



TRAME DI PARTECIPAZIONE

Restituzione esiti
9 aprile 2021

STRUTTURA DEL REPORT

- Il percorso
- Dove eravamo rimasti: uno squadro qualitativo sulle questioni aperte dal world caffè e le interviste esperte
- Il volontariato presente e futuro
- L'impegno volontario: caratteristiche, aspettative, leve e barriere all'impegno di volontari e prospect
- Le motivazioni del volontariato attuale e futuro
- Identità di ruolo e soddisfazione dei volontari
- Sintesi, discussione dei risultati e domande aperte

IL PERCORSO

maggio-giugno 2020

Novembre 2020

Novembre – gennaio 2021

Gennaio-marzo 2021

aprile 2021

Condivisione dei sistemi di significato e analisi dei contesti organizzativi -
SCHEDA ORGANIZZAZIONI

World caffè con partner ed esperti

FASE QUALITATIVA
3 FOCUS GROUP:

- Volontari impegnati «storici» e nuovi volontari impegnati
- Ex volontari/volontari in uscita/saltuari
- «prospect» -non fanno volontariato ma potrebbero essere interessati a farlo

+ 2 interviste in profondità a esperti

FASE QUANTITATIVA
1.500 interviste:

1000 interviste online a volontari impegnati delle organizzazioni partner di progetto

+

500 interviste online a «prospect» residenti il Lombardia

PRESENTAZIONE report dei risultati e **WORKSHOP** rete Trame

LE QUESTIONI APERTE DA WORLD CAFÈ E INTERVISTE CON GLI ESPERTI #1

- Sostenibilità

non solo economica, inter-organizzativa – personale professionalizzato – tema di discussione a livello di sistema – far cogliere l’aspetto organizzativo dietro le azioni di volontariato – condivisione e trasparenza con i/le volontari/e rispetto alle strategie di sostenibilità – il volontario è il patrimonio – fondi di natura risarcitoria e non per attività di coinvolgimento di nuovi volontari – come tenere dentro chi si è avvicinato con l’emergenza Covid-19?

- Nuove forme di partecipazione civica e volontariato

Capire come dialogare con volontariato «liquido», non legato a un’organizzazione – Compito trasformare aggancio in identità di ruolo e appartenenza – Enti percepiti come erogatori di servizi: discordanza tra rigidità organizzativa e fluidità azione volontaria non strutturata – Andare oltre visione del «tradimento» del volontario – Difficoltà a cedere spazi «storici» interni all’organizzazione per fare posto ai nuovi

- Vecchi e nuovi volontari

Fisso, prevedibile e continuato nel tempo VS pluri-appartenenze, volontariato come esperienza formativa, regole proprie e protagonismo - Rimangono simili e fisse le motivazioni, sono cambiati modalità, luoghi e livello d’ingaggio

LE QUESTIONI APERTE DA WORLD CAFÈ E INTERVISTE CON GLI ESPERTI #2

- Emergenza pandemica ha fatto affiorare forme di auto-organizzazione facilitate dal mondo online.
- Capire perché i giovani vogliono fare volontariato episodico, come vedono le organizzazioni – intercettare questa richiesta di flessibilità con azioni ad hoc, non snaturando l'intera organizzazione per intercettare queste nuove forme ma neanche considerarlo come volontariato di serie b (le motivazioni sono le stesse dei volontari storici e fissi).
- Incontro **motivazione X attività** è fondamentale per sviluppare l'identificazione con associazione e identità di ruolo – bravura nel curare momenti di ingresso del volontario per agganciarlo e creare appartenenza oltre l'emergenza – in fin dei conti volontario episodico fa comunque riferimento a organizzazione.
- **Esperienza**: tema cruciale, per un cittadino è fondamentale avere una certezza nell'accesso all'esperienza di volontariato di poter vivere un'esperienza, una concretezza: tema della sperimentality. Attivazione, ingresso in un'organizzazione, partecipazione trainati dal bisogno di fare esperienza, misurarsi, confrontarsi, apprendere, fare «laboratorio». L'esperienza mi permette anche di vedere una ricaduta pratica di quello che faccio, sia individuale che collettivo.
- **Le sfide** di oggi: riconnettere la capacità di visione macro delle grandi organizzazioni con il pulviscolo di tutti gli altri fenomeni di volontariato fatto da piccoli gruppi informali (chi si organizza ma non si formalizza) - lavorare sul ricambio generazionale ai livelli decisionali, non in termini di ricambio giovani-anziani ma di anni di esperienza all'interno delle organizzazioni - trovare soluzioni più elastiche nelle esperienze di volontariato.

ATTENZIONE A...

- Quali conferme rispetto a ciò che pensavate?
- Ci sono evidenze che mettono in discussione il vostro punto di vista?
- C'è qualcosa che vi ha stupito maggiormente?

METODOLOGIA DELLA FASE QUANTITATIVA

Volontari

1.143 Interviste CAWI (online su piattaforma Qualtrics) a individui di 16 anni e più residenti in Lombardia **che svolgono attività di volontariato per le organizzazioni partner del progetto Trame di Partecipazione.**

I volontari sono stati invitati a partecipare alla ricerca dalle singole organizzazioni.

Interviste svolte tra il 15 febbraio e l'8 marzo 2021

Prospect

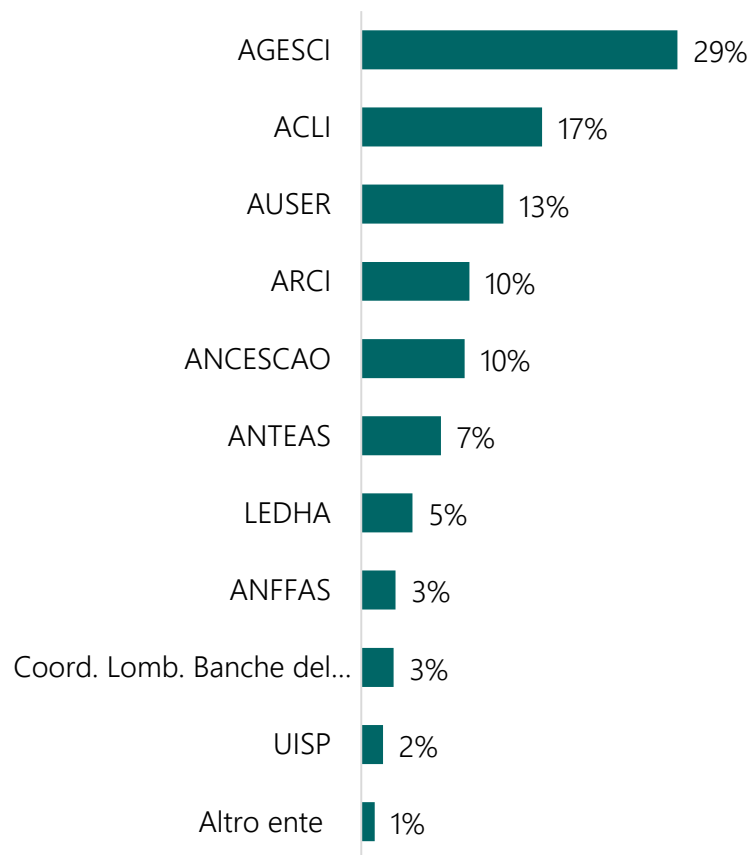
500 interviste CAWI (online tramite Panel Cint) a residenti in Lombardia di 18 anni e più, **che NON hanno svolto attività volontaria in modo saltuario o continuativo negli ultimi 24 mesi, MA che sarebbero disponibili a farlo in un futuro prossimo.**

Quote per rappresentative della popolazione residente per area geografica.
Inviti a partecipare bilanciati per genere, età, titolo di studio e condizione lavorativa rispetto alle caratteristiche della popolazione maggiorenne residente in Lombardia.

