



Fondazione
Cassa di Risparmio
di Lucca



Gli under 20 in provincia di Lucca: focus su una generazione

Report dell'indagine dell'Istituto Demopolis
promossa dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Giugno 2025

DEMOPOLIS

analisi dell'opinione pubblica • ricerche sociali politiche istituzionali
indagini demoscopiche • studi di marketing • consulenza strategica

Come stanno, che cosa desiderano,
in che cosa credono...
Il presente e il futuro
nello sguardo dei più giovani

INDICE

Il senso dell'indagine	p. 4
Nota informativa e campioni e metodologia di rilevazione demoscopica	p. 9
RISULTATI DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA	
Gli under 20 in provincia di Lucca: focus su una generazione	
Risultati della fase quantitativa	p. 13
Spunti dalla fase qualitativa di ricerca	p. 22
GRAFICA SINOTTICA DEI RISULTATI DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA	
Essere giovani in provincia di Lucca	
Profilo valoriale ed esperienziale dei 15-19enni	p. 31
Quotidianità e vita fuori casa	
Tempo libero, relazioni con i pari e con i contesti urbani	p. 38
Le preoccupazioni dei più giovani	
Incognite percepite per la società e per se stessi	p. 45
Star bene...	
Come stanno gli under 20 in provincia di Lucca	p. 50

Relazioni con il mondo adulto

Dinamiche di conoscenza e comprensione

p. 55

La “cosa pubblica” e le Istituzioni

Come si informano, dinamiche di interesse, impegno e appartenenza

p. 60

Pianeta terra chiama giovani

Sensibilità ecologiche, temi ambientali più avvertiti, attese e dimensioni problematiche in materia di sostenibilità e quotidianità Green

p. 67

Il futuro nello sguardo degli under 20

Attese e timori per il futuro personale ed occupazionale, fabbisogni inevasi di formazione ed orientamento

p. 76

TAVOLE DEI RISULTATI DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA IN PROVINCIA DI LUCCA

P. 89

METODOLOGIA DI RICERCA

p. 119

Criteri a garanzia della qualità del processo d'indagine

p. 123

IL SENSO DELL'INDAGINE

Gli under 20 in provincia di Lucca

Il senso dell'indagine

L'ultimo lustro, in provincia di Lucca come in tutto il territorio nazionale, è stato un laboratorio di crisi emergenziali di potente impatto sociale, emotivo, cultural. Sono stati anni nei quali molte programmazioni sono state piegate all'urgenza di agire in risposta a incognite e necessità: dal 2020, anche nella comunità lucchese si sono affrontate le sinusoidi della pandemia da Covid-19, con potenti incidenze sulle dinamiche personali, sociali ed economiche; poi, dal 2022, è giunta l'eco della guerra ai confini dell'Europa, con la gravidanza di un'atmosfera bellica divenuta pervasiva, fino all'evidenza di una "terza guerra mondiale a pezzi" che oggi ha per protagonista quotidiano soprattutto il Medio Oriente.

La generazione che in questi anni è transitata dall'infanzia all'adolescenza non è stata risparmiata. Fra i più giovani, gli esiti di questi anni anomali e turbolenti hanno innescato reattività diverse, a tratti inedite.

In linea con le ragioni istitutive della *Commissione Giovani* in seno alla *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca*, l'Istituto Nazionale di Ricerche Demopolis ha prestato ascolto a questa porzione di comunità. Attraverso un itinerario di comprensione di una generazione che inizia ad assumere scelte dirimenti per realizzarsi nella vita e nel lavoro – gli under 20 della provincia di Lucca –, il progetto di ricerca promosso dalla *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca* e sviluppato da Demopolis ha puntato a restituire profondità ad un segmento sociale troppo spesso raccontato per stereotipi, a valorizzare la voce e lo sguardo delle nuove generazioni.

Muovendo dalla disamina del profilo valoriale ed esperienziale dei ragazzi e delle ragazze tra i 15 e i 19 anni in provincia di Lucca, il percorso di indagine ha studiato le dinamiche di impegno e appartenenza alla cosa comune dell'universo giovanile, le sensibilità ambientali e le dimensioni di ingaggio, fino alla ricognizione delle preoccupazioni degli under 20 e delle loro prospettive sul futuro.

Ascoltati ed osservati in settimane di studio, i protagonisti dall'indagine hanno rivelato meccanismi adattativi e dinamiche di elaborazione a tratti inattesi: gli adolescenti – per lo più non consapevolmente – si sono dotati di boe di salvataggio di fronte alle crescenti incertezze, che proprio il mondo adulto per primo patisce, testimonia e veicola, **in mantra molto comuni**: *"la dinamica del lavoro non funziona; l'ascensore sociale si è rotto; la società è sempre più violenta; il futuro del pianeta è a rischio; la politica non cambia le cose..."*. Con un corollario diretto sulla vita dei più piccoli: un "impulso" risarcitorio del tutto depistante per chi – crescendo – ha bisogno di orientarsi...

Rivelando una dinamica non recentissima e riscontrabile anche fra i giovani-adulti, le nuovissime generazioni (15-19enni) sembrano indotte a vivere "al presente", secondo meccanismi di difesa ma anche di adattamento. Già a metà anni Ottanta, Alessandro Cavalli – e successivamente i più brillanti analisti dell'universo giovanile – individuava fra le nuove generazioni la sindrome del "pensiero corto": la **centralità del presente** come dimensione temporale di riferimento per i giovani, con una **contrazione crescente della dimensione prospettica**, dell'immaginario, del futuro, fra i riferimenti esistenziali delle nuove generazioni.

Nelle dinamiche adattive esplorate dall'indagine dell'Istituto Demopolis per la *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca*, lo "sguardo corto" delle nuove generazioni si associa ad un "pensiero stretto", "retroflesso", ripiegato su se stesso.

La "contrazione" della prospettiva nello sguardo dei più giovani è probabilmente una reazione alle asperità congiunturali, da un lato; ma – come emerso nelle fasi qualitative di ricerca – si tratteggia anche come risposta alla vulgata adulta sulla degenerazione del presente. Se non ci sono margini di manovra, a che serve guardare lontano o pensare "plurale"?

Nel maggioritario disinteresse dei più giovani per la politica e per l'amministrazione della cosa pubblica, forse solo i temi ambientali rappresentano – almeno in termini teorici – ragioni di ingaggio per obiettivi non strettamente personali: solo per la tutela della natura varrebbe la pena di preoccuparsi e mobilitarsi.

In questa prospettiva, il posizionamento cadetto e marginale del "collettivo", la mancata adesione dei più ad un'ideale di collettività come patrimonio da tutelare non è che una naturale conseguenza di un immaginario eroso anche nella società degli adulti.

E sempre per reazione, le nuove generazioni ascoltate in provincia di Lucca aspirano quasi ossessivamente al "*benessere*"; quello personalissimo, appunto.

La primazia dell'aspirazione al benessere – nel corso ricerca Demopolis promossa dalla *Fondazione CRL* – è affiorata a più livelli, e dimostra anche come il tema del disagio sia oramai sdoganato, e – per contrasto – l'urgenza del benessere divenga una legittima rivendicazione, ben oltre la misura effettiva del malessere. Il nesso causale che però sfugge ai ragazzi – anche perché non individuato né "sanato" dalla comunità degli adulti – è che l'individualismo sotteso alla ricerca del personalissimo benessere può essere anticamera della solitudine e del disagio; l'antitesi del benessere.

Ben oltre la dimensione descrittiva dei fenomeni che attraversano l'universo giovanile, e di cui la sintesi della complessa indagine dà conto, l'itinerario di ricerca si è spinto all'individuazione di presidi e puntelli che possano tutelare ed agevolare gli under 20 in provincia di Lucca.

Sul piano valoriale, una convivenza sincretica di tradizione ed innovazione tratteggia la *weltanschauung*, la "visione del mondo", la "concezione del futuro" dei ragazzi in provincia di Lucca. Resiste infatti un unico "stato sociale" percepito, sebbene non sempre davvero intimo: la famiglia.

E si consolida – come proscenio delle vite dei ragazzi – una rete di salvataggio del tutto immateriale, eppure vissuta come puntello esistenziale: gli strumenti di comunicazione digitale. A dispositivi e piattaforme oggi i più giovani si appoggiano come ad una infrastruttura cognitiva, capace di incidere sul vissuto emozionale e percettivo, e di amplificarlo. Negarne la centralità con lo sguardo giudicante adulto oggi rischia solo di dilatare le distanze di pensiero fra le generazioni, e di aggravare la divaricazione intergenerazionale cui si accennava.

Proprio sulla base delle risultanze della ricerca, emergono alcune possibilità di azione per gli attori istituzionali ed il terzo settore, anche in termini di interventi strettamente operativi e praticabili.

Accanto all'urgenza di sollecitare, in ambito istituzionale, nuove politiche ed ipotesi credibili di sviluppo, che tengano conto delle nuove generazioni e garantiscano la coesione sociale, come prerequisito per lo sviluppo delle comunità, dalle nuove generazioni della provincia di Lucca giunge la richiesta di condizioni, buoni esempi, occasioni che educino i giovani a congetturare risposte alla crisi non solo adattive e di difesa, ma proattive e protagonistiche.

Le nuove generazioni segnalano deficit di opportunità (ad esempio, mancanza di luoghi sicuri di incontro per giovani sul territorio, offerte formative inadeguate, limiti di innovazione in provincia e nell'Italia intera) che sottendono gravi limiti di informazione e conoscenza su ciò che già esiste, o misletture dei contesti di riferimento.

Garantire equità ed efficacia nell'accesso dei giovani alle informazioni mirate sulle opportunità (di divertimento, assistenza nel disagio, lavoro, studio, crescita) che già esistono, metterle in rete comunitaria (e poi anche digitale) rappresenta un obiettivo prioritario per puntellare il posizionamento di ciò che è "collettivo" nel pantheon valoriale delle nuove generazioni, anche per iniziare a sanare quella mancata adesione ad un'ideale di collettività come patrimonio da tutelare, cui si accennava.

Sul piano degli strumenti, si tratterebbe di valorizzare l'accessibilità e la funzionalità della Rete, ma con linguaggi che siano quelli delle nuove generazioni, magari ottimizzando una suggestione emersa durante i focus group: fra le esperienze di orientamento raccontate dai ragazzi, quelle davvero efficaci (ed entusiasmanti per i ragazzi) risultano le sperimentazioni di *peer tutoring*, con giovani universitari che raccontano gli atenei nelle scuole superiori, o liceali che si confrontano con gli studenti delle medie.

In quest'ottica, puntando sulla *peer communication* e sul *peer tutoring*, centrale potrebbe rivelarsi il ruolo della *Commissione Giovani* istituita dalla *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca*: affinché siano i giovani a mostrare le possibilità di fare rete, a raccontare ad altri ancora più giovani il territorio e le sue opportunità, a mostrare come funziona il mondo oltre la scuola, a dimostrare il valore della comunità.

Nota informativa e campione di rilevazione demoscopica

Indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Nota informativa: metodologia e campione di rilevazione demoscopica

L'indagine demoscopica è stata condotta per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca dall'Istituto Demopolis, diretto da Pietro Vento, su un campione di 1.280 intervistati rappresentativo dei giovani della provincia di Lucca tra i 15 e i 19 anni.

La rilevazione quantitativa è stata preceduta da una fase di ricerca qualitativa realizzata tramite interviste aperte in profondità con unità statistiche del campione oggetto di indagine e tramite focus group con gli studenti della provincia di Lucca, che ha visto il prezioso coinvolgimento di molte Scuole secondarie di secondo grado delle diverse aree della provincia, da Lucca sino alla Versilia e alla Garfagnana.

La fase di indagine campionaria è stata realizzata con modalità integrate cawi-cati-cami dal 15 al 30 maggio 2025. Supervisione di Marco Elio Tabacchi.

Coordinamento di Pietro Vento, con la collaborazione di Giusy Montalbano e Maria Sabrina Titone.

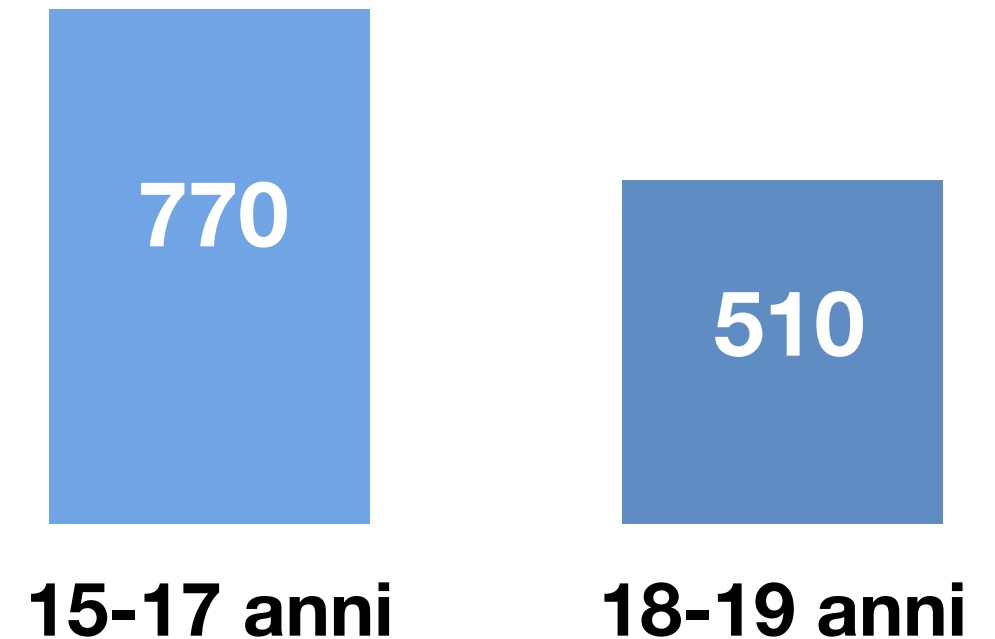
Campione demoscopico di 1.280 intervistati

rappresentativo dei giovani della provincia di Lucca tra i 15 e i 19 anni

GENERE



ETA'



RISULTATI DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA

**Gli under 20 in provincia di Lucca:
focus su una generazione**

RISULTATI DELLA FASE QUANTITATIVA

Essere giovani in provincia di Lucca

Profilo valoriale ed esperienziale dei 15-19enni

Credono nell'amicizia e nella famiglia, come dimensioni centrali dell'esistenza. Ma sul podio delle "cose importanti della vita" fanno salire anche il "benessere psicologico", lo stare bene con se stessi.

L'indagine, condotta per la *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca* dall'Istituto Nazionale di Ricerche Demopolis, tratteggia un pantheon valoriale dei ragazzi in provincia di Lucca con rilevanti specificità.

Le cose più importanti della vita sono per gli adolescenti le amicizie (86%) e la famiglia (85%). Ma al terzo posto, 8 su 10 dichiarano la centralità di star bene con se stessi, del benessere psicologico. I tre quarti citano fra le "cose importanti dell'esistenza" le passioni (musica, viaggi, ...), che pesano più dell'amore (67% di citazioni). Il 55% segnala "carriera e successo", con un dato maggioritario, che sopravanza l'importanza conferita alla scuola e all'istruzione (48%). Oggi, appena il 43% definirebbe il lavoro una "cosa importante", a pari merito con la ricchezza, surclassato dal valore conferito allo sport. Cucchiaino di legno all'impegno politico, indicato da appena l'8%.

I livelli di soddisfazione degli adolescenti sulle variabili del vivere in provincia di Lucca reggono, meglio che altrove: la maggioranza assoluta, poco meno dei tre quarti, esprime soddisfazione per il rapporto con gli amici (72%), il 60% per le relazioni familiari. Meno della metà è invece soddisfatta del tempo libero (45%), del rapporto con se stesso (44%, in media; ma solo il 36% fra le ragazze), della situazione economica familiare (40%). Vita sentimentale (38%) e scolastica (36%) sono fanalino di coda fra le ragioni di soddisfazione.

Il contrappunto digitale è la costante della quotidianità adolescenziale, in provincia di Lucca come altrove. Poco meno di 3 su 10 trascorrono online più di 10 ore al giorno; il 43% fra 5 e 10 ore. Ma – si vedrà – il rapporto con i coetanei si coltiverebbe anche più amabilmente in presenza.

Ridotte invece sono le occasioni di pratica ludica non virtuale. Le attività extrascolastiche, che sono anche il motore fondamentale delle relazioni con i pari, risultano talora residuali: 3 su 10 non praticano affatto attività sportive; 7 su 10 non svolgono alcuna attività musicale, artistica o teatrale.

Quotidianità e vita fuori casa

Tempo libero, relazioni con i pari e con i contesti urbani

Il tempo libero, per gli adolescenti della provincia di Lucca, è patria della musica da ascoltare (80%) e delle relazioni fisiche (72%) e virtuali con amici e conoscenti (69%), che però gli intervistati vorrebbero poter realizzare anche in luoghi e modi “altri”.

Oggi, il 35% sostiene che le opportunità di divertirsi o incontrare gli amici nel proprio luogo di residenza siano insufficienti. Del resto, l'indagine promossa dalla *Fondazione CRL* rileva un'esigenza inevasa di “situazioni” in cui trascorrere il tempo libero. Innanzi tutto di luoghi sicuri in cui incontrarsi con gli amici o fare nuove amicizie (70%), ma anche discoteche e pub (48%), nonché spazi (preferibilmente pubblici) dove poter praticare sport (34%).

La lettura – soprattutto fra i maschi – è pratica marginale ed il 36% dichiara di non aver letto alcun libro nell'ultimo anno, fuori dalle letture scolastiche imposte. Di contro, come si anticipava, il bisogno di relazioni con i pari e di investimento nella rete amicale è molto forte. Anche perché – come è fisiologico e salutare – è con amici e compagni che ci si raffronta.

Fra pari ci si confronta per lo più su sentimenti, rapporti di coppia, relazioni (79%), ma anche sulla vita scolastica (71%) e sui fatti accaduti in città e nella propria zona di residenza (70%). Quasi 6 su 10 parlano con gli amici di abbigliamento e cura dell'aspetto; poco più della metà di tempo libero (54%), Internet, Social, intelligenza artificiale (53%) e sessualità (52%), con citazioni che sopravanzano il confronto su sport e calcio (43%), su paure e disagi (42%).

Fra coetanei, solo residualmente ci si confronta su temi del dibattito pubblico: dalle guerre alla politica.

Le preoccupazioni dei più giovani

Incognite percepite per la società e per se stessi

Nelle risultanze dell'indagine Demopolis per la *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca*, in termini generali, il futuro è ragione di preoccupazione per il 70% degli under-20 (dato nettamente superiore rispetto alla media nazionale). Tra i timori dei ragazzi, la maggioranza assoluta cita oggi la salute fisica o mentale (58%), ma anche la solitudine (40%), una sensibilità al tema che l'Istituto Demopolis ha iniziato ad intercettare fra i più giovani negli anni dell'emergenza Covid e che si rivela in crescita ininterrotta.

I principali temi del rapporto con il mondo dei grandi sono preoccupazione per il 45% dei rispondenti: andamento a scuola e problemi con gli adulti di casa.

Fuori dalle mura domestiche e scolastiche, i luoghi frequentati in provincia di Lucca sono ritenuti sicuri dai tre quarti dei ragazzi: molto per il 19%; abbastanza per il 56%. Sebbene sia solo un quarto dei rispondenti a definire insicuro il territorio, il tema sicurezza è emerso con evidenza nei colloqui qualitativi e nei focus group, anche perché radicato nel percepito degli intervistati da specifici eventi di cronaca.

In ragione di questo fenomeno, forse, se si chiede ai ragazzi di indicare i timori che provano durante il tempo libero fuori casa, il contesto presenta dati di vulnerabilità: il 48% racconta la paura di essere vittima di episodi di molestie, violenza o bullismo, dato che fra le ragazze supera nettamente la maggioranza assoluta di citazioni (75%). Il 39% esprime paura per possibili incidenti stradali, 3 su 10 temono di poter essere a disagio con i coetanei.

Star bene...

Come stanno gli under 20 in provincia di Lucca

Come anticipato, la centralità dell'aspirazione al benessere, anche psicologico, fra i ragazzi è ormai un dogma valoriale: si posiziona al terzo posto fra le cose importanti della vita, ben più rilevante dell'amore e del lavoro.

L'Istituto Demopolis studia da anni le dinamiche delle nuove generazioni che sembrano – per asperità congiunturali – indotte a vivere “al presente”, secondo meccanismi di difesa ma anche di adattamento. In questo contesto la primazia dell'aspirazione al benessere – nel corso dell'indagine per la Fondazione – è affiorata a più livelli, e dimostra anche come il tema, oramai sdoganato, venga trattato come una legittima rivendicazione, ben oltre la misura effettiva del disagio.

Se la maggioranza assoluta dei giovani intervistati autocertifica il proprio stato di buona salute ed un decoroso stile alimentare, il 60% confessa frequenti condizioni di irritabilità, malesseri, insonnie: 3 su 10 si sentono spesso soli.

Guardando fuori di sé, con una valutazione liberata dal gravame di doversi raccontare, oggi il 73% dei ragazzi intervistati sostiene che il disagio psicologico sia diffuso (molto 30%, abbastanza 43%) fra i propri amici, compagno o conoscenti.

Relazioni con il mondo adulto

Dinamiche di conoscenza e comprensione

In provincia di Lucca come altrove, gli adolescenti trovano nella rete dei pari l'habitat relazionale in cui sperimentare e dirimere le dinamiche emotive ed il paracadute per i problemi personali: gli adolescenti intervistati li condividerebbero in prima istanza proprio con gli amici (68%). Solo 4 su 10 con i genitori; appena il 5% con un insegnante.

Il confronto intergenerazionale è complicato da sempre: ma nell'ascolto delle dinamiche attuali si scopre qualcosa di diverso rispetto ai divari che caratterizzavano le passate generazioni.

Il 61% degli under 20 della provincia di Lucca dichiara che gli adulti capiscono sempre meno i ragazzi. Ma le ragioni dell'incomprensione sono solo all'apparenza contingenti: di certo, è una faccenda di periodo storico (troppo diverso l'attuale da quello in cui i genitori furono adolescenti, dice il 64%); inoltre, il 53% sostiene che troppo lontane dagli adulti siano le modalità di pensiero e le idee dei più giovani. Di certo, la variabile "Internet e social" è misteriosa per i non "nativi digitali" e allarga le distanze di pensiero fra le generazioni (44%).

Non stupisce dunque che del mondo giovanile gli adulti sappiano poco, nelle dichiarazioni dei più giovani. L'unico dato della vita dei figli davvero noto in famiglia è l'effettivo rendimento scolastico (90%).

La maggioranza assoluta dei giovani certifica che i genitori conoscono le compagnie frequentate (76%), ma anche le loro passioni e i desideri (67%), l'esistenza di un partner (61%) e come trascorrono il tempo libero fuori casa (55%).

Minoritarie sono altre dimensioni dell'esistenza giovanile di cui i genitori sono davvero informati: consumo di alcol, sessualità, paure, frequentazioni online, queste ultime note soltanto al 6% degli adulti.

La “cosa pubblica” e le Istituzioni

Come si informano, dinamiche di interesse, impegno e appartenenza

Come stentate sono le dinamiche di condivisione fra giovani e mondo adulto di riferimento (genitori, insegnanti), allo stesso modo singhiozzanti si rivelano le interazioni delle nuove generazioni con i puntelli della vita pubblica, anche in provincia di Lucca.

Meno della metà degli intervistati dichiara di informarsi sui fatti di attualità quotidianamente e per la maggioranza assoluta risultano più interessanti le notizie internazionali.

La distanza di pensiero con le generazioni adulte ha una variabile centrale nelle fonti di informazione: il 79% degli under 20 dichiara di utilizzare canali e pagine Social (Instagram, TikTok, X, Facebook, etc); solo il 40% segue un telegiornale nazionale o locale, meno di quanti dichiarano di informarsi in chat (43%).

Fra istituzioni ed organizzazioni sociali, il 76% dichiara di fidarsi della famiglia; al secondo posto, con il 44%, ci si fida del Presidente della Repubblica. La scuola – al terzo posto – ottiene la fiducia di 3 intervistati su 10. Solo il 6% ha fiducia nel Parlamento; il 4% nei partiti.

I limiti di conoscenza (e di conseguente valutazione) del mondo istituzionale, “organizzato”, associativo sono essenzialmente limiti di pratica effettiva. Poco più di un terzo, ad esempio, dichiara di aver partecipato ad attività sociali o di volontariato. E la dimensioni più forte di ingaggio potenziale (42% di citazioni) risulterebbe oggi lo sport.

Coerentemente, a fronte di una fiducia in organizzazioni ed istituzioni politiche inferiore al 10%, l’interesse per la politica oggi riguarda una minoranza dei giovani (il 26%).

Pianeta terra chiama giovani

Sensibilità ecologiche, temi ambientali più avvertiti, attese e dimensioni problematiche in materia di sostenibilità e quotidianità Green

L'indagine dell'Istituto Demopolis, condotta fra i giovani della provincia di Lucca su iniziativa della *Fondazione CRL*, rileva, senza infingimenti, le contraddizioni e le potenzialità che le nuove generazioni custodiscono.

A partire dall'opportunità di alimentare e nutrire le dimensioni di passione ed ingaggio civico, che restano latenti ma che potrebbero risultare grimaldello potentissimo di un rinnovato protagonismo dei più giovani.

Se esplicitamente sollecitati, 6 su 10 dichiarano che lotterebbero per l'ambiente e la tutela del nostro Pianeta.

Oggi, il 62% dei giovani si dichiara preoccupato per la tutela dell'ambiente che lo circonda. In tema di ambiente nella Regione, la principale preoccupazione delle più giovani generazioni in provincia di Lucca è l'inquinamento del mare e dei fiumi (50%). Il 46% segnala la qualità dell'aria, precipua difficoltà locale lucchese per i dati di inquinamento e smog. Il 39% cita il dissesto idrogeologico, che costituisce da anni una primaria problematica ambientale per la Toscana, ma anche il cattivo smaltimento dei rifiuti e le discariche abusive (37%).

In termini complessivi, il 44% dichiara un aumento della propria sensibilità ambientale, a fronte di una preoccupazione per gli effetti del cambiamento climatico che oggi riguarda il 72% dei giovani.

L'analisi delle pratiche possibili di limitazione dell'impatto ambientale della quotidianità giovanile rivela buone prestazioni ma anche alcune contraddizioni e conseguibili margini di miglioramento. Si è chiesto: quali dei seguenti comportamenti potresti realisticamente attuare nella tua vita quotidiana per non aggravare il cambiamento climatico? La corretta e regolare differenziazione dei rifiuti (67%), come la limitazione dei consumi energetici (60%) si affermano maggioritarie. Meno di 4 intervistati su 10 potrebbero puntare sui prodotti rigenerati, anche per le tecnologie, o fare acquisti alimentari a km zero (39%) e usare mezzi sostenibili per gli spostamenti (37%).

Ma ci sono pratiche ancora più ostiche per il giovani. Meno di 3 su 10 potrebbero limitare l'uso del climatizzatore in estate o ridurre la temperatura del termostato in inverno. Appena l'11% del campione potrebbe limitare la condivisione di video e foto sui social e chat.

L'indagine condotta da Demopolis per la *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca* ha misurato inoltre le consapevolezza dei ragazzi sui guasti inflitti al Pianeta e sulle incognite del futuro. Per il 77%, le maggiori responsabilità nel drastico cambiamento climatico e nelle sue conseguenze per l'ambiente sono ascrivibili ai comportamenti dell'uomo. Il 46% attribuisce le responsabilità alle politiche dei Governi. Solo l'11% cita la naturale evoluzione del clima.

I timori rivelati fra i giovani a proposito degli effetti del cambiamento climatico sono nettamente orientati dall'eco delle cronache regionali. È il dissesto idrogeologico, con gli esiti delle alluvioni la principale preoccupazione per il 60% dei giovani sul territorio della provincia di Lucca. Al secondo posto, quasi 6 intervistati su 10 si dichiarano preoccupati per le ondate di calore e gli incendi.

Il futuro nello sguardo degli under 20

Attese e timori per il futuro personale ed occupazionale, fabbisogni inevasi di formazione ed orientamento

Lo sguardo sul futuro dei giovani travalica i confini della provincia di Lucca. Appena un quinto si immagina ancora sul territorio fra 10 anni. Il 33% prevede di lasciare l'Italia. Del resto, 4 su 10 guardano oggi con pessimismo al proprio futuro nel Paese. E circa un quarto immagina di poter avere una vita più felice rispetto a quella dei genitori.

Il primo fra i desideri degli under 20 per il futuro è in assoluto star bene: economicamente (84%), in salute (83%), con loro stessi (80%); ancor prima della realizzazione lavorativa (74%).

Desideri cadetti si dimostrano anche trovare l'amore della vita (64%) costruire una famiglia (63%), avere una casa di proprietà (52%). Meno della metà del campione pensa alla prole.

Nel corso dell'indagine Demopolis, si sono rilevati nelle nuove generazioni comportamenti adattativi e meccanismi di elaborazione e reazione all'assenza di certezze che disegnano un rinnovato sistema di credenze e valori, molto evidente rispetto ai temi del futuro e dell'avvenire occupazionale.

