



LA SOCIETÀ DEL 4 PER CENTO

PROFILO SOCIALE, PSICOLOGICO, CULTURALE DEGLI ITALIANI

ASSOCIAZIONE LIBERTÀ'EGUALE

ANTONIO PREITI

11 giugno 2015



Premessa

Di che si tratta?



L'Istat svolge annualmente una grande indagine campionaria "Aspetti della vita quotidiana", che affronta molti aspetti della vita quotidiana degli Italiani; misura alcuni comportamenti e rappresenta le opinioni degli Italiani su vari ambiti della vita collettiva. Ci sono domande sulla mobilità, sul tempo libero, sull'istruzione, sulla cura del corpo, sulla giustizia civile, sui consumi, sui media e altro ancora.

Perchè è importante?



Perchè la stessa persona, in una unica indagine, nello stesso istante, risponde su tanti aspetti della sua vita personale, della vita collettiva e su come percepisce le politiche pubbliche. Di solito, questi dati sono disponibili "in verticale", settore per settore, e sempre quale misura oggettiva. In questo caso, la visione è quella soggettiva dell'intervistato. E' così possibile mettere in relazione i comportamenti, le opinioni, le valutazioni di una singola persona su un insieme molto grande di questioni. E' l'unica con queste caratteristiche.

Perchè la cluster analysis?



Perchè è l'unico modo di tenere insieme informazioni su materie così diverse e di diversa natura. La cluster analysis divide una popolazione in gruppi che siano al massimo omogenei al loro interno e al massimo differenti uno dall'altro.

Perchè dividere l'Italia in gruppi?

Ogni gruppo ha uno o più elementi che aggregano il gruppo e lo distinguono dagli altri. Questi elementi sono i driver che dividono il Paese. Anche il numero di gruppi è frutto dell'analisi. Nel nostro caso i gruppi individuati sono quattro. I driver sono quelli che vedremo nella descrizione di ciascun gruppo.

Di seguito sono descritte le quattro tipologie di Italiani e sugli elementi che accomuna ciascuno di essi.



I numeri della ricerca

24.000



famiglie intervistate

54.000

persone intervistate

742



variabili considerate

850

numero di comuni coinvolti

2015



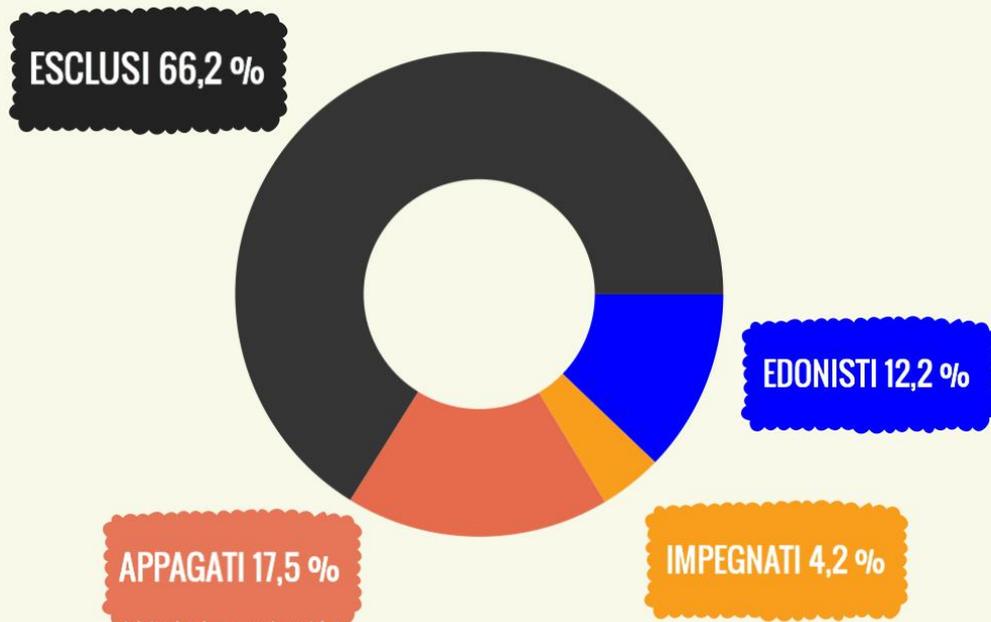
data di presentazione



Fonti:

L'analisi cluster è stata eseguita sui micro dati resi disponibili da ISTAT. L'indagine ha per titolo "Aspetti della vita quotidiana", realizzata da ISTAT e presentata nel febbraio 2015. Le interviste sono state realizzate nel 2013. I riferimenti all'indagine ISTA si trovano al seguente link <http://www.istat.it/it/archivio/91926>. I riferimenti alla cluster analysis si trovano su www.sociometrica.it

L'Italia divisa in quattro



I fattori che spaccano il Paese:



fattore n. 1
istruzione



fattore n. 2
sfiducia verso gli altri



fattore n. 3
lavoro



fattore n. 4
mondo digitale

Il primo grafico illustra come è divisa l'Italia secondo i quattro gruppi identificati dall'analisi cluster, che massimizza l'omogeneità all'interno di ciascun gruppo e la distinzione fra un gruppo e l'altro. I fattori indicati sono quelli che maggiormente contribuiscono a creare i gruppi, cioè a separare la popolazione italiana.

EDONISTI 12,2 %

Lavoro indipendente

Famiglie "leggere"



Le professioni del commercio, del turismo, e le libere professioni rappresentano il 39 % del gruppo, connotato perciò dal lavoro autonomo.

La modalità prevalente è famiglia con due figli (35,5 %), spesso con un solo figlio (22,5 %); il 9,9 % è single.

Fiducia nella gente

Grande consumo di tecnologia

Informati sulla politica, ma molto critici



La loro fiducia generale nella gente è superiore alla media (25,0 % contro il 21,2 %). Mai a messa la domenica. Ottimisti sul futuro.

L'84,4 % ha un computer, contro media del 57,0 %. Grande uso di internet, soprattutto per le relazioni sociali: il 69,8 % è su facebook.

Il 42,3 % segue saltuariamente la politica, ma il 41,5 % dà il voto zero nella fiducia a i partiti.

Grande soddisfazione per la vita personale

Fanno molte vacanze, sport e tanta vita sociale



Il 71,9 % è pienamente soddisfatto della propria vita. Percezione negativa solo del 4,0 %. Superiore alla media l'auto-valutazione della situazione economica.

Il 70,5 % fa una o più vacanze all'anno. Il 40 % fa sport con continuità e il 24,4 % in maniera saltuaria.

Poche letture, molta radio



Il 52,0 % non ha letto neppure un libro ultimo anno. Giornali poco letti. il 75,3 % ascolta la radio con continuità. Molta televisione (il 25,0 % ha tre o più televisioori in casa. Avanza la web tv.

Descrizione sintetica:

E' un gruppo che comprende molti più uomini che donne (66,3 % vs. il 33,7 %), single e famiglie con al massimo due figli, più spesso uno solo. Il driver prevalente nel gruppo è quello della libertà, intesa come un lavoro non da dipendente, e come scelte di vita e di comportamento. Molto netta la divisione tra lato personale (che riserva molte soddisfazioni) e lato sociale (verso cui c'è scarso interesse). Abbastanza informati, ma poca vita sociale.

il regno Piemontese

IMPEGNATI 4,2 %

Istruzione molto elevata



Il 37,4 % del gruppo ha la laurea, tre volte di più della media nazionale. Elevato anche il numero dei diplomati: 36,0 %. Solo il 2,4 % non ha alcun titolo di studio

Iperoccupati

Il 54,9 % del gruppo ha un'occupazione, se si aggiunge il 21,1 % di studenti, la parte fuori dal mercato del lavoro è minima.

Concentrati nelle grandi città del nord e del centro



Più che la geografia prevale la dimensione metropolitana, dove vive uno su quattro del gruppo. Prevalenza di Lombardia, Emilia Romagna, Lazio e Toscana.

**Voraci consumatori culturali
Grande fiducia verso gli altri**

Il 39,7 % del gruppo si fida generalmente degli altri, contro la media generale del 21,2 %.

E' il gruppo meno televisivo. Il 93,4 % usa il computer, il 92,0 % ha accesso a internet e il 37,9 % nella versione mobile. L' 85,3 % legge libri e il 78,1 % un quotidiano.

Si respira, si partecipa, si vive la politica



Il 28,8 % parla di politica tutti i giorni. Il 59,7 % se ne informa tutti i giorni. Non solo seguono la politica, ma la giudicano un po' meno peggio degli altri.

Molta attenzione al volontariato

Il 27,7 % del gruppo svolge qualche attività di volontariato, il doppio rispetto alla media.

Salutisti e soddisfatti della vita



Il 61,5 % non beve; il 25,0 % ha smesso di fumare e il 53,6 % non lo ha mai fatto. Il 61,8 % è soddisfatto della vita e il 5,0 % si dà il voto massimo, tre volte più della media.

Descrizione sintetica:

E' il gruppo dei perfetti, si potrebbe dire. Sono impegnati sul sociale, sono dentro tutti i gangli dell'economia, partecipano alla vita pubblica e hanno un'alta considerazione di sé. Anche verso la politica, sebbene non si discostino dal giudizio generalmente negativo, comunque ne apprezzano in parte le funzioni e la qualità dei protagonisti. Sono totalmente dentro il mondo digitale e sentono i media tradizionali come strumenti del passato.

APPAGATI 17,5 %

**Lavoro nella PA,
scuola e sanità**



Mettendo insieme PA, istruzione e sanità si arriva al 32,8 %. Aggiungendo trasporti e altri servizi, l'occupazione di natura pubblica supera il 50 %.

Famiglia tradizionale

Prevale la tipologia genitori più due figli. Anzi è il gruppo con più figli. Non ha una particolare concentrazione territoriale.

Istruiti



I laureati rappresentano il 22,5 %, il doppio rispetto alla media. Anche i diplomati sono sopra la media.

**Grande familiarità
con la tecnologia**

Il 79,3 % usa il computer e il 68,4 % va su internet correntemente. Non ugualmente sviluppato l'uso di internet sul mobile.

Molta lettura

Alta la lettura dei quotidiani, così come alta è la lettura dei libri: il 70 % ha letto almeno un libro nell'ultimo anno.

Seguono molto la politica



Il 21,3 % parla di politica tutti i giorni. E' il gruppo più informato. Tuttavia non sono contenti dell'offerta politica e criticano i partiti secondo la media generale.

Soddisfazione per l'economia

La percezione della situazione economica è leggermente superiore alla media: il 54,9 % è soddisfatto. Abbastanza ottimisti sul futuro.



**Soddisfatti
delle
relazioni
personali**



Soddisfatti per la salute (91,0 %), per le relazioni familiari, per quelle amicali e per il tempo libero. Rapporto saltuario con la religione.

Descrizione sintetica:

E' un gruppo connotato soprattutto dalla collocazione occupazionale nel mondo pubblico. La sicurezza che questa collocazione sembra riservare proietta una sensazione di appagamento che si rileva dappertutto. Pur non avendo a disposizione grandi redditi e una grande scala di consumi, tuttavia sono ampiamente soddisfatti della condizione economica personale. Hanno un livello di istruzione più elevato, anche se i consumi culturali sembrano piuttosto ristretti ai libri e ai quotidiani, buona familiarità anche con il mondo digitale.

ESCLUSI 66,2 %

Livello d'istruzione molto basso



Il 68,1 % del gruppo, al massimo, ha fatto la scuola dell'obbligo, ma il 10 % circa sa appena leggere e scrivere. Uno su quattro ha completato solo la scuola elementare.

Ai margini del lavoro

Solo il 33,4 % è occupato: l'11,2 % è in cerca di prima o di nuova occupazione, il 20,5 % è di casalinghe e il 27,4 % di ritirati dal lavoro.

Presenti in tutto il paese, ma al sud di più



Raccogliendo oltre la metà della popolazione, il gruppo è presente ovunque, ma nel sud è sovrarappresentato: ci vive il 44,6 %.

Sfiducia verso gli altri

Il 23,8 % non è soddisfatto della propria vita e l'83,3 % ha sfiducia verso gli altri. Il 57,8 % non legge nessun tipo di quotidiano e con continuità il 12,2 %.

Pochi viaggi, poche vacanze, pochi consumi

Il 71,8 % non ha fatto nessuna vacanza nell'ultimo anno. Quelli che viaggiano, lo fanno in Italia. L'88,2 % non fa nessun tipo di sport.

Rapporto zero con la politica



Solo il 15,3 % parla, anche saltuariamente, di politica. Il 43,8 % del gruppo da un voto zero verso la fiducia nei partiti politici.

Resiste solo la famiglia

Le relazioni sociali sono percepite come insoddisfacenti, solo quelle familiari sono positive.



Tv, Tv, Tv, niente digitale

L' 85,6 % segue tutto in televisione. Il 22,9 % la vede 4 ore o più al giorno e il 4 % arriva a superare le 7 ore. Solo il 37,1 % ha un computer e il 70,1 % non ha letto nessun libro.



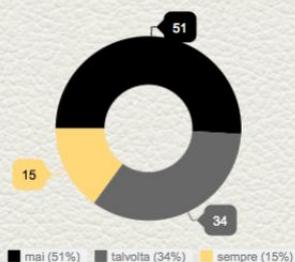
Descrizione sintetica:

E' un gruppo che sembra escluso dalla vita sociale del paese. Solo uno su tre partecipa alla vita economica; pochissimi leggono i giornali, ancora meno i libri. Scarso l'uso di internet e la familiarità con il mondo digitale. Hanno una rottura netta con la politica e una totale sfiducia verso i partiti. Si sentono in qualche modo traditi, ma la sfiducia verso gli altri è addirittura superiore a quella verso la politica. Resistono solo famiglia e amici a mantenere il tessuto sociale di questo gruppo. Insomma vince il piccolo cerchio personale e non quello collettivo.

I consumi culturali

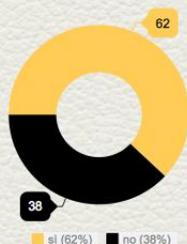
Cultura scritta e mondo digitale

poca lettura dei quotidiani



La metà degli Italiani non legge mai i quotidiani; quelli che ne leggono uno tutti i giorni rappresentano il 15 %.

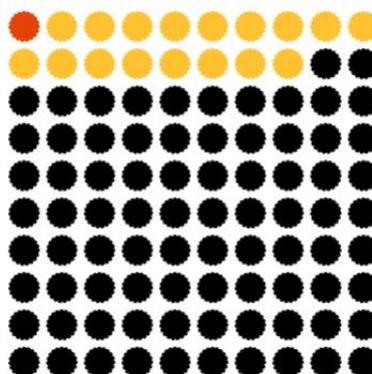
molte informazioni su internet



Le persone che, nonostante il giudizio negativo sui partiti, segue la politica è molto grande: il 38,3 % s'informa ogni giorno

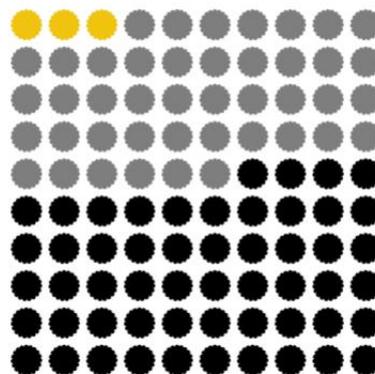
A teatro?

L' 82,2 % della popolazione non è mai stata a teatro; il 17,4 % qualche volta e lo 0,5 % con continuità.



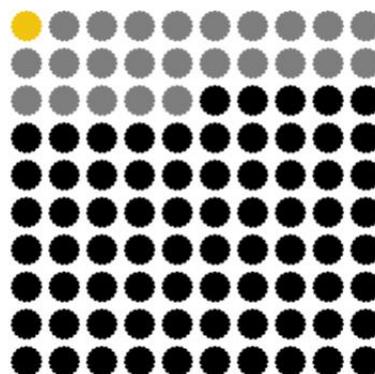
Al cinema?

Il 54,4 % della popolazione non è mai stata a cinema; il 42,8 % qualche volta all'anno e il 2,7 % una volta al mese



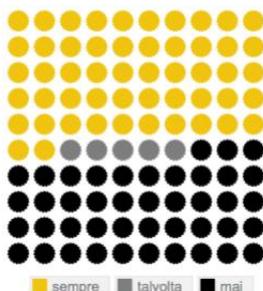
Al museo?

Il 75,0 % della popolazione non è mai stata in un museo; il 24,4 % qualche volta all'anno e lo 0,6 % una volta al mese

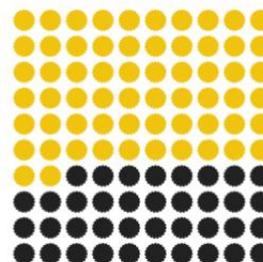


Soluzione digitale!

Internet



Lettura su internet

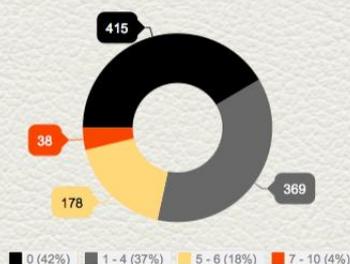


Il 52,4 % utilizza con regolarità internet, il 4,6 % talvolta e il 43,0 % mai. Il 61,6 % (su internet) legge regolarmente testi, articoli, libri.

