



Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale

Presidenza del Consiglio dei Ministri



I giovani italiani e il Servizio Civile Universale

Conoscenza e predisposizione a svolgere l'esperienza

dicembre 2024
Job 39017

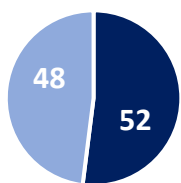


Report di sintesi

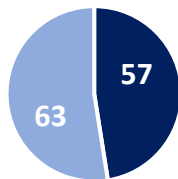
Nota metodologica

Disegno di ricerca e caratteristiche del campione

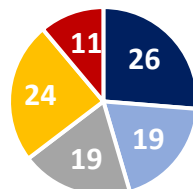
I dati sono stati rilevati dal **20 settembre 2024 al 18 ottobre 2024** con metodologia mista CAWI (Computer Aided Web Interviews)/ CATI (Computer Aided Web Interviews), su un campione di N= 3.608 individui rappresentativo della popolazione italiana **tra i 17 ed i 28 anni** così distribuito:



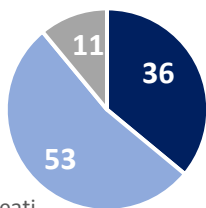
■ Uomo ■ Donna



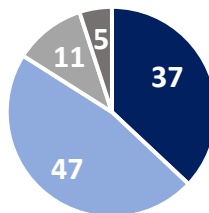
■ 17-23 anni ■ 24-28 anni



■ nord-ovest ■ nord-est
■ centro ■ sud
■ isole



■ Laureati
■ Diplomati
■ Terza media/qualifica professionale



■ Studenti ■ Lavoratori
■ Disoccupati ■ Non studia e non lavora





Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale

Presidenza del Consiglio dei Ministri



Capitolo I: il profilo dei giovani italiani tra i 17 e i 28 anni



Sintesi e key messages: il profilo dei giovani intervistati

Il profilo di fondo dei giovani italiani che emerge dall'indagine disegna un quadro dove prevalgono i valori individuali su quelli collettivi (ed in particolare solidaristici) e con un tasso di partecipazione associativa piuttosto basso.

Una generazione molto presente online, ma che sembra usare relativamente poco il web per motivi informativi e più come strumento per monitorare quanto avviene nelle proprie cerchie di riferimento sui social.

Una generazione che apprezza chi si impegna, ma appare sfiduciata sulla possibilità che i singoli hanno di incidere a livello collettivo.

Un quadro in linea con quanto emerge da numerosi altri studi e che sembra disegnare una generazione estremamente frammentata al proprio interno tra una quota di soggetti ad alte competenze sociali e relazionali (35%) e un gruppo a rischio di forte marginalità (5%). La prevalenza tra i diversi gruppi non sembra tanto essere legata a questioni territoriali, ma ad elementi legati al microterritorio di appartenenza (con i giovani dei piccoli centri in maggiore difficoltà) e alla occupazione prevalente, con gli studenti più fortemente condizionati dalle appartenenze digitali e i lavoratori più capaci di muoversi ad ampio spettro e capaci di trovare nuove forme di partecipazione.

Le esperienze di partecipazione sociale

Le esperienze più diffuse sono quelle di fruizione: in primis sportive e poi legate agli ambiti parrocchiali o associativi. Poco più di 1 giovane su 7 ha esperienze consolidate di volontariato sociale o culturale. Meno diffusa la partecipazione attiva ad organizzazioni ambientaliste

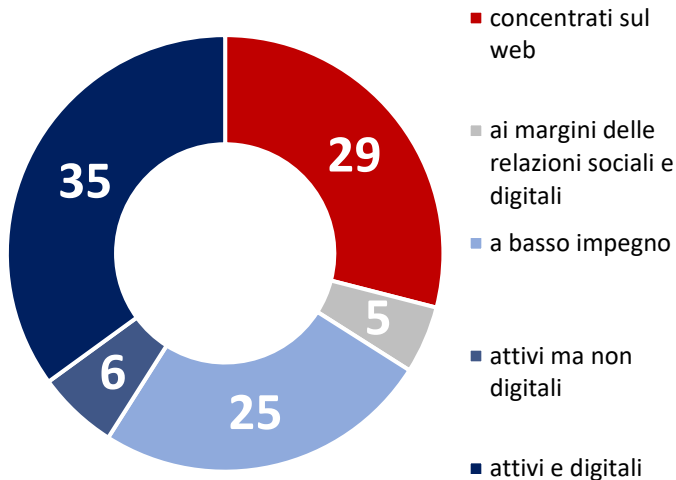
Ti presentiamo ora una serie di situazioni. Per ciascuna di esse ti chiediamo se si tratta o meno di una esperienza che hai vissuto



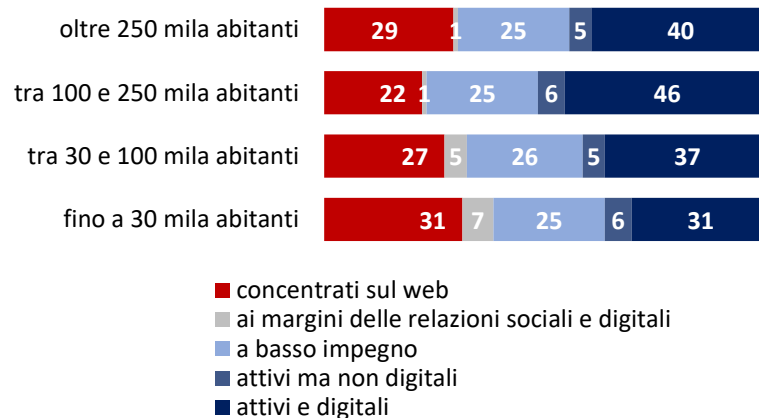
valori espressi in %. N=3.608.

