



Istat

Istituto Nazionale
di Statistica

TEMPO LIBERO E PARTECIPAZIONE CULTURALE

TRA VECCHIE E NUOVE PRATICHE





TEMPO LIBERO E PARTECIPAZIONE CULTURALE: TRA VECCHIE E NUOVE PRATICHE

Contenuti a cura di: Emanuela Bologna e Miria Savioli.

Attività editoriali: Nadia Mignolli (coordinamento), Marzia Albanesi, Marco Farinacci e Alessandro Franzò.
Responsabile per la grafica: Sofia Barletta.

ISBN 978-88-458-2082-3

© 2022

Istituto nazionale di statistica
Via Cesare Balbo, 16 - Roma



Salvo diversa indicazione, tutti i contenuti pubblicati sono soggetti alla licenza Creative Commons - Attribuzione - versione 3.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>

È dunque possibile riprodurre, distribuire, trasmettere e adattare liberamente dati e analisi dell'Istituto nazionale di statistica, anche a scopi commerciali, a condizione che venga citata la fonte.

Immagini, loghi (compreso il logo dell'Istat), marchi registrati e altri contenuti di proprietà di terzi appartengono ai rispettivi proprietari e non possono essere riprodotti senza il loro consenso.



INDICE

	Pag.
Introduzione	7
1. La spesa delle famiglie per consumi culturali	11
1.1 Introduzione	11
1.2 La pandemia e la spesa per cultura delle famiglie	12
1.3 La spesa delle famiglie per cultura in Italia	12
1.4 Il turismo culturale in Italia: una definizione condivisa	19
1.5 Il turismo culturale e paesaggistico dei residenti	20
1.6 Il profilo del turista che fa vacanze culturali e paesaggistiche	23
1.7 Il turismo culturale e paesaggistico durante l'estate 2020	23
1.8 Considerazioni finali	24
Riferimenti Bibliografici	25
2. Televisione e radio tra tradizione e innovazione	27
2.1 Il ruolo della televisione e della radio negli ultimi vent'anni: tra informazione e intrattenimento	27
2.2 La televisione e la radio attraverso le generazioni	29
2.3 Giovani sempre meno affezionati alla televisione, la radio più seguita dagli adulti	31
2.4 Il tempo dedicato alla televisione e alla radio	32
2.5 Nuovi strumenti per la fruizione di televisione e radio: il web e i suoi effetti	34
2.6 La televisione e la radio durante la pandemia da <i>COVID-19</i>	39
2.7 Considerazioni finali	43
Riferimenti Bibliografici	44
3. Lettura di libri e quotidiani	45
3.1 Introduzione	45
3.2 La lettura di libri negli ultimi venti anni	46
3.3 Le preferenze dei lettori: tra libri cartacei, <i>ebook</i> e audiolibri	49
3.4 Lettori forti e lettori deboli	53
3.5 Lettura di libri e uso di nuove tecnologie	55
3.6 La lettura di quotidiani negli ultimi venti anni	58
3.7 Le preferenze dei lettori: tra quotidiani cartacei e quotidiani <i>online</i>	61
3.8 La lettura di libri, quotidiani e riviste durante la prima e la seconda ondata pandemica	64

	Pag.
3.9 Considerazioni finali	66
Riferimenti Bibliografici	68
4. Spettacoli e intrattenimento <i>outdoor</i> e <i>indoor</i>	69
4.1 Introduzione	69
4.2 La partecipazione ad eventi culturali fuori casa negli ultimi venti anni: vecchie e nuove tendenze	70
4.3 Gli spettacoli dal vivo: recarsi a teatro o ad assistere ad un concerto	74
4.4 Cinema: profili ed andamenti di fruizione della settima arte	80
4.5 Visione di film: la concorrenza di televisione ed Internet prima e durante la pandemia da <i>COVID-19</i>	85
4.6 Partecipazione a festival e associazioni di cinema, teatro e danza: dal <i>parterre</i> fisico a quello virtuale o <i>mixed mode</i>	89
4.7 La riscoperta di hobby e bricolage durante la Fase 1 dell'emergenza <i>COVID-19</i>	90
4.8 Considerazioni finali	93
Riferimenti Bibliografici	94
5. Come Internet cambia il tempo libero	95
5.1 Introduzione	95
5.2 Individui in rete	95
5.3 La digitalizzazione della vita quotidiana	100
5.4 Internet e tempo libero	102
5.5 Internet e relazioni sociali	103
5.6 Considerazioni finali	109
Riferimenti Bibliografici	110
6. Dallo sport per tutti allo sport a misura di ciascuno	113
6.1 Introduzione	113
6.2 La pratica fisico-sportiva negli ultimi venti anni	113
6.3 Attività fisico-sportiva e ciclo di vita	115
6.4 Il profilo socio-culturale dei praticanti le attività fisico-sportive	117
6.5 Le differenze territoriali	117
6.6 Le motivazioni e i luoghi dello sport	118
6.7 La pratica fisico-sportiva ai tempi del <i>COVID-19</i>	120
6.8 Gli spettacoli sportivi	121
6.9 Considerazioni finali	122
Riferimenti Bibliografici	124
7. La soddisfazione per il tempo libero misura di benessere	125
7.1 La soddisfazione per il tempo libero	125
7.2 Sempre più soddisfatti del proprio tempo libero, ma famiglia, salute e amici ai primi posti	126
7.3 La soddisfazione per il tempo libero a confronto con le altre aree della soddisfazione	129
7.4 Attività praticate nel tempo libero e soddisfazione per questo ambito della vita quotidiana	131

7.5 Considerazioni finali
Riferimenti Bibliografici

Pag.

135

136

Glossario

137

INTRODUZIONE¹

Il 2020 è stato già definito da molti osservatori *annus horribilis*², un anno in cui all'improvviso le nostre abitudini sono state sovvertite, rovesciando le prospettive, ridisegnando il concetto di rischio in modo da portarci a considerare pericolose anche normali attività della vita quotidiana come andare a lavorare, stare a scuola, incontrare gli amici, trascorrere il tempo libero in attività fuori casa al cinema o al teatro, praticare sport in palestra, andare in vacanza.

Le forme e le espressioni della socialità, in questo tempo *COVID-19* che ha dettato la nostra agenda, sono state spesso considerate pericolosi assembramenti e sono diventate qualcosa da evitare, da regolamentare, talora anche da proibire³. I cambiamenti epocali sul vivere quotidiano sono risultati particolarmente amplificati nella sfera del tempo libero e della partecipazione culturale, visto il legame quasi simbiotico tra questa sfera e quella delle relazioni sociali.

Molte sono state le iniziative messe in atto dal settore produttivo culturale e ricreativo (Spcc) per reagire a quanto stava accadendo, ma il contraccolpo che si è determinato è stato fortissimo e si è riflesso sulla maggior parte degli aspetti riguardanti la partecipazione culturale e le attività del tempo libero. Se si guarda, ad esempio, ai dati Siae, pubblicati ad aprile 2021⁴, il bilancio 2020 si chiude con una perdita di 3,8 miliardi di euro. La perdita non è stata solo economica (-77,4 per cento al botteghino), ma anche di ingressi (-72,7 per cento) e di spettacoli (-69,4 per cento) ed è stata differenziata per tipologia di spettacoli. Ne ha sofferto maggiormente l'attività concertistica con una perdita dell'83 per cento degli spettatori ed un crollo della spesa al botteghino pari all'89 per cento. Pesante anche la ricaduta sul teatro, a causa sia della brusca interruzione avvenuta a partire dalla seconda metà di febbraio 2020 sia del secondo *lockdown* ad avvio della stagione 2020-2021.

Facendo un bilancio solo del 2020, le perdite sarebbero state ancora più elevate se non ci fossero stati gli introiti dei primi due mesi del 2020 e quelli relativi al periodo estivo (per il cinema questi periodi, con alcuni grossi film che hanno fatto botteghino, hanno bilanciato una perdita che sarebbe stata di gran lunga superiore).

Anche i dati sui consumi della popolazione fanno segnare nel 2020 al capitolo relativo a "Rекреazione, spettacoli e cultura" un -26,4 per cento rispetto al 2019⁵. Stesso trend in negativo si osserva dall'analisi in serie storica dei dati relativi alla partecipazione culturale fuori casa che segnalano un forte calo con punte di flessione più elevata per la fruizione di spettacoli teatrali (15,7 per cento rispetto al 20,3 per cento del 2019), le visite a musei e mostre (27,3 per cento rispetto al 31,8 per cento del 2019), i concerti di musica diversi da quella classica e gli spettacoli cinematografici (entrambi in calo di 3 punti percentuali rispetto al 2019)⁶. Anche per la fruizione delle biblioteche, per le quali negli ultimi cinque anni si era consolidato intorno al 14 per cento il bacino di fruitori tra le persone di 6 anni e più, si segnala nel 2020 una riduzione di 2,5 punti percentuali.

In controtendenza a quanto appena osservato, si collocano le attività *indoor*: la lettura di libri inverte per la prima volta il trend negativo degli ultimi otto anni e si attesta al 41,4 per cento di lettori (+1,4 punti percentuali rispetto al 2019) e anche gli hobbies, complici le restrizioni e il maggior tempo speso in casa, si caratterizzano per un trend in crescita (tra le persone di 18 anni e più, nella Fase 1 dell'emergenza *COVID-19*, la quota di chi si è diletta in hobbies e bricolage

1 Il volume è stata curato da Emanuela Bologna e Miria Savio.

2 Federculture (a cura di) (2021), *17° Rapporto annuale Federculture 2021 - Impresa Cultura. Progettare e ripartire*. Roma: Gangemi.

3 Come ha ben osservato a tal proposito il sociologo Pier Paolo Donati "senza relazioni, il virus non esiste. Il virus è nella relazione", è la stessa relazione, quando questa non è compresa nella sua portata. Nello stesso tempo, la relazione "è il suo rimedio" (Pier Paolo Donati, *Coronavirus. Forza e qualità delle relazioni, i rischi di una deriva selettiva*, «Avvenire.it», 8 aprile 2020, <https://www.avvenire.it/opinioni/pagine/forza-e-qualit-delle-relazioni-i-rischi-di-una-derivaselettiva>).

4 Osservatorio dello spettacolo Siae (a cura di) (2021). *Annuario dello spettacolo 2020*. Roma: Siae.

5 Istat (2021). *Rapporto annuale 2021. La situazione del Paese*. Roma: Istat.

6 Istat Indagine Aspetti della vita quotidiana.

almeno una volta a settimana è cresciuta di almeno il 50 per cento rispetto a quanto osservato nel 2015)⁷.

Un trend analogo fa registrare la televisione che conta ad aprile 2020, nel periodo del *lockdown* della prima ondata, più del 92 per cento di spettatori in un giorno medio tra la popolazione adulta, con quote superiori al 95 per cento tra la popolazione ultra 64enne. Una televisione che diventa sostegno e informazione costante rispetto a quello che accade e che muta i suoi palinsesti e l'organizzazione delle sue trasmissioni in ragione di quello che succede.

Il settore degli eventi *venue based* è indubbiamente quello che ha maggiormente sofferto, vista l'impossibilità fisica per il pubblico di recarsi nei luoghi della cultura o di partecipare ad eventi specialmente nei periodi di *lockdown*. Tutto questo si aggiunge ai caratteri di specificità dell'intero comparto culturale e ricreativo caratterizzato da una vasta frammentazione tra i vari segmenti, da un diffuso precariato del lavoro che, in alcuni casi si traduce in lavoro sommerso⁸ e che non ha sempre permesso alle aziende e ai soggetti che operano nella cultura di accedere con facilità agli aiuti economici e alle agevolazioni previste dai vari decreti che sono stati via via emanati⁹.

Nuove modalità di partecipazione culturale hanno avuto certamente un forte *exploit* nel 2020, anno che con molte restrizioni e divieti nella possibilità di svolgere le "tradizionali" attività di loisir ha creato le condizioni per la diffusione di nuove modalità di consumo via web e ha dato impulso a forme di fruizione digitale già esistenti, ma non ancora capillarmente diffuse. Si può quindi parlare di processo trasversale di alfabetizzazione digitale? La risposta non è semplice, né univoca. Certo, molte pratiche culturali si sono redistribuite sul web, trasferendo nella sfera virtuale una quantità di esperienze che prima del *COVID-19* avvenivano in presenza creando un bacino di pubblico anche tra chi prima del *COVID-19* non era avvezzo all'uso culturale del web, ma questo non è sicuramente avvenuto per tutti e alcuni analisti hanno paventato il rischio di un dilatarsi più che di un restringersi del *digital divide* tra gruppi di popolazione diversamente alfabetizzati al digitale e che anche durante la pandemia sono rimasti tagliati fuori dalle nuove tendenze: tutto ciò può mettere in crisi un modello partecipativo e democratico di partecipazione culturale che nel recente passato era stato considerato come l'obiettivo a cui tendere¹⁰.

Bisogna comunque fare i conti con la realtà delle cose ed è ormai opinione diffusa che anche nel post-pandemia (quando questo si spera arriverà) rimarranno presenti delle forme miste di fruizione che coniugheranno insieme la classica fiera in presenza e iniziative *online*, secondo *mix* nuovi tutti da inventare¹¹. La partecipazione in formato *indoor* ad attività notoriamente *outdoor* (sport, teatro, cinema, musei, eccetera) sarà una modalità di fruizione del tempo libero che, molto probabilmente, rimarrà anche quando la pandemia sarà del tutto superata e affiancherà il modo "tradizionale" con cui molte pratiche culturali vengono svolte. Forse non riguarderà gli stessi target che ha riguardato nel 2020. Chi potrà, infatti, probabilmente ritornerà presto a preferire le esperienze reali *in loco* a quelle virtuali ed *indoor*, ma chi invece sarà impossibilitato a recarsi fisicamente per vivere esperienze di spettacoli dal vivo, vuoi per lontananza vuoi per difficoltà fisiche o di altro tipo, potrà avvalersi delle forme surrogate, ma sempre più verosimili, di spettacoli a distanza che sono state sperimentate specialmente nel 2020.

Per contenere la situazione difficile del 2020, la maggior parte dei soggetti attivi nel settore produttivo culturale e ricreativo (Spcc) si sono dovuti organizzare per proporre eventi *online*. Il 42,8 per cento degli editori, ad esempio, ha organizzato eventi di promozione e interazione con i lettori attraverso i canali social o il proprio sito internet, il 26,9 per cento ha organizzato presentazioni *online*, letture e consigli di lettura da parte degli autori¹². Per restare vicini al proprio pubblico e non far mancare il proprio supporto, gli editori, soprattutto i più grandi, hanno anche proposto iniziative per garantire l'accesso gratuito per i docenti a webinar, servizi e strumenti per la didattica digitale (il

7 Istat (2020). *Fase 1: le giornate in casa durante il lockdown*. Roma. Istat.

8 Fondazione Symbola - Unioncamere (a cura di) (2020). *Io sono Cultura - Rapporto 2020*.

9 Camera dei deputati - Servizio studi XVIII legislatura (a cura di) (2021). *Le misure adottate a seguito dell'emergenza Coronavirus (COVID-19) per il settore dei beni e delle attività culturali*.

10 Cepell e Aie (a cura di) (2021). *Libro bianco sulla lettura e i consumi culturali in Italia (2020-2021)*. Poligrafico e Zecca dello Stato italiano.

11 <https://www.eventgarde.it/il-futuro-degli-eventi-e-ibrido/>.

12 Istat (2021) *Produzione e lettura di libri*. Roma. Istat.

40,0 per cento dei grandi e il 20,2 per cento dei medi), la diffusione gratuita di *ebook* (52,9 per cento dei grandi e il 26,3 per cento dei medi) e la possibilità di download o ascolto gratuito di audiolibri riservato alle persone con disabilità (23,5 per cento dei grandi editori).

Certamente, emerge con chiarezza il tema degli investimenti in piattaforme tecnologiche e in professionalità nuove e si rafforza la convinzione che il cambiamento si potrà affrontare meglio in un'ottica di *network* e di *mix* crossculturali. È stato osservato che il successo nella realizzazione delle nuove forme di fruizione digitale in epoca *COVID-19* da parte delle agenzie di produzione culturale (editori, musei, teatri, biblioteche, eccetera) sia stato direttamente proporzionale a quanto questi soggetti fossero arrivati preparati alle nuove tecnologie già prima della pandemia. I musei che hanno promosso collezioni e mostre virtuali hanno funzionato quando già avevano consolidato queste forme espressive ben prima del *COVID-19*, mentre questo è avvenuto meno quando si è trattato di meri tentativi di spostare semplicemente sul web quanto prima veniva fatto in presenza senza nessun tipo di trasformazione e adattamento al mezzo digitale¹³.

I cambiamenti in atto sulla partecipazione culturale e le attività del tempo libero che hanno interessato le nostre vite, specialmente nell'ultimo anno e mezzo, hanno fatto emergere la necessità di avviare tramite questo volume una riflessione che metta in evidenza quanto è accaduto negli ultimi anni e segni le tracce per un possibile percorso di ridefinizione di quelle che possono essere considerate le attività di partecipazione culturale e loisir e che tengano conto delle nuove forme di svago che, specialmente in alcuni target di popolazione più giovane, si stanno diffondendo già da alcuni anni e che vedono nella rete il luogo virtuale in cui si realizzano.

La riflessione ci deve aiutare a capire cosa è accaduto negli ultimi anni, non solo quindi nel periodo pandemico 2020-2021, e ci deve guidare per ripensare i paradigmi alla base di quella che definiamo partecipazione culturale. Sperimentare una visita virtuale ad un museo in cui una guida ci accompagna seppur virtualmente ad esplorare i segreti di un'opera d'arte è davvero un'esperienza del tutto diversa da quella vissuta recandosi fisicamente allo stesso museo? Non può, invece, essere considerata una esperienza comunque culturalmente valida perché stimola conoscenza ed interesse?

Alcune analisi condotte in un'ottica per generazioni hanno messo in evidenza come tra i giovani delle nuove generazioni ci sia stato negli ultimi anni un aumento nella disaffezione verso alcune attività di partecipazione culturale e viceversa una tenuta tra le persone adulte e tardo-adulte¹⁴. Quanto emergeva da queste analisi ci deve portare a concludere che le nuove generazioni di giovani partecipano culturalmente di meno o che, invece, sono semplicemente cambiati i paradigmi e i modelli di riferimento per definire la partecipazione culturale e che i giovani del presente si caratterizzano semplicemente per altri tipi di consumi ricreativi non assimilabili a quelli tradizionali, ma non per questo di minor valore¹⁵?

13 Fondazione Symbola - Unioncamere (a cura di) (2021). *Io sono Cultura - Rapporto 2021*.

14 Istat (2016). *Rapporto annuale 2016. La situazione del Paese*. Roma: Istat.

15 Arosio F.M., A. Caramis (2019). *Il ruolo della statistica per la conoscenza delle trasformazioni culturali del Paese*, DigitCult | Scientific Journal on Digital Cultures. Roma: Aracne.

1. LA SPESA DELLE FAMIGLIE PER CONSUMI CULTURALI¹

1.1 Introduzione

Nel 2020, l'economia e la società italiane sono state dominate dall'emergenza sanitaria derivante dalla pandemia da *COVID-19*. Uno dei settori maggiormente colpiti dalle misure restrittive di prevenzione del contagio è stato quello delle attività artistiche e culturali, in particolare quelle che richiedono la presenza fisica del pubblico nei propri spazi: musei, biblioteche, cinema, teatri, sale per concerti. Cinema e spettacoli dal vivo, ad esempio, hanno registrato per quasi metà anno la chiusura totale, aperture parziali e contingentate per oltre un terzo del periodo, e un funzionamento ordinario per meno del 20 per cento.

Le statistiche della Siae indicano che nel nostro Paese, da marzo a giugno 2020, sono stati cancellati oltre un milione di eventi di cinema, teatro, concerti e mostre, che corrispondono a 52 milioni di ingressi e a 745 milioni di euro di spesa complessiva del pubblico (biglietti, abbonamenti e altre spese). La spesa si è ridotta del 68 per cento rispetto allo stesso periodo del 2019. La fase di riapertura condizionata (15 giugno-25 ottobre) ha permesso di produrre solo il 52 per cento delle giornate di spettacolo che erano state offerte nel 2019. Non tutte le attività sono riuscite a ripartire e le riaperture, per l'andamento *stop-and-go*, la contrazione delle entrate dovute al contingentamento degli accessi, e per il contemporaneo aumento dei costi (sanificazioni e acquisto di dispositivi di protezione), non sono state in grado di assicurare il rientro economico degli operatori.

Come conseguenza della situazione pandemica, la spesa delle famiglie per attività culturali, già storicamente piuttosto bassa, anche considerando l'intero capitolo di spesa Ricreazione, spettacoli e cultura, si è ridotta ulteriormente, perdendo in un anno il 26,4 per cento. Va d'altro canto considerato che la spesa affrontata dalle famiglie non rispecchia in modo esclusivo e meccanico la fruizione culturale, che può essere assicurata anche a titolo gratuito, per cui una riduzione della spesa non significa automaticamente una riduzione dei consumi.

Nel 2020, allo scoppio della pandemia e con la chiusura dei luoghi del patrimonio e dello spettacolo, la casa è diventata il centro pressoché esclusivo del consumo culturale e si è intensificata una forte domanda di contenuti culturali e creativi in modalità digitale, che sono stati spesso offerti con accesso gratuito o in versioni a costi più bassi rispetto a quelle convenzionali (per esempio, i libri o i film *on demand*).

La maggior parte dei musei ha proposto contenuti e attività digitali in forma gratuita. È stato, pertanto, possibile andare virtualmente al museo, peraltro senza limiti di orario, senza pagare il biglietto di ingresso, ogni volta che lo si desiderava. In tutto il mondo, Italia compresa, i musei hanno catturato nuovi pubblici, raggiungendo segmenti di utenti che non accedevano all'offerta fisica per le più diverse ragioni, e si interrogano oggi su come consolidare queste nuove forme di partecipazione una volta tornati alla configurazione in presenza o in *mixed mode*.

¹ Il capitolo è stato curato da: Annalisa Cicerchia, Andrea Cutillo e Barbara Dattilo. I paragrafi 1.1 e 1.2 sono stati redatti da A. Cicerchia. Il paragrafo 1.3 è stato redatto da A. Cutillo. I paragrafi 1.4, 1.5, 1.6 e 1.7 sono stati redatti da B. Dattilo. Il paragrafo 1.8 è stato redatto da Annalisa Cicerchia, Andrea Cutillo e Barbara Dattilo.

Questa dematerializzazione, così come l'impossibilità o la difficoltà oggettiva a spostarsi, ha però avuto un impatto molto significativo sul turismo, in particolare sul turismo culturale, settore di vitale importanza per l'economia di un paese come l'Italia, in virtù dello straordinario patrimonio artistico-culturale. Anche il turismo culturale ha sofferto le conseguenze della pandemia, con cali dei viaggi per le attività culturali e le visite alle bellezze naturali in diminuzione, sul 2019, rispettivamente del 76 e del 44 per cento.

1.2 La pandemia e la spesa per cultura delle famiglie

In tutto il mondo, i settori culturali e creativi sono stati pesantemente colpiti dalla pandemia, in particolare quelli basati sulla fruizione in spazi fisici, come musei, teatri, cinema, arti dello spettacolo e dal vivo. L'Unesco stima che tra il 2019 e il 2020 il fatturato totale del settore nell'Ue-27 più il Regno Unito sia diminuito di oltre il 30 per cento (quasi 200 miliardi di euro)².

In conseguenza della pandemia e delle misure di contrasto, in tutto il mondo si è registrato un forte aumento della domanda di contenuti *online*, che ha favorito le piattaforme di streaming di musica, cinema e televisione. Anche molte istituzioni culturali, come musei e teatri, hanno rapidamente moltiplicato il loro impegno per digitalizzarsi e fornire accesso *online*, anche se non necessariamente per generare entrate. Questo, osserva l'Oecd, porterà probabilmente a cambiamenti permanenti nel coinvolgimento del pubblico e nei modelli di fornitura dei contenuti, creando nuove opportunità di innovazione e crescita in futuro³.

Sul lato della spesa delle famiglie, la minore offerta culturale fondata sulla frequentazione fisica di luoghi ha avuto ripercussioni inevitabili. Tradizionalmente, questo settore esprime comunque consumi culturali piuttosto bassi, crollati ulteriormente proprio sulla scia del calo generalizzato dei consumi dovuto alla pandemia da *COVID-19*.

1.3 La spesa delle famiglie per cultura in Italia

Nel 2020, l'economia e la società italiane sono state dominate dall'emergenza sanitaria derivante dalla pandemia da *COVID-19*. Il blocco improvviso di interi segmenti dell'economia, con veloci effetti sulla produzione di valore aggiunto e sull'occupazione, ha determinato già nella primavera 2020 una caduta del reddito disponibile molto repentina e ampia. Il successivo recupero, pur parziale, delle attività e il contrasto attraverso misure pubbliche di sostegno messe immediatamente in campo hanno contenuto la portata della contrazione del reddito disponibile, che nel complesso dell'anno è sceso in misura molto inferiore al Pil (-2,8 per cento rispetto a -8,9 per cento).

A fronte di ciò, le limitazioni agli acquisti e alla vita sociale e il mutamento dei comportamenti della popolazione hanno determinato una discesa della spesa per consumi ben più ampia rispetto a quella del reddito, dando luogo a un aumento senza precedenti della propensione al risparmio. Sembra, quindi, che il crollo dei consumi registrato nel 2020 non sia tanto determinato dal calo del potere d'acquisto delle famiglie, quanto piuttosto sia in larga misura ascrivibile alla riduzione delle opportunità di spendere dovuta alla evoluzione della pandemia e, soprattutto, alle misure di contrasto al contagio: in particolare, le limita-

² World Bank, and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO (2021).

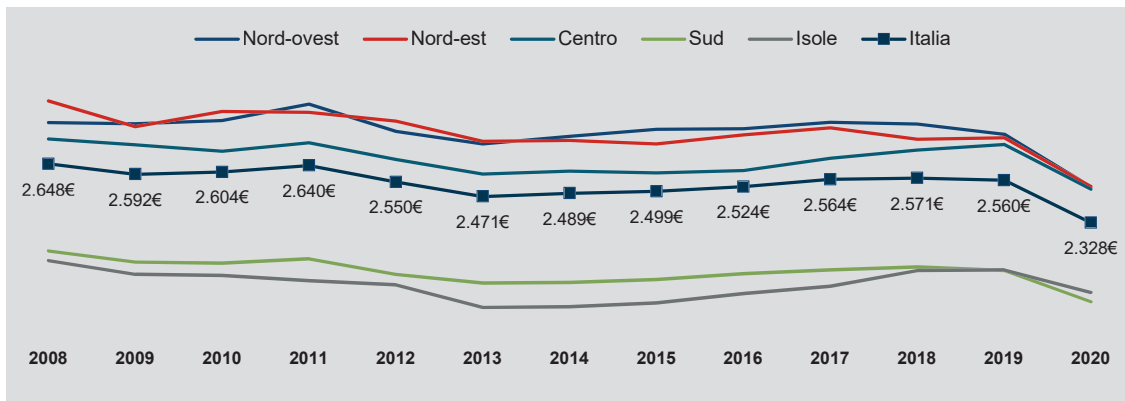
³ Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD (2021).

1. La spesa delle famiglie per consumi culturali

zioni alle attività economiche si sono concentrate su particolari categorie di beni e servizi, individuate come maggiormente a rischio di favorire la diffusione del *COVID-19* e non strettamente essenziali per la popolazione (in particolare, i servizi ricettivi e di ristorazione e le attività ricreative e culturali). Inoltre, le forti limitazioni alla vita sociale e agli spostamenti e il mutamento dei comportamenti della popolazione hanno determinato un crollo considerevole anche nelle spese per trasporti e per abbigliamento.

Dall'indagine sulle spese delle famiglie⁴, la stima della spesa media mensile familiare nel 2020 è di 2.328 euro mensili in valori correnti, in calo del 9,0 per cento rispetto al 2019. Questa caduta porta il dato medio di spesa corrente per nucleo familiare indietro di venti anni, al livello del 2000. Per avere una idea della portata del calo, si consideri che nell'intero biennio 2012-2013, periodo di maggiore contrazione delle spese a seguito della crisi dei debiti sovrani, il calo complessivo era stato del 6,4 per cento (Figura 1.1).

Figura 1.1 - Spesa media mensile delle famiglie per ripartizione geografica. Anni 2008-2020 (valori in euro)



Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

Quello del 2020 costituisce, tuttavia, un episodio unico, in cui l'andamento dei consumi, dal punto di vista temporale, territoriale e di categoria merceologica, è stato quasi completamente determinato dall'evoluzione della crisi sanitaria e i connessi comportamenti prudentziali della popolazione.

Dal punto di vista temporale, nel corso del 2020 le spese per consumi hanno seguito un andamento condizionato dai fattori sopra esposti (Tavola 1.1). Il calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è stato massimo nel secondo trimestre 2020 (-17,3 per cento) e, dopo un parziale recupero nel terzo trimestre, ha toccato quasi il 10 per cento nel quarto. Anche dal punto di vista territoriale, la riduzione delle spese delle famiglie è coerente con la diffusione della pandemia: ha infatti riguardato tutto il territorio nazionale, ma risulta più intensa nel Nord Italia (-10,2 per cento il Nord-ovest e -9,5 il Nord-est), seguito dal Centro (-8,8) e dal Mezzogiorno (-8,2 il Sud e -5,9 le Isole).

La riduzione dei consumi si è articolata in modo molto differenziato rispetto alle diverse categorie di beni e servizi. Le autorità nazionali e regionali, talvolta anche comunali, hanno, infatti, posto in atto numerosi provvedimenti di contenimento del *COVID-19* che hanno in larga misura seguito la scansione temporale della sua diffusione nel Paese. Tali provvedimenti hanno bloccato prima, e fortemente limitato poi, interi settori di attività economica e la possibilità di acquisto di particolari categorie di beni e servizi, con restrizioni partico-

4 <https://www.istat.it/it/archivio/71980>.

larmente rigide per le attività ricreative e culturali e per i servizi ricettivi e di ristorazione. Inoltre, dal lato della domanda, hanno molto ridotto le occasioni di spesa, combinandosi anche con i comportamenti prudenziali adottati dai singoli per limitare il rischio.

Tavola 1.1 - Spesa media mensile delle famiglie per ripartizione geografica e capitolo di spesa. Anni 2019 e 2020 (valori in euro)

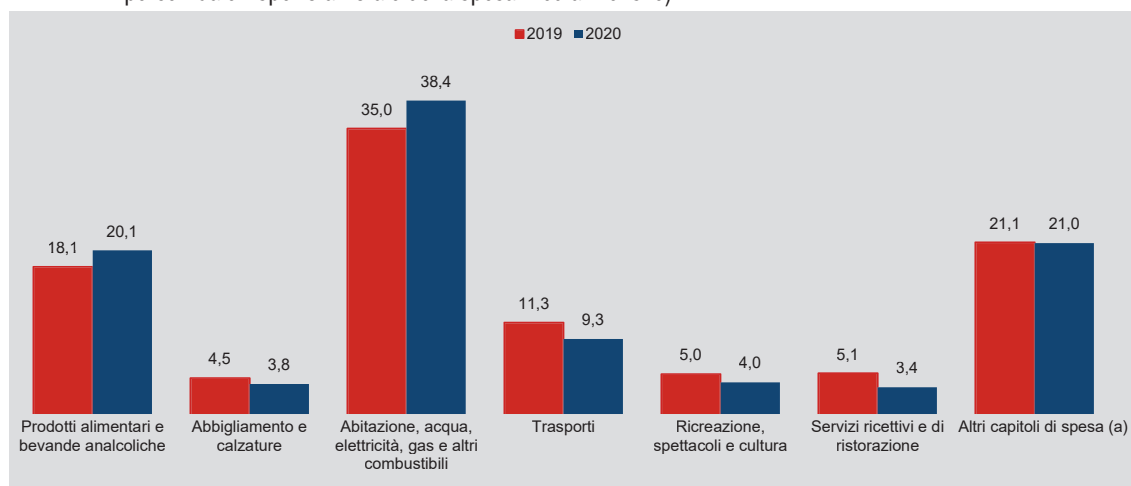
CAPITOLO DI SPESA	RIPARTIZIONE GEOGRAFICA											
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		ITALIA	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
SPESA MEDIA MENSILE	2.810	2.523	2.790	2.525	2.754	2.511	2.068	1.898	2.071	1.949	2.560	2.328
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	465	453	444	458	476	482	482	478	443	477	464	468
Bevande alcoliche e tabacchi	49	47	45	43	47	46	45	38	40	34	46	43
Abbigliamento e calzature	115	77	111	92	108	84	120	94	123	104	115	88
Abitazione, acqua, elettricità, gas e altri combustibili	1.005	996	973	944	1.026	1.033	663	678	676	684	896	893
Mobili, articoli e servizi per la casa	119	109	123	127	115	107	88	77	97	93	110	104
Servizi sanitari e spese per la salute	128	119	129	119	120	109	100	92	104	89	118	108
Trasporti	327	249	341	253	296	221	213	158	225	179	288	217
Comunicazioni	63	58	60	54	61	57	52	49	57	51	59	54
Ricreazione, spettacoli e cultura	147	110	159	118	141	103	81	58	77	58	127	93
Istruzione	19	17	20	15	16	16	10	9	11	8	16	14
Servizi ricettivi e di ristorazione	163	101	163	105	143	83	69	42	76	43	130	79
Altri beni e servizi (a)	210	189	221	198	205	170	144	125	142	130	190	167

Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

(a) Includono beni e servizi per la cura della persona, effetti personali, servizi di assistenza sociale, assicurazioni e finanziari.

Coerentemente con il tipo di restrizioni imposte, così come con il diverso grado di comprimibilità delle spese stesse, rispetto al 2019, rimangono sostanzialmente invariate la spesa per gli alimentari e quella per l'abitazione. Si tratta, infatti, di spese difficilmente comprimibili e solo marginalmente toccate dalle restrizioni agli acquisti, e che possono, anzi, aver risentito dalla maggiore permanenza delle famiglie all'interno dell'abitazione. La spesa per tutti gli altri capitoli vale complessivamente 967 euro al mese, scendendo del 19,3 per cento rispetto al 2019. Le diminuzioni più drastiche si osservano, però, proprio per i capitoli di spesa sui quali le misure di contenimento hanno agito più direttamente, e cioè Servizi ricettivi e di ristorazione (-38,9 per cento) e Ricreazione, spettacoli e cultura (-26,4), seguiti da capitoli penalizzati dalla limitazione alla circolazione e alla socialità, ovvero Trasporti (-24,6) e Abbigliamento e calzature (-23,3 per cento) (Figura 1.2).

Figura 1.2 - Composizione della spesa media familiare per capitolo di spesa. Anni 2019 e 2020 (composizione percentuale rispetto al totale della spesa media mensile)



Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

(a) Bevande alcoliche e tabacchi; Mobili, articoli e servizi per la casa; Servizi sanitari e spese per la salute; Comunicazioni; Istruzione; Altri beni e servizi.

Le stime preliminari del primo trimestre 2021 indicano un calo ulteriore del 3,4 per cento della spesa media mensile rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La flessione continua a concentrarsi sulle spese diverse da quelle per prodotti alimentari e per l'abitazione (-7,5 per cento rispetto al primo trimestre del 2020) e sono ancora i servizi ricettivi e di ristorazione (-38,1 per cento) e ricreazione, spettacoli e cultura (-20,9 per cento) a soffrire maggiormente.

A ulteriore conferma della particolarità del 2020, rispetto ai comportamenti di consumo, può essere utile un confronto con la già citata crisi dei debiti sovrani del 2012. Nel 2012, sulla base dei conti nazionali, il reddito disponibile lordo a prezzi correnti delle famiglie consumatrici diminuì del 2,8 per cento e il calo dei consumi fu più contenuto, attenuato dalla riduzione del tasso di risparmio lordo delle famiglie consumatrici (dall'8,2 per cento del 2011 al 6,7 del 2012). Dall'Indagine sulle spese delle famiglie, la spesa media mensile familiare scese del 3,4 per cento, ma le spese alimentari e per l'abitazione diminuirono complessivamente dell'1,9 per cento, mentre tutti gli altri capitoli si ridussero del 5,2 per cento (-8,1 per cento le spese per Ricreazione, spettacoli e cultura). Ci fu quindi un calo generalizzato dei consumi, determinato dal peggioramento delle condizioni economiche delle famiglie, che fu meno intenso per le componenti essenziali e meno comprimibili.

Nel 2020, a fronte di un calo del reddito disponibile analogo a quello del 2012, la spesa delle famiglie si è contratta del 9 per cento, ma il calo è stato determinato esclusivamente dalle categorie merceologiche diverse da alimentari e abitazione (-19,3 per cento), mentre la spesa per alimentari e abitazione è rimasta quasi invariata. Ciò ha corrisposto ad un raddoppio del tasso di risparmio, arrivato nell'arco di un anno fino al 15,8 per cento.

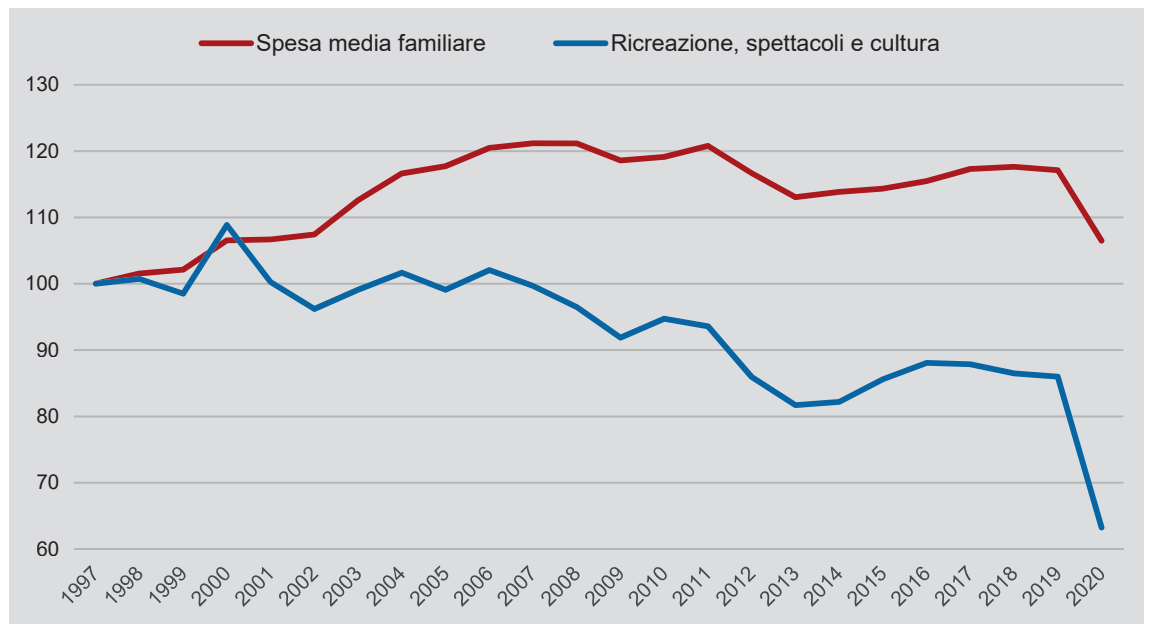
A parità di effetti sul reddito delle famiglie, i due episodi sono, quindi, del tutto differenti. Nel 2020, il crollo dei consumi appare solo in parte collegabile a un deterioramento della capacità di spesa, mentre è riconducibile in misura prevalente a vincoli oggettivi alla possibilità di spendere e anche alle modifiche dei comportamenti indotti dai rischi sanitari e dalla limitata socialità. Nel 2012, invece, il crollo della spesa per consumi fu essenzialmente determinata da una forte caduta dei redditi, non compensata da specifiche misure di sostegno. È quindi plausibile che, con il miglioramento della situazione epidemiologica e con l'avanzamento della campagna vaccinale, il crollo della spesa possa essere riassorbito in un periodo di tempo relativamente breve, pur non dimenticando che determinati settori risultano tuttora penalizzati dalle misure di contenimento sanitario (ad esempio rispetto alle spese per cultura, la capienza di cinema e teatri è, alla fine di settembre 2021, ancora fortemente ridotta).

C'è inoltre da sottolineare che i consumi culturali dovuti direttamente o indirettamente all'attività scolastica (visite a musei e a siti, partecipazione a spettacoli e concerti, eccetera), che non solo rappresentano una voce rilevante nel volume di complessivo degli introiti di molte istituzioni e organizzazioni culturali, ma hanno anche una fondamentale importanza nella formazione del gusto e delle abitudini di consumo degli studenti negli anni a venire, hanno risentito pesantemente della soppressione pressoché totale della didattica in presenza.

In una prospettiva di lungo periodo, occorre considerare che gli effetti della crisi hanno peggiorato una situazione di risorse già molto scarse che le famiglie tradizionalmente destinano ai consumi culturali. Dall'inizio della serie storica disponibile per l'indagine sulle spese delle famiglie (che risale al 1997), la spesa media per il capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura in valori correnti è infatti in continuo calo (Figura 1.3). Si partiva da 148 euro mensili per arrivare a un massimo di 161 euro nel 2000 per poi progressivamente scendere fino a un minimo di 121 euro nel 2013. Dopo una fase di stabilità (127 euro nel 2019), nel 2020 si è

crollati fino a 93 euro di media. Vale a dire che, escludendo il 2020 per la sua natura anomala, la spesa per il capitolo era comunque scesa in poco più di 20 anni del 14 per cento (a fronte di un aumento della spesa media totale del 17,1 per cento nello stesso arco temporale).

Figura 1.3 - Spesa media mensile totale e per capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura in valori correnti. Anni 1997-2020 (numeri indice con base 1997)



Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

Ancora peggiore è la situazione considerando la spesa media delle famiglie a prezzi costanti. Attraverso indici dei prezzi specifici, infatti, è possibile deflazionare la spesa per singolo capitolo tenendo i prezzi fermi all'anno di inizio della serie storica, il 1997. In questa maniera, nel 2019 la spesa per il capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura risulta in calo, in poco più di un ventennio, del 29,5 per cento (a fronte di un calo della spesa media totale comunque del 19,6 per cento).

Come conseguenza di questi andamenti, anche la quota di spesa che le famiglie dedicano al capitolo sul totale delle spese è in calo continuo. Se nel 1997 questa quota era pari al 6,8 per cento del totale, si è progressivamente scesi al 4,9 per cento nel 2011, per rimanere grossomodo costanti fino al 2019 (5,0 per cento), prima del crollo del 2020 che l'ha portata al 4,0 per cento (Figura 1.4).

Il livello e la composizione della spesa sono ovviamente molto influenzati dalla condizione economica delle famiglie. Come logico, la spesa totale, così come quella dei singoli capitoli, cresce al migliorare della situazione economica delle famiglie. Tuttavia, il peso di alcuni capitoli sulla spesa totale (ad esempio, alimentari e abitazione) è maggiore quando la situazione economica è generalmente peggiore, mentre altri capitoli, come i servizi ricettivi e di ristorazione e le attività di ricreazione, spettacoli e cultura, hanno una quota maggiore al migliorare della situazione economica.

Figura 1.4 - Quota di spesa per il capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura sul totale della spesa media familiare. Anni 1997-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

Nella Tavola 1.2 sono riportate, per il 2019 e il 2020, le spese in valore assoluto e le quote di spesa secondo il titolo di studio e la condizione professionale della persona di riferimento. Proprio per la particolarità del 2020, consideriamo il 2019 come maggiormente rappresentativo delle risorse che le famiglie destinano alle spese culturali.

Rispetto al titolo di studio, la spesa media dedicata al capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura nel 2019 è pari a 45 euro per le famiglie la cui persona di riferimento (Pr) ha al massimo la licenza elementare, 101 per quelle con Pr con titolo di secondaria inferiore, 158 per le famiglie con Pr con titolo di studio di secondaria superiore, e 222 euro per quelle con Pr almeno laureata. Anche la quota di spesa dedicata al capitolo è molto variabile (dal 2,7 per cento del totale per le prime al 6,2 per cento del totale per le ultime) (Tavola 1.2).

Sono gli imprenditori e i liberi professionisti a spendere di più per il capitolo (236 euro mensili), seguiti da dirigenti e impiegati (211 euro al mese); tuttavia sono i secondi a destinare una quota maggiore della spesa totale rispetto ai primi (6,4 per cento rispetto a 6,0 per cento). Le famiglie la cui Pr è in cerca di occupazione o inattiva, ma non ritirata dal lavoro, destinano invece le quote minori (rispettivamente, 74 e 65 euro, pari al 4,0 per cento e al 3,6 per cento del totale).

Per l'indagine sulle spese delle famiglie, l'Istat segue la classificazione internazionale delle spese per consumo ECoicop (*European Classification of Individual COnsumption by Purpose*), cioè una classificazione dei consumi secondo lo scopo della spesa. È una classificazione gerarchica, in cui i dodici capitoli (o divisioni) di spesa sono disaggregati in gruppi, a loro volta disaggregati in classi, a loro volta disaggregati in sottoclassi⁵. Se nel

⁵ Come ogni classificazione internazionale, anche quella della ECoicop ha il pregio di permettere confronti tra paesi differenti. Tuttavia, essendo una classificazione che copre tutte le tipologie di spesa, ha il difetto di essere forzatamente generica rispetto a quella che potrebbe essere una classificazione per un singolo aspetto specifico. Per fare un esempio tra i tanti possibili, se nella definizione di spese per cultura si volessero far rientrare anche le spese per la conoscenza enogastronomica di un determinato territorio, da approfondire tramite ristoranti, enoteche, eccetera, queste spese, in realtà, non rientrano nel capitolo Ricreazione, spettacoli e cultura ma nel capitolo Servizi ricettivi e di ristorazione. Dall'altro lato, invece, il capitolo dedicato alla cultura rischia di essere troppo inclusivo, facendoci rientrare anche voci di spesa difficilmente catalogabili come spese per cultura. Un esempio eclatante sono le spese per i concorsi a pronostico (ovvero lotto e lotterie), che secondo la ECoicop rientrano tra le spese per svago ricreativo, e quindi vanno ricomprese nel capitolo.

capitolo di spesa Servizi ricreativi e culturali non si considerano le spese per servizi ricreativi e sportivi (oltre a qualche voce che difficilmente può riferirsi a spesa culturale), si ottiene una stima della spesa destinata all'acquisto di beni e servizi culturali in senso stretto.

Tavola 1.2 - Spesa media totale e per Ricreazione, spettacoli e cultura per titolo di studio e condizione professionale della persona di riferimento della famiglia. Anni 2019 e 2020 (valori in euro e valori percentuali)

	ANNO					
	2019			2020		
	Spesa media mensile (euro)	Spesa media mensile per Ricreazione, spettacoli e cultura (euro)	Quota di spesa per ricreazione, spettacoli e cultura sul totale (%)	Spesa media mensile (euro)	Spesa media mensile per Ricreazione, spettacoli e cultura (euro)	Quota di spesa per ricreazione, spettacoli e cultura sul totale (%)
TITOLO DI STUDIO						
Licenza elementare/nessun titolo di studio	1.678	45	2,7	1.596	33	2,0
Licenza media	2.349	101	4,3	2.103	74	3,5
Diploma	2.835	158	5,6	2.549	113	4,4
Laurea o più	3.587	222	6,2	3.169	162	5,1
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
Dirigente, quadro e impiegato	3.273	211	6,4	2.949	154	5,2
Operaio e assimilato	2.321	107	4,6	2.135	80	3,7
Imprenditore e libero professionista	3.918	236	6,0	3.471	187	5,4
Altro indipendente	2.940	157	5,4	2.647	116	4,4
In cerca di occupazione	1.853	74	4,0	1.776	62	3,5
Ritirato dal lavoro	2.355	96	4,1	2.151	68	3,2
In altra condizione (diversa da ritirato dal lavoro)	1.805	65	3,6	1.677	50	3,0
Totale	2.560	127	5,0	2.328	93	4,0

Fonte: Istat, Indagine sulle spese delle famiglie

Va tuttavia ricordato che, a particolari condizioni, molte attività culturali possono essere scelte senza sostenere alcuna spesa: si può leggere un libro preso in prestito in biblioteca o da un amico, il giornale messo a disposizione dal bar, si può andare a uno spettacolo dal vivo gratuito, o a visitare un museo in giorni o a orari ad accesso libero. Se quindi la spesa per libri, spettacoli, luoghi d'arte, per cultura in generale non è una misura esauriente del consumo culturale, può comunque essere considerata un indicatore delle preferenze espresse dalla popolazione in base ai propri gusti distintivi, influenzati dall'educazione e dagli stili di vita.

In termini assoluti, nel periodo tra il 2013 e il 2019, le unità familiari hanno destinato all'acquisto di beni e servizi culturali in senso stretto tra i 64 (nel 2013) e i 72 (nel 2016) euro al mese, a fronte di una spesa per il capitolo Servizi ricreativi e culturali tra i 121 (nel 2013 e 2014) e i 130 (nel 2016 e nel 2017) euro al mese. Nel 2020, contestualmente al calo generalizzato della spesa totale, si registra una forte riduzione, con la spesa per cultura che scende a 48 euro al mese e quella dell'intero capitolo a 93 euro.

Rapportati i consumi culturali alla spesa complessiva delle famiglie, il quadro che emerge, più che descrivere una brusca frenata, documenta una permanente marginalità della spesa per cultura in senso stretto, con valori che nemmeno nel periodo di massima espansione hanno raggiunto il 3 per cento della spesa totale, con oscillazioni di pochi decimi nel corso degli anni, passando da un massimo del 2,9 per cento nel 2016 al 2,7 per cento nel 2019, fino al 2,1 per cento del 2020.

Se si ordinano i consumi in base alla regione di residenza della persona di riferimento della famiglia, al suo livello di istruzione e alla sua condizione professionale, le variazioni rispetto al valore percentuale medio nazionale di una spesa per beni e servizi culturali – che pesa nel 2020 per il 2,1 per cento sulla spesa complessiva delle famiglie – sono significative. Al livello

territoriale, solo il Nord-est mostra un piccolo vantaggio (tre decimi in più). Il Mezzogiorno e le Isole si collocano al di sotto della media, rispettivamente con l'1,7 per cento e l'1,6 per cento. Tra le famiglie della Provincia autonoma di Bolzano si è registrata la contrazione più importante, con la quota di spesa per beni e servizi culturali sulla spesa totale passata dal 4,5 del 2013 al 3,2 per cento del 2019, fino a crollare all'1,9 per cento nel 2020. Trento, nello stesso periodo, ha invece mantenuto le posizioni, scendendo solo dal 3 al 2,5 per cento. La Basilicata ha perduto in un anno più di quanto avesse guadagnato con la titolarità di Matera quale Capitale europea della cultura: partita da una percentuale di 1,8 per cento nel 2013, nel 2019, anche grazie all'ingente investimento europeo e nazionale su produzione e consumo culturale, era arrivata al 2,3 per cento (dall'1,7 per cento dell'anno precedente), ma nel 2020 è rimbalzata all'indietro all'1,3 per cento. Nelle Isole, la quota è scesa dal 2,2 all'1,6. Nel Sud, la Puglia è passata da 2,1 a 1,5 e la Calabria, che partiva da 2,1, arriva al valore più basso del Paese, l'1,4 per cento. Il Lazio si ritrova al punto dal quale era partito nel 2013 (2,1), dopo avere raggiunto il 3 nel 2016. L'Emilia-Romagna è andata un po' indietro: dal 2,9 al 2,6. La Lombardia ha arretrato dal 3 al 2,2, ma è il Piemonte, che nel 2017 aveva raggiunto il 3,3, a contrarre ancora di più la spesa per cultura, atterrata al 2,1.

Per le famiglie di dirigenti, quadri, impiegati, l'incidenza della spesa per cultura è scesa dal 3,7 per cento nel 2019 al 2,8 per cento nel 2020. Le famiglie di operai esprimono una spesa per cultura (1,9 per cento della spesa totale) inferiore alla media. Tra le famiglie di imprenditori e liberi professionisti, l'incidenza è del 2,9 per cento (-0,8 punti percentuali rispetto al 2019, più o meno la stessa riduzione dell'intero capitolo di spesa. Tra i pensionati si registra un crollo all'1,5 per cento, ma anche per loro la riduzione è inferiore rispetto al taglio delle loro spese per ricreazione. Tengono, sebbene con livelli modesti, le spese delle famiglie la cui persona di riferimento è in cerca di occupazione, che passano dal 2 per cento del 2019 all'1,9 per cento del 2020, e che hanno, invece, sacrificato di più la spesa per svaghi.

1.4 Il turismo culturale in Italia: una definizione condivisa

Il turismo culturale è un tipo di turismo in continua evoluzione poiché è strettamente connesso con i cambiamenti della società da cui prende vita, che determinano quali siano gli elementi che lo compongono. Una recente definizione condivisa a livello internazionale⁶, caratterizza il turismo culturale come quel tipo di turismo la cui motivazione essenziale del visitatore è quella di imparare, scoprire, fare esperienza e consumare i prodotti culturali presenti in una destinazione turistica. Il ventaglio di attrazioni varia da quelle tangibili, come i monumenti, musei e siti archeologici, a quelle intangibili, legate, per esempio, al mondo della letteratura, del cinema, della musica, del teatro, ma anche alle *performing arts*, al folklore, all'artigianato, alle tradizioni enogastronomiche, religiose e spirituali, fino ad includere i prodotti delle cosiddette industrie creative, quali il design, l'architettura e la moda. Quando si parla di turismo culturale, spesso si affianca anche il turismo paesaggistico-naturalistico, volto alla scoperta delle bellezze naturali del luogo visitato, come riserve e monumenti naturali, o parchi nazionali.

Una definizione più ampia, dunque, è quella che include tutte queste forme di turismo nate dalla fruizione di un patrimonio: artistico, storico, naturalistico e paesaggistico-culturale.

⁶ United Nations World Tourism Organization – UNWTO (2019). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Negli ultimi anni, questo tipo di turismo ha acquisito una sempre maggior rilevanza, sia in ambito europeo sia nel nostro paese, anche in virtù dello straordinario patrimonio artistico, monumentale e archeologico di cui sono dotati i territori. Come riportato sul sito dell'Unione europea⁷, si "riconosce l'importanza della cultura come parte dell'esperienza del turismo europeo e come elemento che può accrescere il profilo dell'Europa come destinazione globale". Si stima, infatti, che a livello europeo, il turismo culturale copra circa il 40 per cento del complesso dei flussi internazionali.

Tuttavia, la crisi scaturita dall'epidemia *COVID-19* ha messo in grande difficoltà soprattutto i settori del turismo e della cultura, che hanno molto risentito delle misure adottate per contenere la pandemia, dal *lockdown*, al distanziamento sociale, fino alle chiusure delle attività economiche e dei confini nazionali e internazionali. La piccola ripresa dei flussi turistici osservata durante l'estate 2020 aveva fatto sperare in un rilancio del comparto turistico, ma il perdurare della pandemia con le conseguenti chiusure in Italia, fino al primo trimestre 2021, e delle frontiere europee, fino all'adozione del green pass il 1° luglio dello stesso anno, ha permesso di vedere qualche segnale positivo solo dal secondo trimestre 2021, confermato in parte anche dai dati preliminari sull'estate. Se i fattori esogeni legati alla pandemia lo consentiranno, il turismo dei residenti forse tornerà ai livelli pre-pandemici a partire dall'estate 2022, rafforzando prima la ripresa, già in atto, del segmento *leisure* domestico, e solo successivamente, a partire dal 2023, la quota *outbound* e, infine, quella *business*. Ciò avrà conseguentemente, una ricaduta positiva anche sulla ripresa del turismo culturale.

1.5 Il turismo culturale e paesaggistico dei residenti

Nel periodo 2015-2018, le quote di vacanze in Italia e all'estero effettuate dai residenti, nelle quali la partecipazione culturale o la scoperta delle bellezze naturali costituiscono l'attività prevalente⁸, sono state piuttosto stabili e, in media, approssimativamente pari a un quinto del totale (Tavola 1.3). Nel 2019, invece, per la prima volta, si è osservato un calo, che porta le vacanze culturali al 16,9 per cento e quelle paesaggistiche al 13,5 per cento. È, però, nel 2020 che, a causa delle misure adottate per contenere la pandemia, si assiste alla forte contrazione dei flussi vacanzieri (-45 per cento), con ripercussioni sia sul turismo paesaggistico (-44 per cento), sia soprattutto sul turismo culturale (-76 per cento). Per quest'ultimo, la quota di vacanze culturali, scende per la prima volta sotto il 10 per cento, mentre le vacanze paesaggistiche, che mostrano una maggior resilienza interessano il 13,3 per cento delle vacanze, come nel 2019.

Queste tipologie di vacanze hanno profili ben delineati che si mantengono anche nel 2020, nonostante il forte calo dovuto all'emergenza sanitaria. Le vacanze culturali sono solitamente effettuate più all'estero (17,1 per cento del totale vacanze nel 2020) che in Italia (6,3 per cento) e sono più frequenti durante i soggiorni brevi⁹ (10,6 per cento) rispetto a quelli

7 https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en.

8 L'attività prevalente di una vacanza di piacere o svago è quella che la caratterizza in modo univoco. I viaggi di questo tipo si possono associare a quelli svolti da turisti noti in letteratura come "altamente motivati" [Lord G.D., 1999], per i quali la cultura o il paesaggio sono la motivazione necessaria per partire. Come dimostra un'indagine sui flussi internazionali condotta nel 2015 dall'Unwto [Unwto, 2018], questo tipo di misurazione basata sulla rilevazione della motivazione soggettiva, intercetta un bacino meno ampio di viaggi rispetto a quanto si ottiene applicando un approccio oggettivo, basato sulla rilevazione di attività culturali/paesaggistiche svolte durante il viaggio, a prescindere dalla motivazione principale del viaggio. Questo secondo tipo di misurazione consente di intercettare anche i viaggi dei turisti che la letteratura definisce "parzialmente motivati" [Irish Tourist Board, 1988]. Tale aggregato è oggetto di analisi nel par. 1.7.

9 Nell'ambito delle statistiche sul turismo, si definiscono "brevi" i soggiorni di durata compresa tra uno e tre notti e,

1. La spesa delle famiglie per consumi culturali

lunghe (4,3 per cento) (Figura 1.5). Invece, le vacanze paesaggistiche, di solito dirette quasi in egual misura nelle mete italiane e in quelle estere, nel 2020, a causa del crollo dei viaggi all'estero, sono state svolte più in Italia (13,6 per cento) che all'estero (9,3 per cento). Come di consueto, anche nel 2020, le vacanze paesaggistiche sono poco diversificate rispetto alla durata (12 per cento le vacanze brevi e 14,2 per cento le lunghe) e sono, in media, due notti più lunghe (5,9 notti) rispetto a quelle caratterizzate da attività culturali (4,2 notti).

Tavola 1.3 - Vacanze di piacere/svago per tipo prevalente di attività svolta. Anni 2015-2020 (valori percentuali)

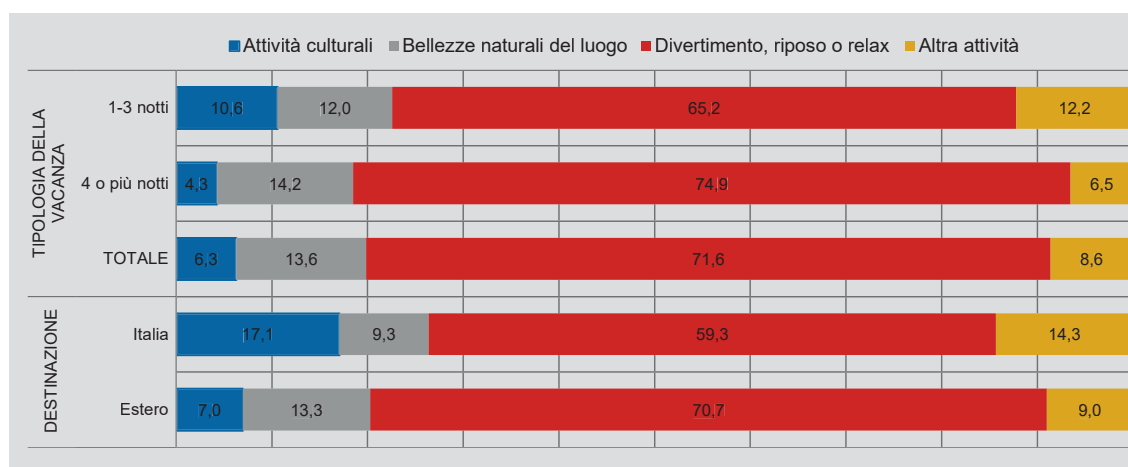
ANNI	TIPO DI ATTIVITA'				Totale
	Attività culturali (a)	Bellezze naturali del luogo	Divertimento, riposo o relax	Altre attività (b)	
2015	22,2	20,8	45,5	11,4	100,0
2016	19,6	21,9	48,0	10,5	100,0
2017	17,1	20,2	52,2	10,6	100,0
2018	20,4	17,6	49,0	13,0	100,0
2019	16,9	13,5	57,8	11,8	100,0
2020	7,0	13,3	70,7	9,0	100,0

Fonte: Istat, Indagine Viaggi e vacanze

(a) In tutte le tabelle e grafici, la voce "Attività culturali" include la visita al patrimonio artistico, monumentale e archeologico, la partecipazione a manifestazioni musicali, folkloristiche, spettacoli e mostre e le vacanze enogastronomiche. Il turismo religioso non è stato incluso tra le attività culturali.

(b) In tutte le tabelle e grafici, la voce "Altre attività" include trattamenti di salute/benessere senza prescrizione medica, shopping, vacanza studio, vacanza sport, pratica di hobby, partecipazione come spettatore a manifestazioni sportive, visita a parchi tematici, volontariato.

Figura 1.5 - Vacanze di piacere/svago per tipologia della vacanza, destinazione principale e tipo prevalente di attività svolta. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e vacanze

Le vacanze culturali hanno una loro stagionalità: sono più frequenti in autunno, quando in assoluto rappresentano la tipologia prevalente, e in inverno, in contrapposizione alle vacanze paesaggistiche, preferite in primavera e in estate, periodi climaticamente più favorevoli ad attività all'aperto.

Nel 2020 la stagionalità si conferma, nonostante le quote siano molto più contenute: per le vacanze culturali, le quote maggiori sono in inverno (16,1 per cento nel 2020, 31,8 per cento nel 2019) e in autunno (14,3 per cento nel 2020, 31,5 per cento nel 2019). Per le vacanze con visite a bellezze naturali del luogo, i trimestri primaverile ed estivo mantengono quote di vacanze analoghe a quelle dell'anno precedente (10,1 per cento in primavera, 15,5 per cento in estate) (Tavola 1.4).

"lunghe", quelli di quattro notti o più.

Tavola 1.4 - Vacanze di piacere/svago per tipo prevalente di attività svolta e trimestre. Anno 2020 (valori percentuali)

TRIMESTRE	TIPO DI ATTIVITA'				Totale
	Attività culturali	Bellezze naturali del luogo	Divertimento, riposo o relax	Altre attività	
Gennaio-Marzo	16,1	6,5	53,2	24,2	100,0
Aprile-Giugno	7,4	10,1	76,5	6,0	100,0
Luglio-Settembre	4,5	15,5	74,7	5,3	100,0
Ottobre-Dicembre	14,3	8,1	59,4	18,2	100,0
Totale	7,0	13,3	70,7	9,0	100,0

Fonte: Istat, Indagine Viaggi e vacanze

In generale, le vacanze culturali sono più strutturate rispetto alle altre tipologie di vacanze e questa caratteristica si conferma anche nel 2020: quando si viaggia per “fare cultura” si scelgono di più gli alloggi a pagamento, come gli alberghi, le abitazioni in affitto o i *bed&breakfast*, si utilizza meno l’auto propria, di più l’aereo, il treno e il pullman turistico. Solitamente, per questo tipo di vacanze, l’aereo raggiunge quote anche superiori al 30 per cento, ma, nel 2020, il forte calo dei viaggi all’estero, meta usuale per le vacanze culturali, ha favorito l’uso di quei mezzi utilizzati più frequentemente per raggiungere destinazioni “prossime”, come l’auto propria, ritenuta anche più sicura nel contesto pandemico.

Queste peculiarità delle vacanze culturali rendono il ricorso ai servizi di prenotazione *online* particolarmente diffuso, soprattutto per l’alloggio e, in ultima analisi, ne deriva una spesa media giornaliera del viaggio più elevata. Per le vacanze culturali trascorse in alloggi a pagamento, la spesa è superiore rispetto a quella riferita alle vacanze per solo divertimento/relax (96 euro contro 75 euro, nel 2020).

Anche quando si soggiorna per visitare le bellezze naturali del luogo le strutture a pagamento sono preferite alle altre e, tra queste, l’albergo si conferma la scelta prevalente. Tuttavia, la maggior durata di questo tipo di vacanze orienta la scelta anche su tipologie di alloggio più adatte a soggiorni lunghi, come le abitazioni in affitto e i campeggi, questi ultimi col vantaggio di poter fruire del contatto con la natura. Diversamente dalle vacanze culturali, la scelta dei mezzi di trasporto è in linea con quanto si osserva per il complesso delle vacanze e l’automobile prevale, a discapito degli altri mezzi. Anche per queste vacanze l’utilizzo della prenotazione *online* è molto diffusa per l’alloggio ma, tenuto conto delle caratteristiche del viaggio, la spesa media è più contenuta rispetto a quella delle vacanze culturali e più simile a quella delle vacanze nel loro complesso (82 euro contro 78 euro per il totale vacanze nel 2020).

Rispetto alle destinazioni, le regioni italiane che accolgono il maggior numero di vacanze culturali sono quelle dove vi sono i grandi musei statali, che fungono da attrattori. In quasi tutto il periodo 2015-2019, guidano la graduatoria principalmente Toscana e Lazio, seguite da Veneto e Lombardia. Oltre alle dotazioni permanenti, anche la realizzazione di importanti eventi culturali contribuisce ad attrarre turisti come è accaduto, nel 2015, per la Lombardia in concomitanza dell’Expo di Milano (22,1 per cento delle vacanze culturali in Italia, a fronte di flussi di solito inferiori al 10 per cento) e, nel 2019, per la Basilicata, quando Matera venne dichiarata Capitale europea della cultura (6,3 per cento, a fronte di quote solitamente inferiori all’1,0 per cento). Nel 2020 invece, con segno opposto, il Lazio perde il primato a causa del forte calo dei flussi nelle grandi città d’arte, imputabile agli effetti della pandemia (15,4 per cento nel 2019, 7,9 per cento nel 2020), mentre, oltre alla conferma della Toscana, emergono regioni come l’Umbria e il Piemonte. Il Trentino-Alto Adige, per le bellezze naturali di cui è dotato, detiene il primato per le vacanze paesaggistiche nel periodo

1. La spesa delle famiglie per consumi culturali

considerato (in media 17,6 per cento tra il 2015 e il 2020), affiancato da alcune destinazioni del Mezzogiorno, come Puglia, Sicilia e Sardegna. Infine, l'Emilia-Romagna non sempre emerge tra le principali mete per turismo culturale perché prevalgono attrazioni di divertimento e balneari, che sono predominanti nell'offerta turistica della regione.

