



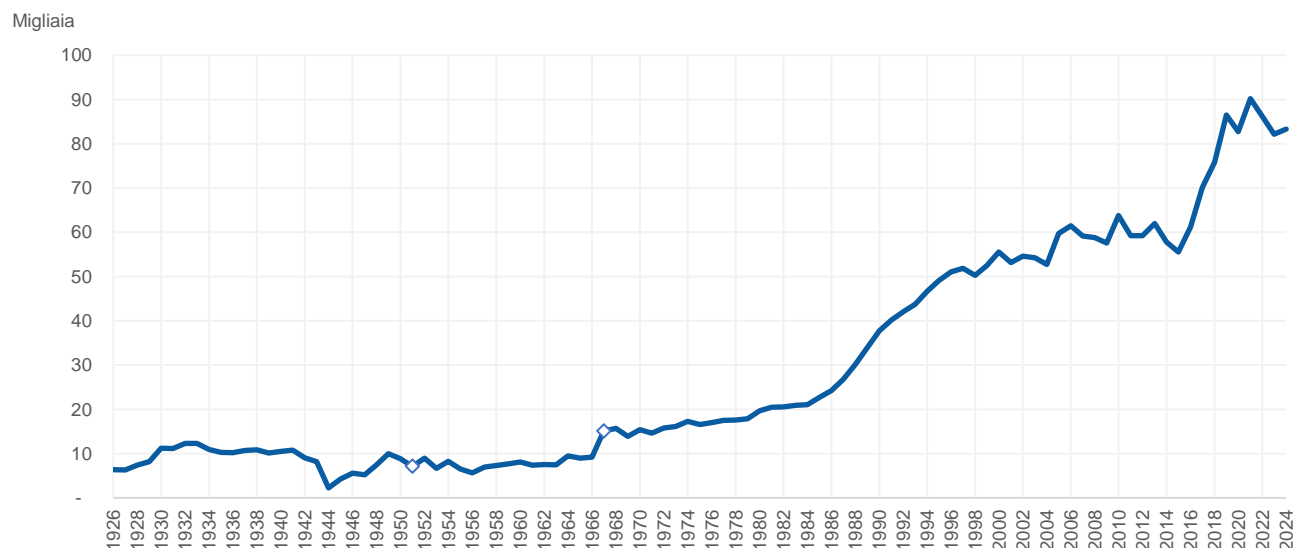
## —LE TRASFORMAZIONI DELL'ITALIA

# Tra cultura e svago: un viaggio lungo un secolo

## I libri e la lettura

Uno degli indicatori della vivacità e maturità della produzione culturale italiana è il **numero delle opere librarie pubblicate: tra il 1926 e il 2024 è aumentato di oltre 13 volte**, da circa 6.300 a oltre 83 mila (Figura 1).

**FIGURA 1. OPERE LIBRARIE PUBBLICATE IN ITALIA.** Anni 1926-2024 (migliaia)(a)



Fonte: Istat, Indagine sulla produzione libraria e, per il 2023-2024, elaborazione su dati Editoriali I.E. Srl sui titoli con codice Isbn

(a) I dati fino al 1950 non sono pienamente comparabili coi successivi. Inoltre, dal 1964 sono incluse anche le opere da 50 a 100 pagine, e dal 1967 le ristampe e gli opuscoli di almeno 5 pagine.

**L'evoluzione riflette in una prima fase la crescita complessiva dei lettori e, più recentemente, la diffusione delle tecnologie digitali, che ha reso economicamente accessibile la pubblicazione per tirature ridotte, e ampliato in modo significativo l'offerta di libri rispetto ai lettori<sup>1</sup>.** Negli ultimi anni è cresciuto l'uso di formati digitali e audio: nel 2025, gli e-book rappresentano l'11,1% del totale, e gli audiolibri il 2,5%. Ciononostante, circa 7 lettori su 10 scelgono ancora il libro cartaceo come modalità esclusiva di lettura.

