



ITALIANE, 4 ISTANTANEE PER UN RITRATTO

©Eurispes
Documento non riproducibile integralmente

Roma, 8 marzo 2018

Introduzione

Donne motore dell'economia e della speranza, moderne, tecnologiche, connesse alla Rete e appassionate di social, attente al proprio aspetto fisico e sempre più propense a inseguire la bellezza anche a costo di ricorrere al bisturi. Dopo un lungo e difficilissimo periodo di crisi, le abitudini di consumo delle donne hanno contribuito a ridare fiducia ad un'economia rimasta per molto tempo in difficoltà.

In occasione dell'8 marzo, l'Eurispes ha voluto realizzare un'indagine declinata al femminile, soffermandosi su alcune tematiche specifiche: i consumi, la bellezza, la tecnologia e il fenomeno della violenza di genere. In particolare, è stata analizzata una forma di violenza che negli ultimi ha trovato ampio spazio sui media anche a causa dei numerosi casi di cronaca registrati, lo stalking.

Violenza di genere e stalking

INTRODUZIONE

I casi di violenza contro le donne rappresentano un fenomeno particolarmente grave, che hanno un certo grado di diffusione all'interno del contesto sociale e che sempre più spesso si trovano sotto la lente di ingrandimento dell'opinione pubblica. Attraverso i media si viene quotidianamente a conoscenza di fatti di cronaca che delineano una escalation di comportamenti violenti che, non di rado, culminano in aggressioni fisiche o addirittura nell'omicidio della vittima. A questo proposito sempre più spesso si sente parlare di stalking, tanto da essere diventato l'argomento più frequentemente dibattuto quando si affronta il tema della violenza di genere.

Lo stalking si delinea come l'adozione di una serie di comportamenti intrusivi di tipo ossessivo che hanno una forte ricaduta in termini negativi nella sfera sensibile della vittima. Gli atteggiamenti dello stalker si scatenano solitamente in seguito a situazioni di rifiuto affettivo e a causa di manie di controllo sulla persona oggetto della sua ossessione.

La vittima designata è per lo stalker non sostituibile con un'altra, in quanto centro e origine delle sue ossessioni, che si autoalimentano in un circolo vizioso senza fine. I sentimenti di ansia e terrore della vittima non vengono avvertiti dal persecutore o, anche se percepiti, non rappresentano in ogni caso deterrenti al suo operato. Lo stalker manifesta infatti tipicamente nei confronti della donna che desidera una mancanza totale o una forma di distorcimento dell'empatia, che gli impediscono di declinare positivamente gli sforzi relazionali che mirano a raggiungerla.

La paura, il fastidio, il turbamento ed il senso di minaccia perenne della vittima rappresentano per lo stalker semplici tappe del percorso per il raggiungimento del suo scopo, che ha come coronamento l'unirsi all'oggetto del proprio desiderio. L'esigenza insopprimibile e la volontà incontrollabile di raggiungere le proprie mire da parte del persecutore rendono la vittima dello stalking – che è sempre nota allo stalker, e quindi in prossimità relazionale con lui – pericolosamente esposta e difficile da proteggere dalle attenzioni ossessive cui viene assoggettata.

A livello legislativo si è intervenuti con il Dl n. 11/2009 convertito con legge n. 38/2009 che ha introdotto nell'ordinamento penale italiano "Misure urgenti in materia di sicurezza pubblica e di contrasto alla violenza sessuale, nonché in tema

di atti persecutori”, che ha introdotto una nuova fattispecie di reato: lo stalking, appunto.

Nonostante, presso l’opinione pubblica è convinzione diffusa che i reati di violenza sulle donne siano in forte e costante aumento e che non vi siano strumenti sufficienti e sufficientemente adeguati per poter arginare un fenomeno in rapida e fortissima espansione.

I media utilizzano codici narrativi studiati ad hoc, volti a dare una precisa fisionomia allo stalking, che viene rappresentato quasi sempre come una vicenda passionale con una trama particolarmente tormentata di rifiuto, gelosia e senso di perdita irreparabile e inaccettabile, a cui si aggiungono un buon grado di sensazionalismo e di morbosità per i fatti di cronaca più toccanti e cruenti.

La larghissima diffusione di un così ampio numero di notizie legate a fatti di cronaca nera crea la necessità di interrogarsi se si tratti di un reale incremento dei casi di violenza di genere o di una più frequente emersione del fenomeno, grazie alla rottura del tabù che per lunghissimo tempo ha ingabbiato la possibilità di affrontare il tema della violenza sulle donne in una turris eburnea quasi impossibile da penetrare. Proprio in questo solco di indagine si inserisce l’analisi dell’Eurispes, per tentare di far luce su un tema fortemente dibattuto e di grandissima rilevanza sociale (e politica) su cui è doveroso riflettere con responsabilità e consapevolezza.

I RISULTATI DELL’INDAGINE

Secondo i dati emersi, la percezione tra la maggioranza delle intervistate è che negli ultimi due anni i casi di violenza nei confronti delle donne siano aumentati (81,1% del campione); secondo il 12,9% il numero dei casi di maltrattamenti è rimasto invariato e soltanto il 5,9% del campione ritiene che vi sia stata una diminuzione degli episodi di violenza.

TABELLA 1

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni

Anno 2018

Valori percentuali

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni:	%
Sono rimasti invariati	12,9
Sono aumentati	81,1
Sono diminuiti	5,9
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

La ripartizione del dato in relazione all'età mette in evidenza che è la fascia delle 45-64enni ad aver maturato una percezione più intensa dell'aggravarsi del fenomeno della violenza sulle donne negli ultimi due anni: l'83,4% del campione nutre il timore che casi di tale gravità siano aumentati, l'11,6% ritiene invece che, nel lasso di tempo considerato, episodi di questo genere non abbiano fatto registrare un incremento ed una minima parte, il 5%, pensa che si sia registrato un miglioramento e che i casi di violenza siano diminuiti.

L'indagine rivela che al diminuire dell'età si tende ad avere una diversa percezione della gravità del fenomeno della violenza sulle donne: pur continuando a dimostrare forte preoccupazione riguardo a questo delicatissimo argomento, si registra però un decremento tra coloro le quali ritengono che il fenomeno si sia inasprito negli ultimi tempi: la percentuale delle donne intervistate, appartenenti alla classe delle 35-44enni, che ritiene che negli ultimi anni vi sia stato un incremento di episodi di maltrattamenti ai danni delle donne fa registrare una flessione e si attesta al 78,5%; il 15% ritiene siano rimasti invariati e il 6,5% che siano diminuiti.

Le più giovani dimostrano di essere le meno pessimiste: nonostante la percentuale di coloro le quali ritengono che la situazione sia peggiorata si mantenga molto alta (il 75%), il 21,4% pensa invece che gli episodi di violenza siano rimasti invariati, dato sensibilmente più elevato rispetto a quello registrato tra le altre classi di età, pur non confortante. Il 3,6%, infine, stima che siano diminuiti.

È chiaro che da un'analisi di questo genere, nonostante la differente percezione, più o meno intensa, della gravità del fenomeno, emergono una generale fortissima inquietudine ed un profondo senso di preoccupazione delle donne per la propria incolumità.

TABELLA 2

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni... Per fasce d'età
Anno 2018
Valori percentuali

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni...	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sono rimasti invariati	21,4	13,9	15,0	11,6	9,0
Sono aumentati	75,0	79,7	78,5	83,4	81,1
Sono diminuiti	3,6	6,4	6,5	5,0	5,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Dallo scorporo del dato in base al titolo di studio emerge che sono soprattutto le donne con una formazione scolastica di livello medio-basso a percepire con maggiore intensità il senso di insicurezza: l'84,8% delle donne intervistate in possesso di licenza media ritiene che gli episodi di violenza negli ultimi due anni siano aumentati, opinione condivisa dall'82,9% delle donne che hanno conseguito al massimo la licenza elementare; tale percentuale scende all'80,1% tra le donne diplomate e al 78,7% tra coloro le quali hanno ricevuto un'istruzione universitaria o post-universitaria.

TABELLA 3

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni... Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

Secondo lei i casi di violenza nei confronti delle donne negli ultimi due anni...	Titolo di studio			
	Nessuno/licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Sono rimasti invariati	12,2	7,8	13,4	18,5
Sono aumentati	82,9	84,8	80,1	78,7
Sono diminuiti	4,9	7,6	6,5	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Per poter approfondire il tema della violenza sulle donne, attraverso la testimonianza dell'esperienza diretta delle vittime, il sondaggio ha voluto indagare su una particolare forma di comportamenti persecutori: lo stalking.

Fortunatamente, passando dal campo della semplice percezione della portata di un dato fenomeno – quale quello della violenza analizzato in questa sede – al piano della realtà, la situazione sembra essere meno drammatica: la violenza sulle donne viene infatti avvertita come un fenomeno in diffusione esponenziale (frutto probabilmente di risonanze mediatiche che procurano forte allarme sociale) ma dall'analisi dei dati emersi attraverso la testimonianza di persone rimaste realmente vittima di stalking si evince come la situazione sia di grado effettivamente più contenuto rispetto a quanto comunemente percepito. Bisogna sottolineare che lo stalking rappresenta solo una delle forme riconducibili sotto l'ampio spettro della violenza, ma può comunque essere considerato un buon rivelatore, pur nella sua parzialità, della situazione effettiva rispetto a quella avvertita.

Dai risultati dell'indagine emerge che il 12,6% delle donne intervistate ha subito nel corso della propria vita una serie di condotte vessatorie (minacce, molestie, atti lesivi) reiterate nel tempo.

TABELLA 4

Le è mai capitato di essere vittima di stalking (ossia vittima di una persona che l'ha perseguitata?)

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di essere vittima di stalking?	%
Sì	12,6
No	79,5
Non sa/non risponde	7,9
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Considerando soltanto il campione di donne che hanno risposto positivamente alla precedente domanda, la distribuzione del dato in relazione all'età rivela che sono le donne più giovani (18-24 anni) le vittime maggiormente colpite da atteggiamenti persecutori (19,6%), seguite dalle 25-34enni (19%). Le intervistate tra i 35 e i 44 anni dichiarano di essere state oggetto di comportamenti sgraditi ed intrusivi nell'8,4% dei casi, percentuale che sale al 10,4% tra le over 65 e che fa registrare un ulteriore incremento tra le 45-64enni (11,6%).

TABELLA 5

Le è mai capitato di essere vittima di stalking? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di essere vittima di stalking?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	19,6	19,0	8,4	11,6	10,4
No	76,8	78,5	83,2	77,9	80,6
Non sa/non risponde	11,4	2,5	8,4	10,5	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

La distribuzione del dato in relazione all'area geografica di appartenenza evidenzia una certa disomogeneità territoriale: la maggiore concentrazione di donne che hanno dichiarato di essere state vittime di stalking si ha nelle Isole (17,7%) e nel Nord-Est (17,1%). Nel Nord-Ovest la percentuale delle residenti che ha dichiarato di avere subito atti persecutori è del 12%, mentre nel Centro e nel Sud tale percentuale fa registrare una leggera diminuzione: rispettivamente il dato si attesta al 9,6% e al 9,5%.

TABELLA 6

Le è mai capitato di essere vittima di stalking? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di essere vittima di stalking?	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Sì	12,0	17,1	9,6	9,5	17,7
No	76,5	78,1	84,3	79,0	79,0
Non sa/non risponde	11,5	4,8	6,1	3,2	3,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Uno degli aspetti più interessanti è quello che emerge dallo scorporo del dato in base allo stato civile: sono le donne separate e divorziate a vivere più spesso la spiacevole condizione di vittima di stalking (26,3%): si può avanzare l'ipotesi che ciò avvenga, almeno in buona parte dei casi, a causa di ex mariti che non si rassegnano alla fine della relazione con la propria compagna di vita e che tentino, in modi non ortodossi, di riavvicinarsi fino al punto di perseguirla.

Una percentuale decisamente preoccupante si registra anche tra le conviventi e tra le donne nubili, vittime di stalking, rispettivamente, nel 21,3% e nel 16,8% dei casi. Le donne sposate e le vedove vivono invece una condizione migliore e dichiarano di avere subito atti vessatori in percentuale sensibilmente minore rispetto alle precedenti (8,5% e 2,2%).

TABELLA 7

Le è mai capitato di essere vittima di stalking? Per stato civile

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di essere vittima di stalking?	Stato civile				
	Nubile	Sposata	Vedova	Separata/divorziata	Convivente
Sì	16,8	8,5	2,2	26,3	21,3
No	78,6	82,3	88,9	63,2	72,1
Non sa/non risponde	4,6	9,2	8,9	10,5	6,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Analizzando più in profondità il fenomeno dello stalking, è necessario tracciare l'identikit dello stalker: nella maggioranza dei casi si tratta dell'ex partner (34,3%). Il 17,1% del campione ha dichiarato di avere avuto esperienze spiacevoli di questo genere con un conoscente, mentre nel 14,3% dei casi si è trattato di un/a collega. Anche le persone più vicine come i parenti e gli amici rivestono in buona percentuale (rispettivamente 11,4% e 10%) i panni dello

stalker, mentre il partner rappresenta la persona che meno spesso (4,3% dei casi) si macchia di delitti di questo tipo.

TABELLA 8

Chi era lo stalker?

Anno 2018

Valori percentuali

Chi era lo stalker?	%
Partner	4,3
Ex partner	34,3
Amica/o	10,0
Collega	14,3
Conoscente	17,1
Parente	11,4
Altro	7,1
Non sa/non risponde	1,4
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

La ripartizione del dato in base alla classe d'età rivela che è la fascia delle 25-34enni quella che maggiormente vive situazioni di sopruso e viene perseguitata dal proprio ex partner (46,7%), seguita dalla fascia delle 45-64enni (38,1%) e da quelle delle 18-24enni (36,4%). Sempre per la fascia delle 25-34enni i colleghi rappresentano una minaccia maggiore rispetto alle donne di altre età (20%), mentre per la fascia delle 35-44enni il pericolo più grande arriva dai conoscenti (nel 44,4% dei casi). Per le over 65, invece, lo stalker si cela più spesso tra i colleghi ed i parenti (21,4% in entrambi i casi).

TABELLA 9

Chi era lo stalker? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Chi era lo stalker?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Partner	18,2	0,0	0,0	0,0	7,1
Ex partner	36,4	46,7	33,3	38,1	14,3
Amica/o	18,2	13,3	0,0	9,5	7,1
Collega	0,0	20,0	11,1	14,3	21,4
Conoscente	9,1	13,3	44,4	19,0	7,1
Parente	9,1	0,0	11,1	14,3	21,4
Altro	0,0	6,7	0,0	4,9	21,4
Non sa/non risponde	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Un altro dato interessante emerge dallo scorporo del dato in base alla tipologia familiare, in quanto questo delinea una forte disomogeneità in relazione al tipo di nucleo a cui le intervistate appartengono: sono soprattutto le donne che vivono in coppia e non hanno figli a vivere con maggiore frequenza la spiacevole esperienza dello stalking a causa del proprio ex partner (57,1%), tale percentuale scende al 38,5% tra le donne che vivono da sole e al 25,8% tra le donne che vivono in coppia ed hanno prole. La figura del parente veste i panni del persecutore nel 23,1% dei casi in cui si sono verificati episodi di stalking a danno di donne sole e nel 16,1% di donne in coppia con figli.

