

# Internet@Italia 2013

La popolazione italiana  
e l'uso di Internet





# Internet@Italia 2013

La popolazione italiana  
e l'uso di Internet

La ricerca è stata effettuata da un Gruppo di Lavoro congiunto Istat-FUB costituito da Fabrizio Maria Arosio, Damiana Cardoni, Carolina Facioni, Sante Orsini, Daria Squillante, Luciana Quattrociocchi e Laura Zannella (Istat), Cosimo Dolente e Giacinto Matarazzo (FUB).

La redazione finale del documento è stata curata da Luciana Quattrociocchi (Istat) e Giacinto Matarazzo (FUB).

L'impaginazione grafica è stata curata da Stefania Vinci e Consuelo Tuveri (FUB).

Si ringraziano:

il dott. Saverio Gazzelloni (Istat) e il prof. Alberto Zuliani per il contributo all'impostazione della ricerca e alla revisione del testo conclusivo;

il prof. Alberto Abruzzese e il prof. Sebastiano Bagnara per i contributi forniti nel corso della realizzazione della ricerca;

la Direzione centrale per la diffusione e la comunicazione dell'informazione statistica (Istat) per l'attività di promozione e revisione editoriale del volume.

# SOMMARIO

## 5 **Premessa**

### **1. Uno sguardo d'insieme**

- 7 La popolazione italiana e Internet nel 2013
- 19 Il ruolo determinante dell'età nell'utilizzo della Rete

### **2. L'evoluzione del fenomeno**

- 23 L'utilizzo della Rete in Italia nel periodo 2005-2013
- 35 Sintesi dei risultati principali

### **3. Gli utenti di Internet**

- 37 I fattori che spingono all'uso intensivo della Rete nelle diverse classi di età
- 41 Come cambia nel tempo il profilo degli utilizzatori
- 44 Le attività svolte sulla Rete
- 49 Le competenze digitali degli utilizzatori
- 61 I cinque principali profili di uso di Internet

### **4. Internet nella vita sociale: tre temi di approfondimento**

- 77 Internet e partecipazione sociale, culturale e politica
- 87 Il ricorso ai servizi online della Pubblica Amministrazione
- 103 Il ruolo della famiglia per l'alfabetizzazione all'uso della Rete

### **5. I non utilizzatori di Internet**

- 113 Principali caratteristiche dei non utenti di Internet
- 127 I fattori che spingono al non utilizzo di Internet

## 135 **Conclusioni**

## 141 **Riferimenti bibliografici**



## PREMESSA

Negli ultimi quindici anni Internet è prepotentemente entrata a fare parte della nostra quotidianità.

Il facile accesso alla grande quantità di informazioni disponibili in rete, la velocità con la quale riusciamo ad ottenere le risposte che cerchiamo e a effettuare semplici e ricorrenti transazioni economiche, hanno cambiato le nostre abitudini, la gestione del nostro tempo e anche le nostre aspettative.

Chi utilizza la Rete è sicuramente beneficiario di una moltitudine di servizi e opportunità a cui accede, e che ‘sfrutta’, secondo le proprie caratteristiche individuali: età, titolo di studio, posizione e condizione occupazionale e territorio di appartenenza. Al fianco degli utilizzatori esiste, però, una parte consistente della popolazione che non fa uso di Internet e dei suoi vantaggi. Utilizzatori e non utilizzatori hanno entrambi un proprio profilo demografico e socio-culturale che li contraddistingue e che li spinge a utilizzare, o a non utilizzare la Rete, con finalità, capacità e modalità, assolutamente personali.

Nonostante il ricorso alla Rete e ai suoi servizi sia indubbiamente aumentato nel corso degli ultimi anni, l'Italia sembra essere ancora molto indietro rispetto ai principali paesi dell'Unione europea. Dai confronti internazionali, infatti, emerge che, in particolare nel 2013, il nostro paese si colloca al terz'ultimo posto nell'uso regolare di Internet, al quarto posto nel non utilizzo della Rete e agli ultimi posti per l'accesso alla Rete da casa. Ma ciò che rende ancora più preoccupante il quadro di analisi è che il divario esistente tra l'Italia e gli altri paesi europei non sembra affatto ridursi col passare del tempo.

All'approfondimento di questi temi è dedicato il presente Rapporto che, tramite le analisi condotte nel periodo di osservazione 2005-2013, per mezzo dell'indagine annuale Istat “Aspetti della vita quotidiana” e il database delle statistiche Eurostat, segmento “Information Society”, per i confronti internazionali, si propone di:

- descrivere la popolazione italiana in base all'uso e al non uso di Internet;
- analizzare le cause del differente grado di utilizzo della Rete da parte degli utilizzatori;
- individuare i principali fattori che potrebbero sostenere una maggiore diffusione di Internet e, quindi, migliorare la posizione dell'Italia nei confronti internazionali.

Il Rapporto, composto da 5 capitoli, si articola nel modo seguente.

I Capitoli 1 e 2 descrivono la popolazione italiana e la diversa intensità di utilizzo della Rete in base alle principali variabili socio-demografiche (sesso, età, titolo di studio, con-

dizione professionale, territorio di residenza) e al loro ruolo nello spingere o meno a 'navigare'; attribuiscono al fenomeno un peso relativo (Capitolo 1) e lo analizzano nella sua evoluzione temporale, anche rispetto agli altri paesi europei (Capitolo 2).

Il Capitolo 3 descrive i profili socio-culturali degli utenti della Rete analizzando, nello specifico, le singole classi di età. È proprio la variabile "età", infatti, a tracciare il solco più profondo fra l'uso intensivo e il non uso di Internet. Esso descrive le attività svolte on line dagli utilizzatori e le loro competenze digitali, costruendo cinque principali profili di utilizzatori.

Il Capitolo 4 è arricchito da approfondimenti sul ruolo di Internet nel promuovere una maggiore partecipazione sociale, culturale e politica dei cittadini, sul ruolo della pubblica amministrazione nell'incentivare l'uso di Internet attraverso l'erogazione di servizi online, e sul ruolo della famiglia nell'alfabetizzazione all'uso della Rete. Per ciascuno dei tre temi vengono presentati i principali risultati relativi al periodo analizzato, l'evoluzione temporale dal 2005 al 2013 e il confronto con gli altri paesi europei.

L'ultimo Capitolo, infine, analizza le caratteristiche dei non utilizzatori e i fattori che ostacolano l'uso della Rete per giungere a delineare il profilo degli "esclusi dalla Rete" per specifiche classi di età.

Le Conclusioni sintetizzano le principali evidenze emerse nel corso del Rapporto e prefigurano alcune importanti azioni tese a diffondere maggiormente la cultura della Rete all'interno del tessuto sociale italiano.

# 1. UNO SGUARDO D'INSIEME

## LA POPOLAZIONE ITALIANA E INTERNET NEL 2013

Nel panorama europeo, l'Italia risulta caratterizzata da una minore diffusione di Internet. Nel 2013 il 72% della popolazione in età 16-74 anni residente nei Paesi UE-27 ha usato Internet regolarmente (tutti i giorni o quasi tutti i giorni), facendo registrare dal 2004 un incremento medio annuo del 3,6% (grafico 1). Il divario tra i Paesi è ancora piuttosto elevato: si va dal 45% della Romania al 93% del Lussemburgo, anche se le differenze si sono notevolmente attenuate nel corso del decennio.



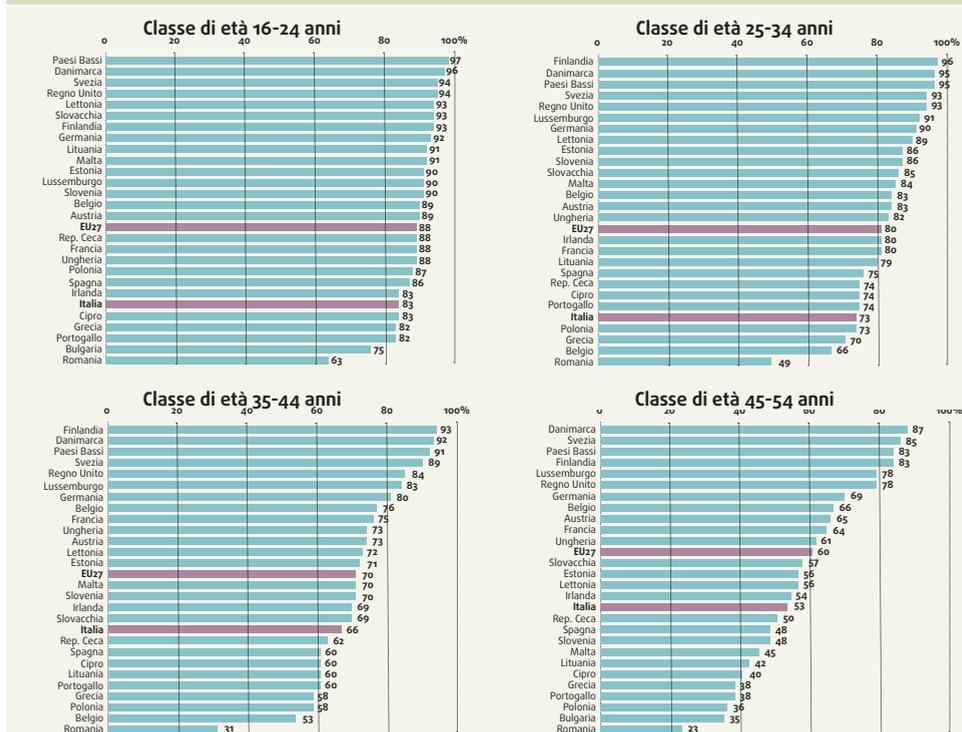
A cura di Giacinto Matarazzo, Cosimo Dolente e Laura Zannella ("La popolazione italiana e Internet nel 2013");  
 Giacinto Matarazzo e Cosimo Dolente ("I fattori che spingono all'uso di Internet: il ruolo determinante dell'età").

L'Italia, con una percentuale del 56%, si colloca al terzultimo posto della graduatoria europea dei Paesi EU27, con una distanza di circa 16 punti dalla media. Il nostro Paese, a meno di un eccezionale aumento della sua performance, difficilmente potrà raggiungere l'obiettivo fissato dall'Agenda Europea per il 2015 (uso regolare di Internet da parte del 75% della popolazione della classe di età 16-74 anni).

Va osservato che la distanza si mantiene costante anche per classi di età (grafico 2). Per la popolazione dei giovani di 16-24 anni l'Italia è agli ultimi posti nell'uso regolare di Internet; nella fascia di età successiva (25-34 anni) si posiziona al quartultimo posto insieme alla Polonia; tra i 35-44 anni recupera qualche posizione ma mantiene una distanza dalla media europea di 4 punti percentuali; tra i 45-54 anni recupera 2 ulteriori posizioni in graduatoria ma, allo stesso tempo, aumenta la distanza dalla media europea (- 7 punti percentuali). In Italia, quindi, man mano che aumenta l'età, si perdono quote consistenti di utilizzatori di Internet. Tra i 25-34 anni l'uso quotidiano scende di 10 punti percentuali rispetto alla fascia 16-24 anni, per arrivare tra i 45-54enni a riguardare poco più della metà della popolazione. Ben differente risulta l'andamento per Paesi come la Danimarca, la Finlandia, la Svezia, l'Olanda che fino ai 44 anni mantengono tassi superiori al 90% e soltanto dopo i 45 anni si posizionano a livelli inferiori al 90% ma comunque superiori all'80%, tasso che in Italia si registra soltanto tra i giovanissimi.

GRAFICO 2

**Persone di 16-54 anni che hanno utilizzato regolarmente Internet negli ultimi 3 mesi per classi di età. Anno 2013 (valori percentuali).**

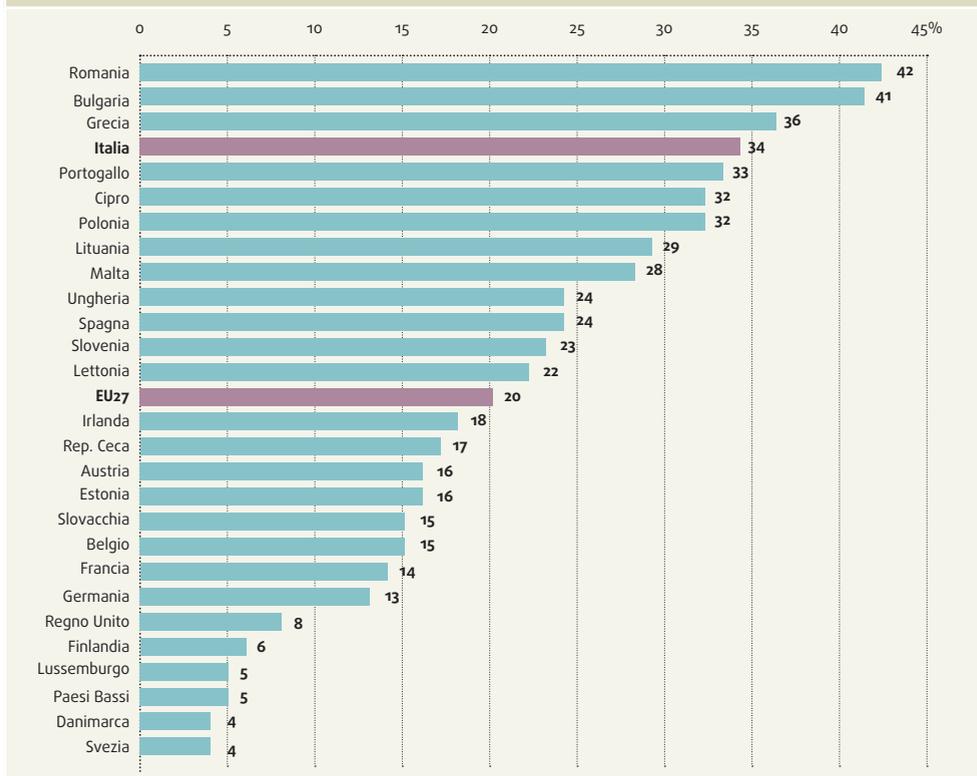


Fonte: Eurostat

Nel 2013 la popolazione UE-27 di età 16-74 anni che non ha mai usato Internet è in media del 20% (grafico 3); in Italia tale valore risulta superiore di oltre 14 punti (34%). Anche per questo indicatore i Paesi UE presentano situazioni molto difformi con valori che variano dal 42% della Romania al 4% della Svezia.

GRAFICO 3

**Persone di 16-74 anni che non hanno mai usato Internet. Anno 2013 (valori percentuali).**

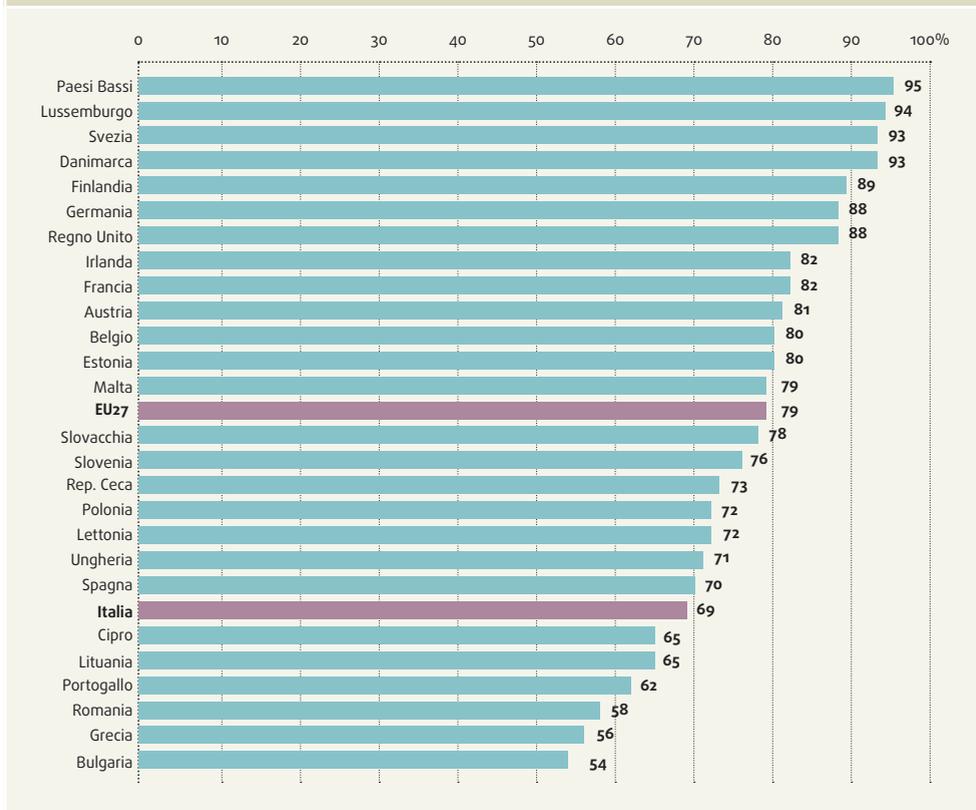


Fonte: Eurostat

Se consideriamo, infine, la percentuale di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni che possiede un accesso a Internet da casa (grafico 4), l'Italia nel 2013 si posiziona agli ultimi posti della graduatoria internazionale, con un valore pari al 69% a fronte di una media europea del 79% e a Paesi che hanno raggiunto livelli prossimi al 100%, come Olanda, Lussemburgo e Norvegia.

GRAFICO 4

Famiglie con accesso a Internet da casa. Anno 2013 (valori percentuali).



Fonte: Eurostat

Concentrando l'attenzione sulla specifica realtà italiana, l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana" permette di costruire la distribuzione della popolazione italiana per classi di uso di Internet. L'indagine viene svolta su base annuale su un campione di quasi 20.000 famiglie (per un totale di oltre 45.000 individui) rappresentative della popolazione italiana su base regionale. A partire dalle risposte fornite dagli intervistati sono state individuate 5 classi (vedi grafico 5):

- utenti forti: usano Internet tutti i giorni;
- utenti deboli: usano Internet almeno una volta a settimana;
- utenti sporadici: usano Internet meno di una volta a settimana;
- "ex utenti": hanno usato Internet più di tre mesi fa;
- non utenti: non hanno mai utilizzato Internet.

In Italia, ad aprile 2013, la distribuzione della popolazione italiana con più di 6 anni genera tre gruppi principali:

- gli utenti forti, circa un terzo del totale;
- i non utenti, circa il 40% del totale;
- le persone che si rapportano a Internet in modo poco intenso, nel complesso circa il 20%, composto principalmente da utenti deboli.

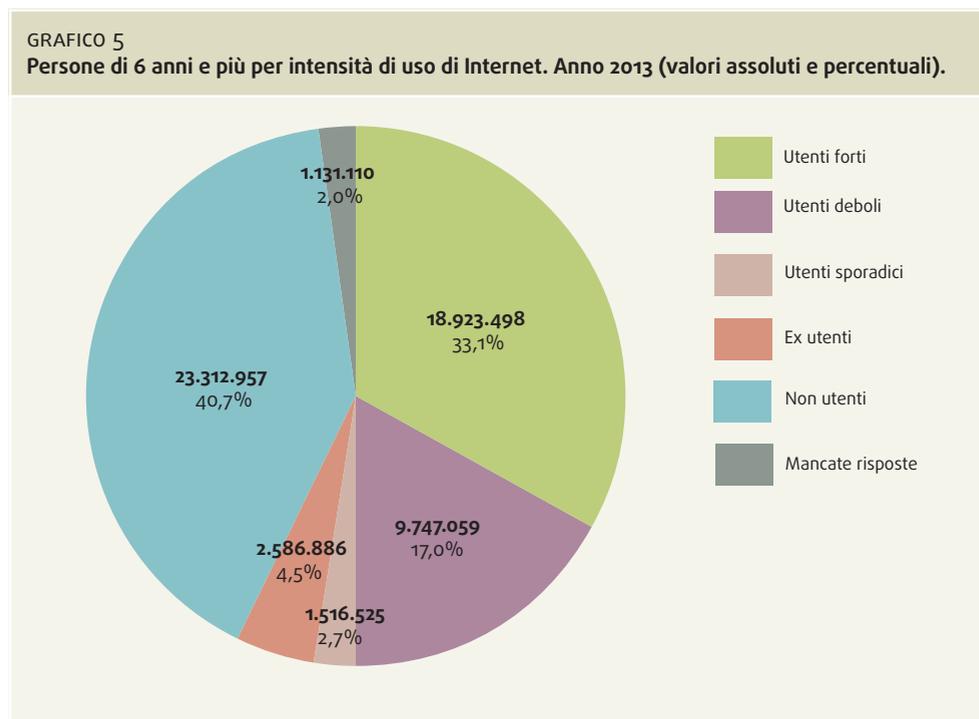
In termini assoluti:

- gli utenti forti di Internet sono circa 19 milioni (33,1%);
- gli utenti deboli risultano circa 10 milioni (17%) mentre sono circa 1,5 milioni gli utenti sporadici (2,7%);
- gli ex utenti (coloro che hanno usato Internet più di 3 mesi prima della rilevazione) ammontano a circa 2,5 milioni (4,5%).

Sono, infine, ben 23,3 milioni i non utenti di Internet, il 40,7% della popolazione.

Se sommiamo gli utenti forti a quelli deboli otteniamo una bipartizione della popolazione italiana: metà è utente di Internet, l'altra metà risulta esclusa.

Considerando le principali variabili di segmentazione (sesso, età, titolo di studio, posizione e condizione professionale, ripartizione territoriale), si ottengono indicazioni interessanti sulla caratterizzazione delle singole classi.

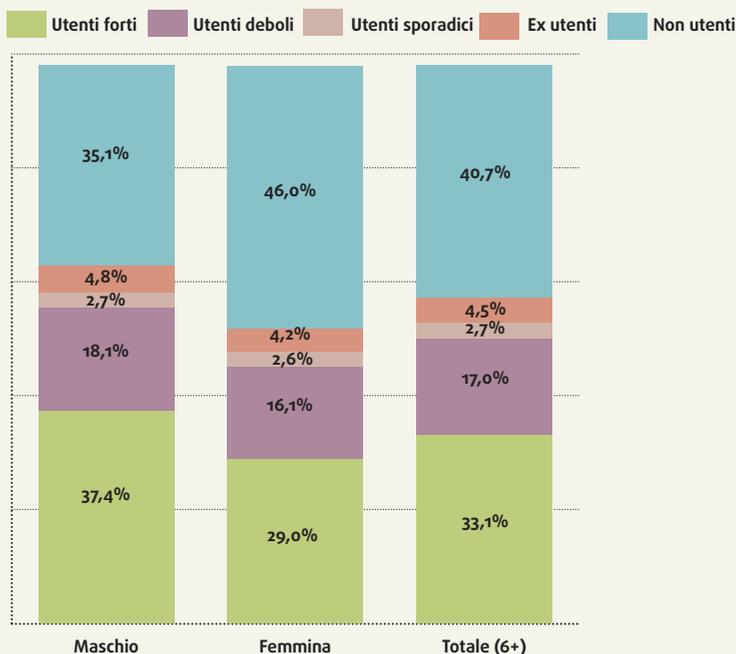


### Le differenze di genere ...

Permane una notevole differenza di genere nell'uso di Internet (grafico 6), riscontrabile soprattutto fra gli utenti forti: 37,4% dei maschi contro 29,0% delle femmine, con una differenza di quasi 9 punti percentuali. Specularmente, fra i non utenti sono le donne che prevalgono: 46% contro 35,1% dei maschi, con una differenza di circa 11 punti percentuali. Le classi di uso intermedie (deboli, sporadici, ex utenti) presentano percentuali simili di maschi e di femmine. Va infine osservato che le mancate risposte si distribuiscono quasi equamente fra i sessi e non influenzano pertanto le percentuali riportate in precedenza.

GRAFICO 6

Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet e sesso. Anno 2013 (valori percentuali).



Le somme sono minori di 100 perché non sono riportate le mancate risposte.

### ... e di generazione

Sono state costruite le seguenti classi di età:

- fra 6 e 18 anni, la popolazione è stata suddivisa in base alla partecipazione scolastica, identificando le seguenti classi:
  - 6-10 anni: bambini in età di frequenza della scuola elementare;
  - 11-13 anni: ragazzi in età di frequenza della scuola media inferiore;

- 14-18 anni: ragazzi in età di frequenza della scuola media superiore.
- fra 19 e 64 anni, sono state considerate le seguenti classi:
  - 19-34 anni;
  - 35-54 anni;
  - 55-64 anni.
- la classe dei 65 anni e più è stata considerata come un'unica classe.

I risultati illustrati nel grafico 7 sono interessanti:

- a partire dai 14-18 anni, man mano che si sale nella classe di età:
  - diminuisce la quota di “utenti forti” (dal 63% al 5%);
  - aumenta la quota di “non utenti” (dal 6% all’85%);
  - le quote di “utenti sporadici” e di “ex utenti” risultano stabili fra le varie classi di età, tranne che nelle due più giovani (6-10 anni e 11-13 anni) e nella classe di età più elevata (65 anni e più); tuttavia, in termini assoluti, queste categorie sono molto limitate e ammontano, rispettivamente, al 2,7% e al 4,5% della popolazione complessiva;
  - la quota di “utenti deboli” presenta un andamento più diversificato: a partire dal 25,2% nella classe di età più giovane (6-10 anni) la quota raggiunge il suo massimo valore fra gli 11 e i 13 anni (34,8%); diminuisce e resta poi costante fra i 14 e i 54 anni, attestandosi intorno al 20%, quindi precipita nelle classi di età più avanzate.
- Se sommiamo utenti forti e deboli notiamo che,
  - le classi più giovani presentano quote molto elevate, rispettivamente 71,1% (classe di età 11-13 anni), 84,9% (classe di età 14-18 anni), 77,5% (classe di età 19-34 anni), 61,6% (classe di età 35-54 anni);
  - a partire dai 55 anni l’uso di Internet cade quasi verticalmente: 38% nella classe di età 55-64 contro 61,6% nella classe di età 55-64 anni, per poi precipitare al 9,8% oltre i 65 anni.
- Specularmente, la quota di non utenti risulta particolarmente elevata nell’ultima classe di età (65 anni e più) attestandosi intorno all’85,6%.

