



# OSSERVATORIO GENERATION SHIP

Indagine socio-culturale sulle nuove generazioni italiane

Risultati della survey

Unipol Media Relations, Corporate Reputation and Digital PR  
Kkienn Connecting People and Companies

29 settembre 2023



# CONTENUTI

- Obiettivi e metodo della ricerca
- Premessa alla lettura
- **Risultati**

## *Sfera pubblica*

- Le nuove generazioni nell'età dell'incertezza (\*)
- Le tecnologie digitali e i social (\*)
- Il lavoro
- La scuola
- Politica e democrazia
- Europa
- Ambiente e post-consumismo
- Il rapporto con le altre generazioni
- La fiducia nel futuro

## *Sfera privata*

- Le priorità nella vita (\*)
- Famiglia e figli (\*)
- Le relazioni sentimentali (\*)
- Il corpo (\*)
- Il benessere psicologico
- La religione (\*)



# OBIETTIVI E METODO



## BACKGROUND - DA DOVE PARTIAMO

La ricerca prende le mosse dallo studio su *I giovani e il PNRR*, realizzata da Kkienn nella primavera del 2022 e che ha dato luogo ad un'ampia attività di comunicazione al pubblico, attraverso la pubblicazione di un "point of view" su Changes, un evento streaming organizzato presso il Cubo Unipol e le numerose uscite sui canali social proprietari del Gruppo Unipol.

IL MAGAZINE DEL GRUPPO UNIPOL

NUMERO 9 - 2022

The logo for 'Changes' features a stylized blue and grey arrow pointing right, followed by the word 'Changes' in a blue, sans-serif font.**Generation Pnrr**

## GLI OBIETTIVI DELL'EDIZIONE 2023

Lo scorso anno il focus è stato **sull'agenda pubblica** relativa ai giovani, quest'anno la ricerca si sviluppa secondo tre direzioni:

1. Allargare l'interesse alla **sfera privata**
2. Monitorare i **trend** rispetto allo scorso anno
3. **Affinare** la conoscenza delle **differenze interne al mondo in giovanile**, distinguendo fra i Millennials (nati fra 1980 e 1996), e la Generazione Z (nati dal 1996 al 2010 circa), i cosiddetti "nativi digitali"



## I NUOVI TEMI

La versione 2023 ha incluso alcuni nuovi temi, che sembrano un terreno fertile per l'osservazione della metamorfosi in atto nella dimensione personale, privata e intima della vita:

- ✓ Il ruolo delle giovani generazioni nell'età dell'incertezza
- ✓ Le priorità nella vita
- ✓ Famiglia e figli
- ✓ Le relazioni sentimentali
- ✓ Il corpo
- ✓ Le tecnologie digitali e i social
- ✓ La religione



## IL DISEGNO DELLA RICERCA – FASE QUALITATIVA

Per la fase esplorativa sono state realizzate quattro discussioni di gruppo della durata di due ore, ciascuna con 12 persone, di cui:

- *due dedicate alla coorte 16-26 anni (Gen Z)*
- *due alla coorte 27-35 anni (Millennials junior)*

Ciascuna coppia di discussioni di gruppo è stata articolata in:

- *un gruppo di 10-12 giovani residenti nelle realtà metropolitane (città con oltre 100 mila abitanti e comuni delle aree di gravitazione) oppure residenti in realtà anche non metropolitane ma caratterizzati da uno stile di vita improntato ad un'elevata connettività*
- *un gruppo di 10-12 giovani residenti in realtà non metropolitane (città medio-piccole o piccole e comuni rurali) e con uno stile di vita non particolarmente evoluto dal punto di vista digitale.*



## IL DISEGNO DELLA RICERCA – FASE QUANTITATIVA

La fase estensiva è stata realizzata attraverso una survey online, con un questionario strutturato di 30 minuti circa, condotta:

- ✓ tra il 14 e il 23 Luglio 2023
- ✓ su un campione rappresentativo di 1.502 persone dai 16 ai 74 anni, estratto con criteri di rappresentatività da uno o più access panel interne, così stratificato:
  - 481 giovani dai 16 ai 27 anni (Gex Z),
  - 511 giovani dai 28 ai 35 anni (Millennials)
  - 510 adulti fra i 36 e i 744 anni (261 Gen X e 249 Baby Boomers)







# PREMESSA ALLA LETTURA



## PREMESSA ALLA LETTURA

- I risultati dell'indagine sono organizzati per *topic* (Lavoro, Scuola, Famiglia e figli, ecc.), a loro volta ripartiti in due gruppi: *sfera pubblica e sfera privata*.
- La ricerca del 2022 è stata dedicata prioritariamente ad approfondire la *sfera pubblica*, quella del 2023 quella *privata*.
- Nel 2023 si sono rilevati anche alcuni atteggiamenti relativi ai topics della *sfera pubblica*, già oggetto della rilevazione dell'anno precedente, con l'obiettivo di capire i trend in atto.
- I risultati illustrati nelle pagine seguenti seguono due logiche diverse:
  - Per le topic della *Sfera Pubblica* vengono ripresi i risultati chiave del 2022 e quindi esposto il trend 2022-2023
  - Per le topic della *Sfera Privata* vengono illustrate in dettaglio le risposte a tutte le domande, ma solo per il dato puntuale del 2023
- I dati presentati sono in prevalenza riferiti ai giovani dai 16 ai 35 anni, messi a confronto con le generazioni più mature. Il «totale giovani» è stato quindi scomposto nei due segmenti della Gen Z e dei Millennials, per cogliere le differenze interne al mondo giovanile. La Gen Z a volte è stata a sua volta ulteriormente suddivisa nelle due coorti dai 16 ai 22 anni e dai 23 ai 27 anni, in ragione del fatto che il primo gruppo esprime in molti casi atteggiamenti diversi da tutti gli altri gruppi.



# ***LA SFERA PUBBLICA***



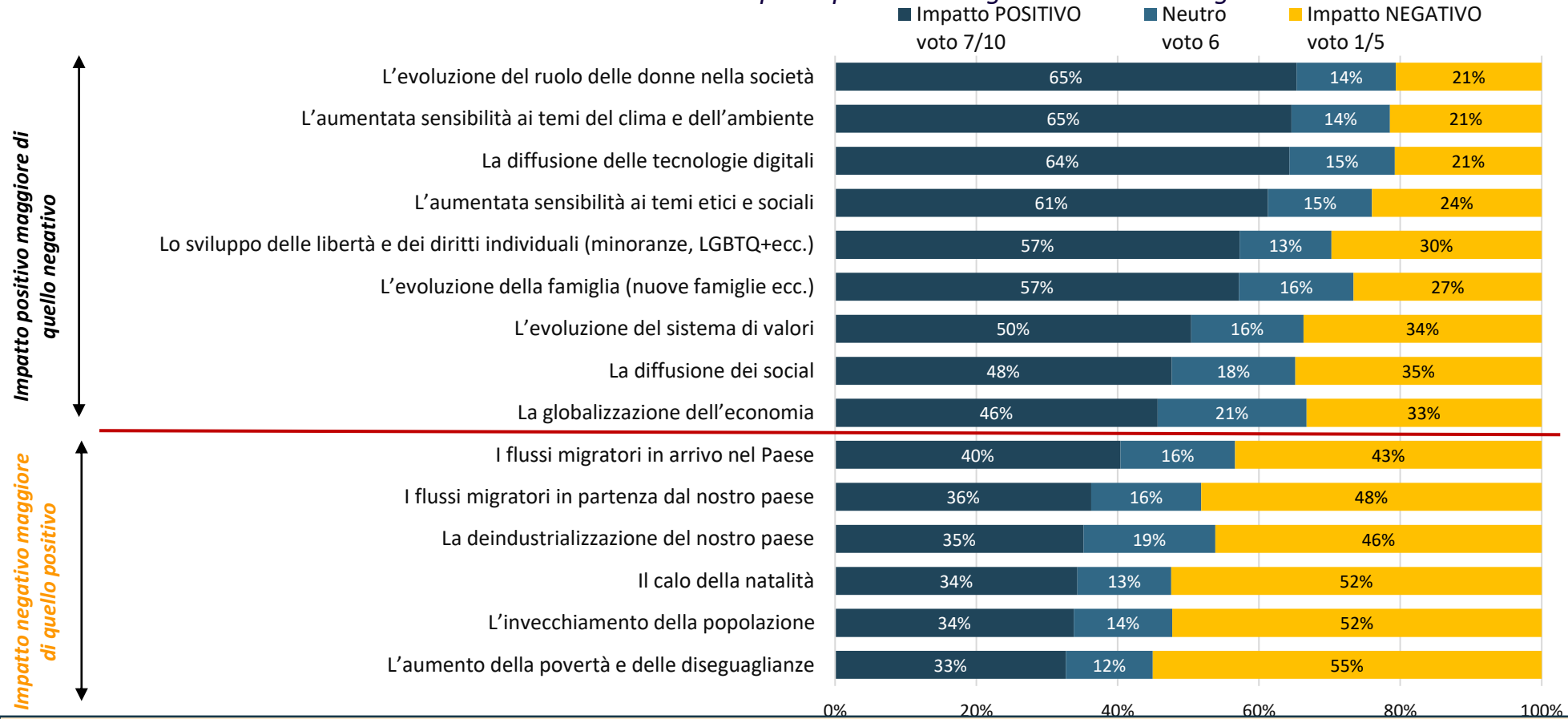
# LE NUOVE GENERAZIONI NELL'ETÀ DELL'INCERTEZZA

# \*GLI ULTIMI DECENNI SONO VISSUTI DAI GIOVANI ITALIANI COME UN'EPOCA DI DECLINO DEL NOSTRO PAESE

Base: totale giovani 16-35 anni

## L'IMPATTO DEI CAMBIAMENTI SULLA VITA DEGLI ITALIANI

*Gli ultimi 15-20 anni sono stati un periodo di cambiamenti per il nostro paese. Di seguito sono indicati alcuni fenomeni. Puoi dirmi secondo te se hanno avuto un impatto positivo o negativo sulla vita degli italiani e in che misura?*



**Il declino riguarda tutti gli aspetti fondamentali della vita del Paese: economici (deindustrializzazione), demografici (invecchiamento, denatalità, emigrazione), sociali (povertà, diseguaglianze). I progressi riguardano la cultura: il ruolo della donna, la sostenibilità, i valori, la diffusione del digitale e, in misura più contrastata, i social e la globalizzazione.**

# \*LA VITA DEGLI ITALIANI È CAMBIATA IN PEGGIO

Base: totale campione

## COME È CAMBIATA LA VITA DEGLI ITALIANI NEGLI ULTIMI 15-20 ANNI

*Nel complesso la vita degli italiani negli ultimi 15-20 anni è cambiata in meglio, in peggio oppure non è cambiata?*

	Gen Z			Millennials 28-35	GIOVANI 16/35 anni	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale				
	110 %	240 %	350 %	365 %	715 %	171 %	184 %
Cambiata in meglio	26	21	23	17	20	19	20
Cambiata in peggio	60	64	63	68	65	70	73
Non è cambiata	14	15	14	15	15	11	7
	100	100	100	100	100	100	100

*Tutte le generazioni confermano la diagnosi ed è tanto più condivisa quanto più si è avanti con gli anni*

# I PIU' GIOVANI ACCOLGONO POSITIVAMENTE ALCUNE TRASFORMAZIONI AVVERSALE DALLE GENERAZIONI PIU' MATURE

Base: totale campione

## L'IMPATTO DEI CAMBIAMENTI SULLA VITA DEGLI ITALIANI - Analisi per generazioni

Di seguito sono indicati alcuni cambiamenti in atto negli ultimi 15-20 anni.

Secondo te se hanno avuto un impatto positivo o negativo sulla vita degli italiani? in che misura?

	Gen Z		Millennials	Gen X	Baby Boomers	
	16/22 anni	23/27 anni				
% voto 7/10 (impatto positivo)	110	240	365	171	184	
	%	%	%	%	%	
L'evoluzione del ruolo delle donne nella società	75	65	61	63	74	Impatto positivo maggiore di quello negativo
L'aumentata sensibilità ai temi del clima e dell'ambiente	65	65	64	57	65	
La diffusione delle tecnologie digitali	64	67	62	62	63	
L'aumentata sensibilità ai temi etici e sociali	68	61	59	62	56	
Lo sviluppo delle libertà e dei diritti individuali (minoranze, LGBTQ+ecc.)	64	56	56	49	56	
L'evoluzione della famiglia (nuove famiglie ecc.)	62	58	54	44	51	Cambiamenti divisivi
L'evoluzione del sistema di valori	55	53	46	43	33	
La diffusione dei social	47	48	47	41	38	
La globalizzazione dell'economia	50	46	43	42	38	
I flussi migratori in arrivo nel Paese	47	38	40	35	33	
I flussi migratori in partenza dal nostro paese	37	33	39	36	24	
La deindustrializzazione del nostro paese	42	33	35	29	29	
Il calo della natalità	40	33	33	32	34	
L'invecchiamento della popolazione	35	30	37	40	34	
L'aumento della povertà e delle disuguaglianze	34	31	34	35	29	

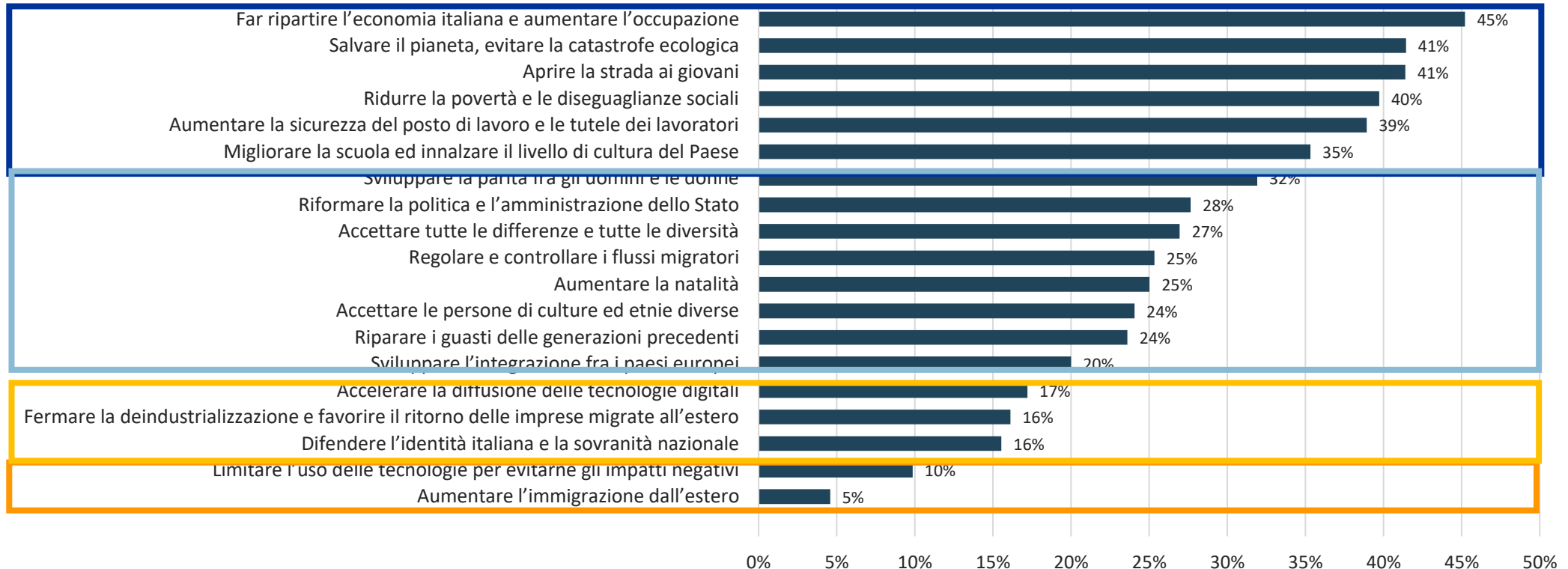
Per i più giovani (dai 16 ai 22 anni) i nuovi valori, la globalizzazione, i flussi migratori, la de-industrializzazione, persino il calo della natalità, non sono fenomeni negativi: esistono e bisogna farci i conti

# \*SECONDO I RAGAZZI LA PRIORITA' DEL NOSTRO PAESE E' CONSEGUENTE ALLA DIAGNOSI: FAR RIPARTIRE IL PAESE CON UN MODELLO DI SVILUPPO VIRTUOSO

Base: totale giovani 16-35 anni

## LE PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE PER I PROSSIMI DECENNI SECONDO I GIOVANI

Quali sono le **PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE** nei prossimi decenni?



*Il rilancio del Paese non deve ripetere gli errori del passato e deve basarsi su un'economia competitiva, più occupazione, la tutela dell'ambiente, il rinnovamento generazionale, la riduzione della povertà e delle diseguaglianze, un sistema educativo riformato.  
Un Paese moderno, che garantisce i diritti e con un welfare efficiente*





# \*LO SPECIFICO DELLE NUOVE GENERAZIONI E' L'IDEA DI UNA RIFONDAZIONE: RICAMBIO GENERAZIONALE, RIFORMA DELO STATO, RIPARAZIONE DEI GUASTI DEL PASSATO

## LE PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE PER I PROSSIMI DECENNI – analisi per generazione

Quali sono le priorità del nostro paese nei prossimi decenni? (Ranking)

Base: totale campione

	Gen Z 16-22 110	Gen Z 23-27 240	Gen Z Totale 350 %	Millennial s 28-35 365 %	Gen X 171 %	Baby Boomers 184 %	TOTALE 1070 %
Far ripartire l'economia italiana e aumentare l'occupazione	1°	2°	1°	1°	2°	2°	1°
Ridurre la povertà e le disuguaglianze sociali	5°	6°	6°	2°	1°	1°	2°
Salvare il pianeta, evitare la catastrofe ecologica	2°	3°	3°	3°	5°	3°	3°
Migliorare la scuola ed innalzare il livello di cultura del Paese	7°	4°	5°	7°	3°	4°	4°
Aumentare la sicurezza del posto di lavoro e le tutele dei lavoratori	4°	5°	4°	4°	4°	5°	5°
Aprire la strada ai giovani	3°	1°	2°	5°	6°	6°	6°
Sviluppare la parità fra gli uomini e le donne	6°	7°	7°	8°	10°	7°	7°
Aumentare la natalità	14°	12°	13°	9°	7°	8°	8°
Regolare e controllare i flussi migratori	11°	11°	11°	10°	8°	9°	9°
Riformare la politica e l'amministrazione dello Stato	13°	9°	12°	6°	9°	10°	10°
Accettare tutte le differenze e tutte le diversità	9°	8°	8°	11°	11°	12°	11°
Fermare deindustrializzazione e favorire ritorno delle imprese migrate all'estero	17°	17°	17°	13°	12°	11°	12°
Accettare le persone di culture ed etnie diverse	8°	10°	9°	14°	16°	14°	13°
Difendere l'identità italiana e la sovranità nazionale	18°	16°	16°	17°	14°	13°	14°
Sviluppare l'integrazione fra i paesi europei	12°	15°	14°	15°	15°	15°	15°
Riparare i guasti delle generazioni precedenti	10°	13°	10°	12°	17°	16°	16°
Accelerare la diffusione delle tecnologie digitali	16°	14°	15°	16°	13°	17°	17°
Limitare l'uso delle tecnologie per evitarne gli impatti negativi	15°	18°	18°	18°	18°	18°	18°
Aumentare l'immigrazione dall'estero	19°	19°	19°	19°	19°	19°	19°
numero medio di risposte	5,3	5,3	5,3	4,9	5,5	7,2	6,0

Almeno 3 posizioni di differenza dall'ordinamento totale

Più importanti

Meno importanti

# GEN Z: LE RIVENDICAZIONI GENERAZIONALI SONO COMUNI A TUTTI I RAGAZZI, L'APERTURA A CULTURE DIFFERENTI È UNA PREROGATIVA FEMMINILE

## LE PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE PER I PROSSIMI DECENNI – analisi per generazione

Quali sono le priorità del nostro paese nei prossimi decenni? (Ranking)

Base: totale campione

	M Gen Z 16-27 160 %	F Gen Z 16-27 190 %	M Millennials 28-35 179 %	F Millennials 28-35 186 %	TOTALE 1070 %
Far ripartire l'economia italiana e aumentare l'occupazione	1°	2°	1°	1°	1°
Ridurre la povertà e le diseguglianze sociali	6°	5°	2°	2°	2°
Salvare il pianeta, evitare la catastrofe ecologica	2°	3°	3°	3°	3°
Migliorare la scuola ed innalzare il livello di cultura del Paese	5°	7°	8°	4°	4°
Aumentare la sicurezza del posto di lavoro e le tutele dei lavoratori	4°	4°	4°	5°	5°
Aprire la strada ai giovani	3°	1°	5°	6°	6°
Sviluppare la parità fra gli uomini e le donne	8°	6°	6°	7°	7°
Aumentare la natalità	12°	14°	10°	8°	8°
Regolare e controllare i flussi migratori	7°	13°	9°	9°	9°
Riformare la politica e l'amministrazione dello Stato	9°	11°	7°	10°	10°
Accettare tutte le differenze e tutte le diversità	13°	8°	11°	11°	11°
Fermare deindustrializzazione e favorire ritorno delle imprese migrate all'estero	17°	17°	12°	12°	12°
Accettare le persone di culture ed etnie diverse	11°	9°	13°	13°	13°
Difendere l'identità italiana e la sovranità nazionale	16°	15°	18°	14°	14°
Sviluppare l'integrazione fra i paesi europei	15°	12°	15°	15°	15°
Riparare i guasti delle generazioni precedenti	10°	10°	14°	16°	16°
Accelerare la diffusione delle tecnologie digitali	14°	16°	17°	17°	17°
Limitare l'uso delle tecnologie per evitarne gli impatti negativi	18°	18°	16°	18°	18°
Aumentare l'immigrazione dall'estero	19°	19°	19°	19°	19°

Almeno 3 posizioni di differenza dall'ordinamento totale

Più importanti

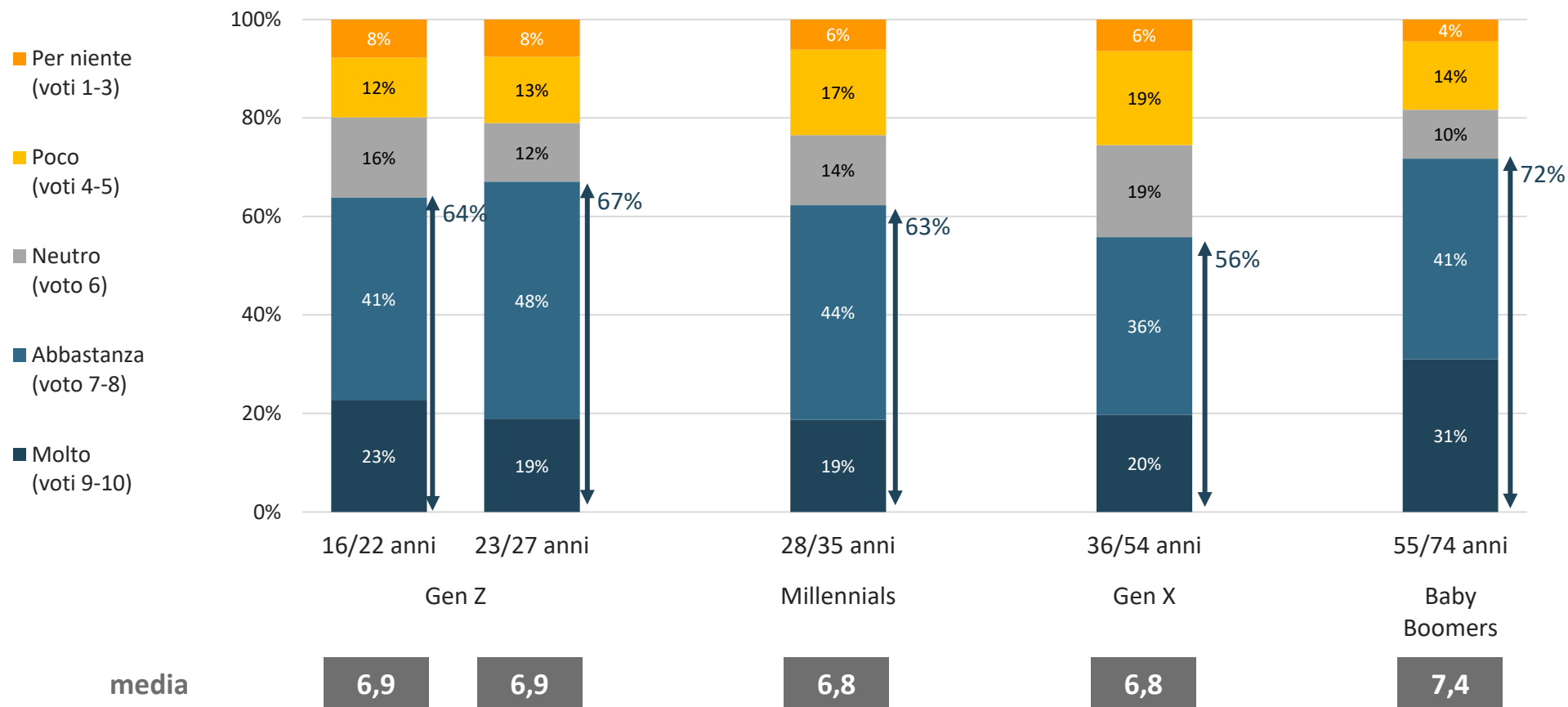
Meno importanti

# \*GEN Z E MILLENNIALS HANNO FIDUCIA DI POTER INCIDERE SUL FUTURO DELL'ITALIA. GLI ADULTI LI SOSTENGONO

## L'IMPATTO DELLE NUOVE GENERAZIONI SUL FUTURO DELL'ITALIA

*Le generazioni che sono entrate da poco nella vita adulta (cioè le persone nate fra gli anni 80 e l'inizio degli anni 2000), quanto pensi che potranno incidere sul futuro dell'Italia?*

Base: totale campione



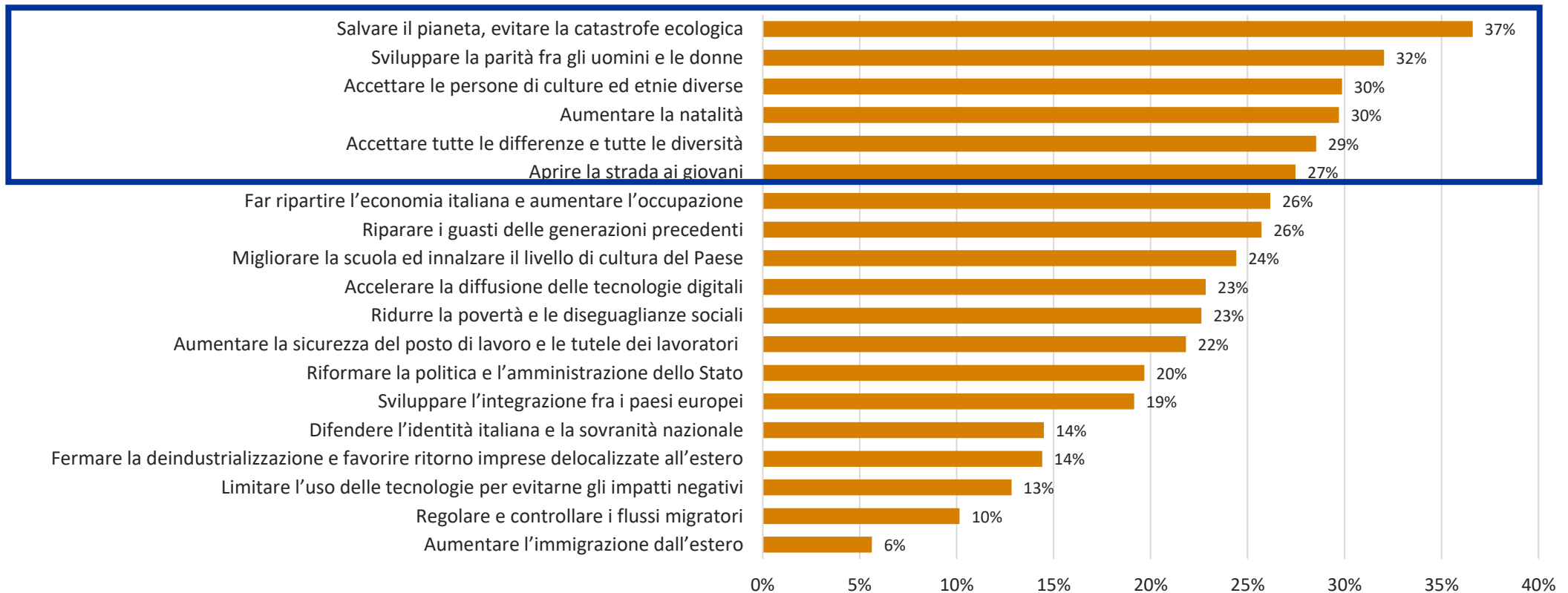
*Gen X e, soprattutto, Baby Boomers sostengono l'ambizione dei giovani di cambiare le cose*

# I GIOVANI SONO CONVINTI DI POTER CONTRIBUIRE ANZITUTTO SU AMBIENTE, PARITA' FRA UOMO E DONNA, DIRITTI, INTEGRAZIONE, NATALITA'

Base: giovani dai 16 ai 35 anni (n=715)

## GLI AMBITI IN CUI I GIOVANI RITENGONO DI POTER DARE UN CONTRIBUTO SIGNIFICATIVO

*E in quali ambiti la tua generazione - cioè le persone che hanno pressappoco la tua età - può dare un contributo significativo?*

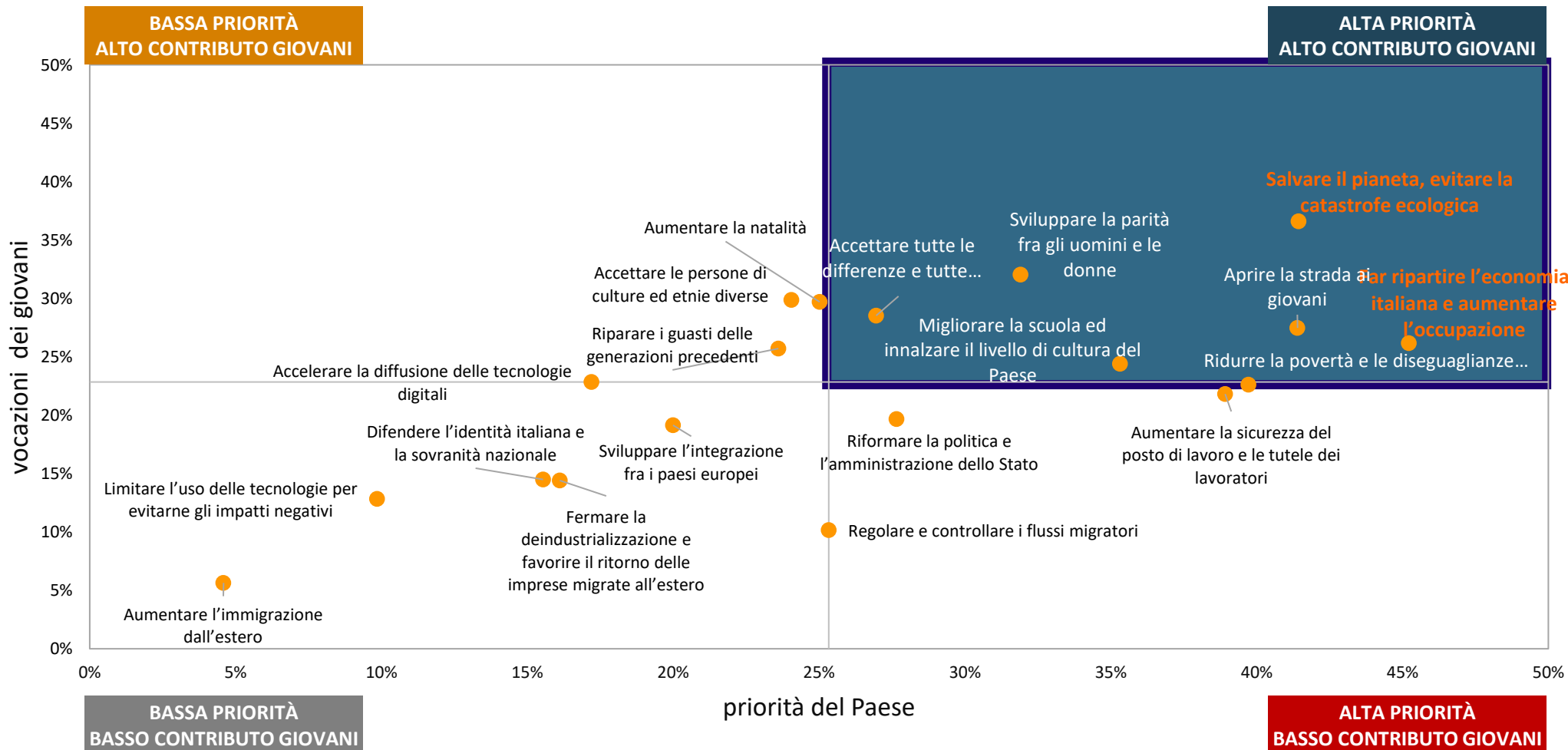


# LA RIPARTENZA DEL PAESE E LA SALVEZZA DEL PIANETA E SONO LE DUE «BANDIERE» DELLE NUOVE GENERAZIONI

Base: giovani dai 16 ai 35 anni (n=715)

## LE PRIORITÀ DEL PAESE E LE AREE IN CUI I GIOVANI POSSONO CONTRIBUIRE

Quali sono le **PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE** nei prossimi decenni? E in quali ambiti la tua generazione può dare un contributo significativo?



## LA VITA DI OGGI CON GLI OCCHI DEI GIOVANI: DELUSIONE E INCERTEZZA

- Da oltre due decenni il declino è la realtà strutturale del nostro Paese e ha condotto gradualmente l'Italia ad una **crisi di sistema sempre più estesa** (prima economica, demografica e politica, poi anche sociale e climatica), che la politica non è stata in grado di affrontare e di cui non si vede la fine.
- Il declino è anche alla base della **condizione** che i giovani vivono quotidianamente, segnata da una **profonda incertezza**:
  - Incertezza **del presente**, in termini di lavoro, precarietà economica e, conseguentemente, esistenziale (famiglia, figli, progetti di vita, ecc.)
  - Incertezza **del futuro**, come timore di non riuscire a perseguire i propri desideri e raggiungere i propri obiettivi
- Ad aggravare la situazione, i giovani vivono la frustrazione di essere cresciuti **convinti di ripercorrere un percorso simile a quello dei propri genitori**: solo al momento dell'ingresso nel mondo del lavoro hanno compreso le difficoltà di una realtà radicalmente diversa da quella prefigurata.

## L'ETA' DELL'INCERTEZZA E' ANCHE UNA FASE DI GRANDI TRASFORMAZIONI: UN'OPPORTUNITA' PER I GIOVANI

- L'età dell'incertezza, però, **non è solo questo**, è anche una fase di **grandi trasformazioni**: la **rivoluzione digitale**, i **social**, la **globalizzazione**, il sorgere di **una nuova cultura fra i cittadini**. Siamo entrati in un'epoca di dinamismo senza precedenti, che ha il **potenziale di cambiare nuovamente la vita**.
- Le Nuove Generazioni, ed in particolare la Generazione Z, **sono aperte a questa prospettiva** e si percepiscono **in grado di cogliere le nuove opportunità**.
- Sembra emergere una **nuova visione di sé**, in cui la difesa dell'identità e dei confini si attenua, si diventa più aperti al mondo e al divenire, nella fiducia di trovarvi una possibilità e uno spazio di realizzazione.
- Le altre generazioni, soprattutto gli anziani, confermano che i più giovani hanno **un vantaggio culturale che li mette in condizioni di riuscire** laddove altri hanno fallito: **quasi un'investitura**.

## LA PRIORITA' E' CONSEGUENTE ALLA DIAGNOSI: FAR RIPARTIRE IL PAESE CON UN MODELLO DI SVILUPPO VIRTUOSO

- La priorità dei giovani è **far ripartire il Paese**, potenziando il motore economico ma allo stesso tempo garantendo uno **sviluppo sostenibile**, dal punto di vista ambientale e sociale.
- Il sogno è quello di un Paese che sa **coniugare un sistema economico competitivo e uno Stato sensibile alle esigenze dei cittadini**, attento all'ambiente e al lavoro, ai diritti e alla sicurezza, all'istruzione e all'integrazione degli immigrati, con un welfare efficiente e un sistema educativo riformato. **Un Paese europeo progredito.**
- E' quello a cui aspirano tutte le generazioni, ma fra i giovani con una motivazione in più, quella di **rifondare il Paese e rimediare agli errori del passato.**
- I giovani pensano di poter **avere una parte in questo progetto, mettendo a disposizione quello che hanno**: la capacità di vivere pienamente il proprio tempo, una formazione migliore, la comprensione approfondita del mondo digitale, la capacità di sfruttare il valore dei social, la vocazione a fare rete e a connettersi, l'apertura al mondo e agli altri, la sensibilità ambientale e sociale.



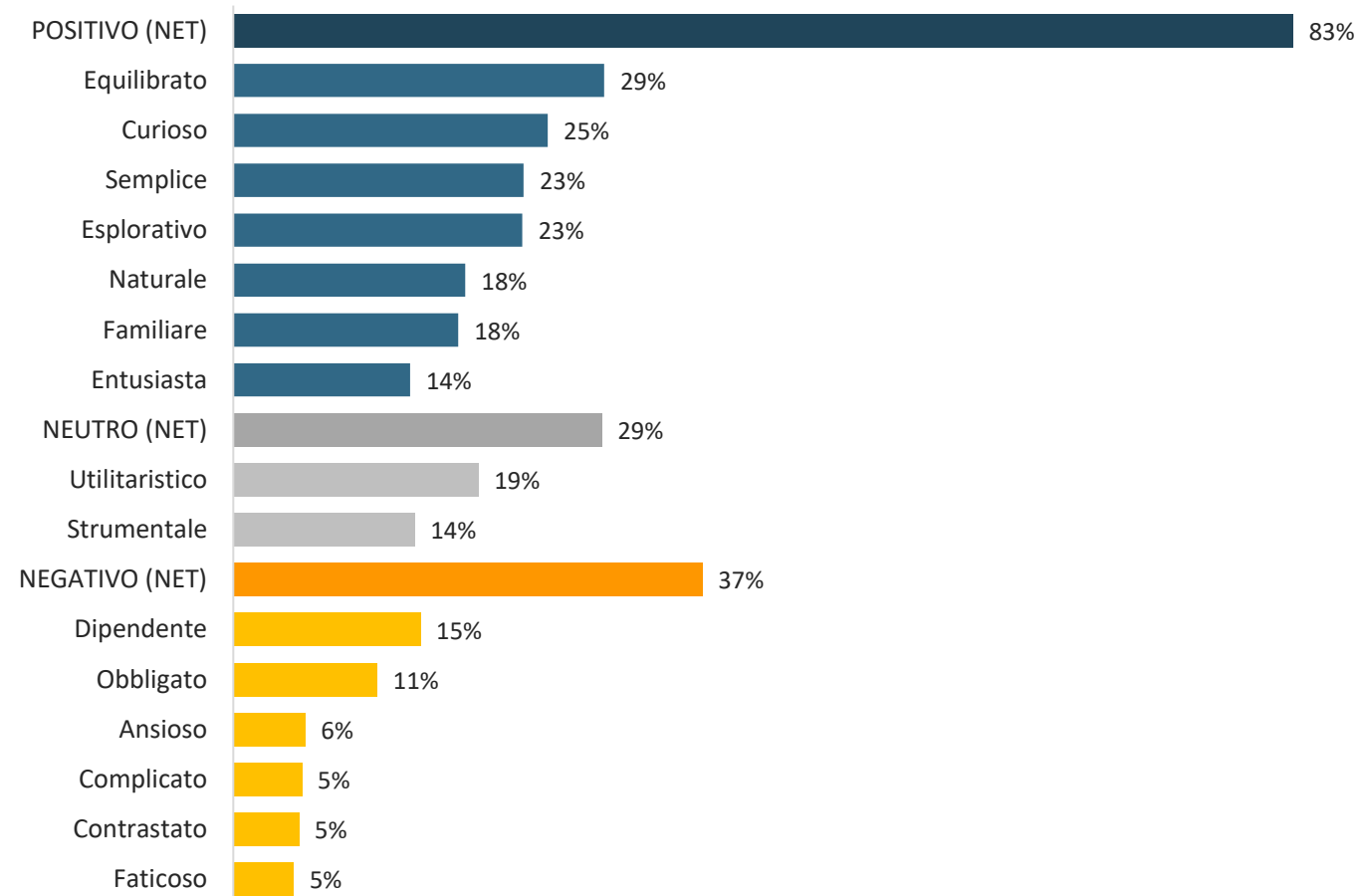
# LE TECNOLOGIE DIGITALI E I SOCIAL

# IL VISSUTO DEI GIOVANI RISPETTO AL DIGITALE HA TONALITA' EMOTIVE PERLOPIU' POSITIVE: EQUILIBRIO, CURIOSITA', SEMPLICITA', ESPLORAZIONE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 690)

## IL RAPPORTO CON LE TECNOLOGIE DIGITALI

Come *DEFINIRESTI* IL TUO RAPPORTO con le tecnologie digitali?



# I GIOVANI SONO PIU' CONSAPEVOLI DEI PROBLEMI DEL DIGITALE RISPETTO ALLE ALTRE GENERAZIONI

Base: totale campione

## IL RAPPORTO CON LE TECNOLOGIE DIGITALI - ANALISI PER GENERAZIONE

Come DEFINIRESTI IL TUO RAPPORTO con le tecnologie digitali?

