



3° RAPPORTO AUDITEL-CENSIS

L'ITALIA POST *LOCKDOWN*: LA NUOVA NORMALITÀ DIGITALE DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Roma, ottobre 2020

INDICE

LA TERZA VOLTA DEL RACCONTO DEGLI ITALIANI.....	3
I PRINCIPALI RISULTATI.....	6
1. CHI VIVE CON CHI: LE CARATTERISTICHE SOCIO ECONOMICHE DELLE FAMIGLIE ITALIANE	9
1.1. L'incolmabile gap tra Nord e Sud.....	11
1.2. La famiglia più ricca è quella tradizionale.....	13
1.3. Quando il capofamiglia è donna si fatica di più a far quadrare i conti	16
2. LE COSE NELLE CASE. CONNESSIONI E DOTAZIONI ALLA PROVA DELLA MODERNITA'	20
2.1. Gli schermi crescono, purché siano smart	21
2.2. Il boom della streaming tv	24
2.3. Il segno meno dei device tradizionali	28
2.4. Chiusi in casa, ma connessi.....	30
2.5. Connessi, ma con che cosa?.....	34
2.6. Connessi, ma con quanti schermi?.....	37
2.7. Aria condizionata: un altro ingrediente della vita digitale.....	40
3. IL BALZO IN AVANTI NELLA VITA DIGITALE DURANTE IL LOCKDOWN	44
4. FRUIZIONI. COSA È RIMASTO DOPO IL LOCKDOWN.....	48
4.1. La rivincita dei device tradizionali.....	48
4.2. Le nuove abitudini di consumo audio-video	52



LA TERZA VOLTA DEL RACCONTO DEGLI ITALIANI

Imprevedibile ed improvvisa, la crisi sanitaria da Covid-19 ha costretto da un giorno all'altro gli italiani dentro a casa, mettendo a dura prova le relazioni tra i componenti della famiglia e dando una inedita centralità alle abitazioni e ai device tecnologici in esse presenti, diventati strumenti necessari per mantenere il proprio sistema di vita e proseguire *in remote* le attività di studio, di lavoro, di svago.

Parole fino ad ora sconosciute, o riservate ad un'esigua platea di addetti ai lavori, come *smart working* ed *e-learning* sono entrate a far parte del vocabolario comune e della vita di tutti i giorni, perché l'epidemia sanitaria ha costretto gli italiani a cimentarsi nella più grande sperimentazione di massa dell'utilizzo delle nuove tecnologie nella vita quotidiana, determinando un grande balzo in avanti verso la modernità.

Non solo: lo stare a casa è stato anche un'occasione per molti di avvicinarsi a nuove forme di consumo audio e video e per costruire un proprio palinsesto, fatto di un'ibridazione di cronaca, video, filmati, serie tv su media tradizionali e nuovi media con un utilizzo sempre più spinto dello streaming.

Le restrizioni imposte dalla pandemia hanno dunque modificato aspetti decisivi della nostra vita individuale e collettiva ed hanno anche agito sui bisogni e i consumi mediatici modificandone modalità di fruizione, tempi, durata, contenuti.

Ora che l'emergenza è finita, e che stiamo faticosamente tornando alla normalità, è importante capire quali abitudini e comportamenti nella fruizione delle nuove tecnologie sono destinati a restare, cambiando stabilmente il modello di vita e le modalità di fruizione degli italiani.

Perché se è vero che il Covid passerà, e che la maggior parte degli italiani tornerà a studiare e a lavorare in presenza, è pur vero che "niente sarà più come prima" e che l'epidemia sanitaria si lascerà dietro un paese diverso, complessivamente più moderno e consapevole, in cui – di fronte ad un'emergenza o per qualsiasi altra necessità che ci costringa a casa- sarà possibile praticare in modo diffuso ed efficace *smart working*, didattica a distanza, relazioni interpersonali, ibridazione dei mezzi e dei contenuti audio e video on e off line.

In questo contesto inedito di accelerazione della modernizzazione, la rilevazione di base Auditel relativa al 2019, con il suo enorme patrimonio

informativo sulle caratteristiche socio-economiche dei nuclei familiari, sulle dotazioni tecnologiche delle case degli italiani e sugli utilizzi individuali di tecnologie, è lo strumento più completo per analizzare con una ampiezza ed una profondità che non hanno pari le caratteristiche e i comportamenti degli italiani alla vigilia del coronavirus.

E Il terzo Rapporto Auditel- Censis rappresenta una formidabile occasione per comprendere se e come le famiglie italiane si sono trovate preparate all'utilizzo di massa delle nuove tecnologie, segmentandole tra quelle che avevano già una dotazione di *device* e un livello di competenze tecnologiche tali per cui sono state in grado di rispondere al meglio alle impreviste richieste di *smart working* e di formazione a distanza che sono venute durante il *lockdown* e che hanno saputo sfruttare le possibilità di intrattenimento offerte dalla combinazione di più *device* o più piattaforme; quelle che si sono adattate con fatica e che- in caso di ulteriori situazioni di emergenza o di messa a sistema delle attività a distanza- avrebbero bisogno di una strumentazione tecnologica più adeguata e di formazione agli utilizzi più spinti; e quelle che sono, inevitabilmente, rimaste indietro perché prive della banda larga, della connessione ad internet e/o di quel minimo di conoscenze e di supporti tecnologici necessari.

Ma il Rapporto di quest'anno non si esaurisce qui: proprio in considerazione dell'eccezionalità di quanto accaduto, l'analisi si giova anche dei risultati della rilevazione condotta su di un campione di 4.870 famiglie nei mesi immediatamente successivi al periodo di isolamento domestico, i cui risultati sono fondamentali per verificare l'impatto della pandemia sulla modernizzazione, in termini di attività on line svolte durante e dopo il *lockdown*, facilità e frequenza delle connessioni, modalità di utilizzo degli schermi presenti nelle abitazioni e consumi audio-video.

L'intero Rapporto nell'analisi dai dati utilizza e valorizza la nuova variabile sulle caratteristiche socioeconomiche delle famiglie italiane adottata da Auditel e denominata CSE 3.0. Tale variabile, oltre a definire gruppi di famiglie omogenei per caratteristiche sociali e disponibilità di spesa, contribuisce a spiegare in che misura le caratteristiche socioeconomiche influiscono sulla disponibilità di *device* e sui comportamenti di consumo dei media e se e in che misura il *lockdown* ha acuito le disuguaglianze, aggiungendo alla distanza socio economica anche quella digitale.

Il testo che si presenta nelle pagine che seguono si articola in 4 sezioni:

- *Chi vive con chi. Le caratteristiche socioeconomiche delle famiglie italiane.* Il livello sociale ed economico delle famiglie costituisce il vero elemento di distanziamento della società italiana e influisce in

maniera determinante anche sulla possibilità di entrare a far parte della società digitale.

- *Le cose nelle case. Conessioni e dotazioni alla prova della modernità.* La pandemia, con la sua forza distruttiva, ha imposto il distanziamento sociale, e la costrizione in casa ha consacrato definitivamente il valore della rete e la sua importanza per navigare verso la modernità e avere accesso ad un universo senza confini di contenuti e di possibilità di ritrovarsi per lavorare, studiare, incontrare gli amici. Cosa c'è e cosa manca nelle famiglie italiane in termini di infrastrutturazione, device, conoscenze perché la nuova vita digitale possa diventare normale per tutti.
- *Il balzo in avanti nella vita digitale durante il lockdown.* Le nuove tecnologie hanno permesso a milioni di italiani chiusi dentro le loro abitazioni di continuare a condurre con soddisfazione una vita normale svolgendo a distanza le attività di studio, di lavoro, del tempo libero. Quali attività sono state possibili, quante famiglie sono state coinvolte, quanti italiani si sono affacciati per la prima volta ad una vita digitale.
- *Fruizioni. Cosa è rimasto dopo il lockdown.* L'isolamento domestico ha avuto un forte impatto anche sui consumi audio video, spingendo in alto gli ascolti di tutti i media e portando gli italiani a cimentarsi verso una sempre maggiore personalizzazione del palinsesto attraverso l'ibridazione di device e contenuti, on e off line, gratuiti e on demand. Le anticipazioni Auditel al 2020 consentono di effettuare un primo bilancio di che cosa è rimasto.

I PRINCIPALI RISULTATI

Ecco il vero distanziamento sociale delle famiglie italiane

Al di là ed oltre le regole imposte dal coronavirus, in Italia esiste già un distanziamento sociale tra chi è dentro la comunità e chi si trova ai margini, privo di un lavoro, di una casa adeguata, della capacità di spesa necessaria per acquisire beni divenuti essenziali tra cui, durante l'epidemia sanitaria, hanno acquistato peso tutti i device tecnologici.

In base ai dati della rilevazione di base Auditel, misurati attraverso la nuova variabile socioeconomica CSE 3.0, nel 2019 3 milioni e 587.000 famiglie italiane hanno un livello socioeconomico e una capacità di spesa bassi. Sul fronte opposto, 2 milioni e 317.000 hanno un livello socioeconomico alto.

Ed è proprio questa variabile quella che determina una maggiore distanza tra le famiglie italiane anche in termini di connessione e disponibilità dei diversi device:

- nel 2019 il collegamento ad internet era disponibile nell'85,9% delle case italiane, ma solo nel 59,5% di quelle di chi ha un livello socio economico basso. Sono quasi tre milioni e mezzo le famiglie italiane che non dispongono di collegamento ad internet e che quindi sono state impossibilitate a svolgere qualsiasi tipo di attività on line; ma sono solo 300.000 le famiglie in cui c'è almeno un occupato o uno studente che sono prive del collegamento;
- a fronte di una media Italia del 55,0% di famiglie che dispongono della banda larga su rete fissa, questa è presente solo nel 19,8% di quelle con livello socioeconomico basso;
- sono quasi 6 milioni le famiglie (che rappresentano il 24,1% delle famiglie italiane e il 28,0% di quelle connesse) che si collegano al web solo con smartphone e, conseguentemente, non possono garantire la qualità delle loro prestazioni a distanza: nel 76,9% delle famiglie di livello socioeconomico basso non è presente in casa neppure un pc fisso o portatile o un tablet collegato a internet, quota che è del 10,2% tra quelle di livello socioeconomico alto.

Ampliare e rendere trasversale socialmente la disponibilità della connessione a internet su banda larga e quella di device nella nuova società digitale devono diventare delle priorità non solo per accorciare le disuguaglianze sociali e territoriali, ma anche per rendere possibile il



decentramento e la semplificazione delle attività verso cui ci si sta decisamente orientando, anche oltre la fine dell'epidemia sanitaria.

E tra i tanti benefici possibili deve essere considerata anche la fruizione di stock sempre più elevati di contenuti audio e video, perché la banda larga o ultra larga è il requisito fondamentale per vedere in streaming film, video e serie televisive.

I device continuano a crescere, purché siano smart

Nel 2019 sono presenti nelle case degli italiani 112 milioni e 400.000 schermi da cui è possibile seguire programmi/contenuti televisivi tradizionali o in streaming, 600.000 in più rispetto all'anno precedente.