Interviste svolte tra il 12 e il 19 febbraio 2021

ORGANIZZAZIONE E AMBITO DI VOLONTARIATO

Organizzazione in cui svolge l'attività



Ambito



n. ambiti citati	%
1	51%
2	21%
3	14%
4 o più	12%
non risponde	2%
Totale	100%

2 ambiti citati in media

IL VOLONTARIATO

COSA SIGNIFICA "FARE VOLONTARIATO"? - VOLONTARI

DARE (236) – alcuni esempi

- Darsi agli altri per un accrescimento reciproco
- Dedicare il proprio tempo agli altri
- Dedicare quello che possiamo del nostro tempo alle persone che necessitano cure e sostegno
- Dedicarsi agli altri
- Donare il mio tempo per una giusta causa
- Impegnarsi in attività per il bene del prossimo
- Mettere a disposizione competenze, saperi e tempo in forma gratuita
- Mettersi a disposizione del prossimo per migliorare anche noi stessi
- Prestare il proprio tempo e energie a favore di persone bisognose
- Spendersi per gli altri



AIUTARE (173) – alcuni esempi

- Aiutare la comunità usando il proprio tempo, le proprie energie e le proprie abilità e senza aspettarsi un compenso economico
- Aiutare i più bisognosi, indigenti, disabili e coloro che si sentono soli
- Dare un sostegno, un aiuto, un sorriso alle persone particolarmente fragili

SERVIRE (136) – alcuni esempi

- Servire con gioia
- Servizio
- Mettersi a servizio degli altri

COSA SIGNIFICA "FARE VOLONTARIATO"? - VOLONTARI

AIUTARE (263) – alcuni esempi

- Aiutare gli altri
- Aiutare chi ha bisogno
- Aiutare chi si trova in una situazione disagiata
- Aiutare e fare compagnia a persone malate e sole
- Aiutare le persone in difficoltà

DARE (47) – alcuni esempi

- Dedicare tempo a chi ha bisogno
- Donare tempo
- Offrirsi agli altri
- Mettersi a disposizione di chi è in difficoltà

GRATUITÀ (36) – alcuni esempi

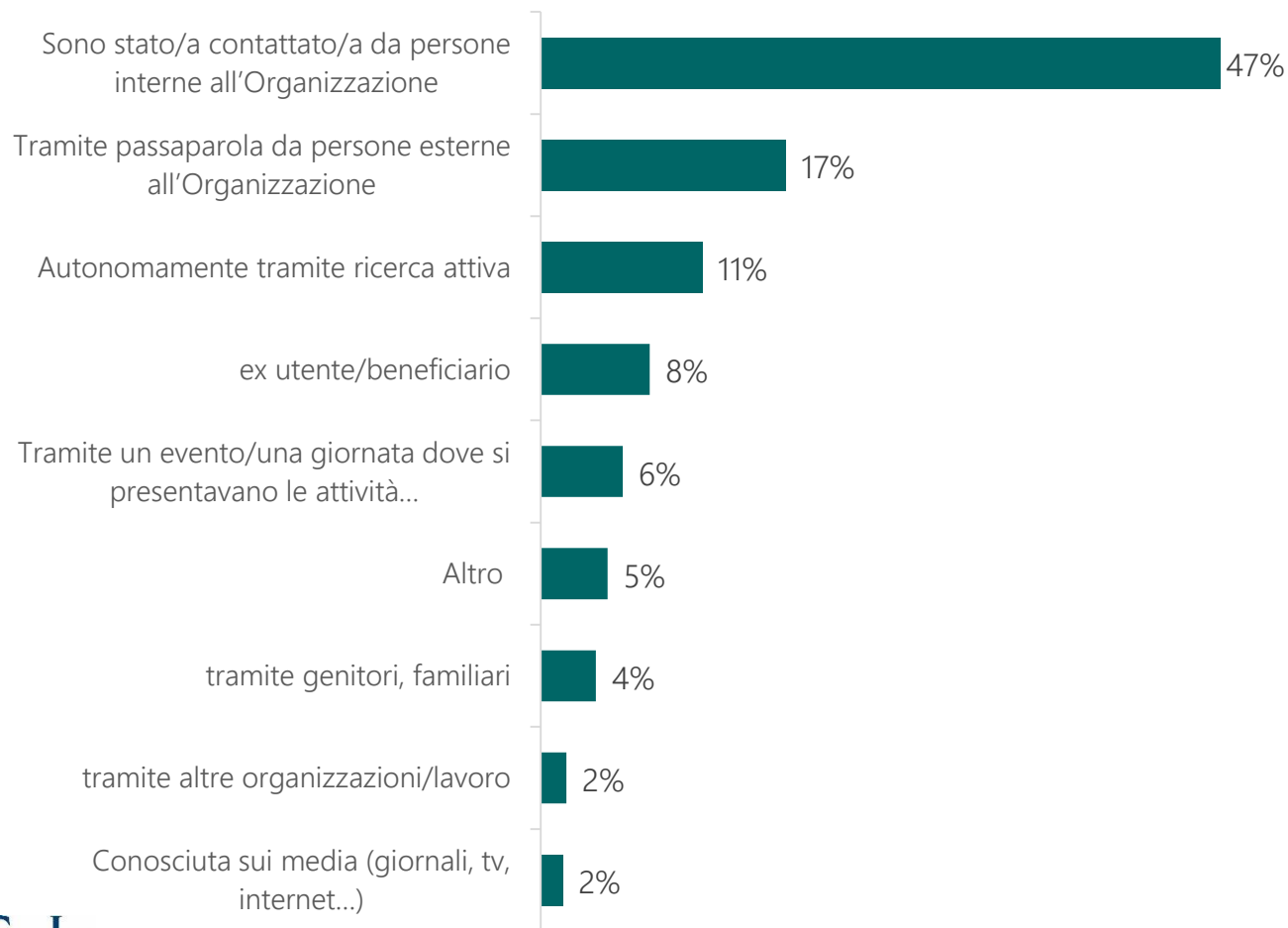
- Fare del bene senza richiedere nulla
- Aiutare qualcuno gratuitamente
- Essere disponibile per la comunità gratuitamente

