



## COMUNICATO STAMPA

### BAMBINI E ADOLESCENTI IN ITALIA: UN QUADRO DEGLI ULTIMI 10 ANNI

Roma, 24 giugno 2010 – ore 10<sup>00</sup>  
Biblioteca Nazionale Centrale di Roma  
Viale Castro Pretorio, 105

Il dossier “Bambini e adolescenti: un quadro degli ultimi 10 anni” nasce a completamento di un ciclo di studio, riflessione e analisi dell’universo minorile nel nostro Paese che ha accompagnato le ultime dieci edizioni del *Rapporto Nazionale sulla Condizione dell’Infanzia e dell’Adolescenza*.

In parallelo, le nostre due Associazioni hanno voluto dare vita ad una serie di iniziative – nelle quali si inserisce la presentazione di questo studio – in occasione del ventennale della Convenzione ONU sui diritti dell’infanzia, volte non solo a stimolare la riflessione sui diritti dei bambini e degli adolescenti e sullo stato di attuazione di questa importante Convenzione, ma anche a promuovere una sempre maggiore diffusione della cultura dei diritti all’interno della nostra società.

«Come emerge dalle indagini – **dichiara il Prof. Ernesto Caffo, Presidente di “S.O.S. Il Telefono Azzurro Onlus”** –, gli ultimi dieci anni sono stati caratterizzati da tre grandi rivoluzioni: non si parla più di famiglia ma di famiglie – sempre più complesse per struttura e background culturale - il tema della crisi economica è centrale, e le nuove tecnologie sono entrate con forza nella vita di tutti.

I cambiamenti che riguardano la famiglia e le nuove tecnologie si caratterizzano per essere ambivalenti, potendosi riscontrare sia fattori di rischio sia fattori protettivi per bambini e adolescenti. Certamente bambini e adolescenti di oggi devono affrontare una complessità che comporta più accentuate condizioni di rischio e che si traduce in nuove forme di disagio: violenza intrafamiliare, turismo sessuale pedopornografia e adescamento on line, bullismo e cyberbullismo ne sono le manifestazioni più evidenti.

Ne consegue – **continua il Prof. Caffo** – che la genitorialità e più in generale i ruoli educativi sono posti di fronte a nuove sfide. È necessario allora ripensare la funzione educativa come capacità di accompagnare i più giovani nella crescita favorendo l’acquisizione di competenze e strumenti nella gestione delle emozioni e degli stress quotidiani come pure di strategie di difesa rispetto a specifiche situazioni di pericolo.

D’altro canto, i ragazzi hanno acquisito potenzialità e competenze inimmaginabili fino a dieci anni fa, come mostrano i dati relativi alla padronanza delle nuove tecnologie, rispetto alle quali i ragazzi sono sempre più esperti ed autonomi, anche nella gestione dei rischi.

Alla luce di questi dati e di queste considerazioni – **conclude il Presidente di “S.O.S. Il Telefono Azzurro Onlus”** – è indispensabile che le istituzioni intervengano tempestivamente con azioni in grado di valorizzare le nuove potenzialità dei ragazzi, stimolandone la partecipazione attiva nella ricerca di soluzioni.

Allo stesso tempo, le istituzioni devono farsi promotrici di interventi specifici sia sul piano normativo e della prevenzione per aiutare bambini, adolescenti e famiglie che dispongono di minori risorse e si trovano a vivere condizioni di disagio.

Come dimostra l’esperienza di Telefono Azzurro, le vecchie e le nuove forme di disagio possono essere affrontate e risolte solo con processi di responsabilità condivisa che prevedano l’impegno coordinato di istituzioni, terzo settore e mondo aziendale».

«Nel 2000, quando Eurispes e Telefono Azzurro decisero di dar vita ad un Rapporto Nazionale sulla Condizione dell’Infanzia e dell’Adolescenza – **dichiara il Prof. Gian Maria Fara, Presidente dell’Eurispes** – vi era, ad ispirarci, la consapevolezza che le caratteristiche che andava assumendo la nostra società stessero producendo un progressivo allontanamento dai bisogni e dai diritti dei nostri bambini e dei nostri adolescenti. Nello stesso tempo, era forte la sensazione che l’attenzione e l’impegno delle Istituzioni fossero tanto declamati quanto superficiali e spesso disattesi.

Il Rapporto si proponeva quindi, attraverso la produzione di dati e analisi rigorosamente scientifici, una lettura del problema libera da condizionamenti ideologici e culturali. Si trattava di lavorare per tentare di superare la tendenza alla semplificazione con la quale si pretendeva di raccontare e interpretare la complessità che caratterizzava, e caratterizza, la realtà delle società moderne e quindi anche la condizione dell’infanzia e dell’adolescenza in particolare e dell’universo giovanile più in generale. Si assumeva che l’infanzia e l’adolescenza appartenessero a categorie a sé stanti, quasi ad una sorta di limbo temporale in attesa dell’ingresso nella società degli adulti. Una condizione meritevole di cure e di attenzioni, ma comunque esterna alle problematiche sociali e culturali con le quali il mondo degli adulti deve quotidianamente misurarsi.

La perdita della consapevolezza – **sottolinea il Presidente dell’Eurispes** – che la società, pur nelle sue numerose articolazioni e condizioni, debba essere considerata un tuttuno ha prodotto una “cultura verticale” che tende ad isolare e a circoscrivere piuttosto che coinvolgere ed integrare. La tendenza era ed è quella di “costruire mondi”: i bambini, gli adolescenti, gli adulti, gli anziani, ciascuno con le proprie caratteristiche e le proprie esigenze che finiscono per allontanarsi e spesso per entrare in conflitto. Si è applicata al sociale una sorta di lettura economicista e le sue diverse componenti sono state interpretate e divise in termini di “filiera”.

La nostra organizzazione sociale è modellata sulle esigenze della produzione e di conseguenza è chi produce a contare di più. Perciò chi ancora non è in grado di produrre o chi non produce più deve accontentarsi: i bambini e gli adolescenti di poter consumare e gli anziani di una decorosa, quando possibile, assistenza. Si è spesso sottolineata l'inadeguatezza delle politiche di sostegno alle famiglie, che risultano carenti sia sul piano economico sia sul piano della programmazione. In Italia, la assoluta priorità non solo economica, ma anche culturale e sociale della famiglia, viene continuamente e retoricamente declamata, ma nei fatti le politiche familiari italiane si collocano agli ultimi posti in Europa per quantità e per qualità degli interventi.

Tutto ciò – **conclude Fara** – è accaduto non come evento necessario in concomitanza con cicli economici fortemente negativi, ma come scelta strategica di lungo periodo. A prescindere dall'andamento delle diverse congiunture economiche che hanno interessato la nostra storia recente, l'azione dei governi che si sono succeduti nel corso degli anni si è dimostrata particolarmente debole e carente e comunque inadeguata a sostenere il peso reale della presenza dei figli in un nucleo familiare. Basti pensare al tema del quoziente familiare sul quale si discute senza approdare a concreti risultati ormai da molti anni».

## UNA SOCIETÀ CHE CAMBIA: GIOVANI TRA FAMIGLIA, SCUOLA E MULTICULTURALITÀ

**La famiglia vista con gli occhi dei figli.** Nonostante le difficoltà e i cambiamenti intervenuti nel tempo a modificarne la struttura, la famiglia continua ad essere un punto di riferimento importante. I bambini infatti, come emerge dagli "Identikit" contenuti all'interno dei Rapporti sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza, attribuiscono a questa istituzione una importanza significativa: nel 2003, sia per i bambini (69,9%) sia per gli adolescenti (46,6%) costruire una famiglia è l'obiettivo principale da raggiungere in futuro. Nel 2005, inoltre, la famiglia viene collocata ai primi posti dei valori più importanti sia per i bambini (85,1%) sia per i ragazzi (81,1%). Nel 2006, i più piccoli hanno dichiarato che essere circondati da una famiglia amorevole è il presupposto principale per sentirsi una persona di successo (29,7%).

**Quando in famiglia si vivono situazioni di disagio...** Le trasformazioni sociali, gli impegni lavorativi, le attività extra-familiari, nonché la frenesia che caratterizza il ritmo quotidiano, hanno accentuato l'isolamento e ridotto i rapporti sociali. Tali cambiamenti hanno inevitabilmente accentuato i normali conflitti che spesso si verificano all'interno dei nuclei familiari, contribuendo a generare disagio nei giovani. Infatti, come è emerso dalla rilevazione effettuata nel 2006, sentire i propri genitori litigare turba particolarmente i giovani, al punto tale che essi dichiarano di odiare questo tipo di situazione. Ciò è soprattutto vero per i più piccoli (36% contro il 18,4% degli adolescenti). Molti sono i giovani che si trovano ad assistere a litigi fra i propri genitori qualche volta (58,3% bambini; 61,3% adolescenti) o addirittura spesso (12,5% bambini; 19,1% adolescenti). Di fronte ai litigi tra i genitori la maggior parte degli adolescenti si è sentita triste (30%), il 18,9% ha reagito con l'indifferenza, mentre si è sentito inerme e arrabbiato rispettivamente il 17,8% ed il 14,2% dei giovani. Alcuni hanno provato timore (6%) o un senso di solitudine (2,8%), ma c'è anche chi si è sentito in colpa per questa situazione (4,1%).

