FORUM PA

IL FUTURO DELLA RETE

RAPPORTO SULLA DOMANDA DI BANDA LARGA

GLI ITALIANI, INTERNET E IL DIGITAL DIVIDE

FEBBRAIO 2010

RICERCHE

il futurodellarete

OSSERVATORIO SULLA DIFFUSIONE DELLE RETI TELEMATICHE E DEI SERVIZI ON LINE

RAPPORTO sulla domanda di banda larga

gli italiani, internet e il digital divide

febbraio 2010

FORUM PA

I PARTNER DELL'OSSERVATORIO

Alcatel·Lucent

aria

CISCO

ERICSSON
TAKING YOU FORWARD

hp invent

IBM

infracom

SI InfratelItalia
SviluppoItalia

ITALTEL
Roots to the future

linkem
keep in touch

Posteitaliane

Sirti

Skylogic
a eutelsat company
Satellite Broadband for Business

TELECOM ITALIA

TEX97

VITROCISET

vodafone

WIND

IL GRUPPO DI LAVORO

Il gruppo di lavoro:

- Gianni Dominici – Direttore della ricerca, direttore generale del FORUM PA
- Luigi Reggi – ricercatore, a cui si deve in particolare il capitolo 2
- Giada Maio – ricercatore, a cui di deve in particolare il capitolo 3
- Rachele Nocera – coordinamento e supervisione

INDICE

INTRODUZIONE..... PAG. 5

CAPITOLO 1: L'ITALIA AL CONFRONTO INTERNAZIONALE

1.1 LO SVILUPPO DELLA RETE TRA DOMANDA E OFFERTA.....PAG. 8
1.2 L'ACCESSO A INTERNET NEL CONFRONTO EUROPEO.....PAG. 10
1.3 LA STRUTTURA DEMOGRAFICA E IL GAP GENERAZIONALE.....PAG. 13

CAPITOLO 2: GLI UTENTI INTERNET IN ITALIA. L'IDENTIKIT

2.1 COME SI RAPPORTANO GLI ITALIANI ALLE NUOVE TECNOLOGIE.....PAG. 19
2.2 IL "CERCHIO DELLA VITA" DIGITALE.....PAG. 23
2.3 ACCESSO A INTERNET: SPESSO E DA CASA.....PAG. 26
2.4 DOTAZIONI TECNOLOGICHE E DIGITAL DIVIDE.....PAG. 28
2.5 IL MEZZOGIORNO ARRANCA TRASCINATO DALLE REGIONI DELLA "CONVERGENZA.....PAG. 30
2.6 GLI ATTUALI ESCLUSI: QUALI INDICAZIONI DI POLICY.....PAG. 33
2.7 LA FAMIGLIA E LO SCAMBIO INTER-GENERAZIONALE.....PAG. 36

CAPITOLO 3: LE FAMIGLIE ITALIANE NELL'ERA DI INTERNET

3.1 GLI ITALIANI TRA TECNOLOGIE E DIVARIO DIGITALE.....PAG. 37
3.2 BANDA STRETTA PER CONTENUTI E SERVIZI APPENA SUFFICIENTI.....PAG. 44
3.3 L'UTILIZZO DEI SERVIZI DI E-GOVERNMENT.....PAG. 46
FOCUS CHI È PRONTO ALLA FRONTIERA DELLA PARTECIPAZIONE E DEL WEB 2.0?.....PAG. 50

APPENDICE: LE PRINCIPALI POLITICHE DI RIFERIMENTO

A.1 AZIONI DELLA COMMISSIONE EUROPEA: BANDA LARGA.....PAG. 56
A.2 AZIONI DELLA COMMISSIONE EUROPEA: INCLUSIONE.....PAG. 58
A.3 DATI E STATISTICHE DI CONTESTO.....PAG. 60

INTRODUZIONE

Approfondire, ragionare sulla domanda e sulla diffusione della banda larga in Italia porta inevitabilmente e necessariamente ad assumere una prospettiva di analisi in grado di rendere conto dell'articolazione e delle differenziazione con cui le nuove tecnologie si stanno diffondendo negli ambiti economici, sociali e culturali italiani.

Non si tratta, infatti, semplicemente di distinguere tra chi è connesso e chi no, di analizzare fenomeni riconducibili alla dimensione del consumo ma di comprendere comportamenti e bisogni che sono alla base dello sviluppo o meno di una nuova competitività del nostro Paese come del riconoscimento o meno dei nuovi diritti di cittadinanza. La società in rete che si è delineata nel corso dell'ultimo decennio a livello internazionale implica una partecipazione attiva delle imprese e delle famiglie che altrimenti rischiano l'isolamento dal punto di vista economico, culturale e sociale.

I risultati che emergono dal Rapporto, che proprio per tenere conto di questa articolazione e differenziazione della domanda è stato realizzato utilizzando diversi strumenti di indagine integrati, purtroppo evidenziano una realtà di generale debolezza della domanda di connessione da parte delle famiglie italiane.

Gli italiani sono dei grandi consumatori di tecnologie ma esprimono prevalentemente una domanda elementare di connettività concentrando i consumi ad attività di base quali l'accesso alla posta elettronica e la ricerca di informazioni on line. Non è un caso che se la posizione rispetto al resto dell'Europa è modesta per quanto riguarda l'incidenza di coloro che usano abitualmente Internet da casa e dal posto di lavoro, siamo tra i primi per quanto riguarda la navigazione tramite cellulare: utilizziamo internet come se fosse un semplice prodotto di consumo.

La prima dimensione del problema deriva dalla struttura stessa della popolazione italiana. Il nostro, come è noto, è un paese con una grandissima incidenza della popolazione anziana sul resto della popolazione, siamo tra i primi in Europa per quanto riguarda l'indice di dipendenza degli anziani: 30,4% contro una media europea (UE27) del 25,4%. Un dato strutturale che spiega però solo in parte l'arretratezza della domanda di connettività. Se è vero, infatti, che la domanda di contenuti digitale viene espressa prevalentemente all'interno della classi di età giovanili, che è soprattutto attraverso i ragazzi, i figli che le tecnologie entrano tra le mura domestiche delle famiglie italiane, è vero anche che gli anziani italiani sono comunque quelli che in Europa risultano meno tecnologicamente alfabetizzati. E questo perché la variabile dominante in Italia, nel caso delle attitudini all'utilizzo delle nuove tecnologie, è legata prevalentemente alla condizione professionale. E' soprattutto nell'ambito lavorativo che in Italia si è sviluppata la possibilità di utilizzare le nuove tecnologie, per cui chi è in condizione non lavorativa (perché in pensione o perché casalinga) è rimasto escluso da occasioni di alfabetizzazione tecnologica. Non solo, l'Italia è il paese in cui è poco diffuso, rispetto alla media europea, il ricorso alla formazione degli adulti, soprattutto tra le classi di età più avanzate degli over 55. In sintesi, coloro che sono in pensione hanno avuto fino ad oggi poche occasioni di utilizzare le nuove tecnologie mentre coloro che sono appena usciti dal mercato del lavoro sono arrivati all'età pensionabile spesso non professionalizzati alle nuove tecnologie. Ne risulta che la maggior parte di coloro che non usa Internet appartiene alle fasce di età più avanzate e che, come estrema conseguenza, tra gli ultra 75enni gli attuali esclusi siano quasi la totalità dei cittadini.

La seconda dimensione riguarda l'articolazione territoriale degli attuali esclusi. I dati raccolti dall'Istat a livello territoriale sottolineano la permanenza di uno svantaggio del Sud rispetto al resto del Paese. Nel Mezzogiorno, infatti, la percentuale di esclusi digitali sfiora il 65%, mentre si attesta intorno al 53% a Nord e al 55% al Centro. Infine, è importante considerare la tipologia di Comune di residenza degli intervistati per capire se il fatto di vivere in un'area a forte urbanizzazione o periferica può incidere sull'utilizzo della rete. I dati confermano l'esistenza di un certo divario tra aree metropolitane e

periferiche, con particolare riguardo ai Comuni di minori dimensioni, presumibilmente meno raggiunti da un'adeguata copertura di banda larga. Infatti, mentre i residenti nei comuni tra i 2.000 e i 50.000 abitanti presentano percentuali di esclusione del tutto paragonabili (poco meno del 60%), coloro che abitano nei centri minori soffrono maggiormente del problema dell'esclusione digitale (66,1% la percentuale di coloro che non hanno mai usato Internet).

La terza dimensione, infine, investe i comportamenti di coloro che comunque utilizzano Internet. Accanto alla quota prevalente di attuali esclusi che non hanno mai usato Internet (57,2%), l'analisi ha permesso di individuare la categoria degli scarsi utilizzatori (che hanno usato internet almeno una volta negli ultimi tre mesi senza effettuare attività significative) che è pari al 23,9%, gli utenti "tradizionali" che rappresentano l'11,4% e i nativi digitali che con il 7,5% rappresentano coloro che fanno un utilizzo avanzato della rete. Avere accesso alla rete, quindi, di per sé non significa utilizzarne appieno le diverse possibilità perché, come indicano i dati, spesso per alcune categorie le informazioni e contenuti non vengono considerati di sufficiente interesse. Il fatto importante e problematico è che sia i dati di confronto europeo forniti da Eurostat sia i dati italiani dell'Istat evidenziano che tra gli scarsi utilizzatori c'è una elevata incidenza anche di pubblico giovane.

Dalle dimensioni analizzate scaturiscono alcune considerazioni di sintesi:

- esiste in Italia un *digital divide* infrastrutturale articolato su più livelli: quello economico/geografico (generalmente riferito alle differenze tra le zone del Mezzogiorno ed il Centro-Nord del Paese), quello tipologico (tra diverse zone all'interno della stessa area geografica, in funzione tipicamente della densità sia abitativa che produttiva) e quello di livello micro (che riguarda invece le diversità che possono essere presenti anche all'interno delle singole aree, in funzione di particolari condizioni orografiche o legate al bacino di utenza);
- esiste, allo stesso tempo, un *digital divide* culturale e sociale dovuto prevalentemente alla condizione professionale, allo scarso ricorso alla formazione informale e professionale e al titolo di studio che investe tutte le classi demografiche italiane, cioè sia i giovani (in misura minore) sia gli anziani.

Ritardi, quindi, sia di natura infrastrutturale sia di natura sociale che pongono il nostro Paese, appunto, in una posizione di retroguardia in termini di utilizzo della rete e di diritti di cittadinanza digitale.

Rispetto a queste dimensioni problematiche le possibili linee di intervento non possono seguire una semplice logica incrementale di miglioramento dei diversi aspetti problematici. Alcune delle dimensioni analizzate, ad esempio, negli ultimi mesi stanno registrando delle dinamiche interne positive. E' il caso dell'alfabetizzazione delle classi più anziane che negli ultimi quattro anni ha registrato importanti incrementi relativi e questo perché Internet, oltre che nei posti di lavoro, si sta diffondendo sempre di più anche nelle abitazioni permettendo alle persone anziane di entrare in contatto, magari tramite degli intermediari, alle nuove tecnologie. Così come, in prospettiva, è ipotizzabile che i "nuovi anziani", più istruiti e professionalizzati rispetto agli attuali over 60 e over 70, avranno già una consuetudine all'uso delle tecnologie che si portano come eredità dalla precedente condizione professionale. Ma sono, appunto, dei miglioramenti incrementali che rischiano di non tenere il passo con i ritmi imposti dal cambiamento.

Un forte recupero del nostro paese nella diffusione dell'economia digitale non può che passare per la definizione di policy specifiche finalizzate a ridurre drasticamente il *divide* infrastrutturale, a combattere il divide culturale e a stimolare la domanda attraverso la produzione e l'offerta sempre più ampia di contenuti. Se alla prima necessità è dedicata la parte della ricerca de Il Futuro della rete pubblicata nello specifico volume qui vengono riportate le possibili leve per affrontare le altre due dimensioni del problema.

Per quanto riguarda il *divide* culturale la maggior parte degli attuali esclusi lamenta la mancanza di competenze o di interesse quale motivo principale per l'attuale non utilizzo di internet. Appare evidente l'importanza che su questo elemento possono avere campagne di informazione e di comunicazione ma, soprattutto, la centralità della formazione sia di natura professionale sia scolastica. Guardando ai dati europei di confronto tra i diversi Paesi risulta forte la correlazione tra alfabetizzazione informatica e attività formative: i Paesi dove più alta la percentuale di cittadini che hanno frequentato corsi formali o informali sono gli stessi Paesi dove i comportamenti di utilizzo delle tecnologie di rete sono più avanzati. La società dell'informazione è basata prevalentemente sul capitale umano con un continuo bisogno di accrescimento di competenze e conoscenze.

Sullo sviluppo dei contenuti in grado di stimolare la domanda sono molteplici i soggetti in campo: dall'industria audiovisiva al sistema dei servizi privati ma un ruolo predominante e decisivo nel breve e nel medio periodo può essere assunto dalla pubblica amministrazione centrale e locale. In un contesto economico come quello italiano in cui il sistema economico e produttivo è frammentato in una moltitudine di piccole e piccolissime aziende, la pubblica amministrazione può essere il soggetto trainante per sostenere e diffondere la cultura dell'economia digitale.

Le esperienze di rete civiche prima e i programmi di e-government poi sono stati, d'altronde, elementi qualificanti della nascita della telematica italiana. Ma la spinta propulsiva della telematica pubblica ha perso quella forza iniziale stabilizzandosi su un'offerta di contenuti sostanzialmente di natura istituzionale.

C'è bisogno che avvenga in Italia quello che sta avvenendo nella Pubblica Amministrazione degli Stati Uniti e in altri paesi quali il Regno Unito e l'Australia dove l'offerta di contenuti pubblici sono diventati elemento portante nel sostenere l'economia dei servizi digitali. Il primo atto in assoluto che Barack Obama ha firmato in quanto Presidente è stato il documento Transparency and Open Government, un testo di appena una pagina in cui però vengono definiti come strategici per il Paese tre principi guida: il governo deve essere trasparente, partecipativo e collaborativo. Nel documento non si fa riferimento, se non per inciso, alla tecnologia, piuttosto vengono individuati e descritti con puntualità gli uffici preposti e i responsabili del raggiungimento di questo obiettivo. E' bastata una dichiarazione chiara, forte e, soprattutto, credibile per far si che in pochi mesi si attivasse da parte di soggetti pubblici e privati un'immediata risposta di soluzioni ed iniziative.

Per poter ridare vitalità al sistema dei servizi pubblici telematici in Italia c'è quindi bisogno che anche da noi si individui un nuovo modello capace di catalizzare capacità e competenze sia interne al settore pubblico sia private. Partendo proprio dalle Linee guida per i siti web delle PA pubblicate recentemente dal Ministero per l'Innovazione e la Pubblica Amministrazione si tratta di accompagnare la Pubblica Amministrazione italiana verso soluzioni che abbiano le caratteristiche delle *open platform* e le modalità delle pubbliche amministrazioni in rete. Un modello che avrebbe il duplice risultato di avvicinare i cittadini alle istituzioni facendo salire anche la fiducia e la dimestichezza nei confronti delle nuove tecnologie e di coinvolgere il settore privati, creando valore aggiunto anche dal punto di vista economico, nella creazioni di servizi e soluzioni.

CAPITOLO 1
L'ITALIA AL CONFRONTO INTERNAZIONALE

1.1 *Lo sviluppo della rete tra domanda e offerta*

Una rete accessibile e un'ampia gamma di servizi sono oggi condizioni abilitanti per lo sviluppo economico e la crescita del capitale sociale. La rete è fattore di sviluppo e garanzia di diritti: Internet, per l'enorme quantità di dati, informazioni e conoscenza che veicola e per la possibilità di offrire l'accesso a una gamma estremamente vasta di servizi, sia di carattere commerciale, che a rilevanza sociale, va considerato come un servizio universale[1], di cui dovrebbe potersi avvalere la generalità dei cittadini.
In questo scenario di crescente importanza della "rete" dal punto di vista sociale ed economico, la situazione del nostro Paese presenta una situazione per molti versi complessa, caratterizzata da alcuni limiti ma anche molte opportunità. E' in particolare il confronto con l'Europa (o con l'area OCSE) che offre elementi di riflessione poiché consente di posizionare l'Italia, rispetto ad economie analoghe, nello scenario di sviluppo della rete e di individuare situazioni di ritardo così come leve da utilizzare, nella definizione delle policy, per accelerare lo sviluppo di una infrastruttura vitale.
Il "dilemma" di fronte a cui si trovano i policy maker è quello di interpretare le dinamiche e i fattori che influenzano lo sviluppo della rete e, in una estrema semplificazione, se occorra intervenire più sull'offerta ovvero sulla domanda: è la disponibilità ampia e diffusa di una infrastruttura di rete e quindi di connessione in larga banda che fa da traino allo sviluppo della domanda, o è la domanda di internet che determina gli scenari e le prospettive di investimento per l'investimento nell'infrastruttura di rete da parte del mercato?

Il problema non è di facile soluzione e con tutta probalità non vi è una risposta definitiva: ciascun Paese ha individato percorsi diversi attuando con formule e strumenti diversi il mix tra sostegno alla domanda e stimolo all'offerta. Tuttavia rimane l'ambito della "domanda" quello su cui convergono le attenzioni dei policy maker: sia perché ormai sono numerosi gli studi che confermano una relazione positiva tra il sostegno alla domanda e lo sviluppo della rete, sia perché i Paesi avanzati, nell'ottica di

---

[1] Direttiva 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (direttiva servizio universale).
La direttiva «servizio universale» fa parte del «pacchetto telecom» e, insieme ad altre quattro direttive («quadro», «accesso e interconnessione», «autorizzazione» e «vita privata e comunicazioni elettroniche»), intende riformare il quadro normativo esistente delle telecomunicazioni e rendere il settore delle comunicazioni elettroniche più competitivo.
Per **servizio universale** si intende l'obbligo di uno o più operatori di reti e/o di servizi di comunicazione elettronica di fornire un insieme minimo di servizi a tutti gli utenti a un prezzo abbordabile, indipendentemente dalla loro ubicazione geografica sul territorio nazionale.
Nell'ambito del riesame periodico della Direttiva, il Comitato delle regioni (Parere del Comitato delle Regioni servizio universale nelle comunicazioni elettroniche e internet e le reti del futuro - 2009/C 120/08)

- sottolinea che il requisito di un accesso a Internet efficace e a prezzi ragionevoli è essenziale per la crescita economica, sociale e territoriale e per l'inclusione in tutta l'UE,
- constata che, trattandosi di un servizio paragonabile ad altri servizi pubblici come la fornitura di acqua ed elettricità, la banda larga è considerata sempre più spesso come un «quarto servizio pubblico»
- evidenzia il fatto che l'UE deve garantire che i servizi e le comunicazioni di alta qualità siano offerti a un prezzo ragionevole a tutti i cittadini, a prescindere dalla loro situazione sociale e geografica
- accoglie con favore gli sforzi della Commissione volti ad avviare una riflessione sul ruolo futuro del servizio universale nella prestazione di servizi di comunicazioni elettroniche, in particolare in merito all'offerta di un più ampio accesso ai servizi di comunicazioni elettroniche per tutti gli utenti, compresi i disabili
- sottolinea il ruolo chiave e la responsabilità degli enti regionali e locali nel concorrere a garantire un accesso all'alta velocità a prezzi ragionevoli nelle regioni in cui i meccanismi di mercato si rivelano insufficienti a tal fine, nel promuovere progetti pilota volti a colmare il divario in materia di *e*accessibilità e nello sviluppare nuove soluzioni per i servizi on-line incentrati sull'utente

internet come servizio universale, si trovano ad affrontare il tema della *e*-inclusion e quello speculare del *digital divide*, ovvero della esistenza di fasce più o meno consistenti della popolazione che per ragioni diverse (dalla mancanza di infrastruttura di accesso alla presenza di barriere di tipo sociale o culturale) sono escluse dall'accesso alla rete.

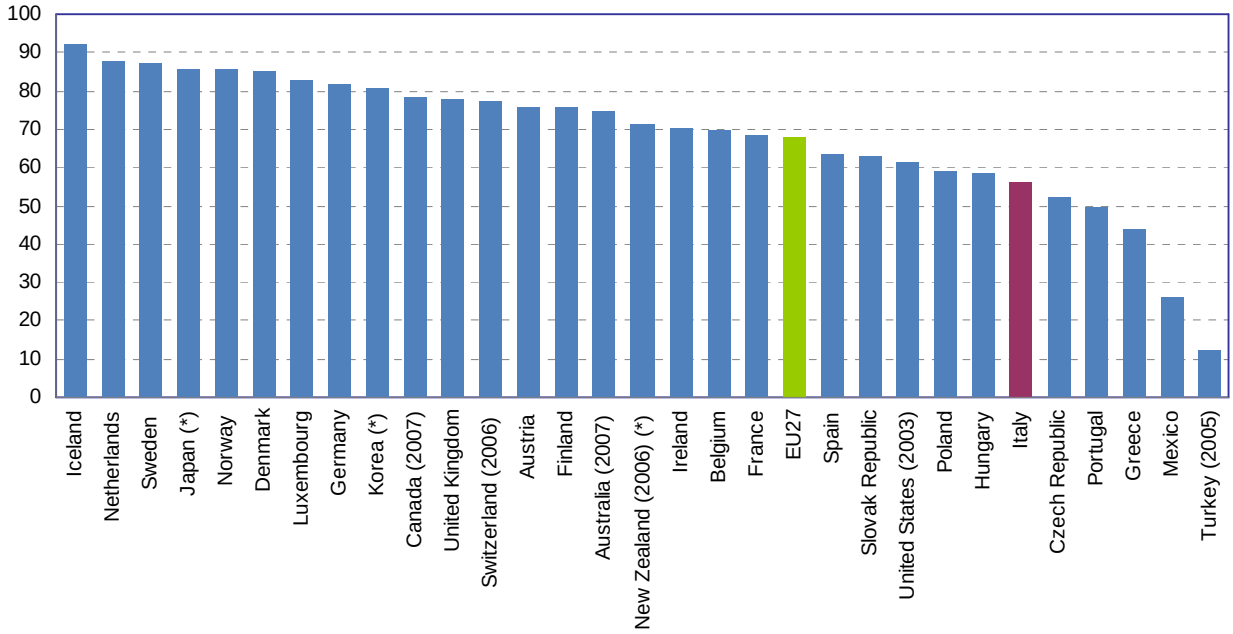
L'analisi della domanda assume quindi un rilievo peculiare e specifico: per porre in essere policy adeguate rispetto agli obiettivi di ***riduzione del digital divide*** e di ***empowerment della domanda***, occorre difatti individuare le cause specifiche del o dei *"divide"*. Il confronto internazionale sulle dinamiche in atto in Europa e in generale nei paesi avanzati può aiutare a individuare fattori specifici di *divide* e, in particolare, a capire se i fattori di freno o sviluppo attengano di più alla sfera del *divide* infrastrutturale o se invece debbano riferirsi maggiormente ad una sfera legata a comportamenti, abitudini, attitudini ***(cultural digital divide)***.

Anticipiamo quindi all'interno di questo sintetico capitolo qualche dato generale e qualche riflessione atti a orientare le analisi presentate successivamente. In particolare, interessa investigare se e quali dinamiche di consumo culturale e tecnologico, di utilizzo di servizi e prodotti, di adozione di tecnologia, che siano telecomunicazioni, videogiochi o computer connessi ad Internet, siano influenzabili dai policy maker e, quindi, quali sono i fattori culturali di freno o sviluppo della domanda di larga banda in Italia.
In questa prima parte vengono analizzate ***alcune determinanti della "domanda"*** che fanno riferimento, in un confronto internazionale, a variabili di tipo demografico e relative ai consumi di tecnologia di individui e famiglie, le quali vengono tradizionalmente tenute sotto osservazione nei più importanti benchmark internazionali.

1.2 *L'accesso a Internet nel confronto europeo*

Internet e computer sono per molti versi un binomio solidale. Nonostante oggi ci sia una moltiplicazione dei *device* che consentono l'accesso a Internet, dalle consolle di terza generazione, ai palmari e ai cellulari, il primo e ancora principale approccio con la rete avviene attraverso un PC.
L'Italia non sembra avere nutrito una particolare "simpatia" per il supporto computer che rappresenta, abbiamo detto, una prima condizione per l'accesso a Internet. Le famiglie italiane hanno in media ***meno computer*** rispetto quelle europee. Nella rilevazione OCSE, a fronte di una media europea di penetrazione del PC nelle famiglie del 68%, l'Italia presenta valori nettamente inferiori attestandosi sul 56%, sebbene rispetto all'ultimo dato Eurostat disponibile si sia registrato in due anni, dal 2006 al 2008, un incremento di 8 punti percentuali (le famiglie con PC a casa erano il 48% nel 2006). Naturalmente questo divario nella disponibilità di personal computer si traduce anche in uno speculare ritardo nella penetrazione di Internet.