Le dinamiche di orientamento giovanile lungo i cicli di istruzione e formazione mirate all'ingresso nel mondo del lavoro restano, in Italia, spesso autogestite e non efficacissime.

Oggi, 6 intervistati su 10 dichiarano di non avere idea di quali siano i settori con maggiori possibilità di inserimento lavorativo e appena un quarto ritiene di possedere le informazioni sul mercato del lavoro, necessarie per le future scelte professionali o lavorative, consapevoli e fruttuose.

Non a caso, la metà del campione – potendo tornare indietro – rivedrebbe almeno in parte la scelta della scuola superiore assunta.

Se dalla valutazione delle scelte assunte ci si sposta alle prospettive occupazionali future, il segmento di popolazione giovane intervistata rivela interessanti dinamiche.

Pensando al proprio futuro lavorativo, il 41% è ottimista, dato di 7 punti superiore al bacino di quanti si definiscono ottimisti per il proprio avvenire specificamente in Italia.

Del resto, 6 su 10 per trovare un'occupazione soddisfacente, valuterebbero la possibilità di andare all'estero, e non lo farebbero di certo per trovare occupazioni in coerenza con il percorso di studi.

Il 68% individua nella stabilità e nella sicurezza l'aspetto più importante del lavoro, il 61% nella retribuzione, nel trattamento economico. Ma oltre la metà del campione, con dati imprevedibili alcuni anni orsono, punterebbe prioritariamente al benessere. Il 57% degli intervistati rileva l'importanza di un'occupazione che lasci tempo libero, il 56% auspica coerenza con le proprie passioni, il 51% cita la qualità dell'ambiente di lavoro ed il rapporto con i colleghi come variabile di rilievo. Di contro, appena l'11% aspirerebbe ad un lavoro coerente con gli studi compiuti.

Nei percorsi di vita dei giovani under-20, anche per chi studia e non ha ancora fatto ingresso nel mercato del lavoro, si delineano le variabili di preoccupazione sulle storture delle dinamiche occupazionali, oggi in Italia.

E se un tempo la precarietà era il più temuto spauracchio, oggi, in provincia di Lucca, è il reddito troppo basso e non continuativo l'aspetto del mercato del lavoro che crea – nella percezione degli intervistati – maggiori difficoltà ai giovani (68%). Oltre la metà cita anche la scarsa riconoscenza del merito (51%).

SPUNTI DALLA FASE QUALITATIVA DI RICERCA

Gli under 20 in provincia di Lucca

Il percorso di ricerca per l'analisi del tessuto sociale giovanile, sviluppato dall'Istituto Demopolis su incarico della *Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca*, ha preso le mosse dall'ascolto aperto delle nuove generazioni, tramite un'articolata fase di ricerca qualitativa propedeutica all'indagine campionaria in senso stretto.

Gli snodi del percorso di ricerca qualitativa

Nel corso di diversi appuntamenti di confronto, nel mese di marzo, un nucleo dedicato di ricerca dell'Istituto Demopolis ha sollecitato ragazzi e ragazze fra i 15 ed i 19 anni a raccontarsi sulle dinamiche dell'adolescenza, sulla relazione con il mondo degli adulti, sugli snodi di scelta essenziali verso futuri percorsi occupazionali e di studio, raccogliendo voci e sguardi, facendo affiorare prospettive, interpretazioni, percezioni e moventi dell'adolescenza in provincia di Lucca.

Lo step qualitativo di indagine è stato realizzato attraverso colloqui in profondità e focus group, che hanno visto il prezioso coinvolgimento di molte Scuole secondarie di secondo grado delle diverse aree della provincia, da Lucca sino alla Versilia e alla Garfagnana.

La fase qualitativa ha rappresentato dunque uno snodo propedeutico alla realizzazione della rilevazione campionaria, ma si è rivelata anche un'occasione di coinvolgimento degli studenti in seno alle comunità scolastiche che hanno aderito, e di riflessione collettiva sui temi del confronto intergenerazionale, delle incognite percepite nella contemporaneità e – ancor di più – del futuro nello sguardo degli under 20.

Considerato l'intrinseco interesse delle tematiche emerse, si sintetizza a seguire l'articolato del percorso e degli esiti principali della fase qualitativa di studio.

Metodologia della fase qualitativa di ricerca

L'accertamento qualitativo è stato articolato in 6 focus group ed in una batteria di interviste in profondità, condotti prima della rilevazione campionaria fra unità statistiche del target oggetto di indagine. Secondo la tradizione delle ricerche qualitative, gli accertamenti esplorativi sono stati guidati da moderatori esperti e sollecitati sulla base di una traccia semi-strutturata di ricerca, per proporre "stimoli" verbali di discussione ai soggetti coinvolti.

In seno ai gruppi, ed in virtù della loro medesima composizione, si è ottenuta un'interazione fitta di posizioni ed una condivisione di vissuti estremamente proficue sia in termini di quantità di variabili emerse, sia in termini di qualità di approfondimento. I partecipanti alla fase qualitativa sono stati scelti con un profilo anagrafico ed esperienziale disomogeneo (studenti di corsi di studio differenti, giovani con prime esperienze di lavoro, etc.), che ha garantito la rappresentazione del vissuto di tutti gli strati oggetto di indagine, ed ha "scatenato" l'affioramento delle variabili costituenti il fenomeno di interesse.

Gli "stimoli" della traccia dei colloqui e dei focus sono stati ordinati secondo una sequenza ad imbuto (da tematiche generali ad argomenti più specifici) e somministrati dai ricercatori in termini comuni in tutti gli accertamenti qualitativi, ma non sono stati proposti in modo direttivo, per consentire anche le naturali derive di conversazione, qualora utili all'oggetto di indagine.

Trattandosi di una fase esplorativa di ricerca, preparatoria e complementare all'indagine demoscopica campionaria, si è scelto di provvedere ad un resoconto sintetico strettamente qualitativo/narrativo dei contenuti emersi, articolato in una ricomposizione a posteriori delle tematiche affiorate ed arricchito dai quotes di pregnanti considerazioni dell'universo giovanile, riportate nel testo fra doppi apici.

Il risultato della fase qualitativa di ricerca restituisce così la "viva voce" delle nuove generazioni, raccontando i punti di riferimento valoriali dei giovani, le relazioni con il mondo adulto, la percezione del contesto e la costruzione dell'avvenire.

Nella sinossi che segue, si riportano esclusivamente le argomentazioni più significative emerse dai colloqui, filtrate rispetto ai focus di ricerca e riorganizzate a posteriori in 3 tematiche di particolare complessità:

- *L'Italia non è un Paese per giovani*
- *Generazioni divaricate: la variabile Internet*
- *Informazione, impegno, disimpegno*

L'Italia non è un Paese per giovani

Gli affioramenti delle fasi di ascolto delle nuove generazioni in provincia di Lucca raccontano di un tessuto sociale giovanile che si confronta con la complessità del quotidiano e di un'Italia che – dicono i ragazzi – “non è un Paese per giovani”.

La noncuranza nazionale rispetto alle nuove generazioni viene segnalata dai ragazzi. I timori per il futuro lavorativo sono lo sfruttamento, il rischio di retribuzioni troppo esigue e le “pretese assurde” nella selezione del personale, come hanno lamentato gli studenti:

“Per entrare nel mondo del lavoro, ti vogliono giovane e con esperienza; ma nessuno ti dà fiducia per consentirti di fare quella fantomatica pratica che tutti chiedono, appunto”.

Chi ha già fatto prime esperienze di lavoro, riesce a circostanziare meglio le storture del mercato del lavoro... Soprattutto nella ristorazione e nell'accoglienza, dove un *lavoretto* è sempre reperibile, in ragione degli importanti flussi turistici che irradiano la provincia: ma è un lavoro povero, come lo chiamano i ragazzi.

“Per le estati in Versilia il lavoro si trova, ma è disumano: si rischia di lavorare anche 7 su 7 e le paghe non sono adeguate. Per me, se lo possono tenere quel lavoro lì...”

Chi del lavoro ha solo “sentito dire”, esprime valutazioni vaghe e aprioristicamente negative, in assenza di cognizioni chiare su opportunità, dinamiche occupazionali, esperienze di successo...

“Ho paura (*sic*) che in Italia non ci siano abbastanza sbocchi lavorativi. C'è poca informazione a riguardo”.

“Abbiamo così tanti problemi in Italia che forse vale la pena andarsene... Riguardo al patrimonio storico, culturale, paesaggistico l'Italia è un bel posto. Risolvendo i problemi si starebbe benissimo...”.

Ma a specifica richiesta, i partecipanti alle fasi qualitative di indagine faticano ad elencare i “problemi irrisolvibili” del Paese e non conoscono i settori trainanti l'economia, alcuni dei quali molto attivi anche in provincia di Lucca.

“C'è poca informazione sulle cose che funzionano nel Paese. Sulle esperienze di successo...”

E sovente i ragazzi non sono nemmeno educati ad andarle a cercare le storie di successo; quelle che possano funzionare da ispirazione...

La prospettiva di lasciare il territorio è dunque molto diffusa e anche argomentata. Si prevede di lasciare la provincia di Lucca perché i percorsi universitari portano gioco forza altrove; ma si partirebbe non solo per questioni occupazionali e di studio...

“Andrei all’Estero... Anche per avere una vita che non si ha la possibilità di vedere a Lucca. Magari, arricchirsi lontano per poter tornare da grandi”.

“Da queste parti, c’è una mentalità troppo chiusa: io vorrei andare all’Estero, fare esperienza e riportare la mia esperienza in Italia; meglio se a Lucca”.

Anche la provincia di Lucca non sempre sa essere a misura di giovani... Emerge – inattesa fra le ipotesi di ricerca – una percezione di insicurezza fra i giovani ascoltati, più marcatamente nel capoluogo e particolarmente rilevata dalle ragazze. E netta si definisce l’esigenza di luoghi di ritrovo a misura di giovani: più occasioni di fare sport, possibilmente senza oneri; ma anche luoghi sicuri in cui frequentare coetanei nel tempo libero...

“Nel mio paese immagino un luogo, tipo chiostro, per tutti, e poi diverse stanze per varie possibili attività”.

“Dentro le mura non ci sono centri di aggregazione, ci sono solo negozi; mancano spazi e luoghi di confronto tra ragazzi”.

In realtà, proprio nel capoluogo, spazi come quelli attesi dalle nuove generazioni ascoltate esistono già, ma non sempre i ragazzi ne hanno contezza... E la vulgata su ciò che manca è molto più pervasiva della buona novella su ciò che potrebbe esistere già...

Generazioni divaricate: la variabile Internet

Anche in provincia di Lucca, come nel resto del Paese, lo sguardo “passatista” o “giudicante” del mondo adulto segna – nella percezione dei ragazzi – il peso della distanza intergenerazionale, dilatata dalla variabile “Internet e Social”, che è misteriosa per i non “nativi digitali” e spesso stigmatizzata da genitori ed insegnanti – così raccontano le ragazze e i ragazzi ascoltati da Demopolis – come condizione di dipendenza, di frivolezza e disimpegno. E nel racconto del confronto intergenerazionale affiorato dalle fasi qualitative di studio, *fiducia*, *social* e *comprensione* si tengono insieme in un ardito nesso causale.

“Manca fiducia da parte degli adulti; fiducia nelle nostre scelte e nei nostri gusti. Vedono i *Social* come il mondo dei balocchi, ma c’è anche roba seria lì su...”

E se quegli strumenti vengono utilizzati solo dai giovani perché gli adulti li demonizzano... è un problema. Non ci si capisce più...”

“E poi c’è da colmare il dislivello di linguaggio...”

Secondo i ragazzi ascoltati, si fatica a capirsi o c’è poca voglia di ascoltarsi anche perché il contesto iconico ed informativo di riferimento non ha comuni intersezioni...

“Se pensano che abbiamo un problema di disinformazione, gli adulti dovrebbero utilizzare i Social per farla lì l’informazione; ma hanno troppi pregiudizi...”

“I *Social* rappresentano un modo per entrare nella società, nel mondo”.

Oppure, in casi antitetici, il mondo virtuale consente ai più giovani di abitare mondi paralleli dove stare meglio; dove è più facile cercare “comprensione” e ricevere feedback confortanti.

“Quello che vivo oggi non è quello che mi aspettavo. Non mi aspettavo un presente così faticoso; soprattutto per la donna. Ma mi aiuta rispecchiarmi in esperienze come la mia; nei feed le trovo continuamente”.

Di contro, la tridimensionalità tetragona di genitori ed insegnanti non può competere con le dinamiche confortanti di piattaforme immateriali pensate per fidelizzare...

“Gli adulti con cui mi confronto il più delle volte sottovalutano i nostri problemi, lo stress per le difficoltà scolastiche”.

“Tanti adulti fanno terrorismo psicologico: certi argomenti vanno evitati, urtano la nostra sensibilità”.

“Io mi sento incompresa sul piano del sapere stare al mondo. Sul piano lavorativo ci dicono che partiamo da una situazione di inferiorità... C'è una mancanza di fiducia verso i giovani. E questo mi paralizza!”

“Gli adulti pretendono molto da noi. Molti genitori non capiscono l'ansia. Siamo sottoposti a troppe verifiche. Anche per questo, io ho bisogno di staccare e di ritrovarmi nello spazio solo mio di casa. Mi fa stare bene quando mi occupo di me stessa”.

L'istanza di bene-stare è stata raccontata con le tinte dell'inevitabile, inconsapevole individualismo, durante le fasi qualitative di ricerca, ma innesca sovente gorghi di solitudine. La ricerca del benessere, di antidoti all'ansia innanzi a fonti di stress che spesso i più giovani pensano di non poter gestire, sembra divenuta pressante. Nelle indicazioni della fase quantitativa di indagine, la ricerca del benessere si configura come un'istanza prioritaria, che nelle interviste di approfondimento è stata ampiamente argomentata, anche con narrazioni personali; ed è stata corredata da esplicite richieste...

“All'interno delle scuole ci dovrebbe essere un maggiore sostegno psicologico: qualcuno con cui parlare, anche con cui piangere senza essere giudicati”.

Ben oltre il merito degli affioramenti della fase qualitativa di indagine, il metodo dell'ascolto aperto e del confronto fra pari su questioni centrali dello “stare al mondo” ha segnalato quanto bisogno abbiano i ragazzi di sperimentare il dialogo in presenza. Le unità statistiche coinvolte nei focus group, indipendentemente dalle caratteristiche anagrafiche e dal profilo formativo, a fronte di una iniziale ritrosia espressiva, hanno tutte dimostrato un interesse (a loro stessi sconosciuto ed inesplorato) per la possibilità di una dialettica di punti di vista, di prospettive, di posizioni anche ideologiche. La rinuncia all'inesplorato piacere del confronto senza scontro, alla libertà di sperimentarlo, è stata spiegata con una chiarezza molto convincente da uno dei ragazzi ascoltati, che ha offerto una riflessione non limitabile alle più giovani generazioni.

“Sta diventando tutto uno standard. Inevitabile... La generazione di oggi non prende posizioni e i giovani faticano a dire la loro perché c'è troppa ansia sociale. Nel momento in cui ti esponi – anche per questioni politiche o pubbliche – rischi il massacro di gente che nemmeno conosci... Ci si pensa molto bene prima di *esporsi*”.

Per paradosso, il mondo iper-social ingenera dinamiche ineludibili di distacco sociale.

Informazione, impegno, disimpegno

In provincia di Lucca come in Italia nel complesso, su Internet ci si forma e ci si informa. Anche rispetto alle dinamiche della collettività, alle dimensioni di comunità e della cosa pubblica cui si appartiene e che però – nella gran parte dei confronti con i ragazzi – è terra inesplorata se non negata.

“Prendere posizione è anche studiare, informarsi e scegliere. Ma non sempre ne vale la pena...”

“Io mi informo poco, preferisco rimanere nel mio guscio; le news in tv, ad esempio, sono troppo piene di violenza. Online posso scegliere”.

Durante le fasi di ascolto delle nuove generazioni, sono state censite le fonti di informazione “alternative” dei più giovani, fruite su youtube, podcast, social, e che si giustappongono a ChatGPT per gli aggiornamenti. Al netto di GeoPop e FanPage, si tratta di canali che erano poco o per niente contemplati dai ricercatori che hanno condotto le fasi di ricerca qualitativa: Gurulandia, Muschio selvaggio, Notizie a Colazione, Nova Lectio, PolterNews, Progetto Happiness, Webboh...

Si tratta di strumenti che i ragazzi usano per sapere del mondo; sono gli strumenti che allenano i moventi potenziali di impegno dei più giovani: e resistono perché si dimostrano “prossimi”, vicini e visibili, riconoscibili...

“Credo che valga la pena impegnarsi e lottare, soprattutto per ottenere miglioramenti nel nostro vivere quotidiano. Ad esempio, noi a scuola ci siamo ribellati per le condizioni del nostro plesso (è un prefabbricato e ci si vive male). E poi ho scoperto su internet come hanno funzionato in passato le lotte studentesche”.

Con un orizzonte un po’ più ampio del contesto scolastico, solo il tema della crisi ambientale – sebbene non più plebiscitariamente – sembra scaldare i cuori dei più giovani...

“L’argomento ambiente è importante, è come un’ombra che incombe su di noi; e oggi mi preoccupano le guerre...”

“Il problema ambientale esiste: riguarda la nostra vita quotidiana; un esempio, mangiamo il pesce con le microplastiche. Per questo ognuno dovrebbe fare il proprio, nel suo piccolo”.

Anche il confronto sui temi dell'emergenza ambientale ha scatenato un preziosissimo affioramento di posizioni policentriche, durante i focus group. Ed i ragazzi non si dimostrano immuni né al revisionismo climatico né alle dinamiche della realpolitik che stanno progressivamente erodendo – in Italia – l'urgenza di un ingaggio collettivo a contrasto della crisi ambientale.

“L'Unione Europea ci impone di rispettare l'ambiente quando invece Stati Uniti, Cina e India inquinano tantissimo. Come se i motori elettrici non fossero un problema...”

“Sul tema dell'ambiente, io pago le vostre conseguenze, di voi adulti, di tutto il marcio delle generazioni passate. E adesso dovrei essere io a fare sacrifici per mettere a posto le cose?”

Fra i giovani, oggi come nelle generazioni dei genitori e degli insegnanti, impegno e disimpegno si giustappongono, e fra le mura scolastiche si sono rivelati in racconti preziosissimi, che Demopolis ha ascoltato. Alcune volte, non poche, il disimpegno, il distacco sociale è spiegato come via di fuga e scelta di sopravvivenza:

“Sto meglio nella mia ignoranza; meno so e meglio sto”.

Ma nei colloqui della fase qualitativa di studio è emerso anche il privilegio di studiare in licei lucchesi dove gli archivi scolastici ricordano anche ai più giovani di essere parte e ponte di una storia luminosa.

“Proprio in questa biblioteca abbiamo trovato i documenti di studenti, di fine Ottocento, che non avevano finito la maturità. Sapete perché? Loro, che erano della mia stessa scuola, miei compagni di istituto in qualche modo, erano andati a combattere per l'unità d'Italia”.

GRAFICA SINOTTICA DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA

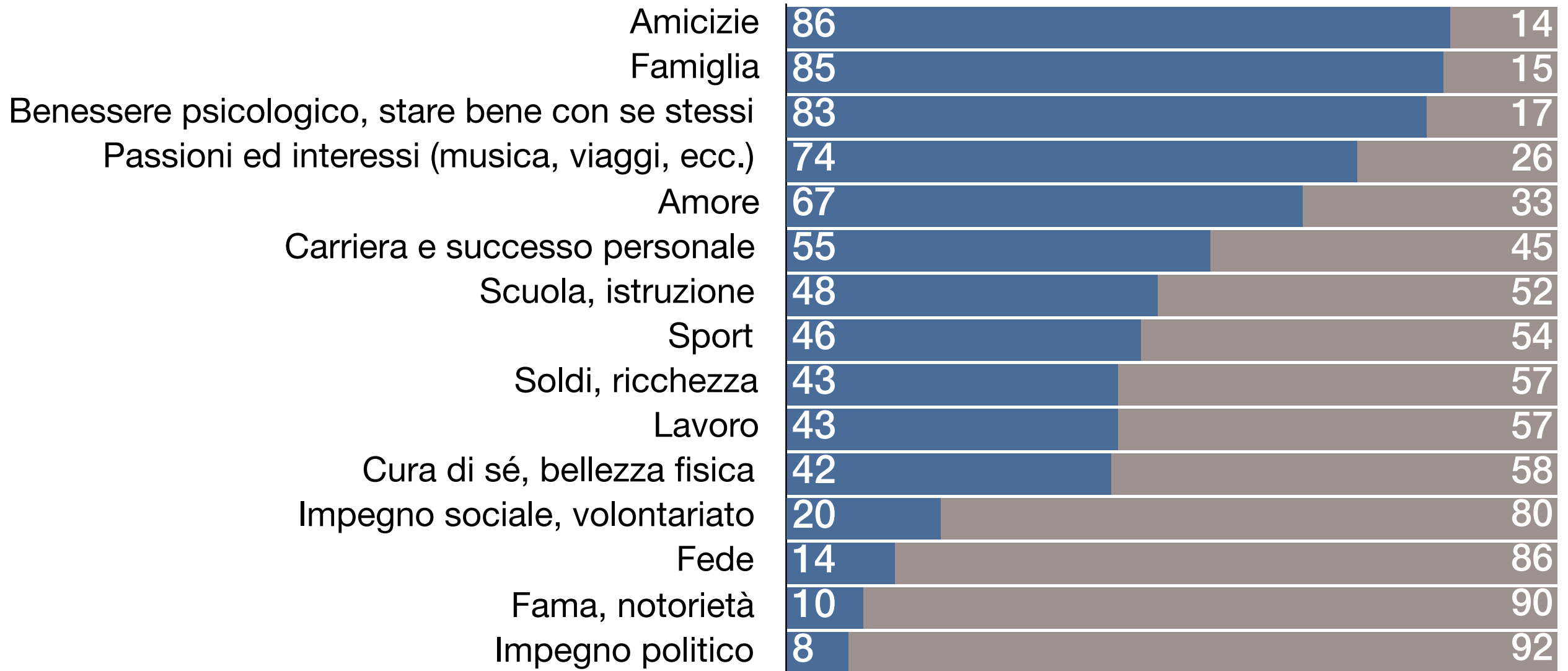
Gli under 20 in provincia di Lucca:
focus su una generazione

ESSERE GIOVANI IN PROVINCIA DI LUCCA

**Profilo valoriale ed esperienziale
dei 15-19enni**

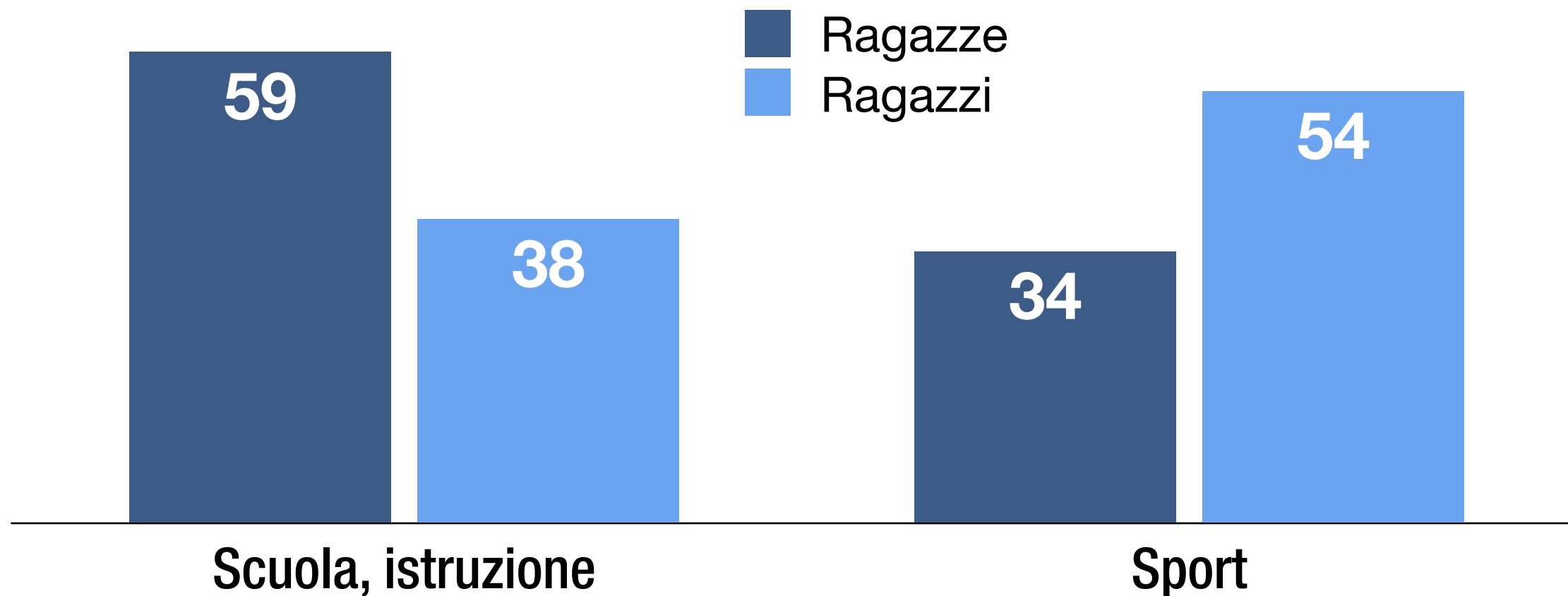
L'opinione degli under 20 nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Quali sono, a tuo avviso, le cose importanti nella vita?



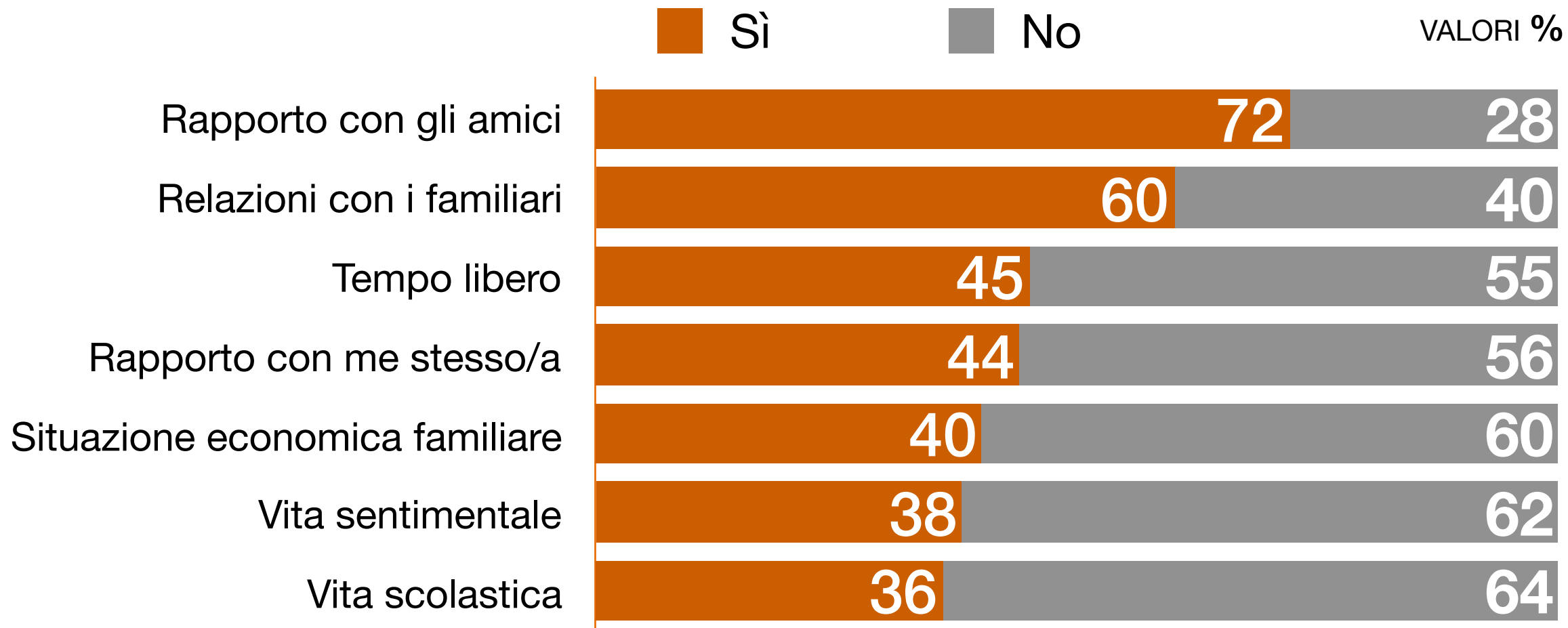
Le cose importanti nella vita secondo gli under 20

Differenze per genere



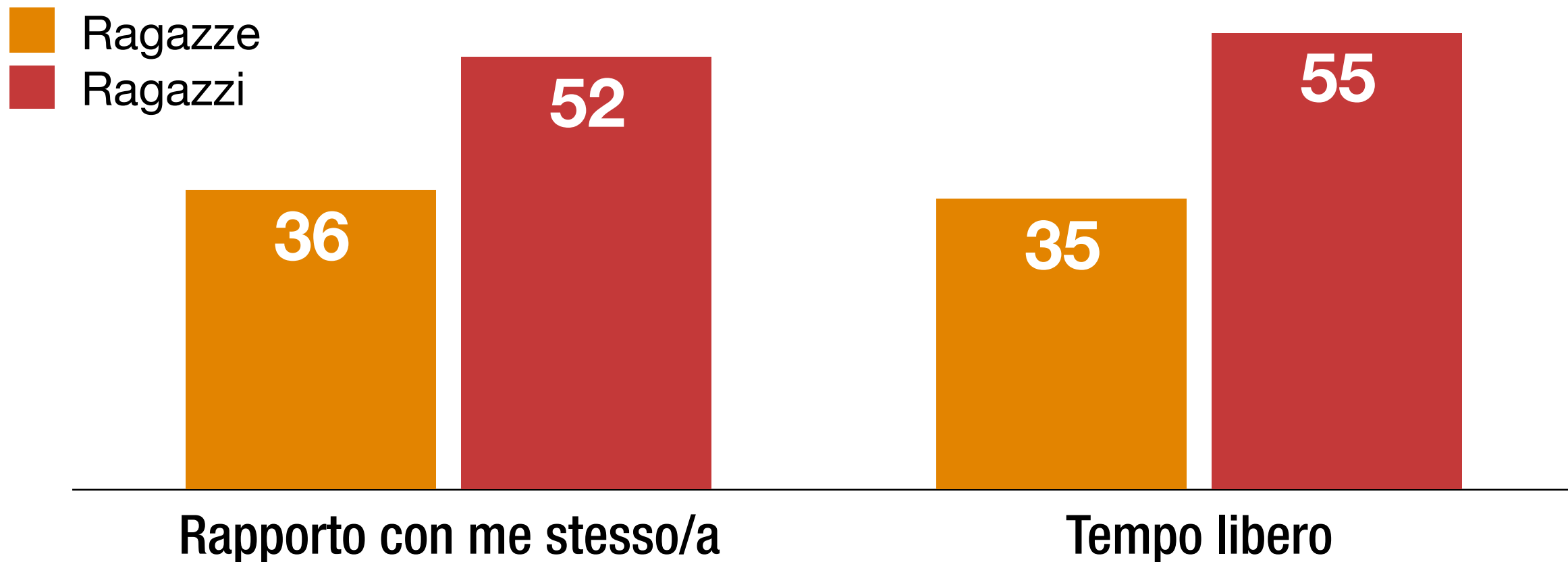
Indagine dell'Istituto Demopolis tra gli under 20 della provincia di Lucca

Di quali ambiti, nella tua vita, ti ritieni oggi soddisfatto?