**Nonni: un sostegno alla genitorialità.** Già a partire dal 2001, l'Eurispes e il Telefono Azzurro hanno evidenziato come i nonni abbiano acquisito nel tempo un ruolo attivo nella cura e nell'educazione dei nipoti, tanto da sostituire, in alcuni casi, i genitori, ormai schiavi dei ritmi frenetici imposti dalla società moderna e costretti a lavorare entrambi per far "quadrare i conti". I nonni rappresentano, dunque, un asse portante del sistema di cura anche a causa dell'assenza di misure di sostegno adeguate – prima tra tutte la carenza di nidi pubblici e l'eccessivo costo di quelli privati. A testimonianza di ciò, come è emerso dai dati, i bambini e gli adolescenti trascorrono abbastanza o molto tempo con i nonni: rispettivamente il 74,3% (di cui abbastanza il 43,2% e molto il 31,1%) e il 57,3% (di cui abbastanza il 38,9% e molto il 18,4%). Quella dei nonni è una figura decisamente positiva: i giovani li reputano capaci di comunicare affetto (infanzia 92,7% e adolescenza 90,6%), di comprenderli (infanzia 82,3% e adolescenza 71,7%) e di trasmettere esperienza (infanzia 76,2% e adolescenza 79,7%).

**Figlio, ma quanto mi costi?** Argomento importante di riflessione sul quale si è più volte focalizzata l'attenzione dell'Eurispes e del Telefono Azzurro in questi dieci anni di studi, è la valutazione dell'impatto economico generato dalla presenza di uno o più figli all'interno di un nucleo familiare e, nello specifico, l'onere sostenuto dalle famiglie italiane per l'acquisto di beni e servizi essenziali per il mantenimento dei figli, dall'educazione ai trasporti, dal tempo libero all'abbigliamento. In particolare, l'approccio metodologico si è basato sulla comparazione della spesa mensile mediamente sostenuta dalle diverse tipologie di famiglie e sull'accertamento di eventuali analogie o differenze tra i rispettivi modelli di consumo.

È stato possibile rilevare come la spesa delle famiglie italiane aumenta considerevolmente in presenza di figli, registrando una proporzionalità inversa tra spese/costi e numero di figli: nel 2007, le coppie senza figli hanno, infatti, sostenuto una spesa mensile media per l'acquisto di beni e servizi di 2.600 euro (+12,2% rispetto al 2003), il 13,7% in meno rispetto alla spesa mensile media sostenuta dalle coppie con un figlio (2.957 euro, +5,9% rispetto al 2003) e oltre il 22% in meno rispetto alla spesa mensile media sostenuta dalle coppie con 2 figli (3.188 euro, +8,8% rispetto al 2003) e dalle coppie con 3 e più figli (3.189 euro, +8,7% rispetto al 2003). La presenza di un solo figlio genera, quindi, un incremento della spesa mensile media delle famiglie pari a circa 360 euro (4.200 euro l'anno), mentre l'incremento è più contenuto nel caso di coppie con 2 figli (la spesa media mensile è pari a circa 230 euro in più rispetto alla spesa delle coppie con un solo figlio) e trascurabile nel caso di coppie con 3 e più figli.

Gli stessi dati, riferiti al 2008, confermano la presenza di un significativo differenziale di spesa media mensile tra le famiglie con e senza figli, con un costo addizionale per queste ultime compreso tra 385 euro in presenza di un figlio (+8,1% rispetto al 2007) e 636 euro in presenza di 3 o più figli (+8% rispetto al 2007), mentre la spesa delle coppie senza figli è rimasta pressoché invariata rispetto al 2007 (2.600 euro mensili).

È stato, inoltre, rilevato come ciascuna categoria e sottocategoria di spesa mensile sia differenzialmente condizionata dalla presenza e dal numero di figli, come mostra il confronto tra il modello di consumo delle coppie senza figli e delle coppie con 3 e più figli. La categoria di spesa che risente maggiormente della presenza di figli è quella relativa all'acquisto di *prodotti alimentari e*

*bevande*, cui le famiglie con 3 e più figli destinano mensilmente 672 euro, il 50% in più rispetto alle coppie senza figli (446 euro) e il 3,6% in più rispetto alla spesa mensile media del 2003 (648 euro contro 410 euro delle coppie senza figli). La presenza di figli comporta un aggravio notevole anche relativamente all'esigenza di mobilità di ciascun membro del nucleo familiare, con una spesa mensile media per i *trasporti* di 551 euro, il 35% in più rispetto alle coppie senza figli (408 euro) e il 20% in più rispetto alla spesa mensile media del 2003 (456 euro contro i 351 euro delle coppie senza figli).

Inferiore in valore assoluto, ma in crescita costante negli ultimi anni, è la differenza di spesa media mensile delle coppie con 3 figli rispetto alle coppie senza figli relativamente all'acquisto di capi di *abbigliamento e calzature* e all'impiego del *tempo libero, giochi e cultura*: nel 2003, una coppia con 3 e più figli sosteneva mensilmente una spesa media per abbigliamento e calzature di 234 euro (il 57% in più rispetto ai 149 euro delle coppie senza figli) e una spesa per il tempo libero, la cultura e i giochi di 143 euro (il 29% in più rispetto ai 110 euro delle coppie senza figli); nel 2007, la spesa mensile media delle coppie con 3 e più figli per abbigliamento e calzature è stata di 251 euro (+7,1% rispetto al 2003) e la differenza rispetto alla spesa mensile media delle coppie senza figli per la stessa categoria di consumo è di poco inferiore ai 100 euro (+15,9% rispetto al 2003).

Il modello di consumo delle coppie con 3 e più figli si caratterizza quindi per una maggiore incidenza, rispetto alle coppie senza figli, della spesa mensile in prodotti alimentari e bevande (il 21,1% contro il 17,2% del totale), abbigliamento e calzature (il 7,9% contro il 5,8% del totale), trasporti (il 17,3% contro il 15,7% del totale), altri beni e servizi (23,7% contro il 23% del totale) e tempo libero, cultura e giochi (il 4,8% contro il 4% del totale).

Negli studi condotti dall'Eurispes e dal Telefono Azzurro nel corso degli ultimi dieci anni, si è fatto più volte riferimento agli status symbol delle nuove generazioni, alle strategie di marketing concepite per indurre sia i giovani sia i genitori ad effettuare acquisti voluttuari, ai rischi connessi ad un eccessivo utilizzo di Internet, videogiochi e prodotti simili.

I bambini e gli adolescenti possessori di uno o più telefonini, che in base alla rilevazione campionaria del 2008 è possibile stimare in oltre 6 milioni di individui, rappresentano un segmento di mercato della telefonia mobile di crescente interesse per le industrie e le società di servizi operative nel settore. Considerando il ricavo medio per utente del settore della telefonia mobile nel 2008 (530 euro, ottenuti rapportando i 24,3 miliardi di euro di ricavi complessivi ai 46,1 milioni di utenti attivi) è possibile, infatti, stimare il giro d'affari relativo ai soli utenti di età compresa tra i 7 e i 19 anni in oltre 3,2 miliardi di euro (*stime Eurispes*).

Tra *must do* e *must have*, gli interessi e le preferenze delle nuove generazioni, come frequentare luoghi di intrattenimento e praticare attività sportive, hanno un risvolto economico oltre che sociale. In particolare, in base al giro d'affari e al numero di utenti delle manifestazioni tenutesi nei diversi luoghi di intrattenimento (ad eccezione di discoteche, siti archeologici e monumenti), l'intrattenimento e lo svago di bambini e adolescenti tra 6 e 17 anni hanno generato ricavi per oltre 735 milioni di euro nel solo 2007, di cui 423,8 milioni per manifestazioni sportive (2,7 mln di utenti e un giro d'affari/utente di 159 euro), 138,8 mln per spettacoli cinematografici (5,1 mln di utenti e un giro d'affari/utente di 27 euro), 85,9 mln per manifestazioni teatrali (2,1 mln di utenti e un giro d'affari/utente di 40 euro), 49,4 mln per mostre ed esposizioni (2,8 mln di utenti e un giro d'affari/utente di 18 euro), e 36,9 mln per attività concertistica (1,8 mln di utenti e un giro d'affari/utente di 20 euro) (*stime Eurispes*, 2009).

**L'inadeguatezza delle politiche di sostegno economico alle famiglie.** Il confronto a livello europeo della spesa per trasferimenti familiari sostenuta annualmente dai singoli Stati Membri nel decennio 1997-2007, evidenzia come l'Italia, a fronte di una spesa complessiva di 146 miliardi di euro che la pone ai primi posti in Europa (dopo Germania, Francia e Regno Unito) risulti agli ultimissimi posti in termini di spesa pro capite per trasferimenti familiari, il cui valore medio nel decennio 1997-2007 è stato di 215 euro, con un tasso di crescita medio annuo del 4,6%. Tra i principali paesi europei, solo la Spagna ha una spesa pro capite inferiore all'Italia (154 euro), registrando tuttavia un tasso di crescita medio annuo notevolmente superiore (+13,5%). Nel Regno Unito la spesa pro capite è stata di 466 euro, in Francia di 623 euro e in Germania di 777 euro (rispettivamente +117%, +189%, +261% rispetto all'Italia), mentre rispetto ai più alti valori registrati nell'Unione (Lussemburgo, Norvegia, Svezia, Danimarca), la differenza percentuale è superiore al 300%.

