

# **La città che cambia: vita quotidiana e attrattività turistica**

a cura di

Ariela MORTARA e

Rosantonietta SCRAMAGLIA

LUMI EDIZIONI

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata, anche ad uso interno e didattico, non autorizzata.

Pubblicato da:  
LUMI Edizioni Soc. Coop.  
Via Senato, 35 – 20121 Milano  
e-mail: lumi@librerielumi.it

ISBN 9788867850778

1° Edizione luglio 2024

Finito di stampare da:  
EBOD s.a.s.  
Via Garofalo, 35 – 20133 Milano

Copyright degli autori

## *Indice*

<b>INTRODUZIONE DI ARIELA MORTARA E ROSANTONIETTA SCRAMAGLIA .....</b>	<b>9</b>
<b>CREDITS E RINGRAZIAMENTI .....</b>	<b>25</b>
<b>GLI AUTORI .....</b>	<b>26</b>
<b>PER UNA NUOVA ATTRATTIVITÀ. I TERRITORI GUARDANO AL FUTURO CON UN OCCHIO AL PASSATO DI ROBERTA BIANCHI.....</b>	<b>33</b>
<b>INCIPIT .....</b>	<b>33</b>
<b>DALLA VILLEGGIATURA ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE DEI TERRITORI .....</b>	<b>34</b>
<b>RESTANZE, RITORNANZE E INTEGRAZIONE COME MOTORE DI SVILUPPO ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE .....</b>	<b>38</b>
<b>L'ATTRATTIVITÀ TERRITORIALE .....</b>	<b>39</b>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>42</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>44</b>
<b>LUOGHI, PERSONE E TEMPI DELLA CITTA' SEGMENTATA DI GIAMPAOLO NUVOLATI .....</b>	<b>45</b>
<b>QUARTIERI, POPOLAZIONI E TEMPI DI VITA .....</b>	<b>45</b>
<b>CONFLITTI INEDITI .....</b>	<b>53</b>
<b>UN ACCENNO AGLI OSTACOLI DI ORDINE METODOLOGICO .....</b>	<b>56</b>
<b>PER CONCLUDERE .....</b>	<b>59</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>62</b>
<b>ALLEGATO .....</b>	<b>64</b>
<b>VALORIZZARE LE PERIFERIE URBANE. IL SOUNDWALKING NEL QUARTIERE BARONA DI MILANO DI MONICA MORAZZONI, VALERIA PECORELLI E MASSIMILIANO FANTÒ .....</b>	<b>67</b>
<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>67</b>

IL RUOLO DELL'UNIVERSITÀ PER UNA RINNOVATA ATTRATTIVITÀ DEL QUARTIERE BARONA.....	69
SOUNDWALKING, SOUNDSCAPE E WALKABILITY .....	70
APPUNTI METODOLOGICI .....	73
RESTITUZIONE ED ESPERIENZA: DAL TESTUALE AL CAMPO.....	76
CONCLUSIONE.....	78
BIBLIOGRAFIA.....	79

**IL MILANO WEEK MODEL - CRONACHE DI UNA CITTÀ IN MOVIMENTO DI ROBERTO LAVARINI E RAFFAELLO LULY..... 83**

INTRODUZIONE.....	83
UN ECOSISTEMA VIRTUOSO.....	84
BREVE STORIA DELLE WEEK MILANESI.....	85
L'ISTITUZIONE DI "YES MILANO" .....	89
UN PONTE TRA IMPRESE E CULTURA: LE CALL DELLE WEEK MILANESI .....	90
IL FUORISALONE: CONSACRAZIONE DI UN MODELLO INNOVATIVO.....	92
L'IMPATTO POSITIVO DELLE "WEEK" SU MILANO.....	94
L'ESPOSIZIONE MEDIATICA E SOCIAL DELLE "WEEK" DI MILANO .....	97
LE SFIDE E I DISAGI DELLE "WEEK" PER I RESIDENTI.....	99
L'IMPATTO DELLE "WEEK" SULLE PERIFERIE MILANESI.....	102
TORTONA "WEEK DISTRICT" .....	104
LONDRA E MILANO. MODELLI A CONFRONTO .....	105
IL MILANO WEEK MODEL .....	109

