

Generation PNRR

Conoscere i giovani per capire le sfide del Pnrr

Post Consumismo

Maggio 2022





CONTESTO

- Il PNRR è il grande progetto che la UE ha avviato per costruire il mondo in cui abiteranno gli europei di domani.
- Per capire le sfide del PNRR è utile partire da uno sguardo d'insieme sulla situazione delle generazioni più giovani e intercettarne bisogni e priorità.
- E' chiara l'importanza dei giovani e la loro rilevanza per il futuro del Paese ma, nel discorso pubblico, le narrazioni che li rappresentano sono spesso contraddittorie. Si osserva una discrepanza sistematica tra come i giovani si percepiscono e come sono percepiti dalle generazioni più mature, e quindi dai decisori.

OBIETTIVO DELLO STUDIO

Costruire un **quadro di conoscenze sugli atteggiamenti dei giovani rispetto al futuro**, utile a inquadrare le sfide del PNRR per il rilancio del Paese (transizione ecologica, digitalizzazione, lavoro ecc.).

IL DISEGNO DELLA SURVEY

Universo di riferimento

Popolazione italiana dai 18 ai 74 anni

Campione

1543 interviste a persone di età compresa tra i 18-74 anni

Un campione rappresentativo di 1.000 giovani dai 18 ai 35 anni è stato comparato con un campione di controllo di 500 adulti dai 36 ai 74 anni

Tecnica di raccolta dati

Intervista web (Computer Assisted Web Interview);

Questionario strutturato, della durata di circa 30 minuti

Ponderazione

Il campione finale è stato ponderato per le seguenti 3 variabili incrociate:

- Area geografica (NordOvest – NordEst – Centro – Sud)
- Sesso
- Età (18-26 anni, 27-34 anni, 35-54 anni, 55-74 anni)

Fieldwork

Dal 19 al 27 aprile 2022

TRE GRANDI AMBITI DI RICERCA

FUTURO

1. Fiducia nel futuro
2. Lavoro
3. Tecnologia
4. Formazione

IDENTITA'

1. Politica
2. Europa
3. Fuga dall'Italia
4. Risentimento

STILI DI VITA

1. Post-consumismo
2. Denatalità
3. Città e simpler life
4. Salute psicologica

I TEMI ESPLORATI

FIDUCIA NEL FUTURO

- È comune l'opinione che i giovani, cresciuti tra crisi economica, ambientale e pandemia, ritengano che "l'età dell'oro" e i bei tempi di prosperità siano ormai alle spalle. Per il futuro non ci aspetta nulla di buono perché sembra imminente una catastrofe ecologica. L'età dell'oro è davvero alle spalle? Quanta fiducia si ripone nel futuro? Quali sono le preoccupazioni dei giovani per il futuro? Quali sono gli elementi di speranza?

LAVORO

- In Italia attualmente molti indicatori segnalano uno scenario lavorativo poco favorevole ai giovani: alti tassi di disoccupazione, record di Neet, precarietà, retribuzioni modeste. Allo stesso tempo non è infrequente, nel discorso pubblico, che vengano messe in evidenza testimonianze di imprenditori che non trovano forza lavoro, concorsi cui non si presenta nessuno, etc. Cosa cercano i giovani dal lavoro? Come si spiega il mismatch tra domanda e offerta di lavoro? Che dimensioni e che cause ha il fenomeno della «Great Resignation» in Italia? Come vedono i giovani lo smartworking?

TECNOLOGIA

- I giovani sono generalmente presentati come paladini della tecnologia: nativi digitali, naturalmente on-life, etc. Alcune ricerche sociologiche, tuttavia, fanno emergere come i giovani abbiano una visione più realistica della tecnologia rispetto ai più maturi, ne percepiscono maggiormente sia i rischi che le opportunità. Che rapporto hanno i giovani con la tecnologia? La tecnologia porta più vantaggi o svantaggi? Quali svantaggi porta la tecnologia? Come vedono il futuro della tecnologia i giovani?

FORMAZIONE

- Nel discorso pubblico, a livello generale, si percepisce una forte insoddisfazione per il sistema scolastico: le cause di tale insoddisfazione sono affrontate con argomenti diversi e talora discordanti: la DAD, la qualità del corpo insegnante, alcuni pensano che il sistema formativo italiano non prepari adeguatamente al mercato del lavoro, altri ritengono che con l'introduzione dell'alternanza scuola lavoro si affermi una visione troppo «produttivistica» della scuola. Qual è il livello di soddisfazione verso la propria formazione? Quali sono i difetti della scuola italiana? Quale dovrebbe essere l'obiettivo della formazione?