TABELLA 10

Chi era lo stalker? Per tipologia familiare

Anno 2018

Valori percentuali

Chi era lo stalker?	Tipologia familiare			
	Persona che vive da sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Monogenitore/altra tipologia
Partner	0,0	14,3	0,0	10,5
Ex partner	38,5	57,1	25,8	36,8
Amico/a	7,7	0,0	16,1	5,3
Collega	7,7	28,6	16,1	10,5
Conoscente	7,7	0,0	22,6	21,1
Parente	23,1	0,0	16,1	0,0
Altro	7,7	0,0	3,2	15,8
Non sa/non risponde	7,7	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

L'indagine Eurispes ha voluto indagare su quali siano i comportamenti, tra quelli che possono essere definiti come stalking, che si riscontrano più frequentemente: lo stalker, attraverso una serie di azioni, esercita una forte pressione psicologica, tale da provocare nella vittima uno stato di ansia e di paura, alterandone o minacciandone l'integrità psico-fisica.

Si può stilare una classifica delle condotte ritenute sgradevoli, intrusive o minacciose da parte delle intervistate: telefonate e messaggi ripetuti (71,4%); insulti ripetuti 58,6%; diffusione di affermazioni diffamatorie/oltraggiose (48,6%); appostamenti/pedinamenti e minacce ripetute (40%); danni alla proprietà 22,9%; aggressioni fisiche 17,1%; molestie rivolte alla famiglia o agli animali della vittima (17,1%). Dall'analisi del dato emerge come, fortunatamente, nella maggioranza dei casi lo stalker si limiti ad aggressioni di tipo verbale e solo in misura minore decida di passare alle vie di fatto attraverso violenze di tipo fisico a danni di cose e persone. Tale risultato non deve però confortare, in quanto ci si

trova, per entrambe le tipologie di condotte, di fronte a percentuali intollerabilmente alte.

TABELLA 11

Ha subito i seguenti comportamenti di stalking?

Anno 2018

Valori percentuali

Ha subito i seguenti comportamenti di stalking?	Risposte	
	Si	No
Appostamenti/pedinamenti	40,0	60,0
		Totale
		100,0
Telefonate e messaggi ripetuti	71,4	28,6
		Totale
		100,0
Minacce ripetute	40,0	60,0
		Totale
		100,0
Insulti ripetuti	58,6	41,4
		Totale
		100,0
Aggressioni fisiche	17,1	82,9
		Totale
		100,0
Danni alle mie proprietà	22,9	77,1
		Totale
		100,0
Diffusione di affermazioni diffamatorie/oltraggiose sul mio conto	48,6	51,4
		Totale
		100,0
Molestie ai miei cari (persone o animali)	17,1	82,9
		Totale
		100,0

Fonte: Eurispes.

Per quanto riguarda gli appostamenti e pedinamenti, scorporando il dato in base alle fasce d'età, emerge che sono soprattutto le 18-24enni e le 45-64enni ad aver subito con maggiore frequenza condotte persecutorie di questo tipo (rispettivamente nel 54,5% e nel 52,4% dei casi), mentre le over 65 e le 35-44enni hanno vissuto questa spiacevole esperienza nel 21,4% e nel 22,2% dei casi.

TABELLA 12

[Appostamenti/pedinamenti] Ha subito i seguenti comportamenti di stalking? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Appostamenti/pedinamenti	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	54,5	40,0	22,2	52,4	21,4
No	45,5	60,0	77,8	47,6	78,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Le telefonate e i messaggi ripetuti rappresentano, come rilevato poco sopra, i mezzi preferiti dagli stalker per mettere in atto la propria attività persecutoria. Tale fenomeno assume proporzioni a dir poco preoccupanti soprattutto tra le 18-24enni, le quali dichiarano di essere state vittime di atteggiamenti di questo tipo nel 90,9% dei casi; tale percentuale è di poco inferiore tra le 25-34enni (86,7%), mentre fa registrare un sensibile calo, pur rimanendo su livelli di criticità, nella fascia d'età compresa tra i 35 e i 44 anni (44,4%).

TABELLA 13

[Telefonate e messaggi ripetuti] Ha subito i seguenti comportamenti di stalking? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Telefonate e messaggi ripetuti	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	90,9	86,7	44,4	76,2	50,0
No	9,1	13,3	55,6	23,8	50,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

La ripartizione del dato per area geografica denota una sensibile disomogeneità territoriale per quanto riguarda lo specifico fenomeno delle minacce ripetute: mentre pare essere quasi assente nel Sud (solo l'8,3% delle intervistate ha dichiarato di averne mai ricevuto), pare essere invece fortemente diffuso nel Nord-Est e nelle Isole: rispettivamente il 55,6% il 63,6% delle donne ha infatti risposto affermativamente alla domanda se fossero mai rimaste vittime di azioni di stalking di questo genere.

TABELLA 14

[Minacce ripetute] Ha subito i seguenti comportamenti di stalking? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Minacce ripetute?	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Sì	33,3	55,6	36,4	8,3	63,6
No	66,7	44,4	63,6	91,7	36,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Il comportamento più odioso tra quelli riconducibili sotto la sfera dello stalking, ossia le aggressioni fisiche, che già di per sé rappresenta una triste realtà, lo diventa ancor di più se si considera che sembra essere l'atteggiamento più diffuso soprattutto ai danni delle donne più anziane: ben il 28,6% delle over65 ha infatti dichiarato di essere stato vittima di violenza. Una percentuale molto alta (20%) la si registra anche tra le 25-34enni, mentre la fascia meno colpita sembra essere quella delle 18-24enni (9,1%).

TABELLA 15

[Aggressioni fisiche] Ha subito i seguenti comportamenti di stalking? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Aggressioni fisiche	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	9,1	20,0	11,1	14,3	28,6
No	90,9	80,0	88,9	85,7	71,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Un altro aspetto importante per analizzare e tentare di raccogliere tutti i tasselli necessari per giungere ad una più piena comprensione del fenomeno dello stalking è rappresentato dalla raccolta non solo delle testimonianze dirette, ma anche di quelle indirette. Tra tutte le donne intervistate ben il 32,5% ha avuto modo di conoscere qualcuno vittima di stalking: si tratta di una percentuale pari quasi al triplo di quella delle donne che hanno avuto esperienza in prima persona di accadimenti di questo tipo.

TABELLA 16

Le è mai capitato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking?

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking?	%
Sì	32,5
No	67,5
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

La ripartizione in base alle fasce d'età rivela che sono le ragazze più giovani (18-24enni) a portare la testimonianza più importante in merito a questo tema: ben il 46,4% delle intervistate ha infatti dichiarato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking. Comparando il dato con quello relativo alle testimonianze di ragazze appartenenti alla stessa classe di età che hanno subito personalmente atti persecutori, emerge come sia questa la fascia più a rischio di tali comportamenti delittuosi.

Le donne 25-34enni seguono a breve distanza: nel 40,5% dei casi hanno dichiarato infatti di essere in contatto con persone che hanno vissuto la drammatica esperienza dello stalking.

All'aumentare dell'età diminuisce invece la frequenza delle testimonianze indirette per episodi di questo genere: 32,7% nel caso delle 35-44enni; 28,2% nel caso delle 45-64enni e 27,6% per la fascia delle over 65.

TABELLA 17

Le è mai capitato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Le è mai capitato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	46,4	40,5	32,7	28,2	27,6
No	53,6	59,5	67,3	71,8	72,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Scorpondo il dato in base allo stato civile risulta che sono soprattutto le conviventi (42,6%) e le donne nubili (38,9%) ad avere avuto più frequentemente esperienza di incontro con persone vittima di stalking. Nel caso delle donne sposate e delle separate o divorziate casualità di questo tipo sono capitate, invece, rispettivamente, nel 29,8% e nel 26,3% dei casi.

TABELLA 18

Le è mai capitato di conoscere qualcuno che è stato vittima di stalking? Per stato civile

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai conosciuto qualcuno che è stato vittima di stalking	Stato civile				
	Nubile	Sposata	Vedova	Separata/divorziata	Convivente
Sì	38,9	29,8	22,2	26,3	42,6
No	61,1	70,2	77,8	73,7	57,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

CONCLUSIONI

L'analisi di un fenomeno importante e complesso come quello della violenza di genere, risulta particolarmente delicata anche in virtù delle numerose variabili che intervengono al suo interno: a livello sociale, giuridico, politico e, non ultimo, mediatico – nella sfera pubblica – e a livello personale, emotivo, psicologico e fisico, in quella privata.

La violenza sulle donne rappresenta un crimine particolarmente odioso, poiché fa leva sui meccanismi di controllo e di sottomissione su cui si giocano i ruoli di persecutore e vittima e sottrae la dignità personale, l'indipendenza e la capacità di autodeterminazione.

Il fenomeno appare essere percepito con grandissima intensità e rivela d'essere fonte di grande preoccupazione per le donne intervistate, la cui percezione del senso di sicurezza sembra ridotto ai minimi termini.

Occorrerebbe riflettere, sia a livello legislativo che politico, sull'approntamento di misure in grado di rispondere alle necessità che provengono a gran voce dall'altra metà del cielo. Su altri fronti è certamente necessario che i media siano cauti nel diffondere notizie dai toni sensazionalistici e che le agenzie educative (famiglia, scuola) accompagnino, nel percorso di crescita, i propri figli e i propri studenti con una opportuna educazione alla parità tra i sessi, al rispetto e alla prevenzione della violenza di genere.

Chi bella vuol apparire...

INTRODUZIONE

Il rapporto delle donne con il proprio corpo è da sempre conflittuale, un rapporto di amore e odio, fatto di alti e bassi, un rapporto che si costruisce negli anni, fin da bambine e che passa dall'accettazione di alcuni difetti al rifiuto delle imperfezioni. Per amore del proprio corpo le donne sono disposte a prendersene cura attraverso l'impiego di creme, l'uso del trucco, l'attività fisica e trattamenti spesso molto costosi. Per rifiuto del proprio corpo si sottopongono a diete stressanti, talvolta dannose per l'organismo, a sedute di allenamento in palestra che spesso richiedono uno sforzo eccessivo e, quando l'inestetismo diventa inaccettabile, la soluzione è offerta dalla chirurgia estetica.

Fino ad alcuni anni fa il ricorso al chirurgo estetico era un fatto riservato a uomini e donne dello spettacolo o a chi poteva permettersi di affrontare economicamente questo tipo di interventi; oggi la chirurgia estetica è diventata più accessibile a tutti, pur richiedendo a volte alcune rinunce o il ricorso a finanziamenti.

L'Organizzazione mondiale della sanità definisce la salute «uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale, che non consiste soltanto nell'assenza di malattie e di infermità». Sotto questo profilo, ogni individuo ha il diritto di ricorrere alla chirurgia estetica per modificare le parti del corpo che gli precludono questo benessere psico-sociale o, come comunemente si dice, per stare meglio con se stessi. D'altra parte, è anche possibile che, la necessità di modificare il proprio corpo specialmente per gli individui più giovani, nasconda un malessere ed un'insoddisfazione la cui origine non risiede nel fisico bensì in tutt'altro; ma, mentre la chirurgia estetica offre soluzioni immediate, la ricerca di un equilibrio interiore e l'accettazione di sé richiedono un lavoro molto più lungo; inoltre, non sono sottovalutabili i condizionamenti sociali sulla dimensione estetica, soprattutto per le donne.

In questo contesto, l'Italia si classifica fra le prime dieci nazioni al mondo sia per il numero di interventi plastici sia per i trattamenti estetici non chirurgici e, tutti gli studi recenti confermano un progressivo abbassamento dell'età in cui ci si affida alla medicina estetica.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

Dai risultati dell'indagine è emerso come siano in particolare le donne a fare ricorso alla chirurgia estetica rispetto al campione maschile, ma i dati al femminile, mostrano come le donne italiane siano in generale soddisfatte della loro immagine o preferiscano mantenere il proprio aspetto naturale piuttosto che rivolgersi alla medicina estetica. La grande maggioranza delle donne intervistate (83,1%) alle quali è stato chiesto se si siano mai sottoposte ad un intervento di chirurgia estetica, afferma di non avervi mai fatto ricorso, il 14,9% ha affrontato questo tipo di intervento una volta nella vita ed il 2% più di una volta.

TABELLA 1

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica?

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica?	%
No	83,1
Si, una volta	14,9
Si, più di una volta	2,0
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Osservando le risposte per fasce d'età, sorprende come siano soprattutto le giovanissime ad aver fatto ricorso alla chirurgia estetica: fra i 18 ed i 24 anni, più di una intervistata su cinque (21,4%) si è rivolta alla chirurgia estetica una volta ed il 3,6% più di una volta. Questo risultato solleva necessariamente una riflessione su quanto la società di oggi e l'immagine femminile proposta dai media, esercitino una forte pressione sulle nuove generazioni circa i canoni estetici da raggiungere, rendendo più difficile l'accettazione di sé e del proprio corpo. Inoltre, il ricorso alla chirurgia estetica da parte delle più giovani, non può non farci riflettere anche su quanto, i genitori siano disposti a sostenerle in questa ricerca della perfezione, trattandosi di interventi che richiedono, nella maggior parte dei casi, una spesa rilevante, che difficilmente può essere affrontata da persone di quella fascia d'età. Le altre due fasce d'età maggiormente interessate dalla chirurgia estetica sono quella dai 35 ai 44 anni e quella delle over 65, che vi hanno fatto ricorso almeno una volta rispettivamente nel 19,7% e nel 18,7% dei casi.

TABELLA 2

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
No	75,0	86,0	80,3	87,3	81,3
Sì, una volta	21,4	12,7	17,8	10,5	17,2
Sì, più di una volta	3,6	1,3	1,9	2,2	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Sono soprattutto le italiane del Nord-Est a ricorrere alla chirurgia estetica (28,6% almeno una volta), seguite con molto distacco dalle isolane, che affermano di aver fatto almeno un intervento di chirurgia estetica nel 17,7% dei casi; tuttavia, fra le donne residenti nelle Isole, troviamo la percentuale più alta di quante hanno risposto di aver fatto più di un intervento estetico nella propria vita (4,8%). Le donne del Sud Italia sono quelle che più di tutte restano fedeli alla loro bellezza naturale, affermando di non essersi mai affidate al chirurgo estetico nel 95,2% dei casi.

TABELLA 3

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica?	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
No	77,2	71,4	88,7	95,2	82,3
Sì, una volta	19,5	26,7	10,4	4,8	12,9
Sì, più di una volta	3,3	1,9	0,9	0,0	4,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Sono le donne che si dichiarano di destra che hanno fatto più di tutte ricorso alla chirurgia estetica: il 25,6% una volta ed il 2,3% più di una volta; a queste seguono le intervistate di centro-sinistra, che risultano anche quelle che più delle altre si sono sottoposte a più di un intervento chirurgico (6,3%), e poi le donne politicamente schierate al centro (il 25% dichiara di essersi rivolte al chirurgo estetico una volta, ma nessuna più di una volta). Il ricorso al chirurgo estetico è invece meno diffuso fra le donne di sinistra e di centro-destra (rispondono negativamente nell'87,3% e nell'84,8% dei casi). In una posizione intermedia si

collocano le sostenitrici del Movimento 5 Stelle, che si sono sottoposte almeno una volta nella vita a un intervento estetico (21,7%).

