

The logo for 'digis' is displayed in white lowercase letters on a red rectangular background. Below the text is a horizontal bar with four colored segments: blue, yellow, green, and black.

digis

Comunicazione e ricerca

Workshop Sant'Agata dei Goti

**Sondaggi elettorali, consenso e web
2.0**

06/09/2012



Indice

- *Aspetti introduttivi*
- *Sondaggi: contesto e definizioni*
- *Comunicazione web 2.0*
- *Comunicazione politica e sondaggi su internet*



- ***Aspetti introduttivi***
- *Sondaggi: contesto e definizioni*
- *Comunicazione web 2.0*
- *Comunicazione politica e sondaggi su internet*



Visto che siete esperti di comunicazione... vi presento il nostro icebreaker!!!



Domenico Giordano, organizzatore del Festival della Politica: “Nicola (Direttore Ricerche Digis ndr), mi farebbe piacere se veniste a parlare di sondaggi e consenso politico. Cosa ne pensi?”

Nicola fa un salto sulla sedia, il respiro si fa affannoso, inizia a sudare freddo!!. Ma perché?

Perché i sondaggi sono materia:

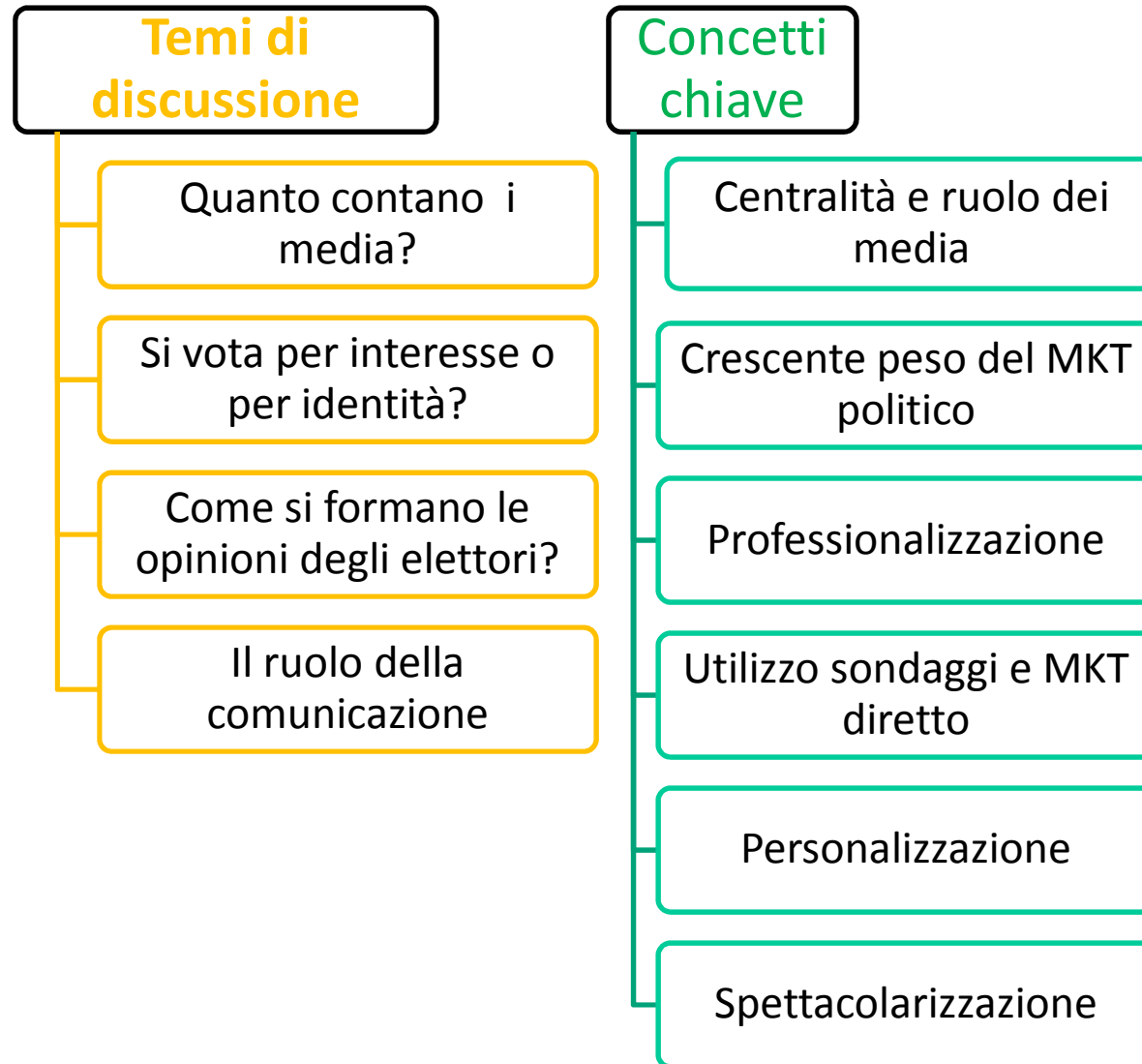


Oggi cerchiamo di fare i ...