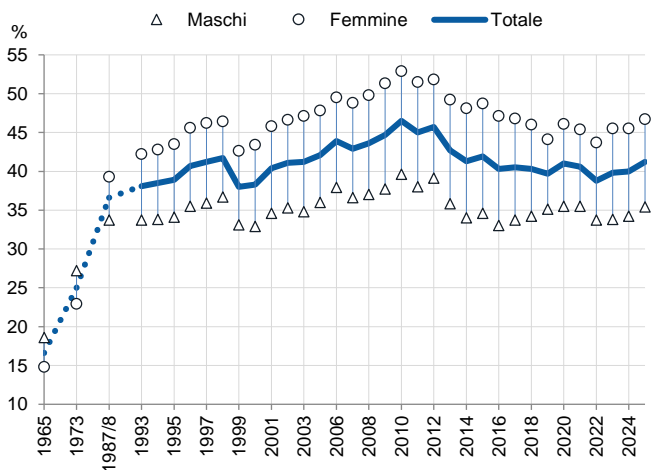
La diffusione della lettura negli ultimi sessant'anni offre indicazioni contrastanti. **Tra il 1965 e il 2010, anche grazie all'innalzamento del livello di istruzione della popolazione, la quota di persone di 11 anni e più che aveva letto almeno un libro nel corso dell'anno è cresciuta dal 16,6 al 46,5%,** diminuendo in seguito fino a stabilizzarsi intorno al 40%, con una differenza di genere di oltre 11 punti percentuali a vantaggio delle donne (Figura 2). Inoltre, nel 2025 si osserva un divario di 16 punti percentuali tra Centro-Nord e Mezzogiorno

<sup>1</sup> Tra il 2012 e il 2023 il numero degli editori è rimasto stabile poco sopra le 2000 unità, mentre gli addetti si sono ridotti del 22%: si tratta, in larghissima prevalenza, di micro-imprese (nel 2023 la dimensione media è di 4,2 addetti) <https://www.istat.it/tavole-di-dati/statistiche-culturali-anno-2024/>

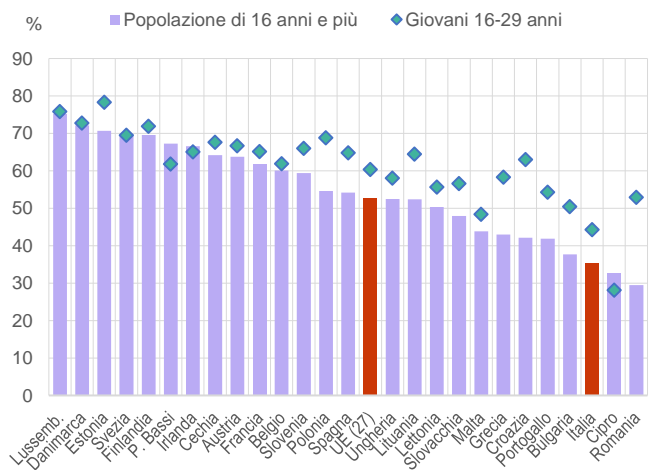


e di oltre 50 punti tra persone con alta e bassa istruzione<sup>2</sup>. La lettura è più diffusa tra i giovani: tra i ragazzi di 11 e 14 anni la quota di lettori arriva al 58,2%, mentre nelle età più adulte scende notevolmente. **Nel 2022, i lettori di 16 anni e più erano appena il 35%, collocando l'Italia in terz'ultima posizione tra i paesi dell'Unione europea; tale quota era di circa 20 punti al di sotto di quella della Spagna e di 26 rispetto alla Francia**, senza considerare i paesi Nordici, dove i lettori raggiungono il 70% della popolazione adulta e non si osservano le differenze inter-generazionali che, invece, contraddistinguono i paesi con bassi livelli di lettura (Figura 3).

**FIGURA 2. PERSONE DI 11 ANNI E PIÙ CHE LEGGONO LIBRI PER SESSO.** Anni 1965, 1973, 1987/8, 1993-2025 (per 100 persone) (a)



**FIGURA 3. PERSONE DI 16 ANNI E PIÙ CHE LEGGONO LIBRI PER ETÀ NEI PAESI UE.** Anno 2022 (per 100 persone) (a)



Fonte: Istat, Indagine speciale sulla lettura in Italia (1965 e 1973), Indagine Multiscopo (1987/88), Indagine multiscopo Aspetti della vita quotidiana (dal 1993) e, per il confronto europeo, Eurostat, Indagine EU-SILC. (a) almeno un libro nei 12 mesi precedenti l'intervista per motivi non strettamente scolastici e/o professionali. Ue27: stima Eurostat (Germania non disponibile)

