

ANDREA BONANOMI, ALESSANDRO ROSINA
CIRO CATTUTO E KYRIAKI KALIMERI

GIOVANI CHE NON STUDIANO
E NON LAVORANO: UN RITRATTO INEDITO
CHE INTEGRA DATI DI INDAGINE
E SOCIAL MEDIA DATA

1. *Introduzione. Giovani e lavoro*

Il tema del lavoro ha acquistato negli anni di crisi una crescente attenzione nelle famiglie italiane. Si tratta di una preoccupazione trasversale, ma che tocca in modo particolare le nuove generazioni. Prima del 2008 il tasso di occupazione dei giovani era più basso rispetto alla media europea, ma il divario era in larga parte da attribuire alla alta disoccupazione nelle regioni meridionali. Il divario territoriale all'interno del nostro paese continua oggi ad essere accentuato, ma con un ribassamento dei livelli che ha portato anche le regioni del Nord sotto la media europea.

La percentuale di giovani con un lavoro remunerato tra i 15 e i 24 anni era superiore al 25% prima della recessione. Francia e Spagna si trovavano sopra il 30%, la Germania sopra il 45%, il Regno Unito sopra il 50%. Il Nord Italia presentava valori superiori al 40% negli ultimi decenni del secolo e nei primissimi anni 2000. Già prima della crisi risultava sceso sotto il 35%, per poi inabissarsi negli anni peggiori della recessione su valori attorno al 20%. Nel corso del 2016 torna leggermente a salire, rimanendo però abbondantemente sotto il 25%. Come esito anche le regioni settentrionali si trovano di oltre 10 punti percentuali sotto la media europea (Ue 28) e su valori dimezzati rispetto ai paesi più dinamici (Germania, Austria, Svizzera, Paesi Bassi, Paesi Scandinavi, Regno Unito). Il dato nazionale italiano, attorno al 16%, risulta invece meno della metà della stessa media europea. Nelle regioni del Sud il dato oscilla attorno al 12% (fonte: dati-giovani.istat.it).

In Italia siamo tradizionalmente poco portati a preoccupu-

parci della bassa partecipazione al mercato del lavoro degli under 25. A lungo ha dominato la convinzione, da un lato, che in tale fascia d'età i giovani dovessero solo concentrarsi sullo studio e, d'altro lato, che in condizione di difficoltà ci fosse comunque la famiglia ad occuparsi di loro, con minime ricadute in termini di costo sociale. Questo ha portato a sottostimare le conseguenze della trasformazione del mercato del lavoro nella fase di entrata ed in particolare nel momento di passaggio dalla scuola al lavoro. L'evidenza di quanto non ha funzionato, né in termini di attenzione focalizzata né in termini di politiche mirate, lo fornisce la fragilità estesa anche nelle fasce giovani-adulte. Nella fascia 25-29 il tasso di occupazione italiano, oggi attorno al 54%, ha perso 10 punti percentuali rispetto ai dati precedenti la recessione e si trova ora di circa ben 20 punti percentuali sotto la media europea. Si tratta in ogni caso del valore in assoluto più basso in Europa, sotto di qualche punto anche rispetto alla Grecia (fonte: database Eurostat, dati sui primi tre trimestri del 2016).

L'aver ignorato la necessità di potenziamento della fase di entrata nel mondo del lavoro ha quindi prodotto, tanto più in anni di crisi, un indebolimento della presenza occupazionale non solo dei giovani in senso stretto (15-24), ma anche delle fasce successive per le difficoltà che incontrano i neolaureati e per l'invecchiamento in carenza di prospettive di disoccupati e inattivi con titoli di studio più bassi.

La maggior risposta in termini di *policy* è il Piano «Garanzia giovani» – avviato a maggio 2014 con finanziamenti appositi dell'Unione europea – che prevede «un'offerta qualitativamente valida di lavoro, proseguimento degli studi, apprendistato o tirocinio, entro 4 mesi dall'inizio della disoccupazione o dall'uscita dal sistema d'istruzione formale» (www.garanziayoung.gov.it). Tale programma è specificamente destinato ai giovani che non studiano e non lavorano, i cosiddetti Neet (*Not in Education, Employment or Training*). Mentre in altri paesi la fascia d'età dei destinatari è quella dei giovani tra i 15 e i 24 anni, in Italia si è deciso, sulla scorta dei dati sopra indicati, di estenderla fino ai 29 anni. Questo però ha indebolito la possibilità di un'azione

forte e ben mirata sugli under 25, ovvero sul flusso che alimenta l'entrata nella condizione di Neet. Tra gli iscritti al programma, infatti, sono sovrarappresentati i giovani più qualificati e attivi, che però non hanno ricevuto spesso offerte all'altezza delle aspettative, mentre fuori dal radar sono rimasti quelli con titoli più bassi e con meno supporto sociale, che maggiormente potrebbero trarre beneficio dal Piano [Isfol 2016; Rosolen e Seghezzi 2016].

Uno dei pregi della categoria Neet è l'inclusione non solo di chi cerca attivamente lavoro (tecnicamente «disoccupati», parte della «forza lavoro» assieme agli occupati), ma anche degli «inattivi». In quest'ultimo gruppo rientrano però sia gli «scoraggiati» (ovvero chi non cerca più, ma vorrebbe lavorare), sia coloro che non sono interessati al lavoro. Il fatto che nel tasso dei Neet rientri anche quest'ultima sottocategoria – che non solo non fa parte della forza lavoro in senso stretto, ma nemmeno di quella potenziale – è l'aspetto più criticabile di questo indicatore. È però utile tener presente che tra chi risponde di non essere attualmente interessato ad un lavoro rientra anche il lavoro sommerso e le persone, soprattutto donne, impegnate in attività informali di cura che potrebbero essere incluse nel mercato del lavoro in presenza di adeguati strumenti di conciliazione tra famiglia e lavoro [Rosina 2015].

In ogni caso, anche scomponendo questa parte e costruendo un tasso di Neet «attivabili e avviabili» che al numeratore mantiene solo chi vorrebbe lavorare, il dato italiano continuerebbe ad essere il più alto in Europa. Sempre facendo riferimento al database Eurostat, risultiamo il paese dell'Unione europea con più alta incidenza di giovani (sempre nella fascia 15-29) che non studiano e non sono occupati, ma dichiarano di essere disponibili a lavorare: il dato nel 2015 è pari al 20,3% per l'Italia contro una media Ue 28 del 10,3%.

Quello che preoccupa non è però solo l'ammontare quantitativo, ma anche l'aspetto qualitativo. La composizione dei Neet è molto eterogenea: si va dal neolaureato con alta motivazione e alte potenzialità che sta attivamente cercando un lavoro in linea con le proprie aspettative (prima

eventualmente di riallinearsi al ribasso con ciò che il mercato offre), fino al giovane uscito precocemente dagli studi, scivolato in una spirale di marginalità e demotivazione. Ma vi rientrano anche le persone che non hanno un impiego per scelta, perché vogliono prendersi tempo per esperienze di diverso tipo o per dedicarsi alla famiglia. Secondo i dati Eurofound [2016], nella composizione dei Neet, la quota di chi ha problemi fisici in Italia è più bassa rispetto alla media europea, mentre è maggiore quella di chi è disoccupato di lunga durata e di chi è scoraggiato. Uno dei limiti di Garanzia giovani è anche di non essere partiti da una solida e approfondita analisi dei Neet, oltre agli aspetti più immediatamente oggettivi, in grado di fornire indicazioni indispensabili per differenziare le azioni di attivazione in base alle diverse fragilità e potenzialità e per valutare come intercettare e ingaggiare i più scoraggiati e disillusi.

I Neet sono anche quelli che si trovano maggiormente con un percorso bloccato nelle scelte di transizione alla vita adulta, rischiando di invecchiare senza fare passi rilevanti nella realizzazione dei propri progetti, non solo occupazionali ma anche di vita. Al «non» studio e lavoro tendono quindi ad associarsi anche altri «non» sul versante delle scelte di autonomia, di formazione di una famiglia, di partecipazione civica, di piena cittadinanza.

