

La digitalizzazione dei consumi e del lavoro: nuovi stili di vita e loro implicazioni territoriali

Questa nota vuole affrontare il tema dei cambiamenti culturali indotti dal progresso tecnologico.

Si tratta di cambiamenti lenti che diventano visibili solo nel lungo periodo, ma che alla lunga modificano i comportamenti quotidiani delle persone e di conseguenza anche l'aspetto dei luoghi che vengono da esse più o meno frequentati.

Per evidenziare questi lenti cambiamenti strutturali si fa riferimento principalmente (ma non solo) ai dati ISTAT derivanti dall'Indagine Multiscopo sugli Aspetti della vita quotidiana, che hanno il vantaggio di presentare una serie storica piuttosto lunga. La scala territoriale di riferimento è quella nazionale per due motivi, perché non c'è motivo di ritenere che la Toscana presenti comportamenti peculiari sulle grandi tendenze analizzate e perché, trattandosi di dati campionari, un livello territoriale più aggregato ne garantisce la maggiore affidabilità.

L'analisi viene condotta in due diversi modi. In una prima parte l'attenzione è concentrata sulla lettura generazionale dei cambiamenti, si confrontano cioè gli stili di vita di giovani, adulti e anziani a distanza di 20 anni, dal 2003 al 2023 (paragrafo 1). Nella seconda parte, invece, si approfondiscono i cambiamenti che hanno riguardato due specifiche aree di attività, i consumi e il lavoro (paragrafi 2 e 3), osservati in un arco temporale di circa 10 anni.

L'analisi generazionale mette in evidenza come le nuove tecnologie digitali siano entrate in modo pervasivo nella vita quotidiana di tutte le classi di età, pur permanendo differenze importanti tra più giovani e più anziani. In generale i più anziani (65 anni e più), oltre a fare un uso meno intenso delle nuove tecnologie, ne usano soprattutto le funzioni più semplici, legate alla comunicazione interpersonale, mentre continuano ad apprezzare di più la presenza fisica per le attività di ricreazione e svago. Di contro, i più giovani (16-24 anni) sono quelli che fanno l'uso più intenso delle nuove tecnologie, comunque con una prevalenza di attività legate alla comunicazione interpersonale, allo svago e allo shopping. Il gruppo intermedio degli adulti (25-64 anni), anche perché più interessato da esigenze lavorative e impegni familiari, è quello che ne fa l'uso più eterogeneo, dalla comunicazione interpersonale, allo shopping, ai servizi bancari, alle prenotazioni sanitari, ai pagamenti alla PA e via dicendo.

L'analisi per ambito di attività consente di identificare meglio la portata dei cambiamenti. Per il lato dei consumi, i cambiamenti sono più evidenti. La possibilità di effettuare da remoto attività burocratico-amministrative che prima richiedevano la presenza fisica libera il tempo degli utenti, ma cambia anche la fisionomia dei luoghi, riducendo il numero delle sedi territoriali. Paradossalmente ciò può ridurre lo svantaggio delle aree periferiche, in cui la presenza fisica di alcuni uffici è diminuita da tempo, ma che grazie alle nuove tecnologie possono comunque accedere ai servizi (ovviamente a condizione che l'accesso a internet sia garantito). Il passaggio dallo shopping in presenza a quello online, tuttavia, è quello con le ricadute territoriali maggiori, che cambia drasticamente il tessuto commerciale urbano, sia nei grandi che nei piccoli centri. In alcuni casi si ha una sostituzione delle attività commerciali (dal commercio al dettaglio non alimentare ad attività di ricettività turistica e ristorazione), in altre una più preoccupante chiusura delle attività, con ricadute negative anche sulla funzione di presidio sociale.

Per la parte lavoro, l'innovazione più importante è data dalla possibilità di lavorare da remoto. Trattandosi per il momento di un'innovazione che interessa solo una quota minoritaria dei lavoratori (secondo ISTAT il 12% degli occupati nel 2023) e solo per una parte del tempo, le sue ricadute sugli stili di vita e sugli assetti territoriali sono più contenute. Non si è registrato, ad esempio, l'esodo verso le aree più periferiche più volte annunciato durante la pandemia, ma è in generale migliorata la conciliazione tra esigenze lavorative ed esigenze familiari e personali. Stante il progressivo invecchiamento della forza lavoro, la possibilità di ridurre ulteriormente il pendolarismo in futuro potrà migliorare le condizioni di lavoro dei più anziani. Inoltre, la possibilità di lavorare almeno in parte da remoto, non esclude che qualche area più periferica, specialmente quelle con caratteristiche più appetibili, possa beneficiare in futuro di periodi di soggiorno più lunghi, resi possibili dalla possibilità di svolgere parte delle prestazioni lavorative dai luoghi di vacanza.

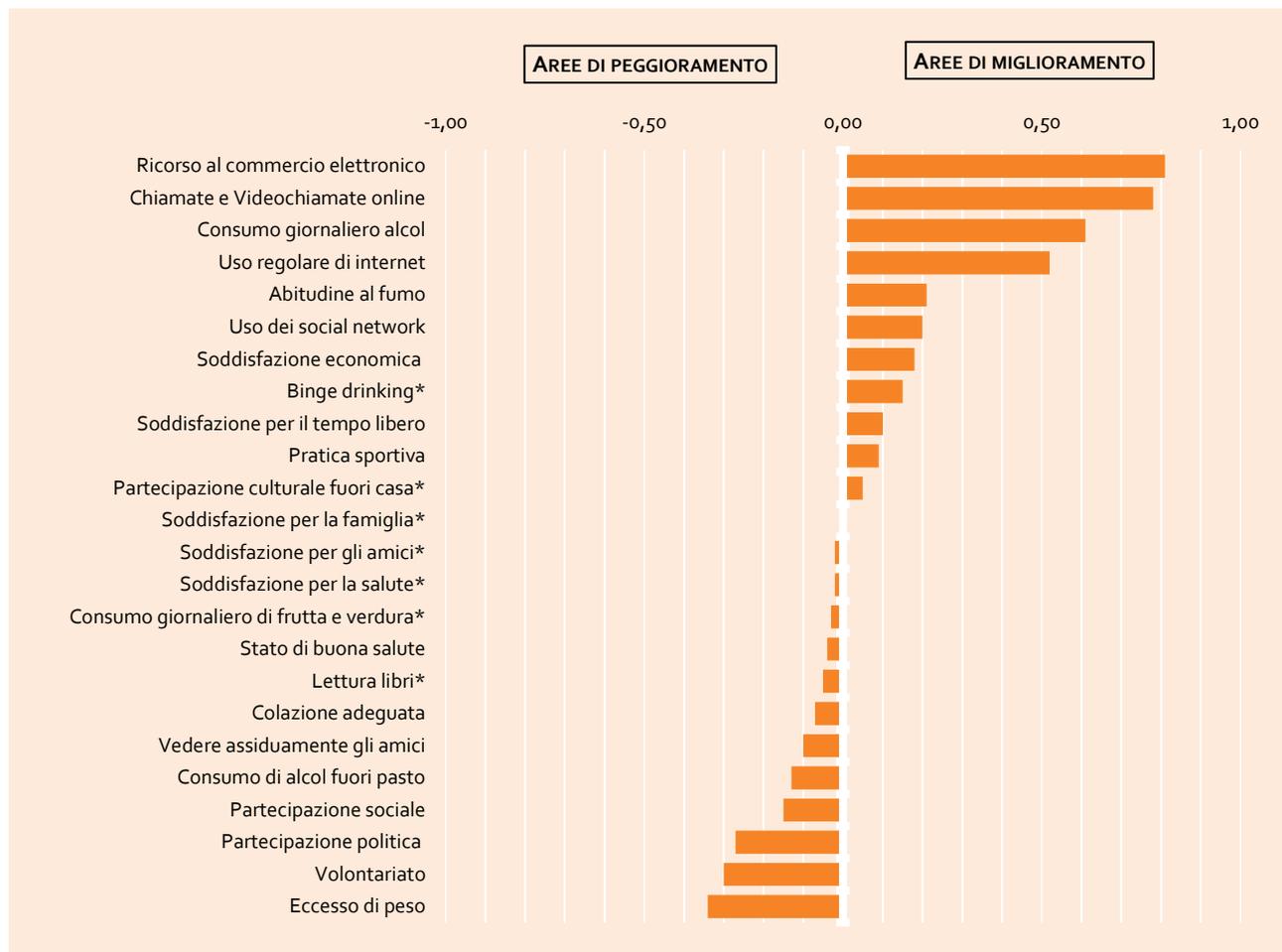
1. GLI IMPATTI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE SU GIOVANI, ADULTI E ANZIANI

La diffusione sempre più pervasiva delle nuove tecnologie digitali ha indotto cambiamenti, inizialmente lenti ma poi sempre più evidenti, nei comportamenti quotidiani legati alle attività di lavoro e svago.