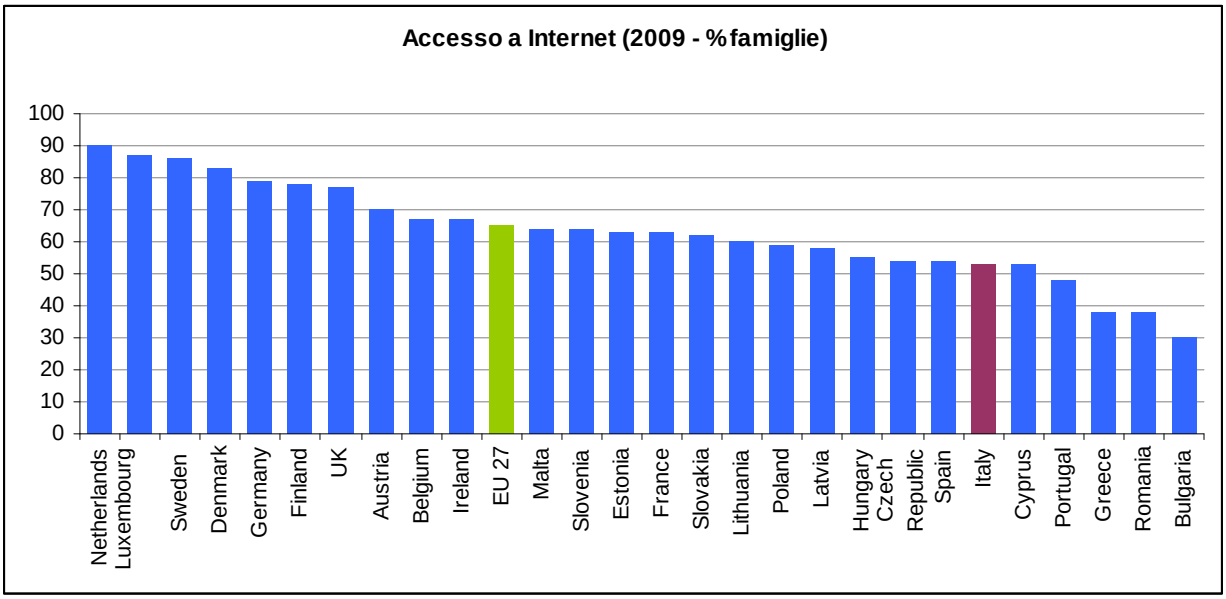
Figura 1 – Famiglie con un PC a casa, anno 2008 (valori %)



Fonte: OECD Broadband statistics

Analogamente, infatti, mentre ***Internet in Europa*** sta conoscendo una vera e propria esplosione, con una penetrazione tra le famiglie aumentata di oltre 15 punti percentuali dal 2006 al 2009, l'Italia rimane indietro, con una penetrazione del 53%. Ben lontani quindi dalla media UE che si attesta intorno al 65% delle famiglie. Tuttavia, anche nel nostro Paese il trend è positivo: nello stesso periodo l'aumento delle famiglie connesse è stato di 13 punti percentuali, con uno scarto significativo nell'ultimo anno (+ 6 punti percentuali dal 2008 al 2009) che possiamo considerare rivelatore di una progressiva consapevolezza dell'importanza di Internet.
Nonostante questo segnale positivo, tuttavia, l'Italia occupa posizioni di retroguardia nella diffusione della Società dell'Informazione, sia rispetto all'accesso a Internet da casa che rispetto alla penetrazione della banda larga. Dietro di noi infatti troviamo soltanto Grecia, Romania e Bulgaria, di certo non le economie più avanzate.
L'Italia accorcia le distanze ma ***il gap con i partner Europei rimane accentuato***.

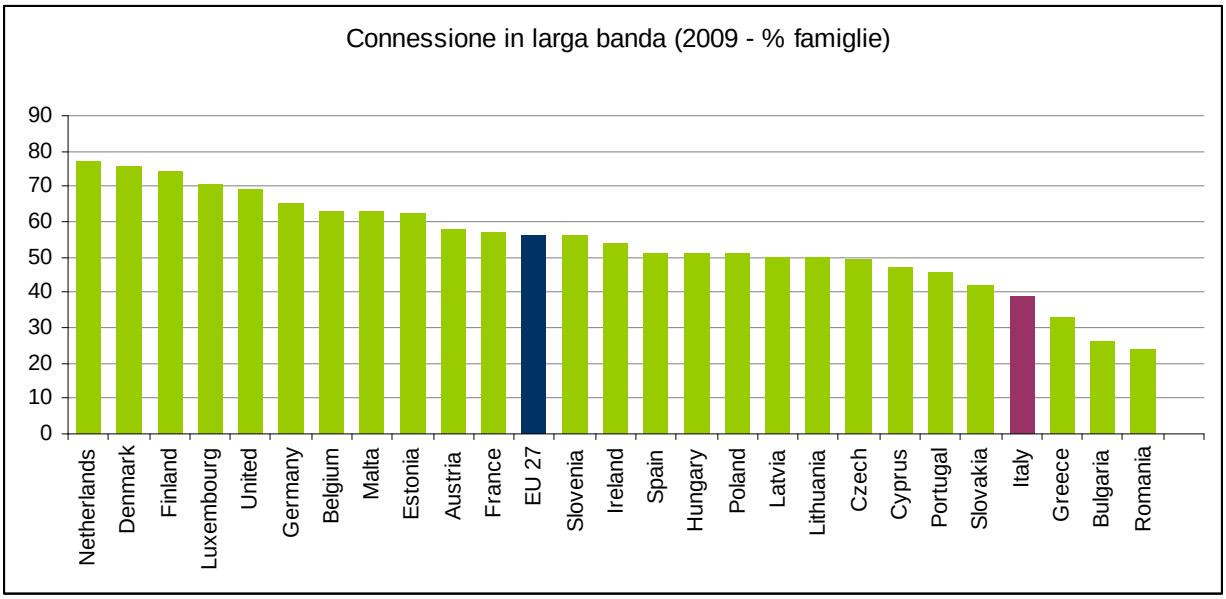
Figura 2 – Famiglie con accesso a Internet nella UE a 27, anno 2009 (valori %)



Fonte: EUROSTAT - Households having access to the Internet at home

Se prendiamo in considerazione il confronto mondiale, il divario nell'accesso a ***banda larga*** aumenta ulteriormente, influenzato da paesi come il Canada, l'Australia, gli Stati Uniti, il Giappone e la Korea, dove in rapporto alla popolazione la penetrazione del broadband è notevolmente più alta che in Europa, anche in virtù della presenza capillare, da più anni, di tecnologie come il cavo e la fibra ottica.

Figura 3 – Famiglie con accesso Internet in larga banda nella UE a 27, 2009 (valori %)



Fonte: EUROSTAT - Households with broadband access

A fronte di una penetrazione della banda larga al di sotto della media UE, complessivamente la tecnologia a ***banda stretta*** sembra essere più diffusa nelle famiglie italiane rispetto al resto della UE. Gli italiani del resto, hanno scelta fortemente polarizzata sulla tecnologia del rame: ADSL o Dial up. Altre tecnologie come il coassiale della TV via cavo, che in altri Paesi forniscono una valida

alternativa alla fibra ottica, in Italia sono praticamente inesistenti, mentre il satellite non ha avuto una penetrazione di qualche rilievo, in Italia come nel resto d'Europa.
E' da segnalare però che gli italiani utilizzano la rete di ***telefonia mobile per l'accesso a Internet*** in misura comparativamente più alta rispetto a quanto avviene in media nella UE, nonostante rimanga una modalità di un certo peso ma non ancora alternativa alla connessione da rete fissa.

Tabella 1 - Tipologia di accesso ad Internet da casa da parte delle famiglie (valori %, risposta multipla)

	ADSL	TV cavo	dial up	ISDN	mobile phone	satellite	power line	other
Belgium	58	33	10	1	1	1	0	0
Denmark	56	30	6	2	4	1	1	1
Germany	60	2	17	23	2	0	0	0
Spain	61	13	12	4	4	1	0	1
France	85	5	8	0	1	0	0	1
Italy	52	4	24	11	9	1	1	1
Hungary	40	43	5	2	5	2	1	2
Netherland	72	17	5	5	1	0	0	1
Finland	80	7	6	2	6	0	0	1
Sweden	63	15	11	2	6	0	0	1
UK	63	19	7	2	4	2	1	0

Fonte Eurobarometer, Indagine "E-Communications Household Survey" 2008

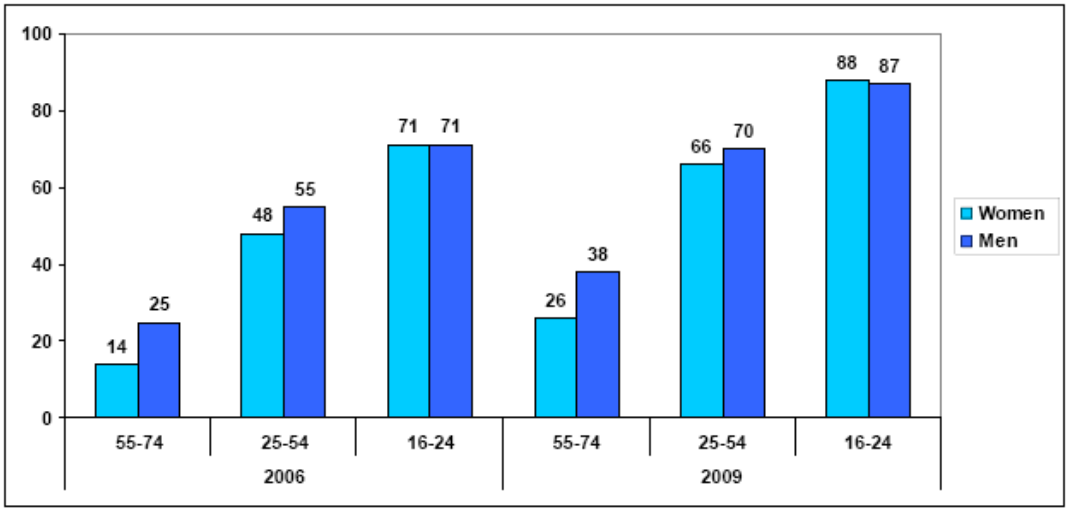
In sintesi quindi, il confronto internazionale ci mostra un Paese in ritardo nello sviluppo della domanda di Internet e larga banda. Se da un punto di vista economico ci posizioniamo, con robuste ragioni, in un cluster insieme con Francia, Germania, Regno Unito, che vediamo come termini di paragone ideali, dal punto di vista della penetrazione della rete la nostra posizione è più vicina a quella dei paesi dell'allargamento (Romania, Bulgaria, Cipro) che non a quelli della vecchia Europa, nonostante i trend di crescita dell'ultimo anno presentino segnali incoraggianti.
Il punto centrale è quindi tentare di capire come mai una economia sicuramente avanzata, con una popolazione che ha tenore e stili di vita non dissimili da quelli di Francia e Germania, con un tessuto produttivo caratterizzato da alti livelli di terziarizzazione, sia invece lontana dai livelli di diffusione di Internet raggiunti nel resto d'Europa.

1.3 *La struttura demografica e il gap generazionale*

Una delle dimensioni maggiormente indagate nell'analisi della domanda è relativa alla struttura demografica: sempre più numerose sono le evidenze di una ***correlazione tra l'utilizzo di Internet e il livello di educazione e la classe di età*** di appartenenza. L'ultima fotografia EUROSTAT esemplifica in maniera eclatante questa fenomenologia. In Europa negli ultimi quattro anni vi è stata una vera e propria esplosione di Internet: nella UE a 27 le famiglie connesse alla rete sono passate dal 49% del 2006 al 65% del 2009, un aumento di oltre 15 punti percentuali dietro cui vi sono però situazioni molto differenti che vanno da una penetrazione del 30% in Bulgaria al 90% dell'Olanda e con il nostro Paese che si attesta su una penetrazione di Internet nelle famiglie del 53%.

Una volta che Internet entra nelle case, connettersi alla rete diventa una attività quasi quotidiana: l'utilizzo abituale di Internet è aumentato, nella UE a 27, con delta sorprendenti in tutte le classi di età anche se il ***driver per eccellenza sono le fasce più giovani della popolazione***.

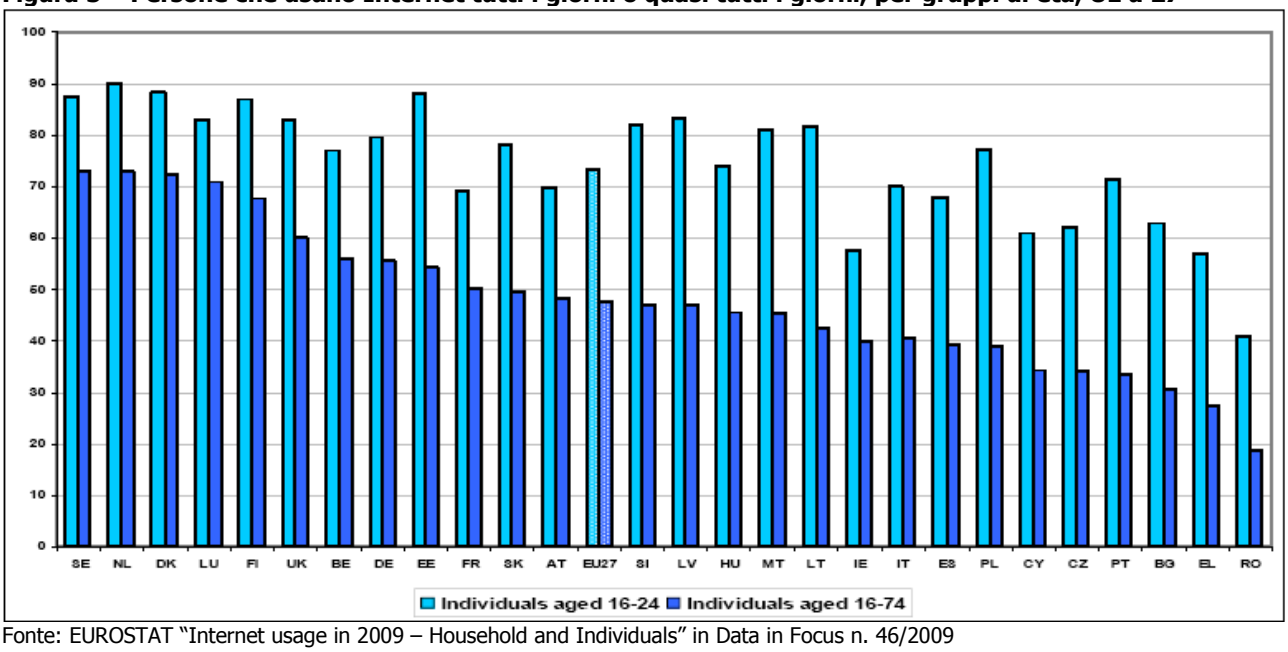
Figura 4 – Persone che usano Internet almeno una volta a settimana, per gruppi di età e sesso, UE a 27



Fonte: EUROSTAT "Internet usage in 2009 – Household and Individuals" in Data in Focus n. 46/2009

I ***frequent user*** sono difatti i giovani, studenti o comunque scolarizzati, che – anche nei Paesi dove Internet si afferma con maggiore difficoltà nei consumi e negli stili di vita delle famiglie – fanno da traino alla domanda. In Italia, rispetto ad un 40% della popolazione (età 16 – 74 anni) che utilizza Internet tutti i giorni, tra i giovani della classe 16 - 24 anni la percentuale sale al 70%.

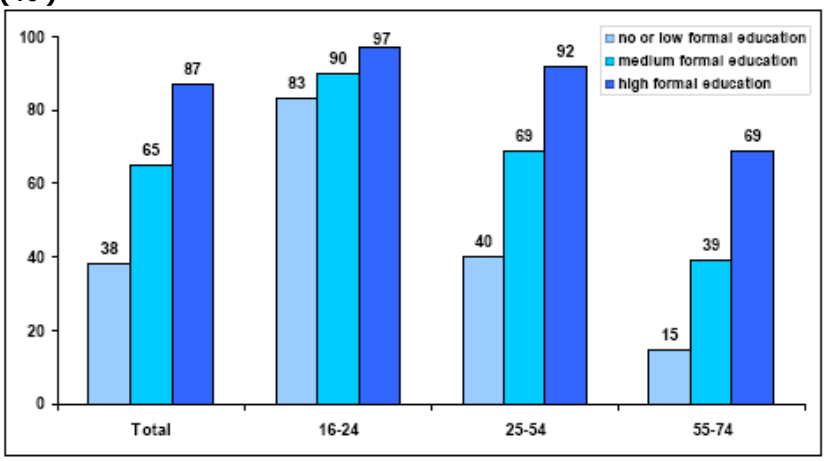
Figura 5 – Persone che usano Internet tutti i giorni o quasi tutti i giorni, per gruppi di età, UE a 27



Fonte: EUROSTAT "Internet usage in 2009 – Household and Individuals" in Data in Focus n. 46/2009

Oltre all'età, una seconda variabile che influisce sulle dinamiche della domanda di internet è il ***livello di istruzione***, a cui è legata peraltro la condizione socio-professionale.
Il grafico che segue evidenzia in maniera chiara la correlazione: anche nei segmenti di domanda debole sono comunque significativamente alte le percentuali degli utilizzatori di Internet tra coloro che hanno un più alto livello di scolarizzazione. Nella classe 55 – 74 anni, la forbice tra gli utilizzatori abituali di Internet passa dal 15% dei segmenti meno scolarizzati al 69% di chi possiede livelli di istruzione superiore.

Figura 6 – Individui che usano Internet almeno una volta a settimana, per età e livello di istruzione (%)

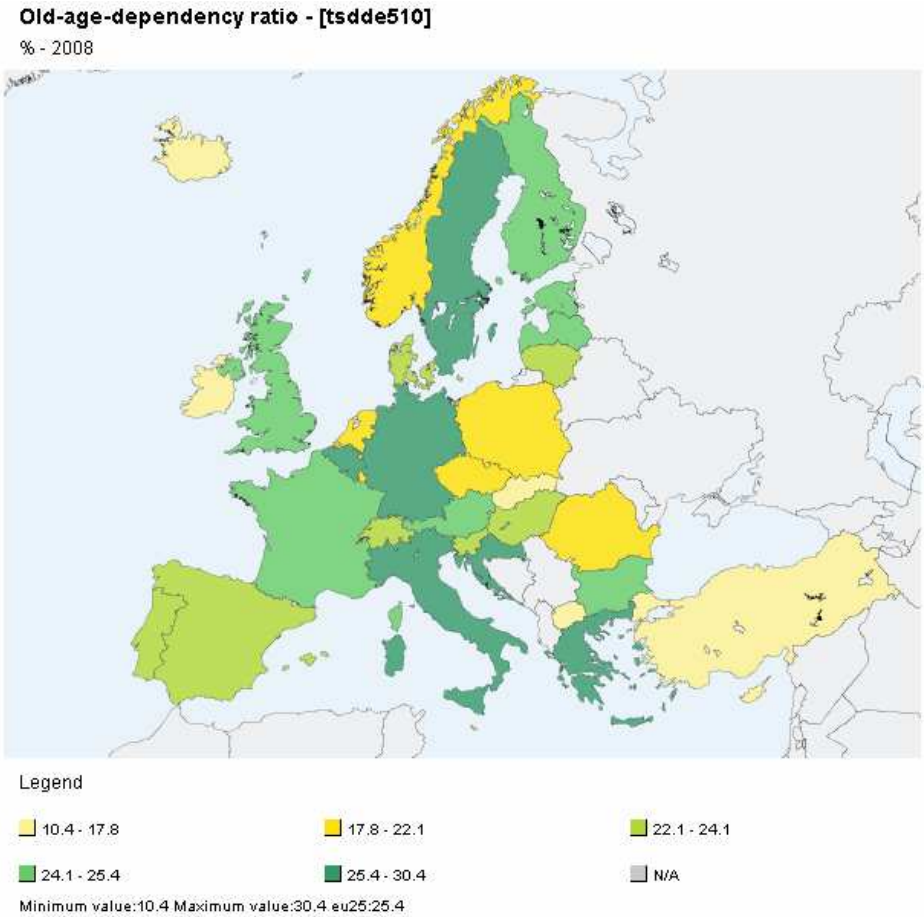


Fonte: EUROSTAT "Internet usage in 2009 – Household and Individuals" in Data in Focus n. 46/2009

Il ragionamento acquista una sua peculiarità se riportato alla situazione italiana. La struttura demografica delle popolazione nel nostro Paese è fortemente caratterizzata dal ***progressivo invecchiamento della popolazione***. Gli italiani sono un popolo sempre più anziano.
Uno degli indicatori di comparazione europea più interessanti da questo punto di vista è il cosiddetto *"old age dependency ratio"* ossia il rapporto tra ultra 65enni e popolazione in età attiva e lavorativa

(15-64 anni). Se la media europea ha un valore percentuale del 25,5%, con paesi al minimo valore percentuale del 10,7% e picchi massimi al 30,4%, l'Italia è proprio uno dei paesi con i valori più alti insieme alla Germania.

Figura 7 - "Old age dependency ratio" in Europa



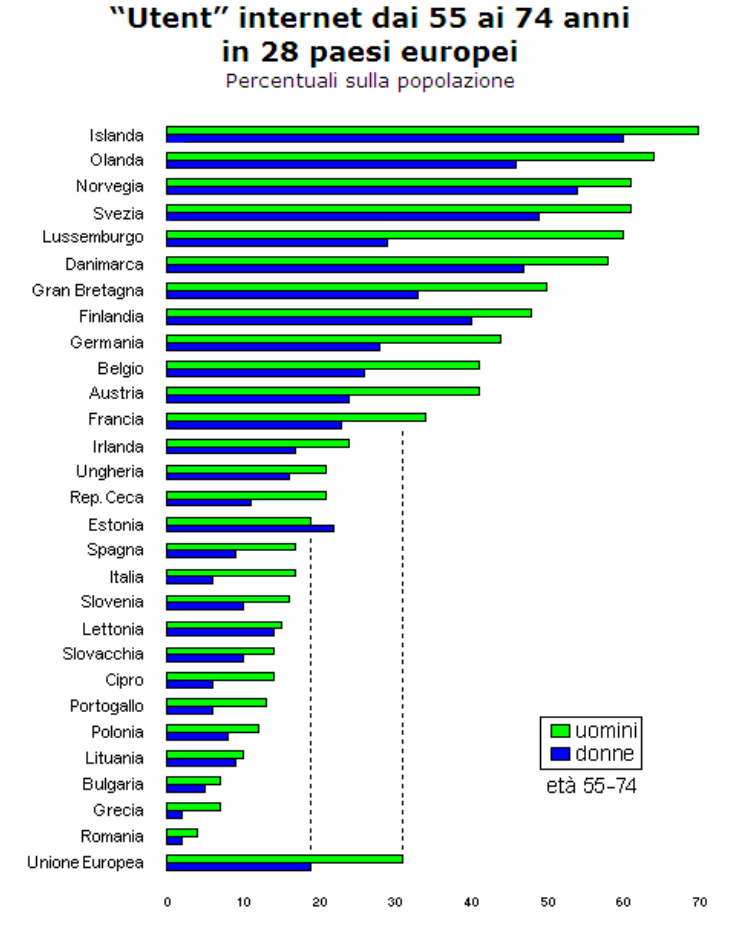
Fonte: Eurostat, indicatori demografici, 2008

Rispetto a questa tendenza e alla relazione con le potenzialità offerte da Internet e dalla banda larga, fino ad ora si è ritenuto che l'inclusione dei segmenti più anziani della popolazione debba passare attraverso una tecnologia trasparente, non invasiva e più familiare e inserita nelle abitudini di uso (come la TV e il telefono/cellulare), incanalandosi verso un'offerta di servizi semplici, multicanale o non necessariamente innovativi, inserita nell'esperienza di vita quotidiana attraverso l'intermediazione o, per i più interessati e flessibili, accompagnata da una mirata e assistita operazione di formazione.

Le principali indagini sull'utilizzo di Internet vedono infatti nel segmento di popolazione anziana la maggior concentrazione di *non user*, di attuali e – per inferenza – potenziali esclusi dallo sviluppo della Società della Conoscenza. Come si evince anche dalle ultime rilevazioni Eurostat, nonostante un trend di crescita dell'utilizzo di Internet da parte dei segmenti più adulti della popolazione (un aumento di oltre dieci punti percentuali negli ultimi quattro anni, sia per gli uomini che per le donne), il ***gap generazionale*** rimane ed è sensibile.
Nel gruppo di età over 55 anni appena il 38% degli uomini e il 26% delle donne ha una dimestichezza con la rete. Il resto sono gli esclusi, coloro che per ragioni apparentemente connesse all'età non utilizzano Internet e quindi non beneficiano dei vantaggi (in termini di servizi per *l'ageing well*, ad esempio) che lo sviluppo delle nuove tecnologie offre.