Obiettivo di questo capitolo è descrivere le caratteristiche dei Neet in termini di condizioni e atteggiamenti – utili a fini conoscitivi sul fenomeno, ma anche potenzialmente in grado di fornire indicazioni di aiuto per misure di intercettazione e ingaggio – considerando non solo i dati delle statistiche pubbliche, ma anche sperimentando la combinazione con fonti innovative.

Nel dettaglio, la struttura del capitolo è la seguente. Nel paragrafo 2 viene proposto un *focus* sui Neet, analizzandone caratteristiche di condizione lavorativa, di scelte di vita, di personalità, di atteggiamenti, di progettualità futura e di comportamenti, con particolare attenzione al rapporto con le nuove forme di comunicazione digitale. Nel paragrafo 3 si presenta il progetto «Interpretare i Neet in Italia attraverso dati provenienti da *social media*: il progetto *LikeYouth*», mira-

to all'uso di dati provenienti da *social media* per interpretare, profilare, raggiungere e comunicare coi giovani. Si evidenzia come metodologie di lavoro prettamente digitali possano non solo essere efficaci, ma anche efficienti e scientificamente robuste. Nel paragrafo 4 vengono mostrati i primi risultati di questa metodologia, mostrando le associazioni esistenti tra caratteristiche personali dei giovani (in particolare la loro condizione lavorativa) e i comportamenti digitali, ma anche come tali comportamenti possono essere predittivi ed esplicativi di una certa condizione. Infine il paragrafo conclusivo è dedicato ad una riflessione critica sui risultati e proponendo nuove possibili strategie di intervento.

2. *Una descrizione dei Neet*

In questo paragrafo viene svolto un *focus* particolare sui Neet, analizzandone caratteristiche comportamentali e psicologiche. Uno sguardo particolare viene rivolto al loro rapporto con il mondo digitale, nuova avanguardia delle indagini sui giovani per l'estrema confidenza e praticità che essi hanno con il mondo *social*.

I dati utilizzati sono quelli dell'indagine Rapporto Giovani promossa dall'Istituto Toniolo e condotta a settembre 2015 su un campione rappresentativo di 9.358 giovani di età compresa fra i 18 e i 32 anni. I dettagli dei partecipanti sono sintetizzati nella tabella 1. I dati sono ponderati, così da garantire rappresentatività del campione a livello nazionale ed estendibilità dei risultati.

I Neet rappresentano circa il 20% della popolazione giovanile italiana, con prevalenza femminile. L'incidenza dei Neet nelle femmine è di poco superiore al 23%, mentre scende al 16% per i maschi.

I Neet hanno una composizione molto eterogenea, come evidenziato nella tabella 2.

La categoria prevalente è in ogni caso quella di chi vorrebbe lavorare, ma non riesce a trovare una collocazione adeguata. Una parte minoritaria di essi non è interessata al lavoro, specialmente tra le donne impegnate come tradizionali

TAB. 1. *Descrizione dei partecipanti alla ricerca (N = 9.358, dati ponderati)*

Genere %	Età (media ± ds)	Titolo di studio %		Occupazione ^a %		Provenienza %	
50,8 M	25,5 ± 4,7	18,0	Laurea ^b	41,4	Lavoratore	24,4	Nord-Ovest
49,2 F		49,5	Diploma	37,7	Studente	17,6	Nord-Est
		32,5	Altro	19,9	Neet ^c	19,0	Centro
						39,0	Sud + Isole

^a Se un giovane studia e lavora, viene assegnato all'occupazione da lui stesso ritenuta prevalente.

^b Laurea o titolo superiore.

^c Giovani non in formazione e senza lavoro.

TAB. 2. *Composizione del gruppo dei Neet, totale e per genere (valori percentuali) e anni di inattività media*

	Totale	Genere		Anni di inattività
		Maschi	Femmine	
Hanno lavorato e cercano lavoro	45,4	42,9	47,2	2,0
Hanno lavorato e non cercano lavoro	6,7	1,9	10,2	3,7
Non hanno lavorato e cercano lavoro	43,9	53,7	36,8	5,4
Non hanno lavorato e non cercano lavoro	4,0	1,5	5,8	7,4

casalinghe o in ogni caso con incarichi familiari. Complessivamente quasi il 97% dei maschi cerca lavoro, a fronte di un 84% delle femmine. Tra chi è interessato ad un lavoro, una parte cospicua ha esperienze occupazionali passate. Queste due ultime categorie tendono ad essere in posizione più avanzata nel processo di transizione alla vita adulta rispetto a chi è prevalentemente studente. Nella difficoltà che sfocia spesso nella sfiducia e nello sconforto, complessivamente circa il 10% non cerca e non è interessato al mondo del lavoro. Analizzando più dettagliatamente l'atteggiamento dei Neet rispetto al lavoro, emerge che coloro che non cercano hanno una rappresentazione in parte disallineata rispetto ad un mondo che richiede di essere sempre più flessibile, dinamico ed estremamente fluido. Considerano, infatti, di grande importanza il livello di remunerazione, la distanza

da casa, la comodità degli orari, e hanno poca disponibilità a cambiare città per lavorare. Questo riflette in parte anche la presenza, come abbiamo sottolineato, di donne che sono Neet per scelta familiare e/o difficoltà di conciliazione tra impegni familiari e lavoro.

Da notare la particolarità degli anni di inattività di quelli che non hanno mai lavorato, ma cercano lavoro (il 43,9% della totalità dei giovani). Mediamente sono inattivi, ma in cerca di lavoro, da più di 7 anni, segno di una disoccupazione oramai cronica, probabile conseguenza anche di una modalità di ricerca del lavoro non adeguata.

L'istruzione familiare ha un forte impatto sulla condizione lavorativa dei giovani. Al crescere, infatti, del livello culturale in famiglia, la percentuale di Neet scende drasticamente (fig. 1). Con riferimento ai soli Neet, al crescere del livello di istruzione familiare, la percentuale di coloro che non cercano lavoro decresce sensibilmente. La percentuale maggiore di coloro che sono totalmente immobili e bloccati nei confronti del mondo del lavoro è presente negli strati culturalmente più deboli della popolazione (fig. 2).

Esiste però una parte rilevante di Neet in cerca di prima occupazione o che, per difficoltà a trovarne una dopo una esperienza precedente, non riesce a uscire di casa, o a seguito della perdita del lavoro torna a vivere con i genitori. I due gruppi (quelli *in cerca di prima occupazione* e quelli che *cercano lavoro ma non lo trovano*) si trovano invece con un percorso di autonomia bloccata (come approfondito nel capitolo terzo), che li costringe a vivere ancora con la famiglia di origine, spesso per necessità più che per scelta, e con una progettualità rallentata.

La grande maggioranza dei Neet vive nella famiglia di origine, comparabilmente con gli studenti (legati alla famiglia di origine, spesso per una questione di non indipendenza economica e quindi più per necessità che per scelta), per quanto riguarda i maschi. Si conferma, infatti, un forte divario di genere: i maschi Neet che vivono fuori dalla casa dei genitori sono il 13% contro il 41% delle coetanee donne. Sul lato maschile la possibilità di autonomia dei Neet è pertanto molto vicina a quella degli studenti.

