

# GLI ITALIANI E IL SENSO CIVICO FOCUS SOLITUDINE



in collaborazione con



XVIII EDIZIONE  
SEMINARIO  
ESTIVO 2020

Nando Pagnoncelli

23 luglio 2020

GAME CHANGERS



# CONTENUTI

1. METODOLOGIA E CAMPIONE



2. FOCUS: LA SOLITUDINE



Percezioni, opinioni, cause, conseguenze e soluzioni

3. KEYPOINTS



Percezioni, opinioni, cause, conseguenze e soluzioni

# METODOLOGIA E CAMPIONE

# 1



# METODOLOGIA

## Universo di riferimento:

Popolazione Italiana dai 18 anni e più

## Tecnica di rilevazione

Tecnica mista CAWI (Online) + CATI (telefonica)

## Numero di interviste eseguite:

502 interviste complete

## Stratificazione del campione:

Genere per età, area geografica, condizione occupazionale, titolo di studio

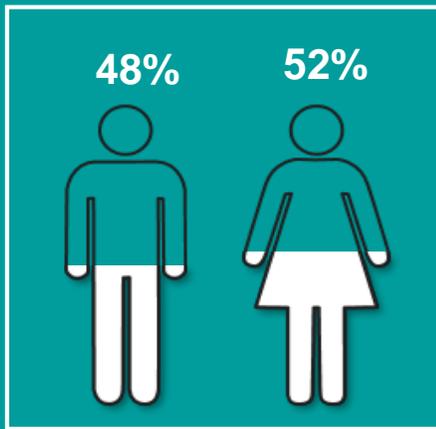
## Periodo di rilevazione:

