

3° Numero
Osservatorio del mondo agricolo
Enpaia-Censis

LA RISCOPERTA DELL'AGRICOLTURA
NELLA YOUTH ECONOMY

QUEL CHE REALMENTE PENSANO E VOGLIONO
MILLENNIAL E GENERAZIONE Z

Sintesi dei principali risultati

Roma, 19 Maggio 2021



Indice

1. L'importanza per l'Italia del nuovo rapporto tra giovani e agricoltura	2
2. Mondo agricolo protagonista del futuro sostenibile	3
3. Abituati alle difficoltà	4
4. L'Italia post-pandemica dei giovani	6

1. L'IMPORTANZA PER L'ITALIA DEL NUOVO RAPPORTO TRA GIOVANI E AGRICOLTURA

Ogni progetto dell'Italia *post Covid-19* dovrà muovere dai giovani, sono loro i protagonisti del futuro, portatori di stili di vita e valori che il virus ha potenziato e reso ancora più attuali.

Parte da questa considerazione il 3° numero dell'Osservatorio Enpaia-Censis sul nuovo rapporto dei giovani con la terra, con la produzione e il consumo del cibo, con l'impresa e il lavoro in agricoltura. Un focus mirato su *sentiment*, valori, aspettative e obiettivi di vita dei giovani che delimitano la *youth economy*, di cui sono protagonisti i *millennial*, nati tra metà degli anni Ottanta e metà del decennio successivo, e la *Generazione Z* nata tra metà degli anni Novanta e metà degli anni Zero.

Tra le due generazioni, spesso accusate di pigrizie e mancanza di iniziativa, esiste un *fil rouge* che si è consolidato in questi tribolati tempi: la riscoperta del rapporto con l'agricoltura non più, come per i *baby boomers*, sinonimo del passato, di *quel che è stato*, ma sempre più come ecosistema di pratiche e valori in sintonia con la società che i giovani vorrebbero.

Da anni si moltiplicano segnali di un ritorno dei giovani ad un rapporto più stretto, quasi complice con terra e cibo.

Ma come si evolverà questo rapporto dopo l'esperienza dell'emergenza sanitaria e in che modo valori e pratiche corrispondenti potranno contribuire al rilancio del settore, della filiera del cibo e, più in generale, dell'economia e della società italiana?

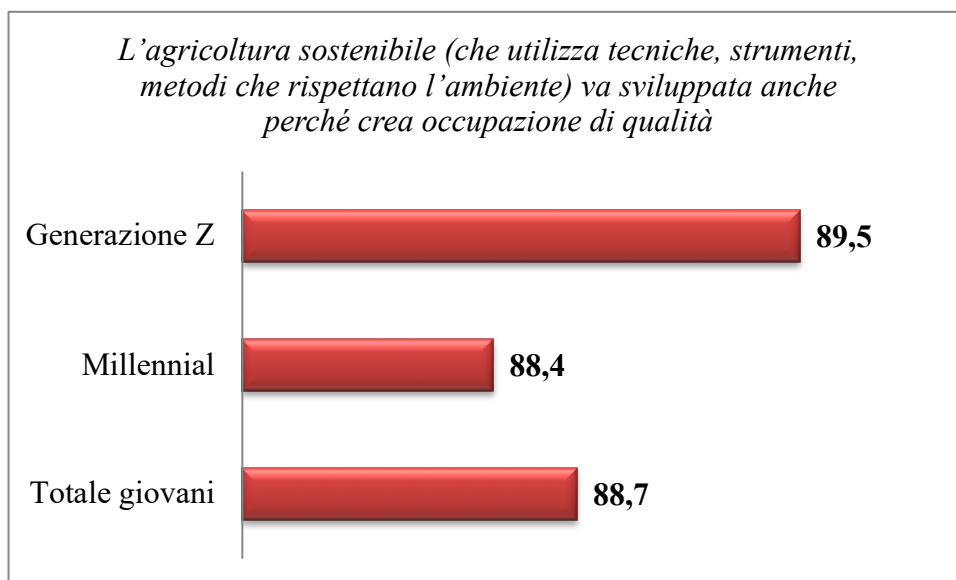
2. MONDO AGRICOLO PROTAGONISTA DEL FUTURO SOSTENIBILE

Per 9 giovani su 10 sostenibilità ambientale e lotta al riscaldamento globale sono la priorità nell'agenda italiana del futuro prossimo. L'agricoltura è, per i giovani, il settore che prima e meglio degli altri ha interpretato tali priorità. Infatti, il 60% della generazione Z (la GenZ composta dai 15-24enni) considera gli agricoltori il soggetto che più degli altri ha operato per rendere la filiera del cibo, il sistema alimentare sostenibile. Tra i *millennial* la quota è del 48%.

Agricoltura sostenibile per i giovani significa anche che è il luogo d'elezione di concrete opportunità lavorative, con l'88,7% dei giovani convinto che l'agricoltura sostenibile generi occupazione di qualità, con valori che arrivano all'89,5% tra i giovanissimi della GenZ (fig. 1).