5 tipologie di inclusione sociale e digitale

Unendo i dati di partecipazione con quelli relativi alla digitalizzazione è possibile costruire 5 tipologie di giovani che vanno da un massimo livello di inclusione (attivi e digitali) ad un minimo livello di inclusione (ai margini delle relazioni sociali e digitali). Dal punto di vista delle variabili strutturali, ciò che incide maggiormente è il contesto di residenza, con i giovani dei centri medio-grandi più protagonisti e quelli dei piccoli comuni più marginali.



Incidenza delle 5 tipologie giovanili per ampiezza del comune di residenza



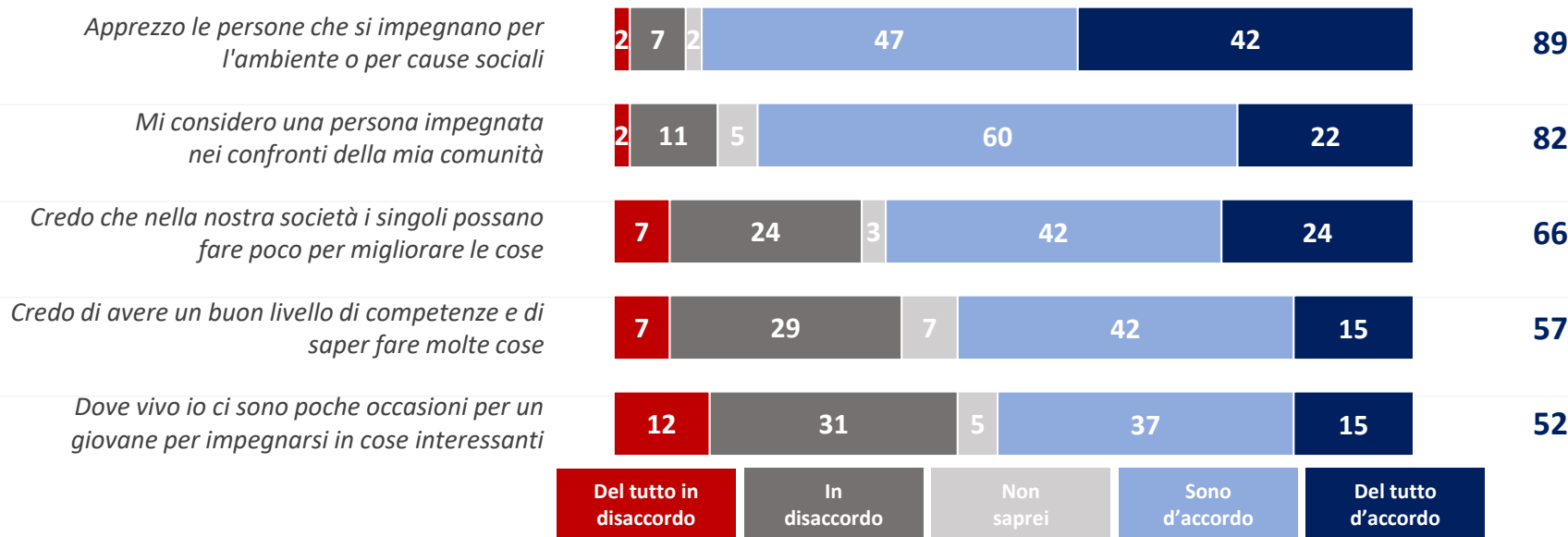
valori espressi in %. N=3.608.

La percezione di sé e del proprio ambiente di riferimento

Un ultimo dato utile per un inquadramento generale dei giovani oggetto di indagine è quello che ci mostra come i giovani italiani mostrino di apprezzare chi si impegna per gli altri e come riconoscano a se stessi un certo grado di impegno, ma, allo stesso tempo, siano decisamente pessimisti sull'efficacia dell'azione individuale per migliorare la società. Più del metà del campione, inoltre, ritiene di vivere in un contesto che offre poche occasioni di impegno.

Qual è il tuo grado di accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni?

Totale «d'accordo»



valori espressi in %. N=3.608.



Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale

Presidenza del Consiglio dei Ministri



Capitolo II: la conoscenza del Servizio Civile Universale



Sintesi e key messages: la conoscenza del SCU

La maggior parte dei giovani intervistati ha già sentito parlare del SCU, anche se, nel 40% dei casi, solo in maniera superficiale.

I canali informativi attraverso i quali si è venuti a conoscenza del SCU sono molteplici e differenziati in base agli stili di vita dei giovani intervistati. Nei fatti prevalgono fonti informali (e spesso poco informate), mentre le fonti più strutturate sono appannaggio dei giovani meglio inseriti nel proprio contesto di riferimento.