1.6 Il profilo del turista che fa vacanze culturali e paesaggistiche

Come per le vacanze, anche le caratteristiche socio demografiche dei turisti¹⁰ che le effettuano sono ben definite. Se quando si viaggia la distinzione di genere non costituisce un fattore discriminante, quando si pratica turismo culturale, invece, sono le donne a prevalere, con un distacco di almeno dieci punti percentuali sulla popolazione maschile, che permane, in misura minore, anche per le vacanze paesaggistiche. Tanto le vacanze culturali quanto quelle paesaggistiche sono svolte prevalentemente da chi appartiene alla fascia di età 45-64 anni (40 per cento in media nel periodo 2015-2020). Tra i giovani di età 15-24 anni spicca l'interesse per la cultura solo se è in una destinazione estera (17 per cento in media nel quinquennio), mentre tra gli over64, emerge un interesse maggiore per le vacanze con visite al patrimonio naturale (16,8 per cento in media). Ci sono più turisti culturali tra le persone con un alto titolo di studio (circa 40 per cento nel 2020, con una quota in crescita nel tempo), mentre il turista che fa vacanze per scoprire il patrimonio naturale non sembra essere caratterizzato rispetto al livello d'istruzione, con quote simili a quelle per il complesso delle vacanze.

1.7 Il turismo culturale e paesaggistico durante l'estate 2020

Nel biennio 2019-2020 è stata osservata, per la prima volta, l'importanza del turismo culturale e paesaggistico sul complesso dei viaggi, effettuati per qualunque motivazione, sia personale sia di lavoro, non solo sulle vacanze finalizzate allo svolgimento esclusivo di tali attività. A causa della pandemia, il confronto può essere fatto soltanto sul periodo estivo del 2020¹¹, quando il turismo aveva manifestato un segnale di ripresa. Nonostante la crisi del settore, nel periodo estivo le attività culturali e le visite alle bellezze naturali continuano ad esercitare una forte attrattività anche se l'incidenza dei viaggi in cui si pratica almeno un'attività culturale scende dal 63,1 per cento del 2019 al 56 per cento nel 2020, mentre la quota di viaggi con almeno una visita al patrimonio naturale rimane stabile (52,0 per cento del totale degli spostamenti estivi sia nel 2019 sia nel 2020).

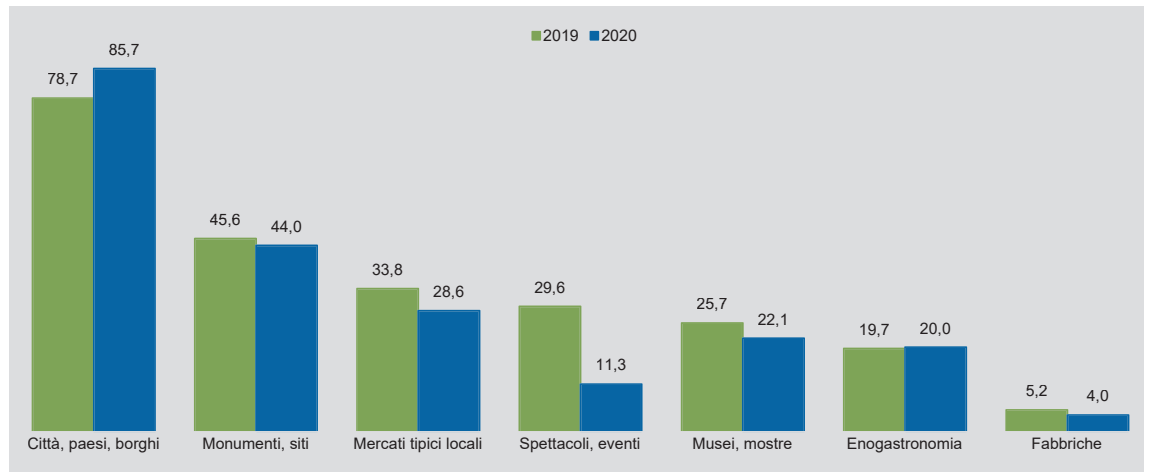
Tra le attività praticate durante un viaggio, le visite estive a città e borghi sono ancora le preferite (85,7 per cento nel 2020) e subiscono meno delle altre l'impatto della pandemia (-22,5 per cento). Seguono in ordine di preferenza, come nel 2019, le visite a monumenti e siti storici o archeologici (44,0 per cento) e le visite a mercati tipici locali (28,6 per cento) (Figura 1.6). Una contrazione importante, invece, si osserva nella quota di viaggi per partecipazione a spettacoli e manifestazioni (da 29,6 per cento nel 2019 a 11,3 per cento nel 2020) che fa scivolare questa attività dopo le visite a musei e mostre (22,1 per cento)

¹⁰ In questo caso, tuttavia, poiché il turismo culturale può essere considerato il risultato di una scelta consapevole della parte attiva della popolazione (di 15 anni e più), che decide quali attività svolgere durante il soggiorno, l'analisi descrittiva si focalizza su questo segmento.

¹¹ Mesi di luglio, agosto e settembre.

e dopo le attività legate all'enogastronomia (20,0 per cento). Sempre residuali le visite a fabbriche per la produzione di beni e servizi (4,0 per cento).

Figura 1.6 - Viaggi con almeno un'attività culturale per tipo di attività, trimestre estivo. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e vacanze

1.8. Considerazioni finali

Le misure di contrasto alla pandemia del 2020 hanno avuto un impatto significativo sul profilo dei consumi culturali delle famiglie italiane. La chiusura prolungata e le riaperture intermittenti e contingentate di musei, biblioteche, cinema, teatri, sale per concerti – in breve, di tutte le attività *venue based* – hanno rappresentato, più che una brusca frenata, l'accelerazione verso il basso di una dinamica di spesa che era già da tempo marginale se confrontata con le scelte di altri tipi di consumi discrezionali. La spesa culturale in senso stretto ha continuato a ridursi, anche per effetto della digitalizzazione di buona parte dell'offerta e della crescente disponibilità di beni e servizi culturali gratuiti (si pensi, ad esempio, alla musica o alle informazioni giornalistiche), oltre che del fenomeno della pirateria.

In questo senso, la migrazione forzata su piattaforme digitali che ha caratterizzato i mesi del *lockdown* e quelli delle restrizioni all'accesso in presenza potrebbe non avere modificato solo temporaneamente la modalità di consumo di musei, cinema, teatro, musica, ma anche contribuito all'affermarsi di nuove modalità, che potrebbero continuare ad essere preferite a quelle in presenza anche in futuro, sia per motivi di precauzione, sia per l'accesso più facile e senza limiti di orario e i minori costi diretti e indiretti (trasporto, eventuale soggiorno, eccetera).

Leggermente diverso è il discorso sul turismo culturale, che pur avendo subito un forte calo per effetto delle restrizioni e delle chiusure, si è dimostrato capace di rinnovarsi e di fare aggiustamenti tali da portare alla riscoperta delle destinazioni di prossimità, premiando i piccoli centri e le aree di rilevante interesse culturale, paesaggistico e naturalistico, diverse da quelle usualmente frequentate da un turismo di massa. Infatti, sono rimaste penalizzate le grandi città d'arte, sia per effetto delle chiusure dei loro grandi attrattori culturali, sia per effetto del calo della clientela straniera, che, più di quella residente, si concentra in tali destinazioni, sia per soddisfare l'esigenza di un turismo più raccolto e meno affollato. Tuttavia, i tempi non sono ancora maturi per dire se la domanda domestica, dopo aver scoperto luoghi e destinazioni diverse, legate ad esempio ai piccoli borghi o al paesaggio, porterà a cambiamenti permanenti, con lo sviluppo di nuove forme di turismo culturale.

Riferimenti Bibliografici

- Cicerchia, A. 2021. "La spesa per cultura e turismo delle famiglie". Agenzia di Stampa CULT, *Letture Lente*, 6 settembre 2021.
- Cicerchia, A. 2017. "Partecipazione e consumo culturale in Italia. I profili dei nuovi gruppi sociali". *Economia della cultura. Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della cultura*. N. 3/2017: 441-456.
- Cicerchia, A., e A. Cutillo. 2021. "I consumi culturali delle famiglie". In 17° *Rapporto Annuale Federculture 2021. Impresa Cultura - progettare e ripartire*, Parte I: 95-102. Roma, Italia: Gangemi Editore.
- Cutillo, A., I. Arigoni, e V. de Martino. 2021. "Gli effetti della pandemia sulla povertà assoluta: segnali preoccupanti da decifrare meglio". *Menabò di Etica ed economia*, N. 146/2021.
- Dattilo, B., M. Di Torrice, e M. Sabato. 2019. "Il patrimonio artistico e paesaggistico delle regioni: la grande sfida per il turismo culturale". Paper presentato alla XL Conferenza Scientifica – Associazione Italiana di Scienze Regionali (AISRe), *Oltre la crisi: Rinnovamento, Ricostruzione e Sviluppo dei territori*. L'Aquila, Italia, 16-18 settembre 2019.
- Dattilo, B., F. Gitton, A. Khiati, and M. Sabato. 2016. "Analysing cultural tourism in France and Italy". *14th Global Forum on Tourism Statistics*, Venezia, Italia, 23-25 November 2016.
- Di Meo, A., e C. Ogrizek (a cura di). 2002. *Il marketing dell'ambiente e della cultura per lo sviluppo turistico del territorio*. Milano: Lupetti - Editori di Comunicazione.
- Di Torrice, M. (a cura di). 2018. "La nuova indagine sulla domanda turistica". *Letture Statistiche - Metodi*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/222043>.
- Irish Tourist Board. 1988. *Inventory of Cultural Tourism Resources in the Member States and Assessment of Methods Used to Promote Them*. Bruxelles, Belgium: Commission of the European Communities.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021a. *Rapporto annuale 2021. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/259060>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021b. "Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/256376>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021c. "Le spese per i consumi delle famiglie. Anno 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/258409>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021d. *Indagine Capi Viaggi e vacanze. Informazioni sulla rilevazione*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/123949>.
- Lord, G.D. 1999. "The Power of Cultural Tourism". *Keynote Presentation*. Wisconsin Heritage Tourism Conference, Lac du Flambeau, Wisconsin, U.S., 17 September 1999.
- Organisation for Economic Cooperation and Development - OECD. 2021. *Economic and social impact of cultural and creative sectors. Note for Italy G20 Presidency Culture Working Group*. Paris, France: OECD.
- Peterson, R.A. 1992. "Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore". *Poetics*, Volume 21, Issue 4: 243-258.
- Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 6 luglio 2011, relativo alle "Statistiche europee sul turismo e che abroga la Direttiva 95/57/CE del Consiglio. Testo rilevante ai fini del SEE". Luxembourg: Publications Office of the European Union, EUR-Lex.
- Richards, G. 2003. "What is Cultural Tourism?". In den Hartigh, E., en A. van Maaren (Eds.). *Erfgoed voor toerisme: een visie van de gezamenlijke erfgoedkoepels op erfgoed en cultuurtoerisme*. Amsterdam, The Netherlands: Stichting Nationaal Contact Monumenten.
- Sultana, T., and M. Attard. 2016. "Measuring the impact of ECoC Valletta 2018 on Travel Motivations and Behaviour of Tourists in Malta". *14th Global Forum on Tourism Statistics*, Venezia, Italia, 23-25 November 2016.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO. 2020. *Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker*. Paris, France: UNESCO.

United Nations World Tourism Organization - UNWTO. 2018. *Tourism and Culture Synergies*. Madrid, Spain: UNWTO.

World Bank, and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO. 2021. *Cities, Culture, Creativity. Leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development and Inclusive Growth*. Washington, D.C., U.S.: World Bank.

2. TELEVISIONE E RADIO TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE¹

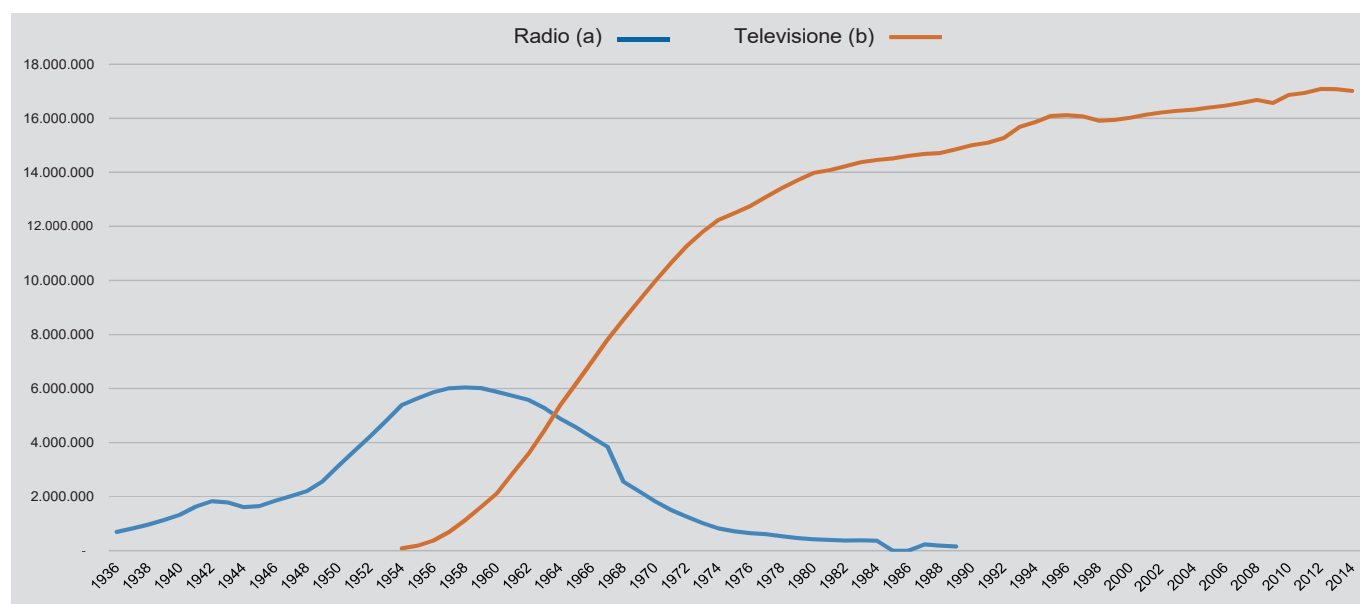
2.1 Il ruolo della televisione e della radio negli ultimi vent'anni: tra informazione e intrattenimento

Negli ultimi anni l'evoluzione della partecipazione culturale in Italia, e più in generale nella società moderna, è stata notevole sia in termini di consumi sia in termini di offerta. L'avvento di Internet e delle nuove tecnologie ha determinato una mutazione nei comportamenti di consumo culturale e nei mezzi di comunicazione e la radio e, ancor più la televisione, stanno adattando la loro offerta in tal senso.

Analizzando l'origine di questi media è nota la diversa velocità con la quale hanno raggiunto un ampio pubblico. Come afferma Castells, "la radio ha impiegato trent'anni per raggiungere sessanta milioni di persone, la televisione ha raggiunto questo livello di diffusione in quindici anni; Internet lo ha fatto in soli tre anni dalla nascita del world wide web"².

Per l'Italia, i dati disponibili sugli abbonamenti di radio e televisione di fonte Rai e relativi al periodo 1936-2014 consentono di confermare questo andamento ed evidenziare l'affermarsi di questi strumenti che hanno rappresentato non solo una forma di intrattenimento e di costume, ma che hanno anche contribuito all'educazione linguistica della popolazione, alla diffusione dell'informazione e di forme ed espressioni della cultura nelle diverse classi sociali.

Figura 2.1 - Abbonamenti alla radio e alla televisione italiana. Anni 1936-2014 (valori in migliaia)



Fonte: Elaborazioni Istat su dati Radio televisione italiana (Rai)

(a) I dati si riferiscono agli abbonamenti alle sole radioaudizioni (non più pubblicati e non più disponibili dal 1990).

(b) I dati si riferiscono agli abbonamenti speciali (abbonamenti dovuti da chi possiede o detiene uno o più apparecchi atti alla ricezione delle trasmissioni radiotelevisive in locali aperti al pubblico) e ad uso privato.

1 Il capitolo è stato curato da Emanuela Bologna ed Elisabetta Del Bufalo. I paragrafi 2.1, 2.2, 2.3 e 2.4 sono stati redatti da E. Del Bufalo. I paragrafi 2.5, 2.6 e 2.7 sono stati redatti da E. Bologna.

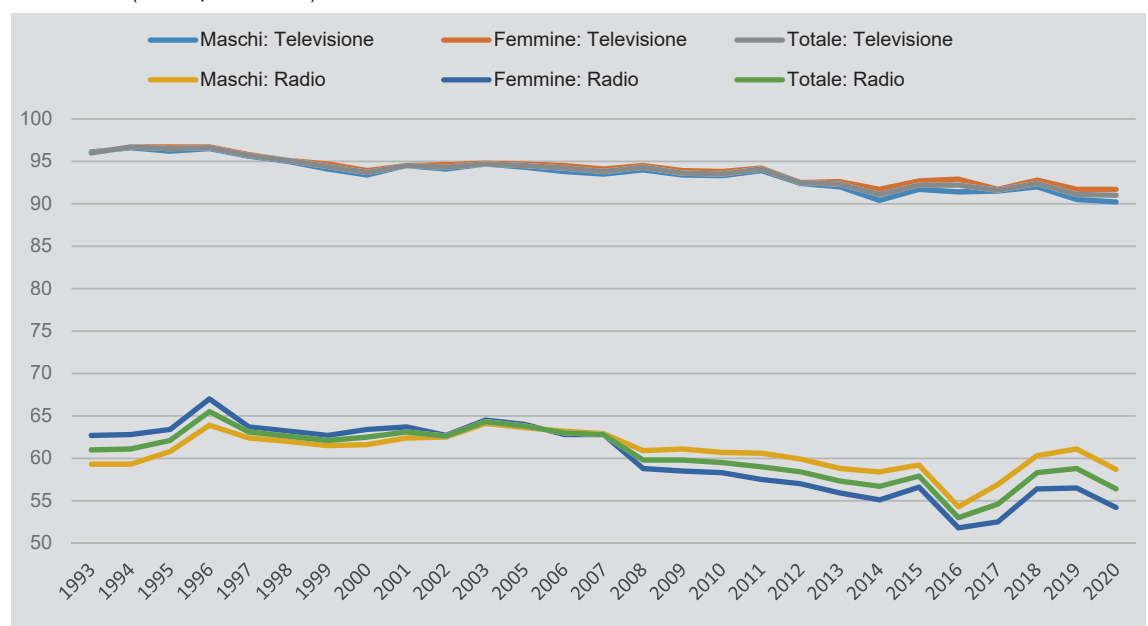
2 Castells (1996).

A partire dai primi esperimenti degli anni venti del Novecento la radio riesce a raggiungere già negli anni Trenta i 700 mila abbonamenti e nel 1938 quasi un milione (Figura 2.1). Successivamente, negli anni Cinquanta e Sessanta, si assiste ad una crescita esponenziale di questo mezzo, anni in cui la televisione muove i suoi primi passi. Nel 1954 si cominciano a trasmettere i programmi televisivi con regolarità e questo “nuovo” media conquista gli italiani. Si passa da quasi 90 mila abbonamenti nel 1954, a 10 milioni di abbonamenti nel 1971, a poco più di 17 milioni nel 2014.

Vari i momenti di svolta che in Italia e in tutto il mondo hanno caratterizzato l'evoluzione di questi sistemi di comunicazione di massa³ e che ne hanno determinato la diffusione e l'evoluzione tecnologica e di contenuti: l'avvento della televisione e della radio commerciale negli anni Ottanta e Novanta che ha determinato il cosiddetto “diluvio commerciale”⁴, la nascita della televisione digitale e satellitare e la nascita di Internet e delle tecnologie ad essa connesse che tanto stanno cambiando sia l'offerta sia le abitudini di ascolto della radio e della visione della televisione soprattutto tra le giovani generazioni.

L'analisi in serie storica dei dati provenienti dall'indagine Istat “Aspetti della vita quotidiana”⁵ ci consente di affermare che negli ultimi vent'anni vi sia stata una costante, ma lenta disaffezione verso la fruizione della televisione, che rimane tuttavia ancora oggi il mezzo di comunicazione più utilizzato dalle persone con una quota del 91 per cento di spettatori tra la popolazione di 3 anni e più (Figura 2.2). A partire da 1993 la fruizione della televisione diminuisce di circa il 5 per cento. Anche se in diminuzione per entrambi i generi, tuttavia a partire dal 2014 si evidenzia una lieve ma maggiore prevalenza di donne che hanno abitudine a guardare la televisione. In particolare, nel 2020 la differenza di genere è di 1,5 punti percentuali in favore delle donne.

Figura 2.2 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione e ascoltano la radio per genere. Anni 1993-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

³ Mancini (2012).

⁴ Blumler (1992).

⁵ Indagine Istat “Aspetti della vita quotidiana”: <https://www.istat.it/it/archivio/91926>.

La radio è uno strumento di intrattenimento e informazione che coinvolge tendenzialmente un numero più contenuto persone. La radio negli anni è stata caratterizzata da una flessione di ascolti più decisa rispetto a quella della televisione: tra il 1993 e il 2020 è pari 4,6 punti percentuali (-7,5 per cento). Tra il 2016 e il 2019 si assiste ad una crescita dal 53,0 per cento, valore minimo del periodo, al 58,8 del 2019. Nel 2020 si assiste nuovamente ad un calo di 2,4 punti percentuali rispetto agli anni precedenti (Figura 2.2).

La radio è uno strumento di comunicazione scelto in percentuale maggiore dagli uomini, anche se questa differenza si è modificata negli anni. Nel 1993 si osservava una distanza di genere pari a 3,5 punti percentuali. Tale distanza si è annullata dieci anni dopo e fino al 2007, mentre già nel periodo successivo, a partire dal 2008, il *gap* si è evidenziato nuovamente arrivando a 4,5 punti percentuali nel 2020.

La quota dei bambini tra i 3 e i 5 anni che guardano la televisione è aumentata tra il 2000 e il 2020 di circa 5 punti percentuali (passando da 88,7 al 94,2), ciò indica come la televisione permanga con un ruolo forte in questa fascia di età anche per effetto di una sempre maggiore offerta di prodotti ad essa dedicati sia da parte della televisione generalista che dei canali specialistici per l'infanzia. Per gli adolescenti e i giovani si nota, invece, un andamento opposto e una diminuzione nella quota dei fruitori (dai 15 ai 19 anni si passa dal 94,0 per cento all'82,2 per cento mentre tra i 20 e i 24 anni vi è una diminuzione dal 93,1 per cento all'82,2 per cento). Per questa fascia di età si può supporre che l'affermarsi di Internet abbia allargato e variegato l'offerta di contenuti da fruire fuori dalla televisione. Infatti a partire dal 2015, in modo più deciso, la curva di questi spettatori comincia a flettersi perdendo 10 punti percentuali se confrontata con quella del 2020.

Tra gli adulti dai 25 fino ai 64 anni l'andamento della quota dei telespettatori ha un andamento altalenante, ma con una flessione più decisa negli anni più recenti. Solo per gli over 64 si intravede un andamento opposto legato, probabilmente ad un legame consolidato con questo strumento di informazione e intrattenimento che può essere fruito da tutti indipendentemente dalle condizioni di salute. Gli anziani, inoltre, rimangono ancora una parte di popolazione con minori competenze nell'uso delle nuove tecnologie restando quindi molto legati alla televisione.

Anche per l'analisi dell'andamento nel tempo dell'ascolto della radio l'età rappresenta una variabile discriminante. Nell'analisi in serie storica di quanti ascoltano la radio, si possono individuare due gruppi di popolazione con comportamenti omogenei. Dai 3 ai 34 anni si osserva una diminuzione nei venti anni in esame: si osserva un calo del 24,4 per cento tra i 3 e i 14 anni e del 27,2 per cento tra i 15 e i 34 anni. Nelle fasi successive della vita si assiste, invece, ad un aumento dell'incidenza di ascoltatori della radio tra i 45 e i 64 anni, rispettivamente del 16,6 per cento tra i 45 e i 54 anni e del 21,7 per cento tra i 55 e i 64 anni.

2.2 La televisione e la radio attraverso le generazioni

L'analisi per fasce di età ci consente di osservare il ruolo della televisione nel ciclo di vita degli individui. Tale analisi vista nel *trend* temporale può aiutarci a comprendere meglio il cambiamento delle abitudini di visione della televisione tra le diverse generazioni, legato sia al cambiamento dei tempi di vita, che è avvenuto nel corso del tempo, sia all'avvento delle nuove modalità di comunicazione e informazione trainate da Internet e dal digitale tramite *devices* sempre più innovativi (tablet, smartphone, smart tv, eccetera).

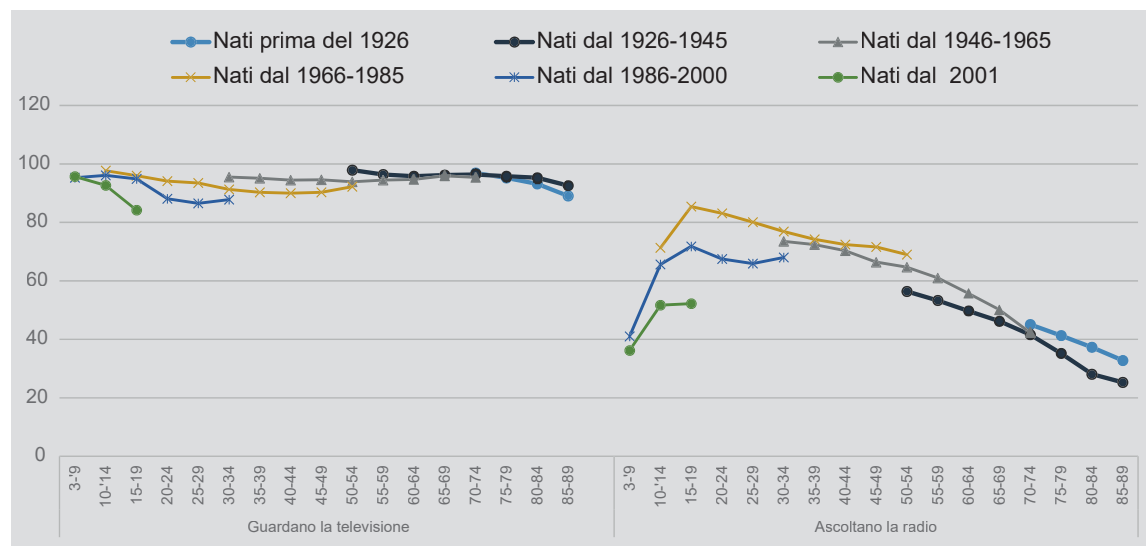
L'abitudine a guardare la televisione e ad ascoltare la radio sono identificabili come abitudini culturali che derivano "da conoscenze e comportamenti appresi con l'esposizione

ai modelli familiari e ai modelli trasmessi in altri contesti⁶, ci si aspetta quindi che persone appartenenti alle stesse generazioni sperimentino comportamenti simili. Appare molto interessante notare come le generazioni⁷ dei nati in un mondo analogico, tra il 1926 e il 1945 e tra il 1946 e il 1965 sono quelle che mantengono nel tempo la percentuale più alta di spettatori, al di là dell'età e quindi delle diverse fasi del ciclo di vita (Figura 2.3).

Meno affezionati a questo strumento si rivelano i nati tra il 1966 e il 1985, partono da livelli alti di fruizione, durante la loro infanzia o giovinezza, per diminuire rapidamente a causa probabilmente dell'imporsi di altre forme di informazione e intrattenimento.

Passando ad analizzare l'abitudine delle diverse generazioni ad ascoltare la radio, si osserva come è specialmente la generazione dei nati tra il 1945 e il 1965 a raggiungere i livelli più elevati di ascolto della radio per tutto il periodo preso in esame. Si tratta di una generazione che ha assistito alla nascita delle radio commerciali molto legate alla trasmissione di spettacoli musicali e che quindi le ha ascoltate nel periodo della giovinezza in cui questi prodotti culturali sono molto amati.

Figura 2.3 - Persone di 3 anni e più che vedono la televisione e ascoltano la radio per genere, classe di età e anno di nascita. Anni 1995, 2000, 2006, 2010, 2015 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Le generazioni più anziane, per contro, mostrano un lento declino negli ascolti, per i nati tra il 1925 e il 1945 nel tempo la radio ha perso la sua fisionomia legata al varietà⁸ del dopoguerra per divenire una radio sempre più destinata ai giovani.

I maggiori fruitori di questo mezzo sono rappresentati da coloro che nel 2020 hanno tra i 35 e i 54 anni che hanno goduto a pieno e continuano a godere dell'esplosione dell'offerta radiofonica con l'avvento della radiofonia privata attraverso una pluralità di formati (notizie, musica, eccetera), un flusso continuo ed ininterrotto anche grazie all'avvento, negli anni più recenti, di molteplici *devices* tecnologici (apparecchio radio, televisione digitale, computer, smartphone, eccetera).

6 Portes (1998).

7 La classificazione delle generazioni fa riferimento a quella adottata dall'ISTAT in occasione del Rapporto annuale 2016. Si tratta di una ricostruzione di pseudo-coorti partendo da indagini trasversali. Le classi di generazioni sono state costruite in ragione della "somiglianza" in termini di comportamenti: <https://www.istat.it/it/files/2016/05/Ra2016.pdf>.

8 Natale (2017-2018).

2.3 Giovani sempre meno affezionati alla televisione, la radio più seguita dagli adulti

Nel 2020, la televisione rimane una consuetudine tra la popolazione di 3 anni e più: il 91,0 per cento delle persone la guarda e tra questi l'80 per cento circa lo fa con frequenza giornaliera. Aumenta di un punto percentuale circa, rispetto al 2019, la quota di quanti la seguono solo qualche volta al giorno (Tavola 2.1).

I fruitori della televisione sono più numerosi tra i giovanissimi e gli over 54anni e, in particolare, fino ai 10 anni oltre il 94 per cento delle persone la guarda e anche dai 55 anni in poi. La porzione di donne che guardano la televisione non si discosta significativamente da quella degli uomini (91,7 per cento delle donne e 90,2 per cento degli uomini).

Più dell'85 per cento dei bambini sotto i 10 anni e le persone sopra i 65 anni di entrambi i sessi che vedono la televisione lo fanno con cadenza giornaliera. I giovani tra i 15 e i 34 anni vedono la televisione con minore continuità nella settimana, raggiungendo il massimo tra i telespettatori della fascia di età tra i 20 e i 24 anni (quasi il 40 per cento). Tra i 18 e i 44 anni vi è una maggiore concentrazione di coloro che guardano la televisione solo qualche volta al giorno. Non si osservano differenze territoriali nella visione della televisione.

Tavola 2.1 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per genere e classe di età. Anno 2020
(valori percentuali)

	VEDONO LA TELEVISIONE			DI CUI TUTTI I GIORNI (a)			DI CUI SOLO QUALCHE GIORNO (a)		
	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine
3-5	94,9	93,5	94,2	88,7	86,6	87,7	11,3	13,4	12,3
6-10	94,6	93,5	94,1	90,7	90,9	90,8	9,3	9,1	9,2
11-14	89,1	90,5	89,8	78,1	75,9	77,1	21,9	24,1	22,9
15-17	83,5	87,3	85,4	67,8	62,3	65,0	32,2	37,7	35,0
18-19	80,3	84,5	82,3	67,7	66,2	67,0	32,3	33,8	33,0
20-24	78,4	86,4	82,2	59,9	62,6	61,2	40,1	37,4	38,8
25-34	83,7	88,7	86,2	64,0	72,0	68,1	36,0	28,0	31,9
35-44	87,0	89,2	88,1	74,7	72,9	73,8	25,3	27,1	26,2
45-54	91,5	91,2	91,4	78,9	79,4	79,1	21,1	20,6	20,9
55-59	93,2	94,4	93,8	81,7	84,5	83,1	18,3	15,5	16,9
60-64	93,9	94,6	94,3	86,4	89,6	88,1	13,6	10,4	11,9
65-74	96,1	94,9	95,4	91,4	92,4	92,0	8,6	7,6	8,0
75 e oltre	96,0	94,2	94,9	91,2	89,8	90,4	8,8	10,2	9,6
Totale	90,2	91,7	91,0	79,8	81,2	80,5	20,2	18,8	19,5

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Per 100 spettatori di 3 anni e più dello stesso genere e classe di età.

La fruizione della radio risulta meno diffusa rispetto a quella della televisione; riguarda, infatti, il 56,4 per cento della popolazione di 3 anni e più. Tale valore risulta in diminuzione di 2,4 punti percentuali rispetto al 2019 (Tavola 2.2).

Contrariamente a quanto accade per la televisione, i programmi radiofonici sono maggiormente seguiti dalle persone delle età centrali di 25-59 anni, con un massimo nella fascia di età tra i 35 e i 44 anni, pari a 71,4 per cento. Fino ai 34 anni si rilevano percentuali maggiori di radioascoltatrici, mentre a partire dalle età successive le percentuali degli uomini ascoltatori prevalgono. In totale il 58,7 per cento degli uomini rispetto al 54,2 per cento delle donne ascoltano al radio.

Il 46,2 per cento degli ascoltatori della radio lo fa quotidianamente, in diminuzione di 5,8 punti percentuali rispetto al 2019. Il calo, registrato nell'ultimo anno, è probabilmente legato alla diminuzione di coloro che la ascoltavano negli spostamenti casa-lavoro data la contrazione di quest'ultimi causata dalla pandemia. Questa interpretazione sembra essere

confermata dagli ultimi dati disponibili che ci dicono che ben il 46,2⁹ per cento dei radioascoltatori lo fa tramite autoradio che rappresenta il mezzo di ascolto più utilizzato. La percentuale di ascoltatori residenti nel Nord-est è del 58,8 per cento e del Nord-ovest è del 57,7; nelle regioni del Centro e delle Isole è del 56,0 per cento mentre al Sud scende al 53,3.

Tavola 2.2 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per genere e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)

	ASCOLTANO LA RADIO			DI CUI TUTTI I GIORNI (a)			DI CUI SOLO QUALCHE GIORNO (a)		
	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine	Maschi	Femmine	Maschi e Femmine
3-5	22,6	25,8	24,1	23,4	31,1	27,3	76,6	68,9	72,7
6-10	35,8	39,8	37,7	25,1	32,4	28,8	74,9	67,6	71,2
11-14	47,7	52,0	49,8	34,4	40,6	37,6	65,6	59,4	62,4
15-17	49,5	55,8	52,7	44,8	44,9	44,9	55,2	55,1	55,1
18-19	49,0	54,5	51,6	41,6	37,7	39,6	58,4	62,3	60,4
20-24	53,7	61,2	57,2	47,3	39,3	43,3	52,7	60,7	56,7
25-34	62,5	66,3	64,4	48,3	46,2	47,2	51,7	53,8	52,8
35-44	72,2	70,5	71,4	54,8	48,2	51,6	45,2	51,8	48,4
45-54	74,7	67,4	71,0	54,4	49,8	52,2	45,6	50,2	47,8
55-59	70,3	60,1	65,1	51,5	43,6	47,9	48,5	56,4	52,1
60-64	66,1	55,0	60,3	40,0	43,7	41,7	60,0	56,3	58,3
65-74	53,5	41,4	47,1	39,6	42,0	40,7	60,4	58,0	59,3
75 e oltre	34,1	28,7	30,9	40,9	45,9	43,7	59,1	54,1	56,3
Totale	58,7	54,2	56,4	47,3	45,1	46,2	52,7	54,9	53,8

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

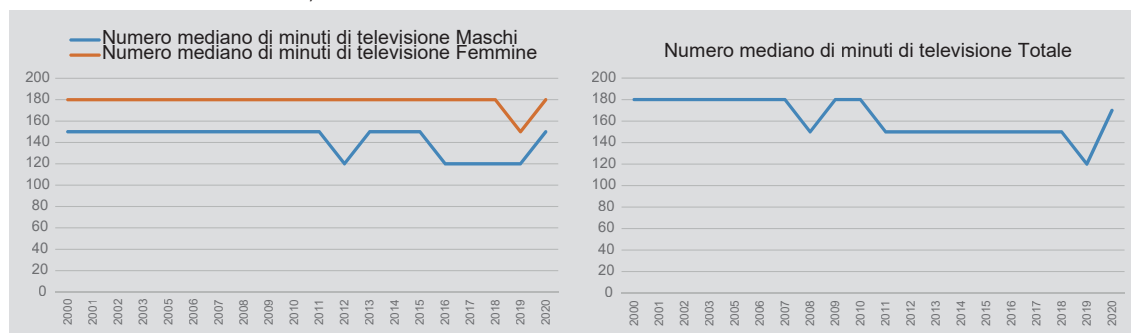
(a) Per 100 spettatori di 3 anni e più dello stesso genere e classe di età.

2.4 Il tempo dedicato alla televisione e alla radio

Il *trend* temporale dal 2000 in poi mette in evidenza una diminuzione del tempo medio dedicato alla televisione nei giorni in cui la si guarda. Nel 2000 il valore mediano era sul totale della popolazione di 3 anni e più pari a 180 minuti ed arriva a 120 minuti nel 2019 (Figura 2.4). Una generale tendenza all'aumento si registra, invece, nel 2020 ad eccezione dei più giovani (in particolare i maschi di 6-10 anni). Tale evidenza è coerente con i dati auditel che per il 2020 hanno registrato dei picchi di consumo specialmente in alcune giornate di aprile in corrispondenza con il *lockdown* della fase 1 della pandemia¹⁰.

Sono le donne più degli uomini a guardare per un tempo maggiore la televisione. Tale differenza si mantiene costante nel tempo ed è pari a circa 30 minuti, ma in corrispondenza di alcuni anni (nel 2012 e tra il 2016 e il 2019) raggiunge i 60 minuti. Tra il 2019 e il 2020,

Figura 2.4 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per genere e tempo dedicato. Anni 2000-2020 (valore mediano di minuti)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

9 Indagine Istat "Cittadini e tempo libero", Anno 2015: <https://www.istat.it/it/archivio/5538>.

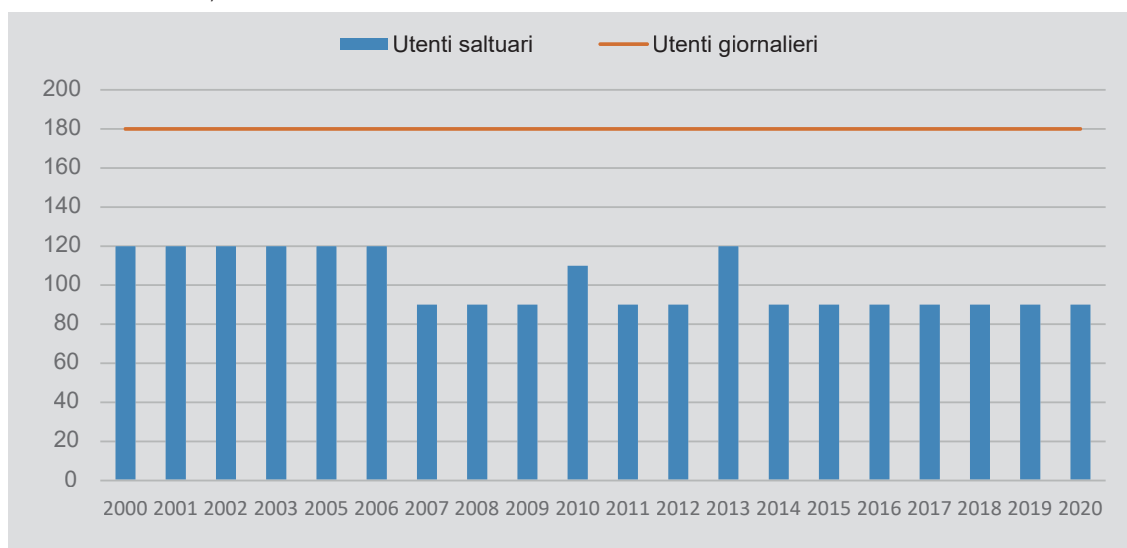
10 https://www.primaonline.it/app/uploads/2021/03/Ascolti-TV-Covid-19_Anno-2020_comp_compressed_compressed.pdf.

per entrambi i sessi si osserva un aumento del tempo mediano dedicato alla televisione, per gli uomini si passa da 120 minuti a 150 minuti e per le donne da 150 a 180 minuti.

Nel corso degli ultimi 20 anni la diminuzione nel tempo dedicato si segnala principalmente tra i più giovani, mentre nelle età centrali e tra gli anziani si osserva una maggiore stabilità. I ragazzi fino ai 19 anni, nel periodo di osservazione, dedicano un tempo mediano più elevato alla televisione rispetto alle ragazze, ma per entrambi i generi si assiste ad una diminuzione del tempo dedicato a partire dal 2010. Dai 20 anni in su le donne superano gli uomini in termini di tempo mediano passato seguendo programmi televisivi. A partire dai 25 anni gli uomini mostrano una sostanziale stabilità rispetto al tempo dedicato alla televisione (circa 60 minuti mediani), mentre le donne la raggiungono a partire dai 55 anni passando da 120 minuti mediani nel 2001 a 60 minuti per le 55-59enni e a 120 minuti mediani per le ultra 59enni nel 2020.

Tra i telespettatori saltuari e regolari si osservano andamenti non omogenei. La diminuzione del tempo dedicato si osserva tra chi guarda saltuariamente la televisione, mentre si rileva completa stabilità tra coloro che la guardano tutti i giorni, che la guardano per un tempo mediano di 180 minuti (Figura 2.5).

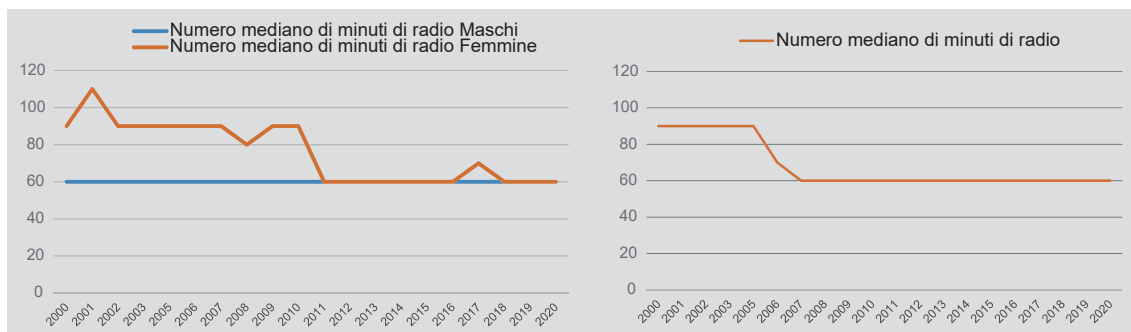
Figura 2.5 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tempo dedicato. Anni 2000-2020 (valore mediano di minuti)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Il tempo dedicato all'ascolto della radio è più contenuto rispetto a quello speso per la visione della televisione. Tra il 2000 e il 2005 il tempo mediano è pari a 90 minuti, mentre a partire dal 2006-2007 si registra una diminuzione prima di 20 e poi di 30 minuti e che ha portato il tempo dedicato alla radio a stabilizzarsi sui 60 minuti a partire dal 2008 e per tutti gli anni successivi (Figura 2.6). Il tempo mediano di ascolto per gli uomini è pari a 60 minuti e si mantiene costante tra il 2000 e il 2020, mentre per le donne si parte da livelli più alti nei primi anni del periodo in esame, con un tempo massimo di ascolto pari a 110 minuti registrato nel 2001, per poi assestarsi intorno ai 90 minuti tra il 2002 e il 2010 e scendere, infine, a 60 minuti a partire dal 2011 in poi.

Figura 2.6 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tempo dedicato. Anni 2000-2020 (valore mediano di minuti)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Dall'analisi per età emerge come tra i giovani fino ai 34 anni si osservi una certa variabilità nel tempo mediano di ascolto e ciò riguarda sia i maschi sia le femmine; per entrambi i collettivi di questa fascia di età si assiste ad una diminuzione nel *trend* temporale, passando tra il 2000 e il 2020 da due ore ad un'ora di tempo mediano. A partire dai 35 anni in poi, gli uomini si mantengono costanti su un tempo di ascolto mediano pari a 60 minuti per tutto il periodo dal 2000 al 2020, mentre, le ascoltatrici nel *trend* temporale oscillano tra 60 e 120 minuti mediani di ascolto, con tempi di ascolto sempre superiori a quelli degli uomini.

Se si considerano i radio ascoltatori giornalieri e quelli saltuari si osserva una decisa differenza in termini di tempo mediano di ascolto: per i giornalieri il valore è pari a 120 minuti per tutto il periodo mentre per i saltuari è sempre pari alla metà.

2.5 Nuovi strumenti per la fruizione di televisione e radio: il web e i suoi effetti

Negli ultimi anni, l'identificazione dell'esperienza televisiva e radiofonica con gli apparecchi televisione e radio è diventata sempre più impropria. Si parla sempre di più di "televisione fuori dal televisore"¹¹ e, allo stesso modo, si può sostenere l'esistenza di programmi radio fuori dal mezzo radiofonico. Questa scissione tra mezzo e programmazione si somma alle caratteristiche già insite in questi mezzi che permettono la fruizione di eventi senza la necessità di essere sul posto e nel momento in cui si svolgono gli eventi stessi¹², lo stesso tempo non richiede più lo stesso posto¹³.

La diffusione di Internet e di apparecchiature digitali sempre nuove ha rivoluzionato la fruizione, contribuendo a sganciare totalmente la programmazione radio e televisione dal mezzo utilizzato. Questa rivoluzione compiuta dalle nuove tecnologie Ict ha variegato sempre più il panorama dell'offerta e i luoghi e gli spazi della fruizione radio-televisione. Dai dati riferiti al 2015¹⁴ rilevati tramite l'indagine Istat "Cittadini e il tempo libero" si osserva, ad esempio, che l'8 per cento della popolazione dichiarava di guardare i programmi televisivi fuori casa, ad esempio durante il tragitto scuola/lavoro-casa.

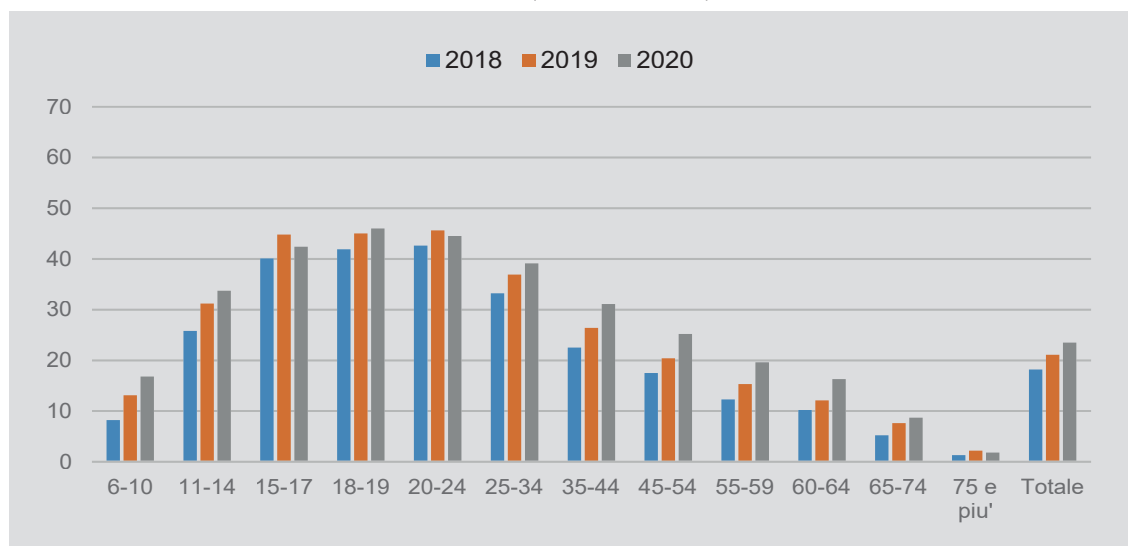
11 Auditel, Censis (a cura di) (2021).

12 Meyrowitz (1985).

13 Thompson, (1995).

14 Indagine Istat "Cittadini e tempo libero", Anno 2015: <https://www.istat.it/archivio/5538>.

Figura 2.7 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi 3 mesi hanno guardato la televisione in *streaming* in diretta o in differita per classe di età. Anni 2018-2020 (valori percentuali)



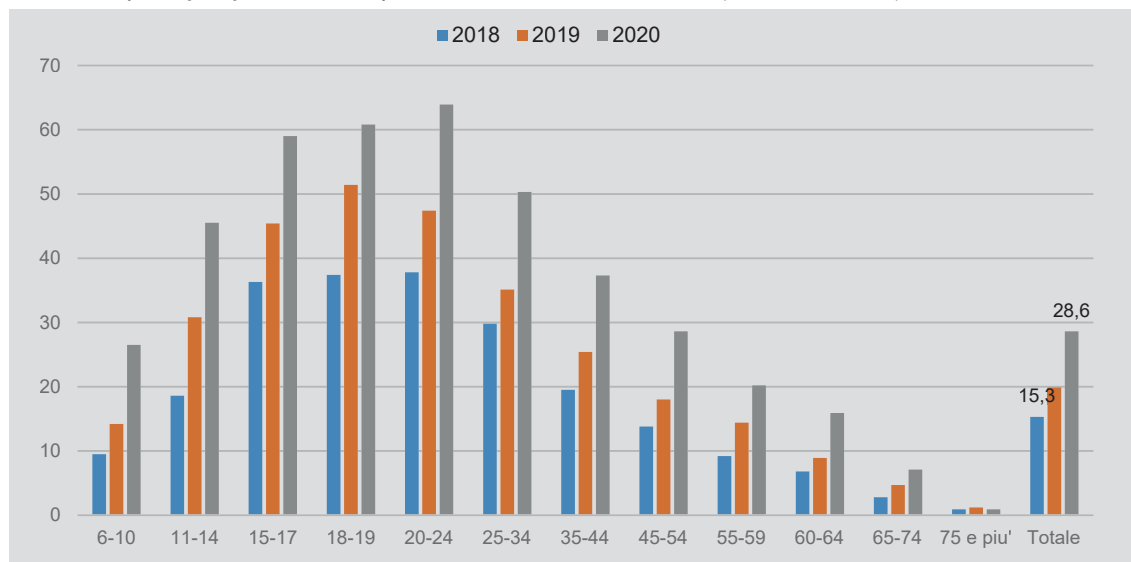
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Analizzando l'andamento degli ultimi tre anni delle persone di 6 anni e più che hanno guardato la televisione in *streaming* si nota una generale crescita di telespettatori (dal 18,2 per cento del 2018 al 23,5 per cento del 2020) (Figura 2.7). Ciò è avvenuto in tutte le fasce di età, anche se i livelli più elevati di fruizione si sono mantenuti più alti tra il pubblico prevalentemente più giovane (quasi 5 persone su 10 tra i 18 e i 24 anni). Un aspetto molto interessante è l'aumento più sostenuto avvenuto tra il 2019 e il 2020 tra gli spettatori più adulti. Si registra un aumento di quasi 5 punti percentuali tra i 35 e i 44 anni e si superano sempre i 4 punti percentuali di aumento fino ai 64 anni per poi tornare a livelli molto bassi tra i più anziani.

Se si pone l'attenzione su coloro che hanno guardato *video on demand* da piattaforme commerciali, gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da un forte aumento nell'utilizzo di questi strumenti di intrattenimento che, nel periodo considerato, sono quasi raddoppiati (dal 15,3 per cento del 2018 al 28,6 per cento del 2020) (Figura 2.8). L'utilizzo si è mantenuto alto soprattutto tra il pubblico più giovane, anche se nel triennio si è osservato un deciso incremento in tutte le fasce di età, ad eccezione dei ultra settantaquattrenni tra cui la quota rimane costante nel tempo.

Guardare la televisione in *streaming* e i *video on demand* da servizi commerciali sono abitudini più diffuse tra gli uomini che tra le donne (nel 2020, rispettivamente 25,8 per cento contro 21,4 per cento e 31 per cento contro 26,4 per cento), anche se nel tempo il differenziale di genere si va riducendo per entrambi i comportamenti analizzati.

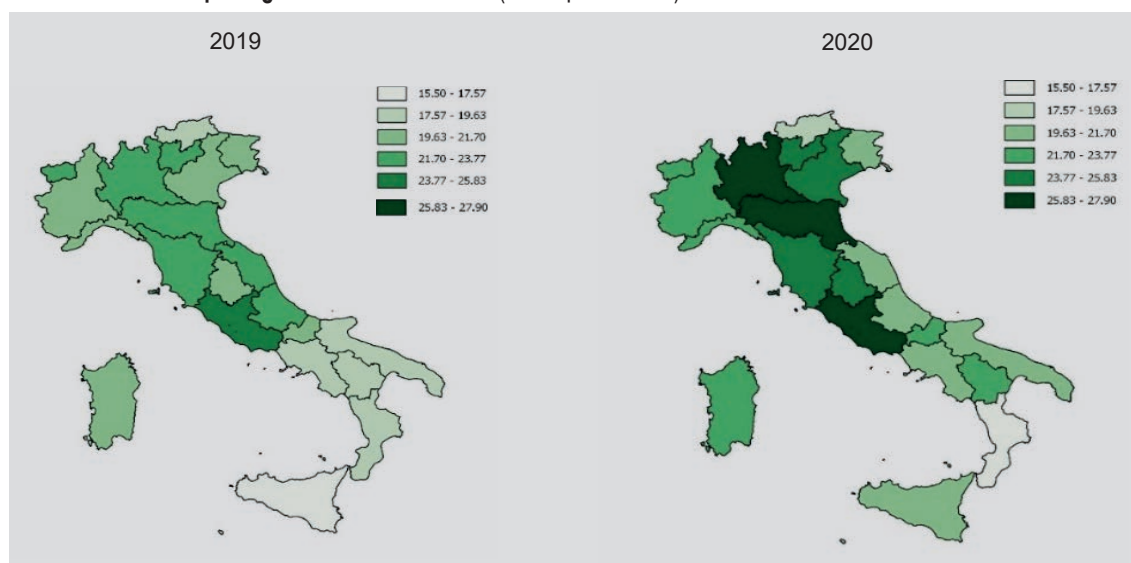
Figura 2.8 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi tre mesi hanno guardato *video on demand* da servizi commerciali (Infinity, Sky *online*, Netflix) per classe di età. Anni 2018-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

L'analisi territoriale mostra un gradiente Nord-Mezzogiorno abbastanza marcato, e che sembra permanere nel tempo, sia per quanto riguarda la fruizione in *streaming* della televisione sia per quanto riguarda la visione di *video on demand* da servizi commerciali (Figure 2.9 e 2.10). Fa eccezione la Sardegna che per questo, come per altri comportamenti di fruizione nel tempo libero, presenta un profilo analogo alle regioni del Centro-nord.

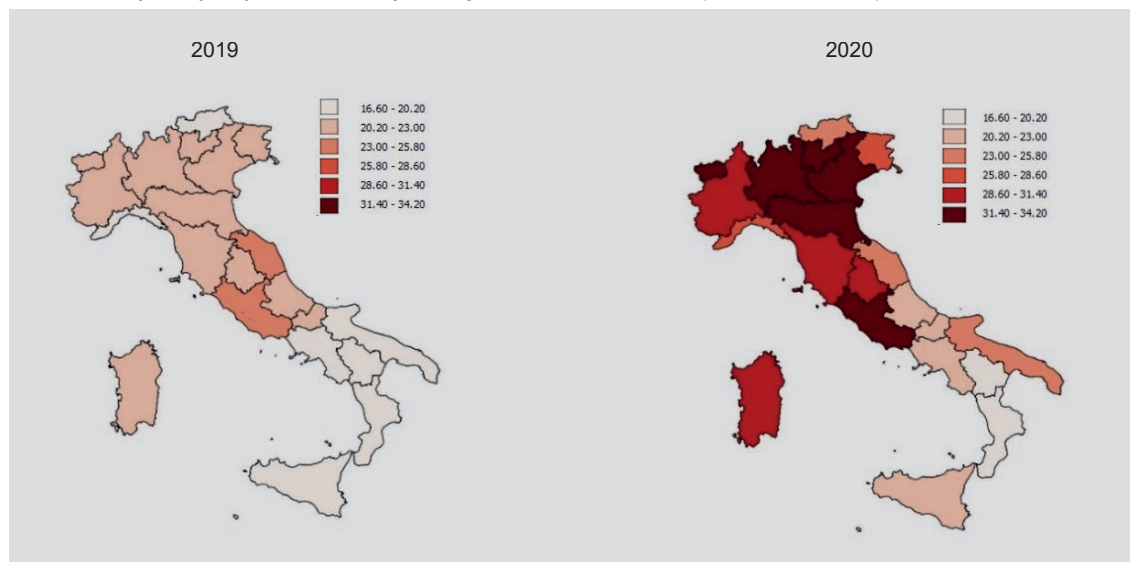
Figura 2.9 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi 3 mesi hanno guardato la televisione in *streaming* in diretta o in differita per regione. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

C'è da sottolineare, tuttavia, come nell'ultimo anno, caratterizzato dall'emergenza pandemica, è stato osservato un aumento generalizzato dei comportamenti di fruizione di televisione in *streaming* e *video on demand* in tutte le regioni. In particolare è aumentato in

Figura 2.10 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi tre mesi hanno guardato *video on demand* da servizi commerciali (Infinity, Sky *online*, Netflix) per regione. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

modo consistente la fruizione di video su Internet (+ 8,7 punti percentuali in media nazionale), con incrementi particolarmente elevati anche in alcune regioni del Sud e delle Isole come Puglia (+ 9,8 punti percentuali), Sardegna (+9,2 punti percentuali) e Sicilia (+ 8,6 punti percentuali).

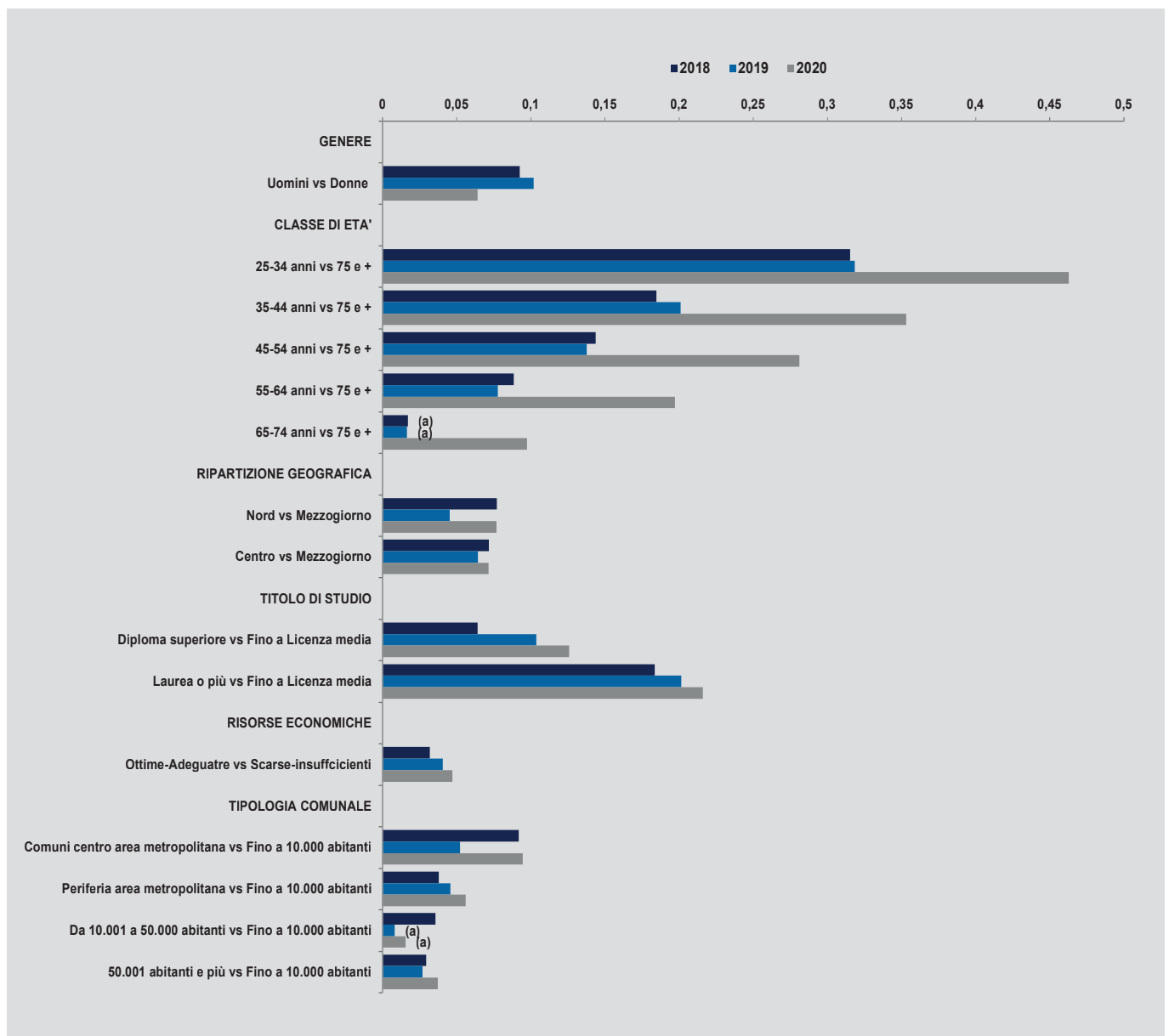
Volendo analizzare i cambiamenti negli ultimi tre anni del peso esercitato da alcuni fattori sociodemografici e territoriali nei confronti della fruizione di programmi televisivi in *streaming* o di video su piattaforme commerciali, sono stati effettuati dei modelli logistici e calcolati gli effetti marginali medi¹⁵.

Dall'analisi dei risultati emerge come, al netto del peso esercitato dalle altre variabili sociodemografiche considerate, diminuisce nell'ultimo triennio il differenziale di genere e gli effetti positivi della fruizione via Internet della televisione in *streaming* e dei *video on demand* delle donne, pur rimanendo inferiori a quelli degli uomini, aumentano (Figura 2.11). Aumenta anche l'effetto positivo della fruizione via Internet delle classi di età più giovani rispetto alle persone di 75 anni e più. Nel 2020 è maggiore, inoltre, anche l'effetto positivo dell'uso della televisione e della fruizione dei video sulla rete delle persone anziane di 65-74 anni che, diversamente dai primi due anni considerati, risulta essere significativamente superiore rispetto a quella degli ultra 74enni.

15 Nei modelli sono state considerate le seguenti variabili indipendenti: il genere, l'età, la ripartizione geografica, la tipologia del comune di residenza, il titolo di studio più alto conseguito e il giudizio sulle risorse economiche della famiglia.

Dal punto di vista territoriale, si mantiene forte l'effetto positivo della fruizione su web tra chi vive nelle macro aree del Centro-nord rispetto al Mezzogiorno. Andamento analogo per chi vive nei Comuni Centro e periferia dell'area metropolitana e nei grandi comuni con più 50 mila abitanti che, rispetto a chi vive in piccoli comuni fino a 10 mila abitanti, hanno nel triennio un effetto positivo superiore di fruire via web di televisione e *video on demand*.

Figura 2.11 - Persone di 25 anni e più che negli ultimi tre mesi hanno guardato la televisione in *streaming* in diretta o in differita o che hanno guardato *video on demand* da servizi commerciali (Infinity, Sky online, Netflix). Anni 2018, 2019 e 2020 (modelli di regressione logistica, confronto effetti marginali medi)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Coefficiente statisticamente non significativo.

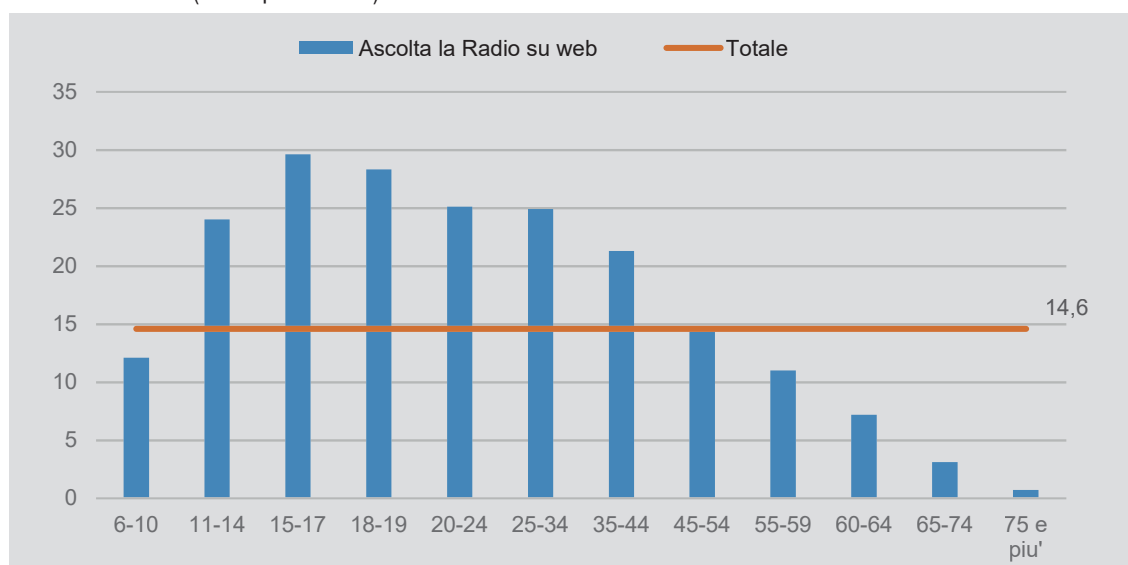
Infine, per quanto riguarda lo status socio economico, si accentua il peso esercitato dalle credenziali socio-educative ed economiche. Chi ha un titolo di studio medio-alto o riferisce ot-

time o adeguate risorse economiche familiari ha sempre un effetto positivo maggiore di fruire di televisione e video sulla rete rispetto a chi ha al massimo la licenza media o riferisce scarse o insufficienti risorse economiche della famiglia; inoltre, tale effetto aumenta nel tempo.

Per quanto riguarda la fruizione della radio, è già emerso quanto questa sia generalmente ascoltata dalla popolazione adulta specialmente nelle età centrali. Se si considera, invece, la fruizione di quella sul web si osserva un maggior numero di ascoltatori tra la popolazione più giovane, con punte di quasi il 30 per cento tra i ragazzi di 15 e i 17 anni (Figura 2.12). Come per la fruizione della televisione in *streaming* e dei *video on demand* su piattaforme di servizi commerciali, anche per l'ascolto della radio su web si osserva una quota maggiore di uomini che di donne (16,1 per cento contro 13,1 per cento), ma la distanza di genere è meno marcata.

Analizzando la fruizione degli spettacoli radiofonici su web sul territorio non si registrano forti differenze e i profili delle diverse macro aree del Paese risultano abbastanza sovrapponibili (Nord=15,3 per cento, Centro=14,5 per cento e Mezzogiorno=13,9 per cento).