20 – 28 maggio 2020

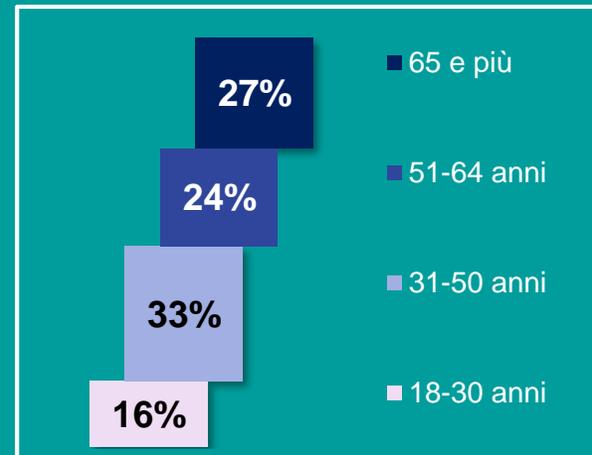
# IL CAMPIONE INTERVISTATO

Valori ponderati

## GENERE

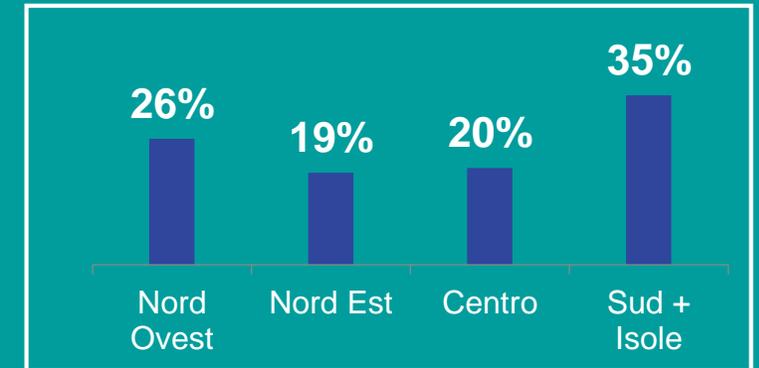


## ETÀ

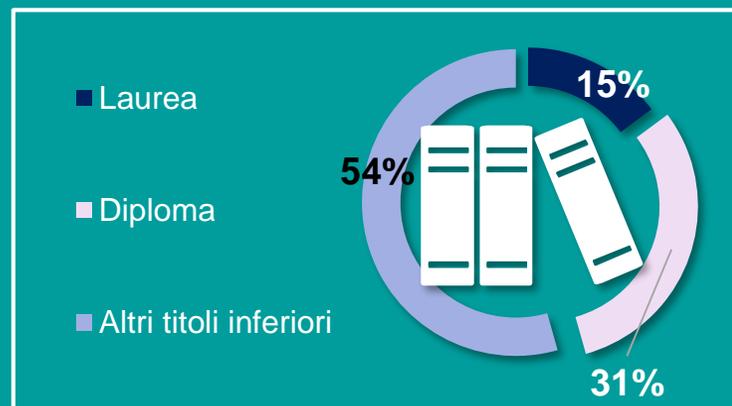


Età media: 51 anni

## AREA GEOGRAFICA



## TITOLO DI STUDIO



## PROFESSIONE



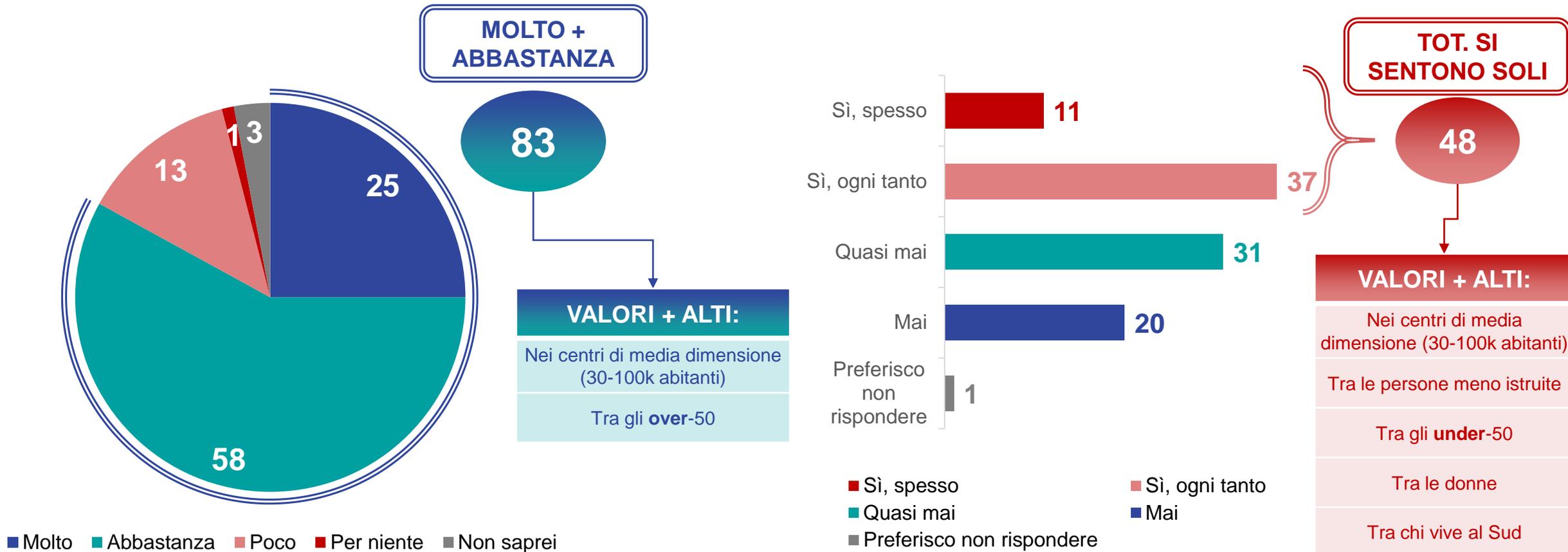
# FOCUS: LA SOLITUDINE

Percezioni, opinioni, cause,  
conseguenze e soluzioni

# 2



# UN PROBLEMA SENTITO DA UN'AMPIA MAGGIORANZA E UNA VASTA MINORANZA LO PERCEPISCE IN PRIMA PERSONA



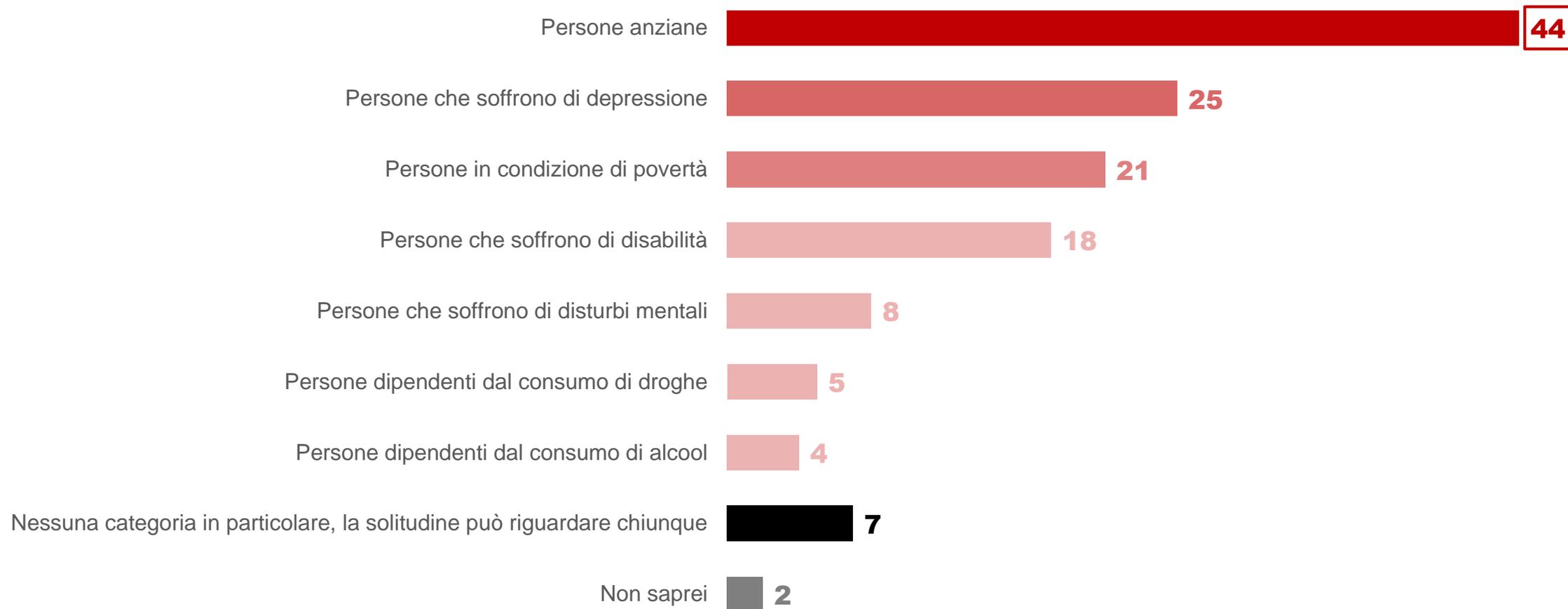
SOL1. Secondo Lei, il problema della solitudine in Italia è molto, abbastanza, poco o per niente diffuso? SOL4. A Lei, personalmente, capita di sentirsi solo/a?

# GLI ANZIANI LA CATEGORIA PIÙ A RISCHIO...



SOL2. Quali tra queste categorie sono più a rischio di soffrire di solitudine secondo Lei? Indichi fino ad un massimo di 2 risposte.

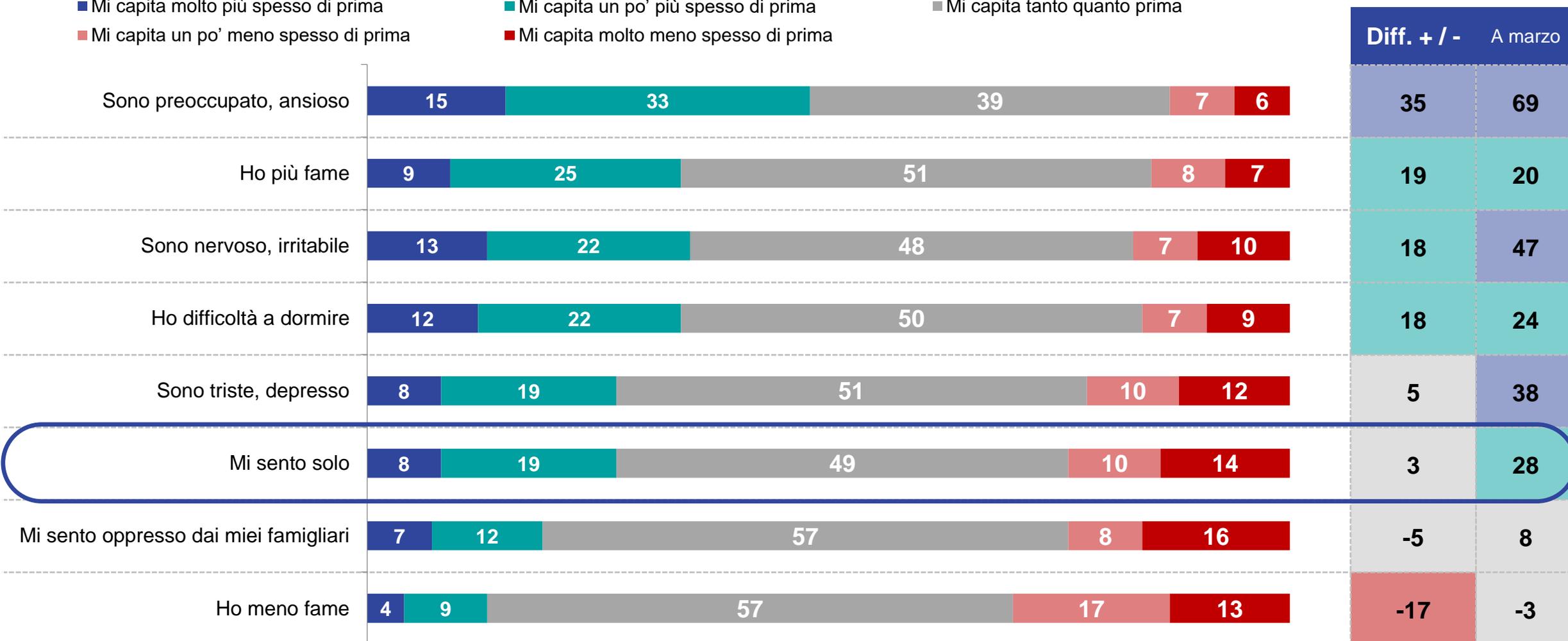
# ...E PIÙ COLPITA DAL LOCKDOWN



SOL2bis. E secondo Lei per quali tra queste categorie il confinamento imposto dall'emergenza Coronavirus ha peggiorato di più il problema della solitudine? Indichi fino ad un massimo di 2 risposte.