## I luoghi della cultura: i musei e le aree archeologiche

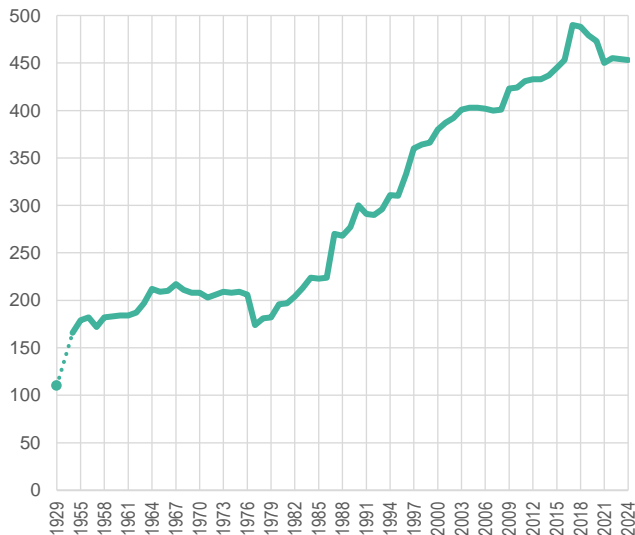
A differenza della lettura, esperienze culturali come **le visite a musei e aree archeologiche sono un fenomeno in forte crescita**, anche grazie alla capacità di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale del nostro Paese.

**Tra il 1929 e il 2024**, in Italia, il numero di musei e istituti simili statali è cresciuto da 110 a 453, con uno sviluppo importante a partire dagli anni Ottanta del Novecento (Figura 4). All'aumento dell'offerta culturale è corrisposto un incremento ancora più importante del **numero di visitatori dei musei**, passati **da 2,8 fino a quasi 61 milioni**, con una crescita di oltre 20 milioni negli ultimi 10 anni, che va oltre il recupero del crollo delle presenze nel 2020-2021 (Figura 5).

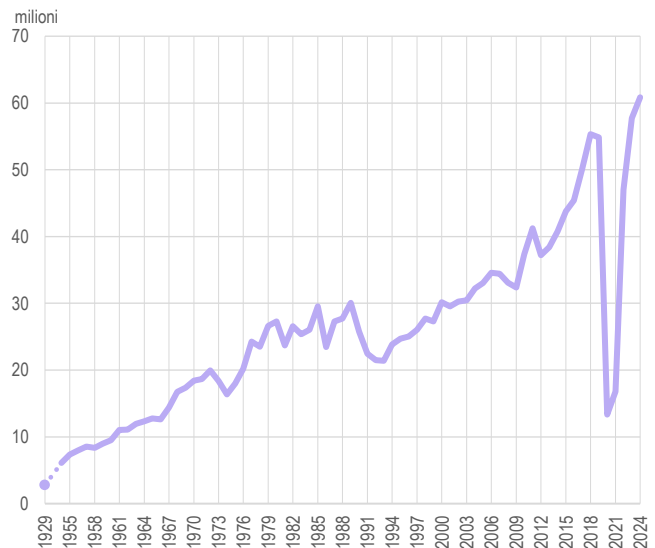
<sup>2</sup> Il 46,6% nel Centro-Nord contro il 30,6% nel Mezzogiorno, e il 71,9% tra i dei laureati rispetto al 19,5% per la popolazione con al massimo la licenza media (in quest'ultimo caso, tuttavia, è più alta la presenza di anziani, che in generale leggono meno).



**FIGURA 4. MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI.** Anni 1929-2024 (numero) (a)



**FIGURA 5. NUMERO DI VISITATORI DEI MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI - Anni 1929-2024 (milioni) (a)**



Fonte: Elaborazione Istat su dati del Ministero della Cultura

(a) Comprende musei, monumenti e scavi archeologici appartenenti allo Stato dipendenti dai Ministeri e dalle Soprintendenze aperti al pubblico, ma non i circuiti museali istituiti a partire dal 1999

La crescita dei visitatori beneficia della forte presenza straniera, che nel 2022 (anno più recente disponibile) è stimata pari al 51,5% del totale<sup>3</sup>, ma riguarda anche gli italiani: **negli ultimi trent'anni i fruitori di musei, mostre, siti archeologici e monumenti sono cresciuti da poco più di un quinto a circa un terzo della popolazione residente** di 6 anni e più<sup>4</sup>.