La politica

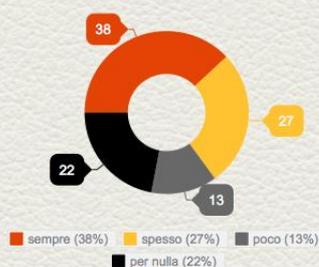
distanza e rifiuto

sfiducia nei partiti



Richiesti di dare un voto da 0 a 10 nei confronti della politica, gli Italiani sono molto critici: il 41,5 % da addirittura il voto 0. La media è 2,2, mentre coloro che promuovono i partiti sono il 10,0 %.

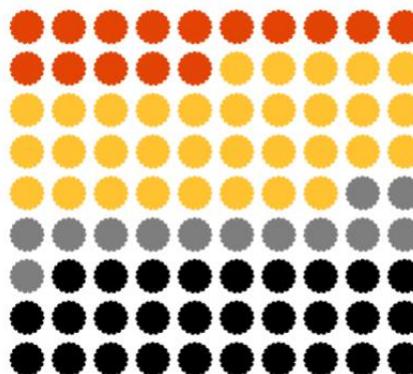
ma non nella politica



Le persone che, nonostante il giudizio negativo sui partiti, segue la politica è molto grande: il 38,3 % s'informa ogni giorno

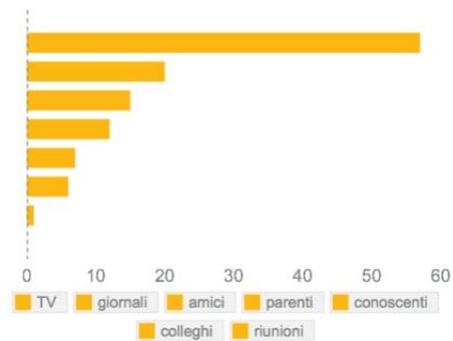
ne parlano abbastanza

Il 15,3 % parla di politica tutti i giorni e il 33,3 % qualche volta ogni settimana; il 12,7 % raramente e il 28,6 % mai.



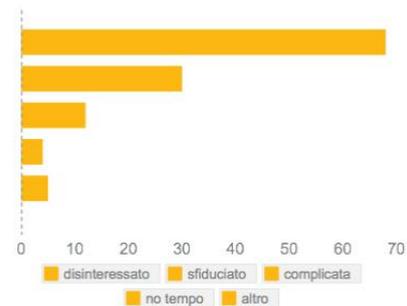
s'informano molto

Il 56,5 % segue la politica in televisione, al secondo posto i quotidiani con il 20,0 %, al terzo gli amici (14,6 %), poi i parenti (11,9 %), conoscenti e colleghi di lavoro. il totale delle relazioni personali arriva al 39,9 %, poco meno della televisione.



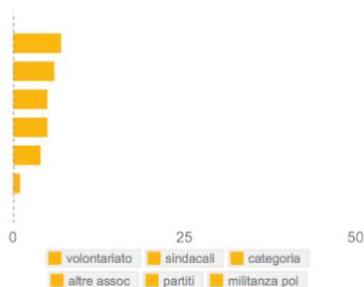
s'impegnano poco

il 68,1 % della popolazione che non si occupa di politica, lo fa perchè non è interessato, il 30,2 % perchè è sfiduciato e l' 11,7 % perchè la politica è troppo complicata. Il 4,1 % perchè non ha tempo.

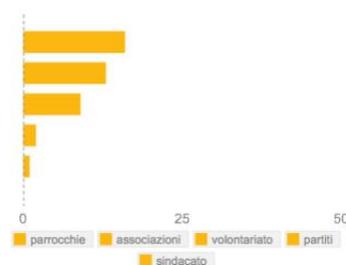


partecipano zero

Partecipazione



Finanziamento

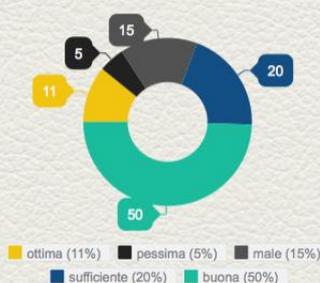


L'impegno civico della popolazione non è elevato, salvo che per il volontariato, cui dedica tempo e impegno il 7 %, seguito dal sindacato e dalle associazioni di categoria. I soldi gli Italiani li danno soprattutto a parrocchie e alle associazioni, poco a partiti, meno ancora ai sindacati.

Vita personale e percezione del mondo

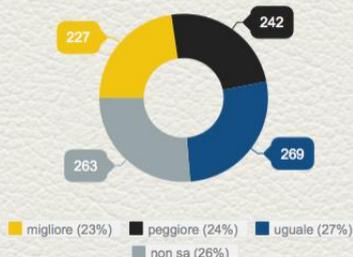
Soddisfatti di sé, delle relazioni personali, ma non degli altri

sfiducia verso il prossimo



Il 78,8 % della popolazione non ha fiducia nella gente, negli altri. E' un giudizio pesante, indistinto, generalizzato, che si riverbera su tutto il resto.

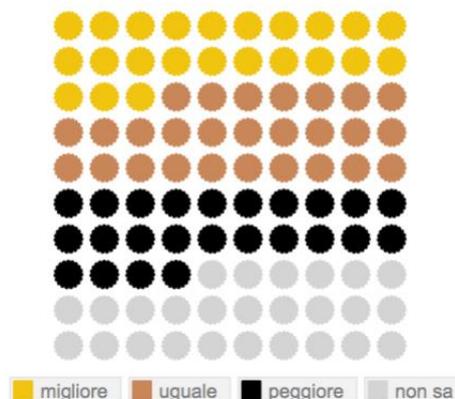
soddisfazione per la propria vita



La metà degli Italiani (49,8 %) da il voto 6 alla propria vita; l' 11,2 la giudica ottima e il 19,6 % sufficiente. l'area del disagio comprende circa il 20 %: per il 4,6 % è pessima e per il 14,8 % va male.

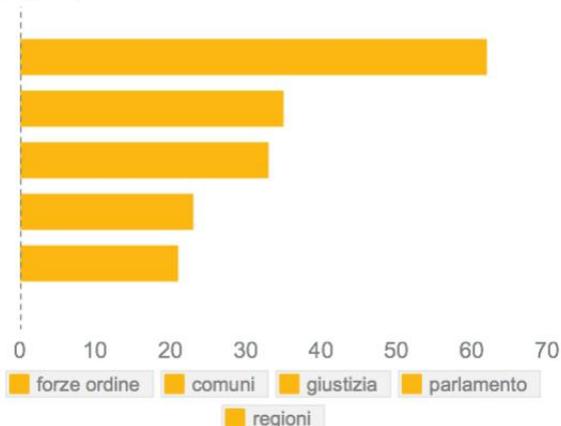
futuro incerto, immobile

Un italiano su quattro (26,3 %) non sa valutare il futuro personale. Il 26,9 % pensa che sarà uguale, il 24,2 % pensa che sarà peggiore, ma il 22,7 % è ottimista, pensa che sarà migliore



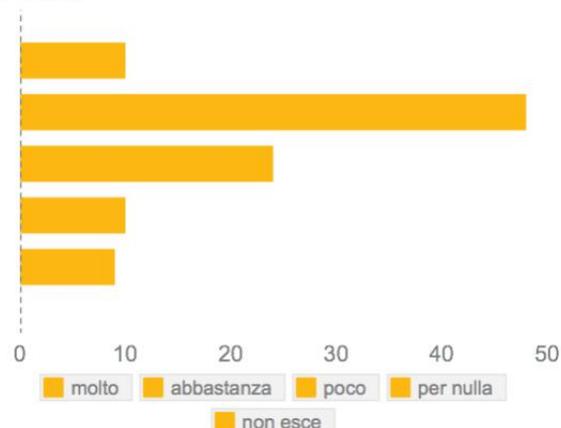
Fiducia istituzioni

La più grande fiducia gli Italiani la ripongono verso le forze dell'ordine: il 62 % da un voto di 6 o superiore. Poi vengono i comuni, il sistema giudiziario, in fondo, il Parlamento e le Regioni



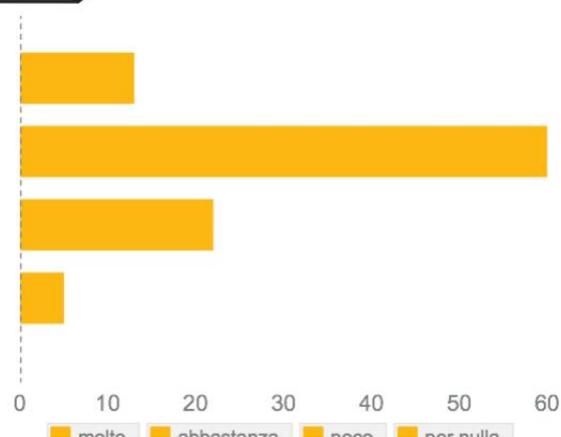
Sicurezza

Il 10 % della popolazione si dice molto soddisfatto per la sua sicurezza personale e abbastanza soddisfatto il 48 %, la somma perciò da la maggioranza degli Italiani che si sente sicura. Ma coloro che non lo sono arrivano, con varie gradazioni, al 43 %. La sensazione di grande insicurezza arriva al 10 %.



Lavoro

Il 13 % della popolazione si dice molto soddisfatto per il suo lavoro e il 60,1 % abbastanza soddisfatto, il che da il 73,1 % di Italiani che comunque non manifesta gravi problemi. Un italiano su quattro, o poco più (26,9 %), esprime insoddisfazione per il proprio lavoro.

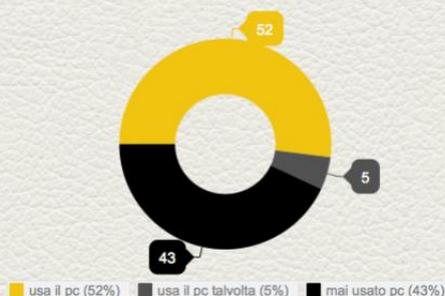


Rivoluzione digitale

L'Italia divisa in due da internet

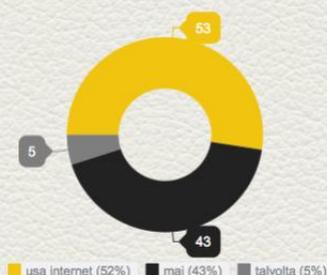
Il computer divide il paese

La metà degli Italiani (52,2 %) usa costantemente un computer; all'opposto il 43,0 % non l'ha mai usato nella propria vita. Il 4,8 % ne fa uso occasionale.



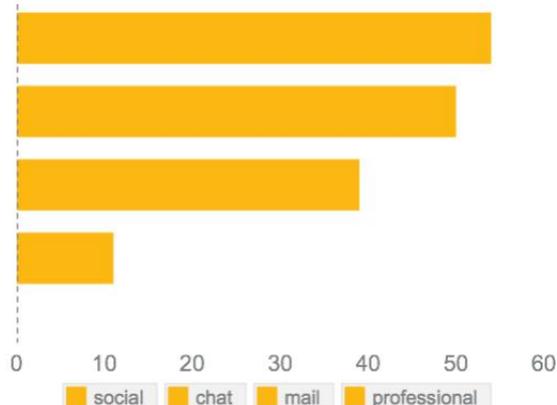
Computer uguale internet

Usare il pc significa usare internet. Non ci sono differenze. Non si tratta però di alfabetizzazione informatica minima, ma di cultura generale minima.



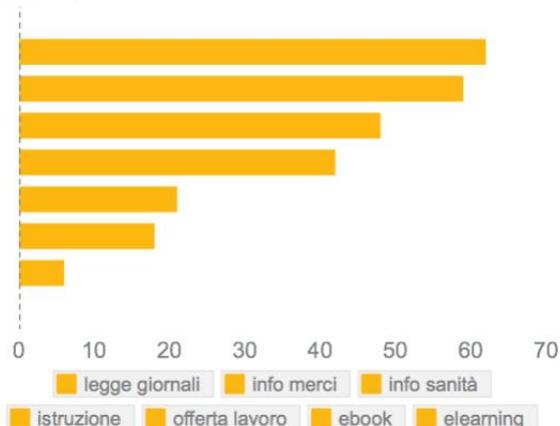
Social, solo social

La metà e oltre delle persone che sono su internet utilizzano i social (53,7%), seguito da chat e altre attività di gruppo (49,8 %). Il 39,4 % utilizza la posta elettronica, mentre il 10,9 % aderisce a network professionali (linkedin, ecc.)



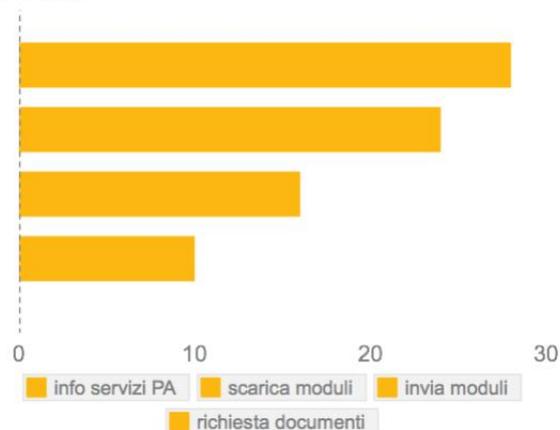
News e prodotti

L'attività maggiore su internet, escluso i social media, sono le informazioni giornalistiche (61,6 %), seguite a poca distanza dalle info sulle merci e prodotti (58,5 %). Elevato anche l'argomento sanità e salute (48,3%) e tutto il mondo dell'istruzione (42,4%). Il 20,8 % cerca lavoro su internet.



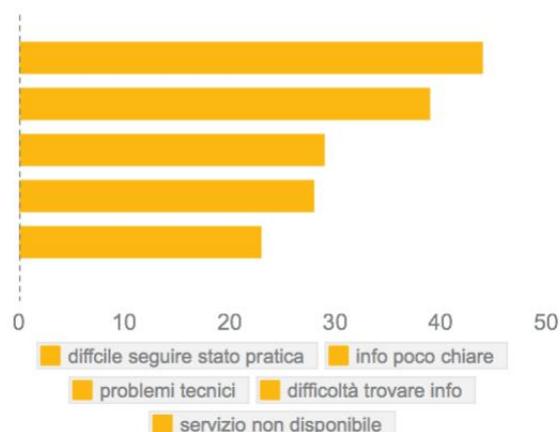
Internet e PA

Circa una persona su tre in Italia cerca informazioni sui servizi pubblici su internet (27,7 %), il 24,2 % prova a scaricare moduli e il 16,0 % li invia. La richiesta di documenti on line ha coinvolto il 10 % della popolazione. Ma l'uso di internet è frenato da vari problemi.



Internet e problemi

il 44,4 % delle persone che ha relazioni con la PA in digitale ha difficoltà a seguire lo stato di una pratica; il 39,3 % trova le informazioni poco chiare; il 29,3 % riscontra spesso problemi tecnici del sito; il 28,4 % ha difficoltà a trovare le informazioni giuste e il 23,0 % trova alcuni servizi spesso non disponibili.



Ricollegare élite e popolo

Che paese abbiamo?



E' un paese che ha un enorme scontento per quello che riguarda la vita collettiva, di cui però sfuggono le ragioni più strutturali del disagio, determinate dalla scarsa mobilità sociale, da un 4 % della società che controlla tutto, e un altro 30 % che partecipa alla vita pubblica e il 66 % auto-recluso nella dimensione personale e familiare. La società bloccata è frutto di un combinato di difese corporative, competenze difficili da acquisire e norme che, invece di regolare i mercati, ne ostacolano l'apertura.

Qual è la variabile che spacca l'Italia?



E' l'istruzione, la cui debolezza non fornisce gli strumenti di partecipazione, che crea un gap tra il nostro paese e gli altri europei, dove, ad esempio, i laureati sono circa il doppio dei nostri. E' l'istruzione che determina la lettura dei giornali, i consumi culturali, la partecipazione alla vita pubblica, l'uso di internet, la qualità dell'informazione e la qualità della vita collettiva. L'istruzione è più potente del lavoro, nel determinare le divisioni del paese.

Dove si vince la partita?



La partita non si vince all'interno del 4 % degli "ottimati" e non si vince né nel gruppo guidato dal disinteresse verso la dimensione pubblica del vivere, né in quello guidato dalle sicurezze sociali acquisite, ma nel mare dell'insoddisfazione di una maggioranza fondamentalmente auto-reclusa rispetto alla vita pubblica.

La questione centrale è nell'atteggiamento verso il gruppo più rappresentativo della società nazionale, dove ci sono sia istanze di cambiamento (non raccolte o raccolte solo parzialmente) sia istanze regressive. Il punto allora, politicamente, è se assecondarne la componente viscerale per utilizzarne i ricavi sul piano elettorale, o usare la maggioranza per scardinare la società bloccata.



LA SOCIETÀ DEL 4 PER CENTO

RAPPORTO DI RICERCA

ANTONIO PREITI



Il presente lavoro è stato realizzato per l'Associazione Libertàeguale da un gruppo di lavoro diretto da Antonio Preiti, con la collaborazione di Gianfranco Cataldi.

INDICE:

1. Il Paese reale	Pag. 21
2. I fattori che spaccano l'Italia	Pag. 24
3. Quattro tipologie, quattro filosofie:	Pag. 29
Edonisti	Pag. 29
Impegnati	Pag. 35
Appagati	Pag. 40
Esclusi	Pag. 44
4. Ricollegare élite e popolo	Pag. 49
Tavole di contingenza dei cluster	Pag. 54

1. Il Paese reale

Qual è la realtà del paese? Quali sono i comportamenti e le idee che danno forma e sostanza alla nostra comunità nazionale? Quali le condizioni e le suggestioni dell'oggi che profetizzano il futuro?