Gli smartphone si confermano al primo posto, con 44 milioni e 700.000 apparecchi nelle tasche degli italiani, in crescita del 2,4% rispetto al 2018.

Seguono le tv, che sono 42 milioni e 700.000, in lieve ripresa rispetto allo scorso anno (+ 1,1%), come effetto del boom delle smart tv, che ormai sono 10 milioni, di cui 7 milioni e 700.000 sono effettivamente collegate ad internet (+61,8% rispetto al 2018). Se alle smart tv si aggiungono i dispositivi esterni che permettono di collegarsi ad internet, si arriva ad un totale di 10 milioni e 400.000 apparecchi collegati al web (+61,0% rispetto al 2018), per un totale di oltre 8 milioni e 300.000 famiglie effettivamente collegate.

Diminuiscono invece computer fissi, portatili e tablet collegati.

Il boom della vita digitale

Spaventati dalla malattia e chiusi in casa, all'improvviso gli italiani si sono trovati costretti a coabitare 24 ore su 24, a doversi dividere gli spazi e gli schermi domestici, e a ripensare la propria vita in chiave digitale, scoprendo che senza una buona connessione ad internet nessuna attività della vita reale era più possibile.

Per avere un'idea dell'accelerazione che ha imposto l'epidemia sanitaria alla vita digitale degli italiani, si pensi che 11 milioni e 800.000 famiglie, pari al 48,6% del totale, in cui vivono 32 milioni e 800.000 individui, pari al 54,3% degli italiani, ha svolto almeno un'attività on line durante il *lockdown*, e per

8 milioni e 200.000 famiglie e 24 milioni e 300.000 individui era la prima volta.

Pur con qualche difficoltà, legata alla disponibilità di banda larga e di device non uguale per tutti, gli italiani si sono cimentati da casa nelle attività di studio, lavoro, svago della vita quotidiana, e ne sono stati soddisfatti: il 31,7% delle famiglie italiane ha fatto acquisti di prodotti non alimentari su internet, il 20,8% ha svolto attività di studio a distanza (e per il 15,2% era la prima volta) e il 17,5% ha lavorato in *smart working* e per l'11,3% era la prima volta.

Le abitudini di consumo audio-video nella nuova vita digitale degli italiani

Il *lockdown* ha rappresentato un formidabile acceleratore di innovazione per le famiglie italiane, spingendo anche quelle che erano rimaste più indietro a dotarsi di una connessione internet che le rendesse in grado di svolgere quante più possibili attività a distanza: i dati del 2020 rivelano che in pochi mesi le famiglie che possiedono un collegamento ad internet sono salite dall'85,9% all'88,4% del totale e quelle che possiedono il collegamento a banda larga su rete fissa sono passate dal 55,0% al 56,0%. Ma soprattutto dopo il *lockdown* sono aumentati gli italiani che si collegano ad internet (47 milioni e 200.000, pari all'80,6% della popolazione con più di quattro anni), la frequenza dei collegamenti (42 milioni e 200.000 italiani, pari al 72,1% della popolazione con più di quattro anni, si connettono tutti i giorni) e il numero dei device utilizzati, che segnano una rivincita dei device tradizionali.

A livello di fruizione di contenuti audio-video i dati della rilevazione di base indicano come gli italiani pratichino un ascolto sempre più dinamico, sia nei device utilizzati che nei contenuti seguiti:

- nel 2019 quasi 6 milioni di italiani (il 10% del totale) si connettevano almeno ogni tanto ad internet per seguire su altri schermi contenuti televisivi in modalità lineare che andavano in onda in contemporanea sulla tv tradizionale;
- dopo il *lockdown* sembra essersi consolidato il dato relativo all'esplosione della domanda di contenuti televisivi in streaming, a pagamento o gratuiti, cresciuta del 7,4% dal 2019 al 2020, con 17 milioni e 400.000 italiani che utilizzano questa modalità e 11 milioni e 300.000 che lo fanno anche più volte a settimana.

1. CHI VIVE CON CHI: LE CARATTERISTICHE SOCIO ECONOMICHE DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Con la crisi sanitaria da Covid 19 nell'anno in corso ci siamo trovati costretti a praticare il cosiddetto "distanziamento sociale", ovvero a mantenere dagli altri individui una distanza minima ritenuta indispensabile per ridurre al minimo il rischio del contagio.

In realtà un distanziamento sociale tra le famiglie italiane esisteva già a prescindere dal coronavirus, ed indica la distanza tra chi è dentro la comunità, e chi rischia di rimanerne ai margini e di essere vittima dell'esclusione sociale perché privo di un lavoro, di una casa adeguata, della capacità di spesa necessaria per acquisire beni divenuti essenziali tra cui, durante il *lockdown*, hanno acquistato peso tutti i device tecnologici.

Per dar conto di tale distanza può essere d'aiuto il nuovo indicatore CSE 3.0, costruito da Auditel per misurare le caratteristiche socio economiche delle famiglie italiane e la loro effettiva capacità di spesa: tale indicatore tiene conto della complessità della società attuale attraverso un approccio che considera contemporaneamente la dimensione sociale ed economica, non solo della famiglia, ma di tutti i suoi componenti ¹.

In base a tale indicatore, e secondo il concetto di famiglia adottato da Auditel, che si basa sulla coabitazione e non solo sulla affettività e la parentela, i 24 milioni e 285.000 nuclei famigliari che vivono in Italia nel 2019 e che rispetto al 2018 si sono ridotti in valore assoluto di 50.000 unità e in valore percentuale dello 0,2%, si distribuiscono lungo un continuum suddiviso in cinque fasce, per cui (tab.1):

- 2 milioni e 317 mila nuclei famigliari, pari al 9,5% del totale, hanno un livello socioeconomico elevato e alta capacità di spesa;
- 5 milioni e 261 mila nuclei, pari al 21,7% del totale, si posizionano su un livello socioeconomico medio-alto;
- 8 milioni e 679 mila famiglie, il 35,7% del totale, appartengono ad un livello medio;

¹Le variabili che entrano nel modello matematico alla base della costruzione dell'indicatore sono di tipo: territoriale (area geografica e ampiezza demografica del comune di residenza), familiare (numero di componenti, ciclo di vita della famiglia), individuale (età, genere, cittadinanza, titolo di studio, professione) e relative alle dotazioni di alcuni beni

- 4 milioni e 441 mila famiglie, il 18,3%, si collocano nella fascia medio-bassa;
- e 3 milioni e 587 mila, pari al 14,8%, sono nella fascia che ha una bassa capacità di spesa.

Tab. 1 - Famiglie italiane per livello socioeconomico, 2019 (v.a. e val%)

<i>Livello socio-economico</i>	Famiglie	
	v.a.	%
Fascia Alta	2.317.000	9,5
Fascia Medio-alta	5.261.000	21,7
Fascia Media	8.679.000	35,7
Fascia Medio-bassa	4.441.000	18,3
Fascia Bassa	3.587.000	14,8
Totale	24.285.000	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

1.1. L'incolmabile gap tra Nord e Sud

I dati sulla distribuzione delle famiglie per livello socio economico e circoscrizione geografica di residenza testimoniano, da un lato, quale sia il ritardo ormai incolmabile tra le regioni del Centro Nord ed il Sud del paese, e dall'altro certificano lo spostamento ad est del nostro baricentro economico, con Veneto ed Emilia Romagna che, insieme alla Lombardia, hanno fatto da locomotiva dell'economia nazionale dopo la grande crisi del 2008, e che nel 2019 avevano tassi di occupazione che erano tornati o avevano superato quelli di dieci anni prima: basti pensare che il tasso di occupazione degli individui tra i 15 e i 64 anni nel Nord est nel 2019 era al 68,9% e nel Sud al 44,8% con una differenza di oltre 20 punti percentuali.

Il risultato è che:

- a fronte di un dato medio nazionale che vede il 9,5% del totale dei nuclei famigliari italiani che hanno un livello socio economico alto e il 21,7% con un livello medio alto; nel Nord est il 14,7% dei nuclei famigliari ha una condizione socioeconomica alta e il 31,3% medio-alta e nel Nord ovest la quota è pari, rispettivamente, al 13,3% e al 27,7%. D'altra parte, solo l'11,7% delle famiglie che vivono al Sud e nelle Isole si colloca nelle fasce più elevate (2,2% delle famiglie ha un livello alto, 9,5% livello medio-alto);
- sul versante opposto, a fronte di una media Italia del 14,8% di famiglie che hanno una bassa capacità di spesa, al Sud la quota sale al 31,2%, mentre nel Nord est il 3,8% di famiglie ha livelli socio economici bassi, nel Nord Ovest il 6,1% e l'11,2% nel Centro (tab.2).

Difficile prevedere con esattezza quali saranno i lasciti dell'epidemia globale a fine anno, quando gli ammortizzatori sociali ed i sostegni economici introdotti per fronteggiare il Covid 19 andranno ad esaurirsi e si tornerà a vivere con le stesse fragilità di prima.

Nonostante l'epidemia abbia colpito soprattutto le regioni più ricche del paese, non è improbabile che queste ultime sapranno fronteggiare meglio la crisi e ricominceranno a crescere puntando sulla produzione e sull'export, mentre il Sud avrà le difficoltà maggiori, con il rischio che negli anni a venire si amplifichino ulteriormente le divaricazioni sociali e territoriali che già erano così consistenti.

Tab. 2 - Famiglie italiane per livello socio economico e area geografica di residenza, 2019 (val.%)

<i>Livello socio-economico</i>	Area geografica				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	
Fascia Alta	13,3	14,7	11,1	2,2	9,5
Fascia Medio-alta	27,7	31,3	23,4	9,5	21,7
Fascia Media	35,4	31,5	36,6	38,1	35,7
Fascia Medio-bassa	17,5	18,7	17,7	19,1	18,3
Fascia Bassa	6,1	3,8	11,2	31,2	14,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

1.2. La famiglia più ricca è quella tradizionale

Il paese invecchia, si fanno meno figli, ci si sposa di meno, ma la famiglia tradizionale rimane il format prevalente nelle abitazioni degli italiani. Il 38,0% delle famiglie italiane (per un totale di 9 milioni e 231.000 nuclei famigliari) è composto da coppie con figli, e il 25,1%, 6 milioni e 85.000 in valore assoluto, sono le coppie senza figli (tab.3).

Aumentano negli anni i single, che sempre più spesso sono anziani che vivono da soli, per un totale di 6 milioni e 971.000 nuclei composti di una sola persona, pari al 28,7% del totale: tra questi ci sono però circa un milione e 400.000 individui che coabitano con altri; pertanto le persone che vivono effettivamente da sole, al netto di quelle che vivono con parenti o con altre persone con cui non hanno relazioni di coppia o genitoriali, scendono a 5 milioni e 632.000.

Infine, le famiglie cosiddette mono genitoriali, composte di un solo genitore (in genere la mamma) con figli sono 1.998.000, pari all'8,2% del totale.