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	113	238	351	339	185	181
	%	%	%	%	%	%
<b>POSITIVO (NET)</b>	<b>79</b>	<b>81</b>	<b>80</b>	<b>87</b>	<b>86</b>	<b>85</b>
Equilibrato	30	29	29	29	24	32
Curioso	21	25	24	26	24	33
Semplice	27	20	23	23	22	16
Esplorativo	20	22	21	25	21	26
Naturale	16	18	17	20	16	18
Familiare	14	17	16	19	20	17
Entusiasta	9	15	13	16	13	17
<b>NEUTRO (NET)</b>	<b>39</b>	<b>27</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>36</b>
Utilitaristico	26	19	21	16	18	31
Strumentale	19	13	15	13	14	7
<b>NEGATIVO (NET)</b>	<b>42</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>24</b>
Dipendente	18	15	16	13	7	4
Obbligato	13	11	12	11	15	8
Ansioso	6	9	8	3	5	3
Complicato	11	4	6	4	3	8
Contrastato	7	5	6	4	6	4
Faticoso	5	6	5	4	6	4

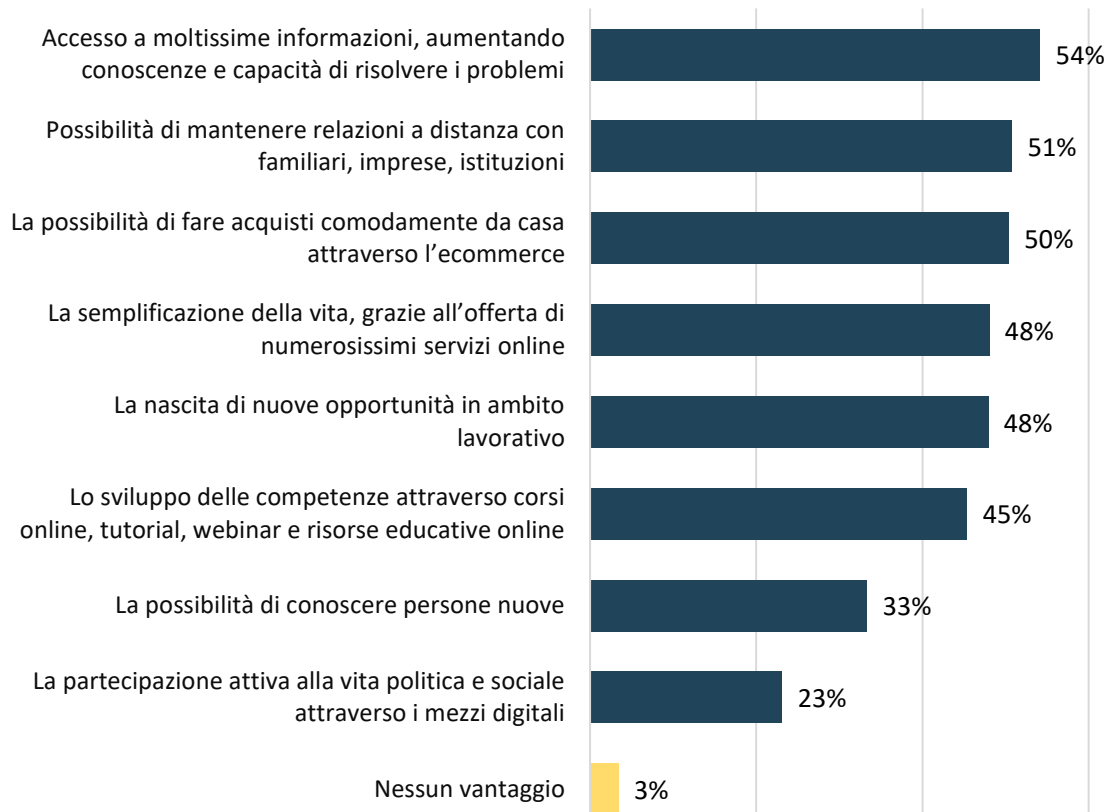
# \*ESSI NE RICONOSCONO LUCIDAMENTE SIA I VANTAGGI CHE GLI SVANTAGGI

Base: giovani 16/35 anni (n = 690)

## I VANTAGGI E GLI SVANTAGGI DELLE TECNOLOGIE DIGITALI

Quali vantaggi hanno portato le tecnologie digitali nella vita delle persone? Indicami i più importanti.  
E quali svantaggi? Indicami i più importanti

### VANTAGGI



### SVANTAGGI



*Sono molto preoccupati delle fake news, della pirateria e dei danni psicologici legati alla rete: dipendenza, disconnessione sociale, pigrizia. Sono decisamente meno sensibili alle conseguenze sul lavoro (occupazione e salari) e sulla società (obbligo ad informarsi, digital divide)*

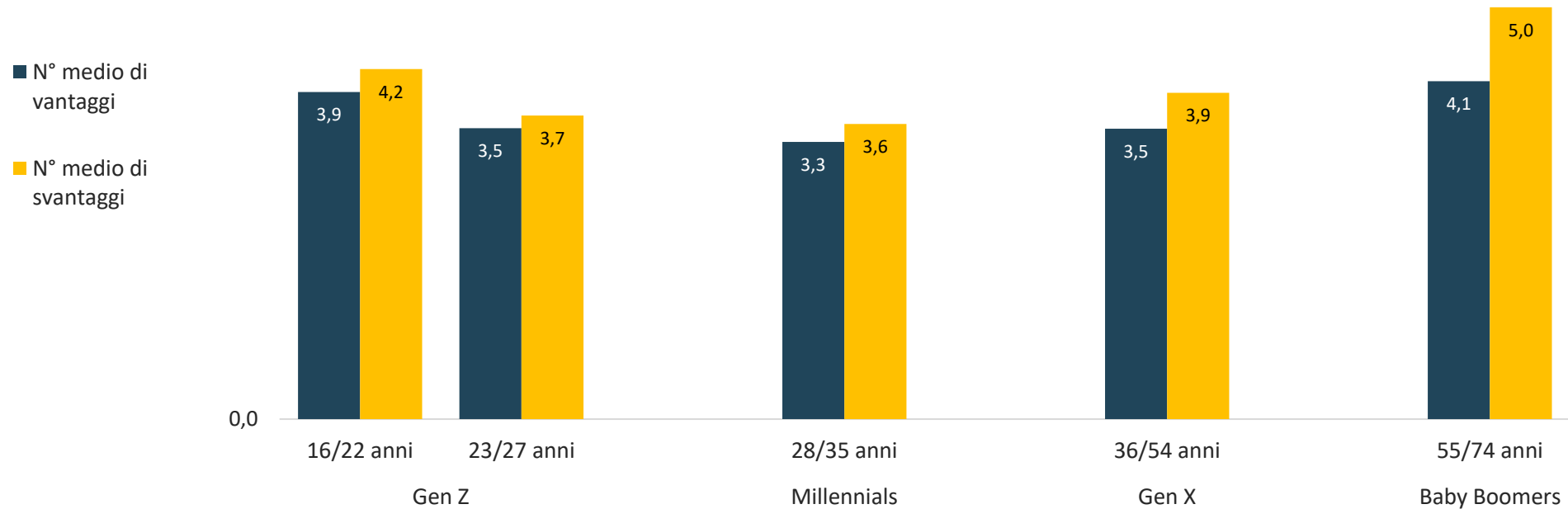
# I GIOVANISSIMI (16-22 ANNI) HANNO UNA PERCEZIONE DELL' IMPATTO «DISRUPTIVE» DEL DIGITALE SIMILE A QUELLA DEI BABY BOOMERS

Base: giovani 16/35 anni (n = 690)

## I VANTAGGI E GLI SVANTAGGI DELLE TECNOLOGIE DIGITALI

*Quali vantaggi hanno portato le tecnologie digitali nella vita delle persone? Indicami i più importanti.  
E quali svantaggi? Indicami i più importanti*

### N° MEDIO DI VANTAGGI E SVANTAGGI CITATO PER ETÀ



# \*I GIOVANISSIMI SONO ANCHE IL SEGMENTO CHE CAPISCE MEGLIO IL POTENZIALE DI «CREAZIONE DI VALORE»: LAVORO, FORMAZIONE, RELAZIONI, INFLUENZA

Base: totale campione

## VANTAGGI PORTATI DALLA TECNOLOGIA – ANALISI PER GENERAZIONE

Parliamo di **TECNOLOGIE DIGITALI**. Quali vantaggi hanno portato nella vita delle persone? Indicami i più importanti.

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	113 %	238 %	351 %	339 %	185 %	181 %
Accesso a moltissime informazioni, aumentando conoscenze e capacità di risolvere i problemi	56	56	56	51	60	72
Possibilità di mantenere relazioni a distanza con familiari, imprese, istituzioni	55	51	52	49	52	66
La possibilità di fare acquisti comodamente da casa attraverso l'ecommerce	54	51	52	48	53	65
La semplificazione della vita, grazie all'offerta di numerosissimi servizi online	45	49	47	49	51	63
La nascita di nuove opportunità in ambito lavorativo	56	47	50	45	50	45
Lo sviluppo delle competenze attraverso corsi online, tutorial, webinar e risorse educative online	58	43	48	41	43	45
La possibilità di conoscere persone nuove	42	30	34	32	28	29
La partecipazione attiva alla vita politica e sociale attraverso i mezzi digitali	28	25	26	19	14	22

Gli adulti valorizzano i plus del digitale come **mezzo di accesso**: alla famiglia, agli amici, alle fonti di informazione, ai servizi commerciali. La Gen Z ha più chiaro il potenziale del digitale **come opportunità di «creazione di valore» nella sfera pubblica**: il lavoro, la formazione, i network, la partecipazione alla vita politica e sociale.

# I «NATIVI DIGITALI» NON SI ALLARMANO PER IL *DIGITAL DIVIDE* MENTRE SONO PREOCCUPATI DEL RITMO DEL CAMBIAMENTO, DIVENTATO INSOSTENIBILE

Base: totale campione

## SVANTAGGI PORTATI DALLA TECNOLOGIA – ANALISI PER GENERAZIONE

*E quali svantaggi?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	113	238	351	339	185	181
	%	%	%	%	%	%
La diffusione di disinformazione e di fake news	49	48	48	46	42	57
L'aumento delle minacce informatiche	45	41	43	38	39	56
Possibile dipendenza da smartphone o social media	45	35	38	42	43	52
Disconnessione sociale: preferire relazioni virtuali e mancanza di empatia	42	32	35	34	37	50
Il diventare pigri	39	32	34	35	41	39
Raccolta di molti dati personali, usati anche in modo improprio o non etico	39	32	34	31	35	49
Il peggioramento dei rapporti fra le persone	31	26	28	32	35	46
L'impatto ambientale: aumento dei consumi e inquinamento da rifiuti elettronici	33	27	29	21	25	27
Il ritmo del cambiamento diventato insostenibile, sempre più stress	30	22	25	17	23	20
L'esclusione digitale delle persone più svantaggiate	14	20	18	19	24	43
L'essere costretti ad essere sempre aggiornati	17	16	16	19	19	16
La perdita di posti di lavoro	20	20	20	12	15	27
Perdita di valore e di remunerazione del lavoro	18	14	15	11	16	15
Nessuno svantaggio	3	3	3	5	5	2

*I Baby Boomers sono di gran lunga i più preoccupati di tutti quasi tutti gli svantaggi del digitale, seguiti dai ragazzi dai 16 ai 22 anni. Colpisce il fatto che la prospettiva di una società senza lavoro non allarmi nessuna generazione in particolare*

# \*META' DEI GIOVANI E' OTTIMISTA SULLA TECNOLOGIA E PREVEDE CHE RENDERA' LA NOSTRA VITA SEMPRE PIU' RICCA E INTERESSANTE

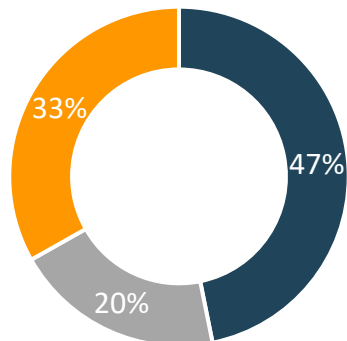
Base: giovani 16/35 anni (n = 690)

## EFFETTI ED EVOLUZIONE FUTURA DELLE TECNOLOGIE DIGITALI

Secondo te, PER LA SOCIETÀ NEL SUO INSIEME, prevalgono i VANTAGGI O GLI SVANTAGGI? In che misura?

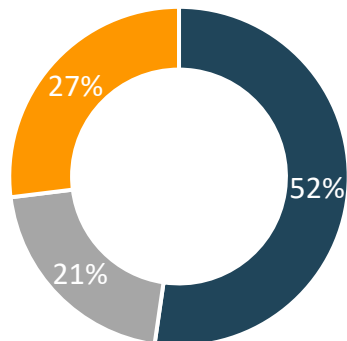
- Prevalgono i vantaggi
- Si equivalgono
- Prevalgono gli svantaggi

Per la società



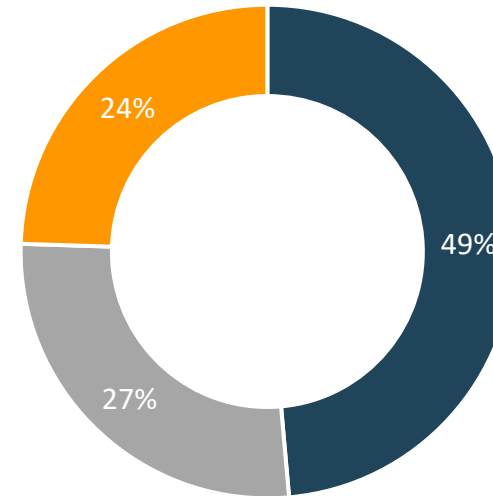
- Prevalgono i vantaggi
- Si equivalgono
- Prevalgono gli svantaggi

Per te stesso



Pensa all'EVOLUZIONE FUTURA delle tecnologie digitali. Quale fra i tre scenari descritti di seguito TI SEMBRA PIÙ PROBABILE?

- POTENZIAMENTO: la tecnologia renderà la nostra vita sempre più ricca e interessante
- DECRESCITA: ridurremo l'uso della tecnologia e torneremo a una vita più semplice
- ANNIENTAMENTO: perderemo il controllo della tecnologia, ne saremo dipendenti e conteremo meno dei robot



Solo una minoranza dei giovani è preoccupato per gli effetti attuali e le evoluzioni future del digitale



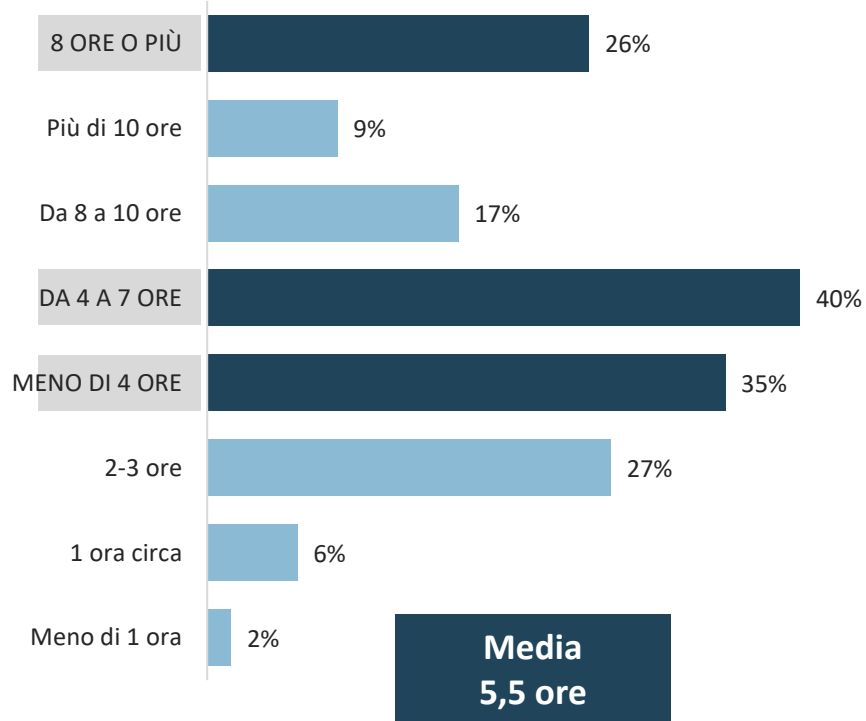
# \*I GIOVANI NON SONO «DIGITAL ADDICTED» PIU' DI QUANTO NON LO SIANO LE GENERAZIONI SEGUENTI

Base: Totale campione

## L'USO DI INTERNET

In una giornata media, considerando sia il tempo lavorativo che privato, QUANTO TEMPO sei ONLINE?

Solo Giovani 16-35



Confronto fra le generazioni

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	113 %	238 %	351 %	339 %	185 %	181 %
8 ORE O PIÙ	28	20	22	31	24	17
Più di 10 ore	10	6	7	11	10	4
Da 8 a 10 ore	18	14	15	20	14	13
DA 4 A 7 ORE	40	44	43	35	35	29
MENO DI 4 ORE	32	36	35	34	41	53
2-3 ore	22	28	26	29	29	36
1 ora circa	8	7	7	4	11	14
Meno di 1 ora	2	2	2	1	1	3
	100	100	100	100	100	100
Utilizzo medio (ore)	5,6	5,1	5,3	5,8	5,2	4,3

# \*I GIOVANI FANNO DEI SOCIAL USO SONO PIU' ORIENTATO ALL'INTRATTENIMENTO MA ANCHE AL NETWORKING E ALLA PARTECIPAZIONE SOCIALE E POLITICA

Base: usa i social media

## ATTIVITÀ SVOLTE SUI SOCIAL MEDIA – ANALISI PER GENERAZIONE

*Quali tipi attività svolgi in prevalenza sui social?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	112 %	238 %	350 %	335 %	184 %	174 %
Guardi contenuti divertenti, come video virali, meme, giochi, ecc.	54	57	56	52	48	47
Segui pagine o account che condividono contenuti di tuo interesse,	55	55	55	53	52	46
Ti connetti con amici, familiari, colleghi e persone che hanno interessi simili ai tuoi	48	50	49	49	46	65
Condividi testi, foto, video, link, articoli, ecc. con amici, follower o il pubblico in generale	39	33	35	36	30	46
Esprimi opinioni, idee, pensieri su diverse questioni.	26	24	25	29	31	33
Stringi nuove amicizie e relazioni	23	19	20	19	18	13
Promuovi e sostieni cause sociali, politiche ed ambientali	21	13	15	12	13	14
Promuovi i tuoi prodotti e servizi, interagisci con i clienti, raggiungi un pubblico più ampio	11	12	12	10	16	8

*Essi tendono ad allargare la rete. I maturi privilegiano connettersi e scambiare contenuti con la cerchia ristretta dei familiari, degli amici, dei followers.*

# TIK TOK E FACEBOOK SEGNANO LA DIFFERENZA FRA GIOVANI E ADULTI: IL PRIMO ESPANDE LA CONNESSIONE AL MONDO, IL SECONDO LA CIRCOSCRIVE AGLI AMICI

Base: totale campione

## L'USO DEI SOCIAL MEDIA - ANALISI PER GENERAZIONE

*Quali social media utilizzi abitualmente?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	113	238	351	339	185	181
	%	%	%	%	%	%
Whatsapp	87	76	79	76	85	81
Instagram	81	78	79	70	57	43
Facebook	33	62	52	70	78	79
Youtube	58	58	58	59	57	54
Telegram	39	37	38	40	29	20
Tik Tok	52	33	39	28	21	23
Twitter	20	19	19	17	19	21
Linkedin	12	14	13	24	23	18
Pinterest	21	13	16	15	17	19
Snapchat	15	8	10	5	6	2
Altro social media	1	1	1	1	1	0
No, non uso social media	1	0	0	1	1	4

# L'USO DEI SOCIAL CONTINUA A CRESCERE, SOPRATTUTTO FRA I GIOVANI, MA LA CRESCITA RALLENTA

Base: totale campione

## RAPPORTO CON I SOCIAL MEDIA – TREND 2022 / 2023

	Giovani			Maturi		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	753	685		376	358	
	%	%		%	%	
Aumentato	33	29	-5	22	18	-4
Rimasto uguale	52	61	+9	63	74	+11
Diminuito	15	10	-5	15	8	-8

## IL DIGITALE E' LO SPARTIACQUE FRA NUOVE E VECCHIE GENERAZIONI

- Baby Boomers e Gen X sono cresciuti in un **mondo analogico** e ad un certo punto della loro vita sono entrati in contatto con il digitale e lo hanno integrato nel loro mondo, sfruttando ciò che la nuova tecnologia aveva di nuovo rispetto al fisico ma sempre mantenendo una **distinzione fra virtuale e reale**.
- Le generazioni successive, e soprattutto la Gen Z, sono **cresciute «dentro» al digitale** e lo hanno conosciuto come una realtà integrata con quella fisica, senza soluzione di continuità. **Esiste una sola realtà ed è «onlife»**. Non solo: è una realtà **umentata**, che garantisce un **potenziamento delle facoltà**.
- Siamo abituati ad osservare di effetti di questo **vantaggio cognitivo** dei giovani nella composizione dei vertici delle Big Tech o dei fondatori delle start-up: è un mondo fatto di soli giovani. Ora cominciamo a vederne i risvolti anche nella **popolazione** nel suo insieme.

## LE NUOVE GENERAZIONI **HANNO SVILUPPATO UNA CULTURA DEL DIGITALE,** CHE LI RENDE ATTORI FONDAMENTALI PER IL FUTURO

- **Interpretano il digitale come il reale,** il mondo che noi abitiamo, in tutto ciò che facciamo
- **Conoscono il digitale e le sue regole,** avendolo conosciuto fin da piccoli
- Sono **più consapevoli dei rischi** della tecnologia
- **Non sono *digital addicted*,** o perlomeno non più delle altre generazioni
- Hanno un **atteggiamento rilassato,** hanno superato gli entusiasmi dei neofiti
- Hanno un **atteggiamento ottimista:** in maggioranza non sono apocalittici
- Usano il digitale **per fare tutto**
- Usano i social per **entrare in contatto con il mondo,** non solo con gli amici e i familiari
- **Usano il digitale per imparare cose nuove,** e non sono fare meglio cose già conosciute
- **Usano il digitale per generale «valore»** nella sfera pubblica: trovare e creare opportunità di lavoro, formarsi e formare, fare rete, partecipare ed esercitare influenza



# IL LAVORO

**>KKIENN<**  
connecting people and companies

## 2022: L'ETA' DELL'INCERTEZZA RIDEFINISCE LE PRIORITA' SUL LAVORO

### 1. Cosa cercano i giovani nel lavoro?

- Principalmente **sicurezza ed uno stipendio adeguato**. In subordine work-life balance e autorealizzazione

### 2. Quali dimensioni e cause ha il fenomeno della «*Great Resignation*» in Italia?

- **Molto ampie**: negli ultimi anni tre quarti dei giovani hanno desiderato cambiare lavoro, metà ha cercato attivamente un nuovo lavoro, il 40% l'ha cambiato

### 3. Come si spiega il *mismatch* tra domanda e offerta di lavoro?

- Principalmente con **stipendi bassi, contratti precari, aspettative irrealistiche delle imprese**

### 4. Come vedono i giovani lo *smart working*?

- Lo **smart working porta vantaggi**. La soluzione ideale è uno **smart working ibrido**

### 5. La fine del posto fisso?

- Quasi nessuno crede che in futuro si farà «lo stesso lavoro per tutta la vita» e **cambiare non spaventa**



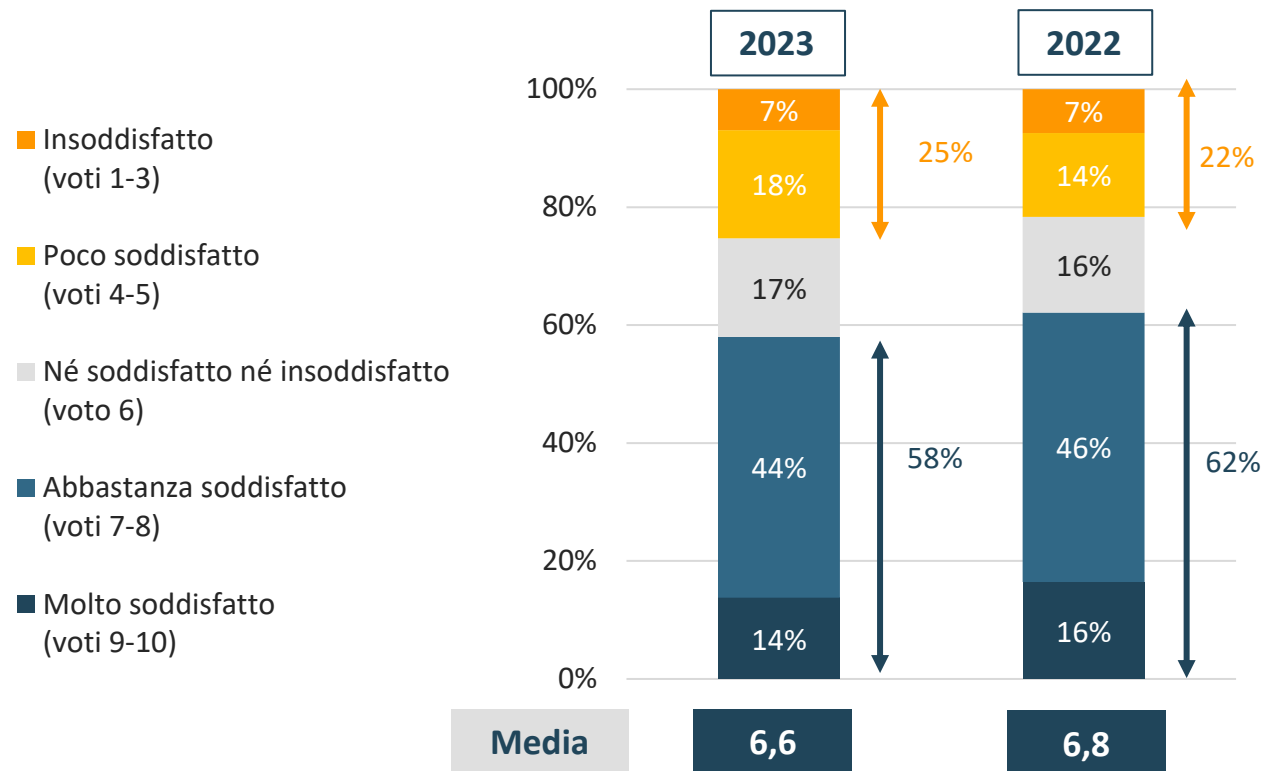
# \*I GIOVANI INSODDISFATTI DEL PROPRIO LAVORO SONO AUMENTATI RISPETTO AD UN ANNO FA

## LA SODDISFAZIONE DEI GIOVANI PER IL PROPRIO LAVORO Trend 2022-2023

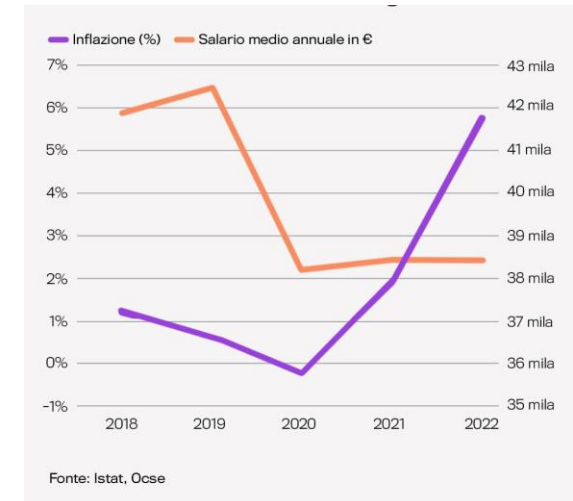
Base: giovani 16 / 35 anni, lavorano

Nel complesso quanto sei soddisfatto del tuo lavoro?

Rispondi con un voto da 1 a 10 dove 1 indica «per nulla soddisfatto» e 10 indica «estremamente soddisfatto»



Inflazione e salario medio in Italia negli ultimi 5 anni



L'aumento dell'insoddisfazione è probabilmente l'effetto del calo del potere di acquisto dei salari e degli stipendi (v. grafico a destra). Mentre l'indice dei prezzi al consumo ha segnato un + 6.4% su base annua, i salari sono rimasti fermi. Peraltro l'inflazione reale per i ceti medio-bassi è stata superiore: i beni di prima necessità hanno avuto aumenti decisamente superiori all'inflazione media (oltre 10%)

# LA GEN Z E' LA MENO SODDISFATTA MA LO SCARTO FRA I GIOVANI E LE GENERAZIONI MATURE E' CONTENUTO: I PROBLEMI DEL LAVORO SONO COMUNI

## LA SODDISFAZIONE PER IL PROPRIO LAVORO

### Analisi per generazioni

Nel complesso quanto sei soddisfatto del tuo lavoro?

Base: totale campione, lavorano

Rispondi con un voto da 1 a 10 dove 1 indica «per nulla soddisfatto» e 10 indica «estremamente soddisfatto»

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	28 %	137 %	165 %	276 %	151 %	77 %
<b>TOTALE SODDISFATTI (voti 7-10)</b>	<b>50</b>	<b>56</b>	<b>55</b>	<b>61</b>	<b>58</b>	<b>62</b>
Molto soddisfatti (voti 9-10)	19	13	14	14	12	21
Abbastanza soddisfatti (voti 7-8)	31	44	41	47	46	41
<b>NE' SODDISFATTI NE' INSODDISFATTI (voto 6)</b>	<b>6</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>16</b>
Poco soddisfatti (voti 4-5)	33	21	23	14	12	11
Per nulla soddisfatti (voti 1-3)	11	6	6	7	7	11
<b>TOTALE INSODDISFATTO (voti 1-5)</b>	<b>44</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>22</b>
	100	100	100	100	100	100
<b>media</b>	<b>6,36</b>	<b>6,51</b>	<b>6,49</b>	<b>6,76</b>	<b>6,52</b>	<b>6,75</b>

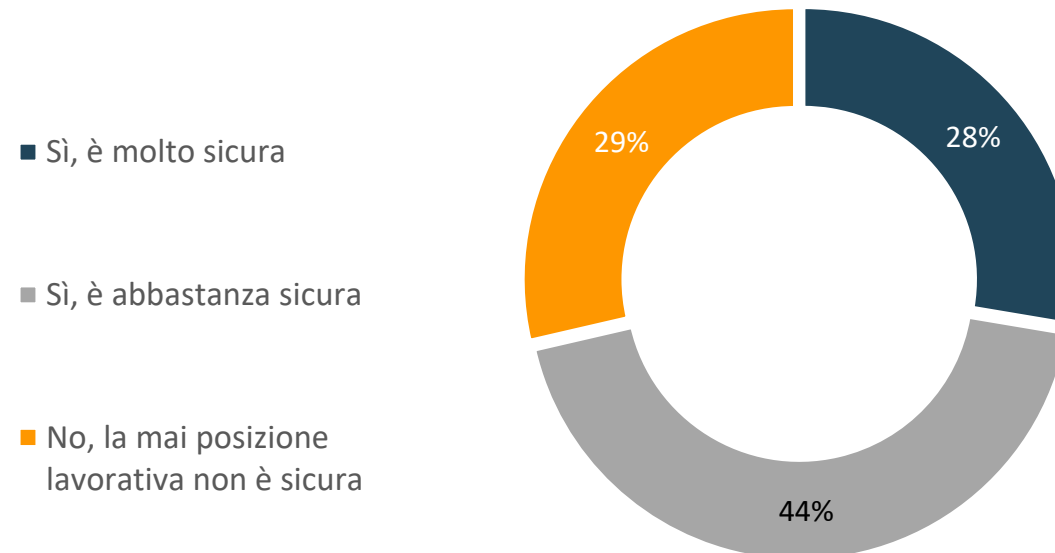
La situazione lavorativa dei giovani tende a migliorare con l'età: gli insoddisfatti scendono dal 44% della fascia 16-22 anni al 26% di quella 23-27 anni, per poi assestarsi al 21% nella fascia 28-35.

# FRA I GIOVANI L'INSICUREZZA DEL POSTO DI LAVORO E' PIU' CONTENUTA DI QUANTO CI SI POTESSE ASPETTARE (29%)

Base: giovani 16 / 35 anni, che lavorano

## LA SICUREZZA LAVORATIVA A LUNGO TERMINE DEI GIOVANI

*Ritieni che la tua posizione lavorativa sia sicura a lungo termine?*



# LA PERCEZIONE DI INSICUREZZA DEI GIOVANI LAVORATORI NON E' MOLTO SUPERIORE A QUELLA DELLE GENERAZIONI PRECEDENTI

Base: totale campione, lavorano

## LA SICUREZZA LAVORATIVA A LUNGO TERMINE

### Analisi per generazioni

*Ritieni che la tua posizione lavorativa sia sicura a lungo termine?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	28 %	137 %	165 %	276 %	151 %	77 %
Sì, la mia posizione lavorativa è molto sicura	24	22	23	32	26	31
Sì, è abbastanza sicura	54	47	48	40	49	48
No, non è sicura	22	31	29	28	25	21
	100	100	100	100	100	100

# \*LA CRESCENTE INSODDISFAZIONE HA RAFFORZATO LA RICERCA DI UN NUOVO LAVORO

## LA RICERCA DI ALTERNATIVE AL LAVORO ATTUALE Trend 2022-2023 e confronto fra giovani ed adulti

Base: totale campione, lavorano

	Giovani 16-35			Adulti		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
<i>Negli ultimi 2-3 anni, ti è capitato di:</i>						
% intervistati che hanno risposto positivamente	455	690		234	366	
	%	%		%	%	
Pensare che ti piacerebbe cambiare lavoro	75	70	-4	62	63	+
Guardarti intorno, alla ricerca di nuove opportunità	75	74	-1	52	56	+4
Cercare attivamente un nuovo lavoro (consultando siti, ecc.)	54	57	+4	42	40	-2
Rifiutare un'offerta di lavoro	46	45	-2	24	33	+9
Cambiare lavoro	40	43	+4	18	20	+3

Oltre metà dei giovani ha cercato un nuovo lavoro e il 43% l'ha cambiato negli ultimi 2-3 anni: **la «great resignation» in Italia è un fenomeno strutturale**, in ragione della precarietà e delle basse retribuzioni. Sia il calo di soddisfazione che l'aumento della mobilità lavorativa sono comuni a tutte le generazioni ma le opportunità di lavoro per i giovani sono molto maggiori di quelle degli adulti, come dimostra la quota delle offerte rifiutate

# \*NELL'ULTIMO ANNO LA PROPENSIONE AD EMIGRARE DEI GIOVANI HA REGISTRATO UNA BRUSCA FRENATA

Base: giovani 16 / 35 anni, lavorano

## LA PROPENSIONE DEI GIOVANI LAVORATORI AD EMIGRARE ALL'ESTERO Trend 2022-2023

*Se tu avessi una buona opportunità, prenderesti in considerazione l'idea di trasferirti all'estero?*

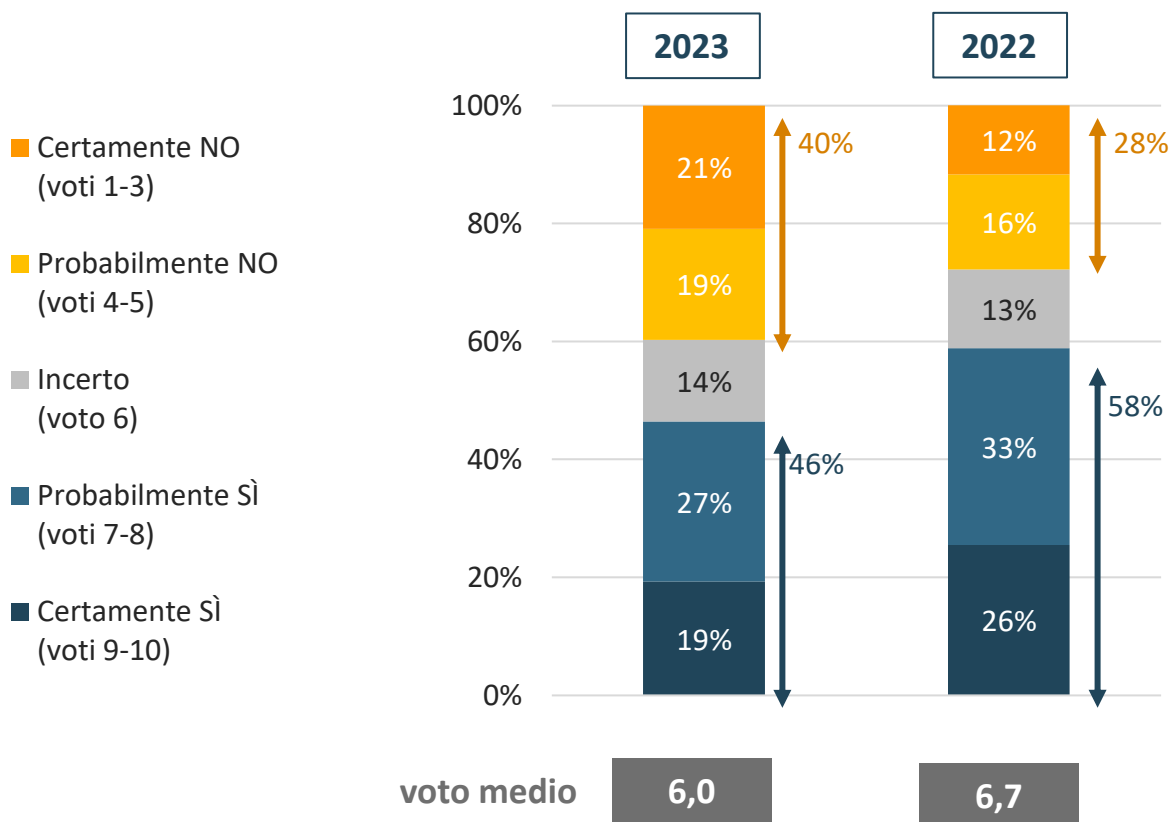


FIGURA 1. OCCUPATI

Gennaio 2018 – giugno 2023, valori assoluti in milioni, dati destagionalizzati

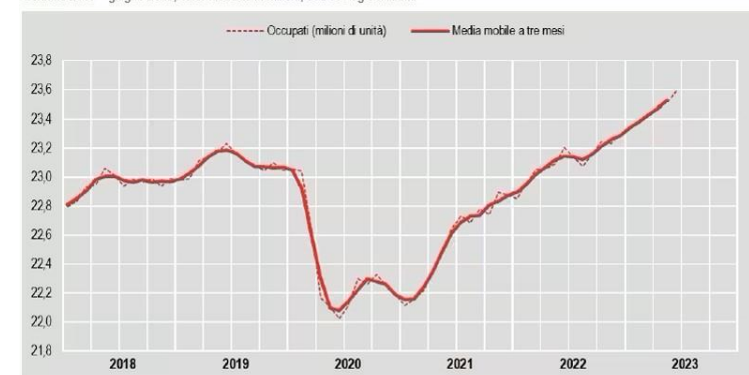
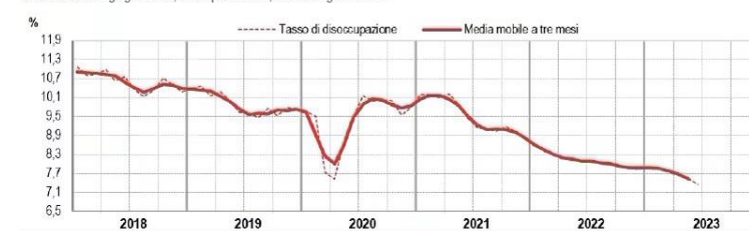


FIGURA 2. TASSO DI DISOCCUPAZIONE

Gennaio 2018 – giugno 2023, valori percentuali, dati destagionalizzati



*Il fenomeno è spiegato probabilmente dall'aumento dell'occupazione degli ultimi due anni (v. grafico a destra) e dal parallelo rallentamento economico di alcuni grandi paesi europei (Germania, Francia, UK)*

# LA PROPENSIONE AD EMIGRARE E' MASSIMA FRA I GIOVANI DAI 16 AI 22 ANNI MA RESTA ELEVATA NELLE GENERAZIONI ADULTE

## LA PROPENSIONE AD EMIGRARE ALL'ESTERO – Analisi per generazioni

Base: totale campione, lavorano

*Se tu avessi una buona opportunità, prenderesti in considerazione l'idea di trasferirti all'estero?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	28 %	137 %	165 %	276 %	151 %	77 %
<b>TOTALE SÌ</b> (% voti 7-10)	65	50	52	41	42	51
Certamente sì (% voti 9-10)	32	21	23	16	22	29
Probabilmente sì (% voti 7-8)	33	28	29	25	20	22
<b>INCERTO</b> (% voto 6)	12	14	14	14	17	8
Probabilmente no (%voti 4-5)	14	18	17	21	16	15
Certamente no (% voti 1-3)	9	18	17	25	24	25
<b>TOTALE NO</b> (% voti 1-5)	23	36	34	45	40	40
	100	100	100	100	100	100
<b>media (scala 1:10)</b>	7,2	6,2	6,4	5,6	5,8	6,1

*La propensione a migrare dei lavoratori in età adulta è un fenomeno recente, probabilmente legato all'integrazione europea. La disponibilità ad emigrare è inibita dall'offerta di lavoro più limitata per le persone non in giovane età*

## 2023: LUCI ED OMBRE DAL MONDO DEL LAVORO

- La **soddisfazione per il proprio lavoro è calata** ancora, probabilmente a causa dell'**erosione del potere d'acquisto di salari e stipendi**, determinata dall'elevata inflazione: il lavoro italiano è sempre più povero
- D'altro canto, la ripresa dell'occupazione e il calo della disoccupazione dell'ultimo biennio hanno **umentato le opportunità disponibili** per chi è alla ricerca di un nuovo lavoro.
- Ciò ha **intensificato il fenomeno della «great resignation» dei giovani**, che sembra sempre più un elemento strutturale della società dell'incertezza: maggiore è l'incertezza delle prospettive, maggiore sarà la mobilità
- La ripresa occupazionale è verosimilmente alla base anche della **frenata della propensione ad emigrare dei giovani italiani**
- Infine, l'**insicurezza percepita del posto di lavoro** nel lungo termine è **più contenuta di quanto ci si aspetterebbe**, di poco superiore alle altre generazioni.





# LA SCUOLA

**>KKIENN<**  
connecting people and companies

# 2022: LA SCUOLA ITALIANA HA UN PROBLEMA DI MISSION E DI MODELLO EDUCATIVO

1. Qual è il livello di soddisfazione verso la propria istruzione?
  - I giovani italiani sono **poco soddisfatti** dell'istruzione ricevuta.
2. Quali sono i difetti della scuola italiana?
  - Sono numerosi: **dalla missione** (trasmettere sapere e conoscenza) **al modello educativo** (molta teoria e poca pratica), **all'inglese**, alla **didattica poco attenta al discente**
3. Quale dovrebbe essere l'obiettivo dell'istruzione?
  - La scuola non deve avere solo obiettivi culturali: deve anche **preparare al lavoro** e **formare alla cittadinanza e alla socialità**.

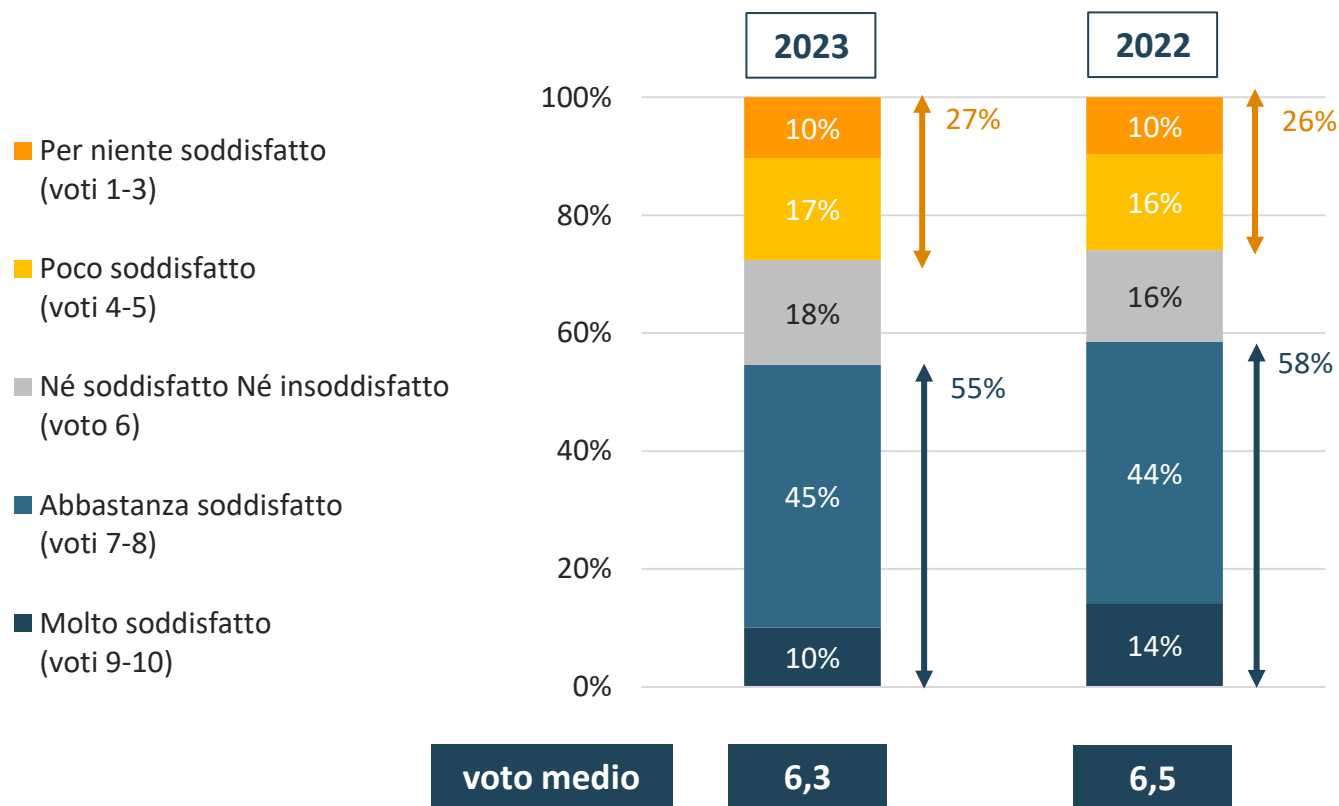
# \*NELL'ULTIMO ANNO LA SODDISFAZIONE DEI GIOVANI PER L'ISTRUZIONE RICEVUTA E' DIMINUITA ULTERIORMENTE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 709)

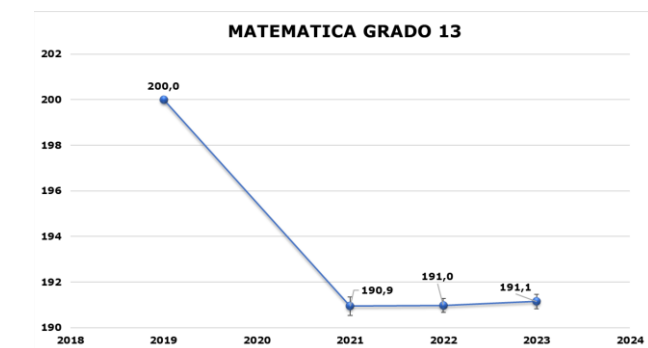
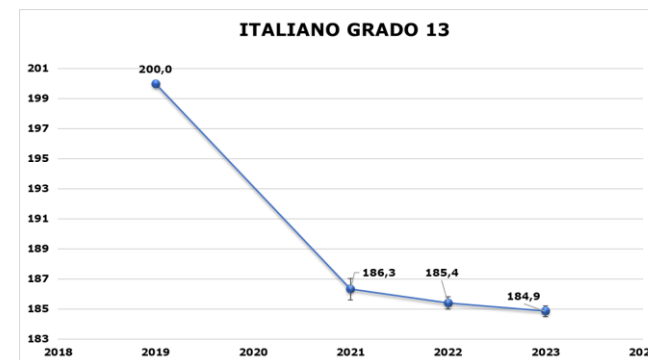
## LA SODDISFAZIONE DEI GIOVANI VERSO L'ISTRUZIONE RICEVUTA Trend 2022-2023

Nel complesso quanto sei soddisfatto dell'istruzione che hai ricevuto?

Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 10 significa che sei "del tutto soddisfatto" e 1 che non sei "per niente soddisfatto"



INVALSI - Risultato prove italiano e matematica al termine del secondo ciclo di istruzione



Il peggioramento della competenze dei nostri studenti è confermato dai risultati delle rilevazioni annuali Invalsi (v. grafici a destra), che rilevano competenze in calo da alcuni anni nelle scuole di ogni ordine e grado. Fa eccezione l'insegnamento dell'inglese.

# E' UNA TENDENZA RILEVATA DAI GIOVANI, CHE SONO I FRUITORI ATTUALI DEL NOSTRO SISTEMA SCOLASTICO

## LA SODDISFAZIONE DEI GIOVANI VERSO L'ISTRUZIONE RICEVUTA Confronto fra giovani e adulti

Base: totale campione

*Nel complesso quanto sei soddisfatto dell'istruzione che hai ricevuto?*

	Giovani			Adulti		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	758 %	704 %		393 %	356 %	
<b>TOTALE Soddisfatto (voti 7-10)</b>	58	55	-4	68	67	-2
<i>Molto positivo (voti 9 / 10)</i>	14	10	-4	20	18	-2
<i>Abbastanza positivo (voti 7 / 8)</i>	44	45	+	48	48	+
<b>NEUTRO (voto 6)</b>	16	18	+2	16	16	+1
<i>Abbastanza negativo (voti 4 / 5)</i>	16	17	+1	12	13	+1
<i>Molto negativo (voto 1 / 3)</i>	10	10	+1	4	4	+
<b>TOTALE Insoddisfatto (voti 1-5)</b>	26	28	+2	16	17	+1
	100	100		100	100	
<b>media</b>	6,5	6,3	-0,20	7,1	7,1	-0,07



*Le opinioni degli adulti sono pressappoco stabili. Non essendo fruitori del sistema educativo da diversi anni, non possiamo aspettarci una sensibilità alle variazioni del livello dell'istruzione erogata dal nostro sistema scolastico*

# LA SODDISFAZIONE PER L'ISTRUZIONE RICEVUTA E' CORRELATA ALL'ETA': ECCELLENTE PER I BABY BOOMERS, MEDIOCRE PER LE NUOVE GENERAZIONI

## LA SODDISFAZIONE VERSO L'ISTRUZIONE RICEVUTA Analisi per generazioni

Nel complesso quanto sei soddisfatto dell'istruzione che hai ricevuto?

Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 10 significa che sei "del tutto soddisfatto" e 1 che non sei "per niente soddisfatto"

Base: totale campione

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	109 %	242 %	351 %	358 %	178 %	165 %
<b>TOTALE Soddisfatto (voti 7-10)</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>57</b>	<b>59</b>	<b>74</b>
Molto positivo (voti 9 / 10)	12	10	11	9	11	26
Abbastanza positivo (voti 7 / 8)	40	42	42	49	48	49
<b>NEUTRO (voto 6)</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>22</b>	<b>11</b>
Abbastanza negativo (voti 4 / 5)	17	17	17	18	12	13
Molto negativo (voto 1 / 3)	15	10	12	8	7	2
<b>TOTALE Insoddisfatto (voti 1-5)</b>	<b>33</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>15</b>
	100	100	100	100	100	100
<b>media</b>	<b>6,1</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>	<b>6,5</b>	<b>6,7</b>	<b>7,5</b>



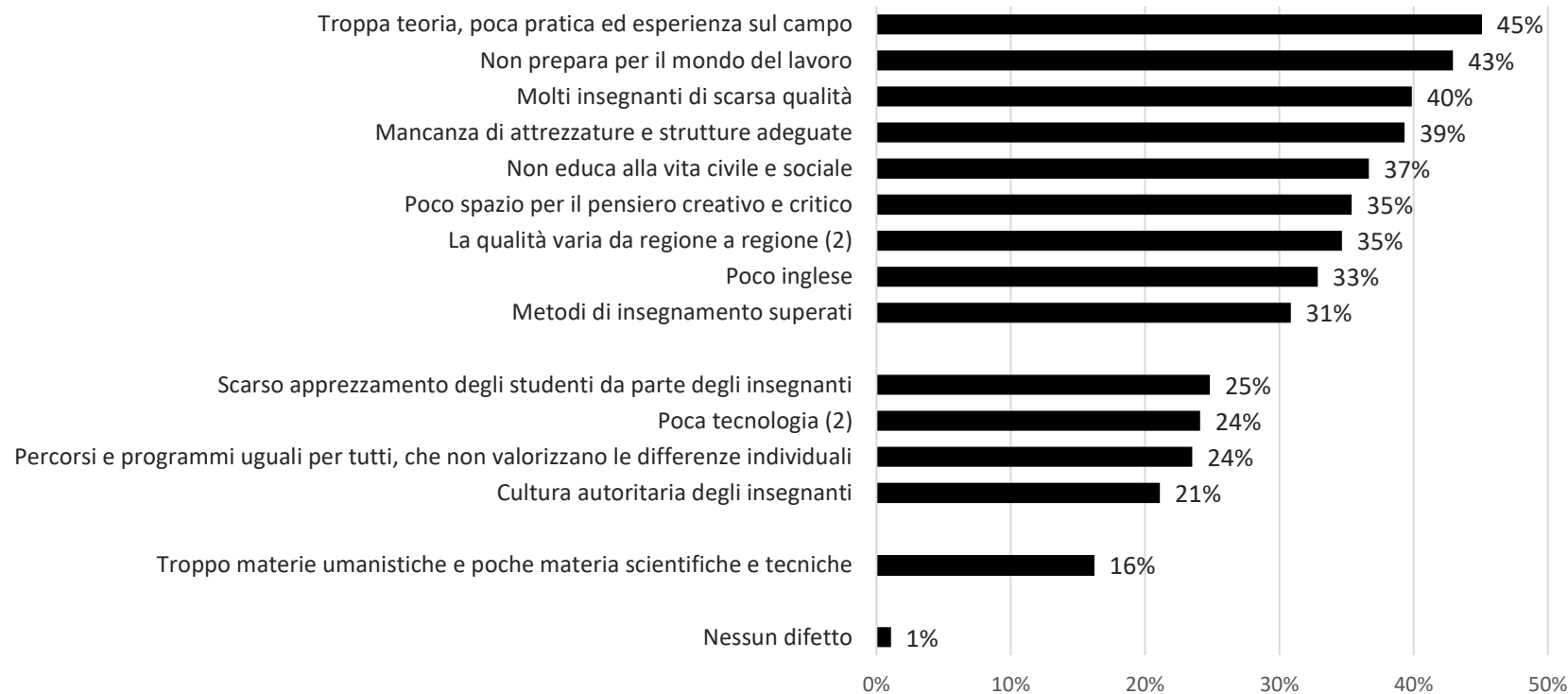
Le Nuove Generazioni, Gen Z e Millennials, scontano il gap fra domanda e offerta nel mercato del lavoro e sono più consapevoli del valore strategico dell'istruzione

# \* I GIOVANI CRITICANO ASPETTI CHIAVE DEL MODELLO DI SCUOLA: TROPPIA TEORIA, MANCATA PREPARAZIONE AL LAVORO, SCARSA QUALITÀ DI MOLTI INSEGNANTI

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 709)

## I DIFETTI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA (1)

Quali difetti ha l'istruzione che hai ricevuto?



Altre critiche ricorrenti riguardano la **non educazione alla vita civile e sociale**, il **poco spazio al pensiero creativo e critico**, la **qualità disomogenea dell'istruzione per regione**, **l'insegnamento dell'inglese**. I giovani rigettano, invece, la narrazione mainstream per cui la nostra scuola dedicherebbe troppo spazio alle materie umanistiche e troppo poco a quelle scientifiche e tecnologiche

(1) La domanda nel 2022 era stata posta con riferimento alla scuola italiana. Per dare una maggiore valenza esperienziale alla domanda, nel 2023 abbiamo cambiato il testo e ci siamo riferiti non più alla scuola italiana ma all'istruzione ricevuta dall'intervistato  
 (2) Item introdotti per la prima volta nell'edizione 2023

# \*I RAGAZZI ANCORA IN FORMAZIONE SI CONCENTRANO SULLE STESSA PRIORITA' DELLE ALTRE GENERAZIONI MA CON UNA AGGIUNTA: LA RELAZIONE DIDATTICA

Base: totale campione

## I DIFETTI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA (1)

Analisi per generazioni

Quali difetti ha l'istruzione che hai ricevuto?

	Gen Z			Millennials	Gen X
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni		
	109 %	242 %	351 %	358 %	178 %
Troppa teoria, poca pratica ed esperienza sul campo	58	42	47	42	33
Non prepara per il mondo del lavoro	40	46	44	41	36
Molti insegnanti di scarsa qualità	49	35	39	41	38
Mancanza di attrezzature e strutture adeguate	51	37	41	36	38
La qualità della scuola varia molto da regione a regione (2)	39	34	35	34	29
Non educa alla vita civile e sociale	37	38	38	35	34
Poco spazio per il pensiero creativo e critico	43	37	39	30	25
Poco inglese	31	32	32	35	37
Metodi di insegnamento superati	39	26	30	32	30
Scarso apprezzamento degli studenti da parte degli insegnanti	33	26	28	20	18
Poca tecnologia (2)	26	22	23	25	24
Percorsi e programmi uguali per tutti, che non valorizzano le differenze individuali	29	24	25	21	29
Cultura autoritaria degli insegnanti	38	19	25	16	14
Troppo materie umanistiche e poche materie scientifiche e tecniche	22	13	16	16	15

*I giovani 16-22 si distinguono per le **critiche alla didattica e alla relazione difficile fra insegnanti e ragazzi**, in particolare lo **scarso spazio per il pensiero creativo e critico**, **l'autoritarismo**, lo **scarso apprezzamento degli studenti**.  
La messa in discussione della relazione didattica fa venir meno le premesse stesse dell'azione educativa.*



(1) La domanda nel 2022 era stata posta con riferimento alla scuola italiana. Per dare una maggiore valenza esperienziale alla domanda, nel 2023 abbiamo cambiato il testo e ci siamo riferiti non più alla scuola italiana ma all'istruzione ricevuta dall'intervistato  
 (2) Item introdotti per la prima volta nell'edizione 2023

# LE VARIAZIONI AL QUESTIONARIO INTRODOTTE NEL 2023 <sup>(1)</sup> HANNO «RIVELATO» LA PORTATA DELLA CRISI DELLA RELAZIONE FRA INSEGNANTI E STUDENTI

Base: totale campione

## I DIFETTI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA Trend 2022-2023 e confronto fra giovani e adulti

*Quali sono, a tuo giudizio i difetti della scuola italiana (2022) / della tua istruzione (2022)?*

% intervistati che associano il problema alla scuola italiana	Giovani 16-35			Adulti 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	758 %	704 %		393 %	356 %	
Distanza dal mondo del lavoro	51	43	-8	45	43	-2
Troppo teoria, poca pratica ed esperienza sul campo	50	45	-5	35	38	+3
Poco inglese	40	33	-7	33	36	+3
Troppo materie umanistiche e poche scientifiche e tecniche	15	16	+1	17	11	-6
Non educa alla vita civile e sociale	34	37	+2	39	39	-
Mancanza di attrezzature e strutture adeguate	39	39	+1	39	44	+4
Metodi di insegnamento superati	27	31	+4	26	32	+6
Insegnanti di scarsa qualità	27	40	+13	29	40	+11
Scarso apprezzamento degli studenti da parte degli insegnanti	19	25	+6	13	16	+2
Cultura autoritaria degli insegnanti	14	21	+8	12	11	-1
Poco spazio per il pensiero creativo e critico	29	35	+6	20	26	+6

*(1) Nel 2022 la domanda era posta con riferimento alla scuola italiana in generale. Per dare una valenza esperienziale al quesito, nel 2023 abbiamo riformulato la domanda, riferendoci all'istruzione ricevuta personalmente. Ciò ha fatto aumentare la frequenza delle citazioni negative sulla relazione didattica*

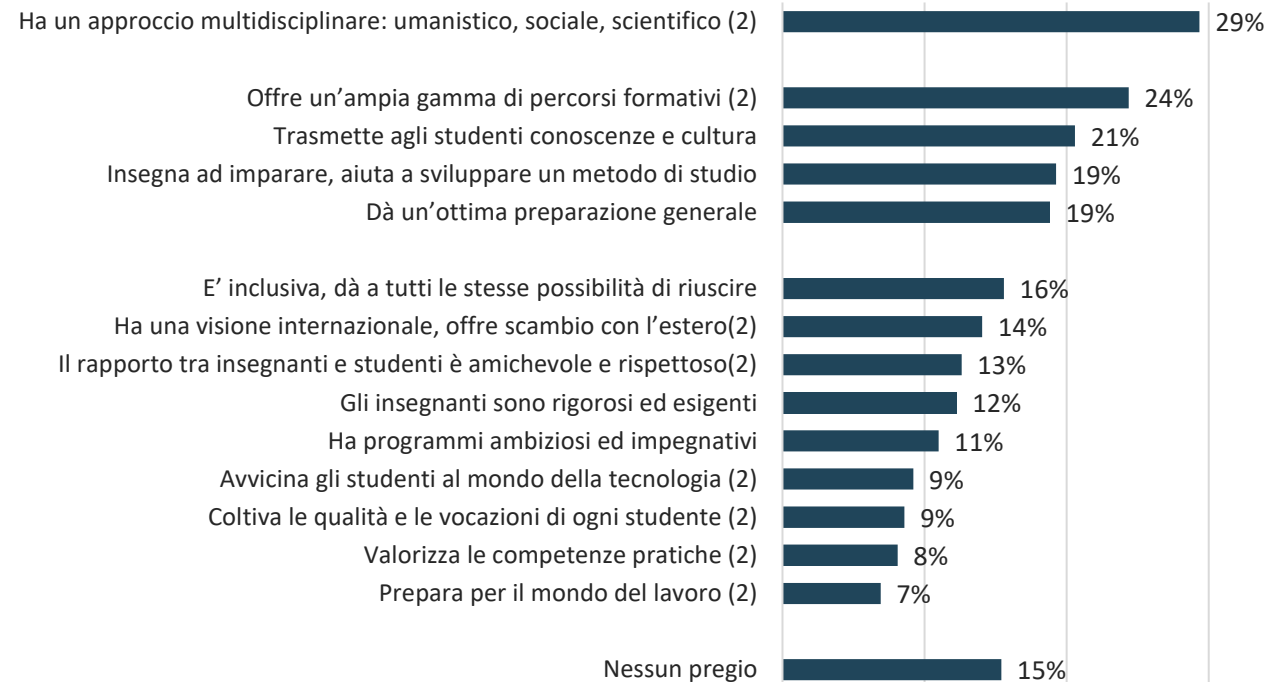


# IL CONSENSO RISPETTO AI PREGI E' PIU' LIMITATO, FOCALIZZATO SU POCHI ASPETTI IMPORTANTI, IN PARTICOLARE L'APPROCCIO MULTIDISCIPLINARE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 709)

## I PREGI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA (1)

Quali PREGI ha l'istruzione che hai ricevuto?



Vengono riconosciuti alla scuola italiana da una minoranza significativa di giovani anche l'ampia gamma dei percorsi formativi e la capacità di trasmettere una buona cultura generale e un metodo di studio. Pochissimi riconoscono come pregi la capacità di avvicinare i giovani al mondo del lavoro, alla tecnologia, alle competenze pratiche, alle vocazioni individuali



(1) La domanda nel 2022 era stata posta con riferimento alla scuola italiana. Per dare una maggiore valenza esperienziale alla domanda, nel 2023 abbiamo cambiato il testo e ci siamo riferiti all'istruzione ricevuta dall'intervistato  
 (2) Item introdotti per la prima volta nell'edizione 2023

# RISPETTO ALLE GENERAZIONI PRECEDENTI, I BABY BOOMERS RICONOSCONO PIU' QUALITA' ALLA SCUOLA DEI LORO TEMPI

## I PREGI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA (1)

### Analisi per generazioni

Quali PREGI ha l'istruzione che hai ricevuto?

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	109	242	351	358	178	165
Ha un approccio multidisciplinare: umanistico, sociale, scientifico (2)	35	29	31	27	27	28
Offre un'ampia gamma di percorsi formativi (2)	23	24	24	25	19	37
Trasmette agli studenti conoscenze e cultura	21	19	19	22	18	27
Insegna ad imparare, aiuta a sviluppare un metodo di studio	23	20	21	17	17	14
Dà un'ottima preparazione generale	17	19	18	19	19	22
E' inclusiva, dà a tutti le stesse possibilità di riuscire	16	13	14	18	17	25
Ha una visione aperta ed internazionale, offre esperienze di scambio con l'estero (2)	14	14	14	15	10	12
Il rapporto tra insegnanti e studenti è amichevole e rispettoso (2)	11	13	12	13	13	11
Gli insegnanti sono rigorosi ed esigenti	14	14	14	10	7	5
Ha programmi ambiziosi ed impegnativi	11	11	11	11	9	11
Avvicina gli studenti mondo della tecnologia (2)	9	9	9	9	6	11
Coltiva le qualità e le vocazioni dello studente (2)	9	8	8	9	5	7
Valorizza le competenze pratiche (5)	5	8	7	9	8	10
Prepara per il mondo del lavoro (5)	5	7	7	7	9	6
Nessun pregio	15	15	15	16	18	24

(1) La domanda nel 2022 era stata posta con riferimento alla scuola italiana. Per dare una maggiore valenza esperienziale alla domanda, nel 2023 abbiamo cambiato il testo e ci siamo riferiti all'istruzione ricevuta dall'intervistato

(2) Item introdotti per la prima volta nell'edizione 2023

# LE VARIAZIONI AL QUESTIONARIO 2023 <sup>(1)</sup> RIDIMENSIONANO LE CERTEZZE SULLA PERCEZIONE DELLA PROPRIA PREPARAZIONE CULTURALE E DELL'INCLUSIVITA' DELLA SCUOLA

Base: totale campione

## I PREGI DELL'ISTRUZIONE RICEVUTA Trend 2022-2023 e confronto fra giovani e adulti

Quali pregi ha l'istruzione che hai ricevuto?

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	758 %	704 %		393 %	356 %	
<i>Dà un'ottima preparazione generale</i>	27	19	-9	31	20	-10
<i>Trasmette agli studenti molte conoscenze</i>	23	21	-2	17	23	+6
<i>Insegna ad imparare, aiuta a sviluppare un metodo</i>	21	19	-1	20	15	-4
<i>Ha programmi ambiziosi ed impegnativi</i>	14	11	-3	10	10	-
<i>E' inclusiva, dà a tutti le stesse possibilità</i>	23	16	-8	31	21	-10
<i>Gli insegnanti sono esigenti</i>	14	12	-1	9	6	-3

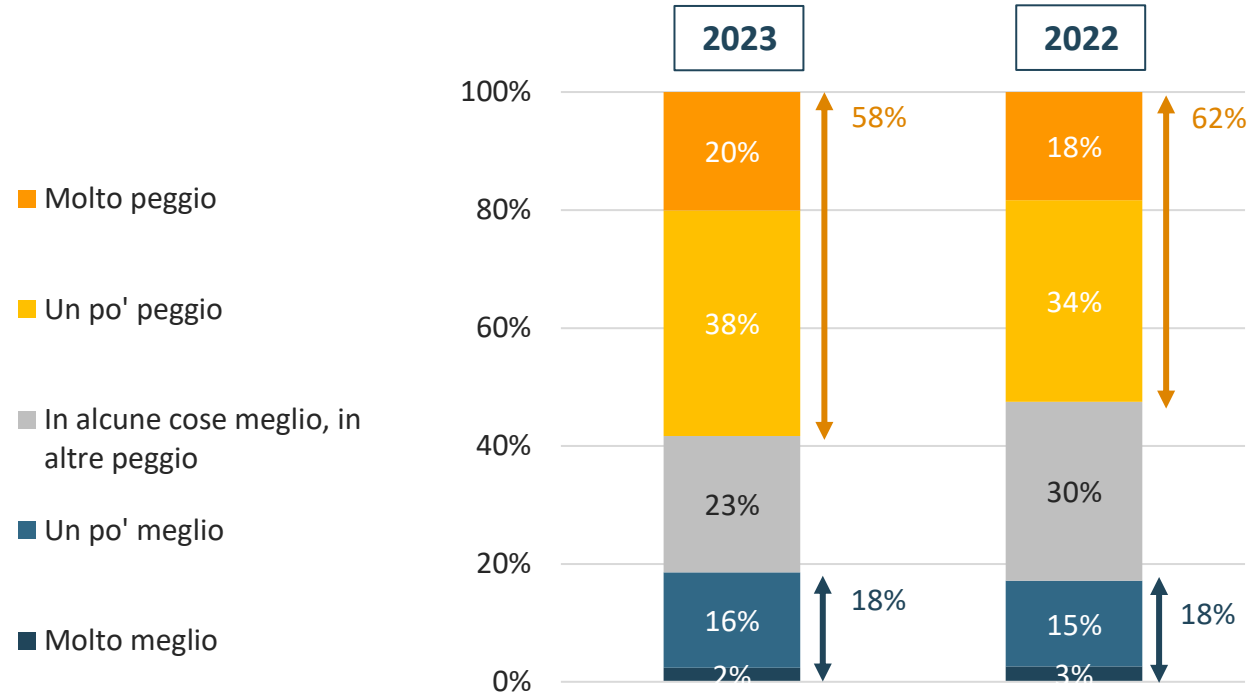
(1) Nel 2022 la domanda era posta con riferimento alla scuola italiana in generale. Per dare una valenza esperienziale al quesito, nel 2023 abbiamo cambiato la formulazione, riferendoci all'istruzione ricevuta. Gli intervistati hanno dato pertanto risposte più basate sull'esperienza personale, meno influenzate dalla «desiderabilità sociale» e ciò ha fatto aumentare la frequenza delle citazioni negative sulla relazione didattica

# \*NELLA PERCEZIONE DEI GIOVANI LA SCUOLA ITALIANA ARRETRA ANCHE NEL CONFRONTO QUELLA DEGLI ALTRI GRANDI PAESI EUROPEI

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 709)

## IL CONFRONTO CON LA SCUOLA DEI GRANDI PAESI EUROPEI Trend 2022-2023

Rispetto agli altri grandi paesi europei (Francia, Germania, Regno Unito, ecc.) secondo te, la scuola italiana è...?



## 2023: PEGGIORA LA VALUTAZIONE SULL'ISTRUZIONE RICEVUTA

- I giovani, ed in particolare i giovanissimi dai 16 ai 22 anni, sono il pubblico più idoneo a darci un riscontro dell'istruzione erogata dal nostro sistema educativo, in quanto ne sono fruitori attuali, o quanto meno recenti.
  - Il giudizio dei giovani non è lusinghiero: l'istruzione che essi ritengono di aver ricevuto è mediocre, con pochi pregi e tanti difetti.
    - I pregi sono importanti ma poco numerosi e poco riconosciuti: la multidisciplinarietà umanistica-sociale-scientifica, la varietà dell'offerta formativa, la capacità di trasmettere cultura ai discenti
    - I difetti sono numerosi e condivisi: vanno dalla mission (non solo trasmettere il sapere ma anche preparare al lavoro e alla vita civile e sociale), alle politiche formative (tanta teoria e poca pratica/esperienza), all'impreparazione di molti docenti, alla relazione didattica non positiva con gli studenti
- \* una sorpresa: i giovani non condividono la critica mainstream per cui la scuola italiana privilegerebbe gli insegnamenti umanistici a scapito di quelli scientifici e tecnici
- Nell'ultimo anno le cose sono peggiorate, sia nella qualità dell'istruzione, sia nel confronto con le scuole degli altri grandi paesi europei
  - E' un trend confermato dalle rilevazioni *Invalsi*, che registrano un calo della qualità delle competenze degli studenti delle scuole di ogni ordine e grado



# POLITICA E DEMOCRAZIA

**> KKIENN <**  
connecting people and companies

## 2022: FRA FEDE NELLA DEMOCRAZIA E SFIDUCIA NELLA POLITICA, I GIOVANI STANNO ALLA FINESTRA

### 1. Quanto sono interessati i giovani alla politica?

- **Benché poco interessati alla politica**, i giovani **non disertano i luoghi della democrazia**: firmano petizioni online e prevedono di andare a votare

### 2. Come si informano sull'attualità politica?

- Nella dieta mediatica dei giovani **il web**, costituito principalmente da quotidiani online gratuiti, notifiche su smartphone e Facebook, **ha un peso pari a quello dei media tradizionali**

### 3. Come vedono la politica italiana? Quanto si fidano?

- La **fiducia nella politica italiana è vicina allo zero**. Le colpe della politica sono numerose e gravi. Non c'è nessuna istituzione, personaggio o forza politica che si salvi

### 4. Destra e sinistra esistono ancora?

- **No, non è una distinzione valida**. Non indica differenze reali tra i partiti. La maggior parte dei giovani non saprebbe dire se è di destra o sinistra

### 5. La nostra democrazia è in discussione?

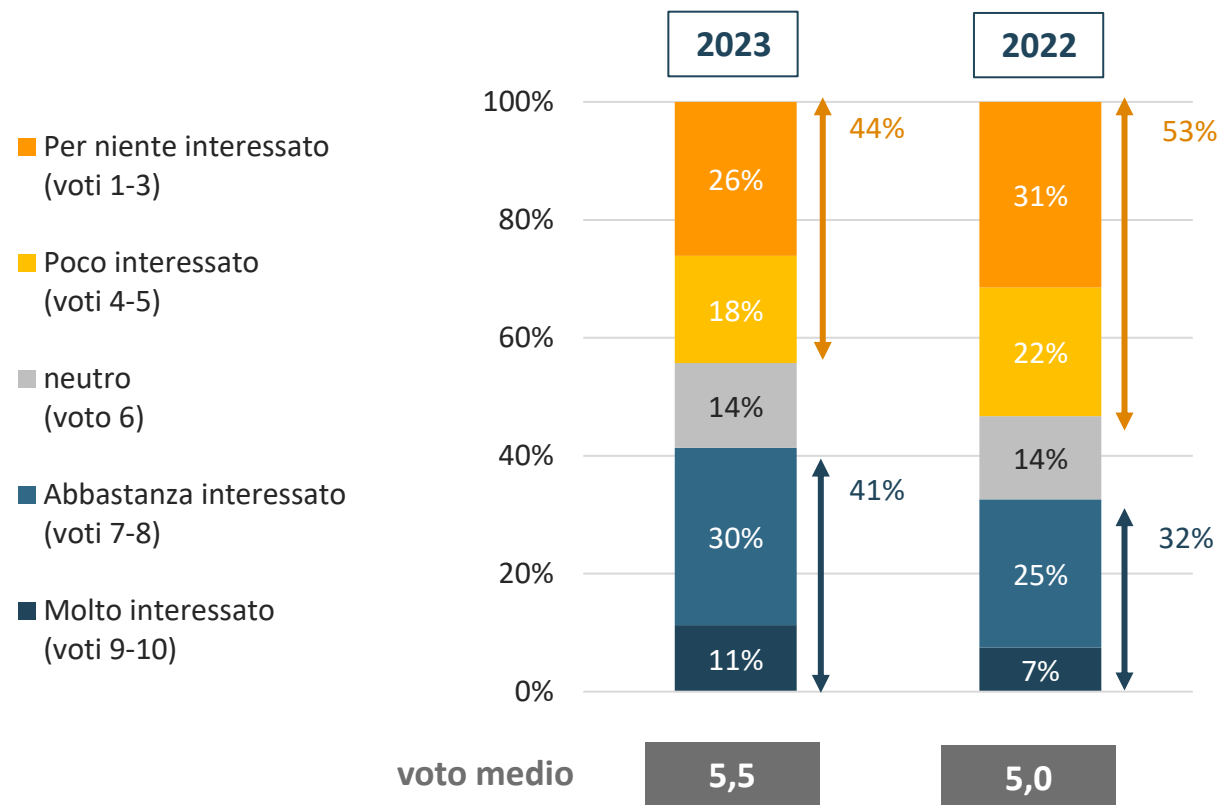
- La **maggioranza** ha ancora **fiducia nella democrazia**, ma non sono pochi quanti l'hanno persa e che ritengono che **l'Italia sia un paese non pienamente democratico**

# \*PUR RIMANENDO DEBOLE, NELL'ULTIMO ANNO L'INTERESSE DEI GIOVANI PER LA POLITICA E' CRESCIUTO

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 713)

## L'INTERESSE PER LA POLITICA Trend 2022-2023

Qual è il tuo grado di interesse per la politica?





# E' UN FENOMENO OSSERVABILE SIA NELLE NUOVE GENERAZIONI CHE IN QUELLE MATURE

Base: totale campione

## L'INTERESSE PER LA POLITICA Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

*Qual è il tuo grado di interesse per la politica?*

	Giovani 16-35			Adulti 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	709 %	713 %		383 %	367 %	
Totale non interessati (voti 1-5)	53	44	-9	43	32	-11
Neutri (voto 6)	14	14	+0	12	17	+5
Totale interessati (voti 7-10)	33	41	+9	45	51	+6
Totale	100	100		100	100	
Voto medio	5,0	5,5	+0,5	5,6	6,2	+0,7

# UNA MINORANZA SIGNIFICATIVA (20%), CON UNA FORTE PASSIONE POLITICA, RESTA APPANNAGGIO DELLA GEN Z E DEI BABY BOOMERS

Base: totale campione

## L'INTERESSE PER LA POLITICA Analisi per generazioni

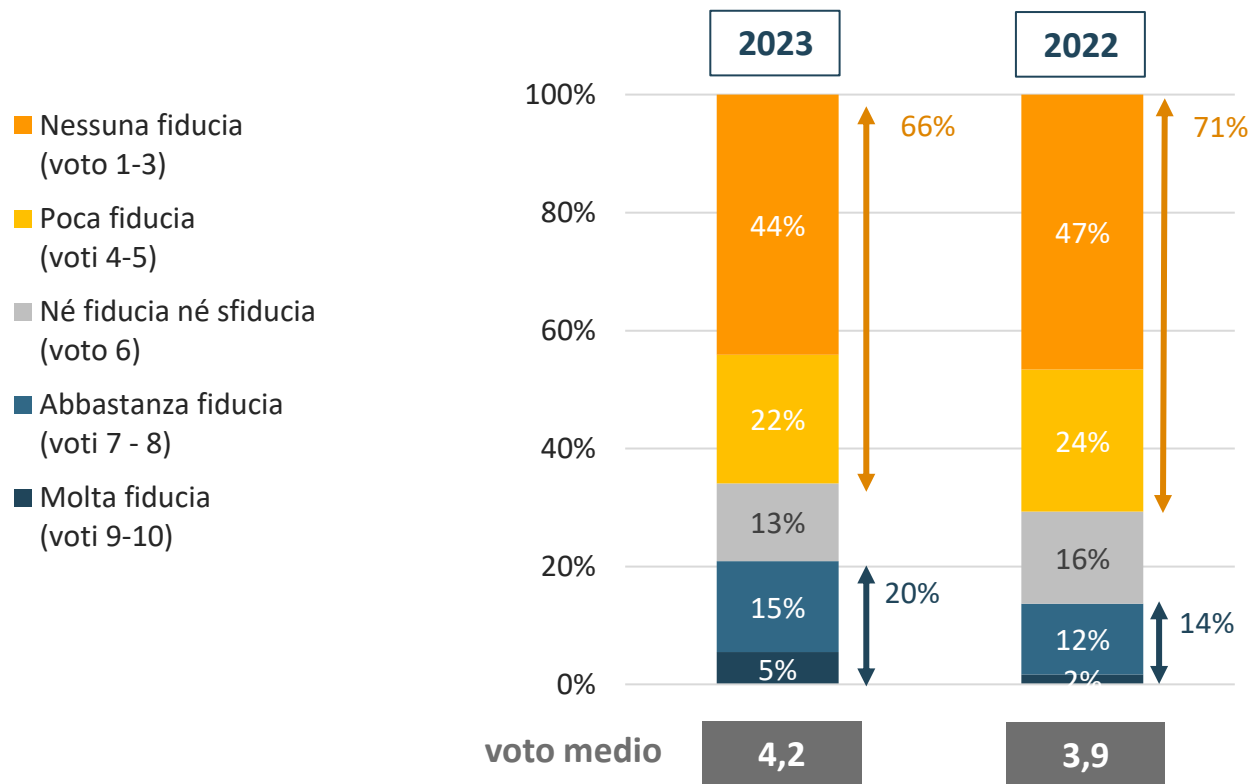
Qual è il tuo grado di interesse per la politica?

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	110 %	236 %	346 %	367 %	180 %	187 %
<b>TOTALE INTERESSATO (voti 7-10)</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>45</b>	<b>56</b>
Molto interessato (voti 9-10)	11	12	12	11	<b>17</b>	<b>20</b>
Abbastanza interessato (voti 7-8)	31	28	29	32	28	36
<b>NEUTRO (voto 6)</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>14</b>
Poco interessato (voti 4-5)	17	19	18	18	18	12
Per niente interessato (voti 1-3)	29	26	27	25	16	19
<b>TOTALE DISINTERESSATO (voti 1-5)</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>34</b>	<b>30</b>
	100	100	100	100	100	100
<b>voto medio</b>	<b>5,5</b>	<b>5,4</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>6,0</b>	<b>6,4</b>

# \*ANCHE IL RAPPORTO DI FIDUCIA CON LA POLITICA, IN CRISI DA TEMPO, HA SEGNATO UNA LIEVE RIPRESA

## LA FIDUCIA VERSO LA POLITICA ITALIANA Trend 2022-2023

Qual è il tuo grado di fiducia verso la politica italiana?



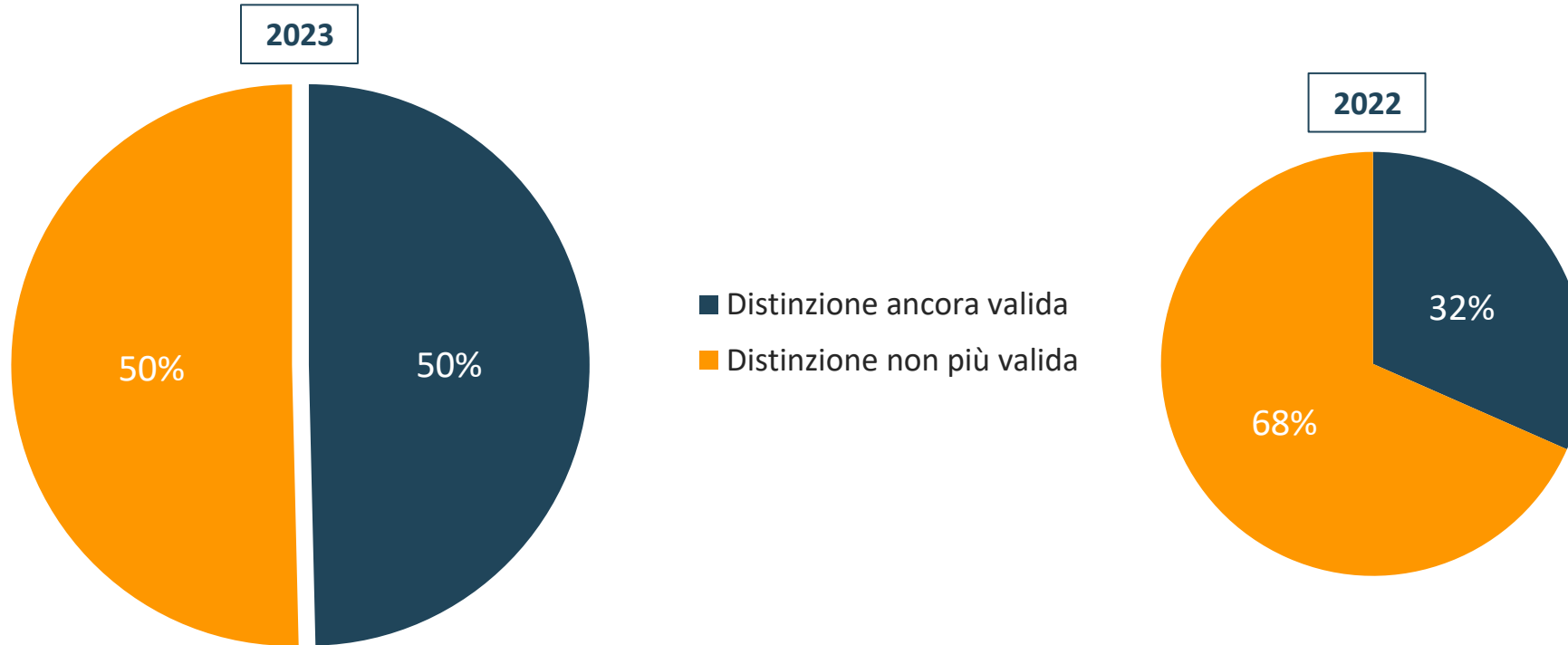
*La sfiducia è calata dal 71% dei giovani al 66%: è un progresso ma la strada per un recupero resta lunga*

# \*LA DISTINZIONE DESTRA-SINISTRA E' TORNATA AD ESSERE UTILE COME CHIAVE DI LETTURA DELLE PROPOSTE POLITICHE E DELLA PROPRIA IDENTITÀ

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 713)

## LA DISTINZIONE TRA DESTRA E SINISTRA

*Destra e sinistra: secondo te è una distinzione ancora valida .... (1)?*



*La nascita del Governo Meloni, il consolidamento delle alleanze a destra e a sinistra, il cambiamento di leadership nel PD hanno aumentato la polarizzazione e reso più leggibile il panorama politico italiano*

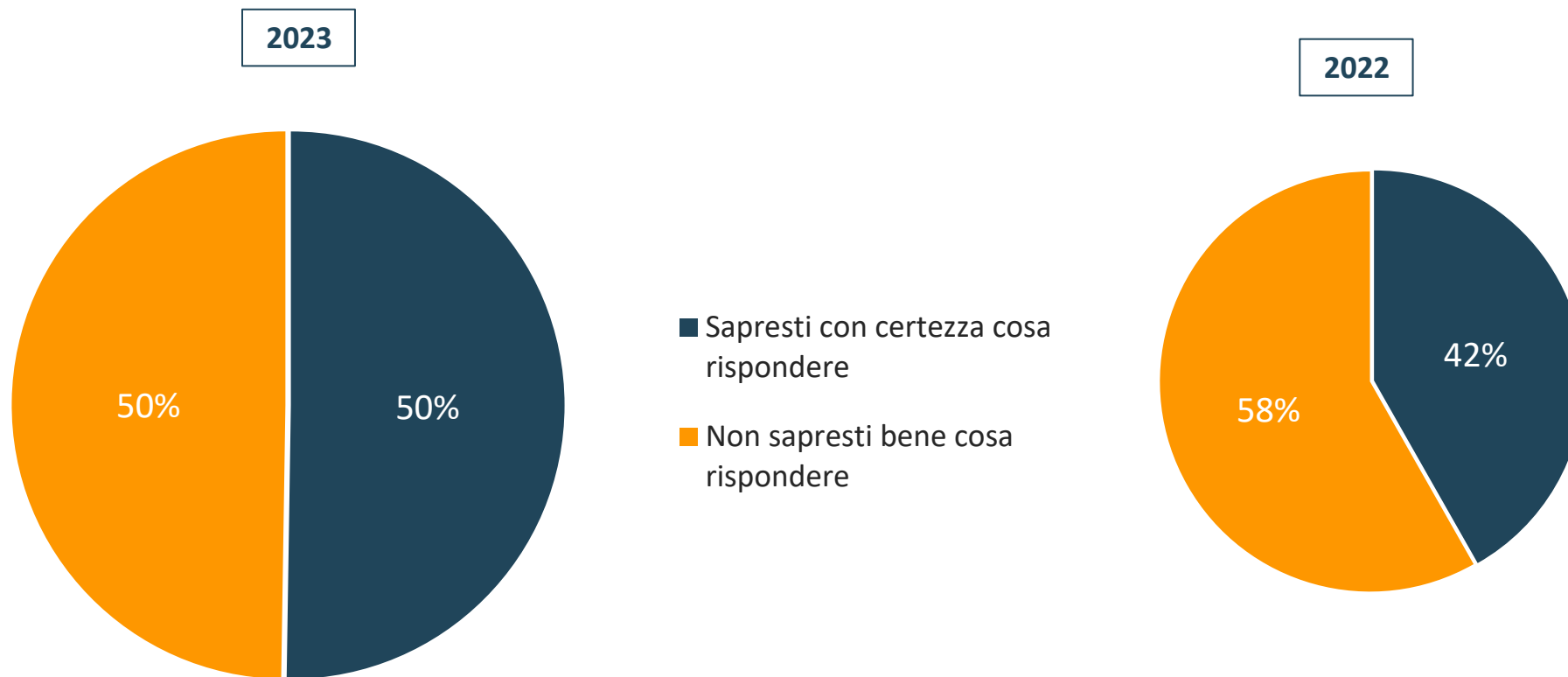
(1) Destra e sinistra: secondo te è una distinzione ancora valida, che indica differenze reali negli ideali e nei programmi dei partiti, oppure è una distinzione che non è più valida in quanto gli ideali e i programmi non sono molto diversi e i partiti cambiano posizioni ed alleanze secondo la convenienza del momento?

# \*E' AUMENTATA LA CHIAREZZA DEI GIOVANI CIRCA IL PROPRIO ESSERE DI DESTRA O DI SINISTRA

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 713)

## ESSERE DI DESTRA O DI SINISTRA

*Se qualcuno ti chiedesse se sei di destra o di sinistra...*



# TUTTAVIA, LA META' DEI GIOVANI CONTINUA A NON RIUSCIRE A COLLOCARSI NELLE TRADIZIONALI FAMIGLIE POLITICHE

Base: totale campione

## ESSERE DI DESTRA O DI SINISTRA Analisi per generazioni

*Se qualcuno ti chiedesse se sei di destra o di sinistra...*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	110 %	236 %	346 %	367 %	180 %	187 %
Sapresti con certezza cosa rispondere	47	49	49	52	60	64
Non sapresti bene cosa rispondere	53	51	51	48	40	36
	100	100	100	100	100	100

# LA PREFERENZA ELETTORALE E' FORTEMENTE CORRELATA CON L'ETA': I GIOVANISSIMI A SINISTRA, LA GEN X A DESTRA

Base: totale campione

## IL VOTO ALLE ULTIME ELEZIONI Analisi per generazioni

Alle ultime elezioni hai votato un partito o un movimento di...