Prima di procedere ad un'analisi più approfondita su alcuni temi specifici, riportiamo di seguito un confronto fatto da ISTAT (Rapporto Annuale, 2024) sui trend di miglioramento o peggioramento nei vent'anni compresi fra 2003 e 2023, di alcune macroaree della vita quotidiana per tre diverse fasce di età: i giovani fra 16 e 24 anni, gli adulti tra 25 e 64 anni e gli anziani con 65 anni e oltre.

L'evoluzione per i giovani con età compresa tra 16 e 24 anni è riportata nel Grafico 1.

Grafico 1. ITALIA. Evoluzione delle condizioni in alcuni ambiti della vita quotidiana per i giovani con età 16-24 anni. 2023 su 2003



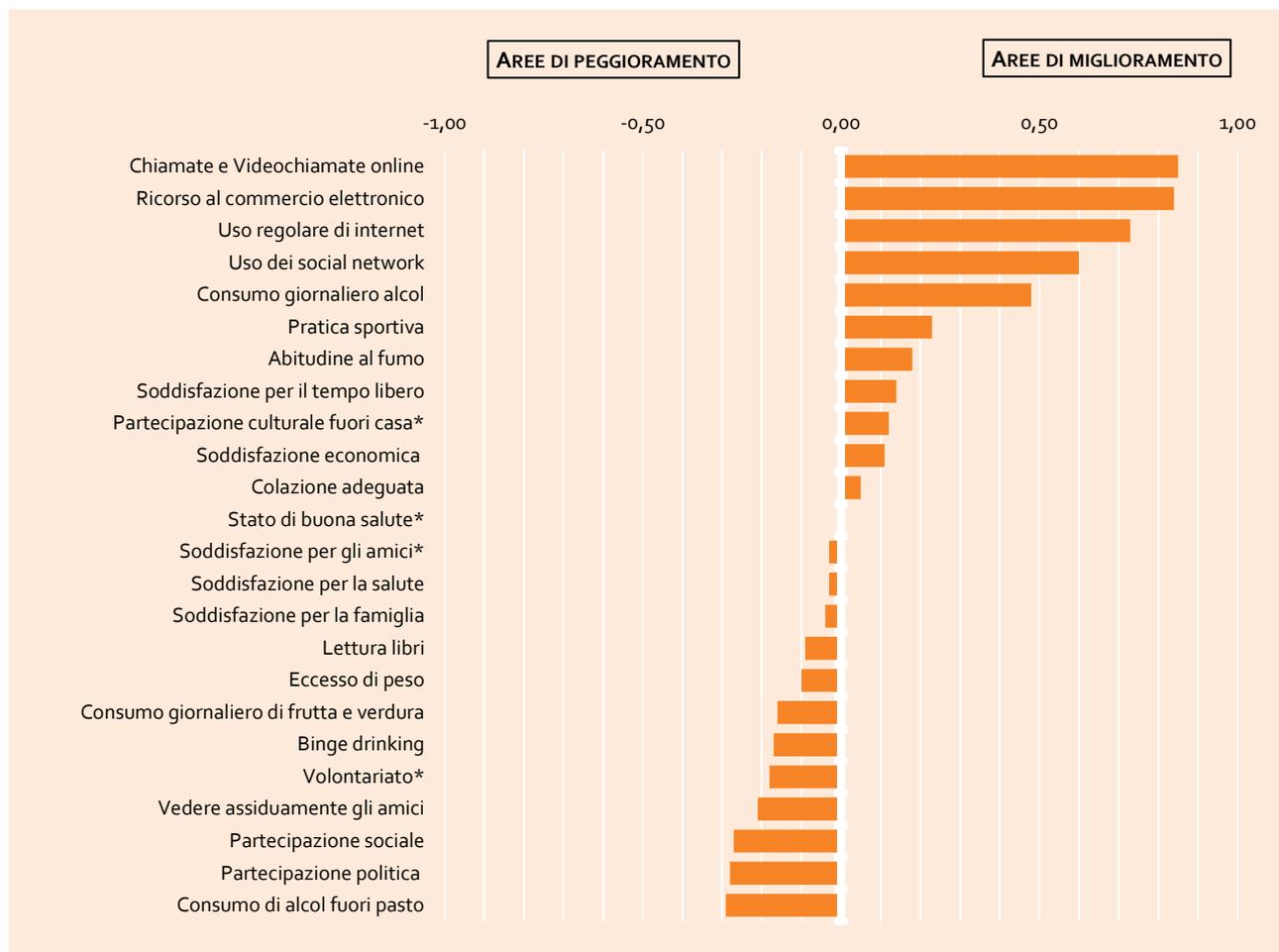
Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana (* statisticamente non significativa)

I dati evidenziano una crescita del ricorso alle tecnologie digitali per i bisogni quotidiani di consumo e socialità, molto aumentati appaiono, infatti, il ricorso al commercio elettronico (praticato ormai dalla metà dei giovani in questa fascia di età, mentre 4 su 10 hanno anche utilizzato i servizi bancari *online*) e, soprattutto, l'uso di internet per le attività di socializzazione e svago. A questo proposito, si ricorda che la quasi totalità dei giovani usa i servizi di messaggiera istantanea (93,7%), effettua chiamate e videochiamate online (87,2%) e usa frequentemente i *social network* (80,7%). Passando dalle relazioni sociali virtuali a quelle in presenza, si registra invece un arretramento delle interazioni, in particolare di quelle afferenti alla sfera collettiva: diminuiscono infatti la partecipazione politica tradizionale, la partecipazione sociale attiva e lo svolgimento di attività di volontariato, come pure la frequentazione assidua degli amici, mentre è emersa una crescita della soddisfazione espressa per il proprio tempo libero. Come per il resto della popolazione, la partecipazione è oggi perlopiù indiretta, fatta attraverso la consultazione della rete internet (sia i quotidiani, sia la televisione sono ormai mezzi di informazione superati, per il 71,0% dei giovani il *web* è il principale canale informativo) e, eventualmente, esprimendo la propria opinione o partecipando a consultazioni e votazioni *online* (34,1% dei giovani). Le nuove tecnologie hanno avuto un forte impatto anche sulle modalità di fruizione dei servizi per il tempo libero, la frequentazione dei cinema, ad esempio, è fortemente diminuita a causa della crescita dell'offerta

digitale su piattaforma (il 70,1% dei giovani usa internet per guardare film o video in *streaming*), di contro la diffusione di libri digitali o, più raramente, di prestiti bibliotecari digitali non ha accresciuto le abitudini di lettura e nel 2023 solo il 51,4% dei giovani legge almeno un libro all'anno contro il 53,5% del 2003 (un dato, peraltro, tra i più bassi della UE). Passando infine ad aspetti più legati alla salubrità dello stile di vita, alcuni comportamenti non salutari sono diminuiti (il consumo giornaliero di alcol, di solito ai pasti, e l'abitudine al fumo), ma non di rado sono stati sostituiti da altre pratiche non necessariamente più sane, come ad esempio il consumo di alcol in dosi massicce e fuori dai pasti o l'utilizzo delle sigarette elettroniche. In positivo, è cresciuta la pratica regolare dell'attività sportiva, ma è peggiorata l'incidenza dei problemi di sovrappeso, legati ad errori nell'alimentazione (ad esempio, è diminuita la quota di chi fa un colazione adeguata) ed eccesso di sedentarietà.