**TECNOLOGIA LEONARDO DA VINCI DI MILANO DI CRISTINA D'ADDATO ..... 113**

MILANO E LE ISTITUZIONI CULTURALI DI FRONTE AL CAMBIAMENTO .....	113
IL MUSEO NAZIONALE SCIENZA E TECNOLOGIA LEONARDO DA VINCI .....	120
I MUSEI PER IL BENESSERE DELLA COMUNITÀ.....	134

<b>I NOMADI DIGITALI TRA BISOGNI TECNOLOGICI, ASPETTATIVE DI BENESSERE E ATTRATTIVITÀ DEI TERRITORI DI MORENO ZAGO .....</b>	<b>139</b>
ABSTRACT:.....	139
VAGABONDI DEL WI-FI: L'ASCESA DEI NOMADI DIGITALI NEL LAVORO MODERNO.....	139
L'INDICE DI ATTRATTIVITÀ PER NOMADI DIGITALI (IAND).....	142
VERSO NUOVI ORIZZONTI: INTERVENTO PUBBLICO E STRATEGIE LOCALI .....	156
BIBLIOGRAFIA.....	159
<b>TRA PANDEMIA E POSTPANDEMIA: IL CASO DI BOLOGNA E DEL SUO APPENNINO DI GABRIELE MANELLA, TOMMASO RIMONDI E MATTIA FIORE .....</b>	<b>161</b>
INTRODUZIONE.....	161
UN TURISMO "POSTMODERNO": NUOVI TERRITORI SUL MERCATO .....	162
CITTÀ E AREE INTERNE: UN TURISMO TRA CRESCITA RECENTE E VECCHI PROBLEMI.....	165
BOLOGNA E IL SUO APPENNINO: ASCESA PRE-PANDEMICA E CRISI PANDEMICA .....	168
BOLOGNA E APPENNINO NEL POST-PANDEMIA: IL RITORNO DEL TURISMO CON TANTI PROBLEMI IRRISOLTI.....	173
BOLOGNA "TRA CITTÀ E MONTAGNA": RIFLESSIONI CONCLUSIVE.....	176
BIBLIOGRAFIA.....	179
<b>I CITTADINI DI FRONTE A UN GRANDE EVENTO TURISTICO: IL CASO DELLE OLIMPIADI DI PARIGI DI JOSETTE SICSI .....</b>	<b>183</b>
SPORT, TEMPO LIBERO E TURISMO .....	183
I PARIGINI E LE OLIMPIADI: PARERI DISCORDI .....	184
LE INQUIETUDINI LEGITTIME DEI CITTADINI.....	185
GLI OPPORTUNISTI.....	187
I VERI FAN .....	188
I VOLONTARI: UN'ESPERIENZA UNICA.....	189
<b>"LA CITTÀ CHE CAMBIA: ATTRATTIVITÀ TURISTICA E VITA QUOTIDIANA": DESCRIZIONE DELLA RICERCA E CAMPIONE DI ARIELA MORTARA .....</b>	<b>191</b>