La stessa esigenza di un cambiamento radicale nelle politiche economiche di sostegno alle famiglie italiane, in termini di risorse pubbliche allocate e programmazione di medio/lungo termine, è ancora più improrogabile se si considera il fenomeno della povertà assoluta e relativa. Nel 2008, oltre 85 milioni di cittadini dell'Ue risultano a rischio di povertà, con un'incidenza media del 17% sul totale della popolazione residente e valori per singolo paese compresi tra il 9% della Repubblica Ceca e il 26% della Lettonia. Nella classifica europea per tasso di rischio di povertà, l'Italia si attesta in una posizione intermedia, con un tasso del 19%, superiore alla media europea e al dato di paesi quali Portogallo, Germania e Francia (rispettivamente 18%, 15% e 13%), equiparabile al Regno Unito e inferiore a Grecia e Spagna (tasso di rischio di povertà al 20%). Più preoccupante il dato relativo al rischio di povertà infantile, calcolato sulla popolazione di età inferiore ai 18 anni, per il quale risulta: un tasso medio a livello europeo del 20%, contro il 17% misurato sull'intera popolazione (a riprova di come in questa fascia di età il fenomeno della povertà sia particolarmente diffuso); un tasso del 25% in Italia (a rischio povertà un bambino su quattro), il terzo più alto a livello europeo dopo Romania e Bulgaria (rispettivamente 33% e 26%) e superiore sia al dato medio europeo (20%), sia al dato relativo ai principali paesi europei, quali Spagna, Regno Unito, Francia e Germania (rispettivamente con un tasso del 24%, 23%, 17% e 15%) (fonte: Eurostat, diversi anni).

Considerate le preoccupanti dimensioni del fenomeno, Telefono Azzurro ed Eurispes hanno più volte sottolineato la necessità di definire politiche sociali ed economiche, a livello di Amministrazione centrale e locale, finalizzate a ridurre la diffusione della povertà infantile (in particolare nei Rapporti dedicati all'infanzia e all'adolescenza degli anni 2003, 2004 e 2008), in linea con quanto è avvenuto e avviene in Europa (basti pensare al *Social Exclusion Program* o alla designazione del 2010 come anno europeo della lotta alla povertà e all'esclusione sociale) e in molti altri paesi europei. Pur essendo stati predisposti e, in parte, concretamente realizzati, gli interventi tesi a mitigare il rischio di povertà infantile non hanno generato benefici significativi, in termini di riduzione del tasso sopra indicato. Quest'ultimo è, infatti, diminuito tra il 1994 e il 1998 (dal 27,4% al 23,3%), per poi tornare ad aumentare negli anni successivi e mantenersi a livelli pressoché identici (25%) dal 2004 ad oggi (fonte: Eurostat, diversi anni).

**La percezione dell'istituzione scolastica.** I bambini identificano la scuola, nel 25,9% dei casi, in un'occasione per stare insieme ai propri coetanei e, nel 48,6%, un luogo interessante per la possibilità che dà di imparare cose nuove. Tra gli adolescenti, invece, i dati emersi nel 2004 dimostrano come la scuola sia percepita dai ragazzi più grandi come imposizione più che come opportunità: il 33,2% la considera una tappa obbligata, a fronte del 19,6% che ne apprezza la possibilità di imparare cose nuove. Ben il 12,1% dei ragazzi ritiene la scuola il posto peggiore dove trascorrere la giornata e il 4,5% un luogo noioso in cui non si imparano cose nuove. Più alta, infine, è la quota di adolescenti che valorizza l'opportunità di stare insieme a ragazzi della stessa età (28,6%).

Le aspettative sugli insegnanti (che devono essere comprensivi e preparati) si equivalgono tra le diverse classi di età: bambini e adolescenti considerano queste caratteristiche "molto" e "abbastanza" importanti rispettivamente nel 65% e nel 25% circa dei casi. I più grandi, invece, tengono in maggiore considerazione la capacità dei docenti di coinvolgerli nell'insegnamento delle materie (il 62,2% indica "molto" come risposta a fronte del 50,2% dei bambini); i più piccoli attribuiscono particolare importanza alla presenza di un laboratorio linguistico funzionante (36,6% rispetto al 27,2%). Nel 2005, il questionario ha sondato la percezione dell'utilità pedagogica della scuola, chiedendo ai bambini da chi credono di imparare più cose: il 43,4% ha indicato i genitori, un dato lievemente superiore rispetto a chi ha indicato la scuola (41,4%).

**La dispersione scolastica.** Dall'indagine del 2006 è emerso come, nonostante gli impegni europei assunti con il Consiglio Europeo di Lisbona del 2000, la dispersione scolastica sia ancora alta. L'obiettivo prefissato di ridurre al 10% il *drop out* è stato raggiunto solo da alcuni Paesi, e la media Ue e, in particolare, l'Italia ne sono ben lontane (rispettivamente 14,9% e 21,9% nel 2005)<sup>1</sup>.

Gli ultimi dati disponibili, infine, dicono che oggi la dispersione scolastica è ancora un problema che riguarda molti giovani. L'Italia, nonostante gli allarmi lanciati e le azioni intraprese, continua ad essere al di sopra della media Ue a 27 (14,9%), con il 19,7% nel 2007 dei giovani tra i 18 e i 24 anni che hanno abbandonato prematuramente gli studi, un dato che la pone ancora al quarto posto tra i paesi comunitari e ben lontana dall'obiettivo sottoscritto a Lisbona.

#### IMMIGRAZIONE E ALUNNI STRANIERI

**Scuola e multiculturalità.** Secondo i dati ufficiali, il numero di cittadini stranieri residenti nel nostro Paese ha continuato ad aumentare passando da 1.549.373 nel 2003 a 3.432.651 nel 2008. Sulla base delle più recenti previsioni demografiche, la presenza di stranieri è destinata a crescere sensibilmente in futuro (potrebbe superare i 6,3 milioni di residenti nel 2020 e i 10,6 milioni di residenti nel 2050). Insieme ai migranti in cerca di lavoro sono giunti e continuano a giungere bambini e ragazzi al seguito dei genitori (circa il 22% della popolazione straniera residente) o, in molti casi, non accompagnati<sup>2</sup>, che si aggiungono a coloro che nascono nel nostro Paese (circa il 13%). Tra l'anno scolastico 2000/2001 e 2008/2009, gli studenti con cittadinanza non italiana sono aumentati del 326,9%, raggiungendo il numero complessivo di 629.360.

**La percezione dell'"altro".** L'interesse dell'Eurispes e del Telefono Azzurro è stato rivolto ad indagare il rapporto di bambini e adolescenti con lo straniero, "l'altro", il "diverso" da sé o quello che come tale è stato loro descritto dagli adulti. Nel 2002, è emerso come tra i bambini ci sia una netta maggioranza che non ha pregiudizi nei confronti degli stranieri (il 27,4% ritiene siano una fonte di nuove conoscenze e il 24,5% che siano come gli italiani), mentre "solo" il 19,2% crede siano pericolosi, e il 24,4%, infine, non ha alcun interesse nei loro confronti. Tra gli adolescenti, invece, è maggiore la percentuale che identifica lo straniero con il pericolo (22,3%), cui si aggiunge una quota pari al 16,7% che sposa il luogo comune secondo cui gli immigrati tolgono il lavoro agli italiani, leggermente inferiore il numero di ragazzi che li equipara ai propri connazionali (20,5%). L'11,2%, infine, considera gli stranieri una fonte di arricchimento culturale e il 20,2% predilige il fatto che gli consentano di conoscere nuovi stili di vita.

Nel 2003, il questionario ha teso invece ad indagare la percezione emotiva nei confronti degli stranieri. Bambini e adolescenti provano soprattutto curiosità (rispettivamente 51,4% e 59,7%), mentre sono i più piccoli a guardare con maggiore fiducia ai coetanei di nazionalità diversa (23,7% rispetto a 6,9%), un dato che trova riscontro nel numero di intervistati che ha indicato "diffidenza" come risposta (4,2% e 8,4%). I bambini in particolare sono ben disposti verso i loro compagni stranieri nella quasi totalità dei casi (solo il 3,6% ne è impaurito), mentre tra gli adolescenti c'è una percentuale considerevole (16,7%) che prova indifferenza. Bambini e adolescenti sono incuriositi soprattutto dalla lingua (rispettivamente nel 39,8% e nel 33,9% dei casi) e dalla storia (28,8% e 20,5%) delle altre culture. I più grandi, tuttavia, sono attratti in numero maggiore dalla musica (16,3% contro 8,4%), dall'abbigliamento (9,8% a 6,1%) e dalla cucina (9,2% a 7,2%).

Nel 2005 sono stati posti ai giovani quesiti più specifici, iniziando con il chiedere come le Istituzioni dovrebbero comportarsi con i cittadini stranieri che giungono nel nostro Paese. I bambini ritengono in prevalenza (52,8%) che gli immigrati debbano essere accolti e debbano avere gli stessi diritti dei cittadini italiani (convinzione mostrata solo dal 31,6% degli adolescenti), e solo nel 9,9% dei casi che debbano essere allontanati dal territorio nazionale (a fronte del 22,2% dei più grandi). Gli adolescenti, infine, condizionano in numero maggiore (28,2% rispetto al 13,8% dei più piccoli) l'accoglienza degli stranieri alle reali necessità del Paese. Complessivamente, il 60,1% dei più piccoli e il 64,2% degli adolescenti si sono dichiarati abbastanza o del tutto favorevoli all'eventualità che un parente o un amico si sposi con un immigrato proveniente da un paese povero.

