

Consum-attori

**I giovani:
valori, partecipazione,
stili di vita e di consumo**

**Sintesi dell'indagine
LaPolis - Coop Adriatica**

Bologna, 7 maggio 2010



nota metodologica

L'indagine è stata realizzata da LaPolis (Laboratorio di Studi Politici e Sociali dell'Università di Urbino "Carlo Bo") per Coop Adriatica. I risultati si basano su una rilevazione effettuata nel periodo 25 novembre - 21 dicembre 2009, dalla società Demetra di Venezia, con il metodo Cati, con la supervisione di Mirko Pace.

Le interviste sono state condotte su due distinti campioni (giovani e adulti) rappresentativi per i caratteri socio-demografici e per la distribuzione territoriale della popolazione italiana. Il primo campione di giovani (1.195 casi) di età compresa tra i 15 e i 35 anni. Mentre il secondo di adulti (332 casi) di età pari o superiore ai 36 anni. Margine massimo di errore (al livello fiduciario del 95%): 2,51%.

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Ludovico Gardani, con la collaborazione di Luigi Ceccarini, Martina Di Pierdomenico e Andrea Girometti, ha curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati.

Documento completo su www.agcom.it



navigare in un oceano senza orizzonte

di Ilvo Diamanti

Giovani e adulti: un legame ambiguo

Non è mai facile definire i giovani, gli specifici orientamenti che li distinguono dagli adulti e dalle giovani generazioni precedenti. Anche perché molto dipende dagli occhi di chi li guarda. Dagli stessi adulti, in particolare, che tendono a proiettare nei giovani le proprie attese, i propri timori. Negli ultimi anni, peraltro, il problema si è complicato, perché i legami fra le generazioni sono divenuti più stretti, dettati da complicità e reciprocità. Ma, per lo stesso motivo, più ambigui.

I giovani hanno bisogno degli adulti e dei genitori, ma al tempo stesso dipendono da essi. E scontano, per questo, una condizione di precarietà e provvisorietà sempre più lunga. Gli adulti, si occupano dei giovani - e dei figli - sempre più a lungo. Garantiscono loro risorse, appoggio, sostegno, per molto tempo. Tanto che la giovinezza si è allungata sempre più e oggi supera di gran lunga i 30 anni. Eppure anch'essi, gli adulti, dipendono dai loro figli, dai giovani. Perché soffrono di solitudine. Perché la vita media si è allungata sempre più, ma insieme si è ridotta - rapidamente - la qualità della vita. Il grado di autosufficienza, fisica e relazionale. Così i giovani dipendono sempre più dagli adulti - tanto più in Italia, dove le politiche pubbliche in loro sostegno praticamente non esistono. E gli adulti dipendono sempre più dai giovani. Dai loro figli. Senza i quali si ridurrebbero a soggetti afflitti dalla solitudine. E senza progetti in vista di un futuro che non c'è.

L'indagine condotta da LaPolis in collaborazione con Coop Adriatica offre molti segnali, molti indizi per comprendere come evolva questa tendenza. Diremmo, con una parola, che ci avviamo a un futuro senza futuro. Dove i progetti sono stati aboliti dall'orizzonte delle persone. Anche perché l'orizzonte... è scomparso all'orizzonte. Dove i giovani appaiono consapevoli della loro precarietà e, soprattutto, della necessità di investire altrove, fuori dal Paese. Ma, per questo, realisticamente, affidano la propria transizione in(de)finita al sostegno della famiglia e del contesto locale.

Un lavoro sicuro, per favore

Proviamo a mettere in fila gli elementi di questo profilo.

I giovani vedono nel lavoro una fonte di reddito e di stabilità. Vorrebbero un lavoro certo e remunerato in modo adeguato. Per questo motivo, rispetto al passato e rispetto ai genitori, mostrano una maggiore propensione a favore del lavoro dipendente, pubblico e privato, invece che verso quello autonomo e professionale. Vorrebbero anche una società dove il merito è premiato. Ma sanno che non è il caso di crederci troppo, almeno in quella in cui vivono. In Italia, soprattutto. Per cui, realisticamente, la maggioranza di essi, pensa che convenga cercare risposta alle proprie esigenze altrove. Cioè: emigrare, andare all'estero.