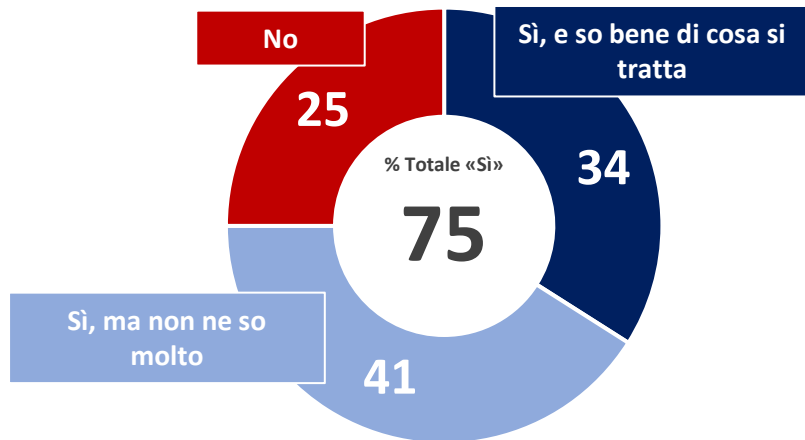
Per i giovani più ai margini il SCU è spesso un oggetto sconosciuto e sottovalutato segno della difficoltà che, ancora oggi, l'istituzione del SCU ha nel farsi riconoscere all'interno dei contesti che probabilmente più avrebbero bisogno di fare esperienze di questo tipo.

Solo una minoranza degli intervistati ha contezza della presenza sul territorio di enti che offrono la possibilità di fare esperienze di SCU. La maggiore consapevolezza è propria dei giovani più attivi (51% contro il 20% dei marginali) e tra i ragazzi del centro-sud dove evidentemente l'attenzione a queste possibili esperienze è maggiore.

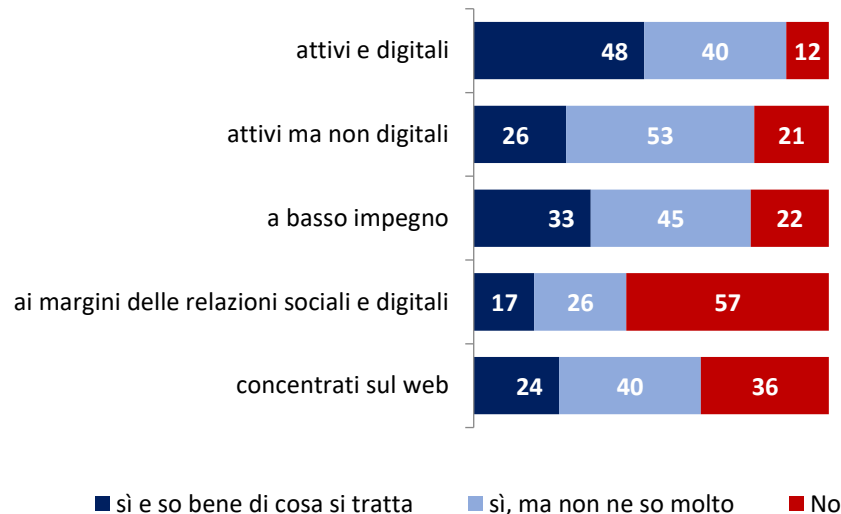
La conoscenza in generale del SCU

La conoscenza anche solo di base del SCU è strettamente legata al grado di inclusione sociale osservato in precedenza. Se a totale campione un terzo degli intervistati dice di sapere bene di cosa si tratta e un quarto non ne ha mai sentito parlare, tra i più marginali quasi 6 su 10 non hanno la minima idea di cosa sia il SCU, così come il 36% dei concentrati sul web.

Hai mai sentito parlare del servizio civile universale?



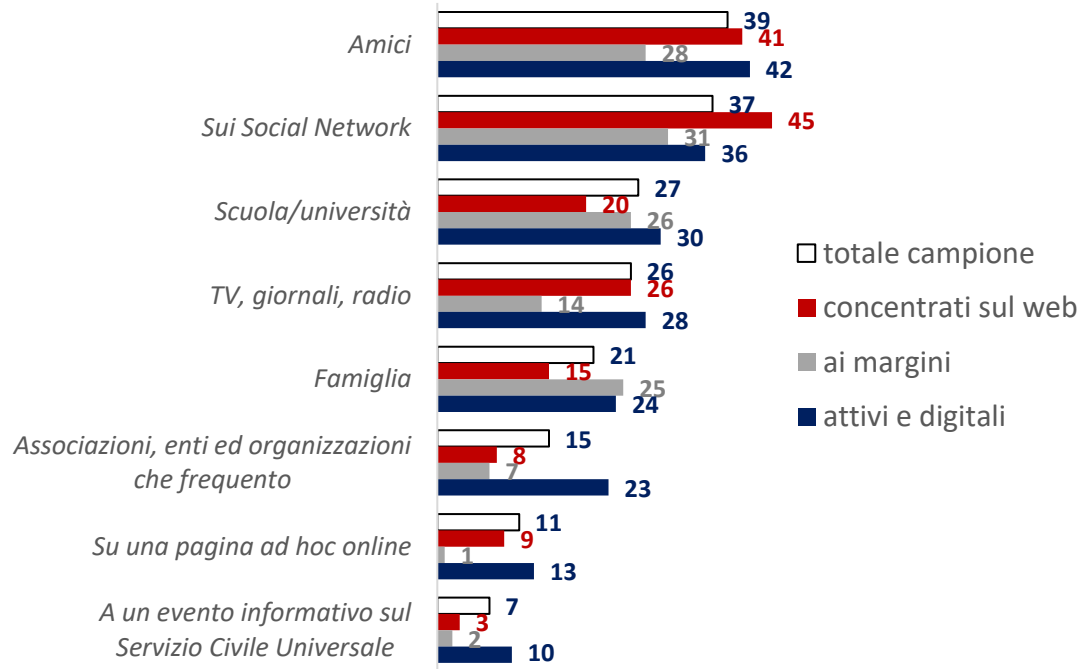
Conoscenza del SCU per tipologia di giovane



valori espressi in %. N=3.608.