Complessivamente in 2 milioni e 313.000 nuclei, pari al 9,5% del totale, vivono anche altri parenti o conviventi. Si tratta di un universo in crescita, tra cui sono inclusi tanto coloro che convivono con parenti, quanto quelli che abitano con badanti o altro personale di servizio, e anche quelli che affittano o subaffittano stanze e spazi nelle proprie residenze per ridurre o condividere le spese.

Minoritarie, e pari al 46,2% del totale (11 milioni e 230.000 in valore assoluto), sono le famiglie dove vivono dei figli, e ancora più ridotte sono quelle dove ci sono figli minorenni, che sono 6.413.000, pari al 26,4% del totale.

Tab. 3 - I diversi format delle famiglie italiane, 2019 (v.a. e val.%)

Tipologia	Famiglie	
	v.a.	%
Composizione		
Persone sole (*)	6.971.000	28,7
Coppie senza figli	6.085.000	25,1
Coppie con figli	9.231.000	38,0
Un solo genitore con figlio/i	1.998.000	8,2
Coabitazioni		
Senza altri parenti/conviventi	21.972.000	90,5
Con altri parenti/conviventi	2.313.000	9,5
Famiglie con figli	11.230.000	46,2
Famiglie con minori	6.413.000	26,4
Numero di componenti		
Monocomponente	5.632.000	23,2
Pluricomponente	18.653.000	76,8
Totale	24.285.000	100,0

(*) Comprende anche le 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

Le famiglie più ricche sono quelle che hanno una composizione più tradizionale: il 14,1% delle coppie con figli e il 14,0% di quelle senza figli si collocano su di un livello socioeconomico alto, a fronte di una media Italia del 9,5%; e il 29,2% delle prime e il 30,9% delle seconde su di una fascia medio-alta (la media è del 21,7%) (tab.4). Sul versante opposto, solo il 3,9% delle coppie con figli può essere collocata su di un livello socioeconomico basso, contro una media Italia del 14,8%. C'è però da segnalare che tra i nuclei in cui vivono genitori e figli, se la passano meglio quelli dove si trovano figli maggiorenni, che in molti casi hanno un proprio reddito da lavoro.

I nuclei più in sofferenza sono formati da persone sole che, anche se abitano con altro parente o convivente, nel 67,9% dei casi hanno possibilità

socioeconomiche basse (33,5%) o medio-basse (34,4%); ma se vivono effettivamente da sole sono ancora più in difficoltà, per cui il 36,7% di famiglie monocomponenti hanno possibilità di spesa basse e il 34,4% medio-basse e nessuna si colloca ad un livello socioeconomico alto. Le famiglie monocomponenti sono composte in maggioranza di anziani, soprattutto donne, con più di 65 anni.

Tab. 4 - Famiglie italiane per tipologia e livello socio economico, 2019 (val. per 100 famiglie con le stesse caratteristiche)

Tipologia	Livello socio-economico					Totale
	Fascia Alta	Fascia Medio-alta	Fascia Media	Fascia Medio-bassa	Fascia Bassa	
Composizione						
Persone sole (*)	0,9	4,6	26,7	34,4	33,5	100,0
Coppie senza figli	14,1	29,2	34,2	14,9	7,5	100,0
Coppie con figli	14,0	30,9	42,9	8,4	3,9	100,0
Un solo genitore con figlio/i	5,3	15,8	39,1	18,2	21,6	100,0
Coabitazioni						
Senza altri parenti/conviventi	9,5	21,8	36,1	17,7	14,8	100,0
Con altri parenti/conviventi	9,5	20,1	32,3	23,7	14,4	100,0
Famiglie con minori	9,5	28,6	45,4	10,5	6,1	100,0
Numero di componenti						
Monocomponente	0,0	3,0	25,9	34,4	36,7	100,0
Pluricomponente	12,4	27,3	38,7	13,4	8,2	100,0
Totale	9,5	21,7	35,7	18,3	14,8	100,0

(*) Comprende anche le 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

1.3. Quando il capofamiglia è donna si fatica di più a far quadrare i conti

Una famiglia su quattro, per un totale di 6 milioni e 83.000 nuclei famigliari, ha una donna come capofamiglia (tab.5). L'analisi delle caratteristiche di questi nuclei mostra che essi non sono un segnale della raggiunta emancipazione della componente femminile della nostra società, ma piuttosto rappresentano l'effetto di altri fenomeni.

Infatti, le famiglie guidate da donne appartengono per la gran parte a due tipologie: o sono monocomponenti o sono mono genitoriali, e questo dipende, da un lato, dalla maggiore durata della vita media delle donne che, se sposate, sopravvivono al marito e finiscono per diventare capofamiglia di nuclei composti da esse stesse, e dall'altro, dall'aumento delle separazioni e dei divorzi, che porta le donne a capo di famiglie in cui c'è un solo genitore.

Sono quasi 4 milioni, pari al 64,6% del totale di quelli con capofamiglia donna, i nuclei composti da una donna sola, che, in alcuni casi coabita con parenti, badanti o altri: se si considerano i nuclei che sono effettivamente monocomponenti al femminile il dato scende a 3 milioni e 392.000 famiglie.

A queste si si aggiungono 1 milione e 605.000 famiglie (il 26,4% del totale di quelle con capofamiglia donna) composte da una madre con i figli.

Residuali i 548.000 nuclei a trazione femminile composti da coppie con (279.000, il 4,6%) o senza figli (269.000, il 4,4%).

Complessivamente in un milione e 884 mila famiglie con capofamiglia donna ci sono anche dei figli, e in 745.000 nuclei ci sono figli minori: si tratta del 7,8% del totale delle famiglie italiane e del 31,0% di quelle guidate da una donna.

Tab. 5 - Le tipologie di famiglia in cui il capofamiglia è donna, 2019 (v.a. e val.%)

Tipologie	Famiglie con donna capofamiglia	
	v.a.	%
Composizione		
Persona sola(*)	3.930.000	64,6
Coppia senza figli	269.000	4,4
Coppia con figli	279.000	4,6
Un solo genitore con figli	1.605.000	26,4
Componenti		
Monocomponenti	3.392.000	55,8
Pluricomponenti	2.691.000	44,2
Presenza di figli		
di cui: minori	1.884.000	31,0
	745.000	12,2
Totale	6.083.000	100,0

(*) Comprende anche le 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

Nella stragrande maggioranza dei casi (3 milioni e 325.000, pari al 54,7% del totale) le capofamiglia donna sono over 65enni, ma ci sono 1.861.000 nuclei (il 30,6%) in cui la capofamiglia ha tra i 45 e i 64 anni, e 896.000 famiglie (il 14,7%) che sono guidate da una donna con meno di 44 anni di età (tab.6).

L'età media giustifica la condizione professionale prevalente, che in 3.309.000 casi (il 54,4% del totale) è quella di pensionata. Ci sono però un milione e 739.000 nuclei a trazione femminile in cui le donne lavorano (28,6% del totale), e oltre un milione di nuclei in cui le capofamiglia non lavorano perché sono casalinghe (569.000, il 9,4%) o non occupate (466.000, il 7,7%).

Tab. 6 - Le donne capofamiglia per età e condizione professionale, 2019 (v.a. e val.%)

<i>Profilo donna capofamiglia</i>	Famiglie con donna capofamiglia	
	v.a.	%
Classi di età		
18-44 anni	896.000	14,7
45-64 anni	1.861.000	30,6
65 anni ed oltre	3.325.000	54,7
Totale	6.083.000	100,0
Condizione professionale del capofamiglia		
Occupata	1.739.000	28,6
Casalinga	569.000	9,4
Pensionata	3.309.000	54,4
Altro non occupata	466.000	7,7
Totale	6.083.000	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Le famiglie guidate da una donna faticano di più a far quadrare i conti: infatti, mentre il 31,2% delle famiglie italiane si posiziona su di un livello socioeconomico alto (9,5%) o medio-alto (21,7%), tra le famiglie guidate da una donna la quota scende al 10,7% (3,1% di nuclei con livello alto, 7,6% medio-alto), mentre ben il 34,8% dei nuclei si colloca in fascia bassa, contro una media Italia che è pari al 14,8% (tab.7).

Nelle famiglie in cui sono presenti figli generalmente le disponibilità economiche crescono, per cui i nuclei che si collocano nelle due fasce più elevate raggiungono complessivamente il 22,2% (5,9% fascia alta e 16,3% medio-alta).

Tab. 7 - Le famiglie con capofamiglia donna per livello socioeconomico e presenza di figli, 2019 (val.%)

<i>Livello socioeconomico</i>	Presenza di figli			Totale famiglie Italiane (%)
	Presenza di figli (%)	Figli non presenti (%)	Totale Famiglie con capofamiglia donna (%)	
Fascia Alta	5,9	1,9	3,1	9,5
Fascia Medio-alta	16,3	3,6	7,6	21,7
Fascia Media	37,4	21,1	26,1	35,7
Fascia Medio-bassa	18,3	32,9	28,4	18,3
Fascia Bassa	22,1	40,5	34,8	14,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

2. LE COSE NELLE CASE. CONNESSIONI E DOTAZIONI ALLA PROVA DELLA MODERNITA'

La rilevazione di base Auditel consente di fotografare con l'esaustività che gli deriva dalla numerosità del campione intervistato quale sia la dotazione tecnologica delle case degli italiani sia in termini di infrastrutturazione che di device disponibili e verso dove si stanno orientando le scelte di consumi audio e video.

I dati di quest'anno, che fotografano la situazione nelle case degli italiani alla fine del 2019, hanno un valore che travalica l'analisi dei comportamenti di consumo perché permettono di individuare anche quali e quante famiglie italiane si sono trovate preparate ad affrontare il *lockdown* e a vincere l'isolamento domestico avendo la possibilità di connettersi e di praticare a distanza le attività scolastiche, lavorative e del tempo libero.

La pandemia, con la sua forza distruttiva ha imposto il distanziamento sociale, ed il *lockdown* ha consacrato definitivamente il valore della rete e la sua importanza per navigare verso la modernità e avere accesso ad un universo senza confini di contenuti e di possibilità di ritrovarsi per lavorare, studiare, incontrare gli amici.

Lo riconoscono gli stessi italiani, che in una recente indagine del Censis nel 61,0% del totale affermano che l'emergenza Covid 19 ha reso evidente la possibilità di vivere in maniera differente grazie alle tecnologie digitali.

Ma per poter continuare a vivere con l'ausilio delle nuove tecnologie occorre che le famiglie posseggano almeno tre requisiti:

- una connessione ad internet efficace;
- una dotazione tecnologica sufficiente;
- la capacità di relazionarsi e di svolgere le attività in rete.

I dati offerti dalla rilevazione di base Auditel offrono informazioni sulla presenza di tutti e tre questi requisiti, evidenziando anche quali possono essere state le difficoltà che hanno dovuto affrontare le famiglie italiane.