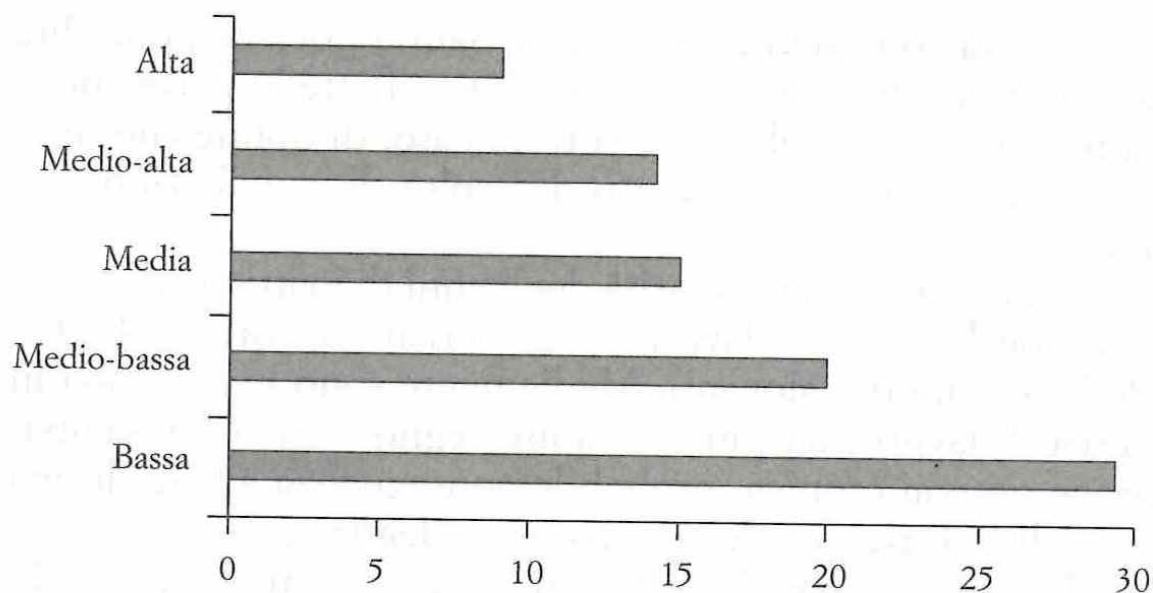


FIG. 1. Percentuale di Neet, distinta per istruzione familiare.

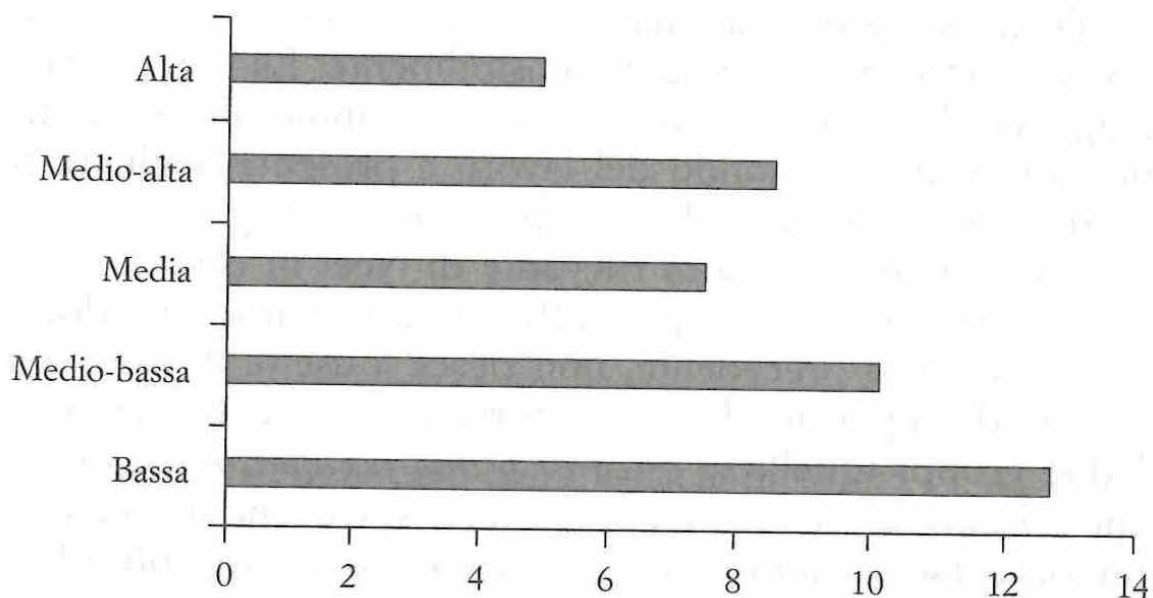


FIG. 2. Percentuale di Neet che non cercano lavoro, distinta per istruzione familiare.

È stata quindi condotta un'analisi su alcuni indici psicometrici, dividendo il campione per situazione lavorativa, al fine di interpretare meglio la condizione e le caratteristiche dei Neet rispetto a studenti e lavoratori. Gli indici sono stati ottenuti o da singoli *item* dell'indagine Rapporto Giovani, o come sintesi di *item* attraverso tecniche di riduzione dei dati (analisi fattoriale e analisi delle componenti principali) e con verifica dell'attendibilità e della consistenza interna

TAB. 3. *Indici sintetici di personalità, atteggiamenti, progettualità e comportamenti, per occupazione (indici normalizzati tra 0 = punteggio minimo e 100 = punteggio massimo)*

	Studenti	Lavoratori	Neet
Rischio per il futuro	64,6	60,3	68,9
Felicità	59,6	60,7	50,8
Soddisfazione per la propria vita	55,0	53,6	42,9
Malessere psicologico	45,2	44,0	49,0
Autostima	61,5	62,7	56,7
Perseveranza	53,4	53,8	52,5
Atteggiamento positivo verso il lavoro	70,2	65,4	69,3
Fiducia nelle istituzioni	34,7	30,4	27,4
Appartenenza sociale	61,0	60,7	56,3
Frequenza utilizzo di <i>internet</i>	96,9	95,1	95,1
Frequenza utilizzo <i>social network</i>	58,1	54,0	59,8
Frequenza utilizzo di <i>Facebook</i>	48,8	47,6	52,8
Comunicazione con i genitori	65,8	66,8	61,3
Supporto dai genitori	83,6	79,4	75,5
Autonomia dai genitori	94,2	95,0	92,4

attraverso *alpha* di Cronbach. Gli indici sono stati normalizzati per poter essere confrontabili tra loro, trasformandoli in punteggi su una scala comune tra 0 (= punteggio minimo) e 100 (= punteggio massimo).

Sono state analizzate diverse caratteristiche di personalità, di atteggiamenti, di progettualità futura e di comportamenti individuali e sociali, con un particolare *focus* sul loro rapporto con le nuove forme di comunicazione digitale. Nella tabella 3 sono riportati i valori degli indici normalizzati, calcolati per il diverso *status* occupazionale (studenti, lavoratori, Neet).

Il confronto su comportamenti e dimensioni del benessere psicologico e sociale mostra differenze molto basse su perseveranza e atteggiamento verso il lavoro. I valori più bassi, in senso negativo, si registrano sulla felicità e sulla soddisfazione per la vita. Più ridotta anche la fiducia nelle istituzioni, l'appartenenza sociale e l'autostima, così come maggiore è il malessere psicologico e la visione negativa del futuro. Interessante inoltre osservare come più debole tenda ad essere la relazione con i genitori e maggiore sia l'uso dei *social network*, *Facebook* in particolare. Non emergono differenze per genere, che pertanto non sono state

riportate in quanto non significative per nessun costrutto indagato: ciò conferma una trasversalità di problematiche che attraversa i giovani indistintamente e che appiattisce anche queste differenze.

Questi dati confermano come la condizione di Neet tenda ad essere connessa, in modo interdipendente, con un processo di deterioramento non solo della condizione economica, ma anche di quella psicologica e sociale [Alfieri *et al.* 2015b]. La fragilità e il rischio di chiusura sono inoltre accentuati dal minor supporto e aiuto emotivo familiare.

Le conseguenze possibili sono non solo quindi scadimento delle competenze tecniche e demotivazione, ma anche frustrazione e risentimento sociale, che possono portare da un lato a chiusura e depressione, dall'altro a stili di vita a rischio e a pratiche antisociali. Risulta infatti scadente la partecipazione sociale, soprattutto nei confronti degli studenti, nonostante i Neet tendano ad avere più tempo rispetto agli studenti e ancor più rispetto a chi ha una occupazione (tab. 4). Solo un terzo dei Neet ha fatto esperienze di volontariato in passato e meno del 10% (uniforme tra maschi e femmine) vi è impegnato attualmente, nonostante non sia occupato in nessun'altra attività né lavorativa né di formazione.

L'accesso a *internet* è altissimo per tutti i giovani e per tutte le condizioni lavorative. Analizzando specificatamente l'uso dei *social network* e di *Facebook* (tab. 5), emerge come il 50% dei Neet passi almeno un'ora su *Facebook*, e poco meno del 20% addirittura più di tre ore.