## Il cinema, il teatro e gli spettacoli dal vivo

Cinema e teatro, diversi per linguaggio e pubblico, riflettono nel tempo l'evoluzione del costume e le trasformazioni sociali, tecnologiche dei consumi culturali.

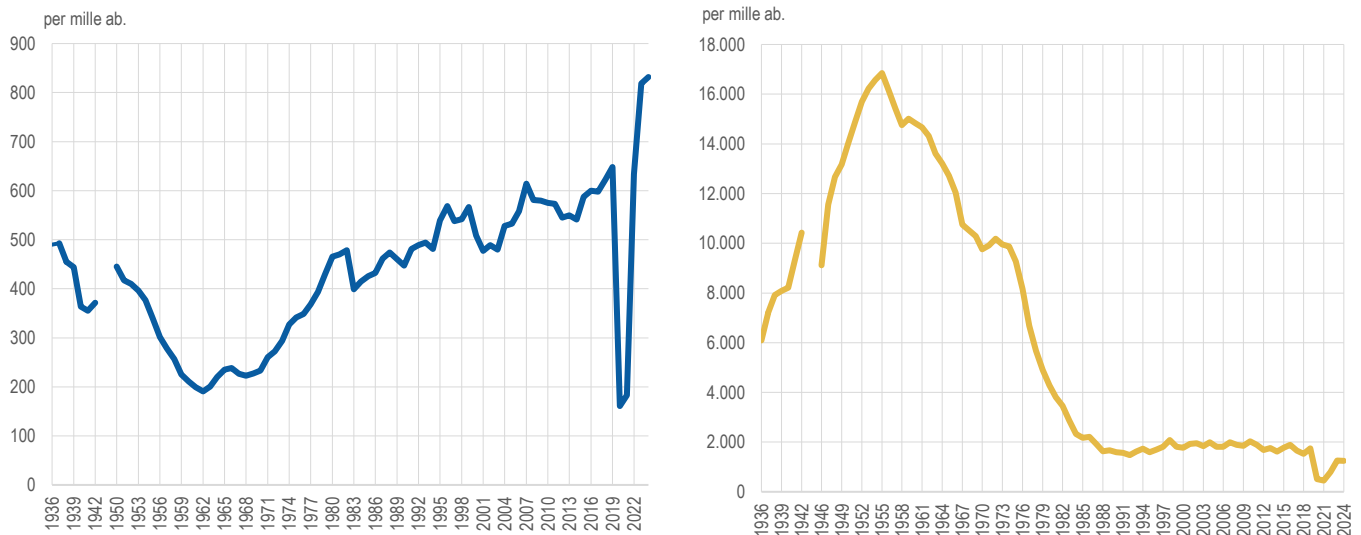
Tra il 1936 e gli anni '50 il cinema presenta livelli di fruizione crescenti e molto elevati (da 6 mila fino a oltre 16 mila biglietti venduti per 1.000 abitanti), mentre il teatro arretra da circa 490 a poco più di 300 biglietti per 1000 abitanti. Dagli anni '60, [con l'arrivo della TV](#), il cinema inizia a perdere centralità; a partire dagli anni '80 il calo è rafforzato dalla diffusione dell'home video e, più recentemente, dallo streaming, mentre il teatro e gli spettacoli dal vivo hanno una lenta ripresa. Dopo il crollo del 2020-21, nel 2024 questi superano gli 800 biglietti per 1000 abitanti (Figura 6, sinistra), mentre il cinema recupera solo parzialmente, con 1.200–1.300 biglietti per 1000 abitanti (Figura 6, destra), a fronte di una fruizione cambiata strutturalmente a favore della visione domestica e *on demand*.

<sup>3</sup> E fino al 59,5% nel caso delle aree archeologiche, per un totale di 23,7 milioni di persone.