I TEMI ESPLOSTATI

POLITICA

- Le giovani generazioni sono associate a iniziative politiche che sembrano indicare un ritorno all'impegno militante: Fridays for Future, manifestazioni sull'alternanza scuola lavoro, referendum, petizioni online, etc. Allo stesso tempo molte ricerche a livello europeo segnalano tra i giovani alti gradi di astensionismo, livelli di fiducia estremamente modesti verso i partiti e le istituzioni. *Come si conciliano attivismo e disinteresse? Come approcciano i giovani il tema della politica? Quali sono i temi politici che stanno maggiormente a cuore ai giovani? Che rapporto hanno i giovani con le istituzioni? Destra e sinistra esistono ancora per i giovani? Come concepiscono la democrazia? C'è un problema con la rappresentatività ?*

EUROPA

- Generalmente i giovani sono rappresentati come più europeisti rispetto alle altre generazioni. In che misura questo è vero? Quanta fiducia hanno i giovani nell'Europa? È possibile che si sentano più europei che italiani? ? Il legame con la loro città e con la loro nazione si è affievolito rispetto alle altre generazioni? Genitori italiani hanno allevato i figli europei? Cosa c'è in Europa che in Italia non c'è? Essere europei significa anche atlantisti o qualcosa è cambiato nel rapporto con l'America?

FUGA DALL'ITALIA

- Negli ultimi anni è sempre più comune sentire di giovani di ogni estrazione che si trasferiscono o pensano di trasferirsi all'estero. Quanto è esteso come fenomeno? Quanti giovani rischia di perdere il nostro Paese? Qual è il ruolo dei genitori nell'indirizzare questo fenomeno? E' il sintomo di una crisi più generale delle elites? È possibile che le restrizioni imposte dalla pandemia abbiano attenuato il fenomeno, ma che questo riprenderà vigore non appena si tornerà alla normalità?

RISENTIMENTO

- Le istanze dei giovani, in questi anni di pandemia, sono state scarsamente ascoltate dalle istituzioni. Quanto sono diffusi sentimenti di rabbia e risentimento? A quali conseguenze possono portare? Ci sono dei destinatari specifici di questi sentimenti? C'è un risentimento specifico verso le generazioni più mature? È possibile che la solidarietà generazionale venga meno?

I TEMI ESPLORATI

POST CONSUMISMO

- In reazione alle preoccupazioni ambientali sembrano diffondersi diverse pratiche ecologiche, tra cui una generale diminuzione dei consumi. Fino a qualche anno fa tale prospettiva era vista in modo negativo, come “pauperismo” che deprime i consumi. Oggi diverse pratiche, come la compravendita di articoli usati o il diffondersi di pratiche zero waste e minimaliste, sembrano conferire una diversa connotazione valoriale al concetto di «consumo» e, in ultima istanza, di «capitalismo». Cosa pensano i giovani? In che misura adottano pratiche non consumistiche? Sta cambiando l’approccio al consumo? Si prefigura un superamento della società dei consumi? In quale direzione? La prospettiva della «decrescita» appare percorribile? O si tratta solo di atteggiamenti «di facciata»?

DENATALITÀ

- Il costante declino del tasso di natalità è un’evidenza ben più che preoccupante. Generalmente se ne dà un’interpretazione economica (precarietà, incertezza lavorativa, etc.). È possibile che ci siano altre cause più profonde di ordine culturale? La sfiducia verso il futuro è la base di questo fenomeno? Come affrontano i giovani il tema della natalità e della genitorialità? Come vedono i giovani la famiglia del futuro? Quali sono le aspettative dei giovani in termini di genitorialità? Quali sono gli ostacoli ad un incremento della natalità? Esistono incentivi efficaci per facilitare le prospettive di genitorialità?

SIMPLER LIFE

- L’urbanizzazione è un fenomeno che, negli anni recenti, è cresciuto significativamente. Come reazione ad un modello non più sostenibile iniziano a diffondersi tendenze che prospettano un “ritorno al contado”, ad una vita più semplice, più sobria e a contatto più stretto con la natura. Quanti giovani accarezzano la prospettiva di una *simpler life*? Come se la immaginano? A quali condizioni? Dove si vedono a vivere nel futuro? In campagna, in montagna? Come si immaginano l’evoluzione delle città nel futuro?

SALUTE PSICOLOGICA

- Già prima della pandemia molti studi certificavano un aumento delle problematiche psicologiche tra i giovani. I vari lockdown non hanno certo migliorato la situazione. Nell’opinione comune si percepisce una generale depressione dei giovani. Quali sono le dimensioni del fenomeno? Come si percepiscono i giovani? Quali sono le difficoltà che incontrano? E’ cambiato il concetto di salute mentale e benessere psicologico? E la sua rilevanza nella vita delle persone? Che pratiche adottano i giovani per star bene a livello psicologico? Come ha influito la pandemia sul benessere psicologico dei giovani?