L'IMPEGNO VOLONTARIO: CARATTERISTICHE, LEVE E BARRIERE

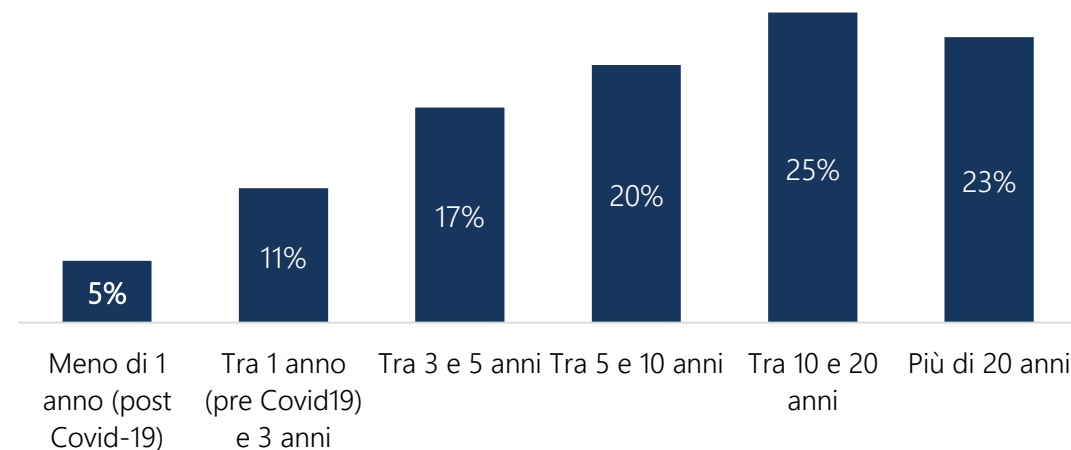
Un confronto tra prospect e
volontari

I VOLONTARI: CARATTERISTICHE DELL'IMPEGNO DI VOLONTARIATO #1

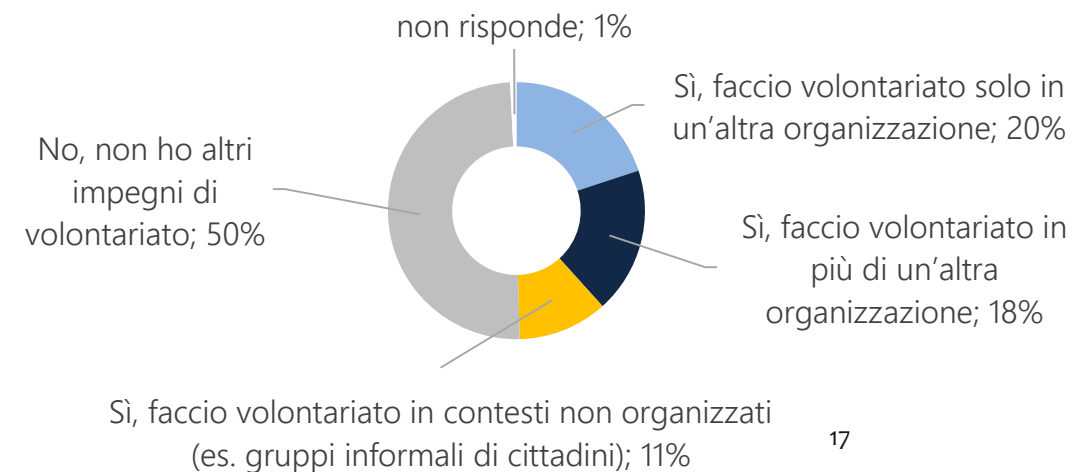
Come ha conosciuto l'organizzazione?



Da quanto tempo svolge attività di volontariato?



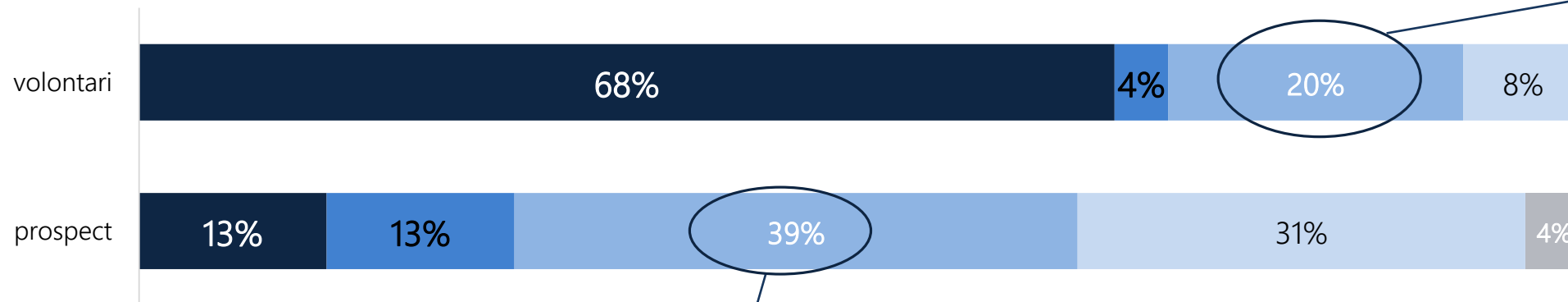
Fa volontariato anche in altre organizzazioni/attività?



FREQUENZA DI IMPEGNO SVOLTO O DESIDERATO

- Un impegno fisso tutte le settimane
- Un impegno fisso con cadenza mensile/bimestrale
- Un impegno frequente ma senza una cadenza fissa: anche tutte le settimane o tutti i mesi ma con orari flessibili che posso gestirmi in autonomia
- Un impegno saltuario, ad esempio mettere il mio tempo a disposizione solo in alcuni momenti dell'anno o per alcune attività specifiche (eventi, raccolte fondi, etc.)
- Non saprei

Il 22% dei prospect è sicuro che svolgerà attività di volontariato in un futuro prossimo, il 78% lo ritiene molto probabile

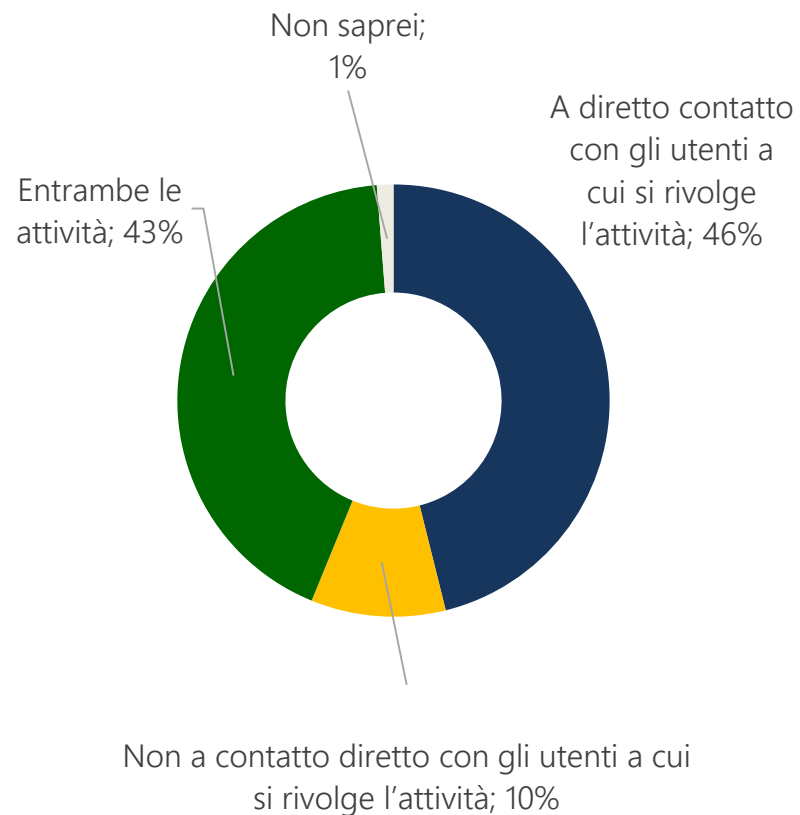


Più presenti tra chi fa volontariato in ambito culturale/artistico, ma anche in chi è nel socio-assistenziale e nell'educativo.