Contesto: la politica nell'era post moderna





Contesto: la comunicazione politica



Fase	Caratteristica
Sistema di comunicazione	Multicanale/multimedia
Stile di comunicazione	Frammentazione
Media e strumenti dominanti	TV, anche locali, direct mailing e telemarketing, web e social media, sondaggi
Campaign management	Consulenti specializzati
Paradigma dominante	Approccio di marketing
Durata	Permanente
Spesa	Elevata
Elettorato	Orientato alle issues e volatile



Piramide del consenso e comunicazione



CHIAREZZA E CONSENSO



CONFUSIONE





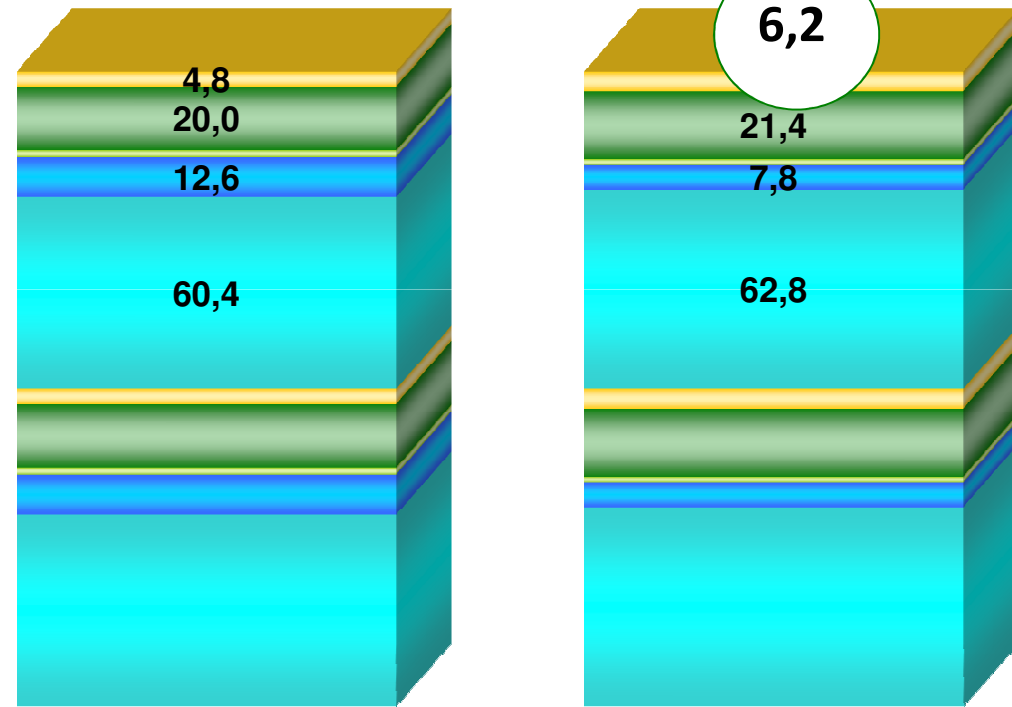
- *Aspetti introduttivi*
- ***Sondaggi: contesto e definizioni***
- *Comunicazione web 2.0*
- *Comunicazione politica e sondaggi su internet*



Tipologia ricerche di marketing

TIPOLOGIA DELLE RICERCHE (quote %)