Nel Grafico 2 si riportano i risultati della stessa analisi relativamente agli adulti con età compresa fra 25 e 64 anni.

Grafico 2. **ITALIA. Evoluzione delle condizioni in alcuni ambiti della vita quotidiana per gli adulti con età 25-64 anni. 2023 su 2003**



Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana (* statisticamente non significativa)

Si tratta di una fascia di età molto ampia, in cui i comportamenti sono necessariamente più eterogenei e quanto più ci si avvicina ai due estremi, tendono ad assomigliare a quelli della classe precedente (i giovani) o di quella successiva (gli anziani), mentre buona parte delle differenze è spiegata dall'aver o meno impegni lavorativi e carichi familiari. Anche per questo gruppo, tuttavia, le aree più marcate di miglioramento riguardano l'uso intensivo della tecnologia: l'uso di internet ha raggiunto anche per la popolazione adulta livelli prossimi alla saturazione (l'89,7% usa internet regolarmente), colmando il divario prima esistente fra maschi e femmine (queste ultime hanno recuperato velocemente), mentre restano alcune differenze significative per livello di istruzione, soprattutto per i meno giovani, e per area geografica secondo il tradizionale gradiente Centro-Nord vs Sud.

Grazie al forte impulso dato durante la pandemia, l'uso di internet si è fortemente esteso nelle attività di interazione con la Pubblica Amministrazione (ricerca di informazioni, prenotazioni, pagamenti; nel 2023 oltre il 60% degli adulti ha utilizzato internet per relazionarsi con la PA), ma anche in quella con alcuni soggetti privati (il 58,6% svolge le operazioni bancarie *online*), oltre che per gli acquisti e per le comunicazioni interpersonali. Circa l'80% degli adulti usa

servizi di messaggia istantanea, il 70% effettua chiamate e videochiamate *online*, il 56% usa i *social network*, quindi quote minori rispetto a quelle dei giovani, ma comunque elevate.

La partecipazione culturale fuori casa è lievemente migliorata grazie al potenziamento di quella femminile, anche se alcuni cambiamenti importanti sono avvenuti anche per gli adulti: è molto diminuita la quota di coloro che vanno al cinema, mentre è cresciuta quella di coloro che guardano film e video in *streaming* (42,3% del totale nel 2023). Anche in questo caso emergono differenze per sotto-gruppi di età e genere: la quota di chi fa uso dello *streaming* diminuisce al crescere dell'età, l'uso dello *streaming* è più diffuso tra gli uomini. Sempre in relazione ai consumi culturali, è invece diminuita anche per gli adulti la quota dei lettori, pur mantenendosi più elevate le prestazioni femminili.

Anche in questa fascia di età, inoltre, sono diminuite le quote di coloro che praticano forme di partecipazione diretta (politica, sociale, volontariato), con diminuzioni minori al crescere dell'età. Si conferma che le abitudini apprese da giovani (ad esempio la partecipazione politica e sociale attiva) tendono dunque ad essere mantenute anche al crescere dell'età, quando impegni lavorativi e condizioni di salute lo consentono.

Per quanto attiene, infine, agli stili di vita con ricadute sulla salute, sono diminuiti sia il consumo giornaliero di alcol (tipicamente il vino ai pasti) sia l'abitudine al fumo, mentre è aumentata la pratica sportiva; di contro sono cresciuti il consumo di alcol fuori dai pasti (soprattutto tra le donne), l'insufficiente consumo di frutta e verdura, nonché i problemi legati al sovrappeso, un problema quest'ultimo che riguarda soprattutto gli uomini con basso titolo di studio. Interessante, infine, è notare come è cambiato il consumo di alcol perché attiene proprio all'evoluzione degli stili di socializzazione, è diminuito infatti il consumo regolare di vino ai pasti (quindi il suo uso a completamento dell'alimentazione), mentre è aumentato il consumo di alcol fuori dai pasti e fuori di casa, quindi con una chiara funzione di socializzazione (si pensi a come è cresciuto il fenomeno degli aperitivi).

Nel Grafico 3 si riportano i risultati della stessa analisi per gli anziani con età pari o superiore a 65 anni.

Grafico 3. **ITALIA. Evoluzione delle condizioni in alcuni ambiti della vita quotidiana per gli anziani di 65 anni e più. 2023 su 2003**



Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana (* statisticamente non significativa)

Il miglioramento generalizzato delle condizioni di vita ha accresciuto sia l'aspettativa di vita, sia il numero di anni da trascorrere in buona salute, per cui anche la popolazione tradizionalmente classificata come anziana, specialmente

quella con età più contenuta (il gruppo tra 65 e 74 anni) è stata investita dai nuovi stili di vita connessi all'affermazione massiva delle nuove tecnologie. Anche tra gli anziani, infatti, si è diffuso il ricorso ai servizi digitali, specialmente quelli ad uso più semplice ed intuitivo destinati alle comunicazioni interpersonali, mentre resta più raro l'utilizzo per gli acquisti, per le operazioni bancarie e per le interazioni con la Pubblica Amministrazione. Risultati migliori si registrano comunque per la fascia di età 65-74 anni, in cui il 39,4% ha interagito con la PA, il 29,3% ha utilizzato l'*homebanking* e il 15,9% ha effettuato acquisti tramite commercio elettronico. In generale, tuttavia, il processo di alfabetizzazione digitale della popolazione anziana in Italia è stato più lento rispetto ai Paesi europei paragonabili, un ritardo in parte spiegabile con i più bassi livelli di istruzione che la caratterizzano, ma anche con i ritardi accumulati nella digitalizzazione sia della PA che di alcuni servizi privati (le piccole imprese, che caratterizzano ampiamente il nostro sistema produttivo, hanno maggiori difficoltà a recepire le innovazioni tecnologiche).

Complessivamente per il gruppo della popolazione anziana le aree di miglioramento sono molto più numerose di quelle di peggioramento, a conferma dei progressi generalizzati raggiunti nelle condizioni di salute e, di conseguenza, nel numero delle attività praticabili. Sono cresciute, ad esempio, rispetto ai coetanei di 20 anni prima, le quote di coloro che praticano regolarmente uno sport (nel 2023 il 16,4% del totale pratica uno sport) grazie soprattutto al miglioramento della componente femminile, ma sono in genere aumentate le quote di coloro che svolgono attività legate al tempo libero, sia con finalità altruistiche (ad esempio, le attività di volontariato) che di intrattenimento e svago (partecipazione culturale fuori casa, lettura di libri, ecc.). Sono cresciute del resto anche le quote di coloro che si dichiarano in buono stato di salute e soddisfatti per il proprio tempo libero.

Per la parte relativa agli stili di vita salutari, è rimasta l'abitudine al consumo di alcol ai pasti, ma sono diminuiti i consumi eccessivi, sono aumentate le quote di coloro che consumano regolarmente frutta e verdura e di coloro che fanno una colazione adeguata, mentre in negativo è cresciuta l'abitudine al fumo (per l'aumento nella componente femminile, una consuetudine risalente agli anni dell'emancipazione che in parte è stata mantenuta anche in fase di invecchiamento) e il consumo di alcol fuori dai pasti, più legato quindi alle pratiche di socialità.

In sintesi, pur con alcune differenze, in tutte le generazioni si è realizzata una forte diffusione dell'utilizzo delle nuove tecnologie digitali, che ha già provocato cambiamenti evidenti negli stili di vita e che ne potrà provocare ulteriori in futuro, quando diventeranno anziane persone già abituate a fare un uso intenso dei nuovi strumenti.