Figura 2.12 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi 3 mesi hanno ascoltato la radio sul web per classe di età. Anno 2017 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

2.6 La televisione e la radio durante la pandemia da COVID-19

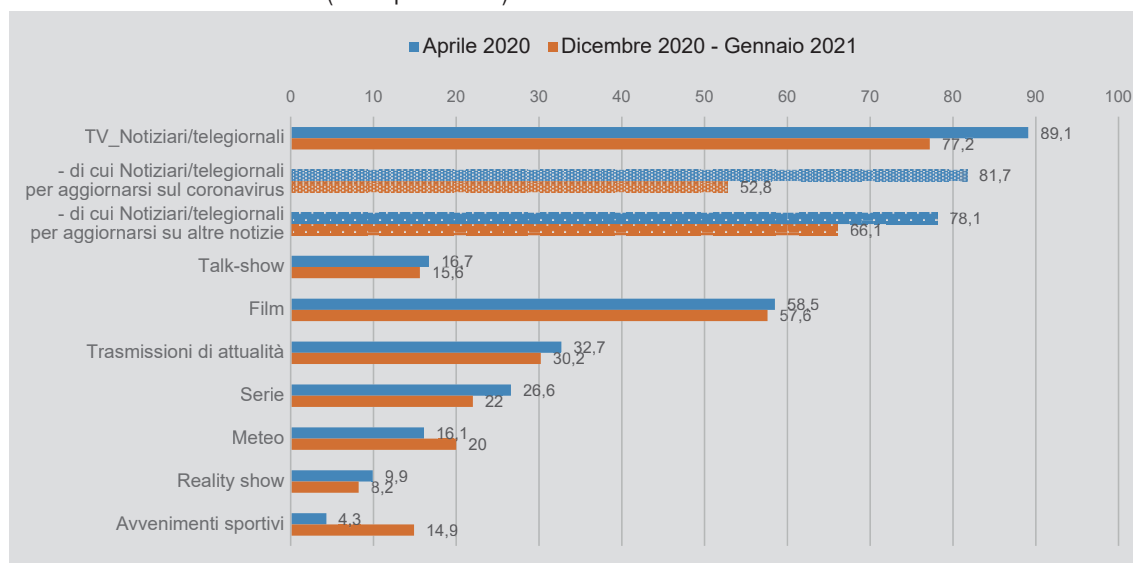
La Pandemia da COVID-19 ha caratterizzato la quotidianità dei cittadini a partire dai primi mesi del 2020. L'obbligo di restare a casa, totale o parziale, e la chiusura di esercizi commerciali, palestre e luoghi della cultura ha avuto un forte impatto sulla giornata delle persone e sul loro modo di passare il tempo. Tra gli effetti che ha prodotto c'è stato sicuramente un aumento delle attività di *loisir* e di partecipazione culturale svolta all'interno delle mura domestiche. I dati dell'Indagine Istat "Il diario degli italiani ai tempi del COVID-19 - I e II wave"¹⁶ consentono di capire la reazione e i cambiamenti intervenuti nella popolazione rispetto alle loro usuali abitudini nella visione della televisione e nell'ascolto della radio.

¹⁶ Istat "Il diario degli italiani al tempo del COVID-19" – I e II wave: <https://www.istat.it/it/archivio/264633>.

Andando ad analizzare la fruizione della televisione in un giorno medio della Fase 1 della pandemia da *COVID-19*, si osserva come il 92 per cento della popolazione di 18 anni e più ha dichiarato di aver impiegato il suo tempo guardando la televisione. Tale quota si mantiene abbastanza stabile anche nella seconda fase della pandemia con una quota pari al 93,7 per cento di telespettatori registrata a dicembre 2020/gennaio 2021.

Esplicativa la graduatoria dei programmi scelti dalle persone che lascia emergere l'assoluta predominanza dei programmi di informazione in entrambe le ondate, ma con intensità diversa (rispettivamente 89,1 per cento nella fase 1 e 77,2 per cento nella fase 2) (Figura 2.13). Tale interesse è significativamente superiore a quanto registrato nel 2015 tramite l'Indagine Istat "I cittadini e il tempo libero"¹⁷ in cui emergeva che i telegiornali erano seguiti dal 70 per cento delle persone di 18 anni e più. Costante nel periodo pandemico, rispetto al 2015, invece, il ruolo della televisione come strumento di intrattenimento per guardare film (65,7 per cento nel 2015 contro quasi il 60 per cento nelle due fasi della pandemia).

Figura 2.13 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria *COVID-19* hanno guardato la televisione per tipo di programma scelto. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del *COVID-19*

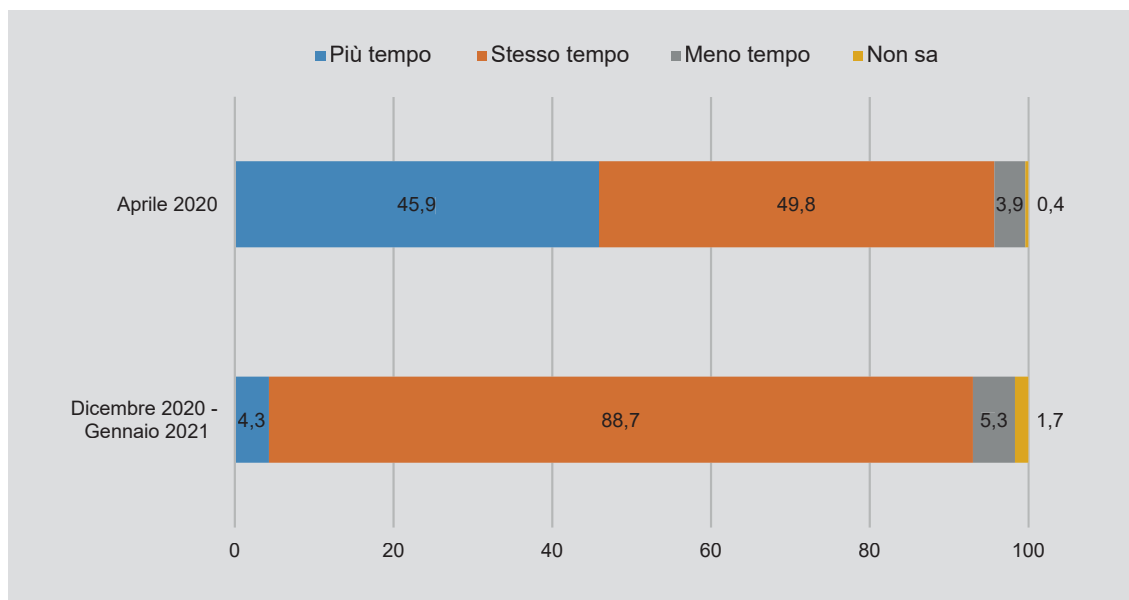
L'informazione e i film sono tipologie di programmi scelti in un giorno medio della pandemia in modo trasversale da tutte le classi di età. Per alcuni tipi di programmi, invece, l'età ha un ruolo discriminante: tra i più giovani, 18-34 anni spicca la visione di serie tv (37 per cento, in particolare tra i 18-24enni raggiunge il 41,3 per cento), mentre a partire dai 55 anni le trasmissioni di attualità, le hanno guardate oltre il 35 per cento con un picco del 51,5 tra gli over 74enni.

Ad aprile 2020, in pieno *lockdown*, quasi la metà delle persone (45,9 per cento) ha dichiarato di guardare la televisione per un tempo superiore rispetto al periodo pre-pandemico, mentre nella seconda fase della pandemia nove persone su dieci hanno dichiarato di dedicarvi lo stesso tempo e solo il 4 per cento circa ha dichiarato di guardarla per più tempo (Figura 2.14). Tali evidenze sono certamente legate al fatto che a dicembre 2020/gennaio 2021 ci trovavamo già in un momento diverso dell'emergenza sanitaria in cui le persone erano pressoché tornate ai ritmi e alle attività di studio/lavoro precedenti la pandemia.

¹⁷ Indagine Istat "Cittadini e tempo libero", Anno 2015: <https://www.istat.it/it/archivio/5538>.

L'analisi per età del tempo dedicato alla televisione rispetto al periodo pre-pandemico, mostra come le persone di 65 anni e più continuano a rappresentare i maggiori fruitori di questo mezzo di comunicazione, tuttavia il forzato isolamento in casa della prima fase della pandemia e la necessità di informazione che ne è derivata, ha determinato anche tra i giovani e nelle classi di età centrali percentuali elevate di coloro che hanno visto la televisione in misura maggiore rispetto al periodo precedente (il 47,5 per cento tra i 18 e i 34 anni e il 45,2 per cento tra i 35 e 54 anni). Confrontando nuovamente per età le abitudini nel secondo periodo pandemico si osserva per queste due fasce di età una forte riduzione di chi dichiara un aumento del tempo dedicato alla televisione rispetto al periodo pre-*COVID* (che si attesta rispettivamente a 6,1 e al 5,3 per cento).

Figura 2.14 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria *COVID-19* hanno guardato la televisione per tempo dedicato a questa attività rispetto a una giornata pre-*COVID*. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)

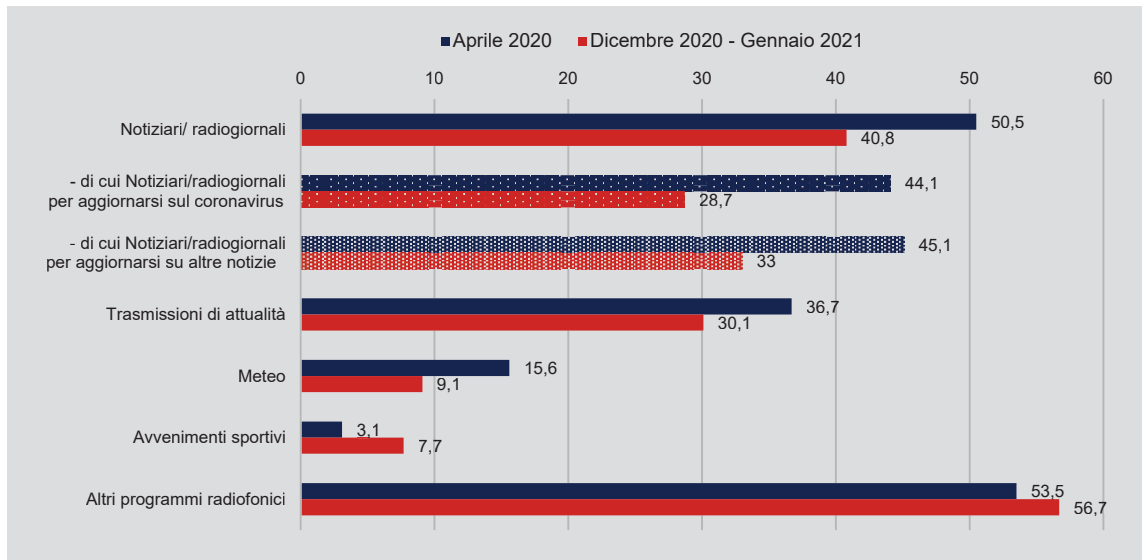


Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del *COVID-19*

Ad aprile 2020 e a dicembre 2020/gennaio 2021, solo circa il 22 per cento della popolazione di 18 anni e più ha dichiarato di aver ascoltato la radio in un giorno medio della settimana. L'ascolto della radio sembra aver risentito dei cambiamenti di abitudine nei *commuting* casa-scuola/lavoro che, specialmente nei periodi di *lockdown*, si sono rarefatti. La radio, infatti, è un mezzo spesso ascoltato durante i tragitti verso le normali attività di studio o lavoro e la permanenza a casa, specialmente in alcuni periodi, ha sicuramente modificato questa abitudine.

Sia ad aprile 2020 che a dicembre 2020/gennaio 2021, gli utenti della radio si confermano essere prevalentemente giovani adulti di 18-54 anni. Nelle fasce di età fino ai 54 anni si rilevano, inoltre, sia i tassi più elevati di ascoltatori sia di coloro che hanno ascoltato la radio per un tempo maggiore rispetto alle abitudini pre-pandemiche.

Figura 2.15 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria *COVID-19* hanno ascoltato la radio per tipo di programma scelto. Aprile 2020 e Dicembre 2020/ Gennaio 2021 (valori percentuali)



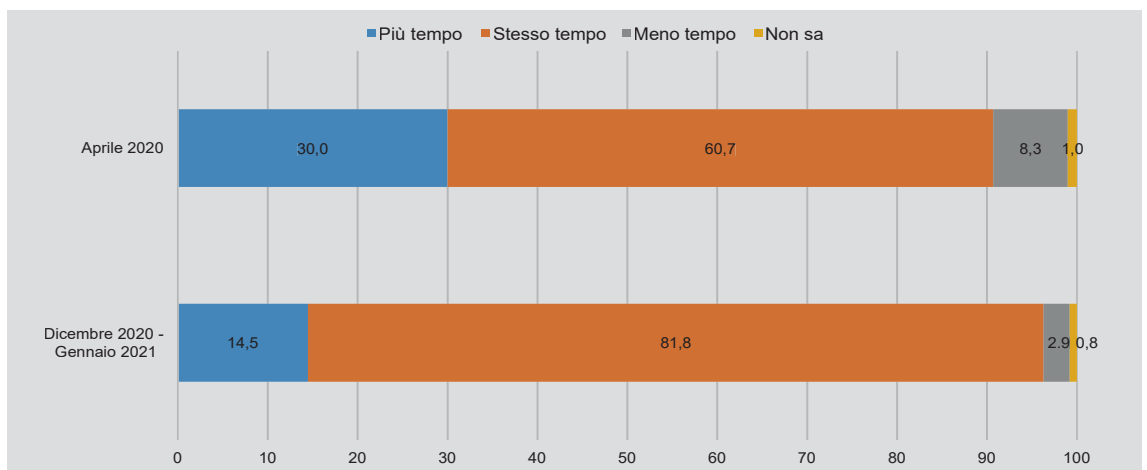
Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del *COVID-19*

Anche per la radio emerge la funzione di informazione: ascoltano i radiogiornali sia in merito alle notizie sul Coronavirus sia più in generale riguardo ad altre tipologie di informazioni il 50,5 per cento delle persone di 18 anni e più nel primo periodo e il 40,8 per cento nel secondo periodo (Figura 2.15). Inoltre, quasi 4 persone su 10 ad aprile 2020 e 3 su 10 a dicembre 2020/gennaio 2021 dichiarano di seguire trasmissioni di attualità.

Emerge anche l'ascolto della radio per seguire altri tipi di programmi molto probabilmente incentrati sull'intrattenimento musicale (53,5 per cento ad aprile 2020 e 56,7 per cento a dicembre 2020/gennaio 2021).

Analogamente a quanto osservato per la televisione, analizzando il tempo dedicato all'ascolto della radio in un giorno medio della pandemia è interessante notare come, men-

Figura 2.16 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria *COVID-19* hanno ascoltato la radio per tempo dedicato a questa attività rispetto a una giornata pre-Covid. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del *COVID-19*

tre nel primo periodo di emergenza sanitaria circa il 30 per cento delle persone di 18 anni e più dichiarava di aver ascoltato la radio per un tempo maggiore rispetto al periodo pre-*COVID*, questa percentuale si riduce notevolmente nella seconda fase della pandemia e si attesta soltanto al 14,5 per cento (Figura 2.16).

2.7 Considerazioni finali

La televisione e la radio rappresentano i mass-media a cui nel nostro Paese gli individui sono più affezionati e ai quali dedicano parte del proprio tempo libero, in percentuali molto elevate per la televisione e abbastanza consistenti per la radio. Tuttavia l'avvento del digitale e dell'Ict già da diversi anni ha contribuito ad allargare quel processo di secolarizzazione della cultura, esploso con l'avvento delle televisioni commerciali, che ha contribuito a destrutturare gli schemi concettuali, valoriali e ideologici più consueti e a legittimare socialmente forme ed espressioni culturali prima non considerate come cultura "alta", tra cui il fumetto, la musica leggera e pop, il cinema di genere, i videogiochi, eccetera¹⁸.

La televisione e la radio hanno subito l'effetto di queste trasformazioni e soprattutto per le nuove generazioni c'è sempre meno affezione per le loro forme più tradizionali di offerta radiotelevisiva. Parallelamente alla televisione tradizionale, infatti, si sono affermate specialmente negli anni più recenti le forme della televisione in *streaming* (vista in diretta o in differita) e la visione di *video on demand* su piattaforme commerciali sempre più numerose (netflix, amazon, disney plus, eccetera). Per la radio, l'affermarsi delle webradio e la possibilità del *download* di *podcast* radiofonici da fruire in differita hanno variegato l'offerta modificando il rapporto con questo mezzo e allargando la platea alle generazioni più giovani.

Il 2020 è stato un anno di svolta perché la diffusione della pandemia ha rivoluzionato le abitudini delle persone ed ha dato una spinta notevole alla diffusione del digitale per tutte le forme di fruizione culturale e più in generale del tempo libero. Questo processo di cambiamento ha interessato anche la radio e la televisione che hanno adeguato a quanto stava accadendo la loro offerta, sia in termini di contenuti che di modalità di comunicazione. Staremo a vedere e a sentire via via quanto si andrà ulteriormente modificando.

¹⁸ Arosio, Caramis (2019).

Riferimenti Bibliografici

- Arosio, F.M., A. Caramis. 2019. "Il ruolo della statistica per la conoscenza delle trasformazioni culturali del Paese". *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, Volume 4, N. 3: 47-62.
- Auditel, e Censis (a cura di). 2021. *Quarto rapporto Auditel-Censis. L'Italia multiscreen: dalla smart-tv allo schermo in tasca, così il Paese corre verso il digitale*. Roma, Italia: Censis.
- Blumler, J.G. (Ed.). 1992. *Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting*. Thousand Oaks, CA, U.S.: Sage Publishing.
- Castells, M. 1996. *The Rise of Network Society*. Hoboken, NJ, U.S.: Wiley-Blackwell, *The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I*.
- Istituto Nazionale di Statistica – Istat. 2021. *Annuario statistico italiano 2021*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/264305>.
- Mancini, P. 2012. "L'evoluzione della comunicazione: vecchi e nuovi media". In Treccani (a cura di). *Atlante geopolitico 2012*. Roma, Italia: Treccani.
- Meyrowitz, J. 1985. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford, U.K. (New York, NY, U.S.): Oxford University Press.
- Natale, A.L. A.A. 2017-2018. "Contenuti e mercati della radiodifonia". *Slide del corso di Giornalismo radiofonico e televisivo*. Roma, Italia: Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze della Comunicazione.
- Portes, A. 1998. "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology". *Annual Review of Sociology*, Volume 24: 1-24.
- Thompson, J.B. 1995. *The media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Redwood City, CA, U.S.: Stanford University Press.
- Ufficio Studi e Ricerche Confindustria Radio Televisioni - CRTV, in collaborazione con Auditel (a cura di). 2021. *Impatto COVID-19 sugli ascolti tv in Italia. Anno 2020*. Roma, Italia: Confindustria Radio Televisioni.

3. LETTURA DI LIBRI E QUOTIDIANI¹

3.1 Introduzione

La realtà in cui viviamo è caratterizzata da una ubiquità dei media che non ha precedenti nella storia. Media di varia natura sono ovunque e mettono a disposizione di chiunque qualsiasi contenuto: informazioni, conoscenze, immagini, suoni. Come scrive Raffaele Simone: “Non c’è stata nessuna fase della storia del mondo in cui la *mediasfera* sia stata così avvolgente e non c’è quasi nessun luogo sul pianeta che sia oggi del tutto protetto dai media”². Tutto ciò ha determinato una vera e propria rivoluzione nel modo di comunicare e di informarsi, mutando profondamente anche il rapporto della popolazione con la lettura di libri e quotidiani.

Le nuove tecnologie, infatti, hanno favorito il diffondersi di nuove modalità di lettura, scrittura e comunicazione (caratterizzate da brevità, velocità e discontinuità)³ tipiche dell’ecosistema digitale e di nuovi oggetti di lettura (email, sms, tweet, post, messaggi WhatsApp) che sono diventati potenziali concorrenti rispetto alle forme di testualità più complesse e articolate tipiche dei libri e dei quotidiani⁴. Allo stesso tempo le modalità con cui le persone oggi possono informarsi sono molteplici (*social network*, blog, newsgroup, forum di discussione) e i quotidiani hanno perso il primato come mezzo di informazione.

Così nell’ultimo decennio, parallelamente alla diffusione delle nuove tecnologie, è iniziato nella popolazione un processo di crescente disaffezione verso la lettura di libri e quotidiani, poco o per nulla compensata dalla diffusione delle nuove opportunità di lettura offerte dagli *ebook*⁵ e dai quotidiani *online*⁶.

Poi nel 2020 è arrivata la pandemia che ha avuto un forte impatto sulla quotidianità di tutti noi, con ripercussioni in tutti gli ambiti della nostra vita: il lavoro, la scuola, il tempo libero, le relazioni sociali e amicali⁷. Limitate nella possibilità di fruire di attività sportive, culturali e relazionali al di fuori delle mura domestiche, molte persone si sono ritrovate ad avere una maggiore quantità di tempo libero da fruire dentro casa.

Tra le diverse attività che le persone hanno svolto in questo “tempo ritrovato” anche la lettura ha ricoperto un ruolo importante. In particolare, durante il *lockdown* la lettura di libri, quotidiani e riviste ha accompagnato le giornate di più di sei persone su dieci, mentre nel corso della seconda ondata epidemica, tra dicembre 2020 e gennaio 2021, i comportamenti sono tornati più vicini a quelli pre-pandemia.

1 Il capitolo è stato curato e redatto da Miria Savioli.

2 Simone (2012).

3 Mikics (2015), Solimine (2020).

4 “Con la diffusione dei dispositivi digitali di ultima generazione (smartphone, tablet) sembra delinearsi una situazione di concorrenza fra tipologie diverse di contenuti nel guadagnare quote di tempo e di attenzione da parte degli utenti; una concorrenza che rischia di svantaggiare le forme di testualità complessa e articolata (libri, riviste e quotidiani elettronici, siti di approfondimento) a favore di contenuti multimediali granulari (video, musica, giochi, *social network*)”. Roncaglia (2014).

5 Centro per il Libro e la Lettura (2021).

6 Osservatorio tecnico “Carlo Lombardi” per i quotidiani e le agenzie di informazione (2019).

7 Istat (2020b), Istat (2020c), Istat (2020d).

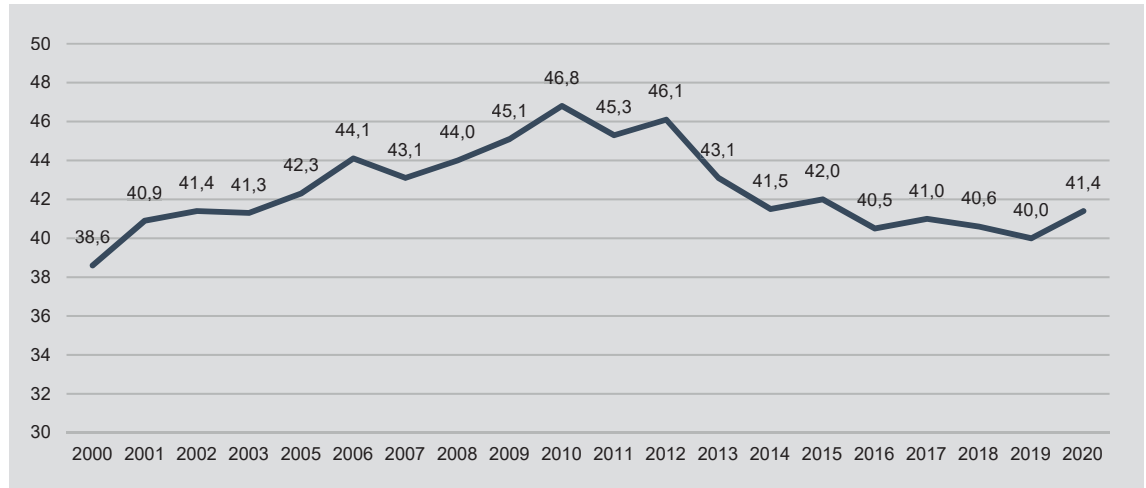
Tirando le somme sul 2020, alla fine, nonostante l'emergenza sociale e sanitaria, l'anno si è chiuso con un timido segnale positivo. La quota di lettori di libri ha registrato un lieve aumento attestandosi al 41,4 per cento (+1,4 p.p. rispetto al 2019), mentre si è interrotto il *trend* negativo della lettura di quotidiani e la quota di lettori si è stabilizzata al 51,6 per cento.

3.2 La lettura di libri negli ultimi venti anni

In Italia l'interesse della popolazione verso la lettura di libri nel tempo libero, ossia la lettura di piacere svincolata da obblighi e costrizioni, è sempre stato molto contenuto. Nonostante il progressivo innalzamento del livello di istruzione della popolazione, la quota di lettori nel tempo libero rimane ancora oggi molto più bassa rispetto alla quota di popolazione che possiede le competenze per leggere.

Se negli ultimi venti anni la quota di laureati è quasi raddoppiata (dal 7,5 per cento del 2001 al 14,3 per cento del 2019) e quella di diplomati è aumentata di quasi 10 punti percentuali (dal 25,9 per cento al 35,6 per cento)⁸, la quota di lettori nel tempo libero ha registrato una crescita di soli 2,8 punti percentuali: era il 38,6 per cento della popolazione di 6 anni e più nel 2000 e si attesta al 41,4 per cento nel 2020 (per un totale, nel 2020, di circa 23 milioni 600 mila lettori)⁹ (Figura 3.1).

Figura 3.1 - Lettori di libri di 6 anni e più. Anni 2000-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Il significato di questi due dati molto vicini tra loro però è molto diverso non solo per le profonde trasformazioni tecnologiche, sociali e culturali che in negli ultimi venti anni hanno caratterizzato la società in cui viviamo, ma anche perché, se analizziamo la serie storica annuale dei lettori di libri nel tempo libero, notiamo che c'è stato un periodo in cui l'interesse della popolazione per la lettura aveva registrato una crescita.

Infatti, la quota di lettori di libri nel tempo libero, ha mostrato, pur a fronte di qualche oscillazione negativa, un *trend* tendenzialmente positivo fino al 2010 quando ha toccato il

⁸ Fonte: Istat (2012), Istat (2020e).

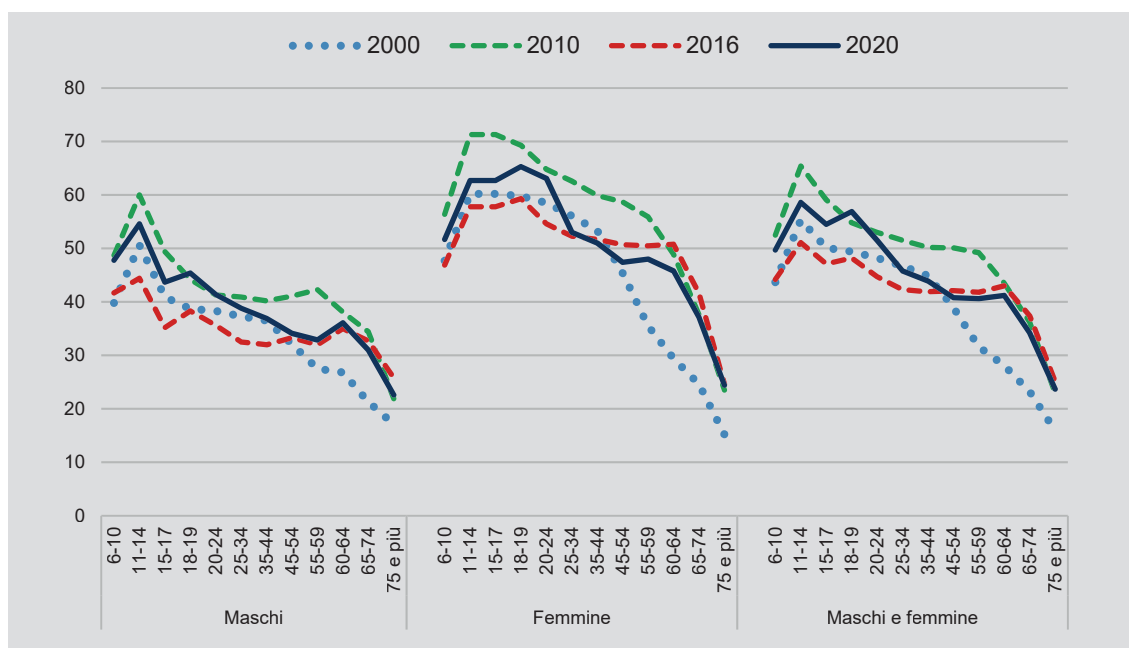
⁹ L'analisi sui lettori nel tempo libero è stata effettuata utilizzando come fonte l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana", <https://www.istat.it/it/archivio/91926>.

picco del 46,8 per cento. Per la prima volta da quando l'Istat rileva i dati sui lettori di libri (la prima indagine risale al 1957), il numero dei lettori ha sfiorato i 26 milioni e mezzo.

A partire dal 2011, e in modo più marcato dal 2013 in poi, si osserva però una inversione di tendenza con una consistente diminuzione della quota di lettori. In pochissimi anni, dal 2010 al 2016, abbiamo perso 3 milioni e 300 mila lettori tornando così sui livelli del 2001 e annullando i guadagni faticosamente raggiunti in quindici anni.

Il calo della lettura ha riguardato soprattutto i lettori più giovani, tra i quali si sono registrate le perdite più ingenti. Infatti, se in media tra il 2006 e il 2016 la quota complessiva di lettori è diminuita di 6,3 punti percentuali, le perdite sono state di 14,3 punti percentuali tra i ragazzi di 11-14 anni e di 12 punti percentuali tra quelli di 15-17 anni. Perdite consistenti si sono registrate anche tra la popolazione di 18-59 anni, anche se meno marcate rispetto e quelle registrate tra gli adolescenti, mentre la popolazione di 60 anni e più non è stata toccata dalla disaffezione verso la lettura di libri (Figura 3.2).

Figura 3.2 - Lettori di libri di 6 anni e più per genere e classe di età. Anni 2000, 2010, 2016 e 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

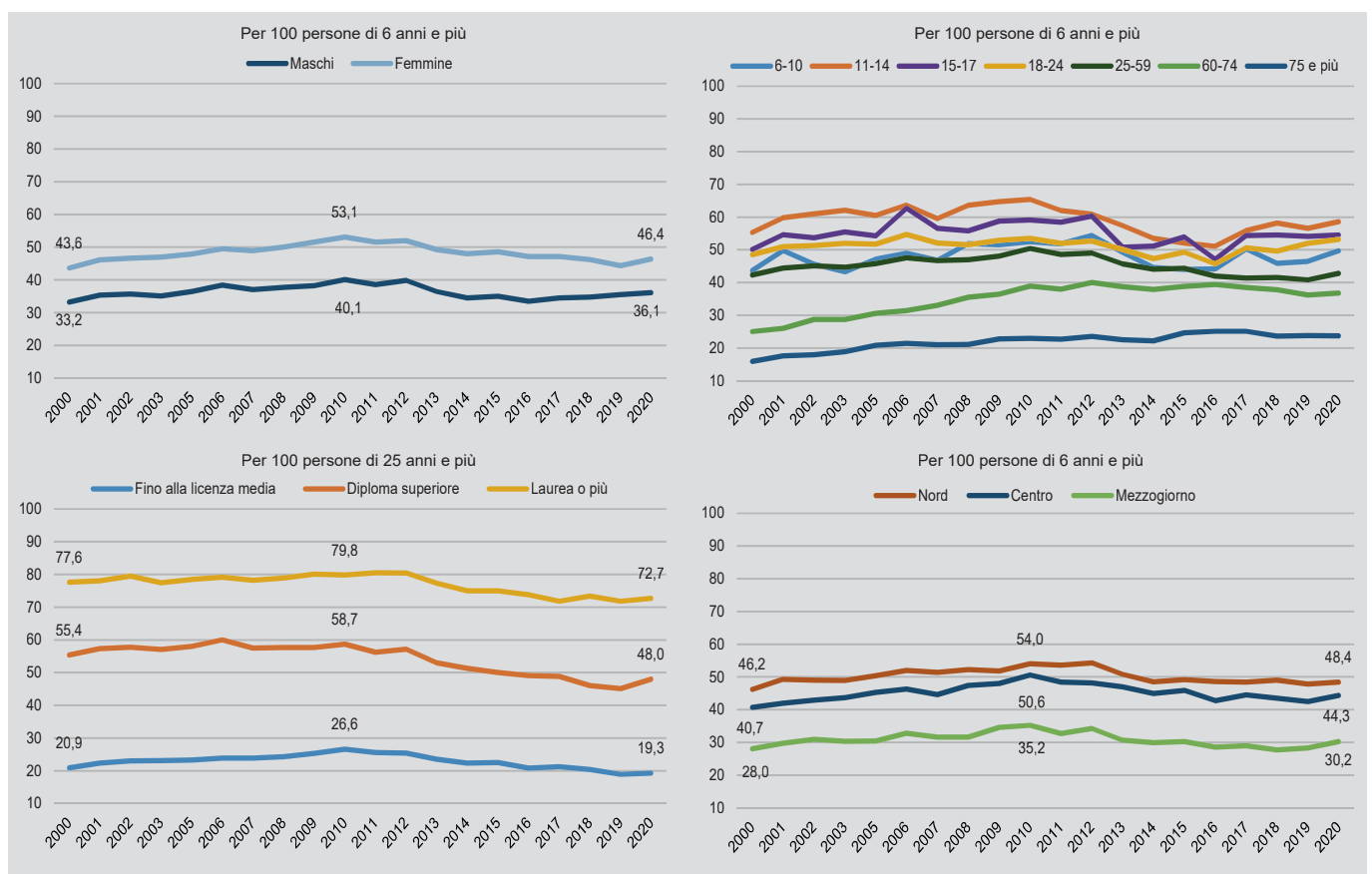
(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

In seguito, fino al 2019, la quota di lettori è rimasta pressoché invariata: si è stabilizzata, infatti, intorno al 40 per cento, mostrando solo minime oscillazioni statisticamente non significative. Esaminando però la stabilità complessiva del quadriennio 2016-2019 si colgono alcuni segnali di cambiamento: dal 2016 la quota di lettori diminuisce leggermente tra la popolazione con più di 60 anni che non era stata toccata dalla crisi degli anni precedenti, ma mostra una ripresa tra i bambini e i ragazzi di 11-24 anni, e in particolare tra i giovani di 18-19 anni che registrano una crescita di 7,7 punti percentuali (dal 48,2 per cento al 55,9 per cento)¹⁰.

¹⁰ Per i giovani neomaggiorani potrebbe aver giocato un ruolo positivo il "bonus cultura", erogato dallo Stato a partire dal 2016 attraverso la cosiddetta 18app, utilizzabile anche per l'acquisto di libri. Solimine (2020). Il bonus cultura è un'erogazione di 500 euro destinata a giovani italiani e stranieri residenti in Italia che hanno compiuto 18 anni. Promosso dalla Presidenza del Consiglio dei ministri e dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo è

Poi nel 2020, l'anno dell'inizio della pandemia, la quota complessiva di lettori ha registrato un lieve aumento, in controtendenza rispetto alle attività del tempo libero svolte fuori casa fortemente penalizzate da chiusure e restrizioni. Per la prima volta dopo la forte diminuzione del periodo 2010-2016 e la sostanziale stabilità di quello successivo, la quota di lettori ha raggiunto il 41,4 per cento (+1,4 p.p. rispetto al 2019)¹¹. La lieve crescita registrata nell'ultimo anno non è stata però sufficiente per recuperare le perdite registrate negli anni precedenti: così nel 2020 la quota di lettori nel tempo libero rimane ancora molto lontana dal picco registrato nel 2010.

Figura 3.3 - Lettori di libri di 6 anni e più per genere, classe di età, ripartizione geografica e lettori di libri di 25 anni e più per titolo di studio. Anni 2000-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

stato introdotto nel 2016 e rinnovato negli successivi. Fino ad oggi i beneficiari del bonus sono stati i giovani nati nel 1998-2002. Il bonus cultura può essere speso per acquistare prodotti culturali: biglietti o abbonamenti per cinema, concerti, eventi culturali (festival, fiere culturali e circhi), musei, monumenti, parchi e aree archeologiche, spettacoli teatrali e danza; musica (cd, dvd musicali, dischi in vinile, musica *online*); corsi di musica, teatro, lingua straniera; libri (cartacei, audiolibri, *ebook*); abbonamenti a quotidiani e periodici anche in formato digitale. I beneficiari del bonus sono stati: 356.274 nati nel 1998, 416.779 nati nel 1999, 429.739 nati nel 2000, 389.678 nati nel 2001, 415.114 nati nel 2002 (dati in corso di aggiornamento). Hanno beneficiato del bonus circa il 70 per cento circa degli aventi diritto nel quinquennio 2016-2021, <https://www.18app.italia.it/#/> (ultimo aggiornamento 17/02/2022).

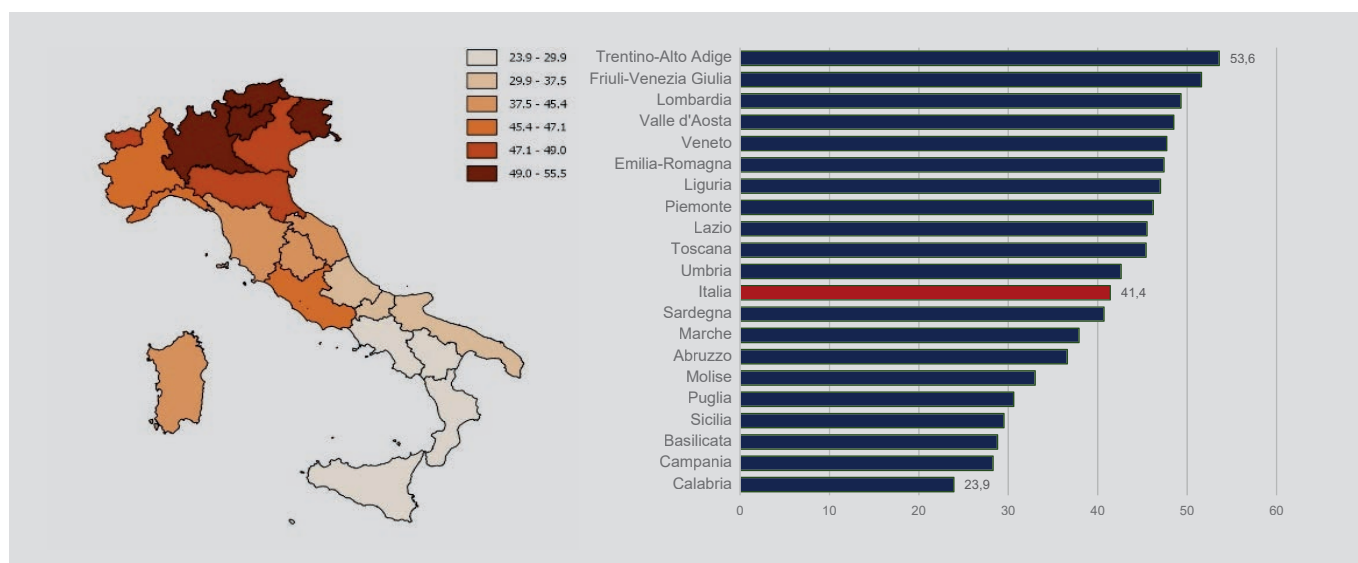
- 11 Tra i diversi fattori che potrebbero aver influito su tale crescita ci sono le varie iniziative realizzate dagli editori durante il *lockdown* per promuovere e sostenere la lettura. Durante il primo *lockdown* di marzo-maggio 2020 il 43,6 per cento degli editori ha attivato reti con le librerie indipendenti per la vendita e la consegna di libri a domicilio, il 42,8 per cento ha organizzato eventi di promozione e interazione con i lettori attraverso i canali social o il proprio sito Internet, il 26,9 per cento ha organizzato presentazioni *online*, letture e consigli di lettura da parte degli autori. Fonte, Istat (2021).

I mutamenti sociali che si sono verificati negli ultimi venti anni non hanno modificato le caratteristiche e le profonde differenze (di genere, generazione, territoriali e per titolo di studio) che da sempre caratterizzano i lettori di libri. Nel 2020 la percentuale delle lettrici continua ad essere ancora 10 punti percentuali più alta di quella dei lettori (il 46,4 per cento rispetto al 36,1 per cento); la quota di lettori è 18 punti percentuali più alta nelle regioni del Nord rispetto a quelle del Mezzogiorno (il 48,4 per cento rispetto al 30,2 per cento) e 14 punti più alta nei comuni centro delle aree metropolitane rispetto ai piccoli comuni (49,9 per cento rispetto al 35,6 per cento nei comuni fino a 2 mila abitanti); inoltre tra i laureati la quota di lettori è 53,4 punti percentuali più alta rispetto a quella riscontrata tra coloro che possiedono al massimo la licenza media (72,7 per cento rispetto al 19,3 per cento) (Figure 3.3 e 3.4).

Le uniche differenze che tendono a diminuire nel tempo sono quelle generazionali per effetto di due fattori: la diminuzione dei lettori tra i più giovani e l'aumento tra gli anziani, grazie all'invecchiamento di generazioni sempre più istruite.

Nonostante ciò, nel 2020 esistono ancora quasi 35 punti percentuali di distanza nella quota di lettori tra i ragazzi di 11-14 anni e gli anziani di 75 anni e più (erano 42,5 nel 2010). I giovani, nonostante le forti diminuzioni registrate tra il 2010 e il 2016, continuano ad essere il gruppo di popolazione in cui la quota di lettori è più alta: nel 2020 il 58,6 per cento tra gli 11-14 anni e circa il 54 per cento nella fascia 15-24 a fronte del 23,7 per cento tra la popolazione di 75 anni e più (Figura 3.3).

Figura 3.4 - Lettori di libri di 6 anni e più per regione. Anno 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

3.3 Le preferenze dei lettori: tra libri cartacei, *ebook* e audiolibri

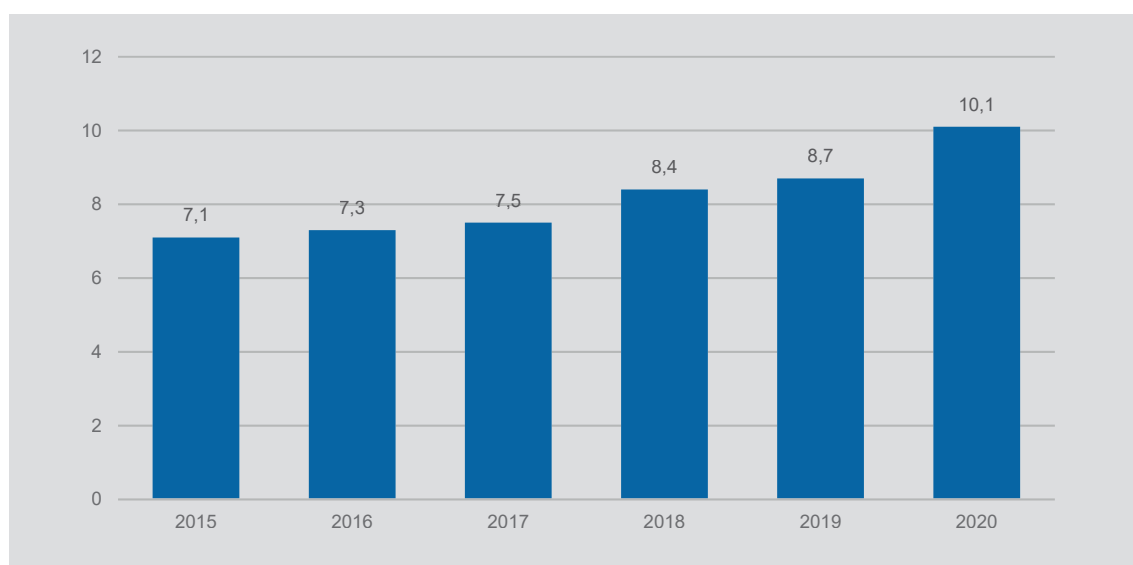
Negli ultimi anni si è registrata una crescita rilevante dell'offerta di *ebook*. Tra il 2013 e il 2019 il numero di copie di opere librarie a stampa pubblicate anche in formato *ebook* è quasi triplicato passando da 14 mila 916 a oltre 39 mila 200, e se nel 2013 poco meno di un quarto delle opere a stampa veniva pubblicato anche in versione *ebook* nel 2019 si arriva a quasi la metà (il 45,3 per cento)¹².

¹² I dati si riferiscono non all'intera produzione editoriale digitale, ma solo alle opere prodotte in formato digitale delle

Nonostante l'aumento dell'offerta, non è stato rilevato un uguale incremento della lettura di *ebook*. Nel 2019, l'8,7 per cento della popolazione di 6 anni e più (il 21,7 per cento dei lettori) aveva dichiarato di aver letto *ebook* e/o libri *online*, per un totale di quasi 5 milioni di lettori. Un valore appena di poco superiore a quello rilevato nel 2015, quando la quota si attestava al 7,1 per cento.

I dati riferiti al 2020 mostrano però come nel primo anno della pandemia la quota dei lettori di *ebook* abbia registrato una crescita di 1,4 punti percentuali superando così il 10 per cento per un totale di quasi 5 milioni 800 mila lettori (pari al 24,5 per cento dei lettori). Si tratta dell'incremento annuale più forte registrato dal 2015 (Figura 3.5)¹³.

Figura 3.5 - Lettori di *ebook* di 6 anni e più. Anni 2015-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Nel 2020, sono 21 milioni 221mila i lettori di libri cartacei (il 37,2 per cento della popolazione di 6 anni e più, pari all'89,9 per cento dei lettori) e circa un milione gli utilizzatori di audiolibri (l'1,8 per cento della popolazione di 6 anni e più e il 4,2 per cento dei lettori). La quota di lettori di libri cartacei rimane stabile rispetto al 2019, mentre l'ascolto di audiolibri, seppur ancora residuale nelle scelte dei lettori, è più che raddoppiato rispetto al 2018 quando la quota si attestava allo 0,8 per cento (Tavola 3.1).

Analizzando le preferenze dei lettori rispetto all'utilizzo esclusivo o combinato dei diversi dispositivi per la lettura, si osserva come nel 2020 la maggioranza dei lettori continui a scegliere il libro cartaceo, letto da nove lettori su dieci, con ben sette lettori su dieci che dichiarano di aver letto solo libri cartacei.

Al contrario, la scelta di leggere libri in formato digitale rimane appannaggio di una quota ancora limitata di lettori: nel 2020, infatti, solo un quarto dei lettori dichiara di aver letto *ebook* e meno di un lettore su dieci dichiara di aver letto solo *ebook*. La quota di chi ha

corrispondenti opere a stampa. La versione digitale è più diffusa per i libri di avventura e gialli (81,0 per cento), quelli di attualità politicosociale ed economica (69,0 per cento), di matematica (66,2), di filologia e linguistica (62,6 per cento). Fonte, Istat (2021).

13 Tra il 2019 e il 2020, i lettori di *ebook* aumentano soprattutto tra i ragazzi di 11-14 anni (+ 6 punti per-centuali) e tra i giovani di 20-24 anni (+ 4,6 p.p.) e, in particolare, dalle ragazze di queste fasce di età (+7 p.p. tra quelle di 11-14 anni e +7,9 p.p. tra quelle di 20-24 anni).

3. Lettura di libri e quotidiani

utilizzato diverse tipologie di supporto si attesta invece al 16,6 per cento, a testimonianza del persistere di abitudini consolidate tra i lettori, che si polarizzano ancora prevalentemente sull'utilizzo esclusivo del cartaceo (Tavola 3.1).

Il confronto tra il 2019 e il 2020 mostra però come nel primo anno della pandemia qualcosa sia cambiato: sono aumentati non solo i lettori di *ebook*, ma anche i lettori che hanno letto solo *ebook* (dal 7,9 per cento al 9,4 per cento) e quelli che hanno combinato diversi supporti (dal 14,7 per cento al 16,6 per cento) a fronte di una diminuzione dei lettori che dichiarano di aver letto solo libri cartacei (dal 77,2 per cento al 73,6 per cento) (Tavola 3.1).

Tavola 3.1 - Lettori di libri di 6 anni e più per tipo di dispositivo usato per leggere. Anni 2015-2020 (a) (valori percentuali e valori in migliaia)

LETTORI	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Per 100 persone						
Hanno letto libri	42,0	40,5	41,0	40,6	40,0	41,4
Hanno letto libri cartacei	-	-	-	37,3	36,7	37,2
Hanno letto <i>ebook</i> /libri online	7,1	7,3	7,5	8,4	8,7	10,1
Hanno ascoltato audio libri	-	-	-	0,8	1,1	1,8
Hanno letto solo libri cartacei	-	-	-	31,8	30,9	30,5
Hanno letto solo <i>ebook</i> /libri online	-	-	-	3,2	3,2	3,9
Hanno letto libri cartacei insieme a <i>ebook</i> /libri online e/o ascolto di audiolibri oppure <i>ebook</i> /libri online e ascolto di audiolibri	-	-	-	5,5	5,9	6,9
Per 100 lettori						
Hanno letto libri cartacei	-	-	-	91,9	91,7	89,9
Hanno letto <i>ebook</i> /libri online	14,9	15,9	16,4	20,6	21,7	24,5
Hanno ascoltato audio libri	-	-	-	2,1	2,7	4,2
Hanno letto solo libri cartacei	-	-	-	78,4	77,2	73,6
Hanno letto solo <i>ebook</i> /libri online	-	-	-	7,9	7,9	9,4
Hanno letto libri cartacei insieme a <i>ebook</i> /libri online e/o ascolto di audiolibri oppure <i>ebook</i> /libri online e ascolto di audiolibri	-	-	-	13,7	14,7	16,6
Dati in migliaia						
Hanno letto libri	24.051	23.180	23.452	23.231	22.898	23.593
Hanno letto libri cartacei	-	-	-	21.339	20.999	21.221
Hanno letto <i>ebook</i> /libri online	3.578	3.693	3.854	4.794	4.964	5.776
Hanno ascoltato audio libri	-	-	-	486	609	999
Hanno letto solo libri cartacei	-	-	-	18.208	17.675	17.375
Hanno letto solo <i>ebook</i> /libri online	-	-	-	1.834	1.812	2.214
Hanno letto libri cartacei insieme a <i>ebook</i> /libri online e/o ascolto di audiolibri oppure <i>ebook</i> /libri online e ascolto di audiolibri	-	-	-	3.170	3.375	3.925

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei dodici mesi precedenti l'intervista.

Si tratta di variazioni che possono essere state favorite anche dalle iniziative messe in campo dagli editori durante il *lockdown* per incentivare l'uso di *ebook* e audiolibri. Gli editori, infatti, per restare vicini alla propria utenza e favorire la lettura di libri con qualsiasi supporto hanno realizzato varie iniziative tra cui la diffusione gratuita di *ebook* (52,9 per cento dei grandi editori e il 26,3 per cento dei medi) e la possibilità di download o ascolto gratuito di audiolibri (29,2 per cento dei grandi editori). Inoltre, quasi un operatore su tre (29,2 per cento) ha ampliato l'offerta di titoli in formato digitale (il 68,6 per cento dei grandi editori)¹⁴.

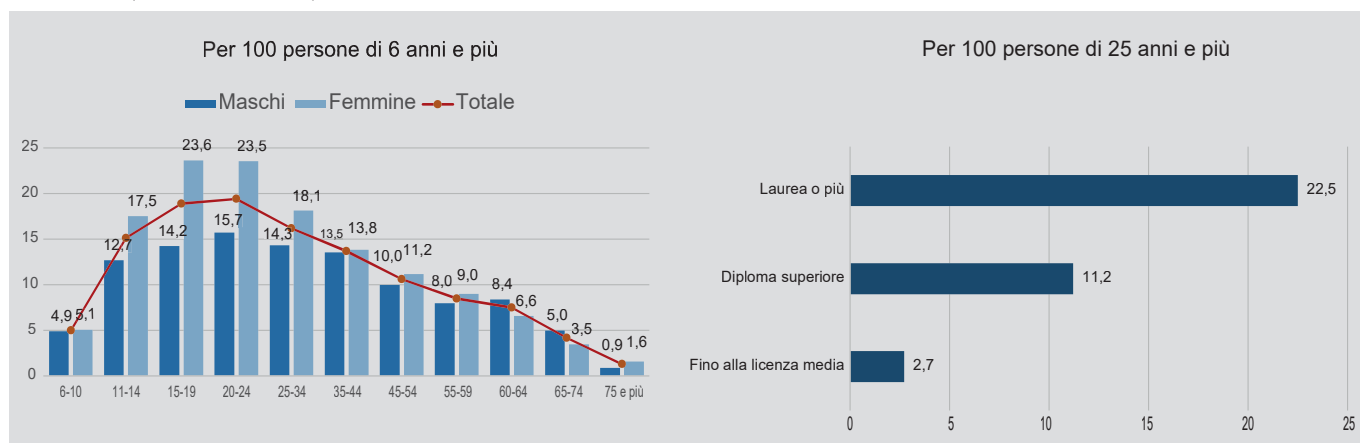
Tra i lettori di *ebook* le differenze di genere sono piuttosto contenute: le lettrici sono il 10,6 per cento a fronte del 9,6 per cento dei lettori. Le differenze di genere si ampliano però nella fascia di età tra gli 11 e i 34 anni. In particolare, tra le ragazze di 15-24 anni la quota di lettrici di *ebook* supera il 23 per cento, mentre tra i ragazzi della stessa età non raggiunge il 16 per cento.

¹⁴ Fonte: Istat (2021).

Maggiori, invece, sono le differenze generazionali poichè la lettura di *ebook* presuppone competenze digitali che non tutti gli anziani possiedono: la quota di lettori di *ebook* si attesta al 19 per cento tra i ragazzi di 15-24 anni mentre scende sotto il 4 per cento tra la popolazione di 65 anni e più (Figura 3.6).

Anche per la lettura di *ebook* si confermano le differenze territoriali e quelle per titolo di studio riscontrate per la quota complessiva dei lettori. Nel Nord i lettori di *ebook* sfiorano il 12 per cento mentre nel Mezzogiorno si fermano all'8 per cento (Figura 3.7). Inoltre se consideriamo la dimensione del comune emerge come ci siano meno lettori di *ebook* nei piccoli comuni fino a 2 mila abitanti (7,9 per cento) rispetto ai comuni centro dell'area metropolitana (13 per cento).

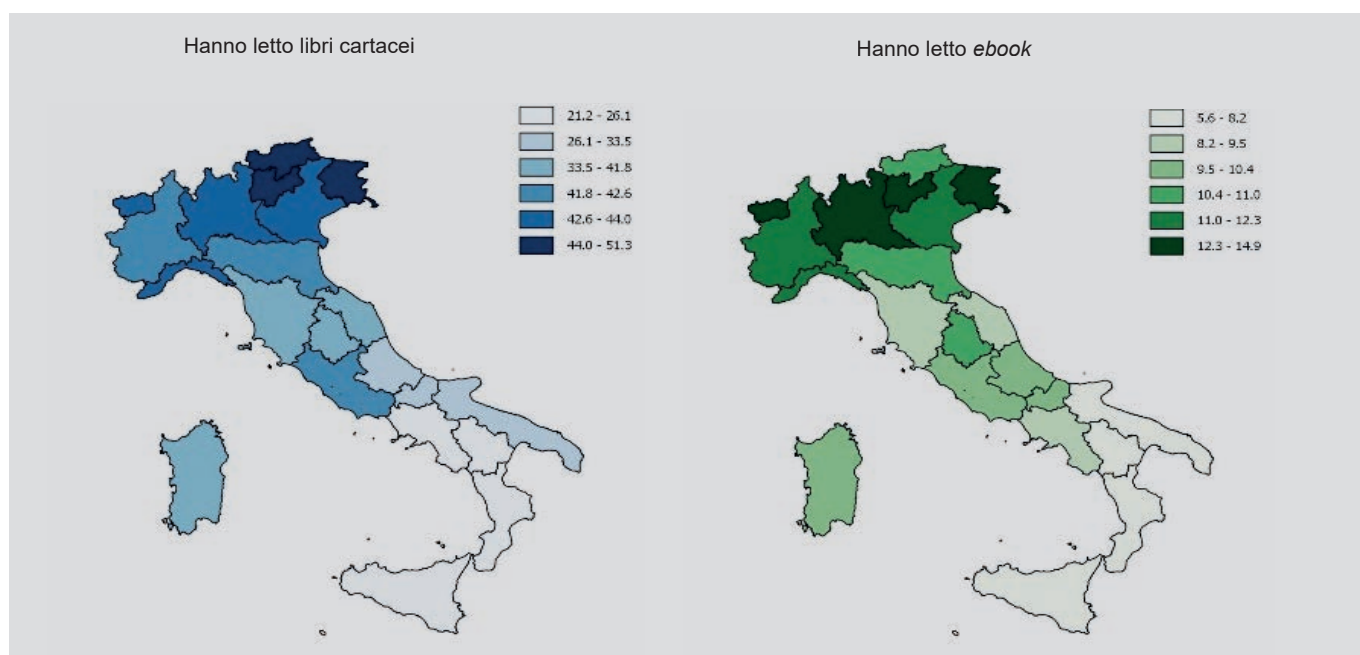
Figura 3.6 - Lettori di *ebook* di 6 anni e più per genere, classe di età e lettori di *ebook* di 25 anni e più per titolo di studio. Anno 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Figura 3.7 - Lettori di 6 anni e più per tipo di dispositivo usato per leggere e regione. Anno 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

3. Lettura di libri e quotidiani

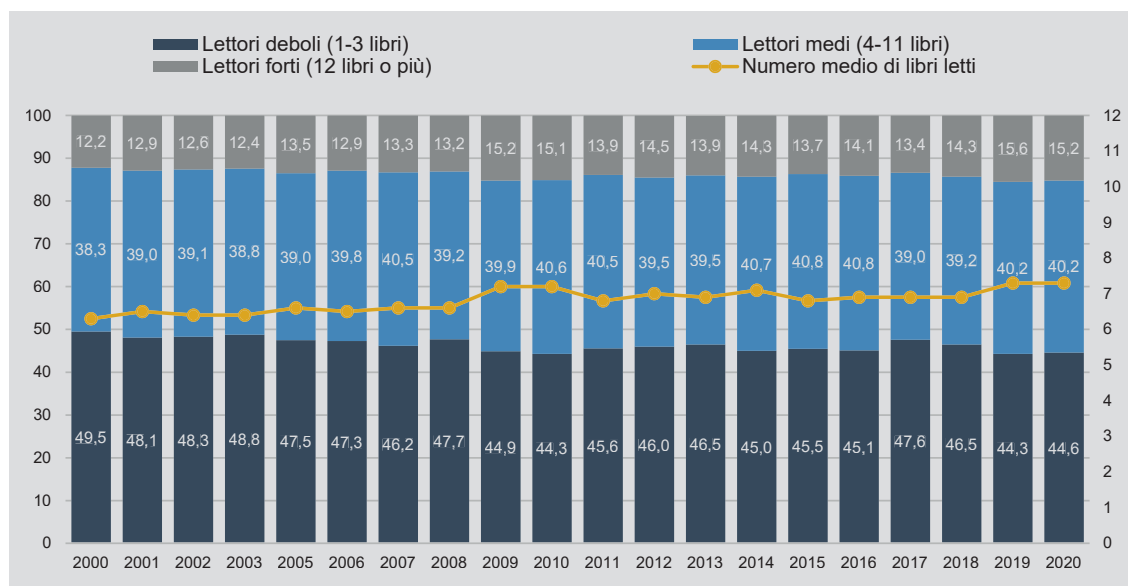
La quota di lettori di *ebook* supera il 22 per cento tra i laureati mentre scende al 2,7 per cento tra le persone che possiedono la licenza media o un titolo di studio inferiore (Figura 3.6).

3.4 Lettori forti e lettori deboli

Uno degli aspetti che contribuisce a delineare il profilo del lettore è il numero dei libri letti in un anno. Anche se la scelta di classificare i lettori in base al numero di libri letti non tiene conto di elementi importanti come il genere di libro letto e il numero delle pagine, indubbiamente alcune indicazioni sono desumibili da questo parametro specialmente se ci si concentra sulle sue classi estreme¹⁵.

Se consideriamo “lettori deboli” coloro che hanno letto da uno a tre libri in un anno, e “lettori forti” quelli che hanno letto 12 o più libri in un anno, si nota come l’universo dei lettori sia polarizzato sulla lettura di un numero piuttosto contenuto di libri: nel 2020 il 44,6 per cento dei lettori è un lettore debole, mentre all’opposto solo il 15,2 per cento dei lettori può essere definito lettore forte. Anche se nell’arco di venti anni si registra un lieve aumento del numero di letti (la quota di lettori forti aumenta di 3 punti percentuali e il numero medio di libri letti in un anno passa da 6,3 del 2000 a 7,3 del 2020), questa crescita non consente di dire che siamo di fronte ad un cambiamento strutturale nel profilo del lettore che continua a rimanere piuttosto debole, confermando un aspetto del rapporto tra la popolazione e il libro noto fin dalle prime indagini Istat sulla lettura (Figura 3.8 e Tavola 3.2).

Figura 3.8 - Lettori di libri di 6 anni e più per numero di libri letti. Anni 2000-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Un altro aspetto che va sottolineato è che le disuguaglianze (di genere, generazione, territoriali e per titolo di studio) che caratterizzano il profilo del lettore si confermano anche rispetto al numero di libri letti: laddove è più alta la quota di lettori, ci sono anche

¹⁵ Istat (1998).

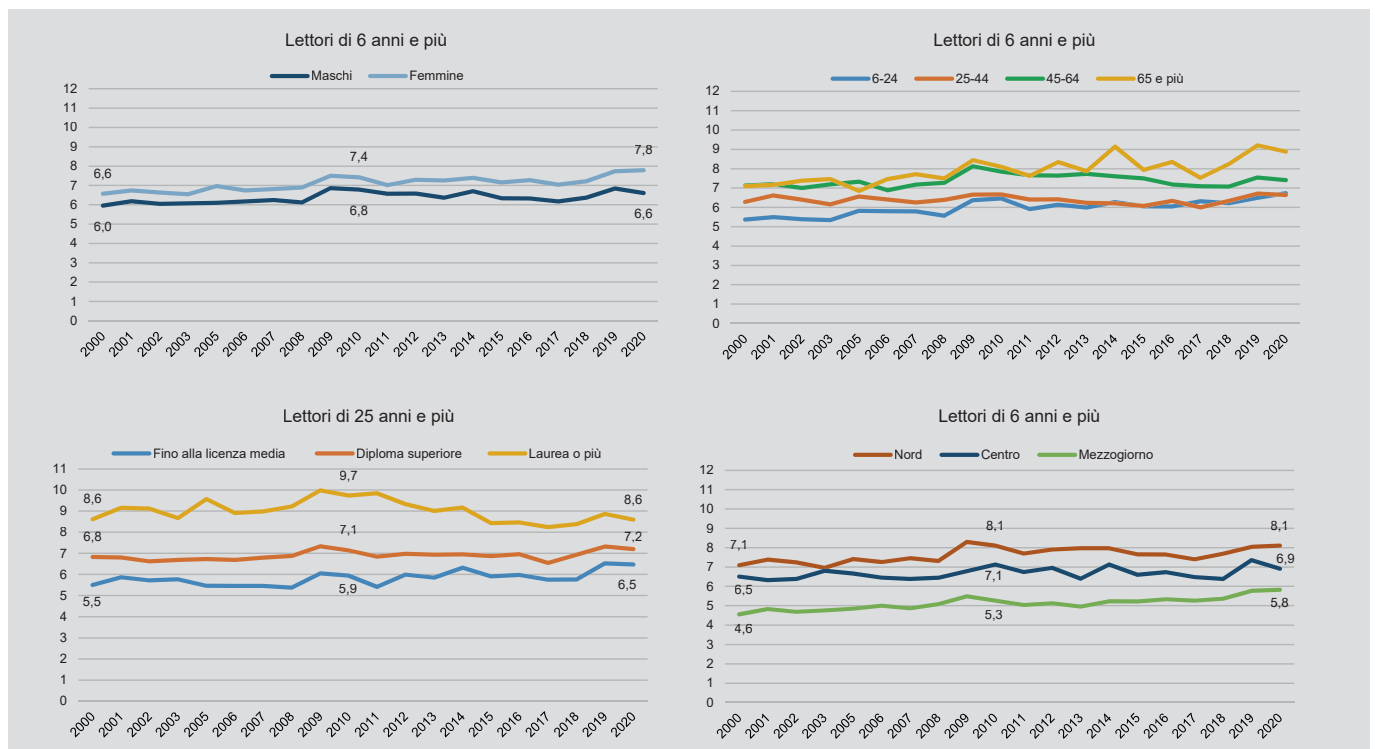
Tavola 3.2 - Lettori di libri di 6 anni e più per numero di libri letti. Anni 2000-2020 (a) (valori in migliaia e valori percentuali)

ANNI	Lettori		Numero di libri letti					
			Lettori deboli (1-3 libri)	Lettori medi (4-11 libri)	Lettori forti (12 o più)	Lettori deboli (1-3 libri)	Lettori medi (4-11 libri)	Lettori forti (12 o più)
	Dati in migliaia	Per 100 persone di 6 anni e più	Per 100 persone di 6 anni e più			Per 100 lettori di 6 anni e più		
2000	20.621	38,6	19,1	14,8	4,7	49,5	38,3	12,2
2001	21.851	40,9	19,7	15,9	5,3	48,1	39,0	12,9
2002	22.190	41,4	20,0	16,2	5,2	48,3	39,1	12,6
2003	22.315	41,3	20,2	16,0	5,1	48,8	38,8	12,4
2005	23.175	42,3	20,1	16,5	5,7	47,5	39,0	13,5
2006	24.286	44,1	20,9	17,5	5,7	47,3	39,8	12,9
2007	23.895	43,1	19,9	17,5	5,7	46,2	40,5	13,3
2008	24.596	44,0	21,0	17,2	5,8	47,7	39,2	13,2
2009	25.349	45,1	20,2	18,0	6,9	44,9	39,9	15,2
2010	26.448	46,8	20,7	19,0	7,1	44,3	40,6	15,1
2011	25.499	45,3	20,7	18,4	6,3	45,6	40,5	13,9
2012	26.046	46,1	21,2	18,2	6,7	46,0	39,5	14,5
2013	24.494	43,1	20,0	17,0	6,0	46,5	39,5	13,9
2014	23.768	41,4	18,6	16,9	5,9	45,0	40,7	14,3
2015	24.051	42,0	19,1	17,1	5,8	45,5	40,8	13,7
2016	23.180	40,5	18,3	16,5	5,7	45,1	40,8	14,1
2017	23.452	41,0	19,5	16,0	5,5	47,6	39,0	13,4
2018	23.231	40,6	18,9	15,9	5,8	46,5	39,2	14,3
2019	22.898	40,0	17,7	16,1	6,2	44,3	40,2	15,6
2020	23.593	41,4	18,5	16,6	6,3	44,6	40,2	15,2

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei dodici mesi precedenti l'intervista.

Figura 3.9 - Lettori di libri di 6 anni e più per numero medio di libri letti, genere, classe di età, ripartizione geografica e lettori di libri di 25 anni e più per titolo di studio. Anni 2000-2020 (a) (numero medio)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

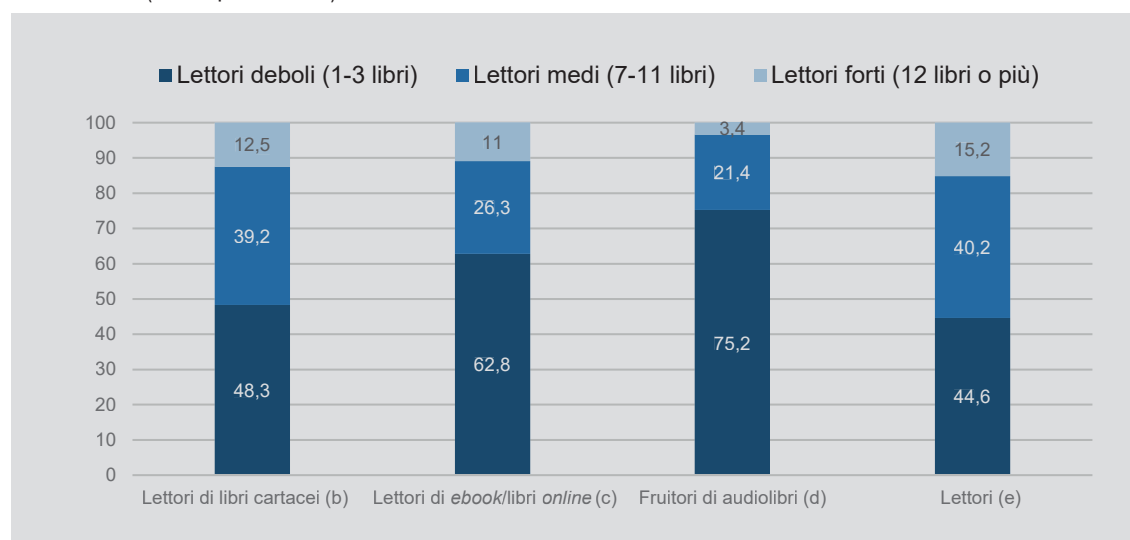
3. Lettura di libri e quotidiani

lettori più assidui. Ci sono più donne lettrici che leggono in media più libri in un anno rispetto agli uomini (7,8 libri letti rispetto a 6,6), sono gli uomini ad avere il primato in termini di lettori deboli (48,5 per cento rispetto al 41,8 per cento delle lettrici). All'opposto tra le lettrici è più alta la quota di chi ha letto 12 o più libri in un anno (16,7 per cento rispetto al 13,3 per cento) (Figura 3.9).