In Italia il differenziale tra gli utilizzatori di Internet e i non utilizzatori nella fascia di età più adulta è ancora più marcato: siamo lontani dalla media UE e siamo lontanissimi dai best performer del Nord Europa dove praticamente non esiste un "fattore età" rispetto alla domanda di Internet.

Figura 8 – Utilizzatori di Internet nella fascia di età 55-74 anni in 28 Paesi Europei



Fonte: EUROSTAT "Internet usage in 2009 – Household and Individuals"

Il dato sopra citato, e cioè il fatto che in altri paesi occidentali vi sia un'ampia e piena partecipazione degli adulti e degli anziani alla Società dell'Informazione, suscita però degli interrogativi di fondo: gli anziani sono "esclusi" per via del fattore età o per ragioni imputabili a cause diverse e più stratificate rispetto alla varabile anagrafica?

Un recente approfondimento effettuato dall'ISTAT sui dati della Multiscopo sulle famiglie, in particolare su ***"Cittadini e nuove tecnologie"*** ha fatto emergere una prospettiva inedita sul rapporto tra gli anziani e le nuove tecnologie: in quattro anni, dal 2005 al 2009, è proprio nella fascia di età 60-74 anni che si registra il più alto incremento percentuale nell'utilizzo di PC e Internet, rispetto ad altri gruppi di età.
L'uso del pc tra gli anziani tra 60 e 64 anni è passato dal 13,8% del 2005 al 25% nel 2009 e dal 5,5% al 9,9% per la fascia 65-74 anni. E nello stesso arco temporale l'uso di internet è schizzato dal 10,8% al 22,8% per i 60-64enni e dal 3,9% all'8,5% per i 65-74enni[2].

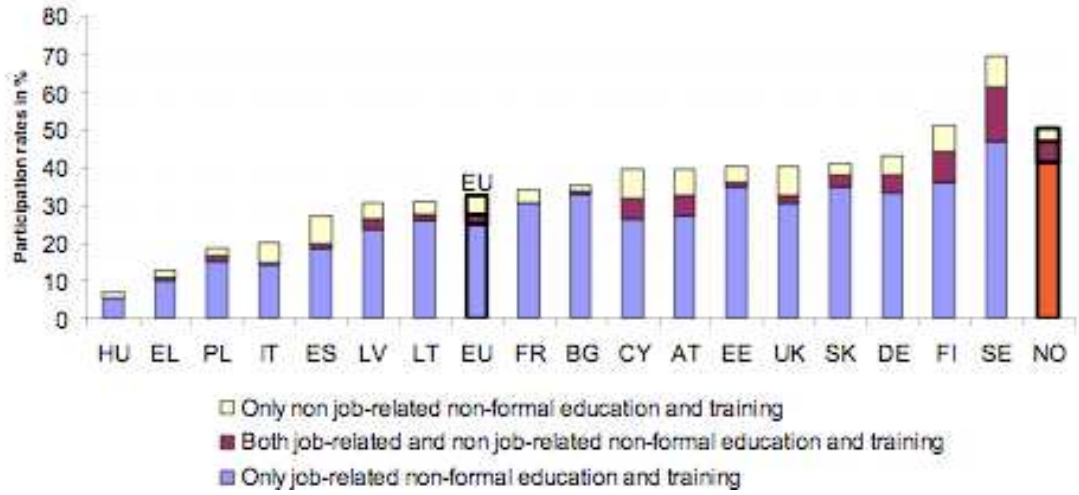
[2] *Gli over 60 scoprono internet: +80% in quattro anni gli utilizzatori,* Il Sole 24 Ore.COM, Tecnologia e Business del 21 febbraio 2010

Se è vero che la popolazione invecchia, è anche vero che si affacciano progressivamente alla terza età fasce di popolazione più istruita, che lasciano situazioni di lavoro dove già hanno avuto occasione di confrontarsi e utilizzare le nuove tecnologie.

Più che l'età è quindi la variabile legata alla ***condizione socio-professionale*** (istruzione, occupazione precedente etc.) degli individui a fare la differenza nello sviluppo della domanda: i nuovi anziani sono e in prospettiva saranno sempre più istruiti e alfabetizzati alle tecnologie della rete e quindi tali da costituire un forte driver alla domanda di internet. Del resto il marcato differenziale nell'utilizzo di internet tra uomini e donne (sempre in Figura 8) pur nella stessa classe di età, si spiega più facilmente considerando i bassi tassi di partecipazione al mercato del lavoro delle donne che sono sovente nella condizione professionale di casalinghe, quindi avulse da contesti lavorativi dove più facilmente si hanno le prime forme di alfabetizzazione alle nuove tecnologie.

Ad avvalorare questa ipotesi un interessante dato di confronto è dato dalla partecipazione degli adulti alla formazione. Una comparazione europea (dati Eurostat), la prima effettuata sul tema, sulla ***"Formazione per gli adulti"***, effettuata nel corso del 2007, rileva come più di un terzo della popolazione europea tra 25-64 anni, quindi in età attiva, partecipi a corsi di formazione e aggiornamento formale e informale, ma che vi siano notevoli differenze tra paesi nei livelli di partecipazione. I giovani hanno una maggiore propensione a partecipare alla formazione senza differenze di genere; tra coloro che partecipano la maggioranza lo fa a livello informale, e soprattutto in attività lavorative e mediante assistenza di colleghi; solo il 6% partecipa a corsi formali e che la maggiore motivazione addotta è il miglioramento nella carriera e sul lavoro.
Nell'analizzare da vicino qualche dato riportato all'Italia, emerge che il livello di partecipazione, al di sotto della media europea, supera di poco il 20%.

Figura 9 – Partecipazione a corsi di formazione informale e in ambito professionale in età 25-64 (dato %)



Fonte: Eurostat, "Adult Education Survey", 2007

Un'ultima fotografia derivante dall'indagine appena riportata, utile alla nostra analisi, è fornita dai dati sulla partecipazione alla formazione per classi di età e genere. Per l'Italia i bassi valori del grafico riportato vengono confermati sia per gli uomini che per le donne, entrambi al 22%. La classe di età invece influisce con la partecipazione che sale al 30% circa per i giovani (25-34 anni), decrementa al 23% per gli adulti (35-54 anni) fino a precipitare all'11,8% per gli over 55.

Ciò che risulta chiaramente è una tendenza generalizzata: la ***propensione alla formazione trainata dal lavoro***. Una indicazione forse utile per orientare meglio le iniziative di alfabetizzazione per coloro i quali non usano Internet e la banda larga per mancanza di capacità. La formazione secondo canoni classici dei corsi formalizzati sarà probabilmente più efficace in contesti come quelli lavorativi o ancora di apprendimento universitario e/o "on the job". Azioni di alfabetizzazione avulse da tali contesti e soprattutto indirizzate alla popolazione più matura devono passare attraverso leve e contesti informali differenti (il mediatore famigliare, ad esempio, il nipote o un altro membro della famiglia), pena un potenziale insuccesso delle iniziative di inclusione.

Al contrario, i "nuovi anziani", più istruiti e professionalizzati rispetto agli attuali over 60 e over 70 avranno già una consuetudine all'uso delle tecnologie che si portano come eredità dalla precedente condizione professionale, o saranno comunque più alfabetizzati e propensi a confrontarsi con Internet, man mano che PC e collegamenti in larga banda entrano nelle case degli italiani.

In sintesi, quindi, dal confronto europeo emergono alcune evidenze. La più importante è relativa al gap generazionale:

- i giovani sono, in Italia come in Europa, i veri driver dello sviluppo di Internet: sono senz'altro i figli che portano Internet a casa e ne sono i più assidui utilizzatori
- la partecipazione alla "rete" dei segmenti più maturi della popolazione in Italia è nettamente inferiore ai valori registrati in altri Paesi europei, dove in sostanza non esiste una barriera "anagrafica" all'accesso e utilizzo di Internet
- l'utilizzo di Internet è correlato all'età ma anche al livello di istruzione e alla condizione socio-professionale, e questo può in parte spiegare l'arretratezza dell'Italia nella diffusione di Internet: la nostra struttura demografica è caratterizzata da una più alta percentuale di anziani rispetto alle fasce in età attiva. Tuttavia il gap generazionale è destinato ad attenuarsi e ridursi man mano che si affacciano alla "terza età" individui più scolarizzati, con una condizione socio-professionale più elevata e un bagaglio di esperienza lavorativa che comprende l'utilizzo delle nuove tecnologie.

Il confronto con l'Europa, che rivela una debolezza intrinseca della domanda, tuttavia non spiega fino in fondo le ragioni del divario digitale del nostro Paese che comunque sembrano afferire più alla sfera dei comportamenti e delle attitudini che non a barriere di carattere infrastrutturale. Obiettivo del capitolo successivo è di indagare in profondità proprio questa sfera per individuare e caratterizzare le determinati del divario.

CAPITOLO 2
GLI UTENTI INTERNET IN ITALIA

2.1 *Come si rapportano gli italiani alle nuove tecnologie*

Quali sono le differenti tipologie di utenti Internet che si vanno profilando man mano che acquisiamo consuetudine all'utilizzo della rete? In questo capitolo sono analizzati in dettaglio i dati ISTAT dell'indagine "Aspetti della vita quotidiana" 2008 al fine di suddividere la popolazione italiana in gruppi o segmenti omogenei in base all'utilizzo di Internet e descriverne abitudini, comportamenti, attività, caratteristiche .
La metodologia utilizzata è riassunta nel diagramma rappresentato in Figura 1:

1. Coloro che non hanno mai utilizzato Internet sono ricompresi nella categoria degli ***"attuali esclusi"***
2. Coloro che hanno utilizzato Internet almeno una volta ma non di recente sono definiti ***"scarsi utilizzatori"***
3. Il segmento di popolazione che dichiara di aver usato Internet negli ultimi 3 mesi è stato ulteriormente scomposto in 3 gruppi sulla base dell'effettivo utilizzo e delle attività svolte:
   - I cosiddetti ***"nativi digitali",*** perlopiù giovani capaci di sperimentare le attività più innovative legate alla comunicazione e alla sfera ludica;
   - Gli ***utenti "tradizionali",*** che utilizzano Internet per lavoro e per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione;
   - Gli individui che, pur avendo usato Internet negli ultimi 3 mesi, non hanno svolto praticamente nessuna attività e pertanto sono anch'essi ricompresi nel precedente gruppo degli "scarsi utilizzatori".

Figura 1 – Profilazione dell'utenza di Internet

Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete", 2009

Il punto di partenza dell'analisi è un dato ormai noto e consolidato: ***più della metà degli italiani non ha mai usato Internet*** e tendenzialmente non ha intenzione di farlo. La tipologia degli "attuali esclusi" sarà ampiamente approfondita nell'ultimo paragrafo di questo capitolo.

Il ***passo successivo*** consiste invece nell'analizzare il comportamento degli utenti che almeno una volta hanno sperimentato l'utilizzo di Internet, per classificarli in base all'intensità dell'utilizzo di Internet e la tipologia di attività svolta. A tal fine sono considerate 18 attività svolte dagli individui negli ultimi 3 mesi e afferenti a 4 diverse aree tematiche:

- **Attività Internet tradizionali**
  - Spedire o ricevere e-mail
  - Cercare informazioni su merci e servizi
  - Cercare lavoro o mandare una richiesta di lavoro
  - Leggere o scaricare giornali, news, riviste
  - Cercare informazioni sanitarie (malattie, alimentazione, miglioramento della salute, ecc.)
  - Usare servizi bancari via Internet
  - Altre attività di ricerca informazioni o servizi on line

- **Servizi della Pubblica Amministrazione**
  - Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione
  - Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione
  - Spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione

- **Area comunicazione / web 2.0**
  - Creazione e gestione di weblog, blog
  - Lettura di weblog, blog
  - Caricare contenuti autoprodotti (testi, immagini, fotografie, ecc…) su siti web per condividerli (social networking)

- **Area multimedia / games**
  - Scaricare e/o vedere film, corto-metraggi o video (escluso web tv)
  - Scaricare e/o ascoltare musica (escluso web radio)
  - Usare il peer-to-peer per video, scambiare musica, film
  - Scaricare software
  - Giocare on line con altri giocatori

L'applicazione di una tecnica di analisi statistica multivariata (***Analisi delle Corrispondenze Multiple***) ha permesso l'individuazione di 3 aree omogenee in cui tali variabili tendono a raggrupparsi, a cui corrispondono altrettanti gruppi di utenti. I risultati dell'analisi sono riassunti nella **Figura 3**. La figura rappresenta le varie attività nel piano formato dalle prime due dimensioni individuate: il grado di utilizzo e il tipo di tecnologia adottato. Le bolle di colore verde corrispondono ad aver svolto l'attività, mentre le rosse corrispondono alla risposta negativa. La dimensione delle bolle rappresenta il "peso" assegnato dall'analisi alla singola attività, che può essere interpretato come un'approssimazione della frequenza della risposta tra gli individui intervistati.

Appare evidente come le bolle rappresentate in figura si concentrino in 3 gruppi distinti:

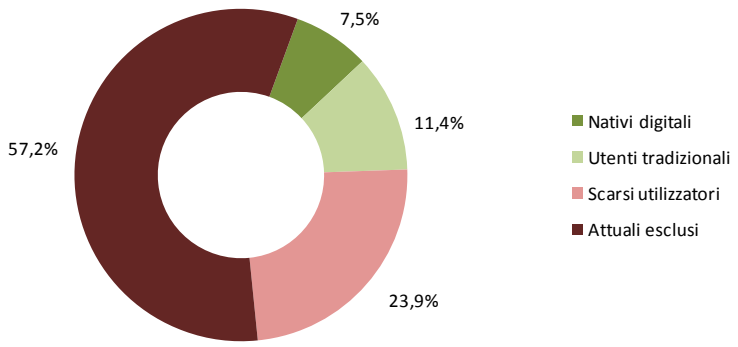
1. Il gruppo dei ***"nativi digitali",*** che si posiziona in alto a destra del grafico. Le attività prevalenti sono appartengono all'area "comunicazione" e "multimedia". Risulta quindi una forte correlazione tra l'uso degli strumenti legati al cd. web 2.0, le attività ludiche e il download di software e musica dalla rete.
2. Il gruppo degli ***"utenti tradizionali",*** raffigurato nel quadrante in basso a destra. Gli utenti di questo gruppo sembrano essere maggiormente interessati ad un utilizzo del web legato al proprio

lavoro o alla ricerca di lavoro, all'espletamento di pratiche amministrative o all'utilizzo di servizi bancari. Dimostrano una forte correlazione con queste attività anche la ricerca di informazioni e servizi, anche in ambito sanitario, e di prodotti da acquistare.

3. Il gruppo degli ***"scarsi utilizzatori"*** che, nonostante dichiari di aver utilizzato almeno una volta Internet negli ultimi 3 mesi, effettua poche attività su Internet.

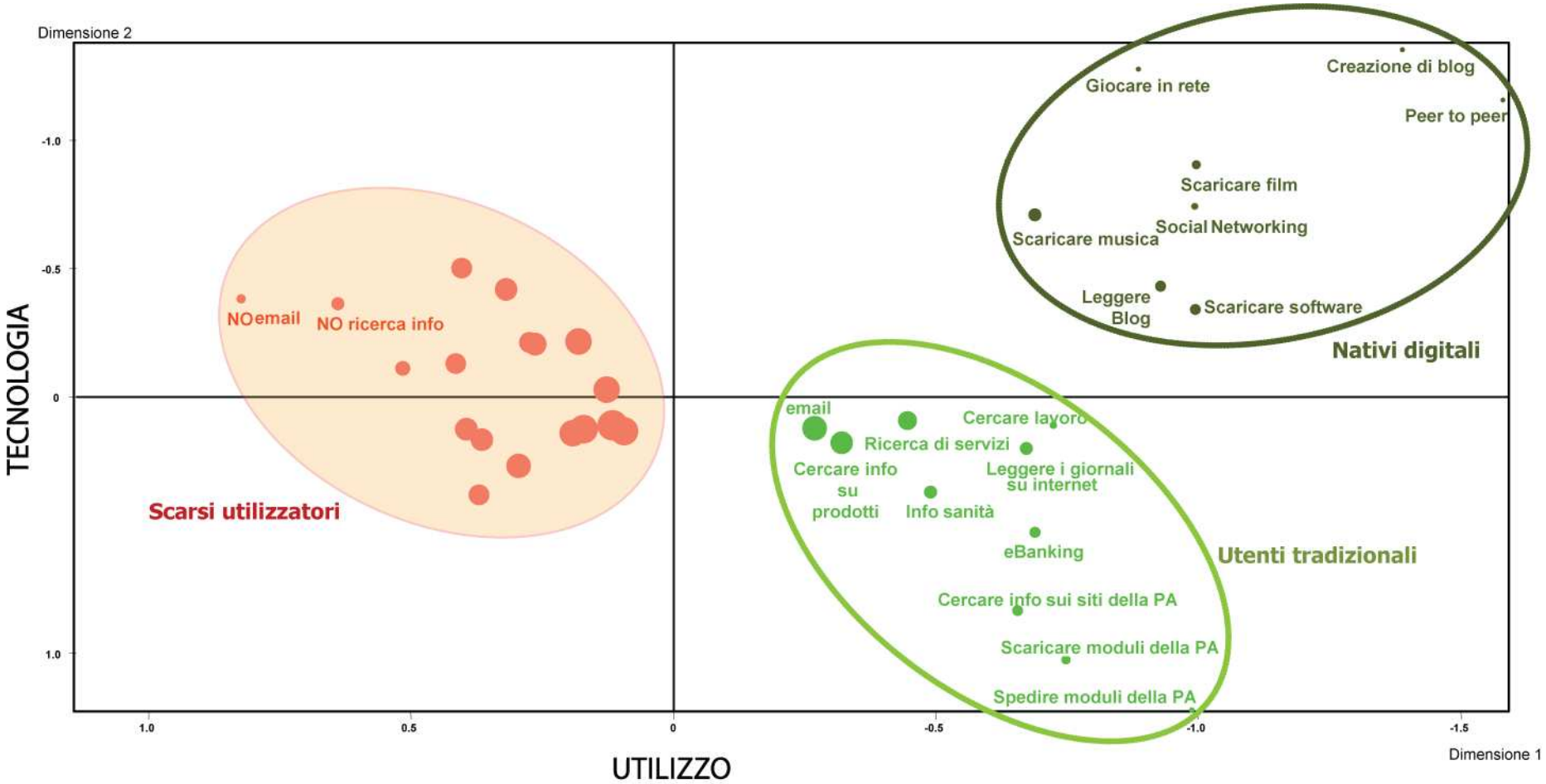
Una successiva cluster analysis permette di quantificare gli utenti appartenenti ai vari gruppi fin qui menzionati, come evidenziato in Figura 2. Accanto alla quota prevalente di attuali esclusi che non hanno mai usato Internet (57,2%) è possibile stimare in 23,9% la percentuale di persone escluse che hanno almeno una volta navigato in rete anche senza effettuare attività significative. Gli utenti "abituali" di Internet rappresentano quindi solo il 18,9% della popolazione italiana con 6 anni o più, così suddivisi: 7,5% sono da considerare tra i nativi digitali, mentre l'11,4% sono utenti tradizionali.

Figura 2 - Individui con 6 anni o più classificati per gruppo di appartenenza



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Figura 3 – Distribuzione delle attività svolte dagli individui con 6 anni o più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi (Analisi delle Corrispondenze Multiple)

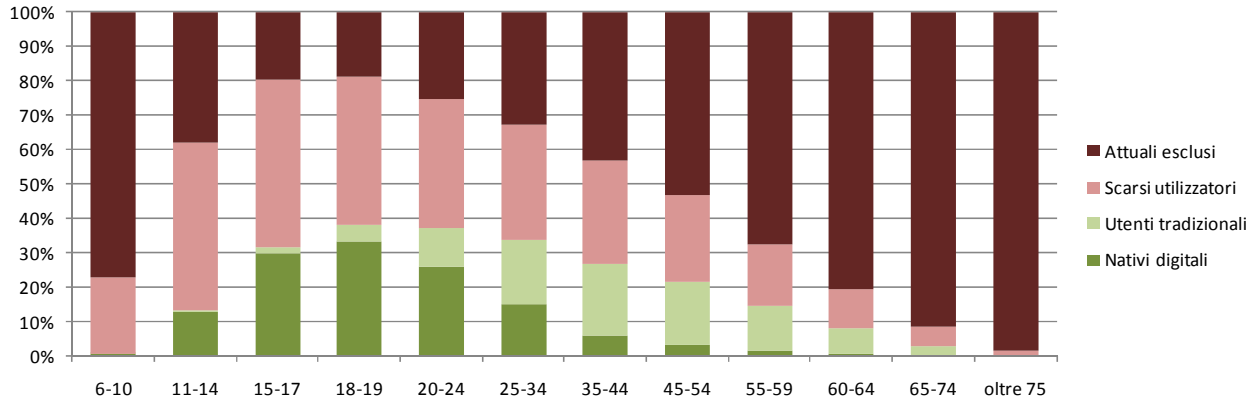


Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

2.2 *Il "cerchio della vita" digitale*

Come è facile aspettarsi, **l'età anagrafica** ha importanza decisiva nello spiegare l'appartenenza degli individui ai vari gruppi. Come possiamo notare nel grafico in Figura 4, la distribuzione degli effettivi utenti di Internet assume una forma "a **campana**", con un picco in corrispondenza della classe dei giovani tra i 18 e i 19 anni, per la quale la quota di utenti Internet abituali sfiora il 40% e gli attuali esclusi sono meno del 20%. Valori "europei" questi ultimi, che però negli altri paesi di Europa sono attribuiti alla media di tutta le popolazione, mentre in Italia riguardano solo le generazioni nate e cresciute con Internet.

Figura 4 - Individui con 6 anni o più per classi di età e gruppo di appartenenza



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

E' da notare come il ***gruppo dei nativi digitali*** si concentri soprattutto tra le classi di popolazione più giovane, ma non solo: il 23% degli individui appartenenti a questo gruppo ha più di 35 anni. Si tratta perlopiù di occupati nel settore delle ICT, della ricerca, dell'innovazione o dei servizi, con elevato titolo di studio.

Il ***fattore anagrafico*** è ben visibile anche considerando gli utenti che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi, con riferimento alla Figura 6. La relazione tra età e utilizzo, lungi da potersi definire lineare, è rappresentata nella figura dalla "traiettoria" di colore viola. La curva compie infatti un percorso circolare: si caratterizza per bassi valori di utilizzo in corrispondenza delle classi di età meno elevate (dai 6 ai 14 anni), per poi avvicinarsi al quadrante delle attività 2.0 al raggiungere delle fasce di età "giovani" (dai 15 ai 25 anni). Successivamente "scende" verso il quadrante delle attività tradizionali (25-45 anni), per ritornare infine nel quadrante dello scarso utilizzo per le classi di età più avanzate:

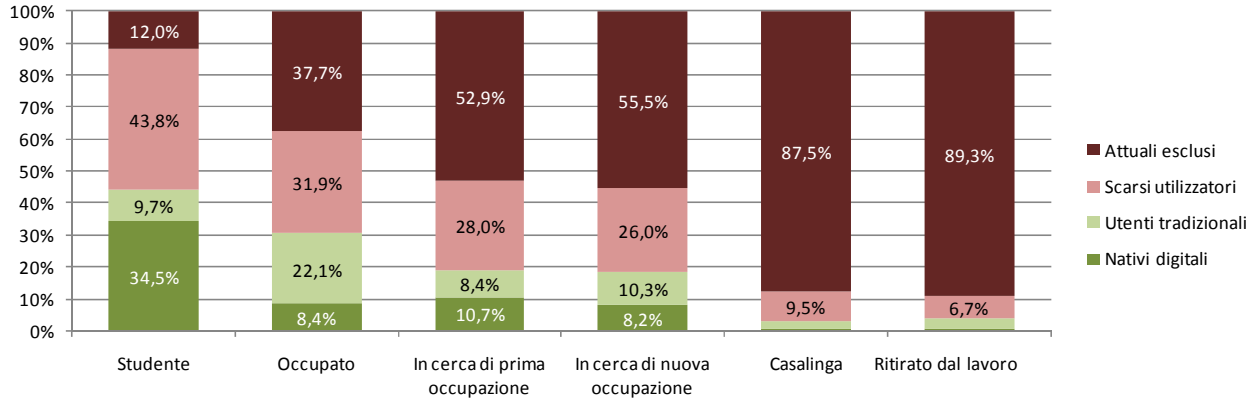
- Le attività caratterizzate da una forte componente ludica e di comunicazione interpersonale sono quindi associate alle fasce di età più giovani. I giovani, "nativi digitali" appunto, dimostrano maggiore familiarità e capacità di apprendimento nei confronti delle tecnologie che permettono l'interazione sociale, la condivisione di contenuti autoprodotti e di terze parti come le reti peer-to-peer o i social network come Facebook. All'aumentare dell'età, dai 25 ai 45 anni, l'individuo entra nell'età lavorativa. Diminuisce il tempo da dedicare all'apprendimento e aumentano le responsabilità e cambiano i bisogni. Sono così più diffusi i servizi per il lavoro, la sanità, l'e-commerce, l'e-banking e l'interazione con la Pubblica Amministrazione.