Le fonti di informazione

Se sì, dove hai sentito parlare del servizio civile universale? (puoi scegliere più opzioni)

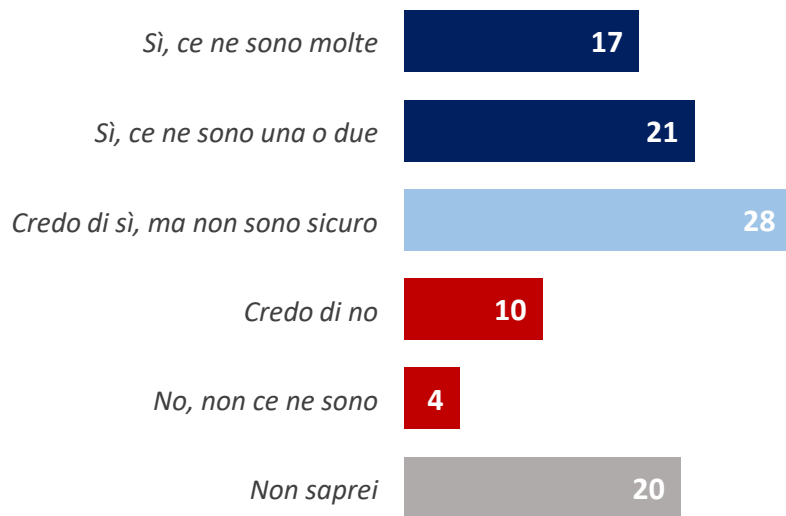


Tra chi dichiara di sapere cosa è il SCU, sono soprattutto le fonti di relazioni informali (fisiche e digitali) ad essere le più citate. Da sottolineare come gli attivi e digitali siano coloro che più spesso citano fonti ufficiali e/o di maggiore rilevanza rispetto alla capacità di trasmettere informazioni corrette.

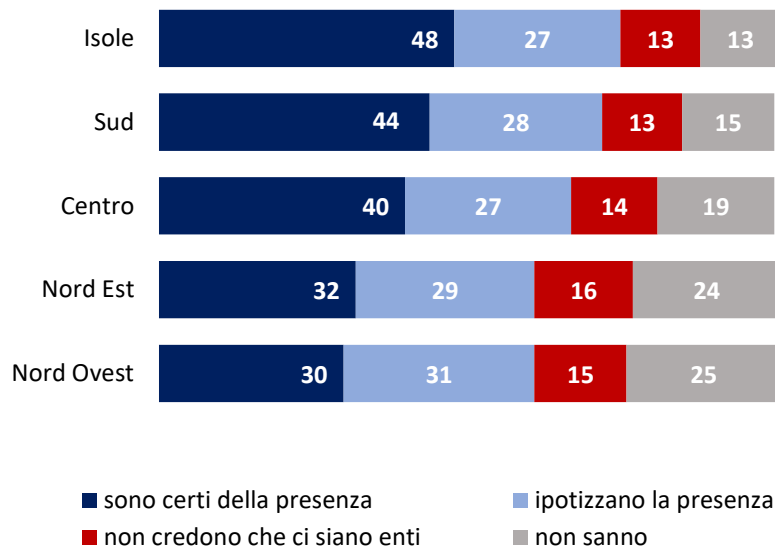
valori espressi in %. N=2.728.

La percezione delle opportunità di SCU sul territorio di residenza

Per quelle che sono le tue informazioni, nella città in cui vivi, ci sono organizzazioni che offrono ai giovani la possibilità di svolgere il servizio civile universale?



Percezione della presenza di enti per zona geografica di residenza

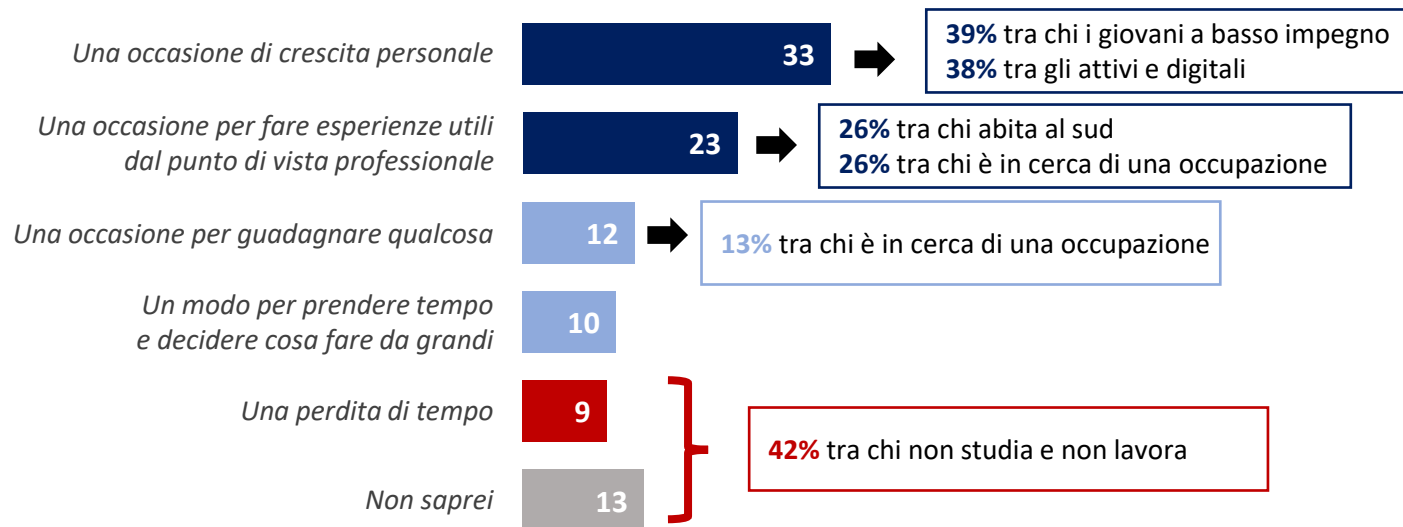


valori espressi in %. N=3.608.