I modi, le tecniche, le metodologie per farsi un'idea sono molti e non sempre soddisfacenti. Abbiamo a disposizione una grande massa di dati su molti aspetti della vita nazionale. Spesso però usiamo solo l'intuito, senza alcuna verifica delle nostre ipotesi. Altre volte prendiamo un singolo dato e su quello costruiamo un'interpretazione del mondo, o almeno del presente. Da qualche anno abbiamo, o potremmo avere, a disposizione un nuovo insieme di dati che arrivano dal mondo digitale, dovuti appunto alla rivoluzione delle nuove tecnologie che offrono un dettaglio dei fenomeni mai visto prima. Tanti dati, ma difficilmente si riesce a ricavarne una visione unitaria, sintetica, convergente. La difficoltà, alla fine, è di avere allo stesso tempo una conoscenza del Paese che vada in profondità e restituisca allo stesso tempo risultati comprensibili, semplici, facili da interpretare. Essere insieme analitici e sintetici, se possibile.

La questione non si ferma alla contrapposizione tra analisi e sintesi, ma riguarda anche la natura dei dati da considerare. Per avere un'effettiva comprensione della realtà sociale bisogna considerare le opinioni, perché tutto nasce nella mente delle persone (conoscere quali siano le idee, aiuta poi a capire meglio le azioni a cui quelle idee portano) e i comportamenti. I comportamenti sono più forti delle idee, perché le sottendono e le danno spessore. Misurare i comportamenti è più forte che registrare semplicemente le idee.¹

Idee e comportamenti sono elementi che, ciascuno per il suo merito, e considerate insieme, ci aiutano a capire il senso delle cose. Il metodo migliore è quando idee e comportamenti sono misurati nello stesso tempo e per le stesse persone. Così è possibile, nello stesso istante, sapere qual è l'opinione di una persona su una singola questione, e sapere quali comportamenti relativi a quell'opinione sono messi in pratica. Perciò il modo migliore è considerare più aspetti della vita personale e sociale presenti nella singola persona, per vederne connessioni, nessi causali e corrispondenze.

Su queste basi ogni anno l'Istat realizza un'indagine particolarmente interessante che si occupa di innumerevoli aspetti della vita delle persone. L'indagine ha per nome "Aspetti della vita quotidiana" ed è realizzata

¹ Questi due elementi (le opinioni e i comportamenti) sono essenziali per capire lo stato del Paese. Per esemplificare la natura e il peso dei due elementi possiamo fare qualche esempio. Una cosa è esprimere, magari in un sondaggio specifico, la propria opinione sui prodotti biologici, un'altra è sapere quante volte si è andati in un negozio di prodotti biologici (o con quale abitudine) o sapere ancora qual è il fatturato del settore biologico. Allo stesso modo, una cosa è esprimere un'opinione sui partiti, o sulla politica, un'altra sapere quante volte si è partecipato a una riunione di natura politica, o quante volte alla settimana capita di parlare di argomenti politici e di informarsene.

attraverso un campione molto importante: sono 24mila le famiglie interpellate e 54mila le persone intervistate. Niente a che fare con i sondaggi che siamo soliti leggere sui quotidiani o dei cui risultati abbiamo notizia nei talk show, quando il campione non va oltre le 1.000 persone circa.

Il primo elemento rilevante è perciò la numerosità del campione, che permette di avere cognizione anche di dimensioni territoriali molto piccole, e di stimare comportamenti anche minoritari. Il secondo è costituito dalla grande varietà delle materie trattate nell'intervista personale, perché nello stesso colloquio sono affrontati temi molto diversi e di solito affrontati separatamente.

Le variabili considerate sono ben 742 e gli argomenti affrontati sono molti. Possiamo citare gli aspetti demografici (es. età, tipologia della famiglia, livello di istruzione, ecc.); l'utilizzo dei mezzi di trasporto (privati e pubblici: quali, ogni quanto, e per quali ragioni); i viaggi e le vacanze (quante e dove); le attività sportive (ancora quante e quali e con quale cadenza); i consumi culturali (teatro, cinema, visita ai musei, ecc.); l'utilizzo dei media (computer, televisione, lettura dei giornali, ecc.); le attività di volontariato (quante, quali, con quale impiego di tempo); il rapporto con la giustizia (coinvolgimento in cause civili, conoscenza di istituti come la mediazione, i motivi per cui non si è fatto ricorso alla giustizia civile, ecc.); i consumi e le abitudini alimentari (cosa si mangia e in quale quantità e modalità, pasti fuori casa, ecc.); la sanità (eventuali malattie, ricoveri, ecc.); ci sono poi aspetti di auto-valutazione della vita personale (quanto si è soddisfatti della propria vita, del proprio lavoro, delle relazioni familiari, amicali); il giudizio sulla politica (sui partiti e sulle maggiori istituzioni); le valutazioni dei servizi pubblici (traffico, ambiente, energia, scuola, raccolta dei rifiuti, ecc.); il numero di oggetti elettronici presenti a casa e altro ancora.

In sostanza, sono considerati aspetti della vita quotidiana, di cui abbiamo altrimenti percezione solo in termini di valore assoluto di un singolo aspetto: sappiamo quanti sono, ad esempio, i biglietti venduti al cinema, o al museo, ma non sappiamo su quante persone sono distribuiti. Nel 2014, ad esempio, sono stati venduti in Italia 91milioni di biglietti al cinema. Siamo una popolazione di 60 milioni di persone, perciò è importante sapere se ad acquistarli siano stati un milione di persone o dieci milioni, o addirittura venti, nelle tre ipotesi ne deriverebbe un profilo ben diverso del paese. E poi è ancora più utile sapere se i milioni di biglietti venduti al cinema e i milioni di biglietti al museo siano andati alle stesse persone o a persone diverse. Anche dalla diversa (o uguale) distribuzione del consumo nella popolazione dei settori dello spettacolo e della cultura, deriva la percezione effettiva del paese. Siamo troppo abituati a giudicare i risultati dei singoli aspetti nelle loro dinamiche interne e non su come siano "spalmati" sulla popolazione.

Una volta raccolta una così grande massa di dati, fatti gli incroci possibili, arriva il problema della sintesi. Il punto fondamentale diventa creare, o

miglior osservare, le connessioni fra un elemento e l'altro e cercare quell'elemento (o quegli elementi) che influenzano (e spesso determinano) tutti gli altri. In particolare, si tratta di capire quali siano gli elementi che dividono la popolazione, cioè quelli che creano le differenze di comportamento. L'obiettivo è quello di descrivere la popolazione in maniera sintetica e con profondità. Perciò è importante capire se, oggi, il fattore che determina comportamenti differenti e divergenti sia l'età, la geografia, l'ampiezza del posto in cui si vive, lo status di salute o dell'istruzione, la frequenza di attività associazionistiche e quelle politiche, la famiglia, i consumi o altro ancora. È un po' come nei terremoti, per capire l'entità del fenomeno si cerca la faglia, lì dove il terreno si è diviso, perché lì è l'epicentro e da lì bisogna partire per capirne gli effetti.

La tecnologia statistica migliore per ottenere questo risultato è la "cluster analysis"². Agisce sostanzialmente così: considera una moltitudine di variabili (e nel nostro caso sono davvero tante), cerca gli assi (i fattori) su cui si addensa il maggior numero di variabili e osserva la loro correlazione. È evidente che ci sia un legame tra occupazione e reddito, fra occupazione e uno specifico comportamento, fra l'ampiezza del centro in cui si vive e specifici consumi. Allora bisogna vedere il legame non teorico, ma effettivo, nella realtà, qui e ora, di ciascuna variabile con le altre e capire quale, più di tutte, influenza il numero più grande di variabili e quali.

Il legame non è deciso "ex ante" dall'intuito del ricercatore, secondo la sua interpretazione del mondo, ma è esattamente il risultato dell'analisi statistica delle corrispondenze. L'obiettivo finale è di identificare specifici gruppi sociali che abbiano la caratteristica di essere al massimo omogenei al loro interno e al massimo distinti uno dall'altro. La tecnologia crea perciò dei cluster (gruppi, grappoli) e identifica per ciascun gruppo gli elementi più distintivi.

In questo modo si riesce nell'impresa di avere profondità (derivante dal numero di variabili considerate e della loro connessione) e sintesi (un numero molto limitato di gruppi sociali). La nostra analisi cluster, originale, è perciò realizzata, come detto, sulla base dei dati dell'indagine Istat, già citata.

² Non è la sola, e ha anche molte varianti, ma ci sembra quella che promette di più, per i fini della nostra analisi.

2. I fattori che spaccano l'Italia

Quali sono i “driver”, ovvero i fattori, le variabili, che delineano le differenze maggiori nel paese? Ogni persona ha caratteristiche, soggettive e oggettive, e alcune differenze sono più importanti delle altre. Alcune determinano le altre. Perciò è fondamentale isolare i fattori che maggiormente contribuiscono a determinare i gruppi, la loro consistenza, la loro coerenza e la distanza tra l'uno e l'altro.

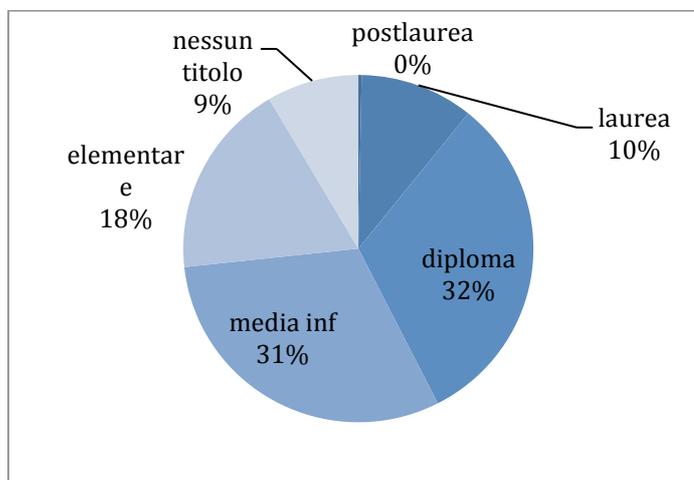
Il fattore più importante, che influenza molte altre variabili e perciò una grande varietà di comportamenti, è l'istruzione. Sembrerebbe un elemento antico, che appartiene al passato, quando istruzione, reddito e peso sociale tendevano a coincidere. I più ricchi erano anche i più colti e avevano anche i ruoli pubblici più rappresentativi. Da molti anni non è più così, nel senso che la convergenza descritta non è più così stringente e così definitiva. Ci sono posizioni di ricchezza cui non corrisponde un livello di istruzione molto elevato, allo stesso modo ci sono livelli di istruzione molto elevati (e questa è la novità, se vogliamo) cui non corrisponde più (o non necessariamente) un livello di reddito ugualmente elevato. Per altro né la ricchezza, né l'istruzione sono le esclusive componenti nel ricoprire incarichi di natura sociale o di rappresentanza collettiva.

Questo è sempre più vero, ma l'indagine ci fa scoprire qualcosa che, pur non smentendo le divergenze prima citate, tuttavia delinea un insieme di comportamenti, tutti legati uno all'altro, che s'influenzano a vicenda, e che sono determinati proprio dal livello d'istruzione. Se è vero che non c'è più la piramide che fa convergere reddito e istruzione in maniera stringente, tuttavia i livelli d'istruzione determinano oggi le maggiori disparità nel paese. Prima di vedere quali siano i comportamenti correlati tra loro, e determinati dall'istruzione, è necessario citare gli elementi più importanti proprio di questa variabile, considerata in sé.

I laureati italiani, sul totale della popolazione, rappresentano il 10,5 (tab. 1), cui aggiungendo i post laurea (0,3 %) si arriva a poco meno dell'11 %³. Quanti non hanno nessun titolo di studio, quindi si potrebbe dire che sappiano al più leggere e scrivere, rappresentano addirittura il 9,9 %, insomma appena un punto in meno dei laureati. In nessun altro paese europeo la quota di quanti hanno un'istruzione superiore è, più o meno, pari a quello dei senza titolo. Sempre nel nostro paese, coloro che hanno la licenza elementare rappresentano il 24,4 % e di scuola media il 33,8 %. Perciò quasi il 70 % del paese è fermo alla scuola dell'obbligo, cioè ai livelli d'istruzione imposti per legge.

³ Non c'è in questa sede l'occasione di fare approfondimenti sul tema dell'istruzione, ma si citano solo due elementi che definiscono il gap educativo del nostro paese rispetto alla media europea: il numero dei laureati in Italia, nella fascia 30/34 anni è del 20,3 %, mentre nel resto dell'Europa (media fra i paesi) è del 34,6 %, quasi 15 punti di differenza! Un altro dato sottolinea il peso delle famiglie nella perpetuazione del gap educativo. Nelle famiglie in cui i genitori non siano arrivati alla terza media, l'abbandono scolastico è del 27,7 %, mentre nelle famiglie con almeno un genitore laureato, l'abbandono è del 2,9 %.

Tab. 1 – Livelli di istruzione degli italiani



Fonte: Istat, Aspetti della vita quotidiana, 2015, elaborazioni Sociometrica

In un paese nel quale la popolazione fosse largamente distribuita sui livelli medi, con una parte residuale dei “senza titolo” e una corposa rappresentanza della parte meglio istruita (situazione che si riscontra in Francia, in Gran Bretagna, in Germania e in altri paesi) l’istruzione in sé non creerebbe divisioni così nette, come avviene nel nostro paese.

Quali sono allora i comportamenti specifici che dipendono dalla variabile istruzione? Innanzitutto i consumi culturali. Andare a cinema, a teatro, visitare un museo, leggere i quotidiani sono tutti consumi concentrati nella parte di popolazione più istruita. Non era così un tempo, nell’Italia pre/post bellica. Il cinema era molto popolare, anche se i livelli d’istruzione erano inferiori a quelli di adesso; la musica classica veniva suonata nelle piazze e seguita da un pubblico popolare; perciò non c’è, in teoria, una legge necessaria tra livello d’istruzione e alcuni consumi culturali. Adesso però gran parte dei prodotti culturali, dalla lettura, al cinema, ai musei si concentra solo e quasi esclusivamente nella popolazione più istruita; c’è un ritrarsi della parte popolare nel consumo dei tradizionali prodotti culturali. Naturalmente l’avvento della televisione ha cambiato tutto e qui non c’è la possibilità di approfondire questo tema, tuttavia segnaliamo che non solo i prodotti legati alla lettura (che evidentemente hanno bisogno dell’istruzione di base necessaria) ma qualunque prodotto d’ordine culturale oggi è ampiamente precluso all’uso popolare. Fa eccezione, e molto positiva, il mondo nuovo creato da internet, e su questo ci torneremo, perché è un altro dei driver che divide il paese.

Non sono solo i consumi culturali a essere influenzati dalla variabile istruzione, ma anche la partecipazione politica, oramai, è ampiamente determinata dal livello d’istruzione. La politica (nel senso dell’interesse generale verso la politica) è largamente influenzata dal livello d’istruzione.

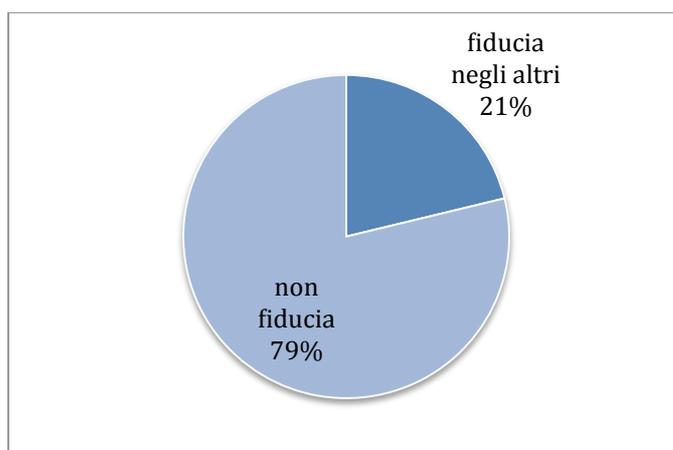
La stessa partecipazione elettorale sembra molto influenzata dai livelli d'istruzione. Lo stesso uso di internet è molto influenzato dal livello di studio, sia come accesso al mondo di internet in sé, sia come scelte interne su come utilizzare le sue varie tipologie d'utilizzo, una volta avuto l'accesso. Anche la partecipazione civica, dal volontariato all'impegno nelle associazioni, è fortemente influenzata dal livello d'istruzione. Perciò si tratta di una variabile che scatena una serie di conseguenze non solo sul suo terreno diretto (i consumi culturali) ma su un piano molto più ampio.