TABELLA 4

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica? Per area politica

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto ricorso alla chirurgia estetica?	Area politica					
	Sinistra	Centro-sinistra	Centro	Centro-destra	Destra	Movimento 5 stelle
No	87,3	74,7	75,0	84,8	72,1	78,3
Sì, una volta	11,3	19,0	25,0	15,2	25,6	17,4
Sì, più di una volta	1,4	6,3	0,0	0,0	2,3	4,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Alle donne che hanno risposto di essere ricorse alla chirurgia estetica, è stato successivamente chiesto a che età si sono sottoposte al primo intervento. Le risposte a questa domanda, confermano la tendenza evidenziata nella domanda precedente: la maggior parte delle intervistate (29,8%) infatti, afferma di aver affrontato il primo intervento fra i 18 ed i 24 anni e, il dato assume ancora più rilevanza se si aggiunge a questa percentuale il 18,1% di ragazze che si sono rivolte alla chirurgia estetica prima dei 18 anni: in totale ben il 47,9% delle italiane sono intervenute per cambiare il proprio aspetto prima dei 25 anni. La maggior parte dei primi interventi comunque si concentra fra i 25 ed i 64 anni, in totale il 51,1%, mentre solo l'1% delle intervistate si è avvicinata per la prima volta alla medicina estetica dopo i 65 anni.

TABELLA 5

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica?

Anno 2018

Valori percentuali

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica?	%
Prima dei 18 anni	18,1
Tra i 18 e i 24 anni	29,8
Tra i 25 e i 39 anni	27,7
Tra i 40 e i 64 anni	23,4
Oltre i 65 anni	1,0
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Le intervistate provenienti dalle regioni del Nord-Est, oltre ad essere risultate le maggiori fruitrici della chirurgia estetica, sono anche quelle che vi fanno ricorso più precocemente: il 40% di esse afferma di aver fatto il primo intervento tra i 18 ed i 24 anni ed il 30% prima dei 18 anni, per un totale del 70% che è ricorsa al chirurgo estetico prima dei 25 anni. La metà delle donne del Sud ha effettuato il primo intervento fra 18 e 24 anni e, a queste, si aggiungono il 16,7% di quante lo hanno fatto prima del compimento della maggiore età: al Sud, pur essendo il ricorso alla chirurgia estetica inferiore rispetto alle altre aree geografiche, questo avviene in età molto giovane (in totale 66,7% prima dei 25 anni). La maggior parte delle intervistate del Nord-Ovest si rivolge per la prima volta al chirurgo estetico fra i 25 ed i 39 anni (44,1%), mentre le donne del Centro e delle Isole decidono di intervenire chirurgicamente soprattutto fra i 40 ed i 64 anni (rispettivamente il 46,2% ed il 36,4%). Solo al Nord-Ovest troviamo quante affermano di aver effettuato il primo intervento dopo i 65 anni, in totale il 3%.

TABELLA 6

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica?	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Prima dei 18 anni	8,8	30,0	15,4	16,7	18,1
Tra i 18 ed i 24 anni	23,5	40,0	15,4	50,0	27,3
Tra i 25 ed i 39 anni	44,1	16,7	23,0	16,7	18,2
Tra i 40 ed i 64 anni	20,6	13,3	46,2	16,6	36,4
Oltre i 65 anni	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

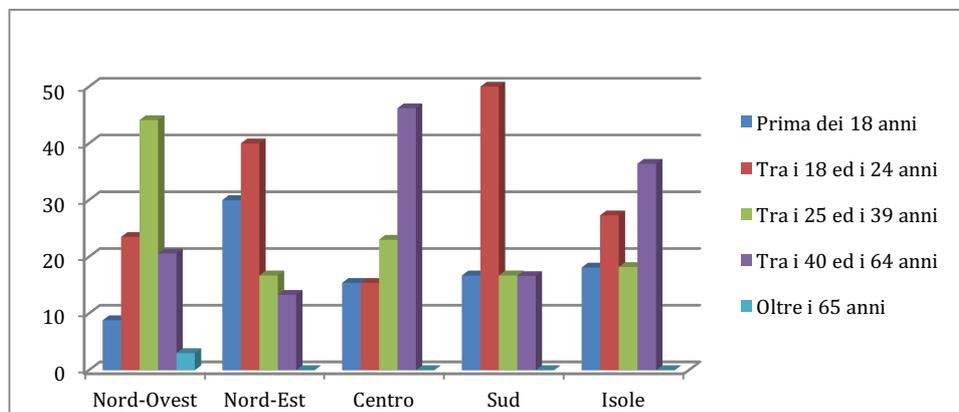
Fonte: Eurispes.

GRAFICO 1

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali



Fonte: Eurispes.

Osservando i risultati per titolo di studio, l'età in cui ci si rivolge al chirurgo estetico, risulta inversamente correlata al titolo di studio posseduto: più questo è alto, prima si è deciso di affrontare l'intervento chirurgico. Fra le italiane laureate o che hanno conseguito un master, più della metà (58,3%), si è sottoposta ad un intervento di chirurgia estetica prima dei 25 anni, con la maggior parte che si concentra fra i 18 ed i 25 anni (45,8%); anche fra quante possiedono il diploma di maturità la maggioranza delle risposte confluisce al di sotto dei 25 anni (in tutto 54,6% per le prime due fasce d'età). Fra quante hanno conseguito la licenza media o elementare accade il fenomeno inverso e le risposte si spostano progressivamente in favore delle fasce d'età successive, in particolare le donne con la licenza elementare sono quelle che si avvicinano alla chirurgia estetica in età più matura: il 50% tra i 40 ed i 64 anni, il 30% fra i 25 ed i 39 anni ed una su dieci dopo i 65 anni.

TABELLA 7

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica? Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica?	Titolo di studio			
	Nessuno/Licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/ Master
Prima dei 18 anni	0,0	31,3	20,5	12,5
Tra i 18 ed i 24 anni	10,0	6,3	34,1	45,8
Tra i 25 ed i 39 anni	30,0	25,0	29,5	25,0
Tra i 40 ed i 64 anni	50,0	37,4	15,9	16,7
Oltre i 65 anni	10,0	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Guardando alla tipologia familiare sono soprattutto le donne monogenitrici/altra tipologia ad essersi sottoposte al primo intervento di chirurgia estetica in giovanissima età: il 30,8% di esse l'ha fatto prima dei 18 anni e la stessa percentuale fra i 18 ed i 24 anni, il 23,1% fra 25 e 39 anni ed un totale del 15,3% dopo i 40 anni. Anche le donne che vivono da sole hanno optato prima per la chirurgia estetica, fra queste il 40% lo ha fatto fra i 18 ed i 24 anni ed il 20% prima dei 18 anni. Ad effettuare più tardi l'intervento estetico sono invece le donne sposate o conviventi con figli, fra queste la maggior parte l'ha fatto fra i 25 ed i 39 anni (36,4%) ed una buona fetta dopo i 40 anni (29,5%).

TABELLA 8

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica? Per tipologia familiare

Anno 2018

Valori percentuali

A che età si è sottoposta all'intervento di chirurgia estetica?	Tipologia familiare			
	Persona che vive da sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Monogenitore/Altra tipologia
Prima dei 18 anni	20,0	29,4	9,1	30,8
Tra i 18 ed i 24 anni	40,0	29,4	25,0	30,8
Tra i 25 ed i 39 anni	15,0	23,5	36,4	23,1
Tra i 40 ed i 64 anni	25,0	17,7	29,5	7,7
Oltre i 65 anni	0,0	0,0	0,0	7,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Indagando sulle motivazioni che hanno spinto le donne interpellate a ricorrere alla chirurgia estetica, emerge che, il 40,4% di esse, lo ha fatto con l'obiettivo di migliorare il proprio aspetto generale; aggiungendo a queste il 28,7% che lo ha fatto per correggere un difetto, appare chiaro che la maggior parte delle donne che

ha deciso di sottoporsi ad un intervento di chirurgia estetica (69,1%), è stata mossa da un'insoddisfazione rispetto alla propria immagine naturale. Circa un'intervistata su 5 (21,3%) ha effettuato l'operazione per correggere inestetismi sopraggiunti come conseguenza di un incidente o di una malattia, mentre solo il 9,6% è intervenuta per ridurre i segni dell'età.

TABELLA 9

Perché si è sottoposta all'intervento?

Anno 2018

Valori percentuali

Perché si è sottoposta all'intervento?	%
Per ridurre i segni dell'età	9,6
Per correggere un difetto	28,7
Per migliorare il mio aspetto	40,4
Come conseguenza di un incidente/malattia	21,3
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

L'osservazione dei risultati in base alla fascia d'età di appartenenza delle intervistate, mostra che la necessità di far fronte alle imperfezioni causate dall'avanzare dell'età, sopraggiunge dopo i 44 anni ed aumenta con il passare degli anni: nessuna delle intervistate fra i 18 ed i 44 anni afferma di essere intervenuta per ridurre i segni dell'età, mentre lo ha fatto il 13% delle 45-64enni ed il 24% delle over 65. La motivazione prevalente per le donne di tutte le età resta volontà di migliorare in generale il proprio aspetto fisico (fornisce questa risposta il 47,6% delle intervistate fra i 35 ed i 44 anni; il 45,5% delle 25-34enni; il 39,1% fra i 45 ed i 64 anni; il 36% delle ultrasessantacinquenni ed il 35,7% delle ragazze fra 18 e 24 anni). Per giovani donne fra i 18 ed i 24 anni, il desiderio di correggere un proprio particolare difetto, ottiene lo stesso risultato circa la ricerca di un miglioramento generale, raggiungendo una percentuale del 35,7%. Il ricorso alla chirurgia estetica come conseguenza di un incidente o di una malattia, raggiunge la sua massima incidenza fra i 45 ed i 64 anni (30,5%), ma risultati molto vicini a questo si riscontrano nella fascia d'età 18-24 anni (28,6%) ed in quella 25-34 anni (27,2%).

TABELLA 10

Perché si è sottoposta all'intervento? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Perché si è sottoposta all'intervento?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Per ridurre i segni dell'età	0,0	0,0	0,0	13,0	24,0
Per correggere un difetto	35,7	27,3	38,1	17,4	28,0
Per migliorare il mio aspetto	35,7	45,5	47,6	39,1	36,0
Come conseguenza di un incidente/malattia	28,6	27,2	14,3	30,5	12,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Sono soprattutto le donne divorziate o separate (55,6%) ad essere spinte dal desiderio di migliorare il proprio aspetto fisico e, queste, mettono al secondo posto (22,2%) la volontà di ridurre i segni dell'età. Questo risultato lascia ipotizzare che le separate/divorziate, avendo vissuto il fallimento di un matrimonio, mostrano la volontà di rimettersi in gioco anche rivalutando e migliorando il proprio aspetto. La metà delle vedove è spinta dalla stessa motivazione e a queste seguono le donne nubili (il 41,2% è intervenuta per migliorare il proprio aspetto): è dunque possibile concludere che, le donne sole vedono nel miglioramento della propria fisicità un'opportunità per apportare dei cambiamenti nella propria vita. La maggior parte delle donne conviventi si è rivolta al chirurgo estetico per correggere un difetto (37,5%) e, fra queste, troviamo anche la quota più alta di quante lo hanno fatto a seguito di un incidente/malattia (31,2%). Per le sposate la motivazione fondamentale resta quella della ricerca di un aspetto migliore (38,6%), ma in misura inferiore rispetto alle altre categorie (è più basso solo il risultato delle conviventi che si ferma al 31,3%).

TABELLA 11

Perché si è sottoposta all'intervento? Per stato civile

Anno 2018

Valori percentuali

Perché si è sottoposta all'intervento?	Stato civile				
	Nubile	Sposata	Vedova	Separata/divorziata	Convivente
Per ridurre i segni dell'età	0,0	13,7	12,5	22,2	0,0
Per correggere un difetto	35,3	29,5	12,5	11,1	37,5
Per migliorare il mio aspetto	41,2	38,6	50,0	55,6	31,3
Come conseguenza di un incidente/malattia	23,5	18,2	25,0	11,1	31,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

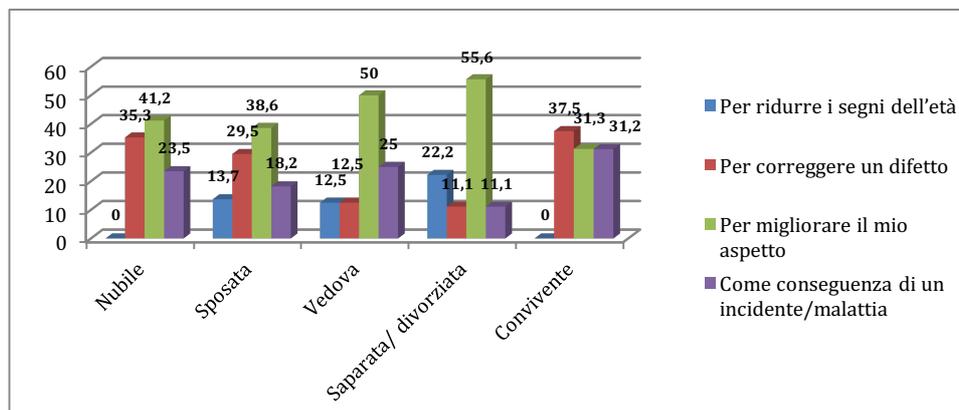
Fonte: Eurispes.

GRAFICO 2

Perché si è sottoposta all'intervento? Per stato civile

Anno 2018

Valori percentuali



Fonte: Eurispes.

La ricerca della perfezione e dell'affermazione di sé, non passa solo per la chirurgia, ma anche per altri tipi di trattamenti volti a migliorare l'aspetto fisico (tipo peeling, filler, botulino, ecc.) o a rendere unico e particolare il proprio corpo (piercing e tatuaggi). I trattamenti più diffusi fra le donne italiane sono quelli estetici come peeling, filler e botulino, effettuati dal 27,1% delle intervistate; poco più di una donna su 5 ha optato per un tatuaggio (21,4%), mentre il 18,1% delle italiane ha fatto un piercing.

TABELLA 12

Ha mai fatto un...?

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto un...?	Si	No	Totale
Trattamento estetico (peeling, filler, botulino, ecc...)	27,1	72,9	100,0
Piercing	18,1	81,9	100,0
Tatuaggio	21,4	78,6	100,0

Fonte: Eurispes.

Più passano gli anni, più le donne sentono la necessità di ricorrere a trattamenti estetici come peeling, filler e botulino. La percentuale di risposte affermativa per questa domanda mostra dunque un andamento crescente

all'aumentare dell'età, partendo dal 21,4% fra 18 e 24 anni, fino a raggiungere il 29,9% oltre i 65 anni (ad eccezione delle fasce d'età 25-34 anni e 35-44 anni, dove nella prima le risposte affermative superano di poco quelle della seconda). Piercing e tatuaggi sono molto diffusi fra le più giovani: il 42,9% delle 18-24enni ha fatto un piercing ed il 39,3% un tatuaggio. Nelle successive fasce d'età, la percentuale di quante affermano di aver deciso di fare un tatuaggio o un piercing, diminuisce progressivamente, toccando i valori minimi fra le italiane over 65 anni tra le quali circa una su dieci ha tatuato il proprio corpo (9,7%) e solo il 6% ha fatto un piercing.