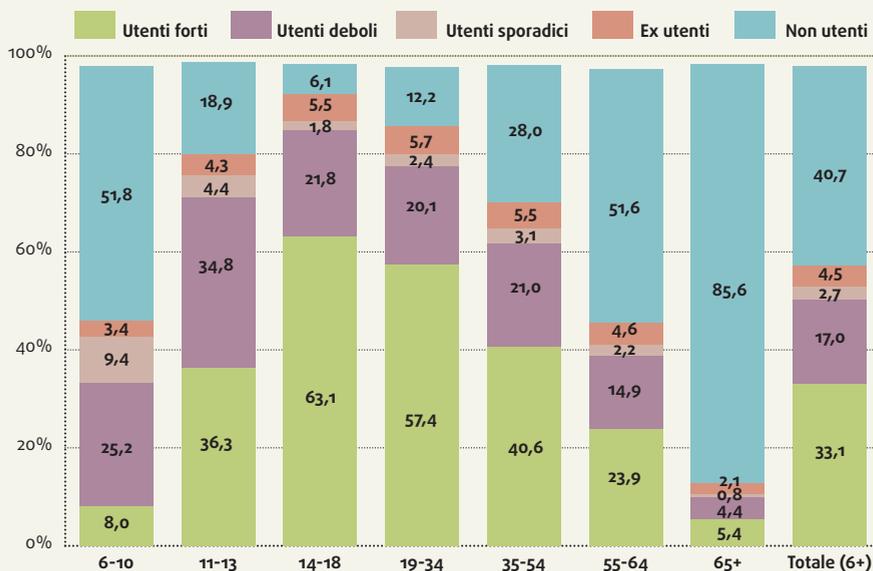
L’età, quindi, traccia un solco assai profondo fra utenti e non utenti.

Guardando i valori assoluti (tavola 1), notiamo che, all’interno delle singole classi di età, ci sono insiemi consistenti di individui che non usano Internet o che lo usano in modo sporadico.

Un altro fenomeno interessante è quello degli “ex utenti” che, nel complesso, coinvolge circa 2,5 milioni di individui, di cui oltre 900.000 appartenenti alle classi di età più giovani, in prevalenza fra i 19 e i 34 anni.

GRAFICO 7

Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet ed età. Anno 2013 (valori percentuali).



Le somme sono minori di 100 perché non sono riportate le mancate risposte.

TAVOLA 1

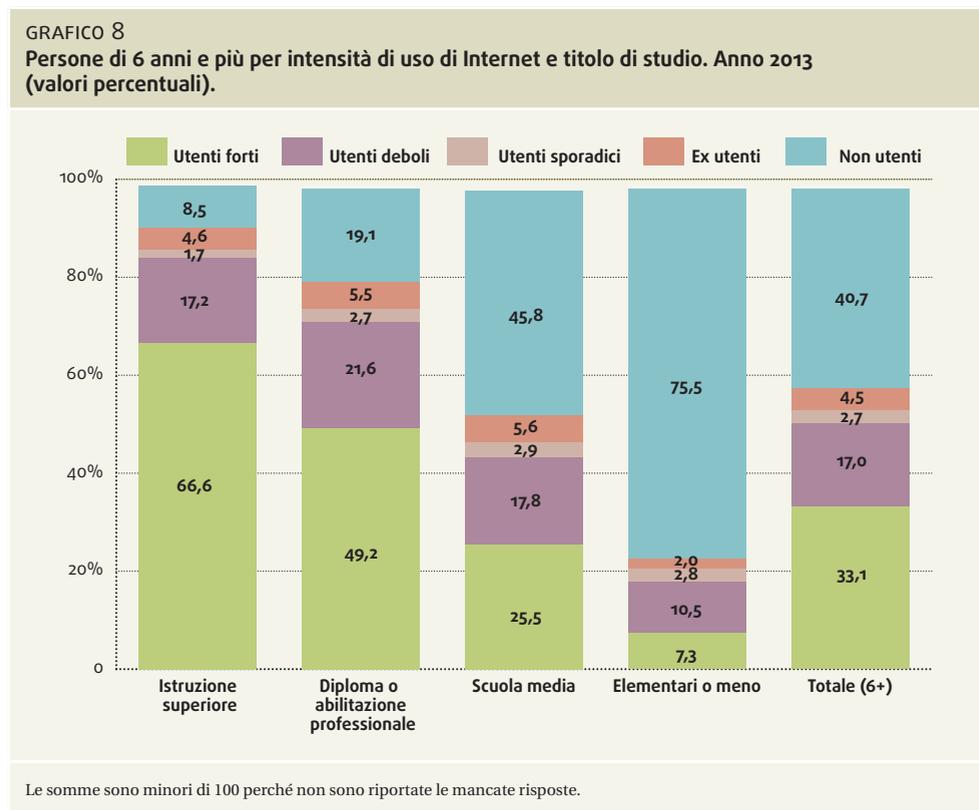
Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet e sesso. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia).

| Età in classi | Utenti forti      | Utenti deboli    | Utenti sporadici | Ex utenti        | Non utenti        | Totale            |
|---------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 6-10          | 238.275           | 755.553          | 282.281          | 100.583          | 1.552.079         | 2.994.298         |
| 11-13         | 578.518           | 553.659          | 70.068           | 68.482           | 301.473           | 1.591.618         |
| 14-18         | 1.837.875         | 634.034          | 53.305           | 159.168          | 177.228           | 2.914.002         |
| 19-34         | 6.079.887         | 2.128.771        | 250.504          | 606.194          | 1.293.385         | 10.590.648        |
| 35-54         | 7.679.871         | 3.976.167        | 593.101          | 1.031.385        | 5.285.014         | 18.898.683        |
| 55-64         | 1.836.067         | 1.141.776        | 165.306          | 351.787          | 3.954.249         | 7.668.788         |
| 65+           | 673.004           | 557.098          | 101.961          | 269.286          | 10.749.528        | 12.559.996        |
| <b>Totale</b> | <b>18.923.497</b> | <b>9.747.058</b> | <b>1.516.526</b> | <b>2.586.885</b> | <b>23.312.956</b> | <b>57.218.033</b> |

Il totale per età risulta maggiore della somma per classi di utenza in quanto, nella tavola, non sono riportate le mancate risposte.

*L'influenza del titolo di studio ...*

Il grafico 8 riporta la segmentazione della popolazione italiana in base alle classi di uso di Internet e alle quattro modalità secondo le quali è stata suddivisa la variabile "titolo di studio": istruzione superiore, diploma o abilitazione professionale, scuola media, scuola elementare o meno.



Si osservano alcuni fenomeni interessanti:

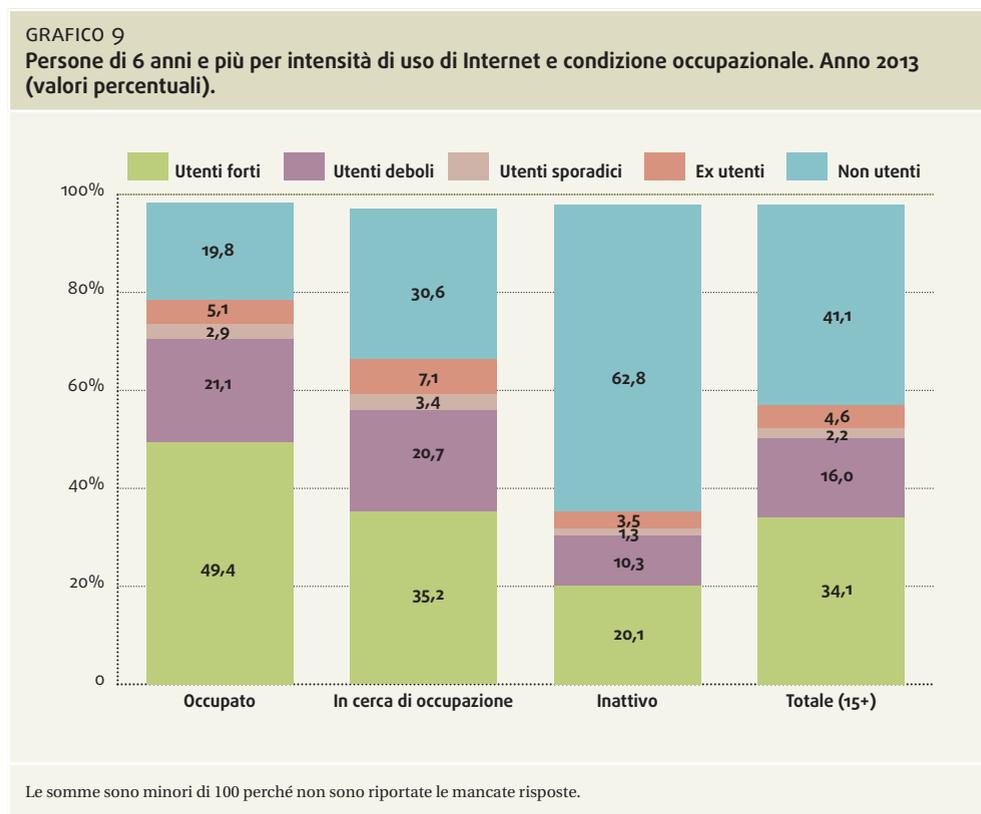
- Al diminuire del titolo di studio decresce la quota degli utenti (forti e deboli) mentre resta costante la quota di quelli sporadici; specularmente, aumenta la quota di non utenti.
- In particolare:
  - tra le persone con istruzione superiore gli utenti forti ammontano a circa il 67% del totale; se a essi aggiungiamo gli utenti deboli si arriva a circa l'84%;
  - specularmente, le persone scarsamente scolarizzate (in possesso di licenza elementare o meno) che usano Internet in modo continuo sono solo il 7,3% (se a esse aggiungiamo anche gli utenti deboli la quota sale al 17,8%); mentre, fra esse, non risultano utenti di Internet circa il 75,5%: se aggiungiamo gli ex utenti e gli utenti sporadici la quota sale a circa l'80%;

- in posizione intermedia si collocano le persone in possesso di diploma o abilitazione professionale (49,2% utenti forti, 70,8% se aggiungiamo anche gli utenti deboli) e le persone in possesso di licenza media (43,3% tra utenti forti e deboli).

Anche il titolo di studio segna una profonda spaccatura sull'uso di Internet fra chi è maggiormente scolarizzato (istruzione superiore e diploma) rispetto a chi è in possesso di sola licenza media, elementare o meno.

### ... e della condizione professionale

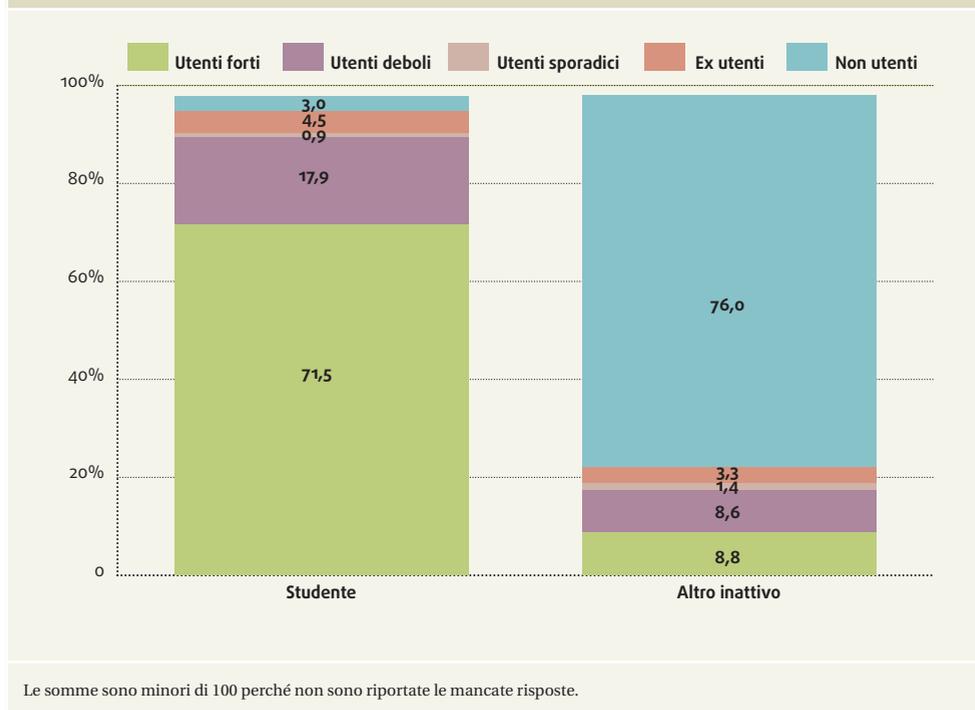
Il grafico 9 riporta la segmentazione della popolazione italiana in base alle classi di uso di Internet e alle tre modalità nelle quali è stata suddivisa la variabile "condizione professionale" (occupato, in cerca di occupazione, inattivo) e per il complesso della popolazione. Il grafico 10 scompone, all'interno degli inattivi, gli studenti dal totale. Anche in questo caso si osservano alcuni fenomeni interessanti:



- fra gli occupati il 49,4% è un utente forte di Internet (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge il 70,5%); specularmente, quasi il 20% degli occupati non ha mai usato Internet; se aggiungiamo ad essi anche la quota degli ex utenti e degli utenti sporadici raggiungiamo circa il 28%. È questo un dato interessante perché sottolinea

GRAFICO 10

**Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet e condizione di inattività. Anno 2013 (valori percentuali).**



che quasi un terzo degli occupati non si rapporta alla Rete nello svolgimento del suo lavoro;

- fra le persone in cerca di occupazione il 35,2% è utente forte di Internet (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge il 55,9%); risultano invece non utenti di Internet il 30,6%, quota che diventa 37,7% se aggiungiamo gli ex utenti e 41,1% se aggiungiamo anche gli utenti sporadici. Anche questo è un dato interessante e, allo stesso tempo, preoccupante, perché testimonia che quasi il 38% delle persone in cerca di occupazione non ha alcuna conoscenza del fenomeno Internet;
- fra gli inattivi, prevale largamente il non uso di Internet (76,0%), quota che supera l'80% aggiungendo gli ex utenti e gli utenti sporadici; va però osservato che il 71,5% degli studenti è un utente forte di Internet e che, aggiungendo gli utenti deboli, la quota raggiunge l'89,4%.

Come le variabili precedenti, anche la condizione professionale sembra dunque tracciare un solco fra utenti e non utenti di Internet: da un lato studenti e occupati, dall'altro le persone in cerca di occupazione e gli inattivi.

### Le differenze territoriali

Il grafico 11 riporta la segmentazione della popolazione italiana in base alle classi di uso di Internet e alle tre modalità nelle quali è stata suddivisa la variabile “ripartizione territoriale”: Nord, Centro, Sud e Isole.

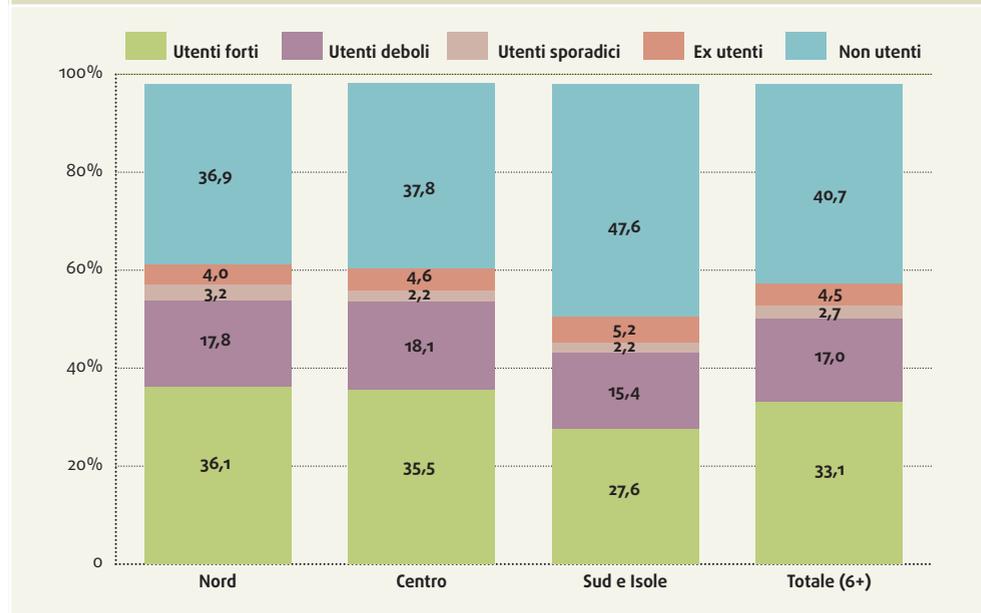
Si osserva che:

- l'andamento di Nord e Centro risulta molto simile: circa il 36% delle persone è utente forte di Internet (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge il 54%); specularmente, il 37-38% non usa Internet e, se aggiungiamo anche la quota degli ex utenti e degli utenti sporadici, raggiungiamo circa il 44%;
- la ripartizione Sud e Isole presenta valori molto diversi: solo il 27,6% delle persone è utente forte di Internet, circa 8 punti percentuali in meno rispetto al Centro e al Nord (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge circa il 43%, ben 11 punti percentuali in meno rispetto al Centro e al Nord); specularmente, il 47,6% non usa Internet e, se aggiungiamo anche la quota degli ex utenti e degli utenti sporadici, raggiungiamo il 55%, circa 11 punti percentuali in più rispetto al Centro e al Nord;
- anche con riferimento alle regioni la distribuzione degli utenti di Internet presenta una notevole variabilità, come si evince dal grafico 12, con le maggiori concentrazioni nel Nord-Est e nella Lombardia.

Il territorio, dunque, continua a discriminare riguardo all'uso di Internet.

GRAFICO 11

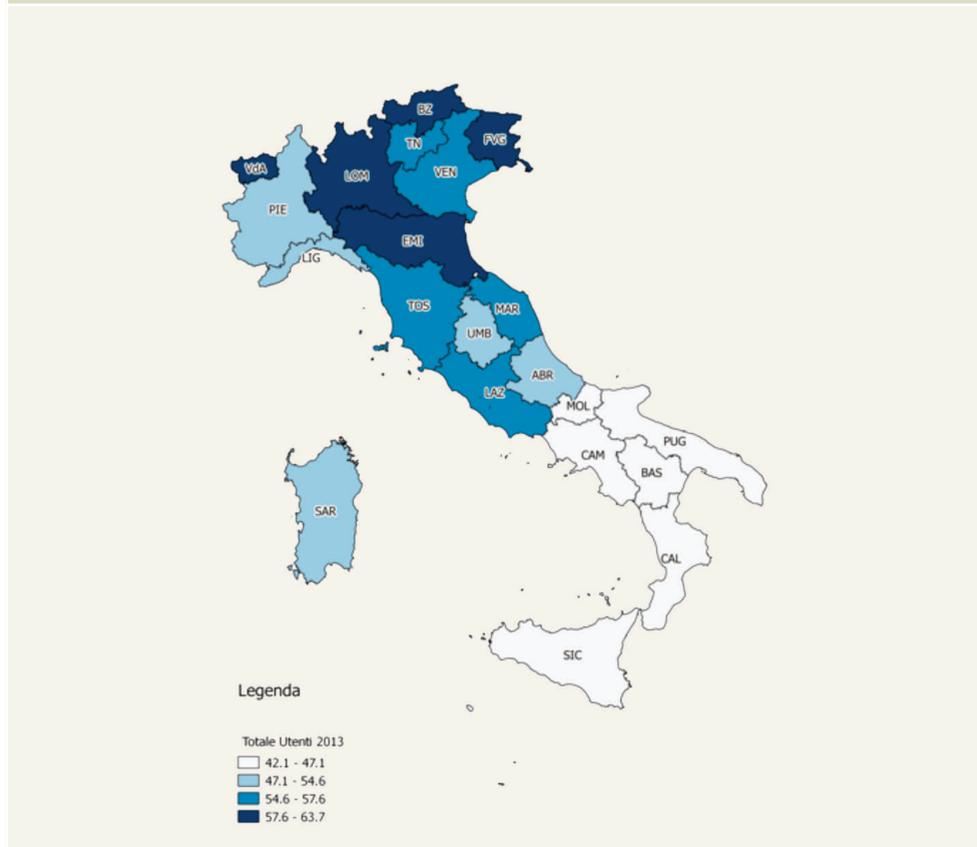
**Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet e ripartizione territoriale. Anno 2013 (valori percentuali).**



Le somme sono minori di 100 perché non sono riportate le mancate risposte.

GRAFICO 12

Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per regione. Anno 2013 (valori percentuali).



## IL RUOLO DETERMINANTE DELL'ETÀ NELL'UTILIZZO DELLA RETE

L'analisi precedente ha mostrato come ciascuna delle variabili considerate consenta di discriminare fra l'uso e il non uso di Internet. Per identificare il loro peso relativo è stata utilizzata la tecnica statistica della regressione logistica. L'analisi è stata circoscritta ai soli utenti forti, coloro cioè che usano Internet tutti i giorni e possono pertanto essere considerati i "veri" utenti di Internet.

Si è proceduto nel modo seguente:

- la variabile dipendente "essere utente forte di Internet" è stata messa in relazione alle principali variabili di segmentazione (considerate come variabili indipendenti o predittori) riportate nel questionario di rilevazione. Alcune di esse sono state analizzate in precedenza:
  - sesso;
  - età;

- titolo di studio;
- condizione professionale;
- posizione professionale;
- ripartizione territoriale.

Ad esse è stato aggiunto un set di variabili indipendenti in grado di cogliere la dimensione socio-culturale:

- partecipazione culturale (partecipazione ad almeno tre attività culturali);
- partecipazione sociale (partecipazione ad attività associative e politiche, interesse alla politica, pratica sportiva);
- titolo di studio migliore presente in famiglia;
- giudizio sulla situazione economica della propria famiglia<sup>1</sup>, considerata come indicatore indiretto del reddito;
- soddisfazione per la vita nel complesso.

Il grafico 13 riporta i valori degli *odds* ratio massimi fra tutte le categorie di ciascuna variabile<sup>2</sup>. Fra tutti i predittori, l'età (valore di 9,8) gioca il ruolo di gran lunga maggiore; seguono, con valori dimezzati, titolo di studio e condizione professionale (rispettivamente 5,7 e 5,5); quindi la posizione professionale (3,9). Tutti gli altri predittori svolgono un ruolo minore a parità di condizione con valori compresi fra 1,1 e 2,0.

In conclusione, l'età si configura come la variabile più importante nello spiegare l'uso elevato di Internet.

È interessante notare, di contro, come variabili strutturali quali il genere e il territorio, che rappresentano fattori estremamente differenzianti per moltissimi fenomeni della vita sociale, culturale ed economica del Paese, rispetto all'utilizzo di Internet risultano essere fattori di secondaria importanza. Allo stesso tempo, può essere evidenziato il fatto che una certa propensione alla dimensione della fruizione culturale e dell'informazione politica è ciò che, tra i fattori di minore importanza, risulta influenzare in misura leggermente maggiore l'utilizzo della Rete.

Tenuto conto delle analisi effettuate, quindi, i risultati principali possono così essere sintetizzati:

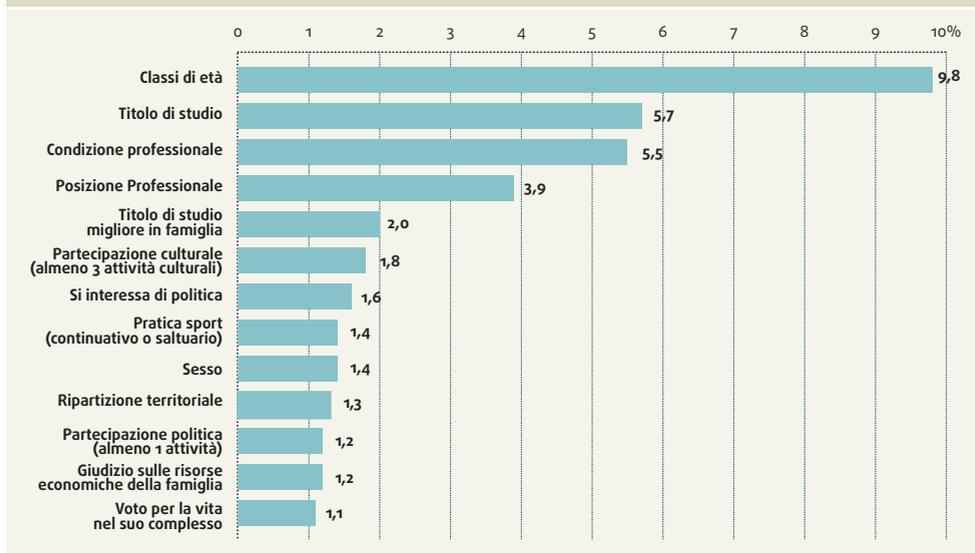
- il confronto internazionale nell'uso di Internet mostra che l'Italia, nel contesto UE-27, si colloca molto al di sotto dalla media e a distanza assai notevole dai principali paesi europei (Germania, Inghilterra, Francia, paesi scandinavi, ...). In particolare:
  - siamo agli ultimi posti (terz'ultimo) nell'uso di Internet;

1. Il giudizio è fornito dalla sola persona di riferimento della famiglia.

2. Posta uguale a  $p$  la probabilità di essere utente forte di Internet, l'*odds ratio* di ciascuna categoria di una data variabile è dato dal rapporto fra  $p/(1-p)$  per la categoria considerata e  $p/(1-p)$  per la categoria peggiore. Quanto più alto è tale valore, tanto più elevata risulta la capacità della variabile di predire l'uso di Internet.

GRAFICO 13

Impatto delle variabili indipendenti sull'uso intenso di Internet<sup>3</sup>. Dati al 2013.



- specularmente, ai primi posti (quarti) nel non uso di Internet;
- agli ultimi posti, infine, per accesso a Internet da casa.
- In Italia, rispetto all'uso di Internet, la popolazione di 6 e più anni genera tre gruppi principali:
  - gli utenti "forti" di Internet (le persone che si collegano a Internet tutti i giorni), circa 19 milioni di individui, il 33,1% del totale;
  - i non utenti, oltre 23 milioni di individui, circa il 40% del totale;
  - le persone che si rapportano a Internet in modo poco intenso, nel complesso circa il 20%, composto principalmente da utenti "deboli" (si collegano a Internet almeno una volta a settimana).
- Persistono differenze rispetto a tutte le variabili socio-demografiche e, in particolare:
  - si registra una forte differenziazione dei comportamenti rispetto all'età, che è la variabile che scava il solco più profondo fra utenti e non utenti di Internet: l'uso di Internet risulta assai elevato nelle classi di età 14-18 anni e 19-34 anni, più contenuto nella classe di età 35-54 anni, per poi cadere e arrestarsi quasi del tutto a partire dai 55 anni;
  - il titolo di studio è la seconda variabile in termini di importanza: all'aumento del titolo di studio aumenta la quota degli utenti di Internet;

3. Valori degli *odds ratio* massimi fra le categorie delle variabili indipendenti.

- persiste una differenza di genere: i maschi, soprattutto fra gli utenti forti, presentano livelli di utilizzo superiori a quelli delle femmine (37,4% contro 29,0%);
  - anche la condizione professionale esercita un'influenza sull'uso della Rete: studenti e occupati sono, in percentuale, più utenti di Internet rispetto a chi è in cerca di occupazione o inattivo;
  - la variabile territoriale continua a discriminare riguardo all'uso di Internet: in percentuale, il Nord e il Centro presentano una quota maggiore di utenti rispetto al Sud.
- Infine, data l'importanza dell'età all'interno dei predittori dell'uso di Internet, gli approfondimenti successivi verranno condotti su particolari segmenti per età della popolazione italiana.