Emergono anche dati concreti della riscoperta del mondo agricolo da parte dei giovani, come ad esempio quelli relativi alla scelta di fare impresa agricola. Infatti, tra le imprese agricole nate nell'ultimo decennio l'11,3% ha un titolare giovane, 32mila esperienze d'impresa in cui i giovani sono stati sicuramente protagonisti.

Fig. 1 – Giovani convinti che l'agricoltura sostenibile crei occupazione di qualità (val. %)

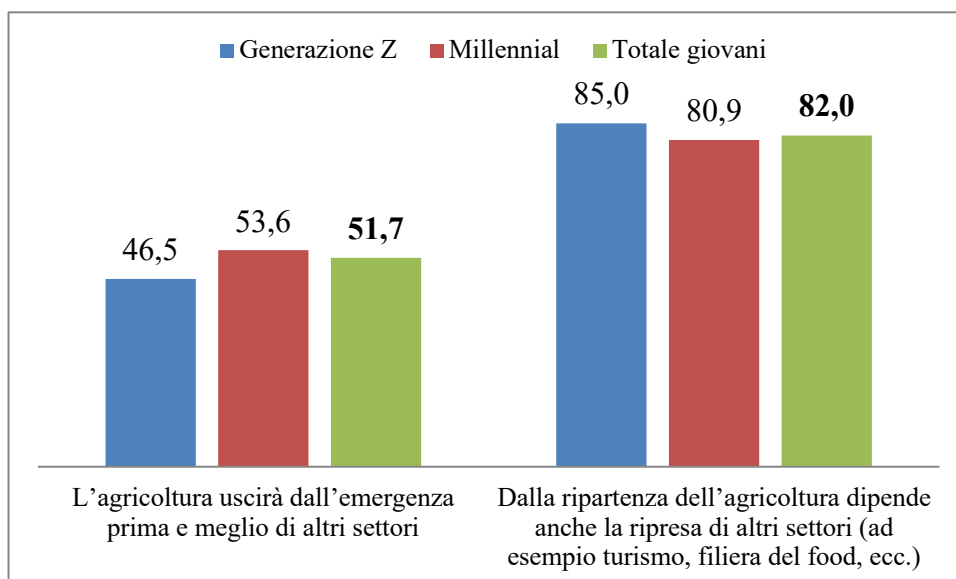


Fonte: indagine Censis 2021

Inoltre, per il 51,7% dei giovani l'agricoltura si rilancerà prima di altri settori nel post Covid-19 e per l'82% la sua ripresa sarà decisiva per quella di altri ambiti oggi in difficoltà, dal turismo alla filiera del *food*, con valori che restano trasversali a Millennial e Generazione Z (fig. 2).

Quasi il 91,7% dei giovani italiani è favorevole a dare aiuti alle imprese agricole che scelgono di investire nelle tante forme di sostenibilità ambientale.

Fig. 2 – Opinione dei giovani sull'importanza dell'agricoltura per il dopo Covid-19 (val. %)



Fonte: indagine Censis 2021

3. ABITUATI ALLE DIFFICOLTA'

L'agricoltura oggi, secondo i giovani, ha al suo interno esempi concreti del mondo che vorrebbero, fatto di attenzione ad ambiente, persone e comunità, molto diverso dal mondo ostico, se non ostile, in cui si sono abituati a vivere tra effetti della crisi 2008 e dell'attuale emergenza sanitaria.

Oggi il 60,2% è convinto che il percorso verso la crescita nel post Covid-19 sarà lungo e difficile, perché il colpo subito è stato duro e ci ritroveremo con i soliti problemi ancor più aggravati: ne sono più convinti i Millennial

(63,8%), scottati in prima persona dalla crisi del 2008, mentre tra la GenZ il dato è pari al 50,4% (tab. 1).

Tab. 1 – Opinione dei giovani sulla ripartenza dell’Italia nel post Covid-19, (val. %)

<i>Pensando al futuro prossimo, secondo lei cosa accadrà all’economia italiana all’annuncio della scoperta di un vaccino/cura risolutiva del Covid-19?</i>	Generazione Z	Millennial	Totale giovani
Riprenderà a crescere velocemente, di cui	49,6	35,4	39,2
<i>Perché ci sarà entusiasmo, voglia di rivincita</i>	21,6	16,1	17,6
<i>Perché almeno un po’ siamo cambiati in meglio</i>	28,0	19,3	21,6
Sarà lungo e difficile il ritorno alla crescita, di cui	50,4	63,8	60,2
<i>Perché ci ritroveremo con i soliti problemi aggravati</i>	37,1	53,6	49,1
<i>Perché troppo duro il colpo subito</i>	13,4	10,3	11,1
Non saprei	0,0	0,7	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis 2021

Pur abituati a vivere e lavorare in un ambiente ostico, i giovani mostrano un’inattesa tenacia: l’89,8% ritiene che per questa fase così difficile lo stato d’animo appropriato debba essere orientato allo sforzo per realizzare i propri progetti e raggiungere i propri obiettivi.