Nel 2020, nel Nord i lettori hanno letto in media 8,1 libri in un anno, mentre nel Mezzogiorno il numero scende a 5,8; tra i laureati il numero medio si attesta a 8,6, mentre tra chi possiede la licenza media o un titolo di studio inferiore il valore scende a 6,5.

L'unica eccezione è rappresentata dall'età: in questo caso i lettori più assidui si riscontrano tra gli anziani di 65 anni e più (in media 8,9 libri in un anno, mentre nella fascia 6-24 il valore scende a 6,7). Quindi, al crescere dell'età diminuisce la quota di popolazione che si dedica alla lettura nel tempo libero, ma tra i pochi che vi si dedicano ci sono molti più lettori assidui rispetto a quanto accade tra i giovani (Figura 3.9).

Figura 3.10 - Lettori di libri di 6 anni e più per numero di libri letti e tipo di supporto utilizzato. Anno 2020 (a)
(valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei 12 mesi precedenti l'intervista.

(b) Per 100 lettori di libri cartacei.

(c) Per 100 lettori di ebook/libri online.

(d) Per 100 fruitori di audiolibri.

(e) Per 100 lettori.

La quota dei lettori deboli è trasversale rispetto al supporto utilizzato per leggere e aumenta man mano che ci si sposta sui supporti meno diffusi: se, infatti, tra i lettori di libri cartacei il 48,3 per cento ha letto al massimo 3 libri in un anno, tra i lettori di *ebook*/libri *online* la quota sale al 62,8 per cento e raggiunge il 75,2 per cento tra coloro che hanno ascoltato audiolibri (Figura 3.10).

3.5 Lettura di libri e uso di nuove tecnologie

Negli ultimi dieci anni, parallelamente al calo della quota dei lettori di libri, abbiamo assistito a una diffusione massiccia delle nuove tecnologie e a un loro uso sempre più intensivo, soprattutto tra le giovani generazioni.

Queste tecnologie offrono non solo nuove opportunità di impiegare il tempo ma anche nuove opportunità di leggere. Infatti, se è vero che la quota di lettori di libri è diminuita è pur vero che oggi leggiamo molto di più rispetto a qualche anno fa perché il digitale ha imposto come codice di comunicazione la parola scritta.

Tutto ciò ha comportato due grandi cambiamenti nel rapporto tra la popolazione e la lettura. Il primo è relativo all'oggetto della lettura: oggi più di ieri la popolazione (in particolare quella più giovane) impiega il proprio tempo nella lettura di testi brevi contenuti in rete: le email, gli articoli di un sito, i post di un blog, i messaggi su Facebook, i tweet, gli sms, i messaggi scambiati su WhatsApp.

Il secondo, invece, riguarda la diffusione di nuove modalità di lettura: le nuove tecnologie hanno favorito il diffondersi di un modo di leggere più breve, veloce e discontinuo, in un succedersi di lettura ora rapida ora lenta. La lettura intesa in senso tradizionale, lineare e progressiva, infatti è stata affiancata da una lettura modello *zapping* che spazia dai messaggi WhatsApp, alle email, agli articoli sui quotidiani *online*, agli *ebook*, alla ricerca (e quindi lettura) di informazioni di qualsiasi tipo sul web¹⁶.

Leggere un tweet o un sms è, però, un'attività molto diversa da quella di leggere un libro. La lettura, intesa in senso tradizionale, lineare e progressiva così come è la lettura di un libro richiede tempo e concentrazione, ma la concentrazione sfugge perché siamo continuamente attratti e distratti da nuovi stimoli digitali¹⁷.

I dati mostrano come tra il 2010 e il 2020, a fronte di un calo di 5,4 punti percentuali della quota di lettori di libri, l'uso delle nuove tecnologie sia molto cresciuto: la quota di utenti quotidiani di Internet è aumentata di quasi 33 punti percentuali (dal 26,4 per cento al 59 per cento) e di oltre 44 punti percentuali tra i ragazzi di 11-14 anni (dal 32,8 per cento al 76,9 per cento). Forti incrementi si sono registrati anche tra i giovani di 15-24 anni che nel 2020, come nel 2010, si confermano i maggiori fruitori (oltre l'87 per cento)¹⁸ (Figura 3.11).

Inoltre dal 2014 l'uso quotidiano di Internet ha superato quello del pc. Si tratta di un dato interessante che conferma come oramai il collegamento ad Internet sia svincolato dalla fisicità del computer e ciò grazie a molti altri dispositivi portatili che ne garantiscono l'accesso da ogni luogo. Nel 2020 la quota di utenti quotidiani di Internet si attesta al 59 per cento, oltre 25 punti percentuali in più rispetto alla quota di utenti quotidiani del pc (33,4 per cento); inoltre il 57,5 per cento della popolazione si è collegata ad Internet con un dispositivo diverso dal pc (telefono cellulare, smartphone o altri dispositivi mobili), una quota che tra i giovani supera l'87 per cento.

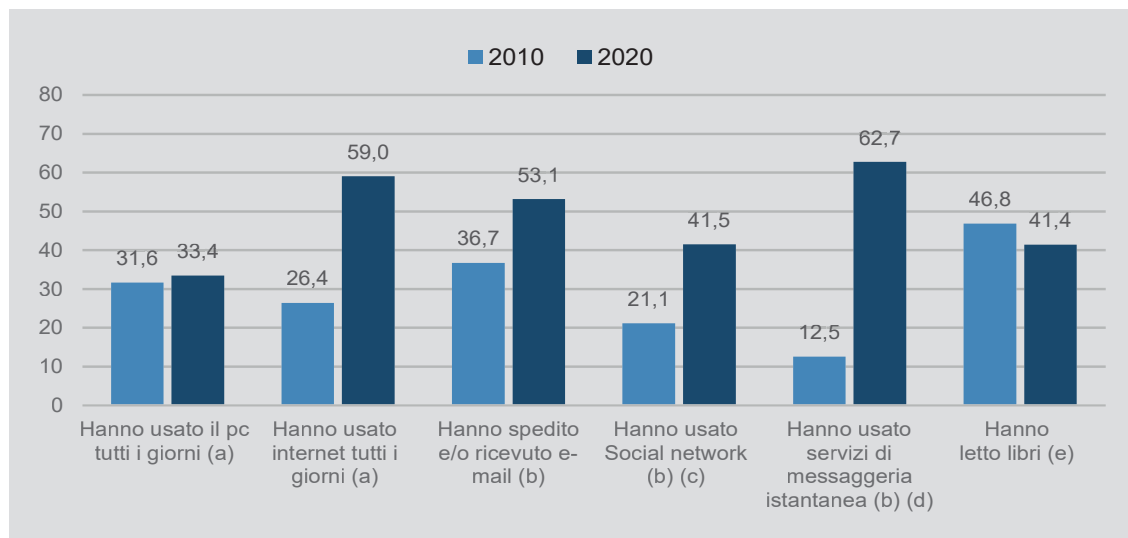
Le nuove tecnologie hanno assunto un ruolo sempre più importante anche nella comunicazione tra gli individui. Tra il 2010 e il 2020, infatti, la quota di popolazione che dichiara di aver utilizzato Internet nei 3 mesi precedenti l'intervista per spedire o ricevere email è passato dal 36,7 per cento al 53,1 per cento e l'uso dei *social network* (ad esempio, creare un profilo utente, postare testi o foto o altri contributi su Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat) dal 21,1 per cento al 41,5 per cento, mentre l'uso di servizi di messaggiera istantanea (come WhatsApp, Skype, Viber, Snapchat) ha registrato una crescita ancora maggiore, passando dal 12,5 per cento al 62,7 per cento (Figura 3.11).

16 Mikics (2015), Solimine (2020).

17 Raffaele Simone afferma che la *mediasfera* esalta l'interruzione rispetto alla concentrazione, David Mikics parla di una continua distrazione (definendola «distrazione digitale») che alimenta la parcellizzazione dell'attenzione. Sullo stesso tema riflette anche Alberto Contri il quale sottolinea che il Web ci espone a una connessione permanente che ci rende sempre disponibili ad ogni forma di interruzione. Simone (2012), Mikics (2015), Contri (2017).

18 L'analisi sull'uso delle nuove tecnologie è stata effettuata utilizzando come fonte l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana", <https://www.istat.it/it/archivio/91926>.

Figura 3.11 - Persone di 6 anni e più che hanno usato il pc, hanno usato Internet, hanno svolto alcune attività su Internet e hanno letto libri. Anni 2010 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Nei dodici mesi precedenti l'intervista.

(b) Nei tre mesi precedenti l'intervista.

(c) Ad esempio hanno creato un profilo utente, postato testi o foto o altri contributi, nei tre mesi precedenti l'intervista.

(d) WhatsApp, Skype, Viber, Snapchat.

(e) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei dodici mesi precedenti l'intervista.

Soprattutto tra le giovani generazioni le nuove modalità di comunicazione che Internet offre sono diventate di uso quotidiano, modificando il loro modo di trascorrere il tempo libero ma anche il loro modo di relazionarsi, di informarsi e di studiare. Nel 2020, il 75 per cento dei ragazzi di 15-19 anni e oltre il 78 per cento di quelli di 20-34 anni dichiara di utilizzare le email, quasi 8 giovani di 15-24 anni su 10 dichiarano di utilizzare i *social network* (78 per cento) e quasi 9 su 10 di utilizzare i servizi di messaggia istantanea (88 per cento) (Figura 3.12).

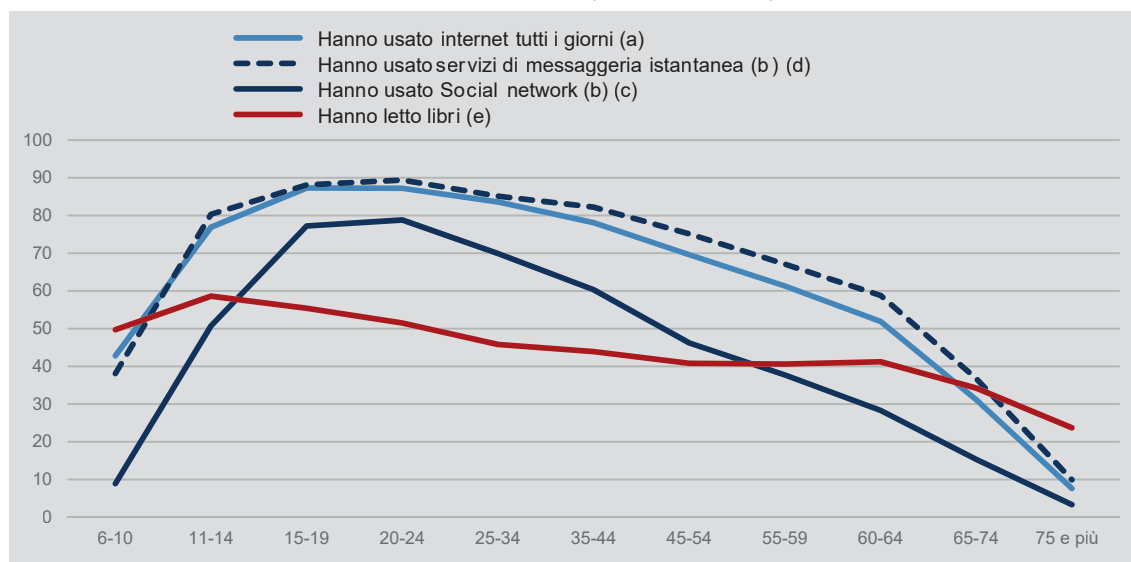
Che effetti ha avuto e avrà tutto ciò sulla lettura di libri? I dati disponibili ci dicono che in passato non esisteva un circolo vizioso tra lettura e uso delle nuove tecnologie, ma piuttosto un circolo virtuoso che favoriva un rinforzo reciproco nell'uso dei vari media¹⁹ e questo rinforzo reciproco si conferma ancora oggi.

Nel 2020, infatti, tra i lettori di libri si riscontrano quote più alte di fruitori delle nuove tecnologie rispetto ai non lettori: il 75,8 per cento dei lettori di libri usa Internet tutti i giorni rispetto al 47,2 per cento dei non lettori; il 78,3 per cento usa messaggia istantanea, mentre tra i non lettori la quota si ferma al 51,6 per cento; il 53,9 per cento usa i *social network* rispetto a 32,7 per cento dei non lettori.

Quello che i dati non consentono di stabilire è se esiste una relazione di causa-effetto tra diffusione delle nuove tecnologie e diminuzione della quota di lettori di libri. Non sappiamo, infatti, se coloro che oggi si dichiarano non lettori, lo sono stati in passato e, se lo erano, non sappiamo le motivazioni che li hanno portati ad allontanarsi dal libro. Non sappiamo se i non lettori non leggono perché sono impegnati nell'uso di tablet e smartphone e nelle molteplici attività che questi dispositivi consentono.

¹⁹ Morrone A., M.Savioli (2008).

Figura 3.12 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet, servizi di messaggiera istantanea, social network, hanno letto libri per classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Nei dodici mesi precedenti l'intervista.

(b) Nei tre mesi precedenti l'intervista.

(c) Ad esempio hanno creato un profilo utente, postato testi o foto o altri contributi, nei tre mesi precedenti l'intervista.

(d) WhatsApp, Skype, Viber, Snapchat.

(e) Hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali nei dodici mesi precedenti l'intervista.

3.6 La lettura di quotidiani negli ultimi venti anni

Negli ultimi venti anni la lettura di quotidiani ha registrato una forte diminuzione solo parzialmente attutita dalla diffusione della lettura dei quotidiani *online*²⁰. Per tutta la prima metà degli anni 2000 la quota di lettori di quotidiani è rimasta pressoché stabile attestandosi tra il 61 per cento e il 63 per cento, ma dal 2008 in poi è iniziato un *trend* decrescente che in soli 8 anni ha fatto registrare una perdita di oltre 4 milioni di lettori, portando nel 2015 la quota sotto il 51 per cento, il valore più basso di tutta la serie storica²¹ (Figura 3.13). Dopo la lieve ripresa registrata nel 2016²², dal 2017 i lettori di quotidiani hanno ripreso a diminuire anche se ad un ritmo più attenuato rispetto al periodo precedente. Il *trend* decrescente si è interrotto nel 2020, l'anno della pandemia, quando la quota di lettori si è stabilizzata al 51,6 per cento (per un totale di 26 milioni 800 mila lettori).

20 La Fieg sottolinea come nel periodo 2013-2018 le copie digitali dei quotidiani abbiano avuto una diffusione limitata nonostante le promozioni e gli abbonamenti scontati con i quali sono state proposte ai lettori. All'inizio del 2013, le copie digitali diffuse giornalmente erano poco più di 200 mila, nel 2018 si arriva a poco più di 350 mila copie, con un incremento solo del 9,0 per cento rispetto al 2017. Fonte: Osservatorio tecnico "Carlo Lombardi" per i quotidiani e le agenzie di informazione (2019).

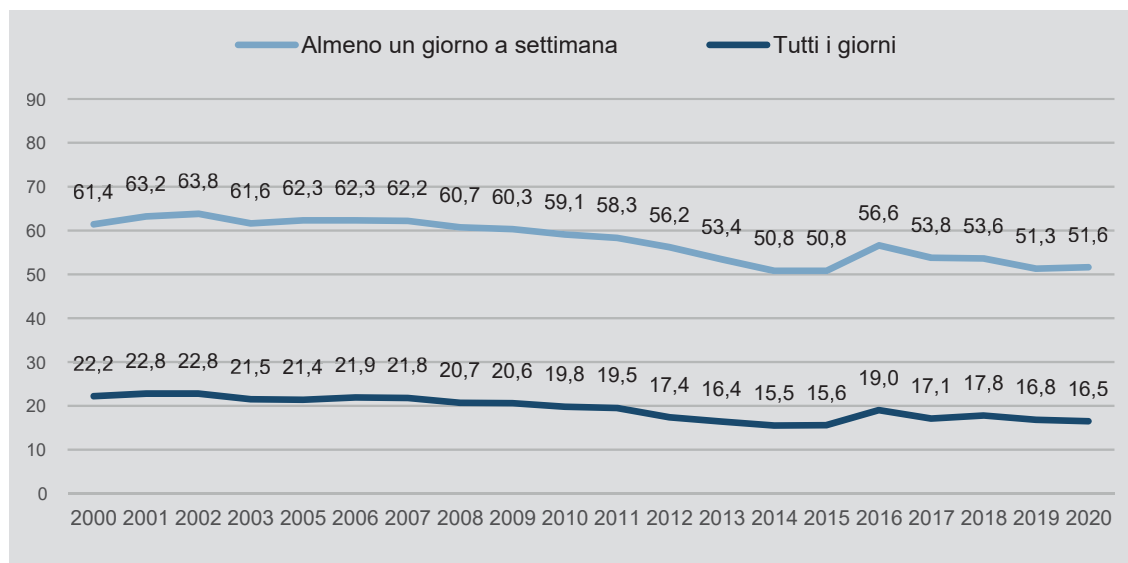
21 L'analisi sui lettori di quotidiani è stata effettuata utilizzando come fonte l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana", <https://www.istat.it/it/archivio/91926>.

22 A partire dal 2016 l'Istat ha inserito nell'Indagine Aspetti della vita quotidiana un nuovo quesito sulla lettura di quotidiani *online*. Accanto al quesito storico "Legge quotidiani almeno una volta a settimana?", ha inserito il quesito "Legge quotidiani *online* almeno una volta a settimana?". L'inserimento di questo nuovo quesito ha fatto registrare un recupero di 5,8 punti percentuali della quota di lettori evidenziando come ci sia una quota di popolazione che pur leggendo quotidiani *online* alla prima domanda "Legge quotidiani almeno una volta a settimana?", risponde di no e solo alla domanda aggiuntiva sulla lettura *online* risponde di sì. Si tratta di un'area grigia di non percezione di se come lettori che emerge solo quando il termine *online* viene esplicitato nel testo della domanda. Nel 2020 si tratta di 8 milioni 594 mila lettori di 15 anni e più, il 16,5 per cento sul totale della popolazione di 15 anni e più. Una tendenza che è andata aumentando nel tempo (erano 4 milioni e 732 mila nel 2016, il 9,1 per cento).

3. Lettura di libri e quotidiani

Il calo di interesse della popolazione per la lettura di quotidiani è avvenuto contestualmente alla diffusione di nuove modalità con cui le persone possono informarsi. La diffusione di Internet, infatti, ha favorito la nascita *social network*, *blog*, *newsgroup* e *forum* di discussione *online* il cui uso è diventato sempre più diffuso facendo perdere ai quotidiani il loro primato come mezzo di informazione. Ad esempio, tra il 2015 e il 2020 la quota di popolazione

Figura 3.13 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più. Anni 2000-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana (dal 2016 vengono consideranti anche i quotidiani *online*).

Tavola 3.3 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per frequenza di lettura. Anni 2000-2020 (a) (valori in migliaia e valori percentuali)

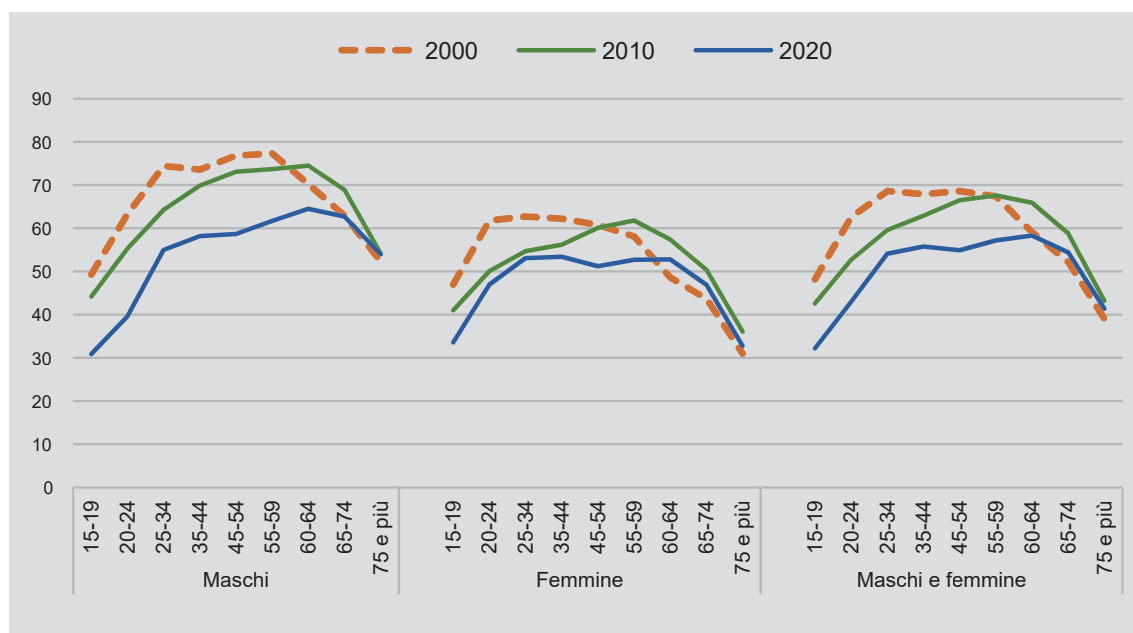
ANNI	Lettori		Frequenza di lettura			
	Dati in migliaia	Per 100 persone di 15 anni e più	5 giorni o più		di cui tutti i giorni	
			Per 100 persone di 15 anni e più		Per 100 lettori di 15 anni e più	
2000	29.695	61,4	25,8	22,2	42,1	36,2
2001	30.602	63,2	26,6	22,8	42,1	36,0
2002	31.064	63,8	26,4	22,8	41,3	35,7
2003	30.212	61,6	25,3	21,5	41,1	34,9
2005	30.997	62,3	25,0	21,4	40,2	34,4
2006	31.181	62,3	25,5	21,9	40,9	35,1
2007	31.313	62,2	25,6	21,8	41,2	35,1
2008	30.834	60,7	24,9	20,7	41,0	34,0
2009	30.866	60,3	24,5	20,6	40,6	34,2
2010	30.409	59,1	23,5	19,8	39,7	33,5
2011	29.858	58,3	23,0	19,5	39,4	33,5
2012	28.876	56,2	20,8	17,4	37,0	31,0
2013	27.620	53,4	19,5	16,4	36,5	30,7
2014	26.517	50,8	18,7	15,5	36,8	30,5
2015	26.496	50,8	18,6	15,6	36,7	30,7
2016	29.497	56,6	23,0	19,0	40,7	33,6
2017	28.062	53,8	20,5	17,1	38,1	31,7
2018	27.913	53,6	21,2	17,8	39,6	33,2
2019	26.731	51,3	20,0	16,8	39,0	32,7
2020	26.795	51,6	19,6	16,5	38,1	31,9

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana (dal 2016 vengono consideranti anche i quotidiani *online*).

di 15 anni e più che dichiara di informarsi dei fatti della politica italiana tramite i quotidiani è diminuita di quasi 8 punti percentuali (dal 30,6 per cento al 23,0 per cento), mentre, nello stesso periodo, è raddoppiata la quota di popolazione che dichiara di informarsi di politica tramite i *social network* (ad esempio Facebook, Twitter, Myspace, eccetera) e/o tramite blog, newsgroup e forum di discussione *online* (dal 10,8 per cento al 21,8 per cento). Se nel 2015 la quota di chi si informava tramite i quotidiani era 20 punti percentuali più alta di quella di coloro che utilizzavano *social network* e blog (30,6 per cento rispetto al 10,8 per cento), nel 2020 la distanza si è quasi totalmente annullata (23,0 per cento e 21,8 per cento).

Figura 3.14 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per genere e classe di età. Anni 2000, 2010 e 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana (nel 2020 sono inclusi anche i quotidiani *online*).

Tra il 2000 e il 2019 i lettori di quotidiani diminuiscono sia tra i maschi sia tra le femmine, ma tra i primi la diminuzione è molto più accentuata (-12 p.p. contro i -8,3 p.p. delle femmine) (Figure 3.14 e 3.15). I lettori diminuiscono in tutte le fasce di età tra i 15 e i 59 anni e, in particolare, tra i 15 e i 34 anni (-18 p.p. circa), mentre le perdite sono nulle tra la popolazione di 60 anni e più. Nel Centro-Nord la quota di lettori diminuisce di circa 11 p.p., mentre nelle regioni del Mezzogiorno le perdite sono più contenute (-7,7 p.p.). La diminuzione è trasversale per titolo di studio anche se più accentuata tra i diplomati (Figura 3.15).

Nel 2020, l'anno di inizio della pandemia, a fronte di una quota complessiva di lettori che è rimasta stabile rispetto al 2019, si colgono però alcuni segnali positivi. La quota di lettori, infatti, registra una lieve crescita tra le donne (+1,5 punti percentuali rispetto al 2019), tra i giovani di 25-34 anni (+4,4 p.p.), tra i diplomati (2,2 p.p.) e la popolazione residente nel Nord (+1,4 p.p.) (Figura 3.15).

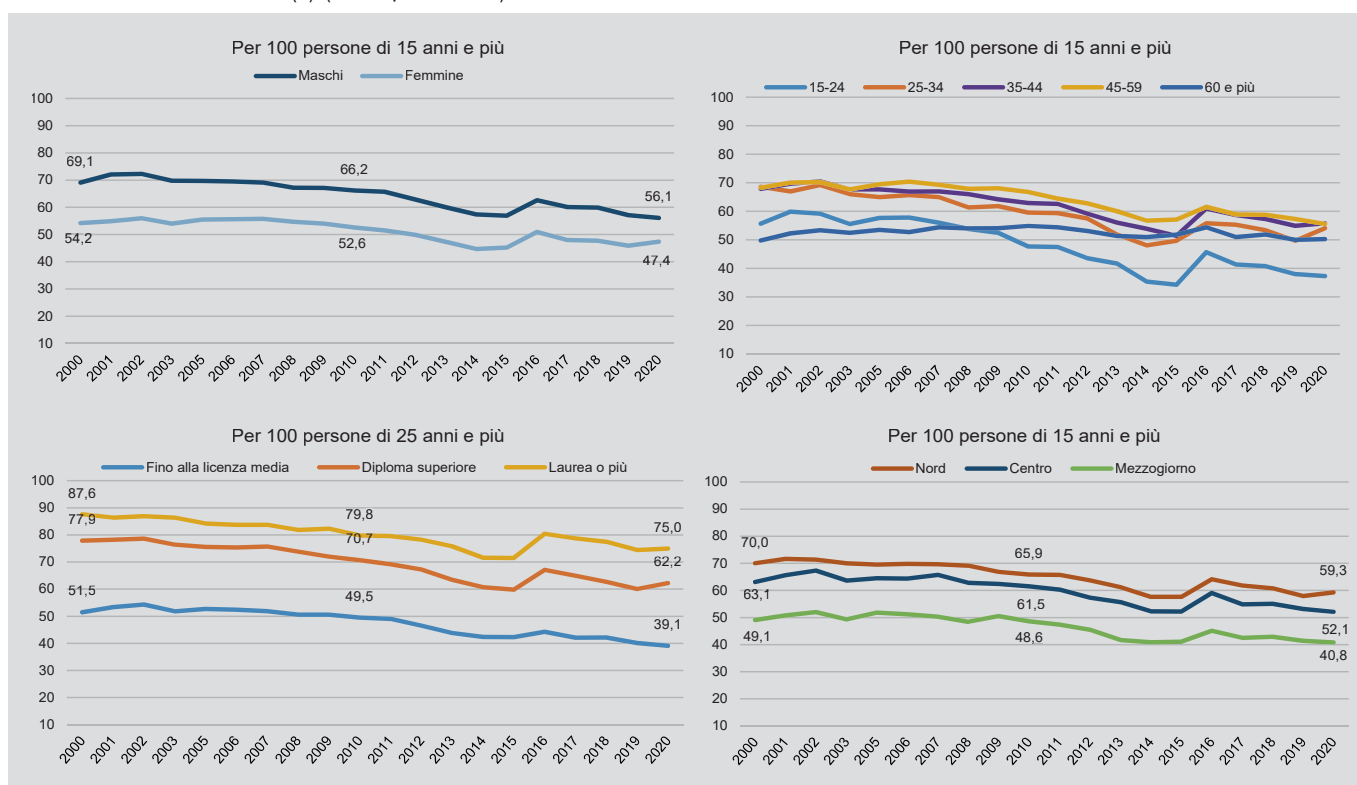
I cambiamenti intervenuti negli ultimi venti anni hanno determinato una riduzione consistente delle differenze di genere e una lieve riduzione di quelle territoriali che non possono però essere interpretate positivamente perché sono dovute alla diminuzione dei lettori di quotidiani là dove le quote erano più alte (tra gli uomini e nelle regioni del Centro-nord). Al contrario, aumentano in modo marcato le differenze generazionali per effetto della diminuzione più forte dei lettori tra i giovani di 15-24 anni, cioè laddove le quote erano già molto più basse.

Così nel 2020 la percentuale dei lettori continua ad essere ancora quasi 9 punti percentuali più alta di quella delle lettrici (il 56,1 per cento rispetto al 47,4 per cento), ma la distanza era di quasi 15 punti percentuali nel 2000.

La distanza tra la quota di lettori di 15-24 anni e quella degli adulti di 45-59 anni è di oltre 18 punti percentuali, ma era di 12,6 punti nel 2000 quando la quota di giovani lettori era molto più alta.

La quota di lettori è 18,5 punti percentuali più alta nelle regioni del Nord rispetto a quelle del Mezzogiorno (il 59,3 per cento rispetto al 40,8 per cento) e la distanza era solo di poco più alta nel 2000 (quasi 21 punti). Esistono quasi 36 punti di distanza tra i laureati e coloro che possiedono al massimo la licenza media o un titolo di studio inferiore (75,0 per cento rispetto al 39,1 per cento), la stessa distanza che si riscontrava nel 2000 (Figura 3.15).

Figura 3.15 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per genere, classe di età, ripartizione geografica e lettori di 25 anni e più per titolo di studio. Anni 2000-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana.

(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana (dal 2016 vengono considerati anche i quotidiani *online*).

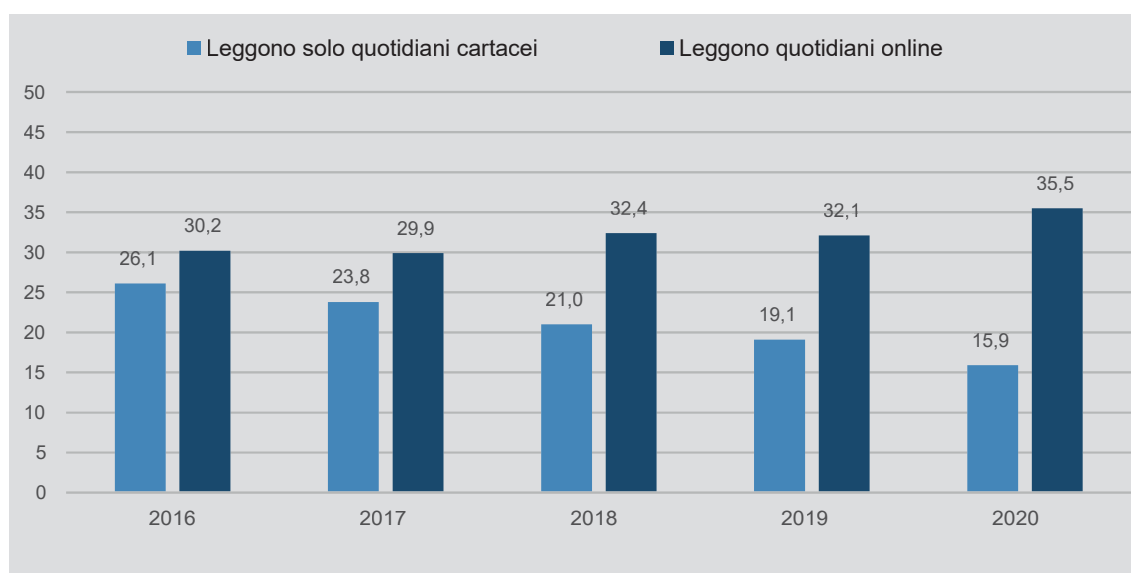
3.7 Le preferenze dei lettori: tra quotidiani cartacei e quotidiani *online*

Negli ultimi anni sta aumentando l'interesse della popolazione verso la lettura dei quotidiani *online*. L'analisi dei dati relativi al periodo 2016-2019 mostra, infatti, una crescita della quota di popolazione che dichiara di leggerli e una contestuale diminuzione della quota di coloro che leggono solo quotidiani cartacei.

Questa tendenza si è accentuata nel 2020 con la pandemia che ha favorito la lettura dei quotidiani *online* a discapito di quelli cartacei. Nel 2020, infatti, a fronte di una quota complessiva di lettori di quotidiani che è rimasta stabile rispetto al 2019, si consolidano i

cambiamenti in atto: aumenta di 3 punti percentuali la lettura di quotidiani *online* (dal 32,1 per cento del 2019 al 35,5 per cento) e diminuisce ulteriormente la quota di popolazione che dichiara di leggere solo quotidiani cartacei (dal 19,1 per cento del 2019 al 15,9 per cento) (Figura 3.16).

Figura 3.16 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per tipo di supporto utilizzato. Anni 2016-2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana.

Se si analizzano le preferenze dei lettori di quotidiani rispetto ai supporti si nota come negli ultimi cinque anni i gusti dei lettori si siano profondamente modificati, spostandosi in modo massiccio dal cartaceo all'*online*. Nel 2020, infatti, quasi sette lettori su dieci hanno letto quotidiani *online*, mentre solo tre lettori su dieci hanno dichiarato di avere letto esclusivamente quotidiani cartacei. La quota di questi ultimi è molto diminuita dal 2016 al 2020, passando dal 46 per cento al 30,8 per cento, all'opposto la quota dei lettori di quotidiani *online* ha registrato in questo arco temporale una crescita consistente passando dal 53,4 per cento al 68,9 per cento (Tavola 3.4).

Tavola 3.4 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per tipo di supporto utilizzato. Anni 2016-2020 (a) (valori percentuali)

Anni	Leggono solo quotidiani cartacei	Leggono quotidiani <i>online</i>	Leggono solo quotidiani cartacei	Leggono quotidiani <i>online</i>
	Per 100 persone di 15 anni e più		Per 100 lettori di quotidiani di 15 anni e più	
2016	26,1	30,2	46,0	53,4
2017	23,8	29,9	44,2	55,5
2018	21,0	32,4	39,2	60,6
2019	19,1	32,1	37,1	62,5
2020	15,9	35,5	30,8	68,9

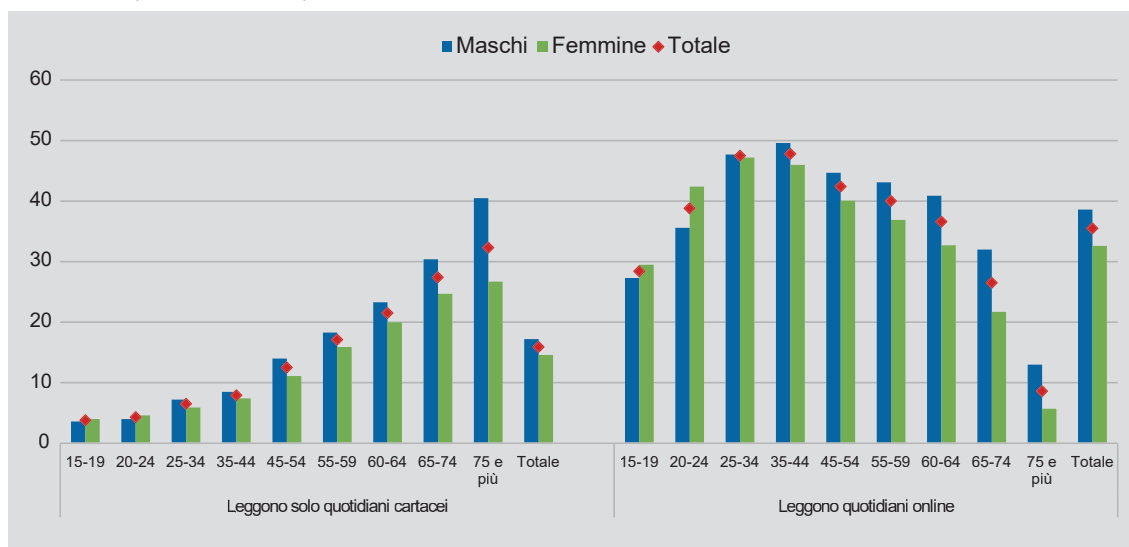
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana.

La lettura di quotidiani *online* è più diffusa tra i maschi (il 38,6 per cento rispetto al 32,6 per cento delle femmine), ad eccezione delle fascia di età tra i 15-24 anni in cui le ragazze mostrano un interesse maggiore rispetto a quello dei loro coetanei. Rispetto all'età, le quote più alte di lettori si riscontrano tra la popolazione di 20-64 anni (oltre il 47 per cento nella fascia 25-44 anni), le più basse tra i più giovani e la popolazione di 65 anni e più.

3. Lettura di libri e quotidiani

Anche la lettura esclusiva di quotidiani cartacei è più diffusa tra i maschi (17,2 per cento rispetto al 14,6 per cento), ma, diversamente da quanto accade per la lettura dei quotidiani *online*, le differenze di genere si riscontrano solo a partire dai 45 anni e aumentano al crescere dell'età per toccare il valore più alto tra la popolazione di 75 anni e più (il 40,5 per cento dei lettori maschi rispetto al 26,7 per cento delle femmine). La lettura esclusiva di quotidiani cartacei registra un *trend* crescente al crescere dell'età: è poco diffusa tra i giovani e gli adulti fino ai 44 anni (meno di uno su dieci) e raggiunge il valore più alto tra gli anziani di 75 anni e più (il 32,3 per cento) (Figura 3.17).

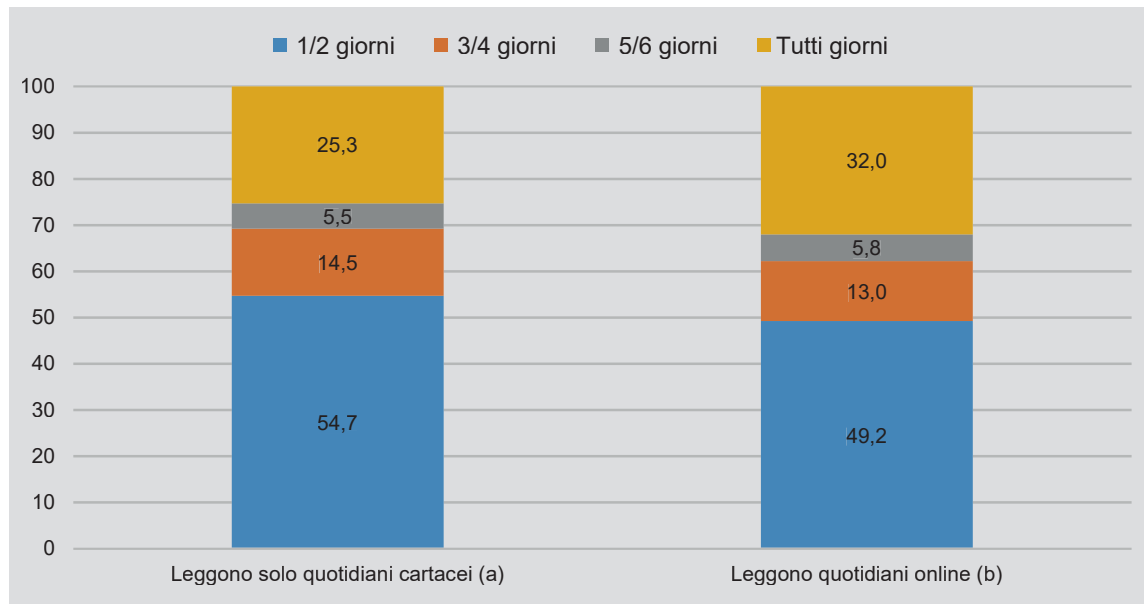
Figura 3.17 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per tipo di supporto utilizzato, genere e classe di età. Anno 2020 (a) (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Hanno letto quotidiani almeno un giorno a settimana.

Come per la lettura di libri nel tempo libero, anche per quella di quotidiani emerge come la metà dei lettori possono essere considerati sporadici e poco assidui avendo dichiarato di aver letto il quotidiano solo uno o due giorni a settimana (il 54,7 per cento di coloro che leggono esclusivamente quotidiani cartacei e il 49,2 per cento dei lettori di quotidiani *online*), mentre solo un quarto di coloro che preferiscono in via esclusiva il quotidiano cartaceo e un terzo dei lettori di quotidiani *online* sono lettori giornalieri (Figura 3.18).

Figura 3.18 - Lettori di quotidiani di 15 anni e più per frequenza di lettura. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
 (a) Per 100 lettori che hanno letto solo quotidiani cartacei.
 (b) Per 100 lettori di quotidiani *online*.

3.8 La lettura di libri, quotidiani e riviste durante la prima e la seconda ondata pandemica

Il 2020 è stato l'anno della pandemia che ha stravolto la quotidianità di tutti noi, impattando fortemente sull'organizzazione delle nostre giornate. In particolare, il *lockdown* di marzo-aprile è stato un evento eccezionale che ha tenuto per due mesi milioni di persone chiuse in casa, ma anche i mesi successivi del 2020, in un'alternanza di aperture e chiusure più o meno stringenti, sono stati ben lontani dalla normalità a cui le persone erano abituate.

Limitate nella possibilità di fruire di attività sportive, culturali e relazionali al di fuori delle mura domestiche molte persone si sono ritrovate ad avere una maggiore quantità di tempo libero da fruire dentro casa. Tra le diverse attività che le persone hanno svolto in questo "tempo ritrovato" anche la lettura ha ricoperto un ruolo importante²³.

Durante il *lockdown* la lettura di libri, quotidiani e riviste ha accompagnato le giornate di più di sei persone su dieci (62,6 per cento delle persone di 18 anni e più), rappresentando la terza attività del tempo libero maggiormente praticata dopo la fruizione di tv-radio (93,6 per cento) e i contatti telefonici/videochiamate con parenti ed amici (74,9 per cento).

Molto di questo interesse verso la lettura è stato catalizzato però dai quotidiani (cartacei e *online*) in quanto mezzi di comunicazione fondamentali, insieme alla radio e alla televisione, per informarsi sugli eventi legati alla pandemia. Il 40,9 per cento della popolazione di 18 anni e più, infatti, dichiara di averli letti in un giorno medio del *lockdown*, mentre è più bassa la quota di coloro che dichiarano di aver letto libri (26,9 per cento) o riviste (16,5 per cento).

Nel corso della seconda ondata epidemica, tra dicembre 2020 e gennaio 2021, emergono chiari segnali di una transizione verso comportamenti più vicini a quelli pre-pandemica. Diminuiscono, infatti, alcune attività di tempo libero che nel *lockdown* si erano intensificate, tra queste la lettura è l'attività che registra la contrazione più forte: la quota di popolazione

²³ L'analisi sui lettori di libri, quotidiani e riviste durante la prima e seconda ondata pandemica è stata effettuata utilizzando come fonte l'indagine Istat "Il diario degli italiani al tempo del COVID-19".

che, in un giorno medio, si è dedicata alla lettura diminuisce di quasi 14 punti percentuali (dal 62,6 per cento al 48,8 per cento), in particolare la lettura di quotidiani perde quasi 9 punti percentuali (40,9 per cento al 32 per cento), quella di libri diminuisce di 6,7 p.p. (dal 26,9 per cento al 20,2 per cento) e quella di riviste perde 5,5 p.p. (dal 16,5 per cento all'11 per cento) (Figura 3.19)²⁴.

Figura 3.19 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria COVID-19 hanno letto libri, quotidiani e riviste. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

In un giorno medio del *lockdown* la popolazione ha continuato a preferire la lettura di libri cartacei (21,6 per cento), mentre la lettura su digitale ha riguardato il 7 per cento delle persone di 18 anni e più. In particolare, la maggior parte delle persone ha letto esclusivamente libri cartacei (19,9 per cento), mentre il 5,3 per cento solo libri su supporto digitale. Soltanto l'1,7 per cento ha letto sia libri cartacei sia *ebook*/libri *online*.

Al contrario per l'accesso all'informazione la popolazione ha preferito la fruizione *online*: il 32,3 per cento della popolazione di 18 anni e più dichiara, infatti, di aver letto quotidiani *online* in un giorno medio del *lockdown*, mentre la quota di coloro che hanno scelto il quotidiano cartaceo si attesta all'11,6 per cento. Nonostante durante il *lockdown* le edicole non siano state sottoposte a chiusura, su tale scelta possono aver influito le limitazioni agli spostamenti che hanno reso più difficile l'acquisto del quotidiano cartaceo.

Nella seconda ondata pandemica diminuisce sia la quota di popolazione di 18 anni e più che in un giorno medio dichiara di aver letto libri cartacei che perde più di 3 p.p. (attestandosi al 18,2 per cento) sia la lettura di *ebook* che perde 2 p.p., (attestandosi al 5,1 per

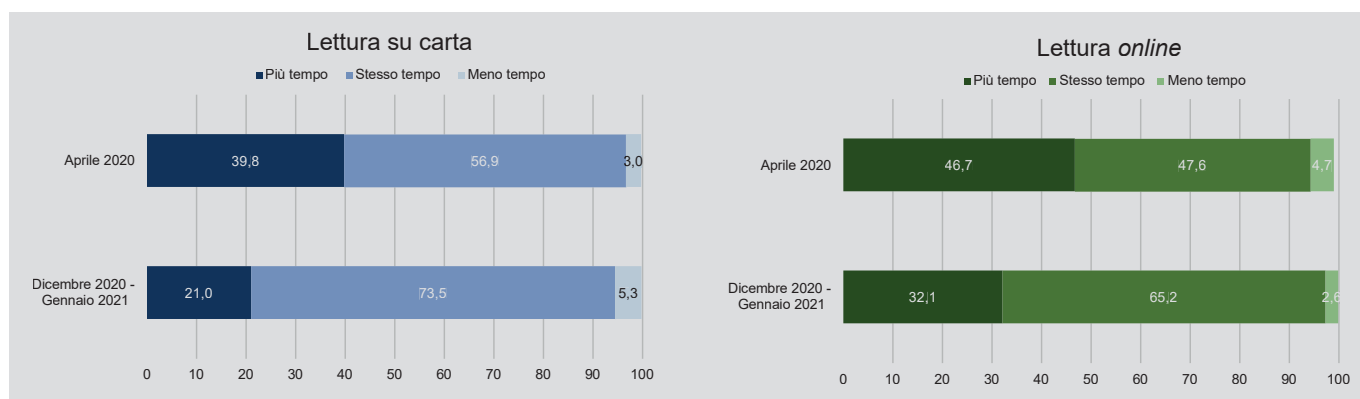
²⁴ Istat (2022).

cento). Diminuisce anche la lettura di quotidiani *online* (-13,5 p.p.), mentre aumenta quella dei quotidiani cartacei (+7,3 p. p.), quest'ultima favorita probabilmente dall'allentamento delle restrizioni agli spostamenti con il conseguente ritorno delle persone in edicola.

Nella seconda ondata pandemica la transizione verso comportamenti più simili a quelli pre-pandemia vengono confermati anche dai dati sul tempo dedicato alla lettura. Durante il *lockdown* circa quattro lettori su dieci dichiaravano di aver aumentato il tempo dedicato alla lettura su carta (di libri, quotidiani e riviste) e quasi cinque su dieci di aver dedicato più tempo alla lettura *online* rispetto a una giornata pre-*COVID*.

A dicembre 2020, i comportamenti si assestano verso le abitudini più usuali anche se permane una quota di lettori che continua a dedicare più tempo alla lettura rispetto ad una giornata pre-*COVID*: due su dieci affermano di dedicare più tempo alla lettura su carta e tre su dieci alla lettura *online* (Figura 3.20).

Figura 3.20 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria COVID-19 hanno letto (libri, quotidiani, riviste) per tipo di supporto utilizzato e tempo dedicato a questa attività rispetto a una giornata pre-*COVID*. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

3.9 Considerazioni finali

Le profonde trasformazioni tecnologiche, sociali e culturali che negli ultimi venti anni hanno caratterizzato la società in cui viviamo hanno profondamente mutato il rapporto della popolazione con la lettura.

L'elemento più significativo di questa mutazione è il crescente disinteresse che la popolazione ha manifestato verso la lettura di libri e quotidiani. Infatti, la quota di lettori di libri, che era cresciuta fino al 2010, ha mostrato una contrazione di oltre 5 punti percentuali tra il 2010 e il 2019 e ancora maggiore è stata la contrazione registrata per la lettura di quotidiani: -12,2 punti percentuali tra il 2002 (anno di picco della serie storica) e il 2019.

Poi nel 2020, anno di inizio della pandemia, la quota di lettori di libri ha registrato un lieve aumento rispetto al 2019, mentre si è interrotto il *trend* negativo della lettura di quotidiani e la quota di lettori si è stabilizzata sui livelli del 2019.

Sebbene la situazione epidemica e di emergenza dovuta al diffondersi del *COVID-19* sembrerebbe aver avuto un seppur minimo effetto positivo bisognerà aspettare i dati dei prossimi anni per capire se si tratta di un effetto contingente o se realmente la pandemia ha favorito cambiamenti nei comportamenti di lettura della popolazione, fidelizzando nuovi lettori di libri e interrompendo il *trend* negativo della lettura di quotidiani. La lunga storia delle indagini Istat

sulla lettura ha dimostrato che i cambiamenti nei comportamenti e nelle abitudini di lettura della popolazione si evidenziano solo nel lungo periodo e che spesso le oscillazioni tra un anno e l'altro sono il risultato più di situazioni contingenti che di cambiamenti effettivi.

Nell'arco di tempo in cui le quote di lettori di libri e quotidiani registravano perdite rilevanti, Internet e i dispositivi digitali di ultima generazione (smartphone, tablet) sono diventati parte integrante della nostra quotidianità, assumendo un ruolo sempre più importante nei processi comunicativi, modificando le modalità di impiego del tempo libero ma anche il modo di relazionarsi, informarsi, lavorare e studiare. Per ora i dati disponibili non consentono di stabilire se esiste una relazione di causa-effetto tra diffusione delle nuove tecnologie e il crescente disinteresse che la popolazione ha manifestato verso la lettura di libri e quotidiani.

Un aspetto che merita di essere sottolineato è che la rivoluzione digitale in cui tutti noi siamo immersi offre però anche nuove opportunità per leggere libri e quotidiani: gli *ebook* e i quotidiani *online* possono costituire una alternativa (in aggiunta o in sostituzione alla carta in base alle preferenze di ciascuno) potenzialmente in grado di fidelizzare i lettori.

Per ora i dati relativi al 2020 mostrano come i lettori di libri e quotidiani abbiano usufruito in modo diverso di queste nuove opportunità. Tra i lettori di libri, la lettura digitale non è ancora decollata. Nonostante accanto al libro cartaceo si stiano diffondendo anche altri tipi di supporti (*ebook*, libri *online* e audiolibri), il libro cartaceo rimane al centro delle preferenze dei lettori, continuando ad essere letto da nove lettori su dieci e sono ancora ben sette su dieci i lettori che dichiarano di leggere solo libri cartacei.

Al contrario la diffusione delle nuove tecnologie ha avuto un impatto maggiore sulle scelte dei lettori di quotidiani: oggi la lettura del quotidiano *online* è, infatti, la modalità più diffusa con quasi sette lettori su dieci che dichiarano di leggerli. Non sappiamo se si tratta di lettori che prima leggevano il quotidiano cartaceo e poi hanno preferito passare a quello *online* o se si tratta di nuovi lettori che hanno iniziato a leggere il quotidiano proprio grazie alla diffusione dei quotidiani *online*. Ciò che è certo è che la diffusione della lettura digitale ha solo parzialmente attutito il disinteresse della popolazione verso la lettura del quotidiano.

La diffusione dell'uso delle nuove tecnologie apre nuovi scenari nella progettazione delle indagini statistiche sulla lettura e suggerisce, anzi impone, nuovi approcci metodologici per capire chi sono oggi i lettori di libri e di quotidiani, quali supporti utilizzano, le modalità e la cadenza con cui leggono e si informano.

Un tema di ricerca che necessita di essere approfondito è quello relativo alla non lettura. Per capire se esiste una relazione di causa-effetto tra la diffusione delle nuove tecnologie e il crescente disinteresse della popolazione verso la lettura di libri e quotidiani vanno indagati più in profondità i comportamenti dei non lettori, chiedendo loro i motivi per cui non leggono e indagando anche i loro comportamenti di lettura passati (se sono stati in passato lettori di libri o quotidiani e quali sono i motivi per cui hanno smesso di leggere).

Riferimenti Bibliografici

- Associazione Italiana Editori - AIE, Ufficio Studi (a cura di). 2021. *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2021*. Milano, Italia: AIE.
- Casati, R. 2013. *Contro il colonialismo digitale. Istruzioni per continuare a leggere*. Bari, Italia: Editori Laterza.
- Centro per il Libro e la Lettura, in collaborazione con Associazione Italiana Editori - AIE. 2021. *Dall'emergenza a un piano per la ripartenza. Libro bianco sulla lettura e i consumi culturali in Italia (2020-2021)*. Roma, Italia: Poligrafico e Zecca dello Stato Italiano.
- Contri, A. 2017. *McLuhan non abita più qui? I nuovi scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale*. Torino, Italia: Bollati Boringhieri.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2022. "Produzione e lettura di libri in Italia. Anno 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: [Istat, https://www.istat.it/it/archivio/266127](https://www.istat.it/it/archivio/266127).
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021. "Produzione e lettura di libri in Italia. Anno 2019". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/252381>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020a. "Editori e libri nello scenario del COVID-19". *Statistiche Today*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/241798>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020b. "Reazione dei cittadini al lockdown. 5 aprile - 21 aprile 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: [Istat, https://www.istat.it/it/archivio/243357](https://www.istat.it/it/archivio/243357).
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020c. "Fase 1: le giornate in casa durante il lockdown. 5 aprile - 21 aprile 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/243829>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020d. *Rapporto annuale 2020. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/244848>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020e. "Censimento permanente della popolazione e delle abitazioni: l'istruzione. Anno 2019". *Infografiche*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/251658>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. "Cittadini e ICT. Anno 2019". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/236920>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2012. *L'Italia in 150 anni. Sommario di statistiche storiche 1861-2010*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/228440>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 1998. "I lettori di libri in Italia". *Argomenti*, N. 12. Roma, Italia: Istat.
- Mikics, D. 2015. *Slow reading. Leggere con lentezza nell'epoca della fretta*. Milano, Italia: Garzanti.
- Morrone, A., e M. Savioli. 2008. *La lettura in Italia*. Milano, Italia: Editrice Bibliografica.
- Osservatorio tecnico "Carlo Lombardi" per i quotidiani e le agenzie di informazione. 2019. *Rapporto 2019 sull'industria dei quotidiani in Italia*. Roma, Italia: Osservatorio tecnico "Carlo Lombardi" per i quotidiani e le agenzie di informazione.
- Roncaglia, G. 2014. "Crisi dell'editoria e diffusione del digitale". *Rivista culturale Doppiozero*.
- Roncaglia, G. 2010. *La quarta rivoluzione. Sei lezioni sul futuro del libro*. Bari: Editori Laterza.
- Roncaglia, G., e G. Solimine. 2021. "La circolazione dei libri nel 2020: questioni aperte e ipotesi interpretative". *AIB Studi: Rivista di Biblioteconomia e Scienze dell'Informazione*, Volume 61, N. 1: 11-30.
- Simone, R. 2012. *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*. Milano, Italia: Garzanti.
- Solimine, G. 2020. "Lo stargate della lettura, ovvero il passaggio che stiamo attraversando", *Aibstudi*, V. 60 N. 2. Maggio/agosto, <https://aibstudi.aib.it/article/view/12179>.
- Solimine, G. 2010. *L'Italia che legge*. Bari, Italia: Editori Laterza.
- Wolf, M. 2018. *Lettoresi vieni a casa. Il cervello che legge in un mondo digitale*. Milano, Italia: Vita e pensiero.
- Wolf, M. 2009. *Proust e il calamaro. Storia e scienza del cervello che legge*. Milano, Italia: Vita e pensiero.

4. SPETTACOLI E INTRATTENIMENTO *OUTDOOR* E *INDOOR*¹

4.1 Introduzione

Il settore degli eventi e spettacoli dal vivo è indubbiamente quello che ha maggiormente sofferto nel 2020, vista l'impossibilità fisica di recarsi nei luoghi della cultura o di partecipare ad eventi e spettacoli specialmente nei periodi di *lockdown*. Spettacoli teatrali, mostre, concerti sono passati da un palcoscenico all'interno di luoghi fisici a loro dedicati ad un *parterre* virtuale ospitato negli spazi domestici che all'occorrenza si sono trasformati in musei, sale cinematografiche, teatri. Un cambiamento costretto dalle necessità del momento e che ha richiesto alle diverse forme di partecipazione culturale, non solo di traslare da un luogo fisico a uno virtuale, ma anche di compiere un'operazione di adattamento e di trasformazione al nuovo contesto.

Malgrado le numerose iniziative messe in atto dal settore produttivo culturale e creativo per reagire a quanto stava accadendo nel 2020, il contraccolpo che la pandemia ha determinato è stato di proporzioni enormi e si è riflesso sulla maggior parte degli aspetti riguardanti la partecipazione culturale e le attività del tempo libero. Se si guarda, ad esempio, ai dati Siae, pubblicati ad aprile 2021², il bilancio 2020 si chiude con una perdita di 3,8 miliardi di euro. La perdita non è stata solo economica (-77,4 per cento al botteghino), ma anche di ingressi (-72,7 per cento) e di spettacoli (-69,4 per cento) ed è stata differenziata per tipologia di spettacoli. Ne ha sofferto maggiormente l'attività concertistica con una perdita dell'83 per cento degli spettatori ed un crollo della spesa al botteghino pari all'89 per cento. Pesante anche la ricaduta sul teatro, a causa sia della brusca interruzione avvenuta a partire dalla seconda metà di febbraio 2020 sia del secondo *lockdown* ad avvio della stagione 2020-2021.

Al di là della congiuntura attuale legata alla diffusione del *COVID-19* e alle misure restrittive intraprese per contrastarlo, c'è da dire che già da diverso tempo, ancor prima del 2020, si sono segnalati degli elementi di crisi, ma anche di profondo cambiamento all'interno del panorama di produzione e fruizione di spettacoli dal vivo³.

Elementi di crisi in connessione anche a quanto vissuto nell'ultimo decennio a causa della difficile situazione economico-finanziaria che ha caratterizzato i paesi occidentali e che ha avuto riflessi importanti anche nel nostro Paese già a partire dal 2012. Secondo quanto osservato⁴, la crisi della partecipazione culturale dell'ultimo decennio è stata accompagnata anche da un disinvestimento di circa un miliardo di euro in termini di risorse pubbliche statali e locali (regioni, province e comuni) allocate per il settore culturale (da 6,7 miliardi di euro del 2000 a 5,7 miliardi di euro del 2018). Tale riduzione ha riguardato principalmente la spesa di tipo locale per il calo delle risorse di Comuni (-750 milioni, -27 per cento), Regioni (-300 milioni, -23 per cento) e Province (-220 milioni, -82 per cento), mentre nello

1 Il capitolo è stato curato e redatto da Emanuela Bologna.

2 Società Italiana degli Autori ed Editori - SIAE (*a cura di*) (2021).

3 Federculture (*a cura di*) (2020).

4 Ibidem.

stesso periodo, dopo una diminuzione nel primo decennio, tra il 2010 e il 2018 risale del 48 per cento lo stanziamento statale del MiBact.

Tra gli elementi di cambiamento e di rinnovamento osservati nel corso degli ultimi anni va senza dubbio segnalato il processo di diffusione delle nuove tecnologie digitali collegate ad Internet che hanno totalmente modificato il concetto di offerta culturale sia in termini di proliferazione numerica degli eventi, sia della loro diversificazione rispetto all'offerta più tradizionale. Agli eventi di tipo tradizionale in cui la presenza fisica dello spettatore all'interno della *venue* erano l'unica forma possibile, si sono affiancati eventi virtuali o ibridi, che mescolano cioè la *mise en place* in un luogo fisico al palco virtuale ottenuto tramite strumenti digitali sempre più a portata di *click*. Tale modalità di fruizione è stata indubbiamente quella maggiormente sperimentata in concomitanza con le restrizioni dovute al dilagare della pandemia da *COVID-19*.

Oltre a questo, c'è da osservare anche come ci si trovi nell'epoca in cui sempre di più non si è solo fruitori di cultura, ma anche produttori, i cosiddetti *prosumers*⁵, gli *hobbies* e gli interessi coltivati da ognuno diventano rilevanti all'interno della sfera del tempo libero e Internet in questo ha avuto un ruolo importante; sempre più sfocato, infatti, appare il confine tra produttori e consumatori, in rete gli utenti condividono contenuti di propria creazione su siti web (testi, fotografie, musica, *video software*, eccetera) o danno spazio alla propria creatività digitale attraverso siti web o blog. Quanto appena detto, si è realizzato specialmente in un momento storico così atipico come quello che stiamo vivendo attualmente ed in cui, spesso costretti a casa e privati delle abituali coordinate di tempo e di spazio, abbiamo dovuto reinventarci un nuovo tempo della vita quotidiana riempito con passatempi ed attività, a volte del tutto nuove, e che hanno ridisegnato la nostra quotidianità. Se consideriamo, ad esempio, un giorno medio del *lockdown* della fase 1 della pandemia da *COVID-19* (aprile 2020) le attività di *hobbies* e *bricolages* hanno riguardo la maggior parte della popolazione adulta di 18 anni e più⁶ con un incremento di circa il 50 per cento rispetto a quanto osservato in periodo pre-*COVID*⁷.

4.2 La partecipazione ad eventi culturali fuori casa negli ultimi venti anni: vecchie e nuove tendenze

L'analisi degli ultimi venti anni della partecipazione a spettacoli fuori casa effettuata con l'ausilio dei dati provenienti dall'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana"⁸, mette in evidenza, a partire dall'ingresso nel nuovo millennio, una crescita quasi ininterrotta fino al biennio 2010/2011 ed una successiva flessione iniziata a partire dal 2012, anche a causa della crisi economico-finanziaria che ha caratterizzato i paesi occidentali e che ha avuto riflessi importanti anche nel nostro Paese⁹. Tale flessione ha riguardato principalmente lo svolgimento di almeno due attività di partecipazione culturale fuori casa¹⁰ (che è passata

5 Il *prosumer* può essere definito come un consumatore che è a sua volta produttore, o che consumando contribuisce alla produzione. La pratica di essere insieme produttori e consumatori è definita *prosumerismo*. Il termine è un composito formato dalle parole inglesi *producer* (produttore) e *consumer* (consumatore).

6 <https://www.istat.it/it/archivio/241013>.

7 Si fa riferimento ai dati diffusi tramite l'indagine Istat "I cittadini e il tempo libero". Anno 2015: <https://www.istat.it/it/archivio/5538>.

8 Si fa riferimento ai dati diffusi tramite l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana": <https://www.istat.it/it/archivio/91926>.

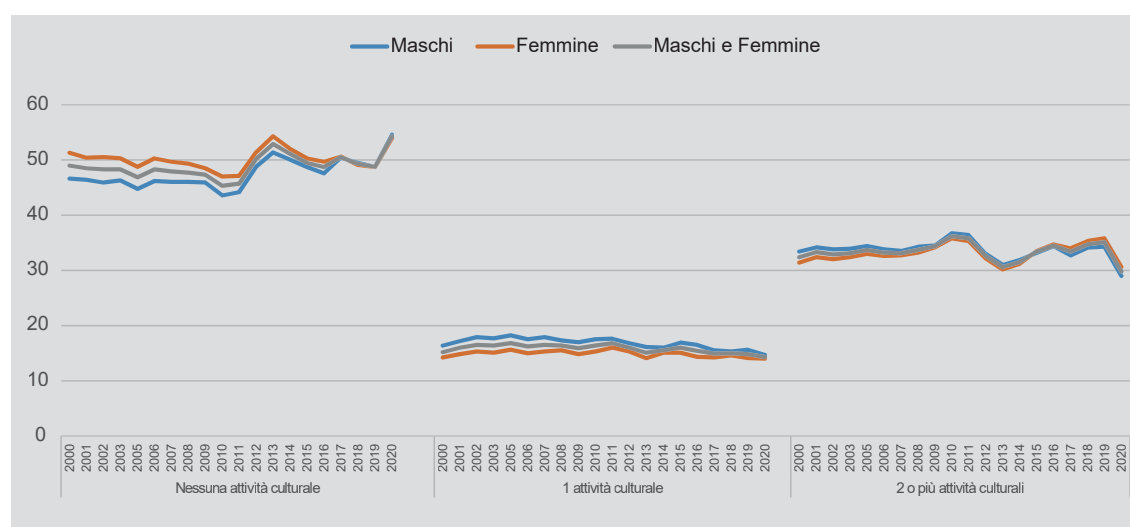
9 Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro - CNEL, Commissione Speciale dell'Informazione (III) (*a cura di*) (2014).

10 L'analisi è stata svolta con l'ausilio dell'indicatore complessivo di partecipazione culturale fuori casa elaborato

4. Spettacoli e intrattenimento *indoor* e *outdoor*

dal 35,8 per cento del 2011 al 32,6 per cento del 2012), mentre si è mantenuta più stabile l'abitudine a svolgere una sola attività. La riduzione osservata è stata in parte riassorbita via via a partire dal biennio 2014/2015, ma non è mai stata fino ad oggi completamente recuperata; in più, nel 2020, gli avvenimenti pandemici hanno riportato in un solo anno la partecipazione culturale fuori casa a livelli ancora più bassi di quanto registrato all'inizio del nuovo millennio.

Figura 4.1 - Persone di 6 anni e più per numero di attività di partecipazione culturale fuori casa negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista e genere. Anni 2000-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Come è stato osservato per altri aspetti legati alla partecipazione culturale come ad esempio la lettura di libri¹¹, nel tempo è cambiato in modo più favorevole per le donne il rapporto di genere in termini di partecipazione culturale fuori casa; tale andamento ha determinato dapprima una parità di partecipazione tra uomini e donne a partire dal biennio 2015-2016, e, successivamente, il sorpasso delle donne sugli uomini nel periodo successivo. A tale andamento hanno contribuito specialmente le giovani donne di 15-24 anni e le donne adulte di 55-74 anni che tra il 2014 e il 2019 aumentano il loro livello di partecipazione culturale fuori casa.

La partecipazione culturale fuori casa presenta valori più elevati tra i più giovani. In particolare nella fascia di età compresa tra 11 e 24 anni, sia per gli uomini che per le donne, mentre nelle fasce di età successive la quota di persone attive diminuisce progressivamente fino a raggiungere i livelli più bassi tra la popolazione ultra settantaquattrenne.