## 2. L'EVOLUZIONE DEL FENOMENO

### L'UTILIZZO DELLA RETE IN ITALIA NEL PERIODO 2005-2013

La tavola 2 e il grafico 14 descrivono l'evoluzione della popolazione italiana, distinta per classi di uso di Internet, nel periodo 2005-2013. Si osservano alcuni fenomeni generali:

- gli utenti forti crescono di 22 punti percentuali (dal 11,0% al 33,1%);
- specularmente, i non utenti diminuiscono di quasi 25 punti percentuali (dal 65,4% al 40,7%);
- il peso degli utenti deboli resta quasi costante nel tempo, anche se si nota un leggero aumento a partire dal 2008;
- gli utenti sporadici si dimezzano, passando dal 5,3% nel 2005 al 2,7% nel 2013; il loro peso sul complesso della popolazione italiana resta comunque molto limitato;
- gli ex utenti aumentano il loro peso percentuale passando dall'1,7% al 4,5%.

TAVOLA 2

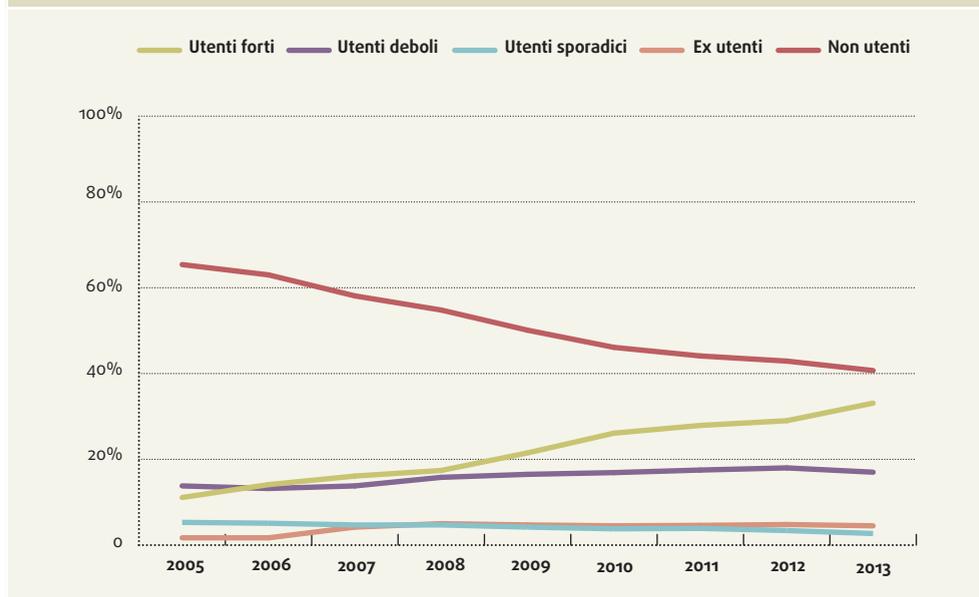
Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet. Anni 2005-2013 (valori percentuali).

| Classi di utenti        | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| <b>Utenti forti</b>     | 11,0 | 14,1 | 16,1 | 17,4 | 21,5 | 26,1 | 27,9 | 29,0 | 33,1 | 22,1                                      |
| <b>Utenti deboli</b>    | 13,8 | 13,2 | 13,8 | 15,8 | 16,5 | 16,9 | 17,5 | 18,0 | 17,0 | 3,2                                       |
| <b>Utenti sporadici</b> | 5,3  | 5,1  | 4,7  | 4,7  | 4,2  | 3,8  | 3,9  | 3,4  | 2,7  | -2,6                                      |
| <b>Ex utenti</b>        | 1,7  | 1,7  | 4,2  | 5,0  | 4,7  | 4,5  | 4,6  | 4,8  | 4,5  | 2,9                                       |
| <b>Non utenti</b>       | 65,4 | 63,0 | 58,1 | 54,8 | 50,1 | 46,1 | 44,1 | 42,9 | 40,7 | -24,6                                     |

Le somme per anno sono minori di 100 perché non sono riportate le mancate risposte.

GRAFICO 14

Persone di 6 anni e più per intensità di uso di Internet. Anni 2005-2013 (valori percentuali).



L'analisi degli andamenti per classe di età consente di spiegare meglio gli andamenti complessivi.

### Il peso determinante dei giovani tra gli utenti forti

La tavola 3 e il grafico 15 riportano l'andamento degli utenti forti nel periodo 2005-2013. L'aumento nella quota di utenti forti, in media, è di 22 punti percentuali. Assai diverse risultano le dinamiche all'interno di ciascuna classe di età.

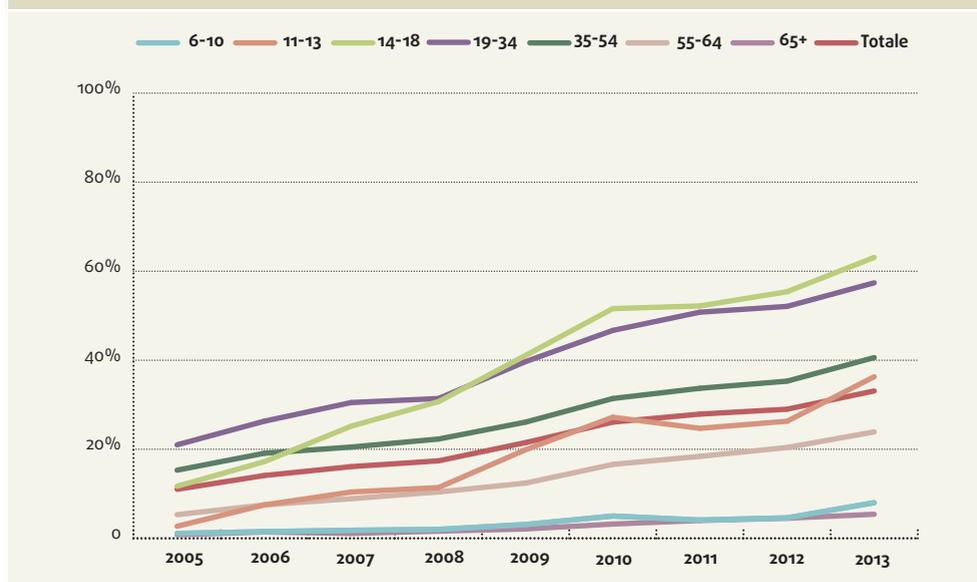
Infatti, l'aumento si registra soprattutto nelle fasce di età più giovani: la classe 14-18 anni aumenta di circa 51 punti percentuali, la classe 19-34 anni di circa 36, la classe 11-13 anni di circa 34. Va però sottolineato che l'aumento si riscontra in modo significativo anche nelle classi età 35-54 anni (più 25 punti percentuali) e 55-64 anni (più 19 punti percentuali). L'aumento risulta invece molto contenuto nella classe di età 65 anni e più, con 5 punti percentuali.

Sotto la spinta della crescita annua, le classi di età 14-18 e 19-34 ormai registrano una quota di utenti forti che supera il 50% della corrispondente popolazione; la classe di età 35-54 anni presenta una quota di utenti forti che coinvolge circa il 40% della corrispondente popolazione mentre nella classe di età 55-64 gli utenti forti sono meno di uno su quattro, raggiungendo circa il 24% della corrispondente popolazione. Tra gli 11 e i 13 anni gli utenti forti sono circa il 36% della corrispondente popolazione, più di 1 su 3. È solo nella classe di età più anziana (65 anni e più) che il numero di utenti forti appare molto limitato toccando il 5,4% della corrispondente popolazione.

TAVOLA 3  
 "Utenti forti". Persone di 6 anni più che usano Internet tutti i giorni per età - Anni 2005-2013  
 (valori percentuali).

| Età in classi | 2005        | 2006        | 2007        | 2008        | 2009        | 2010        | 2011        | 2012        | 2013        | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|
| 6-10          | 1,1         | 1,5         | 1,8         | 2,0         | 3,1         | 5,0         | 4,1         | 4,6         | 8,0         | 6,9                                       |
| 11-13         | 2,7         | 7,5         | 10,4        | 11,4        | 19,9        | 27,2        | 24,7        | 26,3        | 36,3        | 33,6                                      |
| 14-18         | 11,7        | 17,2        | 25,2        | 30,7        | 41,1        | 51,6        | 52,2        | 55,4        | 63,1        | 51,4                                      |
| 19-34         | 21,0        | 26,3        | 30,5        | 31,4        | 39,7        | 46,7        | 50,8        | 52,1        | 57,4        | 36,4                                      |
| 35-54         | 15,3        | 19,1        | 20,5        | 22,3        | 26,1        | 31,4        | 33,7        | 35,3        | 40,6        | 25,3                                      |
| 55-64         | 5,3         | 7,5         | 8,9         | 10,4        | 12,4        | 16,6        | 18,4        | 20,4        | 23,9        | 18,7                                      |
| 65+           | 0,8         | 1,4         | 1,1         | 1,6         | 2,1         | 3,2         | 4,0         | 4,5         | 5,4         | 4,6                                       |
| <b>Totale</b> | <b>11,0</b> | <b>14,1</b> | <b>16,1</b> | <b>17,4</b> | <b>21,5</b> | <b>26,1</b> | <b>27,9</b> | <b>29,0</b> | <b>33,1</b> | <b>22,1</b>                               |

GRAFICO 15  
 "Utenti forti". Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni per età - Anni 2005-2013  
 (valori percentuali).



### Il peso determinante degli anziani di 65 anni e più tra i non utenti

L'andamento dei non utenti presenta risultati quasi speculari a quelli degli utenti forti, con una caduta che, nel complesso, ammonta a circa 25 punti percentuali (tavola 4 e grafico 16). Anche in questo caso il dato medio nasconde la differenza negli andamenti fra le diverse classi di età.

Tra i 14 e i 64 anni si registra una caduta generalizzata dei non utenti intorno ai 30 punti percentuali; è questo il fenomeno che si accompagna alla crescita nel numero degli utenti forti.

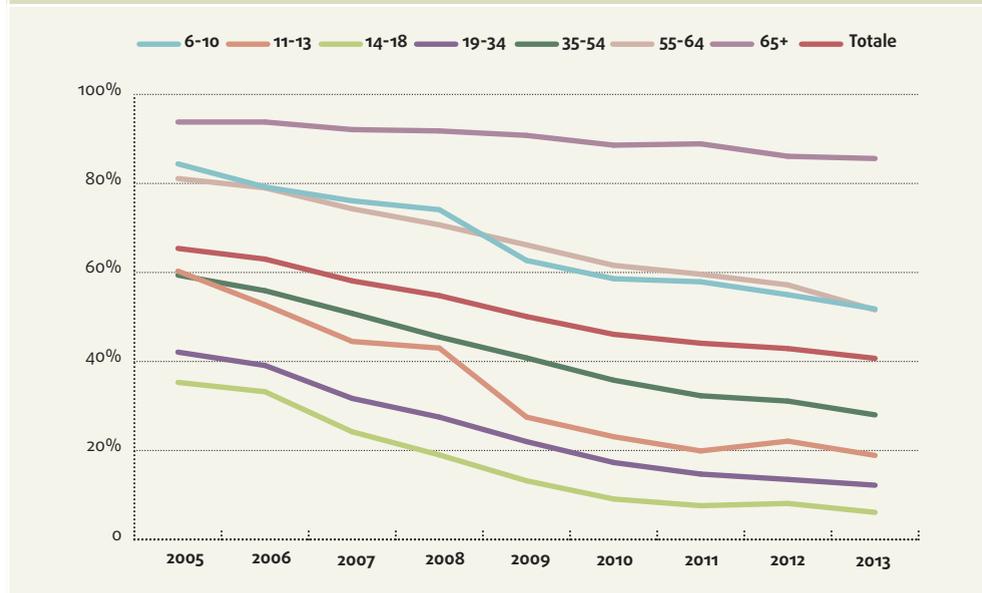
La riduzione appare molto significativa nelle classi di età più giovani: nella classe di età 11-13 anni la caduta è di oltre 41 punti percentuali mentre nella classe 6-10 anni è di quasi 33 punti.

La caduta appare minore nella classe degli over 65, attestandosi comunque a circa 8 punti percentuali.

**TAVOLA 4**  
**"Non utenti". Persone di 6 anni e più che non hanno mai usato Internet per età - Anni 2005-2013**  
 (valori percentuali).

| Età in classi | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| 6-10          | 84,4 | 79,2 | 76,1 | 74,1 | 62,7 | 58,6 | 57,9 | 55,0 | 51,8 | -32,6                                     |
| 11-13         | 60,3 | 52,7 | 44,5 | 43,0 | 27,5 | 23,1 | 19,9 | 22,1 | 18,9 | -41,4                                     |
| 14-18         | 35,3 | 33,2 | 24,2 | 19,0 | 13,2 | 9,1  | 7,6  | 8,1  | 6,1  | -29,2                                     |
| 19-34         | 42,1 | 39,1 | 31,7 | 27,5 | 22,0 | 17,3 | 14,7 | 13,5 | 12,2 | -29,9                                     |
| 35-54         | 59,4 | 55,9 | 50,8 | 45,5 | 40,8 | 35,8 | 32,3 | 31,1 | 28,0 | -31,4                                     |
| 55-64         | 81,1 | 79,0 | 74,3 | 70,7 | 66,2 | 61,6 | 59,6 | 57,2 | 51,6 | -29,6                                     |
| 65+           | 93,8 | 93,8 | 92,1 | 91,8 | 90,8 | 88,6 | 88,9 | 86,1 | 85,6 | -8,2                                      |
| Totale        | 65,4 | 63,0 | 58,1 | 54,8 | 50,1 | 46,1 | 44,1 | 42,9 | 40,7 | -24,6                                     |

**GRAFICO 16**  
**"Non utenti". Persone di 6 anni e più che non hanno mai usato Internet per età - Anni 2005-2013**  
 (valori percentuali).



### Utenti deboli, sporadici ed ex utenti: la gradualità nell'uso di Internet

L'andamento degli utenti deboli presenta risultati che in parte spiegano quelli discussi in precedenza (tavola 5 e grafico 17).

Nel complesso la quota degli utenti deboli aumenta di circa 3 punti percentuali. Anche in questo caso la dinamica risulta assai diversa per le diverse classi di età.

L'aumento degli utenti deboli risulta consistente nelle due fasce di età più giovani (6-10 anni e 11-13 anni), quasi a sancire il passaggio dallo stato di non utente a quello di utente debole di Internet.

Le classi di età che risultano maggiormente utenti forti di Internet (14-18 anni; 19-34 anni) registrano invece una riduzione nel numero di utenti deboli: rispettivamente -14 punti e quasi -4 punti. Sembra che in queste classi la riduzione di utenti deboli sia avvenuta a vantaggio degli utenti forti.

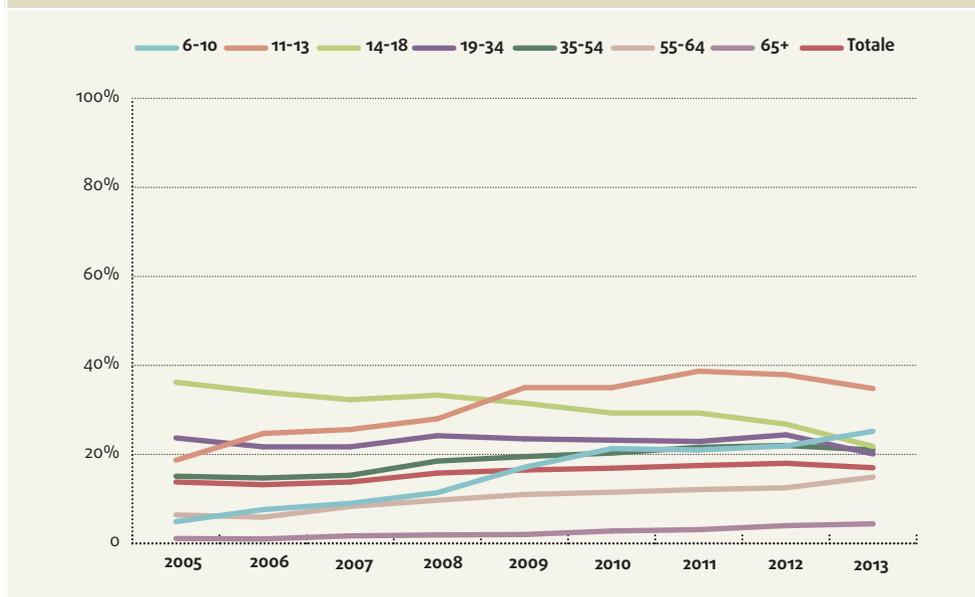
Le altre classi registrano invece aumenti: più rilevanti nelle classi 35-54 (6 punti) e 55-64 (più di 8 punti), meno (3 punti circa) nella classe di età 65 anni e più, segno probabilmente della gradualità del passaggio dalla condizione di non utente a quella di utente debole.

TAVOLA 5

**"Utenti deboli". Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet almeno una volta alla settimana, ma non tutti i giorni, per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).**

| Età in classi | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| <b>6-10</b>   | 4,9  | 7,6  | 9,0  | 11,4 | 17,1 | 21,3 | 21,0 | 21,9 | 25,2 | 20,3                                      |
| <b>11-13</b>  | 18,7 | 24,7 | 25,6 | 28,0 | 35,0 | 35,0 | 38,7 | 37,9 | 34,8 | 16,1                                      |
| <b>14-18</b>  | 36,2 | 34,0 | 32,3 | 33,3 | 31,5 | 29,3 | 29,3 | 26,8 | 21,8 | -14,4                                     |
| <b>19-34</b>  | 23,7 | 21,7 | 21,7 | 24,2 | 23,5 | 23,2 | 22,9 | 24,4 | 20,1 | -3,6                                      |
| <b>35-54</b>  | 15,1 | 14,7 | 15,3 | 18,5 | 19,5 | 20,3 | 21,6 | 22,0 | 21,0 | 6,0                                       |
| <b>55-64</b>  | 6,4  | 5,9  | 8,3  | 9,7  | 11,0 | 11,5 | 12,1 | 12,5 | 14,9 | 8,5                                       |
| <b>65+</b>    | 1,1  | 1,0  | 1,7  | 1,9  | 2,0  | 2,8  | 3,1  | 4,0  | 4,4  | 3,3                                       |
| <b>Totale</b> | 13,8 | 13,2 | 13,8 | 15,8 | 16,5 | 16,9 | 17,5 | 18,0 | 17,0 | 3,2                                       |

**GRAFICO 17**  
**“Utenti deboli”. Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet almeno una volta alla settimana, ma non tutti i giorni, per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).**



Gli utenti sporadici si riducono in media di quasi 3 punti percentuali e, anche in questo caso, evidenziano andamenti diversi per le diverse classi di età (tavola 6 e grafico 18).

La riduzione degli utenti sporadici risulta elevata nelle due fasce di età più giovani (11-13 anni e 14-18 anni); ciò sembrerebbe confermare, per queste due classi di età, quanto già emerso in relazione agli utenti deboli e cioè la gradualità del passaggio dallo stato di utente sporadico a utente debole e, successivamente, a utente forte. Le classi di età maggiormente utenti di Internet (19-34 anni e, soprattutto, 35-54 anni) registrano invece una riduzione contenuta che va valutata anche in relazione alla scarsa incidenza sulle relative popolazioni di riferimento (2-3% sul totale). Le classi di età più elevate (55-64 e 65+) registrano aumenti o riduzioni molto piccole, inferiori al punto percentuale; anche in questo caso c'è da sottolineare la loro scarsa incidenza sulle relative popolazioni di riferimento. L'effetto già riscontrato sugli utenti deboli sembrerebbe rafforzato.

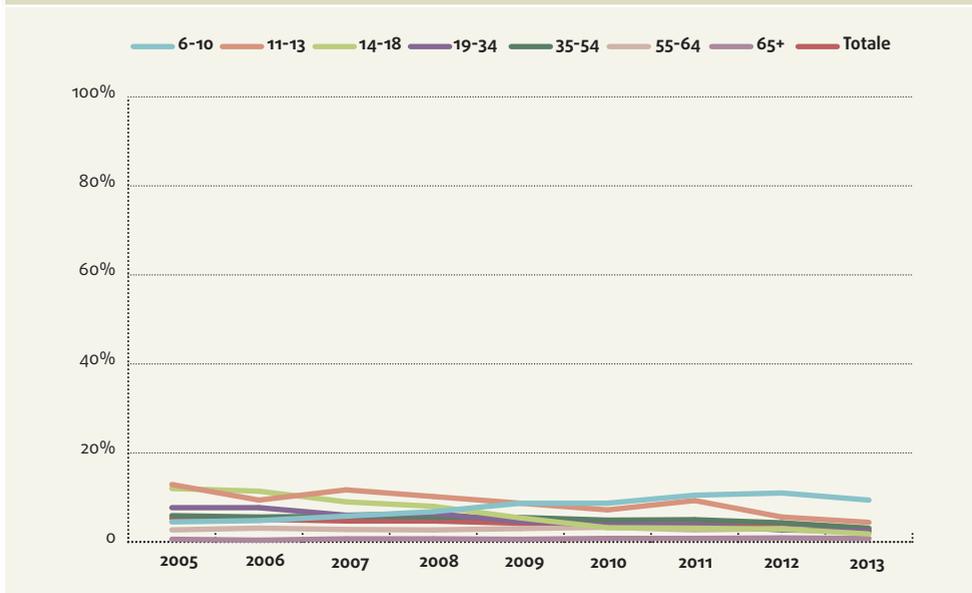
TAVOLA 6

"Utenti sporadici". Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet meno di una volta alla settimana per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).

| Età in classi | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       | 2013       | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---|
| 6-10          | 4,1        | 4,8        | 5,8        | 6,8        | 8,7        | 8,7        | 10,5       | 11,0       | 9,4        | 5,3                                       |
| 11-13         | 12,9       | 9,4        | 11,7       | 10,2       | 8,7        | 7,2        | 9,3        | 5,6        | 4,4        | -8,5                                      |
| 14-18         | 12,0       | 11,4       | 9,0        | 8,0        | 5,4        | 3,2        | 3,1        | 2,9        | 1,8        | -10,1                                     |
| 19-34         | 7,7        | 7,7        | 6,0        | 6,4        | 4,6        | 3,8        | 3,8        | 2,7        | 2,4        | -5,3                                      |
| 35-54         | 5,9        | 5,6        | 5,8        | 5,6        | 5,5        | 4,9        | 5,0        | 4,3        | 3,1        | -2,8                                      |
| 55-64         | 2,7        | 3,1        | 2,8        | 2,7        | 3,0        | 3,3        | 2,7        | 3,0        | 2,2        | -0,6                                      |
| 65+           | 0,6        | 0,4        | 0,7        | 0,7        | 0,6        | 0,8        | 0,8        | 0,9        | 0,8        | 0,2                                       |
| <b>Totale</b> | <b>5,3</b> | <b>5,1</b> | <b>4,7</b> | <b>4,7</b> | <b>4,2</b> | <b>3,8</b> | <b>3,9</b> | <b>3,4</b> | <b>2,7</b> | <b>-2,6</b>                               |

GRAFICO 18

"Utenti sporadici". Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet meno di una volta alla settimana per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).



Gli ex utenti aumentano in media di circa 3 punti percentuali; rispetto a tutte le altre classi di utilizzo di Internet, l'andamento risulta omogeneo, tranne che nelle due classi di età più giovani (tavola 7 e grafico 19). È un fenomeno che i dati disponibili non consentono di spiegare al meglio e che, data la sua consistenza, meriterebbe un'indagine più mirata.

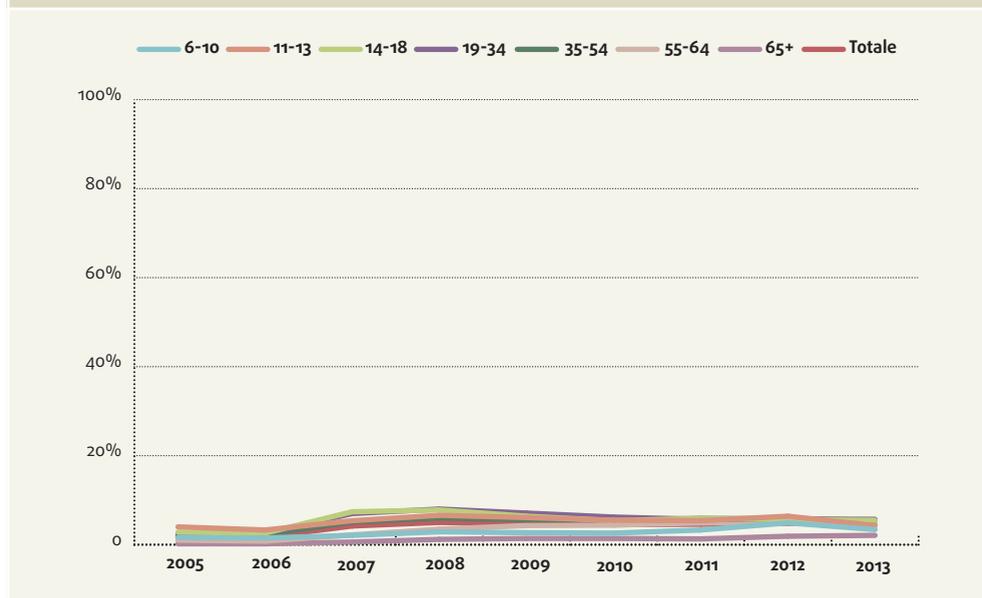
TAVOLA 7

"Ex utenti". Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet più di tre mesi prima dell'intervista per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).

| Età in classi | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Differenza in punti percentuali 2005-2013 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| 6-10          | 1,6  | 1,5  | 2,1  | 2,9  | 2,7  | 2,6  | 3,3  | 4,9  | 3,4  | 1,8                                       |
| 11-13         | 4,0  | 3,3  | 5,4  | 6,6  | 6,1  | 5,5  | 5,4  | 6,4  | 4,3  | 0,3                                       |
| 14-18         | 2,8  | 2,6  | 7,4  | 7,8  | 6,4  | 5,4  | 5,9  | 5,6  | 5,5  | 2,7                                       |
| 19-34         | 2,3  | 2,6  | 7,0  | 8,0  | 7,1  | 6,2  | 5,7  | 5,7  | 5,7  | 3,4                                       |
| 35-54         | 2,0  | 2,3  | 5,1  | 6,0  | 5,6  | 5,6  | 5,9  | 5,8  | 5,5  | 3,5                                       |
| 55-64         | 1,0  | 0,8  | 2,2  | 3,5  | 4,3  | 4,4  | 4,9  | 5,0  | 4,6  | 3,6                                       |
| 65+           | 0,2  | 0,2  | 0,6  | 1,2  | 1,4  | 1,4  | 1,3  | 1,9  | 2,1  | 2,0                                       |
| Totale        | 1,7  | 1,7  | 4,2  | 5,0  | 4,7  | 4,5  | 4,6  | 4,8  | 4,5  | 2,9                                       |

GRAFICO 19

"Ex utenti". Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet più di tre mesi prima dell'intervista per età - Anni 2005-2013 (valori percentuali).