La famiglia come rifugio e come risorsa

Altrettanto realisticamente, e proprio per questo, i giovani si appoggiano alla loro famiglia. Sono consapevoli che essa sia importante, essenziale, per entrare nel mercato del lavoro e per avere - se non successo - possibilità di riuscire o, almeno, di farsi

spazio. "Uno" spazio. Da ciò il loro atteggiamento verso il futuro - meno negativo rispetto agli adulti. Non solo perché essi hanno un futuro più lungo degli adulti davanti a se stessi. Ma perché, comunque, sanno di poter contare sui genitori, sulle generazioni precedenti. Si ancorano alla famiglia. E al territorio. Infatti, la loro sfiducia nelle istituzioni di governo cala parallelamente alla distanza dal loro mondo di vita. Cioè: si fidano soprattutto degli enti locali ma il credito nelle istituzioni cala via via che ci si allontana dal loro ambiente di vita. E raggiunge il minimo nei confronti delle istituzioni nazionali: Parlamento e Governo. Così appaiono localisti e cosmopoliti, al tempo stesso. Vorrebbero uscire dall'Italia - e lo fanno sempre di più - ma hanno bisogno di sostegno locale e familiare.

Sempre vicini e sempre lontani

Un altro elemento ambivalente, che emerge dall'indagine, riguarda l'ambito delle relazioni sociali. I giovani, attaccati alla famiglia, mostrano una sorprendente sfiducia negli altri. E un grado di partecipazione sociale e politica più ridotta del passato. Quando proprio l'impegno e la partecipazione apparivano un tratto generazionale specifico e caratterizzante. (Tuttavia, il grado di partecipazione nel contesto studentesco e scolastico resta elevato). D'altronde, la loro sfiducia nelle forme e negli attori della politica è molto ampio. Non bisogna, però, riutilizzare categorie ideologiche, come, negli anni Ottanta, il riflusso. È che prevale, tra loro, una tendenza a esperire relazioni non empatiche. A distanza. Cioè: sono sempre più in contatto. Anzi "sempre" in contatto fra loro, per via elettronica.

Professionisti della comunicazione (a distanza)

Sono dei professionisti delle tecnologie della comunicazione: cellulare, internet. Che usano servendosi delle tecniche più diverse e innovative. E-mail, sms, chat, social network, skype. A differenza degli adulti, la cui conoscenza di questi strumenti sfocia nell'ignoranza e nell'analfabetismo, via via che l'età cresce, i giovani sono dei maghi del contatto a distanza. Appunto: a distanza. Da ciò il paradosso di una generazione costantemente impegnata a comunicare. Incontrandosi sempre meno, in modo diretto. "Fisico". Da ciò una certa sfiducia negli altri. Anche nei propri coetanei. Per disabitudine all'incontro "fisico", personale, diretto. Da ciò il contrasto apparente di una partecipazione senza mobilitazione. O meglio: con minore mobilitazione di un tempo.

La cooperazione: strumento e valore

Quanto ai giovani soci Coop, essi sono, anzitutto, giovani. E condividono con i loro coetanei gli orientamenti prevalenti. Anche se la scelta stessa di aderire alla Coop costituisce, per loro, una forma di impegno. Una scelta "politica" che, come per gran parte dei giovani coetanei, avviene attraverso stili di vita etici e di consumo critico, più che attraverso il coinvolgimento in luoghi e canali istituzionali. Acquistando oppure boicottando i prodotti di un'azienda - o provenienti da alcuni paesi - piuttosto che attraverso l'iscrizione a un partito o a un'organizzazione politica.

La cooperazione stessa è vista come un mix di vantaggio e coraggio, utilità e generosità.

Ma il futuro dei giovani è più lungo di quello dei vecchi

Da ciò l'impressione generale, di un'epoca nella quale i giovani se ne stanno cauti e accorti, a scrutare un futuro incerto, un mondo incerto. Sono navigatori esperti in un oceano senza orizzonte. Per cui non perdono d'occhio la terra, i porti da cui partono. Si appoggiano ai pochi riferimenti certi di cui dispongono: la famiglia, il contesto locale, la scuola, la loro competenza tecnologica, la loro capacità di instaurare e tenere relazioni anche restando soli. Confidano sul fatto che, comunque, sono giovani. Gli adulti, che li controllano e li tengono lontani dai luoghi e dalle risorse del potere sono adulti. Appunto. Anzi: sempre più vecchi, anche se si mascherano da giovani. I giovani "veri", per questo, si attrezzano a vivere il presente. E aspettano. Il futuro, per quanto dissimulato e incerto, è tutto dalla loro parte.

note di sintesi

I grafici e le tabelle che seguono riportano alcuni tra i principali risultati dell'indagine "I giovani: valori, partecipazione e nuovi stili di consumo" condotta da LaPolis per Coop Adriatica.