Se si analizza il livello di partecipazione culturale dal punto di vista generazionale e in un *trend* temporale degli ultimi venti anni, si osserva come nel tempo, si sia registrato un aumento della fruizione di attività culturali fuori casa che ha riguardato non solo le generazioni più giovani, ma anche le più anziane, mentre maggiore stabilità di comportamenti si è registrata nelle fasce di età centrali (Figura 4.2). Nel confronto tra le diverse generazioni

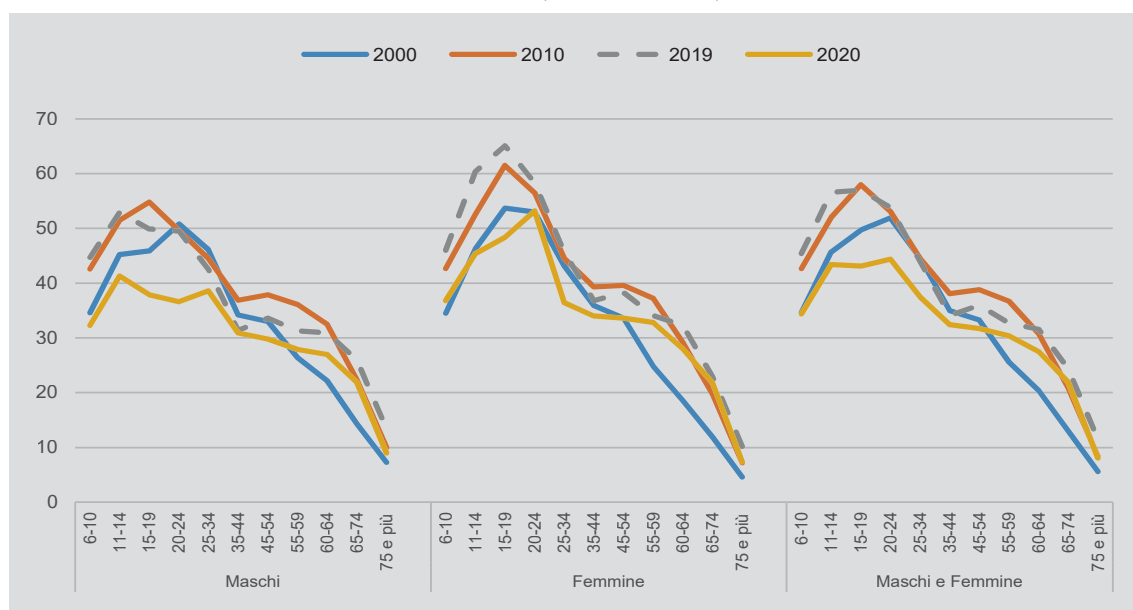
all'interno del progetto Bes dell'Istat e che considera la quota di persone di 6 anni e più che hanno svolto due o più attività culturali fuori casa nei dodici mesi precedenti l'intervista. Le attività considerate sono 6: si sono recate almeno quattro volte al cinema; si sono recate almeno una volta rispettivamente a: teatro; musei e/o mostre; siti archeologici, monumenti; concerti di musica classica, opera; concerti di altra musica.

¹¹ Morrone, Savioli (2008).

si osservano delle peculiarità diverse tra uomini e donne. Per quanto riguarda gli uomini tra il 2000 e il 2010 si è osservato un forte incremento in corrispondenza dei bambini e dei ragazzi di 6-19 anni, una stabilità tra il 20 e i 34 anni e un incremento tra la popolazione di 35 anni e più, in modo particolare tra i 55 e i 74 anni che registrano gli aumenti maggiori. Successivamente, tra il 2011 e il 2019, si è mantenuto abbastanza stabile il livello di partecipazione dei bambini di 6-14 anni e dei giovani di 20-24 anni, mentre si è osservato un decremento tra i 15-19enni e su tutta la fascia degli adulti di 25-64 anni. Un incremento, seppur lieve, si registra soltanto tra la popolazione anziani di 65 anni e più.

Per quanto riguarda le donne, invece, tra il 2000 e il 2010 si è osservato un forte incremento di partecipazione culturale fuori casa in tutte le fasce di età specialmente tra le giovanissime fino a 24 anni e le adulte e anziane di 55-74 anni. Successivamente, nel periodo 2011-2019 è continuata a crescere la partecipazione culturale fuori casa, anche se con livelli meno marcati del decennio precedente, tra le bambine e ragazze fino a 19 anni e le donne di 60 anni e più, mentre nelle fasce di età centrali si è osservato un decremento di partecipazione.

Figura 4.2 - Persone di 6 anni e più che hanno svolto due o più attività di partecipazione culturale fuori casa, genere e classe di età. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana.

Analizzando, infine il *trend* 2019-2020, si osserva come la pandemia legata alla diffusione del *COVID-19* abbia inciso pesantemente sulle attività del tempo libero che si svolgono fuori casa, in modo trasversale su tutta la popolazione. La chiusura dei musei, dei teatri e dei cinema, la sospensione delle attività concertistiche e i limiti imposti per gli spostamenti hanno determinato una forte diminuzione nella quota di popolazione che dichiara di aver fruito di attività culturali; si stima, infatti, che nel 2020 la quota di persone di 6 anni e più che ha dichiarato di essersi dedicata ad almeno due attività culturali fuori casa (come andare al cinema, a teatro o a un concerto, visitare musei o mostre) negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sia attestata al 29,8 per cento registrando una diminuzione di 5,3 punti percentuali rispetto al 2019 (35,1 per cento)¹². Tra il 2019 e il 2020, il calo è risultato

¹² L'indagine "Aspetti della vita quotidiana" relativa al 2020 è stata effettuata tra aprile e settembre 2020. Poiché i quesiti

più elevato tra le fasce più giovani della popolazione, tra cui generalmente si registrano i tassi più elevati di fruizione, e trasversale su tutto il territorio.

Nel 2020, la partecipazione culturale fuori casa si conferma più elevata tra le donne (30,6 per cento contro 29 per cento degli uomini) e tra i giovani di 11-24 anni (circa il 44 per cento), diminuisce via via nelle fasce di età successive fino ad attestarsi sotto il 9 per cento tra le persone di 75 anni e più.

Volendo analizzare i cambiamenti negli ultimi venti anni del peso esercitato da alcuni fattori sociodemografici e territoriali ed individuare le determinanti della partecipazione culturale fuori casa, sono stati effettuati dei modelli logistici e calcolati gli effetti marginali medi.

Dall'analisi dei risultati emerge come, al netto degli effetti esercitati dalle altre variabili sociodemografiche considerate¹³, aumentano gli effetti positivi delle donne verso la fruizione culturale fuori casa che nel 2019 e nel 2020 risultano significativamente superiori rispetto a quelli degli uomini. Seppur in diminuzione nel tempo, si mantiene elevato l'effetto positivo delle classi di età più giovani nei confronti della partecipazione culturale, ma nel tempo si rafforza anche l'effetto positivo delle classi di età centrali e delle persone di 65-74 anni che si mantiene significativamente superiore rispetto a quella delle persone di 75 anni e più (Figura 4.3).

Dal punto di vista territoriale, si mantengono forti gli effetti positivi di fruizione fuori casa tra chi vive nelle macro aree del Centro-nord rispetto al Mezzogiorno. Andamento analogo per chi vive nei comuni centro e periferie dell'area metropolitana e nei grandi comuni con più 50 mila abitanti che, rispetto a chi vive in piccoli comuni fino a 10 mila abitanti, mantengono nel tempo effetti positivi e superiori di partecipazione culturale fuori casa.

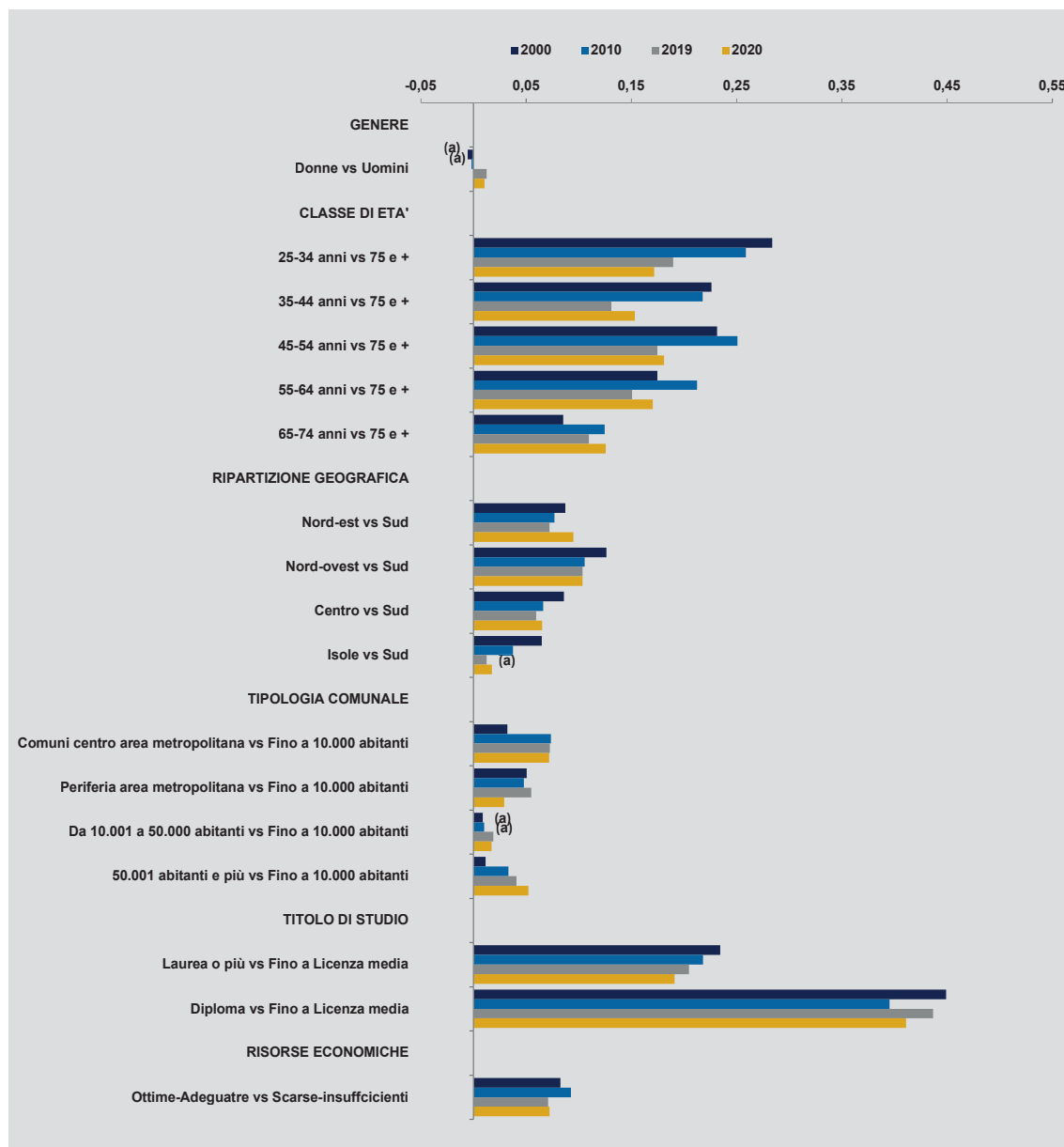
Infine, per quanto riguarda lo status socio-economico individuale, si mantiene elevato il peso esercitato dalle credenziali educative che rappresentano la principale determinante nei confronti della partecipazione culturale fuori casa. Chi ha un titolo di studio medio o alto ha sempre effetti positivi maggiori nei confronti della fruizione rispetto a chi ha al massimo la licenza media. In aumento nel tempo, tuttavia, l'effetto positivo dei titoli di studi medi, mentre diminuisce l'effetto delle credenziali educative più alte.

Anche il possesso di buone risorse economiche della famiglia aumenta gli effetti positivi nei confronti della partecipazione culturale fuori casa: chi riferisce ottime o adeguate risorse economiche ha sempre valori più elevati rispetto a chi ha scarse o insufficienti risorse economiche.

relativi alla partecipazione culturale fuori casa fanno riferimento alle attività svolte negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista, riescono a cogliere la fruizione relativa al periodo a cavallo tra il 2019 e il 2020. Ciò spiega perché il calo di partecipazione registrato, seppur elevato, risulta più contenuto rispetto a quanto si sarebbe osservato con riferimento alla partecipazione riferita esclusivamente al 2020 (specialmente a partire da marzo 2020). I dati della rilevazione 2021 (effettuata ad aprile-maggio 2021) potranno dare una misura della riduzione totale registrata in termini di partecipazione culturale nel periodo marzo 2020-marzo 2021.

13 Nei modelli sono state considerate le seguenti variabili indipendenti il genere, l'età, la ripartizione geografica, la tipologia del comune di residenza, il titolo di studio più alto conseguito e il giudizio sulle risorse economiche della famiglia.

Figura 4.3 - Persone di 25 anni e più che hanno svolto due o più attività di partecipazione culturale fuori casa negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (modelli di regressione logistica, confronto effetti marginali medi)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Coefficiente statisticamente non significativo.

4.3 Gli spettacoli dal vivo: recarsi a teatro o ad assistere ad un concerto

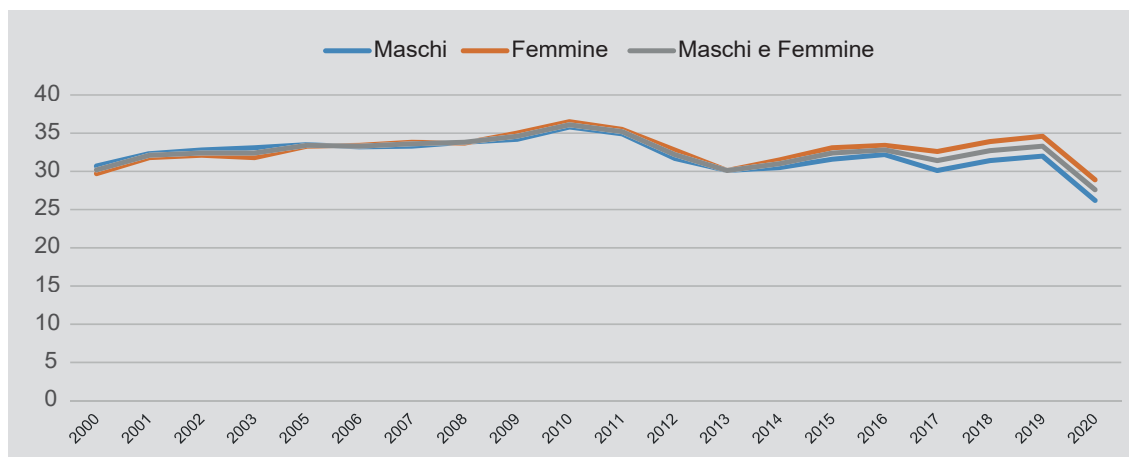
Gli eventi *live* a partire da marzo 2020 hanno dovuto affrontare un profondo periodo di crisi vista l'impossibilità di mantenere aperti al pubblico i teatri, le sale da concerto e tutti i luoghi dove era possibile esibirsi. Prima di arrivare al 2020, è possibile tracciare sulla linea del tempo vari periodi di espansione e di crisi che hanno riguardato queste forme di spettacolo dal vivo. In particolare l'analisi degli ultimi venti anni mette in evidenza grosso modo due momenti distinti.

Il primo momento è costituito dal periodo 2000-2010 in cui tendenzialmente è possibile osservare una crescita quasi continua della fruizione di spettacoli dal vivo (che passano

dal 30,2 per cento del 2000 al 36,1 per cento del 2010) e che vede un aumento di partecipazione specialmente delle donne che dopo essersi allineate agli uomini nel periodo 2005-2008, già a partire dal 2009 li superano anche se di misura (donne 35 per cento; uomini 34,2 per cento).

Tra il 2011 e il 2019 l'andamento è via via decrescente fino a toccare la quota minima di partecipazione a spettacoli dal vivo nel 2013 (la media generale è pari al 30,1 per cento). Successivamente, a partire dal 2014, si comincia ad osservare una ripresa, quasi continua fino al 2019 in cui ci si attesta al 33,3 per cento, che però ha riguardato principalmente le donne che staccano via via gli uomini in termini di frequenza nella fruizione degli spettacoli dal vivo, mantenendo uno scarto positivo pari a circa +2,5 punti percentuali a partire dal 2017 in poi (Figura 4.4).

Figura 4.4 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate ad assistere ad almeno uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per genere. Anni 2000-2020 (valori percentuali)



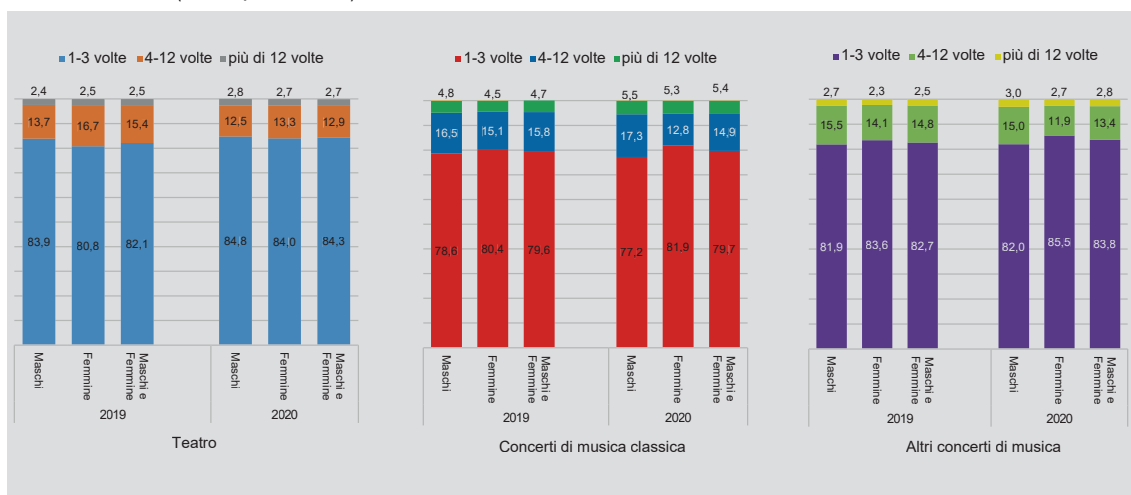
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Il 2020 segna il punto più basso di partecipazione agli eventi *live* con una quota di fruitori che scende al 27,6 per cento, un livello così basso non era mai stato toccato negli ultimi venti anni.

Analizzando l'andamento delle diverse forme di spettacoli *live* considerate, si osservano tendenze differenziate sia per tipo di spettacolo che per genere. Il teatro e i concerti di musica diversi da quelli di musica classica (rock, jazz, pop, eccetera) sono in genere i più fruiti, con livelli che si attestano rispettivamente al 20,3 per cento e 20,2 per cento nel 2019 e che scendono al 15,7 per cento e al 17 per cento nel 2020. Seguono i concerti di musica classica che raggiungono il 9,9 per cento di spettatori nel 2019 e che sono scesi al 7,6 per cento nel 2020 (Figura 4.6).

Per le tre tipologie di spettacoli dal vivo considerate la frequenza di fruizione è generalmente compresa tra una e tre volte in un anno. Più di 8 persone su 10, infatti, dichiarano di seguire tali tipologie di spettacoli con questa frequenza annuale. Tra il 2019 e il 2020 si osserva sia per il teatro che per i concerti di musica diversi da quella classica un aumento della frequenza più bassa di partecipazione; tale andamento riguarda principalmente le donne, mentre per gli uomini si mantengono le frequenze di fruizione registrate nel 2019 (Figura 4.5).

Figura 4.5 - Fruttori di 6 anni e più di spettacoli teatrali, concerti di musica classica o altro tipo di concerto per frequenza con cui vi hanno assistito negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista e genere. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)

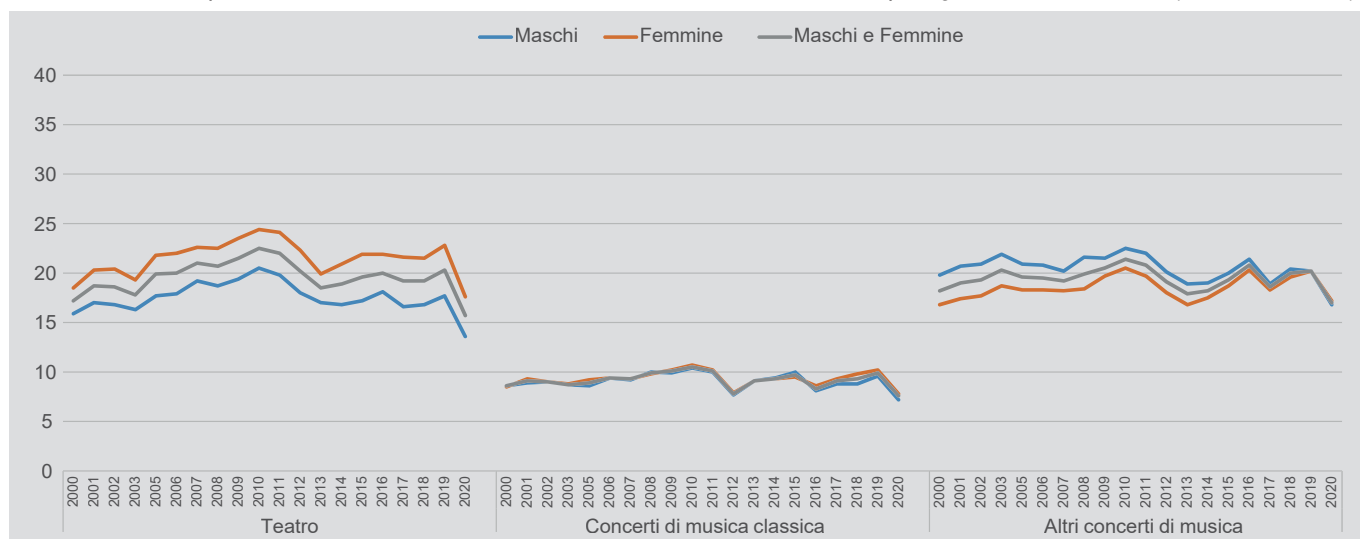


Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Nel tempo, in generale si conferma per tutte le tre tipologie di spettacolo il doppio binario già osservato, con un aumento tra 2000 e 2010 ed una successiva diminuzione nel decennio successivo, solo parzialmente recuperata a partire dal 2014 e che è stata del tutto vanificata nel 2020. Si osserva come il teatro sia di peculiare interesse delle donne per tutto il periodo, con uno scarto donna-uomo pressoché costante in tutto il ventennio analizzato (che si muove in un intervallo tra +3 e +5 punti percentuali).

Per quanto riguarda i concerti di musica classica, si osserva, invece, una situazione abbastanza simile nell'andamento sia degli uomini che delle donne. Per gli altri tipi di concerti, infine, si è osservato per lungo tempo una quota maggiore di uomini, ma un forte recupero delle donne specialmente a partire dal 2014, fino ad allinearsi perfettamente agli uomini nel corso del 2019 e del 2020 (Figura 4.6).

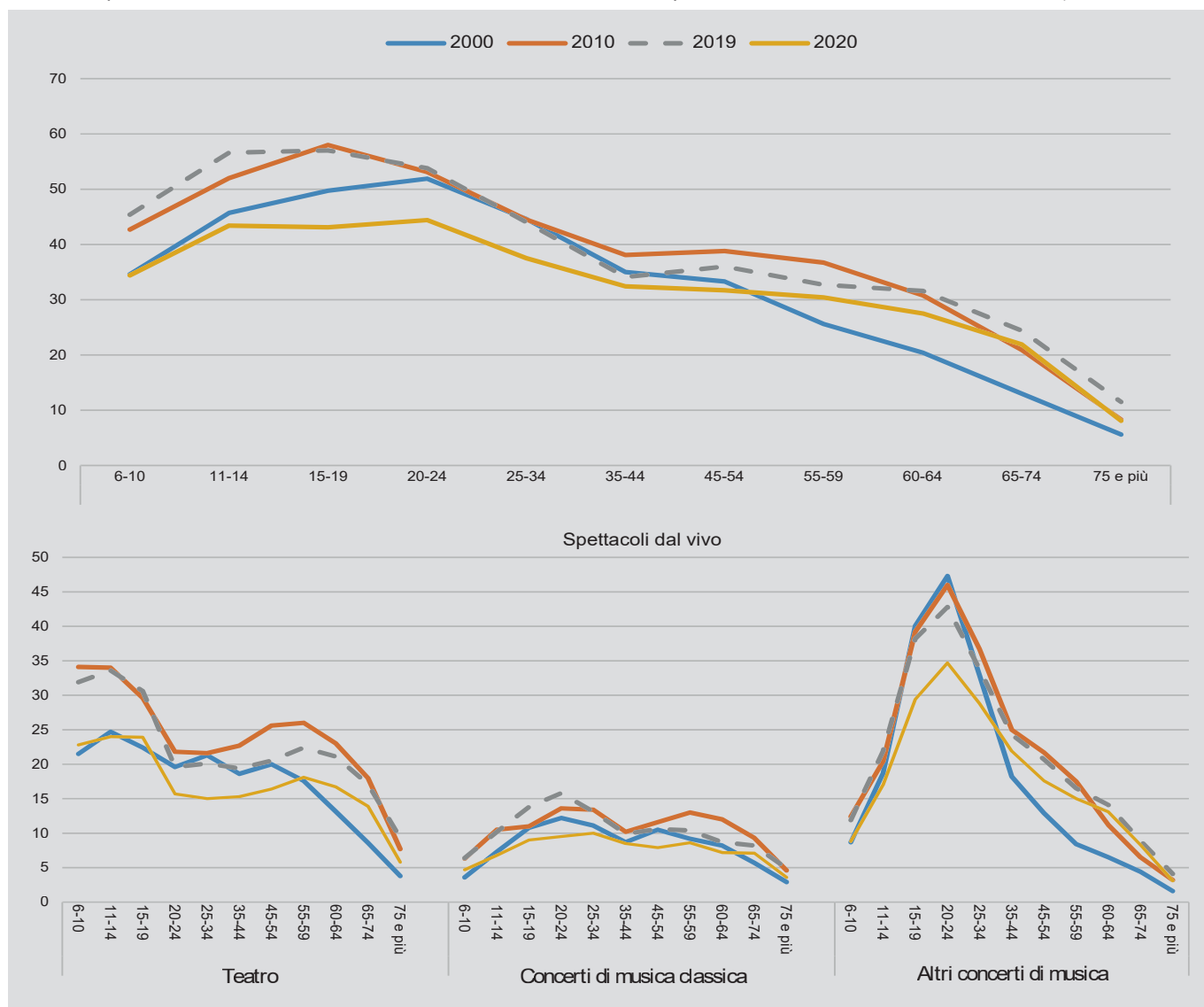
Figura 4.6 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate ad assistere ad almeno ad uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per genere. Anni 2000-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

L'andamento nel ciclo di vita vede generalmente gli spettacoli dal vivo maggiormente fruiti dai più giovani, anche se è possibile evidenziare delle differenze tra le diverse forme di spettacolo considerate. Gli spettacoli teatrali raggiungono un alto numero di spettatori specialmente tra i giovani fino a 19 anni per poi diminuire nelle fasce di età centrali, risalire successivamente a partire dai 45 anni e decrescere tra la popolazione di sessantacinque anni e oltre. Si segnala nel decennio 2000-2010 una forte crescita della fruizione del teatro tra i bambini e ragazzi di 6-14 anni con punte di oltre 10 punti percentuali di incremento. Tale incremento si è mantenuto anche

Figura 4.7 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate ad assistere ad almeno uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per classe di età. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

nel decennio successivo e fino al 2019, mentre nel 2020 si è osservata una decrescita che ha riportato i valori di fruizione ai livelli di inizio del nuovo millennio (Figura 4.7). In questo andamento crescente tra i più giovani hanno molto probabilmente contribuito i programmi scolastici

di sensibilizzazione verso il teatro¹⁴ ed anche il diffondersi di corsi di teatro per i più piccoli che hanno accresciuto l'interesse verso questa forma di arte.

Forti incrementi tra il 2000 e il 2010 anche tra la popolazione di 55-74 anni che è cresciuta in questo decennio di oltre 9 punti percentuali. Anche in questo caso gli avanzamenti, si sono mantenuti fino al 2019 e sono stati in parte, ma non del tutto, persi nel 2020. La crescita in questo caso va senz'altro ricollegata al diffondersi dell'invecchiamento attivo connesso a condizioni di vita migliori delle nuove generazioni di anziani unitamente alla crescita in termini di capitale culturale raggiunto dai giovani anziani rispetto agli anziani delle generazioni precedenti.

I concerti di musica classica, pur riguardando un numero più ridotto di persone (circa il 10 per cento nel 2019 e il 7,6 per cento nel 2020), seguono un andamento per età simile agli spettacoli teatrali, con una quota più elevata di fruitori specialmente tra i ragazzi e i giovani fino a 34 anni, un decremento nelle fasce di età successive e un nuovo incremento tra la popolazione di 45-64 anni. Anche in questo caso i livelli più bassi si osservano tra la popolazione ultra settantaquattrenne, anche se nel tempo è possibile osservare un incremento significativo anche in questa fascia d'età. Interessante l'incremento dei fruitori di concerti di musica classica a partire del nuovo millennio tra i bambini e ragazzi di 6-17 anni che nel periodo 2000-2010 passano dal 6,4 per cento all'8,7 per cento e che si mantengono su questo livello fino al 2019 (9,2 per cento). I progetti di sensibilizzazione verso la musica classica organizzati nelle scuole¹⁵ hanno presumibilmente avuto effetti positivi tra i più giovani, pur mantenendosi sempre un settore di nicchia.

Per quanto riguarda, infine, le altre tipologie di concerti di musica, si conferma in tutto il ventennio considerato un andamento via via crescente nella fruizione passando dalle fasce di età dei più piccoli di 6-10 anni fino ai giovani di 20-24 anni che mantengono sempre il picco di spettatori (fino al 2019, più di 4 giovani su 10 in questa fascia di età, hanno assistito nell'anno ad almeno un concerto di questo tipo), mentre già nelle fasce di età successive diminuiscono le quote di chi assiste a tali tipologie di concerti fino a raggiungere i livelli più bassi tra la popolazione ultra settantaquattrenne. C'è da osservare, tuttavia, che, a fronte di questo andamento legato al ciclo di vita che vede i giovani più avvezzi a frequentare queste tipologie di concerti, si osserva nel tempo una crescita di spettatori specialmente tra i bambini e ragazzi di 6-14 anni (che tra il 2000 e il 2019 crescono di circa 3 punti e percentuali), ma soprattutto tra le persone di 45-64 anni che nel periodo considerato aumentano di circa 8 punti percentuali, con un incremento di più dell'80 per cento.

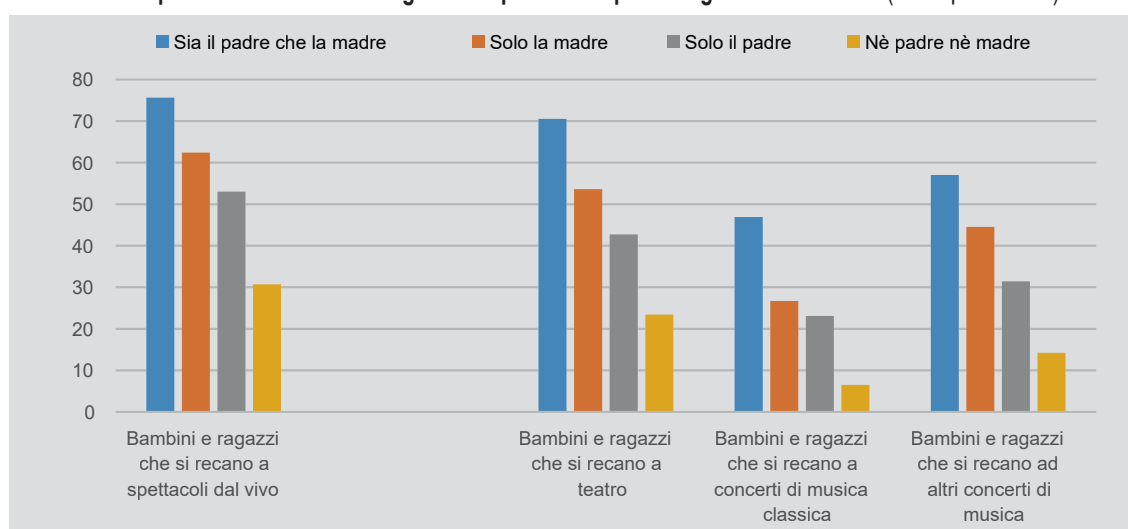
C'è da sottolineare come esista una forte associazione tra l'abitudine per un bambino e un ragazzo a recarsi ad assistere ad uno spettacolo dal vivo e l'abitudine alla fruizione di queste tipologie di spettacoli da parte genitori. Da una parte, infatti, i più piccoli hanno certamente maggiore probabilità di fruire di questi spettacoli quando vivono in un ambiente familiare in cui vi è l'interesse per la fruizione di tali eventi e dall'altra in famiglia apprenderanno interessi e abitudini di comportamento che con molta probabilità continueranno a coltivare anche da adulti. Analizzando i dati per il 2019 si osserva che è pari al 30,7 per cento la quota di bambini e ragazzi di 6-18 anni che hanno assistito nell'ultimo anno ad uno spettacolo dal vivo quando nessuno dei genitori ha avuto questa abitudine, mentre sale al 75,6 per cento quando entrambi i genitori si sono recati ad assistere a tali eventi (con un rapporto di circa 1 a 2,5) (Figura 4.8).

14 <https://www.miur.gov.it/teatro-e-didattica>.

15 <https://www.miur.gov.it/web/guest/comitato-musica>.

Tali rapporti di forza si mantengono per tutte e tre le forme di spettacoli dal vivo analizzate e sono più marcati per i concerti di musica classica: ha assistito, infatti, a concerti di musica classica solo un ragazzo i cui genitori non hanno questa abitudine di fruizione su sette ragazzi i cui genitori hanno entrambi questa abitudine. Quanto osservato si mantiene anche nel 2020, pur osservandosi per tutti i target di popolazione le riduzioni nel numero di spettatori legate alle restrizioni di accesso agli eventi dal vivo dovute alla diffusione della pandemia e che sono già state osservate.

Figura 4.8 - Bambini e ragazzi di 6-18 anni che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recati ad assistere ad almeno uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per comportamento di fruizione degli stessi spettacoli da parte dei genitori. Anno 2019 (valori percentuali)

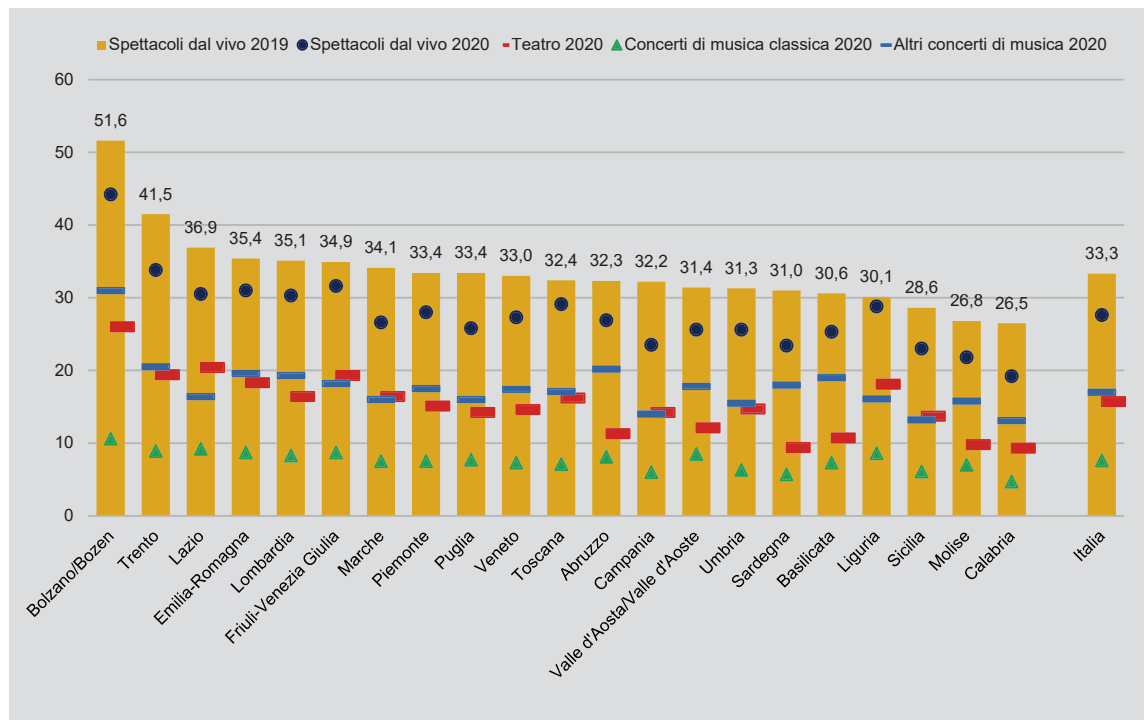


Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Nel tempo si mantiene una polarizzazione territoriale abbastanza marcata tra le regioni del Centro-nord, dove si osservano i tassi più elevati di fruizione degli spettacoli dal vivo, e le regioni del Mezzogiorno dove, invece, il numero di spettatori si mantiene sempre a livelli inferiori. In particolare, analizzando i dati relativamente al 2019, quindi l'anno precedente la pandemia, si osserva come il tasso di partecipazione in spettacoli *live* fosse pari al 34,6 per cento al Nord e nel Centro, mentre si attestasse al 30,8 per cento nel Mezzogiorno. Tra il 2019 e il 2020, la perdita in termini di spettatori è stata trasversale su tutto il territorio nazionale e pari a circa il -20 per cento (-5,7 punti percentuali). Le regioni che tra il 2019 e il 2020 hanno subito le riduzioni maggiori sono state la Campania (-9 punti percentuali), la provincia autonoma di Trento, la Sardegna, la Puglia e le Marche (-8 punti percentuali) (Figura 4.9).

L'analisi per titolo di studio mostra tassi di fruizione degli spettacoli dal vivo decisamente più elevati tra le persone che possiedono credenziali educative più elevate rispetto a chi possiede titoli di studio più bassi, con un rapporto stimato per il 2019 di una persona con titolo di studio pari al massimo alla licenza media che ha assistito ad almeno uno spettacolo dal vivo nell'ultimo anno su circa quattro persone con titolo di studio alto che vi si sono recate. La distanza tra titoli di studio bassi e titoli di studio alti risulta più amplificata se si considera il recarsi a spettacoli teatrali o a concerti di musica classica (il rapporto sale ad una persona su cinque) e aumenta per tutte le tipologie di spettacoli se si fa riferimento al 2020.

Figura 4.9 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate ad assistere ad almeno uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per regione. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Le disuguaglianze per titolo di studio nel caso degli spettacoli teatrali sono più elevate tra i giovani adulti di 25-44 anni e decrescono tra la popolazione di 45 anni e più, mentre, viceversa aumentano al crescere dell'età per quanto riguarda gli spettacoli di musica classica. Non si osservano, infine, differenze per età nel caso delle altre tipologie di concerti di musica, in questo caso il rapporto tra titoli bassi e titoli alti è sempre pari a 1 a 3 (Figura 4.10).

4.4 Cinema: profili ed andamenti di fruizione della settima arte

Il cinema è una forma di spettacolo relativamente giovane, nata poco più di cento anni fa, ma che nel tempo ha avuto una enorme espansione di pubblico e di estimatori. L'incantamento della sala, l'interazione tra lo schermo e il pubblico, la nascita dello *star system* italiano ed estero sono solo alcuni degli elementi caratterizzanti e che hanno contribuito a creare un immaginario ormai lungo più di un secolo.

Anche il cinema, come già osservato per gli spettacoli dal vivo, ha incontrato grosse difficoltà a partire da marzo 2020, quando i decreti attuativi¹⁶ dello stato di emergenza legati alla pandemia da *COVID-19* per contenere la diffusione del virus, hanno dovuto prendere decisioni molto sofferte come quelle della chiusura delle sale cinematografiche.

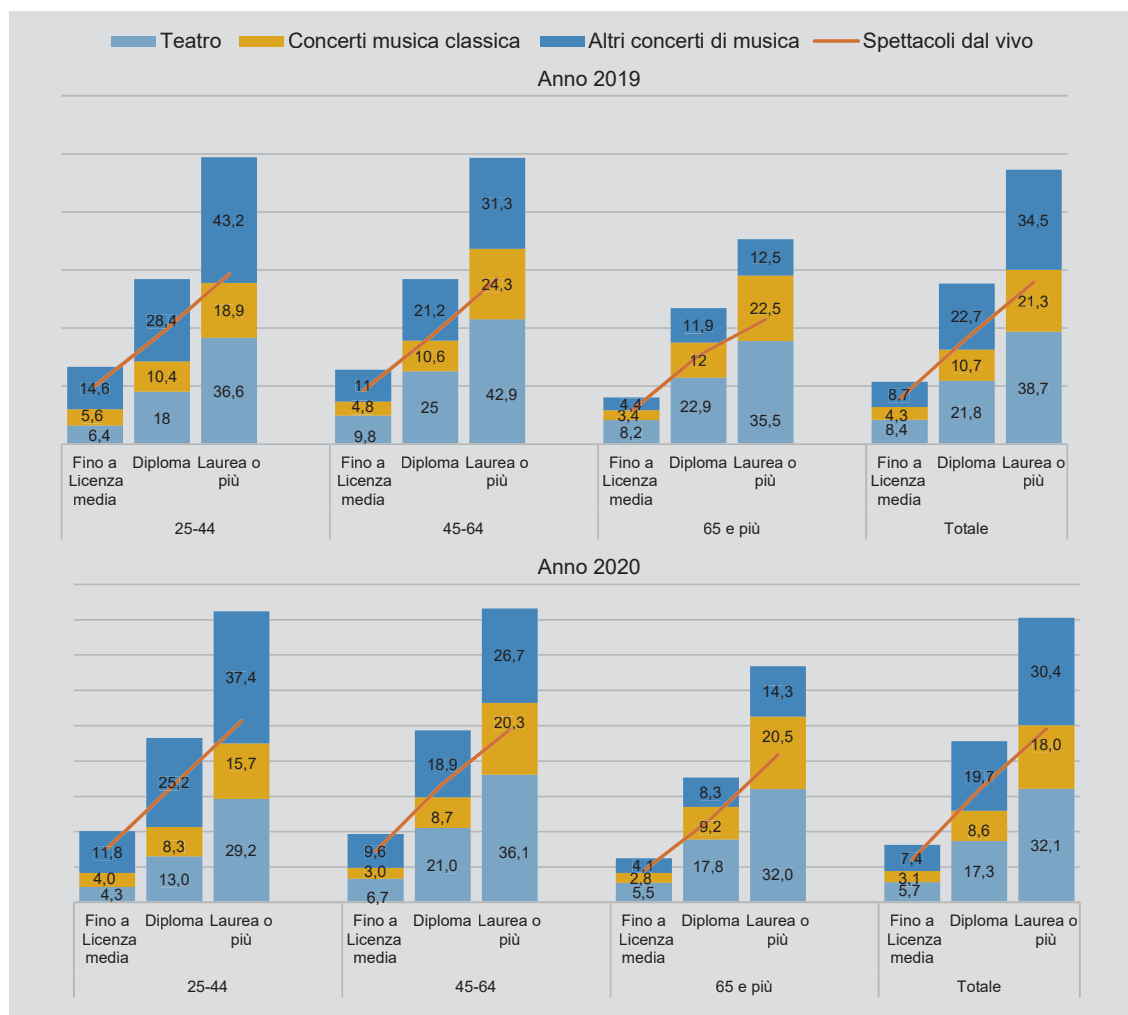
L'uscita di alcuni film che hanno fatto registrare notevoli incassi al botteghino a gennaio e febbraio 2020¹⁷, hanno in parte contenuto la crisi del settore per il primo semestre del 2020, ma specialmente a partire dalla seconda metà dell'anno la situazione è diventata sempre più critica¹⁸.

¹⁶ Camera dei Deputati, Servizio Studi, XVIII Legislatura (a cura di). 2020. *Le misure adottate a seguito dell'emergenza Coronavirus (COVID-19) per il settore dei beni e delle attività culturali*. Roma, Italia: Camera dei Deputati.

¹⁷ Società Italiana degli Autori ed Editori - SIAE (a cura di) (2021).

¹⁸ Ibidem.

Figura 4.10 - Persone di 25 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate ad assistere ad almeno uno spettacolo dal vivo (spettacolo teatrale, concerto di musica classica, altro tipo di concerto) per titolo di studio e classe di età. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



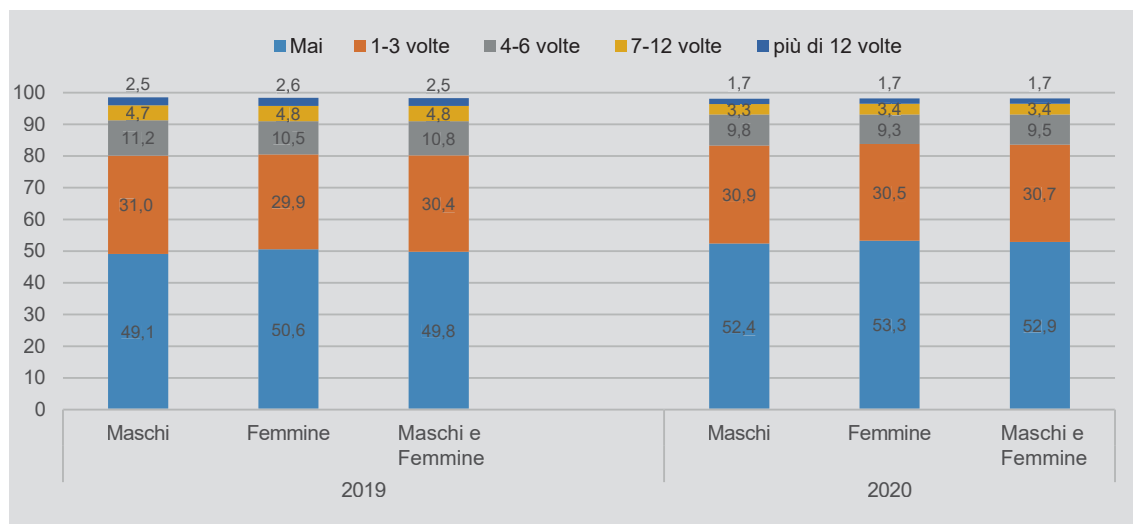
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Per quanto riguarda l'abitudine ad andare al cinema da parte della popolazione, è possibile osservare nel tempo, prima ancora dell'arrivo della pandemia, profondi cambiamenti nelle modalità di fruizione. La visione dei film, infatti, si è parzialmente spostata dalle sala cinematografica all'interno delle mura domestiche, dapprima con l'avvento e la diffusione di canali televisivi sempre più specializzati e dedicati e, successivamente, negli anni più recenti in concomitanza della diffusione delle nuove tecnologie legate ad Internet e la nascita di piattaforme commerciali dedicate alla visione dei film. C'è da dire, inoltre, che per il cinema ancora oggi si osserva un andamento di periodi alterni che cambia di anno in anno e che si misura con i titoli dei film in uscita che fanno variare sensibilmente i numeri degli spettatori e degli incassi registrati al botteghino.

Nel 2020 si stima che si sia recato al cinema almeno una volta negli ultimi 12 mesi il 45,3 per cento della popolazione di 6 anni e più (circa 25 milioni 800 mila persone). Tra questi, la maggior parte (30,7 per cento) ha avuto una frequentazione saltuaria (da 1 a 3 volte in un anno), il 9,5 per cento vi è andato più regolarmente (da 4 a 6 volte) e solo il 5,1 per cento ha avuto una frequenza più assidua (7 o più volte in un anno). Come effetto della situazione pan-

demica in corso, rispetto al 2019, è significativamente diminuita la quota degli spettatori che si sono recati almeno una volta nell'ultimo anno (- 3,2 punti percentuali). Tuttavia, si è ridotta specialmente la quota di chi si è recato al cinema 4 o più volte (-3,5 punti percentuali), mentre è rimasta stabile quella di chi si è recato in modo più saltuario (1-3 volte) (Figura 4.11).

Figura 4.11 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate al cinema per frequenza con cui vi si sono recate e genere. Anni 2019 e 2020 (valori percentuali)



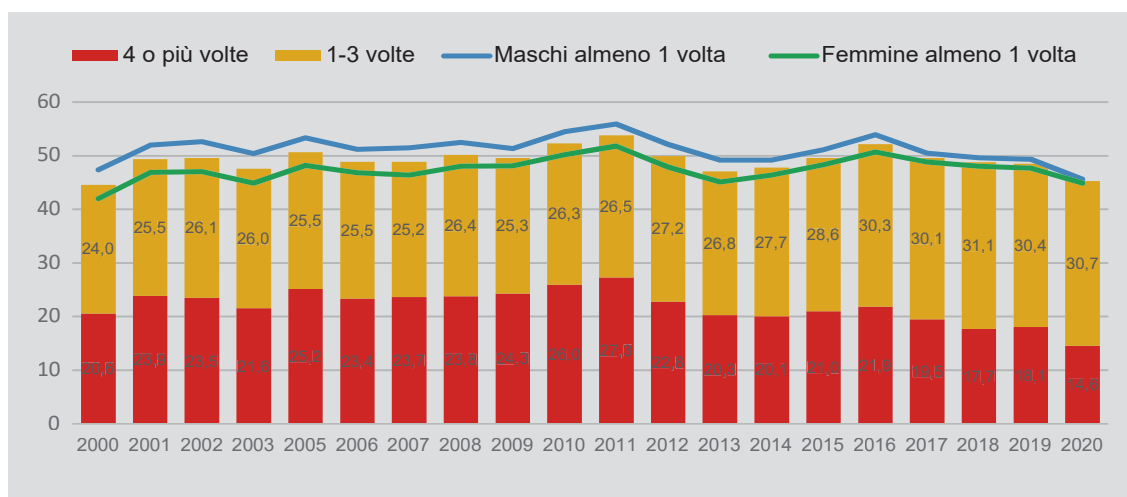
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Analizzando l'andamento degli ultimi venti anni, è possibile osservare tra il 2000 e il 2011 una crescita dell'abitudine ad andare al cinema almeno una volta nell'anno (che è passata dal 44,6 per cento al 53,8 per cento), mentre, nei due anni successivi si è assistito ad un periodo di decrescita e poi nuovamente ad una lieve ripresa a partire dal 2014, che si è interrotta già partire dal 2017. L'andamento degli anni più recenti mette in evidenza la tendenza alla crescita di una modalità sempre più saltuaria di recarsi al cinema. A fronte di un progressivo lieve aumento, a partire dal 2012, della quota di persone che si sono recate al cinema 1-3 volte in un anno, si è progressivamente assistito ad una forte diminuzione del numero di spettatori che vi si sono recati con una frequenza medio-alta e che tra il 2011 (anno del picco nel numero di spettatori del cinema degli ultimi venti anni) e il 2020 sono diminuiti del 46,5 per cento (-12,7 punti percentuali). Senz'altro su questo andamento ha influito la situazione di crisi economica che a partire dal 2012/2013 in poi si è fatta sentire pesantemente sulla fruizione più in generale degli spettacoli fuori casa. D'altra parte negli anni più recenti è progressivamente avvenuto anche lo *shift* dalla visione dei film al cinema a quella in televisione su canali specializzati o su Internet anche tramite piattaforme commerciali dedicate. Molto probabilmente gli *abituè* del cinema hanno continuato a frequentare le sale, ma in parte hanno sostituito la visione *outdoor* con quella *indoor*, mentre i saltuari del cinema hanno smesso di frequentare le sale cinematografiche in favore di una visione casalinga dei film.

L'analisi di genere mostra come nell'arco degli ultimi anni si sia osservata una riduzione nella quota degli spettatori di entrambi i generi. Tuttavia, la riduzione è stata molto più marcata per gli uomini che negli ultimi dieci anni hanno perso circa il 20 per cento di spettatori, mentre la flessione tra le donne è stata più contenuta (-8 per cento). Questo diverso andamento ha molto ridotto la distanza di genere e progressivamente il differenziale

uomo-donna si è quasi del tutto colmato attestandosi a -0,7 punti percentuali nel 2020 (Figura 4.12).

Figura 4.12 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate al cinema almeno una volta per genere e persone di 6 anni e più che si sono recate al cinema per frequenza con cui vi si sono recate. Anni 2000-2020 (valori percentuali)

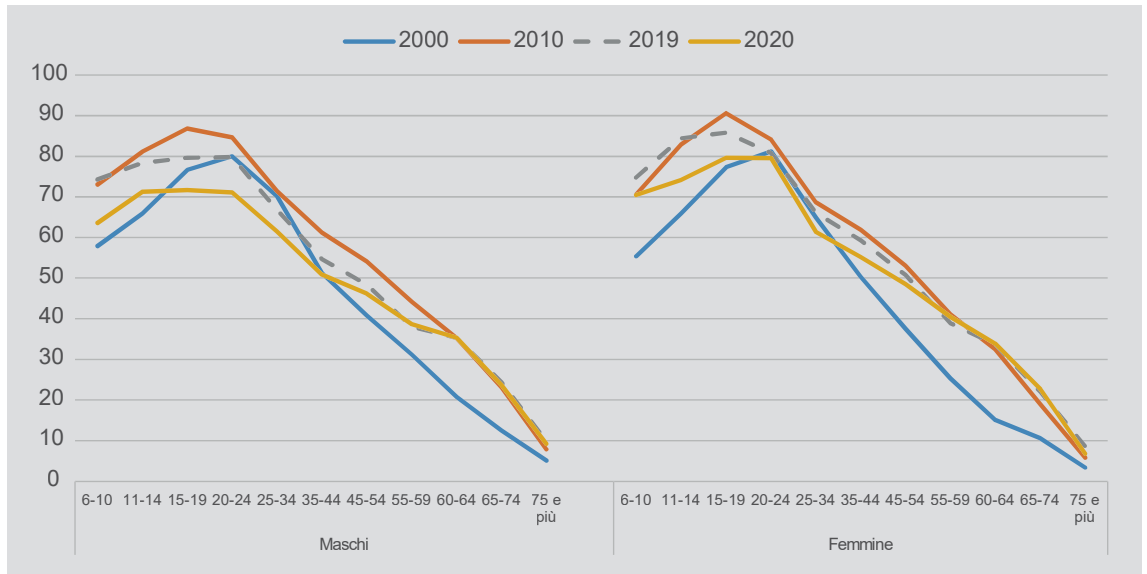


Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Dall'analisi dell'andamento della fruizione del cinema nel ciclo di vita si osservano quote più alte di spettatori tra i più giovani e via via una diminuzione nelle classi di età adulte, fino a raggiungere i livelli più bassi tra la popolazione ultra settantaquattrenne. L'analisi temporale mostra come tra il 2000 e il 2010 si siano osservati per entrambi i generi gli incrementi più elevati specialmente tra i bambini e ragazzi di 6-14 anni (con un aumento di circa 15 punti percentuali) e tra gli adulti di 45-64 anni (con un aumento di circa 13 punti percentuali), stabile, invece, l'andamento nelle altre fasce di età. Successivamente tra il 2010 e il 2019 si è osservato per gli uomini un decremento sostenuto (pari a circa 5 punti percentuali) a partire dalla classe degli 11-14enni e fino a quella dei 50-59enni, mentre per le donne si è osservato un aumento di spettatrice nelle code della distribuzione (+ 4,1 punti percentuali tra le bambine di 6-10 e anni e più 3 punti percentuali tra le donne di 65 anni e più) mentre solo un lieve decremento nelle altre fasce di età. Tra il 2019 e il 2020, naturalmente, si assiste ad una riduzione generalizzata nel numero di spettatori in tutte le fasce di età, con l'unica eccezione della popolazione di 60 anni e più per la quale la quota di spettatori di ambo i sessi rimane abbastanza allineata con l'anno precedente (Figura 4.13).

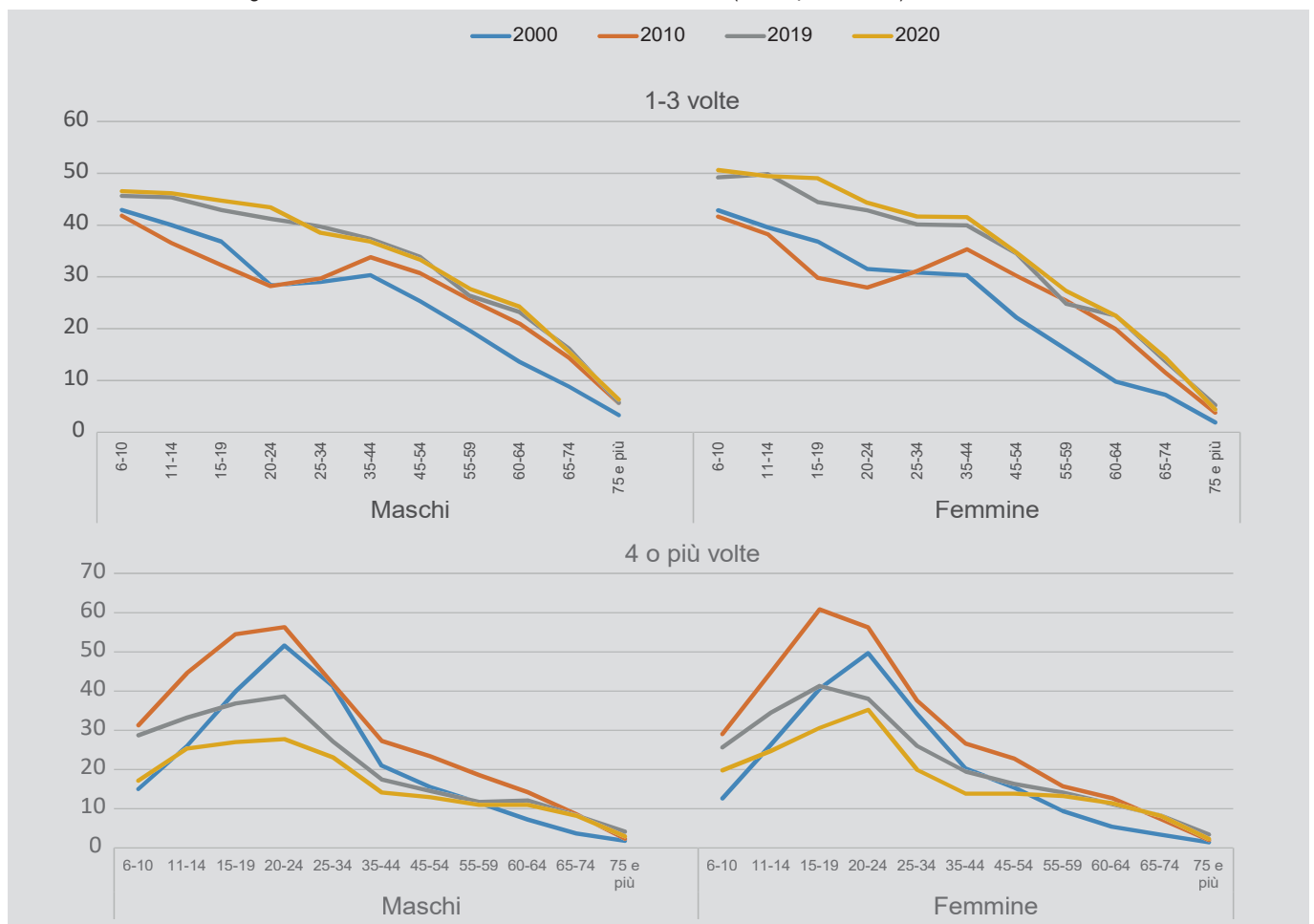
L'analisi nel tempo della frequenza di fruizione per età mostra come tra il 2000 e il 2010 tra i giovani di entrambi i sessi si siano osservati i livelli meno elevati nelle frequenze di fruizione più basse (da 1 a 3 volte in un anno) e viceversa la tendenza ad una fruizione medio-alta, mentre nelle classi di età adulte ed anziane si siano osservate le tendenze opposte (Figura 4.14).

Figura 4.13 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate al cinema almeno una volta per genere e classe di età. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Figura 4.14 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate al cinema per frequenza con cui vi si sono recate, genere e classe di età. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

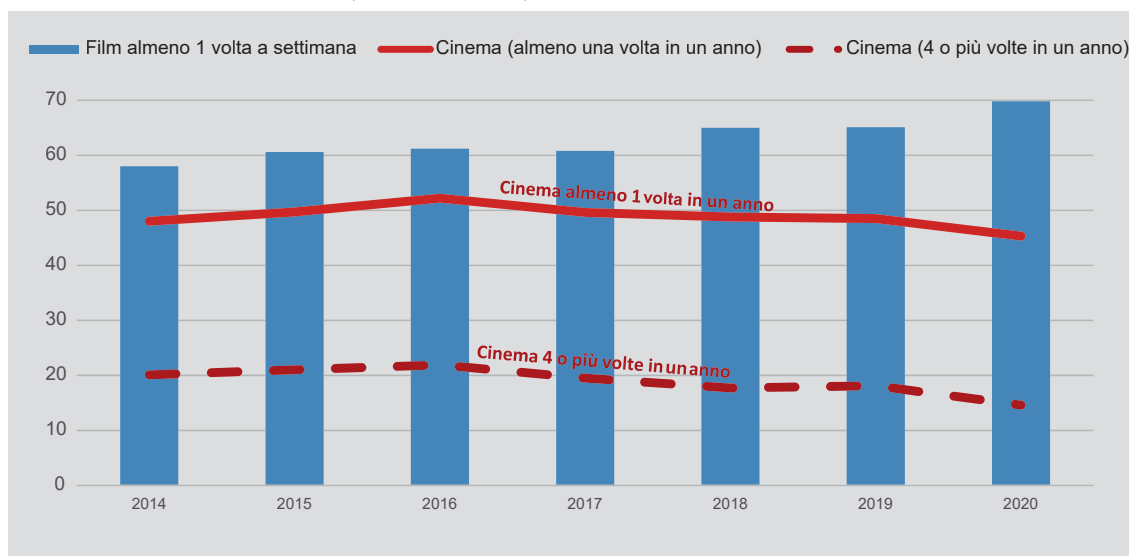
Questo andamento si è modificato nel decennio successivo ed i ragazzi hanno incrementato tra il 2010 e il 2019 la quota di frequenze più basse di fruizione a discapito di quelle più elevate, mentre tra la popolazione adulta ed anziana si è osservata una maggiore stabilità nelle frequenze di fruizione che già nel decennio precedente si attestavano su livelli più bassi.

4.5 Visione di film: la concorrenza di televisione ed Internet prima e durante la pandemia da COVID-19

Il cinema, pur essendo l'ambiente di elezione per vedere un film, non è certamente l'unica possibilità. Come già osservato, già da vari anni ha dovuto fare i conti con la concorrenza da parte, dapprima della televisione generalista, successivamente dei canali a pagamento (molti dei quali dedicati proprio alla visione di film e serie televisive) e, più di recente, di Internet che, con le ampie possibilità di offerta in *streaming* o *download* di film, serie televisive e più in generale di video, ha modificato del tutto tempi, luoghi e modi di fruizione di queste tipologie di spettacoli e il rapporto del pubblico con la proiezione cinematografica^{19,20}.

Analizzando i dati relativi al 2020, a fronte di una diminuzione delle persone che dichiarano di essere andate al cinema e, specificatamente, di chi vi è andato con una frequenza di almeno quattro volte nell'ultimo anno (dal 18,1 per cento nel 2019 al 14,6 per cento nel 2020), si registra un incremento significativo nella quota di popolazione che ha visto, con una frequenza almeno settimanale, film in televisione, tramite Internet o in altre modalità (dvd, videocassette) e che raggiunge nel 2020 il 69,8 per cento (era il 65,1 per cento nel 2019) (Figura 4.15).

Figura 4.15 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista hanno visto film in televisione, su Internet su dvd o in altro modo e persone che si sono recate al cinema almeno una volta e almeno 4 volte. Anni 2014-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

19 Istat (2018).

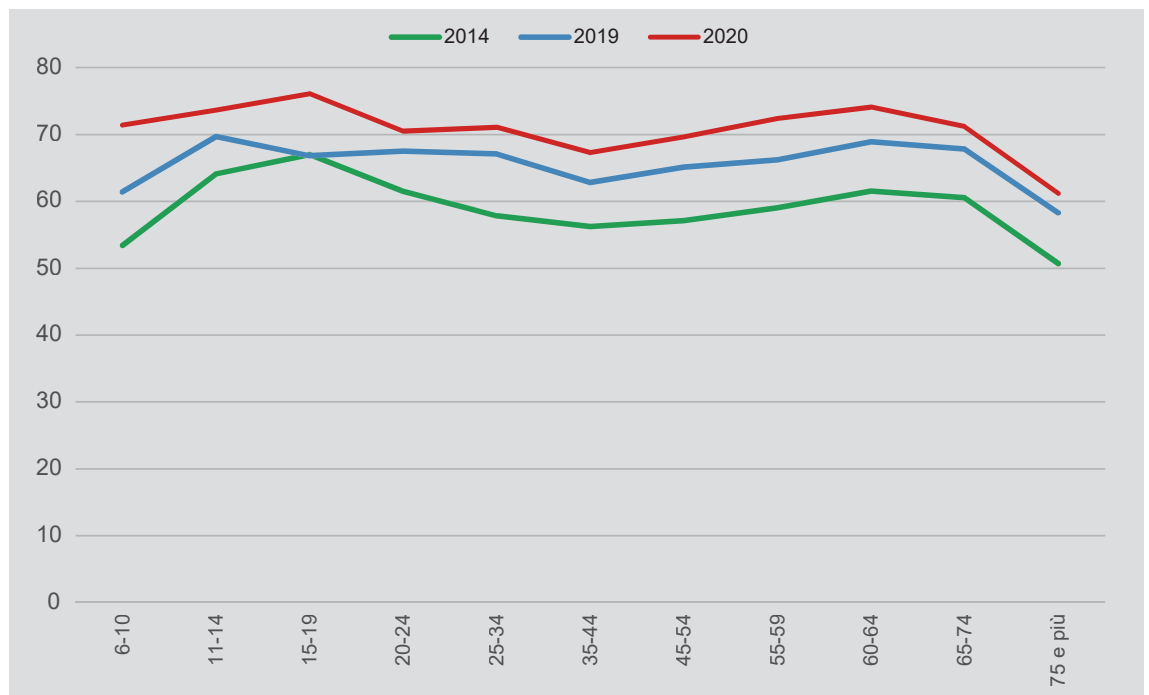
20 Nassimbeni (2021).

Tra il 2014 e il 2020, la tendenza alla crescita della visione di film lontano dalle sale cinematografiche è cresciuta parallelamente alla decrescita del cinema e ciò è avvenuto in modo molto più marcato a cavallo del 2019 e il 2020 quando la chiusura delle sale cinematografiche non ha consentito la scelta tra i due canali di fruizione. Su questo aumento ha senz'altro inciso la crescita dell'abitudine a guardare i film in televisione, ma specialmente di chi li guarda tramite Internet e che è destinata ad aumentare nei prossimi anni.

L'analisi nel ciclo di vita mostra livelli elevati nella visione almeno settimanale di film in tutte le fasce di età, con quote a partire dal 2019 sempre intorno o superiori al 60 per cento per tutta la popolazione. Nel tempo i giovani di 11-24 anni e le persone di 55-74 anni si confermano i gruppi di popolazione che più spesso dichiarano di vedere film con una frequenza almeno settimanale, anche se presumibilmente con delle differenze rispetto al canale di fruizione e una maggiore predilezione dei più giovani verso il *download* o lo *streaming* di film via Internet.