Il secondo fattore, forse sorprendente, è l'atteggiamento generale verso "gli altri". Nel questionario c'erano alcune domande per comprendere quanto sia elevata la propensione a farsi coinvolgere in attività, azioni, discussioni. E altre ancora per misurare la percezione del mondo esterno. Una domanda, ad esempio, invitava a valutare quanta fiducia meritino gli altri, in generale; se insomma ci si possa fidare o meno di tutto ciò che non è la propria famiglia e il proprio giro di amici e conoscenti. Dalla risposta a questa domanda ne discendono molte conseguenze. Il 78,8 % (tab. 2) sostiene che non si possa avere fiducia verso gli altri e il 21,2 % che, invece, se ne possa avere. La conseguenza è che non fidarsi degli altri porta a una chiusura e, in alcuni casi, a un'implosione dentro il proprio mondo di riferimento. Se non ci si fida degli altri, al limite, non si fanno neppure investimenti, perché comunque un po' bisogna fidarsi degli altri (come soci, come fornitori, come clienti) per fare, ad esempio, un'impresa. Dove la variabile fiducia è negativa, ne deriva un atteggiamento anti-politico, anti-associazionismo, anti-dimensione collettiva di ogni cosa. Da qui il passaggio all'auto-isolamento, nonostante coinvolga la maggioranza, diventa immediato.

Una possibile causa, o concausa, di questo sentimento di sfiducia generalizzata verso il mondo esterno può essere conseguenza anche dell'insicurezza personale: solo il 9,5 % della popolazione dice di sentirsi del tutto sicuro sul piano personale, rispetto alla criminalità. Il 47,9 % si dice abbastanza sicuro, rimane perciò quasi un 40 % della popolazione che si sente poco o per niente sicuro di "camminare nelle strade", per com'era posta la domanda.

Gli altri, o perché sembrano aver perduto un sentimento di fratellanza, o comunque di condivisione del destino nazionale e civico, o perché sono confusamente messi insieme a fenomeni a loro volta di natura molto diversa (il pericolo della micro criminalità, la paura dell'immigrazione, la modernità che disturba) sono accomunati, oggi, da un sentimento negativo generalizzato.

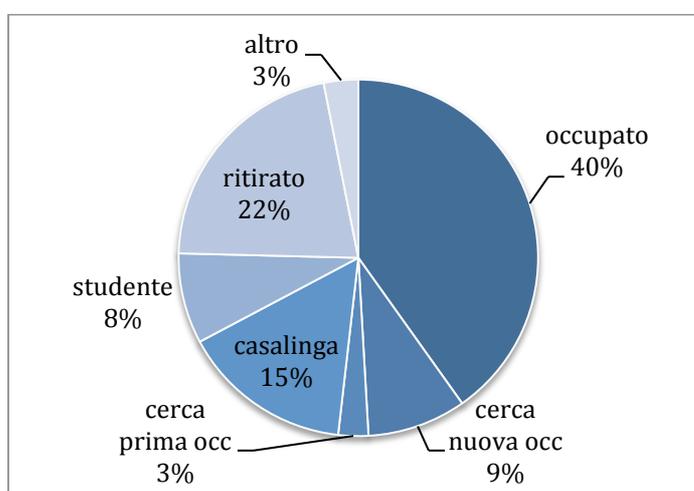
Tab. 2 – Livelli di fiducia degli Italiani verso “gli altri”



Fonte: Istat, Aspetti della vita quotidiana, 2015, elaborazioni Sociometrica

Il terzo fattore, al contrario del precedente, è quello meno sorprendente, perché riguarda il lavoro e l'occupazione. Avere un lavoro, o meglio, essere in una posizione attiva nel mondo del lavoro cambia radicalmente le cose rispetto a chi non ce l'ha, o non ce l'ha più, o non ce l'ha ancora. Il 40,2 % (tab. 3) è effettivamente nel mondo del lavoro, mentre il 60,0 % circa della popolazione o per un motivo (ritirato) o per l'altro (casalinga, studente, in cerca di occupazione) ne è fuori. Altra variante del lavoro che incide nella formazione dei gruppi della cluster è il tipo di lavoro; fa differenza se nella pubblica amministrazione o autonomo. Questa differenza connota in maniera netta due gruppi su quattro: un gruppo è incardinato proprio sul lavoro autonomo, nelle sue varie sfaccettature e variazioni tipologiche e l'altro è incardinato sull'impiego pubblico. Le variabili relative all'occupazione perciò delineano un'ideale asse cartesiano, dove nel primo caso si contrappongono lavoro autonomo e lavoro pubblico e nel secondo l'iper-lavoro (cioè essere intensamente e più fronti impegnati sul lavoro) e il non lavoro (essere pensionati, casalinghe, o in cerca di nuova o di prima occupazione).

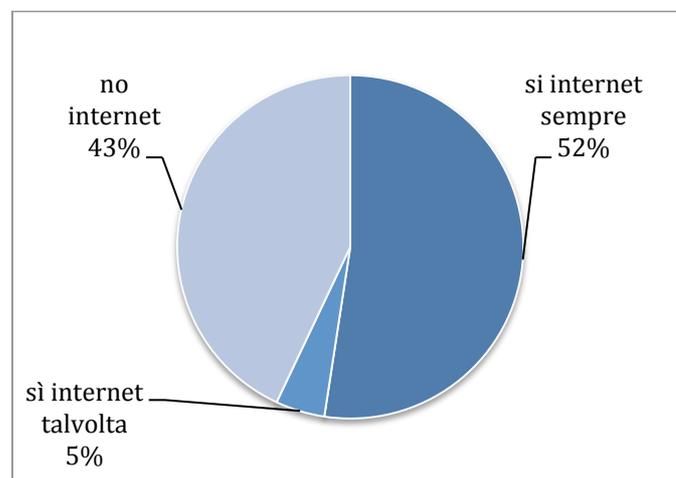
Tab. 3 – Rapporto degli Italiani con il lavoro



Fonte: Istat, Aspetti della vita quotidiana, 2015, elaborazioni Sociometrica

Il quarto fattore è l'universo digitale, o meglio internet. In questo caso non ci sono molte sfumature, perché la metà degli Italiani usa correntemente il computer e il 52,4 % (tab. 4) va su internet; inoltre, in proporzione crescente utilizza internet dal telefono e dal tablet più che dal computer. La "zona grigia" è solo del 4,6 % che occasionalmente usa il computer e va su internet. In sostanza è una situazione on/off, la metà della popolazione vi ha accesso e l'altra metà no. Vedremo che questa variabile incide molto nel determinare l'appartenenza a uno specifico gruppo, mentre non incide per nulla nell'appartenenza all'uno o l'altro dei tre che rimangono. In sostanza, chi non ha accesso a internet, solo per questa circostanza, non ha accesso a uno strumento che cambia, talvolta radicalmente, i comportamenti, le abitudini e gli stili di vita. Chi, invece, è dentro il mondo di internet, lo è in maniera differenziata, o perché sceglie alcuni usi piuttosto che altri, o perché inserisce in maniera differente internet nel menu del suo stile di vita.

Tab. 4 - Accesso degli Italiani a internet



Fonte: Istat, Aspetti della vita quotidiana, 2015, elaborazioni Sociometrica

I quattro elementi sono distinti, ma hanno una radice comune molto forte, e si ritrova proprio nell'istruzione. Quest'ultima, oltre a essere il fattore che determina maggiormente le divisioni sociali, è anche direttamente quello che influenza i consumi culturali, e più indirettamente, ma non troppo, anche le questioni che attengono al lavoro e all'accesso nel mondo digitale. Una qualche correlazione, si è visto, c'è anche con il grado d'apertura verso il mondo esterno, anch'esso influenzato dai livelli d'istruzione.

Una volta identificati i fattori che maggiormente contribuiscono a determinare i profili dei gruppi sociali, non resta che vedere quanti e quali siano questi gruppi.

3. Quattro tipologie, quattro filosofie

L'analisi delle corrispondenze, dei legami e delle relazioni tra le diverse variabili (nel nostro caso quelle attive erano relative ai consumi culturali, all'uso di internet, al rapporto con la politica, alla valutazione della vita personale, delle relazioni sociali e familiari, della lettura dei quotidiani, del rapporto di fiducia con il prossimo e alle fonti di reddito) ha creato in automatico, cioè attraverso l'analisi statistica dei valori assunti dalle oltre 700 variabili, quattro gruppi sociali. Ciascuno di essi ha uno o più elementi che trascinano tutti gli altri e ne delineano l'identità. Attraverso i nomi dati all'uno e all'altro abbiamo cercato di mettere in evidenza il tratto unificante di ciascun gruppo.

3.1 Edonisti

Rappresentano il 12,2 % della popolazione. Il loro driver costitutivo è dato da una certa concezione della libertà: infatti, scelgono spesso professioni autonome, liberali, comunque non le occupazioni nel pubblico impiego e, in generale, le occupazioni stabili, impiegatizie, o che si possano ricondurre allo stipendio fisso. Naturalmente talvolta fanno arte combinatoria tra un'occupazione stabile e le attività extra, tuttavia il dato prevalente è proprio quello della libertà nel lavoro. L'altro tratto saliente è dato da uno stile centrato sulla qualità della vita, con un posto di rilievo per il leisure, perciò molte vacanze, cura del corpo, pratica dello sport, "centralità" dei week end.

E' un gruppo sostanzialmente di ottimisti: ha una certa fiducia nella gente, nel prossimo, nel proprio lavoro. E' soddisfatto della propria vita, che sostanzialmente gira intorno alla persona, alla famiglia e, molto più che in altri gruppi, agli amici. Anagraficamente è connotato dalla presenza giovanile e non necessariamente di single. Grande prevalenza di uomini rispetto alle donne, che in questo gruppo sono minoranza. Fanno grande consumo di tecnologia, si tengono informati sulle cose politiche, ma non sono coinvolti, se non per la parte che può riguardarli personalmente (lavoro, cittadinanza, ecc.), rifuggono tutto ciò che è politico o collettivo.

Leggono poco, vedono abbastanza televisione e la metà non ha letto neppure un libro negli ultimi 12 mesi. Molto presenti su internet, ma soprattutto per la parte social, quella relazionale e poco per gli aspetti più professionali che comunque sono presenti sul web. In una parola molto facebook, un po' twitter e quasi nulla LinkedIn.

Vediamo adesso il dettaglio e le altre caratteristiche del gruppo.

Molto giovani e poche donne

Come sono composte le famiglie degli “Edonisti”? Il gruppo non è necessariamente composto da “single”, anche perché l’idea che single sia sinonimo di edonismo è una percezione del passato. Gli “Edonisti” hanno famiglie piene, ma non numerose. Nel gruppo i “single” rappresentano il 9,9 %, contro la media della popolazione del 13,0%; mentre la modalità più consueta è quella di due genitori con due figli.

Per quanto riguarda l’età, sono presenti tutte le fasce, con eccezione delle classi più anziane. Mentre la media nazionale della classe d’età sopra i 60 anni è del 19,5 %, in questo gruppo si riducono all’8,4 %. C’è poi una prevalenza notevole dei giovani fino a 40 anni, che rappresentano circa la metà del gruppo (48,6%).

Nel gruppo prevalgono nettamente gli uomini, che rappresentano il 66,3 % e le donne perciò appena il 33,7 %. E’ l’unico dei quattro cluster individuati dove non c’è il bilanciamento tra i sessi.

Occupazioni libere, poco posto fisso

Sul piano dell’istruzione, i laureati sono in linea con la media nazionale (9,6 %), ma leggermente sotto. Vi è, invece, una netta prevalenza dei diplomati (48,1 % contro la media del 31,7 %) e di quanti hanno la licenza media, 34,5 % contro la media generale del 30,8 %. Pochi quelli con licenza elementare, pochissimi quelli che non hanno nessun titolo di studio.

La loro posizione dal punto di vista occupazionale è molto positiva, perché è occupato il 48,6 %, contro la media del 40,2 %. Essendo le classi d’età giovanili molto rappresentate, sono sopra la media anche quelli in cerca di prima occupazione o in cerca di una nuova occupazione. Soprattutto i primi. La quota delle casalinghe è pressoché inesistente (solo il 3,1 % contro il 15,4 %), allo stesso modo i pensionati, che rappresentano appena il 7,0 % contro la media del 21,5 %. Sovra-rappresentati anche gli studenti (22,0 % contro l’8,2 %).

Dal punto di vista del settore economico, prevalgono le professioni autonome, a cominciare dal commercio. Il settore commercio, turismo, con alberghi e ristoranti e altre attività professionali come la finanza e le assicurazioni raggiungono il 35,1%. In sostanza più di un terzo del gruppo è impegnato nel settore del terziario privato. Buona anche la presenza nell’edilizia. Poco rappresentato il settore dell’istruzione, della sanità e, in generale, della pubblica amministrazione.

Non c’è una prevalenza geografica spiccata per questo gruppo. L’insieme delle regioni centrali del paese è il territorio dove c’è una relativamente

maggior rappresentazione del gruppo. Non ci sono però prevalenze nette e fortemente distintive. Una maggiore connotazione si vede quando si analizza l'ampiezza del comune: perché il gruppo si concentra maggiormente nei centri medio-grandi, le città da cinquanta a 200 mila abitanti.

La prevalenza del leisure

E' un gruppo che ama molto viaggiare, fare vacanze, godersi la vita, diremmo. Dal punto di vista delle vacanze, il 55 % ne fa almeno una all'anno (nella media generale il numero di Italiani che fa almeno una vacanza all'anno è circa il 40 %). Il 10,5 % fa due periodi e il 5 % ancora di più. Il viaggio è una componente dell'edonismo, ma naturalmente non è la sola, e forse neppure la principale; in questo gruppo l'elemento vacanze è molto presente, ma non lo distingue rispetto al secondo e al terzo, mentre lo distingue nettamente dal quarto. Le destinazioni scelte per la vacanza sono sia italiane, sia estere, e in questo non si distinguono dagli altri due gruppi che pure "consumano" molte vacanze.

Per quel che riguarda le attività di volontariato, il gruppo è abbastanza in linea con la media generale, perciò non si tratta di un'attività distintiva, né in senso positivo, né in senso negativo.

Dal punto di vista della frequenza alle attività religiose, il 25,1 % non va mai in chiesa, contro la media generale del 20,9 % e se a questa modalità si aggiunge anche quella dell'andare in chiesa una sola volta negli ultimi dodici mesi, si arriva per questo gruppo al 67,2 %, contro la media generale del 52,7 %. Chi frequenta la chiesa una volta o più alla settimana rappresenta il 17,2 % contro la media generale del 30,1 %. Insomma, non frequentano molto la chiesa.

Il gruppo degli "edonisti" pratica molto lo sport: il 40 % lo fa con continuità, contro il 20,4 % della media generale; bisogna poi aggiungere che il 24,4 % lo fa in maniera saltuaria, perciò il 64,4 % del gruppo pratica uno sport contro la media generale del 32,2 %, più del doppio, perciò.

Nonostante la vena sportiva, sul bere e sul fumo il gruppo è sopra la media, anche se non è un tratto che li separi in maniera netta e piena dal resto della popolazione. Il 28,0 % del gruppo fuma, contro la media del 21,1 %, e inoltre è anche il gruppo che in percentuale ha smesso di fumare meno degli altri: il 23,0 % della popolazione italiana oggi non fuma, ma fumava prima. Questa percentuale vale solo per il 18,3 % nel gruppo degli "edonisti".

Tanti televisori in casa, ma vince la radio

Decisamente sono appassionati della radio: non la ascolta per nulla il 24,7 % contro la media generale del 41,9 %. Chi la ascolta sempre rappresenta la metà del gruppo (50,3 %) contro la media del 34,1 %. La maggioranza del gruppo ascolta la radio per almeno un'ora al giorno, e il 30 % sopra le due ore quotidiane. Insomma, sono molto radioascoltatori.

Rispetto alla televisione, gli "edonisti" ne vedono abbastanza e non sono "addicted": l'86,6 % supera l'ora media al giorno, e il 60,0 % va oltre le due ore. Non ci sono gli "alcolisti" della televisione.

Questo gruppo prevale però sugli altri nettamente per il numero di televisori posseduti: il 25 % ha tre televisori o un numero ancora maggiore. Da notare che il 5,4 % ha addirittura quattro televisori in casa. Questa prevalenza televisiva si riscontra anche nel possesso di un'antenna parabolica. Quasi la metà del gruppo (49,2 %) ne ha una, contro la media generale del 39,9 %. E' il gruppo con la più alta percentuale di televisori e abbonamenti satellitari.

Grande familiarità con il mondo digitale, ma solo social

Il computer è un mezzo largamente impiegato dal gruppo degli "edonisti", precisamente dall'84,2 %, contro una media generale del 57,0 %. Non arrivano ai picchi del secondo gruppo, ma sono largamente oltre l'utilizzo medio. Per il loro accesso a internet usano ampiamente, e più di tutti, il telefono, esattamente nel 36,7 % dei casi, contro la media generale del 22,8 %. Anche il computer portatile è ampiamente utilizzato (nel 21,8 % dei casi, contro la media del 15,1%). Usano molto le mail, ma soprattutto vivono con e sui social media: ben il 69,8 % di quanti hanno accesso a internet, utilizzano facebook, twitter e il resto dei social media. Sono alla pari, anzi leggermente superiori, per questo aspetto al secondo gruppo. A differenza di questi ultimi, però, non esprimono opinioni di carattere pubblico o politico sugli stessi social media. Il loro è, prevalentemente, un impiego di tipo relazionale, interpersonale.

La prevalenza interpersonale nell'uso di internet è poi dimostrata dal (relativamente) numero di persone che legge gli ebook (19,2%). Un po' diversa è la situazione per gli acquisti on line di oggetti, di merce in generale, qui gli "edonisti" sono sopra la media 10,9% contro l'8,4%.