OBIETTIVI E DESCRIZIONE DEL PROGETTO.....	191
IL METODO E IL CAMPIONE .....	192
IL CAMPIONE.....	196
BIBLIOGRAFIA.....	200
<b>VALORIZZAZIONE URBANA E DINAMICHE DI GENTRIFICAZIONE: UNA RICERCA ESPLORATIVA NEI QUARTIERI SARPI, NOLO E CITYLIFE DI VITTORIA SINISI .....</b>	<b>201</b>
LE CONDIZIONI NECESSARIE PER LA GENTRIFICAZIONE .....	204
L'APPROCCIO ECONOMICO .....	206
L'APPROCCIO SOCIOCULTURALE .....	208
ALCUNE DINAMICHE DI GENTRIFICAZIONE A MILANO: RICERCA ESPLORATIVA.....	211
LA ZONA SARPI .....	213
LA ZONA NOLO.....	218
CITYLIFE .....	224
CONCLUSIONI.....	231
BIBLIOGRAFIA.....	233
<b>TURISMO E VITA QUOTIDIANA: L'IMPATTO DEL TURISMO SULLA PERCEZIONE DELLA VIVIBILITÀ DEL PROPRIO COMUNE DI FEDERICA FORTUNATO E VIVIANA CLAVENNA.....</b>	<b>237</b>
L'IMPATTO DEL TURISMO SULLA QUALITÀ DELLA VITA DEI RESIDENTI.....	237
METODO E CAMPIONE DELLA RICERCA.....	240
LA VITA QUOTIDIANA: CHE COSA PENSANO DEL COMUNE IN CUI VIVONO? .....	243
TURISMO E QUALITÀ DELLA VITA .....	254
CLUSTER E FACTOR ANALYSIS .....	271
CONCLUSIONI.....	286
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA .....	288
<b>CITTÀ E COMUNI SOSTENIBILI: CONOSCENZA, VALORI E OPINIONI DEGLI ITALIANI DI STEFANIA FRAGAPANE .....</b>	<b>291</b>

INTRODUZIONE.....	291
GLI ITALIANI, LA SOSTENIBILITÀ E GLI SDGS .....	296
LA SOSTENIBILITÀ DELLE CITTÀ ITALIANE: I DATI DELLA RICERCA IULM .....	297
CONCLUSIONI.....	307
BIBLIOGRAFIA.....	309
<b>BENESSERE, GIOVANI E TERRITORIO DI GIORGIO TAVANO BLESSI E ENZO GROSSI .....</b>	<b>311</b>
IL BENESSERE INDIVIDUALE, UNA PROSPETTIVA D'INSIEME. ....	311
BENESSERE: IL TERRITORIO E I GIOVANI. ....	316
UN'INDAGINE EMPIRICA.....	317
IL BENESSERE DEI GIOVANI.....	320
CONCLUSIONI.....	327
BIBLIOGRAFIA.....	328
<b>IL BENESSERE DEI LAVORATORI FRA VITA LAVORATIVA E VITA QUOTIDIANA DI SIMONETTA MUCCIO .....</b>	<b>333</b>
L'EVOLUZIONE NELLA PERCEZIONE DEL LAVORO .....	333
LAVORO, VITA QUOTIDIANA E BENESSERE SOGGETTIVO: UN APPROCCIO OLISTICO.....	336
IL BENESSERE DEI LAVORATORI: UN'INDAGINE EMPIRICA.....	339
CONCLUSIONI.....	351
BIBLIOGRAFIA.....	353

# **“LA CITTÀ CHE CAMBIA: ATTRATTIVITÀ TURISTICA E VITA QUOTIDIANA”: DESCRIZIONE DELLA RICERCA E CAMPIONE**

**di Ariela Mortara**

## ***Obiettivi e descrizione del progetto***

Il progetto di ricerca descritto in questo capitolo e oggetto di quelli che seguono è stato svolto come un'ideale prosecuzione di quelli realizzati negli anni passati che si sono occupati dell'ibridazione degli spazi urbani, dello sport come mezzo di socializzazione, di riqualificazione urbana e di attrattività turistica, della rinascita delle città italiane e dei loro cambiamenti in un mondo instabile. In particolare, la ricerca attuale si è posta l'obiettivo di analizzare i cambiamenti in atto nelle città, a livello individuale - in riferimento a residenti e frequentatori-, imprenditoriale e territoriale per quanto riguarda sia la vita quotidiana degli abitanti sia l'attività e i flussi turistici sempre tenendo come sfondo gli obiettivi di sostenibilità raccomandati dall'agenda 2030 e incentivati dal PNRR.