2.1. Gli schermi crescono, purché siano smart

Complessivamente nel 2019 risultano presenti nelle case degli italiani 112 milioni e 400.000 schermi da cui è possibile seguire programmi/contenuti televisivi tradizionali o in streaming, per una media di 4,6 device presenti in ciascun nucleo familiare e una crescita di 600.000 device rispetto al 2018 (tab.8). Ma nell'ultimo anno non tutti gli schermi aumentano, infatti:

- gli *smartphone* sono 44 milioni e 700.000, si sono ormai definitivamente affermati come il device più diffuso e continuano a crescere, al punto che quest'anno se ne contano 1 milione e 100.000 in più rispetto al 2018 (+2,4%);
- gli *apparecchi televisivi* sono 42 milioni e 700.000, e nell'ultimo anno recuperano 400.000 schermi rispetto all'anno precedente. Tale aumento è l'effetto della crescita di domanda di fruizione della tv via web; infatti i dati ci dicono che crescono sia le smart tv sia i dispositivi esterni effettivamente collegati al web, che complessivamente sono 10 milioni e 400.000, vale a dire quasi 4 milioni in più rispetto allo scorso anno (+61,0%);
- i *personal computer*, fissi o portatili, collegati ad internet sono diciotto milioni e settecentomila, in diminuzione di 200.000 schermi nell'ultimo anno (-1,4%);
- infine, i *tablet* sono 6 milioni e 300.000, e si riducono di 700.000 nell'ultimo anno, per una diminuzione del 9,5%.

Tab. 8 - I device presenti nelle famiglie italiane, 2019 (v.a. in milioni, var.% e diff. assoluta 2018-2019)

Device	v.a. (in milioni)	2018-2019	
		var.%	differenza assoluta
Apparecchi televisivi	42,7	1,1	+400.000
- Smart Tv/dispositivi esterni effettivamente collegati al web	10,4	61,0	+3.900.000
Personal computer collegati a internet	18,7	-1,4	-200.000
Tablet	6,3	-9,5	-700.000
Smartphone	44,7	2,4	+1.100.000
Totale device	112,4	0,5	+600.000
Numero medio di device	4,6	0,7	-

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Questi dati sono importanti perché attestano come le famiglie italiane stiano sempre più orientando verso un consumo ampio e diversificato di tecnologie e di prodotti audio-video, da poter fruire in ogni luogo e in ogni momento attraverso diversi device.

Il numero medio di 4,6 device per nucleo familiare non deve però ingannare: ci sono famiglie che hanno di più e famiglie che hanno di meno, e, soprattutto, ci sono famiglie che non si collegano ad internet e non utilizzano tutte le potenzialità degli schermi di cui dispongono.

I 42 milioni e 700.000 apparecchi televisivi, tradizionali e smart, sono presenti nelle case di 23 milioni e 700.000 famiglie italiane, il 97,8% del totale (tab.9). Rimangono escluse dalla possibilità di seguire in tv i palinsesti 500.000 famiglie (il 2,2% del totale) che non hanno in casa neppure un televisore, tradizionale o smart.

Per il resto, 10 milioni di famiglie italiane (il 41,1% del totale) hanno in casa solo un televisore, 9 milioni e 600.000 ne hanno due, 3 milioni e 300.000 ne hanno tre e 900.000 più di tre. La crescita fatta registrare nell'ultimo anno interessa esclusivamente le famiglie che avevano già in casa almeno un televisore, in quanto, rispetto al 2018, il numero di famiglie con almeno un televisore diminuisce lievemente.

Tab. 9 - Numero apparecchi televisivi presenti nelle famiglie italiane, 2019 (v.a., val.% e diff. assoluta)

<i>Apparecchi Tv</i>	Famiglie (in milioni)	%	Differenza assoluta 2018-2019
<i>Almeno una TV</i>	23,7	97,8	-26.150
<i>di cui:</i>			
-Uno	10,0	41,1	-314.000
-Due	9,6	39,6	+120.000
-Tre	3,3	13,4	+162.000
-Quattro o più	0,9	3,6	+6.100
<i>Nessuna Tv</i>	0,5	2,2	-24.000
Totale	24,3	100,0	-
N° totali Tv presenti (in milioni)	42,7	-	+450.000
<i>N° medio</i>	1,8	-	-0,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

2.2. Il boom della streaming tv

Il 2019 segna la consacrazione definitiva degli strumenti che consentono di costruire un palinsesto televisivo personalizzato, fatto di un mix di contenuti lineari e contenuti on-demand, anche non televisivi: smart tv e apparecchi collegati effettivamente ad internet ormai superano i 10 milioni, e sono attivi nelle case del 34,2% delle famiglie italiane (tab.10). Se poi si considerano gli apparecchi predisposti ma non collegati si arriva a 12,6 milioni e la copertura raggiunge il 41,8% delle case degli italiani.

Ma quello che è forse più rilevante sottolineare è il balzo in avanti che è stato compiuto nell'ultimo anno, se solo si considera che nel 2018 gli apparecchi effettivamente collegati al web, tra smart tv e dispositivi esterni, erano 6 milioni e 500.000 e le famiglie che potevano utilizzarli erano il 22,3% del totale, mentre quelli predisposti ma non collegati erano 10 milioni e 400.000.

Se poi si analizza quanto accaduto all'interno di ciascuno dei due macro aggregati considerati (smart tv e dispositivi esterni), si ha che le smart tv presenti nelle case degli italiani a fine 2019 sono 10 milioni, e sono possedute dal 34,7% delle famiglie (lo scorso anno era il 27,5%), mentre quelle collegate sono 7 milioni e 700.000, per un totale del 26,1% delle famiglie collegate (in crescita del 59,1% rispetto allo scorso anno).

I dispositivi che consentono di connettersi sono 5 milioni e 200.000, e sono tutti effettivamente collegati, per un totale del 18,5% delle famiglie (+65,3% rispetto al 2018).

Tab. 10 - Presenza in casa di apparecchi televisivi che consentono di collegarsi a internet e famiglie collegate, 2019 (v.a. in milioni, val. per 100 famiglie e var. % 2018-2019)

<i>Apparecchi televisivi</i>	Apparecchi (in milioni)		Famiglie	
	v.a.	var.% 2018-2019	(%)	var.% 2018-2019
Smart Tv che consentono di collegarsi ad internet	10,0	25,6	34,7	25,6
- <i>Smart Tv effettivamente collegati al web</i>	7,7	61,8	26,1	59,1
Dispositivi esterni che consentono di collegarsi a internet	5,2	13,0	18,6	6,5
- <i>Dispositivi esterni effettivamente collegati al web</i>	5,2	74,5	18,5	65,3
Smart Tv/dispositivi esterni che consentono di collegarsi a internet	12,6	20,7	41,8	16,2
- <i>Smart Tv/dispositivi esterni effettivamente collegate al web</i>	10,4	61,0	34,2	52,6

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Condizione socioeconomica agiata e presenza di minori sono le due caratteristiche che facilitano la presenza e l'utilizzo di smart tv o dispositivi esterni per la costruzione di un proprio palinsesto; infatti questi apparecchi sono presenti nel 59,5% delle famiglie di fascia alta e medio alta (e sono collegati, rispettivamente, nel 55,3% e nel 52,9% dei casi) e nel 58,3% delle famiglie dove c'è un minore, che sono connesse nel 51,5% dei casi (tab.11).

Sul versante opposto, solo il 15,1% delle famiglie di fascia bassa e il 20,6% delle famiglie composte di soli anziani possiede tali apparecchi (e l'8,3% delle prime e l'11,9% delle seconde è effettivamente collegato).

Tab. 11 - Presenza in casa di apparecchi che consentono di collegarsi a internet per alcune caratteristiche della famiglia, 2019 (val. per 100 famiglie)

<i>Caratteristiche famiglia</i>	Smart Tv/dispositivi esterni che consentono di collegarsi a internet	
	Presenti (% famiglie italiane)	Collegati (% famiglie italiane)
<i>Livello socio-economico</i>		
Fascia Alta	59,5	55,3
Fascia Medio-alta	59,5	52,9
Fascia Media	43,7	35,6
Fascia Medio-bassa	29,2	19,1
Fascia Bassa	15,1	8,3
<i>Composizione</i>		
Famiglie con minori	58,3	51,5
Famiglie di soli anziani	20,6	11,9
Totale	41,8	34,2

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Un' altra caratteristica che influisce sulla possibilità di accedere da casa ad internet per la fruizione di programmi e contenuti video è data dall'età e dalla scolarità del capofamiglia: infatti disponibilità ed effettivo utilizzo dei dispositivi per la costruzione di un proprio palinsesto sono inversamente proporzionali all'età, mentre crescono con l'aumentare della scolarità del capofamiglia.

Ne consegue che gli apparecchi per collegarsi al web e usufruire dei contenuti proposti – siano essi dispositivi o smart tv- sono presenti nel 56,5% delle famiglie in cui il capofamiglia ha meno di 44 anni (ed utilizzati nel 46,9%), nel 48,8% di quelle in cui ha tra i 45 e i 64 anni (utilizzati nel 42,8%) e nel 25,0% di quelle in cui ha oltre 65 anni di età (collegate il 16,9%). Allo stesso modo si ha la possibilità di personalizzare il palinsesto nel 55,5% delle case dove il capofamiglia ha la laurea (e di collegarsi nel 51,3%), nel 52,0% di quelle in cui ha un diploma di scuola superiore e nel 29,9% se ha al massimo la licenza elementare (tab.12).

Tab. 12 - Presenza in casa di apparecchi che consentono di collegarsi a internet per caratteristiche del capofamiglia, 2019 (val. per 100 famiglie)

<i>Profilo capofamiglia</i>	Smart Tv/dispositivi esterni che consentono di collegarsi a internet	
	Presenti (% famiglie italiane)	Collegati (% famiglie italiane)
<i>Classe d'età del capofamiglia</i>		
18-44 anni	56,5	46,9
45-64 anni	48,8	42,8
65 anni ed oltre	25,0	16,9
<i>Titolo di studio</i>		
Laurea	55,5	51,3
Diploma media superiore	52,0	44,7
Fino alla licenza media	29,9	21,2
Totale	41,8	34,2

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

2.3. Il segno meno dei device tradizionali

Alla crescita di smartphone e smart tv corrisponde ormai da qualche anno un segno meno per tablet e computer, che sembrano aver raggiunto una sorta di naturale livello di saturazione, soppiantati dalla maggiore flessibilità nell'utilizzo e dalla portabilità degli smartphone.

L'imprevista epidemia sanitaria ha però ridato centralità ai device tradizionali, che si sono dimostrati i supporti più adatti, per dimensioni e prestazioni, per svolgere attività di studio e di lavoro da remoto: sarà interessante, pertanto, verificare a fine 2020 se gli italiani avranno ripreso interesse per questi apparecchi.

Nel 2019 il 61,6% delle famiglie italiane possiede almeno un pc fisso o mobile o un tablet, per un totale di 25 milioni e 800.000 schermi presenti di cui 25 milioni sono effettivamente collegati ad internet. Rispetto all'anno precedente sono presenti nelle case 1 milione e 600.000 di questi schermi in meno e un milione in meno di schermi collegati ad internet. Scende anche, seppur di poco, il numero delle famiglie in cui è presente almeno un tablet/computer.

