

1° RAPPORTO AUDITEL - CENSIS

Convivenze, relazioni e stili di vita delle
famiglie italiane



Roma
Senato della Repubblica
Palazzo Giustiniani
25 settembre 2018



**1° RAPPORTO AUDITEL-CENSIS
CONVIVENZE, RELAZIONI E STILI DI
VITA DELLE FAMIGLIE ITALIANE**

ROMA, 25 SETTEMBRE 2018

INDICE

1. IL RACCONTO DELLA VITA VERA QUOTIDIANA DEGLI ITALIANI	1
1.1. UNO STRUMENTO DA OGGI INELUDIBILE	1
1.2. I PRINCIPALI RISULTATI	2
1.2.1. <i>La Tv aggrega, lo smartphone no: la convivialità familiare minacciata dalle fruizioni individuali</i>	2
1.2.2. <i>Una tradizione in piena evoluzione: i tanti e diversi modi di convivere</i>	4
2. CHI VIVE CON CHI	8
2.1. L'ORIGINALE QUADRO	8
2.2. LE PERSONE CHE VIVONO SOLE E QUELLE CHE VIVONO CON ALTRE PERSONE, <i>NON IN COPPIA NÉ CON FIGLI</i>	10
2.3. COABITANTI	13
2.4. DONNE E CAPOFAMIGLIA	15
2.5. L'ASSORTIMENTO DELLE COPPIE	17
3. LE COSE NELLE CASE: IL CORREDO MEDIATICO E CONNETTIVO DEGLI ITALIANI	19
3.1. CASE <i>IPERACCESSORiate</i>	19
3.1.1. <i>La potenza aggregante della fruizione collettiva della televisione</i>	19
3.1.2. <i>Pc fissi, portatili e tablet: la proliferazione dei device informatici</i>	23
3.1.3. <i>Tante cose per una più alta qualità quotidiana della vita</i>	25
3.2. I FIGLI MOLTIPLICATORI DI CONSUMI	28
3.3. CONNESSI, TUTTI, SEMPRE, OVUNQUE	32
4. UTILIZZI E DECISIONI	36
4.1. LE FRUIZIONI E I LORO EFFETTI	36
4.1.1. <i>Pc e cellulari</i>	36
4.1.2. <i>Precoci e intense: le fruizioni dei minori</i>	38
4.1.3. <i>Scene di disintermediazione familiare: la connessione permanente e le sue conseguenze</i>	41
4.2. CHI DECIDE COSA: IL CONIUGE/CONVIVENTE LA SPESA QUOTIDIANA, IL CAPOFAMIGLIA TUTTO IL RESTO	42

1. IL RACCONTO DELLA VITA VERA QUOTIDIANA DEGLI ITALIANI

1.1. Uno strumento da oggi ineludibile

Il Primo Rapporto Auditel-Censis è lo straordinario racconto della vita vera delle famiglie italiane, a partire dalle coabitazioni reali, dalle dotazioni di beni e device e dalle interrelazioni tra i loro membri nel quotidiano.

Un formidabile strumento di conoscenza lontano da stereotipi e luoghi comuni e profondamente diverso dalle letture meramente statistico-giuridiche o teoriche.

La ricerca intervista 20.000 famiglie l'anno in 7 wave di circa 3.000 interviste ciascuna, e per potenziare le wave vengono prodotte 7 medie mobili (sempre nell'anno) fra tre wave consecutive, per un totale di circa 9.000 interviste. Per scelta metodologica, funzionale all'approfondimento della situazione più aggiornata possibile delle famiglie italiane, il presente Rapporto si fonda sulla media mobile più recente, relativa quindi a circa 9.000 famiglie intervistate.

Ne esce un racconto quasi intimo che rilancia l'immagine di luoghi di vita ricchi di relazioni e oggetti, con persone alle prese con un cambiamento epocale di abitudini individuali e relazionali indotto dalla penetrazione capillare di smartphone e web.

Un Rapporto che obbliga a misurarsi con la vita vera delle famiglie italiane negli ambiti di seguito richiamati:

- *chi vive con chi*. Le convivenze effettive che si svolgono nelle abitazioni individuate grazie al criterio di rilevazione utilizzato nell'indagine che prende in considerazione le persone che convivono per almeno sei mesi l'anno;
- *le cose nelle case*. La fotografia dell'insieme di oggetti contenuti nelle case degli italiani. Oltre alla Tv, ancora vera regina della casa, è stata presa in considerazione l'ampia e articolata dotazione di device e dispositivi di vario tipo, anche in relazione al grado di connessione con internet;
- *utilizzi e decisioni*. Come sono utilizzati i device presenti nelle abitazioni, con particolare riferimento alle modalità della fruizione, se individuale o

collettiva. E poi l'attribuzione del potere decisionale in famiglia sulla destinazione delle risorse familiari tra vari ambiti di consumo.

E' stato anche realizzato un focus sulle abitudini di utilizzo dei device dei minori di età compresa tra 4 e 17 anni, i veri nativi digitali.

Ampiezza, articolazione e originalità dei risultati consentono di dire che da ora in avanti sarà molto difficile parlare delle famiglie italiane senza riferirsi a questa straordinaria indagine, che va sicuramente ad affiancarsi ai dati e ai lavori sugli stessi temi delle più autorevoli fonti istituzionali quali Istat e Banca d'Italia.

1.2. I principali risultati

1.2.1. *La Tv aggrega, lo smartphone no: la convivialità familiare minacciata dalle fruizioni individuali*

Le famiglie italiane, nella molteplicità delle loro forme, sono alle prese con la formidabile potenza erosiva delle fruizioni individualizzate degli smartphone collegati al web, che azzerano di fatto i momenti di aggregazione collettiva tradizionalmente al cuore della relazionalità intrafamiliare di ogni giorno.

Una persona, uno smartphone è la metrica ormai imperante in tutte le tipologie familiari: una condizione di base, strutturale, che consente a ogni singolo membro di fruire in totale autonomia e piena comodità di contenuti modulati sui propri specifici interessi. Lo smartphone, infatti, come device di fruizione di contenuti e canale di connessione al web è utilizzato dalla quasi totalità dei membri delle famiglie, trasversalmente alla condizione socioeconomica.

Ecco svelata l'irriducibile diversità dello *smartphone web connected* rispetto agli altri device presenti nelle abitazioni: lo usano tutti in tutte le famiglie, ma per se stessi e non in fruizione collettiva, perché esso rende tecnicamente possibile e fisicamente molto comoda la fruizione individualizzata *in solitudo*.

Per comparazione, pensando alla televisione non si può non sottolineare la sua capacità di aggregazione e di generazione di convivialità nelle famiglie. E appaiono in tutta la loro vuotezza retorico-moralistica le tirate anti Tv di qualche anno fa, quando veniva accusata di distruggere la relazionalità dialogante delle famiglie, con una fruizione unidirezionale di contenuti.

Tutti zitti, parla la televisione, dicevano molti critici del mezzo, che oggi sono travolti dal dispiegarsi della potenza individualizzante dei nuovi device che spingono i baby boomers e parte dei millennials a ricordare i riti televisivi del passato, anche recente: dal grande film in Tv del lunedì, al varietà del sabato sera, alla trasmissione domenicale in differita di un tempo di una partita del campionato di calcio di serie A, sino alla più recente striscia preserale ironico-impegnata.

Riti che ricordano come la Tv comunque aveva, e nella maggior parte delle famiglie ancora ha, una fruizione prevalentemente collettiva, perché riunisce dinanzi a sé, in contiguità fisica i membri delle coabitazioni, con un'alternanza di silenzi per ascoltare e scambi di opinione, che consente di dire che la televisione crea i presupposti tecnici e di contenuti della relazionalità familiare.

Pur senza intenti demonizzanti, va detto che lo smartphone incarna l'erosione individualistica delle relazioni familiari, perché radica la fruizione individualistica dei contenuti, entrando nella quotidianità più intima come emerge da una recente indagine del Censis da cui è possibile stimare in 28 milioni gli utilizzatori notturni che lo hanno eletto a inseparabile partner sin nel proprio letto, in 11,8 milioni quelli che indicano esplicitamente la fruizione sempre e ovunque dello smartphone sul web come una delle ragioni delle difficoltà relazionali nella coppia e nella famiglia e in 3,4 milioni che lo indicano come detonatore di una conflittualità familiare a rischio rottura.

La fruizione individuale esclusiva e continuativa con logiche prettamente soggettive dello smartphone scardina la convivialità familiare intesa come condivisione di attività e di contenuti, in antitesi alla televisione la cui funzione aggregatrice e di socializzazione è oggi chiara a tutti. La disintermediazione sta trasformando molte famiglie non più in comunità relazionali ma in sommatorie di individui: ecco la vera minaccia sommersa alla famiglia italiana.

Resta da vedere quali saranno gli esiti sulla relazionalità familiare delle Smart Tv e degli apparecchi televisivi connessi al web, già oggi presenti in poco meno di un quinto delle famiglie e che materializzano una sorta di terza via che prova a far coesistere ricchezza dei contenuti del web e fruizione conviviale tipica dell'apparecchio televisivo.

D'altro canto sta anche decollando una fruizione individualizzata dei contenuti tipicamente televisivi tramite prevalentemente smartphone con 2,8 milioni di italiani che guardano RaiPlay, 2,3 milioni SkyGo e 3,7 milioni

Netflix, pur con le specificità che connota l'offerta di contenuti di questa piattaforma.

1.2.2. Una tradizione in piena evoluzione: i tanti e diversi modi di convivere

Dai risultati relativi ai diversi ambiti della vita delle famiglie italiane è emerso un impasto originale di aspetti nuovi e poco conosciuti e di aspetti più tradizionali, ma non per questo meno rilevanti socialmente.

Le coppie con figli e senza figli sono ancora la forma principale di famiglia, seguite dalle persone che vivono sole, dalle monogenitoriali e dalle coabitazioni tra persone senza legami di coppia o del tipo genitori figli.