POST CONSUMISMO



INTERROGATIVI SU «POST-CONSUMISMO»

- **Come sta cambiando l'approccio ai consumi?**
 - In reazione alle preoccupazioni ambientali sembrano diffondersi diverse pratiche ecologiche, tra cui una generale diminuzione dei consumi. Fino a qualche anno fa tale prospettiva era vista in modo negativo, come “pauperismo” che deprime i consumi. Oggi diverse pratiche, come la compravendita di articoli usati o il diffondersi di pratiche zero waste e minimaliste, sembrano conferire una diversa connotazione valoriale al concetto di «consumo» e, in ultima istanza, di «capitalismo». Cosa pensano i giovani? Sta cambiando l'approccio che i giovani hanno verso i consumi? In che direzione?
- **Si diffondono pratiche post consumistiche?**
 - In che misura adottano pratiche non consumistiche? Si prefigura un superamento della società dei consumi? In quale direzione? La prospettiva della «decrescita» appare percorribile? O si tratta solo di atteggiamenti «di facciata»? Chi è più favorevole a cambiare modello? Chi lo è meno?
- **Quanto è forte l'attenzione all'ambiente nelle scelte di consumo?**
 - Le tematiche green quanto influenzano le scelte di consumo? Sta crescendo l'attenzione all'ambiente? Quali comportamenti si adottano per proteggere l'ambiente? Quali rinunce si è disposti a fare per tutelare l'ambiente?



POST CONSUMISMO: IN SINTESI

1. Come sta cambiando l'approccio ai consumi?

- Lo stile di consumo dei giovani cambia in due direzioni: più web (acquisti online, recensioni sul web) e più sobrietà (pensarci bene prima di comprare qualcosa, rinviare gli acquisti se non necessari)

2. Si diffondono pratiche post consumistiche?

- In misura limitata. I giovani si dicono favorevoli a consumare meno e adottano molte pratiche che dimostrano attenzione all'ambiente (differenziata, riscaldamenti bassi, etc.) ma la maggior parte dei giovani non crede di essere meno consumista rispetto a qualche anno fa

3. Quanto è forte l'attenzione all'ambiente nelle scelte di consumo?

- L'attenzione c'è, ma non si è molto disposti a fare delle rinunce per proteggere l'ambiente. Non risulta accettabile, ad esempio, limitare l'uso di internet, dell'auto, dell'aereo, o diminuire il consumo di carne

Come cambiano i consumi?

Quale approccio verso il consumo? Quali cambiamenti recenti?