<sup>4</sup> Passando dal 22,7% nel 1993 al 35,8% nel 2025 per musei e mostre, e dal 21,5% nel 1997 al 32,3% nel 2025 per i siti archeologici e i monumenti



**FIGURA 6. BIGLIETTI VENDUTI PER SPETTACOLI TEATRALI E MUSICALI (SINISTRA) E CINEMATOGRAFICI (DESTRA).** Anni 1936-2024 (numero per 1000 abitanti)



Fonte: Elaborazioni Istat su dati Siae

Ciononostante, andare al cinema almeno una volta l'anno resta la forma di fruizione culturale fuori casa più diffusa tra la popolazione di 6 anni e più. Tra il 1993 e il 2025, con alcune oscillazioni, questa è passata dal 40,7 al 48,2%. Sono invece diminuiti i frequentatori assidui (4 o più volte all'anno, dal 19,8 al 15,2%). L'abitudine a recarsi a teatro e ad altri eventi dal vivo è meno diffusa ma con una crescita decisamente più pronunciata<sup>5</sup>. Nonostante ciò, nel confronto europeo l'Italia nel 2022 si collocava al 12° posto per l'abitudine a recarsi al cinema, e in 21ª posizione per gli spettacoli dal vivo (teatro, concerti, ecc.)<sup>6</sup>.

## La radio, la televisione, i quotidiani e i nuovi media

Radio e televisione sono stati nel ventesimo secolo due strumenti centrali della comunicazione di massa, con un'evoluzione fortemente interconnessa.

**Tra il 1936 e la fine degli anni Cinquanta gli abbonati alla radio sono passati da meno di 700 mila a oltre 6 milioni, ovvero da 7 a 46 ogni 100 famiglie. Gli abbonati alla televisione passano da circa 88 mila nel 1954 (di cui 16 mila "speciali", per i bar e gli altri locali pubblici), a 5,4 milioni nel 1964 e a 12,2 milioni nel 1974, ovvero quasi 3 ogni 4 famiglie, mentre quelli alla sola radio nello stesso anno scendono sotto 1 milione. Gli abbonati nei decenni seguenti, caratterizzati dall'avvento dei canali commerciali, diventano un indicatore sempre meno affidabile sull'uso della TV<sup>7</sup>. Nel 1993, l'indagine *aspetti della vita quotidiana* rileva che il 96% della popolazione di almeno tre anni guardava la televisione, e l'88,9% era uno spettatore quotidiano.**

<sup>5</sup> Tra il 1993 e il 2025, le persone di 6 anni e più che si sono recate a teatro almeno una volta sono passate dal 14,5 al 24,3%, ai concerti di musica classica e opera lirica dal 7,1 all'11,8% e ad altre tipologie di concerti come pop o rock dal 14,4 al 26,3%.

<sup>6</sup> Eurostat, Indagine EU-SILC 2022.

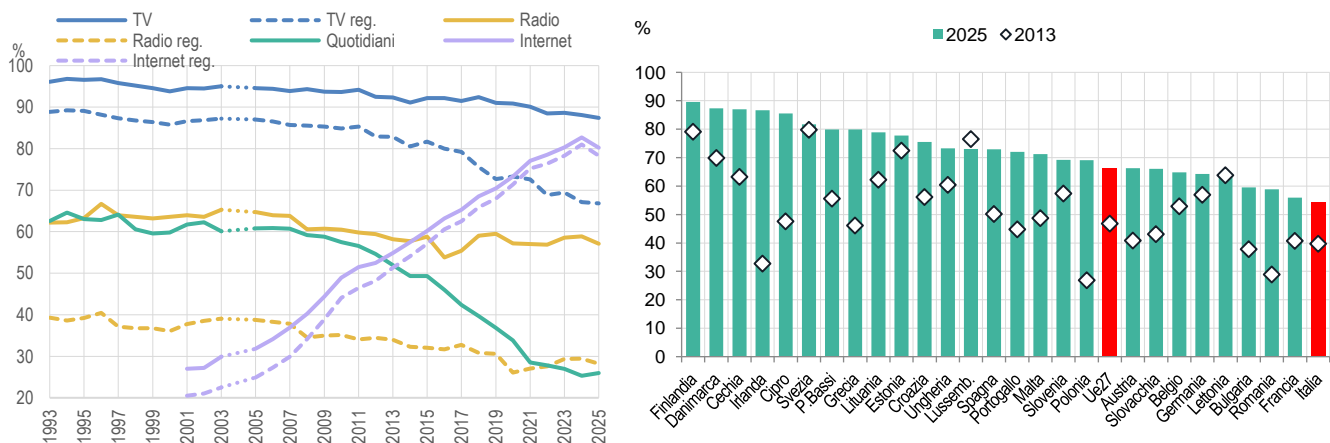
<sup>7</sup> Nel 2015, prima dell'introduzione del *canone in bolletta* (Riforma del canone ordinario L. 28 dicembre 2015 n. 208) gli abbonamenti erano meno di 17 milioni (meno dei due terzi delle famiglie), salendo di 6 milioni l'anno successivo.