Analizzando nel *trend* temporale dal 2014 al 2020, si osserva una crescita della visione di film per tutte le fasce di età, con aumenti maggiori specialmente tra i bambini di 6-10 anni che tra il 2014 e il 2020 passano dal 53,4 per cento al 71,4 per cento (+18 punti percentuali). In tutte le fasce di età gli aumenti sono comunque sempre superiori a 9 punti percentuali e si mantengono elevati anche tra la popolazione di 75 anni e più. Da segnalare tra il 2019 e il 2020 la forte crescita della visione di film nella fascia 15-19 anni che si era mantenuta stabile tra il 2014 e il 2019, ma che passa dal 66,8 per cento al 76,1 per cento nel corso dell'ultimo biennio analizzato (Figura 4.16).

Figura 4.16 - Persone di 6 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista hanno visto film in televisione, tramite Internet o in altre modalità (dvd, videocassette) con una frequenza almeno settimanale per classe di età. Anni 2014, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Volendo analizzare le determinanti nei confronti dell'abitudine a recarsi al cinema e a fruire della visione di film, sono stati effettuati dei modelli di regressione logistica ed è stata

valutata la significatività delle diverse variabili sociodemografiche e territoriali considerate²¹ nei confronti delle diverse fruizioni analizzate (cinema e visione di film). Inoltre sono stati calcolati anche gli effetti marginali medi per i due anni di indagine considerati (2019 e 2020), per valutare quanto sia cambiato nel corso dell'ultimo biennio l'impatto delle diverse determinanti nei confronti dell'abitudine a recarsi al cinema o di fruire di film fuori dalle sale cinematografiche (Figura 4.17 e Figura 4.18).

Dall'analisi dei risultati emerge come, al netto del peso esercitato dalle altre variabili sociodemografiche considerate, non si osservano significative differenze di genere per l'abitudine a recarsi al cinema e per quella di fruire di film (in televisione, su Internet o in altre modalità). Sia per l'abitudine a recarsi al cinema che per quella di guardare film, inoltre, si conferma sia per il 2019 che per il 2020 un effetto positivo molto più elevato tra i giovani di 25-34 anni rispetto alle persone di 75 anni e più, ma mentre per il cinema tale effetto diminuisce nel 2020, viceversa aumenta per la visione di film. Inoltre, mentre per il cinema diminuiscono in entrambi gli anni gli effetti positivi al crescere dell'età, per i film si conferma quanto osservato nelle analisi descrittive e gli effetti positivi maggiori si osservano, oltre che tra i 25-34enni, anche tra le persone di 55-74 anni e meno tra la popolazione di 35-54 anni.

Dal punto di vista territoriale, si osservano effetti positivi più elevati nei confronti del recarsi al cinema tra chi vive nelle macro aree del Centro-nord rispetto al Mezzogiorno, mentre tendenze opposte per la visione dei film (in televisione su Internet, eccetera).

Sia per quanto riguarda il cinema che per quanto riguarda la visione di film (in televisione su Internet, eccetera), è più elevato, inoltre, l'effetto positivo di fruirne tra chi vive nei Comuni centro e periferie dell'area metropolitana e nei grandi comuni con più 50 mila abitanti rispetto a chi vive in piccoli comuni fino a 10 mila abitanti.

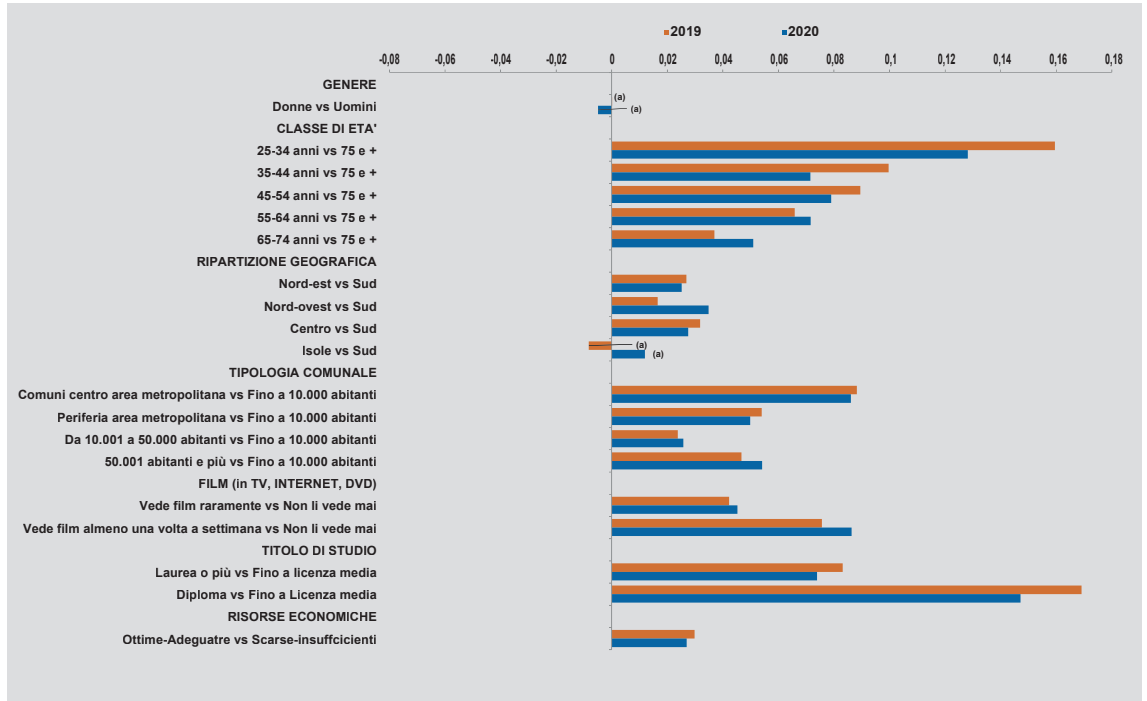
Per il cinema, si mantiene elevato il peso esercitato dalle credenziali educative elevate che rappresentano insieme all'età le principali determinanti nei confronti la fruizione del cinema. Chi ha un titolo di studio medio o alto ha effetti positivi maggiori nei confronti dell'abitudine a recarsi al cinema rispetto a chi ha al massimo la licenza media. Andamento opposto, invece per quanto riguarda la visione dei film: in questo caso, si osservano effetti negativi tra chi ha titolo di studio medio-alti rispetto a chi ha al massimo la licenza media. Anche il possesso di buone risorse economiche della famiglia aumenta gli effetti positivi nei confronti della fruizione del cinema e analogamente per la visione dei film (in televisione, su Internet o in altro modo).

Infine, si osserva una associazione positiva tra l'abitudine ad andare al cinema e il guardare i film (in televisione, su Internet, o in altro modo): infatti, si osservano effetti positivi nel recarsi al cinema tra chi ha l'abitudine di vedere film, in modo particolare con una frequenza almeno settimanale.

Allo stesso modo, si registrano effetti positivi nel guardare film tra chi ha abitudine a recarsi al cinema, specialmente con una frequenza medio alta (4 o più volte in un anno).

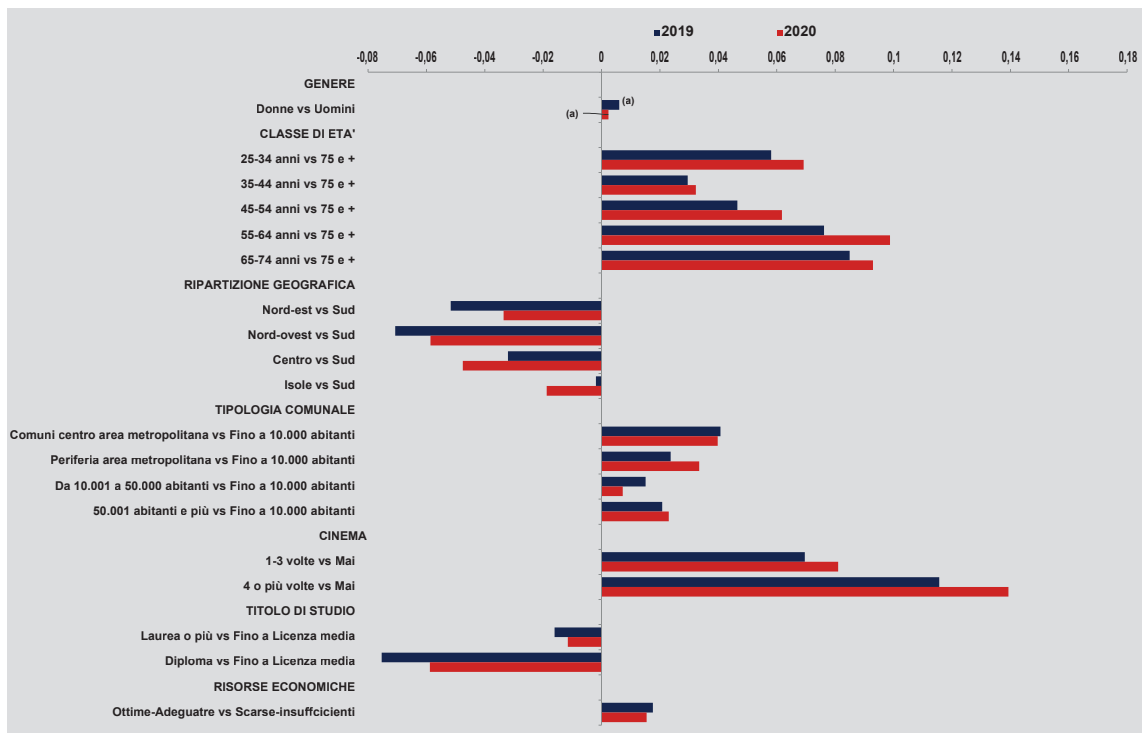
21 Nei modelli sono state considerate le seguenti variabili indipendenti il genere, l'età, la ripartizione geografica e la tipologia del comune di residenza, il titolo di studio più alto conseguito e il giudizio sulle risorse economiche della famiglia. Inoltre, nel modello per misurare la probabilità di recarsi al cinema è stata considerata anche la fruizione di film in altre modalità (in televisione, su Internet, tramite dvd o videocassette, eccetera), mentre nel modello per misurare la probabilità di fruire di film in televisione e su Internet è stata considerata anche l'abitudine di recarsi al cinema.

Figura 4.17 - Persone di 25 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista si sono recate al cinema 4 volte o più. Anni 2019 e 2020 (modelli di regressione logistica, confronto effetti marginali medi)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Coefficiente statisticamente non significativo.

Figura 4.18 - Persone di 25 anni e più che negli ultimi dodici mesi precedenti l'intervista hanno visto film in televisione, tramite Internet o in altre modalità (dvd, videocassette) con una frequenza almeno settimanale. Anni 2019 e 2020 (modelli di regressione logistica, confronto effetti marginali medi)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana
(a) Coefficiente statisticamente non significativo.

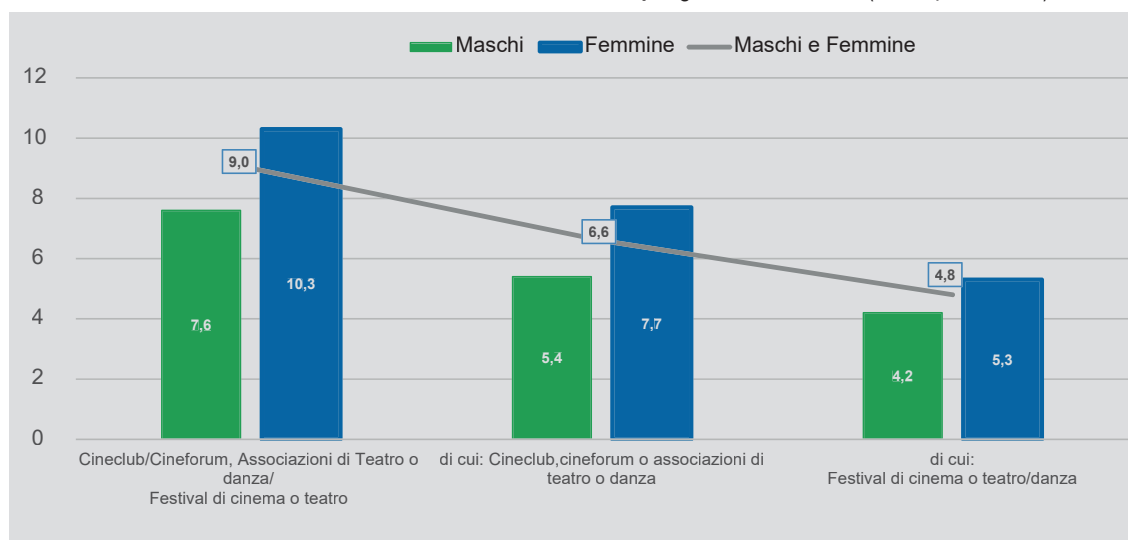
4.6 Partecipazione a festival e associazioni di cinema, teatro e danza: dal *parterre* fisico a quello virtuale o mixed mode

Negli ultimi anni oltre all'abitudine a recarsi fisicamente al cinema o ad assistere dal vivo a spettacoli teatrali, di danza o a concerti si sono diffuse tutta una serie di eventi e manifestazioni collegati a queste tipologie di spettacoli che hanno creato un indotto capace di convogliare una folta schiera di persone di varie età. Tra questi eventi, si segnalano i diversi festival e manifestazioni di cinema, teatro, letteratura organizzati nel corso dell'anno nelle varie zone del Paese e che, in molti casi, sono diventati un appuntamento fisso ripetuto ogni anno in grado di promuovere e far conoscere luoghi della nostra penisola ad un numero sempre crescente di persone. In altri casi si tratta di associazioni teatrali, cineclub e cineforum che operano a livello locale e che, pur riguardando spesso una cerchia in molti casi ristretta o di nicchia sono in grado di esprimere una grande vitalità ed interesse verso queste forme d'arte²².

Da inizio 2020 ad oggi, oltre ad essersi improvvisamente interrotte, in un continuo *stop and go*, le rappresentazioni dal vivo e la visione di film al cinema, anche questi eventi hanno avuto notevoli difficoltà a continuare le loro attività. In molti casi la situazione in corso ha significato la sospensione definitiva, in altri casi alcune di queste manifestazioni ed eventi sono riuscite a continuare le loro attività. Chi ha potuto ha offerto nei periodi di chiusura totale una versione *online* di queste manifestazioni e, in tempi più recenti, quando le riaperture sono potute avvenire, hanno comunque garantito una versione *mix* dal vivo ed *online* per consentire ad un numero quanto più elevato di spettatori e interessati di continuare a seguirle o in presenza o a distanza.

Prendendo in considerazioni gli ultimi dati disponibili²³ è possibile stimare che prima della pandemia da *COVID-19* circa 4 milioni 750 mila persone di 14 anni e più avevano partecipato a manifestazioni, festival e associazioni di cinema, teatro e danza (pari al 9 per cento della popolazione in questa fascia d'età) (Figura 4.19).

Figura 4.19 - Persone di 14 anni e più che hanno seguito festival di cinema, teatro e danza o hanno frequentato cineclub/cineforum o associazioni di teatro o danza per genere. Anno 2015 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

²² Solimine, Zanchini (2020).

²³ Si fa riferimento ai dati diffusi tramite l'indagine Istat "I cittadini e il tempo libero" (2015): <https://www.istat.it/it/archivio/5538>.

Tra questi, 2 milioni e 500 mila persone avevano seguito festival di cinema, teatro o danza (pari al 4,8 per cento della popolazione) e 3 milioni e 460 mila avevano partecipato ad associazioni di teatro/danza o frequentato cineclub/cineforum (pari al 6,6 per cento della popolazione), con una quota più elevata di donne che di uomini (10,3 per cento contro 7,6 per cento). Quote maggiori si segnalavano specialmente tra i giovani di 14-24 anni (15,9 per cento) e tra i giovani-adulti di 25-44 anni (10,4 per cento).

Naturalmente, si può presumere che nel periodo della pandemia ancora in corso molte persone avranno continuato a seguire questi eventi nelle forme in presenza, ove possibile, e altre avranno continuato a seguirle su un *parterre* virtuale. Senz'altro la possibilità della fruizione ibrida può aver agevolato un numero maggiore di persone a trovare il modo più congeniale per continuare a seguire queste manifestazioni e non dovervi rinunciare. Molto probabilmente, anche nel futuro post pandemico, la modalità mista diventerà il modello di fruizione più diffuso²⁴.

4.7 La riscoperta di *hobby* e *bricolage* durante la Fase 1 dell'emergenza *COVID-19*

Il *lockdown* della fase 1 della pandemia da *COVID-19* ha senz'altro rappresentato un momento di particolare cambiamento che, tra marzo e aprile 2020, ha letteralmente stravolto la quotidianità dei cittadini. L'obbligo di restare a casa, totale o parziale, e la chiusura di esercizi commerciali, palestre, luoghi della cultura, eccetera ha avuto un forte impatto sulla giornata delle persone e sul loro modo di trascorrere il tempo. Tra gli effetti che ha prodotto c'è stato un aumento delle attività di *loisir* e di partecipazione culturale svolta all'interno delle mura domestiche. In questo contesto, gli individui hanno potuto essere più che mai dei *prosumers*²⁵, non soltanto cioè dei consumatori, ma anche produttori delle attività creative da loro svolte e gli *hobbies* e gli interessi coltivati da ognuno sono divenuti rilevanti per ridefinire le proprie giornate nel periodo di *lockdown*.

I dati dell'Indagine Istat "Il diario degli italiani ai tempi del *COVID-19* - I wave" (realizzata ad aprile 2020)²⁶ consentono di mettere in evidenza le diverse attività di *hobby* e di svago svolte dai vari gruppi di popolazione. Analizzando le informazioni disponibili emerge come circa una persona su cinque nel corso delle giornate in *lockdown* ha dichiarato di essersi dedicata a *hobby* e attività di svago come *bricolage*, cucito, gioco, ascolto di musica, eccetera (21,4 per cento), con valori sovrapponibili tra uomini e donne in quasi tutte le fasce di età, ad eccezione della popolazione di 65 anni e più in cui si è osservato un valore nettamente superiore tra le donne (25,8 per cento contro 13 per cento degli uomini). Più della metà delle persone è riuscita a farlo dedicandovi più tempo e sfruttando così in maniera positiva gli effetti delle restrizioni imposte nella fase 1.

Per quanto riguarda alcune specifiche attività di hobbistica e svago, emerge che la permanenza forzata in casa ha incentivato una quota consistente della popolazione a trascorrere buona parte del proprio tempo libero dedicandosi ad attività relative alla manutenzione della casa, alla preparazione di pane, pizza o dolci, ai giochi di società e a praticare attività artistiche come la pittura, il canto, la scrittura.

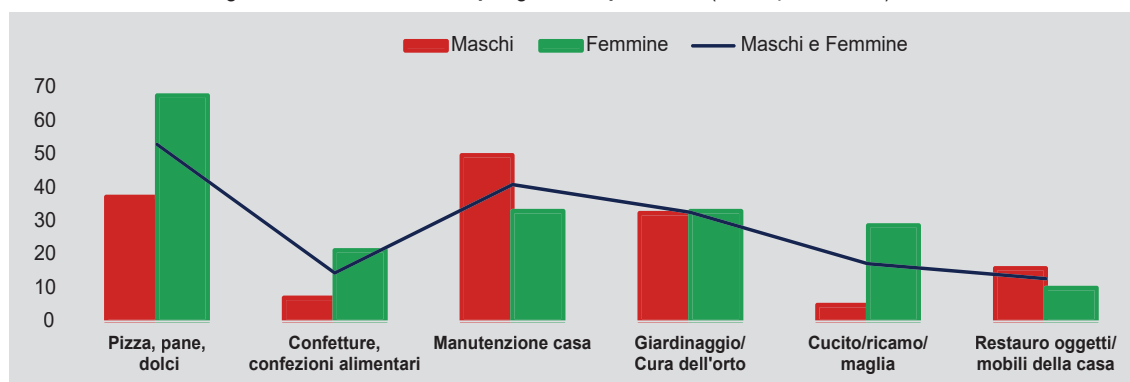
24 <https://www.eventgarde.it/il-futuro-degli-eventi-e-ibrido/>.

25 Solimine, Zanchini (2020).

26 Indagine "Il diario degli italiani ai tempi del *COVID-19* - I wave": <https://www.istat.it/it/archivio/241013>.

Il 53 per cento della popolazione di 18 anni e più durante il periodo di *lockdown* si è dedicata alla preparazione di pane, pizza, dolci, più le donne (69,6 per cento) ma anche gli uomini non sono stati da meno (37,3 per cento). La frequenza con cui questa attività è stata svolta è in prevalenza di almeno una volta a settimana (42,1 per cento rispetto al totale di cui 54,4 per cento donne e 28,9 per cento uomini) (Figura 4.20).

Figura 4.20 - Persone di 18 anni e più per alcune attività del tempo libero a cui si sono dedicate nella Fase 1 dell'emergenza sanitaria *COVID-19* per genere. Aprile 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del *COVID-19*

Il 41 per cento della popolazione si è occupata, invece, della manutenzione della casa anche con una certa assiduità visto che il 22,3 per cento lo ha fatto con una frequenza almeno settimanale mentre quasi un terzo si è dedicato al giardinaggio o alla cura dell'orto (con una frequenza almeno settimanale per il 27 per cento); il 17,3 per cento ha invece cucito, ricamato o fatto la maglia (il 10,9 per cento con una frequenza almeno settimanale) e il 12,8 per cento si è dedicato al restauro di mobili o oggetti per la casa, praticando tale attività nel 5,4 per cento dei casi con una frequenza almeno settimanale.

Gli uomini sono stati più attivi in attività riconducibili alla sfera del *bricolage*, come il restauro di mobili o di oggetti per la casa (15,9 per cento contro il 10 per cento delle donne) o in lavori di manutenzione in casa (49,7 per cento contro il 33 per cento delle donne). Le donne, invece, si sono occupate maggiormente di attività sartoriali/ricamo/maglia (28,7 per cento contro 4,9 per cento degli uomini). Non si osservano, invece, differenze di genere per la cura dell'orto o del giardino.

Se si considera una frequenza almeno settimanale delle attività praticate si osserva, rispetto al 2015, un incremento per tutte di almeno il 50 per cento. Ad eccezione del cucito e ricamo che si sono mantenuti costanti.

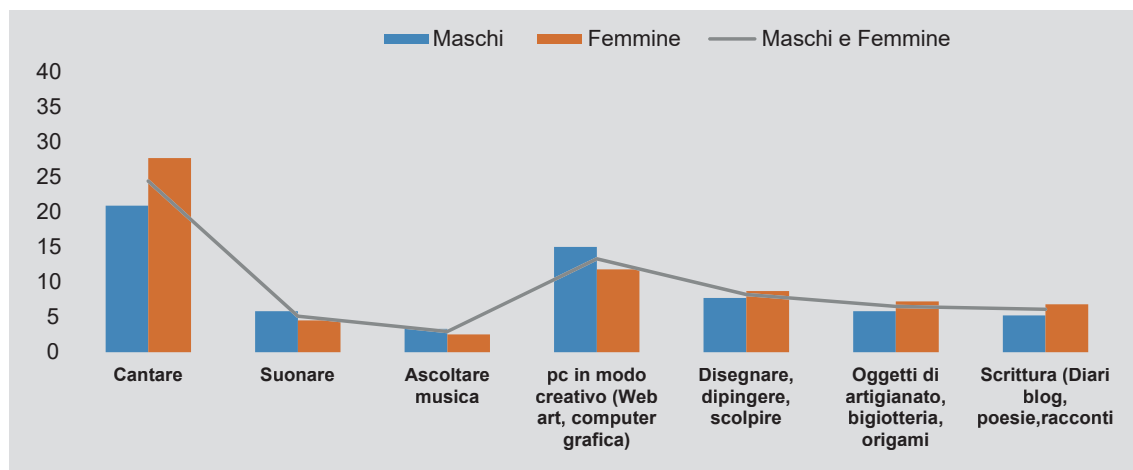
A livello territoriale le attività di panificazione e preparazione di dolci/ confetture e il cucito sono state scelte principalmente dalle persone residenti nel Mezzogiorno (Area 3); viceversa, le attività di manutenzione casa e giardinaggio hanno avuto maggiori adesioni nella Zona rossa e nell'Area 2²⁷.

Nel periodo di *lockdown* la popolazione è stata spesso impegnata anche in attività di svago creativo legate alla musica (cantare, suonare, ascoltare musica), alle arti figurative (disegno, pittura scultura), alla scrittura e alla creazione di oggetti artigianali o di bigiotteria.

27 Nell'indagine Il diario degli italiani ai tempi del *COVID-19* I wave, le regioni sono state classificate in tre aree: zona rossa (Area 1): Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna e Marche; Area 2: altre regioni del Centro-Nord (Liguria, Valle d'Aosta, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Toscana, Lazio e Umbria); Area 3: Mezzogiorno (Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna).

Tali attività hanno riguardato il 42,2 per cento della popolazione di 18 anni e più. Tra le attività di tipo creativo il canto è quella che ha coinvolto la maggior quota di persone (il 24,6 per cento), soprattutto donne (27,9 per cento contro 21,1 per cento) (Figura 4.21).

Figura 4.21 - Persone di 18 anni e più per alcune attività del tempo libero a cui si sono dedicate nella Fase 1 dell'emergenza sanitaria COVID-19 per genere. Aprile 2020 (valori percentuali)

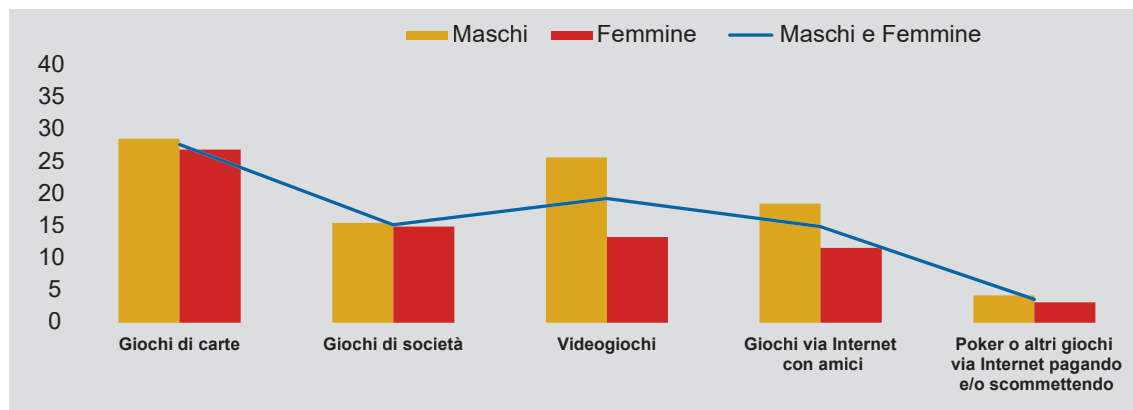


Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

Se si considera la frequenza almeno settimanale di queste attività di tipo ricreativo si osserva, rispetto al 2015²⁸, un notevole incremento. Per il canto, ad esempio, la quota di chi dichiarava di avere cantato con una frequenza almeno settimanale era pari al 2,6 per cento, mentre nel periodo del *lockdown* ha raggiunto il 15,9 per cento.

Il 45 per cento della popolazione di 18 anni e più ha fatto giochi di società o altri tipi di gioco durante le giornate delle fase 1 dell'emergenza sanitaria. I giochi di carte e i videogiochi sono risultati i preferiti. Si osservano differenze di genere con valori più elevati tra gli uomini solo per quanto riguarda i videogiochi (25,9 per cento contro 13,5 per cento) e i giochi con amici su Internet (18,7 per cento contro 11,8 per cento), ma non per gli altri tipi (Figura 4.22).

Figura 4.22 - Persone di 18 anni e più per alcune attività del tempo libero a cui si sono dedicate nella Fase 1 dell'emergenza sanitaria COVID-19 per genere. Aprile 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

28 Si fa riferimento ai dati diffusi tramite l'indagine Istat "I cittadini e il tempo libero" (2015): <https://www.istat.it/it/archivio/5538>.

I giochi che prevedono scommesse su Internet hanno riguardato il 3,8 per cento delle persone, la maggior parte delle quali ha giocato con una frequenza meno che settimanale; tuttavia, circa 560 mila individui (pari all'1,1 per cento della popolazione) ha scommesso con una frequenza giornaliera o almeno settimanale.

Tendenzialmente sul territorio hanno dichiarato di avere occupato il tempo con uno o più tipi di gioco soprattutto i residenti nel Mezzogiorno (52,9 per cento), meno quelli della Zona rossa e delle altre regioni del Centro-nord (37,1 per cento).

4.8 Considerazioni finali

La partecipazione a spettacoli ed eventi culturali dal vivo insieme alle pratiche più amatoriali di intrattenimento, come forme artistiche e *hobbies* di diverso genere, rappresentano modalità di espressione molto importanti a cui nel tempo sempre maggiori fasce di popolazione si sono dedicate.

Nel corso degli ultimi venti anni, è comunque molto cambiato il rapporto del pubblico e degli estimatori nei confronti della partecipazione culturale. In ciò ha influito senz'altro la diffusione delle nuove tecnologie digitali collegate ad Internet che hanno totalmente modificato l'offerta culturale rispetto all'offerta più tradizionale, influenzando le forme e i modi della partecipazione.

D'altra parte le diverse congiunture socio-economiche che hanno attraversato il nostro Paese già a partire dal 2012, hanno contribuito in maniera rilevante a modificare (e a volte anche ridurre) modi e possibilità con cui le persone hanno potuto svolgere eventi di partecipazione culturale fuori casa. In particolare, a partire da marzo 2020, la diffusione della pandemia ha segnato una clamorosa battuta d'arresto a causa delle misure restrittive per il suo contrasto che, nel caso della partecipazione culturale, si sono concretizzate nella chiusura per lunghi mesi della maggior parte dei luoghi della cultura.

Durante le fasi più difficili della pandemia forme *indoor* veicolate in modo particolare dagli strumenti Ict hanno avuto un forte impulso e indotto un passaggio sul *parterre* virtuale della maggior parte delle forme di fruizione culturale. Spettacoli teatrali, mostre, concerti, siti archeologici e luoghi della cultura si sono "aperti" virtualmente al pubblico tramite le possibilità offerte dalla rete e hanno dovuto compiere un'operazione di adattamento e di trasformazione al nuovo contesto non semplice né banale.

Anche se oggi ci troviamo in un momento molto diverso rispetto ai primi mesi della pandemia e ormai quasi integralmente i luoghi della cultura hanno potuto riaprire al pubblico le proprie porte, il futuro appare ancora incerto ed è difficile immaginare cosa accadrà nel panorama culturale. Forse, mutuando un'espressione nata con riferimento alle infrastrutture tecnologiche, possiamo immaginare che anche per la cultura il futuro sarà "ibrido" e forme e modalità vissute dal vivo e in modalità virtuale continueranno a convivere e ad essere mixate insieme per andare incontro alle diverse esigenze dei fruitori della cultura.

Nelle indagini sociali che mirano a rilevare i comportamenti di fruizione culturale emergenti tra la popolazione, sarà importante che ci si focalizzi sulle nuove forme di partecipazione in modo da decodificare via via in modo sempre più esaustivo i cambiamenti in atto.

Riferimenti Bibliografici

- Arosio, F.M., A. Caramis. 2019. "Il ruolo della statistica per la conoscenza delle trasformazioni culturali del Paese". *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, Volume 4, N. 3: 47-62.
- Baricco, A. 2018. *The game*. Torino, Italia: Giulio Einaudi Editore, *Stile Libero Big*.
- Camera dei Deputati, Servizio Studi, XVIII Legislatura (a cura di). 2020. *Le misure adottate a seguito dell'emergenza Coronavirus (COVID-19) per il settore dei beni e delle attività culturali*. Roma, Italia: Camera dei Deputati.
- Centro per il Libro e la Lettura, in collaborazione con Associazione Italiana Editori - AIE. 2021. *Dall'emergenza a un piano per la ripartenza. Libro bianco sulla lettura e i consumi culturali in Italia (2020-2021)*. Roma, Italia: Poligrafico e Zecca dello Stato Italiano.
- Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro - CNEL, Commissione Speciale dell'Informazione (III) (a cura di). 2014. *Rapporto sul mercato del lavoro 2013 - 2014*. Roma, Italia: CNEL.
- Federculture (a cura di). 2021. *17° Rapporto Annuale Federculture 2021. Impresa Cultura - progettare e ripartire*. Roma, Italia: Gangemi Editore.
- Federculture (a cura di). 2020. *16° Rapporto Annuale Federculture 2020. Impresa Cultura - dal tempo della cura a quello del rilancio*. Roma, Italia: Gangemi Editore.
- Fondazione Symbola - Fondazione per le qualità italiane, e Unioncamere (a cura di), in collaborazione con Regione Marche, e Istituto per il Credito Sportivo - ICS. 2021. "Io sono Cultura 2021. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi". *I Quaderni di Symbola*, 4 agosto 2021. Roma, Italia: Symbola e Unioncamere.
- Fondazione Symbola - Fondazione per le qualità italiane, e Unioncamere (a cura di), in collaborazione con Regione Marche, e Istituto per il Credito Sportivo - ICS. 2021. "Io sono Cultura 2020. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi". *I Quaderni di Symbola*, 15 aprile 2021. Roma, Italia: Symbola e Unioncamere.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021a. *Bes 2020. Il benessere equo e sostenibile in Italia*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/254761>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021b. *Annuario statistico italiano 2021*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/264305>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. "Fase 1: le giornate in casa durante il lockdown. 5 aprile - 21 aprile 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/243829>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2018. "I cittadini e il cinema. Anni 2015-2017". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. www.istat.it/it/archivio/220416.
- Morrone, A., e M. Savioli. 2008. *La lettura in Italia*. Milano, Italia: Editrice Bibliografica.
- Nassimbeni, M. 2021. "Il futuro del cinema, tra streaming e pandemia". *Heraldo*, 28 dicembre 2021.
- Società Italiana degli Autori ed Editori - SIAE (a cura di). 2021. *Annuario dello Spettacolo 2020*. Roma, Italia: SIAE.
- Solimene, G., e G. Zanchini. 2020. *La cultura orizzontale*. Bari, Italia: Editori Laterza.

5. COME INTERNET CAMBIA IL TEMPO LIBERO¹

5.1 Introduzione

Negli ultimi trent'anni la diffusione di Internet ha compiuto una vera e propria rivoluzione nella vita delle persone, comportando cambiamenti in termini di costumi e stili di vita, offrendo nuove modalità di comunicazione e nuove possibilità di vivere il tempo libero e la partecipazione culturale.

Specialmente a partire dalla fine degli anni Novanta la diffusione della rete è stata dirompente, con quote costanti di incremento annuo e gruppi di popolazione in cui via via la platea complessiva è stata sempre più raggiunta, fino ad arrivare in taluni casi alla saturazione. Non sono mancate le disparità nella diffusione dell'accesso ed ancora oggi, il *divide* territoriale Nord-Sud, insieme a forti differenze generazionali, di genere e legate alle credenziali educative caratterizzano la diffusione di Internet nel nostro Paese.

Tutto ciò si era già delineato prima del 2020, ma quando la pandemia da *COVID-19* si è cominciata a diffondere e la vita delle persone si è dovuta ripiegare all'interno delle mura domestiche e nella sfera *indoor*, Internet è stata una grande opportunità ed un alleato in grado di far mantenere, ad esempio, le persone in relazione tra di loro malgrado il distanziamento fisico imposto dalle restrizioni in atto o di creare opportunità per il lavoro, lo studio e il tempo libero.

A marzo 2020, con il *lockdown* della fase 1 della pandemia, tutto è stato messo alla prova: cultura, sport, intrattenimento, partecipazione politica e religiosa, relazioni sociali. Lo spazio casalingo, immediatamente eletto a luogo di lavoro e di studio, è diventato, anche grazie ad Internet luogo del *fitness*, portale di accesso ai musei, cavea per gli spettacoli, agorà per lo scambio pubblico, tempio della partecipazione religiosa. In una modalità che fa ripensare alla metafora della cabina di controllo attraverso cui relazionarsi da "individui in rete"², ma che nemmeno nelle più azzardate distopie sarebbe potuto immaginarsi messo a regime in un modo così totalizzante. Nel periodo pandemico tutte le attività *venue-based* si sono dissolte e riconfigurate attorno e attraverso il web, a partire dalla propria casa.

5.2 Individui in rete

Nel 2015, secondo le stime fornite dall'Istat tramite l'indagine "Aspetti della vita quotidiana"³, più di una persona su tre (35,8 per cento) non aveva mai usato Internet nella

1 Il capitolo è stato curato e redatto da Rita Fornari.

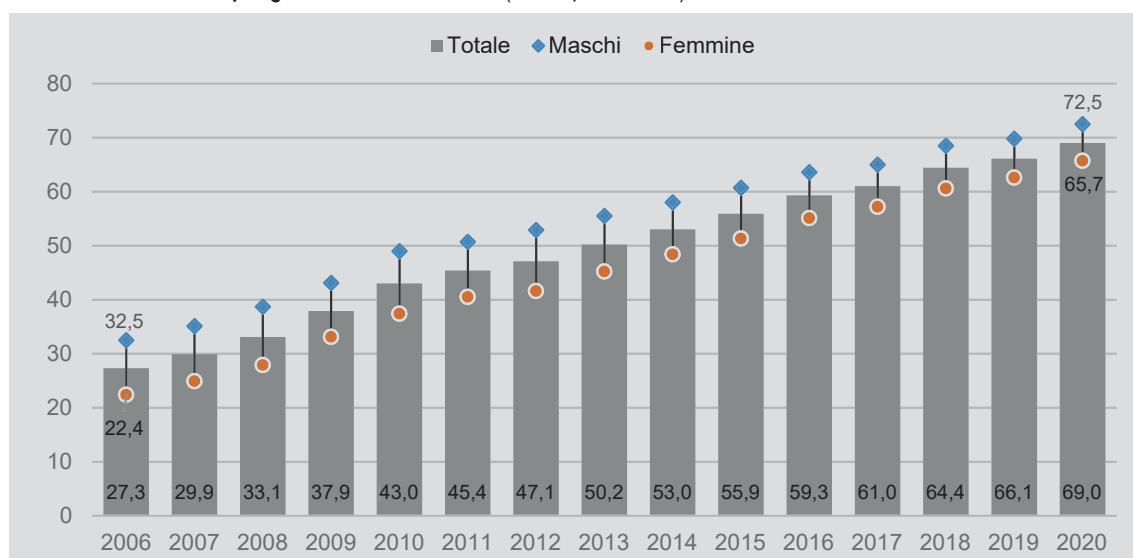
2 Tale metafora è stata usata da Raine e Wellman nel 2012 per descrivere il modello del *networked individualism*. Raine e Wellman (2012).

3 Nel presente lavoro, i dati riguardanti le serie storiche, utili ad inquadrare il fenomeno in uno scenario più ampio, provengono dall'indagine annuale Istat "Aspetti della vita quotidiana". Gli approfondimenti sulla relazione tra uso di Internet e tempo libero sono frutto anche delle elaborazioni sui dati dell'ultima indagine Istat "I Cittadini e il tempo libero" - Anno 2015, che fornisce un quadro informativo più ampio e consente di agganciare le pratiche *online* di uso del tempo libero con quelle *off line*. I dati sugli effetti di Internet durante il *COVID-19* sono forniti dall'Indagine "Diario

vita e nel 2019, solo un anno prima della pandemia, ancora una persona su quattro era estranea all'uso della rete. La disuguaglianza nell'accesso alla rete, definita in letteratura come divario digitale di primo livello⁴, ed evidenziata anche negli studi sul fenomeno relativi al nostro Paese⁵, è, quindi, il primo aspetto che va considerato.

In Italia, nel corso di 15 anni, la quota di utenti regolari (che hanno usato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista) è aumentata di circa 40 punti percentuali, passando dal 27,3 per cento al 69 per cento (circa 39 milioni di individui di 6 anni e più), con un incremento abbastanza regolare intorno ai tre punti percentuali l'anno. L'incremento più alto si è avuto tra le donne (da 22,4 a 65,7 per cento), riducendo il *gap* rispetto ai maschi da dieci a sette punti percentuali (Figura 5.1).

Figura 5.1 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per genere. Anni 2006-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Per comprendere appieno l'utilizzo delle tecnologie Ict è sicuramente utile guardare a questi andamenti attraverso i cambiamenti generazionali. Le distribuzioni della popolazione per classi di età e genere osservate in quattro punti temporali a partire dal 2006, ci mostrano che nel caso di Internet dobbiamo considerare tanto l'effetto età quanto l'effetto periodo (Figura 5.2).

Nel passaggio tra il 2006 e il 2010, la curva dell'età si è innalzata in prossimità delle classi 11-14 anni e 15-19 anni evidenziando l'anticipazione dell'entrata in rete da parte dei giovanissimi (rispetto ai loro coetanei del 2006 mostrano quote di partecipazione alla rete di circa trenta punti percentuali in più). In quegli stessi anni Internet cresce in modo rilevante anche in tutte le fasce di popolazione di giovani e adulti fino a 44 anni (+20 punti percentuali).

A partire dal 2016, invece, la curva dell'età comincia a cambiare la sua forma: se, da un lato, le classi di età dei *teenager* e dei giovani fino a 24 anni raggiungono quote di utenti di Internet pari o superiori all'85 per cento, dall'altro, si cominciano a evidenziare importanti cambiamenti per le classi di età degli adulti tra i quali si diffonde maggiormente l'uso di

degli italiani al tempo del COVID-19" - I e II wave.

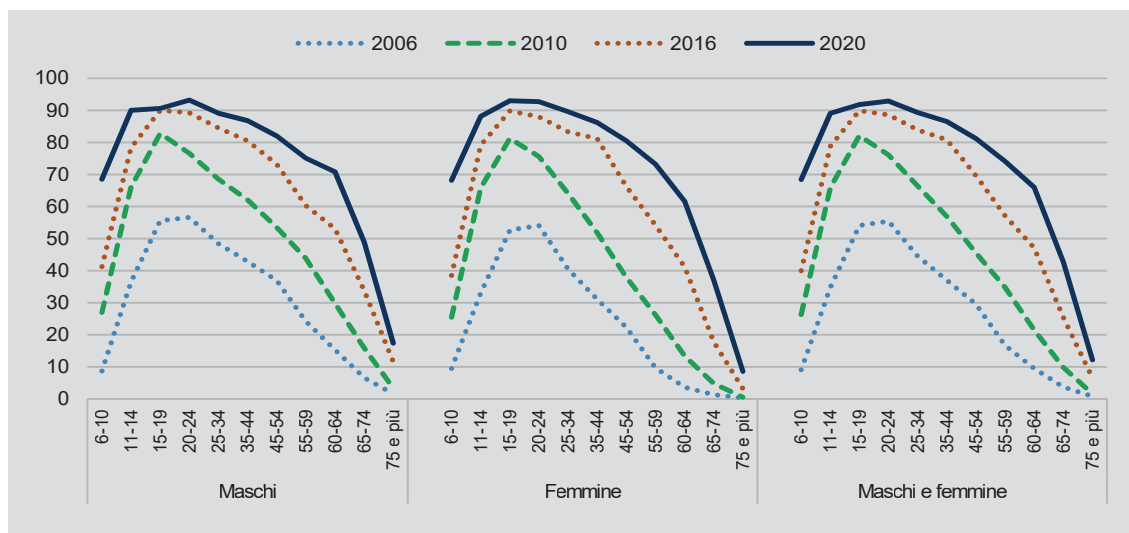
4 Di Maggio et al (2001); Van Dijk (2005).

5 Fub-Istat (2018); Istat (2018, 2019, 2020).

Internet. In questo caso, però osserviamo ancora differenze tra maschi e femmine: l'uso di Internet, infatti, si diffonde più ampiamente e più incisivamente per i primi, tra i quali nel 2016 troviamo quote sopra il 50 per cento fino a 60-64 anni.

Tra il 2016 e il 2020 si consolida questa distribuzione e la quota di Internet sopra l'85 per cento è raggiunta da tutte le fasce di età dagli 11 ai 44 anni e, durante tutto il corso dei cinque anni, crescono di oltre quindici punti percentuali gli utenti per tutte le fasce di età tra i 55 e i 74 anni, con una contestuale riduzione del *gap* tra maschi e femmine. Infine, il maggiore incremento nel quinquennio si osserva per la fascia dei 6-10 anni (+28,4 punti percentuali), ma esattamente la metà di tale aumento è concentrato nel passaggio dal 2019 al 2020, probabilmente per effetto della didattica a distanza.

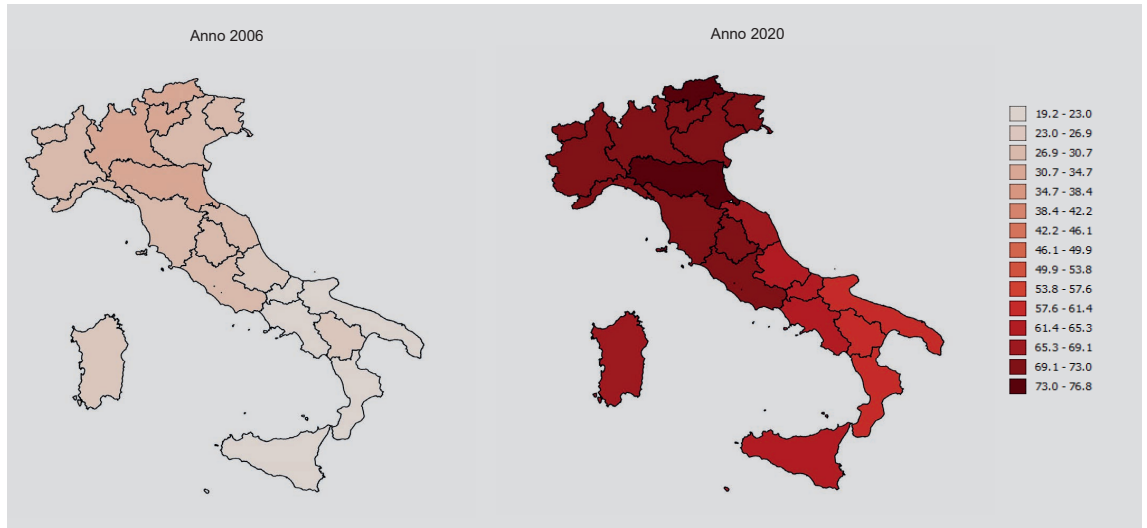
Figura 5.2 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per genere e classe di età. Anni 2006, 2010, 2016 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Se osserviamo il cambiamento rispetto al territorio, possiamo vedere come il Mezzogiorno presenta un tasso di accesso ad Internet molto più basso del Centro e del Nord; le differenze, seppure attenuatesi nel corso del tempo, rimangono pur sempre molto ampie: nel 2020, a fronte di una media nazionale del 69 per cento di individui di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana negli ultimi 3 mesi precedenti l'intervista, la quota di utenti è rispettivamente il 72,1 per cento nel Nord, il 71,6 per cento nel Centro e il 63,2 per cento nel Mezzogiorno (circa 9 punti percentuali in meno rispetto al Centro-nord). In Abruzzo, Campania, Molise, Sicilia, Puglia, Calabria e Basilicata gli utenti regolari di Internet non raggiungono, ancora nel 2020, i due terzi della popolazione di 6 anni e più. Al contrario, Emilia Romagna e Trentino-Alto Adige sono le due regioni in cui gli utenti sono quasi i tre quarti della popolazione (Fig.5.3).

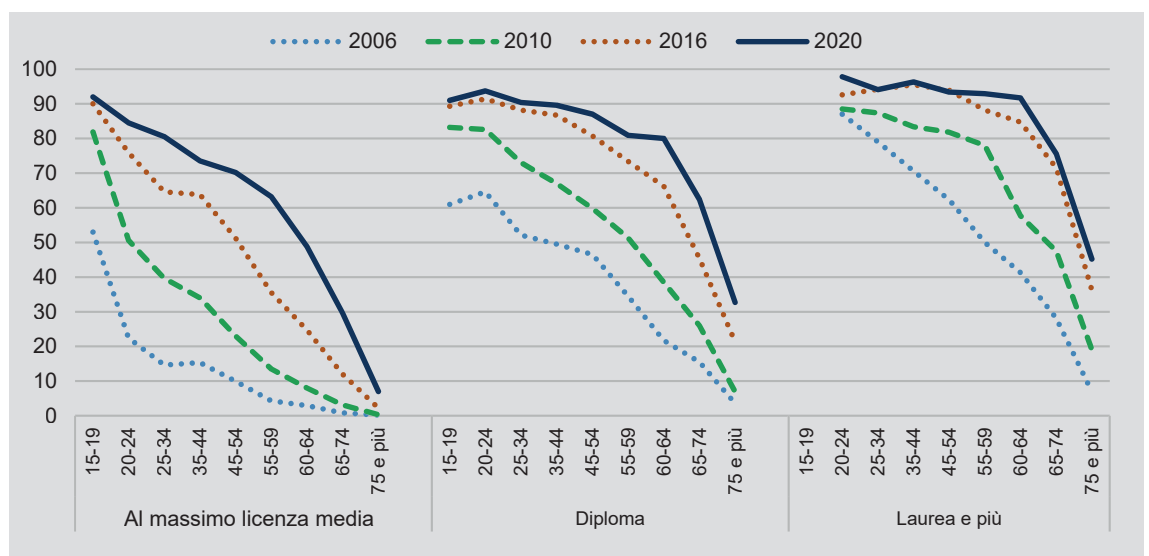
Figura 5.3 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per regione. Anni 2006 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

L'accesso ad Internet è fortemente associato al livello culturale delle persone⁶ e si combina con le differenze generazionali già evidenziate (Figura 5.4). Negli ultimi quindici anni, infatti, se l'accesso ad Internet ha sempre mostrato una distribuzione tendenzialmente decrescente passando dalle classi dei giovani adulti di 25-34 anni a quelle successive, le distribuzioni per titolo di studio evidenziano che quanto più alto è il titolo di studio posseduto tanto più alto è l'accesso alla rete, determinando una situazione in cui i diplomati del 2020 hanno un tasso di partecipazione inferiore a quello che i laureati avevano raggiunto nel 2016, per tutte le classi di età considerate (con un'oscillazione intorno a sei punti per-

Figura 5.4 - Persone di 15 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per classi di età e titolo di studio. Anni 2006, 2010, 2016 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

⁶ Come *prox* del livello culturale delle persone viene utilizzata l'informazione relativa al titolo di studio più alto conseguito.

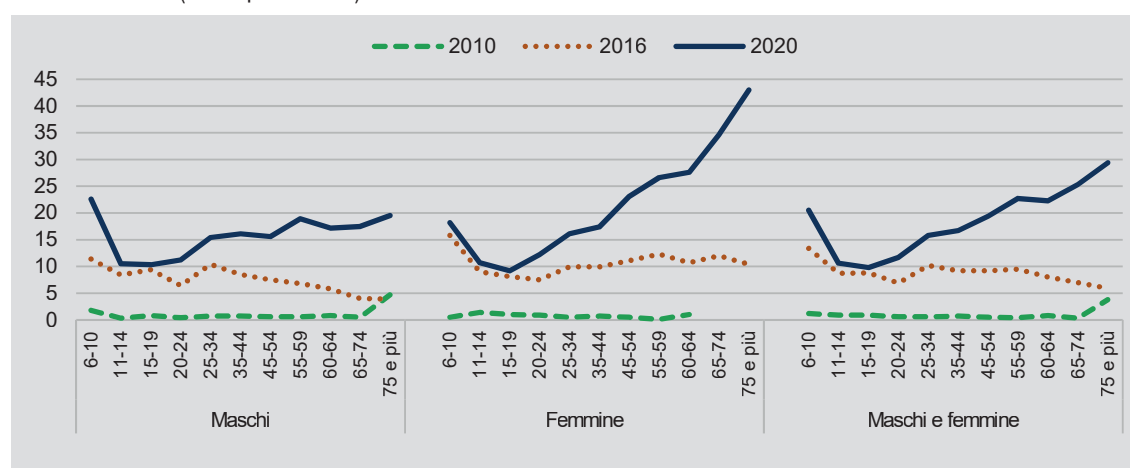
tuali di differenza). Gli individui con al massimo la licenza media, ancora più gravemente, presentano, nel 2020, tassi di partecipazione inferiori a quelli raggiunti dai laureati già dieci anni prima. Infine, riguardo ai laureati, i dati evidenziano che le differenze nelle classi di età sono sempre state inferiori e che già dal 2016 vi è una sostanziale uguaglianza di accesso ad Internet per la fascia di età 25-44 anni, con una quota di oltre il 90 per cento di utenti regolari; nel 2020 anche per le classi di età fino a 64 anni si osserva la partecipazione in rete di almeno nove individui su dieci.

La mancanza di accesso ad Internet è solo parzialmente attribuibile alle scarsezze materiali ed è sempre più legata a una mancanza di interesse o di abilità: nel 2020 tra le famiglie che non avevano accesso ad Internet da casa, poco più di una su dieci dichiarava come motivazione i costi di connessione o degli strumenti (12,3 per cento, quota sostanzialmente stabile nel tempo), mentre quasi sei su dieci rispondevano facendo riferimento alla mancanza di conoscenza di Internet (59,2 per cento; con un incremento di ben 17 punti percentuali rispetto al 2011).

Una maggiore offerta di formazione sembra porsi anche come primo *step* per la maggiore diffusione di Internet ed è, infatti, la strategia su cui si schiacciano i non utenti o gli utenti anziani e meno istruiti, dando invece minima enfasi alla riduzione dei costi e all'ampliamento dei servizi *online*⁷.

Il divario di primo livello, infine, è stato parzialmente colmato dalla diffusione dello *smartphone* che, grazie alla sua più immediata fruibilità, ha favorito l'aumento del numero di utilizzatori di Internet sganciandoli dall'uso del pc (Figura 5.5): se fino al 2011, solo l'1 per cento degli utenti non aveva mai usato un pc, nel 2016 essi erano il 9,1 per cento e nel 2020 ben il 18 per cento. La fruizione di Internet senza mai aver utilizzato il pc si riscontra principalmente tra le donne e, soprattutto nelle classi più anziane, dove nel 2020 si tocca una quota del 43 per cento tra le anziane di 75 anni e più (tra i maschi non si arriva mai al 25 per cento).

Figura 5.5 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista e non hanno mai utilizzato il pc (compreso il tablet) per genere e classe di età. Anni 2010, 2016, 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

7 Fornari (2018).

5.3 La digitalizzazione della vita quotidiana

Se questa è la situazione nell'accesso alla rete, non molto diversa è quella riguardo all'uso che si fa di Internet, ovvero al divario di secondo livello⁸. Studi precedenti⁹ mostrano come gli utenti di Internet, rispetto al grado di "digitalizzazione della vita quotidiana", si posizionano su un continuum che va dal gruppo degli utenti poco attivi, in qualche modo fermi sulla soglia del primo divario e che "sfruttano" la rete per pochissime *task* come la messaggistica o il *social network* (prevalentemente anziani, persone con basso livello di istruzione e con status professionale non elevato o casalinghe), fino al gruppo degli utenti che risultano sempre connessi con il supporto di molteplici dispositivi e che utilizzano Internet in ogni sfera della vita privata e del tempo libero (generalmente giovani, con alto livello di istruzione e con status professionale elevato). Se fino al 2017, i primi erano oltre il 30 per cento degli utenti e i secondi ne rappresentavano meno del 10 per cento, negli ultimi anni la situazione sembra essere migliorata e proprio nel 2020, si assiste ad un netto balzo nel numero degli utenti che hanno svolto 13 o più attività *online*¹⁰ (17,5 per cento, +5,7 punti percentuali rispetto all'anno precedente) (Tavola 5.1).

Tavola 5.1 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per numero di attività svolte *online*. Anni 2015-2020 (valori percentuali e valori in migliaia)

	Utenti di internet (valori in migliaia)	Fino a 4 attività	Da 5 a 8 attività	Da 9 a 12 attività	Da 13 o più
2015	31.999	32,0	37,1	23,2	7,7
2016	33.915	29,9	36,2	24,9	9,0
2017	34.897	32,6	34,8	24,4	8,2
2018	36.856	26,7	35,1	27,4	10,9
2019	37.793	25,7	35,1	27,4	11,8
2020	39.330	20,7	31,2	30,6	17,5

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Tuttavia, sia il *trend* generale sia l'intensificazione dell'utilizzo di Internet per un numero ampio di attività, avutasi nel 2020, non è uniforme per tutte le categorie di popolazione.

Si riscontrano differenze significative di tipo generazionale che sembrano ricalcare quelle già evidenziate per l'accesso ad Internet (figura 5.6): la quota di chi svolge tredici o più attività *online* è più alta tra i giovani, con il picco tra i 25-34 anni per i quali nel 2020 la quota tocca quasi il 30 per cento (con un incremento di ben +16,4 punti rispetto al 2015, di cui +9,6 registrati rispetto al solo 2019); il divario tra maschi e femmine è nullo o spesso a favore delle femmine per le classi di età più giovani mentre è sempre a favore dei maschi e molto più consistente a partire dai 35 anni e nelle classi di età successive: nel 2020 la maggiore differenza tra maschi e femmine si ha tra i 60-64 anni (14,4 contro 6,8 per cento).

Ancora più marcato il divario rispetto al titolo di studio posseduto rispetto al quale le differenze tra laureati e individui con al massimo la licenza media è aumentata nel corso

8 van Deursen and van Dijk (2010); Ragnedda and Muschert (2013).

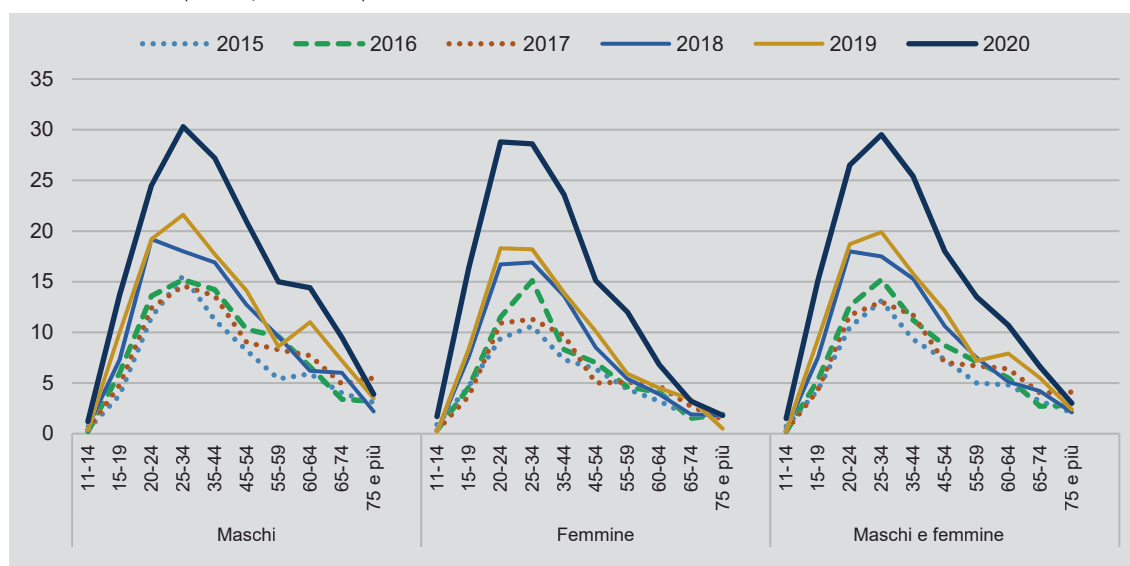
9 Fornari (2020).

10 Sono state prese in considerazione 19 attività svolte su Internet e relative a diversi aspetti della vita quotidiana presenti in tutti gli anni dal 2015 al 2020 nel questionario dell'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana": prendere appuntamento con un medico, usare un servizio *cloud*, inviare e ricevere email, messaggistica istantanea o messaggi su *chat*, *blog*, *forum*, chiamate o video chiamate via Internet, giocare o scaricare giochi, *Internet banking*, *e-commerce*, servizi finanziari, vendita di beni e servizi *online*, cercare informazioni su beni e servizi, cercare informazioni sanitarie, leggere quotidiani *online*, ottenere informazioni dalla pubblica amministrazione, ascoltare la musica *online*, leggere o scaricare libri o *ebook*, caricare contenuti di propria creazione, postare opinioni politiche o civili, partecipare a *social network*.

5. Come Internet cambia il tempo libero

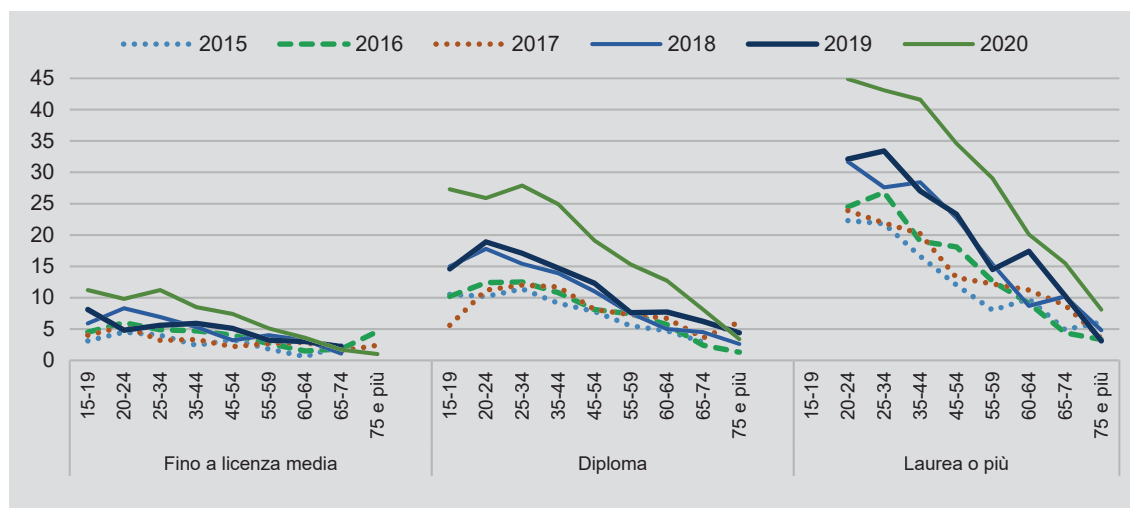
del tempo e, nel 2020, è massimo per la classe di età 20-24 anni con una quota pari a 44,9 per cento e raggiunge un rapporto di quasi 1 a 3 per le classi 25-44 anni e di circa 1 a 4 per quelle di 45-59 anni (figura 5.7). Rispetto alla condizione occupazionale, infine, si registra un aumento della distanza tra occupati e in cerca di occupazione e nel 2020 la quota di chi ha svolto tredici o più attività *online* è pari a 23,9 per cento tra i primi e a 17,9 per cento tra i secondi.

Figura 5.6 - Persone di 11 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista e hanno svolto tredici o più attività *online* per genere e classe di età. Anni 2015-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Figura 5.7 - Persone di 15 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista e hanno svolto tredici o più attività *online* per titolo di studio e classe di età. Anni 2015-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

5.4 Internet e tempo libero

Per approfondire l'uso di Internet nel tempo libero nel 2020 sono state selezionate quattro attività: la lettura *online* e/o il *download* di libri *online/ebook*, che coinvolge il 16,7 per cento degli utenti di Internet di 6 anni e più, la lettura di giornali, informazioni, riviste *online*, svolta dal 58,1 per cento degli utenti, la fruizione di televisione, video, musica *online*¹¹, svolta dal 65,5 per cento degli utenti e fare acquisti *online* che coinvolge il 54,6 per cento degli utenti di Internet (Tavola 5.2).

Per tutte e quattro le attività selezionate, vediamo che i tre fattori considerati (generazionale, culturale ed economico) sono sempre rilevanti, ma si delineano in maniera differenziata. Rilevante il fattore generazionale per tutte le attività tranne che per la lettura di giornali, informazioni e riviste *online* dove si riscontrano quote maggiori tra le persone più adulte rispetto ai 20-24enni. Quest'ultimi, al contrario, sono più attivi in tutti gli altri ambiti, con valori molto superiori alla media: il 24,8 per cento per la lettura in digitale (quasi il cinquanta per cento in più rispetto alla media nazionale), 86,8 per cento per la musica e la televisione e il 69,4 per cento per l'*e-commerce* (circa il trenta in più rispetto alla media nazionale). Lo svantaggio degli anziani si osserva anche quando si considera la tipologia familiare: le persone che vivono in famiglie in cui sono presenti solo over 64enni sono molto meno attive rispetto al resto della popolazione: la lettura in digitale scende al 12,5 per cento, la fruizione di musica e televisione *online* al 42 per cento e l'*e-commerce* al 38,7 per cento.

Si conferma l'effetto positivo di un livello culturale elevato per tutte le attività, ma con una maggiore rilevanza per la lettura in digitale: tra i laureati la percentuale di chi svolge questa attività è pari a 31,2 per cento, mentre tra chi ha al massimo la licenza media è pari a 8,4 per cento. L'effetto del fattore culturale si evince, con la stessa intensità, anche da un indicatore familiare quale il numero di libri posseduti in casa: così, ad esempio, gli individui che vivono in famiglie con oltre cento libri leggono *ebook* o scaricano libri nel 25 per cento dei casi contro il 7,2 per cento di chi vive in famiglie con in casa nessun libro.

Infine, l'essere occupato o vivere in una famiglia che dispone di risorse economiche almeno adeguate ha un impatto sempre positivo rispetto a chi è in cerca di lavoro o ha basse risorse economiche, con livelli più elevati su tutte le attività; in particolare, tra gli occupati il 17,4 per cento legge in digitale, il 67,9 per cento si informa *online*, il 68,5 utilizza Internet per musica e televisione, il 62,1 per cento fa acquisti *online*; tra le famiglie soddisfatte della propria situazione economica, il 17,8 per cento legge in digitale, il 61,2 per cento si informa *online*, il 67,1 utilizza Internet per musica e televisione, il 57,2 per cento fa acquisti *online*.

11 Aver fatto almeno una delle seguenti attività: ascoltare la musica in streaming o attraverso web radio o effettuando il *download*; guardare la televisione in streaming in diretta o in differita da emittenti televisive (per esempio Rai o Mediaset); guardare video *on demand* da servizi commerciali (per esempio Netflix, Infinity, NowTv, Amazon Prime).

5. Come Internet cambia il tempo libero

Tavola 5.2 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per alcune attività svolte *online* e caratteristiche socio-demografiche individuali e familiari. Anno 2020 (valori percentuali)

Anno 2020	Utenti di Internet	Leggere o scaricare libri online o <i>ebook</i>	Leggere giornali, informazioni, riviste <i>online</i>	Fruizione di tv, video, musica <i>online</i>	Acquistare o ordinare merci o servizi (15 anni e più)
Genere					
Maschi	72,5	15,2	59,2	67,5	51,4
Femmine	65,7	18,3	56,9	63,5	46,7
Classi di età					
06-10	68,4	9,6	4,6	59,1	-
11-14	89,1	18,4	22,0	77,1	-
15-19	91,8	24,1	47,4	86,7	50,5
20-24	92,9	24,8	59,6	86,8	69,4
25-34	89,3	21,9	65,5	80,2	67,6
35-44	86,5	18,1	68,0	69,5	62,9
45-54	81,2	15,2	63,5	61,2	55,0
55-59	74,1	12,0	62,7	54,1	44,2
60-64	66,0	12,3	65,1	46,8	40,1
65-74	42,7	8,9	63,3	38,0	34,1
75 e più	12,2	7,5	59,5	27,6	24,0
Ripartizione geografica					
Nord	72,1	17,9	60,7	68,0	53,2
Centro	71,6	16,2	60,1	65,5	50,5
Mezzogiorno	63,2	15,2	52,8	61,7	41,7
Condizione occupazionale (15 anni e più)					
Occupati	86,3	17,4	67,9	68,5	62,1
In cerca di occupazione	76,3	15,8	57,1	66,3	51,2
Titolo di studio conseguito (15 anni e più)					
Laura o più	90,8	31,2	81,3	75,9	72,6
Diploma	82,9	17,0	66,4	68,6	59,9
Fino a licenza media	49,1	8,4	47,7	54,2	36,7
Tipologia familiare					
Con almeno un minorenni	83,1	16,9	49,3	69,6	56,9
Senza minorenni e con componenti non solo anziani	69,0	17,1	65,3	64,9	55,0
Di soli anziani di 65 anni e più	31,5	12,5	63,0	42,0	38,7
Risorse economiche della famiglia					
Ottime o adeguate	70,6	17,8	61,2	67,1	57,2
Scarse - Assolutamente insufficienti	66,0	14,5	51,7	62,5	49,2
Libri posseduti in casa dalla famiglia					
Oltre 100	81,1	25,3	70,0	73,2	65,1
Da 11 a 100	70,6	14,5	55,3	64,3	52,7
Da 1 a 10	58,3	8,4	47,9	57,0	43,6
Nessuno	42,1	7,2	39,8	53,1	37,4
Popolazione					
Totale %	69,0	16,7	58,1	65,5	54,6
Totale in migliaia	39.330	6.574	22.854	25.779	19.303

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

5.5 Internet e relazioni sociali

Le *chat* e i *social network* sono elementi caratterizzanti l'esperienza quotidiana della nostra società e sono stati senza dubbio indispensabili durante la crisi pandemica in atto. Tuttavia rimangono aperti alcuni interrogativi su come si presenta la qualità delle relazioni mediate da questi strumenti tecnologici, se essi riescono a integrare o sostituire le modalità tradizionali, se le migliorano o le peggiorano, e così via. Come è stato sottolineato da alcuni autori¹², il dibattito sulla valutazione dell'impatto dell'uso di Internet nella vita quo-

¹² van der Zeeuw et al. (2019).

