



Ufficio Studi Caritas Italiana

2001-2016: Giovani e servizio

Un bilancio dell'impatto sociale del
servizio civile nazionale nell'ambito
delle Caritas:
il parere dei testimoni storici

Roma

The Church Village - via di Torre Rossa, 94

Venerdì 15 dicembre 2017

Ambiti concettuali dell'indagine:

- ☞ il mutamento intervenuto nel profilo sociale, nelle motivazioni e nelle esperienze post-servizio dei giovani volontari;
- ☞ l'impatto del servizio civile sulla dimensione locale, dal punto di vista ecclesiale e sociale.

Alcuni interrogativi della ricerca:

- Nel corso degli anni, come è cambiato il profilo sociale dei giovani coinvolti nell'esperienza del servizio civile?
- Come è mutato il quadro motivazionale dei giovani che nel corso degli anni hanno scelto di impegnarsi nel servizio civile?
- Che tipo di influenza è stata esercitata dalla crisi economico-finanziaria sulla partecipazione e il livello di motivazione dei giovani volontari? Quanto pesa di per sé la motivazione economica?
- Quale tipo di valore aggiunto (sociale, umano, culturale, valoriale, ecc.) è possibile evidenziare, dal punto di vista dei giovani e dei territori?
- Quale eredità ha lasciato nei giovani che hanno fatto tale esperienza un anno di servizio civile? I percorsi biografici successivi al servizio risentono in qualche modo di tale esperienza o ne sono indifferenti?
- Che tipo di modificazioni è possibile cogliere nell'impatto organizzativo e gestionale del servizio civile nell'ambito della Caritas?

Unità di indagine: 59 testimoni privilegiati

Operatori afferenti alle varie figure professionali previste dal modello organizzativo del servizio civile nazionale (responsabili del servizio civile, operatori locali di progetto, formatori, esperti di monitoraggio e valutazione, ecc.), con rilevanti livelli di competenza ed esperienza sul campo.

In media, i testimoni privilegiati hanno **16 anni di esperienza** nel settore del servizio civile (con punte massime di oltre **20 anni** per il **20%** del campione).

Numero di testimoni privilegiati intervistati per macro-regione geografica (v.a. e %)

	N.	%
Centro	15	25,3
Isole	9	15,3
Nord-Est	8	13,6
Nord-Ovest	8	13,6
Sud	19	32,2
Totale	59	100,0

Le motivazioni dei giovani

Motivazioni in aumento



Avere un reddito, anche se modesto	81,4
Entrare più rapidamente nel mondo del lavoro	69,5

Motivazioni stabili



Vivere nuove esperienze e relazioni umane significative	62,7
Fare qualcosa di utile per gli altri	61,0
Per chiarirsi le idee e orientare meglio il proprio futuro	59,3
Per vivere un'esperienza utile alla propria crescita personale	55,9