Fonte: ASSIRM



Circa 30 M€

6,2

2009

2010



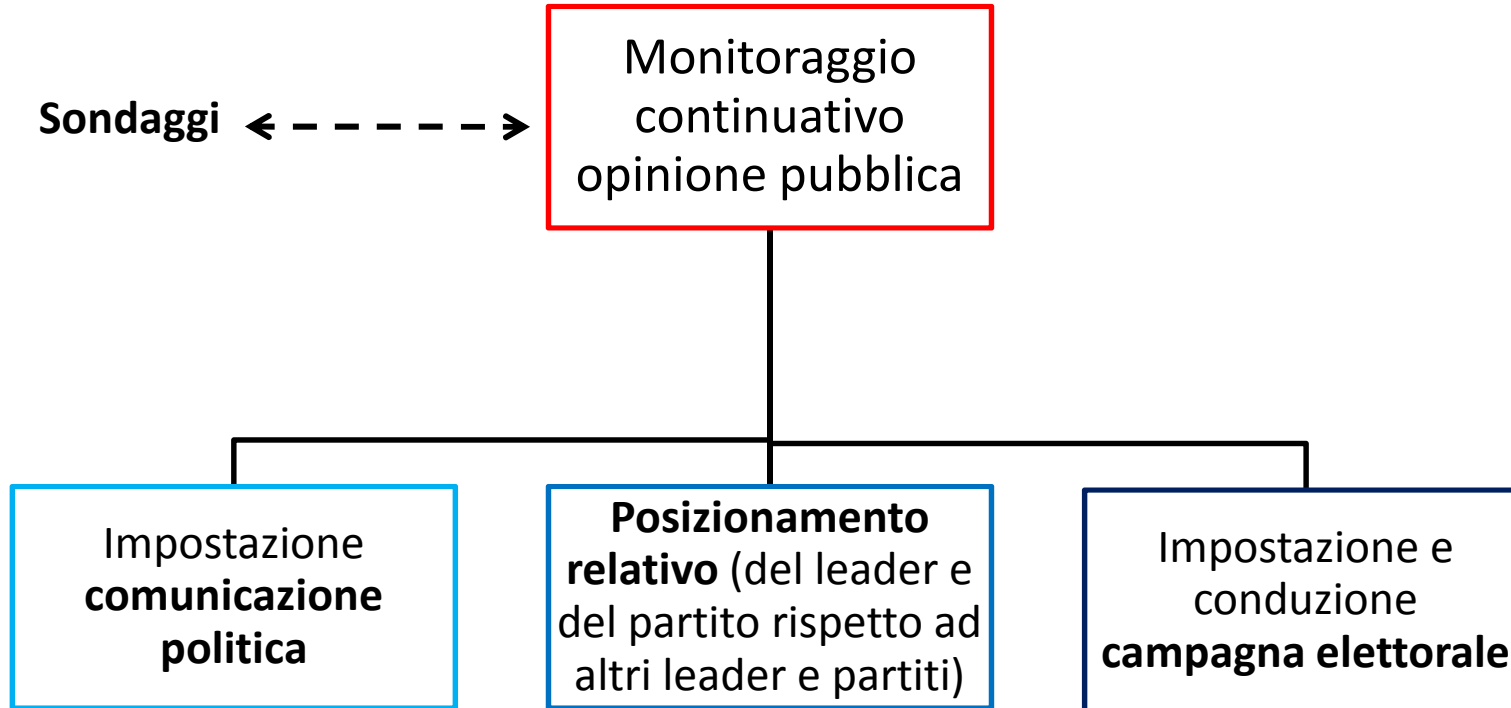
10





A cosa servono i sondaggi? MONITORAGGIO OPINIONE PUBBLICA

(1/3)



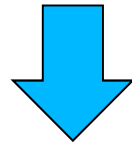


A cosa servono i sondaggi? “FINE TUNING” DELLA COMUNICAZIONE

(2/3)

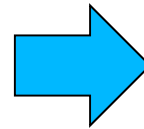


**SONDAGGI MONITORANO (MISURANO) E
CONTROLLANO (CONSENTONO DI
INTRAPRENDERE CONTROMISURE)**



Empatia con target:

- Iscritti e militanti
- Organi nazionali
- Amministratori locali
- Aderenti
- Elettori potenziali
- Cittadini



**Scelte strategiche del
partito su:**

- Key issue
- Ambito valoriale



A cosa servono i sondaggi? TIPOLOGIE PRINCIPALI

(3/3)



- Senza sondaggi non si assumono più decisioni politiche
- I dati dei sondaggi non fanno cambiare idea, ma aiutano a comunicare le idee

**Sondaggio
conoscitivo**

- Sviscera gli elementi peculiari di un fenomeno sociopolitico

**Sondaggio
previsivo**

- Aiuta a prevedere il comportamento plausibile del campione

Entrambe le tipologie
utili ed utilizzate in
campagna elettorale



Sondaggi: ASPETTI METODOLOGICI



- **Campione:** almeno 800/1.000 soggetti
- **Margini di errore** (ci torniamo nella slide successiva)
- **Ponderazioni e correzioni** distorsioni:
 - Genere
 - Età
 - Zona geografica
 - Segmentazione socioculturale (professione, titolo di studio)
 - Comportamento elettorale pregresso
- **Astensionismo?** Trattato alla stregua di un partito, con la propria composizione sociodemografica e storica





