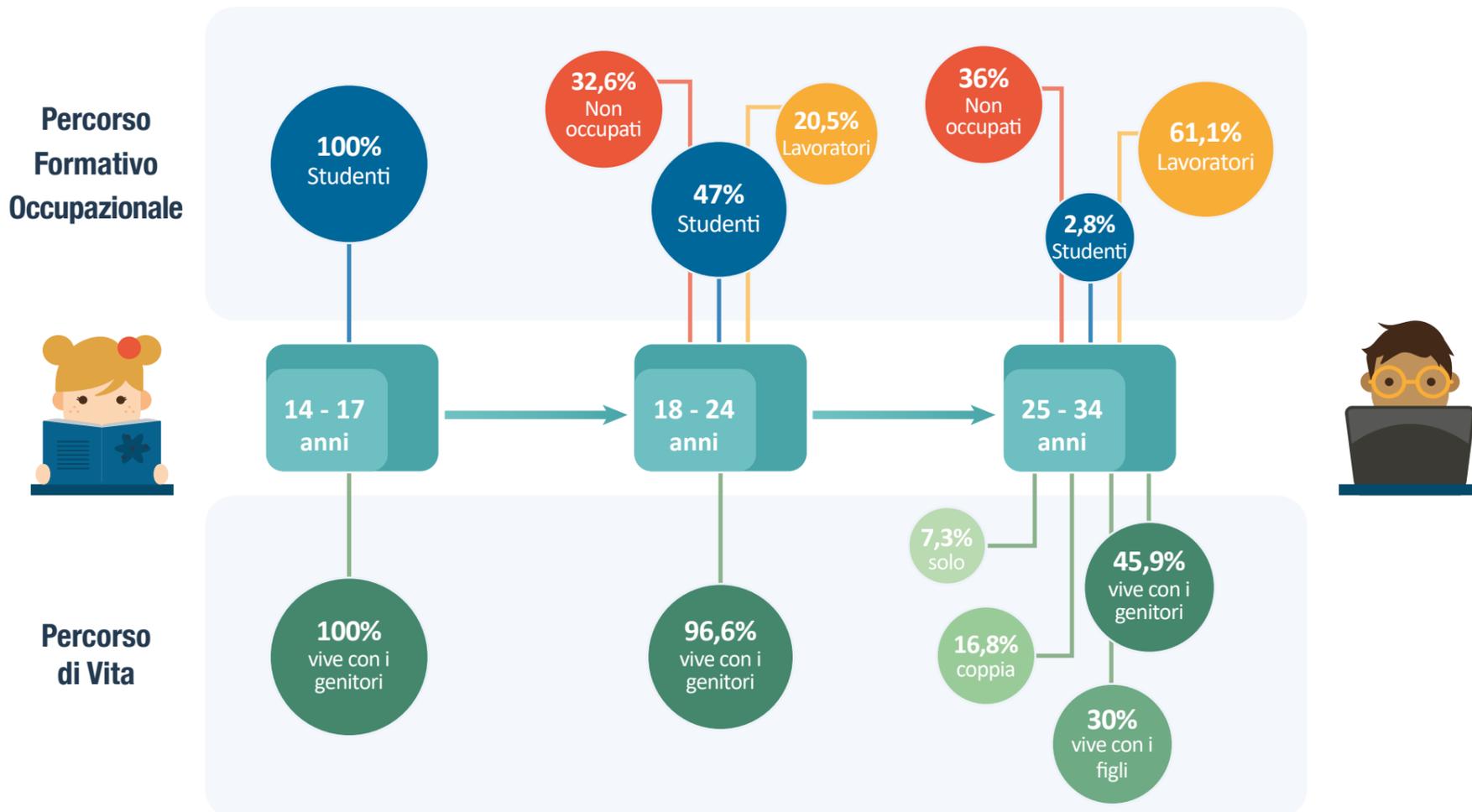




Il Focus affronta il tema dei consumi informativi dei giovani, focalizzandosi sui ragazzi di età uguale o superiore a 14 anni, ed individuando **tre coorti giovanili**, caratterizzate da percorsi e cicli di vita differenti: **Minori** (14-17 anni), **Giovani in formazione** (18-24 anni) e **Giovani-adulti** (25-34 anni).

I PERCORSI DEI GIOVANI ITALIANI



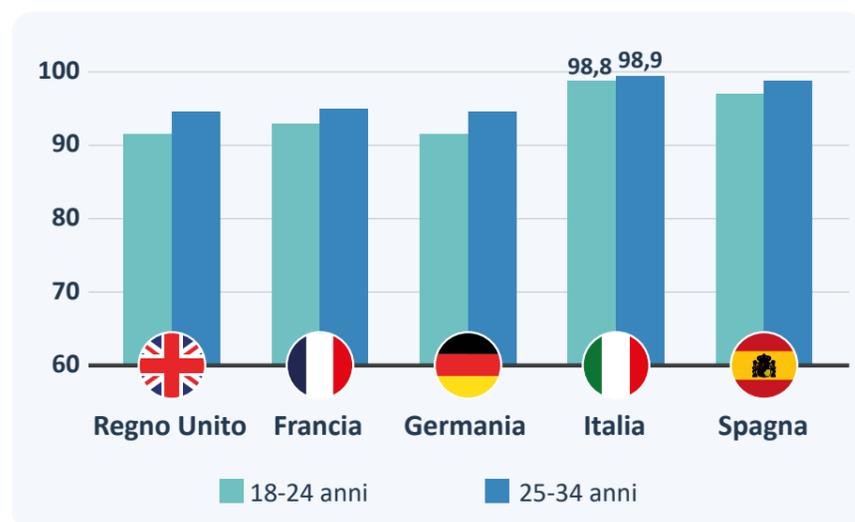
Osservando l'immagine è possibile avere un quadro generale dei giovani italiani e dei loro percorsi, di vita e formativo-occupazionali, in modo da poter affrontare successivamente il tema dei loro consumi informativi.

