



## MILLENNIALS E GEN Z

### Chi sono e cosa vogliono davvero

Massimo Di Braccio, Direttore Kkienn

*«L'educazione finanziaria dei giovani»*

*Milano, Palazzo Confesercenti, 28 novembre 2024*



# GENERATIONSHIP UNIPOL

## OBIETTIVI

- E' la ricerca promossa da Unipol sul cambiamento socio-culturale delle nuove generazioni italiane
- Osservatorio annuale, terza edizione (2022, 2023, 2024)
- Approfondisce diversi aspetti della condizione giovanile:
  - alcuni temi fissi: lavoro, scuola, famiglia, relazioni, corpo, benessere mentale, politica, Europa, priorità nella vita, futuro
  - uno o più temi ad hoc, in base all'agenda dell'opinione pubblica italiana:
    - nel 2024, «*Lo smartphone e il benessere mentale dei giovani italiani*»

## DISEGNO E CAMPIONE

- Giovani italiani, dai 16 ai 35 anni
- Campione rappresentativo nazionale di circa 900 giovani italiani + un campione di controllo di circa 600 adulti:
  - 16-22 anni (Gen Z Junior) : ca. 300 casi
  - 23-27 anni (GenZ senior): ca. 300 casi
  - 28-35 anni (Millennials Junior): ca. 300 casi
  - 36-54 anni (Millen. Senior + Gen X): ca. 300 casi
  - 55-74 anni (Baby Boomers) : ca. 300 casi
- Indagine CAWI (web)
- Campionamento su access panel
- Questionario di 25 minuti
- Seconda metà di luglio 2024