Gli aspetti nuovi, meno conosciuti e di sicuro rilievo sociale sono i seguenti:

- le persone che effettivamente vivono sole sono 5,7 milioni, 1,3 milioni le persone singole che vivono o con parenti o con altre persone con cui non hanno relazioni di coppia o genitoriali;
- le donne con ruolo di capofamiglia sono ormai 6,3 milioni pari al 25,7% del totale delle famiglie. Oltre alle donne che vivono sole, capofamiglia per definizione, ce ne sono 1,7 milioni che esercitano tale ruolo da sole con figli. Sono i numeri di una straordinaria esperienza di massa di esercizio della responsabilità nel quotidiano da parte delle donne, di cui troppo poco si parla;
- le coabitazioni che includono anche persone che non hanno legami di parentela sono 2,3 milioni. Se le ragioni delle coabitazioni sono molteplici, sarebbe un errore sottovalutare la ragione economica che spinge ad affittare o subaffittare stanze e spazi nelle proprie residenze anche a coabitare per condividere le spese;
- la propensione a *ben accessoriare* la propria abitazione, con una presenza intensa e capillare dell'ampia e articolata matrice di beni, elettrodomestici e device. Le abitazioni degli italiani a prescindere da area geografica, età, titolo di studio o anche gruppo sociale di appartenenza sono stracolme di elettrodomestici tradizionali o di ultima generazione. Oggetti che aiutano a vivere meglio, innalzando la qualità quotidiana della vita. Proprio l'intasamento socialmente trasversale delle abitazioni delle famiglie con beni strumentali e device di ogni tipo rende esplicita la priorità attribuita dagli italiani alla qualità quotidiana, minuta della vita;

- tra tutti gli oggetti spicca la presenza della televisione, troppo in fretta etichettata come reperto museale e in realtà ancora regina della casa. Ve ne sono oltre 43 milioni nelle case degli italiani, contro 5,6 milioni di pc fissi, 14 milioni di portatili e 7,4 milioni di tablet. Il 97,1% delle famiglie ha almeno una televisione, il 22,1% un pc fisso, il 48,1% un portatile e il 26,4% un tablet. Il 19,3% delle famiglie dispone di almeno un apparecchio tv connesso al web o perché è una Smart Tv o perché è un apparecchio Tv tradizionale connesso al web con dispositivo esterno;
- la connessione al web è ormai esperienza diffusa, capillare, che tende a coinvolgere anche gli anziani, tradizionalmente vittime del *digital divide*. Wireless e connessione *mobile*, in casa, al lavoro, negli esercizi e spazi pubblici rendono il web un fondamentale delle dotazioni individuali e delle relazioni collettive. Se i giovani e gli adulti tendono a connettersi con uno spettro ampio di device garantendosi una connessione multipolare permanente, sono ormai tanti e sempre più anche gli anziani dentro la *web society*. Il 49,6% delle famiglie dispone di una connessione a banda larga con una forte oscillazione territoriale, che penalizza il meridione, e sociale, che penalizza le famiglie a basso livello socioeconomico;
- sono 3,3 milioni le famiglie che dispongono contemporaneamente di una connessione in banda larga o ultralarga, smartphone e abbonamento a Sky e che pertanto hanno una combinazione ad alta intensità delle opportunità di fruizione di contenuti televisivi e del web;
- precoce è il rapporto dei minori con i tanti device, a cominciare dai cellulari con relativa connessione al web . L'86,6% dei 4-17 anni dispone del cellulare, il 18,8% utilizza il Pc fisso, il 41,5% il portatile, il 36% il tablet;
- la precocità del rapporto si completa con l'utilizzo massificato dei device da parte degli adolescenti, prima generazione di veri nativi digitali che negli anni della prima socializzazione sono stati esposti alla logica individualizzata di fruizione dei contenuti, inclusi quelli televisivi. Per questo i nati dal 2000 in avanti sono il banco di prova tangibile degli effetti sociali, anche sulle relazioni familiari, dei nuovi strumenti tecnologici;
- i figli sono un formidabile moltiplicatore dei consumi, poiché nelle abitazioni delle coppie con figli si registra una presenza molto più intensa di Tv, device ed elettrodomestici di ogni tipo. E', infatti, nettamente più elevata la quota di famiglie con figli in cui almeno un esemplare di Tv, di

device o di altro elettrodomestico è presente. E' vero che le famiglie con figli sono quelle che più soffrono per le difficoltà economiche e che il terzo figlio è in molti casi una delle determinanti della povertà, tuttavia emerge con nettezza che la famiglia con figli ha una propensione al consumo più alta con una matrice di beni e servizi a cui non può rinunciare, a differenza delle persone che vivono sole o delle coppie senza figli. Anche per questo motivo le famiglie monogenitoriali sono le più in sofferenza sul piano economico, visto che stentano a star dietro alla dinamica incrementale della dotazione di beni legata appunto alla presenza di figli e adolescenti.

Sono anche emerse persistenze di modelli relazionali e stili di vita più tradizionali quali:

- un prevalente potere decisionale maschile su settori vitali della vita familiare nelle coppie con o senza figli. Gli acquisti quotidiani e di elettrodomestici sono, infatti, gli unici ambiti a prevalente potere decisionale femminile, il resto è tutto in mano al potere di scelta dei maschi, che nella gran parte dei casi sono i capofamiglia. A oggi la distribuzione sociale del potere sulle risorse delle coabitazioni è ancora fortemente in mani maschili. Dei vari ambiti in cui è stato analizzato il potere decisionale, da notare la crescita del peso dei figli nel caso di decisioni di spesa per i device informatici;
- una propensione a convivere con persone del proprio gruppo sociale, per livello di scolarità e per professione svolta. Le donne più degli uomini tendono a fare coppia con partner che svolgono attività professionali dello stesso livello, mentre sono più propense ad accettare uomini con più basso capitale culturale. Vince su tutto l'omogeneità socioeconomica e professionale delle coppie, in sintonia con una società dalla mobilità sociale bloccata quasi per ceti.

Famiglie dai tanti e diversi format, con abitazioni intasate di beni e device per una elevata qualità quotidiana della vita e, tuttavia, in visibile difficoltà di adattamento alle sfide della fruizione individuale di smartphone e web, che fa incombere il rischio della metamorfosi delle convivenze in altrettante sommatorie di persone giustapposte, che vivono fianco a fianco senza mai sentirsi e operare come un sistema relazionale unitario, vivo, palpitante e coinvolgente. Diffusione della banda larga e convergenza tv-web si ritagliano un ruolo di possibile soluzione alternativa, perché in grado di far coesistere l'irrinunciabile espansione dei contenuti disponibili e la fruizione collettiva tipica della cultura familiare televisiva. Una sfida aperta, da verificare nella sua evoluzione nel prossimo futuro.

Ecco in sintesi i principali risultati del Primo Rapporto, che evidenzia la potenza dei processi e dei soggetti erosori e, al contempo, la necessità di restituire il giusto valore agli strumenti e alle pratiche che hanno il non piccolo merito di aggregare, mettere insieme, far dialogare i componenti delle convivenze, promuovendo quella relazionalità che, ad oggi, resta l'ingrediente migliore della buona famiglia.

2. CHI VIVE CON CHI

2.1. L'originale quadro

Il criterio rilevatorio utilizzato nell'indagine promossa da Auditel, fondato sulle persone che coabitano stabilmente per almeno sei mesi l'anno, anche se non legate da rapporti di parentela o affettività, consente di delineare il quadro di *chi e con chi effettivamente convive nelle case*, individuando così la conformazione delle convivenze reali, quotidiane, continuative in cui sono coinvolti gli italiani.

Si tratta di una fotografia inedita da un punto di osservazione unico per originalità e potenza e che di fatto rende ragione della vita vera delle famiglie italiane.

Ecco il quadro delle tipologie di famiglie (tabb. 1 e 2):

- il 36% delle coabitazioni è fatto di coppie con figli, a cui aggiungere un ulteriore 2,2% di coppie con figli che convivono con altri parenti e conviventi;
- il 23,7% sono coppie senza figli, con un ulteriore 1% che coabita con altre persone, parenti o meno;
- il 23,2% sono persone che vivono sole, il 3,2% convive con altro parente con cui non ha rapporti di coppia o da genitore/figlio, l'1,8% con altra persona non parente e lo 0,1% con altre persone parenti o meno;
- il 7,8% sono genitori soli con figli, a cui si aggiungono genitori soli con figli che coabitano con altri parenti e/o non parenti;
- in sintesi, dunque, le coppie con figli (38,1%) sono la principale forma di famiglia, seguite dalle persone che vivono sole o con parenti e/o altre persone con cui non hanno legami di coppia o del tipo genitori-figli (28,4%), dalle coppie senza figli (24,7%) e dalle monogenitoriali.

Le coabitazioni che coinvolgono altri parenti o persone con le quali non c'è legame di parentela e nemmeno di coppia sono il 9,3% del totale delle famiglie individuate. Ecco quindi la fotografia delle coabitazioni degli italiani che consente di andare oltre le definizioni generiche, da stato civile delle persone, verificando chi realmente coabita con chi.

Di seguito sono analizzati aspetti originali, relativi alle persone che vivono sole, alle donne capofamiglia, alle coabitazioni con parenti o altre persone con cui non si hanno relazioni di coppia o del tipo genitore-figli e all'assortimento delle coppie sul piano culturale e professionale.

Tab. 1 - Famiglie per tipologia di coabitazione (v.a. in migliaia e val.%)

	v.a.	%
Famiglie senza nucleo	6.913	28,4
Persona sola	5.658	23,2
Persona sola con altri parenti	778	3,2
Persona sola con altri conviventi non parenti	449	1,8
Persona sola con altri parenti e conviventi non parenti	28	0,1
Famiglie con un nucleo senza altre persone	16.440	67,4
Coppia senza figli senza altri parenti/conviventi	5.784	23,7
Coppia con figli senza altri parenti/conviventi	8.758	36,0
Un solo genitore con figli senza altri parenti/conviventi	1.898	7,8
Famiglie con un nucleo con altre persone	1.015	4,2
Coppia senza figli con altri parenti/conviventi	235	1,0
Coppia con figli con altri parenti/conviventi	538	2,2
Un solo genitore con figli con altri parenti/conviventi	242	1,0
Totale	24.368	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Tab. 2 - Famiglie per tipologia di coabitazione (v.a. in migliaia e val.%)

	v.a.	%
<i>Coppie con figli</i>	9.296	38,1
<i>di cui:</i>		
- con altri parenti/conviventi	538	2,2
<i>Coppie senza figli</i>	6.019	24,7
<i>di cui:</i>		
- con altri parenti/conviventi	235	1,0
<i>Persone sole (*)</i>	6.913	28,4
<i>di cui:</i>		
- con altri parenti/conviventi	1.255	5,2
<i>Un solo genitore con figlio/i</i>	2.140	8,8
<i>di cui:</i>		
- con altri parenti/conviventi	242	1,0
Totale	24.368	100,0
<i>di cui:</i>		
Famiglie senza altri parenti/conviventi	22.098	90,7
Famiglie con altri parenti/conviventi	2.270	9,3

(*) Persone che coabitano con altro parente con cui non hanno rapporti di coppia o di tipo genitore/figlio, e/o con altre persone non parenti

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

2.2. Le persone che vivono sole e quelle che vivono con altre persone, non in coppia né con figli

Sono 5.658.000 le persone che effettivamente vivono sole nel quotidiano, ve ne sono poi 778 mila che vivono con un parente con il quale non hanno una relazione di coppia o del tipo genitore-figlio, 449 mila che vivono con un altro convivente non parente e 28 mila che coabitano con un altro parente e un altro convivente con cui non hanno legami di parentela.