La prospettiva del SCU

La prospettiva del SCU è vista generalmente in modo ampiamente positivo, soprattutto come una occasione di crescita. La dimensione economica è indicata solo in una minoranza dei casi, anche tra coloro che sono in cerca di una occupazione. Oltre il 40% dei NEET non identifica una prospettiva utile nel fare una esperienza di SCU.

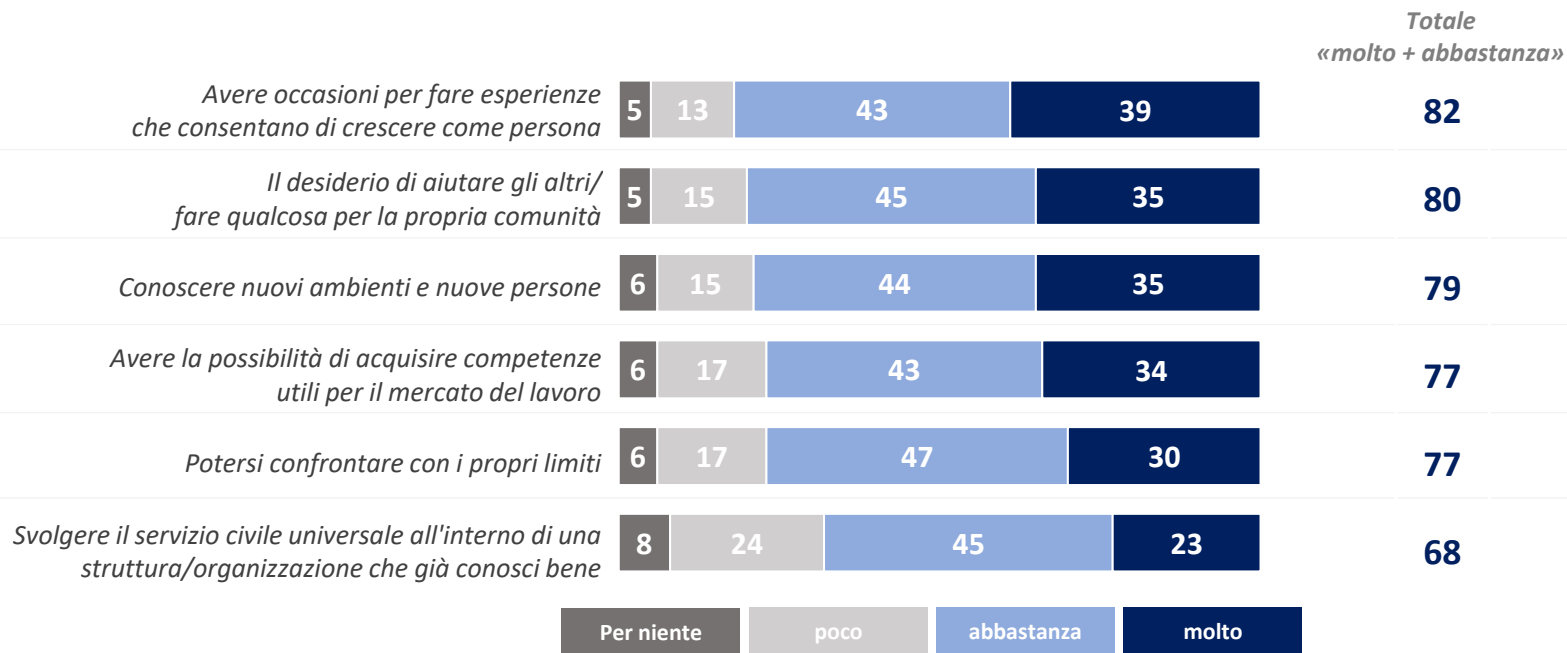
Pensando a te e alla tua situazione, cosa potrebbe rappresentare la possibilità di svolgere il servizio civile universale?



valori espressi in %. N=3.608.

Le possibili motivazioni che muovono l'interesse verso il SCU

Ti presentiamo ora una serie di motivazioni che possono spingere un giovane a partecipare come volontario al Servizio Civile Universale. Per ciascuna di esse, ti chiediamo quanto per te personalmente, potrebbe rappresentare un buon motivo per partecipare ad un progetto di Servizio Civile Universale



valori espressi in %. N=3.608.



Dipartimento
per le Politiche Giovanili
e il Servizio Civile Universale

Presidenza del Consiglio dei Ministri



Capitolo III: propensione individuale al Servizio Civile Universale



Sintesi e key messages: la propensione al SCU

I dati evidenziano uno scarto molto forte tra coloro che dichiarano di avere compiuto i primi passi esplorativi per vivere un'esperienza di SCU e il numero effettivo di chi questa esperienza l'ha iniziata, segno che appare strategico, per aumentare il numero di volontari, lavorare sullo spazio che intercorre tra l'acquisizione delle informazioni e la scelta finale, con strumenti di accompagnamento e supporto alla motivazione di chi chiede maggiori informazioni.