Come confermato anche dal Rapporto Coop (2023), il contesto italiano continua a essere caratterizzato da un'elevata instabilità sociale, economica e politica che ha preso avvio con la pandemia, è proseguita con la crisi economica ed energetica conseguente alla guerra in Ucraina, è stata ulteriormente alimentata dallo scoppio del conflitto israeliano-palestinese, senza dimenticare i danni creati dai cambiamenti climatici e dalla crescente inflazione.



Innanzitutto su questo background, la ricerca ha voluto indagare l'impatto che tali eventi hanno avuto sugli abitanti delle città e scoprire se e in che modo il clima di incertezza ha modificato la scala dei valori degli individui, le loro preoccupazioni, le speranze nel futuro, il loro benessere fisico e psichico e, più in concreto, i comportamenti nella vita quotidiana.

Particolare attenzione è stata rivolta a comprendere la capacità dei centri urbani di rimanere socialmente sostenibili e turisticamente attrattivi e la percezione che gli abitanti hanno dell'adeguatezza delle strutture e dei servizi presenti nei quartieri e nelle città, e dei loro mutamenti in atto. Inoltre, si è esplorata la visione generale che i cittadini hanno della loro città e degli elementi che la rendono attrattiva agli occhi dei turisti nonché la percezione dell'impatto turistico sulla loro vita quotidiana.

L'indagine si è svolta seguendo due percorsi paralleli:

da un lato, è stato fatto **un focus sul contesto urbano milanese**, distinguendone in particolare i vari quartieri, in quanto, dalle ricerche passate, il capoluogo lombardo è emerso come particolarmente motivato a gestire il cambiamento in modo innovativo.

dall'altro, la ricerca è stata estesa a **livello nazionale** realizzando **una survey** che ha tenuto in considerazione il multiforme scenario urbano che caratterizza il nostro Paese, con l'intento di mettere in rilievo le differenze tra piccoli centri, città medie e città di grandi dimensioni.

### ***Il metodo e il campione***

Nei due percorsi della ricerca sono stati utilizzati metodi diversi: qualitativi nel focus su Milano (analisi desk, interviste semi-strutturate, esplorazione etnografica), quantitativi nella survey nazionale (questionario).

### **Il focus su Milano: l'analisi dei quartieri milanesi**

Fonti recenti (Rossi et al., 2020) identificano nella città di Milano 88 quartieri chiamati anche NIL (Nuclei di identità locali), la prima fase del lavoro è partita proprio dalla scelta dei quartieri e dall'analisi dei relativi documenti. Oggetto di indagine della equipe di ricerca sono stati, all'interno dei diversi quartieri, le strade e le piazze più caratteristiche per la vita cittadina nei suoi diversi aspetti. In particolare, la città è stata suddivisa in 75 aree corrispondenti ai luoghi più salienti all'interno dei quartieri.

Per ogni strada o piazza sono state raccolte e catalogate le informazioni reperibili in rete (gruppi Facebook, forum, chat, ecc.), utilizzando come parole chiave i nomi dei luoghi. Questa fase ha permesso di identificare l'identità dei diversi quartieri e la loro immagine così come viene percepita dai diversi pubblici (cittadini, city user, settori delle pubbliche amministrazioni, enti turistici, blogger, ecc.). Sono state quindi analizzate le fonti testuali sulle realtà utilizzando libri, diari, giornali, documenti di archivio su dati, storia, descrizione di iniziative locali o fatti di cronaca.

La seconda fase ha utilizzato come metodologia di ricerca l'osservazione etnografica effettuata attraverso dei sopralluoghi nelle 75 aree all'interno dei diversi quartieri con l'obiettivo di verificare i dati riportati nell'analisi documentaria, modificare, aggiornare o integrare le informazioni acquisite e incontrare i frequentatori a cui somministrare un'intervista.