Nel 2006, a tre anni di distanza dalla prima indagine, il sentimento dominante nei confronti dell'"altro", pur in misura minore, è ancora la curiosità (40,3% e 31,6%), seguita nei bambini dalla simpatia (19,6%) e negli adolescenti dall'indifferenza (17,8%). Tra quest'ultimi, inoltre, si inserisce (opzione non prevista nel 2003) l'interesse (14,8%), ma cresce la percentuale di chi indica l'odio e il disprezzo (4,9% a fronte dell'1% di tre anni prima). Il numero di chi si avvicina con diffidenza ai cittadini stranieri, infine, rimane sostanzialmente immutato (4,1% e 8,5%). Sempre nel 2006 si è cercato di analizzare quanto la presenza di alunni stranieri sia diffusa sul territorio nazionale, chiedendo direttamente agli studenti se nella loro classe ci fosse un cittadino di nazionalità non italiana e

<sup>1</sup> I dati indicano la percentuale di giovani tra i 18 e i 24 anni che hanno abbandonato prematuramente gli studi.

<sup>2</sup> Il Rapporto dell'European Migration Network, presentato ad aprile del 2010, riporta che nel 2008 i minori stranieri non accompagnati sono stati 7.797, il 76,8% dei quali in età compresa tra i 16 e i 17 anni.

quanto si fosse integrato. Dalle risposte fornite emerge che nel 50% circa delle classi ci sia o ci sia stato un alunno straniero e che nella maggior parte dei casi (37% tra i bambini e 31,7% tra gli adolescenti) si sia integrato subito nella classe. Tuttavia, i dati evidenziano che circa il 10% ha avuto difficoltà (7,3% e 4,5%), non è riuscito a socializzare con i compagni (1,1% e 3%) o ha smesso di frequentare prima del tempo (2,5% e 2,7%).

Nel 2008 un quesito simile è stato posto solo ai bambini, cercando anche di quantificare il numero di alunni stranieri per classe. Tra i più piccoli, a distanza di due anni, è aumentata la presenza straniera al punto che solo il 35,6% dei bambini indica “nessuno” come risposta (nel 2006 era stato il 48,1%), mentre il 19,1% scrive “uno”, il 12,6% indica “due”, il 4,1% “tre”, il 4,6% “quattro” e, con la percentuale maggiore, il 21,2% dichiara di frequentare una classe con più di quattro alunni stranieri. Gli stessi bambini, ritengono, nel 66% dei casi, che un ragazzo giunto in Italia da un altro paese prima di trovarsi bene a frequentare la scuola faccia fatica, nell’8,3% che riesca ad ambientarsi in classe con difficoltà e solo nel 12,5% che si trovi bene fin da subito. I bambini, infine, hanno con i compagni stranieri rapporti di amicizia (54,8%) e simpatia (12,6%) o, ancor più naturalmente, si basano solo sulla loro personalità (il 17% dice che dipende dai casi).

**Tra miti e personaggi famosi, i giovani si piacciono come sono.** Nel 2002, alla domanda “Se potessi scegliere chi preferiresti essere?”, i ragazzi hanno indicato in percentuale maggiore (25,3%) di voler rimanere se stessi (opzione di risposta non contemplata nel 2003), seguiti dal 20,3% di coloro che hanno scelto un “campione dello sport” (il 35% dei maschi e il 10,2% delle femmine) e dal 18,9% che vorrebbe diventare un cantante (il 15% dei maschi e il 21,6% delle femmine). Nel 2003, invece, la maggior parte dei bambini (37,8%) e degli adolescenti (33,3%) hanno preferito pensare a se stessi nei panni di un campione dello sport, mentre il 27,1% dei più grandi e il 16,2% dei più piccoli sperano di diventare un professionista non appartenente al mondo dello spettacolo. Tra i bambini, infine, il 16,2% vorrebbe assomigliare ad un componente della propria famiglia.

Nel 2006 fra i bambini, quasi la metà dei maschi (49,8%) vorrebbe diventare un calciatore della nazionale mentre il 35,4% delle femmine aspira a poter essere un giorno una star dello spettacolo. Anche fra i ragazzi più grandi (12-19 anni) il 22,8% desidera diventare una star dello spettacolo e il 15,9% un calciatore della nazionale.

Di conforto è il numero sia tra i bambini (16,2%) sia tra gli adolescenti (26,2%) che ha preferito rimanere se stesso/a, disdegnando scenari futuri in cui poter essere un esploratore/esploratrice (7,7% dei bambini e 9,7% degli adolescenti), un inventore geniale (5,7% dei bambini 4,5% degli adolescenti) o un pittore/pittrice (6,3% dei bambini e 1,5% degli adolescenti). Sempre nel 2006, Harry Potter è indicato come il personaggio di fantasia preferito dalla maggioranza dei bambini maschi (27,7%), seguito da Spiderman (22,2%) e da Bart Simpson (18,3%). Per quanto riguarda le femmine, Cenerentola (25,9%) e Buffy (13,5%) sono ai primi posti.

Nell’analisi del 2009, Eurispes e Telefono Azzurro hanno dato un volto alle figure alle quali i ragazzi avrebbero voluto assomigliare, stilando un elenco di personaggi famosi. Valentino Rossi è il personaggio che riceve il maggior numero di consensi, almeno tra i bambini (16%), sono in particolare i maschi (28,8%) a desiderare di essere come lui da grandi. Il 14,3% delle bambine vorrebbe invece assomigliare alla show-girl Belen Rodriguez. Il 27,1% dei bambini ha dichiarato, invece, di non voler assomigliare a nessuno, confermando, così, il trend che già si era manifestato nel 2002 e nel 2006, in cui circa un quarto degli intervistati aveva affermato di voler “assomigliare” a se stesso. Anche gli adolescenti italiani nonostante abbiano i loro idoli, per la maggior parte (38,8%) dichiarano di non voler assomigliare a nessuno in particolare, mentre il 15,3% ha indicato nell’opzione “altro” di voler essere se stesso. I personaggi che tra i ragazzi riscuotono il maggior numero di consensi sono: Valentino Rossi (13,6%), e Barack Obama (9,8%); tra le ragazze è proprio Barack Obama il personaggio che rappresenta il primo modello ideale di riferimento (7,8%), seguito dalla showgirl Belen Rodriguez (6,6%).

**Giovani “impegnati”: la politica...** I dati provenienti dalle indagini più recenti concordano nel disegnare un quadro di progressivo allontanamento dei giovani dal mondo della politica. L’Identikit del 4° Rapporto segnalava il disinteresse sulle questioni politiche da parte degli adolescenti che dichiaravano di “non aver mai svolto un’attività gratuita per un partito” (86,1%) e di “non aver mai versato un contributo per un partito” (86,7%).

Il disinteresse per le questioni politiche è confermato dalla percentuale di ragazzi che non ha mai “ascoltato un comizio” (59,7%) o “partecipato ad un corteo” (57,8%). Tuttavia, una minoranza dei ragazzi dichiara di informarsi, occasionalmente, di questioni politiche, “ascoltando un dibattito politico in Tv” (44,2%) o “leggendo i giornali” (38%). Il 39,3%, infine, affronta i temi riguardanti la politica “parlandone con i propri amici” (39,3%), a dimostrazione che il disinteresse riguarda più la politica di tipo “istituzionale” che non quella relativa alle questioni di interesse generale.

Nel 2006, il 70,8% dei ragazzi dichiara, inoltre, di non essere interessato alla politica (per niente 37,6% e poco 33,2%) e il 53,7% afferma di non capire la situazione politica del nostro Paese (15,4% per niente e 38,3% poco). Il 71,3% (29,6% per niente e 41,7% poco), infine, non ha fiducia nella classe politica italiana. Solo un numero esiguo di ragazzi dichiara di far parte di “un movimento politico” (il 4,7% nel 2001, il 3,9% nel 2002 e il 12% nel 2003 – Eurispes e Telefono Azzurro). Il distacco dalla politica “istituzionale” è il sintomo di un più generale disinteresse verso i grandi temi che riguardano l’umanità, che si manifesta persino nella poca propensione a iscriversi ad associazioni ambientali (8,7%, nel 2001, 6,6% nel 2002 e 7,4% nel 2003) o a gruppi scout (5,4%, nel 2001, 6,2%, nel 2002 e 4,7%, nel 2003).

## MEDIA E NUOVE TECNOLOGIE

Il rapporto dei minori con i mezzi di comunicazione riveste oggi una particolare centralità per almeno due ragioni. Da un lato, i bambini risultano sempre più soli di fronte ai diversi mezzi di comunicazione, a causa dei mutamenti intervenuti nelle dinamiche familiari, e quindi meno tutelati dall’azione di filtro e supervisione delle figure genitoriali. Dall’altro lato, i bambini si trovano oggi a confronto con media completamente nuovi per i loro genitori e dotati di grandissima capacità attrattiva, al

tempo stesso ricchi di potenzialità, ma talvolta insidiosi. I media sono per i ragazzi inesauribile fonte di informazioni, stimoli e contatti sociali: un “magazzino globale” che introduce al contempo rischi ancora difficilmente gestibili.

**Consumi televisivi e preferenze.** Le indagini campionarie svolte nel corso di questi dieci anni tra i bambini e gli adolescenti italiani rivelano una sostanziale costanza nei tempi di esposizione alla Tv, conferma del fatto che essa in questi anni si è mantenuta stabilmente come “compagna” e occupazione di una fetta significativa del tempo libero dei giovanissimi.