I risultati mostrano anche un altro dato interessante: fra le prime due fasce d'età (18-24 anni e 25-34 anni) i piercing sono più diffusi rispetto ai tatuaggi, forse perché i primi non comportano la scelta di segnare in modo permanente il proprio corpo, con un qualche simbolo suscettibile di cambio di valore nel tempo; mentre a partire dai 35 anni, le donne che hanno optato per un tatuaggio superano quelle che hanno fatto un piercing, questo ad indicare il fatto che il piercing è un fenomeno di diffusione più recente rispetto a quello del tatuaggio.

TABELLA 13

Ha mai fatto un...? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto un...	Risposte	Fasce d'età				
		18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Trattamento estetico (peeling, filler, botulino, ecc...)	Si	21,4	26,6	25,2	28,2	29,9
	No	78,6	73,4	74,8	71,8	70,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Piercing	Si	42,9	32,9	22,4	10,5	6,0
	No	57,1	67,1	77,6	89,5	94,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tatuaggio	Si	39,3	27,8	25,2	19,3	9,7
	No	60,7	72,2	74,8	80,7	90,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

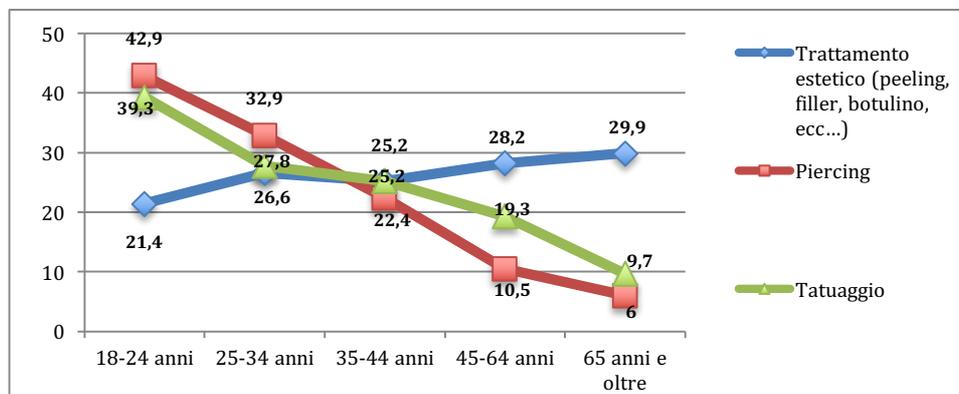
Fonte: Eurispes.

GRAFICO 3

Ha mai fatto un...? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali



Fonte: Eurispes.

Osservando le risposte elaborate per area geografica di provenienza delle intervistate, emergono alcune differenze sostanziali. I trattamenti estetici non chirurgici sono largamente diffusi al Nord, in particolare il 50,3% delle italiane provenienti dal Nord-Ovest hanno effettuato trattamenti come peeling, filler, botulino, ecc. e, lo stesso ha fatto il 42,9% delle donne del Nord-Est; decisamente meno comuni questi trattamenti al Centro (13%), nelle Isole (11,3%) e al Sud (7,1%). Il Nord-Est detiene il primato anche per quanto riguarda la diffusione di piercing (43,8%) e tatuaggi (47,6%), mentre il Nord-Ovest, su questi tipi di interventi, raggiunge risultati nettamente inferiori (12,1% i piercing e 15,4% i tatuaggi). Al secondo posto si classificano le Isole per la diffusione dei piercing (16,1%) ed il Centro per quanto riguarda i tatuaggi (20,9%). A chiudere la classifica per tutte le categorie troviamo il Sud, con il 10,3% di risposte affermative sia per i piercing sia per i tatuaggi.

TABELLA 14

Ha mai fatto un...? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Ha mai fatto un...	Area geografica					
	Risposte	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Trattamento estetico (peeling, filler, botulino, ecc...)	Si	50,3	42,9	13,0	7,1	11,3
	No	49,7	57,1	87,0	92,9	88,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Piercing	Si	12,1	43,8	12,2	10,3	16,1
	No	87,9	56,2	87,8	89,7	83,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tatuaggio	Si	15,4	47,6	20,9	10,3	14,5
	No	84,6	52,4	79,1	89,7	85,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

CONCLUSIONI

"La bellezza salverà il mondo". Così affermava il principe Miškin nel *L'Idiota* di Dostoevskij, romanzo del 1869. Oggi, nel 2018, appare necessario chiederci: "Quale bellezza salverà il mondo?". L'indagine sul rapporto fra le donne italiane e la propria bellezza, ha messo in luce una tendenza sulla quale non possiamo non interrogarci. Se è vero che la grandissima maggioranza delle donne italiane preferisce rimanere fedele al proprio aspetto naturale piuttosto che intervenire con la chirurgia estetica, è altrettanto vero che questo dato sembra destinato a cambiare alla luce del fatto che, sono proprio le ragazze più giovani, quelle sulle quali i segni dell'età non si sono ancora fatti vedere, quelle che sono già belle perché, come ci ricordano molti autori, la gioventù è di per sé già bellezza, sono proprio loro quelle più insoddisfatte del proprio corpo, che intervengono più di tutte per modificarlo, alla costante ricerca di somigliare il più possibile a quella che è la loro idea di bellezza.

E allora non possiamo non chiederci che tipo di messaggio la società moderna sta proponendo alle nuove generazioni, che pressione esercitano i canoni estetici proposti dai media e quanto questi rendano difficile l'accettazione di un "sé naturale", facendo della bellezza esteriore un valore che supera l'importanza del proprio essere e delle proprie capacità.

La chirurgia estetica non può e non deve essere stigmatizzata in toto, nata per aiutare chi aveva subito traumi al viso a causa di incidenti o malattie, offre a molte donne (e anche uomini), l'opportunità di apportare delle correzioni a imperfezioni che comportano insicurezze e disagi e di vivere un rapporto più sereno con il

proprio corpo. Ma quando questa ricerca della perfezione non finisce mai, quando una ragazza di 18 anni chiede come regalo per il compleanno un intervento per aumentare il proprio seno, allora sì che è necessario chiederci quale bellezza salverà il mondo. E una di queste bellezze sarà la bellezza di essere donne, la consapevolezza che l'essere è più importante dell'apparire, la bellezza di essere mamme, mogli, compagne, lavoratrici, nonne, la bellezza di avere un ruolo importante in questa società, nonostante gli anni che passano e un corpo forse imperfetto.

Donne e abitudini di spesa

INTRODUZIONE

Dopo un lungo e difficilissimo periodo di crisi economica, pare che la nebbia si stia lentamente diradando e che si inizi ad intravedere la luce in fondo al tunnel.

I consumi, pur con oscillazioni da monitorare costantemente, segnano finalmente una timida ripresa con un rialzo, si spera non effimero, dell'indice di fiducia dei consumatori.

All'interno di questo rinnovato panorama è sembrato opportuno dedicare attenzione ad un particolare gruppo di consumatori che, con le proprie abitudini di spesa, sembra donare speranza, almeno in parte, ad un'economia per troppo tempo rimasta immersa in un'atmosfera completamente asfittica: le donne. Le donne di oggi, infatti, stanno tracciando un futuro dei consumi differente in tutti i campi: nel lavoro, nel *lifestile*, nella tecnologia, nel benessere fisico ed alimentare.

L'Eurispes ha voluto, dunque, avviare un'indagine totalmente declinata al femminile, somministrando alle intervistate una serie di quesiti volti ad indagare le abitudini di consumo delle donne italiane, per rilevare se queste siano variate negli ultimi anni e in che misura.

Le domande individuano una serie di voci di spesa destinate a: viaggi e vacanze, ristoranti e pizzerie, tempo libero, utilizzo dell'automobile, controlli ed esami medici, parrucchiere, estetista e articoli di profumeria, articoli tecnologici (smartphone, tablet, televisore, ecc...), prodotti alimentari, mobili e complementi d'arredo, attività sportiva, vestiario e accessori, istruzione privata dei figli, animali domestici, donna delle pulizie/domestici, baby sitter, badante.

Dall'analisi dei dati emerge che i comportamenti di spesa delle donne sono orientati a soddisfare i bisogni essenziali. I progressi del potere di acquisto delle famiglie ha offerto la possibilità di destinare la maggior parte delle quote di reddito disponibili a beni di prima necessità (prodotti alimentari), alla spesa sanitaria (controlli ed esami medici), alla mobilità personale (automobili) e alla cura della persona (badanti). Le spese voluttuarie, pur avendo fatto registrare un incremento, rimangono in coda alle precedenti, segno che la timida ripresa economica degli ultimi anni ha permesso di liberare spazi di spesa soprattutto per beni e servizi ritenuti essenziali.

Le ragazze più giovani (tra i 18 e i 24 anni) hanno una maggiore libertà di spesa per i momenti di svago, la bellezza e la moda e non rinunciano a frequentare ristoranti, pizzerie o ad affidarsi alle cure del parrucchiere e dell'estetista, anche se questo comporta dover rinunciare ad altri beni e prodotti, ritenuti meno importanti nella scala delle necessità.

Un dato importante, che emerge in più punti dell'indagine, è che sono le donne che lavorano a partita Iva a sembrare quelle che devono affrontare maggiori difficoltà economiche (dovute probabilmente all'alta pressione fiscale e, ragionevolmente, al fatto che l'iter per ottenere il compenso per le proprie prestazioni professionali può risultare più complesso).

In ordine alle spese che non riguardano strettamente la sussistenza e la salute, le italiane non rinunciano a prendersi cura dei propri animali, per la quale sono disposte ad incrementare il proprio budget, a fronte di una diminuzione di quello messo a disposizione per il vestiario, l'arredamento e lo sport.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

Analizzando i dati nello specifico, il 22,3% del campione ha risposto che, rispetto agli ultimi anni, si è concesso maggiori occasioni per fare dei viaggi e delle vacanze.

TABELLA 1

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha fatto più viaggi/vacanze?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho fatto più viaggi/vacanze	%
Sì	22,3
No	77,3
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Scorporando il dato per fasce d'età, si rileva che sono soprattutto le donne più giovani, quelle appartenenti alla classe delle 18-24enni e delle 25-34enni, ad avere viaggiato più spesso rispetto agli anni precedenti: rispettivamente nel 42,9% e nel 35,4% dei casi. Le donne di età compresa tra i 45 e i 64 anni rappresentano, invece, la fascia meno propensa agli spostamenti e alle vacanze (12,7%), seguite dalle over 65 (16,4%).

TABELLA 2

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha fatto più viaggi/vacanze?

Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho fatto più viaggi/vacanze	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	42,9	35,4	25,2	12,7	16,4
No	57,1	64,9	74,8	87,3	85,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Tra le intervistate sono le donne con un titolo di studio più alto (laurea o master) a concedersi più spesso il piacere di viaggiare rispetto agli anni passati (37%), mentre le donne con una formazione di livello medio-basso (al massimo licenza elementare) sono coloro le quali, all'estremo opposto, hanno fatto registrare l'incremento minore relativamente a questa abitudine di consumo (9,8%). Si può ipotizzare che tale situazione sia influenzata dal fatto che le donne con un livello di istruzione maggiore hanno l'opportunità di accedere a migliori posizioni lavorative e, di conseguenza, meglio retribuite, tali da consentir loro di destinare quote di reddito più sostanziose ai viaggi e alle vacanze.

TABELLA 3

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha fatto più viaggi/vacanze?

Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

Ho fatto più viaggi/vacanze	Nessuno/licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Sì	9,8	15,2	21,4	37,0
No	90,2	84,1	78,9	83,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Le donne italiane, oggi più di ieri, hanno piacere (o magari necessità) di recarsi fuori casa per assaporare del buon cibo. Il 27,8% del campione ha dichiarato, infatti, di aver frequentato più spesso che in passato ristoranti, pizzerie ed altri luoghi di ritrovo.

TABELLA 4

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha mangiato più spesso fuori casa (ristoranti, pizzerie, ecc...)?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho mangiato più spesso fuori casa (ristoranti, pizzerie, ecc...)	%
Sì	27,8
No	72,2
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Il suggerimento che si trattasse principalmente di “piacere” proviene dall’analisi dei dati incrociati per fasce d’età: sono infatti le ragazze più giovani, appartenenti alla fascia d’età delle 18-24enni e delle 25-34enni ad aver aumentato in maniera sensibile la frequenza delle proprie uscite gastronomiche (rispettivamente nel 44,6% e nel 46,6% dei casi). È presumibile che ciò sia dovuto al desiderio di vivere situazioni di convivialità tra amici, all’esterno delle mura domestiche, verso le quali si ha grandissima predisposizione soprattutto in età giovanile.

TABELLA 5

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha mangiato più spesso fuori casa (ristoranti, pizzerie, ecc)? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho mangiato più spesso fuori casa	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	44,6	46,6	30,8	16,0	23,9
No	55,4	54,4	69,2	84,0	78,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Incrociando il dato per titolo di studio emerge una forte disomogeneità tra le donne con un alto livello di istruzione e le donne con un livello di istruzione minimo: le prime dichiarano infatti di aver mangiato più spesso fuori casa che in passato nel 46,3% dei casi, mentre la percentuale delle seconde che hanno optato per la stessa risposta cala vertiginosamente fino al 2,4%.

TABELLA 6

Rispetto agli ultimi anni e in riferimento all'anno appena trascorso, ha mangiato più spesso fuori casa (ristoranti, pizzerie, ecc)? Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

Ho mangiato più spesso fuori casa	Nessuno/licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Si	2,4	16,7	29,7	46,3
No	97,9	83,3	70,3	55,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes

I consumi per il tempo libero sono aumentati nel 25,7% dei casi: il budget a disposizione per coltivare le proprie passioni ed hobby è cresciuto e poter ascoltare un concerto, andare al cinema o seguire uno spettacolo è più facile, oggi, per una donna su quattro, rispetto a qualche anno fa.

TABELLA 7

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per il tempo libero (cinema, spettacoli, concerti, ecc...)?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per il tempo libero (cinema, spettacoli, concerti, ecc...)	%
Si	25,7
No	74,3
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Incrocando il dato in base alle fasce d'età emerge come sia la classe delle ragazze tra i 18 e i 24 anni ad aver fatto registrare il maggior incremento: ben il 44,6% ha infatti dichiarato di avere avuto a disposizione una maggiore quantità di danaro da riservare alle attività culturali preferite. Anche le ragazze tra i 25 e i 34 anni hanno avuto la medesima capacità di spesa per i consumi culturali nel 40,3% dei casi, mentre all'aumentare dell'età si ha una netta inversione di tendenza, determinata probabilmente da un diverso ordine delle priorità: la fascia delle 35-44enni ha deciso di investire più soldi rispetto al passato per il tempo libero nel 28,3% dei casi, mentre solo il 16,6% delle 45-64enni ha potuto o voluto destinare parte del proprio bilancio alle medesime attività.

TABELLA 8

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per il tempo libero (cinema, spettacoli, concerti, ecc...)? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per il tempo libero	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	44,6	40,3	28,3	16,6	18,7
No	55,4	59,5	71,0	83,4	81,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Scorpendo il dato in base al titolo di studio si rileva una fortissima differenza nelle scelte di ripartizione del budget tra le donne con titoli di studio di livello medio-alto e quelle con una formazione di livello medio-basso: solo il 7,3% delle intervistate con al massimo la licenza elementare ha speso più soldi per il tempo libero nell'ultimo anno, rispetto agli anni precedenti, a fronte del 38% delle donne in possesso di laurea o master.