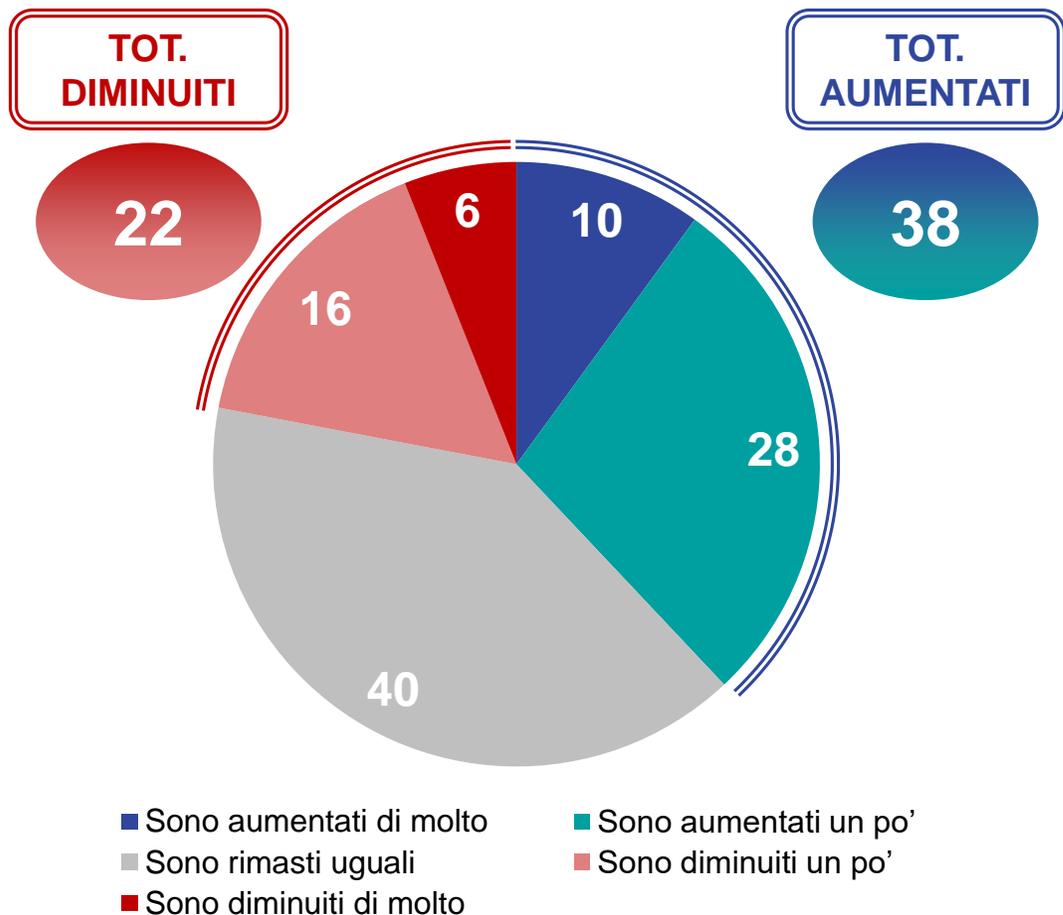
# L'EPIDEMIA, LA SOLITUDINE, GLI ALTRI DISTURBI

- Mi capita molto più spesso di prima
- Mi capita un po' più spesso di prima
- Mi capita tanto quanto prima
- Mi capita un po' meno spesso di prima
- Mi capita molto meno spesso di prima

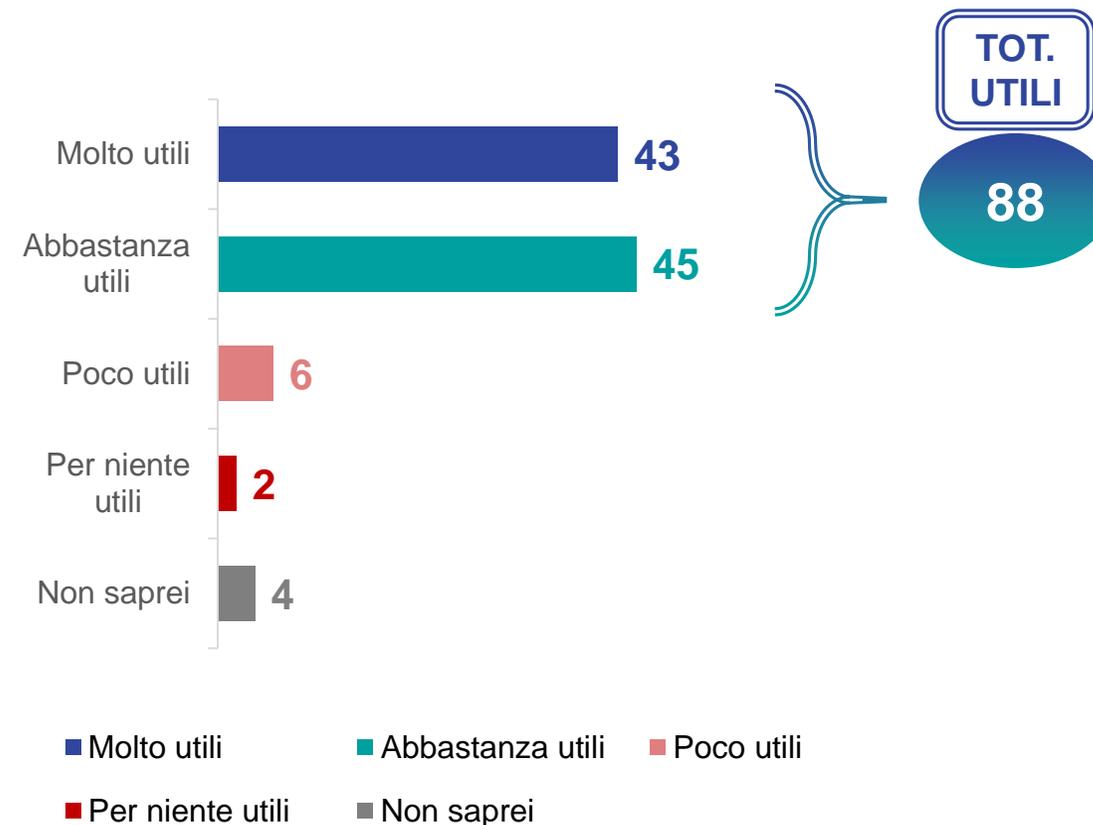


CVS1. In queste settimane segnate dall'emergenza Coronavirus e dalla necessità di restare il più possibile a casa, Lei sta avvertendo delle differenze su ciascuna di queste sensazioni rispetto a quanto le capitava fino a poco tempo fa (prima dell'emergenza)?

# L'EPIDEMIA CI HA AVVICINATO AD AMICI E PARENTI TRAMITE LE NUOVE TECNOLOGIE

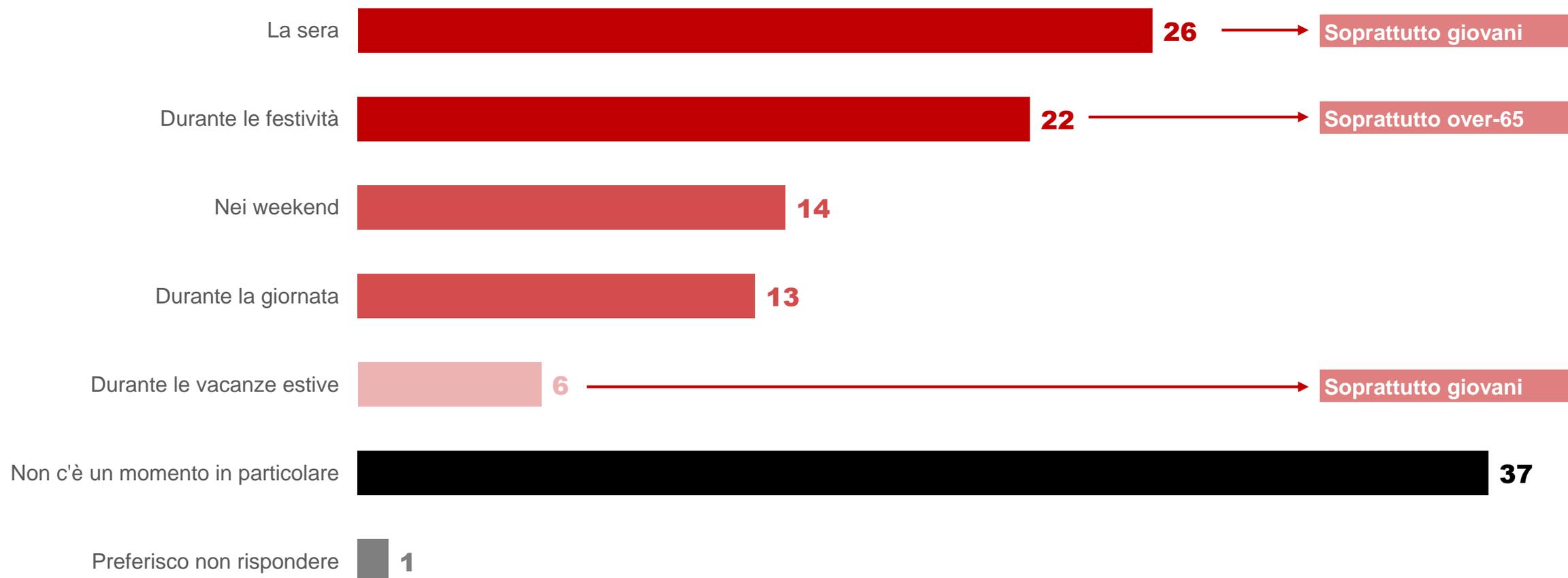


SOL4bis. Durante questi mesi di isolamento in casa, i Suoi contatti con amici e parenti sono complessivamente aumentati o diminuiti grazie a telefono, chat, videochiamate...?