Fra tutte le principali apparecchiature tecnologiche, la televisione è con ampio scarto quella maggiormente utilizzata dai bambini. I tempi di esposizione televisiva più frequenti tra i bambini sono medi (1-2 ore), anche se una minoranza significativa riferisce un consumo decisamente eccessivo (più di 5 ore). Tra il 2000 ed il 2009 è rimasta sostanzialmente stabile la quota di questi bambini, che riferiscono un forte consumo televisivo: intorno al 7-8% del campione. La maggioranza riferisce invece un consumo medio, ma non preoccupante. Per quanto riguarda gli adolescenti, i dati indicano che la grandissima parte dei ragazzi dai 12 ai 19 anni guarda la televisione tutti i giorni; per la maggioranza si tratta di un consumo significativo, ma non eccessivo, compreso tra 1 e 3 ore. Va però tenuto presente che una minoranza non trascurabile di ragazzi, che tra il 2002 e il 2006 si mantiene al 5% circa, trascorre più di 5 ore al giorno davanti al piccolo schermo, mentre, tra il 2007 e il 2009, la percentuale di chi vi trascorre più di 4 ore si attesta attorno al 9%.

Nell’ultima indagine, realizzata nel 2009, emerge che il programma Tv più amato in assoluto dai bambini fra i 7 e gli 11 anni è la fiction *I Cesaroni*. A breve distanza, si collocano *I Simpson* (15,3%), seguono il varietà comico *Paperissima* (9,6%), il talent show *Amici* (9,3%), il cartone animato *Dragonball* (8,3%) e *Il mondo di Patty* (7,9%).

La scelta dei programmi televisivi da parte degli adolescenti è varia e i risultati testimoniano una grande eterogeneità di gusti: i film rappresentano il genere seguito dal numero più ampio di intervistati (95,4%); risultano seguiti dalla netta maggioranza degli adolescenti anche i telefilm (74,9%), i telegiornali e i programmi di informazione (70,6%), così come quelli comici e di satira (70,2%), i cartoni animati (64,1%), i programmi musicali ed i varietà (63,4%). Inoltre, circa la metà (50,9%) dei ragazzi segue il genere più discusso e contestato degli ultimi anni, i *reality show*. Il programma preferito degli adolescenti è il cartoon americano “politicamente scorretto” *I Simpson* (18,1%). Grande successo tra i ragazzi riscuotono anche *Amici* (12,6%) e *I Cesaroni* (12,4%). Ottengono un buon gradimento anche i varietà *Zelig* (6,5%) e *Le iene* (6%), il talk show *Uomini e donne* (5,7%) e *Striscia la notizia* (5%). Sorprende invece il contenuto riscontro ottenuto dal *reality show Grande Fratello* (2,6%) e dal *talent show X-factor* (3,7%).

**Techno-needs.** Quali sono gli strumenti di cui non possono fare a meno e quanto tempo trascorrono in compagnia degli ultimi ritrovati dell’High Tech? Nell’indagine del 2007, quasi un terzo dei bambini (29,6%) afferma di non poter fare a meno della Tv. Per quanto riguarda cellulare (11,8%), iPod/lettore Mp3 (6%), pc (9,9%) e Internet (4,7%), seppure largamente utilizzati dai bambini, rivestono ancora un’importanza marginale tra le varie possibilità a loro disposizione e sicuramente non reggono il confronto con Playstation e videogame, che sono percepiti come indispensabili nella “dieta mediatica” dal 20,2% dei bambini.

Tra gli adolescenti, la percentuale di coloro i quali non sono in grado di rinunciare alla Tv si abbassa in maniera consistente (17,1%) a vantaggio del cellulare (42,7%). A ridursi con il crescere dell’età è anche la percentuale di quanti non possono fare a meno delle console per i videogiochi (6,1%), mentre sale il consumo di Internet (9,3%).

I dati rilevati tra il 2008 e il 2009 mostrano che nell’universo “infanzia” la “dieta mediatica” è prevalentemente costituita dal consumo televisivo, aumentato di 2,2 punti percentuali tra il 2008 (88%) e il 2009 (90,2%). A crescere è anche il tempo che i bambini trascorrono navigando in Internet: il 47,6% del campione dichiara, nel 2009, di dedicare a tale attività buona parte del tempo libero. Diminuisce considerevolmente, invece, l’utilizzo di videogiochi, che nel 2008 coinvolgeva il 65,9% dei bambini, mentre, nell’ultimo anno preso in esame, la percentuale si è fermata al 49,3%. Si tratta comunque di valori particolarmente elevati che rivelano un costante interesse dei più piccoli verso questo genere di apparecchiature. Un discorso analogo può essere fatto per quanto riguarda la frequenza d’uso del cellulare, utilizzato nel 2009 dal 34,6% del campione che ha un’età compresa tra i 7 e gli 11 anni (contro il 43,2% del 2008). Anche in questo caso, infatti, le percentuali, nonostante il calo subito, restano su livelli particolarmente alti. Infine, la tendenza dei più piccoli a legare la propria attenzione mediatica a strumenti tradizionali come la Tv, piuttosto che alle nuove apparecchiature tecnologiche, si riscontra anche per il lettore mp3: la frequenza d’uso di tale strumento è scesa di quasi 10 punti percentuali, passando dal 48% al 38,6% nell’ultimo anno.

Spostando l’attenzione sul mondo degli adolescenti, è possibile constatare che essi fanno un uso consistente, durante la giornata, del mezzo televisivo (33,7% nel 2008; 35,5% nel 2009). Nell’arco di tempo preso in considerazione è aumentata la frequenza di quanti hanno inserito il cellulare tra gli oggetti abitualmente e quotidianamente utilizzati. Nell’anno della prima rilevazione la percentuale era pari all’88,3%, mentre l’anno successivo essa ha raggiunto il 91,7%. Sale anche l’utilizzo del lettore mp3, strumento che per molti adolescenti è un fedele compagno negli spostamenti quotidiani così come nei momenti di studio. Nel 2009, infatti, il 78,5% dichiara di utilizzarlo da un’ora fino a oltre quattro ore ogni giorno. Consistente appare, inoltre, l’uso fatto quotidianamente di computer (41,7% nell’ultimo anno contro 30,9% del 2008) e Internet (2009: 42,9%; 2008: 29,4%). A diminuire invece è la frequenza d’uso che gli adolescenti fanno dei Dvd, che scendono al 54,2% nel 2009. Drastico calo, nell’ultimo anno, dell’utilizzo di videogiochi e console, che vengono utilizzati frequentemente dai ragazzi nel 29,2% dei casi.

**L’uso del cellulare: tra nuovi codici e rischi di dipendenza.** Bambini e adolescenti rappresentano un segmento di mercato della telefonia mobile di crescente interesse per le industrie e le società di servizi operative nel settore. Basti pensare che, se il ricavo medio, per utente, del settore della telefonia mobile nel 2008 è stato di 530 euro (ottenuti rapportando i 24,3 miliardi di euro di ricavi complessivi ai 46,1 milioni di utenti attivi) è possibile stimare il giro d’affari relativo ai soli utenti di età compresa tra i 7 e i 19 anni in oltre 3,2 miliardi di euro (*stima Eurispes, 2009*).

**Un oggetto di culto.** Tra i bambini il cellulare ha avuto un progressivo incremento di diffusione: se nel 2003 era il 51,6% ad averne uno tutto per sé, la percentuale è andata gradualmente aumentando negli anni successivi. L’incremento si è chiaramente manifestato a partire dal 2006, quando ad avere in tasca un cellulare, tra i 7 e gli 11 anni, erano il 54,8%, per continuare poi negli anni successivi, attestandosi al 57,5% nel 2008. Prendendo in considerazione i dati raccolti tra gli adolescenti nel periodo tra il 2005 e il

2009, emerge che nel primo degli anni presi in esame, a possedere un telefono cellulare era la metà del campione (50,1%). Nel 2006, la tendenza ha subito un fortissimo rialzo: infatti, la quasi totalità dei ragazzi tra i 12 e i 18 anni (97,5%) ha dichiarato di avere a sua disposizione un cellulare. Il fenomeno trova conferma anche negli anni successivi, durante i quali i valori non sono scesi mai al di sotto del 95,9%, registrato nel 2008.

Per quanto riguarda i modelli più gettonati, tra i bambini i video-telefonini hanno riscosso particolare successo tra il 2007 e il 2008 (7,1%). I cellulari con tecnologia Umts hanno avuto maggiore diffusione a partire dal 2008 (3,1%), mentre gli smart-phone hanno iniziato ad affermarsi solo nel 2009 (1,8%).

Nell'universo degli adolescenti, a riscuotere maggiore consenso sono i telefonini Umts, che nel 2008 hanno raggiunto il 14,5% di diffusione tra coloro che hanno un'età compresa tra i 12 e i 18 anni, seguiti dai video-telefonini (12,6%). Gli smart-phone conquistano maggiori consensi in questa specifica fascia d'età soprattutto nel 2009, sebbene la percentuale si mantenga su livelli piuttosto bassi (2,6%). Sempre nel 2009 si evidenzia il radicarsi della moda di possedere più di un telefonino (11,5% degli adolescenti).

**Ma come viene utilizzato il cellulare dai giovani?** Anche nel 2009, i bambini (7-11 anni) continuano ad utilizzare questo strumento prevalentemente per essere sempre raggiungibili dai genitori (88,2%). Da non sottovalutare comunque l'abitudine frequente a scattare foto (72,6%) o a giocare (69,9%) con il cellulare. Il telefonino è sicuramente percepito dai più piccoli anche come uno strumento di comunicazione che permette di relazionarsi in breve tempo e in modo diretto con i propri amici (il 69,9% lo utilizza per chiamare o essere chiamato). Una tendenza confermata anche dall'uso frequente che i bambini fanno degli sms (67,2%, percentuale che ha visto una crescita graduale dal 2006, quando "messaggiava" il 52,1% dei bambini). Tra gli adolescenti, la percentuale di quanti navigano su Internet tramite il telefono cellulare è salita considerevolmente negli ultimi anni arrivando al 20,7% registrato nel 2009. Ad aumentare è anche il numero di quanti utilizzano il telefonino per fare fotografie (90,4%) o filmati (81%). Decresce invece la tendenza ad usare il cellulare per scaricare suonerie o loghi (solo l'8,9% usufruisce ancora di questi servizi, nel 2006 erano il 20,6%), così come è in ribasso la percentuale di chi usa il telefonino per passare il tempo giocando con le applicazioni disponibili (46% nel 2009).