TABELLA 9

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per il tempo libero (cinema, spettacoli, concerti, ecc...)? Per titolo di studio

Anno 2018 Valori percentuali

Ho speso di più per il tempo libero	Nessuno/licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Sì	7,3	18,2	27,2	38,0
No	92,7	81,9	72,9	62,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Sul fronte delle abitudini delle italiane al volante, ben il 32,7% del campione ha dichiarato di avere usato maggiormente l'automobile: l'ultimo anno ha segnato dunque un uso intensivo del mezzo privato per una donna su tre.

TABELLA 10

In riferimento all'ultimo anno, ha usato di più, rispetto agli altri anni, l'automobile?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho usato di più l'automobile	%
Sì	32,7
No	67,3
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Una voce importante è rappresentata dalla spesa per le visite e le spese mediche e, paradossalmente, questa appare, in un certo senso, una buona notizia, dal momento che negli ultimi anni avevano assunto toni piuttosto preoccupanti le notizie relative alla “povertà sanitaria”: secondo i dati più recenti, infatti, nel 2017 una persona su tre è stata costretta a ridurre le cure. Tale condizione sembra non riguardare solo i poveri, in quanto anche chi non versa in condizioni di indigenza nel 2017, in circa il 30% dei casi, ha dovuto tagliare almeno una volta le spese mediche o quelle per l’acquisto dei farmaci¹.

In controtendenza, il 38,1% del campione Eurispes, alla domanda se avesse speso di più per controlli ed esami medici, ha risposto affermativamente.

TABELLA 11

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per controlli ed esami medici?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per controlli/esami medici	%
Sì	38,1
No	61,9
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Come è facile immaginare sono soprattutto le donne più in avanti con l’età ad avere speso di più tra ambulatori e studi specialistici: ben il 47,8% delle over 65 e il 44,8% delle 45-64enni, a fronte delle 18-24enni, che hanno comunque fatto registrare un incremento di questo tipo di esborso nel 23,2% dei casi. In una zona intermedia si collocano le 25-34enni (27,8%) e le 35-44enni (29,9%).

TABELLA 12

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per controlli ed esami medici? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per controllo/esami medici	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	23,2	27,8	29,9	44,8	47,8
No	76,8	72,2	70,1	55,2	52,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

¹ Cfr. Rapporto “Donare per curare: povertà sanitaria e donazione farmaci”, realizzato da Osservatorio Donazione Farmaci della Fondazione Banco Farmaceutico Onlus.

Incrociando il dato per area geografica emerge una marcata disomogeneità territoriale: risiedono soprattutto al Nord-Ovest e nelle Isole le donne che hanno dichiarato di aver incrementato nell'ultimo periodo le spese da destinare alle cure mediche: rispettivamente il 51,7% e il 45,2%. La percentuale scende al 34,1% tra le donne del Sud e quelle che in misura minore hanno impiegato una fetta maggiore del proprio bilancio familiare per questioni di salute si trovano al Nord-Est e al Centro (rispettivamente, 31,4% e 27,3%).

TABELLA 13

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per controlli ed esami medici? Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Ho fatto più controlli/esami medici	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Sì	51,7	31,4	27,3	34,1	45,2
No	46,3	68,6	75,0	65,9	54,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Le spese voluttuarie, pur essendo per definizione non necessarie, rappresentano uno degli aspetti della vita su cui vale la pena di investire maggiori risorse da parte di una donna su quattro: ben il 26,4% del campione ha infatti dichiarato di avere speso più soldi per la cura della propria persona, tra estetista, parrucchiera e articoli di profumeria.

TABELLA 14

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per estetista, parrucchiere, articoli di profumeria?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per estetista, parrucchiere, articoli di profumeria	%
Sì	26,4
No	73,6
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Dall'analisi per tipo di contratto di lavoro emerge un risultato inaspettato: ci si aspetterebbe, infatti, che siano le donne con un contratto a tempo indeterminato ad avere maggiori somme di danaro a disposizione per l'universo *beauty*, ma sono invece le donne con un contratto di lavoro a tempo determinato (35,3%) e quelle

con un contratto atipico (34,3%) ad aver speso di più per la cura e la bellezza del proprio corpo, a fronte delle donne che lavorano a partita Iva, che si sono concesse di investire di più in questo tipo di consumi solo nel 16,2% dei casi.

TABELLA 15

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per estetista, parrucchiere, articoli di profumeria? Per tipo di contratto lavorativo

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per estetista, parrucchiere, articoli di profumeria	Tipologia di contratto			
	Subordinato a tempo indeterminato	Subordinato a tempo determinato	A partita IVA	Contratto atipico (a progetto, occasionale, ecc)
Sì	26,4	35,3	16,2	34,3
No	75,8	54,7	63,9	65,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

La tecnologia e tutti i suoi mezzi sono diventati la vera cifra costitutiva della società moderna. Cellulari, tablet, pc sono diventati naturali estensioni del nostro corpo, senza le quali non siamo più capaci di immaginarci, al punto da rappresentare uno dei termini essenziali in base ai quali ci è possibile definirci. Possedere l'ultimo modello di smartphone, la tecnologia Tv più strabiliante o il più avanzato degli smartwatch è estremamente *a la page* e sembra che di tutto si possa fare a meno tranne che di questi "arti digitali" che strutturano lo spazio intorno a noi. Eppure, a guardare le cose più da vicino, forse non tutti sono così "malati" di tecnologia e, in fondo, si può sopravvivere senza cambiare il proprio telefono ogni 12 mesi e lasciarlo invecchiare per qualche anno in più. Questo è almeno quanto emerge dalla presente indagine: solo il 16,5% del campione ha infatti dichiarato di aver speso più soldi, rispetto agli anni precedenti, in articoli tecnologici.

TABELLA 16

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per articoli tecnologici (smartphone, tablet, televisore, ecc...)?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per articoli tecnologici (smartphone, tablet, televisore, ecc...)	%
Sì	16,5
No	83,5
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Analogamente a quanto osservato poco sopra, analizzando il dato in base alla tipologia di contratto lavorativo, anche in questo caso, sorprendentemente, sono le donne con un contratto atipico ad avere speso di più in smartphone, tablet ed altri strumenti tecnologici (25,7%), a fronte del 18,3% delle donne con contratto di lavoro subordinato a tempo indeterminato. Fanalino di coda, ancora una volta, le donne che lavorano a partita Iva, che si sono concesse maggiore libertà per questo tipo di “lusso” solo nel 5,4% dei casi.

TABELLA 17

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per articoli tecnologici (smartphone, tablet, televisore, ecc...)? Per tipologia di contratto lavorativo

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per articoli tecnologici	Tipologia di contratto			
	Subordinato a tempo indeterminato	Subordinato a tempo determinato	A partita IVA	Contratto atipico (a progetto, occasionale, ecc)
Sì	18,3	17,9	5,4	25,7
No	90,7	82,4	94,6	74,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

I prodotti alimentari, trattandosi di beni di prima necessità, occupano il primo posto nella classifica degli articoli per il cui acquisto si è registrato il maggiore incremento di spesa: quasi la metà delle donne (45,2%) ha dichiarato infatti di avere impiegato maggiori risorse finanziarie per comperare del cibo.

TABELLA 18

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per i prodotti alimentari?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per i prodotti alimentari	%
Sì	45,2
No	54,8
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Come più volte precedentemente rilevato, incrociando il dato per area geografica la situazione presenta forti differenze a seconda dell'area di residenza delle intervistate: sono soprattutto le donne del Nord-Ovest e quelle delle Isole ad avere speso di più per l'acquisto dei prodotti alimentari rispetto agli anni precedenti: rispettivamente il 68,5% e il 46,8%. Le intervistate che vivono al Nord-Est, al Centro e al Sud, invece, hanno dovuto impiegare una parte più

sostanziosa del proprio bilancio per acquisti di beni alimentari, rispettivamente, nel 37,1%, nel 34,9% e nel 33,3% dei casi. Sembra esserci, dunque, da questo punto di vista, un'Italia a due velocità: una in cui i consumi sono aumentati con una sterzata decisamente importante (bisognerebbe indagare, poi, in che misura il caro-vita possa incidere in seno a questo aspetto) ed una in cui, pur con un aumento più che apprezzabile, i consumi non hanno conosciuto un'impennata di tale portata.

TABELLA 19

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per i prodotti alimentari?
Per area geografica

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per i prodotti alimentari	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Sì	68,5	37,1	34,9	33,3	46,8
No	31,5	62,9	65,2	56,7	53,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Le spese per la casa, come l'acquisto di mobili e complementi d'arredo, rappresentano una delle categorie per cui si è registrato un incremento degno di nota, ma nettamente inferiore rispetto a beni di altro tipo: è il 14,9% delle intervistate ad aver dichiarato di avere destinato una quota maggiore delle proprie entrate per gli arredi e le suppellettili.

TABELLA 20

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per mobili/complementi d'arredo?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per mobili/complementi d'arredo	%
Sì	14,9
No	85,1
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Emerge, anche in questo caso, una particolarità già evidenziata in precedenza nel corso di questa indagine: le donne con contratto atipico rappresentano il vero motore della spinta al consumo rispetto alle altre: ben il 22,9% di esse ha dichiarato infatti di avere speso di più per l'acquisto di mobili e di oggetti d'arredo, a fronte del 16,4% delle donne con contratto a tempo indeterminato e dell'11,9%

di quelle con contratto a tempo determinato. Le lavoratrici con partita Iva si collocano, ancora una volta, nella parte bassa della classifica: solo il 13,5% ha dato risposta affermativa al quesito.

TABELLA 21

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per mobili/complementi d'arredo? Per tipologia di contratto

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per mobili/complementi d'arredo	Tipologia di contratto			
	Subordinato a tempo indeterminato	Subordinato a tempo determinato	A partita IVA	Contratto atipico (a progetto, occasionale, ecc)
Sì	16,4	11,9	13,5	22,9
No	83,9	88,2	86,5	77,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Il fitness e l'attività sportiva rappresentano una voce di spesa tra le meno quotate tra quelle proposte: solo il 12,6% del campione ha dichiarato di avere speso di più, rispetto al passato, per lo sport.

TABELLA 22

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per attività sportiva?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per attività sportiva	%
Sì	12,6
No	87,4
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Analizzando il dato per fasce d'età, com'è facile intuire, sono soprattutto le ragazze più giovani (18-24 anni) ad avere investito di più nelle attività sportive. Tale percentuale decresce all'aumentare dell'età: la stessa scelta è stata fatta dal 16,5% delle donne 24-35enni, dal 12,1% delle 35-44enni e dal 7,2% delle 45-64enni. Le over 65 sono più attente alla forma fisica rispetto alle donne un po' più giovani e non hanno rinunciato a dedicare alle attività sportive una quota maggiore nell'8,2% dei casi.

TABELLA 23

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per attività sportiva? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più attività sportiva	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	35,7	16,5	12,1	7,2	8,2
No	64,3	83,5	87,9	92,9	91,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Le spese per il vestiario e gli accessori si riconfermano un *must* per le donne che, pur non destinando a questa categoria di beni quote importanti del proprio budget al pari di quelle impiegate per l'acquisto di beni di prima necessità, si sono comunque concesse di investire negli *outfit* più che in passato nel 25,9% dei casi. Ciò significa che quasi una donna su quattro ha scelto di spendere di più in abiti ed accessori di moda.

TABELLA 24

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per vestiario/accessori?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per vestiario/accessori	%
Sì	25,9
No	74,1
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Le più sensibili al fascino della moda sono le ragazze più giovani: la classe delle 18-24enni è quella che più, rispetto alle donne di altre età, ha incrementato il budget da destinare all'acquisto di abbigliamento e di oggetti di stile. Un dato simile è stato rilevato anche per quanto riguarda le intervistate tra i 25 e i 34 anni (38%). Con il progredire dell'età pare calare progressivamente l'interesse per questo genere di spese: rispettivamente è il 28% delle donne tra i 35 e i 44 anni, il 21% di quelle tra 45 e 64 anni e il 17,2% delle over 65 ad avere speso di più, rispetto agli anni precedenti, per comperare capi di vestiario.

TABELLA 25

**In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per vestiario/accessori?
Per fasce d'età**

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per vestiario/accessori	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	41,1	38,0	28,0	21,0	17,2
No	58,9	62,0	72,0	78,0	82,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

L'istruzione privata dei figli rappresenta una di quelle voci di spesa che hanno fatto registrare un significativo aumento: ben il 31,4% delle donne intervistate ha deciso infatti di investire sulla formazione della prole, affidandola ad istituti o Università non appartenenti al sistema pubblico.

TABELLA 26

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per l'istruzione privata dei figli?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per l'istruzione privata dei figli	%
Sì	31,4
No	68,6
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Gli animali domestici sono considerati alla stregua di veri e propri componenti della famiglia per i quali, anche in fasi di congiuntura economica, non si rinuncia a volere il meglio. Ben il 20,6% del campione ha infatti dichiarato di aver speso di più per i propri *pets*: un incremento maggiore rispetto a quello registrato per il fitness.

TABELLA 27

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per gli animali domestici?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per gli animali domestici	%
Sì	20,6
No	79,4
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Incrociando il dato per area geografica la *pet care* pare stare a cuore soprattutto alle donne residenti nelle Isole: il 48,3% ha dichiarato, infatti, di avere speso di più per la cura dei propri animali domestici, a fronte del 20% delle donne che abitano nel Nord-Est, del 19% delle donne residenti al Centro, e del 18,2% delle donne del Sud. Fanalino di coda le intervistate del Nord-Ovest che hanno risposto in maniera analoga solo nel 6,5% dei casi.

TABELLA 28

**In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per gli animali domestici?
Per area geografica**

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per gli animali domestici	Area geografica				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole
Sì	6,5	20,0	19,0	18,2	48,3
No	93,5	80,0	81,0	81,8	51,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

La necessità di affidarsi al lavoro di professionisti nel settore delle pulizie domestiche ha spinto ben una donna su quattro (24,8% del campione) a spendere di più, rispetto al passato, per i collaboratori domestici.

TABELLA 29

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per donna delle pulizie/domestici?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per donna delle pulizie/domestici	%
Sì	24,8
No	75,2
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Il caso delle spese per le baby sitter induce ad avanzare qualche riflessione: solo il 14,8% delle donne ha dovuto aumentare il budget da destinare alle "tate". Si potrebbe ipotizzare che, in un momento di crisi occupazionale, soprattutto femminile, le donne abbiano maggior modo di prendersi cura personalmente dei propri figli, o che, a causa di una situazione economica non florida, ci si rivolga più spesso a membri della propria famiglia (nonni, zii, ecc...) per accudirli. Un'altra ipotesi è che, per le stesse ragioni citate sopra, in Italia si fanno sempre

meno figli e, di conseguenza, in un Paese afflitto da una forte crisi di natalità, le spese per la *baby sitter* non siano un capitolo di bilancio familiare in primo piano.

TABELLA 30

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per la baby sitter?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per la baby sitter	%
Sì	14,8
No	85,2
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Incrocando il dato in base alla tipologia di contratto lavorativo emerge un dato molto interessante: il 100% delle donne che lavorano a partita Iva non hanno speso nemmeno un euro in più per affidare i propri figli alle cure della *baby sitter*, probabilmente a causa di difficoltà economiche che sembrano emergere più e più volte nel corso di questa indagine, a giudicare dall'andamento dei loro consumi. In un solco totalmente differente si collocano le lavoratrici con contratto atipico, che hanno incrementato questo tipo di spese nel 42,9% dei casi e quelle con contratto a tempo determinato (40%). Ancora una volta stupisce che le donne con una posizione lavorativa sicura (a tempo indeterminato) siano tra quelle che risparmiano di più rispetto alle altre: solo il 9,1% ha infatti impiegato maggiori risorse finanziarie per tate e *baby sitter*.