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	110	236	346	367	180	187
	%	%	%	%	%	%
Centrosinistra	22	21	21	19	21	25
Sinistra	20	18	18	13	8	12
<b>TOTALE CENTROSINISTRA-SINISTRA</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>32</b>	<b>29</b>	<b>37</b>
Centrodestra	10	13	12	16	21	24
Destra	11	11	11	12	10	11
<b>TOTALE CENTRODESTRA-DESTRA</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>35</b>
Centro	14	9	11	10	13	7
Preferisco non rispondere	23	28	27	30	27	20
	163	163	162	160	160	172

### Il voto alle elezioni politiche 2022 dei giovani 18-34enni (SWG)

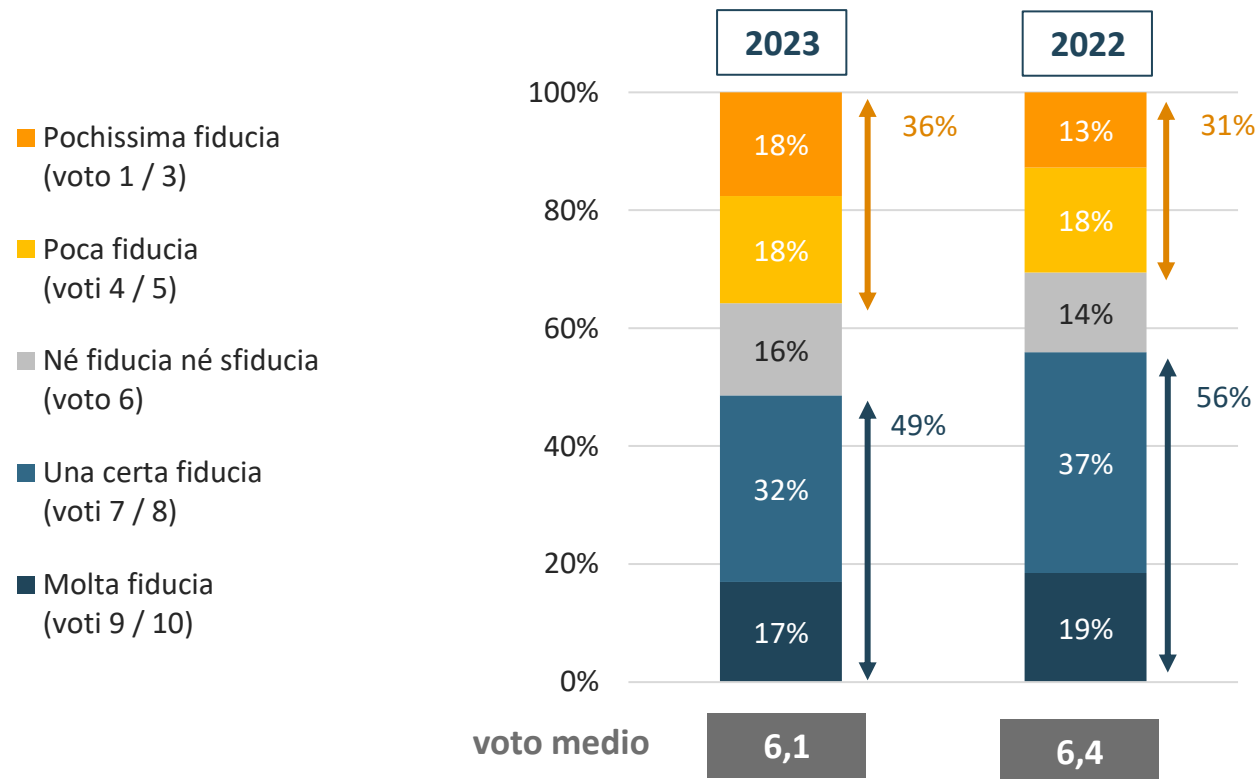
	MELONI	FORZA ITALIA	BERLUSCONI	PD	MOVIMENTO 5 STELLE	CALENDA	ALTRI	NON VOTO
18-34enni	22%	8%	5%	19%	15%	10%	21%	37%
Totale	26%	9%	8%	19%	15%	8%	15%	36%
Differenza	-4%	-1%	-3%	=	=	+2%	+6%	+1%

# \*NELL'ULTIMO ANNO E' DIMINUITA LA FIDUCIA DEI GIOVANI NELLA DEMOCRAZIA

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 713)

## LA FIDUCIA NELLA DEMOCRAZIA

*Parliamo di democrazia. qual è il tuo grado di fiducia verso la democrazia come forma di governo?*





# SOLO I BABY BOOMERS HANNO ANCORA UNA CERTA FIDUCIA NELLA DEMOCRAZIA. FORTE DISAFFEZIONE FRA I MILLENNIALS

Base: totale campione

## La FIDUCIA NELLA DEMOCRAZIA Analisi per generazioni

*Parliamo di democrazia. qual è il tuo grado di fiducia verso la democrazia come forma di governo?*

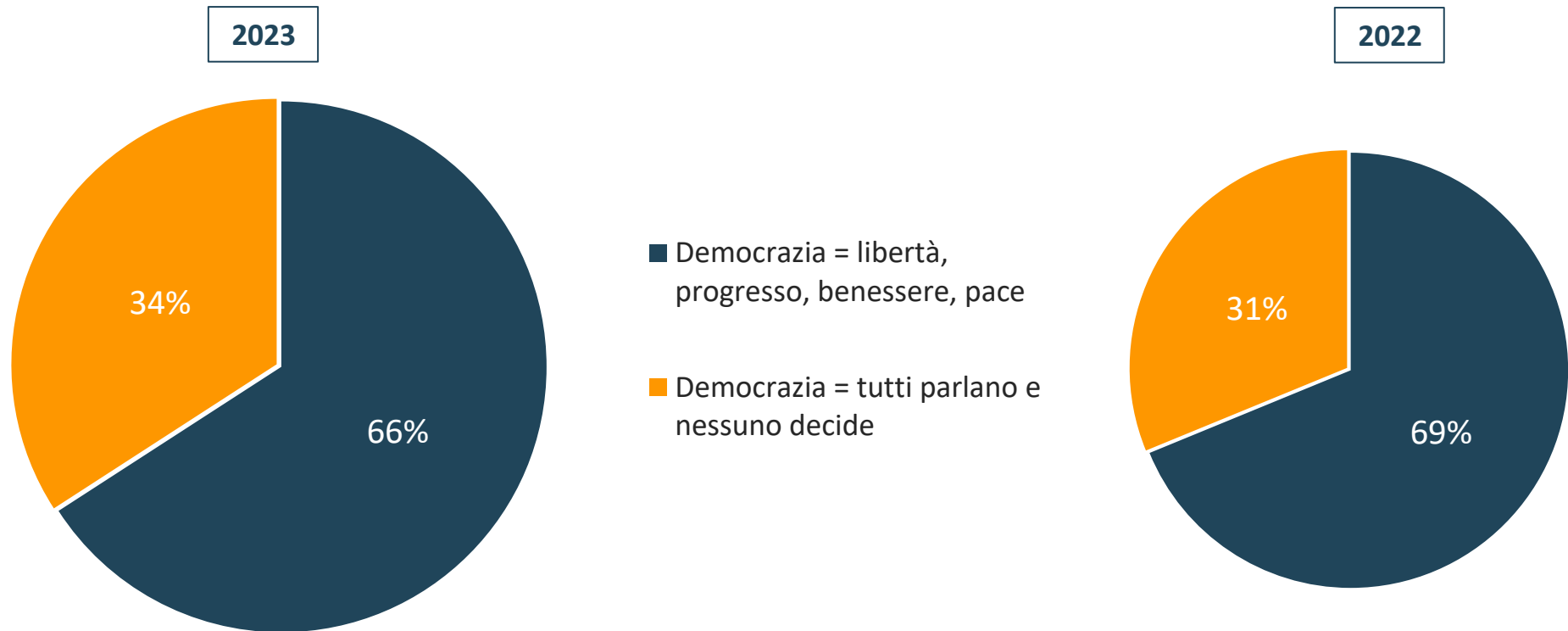
	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	110 %	236 %	346 %	367 %	180 %	187 %
TOTALE FIDUCIA (voti 7-10)	51	51	51	45	50	68
Molta fiducia (voti 9 / 10)	21	17	19	15	19	33
Una certa fiducia (voti 7 / 8)	30	34	33	30	31	35
Né fiducia né sfiducia (voto 6)	16	15	15	16	15	9
Poca fiducia (voti 4 / 5)	16	18	18	19	16	12
Pochissima fiducia (voto 1 / 3)	18	15	16	20	19	12
TOTALE SFIDUCIA (voti 1-5)	34	33	33	39	35	23
	100	100	100	100	100	100
voto medio	6,3	6,3	6,3	5,8	6,1	7,1

# \*SONO DIMINUITI LEGGERMENTE I GIOVANI CHE RITENGONO LA DEMOCRAZIA LA FORMA DI GOVERNO CHE PIU' GARANTISCE LIBERTA', PROGRESSO, PACE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 713)

## L'EFFICACIA DELLA DEMOCRAZIA

*Alcuni ritengono che la democrazia garantisca le migliori condizioni per lo sviluppo della libertà, del progresso e della pace tra i popoli. Altri ritengono che la democrazia sia la forma di governo in cui tutti possono dire quello che vogliono e nessuno decide. Quale di queste interpretazioni è più vicina alla tua?*



# LA FIDUCIA E L'EFFICACIA PERCEPITA DELLA DEMOCRAZIA SI SONO INDEBOLITE TRA I GIOVANI E RAFFORZATE TRA GLI ADULTI

Base: totale campione

## LA FIDUCIA E L'EFFICACIA DELLA DEMOCRAZIA Trend 2022 / 2023 e confronto giovani vs adulti

1. Parliamo di democrazia. Qual è il tuo grado di fiducia verso la democrazia come forma di governo?
2. Alcuni ritengono che la Democrazia sia ..secondo te.....

	Giovani 16-35			Adulti 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
<b>1. Fiducia nella democrazia (voto 1-10)</b>						
	758	704		393	356	
	%	%		%	%	
TOTALE SFIDUCIA (voti 1-5)	31	36	+5	33	29	-4
NEUTRO (voto 6)	14	16	+2	14	12	-2
TOTALE FIDUCIA (voti 7-10)	56	49	-7	53	59	+6
Totale	100	100		100	100	
Voto medio	6,4	6,1	-0,3	6,3	6,6	+0,3
<b>2. Efficacia della democrazia</b>						
Democrazia = libertà, progresso, benessere, pace	69	66	-3	62	66	+4
Democrazia = tutti parlano e nessuno decide	31	34	+3	38	34	-4
Totale	100	100		100	100	



Si può ipotizzare che il calo di fiducia dei giovani verso la democrazia sia spiegato dalla delusione dell'elettorato di centrosinistra per la vittoria del centrodestra alle elezioni politiche del 2022

# SONO LE GENERAZIONI «DI MEZZO», MILLENNIALS E GEN X, AD AVERE PIU' DUBBI SULL'EFFICACIA DELLA DEMOCRAZIA

Base: totale campione

## L'EFFICACIA DELLA DEMOCRAZIA Analisi per generazioni

*Alcuni ritengono che la democrazia garantisca le migliori condizioni per lo sviluppo della libertà, del progresso e della pace tra i popoli. Altri ritengono che la democrazia sia la forma di governo in cui tutti possono dire quello che vogliono e nessuno decide. Quale di queste interpretazioni è più vicina alla tua?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	110 %	236 %	346 %	367 %	180 %	187 %
Democrazia = libertà, progresso, benessere, pace	71	71	71	59	59	72
Democrazia = tutti parlano e nessuno decide	29	29	29	41	41	28
	100	100	100	100	100	100

## 2023: LA VITTORIA ELETTORALE DEL CENTRO-DESTRA HA RILANCIATO LA DIALETTICA DESTRA-SINISTRA E L'INTERESSE DEI GIOVANI A SCHIERARSI

- Nell'autunno del 2022 gli italiani hanno mandato al governo, con una larga maggioranza, l'alleanza di centro-destra, guidata da Giorgia Meloni.
- All'inizio del 2023, i sostenitori del PD hanno scelto come nuovo segretario Elly Schlein, candidata della sinistra del partito, attivista nelle battaglie ambientali e per i diritti delle donne e delle persone LGBT.
- **La dialettica destra-sinistra** è tornata, quindi, al centro del dibattito politico, con una contrapposizione frontale che ha **facilitato la lettura delle proposte politiche dei due schieramenti**
- Questa evoluzione ha influenzato anche una parte del pubblico giovanile, che ha manifestato un **ritorno di interesse per la politica**, come pure una **maggior chiarezza circa la propria appartenenza**, senza però cambiare il discredito sulla classe politica italiana, che resta elevatissimo
- All'opposto, il successo del centro-destra sembrerebbe aver frustato le aspirazioni riformatrici dei giovani, prevalentemente orientati a sinistra, aumentando le loro **perplessità sull'efficacia della democrazia** come modello di governo che «garantisce libertà, progresso e pace tra i popoli»



# L'EUROPA

## 2022: GLI EUROPEI SONO QUASI FATTI, ORA BISOGNA FARE L'EUROPA

### 1. Com'è vista l'Europa dai giovani italiani?

- L'immagine dell'Europa è **contrastata**. E' una **necessità**, in quanto incarna l'idea di **progresso**, di **futuro**, di **opportunità**, di **unione**. L'Europa è però anche il luogo del prevalere delle **differenze** sulle somiglianze, degli **interessi** sugli ideali, della **burocrazia** sulla buona amministrazione. Più **un'aspirazione** all'unione, quindi, che il riconoscimento di una realizzazione compiuta.

### 2. Cittadini europei?

– I giovani intervistati si sentono **anzitutto italiani**, poi della propria regione, quindi mediterranei ed occidentali. **Infine europei**: l'appartenenza europea è ancora in costruzione.

### 3. Se non fossero italiani, di che paese vorrebbero essere?

- Se non fossero italiani i nostri giovani vorrebbero essere di **un altro paese europeo**, in primis la Spagna, la Svizzera e il Regno Unito, e, in misura contenuta, americani. **Fuori dall'Europa (e dall'Occidente) non ci sono identità possibili.**

### 4. Quali paesi rappresentano per noi un modello?

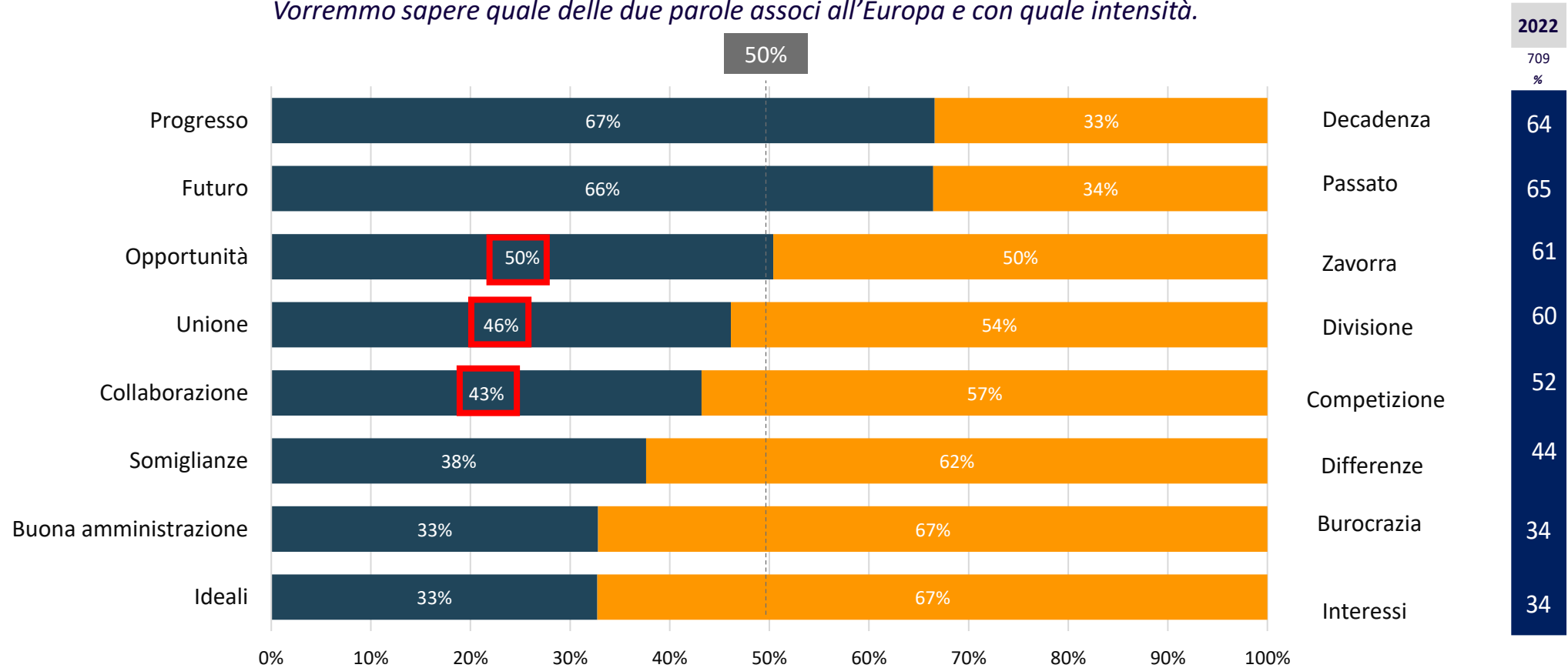
– I **paesi da prendere a modello sono europei**, in particolare **quelli del Centro Europa**, Germania e Svizzera in primis, **poi quelli scandinavi**. Non i paesi anglosassoni. Il modello sembra essere un sistema capitalistico, addolcito da una sensibilità sociale e un welfare efficiente.

# \*NELL'ULTIMO ANNO, L'IMMAGINE DELL'EUROPA FRA I GIOVANI ITALIANI SI E' INCRINATA.

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 715)

## L'IMMAGINE DELL'EUROPA AGLI OCCHI DEI GIOVANI

Di seguito sono indicate alcune parole in opposizione: collaborazione e competizione, ecc.. Vorremmo sapere quale delle due parole associ all'Europa e con quale intensità.





# \* LA CRISI RIGUARDA SOLO I GIOVANI E ORIGINA DALLE DIVISIONI E DALLE RIVALITA' INTERNE ALL'EUROPEA

Base: totale campione

## L'IMMAGINE DELL'EUROPA Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

Di seguito sono indicate alcune parole in opposizione: collaborazione e competizione, utopia e speranza, ecc..  
Vorremmo sapere quale delle due parole associ all'Europa e con quale intensità.

	Giovani 16-35			Adulti 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
% che associa l'Europa alla parola di significato positivo (1)	709 %	715 %		390 %	356 %	
<i>Futuro (vs passato)</i>	65	66	+1	67	72	+5
<i>Progresso (vs decadenza)</i>	64	67	+3	63	64	+1
<i>Opportunità (vs zavorra)</i>	61	50	-11	54	53	-
<i>Unione (vs divisione)</i>	60	46	-14	50	51	+
<i>Collaborazione (vs competizione)</i>	52	43	-9	46	45	-1
<i>Somiglianze (differenze)</i>	44	38	-6	35	34	-1
<i>Ideali (vs interessi)</i>	34	33	-1	29	32	+3
<i>Buona amministr. (vs burocrazia)</i>	34	33	-1	26	32	+6

*E' un cambiamento che ha riguardato solo i giovani e che ha eroso il vantaggio di fiducia che avevano rispetto agli adulti*

# LE GENERAZIONI DI MEZZO, I MILLENNIALS E LA GEN X, SONO LE PIU' SCETTICHE SULL'EUROPA

Base: totale campione

## L'IMMAGINE DELL'EUROPA Analisi per generazioni

Di seguito sono indicate alcune parole in opposizione: collaborazione e competizione, ecc..  
Vorremmo sapere quale delle due parole associ all'Europa e con quale intensità.

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
% che associa l'Europa alla parola di significato positivo (1)	121 %	234 %	355 %	360 %	192 %	164 %
Progresso (vs decadenza)	72	65	67	65	67	60
Futuro (vs passato)	70	67	68	65	73	71
Opportunità (vs zavorra)	57	52	54	45	48	59
Unione (vs divisione)	53	49	50	40	42	60
Collaborazione (vs competizione)	44	46	46	40	40	50
Somiglianze (vs differenze)	38	41	40	34	30	38
Buona amministr. (vs burocrazia)	32	37	35	29	28	36
Ideali (vs. interessi)	31	36	34	30	27	38



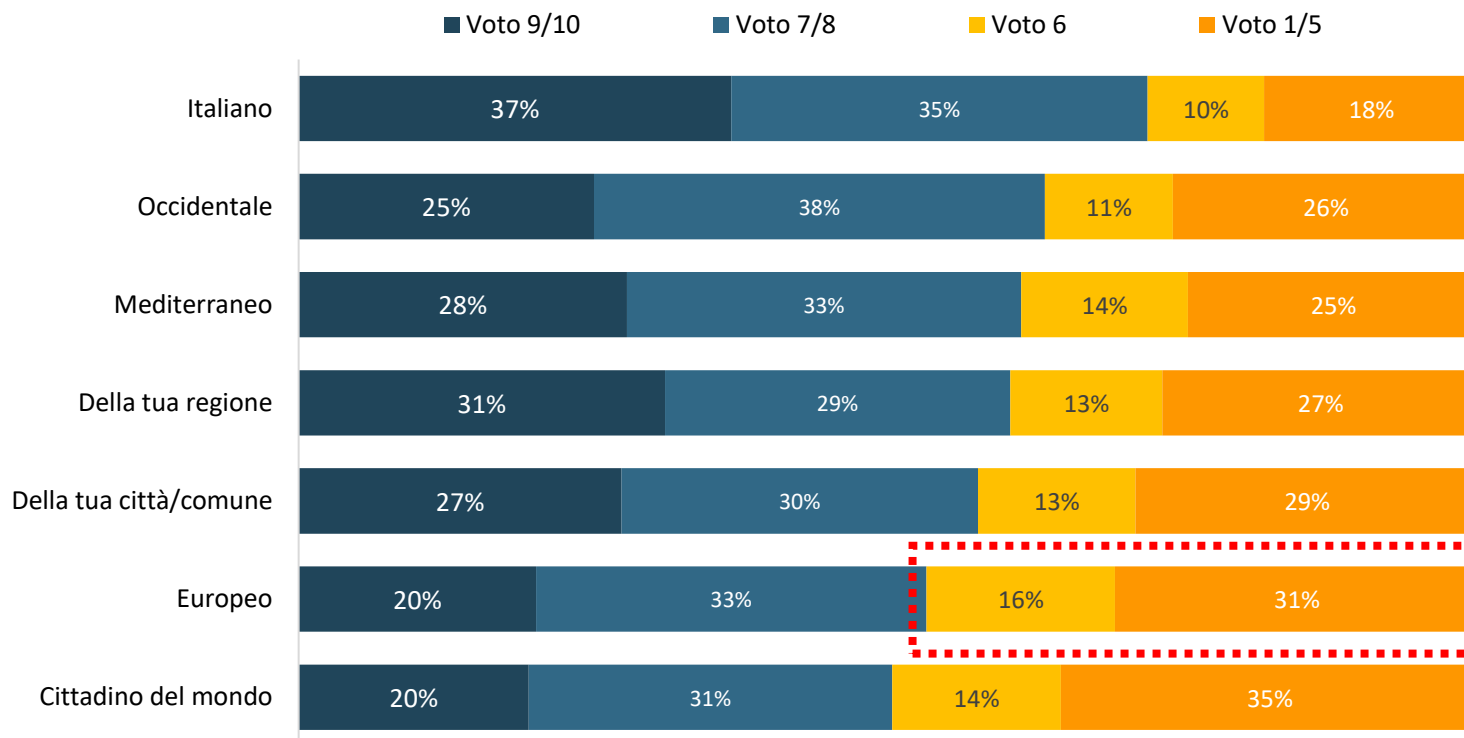
(1) La percentuale indica la quota di rispondenti che associa l'item all'Europa (voto 1-5 o 6-10 a seconda della polarità)

# \* I GIOVANI ITALIANI VIVONO UNA MULTI-APPARTENENZA MA L'IDENTITA' EUROPEA HA CONQUISTATO SOLO LA META' DI ESSI

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 715)

## L'IDENTITA' TERRITORIALE DEI GIOVANI

Quanto ti senti...



# \*NELL'ULTIMO ANNO LE APPARTENENZE LOCALISTICHE DEI GIOVANI HANNO PERSO TERRENO, QUELLE SOVRANAZIONALI TENGONO MEGLIO

Base: totale campione

## L'IDENTITA' TERRITORIALE Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

Quanto ti senti...(identità territoriale). Rispondi con un voto da 1 a 10 dove 1 significa "pochissimo" e 10 significa "moltissimo"

	Giovani 16-35			Adulti+G1 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
% di adesione all'identità territoriali (voto 7-10)	709	715		390	356	
	%	%		%	%	
<i>Italiano</i>	76	72	-4	79	76	-2
<i>Della tua regione</i>	69	60	-9	72	71	-1
<i>Occidentale</i>	66	63	-3	67	68	+1
<i>Mediterraneo</i>	66	61	-4	69	69	+
<i>Della tua città</i>	64	58	-6	68	64	-4
<i>Europeo</i>	56	53	-2	52	53	+1
<i>Cittadino del mondo</i>	50	50	+	52	54	+2
<b>MEDIA Identità locali</b>	70	63	-6	73	71	-2
<i>MEDIA Identità sovranazionali</i>	59	57	-2	60	61	+1

E' calata la tendenza dei giovani a riconoscersi in un territorio ma è arretrata soprattutto l'appartenenza localistica. Nessun cambiamento di rilievo fra gli adulti

## 2023: L'IMMAGINE DELL'EUROPA E' PEGGIORATA . EFFETTO DELLA GUERRA?

- L'immagine che i giovani italiani hanno dell'Europa nell'ultimo si è indebolita.
- E' ancora solida l'idea che il progetto europeo sia il nostro futuro, ma si è rafforzata la percezione di una **compagine di paesi divisi, in competizione fra loro** e che, alla fine, diventano una **zavorra gli uni per gli altri**.
- Questo cambiamento ha **azzerato il vantaggio in termini di europeismo che i giovani vantavano rispetto alle generazioni più mature** e ha spinto una parte di loro verso la disillusione e lo scetticismo.
- Non avendo indagato le cause non possiamo dire con certezza quali siano le cause del fenomeno. **Viene tuttavia spontaneo associarlo al ruolo debole dell'Europa nella guerra** fra Russia e Ucraina, transitato, nel breve volgere di anno, dal protagonismo solidale dei tentativi di mediazione e delle prime sanzioni ad una sostanziale irrilevanza a traino dell'America, con segni di lacerazione interna fra falchi e colombe, fra paesi protagonisti e paesi nelle retrovie (il nostro), fra Commissione e governi nazionali.
- La debolezza dimostrata dall'Europa in questa situazione ha **danneggiato verosimilmente anche la percezione dell'Europa come protagonista nelle sfide economiche e geopolitiche che ci attendono**.

# AMBIENTE E POST-CONSUMISMO

# 2022: I GIOVANI ITALIANI NON SONO PIU' CONSUMISTI MA NON HANNO ANCORA UN NUOVO MODELLO: E' IL TRAVAGLIO DELLA TRASFORMAZIONE

1. Com'è l'approccio dei giovani verso gli acquisti? Come fanno le loro scelte? Sono consumatori?
  - I giovani di oggi **non sono certo acquirenti compulsivi**. Sono cresciuti in un'epoca di risorse calanti e fin da piccoli hanno respirato aria di sobrietà e contenimento degli sprechi. Per loro **non essere consumatori è un elemento identitario**, soprattutto per i più giovani. Quando fanno acquisti cercano di essere **attenti e razionali**: la convenienza è la cosa più importante, seguono la salute e la sicurezza, quindi l'esperienza di consumo. **Ma l'ambiente non è ancora una priorità**
2. Sta cambiando il modo di consumare? I giovani sono più avanti degli adulti nella trasformazione? Quali sono le cose che considerano importanti per proteggere l'ambiente?
  - **Lo stile di consumo dei giovani è già cambiato**: più web, più sobrietà, più consapevolezza, meno consumi voluttuari, più prodotti locali, più riciclo. Rinunciare a consumi importanti come il fast fashion o consumare meno carne, però, è un sacrificio doloroso: per ora non se ne fa niente, domani si vedrà.
  - E' lo **stesso scenario che si osserva fra gli adulti**: siamo tutti all'inizio della trasformazione
3. Si può consumare meno? Quali rinunce sono disposti a fare i giovani? Hanno fiducia che le nostre società possano cambiare a vantaggio del pianeta?
  - L'attenzione c'è, ma i giovani **non sono ancora disposti a fare rinunce importanti a vantaggio dell'ambiente e del clima**. La disponibilità a cambiare **è in funzione dei costi psicologici della rinuncia**: bassi per il riciclo, l'ottimizzazione dei consumi, la sostituzione tecnologica; più elevati quando si tratta aumentare i costi economici; insostenibili quando si tratta di mettere in discussione la qualità della vita, com'è il caso di ridurre l'uso dell'auto o di prendere l'aereo
  - **La consapevolezza della difficoltà mina la fiducia nella trasformazione**: la maggioranza della popolazione non aderirà

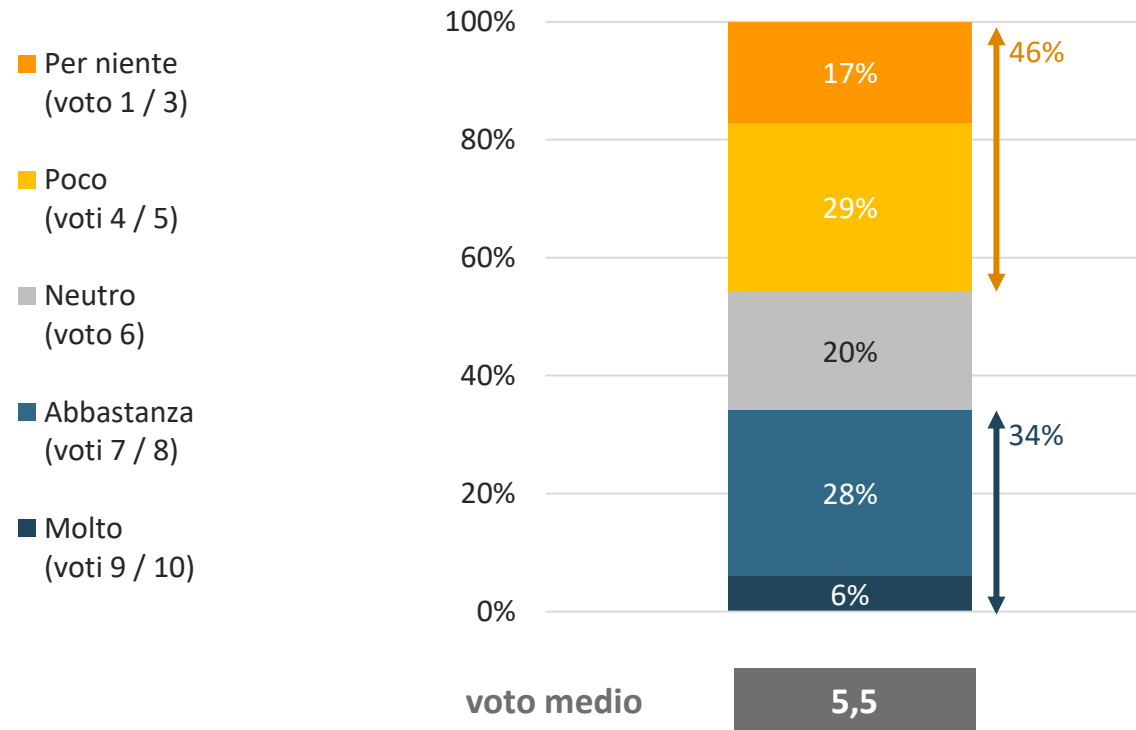


# \*QUASI LA META' DEI GIOVANI NON SI SENTE CONSUMISTA, UN TERZO SI'

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 698)

## ESSERE CONSUMISTI: LA PERCEZIONE CHE HANNO I GIOVANI DI SE'

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





# SOLO I BABY BOOMERS HANNO LA COSCIENZA RELATIVAMENTE TRANQUILLA

Base: totale campione

## ESSERE CONSUMISTI: LA PERCEZIONE DI SE'

### Analisi per generazioni

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

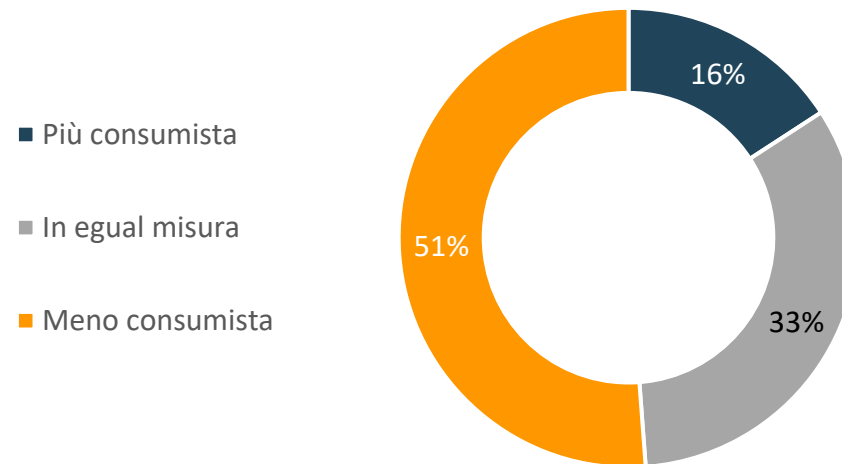
	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	108 %	243 %	351 %	347 %	179 %	176 %
<b>TOTALE SÌ (voti 7-10)</b>	35	34	35	33	29	22
Molto (voti 9 / 10)	5	5	5	7	5	5
Abbastanza (voti 7 / 8)	30	29	30	26	24	17
<b>NEUTRO (voto 6)</b>	21	19	19	21	24	20
Poco (voti 4 / 5)	24	31	29	28	31	36
Per niente (voto 1 / 3)	19	16	17	17	15	23
<b>TOTALE NO (voti 1-5)</b>	44	47	46	45	46	59
	100	100	100	100	100	100
<b>voto medio</b>	5,6	5,5	5,5	5,5	5,4	5,1

# LA MAGGIORANZA DEI GIOVANI E' CONVINTA TUTTAVIA DI ESSERE MENO CONSUMISTA CHE IN PASSATO

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 698)

## LA PERCEZIONE DEI GIOVANI CIRCA LA PROPRIA EVOLUZIONE

*Rispetto a qualche anno sei PIÙ O MENO CONSUMISTA?*

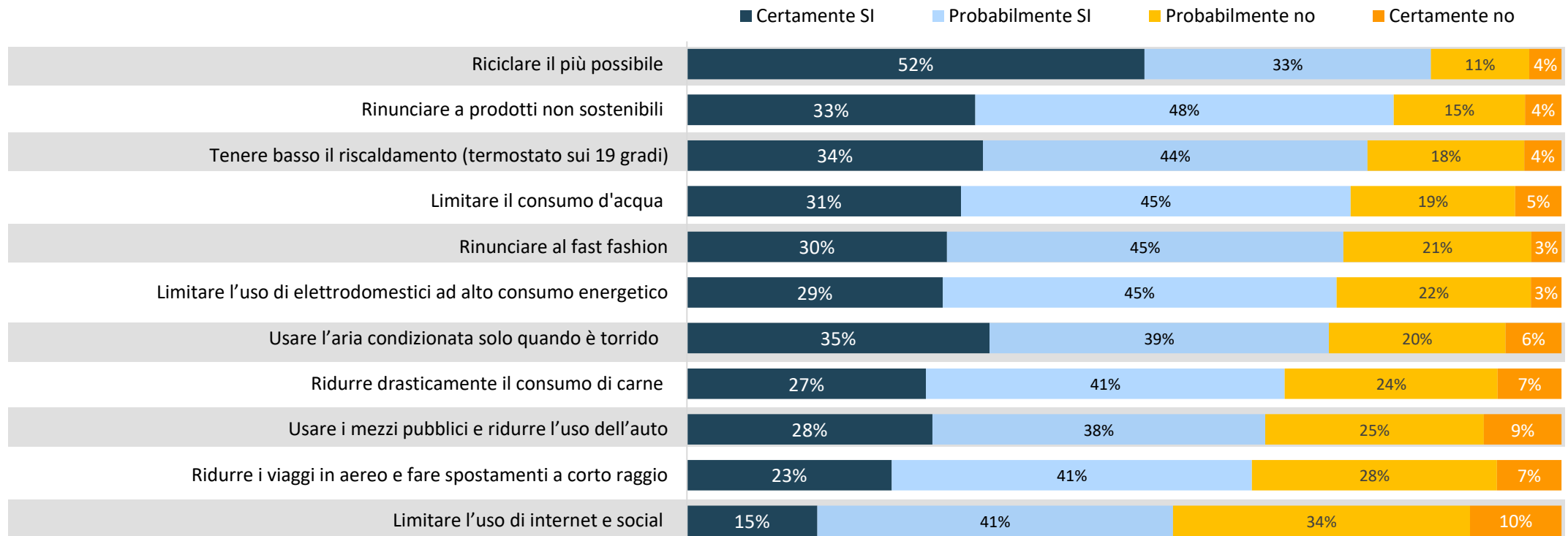


# LA DISPONIBILITA' DEI GIOVANI A FARE SACRIFICI PER L'AMBIENTE NON E' AFFATTO INCONDIZIONATA.

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 698)

## LE RINUNCE CHE SI È DISPOSTI A FARE PER L'AMBIENTE

Quali rinunce saresti disposto a fare per dare il tuo contributo all'ambiente?



*Quasi la metà dei giovani esprime riserve su ciascuna delle rinunce («probabilmente sì»). Solo «riciclare più possibile» ha il sostegno della maggioranza dei giovani, mentre la limitazione dell'uso di internet e dei social ha un'opposizione che sfiora la metà.*

# I BABY BOOMERS SONO LA GENERAZIONE PIU' DISPONIBILE ALLE RINUNCE, LA GENERAZIONE Z LA PIU' RESTIA

Base: totale campione

## LE RINUNCE CHE SI È DISPOSTI A FARE Analisi per generazioni

Quali rinunce saresti disposto a fare per dare il tuo contributo all'ambiente?

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
<b>% "certamente + probabilmente si"</b>	108 %	243 %	351 %	347 %	179 %	176 %
Riciclare il più possibile	82	84	84	87	85	96
Rinunciare a prodotti non sostenibili	81	82	81	80	79	92
Tenere basso il riscaldamento (termostato sui 19 gradi)	72	75	74	83	83	92
Limitare il consumo d'acqua	75	75	75	77	80	88
Rinunciare al fast fashion	74	75	75	76	80	88
Usare l'aria condizionata solo quando è torrido	73	71	72	76	79	87
Limitare l'uso di elettrodomestici ad alto consumo energetico	66	74	72	78	81	87
Ridurre drasticamente il consumo di carne	66	66	66	71	73	84
Ridurre i viaggi in aereo e fare spostamenti a corto raggio	64	60	61	70	73	79
Usare i mezzi pubblici e ridurre l'uso dell'auto	74	64	67	65	60	68
Limitare l'uso di internet e social	52	54	54	58	59	58

La maggioranza dei Baby Boomers sono disponibili a riciclare il più possibile, a tenere basso il riscaldamento e non usare l'aria condizionata se non in caso di caldo torrido. I giovanissimi della Gen Z sono i più aperti a ridurre l'uso dell'auto.

# NELL'ULTIMO ANNO LA DISPONIBILITA' A FARE SACRIFICI PER L'AMBIENTE SI E' LEGGERMENTE RIDOTTA, SIA FRA I GIOVANI CHE FRA GLI ADULTI

Base: totale campione

## LE RINUNCE CHE SI È DISPOSTI A FARE Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

Quali rinunce saresti disposto a fare per dare il tuo contributo all'ambiente?

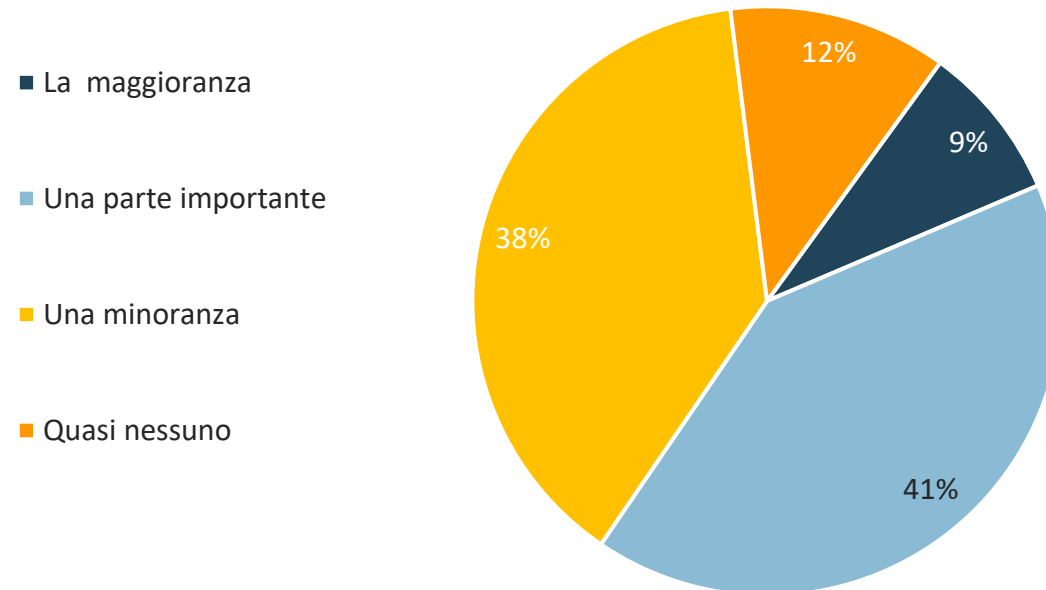
	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	697 %	698 %		379 %	355 %	
Riciclare il più possibile (abbigliamento usato, non buttare gli oggetti che si rompono ma fare manutenzioni/riparazioni, ecc.)	91	85	-6	94	90	-3
Rinunciare a prodotti non sostenibili (prodotti alimentari fuori stagione, importati, etc.)	83	81	-2	89	85	-3
Tenere basso il riscaldamento (termostato sui 19 gradi)	81	78	-3	86	88	+1
Limitare il consumo d'acqua (docce brevi, etc.)	81	76	-5	89	84	-6
Rinunciare all'acquisto di prodotti di bassa qualità e breve durata (es. fast fashion)	79	75	-4	85	84	-1
Usare l'aria condizionata solo quando la temperatura è torrida (oltre 35 gradi)	80	73	-6	88	83	-5
Limitare l'uso di elettrodomestici ad elevato consumo energetico (lavatrice, lavastoviglie, ecc.)	80	74	-6	82	84	+2
Ridurre drasticamente il consumo di carne e di salumi e aumentare i consumi di vegetali	65	68	+4	78	78	-
Ridurre i viaggi in aereo e fare spostamenti a corto raggio con altri mezzi	63	65	+1	79	76	-2
Usare i mezzi pubblici e ridurre l'uso dell'auto	66	66	-	70	64	-6
Limitare l'uso di internet e social network	52	56	+4	59	58	-1

## \*I GIOVANI NON HANNO FIDUCIA CHE LA MAGGIORANZA DEI CITTADINI ABBRACCI IL CAMBIAMENTO DEL MODELLO DI CONSUMO

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 698)

### LA FIDUCIA NELLA POSSIBILITA' CHE I CITTADINI ACCETTINO DI FARE RINUNCE PER L'AMBIENTE

*Secondo te le persone riuscirebbero a fare queste rinunce?*



# NELL'ULTIMO ANNO LA FIDUCIA NELLA POSSIBILITA' DELLA TRASFORMAZIONE E' CALATA SIA FRA I GIOVANI CHE FRA GLI ADULTI

## LA FIDUCIA NELLA POSSIBILITA' CHE I CITTADINI ACCETTINO DI FARE RINUNCE PER L'AMBIENTE

### Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

*Secondo te le persone riuscirebbero a fare queste rinunce?*

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ	28/31 anni	32/35 anni	Δ
	697 %	698 %	'23 - '22	379 %	355 %	'23 - '22
<i>La maggioranza</i>	9	9	-1	8	6	-2
<i>Una parte importante</i>	53	41	-12	50	46	-4
<i>Una minoranza</i>	29	38	+9	35	35	+0
<i>Quasi nessuno</i>	9	12	+3	7	13	+7
	100	100		100	100	

Base: totale campione

## 2023: ARRETRAMENTI RISPETTO ALL'URGENZA DI UN CAMBIAMENTO DEL MODELLO DI CONSUMO: I GIOVANI NON PRENDONO LA LEADERSHIP

- L'aggravarsi della crisi climatica e la torrida estate che stiamo vivendo non ha avuto un impatto sulle opinioni dei giovani né ha aumentato il senso di urgenza circa il cambiamento del modello consumo
- C'è stata piuttosto una **leggera involuzione**, sia dei giovani che degli adulti, **rispetto alla disponibilità a fare personalmente rinunce per l'ambiente**, come pure a quella di ottenere un consenso esteso ad una politica di sacrifici ambientali presso una quota rilevante di cittadini.
- Le nuove generazioni italiane stentano a prendere la leadership del cambiamento culturale sul tema ambientale e climatico





# IL RAPPORTO CON LE ALTRE GENERAZIONI

# 2022: I GIOVANI FANNO UN RITRATTO IN CHIARO-SCURO DEGLI ADULTI MA NON C'E' **NESSUN RISCHIO DI SCONTRO GENERAZIONALE**: PREVALGONO STIMA E AFFETTO

## 1. Come si autorappresentano le diverse generazioni?

- I giovani si definiscono aperti al cambiamento, dinamici, attenti all'inclusione e alla sostenibilità, ma anche incerti, confusi e consumisti
- I giovani fanno un ritratto in chiaroscuro dei più maturi: chiusi, con più potere e più colpe; ma anche fortunati, ispirati da valori e con più meriti

## 2. C'è un risentimento verso le generazioni più mature?

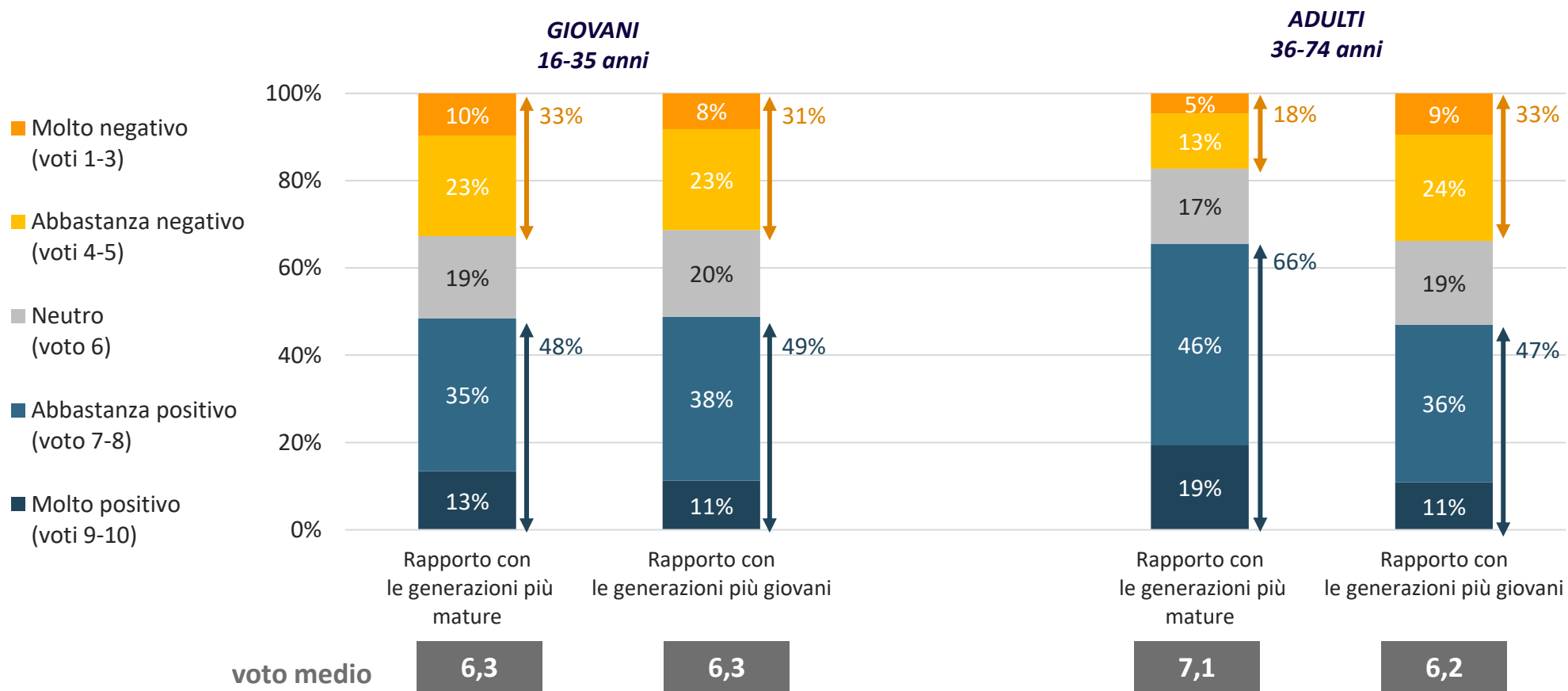
- I rapporti tra le generazioni non sono idilliaci: i giovani accusano Gen X e Baby Boomers di concentrare eccessivamente il potere nelle loro mani. Nonostante ciò verso le generazioni mature prevalgono sentimenti positivi

# IL RAPPORTO CHE I GIOVANI HANNO CON LE GENERAZIONI PRECEDENTI E SEGUENTI SONO SOSTANZIALMENTE POSITIVE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 706)

## RAPPORTO TRA LE GENERAZIONI

Proviamo a pensare al RAPPORTO che c'è tra le persone della TUA GENERAZIONE e le persone delle ALTRE GENERAZIONI.  
Come definiresti il rapporto della tua generazione con...