- La chiusura del "cerchio digitale" avviene in corrispondenza delle classi degli individui più anziani, che, pur rimanendo nella parte bassa del grafico legata alle tecnologie tradizionali, diminuiscono all'aumentare dell'età la loro attività on line.

Un altro fattore significativo è rappresentato dal ***titolo di studio***. Sempre rappresentata in Figura 6, la "traiettoria" della variabile, partendo da valori analoghi a quelli dell'età appena visti, si avvicina progressivamente all'area delle attività tradizionali. La curva segue un percorso abbastanza lineare, evidenziando la ***correlazione tra livello di istruzione e utilizzo di Internet***.

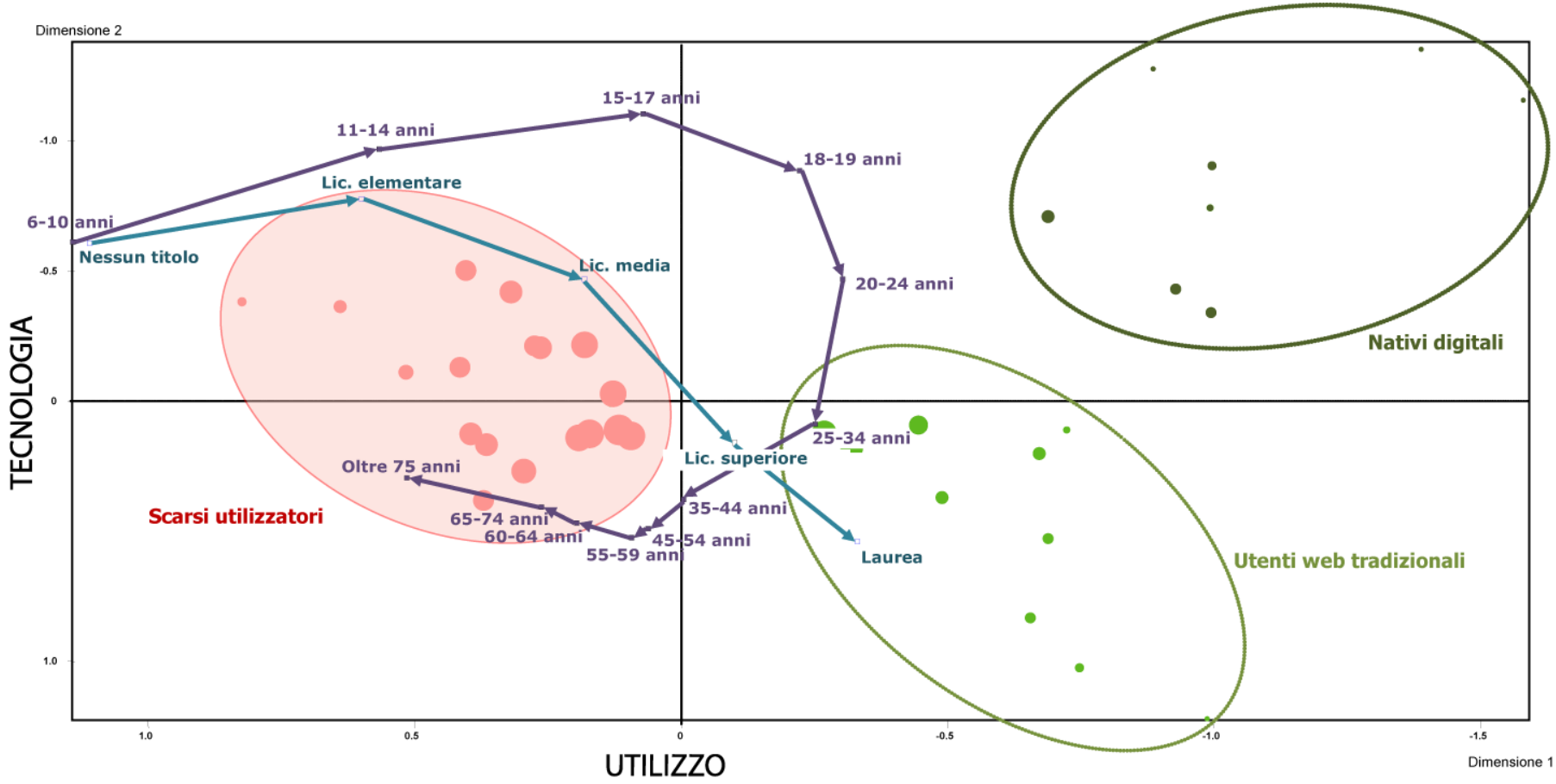
I risultati ottenuti considerando l'età anagrafica sono confermati prendendo in esame la ***condizione lavorativa***, con riferimento al grafico in Figura 5. La quota maggiore di "nativi digitali" è riscontrabile tra gli studenti (34,5%) e tra i giovani in cerca di prima occupazione (8,2%), mentre gli utenti tradizionali si ritrovano in prevalenza tra gli occupati (22,1%) e le persone in cerca di nuova occupazione (10,3%).
I ***ritirati dal lavoro e le casalinghe presentano percentuali elevatissime di attuali esclusi*** (89,3% e 87,5% rispettivamente).

Figura 5 – Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e condizione lavorativa



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Figura 6 - Distribuzione delle attività svolte dagli individui con 6 anni o più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi, classi di età e titolo di studio

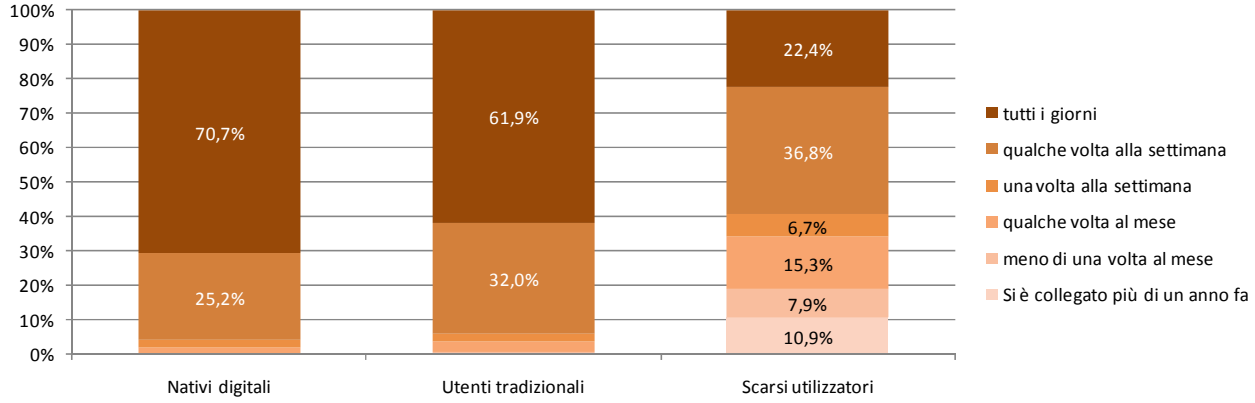


Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

2.3 *Accesso a internet: spesso e da casa*

Osservando innanzitutto la frequenza di utilizzo di Internet, si può notare che coloro che si dichiarano ***utenti Internet*** tendono a connettersi piuttosto frequentemente. La quasi totalità degli individui dei gruppi nativi digitali e utenti tradizionali accedono alla rete tutti i giorni o più volte alla settimana, con percentuali largamente paragonabili. Sorprende il dato degli scarsi utilizzatori che, pur effettuando un utilizzo di base di Internet e non riuscendo quindi a coglierne tutte le opportunità, si collegano comunque piuttosto frequentemente al web. Gli utenti "saltuari" che si connettono meno di una volta alla settimana sono poco più del 40%. Ovviamente, nell'elaborazione non sono inclusi i cittadini attuali esclusi che, per definizione, dichiarano di non essersi mai connessi a Internet.

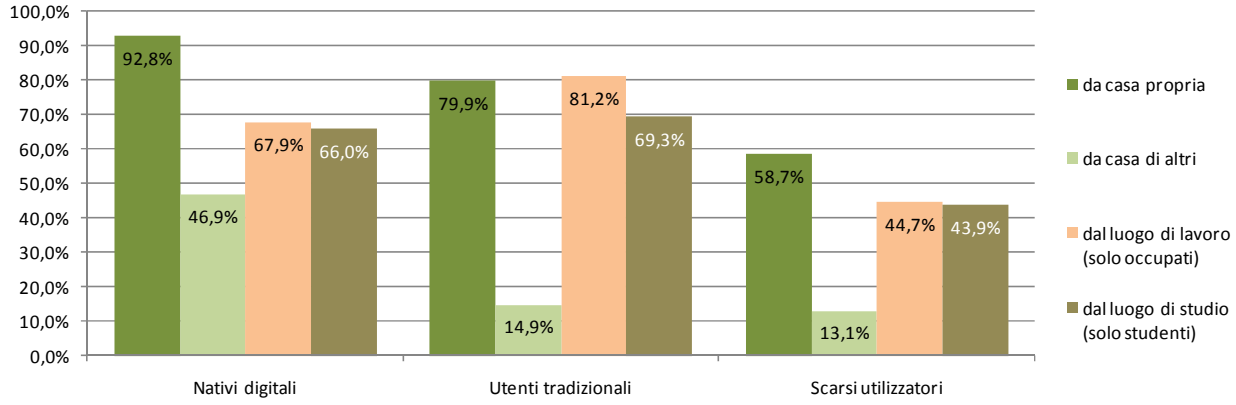
Figura 7 – Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e frequenza di utilizzo di Internet negli ultimi 12 mesi



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Tra i cluster considerati non emergono differenze significative per quanto riguarda il luogo di connessione. Il ***luogo preferito*** per i nativi digitali è certamente la propria abitazione: il 92,8% si è connesso da casa negli ultimi 3 mesi e il 62,7% addirittura tutti i giorni. Anche casa di amici o parenti rappresenta un luogo in cui collegarsi ad Internet, ma solo saltuariamente. Il 46,9% dei nativi digitali si è collegato almeno una volta da case altrui, ma nel 65% dei casi con frequenza poco elevata (qualche volta al mese o meno di una volta al mese).

Figura 8 – Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e luogo di connessione negli ultimi 3 mesi



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Gli ***utenti tradizionali*** che si dichiarano occupati presentano percentuali elevate di ***connessione dal luogo di lavoro*** (81,2%), mentre gli studenti inclusi in questo gruppo non si differenziano sostanzialmente dal gruppo dei *nativi digitali* (con valori percentuali rispettivamente del 69,3% e 66%).

2.4 *Dotazioni tecnologiche e digital divide*

Considerando le ***dotazioni tecnologiche*** possedute dalle famiglie degli individui intervistati, con riferimento alla Tabella 1, notiamo differenze molto forti in termini di disponibilità di beni ICT tra i primi 3 gruppi e il gruppo degli attuali esclusi.
Mentre i primi 3 cluster, infatti, presentano quote di penetrazione largamente paragonabili, gli individui che dichiarano di non essersi mai collegati ad Internet presentano valori molto più scarsi. Questo è evidente in particolare per la diffusione del PC e della console per i videogiochi. Le dotazioni tecnologiche in genere sono quindi comparativamente più scarse nelle famiglie degli attuali esclusi, che presentano quindi un divide marcato rispetto a tutte le tecnologie, anche quelle più tradizionali come la parabola o il lettore dvd.

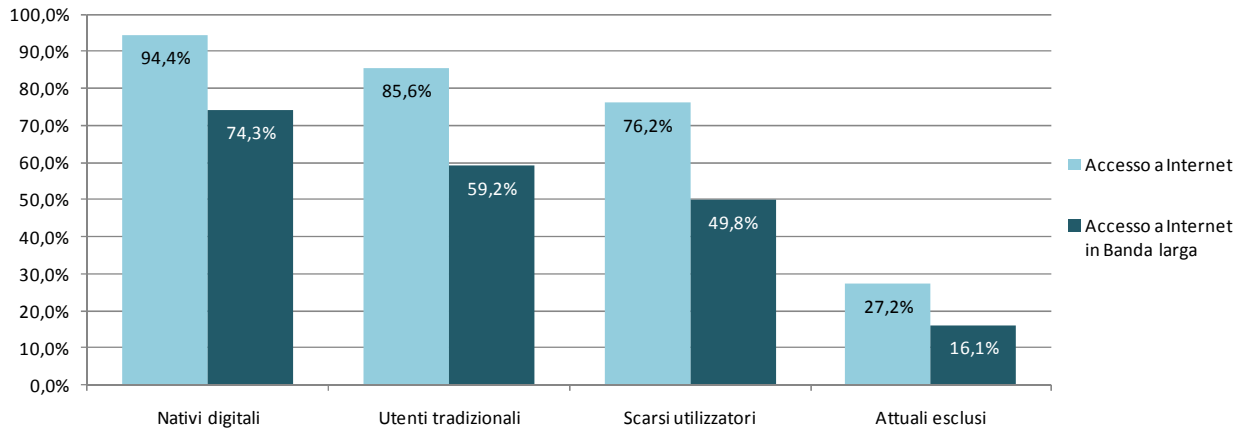
Tabella 1 - Individui con 6 anni o più per gruppo di appartenenza e dotazioni tecnologiche possedute dalla famiglia (valori percentuali)

	PC	digitale terrestre	parabola	console videogiochi	lettore dvd
Nativi digitali	97,4	41,8	47,2	45,8	91,3
Utenti tradizionali	92,5	37,6	44,6	30,0	87,3
Scarsi utilizzatori	85,9	34,8	41,9	36,1	84,6
Attuali esclusi	37,7	20,3	27,7	16,7	54,8

Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Questa tendenza è confermata esaminando le dotazioni più importanti per ***l'accesso ad Internet***: la presenza di un modem anche di tipo tradizionale e di una connessione a banda larga. Dalla Figura 9 emerge lo stesso forte differenziale tra i primi 3 gruppi e gli attuali esclusi. La penetrazione della banda larga, in particolare, è piuttosto capillare tra le famiglie dei nativi digitali (74,3%) per poi scendere al 59,2% nel caso degli utenti tradizionali fino al 16,1% nel caso degli attuali esclusi.

Figura 9 – Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e modalità di accesso alla rete da parte della famiglia

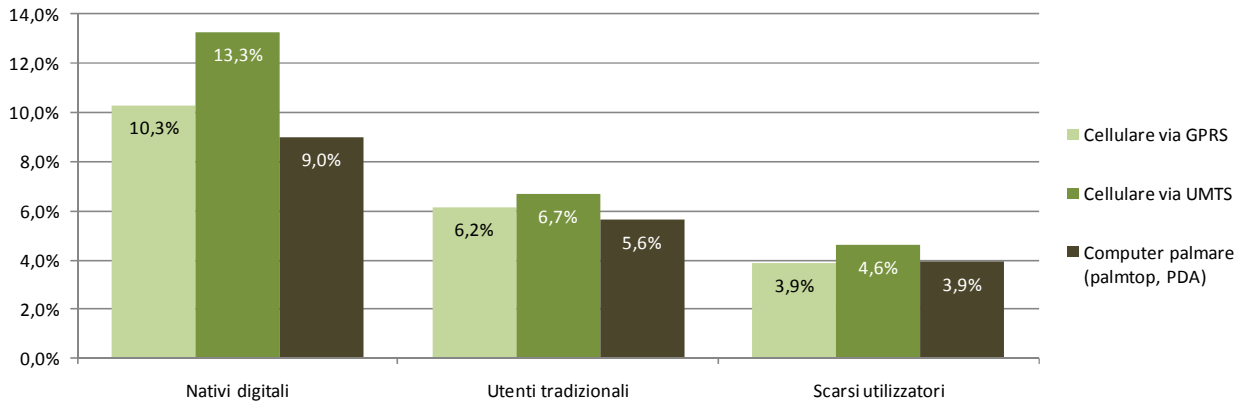


Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Un maggiore differenziale tra i nativi digitali e gli altri gruppi si verifica considerando le ***tecnologie di tipo mobile*** utilizzate dai singoli individui per connettersi alla rete (Figura 10). A fronte di una media della popolazione che ha usato Internet nell'ultimo anno del 6,7% per la connessione UMTS via

cellulare, al 5,6% per la connessione GPRS e al 5,7% per un PC palmare, i nativi digitali presentano percentuali pari a, rispettivamente, il 13,3%, il 10,3% e il 9%.

Figura 10 – Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e modalità di accesso alla rete di tipo mobile

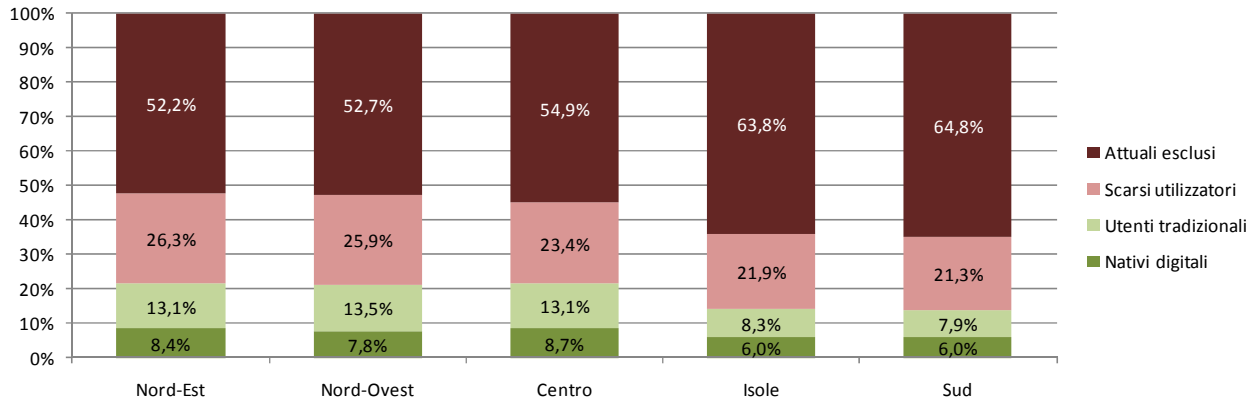


Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

2.5 *Il Mezzogiorno arranca trascinato dalle regioni della "Convergenza"*

I dati raccolti dall'Istat a livello territoriale sottolineano la permanenza di uno svantaggio del Sud rispetto al resto del Paese. Nel Mezzogiorno, infatti, la percentuale di esclusi digitali sfiora il 65%, mentre si attesta intorno al 53% a Nord e al 55% al Centro.
Maggiori differenze in termini relativi si possono notare considerando la quota di utenti abituali di Internet (nativi digitali e utenti tradizionali): tale percentuale è sempre oltre il 20% al Centro Nord, mentre nel Mezzogiorno è stabilmente inferiore al 15%, pari quindi a circa tre quarti.

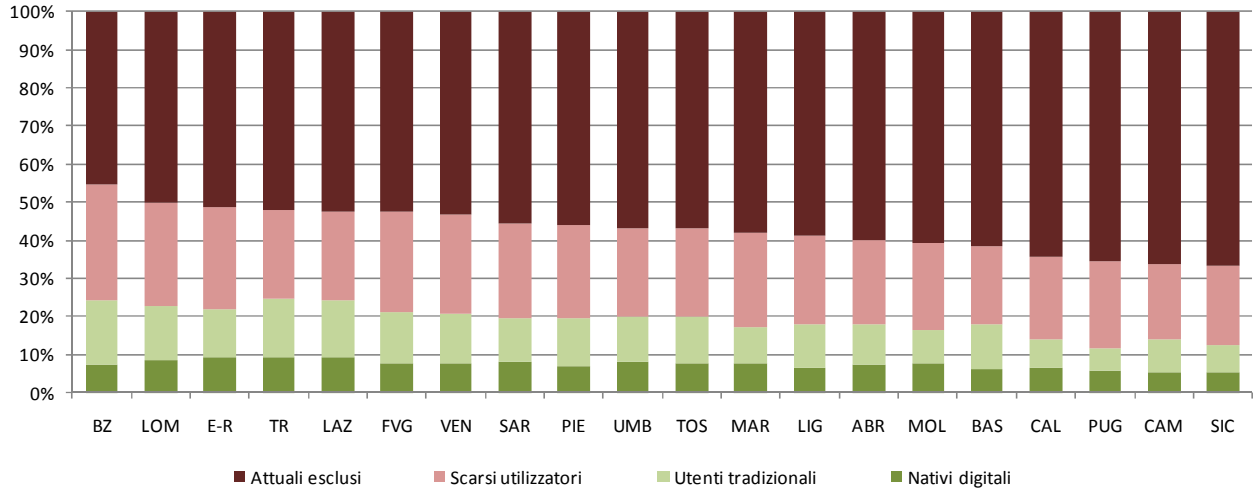
Figura 11 - Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e ripartizione territoriale



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

A livello regionale, le ***Regioni del Sud*** si confermano i territori a maggiore incidenza di individui che non hanno mai usato Internet. Gli attuali ***"esclusi digitali"*** rappresentano il 66,6% della popolazione in Sicilia, il 66,2% in Campania, il 65,3% in Puglia, il 64,3% in Calabria.
Tra le Regioni con minore incidenza di cittadini attualmente esclusi troviamo la Provincia Autonoma di Bolzano (45,3%), la Lombardia (50,1%) e l'Emilia Romagna (51,4%).

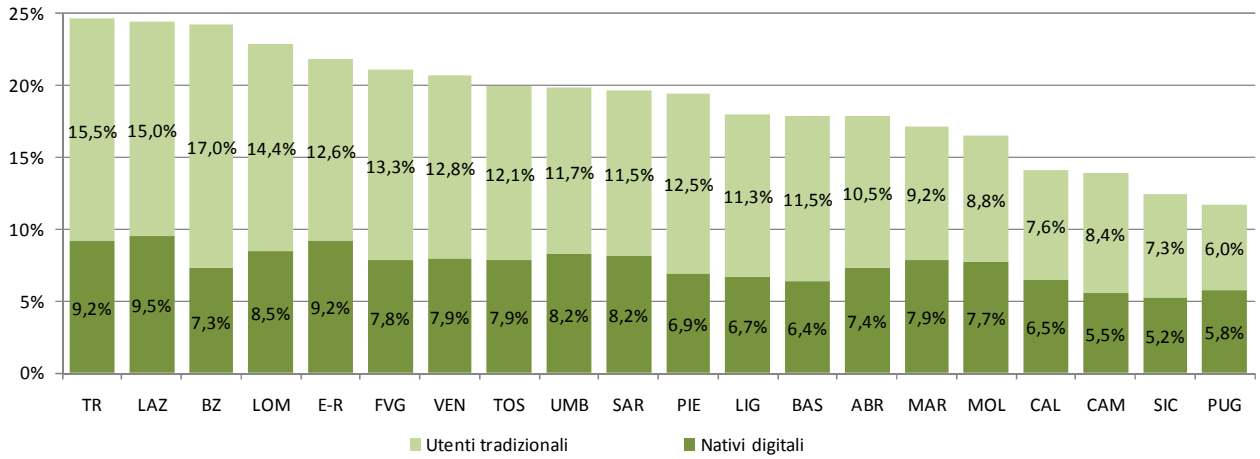
Figura 12 - Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e Regione



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Considerando invece i gruppi dei *nativi digitali* e degli *utenti tradizionali*, la Provincia Autonoma di Trento è il contesto territoriale nel quale gli utenti abituali sono più numerosi in termini percentuali, seguita dal Lazio, dalla Provincia di Bolzano e dalla Lombardia. Le quattro Regioni del Sud attualmente classificate nell'obiettivo "Convergenza" (ex Obiettivo 1) dalla tassonomia dei Fondi Strutturali Comunitari mostrano il ***maggiore grado di arretratezza***, con percentuali significativamente inferiori rispetto alle altre regioni del Mezzogiorno.