TABELLA 31

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per la baby sitter? Per tipologia di contratto lavorativo

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per la baby sitter	Tipologia di contratto			
	Subordinato a tempo indeterminato	Subordinato a tempo determinato	A partita IVA	Contratto atipico (a progetto, occasionale, ecc)
Sì	9,1	40,0	0,0	42,9
No	90,9	60,0	100,0	57,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Un dato che potremmo considerare speculare a quello appena analizzato è quello relativo alle spese per le badanti. A fronte di un Paese in cui ormai nascono pochissimi bambini, ne abbiamo uno in cui la popolazione invecchia sempre di più. Ciò significa che le famiglie devono sostenere personalmente delle spese

importanti per la cura dei propri familiari, là dove il Sistema Sanitario Nazionale non possa o non riesca ad intervenire per la presa in carico di persone bisognose di assistenza.

Ben il 29,9% del campione ha dichiarato, infatti, di aver dovuto sostenere costi maggiori, rispetto al passato, per assumere badanti che si prendessero cura dei propri cari.

TABELLA 32

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per la badante?

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per la badante	%
Sì	29,9
No	70,1
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Analizzando il dato in base alle fasce d'età è nell'ordine naturale delle cose scoprire che sono soprattutto le over 65 a sostenere i costi più alti per l'assistenza familiare: quasi una donna su due, nell'ultimo anno, ha dovuto spendere di più, rispetto al passato, per questo tipo di interventi (48,6%). La stessa cosa vale per le donne tra i 45 e i 64 anni nel 30,2% dei casi, mentre per le intervistate tra i 25 e i 34 anni tale percentuale scende all'8,3%. Un dato sconcertante, invece, è che ben il 15,4% di donne giovanissime, tra i 18 e i 24 anni, abbia dovuto farsi maggiore carico di spese di questo tipo.

TABELLA 33

In riferimento all'ultimo anno, ha speso di più, rispetto agli altri anni, per la badante? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Ho speso di più per la badante	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Sì	15,4	8,3	20,9	30,2	48,6
No	84,6	91,7	79,2	69,8	51,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Pur in un clima di cauto ottimismo, in cui la crisi economica – nelle sue manifestazioni più pesanti – sembra essersi allontanata, è doveroso affrontare il tema delle spese considerate irrinunciabili.

È stato, quindi, sottoposto alle donne intervistate un quesito relativo ai prodotti e ai servizi di cui non sono disposte a fare a meno: occupa il primo posto della classifica il cibo di qualità (43,8%), seguito, a larga distanza, dai prodotti e dai servizi estetici (10,6%). La salute in tavola rappresenta dunque un fatto di importanza primaria per le italiane ed effettivamente l'attenzione per il mondo alimentare non è mai stata così alta come in questi tempi.

I viaggi, le vacanze e gli abiti di marca sono svaghi e beni ritenuti indispensabili dall'8,3% del campione, mentre l'istruzione privata dei figli, al pari dei divertimenti, quali le uscite, le cene fuori o le partite allo stadio, sono spese a cui il 7% delle italiane non è disposta a rinunciare. I consumi culturali, come i libri, le riviste o *pay-tv* sono in cima alle preferenze del 5,6% delle donne, mentre solo il 3,2 delle intervistate ritiene indispensabile investire in articoli tecnologici (smartphone, tablet, Tv, ecc...) o negli abbonamenti per le attività sportive. Fanalino di coda è rappresentato dagli spostamenti con la macchina e la moto, che ottengono solo il 3,1% delle preferenze.

TABELLA 34

Dovendo ridurre le spese, a che cosa non rinuncia?

Anno 2018

Valori percentuali

Dovendo ridurre le spese, a che cosa non rinuncia?	%
Prodotti alimentari di qualità	43,8
Abiti di marca	8,3
Abbonamenti attività sportiva	3,2
Servizi/prodotti estetici (estetista, parrucchiera, profumi, ecc...)	10,6
Svaghi/divertimenti (ristoranti, stadio...)	7,0
Viaggi vacanza	8,3
Articoli tecnologici (smartphone, tablet, televisore, ecc...)	3,2
Spostamenti in macchina, moto	3,1
Consumi culturali (libri, riviste, pay-tv...)	5,6
Istruzione privata dei figli	7,0
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

Scorpendo il dato in base alle fasce d'età, che appare essere quello più significativo, emerge che le donne più mature sono anche quelle più attente ai prodotti alimentari di qualità: il 43% della fascia tra i 35 e i 44 anni e, rispettivamente, ben il 53,6% ed il 53,7% delle donne tra i 45 e i 64 anni e delle over 65 non sono infatti disposte a rinunciarvi.

Le donne della fascia 45-64 anni sono le più attente all'istruzione privata dei figli (11%), mentre le ragazze più giovani sono quelle meno disposte a rinunciare

agli abiti di marca (26,8%), ai servizi e ai prodotti estetici (14,3%) e alle occasioni di svago e di divertimento (10,7%).

I viaggi e le vacanze sono imprescindibili, rispettivamente, per il 16,5% delle 25-34enni e per il 14,3% delle ragazze tra i 18 e i 24 anni, mentre, con il passare dell'età, tale esigenza si fa meno pressante.

Gli articoli tecnologici non esercitano grandissimo *appeal* su nessuna delle fasce d'età considerate: solo il 5,6% delle donne tra i 35 e i 44 anni e delle ragazze tra i 18 e i 24 anni li considera una spesa di cui non si possa fare a meno e tale percentuale è addirittura inferiore tra le donne di altre età.

L'esigenza meno sentita, infine, è quella di doversi necessariamente spostarsi con un'auto o una moto di proprietà: solo il 3,1% delle over 65 lo ritiene indispensabile, mentre la percentuale delle 18-24enni che esprimono lo stesso genere di preferenza è appena dell'1,8%.

TABELLA 35

Dovendo ridurre le spese, a che cosa non rinuncia? Per fasce d'età

Valori percentuali

Anno 2018

Dovendo ridurre le spese a cosa non rinuncia?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34anni	35-44 anni	45-64 anni	Over 65
Prodotti alimentari di qualità	10,7	29,1	43,0	53,6	53,7
Istruzione privata dei figli	5,4	3,8	7,5	11,0	3,7
Abiti di marca	26,8	3,8	10,3	7,7	2,2
Abbonamenti attività sportiva	5,4	2,5	2,8	2,8	3,7
Servizi e prodotti estetici	14,3	21,5	8,4	6,6	9,7
Svaghi e divertimenti (ristoranti, stadio, ecc...)	10,7	10,1	9,3	5,0	4,5
Viaggi/ vacanza	14,3	16,5	5,6	3,3	9,7
Articoli tecnologici (smartphone, tablet, tv, ecc...)	5,4	2,5	5,6	3,9	0,0
Spostamenti in moto/macchina	1,8	2,5	5,6	2,2	3,0
Consumi culturali (libri, riviste, pay tv, ecc...)	5,4	7,6	1,9	3,9	9,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Tecnologicamente donne

IL CELLULARE: UN AMICO INSEPARABILE

C'era una volta il telefono di casa... E quando si stava fuori e sopraggiungeva la necessità di contattare qualcuno, c'era la cabina telefonica. Poi è arrivato il cellulare a cambiare il modo di comunicare e, successivamente, lo smartphone a portare una vera e propria rivoluzione non solo nel mondo della tecnologia, ma nella nostra vita quotidiana, trascinandoci nell'era del "sempre raggiungibili" e "sempre connessi". Si tratta di uno strumento indubbiamente utile che attraverso le chiamate, i messaggi, la possibilità di scattare foto in qualunque momento e le sue altre infinite funzionalità è in grado di semplificare molti aspetti del quotidiano. D'altro canto, non si può negare che spesso diventi un'ossessione: viene consultato continuamente e diventa difficile separarsene anche solo per poche ore, magari per un allenamento in palestra o per godersi un film al cinema, durante le ore passate a scuola, la notte quando si va a dormire; ma gli esempi potrebbero essere infiniti. Negli anni si è andati instaurando un rapporto di dipendenza con questo strumento, tanto che, dimenticarlo a casa o trovarsi in un luogo in cui c'è assenza di campo, sono situazioni che talvolta possono generare delle vere e proprie crisi.

Le donne italiane non sono immuni al fascino e alla indiscussa utilità del telefonino. L'88,7% ne possiede uno e questo dato raggiunge un risultato molto vicino al 100% fra le donne di età compresa fra i 18 ed i 44 anni. Il sesso femminile sembra essere interessato più alla funzionalità del telefono cellulare, piuttosto che a rincorrere le novità offerte dal mercato: il 70,4% del campione afferma di cambiare apparecchio solo quando quello vecchio non funziona più. Tuttavia, circa il 30% delle italiane acquista un nuovo telefono spinto da altre motivazioni: il 12,6% si mostra interessata ai progressi tecnici e cambia telefono quando il modello e le funzionalità sono superati; il 10,1% si affida al gusto, cambiando cellulare quando il mercato ne propone uno che piace di più ed il 6,9%, non rinuncia a cambiare telefono non appena ne ha la possibilità.

TABELLA 1

Con quale frequenza cambia il telefonino?

Anno 2018

Valori percentuali

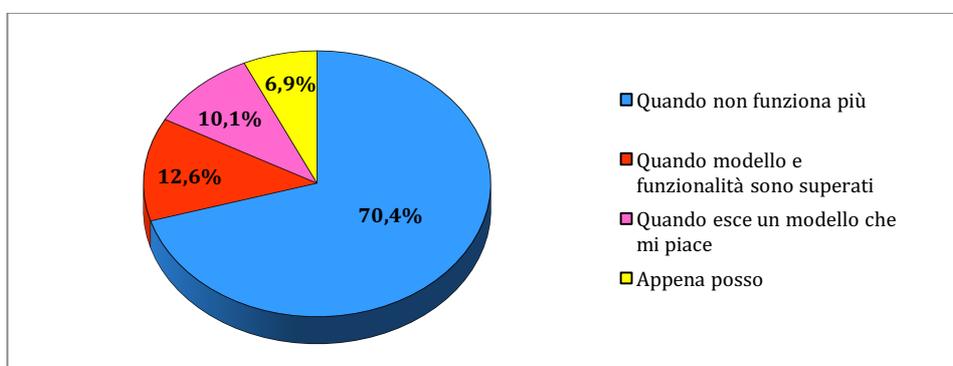
Con quale frequenza cambia il telefonino?	%
Quando non funziona più	70,4
Quando modello e funzionalità sono superati	12,6
Quando esce un modello che mi piace	10,1
Appena posso	6,9
Totale	100,0

Fonte: Eurispes.

GRAFICO 1

Con quale frequenza cambia il telefonino?

Anno 2018



Fonte: Eurispes.

L'osservazione delle risposte strutturate in base alle fasce d'età di appartenenza delle intervistate, mostrano dei risultati in alcuni casi notevolmente differenti dal dato generale. Meno della metà del campione di età compresa fra 18 e 24 anni (47,2%) attende che il telefonino smetta di funzionare per sostituirlo con uno nuovo, circa il 19% lo fa per tenersi al passo con gli aggiornamenti tecnologici e la stessa percentuale perché trova in vendita un modello che piace; il 15% (più del doppio rispetto alla media generale), cambia cellulare appena può.

In tutte le fasce d'età successive la maggior parte delle intervistate aspetta che il cellulare non funzioni più per cambiarlo, ma questa risposta ottiene risultati crescenti con il passare degli anni (63,6% tra i 25 ed i 34 anni; 64,7% tra i 35 ed i 44 anni; 77% tra i 45 ed i 64 anni e 83,2% dopo i 65 anni); questo a conferma di come con il passare degli anni, il cellulare venga visto come un oggetto la cui

importanza risiede soprattutto nel fatto che funzioni, piuttosto che nella sua rispondenza alle ultime novità tecnologiche o alla moda del momento.

TABELLA 2

Con quale frequenza cambia il telefonino? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Con quale frequenza cambia il telefonino?	Fasce d'età				
	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Quando non funziona più	47,2	63,6	64,7	77,0	83,2
Quando modello e funzionalità sono superati	18,9	16,9	14,7	11,2	5,9
Quando esce un modello che mi piace	18,9	13,0	13,7	8,1	3,0
Appena posso	15,0	6,5	6,9	3,7	7,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

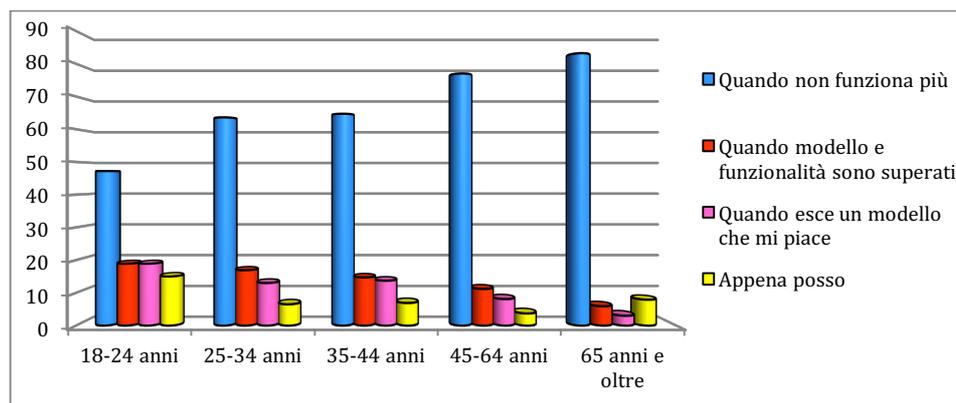
Fonte: Eurispes.

GRAFICO 2

Con quale frequenza cambia il telefonino? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali



Fonte: Eurispes.

Anche il titolo di studio sembra avere un'influenza sulla frequenza con cui si cambia il telefono cellulare. Le donne che hanno conseguito una laurea o un master, nonostante più della metà (59,3%) resti fedele al vecchio telefono finché questo continua a funzionare, sono quelle più propense a sostituirlo quando il modello in loro possesso risulta obsoleto (20,4%) o quando esce un modello che piace (15,7%). A loro seguono le donne diplomate, fra le quali circa una su dieci

cambia telefono quando il modello e le funzionalità sono superati (11,6%) o quando esce un modello di loro gradimento (10,8%). Le donne con la licenza media ed elementare risultano invece più interessate delle altre all'effettivo funzionamento del telefono sostituendolo quando non funziona in più nell'83,3% dei casi per le intervistate con licenza elementare e nel 76,8% dei casi per quelle con la licenza media.