Il lavoro e la mobilità

Secondo i giovani i due aspetti più importanti nel lavoro sono rappresentati dallo stipendio (40,9%) e dalla stabilità del posto (38,7%). Gli stessi indicati dagli adulti, anche se in ordine rovesciato e con una significativa preferenza (+8%) per la garanzia del posto fisso (Tab. 1.1). Giovani e adulti, inoltre, attribuiscono la stessa rilevanza sia alle condizioni di lavoro (circa il 26%) sia alle possibilità di carriera (poco meno del 24%). Mentre si discostano sull'importanza attribuita alla qualità dei rapporti con superiori e colleghi (+8% tra i giovani) e alla vicinanza/coerenza con i propri interessi e gli studi fatti (+7% tra i giovani).

Tra i giovani la preferenza per il tipo di lavoro (Graf. 1.1) continua ad essere accordata a quello autonomo: da libero professionista (25,0%) o in proprio (24,1%). Tuttavia, rispetto al recente passato, il favore per il lavoro autonomo appare in calo complessivamente del 9%, mentre aumenta la propensione al lavoro dipendente tanto nel pubblico quanto nel privato (+5%).

I giovani credono nei principi della meritocrazia e la vorrebbero applicata soprattutto al mondo del lavoro. Infatti, ben il 74,3% dei giovani contro il 63,2% degli adulti ritiene giusto riconoscere trattamenti economici superiori alle persone più competenti (Graf. 1.2). Ma i giovani credono anche che in Italia il merito non sia quasi mai premiato. Per questo, la maggioranza di essi (55,2%) ritiene che per far carriera occorra andare all'estero (Graf. 1.3).

Il futuro e il successo

I giovani, del resto, individuano nella possibilità di fare esperienze di lavoro e di studio all'estero uno degli aspetti determinanti per poter fare strada nella vita (Graf. 1.4). Al tempo stesso, riconoscono grande importanza alla famiglia che può garantire loro, attraverso le conoscenze e il sostegno diretto, il successo nella vita. In altre parole, la famiglia è un mezzo per poter avere un futuro. E proprio perché i giovani sanno di poter fare sempre pieno affidamento sulla propria famiglia, risultano meno incerti nel futuro rispetto agli adulti: 44,2% contro il 60,3% (Graf. 1.5). Inoltre il futuro si presenta ai loro occhi, rispetto a quello dei loro genitori, in modo meno negativo. Il 55,6% dei giovani ritiene che nel futuro avrà una posizione sociale peggiore rispetto a quella delle precedenti generazioni contro il 62,9% degli adulti (Tab. 1.2).

I consumi

I giovani si connotano anche per determinati comportamenti di acquisto "etico" quali: consumo critico, boicottaggio di alcune prodotti o marche; acquisti dove parte del guadagno era finalizzato ad una "buona causa", acquisto di prodotti equo-solidali. In effetti, i dati riportati nella Tabella 1.3 evidenziano che si tratta di comportamenti in genere più diffusi tra i giovani, in particolare tra i giovani soci Coop. Anche se si osservano differenze significative tra le singole "pratiche etiche". Il boicottaggio di determinati prodotti è

stato operato da poco meno di un terzo dei giovani, mentre salgono a due su tre coloro che hanno effettuato spese (ad es. in biglietti per spettacoli o per l'acquisto di determinati prodotti) dove parte del ricavato era destinato ad opere filantropiche o finalizzate alla ricerca.

Dal punto di vista dei consumi la maggior caratterizzazione dei giovani, indubbiamente, si manifesta in relazione a quelli tecnologici. Nel Grafico 1.6 è sintetizzato il grado di fruizione intensiva (due o più ore al giorno) di alcune apparecchiature elettroniche. Computer e internet sono gli strumenti più frequentemente utilizzati dai giovani: rispettivamente il 50,7% e il 41,7% dei giovani trascorre almeno due ore ogni giorno lavorando sul pc o navigando in rete. Internet, indipendentemente dal tempo dedicato quotidianamente, è prevalentemente utilizzato per la ricerca di materiali di lavoro e/o studio (91,7%) e per i servizi di posta elettronica (91,5%). Ma la rete è molto frequentata dai giovani anche per i social network, le chat e per telefonare gratuitamente (skype). Interessante notare che ben il 60,0% dei giovani utilizza internet per leggere i quotidiani on-line. Infine, appare molto diffusa l'abitudine a scaricare musica, film, giochi e video (48,6%) mentre si consolida quella degli acquisti on-line che riguarda ben il 43,2% dei giovani intervistati.

