

# Europee, Istituto Toniolo: la metà dei giovani ha deciso chi votare

*Ancora ampio margine per conquistare un terzo degli under 35*

Roma, 10 mag. (askanews) - A poche settimane dalle elezioni europee si dichiara disinteressato al voto il 15,2% dei giovani italiani. All'opposto, solo circa un giovane su quattro dichiara che con certezza andrà a votare ed è pienamente convinto sul simbolo che indicherà sulla scheda (24,3%). Si aggiunge una percentuale analoga di chi andrà a votare, ha deciso anche il simbolo, che però non lo convince pienamente, ma lo voterà comunque o perché è in ogni caso il meglio tra l'offerta esistente (13,6%) o perché teme che s'impongano nel voto forze che considera dannose (12,2%). Sono questi i dati che emergono da un'indagine su 1500 giovani rappresentativa dei giovani di età 20-34 anni, condotta nell'ultima settimana di aprile 2019 da Ipsos per conto dell'Osservatorio giovani dell'Istituto Toniolo. La ricerca evidenzia come oltre un giovane su tre non ha ancora deciso chi votare. Con una parte di essi che andrà alle urne solo se alla fine troverà delle proposte credibili a cui dare fiducia. Riguardo alle modalità di informazione, il programma dei partiti è una fonte da consultare (a prescindere) per il 35,7% dei giovani. Si aggiunge un 40,4% che pensa sia utile guardarne i contenuti ma non lo dà per scontato, molto verosimilmente lo farà se verrà catturato da effettiva attenzione verso un partito o movimento. La possibilità di conquistare l'attenzione dei giovani elettori passa soprattutto attraverso l'ascolto diretto delle interviste ai politici più rappresentativi e ai candidati (via televisione nel 24,9% dei casi e via radio nell'8,8). Relativamente invece a opinioni e analisi sui vari partiti, s'impone soprattutto tra i giovani la fonte dei siti qualificati di informazione online (27,6%). Sotto il 10% la lettura dei commenti sui giornali cartacei e su livello simile anche l'ascolto di opinioni di genitori, amici e altre persone fidate. Rispetto ai social network solo l'8,9% afferma che hanno un ruolo rilevante nella loro decisione, ma è anche vero che uno su tre riconosce che i social esercitano una non irrilevante influenza nella propria decisione sul voto. Riguardo alle tematiche, quelle che i giovani vorrebbero maggiormente sentire discusse nelle campagna elettorale e che quindi possono ottenere la maggior attenzione (e maggior possibilità di consenso se trattate in modo convincente) sono soprattutto la disoccupazione giovanile (indicata come priorità dal 21,2%) la crescita economica (19,4%). L'immigrazione segue a distanza (12,1%), mentre s'impone su livelli simili la preoccupazione per i cambiamenti climatici (12,0, che però sale a quasi il 20% per gli under 22). A seguire temi più generali come i diritti umani (9,1%) e

The screenshot shows the AskaneWS website interface. At the top, there are social media icons and a search bar. The main navigation bar includes 'HOME', 'POLITICA', 'ECONOMIA', 'ESTERI', 'CRONACA', 'REGIONI', 'SPORT', and 'CULTURA'. Below this, there are 'SPECIALI' sections for 'Cyber Affairs', 'Libia-Siria', 'Africa', 'Asia', and 'Nomi e nomine'. The article title is 'Europee, Istituto Toniolo: la metà dei giovani ha deciso chi votare' with a sub-headline 'Ancora ampio margine per conquistare un terzo degli under 35'. The article text is partially visible, matching the main text on the left. To the right of the article, there are several smaller images and video thumbnails, including one about solar panels and another about a falcon fisherman.

la democrazia e il funzionamento in sé dell' Unione europea (7,2%). Rispetto all' orientamento politico sul tradizionale asse destra-sinistra, circa un terzo rifiuta di collocarsi. Tra chi si colloca (in una scala da 1 a 10) c' è molto equilibrio. Lo stesso tema dell' Europa ha bisogno di essere affrontato e declinato facendo in parte leva su un atteggiamento positivo (proprio del 48,7% degli intervistati) e una posizione di giudizio in sospeso (32,4%) che va aiutata a orientarsi in positivo. Solo il 33,3% di chi ha titolo basso considera positivo che l' Italia sia parte dell' Unione europea (e il 39% con giudizio in sospeso), contro il 60,2% dei laureati. "La campagna elettorale - spiega Alessandro Rosina, coordinatore del rapporto Giovani dell' Istituto Toniolo - per il rinnovo del Parlamento europeo è quindi anche un terreno di confronto interessante per capire quanto le varie forze politiche sono in grado di rivolgersi in modo credibile alle componenti delle nuove generazioni che esprimono maggior domanda di riscatto sociale. E' infatti questa la parte dei giovani che, allo stesso tempo, ha più bisogno di un' Europa migliore ma è anche maggiormente disinformata, diffidente e sensibile alle tesi euroscettiche". "E' inoltre interessante notare - conclude ROSina - come il tema delle migrazioni non si considerato attualmente la priorità tra i giovani italiani, che risultano molto più attenti alla capacità dei partiti di offrire proposte credibili e concrete sull' occupazione giovanile e sulla crescita economica del paese. Crescente è anche l' attenzione verso i temi dell' ambiente".