Scarse letture

Per quanto riguarda la lettura dei quotidiani cartacei, così come del resto dei consumi culturali, occorre fare una netta distinzione tra i primi tre gruppi, con anche notevoli differenze interne, e il quarto gruppo, per il

quale prevale l'assenza di ogni consumo di questa natura. Restando alle differenze sui primi tre, si osserva che la lettura dei quotidiani cartacei è presente ma non prevalente in questo gruppo. Lo stesso avviene per i libri: nessuno libro letto dal 52,0 % di questo gruppo, inferiore solo al quarto gruppo, dove questa percentuale assume un peso esorbitante. Se si considera che in questo gruppo c'è una parte considerevole di studenti, si può dire che il resto del gruppo non legge affatto.

Soddisfatti della vita personale

Ci sono vari livelli dove si può esprimere la soddisfazione o meno per la propria situazione personale: quello economico, quello relativo alla salute, alle relazioni familiari, verso gli amici e per le attività del tempo libero.

La percezione della situazione economica di questo gruppo è superiore alla media: solo per l'1,6 % la situazione è "molto buona", ma per il 43,0 % è abbastanza buona, con la media del 41,4 %. La quota di quanti vedono nero è il 16,5 %, contro la media generale del 19,4%. Sono invece al primo posto per quanto riguarda la percezione della salute: i molto soddisfatti rappresentano il 29,4 %, contro la media del 16,0%. Certo incide nella percezione la circostanza di avere nel gruppo pochi anziani, tuttavia il dato è di grande ottimismo. Quelli che hanno una percezione negativa della propria salute rappresentano lo 0,5 %, contro la media generale del 4,3 %.

Buone anche le relazioni familiari, ma che non si discostano molto dalla media. Migliori le relazioni amicali: sono percepite come molto buone dal 35,3 % del gruppo, contro il 24,1 % della media generale. Ancora migliore la percezione rispetto alla soddisfazione riservata dal tempo libero: i molto soddisfatti arrivano a essere quasi il doppio rispetto alla media generale.

Richiesti di esprimere un voto da zero a dieci per esprimere la soddisfazione complessiva per la loro vita, il 71,9 % del gruppo indica un voto di sette o superiore. Si tratta perciò di persone che si percepiscono felici, più di ogni altro gruppo.

Sulla percezione del futuro le cose non cambiano. Secondo il 37,5 % del gruppo nei prossimi cinque anni la loro situazione personale migliorerà. E' di questo parere il 22,7 % della popolazione. Quelli che ritengono che peggiorerà rappresentano il 14,1 %, mentre il 25,1 % pensa che rimarrà sostanzialmente la stessa.

Informati, ma lontani dalla politica

Quanto parlano di politica in questo gruppo? Poco, si direbbe, anche se non pochissimo. Ne parla tutti i giorni il 15,2 %, perfettamente in media con il dato generale. Dove il gruppo raggiunge la maggioranza relativa è la

modalità “qualche volta al mese”, insomma la modalità saltuaria. Perciò la politica non è centrale nella loro vita. S’informa spesso delle questioni politiche. Pochi (il 15,8 %) sono quelli che proprio non vogliono saperne nulla, contro il 22,1 % della media generale.

Il 41,5 % attribuisce il voto minimo, zero, di fiducia ai partiti, nel caso del gruppo degli “edonisti”, questa quota è leggermente inferiore, 38,1 %. Se consideriamo tutti i voti positivi, incluso il sei, la fiducia verso i partiti arriva al 10,3 %, ancora leggermente superiore alla media, che è di 9,9 %. Insomma siamo nella stessa onda anti-partiti che attraversa tutti i gruppi.

In un panorama in cui nessuno si fida di nessuno, cioè di diffusa sfiducia verso gli altri, questo gruppo ha una fiducia nel prossimo superiore alla media. In generale solo il 21,2 % delle persone esprime fiducia negli altri, in questo gruppo la quota sale al 25,0 %. Non è il gruppo dove la fiducia è al massimo, ma è comunque superiore alla media.

3.2 Impegnati

E' il gruppo dei super. Hanno un'istruzione molto elevata. Sono tutti occupati, anzi super occupati, perché svolgono anche più di un lavoro. Sono concentrati nelle città più grandi e anche territorialmente si concentrano nel nord, soprattutto in Lombardia, ma con buona presenza anche nel Lazio e in altre regioni del centro-nord come l'Emilia Romagna. Rappresentano però solo il 4,2 % della popolazione italiana.

Un tratto spiccato del gruppo è che si fidano della gente, del prossimo, perciò non sono ostacolati nella loro predisposizione verso la partecipazione, in particolare nelle associazioni. E' il gruppo che consuma meno televisione, mentre la quasi totalità del gruppo fa un consumo intenso di internet e del mondo digitale, soprattutto nell'impiego di internet in mobilità, con il telefono e il tablet.

Leggono molti libri, molto anche i quotidiani e seguono la politica. Ne parlano spesso, partecipano e anche se giudicano i partiti in senso negativo, come il resto della popolazione, comunque questo giudizio è meno radicalmente negativo e c'è una parte che pensa anche bene dei partiti e della politica.

Altra connotazione è data dallo stile di vita, molto salutista e, naturalmente, da una grande considerazione di sé, oltre che di piena soddisfazione per come ognuno conduce la propria vita. Sono impegnati nel sociale, sono dentro i gangli dell'economia, partecipano alla vita pubblica e considerano i media tradizionali (eccezione che per i quotidiani) un residuo del passato. Sembrerebbero quelli che hanno in mano il paese, o comunque questa sensazione è data dal fatto che i media sembrano occuparsi prevalentemente di loro e il dibattito mediatico prevalente tende a coincidere con la loro agenda, con poco spazio per gli altri gruppi.

Vediamo adesso il dettaglio numerico e le altre caratteristiche del gruppo.

Equilibrio di genere e famiglie "leggere"

Il gruppo dal punto di vista anagrafico si divide in quattro fette: una buona porzione di single (16,7 %) la più alta di tutti i gruppi, mentre le coppie senza figli sono in linea con la media generale (21,3%), così come le coppie con due figli (27,7 %), mentre spiccano, sempre rispetto alla media generale, le coppie con un solo figlio. Raramente si arriva ai tre figli. Si tratta perciò di un gruppo demograficamente molto leggero.

L'età più rappresentata si concentra nelle classi centrali, con pochi giovanissimi e pochi anziani; i picchi si registrano intorno ai 30-39 anni (17,7 %) e intorno ai 50-59 anni (16,4 %). Non c'è perciò una estrema

concentrazione su classi particolari d'età, salvo la sotto-rappresentazione dei più anziani. E' un gruppo che si muove anagraficamente sulla falsariga del primo, però con meno giovanissimi e un po' più di anziani.

Dal punto di vista geografico questo gruppo si distribuisce quasi esclusivamente al centro e al nord. La regione con maggiore concentrazione del gruppo è in Lombardia (15,0%), in Emilia Romagna e Toscana, e nel Lazio. Le regioni meridionali e insulari pesano pochissimo in questo gruppo.

Guardando, invece, all'ampiezza della città dove vivono in maggior parte, si vede la prevalenza relativa delle aree metropolitane (25,0 %), il doppio rispetto alla media generale del 12,6 %. Quasi inesistenti in questo gruppo le persone che vivono in comuni con meno di due mila abitanti.

Istruzione elevata, come il lavoro

E' il gruppo con il maggior numero di laureati, 37,4 % rispetto alla media del 10,5 %, perciò tre volte più grande. Alto anche il numero di diplomati (36,0 %) rispetto alla media di 31,7 % e per conseguenza poco rappresentate le persone con livello d'istruzione basso o nullo.

La maggioranza assoluta del gruppo (54,9 %) è rappresentata da persone occupate, perciò quasi quindici punti in più rispetto alla media generale (40,2 %). Il 21,1 % è rappresentato da studenti (perciò tendenzialmente la quota dei laureati sarebbe ancora maggiore) e le altre categorie raccolgono il poco che resta: 9,3 % di pensionati e 5,5 % di casalinghe.

Dal punto di vista dell'attività economica, il quadro è molto variegato, anche se si tratta comunque di posizioni apicali. Tanti lavorano nella comunicazione (6,4 %), nella finanza e nelle assicurazioni (5,3%), ma anche nel campo dell'istruzione (14,0%) si immagina universitaria o comunque dell'alta formazione. Buona, ma non eccezionale, la presenza industriale e del commercio, che sono maggiormente rappresentati nel gruppo degli "edonisti".

Esterofili e salutisti

Tre persone su quattro (75,1 %) in questo gruppo fa almeno una vacanza all'anno. Una persona su quattro di vacanze ne fa due, e il 16 % tre o più di tre. Si tratta perciò di consumatori intensivi di vacanze. Inoltre, il 22,3 % del gruppo fa vacanze sia in Italia, sia all'estero (contro una media del 14,1 %). Anche la componente di vacanze esclusivamente all'estero è la più alta, anche se di poco, fra tutti i gruppi. Il 64,7 % pratica uno sport, o con continuità, il 41,5 % o saltuariamente 23,2 %. Il che significa che la pratica sportiva è il doppio rispetto alla media generale, che si ferma al 32,2 %:

E' un gruppo piuttosto salutista, ma di recente riconversione al salutismo, si direbbe. La cosa più interessante si registra sulla questione fumo: quelli che fumano nel gruppo sono il 21,3 %, perfettamente in linea con la media generale, che è del 21,0 %; ma il 25,1 % fumava un tempo e adesso non fuma più. E' la percentuale più alta tra tutti i gruppi pentiti del fumo.

Iperdigitali e non amano la televisione

Questo gruppo non ama la televisione, infatti è il gruppo dove c'è la maggior parte di quanti non guardano affatto la televisione, almeno come consumo abitudinario. Se quanti non la guardano affatto rappresentano il 4,2 % (esattamente meno di un'ora al giorno in media), la maggioranza si limita a stare dentro le due ore medie.

Non vedere troppo la televisione non limita il numero di apparecchi in casa. Ovviamente la tv c'è in tutte le case, ma il 20,3 % ne ha da tre e cinque apparecchi.

Il 92,0 % di questo gruppo usa il computer e l'81,1 % lo usa in maniera continuativa. Si tratta del gruppo che ha maggiore familiarità con il mondo digitale. Le percentuali di uso di internet sono allineate all'uso del computer, perciò tendono a coincidere. Anzi quanti hanno accesso a internet (93,4 %) supera il numero degli stessi possessori di pc.

Sempre in questo gruppo c'è la quota maggiore di persone che accede a internet attraverso il telefono mobile (37,9 %) contro la media generale del 22,8 %. Alta è la quota di quanti vi accedono via laptop, questo grazie al maggior impiego oltre che dei telefoni, anche dei tablet. In sostanza, siamo davanti al gruppo più attrezzato dal punto di vista tecnologico con percentuali, che se fossero estesi alla popolazione, supererebbero la California e ogni altro contesto geografico disponibile.

Questo viene confermato dal 93,4 % che ha mandato e ricevuto mail nell'ultimo trimestre, dal 66,3 % che ha preso parte a qualche attività di interrelazione con internet (chat, forum, ecc.) contro la media del 49,8 % e dal 65,3 % che ha fatto qualche attività sui social media. Da notare che per quanto alta questa percentuale, è comunque più bassa rispetto al gruppo degli "edonisti".

Notevole è anche l'attività in questo gruppo di intervento civico su internet: il 37,0 % ha espresso ed esprime opinioni sugli argomenti di attualità, contro la media del 21,8 %; il 23,6 % partecipa ad iniziative di intervento sociale che si coagulano su internet; il 34,3 % legge gli ebook, contro la media generale del 17,7 % e l'11,1 % ha comprato almeno un prodotto su internet negli ultimi tre mesi; l'82,3 % segue i giornali on line.

Iperlettori

È il gruppo dove si legge di più, e in misura nettamente superiore a quella degli altri gruppi. Solo il terzo gruppo si avvicina, ma gli altri due sono lontani. Per l'esattezza, in questo gruppo l'85,3 % legge libri, contro la media generale del 42,2 %, perciò oltre il doppio. Anche sulla lettura dei giornali si riscontrano notevoli differenze: il 78,1 % legge, anche saltuariamente, un quotidiano, contro la media generale del 49,4 %. Se poi si guarda la quota di quanti leggono due quotidiani con una certa regolarità (12,7 %), si vede che è quasi il doppio rispetto alla media generale del 7,3 %. In questo gruppo ci sono anche molti lettori delle pubblicazioni settimanali, 64,8 % contro il 39,0 della media generale, e il 20,7 % arriva addirittura a tre settimanali letti.

Grande considerazione di sé

Il 61,8 % delle persone che appartiene a questo gruppo si dice molto o abbastanza soddisfatto della propria vita, contro una media generale del 41,4 %. Si tratta del gruppo che ha la migliore considerazione del proprio status. La controprova sta anche nel peso di coloro che non sono per nulla soddisfatti della loro vita, che in questo gruppo si ferma al 9,4 %, che nella media generale pesa per il 19,4 %. Se poi ci concentriamo sul giudizio migliore, quando si è "molto" soddisfatti, che nella media generale riguarda l' 1,7 % della popolazione, in questo gruppo è tre volte maggiore: 5,0%.

Il giudizio sintetico di questo gruppo verso la propria situazione personale è ampiamente positivo, decisamente il migliore dei quattro gruppi. Richiesti di esprimere la loro valutazione con un voto da zero a dieci, quanti citano i voti peggiori (da zero a quattro) rappresentano solo il 2,4 %, contro la media generale del 7,8 %. Quanti esprimono i voti migliori (da sette a dieci) arrivano al 77,6 %, di oltre quindici punti superiore alla media generale, che si ferma a 61,0 %.

Questo gruppo è pieno anche di ottimisti. Il 41,4 % pensa che la sua situazione personale nei prossimi cinque anni migliorerà, contro la media generale del 22,7 %. Perciò nel gruppo dimora quasi il doppio degli ottimisti. La controprova si ottiene dalla misura dei pessimisti: in questo gruppo lo è il 13,1 %, contro la media del 24,2 %, quasi il doppio. In sostanza siamo davanti al gruppo che ha la migliore percezione di sé, e la esprime su una gamma molto ampia di situazioni e di aspetti della vita personale.

La politica al centro

Siamo in un gruppo che respira politica, la segue, si tiene informato, partecipa. Il 28,8 % parla di politica tutti i giorni, contro la media generale del 15,3 %. Aggiungendo anche coloro che non ne parlano tutti i giorni, ma più volte la settimana, si arriva alla cifra record del 70,0 %. Solo il 7,9 % di questo gruppo non parla mai di politica.

Non solo ne parla, ma si tiene molto informato: il 59,7 % del gruppo (contro il 38,3 % della media generale) s'informa tutti i giorni e il 22,9 % più volte alla settimana. Chi non s'informa mai di politica in questo gruppo rappresenta solo il 5,5 %, contro la media generale del 22,1 %, perciò circa quattro volte meno.

Non si tratta solo però di parlarne e di informarsi, perché questo gruppo esprime una fiducia leggermente migliore verso i partiti politici, anzi per essere esatti, esprime la minore sfiducia. Richiesti di esprimere con un voto da zero a dieci la fiducia verso i partiti, coloro che usano un voto positivo (sei o superiore) arrivano all'11,5 %, contro la media generale del 9,9 %.

Coloro che svolgono attività di volontariato rappresentano il 27,7 %, la quota più alta tra i gruppi.

Grande fiducia verso gli altri

Il tratto forse più sorprendente, che forse è proprio l'elemento di fondo che produce tutti gli altri, o contribuisce notevolmente a produrre tutti gli altri, oltre l'istruzione, è il grado di fiducia verso gli altri. In questo gruppo il 39,7 % esprime una percezione positiva della gente, contro la media del 21,2 %. Si tratta del gruppo con la migliore predisposizione verso il mondo esterno. Questo elemento è particolarmente importante, perché introduce un elemento antropologico, o psicologico, nell'atteggiamento verso il mondo esterno, che produce risultati su una gamma molto ampia di settori.

3.3 Appagati

E' il gruppo che si coagula intorno al tipo di occupazione. Si tratta di persone che lavorano generalmente nella pubblica amministrazione, inclusi il mondo dell'istruzione e della sanità. Rappresentano il 17,5 % della popolazione italiana.

Gran parte degli appartenenti al gruppo ha un lavoro di tipo impiegatizio, che comprende anche il settore dei trasporti, di un'ampia gamma di servizi, per lo più pubblici. Non ha una particolare concentrazione territoriale e si spalma su tutto il territorio nazionale. Si tratta di un gruppo dove prevale la tipologia familiare più tradizionale, con famiglie anche con più di due figli. Il livello d'istruzione è elevato, anche se non tocca i picchi del gruppo degli Impegnati.

Anche rispetto al mondo digitale il gruppo è molto attrezzato, perché usa costantemente il computer e si serve di internet. Ne fa però un uso non ad ampio spettro, perché vengono privilegiati gli acquisti, l'informazione on line, mentre il lato professionale è in disparte. Elevato è anche il livello della lettura, dei quotidiani, oltre che dei libri. Parlano molto di politica, anzi sono quelli che ne parlano di più, anche se partecipano meno di quel che il livello d'informazione potrebbe far credere. Criticano molto i partiti, ma si tengono molto informati.

La percezione della loro situazione economica è positiva. Addirittura leggermente superiore alla media. Quasi sempre hanno una sola occupazione, e trattandosi di un impiego pubblico, se ne deduce che, per quanto economicamente non dia le soddisfazioni che una persona appartenente ai primi due gruppi s'attenderebbe, tuttavia il senso di sicurezza, la certezza di avere un lavoro più protetto produce un senso di soddisfazione che va ben oltre il dato quantitativo del reddito percepito.

