglia Luzzatto Fegiz**. Suo padre Ennio ne è stato presidente e consigliere delegato fino al 2006, anno in cui la presidenza è passata a lei. Attualmente la linea di comando è interamente femminile, con Vilma Scarpino come amministratore delegato e Adriana Calella nella carica di direttore finanziario. «Non solo siamo tre donne», commenta Marina Salomon, «**ma siamo anche madri, con delle vite assolutamente normali**, ben lontane dagli stereotipi cinematografici delle manager in carriera». La sede centrale di Doxa è a Milano (dove lavorano 240 persone), nel 2001 è stata aperta anche una sede a Roma. La società oggi controlla Doxa Duepuntozero, DoxaPharma e Connexia.

ARCHIVY ALIBARI - ISTOCK



**Indovina chi ha preso In-Flu-Nam®?**

**In-Flu-Nam®**

Un valido aiuto per prepararsi all'inverno

**In-Flu-Nam® e In-Flu-Nam® junior sono integratori alimentari naturali, a base di In-Flu-Nam® con Zinco e Vitamina C, che sostengono e favoriscono una risposta immunitaria efficace durante la stagione più fredda.**

In inverno l'attività del sistema immunitario viene maggiormente sollecitata; è necessario quindi sostenere le naturali difese dell'organismo. Per arrivare preparati a questo appuntamento stagionale si consiglia di assumere 1 compressa al giorno di In-Flu-Nam®, per 3 o 4 settimane.

Studi clinici hanno dimostrato che l'assunzione di In-Flu-Nam®:

- protegge l'organismo nei bruschi cambi di stagione
- favorisce la fluidità delle secrezioni bronchiali, grazie alla presenza di Sambuco
- sostiene la funzionalità del sistema immunitario, grazie allo Zinco

**In-Flu-Nam®: il tuo gesto quotidiano per sostenere le naturali difese dell'organismo**

Per maggiori informazioni e per ricevere un campione di prodotto

800-203678 Da Lunedì a Venerdì ore 14.00 - 17.00 consumer@named.it



named.it



Confezioni disponibili:  
• 12 e 24 compresse in blister (In-Flu-Nam®)  
• Flacone da 150 ml (In-Flu-Nam® junior)

IN FARMACIA E PARAFARMACIA

Dove la Natura incontra la Scienza