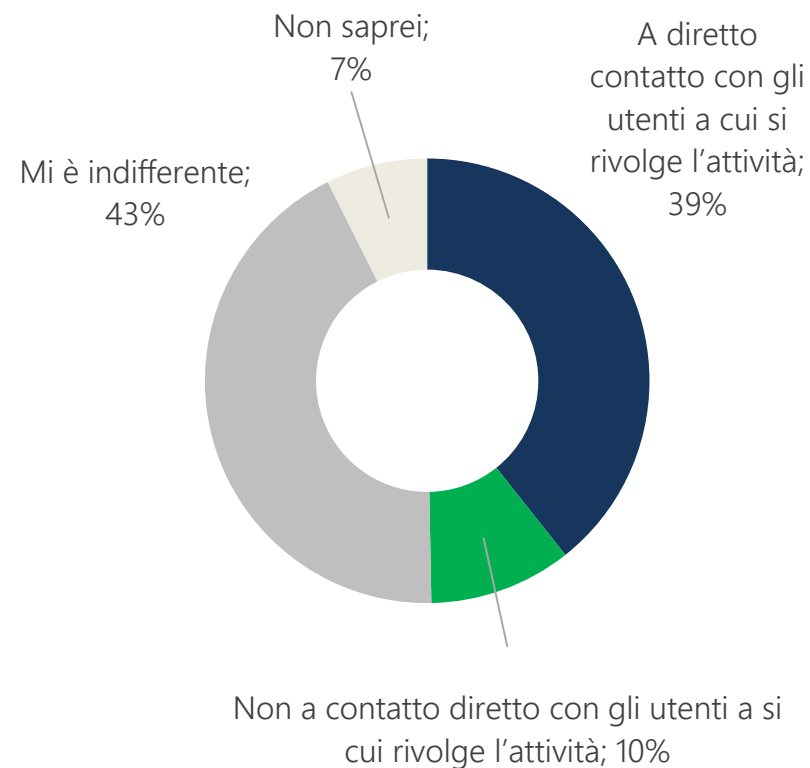
*trasversale per età
più donne (43% vs uomini 32%)
suddivisi equamente per ambito di impegno desiderato
e per tipologia di organizzazione*

TIPOLOGIA DI IMPEGNO SVOLTO O DESIDERATO

Tipologia di impegno dei volontari



Tipologia di impegno desiderata dai prospect

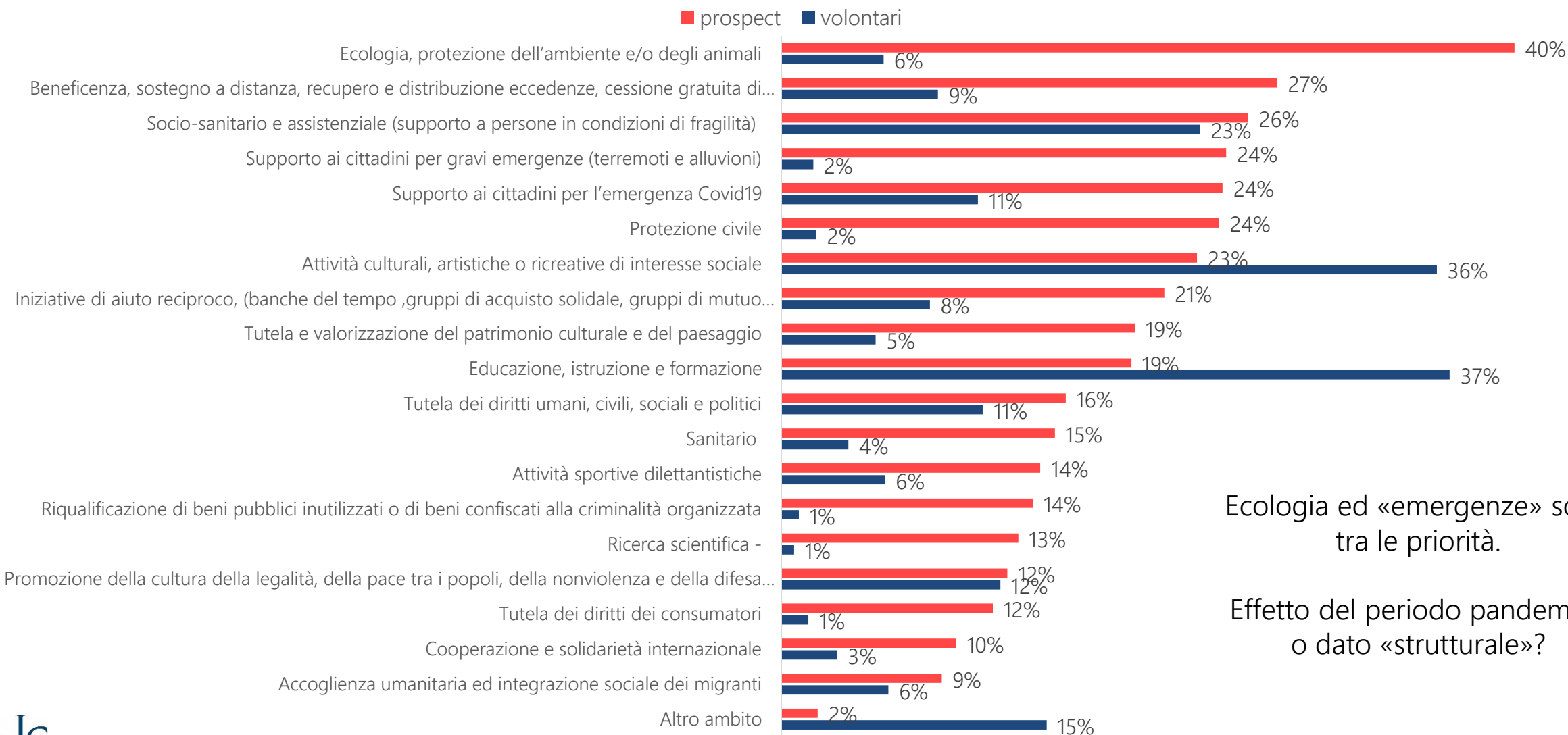


I PROSPECT: ASPETTATIVE RISPETTO ALLA TIPOLOGIA DI ORGANIZZAZIONE



I gruppi informali e le realtà spontanee e non organizzate sembrano esercitare una certa attrattiva per i prospect, anche se la **prima scelta**, individuata dal 44% dei rispondenti **ricade comunque sulle organizzazioni di volontariato/Aps.**

AMBITO DI VOLONTARIATO – PROSPECT VS VOLONTARI



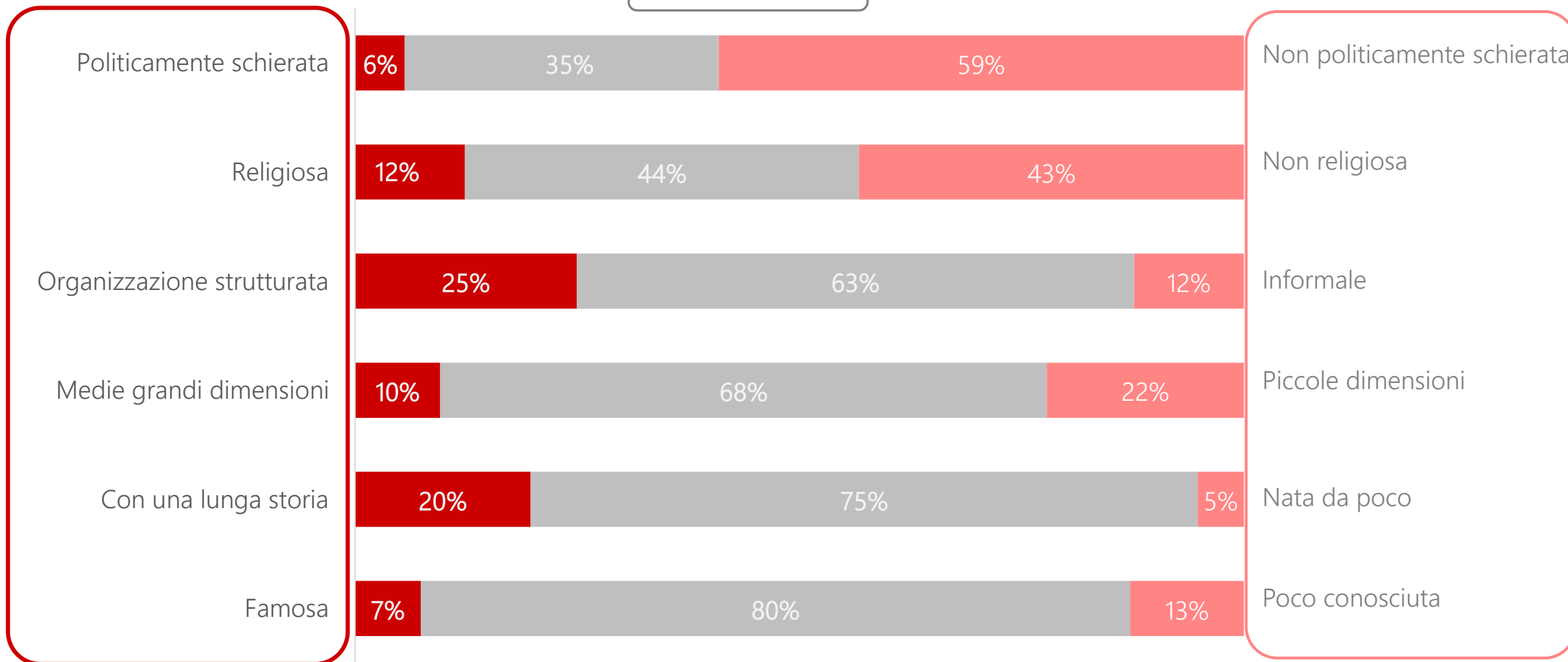
Ecologia ed «emergenze» sono tra le priorità.