A differenza dei giovani gli adulti hanno un rapporto migliore con le generazioni più anziane di quanto non l'abbiano con quelle successive

# \*NELL'ULTIMO ANNO SONO MIGLIORATI I RAPPORTI CON LE GENERAZIONI PIÙ GIOVANI, SIA TRA I MATURI CHE TRA I GIOVANI

Base: totale campione

## RAPPORTO TRA LE VARIE GENERAZIONI – TREND 2022 / 2023

Come definiresti il rapporto della tua generazione con Le generazioni più mature/più giovani

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	746	706		390	383	
	%	%		%	%	
Buon rapporto con le generazioni più mature (voto 7-10)	49	48	-1	69	66	-3
Buon rapporto con le generazioni più giovani (voto 7-10)	44	49	+5	42	47	+5

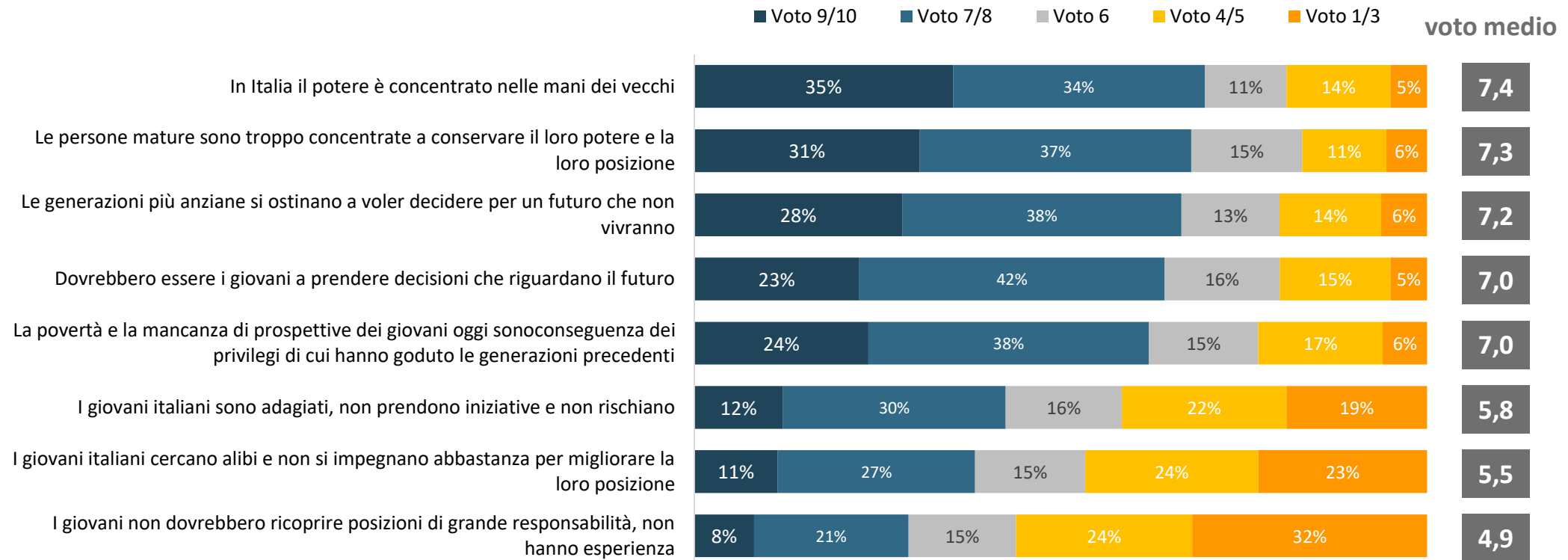
La percentuale indica la quota di rispondenti che si identifica nell'item (voto 7-10)

# I GIOVANI LAMENTANO L'OSTINAZIONE DELLE GENERAZIONI PRECEDENTI A MANTENERE LE LORO POSIZIONI DI POTERE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 706)

## GLI ATTEGGIAMENTI CONFLITTO GENERAZIONALE

Di seguito sono riportate diverse affermazioni. Per ognuna dovresti dirci quanto sei d'accordo



# \*È SOPRATTUTTO LA GENERAZIONE Z A LAMENTARE IL MANCATO RICAMBIO GENERAZIONALE, MENTRE LA GENERAZIONE X VEDE ANCHE LE RESPONSABILITÀ GIOVANILI

Base: totale campione

## GLI ATTEGGIAMENTI CONFLITTO GENERAZIONALE – ANALISI PER GENERAZIONE

Di seguito sono riportate diverse affermazioni. Per ognuna dovresti dirci quanto sei d'accordo

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
<i>% voti 7/10</i>	111 %	245 %	356 %	350 %	192 %	191 %
In Italia il potere è concentrato nelle mani dei vecchi	71	70	70	69	64	62
Le persone mature sono troppo concentrate a conservare il loro potere e la loro posizione	69	70	70	65	65	60
Le generazioni più anziane si ostinano a voler decidere per un futuro che non vivranno	64	70	68	64	60	50
Dovrebbero essere i giovani a prendere decisioni che riguardano il futuro	73	64	67	60	57	58
La povertà e la mancanza di prospettive dei giovani oggi sono conseguenza dei privilegi di cui hanno goduto le generazioni precedenti	63	60	61	64	54	44
I giovani italiani sono adagiati, non prendono iniziative e non rischiano	42	40	41	45	54	46
I giovani italiani cercano alibi e non si impegnano abbastanza per migliorare la loro posizione	39	37	37	40	51	43
I giovani non dovrebbero ricoprire posizioni di grande responsabilità, non hanno esperienza	32	30	30	28	36	23

# \*CIRCA IL RUOLO DELLE GENERAZIONI, I GIOVANI RESTANO SULLE LORO POSIZIONI, MENTRE GLI ADULTI SONO PIÙ AUTOINDULGENTI

Base: totale campione

## RAPPORTO CON LE ALTRE GENERAZIONI – TREND 2022 / 2023

Di seguito sono riportate alcune frasi (...)

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	746	706		390	383	
	%	%		%	%	
<i>In Italia il potere è concentrato nelle mani dei vecchi</i>	72	70	-2	70	63	-7
<i>La povertà e la mancanza di prospettive dei giovani oggi sono la diretta conseguenza dei privilegi di cui hanno goduto le generazioni precedenti</i>	63	62	-1	59	49	-10
<i>Le generazioni più anziane si ostinano a voler decidere per un futuro che non vivranno</i>	66	66	+	56	55	-1
<i>Dovrebbero essere i giovani a prendere decisioni che riguardano il futuro</i>	62	64	+2	56	58	+2
<i>Le persone mature sono troppo concentrate a conservare il loro potere e la loro posizione</i>	69	68	-1	68	62	-6
<i>I giovani italiani sono adagiati, non prendono iniziative e non rischiano</i>	40	42	+3	52	50	-3
<i>I giovani italiani cercano alibi e non si impegnano abbastanza per migliorare la loro posizione</i>	39	38	-	54	47	-7
<i>I giovani non dovrebbero ricoprire posizioni di grande responsabilità, non hanno esperienza</i>	22	29	+7	28	30	+2

La percentuale indica la quota di rispondenti che si identifica nell'item (voto 7-10)

## 2023: SITUAZIONE SOSTANZIALMENTE STABILE NEI RAPPORTI FRA LE GENERAZIONI. I MATURI PIU' INDULGENTI CON I GIOVANI E CON SE STESSI

- **I rapporti fra le generazioni restano positivi, anche se i motivi di divergenza non mancano (v. capitoli precedenti)**
  - I maturi rimproverano i giovani sui valori, l'uso della tecnologia, i social, il ruolo della donna, la «vita fluida»
  - I giovani rimproverano i maturi sulla scarsa sensibilità ambientale, la chiusura mentale, il razzismo, i valori materialistici, l'attaccamento al potere.
- **Rispetto ad un anno fa si sono ammorbiditi i giudizi delle generazioni precedenti rispetto alle successive, indipendentemente dall'età.**
- **I maturi sono più indulgenti anche verso se stessi**
- **Vicinanza fra Nativi Digitali e i Baby Boomers sulle questioni etiche e politiche**





# LA FIDUCIA NEL FUTURO

# 2022: SE L'OGGI E' GRIGIO, IL DOMANI SARA' ANCORA PIU' GRIGIO. MA I GIOVANI PENSANO DI CAVARSELA

## 1. L'età dell'oro è ormai alle spalle?

- Sì, decisamente. Rispetto al passato, per i giovani, oggi, le cose vanno decisamente peggio. Sono peggiorate in particolare le cose più importanti della vita quelle personali (lavoro, famiglia, felicità). Per il futuro ci si aspetta che la propria vita peggiori. Addio magnifiche sorti e progressive. L'età dell'oro è alle nostre spalle, negli anni '80 e '90.

## 2. Una catastrofe climatica in arrivo?

- Per la maggioranza dei giovani è abbastanza probabile, gli adulti sono più contrastati.

## 3. Quali sono le preoccupazioni dei giovani per il futuro?

- Crisi economica, mancanza di lavoro e impoverimento: questa è la preoccupazione di oggi, quella che rende le giornate nervose e i sonni agitati. La guerra, la pandemia, persino la catastrofe climatica, così profondamente sentita, non sono altrettanto urgenti.

## 4. Quali sono gli elementi di speranza?

- La scienza, la tecnologia e l'evoluzione culturale della società.

## 5. Quanta fiducia si ripone nel futuro?

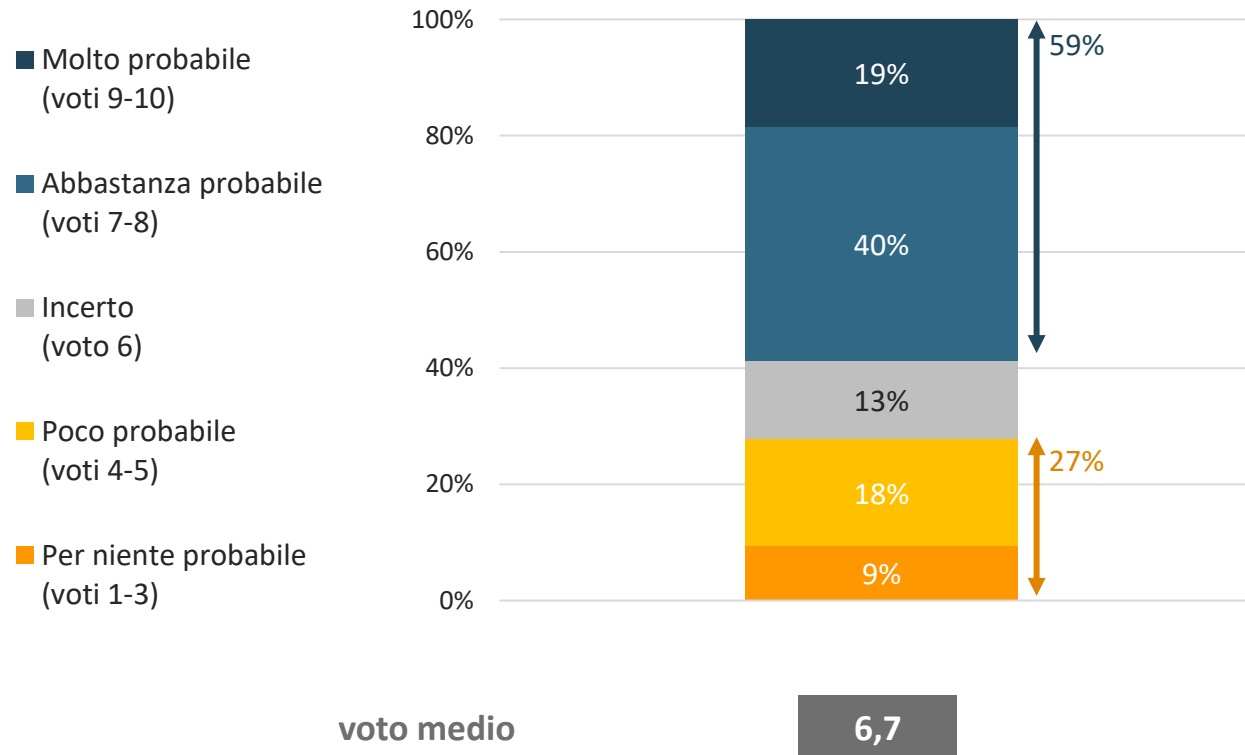
- L'orizzonte è molto scuro, quasi nero. Preoccupano molto le sorti del mondo e dell'Italia. Sorprendentemente i giovani distinguono le proprie prospettive personali da quelle del mondo e del Paese in cui vivono. Come spiegarlo? Nonostante tutto i giovani sanno di avere le risorse per cercare una strada e giocare la partita. Nonostante la catastrofe climatica e tutto il resto. Forse è proprio questo il segreto di essere giovani.

# \*LA MAGGIORANZA DEI GIOVANI HA MESSO NEL CONTO DI POTER VIVERE UNA CATASTROFE CLIMATICA. SOLO UNO SU QUATTRO E' SCETTICO

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 719)

## LA PROBABILITÀ DI UNA CATASTROFE ECOLOGICA

*Nel corso della tua vita futura, quanto è probabile per te di vivere una catastrofe ecologica?*



# LA PREOCCUPAZIONE PER LA CATASTROFE CALA AL CRESCERE DELL'ETA'

## LA PROBABILITÀ DI UNA CATASTROFE ECOLOGICA Analisi per generazioni

*Nel corso della tua vita futura, quanto è probabile per te di vivere una catastrofe ecologica?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	108 %	235 %	343 %	376 %	181 %	184 %
<b>TOTALE PROBABILE (voti 7-10)</b>	<b>68</b>	<b>57</b>	<b>60</b>	<b>57</b>	<b>52</b>	<b>42</b>
Molto probabile (voti 9-10)	22	18	19	17	13	9
Abbastanza probabile (voti 7-8)	46	38	41	40	38	33
<b>Incerto (voto 6)</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>12</b>
Poco probabile (voti 4-5)	17	17	17	20	17	27
Per niente probabile (voti 1-3)	5	10	9	10	14	18
<b>TOTALE IMPROBABILE (voti 1-5)</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>46</b>
	100	100	100	100	100	100
<b>voto medio</b>	<b>7,1</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>6,2</b>	<b>5,8</b>

*Fra i giovanissimi (16-22) la ritiene probabile il 68%. I Baby Boomer che la ritengono probabile (42%) sono meno numerosi di quanti la ritengono improbabile (46%).*

# IL TIMORE DI UNA CATASTROFE ECOLOGICA È MEDIAMENTE RIMASTO UGUALE, MA SI È POLARIZZATO TRA CHI LO RITIENE PROBABILE E CHI NO

Base: totale campione

## LA PROBABILITÀ DI UNA CATASTROFE ECOLOGICA Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

*Nel corso della tua vita futura, quanto è probabile per te di vivere una catastrofe ecologica?*

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	740	719		384	365	
	%	%		%	%	
<b>TOTALE PROBABILE (voti 7-10)</b>	58	59	+1	44	47	+3
Molto probabile (voti 9-10)	17	19		11	11	
Abbastanza probabile (voti 7-8)	41	40		33	36	
<b>    Incerto (voto 6)</b>	17	13	-4	16	15	-1
Poco probabile (voti 4-5)	18	18		25	22	
Per niente probabile (voti 1-3)	7	9		14	16	
<b>TOTALE IMPROBABILE (voti 1-5)</b>	24	28	+3	40	38	-1
	<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	
<b>Voto medio</b>	6,75	6,68	-0,07	6,00	6,00	+0,01

# Quanta fiducia si ripone nel futuro?

Nel proprio? In quello dell'Italia? E in quello del mondo?

## STIMOLI SURVEY

O8. Parliamo del FUTURO. Quanta fiducia hai nel TUO FUTURO PERSONALE?

O9. Quanta fiducia hai nel FUTURO DELL'ITALIA?

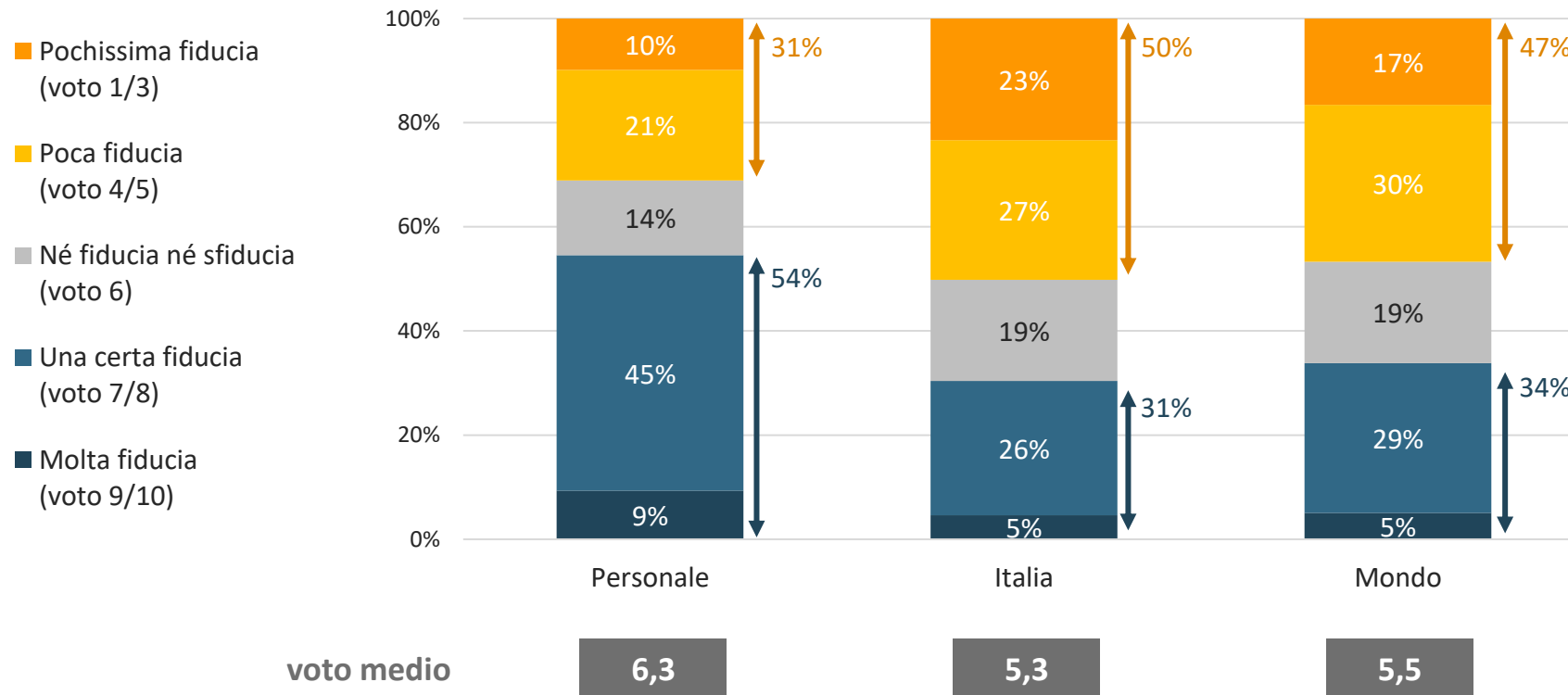
O10. E quanta fiducia hai nel FUTURO DEL MONDO E DELLA SOCIETA' nel suo complesso?

# \*LA FIDUCIA DEI GIOVANI VERSO IL FUTURO DEL MONDO E ANCOR PIU' DELL'ITALIA E' IN CRISI È PROFONDA. TIENE LA FIDUCIA IN SE STESSI

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 719)

## LA FIDUCIA NEL FUTURO PERSONALE, DELL'ITALIA E DEL MONDO

Quanta fiducia hai nel tuo futuro personale? E nel futuro dell'Italia? E nel futuro del mondo nel suo complesso?



# LA FIDUCIA NELL'ITALIA CRESCE CON L'ETA', QUELLA NEL MONDO CALA. LA FIDUCIA PERSONALE E' MASSIMA FRA I GIOVANISSIMI E I PIU' MATURI

Base: totale campione

## LA FIDUCIA NEL FUTURO PERSONALE, DELL'ITALIA E DEL MONDO – ANALISI PER GENERAZIONE

*Quanta fiducia hai nel tuo futuro personale? E nel futuro dell'Italia? E nel futuro del mondo nel suo complesso?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	108 %	235 %	343 %	376 %	181 %	184 %
<b>% voti 7/10</b>						
Fiducia nel futuro PERSONALE	59	56	57	51	50	55
Fiducia nel futuro dell'ITALIA	30	31	31	30	35	38
Fiducia nel futuro del MONDO	42	33	36	31	34	27

*La Gen Z ha più fiducia del mondo che in quello dell'Italia, i Baby Boomers il contrario.*

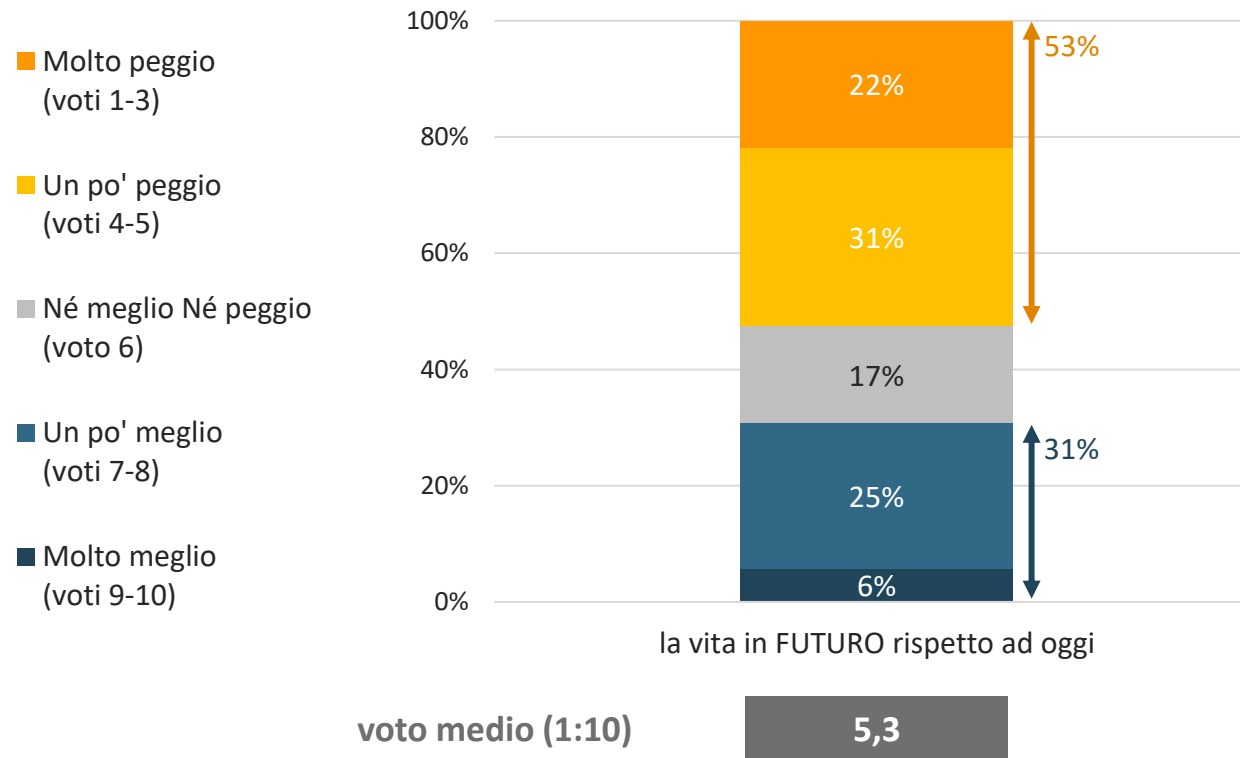


# SECONDO LA MAGGIORANZA DEI GIOVANI LA NOSTRA VITA E DESTINATA A PEGGIORARE

Base: giovani 16 / 35 anni (n = 719)

## LA VITA IN FUTURO

*Nei prossimi anni, la nostra vita è destinata a migliorare o a peggiorare?*



# NE SONO CONVINTE TUTTE LE GENERAZIONI

Base: totale campione

## LA VITA IN FUTURO Analisi per generazioni

*Nei prossimi anni, la nostra vita è destinata a migliorare o a peggiorare?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
	108 %	235 %	343 %	376 %	181 %	184 %
<b>TOTALE MEGLIO (voti 7-10)</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>22</b>
Molto meglio (voti 9 / 10)	8	4	5	6	5	4
Un po' meglio (voti 7 / 8)	24	30	28	21	24	18
<b>Né fiducia né sfiducia (voto 6)</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>21</b>
Un po' peggio (voti 4 / 5)	28	32	31	31	28	38
Molto peggio (voto 1 / 3)	23	22	22	21	24	19
<b>TOTALE PEGGIO (voti 1-5)</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>57</b>
	100	100	100	100	100	100
<b>voto medio</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,2</b>	<b>5,1</b>	<b>5,2</b>

# \*NONOSTANTE SIA AUMENTATA LA PROBABILITA' DI UNA CATASTROFE CLIMATICA L'OTTIMISMO VERSO IL FUTURO E' LEGGERMENTE CRESCIUTO

## LA FIDUCIA NEL FUTURO Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono la fiducia nel futuro. (...)

Base: totale campione

	Giovani 16-35			Adulti 36-74'		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	740	719		384	365	
	%	%		%	%	
<i>Fiducia nel TUO FUTURO PERSONALE</i>	54	55	+	42	53	+10
<i>Fiducia nel FUTURO DELL'ITALIA</i>	26	30	+4	27	36	+10
<i>Fiducia nel FUTURO DEL MONDO</i>	30	34	+4	26	31	+5
<i>La vita è destinata a MIGLIORARE</i>	32	31	-1	25	26	+1
<i>Probabilità di vivere una catastrofe climatica (% voto 7/10)</i>	58	59	+1	44	47	+3

# NEL 2023 LA PERCEZIONE DEL RISCHIO CLIMATICO E' AUMENTATA MA SOLO FRA GLI ADULTI

## LA FIDUCIA NEL FUTURO Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono la fiducia nel futuro. (...)

Base: totale campione

	Giovani 16-35			Adulti 36-74'		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	740	719		384	365	
	%	%		%	%	
<i>Fiducia nel TUO FUTURO PERSONALE</i>	54	55	+	42	53	+10
<i>Fiducia nel FUTURO DELL'ITALIA</i>	26	30	+4	27	36	+10
<i>Fiducia nel FUTURO DEL MONDO</i>	30	34	+4	26	31	+5
<i>La vita è destinata a MIGLIORARE</i>	32	31	-1	25	26	+1
<i>Probabilità di vivere una catastrofe climatica (% voto 7/10)</i>	58	59	+1	44	47	+3

## 2023: IL FUTURO RESTA GRIGIO MA NELL'ULTIMO ANNO IL PAESE HA POTUTO RIPRENDERE FIATO

- Dopo una serie di anni difficili a causa del susseguirsi di crisi internazionali sempre più drammatiche e sistemiche, il 2023 si profila per l'opinione pubblica italiana, giovane e non, come un anno di **relativa quiete**.
- **Sul fronte internazionale si sono stemperate le crisi** che hanno sconvolto gli equilibri mondiali nell'ultimo triennio (pandemia, recessione, crisi delle materie prime, guerra). Sul fronte interno si sono **consolidati i segnali positivi per la nostra economia** (crescita del PIL, prosecuzione del trend positivo dell'occupazione, inflazione in calo).
- Anche **sul piano politico-istituzionale, lo scenario si è normalizzato**, in ragione di un ritorno alla dialettica destra-sinistra e della schiacciante vittoria del centro-destra alle passate elezioni politiche.
- **Questo insieme di fattori consentono al paese di riprendere fiato** e ai giovani di ritrovare un po' di fiducia nel futuro, quanto meno in quello personale.
- E' ormai provato come il sentiment del nostro Paese dipenda in modo quasi deterministico dall'andamento dell'economia e dai suoi riflessi sulla vita delle persone: **la fiducia verso il futuro è cresciuta, nonostante sia aumentata la percezione del rischio di una catastrofe ecologica**.



# ***LA SFERA PRIVATA***



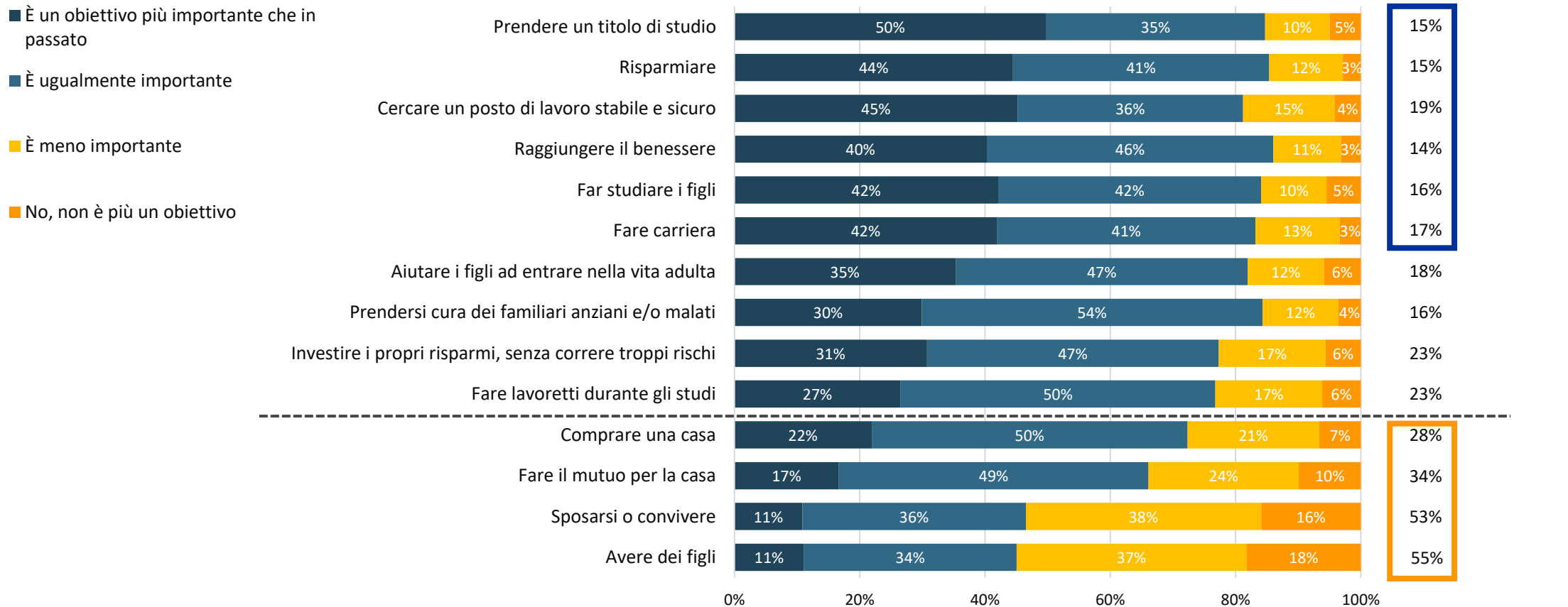
# LE PRIORITA' NELLA VITA

# \*L'ETA' DELL'INCERTEZZA RIVOLUZIONA LE PRIORITA' NELLA VITA: DIVENTANO CENTRALI L'ISTRUZIONE, IL RISPARMIO, UN LAVORO SICURO; PERDE IMPORTANZA LA FAMIGLIA

## GLI OBIETTIVI DEI GIOVANI RISPETTO A QUELLI DEGLI ITALIANI DI QUALCHE DECENNIO FA

Di seguito è riportata la lista degli obiettivi di un italiano tipo di qualche decennio fa. Per ciascuno dovresti dirti se, secondo te, i giovani di oggi devono porsi ancora questo obiettivo e, se sì, quanto è importante

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)



La costruzione di una nuova famiglia è l'area più impattata dal cambiamento: avere dei figli, sposarsi o convivere, comprare una casa non sono più una scelta obbligata. Si rafforza invece l'importanza di prendersi cura dei figli, quando ci sono, e degli anziani.



# LA GENERAZIONE Z E' LA PIU' RADICALE NEL RIVEDERE LE PRIORITA'

Base: totale campione

## GLI OBIETTIVI CHE HANNO PERSO IMPORTANZA RISPETTO A QUALCHE DECENNIO FA Analisi per generazioni

Di seguito è riportata la lista degli obiettivi di un italiano tipo di qualche decennio fa. Per ciascuno dovresti dirti se, secondo te, i giovani di oggi devono porsi ancora questo obiettivo e, se sì, quanto è importante

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni			
<b>% "meno importante" + "non è più un obiettivo"</b>	116 %	239 %	355 %	363 %	189 %	188 %
Prendere un titolo di studio	16	13	14	17	16	9
Far studiare i figli	7	17	14	19	15	8
Raggiungere il benessere (avere una bella casa, l'auto, andare in vacanza, ecc.)	12	12	12	17	22	20
Cercare un posto di lavoro stabile e sicuro	15	16	16	23	24	19
Risparmiare	14	14	14	15	20	27
Fare carriera	18	16	16	17	20	22
Aiutare i figli ad entrare nella vita adulta (es. aiutarli a comprare la casa, ecc.)	14	18	17	20	16	18
Prendersi cura dei familiari anziani e/o malati	12	16	15	17	18	14
Investire i propri risparmi, senza correre troppi rischi	19	24	22	23	18	25
Fare lavoretti durante gli studi	27	20	22	24	21	26
Comprare una casa	27	28	28	27	26	23
Fare il mutuo per la casa	37	30	32	37	38	27
Sposarsi o convivere	60	53	55	51	46	47
Avere dei figli	56	59	58	50	47	37

Ma tutte le generazioni riconoscono la necessità per i giovani di ridimensionare la centralità che aveva la famiglia nella vita rispetto a qualche decennio fa

# LE DONNE METTONO IN DISCUSSIONE PIU' DEGLI UOMINI GLI OBIETTIVI TRADIZIONALMENTE FEMMINILI, GLI UOMINI QUELLI MASCHILI

Base: totale campione

## GLI OBIETTIVI CHE HANNO PERSO IMPORTANZA RISPETTO A QUALCHE DECENNIO FA Analisi per generazione e genere

Di seguito è riportata la lista degli obiettivi di un italiano tipo di qualche decennio fa. Per ciascuno dovresti dirti se, secondo te, i giovani di oggi devono porsi ancora questo obiettivo e, se sì, quanto è importante

	Gen Z		Millennials		TOTALE 16/35	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<i>% di "meno importante" + "non è più un valore"</i>	159 %	196 %	183 %	180 %	342 %	376 %
Prendere un titolo di studio	16	12	19	15	17	13
Far studiare i figli	14	13	21	17	17	15
Raggiungere il benessere (avere una bella casa, l'auto, andare in vacanza, ecc.)	12	13	15	18	13	15
Cercare un posto di lavoro stabile e sicuro	18	14	22	23	20	18
Risparmiare	13	15	16	14	14	15
Fare carriera	17	16	21	14	19	15
Aiutare i figli ad entrare nella vita adulta (es. aiutarli a comprare la casa, ecc.)	15	18	21	19	18	18
Prendersi cura dei familiari anziani e/o malati	16	14	15	18	16	16
Investire i propri risparmi, senza correre troppi rischi	23	21	22	25	23	23
Fare lavoretti durante gli studi	21	24	30	19	24	22
Comprare una casa	27	29	28	26	28	28
Fare il mutuo per la casa	34	30	40	34	36	32
Sposarsi o convivere	52	58	49	53	51	56
Avere dei figli	53	64	44	56	50	60

# \*ANCHE L'IDEA DI UNA VITA DIVISA IN FASI, CIASCUNA CON OBIETTIVI SPECIFICI, E' RIMESSA IN DISCUSSIONE: LA VITA DIVENTA LIQUIDA

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## GLI OBIETTIVI DELLA VITA E L'ETA' IN CUI IMPEGNARSI PER RAGGIUNGERLI

Secondo te, in QUALE FASE DELLA VITA bisogna dedicarsi a ciascun obiettivo?

% orizzontali	Fino a 19 anni	20-29 anni	30-39 anni	40-49 anni	50-59 anni	60-69 anni	TOTALE momento specifico	Sempre, tutta la vita	Quando lo si desidera	TOTALE qualunque momento	Mai, non è obiettivo a cui dedicarsi
	Prendere un titolo di studio	26	61	11	3	2	1	80	7	11	19
Fare lavoretti durante gli studi	37	59	9	3	1	2	83	4	10	15	2
Cercare un posto di lavoro stabile e sicuro	5	44	40	14	7	3	75	13	10	23	2
Sposarsi o convivere	2	25	44	10	5	2	64	4	26	30	6
Avere dei figli	2	25	49	10	3	2	67	3	24	27	6
Comprare una casa	1	26	46	15	5	2	69	6	22	28	4
Fare il mutuo per la casa	1	24	41	14	4	2	65	3	23	26	9
Fare carriera	3	24	44	25	10	4	65	15	16	32	3
Risparmiare	8	25	28	22	15	7	51	35	12	47	1
Raggiungere il benessere	3	13	26	25	13	7	54	24	19	43	3
Investire i propri risparmi, senza correre troppi rischi	3	14	22	18	13	6	51	19	23	42	8
Far studiare i figli	4	12	21	29	20	10	56	24	15	40	5
Aiutare i figli ad entrare nella vita adulta	3	8	15	21	22	14	53	25	17	43	4
Prendersi cura dei familiari anziani e/o malati	3	8	16	20	21	12	47	38	14	51	2



Fra il 30% e il 50% dei giovani ritiene che la maggior parte degli obiettivi non è riferibile ad una fase specifica della vita

# UNA VITA «LIQUIDA», SENZA FASI DEFINITE, E' UN PENSIERO DEI GIOVANI, CHE SI ATTENUA CON L'ETA', MA SEGNA UNA RIPRESA FRA I BABY BOOMERS

Base: totale campione

## IL MODO DI PENSARE «VITA LIQUIDA» NELLE GENERAZIONI

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27			
	116	239	355	363	189	188
	%	%	%	%	%	%
<i>% che ha indicato "sempre" o "quando lo desidera" a</i>						
Prendere un titolo di studio	22	18	19	17	15	13
Far studiare i figli	47	38	41	38	31	35
Raggiungere il benessere (avere una bella casa, l'auto, andare in vacanza, ecc.)	45	45	45	39	35	36
Cercare un posto di lavoro stabile e sicuro	27	22	24	22	17	19
Risparmiare	56	48	51	42	41	44
Fare carriera	34	35	35	27	21	28
Aiutare i figli ad entrare nella vita adulta (es. aiutarli a comprare la casa, ecc.)	46	43	44	41	35	38
Prendersi cura dei familiari anziani e/o malati	55	52	53	49	46	55
Investire i propri risparmi, senza correre troppi rischi	49	42	45	38	34	43
Fare lavoretti durante gli studi	17	14	15	14	10	10
Comprare una casa	23	31	28	27	22	26
Fare il mutuo per la casa	22	30	27	25	17	20
Sposarsi o convivere	27	33	31	28	23	28
Avere dei figli	27	29	28	25	19	19

*I giovani della Gen Z condividono alcuni atteggiamenti dei Baby Boomers. Dipende probabilmente dal fatto che sono «collegati» dalla demografia: sono la generazione dei figli e quella dei loro genitori.*

## E' NATO UN NUOVO MODELLO DI VITA PER AFFRONTARE L'ETA' DELL'INCERTEZZA

- Alcune rivoluzioni importanti avvengono in modo silenzioso, senza che i mezzi di comunicazione e i social ne dibattano e senza apparire nel radar dei decisori pubblici e privati.
- E' il caso del **nuovo «modello di vita»** che i giovani italiani hanno elaborato per affrontare le sfide che li attendono e per vivere «meglio che si può» ai tempi del declino del nostro Paese, dell'incertezza come unica certezza, del dominio imperante e inquietante della tecnologia.
- **Studiare, risparmiare, trovare un lavoro sicuro**: sembra il consiglio dato da un genitore contadino ai figli, agli albori del boom economico, 70 anni fa. Sono queste le scelte che, secondo i ragazzi italiani, danno loro maggiore chance di farcela. Questa strategia dal sapore di antico è tornata attuale, con lo spirito di sacrificio e l'obbedienza dei giovani di allora ma come vocazione, desiderio, libera scelta. La motivazione però, non è molto diversa: il futuro è incerto, nulla più è garantito, meglio farsi trovare pronti:
  - **Studiare**: investire nella propria formazione è una scelta necessaria in un mondo che dà un valore senza precedenti al sapere, all'innovazione, alla ricerca.