Sondaggi: MARGINI DI ERRORE



Campione e non intero universo. Si genera errore statistico (**circa 3%**)

a c c u r a t e z z a

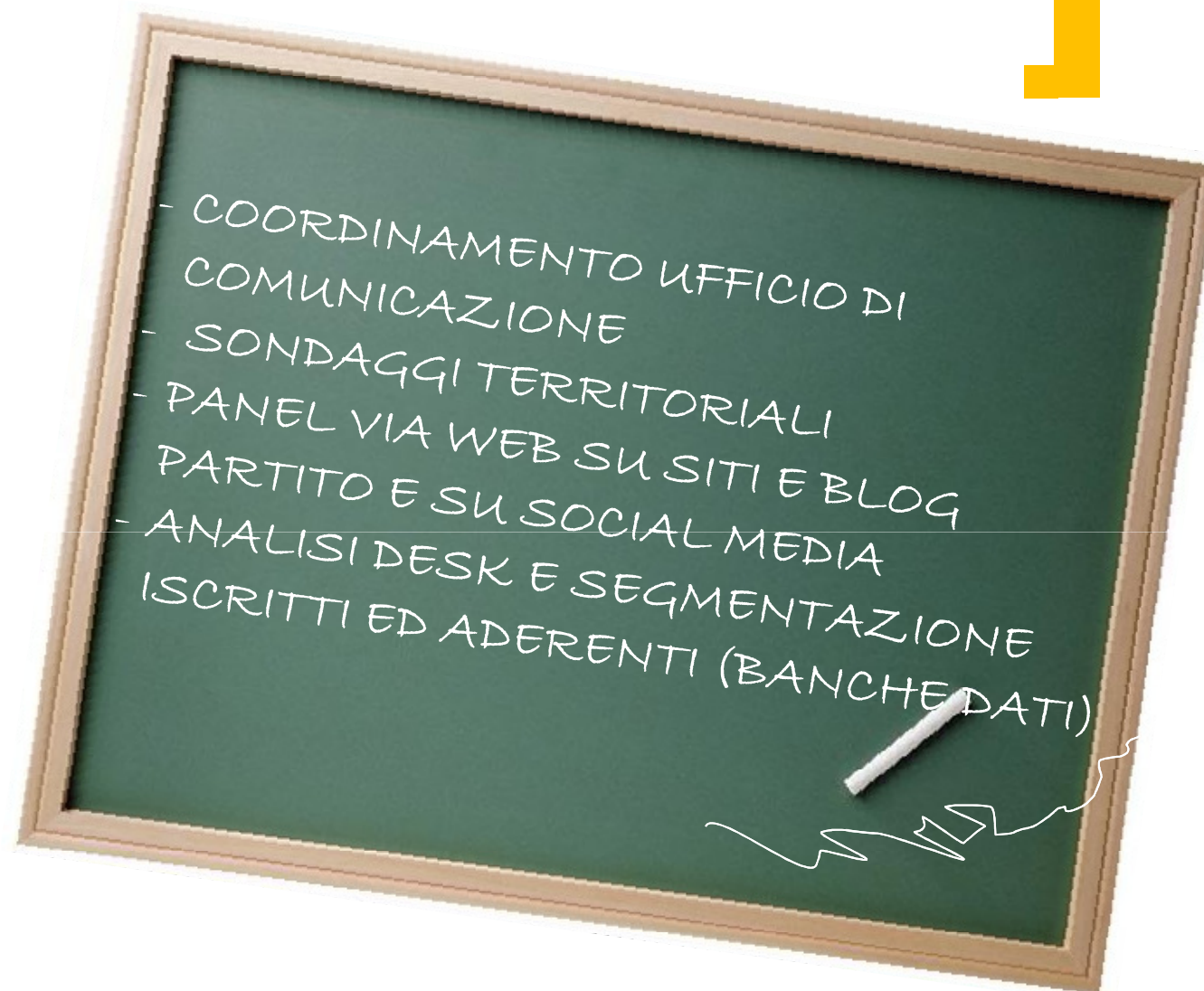
a f f i d a b i l i t à

95%. In 5 casi su 100 potrei ottenere risultati "lontani dal vero per un margine superiore all'errore statistico"



- *Aspetti introduttivi*
- *Sondaggi: contesto e definizioni*
- ***Comunicazione web 2.0***
- *Comunicazione politica e sondaggi su internet*

Quali strumenti per comunicazione web e web 2.0?