50%

30%

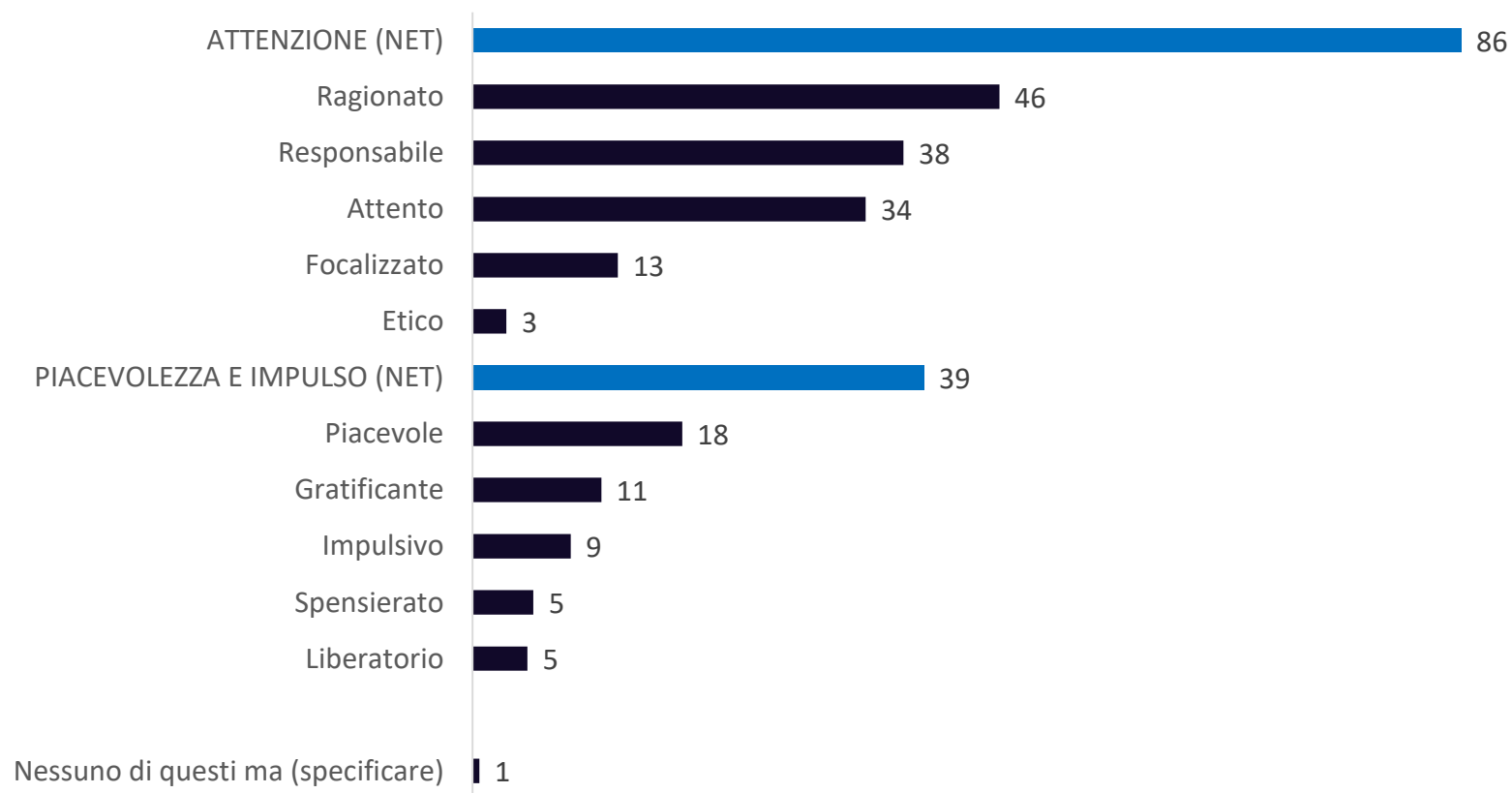
20%

I GIOVANI APPROCCIANO GLI ACQUISTI CON MOLTA ATTENZIONE, CONSUMARE E' UN ATTO CHE RICHIEDE RIFLESSIONE E RESPONSABILITA'

Base: giovani 18-34 anni (n=697)

L'APPROCCIO AI CONSUMI

Parliamo adesso di acquisti. Come definiresti il tuo modo di fare acquisti... (risposte multiple)



NELLA SCELTA DI UNA MARCA L'APPROCCIO E' RAZIONALE, CON UN ATTENZIONE CENTRATA SULLA CONVENIENZA E LA SICUREZZA/SALUTE

Base: totale campione (n=1076)

LA SCELTA DI UN BRAND

QUANDO SCEGLI UN MARCA COSA CONTA DI PIÙ? Metti le risposte in ordine di importanza per te? (% prima posizione)

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697 %	379 %	
<i>La convenienza</i>	40	43	-4
<i>La fiducia sulla sicurezza e la salute</i>	24	22	+2
<i>L'esperienza di consumo</i>	19	17	+3
<i>La tutela dell'ambiente</i>	9	9	-1
<i>I valori: onesta, trasparenza, ecc.</i>	9	9	-1
<i>Totale</i>	100	100	

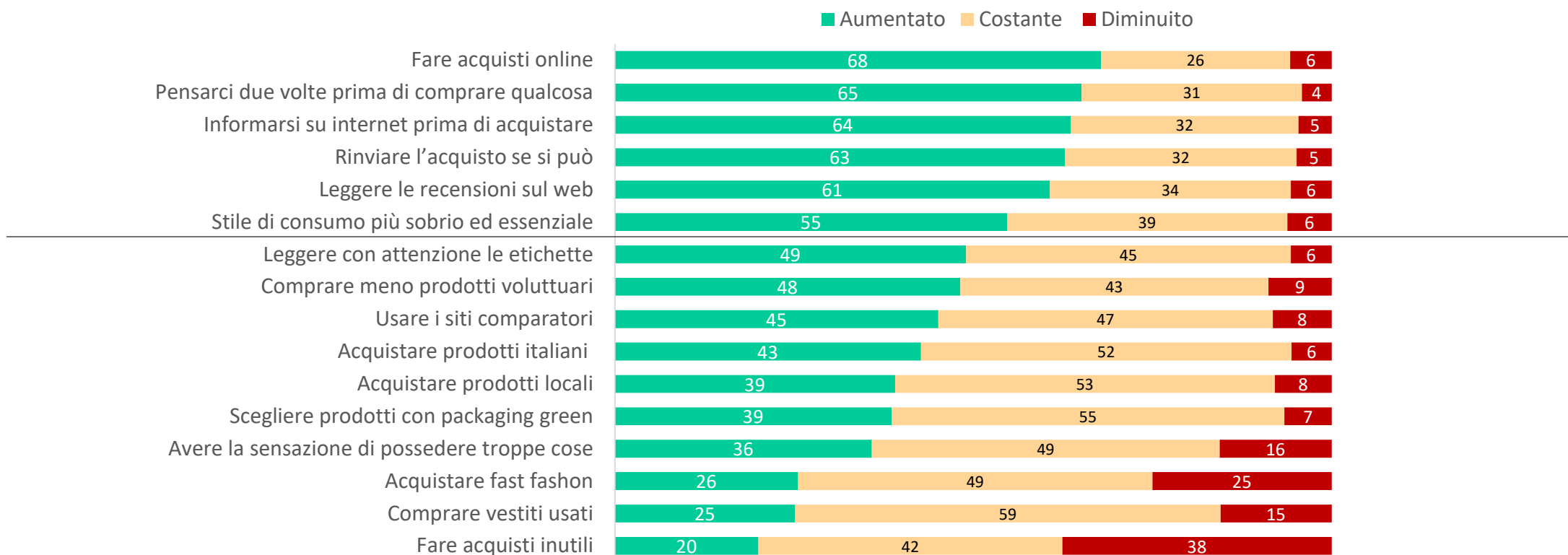
Le istanze green e valoriali hanno un peso più contenuto

LO STILE DI CONSUMO DEI GIOVANI EVOLVE VERSO L'ONLINE, LA SOBRIETA', LA CONSAPEVOLEZZA, IL RISPARMIO, IL LOCAL, IL RIUSO

Base: giovani 18-34 anni (n=697)

CAMBIAMENTI NEGLI STILI DI CONSUMO

Parliamo di COME SONO CAMBIATI I TUOI ACQUISTI negli ultimi anni. Di seguito sono indicati alcuni comportamenti e atteggiamenti di consumo. Per ciascuno dovresti dirmi se negli ultimi anni lo hai aumentato, diminuito e in che misura.