I *social network*, in questo contesto di criticità, possono essere usati più come una via di fuga che come strumento per trovare informazioni utili e condividere esperienze che aiutino ad uscire dalla condizione di inattività corrosiva, come invece potrebbe essere. È quanto cercheremo di approfondire nell'analisi presentata nei paragrafi successivi: come sfruttare questo potente strumento, ribaltandone la direzione, non via di fuga e ulteriore isolamento, ma risorsa e opportunità per riemergere e rientrare a far parte della società produttiva e della comunità.

TAB. 4. *Hai fatto o stai facendo esperienze di volontariato? Totale e per condizione lavorativa (valori percentuali)*

	Totale	Condizione lavorativa		
		Studenti	Lavoratori	Neet
No, mai	61,2	55,2	64,0	66,6
Sì, oggi saltuariamente	8,0	10,6	6,4	6,4
Sì, in passato saltuariamente	20,6	22,8	20,0	17,6
Sì, oggi in modo continuativo	5,3	6,3	5,0	4,2
Sì, in passato in modo continuativo	4,9	5,1	4,6	5,2

TAB. 5. *Quanto tempo al giorno stai su Facebook? Totale e per condizione lavorativa (valori percentuali)*

	Totale	Condizione lavorativa		
		Studenti	Lavoratori	Neet
Mai (non ho un profilo <i>Facebook</i>)	8,2	7,4	8,4	9,2
Meno di un'ora	48,4	49,6	50,9	40,6
Da 1 a 3 ore	31,5	32,2	30,2	32,9
Più di 3 ore	11,9	10,8	10,5	17,3

3. Il progetto «LikeYouth»

Come illustrato nel paragrafo 2, una caratteristica trasversale ad ogni condizione lavorativa in atto nei giovani italiani è l'altissimo uso di *internet*, con particolare riferimento al mondo dei *social network* in generale e *Facebook* nello specifico della fascia d'età considerata. Negli ultimi anni l'utilizzo di *Facebook* è a 360 gradi, ovvero sia a scopo ricreativo (giochi, *chat*, nuove conoscenze, passatempo), sia a scopo educativo e informativo (ricerca di informazioni, *news*, nozioni, cultura) ma anche, raramente, a scopo proattivo (ricerca di opportunità, lavoro, nuove possibilità e strade).

Nel dettaglio, come visto in tabella 5, i Neet appaiono come i giovani che trascorrono più tempo su *Facebook*. Sulla base di questa evidenza, e delle possibilità che un uso adeguato delle potenzialità che l'immensa mole di dati fornita dai *social media* fornisce, è stato sviluppato a partire dal giugno 2015 un progetto in *partnership* tra Istituto Toniolo, Università Cattolica del Sacro Cuore, Fondazione Cariplo e

Isi Foundation per indagare la condizione giovanile italiana, con particolare riferimento alla condizione di disoccupazione e di difficoltà lavorativa, integrando i dati provenienti dalla tradizionale ricerca Rapporto Giovani con quelli del mondo dei *social network*.

Il progetto tratta il problema della disoccupazione giovanile in Italia e mira a esplorare i fattori che determinano una ricerca attiva del lavoro e le azioni istituzionali che operano su questo problema con campagne *ad hoc*. Da un punto di vista metodologico, il progetto si propone di far leva sulle conoscenze già sviluppate nella letteratura delle scienze sociali applicate [Lazer 2009] e delle tecniche di *Big data* [Manyika *et al.* 2011], al fine di sviluppare nuove capacità e metodologie per analizzare i giovani nei loro rapporti con il mondo del lavoro. Il progetto mira, pertanto, a integrare gli approcci statistici, psicometrici e demografici attualmente in uso con le informazioni e le metodologie di analisi proprie del mondo dei *social media* e della rete, così da incrementare il potere informativo dei dati a disposizione [Rosina 2014].

Il crescente e importante uso, soprattutto da parte delle giovani generazioni, di uno stile comunicativo fortemente improntato e guidato dal mondo *digital* e *web* (*computer, smartphone, social network*) ha radicalmente cambiato la nostra capacità di analizzare, quantificare e modellare complessi comportamenti e atteggiamenti, tra cui gli spostamenti e le migrazioni [Gonzalez, Hidalgo e Barabasi 2008], la diffusione e il trasferimento delle informazioni [Bakshy 2012], l'uso di un linguaggio globale [Mocanu *et al.* 2013], il sentimento collettivo e politico [O'Connor *et al.* 2010] e molto altro ancora. Sta emergendo l'esigenza di una nuova scienza, che si occupa delle tracce digitali che ogni individuo lascia nel proprio percorso di navigazione come manifestazioni di interesse di analisi scientifica di comportamenti, atteggiamenti e tratti di personalità. In particolare, di recente, una forte relazione predittiva è emersa tra le manifestazioni di interesse tipiche di *Facebook* (i cosiddetti *likes*) e alcuni tratti e profili personali [Youyou, Kosinski e Stillwell 2015].

Nelle scienze sociali gli approcci *Big data* sono stati fino ad ora limitati. In questo contesto, due sono le sfide importanti:

- 1) mettere in relazione gli stili comportamentali *online* con le misure comportamentali reali ed effettive degli individui ottenute dalle analisi svolte con approccio classico;
- 2) segmentare la popolazione di riferimento in base a opinioni, atteggiamenti, pensieri ottenuti dai comportamenti messi in atto *online*, al fine di fornire indicazioni per realizzare strategie mirate e interventi più efficaci.

Il progetto mira ad indagare i fattori che guidano la ricerca attiva del lavoro sulla base di comportamenti e attività svolte *online* (*likes*, reti sociali, *post* pubblicati, *banner* cliccati, siti visitati) e sulla partecipazione elettronica e/o fisica al cosiddetto «mercato del lavoro». La partecipazione può essere «passiva» (intesa come attività *online* di base come la ricerca di posizioni aperte) o «attiva» (partecipazione a gruppi, interviste, accesso a piattaforme/applicazioni reali di *job market*). Comprendere i comportamenti di partecipazione e i modelli di ricerca del lavoro – o della non ricerca del lavoro – consente la profilazione della popolazione giovanile disoccupata, per la progettazione di interventi personalizzati e mirati a migliorare i risultati di impiego dei soggetti.

Concentrandosi in particolar modo sui Neet, gli scopi della prima parte del progetto sono stati duplici:

- 1) identificare in maniera automatica la popolazione dei Neet deducendola dalle loro tracce digitali;
- 2) analizzare i comportamenti digitali dei Neet, facilmente contattabili attraverso piattaforme digitali, e di utilizzare gli stessi comportamenti come indicatori e segnali previsionali per campagne educative e privilegiate mirate e di massimo impatto.

A tale scopo, abbiamo creato un'applicazione in ambiente *Facebook*, chiamata *LikeYouth*, la cui funzionalità principale è quella di raccogliere dati di natura psicometrica dai partecipanti attraverso questionari. Dopo aver ottenuto il consenso informato dei partecipanti, l'applicazione raccoglie informazioni riguardanti il loro profilo pubblico di *Facebook* e le pagine *Facebook* cui hanno messo *mi piace*

(i *likes*) e quindi mostrato interesse. All'utente viene poi proposta una serie di questionari, atti dapprima a rilevare informazioni di natura socio-demografica, poi i principali interessi nell'utilizzo di *Facebook* e infine a indagare le dimensioni della personalità, dei fondamenti morali, della condizione lavorativa e della visione del mondo del lavoro, dell'atteggiamento verso il futuro, della proattività e della progettualità.

In tal senso *LikeYouth* è un innovativo strumento di raccolta dati di importanti segnali non verbali, utili per la comprensione del comportamento e per la profilatura dei partecipanti (le tracce digitali lasciate, come, per esempio, le pagine cui negli anni l'utente ha messo un *like*), insieme a informazioni ottenute da tradizionali strumenti psicologici *self-report*. L'applicazione, nella doppia versione italiano/inglese, è stata progettata per essere facilmente estendibile e sviluppabile, e sfrutta il vantaggio dell'estrema diffusione di *Facebook* tra i giovani, e della facilità di poterli raggiungere attraverso lo stesso *social network*. Inoltre, questo approccio permette un monitoraggio dei giovani nel tempo con approccio longitudinale, aprendo la possibilità di creare un vero e proprio *osservatorio digitale* sulla popolazione giovanile italiana.