# LE NUOVE GENERAZIONI

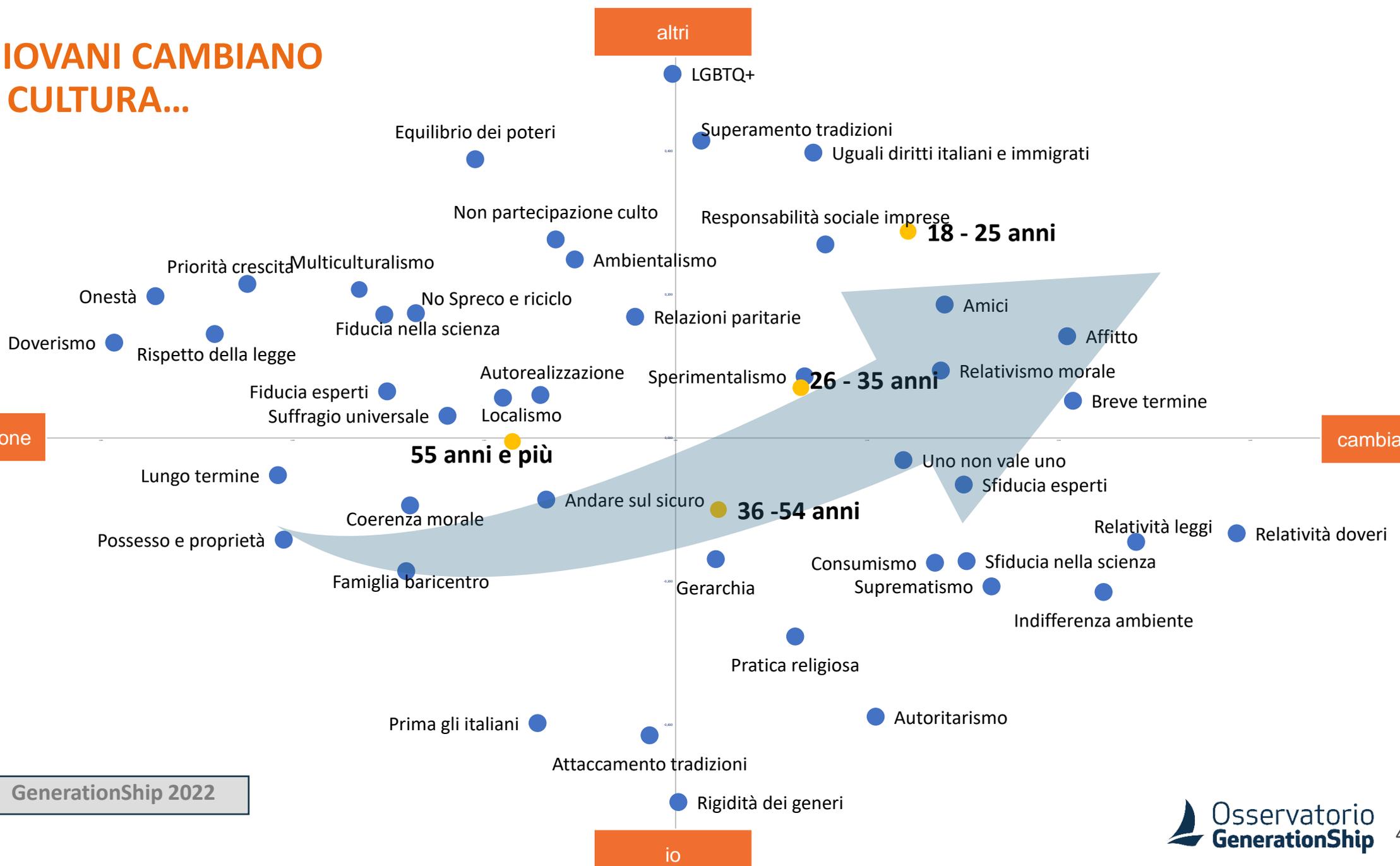
## Millennials

- Nati fra il 1980 e il 1995
- Sono la generazione di transizione fra la «fine della storia» e l'età dell'incertezza attuale. Sono anche i pionieri del digitale
  - 1989: caduta del Muro
  - 1991: fine URSS
  - 1995-97: internet commerciale
  - 2001: Torri Gemelle, terrorismo
  - 2004: Facebook
  - 2007: I-Phone
  - 2008: crisi economica globale
  - 2015: accordo sul clima
  - 2020-21 pandemia Covid
- Parole chiave: internet, social media, smartphone, streaming, start-up, green economy, work life balance, globalizzazione, sharing economy, experience, post-verità, Harry Potter, Netflix

## Generazione Z

- Nati fra il 1996 e il 2012
- Sono «nativi digitali»:
  - 2004: Facebook
  - 2007: I-Phone
  - 2008: crisi economica globale
  - 2010-15: smartphone a tutti
  - 2017: Me too
  - 2018: Fridays for Future
  - 2020-21: pandemia Covid
  - 2023: Intelligenza Artificiale Generativa
- Parole chiave: Tik Tok, AI, meme, virale, cancel culture, inclusività, benessere mentale, cripto, cambiamento climatico, woke, influencer, body positivity, gender, fluidity