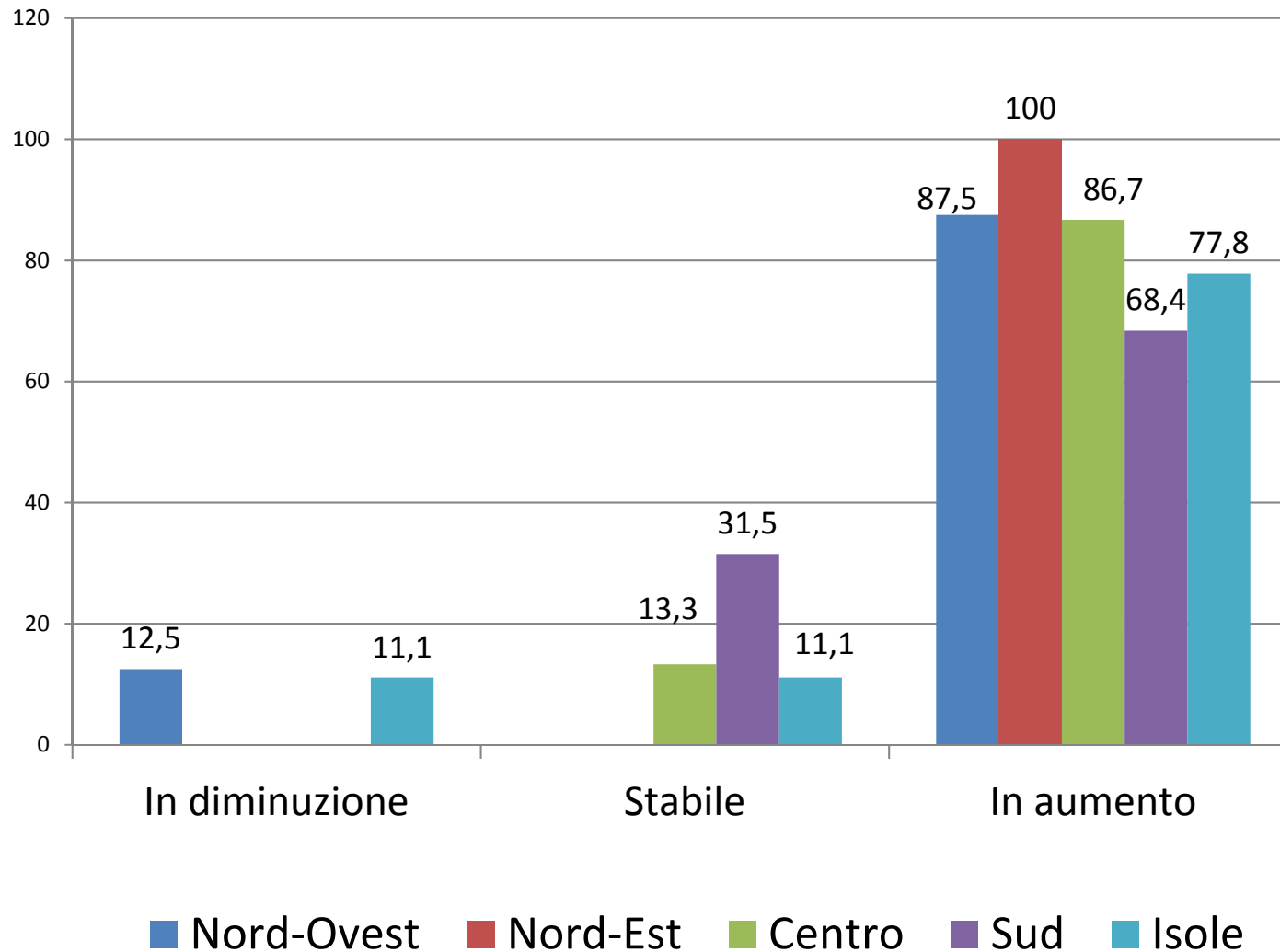
Motivazioni in calo



Perché mi oppongo alla guerra e credo nella difesa non violenta	79,7
Testimoniare la mia fede religiosa	71,2