Il più diffuso è il pc portatile, che si giova delle stesse performance di un computer fisso, ma ha la sua caratteristica principale nella possibilità di essere facilmente spostato, dentro casa e fuori: il 49,8% delle famiglie italiane ha almeno un computer portatile, per un totale di 14 milioni e 300.000 schermi presenti, mentre nel 2018 ce n'erano 14 milioni e 600.000, presenti nel 48,4% delle famiglie. La riduzione del numero complessivo di pc portatili è l'effetto della diminuzione delle famiglie che ne hanno due o più, mentre crescono i nuclei famigliari che hanno solo un portatile, che sono il 42,7% del totale.

I computer fissi sono complessivamente 5 milioni e 100.000, si sono ridotti di 600.000 schermi rispetto al 2018, e si sono ridotte anche le famiglie che ne posseggono almeno uno, che sono il 19,8% del totale (erano il 20,1% nel 2018).

I tablet non reggono il confronto con gli smartphone che hanno schermi sempre più grandi e funzioni sempre più polivalenti: nel 22,9% delle famiglie se ne trova almeno uno (nel 2018 era il 24,3%), per un totale di 6 milioni e 400.000 tablet, ridottisi di 700.000 nell'ultimo anno.

Tab. 13 - Device presenti nelle famiglie italiane per tipologia e connessione, 2019
(val.% e diff. assoluta 2018-2019)

<i>Device</i>	val%	differenza 2018-2019
PC fissi presenti		
Almeno uno	19,8	-436.000
<i>di cui:</i>		
-Solo uno	18,8	-320.000
-Due o più	1,0	-116.000
Nessuno	80,2	+386.000
Numero PC fissi (v.a. in milioni)	5,1	-600.000
PC portatili presenti		
Almeno uno	49,8	+320.000
<i>di cui:</i>		
-Solo uno	42,7	+804.000
-Due o più	7,1	-485.000
Nessuno	50,2	-370.000
Numero PC portatili (v.a. in milioni)	14,3	-300.000
Tablet		
Almeno uno	22,9	-353.000
<i>di cui:</i>		
-Solo uno	20,3	-65.000
-Due o più	2,6	-288.000
Nessuno	77,1	+303.000
Numero Tablet (in milioni)	6,4	-700.000
Numero totale PC (fissi/portatili) e tablet presenti (in milioni)	25,8	-1.600.000
<i>Di cui: collegati a internet (v.a. in milioni)</i>	25	-938.000
Almeno un pc (fisso o mobile) e/o tablet presente (% famiglie)	61,6	-16.000
Almeno un pc (fisso o mobile) e/o tablet collegato (% famiglie)	61,2	-

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Ma i soli dati sugli schermi non sono sufficienti: perché la potenza di questi strumenti è moltiplicata dalla possibilità di connettersi ad internet e dalla qualità della connessione, che implicano la possibilità di navigare in un universo di contenuti audio e video.

2.4. Chiusi in casa, ma connessi

Alla vigilia del *lockdown* l'85,9% delle famiglie italiane, 20 milioni e 857.000 in valore assoluto, era in grado di connettersi ed accedere ad internet; mentre quasi tre milioni e mezzo di famiglie (il 14,1%) non possedeva alcun collegamento e dunque non solo non poteva fruire di contenuti da device diversi dal televisore tradizionale, ma non era in grado di svolgere nessun tipo di attività a distanza.

La maggior parte dei nuclei famigliari (13 milioni e 391.000, il 55,1% del totale) possiede una connessione ad internet sia fissa che mobile, il 29,3% (7 milioni e 114.000 famiglie) dispone esclusivamente di connessione mobile tramite smartphone o tablet e l'1,5% ha solo connessione fissa. Nell'ultimo anno crescono dell'1,4% le famiglie connesse, ma soprattutto cresce la qualità della connessione, per cui le famiglie che si sono dotate di connessione sia fissa che mobile sono cresciute del 12,4%, mentre quelle che hanno solo la linea mobile si sono ridotte del 32,8% (tab.14).

Tab. 14 - Famiglie per presenza di collegamento a internet in casa, 2019 (v.a., val.% e var.% 2018-2019)

<i>Collegamento internet</i>	Famiglie (in migliaia)	%	var.% 2018-2019
<i>Possiedono collegamento internet</i>	20.857	85,9	1,4
di cui:			
Connessione solo domestica	352	1,5	-32,8
Connessione solo mobile	7.114	29,3	-12,5
Connessione sia domestica che mobile	13.391	55,1	12,4
Altra tipologia di connessione	124	0,5	-43,7
<i>Non possiedono collegamento internet</i>	3.428	14,1	-8,8
Totale	24.285	100,0	-0,2

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

La presenza di minori rappresenta un formidabile acceleratore della modernità all'interno delle famiglie italiane, al punto che dove c'è almeno un under 18 c'è sempre anche un collegamento ad internet, e nel 72,9% dei casi è possibile sia da rete fissa che da rete mobile (tab.15).

Viceversa, nelle famiglie composte di soli anziani, la quota di quelle che possiedono il collegamento alla rete scende al 53,3% del totale: superiore alla media, e pari al 3,9% del totale, la quota di famiglie over che ha solo la connessione fissa.

Tab. 15 - Famiglie per presenza di collegamento a internet in casa per alcune caratteristiche, 2019 (val.%)

	Caratteristiche famiglie		
	Famiglie con minori (%)	Famiglie di soli anziani (65 anni ed oltre) (%)	Totale famiglie (%)
<i>Collegamento internet</i>			
<i>Possiedono collegamento internet</i>	99,6	53,3	85,9
Connessione solo domestica	0,1	3,9	1,5
Connessione solo mobile	26,5	24,0	29,3
Connessione sia domestica che mobile	72,9	25,3	55,1
Altra tipologia di connessione	0,6	0,3	0,5
<i>Non possiedono collegamento internet</i>	0,4	46,7	14,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Per svolgere qualsiasi tipo di attività on line su qualsiasi dispositivo connesso al web senza avere problemi di trasmissione e ricezione di dati e informazioni non è però sufficiente il collegamento ad internet, ma è necessario disporre di una connessione a banda larga su rete fissa.

La definizione di banda larga adottata da Auditel coincide con quella dell'Istat ed è molto ampia, comprendendo le famiglie connesse con Adsl, fibra ottica e satellitare, con una copertura che è possibile in tutto il territorio nazionale.

In base ai dati Auditel, le famiglie che nel 2019 avevano optato per una connessione broadband su linea fissa sono 13 milioni e 400.000, vale a dire il 55,0% del totale, in crescita dell'8,8% nel solo ultimo anno. Quasi 8 milioni di famiglie si collegano alla banda larga tramite Adsl, rischiando comunque di avere problemi nella velocità delle prestazioni e nella trasmissione dei dati, mentre 4 milioni e 400.000 utilizzano la fibra ottica, che garantisce prestazioni più efficaci, ma che non arriva in tutto il paese.

Negli ultimi anni si riducono le famiglie collegate alla banda larga con Adsl (-7,1% nell'ultimo anno) e crescono quelle che utilizzano la fibra ottica (+45,6% dal 2018 al 2019), anche in ragione di una sempre maggiore diffusione della copertura di quest'ultima sul territorio nazionale.

Circoscrizione geografica di residenza, tipologia della famiglia e, soprattutto, livello socioeconomico di appartenenza influiscono sulla presenza di banda larga e linea fissa.

Per quanto riguarda l'area geografica si va da un massimo del 62,1% dei nuclei famigliari che dispongono di connessione a banda larga su rete fissa nel Nord Ovest- dove nell'ultimo anno si è avuta una crescita del 17,9%-, ad un minimo del 45,6% nel Sud e Isole (+4,4% dal 2018 al 2019) (tab.16).

Importante anche la composizione dei nuclei famigliari, dove i giovani rappresentano un importante acceleratore dell'innovazione: hanno una connessione a banda larga il 73,4% delle coppie con figli e il 72,2% di quelle con figli minori, contro il 32,3% delle persone sole e il 27,9% delle famiglie di soli anziani. Questi ultimi stanno però recuperando velocemente il terreno perduto e nell'ultimo anno sono aumentati, rispettivamente, del 18,0% e dell'11,5%.

Infine, la connessione a banda larga su rete fissa è direttamente proporzionale al livello socioeconomico: si va dal 77,0% tra le famiglie di fascia alta e medio-alta, al 59,9% in quelle medie, per precipitare al 36,6% tra i nuclei con condizione socioeconomica medio bassa e addirittura al 19,8% tra quelli di livello basso. Nell'ultimo anno si riducono i nuclei che hanno connessione a banda larga su rete fissa di livello socioeconomico basso e aumentano tutti gli altri.

Tab. 16 - Famiglie per presenza in casa della banda larga su rete fissa per alcune caratteristiche, 2019 (v.a. in milioni, val.% e var.% 2018-2019)

<i>Caratteristiche</i>	Famiglie con banda larga (in milioni)	var.% 2018-2019	% sul totale famiglie 2019
<i>Area geografica di residenza</i>			
Nord Ovest	4,2	17,9	62,1
Nord Est	2,6	9,5	55,1
Centro	2,9	2,0	60,3
Sud e Isole	3,6	4,4	45,6
<i>Tipologia familiare</i>			
Persone sole (*)	2,3	18,0	32,3
Coppie senza figli	3,2	8,9	52,2
Coppie con figli	6,8	8,6	73,4
Un solo genitore con figlio/i	1,2	-5,2	58,2
Famiglie con minori	4,6	13,4	72,2
Famiglie di soli anziani (65 anni ed oltre)	1,7	11,5	27,9
<i>Livello socio-economico della famiglia</i>			
Fascia Alta/Medio-alta	5,8	4,3	77,0
Fascia Media	5,2	13,8	59,9
Fascia Medio-bassa	1,6	17,1	36,6
Bassa	0,7	-4,3	19,8
Totale famiglie	13,4	8,8	55,0

(*) Comprende anche le 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

2.5. Connessi, ma con che cosa?

Un altro elemento che consente un uso delle tecnologie ad ampio spettro e che semplifica lo svolgimento di attività a distanza di scrittura, videochiamate, scambio di contenuti, acquisti è la tipologia di device utilizzato, che deve essere tale da garantire la qualità del collegamento, soprattutto se protratto per diverse ore del giorno, e insieme deve assicurare la qualità e l'ergonomia della fruizione, con uno schermo che deve essere abbastanza grande e sufficientemente stabile da poter essere posizionato su di un tavolo o di una scrivania.