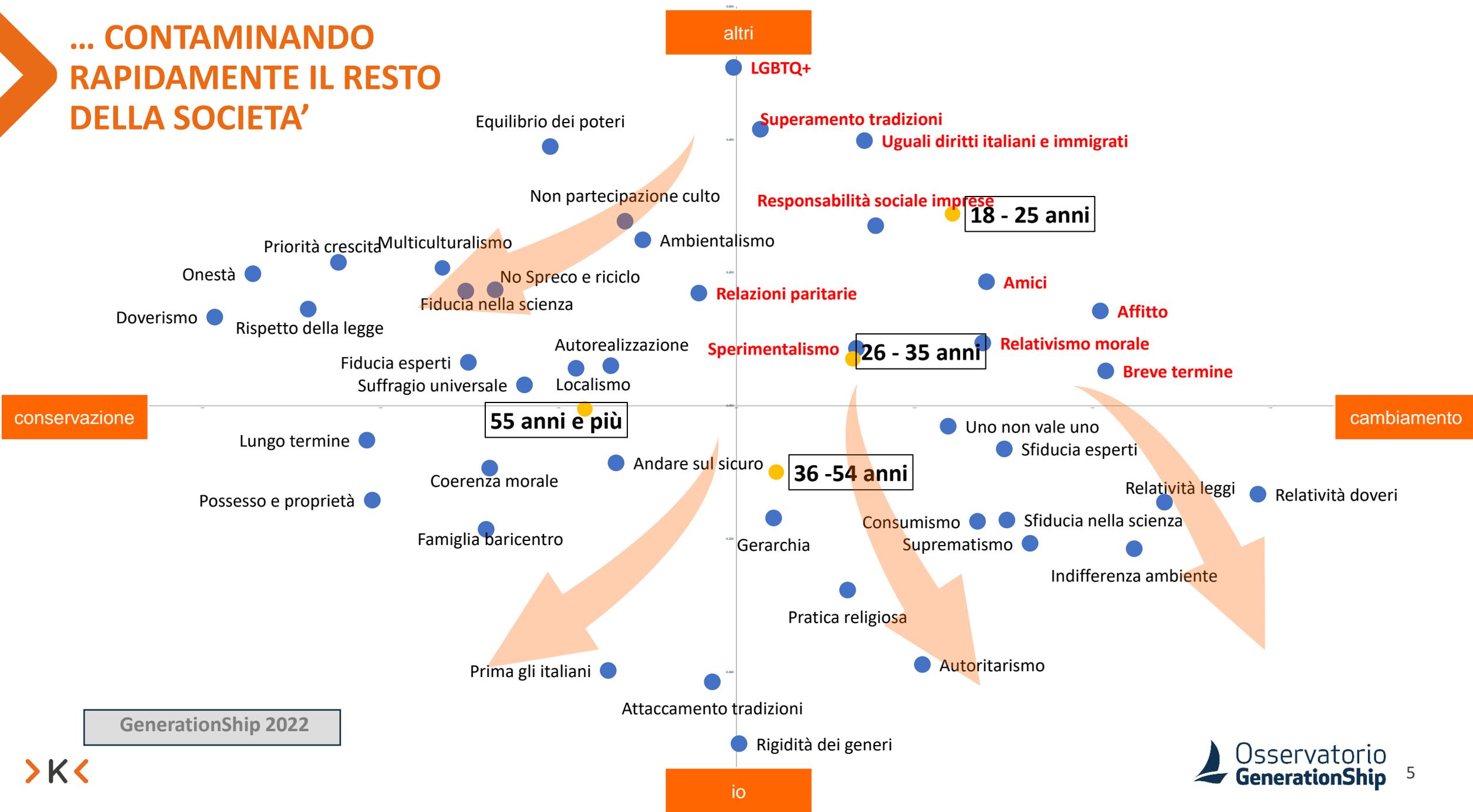
# I GIOVANI CAMBIANO LA CULTURA...



GenerationShip 2022



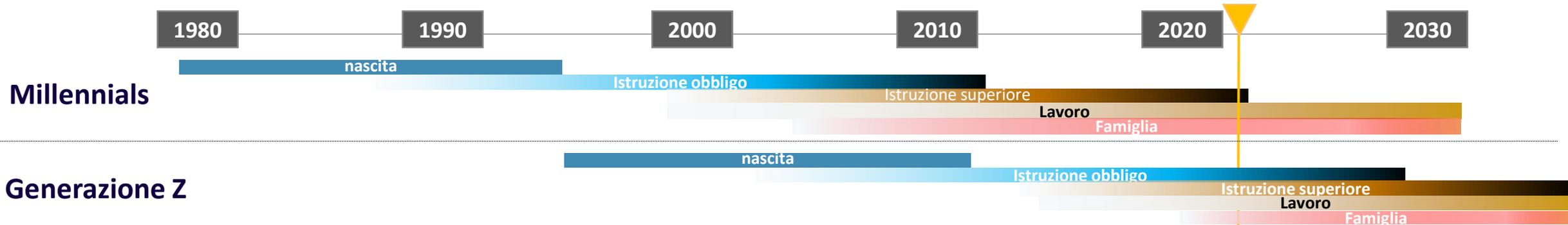
# ... CONTAMINANDO RAPIDAMENTE IL RESTO DELLA SOCIETA'