L'analisi della dinamica internazionale del fenomeno mostra che, nel tempo, la distanza dell'Italia dagli altri paesi europei resta significativa.

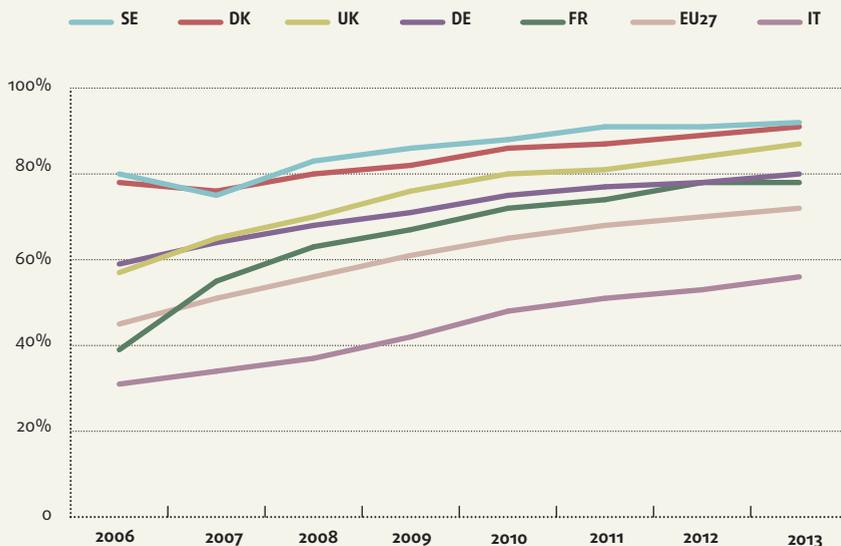
### Gli utenti della Rete

L'andamento della popolazione che usa regolarmente Internet<sup>4</sup> (grafico 20) mostra che l'Italia si colloca al di sotto della media europea e sempre a forte distanza dai principali paesi europei (Germania, Regno Unito, Francia) e dei paesi scandinavi. Il grafico 21 riporta il gap fra l'Italia e ciascuno dei Paesi della UE-27. Il gap è misurato dalla differenza nelle percentuali fra gli utenti di Internet in Italia e ciascun paese considerato nel 2006 e nel 2013. Confrontando i due valori si rileva che l'Italia:

- da un lato, nel periodo considerato, ha recuperato parte del gap rispetto ai Paesi dove è maggiore la diffusione di Internet;
- dall'altro, il gap continua ad essere elevato, a testimonianza della maggiore inerzia del tessuto sociale italiano rispetto alla diffusione di Internet.

GRAFICO 20

**Persone di 16-74 anni che usano regolarmente Internet in Italia e in alcuni dei principali paesi europei. Anni 2006-2013 (valori percentuali).**

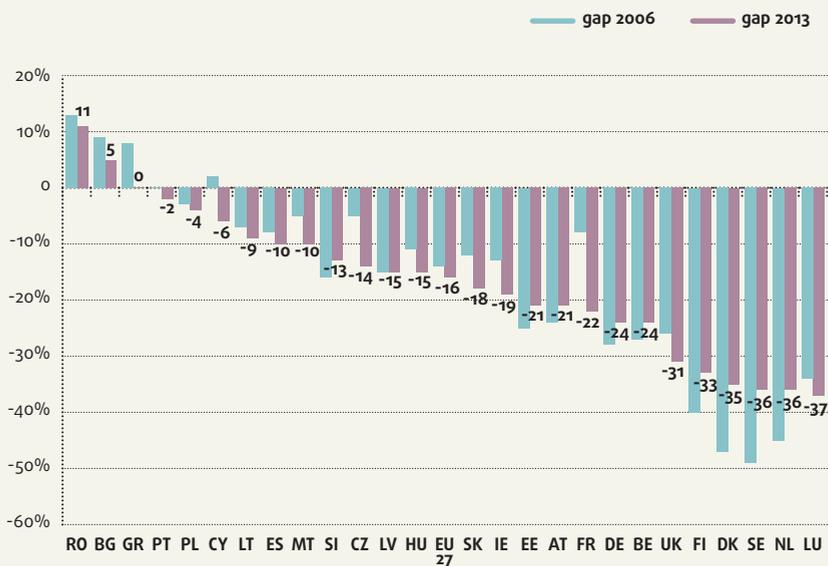


Fonte: Eurostat

4. Eurostat definisce utente regolare chi ha usato Internet negli ultimi tre mesi, a prescindere dalla frequenza.

GRAFICO 21

Persone di 16-74 anni che usano regolarmente Internet in Italia e nella UE-27. Differenze nelle percentuali fra l'Italia e ciascuno dei Paesi UE-27. Anni 2006 e 2013.



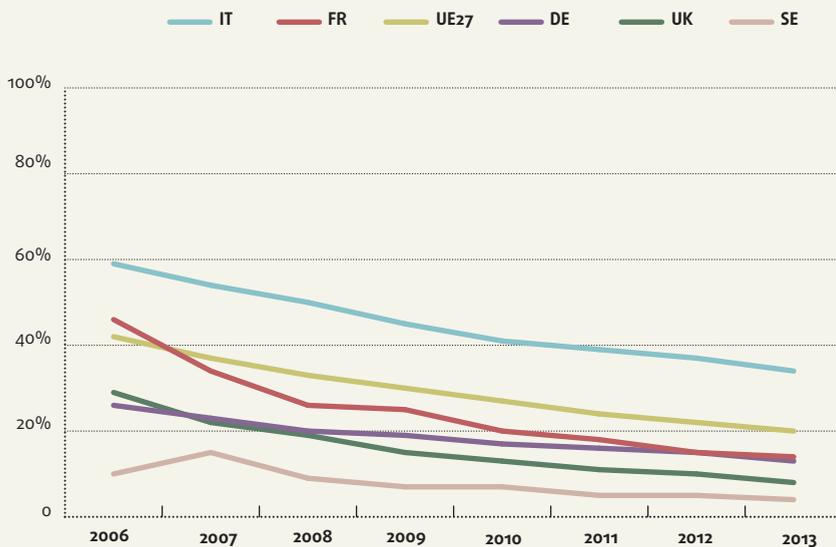
Fonte: Eurostat

## I non utenti

L'andamento della popolazione che non usa regolarmente Internet (grafico 22) mostra che l'Italia si colloca al di sopra della media europea e sempre a forte distanza dai principali paesi europei (Germania, Regno Unito, Francia) e dei paesi scandinavi. Il grafico 23 mostra che l'Italia sembra aver ridotto il gap rispetto ai paesi in cui è maggiore la diffusione di Internet mentre il gap dagli altri paesi risulta sostanzialmente invariato.

GRAFICO 22

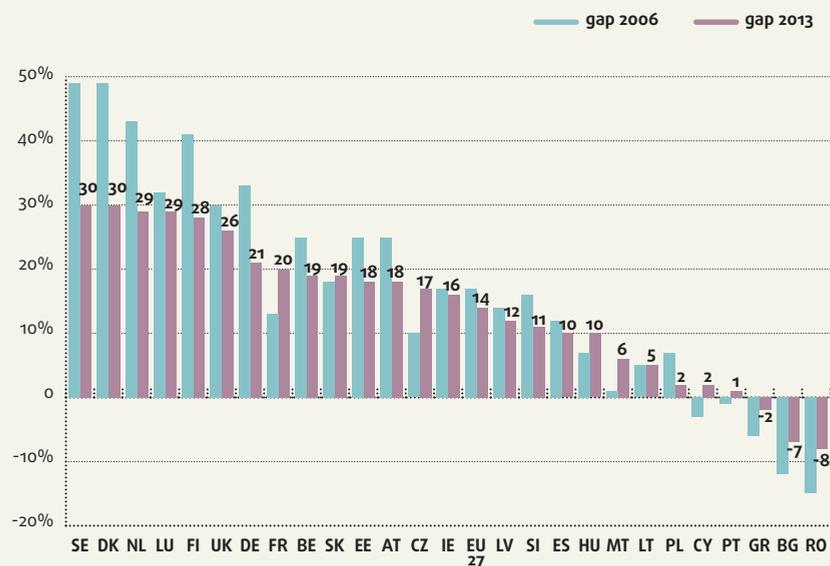
Persone di 16-74 anni che non usano Internet in Italia e in alcuni dei principali paesi europei. Anni 2006-2013 (valori percentuali).



Fonte: Eurostat

GRAFICO 23

Persone di 16-74 anni che non usano Internet in Italia e in alcuni dei principali paesi europei. Differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27. Anni 2006 e 2013.



Fonte: Eurostat

## Le famiglie

La quota di famiglie con accesso a Internet da casa (grafico 24) mostra che l'Italia, nel periodo considerato, continua a collocarsi al di sotto della media europea e sempre a forte distanza dai principali paesi europei (Germania, Regno Unito, Francia) e dei paesi scandinavi. Il grafico 25 mostra che l'Italia sembra aver ridotto il gap rispetto ai paesi in cui è maggiore la diffusione di Internet mentre è aumentata la distanza dagli altri paesi, in molti casi invertendo il segno. La posizione dell'Italia, rispetto ai paesi che nel 2006 risultavano avere meno famiglie con accessi Internet da casa, nel 2013 risulta pertanto peggiorata.

GRAFICO 24

Famiglie con accesso a Internet da casa in Italia e in alcuni dei principali paesi europei. Anni 2006-2013 (valori percentuali).

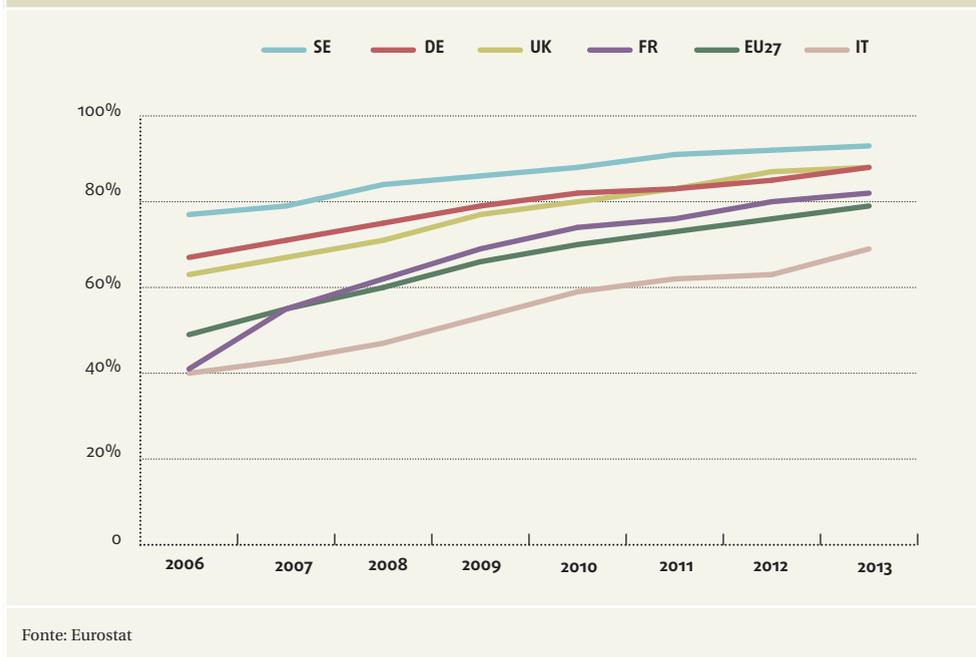


GRAFICO 25

Famiglie con accesso a Internet da casa in Italia e in alcuni dei principali paesi europei. Differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27. Anni 2006 e 2013.



## SINTESI DEI RISULTATI PRINCIPALI

L'andamento nel periodo 2005-2013 delle classi di uso di Internet per classi di età ha permesso di evidenziare i seguenti risultati principali:

- la quota di utenti forti risulta più alta fra i 14 e i 54 anni, con una punta massima di oltre il 63% nella classe di età 14-18 anni; valori comunque elevati si registrano nelle altre classi di età ad eccezione della classe di età più anziana (65 anni e oltre); va osservato un aumento consistente (quasi 19 punti percentuali) anche nella classe di età 55-64 anni. Nel complesso la quota di utenti forti è triplicata, passando dall'11,0% al 33,1% nel corso del periodo considerato;
- in modo speculare, la quota di non utenti si riduce fortemente in tutte le classi di età; la classe di età più elevata (65 anni e oltre), sebbene registri una diminuzione consistente (circa 8 punti percentuali), continua ad essere caratterizzata fortemente dal non uso di Internet (86% ca.); questo dato contribuisce ad alzare fortemente la percentuale di non utenti di Internet: 40,7% dell'intera popolazione italiana;
- gli andamenti degli utenti deboli e degli utenti sporadici, considerati congiuntamente, sembrano evidenziare un percorso graduale che dallo stato di utente sporadico e/o debole conduce alla condizione di utente forte;
- la quota di ex utenti resta quasi invariata nel tempo per tutte le classi di età, soprattutto nella classe di età 11-13 anni, a testimonianza, forse, che in tutte le classi di

età si è in presenza di “contatti” con il fenomeno Internet che non hanno poi portato al suo uso, seppur sporadico;

- nei confronti internazionali, infine, emergono alcune considerazioni di rilievo:
  - l'Italia, nel periodo considerato (2006-2013), sia nella percentuale di utenti di Internet che nella percentuale di famiglie che hanno un accesso a Internet da casa, da un lato ha ridotto il gap con i Paesi a maggiore diffusione di Internet (che resta comunque assai significativo), dall'altro ha peggiorato il gap con gli altri Paesi in qualche caso invertendo il segno;
  - con riferimento infine alla percentuale di non utenti si riscontra che, a fronte di una riduzione del gap con i Paesi a maggiore diffusione di Internet (e che anche in questo caso risulta assai significativo), non si riscontrano scostamenti significativi nel gap rispetto a tutti gli altri Paesi.

## 3. GLI UTENTI DI INTERNET

### I FATTORI CHE SPINGONO ALL'USO INTENSIVO DELLA RETE NELLE DIVERSE CLASSI DI ETÀ

L'analisi condotta in precedenza sul complesso degli utenti forti ha fatto emergere il ruolo cruciale dell'età nell'uso di Internet.

Per meglio cogliere le dinamiche all'interno delle singole classi di età è stata condotta un'analisi volta a valutare il ruolo giocato da ciascuna delle variabili demografiche e socio-culturali nello spiegare la probabilità di essere utente forte di Internet. Anche in questo caso è stata utilizzata la tecnica statistica della regressione logistica.

La variabile dipendente ("essere utente forte di Internet") è stata messa in relazione, all'interno di ciascuna classe di età, con le principali variabili indipendenti (o predittori) considerate nel questionario di rilevazione. Oltre a quelle considerate nell'analisi temporale (sex, età, titolo di studio, condizione e posizione professionale, ripartizione territoriale), sono state inserite altre variabili in grado di cogliere la dimensione socio-culturale (partecipazione culturale e sociale, giudizio sulla situazione economica della propria famiglia considerata come indicatore indiretto del reddito, soddisfazione per la vita nel complesso). La variabile "titolo di studio migliore in famiglia" è stata esclusa per motivi di significatività statistica.

Di seguito sono riportate le analisi condotte nelle fasce di età 19-34 anni, 35-54 anni, 55-64 anni, 65 e più anni. Le fasce d'età 6-10 anni, 11-13 anni e 14-18 anni sono state escluse perché il modello non è risultato applicabile. Di volta in volta, nei sottomodelli per classe di età, alcune variabili indipendenti sono state escluse poiché non hanno superato i test di significatività statistica.

#### Classe di età 19-34 anni

Il grafico 26 riporta i valori degli *odds ratio* massimi per la classe di età 19-34 anni fra tutte le categorie di ciascuna variabile<sup>5</sup>. Nel grafico, quanto più alto è tale valore, tanto

---

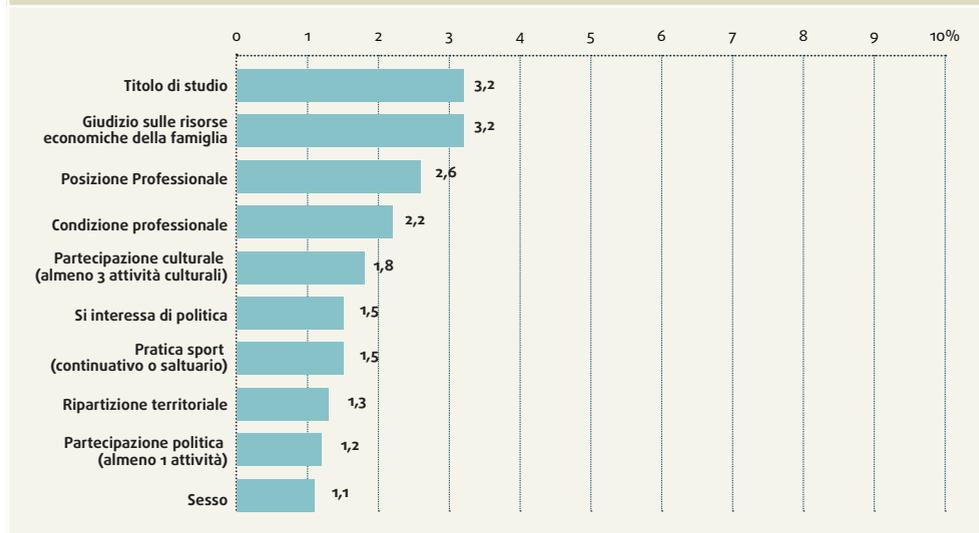
A cura di Giacinto Matarazzo e Cosimo Dolente ("I fattori che spingono all'uso intensivo della rete nelle diverse classi di età", "L'evoluzione nel tempo", "Le attività svolte sulla rete"); Luciana Quattrociocchi, Daria Squillante e Damiana Cardoni ("Le competenze digitali", "I cinque principali profili di uso di Internet").

5. Vale anche in questo caso quanto detto in nota 2: quanto più alto è tale valore, tanto più elevata risulta la capacità della variabile di predire l'uso di Internet.

più elevato risulta l'impatto del predittore nell'influenzare l'uso di Internet. I singoli predittori presentano valori compresi fra 1,1 e 3,2 a testimonianza del fatto che in questa fascia di età tutte le variabili concorrono a spiegare l'uso massivo di Internet. In termini di importanza relativa, fra i predittori, il titolo di studio (valore di 3,2) e il giudizio sulle risorse economiche della famiglia (valore di 3,2) sembrano giocare il ruolo maggiore; seguono la posizione e la condizione professionale con valori rispettivamente di 2,6 e 2,2. Tutti gli altri predittori sembrano giocare un ruolo minore con valori compresi fra 1,1 e 1,8. Rispetto al caso generale (relativo al complesso degli utenti) e, come vedremo successivamente, alle altre classi di età, i valori degli *odds ratio* risultano essere meno discriminanti, a testimonianza che tutti i fattori contribuiscono alla condizione di "utente forte".

GRAFICO 26

Classe di età 19-34 anni. Impatto delle variabili sulla probabilità di essere un utente forte<sup>6</sup>. Anno 2013.

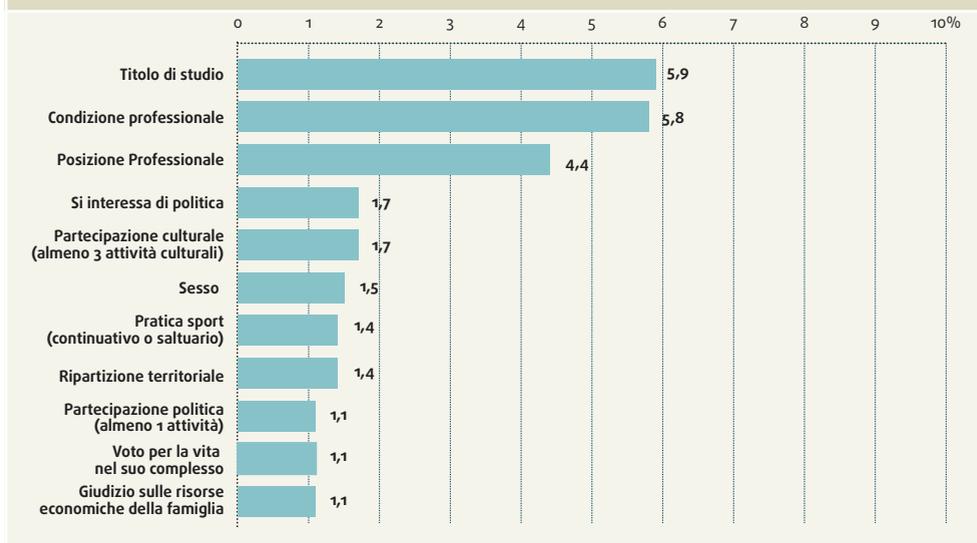


### Classe di età 35-54 anni

Nella classe di età 35-54 (grafico 27) sembrano essere molto rilevanti il titolo di studio e la condizione professionale (valori di *odds ratio* rispettivamente di 5,9 e 5,8). Segue la posizione professionale (valore di 4,4). Tutti gli altri predittori risultano compresi fra 1,1 e 1,7. La tendenza che si rileva è che quanto maggiore è il titolo di studio, la presenza nel mercato del lavoro e la posizione professionale tanto maggiore è la probabilità di essere un utente forte di Internet. L'impatto di queste tre variabili in questa fascia d'età è quasi doppio rispetto a quello nella fascia d'età precedente (19-34 anni).

6,7, 8. Valori degli *odds ratio* massimi fra le categorie delle variabili indipendenti.

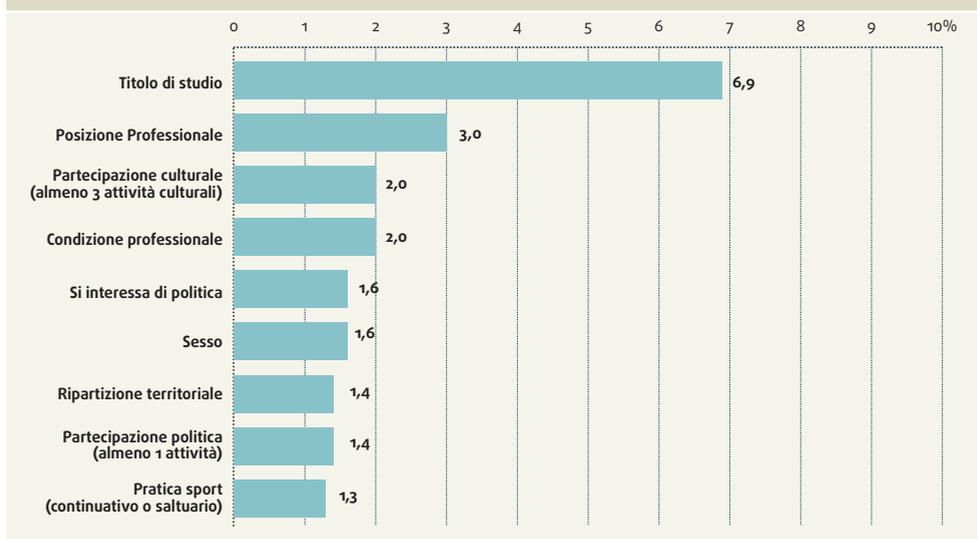
GRAFICO 27

Classe di età 35-54 anni. Impatto delle variabili sulla probabilità di essere utente forte<sup>7</sup>. Anno 2013.

### Classe di età 55-64 anni

Nella classe di adulti maturi (55-64 anni), la variabile più discriminante è il titolo di studio con un valore di *odds ratio* di 6,9 (grafico 28). Segue a forte distanza la posizione professionale con un valore di 3,0. Condizione professionale e partecipazione culturale giocano un ruolo minore a parità di condizione (valori di 2,0). Tutti gli altri predittori presentano

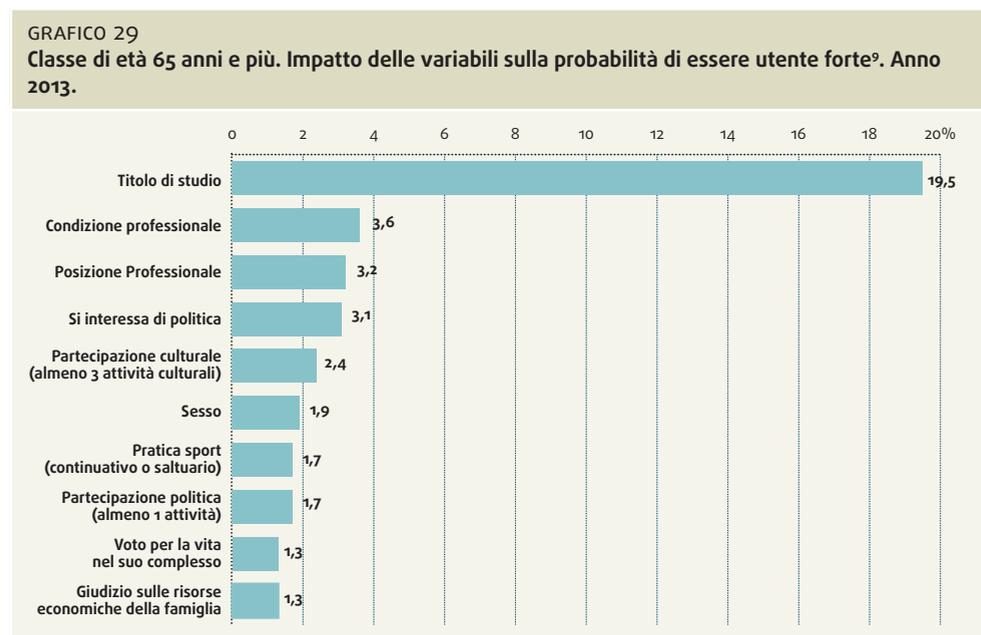
GRAFICO 28

Classe di età 55-64 anni. Impatto delle variabili sulla probabilità di essere utente forte<sup>8</sup>. Anno 2013.

un *odds ratio* compreso fra 1,3 e 1,6. La tendenza che si rileva è che, quanto maggiore è il titolo di studio, tanto maggiore è la probabilità di essere un utente forte di Internet.

### Classe di età 65 anni e più

Nella classe di età più anziana, la variabile di gran lunga più discriminante è il titolo di studio che, con un *odds ratio* di quasi 20, crea un solco forte nella popolazione di riferimento (grafico 29). Seguono a forte distanza la condizione e la posizione professionale (valori di 3,6 e 3,2 rispettivamente). Tutti gli altri predittori sembrano addensarsi fra 1,3 e 3,1. La tendenza che si rileva è che, anche nella classe di età più elevata (65 anni e più), quanto maggiore è il titolo di studio, tanto maggiore è la probabilità di essere un utente forte di Internet.