Questo gruppo è particolarmente soddisfatto delle relazioni personali, familiari e amicali. Si direbbe che l'appartenere a organizzazione lavorative pubbliche, perciò spesso molto grandi, produce una dimensione relazionale molto intensa, e questo rafforza il senso di sicurezza del gruppo e perciò il suo senso di appagamento.

Vediamo adesso le caratteristiche del gruppo.

Famiglia tradizionale

Qui troviamo la maggiore rappresentazione della famiglia tradizionale, se così si può dire, composta dai due genitori e due figli (27,2%). Ma questa prevalenza è molto limitata, perché questo gruppo non presenta particolarità anagrafiche di alcun tipo, si profila secondo il profilo medio della composizione dl Paese.

C'è una maggiore presenza di bambini, il 15,0 % del gruppo ha infatti meno di 13 anni, e di conseguenza le classi di età più rappresentate sono quelle che vanno dai 30 ai 55 anni, 49,2 % contro la media generale del 43,0 %.

Il gruppo, dal punto di vista geografico è presente un po' di più nelle regioni del sud e nelle isole. Infatti, la somma delle regioni meridionali nel gruppo dà il 44,6 %.

Istruzione elevata e impiego pubblico

In questo gruppo i laureati rappresentano il 22,5 %, il doppio rispetto alla media generale del 10,8 %. Non è il gruppo con più laureati, che rimane quello degli "Impegnati", ma siamo in presenza di un grado d'istruzione elevato. Anche i diplomati sono sopra la media generale.

Oltre la metà del gruppo, il 55,9 % è occupato. Pochi sono quelli in cerca di occupazione, o in cerca di una nuova occupazione, così come poche sono poche le casalinghe. La connotazione del gruppo si evince in maniera evidente dall'attività economica svolta dalla maggioranza. Il 12,8 % è impegnato nel campo dell'istruzione, in gran parte di insegnanti, l'11,3 % lavora nella pubblica amministrazione e l' 8,7 % lavora nella sanità. Se aggiungiamo la componente di servizi non meglio specificata, che spesso ha natura pubblica e i trasporti, che hanno anch'essi natura pubblica, si arriva a percentuali ben oltre il 50 %.

Il popolo delle ferie

La modalità usuale di questo gruppo per quanto riguarda le vacanze è quella della classica vacanza annuale estiva. Su questa modalità si raccoglie il 39,3 % del gruppo, contro la media generale del 27,7 %. Il 15,5 % arriva a fare anche due periodi di vacanza all'anno, ma il 37,7 % non ne fa nessuna. Si tratta della rappresentazione classica del "popolo delle ferie", per cui la vacanza coincide con le ferie lunghe estive. Nel 62,9 % dei casi si tratta di destinazioni italiane e nel 19,8 % di luoghi stranieri.

In questo gruppo la pratica sportiva non è molto frequentata. Il 66,7 % non fa alcuna pratica sportiva, né in maniera continua, né saltuaria.

L'equilibrio tv e internet

Nel consumo di televisione, questo gruppo è dentro i parametri generali, con una media giornaliera di visione tra l'una e le tre ore.

E' un gruppo che ha un'ottima familiarità con il mondo digitale e con internet: il 79,3 % usa correntemente il computer, contro la media generale del 52,2 %; il 68,4 % va su internet correntemente. Si tratta di un utilizzo in ufficio o da casa, mentre l'utilizzo in mobilità è meno frequente. Poco diffuso anche l'utilizzo sui laptop, anche in questo caso leggermente superiore alla media generale, ma inferiore a quella dei due gruppi prima citati.

Grandi lettori

E' uno dei gruppi dove si legge di più: il 70,0 % ha letto almeno un libro nell'ultimo anno, percentuale inferiore solo a quella degli "Impegnati" e nettamente superiore alla media generale, ferma al 42,2 %. Alta anche la lettura dei quotidiani, anche se limitata prevalentemente a un solo quotidiano.

Buona la lettura delle riviste settimanali, nettamente superiore alla media generale. Questo conferma il quadro generale di questo gruppo rispetto alla cultura e al mondo digitale: è un gruppo di elevata istruzione, perciò con facile accesso sia all'universo di internet e dei computer sia della lettura.

Soddisfazione per la vita di relazione

In questo gruppo la percezione della situazione economica personale è sopra la media: il 54,9 % si dichiara molto o abbastanza soddisfatto, contro il 41,4 %. Il termine che però è più frequente è di "abbastanza" (52,5 %).

Richiesti di esprimere la loro valutazione con un voto da zero a dieci, quanti citano i voti peggiori (da zero a quattro) rappresentano il 3,8 %, contro la media generale del 7,8 %. Quanti esprimono i voti migliori (da sette a dieci) arrivano al 71,6 %, di oltre quindici punti superiore alla media generale, che si ferma a 61,0 %.

Questo gruppo è abbastanza ottimista, non come gli "edonisti" e gli "impegnati". Il 30,3 % pensa che la sua situazione personale nei prossimi cinque anni migliorerà, contro la media generale del 22,7 %. La controprova si ottiene dalla misura dei pessimisti: in questo gruppo lo è il 17,1 %, contro la media generale di pessimisti del 24,2 %.

Tanta politica, poca fiducia nei partiti

Il rapporto con la politica di questo gruppo è intenso, ma non come avviene per gli "Impegnati". Il 21,3 % parla di politica tutti i giorni, contro la media del 15,3 %. Il 36,8 % ne parla più volte la settimana, perciò coloro che seguono la politica in maniera più o meno intensa rappresenta oltre la metà del gruppo: il 58,1 %, contro la media generale del 43,3 %.

E' il gruppo che è più informato delle vicende politiche, rispetto a tutti gli altri. Essendo persone che vivono nel mondo pubblico, la cosa è comprensibile. Insomma l' 80,1 % di questo gruppo ha un'informazione sulla politica con frequenza almeno settimanale.

Nonostante la grande mole di informazione, e l'elevato livello di discussione sulla politica in cui sono impegnati, non esprimono una grande fiducia sui partiti politici. Richiesti di esprimere con un voto da zero a dieci la fiducia verso i partiti, coloro che usano un voto positivo (sei o superiore) arrivano al 9,5 %, contro la media generale del 9,9 %.

Si tratta perciò di un gruppo che considera moltissimo la politica, ne parla, ne segue le vicende, si tiene informata, ma nel giudizio sui partiti resta sulla media generale.

3.4 Esclusi

E' il gruppo più grande. E' la maggioranza del paese. E' un universo sociale che i media quasi non considerano. Ha caratteristiche che si ritrovano in ogni paese, ma in quei paesi, più o meno, resta in percentuali "fisiologiche", tra il 5 e il 15 %, ma non oltre. Nel nostro caso rappresentano il 66,2 %, perciò abbondantemente oltre la metà della popolazione italiana.

Ma non si tratta di "esclusi" in senso classico, come sinonimo di marginalità, come accade nelle percentuali prima citate per alcuni grandi paesi come la Germania o la Francia. Ma esclusi in un senso molto italiano. Si direbbe che sono esclusi, o meglio si auto-escludono dalla dimensione pubblica della vita collettiva. Sono dentro il proprio mondo di riferimento, che spesso coincide con la famiglia. Sono i piccoli nuclei di socializzazione primaria, e poco altro va oltre la cerchia che si è deciso di ritagliarsi intorno.

E' un gruppo che ha fondamentalmente un potere di delega. Non vuole entrare in campo, come soggetto collettivo, pubblico, ma preferisce attendere ai propri interessi, delegando la dimensione pubblica ad altri. Delega che si concede e che si ritrae senza ponderate ragioni, ma seguendo l'onda del momento. Oggi si vota per questo partito, perché sembra meritarselo, sembra capace di risolvere i problemi, ma non è detto che subito dopo non sia ritratto per attribuirlo a un altro soggetto, collettivo o leader.

E' un gruppo con livelli di istruzione molto bassi, con la grande maggioranza del gruppo che è ferma alla scuola dell'obbligo, e una larga fetta che è addirittura sotto, con una parte che sa poco più che leggere e scrivere. Tre persone su quattro del gruppo sono fuori dal mondo del lavoro: o sono pensionati, o in cerca di un primo lavoro, o in cerca di un nuovo lavoro. Sono fuori dal cuore della vita economica del paese.

E' spalmato su tutto il territorio nazionale, ma è sovra-rappresentato nelle regioni del Mezzogiorno. Rappresentano una sorta di marginalità composta dalla mancata partecipazione alla vita sociale e dalla mancata partecipazione (o minore partecipazione) alla vita economica. La gran parte del gruppo ha un giudizio totalmente negativo sui partiti e la politica. Non segue le discussioni sulla politica, non vive in nessuna associazione, non partecipa neppure alla dimensione sindacale delle associazioni.

Anche se il giudizio sulla loro vita personale non è negativo, tuttavia il futuro è visto come una minaccia e percepito come peggiore del presente e del passato. Si salvano solo le relazioni familiari che sono salde e che permettono l'esistenza di un tessuto sociale non azzerato.

Tutta la vita, escluso appunto le relazioni familiari, si ritrova nella televisione, con livelli di esposizione altissimi. Nessuna lettura di libri o di

quotidiani, totale assenza di consumi culturali di ogni tipo, incluso il cinema. Così come il gruppo è estraneo al mondo digitale, internet incluso.

L'atteggiamento verso il mondo esterno è connotato dalla sfiducia verso gli altri. Addirittura la sfiducia verso il prossimo è superiore alla sfiducia verso la politica. Perciò ogni dimensione sociale, inclusa anche quella generica, è depotenziata alla partenza, senza l'onere della prova.

E' un gruppo che si sente "tradito", se vogliamo usare questo termine psicologico per interpretare un generale atteggiamento di auto-emarginazione e di auto-collocazione dentro il nucleo familiare in senso stretto. Questo non esclude, anzi esalta, la capacità di risolvere i problemi su un piano "particolare", cioè districandosi nelle regole mal disegnate, ricorrendo alle relazioni personali, usando l'arte combinatoria per raggiungere comunque una situazione di soddisfazione personale sulla base del perimetro specifico entro cui ci si è collocati. Sembra quasi che nessuno pensi che nessuno dei suoi problemi (o attese, o speranze) possa trovare sbocco in una dimensione sociale, o comunque più ampia.

Ecco di seguito il dettaglio e le caratteristiche del gruppo.

Età media molto alta

In questo gruppo sono maggiormente rappresentate le classi d'età superiori ai 55 anni. Gli anziani (oltre i 65 anni) sono praticamente quasi tutti in questo gruppo. In sostanza sono rappresentate molte classi d'età, raccogliendo oltre la metà della popolazione nazionale, ma il suo tratto distintivo è dato dall'età media più elevata e dalla presenza solo in questo gruppo delle famiglie numerose. La rappresentazione di genere non è molto diversa dalla media, c'è però una leggera sovra-rappresentazione del genere femminile.

Il gruppo ha una concentrazione geografica molto accentuata nelle regioni meridionali, che pesano per il 44,6 %. E' un gruppo che si concentra soprattutto nei centri più piccoli del paese, tanto che il 65,6 % vive in comuni al di sotto dei 50 mila abitanti e il 35,3 % al di sotto dei 10mila abitanti. E' perciò un'Italia minore, se con questo termine si vuole intendere i centri più piccoli, che comunque raccoglie buona parte della popolazione italiana.

Livelli d'istruzione molto bassi, troppo bassi

In questo gruppo si registra il livello più basso d'istruzione: solo il 5,8 % è rappresentato da laureati, sei volte meno del gruppo degli "Impegnati".

Uno su dieci non ha neppure un titolo di studio, incluso quello elementare, perciò sono appena alfabeti. Se sommiamo le persone senza titolo di studio, e coloro che hanno la licenza elementare e di scuola dell'obbligo, si arriva al 68,1 %; perciò oltre i due terzi ha compiuto al massimo la scuola dell'obbligo.

Fuori dal mondo del lavoro

In questo gruppo dominano due categorie: i pensionati, 27,4 % e le casalinghe, 20,5 %, la cui somma dà il 47,9 %, perciò circa la metà dell'intero gruppo. Gli occupati rappresentano appena il 33,4 %, perciò solo un terzo è coinvolto nella vita attiva del lavoro.

Considerando le persone attive, il 12,0 % è occupato nell'agricoltura, il 16,6 % nell'industria manifatturiera, l' 11,3 % nel commercio e il 9,2 % nell'edilizia. Sono mondi che sembrano marginali, in quanto vengono ricoperti ruoli non dirigenziali e di responsabilità. Fermo restando che i due terzi è proprio tagliato fuori dal mondo del lavoro.

Consumi bassi, poco leisure

Il 71,8 % di questo gruppo non fa nessuna vacanza durante l'anno (o meglio non ha fatto nessuna vacanza negli ultimi 12 mesi precedenti il girone dell'intervista). Quindi a consumare viaggi e vacanze è solo il 28,2 %. Da notare anche che nel 69,6 % dei casi si tratta di vacanze nel nostro Paese.

Anche con lo sport non c'è una grande familiarità: l'88,2 % non fa nessuna attività sportiva con regolarità e solo il 7,3 % la fa in maniera saltuaria. Perciò è un consumo quasi del tutto estraneo, e non è solo questione d'età, anche se quella contribuisce a determinarla per una certa parte.

Il mondo dentro la tv

L'86,5 % segue sempre la televisione. Il 22,9 % la vede almeno quattro ore o più al giorno, con il 4,0 % che arriva a 7 ore e più. Solo il 10,2 % sta sotto l'ora al giorno di visione. Anche se in casa non ci sono molti televisori: il 44,3 % ne ha solo uno e il 41,6 % arriva a due, comunque la televisione è al centro del loro tempo.

In questo gruppo la familiarità con i computer e con il mondo digitale è scarsa: solo il 37,1 % usa correntemente il computer e il 36,4 % ha accesso a internet. Pochi hanno l'accesso a internet sul telefono e ancora meno sul computer portatile. Solo il 6,1 % ha acquistato qualche oggetto su internet.

Il 70,1 % del gruppo non ha letto nessun libro negli ultimi 12 mesi, ben oltre qualunque percentuale riscontrata negli altri gruppi.

Vale solo quel che è molto vicino

In questo gruppo la percezione della situazione economica personale è negativa. In particolare il 41,4 % è poco soddisfatto della propria situazione economica e il 22,5 % non lo è per nulla.

Anche sul piano della salute la soddisfazione non è alta, il 18,1 % è poco soddisfatto e il 6,2 % per nulla soddisfatto. Solo sulle relazioni familiari, invece, non c'è differenza tra questo gruppo e il resto della popolazione. Anche nelle relazioni amicali in questo gruppo c'è una minore soddisfazione rispetto agli altri gruppi: il 16,2 % è poco soddisfatto, più del doppio, o addirittura del triplo, rispetto agli altri tre gruppi e il 4,6 % per nulla soddisfatto.

Richiesti di esprimere la valutazione intorno alla propria vita con un voto da zero a dieci, quanti citano i voti peggiori (da zero a quattro) rappresentano addirittura il 10,0 %, il doppio o più, a seconda dei casi, rispetto agli altri tre gruppi. Quanti esprimono i voti migliori (da sette a dieci) comunque rappresentano la maggioranza con il 54,8 %, però di venti punti circa inferiore alla media dei tre gruppi. In sostanza, il voto che il gruppo dà alla propria vita, seppure inferiore alla media, si mantiene comunque in termini positivi. Si ottiene perciò in parallelo una pessima percezione del mondo pubblico e una buona percezione del proprio mondo, quello più vicino e più concretamente conosciuto. Questo gruppo è pessimista sul futuro: il 29,0 % pensa che la sua situazione personale nei prossimi cinque anni peggiorerà, e solo il 16,2 % pensa che, al contrario, migliorerà.

Lontanissimi dalla politica

Quanto si parla di politica in questo gruppo? Poco, pochissimo. Ne parla tutti i giorni il 12,8 %, al di sotto della media generale. Il 35,9 % risponde però "mai", nel senso che non parla mai, durante l'anno, di politica e il 10,1 % qualche volta. In sostanza solo il 36,5 % ha un rapporto di qualche continuità, solo informativa, con le vicende politiche, il resto è zero o quasi. La politica non solo non è centrale nella loro vita: non è neppure presente.

I partiti politici non riscuotono nessuna fiducia. Richiesti di un voto da 0 a 10 sulla fiducia verso i partiti, il 43,8 % dà il voto zero. Coloro che, invece, hanno buona fiducia, e perciò il voto va da 7 (compreso) a 10, rappresentano appena il 3,7 %.

Il 90,0 % non svolge nessuna attività di volontariato. E' il gruppo dove questo fenomeno è meno sviluppato, ma in questo caso la distanza con gli altri gruppi non è notevole, escluso che per la cluster degli "Impegnati".

La fiducia negli altri

E' un gruppo che in assoluto ha meno fiducia verso gli altri, verso il mondo esterno. l'83,3 % non ha fiducia verso la gente, verso gli altri, venti punti in più, in media, rispetto alla media. L'elemento della fiducia verso l'esterno, verso gli altri, si delinea come uno dei driver principali, se non addirittura il principale, di questo gruppo, insieme all'istruzione e al lavoro.