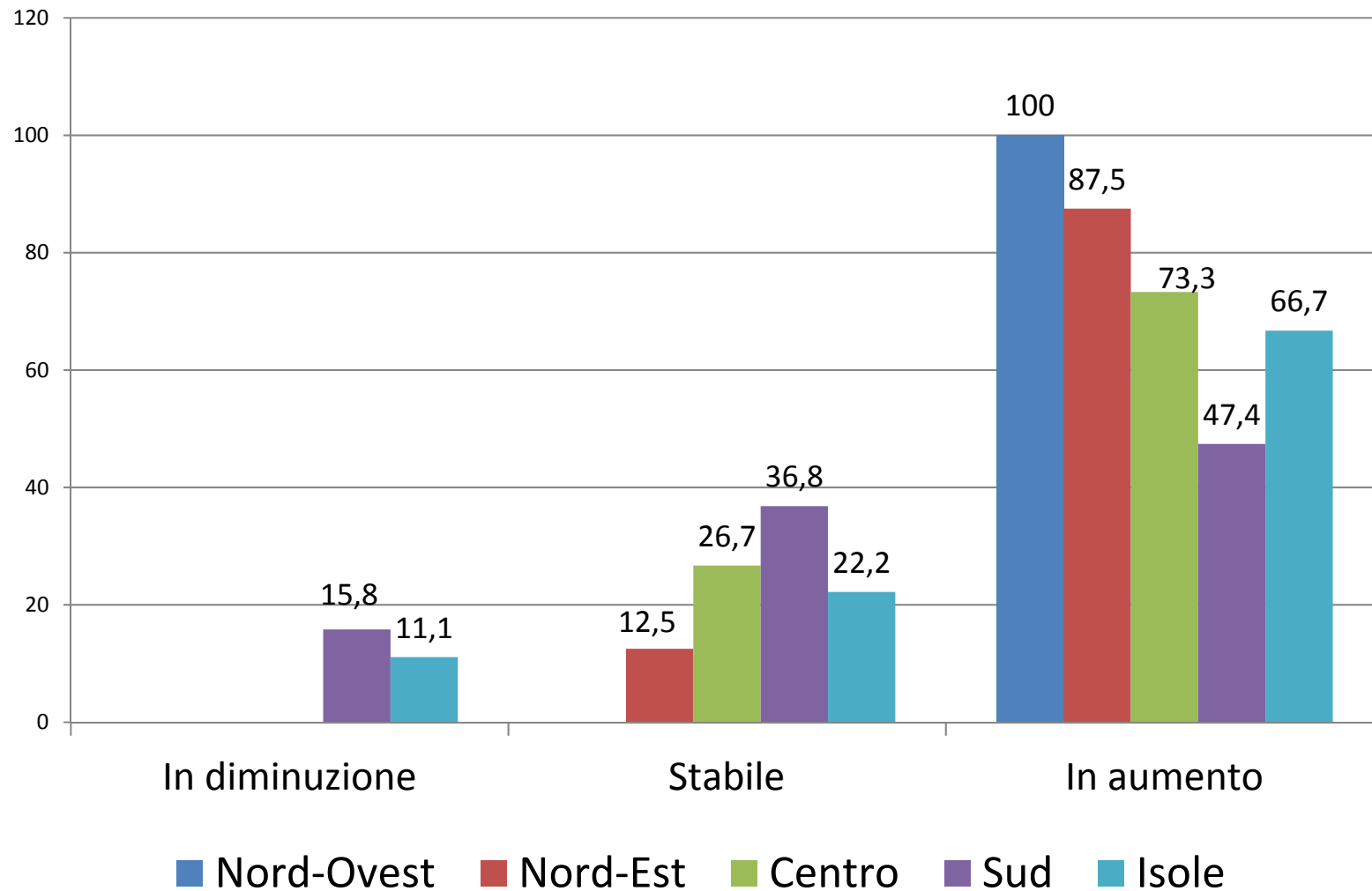
Le motivazioni dei giovani

Andamento della motivazione “Avere un reddito, anche se modesto”
secondo la macroregione geografica (% sul totale degli intervistati per macroregione)

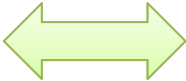


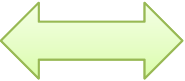






Le motivazioni dei giovani

Andamento della motivazione “Entrare più rapidamente nel mondo del lavoro” secondo la macroregione geografica (% sul totale degli intervistati per macroregione)



Profilo sociale dei giovani del servizio civile

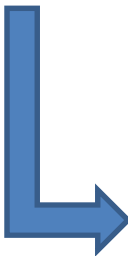
- Provenienti da un'esperienza di impegno parrocchiale  (40,7%)
- Provenienti da famiglie in grave difficoltà economica  (62,7%)
- Portatori di disagio personale e/o psicologico-relazionale  (67,8%)
- Età media  (40,7%)
- Livello di istruzione  (35,6%)
- Incerti sul loro futuro  (61,0%)
- Fortemente orientati a lavorare sulla grave marginalità  (46,8%)
- Fortemente orientati a lavorare con immigrati e rifugiati  (67,8%)