Le analisi precedenti, condotte attraverso l'uso della tecnica statistica della regressione logistica, hanno fatto emergere i seguenti risultati:

- nella classe di età 19-34 anni, dove risulta essere elevata la presenza di utenti forti (circa il 60% del totale), i predittori sembrano discriminare poco; in questa classe è l'età che in modo quasi automatico porta a un'elevata probabilità di essere un utente forte. È un dato che non sorprende, essendo questa la classe di età alimentata soprattutto dai nativi digitali;
- nelle classi di età successive si impone in maniera sempre più forte il titolo di studio come variabile più importante nel determinare la probabilità di essere un utente forte di Internet. Sembrerebbe che, al crescere dell'età, la così detta "immigrazione

9. Valori degli *odds ratio* massimi fra le categorie delle variabili indipendenti.

digitale” sia fortemente favorita dal titolo di studio, soprattutto a partire dalla classe di 55-64 anni. Nella classe di età 65 anni e più, poi, il titolo di studio riveste il ruolo decisivo nella probabilità di diventare un utente forte;

- dopo il titolo di studio, sono la condizione e la posizione professionale a giocare il ruolo più importante nella probabilità di diventare un utente forte;
- tutte gli altri predittori considerati, infine, svolgono un ruolo assai contenuto, in particolare le variabili di tipo socio-culturale.

## COME CAMBIA NEL TEMPO IL PROFILO DEGLI UTILIZZATORI

Per studiare le caratteristiche degli utenti forti è stato analizzato anche l’andamento delle principali variabili di segmentazione (sesso, titolo di studio, condizione professionale e ripartizione territoriale) nel periodo di riferimento (2005-2013).

L’andamento degli utenti forti per sesso (grafico 30) mostra che, nel tempo, persiste una differenza di genere: la distanza fra utenti maschi e utenti femmine si mantiene costante e a vantaggio dei maschi.

Gli utenti forti con titolo di studio elevato (laurea o diploma) crescono, nel tempo, in misura maggiore rispetto agli utenti con titolo di studio meno pregiato (licenza media o elementare) (grafico 31); anche questi ultimi, soprattutto chi ha la licenza media, registrano incrementi significativi. Si tratta quasi certamente dei più giovani che gravitano

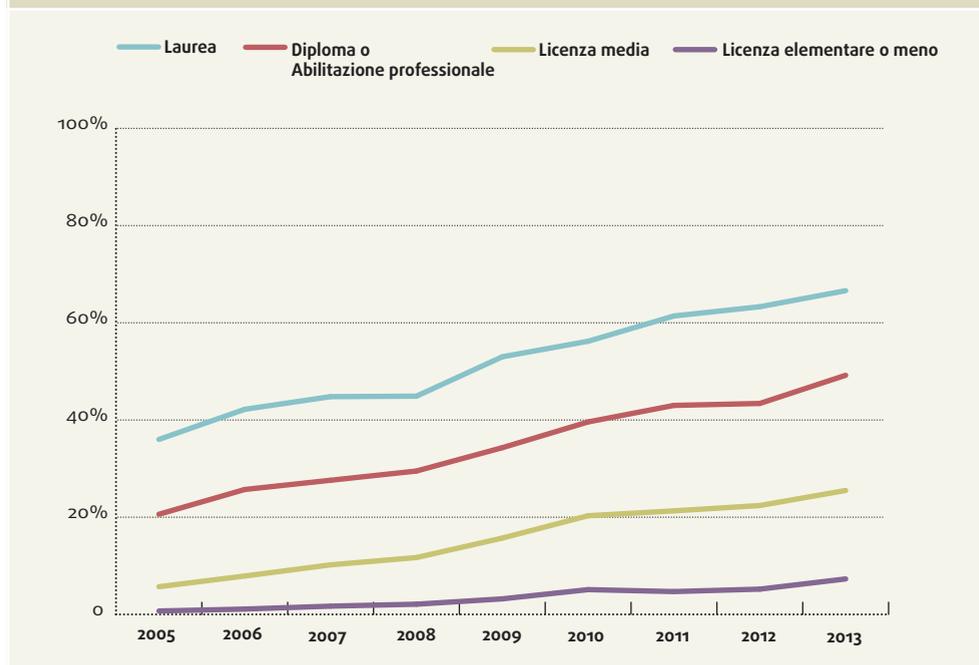
GRAFICO 30

Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni distinte per sesso. Anni 2005-2013 (valori percentuali).



GRAFICO 31

**Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni per titolo di studio. Anni 2005-2013 (valori percentuali).**



nel sistema scolastico. L'andamento della condizione professionale mostra due risultati di rilievo (grafico 32):

- all'andamento solidale per le condizioni di occupato e in cerca di occupazione fa riscontro una forte crescita per la condizione di studente, che parte appaiata con quella di occupato per distanziarsi fino a circa 20 punti percentuali al 2013; è da sottolineare a questo proposito l'importanza dell'ambiente scolastico nella socializzazione e diffusione di Internet nelle classi in età scolare;
- la quota di utenti forti tra la popolazione non attiva registra solo una modesta crescita nel periodo considerato a testimonianza della scarsa permeabilità all'uso di Internet di questo particolare segmento della popolazione italiana.

L'andamento per ripartizione territoriale mostra infine che persiste una differenza significativa fra il Nord e il Centro da una parte e il Sud dall'altro (grafico 33): la quota di utenti forti risulta infatti meno elevata nel Sud e costante nel periodo considerato. L'andamento per regioni (grafico 34) mostra inoltre che il processo in atto è di ulteriore "divergenza": gran parte delle regioni meridionali (Sicilia, Campania, Calabria, Puglia, Molise e Basilicata), che hanno i tassi più bassi nel 2005, sono tra quelle che crescono di meno tra il 2005 e il 2013, aumentando il gap con le regioni più avanzate del Centro Nord.

GRAFICO 32

Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni per condizione occupazionale.  
Anni 2005-2013 (valori percentuali).

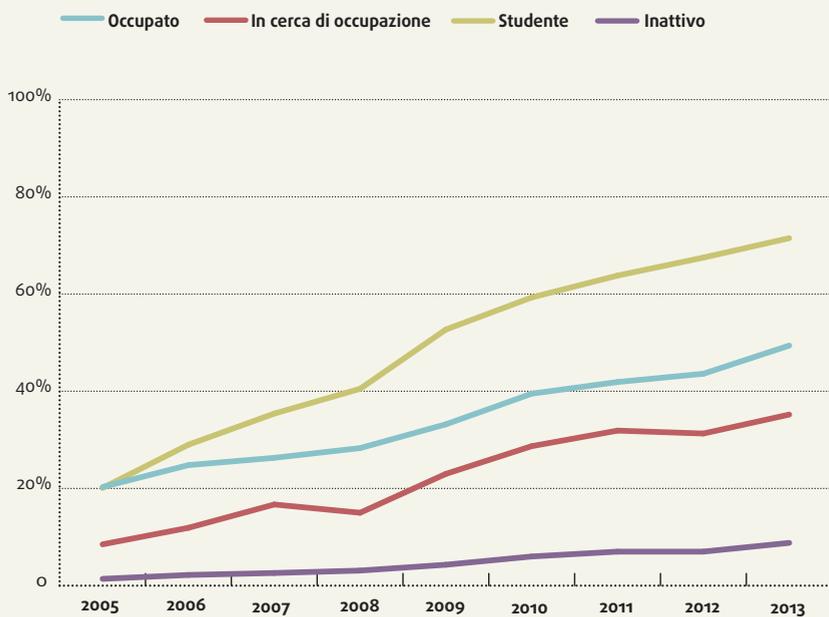


GRAFICO 33

Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni per ripartizione territoriale.  
Anni 2005-2013 (valori percentuali).

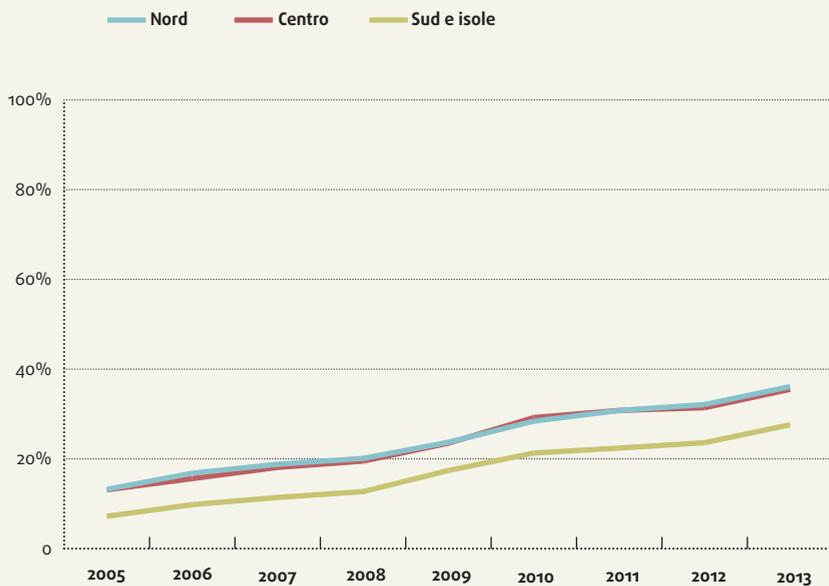
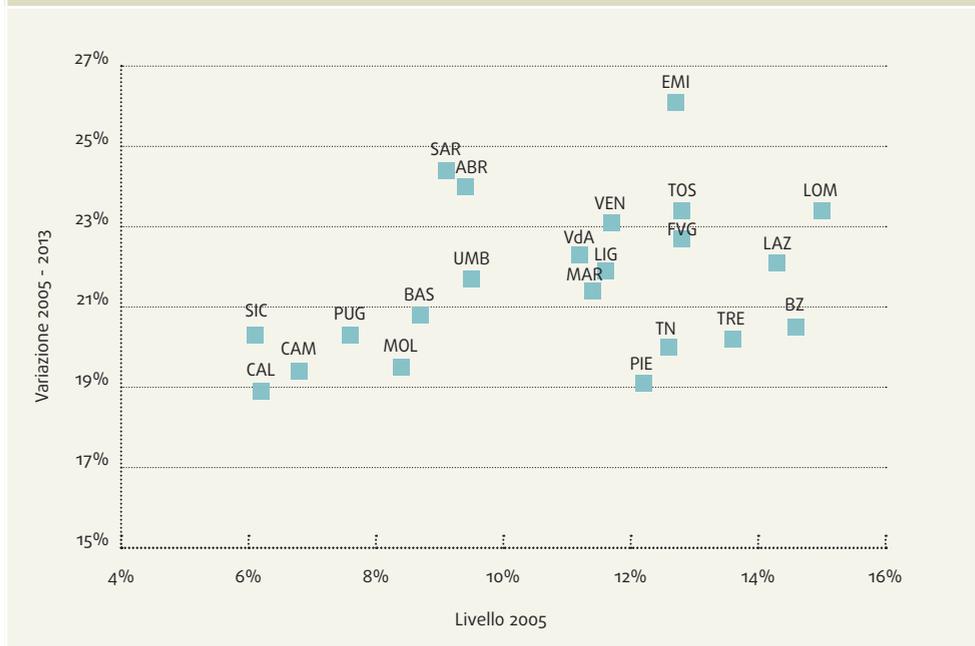


GRAFICO 34

**Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet tutti i giorni per regione. Anni 2005-2013 (valori percentuali e variazione in punti percentuali)**



Gli utenti forti, in estrema sintesi, risultano in prevalenza maschi, di giovane età, nella condizione di occupati o studenti, in possesso di titolo di studio elevato, residenti nelle regioni del Centro-Nord.

Per costruire i profili d'uso, dopo l'analisi delle variabili di segmentazione, risulta di estremo interesse considerare sia le attività che essi svolgono sulla Rete sia le competenze di cui sono in possesso.

## LE ATTIVITÀ SVOLTE SULLA RETE

Cosa fanno gli utenti forti sulla Rete? Quali sono le principali attività da loro svolte? Ricevere e spedire email risulta l'attività più comune in Rete: lo fa il 92% degli utenti forti, ma con valori ancora più elevati per tutte le classi di età superiori a 19 anni (tavola 8).

Subito dopo vengono le attività informative di carattere generale: leggere giornali, informazioni o riviste online; consultare wikipedia o altre enciclopedie online, cercare informazioni su merci e servizi. I valori si attestano tra il 68 e il 73% nel complesso e risultano abbastanza omogenee rispetto alle diverse classi di età. Valori più vicini alla media si riscontrano dai 19 anni in poi mentre dagli 11 ai 18 anni le distanze dalla media risultano assai accentuate tranne che la consultazione di wikipedia o altre enciclopedie online.

TAVOLA 8

**Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni per tipo di attività svolte ed età. Anno 2013 (per 100 utenti della stessa età che usano Internet tutti i giorni).**

| Attività svolte   | Classi di età |       |       |       |       |      |        |
|---|---------------|-------|-------|-------|-------|------|--------|
|   | 11-13         | 14-18 | 19-34 | 35-54 | 55-64 | 65+  | Totale |
| <b>Negli ultimi tre mesi ha:</b>  |               |       |       |       |       |      |        |
| Spedito o ricevuto email  | 58,7          | 79,9  | 95,1  | 95,9  | 94,7  | 93,3 | 92,0   |
| Letto giornali, informazioni, riviste online  | 27,5          | 54,5  | 76,5  | 79,7  | 79,3  | 82,1 | 73,8   |
| Consultato un wiki per ottenere informazioni (es. wikipedia, altre enciclopedie online)   | 59,0          | 75,4  | 74,6  | 68,2  | 60,7  | 59,4 | 69,2   |
| Cercato informazioni su merci e servizi   | 19,4          | 45,3  | 70,9  | 76,4  | 71,9  | 66,1 | 68,2   |
| Partecipato a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc.)                      | 71,5          | 90,6  | 82,3  | 55,2  | 35,3  | 26,6 | 64,8   |
| Inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online   | 70,2          | 82,5  | 78,1  | 52,4  | 37,2  | 26,4 | 61,6   |
| Cercato informazioni sanitarie  | 7,9           | 25,3  | 56,4  | 67,3  | 69,9  | 70,0 | 57,5   |
| Cercato informazioni su attività di istruzione o corsi  | 29,7          | 45,5  | 59,0  | 51,8  | 44,7  | 33,2 | 51,0   |
| Usato servizi relativi a viaggi o soggiorni   | 6,2           | 25,5  | 56,4  | 56,5  | 54,6  | 46,5 | 50,7   |
| Effettuato videochiamate  | 44,9          | 48,2  | 50,7  | 40,1  | 35,0  | 41,0 | 43,8   |
| Usato servizi bancari via Internet  | 0,0           | 2,9   | 40,4  | 57,2  | 53,2  | 56,6 | 43,7   |
| Scaricato software (diverso da giochi)  | 26,3          | 43,1  | 46,4  | 34,1  | 26,0  | 26,0 | 37,4   |
| Acquistato merci o servizi via Internet   | 0,0           | 14,9  | 33,1  | 34,2  | 25,0  | 19,8 | 30,4   |
| Espresso opinioni su temi sociali o politici su web (ad esempio tramite blog, social network, ecc.)                               | 13,8          | 26,9  | 36,9  | 26,2  | 23,7  | 17,7 | 28,5   |
| Cercato informazioni su siti della PA   | 0,0           | 9,7   | 23,0  | 31,6  | 35,0  | 35,8 | 27,0   |
| Cercato lavoro o mandato una richiesta di lavoro  | 0,0           | 6,3   | 42,6  | 20,7  | 10,1  | 2,0  | 23,8   |
| Letto o scaricato libri online o e_book   | 14,7          | 22,8  | 27,9  | 22,5  | 20,2  | 21,8 | 23,6   |
| Scaricato moduli dal sito della PA  | 0,0           | 5,6   | 19,8  | 26,4  | 30,9  | 31,2 | 22,7   |
| Venduto merci o servizi   | 6,3           | 13,5  | 22,7  | 19,8  | 13,2  | 8,3  | 18,4   |
| Partecipato ad un network professionale (creare un profilo, postare messaggi o altri contributi su LinkedIn, Xing, ecc.)          | 0,0           | 6,4   | 21,0  | 18,5  | 12,0  | 8,4  | 16,3   |
| Inviato moduli su siti della PA   | 0,0           | 2,8   | 12,9  | 19,2  | 19,3  | 16,3 | 15,4   |
| Partecipato online a consultazioni o votazioni su temi sociali (civici) o politici (pianificazione urbana, firmare una petizione) | 3,0           | 7,6   | 16,3  | 14,5  | 16,8  | 16,9 | 14,2   |
| Fatto un corso online   | 2,5           | 4,3   | 10,9  | 10,8  | 8,8   | 2,6  | 9,4    |
| Sottoscritto abbonamenti per ricevere regolarmente delle news   | 0,3           | 2,3   | 6,5   | 6,2   | 5,3   | 7,7  | 5,6    |

Un terzo blocco di attività in termini di importanza relativa fa riferimento alle attività di comunicazione: partecipazione a social network o comunicazione attraverso chat, blog o forum online. Qui la distanza generazionale risulta molto marcata: a fronte di un dato medio fra il 61 e il 65% il segmento 14-34 anni presenta valori superiori di oltre 20 punti; specularmente, al crescere dell'età le percentuali si riducono drasticamente fino a toccare valori prossimi al 26% per gli over 65.

Seguono ancora due attività di ricerca di informazioni di carattere specifico: informazioni di tipo sanitario (57% nel complesso) e informazioni relative ad attività di formazione e corsi (51%). L'andamento rispetto all'età si presenta speculare come è lecito attendersi: al crescere dell'età crescono le percentuali di chi cerca informazioni di tipo sanitario mentre le percentuali di chi cerca informazioni sui corsi si abbassano drasticamente.

I primi servizi in graduatoria diversi dall'attività informativa o comunicativa sono i servizi relativi a viaggi e soggiorni: essi superano il 50% e sono utilizzati in modo omogeneo fra le varie classi di età a partire dai 19 anni (valori prossimi al 56%). La seconda tipologia di servizi presente in graduatoria fa riferimento ai servizi bancari (43,7% nel complesso), ma con valori più elevati di oltre 10 punti a partire dai 35 anni. Una terza tipologia di servizi fa riferimento all'acquisto di merci via Internet: questa attività è svolta nel complesso dal 30,4% degli utenti forti con punte massime nella fascia di età 19-54 anni. I servizi offerti dalla PA risultano poco utilizzati: il 27% ha cercato informazioni sui siti della PA, il 22,7% ha scaricato moduli, il 15,4% ha inviato moduli online. Su questo aspetto si tornerà più diffusamente nel capitolo 5, nel paragrafo "I fattori che spingono al non uso della rete Internet".

L'esame complessivo delle attività svolte su Internet fa emergere che gli utenti forti utilizzano la Rete Internet soprattutto per attività informative e comunicative. I servizi utilizzati sono soprattutto quelli bancari e quelli legati al turismo; gli acquisti online riguardano un terzo degli utenti mentre le attività più complesse quali vendere merci e servizi o fare corsi online sono svolte rispettivamente dal 18,4% e dal 9,4% degli utenti.

Un dato interessante è che la struttura per età degli utenti forti sembra influenzare poco le attività svolte sulla Rete. A parte le attività tipicamente giovanili (partecipazione ai social networking e invio di messaggi su chat, blog, news) e quelle caratterizzate dal possesso di maggiori competenze informatiche rispetto a quelle elementari (videochiamare via web o scaricare software), tutte le altre attività mostrano percentuali quasi simili per le diverse classi di età. Sembra quasi che l'utente forte di Internet, in base agli interessi propri della classe di età di appartenenza, tenda a utilizzare tutto quello che la Rete gli mette a disposizione.

Le percentuali calcolate sul totale degli utenti non devono però trarre in inganno. Se rapportiamo le attività svolte dagli utenti di Internet (forti, deboli e sporadici) al totale della popolazione di riferimento, le percentuali precedenti si abbassano drasticamente e testimoniano la bassa diffusione delle attività svolte su Internet fra la popolazione complessiva per classi di età (tavola 9).

**TAVOLA 9**  
**Persone di 6 anni e più per tipo di attività svolte su Internet ed età - Anno 2013**  
**(per 100 persone della stessa età).**

| Attività svolte   | Classi di età |       |       |       |       |       |     |        |
|---|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|--------|
|   | 6-10          | 11-13 | 14-18 | 19-34 | 35-54 | 55-64 | 65+ | Totale |
| <b>Negli ultimi tre mesi ha:</b>  |               |       |       |       |       |       |     |        |
| Spedito o ricevuto email  | 7,1           | -35,4 | 64,3  | 71,5  | 56,5  | 35,0  | 8,7 | 40,7   |
| Letto giornali, informazioni, riviste online  | 3,8           | 18,7  | 42,9  | 54,4  | 44,8  | 28,3  | 7,6 | 31,4   |
| Consultato un wiki per ottenere informazioni (es. wikipedia, altre enciclopedie online)   | 13,0          | 40,3  | 61,4  | 51,7  | 37,5  | 21,1  | 5,6 | 29,2   |
| Cercato informazioni su merci e servizi   | 2,9           | 10,5  | 33,4  | 51,0  | 43,3  | 25,3  | 5,9 | 28,9   |
| Partecipato a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc.)                      | 7,4           | 39,6  | 73,0  | 60,0  | 29,7  | 11,0  | 2,0 | 26,5   |
| Cercato informazioni sanitarie  | 0,8           | 5,4   | 19,5  | 40,5  | 38,5  | 24,9  | 6,5 | 24,7   |
| Inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online   | 6,5           | 38,4  | 64,8  | 55,1  | 27,2  | 11,1  | 2,1 | 24,4   |
| Cercato informazioni su attività di istruzione o corsi  | 7,2           | 22,4  | 36,8  | 40,7  | 28,0  | 14,1  | 2,5 | 20,9   |
| Usato servizi relativi a viaggi o soggiorni   | 0,3           | 2,9   | 18,5  | 38,6  | 30,3  | 18,2  | 4,4 | 20,4   |
| Effettuato telefonate o videochiamate via Internet  | 6,2           | 23,8  | 35,1  | 34,9  | 20,8  | 10,9  | 3,0 | 17,2   |
| Usato servizi bancari via Internet  | 0,0           | 0,0   | 2,1   | 25,8  | 28,0  | 16,6  | 4,5 | 16,4   |
| Scaricato software (diverso da giochi)  | 3,2           | 15,1  | 32,6  | 29,7  | 15,7  | 6,8   | 1,6 | 13,4   |
| Acquistato merci o servizi via Internet   | n.d.          | n.d.  | 10,2  | 21,1  | 16,1  | 7,6   | 1,4 | 10,4   |
| Espresso opinioni su temi sociali o politici su web (ad esempio tramite blog, social network, ecc.)                               | 0,5           | 6,6   | 20,0  | 24,1  | 12,6  | 6,7   | 1,2 | 10,4   |
| Cercato lavoro o mandato una richiesta di lavoro  | 0,0           | 0,0   | 5,1   | 31,6  | 12,5  | 3,1   | 0,2 | 10,1   |
| Cercato informazioni su siti della PA   | n.d.          | n.d.  | 7,6   | 15,1  | 16,0  | 11,0  | 2,8 | 10,0   |
| Letto o scaricato libri online o e_book   | 3,1           | 9,1   | 17,7  | 17,9  | 10,5  | 5,4   | 1,5 | 8,6    |
| Scaricato moduli dal sito della PA  | n.d.          | n.d.  | 3,8   | 12,5  | 13,2  | 9,4   | 2,4 | 8,2    |
| Venduto merci o servizi   | 0,0           | 2,9   | 9,4   | 15,2  | 10,0  | 4,1   | 0,6 | 7,0    |
| Partecipato ad un network professionale (creare un profilo, postare messaggi o altri contributi su LinkedIn, Xing, ecc.)          | 0,0           | 0,0   | 5,1   | 13,2  | 8,3   | 3,3   | 0,5 | 5,7    |
| Inviato moduli su siti della PA   | n.d.          | n.d.  | 1,9   | 8,1   | 9,5   | 5,5   | 1,1 | 5,4    |
| Partecipato online a consultazioni o votazioni su temi sociali (civici) o politici (pianificazione urbana, firmare una petizione) | 0,1           | 1,6   | 5,3   | 10,3  | 6,6   | 4,5   | 1,1 | 5,0    |
| Fatto un corso online   | 0,3           | 1,2   | 2,9   | 7,0   | 5,1   | 2,7   | 0,2 | 3,4    |
| Sottoscritto abbonamenti per ricevere regolarmente delle news   | 0,0           | 0,6   | 1,6   | 4,0   | 2,8   | 1,5   | 0,4 | 1,9    |

La varietà delle attività svolte in Rete degli italiani di oltre 55 anni risulta molto scarsa: in particolare nella classe di età 55-64 anni uno su tre usa la posta elettronica (35%), uno su quattro si informa sulla Rete (20-25%), i servizi vengono utilizzati da uno su cinque, solo l'11% ricorre ai servizi online della PA; le attività svolte dalle persone con 65 anni e più cade a picco: solo l'8,7% usa la posta elettronica, un 5-7% si informa sulla Rete, il 4% ricorre ai servizi bancari o turistici, meno del 3% ricorre ai servizi online della PA. Se guardiamo alle altre classi di età notiamo che la posta elettronica viene ormai utilizzata

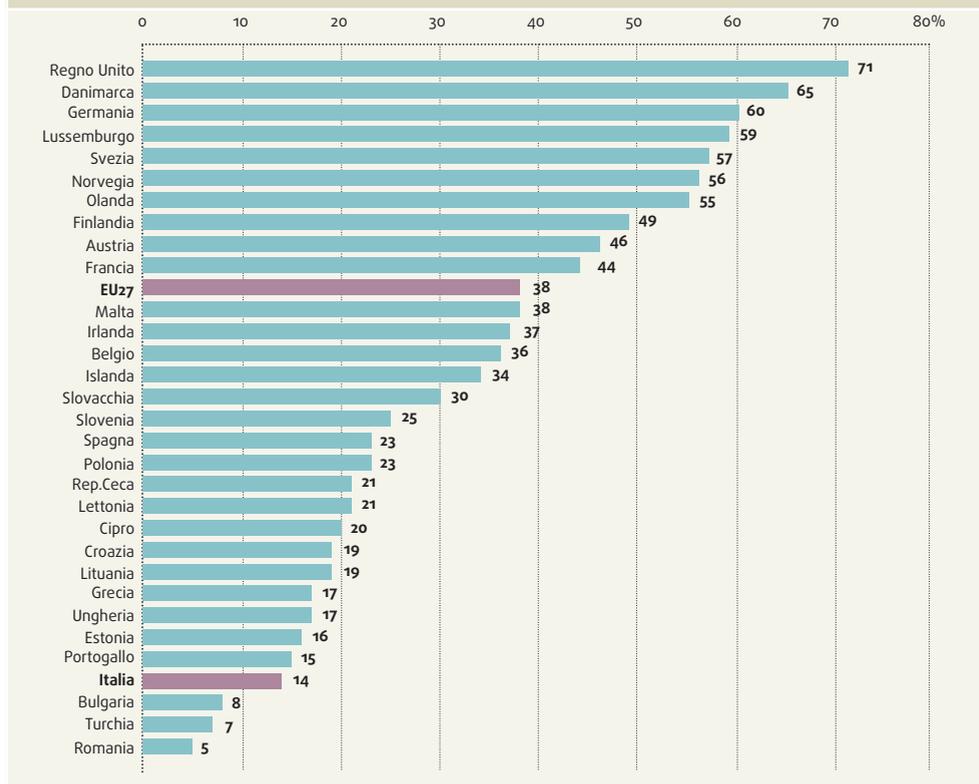
da circa il 60-70% degli italiani in età compresa fra i 14 e i 54 anni, la partecipazione ai social network nella fascia di età 14-34 anni raggiunge percentuali quasi simili alla posta elettronica, le attività informative vengono subito dopo attestandosi al 30-40%. I primi servizi utilizzati (turismo e attività bancarie) sfiorano il 30%. Infine, le interazioni online con la PA riguardano il 10-15% della popolazione in età 14-54 anni.