Il 61,2% delle famiglie italiane (quota che corrisponde al 71,2% delle famiglie connesse), per un totale di 14 milioni e 855.000 nuclei famigliari, si collega ad internet da computer fisso/portatile e/o smartphone/tablet e può fruire di una soluzione adatta a svolgere diverse attività a distanza; mentre ci sono quasi 6 milioni di famiglie (che rappresentano il 24,1% delle famiglie italiane e il 28,0% di quelle connesse) che si collegano solo con smartphone e, conseguentemente, non possono garantire la qualità delle loro prestazioni a distanza (tab.17).

Se a queste ultime si aggiungono i 3 milioni e mezzo di famiglie che sono escluse dalla connessione ad internet, il numero dei nuclei che è molto probabile che abbiano avuto difficoltà a svolgere attività di studio, lavoro, tempo libero, acquisti, intrattenere relazioni e usufruire di contenuti audio e video personalizzati raggiunge i 9 milioni, pari al 38,2% del totale.

Tab. 17 - Famiglie per apparecchi da cui è possibile connettersi da casa, 2019 (v.a. e val.%)

<i>Apparecchio utilizzato per la connessione</i>	Famiglie (v.a.)	% sul totale famiglie connesse	% sul totale famiglie
Telefono cellulare/smartphone	20.400.000	97,8	84
Computer fisso/portatile	14.018.000	67,2	57,7
Tablet	5.565.000	26,7	22,9
Console videogiochi	2.384.000	11,4	9,8
TV o dispositivo esterno	8.301.000	39,8	34,2
Da altra dotazione	85.000	0,4	0,4
<i>Possiedono collegamento ad internet</i>	20.857.000	100,0	85,9
<i>Da computer fisso/portatile/tablet</i>	14.855.000	71,2	61,2
<i>Da computer fisso/portatile/tablet/smartphone</i>	20.702.000	99,3	85,2
<i>Solo con smartphone</i>	5.848.000	28,0	24,1
<i>Non possiedono il collegamento a internet</i>	3.428.000	-	14,1
Totale famiglie	24.285.000	-	100

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Il livello socioeconomico di appartenenza della famiglia determina, ancora una volta, una differenziazione tra i nuclei famigliari, con un forte distanziamento soprattutto di quelli che hanno capacità di spesa basse e che, solo nel 59,5% dei casi possiedono un collegamento ad internet (contro l'85,9% della media Italia) e nel 23,1% possono collegarsi con device che hanno schermi più grandi e che consentono il trattamento di più significativi quantità di dati (tab.18).

Tab. 18 – Apparecchio con cui è possibile connettersi da casa, per livello socio economico della famiglia, 2019 (val%)

<i>Apparecchio utilizzato per la connessione</i>	Fascia Alta	Fascia Medio-alta	Fascia Media	Fascia Medio-bassa	Fascia Bassa	Totale
Telefono cellulare/smartphone	96,0	95,5	90,7	72,4	57,7	84,0
Computer fisso/portatile	35,0	28,8	19,6	10,8	6,1	19,4
Tablet	46,3	35,1	22,3	11,4	5,7	22,9
Console videogiochi	10,6	16,0	11,0	5,2	3,0	9,8
TV o dispositivo esterno	55,3	52,9	35,6	19,1	8,3	34,2
Da altra dotazione	0,7	0,4	0,4	0,2	0,0	0,4
<i>Possiedono il collegamento ad internet</i>	98,1	96,8	92,4	75,2	59,5	85,9
<i>Da computer fisso/portatile/tablet</i>	89,8	82,7	66,6	40,8	23,1	61,2
<i>Da computer fisso/portatile/tablet/smartphone</i>	97,8	96,3	92,1	74,1	58,2	85,2
<i>Solo con smartphone</i>	8,1	13,5	25,5	33,3	35,1	24,1
<i>Non possiedono il collegamento a internet</i>	1,9	3,2	7,6	24,8	40,5	14,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

2.6. Connessi, ma con quanti schermi?

Avere un collegamento ad internet efficace e avere in casa un supporto adatto a svolgere le attività a distanza può non essere stato sufficiente ad affrontare in tranquillità il *lockdown*, perché la pandemia ha costretto nelle case interi nuclei famigliari i cui componenti in molti casi hanno avuto la necessità di utilizzare contemporaneamente più dispositivi.

Ecco che allora la quota di famiglie che sono state sicuramente in grado di soddisfare questa esigenza scende a una famiglia ogni cinque, ovvero i 3 milioni e 300.000 nuclei (il 13,4% del totale) che hanno un Pc e/o tablet collegato ad internet per ciascun componente della famiglia, cui vanno sommati 1.600.000 nuclei che hanno addirittura più pc/tablet collegati rispetto ai componenti, per un totale di 4 milioni e 900.000 nuclei famigliari, pari al 20,2% del totale che sicuramente non hanno avuto carenza di schermi all'interno della propria abitazione e sono stati in grado di affrontare il *lockdown* con una dotazione soddisfacente (tab.19).

Ci sono, però, oltre 19 milioni di famiglie, pari a circa l'80% del totale, che qualche problema potrebbero averlo avuto: tra queste circa 10 milioni (il 41,0% delle famiglie italiane) hanno meno pc/tablet connessi rispetto ai componenti e 9 milioni e 400.000 (il 38,8%) non hanno nessun pc/tablet collegato e, nel migliore dei casi, hanno affrontato il *lockdown* con gli smartphone o, addirittura, senza nessuna possibilità di connettersi.

Tab. 19 - Pc (fissi e/o portatili)/tablet collegati a internet nelle famiglie italiane in relazione al numero di componenti, 2019 (v.a. in milioni e val.%)

<i>Pc/tablet collegati ad internet</i>	Famiglie (in milioni)	%
Un PC/tablet per ogni componente	3,3	13,4
Più PC/tablet rispetto ai componenti	1,6	6,8
Meno PC/tablet rispetto ai componenti	9,9	41,0
Nessun PC/tablet	9,4	38,8
Totale famiglie	24,3	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Ancora una volta il livello socio-economico di appartenenza della famiglia determina un forte distanziamento: basti pensare che ben il 76,9% delle famiglie di livello basso non hanno a casa nemmeno un computer/tablet collegato, mentre la quota media è del 38,8% e tra le famiglie di fascia alta è del 10,2% (tab.20). Del resto, solo il 10,5% dei nuclei di livello socio-economico basso hanno uno o più pc e/o tablet collegati per ogni componente, contro una media Italia del 20,2% e il 33,0% dei nuclei di fascia alta.

Tab. 20 - Pc (fissi e/o portatili)/tablet collegati a internet nelle famiglie italiane per componenti e livello socio-economico della famiglia, 2019 (val.%)

<i>Pc/tablet collegati ad internet</i>	Fascia Alta	Fascia Medio- alta	Fascia Media	Fascia Medio- bassa	Fascia Bassa	Totale
Un pc/tablet per ogni componente	19,0	14,1	13,4	14,0	8,0	13,4
Più pc/tablet rispetto ai componenti	14,0	9,3	6,4	4,1	2,5	6,8
Meno pc/tablet rispetto ai componenti	56,8	59,3	46,7	22,7	12,6	41,0
Nessun pc/tablet	10,2	17,3	33,4	59,2	76,9	38,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Se si circoscrive l'analisi ai 16 milioni di nuclei famigliari (il 65,8% del totale) che hanno al proprio interno almeno uno studente o un lavoratore, ovvero quelle categorie che sono state chiamate in prima linea dalla didattica a distanza e dallo *smart working* durante e dopo il *lockdown*, si ha

una situazione decisamente migliore, con la crescita delle famiglie che sicuramente sono state in grado di fronteggiare l'emergenza, che salgono al 40,0% del totale (25,8% con un pc/tablet collegato ad internet per ogni componente e 14,2% con più pc/tablet rispetto ai componenti), e di quelle che probabilmente si sono riuscite ad organizzare (35,1% del totale), ma si hanno comunque 4 milioni di famiglie (una ogni quattro) che non hanno neppure un pc/tablet collegato, e di queste 300.000 non possiedono neppure una connessione ad internet (tab.21).

Tab. 21 - Pc (fissi e/o portatili)/tablet collegati a internet nelle famiglie italiane per presenza occupati e/o studenti, 2019 (v.a. in milioni e val.%)

<i>Pc/tablet collegati ad internet</i>	Famiglie. con almeno un occupato/studente (in milioni)	per 100 famiglie con almeno un occupato/studente
Un PC/tablet per ogni componente	4,1	25,8
Più PC/tablet rispetto ai componenti	2,3	14,2
Meno PC/tablet rispetto ai componenti	5,6	35,1
Nessun PC/tablet	4,0	24,9
Totale famiglie con occupati/studenti	16,0	100,0
<i>Famiglie con occupati/studenti che non dispongono di collegamento ad internet</i>	0,3	2,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

2.7. Aria condizionata: un altro ingrediente della vita digitale

Le nostre case non sono solo affollate di schermi grandi e piccoli che offrono diverse possibilità di connessione con l'esterno e di fruizione di programmi e contenuti, ma sono anche piene di mobili, elettrodomestici, suppellettili, che definiscono come siamo e come stiamo cambiando.

La rilevazione di base Auditel offre alcuni spunti anche per rilevare verso quali beni durevoli si stanno orientando i consumi degli italiani, confermando la centralità delle nuove tecnologie e del collegamento ad internet, per cui (tab.22):

- la telefonia mobile ha definitivamente soppiantato quella fissa, al punto che le famiglie che possiedono una linea telefonica fissa sono solo il 51,2% del totale e si sono ridotte del 13,6% negli ultimi due anni. Quota che scende al 26,3% nelle case dove il capofamiglia ha meno di 44 anni di età (tab.23);
- aumentano le famiglie che si dotano di una linea fissa solo dati per perfezionare e rendere più efficace l'accesso ad internet, che sono il 19,5% del totale, in crescita del 46,8% dal 2017 ad oggi. Su questa crescita pesano fortemente le scelte d'acquisto dei nuclei famigliari più giovani, dove il capofamiglia ha meno di 44 anni e la linea per l'accesso ad internet è presente nel 38,0% delle case;
- videocamere e macchine fotografiche digitali (possedute, rispettivamente dal 5,5% e dal 14,8% dei nuclei famigliari) sono in calo, soppiantate nelle loro funzioni dagli smartphone, ma anche da un concetto di fotografia che si trasforma e vede prevalere il selfie sulla foto di gruppo, con l'esaltazione di se stesso come soggetto da fotografare;
- sono stabili le abitazioni in cui si trovano consolle video giochi-possedute dall'11,1% dei nuclei famigliari, con una forte differenziazione in base all'età del capofamiglia, per cui si va dal 19,4% del totale nelle famiglie guidate da un under 44 all'1,9% in quelle con a capo un over 65enne), mentre crescono, pur rimanendo residuali i sistemi Home Theater, posseduti dal 4,0% del totale delle famiglie;

- crescono i nuclei in cui c'è una lavastoviglie, che sono il 52,0% del totale, quando erano il 44,9% nel 2017. Nei nuclei con capofamiglia che ha tra i 45 e i 64 anni la presenza di lavastoviglie sale al 57,6%;
- forte l'aumento delle vasche idromassaggio, possedute dal 9,2% dei nuclei familiari. Si tratta di un valore alto, che testimonia come sia sempre più diffusa la consapevolezza dei benefici fisici e psichici che possono derivare dall'utilizzo di questi beni, a prescindere dall'età.