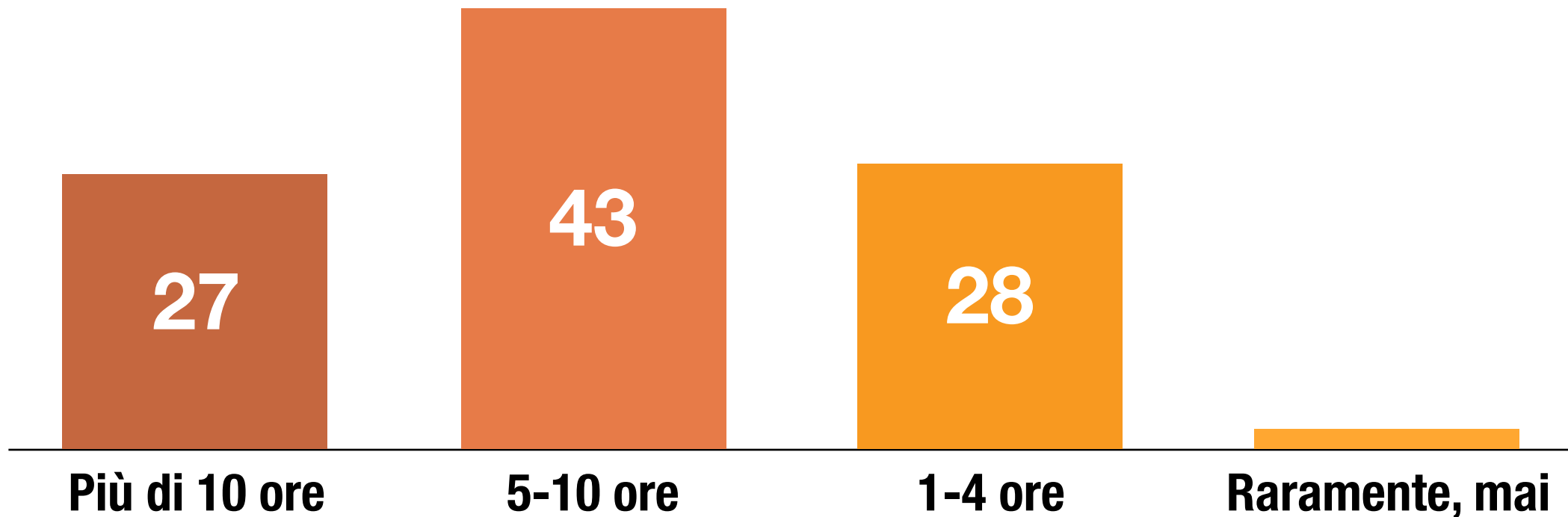
Ambiti di soddisfazione dichiarati dagli under 20

Differenze per genere



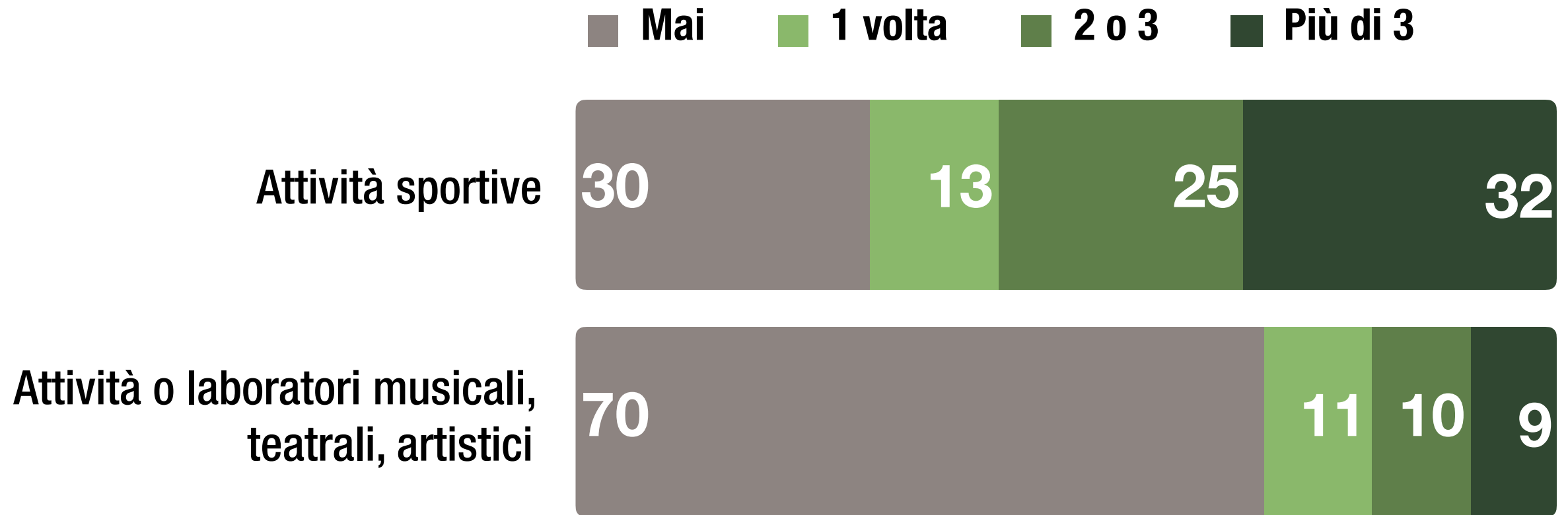
Il vissuto degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

**In media, quante ore al giorno sei connesso/a online
(social network, chat, video, giochi, ecc.)?**



Il vissuto degli under 20 della provincia di Lucca nell'indagine Demopolis per la Fondazione CRL

Quante volte alla settimana pratici le seguenti attività?



VALORI %

QUOTIDIANITÀ E VITA FUORI CASA

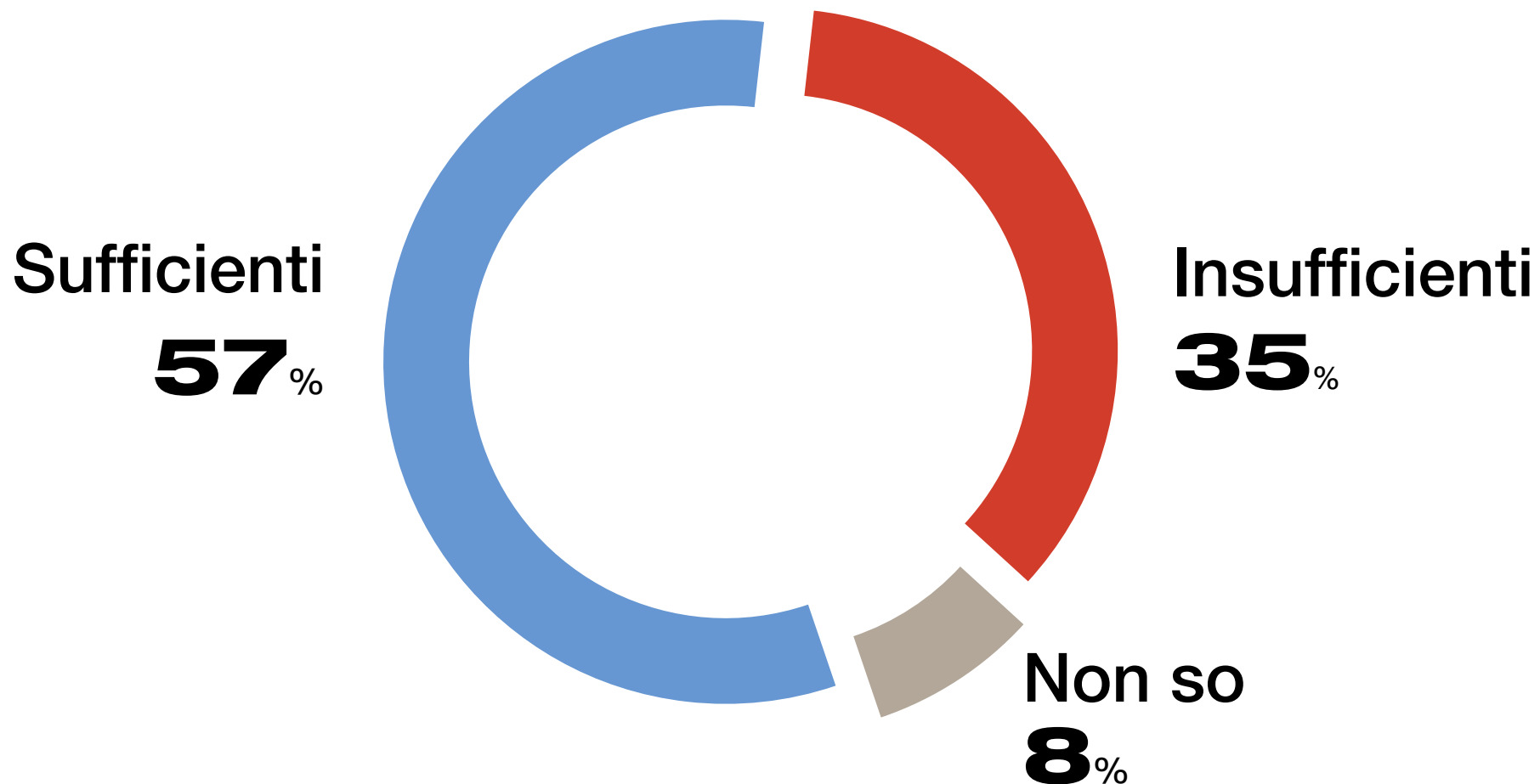
Tempo libero, relazioni con i pari e con i contesti urbani

Cosa fai, di solito, nel tempo libero?



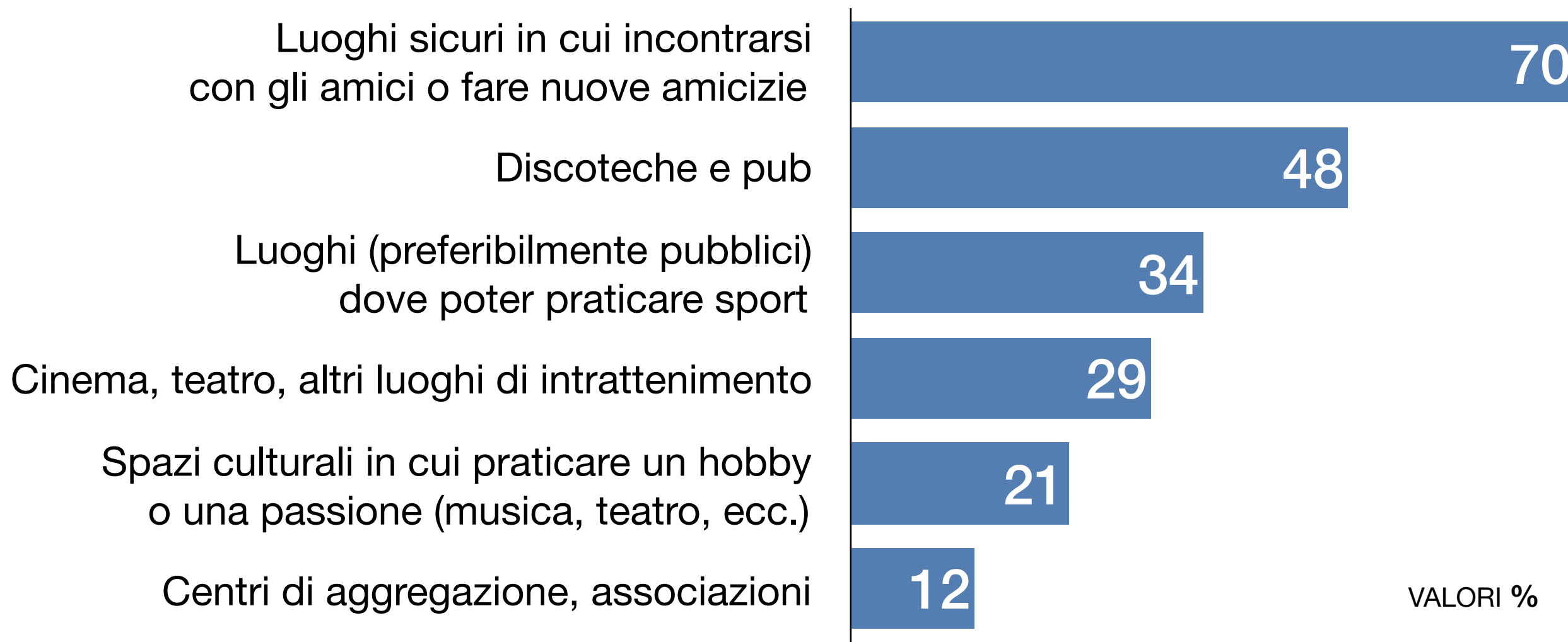
L'opinione dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Le opportunità di divertirsi o incontrare gli amici nel luogo in cui vivi sono:



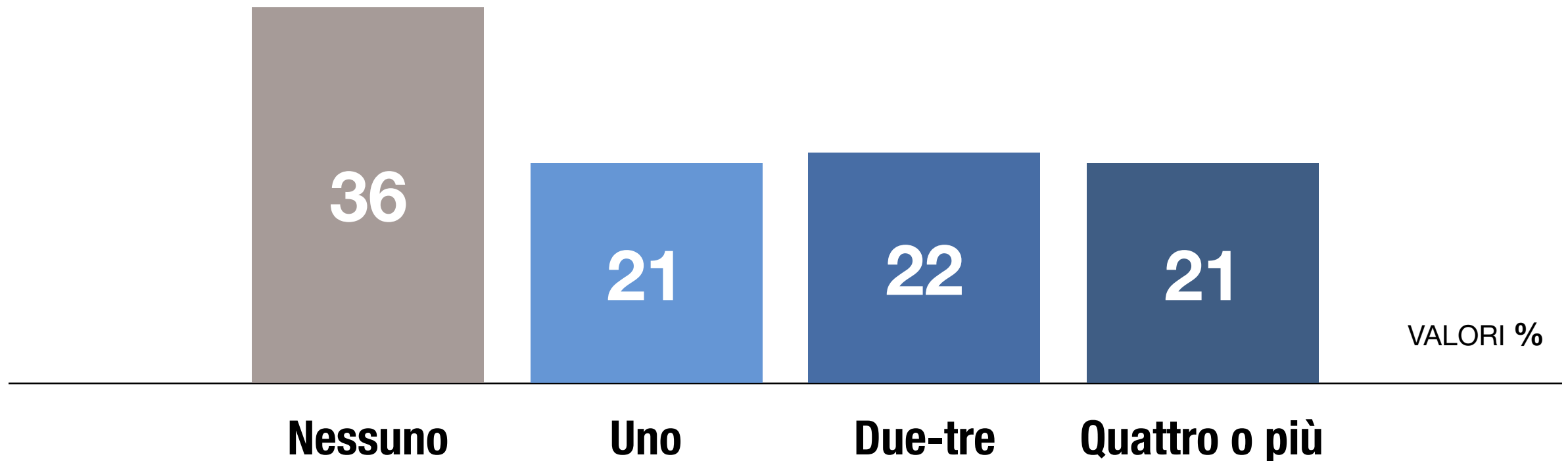
Le attese degli under 20 nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

In quali posti ti piacerebbe trascorrere il tuo tempo libero nel luogo in cui vivi?



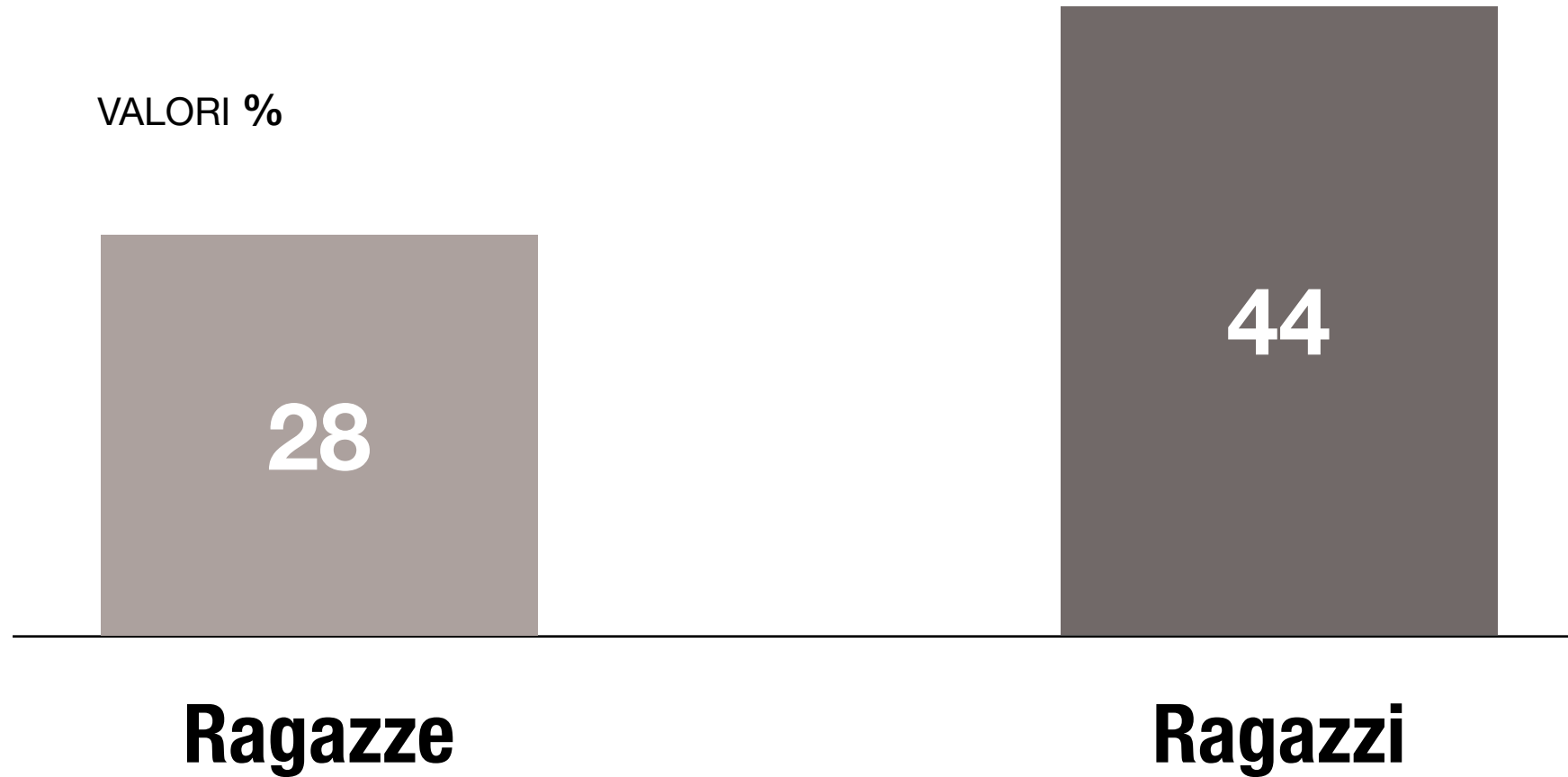
Indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Quanti libri (non scolastici) hai letto nell'ultimo anno?



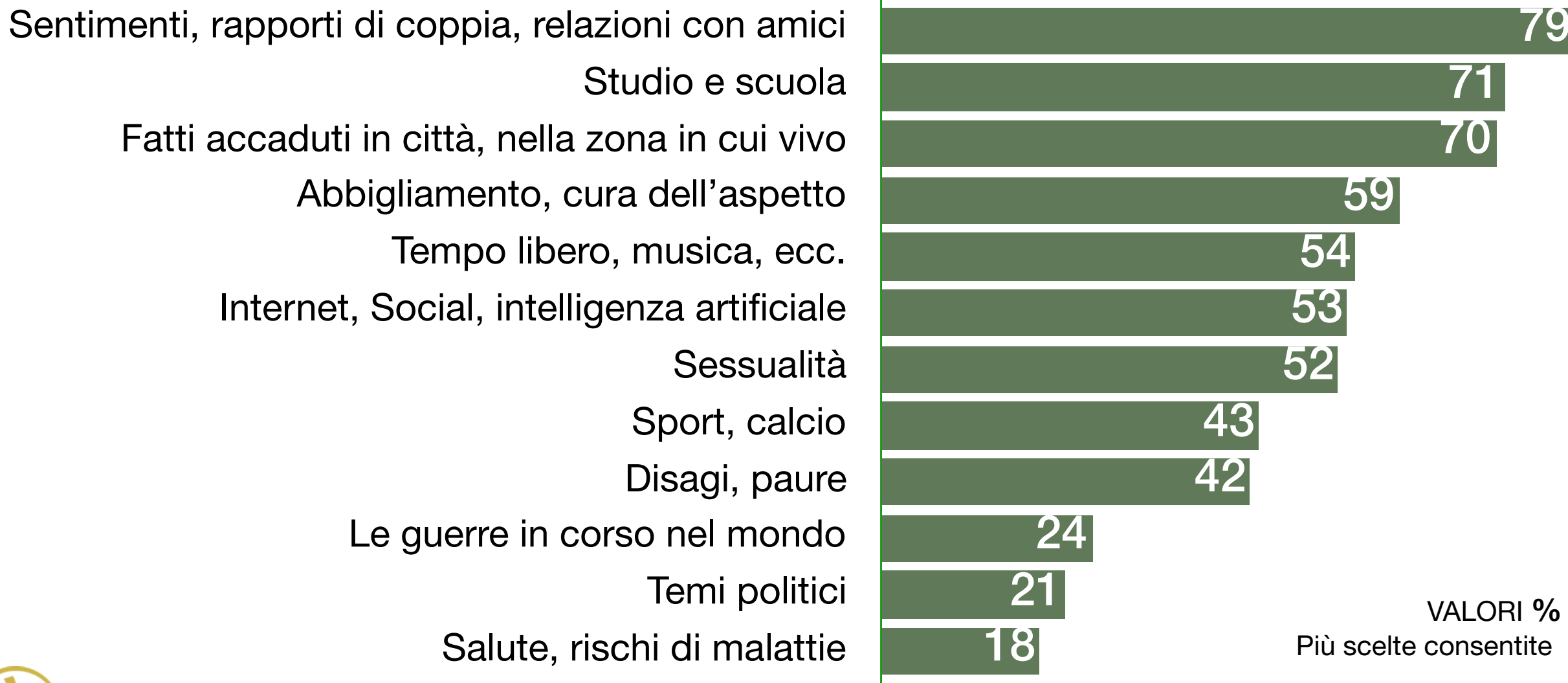
Non hanno letto alcun libro negli ultimi 12 mesi

Differenze per genere



Indagine dell'Istituto Demopolis tra i più giovani per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Di quali temi ti capita di parlare con gli amici o i compagni?