I valori di sostenibilità che i giovani ritrovano nel mondo agricolo sono parte integrante della *vision* su cui essi costruiscono il proprio futuro.

Millennials e GenZ hanno idee precise su come vogliono vivere nei prossimi anni, con stili di vita ibridi ad alta intensità di digitale, la sostenibilità come

criterio regolatore e ordinatore di comunità che non soffocano l'individuo, piuttosto lo completano.

4. L'ITALIA POST-PANDEMICA DEI GIOVANI

Nell'accelerazione imposta dal Covid-19 nei nuovi stili di vita giovanili, *digital* e sostenibilità hanno un posto primario.

L'agricoltura praticata dai giovani in questi anni è ad alta intensità di tecnologie e le imprese agricole hanno saputo valorizzare ai vari livelli le opportunità dell'Ict. Diventa priorità investire in nuove tecnologie che rendano il mondo rurale sempre più digitale.

Per il post Covid-19:

- il 36,7% dei giovani occupati dichiara che svolgerà la gran parte della propria attività lavorativa da casa e *in remote*, con valori omogenei tra GenZ (32,9%) e Millennial (36,7%)
- il 77,3% guarderà prevalentemente *in remote* film, concerti, partite di calcio, ecc, cioè la fruizione di *entertainment*, con dati che restano omogenei tra GenZ (75%) e Millennial (77,9%)
- il 38,7% continuerà ad incontrare gli altri in remote, tramite Zoom, Teams, Facetime, ecc. ed è il dato è 35,1% per la GenZ e 39,7% tra i Millennial.
- il 58% farà i propri acquisti, alimentari e non, ricorrendo all'*ecommerce* e a farlo saranno i giovani della GenZ (70,2%) oltre che i Millennial (54,6%).

La sostenibilità resta il criterio regolatore per eccellenza di economia e società per i giovani.

Pensando al *post Covid-19* emerge che:

- il 62,8% dei giovani farà più attenzione a ridurre gli sprechi, con quote analoghe tra GenZ (60,7%) e Millennial (63,5%);
- il 46,4% farà la raccolta differenziata per i rifiuti ed è il 45,5% tra la GenZ ed il 46,7% tra i Millennial;

- il 32,2% acquisterà prodotti locali, a km zero, così ci sarà minore inquinamento con valori che sono il 26,7% tra GenZ e il 34,2% per i Millennial;
- il 32,1% eviterà acquisti di prodotti e/o confezioni in plastica ed è il 43,8% tra la GenZ ed il 27,9% tra i Millennial (tab. 2).

Tab. 2 – Principali comportamenti che i giovani adotteranno nel post Covid-19 per la sostenibilità ambientale* (val. %)

<i>Dopo l'emergenza sanitaria del Covid-19, tra i seguenti comportamenti quali sono più importanti?</i>	Generazione Z	Millennial	Totale giovani
Ridurre gli sprechi	60,7	63,5	62,8
Fare la raccolta differenziata per i rifiuti	45,5	46,7	46,4
Evitare gli acquisti di prodotti e/o confezioni in plastica	43,8	27,9	32,1
Acquistare prodotti a km zero, così ci sarà minore inquinamento	26,7	34,2	32,2

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis 2021

I giovani hanno più fiducia nelle altre persone rispetto al resto dei cittadini: 63% tra la GenZ e 55% tra i Millennial (55% il dato sul totale della popolazione).

Sono alte le quote di giovani che invece non hanno fiducia in istituzioni di vario tipo: è così per partiti politici (78% GenZ, 75% Millennial, ed è l'81% nel totale popolazione), amministrazioni locali (62% GenZ, 61% Millennial ed è il 64% nella popolazione), nella Pubblica amministrazione (61% GenZ, 61% Millennial ed è il 68% sul totale della popolazione), nell'Unione Europea (48% GenZ, 56% Millennial ed è il 61% sul totale della popolazione) e nei media (50% GenZ, 54% Millennial ed è il 60% sul totale della popolazione).

Il lavoro è la grande fonte di incertezza per i giovani italiani: il 43,3% di chi un lavoro ce l'ha teme di perderlo, con un grado di incertezza superiore addirittura a quella legata ai rischi sulla salute (il 34,5%) o di subire reati (il 30,3%) (tab. 3).

In generale, l'87% dei giovani valuta in modo negativo lo stato attuale del mercato del lavoro per la loro condizione e ben il 90,4% vorrebbe sentirsi con le spalle più coperte.

Inoltre, la grande maggioranza di GenZ (82%) e Millennial (81%) ritiene che la competizione sui mercati debba contemperarsi con una buona protezione sociale.

Tab. 3 – Principali ambiti verso cui i giovani si sentono insicuri al momento (val. %)

<i>Potrebbe indicare gli ambiti in cui si sente meno sicuro al momento?</i>	Generazione Z	Millennial	Totale giovani
Perdita del lavoro, disoccupazione e difficoltà reddituali	40,6	44,3	43,3
Malattie, necessità di ricorrere a prestazioni sanitarie	30,5	36,0	34,5
Furti, essere vittima di reati	32,3	29,5	30,3

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis 2021