**"Navigar" m'è dolce...** Il numero di giovanissimi che fa uso di Internet è complessivamente aumentato nel tempo: tra i più piccoli la utilizzava il 39,2% nel 2002 e il 48,2% nel 2006; tra i più grandi, rispettivamente il 71,3% e l'84,7%. Nel 2007, invece, si è riscontrato un lieve calo (solo il 34% dei primi e il 78,1% dei secondi dichiarano di collegarsi alla Rete), non identificabile ad ogni modo con un'inversione di tendenza.

Internet si presenta nelle abitudini dei bambini dai 7 agli 11 anni da un lato come una fonte preziosa di informazioni interessanti (44,2% nel 2002, 52,6% nel 2006 e 69,3% nel 2009) e di materiale per lo studio (31,9% nel 2002, 40,2% nel 2006 e 49% nel 2009), dall'altro come strumento di divertimento, sia con i giochi (47,5% nel 2002, 54,9% nel 2006 e 68,3% nel 2009), sia con la fruizione di video e altro materiale multimediale facilmente accessibile (il 50,8% nel 2005 e il 55,9% nel 2009 scarica musica e film e il 54,7% sempre nel 2009 guarda filmati su YouTube). Decisamente meno diffuso, a questa età, è l'approccio alla Rete legato a forme di comunicazione più complesse, come Blog (9,1% nel 2005 e 22,3% nel 2009), forum (21,7% nel 2005 e 20,8 nel 2009) e posta elettronica (13,1% nel 2002 e 27,8% nel 2009). Particolare attenzione merita la diffusione della comunicazione in chat fra i giovanissimi, che ha avuto, in questo arco temporale, la crescita maggiore rispetto a tutte le altre voci, passando da un inconsistente 8,8% ad un considerevole 42,1%, con il sorgere delle conseguenze e degli eventuali rischi che comporta un tale strumento che pone più facilmente a contatto con sconosciuti. Da non sottovalutare anche la notevole confidenza e abitudine dei giovanissimi nello scaricare qualsiasi tipo di documento dalla Rete tramite il *peer to peer* – modalità molto spesso illegale (55,9% nel 2009).

Tra gli adolescenti si è riscontrato un aumento complessivo dell'uso di tutte le applicazioni nel corso di questi anni. Anche tra i più grandi, la ricerca di informazioni di interesse personale, infatti, è la ragione principale di connessione alla Rete telematica (81,9% nel 2002, 88,6% nel 2006 e 93,4% nel 2009), seguita dai motivi di studio (50,5% nel 2002, 81,2% nel 2006 e 83,2% nel 2009). Tra gli adolescenti, inoltre, è più alta la percentuale di chi utilizza Internet per scambiarsi messaggi di posta elettronica (46,4% nel 2002, 52,6% nel 2006 e 58,3% nel 2009) e per chattare (39,5% nel 2002, 48,9% nel 2006 e 79,9% nel 2009), applicazione che ha riscontrato un vero *boom* (+40,4%). Due attività che si sono rapidamente imposte tra gli adolescenti, inoltre, sono la lettura di blog (spesso animati da loro coetanei), la cui percentuale di fruitori è passata dal 14% nel 2005 al 46,8% nel 2009, e la visione di video sul portale YouTube (dal 65,3% nel 2007 all'85,8% nel 2009). Il *downloading* di materiali dalla Rete, infine, è entrato a far parte anche delle abitudini degli adolescenti, una pratica adottata in quanto facilmente accessibile, gratuita, di moda e, pur trattandosi di una pratica illegale, quasi sempre impunita (scarica film e musica il 70,5% degli intervistati nel 2005 e il 76,1% nel 2009).

**Social Network: un profilo per esserci.** L'indagine campionaria condotta nel 2009 ha constatato che il 71,1% degli adolescenti intervistati possiede un profilo personale su Facebook che ad oggi rappresenta la rete sociale più diffusa e frequentata nel mondo. Percentuali di gran lunga più ridotte di giovani utenti della Rete si radunano attorno a My Space (17,1%) e Habbo (10,4%). La realtà parallela che è possibile vivere in Second Life affascina solo il 2,6% dei ragazzi e il 2,5% fa parte di coloro che amano "cinguettare" su Twitter, una delle più recenti reti sociali che, sulla scia di Facebook, sta iniziando a raccogliere successi sul web.

Il 28,7% dei giovani ritiene che i social network siano utili strumenti per rimanere in contatto con gli amici di sempre e con quelli che si trovano lontano o non si frequentano da molto tempo (23,6%). Il 14,9% dei ragazzi ha deciso di affacciarsi al mondo delle reti sociali sul web per interessare relazioni e fare nuove conoscenze. Alcuni social network dispongono di particolari applicazioni (giochi, gruppi, test) che rappresentano, per il 10,4% dei ragazzi, una possibile alternativa per riempire il tempo libero. Ridotta, invece, appare la parte di campione che sfrutta questi mezzi di comunicazione per rintracciare notizie su eventi o argomenti di proprio interesse (2,8%). Le opinioni negative sull'argomento coinvolgono solo il 13% degli adolescenti che, nell'8% dei casi, considerano i social network solo una perdita di tempo e, per il 5%, sono convinti che usarli possa mettere a rischio la riservatezza personale.

## FATTORI DI RISCHIO: NUOVI VOLTI PER VECCHIE PROBLEMATICHE

**Le sostanze stupefacenti: il consumo di droghe leggere tra i giovanissimi.** Nel 2002, l'80,8% degli adolescenti ha dichiarato di non aver mai fatto uso di droghe leggere (hashish e/o marijuana), a fronte del 12,4% che le ha assunte occasionalmente e del 6,8% che lo ha fatto spesso. Nel 2003 diminuisce lievemente la quota di coloro che non hanno mai consumato hashish o marijuana (-1,8%) e di chi lo ha fatto saltuariamente (-1,1%), ma c'è anche una percentuale di ragazzi (3,2%) che non ha voluto fornire alcuna risposta. Da questi dati, dunque, si è dedotto che circa il 20% degli adolescenti abbia consumato o consumi sostanze stupefacenti "leggere".

In linea con questa tendenza i dati rilevati nel 2009 con il 20,8% degli adolescenti che dichiara di non aver fatto uso di droghe leggere. In particolare, il maggior numero di ragazzi che fumano droghe leggere ha un'età compresa tra i 16 e i 19 anni (28,7%). Tuttavia, appare significativo segnalare la percentuale di consumatori che rientrano nella fascia dei 12-15enni: il 9% di essi ha ammesso di aver fatto questo tipo di esperienza. Se nel 67,9% dei casi hashish o marijuana sono usati occasionalmente (il 46,2% circa una/due volte l'anno e il 21,7% una volta al mese), nel 27,2% si rileva un consumo abituale (il 12,2% una volta a settimana, il 4,2% una volta al giorno e il 10,8% più volte al giorno). Il 40,6% degli adolescenti ammette di farne uso dove capita e il 20,3% ai giardini o in strada, non ritenendo necessario usufruire di un luogo che sia lontano da occhi indiscreti. L'elemento di socialità è, infine, sancito dal 18,9% che fuma canne a casa di amici.

**Le droghe pesanti.** Nel 2003, tra gli adolescenti, le percentuali di chi fa uso di cocaina (2,8% occasionalmente e l'1,8% spesso) e di Lsd o allucinogeni (2,2% occasionalmente e 1,4% spesso), sono maggiori rispetto a quelle concernenti l'uso di ecstasy, ketamine e crystal, tra loro molto simili (rispettivamente l'1,5%, l'1,4% e l'1,3% ne fa uso occasionalmente e l'1,5%, l'1,6% e l'1,6% spesso), tanto da far supporre che siano gli stessi intervistati ad assumerle tutte a seconda dell'occasione. Tra i 15 e i 19 anni è più diffuso l'uso di queste sostanze dannose, in particolare la cocaina (assunta spesso dal 2,3% e occasionalmente dal 4,2%).

Il 48,3% dei ragazzi dichiara di avere amici che fanno uso di droghe leggere e il 14,7% che consumano droghe pesanti. Inoltre, a dimostrazione della pervasività del fenomeno, il 30,5% ammette di aver ricevuto offerte di hashish e marijuana e il 9,2% di averne ricevute di eroina e cocaina. Questi dati, superiori a quelli relativi al consumo diretto degli adolescenti, sono una dimostrazione della preoccupante diffusione di queste sostanze anche tra i più giovani.

**Giovani e alcol.** Nel triennio 2005-2008 le abitudini di consumo di bevande alcoliche presso i giovani sono cambiate in maniera piuttosto significativa e, sostanzialmente, in senso positivo: nonostante i ragazzi che dichiarano di bere almeno sporadicamente alcolici siano il 55,6% nel 2005 ed il risultato non si discosta di molto nel 2008 (51,5%), è confortante vedere come la percentuale di quelli che dichiarano di non aver mai bevuto alcolici sia cresciuta sensibilmente, nel medesimo periodo di riferimento, passando dal 28,7% al 38,8%. Una flessione, inoltre, la si registra tra coloro i quali affermano di bere spesso o tutti i giorni (rispettivamente, l'11,5% e il 3,2% nel 2005 e il 7,8% e l'1,3% nel 2008).