L'esame congiunto delle due tabelle precedenti mostra che sulla Rete sembrano prevalere attività semplici (informative e comunicative), anche tra gli utenti forti. Spiccano invece le basse percentuali di utilizzo del commercio elettronico e dei servizi online della Pubblica Amministrazione. Nel complesso emerge un quadro in cui, a parte la posta elettronica e la ricerca di informazioni via web e le attività tipicamente concentrate nelle classi di età giovanili, le potenzialità della Rete rimangono ancora ben lontane dal permeare il tessuto sociale italiano, soprattutto per gli italiani con più di 55 anni.

Ma il fatto che desta maggiori preoccupazioni è che, negli ultimi anni, la distanza dagli altri paesi si sta ampliando. Se prendiamo come riferimento un servizio particolarmente emblematico come l'acquisto di beni e servizi online notiamo che l'Italia si colloca al di sotto della media europea e sempre a forte distanza dai principali paesi europei (Germania, Regno Unito, Francia) e dei paesi scandinavi (grafico 35).

GRAFICO 35

**Personi di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno ordinato o acquistato beni o servizi online. Anno 2013 (valori percentuali).**



Fonte: Eurostat

Se poi guardiamo il gap fra l'Italia e ciascuno dei paesi della UE-27, misurato dalla differenza nelle percentuali fra l'Italia e ciascuno degli altri paesi considerati (grafico 36), notiamo che l'Italia, nel periodo considerato:

- da un lato ha recuperato parte del gap (ma che risulta comunque molto elevato) rispetto ai Paesi dove è maggiore la diffusione di Internet;
- dall'altro, al 2013, mostra un gap maggiore rispetto a quasi tutti gli altri paesi, a testimonianza della maggiore inerzia del tessuto sociale italiano rispetto all'utilizzo di Internet.

GRAFICO 36

**Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno ordinato o acquistato beni o servizi online. Anni 2006 e 2013 (differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27).**



Fonte: Eurostat

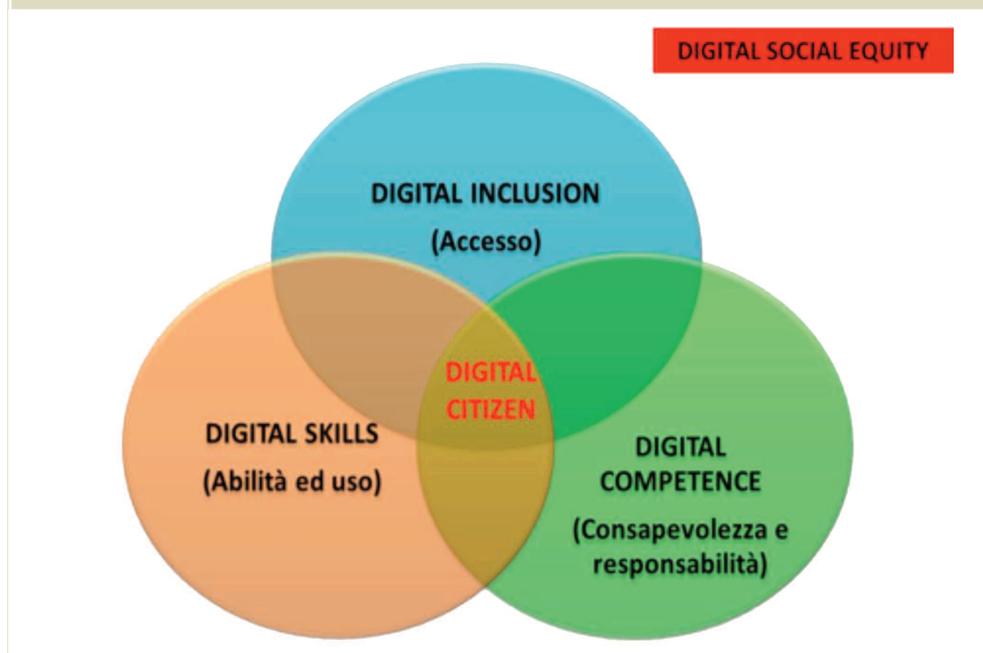
Le cause andrebbero forse ricercate nelle diverse componenti dell'offerta e della domanda di servizi Internet. Alcune indicazioni su questi aspetti verranno trattati, successivamente, nelle conclusioni.

## LE COMPETENZE DIGITALI DEGLI UTILIZZATORI

Le competenze digitali sono tra i fattori in grado di spiegare la scarsa diffusione di Internet nel tessuto sociale italiano. La celebre definizione di Sir William Curtis, nel 1795, della triade di competenze *writing, reading, arithmetic* ("the three Rs") come parametro indiscusso per la valutazione dell'inclusione e dell'includibilità sociale delle persone, appare oggi, dopo circa 200 anni, non più sufficiente a sancire la sua legittimazione a strumento di orientamento politico-programmatico per percorsi scolastici e formativi

in senso lato. Fulmineamente scardinato dalla odierna *digital era*, che ospita e permea le nostre information society, tale pacchetto di competenze si palesa oggi quale presupposto più necessario che sufficiente, per una “cittadinanza sociale” che deve dunque ricalibrare sui *digital skills* il suo baricentro di “competenze di base necessarie”. Nel 2006, a tal proposito, il Parlamento Europeo e il Consiglio Europeo hanno inserito nelle loro Raccomandazioni dedicate alle competenze chiave per un autentico *Lifelong Learning* (Parlamento Europeo, 2006), anche la *digital competence* fra le otto competenze ritenute essenziali per una piena inclusione e “cittadinanza attiva” in quella *Knowledge-based Society* cara ai programmatori europei<sup>10</sup>. Nel redigere la *Digital Agenda for Europe (DAE)* si è avuto pertanto cura di dedicare un’area programmatica strategica<sup>11</sup> proprio a linee di intervento finalizzate al rafforzamento e all’ampliamento dell’accesso alle tecnologie dell’informazione e della comunicazione (ICT) e alla capillare diffusione della *literacy/competence* digitale.

FIGURA 1  
Cittadinanza ed equità sociale: una delicata intersezione.



10. Le otto competenze chiave individuate dal Parlamento e dal Consiglio Europeo: Key Competences 1 & 2: Communication in the mother tongue and communication in foreign Languages; Key Competence 3: Mathematical competence and basic competences in science and technology; Key Competence 4: Digital competence; Key Competence 5: Learning to learn; Key Competence 6: Social and civic competence; Key Competence 7: Sense of initiative and entrepreneurship; Key Competence 8: Cultural awareness and expression.

11. I sette pilastri della *Digital Agenda for Europe*: Pillar I: Digital Single Market; Pillar II: Interoperability & Standards; Pillar III: Trust & Security; Pillar IV: Fast and ultra-fast Internet access; Pillar V: Research and innovation; Pillar VI: Enhancing digital literacy, skills and inclusion; Pillar VII: ICT-enabled benefits for EU society. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/>

Sempre nel 2006, a Riga, gli Stati Membri dell'Unione Europea hanno concordato una batteria di *eInclusion Target*, per contenere il *Digital Divide* e favorire l'alfabetizzazione digitale dei gruppi di popolazione più svantaggiati. Nell'era digitale, dunque, il delicato confine fra la cittadinanza in senso formale e la cittadinanza in senso sostanziale va profondamente ridefinito e ricollocato all'intersezione fra tre elementi imprescindibili per una piena inclusione e partecipazione alla costruzione sociale: la possibilità di accedere alle ICT (*Digital Inclusion*); la possibilità di apprendere l'uso (*Digital Skills*); l'acquisizione di capacità di discernimento (*Digital Competence*) per un uso consapevole e responsabile delle ICT (cfr. figura 1).

A tale proposito, diverse ricerche condotte sul *digital divide* (Solomon et al., 2003; Mosberger et al., 2003; Van Dijk, 2005) hanno individuato nei bassi livelli di alfabetizzazione e di competenze digitali gli ulteriori fattori che determinano la qualità e la quantità di utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione (divisione orizzontale) (Cho, 2004). Ne discende la necessità di considerare una serie di dimensioni relative alla modalità di utilizzazione delle ICT e una molteplicità di indicatori relativi a prestazioni e abilità, al fine di individuare punti di debolezza e punti di forza nel livello di informatizzazione di un Paese.

A livello europeo, il quadro concettuale di riferimento per definire e analizzare le competenze digitali è stato strutturato su quattro dimensioni principali, che vanno dall'utilizzo di strumenti comuni e software generici fino all'uso di strumenti più evoluti e specializzati a supporto delle più svariate attività<sup>12</sup> (tabella 1).

La prima dimensione (*Information ICT users*) include abilità operative strumentali per l'uso del computer e di Internet che consistono in un insieme di competenze alla base dell'alfabetizzazione digitale. Sono attività cioè che non comprendono un utilizzo evoluto della tecnologia e del web, ma piuttosto sono caratterizzate da una serie di operazioni elementari per raggiungere un determinato obiettivo, come ad esempio l'utilizzo di un motore di ricerca e l'archiviazione delle informazioni. Le capacità operative di primo livello hanno certamente un valore pratico e possono essere considerate la base dell'alfabetizzazione, ma non rappresentano certo il tassello fondamentale della competenza digitale, perché non sono sufficienti, da sole, a sintetizzare i comportamenti efficaci alla base del complesso universo delle capacità informatiche.

Oltre alla possibilità di eseguire operazioni di base in materia di ICT, nella seconda dimensione (*Communication ICT users*) sono state considerate una serie di attività di tipo comunicativo come lo spedire e/o ricevere email, telefonare via web, partecipare ai social network. Si tratta di attività che per molti versi richiedono già un livello di competenze che investe, oltre l'uso del computer, anche l'uso di Internet per il lavoro, l'apprendimento, la comunicazione, la partecipazione alla vita sociale e il tempo libero. Le attività che caratterizzano la terza dimensione (*Problem solving users*) fanno invece

12. A livello europeo, abilità e attitudini legate alla competenza digitale sono stati descritti nel seguente modo: "Digital competence involves the confident and critical use of information Society technology (ICT) for work, leisure, learning and communication. It is underpinned by basic skills in ICT: the use of computers to retrieve, access, store, produce, present and exchange information, and to communicate and participate in collaborative networks via the Internet".

TABELLA 1

**Aree di competenza digitale, indicatori per misurare la competenza digitale e metodo di aggregazione utilizzato.**

| Competenza Digitale                              | Indicatori  | Scala   |
|--|---|---|
| <b>Information ICT Users</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usare un motore di ricerca per cercare informazioni</li> <li>• Copiare o muovere file o cartelle di lavoro</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Basic</b> (solo un item)</li> <li>• <b>Above basic</b> (entrambi gli item)</li> </ul>   |
| <b>Communication ICT Users</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spedire e/o ricevere email</li> <li>• Telefonare via web</li> <li>• Partecipare a social network, blog, postare messaggi e chat</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Basic</b> (solo un item)</li> <li>• <b>Above basic</b> (almeno due item)</li> </ul>   |
| <b>Problem solving and familiarity ICT Users</b> | <p><b>Gruppo A: Problem solving</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasferire file tra computer o ad altri dispositivi</li> <li>• Installare software e applicazioni o modificare le impostazioni di sicurezza</li> <li>• Modificare le impostazioni incluse quelle del sistema operativo e dei programmi di sicurezza</li> <li>• Comprimere un file</li> <li>• Connettere, installare periferiche</li> <li>• Scaricare software</li> </ul> <p><b>Gruppo B: Familiarità nell'uso di Internet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effettuare acquisti online</li> <li>• Effettuare vendite online</li> <li>• Usare formazione online</li> <li>• Usare i servizi bancari online</li> <li>• Leggere scaricare e-book</li> <li>• Leggere giornali</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Basic</b> (uno o più item solo dal gruppo A o solo dal gruppo B)</li> <li>• <b>Above basic</b> (almeno un item dal gruppo A e almeno uno dal gruppo B)</li> </ul> |
| <b>Software Ability ICT Users</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usare il copia incolla (Basic)</li> <li>• Usare un foglio elettronico (Basic)</li> <li>• Creare presentazioni con software specifici (Above basic)</li> <li>• Scrivere un programma (Above basic)</li> <li>• Creare una pagina web</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Basic</b> (uno o più item Basic ma nessuno Above basic)</li> <li>• <b>Above basic</b> (almeno un item Above basic)</li> </ul>                                     |

tutte riferimento alla capacità di utilizzare Internet e i device tecnologici per potersi avvalere del potenziale offerto dalle nuove tecnologie per la rappresentazione e soluzione di problemi e per la costruzione condivisa e collaborativa della conoscenza, mantenendo la consapevolezza delle responsabilità personali, nel rispetto delle norme e dei diritti/doveri che da esse derivano. Esse sono suddivise in due gruppi: le attività più propriamente di *problem solving* (trasferire file fra computer, installare software, modificare le impostazioni nei sistemi operativi, scaricare software) e la familiarità rispetto alle attività di vero e proprio utilizzo dei servizi offerti dalla Rete (acquisti e vendite online, formazione online, uso di servizi bancari, ecc.). Infine la quarta dimensione afferisce alle abilità nell'operare con i software (*Software ability ICT users*) (usare la funzione "copia e incolla", usare un foglio elettronico, creare presentazioni, scrivere un programma, creare una pagina web).

A partire da questo quadro di riferimento, le informazioni necessarie per la costruzione degli indicatori rilevanti per la misurazione della competenza digitale sono stati raccolti chiedendo agli individui che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi se avessero eseguito, durante questo periodo temporale di riferimento, determinate attività con il computer e/o relative ad Internet o, comunque, se sapessero effettuare una serie di attività.

Un simile quadro concettuale è, quindi, una struttura multidimensionale utile per classificare gli utenti in base alle loro competenze ICT, sia quelle legate agli aspetti più eminentemente tecnici, sia quelle più evolute necessarie per un uso creativo e consapevole delle informazioni.

Dall'analisi dei dati si evince che la realtà è tutt'altro che uniforme.

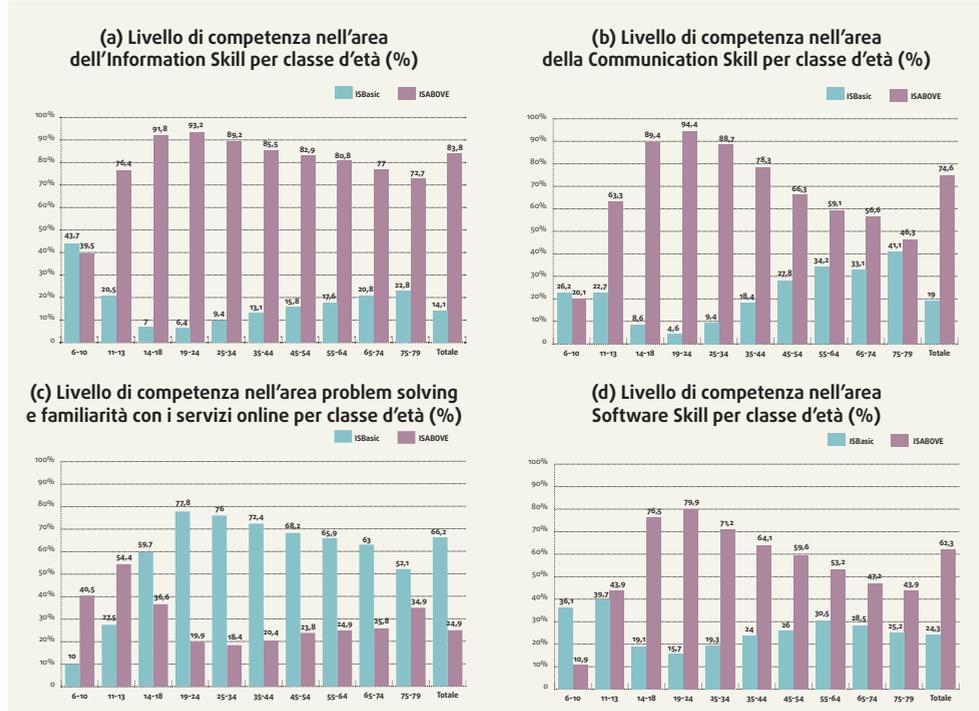
Tra gli utilizzatori di Internet c'è ancora un gap significativo con una distribuzione delle competenze assai diversificata tra i differenti gruppi di popolazione individuati in base sia alle caratteristiche socio-economiche sia alla tipologia di utenti (forti, deboli e sporadici), ricostruita valutando la frequenza dell'utilizzo della Rete. In generale dai risultati si evince, in modo abbastanza evidente, che ci sono molte più persone che hanno competenze in particolari domini, mentre solo poche presentano competenze digitali ben sviluppate nelle quattro aree (grafico 37).

Se si considera il dato nel complesso, cioè facendo riferimento agli utenti con età compresa tra 6 e 79 anni che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi, l'area delle information skill presenta la quota più elevata di utenti esperti (83,8%, 25 milioni 262 mila contro il 14,1%, 4 milioni 252 mila utenti base), seguono l'area della comunicazione (74,6%, 22 milioni 473 mila contro il 19%, 5 milioni 734 mila utenti base), quella del problem solving (66,2%, 19 milioni 957 mila contro il 24,9%, 7 milioni 509 mila utenti base) e infine l'area dei software skill (62,3%, 18 milioni 781 mila contro il 24,3%, 7 milioni 311 mila utenti base)<sup>13</sup>.

13. In ciascuna area considerata c'è una quota di utenti, più o meno importante, che non ha svolto, negli ultimi tre mesi precedenti l'intervista, o non sa svolgere le attività considerate nelle diverse aree oppure non l'ha dichiarato.

GRAFICO 37

Persone di 6-79 anni che usano Internet per competenza digitale nelle aree (a) informazione (b) comunicazione (c) problem-solving e familiarità con i servizi online (d) software skill (valori percentuali)



In tutte le aree la quota di individui con competenze evolute è maggiore tra gli utenti forti che si connettono tutti i giorni (rispettivamente 91,2%, 86,8%, 80,4%, 75,9%), diminuisce tra gli utilizzatori deboli cioè tra quanti usano Internet qualche volta alla settimana (rispettivamente 75,1%, 58,3%, 38%, 42,7%) e si riduce drasticamente tra quelli sporadici che navigano in Rete più raramente (rispettivamente 47,2%, 26%, 15,2%, 18,7%).

Distinguendo per genere, si osserva che la quota di utenti esperte è sempre inferiore a quella osservata tra gli uomini indipendentemente dalla maggiore o minore intensità con cui si naviga in Rete. Tuttavia mentre per le prime due aree dell'informazione (82,3% delle donne contro l'85,2% degli uomini) e della comunicazione (74,1% delle donne contro il 74,9% degli uomini) le differenze sono poco rilevanti, il gap dovuto al genere cresce nelle restanti due. Differenze più evidenti si riscontrano, infatti, nell'area del *problem solving*: solo il 62,1% delle donne sono utenti evolute contro il 74,7% degli uomini e la quota scende ulteriormente nell'area delle abilità con i software, rispettivamente 59,4% delle donne contro il 64,9% degli uomini.

Differenze più evidenti si riscontrano in funzione dell'età. Giovanissimi e giovani adulti con età compresa tra 19 e 34 anni detengono una vera e propria leadership per quanto

riguarda le competenze digitali, soprattutto se sono utenti forti. Infatti, oltre il 94% dei navigatori giornalieri in questa fascia di età ha competenze superiori al livello base nell'area della informazione e della comunicazione, oltre l'82% nel *problem solving* e tra gli esperti di software.

Le competenze digitali decrescono sensibilmente tra i bambini fino a tredici anni e tra gli over 65, per i quali si osservano valori sempre al di sotto del dato medio nazionale in ciascuna delle quattro aree considerate, anche nel caso degli utilizzatori forti.

Il livello di istruzione rappresenta indubbiamente un elemento positivamente collegato alle competenze digitali. Dai risultati si evince l'esistenza di una relazione significativa tra livelli di istruzione e le competenze digitali possedute nelle diverse aree considerate in quanto i laureati, ma anche i diplomati, mostrano sempre di possedere una maggiore padronanza delle nuove tecnologie.

Tra quanti vantano nel proprio curriculum un titolo universitario, gli utenti evoluti raggiungono il 94% nell'area dell'informazione, l'82,2% nell'area della comunicazione, l'81,6% nell'area del *problem solving* e l'80% nella competenza con i software (rispettivamente il 91% e l'86,5% degli utenti forti laureati).

Tra le persone che posseggono un diploma la quota di utenti con elevate competenze digitali è sempre superiore alla media nazionale, ma comunque già più bassa rispetto ai laureati.

Anche tra gli utilizzatori "forti" delle nuove tecnologie (coloro che le usano tutti i giorni) gli utenti evoluti prevalgono sempre tra i laureati e i diplomati.

Tra quanti hanno conseguito un titolo di studio basso la quota di quanti hanno competenze digitali si riduce drasticamente. Nell'area dei *software skills*, in particolare, si registra il record di utenti base (rispettivamente il 37,3% con la licenza elementare e il 28,9% con la licenza di scuola media di I grado).

I dirigenti, gli imprenditori, i liberi professionisti nonché i direttivi, i quadri e gli impiegati sono quelli che dispongono di maggiori competenze nelle diverse aree. A tali categorie corrispondono una quota di utenti evoluti decisamente superiore a quella riscontrata per gli operai: il 91,7% dei dirigenti, imprenditori, liberi professionisti (94,3%, se utenti forti) nell'area delle informazioni, contro il 75,6% degli operai. Per quanto rilevato nelle altre aree al 78,9% dei primi (se utenti forti 83,6%) nell'area della comunicazione corrisponde il 74% degli operai; l'81,8% (se utenti forti 83,1%) rispetto il 62% degli operai nel *problem solving*; ancora, il 77,1 (se utenti forti 83,1%) e il 46,3% degli operai per la competenza con i software.

Gli studenti hanno sempre competenze digitali maggiori rispetto anche a quelle registrate per occupati e persone in cerca di lavoro

Tra le casalinghe che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi la quota di utenti evolute solo nelle aree dell'informazione e della comunicazione raggiunge rispettivamente il 67,4% e il 63,3%, mentre nelle due aree del *problem solving* e dell'uso di software si attestano su valori sensibilmente più bassi (41,7% e 32,3%). Nel caso delle utenti forti di Internet le casalinghe sembrano recuperare almeno in parte lo svantaggio: la quota

di utenti evolute, nell'area del *problem solving*, sale, infatti, al 64,5% e per i *software skill* al 44,4%.

A livello territoriale la situazione appare meno scontata di quanto si possa immaginare per le diverse aree di competenze considerate. Al Sud e nelle Isole si osserva un quota maggiore di utilizzatori di Internet con competenze avanzate nell'area delle informazioni (rispettivamente 85,2% e 84%). Valori più elevati di utenti evoluti si registrano al Centro-Sud (77% meridione, 76,5% centro e 75,7% isole) nell'area della comunicazione. L'area del *problem solving* presenta quote elevate di individui maggiormente competenti al Sud (70,1%), al Centro (69,5%) e nel Nord-Est (69,2). Infine, nelle Isole si registra un valore di utenti esperti al di sotto del dato medio nazionale nell'area delle competenze sui software (58,6% contro 62,3%). Il Piemonte e il Trentino Alto Adige sono le regioni che presentano quote più contenute di utenti con "elevata" abilità digitale in almeno tre delle quattro aree considerate; la Liguria e la Sicilia, invece, presentano i tassi meno elevati di persone *well-skilled* per l'area dei software (57,7%) seguite da Sardegna e Calabria (rispettivamente 60,7% e 60,5%). Le persone che vivono nei comuni delle periferie dei centri metropolitani e quelle che vivono nei piccoli comuni sembrano maggiormente svantaggiati con quote maggiori di utenti base.

### **Un dato problematico: solo le operazioni elementari con il personal computer e Internet non creano più difficoltà**

Gli indicatori sintetici d'area, fin qui analizzati, potrebbero risentire della diversa distribuzione che si registra tra le varie tipologie di attività e conseguentemente spostare l'indicatore verso un livello di competenze più elevate. L'analisi delle singole attività, dunque, può fornire elementi utili per individuare specifiche carenze sulle quali intervenire per favorire una maggiore confidenza con le ICT da parte delle persone "svantaggiate".

La quasi totalità di coloro che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi sa compiere le semplici operazioni considerate nell'area dell'informazione: usare un motore di ricerca (96,8%) e/o copiare o spostare file/cartelle (84,9%).

Già nell'ambito dell'area della comunicazione a fronte di attività molto diffuse come spedire email (88,6%) e "postare" messaggi in chat o partecipare a social network, newsgroup o forum di discussione online (71,9%) ve ne sono altre, ad esempio effettuare telefonate o videochiamate via Internet che solo poco più della metà delle persone dichiarano di aver effettuato negli ultimi tre mesi (53,8%).

Per quanto riguarda queste attività emergono, in particolare, alcune differenze in base all'età. I giovani, infatti, dimostrano una grande familiarità e conoscenza della Rete e delle sue funzioni principali. In particolare, circa il 95% di quelli con età compresa tra 19 e 34 anni sono presenti sui social network o effettuano chiamate o videochiamate via Internet.