4. Ricollegare élite e popolo

Riformismo e domanda di protezione

1. Dall'indagine emerge un paese fortemente diviso, con una élite che occupa il terreno di gioco, e due ali più consistenti ai lati, di cui una è determinata, in sostanza, dal lavoro autonomo e la seconda dall'incardinamento nel pubblico impiego. La maggioranza resta però alla finestra, smarrita, almeno quando si affrontano i temi della dimensione pubblica della vita sociale.

Dentro questa poderosa maggioranza c'è di tutto, da un naturale distacco dalla dimensione pubblica, che in tutti i paesi occidentali ha talvolta un aspetto fisiologico, al senso di sfiducia verso tutto e verso tutti, che alimenta un atteggiamento, a seconda dei casi, di distacco, di rabbia e di frustrazione, tutt'altro che fisiologico.

Questi sentimenti sono quelli che alcuni alimentano, e usano come una clava contro ogni ipotesi riformista, o semplicemente di cambiamento. È evidente che non ci sia consapevolezza di come l'emarginazione della maggioranza sia il frutto di un combinato disposto che pure è il bersaglio dei riformatori.

Pensiamo alla questione dell'istruzione che rappresenta il filo rosso di tutta l'indagine. L'istruzione debole non permette ai ceti popolari di accedere a posizioni di responsabilità; non permette mobilità sociale; non permette al nostro paese di vincere la battaglia competitiva nella società della conoscenza; permette, al contrario, alle lobby di consolidare il proprio potere, perché non si trovano davanti un esercito che potrebbe scardinare, con la sua numerosità, il loro recinto, ma solo una continuità minuta che governano facilmente con l'inclusione e la cooptazione selettiva. Va da sé che l'istruzione debole non permette l'accesso all'economia digitale; a proporre e incorporare innovazione tecnologica nei prodotti e nei servizi; così come non permette di creare posizioni lavorative intermedie dotate di una competenza digitale. Per tutte queste ragioni, il miglioramento delle prestazioni scolastiche dovrebbe essere interesse fondamentale non solo del paese in generale, ma in specifico dei ceti popolari. Eppure la riforma della scuola in discussione ha provocato una reazione conservativa, di difesa, come se il fine fosse di ridurre il contenuto educativo, invece che di esaltarlo.

Un corto circuito che coinvolge, insieme a una delle ali della società italiana, quella pubblica, anche parte della maggioranza esclusa, che non avverte la consapevolezza di come proprio una politica di cambiamento

possa portare a modificare una situazione che penalizza proprio la maggioranza delle persone e privilegia solo una parte della società, in maniera clamorosa, il 4 %, e in maniera più moderata il 30 %. D'altro canto la situazione economica difficile alimenta la domanda di protezione, vede i cambiamenti non (solo) come speranza, ma anche come minaccia. E questo complica enormemente l'offerta di politiche riformatrici.

Il corto circuito dell'informazione

2. I media sembrano occupati in maniera militare e impermeabile dal 4 % della popolazione. La loro agenda è l'agenda dei media. I due gruppi intermedi hanno spazi ristretti, ma il gruppo maggioritario è considerato solo "audience". La distanza è reciproca: il grosso della popolazione quasi non legge i quotidiani e questi con difficoltà rispecchiano il loro pensiero. E più la sensazione di estraneità si approfondisce, più il fossato si allarga, per cui il gruppo maggioritario accomuna i media alla critica radicale e sprezzante verso i partiti e la classe dirigente; e i media, magari sottilmente e indirettamente, giudicano quel gruppo, pur maggioritario, come retrogrado, primitivo, irredimibile.

È una questione antica del paese, ma che oggi troviamo con chiarezza inusuale. L'agenda dei media coincide con l'agenda del 4 %. I temi che sono privilegiati dai media sono gli argomenti quotidiani del 4 %. Solo in un alcuni casi, come questioni che attengono a sfere più ampie della popolazione (il lavoro, la scuola, la tassazione, l'immigrazione), l'interlocuzione si allarga fino a comprendere anche le voci della maggioranza esclusa, ma il tempo, la scala di preferenza, persino gli aggettivi, sono quelli tipici del 4 %.

È evidente che questo è il portato storico della società italiana dove, appunto, l'istruzione ha costituito la barriera più grande all'allargamento della partecipazione sociale e della democrazia. Però oggi siamo davanti a un cambiamento epocale provocato proprio da internet. Facciamo solo attenzione all'informazione politica. Un tempo era sostanzialmente riservata ai quotidiani e persino ai libri. Poi è arrivata la televisione che ha diffuso l'informazione politica all'intera popolazione, sia pure con le modalità sue specifiche, più da talk show che altro. Adesso l'era di internet sta cambiando tutto. Basta vedere i dati su quanto e come viene veicolata l'informazione politica nel nostro paese. Solo il 15 % legge regolarmente i quotidiani, e perciò ottiene quell'informazione più sedimentata, rispetto alla tv, sulla politica. Ma la stessa informazione politica dei quotidiani viene letta su internet con regolarità dal 62 % di chi ha accesso a internet. Per non parlare dei social media che appaiono sempre di più lo strumento principale anche per l'informazione politica. Siamo perciò a una rivoluzione che scardina la corrispondenza biunivoca tra 4 % della società e dibattito politico. Almeno potenzialmente.

Mezzogiorno: politica ubiqua, senza soggettività

3. Dall'indagine emerge una situazione particolarmente difficile del Mezzogiorno, proprio su un piano strutturale, oltre a una certa desertificazione dei consumi culturali. Guardando alla fonte principale del reddito dei residenti nelle regioni meridionali, si osserva che la più numerosa è quella del... mantenimento da parte della famiglia (qui entrano i figli minori, le casalinghe, le persone che non hanno un lavoro, gli anziani e le altre figure che non producono autonomamente del reddito), poi ci sono i pensionati, con il 25,4 %, a pari merito con il lavoro dipendente, 25,1%. In sostanza, il lavoro autonomo è fonte principale di reddito solo per il 9,5 % della popolazione, mentre un alto 2,3 % vive con indennità pubbliche. La sintesi è che gran parte dei redditi rappresentano trasferimenti dello stato, o sotto forma di pensioni, o di stipendi pubblici, o d'indennità di vario tipo. Se togliamo i dipendenti privati, che sono comunque una frazione molto piccola del totale dei dipendenti a tempo indeterminato (l'indagine non ci permette di averne con esattezza la misura), possiamo dire che circa 85 % della popolazione vive di redditi che arrivano dai bilanci pubblici. Naturalmente dovremmo anche considerare il "sommerso" che potrebbe modificare in qualche misura la situazione, soprattutto quando si tratta di economie familiari, di lavori informali e di quelli occasionali. Tutto ciò sposterebbe un po' in alto il reddito medio, ma non modificherebbe i dati strutturali in maniera sostanziale, perché il numero dei pensionati è quello ufficiale; il numero dei dipendenti a tempo indeterminato, pubblici e privati, è quello ufficiale; così come ufficiale è il numero delle indennità pubbliche. Quello che potrebbe variare è qualche reddito aggiuntivo delle categorie precedenti, e qualche attività sommersa tra coloro che ufficialmente non hanno un lavoro. L'architettura economica della società però non cambierebbe in maniera significativa.

In questa situazione, almeno teoricamente, ci si aspetterebbe una grande attenzione verso le politiche pubbliche, anzi verso la politica complessivamente intesa, ma la politica in senso stretto è partecipata solo dall'1,4 % della popolazione. Il fatto poi che il 31,0 % s'informi regolarmente sui fatti della politica forse è la contraddizione più evidente di questo scenario. Insomma, quasi una persona su tre si tiene informata sulle vicende politiche, s'immagina soprattutto di quelle locali, mentre solo una su dieci fa politica, nel senso di frequentare partiti, associazioni, partecipare ai dibattiti pubblici. Perciò la politica è una condizione ubiqua della realtà meridionale, oggettivamente presente, ma soggettivamente derubricata a pura cognizione dello stato delle cose, senza intervento soggettivo per modificarla.

Se a questo leghiamo il livello particolarmente alto (84,4 %) della sfiducia verso il mondo esterno e il livello molto basso di qualunque consumo culturale (il 70 % della popolazione non ha letto nessun libro negli ultimi

12 mesi e non legge nessun quotidiano), scopriamo una situazione particolarmente difficile e delicata, in cui la soggettività collettiva si ritrova al valore minimo.

La delega alla politica per cambiare (o no) il Paese

4. Un elemento che è apparso evidente in tutta la ricerca, anche se non è sorprendente in senso assoluto, è la soddisfazione per la vita personale, soprattutto per le relazioni familiari e amicali, contrapposta all'insoddisfazione per ciò che accade al di fuori della propria persona. Sembrerebbe un errore, o almeno un paradosso, che nel momento in cui la maggioranza è felice della propria vita, poi la somma di queste soddisfazioni-micro non dia una soddisfazione-macro.

La famiglia continua a essere un baluardo della tenuta del paese, basti pensare all'enorme numero di persone che vivono con i soldi della famiglia, così come le relazioni interpersonali continuano a essere fonte di soddisfazione e di equilibrio personale. Allora il punto centrale è la dimensione pubblica, non seguendo una visione un po' schematica (e forse banale) come se il 4 % dovesse sciogliersi nel 62 %, che è un po' la sintesi di una visione populista, quanto, al contrario, trovare meccanismi che permettano al ghiacciaio del 62 % di sciogliersi e di abbattersi sul 4 % per arricchirlo di nuovi soggetti, di nuovi meccanismi e di nuovi modi d'essere della classe dirigente.

È evidente che nel paese ci sia la questione fondamentale della circolazione delle classi dirigenti. S'è visto nell'indagine che la dimensione familiare è decisiva per perpetuare le differenze e la scuola non riesce più né a essere (abbastanza) un ascensore sociale, né a creare (abbastanza) nuovi meccanismi di selezione fondati sul merito. In un mondo (fuori d'Italia) dove dominano aziende che hanno un'anzianità di 15 anni e molte anche di meno, è inverosimile che nel nostro paese, a tutti i livelli, il passaggio generazionale sia tutto interno alle famiglie, cioè all'interno del medesimo segmento sociale.

Inoltre, la società è bloccata principalmente per il mancato allargamento, o avvicendamento, delle classi dirigenti. Basti pensare che solo in Inghilterra c'è una relazione più stringente che in Italia tra i redditi dei padri e dei figli. Per fare solo un esempio, in Danimarca e in Austria la probabilità che i figli abbiano la stessa appartenenza socioeconomica dei padri è del 15 %, in Italia è del 47 %, e in Inghilterra del 50 % (dati OECD).

Lo scardinamento dello status quo, insostenibile per il peso straripante degli esclusi dalla dimensione pubblica, perché dovunque c'è un'élite che pesa intorno al 5 %, o una parte autonoma (magari in misura superiore al

12 %) o una parte pubblica (ugualmente intorno al 17 %) diventa allora l'istanza politica principale. Alcuni meccanismi, come quelli della selezione in base all'istruzione, hanno bisogno di tempo per realizzarsi, ma altri di liberalizzazione della competizione e di riduzione del peso burocratico, che sempre più assume i contorni non della regolazione dei fenomeni, ma dell'impedimento (o imbrigliamento) dei cambiamenti, sono necessari nell'immediatezza.

In questo compito c'è un alleato oggettivo, travolgente e convincente, che è la digitalizzazione dell'economia e della vita sociale. Queste innovazioni portano trasparenza, sono anti-burocratiche per loro natura, richiamano sempre a una dimensione di massa, e per una volta, non vedono il sud nettamente staccato dal resto del paese (le differenze ci sono, ma sono meno intense di quelle che si registrano sul lavoro e sull'istruzione).

L'Italia può raggiungere risultati spettacolari, se riesce a trasformare la vitalità (quasi tutta sul piano micro) della maggioranza del Paese in una vitalità anche nella dimensione macro. Non è ragionevole aspettarsi che una maggioranza così ampia si trasformi in un soggetto collettivo unitario, compatto e con idee pienamente condivise. Dentro quell'universo ci sono molte anime e idee anche contraddittorie, che si vedranno nel disgelo, quando avverrà. Certamente è fondamentale la relazione dei soggetti politici con questo mondo. La divisione fondamentale è tra chi chiede la delega per perpetuare il loro status, impaurito e confinato nel recinto personal-familiare, e chi la chiede per dispiegarne le potenzialità sul piano riformatore. Come cambia il tipo di delega, così cambia (o non cambia) il Paese.

Tavole di contingenza dei cluster

Numero componenti della famiglia. Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Numero componenti	1	9,9%	16,7%	11,0%	13,9%	13,0%
	2	17,1%	21,3%	22,9%	25,0%	23,5%
	3	22,5%	27,7%	27,2%	23,3%	24,1%
	4	35,5%	27,7%	28,2%	25,1%	27,0%
	5	10,9%	5,0%	8,5%	8,4%	8,6%
	6	3,3%	1,6%	1,8%	3,4%	3,0%
	7	0,7%	0,0%	0,3%	0,4%	0,4%
	8 +			0,2%	0,4%	0,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Età in classi * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Età in classi	da 0 a 2				3,8%	2,5%
	da 3 a 5				4,0%	2,6%
	da 6 a 10	1,3%	1,9%	9,4%	4,4%	4,8%
	da 11 a 13	1,6%	2,6%	5,6%	1,6%	2,4%
	da 14 a 17	9,3%	5,6%	5,9%	1,9%	3,6%
	da 18 a 19	6,8%	5,6%	2,2%	0,8%	2,0%
	da 20 a 24	18,7%	9,4%	5,8%	2,8%	5,5%
	da 25 a 29	13,8%	10,7%	5,6%	3,1%	5,2%
	da 30 a 34	9,4%	8,6%	6,1%	4,7%	5,7%
	da 35 a 39	8,9%	9,1%	8,3%	7,0%	7,6%
	da 40 a 44	7,1%	6,2%	9,7%	7,5%	7,8%
	da 45 a 49	7,1%	8,1%	10,4%	7,8%	8,2%
	da 50 a 54	4,8%	8,8%	8,1%	7,5%	7,4%
	da 55 a 59	2,9%	7,6%	6,6%	6,8%	6,3%
	da 60 a 64	2,4%	5,2%	6,9%	7,1%	6,4%
	da 65 a 74	4,3%	8,4%	6,8%	13,4%	10,9%
da 75 a 84	1,6%	2,1%	2,1%	11,6%	8,3%	
85 +	0,1%	0,3%	0,3%	4,2%	2,9%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sesso * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Sesso	Maschio	66,3%	48,9%	47,3%	45,8%	48,7%
	Femmina	33,7%	51,1%	52,7%	54,2%	51,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Livello di istruzione * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
livello	dottorato post laurea	0,1%	2,2%	0,8%	0,1%	0,3%
	laurea	9,5%	37,4%	21,7%	5,7%	10,5%
	diploma	48,1%	36,0%	38,7%	26,1%	31,7%

	lic. media	34,5%	17,7%	20,6%	33,8%	30,8%
	lic. elementare	6,2%	4,3%	8,2%	24,4%	18,2%
	nessun titolo	1,6%	2,4%	9,9%	9,9%	8,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Condizione occupazionale * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
condizione	occupato	48,6%	54,9%	55,9%	33,4%	40,2%
	in cerca nuova occ	10,7%	5,3%	7,3%	9,2%	8,9%
	in cerca prima occ	7,8%	2,1%	1,5%	2,0%	2,7%
	casaling	3,1%	5,5%	8,3%	20,5%	15,4%
	studente	22,0%	21,2%	12,6%	3,3%	8,2%
	ritirato	7,0%	9,3%	13,4%	27,4%	21,5%
	altro	0,6%	1,7%	1,0%	4,3%	3,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Attività economica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
attività	agricoltura	4,6%	1,1%	2,1%	12,0%	8,9%
	estrattive energia	1,7%	2,6%	1,7%	1,4%	1,5%
	manifatturiera	15,5%	9,6%	11,4%	16,6%	15,3%
	edile	9,3%	2,7%	4,8%	9,2%	8,1%
	commercio	16,6%	8,6%	10,4%	11,3%	11,7%
	trasporti	4,1%	1,5%	2,5%	4,7%	4,1%
	alberghi e ristoranti	8,2%	7,4%	5,5%	6,6%	6,6%
	comunicazione	2,7%	6,4%	3,1%	1,6%	2,2%
	finanza e assicurazione	4,1%	5,3%	5,5%	2,0%	3,0%
	immobiliare	0,2%	0,6%	1,0%	0,3%	0,4%
	professionali, servizi	4,2%	7,9%	5,7%	2,6%	3,6%
	pubblica amministrazione	6,0%	11,4%	11,3%	6,7%	7,6%
	istruzione	2,5%	14,0%	12,8%	4,4%	6,0%
	sanità	3,8%	8,5%	8,7%	5,9%	6,2%
altri	16,3%	12,4%	13,3%	15,0%	14,7%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Regione di residenza * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
regione	Piemonte	7,1%	6,1%	8,4%	6,9%	7,2%
	Valle d'Aosta	2,0%	3,1%	2,1%	1,8%	1,9%
	Lombardia	7,8%	15,0%	11,9%	9,1%	9,7%
	Bolzano	3,1%	3,3%	2,3%	1,7%	2,0%
	Trento	0,9%	1,2%	1,3%	1,6%	1,4%
	Veneto	5,8%	6,5%	7,2%	6,7%	6,7%
	Friuli-Venezia Giulia	2,1%	2,5%	2,5%	1,7%	2,0%
	Liguria	4,4%	3,3%	2,8%	2,8%	3,0%
	Emilia-Romagna	6,5%	8,0%	6,7%	6,8%	6,8%
	Toscana	6,9%	7,2%	6,3%	4,6%	5,3%
	Umbria	2,8%	4,2%	3,8%	3,0%	3,2%
	Marche	2,6%	1,8%	2,3%	2,2%	2,2%