IL TREND DI CONSUMO SI DIFFERENZIA PER UN MAGGIOR AUMENTO DELLE RECENSIONI E DEL RIUSO E UNA MINORE AUMENTO DEI PRODOTTI ITALIANI E LOCALI

Base: totale campione (n=1076)

CAMBIAMENTI NEGLI STILI DI CONSUMO

Parliamo di *COME SONO CAMBIATI I TUOI ACQUISTI* negli ultimi anni. Di seguito sono indicati alcuni comportamenti e atteggiamenti di consumo. Per ciascuno dovresti dirmi se negli ultimi anni lo hai aumentato, diminuito e in che misura. (% aumentato)

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697	379	
	%	%	
<i>Fare acquisti online</i>	68	64	+4
<i>Pensarci due volte prima di comprare qualcosa</i>	65	65	+0
<i>Informarsi sul web prima di acquistare</i>	64	60	+4
<i>Se si può fare a meno di qualcosa, rinviare l'acquisto</i>	63	63	-0
<i>Leggere le recensioni dei prodotti su internet</i>	61	50	+10
<i>Stile di consumo più sobrio ed essenziale</i>	55	62	-7
<i>Leggere con attenzione le etichette dei prodotti</i>	49	57	-8
<i>Comprare meno prodotti voluttuari</i>	48	51	-2
<i>Usare i siti comparatori</i>	45	46	-1
<i>Usare i siti comparatori per comprare meglio</i>	44	50	-6
<i>Acquistare prodotti italiani</i>	43	63	-20
<i>Acquistare prodotti locali</i>	39	57	-17
<i>Scegliere prodotti con packaging sostenibile</i>	39	43	-5
<i>Avere la sensazione di possedere troppe cose</i>	36	39	-3
<i>Fast Fashion</i>	26	27	-1
<i>Comprare vestiti di seconda mano</i>	25	18	+8
<i>Fare acquisti inutili</i>	20	15	+5

Stiamo diventando post consumisti?

In che misura adottano pratiche non consumistiche? Si prefigura un superamento della società dei consumi?

Love Always, Nana

NESSUNO SI AUTODEFINISCE VOLENTIERI «CONSUMISTA» MA I GIOVANI CREDONO DI ESSERLO UN PO' DI PIU' DEI MATURI

Base: totale campione (n=1076)

AUTO DEFINIRSI «CONSUMISTI»

Ti definiresti una persona «CONSUMISTA»? Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa «per niente», 10 «del tutto»

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta Giovani-Maturi
	697 %	379 %	
TOTALE NO (voti 1-5)	54	67	-13
Per niente (voti 1-3)	21	36	-15
Poco (voti 4-5)	33	31	+1
NE' SI NE' NO(voto 6)	19	16	+3
Abbastanza (voti 7-8)	24	16	+8
Molto (voti 9-10)	3	1	+2
TOTALE SI (voti 7-10)	27	17	+10
Voto medio	5,2	4,4	+0,8
Totale	100	100	

LA MAGGIOR PARTE DEI GIOVANI RICONOSCE DI NON ESSERE MENO CONSUMISTA RISPETTO A QUALCHE ANNO FA

Base: totale campione (n=1076)

DIVENTARE MENO CONSUMISTI

Rispetto a qualche anno sei più o meno consumista?

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697 %	379 %	
Più consumista	18	7	+11
In egual misura	34	34	+1
Meno consumista	47	59	-11
Totale	100	100	

I GIOVANI – NON DIVERSAMENTE DAGLI ADULTI – RITENGONO PRIORITARIO CIO' CHE NON RICHIEDE CAMBIAMENTI RADICALI DELLE PROPRIE ABITUDINI

Base: totale campione (n=1076)

COMPORAMENTI IMPORTANTI PER PROTEGGERE L'AMBIENTE

Secondo te quali dei seguenti comportamenti sono davvero importanti per proteggere l'ambiente in cui viviamo?