Quasi la metà (47%) dei giovani tra i 18 ed i 24 anni è ancora impegnata in processi di **formazione**, mentre la quota di coloro che sono entrati nel mondo del **lavoro** è ancora contenuta (20,5%).

Significativa è la percentuale di giovani **non impegnati in alcuna attività lavorativa o di formazione** (32,6%): il gruppo, denominato **NEET** (Not in Education, Employment or Training), è in costante crescita e, secondo le stime di Eurostat del 2017, nettamente più alto rispetto alla **media europea del 14,3%**.

Riguardo ai **percorsi affettivo-abitativi**, una differenziazione inizia ad osservarsi per la coorte dei **giovani adulti** (25-34 anni), che vede contrapporsi il vivere ancora con i propri genitori (45,9%) al vivere lontano dalla casa d'origine, tra cui prevale come secondo percorso quello di coloro che vivono in coppia con figli (30%).

CONSUMO INFORMATIVO DEI GIOVANI: LE DIFFERENZE TRA PAESI EUROPEI



Dati internazionali, basati sulla popolazione che naviga abitualmente in rete, mostrano che i giovani italiani si informano almeno quanto, se non di più, dei coetanei europei, come è possibile vedere nel precedente grafico.



Analizzando i dati del rapporto di AGCOM, si certificano due fatti abbastanza assodati: la **fuga** delle nuove generazioni **dai mezzi tradizionali** e la sempre **maggiore dipendenza dalla rete**. I giovani si rifugiano sempre più spesso tra i social network, per informarsi e fare mille attività quotidiane.

I MEDIA UTILIZZATI

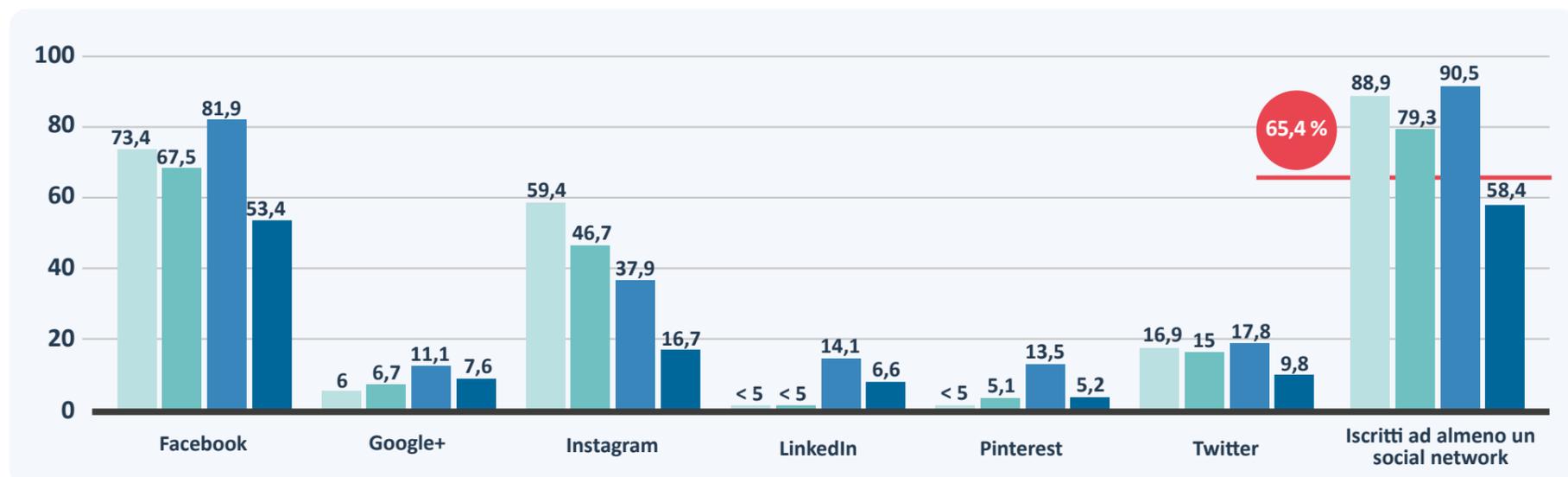
Nei seguenti grafici è possibile osservare i dati (espressi in % sul totale della popolazione) che mostrano il **consumo informativo in base alle fasce d'età** descritte nella legenda.

Legenda

- 14-17 anni
- 18-24 anni
- 25-34 anni
- 35 anni e più



PERSONE ISCRITTE AI SOCIAL NETWORK



COSA FANNO LE PERSONE SUL WEB

Internet si presenta come un universo complesso e variegato che offre una molteplicità di servizi, usi e attività: dall'intrattenimento all'informazione, dalla comunicazione allo svago, dal lavoro al gioco.

Il **gaming**, per esempio, è un mercato che nel 2019, a livello mondiale, ha raggiunto gli 11 miliardi di fatturato e i 700 milioni di utenti (fonte Statista).