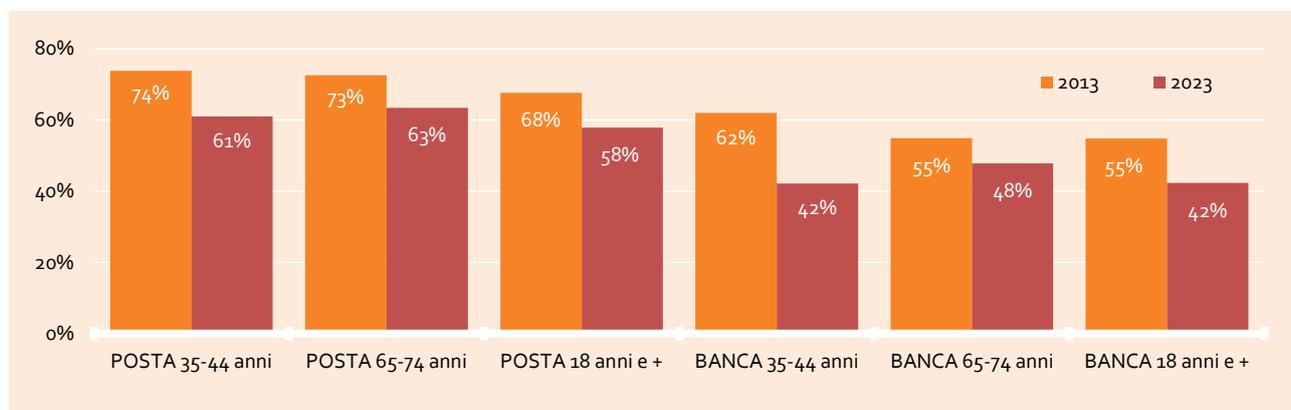
2. DIGITALIZZAZIONE E NUOVE MODALITÀ DI CONSUMO

La digitalizzazione ha consentito di modificare la modalità di svolgimento di molte attività quotidiane di servizio e di consumo, di fatto rendendo meno necessari gli spostamenti fisici presso i luoghi di erogazione e il rispetto dei vicoli degli orari di apertura.

Esempi emblematici sono quelli che attengono all'uso dei servizi postali e bancari, a buona parte dello shopping, ma anche ai servizi culturali e di intrattenimento, con le proiezioni cinematografiche sempre più sostituite dall'offerta delle piattaforme *online*.

I dati ISTAT rilevati con le Indagini Multiscopo sugli Aspetti della Vita Quotidiana confermano ampiamente quanto descritto. In un arco di 10 anni, fra 2013 e 2023 si sono ridotti sia gli utenti in presenza degli uffici postali, passati dal 68% al 58% degli intervistati, sia quelli degli sportelli bancari, passati dal 55% al 42% (Grafico 4). La contrazione è stata meno intensa per le classi di età più elevate, ma la direzione è stata la stessa, per cui è ragionevole attendersi che in futuro gli utenti allo sportello andranno ancora diminuendo.

Grafico 4. **ITALIA. Persone che si sono recate almeno 1 volta negli ultimi 12 mesi presso un ufficio postale o una banca per età. 2013 e 2023**



Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana

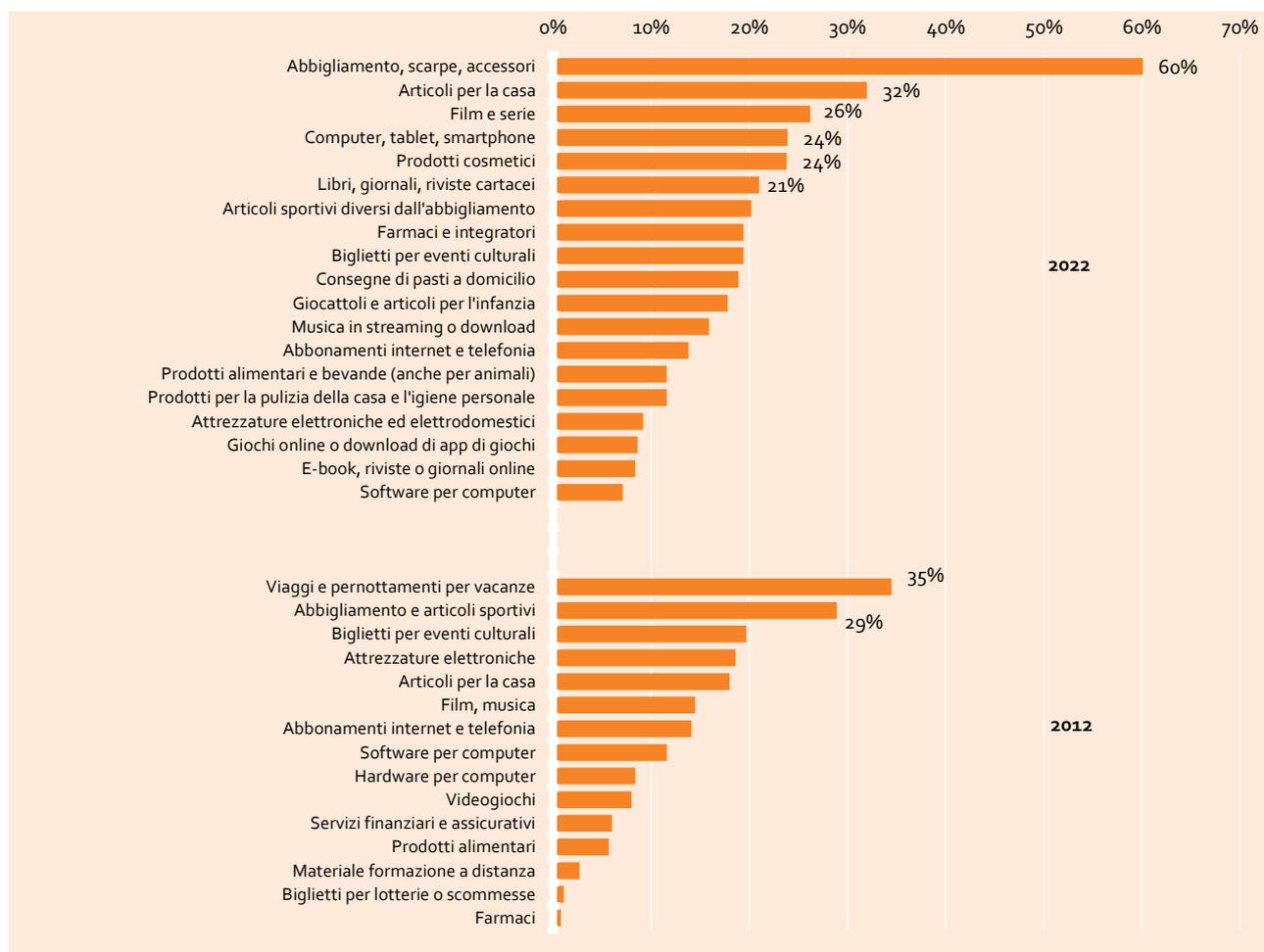
Di contro sono aumentate sia la gamma di attività svolte *online*, in modalità digitale quindi, sia il numero delle persone che le ha svolte. Nello specifico, sono diminuite le persone che hanno dichiarato di svolgere le funzioni più elementari, come inviare e ricevere *e-mail* (probabilmente sostituite con servizi di messaggistica più immediati, tipo *WhatsApp*) e ricercare informazioni su servizi e merci; entrambe le attività restano comunque molto diffuse. Sono invece molto aumentate le vere e proprie attività di utilizzo di servizi, come lo *shopping online*, lo svolgimento delle pratiche bancarie e la frequenza di corsi di formazione *online*. Sono cresciute anche le pratiche di partecipazione sociale e politica *online*, come pure la consultazione di informazioni sanitarie, un'abitudine quest'ultima diffusasi con la pandemia da Covid-19 (Tabella 5).