Nel complesso vi sono 6,9 milioni persone che vivono in famiglie senza nucleo, e di esse 1.255.000 vivono con almeno un'altra persona con cui non hanno relazione di coppia o del tipo genitore figlio.

Ragionando sulle persone che vivono da sole si rileva che:

- sono oltre un quinto del totale delle famiglie nelle macroaree del Nord, meno del 22% al Centro e al Sud-Isole;
- sono il 26,7% nelle città con più di 250 mila abitanti e il 25,2% in quelle tra 100 mila e 250 mila, mentre sono di meno in quelle con numero inferiore di abitanti (23,4% nelle città fino a 10 mila abitanti e 21,5% in quelle con un numero di abitanti tra 10 e 100 mila).

Il profilo socio demografico delle persone che vivono da sole consente di evidenziare che (tab. 3):

- le donne sono oltre il 60% del totale;
- il 51,8% di loro vive nel Nord del Paese prevalentemente in città medio-piccole (41,6%) con una popolazione compresa tra 10 e 100 mila abitanti;
- il 56,8% è anziano con un'età di almeno 65 anni, e i pensionati (24,8%) sono il triplo degli occupati (7,8%).

Le persone che nella realtà del quotidiano coabitano con persone con cui non hanno rapporti di coppia o genitoriali sono un universo misconosciuto, composito e di grande significato sociale e dai dati risulta che:

- è meno un'esperienza di vita al femminile (56,3%) di quanto lo sia l'effettiva vita da sole che coinvolge, come già detto, oltre il 60% delle donne;
- è geograficamente più ricorrente al Centro e al Sud e Isole (57,1% nel complesso) rispetto al Nord-Ovest e Nord-Est, ed è più radicata nelle città più grandi;
- è una condizione dei giovani con il 29% delle persone in coabitazione che hanno al massimo 34 anni.

Le persone che realmente vivono sole sono tendenzialmente di età più avanzata, pensionate, donne e residenti nei comuni più piccoli, laddove le

persone che in realtà coabitano con altri sono più giovani, e spesso con un'occupazione modesta, che conferma come la coabitazione sia spesso la soluzione per abbattere i costi legati all'abitare.

Tab. 3 - Profilo sociodemografico delle persone che vivono sole (per 100 persone presenti in famiglia con le stesse caratteristiche)

	Persona che vive realmente da sola	Persona sola che in effetti vive con altro parente/convivente	Totale persone che vivono in famiglia
Genere			
Maschio	39,7	43,7	48,6
Femmina	60,3	56,3	51,4
Totale	100,0	100,0	100,0
Età in classe			
fino a 34	7,2	29,0	34,6
35-64 anni	36,0	38,4	43,3
65+	56,8	32,6	22,1
Totale	100,0	100,0	100,0
Area geografica			
Nord Ovest	30,5	20,2	26,6
Nord Est	21,3	22,7	19,2
Centro	18,7	28,0	19,9
Sud e Isole	29,5	29,1	34,4
Totale	100,0	100,0	100,0
Ampiezza demografica comune			
Fino a 10 mila	30,8	24,5	30,4
10-100 mila	41,6	38,6	46,0
100-250 mila	9,3	11,4	8,3
Oltre 250 mila	18,4	25,5	15,3
Totale	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio			
Laurea	13,0	9,6	11,0
Diploma media superiore	30,0	39,5	35,0
Licenza media inferiore	22,7	26,6	27,7
Licenza elementare	27,7	20,3	14,3
Nessun titolo	6,5	4,1	12,0
Totale	100,0	100,0	100,0
Condizione professionale			
<i>Occupato</i>	31,6	40,0	37,9
Professioni alto livello	4,6	3,5	4,4
Professioni medio livello	10,7	9,2	13,3
Lavoratori autonomi	3,4	1,6	3,2
Attività esecutive	12,9	25,7	17,0
<i>Non occupato</i>	68,4	60,0	62,1
Ritirato dal lavoro/pensionato	57,9	29,9	21,8
Casalinga:	3,3	6,4	10,6
Altro non occupato	7,2	23,8	29,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

2.3. Coabitanti

Sono quasi 2,3 milioni le famiglie italiane che convivono con parenti o con altre persone non parenti: al nucleo costitutivo che può essere fatto da una persona sola, da una coppia con o senza figli, o da un genitore solo si aggiunge in molti casi almeno un'altra persona che non ha rapporti di coppia o del tipo genitore figlio. Coabitazioni che possono rientrare nella rete parentale e che spesso vanno anche oltre, includendo persone che non hanno alcun legame di parentela.

E' un fenomeno poco conosciuto e ancor meno descritto e che tuttavia ha numeri importanti: sono coinvolte, infatti, il 9,3% del totale delle famiglie che diventa il 18,1% per le persone sole e l'11,3% per le monogenitoriali (tab.4).

Sono famiglie più larghe di quelle composte da coppie o persone con rapporto del tipo genitore-figli e, nel caso delle persone sole, in realtà disegnano una vita relazionale nell'intimo della casa che rompe il modello della vita *in solitudo*.

Colpisce che il fenomeno coinvolga anche oltre 538 mila coppie con figli, che in maggioranza condividono l'abitazione presumibilmente con nonne o nonni o zie, con parenti, che con tutta probabilità sono chiamati a contribuire alla non facile organizzazione e funzionalità della vita familiare con figli, soprattutto minori.

Sono oltre 654 mila le famiglie che ospitano al loro interno una persona non parente, di cui 450 mila persone che vivono sole e ben 130 mila coppie con figli: come rilevato, è da tenere in attenta considerazione anche la motivazione economica, intesa come la scelta di mettere a reddito l'abitazione, locando una o più stanze.

Tab. 4 - Famiglie con altri parenti e/o conviventi non parenti (val. %)

	Tipologia familiare					Totale famiglie
	Persone sole (con o senza altri parenti/altri conviventi non parenti)		Coppia senza figli	Coppia con figli	Un solo genitore con figli	
	Totale	<i>di cui:</i> <i>Persona sola con altro parente/convivente</i>				
Famiglie con altri parenti e/o altri conviventi non parenti	18,1	100,0	3,9	5,8	11,3	9,3
<i>di cui:</i>						
- Famiglie con soli altri parenti	11,3	62,0	3,0	4,1	9,8	6,3
- Famiglie con soli altri conviventi	6,5	35,8	0,8	1,4	1,3	2,7
- Famiglie con altri parenti e conviventi	0,4	2,2	0,1	0,3	0,2	0,3
Famiglie senza altri parenti/conviventi	81,9	0,0	96,1	94,2	88,7	90,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

2.4. Donne e capofamiglia

Sono 6.268.010 le donne capofamiglia in Italia: il 25,7% delle coabitazioni e, al netto delle persone che vivono sole, il 15,3%.

Sono 3,4 milioni le donne che vivono sole, 533 mila quelle che convivono con altro parente o convivente, 286 mila in coppie senza figli, 309 mila in coppie con figli e 1,7 milioni sono madri sole. In pratica il 54,4% delle donne capofamiglia sono persone che vivono sole, il 27,6% sono madri sole (tab.5).

Tab. 5 - Le famiglie con capofamiglia donna per tipologia familiare (v.a. e val.%)

	v.a.	%
Persona sola	3.409.112	54,4
Persona sola con altro parente/convivente	533.044	8,5
Coppia senza figli (con o senza altri parenti/conviventi)	286.273	4,6
Coppia con figli (con o senza altri parenti/conviventi)	309.090	4,9
Un solo genitore con figli (con o senza altri parenti/conviventi)	1.730.492	27,6
Totale	6.268.010	100,0
<i>% Totale famiglie</i>		25,7

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Tra le famiglie con donna capofamiglia 721.712 hanno almeno un figlio minore: 126 mila con figli tra 0 e 3 anni, 186 mila tra 4 e 7 anni, 349 mila tra 8 e 14 anni e 195 tra 15 e 17 anni (tab.6).

Il 39,8% delle donne capofamiglia (al netto delle famiglie unipersonali) sono anziane, l'8,7% ha fino a 34 anni, il 51,5% ha tra 35 e 64 anni. Le laureate sono il 10,9%, il 34,5% ha un diploma di scuola superiore, il 25,9% la licenza media inferiore, il 22,7% la licenza elementare e un ulteriore 6,1% non ha titolo scolastico.

La quota di donne capofamiglia occupate è pari al 27,1%, le ritirate dal lavoro sono il 56,4%, e un ulteriore 16,5% è o casalinga o, comunque, non occupata. Se si escludono le donne capofamiglia che in realtà vivono sole, la quota delle ritirate dal lavoro passa al 41% e quella delle occupate scende al 35,6% (tab.7).

Tab. 6 - Le famiglie con capofamiglia donna, per presenza di figli (v.a. e val.%)

	v.a	%
Presenza di almeno un minore	721.712	25,2
<i>di cui:</i>		
0-3 anni	126.435	4,4
4-7 anni	186.135	6,5
8-14 anni	349.167	12,2
15-17 anni	195.345	6,8
4-14 anni	499.871	17,5

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Tab. 7 - Le donne capofamiglia per posizione occupazionale (v.a. e val.%)

	v.a.	%
Occupato	1.697.540	27,1
- Professioni alto livello	183.085	2,9
- Professioni medio livello	763.194	12,2
- Lavoratori autonomi	84.021	1,3
- Attività esecutive	667.241	10,6
Non occupato	4.570.470	72,9
- Casalinga	571.745	9,1
- Ritirato dal lavoro/pensionato	3.537.717	56,4
- Altro non occupato	461.008	7,4
Totale	6.268.010	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

2.5. L'assortimento delle coppie

In Italia ci sono 2,2 milioni di donne laureate che vivono in coppia e sono pari al 63,3% del totale delle laureate. Oltre il 57% di loro vive con un partner laureato, il 37% con un diplomato, il 5,9% con un partner che ha al massimo la licenza media inferiore (tab.8).

Tab. 8 - Donne laureate che vivono in coppia, per titolo di studio del partner (val.%)

Laurea	57,1
Diploma media superiore	37,0
Al più licenza media inferiore	5,9
Totale donne laureate in coppia	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Dei 2,1 milioni di maschi laureati che vivono in coppia ben il 60,4% vive con un partner che ha una laurea, il 34,9% che ha un diploma di media superiore, il 4,7% che ha conseguito al massimo la licenza media inferiore. I laureati che vivono in coppia sono il 66,9% del totale dei laureati (tab.9).