L'analisi dei risultati relativi alle singole attività dell'area del *problem solving* evidenzia che gli utenti telematici hanno ancora poca dimestichezza con le ICT e un'altrettanto scarsa conoscenza delle potenzialità offerte dal web come mezzo per accedere ai servizi. Così se il 74,4% è in grado di trasferire file da un computer a un altro e/o da altri dispo-

sitivi (come una macchina fotografica digitale, o un cellulare, un mp3/mp4 player), scende al 60,4% la quota di coloro che riescono a connettere e installare periferiche e si attesta al 52% la quota di chi sa comprimere un file. Installare software e applicazioni o modificare le impostazioni di sicurezza è un'attività svolta dal 47% degli utilizzatori di Internet mentre scaricare software, cambiare il settaggio dei programmi o del sistema operativo sono attività svolte solo dal 27% delle persone.

Ancora, il *digital divide*, ovvero il divario tra “chi è fuori e chi è dentro” le novità tecnologiche, si accompagna alla familiarità con cui si accede ai servizi offerti in Rete.

La disponibilità di tecnologie telematiche tende ad accrescere la possibilità di accesso alla cultura e a cambiare le modalità della sua fruizione. Nel 2013 oltre la metà degli utenti di Internet si è connesso al web per documentarsi su temi di attualità leggendo giornali, informazioni o riviste online (63%), ma pochi sono coloro che si sono collegati alla Rete per leggere o scaricare libri online o e-book (17,3%) o, ancora, per accedere alla formazione online (6,8%).

Differenti le preferenze di uomini e donne. Gli uomini, sono più interessati a fruire della Rete per leggere giornali, informazioni o riviste (64,8% rispetto al 60,8% delle donne), leggere e scaricare e-book (18,2% rispetto al 16,3% delle donne). Tuttavia, nella classe tra gli 11 e i 19 anni sono in maggior misura le donne a utilizzare la Rete per leggere o informarsi, e tra i 20 e i 24 anni le differenze di genere sono pressoché nulle.

I maggiori fruitori di libri online sono i giovani internauti di 14-34 anni: più di un quinto legge o scarica e-book (oltre il 21%), mentre sono soprattutto gli ultrasessantacinquenni gli utenti di Internet alla ricerca di informazioni sempre aggiornate su giornali e riviste in formato elettronico (oltre il 71%).

Il web consente ai cittadini anche di accedere più facilmente ai servizi offerti dal mercato e ciò contribuisce a rendere Internet ancora più familiare. Tuttavia, nel nostro Paese le persone sono ancora abbastanza restie all'uso di Internet sia per quanto riguarda il ricorso ai servizi bancari (32,9%), sia per l'acquisto e la vendita di merci o servizi online (rispettivamente 21% e 14%).

Gli uomini si dimostrano più interessati e propensi delle donne ad acquistare e vendere merci e servizi (rispettivamente 23,2% e 17,1% degli uomini contro il 18,4% e il 10,3% delle donne) o, ancora, ad avvalersi dei servizi bancari online (36,5% rispetto al 28,8% delle donne).

Considerando l'età degli utenti, la navigazione in Rete per utilizzare i servizi bancari prevale nella classe di età più estesa fra i 25 e i 79 anni, mentre sono soprattutto le persone tra i 19 e i 34 anni che “navigano” per acquistare e/o vendere merci o servizi.

Dunque, l'elevato numero di attività che le nuove tecnologie permettono di svolgere con gli strumenti di navigazione non collima ancora con capacità, propensione ed abitudine delle persone a servirsene.

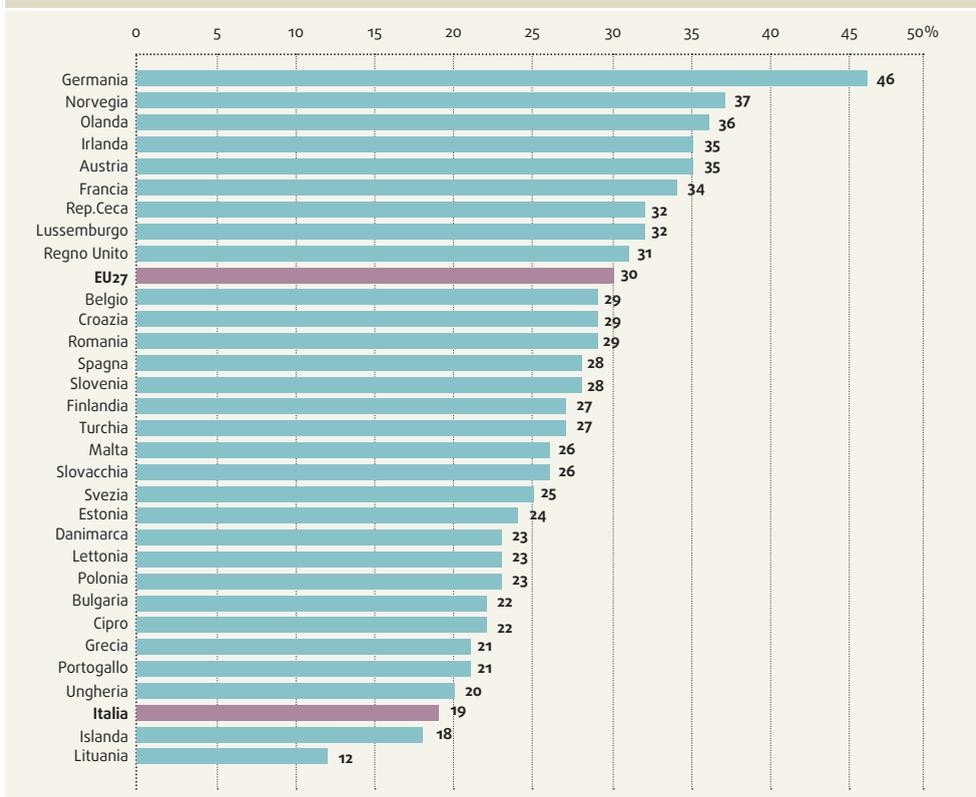
Osservando poi le attività dell'ultima area di competenze, quella dei software skill, solo una piccola quota di persone può essere considerata veramente competente. Infatti, tra quanti hanno un computer e navigano in Internet, già il semplice utilizzo di un foglio elettronico per effettuare calcoli matematici si attesta ad un contenuto 54,7%. Costituiscono solo una piccola “avanguardia” coloro che padroneggiano gli strumenti messi a

disposizione dalle novità informatiche e li sfruttano facendone un uso attivo: sono coloro che si qualificano per la capacità di creare presentazioni con software specifici (37,1%), di progettare e realizzare pagine web (17,2%), di scrivere programmi (13,7%).

Le donne occupano posizioni di retrovia nel possesso delle software skill; se le differenze sono comunque contenute nell'uso elementare del pc o di Internet, della posta elettronica, dei motori di ricerca o della chat-line, le distanze diventano maggiori nella capacità di creare presentazioni con specifici software (33,9% contro il 39,9% degli uomini), adoperare formule aritmetiche utilizzando un foglio elettronico (51,4% contro il 57,7% degli uomini), utilizzare un linguaggio di programmazione (10,1% contro il 16,8% degli uomini) o creare una pagina web (13,2% contro il 20,6% degli uomini).

GRAFICO 38

**"Internet skills". Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno svolto 1 o 2 attività con Internet\*. Anno 2013 (valori percentuali)**



\*Il livello di competenze di base nell'uso di Internet è misurato usando una scala di autovalutazione dove gli intervistati indicano se sono in grado di svolgere sei attività con il computer: usare un motore di ricerca per trovare informazioni, inviare una email con un file allegato, inviare un messaggio a un forum di discussione, usare Internet per videochiamare, usare il peer-to-peer per scambiare file musicali o video, creare pagine web.

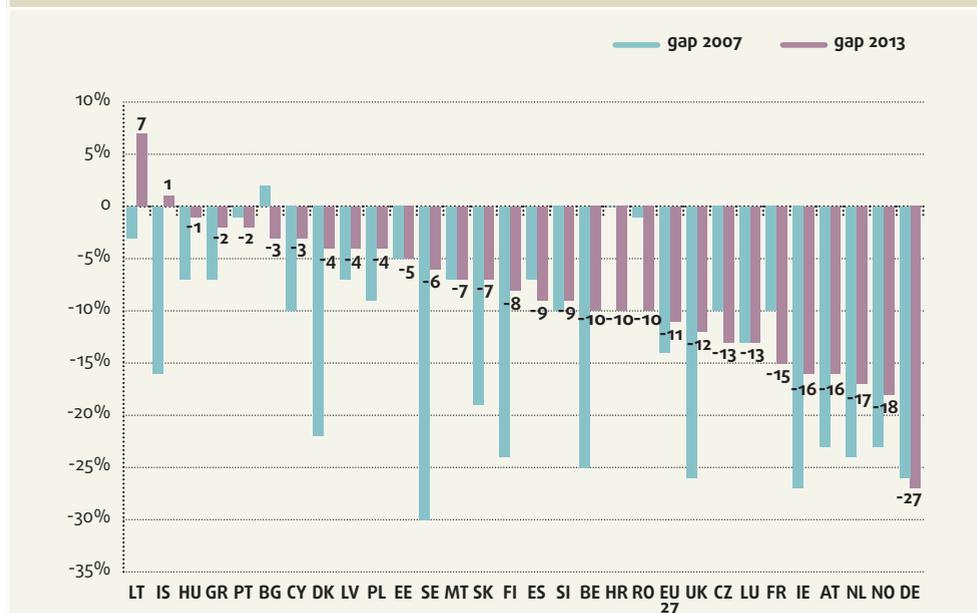
Fonte: Eurostat

Come si evince dai risultati, il panorama italiano di utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione è, in sintesi, caratterizzato da bassi livelli di competenza. Emergono ancora differenze elevate nelle competenze digitali fra gli utilizzatori di Internet e, a distanza di oltre 30 anni dalla comparsa del primo Personal computer nel nostro Paese, i progressi nell'abbassare questa distanza sono stati troppo lenti. Siamo, quindi, in presenza di una situazione sostanzialmente polarizzata tra utenti creativi, evoluti e sofisticati e quanti, pur navigando, hanno competenze digitali ancora molto limitate.

Infine, anche su questi aspetti i confronti internazionali mostrano che l'Italia è indietro rispetto ai principali paesi europei. E questo vale sia nelle competenze utili per usare Internet (grafici 38 e 39) sia nelle competenze informatiche di base (grafici 40 e 41).

GRAFICO 39

"Internet skill". Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno svolto 1 o 2 attività con Internet\*. Anni 2006 e 2013 (differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27)

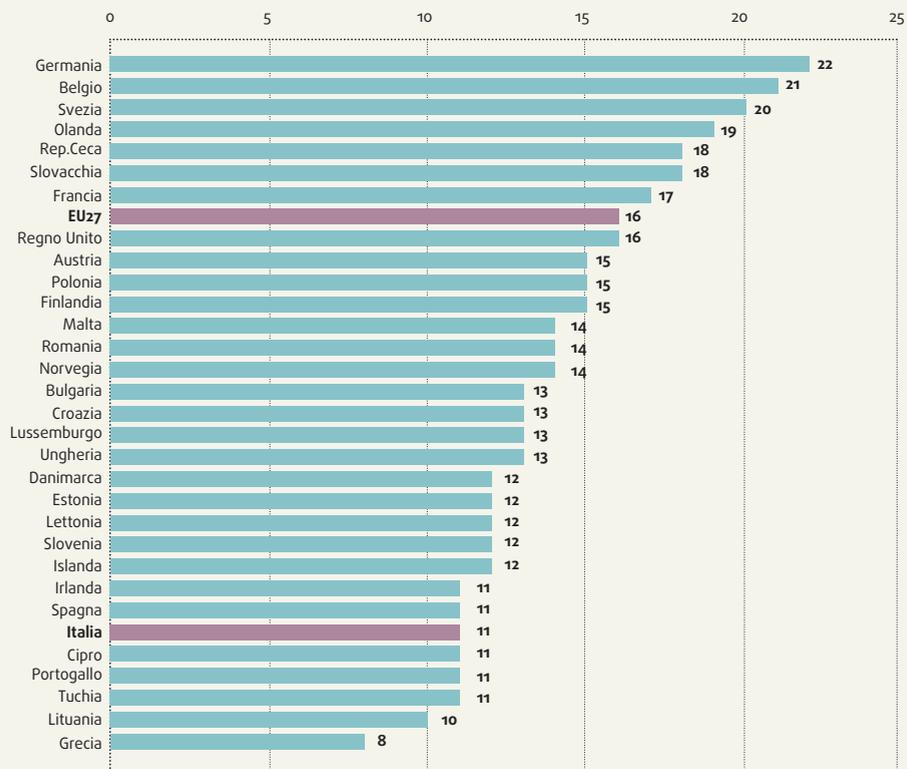


\* Il livello di competenze di base nell'uso di Internet è misurato usando una scala di autovalutazione dove gli intervistati indicano se sono in grado di svolgere sei attività con il computer: usare un motore di ricerca per trovare informazioni, inviare una email con un file allegato, inviare un messaggio a un forum di discussione, usare Internet per videochiamare, usare il peer-to-peer per scambiare file musicali o video, creare pagine web.

Fonte: Eurostat

GRAFICO 40

**"Computer skills". Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno svolto 1 o 2 attività con il computer\*. Anno 2012 (valori percentuali)**

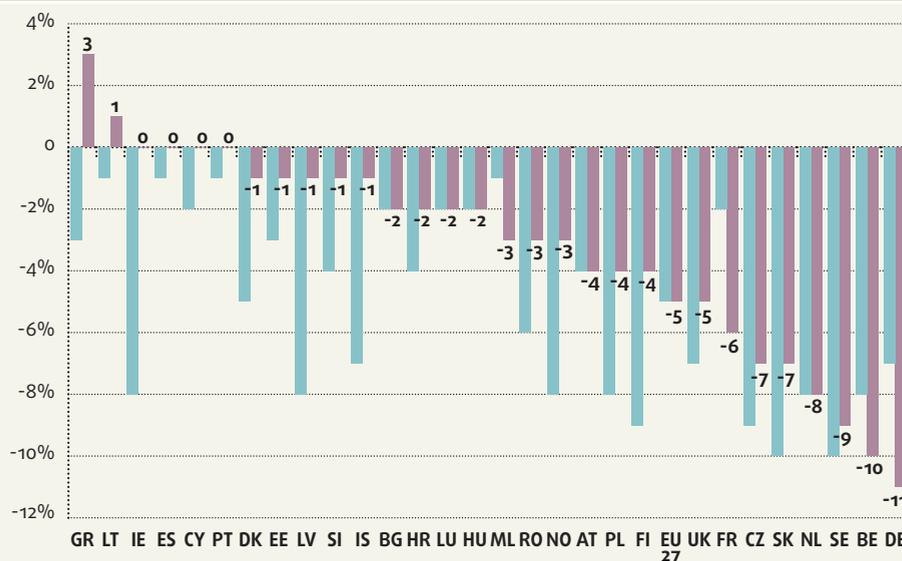


\* Il livello di competenze informatiche di base è misurato usando una scala di autovalutazione dove gli intervistati indicano se sono in grado di svolgere sei attività con il computer: copiare o spostare un file, usare lo strumento "taglia e incolla" all'interno di un documento, usare le formule aritmetiche di base (somma, moltiplicazione, ...) in un foglio di lavoro tipo Excel, comprimere un file, connettere o installare una periferica (stampante, modem, ...), scrivere un programma usando uno specifico linguaggio di programmazione.

Fonte: Eurostat

GRAFICO 41

“Computer skills”. Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno svolto 1 o 2 attività con il computer\*. Anni 2006 e 2012 (differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27)



\* Il livello di competenze informatiche di base è misurato usando una scala di autovalutazione dove gli intervistati indicano se sono in grado di svolgere sei attività con il computer: copiare o spostare un file, usare lo strumento “taglia e incolla” all’interno di un documento, usare le formule aritmetiche di base (somma, moltiplicazione, ...) in un foglio di lavoro tipo Excel, comprimere un file, connettere o installare una periferica (stampante, modem, ...), scrivere un programma usando uno specifico linguaggio di programmazione.

Fonte: Eurostat

## I CINQUE PRINCIPALI PROFILI DI USO DI INTERNET

Le analisi fin qui svolte riguardo agli utenti di Internet consentono di individuare un insieme di variabili che concorrono alla costruzione di profili di uso generale di Internet. Per procedere in questo senso, è stata dapprima utilizzata la tecnica dell’analisi delle corrispondenze multiple<sup>14</sup> e, successivamente, la *cluster analysis*. Tutto ciò ha permesso di individuare i profili digitali delle persone fra i 6 e i 79 anni<sup>15</sup>.

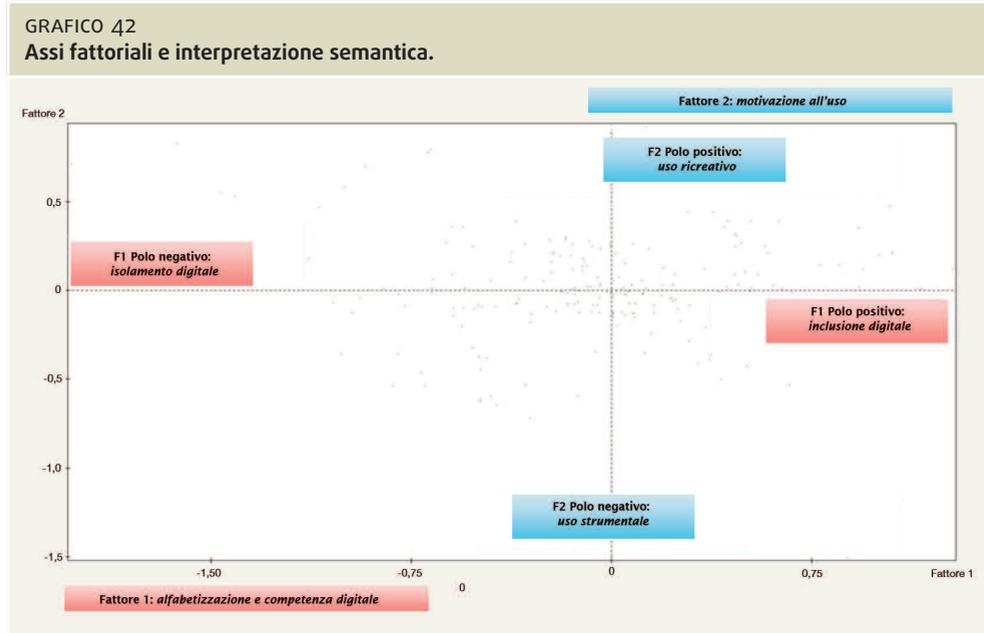
Dall’analisi sono emersi due fattori e quattro poli semantici – i semiassi fattoriali – di estremo interesse e che risultano in linea con i *framework* concettuali internazionali<sup>16</sup>.

Il primo fattore (grafico 42) è stato chiamato “*Alfabetizzazione e competenza digitale*” e può essere interpretato come il continuum fra l’inclusione digitale e l’isolamento digi-

14. L’analisi delle corrispondenze multiple è stata realizzata su 41 variabili attive (per complessive 82 modalità associate) e 44 variabili illustrative (per complessive 150 modalità).

15. La capacità di conservazione dell’informazione originaria, pur nell’economicità della sintesi ottenuta attraverso l’ACM, è estremamente soddisfacente: l’inerzia riprodotta dai due primi fattori è infatti dell’88,9%, come esito dell’applicazione della correzione di Benzecri all’originaria inerzia riprodotta.

16. Si fa particolare riferimento al *Conceptual framework for Digital Competence* sviluppato nella Digital Agenda della Commissione Europea, monitorato annualmente, con lo strumento del *Digital Scoreboard*, in vista del raggiungimento degli “obiettivi digitali” individuati per il 2020.



tale (*inclusione digitale*, polo a destra del grafico) o isolamento digitale (*isolamento digitale*, polo a sinistra del grafico). Alla costruzione e interpretazione dell'asse concorrono infatti variabili che rimandano tanto alla competenza di tipo hardware (es. capacità di connettere periferiche) quanto a quella di tipo software (capacità di utilizzare fogli di videoscrittura, di calcolo, di organizzazione dell'informazione in presentazioni; capacità di installare sistemi operativi, di modificare i parametri del PC, di trasferire file e cartelle e di comprimere i documenti), e variabili, ancora, che misurano la capacità di utilizzare la Rete per comunicare e svolgere attività (inviare email, partecipare a social network, forum di discussione, utilizzare motori di ricerca, ...).

Il secondo fattore polarizza le caratteristiche della "vita digitale" degli utilizzatori di Internet ed è definito "*motivazione all'uso*": da una parte rimanda ad un uso strumentale della Rete (*uso strumentale*, polo in basso nel grafico), dall'altra ad un uso più propriamente di intrattenimento (*uso ricreativo*, polo in alto nel grafico). Il polo in basso contraddistingue una fruizione della Rete sostitutiva/sussidiaria di servizi prima resi all'utenza esclusivamente vis à vis: si pensi ad esempio al beneficio rappresentato dall'interazione online con i servizi della Pubblica Amministrazione (l'accesso alla modulistica informatizzata, il reperimento di informazioni sui servizi della PA, la trasmissione di documenti digitali); alla libertà di accedere online a servizi sanitari e bancari senza le farraginosità delle file agli sportelli; all'opportunità di leggere i quotidiani e le riviste in versione elettronica, come pure di informarsi in Rete per il possibile acquisto di merci, pacchetti vacanze, corsi e servizi in senso lato. Il polo positivo, al contrario, contraddistingue un uso dell'ICT meno centrato sullo svolgimento di attività funzionali e più focalizzato su un uso ricreativo e di intrattenimento. Esso è significativamente spiegato da "attività digitali" legate a finalità di svago, che sono il cuore pulsante dell'uso di Internet soprattutto per le fasce di età giovanili: la condivisione ricreativa (partecipazione

ad ambienti peer to peer per lo scambio di musica, film, fotografie e altri prodotti multimediali); la comunicazione vocale (con la pratica della telefonia via Internet anche imprevista dall'uso della webcam); l'esercizio della creatività digitale (con la scrittura di programmi informatici e con la progettazione e creazione di pagine web); la socializzazione di pensieri, opinioni, esperienze, interessi con la partecipazione a social network, con il "postare" messaggi sui forum di discussione e sulle chat online.

La compenetrazione fra le tipologie di attività svolte con il personal computer e con Internet e le motivazioni che animano il "comportamento digitale", articolano quella *Digital Society* che può diventare "equa" solo laddove la possibilità di accesso, la capacità di uso e la consapevolezza e responsabilità dell'uso raggiungano tutte le fasce della popolazione, non confinando alcuno in quell'isolamento digitale che, giorno dopo giorno, si traduce in un isolamento culturale, sociale e di cittadinanza in senso lato.

Ecco perché è dunque urgente domandarsi quante delle persone fra i 6 e i 79 anni<sup>17</sup> abbiano raggiunto un livello soddisfacente ed equilibrato nella triade *disponibilità di accesso - capacità d'uso - uso consapevole*, o quanta e soprattutto quale parte di popolazione, invece, sia ancora in affanno rispetto alla garanzia concreta di una "cittadinanza digitale di base" per tutte e tutti. Per rispondere a tale interrogativo si è proceduto alla creazione di gruppi omogenei di utenti di Internet attraverso la tecnica della *cluster analysis* per esplorare e suggerire una tipizzazione delle persone in "profili digitali".

Sono stati così ottenuti 5 profili digitali idealtipici.

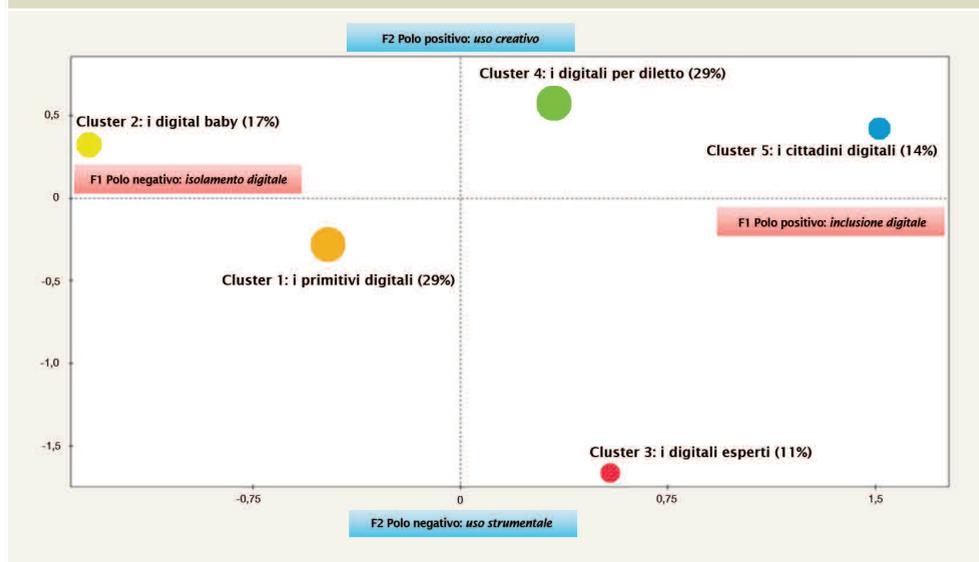
Tali gruppi, come si vedrà e come atteso, restituiscono un quadro complessivo ancora disomogeneo dal punto di vista dell'alfabetizzazione digitale e della trasversalità d'uso dell'ICT nel proprio quotidiano (grafico 43).

### **I primitivi digitali (29%)**

Il primo profilo individuato (Tavola 10), che qualifica virtualmente una percentuale molto significativa della popolazione (29%), raccoglie quegli utenti digitali caratterizzati dalle sole competenze di base in quasi tutte le aree strategiche in cui, come ricordato, si articolano le *digital skill*: le capacità di utilizzare le potenzialità del PC e della Rete per la comunicazione (skype e webcam), l'interazione, la partecipazione, la socializzazione attraverso social network, forum, ambienti cloud di condivisione, così come la familiarità con i servizi e il *problem solving* digitale. Tale considerazione non stride peraltro con il quadro di "cittadinanza digitale carente" che li connota, poiché gli skill valutati nell'area della gestione dell'informazione, come sottolineato nell'analisi descrittiva, sono nel loro insieme molto basilari per loro stessa natura. Dal punto di vista della "frequentazione digitale", poi, le persone appartenenti a questo profilo, si distinguono per l'essere deboli fruitori dell'ICT, anche in considerazione del frequente mancato utilizzo

17. Le persone con meno di 6 anni e le persone con più di 79 anni sono state escluse dall'analisi delle corrispondenze multiple (ACM) e dalla *cluster analysis* (CA) con una scelta di tipo conservativo rispetto alle scelte metodologiche già osservate in sede di analisi descrittiva.