Figura 13 - Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e Regione (solo utenti abituali)

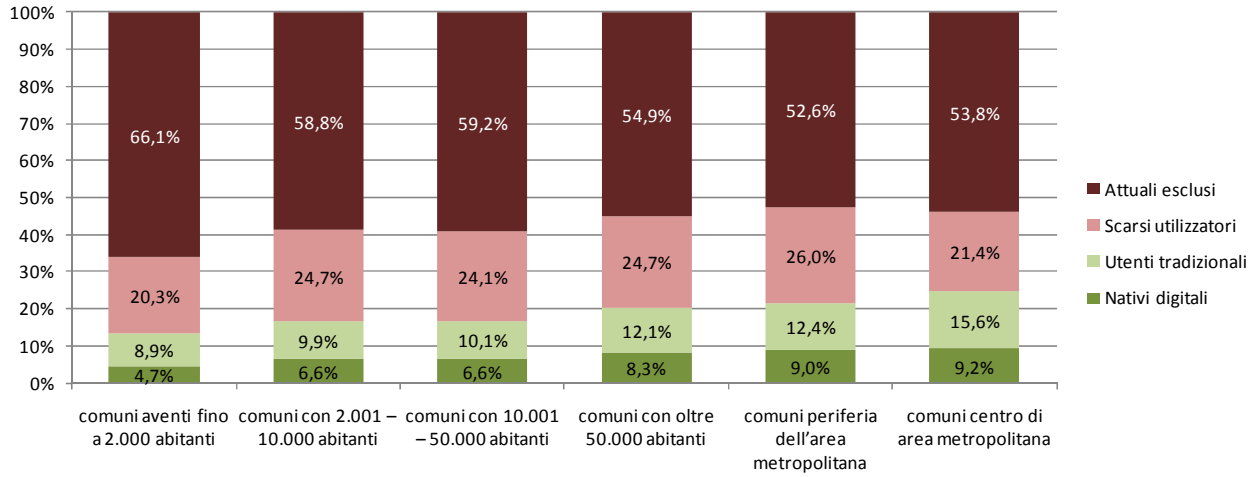


Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

Infine, è importante considerare la tipologia di ***Comune di residenza*** degli intervistati per capire se il fatto di vivere in un'area a forte urbanizzazione o periferica può incidere sull'utilizzo della rete.
I dati confermano l'esistenza di un certo divario tra aree metropolitane e periferiche, con particolare riguardo ai Comuni di minori dimensioni, presumibilmente meno raggiunti da un'adeguata copertura di banda larga. Infatti, mentre i residenti nei comuni tra i 2.000 e i 50.000 abitanti presentano percentuali di esclusione del tutto paragonabili (poco meno del 60%), coloro che abitano nei centri

minori soffrono maggiormente del problema dell'esclusione digitale (66,1% la percentuale di coloro che non hanno mai usato Internet).
I *nativi digitali* e soprattutto gli *utenti tradizionali* tendono ad aumentare nei comuni con oltre 50.000 abitanti e nelle aree metropolitane, raggiungendo il picco nei Comuni al centro delle aree metropolitane italiane[3] (9,2% i *nativi digitali* e 15,6% gli *utenti tradizionali*).

Figura 14 - Individui con 6 anni o più per cluster di appartenenza e tipologia di Comune di residenza



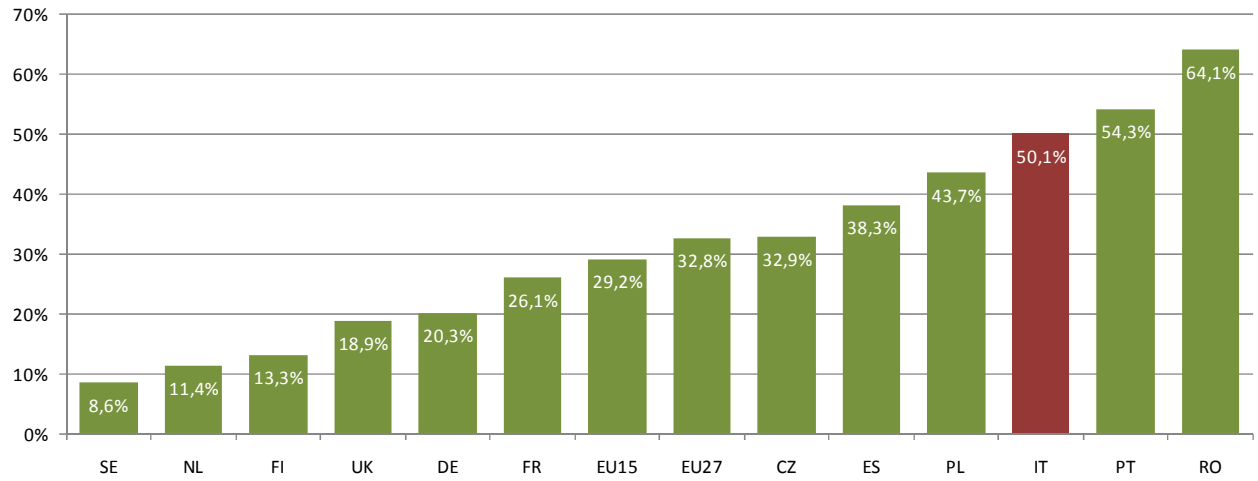
Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Istat, 2008

[3] L'Istat considera aree metropolitane: Torino, Milano, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari.

2.6 *Gli attuali esclusi: quali indicazioni di policy*

Il popolo degli "**attuali esclusi**" rappresenta in Italia, come abbiamo visto, il 57,2% degli individui con 6 anni o più e il 50,1% delle persone tra i 6 e il 74 anni.
La situazione risulta molto preoccupante soprattutto se paragonata con il resto dell'**Europa**. Secondo l'Eurostat, i Paesi nordici, caratterizzati da una forte tradizione innovatrice, mostrano le percentuali più basse di esclusione: le persone tra i 16 e i 74 anni che non hanno mai usato Internet sono sempre inferiori al 15% (in Svezia si tratta dell'8,6%). Ma il confronto europeo è molto sfavorevole all'Italia anche considerando i paesi a noi maggiormente paragonabili come il Regno Unito (18,9%), la Germania (20,3%), la Francia (26,1%) e la Spagna (38,3%). Soltanto paesi economicamente in maggiori difficoltà come il Portogallo e la Romania fanno registrare quote più elevate rispetto all'Italia, mentre anche in Polonia il numero di cittadini che non hanno mai navigato in Internet è inferiore al nostro (43,7%).

Figura 15 – Gli attuali esclusi in Europa: individui tra i 16 e i 74 anni che non hanno mai usato Internet



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Eurostat, 2008

La successiva Tabella 2 riporta il dettaglio di buona parte delle statistiche rese disponibili dall'Eurostat sui cittadini che non fanno uso di Internet (classe di popolazione, genere, livello di istruzione, accesso a banda larga da parte della famiglia, area di residenza, condizione professionale), consentendo il ***paragone diretto con i Paesi europei*** appena citati.
Quali sono i segmenti di popolazione nelle quali l'Italia perde maggiormente terreno? Non solo tra gli anziani, ma soprattutto tra ***i giovani***.

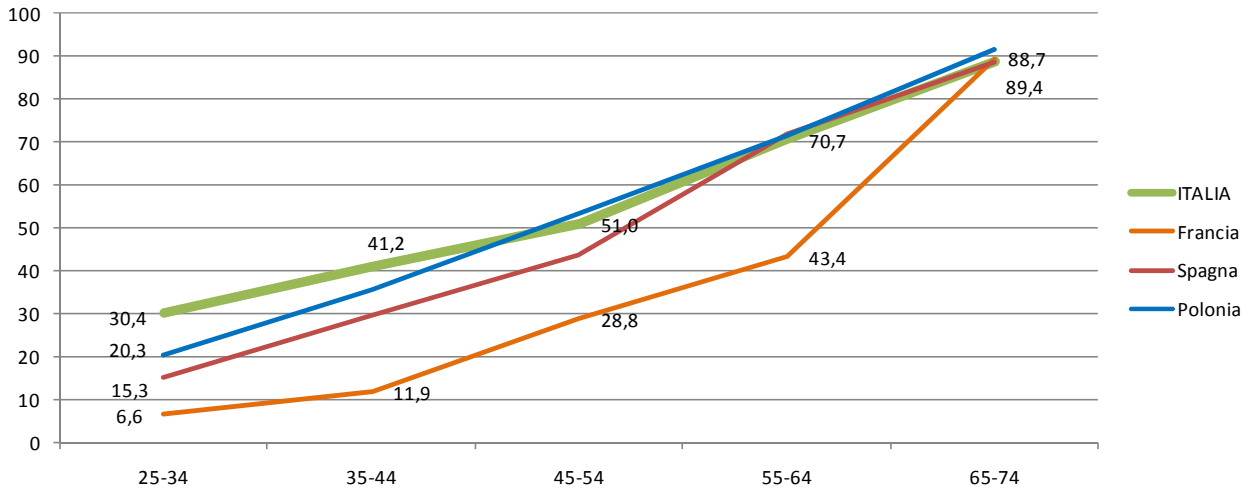
Il grafico in Figura 16 mette confronta l'Italia con 3 dei paesi a noi maggiormente paragonabili sia in termini assoluti sia in termini di performance in tema di inclusione digitale, che, come appena visto, riescono a fare meglio di noi considerando l'intera popolazione. Come si può notare nell'elaborazione, Italia, Polonia e Spagna mostrano dati piuttosto simili per quanto riguarda le fasce di età dai 45 anni in su (la Francia, al contrario, presenta ottime performance anche per quanto riguarda le classi 45-54 e 55-64 anni). In particolare, nella fascia dei più anziani (65-74) le percentuali dei quattro paesi convergono.

Il nostro Paese risulta quindi complessivamente in ritardo proprio a causa delle ***alte percentuali di individui esclusi appartenenti alle fasce più giovani della popolazione***. In particolare le persone tra i 25 e i 34 anni che non hanno mai usato Internet sono in Italia il 30,4%, contro il 20,3%

della Polonia, il 15,3% della Spagna e il 6,6% della Francia. Lo stesso dato scende al 2,1% in Olanda e all'1,4% in Svezia.

Come riportato anche in Tabella 2, la situazione peggiora per quanto riguarda ***i giovanissimi dai 16 ai 24*** anni. In questo caso gli esclusi dalla rete sono il 19,8% in Italia, mentre la stessa percentuale scende a 5,9 in Spagna, 4,2 nella Repubblica Ceca fino a sfiorare lo zero in Olanda.

Figura 16 - Individui tra i 25 e i 74 anni che non hanno mai usato Internet, per fascia di popolazione e Paese (in %)



Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Eurostat, 2008

Se l'inclusione dei giovani nella società dell'informazione sembra emergere come problema di policy, possibili soluzioni potrebbero consistere nella ***digitalizzazione della scuola***, attraverso interventi in ambito scolastico e della formazione continua. Una seconda tipologia di intervento potrebbe mirare a favorire la crescita dell'**industria dei contenuti digitali** legata alla cd. "convergenza digitale" e l'accesso da parte dei giovani a contenuti e servizi multimediali e interattivi da veicolare attraverso le reti a banda larga.

Tabella 2 - Gli attuali esclusi in Europa: individui tra i 16 e i 74 anni che non hanno mai usato Internet, per condizione (in %)

%	Svezia	Olanda	Finlandia	UK	Germania	Francia	EU15	EU27	Rep. Ceca	Spagna	Polonia	ITALIA	Portogallo	Romania
Maschi dai 16 ai 74 anni	7,5	9,7	12,5	16,1	16,7	27,0	26,3	30,1	30,4	35,1	42,5	44,7	50,4	61,8
Maschi dai 16 ai 24 anni	n.d.	0,3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,3	6,8	4,2	6,5	n.d.	20,0	6,8	29,7
Maschi dai 25 ai 54 anni	2,4	4,9	4,6	9,3	7,9	17,6	18,7	23,2	23,0	26,8	39,3	36,1	47,2	61,1
Maschi dai 55 ai 74 anni	20,8	25,0	35,0	38,2	40,7	54,1	52,2	57,0	62,0	73,8	76,6	71,9	81,3	90,6
Femmine dai 16 ai 24 anni	1,6	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,0	6,7	4,1	5,4	n.d.	19,6	7,7	29,9
Femmine dai 15 ai 74 anni	9,8	13,2	14,3	21,6	24,0	25,2	32,1	35,4	35,4	41,5	44,8	55,4	58,2	66,3
Femmine dai 25 ai 54 anni	2,7	5,1	2,7	13,3	10,0	14,3	22,0	25,5	24,2	30,6	35,6	45,9	54,4	64,2
Femmine dai 55 ai 74 anni	26,2	36,3	39,5	49,3	57,7	54,8	63,5	67,5	70,8	84,7	81,7	85,7	88,5	94,2
Bassa istruzione	22,5	25,8	27,8	52,9	28,9	39,6	52,2	54,5	48,3	62,9	62,7	72,7	70,5	81,7
Media istruzione	6,8	5,7	11,5	12,0	20,5	8,1	18,3	26,4	33,6	17,7	46,0	29,2	9,5	64,9
Alta istruzione	0,9	1,1	3,1	3,4	9,5	6,1	6,9	7,6	6,1	8,1	9,5	13,9	6,4	13,4
Famiglia con Banda larga	1,6	4,0	3,2	5,8	6,1	7,8	9,8	10,2	4,6	16,9	16,5	23,2	31,2	20,1
Famiglia con Accesso a Internet	5,5	5,6	7,4	n.d.	11,8	14,8	17,3	18,0	6,8	22,5	24,8	31,5	52,1	22,0
Residenti in aree densamente popolate	4,7	9,5	8,8	18,7	19,4	22,1	25,6	27,4	25,7	32,6	33,9	45,9	45,6	47,0
Residenti in aree mediamente popolate	7,0	10,7	9,0	17,9	19,9	29,2	31,4	32,6	35,9	39,7	48,3	52,1	59,0	71,9
Residenti in aree scarsamente popolate	10,6	14,6	16,9	20,6	24,1	32,4	34,3	41,7	36,7	48,4	51,6	55,3	64,4	75,6
Residenti in aree Obiettivo 1	n.d.	6,9	n.d.	26,9	28,3	n.d.	46,9	46,9	35,0	44,8	43,7	59,8	59,0	64,1
Residenti in aree non Ob. 1	8,6	11,6	13,4	18,6	18,5	n.d.	24,9	25,0	17,5	34,7	n.d.	46,1	43,0	-
Ritirati dal lavoro	29,5	32,6	41,4	45,4	50,2	55,6	60,6	64,8	68,6	76,5	78,3	82,0	87,9	92,7
Occupati	3,9	4,0	4,8	9,0	8,4	15,9	17,1	20,9	22,6	26,0	31,8	35,7	45,1	61,2
Studenti	1,0	0,3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,5	2,9	0,9	1,9	n.d.	8,3	n.d.	12,1
Disoccupati	5,3	1,8	15,8	n.d.	22,4	24,0	33,3	38,1	55,0	36,1	55,7	50,8	60,2	65,6
Dai 16 ai 24 anni	0,8	0,1	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,2	6,7	4,2	5,9	n.d.	19,8	7,2	29,8
dai 25 ai 34 anni	1,4	2,1	0,3	8,1	n.d.	6,6	12,4	15,7	14,5	15,3	20,3	30,4	25,7	51,2
Dai 35 ai 44 anni	1,2	3,6	2,2	8,7	6,8	11,9	18,7	22,5	22,7	29,8	35,6	41,2	48,1	63,7
Dai 45 ai 54 anni	5,2	9,0	7,9	17,4	15,5	28,8	29,5	34,6	35,9	43,9	53,3	51,0	66,6	75,0
dai 55 ai 64 anni	12,6	19,1	25,8	33,4	33,1	43,4	46,5	51,9	56,6	71,9	71,5	70,7	77,8	88,0
Dai 65 ai 74 anni	39,7	49,4	57,0	58,9	66,0	71,3	72,5	76,2	84,1	89,4	91,6	88,7	93,8	98,4
TOTALE	**8,6**	**11,4**	**13,4**	**18,9**	**20,3**	**26,1**	**29,2**	**32,8**	**32,9**	**38,3**	**43,7**	**50,1**	**54,4**	**64,1**

Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati Eurostat, 2008

2.7 *La famiglia e lo scambio inter-generazionale*

Un secondo elemento che emerge dai dati riguarda la possibilità per l'individuo escluso di ricorrere all'aiuto di un proprio familiare per confrontarsi con le nuove tecnologie e con la rete Internet in particolare.
L'analisi sulla distribuzione dei gruppi (vedi Tabella 3) mostra che il 37,5% degli attuali esclusi vive in una famiglia in cui è presente almeno una persona che sa come connettersi ad Internet. In particolare, ***nel 17% dei casi un membro della famiglia è un utente web avanzato*** (un *nativo digitale* o un *utente tradizionale*, entrambi i gruppi con una percentuale dell'8,5%). Si tratta di quasi ***il 10% della popolazione italiana*** con più di 5 anni, che potrebbe rappresentare un target ben definito per politiche mirate.

Tabella 3 - Individui con 6 anni o più per gruppo e tipologia di famiglia (valori percentuali)

	Individui che vivono in FAMIGLIE con almeno un individuo appartenente al gruppo…			
	Nativi digitali	**Utenti tradizionali**	**Scarsi utilizzatori**	**Attuali esclusi**
Nativi digitali	100			
Utenti tradizionali	21,6	78,4		
Scarsi utilizzatori	17,6	17,5	64,8	
Attuali esclusi	8,5	8,5	20,6	62,5

Fonte: Elaborazioni Osservatorio "Il Futuro della Rete" su dati ISTAT, 2008

Proviamo a tracciare un breve identikit anche di quest'ultima tipologia di individui:

- Il 35% è rappresentato da studenti (di cui il 40% circa sono ragazzini al di sotto dei 15 anni)
- Nel 28% si tratta di persone in cerca di occupazione
- Nel restante 30% circa dei casi si tratta di pensionati
- sono donne nel 60% dei casi, di età prevalentemente media (nel 38% dei casi ha tra i 45 e i 59 anni) e solo in un terzo dei casi avanzata.

Come si è visto non si tratta quindi semplicemente dei "nonni" della famiglia, ma di un universo piuttosto variegato. Considerando poi le persone con più di 60 anni appartenenti al gruppo degli attuali esclusi (cioè quasi il 90% delle persone con più di 60 anni), solo l'11,5% vive una famiglia in cui almeno un membro è un utente avanzato di Internet. Quindi, l'interessante idea dei ***"nonni su Internet"*** aiutati dai nipoti – che ha dato il via ad una serie di iniziative di interscambio generazionale diffuse soprattutto al Centro-Nord – difficilmente potrà realizzarsi direttamente nelle abitazioni degli anziani, ma richiede uno sforzo in più da parte della comunità per ***favorire la nascita di luoghi di incontro*** al di fuori dell'ambito familiare, eventualmente in base a specifici interessi.

Infine, in Figura 9 è stato già considerato che il 16,1% degli appartenenti al gruppo degli *attuali esclusi* dispone di una connessione a banda larga nella propria abitazione. Dall'analisi precedente si può aggiungere che, oltre ad una connessione veloce, questo gruppo di esclusi "fortunati" (ma forse particolarmente ostinati) può disporre dell'***aiuto di un familiare*** appartenente ai gruppi nativi digitali o utenti tradizionali in più della metà dei casi.

CAPITOLO 3
LE FAMIGLIE ITALIANE NELL'ERA DI INTERNET

3.1 *Gli italiani tra tecnologie e divario digitale*

In questo capitolo, in particolare nel primo e nel secondo paragrafo, sono presentati i risultati di una demoscopica condotta a fine aprile 2009 dall'Osservatorio "Il Futuro della Rete" su un campione rappresentativo di 2.400 famiglie italiane su tutto il territorio nazionale. Il campione è stato scelto mediante metodo di stratificazione a due stadi, su un universo di riferimento costituito dalla popolazione maggiorenne. Le interviste sono state condotte telefonicamente (metodo C.A.T.I.) con accurati controlli di coerenza e di qualità del dato.

L'indagine ha avuto l'obiettivo di verificare, rispetto ai dati ISTAT raccolti nel 2007 e nel 2008 e alle relative analisi e considerazioni esposte nel capitolo precedenti, il trend nell'ultimo anno nell'utilizzo di Internet, soprattutto della banda larga, con particolare attenzione all'***osservazione dei "non utilizzatori***", ovvero i cosiddetti attuali esclusi. In tal modo si è inteso anche marcare una differenza rispetto alle altre indagini sul tema.

La rilevazione è stata condotta su tre ambiti di osservazione:

1. livello di informatizzazione e di connessione Internet
2. utilizzo dei servizi on line della Pubblica Amministrazione
3. aspettative degli utenti sulla qualità dei servizi on line

In questo paragrafo sono affrontate le dimensioni oggetto del primo ambito di osservazione, individuando le caratteristiche e cercando di tracciare i diversi profili di chi usa Internet e i relativi servizi e di chi invece è fuori dal web.

Le variabili analizzate sono:

- possesso di dotazioni informatiche
- connessione ad Internet, in particolare a banda larga
- relative abilità e competenze in materia, fattori abilitanti
- barriere e motivazioni addotte, da quelle di tipo economico, a quelle di tipo socio-culturale
- tipologia/finalità e luoghi di utilizzo
- percezione della propria condizione di esclusione o penalizzazione

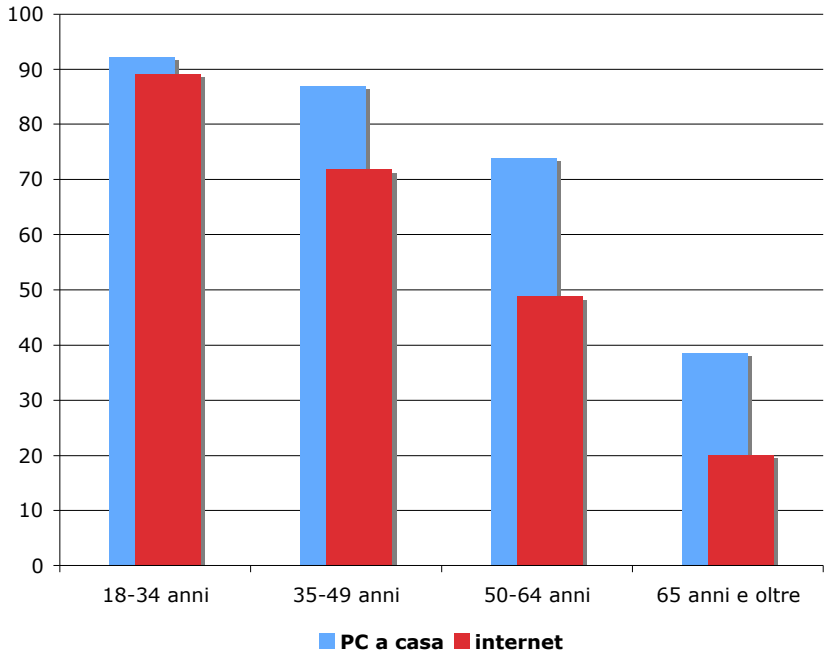
Tutte queste "coordinate" appena elencate sono finalizzate quindi a comporre una fotografia quanto più fedele possibile da un lato del livello di informatizzazione e di connessione delle famiglie italiane, in altre parole della loro ***inclusione***, e dall'altro del grado di ***digital divide*** tanto infrastrutturale e geografico, quanto socio-culturale e anagrafico-generazionale.

Il primo dato che emerge con evidenza è la significativa ***penetrazione del personal computer*** nelle famiglie che, nella rilevazione, si attesta intorno al 73%. E' necessario non sopravvalutare questo dato di crescita del numero dei PC (rispetto all'indagine ISTAT 2008). Tuttavia si deve anche ricordare che, data la scarsa propensione degli italiani ad utilizzare il computer, si è finora ritenuto che la soglia di saturazione per il nostro Paese sia intorno al 55/60%.
Le motivazioni di questo trend possono essere molteplici. Tra di esse sicuramente la ***riduzione dei costi dell'hardware***, sulla spinta dell'introduzione sul mercato di nuovi prodotti d'avanguardia, ma

anche di software estremamente *friendly* e accessibili. Un esempio è il boom di vendite che ha generato il fenomeno degli ***ultraportatili***, spesso acquistati come computer "di appoggio" da usare in mobilità e per la sola navigazione, ma in altrettanti casi scelto come primo computer, facile da usare e a prezzo estremamente ridotto[4]. A ciò è seguita nel giro di poche settimane la svalutazione dei portatili di media prestazione e "taglia", essendo acquistabile a costi equivalenti un computer fisso.

Se rispetto a questo primo dato, il fattore *genere* non è più una discriminante, come per la maggior parte delle variabili prese in esame, ***l'età*** dei componenti di un nucleo familiare, come abbiamo già visto in precedenza, è invece un fattore influente se non determinante.