Il lavoro in rete

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto
Comune/Circoscrizione	67,8	20,3	8,5	3,4
Scuole	13,5	50,8	25,4	10,2
Cooperative sociali	27,1	20,3	39	13,5
Associazioni di volontariato/movimenti non ecclesiali	13,5	40,7	39	6,8
Centri/Associazioni culturali	52,5	28,8	16,9	1,7
Comitati di quartiere/centri sociali	67,8	22	10,2	
Associazioni di volontariato/movimenti ecclesiali		28,8	54,2	16,9
Parrocchie	3,4	23,7	52,5	20,3

Il futuro e le prospettive dei giovani

Dopo il servizio hanno continuato a collaborare con la Caritas...



	Nessuno	Pochi	Un certo numero	Molti
Come Volontari	5,1	62,7	30,5	1,7
Come Retribuiti	16,9	54,2	23,7	5,1

Nel corso degli anni, l'intenzione di...

Lavorare

88,1%

Studiare

62,7%

Impegnarsi in attività politiche

72,9%

Impegnarsi nel sociale/volontariato

50,8%



Il futuro e le prospettive dei giovani

Tra i giovani che hanno svolto il servizio civile presso la Caritas, tale esperienza ha favorito...

	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>Non so</i>	<i>Totale</i>
L'impegno in attività di volontariato	76,3	3,4	20,3	100,0
La partecipazione ad attività associative	69,5	8,5	22,0	100,0
Esperienze di cittadinanza attiva (diritti civili, pace, lavoro, ecc.)	52,4	13,6	33,9	100,0

L'impatto sul territorio

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto
Sviluppo di nuove attività presso le sedi dei progetti	1,7	25,4	57,6	15,3
Miglioramento qualità dei servizi		1,7	61,0	37,3
Promozione nel territorio dei servizi dell'ente	3,4	18,6	54,2	23,7
Crescita formativa dei giovani in servizio civile		5,1	23,7	71,2
Avvicinamento del mondo giovanile al volontariato		23,7	49,2	27,1
Promozione nel territorio del Servizio Civile	1,7	28,8	50,8	18,6
Miglioramento capacità accoglienza/solidarietà del territorio	3,4	27,1	61,0	8,5

L'impatto organizzativo sulla Caritas

Nel corso degli anni, il **peso burocratico-amministrativo** della gestione del servizio civile a carico della Caritas diocesana è:



81,4



16,9



1,7

Nel corso degli anni, gli **oneri economici** a carico della Caritas diocesana per sostenere le spese del servizio civile sono:

50,8

39,0

10,2

Comunicazione e promozione

La Caritas diocesana (anche in collaborazione con altri soggetti) ha realizzato nel corso degli anni delle **campagne promozionali** sul servizio civile?

Ogni anno: 32,2%
Quasi ogni anno: 44,1%
Sporadicamente: 23,7%

Quale tipo di strategia di promozione è stata la più efficace?

⇒ Offrire informazioni sulle attività delle sedi di servizio civile, sottolineando anche la proposta generale del servizio civile (66,1% abbastanza/del tutto efficace)