Considerando gli occupati che vivono in coppia emerge che:

- tra le donne l'83,2% convive con un partner che è occupato e circa il 17% con un partner che occupato non è. Se si considera il totale delle donne occupate si rileva che il 54,5% di loro vive una relazione di coppia con un partner occupato;
- per i maschi il 54,6% vive con un partner che ha un'occupazione ed il 45,4% che non ha occupazione. E' il 37% dei maschi occupati a convivere con un partner che lavora.

Tab. 9 - Uomini laureati che vivono in coppia, per titolo di studio del partner (val.%)

Laurea	60,4
Diploma media superiore	34,9
Al più licenza media inferiore	4,7
Totale uomini laureati in coppia	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Tra le persone che svolgono una professione di alto livello, quale imprenditore, dirigente, libero professionista o anche giornalista, artista:

- per i maschi, il 19% convive con un partner che ha una professione dello stesso livello, il 40,5% con un partner che ha una professione di medio livello, come negoziante esercente, agente di commercio, artigiano o agricoltore e il 7,5% con partner che svolgono attività esecutive tipo operaio e assimilati.
- per le donne, il 47% fa coppia con uomini che svolgono professioni analoghe, il 26,1% con partner che svolgono attività di medio livello, mentre il 9,5% con partner che svolgono attività esecutive.

Emerge che le donne sono più propense ad accettare come partner una persona con livello culturale inferiore, mentre in caso di professione di alto livello scelgono molto di più partner dello stesso livello.

3. LE COSE NELLE CASE: IL CORREDO MEDIATICO E CONNETTIVO DEGLI ITALIANI

3.1. Case iperaccessoriate

3.1.1. La potenza aggregante della fruizione collettiva della televisione

Nelle case degli italiani sono presenti quasi 43 milioni di apparecchi televisivi: numeri che mostrano come la Tv sia molto lontana dall'essere un reperto da museo, come ad esempio la segreteria telefonica.

Infatti, il 41% delle famiglie italiane ha una Tv, il 38,8% ne ha due, il 17,3% ne ha almeno tre. Nel 97% delle famiglie italiane c'è almeno un televisore.

La presenza di figli in famiglia è un moltiplicatore degli apparecchi televisivi: infatti, nelle coppie con figli ha un apparecchio televisivo il 32,1%, due apparecchi televisivi il 40,7% e almeno tre il 25,9%, nelle coppie senza figli il 40% ha un apparecchio televisivo, il 43% due apparecchi televisivi e il 15,2% almeno tre apparecchi televisivi. Le persone che vivono sole hanno per il 56,2% un solo apparecchio televisivo, il 31% almeno due apparecchi televisivi e il 6,7% almeno tre apparecchi televisivi (tab.10).

Nelle famiglie con figli, al crescere dell'età dei figli aumenta il numero di apparecchi televisivi: infatti, tra chi ha un bimbo tra 0 e 3 anni il 45,1% ha un solo apparecchio televisivo, il 36,1% due apparecchi televisivi e il 16,7% almeno tre apparecchi. Tra chi ha figli nell'età dell'adolescenza piena, tra 15 e 17 anni, ha un solo apparecchio il 32,5%, due apparecchi il 35,5% e almeno tre apparecchi il 30%.

L'analisi degli apparecchi Tv presenti in casa per numero componenti delle famiglie indica che la percezione e l'utilizzo dell'apparecchio televisivo restano ancora prioritariamente collettivi.

Infatti, se tra chi vive solo il 56,2% ne ha uno ed il 37,7% ne ha almeno due, nelle famiglie con due componenti ne ha uno il 41,4% e il 56,7% ne ha almeno due, in quelle con tre componenti ne ha uno il 35% e in quelle con quattro componenti ne ha uno il 31,3% (tab.11).

Tab. 10 - Apparecchi televisivi presenti nelle case, per tipologia familiare (val.%)

	Persona sola	Persona sola con altro parente/conv.	Coppia senza figli (con o senza altri parenti/conv.)	Coppia con figli (con o senza altri parenti/conv.)	Un solo genitore con figli (con o senza altri parenti/conv.)	Totale
Uno	56,2	46,5	40,0	32,1	39,5	41,0
Due	31,0	35,5	43,0	40,7	41,1	38,8
Tre	5,7	12,0	12,6	19,3	13,0	13,5
Quattro+	1,0	1,5	2,6	6,6	3,1	3,8
Nessuno	6,1	4,6	1,7	1,3	3,2	2,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Tab. 11 - Apparecchi televisivi presenti nelle case, per numero di componenti delle famiglie (val.%)

	<i>Numero di componenti</i>					Totale
	1	2	3	4	5 o più	
Uno	56,2	41,4	35,0	31,3	28,2	41,0
Due	31,0	42,4	41,7	38,1	41,6	38,8
Tre	5,7	12,1	16,9	20,6	20,9	13,5
Quattro+	0,9	2,2	4,9	8,2	6,6	3,8
Nessuno	6,1	1,9	1,5	1,9	2,7	2,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Il 47% delle famiglie che hanno un numero di televisori almeno pari a quello dei componenti sono nelle condizioni di attivare una fruizione individualizzata, modello cellulari. La quota di famiglie in condizioni di avere una fruizione personalizzata della Tv è via via inferiore al crescere del numero dei componenti; e, d'altro canto, la quota di famiglie in cui vi è un

solo televisore fa sì che non sia assolutamente una forzatura dire che la Tv è ancora un oggetto di fruizione collettiva.

In pratica, è vero che esiste una notevole variabilità di numero di apparecchi televisivi che aumenta con l'aumentare dei componenti e con la presenza dei figli, soprattutto quando entrano nell'età dell'adolescenza, tuttavia la Tv conserva il suo animo aggregatore, il suo requisito di strumento più collettivo che individuale all'interno della famiglia.

La propensione alla fruizione individualizzata coinvolge la televisione per le situazioni in cui i suoi contenuti sono veicolati su altri device, ma in generale la Tv resta uno straordinario e, allo stato attuale non ancora sostituito, strumento aggregatore dei membri della famiglia grazie alla sua presenza in quasi tutte le famiglie e alla sua fruizione prevalentemente collettiva.

Del resto, non è la modalità di fruizione a determinare il numero di apparecchi televisivi rispetto al numero di componenti, piuttosto altre variabili, quali, ad esempio, la condizione economica. Infatti, dai dati emerge che:

- nelle famiglie con bassa condizione socioeconomica, il 64,4% ha un solo apparecchio Tv, il 27,1% due apparecchi Tv e il 6,2% almeno tre apparecchi Tv;
- tra chi ha una alta condizione socioeconomica il 35% ha una Tv, il 40,2% due Tv e il 22% ha almeno tre Tv.

Più alta è la condizione socioeconomica, più sono i televisori presenti nelle abitazioni.

Merita senz'altro una riflessione *ad hoc* la Smart Tv, ovvero la convergenza più avanzata tra ampia disponibilità di contenuti accessibili sul web e fruizione collettiva tipica dell'apparecchio televisivo.

La Smart Tv è un vero e proprio *crossover* tra mondo web e modello più tradizionale di fruizione dei contenuti proprio della televisione, e mostra che la deriva individualizzante degli smartphone non è l'unico esito possibile della ricchezza di opportunità di scelta consentita dal web. Soluzione simile alla Smart Tv consiste nel ricorso a dispositivi esterni, che consentono di connettere i tradizionali apparecchi televisivi al web.

Attualmente tra le famiglie che possiedono almeno un apparecchio televisivo, il 19,3% ha una Smart Tv effettivamente connessa al web o una Tv che lo è grazie a un dispositivo esterno: il 13,6% ha una Smart Tv

propriamente detta connessa al web ed il 10,4% ha una Tv connessa al web tramite dispositivo esterno (tab.12).

Tab. 12 - Famiglie con Smart Tv o con Tv collegate al web con dispositivo esterno, per area geografica di residenza (per 100 famiglie che possiedono almeno un Tv)

	Area geografica				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	
Smart Tv/dispositivi esterni effettivamente collegate al web	18,3	18,5	25,0	17,1	19,3
<i>di cui:</i>					
Smart Tv effettivamente collegate al web	13,2	12,4	16,7	12,9	13,6
Dispositivi esterni effettivamente collegate al web	9,9	9,1	16,2	7,9	10,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Molto stretto il nesso tra l'accesso al web tramite Tv, Smart Tv o con dispositivo esterno e condizione socioeconomica delle famiglie: si passa dal 10% delle famiglie a basso livello socioeconomico, al 13,5% con livello medio sino al 26% per quelle con alto livello socioeconomico. Inoltre, anche per questi apparecchi televisivi la presenza di figli è un moltiplicatore, poiché si passa dall'8,6% delle persone sole che dispongono di una Smart Tv o di una Tv connessa al web con dispositivo esterno, al 17,8% di coppie senza figli, al 28,6% delle coppie con figli.

E' chiaro che la fruizione dei contenuti web con l'apparecchio televisivo piuttosto che con gli smartphone è una straordinaria scommessa contro le derive individualizzanti, che pertanto non sono le uniche possibili in presenza della ricchezza di contenuti del web.

Per vincere la scommessa, occorre che a determinare la modalità di fruizione sia il mezzo di accesso ai contenuti e non la moltiplicazione dei contenuti stessi, come è tipico del web. Se vince la natura del mezzo di accesso ai contenuti, allora Smart Tv e similari possono imporsi come alternativa alla disintermediazione di fatto della relazionalità familiare indotta dalle fruizioni individuali degli smartphone. E allora una nuova era

del rapporto tra televisione e buona relazionalità familiare sarà iniziata, inglobando al suo interno anche le infinite opportunità del web.

D'altro canto, sta prendendo quota anche una fruizione individualizzata dei programmi televisivi tramite smartphone con 2,7 milioni che guardano RaiPlay, 2,3 milioni SkyGo e sono da considerare anche i 3,7 milioni di utilizzatori di Netflix, pur con le particolarità dell'offerta di quest'ultimo.

3.1.2. Pc fissi, portatili e tablet: la proliferazione dei device informatici

Nelle case degli italiani ci sono 5.700.000 pc fissi, 14.000.000 portatili e 7.400.000 tablet.

I pc fissi sono presenti nel 22,1% delle famiglie, i portatili nel 48,1% e i tablet nel 26,4%.

Di pc fissi il 21,1% delle famiglie ne ha uno, e l'1% più di uno; di pc portatili il 40,7% ne possiede uno, il 7,4% almeno due; di tablet il 23,1% ne possiede uno, il 3,3% almeno due.