Le occasioni in cui più frequentemente i giovani consumano alcolici rimangono, nel tempo, quelle delle feste e delle ricorrenze (40% nel 2005 e 49,6% nel 2008), mentre un'altra buona fetta di popolazione giovanile decide di bere quando si trova in compagnia (23,1% nel 2005 e 27,9% nel 2008) o, semplicemente, quando ne ha voglia (18,1% nel 2005 e 16,3% nel 2008). Solo una parte esigua del campione, infine, ha l'abitudine di bere durante i pasti (4,7% nel 2005 e 3,9% nel 2008). Nel biennio 2007-2008 la maggior parte dei giovani ha dichiarato che la prima volta in cui è capitato loro di bere il primo bicchiere di birra o vino avevano un'età compresa tra gli 11 e i 14 anni (rispettivamente, il 45,4% nel 2007 e il 45,7% nel 2008). Il 21,7% nel 2007 e il 24,8% nel 2008 hanno dichiarato, invece, di aver bevuto un bicchiere di vino o birra per la prima volta dopo i 15 anni, mentre una percentuale piuttosto alta (17,5% nel 2007 e 17,8% nel 2008) ha dichiarato di avere assunto per la prima volta bevande alcoliche addirittura prima degli 11 anni.

Facendo un confronto tra l'anno 2007 e l'anno 2008 sembra che i giovani abbiano adottato, ultimamente, comportamenti più responsabili, rispetto alle abitudini di guida, dopo aver assunto alcolici: nel 2007 il 67,4% dei ragazzi ha dichiarato di non essersi mai messo alla guida di un motorino o di un'automobile dopo aver bevuto alcolici in seguito ad una serata passata fuori, percentuale che nel 2008 cresce di ben 15 punti percentuali (83,1%). Sempre nel 2007 l'8,2% del campione dichiarava di aver guidato raramente in circostanze analoghe e nel 2008 ha risposto nella stessa maniera il 6,8% dei ragazzi. La percentuale di coloro che hanno dichiarato di essersi messi spesso alla guida di un motorino o di una macchina dopo aver bevuto è stata del 4,9% nel 2007 e, con una leggera flessione, del 3,1% nel 2008. La maggior parte dei giovani nel biennio 2007-2008 ha dichiarato di non avere mai viaggiato come passeggero accanto ad un guidatore che avesse assunto alcolici (rispettivamente, il 59,2% e il 64,4%), ma la percentuale di coloro che dichiarano di essersi trovati in una circostanza analoga, anche se solo "raramente", o "qualche volta" è, rispettivamente, del 14,8% e del 12% nel 2007 e del 16,8% e del 12,2% nel 2008. Il 5% degli intervistati nel 2007 ed il 4,1% nel 2008 hanno, infine, dichiarato di aver viaggiato spesso accanto a guidatori che avevano assunto alcolici.

**Il fenomeno del tabagismo tra gli adolescenti.** Malgrado nel nostro Paese si stiano realizzando campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica per la lotta contro il tabagismo, e si cerchi di limitarne l'accessibilità ai più giovani, vietando la vendita di sigarette ai minori di 16 anni, la percentuale di adolescenti in età compresa tra i 12 e i 19 anni che fumano è aumentata. Nel 2003, infatti, hanno dichiarato di fumare sigarette il 25,8% dei maschi e il 21,9% delle femmine, a fronte, rispettivamente, del 29,2% e del 31,6% del 2009. Nel periodo considerato, dunque, il tabagismo è cresciuto, in particolare tra le femmine (+9,7%).

Tra il 2003 e il 2009, oltre ad aver riscontrato un generico aumento del numero di fumatori, si è anche registrato un abbassamento della loro età. Se nel primo anno considerato, infatti, la percentuale di adolescenti in età compresa tra i 12 e i 14 anni che ammette di fumare sigarette è pari a 10,9% a fronte del 35,7% dei più grandi, a tre anni di distanza i tabagisti più piccoli sono il 17,9% rispetto al 39,3% dei 16-19enni.

**Bullismo: il monitoraggio costante.** L'Eurispes e il Telefono Azzurro sono stati fra i primi a indagare la portata del fenomeno nel nostro Paese. Nel corso degli anni, hanno realizzato e distribuito, presso diverse scuole, questionari in grado di ottenere informazioni più dettagliate non solo sulla diffusione, ma anche sui meccanismi psicologici e sulle dinamiche alla base del rapporto

prevaricatore-prevaricato, sulle implicazioni sociali e sulle varie tipologie del fenomeno. È nel 2000 che, per la prima volta, fra le pagine del 1° *Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza*, compare il tema della “prevaricazione tra i bambini”, trattato sulla scia dei risultati ottenuti da un'indagine Eurispes, condotta nei primi mesi di quell'anno, su un campione di 1.118 studenti delle ultime tre classi della scuola primaria di primo grado. Nell'indagine furono messe a confronto le risposte relative alle prepotenze subite e a quelle agite. I dati mostrarono come le prepotenze di entrambe le tipologie coinvolgessero maggiormente l'universo maschile. In particolare, furono prevalentemente i bambini del Sud e delle Isole a dichiarare di agire le prepotenze (18,8%) e quelli del Nord a dichiarare di subirle (18,1%).

Nel 3° *Rapporto Eurispes-Telefono Azzurro* del 2002 si sono registrati i primi risultati significativi riguardo al bullismo. Alla domanda “Ti è mai capitato di picchiare o minacciare qualcuno?”, più della metà dei bambini e degli adolescenti di sesso maschile, ai quali è stato somministrato il questionario, ha risposto affermativamente: rispettivamente il 55,3% e il 63,8%. Sempre nel 2002, un terzo dei bambini maschi (33,4%) afferma di aver visto verificarsi, nella propria scuola, “minacce o atti di prepotenza continui da parte dei compagni” e quasi il 20% riferisce, addirittura, il verificarsi di “continue violenze fisiche da parte dei compagni”.

Per quanto concerne gli adolescenti, tra il 2002 e il 2004 è stato rivelato, in particolare, un aumento di due forme di prevaricazione: “le minacce o atti di prepotenza continui da parte dei compagni” (dal 33,5% nel 2002 al 35,4% nel 2004) e “le continue violenze fisiche da parte dei compagni” (dal 10,9% al 16,8%).

Nel 2005, con il 6° *Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza*, ai bambini (2.044 unità, di età compresa tra i 7 e gli 11 anni) sono state poste domande volte ad analizzare il loro coinvolgimento in situazioni di prevaricazione, sia nel ruolo di “spettatore” che di “vittima”.

Nelle indagini effettuate nel 2008 e nel 2009, si riscontra, tra i bambini, un cambiamento degli atteggiamenti di chi assiste a episodi di bullismo. Tra chi assume un atteggiamento riconducibile alla categoria comportamentale di “maggioranza silenziosa”, aumenta la percentuale di coloro che rimangono indifferenti (5,1% nel 2008 e 11,1% nel 2009) e di coloro che “si divertono” (9,5% nel 2008 e 13% nel 2009). Confortante è, tuttavia, la percentuale (in aumento all'interno dell'indagine effettuata nel 2009) di coloro che, secondo quanto riportato dai bambini intervistati, “aiutano la vittima” in un episodio di bullismo (15,2% nel 2008 e 19% nel 2009). Tra gli adolescenti, nel 2009, invece, è l'indifferenza la reazione che si manifesta più frequentemente (19,5%) con una percentuale di quasi sette punti superiore a quella dell'anno precedente (12,1%). In generale, l'atteggiamento di chi “assiste senza intervenire”, pur “disapprovando” (20,3%) o “allontanandosi per non essere presi di mira” (9,9%), sembra quello più frequente tra i ragazzi e le ragazze che assistono ad un episodio di bullismo, ancora di più rispetto al 2008, quando il 15,5% degli adolescenti “disapprovava senza intervenire” e il 7,7% si “allontanava per non essere preso di mira”. A fronte di un aumento degli “spettatori silenziosi”, rispetto al 2008 diminuiscono, seppur di poco, i *bulli gregari*: quelli che “si divertono” (21,1% nel 2009 vs 21,4% nel 2008) e quelli che “danno man forte ai bulli” (1,8% del 2009 vs 2,5% nel 2008). Anche gli *spettatori attivi*, quelli che “aiutano la vittima” direttamente (10,3% nel 2009 vs 11,4% nel 2008) oppure chiedendo l'intervento di un adulto (4,2% nel 2009 vs 4,7% nel 2008), diminuiscono lievemente.

**I comportamenti prevaricatori più diffusi.** Analizzando l'andamento dell'arco temporale che va dal 2007 al 2009, è possibile rilevare come, complessivamente, il dato circa le vittime di comportamenti di prevaricazione è lievemente diminuito per quanto riguarda i bambini maschi. Le bambine, invece, lamentano, in percentuale maggiore, nell'ultimo anno, rispetto ai due anni precedenti, di aver ricevuto “offese immotivate ripetute” (27%), “provocazioni e/o prese in giro ripetute” (27,4%) e “percosse” (8,2%). Un dato non trascurabile è emerso dai due Identikit del bambino e dell'adolescente del 2009: quando si è indagato sulla “diffusione di informazioni false o cattive su di te” che ha coinvolto il 22,1% dei bambini e il 21,8% delle bambine e il 22,8% degli adolescenti maschi e ben il 30,4% delle adolescenti femmine.