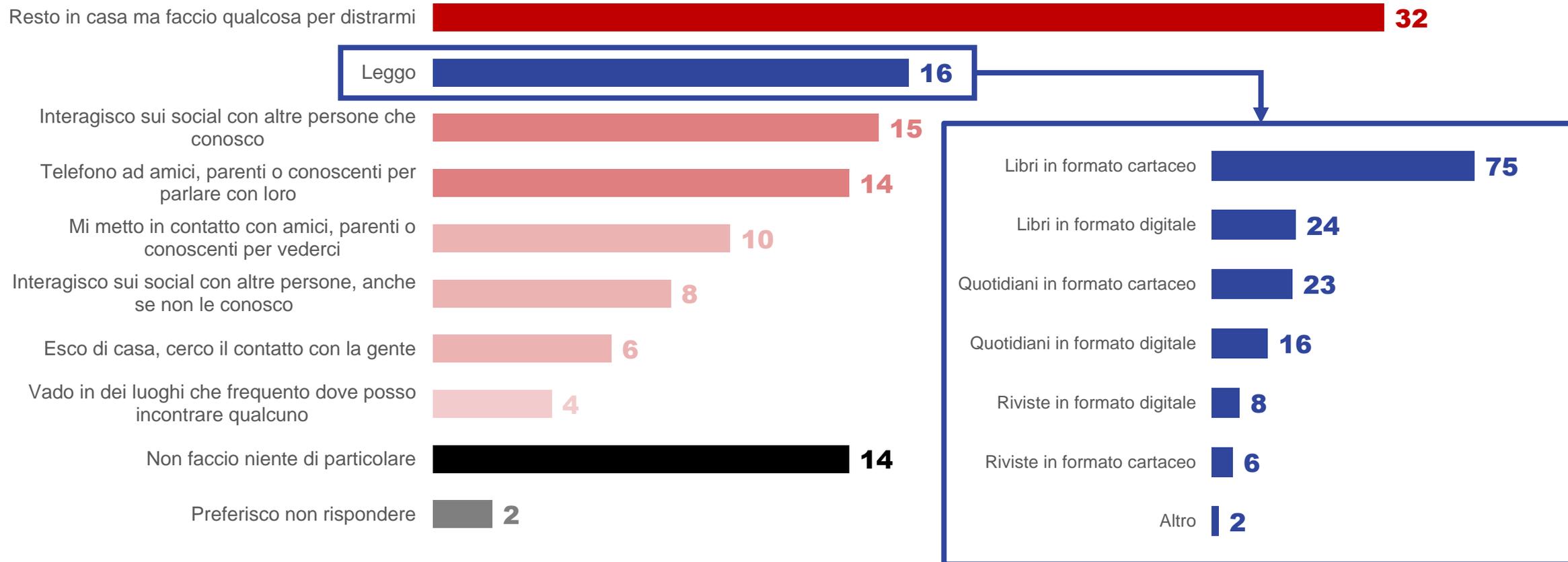
SOL4ter. Secondo la Sua esperienza, queste forme di comunicazione a distanza sono utili a ridurre la solitudine quando si è costretti a stare lontani, come è successo in questi mesi?

# I MOMENTI DELLA SOLITUDINE: SERA E FESTIVITÀ INNANZITUTTO



SOL5. In quali momenti Le capita più frequentemente di sentirsi solo/a? Indichi fino ad un massimo di 2 risposte.

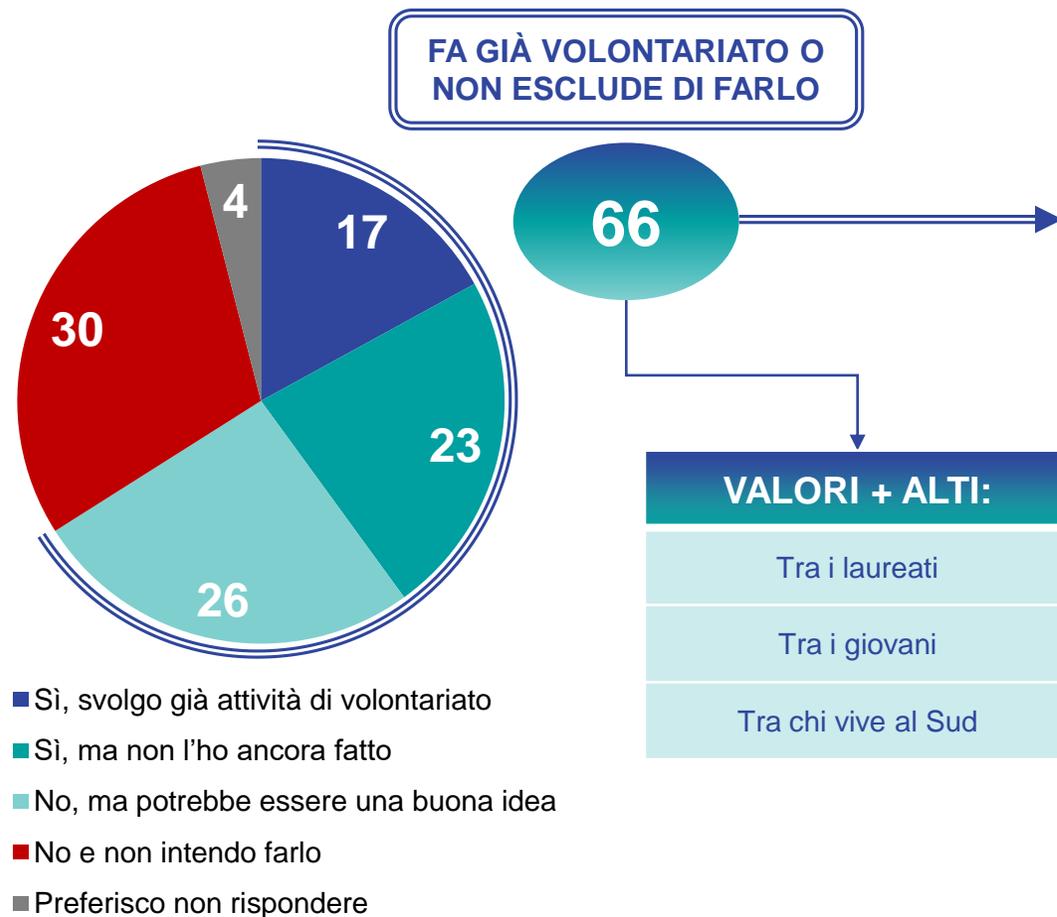
# LE REAZIONI: SI CERCANO DISTRAZIONI IN CASA, MENO DI 1 SU 5 LEGGE



SOL6. **E quando Le capita di sentirsi solo/a, cosa fa?** Indichi fino ad un massimo di 2 risposte.

SOL7. **Cosa legge?** Indichi fino ad un massimo di 2 risposte.

