

Intervista a Giacomo Galante

Amministratore G&G Associated



Da dove nasce la passione per la ricerca?

Prima di diplomarmi amavo già la statistica, anche se allora non era una materia conosciuta e diffusa. Mio padre lavorava all'Istat come impiegato amministrativo, e tanto bastò a incuriosirmi. Ricordo l'entusiasmo con cui iniziai a inserirmi nel mondo della ricerca: ho cominciato contando le macchine che transitavano sotto i cavalcavia dell'autostrada. Bisogna raccogliere il dato, giusto? A 21 anni, ero già un organizzatore di field. Avevo la curiosità di conoscere i fenomeni sociali e le tendenze del mercato, e anche oggi è la stessa cosa. Di questo mestiere mi piace la sensazione di conoscere tutto, anche se a volte superficialmente: una volta studi le acque minerali, un'altra volta un pistone, poi una merendina, e poi ti capita, affascinandoti, di indagare la diffusione di una malattia come l'Alzheimer. È il privilegio dei ricercatori: ogni giorno un po' sempre uguale e un po' sempre diverso. Anche per questo, per me il lavoro non è mai stato una fatica. Lo faccio ancora con la passione di sempre.

Quali studi consiglia a un giovane che vuole avventurarsi in questo settore?

Credo che occorra avere alle spalle studi di sociologia oppure di scienze statistiche o, ancora, psicologia, anche se ammetto di aver conosciuto ottimi ricercatori laureati in lettere o filosofia o matematica. Oltre, ovviamente, all'approfondimento della tecnologia e informatica, verso cui bisogna essere predisposti. Inoltre, bisogna avere l'umiltà di fare la cosiddetta gavetta, perché la ricerca è un'attività che nasce sul campo. Un ricercatore non può non avere mai fatto interviste, non aver raccolto le informazioni o non essersi avvicinato abbastanza al fenomeno. La gavetta è un'opportunità preziosa per un giovane, ed è sempre più rara negli ultimi anni per colpa della fretta e delle ridotte risorse a disposizione.

Che caratteristiche non possono mancare in un bravo ricercatore?

Se devo scrutare l'animo del bravo ricercatore, credo che ci siano almeno due le doti fondamentali: la curiosità e il rigore. La curiosità è indispensabile, come al cuoco che sperimenta ogni piatto. E il rigore, nell'analisi, nell'elaborazione e nella sintesi, è l'unico approccio che assicura la migliore combinazione degli ingredienti.

Da ricercatore a capo di un istituto: com'è stata la carriera di Giacomo Galante?

Il passo è cambiato anche grazie all'incontro con Cecilia Gobbi, verso la quale ho un grosso debito umano e professionale. Negli anni di lavoro insieme, ho sviluppato le mie capacità manageriali, organizzative e di account. Insieme, siamo stati tra i primi a creare un centro EDP introducendo personal computer con funzione di elaborazione dati. Poi abbiamo incominciato a intravedere lo sviluppo del CATI e ci abbiamo investito. Parlo di cose che negli anni Ottanta erano in un certo senso rivoluzionarie. Allora ero consigliere delegato di Selecta e della controllante ASM. Poi ho lavorato in GfK Eurisko, un'esperienza professionale molto interessante, di cui ho un ricordo molto positivo.

Com'è nata l'idea di mettersi in proprio?

L'avventura imprenditoriale è scaturita dall'incontro con Giulia Bellati, con cui lavoravo per Mesomark. Quando lei interruppe l'attività lavorativa, ho raccolto alcuni amici, collaboratori, ex dipendenti. G&G Associated è nata in una notte con un nome che oggi non gli avrei ridato e che, nonostante le apparenze, riprende l'iniziale del mio cognome e quello della mia prima socia,

Nicoletta Giacomi. Questa società era in un certo senso già dentro di me: avevo i clienti, le persone, la disponibilità economica. Non ci ho pensato tanto, sarebbe stato un delitto. C'era l'alchimia perché funzionasse. Le persone che venivano a lavorare con me provenivano da altre società ed erano ben assortiti. C'erano tutte le competenze. Sapevamo ciò che stavamo facendo. Oggi sono a capo di una realtà che mi corrisponde, nel carattere e negli obiettivi.

E' cambiato il mondo della ricerca rispetto a quando ha iniziato?

Negli anni '70 le interviste erano personali. Poi c'è stata l'innovazione del telefono e l'automatizzazione delle chiamate. Ma non c'era ancora la telefonia mobile. Per ultimo, è arrivato il web che oggi sta facendo i grandi numeri. Tuttavia non credo che la metodologia CATI sia superata, anche se il numero delle persone con telefono fisso è notevolmente diminuito e quindi la rappresentatività è bassa. Sono ancora convinto che la metodologia migliore nella stragrande maggioranza dei casi sia una metodologia mista. Le vere ricerche su grandi campioni si fanno con il CATI sui telefoni fissi, con il CATI sul *mobile*, e con l'*online* anche se ciò significa costi maggiori e una grande capacità di lettura dell'informazione. Ma se la popolazione è cambiata, se il nostro rapporto con la comunicazione è cambiato, alcuni strumenti non intercettano alcuni dati. È inevitabile e, direi, tipico di una società articolata.

Dunque, una società complessa richiede alla ricerca maggiore attendibilità?

Riflettiamo un momento a cosa accade quando vengono diffusi risultati di ricerca sbagliati. Pensiamo alle previsioni minate da grandi errori statistici. Che cosa succede? L'intero settore della ricerca viene colpito. I clienti non si rivolgono più né ai ricercatori scorretti né a quelli bravi. Il danno è generale, anche se fosse stato uno solo a cadere in fallo. Questo dimostra la specificità di questo lavoro: se non diamo buone ricerche con risultati validi è la fine della ricerca e, temo, anche delle chance di sviluppo di un Paese. Assirm in questo può avere un ruolo fondamentale: per alzare i livelli di controllo, di qualità, di appartenenza, bisogna fare lobby.

Sta dicendo che la buona ricerca può concorrere allo sviluppo del Sistema-Paese?

La ricerca di mercato e sociale è come la ricerca scientifica. Un Paese che fa ricerche di mercato è sempre all'avanguardia, tecnologicamente avanzato. L'Italia ne ha fatta tanta di ricerca in passato, interrogava le fabbriche, gli operai che uscivano dai grandi gruppi e che, a loro volta si facevano imprenditori. La ricerca italiana è sempre stata legata all'ingegno. Purtroppo, però, il rapporto tra università e mondo produttivo non ha consentito che ciò che veniva inventato nell'industria confluisse poi nelle fabbriche né che l'industria usufruisse delle idee dell'università. Non a caso gli Stati Uniti sono un paese leader, perché sviluppo tecnologico e ricerca sono al primo posto per gli americani. Rispetto a una nazione giovane che si sta industrializzando e che magari richiede indagini *omnibus*, i Paesi come il nostro esprimono una domanda di informazioni diversa. Ma si tratta pur di informazioni necessarie, perché nessuna di cui si è già in possesso basta a se stessa. Ecco perché credo che la ricerca abbia un valore strategico solo se ha una visione. E perché sia così, è indispensabile che essa sia il frutto di tante menti e sensibilità diverse, di un lavoro di team. Ci sono stati anche dei grandi ricercatori visionari, che intuivano una visione delle cose, ma alle spalle hanno sempre avuto grandi team a supporto. La passione per la ricerca di cui parlavo all'inizio, straborda e contagia le altre persone. Se si raggiunge questo grado di interazione, nascono i migliori lavori e la società ne beneficia.