Figura 1 – Possesso di un personal computer e utilizzo di Internet (indipendentemente dal possesso del PC) per classe d'età (valori percentuali)



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

Poiché che si tratta di una dotazione "di base", il divario per il possesso di un personal computer rimane alto per la fascia d'età che va oltre i 65 anni. Tuttavia non è detto che l'utilizzo di Internet e di servizi web avvenga da casa propria. È stato anzi sottolineato in precedenza quanto le politiche di inclusione per gli anziani passino attraverso punti di aggregazione e di intermediazione della fruizione. È altrettanto vero che, come si evidenzierà nei passaggi successivi, l'unico luogo di intermediazione

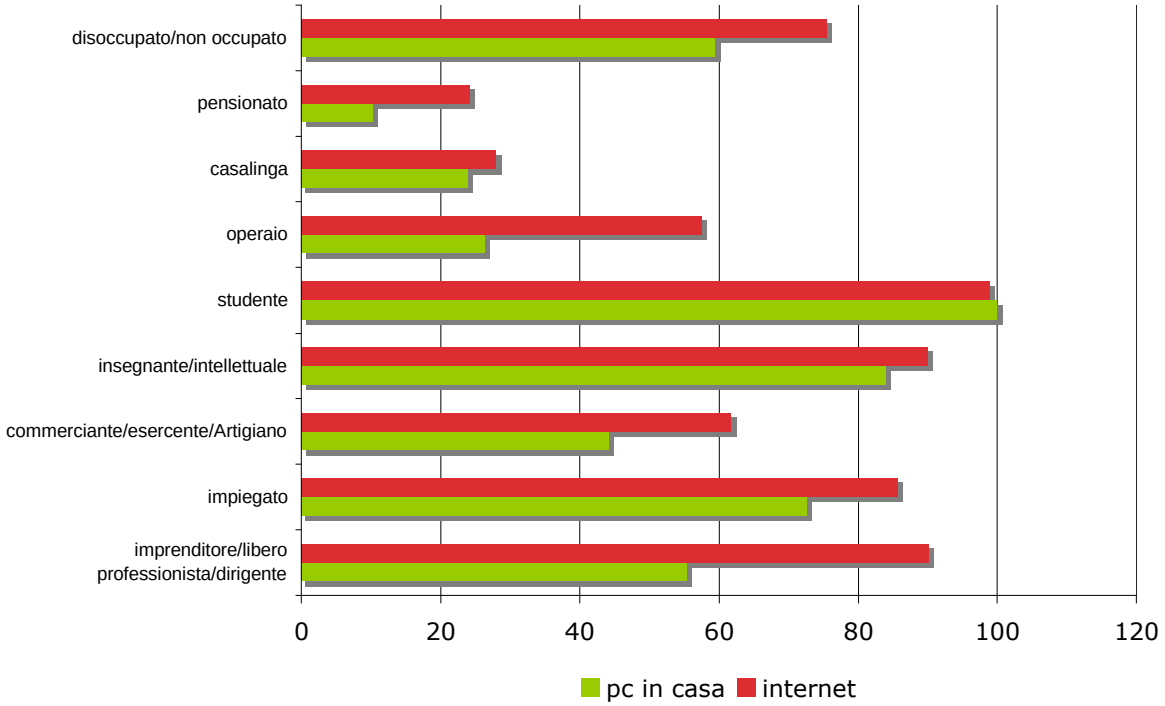
[4] Intel, l'azienda leader worldwide nella produzione di chipset e microchip, nel IDF 2009 (Intel Development Forum) ha pubblicato interessanti statistiche e proiezioni sulla diffusione dei netbook. Ecco alcune headline:

- Il **mercato** dei netbook raggiungerà i 30 milioni di unità vendute nel 2011 e crescerà fino a 45 milioni nel 2012, ma rappresenterà solo il 15% del mercato totale dei computer portatili.
- Il **costo medio** di un netbook negli Stati Uniti (300 dollari) è inferiore a qualsiasi altro posto del mondo dove i prezzi sono più vicini ai 400$.
- L'**Europa** occidentale è attualmente il più grande mercato netbook, con il doppio delle spedizioni rispetto agli Stati Uniti.
- L'85% dei netbook vengono acquistati per uso personale da **persone attorno ai 30 anni.**
- La **navigazione** su Internet è l'utilizzo più comune, mentre lo streaming video ha una percentuale molto piccola (2%).

Per quanto riguarda i PC, nell'ultimo trimestre 2009, sia Gartner che IDC stimano una crescita worldwide tra il 22% (Gartner) e il 15% (IDC) delle vendite di personal computer.

che funziona in Italia è la famiglia, in particolare i figli e le giovani generazioni. Il ***"divario da hardware"*** si attesta sul 61% circa della popolazione over 65 ma, indipendentemente dal possesso di un PC a casa propria, per quanto riguarda l'utilizzo di internet, il divario cresce fino all'80%.

Figura 2 – Possesso di un personal computer e utilizzo di Internet (indipendentemente dal possesso del PC) per categoria professionale (valori percentuali)



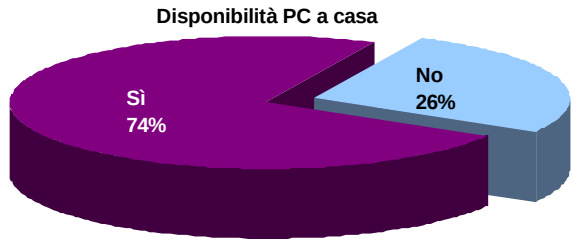
Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

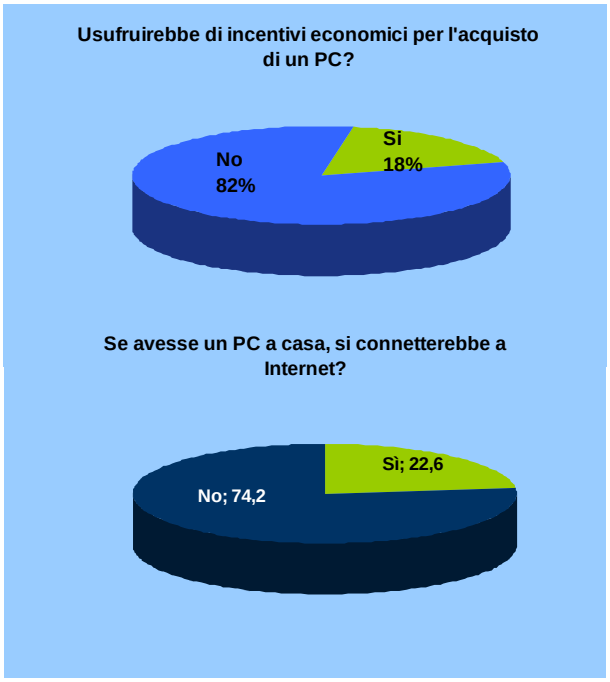
Incrociando le variabili più comuni che generalmente influenzano l'approccio alle nuove tecnologie, come età, titolo di studio e condizione professionale, il non utilizzatore è mediamente un over 65. È altrettanto intuibile, considerando la tipologia di impiego professionale, che ***la percentuale di non utilizzatori aumenta al ridursi della qualifica della professione svolta***, fino a raggiungere tassi di esclusione molto alti, rispettivamente il 72% e il 76%, nel caso di casalinghe e pensionati. Al contrario dall'indagine sono quasi assenti gli studenti che oggi non utilizzano Internet.
Tra gli altri fattori di *divide*, quindi, ancor più dell'età sono la condizione professionale e il titolo di studio. Al netto dell'età, il *digital divide* investe innanzitutto chi non ha le risorse culturali per comprendere, approcciare e apprezzare la rivoluzione digitale. ***Casalinghe e pensionati***, ovvero coloro che sono esclusi da contesti organizzativi e relazionali complessi, sono le categorie dove si annida maggiormente l'esclusione.

È normale chiedersi quali azioni si possono adottare verso chi oggi non possiede un PC, considerato pur sempre il driver per eccellenza verso l'alfabetizzazione e l'abitudine all'uso delle tecnologie e dei relativi contenuti/servizi. Tra le politiche classiche di sostegno della domanda la più comune è quella dell'***incentivo economico***, che viene sovente utilizzato per stimolare i consumi di un determinato bene. Rispetto al PC, tuttavia, lo stimolo economico - il benefit derivante da un abbattimento del prezzo di acquisto di un personal computer grazie ad incentivi governativi o regionali, tipo bonus o rimborso IVA - non sembra essere efficace, se non per le fasce più giovani della popolazione (giovani e giovani adulti).

Chi non possiede oggi un PC non modifica la propria propensione all'acquisto di questa tecnologia in virtù di un incentivo, e comunque, pur avendo la disponibilità di un computer, non avverte l'esigenza di Internet. C'è quindi uno zoccolo di "esclusi" per cui le barriere non sono evidentemente connesse ad un fattore di costo delle tecnologie per l'accesso a Internet.

Figura 3 – Interventi abilitanti e propensione all'acquisto di un PC e alla connessione ad Internet





BASE: totale intervistati – VALORI %

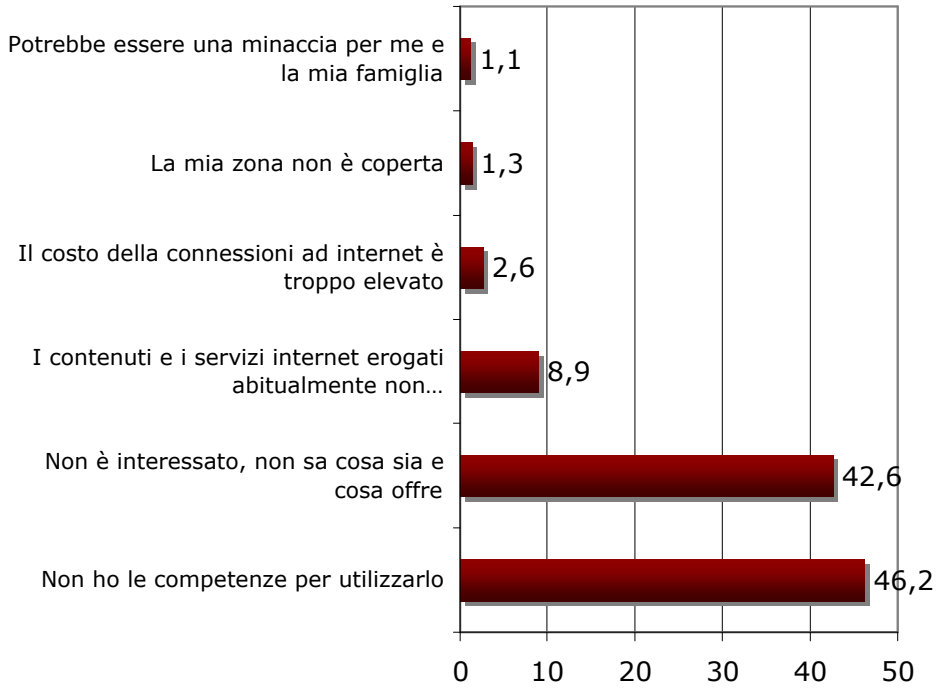
Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

La posizione di ***netto rifiuto*** verso il mezzo, al di là di incentivi economici ipotizzati, cresce esponenzialmente con l'età. Non basta avere un bonus o uno sconto per rendere appetibile una tecnologia, soprattutto per alcuni target, priva di interesse, perché priva di utilità.

È necessario approfondire quali sono le ***motivazioni*** per cui il 41,5% degli italiani non usa Internet, quali sono ostacoli e barriere. L'indagine qui presentata replica quanto evidenziato in precedenza, con una marcata polarizzazione delle barriere e delle motivazioni al non utilizzo della rete verso due dimensioni: la ***mancanza di competenze*** da una parte (46%) e di ***interesse/conoscenza*** (42%). Di fatto il ***digital divide infrastrutturale non sembra essere alla base dell'esclusione***, almeno non è tra i fattori più evidenti. Al contrario infatti la "mancanza di copertura" è tra le ultime motivazioni addotte insieme ad ostacoli di tipo psicologico. Anche i fattori economici, come i costi di connessione, sembrano essere pressoché irrilevanti.

La suddivisione per fasce d'età rende più facile la lettura della ***"mappa dell'esclusione",*** sebbene le due variabili "analfabetismo digitale" e "disinteresse" siano in ogni caso trasversalmente dei punti dolenti, con valori mediamente alti. I giovani, utenti naturalmente più sensibili alle nuove tecnologie, percepiscono soprattutto il *digital divide* geografico infrastrutturale (10%), che rappresenta un dato residuale per individui di età più avanzata, soprattutto influenzati dal costo della connessione; questi ultimi possiedono peraltro una consapevolezza mediamente più alta degli altri individui della povertà di contenuti e servizi erogati su Internet.

Figura 4 – motivazioni e barriere alla base dell'esclusione (possibile risposta multipla)



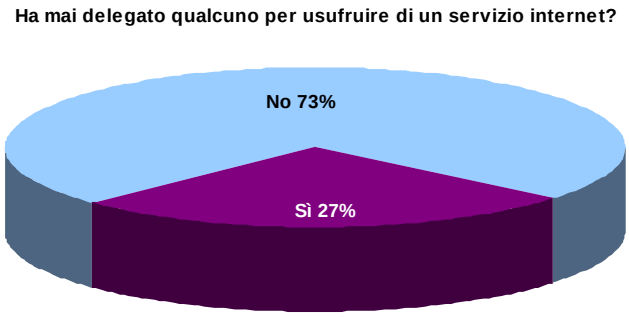
Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

Colpisce d'altra parte la presenza di tanti giovani privi di competenze tecnologiche (33%), ad avvalorare quanto si raccontava nel primo capitolo, ovvero che in Italia anche ***tra i giovani c'è la più alta percentuale di "carenza formativa"*** rispetto al resto d'Europa. Un altro dato conferma quanto emergeva dalla stessa indagine sulla "formazione degli adulti" richiamata in Capitolo 1: se guardiamo alla tipologia di professione, la mancanza di competenze informatiche presenta i valori più confortanti (ma mai sotto il 33%) nel caso di impiegati, dipendenti e insegnanti, ovvero le categorie più sottoposte a formazione e aggiornamento in ambito lavorativo, fatta eccezione per i disoccupati o in cerca di prima occupazione (25%).
Parallelamente, le categorie professionali libere, prive di logiche di dipendenza, come autonomi e imprenditori, o le meno qualificate, come operai e braccianti, e coloro che sono completamente fuori dal mondo del lavoro sono molto più esposti all'***analfabetismo informatico***.

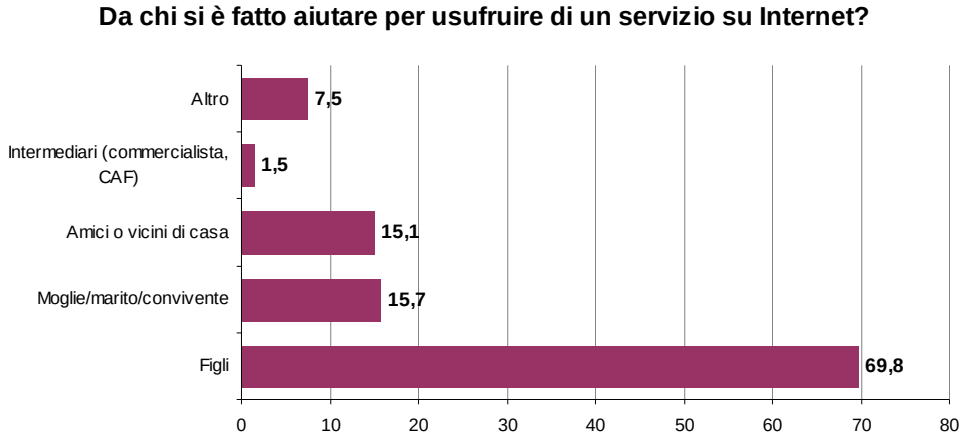
E' utile soffermarsi su quali ***idee e aspettative*** hanno i non utilizzatori dei vantaggi e delle opportunità fruibili attraverso Internet, ossia delle reali e concrete applicazioni sia in termini di servizi che di contenuti di cui potrebbero beneficiare se avessero un accesso alla rete. Più della ***metà delle persone non ha la consapevolezza delle potenzialità e applicazioni concrete di Internet***, del risparmio o della semplificazione che ne derivano, di come la rete possa cambiare l'approccio alla quotidianità. La maggior parte non sa o non risponde. Per la restante parte, la preferenza espressa verso possibili attività da svolgere è parcellizzata su una scelta variegata, ma caratterizzata dalla prevalenza innanzitutto di attività informative e poi ludico ricreative.
Al variare di condizione professionale, età, titolo di studio, non emergono significative differenze se non quelle legate alla normale correlazione con alcune di esse, come ad esempio l'alta % di giovani che vorrebbero "scaricare musica e film". Sostanzialmente chi non usa Internet ha su di esso delle aspettative legate a consumi tradizionali, come la fruizione di un giornale e dell'informazione in genere, la possibilità di organizzare viaggi in autonomia, la sostituzione del telefono magari in modalità avanzata, il pagamento delle bollette.

In generale tra chi non usa Internet c'è una fetta che almeno una volta ha avuto bisogno della rete e ha chiesto aiuto, ha fruito del ***supporto di un intermediario***, un mediatore verso la tecnologia. Questo gruppo di persone (27%) cresce al diminuire dell'età, confermando che anche tra i non utilizzatori l'interesse verso internet è più alto tra le fasce più giovani e si riduce sensibilmente (si dimezza) tra gli over 65.

Figura 5 – Il ruolo degli intermediari per i non utilizzatori



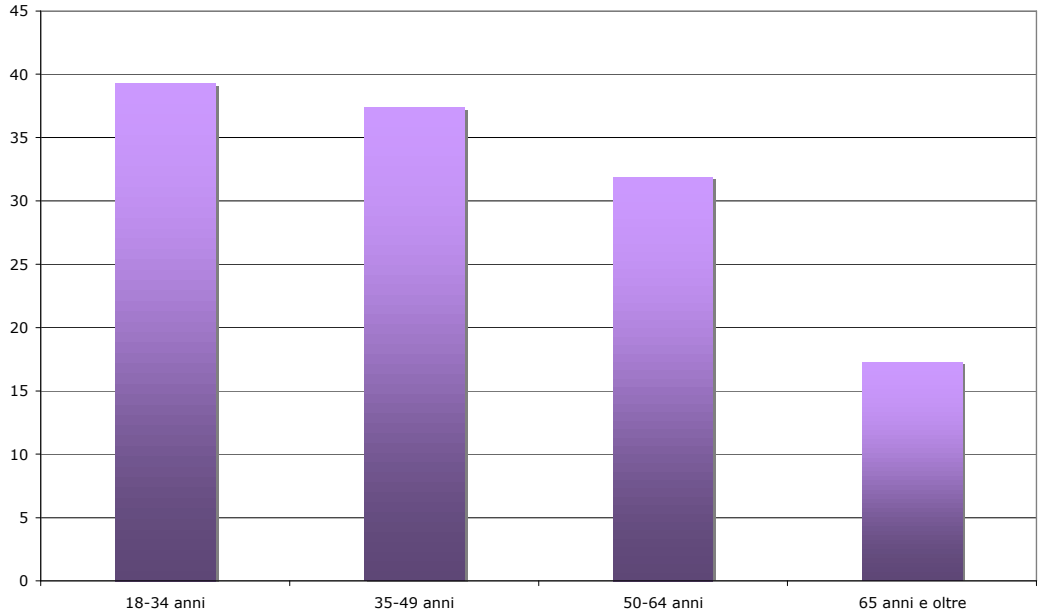
BASE: non user internet (41,5% del campione)



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

Come è emerso già nei precedenti capitoli, in un nucleo familiare i figli (minorenni o giovani maggiorenni) sono l'intermediario preferito per quanto riguarda le nuove tecnologie e la loro presenza favorisce l'adozione e l'incremento di competenze. ***L'intermediario familiare*** rappresentato da marito/moglie o compagno/a è molto più frequente per la componente femminile piuttosto che maschile (20% contro 7%). Così come altrettanto alta è la percentuale di persone che si fa aiutare dagli amici e dai vicini di casa, specie per i più giovani.
Sono in pochi a fruire del supporto di intermediari esterni, professionali (come i CAF o i commercialisti) o costituiti ad hoc per tale scopo, anche di tipo assistenziale (p.es. centri anziani). Anche categorie di persone a rischio di esclusione, come le ***casalinghe e i pensionati***, presentano marcate differenze: per le prime infatti, punto di riferimento diventa tutto il nucleo familiare, all'interno del quale si riceve assistenza complessivamente nel 91,3% dei casi; il supporto dei figli è l'aiuto più frequente (72%) insieme a quello del marito (20%), segue il "canale" amicale. Per i secondi invece sono i figli il driver più forte (87%) a cui seguono alternative di mediazione deboli e residuali.

Figura 6 – Percentuale di utilizzo di Internet tramite intermediari per classe d'età



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

Insomma, in Italia si conferma prevalente, anche per l'utilizzo di tecnologie del tutto nuove, **la rete familiare e delle relazioni più strette**, ossia ancora una volta **il peso del gruppo informale sulle reti formali**.

Il ***paniere di contenuti/servizi*** per cui si chiede aiuto più frequentemente e si fruisce di un intermediario è caratterizzato prevalentemente dalla ricerca di informazioni. L'utilizzo mediato è quindi ancorato a modelli di fruizione tradizionali a scarsa interattività.

È estremamente significativo, rispetto al tema dell'***alfabetizzazione informatica*** e della formazione, quanto irrisoria sia la percentuale di persone che ha fatto frequentato corsi pubblici dedicati sia regionali sia per la patente europea: poco più del 5%.
Questo impone una seria riflessione sulla qualità o l'efficacia degli innumerevoli corsi di formazione organizzati spesso con ingenti risorse investite e a fondo perduto (ne sono un esempio i fondi strutturali dedicati FSE) e con il concorso di enti e imprese che su questo fondano un business importante. Chi ha seguito un corso di formazione regionale o per la patente europea è più frequentemente (17%) ***giovane***, spesso ***diplomato e impiegato***, nel ***settore pubblico*** (17%) piuttosto che nel privato (7%).
Se si considera che i corsi di formazione in questione sono spesso finanziati con fondi strutturali FSE, finalizzati al sostegno di beneficiari specifici come le cosiddette "categorie deboli", prima fra tutti quella dei disoccupati, ne scaturiscono considerazioni preoccupanti sulla vacuità di tali interventi, dal momento che la percentuale riferita di disoccupati "formati" è del 18% circa.
Per completare il quadro dei soggetti esclusi ad oggi dall'utilizzo di Internet, è stato loro chiesto se, nel caso ci fosse stata la possibilità, avrebbero frequentato corsi gratuiti di soggetti pubblici o associazioni di aiuto all'utilizzo di Internet.

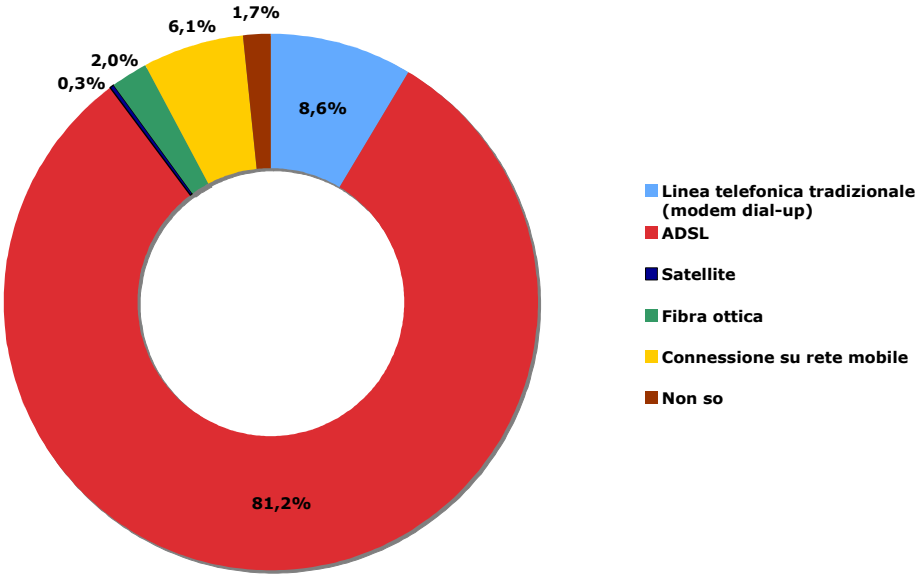
Le risposte, già evidenziate in diverse indagini, possono essere utili a ***riorientare le politiche per l'inclusione digitale*** intraprese finora nella maggior parte delle regioni, specialmente le azioni inerenti la formazione e l'alfabetizzazione, o quelle riguardanti la creazione di punti assistiti di accesso pubblico, il cui impatto sembra irrilevante nella cerchia degli "intermediari".

3.2 *Banda stretta per contenuti e servizi appena sufficienti*

Il paniere delle attività che si svolgono in rete da parte degli italiani è tutto sommato tradizionale. La maggior parte delle ***attività è di tipo informativo e comunicativo***, sebbene non mancano anche attività più complesse come il social networking per i più giovani o l'e-commerce per i più adulti. Rispetto a queste attività, in particolare, il livello di fiducia nell'utilizzare ***transazioni finanziarie online*** è molto più alto rispetto al passato, probabilmente sulla base dell'abitudine a fruire oramai normalmente di servizi bancari online e sulla scia del successo di spazi di compravendita virtuali sicuri o garantiti da meccanismi di controllo da parte degli stessi utenti (feed), come ad esempio eBay.
Si può comunque affermare che ciascuno costruisce il **proprio paniere** di attività sul web secondo le caratteristiche proprie dell'età, della professione, del titolo di studio, surrogando con Internet a pratiche consolidate, come la rete di relazione per i ragazzi, la lettura del giornale per chi è in pensione.