Cooperazione e partecipazione

Tra i principali significati che i giovani attribuiscono alla cooperazione troviamo il conseguimento di vantaggi economici (34,2%) e la partecipazione ad un'importante organizzazione locale (33,4%). Appaiono rilevanti anche "la necessità di poter lavorare" e "l'essere in sintonia con i propri ideali" (Graf. 1.7). Secondo i giovani, rispetto ad altre tipologie di imprese, molti sono i tratti distintivi delle società cooperative: danno più lavoro ai giovani, risultano più competitive, sono più attente ai temi sociali e all'ambiente, risultano più democratiche ed offrono prodotti o servizi migliori.

Tra i giovani, nel complesso, le principali modalità partecipative sono di tipo sportivo-ricreativo-culturale (interessano oltre metà del campione e il 60% dei soci Coop), oppure sono mediate da organizzazioni di volontariato o di carattere religioso (queste ultime sono il principale canale di aggregazione attiva per gli adulti). Meno diffusa è la partecipazione di carattere politico-sindacale, anche se è praticata da più di uno su quattro dei soci Coop. Infine è interessante notare quali sono, a parere degli intervistati, le istituzioni che si occupano in maniera prevalente dei giovani (Tab 1.5). Sono in primo luogo gli enti di prossimità, in particolare i Comuni e in subordine le Regioni e le Province. È conseguentemente giudicata marginale l'azione a favore dei giovani da parte dei principali organi centrali: Governo e Parlamento.

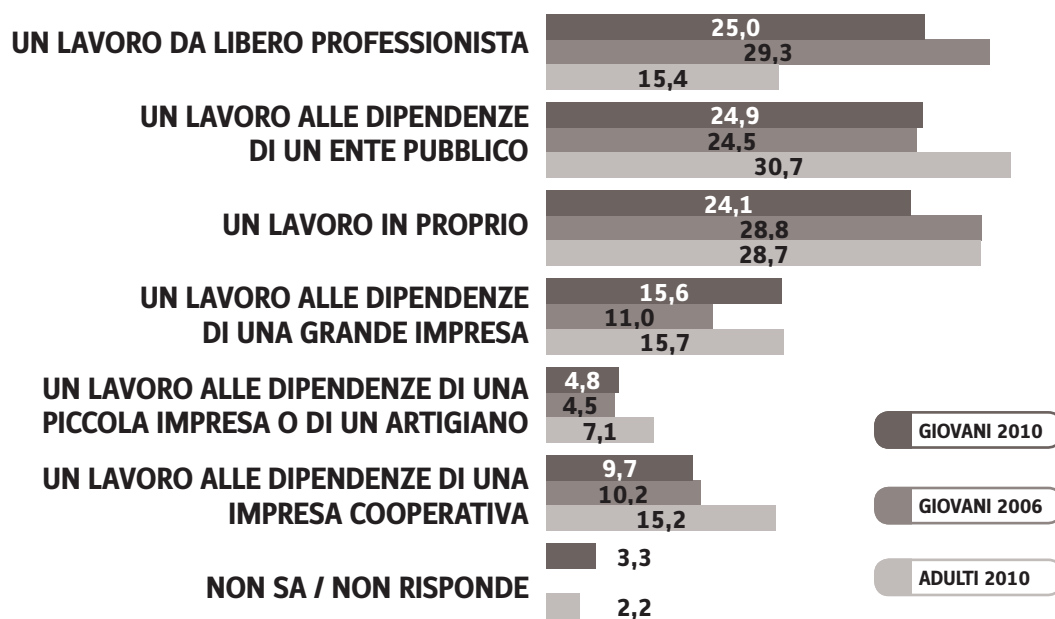
il lavoro e la mobilità

Tab. 1.1 → LE CARATTERISTICHE IMPORTANTI DI UN LAVORO
Quali sono, secondo lei, i due aspetti più importanti nel lavoro?
(valori percentuali del totale della prima e della seconda scelta)

	GIOVANI	GIOVANI SOCI COOP	ADULTI
Stipendio, reddito	40.9	41.4	37.3
Garanzia del posto fisso	38.7	39.7	46.6
Condizioni di lavoro (sicurezza, ambiente di lavoro, ecc.)	25.7	23.4	26.2
Qualità dei rapporti (con i superiori, con i colleghi)	24.9	26.4	17.4
Possibilità di carriera	23.6	18.5	23.6
Vicinanza ai propri interessi/ coerenza con gli studi fatti	19.1	24.3	11.3
Orario di lavoro	10.1	13.4	12.9
Utilità sociale	7.0	9.0	3.6

Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

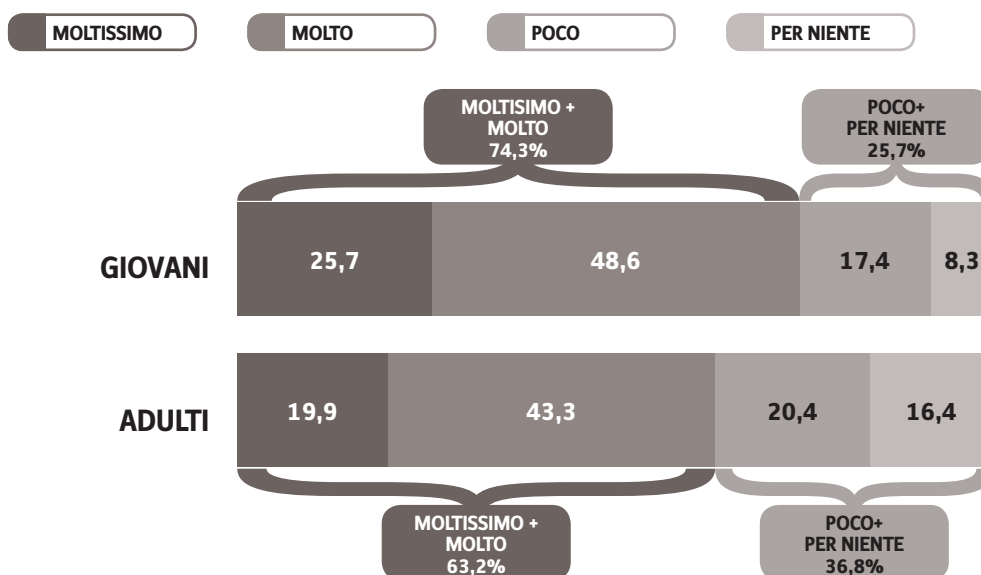
Graf. 1.1 → IL LAVORO PREFERITO
Se potesse scegliere un lavoro per sé o per i suoi figli, quale preferirebbe?
(valori percentuali - serie storica giovani 15-35 anni)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica

Graf. 1.2 → LA MERITOCRAZIA

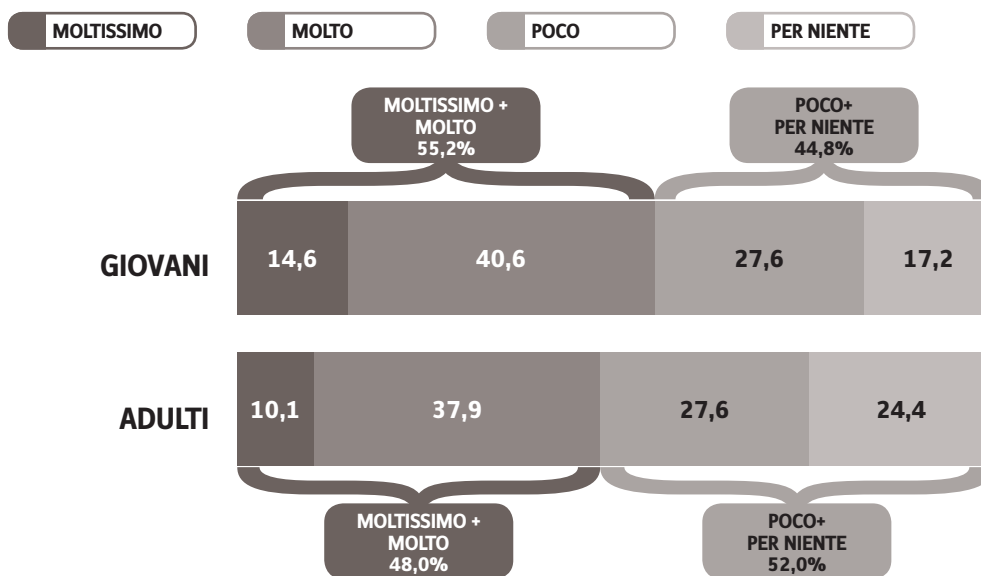
Qual è il suo grado di accordo con la seguente affermazione? "È giusto che le persone più competenti ottengano riconoscimenti economici superiori"? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Graf. 1.3 → ALL'ESTERO PER FAR CARRIERA

Qual è il suo grado di accordo con la seguente affermazione? "Per i giovani di oggi che vogliono fare carriera l'unica speranza è andare all'estero"? (valori percentuali)