La presenza di pc fissi, portatili e tablet cresce al crescere del numero di componenti delle famiglie; inoltre, la presenza di figli ha un potere moltiplicatorio sulla dotazione.

Il 31,2% delle coppie con figli dispone di almeno un pc fisso, a fronte del 22,8% di quelle senza figli, il 65,6% ha almeno un portatile ed è il 40,5% tra le coppie senza figli e, infine, il 40% delle coppie con figli dispone di almeno un tablet presente nel 22% di quelle senza prole (tab.13).

Tab. 13 - Presenza in famiglia di pc fisso, portatile e/o tablet, per tipologia familiare
(val.%)

	Persona sola	Persona sola con altro parente/conv.	Coppia senza figli	Coppia con figli	Un solo genitore con figli	Totale
Almeno un pc (fisso o portatile)	35,8	49,9	57,4	83,1	69,1	62,8
Almeno un pc fisso	9,3	12,0	22,8	31,2	20,1	22,1
Almeno un pc portatile	26,9	38,0	40,5	65,6	55,6	48,1
Almeno un tablet	11,2	18,3	22,0	40,0	24,4	26,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

La dotazione di pc fissi, portatili e tablet è funzione altresì della fascia di età in cui i figli si collocano. Almeno un Pc fisso o un portatile sono presenti, rispettivamente nel 35% e nel 71,8% delle famiglie con adolescenti (15-17 anni), mentre la presenza del tablet ricorre di più nei nuclei familiari con bambini di età compresa tra 4-7 anni.

Quanto all'età dei capofamiglia, emerge che sono i 35-64enni a guidare le famiglie con le quote più alte di pc fissi (26,9%), portatili (61,3%) e tablet (34,9%), con gli anziani che dispongono di più pc fissi (17,2%) dei millennials (11,4%), che però sono grandi possessori di pc portatili (57,3%).

I tablet sono device per i 35-64enni (34,9%) e i millennials (30,3%) in percentuali sostanzialmente analoghe.

Il titolo di studio è ancora un grande fattore discriminante, poiché:

- per i pc fissi, i laureati che ne hanno almeno uno in casa sono il 34,2%, quota che scende al 7% tra chi ha al massimo la licenza elementare;
- per i portatili, la dinamica discendente è altrettanto evidente con il 74% di laureati che ne ha almeno uno e il 14,6% di chi ha al più la licenza elementare;
- per il tablet, la dinamica passa dal 46,5% dei laureati al 5,7% di chi ha al più la licenza elementare.

Non sono soltanto i livelli di scolarizzazione a esercitare un impatto in termini di *digital divide* delle famiglie italiane, lo è anche e soprattutto il

livello socioeconomico di appartenenza, che evidenzia uno iato non solo tra livelli bassi e alti, ma anche tra questi ultimi e i livelli medi.

Infatti se tra i nuclei familiari di livello alto il 29,7% ha almeno un pc fisso, il 61,6% un pc portatile e il 35,4% un tablet, così non è per gli altri nuclei con quote di presenza o assenza di device molto simili. Tra quelli di livello socioeconomico basso, infatti, i possessori di almeno un pc fisso sono il 12,2%, quelli di pc portatile il 30,1% e di tablet il 13,6%, ovvero quote molto vicine a quelle possedute dai nuclei di livello socioeconomico medio: almeno un pc fisso 14,4%, un portatile 35,5% e, infine, un tablet 19,4%.

3.1.3 Tante cose per una più alta qualità quotidiana della vita

Emerge la fotografia di abitazioni iperaccessoriate, con una massiccia presenza di elettrodomestici e device che disegnano un corredo mediatico ricco e articolato. Tenuto conto delle coabitazioni emerge che:

- i telefoni cellulari/smartphone sono presenti in oltre il 95% delle famiglie italiane, risultando i device più diffusi;
- la linea telefonica fissa sostituita nel tempo dalla telefonia mobile, è, invece, presente in quasi il 60% delle famiglie;
- segue, al terzo posto, nella graduatoria il forno a microonde, presente nel 53,0% delle abitazioni più ancora della lavastoviglie, utilizzata nello svolgimento dei lavori domestici da quasi il 45% delle famiglie;
- gli impianti di aria condizionata sono presenti nel 29,7% delle famiglie;
- tra gli altri beni tecnologici ve ne sono di collegati a consumi tecnologici evoluti (sistema HI-FI con componenti separati, 16,5% oppure linea fissa solo dati, 13,2%) e di comfort (vasca idromassaggio, 4,9%), poi almeno uno tendenzialmente obsoleto come la segreteria telefonica (2,1% delle famiglie) e, altri come la video camera digitale (6,5% delle famiglie).

La distribuzione delle cose mostra una loro articolazione in casa fortemente influenzata dall'età del capofamiglia. In generale il telefono cellulare è il grande protagonista delle nostre vite quotidiane, poiché ne dispone il 100% dei millennials, il 99,5% dei 35-64enni e l'87,6% degli anziani:

Le famiglie guidate dai 35-64enni si caratterizzano per una tendenziale maggiore presenza di beni tecnologici sia consolidati - lavastoviglie (51,7%), impianto aria condizionata (32,3%) e forno a micro

onde (58,4%) - che appartenenti all'era digitale: macchina fotografica digitale (29%), sistema HI FI con componenti separati (20,5%), Video camera digitale (9%).

Quelle dove il capofamiglia è un millennial si caratterizzano per una dotazione generale minore rispetto a quella dei 35-64enni, ma da cui traspare una maggiore selettività delle scelte tecnologiche, coerente con il modello di consumi di neo-sobrietà e ottimizzazione delle risorse disponibili.

Ad eccezione del forno a microonde (56,3%), posseduto in misura pressoché equivalente a quella dei nuclei dei 35-64enni, le famiglie con millennials dispongono, invece, in misura maggiore di una linea fissa solo dati (33,7%), di console videogiochi (18,6%) e di sistema Home Theatre (6,5%).

Per quanto riguarda gli anziani, nel 74,4% delle loro abitazioni dispongono di una linea telefonica fissa (a fronte del 54,3% di quelle dei 35-64enni e del 21,4% di quelle dei millennials). A un tempo, mostrano un approccio molto orientato alla comodità, cioè uno stile di vita che consente loro di semplificare l'esercizio di alcune attività quotidiane: così, oltre ad aver conquistato una massiccia disponibilità di cellulari, le famiglie capitanate da un longevo dispongono di forni a microonde (il 44,2%), aria condizionata (27,7%), lavastoviglie (36,2%), sistema Hi-Fi con componenti separati (11,6%), vasca idromassaggio (4,2%). Cose di casa utili per vivere meglio, e per rendere il contenuto del quotidiano più funzionale e piacevole (tab.14).

Tab. 14 – La dotazione di alcuni beni nelle case degli italiani, per classe di età del capofamiglia (val.%)

	Classi di età Capofamiglia			Totale
	fino a 34 anni	35-64 anni	65 e oltre	
Telefono cellulare	100,0	99,5	87,6	95,1
Linea telefonica fissa	21,4	54,3	74,4	59,1
Forno a microonde	56,3	58,4	44,2	53,0
Lavastoviglie	39,3	51,7	36,2	44,9
Impianto di aria condizionata	21,0	32,3	27,7	29,7
Macchina fotografica digitale	22,5	29,0	11,4	21,9
Sistema Hi-Fi con componenti separati	12,0	20,5	11,6	16,5
Una linea fissa solo dati	33,7	17,2	2,8	13,2
Consolle videogiochi	18,6	15,8	2,1	11,0
Videocamera digitale	6,7	9,0	2,7	6,5
Vasca idromassaggio	3,3	5,7	4,2	4,9
Sistema Home Theater	6,5	4,7	1,1	3,5
Apparecchio di segreteria telefonica	0,7	2,4	2,1	2,1
Cubo Vision/Tim Vision Telecom Italia	1,7	1,3	0,4	1,0
Apple TV	0,0	0,3	0,0	0,2
Vodafone Connect TV	0,0	0,1	0,0	0,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Oltre all'età, è anche la scolarizzazione del capofamiglia a fare la differenza rispetto alla presenza delle dotazioni presenti nelle abitazioni degli italiani.

Analizzando la loro distribuzione rispetto al titolo di studio posseduto dal capofamiglia è, infatti, possibile osservare come siano le case dei laureati quelle più attrezzate e accessoriate, dove se il cellulare è presente in oltre il 99% di esse, la lavastoviglie lo è per il 68,4%, il forno a microonde per il 65,6%, la macchina fotografica digitale per il 38,5%, l'impianto di aria

condizionata per il 38,4%, e il sistema HI-FI con componenti separati per il 24,4% e, infine, una linea fissa solo dati per il 19,5%.

Le distribuzioni di beni tecnologici nei nuclei familiari con capofamiglia laureato e diplomato non evidenziano marcate differenze, pur essendo la dotazione tecnologica di quelle con capofamiglia diplomato inferiore; ampio è, invece, il gap nelle dotazioni nei confronti delle famiglie con capofamiglia con bassa scolarità.

L'84,6% di famiglie con a capo un individuo con la sola licenza elementare ha la disponibilità di un telefono cellulare, il 36,7% di un forno a microonde, il 23% della lavastoviglie il 24% dell'impianto di aria condizionata, per non parlare della macchina digitale posseduta solo dal 5,7%.

3.2. I figli moltiplicatori di consumi

La distribuzione delle cose in casa per tipologie familiari offre una straordinaria conferma dell'antico assunto che i figli sono uno straordinario moltiplicatore dei consumi.