Effetto del periodo pandemico o dato «strutturale»?

I PROSPECT: CARATTERISTICHE DELL'ORGANIZZAZIONE

Preferirei fare volontariato in un'organizzazione/gruppo informale....

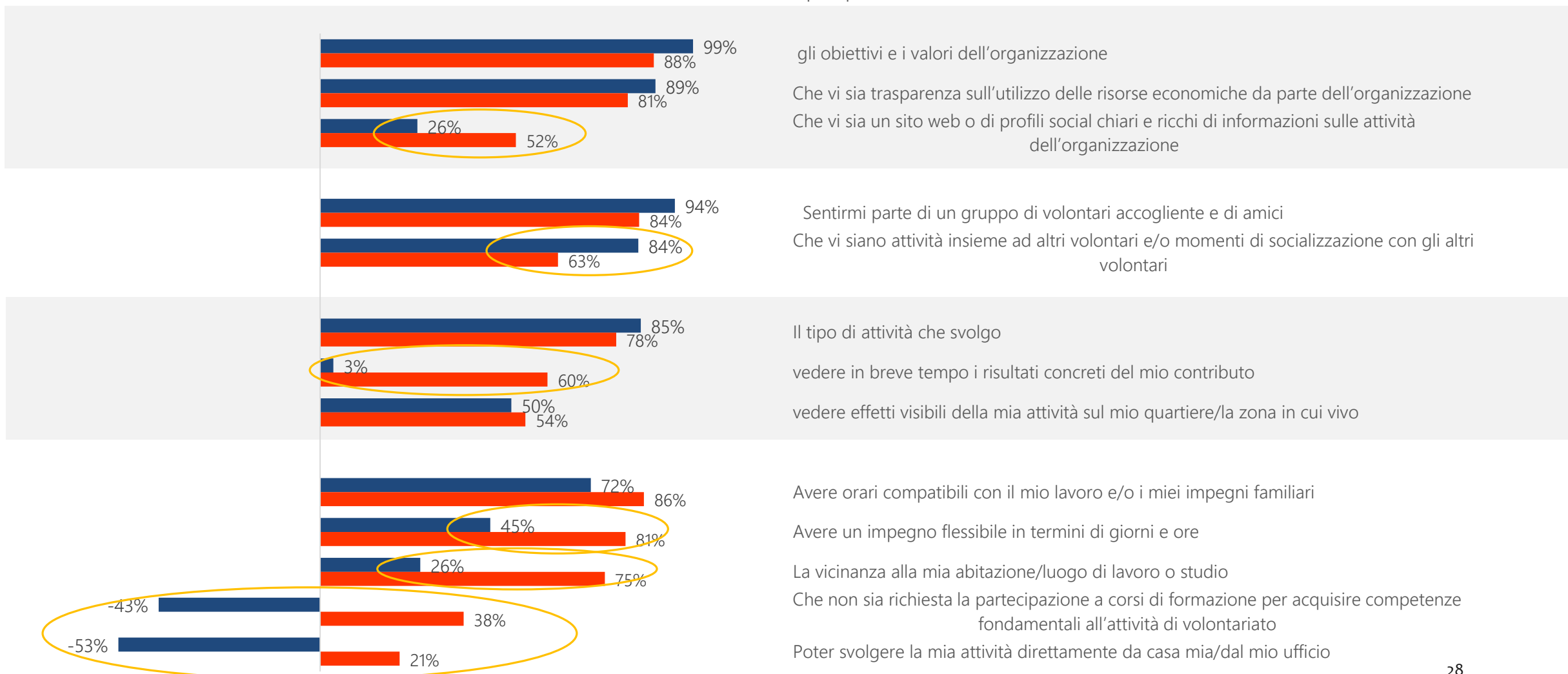
È indifferente



LEVE E BARRIERE (DELTA ACCORDO – DISACCORDO) - PROSPECT VS VOLONTARI

Pensando alla sua esperienza, quanto sono importanti per lei i seguenti aspetti nel continuare a fare attività di volontariato? / quanto sarebbero per lei importanti...

■ volontari ■ prospect



Accentuazioni socio-demografiche nei prospect

Per **donne** più importante che volontariato sia flessibile, compatibile con lavoro e impegni familiari, ci sia gruppo di volontari accogliente e valori dell'organizzazione.

Giovani (18-34) più delle altre età preferiscono **impegno fisso con cadenza mensile**
45-54enni categoria che preferisce **impegno fisso tutto le settimane**
35-45 coloro che preferiscono più di tutti l'**impegno saltuario occasionale**

Per i **giovani** importante che non sia religiosa, che non vengano richiesti corsi di **formazione** ma che **sia a contatto con persone** (indifferenza al contatto cresce con l'età).

Accentuazioni socio-demografiche nei volontari

Per le **donne**, rispetto agli uomini, è più importante che il volontariato abbia orari compatibili con lavoro e impegni familiari, che sia vicino alla propria abitazione/lavoro e il vedere effetti visibili della propria attività sul quartiere/la zona in cui vivono.

i **16-34enni** sembrano considerare più importante poter prendere decisioni in autonomia/avere libera iniziativa rispetto alle altre fasce d'età

Gli **under 45** e gli **over 65** più delle altre età ritengono importante sentirsi parte di un gruppo di volontari accogliente e di amici

Per gli **over 65** è più importante anche che vi siano vi siano attività insieme ad altri volontari e/o momenti di socializzazione con gli altri volontari e vedere in breve tempo i risultati concreti del proprio contributo