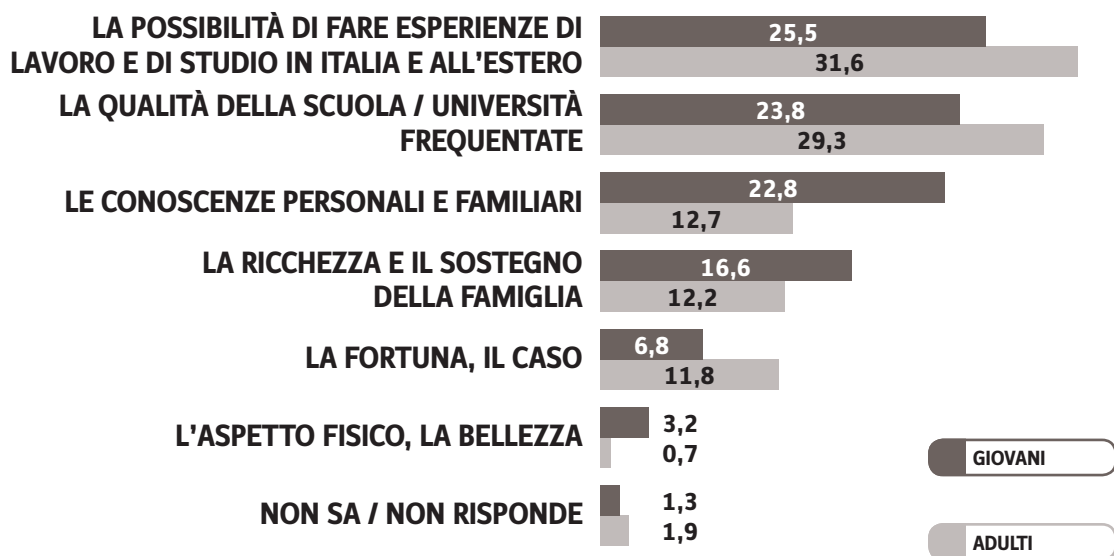


Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

il futuro e il successo

Graf. 1.4 → **I FATTORI DEL SUCCESSO**

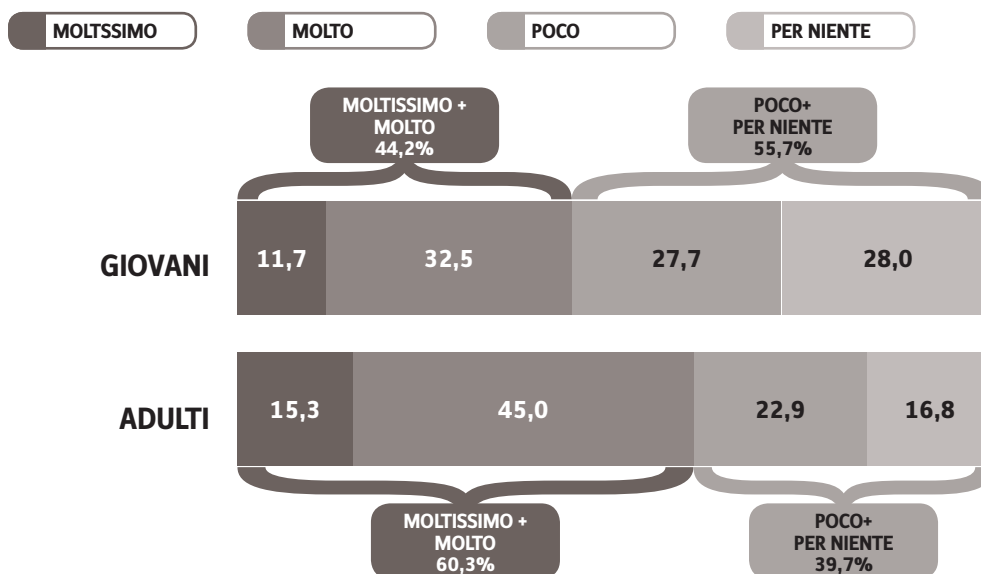
Tra i seguenti aspetti, oggi, quale dà maggiore possibilità ai giovani di farsi strada nella vita? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Graf. 1.5 → **L'INCERTEZZA DEL FUTURO**

Qual è il suo grado di accordo con la seguente affermazione? "Oggi è inutile fare progetti impegnativi per sé e per la propria famiglia, perché il futuro è incerto e carico di rischi"? (valori percentuali)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Tab. 1.2 → **IL FUTURO DEI GIOVANI**

Secondo lei, i giovani di oggi avranno nel prossimo futuro una posizione sociale ed economica migliore, più o meno uguale o peggiore rispetto a quella dei loro genitori? (valori percentuali)