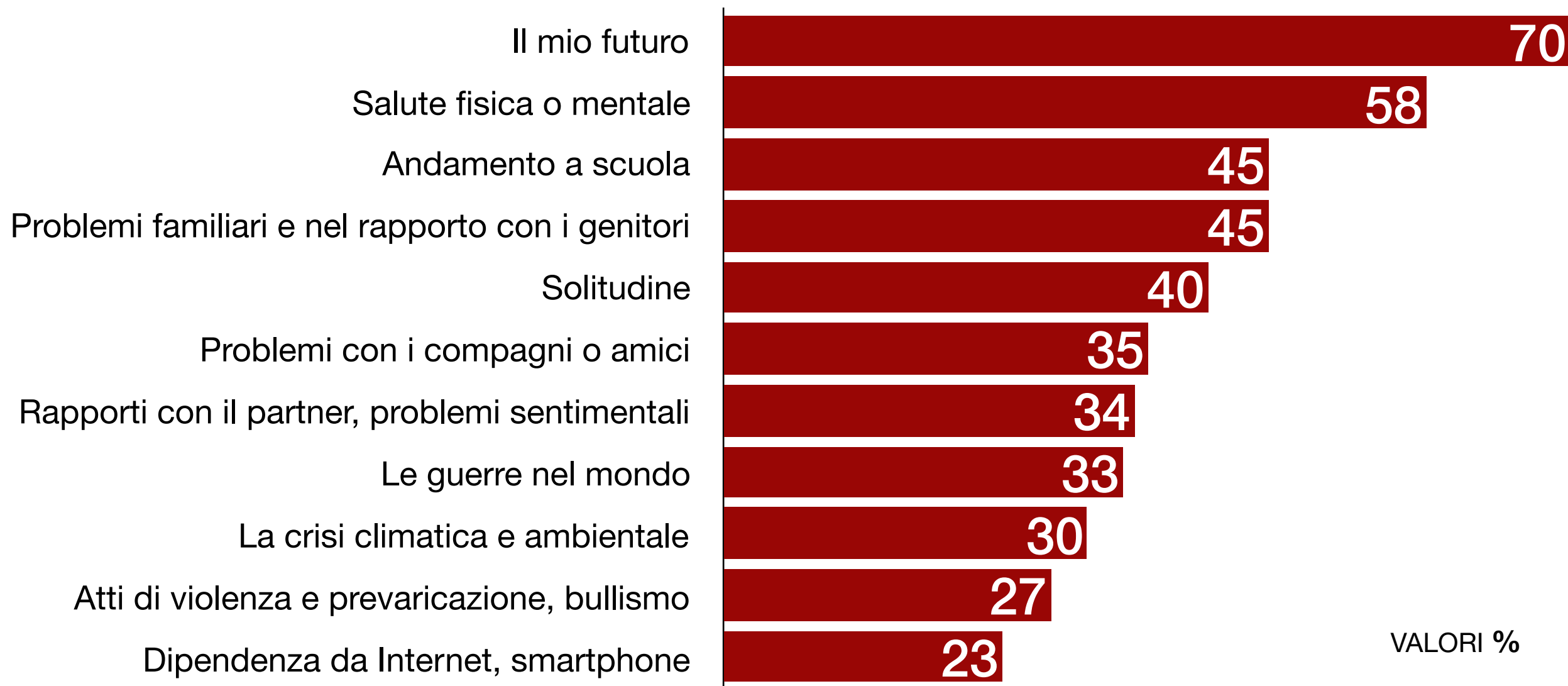


VALORI %
Più scelte consentite

LE PREOCCUPAZIONI DEI PIÙ GIOVANI

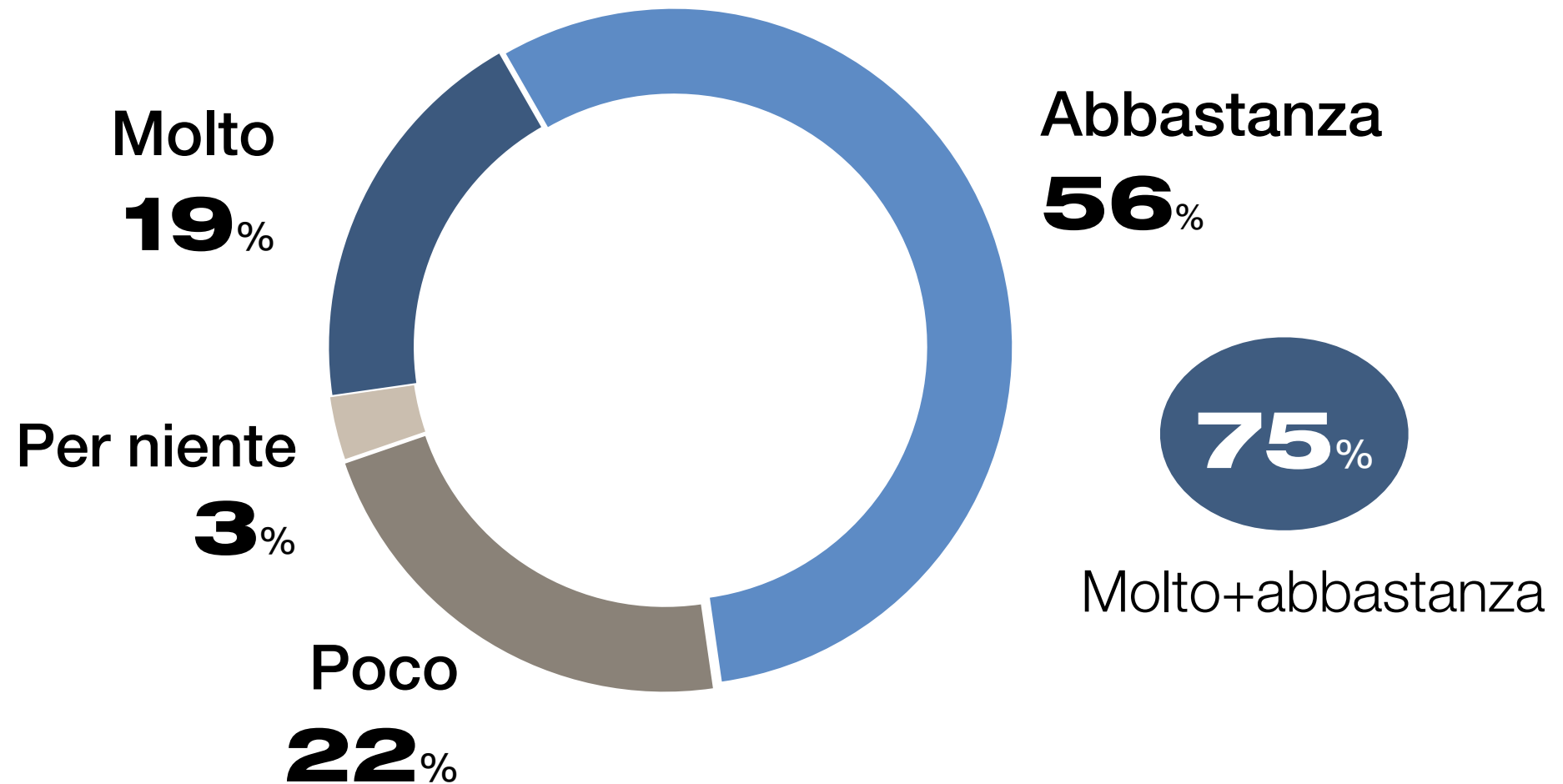
Incognite percepite per la società e per se stessi

Le preoccupazioni degli under 20 nell'indagine Demopolis per la Fondazione CRL



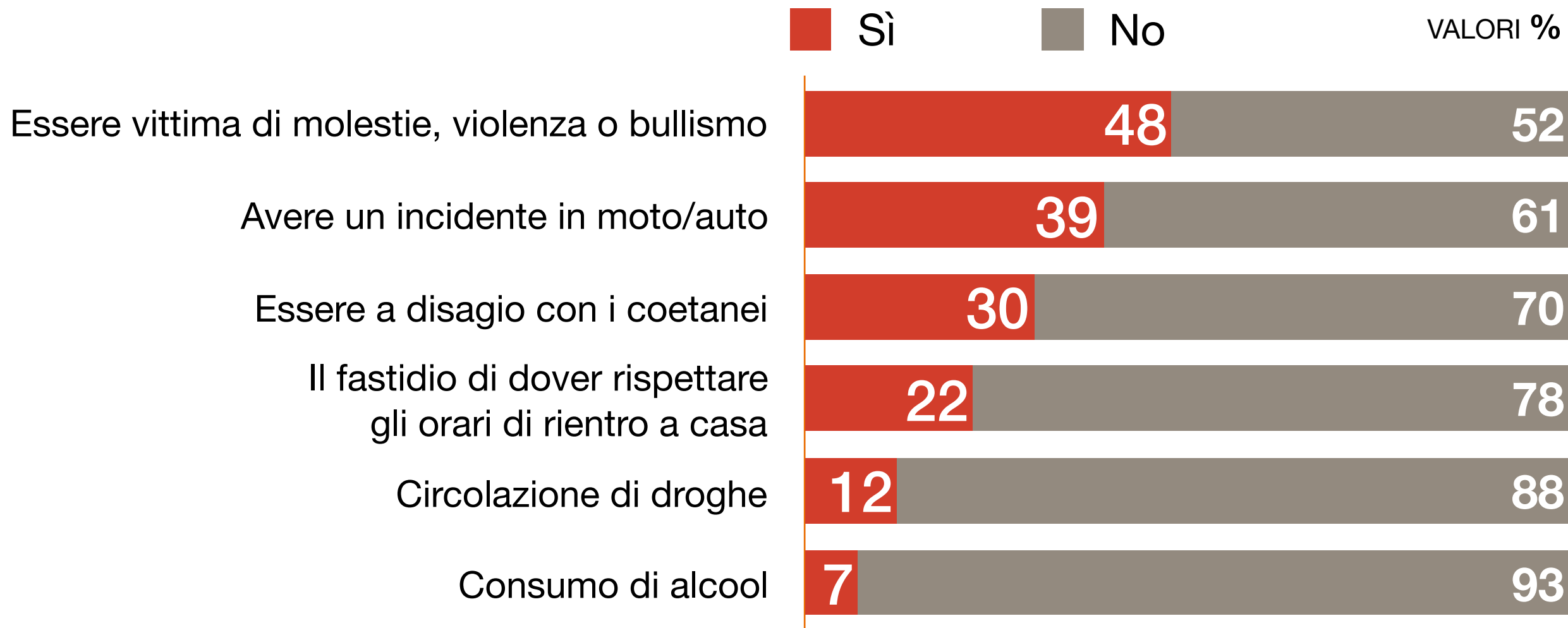
La percezione degli under 20 nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Quanto ti senti sicuro/a nel luogo in cui vivi?



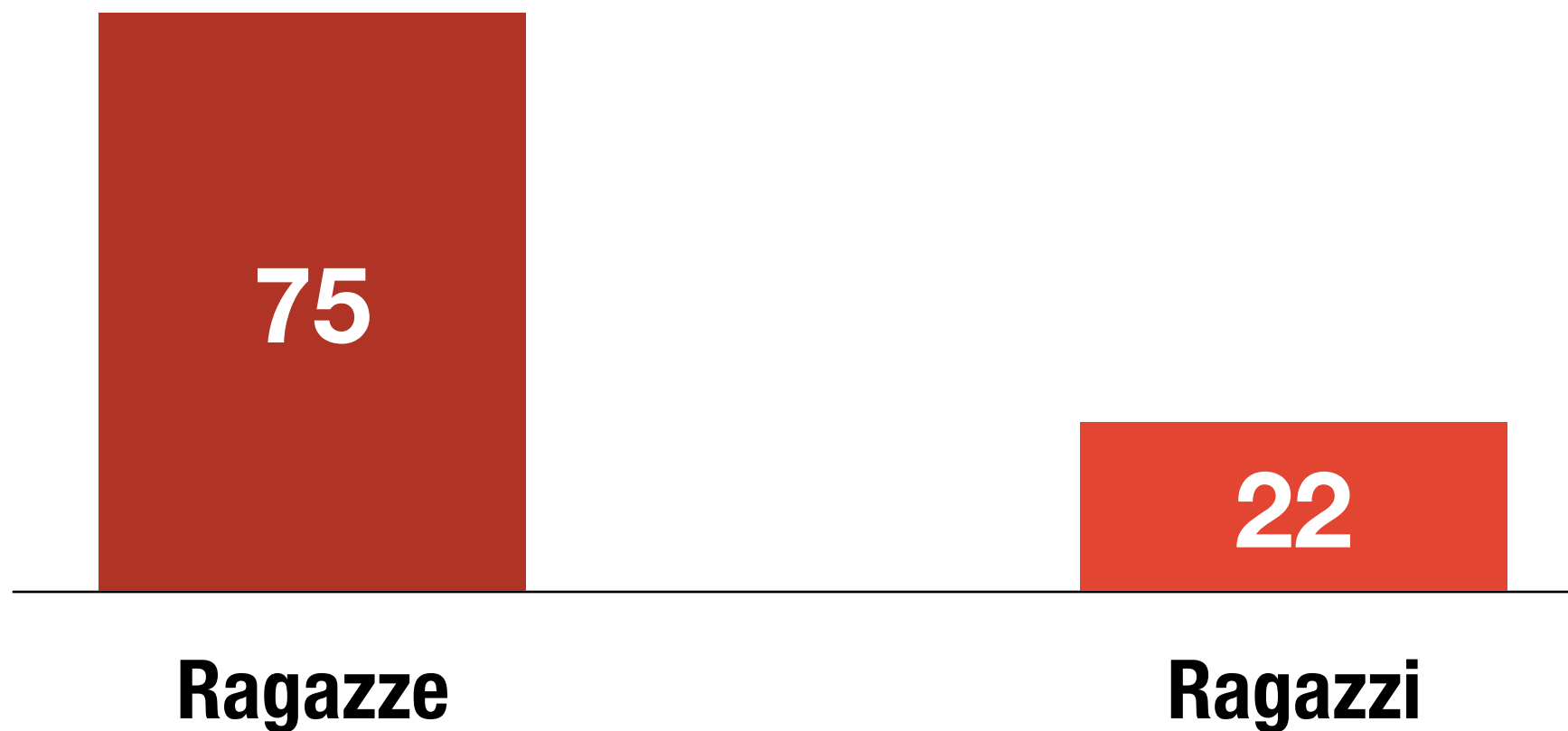
Indagine dell'Istituto Demopolis tra gli under 20 della provincia di Lucca per la Fondazione CRL

Quando sei fuori casa nel tuo tempo libero, che cosa ti preoccupa?



Fuori casa, hanno paura di essere vittime di molestie, violenza o bullismo

Differenze per genere

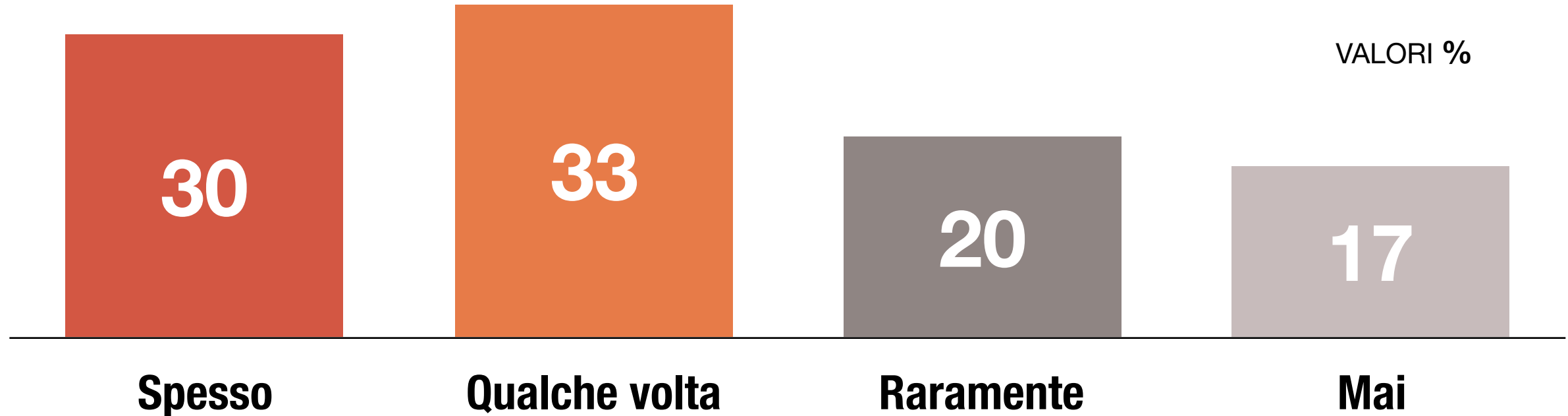


STAR BENE...

Come stanno gli under 20 in provincia di Lucca

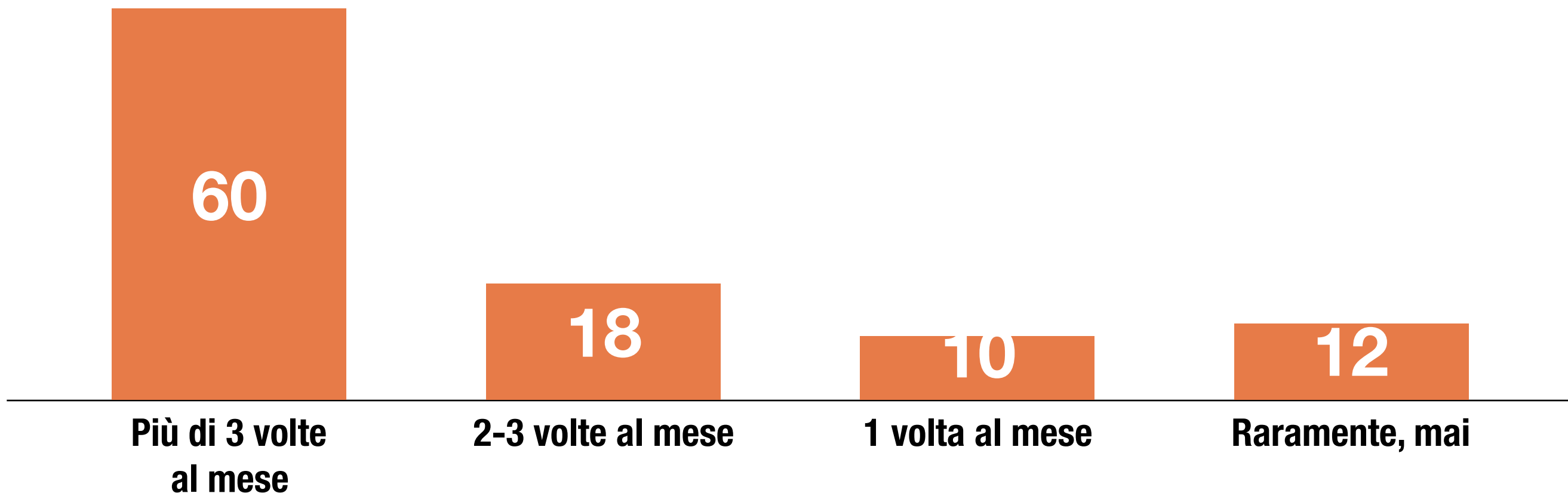
Il vissuto dei ragazzi nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Negli ultimi 6 mesi, quante volte ti sei sentito solo?



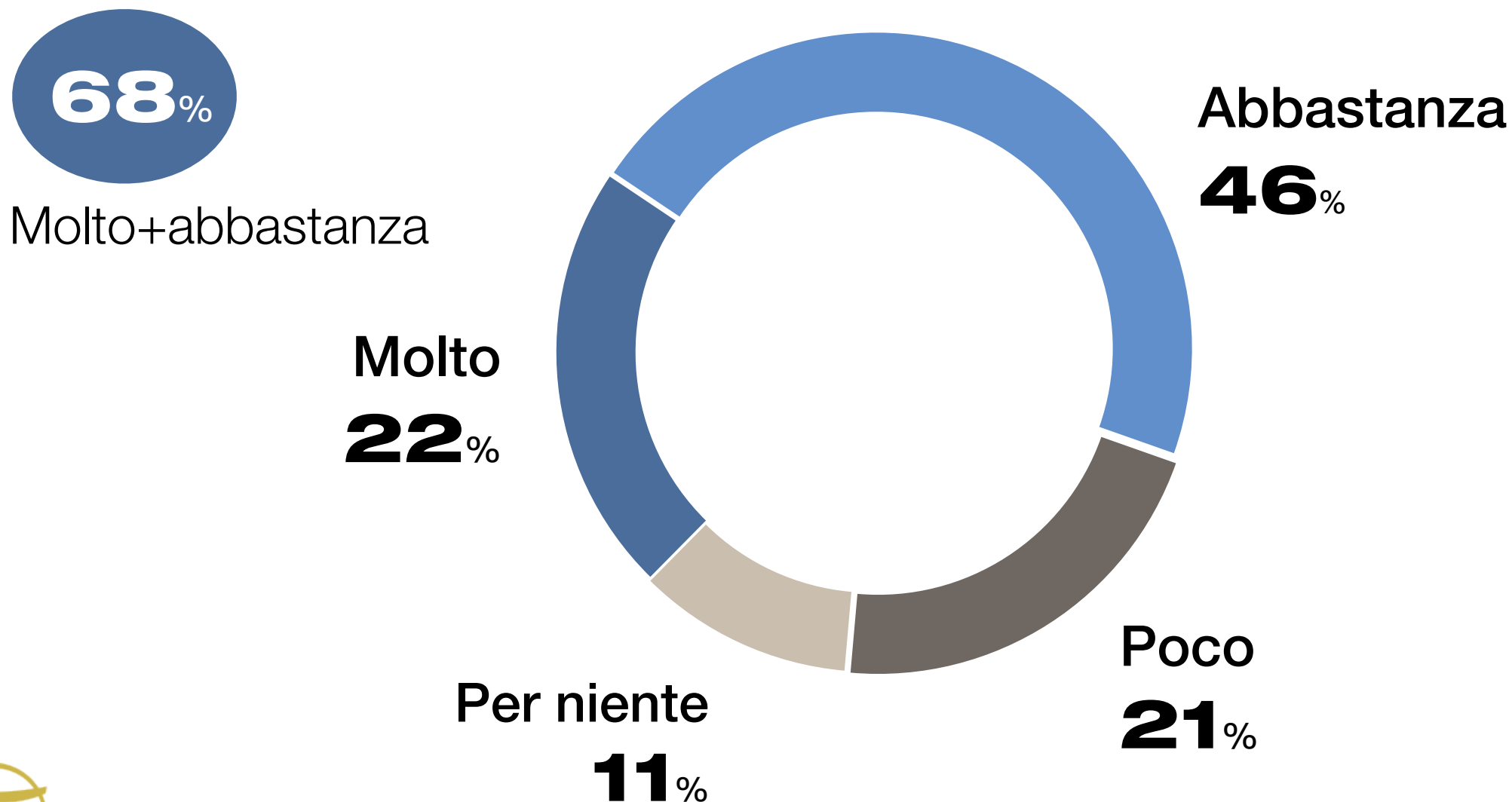
Il vissuto dei più giovani nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

Pensa agli ultimi 6 mesi: quante volte ti è successo di sentirti irritabile o di cattivo umore, avere al di testa o mal di stomaco, avere difficoltà ad addormentarti...

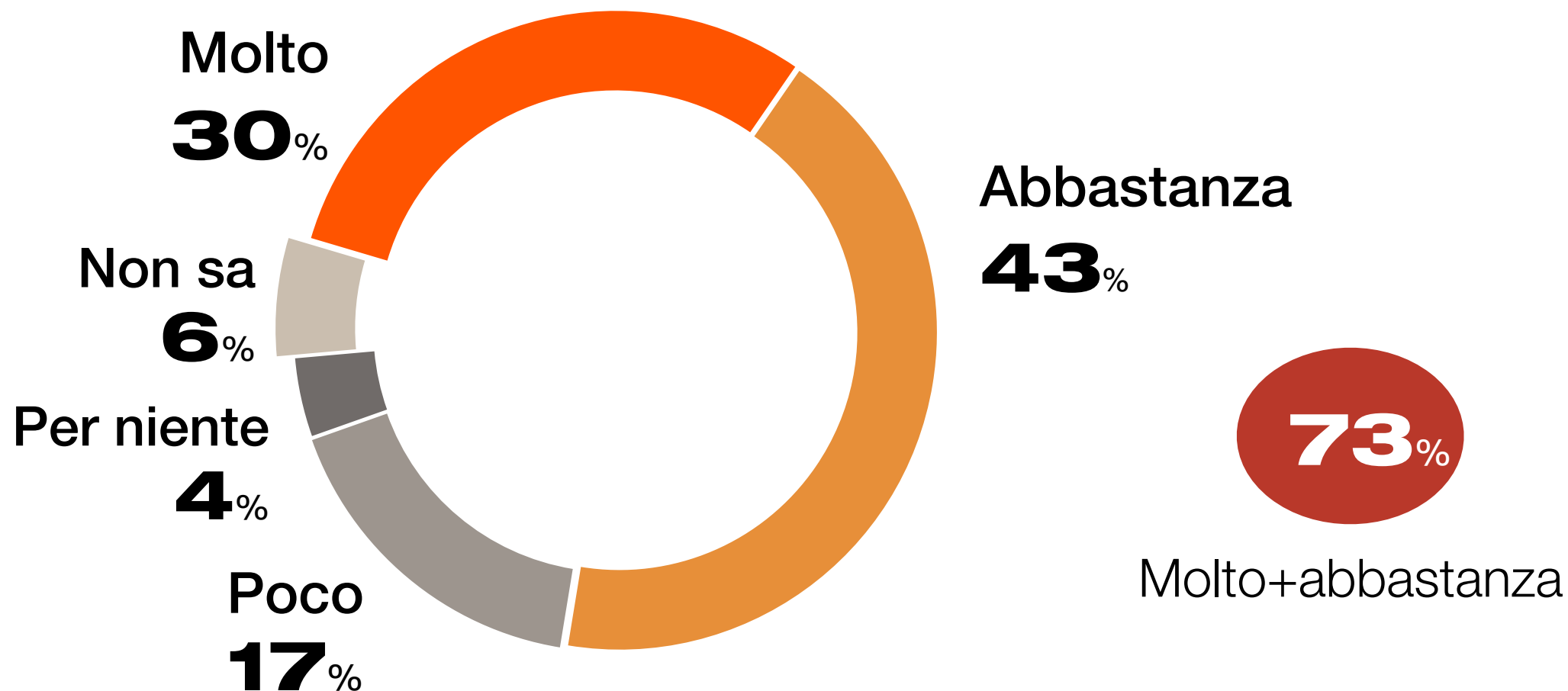


L'opinione dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Quanto sei soddisfatto dei cibi che mangi e del tuo stile di vita alimentare?



Negli ultimi anni, il tema della depressione è entrato nelle discussioni quotidiane delle famiglie italiane. Quanto pensi sia diffuso, tra i ragazzi di tua conoscenza, il disagio psicologico?

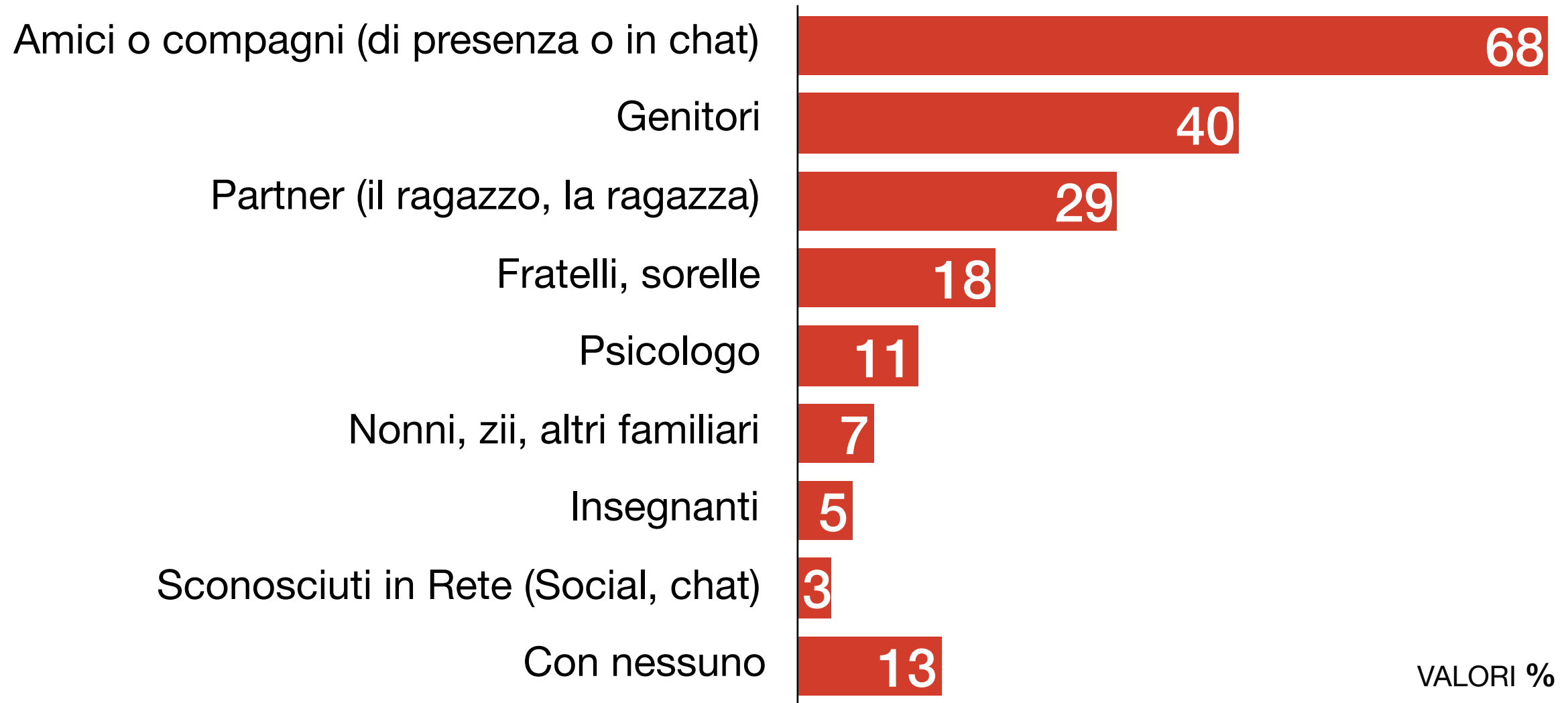


Indagine Demopolis-Fondazione CRL

RELAZIONI CON IL MONDO ADULTO

Dinamiche di conoscenza e comprensione

Quando hai un problema con chi parli preferibilmente?



L'opinione dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Si dice che oggi gli adulti capiscano sempre meno i ragazzi. A tuo avviso è:



VALORI %

Indagine dell'Istituto Demopolis tra gli under 20 della provincia di Lucca per la Fondazione CRL

Che cosa non capiscono, a tuo avviso, gli adulti dei ragazzi della tua età?