Tabella 5. **ITALIA. Principali attività svolte via internet almeno 1 volta negli ultimi 3 mesi per classi di età. Anno 2022 e diff. in p.p. su 2012**

	20-24 anni	35-44 anni	65-74 anni	TOTALE	TOTALE Diff. su 2012
Ricerca di informazioni su merci e servizi	64,6	69,1	50,7	56,8	-11
Ricerca di informazioni sanitarie	54,8	63,5	61,1	55,4	+10
Lettura di giornali e riviste online	61,7	67,4	60,7	57,9	-4
Scrivere o ricevere e-mail	88,9	87,9	67,9	76,4	-5
Partecipare a social network	82,1	70,5	35,2	58,2	+10
Esprimere opinioni su temi sociali o politici	33,0	31,3	17,1	25,7	+3
Partecipare a consultazioni su temi sociali o politici	16,4	12,7	8,8	11,2	+1
Scaricare giochi, immagini, film, musica	57,4	34,1	17,3	37,2	-6
Cercare lavoro o mandare una richiesta di lavoro	30,4	19,8	1,4	13,3	-6
Fare un corso on line	40,8	23,3	6,2	20,4	+15
Usare i servizi bancari	54,9	66,2	45,2	49,9	+17
Vendere merci o servizi	24,4	22,9	6,7	14,9	+2
Acquistare beni e servizi	55,7	51,4	23,8	41,7	+23

Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana

Grafico 6. **ITALIA. Acquisti più diffusi su internet per categoria merceologica. 2022 e 2012**

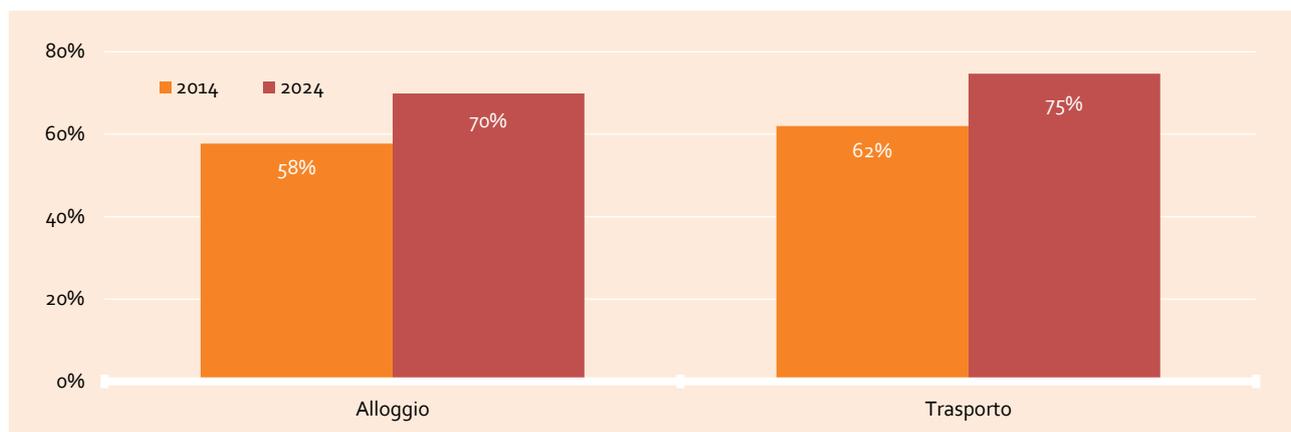


Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana

Come abbiamo visto, sono molto aumentati gli acquisti fatti *online*, per i quali si può parlare di un vero e proprio *boom*, che ha profondamente trasformato il settore del commercio al dettaglio (il 42% degli intervistati ha fatto *shopping online* nel 2023 contro il 19% del 2012). I confronti temporali tra categorie merceologiche non sono semplici, perché sono cambiate le classificazioni, tuttavia alcuni fenomeni sono chiaramente leggibili. Nel 2022 il 60% di chi ha fatto acquisti via internet, ha comprato capi di abbigliamento, scarpe o accessori, vale a dire più del doppio della quota di coloro che 10 anni prima avevano acquistato abbigliamento e articoli sportivi. Sempre al 2022 il 32% ha acquistato articoli per la casa, contro il 18% di 10 anni prima. Soprattutto, però, si è allargato il mercato dei prodotti culturali *online*, in particolare film e serie, acquistati dal 26% degli intervistati, contro il 15% che 10 anni prima aveva acquistato film e musica. La vendita di biglietti per eventi culturali in presenza ha pressoché mantenuto la stessa diffusione (19%), mentre libri e riviste cartacei continuano ad avere più successo di quelli digitali (21% contro 8%). Si sono sviluppati anche i mercati dei prodotti cosmetici (24% degli acquirenti *online*), dei farmaci e integratori (19%), dei prodotti per l'igiene della casa e della persona (12%) e dei prodotti alimentari (12% nel 2022 contro 6% nel 2012). Per la parte alimentare, tuttavia, la vera novità è rappresentata dalla consegna dei pasti a domicilio, acquistati via internet dal 18% di coloro che hanno fatto *shopping online* (Grafico 6).

Nel 2022 non figura la voce di spesa per viaggi e pernottamenti per vacanza. E' possibile tuttavia far ricorso all'indagine ISTAT su Viaggi e Vacanze, secondo la quale sul totale di coloro che hanno prenotato un alloggio per vacanza il 70% lo ha fatto su internet nel 2024 contro il 58% di 10 anni prima, come pure il 75% di chi ha prenotato un trasporto per ragioni di vacanza nel 2024 lo ha fatto su internet, contro il 62% di 10 anni prima (Grafico 7). Questo trend è poi confermato dal grande *boom* degli alloggi privati locati a breve termine sulle piattaforme, di cui la più nota è *AirBnB*, che sono stati al centro delle recenti proteste, innescatesi nei luoghi di maggior richiamo contro i processi di *overtourism*.

Grafico 7. ITALIA. Persone che hanno prenotato su internet l'alloggio e il trasporto per periodi di vacanza (%). 2014 e 2024



Fonte: ISTAT, Indagine viaggi e vacanze

I cambiamenti fin qui ricordati hanno impatti molto importanti sulla localizzazione fisica delle strutture e quindi sul tessuto economico dei diversi territori. Da anni si assiste ormai alla rarefazione dei servizi postali e bancari nei piccoli Comuni rurali e montani e in generale nelle aree a minore densità insediativa, in nome della riduzione dei costi di funzionamento, ma anche coerentemente con l'affermazione dei nuovi strumenti digitali. Il commercio al dettaglio, tuttavia, è il settore più investito dai cambiamenti strutturali. Dopo la profonda trasformazione legata all'affermazione della grande distribuzione (GDO) rispetto alla tradizionale rete dei negozi al dettaglio, che dal punto di vista territoriale ha visto lo spostamento di parte delle strutture dai centri storici alle aree suburbane, in particolare in prossimità dei principali nodi infrastrutturali, oggi il settore appare al centro di una nuova rivoluzione, con lo spostamento degli acquisti fisici sulla rete digitale. Ciò implica da un lato l'emergere di una nuova rete distributiva, basata sul binomio grandi centri logistici e fitta rete di corrieri per le consegne a domicilio, dall'altro lato l'ulteriore cambiamento di fisionomia dei centri urbani, in cui al posto del tradizionale commercio al dettaglio di tipo non alimentare, vanno sempre più affermandosi i consumi per il tempo libero (alloggio e ristorazione), domandati prevalentemente dai turisti e in parte anche dai residenti.

A questo proposito ricordiamo il grande sviluppo sperimentato dal turismo dai primi anni duemila, frenato solo in modo brusco dallo scoppio della pandemia, e non del tutto tornato sui livelli precedenti per la componente italiana (Grafico 8).