- ▶ Armonizzazione flussi comunicativi
- ▶ **Coordinamento con Ufficio Stampa ed altre strutture di comunicazione** per la gestione coordinata ed integrata dei contenuti
- ▶ Rafforzamento **brand identity** e comunicazione grafica coordinata
- ▶ **Gestione integrata siti web:**
 - Sito web ufficiale del partito/movimento
 - Sito web movimento giovanile
 - Sito web Fondazioni di area
 - Blog sezioni territoriali
- ▶ **Gestione integrata social network** (facebook, twitter, canale youtube): *“Grande è l’attenzione ai social media, a facebook, a twitter, dove tutti quanti noi ormai trascorriamo gran parte delle nostre giornate: il modo di fare politica e informazione è cambiato, e gli italiani utilizzano sempre di più web e social media per stare connessi con il mondo reale”. (Italo Bocchino – Adesso c’è anche FLI 2.0)*
- ▶ Valorizzazione ed incremento delle **banche dati** di contatti del partito



- ▶ **Sondaggi territoriali** (eventualmente da presentare nel corso di un evento pubblico)

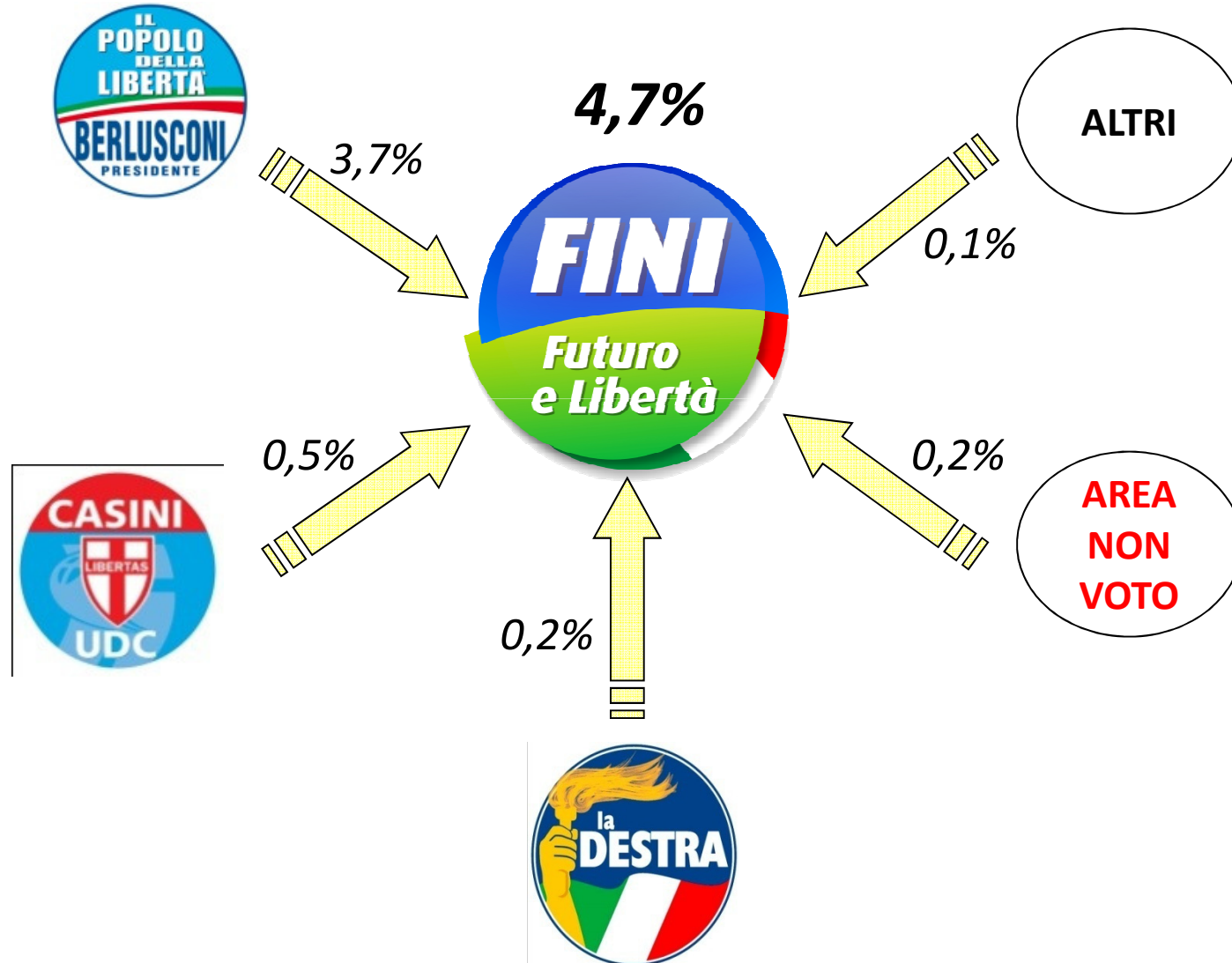
- ▶ Obiettivi dei sondaggi:
 - verificare territorialmente **issue ed orientamento** valoriale prevalente, al fine di incrociarli con le tipologie di elettorato: certi, vicini, potenziali
 - verificare quanto è percepita come **efficace l'azione** del movimento sulle issue dominanti
 - individuare le **componenti di voto ideologico e di voto basato sui candidati**
 - **ricostruzione dei flussi elettorali**, sia in ingresso che in uscita
 - **correlazione dei flussi elettorali** con le motivazioni per cui avvengono (interazione con l'Ufficio Stampa per verificare l'accadimento di eventi particolari)



