



ANNIVERSARIO / LA SOCIETÀ DI OPINIONE

Doxa, da 70 anni "fotografa" l'evoluzione di costumi, sogni e consumi degli italiani

TREVISO - Nel 1948, con gli orrori della guerra ancora freschi e le macerie dei bombardamenti ancora lungo le strade di molte città a ricordarli, il 29% degli italiani si dichiarava felice e il 5,5% addirittura molto felice (per inciso, oggi l'indice è al 33% complessivo). Negli anni '50 l'oggetto dei desideri delle famiglie del Belpaese era il televisore. Nel 1980, in epoca pre telefonini e connessione costante, ogni persona faceva, in media, meno di due telefonate al giorno. Doxa compie settant'anni. Curiosare tra i bollettini e gli archivi - aperti per l'anniversario - della prima società tricolore di indagini di mercato, significa ripercorrere la storia contemporanea dell'Italia, rileggere l'evoluzione di costumi, consumi, sogni dei suoi abitanti (e non solo). "E' un' esercizio piuttosto impressionante - sorride Marina Salamon, titolare e presidente del gruppo -. Se si guardano i dati degli anni '50 e '60 tutto appare più rallentato, con uno stile di vita quasi immutato da secoli. Poi dagli anni '70 in poi si scatena un cambiamento rivoluzionario. Quello che in Veneto e nel Nordest coincide con l'industrializzazione". Era il 1946 quando il professor Pierpaolo Luzzatto Fegiz fondò la società, battezzandola con il termine "opinione" in greco antico e importando dagli Stati Uniti la tecnica dei sondaggi a campione, messo a punto da Geor-

ge Gallup. Poco più che metodi da indovino, secondo molti colleghi, ma l'efficacia si vide al debutto: referendum Repubblica - Monarchia, previsione azzeccata. Il padre dell'impresaria trevigiana, Ennio Salamon, che di Luzzatto Fegiz fu allievo ai corsi di statistica all'università di Trieste, ne è stato a lungo direttore generale e deus ex machina. Così, riconosce Marina, non sono state estranee anche ragioni affettive nella decisione di rilevare l'impresa nel 1991, attraverso la sua holding di partecipazioni Alchimia (un 10% delle quote è in mano al Vilma Scarpino, attuale amministratore delegato, dopo aver iniziato giovanissima come ricercatrice). Doxa, con quartiere generale a Milano, chiuderà il 2016 con un fatturato consolidato a 41,1 milioni di euro (in aumento del 41% sul 2011) e 246 dipendenti (86 assunti in cinque anni). Da un ventennio, però, non si occupa più sondaggi in tema elettorale o politico (almeno a livello pubblico), concentrandosi invece sul mercato. "Primo, perché volevo costruire un futuro di crescita e la cosa sta funzionando - ribadisce Salamon -. Secondo, mi pareva più serio non sparare annunci, che, oltre tutto, rischiano di prestarsi a strumentalizzazioni". Il gruppo, nelle sue varie diramazioni, punta su nuove tecnologie digitali, analisi dei Big Data, indagini on line e monitorag-

gio dei social network, oltre che su segmenti ad alta specializzazione come le ricerche in campo farmaceutico e medico. "Sempre più le aziende hanno necessità di capire i bisogni delle persone, prima ancora che dei consumatori - sottolinea l'impresaria -. Una grande catena internazionale dell'arredamento, ad esempio, ci ha chiesto di lavorare sul rapporto degli italiani con la casa. Prima il sogno era comprarla ed arrearla al meglio, ora, anche in questo ambito, viviamo in tempi di sharing economy, di condivisione: si affitta, si arrende molto velocemente, si cambia spesso". Una nuova evoluzione da documentare.

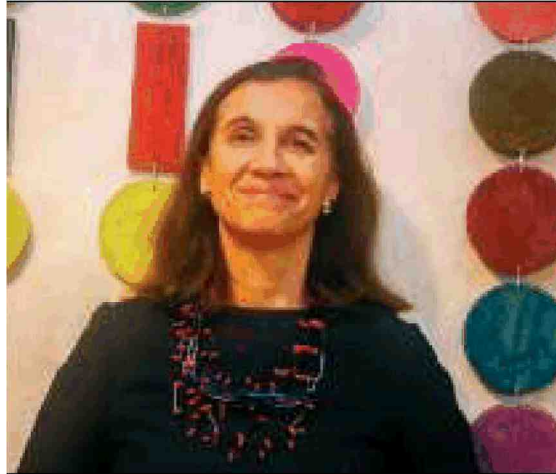
M.Z.

1946

Luzzatto Fegiz importò dagli Usa il modello di Gallup
Le presidente Marina Salamon:
«Sondiamo i mercati per le aziende»



► 29 dicembre 2016



PRESIDENTE
Marina Salamon al vertice Doxa