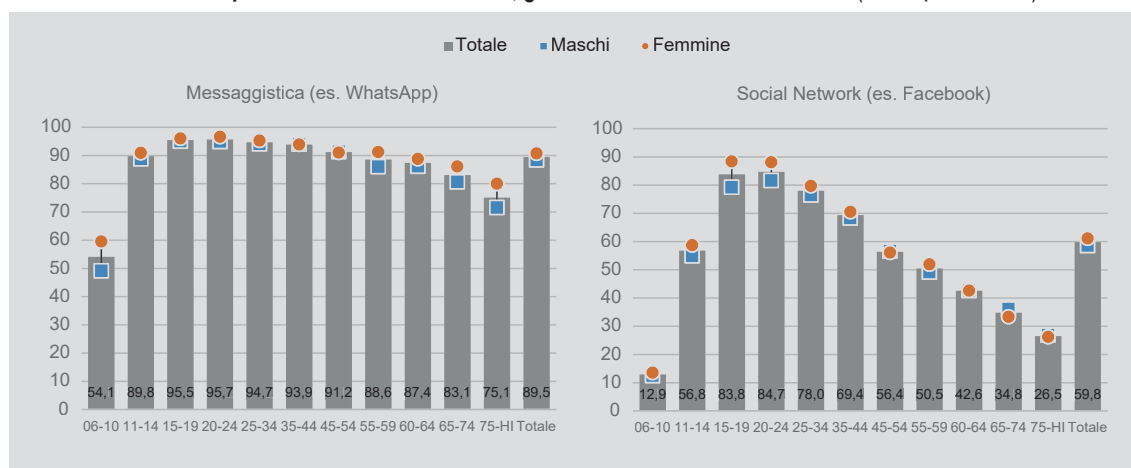
tidiana si muove lungo la polarizzazione tra una visione negativa, che tende a enfatizzare l'indebolimento della struttura sociale a favore della mercificazione dell'esistenza legata al tracciamento della nostra vita attraverso il web, e una visione positiva che, invece, scorge nelle nuove forme di interazione sociale un potenziale rafforzamento dell'individuo come *individuo-in-rete*¹³.

In Italia i dati mostrano che l'utilizzo delle *chat* e dei *social network* hanno permesso l'uscita o la riduzione dell'isolamento da parte di soggetti più fragili come ad esempio gli anziani che hanno trovato in questi strumenti una risorsa per riappropriarsi di una rete di sostegno¹⁴. Altri studi mettono in evidenza, invece, come le relazioni e il benessere personale risentano negativamente dell'intrusività che caratterizza l'uso dello *smartphone*¹⁵.

L'analisi dei dati a disposizione relativi all'uso delle *chat* e dei *social network* ci permette di osservare come vengono utilizzati in generale questi strumenti nel tempo libero e come sono stati utilizzati durante la pandemia e di valutare l'impatto che questi hanno sulla qualità della relazione e del tempo libero.

Le *chat* e i *social network* costituiscono gli strumenti di interazione sociale *online* più usati. Nel 2020, gli utenti di Internet che utilizzano servizi di messaggistica (per esempio WhatsApp) sono nove su dieci (89,5 per cento) e quelli che utilizzano un *social network* (per esempio Facebook) sono sei su dieci (59,8 per cento) (Figura 5.8). Tra le donne utenti si riscontrano tassi di utilizzo lievemente superiori a quelli degli uomini: 90,7 contro 88,4 per cento degli utenti per la messaggistica e 61,1 contro 58,5 per cento per i *social network*.

Figura 5.8 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet almeno una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista per attività di comunicazione, genere e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Per quanto riguarda le differenze generazionali, possiamo osservare come la messaggistica è ormai ampiamente diffusa su tutte le fasce di popolazione e anche per le due

¹³ La prima è ben espressa dal titolo "Alone together", il celebre libro di Sherley Turkle in cui l'antropologa mette in guardia dai rischi di isolamento, deficit di empatia e algoritmizzazione del sé legati alla mediazione dell'interazione sociale tramite le tecnologie, e gli *smartphone* in particolare. La domanda che ci viene posta è: connessi ma soli? La visione più ottimistica si ritrova invece nel *Networked individualism*, il libro di Raine e Wellman, in cui i due autori elogiano Internet come fondamento di un nuovo paradigma sociale secondo il quale l'individualismo è espletato in forte connessione con gli altri e in cui i nuovi media rendono i "legami deboli" cruciali per la qualità della vita delle persone. La domanda che ci viene posta è: mai soli perché connessi?

¹⁴ Istat (2018); Bologna, Castagnaro (2019).

¹⁵ Rotondi, Stanca, Tomasuolo (2017).

5. Come Internet cambia il tempo libero

classi estreme troviamo tassi di partecipazione elevati: lo utilizza più di un bambino utente regolare di Internet di 6-10 anni su due (54,1 per cento) e tre utenti over74 su quattro (75,1 per cento). Al contrario, rispetto all'uso dei *social network*, troviamo ancora un uso molto limitato da parte degli utenti di 6-10 anni (12,9 per cento) e differenze significative tra gli utenti giovani, adulti e anziani: i maggiori utilizzatori sono gli utenti di 15-24 anni (circa 84 per cento) e poi la quota scende man mano che si procede con le classi di età fino al 26,5 per cento per gli utenti over 74enni.

Già nel 2015¹⁶, i dati mettevano in evidenza come il 60 per cento e il 41,5 per cento degli utenti regolari di Internet dichiarasse di utilizzarli più volte al giorno per le comunicazioni non lavorative (Figura 5.9). Internet era complessivamente associato ad una visione positiva per le relazioni: il 58,2 per cento degli utenti riteneva che desse maggiori opportunità di “stare in contatto con gli amici”, il 35 per cento di “fare nuove conoscenze”; al contrario quelli che si dichiaravano d'accordo con il fatto che “Internet peggiorasse i rapporti tra le persone” erano il 28,1 per cento. La visione positiva collegata ad Internet, inoltre, si rafforzava con una frequenza d'uso più alta (tutti i giorni e almeno una volta a settimana) (Figura 5.10).

Figura 5.9 Utenti regolari di Internet di 6 anni e più per frequenza di uso di modalità di comunicazione per motivi non lavorativi. Anno 2015 (valori percentuali)

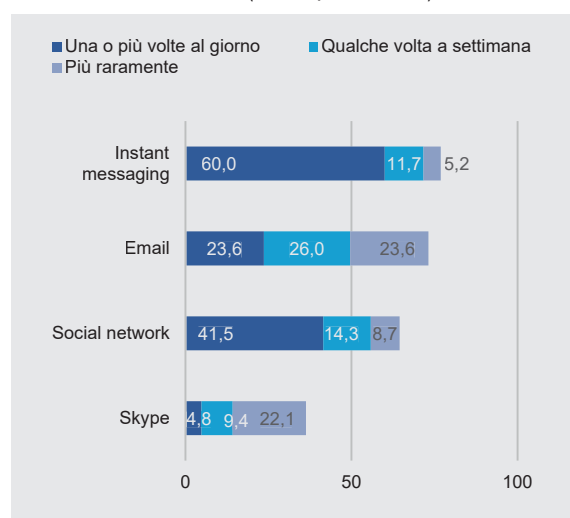
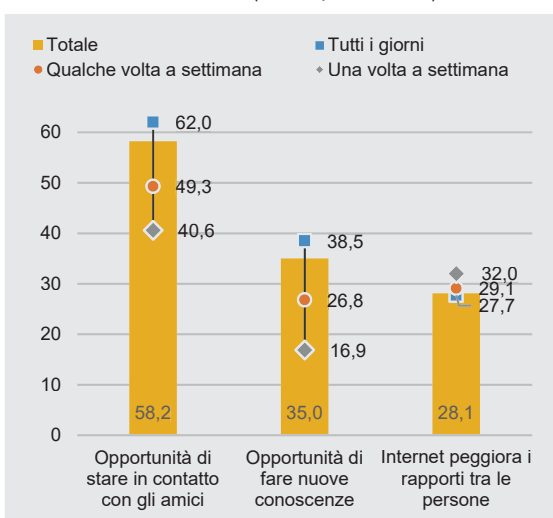


Figura 5.10 Utenti regolari di Internet di 6 anni e più per visione di Internet rispetto alle relazioni con gli altri e frequenza di uso di Internet. Anno 2015 (valori percentuali)



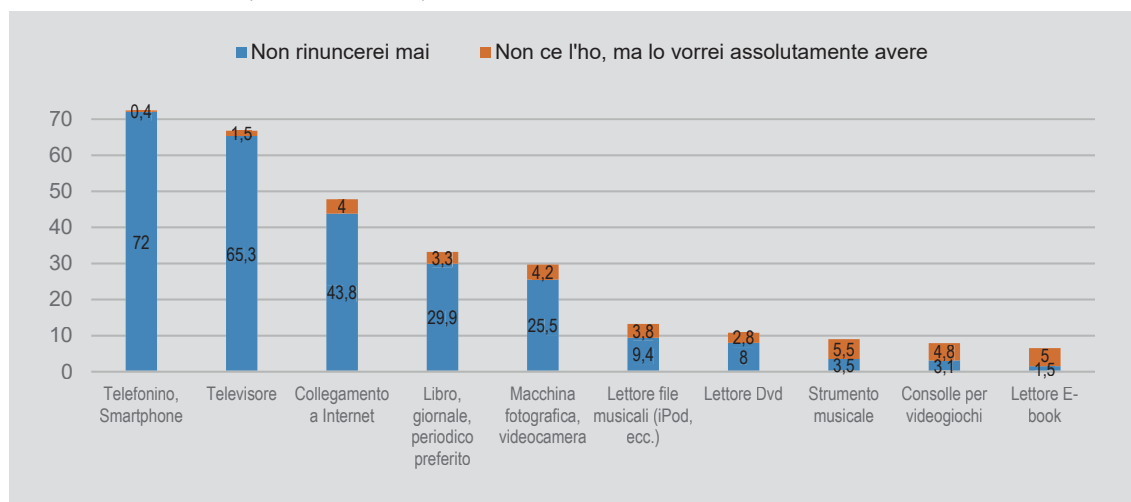
Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

L'importanza di Internet per le relazioni e gli effetti negativi che abbiamo precedentemente evidenziato non sono da escludersi a vicenda. Lo sbilanciamento verso esiti negativi riguarda forse l'uso eccessivo (*overuse*)¹⁷ legato al “dispositivo *smartphone*”, e al sistema insidioso delle notifiche in tempo reale, piuttosto che l'uso di Internet in quanto tale. Del resto dai dati 2015 emergeva come fosse il cellulare più che Internet ad essere vissuto come indispensabile: più di 7 persone su dieci dichiaravano che non vi avrebbero rinunciato mai o che lo avrebbero voluto assolutamente avere, mentre meno di 5 su dieci dichiaravano lo stesso per il collegamento ad Internet (posizionandosi così anche dopo il televisore) (Figura 5.11).

¹⁶ I dati qui analizzati si riferiscono all'Indagine “I cittadini e il tempo libero 2015” che dava la possibilità di effettuare un approfondimento sui giudizi connessi all'uso di Internet per le relazioni interpersonali.

¹⁷ Franks, Chenhall, Keogh (2018).

Figura 5.11 - Persone di 15 anni e più per beni a cui non rinuncerebbero mai o che vorrebbero assolutamente avere. Anno 2015 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

L'immediatezza e la connessione costante tipica delle *chat* istantanee così come la molteplicità degli usi tipici dei social network non sembrano, però, avere un impatto negativo sulla "qualità" del tempo libero e delle relazioni (Tavola 5.3). La qualità della relazione, è senz'altro associata all'assiduità della frequenza degli amici: chi li vede tutti i giorni parla di più dei propri problemi (46,4 per cento contro il 18,6 per cento rispetto a chi li vede più raramente) e si confronta di più su idee e opinioni (30,0 contro 11,3 per cento).

Tuttavia, anche la comunicazione digitale sembra associata ad un maggiore confronto personale con l'altro, sia quando questa avviene tramite messaggi (51 per cento contro il 32,7 di chi non li usa) sia quando si avvale dei *social network* (50,9 per cento contro il 34,6 per cento). Negativo, invece, l'impatto di queste tecnologie sulla soddisfazione rispetto alla quantità del tempo libero: sono soddisfatti il 54,6 per cento di quanti usano i messaggi almeno una volta al giorno contro il 66,3 per cento di chi non li usa e il 57,5 per cento di chi usa giornalmente i *social network* contro il 63,7 per cento di chi non ne fa uso.

Tavola 5.3 - Persone di 15 anni e più per pratiche di interazione *online* e *offline* e qualità della relazione e del tempo libero. Anno 2015 (valori percentuali)

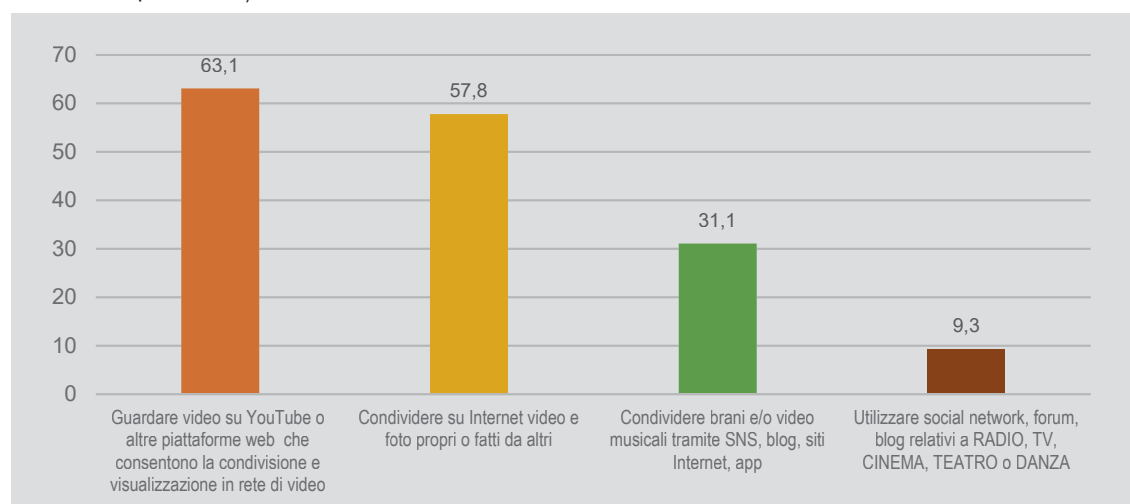
	Parliamo dei nostri problemi	Parliamo di attualità, ci confrontiamo su idee e opinioni	Abbastanza o molto soddisfatto della quantità di tempo libero	Abbastanza o molto soddisfatto di come trascorre il tempo libero
Frequenza di amici nel tempo libero				
Tutti i giorni	46,4	30,0	73,7	80,3
Qualche volta a settimana	43,9	28,5	63,9	73,7
Qualche volta al mese	43,7	27,4	52,6	64,1
Più raramente	18,6	11,3	55,8	53,5
Messaggistica istantanea				
Una o più volte al giorno	51,0	35,0	54,6	71,9
Qualche volta a settimana o più raramente	39,2	28,8	53,0	66,6
Mai	32,7	18,3	66,3	66,3
Social network				
Una o più volte al giorno	50,9	33,3	57,5	72,6
Qualche volta a settimana o più raramente	43,8	31,8	52,8	68,1
Mai	34,6	20,7	63,7	66,6
Totale	40,3	25,7	60,4	68,4

Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

5. Come Internet cambia il tempo libero

I *social network*, le piattaforme *online*, le app aprono spazi per usi molto differenziati: si guardano video (63,1 per cento degli utenti di Internet), si condividono video e foto propri o fatti da altri (57,8 per cento) e brani e/video musicali (31,1 per cento) (Figura 5.12).

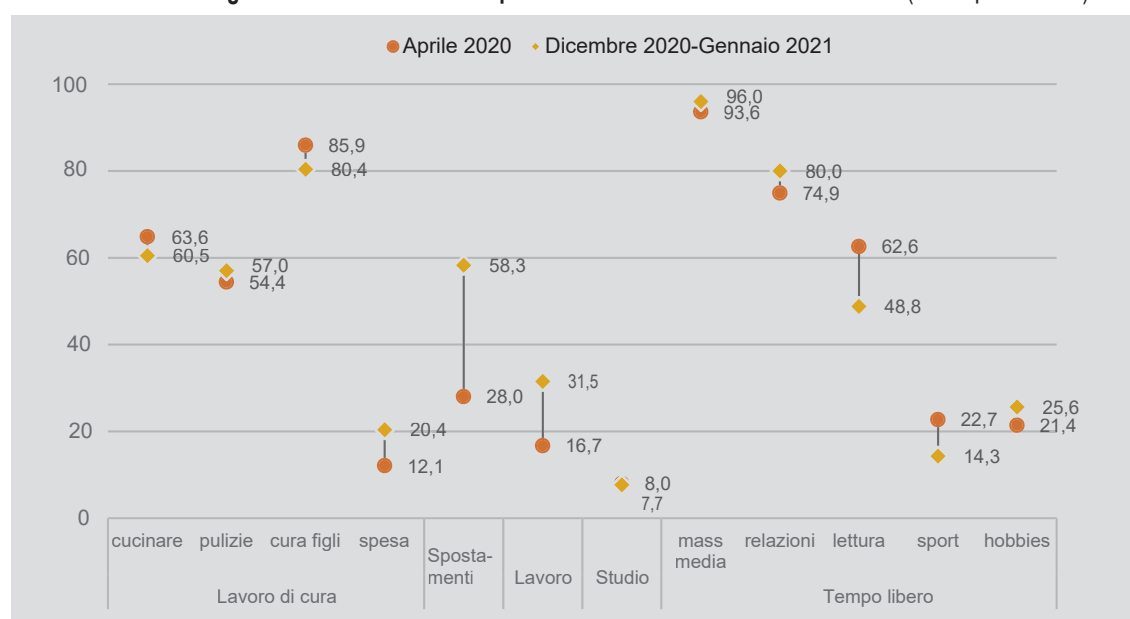
Figura 5.12 - Persone di 6 anni e più per uso dei *social network* e attività svolte su Internet. Anno 2015 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

Le relazioni con amici e parenti sono state fondamentali durante la pandemia da *COVID-19*, sia nella prima fase – il *lockdown* della primavera 2020 – sia nella seconda fase – la seconda ondata dell'autunno 2020. Andando ad analizzare i dati rilevati tramite l'indagine "Diario degli italiani al tempo del *COVID-19*" condotta dall'Istat ad aprile 2020 e a dicembre 2020/gennaio 2021¹⁸, si osserva come in entrambi le prime due fasi della

Figura 5.13 - Persone di 18 anni e più per attività svolte in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria *COVID-19*. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



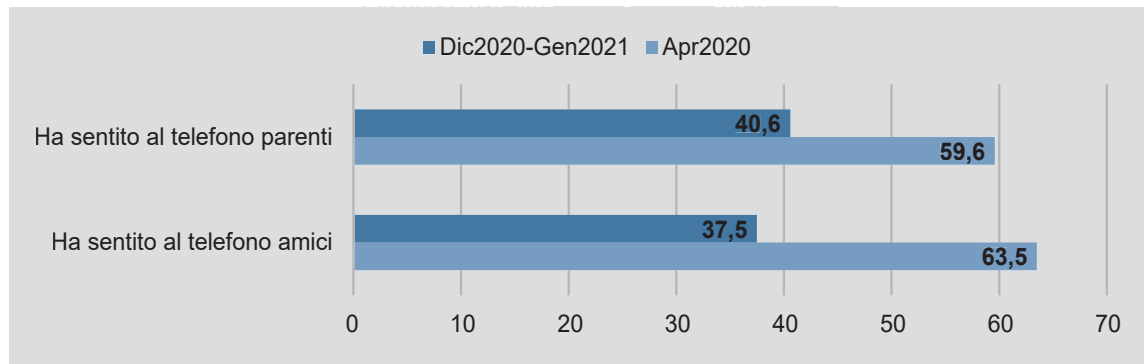
Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

¹⁸ Istat (2020).

pandemia, almeno tre quarti della popolazione di 18 anni e più ha dedicato il suo tempo libero alle relazioni sociali (rispettivamente 74,9 per cento e 80,0 per cento) (Figura 5.13).

Tra le attività che non rientrano nella cura della persona, le relazioni sono tra quelle a cui si è dedicato tempo “in più” rispetto ad una giornata normale pre-*COVID*, sia nella prima, sia nella seconda fase della pandemia. In particolare, nella fase del *lockdown* della fase 1, circa sei persone su dieci hanno dichiarato di aver sentito amici e parenti in misura maggiore rispetto al periodo precedente, mentre nella seconda fase, in una condizione di parziale chiusura e restringimento delle attività quotidiane e del tempo libero “normali”, una maggiore interazione interpersonale via telefono ha interessato poco meno di quattro su dieci (Figura 5.14).

Figura 5.14 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria COVID-19 hanno sentito al telefono parenti ed amici e che hanno dedicato più tempo a queste attività rispetto a una giornata pre-COVID. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

Infine, sempre nell'ambito della comunicazione interpersonale, bisogna evidenziare che le videochiamate hanno costituito almeno la metà di tutte le telefonate nella prima fase e circa un terzo nella seconda (Tavola 5.4).

Tavola 5.4 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria COVID-19 hanno comunicato al telefono con amici e parenti e hanno usato videochiamate per classe di età. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)

	Parenti non conviventi		Amici	
	Hanno sentito al telefono	Di cui videochiamate	Hanno sentito al telefono	Di cui videochiamate
Aprile 2020				
18-24	47,4	27,6	63,9	45,8
25-34	69,1	46,6	65,5	39,9
35-44	70,4	43,5	61,5	31,4
45-54	55,8	29,4	47,9	22,9
55-64	62,0	25,1	49,3	16,4
65-74	64,1	29,5	35,7	9,2
75 e più	67,6	10,3	26,6	2,8
Totale	62,9	30,4	49,3	22,7
Dicembre 2020 - Gennaio 2021				
18-24	50,0	20,9	81,8	48,2
25-34	60,3	22,3	84,2	36,8
35-44	64,8	27,6	65,7	24,8
45-54	62,4	25,0	55,2	17,5
55-64	68,9	21,8	58,1	14,2
65-74	66,5	13,4	47,1	6,9
75 e più	62,8	4,5	26,5	0,9
Totale	63,2	19,8	58,2	19,4

Fonte: Istat, Indagine sull'integrazione delle seconde generazioni

5.6 Considerazioni finali

Nel corso degli ultimi anni, nel nostro Paese, si è avuto un continuo incremento dell'uso di Internet, tuttavia, la popolazione è ancora troppo poco avvezza all'uso regolare di Internet (circa una persona su tre lo ha utilizzato meno di una volta a settimana nei tre mesi precedenti l'intervista o non lo ha mai utilizzato) e ancora troppo condizionata nella fruizione da fattori socio-demografici. Sia nel caso dell'accesso sia nel caso delle forme e modalità d'uso, infatti, si riscontra un divario che si connota come svantaggio a sfavore dei residenti nel Mezzogiorno, della popolazione anziana (e di quella femminile in particolare), della popolazione meno istruita e di quella non occupata. Il capitale culturale, sociale ed economico crea quelle che sono le condizioni di sfruttabilità di questa tecnologia, che viene a costituirsi essa stessa come un vero e proprio capitale.

Questo capitale digitale, che è divenuto sempre più fondamentale, ha mostrato la sua indispensabilità proprio in tempi di pandemia, in cui si è rivelato fondamentale all'interno delle mura domestiche per la vita quotidiana e le sfide legate alle attività scolastiche e lavorative e di partecipazione sociale e culturale. Altrettanto evidente, però, è stato l'impatto del divario digitale, che, in piena pandemia, mostrava le difficoltà di quelle fasce di popolazione e di territori che, proprio per la mancanza di accesso alle tecnologie informatiche e della comunicazione, si sono trovati esclusi, totalmente o parzialmente.

Nonostante, questa situazione, su un aspetto Internet sembra diffuso a maglie larghe tra la popolazione, riducendo le differenze tra generazioni e categorie di popolazione e, in alcuni casi, addirittura, trovando più diffusione proprio tra gli utenti più deboli (come nel caso delle donne): la comunicazione tramite messaggistica e i *social network*. Queste attività sono state fondamentali durante il lockdown, perché hanno permesso di colmare la distanza fisica e di attivare velocemente passaparola e reti di solidarietà. Internet, la rete virtuale, che già affiancava le reti "reali" di socialità (gli amici, la famiglia, la chiesa, eccetera) è divenuta l'unica rete a disposizione, veicolo anche delle altre.

Messaggi e *social network* hanno permesso una continua interazione attraverso videochiamate, video, scambio di informazioni. Certo, non è stato facile. I dati ci indicano che Internet è certamente visto come mezzo per tenerci in contatto, ma anche che l'interazione *face to face* rimane fondamentale. Specialmente nella fase iniziale della pandemia abbiamo dovuto imparare a trasporre velocemente l'intimità e la stessa spiritualità dentro una dimensione virtuale e bidimensionale, con tutto il limite dell'assenza del contatto fisico. Non è probabilmente quello il luogo deputato al dialogo profondo e alla relazione con gli altri, ma è stato comunque un surrogato, e anche ben funzionante, in un momento in cui non si è potuto disporre di altro.

Probabilmente nei prossimi anni ci troveremo a valutare tutto il portato dell'effetto dell'emergenza pandemica che, attraverso la diffusione di alcune pratiche legate al digitale – si pensi all'*e-commerce*, ai servizi a supporto dell'apprendimento, alle routine lavorative – nonché alle *policy* che ruotano intorno alla riduzione del divario digitale, stanno sdoganando la penetrazione di Internet in tutti gli aspetti della vita quotidiana anche per quelle fasce di popolazione finora meno coinvolte.

Riferimenti Bibliografici

- Castagnaro, C., e E. Bologna. 2019. "Anziani 2.0". *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, Volume 4, N. 1: 113-121.
- Di Maggio, P., E. Hargittai, W.R. Neuman, and J.P. Robinson. 2001. "Social Implications of the Internet". *Annual Review of Sociology*, Volume 27, N. 1: 307-336.
- Fondazione Ugo Bordoni - FUB, Ricerca e Innovazione, e Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2018. *Internet@Italia 2018. Domanda e offerta di servizi online e scenari di digitalizzazione*. Roma, Italia: FUB.
- Fornari, R. 2020. "Internet in Everyday Life: Profiling Individual Behaviour in the Field of On-line Experience". *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, Volume 5, N. 1: 17-28.
- Fornari, R. 2018. "Visioni, Opportunità e Strategie per Utenti e Non utenti di Internet". In Fondazione Ugo Bordoni - FUB, Ricerca e Innovazione, e Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2018. *Internet@Italia 2018. Domanda e offerta di servizi online e scenari di digitalizzazione*. Roma, Italia: FUB.
- Franks, J., R. Chenhall, and L. Keogh. 2018. "The Facebook Sabbatical as a Cycle: Describing the Gendered Experience of Young Adults as They Navigate Disconnection and Reconnection". *Social Media + Society*, July 2018.
- Gui, M., and G. Argentin. 2011. "Digital skills of Internet natives: Different forms of digital literacy in a random sample of Northern Italian high school students". *New Media & Society*, Volume 13, Issue 6: 963-980.
- Hargittai, E. 2018. "The Digital Reproduction of Inequality". In Grusky, D.B., and S. Szelenyi (Eds.). *The Inequality Reader. Contemporary and Foundational Readings in Race, Class, and Gender*. Part 8, Chapter 69. New York, NY, U.S.: Routledge.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021. *Rapporto annuale 2021. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/259060>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. "Fase 1: le giornate in casa durante il lockdown. 5 aprile - 21 aprile 2020". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/243829>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020a. *Rapporto annuale 2020. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/244848>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. *Rapporto annuale 2019. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/230897>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2018. *Rapporto annuale 2018. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/214230>.
- Mingo, I., and R. Bracciale. 2018. "The Matthew Effect in the Italian Digital Context: The Progressive Marginalisation of the "Poor"". *Social Indicators Research*, Volume 135, Issue 2: 629-659.
- Pancani, L., T. Gerosa, M. Gui, and P. Riva. 2021. "'Mom, dad, look at me': The development of the Parental Phubbing Scale". *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume 38, Issue 2: 435-458.
- Ragnedda, M., and G.W. Muschert (Eds.). 2013. *The Digital Divide. The Internet and Social Inequality in International Perspective*. London, UK: Routledge.
- Rainie, L., and B. Wellman. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA, U.S.: The MIT Press.
- Robinson, L., S.R. Cotten, H. Ono, A. Quan-Haase, G. Mesch, W. Chen, M.J. Stern, J. Schulz, T.M. Hale, and M.J. Stern. 2015. "Digital inequalities and why they matter". *Information, Communication & Society*, Volume 18, Issue 5: 569-582.
- Rotondi, V., L. Stanca, and M. Tomasuolo. 2017. "Connecting alone: Smartphone use, quality of social interactions and well-being". *Journal of Economic Psychology*, Volume 63: 17-26.
- Turkle, S. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York, NY, U.S.: Basic Books.

- van Der Zeeuw, A., A.J.A.M. van Deursen, and G. Jansen. 2019. "Inequalities in the social use of the Internet of things: A capital and skills perspective". *New Media & Society*, Volume 21, Issue 6: 1344-1361.
- van Deursen, A.J.A.M., and J.A.G.M. van Dijk. 2010. "Measuring Internet Skills". *International Journal of Human-Computer Interaction*, Volume 26, Issue 10: 891-916.
- van Dijk, J.A.G.M. 2005. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks, CA, U.S.: SAGE Publishing.
- Zillien, N., E. Hargittai. 2009. "Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage". *Social Science Quarterly*, Volume 90, N. 2: 274-291.

6. DALLO SPORT PER TUTTI ALLO SPORT A MISURA DI CIASCUNO¹

6.1 Introduzione

Nella seconda metà del XX secolo si è affermata la distinzione tra lo “sport per professionisti” orientato all’alta competizione e ai grandi eventi e lo “sport per tutti”, teso a favorire la partecipazione all’attività sportiva del maggior numero di persone possibili mantenendo la logica organizzativa e i vincoli culturali dello sport di competizione. Negli anni più recenti, accanto all’attività sportiva amatoriale basata sulla competizione per fini ludici e di intrattenimento, si diffondono anche pratiche motorie e sportive non necessariamente competitive che rientrano nel movimento dello “sport a misura di ciascuno” orientate alla cura del corpo e al *leisure* da praticare in luoghi attrezzati (palestre, piscine) o in spazi all’aperto non strutturati².

Ormai da diversi anni ginnastica, aerobica, *fitness* e cultura fisica occupano il primo posto nella graduatoria degli sport praticati (25,2 per cento nel 2015). Sempre più persone praticano sport per mantenersi in forma (54,9 per cento nel 2015 e 53,6 per cento nel 2006), ma soprattutto cresce la pratica sportiva all’aperto in contesti non strutturati (41,9 per cento nel 2015 e 29,4 per cento nel 2006).

Nel tempo è cambiato il rapporto col proprio corpo ed emerge una maggiore attenzione alla cura del sé. Emerge un concetto del tempo libero come tempo da dedicare a se stessi e in cui lo sport diventa protagonista³. Lo sport e le attività all’aperto nella graduatoria dei tempi dedicati alle attività del tempo libero, occupano il quarto posto con una media di 32’ minuti al giorno, pari al 10 per cento del tempo libero disponibile di circa 4 ore e 53’ minuti, precedute da televisione (1:55’), vita sociale (53’) e riposo (40’)⁴.

Nel corso del 2020, a seguito dell’emergenza da Coronavirus, si sono susseguiti dei periodi di chiusura di palestre, impianti sportivi e aree attrezzate all’aperto. In tale contesto i cittadini, che abitualmente praticavano sport e attività fisica, si sono esercitati sfruttando gli spazi in cui era possibile fare attività motoria senza violare le disposizioni di contrasto alla diffusione della pandemia da *COVID-19*.

6.2 La pratica fisico-sportiva negli ultimi venti anni

Negli ultimi venti anni sempre più persone dedicano parte del loro tempo libero ad attività fisico-sportive: da circa 34 milioni nel 2000 si passa a quasi 38 milioni nel 2020. Analizzando i tassi standardizzati per età, l’incremento è trainato soprattutto dalla pratica di sport in modo continuativo (da 17,8 per cento nel 2000 a 29,0 per cento nel 2020), rimane stabile la quota di sport saltuario (circa 10 per cento), mentre è tendenzialmente decrescente la quota di attività fisica come fare passeggiate di almeno due chilometri, nuotare, andare in bicicletta o altro (da 33 per cento nel 2000 a 27,7 per cento nel 2020) (Figura 6.1).

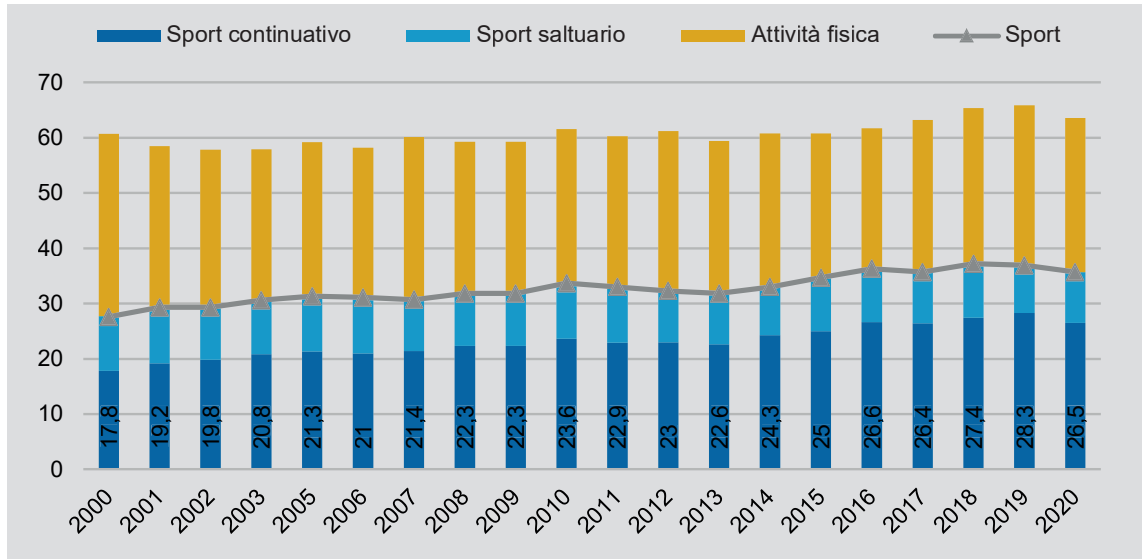
¹ Il capitolo è stato curato e redatto da Laura Iannucci.

² Martelli, Porro (2018).

³ D’Arcangelo, Morrone e Savioli (2005).

⁴ Istat (2016).

Figura 6.1 - Persone di 3 anni e più che praticano sport (con continuità o saltuariamente) o svolgono qualche attività fisica. Anni 2000-2020 (tassi standardizzati per età)

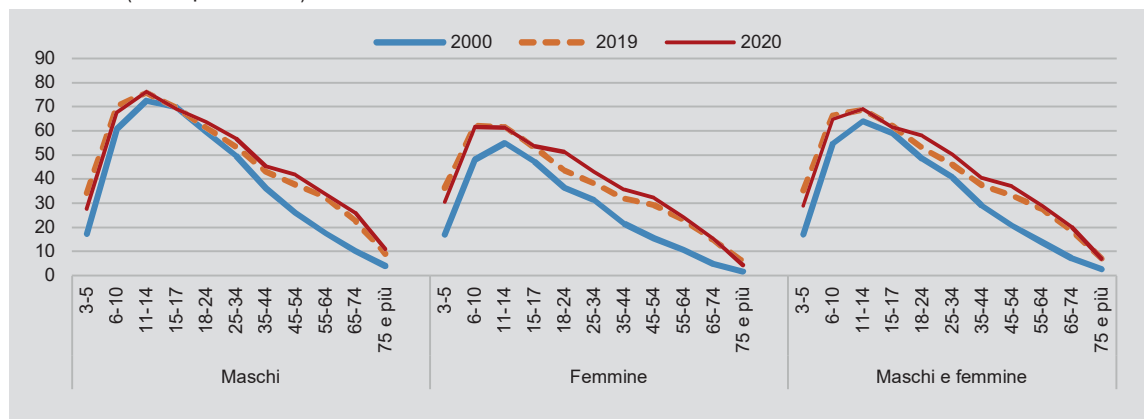


Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Nel 2020, la quota di praticanti le attività fisico-sportive è rimasta sui livelli pre-pandemia nonostante le difficoltà a svolgere tali attività negli ambienti chiusi di palestre, piscine e impianti sportivi, a causa delle ben note norme di contenimento alla pandemia di COVID-19.

Il graduale aumento della pratica sportiva degli ultimi venti anni riguarda sia gli uomini (35,7 per cento nel 2000 e 42,7 per cento nel 2020) che le donne (21,5 per cento nel 2000 e 30,8 per cento) e si osserva, seppure in maniera differenziata, in tutte le classi di età ad eccezione di bambini e adolescenti di 11-17 anni (Figura 6.2).

Figura 6.2 - Persone di 3 anni e più che praticano sport (con continuità o saltuariamente). Anni 2000, 2019 e 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

È da osservare che nel 2020, anno del lockdown, il numero di donne di 18-44 anni che nel tempo libero pratica sport aumenta rispetto all'anno precedente.

Da segnalare il forte aumento della pratica sportiva nelle età più anziane, che negli ultimi venti anni è quasi triplicata passando dal 5,3 per cento nel 2000 a 13,7 per cento nel 2020. Il recupero nella popolazione anziana ha interessato entrambi i generi, ma in misura maggiore le donne (da 3,5 per cento nel 2000 a 9,4 per cento nel 2020). Le migliori condi-

zioni di salute degli anziani più giovani e il loro più alto livello di istruzione non possono non riflettersi positivamente anche nel rapporto con lo sport e l'attività fisica⁵.

La pratica sportiva si diffonde sempre di più nel passaggio dalle generazioni più vecchie alle più giovani. Se con l'età diminuisce tendenzialmente per tutti gli individui lo sport praticato per motivi legati al ciclo di vita, le nuove generazioni mostrano livelli di pratica sempre superiori rispetto alle generazioni precedenti. Tra le donne, ad esempio, la quota di sportive nella classe di età 50-54 anni è del 5,4 per cento per le nate tra il 1926 e il 1945, passa al 9,3 per cento nella generazione successiva (nate tra il 1946 e il 1955) e raggiunge il 15,6 per cento tra le 50-54enni nate tra il 1956 e il 1965⁶. Analogo andamento si osserva per gli uomini praticanti 50-54enni che passano dal 12,7 per cento tra i nati prima del secondo conflitto mondiale al 19,8 per cento tra i nati tra il 1956 e il 1965.

6.3 Attività fisico-sportiva e ciclo di vita

I livelli di partecipazione nello sport e nell'attività fisica sono fortemente legati all'età e, quindi, al ciclo di vita delle persone. L'età, però, non agisce in ugual modo su queste attività del tempo libero: se lo sport si caratterizza come un'attività tipicamente giovanile (da 68,9 per cento tra i ragazzi di 11-14 anni decresce a 7,0 per cento tra gli ultrasessantacinquenni), l'attività fisica come fare passeggiate di almeno due chilometri, nuotare, andare in bicicletta o altro, invece, risulta più diffusa tra la popolazione anziana (da 16,2 per cento tra i ragazzi di 11-14 anni aumenta a 37,3 per cento tra gli anziani di 65-74 anni) (Figura 6.3).

L'attività sportiva raggiunge le quote più elevate tra i ragazzi di 11-14 anni (60,6 per cento in modo continuativo e 8,3 per cento in modo saltuario) quando ancora frequentano la scuola media inferiore. Uscendo dalla scuola dell'obbligo diminuisce l'interesse verso lo sport e, a partire dai 15 anni, la pratica sportiva inizia a diminuire anche se rimane comunque elevata fino ai 24 anni (rispettivamente 61,2 per cento tra i 15 e i 17 anni e quasi il 57,8 per cento tra i 18 e i 24 anni). Tra le motivazioni dell'abbandono gli adolescenti evidenziano il problema del tempo (43,5 per cento tra 15-17 nel 2006) e dello studio (26,3 per cento tra 15-17 nel 2006), nonché la mancanza di interesse per lo sport (28,8 per cento nel 2006) o il subentrare di altri interessi (12,7 per cento nel 2006).

L'interesse per l'attività sportiva diminuisce per uomini e donne soprattutto in corrispondenza dell'ingresso nella vita adulta, quando sono maggiori gli impegni legati al lavoro e alla famiglia: si assiste ad un crollo di 10 punti percentuali passando dalla classe di età 25-34 anni (50,1 per cento nel 2020) a quella di 35-44 anni (40,3 per cento nel 2020). Un ulteriore abbandono dell'attività sportiva si verifica nelle età più anziane (-13 punti percentuali per gli ultrasessantacinquenni rispetto alla classe 65-74), a causa, molto probabilmente, dell'insorgenza di limitazioni o problematiche di salute connesse all'età.

Al diminuire della pratica sportiva tende ad aumentare il numero di persone interessate all'attività fisica: dal 20,6 per cento tra gli adolescenti di 15-17 anni raggiunge la quota massima del 37,3 per cento tra gli anziani di 65-74 anni.

Il genere è un altro fattore di forte differenziazione per i livelli di pratica sportiva e di attività fisica. La partecipazione sportiva risulta molto più elevata tra gli uomini: il 32,3 per cento di essi pratica sport con continuità e il 10,4 per cento lo pratica saltuariamente, mentre tra le donne la percentuale è, rispettivamente, del 22,1 per cento e del 8,7 per cento. Ad eccezione dei giovanissimi (3-5 anni), in cui le quote di praticanti si equival-

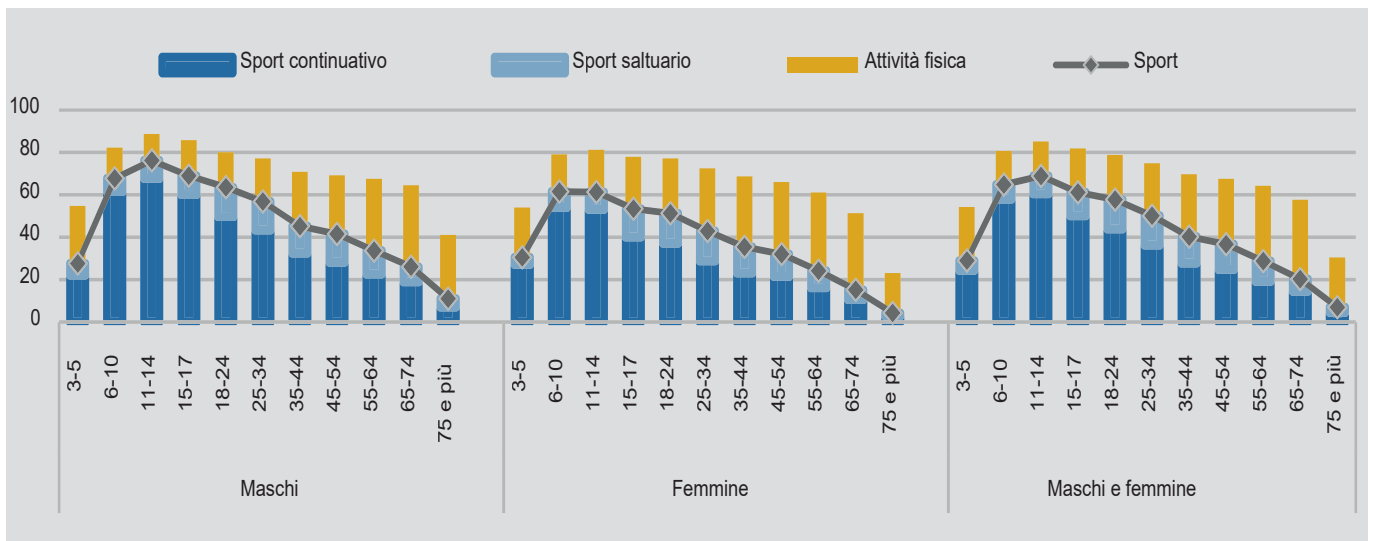
5 Quattrocioni, Tibaldi (a cura di) (2020).

6 Istat (2017).

gono tra bambine e bambini, le differenze di genere permangono anche a parità di età. Il divario emerge già a partire dai 6 anni, raggiunge i livelli più alti tra i 18 e i 44 anni per poi diminuire nelle fasce di età successive.

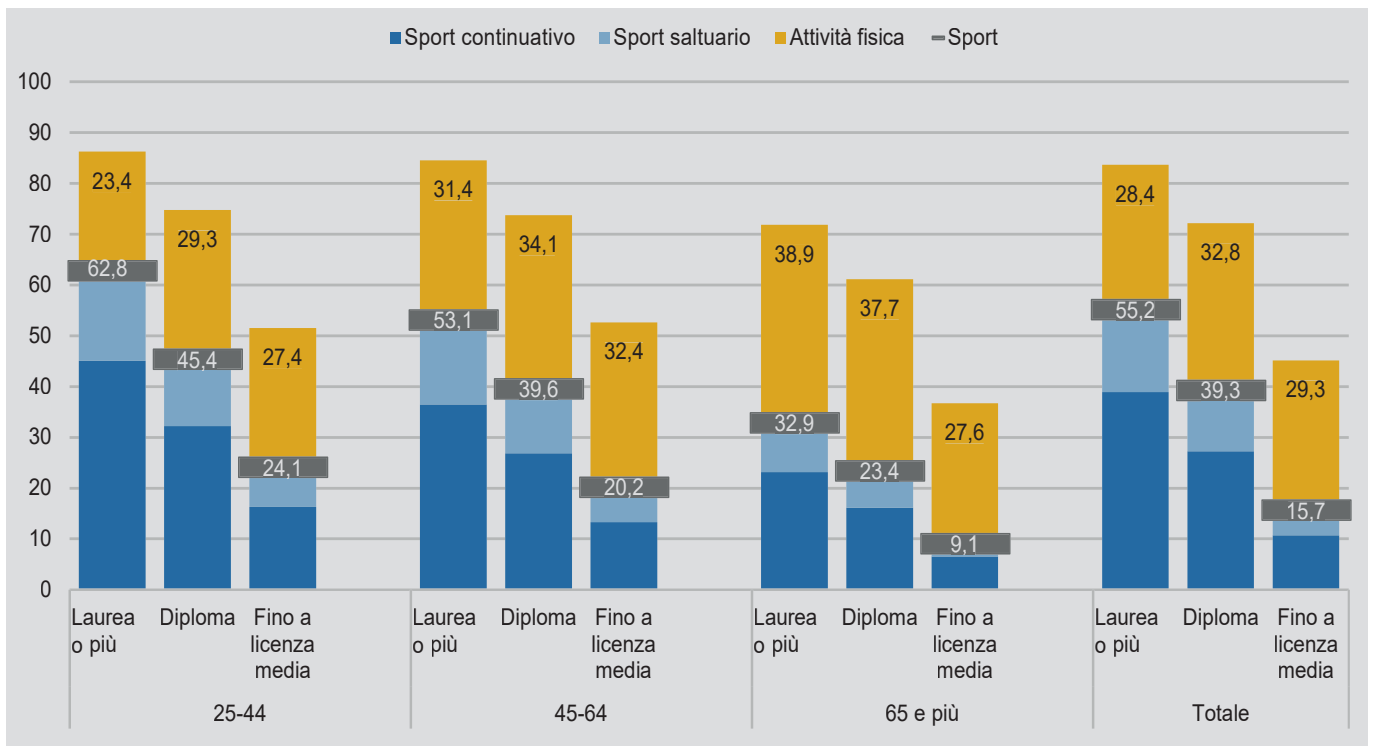
Per l'attività fisica, a differenza di quanto accade per lo sport, sono le donne a praticare di più (29,7 per cento contro 26,4 per cento degli uomini). Il maggiore interesse all'attività fisica da parte delle donne caratterizza tutte le età ad eccezione dei piccolissimi e degli anziani.

Figura 6.3 - Persone di 3 anni e più che praticano sport (con continuità e saltuariamente) o svolgono qualche attività fisica per genere e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Figura 6.4 - Persone di 25 anni e più che praticano sport (con continuità o saltuariamente) o svolgono qualche attività fisica per classe di età e titolo di studio. Anno 2020 (valori percentuali)



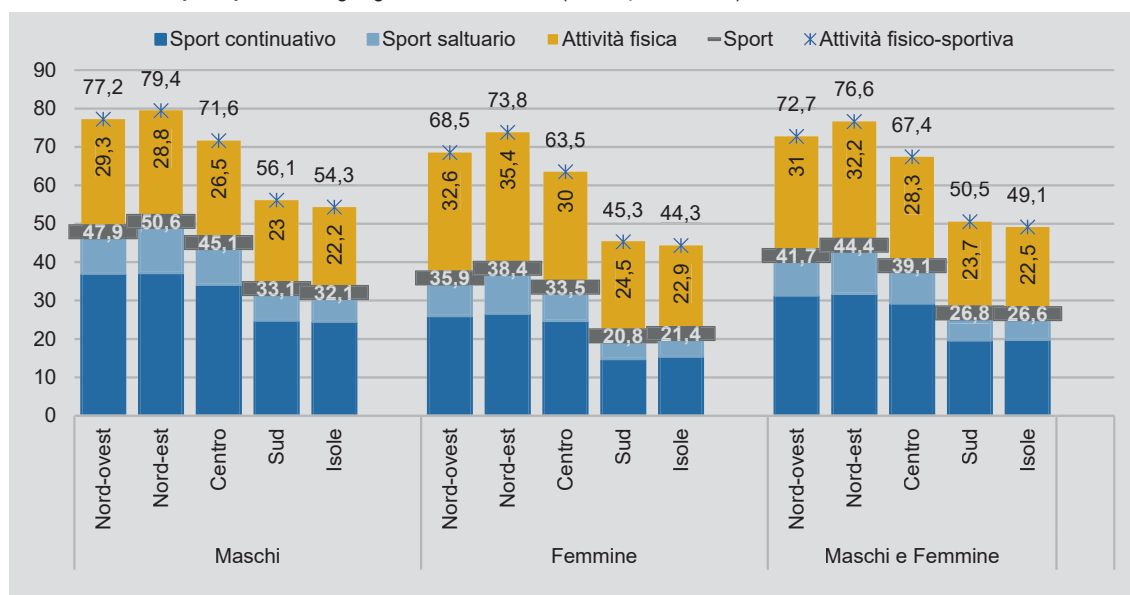
Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

6.4 Il profilo socio-culturale dei praticanti le attività fisico-sportive

Il livello di istruzione esercita una forte influenza sulla pratica dell'attività sportiva nel tempo libero. La quota di popolazione di 25 anni e più che dedica parte del tempo libero allo sport è del 55,2 per cento tra chi ha conseguito la laurea o un titolo superiore, scende al 39,3 tra i diplomati e al 15,7 per cento tra chi possiede al massimo la licenza media (Figura 6.4). L'influenza del titolo di studio sulla pratica sportiva, sebbene sia evidente per uomini e donne a tutte le età, risulta particolarmente forte per le donne anziane; tra di esse la quota di praticanti con istruzione alta è quadrupla rispetto alle coetanee con al massimo la licenza media (26,8 per cento contro 6,1 per cento).

Negli ultimi venti anni la pratica sportiva è aumentata soprattutto per uomini e donne con titolo di studio più alto (da 40,4 per cento nel 2000 a 55,2 per cento nel 2020). In particolare la quota di sportivi è raddoppiata tra gli anziani laureati di entrambi i generi (da 16,8 a 37,7 per gli uomini e da 11,4 a 26,8 per le donne). Tra gli anziani, il titolo di studio più alto esercita un effetto positivo anche sulla pratica dell'attività fisica: 38,9 per cento dei laureati rispetto a 27,6 per cento per chi ha al massimo la licenza media.

Figura 6.5 - Persone di 3 anni e più che praticano sport (con continuità o saltuariamente) o svolgono qualche attività fisica per ripartizione geografica. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

6.5 Le differenze territoriali

L'attitudine alla pratica fisico-sportiva non è omogenea nelle diverse aree del Paese. Il Nord-est è la ripartizione geografica con la quota più elevata di persone che nel tempo libero praticano sport o attività fisica (76,6 per cento), seguito dal Nord-ovest (72,7 per cento) e dal Centro (67,4 per cento). Sensibilmente inferiore alla media nazionale la pratica fisico-sportiva nel Sud (50,5 per cento) e nelle Isole (49,1 per cento) (Figura 6.5).

Le differenze territoriali sono maggiormente accentuate nella pratica dello sport: nel Nord quasi una persona su due fa sport nel tempo libero a fronte di una persona su tre nell'Italia meridionale e insulare. Per bambini e adolescenti (3-14 anni) il *gap* territoriale è

più ampio: meno della metà di essi pratica sport a fronte del 70 per cento nel Nord. Tale svantaggio aumenta ulteriormente per i residenti nei comuni fino a 2.000 abitanti del Mezzogiorno dove la quota dei praticanti è quasi la metà rispetto alla stessa tipologia di comuni del Nord (22,2 per cento nel Mezzogiorno rispetto a 37,8 per cento nel Nord).

Rispetto a venti anni fa il *gap* territoriale nella pratica sportiva tende a peggiorare, il numero di sportivi aumenta infatti di circa 9 punti percentuali nel Nord-ovest (33,0 per cento nel 2000) e di 10 punti percentuali nel Nord-est (34,4 per cento nel 2000) e nel Centro (28,8 per cento nel 2000) a fronte di soli 5 punti percentuali nel Sud (21,7 per cento nel 2000) e nelle Isole (21,9 per cento).

Le differenze territoriali evidenziate, in parte sono imputabili ad una differente dotazione impiantistica⁷ e infrastrutturale che non si riesce a colmare. È necessario, quindi, riequilibrare il fabbisogno degli impianti sportivi nel Paese, privilegiando le aree ancora distanti dai valori medi nazionali (Sud, piccoli centri, aree metropolitane) tenendo opportunamente conto della struttura per età della popolazione e delle opportunità offerte dall'ambiente. I giovani sono più attratti dall'impianto sportivo tradizionale e spesso indicano proprio nella mancanza degli impianti una delle cause della non-attività o dell'abbandono precoce della stessa. Di contro le persone in età adulta sono più interessate alla ricerca del benessere fisico e al rapporto diretto con l'ambiente. Attrezzare piccoli spazi in un parco pubblico, laddove il clima è favorevole, potrebbe garantire risultati di gran lunga superiori a quelli ottenibili con un costoso impianto sportivo⁸.

6.6 Le motivazioni e i luoghi dello sport

Le persone si avvicinano allo sport prevalentemente per passione o piacere (60,3 per cento nel 2015), per mantenersi in forma (54,9 per cento nel 2015) e per svago (49,5 per cento nel 2015), ma anche per ridurre lo stress (31,6 per cento nel 2015) (Figura 6.6).

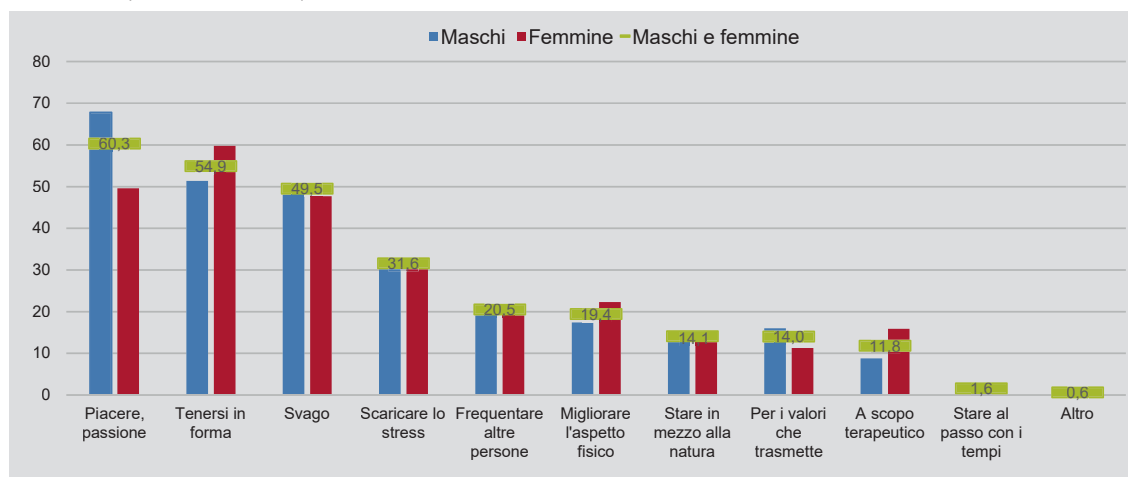
Le motivazioni che inducono a svolgere una pratica sportiva variano sensibilmente al variare dell'età. I più giovani vivono prevalentemente lo sport come un piacere (76,9 per cento dei praticanti di 11-14 anni e 75,7 per cento dei 15-17enni), ne sottolineano l'aspetto socializzante (più di un quarto dei ragazzi di 6-19 anni pratica sport per stare con altre persone) e l'importanza per i valori che trasmette (oltre il 26 per cento tra i 3 e i 14 anni). Superata la soglia dei venti anni, pur rimanendo importanti le motivazioni legate all'aspetto ludico e di piacere, acquistano più importanza il desiderio di mantenere una buona forma fisica, indicato da oltre il 65 per cento delle persone tra i 25 e i 44 anni, e la possibilità di scaricare lo stress, motivazione indicata dal 44,5 per cento degli sportivi tra i 35 e i 44 anni. All'aumentare dell'età vengono sottolineate sempre più le capacità terapeutiche dello sport, motivazione che acquista valore a partire dai 45 anni, per diventare prevalente tra i praticanti di 75 anni e più.

Rispetto ai motivi per cui si pratica sport emergono forti differenze di genere, per le donne lo sport è più benessere psicofisico, mentre per gli uomini è più passione e svago.

⁷ Nel 2020 è stato completato il censimento degli impianti sportivi sul territorio realizzato dal Coni attraverso l'operato di Coni servizi Spa e con il contributo della Presidenza del Consiglio dei ministri. Il progetto ha previsto la rilevazione tramite sopralluoghi fisici di tutte le strutture pubbliche e private di interesse pubblico in sinergia con gli enti e le istituzioni di settore operanti sul territorio. I risultati del censimento consentiranno di approfondire maggiormente le differenze territoriali nella distribuzione delle strutture sportive.

⁸ D'Arcangelo, Morrone e Savioli (2005).

Figura 6.6 - Persone di 3 anni e più che praticano sport per motivo per cui lo praticano e genere. Anno 2015 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

L'esercizio per passione o piacere è infatti più diffuso tra gli uomini (67,8 per cento contro 49,6 per cento delle donne), come il ritenerlo una fonte di svago (50,8 per cento contro 47,7 per cento), mentre il mantenersi in forma, il ridurre lo stress e il miglioramento dell'aspetto fisico sono motivazioni indicate più dalle donne (rispettivamente 59,8 per cento, 32,6 per cento e 22,3 per cento delle donne contro 51,4 per cento, 30,9 per cento e 17,4 per cento). Inoltre, mentre le donne attribuiscono maggior valore alle potenzialità terapeutiche dello sport (il 15,9 per cento rispetto all'8,8 per cento degli uomini), i valori che lo sport trasmette e il contatto con la natura sono motivazioni dichiarate soprattutto dagli uomini.

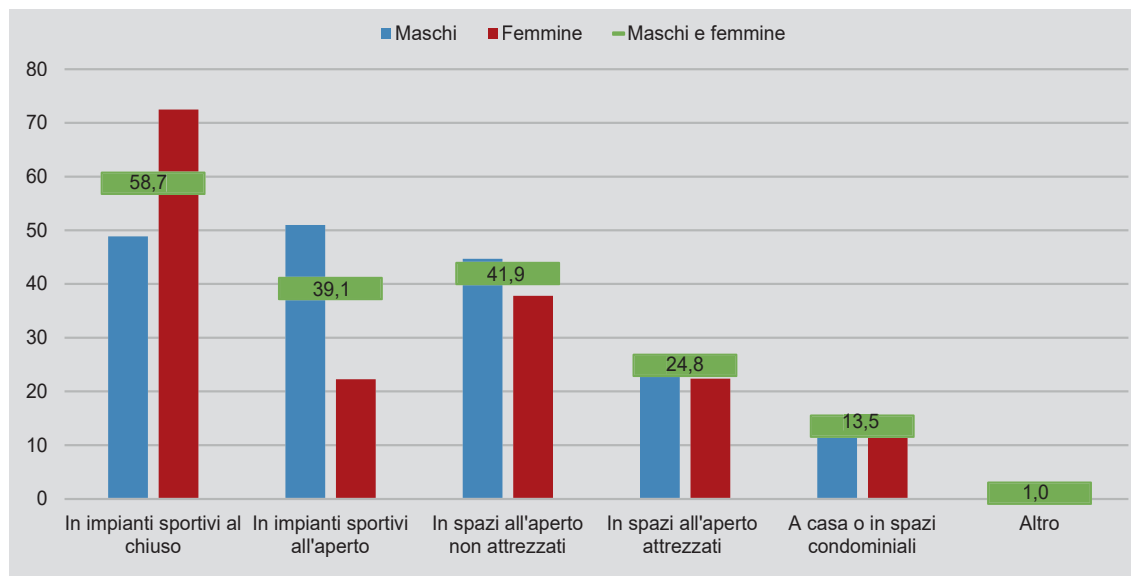
La maggior parte dei praticanti si esercita negli impianti sportivi che a seconda dello sport possono essere al chiuso (58,7 per cento nel 2015) o all'aperto (39,1 per cento nel 2015) (Figura 6.7), ma in entrambi i casi la quota è in diminuzione rispetto al 2006 quando era rispettivamente del 61,5 per cento e del 43,3 per cento. Aumenta, invece, il numero di sportivi che preferisce allenarsi in maniera destrutturata e in piena autonomia preferendo gli spazi all'aperto e non attrezzati: 29,4 per cento dei praticanti nel 2006 e 41,9 per cento nel 2015. Tra questi ultimi, il 24,9 per cento pratica in città (parchi, strade, ville, eccetera), mentre il 31,0 per cento si allena in spazi fuori città (mare, montagna, lago, boschi, eccetera).

Il fatto che la pratica in spazi all'aperto poco strutturati si vada diffondendo maggiormente rispetto al passato è legato alla maggiore diffusione nel tempo di discipline sportive come il *footing* e il *jogging* o di attività come lo *yoga*, il *pilates* e diverse forme di danza e ballo che, soprattutto nei periodi dell'anno in cui il clima lo permette, vedono le persone riunirsi in parchi, boschi, eccetera⁹.

La pratica all'aperto, indipendentemente dal fatto che si tratti o meno di luoghi attrezzati, è più diffusa tra gli uomini e aumenta al crescere dell'età, con livelli più alti a partire dai 35 anni, mentre i bambini e i giovani praticano più spesso in impianti sportivi al chiuso.

9 Istat (2017).

Figura 6.7 - Persone di 3 anni e più che praticano sport per luogo della pratica sportiva e genere. Anno 2015 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine I cittadini e il tempo libero

6.7 La pratica fisico-sportiva ai tempi del COVID-19

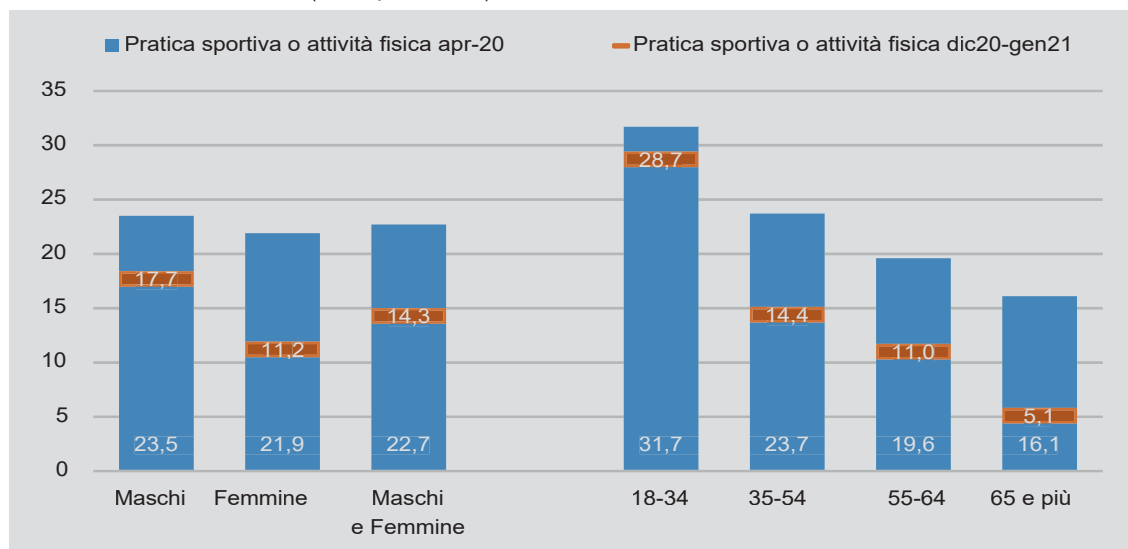
A seguito dell'emergenza da Coronavirus, su tutto il territorio nazionale, nel corso del 2020 si sono susseguiti dei periodi di chiusura di palestre, impianti sportivi e aree attrezzate all'aperto con conseguente blocco delle attività motorie e sportive¹⁰. Durante il primo *lockdown* (primavera 2020) era stata disposta la sospensione delle attività di palestre, centri sportivi, piscine e centri natatori e, oltre a questo, anche il divieto di svolgere attività ludica o ricreativa all'aperto. Restava consentito svolgere individualmente attività motoria in prossimità della propria abitazione, purché comunque nel rispetto della distanza interpersonale.

In questa fase, nonostante la chiusura delle palestre e il divieto di accedere ai parchi pubblici, l'attività fisico-sportiva è stata svolta da quasi un quarto dei cittadini (il 22,7 per cento ha dichiarato di praticarla in un giorno medio settimanale di aprile 2020), pari a 11 milioni e 400 mila persone. L'attività fisico-sportiva è stata praticata prevalentemente presso la propria abitazione (94 per cento), sfruttando anche gli eventuali spazi aperti disponibili come terrazzi, balconi, giardini privati o spazi condominiali esterni. Solo il 7,3 per cento dei praticanti riferisce di aver svolto l'attività fisica all'aperto in uno spazio non pertinente l'abitazione.