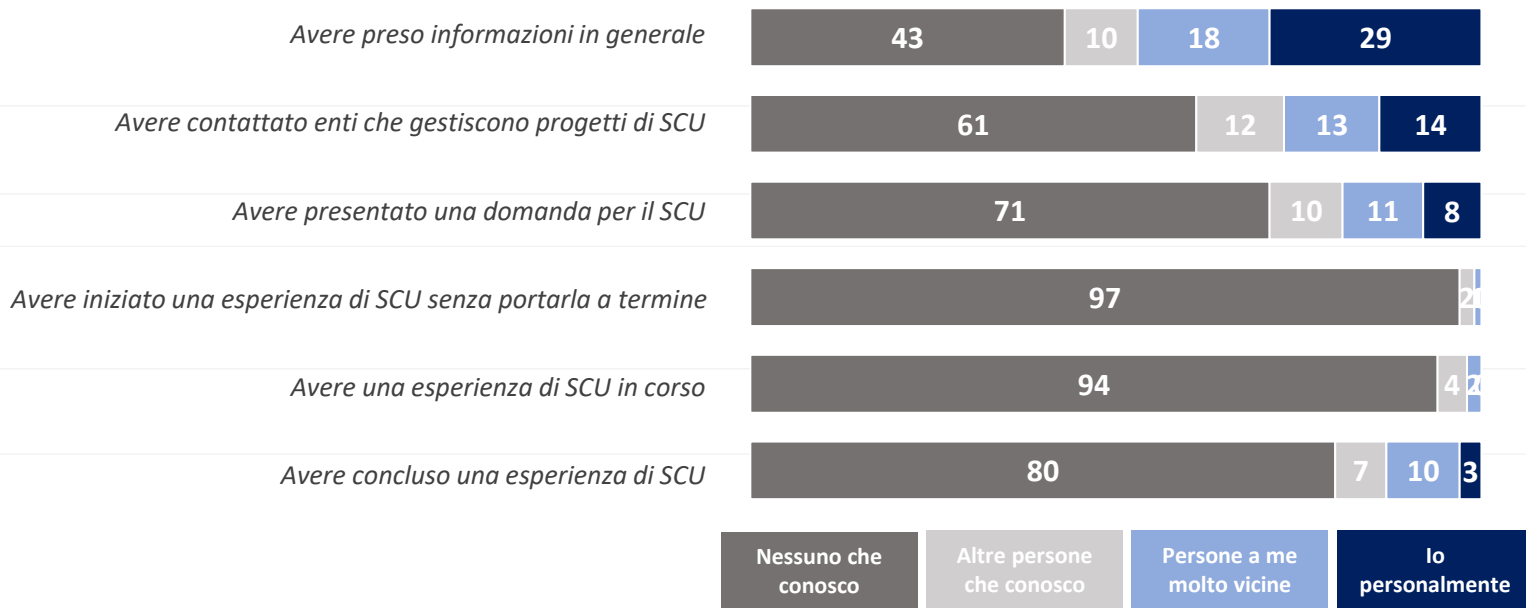
Al netto di questa considerazione gli attivi digitali si confermano come un target di grande potenziale per raccogliere giovani interessati.

Da questo punto di vista va segnalato anche l'ampio consenso potenziale dei giovani a basso impegno, che evidenziano una pulsione positiva di fondo che però non riesce a trasformarsi in una reale call to action, ma che, opportunamente sostenuta potrebbe portare molti altri giovani ad interessarsi al SCU.

L'esperienza diretta dello SCU

Se la maggioranza degli intervistati ha preso personalmente informazioni o conosce comunque persone che lo hanno fatto, sono solo 2 intervistati su 10 che hanno una esperienza diretta o indiretta di SCU, evidenziando quindi uno scarto molto forte tra i primi passi informativi, la decisione di presentare una domanda e la scelta poi finale di vivere l'esperienza.

Pensando ai progetti del Servizio Civile Universale, tu o altre persone che conosci, avete mai...