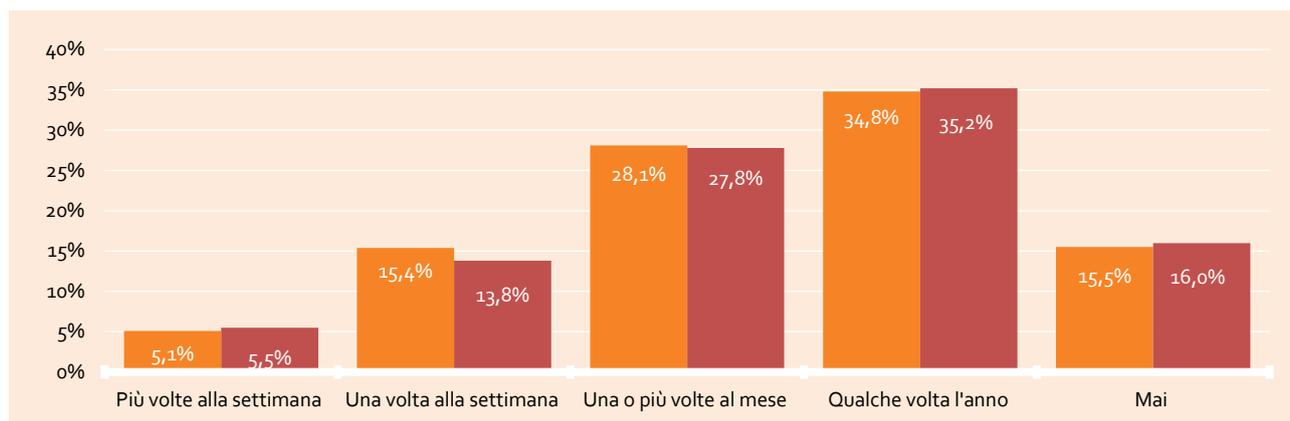
Grafico 8. **ITALIA. Persone che hanno viaggiato su totale residenti. 2014-2023**



Fonte: ISTAT, Indagine viaggi e vacanze

A quanto descritto si deve aggiungere il cambiamento di abitudini verificatosi in alcuni consumi. Dell'evoluzione del consumo degli alcolici si è già detto, con il passaggio del consumo di vino come alimento al consumo di alcol come strumento di socializzazione, ma un cambiamento importante ha riguardato anche il luogo di consumo dei pasti. E' molto cresciuta rispetto al passato, infatti, la quota dei pasti consumati fuori casa, sia sul posto di lavoro che nei luoghi di svago. Il primo cambiamento è imputabile a fattori quali la maggiore partecipazione femminile al mercato del lavoro, l'allungamento dei tragitti del pendolarismo, la diffusione di orari di lavoro con pausa pranzo molto breve. Il secondo cambiamento, invece, è diretta conseguenza del maggior significato relazionale attribuito al pasto. Anche sull'abitudine di mangiare fuori casa nel tempo libero l'impatto della pandemia si è fatto sentire, ma già nel 2022 appare recuperato (Grafico 9).

Grafico 9. **ITALIA. Persone per frequenza del pasto (pranzo o cena) fuori casa nel tempo libero. 2019 e 2022**



Fonte: ISTAT, Indagine aspetti della vita quotidiana

2. LAVORO DA REMOTO E PREFERENZE RESIDENZIALI E DI USO DEL TEMPO LIBERO

Gli ultimi decenni hanno visto importanti cambiamenti strutturali anche sul mercato del lavoro, in parte spinti dall'evoluzione tecnologica, in parte dai fenomeni demografici e sociali.

Secondo l'ultimo Rapporto Annuale di ISTAT, uno dei cambiamenti più evidenti è il forte e continuo invecchiamento della forza lavoro, risultato del più generale invecchiamento della popolazione, ma anche del prolungamento sia delle carriere educative, che ritardano il momento di ingresso sul mercato del lavoro, che di quelle lavorative, che ritardano invece il momento di uscita a causa delle continue riforme del sistema pensionistico, finalizzate a garantirne la sostenibilità economica. La permanenza in attività dei segmenti di popolazione ultracinquantenni, in particolare della componente femminile, è del resto il principale meccanismo di accrescimento della platea degli occupati e del tasso di occupazione.

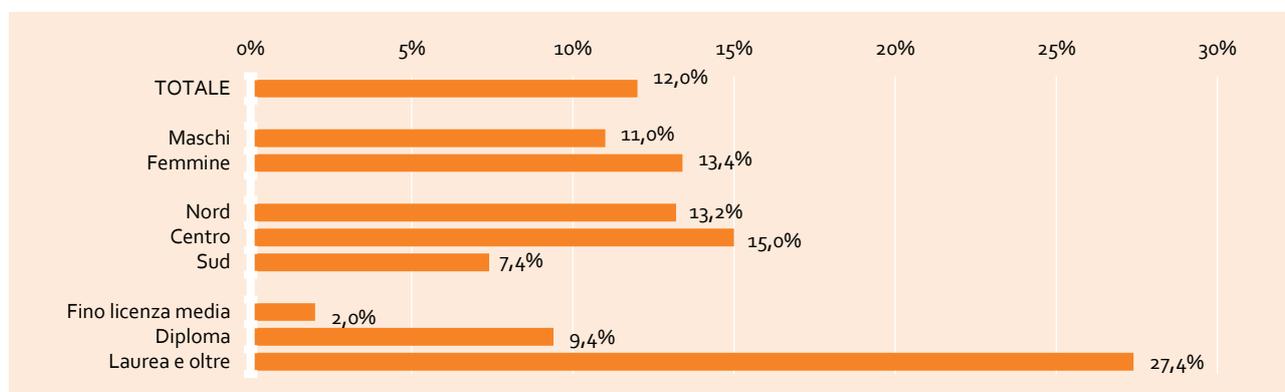
Dal punto di vista settoriale, invece, continua sostanzialmente il processo di terziarizzazione a discapito dell'occupazione nei comparti industriale e agricolo. La ricomposizione settoriale verso il terziario spiega (almeno in parte) anche le trasformazioni avvenute in merito alle modalità contrattuali: dal 2004 ad oggi sono cresciuti molto i contratti a tempo determinato e quelli a tempo parziale (nel 53% dei casi, di tipo involontario), mentre sono diminuiti i lavoratori autonomi, figure tipiche delle PMI italiane nei settori industriali.

Un ultimo cambiamento strutturale da segnalare è la crescita dei titoli di studio posseduti dai lavoratori, spinto anch'esso da aspetti di natura socio-demografica, per cui il *turnover* si sostanzia di fatto con la sostituzione di generazioni meno istruite con coorti mediamente più istruite.

Tutte le caratteristiche ricordate, lavoratori più anziani, più istruiti e attivi nel terziario, dovrebbero in teoria facilitare la diffusione massiva dell'uso della tecnologia nelle mansioni lavorative, anche se due ostacoli importanti sono rappresentati dal peso sempre molto consistente delle piccole e piccolissime imprese, in cui i processi di innovazione tecnologica e organizzativa sono più difficili, e dal peso, all'interno del comparto terziario, dei settori a più bassa specializzazione (commercio, trasporti, logistica e attività ricettive), in cui la digitalizzazione è minore.

Fra le innovazioni consentite dalla tecnologia figura la possibilità di lavorare a distanza. Secondo il dato più recente della Rilevazione sulle Forze di Lavoro, nel 2023 il 12% degli occupati ha lavorato almeno qualche volta da remoto¹. Si tratta di un valore più basso di quello raggiunto nel 2021 come conseguenza delle misure di contenimento dell'epidemia (14,8%), ma che potrebbe aver assunto un carattere strutturale. La possibilità di lavorare da remoto è fortemente condizionata dal contenuto della prestazione lavorativa e sono gli occupati in professioni qualificate e impiegate quelli che più spesso possono lavorare in parte da casa. Ciò incide sul profilo del lavoratore da remoto: si tratta più frequentemente di donne piuttosto che di uomini (13,4% del totale contro 11,0%), di laureati piuttosto che di lavoratori con basso titolo di studio (27,4% contro il 9,4% dei diplomati), di residenti nel Centro-Nord, in particolare nelle città più popolate, in cui si concentrano le grandi imprese più innovative, la Pubblica Amministrazione e i settori assicurativo, bancario e delle ICT (Grafico 10).