I dati sono eloquenti, poiché, mettendo a confronto le coppie con figli con quelle senza figli o le persone sole, emerge che:

- è più alta la quota di coppie con figli che hanno telefono cellulare (100% a fronte del valore medio totale di 95,1%), forno a microonde (60,3% a fronte del valore medio totale di 53%), lavastoviglie (56,1% a fronte del valore medio totale di 44,9%), aria condizionata (34,5% a fronte del valore medio totale di 29,7%), macchina fotografica digitale (31,5% a fronte del valore medio totale di 21,9%), Sistema Hi-Fi con componenti separati (21,2% a fronte del valore medio totale di 16,5%), Linea fissa solo dati (17,2% a fronte del valore medio totale di 13,2%), Consolle videogiochi (21,3% a fronte del valore medio totale di 11%), Videocamera digitale (10,6% a fronte del valore medio totale di 6,5%), Vasca idromassaggio (5,9% a fronte del valore medio totale di 4,9%), Sistema Home Theater (5,2% a fronte del valore medio totale di 3,5%);
- tra le coppie senza figli la disponibilità di telefoni cellulari è in linea con il valore medio totale, quella di alcuni elettrodomestici è superiore, ma di misura: forno a microonde 54,1%, lavastoviglie 48,7%, impianto di aria

condizionata (31,7%) o di dispositivi per l'elettronica di consumo quali il Sistema Hi-Fi con componenti separati (17,1%); la disponibilità per tutti gli altri device tra le coppie senza figli, invece, si riduce con valori al di sotto della media, in particolare per consolle video giochi (4,1%) e linea fissa solo dati (11,3%);

- meno ampia è la dotazione delle persone sole, con percentuali di disponibilità per i vari device inferiori alle medie delle famiglie italiane. Così per la lavastoviglie la quota di persone sole che ne è dotata è inferiore di oltre 16 punti percentuali al valore delle famiglie in generale, per un forno a microonde il divario è di 10 punti percentuali, per la macchina fotografica di oltre 11 punti e per la consolle videogiochi di quasi 8 punti percentuali. Anche per il cellulare esiste un divario negativo per le persone sole e tuttavia la quota che lo possiede è comunque molto alta: 87% a fronte del valore medio totale di 95,1% (tab.15).

Il nesso tra figli e consumi emerge visibilmente anche in relazione all'età dei figli, poiché si registra una formidabile crescita delle quote di famiglie con le singole tipologie di beni al crescere dell'età dei bambini in famiglia.

Esempi sintomatici sono:

- la consolle videogiochi presente nel 20% delle famiglie con figli di età compresa tra 0 e 3 anni e nel 32,8% di quelle con figli di età compresa tra 8 e 14 anni;
- il sistema HI-FI con componenti separati, condiviso da oltre un quarto delle famiglie con adolescenti, a fronte del 13,2% di quelle con bambini 0-3 anni;
- infine, la videocamera digitale disponibile nel 12% delle abitazioni con 15-17enni, ma presente in meno del 10% di quelle con bambini piccoli.

Oltre all'età dei figli, la presenza di beni tecnologici all'interno delle abitazioni dipende anche in una certa misura dal loro numero. Il confronto tra famiglie con un solo figlio e famiglie con due figli evidenzia, infatti, un incremento di device tecnologici, come ad esempio nel caso della macchina fotografica digitale (presente nel 35,9% delle famiglie con due figli a fronte del 32,4% di famiglie con un solo figlio), della videocamera digitale (12,4% a fronte del 9,6%) o, infine, del sistema Home Theatre (6,5% a fronte del 5,1%). Lo stesso rapporto di proporzionalità diretta non si osserva, invece, nel passaggio dalle famiglie con due figli a quelle con tre, dove presumibilmente la presenza del terzo figlio può operare come vincolo alla quota di bilancio familiare destinabile ai consumi tecnologici.

D'altra parte è evidente il disagio delle famiglie monogenitoriali in cui il corredo è nettamente meno fitto rispetto alle coppie con figli, a conferma del fatto che è una tipologia familiare che affronta maggiori ristrettezze e difficoltà. Esempi più evidenti del divario tra coppie con figli e genitori soli sono relativi alla lavastoviglie con una quota di famiglie monogenitoriali inferiore di oltre 17 punti percentuali rispetto alla quota di coppie con figli o per il forno a microonde con un differenziale di quasi dieci punti percentuali, così per la macchina fotografica (-11,3 punti percentuali per le famiglie monogenitoriali) e per la console videogiochi (-10,6 punti percentuali).

Tab. 15 – Le dotazioni di alcuni beni, per tipologia familiare (val.%)

	Persona sola (con o senza altro parente)	Coppia senza figli (con/senza altri parenti/conv.)	Coppia con figli (con/senza altri parenti/conv.)	Un solo genitore con figli (con/senza altri parenti/conv.)	Totale
Telefono cellulare	87,0	95,9	100,0	98,4	95,1
Una linea telefonica fissa	53,5	63,8	60,6	57,3	59,1
Forno a microonde	43,0	54,1	60,3	50,4	53,0
Lavastoviglie	28,5	48,7	56,1	38,9	44,9
Impianto di aria condizionata	22,0	31,7	34,5	27,5	29,7
Macchina fotografica digitale	10,4	21,1	31,5	20,2	21,9
Sistema Hi-Fi con componenti separati	10,4	17,1	21,2	13,8	16,5
Una linea fissa solo dati	9,3	11,3	17,2	14,0	13,2
Consolle videogiochi	3,0	4,1	21,3	10,7	11,0
Videocamera digitale	2,0	6,4	10,6	3,1	6,5
Vasca idromassaggio	4,1	4,6	5,9	4,2	4,9
Sistema Home Theater	1,7	3,6	5,2	1,7	3,5
Apparecchio di segreteria telefonica	2,1	2,4	2,1	1,6	2,1
Cubo Vision/Tim Vision Telecom Italia	0,5	1,0	1,3	1,0	1,0
Apple TV	0,1	0,2	0,2	0,0	0,2
Vodafone Connect TV	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

3.3. Connessi, tutti, sempre, ovunque

L'evoluzione degli stili di vita e dei sistemi relazionali è legato alla diffusione dei device tecnologici, ma la loro potenza è moltiplicata dalla connessione internet, vale a dire dalla possibilità di avere accesso ad un universo senza confini di contenuti in qualsiasi momento. Ecco perché la connessione a internet non è un dato meramente tecnico, ma il concreto di una evoluzione dello stile di vita, che sta cambiando in modo epocale la società.

In generale possiede un collegamento a internet l'82,2% delle famiglie italiane, di cui il 48,8% sia domestica che mobile, un ulteriore 31,9% solo mobile (il 44,6% tra i giovani fino a 34 anni) e quote di molto inferiori utilizzano le rimanenti modalità di connessione (tab.16).

Tab. 16- Famiglie per presenza di collegamento a internet in casa, per età del capofamiglia (val.%)

	Classi di età Capofamiglia			Totale
	fino a 34 anni	35-64 anni	65 e oltre	
Possiedono collegamento internet	97,9	95,7	58,6	82,2
<i>di cui:</i>				
Connessione sia domestica che mobile	52,6	61,9	28,6	48,8
Connessione solo domestica	0,6	0,4	1,9	1,0
Connessione solo mobile	44,6	33,2	27,2	31,9
Connessione ad internet senza linea fissa	2,4	1,0	0,5	0,9
Rete Wi-fi/ Wireless esterno all'abitazione	1,3	0,5	0,3	0,5
Altra tipologia di connessione	0,3	0,4	0,2	0,3
Posseggono collegamento internet ma non sanno di che tipo	0,0	0,0	0,3	0,1
Non possiedono collegamento internet	2,1	4,3	41,4	17,8

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

I disconnessi, coloro che non posseggono connessioni a internet sono il 17,8%, pari a circa 4,3 milioni di persone: sono solo il 2,1% delle famiglie con capofamiglia giovane, il 4,3% per quelle guidate da un adulto e il 41,4% di quelle degli anziani.

Epicentro della vita individuale e collettiva quindi è oltre agli smartphone, la relativa connessione al web, che ancora non è esclusivamente mobile, anche se la quota sta crescendo.

Per la diffusione della connessione l'età conta molto e, infatti, quasi il 98% dei nuclei con un capofamiglia con età non superiore ai 34 anni ha la connessione a internet, il 95,7% di quelli guidati da 35-64enni e il 58,6% di quelli con capofamiglia anziano; il 52,6% dei capofamiglia millennials ha la connessione sia domestica che mobile, situazione che caratterizza addirittura il 61,9%-dei 35-64enni ed il 28,6% degli anziani.

Il *solo mobile* è soprattutto dei millennials (44,6%) e dei 35-64enni (33,2%), ma comunque tra gli anziani è il 27,2% che ha solo il mobile per connettersi al web.

Il titolo di studio mostra una dinamica decrescente evidente con il 97,2% di capifamiglia laureati connessi, che diventano il 94,7% tra i diplomati, l'85% tra quelli con diploma di scuola media inferiore e poi solo il 45,9% tra chi ha la licenza elementare. Il web è di tutti, ma per qualcuno è più diffuso: infatti, la normalità è fatta di connessione al web, fissa o mobile e poi ci sono gruppi sociali più a disagio che stentano a star dietro alla nuova normalità.

Considerando le sole famiglie che hanno la connessione ad internet, smartphone e cellulari sono i grandi protagonisti della società connessa, con oltre il 99% di millennials, il 98% di 35-64enni e quasi il 90% di anziani che sono connessi a internet proprio grazie a questo device. Sono importanti anche i pc fissi e portatili tramite i quali si connettono il 62,2% dei millennials, il 75,3% dei 35-64enni e il 60,4% degli anziani. In particolare, questi ultimi sono più intensi utilizzatori della connessione tramite pc fisso (tab.17).

I millennials hanno una elevata articolazione di modalità di connessione, poiché quote più alte si connettono anche tramite Tv e console videogiochi. Significativa risulta essere l'articolazione anche per i 35-64enni e per gli anziani. Tra questi ultimi, chi si può connettere a internet lo fa utilizzando più canali, ovvero attraverso mobile, pc fisso, portatile, tablet e anche Tv per il 10% delle famiglie.

Il web arriva agli italiani di ogni età attraverso una molteplicità di modalità di connessione, e di fatto si registra una tendenza a rendere ogni componente del corredo domestico parte della matrice connettiva con il web.

Tab. 17 – Dotazioni con cui è possibile connettersi da casa, per età del capofamiglia
(per 100 famiglie con le stesse caratteristiche con collegamento a internet)

Possono collegarsi...	Classi di età Capofamiglia			Totale
	fino a 34 anni	35-64 anni	65 e oltre	
Da telefono cellulare/smartphone	99,3	98,0	89,7	95,9
Da computer fisso/portatile	62,2	75,3	60,4	70,1
Da computer fisso	11,5	27,7	29,1	26,5
Da computer portatile	55,4	62,7	44,1	57,1
Da tablet	30,9	36,4	22,2	32,1
Da console videogiochi	14,5	13,2	2,9	10,6
Da TV o dispositivo esterno	28,0	25,2	15,3	22,8
Da TV	20,8	17,9	10,1	16,1
Da dispositivo esterno,	13,0	13,7	8,5	12,2
Da altra dotazione	0,2	0,2	0,1	0,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

La presenza di figli in famiglia amplia i canali connettivi con una maggiore presenza di connessione a internet tramite pc fisso (31,1%), portatile (65,3%) e tablet (27,1%), ma anche Tv (20,1%) e console videogiochi (17,4%). Più figli più connessioni e, del resto, più dispositivi di ogni tipo.