## LA FAMIGLIA FUTURA NON E' PIU' UN SCELTA OBBLIGATA MA DIVENTA UNA VARIABILE DIPENDENTE, SUBORDINATA A TANTE ALTRE PRIORITA'

- **Lavoro sicuro:** senza un contratto di lavoro a tempo indeterminato non puoi accendere un mutuo, affittare una casa e neppure chiedere un prestito per comprare i mobili.
- **Risparmiare:** per affrontare gli alti e i bassi dell'economia, mantenersi quando si perde il lavoro, pagarsi un sabbatico e, un domani, integrare la pensione pubblica, serve avere soldi da parte.
- Se queste sono le nuove priorità dell'agenda, **cosa ha perso invece importanza?** Cos'era importante per un giovane 30 anni fa e oggi lo è molto meno?  
Non ci sono dubbi: **la famiglia.**
- **Non la famiglia che già c'è:** i figli delle coppie giovani, quando ci sono, vanno fatti studiare, per garantire un futuro. E I genitori anziani vanno sostenuti nella loro vecchiaia.
- Il disimpegno riguarda **la famiglia che ancora non c'è.** Le aspettative di una coppia giovane rispetto alla propria vita sono a tal punto numerose, desiderabili e impegnative che andare a convivere, comprare casa e fare dei figli non sembra più una scelta obbligata.
- Contribuisce a questa decisione la **visione della vita come una realtà liquida**, in cui non ci sono tappe fisse da rispettare e **le cose si fanno quando si è pronti.** Con il rischio che, quando ci si sarà decisi, sarà tardi, perché la «finestra riproduttiva» si sarà chiusa.



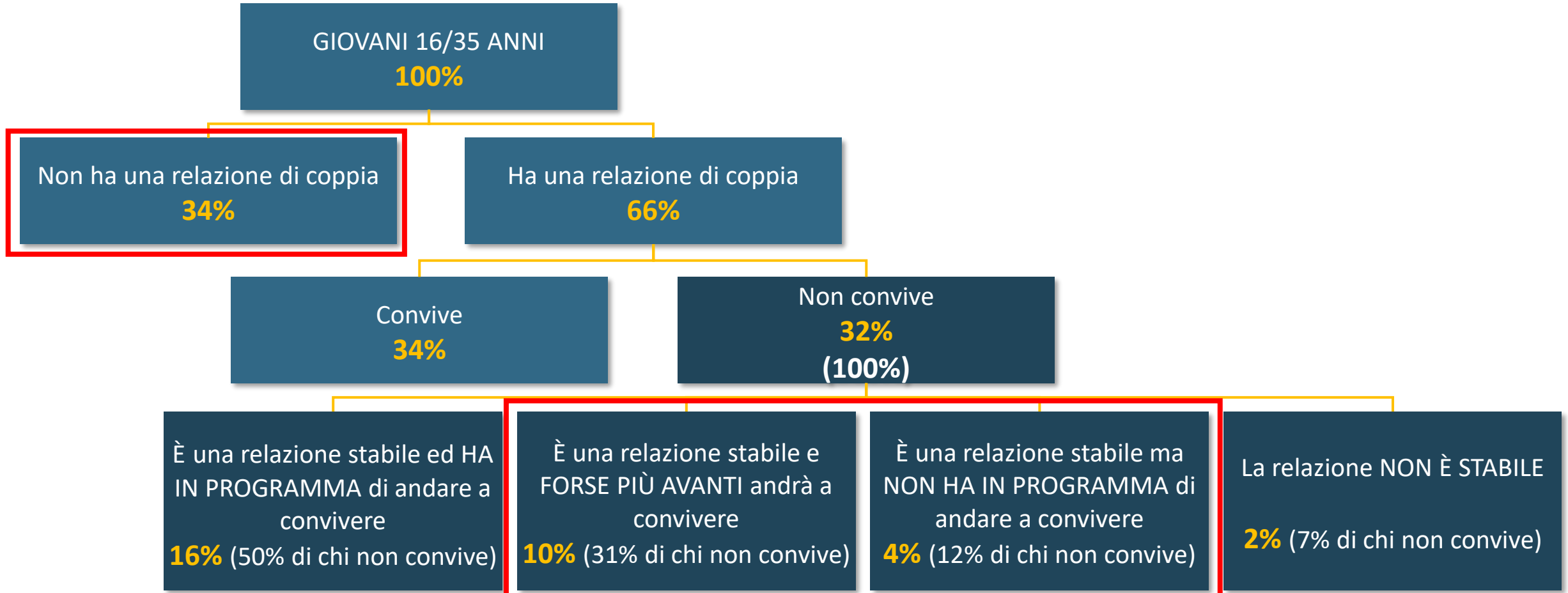
# FAMIGLIA E FIGLI

# \*LA CONVIVENZA (O IL MATRIMONIO) E' SOLO UNA DELLE OPZIONI POSSIBILI

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## LA PROSPETTIVA FAMILIARE FRA I GIOVANI

Attualmente hai una relazione di coppia? (se sì) È una relazione stabile? Hai in programma di andare a convivere?



Un terzo dei giovani non è in coppia, un terzo è in coppia e convive, un terzo non convive, metà dei quali ha deciso di andare a convivere, metà non ancora



# \* «FORSE, PIU' AVANTI» E' UN ATTEGGIAMENTO MOLTO DIFFUSO NELLE COPPIE NON CONVIVENTI FINO AD OLTRE I 30 ANNI

Base: non convive con il partner

## L'INTENZIONE DI FARE FAMIGLIA DELLE COPPIE GIOVANI NON CONVIVENTI

Attualmente hai una relazione di coppia? (se sì) È una relazione stabile? (se sì) Avete in programma di andare a convivere?

	Gen Z			Millennials		
	16/22 anni	23/27 anni	Totale	28/31 anni	32/35 anni	Totale
	104	179	283	79	86	165
	%	%	%	%	%	%
Attualmente HA una relazione di coppia	50	49	49	46	41	44
Si tratta di una relazione stabile	47	45	46	42	39	41
Ha in programma di andare a convivere	17	25	22	25	31	28
Forse più avanti andrà a convivere	21	15	17	14	4	9
Forse più avanti andrà a convivere <i>base: ha una relazione stabile</i>	<b>46</b>	<b>33</b>	38	<b>33</b>	10	21
Non ha in programma di andare a convivere	9	5	6	4	5	4
Non si tratta di una relazione stabile	3	4	4	4	2	3
Attualmente NON HA una relazione di coppia	50	51	51	54	59	56
	100	100	100	100	100	100

# «FORSE, PIU' AVANTI» E' UN ATTEGGIAMENTO DELLE DONNE QUANTO DEGLI UOMINI

## L'INTENZIONE DI FARE FAMIGLIA DELLE COPPIE NON CONVIVENTI Analisi per generazioni e genere

Base: non convive con il partner

Attualmente hai una relazione di coppia? (se sì) È una relazione stabile? (se sì) Avete in programma di andare a convivere?

	Gen Z		Millennials		Totale Giovani 16/35 anni	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
	129	154	86	79	215	233
	%	%	%	%	%	%
Attualmente HA una relazione di coppia	43	56	38	50	42	55
Si tratta di una relazione stabile	39	54	35	48	38	52
Ha in programma di andare a convivere	19	26	23	33	20	28
Forse più avanti andrà a convivere	14	21	7	10	12	18
Forse più avanti andrà a convivere <i>base: ha una relazione stabile</i>	36	39	21	21	32	34
Non ha in programma di andare a convivere	6	7	4	5	5	6
Non si tratta di una relazione stabile	4	3	3	3	4	3
Attualmente NON HA una relazione di coppia	57	44	62	50	58	45
	100	100	100	100	100	100

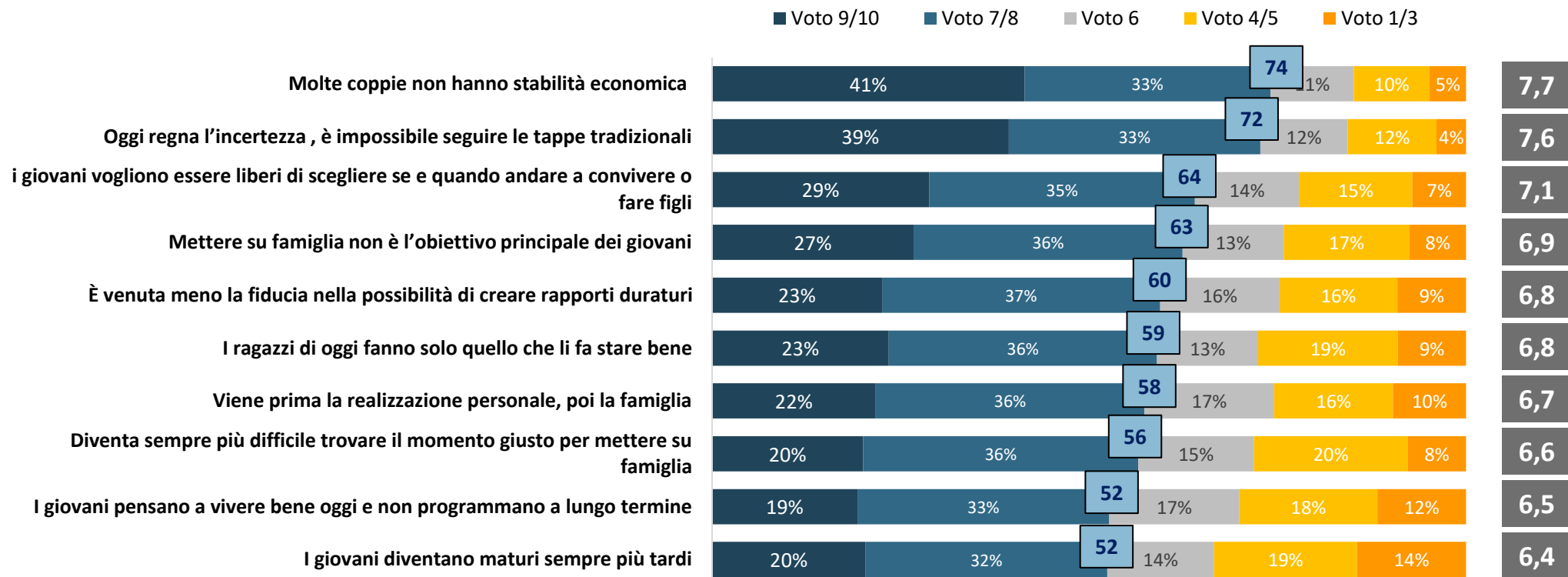
Le giovani donne sono più in coppia, hanno relazioni più stabili e una maggiore propensione alla convivenza rispetto ai coetanei uomini. Diverso atteggiamento rispetto ai legami?

# \* I GIOVANI PORTANO MOLTE BUONE RAGIONI PER CUI FARE FAMIGLIA SEMPRE PIU' TARDI: ECONOMICHE MA NON SOLO

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## I MOTIVI PER CUI I GIOVANI FORMANO UNA NUOVA FAMIGLIA SEMPRE PIÙ TARDI

Oggi i giovani lasciano la famiglia di origine, vanno a convivere e fanno figli sempre più tardi. Vorremo capire perché succede, secondo te. Di seguito sono riportate alcune frasi sui possibili motivi. Per ciascuna frase puoi dirmi quanto sei d'accordo?



*Fare famiglia non è più l'unico obiettivo ma deve essere armonizzato con molti altri: la sicurezza economica, la libertà di scelta, l'autorealizzazione, la ricerca della felicità (amore, passioni, tempo libero, ecc.)*

# LA GEN Z NON FA PROGRAMMI A CAUSA DI STUDI E LAVORO, I MILLENNIALS PERCHE' PENSANO DI «FARLO AL MOMENTO GIUSTO», «NON SONO PRONTI» O «STANNO BENE COSI'»

Base: non vive con il partner e non ha in programma /non ha ancora deciso di andare a convivere

## I MOTIVI PER CUI NON HANNO IN PROGRAMMA / NON HANNO ANCORA DECISO DI ANDARE A CONVIVERE

*Per quali motivi non avete in programma/non avete ancora deciso di andare a convivere?*

	Gen Z			Millennials
	16/22 anni	23/27 anni	Totale	
	32	37	69	21
	%	%	%	%
Devo/dobbiamo prima finire gli studi	57	40	48	0
Lo faremo al momento giusto	32	40	36	29
Non possiamo far fronte alle spese di una nuova casa	36	42	39	9
Devo/dobbiamo prima trovare lavoro	39	34	36	5
Stiamo bene così	17	28	23	25
Non ci sentiamo pronti per la convivenza/il matrimonio	27	18	22	19
Non è obbligatorio mettere su famiglia	15	14	15	11
Restando in famiglia possiamo destinare i risparmi alle nostre passioni	9	12	11	9
Non abbiamo ancora trovato la casa / il posto giusto per noi	9	7	8	10

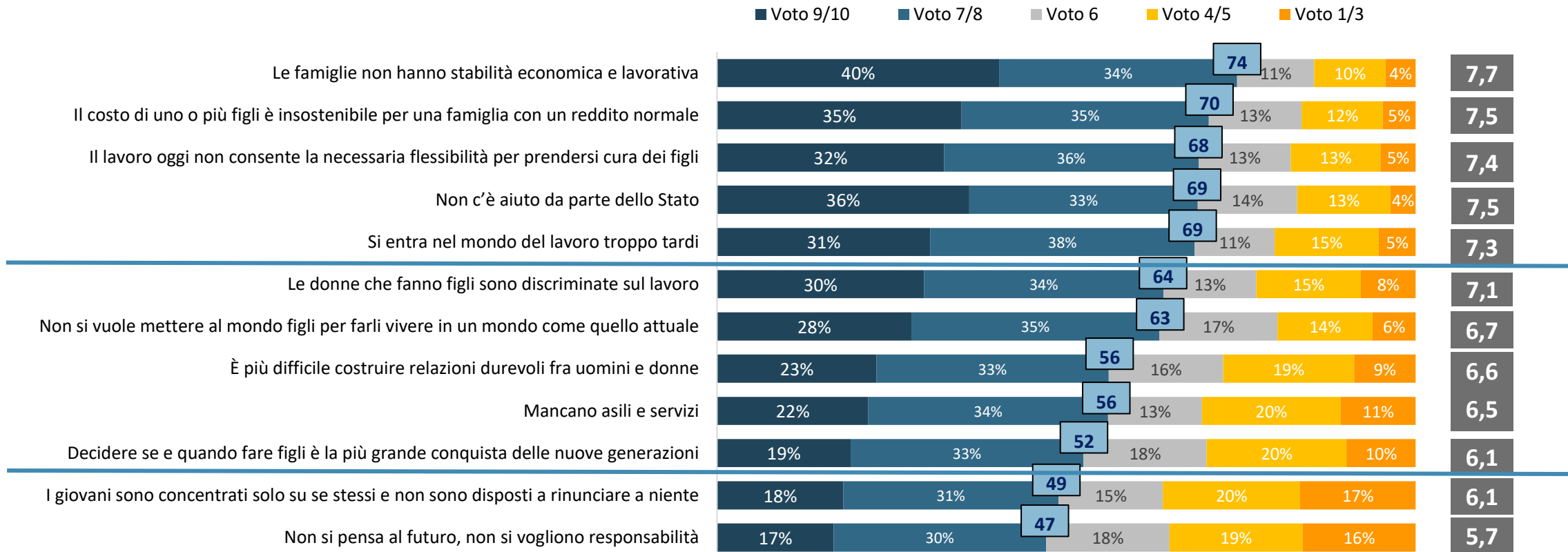
*Per i più giovani gli ostacoli sono **pratici**: formazione prolungata, precarietà lavorativa, instabilità economica. Crescendo, l'ostacolo diventano le **aspettative**: deve valerne la pena. Intanto il tempo passa e la «finestra riproduttiva» rischia di chiudersi*

# \*LE MOTIVAZIONI PER CUI FANNO MENO FIGLI SONO NUMEROSE, A PARTIRE DALLA MANCANZA DI STABILITA' ECONOMICA E DAI COSTI INSOSTENIBILI DI UN FIGLIO

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## I MOTIVI PER CUI I GIOVANI FANNO MENO FIGLI

Le statistiche dicono che IN ITALIA SI FANNO SEMPRE MENO FIGLI. Perché succede, secondo te? Di seguito sono riportate alcune frasi sull' AVERE FIGLI. Puoi dirmi quanto sei d'accordo?



*I giovani rifiutano la narrazione mainstream per cui i giovani non fanno figli perché concentrati su se stessi o perché non vogliono prendersi responsabilità*

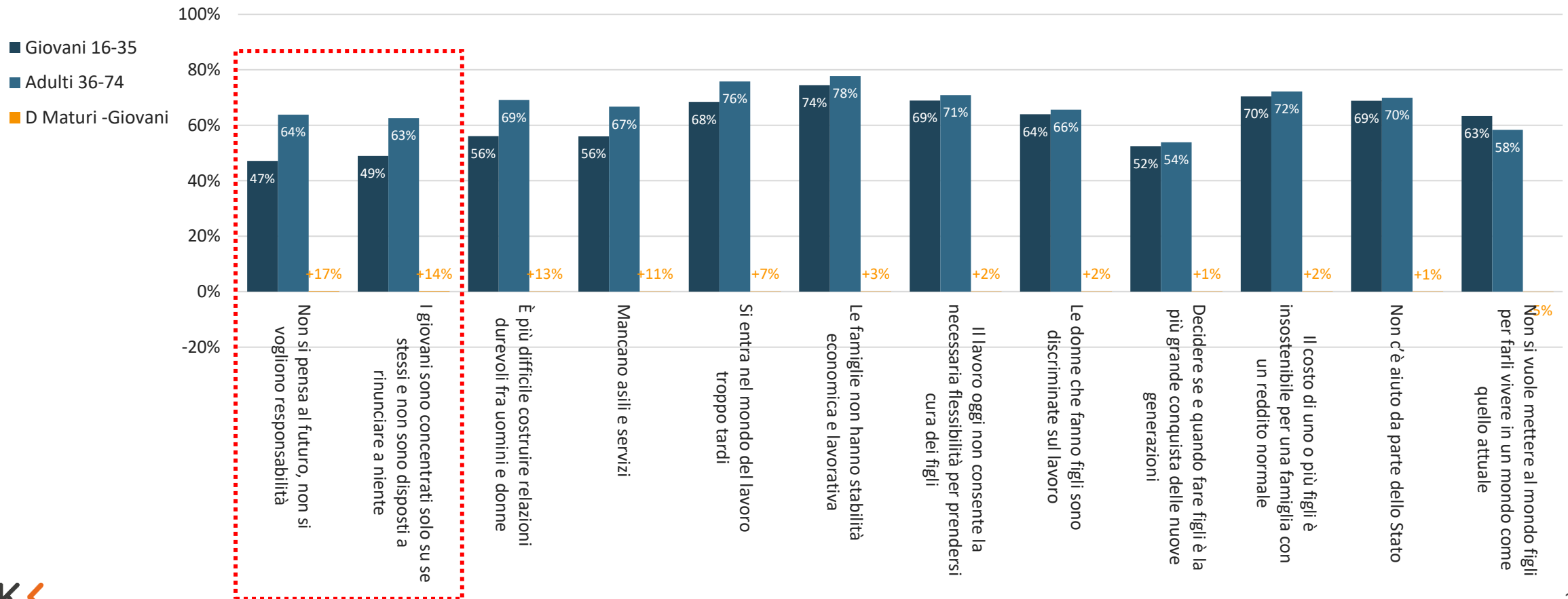
# IL NARCISISMO GIOVANILE, MESSO IN DUBBIO DAI PIÙ GIOVANI, SECONDO I PIÙ MATURI, INVECE, HA UN PESO RILEVANTE NELLA DENATALITÀ

Base: TOTALE intervistati

## I MOTIVI PER CUI I GIOVANI FANNO MENO FIGLI- CONFRONTO GIOVANI ADULTI

*Le statistiche dicono che IN ITALIA SI FANNO SEMPRE MENO FIGLI. Perché succede, secondo te?*

*Di seguito sono riportate alcune frasi sull' AVERE FIGLI. Puoi dirmi quanto sei d'accordo?*

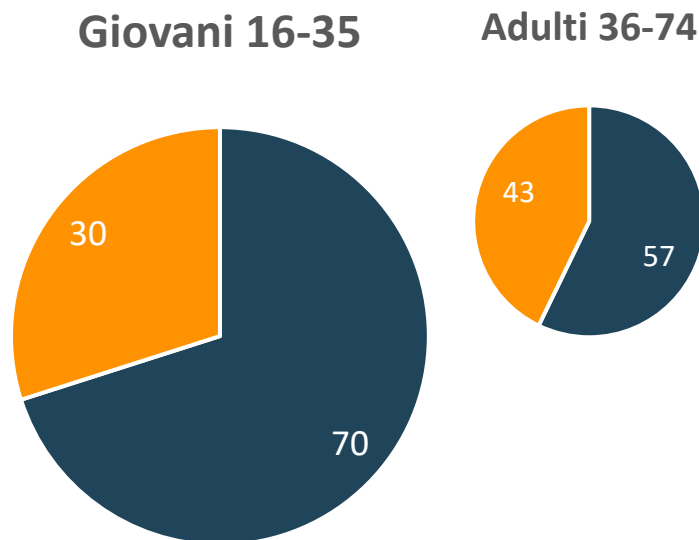


# \*POSTI DI FRONTE ALLA SCELTA SECCA, FRA IMPEDIMENTI ESTERNI E MANCANZA DI DESIDERIO I GIOVANI PRENDONO POSIZIONE: NON E' LA VOGLIA CHE MANCA

Base: totale campione

## I GIOVANI VOGLIONO O NON VOGLIONO FARE FIGLI?

Secondo te, i giovani italiani...



- Vorrebbero fare figli ma, per ragioni diverse, non possono
- Non hanno desiderio/interesse/coraggio di farli

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	725	718		385	377	
	%	%		%	%	
Vorrebbero fare figli ma, per ragioni diverse, non possono	77	70	-7	70	57	-13
Non hanno desiderio/interesse/coraggio di farli	23	30	+7	30	43	+13
	100	100		100	100	

Le cose però stanno cambiando. Rispetto ad un anno fa sono diminuiti quanti ritengono che le cause della denatalità siano esterne. Cresce la percezione che siano i giovani ad avere perso motivazione

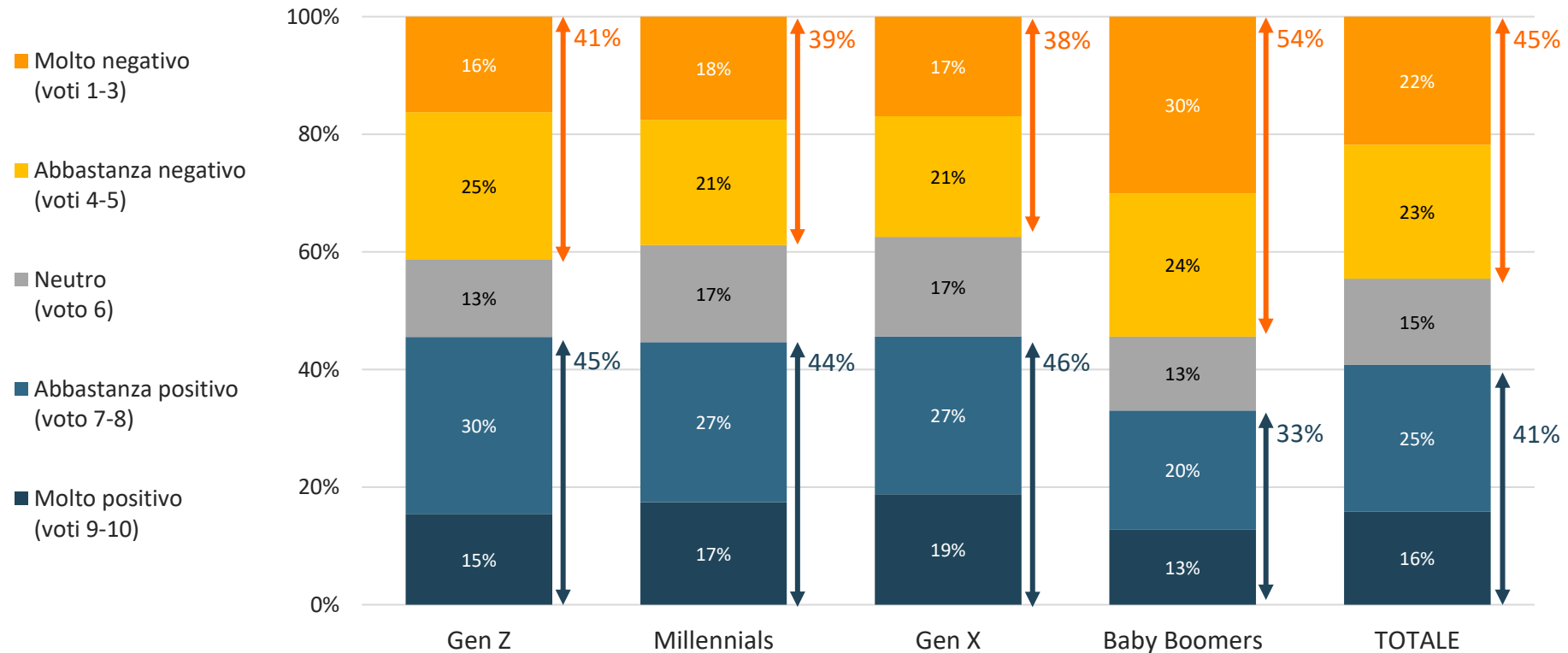
# \*LE GIOVANI DONNE RIVENDICANO LA LIBERTA' IN TEMA DI MATERNITA'. MA E' UN ASPETTO CHE DIVIDE

Base: totale campione

## IL DIRITTO DELLE DONNE DI NON FARE FIGLI

*Sempre più giovani donne rivendicano il diritto di non fare figli.*

*Come valuti questo cambiamento?*



*La rivendicazione da parte di molte giovani donne del diritto di decidere di non fare figli divide l'opinione pubblica.*

***Il concetto di famiglia sembra non avere codici condivisi***



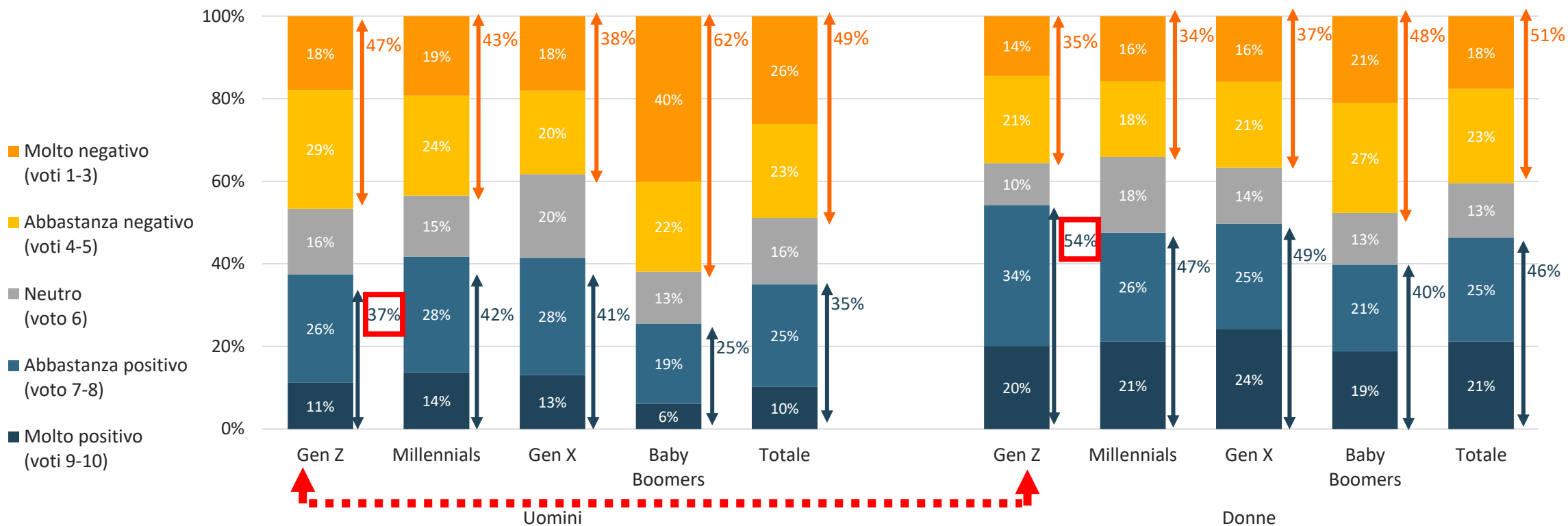
# LA DISTANZA MASSIMA E' FRA I RAGAZZI E LE RAGAZZE DELLA GEN Z

Base: totale campione

## IL DIRITTO DELLE DONNE DI NON FARE FIGLI – CONFRONTO PER GENERAZIONE E GENERE

*Sempre più giovani donne rivendicano il diritto di non fare figli.*

*Come valuti questo cambiamento?*

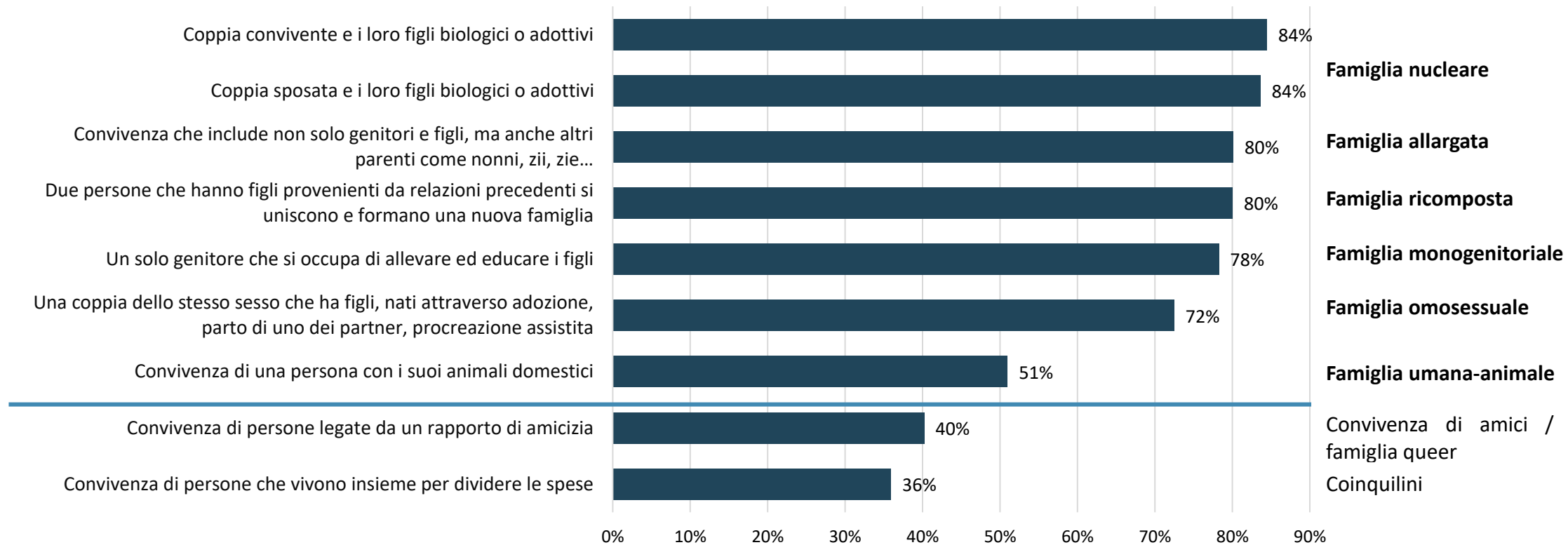


# \* ANCHE LA DEFINIZIONE DI FAMIGLIA E' CAMBIATA : E' QUALUNQUE UNIONE BASATA SUL SENTIMENTO

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## QUALE TIPO DI UNIONE PUO' ESSERE DEFINITA FAMIGLIA

*Nel corso del tempo la famiglia è cambiata. Di seguito sono elencati alcuni tipi di unioni. Per ciascuna puoi dirmi se ritieni che possa essere definita una "famiglia" oppure no?*



# \* LA GENERAZIONE Z ALLARGA ULTERIORMENTE IL PERIMETRO, FINO QUASI A CONSIDERARE FAMIGLIA LE CONVIVENZE DI AMICI

## QUALE TIPO DI UNIONE PUO' ESSERE DEFINITA FAMIGLIA Analisi per generazioni

Nel corso del tempo la famiglia è cambiata. Di seguito sono elencati alcuni tipi di unioni.  
Per ciascuna puoi dirmi se ritieni che possa essere definita una "famiglia" oppure no?

	Gen Z			Millennials	Gen X
	16/22 anni	23/27 anni	Totale 16 / 27 anni		
% "Sì, è una famiglia "	116 %	239 %	355 %	363 %	189 %
Coppia sposata e i loro figli biologici o adottivi	87	85	86	81	86
Coppia convivente e i loro figli biologici o adottivi	86	86	86	83	85
Due persone che hanno figli provenienti da relazioni precedenti si uniscono e formano una nuova famiglia. Questa include i figli di uno solo dei due partner e i figli comuni	81	82	82	78	83
Convivenza che include non solo genitori e figli, ma anche altri parenti come nonni, zii, zie, cugini o parenti stretti	84	80	82	78	77
Un solo genitore che si occupa di allevare ed educare i figli	80	80	80	75	79
Una coppia dello stesso sesso che ha figli, nati attraverso l'adozione, il parto di uno dei partner, la procreazione assistita	81	71	74	70	70
Convivenza di una persona con i suoi animali domestici	52	49	50	52	41
Convivenza di persone legate da un rapporto di amicizia	46	42	43	36	33
Convivenza di persone che vivono insieme per dividere le spese	40	36	37	34	35

La quota di giovani che considera famiglia anche le convivenze fra amici sfiora la maggioranza (46%):  
è la «queer family» di Michela Murgia

## IL RAPPORTO DEI GIOVANI CON LA FAMIGLIA E' SEGNATO DA NUMEROSE DIFFICOLTA'

- Una prima difficoltà è **«pensare» la famiglia come progetto**, proprio in funzione delle difficoltà nell'arrivare ad una realizzazione lavorativa e, quindi, ad una stabilità economica.
- Un'altra difficoltà riguarda il fatto che **il concetto di famiglia non ha codici predefiniti**, sia nel percorso per arrivarci, sia nella modalità con cui questa si realizza
- Questo vale anche per la decisione di avere un figlio. **Non c'è intesa su come arrivare a prendere la decisione**: le giovani donne rivendicano il diritto di decidere, i giovani maschi non lo accettano
- A tutti ciò si aggiunge una **spinta a rinviare la decisione** («più avanti, forse»). Rimanere in casa con i genitori consente di approfittare di uno stile di vita più agiato, di intraprendere un percorso di studi senza la necessità di un guadagno a breve, di dare la priorità alla realizzazione personale e di non continuare a godersi i piaceri della vita.

## LA FAMIGLIA TRADIZIONALE E' TRAMONTATA COME MODELLO: AL SUO POSTO LA FAMIGLIA DEL CUORE

- Quando parliamo di **famiglia tradizionale** generalmente si intende la famiglia monogamica, eterosessuale, procreativa, intenzionalmente duratura a vita, che prevede una chiara distinzione di ruoli tra donne e uomini
- Questo tipo di famiglia, ancora molto diffusa, **non è più il modello dei giovani italiani**.
- Il suo posto è stato preso da un **ventaglio di alternative**, tutte legittime.
- Per il momento un perimetro riconosciuto dalla maggioranza dei giovani, di **cosa è famiglia**, può essere ancora disegnato: è la **famiglia del cuore**, che comprende le **unioni basate su un sentimento romantico o sul legame genitore-figlio**, a prescindere dalla composizione, dall'orientamento sessuale e persino dalla specie (il 51% dei giovani considera famiglia l'unione fra una persona e un'animale domestico).
- **Ma anche questo confine è destinato a saltare**. Il 46% dei giovanissimi, quasi la maggioranza insomma, considera famiglia anche la **convivenza fra amici**, una definizione molto vicina a quella di **famiglia queer**, proposta da Michela Murgia. L'idea di famiglia si assottiglia fino a scomparire



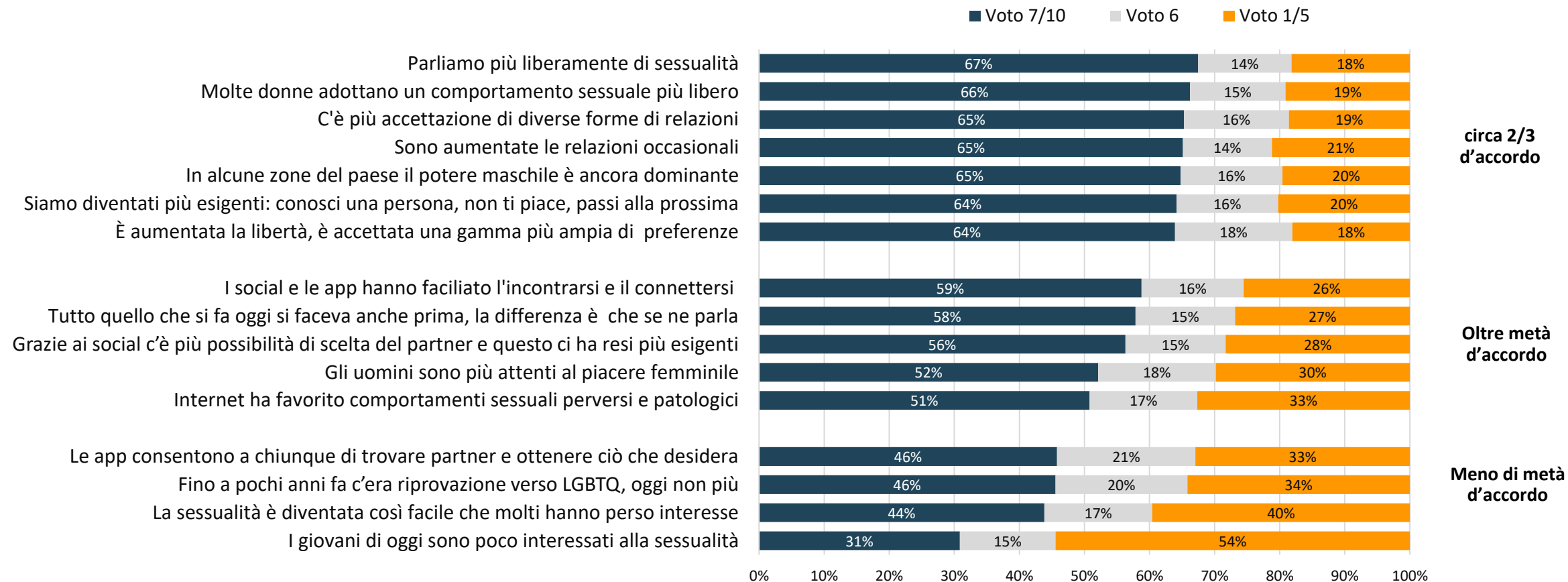
# LE RELAZIONI SENTIMENTALI

# \*SOTTO LA SPINTA DEL DIGITALE, SI E' VERIFICATA UNA VERA E PROPRIA METAMORFOSI DELLE RELAZIONI SENTIMENTALI : LA PAROLA D'ORDINE E' LIBERTA'

## I CAMBIAMENTI NELLE RELAZIONI SENTIMENTALI

Base: giovani 16/35 anni (n = 704)

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono possibili cambiamenti negli orientamenti degli italiani a riguardo delle relazioni sentimentali. Dovresti dirti quanto sei d'accordo con ciascuna frase.



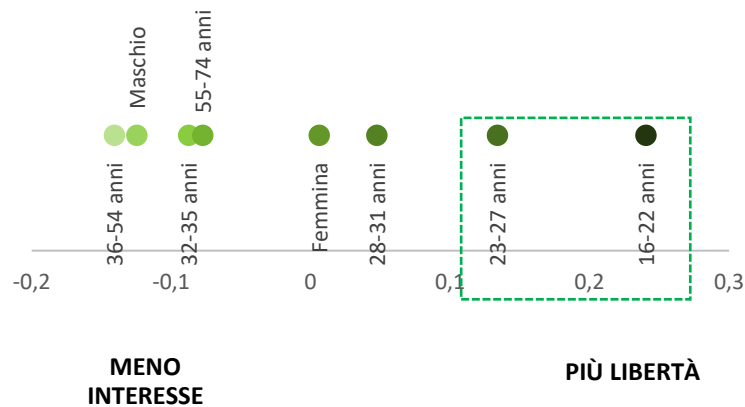
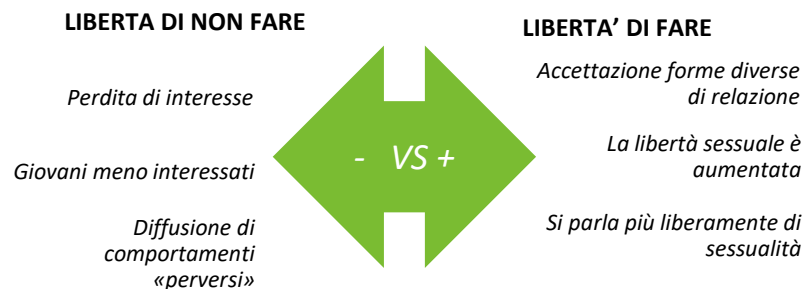
Parlare liberamente di sesso, social e app per incontrarsi, comportamenti più liberi, più libertà della donna, fluidità di genere, relazioni occasionali, più opportunità di scelta, sesso sdrammatizzato: tutto è in movimento

# GEN Z E MILLENNIALS INTERPRETANO IN MODO DIVERSO LA METAMORFOSI IN ATTO NELLE RELAZIONI SENTIMENTALI

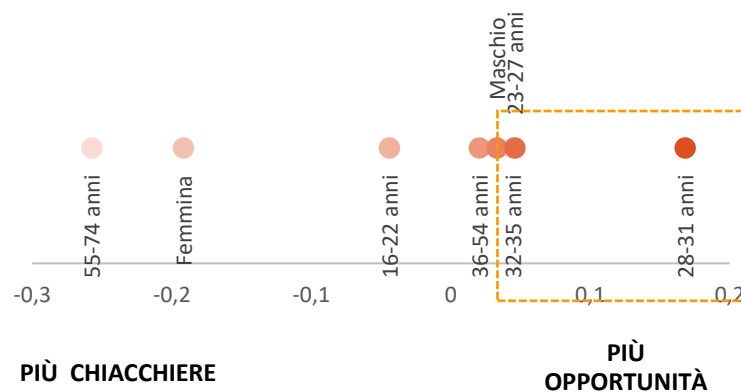
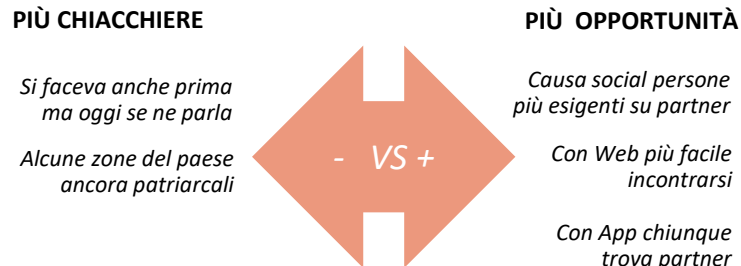
## I TREND IN ATTO NELLE RELAZIONI SENTIMENTALI

Analisi fattoriale degli atteggiamenti: vettori di cambiamento e

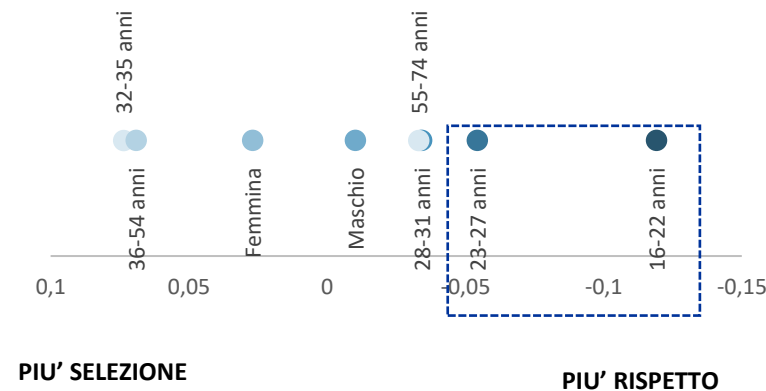
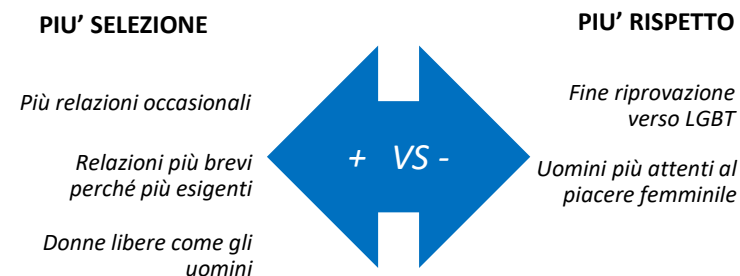
### Trend 1: più liberazione sessuale



### Trend 2: più facilità ad avere esperienze



### Trend 3: più attenzione all'altro



I giovani della Gen Z sono più sensibili alla **libertà** come **piena espressione di sé e attenzione all'altro**, i Millennials sembrano più sensibili alla maggiore **facilità di scegliere e trovare partner**



# TUTTE LE GENERAZIONI RICONOSCONO I CAMBIAMENTI IN ATTO

## I CAMBIAMENTI NEGLI ORIENTAMENTI SULLE RELAZIONI SENTIMENTALI

### Analisi per generazioni

Base: totale campione

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono possibili cambiamenti negli orientamenti degli italiani a riguardo delle relazioni sentimentali. Dovresti dirti quanto sei d'accordo con ciascuna frase.

