

Cosa pensano i giovani della convivenza? A Milano nasce l'indagine di NewGenera e Trenord

Pubblicato: Venerdì 19 Dicembre 2025



Capire come le **nuove generazioni** vivono il rapporto con gli altri, con la diversità, ma anche con la solitudine e l'incertezza del domani. È questo il cuore della prima **indagine annuale lanciata da NewGenera**, un laboratorio di ascolto e narrazione nato dalla collaborazione tra **Trenord**, il **Master in Digital Strategy del POLI.design-Politecnico di Milano** e la società di consulenza **Twig**. L'iniziativa punta a raccogliere le voci dei giovani tra i 18 e i 30 anni per trasformare i loro bisogni in progetti concreti.

Un laboratorio per ascoltare la Gen-Z

Nato ufficialmente a settembre, il laboratorio NewGenera utilizza le metodologie del design strategico per analizzare il punto di vista dei ragazzi. Non si tratta di una semplice raccolta dati, ma di un percorso che vede i giovani protagonisti fin dalle fasi decisionali: un board composto da rappresentanti delle nuove generazioni sceglie infatti i temi da trattare, lavorando fianco a fianco con un comitato scientifico di esperti. L'indagine attuale si focalizza sulla "convivenza" intesa in senso ampio: dal rapporto con se stessi e le proprie vulnerabilità, alla capacità di abitare una comunità complessa e multiculturale.

I temi dell'indagine: ansia, comunità e futuro

La survey analizza tre pilastri fondamentali. Il primo riguarda la convivenza con se stessi, affrontando temi delicati come l'ansia da prestazione e il timore del giudizio altrui. Il secondo esplora la convivenza con gli altri, mettendo al centro il senso di solitudine e la sfida di accogliere ciò che è diverso da noi.

Infine, c'è la convivenza con il tempo, un aspetto cruciale per una generazione che deve imparare a gestire l'incertezza del futuro come una dimensione naturale del presente.

Il ruolo del viaggio e della mobilità

La scelta di Trenord come promotore non è casuale. Il treno è, per eccellenza, un luogo di convivenza forzata e spontanea allo stesso tempo. «Le nuove generazioni di oggi sono i viaggiatori, i colleghi, gli interlocutori di domani: per questo abbiamo voluto dare vita a un progetto che dia loro voce sin d'ora, per guardare insieme al futuro della mobilità, consapevoli del fatto che la mobilità è un aspetto essenziale della vita, perché abilita la libertà – dichiara Andrea Severini, Amministratore Delegato di Trenord –. Crediamo molto nel tema scelto per la nuova indagine: sui treni si sperimenta la convivenza con l'altro, con il diverso, con se stessi; la scelta del mezzo pubblico si riflette sulla convivenza con la natura, con l'ambiente».

Design e partecipazione attiva

Per il mondo accademico e della consulenza, NewGenera rappresenta un ponte tra generazioni. «Obiettivo di NewGenera è contribuire a un futuro prossimo in cui vengono meno le barriere tra le generazioni, in cui collaborano e hanno uguale potere di dare forma al futuro – spiega Cabirio Cautela, membro del Cda di POLI.design –. La presenza degli ex studenti del Master in Digital Strategy in NewGenera è fondamentale perché pone i giovani al centro del percorso». L'invito a partecipare alla survey viaggerà proprio sui convogli ferroviari e sui canali social, con l'obiettivo di abbattere quel senso di esclusione che spesso i ragazzi percepiscono rispetto alle decisioni che riguardano il loro domani. «Si tratta di scommettere seriamente sul loro potenziale inespresso favorendo da subito una posizione decisionale riconosciuta – conclude Marco Ronchi, CEO di Twig – in grado di influenzare in modo determinante le decisioni sul futuro di tutti».

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it