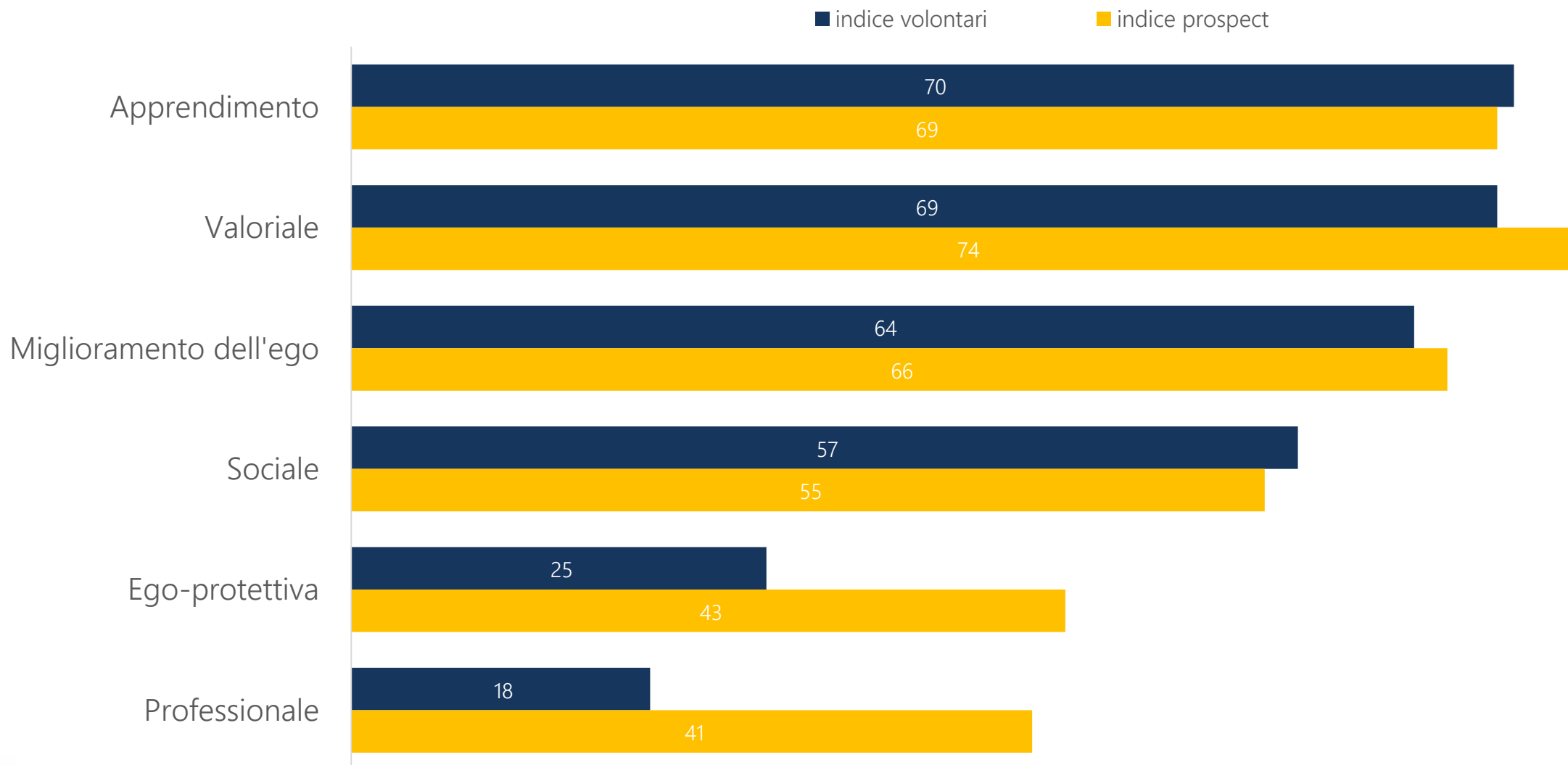
I **45-54enni** categoria sono quelli per i quali è particolarmente importante la conciliazione del volontariato con i propri impegni familiari e lavorativi, mentre sono quelli un po' meno interessati ai momenti di socializzazione con gli altri volontari

Per chi ha minore anzianità di presenza nell'organizzazione è più importante la flessibilità dell'orario, il vedere in breve tempo i risultati concreti del proprio lavoro e gli effetti sul proprio quartiere/zona.

LE MOTIVAZIONI AL VOLONTARIATO

Un confronto tra prospect e
volontari

I FATTORI ALLA BASE DELLA MOTIVAZIONE - VOLONTARI



I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «apprendimento»

Condividono più di altri l'idea che fare volontariato abbia una forte valenza formativa: consentendo di imparare a trattare con diversi tipi di persone, di apprendere cose attraverso l'esperienza diretta e permettendo di mettere alla prova i propri punti di forza

Il riconoscimento della valenza formativa del volontariato è molto diffuso sia tra i volontari (valore 70 dell'indice 0-100) e tra i prospect (69)

Volontari

Vi sono alcuni gruppi in cui tale motivazione è più diffusa:

- fasce d'età più giovani (80),
- tra gli/le studenti/esse (80)
- tra chi è occupato/a non a tempo pieno (76)
- Tra chi ha un'elevata identità di ruolo (77)

Meno presente, seppur con un indice comunque elevato, tra i/le pensionati/e (70) e da chi fa volontariato da più di 20 anni (69)

Prospect

I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- Donne rispetto agli uomini (71vs65)
- Anziani 65+ meno di tutti (60vs70)
- Chi lavora più di chi non lavora (70vs65)

Elevato anche tra single con figli (75), tra chi ha una laurea (70) e tra chi ha detto che sicuramente intraprenderà un'attività di volontariato nei prossimi mesi (71)

I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «valoriale»

Chi ha un'alta motivazione valoriale condivide maggiormente l'idea che sia importante aiutare gli altri e ha dichiarato di provare compassione per le persone in difficoltà.

Sebbene molto elevata in entrambi i gruppi, la motivazione valoriale sembra essere più elevata tra i prospect (valore 74 dell'indice 0-100) che tra i volontari (69)

Volontari

Vi sono alcuni gruppi in cui tale motivazione è più diffusa:

- *Tra chi ha un'elevata identità di ruolo (73)*
 - *tra gli/le studenti/esse (72)*
- *tra chi fa volontariato da meno di 5 anni(71)*

Meno presente, seppur con un indice comunque elevato, *tra chi ha 35-54 anni (65)*

Prospect

I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- *Donne più degli uomini (77vs70)*
- *Credenti praticanti più di credenti-non praticanti e non credenti (79vs74vs73)*

Tra chi si schiera politicamente a sinistra più di coloro che si schierano a destra (78vs74) e tra chi non ha situazioni in famiglia che potrebbero ostacolare le attività di volontariato (75vs70)

I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «miglioramento dell'ego»

Chi ha un'alta motivazione legata al «miglioramento dell'ego» condivide maggiormente l'idea che il volontariato lo faccia stare meglio con sé stesso e che fare volontariato accresca l'autostima.

Tale motivazione è piuttosto alta in entrambi i target: 64 tra i prospect e 66 tra i volontari

Volontari

Non sembrano emergere differenze significative tra i volontari

Prospect

I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- Donne più degli uomini (68vs64)
- Più alta tra chi sicuramente farà volontariato rispetto a chi è probabile (71vs65)
- Chi è credente più di chi non pratica o non crede (70vs67vs60)
- Chi lavora più di chi non lavora (68vs62)

Over 65 meno delle altre categorie d'età (59vs66)

I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «sociale»

Condividono più di altri l'idea che le persone cui sono vicini attribuiscono molto valore al servizio per la comunità e/i che il volontariato sia considerato dalle persone che conoscono meglio un'attività importante
Non emergono grandi differenze tra volontari (57) e prospect (55).