Grafico 10. **ITALIA. Occupati che hanno lavorato da casa per sesso, ripartizione geografica e titolo di studio. 2023**



Fonte: ISTAT, Rilevazione sulle Forze di Lavoro

Un tema che ha suscitato un grande dibattito durante la pandemia è quello relativo al cambiamento delle preferenze residenziali; si è ipotizzato, infatti, che il venir meno della necessità di recarsi giornalmente presso il posto di lavoro avrebbe potuto tradursi in un trasferimento di massa dalle principali conurbazioni (costose e congestionate) verso aree a più bassa densità insediativa, migliore qualità della vita e costi più bassi. In realtà, ad oggi questo tipo di cambiamento non è leggibile nei dati sulle iscrizioni e cancellazioni anagrafiche, fatta eccezione per qualche caso sporadico.

I motivi per cui il decentramento atteso non è avvenuto sono vari, tra cui il fatto che le modalità di lavoro da remoto interessano una quota tutto sommato contenuta dei lavoratori e, anche per questi, riguarda solo una parte della prestazione lavorativa, dato che il modello organizzativo più frequente è quello ibrido che alterna 3 giorni in sede e 2 da remoto e che non consente pertanto di allontanarsi eccessivamente dal luogo di lavoro. La necessità di comporre le diverse esigenze familiari (lavoro del *partner*, scuola dei figli, vicinanza ai familiari, ecc.), l'età mediamente elevata della popolazione, l'alta diffusione della proprietà dell'abitazione e non ultimo, il fatto che i primi anni 2000 hanno già fatto registrare un'intensa suburbanizzazione (trasferimenti di residenza dai principali centri urbani verso i Comuni di prima e seconda cintura) sono ulteriori fattori che spiegano la sostanziale stabilità delle scelte residenziali.

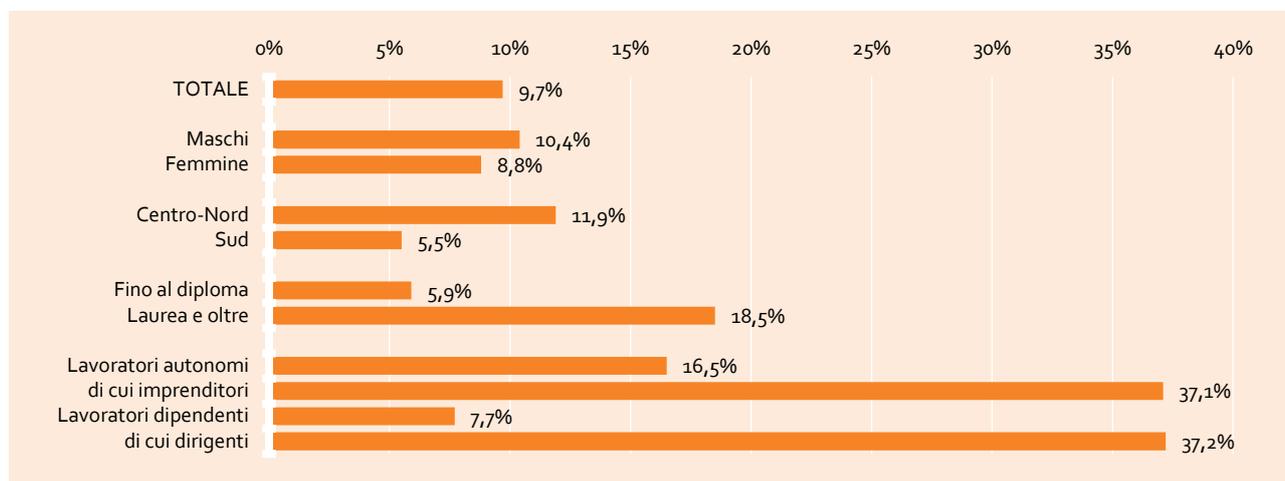
Ci sono invece altri aspetti su cui la diffusione (parziale) del lavoro da remoto ha certamente inciso di più. ISTAT nell'ultimo Rapporto BES esplicita che la maggior flessibilità oraria consentita dal lavoro ibrido e il risparmio sui tempi di spostamento casa-lavoro incidono in positivo soprattutto sulla conciliazione vita-lavoro, oltre a consentire di ridurre in parte i costi di inquinamento legati al pendolarismo². La conciliazione riguarda sia le esigenze quotidiane, sia più in generale l'alternanza fra periodi lavorativi e periodi di vacanza.

¹ Esistono anche stime più ottimiste, secondo l'Osservatorio sullo Smart Working del Politecnico di Milano, nel 2024 i lavoratori in parte da remoto sarebbero il 14,9% del totale.

² Sempre secondo l'Osservatorio sullo Smart Working del Politecnico di Milano, quando il lavoro da remoto viene adottato in modo appropriato a livello organizzativo, è un gioco a somma positiva per tutti i soggetti coinvolti: per i lavoratori, che grazie al benessere indotto dalla più facile conciliazione tra esigenze lavorative e personali si sentono più inclusi e più "affezionati" al posto di lavoro; per le imprese, che vedono salire i livelli di produttività e scendere i costi fissi; per la collettività, che vede decrescere i livelli di inquinamento da trasporto e la domanda di nuova urbanizzazione (<https://www.peoplechange360.it/smart-working/smart-working-2023-maturita-ombre-osservatorio-polimi>).

Nell'ambito di un vivace dibattito sull'emergente fenomeno dei cosiddetti "nomadi digitali", persone che lavorano da remoto spostandosi frequentemente da un luogo all'altro su distanze internazionali, ISTAT ha rilevato nell'Indagine Viaggi e Vacanze che nel 2022 quasi 1 turista su 10 ha lavorato dal luogo di vacanza, alimentando un fenomeno definibile come "workation", dalla fusione delle parole *work* e *vacation*. La propensione a lavorare dal luogo della vacanza è stavolta maggiore per i maschi rispetto alle donne (10,4% contro 8,8%), mentre resta più elevata la diffusione presso gli occupati con i titoli di studio più alti (18,5% tra i laureati) e i livelli apicali (dirigenti pubblici, imprenditori del settore privato), soprattutto nei settori delle attività finanziarie e assicurative e dei servizi ICT (Grafico 11).

Grafico 11. **ITALIA. Persone che hanno lavorato dal luogo di vacanza in modalità da remoto. 2022**



Fonte: ISTAT, Rilevazione sulle Forze di Lavoro

Questi dati sono del resto confermati da una recente indagine diretta promossa da IRPET e Regione Toscana³. Sono state realizzate 1.209 interviste ad un campione di residenti in Italia, occupati e con un'età compresa fra 18 e 64 anni, con un sovra-campionamento per i residenti in Toscana e per i lavoratori da remoto. La rilevazione, realizzata fra 8 e 12 novembre 2024, è stata condotta tramite interviste di tipo CAWI, somministrate *online* ad un *panel* di popolazione costruito dalla società di rilevazione Demetra Opinioni.net Srl, di cui circa la metà ha la possibilità di lavorare da remoto in modo più o meno intenso.

Uno degli obiettivi della *survey* era di rilevare l'impatto della digitalizzazione del lavoro sulle preferenze residenziali. Alla domanda diretta sulle conseguenze delle caratteristiche del lavoro sulla scelta di cambiare residenza, coloro che non accedono al lavoro da remoto non hanno risposto. Gli altri, caratterizzati da diversa intensità di accesso al lavoro da remoto, hanno in parte dato risposte differenziate. Iniziando, però, dai comportamenti comuni, entrambi i gruppi hanno cambiato residenza solo raramente (rispettivamente 4% e 3% dei relativi totali), quindi il 96-97% dei rispondenti non ha cambiato residenza e ben il 35% di entrambi i gruppi pensa di non cambiare residenza neppure in futuro. Tra coloro che hanno un lavoro da remoto più intenso, invece, la quota dei possibilisti, cioè di coloro che non escludono di poter cambiare luogo di residenza in futuro è più alta: 20% contro 12%. Ben il 25% dei lavoratori ibridi (con solo 1 o 2 giorni di lavoro da remoto), invece, dichiara di non aver potuto cambiare residenza proprio perché parte del lavoro è comunque da svolgere in sede. Tra i cambiamenti indotti dalla maggiore flessibilità del lavoro figura invece la maggiore possibilità di accettare il lavoro: quasi 1 rispondente su 5 (rispettivamente 17% e 19%) ha dichiarato di aver potuto accettare il lavoro grazie proprio al fatto di non doversi presentare in sede tutti i giorni (Tabella 12).