La terza fase è infatti consistita nella realizzazione di interviste semi-strutturate effettuate ad abitanti del quartiere ed esercenti, residenti nella città di Milano (ma non nel quartiere), lavoratori/studenti pendolari, city user e turisti. Per ogni area sono state effettuate, in media, una decina di interviste. Il

saggio di **Vittoria Sinisi** analizza utilizzando un criterio prevalentemente qualitativo le 31 interviste raccolte nelle zone di Sarpi, NoLo e Citylife.

### **La survey**

La survey quantitativa realizzata su scala nazionale è stata effettuata attraverso la somministrazione di un questionario online auto compilato diffuso tramite la piattaforma SurveyMonkey.

Tra novembre e dicembre 2023 sono stati raccolti un totale di 14.000 questionari, utilizzando un approccio di campionamento a valanga (Gabor, 2007; Handcock, Gile, 2011); nello specifico, sono stati coinvolti circa 300 studenti universitari del Corso di Sociologia del Cambiamento nell'Era digitale dell'Università IULM di Milano, provenienti da tutta Italia, i quali hanno inviato il link a un cerchio ristretto di parenti, amici e conoscenti che, a loro volta, hanno girato il questionario ad altri.

### *Il questionario*

La versione finale del questionario, che è stata debitamente testata prima dell'effettiva somministrazione, è composta da 48 domande e include scale di atteggiamenti e comportamenti ampiamente affermate e diffuse a livello internazionale e batterie di domande tratte da indagini e ricerche precedenti in modo da poter comparare i dati ottenuti con quanto presente in letteratura.

Quanto al contenuto, dopo aver raccolto diverse informazioni demografiche sull'intervistato, il questionario prosegue con domande specifiche sul luogo di residenza e sui cambiamenti che vi sono avvenuti negli ultimi anni. Sono state introdotte alcune scale di rilevazione dei valori.

In coerenza con gli obiettivi della ricerca esposti precedentemente, si sono poste domande sulla capacità dei centri urbani di rimanere socialmente sostenibili e attrattivi per i turisti, nonché sulla percezione dei residenti riguardo all'adeguatezza delle strutture e dei servizi nei quartieri e nelle città, e sui cambiamenti in corso. Inoltre, è stata esplorata la visione complessiva che i cittadini hanno della loro città e gli elementi che la rendono attrattiva per i turisti, così come la percezione dell'impatto turistico sulla loro vita quotidiana.

È stata quindi inserita una sezione dedicata specificamente ai lavoratori per comprendere se e come la condizione lavorativa possa influire sulla valutazione della città e se la città stessa abbia un impatto sul *work-life balance*.

Infine, le ultime domande del questionario hanno indagato sulla percezione di benessere e salute degli intervistati.

Dopo una accurata ripulitura dei dati, dei 14.000 questionari raccolti, 11.892 sono stati inseriti in un database Excel e successivamente elaborati in Spss. Sono state eseguiti diversi tipi di analisi, multivariate, fattoriali, cluster, test di significatività, e sono stati fatti confronti con altri studi e statistiche sulle tendenze in questione. I risultati riportati nel presente volume sono statisticamente significativi. Le principali evidenze sono contenute nei saggi di **Federica Fortunato e Viviana Clavenna**, di **Stefania Fragapane**, di **Giorgio Tavano Blessi e Enzo Grossi** e di **Simonetta Muccio**.

## ***Il campione***

### **L'età e il genere**

Il campione non probabilistico di 11.892 individui è composto per il 65,5% da donne, per il 34,2% da uomini e da uno 0,3% che si identifica come non binario.