**Bullo o bulla?** Ultimamente i media riportano spesso episodi di bullismo messi in atto da ragazze: si parla in questo caso di “bullismo al femminile”. Il 13,8% delle bambine riferisce, nel 2009, di essere stata vittima di bullismo ad opera di una coetanea, anche se in testa alla classifica delle angherie perpetrate rimangono sempre i coetanei maschi (per il 23,6% secondo i maschi e per il 12% secondo le femmine). Il bullismo femminile di gruppo colpisce poi le bambine nel 4,4% dei casi. Da non sottovalutare poi il dato che vede bambini e bambine vittime di una bulla della stessa età (7,7%) o di una ragazza più grande (1,2%), se non addirittura da un gruppo di femmine (2,8%).

**I cyber bulli.** A domande dettagliate sul cyberbullismo hanno risposto i bambini fra i 7 e gli 11 anni, nel 2007 e nel 2008 affermando, nella maggior parte dei casi, di non essere coinvolti in episodi di questo tipo. Per quanto riguarda gli adolescenti, invece, nel *Rapporto* del 2009, è emersa una percentuale maggiore, rispetto a quello del 2008, di coloro che dichiarano di essere stati protagonisti, sia nel ruolo di “vittima” che di “carnefice”, in episodi di cyberbullismo. In particolare, la percentuale degli adolescenti che dichiarano di aver “ricevuto messaggi, foto o video offensivi o minacciosi”, qualche volta/spesso, aumenta dal 3% del 2008, al 5,6% del 2009. Chi afferma di “ricevere o trovare informazioni false sul proprio conto” qualche volta/spesso, nel 2009, raggiunge il 12,6% a fronte dell'11,6% dell'anno precedente, aumento di un punto percentuale che si riscontra anche tra chi dichiara di “essere escluso intenzionalmente da gruppi online” qualche volta/spesso (1,7% nel 2008 vs 2,7% nel 2009). In particolare, nell'Identikit del 2009, tra i comportamenti identificati come atti di bullismo è stata inserita l'opzione “diffusione di informazioni false o cattive su di te”. Questo item è stato indicato dal numero più alto sia di bambini (22% circa) che di adolescenti (26,6%).

**Pedofilia e Internet: le indagini campionarie di Eurispes e Telefono Azzurro.** Nel 2006, nell'analisi del rapporto tra Web e minori, è emerso che gli adolescenti italiani navigano nella maggioranza dei casi da soli (74,8%), mentre solo il 2,5% naviga in compagnia dei propri genitori. Abbastanza diffusa (19,9%) è anche l'abitudine di esplorare il web per divertirsi insieme ai propri amici o in compagnia dei fratelli. Relativamente ai bambini, invece, l'indagine del 2006 mostra come circa un bambino su tre (33,6%) si colleghi ad Internet da solo e quindi in totale libertà e in assenza di controllo, mentre il 29,1%

naviga in presenza dei genitori e il 15% in compagnia di amici o dei fratelli. Tali dati rappresentano un invito a riflettere sul fatto che sono molti i bambini che hanno accesso libero e autonomo a siti con potenziali contenuti violenti o pericolosi.

La maggioranza dei ragazzi (78,2%) ha sostenuto di non aver subito “molestie” virtuali da parte di adulti, ma non è da sottovalutare la percentuale (17,6%) di coloro che hanno affermato di aver incontrato in chat un adulto che ha dato loro fastidio. Il confronto dei risultati del sondaggio realizzato nel 2006 con quelli emersi due anni dopo, ha evidenziato fortunatamente una riduzione del fenomeno (7,7%). Anche nel caso dei bambini si è registrata nel 2006 una percentuale molto elevata di soggetti che hanno dichiarato di essere stati molestati in chat da persone adulte: circa un bambino su cinque (20,5%). Ben il 24,1% dei bambini, inoltre, ha preferito non dare alcuna risposta in proposito. Ma le amicizie virtuali soppiantano del tutto quelle reali o comunque i bambini preferiscono consolidare dal vivo le amicizie nate on line? Dai risultati dell’indagine del 2006 si evince che il 20,5% dei bambini ha preferito incontrare dal vivo soggetti conosciuti tramite Internet. Il 55,3% sostiene il contrario e afferma quindi di non aver mai fatto amicizia con qualcuno conosciuto tramite Internet. Nel caso degli adolescenti invece, è emerso che un terzo dei ragazzi ha instaurato nuovi rapporti di amicizia tramite Internet (34,2%). Questo non è avvenuto nel 61,8% dei casi. Indicata dal 74,8% degli adolescenti, la chat come mezzo per fare amicizia in Rete è seguita a grande distanza dalla posta elettronica (6,9%), dai giochi di ruolo (3,1%), dai forum (2,3%), dai blog (1,8%) e dalle newsletter (1,3%). Interrogati sul modo con cui fanno amicizia usando Internet, i bambini accordano la propria preferenza all’utilizzo di chat (32,7%) ed e-mail (30,7%), mentre una percentuale di poco inferiore preferisce partecipare a giochi di ruolo (19,3%), scrivere su un forum (8,7%) o su di un blog (5,3%); solo una minima parte sottoscrive una newsletter (2,7%). Se la maggioranza del campione intervistato nel 2006 (55,5%) assicura che le conoscenze nate su Internet non hanno mai avuto seguito, nella realtà è pur vero che per il 33,3% degli adolescenti (vale a dire uno su tre) si è verificato esattamente il contrario. Nel 22,4% dei casi si è trattato di incontri avvenuti singolarmente, nel 9,4% insieme ad amici o fratelli e solo nell’1% dei casi insieme ai genitori o in compagnia di altri adulti (0,5%). La domanda, riproposta l’anno successivo (2007), ha evidenziato una riduzione della percentuale degli adolescenti che hanno incontrato dal vivo una persona conosciuta tramite il web (12,3%). Nell’indagine del 2008, tale percentuale diminuisce ulteriormente: sono infatti il 94,1% gli adolescenti che non hanno incontrato dal vivo una persona conosciuta su Internet.

**I minori scomparsi: un fenomeno a livello mondiale.** Il fenomeno dei bambini scomparsi è diffuso in tutto il mondo. Gli Stati Uniti sono stati il primo paese in cui si è sviluppata una grande sensibilità verso queste situazioni, anche perché tale problema assume negli Usa proporzioni assai rilevanti: si pensi che sono circa 2.000 i bambini che scompaiono ogni giorno negli Stati Uniti; ben 800.000 all’anno, anche se va sottolineato che la maggior parte di loro viene ritrovata velocemente (NCMEC, Annual Report 2008).

**I dati italiani.** In Italia, i dati sui minori scomparsi sono forniti dalla Direzione Centrale Anticrimine della Polizia di Stato – Servizio Centrale Operativo – Divisione Analisi – Sezione Minori. I dati, aggiornati al 4 marzo 2010, evidenziano che nel 2009 sono stati ben 1.033 i minori italiani e stranieri per i quali sono state attivate le segnalazioni di ricerca sul territorio nazionale e che risultano ancora inseriti nell’archivio delle ricerche. Dal 1° gennaio al 4 marzo 2010 risultano già 222 casi (158 stranieri e 64 italiani). Dal 2007 al 2009 si è verificato un costante incremento che mostra inoltre come la maggior parte delle scomparse riguardi minori di nazionalità straniera (240 nel 2007, 631 nel 2008 e 717 nel 2009 contro 68 italiani nel 2007, 173 nel 2008 e 316 nel 2009). La fascia d’età più consistente di minori da rintracciare è quella compresa tra i 15 e i 18 anni, per lo più ragazzi che si allontanano volontariamente dal loro domicilio o dalla comunità (653 nel 2009; 149 al 4 marzo 2010). In tutte le fasce di età il numero di minori stranieri scomparsi sia significativamente più elevato rispetto a quello degli italiani. Su 204 minori tra 11 e 14 anni scomparsi nel 2009, 136 sono stranieri; lo stesso accade nella fascia 0-10 dove su 176 piccoli, 97 sono stranieri. Il fenomeno è più consistente tra i 15 e i 18 anni: su 653 minori, 484 sono stranieri.

**Il 116.000, numero unico europeo per i bambini scomparsi.** Per far fronte al problema dei minori scomparsi e all’eterogeneità di situazioni che tale macrocategoria comprende, la Commissione Europea, con le Decisioni n. 116 e n. 698 del 15 febbraio e del 29 ottobre 2007, ha deciso di destinare l’arco di numerazione che inizia con 116 a servizi armonizzati a valenza sociale, costituendo così il Servizio 116.000, una linea diretta per i bambini scomparsi, ed esortando i paesi membri a introdurlo e renderlo operativo. In Italia, nel 2008, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha reso disponibile e considerato riservato per l’uso da parte del Ministero dell’Interno, anche avvalendosi di soggetto esterno, il “116000 - Linea telefonica diretta per i minori scomparsi”. Dal 25 maggio 2009 – giornata internazionale dei bambini scomparsi – il 116.000 è attivo nel nostro Paese e gestito da Telefono Azzurro, a seguito della firma di un Protocollo di Intesa con il Ministero dell’Interno che ne ha determinato l’affidamento diretto all’Associazione, che si è impegnata a mettere in campo risorse proprie per la gestione del progetto. Il 116.000 gestito da Telefono Azzurro è un servizio gratuito e raggiungibile da telefonia fissa e mobile di tutta Italia. Il suo compito è quello di rispondere 24h su 24 alle segnalazioni provenienti dal territorio nazionale relativamente a situazioni di scomparsa di minori e supportare le indagini delle autorità competenti attraverso accordi e procedure operative che Telefono Azzurro ha definito e condiviso con le Forze di Polizia.