

**Giancarlo Bisso**  
**Responsabile Ricerche di Mercato - ENI**



## **Le domande del Sociale**

### **La formazione delle opinioni**

**Università Cattolica del  
Sacro Cuore di Milano**  
**23 Giugno 2010**

## 1) Perché eni è attenta al sociale ...

- **Sostenibilità**  
(monitoraggio aspettative stakeholder)
- **Corporate Reputation**

## 2) Il contesto

- Quadro generale di **incertezza e disorientamento ...** soprattutto per le **elites**
- Progressivamente **destrutturazione/frammentazione** dell'**opinione pubblica**
  - **singolo individuo**
  - nuovi **Media/Social Network**
- Maggiore richiesta di **trasparenza, dialogo**, maggiore attenzione alle **tematiche sociali** ed alla **sostenibilità**

### 3) Alcune evidenze specifiche ... (a livello locale)

#### OPERAZIONE XXX:

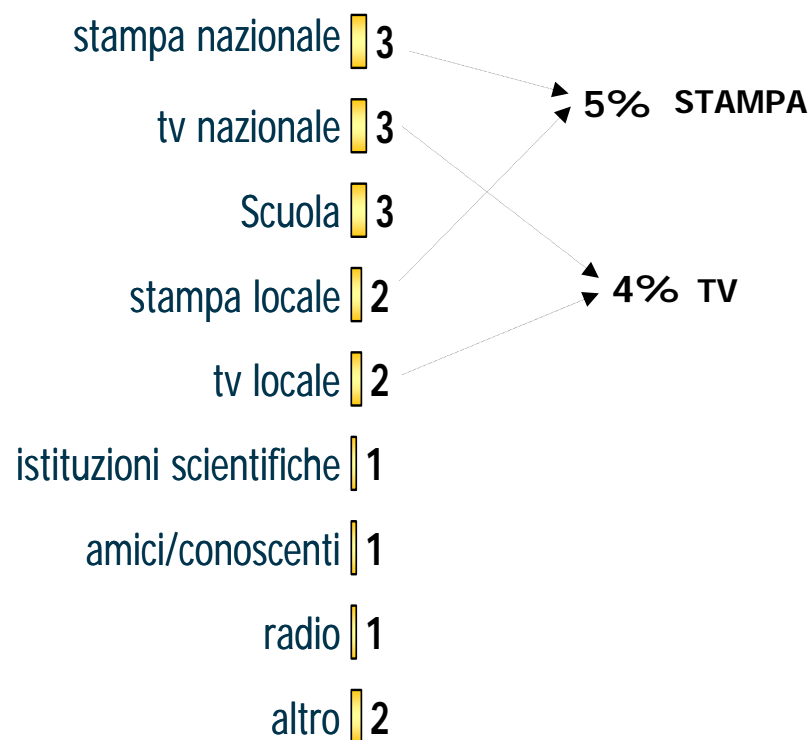
#### RAPPRESENTANZA INTERESSI ECONOMICI DELLA ZONA

*"Da chi sente meglio rappresentati gli interessi economici e professionali della sua zona legati a questo evento?"*