# IL VOLONTARIATO: UNA BUONA SOLUZIONE PER DUE TERZI

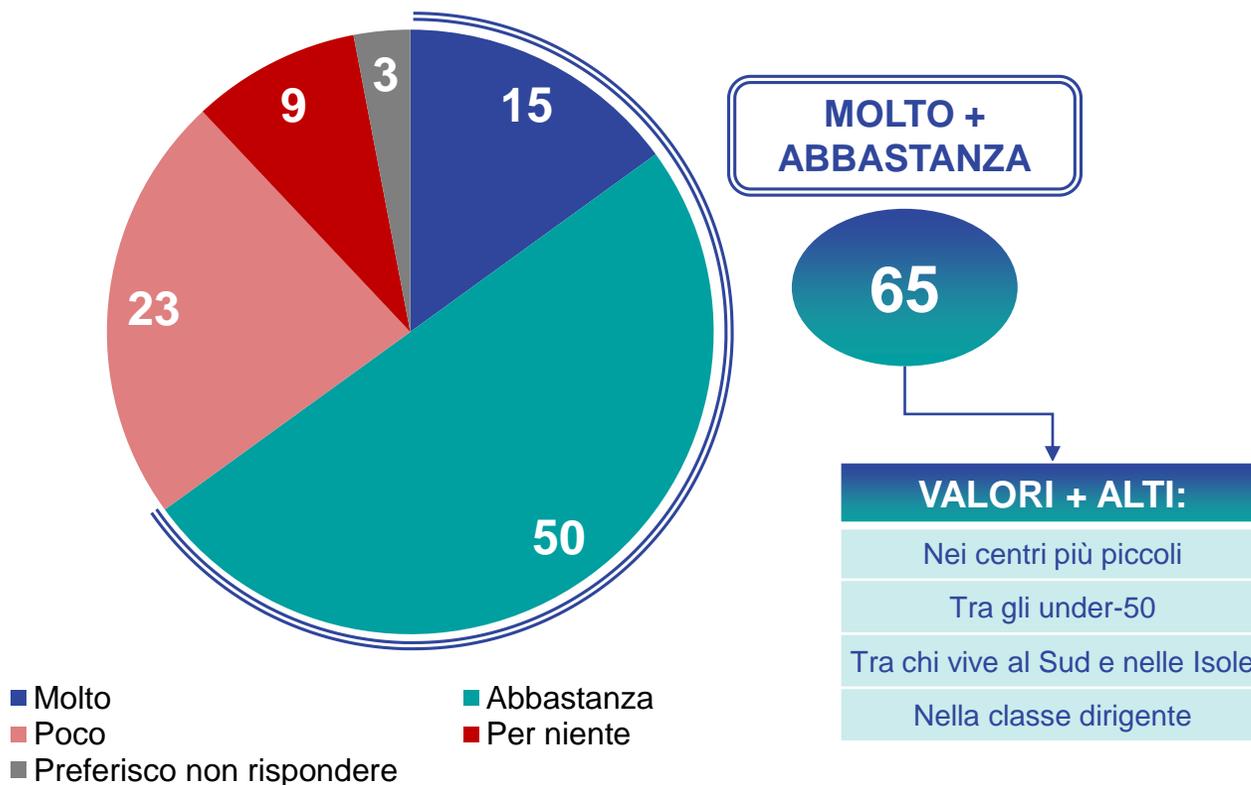


SOL8. Ha mai considerato l'ipotesi di dedicarsi ad attività di volontariato per evitare di stare solo/a?

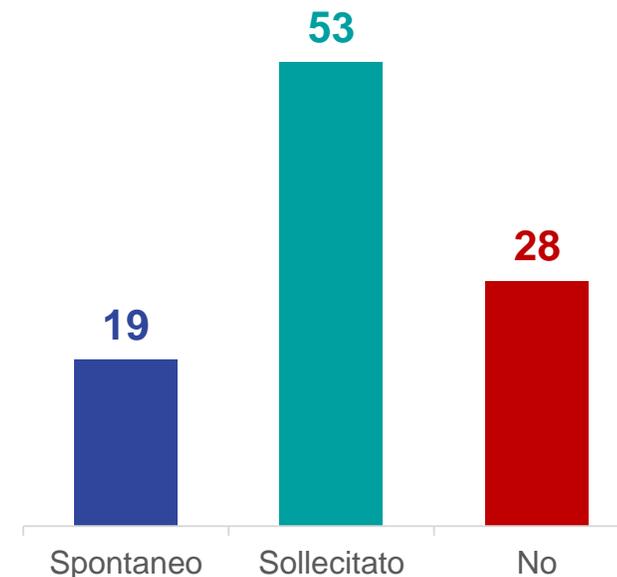
SOL9. Che tipo di volontariato fa o Le piacerebbe fare? Indichi fino ad un massimo di 3 risposte.

# DEDICARSI ALLA TUTELA DELL'AMBIENTE PER COMBATTERE LA SOLITUDINE

Domanda posta a chi non ha indicato «a tutela dell'ambiente» tra le opzioni alla domanda precedente.