I dati dei giovani provenienti dai tracciati digitali sono integrati con le informazioni sugli stessi soggetti ottenute dalla più tradizionale indagine Rapporto Giovani. Infatti, in questa prima fase del progetto, *LikeYouth* è stata proposta ai soli partecipanti dell'indagine estesa Rapporto Giovani proprio per testare la validità dei modelli di predizione e classificazione, e per poterla proporre in un futuro prossimo su vasta scala.

L'obiettivo è di analizzare la validità e usabilità delle grosse quantità di informazioni che provengono dai comportamenti *online*, e il reale vantaggio rispetto alla metodologia di analisi classica fondata su analisi *ad hoc* su campioni di dimensione ridotta.

Il campione (rilevazione dell'indagine Rapporto Giovani condotta ad ottobre 2015) consiste di 9.358 individui, con un'età compresa tra 18 e 32 anni ($M = 25,7$, $DS = 4,7$; per dettagli si veda la Nota metodologica).

TAB. 6. Confronto campione Rapporto Giovani e campione LikeYouth (dati ponderati)

Variabili di confronto	Indagine Rapporto Giovani	LikeYouth
Numerosità	9.358	1.858
Genere (% femmine)	49,2	51,3
Età (M ± DS)	25,7 ± 4,7	25,8 ± 4,4
<i>Provenienza (%)</i>		
Nord-Ovest	24,4	20,6
Nord-Est	17,6	17,1
Centro	19,0	19,3
Sud e Isole	39,0	43,0
<i>Occupazione (%)</i>		
Studenti	37,7	39,0
Lavoratori	42,4	39,1
Neet	19,9	21,9
<i>Istruzione (%)</i>		
Laurea o titolo superiore	18,0	19,7
Diploma di scuola media superiore	49,5	52,2
Altro titolo di studio	32,5	28,1

Circa il 20% (esattamente 1.858 soggetti) dei giovani cui è stata proposta l'applicazione ha fatto accesso completo a *LikeYouth*, acconsentendo il trattamento dei propri dati e compilando i questionari proposti. Il confronto tra il totale del campione e il campione dei soggetti che hanno fatto accesso a *LikeYouth* non ha mostrato differenze significative rispetto alle più importanti variabili socio-demografiche, come evidenziato in tabella 6.

Sono stati inoltre confrontati i due campioni per alcuni indicatori psicometrici rilevanti (benessere, autostima, tratti di personalità, principi e fondamenti morali, felicità, visione del mondo del lavoro) e per fruizione di tecnologia, senza evidenziare alcuna differenza statisticamente significativa. È stata svolta infine un'analisi di concordanza su una serie di domande, *item* e costrutti sia nella tradizionale indagine Rapporto Giovani che attraverso l'innovativo strumento. A ogni partecipante, in momenti diversi, una volta fatto accesso a *LikeYouth* è stato chiesto di rispondere agli stessi questionari (in particolare il *Big Five 5* sui tratti di perso-

nalità, l'MFT sui principi morali ed etici, una serie di *item* sulla propensione al lavoro, sulla felicità percepita e sulla visione del futuro) cui avevano risposto alcuni mesi prima nell'indagine principale. L'analisi di concordanza non ha mostrato alcuna differenza significativa nelle risposte né alle singole domande né negli indici sintetici.

Per tali motivi il campione dei giovani che ha fatto accesso a *LikeYouth* può essere considerato rappresentativo a tutti gli effetti della popolazione giovanile italiana. Le analisi statistiche condotte su tale sotto campione hanno, pertanto, valenza inferenziale completa, e sono estendibili a tutta la popolazione di riferimento. Tale aspetto è di rilevante impatto non solo per la natura inferenziale delle analisi successive, ma anche perché mostra come l'utilizzo di strumenti digitali (spesso più economici per il committente, pratici e accattivanti per i partecipanti) possa garantire scientificità completa ad un'indagine su larga scala.

Nello studio della condizione di disoccupazione giovanile italiana attraverso il progetto *LikeYouth*, sono stati considerati sia i dati provenienti dall'indagine Rapporto Giovani, che i dati provenienti dall'applicazione *Facebook LikeYouth*. In particolare dall'indagine tradizionale è stata estrapolata l'informazione riguardante la condizione lavorativa (con riferimento focale alla modalità Neet, categoria di interesse specifico) e dall'applicazione *LikeYouth* le informazioni relative ai *likes* che gli utenti hanno messo alle pagine *Facebook* e alla loro categoria di appartenenza, sia come è stata definita in ambiente *Facebook* che da nostra successiva categorizzazione, come presentato nel paragrafo successivo, in fase di analisi dei risultati.

Scopo di questo studio preliminare ed esplorativo è stato quello di fare *prediction* e *clustering*, oltre ad uno studio di *association*. Abbiamo provato a prevedere la condizione lavorativa (dicotomizzandola per semplicità in due categorie, Neet e Not Neet) sulla base del comportamento digitale (in particolare sull'analisi dei *likes* alle pagine *Facebook*) che agiscono come predittori, si è provato a interpretare e classificare i soggetti in base alle loro tendenze e comportamenti e a indagare eventuali associazioni tra le diverse condizioni e

i comportamenti digitali messi in atto, per particolari coorti della popolazione di rilevante interesse.

I motivi sono fondamentalmente duplici: in primo luogo comprendere meglio il fenomeno Neet attraverso comportamenti diretti o indiretti, raggiungerli con campagne mirate di sensibilizzazione, *marketing*, campagne sociali su pagine e siti di loro particolare interesse e attenzione, e, in secondo luogo, individuare giovani potenzialmente a rischio per potenziali programmi di intercettazione, ingaggio e attivazione, stimando la probabilità di appartenere ad una categoria a rischio dal comportamento digitale.

Da un punto di vista più tecnico e metodologico, abbiamo ipotizzato lo studio come un processo di classificazione supervisionato, cercando di identificare la condizione lavorativa e/o la potenziale appartenenza ad un gruppo (per es. Neet o Not Neet) inferendo esclusivamente da dati digitali. Abbiamo utilizzato tecniche di *Machine Learning* largamente impiegate per la classificazione e la predizione, ovvero i *Random Forest Models* [Breiman 2001]. La valutazione della *performance* del modello, ovvero della capacità di predire e classificare, è calcolata con l'indice AUROC [Li e Fine 2010]. Si tratta di un metodo grafico per la valutazione della qualità di un classificatore binario, e produce un indice normalizzato tra 0 e 1, una sorta di probabilità di corretta classificazione. Ad ogni predittore (nel caso in questione una pagina *Facebook* o una categoria di pagine) viene assegnato un punteggio di importanza relativa che il predittore ha nel classificare correttamente un soggetto ad un gruppo (Neet) o viceversa al complementare (Not Neet). L'indice di impurità che viene usato nella metodologia scelta è quello di Gini.

4. Risultati dell'analisi su dati integrati da «survey» e da «social media»

L'analisi è stata condotta utilizzando come variabile dipendente la condizione lavorativa con classificazione binaria nelle due modalità Neet e Not Neet, e come predittori le

singole pagine *Facebook* cui i soggetti hanno messo *like*, le categorie di riferimento delle singole pagine così come assegnate in ambiente *Facebook* e le macro-categorie di riferimento con cui noi abbiamo tassonomicamente raggruppato le moltissime categorie assegnate nel *social network*.