Che viviamo in un periodo storico diverso dal loro

Quello che pensiamo, le nostre idee

Il nostro rapporto con la Rete e i social network

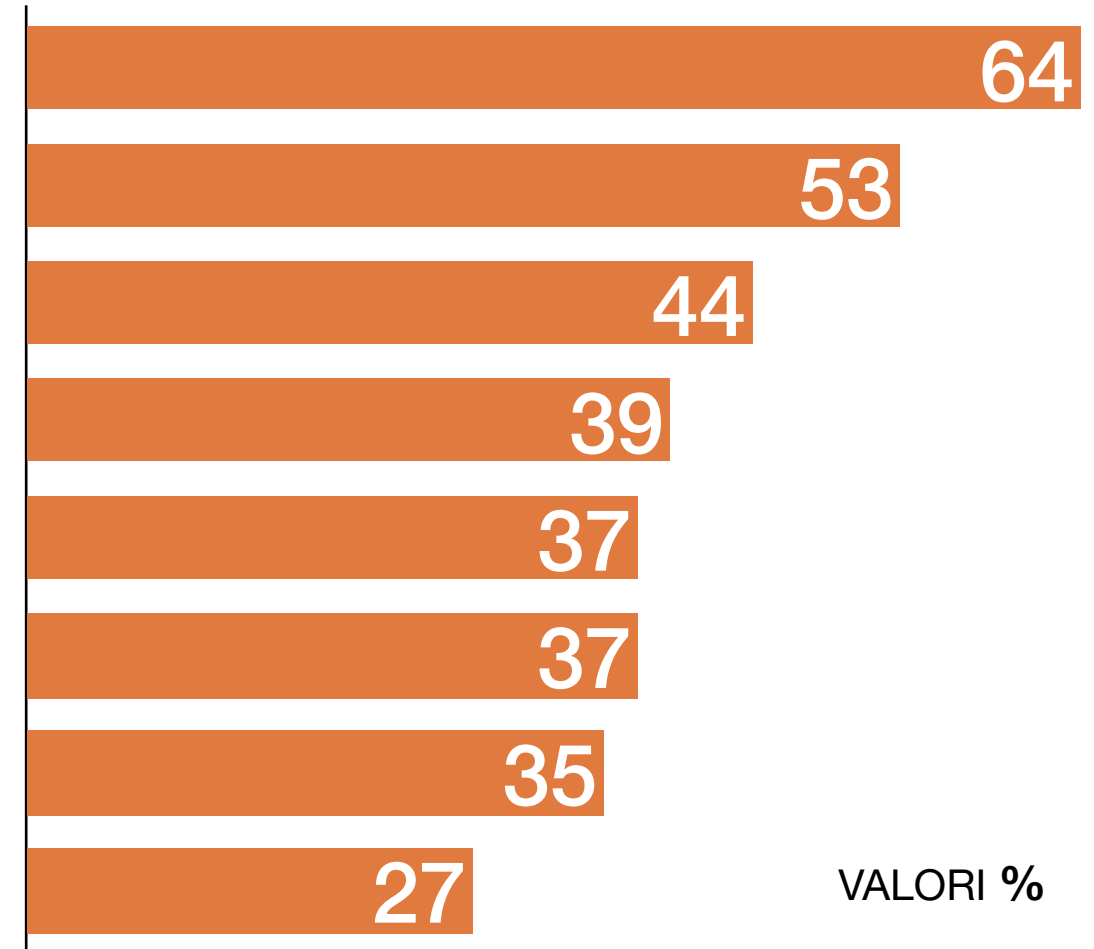
Le nostre priorità

Desideri e passioni

I nostri sentimenti

I nostri timori

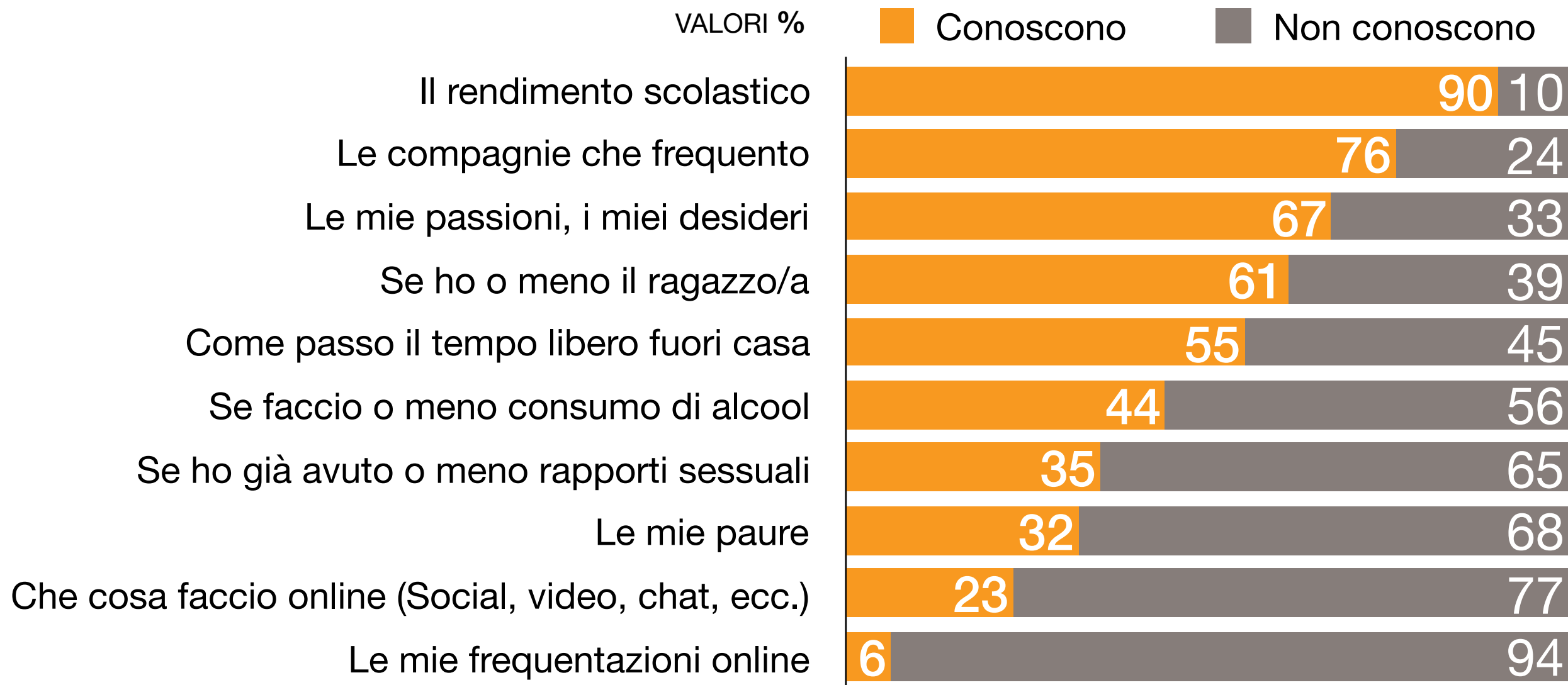
Le nostre abitudini



VALORI %

Più scelte consentite

Che cosa i tuoi genitori conoscono della tua vita?



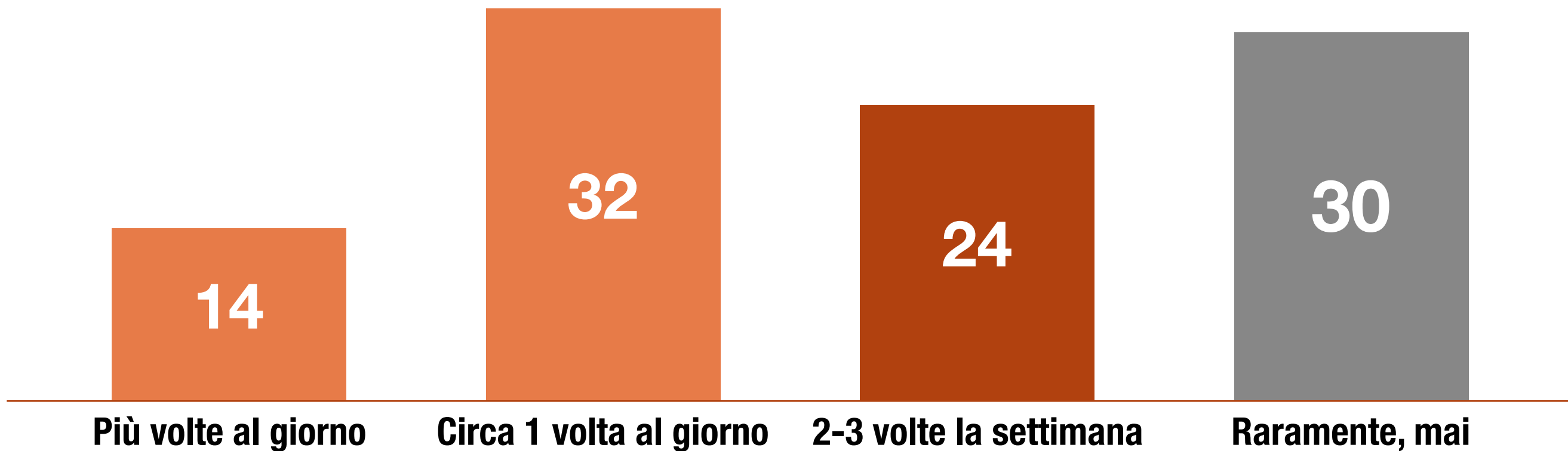
LA “COSA PUBBLICA” E LE ISTITUZIONI

Come si informano

Dinamiche di interesse, impegno e appartenenza

Il vissuto degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

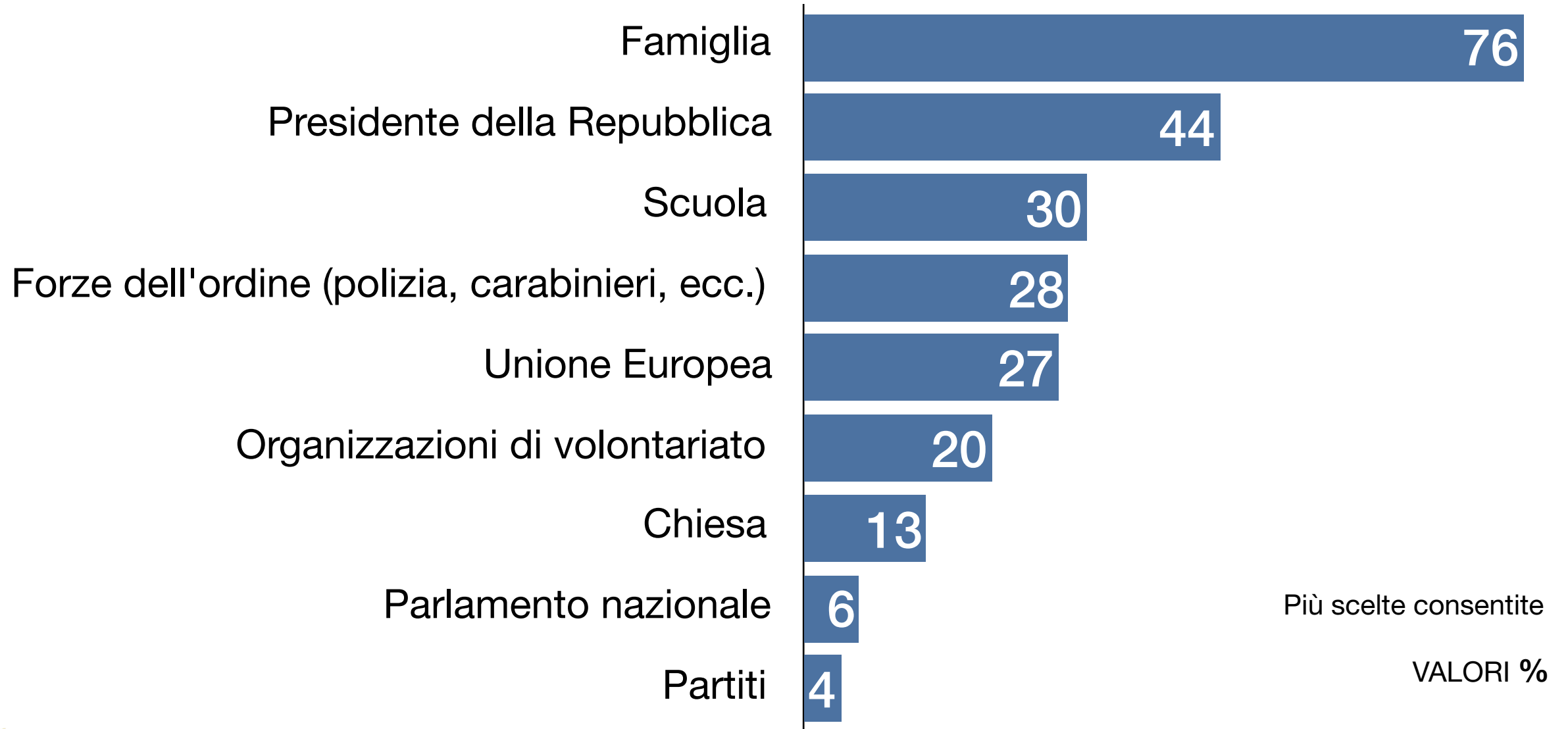
Con quale frequenza di solito ti informi sui fatti di attualità?



Per informarti sull'attualità, quali strumenti utilizzi?



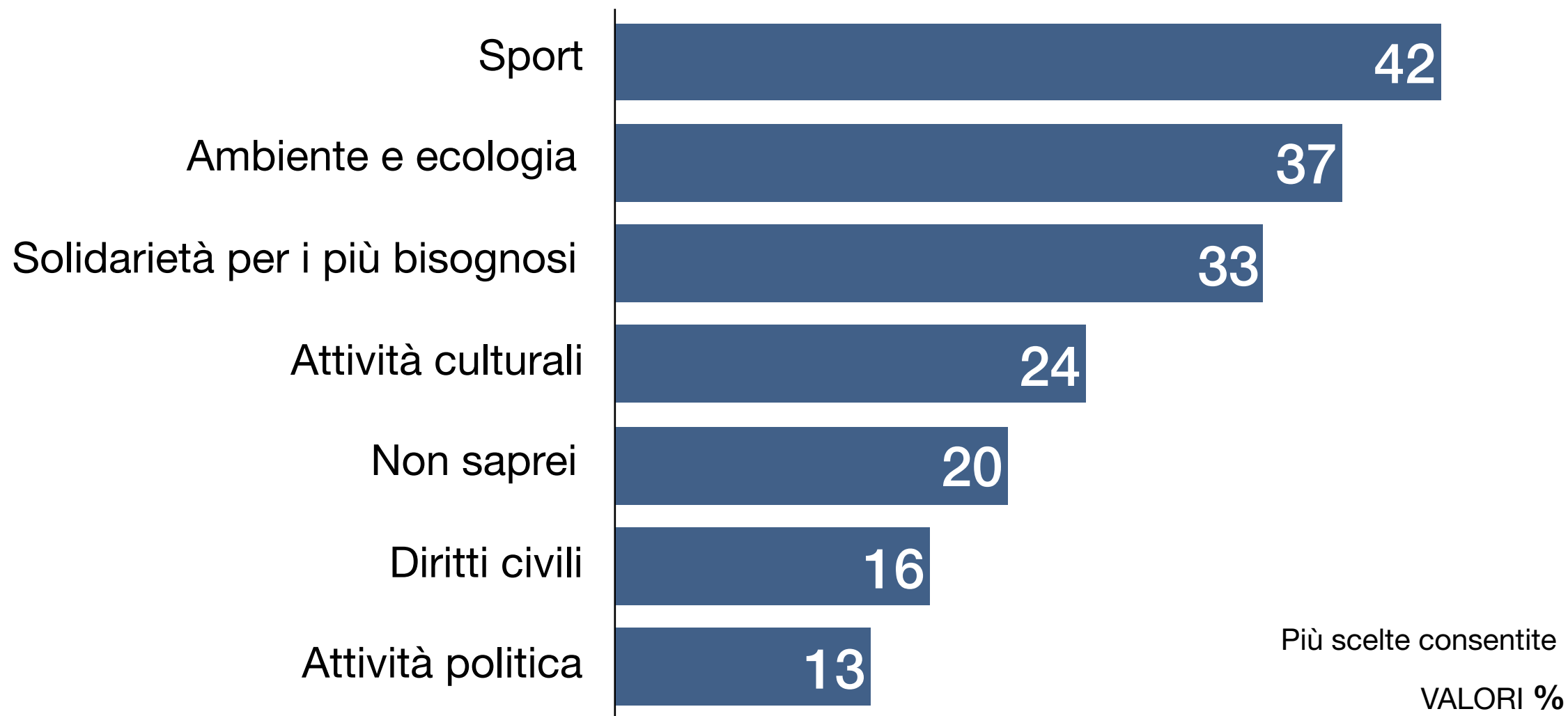
In quali delle seguenti istituzioni ed organizzazioni sociali hai fiducia?



Hai mai partecipato a qualche attività sociale o di volontariato?

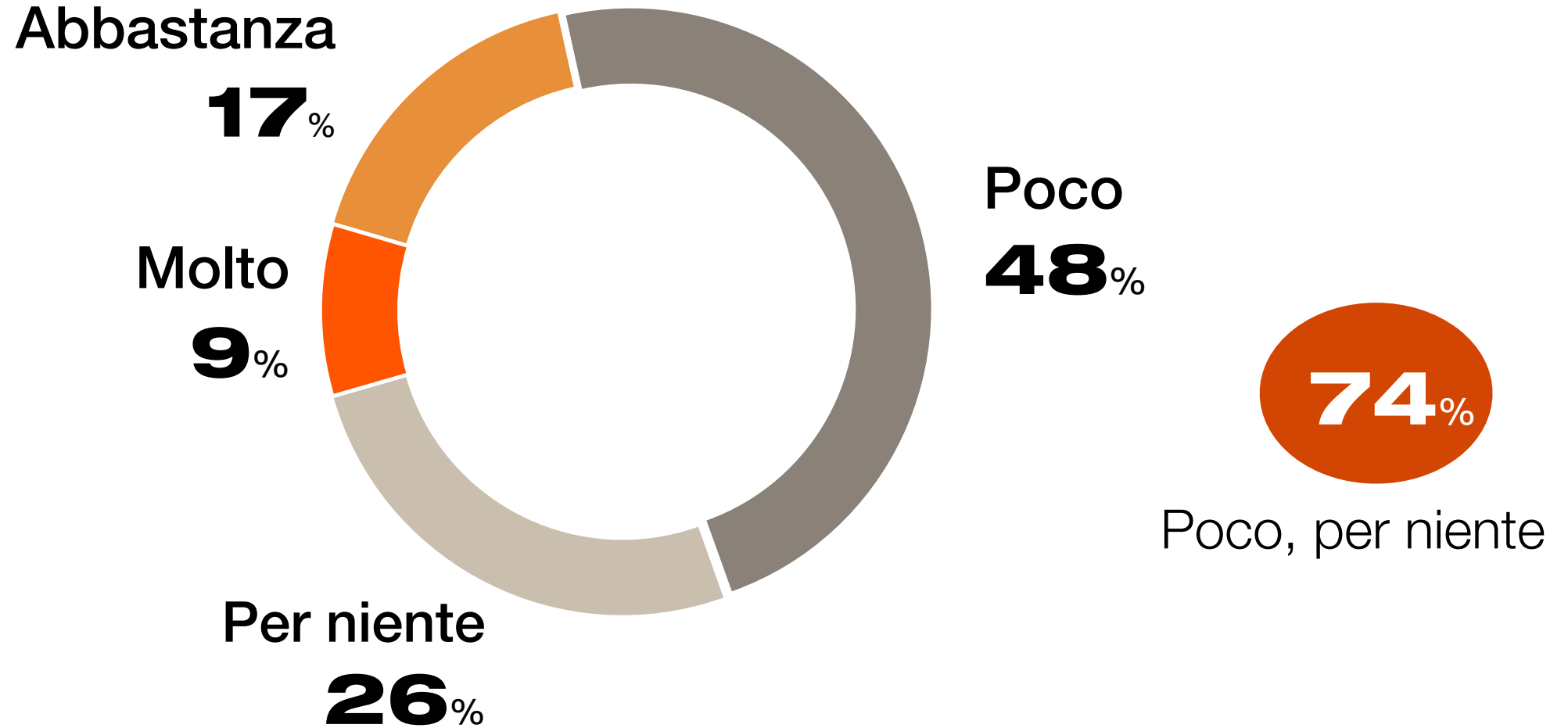


In quale ambito della vita sociale sentiresti di poter dare un contributo?



Indagine Demopolis sugli under 20 per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

La politica ti interessa?

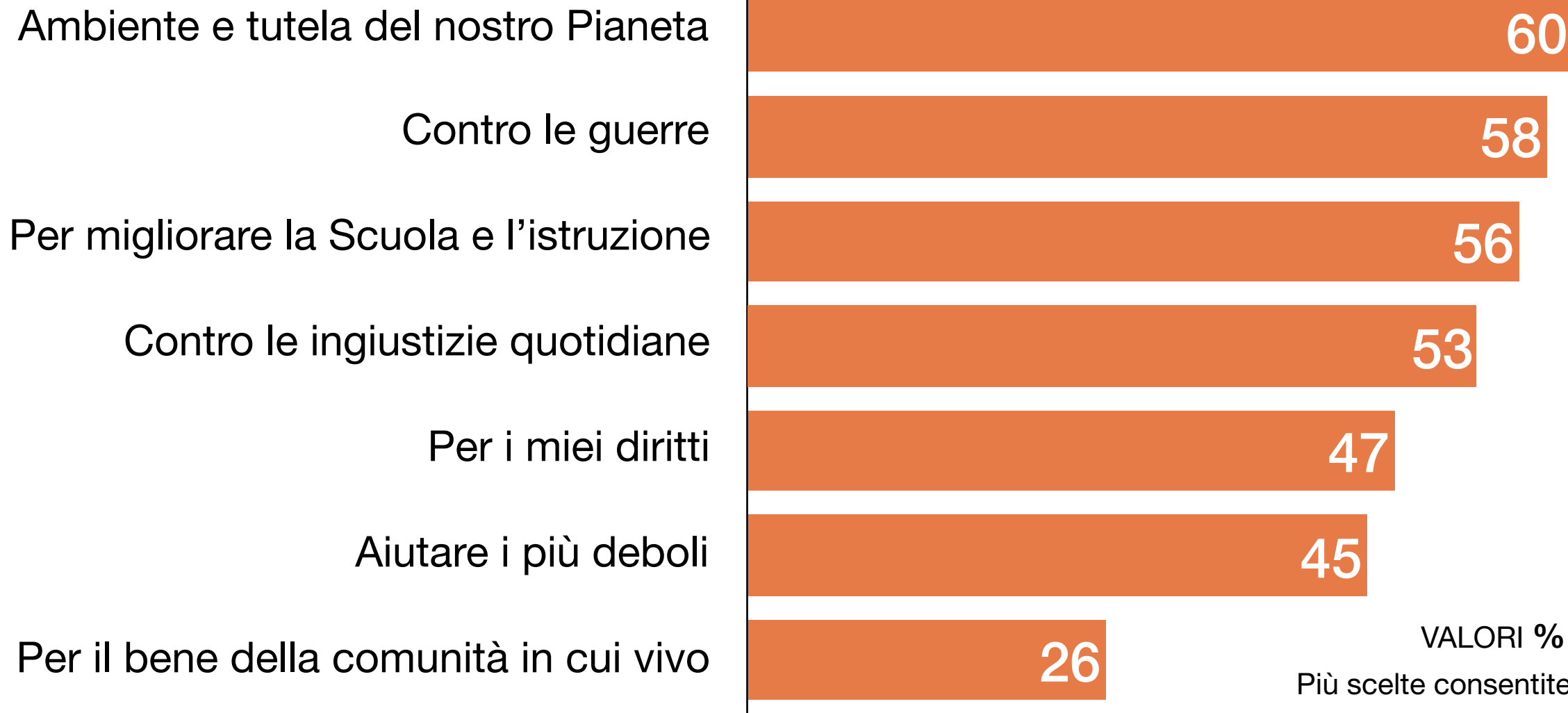


PIANETA TERRA CHIAMA GIOVANI

**Sensibilità ecologiche, temi ambientali più avvertiti,
attese e dimensioni problematiche
in materia di sostenibilità e quotidianità Green**

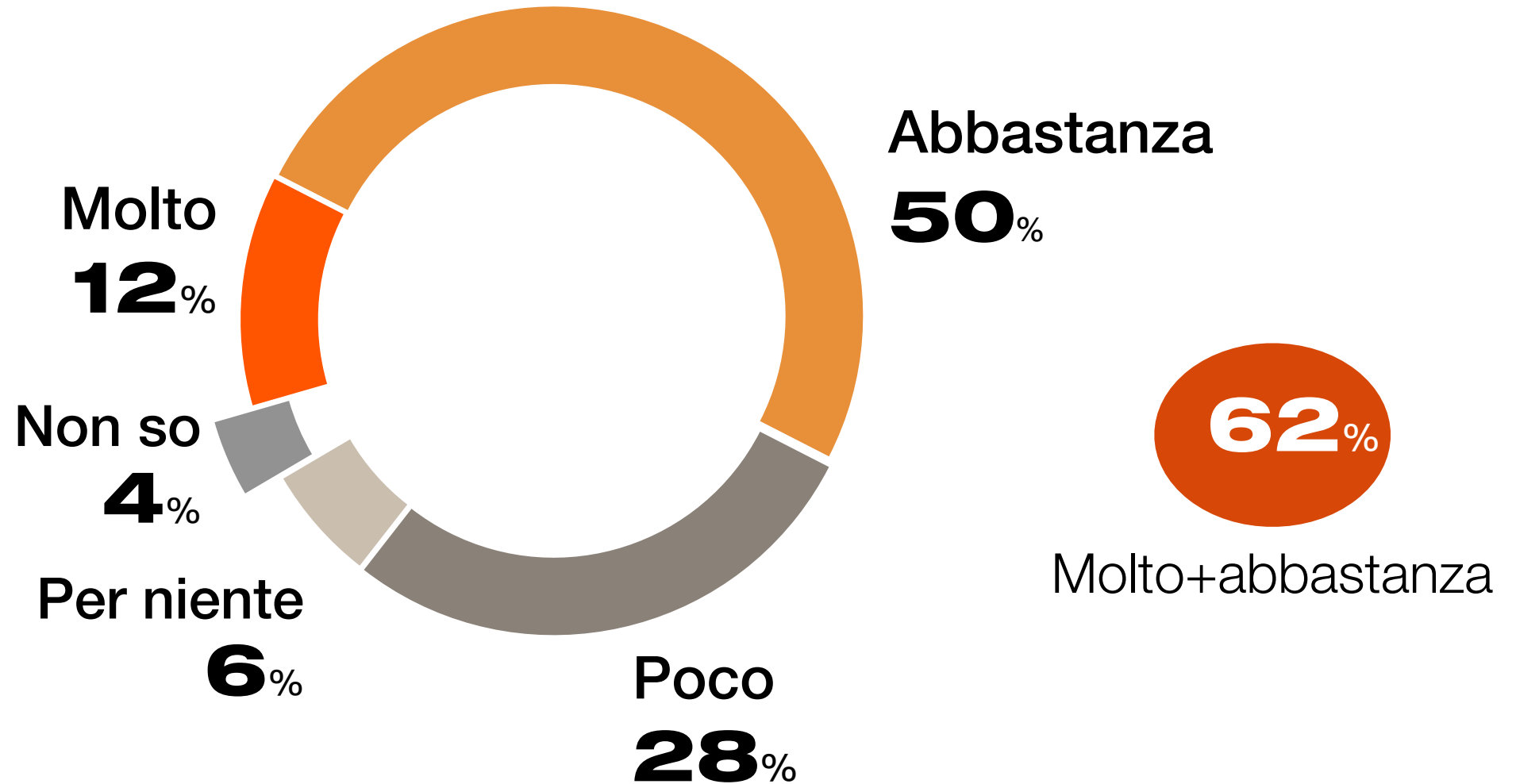
Per quali “battaglie” vale la pena oggi di impegnarsi?

Indagine Demopolis-Fondazione CRL



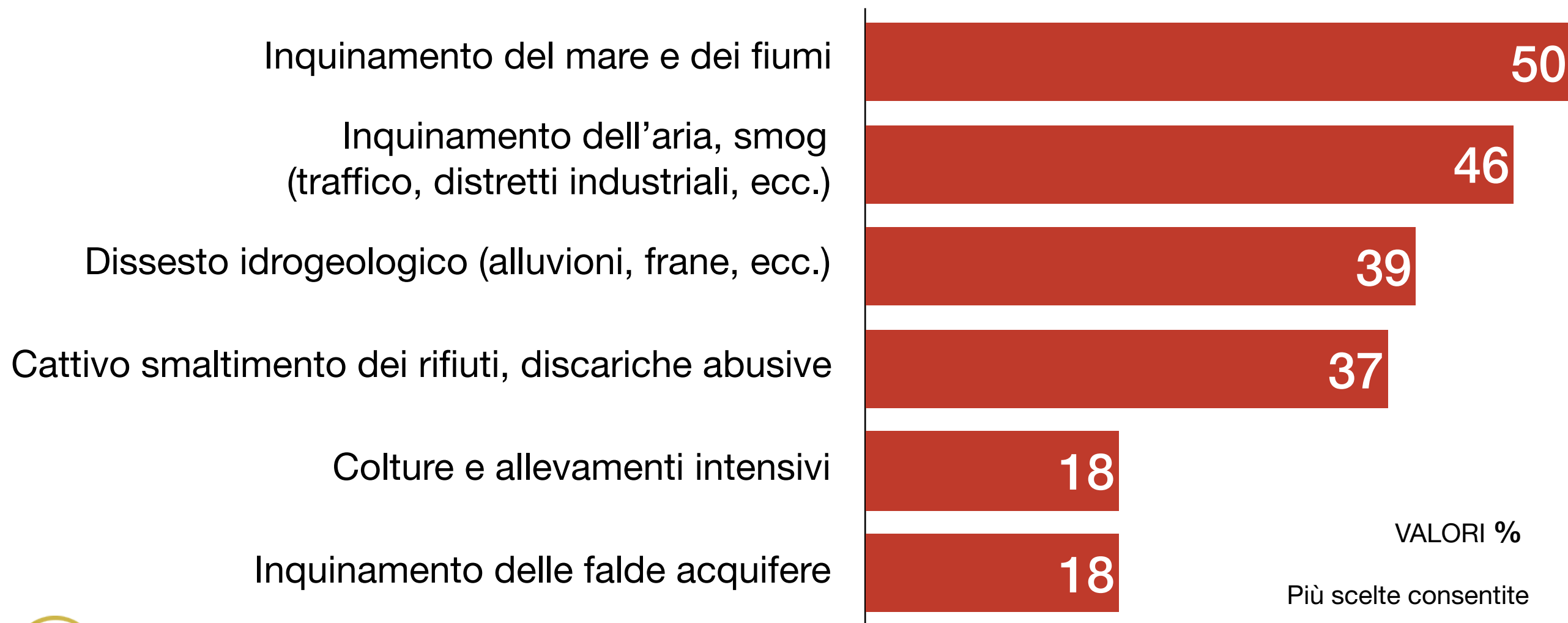
I timori degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

Quanto sei preoccupato per la tutela dell'ambiente della zona in cui vivi?



Indagine dell'Istituto Demopolis tra gli under 20 della provincia di Lucca per la Fondazione CRL

Pensando all'ambiente in Toscana, quali sono le tue principali preoccupazioni?