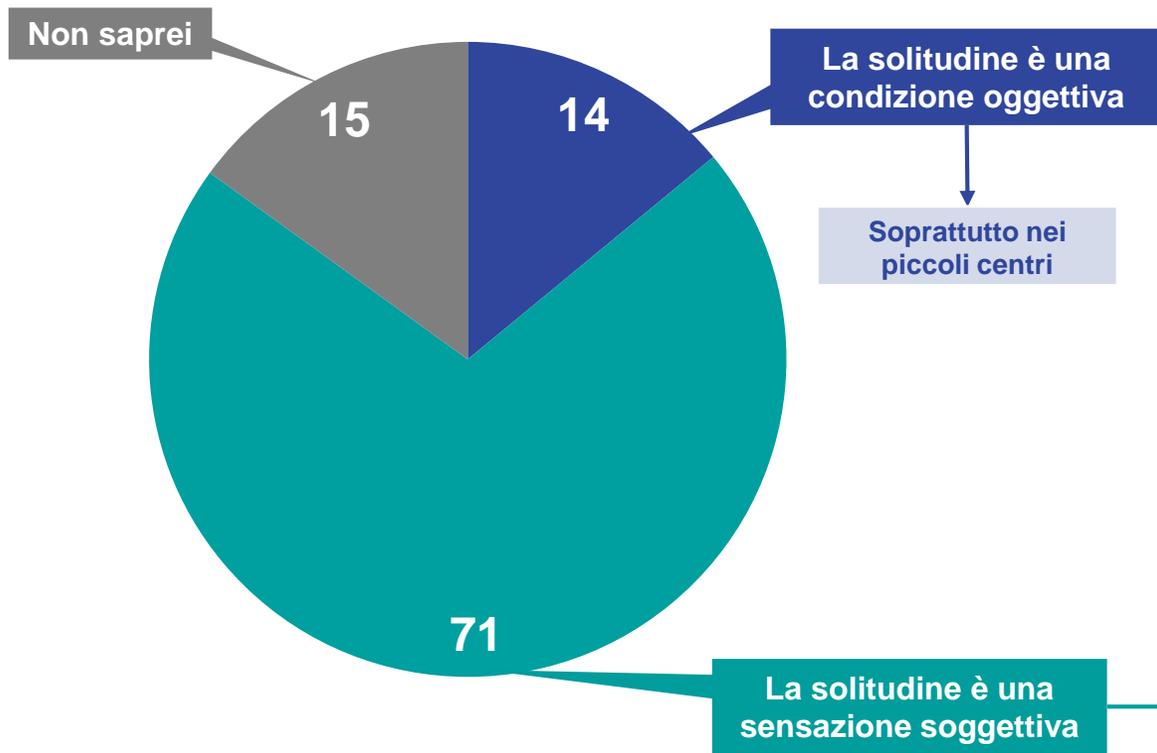


## INTERESSE TOTALE PER IL VOLONTARIATO NELLA TUTELA DELL'AMBIENTE

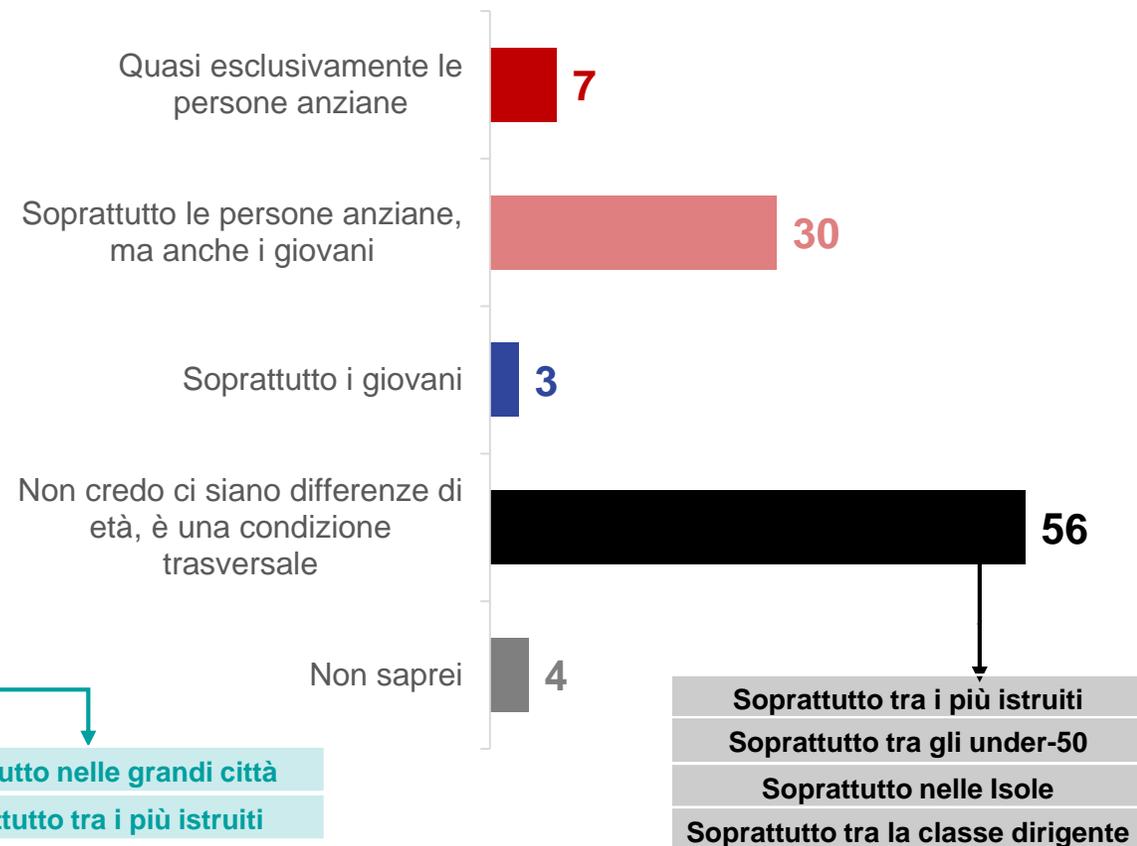


SOL10. Quanto potrebbe interessarla svolgere attività di volontariato a tutela dell'ambiente, dedicandosi ad esempio alla tutela di parchi e giardini, alla pulizia di spiagge e aree naturali, alla promozione della raccolta differenziata?

# LA SOLITUDINE: UNA SENSAZIONE SOGGETTIVA, CHE RIGUARDA TUTTI TRASVERSALMENTE

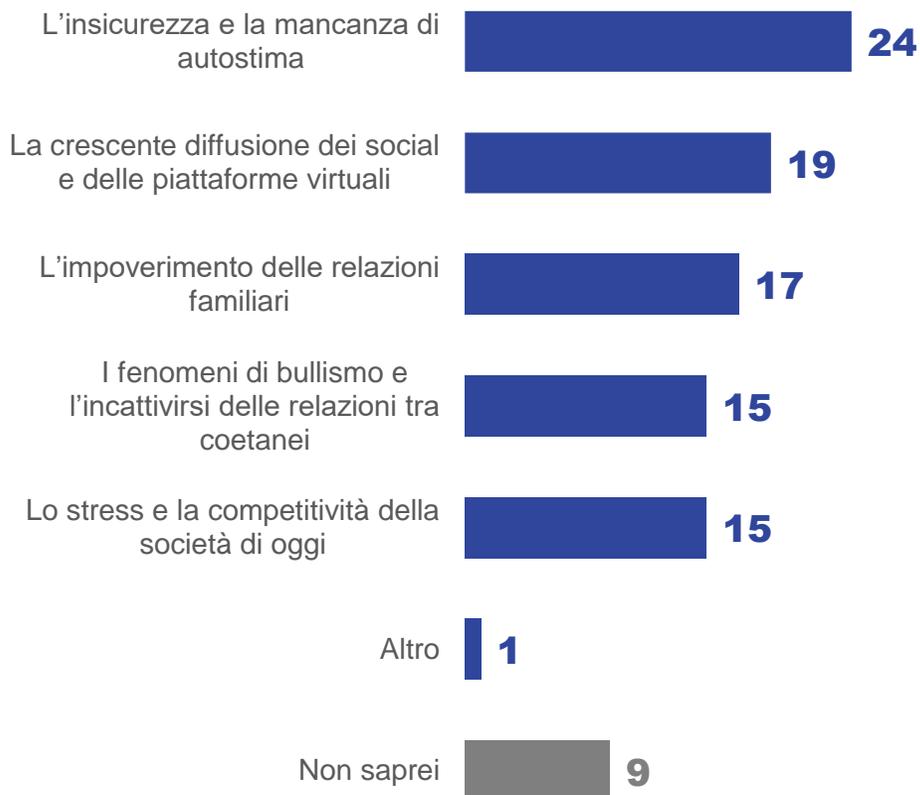


SOL11. Alcuni affermano che la solitudine è una **condizione oggettiva**, che consiste nell'aver effettivamente pochi legami con le altre persone e nel passare gran parte del proprio tempo da soli. Secondo altri, invece, la solitudine è una **sensazione soggettiva**, che si può provare anche se si fa una vita "normale" con un buon numero di relazioni. **Con quale di queste affermazioni Lei è più d'accordo?**



SOL12. Secondo lei la solitudine è una condizione che riguarda...

# LA SOLITUDINE DEI GIOVANI: CAUSE E CONSEGUENZE

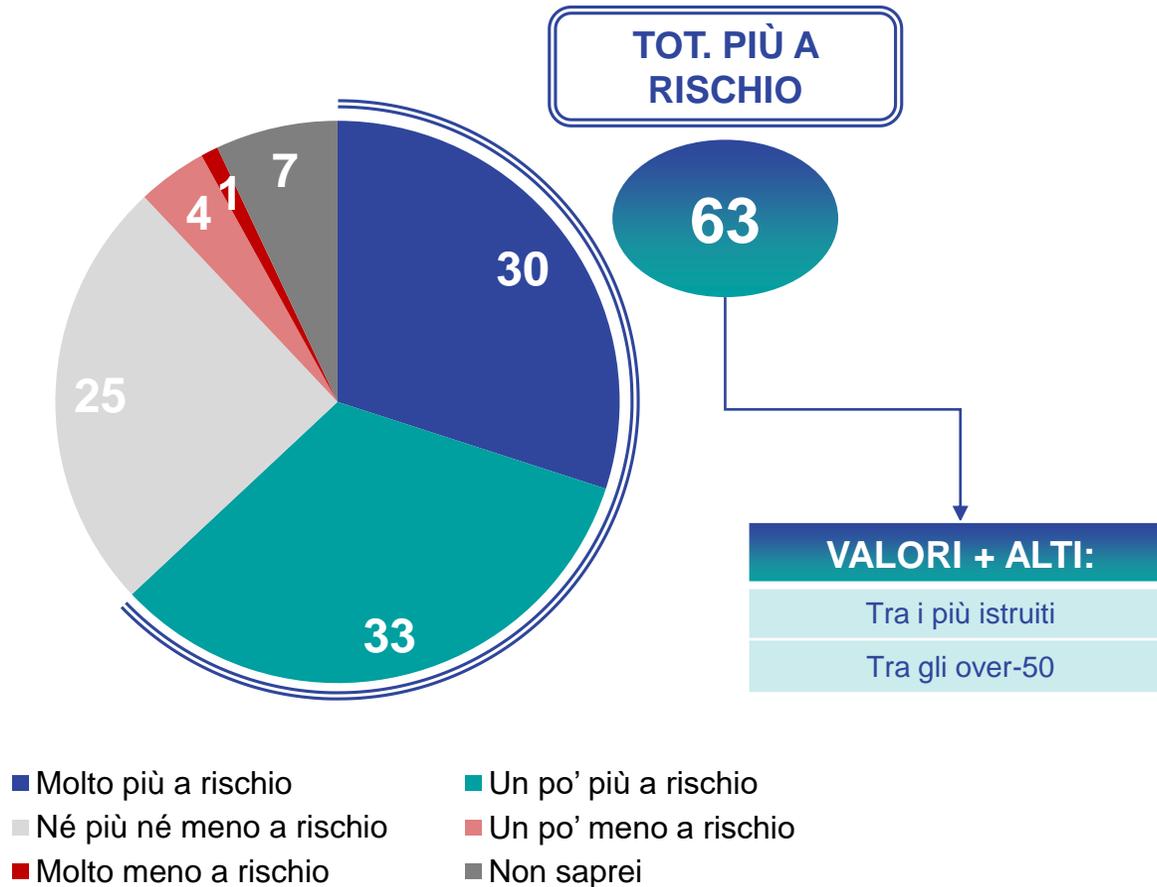


SOL13a. Quali sono secondo Lei le principali **cause** della solitudine tra i giovani?