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697 %	379 %	
Cercare di non sprecare (riciclare, riusare, etc.)	77	80	-3
Fare la raccolta differenziata	73	76	-3
Ridurre i consumi	72	68	+4
Consumare solo prodotti etici e naturali	24	26	-2
Rinunciare all'auto	24	23	+1
Partecipare alle manifestazioni in difesa dell'ambiente	7	8	-1
Nessuno di questi ma (specificare)	1	2	-0

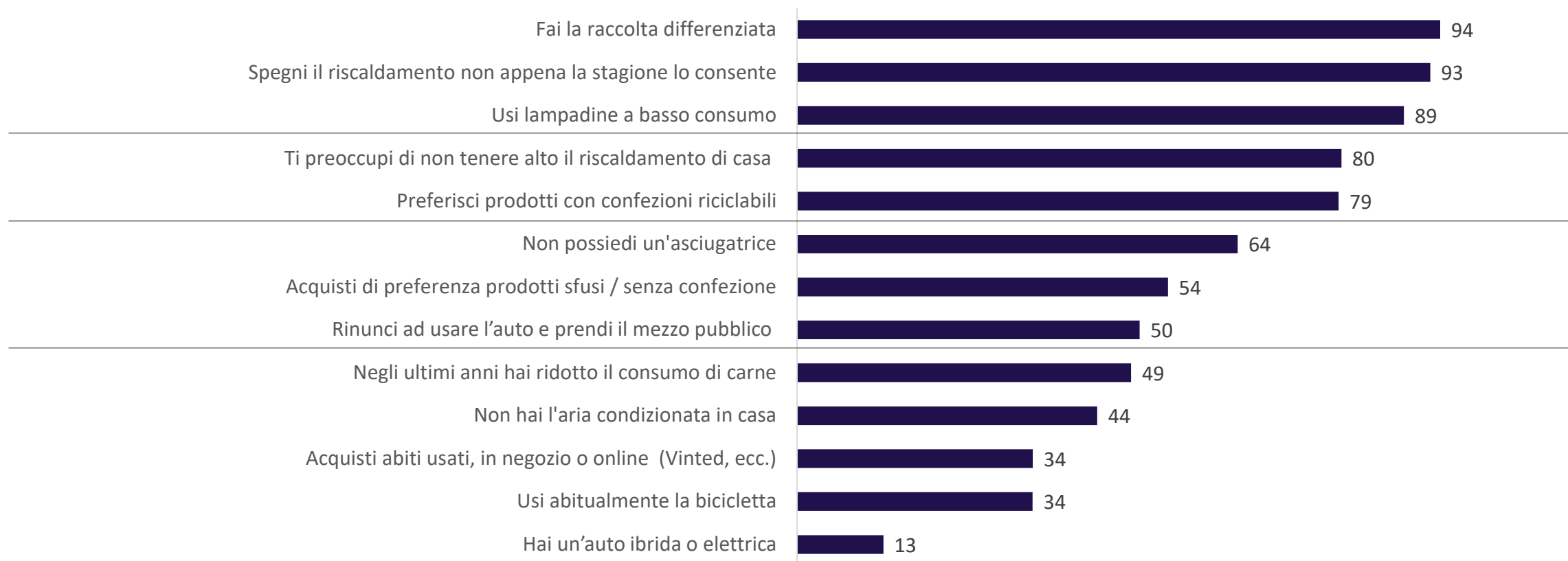
Alternative più «demanding» come rinunciare all'auto o a prodotti non naturali non sono giudicate importanti

I COMPORTAMENTI GREEN PIU' ADOTTATI: RACCOLTA DIFFERENZIATA, SPEGNERE IL RISCALDAMENTO FUORI STAGIONE, LAMPADINE A RISPARMIO ENERGETICO

Base: giovani 18-34 anni (n=697)

COMPORTAMENTI GREEN ADOTTATI

Quali dei seguenti comportamenti di consumo adotti abitualmente? (% risposte positive)



I meno adottati: prendere la bicicletta, ridurre il consumo di carne, prendere il mezzo pubblico

LE DIFFERENZE RISPETTO AGLI ADULTI: MENO ATTENZIONE A RIDURRE IL CONSUMO DI CARNE, PIU' ACQUISTO DI ABITI USATI

Base: totale campione (n=1076)

COMPORAMENTI GREEN ADOTTATI

Quali dei seguenti comportamenti di consumo adotti abitualmente? (% risposte positive)