Incrociando le modalità di connessione a internet con il livello socioeconomico delle famiglie si evidenzia, infine, come il telefono cellulare/smartphone rappresenti il canale di connessione più democratico, in quanto utilizzato da oltre il 95% delle famiglie di livello sia medio sia alto e addirittura dal 97% di quelle appartenenti a un livello socioeconomico basso.

Diversamente per le altre modalità di accesso si riscontrano valori più alti di quelli medi calcolati per il totale delle famiglie solo tra i nuclei più affluenti

nel caso sia del pc fisso (31,6% a fronte del 26,5%) che del pc portatile (65% a fronte del 57,1%), del tablet (38,1% a fronte del 32,1%), della console videogiochi (11,3% a fronte del 10,6%) e della TV (19,1% a fronte del 16,1%).

Essenziale è poi lo sviluppo della potenza della banda larga e ultralarga che non potrà che ampliare quel che si può ricevere e fare con i vari dispositivi connessi al web. Attualmente il 49,6% delle famiglie dispone di almeno una connessione definibile a banda larga: in particolare il 41,7% una connessione ADSL il 6,9% con fibra ottica ed l'1% il satellite.

E' quindi ancora ampia la quota di famiglie che non beneficiano della banda larga, ed è anche fortemente territorializzata: infatti, dispone di almeno una connessione a banda larga il 55,6% delle famiglie al Centro, il 54,3% al Nord-Ovest, il 49,7% al Nord-Est e il 41,9% al Sud-isole. E ancora più marcato è il nesso con la condizione socioeconomica delle famiglie, poiché si passa dal 30,6% delle famiglie a basso livello socioeconomico, al 35% tra quelle con livello medio, al 64,6% di quelle con livello alto.

Ampliare e rendere trasversale socialmente la disponibilità della connessione a banda larga è oggi una priorità per generare sviluppo, innalzare la qualità della vita delle persone e anche promuovere minore disuguaglianza sociale e territoriale.

La banda larga in particolare incide positivamente sulla qualità della vita delle famiglie. L'espansione della sua diffusione e della sua potenza consentirà ai cittadini di ogni gruppo sociale e località di residenza di risparmiare tempo e semplificare tante attività del quotidiano, aprendo la strada a una virtuosa e proficua riallocazione del tempo recuperato. E tra i tanti benefici possibili deve essere considerata anche la fruizione semplificata di stock più elevati di contenuti, esito, questo, di per se stesso positivo.

Una riflessione utile è relativa alle famiglie che hanno un ricorso intenso alle diverse opportunità costituite dalla disponibilità di smartphone, dall'abbonamento a Sky e dalla connessione in banda larga o ultralarga: sono 3,3 milioni le famiglie che dispongono delle tre opportunità e oltre 10 milioni quelle che ne hanno due.

4. UTILIZZI E DECISIONI

4.1. Le fruizioni e i loro effetti

4.1.1. Pc e cellulari

L'estrazione di una persona a cui somministrare un questionario ad hoc ha per ciascuna coabitazione ha consentito di rilevare i dati sulle fruizioni dei tanti e diversi device da parte di almeno un individuo per famiglia. I dati emersi sono di sicuro interesse e integrano quelli più generali relativi alle coabitazioni.

Dispone in casa di un pc fisso il 29,7% degli intervistati: di questi il 17,9% degli intervistati dispone in casa di un pc fisso che utilizza in via esclusiva, il 24% ne ha uno in casa che viene utilizzato solo da altri familiari ed il 51,4% ne ha uno che utilizza in condominio con altri familiari.

Hanno una fruizione individualizzata esclusiva del pc fisso in casa il 16,1% dei millennials, il 17,6% dei 35-64enni e il 27,9% degli anziani; anche il 23,5% dei laureati ha una fruizione esclusiva del pc fisso in casa, poi la quota decresce al decrescere del livello di scolarità delle persone fino al 7,8% delle persone con licenza elementare.

Il portatile in casa lo ha il 57,7% degli intervistati, e beneficia della sua fruizione esclusiva il 22,2% degli intervistati, quota che sale al 24,7% tra i giovani ed al 28,8% tra i laureati.

Il tablet è nelle famiglie del 33% degli intervistati, e l'esclusività nella fruizione è riservata al 21,5% degli stessi.

Gli smarphone sono utilizzati dall'86,6% degli intervistati, e l'85% ne utilizza uno, l'1,6% almeno due, l'84% ne è proprietario.

Per classi di età emerge che:

- il 98,9% dei millennials utilizza un cellulare/smarphone, il 95,6% ne ha uno e il 3,3% almeno due. Per il 97,5% il cellulare è di proprietà;
- per i 35-64enni, le quote corrispondenti sono il 97,3% utilizza, il 95,8% ne ha uno e l'1,5% almeno due, poi il 95,5% ne è proprietario;
- per gli anziani, il 74,6% utilizza, il 74% ne uno e lo 0,6% almeno due e per il 72,1% è di proprietà (tab.18).

Tab. 18 - Disponibilità in casa e fruizione di device per età (val. %)

	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e più	Totale
PC fisso presente in casa	34,3	33,3	19,9	30,0
<i>di cui (% sul totale che ne dispongono in casa)</i>				
Utilizzano PC fisso	75,6	70,9	57,3	69,7
- ad uso esclusivo	16,1	17,6	27,9	19,1
- solo altri familiari	16,2	25,0	38,4	25,2
- intervistato e altri familiari	59,5	53,3	29,5	50,6
PC portatile presente in casa	68,6	63,6	28,4	55,4
<i>di cui (% sul totale che ne dispongono in casa)</i>				
Utilizzano PC portatile	85,0	72,9	52,7	73,4
- ad uso esclusivo	24,7	21,6	25,7	23,0
- solo altri familiari	13,3	23,6	39,6	23,0
- intervistato e altri familiari	60,3	51,3	27,0	50,4
Tablet presente in casa	37,5	36,2	11,9	30,0
<i>di cui (% sul totale che ne dispongono in casa)</i>				
Utilizzano Tablet	65,6	66,9	55,3	65,3
- ad uso esclusivo	20,4	22,7	27,1	22,5
- solo altri familiari	32,2	32,1	43,4	33,3
- intervistato e altri familiari	45,3	44,2	28,2	42,8
Telefono cellulare/Smartphone	98,9	97,3	74,6	91,6
<i>di cui (% su 100 intervistati della stessa età)</i>				
<i>di cui:</i>				
- 1 telefono	95,6	95,8	74,0	90,0
- 2 telefoni o più	3,3	1,5	0,6	1,6
- di proprietà dell'intervistato	97,5	95,5	72,1	89,8
- ad uso esclusivo	98,0	96,2	70,7	89,9

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Il titolo di studio mostra che le quote di utilizzatori restano superiori al 95% per laureati, diplomati e titolari di licenza media, scendono al 70% tra chi dispone della licenza elementare e al 24,9% per chi non ha alcun titolo di studio. Emerge una fascia ristretta, ma non trascurabile, di persone con

basso titolo di studio, presumibilmente di età più avanzata, esclusa anche dall'universo totalizzante di smartphone e web.

Il dato altamente significativo è che la fruizione dello smartphone è di fatto individualizzata ed esclusiva per il 98% dei millennials, per il 96,2% dei 35-64enni e per il 70,7% degli anziani. E' connesso a internet lo smartphone del 98,4% di millennials che lo possiedono, per l'88,2% dei 35-64enni e per il 37,2% degli anziani.

Le connessioni disponibili sullo smartphone e il wireless in casa e fuori casa consentono nella loro reciproca integrazione rispetto alla vita delle singole persone una connettività permanente e ovunque. Inoltre, la connessione tramite lo smartphone avviene con il ricorso alle applicazioni specifiche, con una fruizione diversa da quella più tradizionale tramite pc.

4.1.2 Precoci e intense: le fruizioni dei minori

I nati nel 2000 che nel 2018 hanno compiuto il diciottesimo anno di età quasi paradigmaticamente aprono le generazioni dei nativi digitali, cioè teenagers e bambini che esprimono con naturalezza il quesito-affermazione che certifica lo scarto con le generazioni precedenti: *“come facevate a vivere prima di internet”*.

L'indagine ha consentito di verificare con interviste a genitori per i bambini di età compresa tra 4 e 10 anni e direttamente per gli altri con età tra 11 e 17 anni il rapporto con alcuni device e le fruizioni.

Il 18,8% dei 4-17enni utilizza il pc fisso in famiglia e il 2,8% ne ha l'utilizzo esclusivo, che diventa il 4,1% tra i 4-10 anni e il 1,4% tra gli 11-17enni. Il 17,8%, comunque, lo ha utilizzato almeno una volta per collegarsi a internet ed il 14,6% almeno una volta nei sette giorni precedenti l'intervista (il 3,1% dei 4-10 anni ed il 25,8% degli 11-17enni).

Il 41,5% dei 4-17enni utilizza il pc portatile disponibile in famiglia, il 13,1% ne ha l'utilizzo esclusivo: è il 18,1% tra i 4-10 anni e il 8,1% tra gli 11-17enni. Il 38,8% si collega almeno una volta a internet, questa quota è il 20,5% tra i 4-10 anni e il 56,7% tra gli 11-17enni.

Il 36% dei 4-17enni utilizza il tablet familiare e il 9,2% di loro ne ha una fruizione esclusiva: è il 12,9% tra i 4-10 anni e il 5,6% tra gli 11-17enni. Il 34,2% vi si collega a internet, è il 30,6% dei 4-10 anni e il 37,7% degli 11-17enni (tab.19).

Tab. 19 - Fruizione di device dei nativi digitali (per 100 persone della stessa età)

	4-10 anni	11-17 anni	Totale 4-17
Utilizzano PC fisso	6,7	30,6	18,8
<i>di cui</i>			
- ad uso esclusivo	4,1	1,4	2,8
- per connettersi a internet almeno una volta	4,7	30,6	17,8
- per connettersi a internet negli ultimi 7 giorni	3,1	25,8	14,6
Utilizzano PC portatile	24,2	58,4	41,5
<i>di cui</i>			
- ad uso esclusivo	18,1	8,1	13,1
- per connettersi a internet almeno una volta	20,5	56,7	38,8
- per connettersi a internet negli ultimi 7 giorni	16,7	47,9	32,5
Utilizzano il Tablet	32,7	39,2	36,0
<i>di cui</i>			
- ad uso esclusivo	12,9	5,6	9,2
- per connettersi a internet almeno una volta	30,6	37,7	34,2
- per connettersi a internet negli ultimi 7 giorni	24,2	27,9	26,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Da notare come anche la Tv sia utilizzata come canale di connessione con internet: è il 20,6% dei 4-17enni ad averla utilizzata direttamente o tramite dispositivi ad essa collegati: è il 11,4% tra i 4-10 anni ed il 29,5% tra gli 11-17enni. Questo tipo di connessione porta il 55,6% a utilizzare in maniera esclusiva o prevalente le applicazioni e il 21,7% la navigazione sui siti internet.