Per fornire un iniziale ordine di grandezza della quantità di dati analizzati, i 1.858 giovani provenienti dall'indagine Rapporto Giovani che hanno fatto accesso a *LikeYouth* hanno, durante la loro «storia» su *Facebook* (cioè dal momento dell'iscrizione al momento della rilevazione della nostra informazione), messo «mi piace» complessivamente a più di 330.000 diverse pagine *Facebook*, raggruppate (da informazione *Facebook*) in 155 categorie. L'assegnazione della categoria viene determinata, nel momento della creazione della pagina, direttamente da chi realizza la pagina stessa. Non si tratta, pertanto, di un'assegnazione oggettivamente riconosciuta e codificata, ma di una decisione assolutamente soggettiva della persona che crea la pagina, che porta, talvolta, ad una classificazione errata o non completamente pertinente. Si è proceduto, quindi, ad una nuova categorizzazione tassonomica delle categorie iniziali, creando 12 macro-categorie per un'analisi quantitativa dei risultati, e a una trentina di categorie per una lettura più qualitativa degli stessi. Mediamente, risulta che ogni soggetto ha messo *like* a quasi 400 pagine *Facebook*, appartenenti a circa 50 diverse categorie.

È stata prima condotta una *prediction and classification analysis* utilizzando tutte le pagine *Facebook*, ai fini di verificare capacità in termini predittivi e classificatori del modello *Random Forest* in questo contesto. Il campione è stato diviso in due insiemi mutuamente esclusivi, un *training set* (composto dall'80% circa dei soggetti) e un *testing set* (composto dal restante 20% dei soggetti). Per la popolazione di interesse, ovvero i Neet, siamo in grado di prevedere se una persona sconosciuta è un potenziale Neet con un'accuratezza del 63% (AUROC = 0,63). La numerosità relativamente bassa con cui si è stimato il modello (che generalmente necessita di numerosità campionarie decisamente più ampie) e il livello di precisione raggiunto, comunque moderatamente

buono, indicano le enormi potenzialità di questi strumenti e di questa modellistica.

Per un'analisi più qualitativa e interpretativa dei dati, si è scelto di considerare solamente un sottoinsieme delle pagine *Facebook* cliccate, ovvero solo quelle che soddisfacessero congiuntamente due requisiti:

1) fossero cliccate, nel nostro campione di riferimento, da almeno 20 giovani;

2) avessero almeno 100.000 *likes* complessivi, ovvero che fossero pagine particolarmente popolari e conosciute nella rete.

Sono 2.422 le pagine che soddisfano positivamente ai due requisiti imposti, e quindi hanno costituito i predittori della seconda parte dell'analisi.

Sono state testate differenti tecniche di analisi dei dati, sia correlazionali che causali: K di Cohen, indice di correlazione ϕ per variabili dicotomiche, *Random Forest* con *Breiman's algorithm*, alberi decisionali CART, regressione logistica. Ogni tecnica ha prodotto, per ogni pagina *Facebook*, uno *score* di «importanza». Con un approccio meta-analisi, gli *scores* sono stati ponderati e normalizzati. Al termine di tale processo, quindi, per ogni pagina *Facebook*, è stato creato un indice normalizzato nell'insieme $[-1; +1]$ di associazione alla condizione di Neet. Punteggi prossimi a -1 sono predittivi della condizione di Not Neet, punteggi prossimi a 1 sono predittivi della condizione di Neet.

L'analisi è stata svolta utilizzando dapprima le categorie originarie di *Facebook*, poi le macro-categorie entro cui abbiamo raccolto le categorie iniziali, quindi delle nuove categorie con cui abbiamo qualitativamente riunito delle pagine particolarmente indicative e infine sulle singole pagine, conducendo queste due analisi, da un punto di vista interpretativo più esaustive e precise, su coorti di particolare interesse (per genere e per fascia d'età).

In figura 3 vengono presentate alcune tra le 155 categorie di *Facebook* particolarmente associate e predittive delle due diverse condizioni (Neet/Not Neet). In figura 4, invece, vengono presentate le 12 macro-categorie di nostra assegnazione, e la loro relazione con la condizione di interesse.

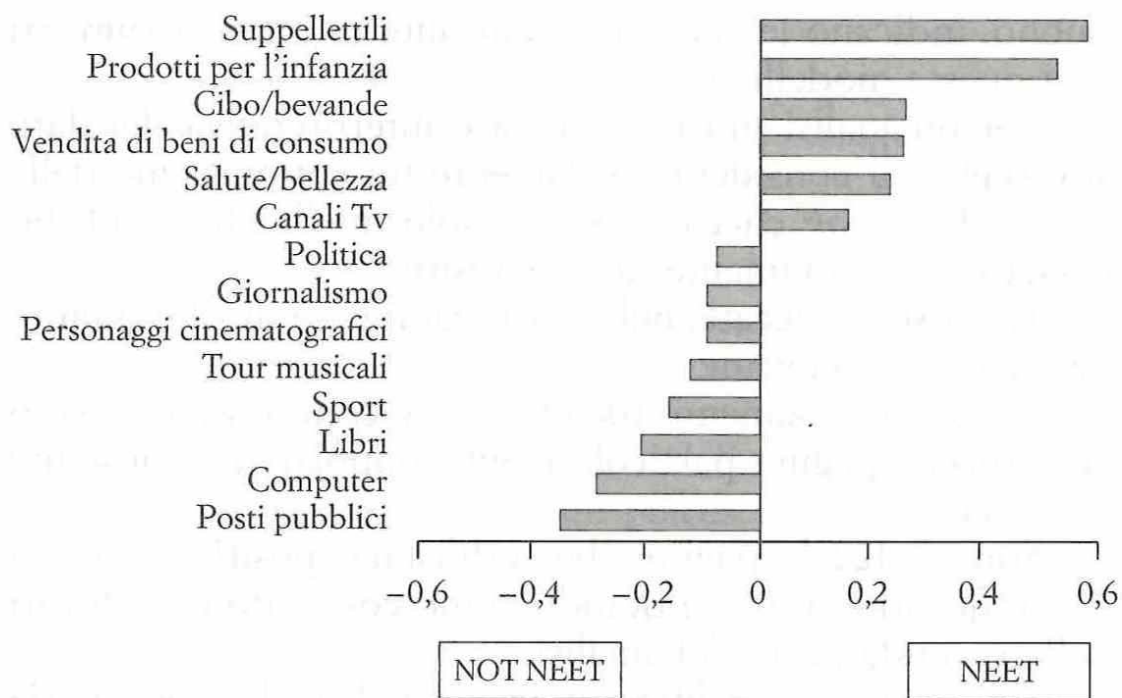


FIG. 3. Previsione della condizione di Neet/Not Neet da alcune categorie di Facebook.

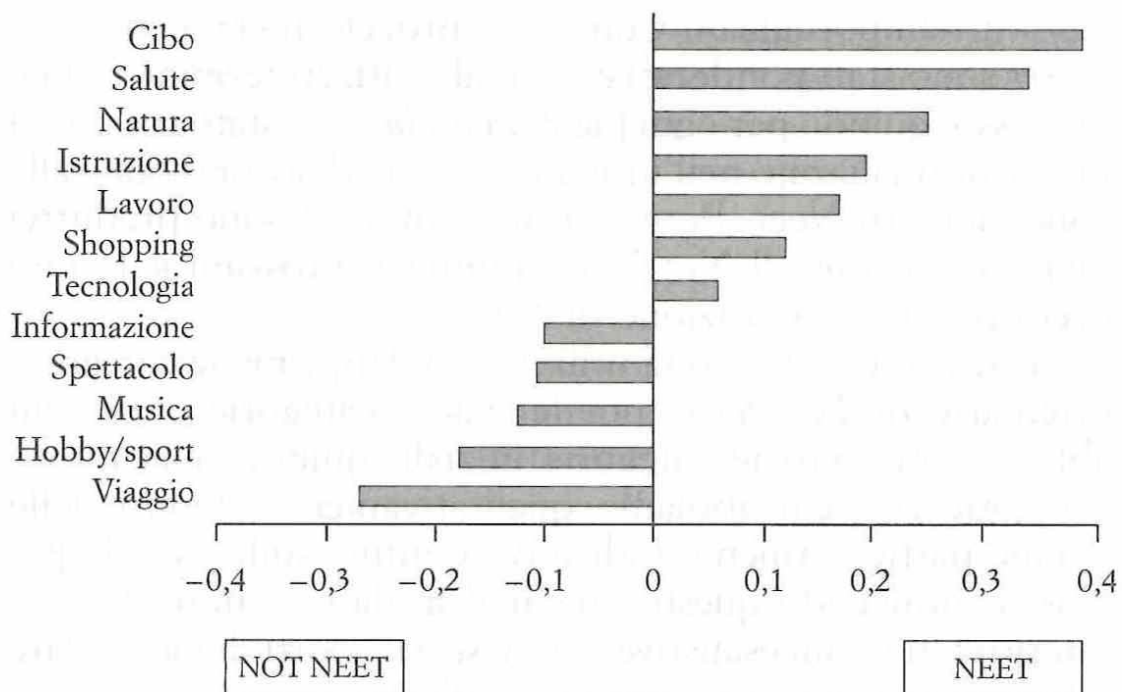


FIG. 4. Previsione della condizione di Neet/Not Neet da macro-categorie di pagine.