Ma c'è un bene di consumo che un tempo era ritenuto un lusso e che oggi – complici i cambiamenti climatici, la globalizzazione e anche la nuova vita digitale che ci richiede di trascorrere sempre più tempo all'interno delle mura domestiche - è entrato a far parte della quotidianità, come una commodity di cui non si può fare a meno: si tratta dell'impianto di aria condizionata, che ormai possiede il 34,1% delle famiglie italiane (erano il 29,7% nel 2017), con una penetrazione trasversale, che supera il 30,0% anche nelle famiglie di anziani.

Tab. 22 - Dotazioni di alcuni beni nelle famiglie italiane, 2019 (val.% e var% 2017-2019)

<i>Beni posseduti</i>	Famiglie (val%)	var.% 2017-2019
Linea telefonica fissa	51,2	-13,6
Forno a microonde	52,8	-0,7
Lavastoviglie	52,0	15,2
Impianto di aria condizionata	34,1	14,5
Macchina fotografica digitale	14,8	-32,6
Linea fissa solo dati	19,5	46,8
Consolle videogiochi	11,1	0,7
Videocamera digitale	5,5	-15,0
Vasca idromassaggio	9,2	85,2
Sistema Home Theater	4,0	12,6

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Tab. 23 - Dotazioni di alcuni beni nelle famiglie italiane, per età del capofamiglia, 2019
(val.%)

<i>Beni posseduti</i>	Età capofamiglia			Totale famiglie (%)
	18-44 anni (%)	45-64 anni (%)	65 anni ed oltre (%)	
Linea telefonica fissa	26,3	51,4	66,5	51,2
Forno a microonde	57,9	57,1	44,9	52,8
Lavastoviglie	54,5	57,6	44,3	52,0
Impianto di aria condizionata	34,7	36,2	31,4	34,1
Macchina fotografica digitale	18,9	18,3	8,5	14,8
Linea fissa solo dati	38,0	21,5	5,8	19,5
Consolle videogiochi	19,4	14,7	1,9	11,1
Videocamera digitale	6,6	7,6	2,6	5,5
Vasca idromassaggio	9,2	10,0	8,2	9,2
Sistema Home Theater	5,5	5,3	1,5	4,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Naturalmente tra le famiglie più abbienti cresce, e addirittura arriva a maggioranza (51,4%), la quota di quanti hanno in casa l'aria condizionata e la percentuale si riduce via via che diminuisce la capacità di spesa; ma i condizionatori sono diffusi anche nelle abitazioni delle famiglie con un reddito medio (33,8%) e medio basso (27,8% del totale) e, addirittura, sono entrati a far parte delle dotazioni anche del 18,6% dei nuclei che hanno un reddito basso (tab.24).

Per il resto, tutti i beni considerati, tanto quelli i cui consumi sono in crescita, quanto quelli che sono in diminuzione, sono più diffusi nelle famiglie più ricche e diminuiscono via via che si riduce il livello socio-economico e la possibilità di spesa, con le famiglie povere che si caratterizzano per una dotazione ridotta al minimo. Basti pensare che:

- l'84,7% dei nuclei famigliari più ricchi e il 73,3% di quelli medio-ricchi hanno in casa una lavastoviglie, contro il 14,8% di quelli più poveri;
- il 71,6% di chi si trova in fascia alta ha un forno a microonde, presente tra il 26,7% di chi è in fascia bassa;

- il 70,7% delle famiglie di livello alto ha in casa un telefono fisso, contro il 41,8% di quelle di livello basso;
- il 17,4% dei più ricchi ha in casa una vasca idromassaggio, contro il 3,5% dei più poveri;
- il sistema home theatre è presente nelle abitazioni del 7,6% di chi vanta un livello socioeconomico alto e nello 0,4% di quelli che hanno reddito basso.

Fa eccezione la linea fissa solo dati, più presente nelle famiglie che hanno capacità di spesa medio-alta (25%) e media (22,5%), rispetto a chi ha un'alta capacità di spesa.

Tab. 24 - Dotazioni di alcuni beni nelle famiglie italiane per livello socioeconomico della famiglia, 2019 (val%)

<i>Beni posseduti</i>	Fascia Alta	Fascia Medio-alta	Fascia Media	Fascia Medio-bassa	Fascia Bassa	Totale
Linea telefonica fissa	70,7	58,4	48,7	45,2	41,8	51,2
Forno a microonde	71,6	66,8	54,7	43,6	26,7	52,8
Lavastoviglie	84,7	73,3	53,3	37,1	14,8	52,0
Impianto di aria condizionata	51,4	42,7	33,8	27,8	18,6	34,1
Macchina fotografica digitale	28,1	22,5	14,6	8,1	3,8	14,8
Linea fissa solo dati	20,3	25,0	22,5	16,2	7,6	19,5
Consolle videogiochi	12,0	17,9	12,5	5,8	3,6	11,1
Videocamera digitale	10,8	8,6	5,3	2,9	1,2	5,5
Vasca idromassaggio	17,4	13,9	8,6	5,0	3,5	9,2
Sistema Home Theater	7,6	6,7	3,6	2,4	0,4	4,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

3. IL BALZO IN AVANTI NELLA VITA DIGITALE DURANTE IL LOCKDOWN

L'epidemia globale ha esaltato le potenzialità insite nelle nuove tecnologie di connettere chiunque e in ogni luogo e di poter svolgere le attività *in remote*, mettendo in minoranza tutti quelli che sostenevano che i device esaltano la soggettività e distruggono la relazionalità intra familiare e dimostrando che le nuove tecnologie di rete hanno permesso a milioni di persone chiuse dentro le loro abitazioni di continuare a condurre una vita normale, svolgendo a distanza le attività di studio, il lavoro, il tempo libero. Passata la fase dell'emergenza, l'epidemia non si è esaurita, e molti italiani continuano a praticare il distanziamento sociale svolgendo le loro attività di studio, lavoro, svago all'interno delle mura domestiche.

Stare a casa ma condurre una vita normale: quello che sembrava impossibile fino al giorno prima è diventato la realtà per milioni di italiani che, a partire dal 9 marzo, si sono cimentati, spesso per la prima volta, con un utilizzo evoluto delle nuove tecnologie e hanno preso atto che con il digitale si possono svolgere a distanza le più diverse attività, e si può perfino vincere la solitudine e la paura del contagio.

Per avere un'idea dell'accelerazione che ha imposto il *lockdown* alla vita digitale degli italiani, si pensi che 11 milioni e 800.000 famiglie, pari al 48,6% del totale, in cui vivono 32 milioni e 800.000 individui, pari al 54,3% degli italiani, ha svolto almeno un'attività on line e per 8 milioni e 200.000 famiglie (il 33,7% del totale) dove vivono 24 milioni e 300.000 individui (40,3% degli italiani) era la prima volta (tab.25).

Tante le attività svolte da casa, con alcune delle quali le famiglie italiane avevano già una certa familiarità: i più frequenti sono stati gli acquisti on line di prodotti non alimentari, che hanno interessato il 31,7% delle famiglie italiane: si tratta di una modalità di acquisto che era già largamente diffusa prima della chiusura (il 27,3% delle famiglie aveva già acquistato prodotti on line) e che è stata praticata con maggiore frequenza ed intensità. Diverso il caso dei prodotti alimentari, acquistati in rete dall'11,5% delle famiglie, che hanno preferito evitare di uscire per fare la spesa, e che nel 7,0% dei casi lo facevano per la prima volta.

Fondamentale, per dare un sapore di normalità alla nuova vita dentro casa è stata la possibilità di svolgere le attività di studio e di lavoro a distanza: il 20,8% delle famiglie italiane ha avuto al proprio interno almeno un componente che si è cimentato nelle attività di studio a distanza (e per il

15,2% era la prima volta) e il 17,5% ha avuto almeno un componente che ha praticato lo *smart working* (per l'11,3% era la prima volta).

Importante è stato l'on line anche per mantenere la relazionalità con amici e parenti: il 19,8% delle famiglie italiane (per il 7,8% era la prima volta) ha svolto attività di relazione interpersonale: non solo videochiamate, ma anche aperitivi, incontri, party, affollando piattaforme che fino a prima del *lockdown* erano state relegate ad un uso limitato e professionale.

Sempre alla sfera dello svago si può far risalire quel 4,2% di famiglie che sono state impegnate in attività sportive (l'2,9% lo faceva per la prima volta) e il 7,3% (per il 2,5% era la prima volta) che, stanche di cucinare e impossibilitate ad andare al ristorante, hanno utilizzato i servizi di *food delivery*.

Tab. 25 - Attività svolte on line dalle famiglie durante il *lockdown*, 2020 (*) (val.%)

Attività	Famiglie		di cui: per la prima volta	
	(in milioni)	%	(in milioni)	%
Acquisti on line di altri prodotti	7,7	31,7	1,0	4,4
Formazione/scuola/università a distanza	5,0	20,8	3,7	15,2
Relazioni personali/aperitivi/incontri on line	4,8	19,8	1,9	7,8
Smart working	4,2	17,5	2,7	11,3
Spesa prodotti alimentari on line	2,8	11,5	1,7	7,0
Servizi di food delivery (Just eat, deliveroo, singoli esercenti)	1,8	7,3	0,6	2,5
Sport/yoga/danza on line	1,0	4,2	0,7	2,9
Famiglie che hanno svolto almeno un'attività svolta on line	11,8	48,6	8,2	33,7
<i>Individui che vivono in famiglie che hanno svolto almeno un'attività on line</i>	32,8	54,3	24,3	40,3

(*) I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il *lockdown*

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Forte la differenziazione nella partecipazione alla vita digitale delle famiglie in base alla circoscrizione geografica di residenza, per cui si va dal 57,9% del totale dei nuclei familiari del Nord ovest, al 53,2% nel Nord est, al 49,6% al Centro, al 37,6% del Sud e isole, con l'unica eccezione delle attività di studio e formazione, che hanno interessato una quota del 20,3% di famiglie residenti nel Sud e isole, vicine alla media nazionale.

Nonostante le difficoltà iniziali, la stragrande maggioranza delle famiglie che si sono cimentate in attività on line si dichiara soddisfatta di quello che è riuscita a fare: in particolare il 77,0% delle famiglie che ha effettuato *smart working* è completamente soddisfatta del lavoro da casa e solo il 2,1% del tutto insoddisfatta, e il 72,1% di quelle che hanno partecipato ad attività di formazione a distanza danno un giudizio del tutto positivo, mentre il 6% ne dà un giudizio completamente negativo (fig.1).