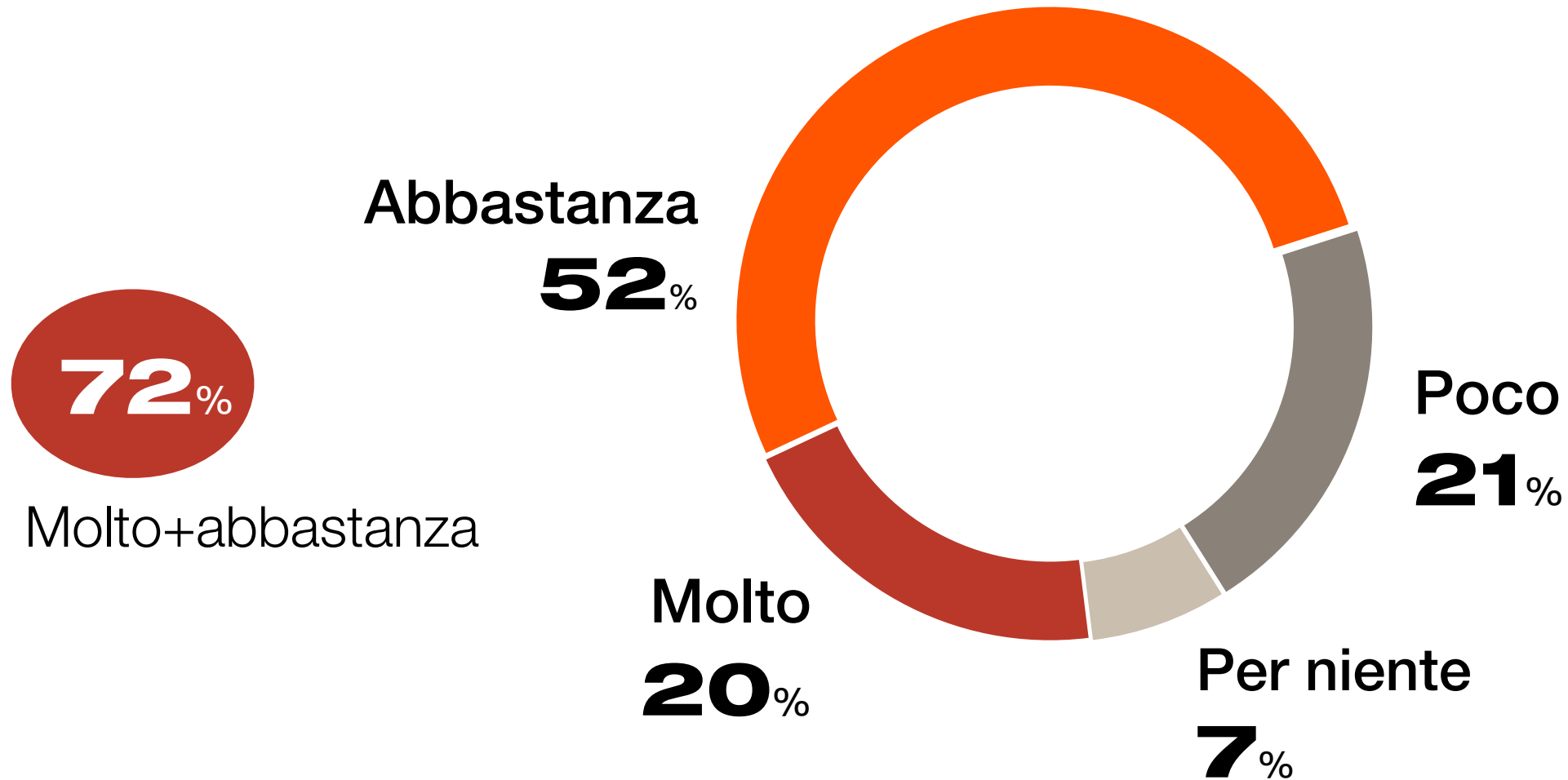
La percezione dei giovani della provincia di Lucca nell'indagine Demopolis-Fondazione CRL

Negli ultimi 3 anni, la tua sensibilità ed attenzione sulle questioni ambientali è:

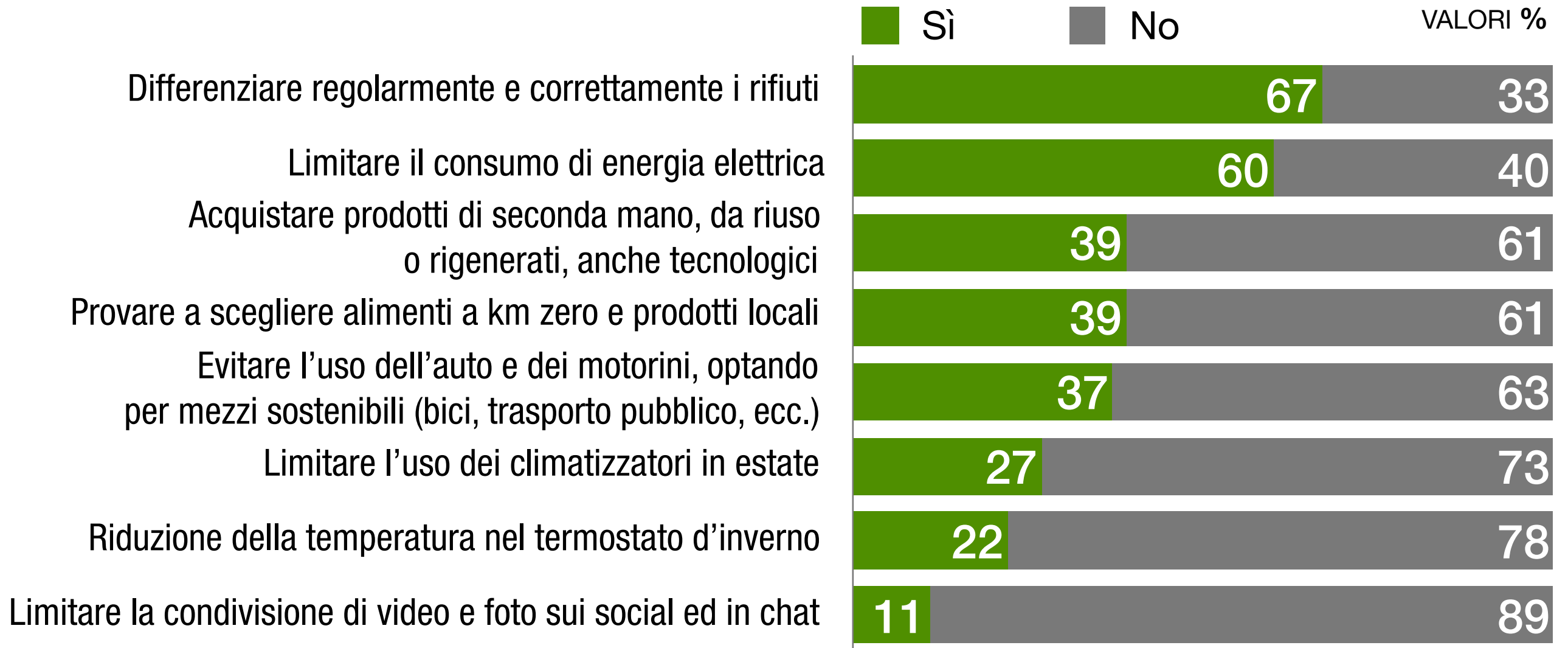


I timori dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Quanto sei preoccupato per gli effetti del cambiamento climatico?

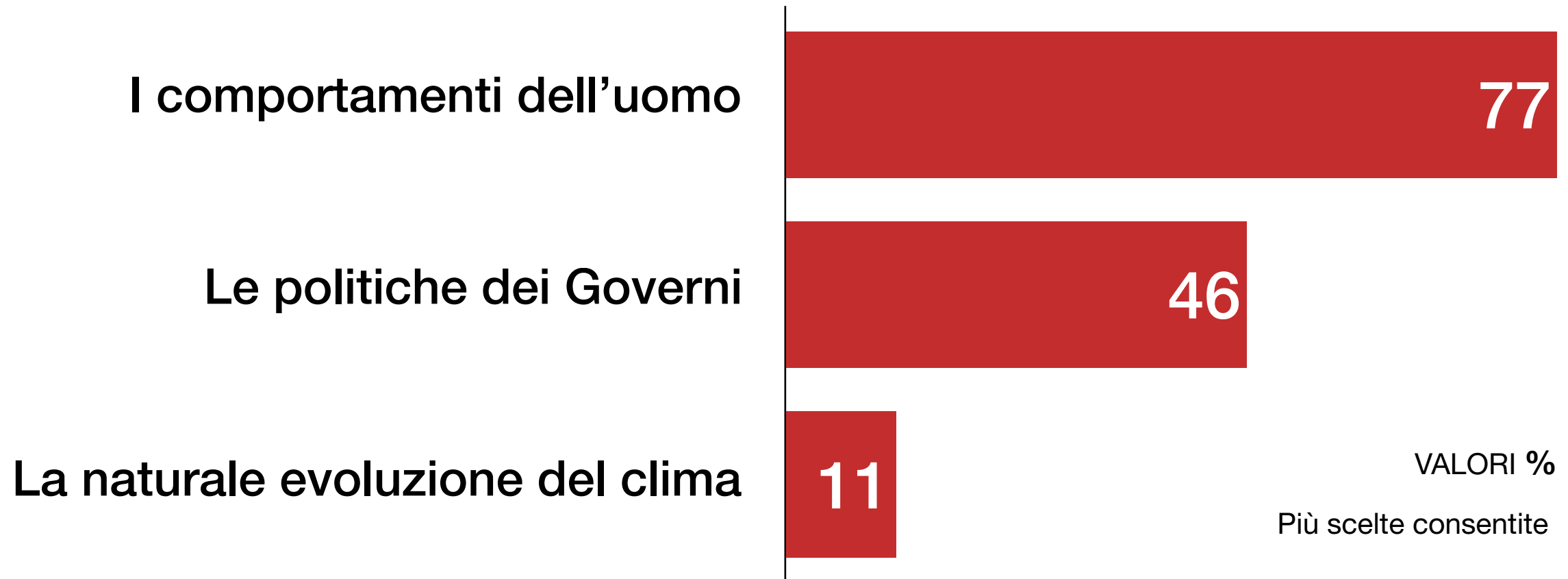


Quali dei seguenti comportamenti potresti realisticamente attuare nella tua vita quotidiana per non aggravare il cambiamento climatico?



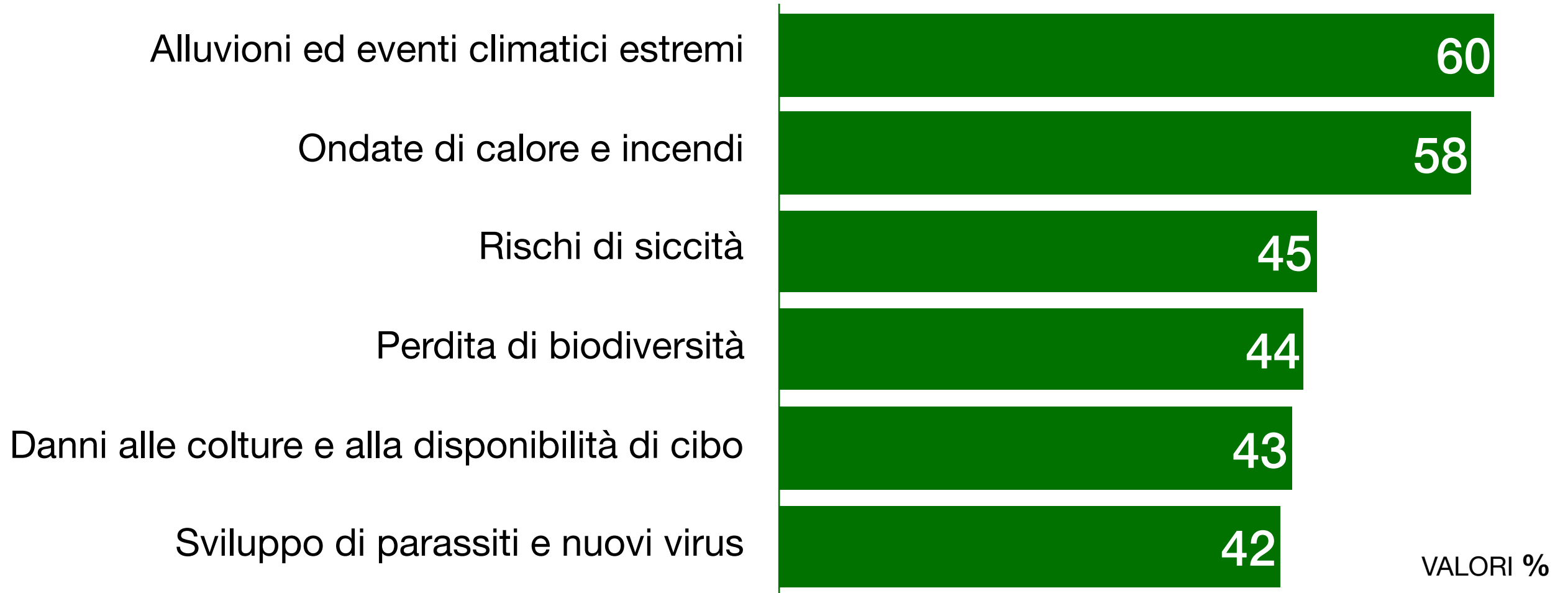
La percezione dei giovani della provincia di Lucca nell'indagine Demopolis-Fondazione CRL

Secondo te, chi ha maggiori responsabilità nel drastico cambiamento climatico e nelle sue conseguenze per l'ambiente?



La percezione dei giovani della provincia di Lucca nell'indagine Demopolis-Fondazione CRL

Che cosa temi maggiormente, pensando agli effetti del cambiamento climatico?

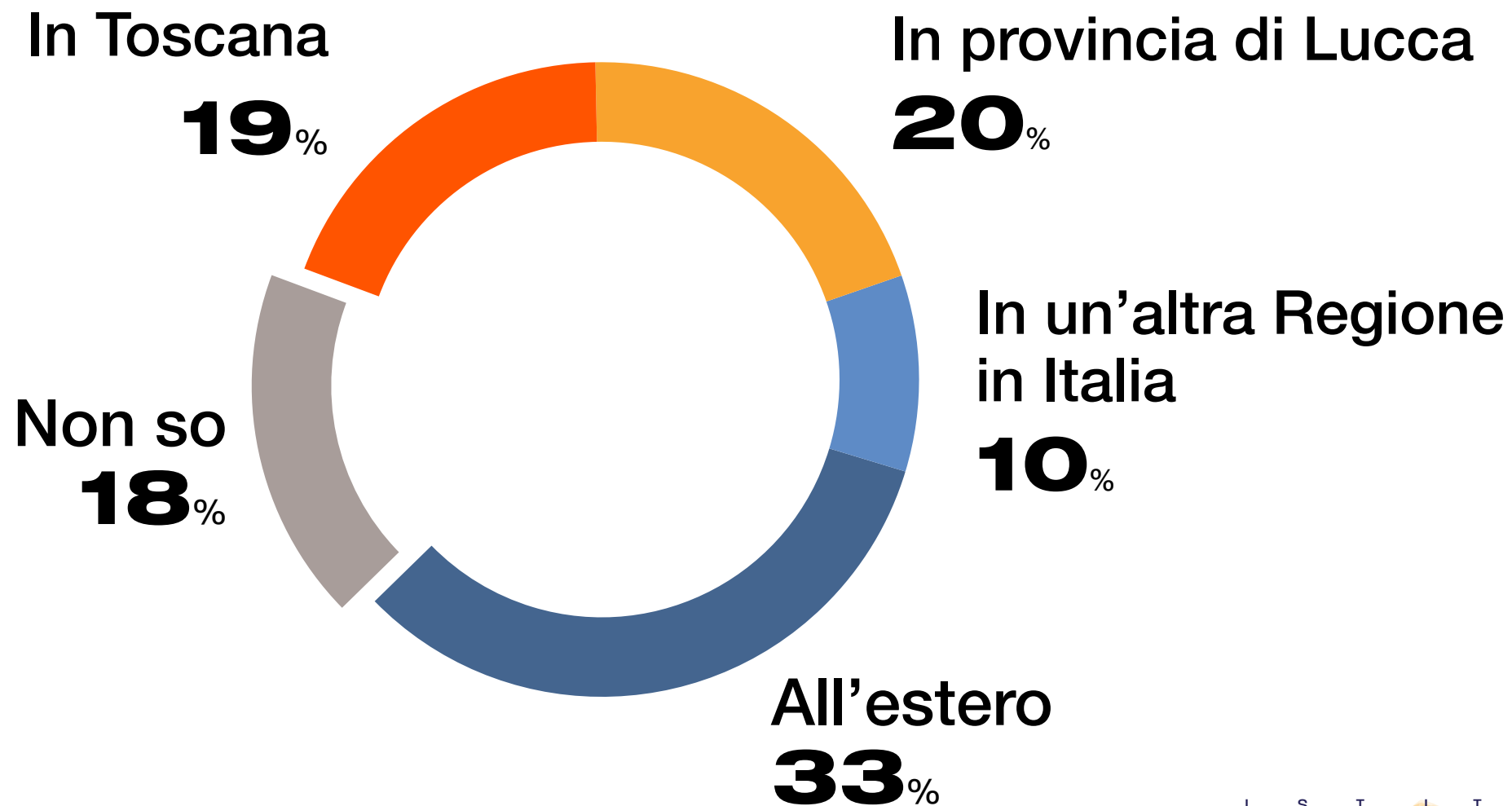


IL FUTURO NELLO SGUARDO DEGLI UNDER 20

**Attese e timori per il futuro personale ed occupazionale
Fabbisogni inevasi di formazione ed orientamento**

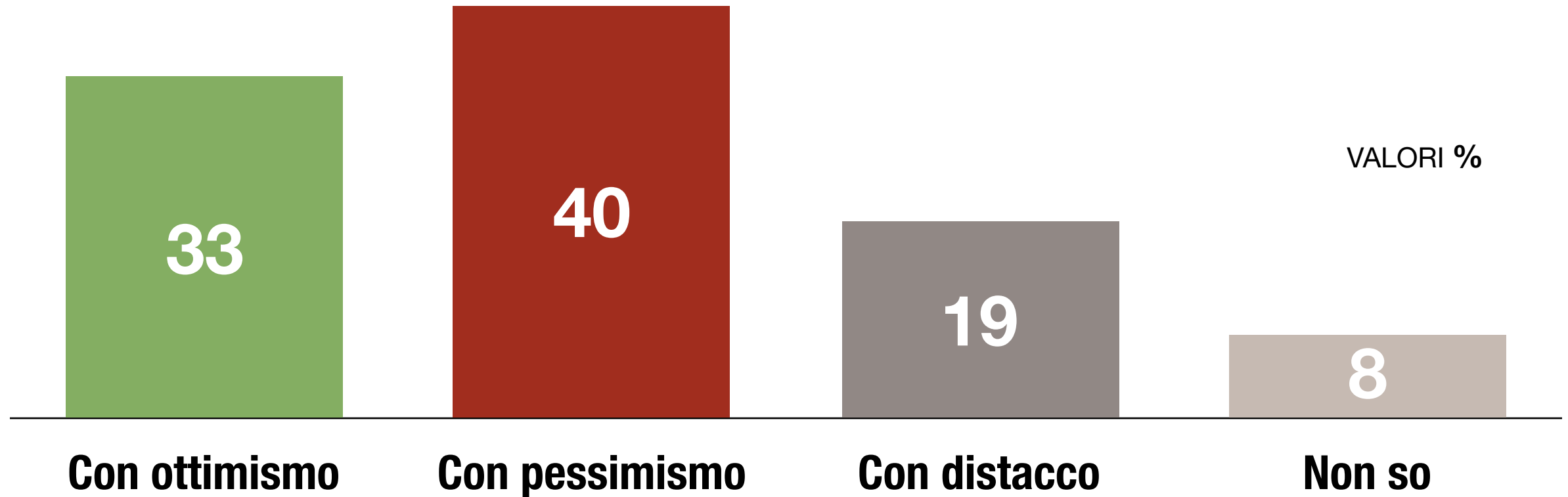
La percezione odierna degli under 20 nell'indagine Demopolis per la Fondazione CRL

Dove immagini che vivrai fra 10 anni?

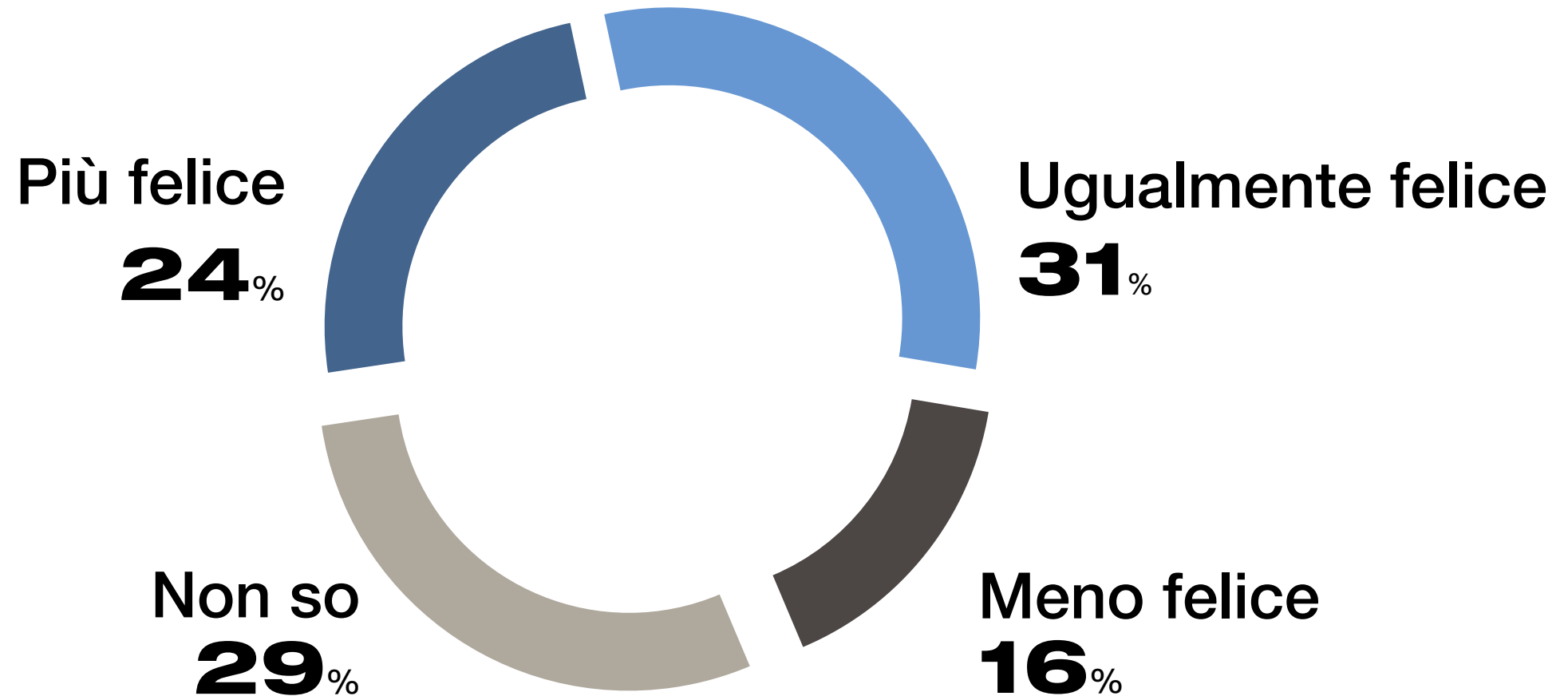


L'opinione dei ragazzi nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

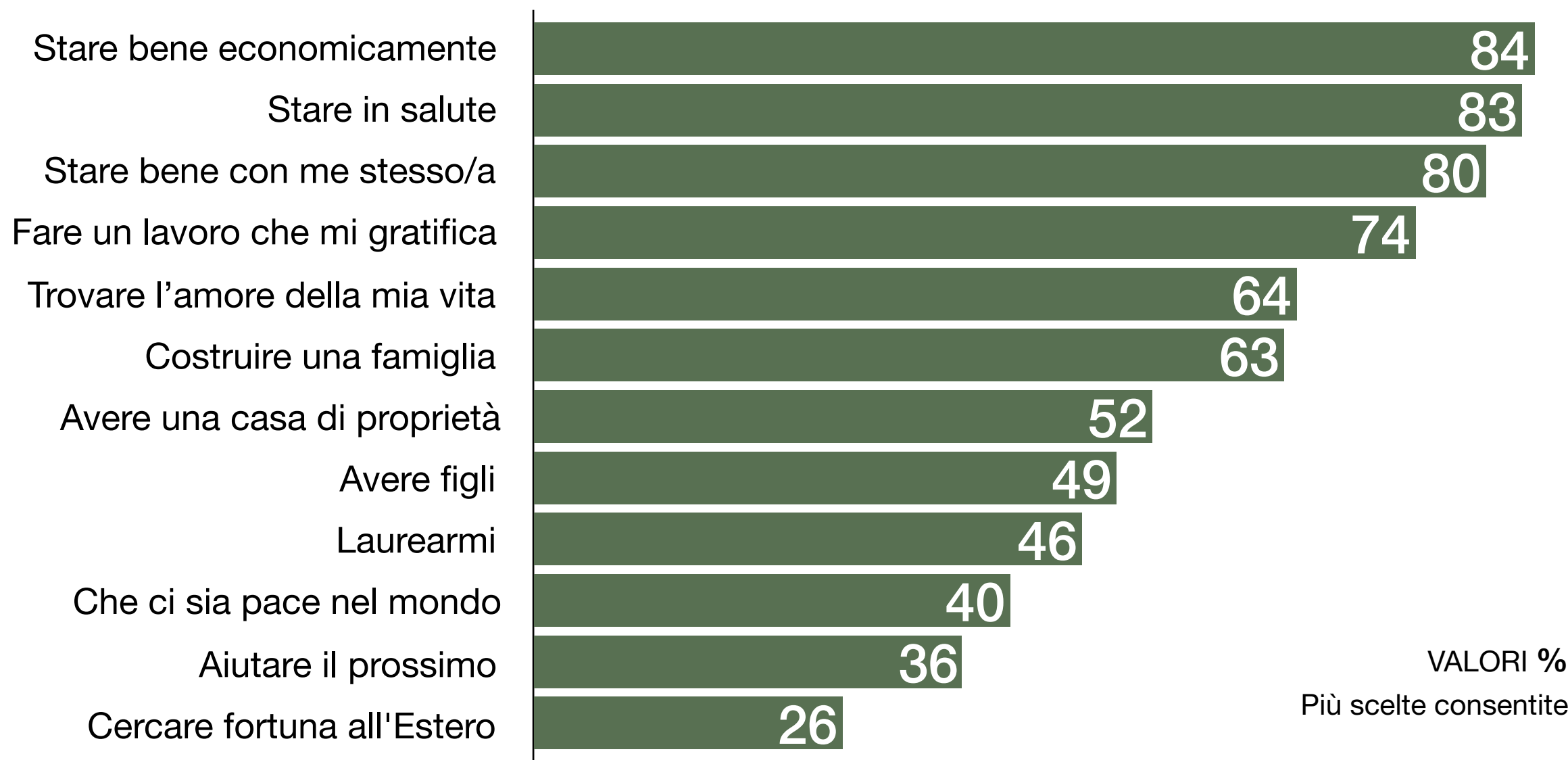
Come vedi oggi, in Italia, il tuo futuro?



Pensi che la tua vita sarà più felice di quella dei tuoi genitori?



Immaginando la tua vita in futuro, quali sono i tuoi desideri più grandi?