	16/22 anni	23/27 anni	Totale	Millennials	Gen X	B. Boomers
<i>% voti da 7 a 10</i>	96 %	223 %	319 %	385 %	183 %	183 %
Parliamo più liberamente di sessualità	68	70	70	65	69	74
Molte donne adottano un comport. sessuale più libero	69	68	68	64	62	70
C'è più accettazione di diverse forme di relazioni	67	67	67	63	62	67
Sono aumentate le relazioni occasionali	64	65	65	65	68	71
In alcune zone il potere maschile è ancora dominante	73	65	67	62	62	63
Conosci una persona, non ti piace, passi alla prossima	66	64	64	64	68	63
È aumentata la libertà, sono accettate tutte le preferenze	66	67	66	61	61	66
I social e le app hanno facilitato l'incontrarsi e il connettersi.	53	60	58	59	56	51
Quello che si fa oggi si faceva anche prima, ora se ne parla	66	55	58	57	48	63
C'è più possibilità di scelta e le persone sono più esigenti	55	58	57	56	47	46
Gli uomini sono più attenti al piacere femminile	50	54	53	51	45	51
Internet ha favorito comportamenti perversi e patologici	50	50	50	52	54	56
Le app consentono a chiunque di trovare partner	47	46	46	45	45	45
In passato c'era riprovazione verso LGBTQ, oggi non più	51	44	46	45	50	56
La sessualità è diventata così facile che ha perso interesse	44	42	43	45	49	50

# \*SONO SOPRATTUTTO LE GIOVANI DONNE A RICONOSCERE DI GODERE DI UNA LIBERTA' IN PASSATO IMPENSABILE

Base: totale campione

## I CAMBIAMENTI NEGLI ORIENTAMENTI SULLE RELAZIONI SENTIMENTALI

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono POSSIBILI CAMBIAMENTI negli ORIENTAMENTI DEGLI ITALIANI a riguardo delle RELAZIONI SENTIMENTALI.

Dovresti dirti quanto sei d'accordo con ciascuna frase.

	Gen Z		Millennials		Totale giovani		Gen X		Baby Boomers	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
	145	174	195	190	340	364	102	81	92	91
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Abbiamo iniziato a parlare molto più liberamente di sessualità	66	73	59	71	63	72	64	74	74	73
Molte donne hanno adottato un comportamento sessuale più libero, che finora era consentito solo agli uomini	66	71	62	65	64	68	61	62	71	69
Si è assistito a una maggiore accettazione di diverse forme di relazioni	67	66	59	68	64	67	64	60	65	68
Sono aumentate le relazioni occasionali o basate su esperienze di breve termine	62	68	60	71	61	69	68	68	73	68
In alcune zone del paese le cose non sono davvero cambiate, il potere maschile è ancora dominante	60	76	53	70	57	73	55	69	59	66
Nelle relazioni siamo diventati più esigenti: conosci una persona, non ti piace, OK passi alla prossima	63	66	64	63	64	65	69	66	62	64
È aumentata la libertà nell'espressione sessuale ed è accettata una gamma più ampia di pratiche e preferenze	68	64	58	64	64	64	61	61	64	68
I siti web, i social media e le app di incontri hanno reso più comune il modo in cui le persone si incontrano e si connettono emotivamente.	58	59	57	62	57	60	57	55	50	53
Tutto quello che si fa oggi si faceva anche prima, la differenza è che oggi se ne parla	55	62	53	61	54	62	45	53	60	66
Grazie ai social c'è più possibilità di scelta del partner e questo ha reso le persone più esigenti	60	53	57	55	59	54	50	44	45	48
Gli uomini sono più attenti che un tempo al piacere femminile	58	48	48	55	53	51	46	44	56	46
Internet e i social ha favorito la diffusione di comportamenti sessuali perversi e patologici	53	46	54	50	53	48	58	50	59	53
Le app di incontri consentono a chiunque di trovare partner e ottenere ciò che desidera	44	49	42	48	43	48	45	45	46	44
Fino a pochi anni fa c'era riprovazione verso gay, lesbiche e bisessuali, oggi non più	49	43	44	47	47	44	52	47	53	60
La sessualità è diventata così facile per tutti che molti hanno perso interesse a praticarla	41	45	45	45	43	45	49	49	54	47
I giovani di oggi sono poco interessati alla sessualità	34	26	37	27	35	26	36	39	46	38

# \*NON CAMBIANO SOLO I COMPORTAMENTI, ANCHE LE IDENTITA': LA FLUIDITA' SESSUALE CRESCE CON LE NUOVE GENERAZIONI

Base: totale campione

## L'ORIENTAMENTO SESSUALE NELLE GENERAZIONI

Qual è il tuo orientamento sessuale?

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	96	223	319	385	183	183
	%	%	%	%	%	%
Eterosessuale (sono attratto da persone dell'altro sesso)	79	83	82	85	90	92
Omosessuale (sono attratto da persone del mio stesso sesso)	1	5	4	6	3	1
Bisessuale (sono attratto da persone di entrambi i sessi)	14	9	10	6	4	3
Asessuale (non provo attrazione sessuale verso gli altri, solo attrazione romantica o emotiva)	1	3	2	1	1	1
Altra risposta	2	0	1	0	1	0
Preferisco non rispondere	3	1	2	3	2	2

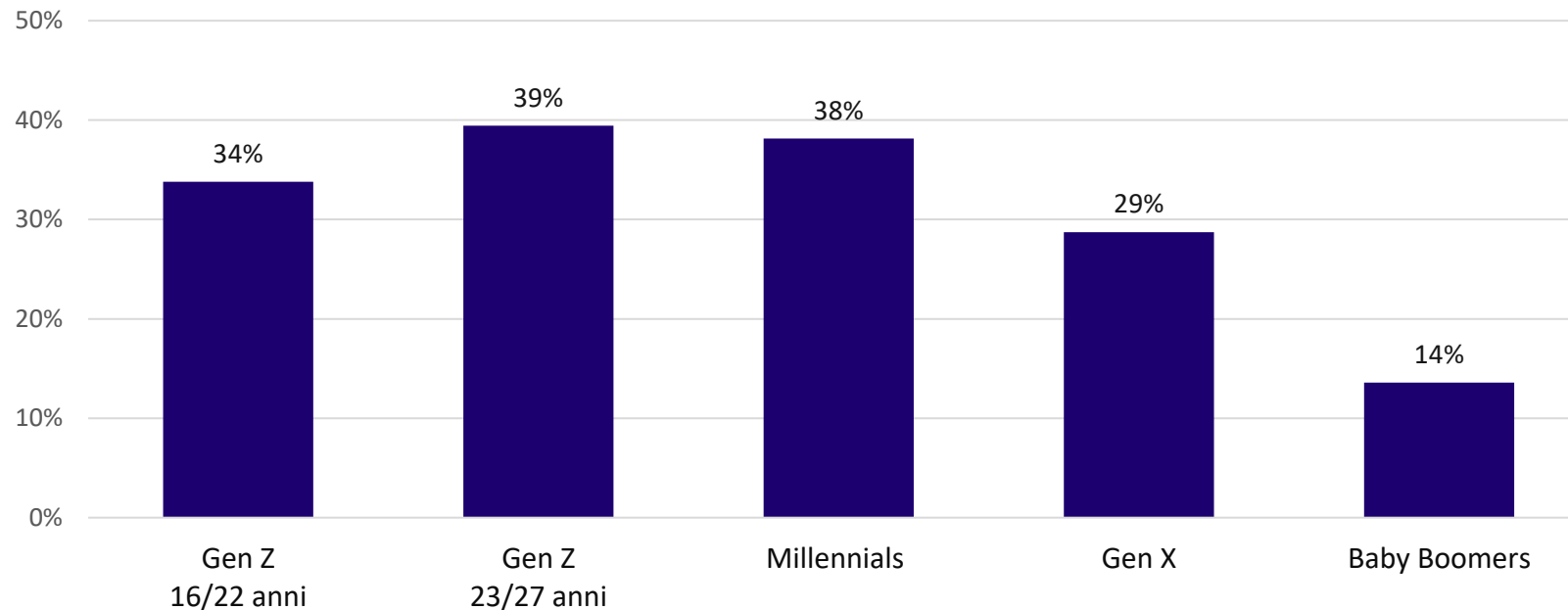
Fra i giovanissimi è in forte crescita la bisessualità .

# \*PER LE NUOVE GENERAZIONI I SOCIAL SONO DIVENTATI IL CANALE IN CUI INIZIANO LE RELAZIONI SENTIMENTALI

Base: totale campione

## IL RUOLO DELLA TECNOLOGIA

*Hai mai iniziato una relazione sentimentale o sessuale con una persona che hai conosciuto sui social?*



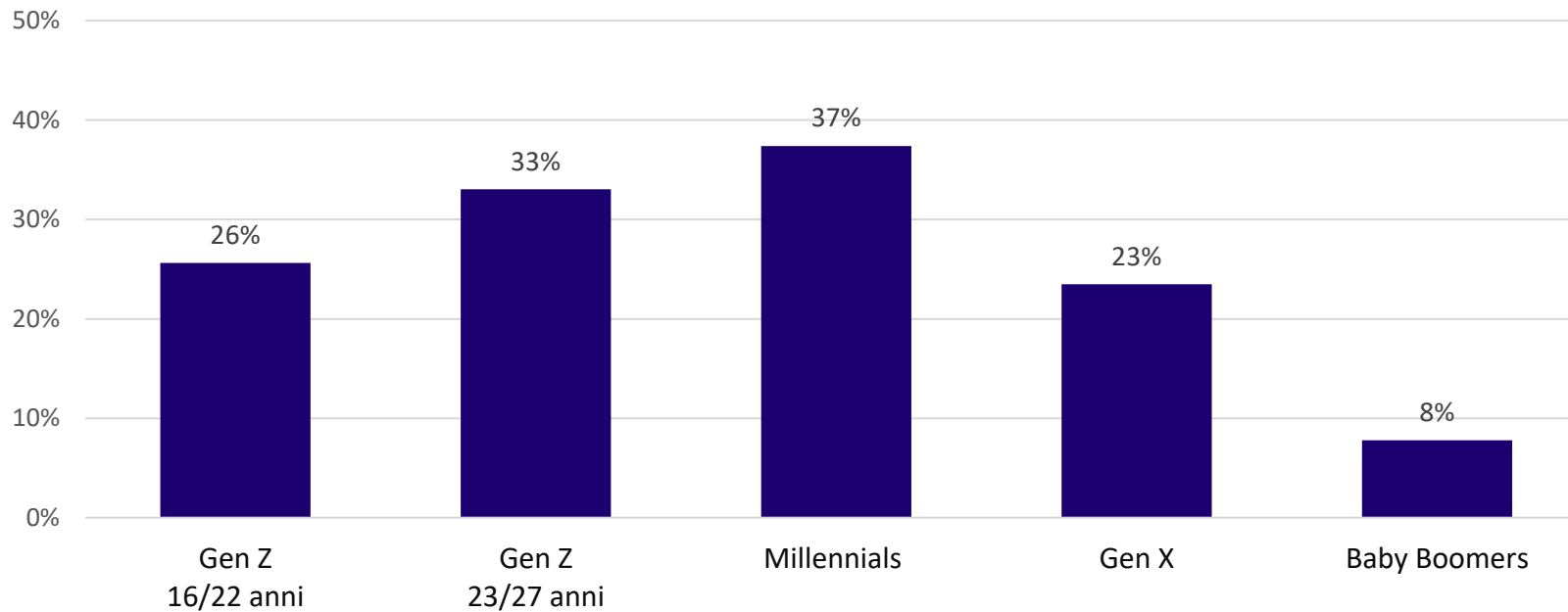
*Per la Gen Z la socialità legata all'ambito della sessualità coincide con la società in senso lato (fase qualitativa)*

# \*L'USO DELLE APP PER INCONTRI È PIÙ DIFFUSO FRA I MILLENNIALS E IL SEGMENTO «SENIOR» DELLA GEN Z

Base: totale campione

## L'USO DELLE APP PER INCONTRI

*Hai mai utilizzato un'app di incontri come Tinder, Grindr o simili?*



*Per i Millennials invece social e app di incontri hanno una connotazione diversa. Nel caso manchino contesti in cui instaurare potenzialmente nuove relazioni, le app di incontri diventano imprescindibili (fase qualitativa)*

# LA GEN Z HA UN USO DELLE APP DI INCONTRI PIÙ ESPLORATIVO E LUDICO DI QUELLO DELLE GENERAZIONI PRECEDENTI

Base: ha utilizzato app per incontri

## I MOTIVI DELL'USO DI APP DI INCONTRI Analisi per generazioni

*Per quali motivi hai scelto di utilizzare un'app di incontri?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	24 %	72 %	96 %	145 %	43 %	15 %
Per incontrare nuove persone	60	64	63	57	56	52
Per trovare una relazione	35	46	43	39	27	55
Per fare sesso	39	38	38	41	36	32
Per curiosità o per passare il tempo	42	42	42	29	32	34
Per espandere la mia cerchia sociale	21	32	30	24	25	12
Altro motivo	0	1	1	0	0	0

# IN TUTTE LE GENERAZIONI GLI UOMINI HANNO UN APPROCCIO ALLE APP PIU' FINALIZZATO, LE DONNE PIU' ESPLORATIVO

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)  
 Base: ha utilizzato app per incontri

## I MOTIVI DELL'USO DI APP DI INCONTRI Analisi per generazione e genere (1)

*Per quali motivi hai scelto di utilizzare un'app di incontri?*

	Gen Z		Millennials		Gen X	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
	%	%	%	%	%	%
Per incontrare nuove persone	62	66	56	59	57	51
Per trovare una relazione	46	39	40	36	35	0
Per fare sesso	47	25	57	18	42	17
Per curiosità o per passare il tempo	37	48	25	36	28	44
Per espandere il mio cerchio sociale	29	30	23	25	25	28
Altro motivo	0	2	0	0	0	0



(1) Baby Boomers: non significativo (campione di ridotte dimensioni)

# LA FREQUENZA D'USO DELLE APP DI INCONTRI CRESCE CON L'ETA' ED E' MASSIMA FRA GLI USER DELLA GEN X

Base: ha utilizzato app per incontri

## LA FREQUENZA D'USO DI APP DI INCONTRI

*Quanto spesso utilizzi app di incontri?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	%	%	%	%	%	%
USANO ATTUALMENTE	61	53	55	54	65	33
Tutti i giorni o quasi	5	4	4	8	14	0
Più volte alla settimana	20	19	19	21	22	6
Una volta alla settimana	7	22	18	7	11	27
Più raramente	29	9	14	18	17	0
Le ho usate in passato ma ho smesso	39	47	45	46	35	67
	100	100	100	100	100	100
media settimanale (solo users attuali)	1,39	1,67	1,59	1,86	2,15	1,26

*I giovani hanno l'uso più contenuto. Il tasso di abbandono delle app di incontri è elevato, in particolare fra i più maturi.*



# L'USO DELLE APP PER INCONTRI DI PERSONA E' MAGGIORE FRA GLI UTENTI MATURI

Base: ha utilizzato app per incontri

## INCONTRO PERSONALE CON PERSONE CONOSCIUTE ATTRAVERSO UN'APP

*Hai mai incontrato personalmente qualcuno che hai conosciuto su un'app di incontri?*

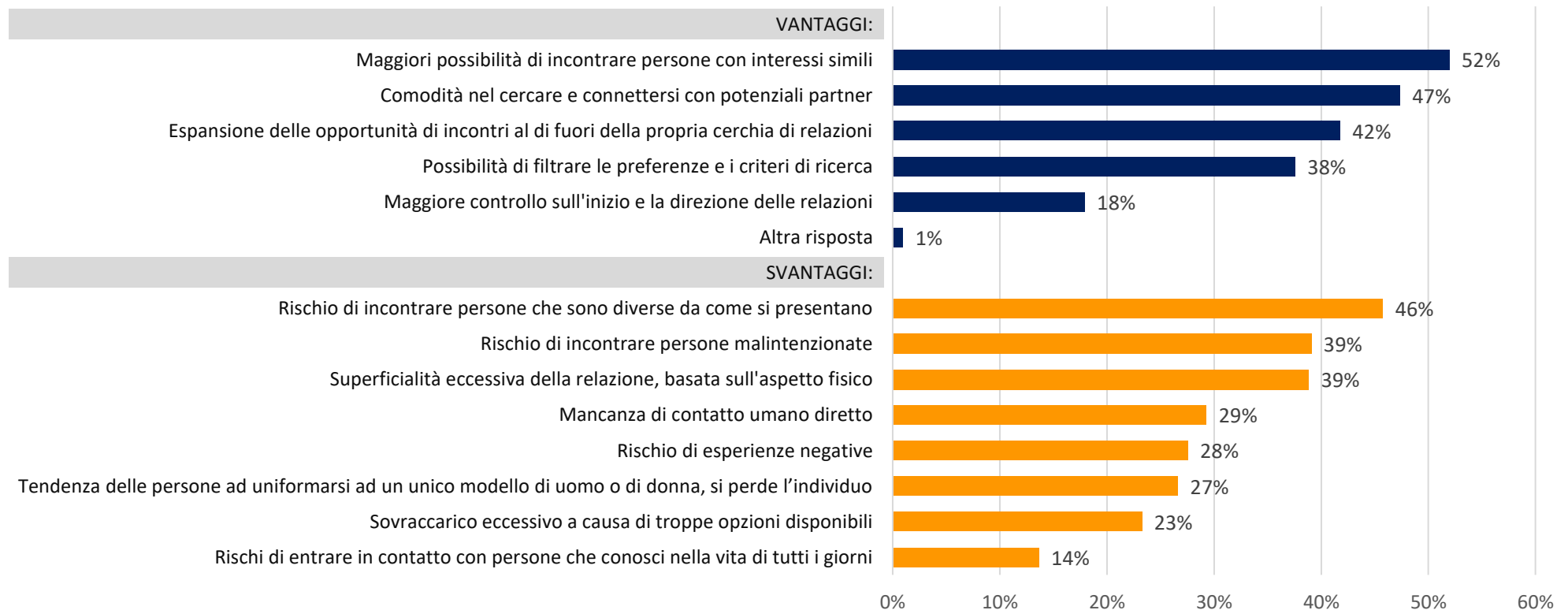
	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	%	%	%			
Sì, più volte	37	49	46	53	52	68
Sì, una volta sola	38	26	29	22	32	25
No, non ho ancora avuto la possibilità di incontrare qualcuno	11	22	19	15	9	7
No, non ho intenzione di incontrare personalmente nessuno	13	3	5	10	7	0
	100	100	100	100	100	100

# \*I VANTAGGI RIGUARDANO LA POSSIBILITA' DI INCONTRARE POTENZIALI PARTNER, GLI SVANTAGGI IL RISCHIO DI INCONTRARE PERSONE DIVERSE DA COME SEMBRANO

Base: giovani 16/35 anni che hanno utilizzato app per incontri (n = 241)

## VANTAGGI E SVANTAGGI DELL'USO DI UN'APP DI INCONTRI – GIOVANI DAI 16 AI 35 ANNI

*Quali sono i principali vantaggi che trovi nell'utilizzo di un'app di incontri? E quali gli svantaggi?*

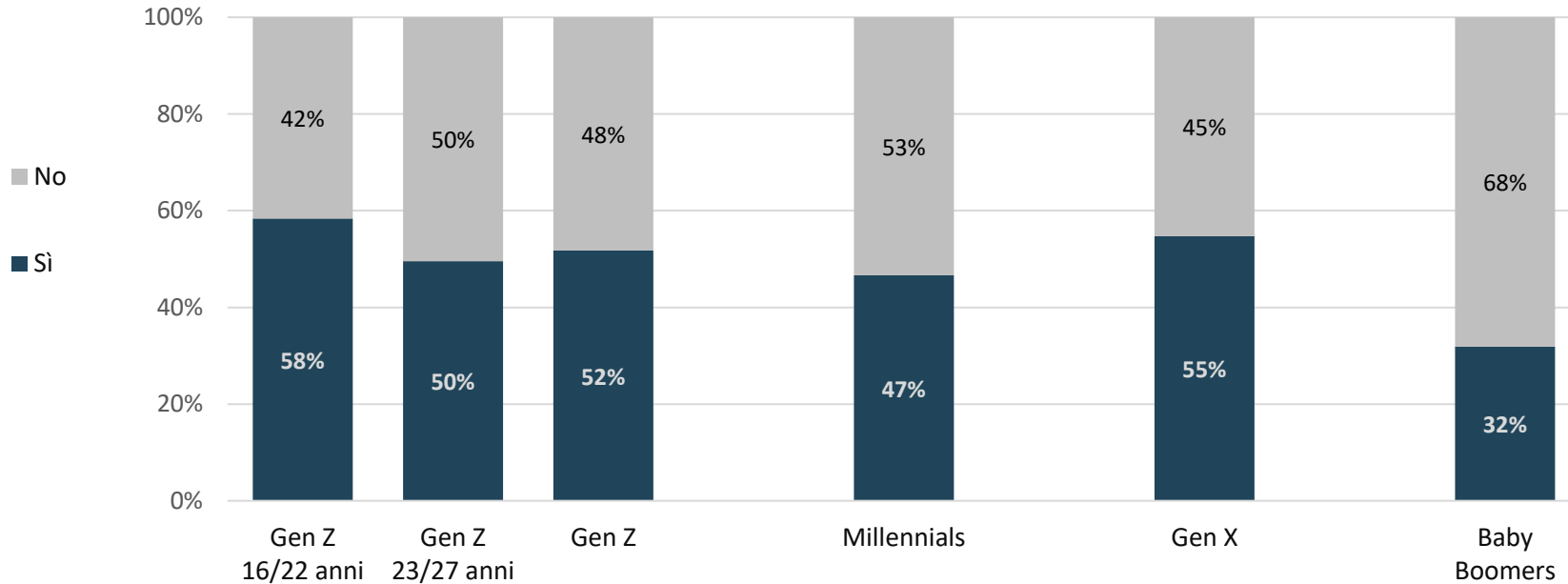


# LE ESPERIENZE NEGATIVE SONO FREQUENTI PER TUTTI MA NON PER I BABY BOOMERS

Base: ha utilizzato app per incontri

## ESPERIENZE NEGATIVE UTILIZZANDO APP DI INCONTRI

*Hai mai fatto esperienza negative utilizzando app di incontri?*

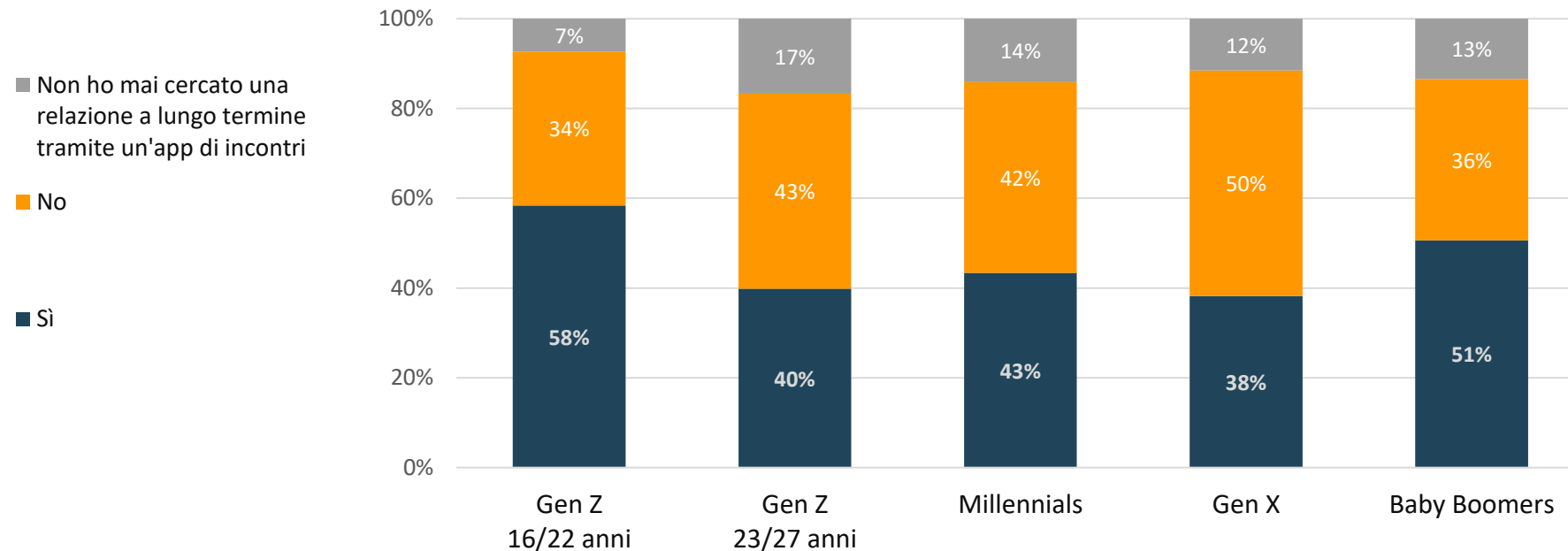


# CONTRARIAMENTE AI PIU' GIOVANI E AI PIU' MATURI, LA PERSONE DELLE GENERAZIONI «DI MEZZO» NON USANO LE APP PER RELAZIONI A LUNGO TERMINE

Base: ha utilizzato app per incontri

## RELAZIONI A LUNGO TERMINE CON PERSONE CONOSCIUTE ATTRAVERSO UN'APP DI INCONTRI

*Hai mai incontrato qualcuno con cui hai stabilito una relazione a lungo termine tramite un'app di incontri?*

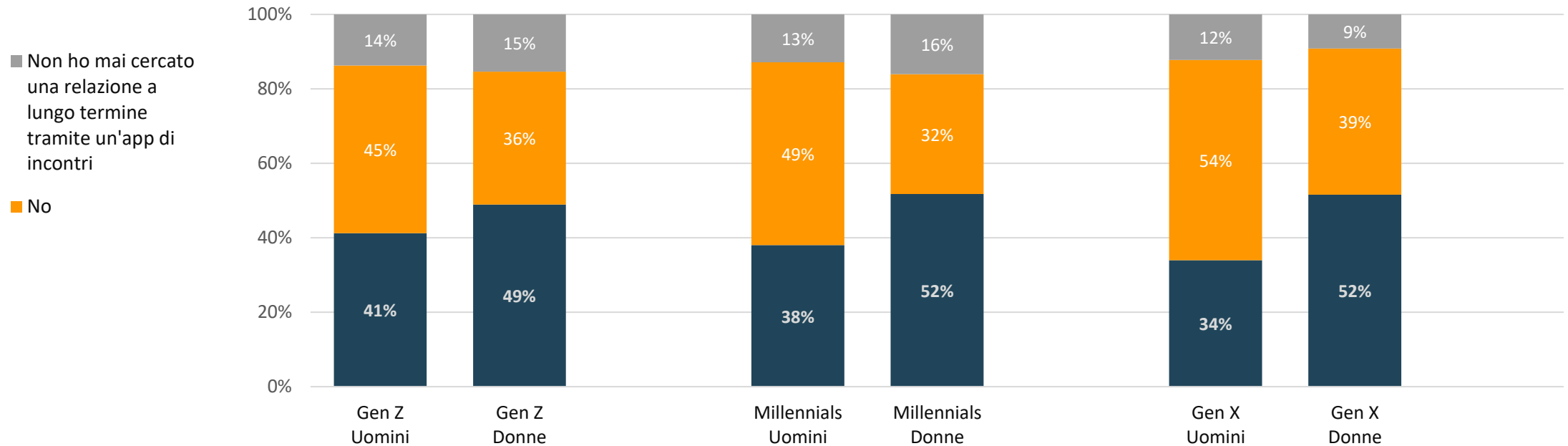


# \*IN TUTTE LE GENERAZIONI LE DONNE USANO LE APP PER STABILIRE RELAZIONI A LUNGO TERMINE PIU' DEGLI UOMINI

Base: ha utilizzato app per incontri

## RELAZIONI A LUNGO TERMINE TRAMITE APP DI INCONTRI - ANALISI PER GENERE

*Hai mai incontrato qualcuno con cui hai stabilito una relazione a lungo termine tramite un'app di incontri?*





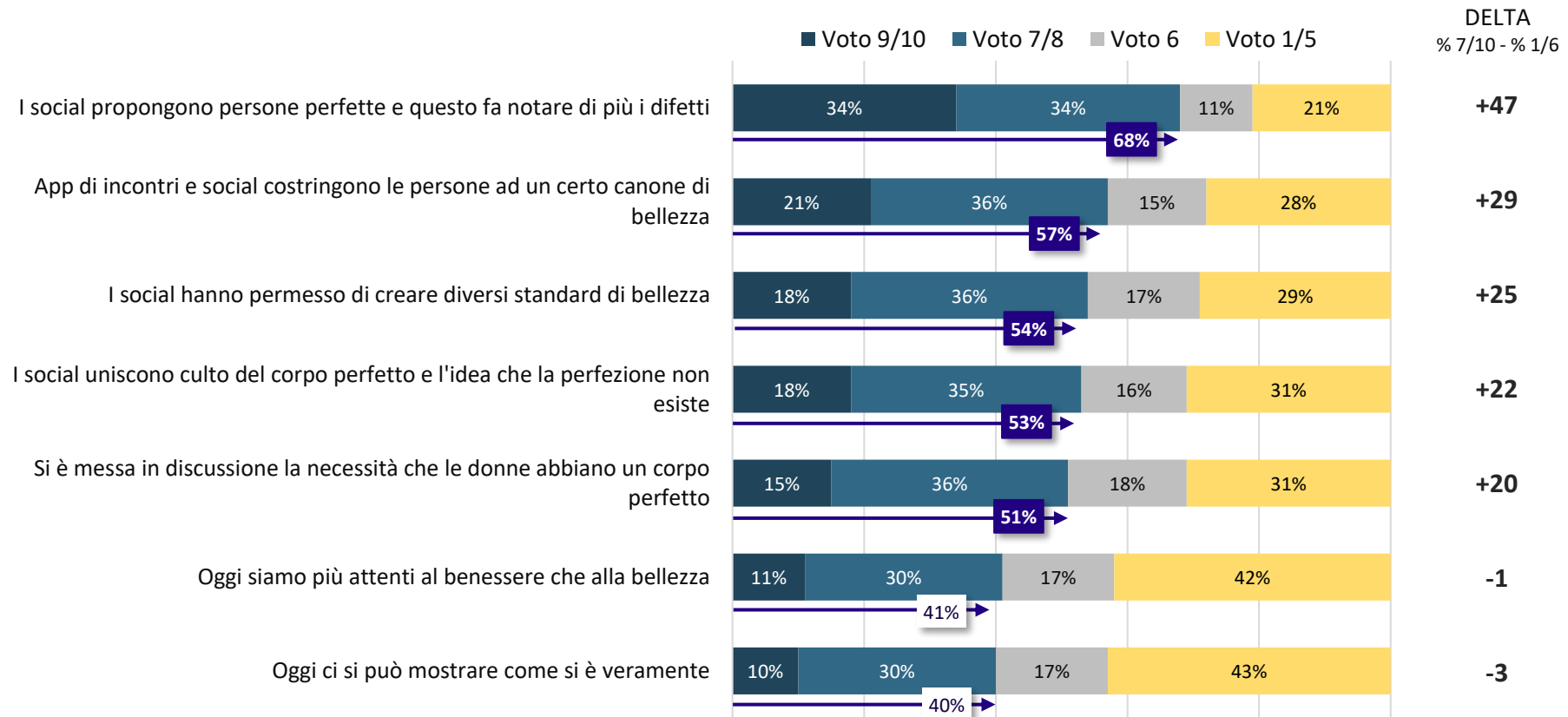
# IL CORPO

# \*SUL CORPO SONO IN ATTO DUE TREND DIVERGENTI: LA «PERFEZIONE FISICA COME STANDARD» E IL «RICONOSCIMENTO DELLA SPECIFICITA'»

Base: giovani 16/35 anni (n = 696)

## I CAMBIAMENTI DEGLI ATTEGGIAMENTI RISPETTO AL CORPO

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono POSSIBILI CAMBIAMENTI negli ORIENTAMENTI DEGLI ITALIANI riguardo al CORPO.  
Dovresti dirmi quanto sei d'accordo con ciascuna frase



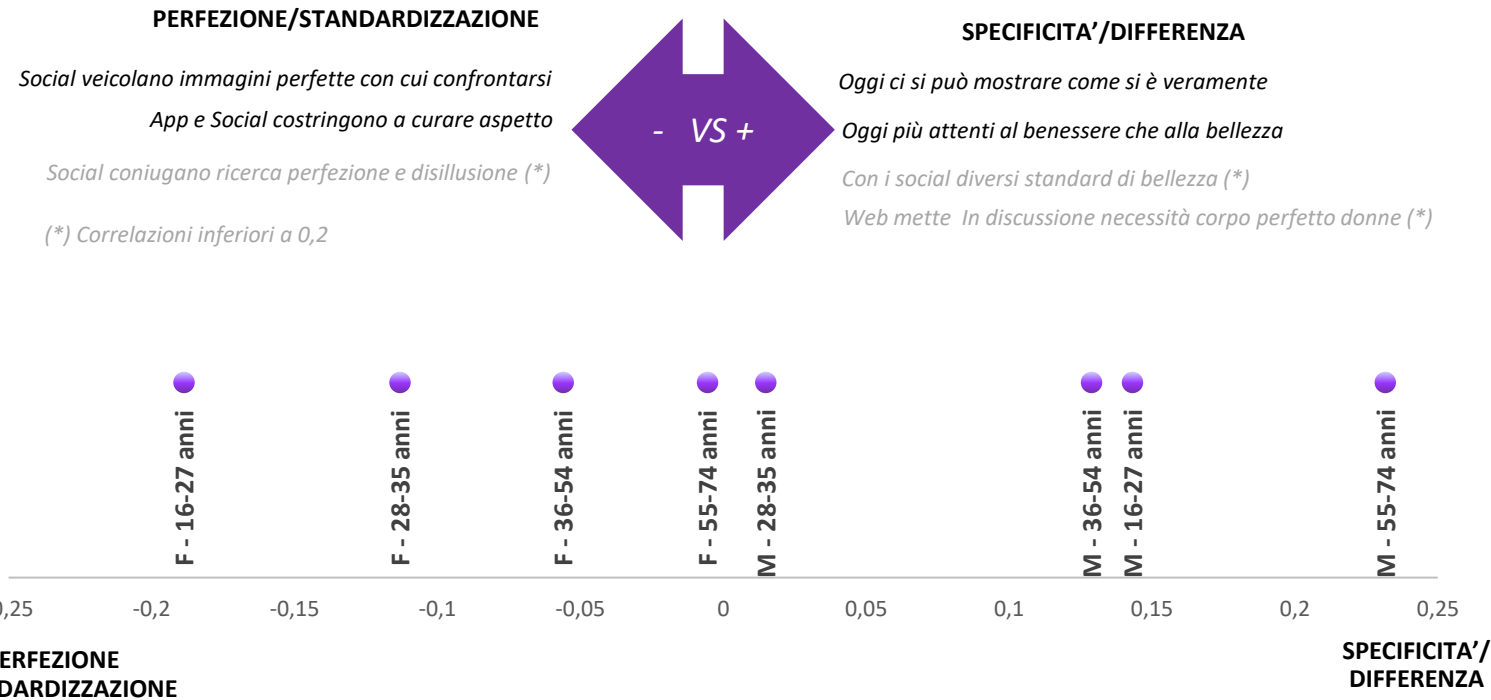
Nonostante la presenza di nuove «narrazioni» (diversi standard di bellezza, body positivity, consapevolezza immagini fake, ecc.), l'aspettativa del corpo perfetto continua a condizionare le aspettative di molte persone giovani

# QUANTO PIU' SONO GIOVANI TANTO PIU' LE DONNE SONO CONDIZIONATE DALLA «NARRAZIONE» DELLA PERFEZIONE

## I CAMBIAMENTI DEGLI ATTEGGIAMENTI RISPETTO AL CORPO

Analisi multivariata sugli atteggiamenti (analisi fattoriale)

### TREND: CENTRALITA' DELL'IMMAGINE DEL CORPO



Con l'età le donne si affrancano gradualmente dallo standard e si convertono verso la valorizzazione della differenza. Per gli uomini il fenomeno è simile ma su scala più ridotta e con una maggiore pressione sociale sui Millennials(28-35) rispetto alla Gen Z



# TUTTE LE GENERAZIONI RICONOSCONO ENTRAMBI I MODELLI CULTURALI IN AZIONE MA CON UN PO' DI SCETTICISMO IN PIU' SUL SECONDO

Base: totale campione

## I CAMBIAMENTI DEGLI ATTEGGIAMENTI RISPETTO AL CORPO Confronto fra generazioni

Di seguito sono riportate alcune frasi che descrivono possibili cambiamenti negli orientamenti degli italiani riguardo al corpo.  
Dovresti dirti quanto sei d'accordo

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	116	229	345	351	185	188
	%	%	%	%	%	%
I social ci bombardano sempre più con immagini di persone perfette e questo ti porta a notare di più i tuoi difetti	69	68	68	68	68	61
App di incontri e social costringono le persone ad un certo canone di bellezza	57	54	55	61	55	60
I social hanno permesso di creare diversi standard di bellezza	61	51	55	53	56	58
I social mettono insieme il culto del corpo perfetto e la consapevolezza che la perfezione non esiste	52	54	54	52	53	47
Le persone hanno messo in discussione la necessità che le donne abbiano un corpo perfetto	51	51	51	51	52	42
Oggi siamo più attenti al benessere che alla bellezza	44	38	40	41	46	49
Oggi ci si può mostrare come si è veramente	41	41	41	38	36	39

**Legenda:**

Prevalenza dell'accordo (voto 7/10)

Prevalenza del disaccordo (voto 1/5)