GenerationShip 2022



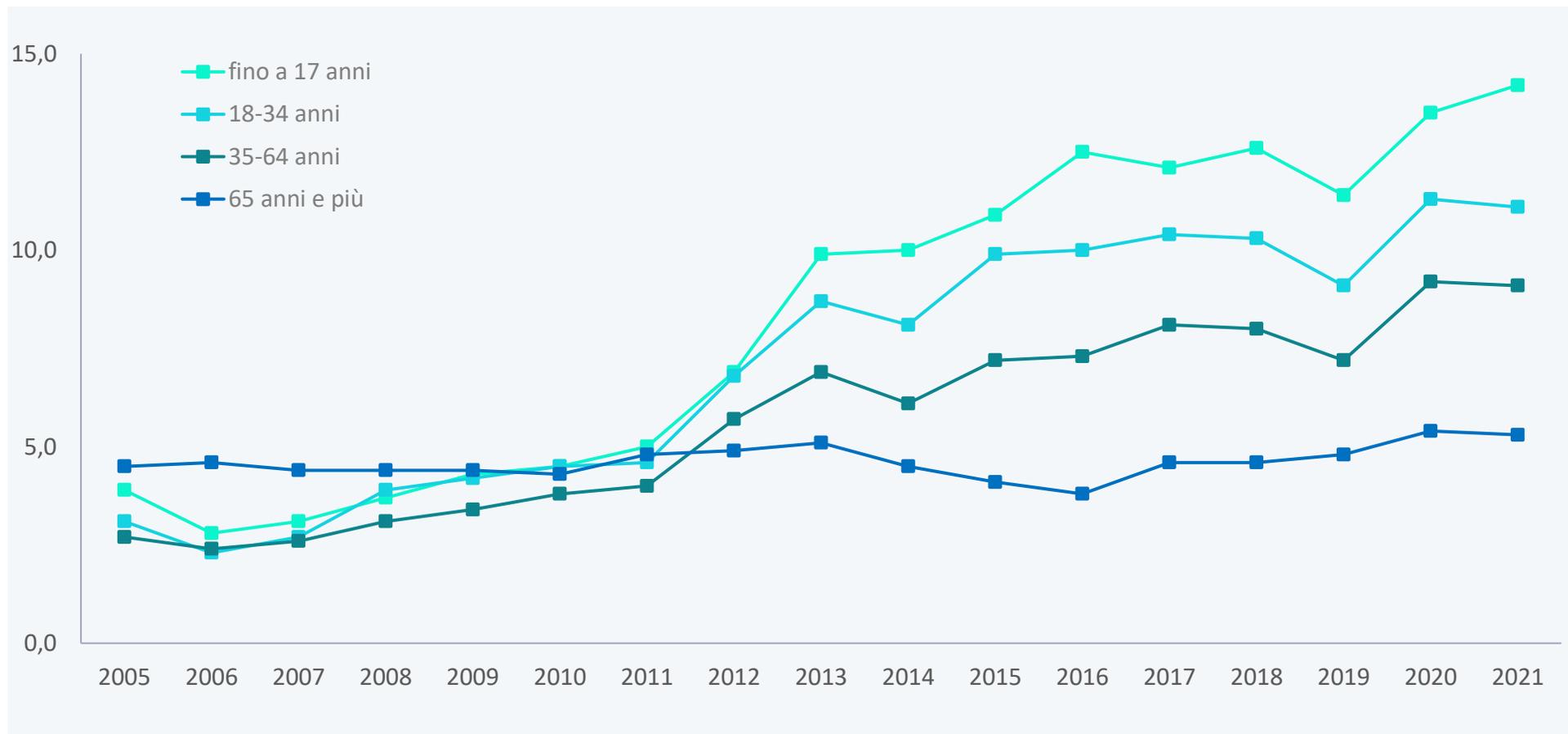
# L'ITALIA IN CUI SONO CRESCIUTI E' QUELLA DEL DECLINO ECONOMICO DEL PAESE



	Età dell'oro (anni '80 - '90)	Fase di transizione (1996-2007)	Declino dell'Italia (2008-2019)	Età dell'incertezza (2020-...)
<b>Macro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sconfitta del terrorismo e chiusura con gli anni '70</li> <li>Crescita del benessere per la maggioranza delle famiglie</li> <li>Caduta del muro di Berlino</li> <li>Mani pulite e crisi della prima repubblica</li> <li>Entrata in Europa (Maastricht)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>World Wide Web</li> <li>Bolla dotcom</li> <li>Globalizzazione</li> <li>Torri gemelle e seconda Guerra del Golfo</li> <li>Terrorismo islamico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grande recessione (2008-2012)</li> <li>Ascesa Cina e nuovi equilibri mondiali</li> <li>Delocalizzazioni, deindustrializzazione</li> <li>Crisi climatica</li> <li>Ritardo nella digitalizzazione del paese</li> <li>Polarizzazione sociale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pandemia</li> <li>Guerra Russo-Ucraina</li> <li>Crisi energetica</li> <li>Inflazione/recessione mondiale</li> <li>Contrapposizione Occidente / Oriente</li> <li>Nuove tecnologie disruptive (A.I. ecc.) e crisi del lavoro</li> </ul>
<b>Micro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Università per tutti</li> <li>Progetto Erasmus (1987)</li> <li>Tv private(1985) e pay-tv (1990)</li> <li>Personal computer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voli low-cost (1997)</li> <li>E-commerce</li> <li>Social-network (Facebook : 2005)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lavoro precario</li> <li>Disoccupazione, ripresa dell'emigrazione</li> <li>I-Phone (2008)</li> <li>Start-up</li> <li>Friday for future</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meno lavoro</li> <li>PNRR</li> <li>Energie alternative</li> <li>Mobilità elettrica</li> </ul>

# L'EREDITA': LA POVERTA' DELLE NUOVE GENERAZIONI

## LA CRESCITA DELLA POVERTA' PER CLASSI D'ETÀ



# COSA E' CAMBIATO RISPETTO ALLE GENERAZIONI PRECEDENTI

Base: giovani 18-34 anni (n=740)