Sondaggi

(2/2)

Stima dei flussi elettorali di FLI su elettorato certo (da Politiche 2008) – ESEMPIO FLUSSI IN ENTRATA





Panel via web su siti e blog di partito e sui social media



- ▶ Si valorizza la community on line che ruota attorno al partito (iscritti, frequentatori assidui di siti e blog di partito), tramite il lancio di sondaggi on line su apposita piattaforma tecnologica

- ▶ A titolo esemplificativo, i **sondaggi quantitativi on line** possono essere funzionali a:
 - valutare messaggi di comunicazione del partito fra iscritti ed aderenti
 - testare l'efficacia, a livello anche visuale, di campagne di comunicazione da lanciare (pre test) o già effettuate (advertest)
 - integrare il campione dei sondaggi regionali o nazionali, soprattutto su alcune fasce sociodemografiche

- ▶ I social media (facebook, twitter) possono essere utilizzati per **un'analisi quali quantitativa su specifici temi** di discussione, soprattutto in ambito valoriale, attraverso il percorso:
 - lancio del tema, o ricerca web sentiment
 - monitoraggio dell'andamento di commenti e valutazioni dei navigatori
 - evidenziazione dei punti salienti emersi



- *Aspetti introduttivi*
- *Sondaggi: contesto e definizioni*
- *Comunicazione web 2.0*
- ***Comunicazione politica e sondaggi su internet***



Rete e politici: alcuni numeri



Personaggio	Facebook		Twitter	
	Mi piace	Ne parlano	Followers	Following
Vendola	524.000	6.000	220.000	31.000
Di Pietro	269.000	10.000	127.000	180
Grillo	936.000	88.000	653.000	200
Casini	23.000	800	65.000	200
Bersani	78.000	4.800	131.000	53.000
Fini	8.000	48	19.000	100



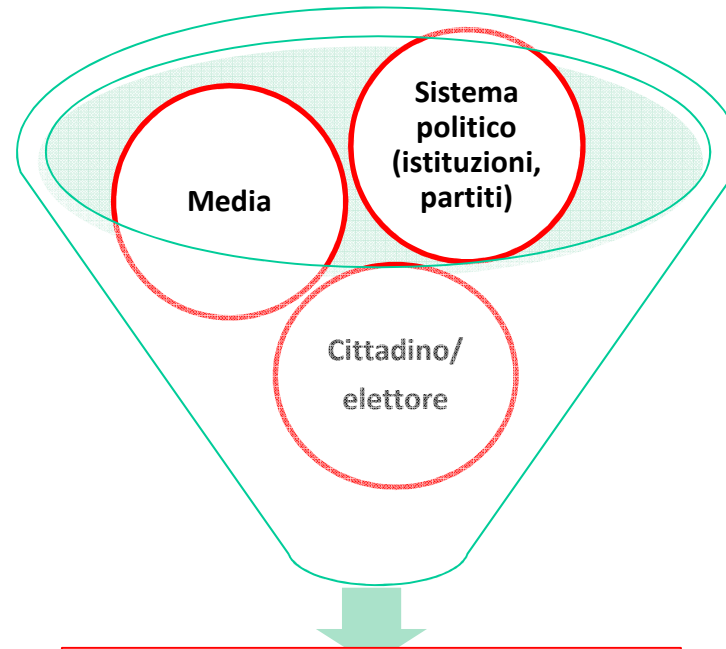
Comunicazione politica in rete: alcune considerazioni