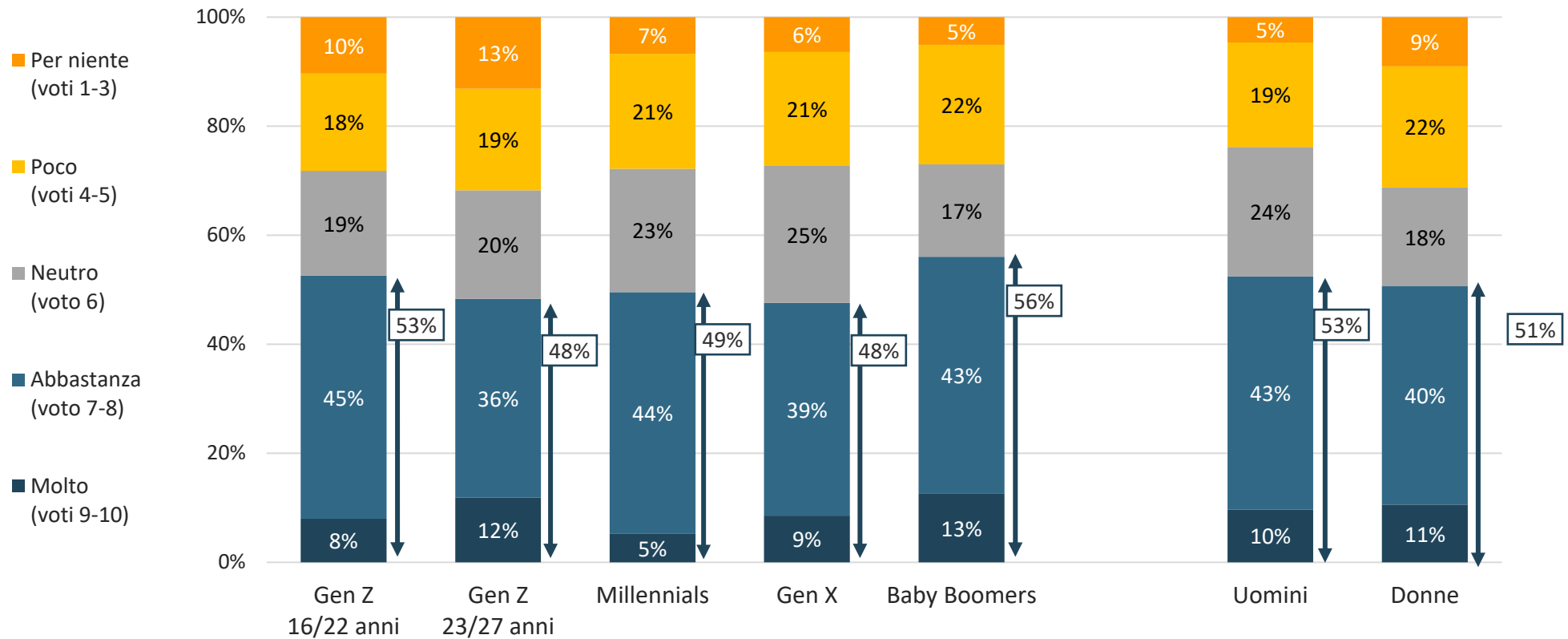


# L'INSODDISFAZIONE PER IL PROPRIO CORPO E' PIU' DIFFUSA PRESSO LE GENERAZIONI INTERMEDIE

Base: totale campione

## LA SODDISFAZIONE PER IL PROPRIO CORPO – ANALISI PER ETÀ E PER GENERE

*Quanto sei soddisfatto del tuo corpo?*

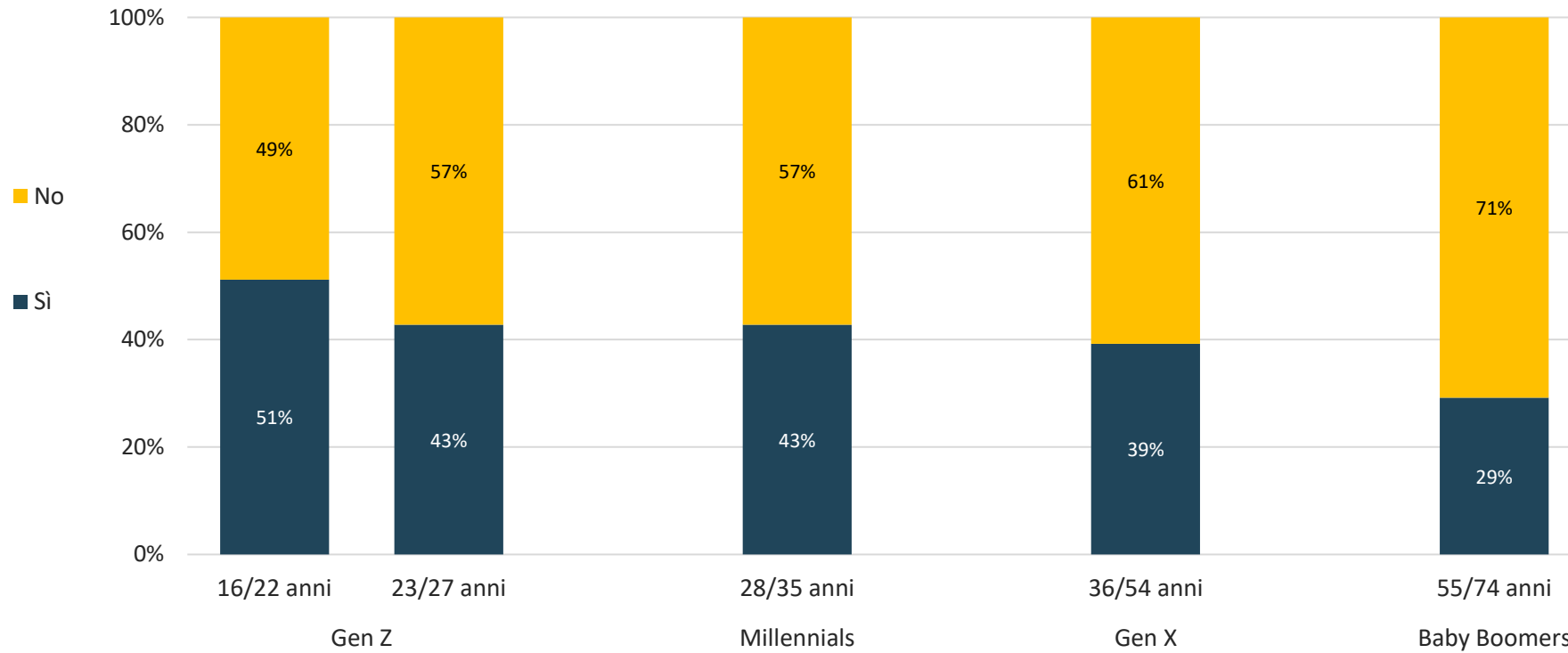


# \*DISAGIO E INSICUREZZA CRESCONO AL CALARE DELL'ETA'

Base: totale campione

## INSICUREZZA E DISAGIO SUL PROPRIO ASPETTO FISICO

*Hai mai sperimentato insicurezza o disagio riguardo al tuo aspetto fisico?*

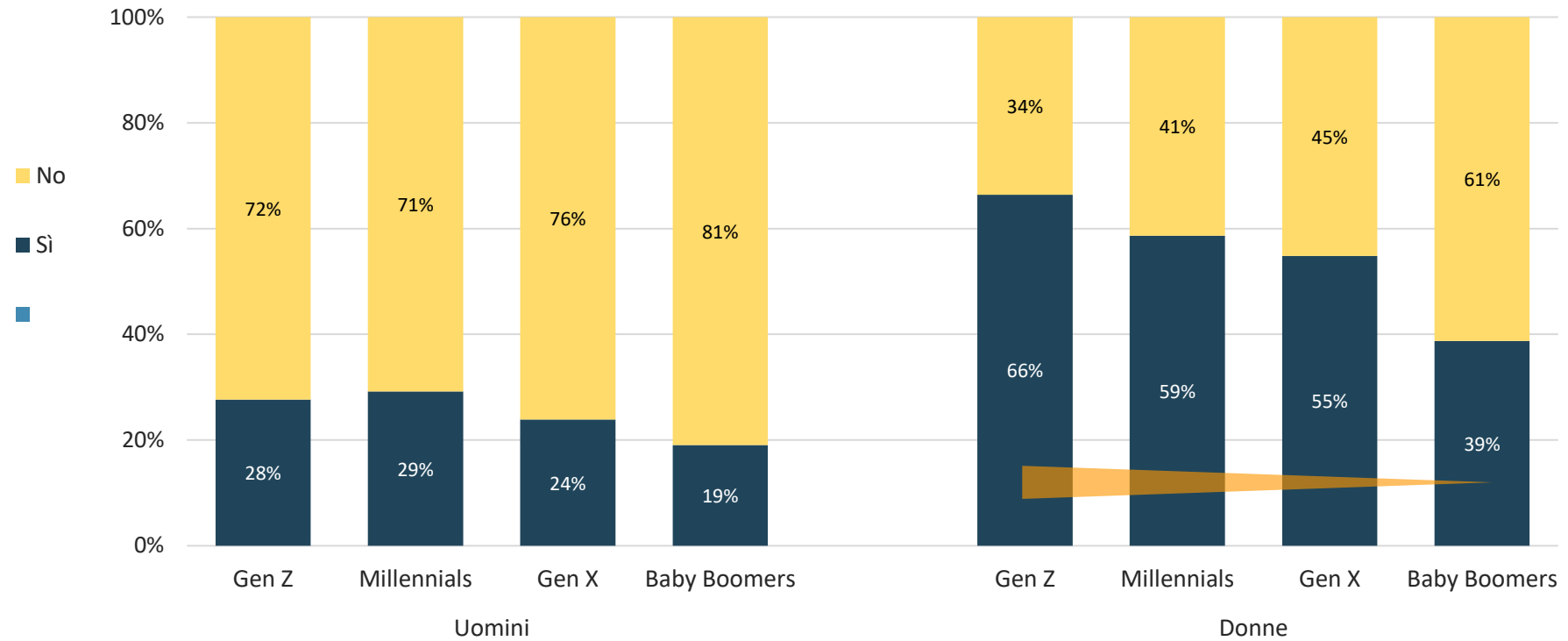


# \*E' SOPRATTUTTO L'AUTOSTIMA DELLE GIOVANI DONNE AD ESSERE MESSA IN DISCUSSIONE

Base: totale campione

## INSICUREZZA E DISAGIO SUL PROPRIO ASPETTO FISICO

*Hai mai sperimentato insicurezza o disagio riguardo al tuo aspetto fisico?*

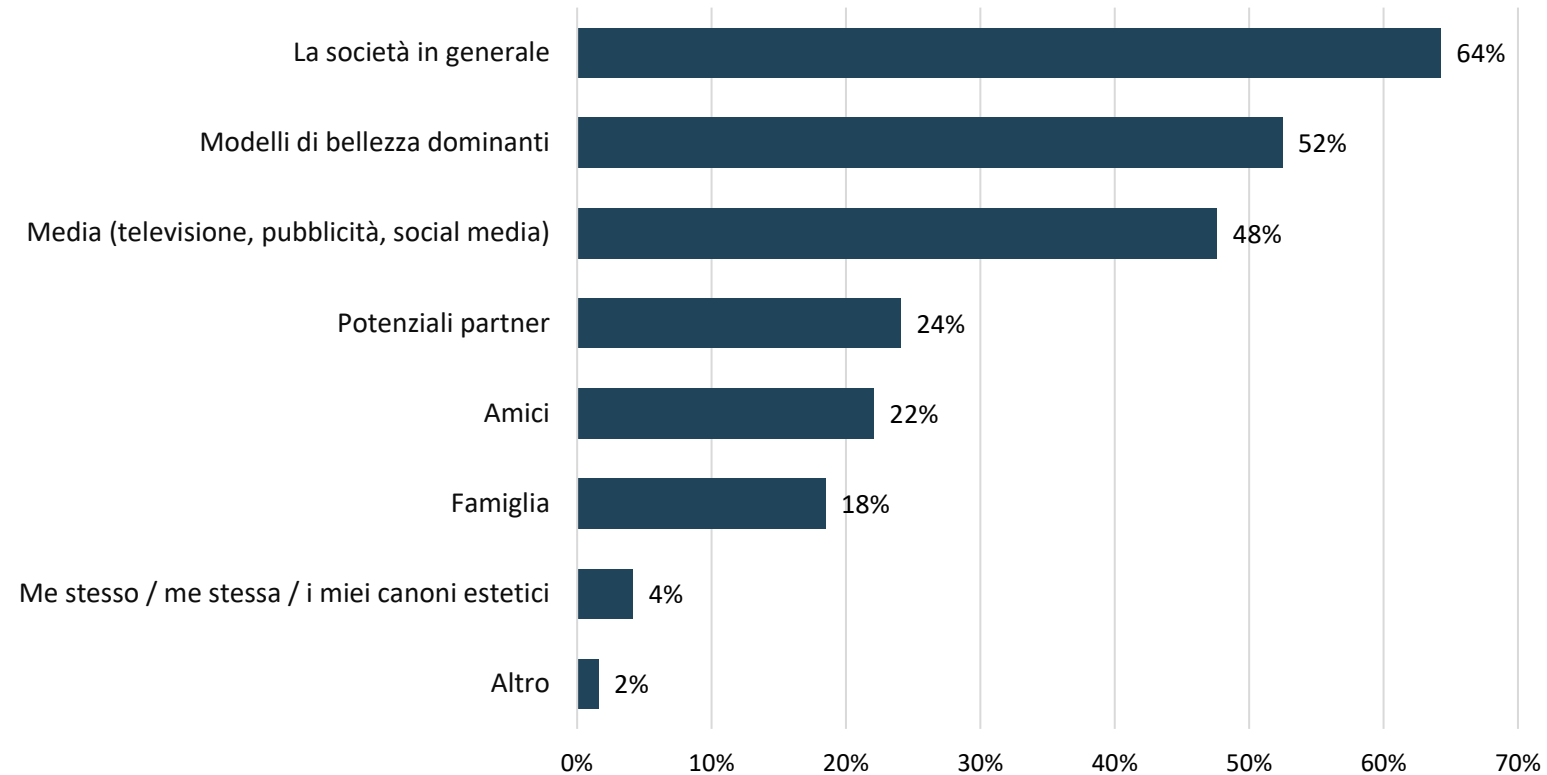


# \*IL DISAGIO HA ORIGINE NEL DISCORSO PUBBLICO SUL CORPO PIU' CHE NELLE RELAZIONI INTERPERSONALI

Base: giovani 16/35 anni che hanno sperimentato disagio sul proprio aspetto fisico (n = 314)

## L'ORIGINE DELLA PRESSIONE SULL'ASPETTO FISICO

*Quali sono le fonti principali di pressione sociale che senti riguardo al tuo aspetto fisico?*



# LA PRESSIONE DELLA RETE SOCIALE AFFINCHÉ LA PERSONA SI ADEGUI AI MODELLI DI BELLEZZA DOMINANTE CRESCE AL CALARE DELL'ETA'

## L'ORIGINE DELLA PRESSIONE SOCIALE SULL'ASPETTO FISICO

Base: ha sperimentato disagio sul proprio aspetto fisico *Quali sono le fonti principali di pressione sociale che senti riguardo al tuo aspetto fisico?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	64	101	165	149	71	53
	%	%	%	%	%	%
La società in generale	62	64	63	66	61	51
Modelli di bellezza dominanti	52	54	53	52	48	38
Media (televisione, pubblicità, social media)	55	49	51	42	26	22
Potenziali partner	26	29	28	19	16	13
Amici	25	24	24	19	9	6
Famiglia	18	20	19	17	9	4
Me stesso / me stessa / i miei canoni estetici	4	3	3	5	1	4
Altro	1	3	2	1	3	11

*Verosimilmente gli standard proposti dai media influenzano le aspettative del network di riferimento dei giovani, che fanno da terminali del sistema culturale*

# I BABY BOOMERS SONO I PIU' ATTIVI NELLA «ROUTINE» NATURALE, I MILLENNIALS IN QUELLA ARTIFICIALE, INCLUSA LA CHIRURGIA ESTETICA

Base: totale campione

## L'IMPEGNO PER IL PROPRIO ASPETTO FISICO – ANALISI PER GENERAZIONE

*Cosa fai per migliorare o per mantenere il tuo aspetto fisico?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	116	229	345	351	185	188
	%	%	%	%	%	%
Seguo una buona igiene personale	54	47	49	50	46	62
Scelgo un abbigliamento adeguato	44	42	42	40	39	49
Faccio esercizio fisico regolare	30	38	35	38	32	40
Limito il consumo di sostanze nocive (fumo, alcol, ecc.)	42	33	36	33	33	45
Seguo un'alimentazione sana ed equilibrata	33	37	36	33	44	56
Mi prendo cura dei capelli	30	31	31	36	28	35
Cerco di perdere peso	30	29	29	32	37	44
Dedico al sonno le ore necessarie	28	34	32	24	24	33
Seguo una routine di cura della pelle (skin care)	25	22	23	25	19	18
Mi trucco	21	21	21	26	20	23
Mi è capitato di rivolgermi alla chirurgia estetica	3	3	3	6	5	1
Altro	1	1	1	0	0	0
Non faccio nulla, nessuna delle precedenti	6	7	7	7	9	7

## IL CORPO E' IL CAMPO SU CUI SI COMBATTE **UNA BATTAGLIA FRA DUE MODELLI CULTURALI**

- Parlare di corpo significa considerare **due tendenze divergenti**:
  - Un «**bombardamento**» social in cui la **perfezione fisica** diviene lo standard per tutti
  - **Una nuova sensibilità** rispetto al corpo per cui tutti, anche gli influencer o i vip, **mostrano i propri difetti**
- Viene descritto un **cambiamento radicale**, in cui si è spezzato un modello unico di bellezza: i social hanno permesso di creare **diversi standard di bellezza** e la moda ha sostenuto e rafforzato questo cambiamento
- L'emergere di questa nuova sensibilità facilita il riconoscimento della propria specificità: la **body positivity** è uno dei grandi temi del presente.
- Nonostante questo, tuttavia, la «**spinta**» dei social verso la **bellezza** e l'adesione a specifici canoni estetici **è prevalente**.
- I social si rivelano uno **strumento di consapevolezza**, ma anche di **potenziale rischio**: **un'ambiguità di fondo**, ancora irrisolta.



## LA «PERFEZIONE FISICA COME STANDARD» CONDIZIONA SOPRATTUTTO LA VITA DELLE GIOVANI DONNE

- Il modello della «perfezione fisica come standard» esercita un impatto incondizionato sui giovanissimi, in particolare sulle donne
  - Fra i giovanissimi la preoccupazione maggiore riguarda i commenti e i giudizi generati da foto e video proposti
  - A ciò si aggiungono le ansie legati alla privacy, al rispetto della propria intimità e a tutti i rischi correlati
- Queste esperienze ostacolano un'accettazione del corpo di per sé non agevole , fino a generare difficoltà nel relazionarsi con gli altri e nel rapporto con sé stesse
- Con l'età le donne si affrancano gradualmente dallo standard e si convertono verso la valorizzazione della differenza.
- Per gli uomini il fenomeno è simile ma su scala più ridotta



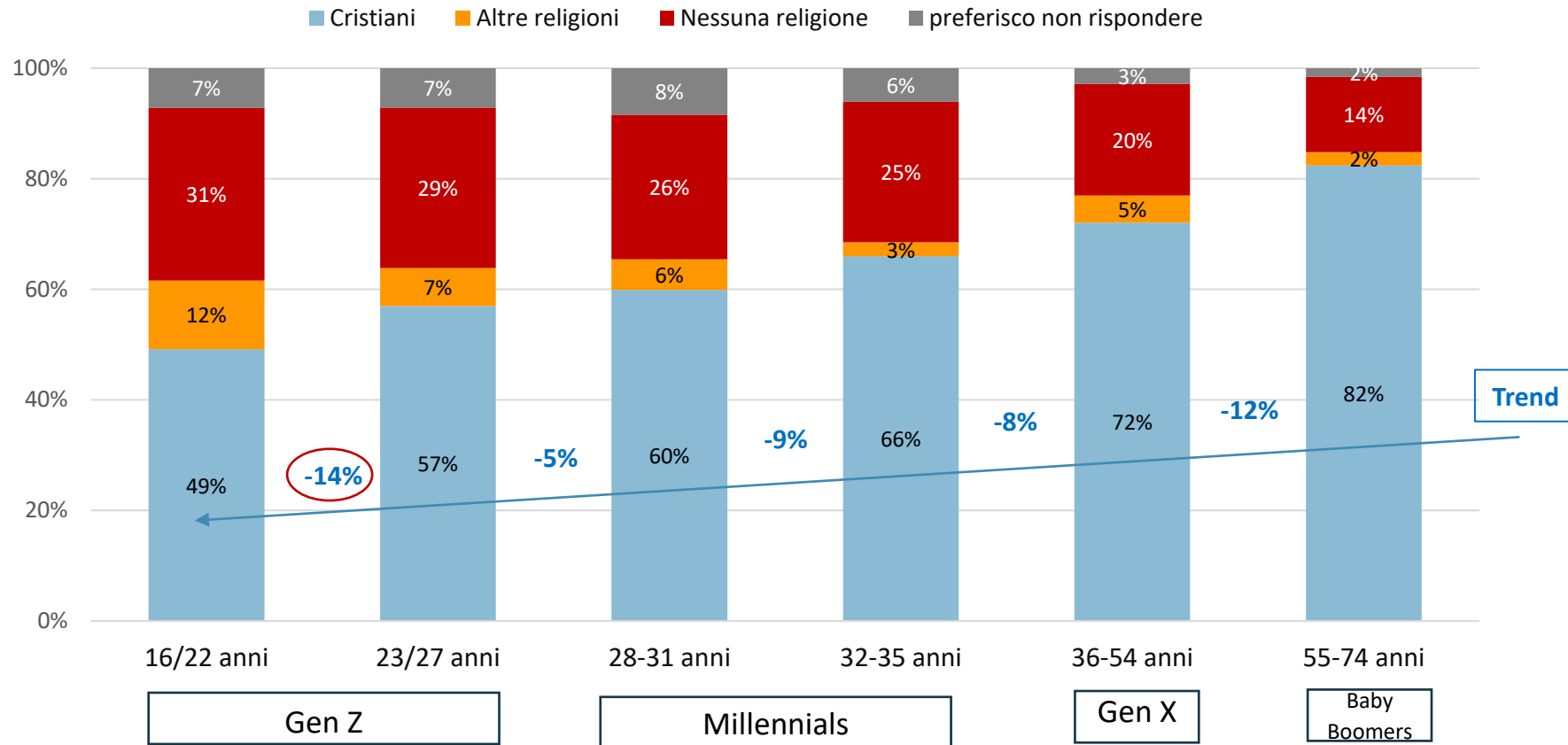
# LA RELIGIONE

# CON LA GEN Z ACCELERA IL DECLINO DELLA RELIGIONE CRISTIANA

## LA RELIGIONE DI APPARTENENZA

Hai una religione di appartenenza?

Base: totale campione



*Mentre nelle generazioni precedenti la diminuzione dei cristiani era correlata soprattutto con un aumento degli agnostici, nella Gen Z il calo dei cristiani è associato principalmente all'aumento dei fedeli di altre religioni*

# IL TREND DI CALO DELLA FEDE CRISTIANA È PIÙ ACCELERATO FRA LE DONNE

Base: totale campione

## LA RELIGIONE DI APPARTENENZA

*Hai una religione di appartenenza?*

	Gen Z			Millennials			Totale giovani			Gen X			Baby Boomers		
	Uomini	Donne	Δ F vs S	Uomini	Donne	Δ F vs S	Uomini	Donne	Δ F vs S	Uomini	Donne	Δ F vs S	Uomini	Donne	Δ F vs S
	216 %	265 %		261 %	250 %		477 %	515 %		132 %	129 %		127 %	122 %	
RELIGIONE CRISTIANA	58	51	-7,0	63	63	-0,1	60	56	-4,0	69	75	+5,4	81	84	+2,9
ALTRE RELIGIONI	10	7	-2,6	4	4	-0,6	7	6	-1,8	6	3	-3,0	3	2	-1,8
NESSUNA RELIGIONE	26	34	+7,4	26	26	-0,1	26	30	+4,2	21	19	-1,6	13	14	+0,6
PREFERISCO NON RISPONDERE	6	8	+2,2	7	7	+0,7	6	8	+1,6	3	2	-0,8	2	1	-1,7
TOTALE	100	100		100	100		100	100		100	100		100	100	

# LA RELIGIONE CRISTIANA RIMANE PIÙ DIFFUSA AL SUD, TRA LE PERSONE MENO ISTRUITE E QUELLE IN CONDIZIONI ECONOMICHE PIU' DISAGIATE

Base: totale campione

## LA RELIGIONE DI APPARTENENZA

*Hai una religione di appartenenza?*

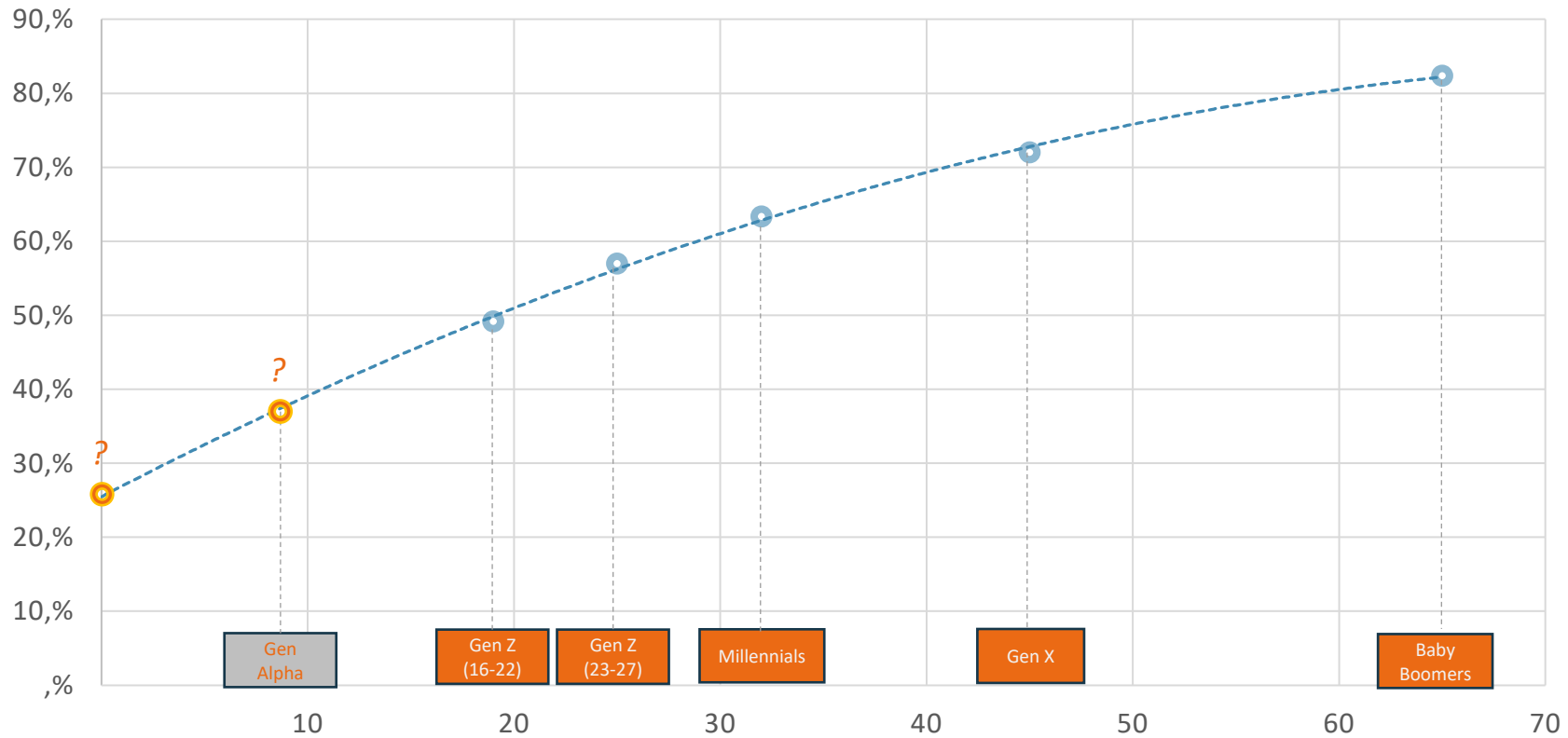
	AREA GEO				Tipo di Comune		Condizione economica					Titolo di studio		
	NW	NE	CE	SUD	capoluogo di provincia	Altro Comune	Agiate	Serene	Accettabili	Inadeguate	NR	Sio media inferiore	Diploma superiore	Laure o più
	399	289	329	485	742	760	51	377	792	210	72	84	765	653
	%			%	%	%	%				%	%	%	%
RELIGIONE CRISTIANA	65	68	70	81	70	74	53	69	74	70	78	78	72	70
ALTRE RELIGIONI	7	5	4	3	7	2	14	5	3	7	2	9	3	5
NESSUNA RELIGIONE	23	23	22	14	19	21	30	23	19	22	5	11	22	20
PREFERISCO NON RISPONDERE	5	4	4	2	4	3	2	3	3	2	15	2	3	5
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

# SE IL TREND PROSEGUIRA' LA PROSSIMA GENERAZIONE DI ITALIANI AVRA' UNA QUOTA DI CRISTIANI SIMILE A QUELLA MEDIA DEL MONDO

## LA RELIGIONE DI APPARTENENZA

*Hai una religione di appartenenza?*

% cristiani per generazione



Secondo Pew Research (2021) la quota di cristiani nel mondo è pari al 31%



# IL BENESSERE PSICOLOGICO

## 2022: **NON SIAMO UN PAESE PER GIOVANI**

- 1. Qual è il livello di benessere psicologico dei giovani?**
  - La maggior parte dei giovani ha un buono stato di benessere psicologico, ma non pochi lamentano una situazione negativa. Secondo gli stessi giovani la maggior parte dei loro coetanei è in difficoltà a livello psicologico. Si notano segnali di una certa difficoltà: le emozioni più diffuse tra i giovani sono di carattere negativo e i livelli di fiducia interpersonale sono molto limitati
- 2. I giovani sono più in difficoltà degli altri o sono solo più abituati a parlare dei propri problemi psicologici?**
  - Sono più in difficoltà, non sono più abituati dei maturi a parlare dei propri problemi
- 3. Quanto si prendono cura del proprio benessere psicologico i giovani?**
  - Abbastanza. La quota di giovani attualmente in analisi è ben superiore rispetto a quella di maturi

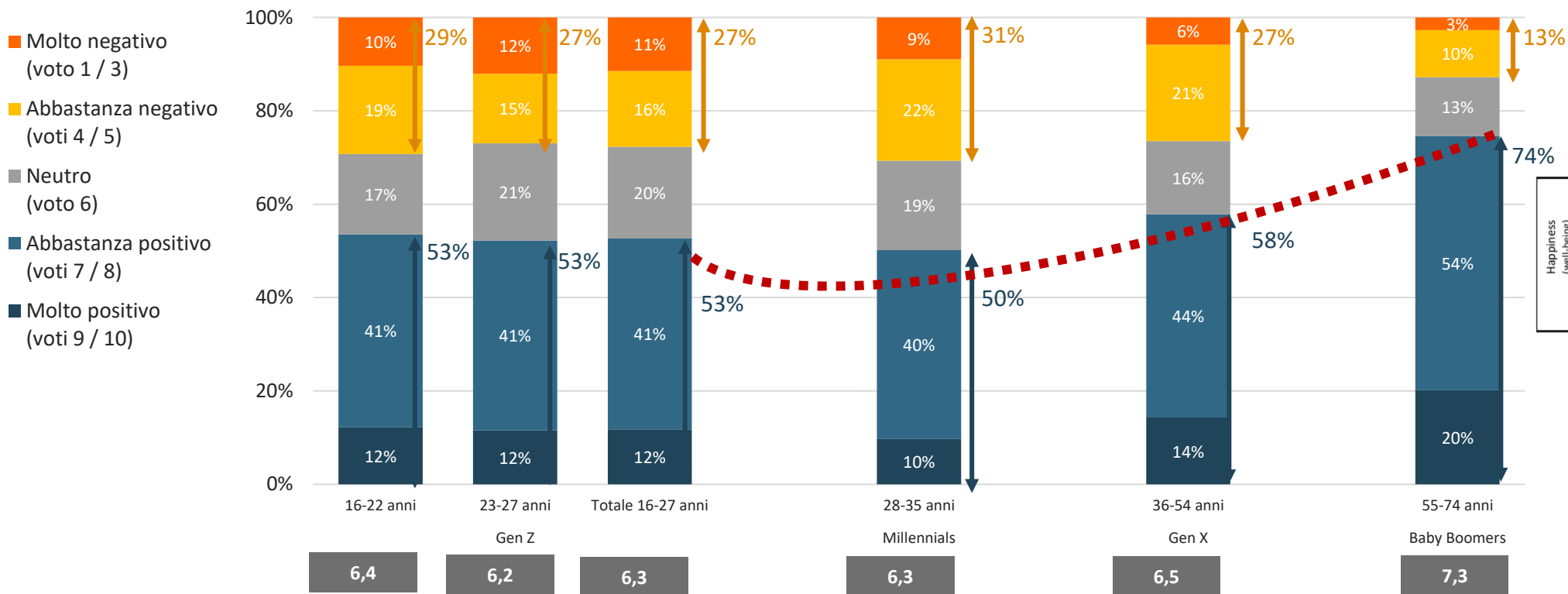


# LO STATO PSICOLOGICO DELLE GENERAZIONI DESCRIVE UNA CURVA AD U: IL BENESSERE CALA DOPO L'ADOLESCENZA, POI CRESCE MOLTO CON L'AVANZARE DELL'ETA'

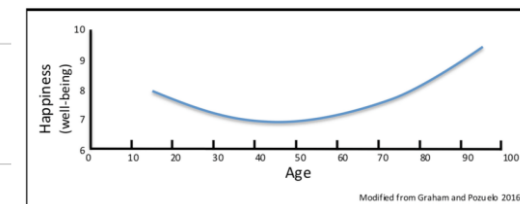
Base: totale campione

## IL BENESSERE PSICOLOGICO - Analisi per generazioni

Come descriveresti il tuo stato di benessere psicologico?



La curva della felicità (Graham 2016)



Questo andamento controintuitivo conferma gli studi sulla felicità (v. grafico a lato). Ma mentre il punto basso della curva si colloca normalmente fra i 40 e i 50 anni, da noi è anticipato verso i 30: non siamo un paese per giovani

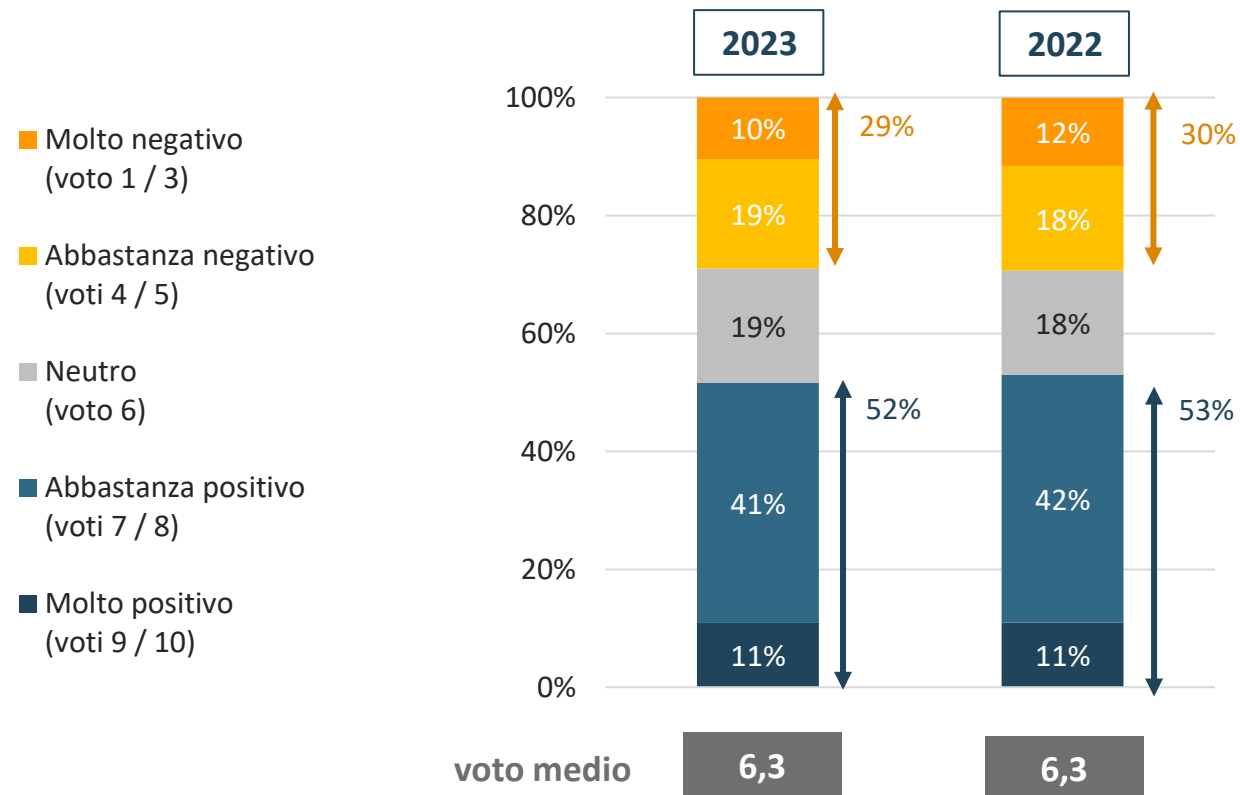
# NELL'ULTIMO ANNO LA PERCEZIONE DEI GIOVANI CIRCA LA PROPRIA CONDIZIONE NON E' CAMBIATA

Base: giovani 16/35 anni (n = 704)

## IL BENESSERE PSICOLOGICO DEI GIOVANI Trend 2022-2023

*Come descriveresti il tuo stato di benessere psicologico?*

*Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa "estremamente negativo", mentre 10 significa "estremamente positivo"*



*Un po' più della metà dei giovani ritiene di stare bene, il 18% è indeciso, il 30% non sta bene.  
L'area del malessere psicologico è pari al 12% (voto da 1 a 3)*

# SI E' AMPLIATO IL GAP RISPETTO AGLI ADULTI, CHE, INVECE, SONO MIGLIORATI

Base: totale campione

## IL BENESSERE PSICOLOGICO Trend 2022 / 2023 e confronto giovane e adulti

Come descriveresti il tuo stato di benessere psicologico?

Rispondi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa "estremamente negativo", mentre 10 significa "estremamente positivo"

	Giovani 16-35			ADULTI 36-75		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	758 %	704 %		393 %	356 %	
<b>TOTALE POSITIVO (voti 7-10)</b>	53	52	-1	61	66	<b>+5</b>
<i>Molto positivo (voti 9 / 10)</i>	11	11	-	14	17	+3
<i>Abbastanza positivo (voti 7 / 8)</i>	42	41	-1	47	49	+2
<b>NEUTRO (voto 6)</b>	18	19	+2	15	14	-1
<i>Abbastanza negativo (voti 4 / 5)</i>	18	19	+1	17	15	-2
<i>Molto negativo (voto 1 / 3)</i>	12	10	-1	7	4	-3
<b>TOTALE NEGATIVO (voti 1-5)</b>	29	29	-	24	20	-5
	100	100		100	100	
<b>media</b>	6,3	6,3	-,02	+6,7	+6,9	+2

Se escludiamo i Baby Boomers, che si sentono decisamente meglio delle altre generazioni, la differenza fra la Gen Z, i Millennials e la Gen X è contenuta (da 6.2 a 6.5): giovani e meno giovani, viviamo tutti la stessa realtà

# PUR RIMANENDO SU LIVELLI MOLTO BASSI, E' AUMENTATA LA FIDUCIA INTERPERSONALE

Base: totale campione

## LA FIDUCIA INTERPERSONALE Trend 2022 / 2023 e confronto fra giovani e adulti

*. In generale diresti che ci si può fidare della maggioranza delle persone o che non si è mai troppo attenti nel trattare con le persone?*

	Giovani 16-35			Adulti 36-74		
	2022	2023	Δ 23-22	2022	2023	Δ 23-22
	758 %	704 %		393 %	356 %	
<i>Ci si può fidare della maggiore parte delle persone</i>	22	26	+4	23	28	+5
<i>Bisogna essere molto attenti a trattare con le persone</i>	71	68	-3	72	67	-5
<i>Non so</i>	7	6	-1	5	5	-
	100	100		100	100	

# TRA I RAGAZZI DELLA GEN Z LA QUOTA DI CHI RICORRE AD UN SUPPORTO PSICOLOGICO E' UNA VOLTA E MEZZA DI QUELLA DELLA POPOLAZIONE ADULTA

Base: totale campione

## PSICOTERAPIA – ANALISI PER GENERAZIONE

*Nel corso della tua vita ti sei mai rivolto ad uno psicoterapeuta? Attualmente stai incontrando uno psicoterapeuta?*

	Gen Z			Millennials	Gen X	Baby Boomers
	16/22 anni	23/27 anni	Totale			
	113	229	342	362	183	173
	%	%	%	%	%	%
Si è rivolto in PASSATO ad uno psicoterapeuta	17	20	19	20	18	19
Sta incontrando ATTUALMENTE uno psicoterapeuta	16	10	12	9	8	2
<b>TOTALE HA AVUTO ESPERIENZA CON UNO PSICOTERAPEUTA</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>22</b>
Non si è MAI rivolto ad uno psicoterapeuta	63	64	64	67	71	77
Preferisco non rispondere	4	5	5	4	2	1
	100	100	100	100	100	100

*Se consideriamo la quota di quanti stanno incontrando uno psicoterapista, i giovanissimi (16-22 anni) sono il doppio dei Millennials e della Gen X, che pure vivono in una fase della vita non meno semplice. Può dipendere da una maggiore fragilità di questa generazione ma anche da un maggiore verso la terapia psicologica, sia presso i ragazzi e/o presso i genitori*

## 2023: CONTINUIAMO A NON ESSERE UN PAESE PER GIOVANI MA NEGLI ULTIMI DODICI MESI LA SITUAZIONE SI E' STABILIZZATA

- Superata la pandemia, allontanato il timore di un coinvolgimento nella guerra, evitato il rischio di una nuova recessione, rinfrancati da un mercato del lavoro in crescita, **la condizione psicologica degli italiani adulti è in ripresa**: più allegri, rilassati, padroni della propria vita.
- Il miglioramento dello scenario esterno **non ha avuto lo stesso impatto sulle Nuove Generazioni**, che sono rimaste nella **stessa situazione di un anno fa**: una buona metà si sente psicologicamente bene, un terzo vive un disagio di qualche tipo, di cui il 10-12% in forma acuta (tristezza, depressione, mancato controllo sulla propria vita).
- Per il momento godiamoci la buona notizia: **le cose non sono peggiorate**

# \*LO SPECIFICO DELLE NUOVE GENERAZIONI E' L'IDEA DI UNA RIFONDAZIONE: RICAMBIO GENERAZIONALE, RIFORMA DELLO STATO E RIPARAZIONE DEI GUASTI DEL PASSATO

## LE PRIORITÀ DEL NOSTRO PAESE PER I PROSSIMI DECENNI – analisi per generazione

Quali sono le priorità del nostro paese nei prossimi decenni? (Ranking)

Base: totale campione

	Gen Z 16-27 350 %	Millennials 28-35 365 %	Gen X 171 %	Baby Boomers 184 %	TOTALE 1070 %
Far ripartire l'economia italiana e aumentare l'occupazione	1°	1°	2°	2°	1°
Ridurre la povertà e le disuguaglianze sociali	6°	2°	1°	1°	2°
Salvare il pianeta, evitare la catastrofe ecologica	3°	3°	5°	3°	3°
Migliorare la scuola ed innalzare il livello di cultura del Paese	5°	7°	3°	4°	4°
Aumentare la sicurezza del posto di lavoro e le tutele dei lavoratori	4°	4°	4°	5°	5°
Aprire la strada ai giovani	2°	5°	6°	6°	6°
Sviluppare la parità fra gli uomini e le donne	7°	8°	10°	7°	7°
Aumentare la natalità	13°	9°	7°	8°	8°
Regolare e controllare i flussi migratori	11°	10°	8°	9°	9°
Riformare la politica e l'amministrazione dello Stato	12°	6°	9°	10°	10°
Accettare tutte le differenze e tutte le diversità	8°	11°	11°	12°	11°
Fermare deindustrializzazione e favorire ritorno delle imprese migrate all'estero	17°	13°	12°	11°	12°
Accettare le persone di culture ed etnie diverse	9°	14°	16°	14°	13°
Difendere l'identità italiana e la sovranità nazionale	16°	17°	14°	13°	14°
Sviluppare l'integrazione fra i paesi europei	14°	15°	15°	15°	15°
Riparare i guasti delle generazioni precedenti	10°	12°	17°	16°	16°
Accelerare la diffusione delle tecnologie digitali	15°	16°	13°	17°	17°
Limitare l'uso delle tecnologie per evitarne gli impatti negativi	18°	18°	18°	18°	18°
Aumentare l'immigrazione dall'estero	19°	19°	19°	19°	19°
numero medio di risposte	5,3	4,9	5,5	7,2	6,0

Almeno 3 posizioni di differenza dall'ordinamento totale

Più importanti

Meno importanti



# BACKUP

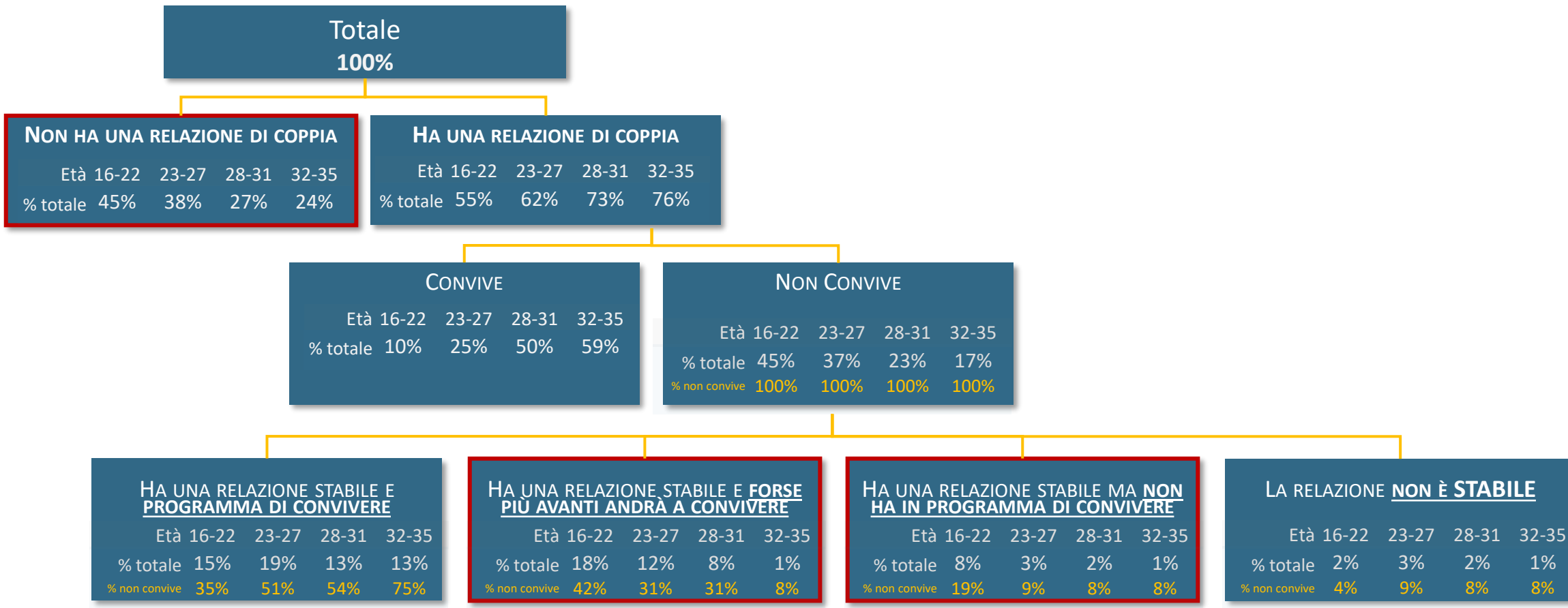


# \*ANCHE FRA I MILLENNIALS LA SCELTA DELLA CONVIVENZA SUPERA DI POCO IL 50% DELLE COPPIE

Base: giovani 16/35 anni (n = 718)

## LA PROSPETTIVA FAMILIARE FRA I GIOVANI

Attualmente hai una relazione di coppia? (se sì) È una relazione stabile? Hai in programma di andare a convivere?



# SONO PEGGIORATI ALCUNI DEGLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI DELLA VITA

## COSA E' MIGLIORATO / PEGGIORATO RISPETTO AL PASSATO RECENTE

Rispetto al PASSATO RECENTE OGGI cosa abbiamo DI PIÙ E di cosa abbiamo di MENO (risposte sollecitate)? E COS'È PIÙ IMPORTANTE per te (max 3 risposte)?

Base: giovani 18-35 anni