	GIOVANI	GIOVANI SOCI COOP	ADULTI
Migliore	17.2	18.0	18.3
Più o meno uguale	25.2	20.3	18.4
Peggiora	55.6	60.0	62.9
Non sa / Non risponde	2.1	1.7	0.4
TOTALE	100	100	100

Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009



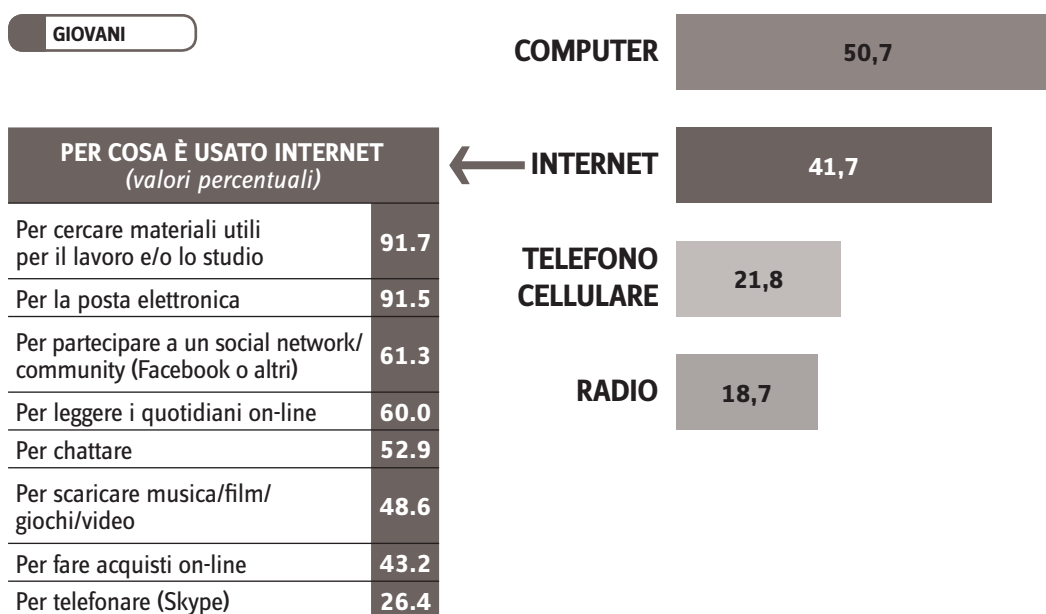
i consumi

Tab. 1.3 → IL CONSUMO CRITICO
 Nel corso dell'ultimo anno ha...
 (valori percentuali di coloro che rispondono affermativamente)

	GIOVANI	GIOVANI SOCI COOP	ADULTI
...acquistato dei prodotti in base a motivi di tipo etico, politico o ecologico	44.7	56.9	42.6
...boicottato dei prodotti o delle marche in base a motivi di tipo etico, politico o ecologico	31.1	44.1	30.9
...ha speso dei soldi dove parte del guadagno serviva a finanziare una buona causa (es. ha acquistato un biglietto di uno spettacolo, comprato prodotti il cui ricavato andava ad organizzazioni umanitarie o per la ricerca, ecc...)	67.2	77.5	65.6
...acquistato prodotti del commercio equo-solidale (prodotti alimentari e di artigianato il cui ricavato va effettivamente ai produttori nei paesi poveri)	48.8	57.8	51.9

Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Graf. 1.6 → IL CONSUMO TECNOLOGICO
 Quanto tempo mediamente al giorno utilizza le seguenti apparecchiature?
 (percentuali di coloro che rispondono due o per più di due ore al giorno)



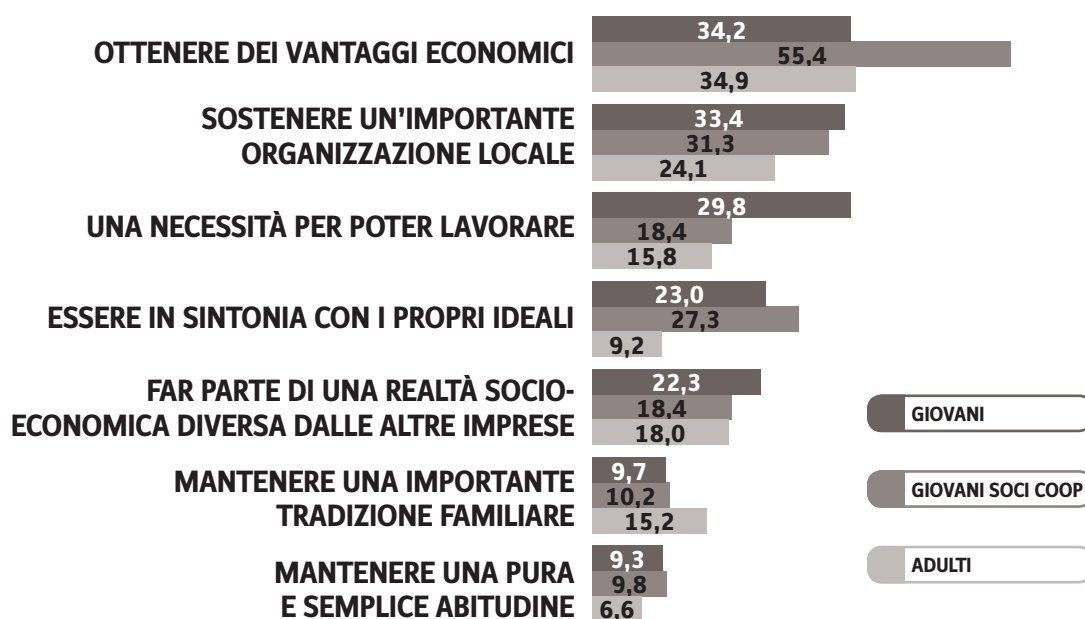
Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