Volontari

Vi sono alcuni gruppi in cui tale motivazione è più diffusa:

- *tra chi ha titolo di studio medio-basso (64)*
 - *nelle fasce d'età più anziane (63)*
 - *tra pensionati/e (62)*

Sembrerebbe essere meno diffusa tra *studenti/esse (50)*, *laureati/e (50)* e *tra chi fa volontariato da meno di 3 anni (52)*

Prospect

I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- *Tra chi sicuramente farà volontariato rispetto a chi è probabile (60vs54)*
- *Tra chi ha laurea e altri titoli di studio (60vs55vs51)*
 - *Tra chi si considera di centro (66)*
 - *Chi lavora più di chi non lavora (58vs51)*

Bassa più dei pedemontani (58vs54)

Uomini più di donne (58vs53)

Molto più importante per i giovani rispetto a persone più anziane (59vs51)

Più importante per chi crede (61vs54vs52) e per chi è single con figli (66)

I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «ego-protettiva»

Condividono più di altri l'idea che fare volontariato possa aiutarli a fuggire o a superare i propri problemi personali
Tale motivazione risulta molto più diffusa tra i prospect (43) che tra i volontari (25)

Volontari

Vi sono alcuni gruppi in cui tale motivazione è più diffusa:

- fasce d'età più giovani (38),
- tra gli/le studentesse (39)
- tra chi è occupato non a tempo pieno (33)
 - Tra chi non ha figli (32)
- Tra chi fa volontariato da meno di 3 anni (31)

Meno presente tra chi fa volontariato da più di 20 anni (19), pensionati (20) e tra chi ha figli (21)

Prospect

I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- Molto più nelle fasce più giovani (48) rispetto a quelle più anziane (38-29)
 - Più alta negli uomini (45vs41)
- Più alta in chi farà sicuramente volontariato (50vs40)
- Più alta per chi ha una laurea rispetto ad altri titoli (48vs42vs37)
- Più alta per credenti-praticanti (50vs43vs38)
- Più alta per chi si posiziona politicamente al centro (58)

I fattori alla base della motivazione dei volontari - la motivazione «professionale»

Condividono più di altri l'idea che fare volontariato possa aiutarli a stabilire nuovi contatti che potrebbero rivelarsi utile per il proprio lavoro o carriera o che fare volontariato gli possa offrire l'occasione di inserirsi nel posto dove vorrei lavorare.
Tale motivazione risulta molto più diffusa tra i prospect (41) che tra i volontari (25)

Volontari

Sebbene sia tendenzialmente poco diffusa vi sono gruppi in cui l'indice risulta significativamente sopra la media:

- fasce d'età più giovani (32),
- tra gli/le studenti/esse (32)
- tra chi è occupato non a tempo pieno (28)
- Tra chi fa volontariato da meno di 3 anni (25)

Prospect

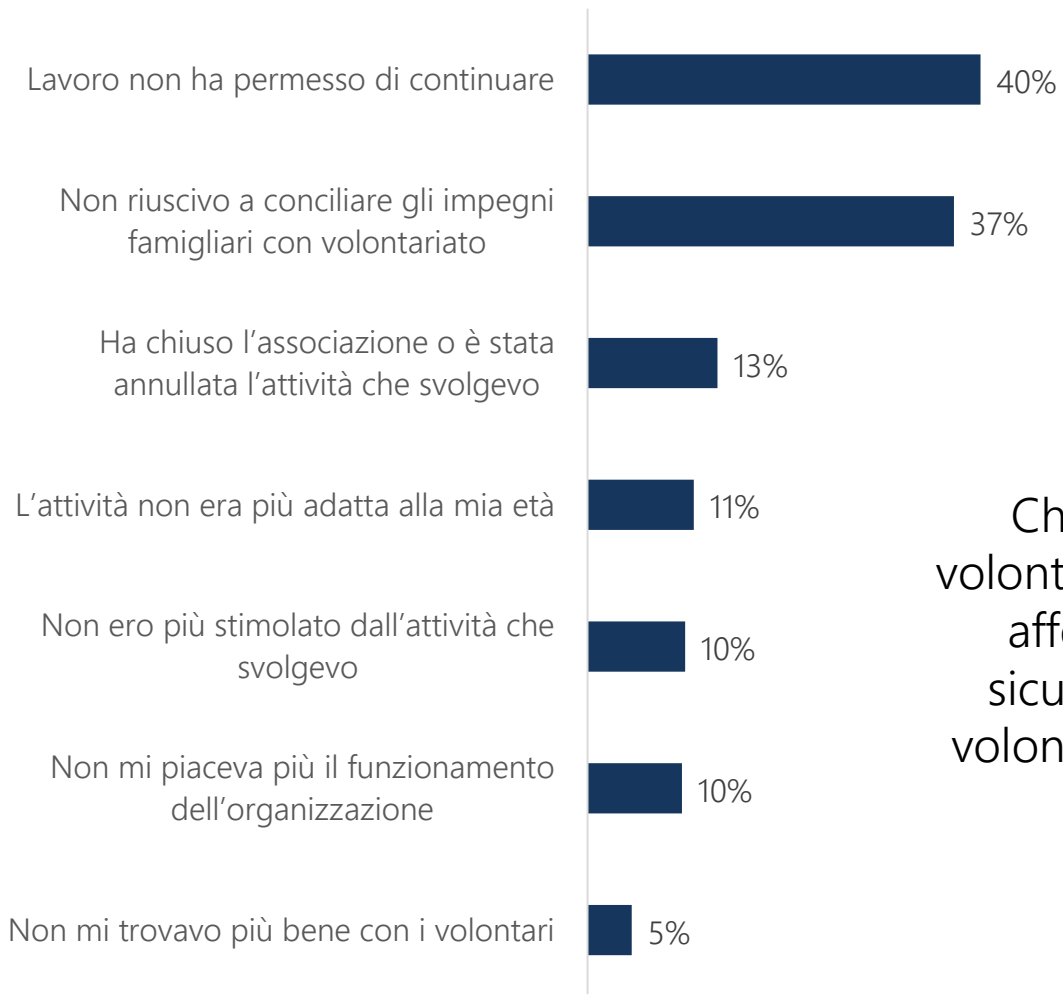
I gruppi in cui tale motivazione si differenzia significativamente:

- Più per gli uomini (45vs37)
- Giovani (49) rispetto ad altri classi d'età
- Tra chi sicuramente farà volontariato (46) rispetto a chi è probabile (39)
- Tra chi si schiera al centro (54)
- Tra chi lavora (43vs37)

Bassa più che pedemontana e Milano (48vs39)

Laureati più degli altri (45vs40vs36)

VOLONTARIATO PASSATO NEI PROSPECT: BARRIERE FAMILIARI E LAVORATIVE

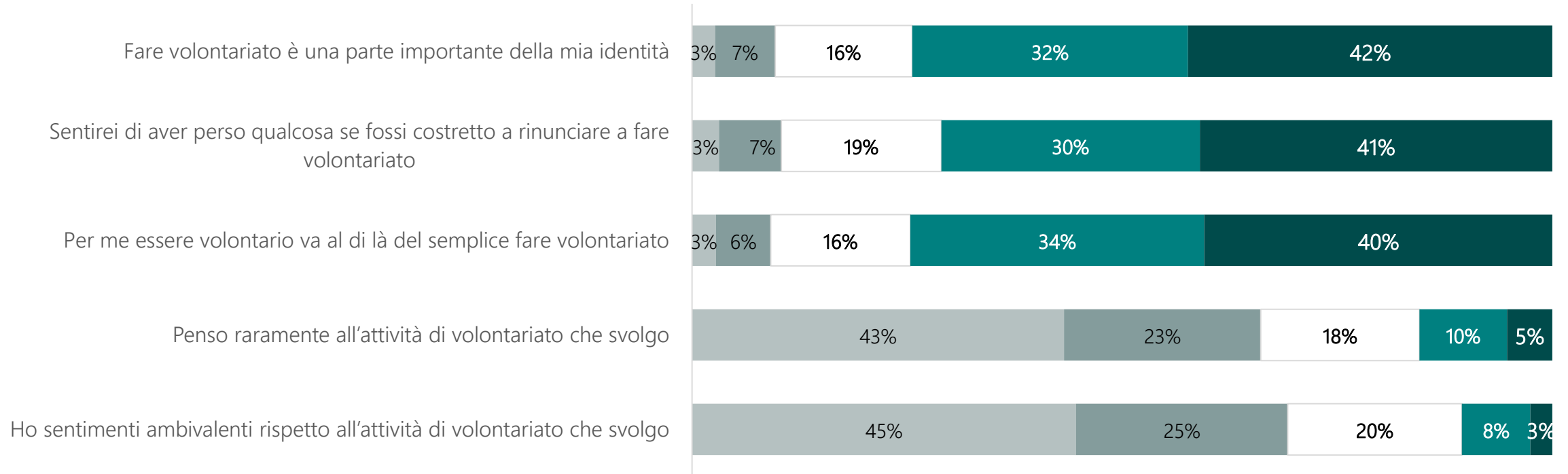


Chi più ha fatto volontariato in passato afferma con più sicurezza che farà volontariato in futuro