Nonostante tutte le fasce di età siano rappresentate, occorre sottolineare che la maggioranza del campione (52,6%) ha tra 18 e 24 anni, il 10,5% ha tra 25 e 34 anni, il 12,3% ha tra 35 e 49 anni, il 20,8% ha tra 50 e 64 anni e il 3,7% ha più di 65 anni.

Si tratta quindi di un campione in cui i giovani e le donne sono sovrarappresentati.

### **La collocazione geografica**

Gli intervistati sono distribuiti sull'intero territorio nazionale (le 20 regioni italiane sono tutte rappresentate), tuttavia, la maggior parte del campione proviene dal Nord-Ovest del Paese (64,1%), con una forte incidenza della Lombardia (55,6%). Per quanto riguarda gli altri intervistati, il 15,4% risiede nelle regioni del Sud e sulle Isole, il 12,7 vive nel Nord-Est e il restante 7,8% risiede nelle regioni centrali dell'Italia.

Anche se è possibile rintracciare realtà urbane di diverse dimensioni, sono maggiormente presenti gli abitanti dei centri più piccoli, quelli che hanno una popolazione fino a 10.000 abitanti (31,6%). Il 21,9% vive in città con una popolazione compresa tra 10.000 e 30.000 abitanti, il 19,7% in città con una popolazione compresa tra 30.000 e 100.000 abitanti, l'18,4% vive in città con una popolazione

superiore a 500.000 abitanti e l'8,5% vive in città con una popolazione compresa tra 100.000 e 500.000 abitanti.

Inoltre, la maggioranza del campione dichiara di vivere in centro città o abbastanza in centro (75%), il 20% distante dal centro e solo il 5% abita molto distante dal centro.

#### **La composizione familiare**

Data l'alta percentuale di giovani che compongono il campione non stupisce che più della metà dei rispondenti (54%) viva con la famiglia d'origine (genitori o genitori e fratelli), tale percentuale sale al 91,9% se si considerano i più giovani (18-24 anni).

Per quanto riguarda il campione generale, il 12,2% vive con il partner/coniuge, la percentuale si alza nella fascia d'età 25-34 (25,9%: inferiore, comunque, a chi vive con i genitori – 28,8%) e supera il 50% nella fascia d'età degli over 65 (55,6%). Più del 50% di coloro che appartengono alle fasce di età intermedie 35-49 e 50-64 vive con il partner/coniuge e con i figli. La percentuale scende a 15,9% per gli over 65 e a 8,4% per i 24-35enni.

Inoltre, il 17,6% di tutti gli intervistati vive con figli. E, di nuovo, come ci si aspettava, la percentuale aumenta tra i 35-49 anni (65,2%) e i 50-64 anni (65%), mentre solo il 9,6% dei 25-34 anni abita con i propri figli.

Sono meno numerosi coloro che vivono da soli (6,5%) o con amici (2,6%). Sono da soli principalmente gli over 65 (19,1%) e i 25-34enni (13,3%). La percentuale di chi vive con amici aumenta un po' (5,7%) tra i 25-34enni.

### **Il livello di istruzione**

Considerando che la maggior parte del campione ha un'età compresa tra i 18 e i 24 anni e che quindi in questa fascia di età sono pochi coloro che hanno già conseguito una laurea, anche solo triennale, il livello di istruzione dei rispondenti è alto: il 60,1% del campione totale è in possesso di un diploma di scuola superiore, il 14,2% ha una laurea triennale e il 16,9% ha una laurea magistrale o una specializzazione post-laurea. Solo il 4,4% ha seguito un corso professionale e il 4,4% ha completato la propria formazione con una licenza di scuola elementare o media inferiore. Sono gli over 65 a essere i meno istruiti (17,6%) e sempre in questa fascia d'età vi è la percentuale più alta di coloro che hanno seguito un corso professionale (9,3%).