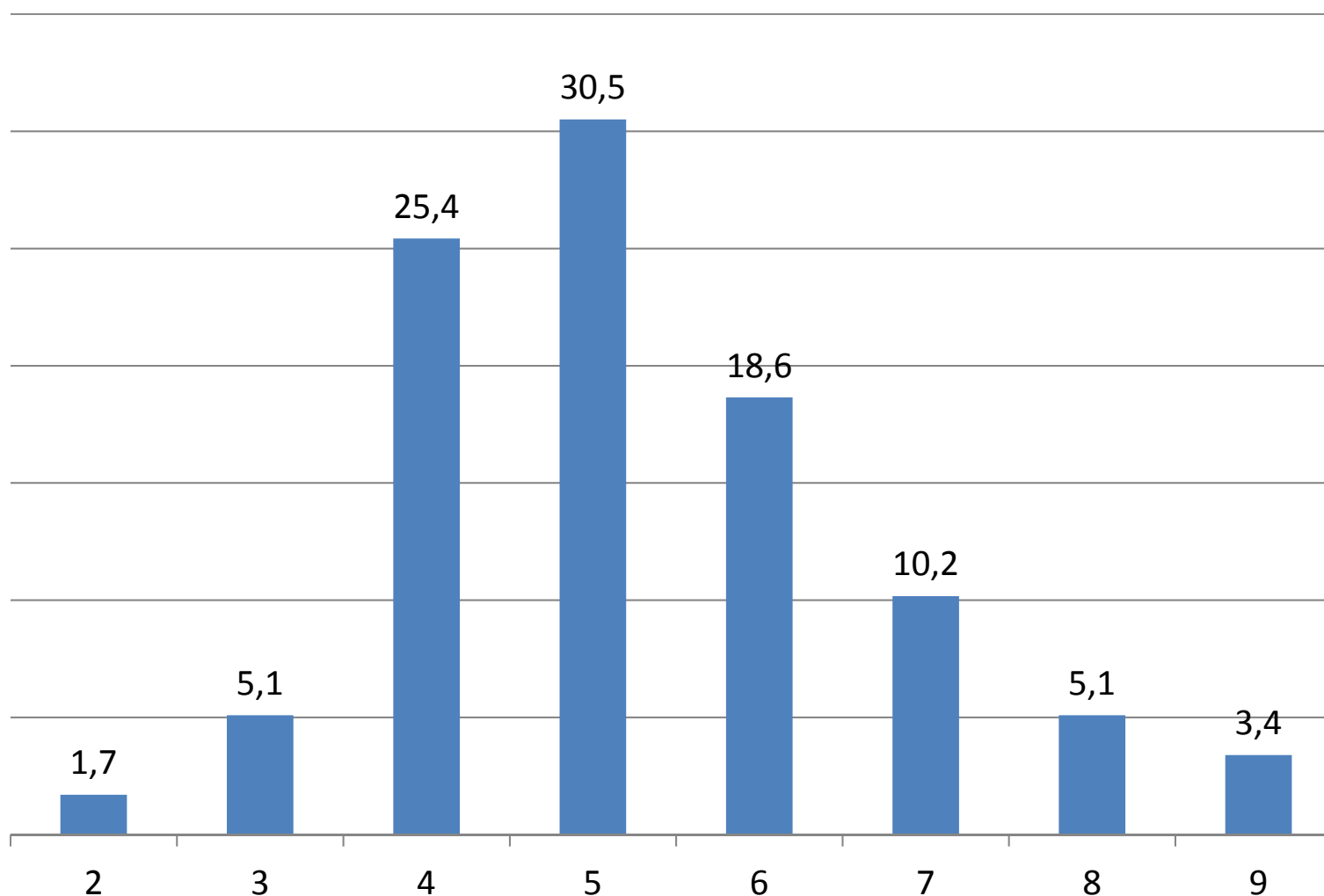
Comunicazione e promozione

Quali strumenti di comunicazione avete utilizzato nel corso degli anni per la promozione del servizio civile?

Incontri con i giovani (presso parrocchie, scuole, ecc.)	91,5
Internet (siti e portali)	89,8
Articoli su quotidiani	86,4
Volantini/manifesti	76,3
Social media (Facebook, Twitter, ecc.)	72,9
Esperienze brevi nelle sedi operative	57,6
Spot radiofonici	27,1
Lettere a casa	8,5

Comunicazione e promozione

**Numero di strumenti di comunicazione utilizzati
nel corso degli anni per la promozione del servizio civile**



Almeno 5 diversi strumenti di comunicazione utilizzati nel corso degli anni per informare sul servizio civile

Realizzazione nel corso degli anni di una o più **campagne promozionali** sul servizio civile

Il 61% delle diocesi ascoltate ha messo in atto una forte azione comunicativa e promozionale sul tema del servizio civile