IDENTITÀ DI RUOLO E SODDISFAZIONE DEI VOLONTARI

IDENTITÀ DI RUOLO – VOLONTARI

per niente d'accordo
 poco d'accordo
 né d'accordo né in disaccordo
 abbastanza d'accordo
 molto d'accordo

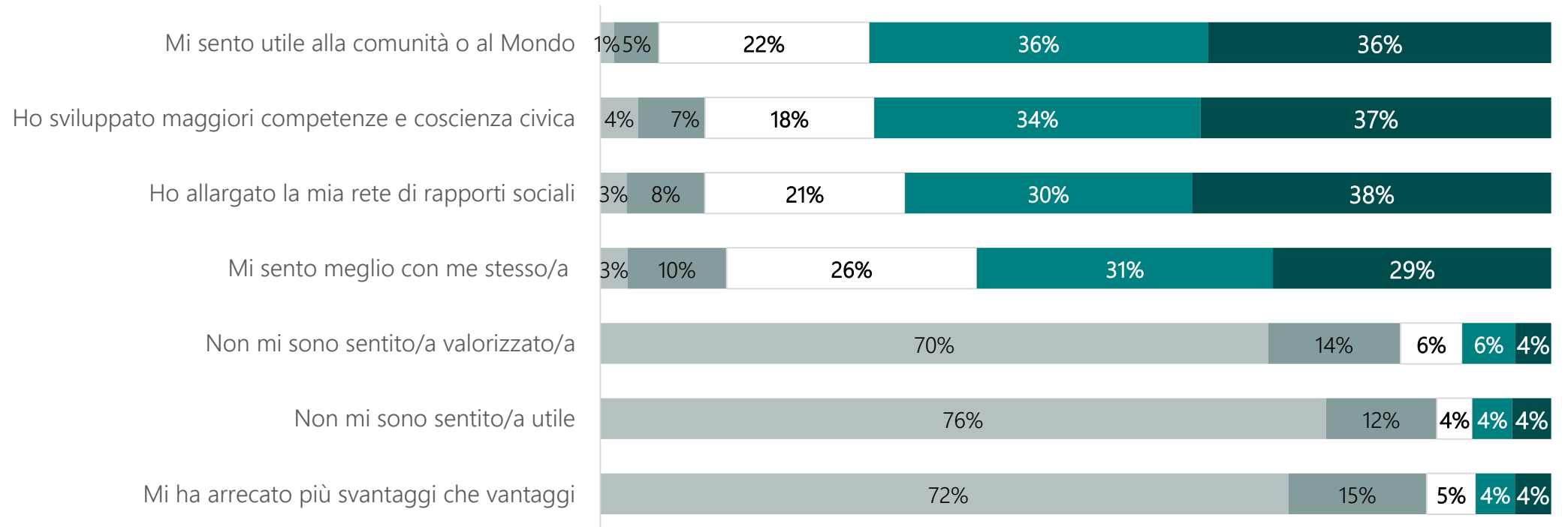


Sebbene l'identità di ruolo sia molto alta in tutto il campione, emergono alcune differenze tra gruppi, con una centralità del ruolo di volontario nella propria costruzione identitaria maggiore tra i più giovani, tra i laureati, tra studenti/esse, tra chi non ha figli e tra chi svolge attività di volontariato con frequenza settimanale.

Identità di ruolo più bassa tra gli over65, tra chi ha titoli di studio medio-bassi e tra i volontari saltuari.

SODDISFAZIONE PER L'ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO- VOLONTARI

■ per niente d'accordo
 ■ poco d'accordo
 □ né d'accordo né in disaccordo
 ■ abbastanza d'accordo
 ■ molto d'accordo



C'è un legame diretto tra identità di ruolo e soddisfazione per l'attività di volontariato:
al crescere di una cresce anche l'altra.

IN SINTESI #1

- Dialogo organizzazione-volontariato «liquido»: Aprirsi, **rendersi flessibili** rispetto a tipologia di volontariato che non deve né essere considerato di serie B né deve attivare sentimenti di sfruttamento da parte del volontario. **Curare** momenti di ingresso del volontario «liquido», **capirne le motivazioni** per una proposta di attività che faciliti la formazione di un **identità di ruolo** e un **senso di appartenenza**.
- Quota elevata (**39%**) di persone interessate ad impegnarsi anche in modo continuativo e frequente con l'organizzazione, ma con una certa ritrosia a vincoli di orario e giornate.
- **Sostenibilità** - Far cogliere l'aspetto organizzativo dietro le azioni di volontariato, in ottica di condivisione e trasparenza con i/le volontari/e rispetto alle strategie di sostenibilità: il volontario, di qualsiasi tipologia, costituisce patrimonio di competenze, conoscenze e rete.
- Le **organizzazioni di volontariato/APS** sono ancora molto considerate (**44%**) insieme a forme di organizzazioni più informali: il volontario «episodico» fa sempre e comunque riferimento a un'organizzazione di qualche tipo.
- Flessibilità nell'intercettare **nuovi temi** e riorganizzarsi rispetto a contingenze: Ecologia e animali, emergenze
- **Indifferenza** rispetto alle caratteristiche dell'organizzazione, a parte la preferenza per organizzazioni non religiose e non politiche

IN SINTESI #2

- **Curare la comunicazione online:** chiara e trasparente. Sebbene primo canale sia sempre passaparola e relazioni amicali, con l'emergenza pandemica ci si è spostati molto nel mondo online-social.
- **Diversificare le proposte di attività:** per i nuovi volontari (meno di 5 anni) e prospect importanti attività **concrete**, che diano **risultati visibili in breve tempo** e che abbiano un certo grado di flessibilità nelle tempistiche e nell'attuazione.
- Si rivelano importanti i **valori** dell'organizzazione e le possibilità di **apprendimento di competenze**: le motivazioni rimangono le stesse, cambiano le modalità, luoghi e livelli di ingaggio.
- Cause di **abbandono dell'attività** (prospect) principalmente **esterne** all'organizzazione (lavoro e famiglia): offerta diversificata per diversi livelli di flessibilità può aiutare a trattenere chi per cause esterne non ce la farebbe più
- **La cura del volontario/a potrebbe partire dagli aspetti considerati da loro stessi più importanti:** il modo di «**essere**» dell'organizzazione (oltre a obiettivi e valori, importanza della **trasparenza comunicativa rispetto alle scelte** dell'organizzazione e **sull'utilizzo delle risorse**) e al loro modo di «**stare nell'organizzazione**» (cura delle relazioni sociali tra volontari/e e delle modalità organizzative interne, compresi percorsi di volontariato che mutino nel tempo permettendo di sperimentarsi in ruoli e attività differenti)
- Non dare per scontato che le multi-appartenenze siano più frequenti tra i più giovani e che si traducano sicuramente in una «minore fedeltà» del volontario.