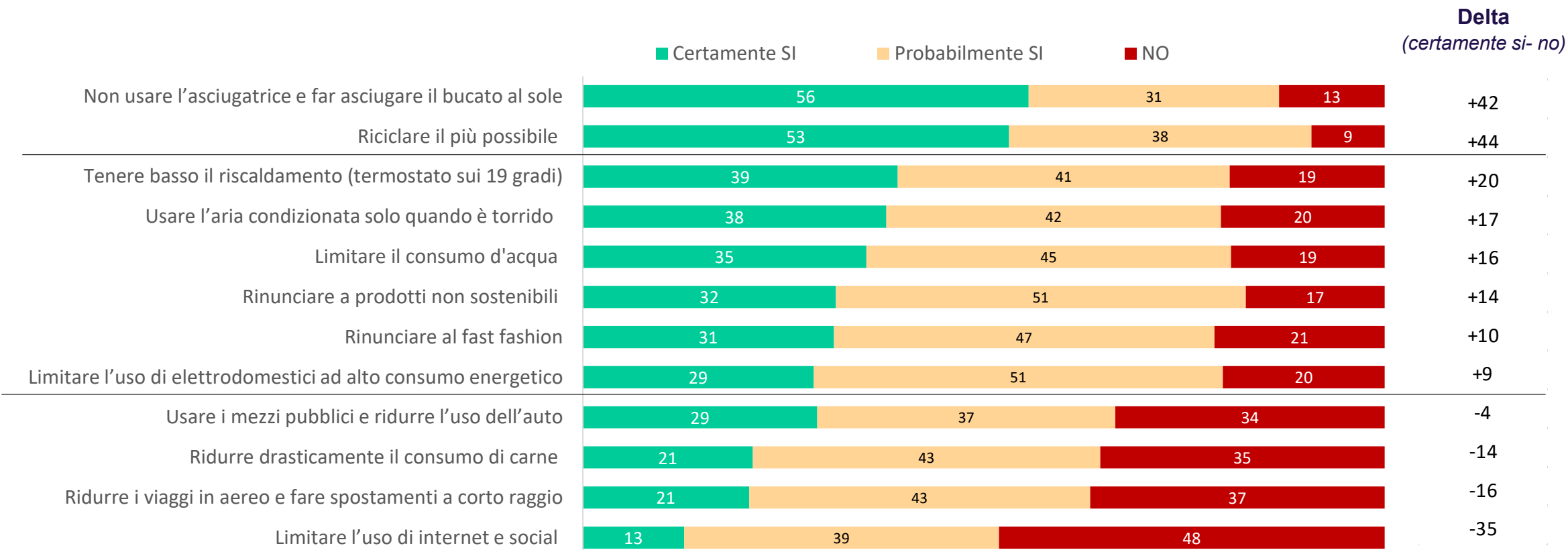
	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697 %	379 %	
<i>Fai la raccolta differenziata</i>	94	96	-2
<i>Spegni il riscaldamento non appena la stagione lo consente</i>	93	96	-3
<i>Usi lampadine a basso consumo</i>	89	95	-6
<i>Ti preoccupi di non tenere alto il riscaldamento di casa</i>	80	84	-5
<i>Preferisci prodotti con confezioni riciclabili</i>	79	85	-6
<i>Non possiedi un'asciugatrice</i>	64	72	-7
<i>Acquisti di preferenza prodotti sfusi / senza confezione</i>	54	52	+3
<i>Rinunci ad usare l'auto e prendi il mezzo pubblico</i>	50	47	+3
<i>Negli ultimi anni hai ridotto il consumo di carne</i>	49	67	-18
<i>Non hai l'aria condizionata in casa</i>	44	42	+2
<i>Acquisti abiti usati, in negozio o online (Vinted, ecc.)</i>	34	21	+13
<i>Usi abitualmente la bicicletta</i>	34	38	-3
<i>Hai un'auto ibrida o elettrica</i>	13	13	-0

I GIOVANI SONO IN MAGGIORANZA CERTI DI POTER RINUNCIARE ALL'ASCIUGATRICE MA NON ALTRETTANTO A RIDURRE I CONSUMI DI INTERNET, DI CARNE E L'USO DELL'AUTO

Base: giovani 18-34 anni (n=697)

LE RINUNCE CHE SI E' DISPOSTI A FARE

QUALI RINUNCE saresti disposto a fare per dare il tuo contributo all'ambiente?



SIA I RAGAZZI CHE GLI ADULTI RITENGONO CHE LA MAGGIORANZA DELLE PERSONE NON RIUSCIBBE A RINUNCIARE A CERTI CONSUMI

Base: totale campione (n=1076)

RIUSCIRE A FARE RINUNCE

Secondo te le persone riuscirebbero a fare queste rinunce?

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697 %	379 %	
<i>Si, la maggioranza</i>	9	8	+1
<i>Si, una parte</i>	82	85	+1
<i>No, quasi nessuno</i>	9	7	+2
<i>Totale</i>	100	100	

Si può consumare meno?
Che opinioni? Chi è più favorevole a cambiare?