VALORI %
Più scelte consentite

Indagine Demopolis-Fondazione CRL

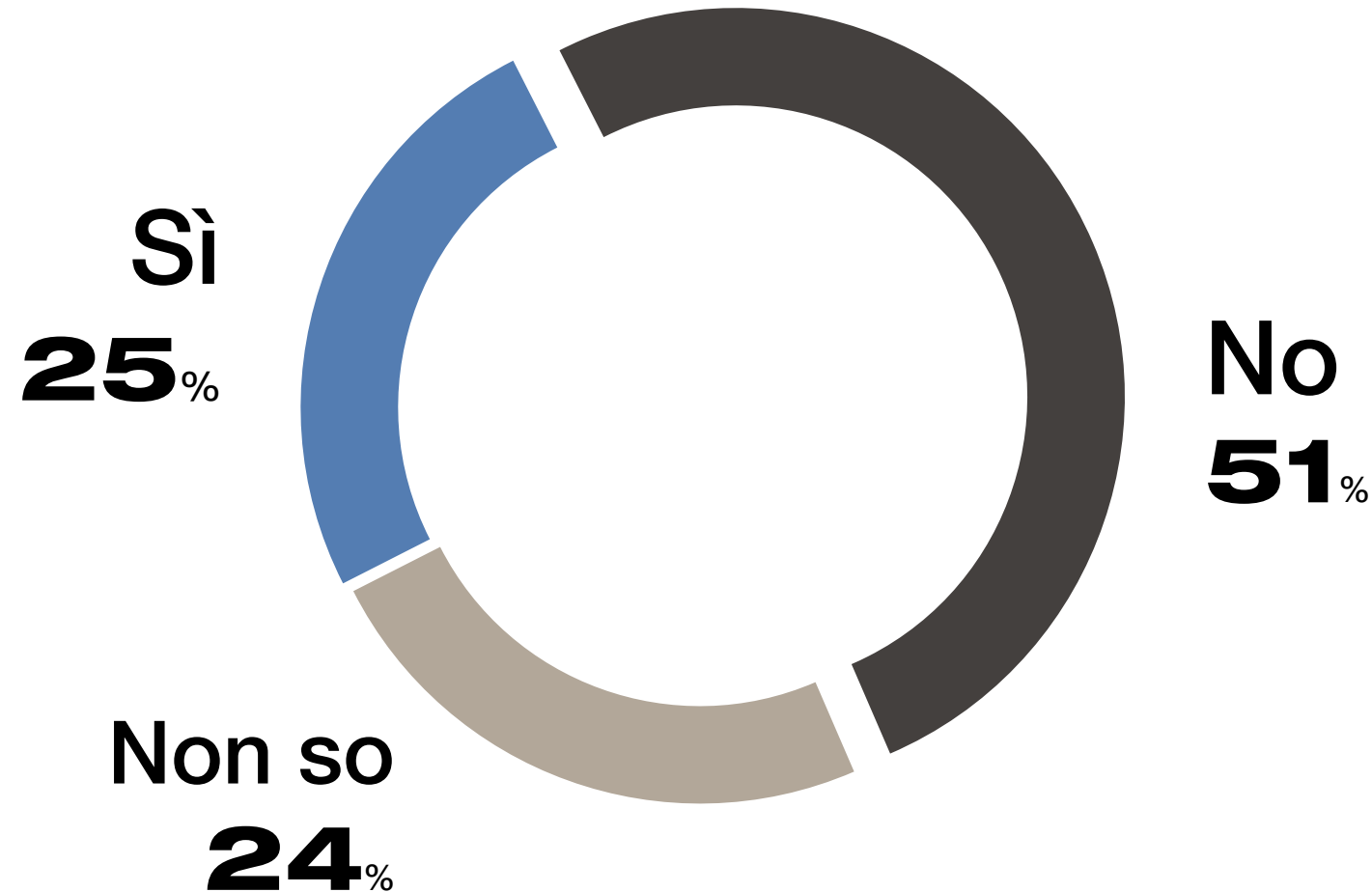
Le cognizioni dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Hai idea di quali siano oggi i settori con maggiori possibilità di inserimento lavorativo?

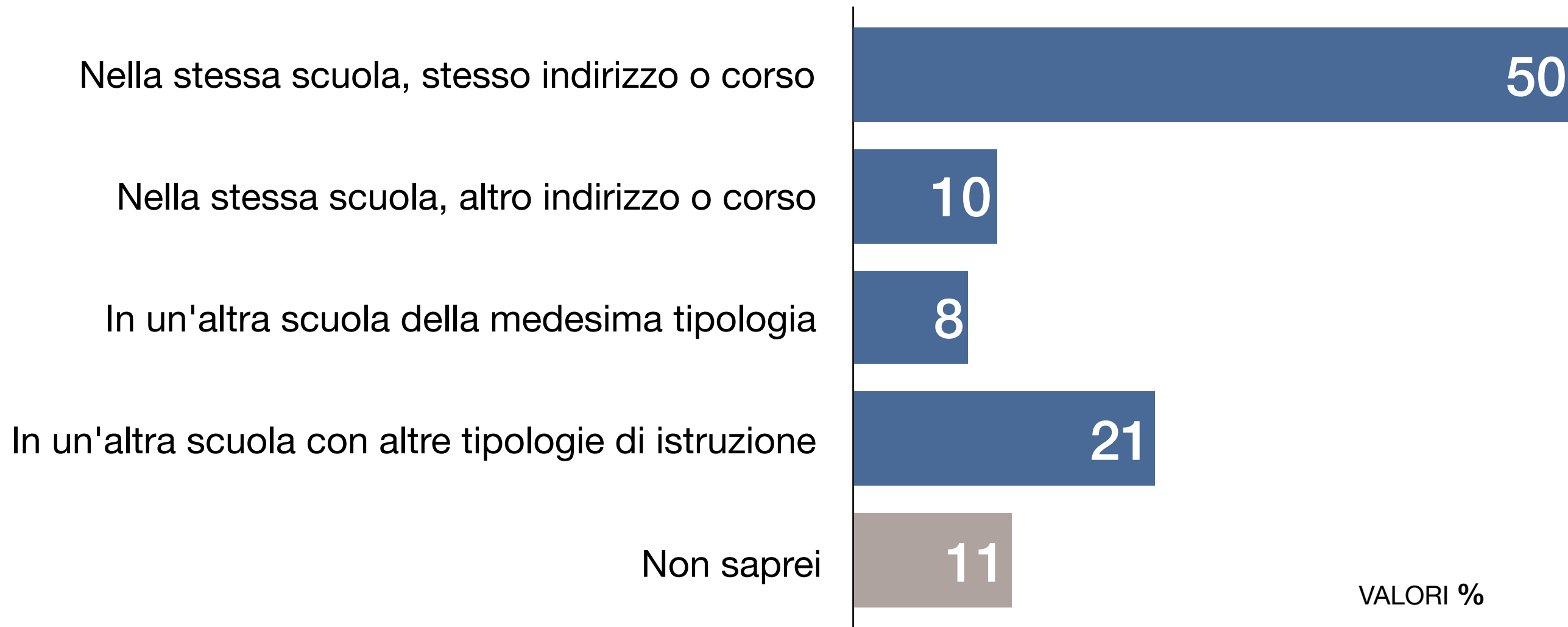


La percezione degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

Ritieni di possedere oggi le informazioni sul mercato del lavoro, necessarie per le tue future scelte professionali o lavorative?



Se potessi tornare indietro, ti iscrivaresti:



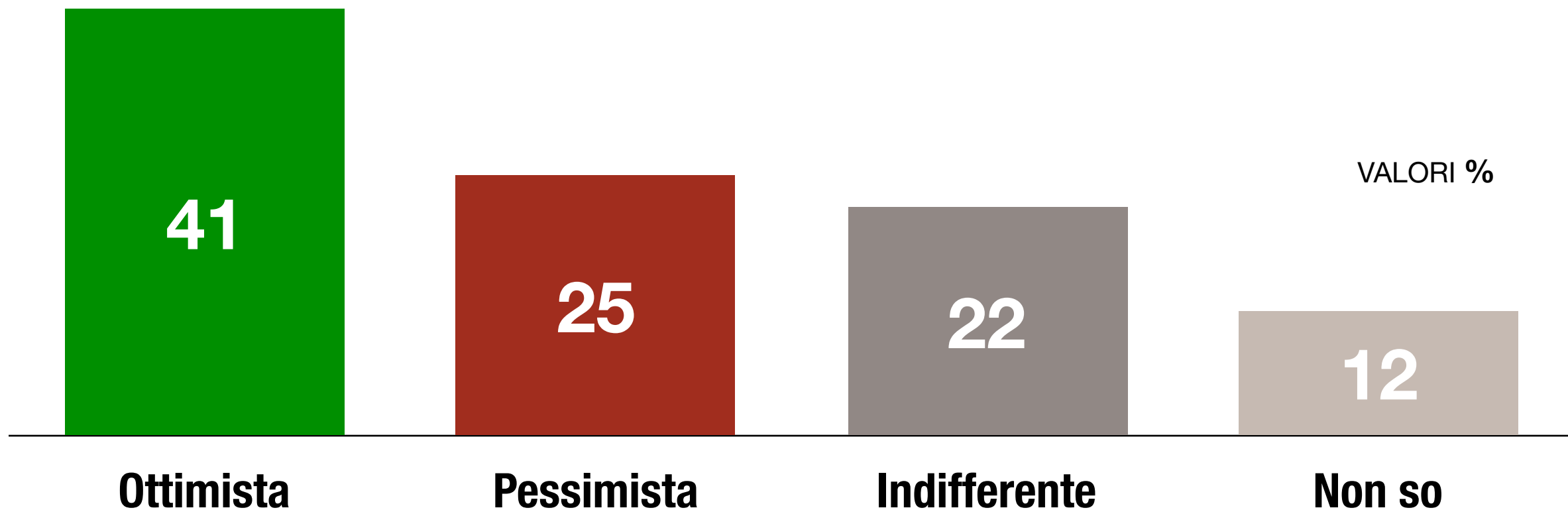
VALORI %

Hai mai partecipato ad attività di orientamento?

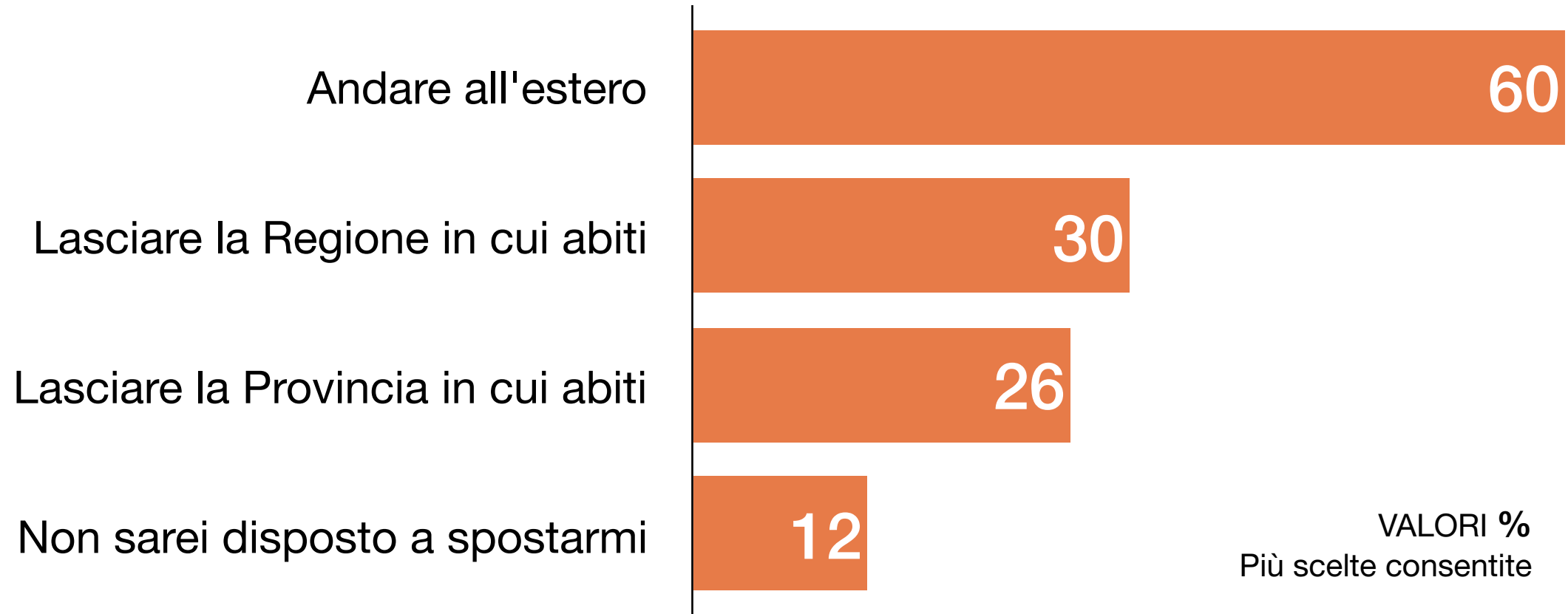


L'opinione dei più giovani nell'indagine Demopolis per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

Pensando al futuro lavorativo, come ti senti?



Per trovare un'occupazione che ti soddisfa, valuteresti la possibilità di:



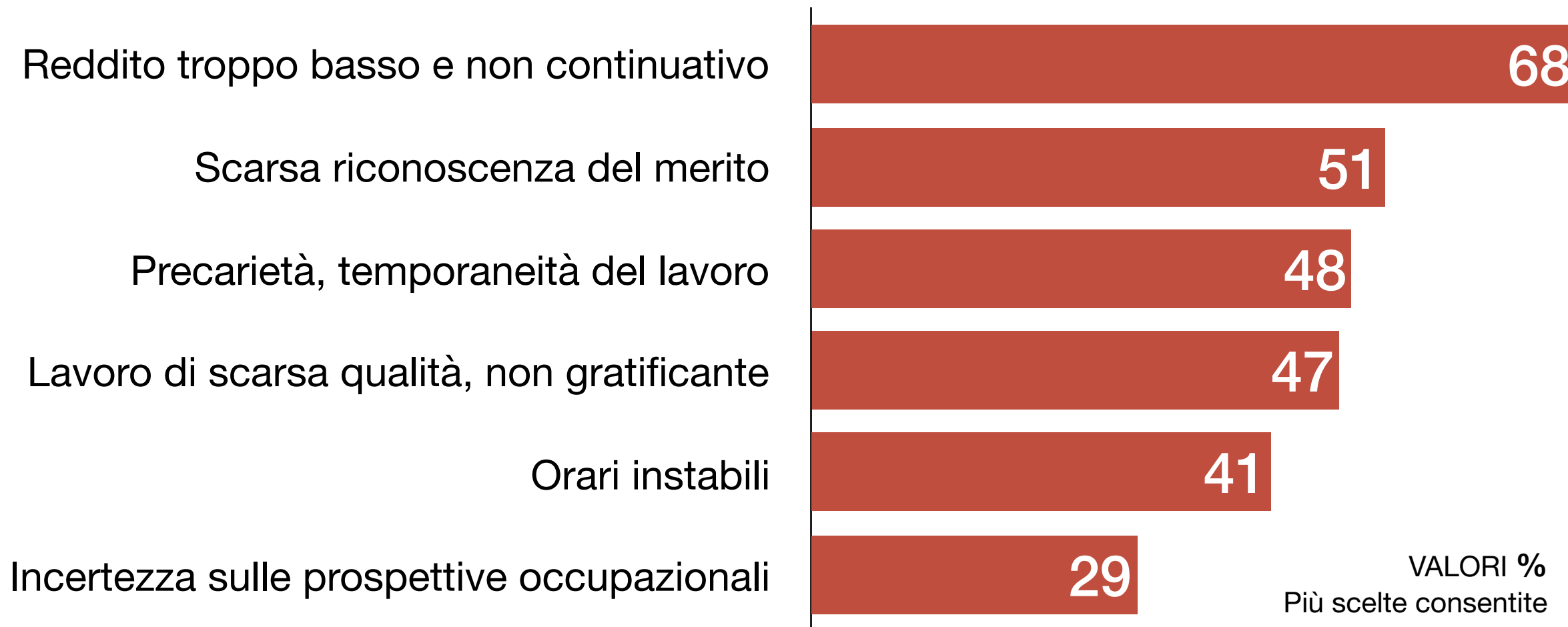
L'opinione degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

Quali, tra i seguenti aspetti, reputi più importante nel lavoro?



L'opinione degli under 20 nell'indagine dell'Istituto Demopolis per la Fondazione CRL

Secondo te, quali sono gli aspetti del mercato del lavoro che creano oggi maggiori difficoltà ai giovani?



TAVOLE DEI RISULTATI DELL'INDAGINE DEMOSCOPICA IN PROVINCIA DI LUCCA

Di quali ambiti, nella tua vita, ti ritieni soddisfatto/a?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Relazioni con i familiari	60,23%	61,43%	59,08%	60,78%	59,41%	61,24%	59,62%
Vita sentimentale	37,97%	39,84%	36,15%	33,77%	44,31%	32,58%	41,26%
Vita scolastica	35,94%	32,70%	39,08%	33,64%	39,41%	33,61%	37,36%
Situazione economica familiare	40,23%	37,78%	42,62%	40,78%	39,41%	39,59%	40,63%
Rapporto con gli amici	72,27%	68,89%	75,54%	72,21%	72,35%	73,81%	71,32%
Rapporto con me stesso/a	44,14%	35,71%	52,31%	41,56%	48,04%	41,65%	45,66%
Tempo libero	45,16%	35,08%	54,92%	46,36%	43,33%	42,06%	47,04%

Quali sono, a tuo avviso, le cose importanti nella vita? (Sì/No)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Lavoro	42,89%	41,43%	44,31%	41,04%	45,69%	41,03%	44,03%
Famiglia	85,16%	86,03%	84,31%	83,51%	87,65%	84,95%	85,28%
Amicizie	85,94%	86,83%	85,08%	85,32%	86,86%	87,63%	84,91%
Amore	67,27%	72,54%	62,15%	64,94%	70,78%	66,80%	67,55%
Benessere psicologico, stare bene con se stessi	83,12%	89,21%	77,23%	81,30%	85,88%	83,51%	82,89%
Carriera e successo personale	54,84%	58,10%	51,69%	55,71%	53,53%	53,40%	55,72%
Cura di sé, bellezza fisica	42,19%	45,24%	39,23%	41,43%	43,33%	40,21%	43,40%
Soldi, ricchezza	43,36%	37,30%	49,23%	47,14%	37,65%	40,41%	45,16%
Fama, notorietà	10,00%	7,30%	12,62%	9,48%	10,78%	5,98%	12,45%
Fede	14,30%	11,59%	16,92%	15,19%	12,94%	15,05%	13,84%
Impegno sociale, volontariato	19,53%	23,02%	16,15%	19,61%	19,41%	22,27%	17,86%
Impegno politico	7,81%	9,84%	5,85%	7,01%	9,02%	9,48%	6,79%
Scuola, istruzione	48,20%	58,89%	37,85%	46,23%	51,18%	55,05%	44,03%
Sport	45,86%	37,14%	54,31%	47,40%	43,53%	45,57%	46,04%
Passioni ed interessi (musica, viaggi, ecc.)	73,98%	78,25%	69,85%	74,42%	73,33%	75,46%	73,08%

In media, quante ore al giorno sei connesso/a online (social network, whatsapp, chat, video, giochi, ecc.)?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Più di 10 ore	26,80%	27,78%	25,86%	26,62%	27,06%	19,18%	31,45%
5-10 ore	43,67%	43,97%	43,38%	41,95%	46,27%	41,24%	45,16%
1-4 ore	27,73%	26,51%	28,92%	29,87%	24,51%	38,14%	21,38%
Raramente, mai	1,80%	1,74%	1,84%	1,56%	2,16%	1,45%	2,01%

Quante volte alla settimana pratichi attività sportive, prescindendo dall'ora di educazione fisica a scuola?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
1 volta	12,42%	15,71%	9,23%	13,51%	10,78%	13,81%	11,57%
2 o 3	25,31%	27,30%	23,38%	26,49%	23,53%	30,93%	21,89%
Più di 3	32,34%	21,11%	43,23%	33,25%	30,98%	30,72%	33,33%
Mai	29,92%	35,87%	24,15%	26,75%	34,71%	24,54%	33,21%

Quante volte alla settimana pratichi attività o laboratori musicali, teatrali, artistici, ecc?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
1 volta	11,25%	12,06%	10,46%	11,69%	10,59%	13,20%	10,06%
2 o 3	10,08%	11,27%	8,92%	10,39%	9,61%	10,72%	9,69%
Più di 3	8,91%	8,10%	9,69%	10,65%	6,27%	7,84%	9,56%
Mai	69,77%	68,57%	70,92%	67,27%	73,53%	68,25%	70,69%

Quanti libri (non scolastici) hai letto nell'ultimo anno?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Nessuno	36,48%	28,41%	44,31%	36,10%	37,06%	32,58%	38,87%
Uno	20,62%	20,32%	20,92%	21,43%	19,41%	19,18%	21,51%
Due-tre	22,11%	24,60%	19,69%	23,12%	20,59%	25,98%	19,75%
Quattro o più	20,78%	26,67%	15,08%	19,35%	22,94%	22,27%	19,87%

Di quali temi ti capita di parlare con gli amici o i compagni? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Fatti accaduti in città, nella zona in cui vivo	69,61%	73,17%	66,15%	69,22%	70,20%	73,20%	67,42%
Disagi, paure	42,27%	52,86%	32,00%	39,74%	46,08%	47,22%	39,25%
Le guerre in corso nel mondo	24,06%	20,48%	27,54%	22,60%	26,27%	27,84%	21,76%
Internet, Social, intelligenza artificiale	53,36%	47,94%	58,62%	53,12%	53,73%	50,93%	54,84%
Studio e scuola	71,17%	81,59%	61,08%	70,13%	72,75%	78,76%	66,54%
Sentimenti, rapporti di coppia, relazioni con amici	78,75%	88,25%	69,54%	77,27%	80,98%	81,86%	76,86%
Temi politici	21,02%	18,73%	23,23%	18,18%	25,29%	23,09%	19,75%
Sessualità	51,95%	49,05%	54,77%	50,91%	53,53%	55,05%	50,06%
Tempo libero, musica, ecc.	54,06%	54,44%	53,69%	54,16%	53,92%	56,91%	52,33%
Sport, calcio	43,05%	25,24%	60,31%	44,81%	40,39%	42,89%	43,14%
Abbigliamento, cura dell'aspetto	59,06%	67,30%	51,08%	59,74%	58,04%	61,44%	57,61%
Salute, rischi di malattie	18,44%	21,75%	15,23%	18,96%	17,65%	18,97%	18,11%

Con quale frequenza di solito ti informi sui fatti di attualità?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Più volte al giorno	13,44%	12,38%	14,46%	13,38%	13,53%	15,26%	12,33%
Circa 1 volta al giorno	31,80%	33,33%	30,31%	29,87%	34,71%	32,37%	31,45%
2-3 volte la settimana	24,38%	25,56%	23,23%	22,99%	26,47%	25,36%	23,77%
Raramente, mai	30,39%	28,73%	32,00%	33,77%	25,29%	27,01%	32,45%

Per informarti sull'attualità, quali strumenti utilizzi? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Guardo un telegiornale nazionale o locale	40,09%	45,71%	34,62%	39,63%	40,78%	47,31%	35,69%
Seguo programmi di informazione in TV	18,01%	18,25%	17,77%	19,04%	16,47%	20,25%	16,65%
Canali e pagine Social (Instagram, TikTok, X, Facebook, etc)	79,09%	80,48%	77,74%	77,18%	81,96%	78,72%	79,32%
Seguo una testata online d'informazione locale	21,69%	20,16%	23,18%	19,82%	24,51%	23,97%	20,30%
Notiziari in radio	12,61%	13,33%	11,90%	11,99%	13,53%	10,95%	13,62%
Leggo un quotidiano nazionale o regionale, anche online	7,67%	7,14%	8,19%	7,17%	8,43%	9,71%	6,43%
Chat (WhatsApp, Telegram, ecc)	43,46%	40,95%	45,90%	41,98%	45,69%	41,53%	44,64%
Seguo canali Youtube o simili	26,47%	16,83%	35,86%	25,68%	27,65%	25,00%	27,36%
Podcast	16,91%	15,08%	18,70%	16,43%	17,65%	15,08%	18,03%
Altri strumenti di informazione online	15,51%	12,70%	18,24%	15,38%	15,69%	15,29%	15,64%

Dove immagini che vivrai fra 10 anni?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
In Toscana	18,98%	16,83%	21,08%	18,96%	19,02%	19,59%	18,62%
In provincia di Lucca	20,00%	20,00%	20,00%	19,48%	20,78%	20,21%	19,87%
In un'altra Regione in Italia	10,39%	10,79%	10,00%	9,74%	11,37%	10,93%	10,06%
All'estero	33,20%	34,76%	31,69%	35,71%	29,41%	30,72%	34,72%
Non so	17,42%	17,62%	17,23%	16,10%	19,41%	18,56%	16,73%

Quali delle seguenti cose ti preoccupa? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Problemi familiari e nel rapporto con i genitori	45,23%	47,30%	43,23%	45,06%	45,49%	40,41%	48,18%
Atti di violenza e prevaricazione, bullismo	26,95%	34,29%	19,85%	25,06%	29,80%	27,84%	26,42%
Problemi con i compagni o amici	34,61%	36,83%	32,46%	36,36%	31,96%	33,20%	35,47%
Rapporti con il partner, problemi sentimentali	34,30%	36,19%	32,46%	32,99%	36,27%	32,99%	35,09%
Dipendenza da Internet, smartphone	23,20%	24,13%	22,31%	24,55%	21,18%	24,12%	22,64%
Il mio futuro	69,84%	78,10%	61,85%	68,05%	72,55%	69,48%	70,06%
Andamento a scuola	45,47%	51,59%	39,54%	50,78%	37,45%	48,04%	43,90%
Le guerre nel mondo	32,66%	38,25%	27,23%	31,30%	34,71%	36,29%	30,44%
La crisi climatica e ambientale	30,00%	31,43%	28,62%	28,57%	32,16%	27,42%	31,57%
Solitudine	40,00%	46,67%	33,54%	40,91%	38,63%	40,41%	39,75%
Salute fisica o mentale	57,89%	63,81%	52,15%	58,96%	56,27%	56,08%	58,99%

Come vedi oggi, in Italia, il tuo futuro?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Con ottimismo	32,97%	32,06%	33,85%	30,26%	37,06%	26,60%	36,86%
Con pessimismo	39,92%	42,86%	37,08%	38,57%	41,96%	44,33%	37,23%
Con distacco	19,14%	17,14%	21,08%	22,08%	14,71%	17,94%	19,87%
Non so	7,97%	7,94%	8,00%	9,09%	6,27%	11,13%	6,04%

Cosa fai, di solito, nel tempo libero? (Più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Faccio sport	57,73%	50,00%	65,23%	60,52%	53,53%	57,53%	57,86%
Leggo	23,91%	31,43%	16,62%	22,60%	25,88%	24,74%	23,40%
Vado al cinema, teatro, concerti	18,12%	21,75%	14,62%	16,23%	20,98%	20,62%	16,60%
Guardo la TV	48,20%	52,86%	43,69%	50,52%	44,71%	49,28%	47,55%
Guardo video su Youtube, ecc.	54,06%	39,52%	68,15%	55,32%	52,16%	54,43%	53,84%
Mi informo online (siti, applicazioni, podcast, ecc)	19,69%	18,10%	21,23%	17,66%	22,75%	19,79%	19,62%
Ascolto musica	80,23%	85,40%	75,23%	79,48%	81,37%	82,27%	78,99%
Faccio shopping	32,27%	45,87%	19,08%	30,78%	34,51%	33,81%	31,32%
Guardo o condivido contenuti (video, foto, ecc.) sui Social	44,84%	46,51%	43,23%	45,58%	43,73%	37,53%	49,31%
Chatto con amici e conoscenti	68,59%	74,76%	62,62%	69,22%	67,65%	68,25%	68,81%
Videogiochi	38,83%	15,56%	61,38%	42,73%	32,94%	34,85%	41,26%
Incontro amici	72,50%	75,24%	69,85%	71,43%	74,12%	75,67%	70,57%
Frequento bar, pub	23,67%	24,44%	22,92%	18,31%	31,76%	22,47%	24,40%
Vado in discoteca	37,73%	43,02%	32,62%	35,45%	41,18%	36,70%	38,36%
Suono uno strumento	13,12%	12,70%	13,54%	14,81%	10,59%	12,37%	13,58%
Lavoro per arrotondare la paghetta settimanale	11,64%	10,32%	12,92%	8,57%	16,27%	9,07%	13,21%

A tuo avviso, le opportunità di divertirsi o incontrare gli amici nella città in cui vivi sono:

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Sufficienti	56,80%	50,48%	62,92%	58,31%	54,51%	53,81%	58,62%
Insufficienti	34,92%	40,16%	29,85%	32,86%	38,04%	39,38%	32,20%
Non so	8,28%	9,37%	7,23%	8,83%	7,45%	6,80%	9,18%

In quali posti ti piacerebbe trascorrere il tuo tempo libero nel luogo in cui vivi?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Luoghi sicuri in cui incontrarsi con gli amici o fare nuove amicizie	70,00%	74,76%	65,38%	69,09%	71,37%	73,20%	68,05%
Discoteche e pub	47,73%	53,33%	42,31%	46,10%	50,20%	48,25%	47,42%
Cinema, teatro, altri luoghi di intrattenimento	29,30%	34,92%	23,85%	28,31%	30,78%	31,13%	28,18%
Spazi culturali in cui praticare un hobby o una passione (musica, teatro, ecc.)	21,41%	22,06%	20,77%	20,78%	22,35%	23,71%	20,00%
Centri di aggregazione, associazioni	11,56%	13,17%	10,00%	11,17%	12,16%	14,23%	9,94%
Luoghi (preferibilmente pubblici) dove poter praticare sport	34,22%	25,71%	42,46%	36,23%	31,18%	31,13%	36,10%
Non so	8,44%	6,35%	10,46%	8,44%	8,43%	6,39%	9,69%

Quanto ti senti sicuro/a nel luogo in cui vivi?