	Lazio	5,4%	10,7%	11,2%	6,5%	7,3%
	Abruzzo	8,6%	4,9%	6,0%	7,0%	6,9%
	Molise	2,1%	2,4%	1,5%	3,1%	2,7%
	Campania	10,0%	7,3%	8,1%	9,9%	9,5%
	Puglia	6,0%	5,5%	6,0%	7,2%	6,8%
	Basilicata	0,7%	0,2%	0,6%	0,8%	0,7%
	Calabria	2,6%	1,2%	1,8%	4,0%	3,3%
	Sicilia	9,4%	3,1%	5,1%	9,4%	8,4%
	Sardegna	3,1%	2,4%	2,3%	3,2%	3,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Circoscrizione geografica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
circoscrizione	Italia Nord-Occidentale	21,3%	27,5%	25,1%	20,6%	21,8%
	Italia Nord-Orientale	18,4%	21,5%	20,0%	18,6%	18,9%
	Italia Centrale	17,8%	23,9%	23,5%	16,2%	18,0%
	Italia Meridionale	30,0%	21,6%	24,0%	32,0%	29,9%
	Italia Insulare	12,5%	5,5%	7,4%	12,6%	11,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ampiezza del comune di residenza * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
ampiezza	città metropolitana	11,9%	25,0%	19,6%	10,4%	12,8%
	Periferia città metropolitana	9,0%	12,2%	11,6%	10,6%	10,7%
	meno 2 mila	8,6%	4,4%	4,5%	7,8%	7,2%
	da 2mila a 10mila	24,9%	19,9%	21,1%	27,5%	25,7%
	da 10 a 50mila	25,7%	20,0%	24,0%	27,1%	26,1%
	più 50 mila	19,9%	18,6%	19,1%	16,6%	17,5%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Numero di vacanze svolte ultimi 12 mesi * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
numero vacanze	0	45,8%	24,9%	37,7%	71,8%	60,7%
	1	39,6%	35,7%	39,3%	22,0%	27,7%
	2	10,5%	24,2%	15,1%	4,3%	7,7%
	3	2,4%	7,2%	4,2%	1,1%	2,0%
	4	0,9%	4,9%	2,3%	0,4%	1,0%
	5	0,3%	1,6%	0,5%	0,2%	0,3%
	6	0,1%	0,9%	0,3%	0,2%	0,2%
	7	0,1%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
8 +	0,4%	0,3%	0,6%	0,0%	0,2%	
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Luogo della vacanza * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
luogo	1 italia	63,0%	46,3%	62,9%	69,6%	64,8%
	2 estero	21,3%	22,3%	19,8%	21,7%	21,1%

	3 sia Italia sia estero	15,8%	31,3%	17,4%	8,7%	14,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pratica sportiva continuativa * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
pratica sport con continuità	No	60,0%	58,5%	66,7%	88,2%	79,6%
	Si	40,0%	41,5%	33,3%	11,8%	20,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pratica sportiva occasionale * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
pratica sport occasionalmente	No	75,6%	76,8%	76,9%	92,7%	88,2%
	Si	24,4%	23,2%	23,1%	7,3%	11,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pratica attività di volontariato * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
pratica attività di volontariato	No	87,1%	72,3%	80,5%	90,1%	87,3%
	Si	12,9%	27,7%	19,5%	9,9%	12,7%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Consumo vino fuori dai pasti * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
numero bicchieri bevuti fuori dal pasto	1	11,0%	4,7%	10,7%	10,5%	10,2%
	2	18,2%	30,5%	25,0%	18,9%	20,6%
	3	25,1%	26,3%	22,3%	16,9%	21,0%
	4	8,2%	11,5%	12,9%	14,6%	12,1%
	5	12,1%	11,5%	11,6%	9,9%	10,9%
	6	5,3%	9,0%	3,0%	6,8%	6,0%
	7	8,1%	1,4%	4,6%	8,8%	7,3%
	8	0,7%	0,2%	1,6%	1,6%	1,2%
	9	0,1%			0,3%	0,2%
	10 +	11,1%	4,1%	6,1%	11,8%	9,7%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Comportamento rispetto al fumo * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
fumo	fumatore	28,0%	21,3%	19,7%	20,1%	21,1%
	non fumatore, ma prima si	18,3%	25,1%	22,8%	23,9%	23,0%
	non fumatore da sempre	53,7%	53,6%	57,5%	56,0%	55,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Comportamento di ascolto della radio * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
radio	no	24,7%	24,6%	29,6%	49,9%	41,9%
	si abitualmente	50,3%	47,1%	42,1%	27,8%	34,1%
	si talvolta	25,0%	28,4%	28,3%	22,3%	24,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Numero di ore ascolto della radio * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
numero ore	0	16,2%	22,7%	20,3%	15,6%	17,1%
	1	22,5%	21,3%	26,1%	24,4%	24,3%
	2	13,9%	17,8%	14,1%	14,8%	14,6%
	3	6,6%	5,8%	4,2%	5,8%	5,6%
	4	2,9%	2,9%	1,4%	2,6%	2,4%
	5	1,6%	2,1%	1,3%	1,5%	1,5%
	6	1,4%	2,0%	0,8%	1,4%	1,3%
	7	0,5%	0,5%	0,2%	0,5%	0,4%
	8	2,3%	1,2%	1,4%	1,4%	1,5%
	9	0,4%		0,2%	0,3%	0,3%
	10 +	0,6%	0,3%	1,0%	0,9%	0,7%
	non risponde, non sa, non proponibile	31,2%	23,5%	29,0%	31,0%	30,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Comportamento di visione della Tv * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
televisione	no	4,9%	10,9%	7,3%	5,3%	5,9%
	si sempre	82,2%	71,1%	82,3%	86,5%	84,5%
	si talvolta	13,0%	18,1%	10,4%	8,2%	9,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Numero di ore davanti alla Tv * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
numero ore	0	1,5%	4,2%	2,3%	1,6%	1,8%
	1	11,9%	19,4%	13,6%	9,6%	11,0%
	2	26,2%	32,6%	29,7%	23,7%	25,5%
	3	19,4%	16,9%	18,0%	17,8%	18,0%
	4	8,7%	5,3%	7,7%	10,2%	9,3%
	5	3,4%	2,6%	3,1%	5,6%	4,8%
	6	1,8%	2,3%	1,3%	3,2%	2,7%
	7	0,8%	0,2%	0,3%	0,8%	0,7%
	8	0,5%	1,2%	0,7%	1,5%	1,2%
	9	0,1%		0,1%	0,2%	0,2%
	10 +	0,4%	0,4%	0,4%	1,7%	1,3%
	non risponde, non sa, non proponibile	25,3%	15,0%	22,8%	24,4%	23,9%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uso del personal computer * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
pc	Sì	84,2%	90,0%	85,1%	41,5%	57,0%
	No, mai	15,8%	8,0%	15,0%	58,5%	43,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uso di internet* Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
uso internet	Sì	84,8%	92,5%	84,4%	40,9%	52,4%
	No, mai	15,2%	7,6%	15,6%	59,1%	43,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Frequenza uso di internet * Numero di cluster del caso (solo chi usa internet)

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Frequenza uso internet	Tutti i giorni	70,1%	78,5%	63,8%	50,4%	60,1%
	Qualche volta alla settimana	24,1%	18,8%	27,5%	36,8%	30,4%
	Qualche volta al mese	5,1%	2,7%	7,2%	10,1%	7,7%
	raramente	0,8%	0,0%	1,5%	2,6%	1,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uso internet al cellulare * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Internet sul cellulare	No	63,3%	62,1%	75,0%	87,5%	77,2%
	Sì	36,7%	37,9%	25,0%	12,5%	22,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Uso internet su lap top * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
internet su lap top	No	78,2%	72,9%	82,7%	91,3%	84,9%
	Sì	21,8%	27,1%	17,3%	8,7%	15,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Utilizzo posta elettronica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
spedito/ricevuto emali ultimi 3 mesi	No	13,0%	6,6%	17,1%	24,0%	18,6%
	Sì	87,0%	93,4%	82,9%	76,0%	81,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Iscritto ai social media * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Iscritto social media	No	30,2%	34,7%	49,8%	53,4%	46,3%
	Sì	69,8%	65,3%	50,2%	46,6%	53,7%

Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
---------------	--------	--------	--------	--------	--------

Opinioni sui social media * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
esprime opinioni su web	No	70,9%	63,0%	77,8%	84,4%	78,2%
	Si	29,1%	37,0%	22,2%	15,6%	21,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lettura giornali e siti informazione on line * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
giornali on line	No	35,9%	17,7%	34,4%	45,6%	38,4%
	Si	64,1%	82,3%	65,6%	54,4%	61,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lettura ebook * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Letto qualche volta ebook	No	80,8%	65,7%	77,0%	89,2%	82,3%
	Si	19,2%	34,3%	23,0%	10,8%	17,7%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Acquisto su internet * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
e-commerce	Si, abitualmente	21,3%	36,7%	25,8%	15,2%	20,8%
	Si, talvolta	22,4%	23,2%	21,5%	16,0%	19,4%
	No, mai	56,4%	40,1%	52,6%	68,8%	59,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lettura dei quotidiani (su carta) * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
legge quotidiani	No	39,9%	21,9%	40,3%	57,8%	50,6%
	Si, talvolta	30,9%	29,4%	27,0%	21,8%	24,3%
	Si, spesso	12,9%	19,27%	12,2%	8,2%	10,1%
	Sempre	16,3%	29,4%	20,5%	12,2%	15,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lettura libri (ultimi 12 mesi) * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Almeno 1 libro letto	No	52,0%	14,7%	30,0%	70,1%	57,8%
	Si	48,0%	85,3%	70,0%	29,9%	42,2%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Numero libri letti ultimi 12 mesi * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
nlibri	1	11,0%	3,8%	7,5%	12,7%	10,1%
	2	23,6%	5,9%	16,9%	25,1%	20,6%
	3	19,3%	12,3%	16,3%	17,6%	17,0%
	4	12,1%	6,8%	10,4%	8,8%	9,6%
	5	7,0%	10,8%	9,4%	7,1%	8,1%
	6	4,0%	8,5%	6,9%	5,6%	6,0%
	7	1,9%	3,7%	2,6%	1,8%	2,2%
	8	2,4%	2,5%	3,9%	2,0%	2,7%
	9	0,8%	0,8%	0,9%	0,5%	0,7%
	10 +	18,1%	45,6%	24,7%	18,0%	22,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Letture dei settimanali * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Letture settimanali	No	53,0%	35,2%	50,1%	61,0%	56,8%
	Sì, talvolta	24,1%	37,2%	24,6%	20,1%	22,2%
	Sì, spesso	15,4%	20,7%	16,6%	12,0%	13,7%
	Sì, sempre	7,5%	6,9%	8,7%	6,8%	7,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Frequenza della chiesa * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Frequenza chiesa	tutti i giorni	0,4%	1,5%	1,2%	1,8%	1,5%
	più volte alla settimana	3,9%	7,7%	7,1%	7,7%	7,1%
	una volta settimana	12,9%	22,1%	24,1%	24,0%	22,5%
	ogni mese	15,6%	13,0%	17,6%	16,1%	16,2%
	ogni anno	42,1%	31,2%	29,6%	30,4%	31,8%
	Mai	25,1%	24,4%	20,4%	20,0%	20,9%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio sulla propria situazione economica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
situazione economica	Molto bene	1,6%	5,0%	2,8%	1,2%	1,7%
	Abbastanza bene	41,4%	56,8%	52,1%	34,9%	39,7%
	Poco bene	40,4%	28,8%	32,2%	41,4%	39,1%
	Per niente bene	16,5%	9,4%	12,9%	22,5%	19,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio sul proprio stato di salute * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
salute	Molto bene	29,4%	25,2%	20,3%	11,4%	16,0%
	Abbastanza bene	64,8%	68,4%	70,7%	64,3%	65,6%
	Poco bene	5,3%	5,1%	8,1%	18,1%	14,0%
	Per niente bene	0,5%	1,3%	0,9%	6,2%	4,3%

Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
---------------	--------	--------	--------	--------	--------

Giudizio sulle relazioni familiari * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
relazioni familiari	Molto bene	38,4%	38,9%	35,1%	32,4%	34,0%
	Abbastanza bene	57,1%	55,2%	58,3%	58,9%	58,4%
	Poco bene	4,1%	4,9%	5,6%	6,8%	6,2%
	Per niente bene	0,5%	1,0%	0,9%	1,8%	1,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio sulle relazioni con gli amici * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
relazioni amicali	Molto bene	35,3%	38,8%	27,9%	19,8%	24,1%
	Abbastanza bene	59,0%	53,3%	62,5%	59,5%	59,7%
	Poco bene	5,3%	5,9%	8,4%	16,2%	12,9%
	Per niente bene	0,4%	1,9%	1,1%	4,6%	3,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio sulla soddisfazione rispetto al proprio tempo libero * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
soddisfazione tempo libero	Molto bene	21,4%	20,9%	15,0%	10,5%	13,2%
	Abbastanza bene	54,4%	57,4%	56,3%	48,5%	51,0%
	Poco bene	21,1%	18,5%	25,0%	30,5%	27,7%
	Per niente bene	3,1%	3,2%	3,7%	10,5%	8,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Frequenza con cui parla di politica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Parla di politica	tutti giorni	15,2%	28,8%	21,3%	12,8%	15,3%
	qualche volta settimana	33,1%	41,2%	36,8%	23,7%	28,0%
	una volta alla settimana	6,7%	6,1%	7,3%	4,3%	5,3%
	qualche volta al mese	16,3%	10,8%	12,8%	13,0%	13,3%
	qualche volta all'anno	9,3%	5,3%	8,0%	10,1%	9,4%
	mai	19,4%	7,9%	13,8%	35,9%	28,6%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Frequenza con cui s'informa sulla politica * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
frequenza s'informa politica	tutti giorni	37,0%	59,7%	48,9%	34,2%	38,3%
	qualche volta settimana	28,5%	22,9%	26,8%	20,4%	22,7%
	una volta alla settimana	3,2%	2,8%	4,0%	4,1%	3,9%
	qualche volta al mese	10,6%	6,3%	7,0%	7,6%	7,9%
	qualche volta all'anno	4,9%	2,8%	2,9%	5,9%	5,1%
	mai	15,8%	5,5%	10,4%	27,6%	22,1%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio soddisfazione sulla propria vita (voto 0-10) * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
voto vita	0	0,1%	0,1%	0,5%	1,4%	1,0%
	1	0,3%	0,1%	0,3%	0,7%	0,6%
	2	0,3%	0,8%	0,3%	1,5%	1,1%
	3	1,0%	0,0%	1,2%	2,5%	1,9%
	4	2,3%	1,4%	1,5%	3,9%	3,2%
	5	7,2%	7,9%	7,5%	13,8%	11,6%
	6	17,0%	12,1%	17,3%	21,3%	19,6%
	7	30,5%	36,0%	28,7%	23,4%	25,9%
	8	27,8%	30,6%	31,7%	20,6%	23,9%
	9	8,7%	8,2%	7,1%	5,8%	6,5%
	10	4,9%	2,8%	4,1%	5,0%	4,7%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Previsione a 5 anni sulla propria vita * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Giudizio sulla propria vita fra cinque anni	migliorerà	37,5%	41,4%	30,3%	16,2%	22,7%
	uguale	25,1%	27,4%	31,1%	26,1%	26,9%
	peggiorerà	14,1%	13,1%	17,1%	29,0%	24,2%
	non sa	23,3%	18,1%	21,5%	28,8%	26,3%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fiducia generale nella gente * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
fiducia nella gente	Fiducia	25,0%	39,7%	30,3%	16,7%	21,2%
	Non fiducia	75,0%	60,3%	69,7%	83,3%	78,8%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Giudizio sui partiti (voto 0-10) * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
Fiducia nei partiti	0	38,1%	33,0%	38,1%	43,8%	41,5%
	1	8,6%	10,0%	7,4%	8,0%	8,1%
	2	9,9%	7,7%	11,0%	10,0%	10,0%
	3	11,0%	12,1%	11,6%	8,7%	9,7%
	4	9,9%	11,4%	10,5%	8,4%	9,1%
	5	12,0%	14,3%	12,1%	11,3%	11,7%
	6	6,8%	7,3%	5,5%	6,1%	6,1%
	7	2,1%	2,1%	2,4%	2,0%	2,1%
	8	1,3%	0,7%	0,9%	1,1%	1,1%
	9	0,1%	0,0%	0,3%	0,2%	0,2%
	10	0,0%	1,4%	0,4%	0,4%	0,4%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Numero di televisori in casa * Numero di cluster del caso

% entro Numero di cluster del caso

		Numero di cluster del caso				Totale
		Edonisti	Impegnati	Appagati	Esclusi	
numero televisori	1	30,0%	37,7%	34,4%	44,3%	40,5%
	2	44,9%	42,0%	42,6%	41,6%	42,2%
	3	18,9%	16,3%	19,3%	11,5%	14,0%
	4	5,4%	3,5%	3,4%	2,2%	2,9%
	5	0,7%	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%
	6		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Totale		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%