Tabella 12. **ITALIA. Digitalizzazione del lavoro e scelte residenziali**

	Lavorano da remoto solo 1 o 2 volte a settimana (% su totale)	Lavorano da remoto 3 o più volte la settimana (% su totale)
Ha cambiato Comune di residenza	4%	3%
Non ha cambiato residenza, ma ha potuto accettare il lavoro	17%	19%
Non ha cambiato residenza, perché parte del lavoro è in sede	25%	12%
Non ha cambiato residenza, per ragioni familiari	7%	11%
Non ha cambiato residenza, ma potrebbe farlo in futuro	12%	20%
Non ha cambiato residenza e non pensa di farlo in futuro	35%	35%
TOTALE	100%	100%

Fonte: IRPET, Indagine campionaria diretta

³ Iommi S., Viviani F. (2024), La digitalizzazione del lavoro e le opportunità per le aree interne, IRPET Firenze.

La domanda successiva insiste sulla possibilità, del tutto teorica, di poter cambiare residenza in futuro a seguito di ulteriori trasformazioni delle modalità di lavoro, chiedendo una preferenza sulla tipologia di zona di residenza desiderata. Complessivamente, le aree preferite per la residenza sono le aree suburbane (33% dei rispondenti) e quelle urbane (27%), seguite dalle zone di mare (22%); in molti casi la tipologia di area preferita coincide con l'attuale area di residenza. Differenziando per possibilità di lavorare da remoto, si evidenzia che i lavoratori ibridi preferiscono relativamente di più sia le aree urbane che quelle di mare, mentre coloro che lavorano sempre in presenza amano un po' meno la città. Complessivamente, solo il 18% dei rispondenti dichiara di preferire un piccolo borgo in collina o in montagna, più per ragioni paesaggistiche (13%) che per apprezzamento della dimensione della piccola comunità (5%)(Tabella 13).

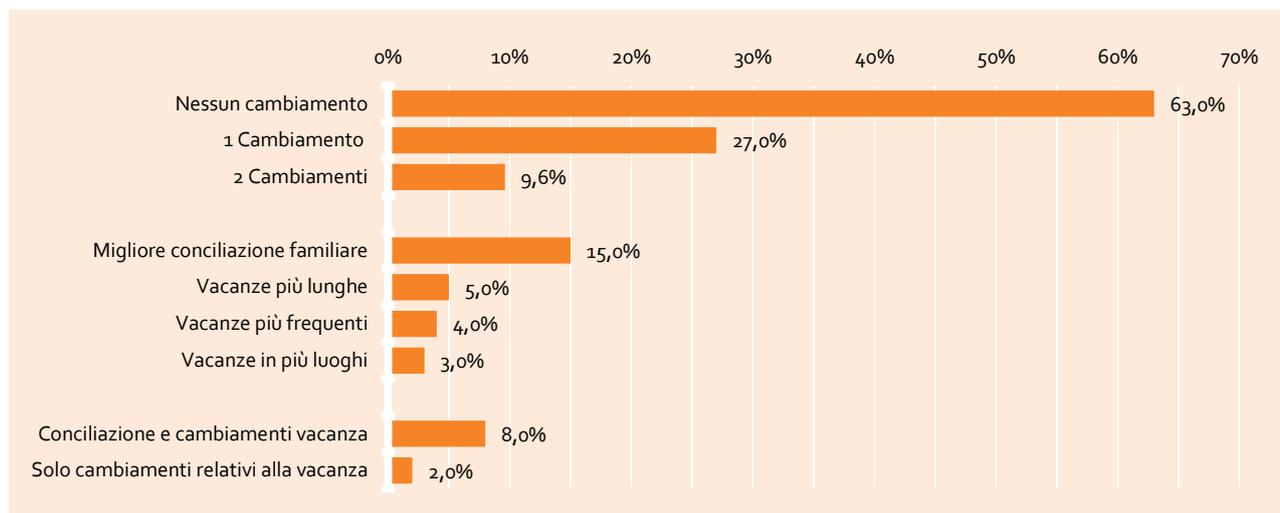
Tabella 13. **ITALIA. Ulteriore digitalizzazione del lavoro e ipotetiche scelte residenziali future**

	Non lavorano mai da remoto	Lavorano da remoto solo 1 o 2 volte a settimana	Lavorano da remoto 3 o più volte la settimana	TOTALE RISPONDENTI
Area urbana, ricca di servizi e di attività per il tempo libero	25%	30%	27%	27%
Area suburbana, più tranquilla, meno costosa, vicina alla città	34%	31%	33%	33%
Area costiera o isola, a contatto con il mare	21%	24%	21%	22%
Piccolo borgo in collina o in montagna, per la bellezza del paesaggio	14%	11%	14%	13%
Piccolo borgo in collina o in montagna, per il senso di comunità	6%	4%	5%	5%
TOTALE	100%	100%	100%	100%

Fonte: IRPET, Indagine campionaria diretta

Il questionario prosegue quindi mirando a individuare altri possibili cambiamenti imputabili alla modernizzazione delle modalità lavorative. Viene chiesto agli intervistati se la maggiore flessibilità del lavoro ha cambiato il modo di fare vacanza. Complessivamente, il 63% degli intervistati risponde di non aver riscontrato alcun cambiamento; si noti, tuttavia, che l'incidenza di questa risposta sale all'81% del totale per coloro che non possono mai accedere al lavoro da remoto, mentre scende al 41% fra coloro che possono lavorare 3 o più giorni a settimana da remoto. Tornando al totale dei rispondenti, il 27% dichiara 1 solo cambiamento e il 10% 2 cambiamenti. Nel primo gruppo la risposta più frequente è la migliore conciliazione con le esigenze familiari (15% del totale), mentre il 12% dichiara innovazioni nel modo di fare vacanza (vacanze più frequenti, più lunghe, in più luoghi); anche nel secondo gruppo la risposta più frequente è quella che unisce migliore conciliazione delle esigenze familiari con cambiamenti nel modo di fare vacanza (Grafico 14).

Grafico 14. **ITALIA. Digitalizzazione del lavoro e modo di fare vacanza**



Fonte: IRPET, Indagine campionaria diretta

Questi dati confermano dunque quanto rilevato da ISTAT e cioè che, ad oggi, la parziale digitalizzazione del lavoro ha avuto le maggiori ricadute in termini di più facile conciliazione delle esigenze lavorative con quelle familiari e personali, piuttosto che sul drastico cambiamento delle preferenze residenziali. Tra le esigenze familiari e personali rientra il modo di fare vacanza, che può mutare più facilmente del luogo di residenza abituale. Fermo restando che i piccoli borghi rurali e montani attraggono una quota minoritaria delle preferenze, per cui è decisamente poco probabile un fenomeno di intenso decentramento della popolazione, non è da escludere che alcuni specifici borghi, caratterizzati da

qualche vantaggio competitivo (la minore perifericità rispetto alle infrastrutture di trasporto, la migliore dotazione di servizi a cominciare dall'accessibilità digitale, la maggiore piacevolezza climatica o naturalistica, la più alta vivacità culturale), possano in realtà beneficiare della maggiore flessibilità del lavoro, attraendo parte dei nuovi lavoratori-visitatori, che in parte potranno trasformarsi in nuovi residenti.

Osservatorio regionale della Cultura

Nota 4/2024



Regione Toscana

Le Note dell'Osservatorio sono a cura di IRPET e REGIONE TOSCANA. Responsabile del progetto: Sabrina Iommi. L'autrice di questo numero è: Sabrina Iommi (IRPET)