## COSA È MIGLIORATO E COSA È PEGGIORATO

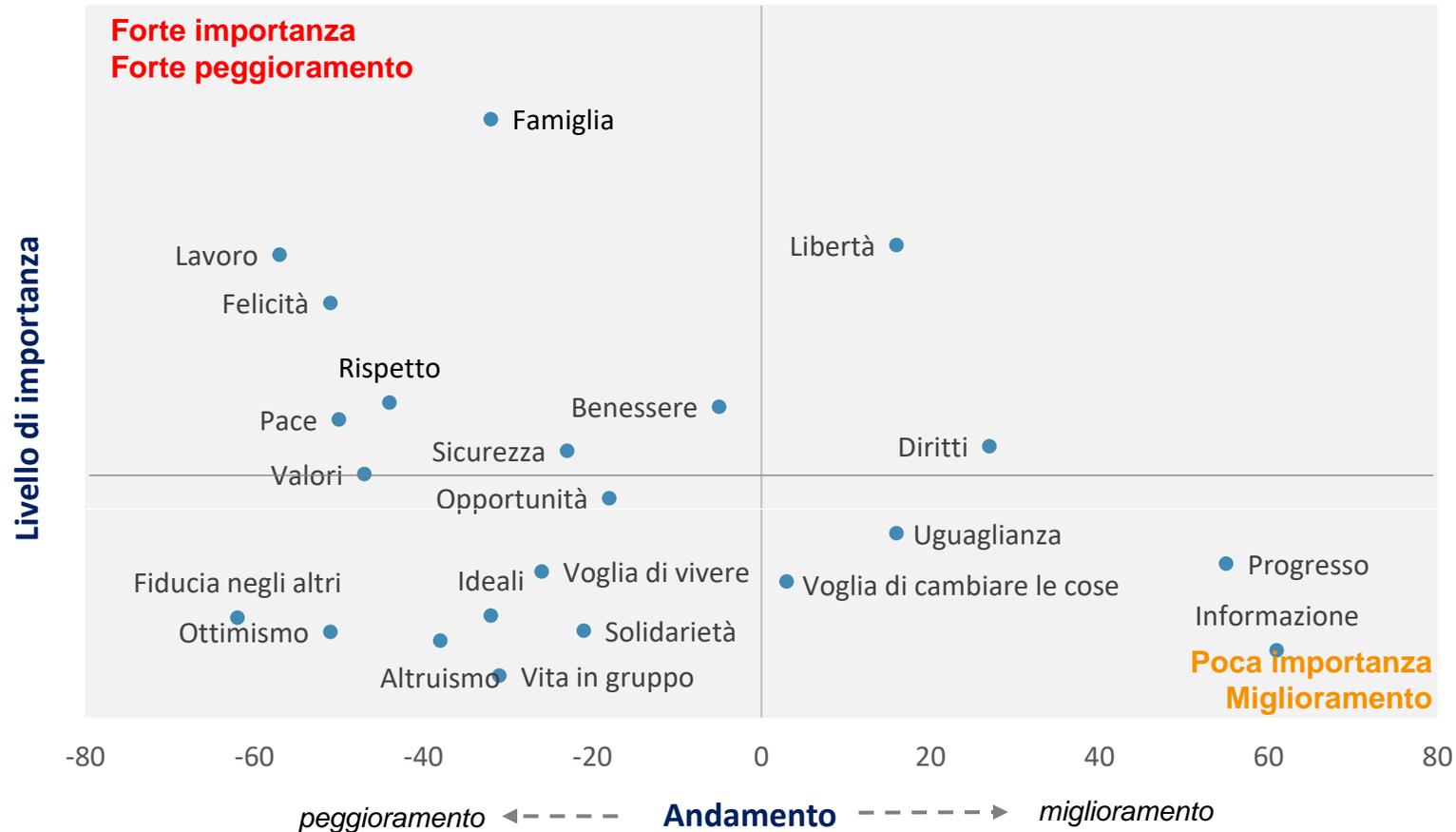
OGGI cosa abbiamo DI PIU' E cosa di MENO? Rappresentazione DELTA (di più- di meno)



# SONO PEGGIORATI GLI ASPETTI PIU IMPORTANTI DELLA VITA

Base: giovani 18-34 anni (n=740)

**Cos'è migliorato e cos'è peggiorato**  
**analisi per importanza degli aspetti della vita**  
*OGGI cosa abbiamo DI PIÙ E cosa di MENO? E COS'È PIÙ IMPORTANTE per te?*



# I MIGLIORAMENTI SONO NEL MONDO «VIRTUALE», I PEGGIORAMENTI IN QUELLO «REALE»

Base: giovani 16-35 anni

## In meglio (accordo 1:10, media)

• Più informazione, più libertà	7,4
<hr/>	
• Tutto più facile	7,1
• Più opportunità di formarsi (in rete)	7,1
• Più consapevolezza su salute	7,0
• Connessi con il mondo	7,0
• Più opportunità persone svantaggiate	7,0
• Lavoro a distanza	6,8
• Più opportunità di lavoro	6,4

## In peggio (accordo 1:10, media)

• Meno lavoro, lavoro precario	7,3
• Famiglia: insostenibilità modello tradizionale	7,2
• Pressioni per le performance	7,2
• Confronto / sconforto sui social	7,2
• Distanti dai propri legami	7,1
• Più tempo in casa	6,9

# POSITIVITA' E NEGATIVITA' SI SONO COMPENSATE MA NON PER I GIOVANI

## IL BILANCIO DEI CAMBIAMENTI NELLA VITA

*La vita di chi oggi ha la tua età, rispetto alle persone che avevano la tua età 15, 20 anni fa è:*