Fig. 1 - Giudizio delle famiglie che hanno effettuato attività on line durante il lockdown sulle attività svolte, 2020 (*) (%)



(*) I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il *lockdown*

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Lo stress tecnologico cui sono state sottoposte le famiglie italiane in termini di quantità, frequenza ed intensità delle attività da svolgere on line, in alcuni casi le ha messe di fronte all'inadeguatezza del "parco macchine" disponibile e alla necessità di dotarsi di supporti più adatti per rispondere

alle domande di connessione ed integrazione che venivano da più parti. Complessivamente 1.295.000 famiglie, pari al 5,3% del totale, hanno deciso durante il *lockdown* di acquistare un device (2,4%) o lo hanno effettivamente acquistato (2,9%) (tab.26).

Tab. 26 - Acquisti e decisioni di acquisto di device (*) da parte delle famiglie italiane durante il *lockdown*, 2020 (val.%)

<i>Famiglie</i>	v.a.	%
Hanno acquistato almeno un device	709.000	2,9
Hanno deciso di acquistare ma non hanno ancora effettuato l'acquisto di un device	586.000	2,4
Totale	1.295.000	5,3

(*) Comprende il pc fisso o portatile, il tablet, lo smartphone, stampante e smart tv.

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

4. FRUIZIONI. COSA È RIMASTO DOPO IL LOCKDOWN

Il *lockdown* ha rappresentato un formidabile acceleratore di innovazione per le famiglie italiane, spingendo anche quelle che erano rimaste più indietro a dotarsi di una connessione internet quanto più veloce ed efficiente, che le rendesse in grado di svolgere quante più possibile attività a distanza. I dati parziali a luglio 2020 della rilevazione di base Auditel confermano che molte delle nuove abitudini sono entrate ormai a far parte della vita normale degli italiani, con un impatto determinante anche sui consumi audio e video.

4.1. La rivincita dei device tradizionali

Nei mesi successivi al confinamento domestico prosegue l'accelerazione verso la vita digitale degli italiani e crescono sia il numero delle famiglie che possiedono il collegamento ad internet, sia la frequenza dei collegamenti, sia-soprattutto- l'utilizzo dei device che consentono attività più durature e complesse.

Nel 2020 le famiglie che possiedono un collegamento ad internet sono salite all'88,4% del totale e quelle che possiedono la banda larga su rete fissa sono il 56,0% (tab.27).

Tab. 27 - Famiglie per presenza di collegamento a internet e di banda larga su rete fissa, 2020 (*) (v.a. in milioni, val.% e var.% 2019-2020)

<i>Famiglie</i>	v.a. (in milioni)	%	var.% 2019-2020
Possiedono collegamento internet	21,4	88,4	2,7
Possiedono la banda larga su rete fissa	13,6	56,0	1,4
Totale famiglie italiane	24,3	100,0	-0,2

(*) I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il *lockdown*

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Naturalmente non tutti i componenti del nucleo familiare utilizzano il collegamento e, soprattutto non tutti si collegano con la stessa frequenza.

Ebbene: i dati relativi alle fruizioni individuali testimoniano come dopo il *lockdown* sia cresciuto il numero di individui collegati, ma, soprattutto, sia in crescita la frequenza dei collegamenti.

47 milioni e 200.000 italiani, pari all'80,6% della popolazione con più di 4 anni dichiara di essersi collegato ad internet almeno una volta nel corso del 2020, con un aumento del 2,4% rispetto al 2019; mentre 42 milioni e 200.000 italiani, pari al 72,1% della popolazione con più di quattro anni, si connettono tutti i giorni ad internet: lo scorso anno erano 40 milioni e 400.000 e sono cresciuti del 4,4% (tab.28).

Si tratta di un uso intensivo e più frequente di internet, in larga parte determinato dal protrarsi delle attività *in remote*, e che ha un risvolto in termini di tipologia, quantità delle attività realizzate e, soprattutto di device utilizzati, segnando una rivincita di quella tradizionali.

40 milioni e 600.000 italiani (il 69,4% degli individui con più di 4 anni) si collegano ogni giorno ad internet tramite smartphone, per un totale di circa 42 milioni di individui collegati, in crescita del 4,2% dal 2019 ad oggi. A questo uso, per lo più legato ad un utilizzo ludico e relazionale, fatto di scambi di video e messaggi, si aggiunge un utilizzo più legato alla necessità di proseguire le attività di studio e di lavoro a distanza o, comunque, alla possibilità di fruire per più tempo di contenuti della programmazione audio e video.

All'indomani del *lockdown* il pc portatile è utilizzato da 14 milioni 500.000 di italiani, pari al 24,7% della popolazione con più di 4 anni, con una crescita del 47,5% rispetto al 2019, quando si connettevano con pc portatile 9 milioni e 800.000 italiani; 6 milioni e 400.000 individui si connettono giornalmente con il tablet (nel 2019 erano 5 milioni e 200.000, e sono cresciuti del 23,9%) e 5 milioni e 100.000 si connettono ogni giorno con pc fissi, cresciuti del 23,4%.

Il risultato è che ogni giorno 19 milioni e 200.000 italiani si connettono con più di un device, e sono cresciuti del 35,5% rispetto al 2019.

Tab. 28 - Italiani con più di 4 anni che si sono collegati almeno una volta e negli ultimi due giorni ad internet, per device utilizzato, 2020 (*) (v.a. val% e var% 2019-2020)

<i>Italiani con più di 4 anni</i>	v.a. (in milioni)	%	var.% 2019-2020
<i>Si sono collegati almeno una volta</i>	47,2	80,6	2,4
<i>Si sono collegati almeno una volta negli ultimi due giorni con almeno un device</i>	42,2	72,1	4,4
<i>di cui:</i>			
-Smartphone	40,6	69,4	4,2
-Pc portatile	14,5	24,7	47,5
-Tablet	6,4	10,9	23,9
-Pc fisso	5,1	8,7	23,4
<i>Si sono collegati almeno una volta negli ultimi due giorni con almeno due device</i>	19,2	32,9	35,5

(*)I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il lockdown

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

Se internet sta diventando una necessità per tutti, c'è ormai un'intera generazione che è nata ed è cresciuta con internet, e che considera la connettività come un bisogno primario da soddisfare per relazionarsi con gli altri. All'interno di questa generazione le fruizioni di internet sono quotidiane, e in forte crescita dopo il *lockdown*.

I dati sulle fruizioni individuali rilevati attraverso l'indagine di base Auditel confermano come i maggiori utilizzatori di internet siano da ricercarsi negli adolescenti di età compresa tra gli 11 e i 17 anni: sono 3 milioni e 200.000, pari al 96,1% del totale, quelli che si collegano ad internet tutti i giorni, con una crescita del 10,7% nell'ultimo anno (tab.29). Meno numerosi, ma in forte aumento i bambini iperconnessi: sono un milione e 200.000, in aumento dell'11,8% nel 2020, a fronte di una crescita media in Italia che è del 2,4%.

Tab. 29 - Minori che si sono collegati almeno una volta negli ultimi due giorni ad internet, per classe di età, 2020 (*) (v.a. val.% e var.% 2019-2020)

<i>Minori</i>	v.a. (in milioni)	%	var.% 2019-2020
4-10 anni	1,2	26,4	11,8
11-17 anni	3,2	96,1	10,7
Totale minori 4-17 anni	4,4	56,2	11,0

(*)I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il *lockdown*

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

4.2. Le nuove abitudini di consumo audio-video

Avere un collegamento ad internet significa anche avere la possibilità di costruirsi un proprio palinsesto personalizzato, fatto di programmi e contenuti della tv tradizionale in modalità lineare oppure on demand, scaricabili dal web gratuitamente o a pagamento, seguiti in qualsiasi momento della giornata su schermi diversi dal televisore.

I dati sugli ascolti che sono stati ampiamente diffusi negli scorsi mesi testimoniano di come il confinamento nelle case abbia portato ad un'impennata di tutti i consumi audio e video, gratuiti e a pagamento, on e off line.

Resta da capire che cosa rimarrà nelle abitudini e nei comportamenti degli italiani adesso che, passata la pausa estiva e mantenute molte delle attività di studio e di lavoro a distanza, è presumibile che molti trascorrano comunque più tempo a casa.

I dati della rilevazione di base al 2019 fotografano un ascolto sempre più dinamico sia nei device utilizzati che nei contenuti seguiti, già prima dell'epidemia sanitaria: erano quasi 6 milioni (il 10% del totale) gli italiani che nel 2019 si connettevano ad internet -almeno ogni tanto- per seguire su altri schermi programmi tv lineari che vanno in onda in contemporanea sulla tv tradizionale, in crescita del 2,9% nell'ultimo anno (tab.30). Cresce, in particolare, l'utilizzo del cellulare come supporto attraverso il quale quattro milioni di italiani seguono la programmazione televisiva (+28,0% nell'ultimo anno); ci sono poi circa due milioni di italiani che utilizzano il pc, fisso o portatile (-19,0%) e un milione e trecentomila che guarda la programmazione televisiva in onda in quel momento su tablet.

Tab. 30 - Italiani con più di 4 anni che si connettono ad internet per guardare programmi televisivi lineari che vanno in onda sulla tv tradizionale, 2019 (v.a in milioni, val. %, e var.% 2018-2019)

<i>Guardano su internet programmi Tv lineari che vanno in onda sulla tv tradizionale</i>	Italiani con più di 4 anni		
	v.a. (in milioni)	%	var% 2018-2019
<i>Frequenza</i>			
Almeno ogni tanto	5,8	10,0	2,9
<i>Device utilizzato per vedere programmi Tv su internet</i>			
PC (fisso e/o portatile)	1,9	3,3	-19,0
Tablet	1,3	2,3	2,0
Cellulare/smartphone	4,0	6,8	28,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel

A coloro che usano indifferentemente qualsiasi schermo per seguire il palinsesto televisivo tradizionale, si affiancano quelli che navigano nella rete, da smart tv o altro device, alla ricerca di contenuti on-demand, costruendo un personale palinsesto.

Le anticipazioni sui dati delle fruizioni al 2020, relative a coloro che guardano contenuti video in streaming utilizzando siti specifici, a pagamento o gratuiti, attestano l'esplosione della domanda, cresciuta del 7,4% nei primi mesi del 2020, con 17 milioni e 400.000 italiani che utilizzano questa modalità di fruizione, e soprattutto con 11 milioni e 300.000 che lo fanno di frequente (+26,5% rispetto al 2019) (tab.31).

Tab. 31 - Italiani con più di 4 anni che guardano contenuti video utilizzando servizi/siti specifici tramite un qualsiasi dispositivo connesso ad internet, 2020 (*) (v.a. in milioni, val. % e var.% 2019-2020)

<i>Attività</i>	Italiani con più di 4 anni		
	v.a. (in milioni)	%	var.% 2019-2020
Hanno guardato almeno una volta contenuti video utilizzando almeno uno dei servizi/siti specifici tramite un qualsiasi dispositivo connesso ad internet	17,4	29,7	7,4
<i>di cui, hanno guardato più volte in una settimana</i>	11,3	19,3	26,5

(*) I dati del 2020 sono tratti dalla prima media mobile parziale realizzata dopo il *lockdown*

Fonte: elaborazione Censis su dati Auditel