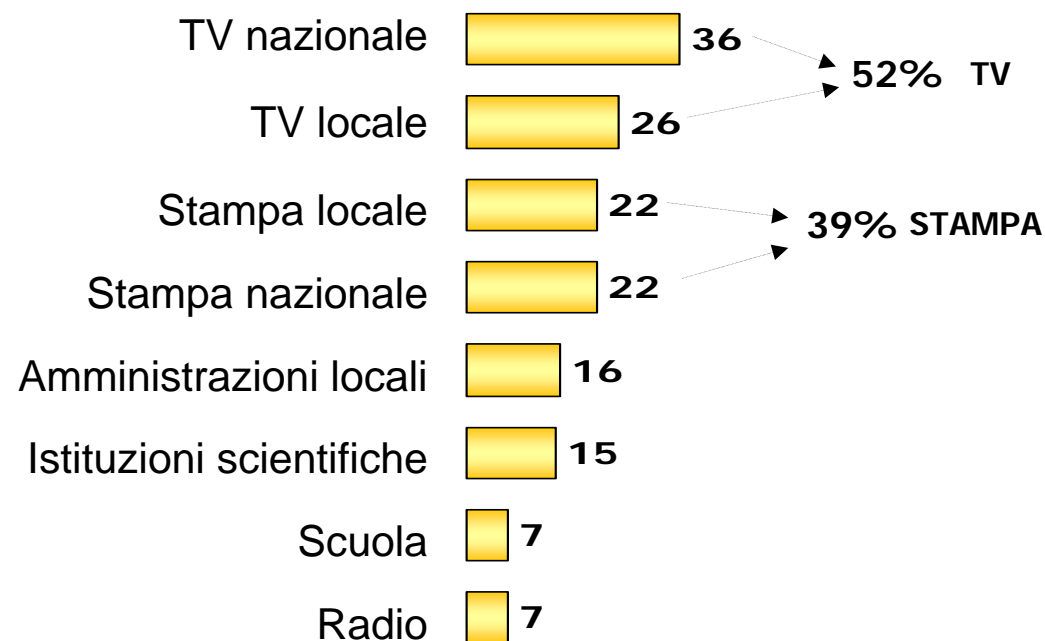


### 3) Alcune evidenze specifiche ... (a livello locale)

#### Da quali fonti ha avuto informazioni ...

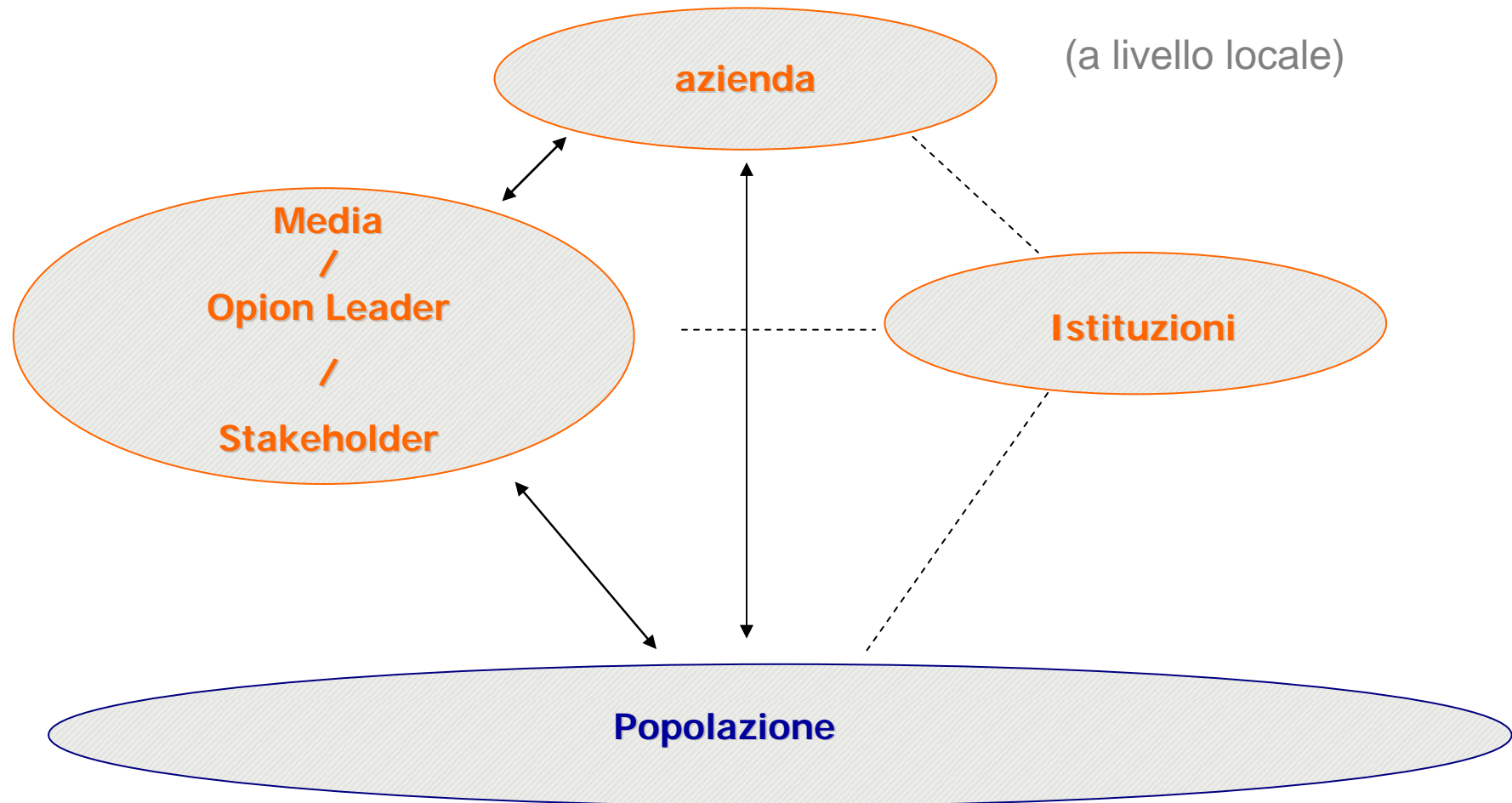


#### Preferirei avere informazioni da ...



**new media ?**

## 4) Le evoluzioni del modello logico



## 5) Il presidio della formazione dell'opinione ... (a livello locale)

### Chi sono e quale è il ruolo degli Opinion Leader nella formazione delle opinioni su un determinato argomento?

e a livello locale?

- mondo del turismo, dell'agricoltura
- mondo delle imprese e dell'industria
- professioni/ruoli tecnici legati al mondo dell'energia e dell'ambiente (geologi, ingegneri, architetti)
- mondo della comunicazione (giornalisti,...)
- mondo delle associazioni ambientaliste (ambientalisti,...)
- mondo della scuola (Presidi e Docenti,...)
- mondo della sanità (Primari ospedalieri, medici di base, farmacisti,...)
- mondo della Chiesa (Parroci)

## 5) Il presidio della formazione dell'opinione ... (a livello locale)

**Cosa fare per “AGIRE E NON SOLO REAGIRE”**  
(Prevedere, progettare e governare il cambiamento) ?

Come la **ricerca** può aiutare l'azienda nell' “**adattamento continuo**”?

- **informazioni e conoscenza?**
- **individuare relazioni/opinioni “rilevanti”?**



## 6) Le ricadute sulla domanda di ricerca

- Scenario/modello
- Integrazione risultati varie indagini  
/  
multidisciplinarietà
- Analisi integrate online/offline