### **La condizione professionale**

Considerando la giovane età del nostro campione, come ci si poteva aspettare, un'alta percentuale di rispondenti si dichiarano studenti (30,9%), a questi si aggiungono gli studenti lavoratori (14,9%). Fra coloro che lavorano, il 57,5% ha un contratto a tempo indeterminato, mentre la percentuale di lavoratori a tempo determinato è notevolmente inferiore (17,6%), a questi si aggiunge un 4,6% di lavoratori stagionali. I pensionati ammontano al 4,2%, i casalinghi sono il 2,7%, mentre i disoccupati o in attesa di prima occupazione sono solo l'1,7%. Per quanto riguarda il tipo di occupazione, gli impiegati rappresentano il 16,8% dei lavoratori seguiti a distanza da un 8,5% di liberi professionisti.

Guardando alle diverse fasce di età non sorprende che l'82,9% dei 18-24enni siano studenti o studenti lavoratori. Tale percentuale scende a 15,9 fra i 25-34enni, gruppo che annovera la percentuale più alta di persone in cerca di lavoro o disoccupate (3,4%). Le fasce centrali sono quelle con le percentuali più elevate di lavoratori con un contratto a tempo indeterminato: 77,6% nella fascia tra i 35 e i 49

anni, 75,5% tra i 50-64enni e 62,7% tra i 25-34enni. Il 79,1% degli over 65 è in pensione, il 5% lavora come libero professionista e il 2,5% fa l'insegnante. I casalinghi si concentrano nella fascia tra i 50 e i 64 anni (7,4%), ma sono presenti anche negli altri gruppi.

### **La condizione economica**

Per evitare il rischio di ledere la privacy dei rispondenti con una domanda relativa ai loro guadagni (Moore et.al., 2000), il reddito è stato determinato attraverso una domanda indiretta che fa riferimento alla percezione della propria situazione economica. Più precisamente, è stato chiesto agli intervistati di rispondere alla domanda "Pensando al tuo reddito familiare, ritieni che sia sufficiente per...", scegliendo tra: "sopravvivere", "vivere discretamente, ma con molti sacrifici", "vivere decorosamente con qualche sacrificio", "vivere senza fare sacrifici", "preferisco non rispondere". Più della metà dei partecipanti alla ricerca indica che "vive decorosamente con qualche sacrificio" (56,9%).

Sembra che siano gli over 65 i più avvantaggiati economicamente: il 24,9% "vive senza fare sacrifici", seguiti dai più giovani (22,1%). Le fasce adulte sono le più svantaggiate infatti riportano le percentuali più elevate di chi riesce appena a sopravvivere (9,2% per i 25-34enni e 9,4% per i 35-49enni).

Per quanto riguarda l'area geografica, sembra che il Nord sia più ricco, infatti, la percentuale di chi "vive senza fare sacrifici" è del 21% contro il 15,4 del Sud e Isole e il 17,5 del Centro.



## **Bibliografia**

- Gabor, M.R. (2007), "Types of non-probabilistic sampling used in marketing research. "Snowball" sampling", *Management & Marketing-Bucharest*, n. 3, 80-90.
- Handcock, M. S., Gile, K. J. (2011), "Comment: On the concept of snowball sampling", *Sociological Methodology*, 41(1), 367-371, <https://doi.org/10.1111/j.1467-9531.2011.01243>.
- Moore, J.C., Stinson, L.L., Welniak, E.J. (2000), "Income measurement error in surveys: A review", *Journal of Official Statistics-Stockholm*, 16(4), pp.331-362.
- Rapporto Coop (2023), Rapporto Coop 2023. Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani, <https://italiani.coop/rapporto-coop-2023-winter-edition/>.
- Rossi, R., Brandi, F., Valtorta, M. L. (2020), Milano e i suoi quartieri, Direzione Sistemi Informativi e Agenda Digitale. Servizi Statisti. Comune di Milano, <https://www.comune.milano.it/documents/20126/2313917/MILANO+QUARTIERI+2020.pdf> (21/07/2023).