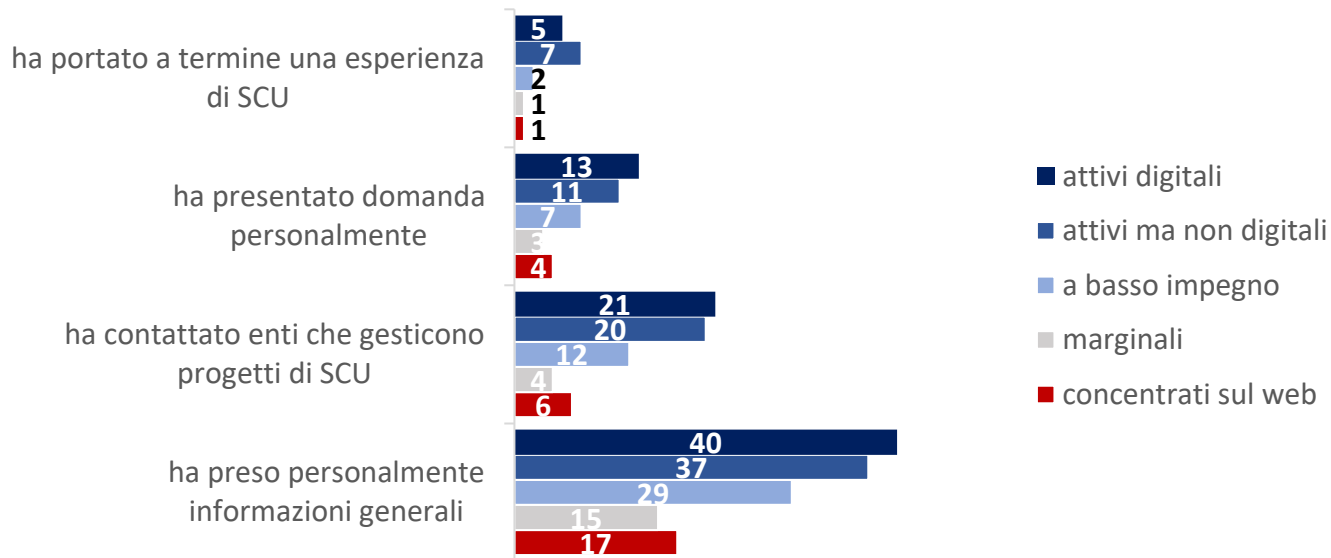


valori espressi in %. N=3.608.

L'esperienza diretta dello SCU

Se come era facile immaginare sono soprattutto i giovani attivi ad essere più interessanti al SCU, fa riflettere lo scarto estremamente ampio (dal 40 al 5%) all'interno dei giovani attivi digitali tra coloro che hanno preso informazioni iniziali e quanti poi concretamente hanno vissuto l'esperienza del SCU, a conferma della necessità di concentrarsi molto sulla fascia degli interessati per massimizzare il numero finale di volontari.

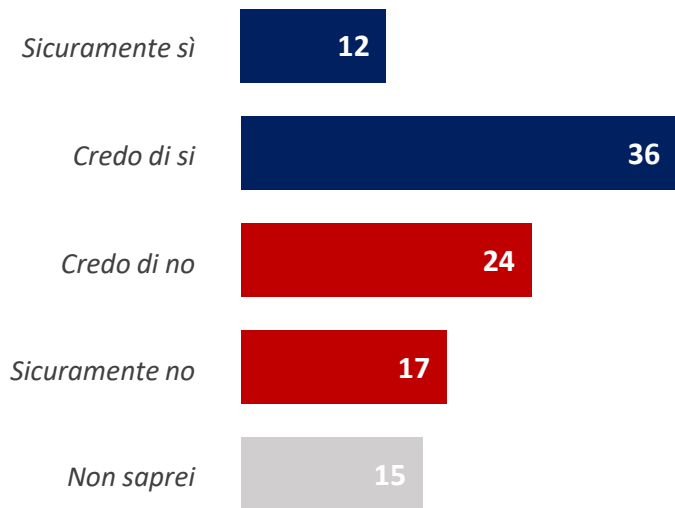
Pensando ai progetti del Servizio Civile Universale, tu o altre persone che conosci, avete mai...



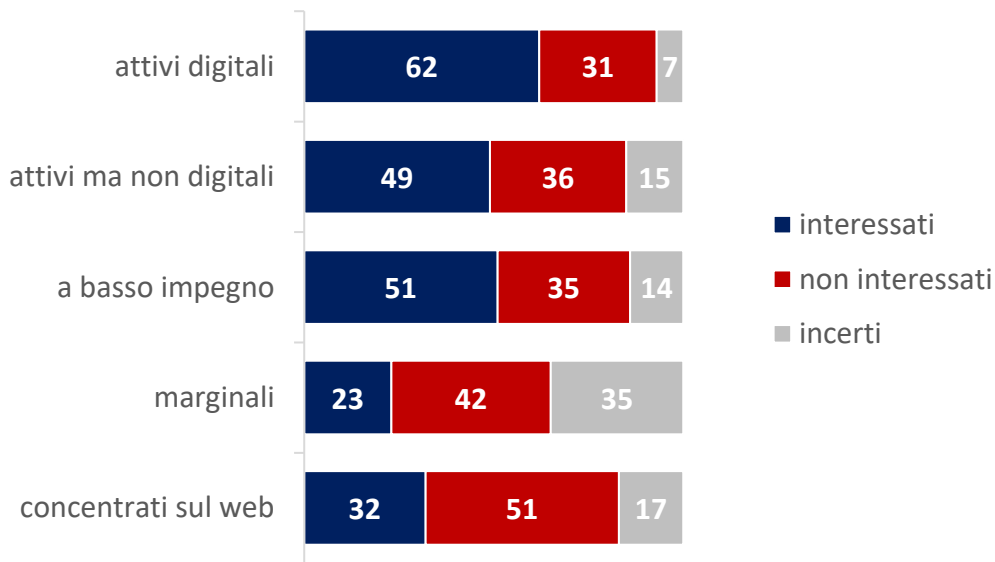
valori espressi in %. N=3.608.

La propensione individuale al SCU

Avendone l'opportunità, saresti interessato/a a partecipare ad un progetto di Servizio Civile Universale in qualità di volontario?