	<b>TOTALE Popolazione</b> %	<b>Uomini</b> %	<b>Donne</b> %	<b>Giovani 16 - 35</b> %	<b>Adulti 36 - 71</b> %
Migliorata	37	33	40	30	39
Rimasta uguale	25	31	20	28	24
Peggiorata	38	36	41	42	37
	100	100	100	100	100
<b>% migliorata - peggiorata</b>	-1	-2	-1	<b>-12</b>	+2

# I CONTI NON TORNANO IN PARTICOLARE PER LE GIOVANI DONNE

Base: totale popolazione (N= 1.518)

## IL BILANCIO DEI CAMBIAMENTI NELLA VITA Analisi per classe d'età e genere

Rispetto a 15 anni fa la vita è:

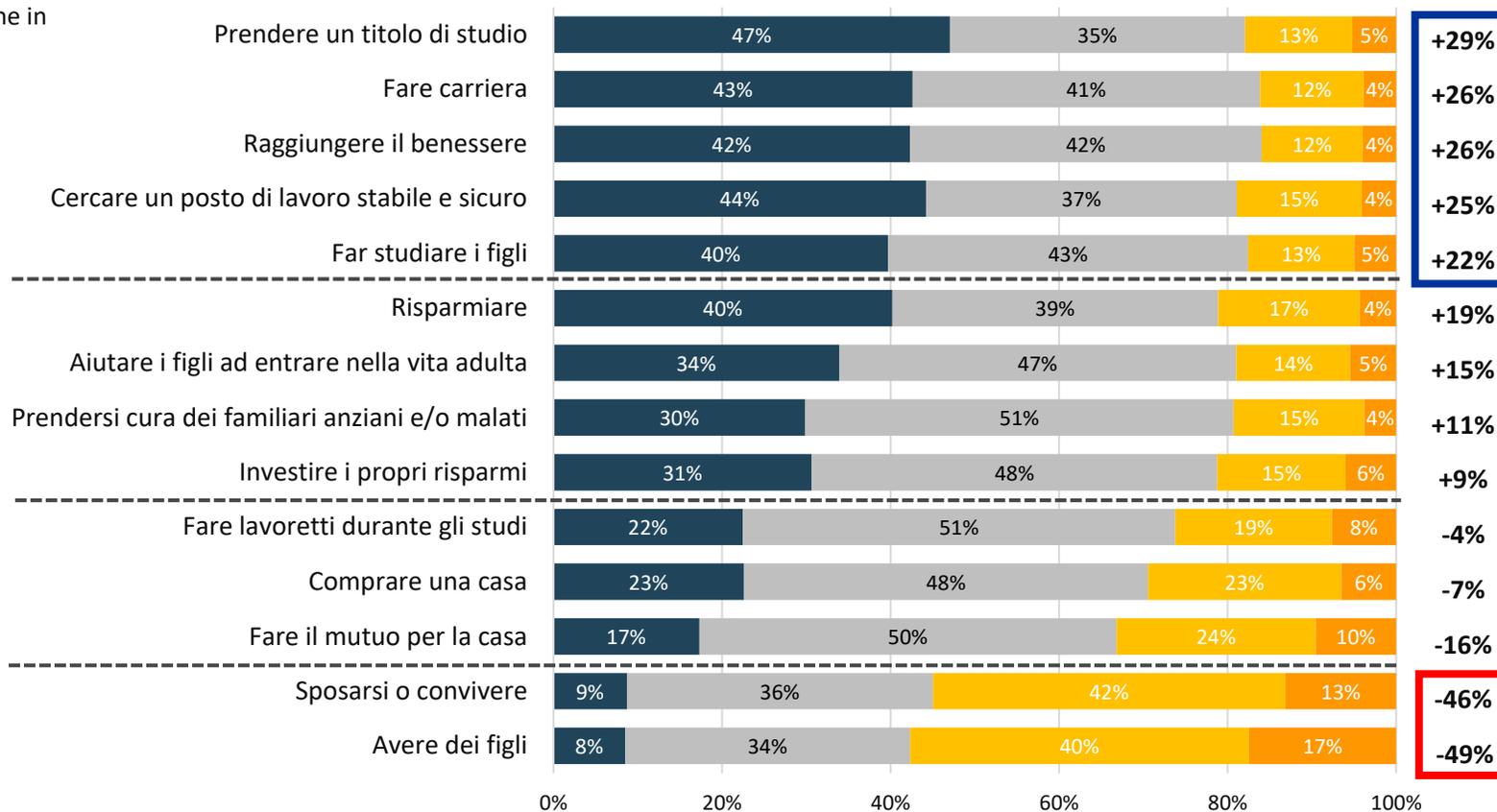
	16 -22 anni		23-27 anni		28-35 anni		36-54 anni		55 -74 anni	
	Uomini %	Donne %	Uomini %	Donne %	Uomini %	Donne %	Uomini %	Donne %	Uomini %	Donne %
Migliorata	29	33	28	31	31	27	33	33	37	52
Rimasta uguale	31	26	37	25	29	25	32	18	29	17
Peggiorata	40	41	35	44	40	48	35	49	33	31
	100		100		100		100		100	
Delta % vita migliorata - peggiorata	- 11	- 8	- 7	- 13	- 9	- 21	- 2	- 16	- 4	+ 21