- ▶ “Nonostante la portata e le profonde implicazioni della rivoluzione in atto, un impatto determinante dell’utilizzo della Rete sulle consultazioni elettorali non è ancora stato dimostrato, ed anzi **molti analisti sostengono che “Internet ancora oggi non sposta voti”**”
- ▶ “Viviamo una fase di transizione e di grande fermento che, pur portando in dote forti elementi di contraddizione, sembra ribadire ad ogni passo lo stesso concetto: la necessità di imparare rapidamente a presidiare la comunicazione in Rete”

Obama Presidenziali 2008	Obama Mid Term 2010
<ul style="list-style-type: none">• Internet contributo essenziale per mobilitazione organizzativa e raccolta di milioni di piccoli contributi• in mano a milioni di giovani la Rete divenne il canale principale di un messaggio senza centro e periferie, in grado di spingere al voto settori marginali dell’elettorato	<ul style="list-style-type: none">• La stessa potente funzione di orientamento politico è stata svolta in maniera unidirezionale dai canali televisivi tradizionali• I sondaggi hanno infatti indicato che l’81% degli elettori nordamericani ha utilizzato come fonte di informazione politica quasi esclusivamente i canali news della TV via cavo quali Fox, CNN e MSNBC



Attori comunicazione politica



COMUNICAZIONE POLITICA

Espansione della sfera politica a quasi tutti i settori della vita civile

Spazio crescente dovuto a:

- peso media per informazione opinione pubblica
- capacità di influenza sulle scelte politiche che esercita l'uso (ed abuso) dei **sondaggi** di opinione

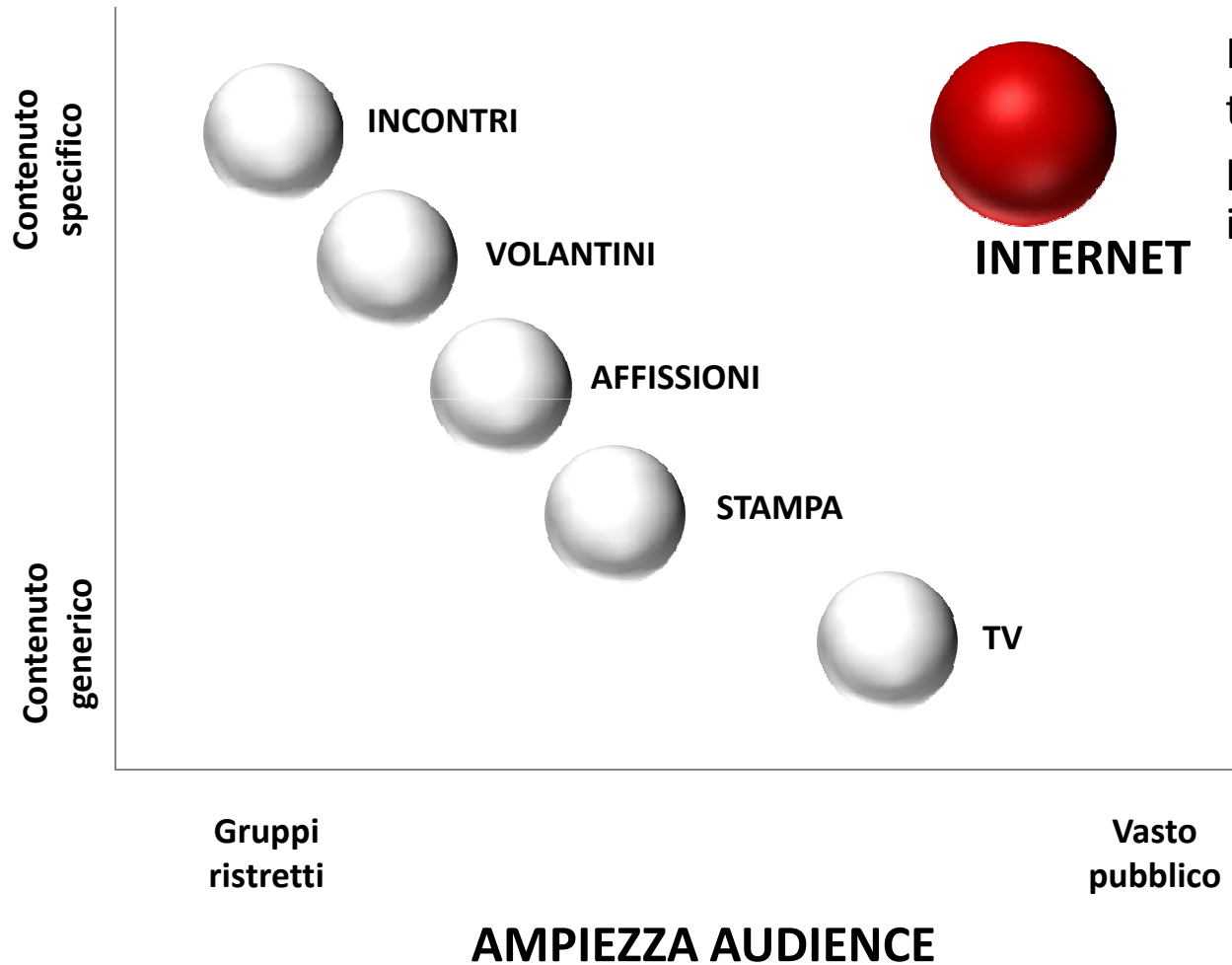


Influenza dei sondaggi sulla rete

(1/2)