la cooperazione e la partecipazione

Graf. 1.7 → I SIGNIFICATI DELLA COOPERAZIONE

Essere socio di una cooperativa per lei significa...

(valori percentuali del totale della prima e della seconda scelta)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Tab. 1.4 → LE COOPERATIVE E LE ALTRE IMPRESE

Per quella che è la sua opinione, rispetto ad altri tipi di società presenti sul mercato, le società cooperative:

(valori percentuali di coloro che hanno risposto affermativamente)

	GIOVANI	GIOVANI SOCI COOP	ADULTI
Danno più lavoro ai giovani	57.2	60.2	52.5
Sono più competitive	57.1	70.8	52.7
Sono più attente ai temi sociali	56.8	58.9	53.6
Sono più attente all'ambiente	56.7	66.9	55.3
Sono più attente al proprio personale	52.8	49.8	54.5
Sono più democratiche	51.7	56.1	46.3
Offrono prodotti/servizi di qualità più elevata	50.1	58.1	51.3
Sono più attente al profitto	43.0	50.1	40.9
Fanno lavorare in nero di più	23.0	21.0	23.3

Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Graf. 1.8 → LA PARTECIPAZIONE

Negli ultimi tre mesi, con quale frequenza lei ha partecipato alle attività di...
(percentuali di coloro che rispondono almeno una volta)



Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009

Tab. 1.5 → LE ISTITUZIONI PER I GIOVANI

Quale tra le seguenti istituzioni ritiene che si occupi di più dei giovani?
(valori percentuali)

	GIOVANI	GIOVANI SOCI COOP	ADULTI
Il Comune	37.4	39.3	32.9
La Regione	16.8	19.5	15.0
La Provincia	14.0	15.6	7.4
Il Governo	9.1	8.5	7.6
Il Parlamento	4.6	3.0	1.3
Nessuna di queste	14.2	10.6	29.4
Non sa / Non risponde	3.8	3.5	6.6
TOTALE	100	100	100

Fonte: Sondaggio LaPolis - Coop Adriatica, novembre-dicembre 2009



chi è coop adriatica

La Coop è, insieme, la più grande catena distributiva italiana e una grande organizzazione di consumatori: fornire ai soci i prodotti e i servizi più convenienti e sicuri, favorire l'educazione ai consumi, migliorare l'ambiente in cui la Cooperativa opera, valorizzare l'impegno dei lavoratori, realizzare lo sviluppo e l'innovazione dell'impresa sono i punti chiave della sua missione.

Coop Adriatica è la seconda cooperativa del sistema Coop. Ha chiuso il 2009 con un fatturato di 1.949 milioni di euro, e una rete di vendita di 16 ipercoop e 138 supermercati, distribuiti in Emilia-Romagna, Veneto, Marche e Abruzzo, in cui lavorano quasi 9 mila persone. Alla fine dell'anno, la base sociale era di 1 milione e 58 mila soci, di cui 225 mila soci prestatori, per un ammontare del prestito sociale di 1,9 miliardi di euro.

Dal 2001, Coop Adriatica rende pubblici i propri risultati in campo economico, sociale ed ambientale con il Bilancio di sostenibilità, realizzato secondo gli standard più avanzati della responsabilità sociale d'impresa e verificato da un ente terzo indipendente, Bureau Veritas.

Nel 2010, saranno 93 le assemblee separate dei soci nelle quali la Cooperativa presenterà il proprio Bilancio consuntivo e di sostenibilità.

Consum-attori