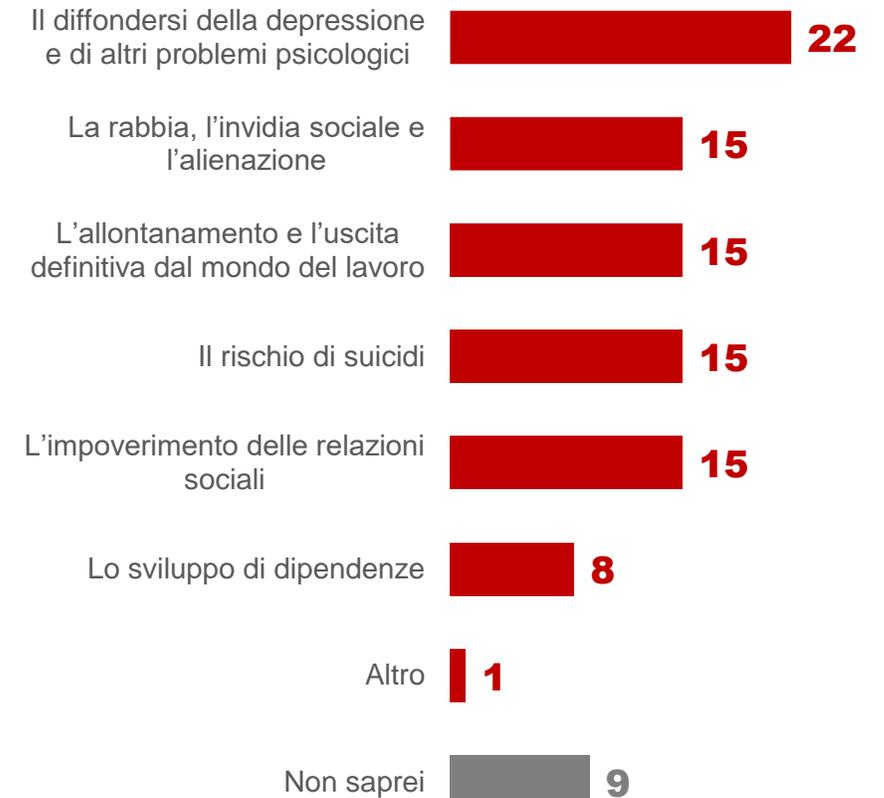


SOL13b. E quali sono, invece, le **conseguenze** più preoccupanti della solitudine nel caso dei giovani?

# CHI NON LAVORA È PIÙ A RISCHIO-SOLITUDINE

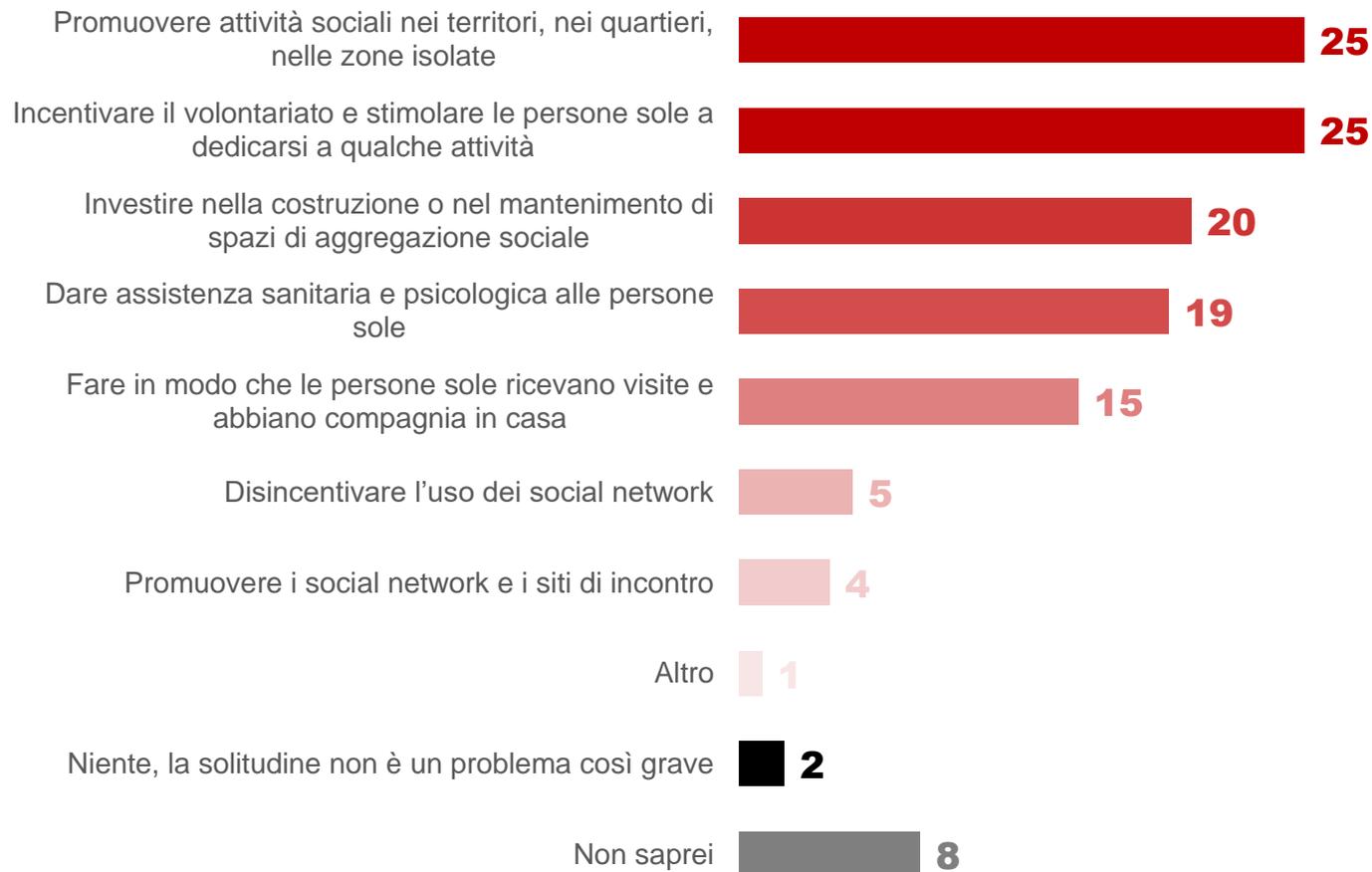


SOL13c. Se pensa invece alle persone che non lavorano (perché disoccupate o in pensione), secondo lei sono più o meno a rischio di trovarsi in una condizione di solitudine rispetto a chi lavora?