Sia nella categorizzazione originaria di *Facebook*, che in quella a macro-categorie da noi condotta, emergono come categorie di pagine fortemente associate e predittive della condizione di Neet quelle legate a beni di consumo, in particolare cibi, beni per la casa, per la salute e per prodotti per l'infanzia, e in misura minore quelle legate al lavoro. L'utilizzo dei Neet di *Facebook* appare come strumento di svago e in misura minore di utilità o servizio. Predittive della condizione di Not Neet sono invece pagine di viaggi, musica, cultura, informazione, conseguenza di un uso più proattivo e informativo dello strumento digitale.

L'analisi per singole coorti è stata condotta considerando le pagine più predittive, classificate e accorpate con una valutazione più qualitativa e meno automatizzata, per una lettura dei risultati più efficace e interpretabile. Le figure 5 e 6 rappresentano le mappe delle tipologie di pagine maggiormente predittive delle due diverse condizioni, rispettivamente per genere e per fascia d'età (under e over 24 anni, età di chiusura del percorso universitario, come soglia).

L'attività su *Facebook* dei Neet è fortemente legata a pagine di beni di consumo (specialmente prodotti di genere alimentare, per l'infanzia e per la bellezza), a pagine di intrattenimento Tv e a tutta quella nicchia di pagine di scontistica, promozioni, concorsi a premi, offerte. Tra coloro che non sono Neet (Not Neet) le pagine più diffuse sono di cultura, satira, ironia, programmi Tv di approfondimento, informazione e serie Tv.

Nel confronto per genere (fig. 5) emergono come particolarmente predittive (o in ogni caso associate) alla condizione di Neet per le femmine le pagine di beni e servizi tipici di casalinghe e mamme con bambini molto piccoli, oltre a beni di consumo più generali, mentre per i maschi soprattutto pagine di ricerca di lavoro. Quest'ultimo aspetto è di estrema rilevanza, in quanto mostra come, almeno in parte, l'attività su *Facebook* di questa categoria di giovani sia un'attività di ricerca di lavoro e di servizio, almeno virtuale, su cui occorre riflettere per intraprendere azioni di sensibilizzazione, di ingaggio e di coinvolgimento attivo. Legate alla condizione di Not Neet, invece, ci sono,

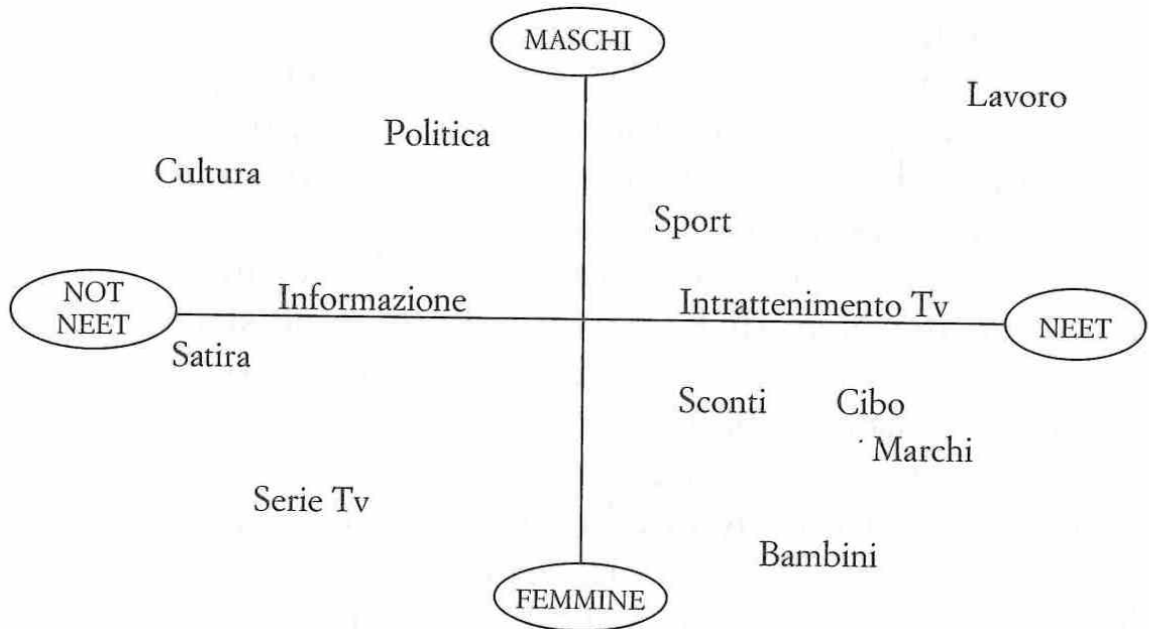


FIG. 5. Mappa della previsione della condizione di Neet/Not Neet per genere.

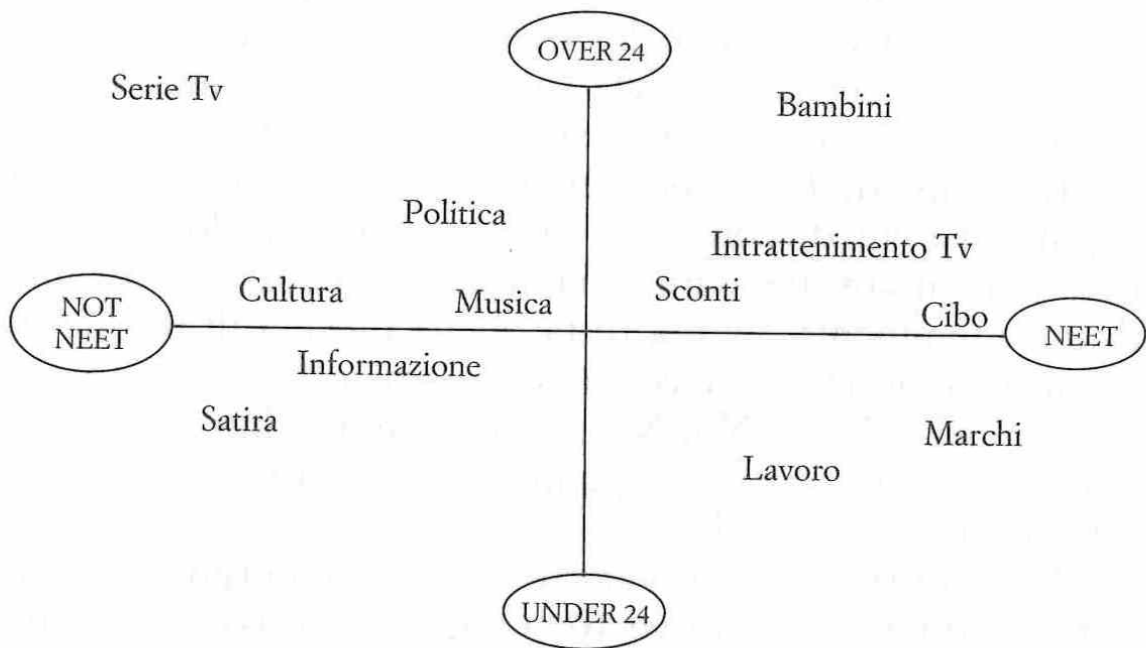


FIG. 6. Mappa della previsione della condizione di Neet/Not Neet per fascia d'età.

particolarmente indirizzate alle donne, pagine di serie Tv, per gli uomini pagine di cultura e informazione.