Il 54,6% dei 4-17enni dispone di almeno un telefono cellulare, di questi l'1,4% di almeno due telefoni cellulari; il 47,9% è proprietario del suo cellulare, è il 10,8% tra i 4-10 anni e l'84,3% tra gli 11-17enni. Il 49,6% dei 4-17enni ha l'utilizzo esclusivo del proprio cellulare ed è il 90,8% di coloro che dispongono di un cellulare: è il 12% del totale dei 4-10 anni e l'86,4% degli 11-17enni (tab.20)

Tab. 20 - Fruizione del telefono cellulare/smartphone dei nativi digitali (val. per 100 persone della stessa età)

	4-10 anni	11-17 anni	Totale 4-17	Totale 4 anni e più
<i>Almeno un cellulare</i>	17,6	90,8	54,6	86,6
- 2 telefoni o più	0,0	2,9	1,4	1,6
- di proprietà	10,8	84,3	47,9	84,0
- ad uso esclusivo	12,0	86,4	49,6	84,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

E' interessante che i vari dispositivi siano utilizzati dai minori intervistati anche per guardare programmi televisivi che contemporaneamente si possono vedere sul televisore: è l'8,4% dei 4-17enni, il 4,6% dei 4-10 anni e il 12,1% degli adolescenti. Si consideri che le quote corrispondenti salgono al 19% tra i millennials.

Dal web i minori scaricano film/video (13,6%) e guardano contenuti video non televisivi (23,4%): almeno una delle due attività la svolge il 29,1%, che sale al 34,3% tra gli 11-17enni (tab.21).

Tab. 21 - Contenuti TV su altri dispositivi dei nativi digitali (val. per 100 persone della stessa età)

	4-10 anni	11-17 anni	Totale 4-17	Totale 4 anni e più
<i>Guardano contenuti televisivi su altri device</i>	4,6	12,1	8,4	9,1
<i>Utilizzo di internet per almeno una delle seguenti attività:</i>	7,7	34,3	21,1	18,9
- Scaricare film/video ecc.	1,9	17,7	9,9	7,6
- Guardare contenuti video non televisivi	6,3	27,5	17,0	16,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

4.1.3 Scene di disintermediazione familiare: la connessione permanente e le sue conseguenze

Cosa accade nella sfera più intima, ristretta della relazionalità familiare con una presenza così pervasiva e continuativa dei tanti dispositivi Ict, con relativa connessione con il web? E' un tema decisivo sulla conformazione e qualità della vita nelle famiglie e nelle coabitazioni degli italiani. In fondo, un tempo la radio prima e la televisione poi erano stati formidabili moltiplicatori di relazionalità, dapprima tra persone anche in spazi pubblici, poi quando la radio e Tv sono diventati elettrodomestici di massa, tanto da averne almeno uno in casa, sono divenuti anche aggregatori familiari.

I baby boomers sono cresciuti con programmi familiari cult, momenti di vera e propria condivisione quotidiana: il grande film del lunedì sera, lo spettacolo di varietà del sabato sera o, anche, un tempo di un incontro di campionato in differita la domenica pomeriggio. Il palinsesto televisivo contribuiva a determinare il palinsesto delle attività familiari e il contenuto della relazionalità quotidiana, di routine. Già i millennials cresciuti al tempo dell'affermazione della televisione commerciale hanno vissuto sotto l'influsso di una moltiplicazione dell'offerta che ha articolato la vita familiare e relative relazioni.

Oggi a vincere è la proliferazione di canali e contenuti, che consente una fortissima soggettività che si riflette anche nella individualizzazione degli utilizzi. Se la Tv quindi giocava il ruolo di aggregatore interno e di facilitatore e stimolatore della relazionalità familiare, i device, invece, tendono a disgregare la relazionalità interna, sviluppano una fruizione altamente individualizzata, che porta persone che sono contigue fisicamente a ignorarsi, perché in quel momento stanno sviluppando una relazionalità *in remote*.

Le conseguenze non sono facilmente rilevabili e misurabili e tuttavia, a partire da una indagine del Censis del 2018, è possibile stimare in 28 milioni i nottambuli del web, cioè coloro che utilizzano i device la notte, anche a letto. Italiani che sono connessi e navigano la sera tardi o a letto, quando presumibilmente sarebbe più facile coltivare la relazionalità di prossimità, di presenza fisica, diretta, *de visu*.

E sono 11,8 milioni le persone a cui l'utilizzo intenso del web ha generato problemi in famiglia, da un eccesso di tempo tolto alla vita familiare propriamente detta a conflitti con coniuge e altri familiari proprio per l'eccessivo utilizzo del web. La tecnologia in questi non pochi casi erode la

buona relazionalità familiare che subisce i negativi impatti di una estraneazione relazionale generata dalla connessione permanente. Sono 3,4 milioni gli italiani che sono entrati esplicitamente in conflitto con il partner o altri familiari a causa di un ricorso continuativo, anche nelle ore notturne al web.

Sono le donne più degli uomini nottambule del web, ma sono gli uomini a incorrere di più nelle conseguenze negative di una connessione eccessiva, anche in orari notturni. Le donne che meno utilizzano il web sono meno tolleranti nei confronti dei propri partner che più ne fanno ricorso.

Nottambuli sono poi i millennials, i laureati e gli occupati, presumibilmente il ricorso al web rientra tra gli aspetti della penetrazione del tempo di lavoro nel tempo di vita; non solo quindi uso del web per divertimento o relazionalità, ma integrazione della giornata lavorativa, con conseguente stress sulle relazioni familiari e di coppia.

4.2. Chi decide cosa: il coniuge/convivente la spesa quotidiana, il capofamiglia tutto il resto

Le decisioni di acquisto sono una delle forme in cui si manifesta il micropotere familiare e raccontano di come si strutturano i rapporti tra le persone all'interno delle coabitazioni. E' vero che spesso dietro l'esercizio della responsabilità sulla spesa si cela un trasferimento di responsabilità e, di fatto, di lavoro, e tuttavia resta che poter decidere l'allocazione delle risorse familiari è una delle forme in cui si manifesta il micropotere nel quotidiano.

Il responsabile degli acquisti principali, quelli quotidiani dall'alimentare ad altri ambiti, è nel 49,6% dei casi il coniuge/convivente, nel 45,6% dei casi il capofamiglia, nel 2,3% il figlio, nell'1,6% altro parente che convive e nell'1% un convivente non parente. Il dato chiave è che il potere decisionale sulla spesa non è in capo in prevalenza al capofamiglia, ma al coniuge, convivente secondo una distribuzione funzionale di ruoli antica, ma sempre in essere (tab.22).

Tab. 22 – Chi decide sui principali acquisti della famiglia (al netto delle famiglie con un solo componente) (v.a. val.%)

	v.a.	%
Posizione:		
Capofamiglia	5.449.378	45,6
Coniuge/convivente	12.081.132	49,6
Figlio	553.909	2,3
Altro parente	387.966	1,6
Altro convivente non parente	237.373	1,0
Totale	18.709.758	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018

Il titolo di studio è un fattore decisivo nell'assunzione delle responsabilità di spesa, poiché il 43,8% dei laureati è responsabile di spesa nella propria famiglia, lo è il 38,5% dei diplomati, il 37,6% con licenza media e il 34,3% con licenza elementare. Gestire la spesa quotidiana principale è compito eminentemente femminile: dei decisori di spesa ben l'81,4% sono donne.

Già per gli elettrodomestici la distribuzione del potere decisionale riporta in primo piano, sia pure con margine ridotto, il capofamiglia (il 46,3% decide quali elettrodomestici acquistare), è nel 41,1% dei casi a decidere il coniuge convivente, nell'8,9% dei casi i figli, nel 2,6% altro parente e nell'1,2% altro convivente.

Per la scelta di fornitori e gestori di servizi, ad esempio, la telefonia, nel 51,7% dei casi decide il capofamiglia, nel 35,9% il coniuge convivente, nel 9,1% i figli, nel 2,4% altro parente e nello 0,9% la persona convivente non parente e che non ha relazioni di coppia o del tipo genitore-figli.

Per le spese riguardanti l'auto, nel 53,3% dei casi decide il capofamiglia, nel 32,8% il coniuge convivente, nell'11,1% i figli, nel 2,1% altro parente e nello 0,7% la persona convivente non parente e che non ha relazioni di coppia o del tipo genitore-figli.

Per gli investimenti finanziari le quote dei decisori sono, rispettivamente, nel 52,8% dei casi il capofamiglia, nel 36,5% il coniuge convivente, nel 7,7% i figli, nel 2,2% altro parente e nello 0,8% la persona convivente non parente e che non ha relazioni di coppia o del tipo genitore-figli.

Per i beni tecnologici per l'intrattenimento della famiglia le decisioni sono prese nel 49,6% dei casi dal capofamiglia, nel 32,4% dal coniuge convivente, nel 14,5% dai figli, nel 2,4% da altro parente e nel 1,2% dalla persona convivente non parente e che non ha relazioni di coppia o del tipo genitore-figli (tab.23).

Nella quotidianità vince un potere femminile, della coniuge convivente che ha il compito di gestire l'allocazione delle risorse familiari per le spese essenziali; per gli altri ambiti, dagli elettrodomestici ai gestori di servizi fino agli investimenti si registra un decollo del potere del capofamiglia e, di fatto, del potere maschile. Il disegno dei micropoteri nelle convivenze familiari è molto tradizionale; in pratica, emerge una erosione della convivenza familiare tradizionale, con, in particolare, la moltiplicazione delle persone che vivono sole, mentre all'interno delle tradizionali coppie con o senza figli a vincere è fondamentalmente il potere decisionale dei maschi, integrato nel quotidiano dal potere sulla spesa del giorno per giorno.

Tab. 23 – Chi decide gli acquisti, per alcune categorie di beni (val.%)

	Elettrodomestici	Gestori/form. di servizi	Auto	Investimenti fin.	Beni tecnologici per intrattenimento
Capofamiglia	46,3	51,7	53,3	52,8	49,6
Coniuge/convivente	41,1	35,9	32,8	36,5	32,4
Figlio	8,9	9,1	11,1	7,7	14,5
Altro parente	2,6	2,4	2,1	2,2	2,4
Altro convivente non parente	1,2	0,9	0,7	0,8	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(*) Per 100 persone presenti in famiglia (al netto delle famiglie con un solo componente) con le stesse caratteristiche

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel, 2018