**I primi anni Novanta rappresentano il momento di picco nella diffusione dei media tradizionali:** quasi il 40% della popolazione ascoltava regolarmente la radio, e tra il 1965 e il 1994 i lettori di giornali erano cresciuti dal 31,6% fino al 64,6% delle persone di almeno 11 anni. **Nel trentennio seguente i fruitori di queste fonti di informazione e intrattenimento calano costantemente:** gli spettatori regolari della TV scendono sotto il 70%, quelli della radio sotto il 30% e i lettori dei quotidiani diminuiscono – in particolare nell’ultimo quindicennio – fino al 26% nel 2025; queste tendenze sono in gran parte associate all’emergere della dimensione digitale nell’intrattenimento e nell’informazione: tra il 2001 e il 2025 gli utenti regolari di Internet passano dal 20 a circa l’80% della popolazione di 6 anni e più (Figura 7, sinistra).

**Internet si afferma come fonte di fruizione di contenuti audio-video e di informazione:** le piattaforme e lo streaming introducono la visione on demand e modificano il modello della TV generalista (secondo AGCOM, nel terzo trimestre 2025 gli utenti unici delle piattaforme di video on demand a pagamento erano 15,7 milioni e per quelle gratuite circa 38 milioni)<sup>8</sup>, e **nel 2025 in Italia – pure se in ultima posizione tra i paesi europei – Internet era utilizzato da oltre la metà della popolazione tra i 16 e i 74 anni per accedere a siti di informazione e di giornali**, con una crescita di 15 punti percentuali rispetto al 2013 (Figura 7, destra)<sup>9</sup>.

**FIGURA 7. UTILIZZATORI DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE, PER TIPO E REGOLARITÀ (SINISTRA) E LETTORI ONLINE DI SITI DI INFORMAZIONE E GIORNALI (DESTRA).** Anni 1993-2025 e 2013 e 2025 (% degli individui della stessa fascia d’età) (a)



Fonte: Istat, Indagine multiscopo *Aspetti della vita quotidiana* ed Eurostat, Internet activities [isoc\_ci\_ac\_i] (a) popolazione di almeno 3 anni per TV e Radio, di almeno 6 per Internet e di almeno 11 per i quotidiani; per il confronto europeo, popolazione di 16-74 anni

## La pratica sportiva

L’aumento del benessere negli ultimi decenni ha portato a una maggiore attenzione alle proprie **condizioni di salute** e alla cura del corpo, di cui la diffusione della pratica sportiva offre un’indicazione tangibile: questa è **passata dal 2,6% di praticanti continuativi nel 1959, con una forte prevalenza maschile** (il 4,9% contro lo 0,5% tra le donne), **fino al 30,3% nel 2025**, con differenze di genere meno vistose (Figura 8). Inoltre, l’incidenza sale fino a quasi il 40% considerando anche i praticanti saltuari, e approssima il 70% considerando anche la pratica di attività fisica in generale. **Le differenze più ampie oggi sono quelle territoriali**, con un divario di

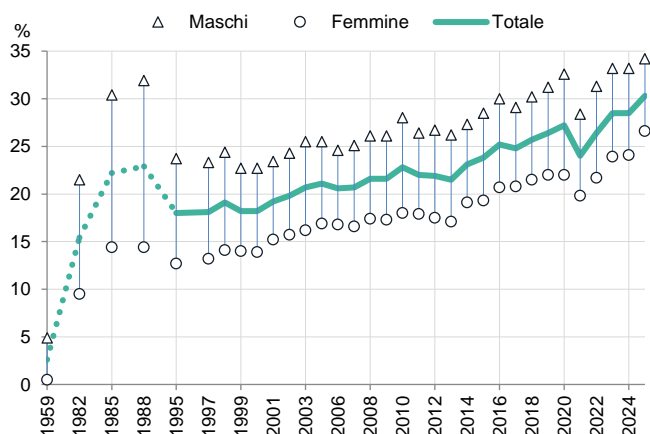
<sup>8</sup> <https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/osservatorio-sulle-comunicazioni-4-2025>. L’indagine multiscopo *aspetti della vita quotidiana* mostra come il calo di *audience* di radio e tv tradizionali è più marcato tra i giovani che, di converso, guidano nella fruizione dei programmi in streaming e on demand.