Per fascia d'età, invece, spiccano delle pagine particolarmente predittive delle due opposte condizioni soprattutto tra gli over 24. Per i Neet troviamo pagine legate al mondo dei bambini e dell'intrattenimento Tv, mentre per i Not Neet pagine di serie Tv e di politica.

La fascia d'età degli under 24 è sicuramente la più eterogenea al suo interno, comprendendo sotto-categorie di condizione occupazionale (studenti, lavoratori e Neet) molto diverse tra loro per tipologia e caratteristiche intrinseche. Non emergono pagine fortemente rilevanti e differenti dagli altri casi già presentanti, proprio per l'estrema eterogeneità che caratterizza questa coorte.

In generale, trovando dei denominatori comuni, emerge in tutte le coorti una ricerca da parte dei Neet di pagine di scontistica, promozioni, concorsi a premi, offerte, spiegabile, probabilmente, da diversi motivi. Sicuramente i Neet hanno più tempo a disposizione di lavoratori e studenti, e quindi possibilità di cercare su *internet* questo genere di pagine. Inoltre, a causa di una situazione economica spesso più debole, si affidano a queste soluzioni per riuscire a garantirsi un tenore di vita conforme ai loro desideri e alle loro aspettative, senza risorse economiche costanti e importanti. Al di là di questa peculiarità, si nota come i Not Neet visitino e apprezzino pagine che «vanno a cercare», ossia pagine di cultura, informazione, satira, quindi non strettamente legate a pubblicità e di particolare esposizione mediatica, mentre i Neet visitano pagine più legate al mondo commerciale, e quindi a campagne pubblicitarie massicce anche in *Facebook*. Il comportamento digitale dei Neet appare come più passivo, esplicitazione, probabilmente di una loro stessa condizione di rassegnazione e di sfiducia. Come nelle scelte di vita risultano essere più passivi e meno intraprendenti, anche nel comportamento *online* tendono a subire maggiormente quello che viene loro proposto senza particolare attivazione. Questo aspetto, certamente negativo, può essere però ribaltato e sfruttato in ottica positiva: nel momento in cui si decidesse di intraprendere campagne pubblicitarie e azioni di sensibilizzazione strettamente rivolte alla popolazione dei Neet, la probabilità di successo di campagne di questo tipo avrebbe una resa maggiore rispetto alla media della popolazione, in quanto rivolte ad una popolazione più ricettiva in tale senso. Inoltre, conoscendo quali siano le tipologie di pagine particolarmente apprezzate e visitate, si potrebbero realizzare campagne mirate non su tutto il *web*, ma

TAB. 7. *Pagine Facebook maggiormente predittive delle condizioni di Neet/Not Neet*

	Neet	Not Neet
Maschi	Worky.biz Verissimo	Expo 2015 Repubblica.it
Femmine	Prenatal Lidl Italia	MatteoRenziCheFaCose Grey's Anatomy
Under 24 anni	Just Cavalli Girella	Dr. House Barack Obama
Over 24 anni	Humana Italia ScontieBuoniAcquisto.it	Il Milanese Imbruttito Report

direttamente all'interno di pagine risultate più fortemente predittive e associate.

A scopo esemplificativo, per ogni coorte, vengono indicate in tabella 7 alcune pagine particolarmente predittive delle due diverse condizioni.

5. *Considerazioni conclusive*

Negli ultimi anni il tema del lavoro giovanile è fortemente entrato nella discussione pubblica e ha acquistato attenzione via via sempre crescente. La percentuale di giovani potenzialmente attiva senza un lavoro in Italia da qualche anno assume valori preoccupanti, toccando e a volte superando quota 20%. Non preoccupa solo il crescente valore quantitativo di giovani in situazione di inattività, ma anche l'aspetto più qualitativo del problema, come risulta evidente guardando le caratteristiche di chi si trova in questa condizione.

La grande eterogeneità della composizione dei Neet ha suggerito un'analisi approfondita del problema, sia attraverso l'approccio classico delle indagini sulla popolazione, sia con un approccio esplorativo innovativo attraverso l'uso di *social media data*.

L'indagine tradizionale con dati provenienti da Rapporto Giovani ha mostrato, una volta di più, come i Neet rappresentino quella categoria della popolazione giovanile con percorso maggiormente bloccato nelle scelte di transizione alla vita adulta, specialmente quando questa condizione non

è scelta e voluta dal giovane stesso. Al «non» studio e lavoro tendono quindi ad associarsi anche altri «no» sul versante delle scelte di autonomia, di formazione di una famiglia, di partecipazione civica, di piena cittadinanza, che portano a frustrazione, risentimento sociale, chiusura, depressione, stili di vita a rischio e pratiche antisociali.

Tra queste pratiche antisociali è stato riscontrato un altissimo (a volte eccessivo) utilizzo di *internet*, con particolare riferimento ai *social network*, *Facebook* su tutti. I *social network*, in questo contesto di criticità, sono spesso usati più come una via di fuga che come strumento per trovare informazioni utili e condividere esperienze che aiutino ad uscire dalla condizione di inattività corrosiva, come invece potrebbe essere. Per questo motivo si è scelto di intraprendere una nuova metodologia di ricerca, utilizzando dati digitali (ad es. i comportamenti *online* dei giovani intesi come pagine visitate e a cui hanno aderito) per inferire indirettamente sulle caratteristiche dei giovani stessi, e quindi per predirne determinate condizioni, classificare e interpretare al meglio.

È stata creata un'applicazione *Facebook ad hoc*, *LikeYouth*, che ha permesso di acquisire, previo consenso degli interessati, informazioni sui comportamenti digitali dei giovani e agganciarli con quanto da loro stesso dichiarato nell'indagine tradizionale di Rapporto Giovani. Lo scopo del progetto è duplice:

- 1) mettere in relazione gli stili comportamentali *online* con le misure comportamentali reali ed effettive degli individui ottenute dalle analisi svolte con approccio classico, verificando l'affidabilità, la coerenza e l'interscambiabilità;
- 2) segmentare la popolazione di riferimento in base a opinioni, atteggiamenti, pensieri ottenuti dai comportamenti messi in atto *online*, al fine di fornire indicazioni per realizzare strategie mirate e interventi in futuro di maggior impatto.

L'analisi esplorativa condotta su 1.858 giovani del *panel* di Rapporto Giovani ha dato esiti confortanti, sia sulla rappresentatività del campione che sulla *performance* predittiva e classificatoria della modellistica utilizzata su *social media data*. Anche quest'analisi ha mostrato comportamenti in

larga parte di chiusura e di passività dei giovani Neet, che rispetto agli altri loro coetanei appaiono, nell'utilizzo di *Facebook*, più passivi, meno intraprendenti e meno orientati a interessi culturali, formativi e di informazione. Emerge però, soprattutto nei maschi Neet, una nicchia di giovani che fanno accesso a pagine e portali di ricerca lavoro, e che quindi, almeno *virtualmente*, iniziano a mettere in atto delle possibili strategie per uscire dalla loro condizione di stallo e inattività.

Gli scopi, gli obiettivi e gli utilizzi di un'analisi di questo tipo sono molteplici:

1) migliorare la comprensione del fenomeno (capire chi sono i Neet, come si comportano, quali sono i loro interessi, dove rivolgono lo sguardo);

2) raggiungere facilmente per campagne sociali mirate di sensibilizzazione e *marketing*, sia gli attuali che i potenziali futuri Neet, al fine di aiutarli a uscire dalla loro condizione, di ingaggiarli, attivarli e di coinvolgerli in un terreno, quello del mondo digitale, che è quello nel quale passano la maggior parte del loro tempo e nel quale sembrano trovarsi maggiormente a loro agio;

3) ribaltare la visione che la società e la politica spesso hanno dello strumento digitale dei *social network*, utilizzandoli così a scopo di attivatore sociale.

Un *welfare* che sia al passo dei tempi deve uscire dai canonici contesti di intervento, e attivarsi laddove i giovani trovano naturale spazio, il *mondo digital*. L'estrema flessibilità della *rete* deve essere sfruttata nella sua piena e più alta potenzialità.