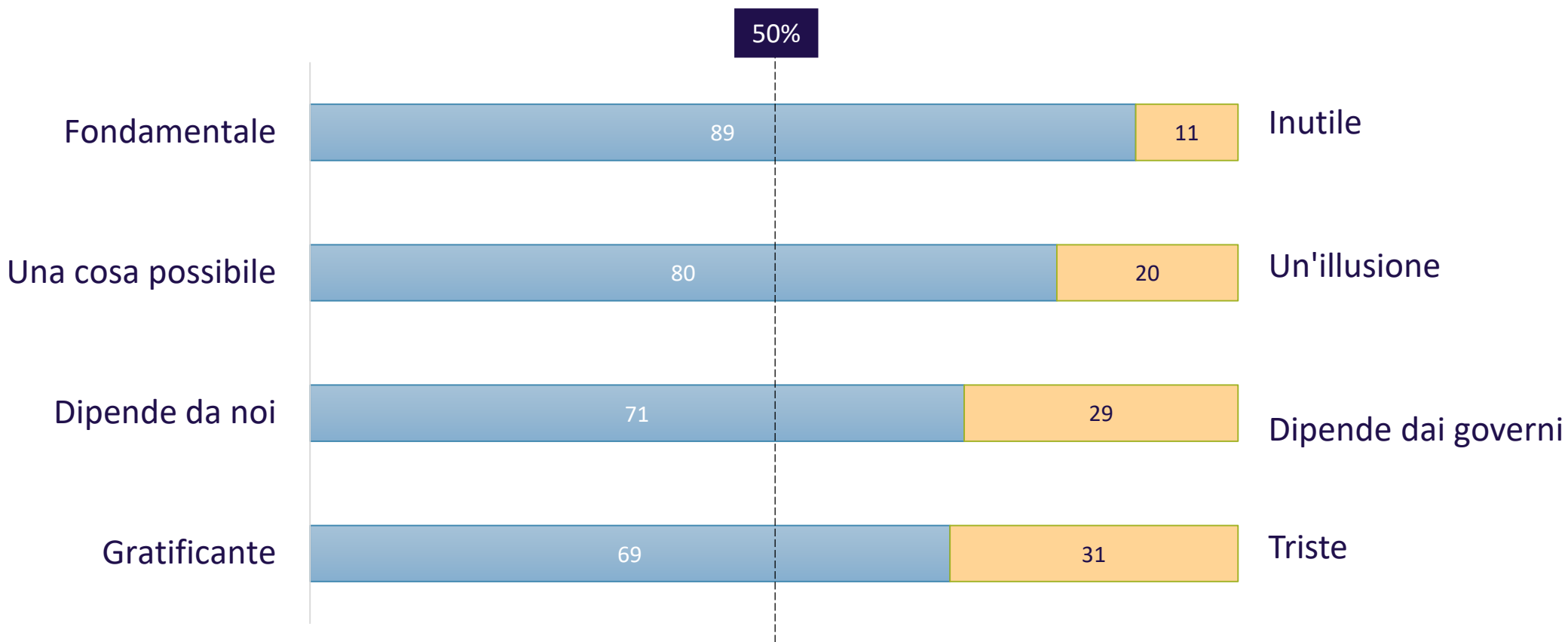


EPPURE LA CONSAPEVOLEZZA DELL'IMPORTANZA DI CONSUMARE MENO E' ORMAI ACQUISITA, LO SI RITIENE POSSIBILE E DIPENDE DA NOI

Base: giovani 18-34 anni (n=709)

CONSUMARE MENO

Vorrei sapere qual è la tua opinione sul CAMBIARE MODELLO DI CONSUMO E CONSUMARE MENO per diventare sostenibili e fermare il degrado ambientale e climatico. Di seguito sono indicate alcune parole in opposizione: inutile e fondamentale, ecc. Vorremmo sapere quale delle due parole associ a CONSUMARE MENO e con quale intensità.



I GIOVANI PENSANO DI ESSERE IL SEGMENTO PIU' FAVOREVOLE A RIDURRE I CONSUMI

Base: totale campione (n=1076)

CHI E' PIU' FAVOREVOLE A CONSUMARE MENO

Quali tipi persone sono più favorevoli a cambiare modello di consumo e consumare meno?

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697	379	
	%	%	
<i>I giovani</i>	65	41	+23
<i>I poveri</i>	26	31	-5
<i>Gli adulti</i>	22	32	-11
<i>Le donne</i>	22	27	-6
<i>I pratici</i>	20	34	-13
<i>Gli abitanti del centronord</i>	17	16	+1
<i>Gli anziani</i>	13	29	-16
<i>I ricchi</i>	12	4	+8
<i>I romantici</i>	11	7	+3
<i>Gli uomini</i>	10	9	+1
<i>Gli abitanti del centro sud</i>	7	11	-3
<i>Nessuno in particolare</i>	5	9	-4
<i>Altro (specificare)</i>	2	2	+0

Anche i maturi riconoscono ai giovani questo primato

IL PROBLEMA SONO GLI ANZIANI E I RICCHI

Base: totale campione (n=1076)

CHI E' MENO FAVOREVOLE A CONSUMARE MENO

Quali tipi persone sono meno favorevoli a cambiare modello di consumo e consumare meno?

	Giovani (18-34 anni)	Maturi (35-74 anni)	Delta (giovani-maturi)
	697	379	
	%	%	
<i>Gli anziani</i>	48	25	+22
<i>I ricchi</i>	47	57	-10
<i>Gli adulti</i>	16	6	+11
<i>Gli abitanti del centro sud</i>	12	9	+3
<i>I giovani</i>	11	27	-15
<i>I poveri</i>	10	4	+6
<i>Nessuno in particolare</i>	10	13	-3
<i>Gli uomini</i>	6	7	-0
<i>Gli abitanti del centronord</i>	6	8	-3
<i>I pratici</i>	3	2	+2
<i>Le donne</i>	3	3	+0
<i>I romantici</i>	2	3	-1
<i>Altro (specificare)</i>	1	1	+0

Grazie