TABELLA 3

Con quale frequenza cambia il telefonino? Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

Con quale frequenza cambia il telefonino?	Titolo di studio			
	Nessuno/Licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Quando non funziona più	83,3	76,8	71,2	59,3
Quando modello e funzionalità sono superati	4,2	8,9	11,6	20,4
Quando esce un modello che mi piace	8,3	3,6	10,8	15,7
Appena posso	4,2	10,7	6,4	4,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Per comprendere le abitudini ed il rapporto che hanno con il proprio telefono cellulare, alle intervistate è stato chiesto in quali situazioni di vita quotidiana hanno l'abitudine di utilizzarlo. Il momento in cui la maggior parte delle donne continua ad utilizzare il telefono è mentre guarda la televisione (64,6%), ed è altrettanto diffuso anche l'utilizzo a letto, appena sveglie o prima di addormentarsi (63,4%), segue l'abitudine di consultarlo a tavola consumando un pasto da sole (55,9%) e mentre si cammina (55,1%); poco meno della metà non se ne priva mentre è al bagno (44,7%).

La maggior parte del campione rinuncia invece all'uso del cellulare in macchina durante le attese al semaforo e quando è a tavola in compagnia (le risposte affermative raggiungono il 29,4% in entrambe le situazioni); poco più di una donna su cinque (20,9%) utilizza il cellulare mentre sta guidando.

TABELLA 4

Le capita di utilizzare il telefonino nelle seguenti situazioni?

Anno 2018

Valori percentuali

Le capita di utilizzare il telefonino nelle seguenti situazioni?	Sì	No	Totale
A letto, al risveglio o prima di dormire	63,4	36,6	100,0
Quando è ferma ai semafori	29,4	70,6	100,0
Mentre cammina	55,1	44,9	100,0

A tavola quando mangia da sola	55,9	44,1	100,0
A tavola quando mangia in compagnia	29,4	70,6	100,0
Quando è alla guida	20,9	79,1	100,0
Mentre guarda la televisione	64,6	35,4	100,0
In bagno	44,7	55,3	100,0

Fonte: Eurispes.

Il rapporto con cellulare cambia in funzione dell'età: esaminando le risposte del campione per età emerge che sono poche le ragazze e le giovani donne che rinunciano al cellulare nella maggior parte delle situazioni proposte, mentre a partire dai 45 anni, l'uso del telefonino diventa più razionale e se ne fa a meno in molti momenti della giornata. Quasi tutte le risposte mostrano infatti un andamento decrescente al crescere dell'età.

L'utilizzo del telefonino a letto è diffusissimo fra le 18-24enni, che lo consultano prima di addormentarsi o al mattino appena sveglie nel 92,5% dei casi; questa abitudine viene mantenuta nella grande maggioranza dei casi anche fra i 25 ed i 34 anni (81,8%) e tra 35 e 44 anni (70,6%); più moderato l'uso a letto del cellulare fra le donne di età compresa fra 45 e 64 anni, pur restando la maggioranza quelle che rispondono affermativamente (57,1%), mentre dopo i 65 anni la percentuale scende al 36,6%.

L'altra situazione in cui le donne italiane non rinunciano all'uso del telefono cellulare è mentre guardano la televisione. Questa, come avevamo visto in precedenza, è in generale l'abitudine più diffusa e coinvolge il 90,6% delle ragazze fra i 18 ed i 24 anni; il 72,5% delle 35-44enni; il 71,4 delle 25-44enni; il 60,2% delle donne fra 45 e 64 anni ed il 44,6% delle over 65. Altra abitudine molto diffusa fra le più giovani è l'uso del cellulare durante i pasti consumati da sole: lo fa l'83% delle ragazze di età compresa tra i 18 ed i 24 anni e l'80,5% di quelle fra i 25 ed i 34 anni.

Le 18-24enni e le 25-34enni non rinunciano facilmente al telefonino neanche quando sono in bagno, utilizzandolo in questa situazione rispettivamente nel 75,5% e nel 70,1% dei casi; tra i 35 ed i 44 anni la risposta prevalente a questa domanda resta affermativa, anche se in misura minore (54,9%), mentre scende al 33,5% fra i 45 e i 64 anni ed al 16,8% per le ultrasessantacinquenni. In quasi tutte le fasce d'età, meno della metà delle intervistate fa uso del cellulare mentre è a tavola in compagnia, fa eccezione la fascia dei 18-24 anni che risponde affermativamente nel 60,4% dei casi; in effetti non è raro vedere in bar o ristorante tavolate di ragazzi e ragazze tutti con smartphone a portata di mano.

L'unico luogo in cui la maggior parte delle giovani fra 18 e 24 anni rinuncia all'uso di questo apparecchio tecnologico è la macchina: ferme al semaforo lo utilizza il 45,3% e mentre è alla guida il 35,8%.

TABELLA 5

Le capita di utilizzare il cellulare nelle seguenti situazioni? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Le capita di utilizzare il cellulare nelle seguenti situazioni?	Risposte	Fasce d'età				
		18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
A letto, al risveglio o prima di dormire	Si	92,5	81,8	70,6	57,1	36,6
	No	7,5	18,2	29,4	42,9	63,4
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Quando è ferma ai semafori	Si	45,3	51,9	37,3	19,9	10,9
	No	54,7	48,1	62,7	80,1	89,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mentre cammina	Si	81,1	71,4	59,8	41,6	45,5
	No	18,9	28,6	40,2	58,4	54,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
A tavola quando mangia da sola	Si	83,0	80,5	67,6	46,6	25,7
	No	17,0	19,5	32,4	53,4	74,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
A tavola quando mangia in compagnia	Si	60,4	40,3	34,3	23,6	8,9
	No	39,6	59,7	65,7	76,4	91,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Quando è alla guida	Si	35,8	28,6	26,5	16,8	7,9
	No	64,2	71,4	73,5	83,2	92,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mentre guarda la televisione	Si	90,6	71,4	72,5	60,2	44,6
	No	9,4	28,6	27,5	39,8	55,4
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
In bagno	Si	75,5	70,1	54,9	33,5	16,8
	No	24,5	29,9	45,1	66,5	83,2
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

La lettura dei dati scorporati in funzione delle differenti tipologie familiari, offre un panorama di abitudini molto variabili a seconda della tipologia familiare di appartenenza.

In generale, le donne che vivono una relazione di coppia e che hanno figli, utilizzano il cellulare meno delle altre in tutte le situazioni proposte. L'occasione in cui vi rinunciano meno è guardando la televisione (63,4%), a letto prima di addormentarsi o al risveglio (59,4%) e mentre camminano (51,2%); poco meno della metà lo usa mentre mangia da sola (47,2%), invece nei pasti in compagnia, probabilmente il più delle volte in famiglia, utilizzano il cellulare nel 24,4% dei casi. Questa categoria si rivela anche la più attenta alla guida con il 22,8% che usa il telefono cellulare ferma ai semafori ed il 17,7% mentre sta guidando. Le monogenitrici, pur avendo anch'esse dei figli, hanno delle abitudini molto differenti rispetto alle loro "colleghe" che vivono in coppia: il 72,3% afferma di utilizzare il telefono a letto, il 71,1% a tavola quando mangia da sola ed il 32,5%

nei pasti in compagnia; anche in questa categoria sono molte quelle che preferiscono non utilizzare il cellulare mentre stanno guidando (risponde affermativamente il 19,3% del campione). Fra le donne che vivono in coppia ma non hanno figli l'abitudine più diffusa è quella di utilizzare il telefonino guardando la televisione (69,4%), a letto (68,1%), a tavola da sole (63,9%) e mentre camminano (59,7%); risultano inoltre essere quelle che più delle altre non rinunciano al telefono quando sono a tavola in compagnia (40,3%) e ferme al semaforo (38,9%). Più della metà delle italiane che vivono da sole, afferma di utilizzare il cellulare in quasi tutte le situazioni proposte e sono le uniche fra le quali l'uso al bagno supera la metà delle risposte (54,1%). Il contesto in cui questa fetta del campione utilizza meno il cellulare è mentre si trova alla guida: afferma infatti di farlo nel 29,4% dei casi, ma questo dato risulta comunque più alto rispetto a tutte le altre tipologie familiari.

TABELLA 6

Le capita di utilizzare il cellulare nelle seguenti situazioni? Per tipologia familiare

Anno 2018

Valori percentuali

Le capita di utilizzare il cellulare nelle seguenti situazioni?	Tipologia familiare				
	Risposte	Persona che vive da sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Monogenitore/ altra tipologia
A letto, al risveglio o prima di dormire	Si	62,4	68,1	59,4	72,3
	No	37,6	31,9	40,6	27,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Quando è ferma ai semafori	Si	36,5	38,9	22,8	33,7
	No	63,5	61,1	77,2	66,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Mentre cammina	Si	60,0	59,7	51,2	57,8
	No	40,0	40,3	48,8	42,2
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
A tavola quando mangia da sola	Si	60,0	63,9	47,2	71,1
	No	40,0	36,1	52,8	28,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
A tavola quando mangia in compagnia	Si	31,8	40,3	24,4	32,5
	No	68,2	59,7	75,6	67,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Quando è alla guida	Si	29,4	23,6	17,7	19,3
	No	70,6	76,4	82,3	80,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Mentre guarda la televisione	Si	61,2	69,4	63,4	67,5
	No	38,8	30,6	36,6	32,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
In bagno	Si	54,1	47,2	39,8	48,2
	No	45,9	52,8	60,2	51,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

NELLE MAGLIE DELLA RETE

Ormai è un dato di fatto: il nuovo millennio è “social”. Il panorama dei Social Network offerti dalla Rete è molto ampio e va dal diffusissimo Facebook, re indiscusso delle piattaforme sociali online, attraverso il quale è possibile condividere di tutto: foto, video, opinioni, stati d’animo e seguire le vite di amici reali o virtuali, a Social più “specifici”, come Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest e Google+.

Più si sono diffusi, più i Social hanno cambiato il modo di vivere le relazioni interpersonali, portando on line i rapporti che abbiamo nella vita quotidiana (compagni di scuola, amici, colleghi, mariti, mogli, genitori e figli), tenendoci in contatto con persone che altrimenti non avremo più risentito e creando connessioni e spesso vere e proprie amicizie virtuali con persone conosciute direttamente in Rete. Alle enormi potenzialità offerte dalla vasta gamma di Social disponibile in Internet, fanno da contraltare una serie di rischi: si diventa spesso dipendenti dalla connessione, dal cellulare o dal computer, perché è lì che si finisce col vivere buona parte della propria vita sociale; si condividono stati d’animo, foto e video, spesso personali e spesso visibili da perfetti sconosciuti; si può incorrere in truffe; si può diventare oggetto di violenze verbali e di persecuzioni che sono molto più semplici da portare avanti nascosti in una stanza dietro ad uno schermo e, le donne di tutte le età, sono purtroppo tra le principali vittime di questi fenomeni di violenza.

Alle donne italiane è stato chiesto di esprimere la loro opinione su alcuni argomenti generali riguardanti i Social Network, a prescindere dal fatto che li utilizzino o meno. Il parere più diffuso è che siano un aiuto per restare in contatto con i propri amici (78,5%) seguito dall’impressione che inducano ad un eccessivo utilizzo (75,8%) e che consentano di rimanere informati sull’attualità (71,8%). Una buona fetta del campione ritiene che, attraverso l’anonimato, favoriscano comportamenti aggressivi e offensivi (64,8%), come anche che siano pericolosi in quanto mettono a rischio la privacy (63,9%). Sono la netta maggioranza anche quante ritengono che aiutino a fare nuove conoscenze (63,4%) e che possano essere uno strumento utile per il lavoro (62,5%), mentre li ritiene un buon passatempo poco più della metà delle intervistate (51,7%). Le affermazioni con cui le donne italiane si dichiarano meno d’accordo è che i Social Network rappresentino una perdita di tempo (47%) e che siano in grado di influenzare l’orientamento politico dei cittadini (46,7%).

TABELLA 7

Qual è la sua opinione sui Social Network?

Anno 2018

Valori percentuali

Qual è la sua opinione sui Social Network?	Sì	No	Totale
Permettono di essere sempre informati sull'attualità	71,8	28,2	100,0
Aiutano a stare in contatto con i propri amici	78,5	21,5	100,0
Aiutano a fare nuove conoscenze	63,4	36,6	100,0
Sono utili per il lavoro	62,5	37,5	100,0
Sono un buon passatempo	51,7	48,3	100,0
Influiscono sull'orientamento politico dei cittadini	46,7	53,3	100,0
Sono pericolosi perché mettono a rischio la privacy	63,9	36,1	100,0
Con l'anonimato favoriscono comportamenti aggressivi e offensivi	64,8	35,2	100,0
Sono una perdita di tempo	47,0	53,0	100,0
Inducono un utilizzo eccessivo	75,8	24,2	100,0

Fonte: Eurispes.

Il giudizio sui Social Network è molto influenzato dall'età delle intervistate e risulta coerente con il fatto che le appartenenti alle fasce d'età più giovani sono cresciute con Internet e con i Social e sono certamente quelle che ne fanno più uso. Le affermazioni positive trovano sempre più riscontri tra le prime fasce d'età e, solitamente, le percentuali hanno un andamento decrescente al crescere dell'età. Quasi la totalità delle 18-24enni concorda sul fatto che i Social Network permettano di essere costantemente informati sull'attualità e aiutino a stare in contatto con i propri amici (94,6% in entrambi i casi); queste affermazioni ricevono anche rispettivamente l'88,6% ed il 92,4% di consensi fra le donne di età compresa tra 25 e 34 anni; successivamente, le risposte positive scendono progressivamente fino ad arrivare al 53% di intervistate che afferma che i Social siano utili per rimanere informati e il 55,2% che servano a mantenere i contatti con gli amici fra le over 65. Le piattaforme sociali digitali rappresentano una buona occasione per fare nuove conoscenze per l'87,5% delle ragazze tra i 18 ed i 24 anni e questo dato si mantiene molto alto anche per le due fasce d'età successive (79,7% e 74,8%), per poi scendere al 55,2% per le 45-64enni e al 45,5% dopo i 65 anni.

La maggioranza del campione, in tutte le fasce d'età, si esprime a favore del fatto che i Social Network possano essere uno strumento utile per il lavoro, ma anche in questo caso, la percentuale di risposte affermative ha un andamento decrescente al crescere dell'età: si parte dal 76,8% nella fascia d'età 18-24 anni, per finire con il 53,7% dai 65 anni in poi. A ritenere che Facebook e "colleghi" siano un buon passatempo è l'83,9% delle giovani donne fra 18 e 24 anni, in questo caso il distacco con le appartenenti alla fascia d'età successiva è più

marcato rispetto alle affermazioni precedenti, infatti fra i 25 ed i 34 anni risponde affermativamente il 68,4% del campione; progredendo con le fasce d'età poi, si assiste ad un calo di circa il 10% delle risposte affermative nel passaggio da una fascia all'altra, fino al 35,1% fra le ultrasessantacinquenni.

Passando agli aspetti negativi dei Social, il primo dato interessante che emerge è che le stesse ragazze che gli riconoscono delle funzioni positive più delle altre intervistate, sono in grado di identificare i rischi connessi al loro utilizzo: il 75% delle giovani tra i 18 ed i 24 anni afferma che i Social Network costituiscono un pericolo per la privacy ed il 71,4% ritiene che, attraverso l'anonimato, favoriscano comportamenti offensivi e aggressivi (precedute in questa risposta solo dalle 25-34enni con il 75,9%).

A ritenere che le reti sociali online inducano ad un utilizzo eccessivo sono soprattutto le intervistate di età compresa fra 25 e 34 anni (86,1%) seguite dalle 35-44enni (80,4%) e, con poco distacco, dalle 18-24enni (78,6%); mentre i Social sono in grado di influenzare l'orientamento politico dei cittadini per il 57% delle donne tra i 18 e i 34 anni, per circa il 47% di quelle fra 35 e 64 anni e per il 35,8% delle over 65.