<sup>9</sup> I dati Istat sull’uso di Internet come fonte di informazione sono confermati dall’edizione 2026 dell’*Osservatorio annuale sul sistema dell’informazione* AGCOM, che rileva come questo abbia superato la TV già dal 2023 come canale informativo, e che per il 40,7% dei giovani tra i 14 e i 24 anni sia oggi anche l’unico utilizzato.



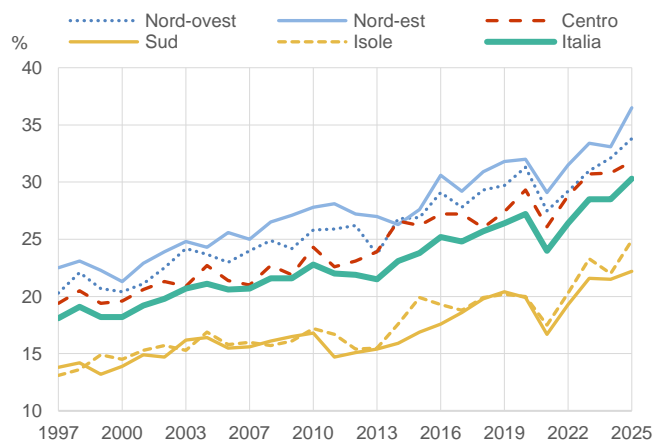
circa 11 punti percentuali tra Centro-Nord e Mezzogiorno (Figura 9) e, soprattutto, **socioculturali, in parte associate all'età**: oggi i praticanti continuativi raggiungono infatti il 42,5% tra i laureati, ma sono appena il 12% tra le persone meno istruite.

**FIGURA 8. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE PRATICANO SPORT IN MODO CONTINUATIVO PER SESSO.** Anni 1959, 1982, 1985, 1988, 1995, 1997-2025 (valori per 100 persone)



Fonte: Istat, Indagine speciale su alcuni aspetti delle vacanze e degli sport della popolazione (1959), Indagine sulle vacanze e gli sport degli italiani (1982), Indagine "Gli sport e le vacanze" (1985), Indagine multiscope (1988), Indagine multiscope "Aspetti della vita quotidiana" (dal 1993; nel 2004 l'indagine non è stata effettuata).

**FIGURA 9. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE PRATICANO SPORT IN MODO CONTINUATIVO PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA.** Anni 1997-2025 (valori per 100 persone)



## Dati e approfondimenti

- I dati sottostanti le figure di questo documento sono accessibili all'indirizzo: (<https://www.istat.it/produzione-editoriale/cultura-svago/>)
- Una raccolta organica dei dati statistici storici sull'Italia è disponibile sul sito [seriestoriche.istat.it](http://seriestoriche.istat.it) (in aggiornamento)
- Per i dati su musei, archivi, editoria e lettura, biblioteche, spettacoli, intrattenimento e sport, cultura, economia e benessere, [statistiche culturali – Istat](#)
- Sull'evoluzione della partecipazione culturale e le attività del tempo libero in Italia, <https://www.istat.it/produzione-editoriale/tempo-libero-e-partecipazione-culturale-tra-vecchie-e-nuove-pratiche/>
- Per i dati sulla partecipazione culturale nell'UE, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture\\_statistics\\_-\\_cultural\\_participation](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_participation)
- Per i microdati ad uso pubblico relativi alla produzione libraria, <https://www.istat.it/scheda-qualita/statistica-della-produzione-libraria/>
- Per i microdati ad uso pubblico relativi all'Indagine sui musei e le istituzioni similari, [Indagine sui musei e le istituzioni similari: microdati ad uso pubblico – Istat](#)
- Per i microdati ad uso pubblico relativi al Censimento sulle biblioteche pubbliche e private, [Censimento sulle Biblioteche pubbliche e private: microdati ad uso pubblico – Istat](#)
- Per i microdati ad uso pubblico relativi a partecipazione culturale e tempo libero, <https://www.istat.it/microdati/aspetti-della-vita-quotidiana/>
- Per un'analisi aggiornata dell'uso dei mezzi di comunicazione, cfr. AGCOM (2026) [Osservatorio annuale sul sistema dell'informazione](#)