# IL NUOVO SCENARIO IMPONE DI CAMBIARE PRIORITA'

Di seguito sono riportati gli obiettivi nella vita di un italiano tipo di qualche decennio fa.  
Per ciascuno dovresti dirti se, secondo te, i giovani di oggi devono  
porsi ancora questo obiettivo e, se sì, quanto è importante

Base: giovani 16/35 anni (n = 909)

- È un obiettivo più importante che in passato
- È ugualmente importante
- È meno importante
- No, non è più un obiettivo



# LE GIOVANI DONNE SONO L'EPICENTRO DELLA NUOVA VISIONE

Base: popolazione 16/74 anni (n = 1.518)

Delta fra % che considera più importante che in passato e % che considera meno/non importante	Uomini		Donne	
	16/35 anni	16/35 anni	36/74 anni	36/74 anni
	409 Delta % 24-23	500 Delta % 24-23	318 Delta % 24-23	291 Delta % 24-23
Prendere un titolo di studio	17	42	23	43
Fare carriera	15	39	8	19
Raggiungere il benessere	16	37	19	13
Cercare un posto di lavoro stabile e sicuro	11	40	19	27
Far studiare i figli	14	31	23	32
Risparmiare	16	22	11	12
Aiutare i figli ad entrare nella vita adulta	11	19	19	15
Prendersi cura dei familiari anziani e/o malati	10	11	21	13
Investire i propri risparmi	5	14	6	4
Fare lavoretti durante gli studi	-10	3	-4	9
Comprare una casa	-6	-8	-9	-5
Fare il mutuo per la casa	-19	-12	-19	-19
Sposarsi o convivere	-38	-55	-43	-48
Avere dei figli	-41	-58	-37	-47

## CONSIDERAZIONI FINALI

- Millennials e Gen Z cumulano i **problemi dell'evoluzione generazionale, di genere e del declino economico del Paese**
- La povertà delle nuove generazioni italiane pone un **enorme problema di sostenibilità sociale ed economica**, che minaccia seriamente il futuro del Paese (emigrazione, denatalità, great resignation, problemi mentali, conflittualità, ecc.)
- Il settore pubblico e privato devono lavorare sinergicamente per costruire un **nuovo patto generazionale**
- **Il risparmio, gli investimenti, la previdenza dei giovani** sono temi fondamentali per costruire una fiducia dei giovani verso il proprio futuro e verso quello del Paese
- In questa prospettiva, **l'educazione finanziaria dei giovani è un tassello importante** e risponde ad una domanda di conoscenza e di autonomia tipica delle nuove generazioni
- Per rivolgersi con successo alle nuove generazioni, il mondo assicurativo deve affrontare la **sfida di un universo di valori e di pratiche molto diversi** da quelli del business tradizionale (trasparenza, autonomia, rapporti non gerarchici, consulenza di valore, ecc.)