Le più giovani fanno però più fatica a vedere il tempo passato sulle community virtuali come tempo sprecato e, a fronte del 59% di ultrasessantacinquenni che giudica i Social una perdita di tempo, troviamo la stessa opinione solo nel 41% circa del campione fra 18 e 34 anni.

In generale, è possibile affermare che le donne che fruiscono maggiormente dei servizi e delle opportunità offerte dalla frequentazione dei Social Network, ne hanno una visione estremamente positiva, ma sanno anche essere critiche nei loro confronti e riconoscerne gli aspetti negativi e potenzialmente pericolosi.

TABELLA 8

Qual è la sua opinione sui Social Network? Per fasce d'età

Anno 2018

Valori percentuali

Qual è la sua opinione sui Social Network?	Risposte	Fasce d'età				
		18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
Permettono di essere sempre informati sull'attualità	Si	94,6	88,6	80,4	66,3	53,0
	No	5,4	11,4	19,6	33,7	47,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aiutano a stare in contatto con i propri amici	Si	94,6	92,4	89,7	77,9	55,2
	No	5,4	7,6	10,3	22,1	44,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aiutano a fare nuove conoscenze	Si	87,5	79,7	74,8	55,2	45,5
	No	12,5	20,3	25,2	44,8	54,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono utili per il lavoro	Si	76,8	75,9	69,2	54,7	53,7

	No	23,2	24,1	30,8	45,3	46,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono un buon passatempo	Si	83,9	68,4	55,1	44,8	35,1
	No	16,1	31,6	44,9	55,2	64,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Influiscono sull'orientamento politico dei cittadini	Si	57,1	57,0	47,7	46,4	35,8
	No	42,9	43,0	52,3	53,6	64,2
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono pericolosi perché mettono a rischio la privacy	Si	75,0	65,8	66,4	60,2	61,2
	No	25,0	34,2	33,6	39,8	38,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Con l'anonimato favoriscono comportamenti aggressivi e offensivi	Si	71,4	75,9	64,5	58,6	64,2
	No	28,6	24,1	35,5	41,4	35,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono una perdita di tempo	Si	41,1	39,2	45,8	44,2	59,0
	No	58,9	60,8	54,2	55,8	41,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Inducono un utilizzo eccessivo	Si	78,6	86,1	80,4	69,6	73,1
	No	21,4	13,9	19,6	30,4	26,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

Il giudizio delle italiane sui Social Network risulta strettamente correlato al titolo di studio conseguito. Questo dato si allinea ai risultati osservati per fascia d'età, giacché è possibile supporre che la maggior parte di quante si sono fermate al raggiungimento della licenza elementare o media, facciano parte delle fasce d'età più avanzate, quindi meno avvezze alla frequentazione delle reti sociali online.

In linea generale le donne laureate sono quelle che contano i pareri più positivi rispetto ai Social: il 91,7% di esse ritiene che aiutino a rimanere in contatto con gli amici, l'88% che permettono di essere costantemente informati sull'attualità; l'80,6% che aiutano a fare nuove conoscenze; il 75% che sono un valido aiuto per il lavoro ed il 66,7% che rappresentano un buon passatempo. Per tutte le affermazioni positive proposte, ai giudizi favorevoli delle laureate seguono quelli delle diplomate, poi delle donne con la licenza media ed infine quelli di quante hanno la licenza elementare. Per quest'ultime nessuno degli aspetti positivi dei Social ottiene più della metà dei consensi, si raggiunge un massimo del 46,3% di risposte affermative per quanto riguarda la possibilità di rimanere in contatto con gli amici ed un minimo del 22% nel considerarlo un buon passatempo.

Analogamente a quanto accade nelle risposte per fasce d'età, anche in questo caso le maggiori sostenitrici dei Social Network sono anche quelle più consapevoli dei rischi ad essi connessi. L'84,3% delle italiane laureate ritiene che le piattaforme sociali sul web inducano ad un utilizzo eccessivo; il 75,9% li giudica uno strumento in grado di favorire comportamenti aggressivi e offensivi attraverso l'anonimato e per il 73,1% costituiscono un rischio per la privacy; inoltre, le laureate sono le uniche che ritengono in più della metà dei casi, che i

Social influiscano sull'orientamento politico dei cittadini (59,3%). L'andamento delle risposte che si osserva sugli aspetti negativi delle community, è lo stesso di quelle sugli aspetti negativi: le risposte affermative diminuiscono al diminuire del titolo di studio raggiunto dalle intervistate. Fa eccezione solo l'opinione che i Social Network siano una perdita di tempo a cui rispondono affermativamente il 58,5% delle donne con la licenza elementare, ma a queste seguono proprio le laureate che si dividono perfettamente a metà fra quante si dichiarano d'accordo e quante no.

TABELLA 9

Qual è la sua opinione sui Social Network? Per titolo di studio

Anno 2018

Valori percentuali

Qual è la sua opinione sui Social Network?	Titolo di studio				
	Risposte	Nessuno/licenza elementare	Licenza media	Diploma di maturità	Laurea/Master
Permettono di essere sempre informati sull'attualità	Si	34,1	66,7	73,6	88,0
	No	65,9	33,3	26,4	12,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Aiutano a stare in contatto con i propri amici	Si	46,3	68,2	83,0	91,7
	No	53,7	31,8	17,0	8,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Aiutano a fare nuove conoscenze	Si	34,1	53,0	65,9	80,6
	No	65,9	47,0	34,1	19,4
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono utili per il lavoro	Si	39,0	52,3	65,9	75,0
	No	61,0	47,7	34,1	25,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono un buon passatempo	Si	22,0	43,9	54,0	66,7
	No	78,0	56,1	46,0	33,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Influiscono sull'orientamento politico dei cittadini	Si	29,3	35,6	49,6	59,3
	No	70,7	64,4	50,4	40,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono pericolosi perché mettono a rischio la privacy	Si	43,9	53,8	68,1	73,1
	No	56,1	46,2	31,9	26,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Con l'anonimato favoriscono comportamenti aggressivi e offensivi	Si	53,7	52,3	68,1	75,9
	No	46,3	47,7	31,9	24,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Sono una perdita di tempo	Si	58,5	43,2	46,0	50,0
	No	41,5	56,8	54,0	50,0
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
Inducono un utilizzo eccessivo	Si	63,4	66,7	78,6	84,3
	No	36,6	33,3	21,4	15,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

L'indagine ha successivamente voluto mettere in luce quali sono le abitudini di utilizzo prevalenti fra le donne che frequentano i Social Network. Occorre premettere che, quest'ultime, rappresentano il 62,7% del campione, prevalentemente di età compresa fra i 18 ed i 44 anni e nella maggior parte dei casi laureate, diplomate o studentesse.

I Social vengono utilizzati dalle donne italiane innanzi tutto per guardare le attività e le foto degli amici (88,3%), per essere in contatto con loro attraverso le chat (86,2%), per guardare/ascoltare video (78,8%) e per tenersi informate su quello che accade (77,7%). La maggior parte delle potenzialità delle reti sociali vengono comunque sfruttate da più della metà del campione: scrive cosa fa e cosa pensa il 58,5%; mantiene un contatto con gli amici attraverso i commenti il 68,2%; si iscrive a pagine su argomenti e personaggi di suo interesse il 55%; si tiene aggiornato su eventi ed incontri il 69,1% ed, infine, conosce persone nuove online il 56,2% delle intervistate. Le attività meno diffuse sono scrivere critiche su personaggi o posizioni che non condividono e promuovere la propria attività lavorativa (circa 39% per entrambi gli utilizzi).

TABELLA 10

In che modo utilizza i Social Network?

Anno 2018

Valori percentuali

In che modo utilizza i Social Network?	Sì	No	Totale
Scrivo cosa faccio e cosa penso	58,5	41,5	100,0
Guardo le attività e le foto dei miei amici	88,3	11,7	100,0
Mi tengo in contatto con i miei amici nei commenti	68,2	31,8	100,0
Mi iscrivo a pagine su personaggi e argomenti di mio interesse	55,0	45,0	100,0
Mi informo su quel che accade	77,7	22,3	100,0
Mi tengo aggiornato su eventi/incontri	69,1	30,9	100,0
Conosco persone nuove	56,2	43,8	100,0
Promuovo il mio lavoro/attività	39,0	61,0	100,0
Scambio opinioni su tema di mio interesse	48,1	51,9	100,0
Scrivo le mie critiche a personaggi/posizioni che non approvo	39,3	60,7	100,0
Esprimo il mio sostegno/apprezzamento per personaggi che approvo	42,7	57,3	100,0
Condivido le mie foto/video	57,0	43,0	100,0
Condivido video, musica e link	63,6	36,4	100,0
Guardo/ascolto video	78,8	21,2	100,0
Gioco	45,3	54,7	100,0
Chatto con gli amici	86,2	13,8	100,0

Fonte: Eurispes.

L'analisi dei risultati in base allo stato civile delle intervistate svela che, in linea generale, le donne conviventi sono quelle che sfruttano più di tutte la vasta

gamma di attività offerte dai Social Network, seguite dalle nubili e dalle vedove, mentre le sposate e le separate/divorziate, ne fanno un uso più limitato.

In alcune delle voci proposte, spiccano le italiane che si sono dichiarate vedove: il 100% di esse utilizza le community per tenersi informate su quello che accade, il 90% mantiene i contatti con gli amici attraverso i commenti e guarda ed ascolta video, il 70% utilizza i Social per esprimere sostegno a personaggi di suo gradimento e il 60% come passatempo per giocare on line; sono invece un po' meno propense a scrivere di se stesse e a condividere le proprie foto e video (entrambe queste voci ottengono il 50% di risposte affermative).

Le donne che convivono sono particolarmente vivaci nel seguire le vite dei propri amici guardando le loro foto e attività (97,9%), nel condividere musica, video e link (93,8%) e nel chattare con gli amici (93,8%); sono anche più inclini a condividere in Rete cosa fanno e cosa pensano (87,5%), a conoscere nuove persone (83,3%) e a pubblicare foto e video personali (79,2%), mentre le nubili si classificano spesso in seconda posizione. Le utenti sposate e quelle separate/divorziate risultano essere quelle che meno di tutte sfruttano le tante possibilità di utilizzo dei Social Network, probabilmente perché rispetto alle nubili e alle conviventi, appartengono nella maggior parte dei casi a fasce d'età più adulte, che trascorrono meno tempo sulle piattaforme sociali online; questa fetta del campione registra comunque percentuali molto alte nel seguire foto e attività dei propri amici, nell'uso dei Social come mezzo di informazione e per chattare.

TABELLA 11

In che modo utilizza i Social Network? Per stato civile

Anno 2018

Valori percentuali

In che modo utilizza i Social Network?	Stato civile					
	Risposte	Nubile	Sposata	Vedova	Separata/ Divorziata	Convivente
Scrivo cosa faccio e cosa penso	Si	59,6	49,0	50,0	58,3	87,5
	No	40,4	51,0	50,0	41,7	12,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Guardo le attività e le foto dei miei amici	Si	93,9	82,4	80,0	83,3	97,9
	No	6,1	17,6	20,0	16,7	2,1
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mi tengo in contatto con i miei amici con commenti	Si	77,2	56,9	90,0	58,3	83,3
	No	22,8	43,1	10,0	41,7	16,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mi iscrivo a pagine su personaggi e argomenti di mio interesse	Si	71,9	37,9	60,0	37,5	77,1
	No	28,1	62,1	40,0	62,5	22,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mi informo su quel che accade	Si	86,0	67,3	100,0	75,0	87,5
	No	14,0	32,7	0,0	25,0	12,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mi tengo aggiornato su eventi/incontri	Si	84,2	53,6	80,0	66,7	81,3

	No	15,8	46,4	20,0	33,3	18,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Conosco persone nuove	Si	62,3	45,1	60,0	41,7	83,3
	No	37,7	54,9	40,0	58,3	16,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Promuovo il mio lavoro/attività	Si	43,9	30,7	40,0	29,2	58,3
	No	56,1	69,3	60,0	70,8	41,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Scambio opinioni su temi di mio interesse	Si	50,0	37,3	50,0	45,8	79,2
	No	50,0	62,7	50,0	54,2	20,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Scrivo le mie critiche a personaggi/posizioni che non approvo	Si	43,0	28,8	50,0	33,3	64,6
	No	57,0	71,2	50,0	66,7	35,4
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Esprimo il mio sostegno/apprezzamento per personaggi che approvo	Si	49,1	30,1	70,0	33,3	66,7
	No	50,9	69,9	30,0	66,7	33,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Condivido le mie foto/video	Si	70,2	41,8	50,0	50,0	79,2
	No	29,8	58,2	50,0	50,0	20,8
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Condivido video, musica e link	Si	69,3	49,0	70,0	66,7	93,8
	No	30,7	51,0	30,0	33,3	6,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Guardo/ascolto video	Si	88,6	68,6	90,0	75,0	87,5
	No	11,4	31,4	10,0	25,0	12,5
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gioco	Si	46,5	38,6	60,0	50,0	58,3
	No	53,5	61,4	40,0	50,0	41,7
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Chatto con gli amici	Si	88,6	83,7	70,0	83,3	93,8
	No	11,4	16,3	30,0	16,7	6,3
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Eurispes.

CONCLUSIONI

Esiste un mondo in cui il gap fra uomini e donne in fatto di tecnologia è destinato a scomparire: questo è il mondo degli smartphone, del web e dei Social Network. Se per tanto tempo è stata opinione diffusa che la tecnologia ha rappresentato un argomento riservato agli uomini e a poche donne che mostravano delle particolari doti al riguardo, oggi tutto questo sta cambiando, almeno per quanto riguarda la tecnologia del quotidiano, quella che ci tiene costantemente connessi al resto del mondo attraverso le reti virtuali, quella per la quale non dobbiamo aspettare di arrivare a casa o in ufficio, quella che si porta in tasca o in borsetta.

L'indagine mostra come le giovani donne siano attente alle novità tecnologiche offerte dal mercato e sappiano sfruttare tutte le possibilità offerte dal

web ed in particolare dai Social Network: dall'attualità al gioco, dal lavoro alla musica, dai rapporti con gli amici all'opportunità di fare nuove conoscenze; e i loro risultati non si discostano molto da quelli degli uomini delle stesse fasce d'età. Esiste certamente una grande fetta di italiane che resta fuori da queste dinamiche, specialmente dai 65 anni in poi, ma questo risultato è destinato a cambiare considerando che è in arrivo una nuova generazione di "native digitali", pronte a contendersi con i propri coetanei il titolo di "net runners".

Note metodologiche

L'indagine campionaria ha coinvolto 557 partecipanti di sesso femminile.

Le partecipanti sono state raggiunte, nel periodo dicembre 2017 e inizio gennaio 2018, attraverso un questionario cartaceo, distribuito dalla rete dei nostri somministratori.

Al campione sono stati sottoposti alcuni temi, in particolare riguardanti “Donne e violenza”, “Donne e bellezza” “Donne e consumi” e “Donne e tecnologia”. Tutti gli item sono stati misurati attraverso domande a risposta chiusa.

Un'analisi preliminare ed un primo screening dei dati sono stati effettuati al fine di verificare la struttura dei dati e la presenza di errori. Il trattamento dei dati è avvenuto attraverso il software “SPSS 19”.