Tuttavia, la maggior parte dei servizi e dei ***contenuti fruiti più frequentemente non richiedono banda molto larga***, al contrario passano benissimo su una banda stretta, ovvero dalla comune tipologia di connessione ADSL standard in possesso dell'84,5% degli intervistati, con velocità da 640 Kbps a circa 24 Mbps. Si può anzi sostenere che per quei servizi è necessaria una connessione stabile, ma sufficiente una media velocità.

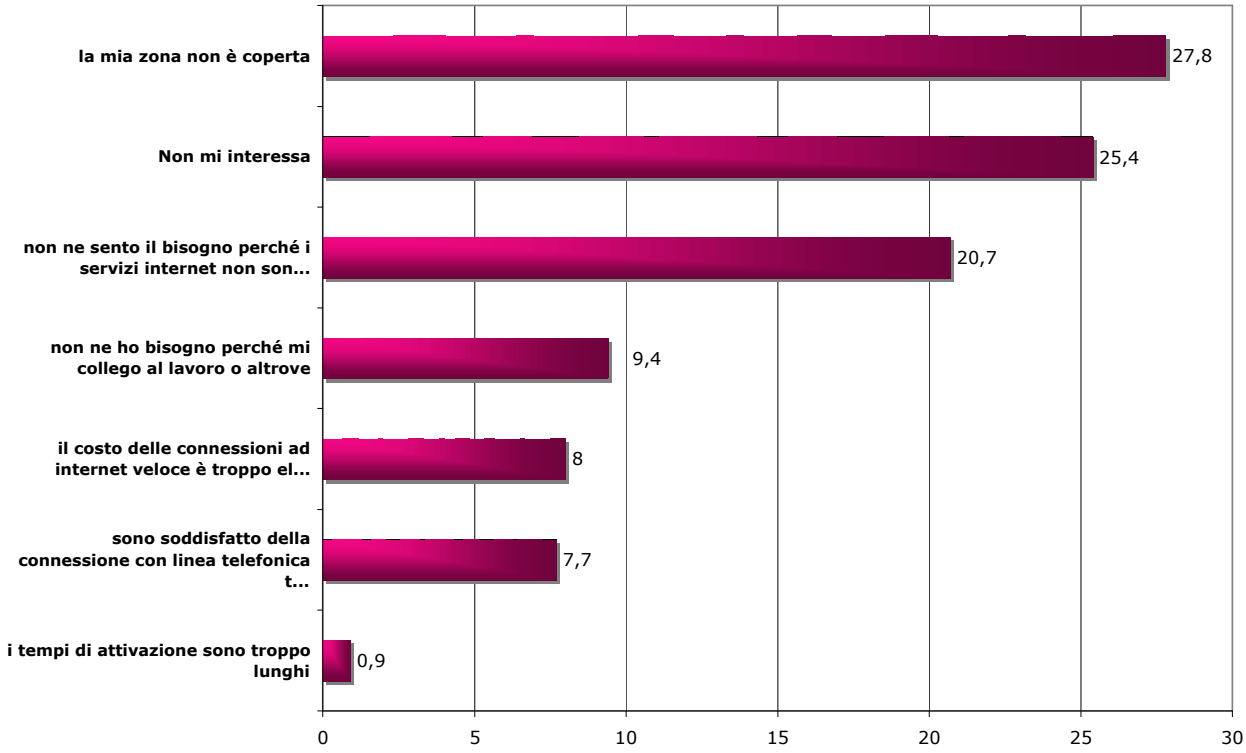
Figura 7 – Tipologie di connessione utilizzate



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

La tecnologia di rete è quindi sembra essere adeguata all'offerta di contenuti e servizi attualmente sul mercato in Italia. Ne è la riprova un significativo 89,3% delle persone intervistate che si ritiene ***soddisfatto dalla performance della connessione*** a propria disposizione e non percepisca alcun disagio. La banda larga non è una necessità per chi non ce l'ha, sia per mancanza di interesse in genere, sia per mancanza di servizi che richiedono una connessione veloce. E' però significativa la presenza di un ***digital divide geografico*** (28%), ovvero mancanza di offerta di connettività broadband nella propria zona di residenza, percepita maggiormente nel Nord Est (+ 20% rispetto alla media), mentre il livello più basso di disagio è nelle Isole, dove al contrario è massima l'insoddisfazione degli utenti verso i servizi e i contenuti erogati sul web.

Figura 8 – Barriere e ostacoli all'adozione della banda larga



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

3.3 *L'utilizzo dei servizi di e-government*

Nei Paesi europei e dell'area OCSE dove è più sviluppata la larga banda, in molti casi il driver dello sviluppo è stato innescato dalla Pubblica Amministrazione che ha svolto un duplice ruolo: da una parte la digitalizzazione della PA ha costituito una importante "fetta" di domanda per il mercato del broadband; dall'altra la disponibilità ampia e diffusa di servizi di e-government ha fatto da traino alla domanda di Internet del segmento *consumer* e imprese.
L'azione pubblica ha quindi fatto da stimolo importante all'investimento nella rete di nuova generazione e alla diffusione generalizzata del *broadband*, anche laddove lo Stato non è intervenuto direttamente con politiche di sostegno all'offerta o con un intervento diretto.
Anche in Italia gli indirizzi vanno in questa direzione, con piani di informatizzazione, digitalizzazione e delivery di servizi on line che di propongono sia di cambiare la PA, sia di spostare su Internet l'interazione tra cittadini e PA. Quali e quanto servizi siano effettivamente disponibili non è ambito di indagine in questa sede. E' tuttavia di interesse verificare se la disponibilità di servizi di e-government, vista dal lato della domanda, possa costituire anche nel nostro Paese un driver allo sviluppo della rete.

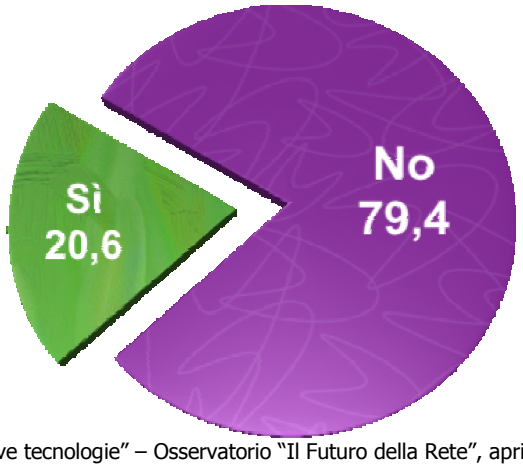
In questo paragrafo sono quindi approfonditi l'ambito dei servizi innovati erogati dalla Pubblica Amministrazione ai cittadini, e le cui dimensioni offerta/utilizzo sono nettamente distinguibili tra:

- servizi di e-goverment "tradizionalmente" intesi come possibilità di effettuare pratiche burocratiche senza recarsi presso lo sportello
- servizi avanzati sempre più spostati verso la "nuova generazione" che fanno uso di tecnologie e strumenti riferibili al cd. "web 2.0".

Le due tipologie di servizi, infatti, presentano notevoli differenze, ad esempio in termini di obiettivi e aspettative dell'utente: nel primo caso il cittadino è interessato a perdere meno tempo e denaro possibile per svolgere gli adempimenti di carattere obbligatorio, mentre nel secondo caso il suo obiettivo è riconducibile ad esigenze di personalizzazione del servizio e alla ricerca di valore aggiunto, assecondando a volte esigenze di partecipazione, senza un ritorno immediato per sé stesso ma verso la comunità.
Si riscontrano differenza in termini di target e potenziale utilizzatore: i servizi di e-government tradizionali "1.0" presentano target ben precisi a seconda della tipologia (servizi sociali, scolastici, anagrafici, etc.) e sono utilizzati solo in seguito ad un obbligo burocratico e ad una necessità, mentre i servizi di tipo "2.0" sono rivolti genericamente a tutta la cittadinanza, con un particolare coinvolgimento, almeno nella fase iniziale di diffusione, degli individui con maggior livello di competenza e sensibilità degli strumenti del web 2.0, salvo poi ridistribuire i benefici e il valore aggiunto prodotti ad una più ampia platea di cittadini.

Nel paragrafo in oggetto cercheremo di individuare innanzitutto le tipologie di persone che mostrano propensione all'utilizzo dei servizi di e-government tradizionali. Effettueremo infine l'analisi dell'***interazione tra cittadino e PA*** in termini di strumenti e modalità (come propensione all'interattività, canali preferiti di erogazione etc.), strumenti di autenticazione, reti private alternative (Reti Amiche).
Intanto l'approccio ai servizi online. Quante persone hanno preso in considerazione un servizio erogato online nel momento in cui ha avuto la necessità di interagire con la Pubblica Amministrazione? ***Una persona su cinque***, ci dice l'indagine effettuata, ha utilizzato un servizio innovato l'ultima volta che ha avuto bisogno della PA.

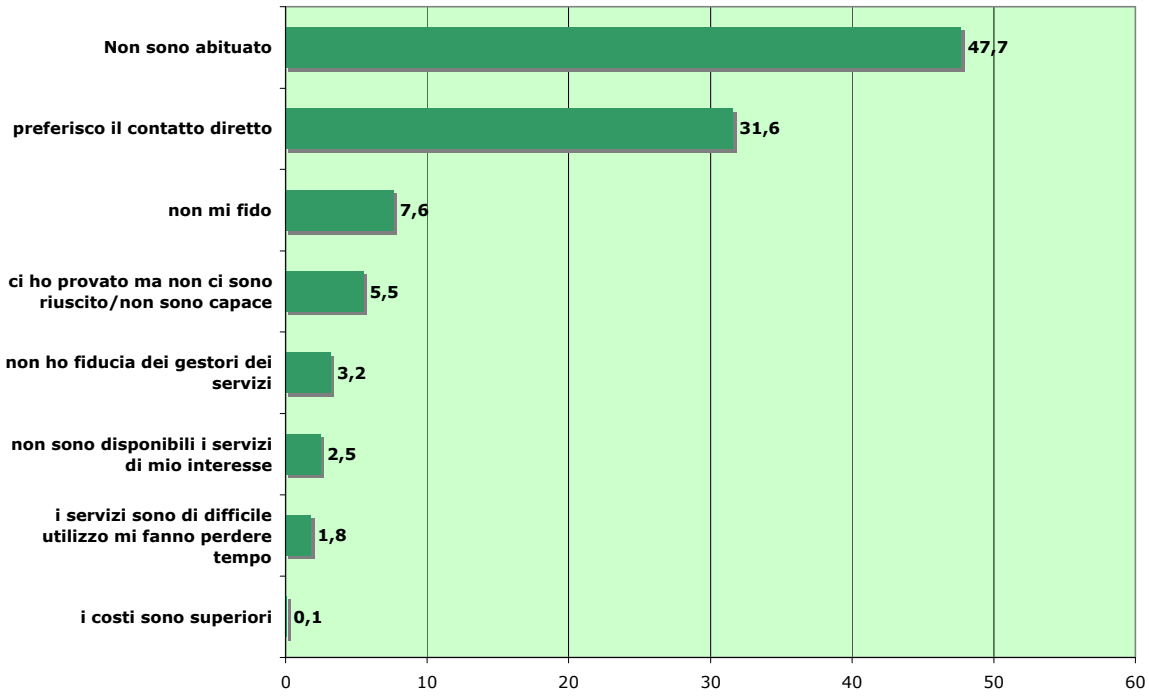
Figura 9 – Utilizzo di un servizio on line sull'ultima fruizione di servizio pubblico



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

I motivi per cui non ci si avvicina facilmente ad Internet e alle soluzioni innovative di e-government nel rapporto con l'amministrazione pubblica, ma si preferiscono canali e modalità tradizionali di fruizione, possono essere i più diversi. Colpisce però il peso che tra queste motivazioni giocano da una parte il ***fattore "abitudine"*** e dall'altra la preferenza del ***contatto diretto***. Nella rilevazione delle diverse affermazioni in seno all'indagine svolta, queste due risposte raccolgono insieme l'80% dei riscontri.

Figura 10 – Barriere all'utilizzo dei servizi di e-government



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

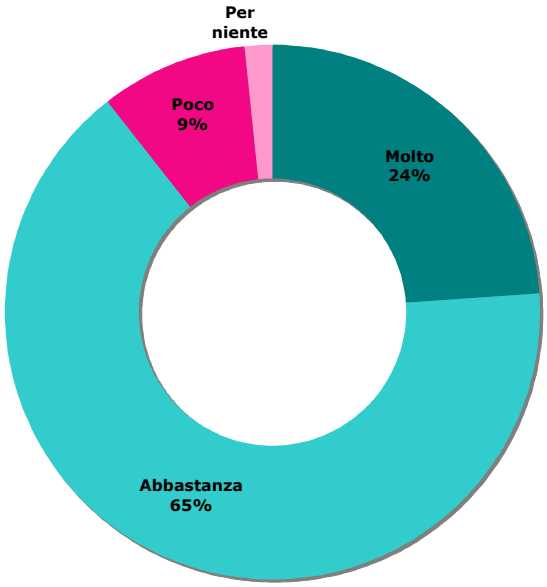
Il dato che emerge è interpretabile soprattutto attraverso fattori di carattere culturale. Non si tratta, a un primo sguardo, di problemi derivati ad esempio dall'efficienza dei servizi di e-government, dalla loro usabilità e accessibilità, che pure sappiamo essere ancora poco diffusi. Non emergono, in prima

battuta, critiche alla qualità e alla diffusione dei servizi web. E' molto bassa la percentuale di chi dichiara di essere stato incapace ad usare il mezzo e la modalità.

Più alta invece la ***mancanza di fiducia***, sia verso il mezzo e sia verso i meccanismi di gestione dei servizi pubblici. Anche questo è un dato che ci sembra in qualche modo significativo.
Se confrontiamo il dato riportato nella figura 23 con quel 40% circa di servizi fruiti online e appartenenti alle tipologie di "acquisti" vari (acquisto viaggi, servizi privati e pubblici, ecc.) o a quella delle "transazioni finanziarie" (vedi figura 18), tutti servizi che richiedono all'utente una certa percentuale di fiducia, la diffidenza verso i servizi di e-government, la sfiducia rilevata, sembrano essere imputabili essenzialmente alla loro connotazione "pubblica".
Avere a che fare con la macchina amministrativa è probabilmente considerata una "attività seria", spesso soggetta a un'alta percentuale di imprevisti, irregolarità, ritardi, e che richiede attenzione da parte del cittadino; per tale motivo molte persone sono indotte a preferire il contatto diretto, i canali tradizionali, con l'illusione che sia sufficiente questo a garantire maggiore controllo delle procedure.

Un dato che in prima istanza non ci aspetteremmo è rappresentato dal ***giudizio complessivamente positivo*** e dalla soddisfazione mediamente elevata di chi ha utilizzato un servizio online. La percentuale media tra i giudizi "abbastanza" e "molto soddisfatto" arriva complessivamente all'85%. In alcune aree geografiche, come il Nord-Ovest, si registrano picchi di eccellenza con valori fino al 95% circa.

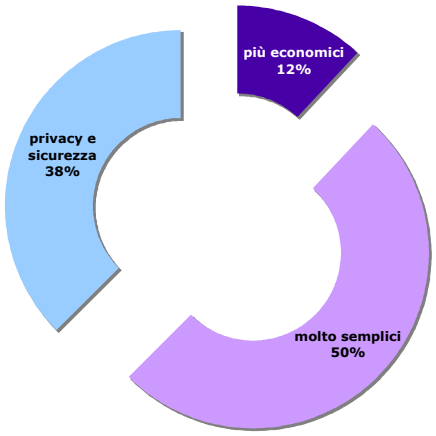
Figura 11 – Livello di soddisfazione rispetto al servizio on line utilizzato



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

Come dovrebbe essere un servizio di e-government e quali sono le caratteristiche attese? Indipendentemente da variabili come età, genere, titolo di studio, tipologia di professione, è evidente e trasversale la preferenza dei cittadini verso caratteristiche di ***semplicità***, seguita dall'attenzione alla ***sicurezza*** e alla ***privacy***, solo in misura residuale viene citato il criterio di economicità. Gli italiani preferiscono servizi di facile utilizzo, realmente semplificati e svecchiati della logica macchinosa della burocrazia, al tempo stesso sicuri. Poco importa se allo stesso prezzo o soltanto di poco più economici dei servizi tradizionali.

Figura 26 – Caratteristiche dei servizi on line nelle preferenze degli italiani



Fonte: Indagine "Gli italiani e le nuove tecnologie" – Osservatorio "Il Futuro della Rete", aprile 2009

In sintesi, quindi, incrociando il livello di "inclusione" dei cittadini (in termini di alfabetizzazione ma anche, ovviamente, di disponibilità di banda larga) analizzato in precedenza, con la propensione all'utilizzo dei servizi emersa nel presente capitolo, è possibile rappresentare quattro scenari:

- cittadino propenso e pienamente incluso
- cittadino incluso ma non utilizzatore dei servizi PA
- cittadino potenzialmente propenso all'utilizzo delle ICT / e-government ma ancora escluso dalla Società dell'Informazione
- cittadino inconsapevole, disinteressato ed escluso

Il terzo scenario ci sembra offrire i più ampi margini di manovra per la definizione e l'attuazione di politiche pubbliche, proprio a partire dalla motivazione del beneficiario delle azioni e quindi avvalendosi di una sostanziale collaborazione del cittadino-utente.

FOCUS

Chi è pronto alla frontiera della partecipazione e del web 2.0?

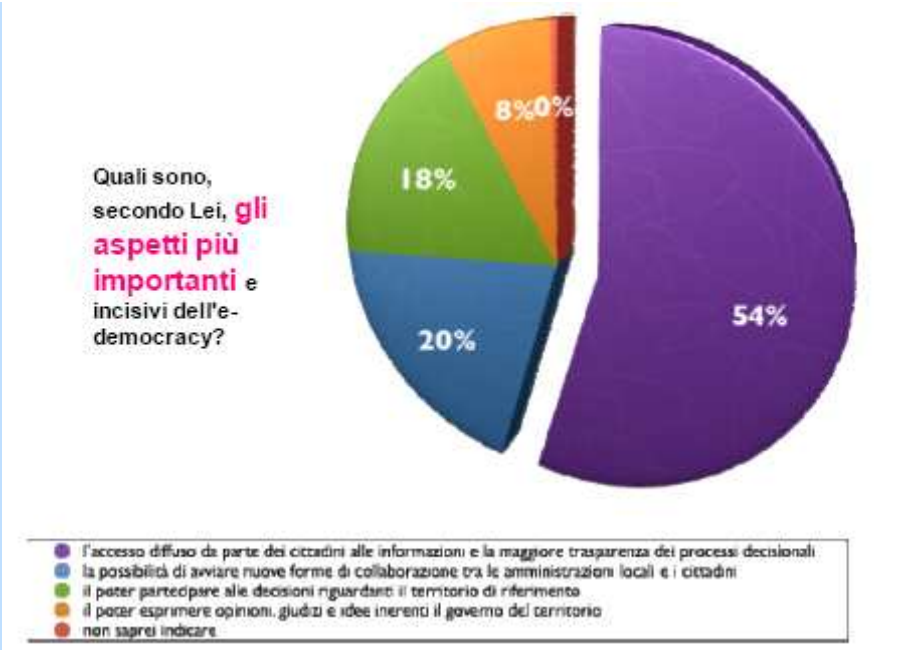
I servizi pubblici che utilizzano strumenti tipici del "web 2.0" sono ancora molto rari in Italia. Più diffusi, anche perché promossi prima e di questi "precursori" sono i servizi di e-democracy o e-partecipation che utilizzano strumenti più tradizionali come forum, chat o newsletter.

In questo paragrafo sono presentate in sintesi **i risultati di due ricerche**, la prima sul tema dell'e-democracy e sull'e-partecipation, la seconda sui temi dell'"amministrare con gli strumenti del web 2.0", condotte entrambe da ForumPA, proponendo un **approfondimento attraverso PanelPA**, una indagine on line rivolta ad un panel di iscritti alla propria community, quindi attraverso un insieme molto qualificato di persone. Alla prima indagine – e-democracy - hanno risposto in oltre 4.000 (4.362 esattamente) fornendo utili indicazioni sulla percezione che il pubblico ha del tema proposto. Inoltre, tramite domande aperte, in 700 hanno fatto riferimento ad esperienze conosciute o espresso considerazioni personali sul tema proposto.

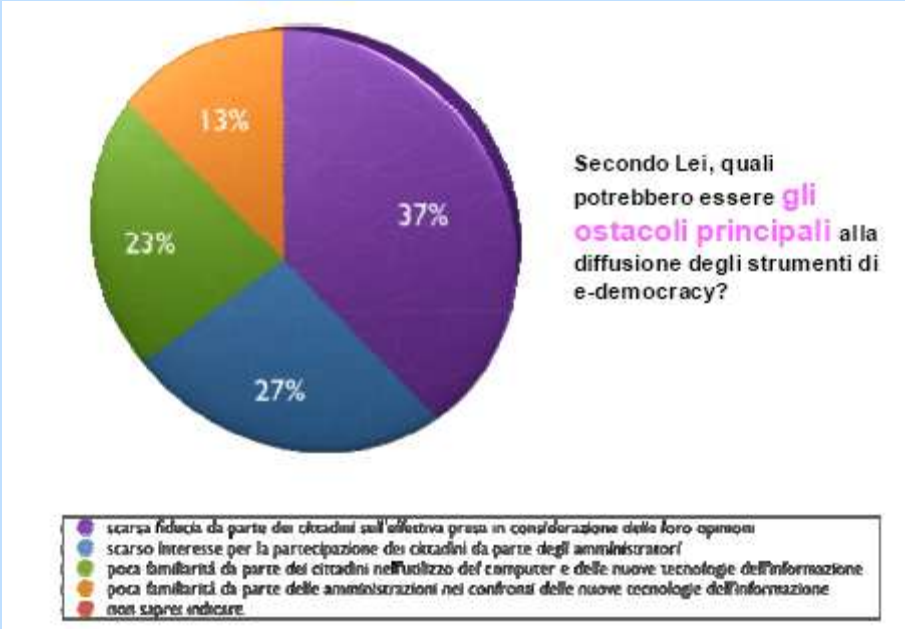
F.1 *Uno sguardo sulla e-democracy*

Abbiamo già sottolineato in precedenza che l'informatizzazione della Pubblica Amministrazione è tutt'altro che conclusa e, soprattutto, si è interrotto quel percorso apparentemente lineare che si aspettava portasse la Pubblica Amministrazione ad instaurare un nuovo rapporto con i cittadini e le imprese basato su una maggiore e più accessibile informazione, un migliore accesso ai servizi pubblici fino al coinvolgimento, tramite gli strumenti di e-democracy, dei cittadini nelle consultazioni alla base delle decisioni politiche ed amministrative. Un traguardo finale, quello dell'e-democracy, raggiunto solo da poche eccellenze all'interno dell'ampio universo pubblico italiano mentre gran parte del gruppo resta ancora indietro.

In termini quantitativi, già dalla prima domanda emergono con chiarezza le problematiche principali legate al tema dell'e-democracy. Agli intervistati è stato chiesto quali fossero secondo loro gli aspetti più importanti e più incisivi dell'e-democracy e un ampia maggioranza (54%) ha indicato l'accesso diffuso da parte dei cittadini alle informazioni e la maggiore trasparenza dei processi decisionali. Molto meno sono invece coloro che si riferiscono alle modalità più interattive e partecipative che le nuove tecnologie offrono se applicate ai rapporti tra cittadine e amministratori. Ritiene che l'e-democracy offra la possibilità di avviare nuove forme di collaborazione tra le amministrazioni locali e i cittadini il 20% degli intervistati, il poter partecipare alle decisioni riguardanti i territorio di riferimento il 17,7% e, infine, il poter esprimere opinioni, giudizi e idee inerenti il governo del territorio il 7,5%.