Molto	19,45%
Abbastanza	55,78%
Poco	21,64%
Per niente	3,12%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
10,79%	27,85%	20,78%	17,45%	17,94%	20,38%
59,37%	52,31%	55,19%	56,67%	63,09%	51,32%
26,35%	17,08%	21,56%	21,76%	17,11%	24,40%
3,49%	2,77%	2,47%	4,12%	1,86%	3,90%

Quando sei fuori casa nel tuo tempo libero, che cosa ti preoccupa? (più scelte consentite)

Essere vittima di molestie, violenza o bullismo	48,05%
Avere un incidente in moto/auto	39,30%
Il fastidio di dover rispettare gli orari di rientro a casa	21,80%
Essere a disagio con i coetanei	30,00%
Consumo di alcool	7,42%
Circolazione di droghe	12,42%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
75,40%	21,54%	47,27%	49,22%	52,37%	45,41%
40,63%	38,00%	38,18%	40,98%	41,44%	37,99%
18,10%	25,38%	23,38%	19,41%	21,03%	22,26%
38,73%	21,54%	30,26%	29,61%	30,72%	29,56%
5,87%	8,92%	7,53%	7,25%	7,42%	7,42%
12,06%	12,77%	12,08%	12,94%	11,96%	12,70%

Quando hai un problema con chi parli preferibilmente? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Genitori	40,25%	43,97%	36,63%	39,77%	40,98%	41,12%	39,72%
Nonni, zii, altri familiari	7,44%	9,05%	5,87%	7,95%	6,67%	7,23%	7,57%
Fratelli, sorelle	17,70%	18,10%	17,31%	18,25%	16,86%	17,98%	17,53%
Partner (il ragazzo, la ragazza)	28,58%	33,97%	23,34%	22,43%	37,84%	28,51%	28,63%
Amici o compagni (di presenza o in chat)	67,58%	67,30%	67,85%	67,41%	67,84%	67,77%	67,47%
Sconosciuti in Rete (Social, chat)	2,98%	1,90%	4,02%	2,87%	3,14%	2,07%	3,53%
Insegnanti	5,25%	4,44%	6,03%	5,48%	4,90%	6,61%	4,41%
Psicologo	10,57%	13,97%	7,26%	8,74%	13,33%	9,50%	11,22%
Con nessuno	13,39%	11,90%	14,84%	14,86%	11,18%	13,64%	13,24%

Si dice che oggi gli adulti capiscono sempre meno i ragazzi. A tuo avviso è:

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Vero	61,33%	63,33%	59,38%	61,69%	60,78%	60,21%	62,01%
Falso	25,31%	23,49%	27,08%	24,29%	26,86%	24,54%	25,79%
Non so	13,36%	13,17%	13,54%	14,03%	12,35%	15,26%	12,20%

Che cosa non capiscono, a tuo avviso, gli adulti dei ragazzi della tua età? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Le nostre priorità	38,52%	38,57%	38,46%	38,96%	37,84%	37,32%	39,25%
Desideri e passioni	37,03%	35,87%	38,15%	38,57%	34,71%	33,81%	38,99%
Il nostro rapporto con la Rete e i social network	44,22%	42,22%	46,15%	45,58%	42,16%	40,21%	46,67%
Quello che pensiamo, le nostre idee	53,12%	59,68%	46,77%	53,64%	52,35%	52,78%	53,33%
Le nostre abitudini	27,11%	22,06%	32,00%	27,66%	26,27%	23,92%	29,06%
I nostri timori	35,47%	45,08%	26,15%	33,12%	39,02%	38,56%	33,58%
I nostri sentimenti	36,80%	45,87%	28,00%	35,84%	38,24%	35,46%	37,61%
Che viviamo in un periodo storico diverso dal loro	63,59%	67,46%	59,85%	60,78%	67,84%	63,30%	63,77%
Non so	7,58%	4,92%	10,15%	8,57%	6,08%	7,63%	7,55%

Che cosa i tuoi genitori conoscono della tua vita? (Conoscono - Non conoscono)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Le mie passioni, i miei desideri	67,42%	67,30%	67,54%	69,09%	64,90%	68,25%	66,92%
Le mie paure	32,11%	36,35%	28,00%	32,34%	31,76%	34,43%	30,69%
Le compagnie che frequento	75,55%	80,16%	71,08%	74,42%	77,25%	79,38%	73,21%
Che cosa faccio online (Social, giochi, video, chat, ecc.)	23,28%	25,08%	21,54%	23,77%	22,55%	26,39%	21,38%
Come passo il tempo libero fuori casa	54,92%	58,57%	51,38%	53,12%	57,65%	60,21%	51,70%
Il rendimento scolastico	89,92%	91,59%	88,31%	90,13%	89,61%	90,10%	89,81%
Se ho o meno il ragazzo/a	61,09%	70,79%	51,69%	58,05%	65,69%	67,22%	57,36%
Se ho già avuto o meno rapporti sessuali	35,39%	43,49%	27,54%	29,87%	43,73%	37,11%	34,34%
Se faccio o meno consumo di alcool	43,52%	43,81%	43,23%	39,09%	50,20%	47,42%	41,13%
Le mie frequentazioni online	6,33%	5,87%	6,77%	5,71%	7,25%	5,57%	6,79%

In quali delle seguenti istituzioni ed organizzazioni sociali hai fiducia? (più scelte consentite)

Famiglia	75,62%
Presidente della Repubblica	44,28%
Parlamento nazionale	6,33%
Unione Europea	26,97%
Forze dell'ordine (polizia, carabinieri, ecc.)	28,08%
Partiti	4,14%
Chiesa	13,05%
Scuola	29,94%
Organizzazioni di volontariato	20,39%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
75,71%	75,54%	75,97%	75,10%	78,35%	73,96%
42,83%	45,69%	43,66%	45,22%	32,60%	51,41%
5,40%	7,23%	5,97%	6,86%	7,22%	5,79%
24,16%	29,69%	27,77%	25,76%	20,70%	30,79%
26,49%	29,62%	27,81%	28,49%	21,14%	32,31%
2,86%	5,38%	4,03%	4,31%	2,68%	5,03%
11,27%	14,77%	13,38%	12,55%	9,07%	15,47%
29,40%	30,46%	29,45%	30,67%	32,87%	28,15%
21,11%	19,69%	19,35%	21,96%	19,79%	20,75%

Hai mai partecipato a qualche attività di volontariato?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Sì	36,09%	41,43%	30,92%	35,32%	37,25%	43,51%	31,57%
No	63,91%	58,57%	69,08%	64,68%	62,75%	56,49%	68,43%

In quale ambito della vita sociale sentiresti di poter dare un contributo? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Ambiente e ecologia	36,58%	37,33%	35,85%	35,43%	38,31%	28,54%	41,48%
Sport	42,50%	31,59%	53,08%	42,34%	42,75%	41,65%	43,02%
Diritti civili	16,48%	20,48%	12,62%	15,71%	17,65%	15,26%	17,23%
Attività politica	12,73%	10,63%	14,77%	12,99%	12,35%	13,20%	12,45%
Attività culturali	24,45%	28,41%	20,62%	23,51%	25,88%	26,19%	23,40%
Solidarietà per i più bisognosi	32,64%	44,10%	21,54%	28,73%	38,55%	33,94%	31,85%
Non saprei	20,16%	19,37%	20,92%	21,69%	17,84%	19,18%	20,75%

La politica ti interessa?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Molto	8,67%	8,10%	9,23%	8,70%	8,63%	10,93%	7,30%
Abbastanza	17,42%	17,78%	17,08%	16,75%	18,43%	16,91%	17,74%
Poco	47,66%	50,00%	45,38%	46,10%	50,00%	49,28%	46,67%
Per niente	26,25%	24,13%	28,31%	28,44%	22,94%	22,89%	28,30%

Per quali “battaglie” val la pena oggi di impegnarsi? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Ambiente e tutela del nostro Pianeta	60,00%	64,29%	55,85%	57,27%	64,12%	58,76%	60,75%
Contro le guerre	58,28%	65,56%	51,23%	56,75%	60,59%	68,66%	51,95%
Contro le ingiustizie quotidiane	53,36%	60,63%	46,31%	50,52%	57,65%	57,73%	50,69%
Per il bene della comunità in cui vivo	25,70%	23,81%	27,54%	25,71%	25,69%	24,95%	26,16%
Per migliorare la Scuola e l'istruzione	56,48%	64,13%	49,08%	54,55%	59,41%	65,98%	50,69%
Aiutare i più deboli	44,77%	47,78%	41,85%	44,94%	44,51%	43,92%	45,28%
Per i miei diritti	47,11%	55,87%	38,62%	47,40%	46,67%	43,09%	49,56%

Pensando all'ambiente in Toscana, quali sono le tue principali preoccupazioni?
(più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Inquinamento dell'aria, smog (traffico, distretti industriali, ecc.)	45,59%	51,89%	39,49%	45,38%	45,92%	47,10%	44,69%
Dissesto idrogeologico (alluvioni, frane, ecc.)	39,21%	40,39%	38,06%	37,22%	42,24%	34,19%	42,23%
Inquinamento delle falde acquifere	17,54%	17,08%	17,99%	17,40%	17,76%	15,91%	18,52%
Cattivo smaltimento dei rifiuti, discariche abusive	36,94%	40,23%	33,76%	37,35%	36,33%	37,42%	36,66%
Inquinamento del mare e dei fiumi	49,88%	55,17%	44,75%	47,66%	53,27%	49,03%	50,39%
Colture e allevamenti intensivi	17,95%	23,65%	12,42%	17,14%	19,18%	18,28%	17,75%

Quanto sei preoccupato per gli effetti del cambiamento climatico?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Molto	19,77%	24,13%	15,54%	18,70%	21,37%	22,47%	18,11%
Abbastanza	51,80%	56,03%	47,69%	49,74%	54,90%	52,99%	51,07%
Poco	21,56%	16,67%	26,31%	23,25%	19,02%	19,59%	22,77%
Per niente	6,88%	3,17%	10,46%	8,31%	4,71%	4,95%	8,05%

Quanto sei preoccupato per la tutela dell'ambiente della zona in cui vivi?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Molto	12,50%	14,92%	10,15%	11,82%	13,53%	13,40%	11,95%
Abbastanza	49,53%	56,19%	43,08%	47,40%	52,75%	51,75%	48,18%
Poco	27,89%	22,70%	32,92%	29,74%	25,10%	27,22%	28,30%
Per niente	5,62%	2,38%	8,77%	6,88%	3,73%	4,33%	6,42%
Non so	4,45%	3,81%	5,08%	4,16%	4,90%	3,30%	5,16%

Quali dei seguenti comportamenti potresti realisticamente attuare nella tua vita quotidiana per non aggravare il cambiamento climatico? (Indica le cose che ritieni di poter fare davvero)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Limitare l'uso dei climatizzatori in estate	27,42%	29,68%	25,23%	26,62%	28,63%	29,69%	26,04%
Evitare l'uso dell'auto e dei motorini, optando per mezzi sostenibili (bici, trasporto pubblico, ecc)	36,72%	43,65%	30,00%	36,23%	37,45%	39,38%	35,09%
Limitare la condivisione di video e foto sui social ed in chat	11,33%	11,59%	11,08%	11,30%	11,37%	11,75%	11,07%
Acquistare prodotti di seconda mano, da riuso o rigenerati, anche tecnologici	38,83%	43,49%	34,31%	36,36%	42,55%	39,38%	38,49%
Limitare il consumo di energia elettrica (spegnendo luci superflue, ecc)	60,23%	68,41%	52,31%	58,31%	63,14%	65,77%	56,86%
Provare a scegliere alimenti a km zero e prodotti locali	38,67%	40,95%	36,46%	37,66%	40,20%	39,18%	38,36%
Riduzione della temperatura nel termostato d'inverno	21,95%	23,49%	20,46%	20,78%	23,73%	23,71%	20,88%
Differenziare regolarmente e correttamente i rifiuti	67,03%	70,32%	63,85%	67,27%	66,67%	63,09%	69,43%

Negli ultimi 3 anni, la tua sensibilità ed attenzione sulle questioni ambientali è:

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Aumentata	43,91%	48,25%	39,69%	44,16%	43,53%	47,01%	42,01%
Rimasta come prima	49,45%	47,14%	51,69%	49,22%	49,80%	47,01%	50,94%
Diminuita	6,64%	4,60%	8,62%	6,62%	6,67%	5,98%	7,04%

Secondo te, chi ha maggiori responsabilità nel drastico cambiamento climatico e nelle sue conseguenze per l'ambiente? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
I comportamenti dell'uomo	77,50%	83,81%	71,38%	76,75%	78,63%	81,03%	75,35%
La naturale evoluzione del clima	11,48%	10,79%	12,15%	12,21%	10,39%	8,04%	13,58%
Le politiche dei Governi	46,09%	45,71%	46,46%	44,68%	48,24%	46,80%	45,66%
Non so	7,81%	5,87%	9,69%	9,22%	5,69%	6,39%	8,68%

Che cosa temi maggiormente, pensando agli effetti del cambiamento climatico? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Alluvioni ed eventi climatici estremi	59,84%	65,87%	54,00%	59,61%	60,20%	63,30%	57,74%
Rischi di siccità	44,84%	46,19%	43,54%	45,71%	43,53%	49,90%	41,76%
Danni alle colture e alla disponibilità di cibo	43,28%	49,37%	37,38%	43,90%	42,35%	46,19%	41,51%
Ondate di calore e incendi	57,66%	65,56%	50,00%	57,40%	58,04%	60,00%	56,23%
Perdita di biodiversità	44,14%	47,62%	40,77%	43,90%	44,51%	47,01%	42,39%
Sviluppo di parassiti e nuovi virus	41,88%	49,05%	34,92%	38,96%	46,27%	38,76%	43,77%

Pensi che la tua vita sarà più felice di quella dei tuoi genitori?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Più felice	23,83%	25,87%	21,85%	22,47%	25,88%	22,89%	24,40%
Uguualmente felice	31,09%	29,52%	32,62%	32,60%	28,82%	33,40%	29,69%
Meno felice	16,02%	15,71%	16,31%	15,97%	16,08%	15,67%	16,23%
Non so	29,06%	28,89%	29,23%	28,96%	29,22%	28,04%	29,69%

Negli ultimi 6 mesi, quante volte ti sei sentito solo?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Spesso	29,61%	37,78%	21,69%	29,74%	29,41%	30,72%	28,93%
Qualche volta	32,73%	34,44%	31,08%	32,60%	32,94%	35,05%	31,32%
Raramente	20,47%	16,83%	24,00%	20,13%	20,98%	21,03%	20,13%
Mai	17,19%	10,95%	23,23%	17,53%	16,67%	13,20%	19,62%

Pensa agli ultimi 6 mesi: quante volte ti è successo di sentirti irritabile o di cattivo umore, avere al di testa o mal di stomaco, avere difficoltà ad addormentarti...

Più di 3 volte al mese	60,08%
2-3 volte al mese	18,05%
1 volta al mese	9,45%
Raramente, mai	12,42%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
73,97%	46,62%	57,40%	64,12%	64,74%	57,23%
14,76%	21,23%	18,05%	18,04%	19,79%	16,98%
5,56%	13,23%	10,00%	8,63%	6,80%	11,07%
5,71%	18,92%	14,55%	9,22%	8,66%	14,72%

Quanto sei soddisfatto dei cibi che mangi e del tuo stile di vita alimentare?

Molto	21,80%
Abbastanza	46,25%
Poco	21,25%
Per niente	10,70%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
14,76%	28,62%	23,12%	19,80%	21,86%	21,76%
47,14%	45,38%	46,10%	46,47%	48,45%	44,91%
25,56%	17,08%	20,78%	21,96%	20,21%	21,89%
12,54%	8,92%	10,00%	11,76%	9,48%	11,45%

Negli ultimi anni, il tema della depressione è entrato nelle discussioni quotidiane delle famiglie italiane. Quanto pensi sia diffuso, tra i ragazzi di tua conoscenza, il disagio psicologico?

Molto	30,31%
Abbastanza	43,20%
Poco	16,64%
Per niente	3,98%
Non so	5,86%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
37,46%	23,38%	29,48%	31,57%	31,55%	29,56%
45,71%	40,77%	41,04%	46,47%	46,39%	41,26%
11,90%	21,23%	18,31%	14,12%	15,26%	17,48%
1,90%	6,00%	4,29%	3,53%	2,68%	4,78%
3,02%	8,62%	6,88%	4,31%	4,12%	6,92%

Immaginando la tua vita in futuro, quali sono i tuoi desideri più grandi? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Stare in salute	82,97%	84,76%	81,23%	83,12%	82,75%	86,19%	81,01%
Stare bene economicamente	83,98%	87,14%	80,92%	84,29%	83,53%	84,54%	83,65%
Stare bene con me stesso	79,84%	83,49%	76,31%	80,52%	78,82%	80,21%	79,62%
Trovare l'amore della mia vita	63,83%	66,03%	61,69%	64,81%	62,35%	64,33%	63,52%
Che ci sia pace nel mondo	39,92%	43,81%	36,15%	39,35%	40,78%	43,30%	37,86%
Costruire una famiglia	62,97%	65,71%	60,31%	62,08%	64,31%	65,57%	61,38%
Avere figli	48,67%	46,67%	50,62%	46,88%	51,37%	51,13%	47,17%
Fare un lavoro che mi gratifica	73,75%	79,52%	68,15%	72,47%	75,69%	77,73%	71,32%
Aiutare il prossimo	35,55%	42,70%	28,62%	34,42%	37,25%	38,97%	33,46%
Laurearmi	45,78%	60,32%	31,69%	45,06%	46,86%	54,64%	40,38%
Avere una casa di proprietà	52,50%	53,17%	51,85%	54,68%	49,22%	51,34%	53,21%
Cercare fortuna all'Estero	26,33%	29,37%	23,38%	28,57%	22,94%	24,12%	27,67%

Hai idea di quali siano oggi i settori con maggiori possibilità di inserimento lavorativo?

Sì	39,61%
No	60,39%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
36,67%	42,46%	38,83%	40,78%	44,12%	36,86%
63,33%	57,54%	61,17%	59,22%	55,88%	63,14%

Ritieni di possedere oggi le informazioni sul mercato del lavoro, necessarie per le tue future scelte professionali o lavorative?

Sì	24,84%
No	51,17%
Non so	23,98%

Genere		Età		Residenza	
Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
18,57%	30,92%	24,29%	25,69%	21,86%	26,67%
54,60%	47,85%	49,48%	53,73%	47,01%	53,71%
26,83%	21,23%	26,23%	20,59%	31,13%	19,62%

Se potessi tornare indietro, ti iscriverti:

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Nella stessa scuola, stesso indirizzo o corso	49,92%	49,84%	50,00%	55,71%	41,18%	51,96%	48,68%
Nella stessa scuola, altro indirizzo o corso	10,08%	10,48%	9,69%	8,18%	12,94%	9,48%	10,44%
In un'altra scuola della medesima tipologia	7,50%	7,46%	7,54%	7,01%	8,24%	9,07%	6,54%
In un'altra scuola con altre tipologie di istruzione	21,09%	21,11%	21,08%	18,31%	25,29%	17,53%	23,27%
Non so	11,41%	11,11%	11,69%	10,78%	12,35%	11,96%	11,07%

Hai mai partecipato ad attività di orientamento?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Sì, a scuola	79,69%	81,59%	77,85%	78,70%	81,18%	82,47%	77,99%
Sì, fuori dalla scuola	18,91%	17,46%	20,31%	15,58%	23,92%	18,97%	18,87%
No	13,20%	11,59%	14,77%	15,71%	9,41%	12,37%	13,71%

Pensando al futuro lavorativo, come ti senti?

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Ottimista	41,02%	40,00%	42,00%	42,73%	38,43%	37,94%	42,89%
Pessimista	24,77%	27,62%	22,00%	22,21%	28,63%	24,74%	24,78%
Indifferente	21,72%	19,05%	24,31%	23,38%	19,22%	23,30%	20,75%
Non so	12,50%	13,33%	11,69%	11,69%	13,73%	14,02%	11,57%

Quali, tra i seguenti aspetti, reputi più importante nel lavoro? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Stabilità e sicurezza del posto di lavoro	67,66%	71,11%	64,31%	66,88%	68,82%	70,52%	65,91%
Possibilità di crescita professionale	47,19%	50,16%	44,31%	47,66%	46,47%	47,01%	47,30%
Retribuzione, trattamento economico	61,09%	60,00%	62,15%	59,35%	63,73%	62,89%	60,00%
Ambiente di lavoro e rapporto con i colleghi	51,09%	53,65%	48,62%	48,05%	55,69%	51,75%	50,69%
In linea con le mie passioni	55,94%	60,48%	51,54%	56,88%	54,51%	59,59%	53,71%
Potenzialità di carriera	28,28%	23,65%	32,77%	31,04%	24,12%	26,80%	29,18%
Autonomia nella gestione del lavoro	19,61%	18,41%	20,77%	20,13%	18,82%	20,62%	18,99%
Possibilità di avere tempo libero	57,27%	59,68%	54,92%	59,22%	54,31%	60,21%	55,47%
Vicinanza del posto di lavoro al luogo di residenza	16,02%	17,94%	14,15%	16,49%	15,29%	16,08%	15,97%
Coerenza con gli studi	10,55%	12,22%	8,92%	11,17%	9,61%	11,55%	9,94%

Secondo te, quali sono gli aspetti del mercato del lavoro che creano oggi maggiori difficoltà ai giovani? (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Reddito troppo basso e non continuativo	67,97%	70,48%	65,54%	65,58%	71,57%	68,04%	67,92%
Precarietà, temporaneità del lavoro	47,73%	47,46%	48,00%	43,90%	53,53%	48,87%	47,04%
Orari instabili	40,86%	44,60%	37,23%	40,00%	42,16%	39,18%	41,89%
Scarsa riconoscenza del merito	51,02%	51,59%	50,46%	48,96%	54,12%	52,58%	50,06%
Lavoro di scarsa qualità, non gratificante	46,56%	48,41%	44,77%	45,97%	47,45%	47,42%	46,04%
Incertezza sulle prospettive occupazionali	29,06%	29,37%	28,77%	27,14%	31,96%	28,25%	29,56%
Non so	13,91%	12,06%	15,69%	16,10%	10,59%	14,43%	13,58%

Per trovare un'occupazione che ti soddisfa, valuteresti la possibilità di: (più scelte consentite)

		Genere		Età		Residenza	
		Femminile	Maschile	15-17	18-19	Capoluogo	Non capoluogo
Lasciare la Provincia in cui abiti	25,55%	23,17%	27,85%	25,45%	25,69%	27,63%	24,28%
Lasciare la Regione in cui abiti	29,92%	31,27%	28,62%	30,39%	29,22%	31,75%	28,81%
Andare all'estero	60,39%	62,38%	58,46%	61,82%	58,24%	60,41%	60,38%
Non sarei disposto a spostarmi	11,95%	10,63%	13,23%	10,39%	14,31%	10,10%	13,08%

METODOLOGIA DI RICERCA

Metodologia di ricerca e campione demoscopico

Nota informativa sull'indagine demoscopica

L'indagine demoscopica è stata condotta per la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca dall'Istituto Demopolis, diretto da Pietro Vento, su un campione di 1.280 intervistati rappresentativo dei giovani della provincia di Lucca tra i 15 e i 19 anni.

La rilevazione quantitativa è stata preceduta da una fase di ricerca qualitativa realizzata tramite interviste aperte in profondità con unità statistiche del campione oggetto di indagine e tramite focus group con gli studenti della provincia di Lucca, che ha visto il prezioso coinvolgimento di molte Scuole secondarie di secondo grado delle diverse aree della provincia, da Lucca sino alla Versilia e alla Garfagnana.

La fase di indagine campionaria è stata realizzata con modalità integrate cawi-cati-cami dal 15 al 30 maggio 2025. Supervisione di Marco Elio Tabacchi.

Coordinamento di Pietro Vento, con la collaborazione di Giusy Montalbano e Maria Sabrina Titone.

Metodologie di ricerca demoscopica

Nella progettazione e nell'esecuzione dei servizi richiesti, l'Istituto di Ricerche Demopolis ha coinvolto un team multidisciplinare di professionalità (ricercatori, esperti di comunicazione ed analisti demoscopici) per l'esatta definizione del fenomeno da analizzare nelle sue componenti statiche ed in quelle dinamiche. Attraverso la piena collaborazione degli esperti coinvolti nel gruppo di progettazione, sono state definite le principali fasi operative, con la localizzazione dell'ambito di osservazione e dei fenomeni periferici.

Il conseguimento dell'obiettivo di ricerca, secondo l'ipotesi progettuale approntata dall'Istituto Demopolis, ha richiesto un approccio metodologico quali-quantitativo, non standardizzato ma plastico rispetto alle tematiche oggetto di indagine, concordate con il Committente.

Fase preliminare qualitativa

Lo step qualitativo di indagine è stato realizzato attraverso colloqui in profondità e focus group, che hanno visto il prezioso coinvolgimento di molte Scuole secondarie di secondo grado delle diverse aree della provincia, da Lucca sino alla Versilia e alla Garfagnana.

L'approccio qualitativo si presta efficacemente ad indagare e circoscrivere fenomeni di strutturata complessità, come quelli oggetto delle azioni di ricerca segnalate, ed a scandagliare nessi causali e componenti riposte di meccanismi articolati come il vissuto delle nuove generazioni e le modalità di orientamento e scelta dei giovani nel complesso panorama delle dinamiche della quotidianità.

Le interviste in profondità ed i focus group sono stati condotti con approccio ermeneutico, con dinamiche aperte ed interattive, sotto la piena supervisione del gruppo di ricerca. Sulla base di tracce orientative, i soggetti coinvolti nel processo di indagine sono stati ascoltati e sollecitati all'interazione, per farne affiorare prospettive, interpretazioni, percezioni e moventi.

La fase qualitativa ha rappresentato uno step propedeutico per circostanziare e verificare le variabili di stratificazione e di ricerca del questionario di rilevazione quantitativa, ma contestualmente possiede una rilevante valenza autonoma per la capacità di analisi della complessità dei fenomeni e per la plasticità degli strumenti diagnostici tipici dell'approccio qualitativo, modificabile secondo le esigenze e le finalità dell'indagine.

La fase campionaria quantitativa

Il conseguimento dell'obiettivo di ricerca ha richiesto l'applicazione di un modello di indagine demoscopica su campione di intervistati, strutturato per essere rappresentativo dei target di riferimento. Le unità statistiche da contattare sono state infatti definite secondo piani di campionamento di consistenza numerica adeguata a garantire la rappresentatività delle risultanze per la lettura dell'universo da analizzare.

E più precisamente, nella fase di rilevazione campionaria quantitativa è stato analizzato un campione di 1.280 intervistati, statisticamente rappresentativo dell'universo della popolazione residente in provincia di Lucca, di età compresa fra i 15 ed i 19 anni..

Metodi di rilevazione

Alle unità statistiche individuate, è stato somministrato con modalità di rilevazione integrate CAWI, CATI e CAMI il questionario, definito e verificato con pre-test e rilevazione pilota. Le interviste sono state condotte con tecniche computer assisted.

L'utilizzo dei sistemi CAWI/CATI/CAMI garantisce l'affidabilità dei risultati, grazie al salvataggio automatico delle risposte su supporto informatico, alla possibilità di verifiche continuative sulla consistenza campionaria in corso di rilevazione ed alla esclusione di errori connessi a possibili imprecisioni e inaccuratezze commesse nel corso della rilevazione.

La scelta di applicare un sistema mixed-mode di rilevazione, combinando diverse modalità di raccolta dei dati (web, telefonico e mobile), consente di migliorare i tassi di partecipazione, limitando il rischio di autoselezione dei potenziali rispondenti, nonché di affrontare e risolvere i problemi associati alla sotto-rappresentazione di strati di popolazione e di gruppi chiave di interesse per l'indagine.

Le procedure applicate da Demopolis nella raccolta e nel trattamento dei dati relativi all'attività istituzionale di ricerca e ad ogni relativa interazione rispettano la normativa sulla protezione dei dati personali ed il segreto statistico, per garantire privacy, trasparenza e sicurezza nella gestione delle informazioni raccolte e trattate. Secondo serrati criteri a garanzia della qualità del processo d'indagine, è tutelata la riservatezza dei rispondenti, con l'acquisizione di informazioni demoscopiche esclusivamente in forma anonima e per finalità circostanziate di ricerca, senza possibilità di identificazione o identificabilità dei soggetti che forniscono informazioni utili alla conduzione delle indagini.

A conclusione del processo di ricerca, i risultati sono stati analizzati dal gruppo di progettazione che ha provveduto a leggerne gli esiti, anche in ottica disaggregata, ed a svilupparli in un report di ricerca comprensivo di tavole sinottiche e grafici.

Criteri a garanzia della qualità del processo d'indagine

Per garantire la qualità del processo di ricerca, in linea con i parametri Eurostat in materia di valutazione delle statistiche prodotte nei Paesi membri dell'Unione Europea, sono stati osservati i seguenti criteri:

- rilevanza: la capacità delle informazioni statistiche prodotte di soddisfare le esigenze conoscitive del committente;
- accessibilità: la chiarezza delle informazioni statistiche prodotte per il committente;
- confrontabilità: la possibilità di ripetere e paragonare nel tempo e nello spazio le statistiche riguardanti il fenomeno di interesse;
- coerenza: i sistemi computer assisted stabiliscono a priori le "regole" che debbono essere seguite nella compilazione del questionario, garantendo scientificamente la coerenza dei dati, ex ante ed ex post;
- completezza: la capacità di fornire un quadro informativo soddisfacente del fenomeno di interesse;
- tutela della riservatezza: la garanzia dell'anonimato per ciascuno dei soggetti che hanno fornito le informazioni utili alla conduzione dell'indagine.



Fondazione
Cassa di Risparmio
di Lucca



Giugno 2025

I S T I T U T O
DEMOPOLIS

**analisi dell'opinione pubblica • ricerche sociali politiche istituzionali
indagini demoscopiche • studi di marketing • consulenza strategica**

segreteria@demopolis.it

www.demopolis.it