PROFONDITA' INFORMAZIONI



Il sondaggio, come tutti i contenuti pubblicati in rete, influenza. Perché?

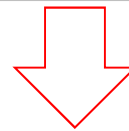


Il sondaggio in rete influenza: PERCHE'?

(2/2)



- ▶ **PERCHE' tutti gli interlocutori nutrono aspettative** sulla presenza e la comunicazione on line di partiti e movimenti politici
- ▶ **PERCHE' i cittadini MARGINALI**, ossia estranei alla politica e che si informano solo poco prima di andare al voto, sono una **fetta contendibile** attraverso la comunicazione in rete (anche dei sondaggi)
- ▶ PERCHE' non bisogna dimenticare come, nel nostro Paese, vi sia un'**alta percentuale di indecisi** i quali, a pochi giorni dal voto o il giorno stesso, decidono per chi votare.



- ▶ Il sondaggio politico, quando è pubblicato, diventa centrale nel processo di formazione dell'opinione pubblica
- ▶ Risulta evidente come un sondaggio che mostri a 15 giorni dal voto le tendenze dei partiti possa essere uno strumento di comunicazione molto rilevante



PRIMO SONDAGGIO

- ▶ DATA: 23 AGOSTO 2012
- ▶ FONTE: ufficiale. Pubblicazione sul sito Presidenza del Consiglio con relativa nota metodologica
- ▶ ESITO: Musumeci avanti (28%) – Altri papabili candidati: Crocetta 26%, Miccichè 22%
- ▶ **COMMENTI (IN RETE!!):** Adolfo Urso, leader di 'Fare Italia', tra i primi a lanciare la candidatura di Nello Musumeci alla presidenza della Regione Siciliana COMMENTA SU FACEBOOK: "I primi sondaggi confermano quello che sapevamo: Nello Musumeci ha il maggiore consenso malgrado le defezioni dell'ultima ora. E non ha ancora iniziato la campagna elettorale mentre gli altri candidati hanno già riempito di manifesti le strade siciliane. Ora dobbiamo presentare un programma di rinnovamento e di riscatto, un patto di sviluppo per la Sicilia ed aggregare le forze migliori dell'Isola al di là di ogni steccato. Nessuna polemica con gli avversari solo proposte e impegni concreti".



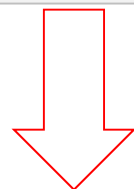
SECONDO SONDAGGIO

- ▶ DATA: 31 AGOSTO 2012
- ▶ FONTE: giornalistica
- ▶ ESITO: INCERTO!!!
- ▶ **PRIMO COMMENTO** (www.linkiesta.it): “circola un sondaggio che darebbe Claudio Fava in testa per le regionali di Sicilia del prossimo 28 ottobre. «Ma quale?», minimizzano dal quartier generale del Pd siciliano. «Non esiste alcun sondaggio»”.
- ▶ **SECONDO COMMENTO** (www.lettera43.it): “secondo un sondaggio sulle regionali siciliane commissionato dai due partiti (PD e UDC), infatti, il candidato preferito dagli elettori sarebbe Claudio Fava (Sinistra ecologia e libertà), seguito dal pidiellino Micciché (poi sostituito da Musumeci) e quindi da Rosario Crocetta.”



CHI HA RAGIONE?

- ▶ TUTTI E NESSUNO!!
- ▶ Forse la verità è in questa dichiarazione “nel frattempo sembra che ci sia un lavoro occulto per convincere Crocetta (**terzo in classifica nel sondaggio non pubblicato!! ndr**) a cedere il passo a qualcun altro.”



Come Berlusconi con Alemanno: “brutti sondaggi, è meglio che non ti ricandidi”.

NOTA: la rete è piena di ironie su Alemanno e la neve, il maltempo e il traffico



Abbiamo spento l'incendio?

Ai posteri l'ardua sentenza...

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Luca Cesare

E mail: l.cesare@digis.it