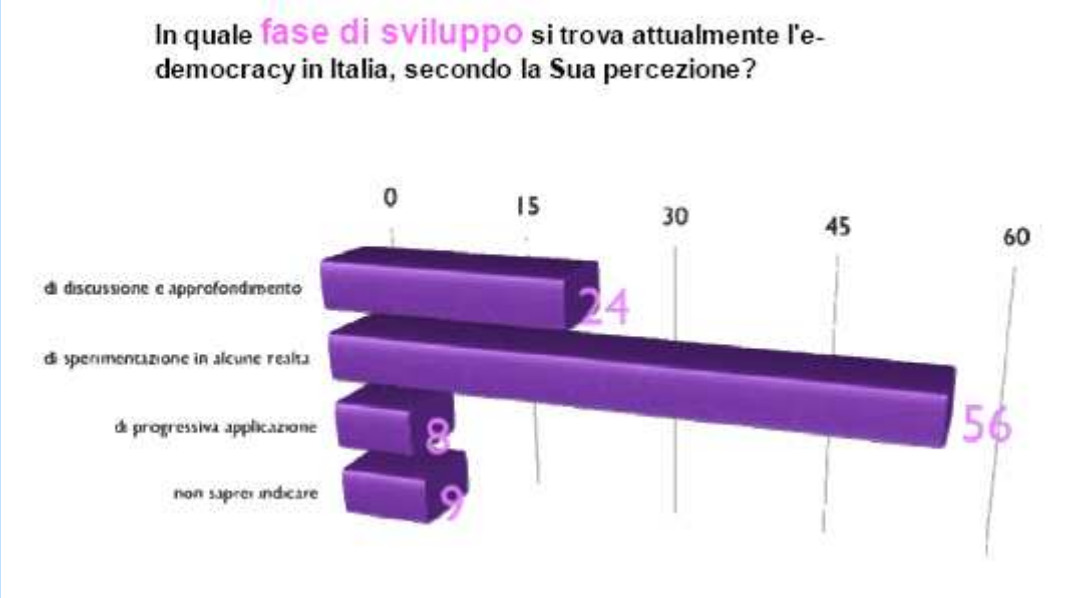


E' evidente che gli intervistati esplicitano con chiarezza la necessità di vedere risolti ancora i bisogni "primari" della nuova cittadinanza digitale: essere informati delle attività dei propri amministratori piuttosto che immaginarsi un loro ruolo attivo, mediato dalle tecnologie, nella gestione del proprio territorio di riferimento e dei beni comuni.



Una visione negativa delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie che traspare anche quando è stato chiesto agli intervistati quali potrebbero essere gli ostacoli principali alla diffusione degli strumenti di e-democracy. La poca familiarità nei confronti delle nuove tecnologie da parte dei cittadini e delle amministrazioni viene considerato un fattore importante ma minoritario rispetto a quel complessivo 64% che attribuisce i problemi alla scarsa fiducia da parte di cittadini sull'effettiva presa

in considerazione delle loro opinioni (37%) e allo scarso interesse per la partecipazione dei cittadini da parte degli amministratori (27%).



Un atteggiamento prudente che non nasce dalla poca conoscenza del fenomeno. Tutt'altro. Quando si chiede quali sia la fase attuale di sviluppo dell'e-democracy le risposte rispecchiano fedelmente la situazione reale: di sperimentazione in alcune realtà, risponde il 57% degli intervistati, di discussione e di approfondimento il 24,6 , di progressiva applicazione l'8,6%.

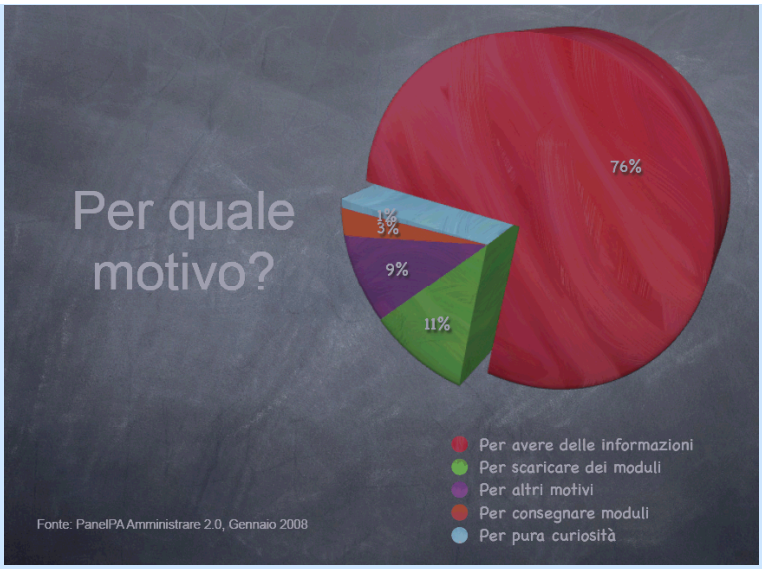
Non ci sono prospettive quindi per una telematica che avvicini i cittadini al governo pubblico? Gli intervistati ci indicano la strada da percorrere: secondo il 67% sono gli enti locali i soggetti che dovrebbero maggiormente farsi carico di promuovere iniziative di e-government. È partendo dalle istituzioni più prossime ai cittadini che è necessario ricreare (o meglio creare) quel clima di fiducia che è il presupposto indispensabile per un dialogo fattivo tra i cittadini e i loro governi.

F.2 *Amministrare 2.0*

La spinta che ha portato gli enti locali ad utilizzare il web quale strumento per migliorare la qualità dei servizi offerti alle famiglie e alle imprese sembra essere irrimediabilmente rallentata. Se dal punto di vista quantitativo il processo è sostanzialmente completo – dal 1996 al 2002 la telematica ha in poco tempo raggiunto la totalità degli enti maggiori: comuni capoluogo, province e regioni - dal punto di vista delle funzionalità implementate gli ultimi sei anni hanno registrato un deciso rallentamento: la maggior parte degli attori locali ha raggiunto un primo livello di telematizzazione quasi esclusivamente votato alla comunicazione istituzionale.

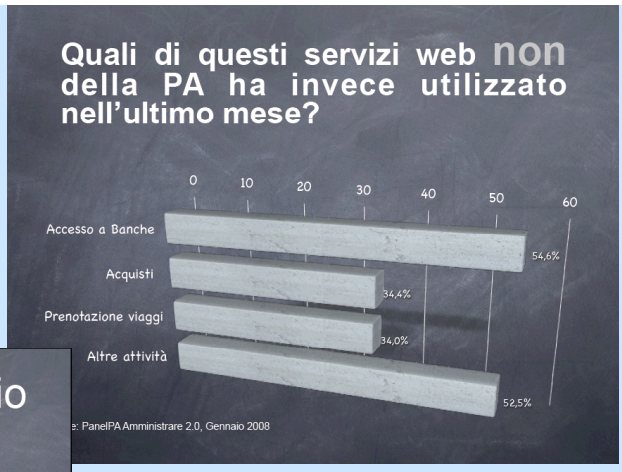
La fase di stallo è imputabile ad almeno tre ordini di motivi. In primo luogo l'abbandono della logica di governance originaria. La città digitale non può prescindere da una logica collaborativa che vede i diversi attori locali impegnati a raggiungere una visione condivisa del ruolo della telematica locale. Gran parte delle iniziative, invece, si sono sviluppate come esperienze isolate dei diversi soggetti locali con pochissima propensione alla collaborazione. Il secondo aspetto riguarda l'incompletezza dell'offerta: i cambiamenti e le iniziative si sono limitati ad introdurre nuove modalità (telematiche) per fornire informazioni ai cittadini o per erogare servizi. Pochissimo è stato fatto invece nel cosiddetto back-office, dove le nuove tecnologie avrebbero potuto portare grandi innovazioni dal punto di vista dell'efficienza e delle prassi burocratiche. Infine il fallimento delle politiche di inclusione. I servizi telematici cittadini piuttosto che favorire l'inclusione e la partecipazione tra le diverse categorie sociali e culturali hanno aumentato il divario fra queste. Alle povertà e alle esclusioni materiali si sono aggiunte quelle tra coloro che hanno le possibilità e le capacità di accedere alle informazioni e ai servizi on line e quelli che sono di fatto esclusi da tale servizi per motivi culturali, sociali o strutturali.

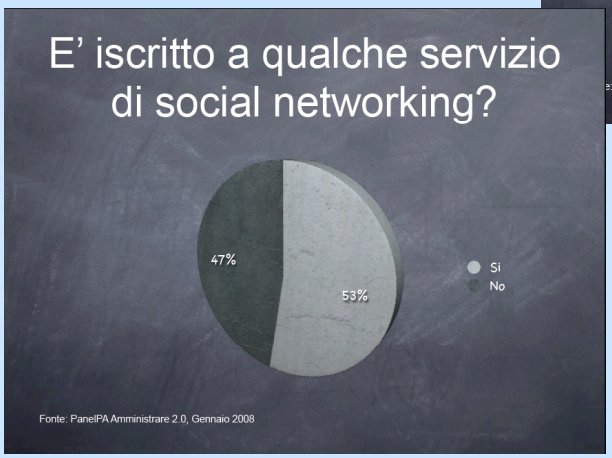
A queste difficoltà, tutte interne al processo di telematizzazione della pubblica amministrazione, si aggiunge il problema che scaturisce dalla frattura sempre più profonda che si è creata tra i cittadini e le istituzioni di riferimento che trova origine nella mancanza di una cultura della collaborazione e della partecipazione. I risultati del Panel PA sull'e-democracy esprimevano già con chiarezza le problematiche principali legate al tema. Agli intervistati è stato chiesto quali fossero secondo loro gli aspetti più importanti e più incisivi dell'e-democracy e un'ampia maggioranza (54%) ha indicato l'accesso diffuso da parte dei cittadini alle informazioni e la maggiore trasparenza dei processi decisionali. Molto meno sono invece coloro che si riferiscono alle modalità più interattive e partecipative che le nuove tecnologie offrono se applicate ai rapporti tra cittadine e amministratori.
Il fatto che le potenzialità più innovative messe a disposizione dalle nuove tecnologie non siano ancora pienamente sfruttate è un dato nuovamente confermato dalla community di FORUM PA in questo ultimo Panel "Amministrare 2.0": il 76% di chi negli ultimi mesi si è collegato al sito web di una pubblica amministrazione lo ha fatto per ricevere informazioni.



Usano Facebook, accedono alle banche on line e comprano su internet, ma dai siti web della PA si aspettano solo informazioni e trasparenza, non interazione e partecipazione. È evidente che gli intervistati esplicitano con chiarezza la necessità di vedere risolti ancora i bisogni "primari" della nuova cittadinanza digitale: essere informati delle attività dei propri amministratori piuttosto che immaginarsi un loro ruolo attivo, mediato dalle tecnologie, nella gestione del proprio territorio di riferimento e dei beni comuni.

Questi stessi utenti sono consapevoli che la diffusione di strumenti web 2.0 nella PA locale è ferma ancora ad uno stadio di sperimentazione limitato ad alcune realtà (lo pensa il 47% di chi ha risposto all'indagine) e pensano che ad ostacolare la diffusione di questi sistemi sia soprattutto una resistenza di tipo culturale (52%), più che le difficoltà organizzative, l'insensibilità politica o la complessità tecnologia (Tab. 8).





Ma, ancora una volta, se si chiede quali cambiamenti porterebbe l'adozione di strumenti web 2.0 da parte della PA, solo il 12% del campione ipotizza che i cittadini avrebbero più voce nella gestione della cosa pubblica, mentre la maggioranza (il 71%) si ferma a uno step meno avanzato e parla di una maggiore immediatezza nei rapporti cittadino-istituzione. Ma come rilanciare, all'interno dei processi della pubblica amministrazione locale, il web 2.0 e la logica partecipativa su cui si fonda? Mettendosi insieme e condividendo strumenti, obiettivi ed esperienze. È proprio quello che proveranno a fare i Comuni del Tavolo Permanente di Lavoro Amministrare 2.0: un'iniziativa nata per favorire il confronto e la collaborazione tra le realtà più attive e disposte a puntare sugli strumenti del web 2.0 per migliorare la qualità dei servizi offerti a famiglie e imprese, incoraggiare la condivisione e l'arricchimento dei saperi interni alle organizzazioni stesse, sostenere la diffusione dei processi di partecipazione dei cittadini. Anche da questi dati partirà la riflessione degli enti locali che, attraverso il Tavolo Permanente di Lavoro Amministrare 2.0, potranno contribuire al salto di qualità da una situazione di sperimentazione limitata ad alcune eccellenze, ad una di approfondimento, discussione e progressiva applicazione di questi strumenti.

APPENDICE
LE PRINCIPALI POLITICHE DI RIFERIMENTO

A.1 *Azioni della Commissione Europea: Banda Larga*

Le politiche comunitarie a favore della banda larga vanno inserite in un contesto più ampio di strategia di innovazione e sviluppo dei territori appartenenti all'Unione Europea. Il tema assume rilevanza con il piano di azione di eEurope 2005, che pone l'obiettivo di garantire la possibilità a tutti i cittadini europei di partecipare alla "società dell'informazione globale" promuovendo servizi, applicazioni e contenuti sicuri basati su un'infrastruttura a banda larga accessibile su tutto il territorio. Successivamente l'iniziativa "i2010 – Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione" orienta ulteriormente su obiettivi comuni le politiche per la società dell'informazione attuate a livello europeo, nazionale e regionale, e contribuisce a costruire un quadro di riferimento alle altre strategie- di sviluppo regionale, di sviluppo rurale, di ricerca e innovazione ecc. - che possano contribuire a conseguirli. In particolare, tra le priorità proposte:

- il completamento di uno spazio unico europeo dell'informazione, che offra comunicazioni in barda larga a costi accessibili e sicure, contenuti di qualità e diversificati e servizi digitali, promuovendo lo sviluppo di un mercato interno aperto e competitivo;
- il rafforzamento dell'innovazione e degli investimenti di ricerca e sviluppo sulle ICT, per ridurre il divario con i principali concorrenti dell'Europa e promuovere la crescita e migliori e più numerosi lavori;
- la creazione di una SI europea inclusiva, che promuova la crescita e il lavoro in modo coerente con lo sviluppo sostenibile, che dia priorità a servizi pubblici migliori e promuova la qualità della vita.

In effetti, le reti di telecomunicazioni rappresentano l'infrastruttura di base, abilitante, per consentire lo scambio di informazioni e contenuti tra tutti i soggetti coinvolti in quella che viene definita oggi la "società della conoscenza": cittadini, imprese e mondo produttivo, istituzioni. L'evoluzione delle reti di telecomunicazioni verso capacità sempre maggiori - banda larga - è inoltre una condizione necessaria per lo sviluppo e la diffusione di servizi innovativi da parte della pubblica amministrazione con crescenti livelli di integrazione, multimedialità e interattività.

In sintesi la banda larga e soprattutto i servizi ad essa correlabili/correlati, la maggior parte ancora da costruire e diffondere, rappresentano un'opportunità di evoluzione e conoscenza per tutti. E tutti i livelli istituzionali, a partire dall'Unione Europea fino alla singola amministrazione locale, sono consapevoli dell'importanza che assume combattere quella nuova possibile disuguaglianza che può invece essere determinata proprio da differenze di opportunità e di formazione per l'accesso alle nuove tecnologie e al nuovo mondo della conoscenza in rete.

Rispetto a questi obiettivi, la Commissione europea ha previsto e già in parte realizzato diverse iniziative. Alcune si sono concretizzate in interventi a livello normativo, quali la revisione del quadro normativo delle comunicazioni elettroniche nel 2006, compresa la definizione di una strategia per la gestione dello spettro delle radiofrequenze, soprattutto in virtù dell'evoluzione delle tecnologie "wireless". Altre hanno invece portato alla determinazione di indirizzi, priorità e proposte di policy, contenute principalmente nell'attuale riferimento sugli orientamenti politici in tema di accessibilità digitale e copertura del territorio con la banda larga, la Comunicazione "Bridging the Broadband Gap", ovvero colmare il divario nella banda larga. Questa rappresenta un monito e un impegno forte a

fornire banda larga a tutti gli europei, raccomandando l'uso di tutte le possibili politiche, di strumenti finanziari e normativi/di regolazione, compresi gli aiuti di Stato e i fondi strutturali e di coesione.

Questo costituisce il vero elemento di novità contenuto nelle indicazioni e nei programmi comunitari, di natura diretta, come il nuovo Programma quadro per l'innovazione e la competitività (PIC) e il 7° Programma Quadro per la ricerca (7PQ), e indiretta, ovvero mediati dall'attuazione regionale, come il Quadro Strategico Nazionale 2007-2013 per l'uso dei fondi strutturali e di sviluppo rurale. La possibilità, ribadita dalla Risoluzione del Parlamento europeo del 19 giugno 2007, che oltre alle forze naturalmente in campo in un mercato aperto e concorrenziale, gli Stati membri, le loro regioni e comuni, possano stabilire incentivi per stimolare il mercato della banda larga nelle regioni svantaggiate, possano adoperarsi anche con fondi pubblici a sostenere le aree deboli e marginali, come ad esempio zone rurali e montane, dove di fatto il mercato non arriva, "fallisce", in condizioni di scarsa redditività.

Le regioni italiane, prima tra tutte la Toscana, nell'affrontare i nodi normativi imposti dai regolamenti comunitari sulla concorrenza e sugli aiuti di stato, hanno negli ultimi due avviato interventi sul territorio sostanzialmente riconducibili a due tipologie:

- di aggregazione e sostegno della domanda di connettività - per raggiungere massa critica, numero minimo delle installazioni necessarie a rendere redditivo l'investimento da parte degli operatori pubblici di comunicazione per la diffusione di servizi di banda larga sulle aree non servite del territorio regionale;
- di sostegno agli investimenti degli operatori stessi - attraverso una azione pubblica mirata, anche di natura finanziaria, con il quale sostenere gli investimenti per la realizzazione di infrastrutture telematiche nelle aree nelle quali sia dimostrata l'incapacità di intervento del mercato.

Anche i governi italiani che si sono succeduti in questi ultimi anni hanno fatto proprie le indicazioni europee, sostenendo di volta in volta azioni e finanziando interventi a favore della riduzione del digital divide. Il precedente governo ha istituito il 20 Dicembre 2006, il Comitato per la diffusione della banda larga sul territorio nazionale, che ha emanato le Linee guida per i Piani regionali per la banda larga, approvate dai soggetti istituzionali coinvolti in sede di Conferenza Unificata. Prima di quella data, e con una spinta propulsiva maggiore poi, molte regioni avevano già avviato programmi per l'infrastrutturazione a banda larga di parte del territorio, incanalando notevoli investimenti, sia in seno a piani specifici sia all'interno di strumenti attuativi di più ampio respiro e di natura progettuale come gli Accordi di Programma Quadro per la società dell'informazione.

Da ultimo il governo attualmente in carica ha inserito, tra i provvedimenti presentati dal Ministero dello Sviluppo economico nel "Piano triennale per lo sviluppo" per rilanciare la crescita e ridurre il divario di competitività con gli altri Paesi industrializzati, il lancio di un programma per lo sviluppo di una rete a banda larga di nuova generazione - New Generation Network - nel Mezzogiorno, prevedendo una dotazione finanziaria pari a 800 milioni di euro per il periodo 2007/13 e presumibilmente alimentata da fondi per le aree sottoutilizzate e da fondi strutturali.

A.2 *Azioni della Commissione Europea: Inclusione*

Dalla dichiarazione ministeriale di Riga del 2006 alla Comunicazione del 2008 "Verso una società dell'informazione accessibile", che comprende un working paper e una indagine sull'accessibilità.
Parallelamente alle linee di indirizzo che la Commissione Europea dedica alla tematica della banda larga, fino alle politiche promosse a livello regionale, dalla Comunicazione "Information Society for All" affronta il tema dell'inclusione delineato, nella Dichiarazione Ministeriale di Riga nel 2006, secondo questi aspetti:

e-Accessibility (accessibilità):

0. monitorare l'applicazione delle direttive mediante norme di livello UE e leggi nazionali sul tema, tenendo conto delle esigenze dei disabili e dei target maggiormente interessati
1. sostenere l'applicazione di standard internazionali relativamente all'accessibilità e all'usabilità di hardware, software e servizi ICT;
2. facilitare l'accessibilità e l'usabilità dei prodotti e dei servizi ICT per tutti tramite lo sviluppo di contenuti digitali accessibili e fruibili da qualsiasi piattaforma, utilizzando tecnologie assistive interoperabili e promuovendo l'applicazione del "design for all".

Ageing (ICT per la terza età o digital divide anagrafico):

3. sfruttare appieno le potenzialità del mercato interno dei servizi e dei prodotti ICT promuovendo l'interoperabilità attraverso l'uso di standard e specifiche comuni;
4. migliorare le possibilità di impiego e le condizioni di lavoro dei lavoratori più anziani incrementandone la produttività anche mediante l'utilizzo di soluzioni ICT e progetti di formazione sulle nuove tecnologie;
5. incentivare la loro partecipazione attiva nella società, migliorandone la qualità della vita, l'autonomia e la sicurezza

Competences, in relation with Education & Training Skills and with Employment (alfabetizzazione e competenze digitali):

6. rafforzare i piani di formazione con l'obiettivo di dimezzare entro il 2010 le diversità nei gradi di alfabetizzazione e di competenza informatica tra la popolazione media e le categorie svantaggiate
7. interoperabilità dei titoli ottenuti dalla formazione continua

Socio-Cultural e-Inclusion (Inclusione contro digital divide socio-culturale):

8. rafforzare il pluralismo, l'identità culturale e le diversità linguistiche negli spazi digitali; promuovere la digitalizzazione, la creazione di archivi elettronici accessibili e l'accesso trans-nazionale alle informazioni digitali e al patrimonio culturale a sostegno dell'integrazione europea. Focus su inclusione di target immigrati;

Geographical e-Inclusion (digital divide geografico territoriale):

9. estendere ovunque, ma soprattutto nelle zone rurali e più isolate, l'accesso alle reti ICT e ai loro contenuti e servizi;
10. ridurre significativamente le disparità nell'accesso a Internet aumentando la disponibilità di connessioni a larga banda nelle zone poco servite, con l'obiettivo di coprire il 90% della popolazione entro il 2010;

Inclusive e-Government (e-government inclusivo):

11. assicurare che tutti i siti pubblici siano accessibili entro il 2010 (standard internazionali e le linee guida del W3C);
12. rendere possibile la redazione e la consultazione dei documenti elettronici anche da parte dei disabili e, se possibile, utilizzare formati riconosciuti a livello europeo.

La Comunicazione del 2008 mette in risalto come "l'operazione di benchmarking compiuta nel 2007 ha però dimostrato che i progressi erano ancora insufficientemente rapidi e che erano necessari ulteriori sforzi per realizzare gli obiettivi di Riga. L'accessibilità in rete, specie l'accessibilità dei siti web delle pubbliche amministrazioni, è emersa come elevata priorità data la crescente importanza assunta dall'Internet nella vita quotidiana".

A.3 *Dati e statistiche di contesto*

L'esigenza di monitorare e misurare i fenomeni legati alla società dell'informazione, in particolar modo al divario digitale e all'inclusione, è alla base della definizione di un set di indagini e di un quadro di riferimento per la raccolta di dati e la predisposizione di specifici indicatori comparabili, lato offerta e lato domanda, a partire dalla Commissione Europea e da organizzazioni internazionali fino al livello nazionale.
L'obiettivo di questo capitolo è quello di ricostruire il quadro di quanto finora prodotto in termini di osservazione disponibile sul tema, di fare una panoramica sulle dimensioni fotografate, da parte di molteplici fonti di informazione, quasi tutte spostate sull'offerta e sulla messa a fuoco della fetta di popolazione totalmente o in parte "inclusa".

Al fine di fare il punto sullo stato della conoscenza prodotta sui temi indicati, vengono prese in considerazione elaborazioni ed analisi riconducibili a:

- le statistiche ufficiali per la UE prodotte da **Eurostat** sulla Società dell'Informazione, strutturate dal lancio del piano d'azione 2005 come indicatori di benchmarking su adozione di Internet e banda larga da parte di cittadini e imprese, uso di computer e servizi online, al monitoraggio più ampio di i2010 su tre dimensioni, il completamento di uno spazio unico europeo dell'informazione, Investimenti e innovazione per la ricerca sulle ICT, realizzare una società dell'informazione europea inclusiva (dato aggiornati a dicembre 2008);

- le indagini settoriali nell'ottica di "Public Opinion Analysis" da parte di **Eurobarometer** come il rapporto "E-Communications Household Survey" (dati aggiornati a dicembre 2007 e pubblicati a giugno 2008), con confronto tra i 27 Paesi della UE e con approfondimento per ciascuno stato membro, in cui l'indagine evidenzia una attenzione maggiore ai temi del Customer Relationship Management, della percezione dell'utente, della qualità del servizio, per le tre principali direttrici ICT come telefonia fissa, telefonia mobile e Internet.

Allargando il raggio di osservazione a livello mondiale:

- le statistiche sulle ICT dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) come l'Information Technology Outlook (15 indicatori aggiornati annualmente fino al 2008) e quelle specifiche sulla banda larga.

A livello nazionale vengono solo ripresi, poiché oggetto di specifico approfondimento nei capitoli successivi, i dati prodotti da ISTAT sulle ICT nelle famiglie italiane, in seno all'indagine Multiscopo "Aspetti della vita quotidiana". Questi ultimi contengono una maggiore focalizzazione sulla domanda e, potenzialmente, sulla domanda inespressa di e-government e di tecnologia, da parte di target ancora solo marginalmente o del tutto non rappresentati dalle statistiche illustrate prima.