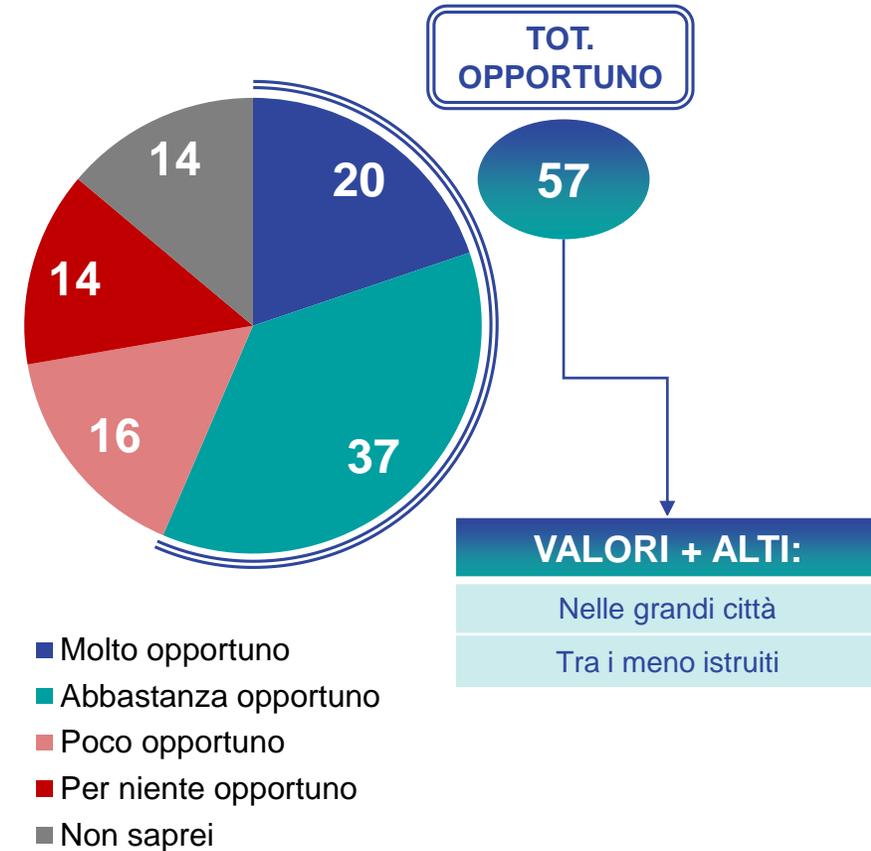


SOL13d. E quali sono le conseguenze più preoccupanti della solitudine nel caso delle persone che non lavorano?

# LE SOLUZIONI: ATTIVITÀ SOCIALI E SPAZI DI AGGREGAZIONE PIACE L'IDEA DI UN MINISTERO COME IN UK



SOL14. Cosa si dovrebbe fare, secondo Lei, per contrastare il problema della solitudine?



SOL15. Nel Regno Unito è stato istituito un Ministero della Solitudine per affrontare i problemi sociali legati alla solitudine.

Secondo Lei sarebbe opportuno creare un ministero simile anche in Italia?

# KEYPOINTS

# 3



# KEYPOINTS – FOCUS: LA SOLITUDINE (1)

- Si conferma **un problema diffuso nel Paese, in aumento durante i mesi di lockdown**. Sale di 5 punti percentuali (dal 78 all'83%) la quota di coloro che lo ritengono un problema molto o abbastanza grave, e di 4 (dal 44 al 48%) quella di chi dichiara di sentirsi solo almeno sporadicamente
- Sono soprattutto gli **abitanti delle cittadine di piccola-media dimensione** ad avvertire il problema, in generale e in prima persona. È invece evidente un **gap generazionale nella percezione del problema**: se gli over-50 tendono a prendere atto più frequentemente del problema a livello sociale sono invece gli under-50 a riconoscere più spesso di soffrirne in prima persona
- Rimangono **gli anziani** la categoria percepita più a rischio solitudine, nonché quella su cui gli effetti dell'isolamento nei mesi di lockdown sono stati i più pesanti
- La sensazione di solitudine non è tuttavia la più ricorrente, in relazione al **lockdown**: preoccupazione e ansia, nervosismo, tristezza e depressione erano in forte aumento a marzo e lo sono in parte tutt'ora, mentre il senso di solitudine è di fatto rientrato su livelli pre-crisi
- Paradossalmente, **l'isolamento ci ha connesso di più agli affetti più stretti**: per quasi 4 italiani su 10 il contatto con amici e parenti si è intensificato durante la Fase 1 dell'emergenza grazie ai canali digitali, mentre meno di un intervistato su 4 dichiara di aver visto una riduzione. Le tecnologie digitali sono infatti considerate utili a rimanere «connessi» da un'amplissima maggioranza

## KEYPOINTS – FOCUS: LA SOLITUDINE (2)

- La **sera** e le **festività** si confermano i momenti a maggior rischio solitudine, anche se una quota non trascurabile afferma che la solitudine non si concentri in momenti particolari e sia una condizione più o meno costante
- L'età incide anche nella percezione dei «momenti» di solitudine: se **i giovani tendono a indicare soprattutto la sera** (e, in misura minore, anche le vacanze estive) **gli anziani accusano di più la solitudine durante le festività**
- Le **reazioni alla solitudine** continuano a realizzarsi **dentro le mura domestiche**, anche se cresce leggermente (dal 6 al 10%) la quota di coloro che escono di casa per cercare il contatto con la gente. Aumenta in particolare la percentuale di chi cerca rimedio nell'**interazione sui social**, in particolare con gli amici: il lockdown ha probabilmente sdoganato questi canali per una fetta di popolazione precedentemente poco avvezza
- **Fare volontariato** potrebbe essere una buona strategia per combattere la solitudine, anche se questa convinzione è leggermente meno forte rispetto a febbraio. La pensano in questo modo soprattutto le persone più istruite, i giovani e i residenti al Sud. Il 17% degli intervistati che dichiarano di sentirsi soli svolge già attività di volontariato ma scende al 49% (dal 57% di febbraio) la quota di chi **prende in considerazione** l'idea di farlo. La **tutela degli animali** e **l'assistenza a soggetti fragili** si confermano gli ambiti più interessanti
- Anche la **tutela dell'ambiente** è un ambito di interesse: il 19% di chi considera l'opzione del volontariato come antidoto alla solitudine sceglie questo settore e un altro 53% potrebbe comunque esserne interessato (soprattutto tra chi vive nei piccoli centri, i residenti del Sud e delle Isole, gli under-50 e gli appartenenti al ceto dirigenziale)

# KEYPOINTS – FOCUS: LA SOLITUDINE (3)

- Si rafforza la convinzione che la solitudine sia **una sensazione soggettiva**, che prescinde dal numero e dall'intensità di relazioni che un individuo effettivamente ha con gli altri. Ci si può sentire soli anche in mezzo a tanta gente, e **a qualsiasi età**
- L'accezione «soggettiva» della solitudine è condivisa soprattutto **nelle grandi città e tra le persone più istruite**, mentre nei piccoli centri ha un peso relativamente maggiore la tesi che la solitudine sia una condizione oggettiva, data dalla scarsità delle relazioni e dal trascorrere molto tempo da soli
- I **più istruiti**, i membri della **classe dirigente**, come anche i più **giovani** e **chi vive al Sud e nelle Isole** insiste sul fatto che **la solitudine non conosca età e riguardi tutti trasversalmente**
- **Tra i giovani**, le **cause della solitudine** si confermano diverse: **insicurezza** e mancanza di **autostima**, l'avanzata dei **social** e delle **relazioni virtuali**, l'impoverimento della **famiglia**, il crescere di fenomeni come il **bullismo**, che testimoniano l'incattivimento delle giovani generazioni. Rispetto a febbraio sono soprattutto però lo **stress** e la **competitività** della società di oggi a spingere i giovani verso l'isolamento
- La solitudine tra i giovani può portare a **rifugiarsi ancor di più nei social** o ad aggravare il problema della **depressione** e a sviluppare **dipendenze**, o a cercare sfogo nel **bullismo** e nel **cyberbullismo**
- Trovarsi in una **condizione di inoccupazione lavorativa** (disoccupati o pensionati) è opinione diffusa che aumenti il rischio di solitudine. Lo pensano soprattutto i più istruiti e gli over-50. Per queste categorie il rischio principale è quello della **depressione** e di altri **problemi psicologici**
- Le soluzioni auspiccate riguardano soprattutto la **promozione di attività sociali** nei territori e **l'incentivazione del volontariato**. L'idea di un **istituire un ministero per la solitudine**, come nel Regno Unito, continua a ricevere un consenso maggioritario benché in calo (dal 64 al 57%), più forte nelle grandi città e tra i meno istruiti

# ABOUT IPSOS

---

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:  
**You act better when you are sure.**

\*\*\*

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our clients to navigate more easily our deeply changing world.



**BE  
SURE.  
GO  
FURTHER.**

**GAME CHANGERS**