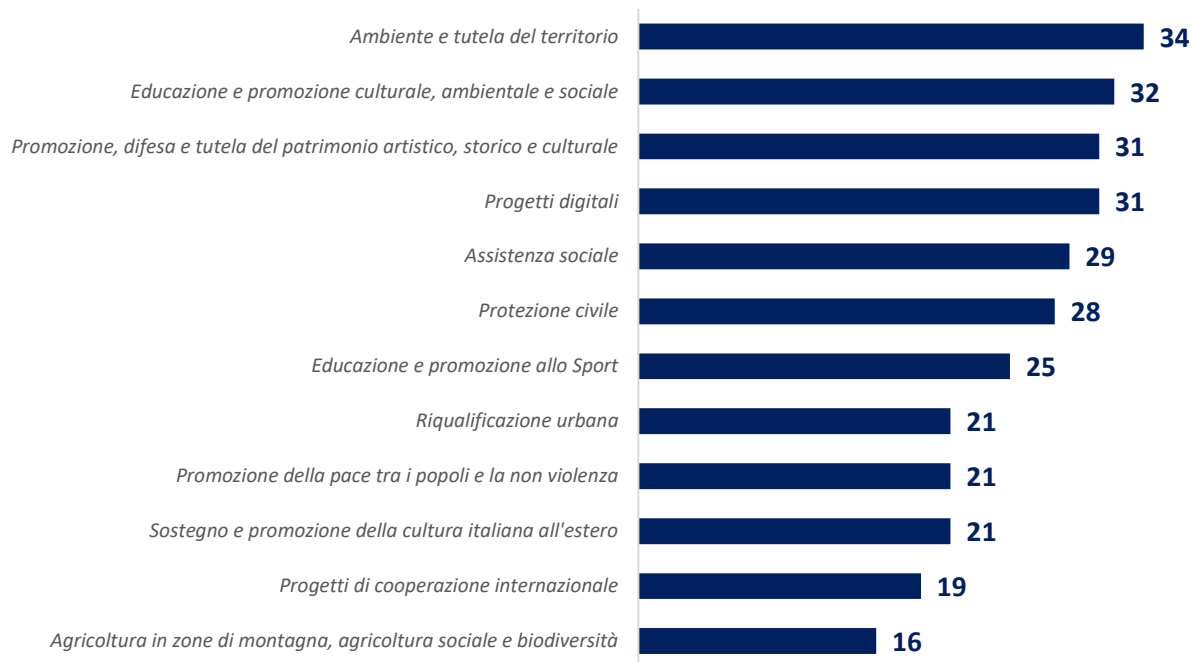
Propensione al SCU per tipologia di giovane



valori espressi in %. N=2.949.

Contesti di principale interesse per vivere progetti di SCU

In quali ambiti ti interesserebbe partecipare ad un progetto di servizio civile universale? (puoi scegliere più opzioni)



Dal punto di vista operativo, l'interesse dei giovani intervistati per i **diversi ambiti esperienziali** legati al SCU è estremamente vario e vede ai primi posti le **organizzazioni ambientali** seguite da quelle di **promozione culturale e tutela del patrimonio**.

Buon interesse anche per i progetti **digitali**, mentre **1 su 7** potrebbe valutare i progetti legati all'**agricoltura**.

valori espressi in %. N=1.376.

Indicazioni operative

- L'esperienza del SCU ha un potenziale di attrazione molto alto tra i giovani italiani. La platea di soggetti che mostrano un significativo interesse nella fascia 17-28 anni è di oltre 850.000 individui, a cui si aggiungono altri 2,5 milioni di giovani che si mostrano curiosi e non escludono un loro coinvolgimento.
- Il target elettivo è composto dai giovani maggiormente inseriti nel proprio contesto sociale di riferimento e con già alle spalle esperienze di partecipazione attiva. Questo comporta che la proposta di SCU viene a scontrarsi con una ampia gamma di opportunità (lavorative e formative) che, nei fatti, ne limitano l'accesso anche in virtù dei lunghi tempi che intercorrono tra candidatura ed entrata in servizio e della durata complessiva dell'esperienza. Una azione su questi due fronti potrebbe significativamente aumentare il tasso di adesione su questo target.
- Un secondo target di particolare rilievo è quello dei giovani a basso impegno, ovvero soggetti che mostrano un interesse generalizzato per un maggiore impegno sociale, ma non hanno ancora maturato esperienze significative, a volte anche per il fatto di vivere in contesti territoriali periferici che offrono meno opportunità. In questo caso una possibile strategia per aumentare il loro coinvolgimento consiste nella realizzazione di interventi comunicativi più mirati e nella possibilità di utilizzare strumenti di assistenza da remoto per poter fare chiarezza sulle proprie aspirazioni e avere contezza delle reali possibilità di azione.
- Decisamente più difficile il coinvolgimento dei giovani più marginali che mostrano il maggiore disinteresse per questo tipo di proposta e che non ne colgono la rilevanza per le proprie scelte di vita presenti e future.
- In generale l'incentivo economico, per quanto importante, non appare una leva fondamentale nel processo di scelta, se non in situazioni particolari.

Indicazioni operative

- Dal punto di vista delle strategie di comunicazione, la scuola secondaria di secondo grado rappresenta sicuramente un canale importante per poter creare un primo contatto e un primo avvicinamento all'istituto del SCU. Importante anche la trasmissione tra pari sia nel gruppo amicale, che, più in generale sui canali social e online. Da questo punto di vista potrebbe essere utile una strategia di potenziamento della presenza online del SCU sia per la narrazione di esperienze individuali (Instagram, TikTok), sia come *touch point* per i giovani che fanno più fatica ad avere riferimenti concreti sul territorio.
- Importante anche sottolineare come, a livello di contenuti, gli ambiti di interesse vadano molto al di là dei classici temi di impegno sociale e solidaristico e vedano una attenzione marcata verso questioni ambientali e di tutela del territorio e del patrimonio artistico e culturale.



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

In coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha inoltre ottenuto la **certificazione della parità di genere** ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022.

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

TRIESTE

Via S. Giorgio 1- 34133
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754

BRUSSELS

Av. De la Renaissance, 1 - 1000
info@pollingeurope.eu