Al contrario di quanto accade solitamente, durante il primo *lockdown* non emergono significative differenze di genere e la quota di donne che ha praticato attività fisico sportiva in un giorno medio settimanale è sovrapponibile a quella degli uomini (21,9 per cento e 23,5 per cento). Il 37,3 per cento di quanti hanno praticato sport gli ha dedicato più tempo del solito. Le donne sono riuscite a incrementare il tempo dedicato all'attività fisica più degli uomini (45,6 per cento contro il 29 per cento) (Figura 6.8).

¹⁰ Camera dei Deputati, Servizio studi, XVII Legislatura, Le misure adottate a seguito dell'emergenza Coronavirus (COVID-19) nell'ambito dello sport https://www.camera.it/temi/ap/documentazione/temi/pdf/1219650.pdf?_1641129369235.

Figura 6.8 - Persone di 18 anni e più che in un giorno medio settimanale della Fase 1 e della Fase 2 dell'emergenza sanitaria COVID-19 hanno praticato sport o attività fisica per genere e classe di età. Aprile 2020 e Dicembre 2020/Gennaio 2021 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Il diario degli italiani al tempo del COVID-19

A fine maggio 2020 si consente di svolgere l'attività sportiva e motoria all'aperto, anche presso aree attrezzate e parchi pubblici purché comunque nel rispetto della distanza di sicurezza interpersonale. Inoltre, seguendo dei rigidi protocolli, può riprendere l'attività sportiva di base e l'attività motoria presso palestre, piscine, centri e circoli sportivi, eccetera.

A partire da ottobre 2020, però, in considerazione dell'incremento dei casi di COVID-19, vengono nuovamente introdotte alcune limitazioni, via via più stringenti a seconda della zona di appartenenza. A dicembre 2020/gennaio 2021 si è ridotta la quota di persone che hanno dichiarato di praticare attività fisico-sportiva in un giorno medio settimanale (dal 22,7 per cento del primo *lockdown* si arriva al 14,3 per cento), tra le donne la quota di praticanti si dimezza (da 21,9 per cento a 11,2 per cento). In questa seconda fase, le palestre rimangono chiuse, ma l'attività fisica e sportiva è consentita all'aperto presso le aree attrezzate e i parchi pubblici. Aumentano i praticanti in spazi aperti non pertinenti all'abitazione dal 7,3 per cento al 49,1 per cento e la pratica in casa, pur restando alta, si ridimensiona dal 94 per cento al 59,7 per cento. A preferire la pratica all'aperto sono soprattutto gli uomini di 18-34 anni (59,1 per cento contro il 4,7 per cento del primo *lockdown*) e le donne di 55-64 anni (64,3 per cento).

6.8 Gli spettacoli sportivi

La fruizione di spettacoli sportivi dal vivo nell'arco di venti anni ha un andamento gradualmente decrescente (dal 27,8 per cento nel 2000 si passa al 24,5 per cento nel 2019) con picchi positivi negli anni 2003 (29 per cento) e 2011 (28,4 per cento). La diminuzione più importante si osserva nel 2020 (-3 punti percentuali rispetto al 2019) quando, a seguito delle note restrizioni per la pandemia, le manifestazioni sportive vengono prima bloccate, poi consentite senza la presenza di pubblico ed infine aperte ad un numero ridotto di spettatori.

La fruizione di questo intrattenimento nel tempo libero risulta essere una prerogativa degli uomini: la quota di uomini che si recano ad una manifestazione sportiva è, infatti, più del doppio di quella delle donne (30,0 per cento contro 13,8 per cento nel

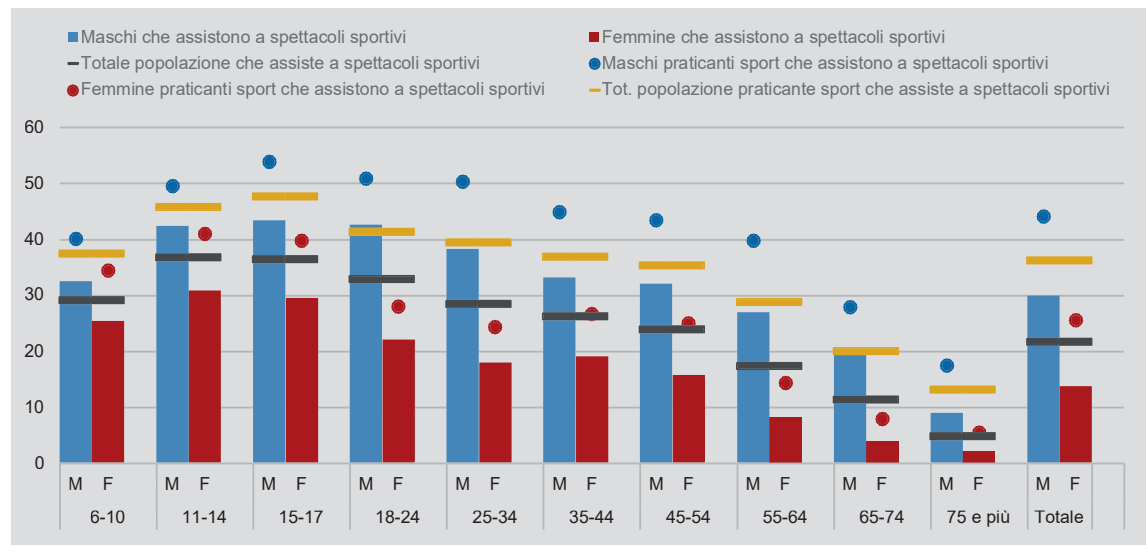
2020). In età anziana il *gap* di genere è ancor più ampio: 14,8 per cento contro il 3 per cento (Figura 6.9).

La fruizione più alta si osserva tra bambini e adolescenti: superiore al 40 per cento per i ragazzi di 11-17 anni e di circa il 30 per cento per le ragazze della stessa classe di età. In età giovanile (18-24 anni) si mantiene elevata soprattutto tra maschi (42,6 per cento). In età adulta la fruizione degli spettacoli sportivi diminuisce sensibilmente, per entrambi i generi, fino al 4,8 per cento tra gli ultra sessantacinquenni.

Uomini e donne con titolo di studio medio-alto fruiscono di spettacoli sportivi in misura maggiore delle persone con basso titolo di studio (25,7 per cento contro 11,4 per cento). Più alta la partecipazione agli spettacoli sportivi dal vivo anche tra le persone che giudicano ottime o adeguate le risorse economiche della loro famiglia (20,6 per cento rispetto a 15,5 per cento tra chi le giudica scarse o insufficienti).

L'interesse per gli spettacoli sportivi è più alto tra quanti praticano sport: 38,9 per cento tra i praticanti in modo continuativo e 28,5 tra i praticanti in modo saltuario, 17,5 tra chi svolge solo qualche attività fisica e solo del 9,9 tra chi non pratica né sport, né attività fisica. La metà dei ragazzi di 11-17 anni che pratica sport partecipa anche a spettacoli sportivi dal vivo a fronte di circa il 40 per cento delle coetanee.

Figura 6.9 - Persone di 6 anni e più che hanno assistito a spettacoli sportivi per genere, classe di età e pratica sportiva. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Le differenze territoriali già viste per la pratica sportiva si riproducono anche nella fruizione degli spettacoli sportivi: questo tipo di intrattenimento interessa circa il 23 per cento dei residenti del Nord e il 22 del Centro rispetto al 18,4 degli abitanti delle isole ed il 19,9 del Sud.

6.9 Considerazioni finali

Da diversi anni gli sportivi mostrano una crescente preferenza verso le discipline da praticare in spazi all'aperto non necessariamente attrezzati. Agli sport tradizionali si stanno infatti affiancando delle nuove discipline sportive che non necessitano di ambienti molto strutturati. Nell'attuale periodo di pandemia la pratica sportiva destrutturata si è ulterior-

mente consolidata sia per necessità, durante la chiusura delle palestre, sia per scelta di stili di vita attivi da svolgere a contatto con l'ambiente naturale.

Al momento non è facile comprendere se tale modalità individualizzata di fare sport porterà ad un sensibile aumento di praticanti sportivi o sarà solo una diversa modalità di fare sport per le persone già dedite alle discipline sportive. Inoltre, la pratica sportiva svolta nella propria abitazione seguendo corsi organizzati *online*, che ha avuto il suo culmine durante il primo *lockdown*, probabilmente è destinata a perdere consensi perché carente dell'aspetto relazionale.

Nonostante le nuove generazioni mostrino livelli di pratica sempre superiori rispetto alle generazioni precedenti quasi due terzi della popolazione non pratica nessuno sport. È soprattutto tra i segmenti di popolazione meno istruita che la pratica sportiva non si diffonde in modo adeguato.

Permangono, inoltre, forti criticità tra i residenti nelle regioni meridionali e nei piccoli comuni dove è minore l'offerta di impianti sportivi o di aree attrezzate per svolgere l'attività motoria. In queste aree territoriali è meno diffusa anche la pratica sportiva destrutturata ovvero svolta in spazi all'aperto non attrezzati, a testimoniare che è necessario investire anche nella diffusione della cultura sportiva facendo leva soprattutto sulla rilevanza sociale dello sport e sugli effetti benefici per la salute.

La funzione sociale ed educativa dello sport è anche sottolineata nel *Trattato di Lisbona*¹¹ (2009) col quale l'Unione europea, acquisendo una competenza specifica anche nel campo dello sport, sostiene l'idea che lo sport possa migliorare il benessere generale, aiutare a superare questioni sociali più ampie quali il razzismo, l'esclusione sociale e la disuguaglianza di genere, e apportare notevoli benefici economici in tutta l'Unione.

11 Il trattato di riforma, firmato a Lisbona il 13 dicembre 2007, è composto dal Trattato dell'Unione europea (TUE) e dal Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE). Nei primi articoli del Trattato dell'Unione Europea, sono definiti i valori e gli obiettivi dell'Unione. Esso evidenzia le materie che sono di competenza degli Stati membri e le materie nelle quali le decisioni sono prese direttamente dalle Istituzioni europee, in particolare dal Parlamento europeo e dal Consiglio, inoltre accresce la responsabilità democratica dell'Unione, rafforzando la Carta dei diritti fondamentali e consolidando lo stato di diritto.

Riferimenti Bibliografici

- Bologna, E. 2019. "Pratica sportiva e differenze territoriali". In Lecardane, G. (a cura di). *Le modalità d'impiego del tempo libero in Italia. Un'analisi statistica del fenomeno con particolare riferimento alla Sicilia*: 91-108. Roma, Italia: Aracne Editrice.
- D'Arcangelo, E., A. Morrone, e M. Savioli (a cura di). 2005. "Lo sport che cambia. I comportamenti emergenti e le nuove tendenze della pratica sportiva in Italia". *Argomenti*, N. 29. Roma, Italia: Istat. https://ebiblio.istat.it/digibib/Argomenti/IST0047805Argomenti29_2005_lo_sport_che_cambia.pdf.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2017. "La pratica sportiva in Italia. Anno 2015". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. www.istat.it/it/archivio/204663.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2016. "I tempi della vita quotidiana. Anno 2014". *Statistiche Report*. Roma, Italia: Istat. www.istat.it/it/archivio/193098.
- Martelli, S., e N. Porro. 2018. *Nuovo manuale di Sociologia dello sport e dell'attività fisica*. Milano, Italia: FrancoAngeli.
- Quattrocioni, L., e M. Tibaldi (a cura di). 2020. "Invecchiamento attivo e condizione di vita degli anziani in Italia". *Lecture Statistiche - Temi*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/246504>.

7. LA SODDISFAZIONE PER IL TEMPO LIBERO MISURA DI BENESSERE¹

7.1 La soddisfazione per il tempo libero

Il tempo libero, inteso come tempo non soggetto a vincoli imposti, vissuto al di fuori degli obblighi di studio, lavoro e delle attività domestiche, è una dimensione fondamentale della qualità della vita, che caratterizza e distingue la società contemporanea da un punto di vista sociale e culturale e che è profondamente cambiata nel corso della storia, in Italia e negli altri paesi del mondo. Spartiacque di una moderna configurazione del tempo libero sono stati i processi di industrializzazione, che hanno segmentato la vita quotidiana in modo netto in tempo del lavoro, tempo libero e tempo del riposo. Tuttavia, le modalità post-moderne del lavoro hanno modificato significativamente questa suddivisione, sfumandone molto i confini, tanto nella giornata, quanto nella settimana e nell'anno².

Gli studiosi del *leisure time* identificano il tempo libero come qualitativamente diverso dal tempo che le persone occupano in altre attività. Si riconosce, quindi, il valore del tempo libero dal momento che gli individui cercano di dedicarlo ad attività più desiderabili, riducendo quello speso per le attività obbligatorie.

Alcuni autori hanno messo in evidenza come le attività del tempo libero svolgano un ruolo molto importante per il benessere soggettivo³, perché forniscono opportunità per soddisfare i valori e i bisogni della vita. Attraverso la partecipazione alle attività del tempo libero le persone costruiscono relazioni sociali, provano emozioni positive, acquisiscono ulteriori abilità e conoscenze e quindi migliorano la qualità della loro vita.

Fra le tante attività possibili nel tempo libero, la partecipazione culturale ha un significativo effetto positivo sul benessere, effetto che trova conferma in numerosi studi e ricerche ed è stato sancito recentemente dall'Organizzazione mondiale della sanità⁴. Cresce, inoltre, la sua rilevanza economica e la sua incidenza sulla spesa delle famiglie. Nel 2019, le famiglie residenti nell'Unione europea avevano dedicato a ricreazione e cultura il 9,1 per cento della loro spesa finale per consumi e avevano investito quasi la stessa percentuale (8,9 per cento) per ristoranti e hotel. Il totale di questi due tipici impieghi del tempo libero, pari al 18 per cento, si colloca al secondo posto per incidenza, subito dopo la spesa per la casa (compresi i consumi elettrici ed energetici) e davanti al trasporto e alle spese alimentari⁵.

Alcuni studi hanno documentato come l'impegno attivo e passivo nell'ambito delle attività artistiche e culturali possa contribuire al benessere individuale attraverso diverse

1 Il capitolo è stato curato da Annalisa Cicerchia, Elisabetta Del Bufalo e Simona Staffieri. Il paragrafo 6.1 è stato redatto da Annalisa Cicerchia. Il paragrafo 6.2 è stato redatto da Elisabetta del Bufalo. Il paragrafo 6.3 è stato redatto da Simona Staffieri. Il paragrafo 6.4 è stato redatto da Annalisa Cicerchia e Simona Staffieri. Il paragrafo 6.5 è stato redatto da Annalisa Cicerchia, Elisabetta Del Bufalo e Simona Staffieri.

2 Fuchs (2015); Singer *et al.* (2018).

3 Brajša-Žganec *et al.* (2011).

4 Fancourt e Finn (2019).

5 Si veda il cap.1 per una trattazione più approfondita della spesa culturale.

dimensioni, tra cui il miglioramento delle capacità cognitive, la salute mentale, il benessere psicologico, il senso della vita e atteggiamenti pro-sociali⁶. Tra le attività più importanti del tempo libero ci sono le relazioni con gli amici, che attengono alla dimensione interpersonale dell'inclusione sociale. La socialità genera capitale sociale e per questo rappresenta una forma di protezione dagli eventi avversi e dalla solitudine.

La rivoluzione digitale ha impresso un impatto ampio e profondo, e sempre crescente, sulle attività del tempo libero, soprattutto per quanto riguarda la modalità, i contenuti e la socialità tra pari. Questa rilevanza è stata amplificata a dismisura nei due anni della pandemia da *COVID-19*, soprattutto tra i più giovani. Tra le attività del tempo libero che generano soddisfazione, va inclusa anche la pratica sportiva, i cui effetti positivi sul benessere fisico sono stati ampiamente descritti e studiati⁷.

7.2 Sempre più soddisfatti del proprio tempo libero, ma famiglia, salute e amici ai primi posti

Nel 2020, la quota di popolazione di 14 anni e più che si dichiara molto o abbastanza soddisfatta del suo tempo libero è pari al 69,3 per cento (36 milioni e 400 mila persone)⁸. Pur riguardando una porzione elevata di popolazione, la quota di soddisfatti per il tempo libero risulta contenuta se confrontata con altri ambiti di soddisfazione, quali le relazioni familiari (89,7 per cento), le relazioni con gli amici e la salute (81,6 per cento) (Tavola 7.1).

Tavola 7.1 - Persone di 14 anni e più soddisfatte per la propria vita, per le relazioni familiari e amicali, per la salute, per il tempo libero, per il lavoro e per la situazione economica. Anni 2000, 2010, 2019 e 2020 (valori percentuali)

	2000	2010	2019	2020
Soddisfazione per la propria vita (a)	-	43,3	43,2	44,3
Soddisfazione per le relazioni familiari (b)	89,8	90,4	89,7	89,7
Soddisfazione per le relazioni amicali (b)	82,2	82,7	82,3	81,6
Soddisfazione per la salute (b)	78,5	80,4	80,2	81,6
Soddisfazione per il tempo libero (b)	62,6	64,4	68,0	69,3
Soddisfazione per il lavoro (b)	75,9	75,9	77,7	79,0
Soddisfazione per la situazione economica (b)	58,5	48,4	56,5	58,0

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

(a) Punteggio 8-10 su una scala da 0 a 10.

(b) Percentuale di persone di 14 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte.

Per quanto riguarda la soddisfazione per il tempo libero, l'analisi in serie storica mostra una crescita a partire dal 2000, primo anno di osservazione, al 2020 (Figura 7.1). La variazione positiva osservata nel periodo considerato è pari all'11 per cento; si tratta della crescita maggiore se la si confronta con la soddisfazione per gli altri aspetti della vita. Nell'intervallo temporale preso in esame, infatti, cresce anche la spesa delle famiglie italiane per la ricreazione e la cultura e la voce più consistente è rappresentata dai servizi, che comprendono un vasta gamma di attività: dallo spettacolo dal vivo ai consumi per cinema, radio e televisione, agli ingressi a musei e monumenti, eccetera⁹.

6 McCarthy *et al.* (2004); Fancourt e Finn (2019).

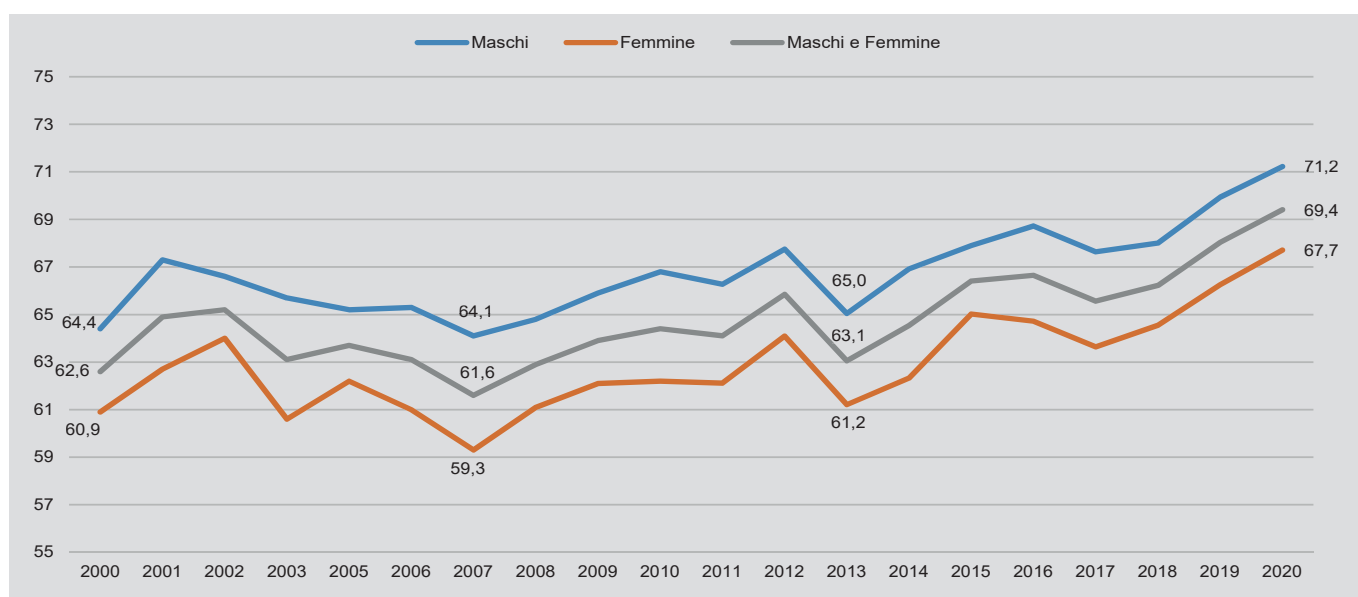
7 Bucksch e Schlicht (2006).

8 Istat (2021).

9 Caramis e Arosio (2019).

L'incremento della quota di persone molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero non è lineare negli anni e presenta anche picchi negativi. Ad esempio, nel 2007, anno nel quale le persone molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero sono state solo il 61,6 per cento, e nel 2013, quando la quota è stata pari al 63 per cento¹⁰. Infine, anche nel 2017 si registra un'interruzione della crescita dell'indicatore, con una diminuzione, rispetto all'anno precedente, di circa un punto percentuale.

Figura 7.1 - Persone di 14 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per genere. Anni 2000-2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

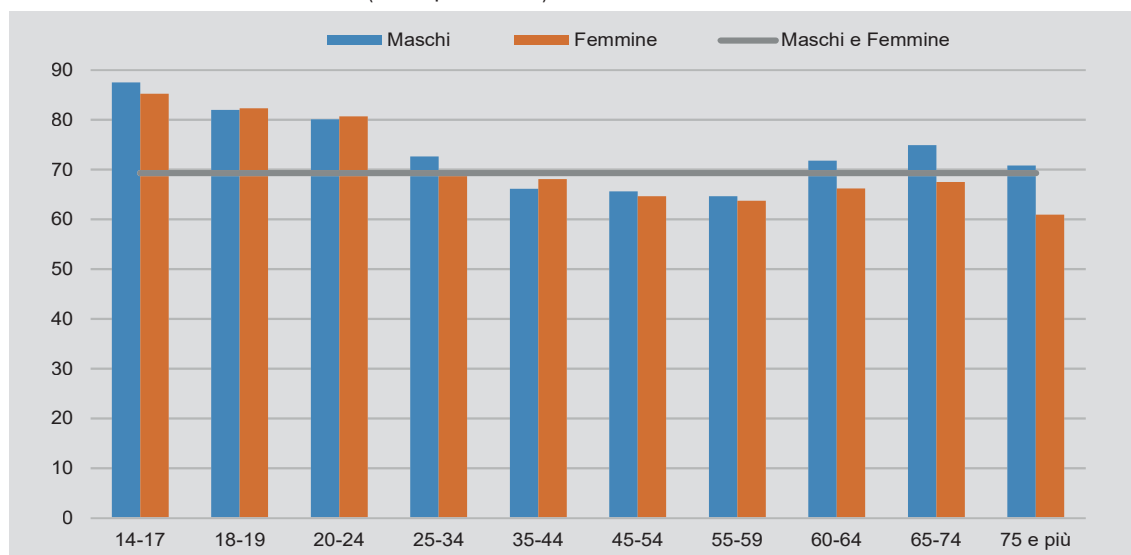
In tutto il periodo di osservazione gli uomini si dichiarano sempre più soddisfatti delle donne. A partire dal 2000, quando lo scarto tra maschi e femmine è di 2,9 punti percentuali (65,2 per cento di uomini soddisfatti rispetto al 62,3 per cento di donne), il massimo divario si raggiunge nel 2007, con una differenza di quasi 5 punti percentuali (il 64,1 per cento di uomini contro il 59,3 per cento di donne). Nel 2020 aumentano i livelli di soddisfazione di entrambi i collettivi, e gli uomini soddisfatti raggiungono il 71 per cento, le donne il 67,5 per cento, e contemporaneamente lo scostamento si riduce a 3,5 punti percentuali. Sembra quindi che per le donne sia più difficile o meno soddisfacente trovare lo spazio per il tempo libero, dovendo destreggiarsi nelle varie attività della vita quotidiana, come già emerso da studi precedenti¹¹.

Proseguendo con un'analisi per fasce di età, l'effetto delle varie fasi del ciclo di vita è evidente: i giovani si sentono molto più soddisfatti del loro tempo libero, mentre nelle età centrali della vita la quota diminuisce, per poi risalire a partire dai 65 anni in poi. Tuttavia, confrontando i dati del 2000 con quelli del 2020, si osserva che la crescita più evidente è stata proprio nelle età centrali, che partivano da livelli di soddisfazione per il tempo libero più bassi. Tra i 35 e i 44 anni si osserva una variazione di circa 26 punti percentuali e tra i 45 e i 54 anni la variazione è di 21,7 punti percentuali. I giovani soddisfatti al di sotto dei 35 anni di età crescono di circa 15 punti percentuali. Per gli over 64enni, sebbene le percentuali dei soddisfatti siano più elevate, si registrano nei vent'anni in esame alcune lievi diminuzioni (Figura 7.2).

¹⁰ Idem.

¹¹ Istat (2019).

Figura 7.2 - Persone di 14 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per genere e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

La distribuzione dei soddisfatti del proprio tempo libero mette in evidenza una polarizzazione tra le regioni del Nord Italia, che presentano livelli più elevati di soddisfazione, e le regioni del Mezzogiorno, con valori tendenzialmente più bassi. Per quanto riguarda le Isole, la Sicilia mostra la quota di soddisfatti per il tempo libero più bassa, mentre la Sardegna raggiunge quasi il 70 per cento, un valore ben più alto della media nazionale (Tavola 7.2).

Tavola 7.2 - Persone di 14 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero e regione. Anni 2000, 2010 e 2020 (valori percentuali)

Regioni	2000	Ranking 2000	2010	Ranking 2010	2020	Ranking 2020
Bolzano/Bozen	74,3	1	77,8	1	78,8	1
Trentino-Alto Adige/Südtirol	71,8	3	75,7	2	78,4	2
Trento	69,4	4	69,2	4	77,9	3
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	66,0	11	69,5	3	75,0	4
Umbria	66,1	10	63,5	16	73,3	5
Liguria	74,2	2	68,6	5	73,1	6
Emilia-Romagna	65,4	12	67,5	9	73,1	7
Veneto	62,4	16	66,2	10	72,9	8
Toscana	68,9	5	68,2	6	72,7	9
Molise	63,1	15	61,5	17	72,0	10
Lombardia	66,9	8	67,7	8	71,4	11
Marche	66,5	10	68,1	7	71,0	12
Friuli-Venezia Giulia	67,9	6	66,3	11	70,5	13
Sardegna	56,0	19	60,3	18	69,6	14
Piemonte	67,1	7	67,1	12	69,1	15
Puglia	55,6	20	60,0	19	67,7	16
Calabria	56,9	18	64,2	15	67,5	17
Abruzzo	64,5	14	63,9	14	67,3	18
Campania	54,0	22	57,2	22	66,8	19
Lazio	61,6	17	63,9	12	66,7	20
Basilicata	65,1	13	58,3	20	65,9	21
Sicilia	54,5	21	58,2	21	60,9	22

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

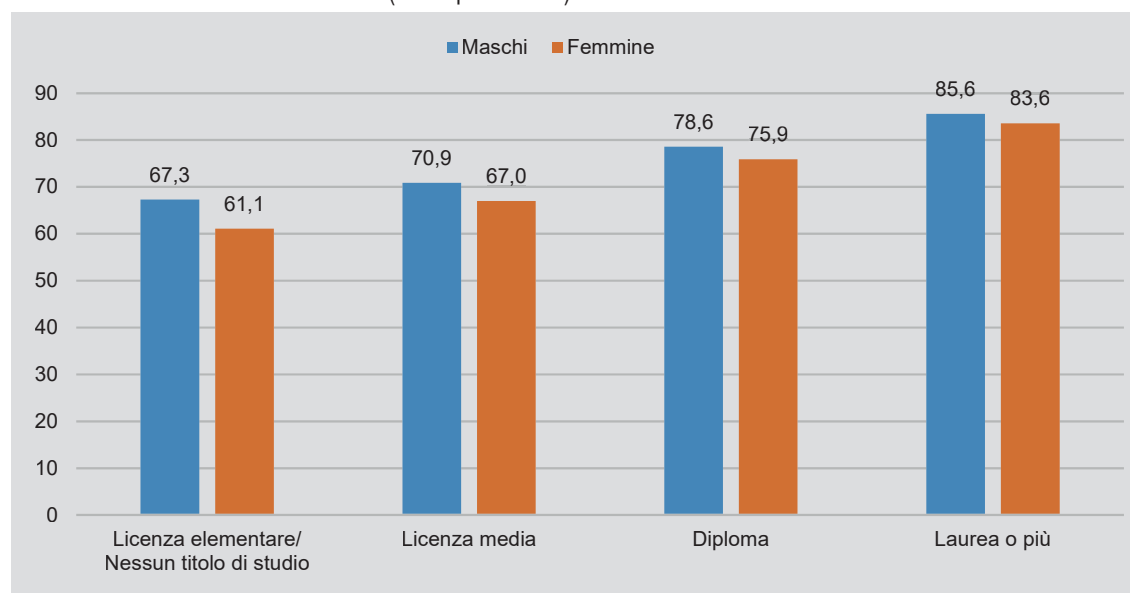
Inoltre, vivere in centri piccoli sembra rappresentare un vantaggio, come dimostra la quota dei soddisfatti nei centri sotto i 2 mila abitanti, che arriva al 71,8 per cento, e in quelli

7. La soddisfazione per il tempo libero, misura di benessere

tra i 2 mila e i 10 mila abitanti dove si raggiunge quasi il 70 per cento. Diversamente, nelle grandi città si registrano valori anche di cinque punti percentuali più bassi. A conferma di ciò, e facendo una graduatoria delle regioni rispetto a valori decrescenti dell'indicatore della soddisfazione, si vede come nel corso del tempo alcune aree del Nord, quali le province autonome di Trento e Bolzano e la Valle d'Aosta, caratterizzate anche da un territorio ricco di piccoli centri, si posizionino sempre nei primi posti, con livelli ben oltre la media nazionale. Nella Provincia autonoma di Bolzano, la quota delle persone soddisfatte del proprio tempo libero è la più alta, con il 78,8 per cento. In ultima posizione c'è la Sicilia, con il 60,9 per cento. Nel 2000, la regione in ultima posizione era invece la Campania, con il 54,0 per cento. Peggiorata la collocazione del Lazio, che nel 2000 era al diciassettesimo posto, nel 2010 era risalita al dodicesimo e nel 2020 si attesta al ventesimo posto. Anche il Piemonte mostra un peggioramento partendo dal settimo posto nel 2000 per arrivare al quindicesimo nel 2020.

Gli studi sul benessere soggettivo mettono in luce la forte associazione tra alti livelli di titolo di studio e percezione positiva della vita in generale e dei suoi diversi aspetti¹². I dati relativi al 2020 confermano questa evidenza, soprattutto se si mettono in relazione i livelli più bassi del titolo di studio e quelli più elevati. Tra le donne l'effetto appare amplificato, con 22,5 punti percentuali di differenza tra quelle che possiedono una licenza di scuola elementare o nessun titolo di studio e quelle che posseggono un laurea o un titolo di studio superiore. Anche tra gli uomini esiste un *gap* ma di minore entità, pari a circa 18 punti percentuali (Figura 7.3).

Figura 7.3 - Persone di 25 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per genere e titolo di studio. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

7.3 La soddisfazione per il tempo libero a confronto con le altre aree della soddisfazione

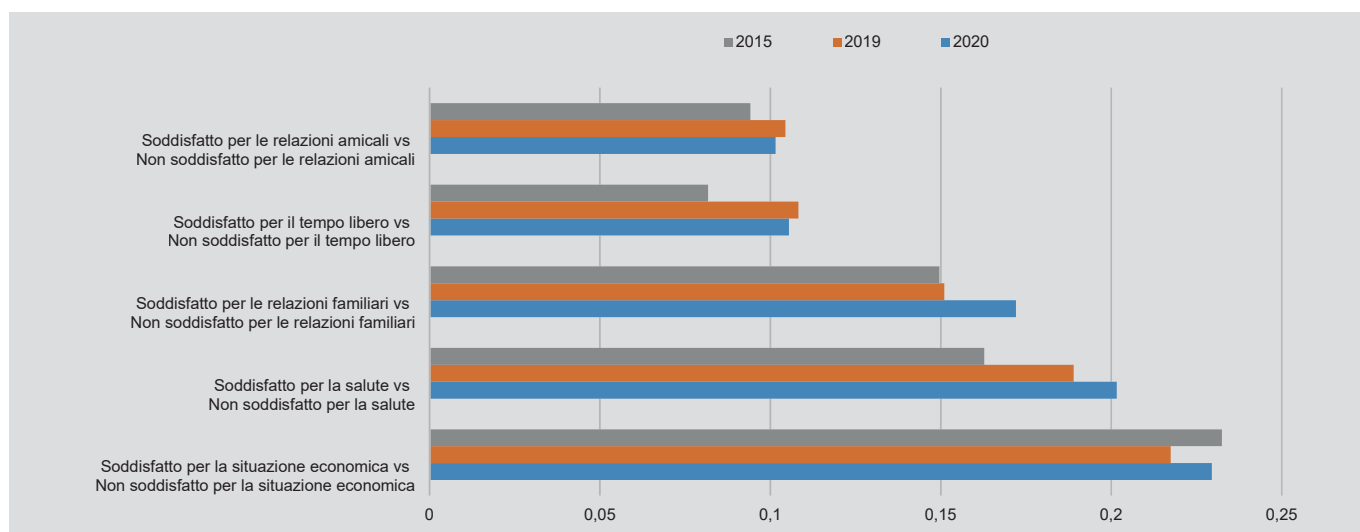
La soddisfazione per la vita nel suo complesso è uno degli indicatori utilizzati per la valutazione del benessere soggettivo degli individui nella sua componente cognitiva e misura quanto gli individui sentono di vivere una vita conforme alle loro aspettative, al di là delle

¹² Istat (2018).

contingenze momentanee. Il livello di soddisfazione riferito rappresenta, quindi, il raggiungimento dei propri obiettivi e la realizzazione delle proprie aspirazioni, a confronto con i propri ideali, con esperienze passate o con i risultati raggiunti da altre persone considerate di riferimento¹³.

Qual è il ruolo della soddisfazione per aspetti specifici della vita su quella generale? E tra la soddisfazione per i diversi ambiti di vita, come si colloca la soddisfazione per il tempo libero e che peso esercita sulla soddisfazione della vita in generale? Per rispondere a questi interrogativi è stato costruito un modello di regressione logistica, nel quale si è considerata come variabile dipendente la soddisfazione complessiva per la vita¹⁴ e sono stati stimati gli effetti esercitati dalle diverse componenti della soddisfazione¹⁵ sulla soddisfazione in generale per gli anni 2015, 2019, e 2020¹⁶ (Figura 7.4).

Figura 7.4 - Effetto del grado di soddisfazione negli specifici ambiti di vita sul livello elevato di soddisfazione complessiva (punteggio 8-10) delle persone di 14 anni e più per gli anni 2015, 2019 e 2020 (modello di regressione logistica: effetti marginali medi)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

L'analisi dei risultati mostra come, tra le diverse dimensioni della soddisfazione per la vita, la soddisfazione per il tempo libero, insieme alla soddisfazione per le relazioni con gli amici, è sempre quella con l'impatto più basso sulla soddisfazione per la vita in generale.

Si mantengono prioritari nel tempo gli aspetti legati alla sfera familiare, nonché quelli relativi alla salute e alla situazione economica. Sebbene in crescita rispetto al 2015, gli effetti della soddisfazione per il tempo libero nel 2020 si riducono, com'era prevedibile, rispetto all'anno precedente, mentre si osserva un incremento degli effetti relativi alla soddisfazione per le relazioni familiari e per la propria salute. Nel 2020, la pandemia da *COVID-19* ha messo a dura prova la vita sociale delle persone e sulla valutazione complessiva, presumibilmente, hanno pesato di più aspetti quali la salute e la famiglia.

¹³ Cicerchia e Seia (2021); De Salvo *et al.* (2019); Istat (2012).

¹⁴ La variabile *soddisfazione per la vita quotidiana* è stata resa dicotomica discriminando rispetto al livello elevato di *soddisfazione complessiva* (punteggi superiori o uguali a 8).

¹⁵ Le dimensioni esplorate (covariate del modello) sono i quesiti della batteria della soddisfazione per i vari ambiti della vita dell'indagine "Aspetti della vita quotidiana", rilevati utilizzando quattro modalità (molto, abbastanza, poco, per niente) nel modello rese dicotomiche (Poco/Per niente vs Molto/Abbastanza).

¹⁶ Istat (2015).

7.4 Attività praticate nel tempo libero e soddisfazione per questo ambito della vita quotidiana

Uno dei modi in cui è possibile studiare il tempo libero consiste nel prendere in esame la varietà delle attività tipicamente svolte in questo ambito, individuando e caratterizzando chi le pratica e con quale intensità¹⁷ e valutandone la relazione con la soddisfazione espressa nei confronti del tempo libero.

La letteratura sul tema suggerisce l'esistenza di una relazione positiva tra le attività praticate e il livello di benessere dell'individuo e la soddisfazione complessiva per la vita e più nello specifico la soddisfazione per il tempo libero. La soddisfazione per il tempo libero, infatti, oltre a dipendere dalle caratteristiche strutturali della popolazione e dalle condizioni di contesto varia proprio in funzione del modo in cui il tempo libero viene passato e dunque dalle attività che si svolgono.

Tra le relazioni positive troviamo quella della socialità, che ha un significativo effetto positivo sul benessere. Conferme si registrano anche per l'attività fisica e lo sport, i cui vantaggi si estendono oltre i confini dell'individuo, promuovendo il senso di comunità e favorendo anche la fiducia interpersonale. Inoltre, anche gli ambienti entro i quali si svolgono sport e attività fisica possono a loro volta contribuire alla costruzione di relazioni sociali, rafforzando ancora gli effetti sulla soddisfazione e sulla qualità della vita¹⁸. Tra le relazioni positive troviamo quella della partecipazione culturale¹⁹.

Considerando le attività del tempo libero, tra i fattori che si configurano come maggiormente determinanti per la soddisfazione per il tempo libero troviamo le relazioni sociali con gli amici. Incontrarsi spesso con gli amici determina infatti effetti positivi sulla soddisfazione per il tempo libero con differenze di genere e classe di età.

Nel 2020, tra le persone che vedono tutti i giorni i propri amici, la quota di quelle molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero è pari a 79,1 per cento e scende a 72,5 per cento tra la popolazione attiva di età compresa tra i 45 e i 64 anni in cui evidentemente la disponibilità stessa del tempo libero risulta inferiore alle altre classi di età. Per gli over 64 e i più giovani 18-24enni, infatti, la quota dei soddisfatti è maggiore e rispettivamente pari all'81,8 per cento e all'83,5 per cento. Tra gli uomini che vedono quotidianamente gli amici la quota dei soddisfatti del proprio tempo libero risulta leggermente superiore a quelle delle donne (79,4 per cento rispetto al 78,7 per cento). Per la popolazione di 65 anni e più la differenza di genere è più evidente: l'84,2 per cento degli uomini che quotidianamente frequentano gli amici dichiara di essere soddisfatto del proprio tempo libero contro il 78 per cento delle donne (Figura 7.5).

Rispetto al 2019, rimangono confermate anche nel 2020 le differenze di genere e classe di età, tuttavia la percentuale delle persone soddisfatte del tempo libero a disposizione tra coloro che hanno relazioni quotidiane con i propri amici nel 2019 era superiore rispetto a quella del 2020 (80,7 per cento), anno che soprattutto nei primi mesi è stato caratterizzato dalle numerose chiusure di attività ricreative e dalle misure restrittive introdotte per il contrasto e contenimento alla pandemia.

Analizzando gli altri livelli di intensità nella frequentazione degli amici, per il 2020, tra coloro che dichiarano di vedere gli amici "una o più volte a settimana", si osserva una quota di persone soddisfatte del proprio tempo libero pari al 75,4 per cento (73,1 per cento nel 2019), che scende a 61,4 per cento (59,5 per cento nel 2019) quando la frequenza si riduce

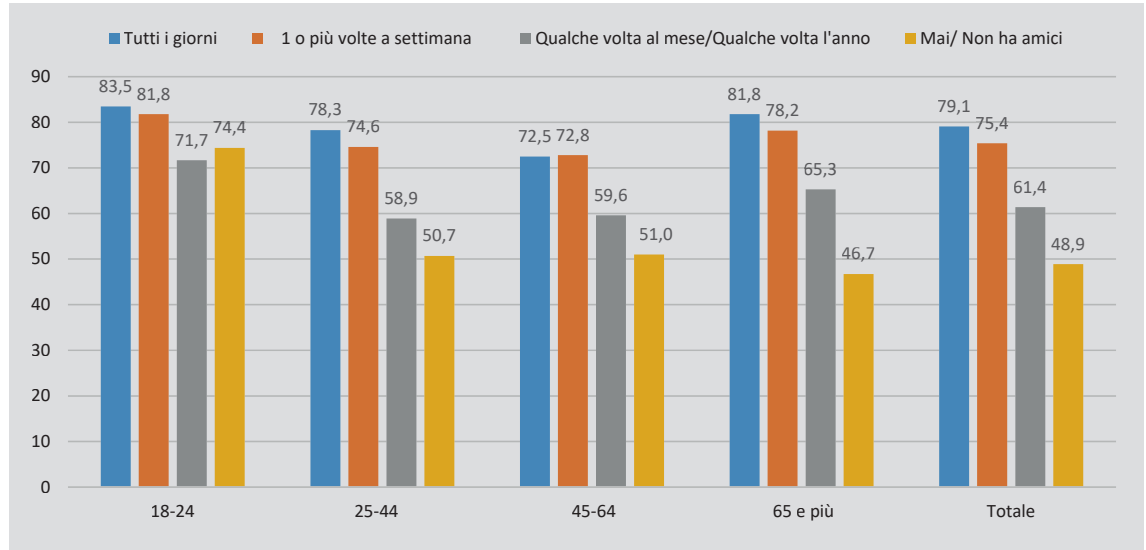
17 Freysinger *et al.* (2013).

18 Bologna e Staffieri (2021).

19 Cicerchia, Bologna e Staffieri (2019).

a “qualche volta al mese o qualche volta l'anno” e raggiunge il valore più basso tra coloro che dichiarano di non vedere mai amici o di non averne (48,9 per cento; 46,2 per cento nel 2019).

Figura 7.5 - Persone di 18 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per intensità di frequentazione degli amici e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Le evidenze emerse dall'analisi dei dati confermano il ruolo protettivo della socialità sul benessere dell'individuo²⁰.

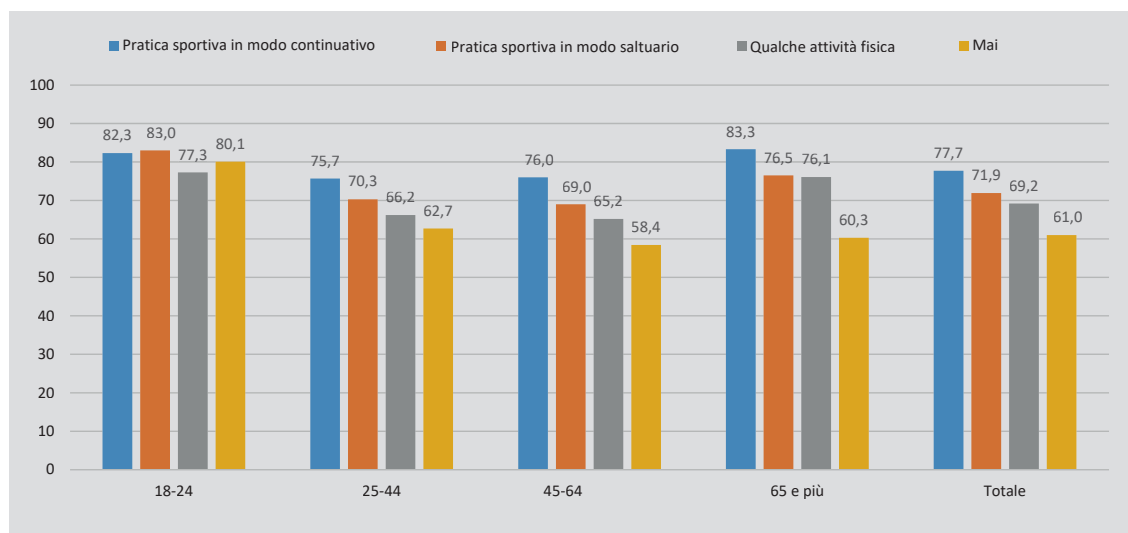
Sono confermati, inoltre, gli effetti protettivi e positivi della pratica fisico-sportiva sulla soddisfazione. Nel 2020, tra le persone che praticano sport in modo continuativo la quota di quelle molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero è pari a 77,7 per cento e scende a 76 per cento tra la popolazione attiva di età compresa tra i 44 e i 64 anni e a 75,7 tra i 25-44enni in cui evidentemente la disponibilità stessa del tempo libero e la possibilità di svolgere in modo continuativo una pratica sportiva risulta inferiore alle altre classi di età. Per gli over 64 e i più giovani 18-24enni, infatti, la quota dei soddisfatti è maggiore e rispettivamente pari all'83,3 per cento e all'82,3 per cento. Non si osservano differenze di genere significative per il totale della popolazione. Per le persone di 65 anni e più la differenza di genere è invece evidente: l'84,6 per cento degli uomini che praticano sport in modo continuativo dichiara di essere soddisfatto del proprio tempo libero contro l'81,3 per cento delle donne.

Nel 2019, la percentuale delle persone soddisfatte del proprio tempo libero tra coloro che praticano sport in modo continuativo è pari a 77,4 per cento di poco inferiore al valore del 2020 (Figura 7.6).

Tra coloro che praticano sport in modo saltuario si osserva, per il 2020, una quota di persone soddisfatte del proprio tempo libero più bassa rispetto alla pratica continuativa pari al 71,9 per cento (71,6 per cento nel 2019), che si riduce a 69,2 per cento (68,5 per cento nel 2019) quando si prende in esame qualche attività fisica e raggiunge il valore più basso (61,0 per cento) tra coloro che dichiarano di non fare alcun sport o attività fisica (59,2 per cento nel 2019).

20 Buntinx e Schalock (2010); Mahar *et al.* (2013).

Figura 7.6 - Persone di 18 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per intensità della pratica sportiva e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

La partecipazione culturale fuori casa²¹ (andare, al cinema, teatro, musei, eccetera), è associata positivamente alla soddisfazione per il tempo libero, anche se si segnala una riduzione dell'effetto positivo nel 2020, rispetto agli anni precedenti, considerando le restrizioni dovute alla pandemia che hanno reso difficile, specialmente in alcuni periodi, la possibilità di svolgere queste attività²².

Nel 2020, tra le persone che hanno preso parte due o più volte ad attività culturali fuori casa, la quota di quelle molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero è pari a 75,9 per cento; scende al 72,6 per cento tra la popolazione attiva di età compresa tra i 44 e i 64 anni. Per gli over 64 e i più giovani 18-24enni, infatti, la quota dei soddisfatti è maggiore, e arriva all' 83,4 per cento. Nel 2019, la percentuale delle persone soddisfatte del tempo libero a disposizione tra coloro che avevano partecipato ad attività culturali era pari al 74,4 per cento, risultando inferiore rispetto al valore registrato nel 2020 (Figura 7.7).

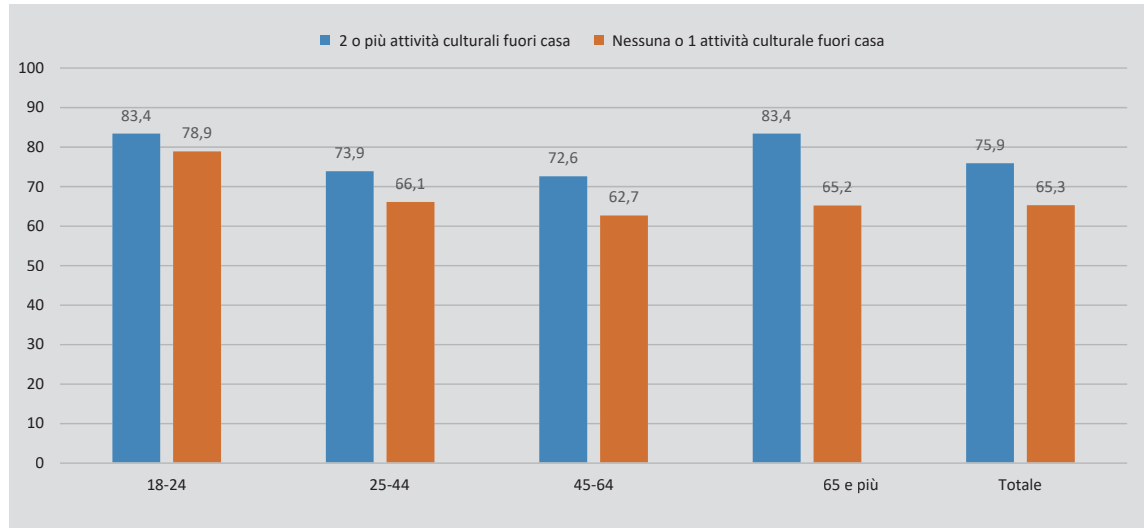
Come già osservato per la pratica sportiva, anche per la partecipazione culturale fuori casa si osserva tra le persone di 65 anni e più una significativa differenza di genere: nel 2020, dichiara di essere soddisfatto del proprio tempo libero l'85,5 per cento degli uomini che hanno partecipato a due o più attività di tipo culturale, contro l'81,4 per cento delle donne.

Tra coloro che non hanno partecipato ad attività culturali o hanno svolto meno di due attività culturali fuori casa, la quota di persone soddisfatte del proprio tempo libero (65,3 per cento nel 2020 e 63,7 per cento nel 2019) è più bassa rispetto a coloro che hanno partecipato più intensamente ad attività culturali.

²¹ L'analisi è stata svolta con l'ausilio dell'indicatore complessivo di partecipazione culturale fuori casa elaborato all'interno del progetto Bes dell'Istat e che considera la quota di persone di 6 anni e più che hanno svolto due o più attività culturali fuori casa nei dodici mesi precedenti l'intervista. Le attività considerate sono 6: si sono recate almeno quattro volte al cinema; si sono recate almeno una volta rispettivamente a: teatro; musei e/o mostre; siti archeologici, monumenti; concerti di musica classica, opera; concerti di altra musica.

²² Si veda il Capitolo 4 per una trattazione più approfondita della partecipazione culturale fuori casa.

Figura 7.7 - Persone di 18 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per numero di attività di partecipazione culturale svolte fuori casa e classe di età. Anno 2020 (valori percentuali)

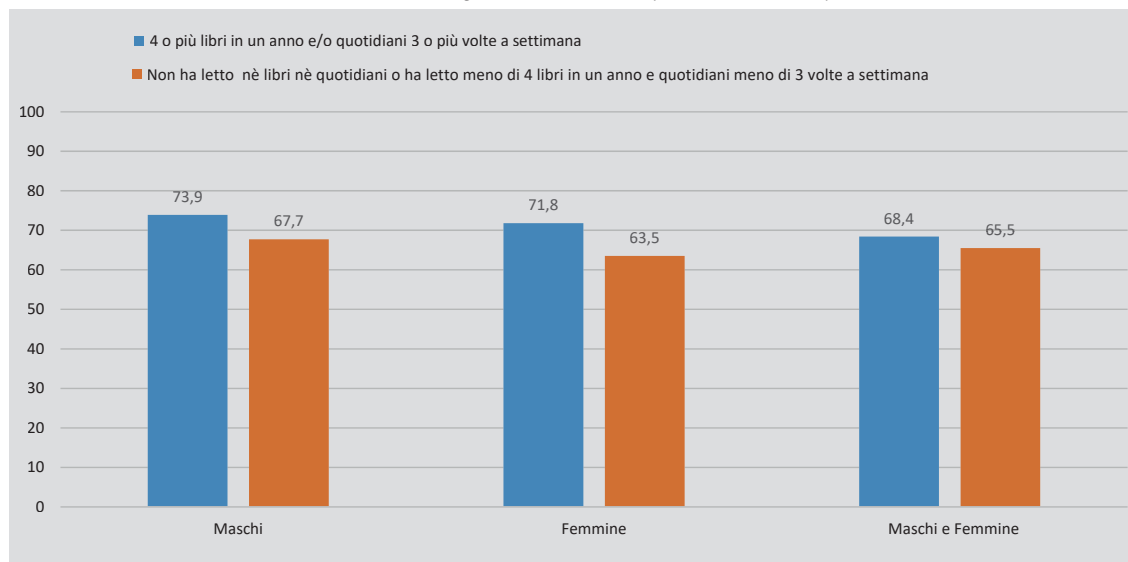


Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Positiva anche la relazione tra lettura e la soddisfazione nei confronti del tempo libero: coloro che hanno letto almeno quattro libri in un anno o quotidiani tre o più volte a settimana²³ hanno una maggiore propensione a sentirsi soddisfatti per il proprio tempo libero rispetto a coloro che non leggono né libri né quotidiani. Proprio nel 2020, tale effetto positivo, non avendo risentito in alcun modo delle restrizioni, è maggiore rispetto agli anni precedenti. Nel 2020, tra le persone che hanno letto quattro o più libri in un anno o quotidiani tre o più volte a settimana, la quota di quelle molto o abbastanza soddisfatte del proprio tempo libero è pari al 72,8 per cento e scende al 70,5 per cento per la popolazione attiva di età compresa tra i 44 e i 64 anni (Figura 7.8). Per gli over 64, infatti, la quota dei soddisfatti è più alta: il 76,1 per cento. Tra gli uomini che leggono, la quota dei soddisfatti del proprio tempo libero è leggermente superiore a quelle delle donne (73,9 per cento rispetto a 71,8 per cento). Anche in questo caso, per le persone dai 65 anni in poi la differenza di genere è, invece, evidente: dichiara di essere soddisfatto del proprio tempo libero il 79,5 per cento degli uomini che hanno letto quattro o più libri in un anno o quotidiani tre o più volte a settimana contro il 72,6 per cento delle donne. Nel 2019, la percentuale delle persone soddisfatte del proprio tempo libero tra coloro che hanno letto, che ammonta al 71,7 per cento, è inferiore al valore del 2020. Tra coloro che non hanno letto libri e quotidiani, si rileva, per il 2020, una quota di persone soddisfatte del proprio tempo libero più bassa rispetto a coloro che lo hanno fatto, pari al 65,5 per cento (64,4 per cento nel 2019).

²³ L'analisi è stata svolta con l'ausilio dell'indicatore complessivo di lettura (di libri e quotidiani) elaborato all'interno del progetto Bes dell'Istat e che considera la quota di persone di 6 anni e più che hanno letto almeno quattro libri l'anno (libri cartacei, *ebook*, libri *online*, audiolibri) per motivi non strettamente scolastici o professionali e/o hanno letto quotidiani (cartacei e/o *online*) almeno tre volte a settimana.

Figura 7.8 - Persone di 18 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero per abitudine alla lettura di libri e/o quotidiani e genere. Anno 2020 (valori percentuali)



Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

7.5 Considerazioni finali

Nel 2020, la quota di persone di 14 anni e più che si dichiara molto o abbastanza soddisfatta del proprio tempo libero è pari al 69,3 per cento e, pur superando abbondantemente la metà della popolazione, è contenuta, se confrontata con altri ambiti di soddisfazione (relazioni familiari, salute e relazioni amicali). Tuttavia, la tendenza degli ultimi dieci anni è in netta crescita. Dall'analisi emerge come siano soprattutto i maschi, i giovani e le persone di 65 anni e più ad essere soddisfatti per il proprio tempo libero. Sono notevoli le differenze tra le diverse zone del Paese con livelli di soddisfazione più alti tra i residenti del Nord e tra chi abita in piccoli centri.

La socialità conferma il proprio ruolo protettivo nei confronti della soddisfazione per il tempo libero. La pratica sportiva, la partecipazione culturale fuori casa e la lettura (di libri e quotidiani) sono, inoltre, dimensioni che influenzano positivamente la soddisfazione per il tempo libero.

I dati consentono di cogliere importanti aspetti della qualità della vita, in base alle indicazioni che provengono dalla dimensione percettiva e auto valutativa delle persone. Nel corso del 2020, primo anno della pandemia, si è manifestato un giudizio ancora positivo di come si spende il proprio tempo libero, sebbene in buona parte di questo anno di osservazione, in conseguenza delle restrizioni dovute alla pandemia da *COVID-19*, le persone abbiano avuto una possibilità minore di frequentare i luoghi della cultura e di svolgere attività del tempo libero fuori casa. Nel 2021, tuttavia, a seguito del perdurare della pandemia e delle restrizioni alla possibilità di coltivare le relazioni sociali e di svolgere attività del tempo libero fuori casa, è ipotizzabile che la soddisfazione per il tempo libero abbia subito un peggioramento.

Al di là della contingenza pandemica, in cui si è sommata la lunga inaccessibilità di biblioteche, cinema, teatri, sale per concerto, impianti sportivi, eccetera, c'è da considerare anche la scarsità e l'irregolare distribuzione dei presidi culturali sul territorio che hanno caratterizzato il nostro Paese ancor prima della diffusione del *COVID-19*.

La soddisfazione per il tempo libero contribuisce a delineare aree critiche per le quali sono necessarie azioni strutturali di *policy* volte a rimuovere le barriere e agevolare la partecipazione culturale e la vita sociale.

Riferimenti Bibliografici

- Arosio, F.M., A. Caramis. 2019. "Il ruolo della statistica per la conoscenza delle trasformazioni culturali del Paese". *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, Volume 4, N. 3: 47-62.
- Bologna, E., and S. Staffieri. 2021. "Women and leisure in the Italian context". In Ingram, L.J., K. Tarkó, and S.L. Slocum (Eds.). *Women, Leisure And Tourism: Self-actualization And Empowerment Through The Production and Consumption of Experience*: 152-167. Wallingford, UK: CABI Digital Library.
- Brajša-Žganec, A., M. Merkaš, and I. Šverko. 2011. "Quality of Life and Leisure Activities: How do Leisure Activities Contribute to Subjective Well-Being?". *Social Indicators Research*, Volume 102, Issue 1: 81-91.
- Bucksch, J., and W. Schlicht. 2006. "Health-enhancing physical activity and the prevention of chronic diseases - An epidemiological review". *Sozial und Präventivmedizin*, Volume 51, Issue 5: 281-301.
- Buntinx, W.H.E., and R.L. Schalock. 2010. "Models of Disability, Quality of Life, and Individualized Supports: Implications for Professional Practice in Intellectual Disability". *Journal of Policy and Practice in Intellectual Disabilities*, Volume 7, Issue 4: 283-294.
- Cicerchia, A., E. Bologna, e S. Staffieri. 2019. "La partecipazione sociale e culturale". In M. Franzini, e A. Solipaca (a cura di). "Conoscere il mondo della disabilità: persone, relazioni e istituzioni": 93-110. *Lecture Statistiche - Temi*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/236301>.
- Cicerchia, A., e C. Seia. 2021. "Cultura, creatività e benessere: verso il welfare culturale". In Fondazione Symbola - Fondazione per le qualità italiane, e Unioncamere (a cura di), in collaborazione con Regione Marche, e Istituto per il Credito Sportivo - ICS. 2021. "Io sono Cultura 2020. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi". *I Quaderni di Symbola*, 15 aprile 2021: 42-47. Roma, Italia: Symbola e Unioncamere.
- De Salvo, P., E. Del Bufalo, C. Di Priamo, S. Orsini, e S. Staffieri. 2019. "La soddisfazione per la vita quotidiana". In M. Franzini, e A. Solipaca (a cura di). "Conoscere il mondo della disabilità: persone, relazioni e istituzioni": 111-122. *Lecture Statistiche - Temi*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/236301>.
- Fancourt, D., and S. Finn. 2019. "What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review". *Health Evidence Network Synthesis Report 67*. Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe; Health Evidence Network - HEN.
- Freysinger, V.J., S.M. Shaw, K.A. Henderson, and M.D. Bialeschki (Eds.). 2013. *Leisure, Women, and Gender*. Peterborough, UK: Venture Pub Company Ltd.
- Fuchs, C. 2015. *Culture and Economy in the Age of Social Media*. London, UK: Routledge.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2021. *La soddisfazione dei cittadini per le condizioni di vita*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/258079>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. *Rapporto annuale 2019. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/230897>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2018. *Bes 2018. Il benessere equo e sostenibile in Italia*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/224669>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2015. *Rapporto annuale 2015. La situazione del Paese*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/159350>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2012. "Descrizione dei domini e degli indicatori del Bes selezionati dalla Commissione scientifica e varati il 22 giugno 2012". *Rapporto Tecnico interno*. Roma, Italia: Istat. <https://www.istat.it/it/files/2018/04/12-domini-commissione-scientifica.pdf>.
- Mahar, A.L., V. Cobigo, and H. Stuart. 2013. "Conceptualizing belonging". *Disability and Rehabilitation*, Volume 35, Issue 12: 1026-1032.
- McCarthy, K.F., E.H. Ondaatje, L. Zakaras, and A. Brooks. 2004. *Gifts of the Muse: Reframing the Debate about the Benefits of the Arts*. Arlington County, VA; Pittsburgh, PA, U.S.: RAND Corporation.
- Singer, R., S. Klawitter, and F. Preetz. 2018. "Blurred boundaries between work and leisure. A German perspective". In Bazzani, T., and R. Singer (Eds.). *Dealing with Unemployment: Labour Market Policy Trends*: 143-159. Berlin, Germany: Humboldt-Universität zu Berlin, Faculty of Law.

GLOSSARIO

Audiolibro

Registrazione audio di un libro letto ad alta voce da uno o più attori, da un lettore (*speaker*), oppure da un motore di sintesi vocale.

Ebook

Electronic book (o libro elettronico) è un libro in formato digitale consultabile utilizzando un lettore di *Ebook* (tra i più noti *IPad* e *Smartphone* e, in generale, ogni *pc*, *tablet* o cellulare di ultima generazione abilitato).

Indicatore complessivo di lettura di libri e quotidiani

Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno quattro libri l'anno (libri cartacei, *ebook*, libri *online*, audiolibri) per motivi non strettamente scolastici o professionali e/o hanno letto quotidiani (cartacei e/o *online*) almeno tre volte a settimana.

Lettori deboli

Persone di 6 anni e più che hanno letto fino a tre libri nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Lettori di libri

Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Lettori di quotidiani

Persone di 15 anni e più che hanno letto quotidiani almeno una volta alla settimana.

Lettori forti

Persone di 6 anni e più che hanno letto 12 libri e oltre nei 12 mesi precedenti l'intervista, per motivi non strettamente scolastici o professionali.

Libro cartaceo

Libro costituito da fogli di carta, stampati o manoscritti, rilegati insieme in un certo ordine e racchiusi da una copertina.

Libro online

Libro in formato digitale disponibile su Internet solo per la lettura. Si differenzia da un *Ebook* che invece può essere scaricato e letto localmente su un *pc*, *smartphone* o *e-reader*. Generalmente, le informazioni sono presentate in un formato di pagina e le pagine sono normalmente disponibili per la lettura sequenziale (anche se è possibile passare a un'altra pagina utilizzando un *mouse*, una tastiera o altri *controller*).

Partecipazione culturale fuori casa

Persone di 6 anni e più che hanno svolto due o più attività culturali fuori casa nei dodici mesi precedenti l'intervista. Le attività considerate sono 6: si sono recate almeno quattro volte al cinema; si sono recate almeno una volta rispettivamente a: teatro; musei e/o mostre; siti archeologici, monumenti; concerti di musica classica, opera; concerti di altra musica.

Prosumer

Un consumatore che è a sua volta produttore, o che consumando contribuisce alla produzione. Il termine è un composto formato dalle parole inglesi *producer* (produttore) e *consumer* (consumatore). La pratica di essere insieme produttori e consumatori è detta prosumerismo.

Soddisfazione per il tempo libero

Persone di 14 anni e più che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte per il tempo libero.

Soddisfazione per la vita

Persone di 14 anni e più che hanno espresso un punteggio di soddisfazione per la vita tra 8 e 10.

Streaming

Sistema per la trasmissione di audio e video via Internet, che permette di ascoltare e guardare il contenuto desiderato senza dover aspettare che quest'ultimo si sia completamente scaricato.

Turismo

L'insieme delle attività e dei servizi riguardanti le persone che si spostano al di fuori del loro "ambiente abituale" per motivi personali o per motivi di lavoro. Rientrano pertanto nei flussi turistici tutti gli spostamenti non abituali, con pernottamento (viaggi) o senza (escursioni). L'individuazione dell'ambiente abituale di una persona permette di distinguere correttamente il fenomeno turistico dalla mobilità, che non rientra nel campo di osservazione della domanda turistica. Sono, pertanto, esclusi: il pendolarismo per lavoro, studio o per obblighi di famiglia; i movimenti migratori, anche stagionali; i trasferimenti di residenza (anche se temporanei), inclusi i trasferimenti dei diplomatici e dei militari (e delle loro famiglie), nonché i movimenti dei rifugiati, dei nomadi, ecc.

Vacanze culturali

Viaggi personali di piacere, svago e relax, in cui l'attività principale è di carattere culturale.

Vacanze paesaggistiche

Viaggi personali di piacere, svago e relax, in cui l'attività principale è visitare le bellezze naturali del luogo.

Viaggio

Spostamento realizzato, per motivi personali o per lavoro, fuori dal comune in cui si vive e che comporta almeno un pernottamento nel luogo visitato. Sono pertanto esclusi i viaggi e gli spostamenti effettuati nelle località frequentate tutte le settimane (ritenuti abituali secondo la definizione di turismo adottata per la domanda turistica), nonché i viaggi di durata

superiore a un anno. In questi casi, infatti, il viaggio non costituisce flusso turistico poiché la località visitata viene associata al luogo in cui si vive. Sono altresì esclusi sia i viaggi effettuati per coercizione (viaggi per traslocare; viaggi per andare a votare per elezioni/referendum; spostamenti dovuti a calamità naturali; ecc.), sia quelli a fronte dei quali vi è un contratto di lavoro nel luogo di destinazione (lavoro stagionale, supplenze, altri lavori temporanei).

Viaggio personale o di vacanza

Viaggio svolto per motivi prevalenti di piacere, svago o riposo; per visita a parenti o amici; per motivi religiosi/pellegrinaggio; per cure termali o trattamenti di salute. Nella presentazione dei risultati, in base alla sua durata, il soggiorno di vacanza è suddiviso in:

- vacanza breve, quando la durata del soggiorno è inferiore a 4 pernottamenti;
- vacanza lunga, quando la durata del soggiorno è di 4 o più notti.

Viaggio per motivi di lavoro o professionalir

Viaggio svolto per motivi prevalenti di lavoro, quali missioni; partecipazione a congressi; riunioni di affari o esercizio di attività di rappresentanza; docenza o altre attività professionali. Sono esclusi gli impieghi presso il luogo di destinazione (lavoro stagionale, supplenze, altri lavori temporanei).

Video On Demand

Termine mutuato dall'inglese che tradotto letteralmente significa video su richiesta, in acronimo VOD. È un servizio interattivo della televisione che permette agli utenti di fruire, gratuitamente o a pagamento, di un prodotto di intrattenimento (musica, film, serie TV) in qualsiasi momento e luogo, tramite una connessione Internet. Si basa sul concetto informatico di *on demanding*.