GRAFICO 43  
I cinque profili degli utenti di Internet.



del PC/Internet a casa, a lavoro, o in altri luoghi di possibile alfabetizzazione e pratica informatica. Anche le variabili illustrative ci offrono interessanti elementi per inquadrare la caratterizzazione demo-sociale dei primitivi digitali. L'appartenenza a fasce d'età adulte o mature (dai 45 ai 64 anni le donne, dai 55 ai 74 anni gli uomini), la condizione di inattività (anche di casalinga fra le donne), la tipologia familiare (famiglie di soli anziani) ci suggerisce come l'alfabetizzazione di queste persone sia avvenuta nell'“era analogica”, e come, ancora, il contesto socio-economico di riferimento della loro età adulta non sia servito da driver per una successiva alfabetizzazione digitale. Tale profilo caratterizza maggiormente l'area del Mezzogiorno (Sud Italia e Isole), a conferma del ruolo giocato anche dal contesto territoriale a livello macro anche nella transizione dall'alfabetizzazione analogica a quella digitale.

| TAVOLA 10<br>Gruppo 1: i "primitivi digitali".      |   |                                   |
|---|---|-----------------------------------|
| GRUPPO 1: i primitivi digitali (29%)                |   |                                   |
| AREE DI<br>COMPETENZA                               | VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ATTIVE)   | % DELLA<br>MODALITÀ<br>NEL GRUPPO |
| INFORMATION<br>SKILLS                               | Sanno copiare o muovere un file o una cartella  | 96,2                              |
|   | Sanno usare un motore di ricerca per trovare informazioni   | 99,3                              |
| COMMUNICATION<br>SKILLS                             | Non sanno telefonare via Internet   | 77,5                              |
|   | Non sanno postare messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online                           | 65,7                              |
|   | Non sanno usare il peer to peer per scambiare film, musica, ecc.                                      | 96,0                              |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online | 76,3                              |
| PROBLEM<br>SOLVING                                  | Non sanno caricare testi, giochi, immagini, film o musica su siti                                     | 85,6                              |
|   | Non sanno modificare le impostazioni di sicurezza   | 87,7                              |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno scaricato software (diversi da giochi)                                  | 94,1                              |
|   | Non sanno comprimere file   | 67,4                              |
| FAMILIARITÀ<br>COI SERVIZI                          | Non hanno mai comprato o ordinato merci e/o servizi per uso privato su Internet                       | 91,7                              |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno usato servizi relativi a viaggi o soggiorni                             | 71,7                              |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno usato servizi bancari via Internet                                      | 78,9                              |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno venduto merci o servizi   | 94,0                              |
| SOFTWARE<br>SKILLS                                  | Non sanno creare presentazioni con specifici software   | 88,4                              |
|   | Non sanno scrivere un programma informatico   | 96,1                              |
|   | Non sanno usare un foglio elettronico di calcolo  | 58,3                              |
| VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ILLUSTRATIVE) |   | % DELLA<br>MODALITÀ<br>NEL GRUPPO |
| CLASSE D'ETÀ  | Donne tra i 45 e i 54 anni  | 12,3                              |
|   | Uomini tra i 55 e i 64 anni   | 8,1                               |
|   | Donne tra i 55 e i 64 anni  | 7,0                               |
|   | Uomini tra i 65 e i 74 anni   | 3,6                               |
| TITOLO DI STUDIO                                    | Diploma   | 47,2                              |
| CONDIZIONE<br>PROFESSIONALE                         | Inattivi  | 17,7                              |
|   | Ritirati dal lavoro   | 9,3                               |
|   | Casalinghe  | 6,9                               |
| TIPOLOGIA<br>FAMILIARE                              | Famiglie di soli anziani  | 3,5                               |
| RIPARTIZIONE<br>GEOGRAFICA                          | Sud   | 20,7                              |
|   | Isole   | 11,1                              |

### **I digital baby (17%)**

Il secondo profilo (tavola 11) è fortemente sovrapponibile al profilo 1 in termini di trasversalità della debolezza digitale nelle attività che articolano le aree strategiche della *digital literacy & competence*. Tuttavia, la sua originalità e caratterizzazione distintiva rispetto al profilo 1 si fonda sulle variabili strutturali illustrative che aiutano a tipizzarne significativamente il quadro. Tale gruppo è infatti connotato in modo emblematico da due limitrofe fasce anagrafiche di appartenenza: quella dei bambini fra i 6 e i 10 anni e quella dei ragazzi fra gli 11 e i 13 anni. In questo gruppo troviamo dunque, al contrario del primo, i “nativi digitali”. Le loro competenze basic, pertanto, non soltanto ne suggeriscono la riconducibilità alla giovanissima età - e dunque non ad un non riuscito processo di alfabetizzazione digitale e di accesso alla nuova cittadinanza digitale, ma suggeriscono altresì anche la ipotizzabile transitorietà dell'appartenenza a questa classe - per il giocoforza del rapido apprendimento digitale nelle successive e contigue classi d'età (cfr. profilo 4).

Un secondo gruppo di persone risponde tuttavia a tale profilo: quello delle categorie socialmente ed economicamente svantaggiate, con risorse economiche scarse, insufficienti o assolutamente insufficienti e con una condizione professionale sfavorente (inattivi, casalinghe, operai, apprendisti). Ed è proprio nei confronti di questo secondo sottogruppo di persone che urgono interventi specifici per avviare processi di *empowerment* digitale che non condannino frange intere di popolazione ad una esclusione definitiva dalla cittadinanza digitale.

TAVOLA 11

Gruppo 2: i "digital baby".

| GRUPPO 2: i digital baby (17%)                      |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
| AREE DI COMPETENZA                                  | VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ATTIVE)   | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| INFORMATION SKILLS                                  | Sanno usare un motore di ricerca per trovare informazioni   | 82,1                        |
|   | Non sanno copiare o muovere un file o una cartella  | 76,6                        |
| COMMUNICATION SKILLS                                | Non sanno spedire email con allegati (es. documenti, foto, ecc.)                                      | 70,4                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno spedito o ricevuto mail   | 68,6                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online | 79,8                        |
| PROBLEM SOLVING                                     | Non sanno comprimere file   | 97,7                        |
|   | Non sanno connettere e installare periferiche   | 91,7                        |
|   | Non sanno trasferire file tra computer e/o da altri dispositivi                                       | 87,6                        |
| FAMILIARITÀ COI SERVIZI                             | Negli ultimi 3 mesi non hanno venduto merci o servizi   | 96,1                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno letto o scaricato libri online o e_book                                 | 95,8                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno usato servizi bancari via Internet                                      | 92,9                        |
| SOFTWARE SKILLS                                     | Non sanno creare presentazioni con specifici software   | 97,2                        |
|   | Non sanno usare un foglio elettronico di calcolo  | 96,5                        |
|   | Non sanno usare il copia e incolla  | 77,4                        |
| VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ILLUSTRATIVE) |   | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| CLASSE D'ETÀ  | Bambini tra i 6 e 10 anni   | 10,2                        |
|   | Bambini tra gli 11 e i 13 anni  | 4,2                         |
|   | Donne tra i 45 e i 54 anni  | 9,9                         |
|   | Donne tra i 55 e i 64 anni  | 6,0                         |
|   | Uomini tra i 65 e i 74 anni   | 3,3                         |
| TITOLO DI STUDIO                                    | Licenza media   | 34,0                        |
|   | Licenza elementare  | 32,9                        |
| CONDIZIONE PROFESSIONALE                            | Inattivi  | 20,4                        |
|   | Operai/apprendisti  | 19,7                        |
|   | Casalinghe  | 10,7                        |
|   | Ritirati dal lavoro   | 8,3                         |
| GIUDIZIO SULLE RISORSE ECONOMICHE                   | Scarse/insufficienti  | 52,0                        |
|   | Assolutamente insufficienti   | 8,9                         |

### **I digitali esperti (11%)**

Solamente l'11% della popolazione fra i 6 e i 79 anni ha, nello spazio teorico individuato, una notevole expertise digitale (tavola 12), consolidata e praticata ad ampio spettro tra la casa e il posto di lavoro. Con competenze avanzate in tutte le aree, dalla capacità gestionale dell'informazione, alla disinvoltura nella sfera della comunicazione, del *problem solving* e dell'utilizzo dei servizi online, i digitali esperti, donne e uomini fra i 35 e i 54 anni, hanno generalmente un livello di istruzione molto alto (laurea o dottorato di ricerca) e più frequentemente una posizione professionale di successo (sono dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, direttivi e quadri) che garantisce loro risorse economiche adeguate se non ottime. È nel Nord Italia che è più facile individuarli (specialmente nel Nord Ovest e nel Veneto) e nei comuni centro dell'area metropolitana, riconfermando la centralità del contesto socio-economico e territoriale nello spiegare il *digital divide*.

TAVOLA 12

Gruppo 3: i "digitali esperti".

| GRUPPO 3: i digitali esperti (11%)                  |  |                             |
|---|--|-----------------------------|
| AREE DI COMPETENZA                                  | VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ATTIVE)  | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| INFORMATION SKILLS                                  | Negli ultimi 12 mesi hanno usato Internet per ottenere informazioni da siti web della PA o dei gestori dei servizi pubblici                | 90,6                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno cercato informazioni su merci e servizi  | 80,8                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno cercato informazioni sanitarie   | 73,5                        |
| COMMUNICATION SKILLS                                | Sanno spedire email con allegati (es. documenti, foto, ecc.)   | 98,7                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno spedito o ricevuto mail  | 98,5                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno partecipato a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc.) | 54,6                        |
| PROBLEM SOLVING                                     | Sanno trasferire file tra computer e/o da altri dispositivi  | 86,1                        |
|   | Sanno connettere e installare periferiche  | 77,2                        |
| FAMILIARITÀ COI SERVIZI                             | Negli ultimi 3 mesi hanno letto giornali, informazioni, riviste online   | 83,7                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno usato servizi relativi a viaggi o soggiorni  | 63,0                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno usato servizi bancari via Internet   | 62,8                        |
| SOFTWARE SKILLS                                     | Sanno usare il "copia e incolla"   | 97,4                        |
|   | Sanno usare un foglio elettronico di calcolo   | 74,5                        |
|   | Sanno creare presentazioni con specifici software  | 49,9                        |
| VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ILLUSTRATIVE) |  | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| CLASSE D'ETÀ  | Donne tra i 35 e i 44 anni   | 17,8                        |
|   | Uomini tra i 45 e i 54 anni  | 12,8                        |
| TITOLO DI STUDIO                                    | Laurea/dottorato di ricerca  | 36,3                        |
| CONDIZIONE PROFESSIONALE                            | Occupati   | 68,6                        |
|   | Direttivi, quadri, impiegati   | 41,4                        |
|   | Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti   | 14,9                        |
| GIUDIZIO SULLE RISORSE ECONOMICHE                   | Ottime   | 64,5                        |
|   | Adeguate   | 63,7                        |
| RIPARTIZIONE/ DOMINIO                               | Nord-Ovest   | 32,4                        |
|   | Comuni centro dell'area metropolitana  | 18,5                        |
| LUOGHI DI UTILIZZO DEL PC                           | Hanno utilizzato il PC a casa negli ultimi 3 mesi  | 92,5                        |
|   | Hanno utilizzato il PC sul lavoro negli ultimi 3 mesi  | 58,7                        |

### **I digitali per diletto (29%)**

Come per il gruppo dei “digital baby”, anche il quarto gruppo (tavola 13) è fortemente connotato da una fascia anagrafica che quasi ne raccoglie il testimone e ne suggerisce l’evoluzione, come già accennato (cfr. *cluster* 2): quella fra i 14 e i 34 anni. Particolarmente esperti in tutte le aree delle competenze digitali, sono prevalentemente studenti o giovani in cerca di prima occupazione che, oltre a utilizzare il PC per motivi di studio, considerano l’informatizzazione e la Rete degli ambienti privilegiati per condividere e socializzare. Ottimi navigatori, sono poco o per nulla interessati ai servizi bancari, sanitari, o men che meno all’offerta telematica della Pubblica Amministrazione. Ai “digitali per diletto” interessano i social network, i forum di discussione online per esprimere le proprie opinioni su temi sociali o politici, le chat e le possibilità comunicative offerte dalla Rete come il telefono via Internet e l’utilizzo della webcam per arricchire l’interazione. Conoscitori e utilizzatori avanzati dei principali software (programmi di videoscrittura, di calcolo e di presentazione), sono appassionati del cloud e della condivisione peer to peer.

TAVOLA 13

Gruppo 4: i "digitali per diletto".

| GRUPPO 4: i digitali per diletto (29%)              |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
| AREE DI COMPETENZA                                  | VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ATTIVE)   | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| INFORMATION SKILLS                                  | Negli ultimi 12 mesi non hanno usato Internet per ottenere informazioni da siti web della PA o dei gestori dei servizi pubblici         | 92,4                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno consultato un wiki per ottenere informazioni (es. wikipedia, altre enciclopedie online)                       | 72,6                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno cercato informazioni su merci e servizi   | 64,5                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno cercato informazioni su attività di istruzione o corsi  | 46,8                        |
| COMMUNICATION SKILLS                                | Negli ultimi 3 mesi hanno spedito o ricevuto mail   | 92,3                        |
|   | Sanno postare messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online   | 90,1                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno partecipato a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc.). | 78,3                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi hanno inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online                                       | 73,9                        |
|   | Sanno telefonare via Internet   | 69,0                        |
| PROBLEM SOLVING                                     | Sanno trasferire file tra computer e/o da altri dispositivi   | 92,0                        |
|   | Sanno connettere e installare periferiche   | 82,5                        |
|   | Sanno caricare testi, giochi, immagini, film o musica su siti   | 70,4                        |
| FAMILIARITÀ COI SERVIZI                             | Negli ultimi 3 mesi non hanno letto o scaricato libri online o e_book   | 83,5                        |
|   | Negli ultimi 3 mesi non hanno usato servizi bancari via Internet  | 69,4                        |
| SOFTWARE SKILLS                                     | Sanno usare il "copia e incolla"  | 98,1                        |
|   | Sanno usare un foglio elettronico di calcolo  | 71,0                        |
|   | Sanno creare presentazioni con specifici software   | 51,0                        |
| VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ILLUSTRATIVE) |   | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| CLASSE D'ETÀ  | Giovani donne fra i 25 e i 34 anni  | 11,7                        |
|   | Giovani uomini fra i 25 e i 34 anni   | 10,6                        |
|   | Ragazze fra i 14 e i 18 anni  | 8,5                         |
|   | Ragazzi fra i 14 e i 18 anni  | 8,5                         |
|   | Ragazze fra i 19 e i 24 anni  | 8,3                         |
|   | Ragazzi fra i 19 e i 24 anni  | 7,8                         |
| TITOLO DI STUDIO                                    | Diploma di scuola media superiore   | 46,6                        |
|   | Licenza di scuola media   | 31,5                        |
| CONDIZIONE PROFESSIONALE                            | Studente  | 23,1                        |
|   | In cerca di prima occupazione   | 4,0                         |
| LUOGHI DI UTILIZZO DEL PC                           | Hanno utilizzato il PC a casa negli ultimi 3 mesi   | 92,8                        |
|   | Hanno utilizzato il PC sul luogo di studio negli ultimi 3 mesi  | 20,3                        |

### **I cittadini digitali (14%)**

Perché i “cittadini digitali”? Perché nell’ultimo gruppo (tavola 14) la caratteristica distintiva è proprio la versatilità d’uso che questi cittadini digitali a tutto tondo fanno della loro altissima e poliedrica competenza, tanto nell’impiego del PC quanto del mondo del web. Frequentatori dei social network, dei forum di discussione e delle chat, i cittadini digitali non disdegnano neppure l’uso “pratico” della Rete per cercare ad esempio informazioni su merci e servizi, vendere online, leggere giornali e riviste e anche sbrigare in modo rapido qualche pratica con la Pubblica Amministrazione. La loro condizione professionale, il genere, l’età non sono elementi distintivi, perché fra i “cittadini digitali” troviamo giovani in cerca di prima occupazione o professionisti già avviati (direttivi, quadri, impiegati), come giovani studenti o laureati e dottori di ricerca. Ogni occasione (svago, studio, lavoro, disbrigo di servizi) e ogni luogo (casa, posto di lavoro, casa di amici) è indicato, per loro, per accendere il PC o navigare in Internet.

TAVOLA 14

Gruppo 5: i "cittadini digitali".

| GRUPPO 5: i cittadini digitali (14%) |  |                             |
|--------------------------------------|--|-----------------------------|
| AREE DI COMPETENZA                   | VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ATTIVE)  | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
| INFORMATION SKILLS                   | Negli ultimi 3 mesi hanno consultato un wiki per ottenere informazioni (es. wikipedia, altre enciclopedie online)                      | 91,5                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno cercato informazioni su merci e servizi  | 88,1                        |
| COMMUNICATION SKILLS                 | Sanno postare messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online  | 96,1                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno inviato messaggi su chat, blog, newsgroup o forum di discussione online                                      | 86,4                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno partecipato a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter, ecc.) | 85,4                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno telefonato/effettuato videochiamate  | 71,2                        |
| PROBLEM SOLVING                      | Sanno comprimere file  | 94,9                        |
|                                      | Sanno installare un nuovo sistema operativo o sostituirne uno vecchio  | 79,7                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno scaricato software (diverso da giochi)   | 77,1                        |
| FAMILIARITÀ COI SERVIZI              | Negli ultimi 3 mesi hanno letto giornali, informazioni, riviste online   | 91,8                        |
|                                      | Negli ultimi 3 mesi hanno usato servizi bancari via Internet   | 68,5                        |
| SOFTWARE SKILLS                      | Sanno creare presentazioni con specifici software  | 90,0                        |
|                                      | Sanno creare una pagina web  | 61,7                        |
|                                      | Sanno scrivere un programma informatico  | 50,5                        |

| VARIABILI / MODALITÀ CARATTERIZZANTI (ILLUSTRATIVE) |  | % DELLA MODALITÀ NEL GRUPPO |
|---|--|-----------------------------|
| LUOGHI DI UTILIZZO DEL PC                           | Hanno utilizzato il PC a casa negli ultimi 3 mesi          | 95,8                        |
|   | Hanno utilizzato il PC sul lavoro negli ultimi 3 mesi      | 53,7                        |
|   | Hanno utilizzato il PC altrove negli ultimi 3 mesi         | 40,0                        |
|   | Hanno utilizzato il PC a casa di altri negli ultimi 3 mesi | 39,5                        |

In sintesi, l'esame del segmento degli utenti di Internet ha fatto emergere i seguenti risultati:

- gli utenti forti, quelli che usano Internet tutti i giorni, sono concentrati prevalentemente nella classe di età 19-34 anni (circa il 60% del totale): in questa classe è l'età che in modo quasi automatico porta all'utilizzo delle potenzialità della Rete. È un dato che non sorprende, essendo questa la classe di età alimentata soprattutto dai nativi digitali;
- nelle classi di età successive è il titolo di studio a recitare il ruolo principale: sembrerebbe che, al crescere dell'età, la così detta "immigrazione digitale" sia fortemente favorita dal titolo di studio, soprattutto a partire dalla classe di 55-64 anni. Nella classe di età 65 anni e più, poi, il titolo di studio riveste il ruolo decisivo nella probabilità di diventare un utente forte;
- dopo il titolo di studio, sono la condizione e la posizione professionale a giocare un ruolo significativo, importante nella probabilità di diventare un utente forte;
- l'azione congiunta delle variabili demografiche (età, titolo di studio, condizione professionale) genera gruppi di utenti diversificati in termini di accesso alla Rete. L'esame complessivo delle attività svolte su Internet consente di caratterizzare maggiormente questi gruppi:
  - da un lato emerge un utilizzo della Rete maggiormente centrato su attività informative e comunicative piuttosto che su attività più complesse (es. commercio elettronico)
  - dall'altro, gli utenti forti sembrano caratterizzarsi per un uso ad ampio spettro delle potenzialità offerte dalla Rete;
- sembra delinearsi un percorso graduale nell'uso della Rete che, a partire dall'uso sporadico (proprio degli utenti deboli), centrato su attività informative e comunicative porti poi a un uso più continuo, proprio degli utenti forti;
- le competenze digitali spiegano in parte questi comportamenti di uso: mentre una buona parte degli utenti (soprattutto utenti deboli e sporadici ma anche un buon numero di utenti forti) possiede competenze solo in particolari domini, sono invece pochi gli utenti che presentano competenze digitali ben sviluppate in tutte le aree (informative, comunicative, problem solving/familiarità e abilità nell'uso del software);
- l'analisi multivariata delle variabili di segmentazione (titolo di studio, condizione occupazionale, territorio di residenza, partecipazione sociale e culturale), delle attività svolte sulla Rete e delle competenze digitali ha fatto infine emergere cinque profili generali di uso:
  - i *primitivi digitali* (29%): utenti digitali caratterizzati dalle sole competenze di base in quasi tutte le aree strategiche in cui si articolano le *digital skill*. Essi in larga parte sono appartenenti a fasce d'età adulte o mature, sono inattivi, vivono spesso in famiglie isolate. Tali caratteristiche suggeriscono come l'alfabetizzazione di queste persone sia avvenuta nell'"era analogica", e come, ancora, il contesto socio-economico di riferimento della loro età adulta non sia servito da driver per una successiva alfabetizzazione digitale (il titolo di studio caratteriz-

zante è il diploma). Tale profilo ha una maggiore predominanza nell'area del Mezzogiorno;

- i *digital baby* (17%): profilo fortemente sovrapponibile ai primitivi digitali, in termini di possesso delle sole competenze di base in tutte le aree delle *digital skill*. Questo gruppo si distingue però dal precedente in termini di composizione socio-demografica: esso è infatti connotato da età che vanno dai 6 ai 13 anni. In questo gruppo troviamo dunque, al contrario del primo, i nativi digitali. Si può prevedere pertanto che il loro limitato bagaglio di conoscenze digitali sia riconducibile alla giovane età, e che man mano che il processo formativo continui tali individui usciranno da questo gruppo per spostarsi in gruppi tecnologicamente più esperti. Un secondo e più problematico gruppo di persone risponde tuttavia a questo profilo: quello delle categorie più svantaggiate, con risorse economiche scarse e condizione professionale sfavorente (inattivi, casualinghe, operai, apprendisti);
- i *digitali esperti* (11%): gruppo in possesso di una notevole expertise digitale, praticata da casa e dal posto di lavoro. Con competenze avanzate in tutte le aree digitali esperti, donne e uomini fra i 35 e i 54 anni, hanno generalmente un livello di istruzione molto alto (laurea o dottorato di ricerca) e più frequentemente una posizione professionale di successo (sono dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, direttivi e quadri) che garantisce loro risorse economiche adeguate se non ottime. È nel Nord Italia che è più facile individuarli (specialmente nel Nord Ovest e nel Veneto) e nei comuni centro dell'area metropolitana;
- i *digitali per diletto* (29%): come per il gruppo dei "digital baby", anche questo gruppo è fortemente connotato da una fascia anagrafica che quasi ne raccoglie il testimone e ne suggerisce l'evoluzione: quella fra i 14 e i 34 anni. Particolarmente esperti in tutte le aree delle competenze digitali, essi sono prevalentemente studenti o giovani in cerca di prima occupazione che, oltre a utilizzare il PC per motivi di studio, considerano l'informatizzazione e la Rete degli ambienti privilegiati per condividere e socializzare. Ottimi navigatori, sono molto interessati alle attività ludiche e multimediali, nonché di comunicazione, e poco o per nulla interessati ai servizi di utilità offerti dalla Rete;
- i *cittadini digitali* (14%): in questo ultimo gruppo, la caratteristica distintiva è la versatilità d'uso che questi cittadini digitali a tutto tondo fanno della loro altissima e poliedrica competenza, tanto nell'impiego del PC quanto del mondo del web. Frequentatori dei social network, dei forum di discussione e delle chat, i cittadini digitali non disdegnano neppure l'uso "pratico" della Rete per cercare ad esempio informazioni su merci e servizi o interfacciarsi con la Pubblica Amministrazione. La loro condizione professionale, il genere, l'età non sono elementi distintivi, perché fra i "cittadini digitali" troviamo giovani in cerca di prima occupazione o professionisti già avviati, giovani studenti o laureati. Ogni occasione (svago, studio, lavoro, disbrigo di servizi) e ogni luogo (casa, posto di lavoro, casa di amici) è indicato, per loro, per accendere il PC o navigare in Internet.



## 4. INTERNET NELLA VITA SOCIALE: TRE TEMI DI APPROFONDIMENTO

Il precedente capitolo è stato dedicato all'analisi delle dinamiche che portano gli individui ad utilizzare Internet. A partire dagli spunti emersi durante tale analisi, nel corso di questo capitolo vengono proposti tre approfondimenti riguardanti:

- il rapporto tra la diffusione di Internet e la partecipazione alla vita sociale, culturale e politica del Paese;
- il ruolo della PA nel promuovere una maggiore cultura digitale;
- il ruolo della famiglia nell'alfabetizzazione digitale.

### INTERNET E PARTECIPAZIONE SOCIALE, CULTURALE E POLITICA

I tradizionali consumi culturali sono stati considerati, insieme alla partecipazione sociale e politica, tra le forme di socializzazione più dirette ed efficaci. Oggi, però, il primato della socializzazione non è più esclusivo appannaggio delle tradizionali forme attraverso cui la cultura di massa è stata tradizionalmente veicolata. Nella società attuale le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione influiscono fortemente sugli stili di vita e il tempo libero e, per la loro capacità di generare e favorire gli scambi, l'innovazione e la creatività, definiscono nuovi canali e nuove modalità attraverso cui la socializzazione e la cultura possono esprimersi<sup>18</sup>. Esse contribuiscono cioè a ridisegnare profondamente lo scenario entro cui si dispiegano trasformati i consumi e le pratiche culturali così come sono stati conosciuti fino ad oggi. Diventa importante, quindi, osservare la relazione esistente tra i consumi culturali e la propensione all'utilizzo delle nuove tecnologie per poter comprendere se Internet oltre a favorire lo sviluppo sociale e la modernizzazione contribuisca anche ad attenuare le tradizionali

---

A cura di Luciana Quattrocchi, Damiana Cardoni e Daria Squillante ("Internet e partecipazione sociale, culturale e politica"); Sante Orsini ("Il ricorso ai servizi Internet della PA"); Fabrizio Maria Arosio ("Il ruolo della famiglia per la diffusione di Internet").

18. L'Unesco - soggetto promotore della Giornata Mondiale della Diversità Culturale per il Dialogo e lo Sviluppo - ha definito la diversità culturale come "la molteplicità delle forme attraverso cui le culture dei gruppi e delle società si esprimono, anche attraverso modi distinti di creazione artistica, di produzione, di diffusione, di distribuzione e di apprezzamento delle espressioni culturali, indipendentemente dalle tecnologie e dagli strumenti impiegati".

differenze sociali nell'ambito della fruizione culturale ed essere un elemento di democratizzazione.

Emerge, quindi, la necessità di riconsiderare anche le vecchie categorie con cui fino ad oggi si è guardato ai consumi culturali, cercando di cogliere anche quelli nuovi veicolati dalle tecnologie della comunicazione e dell'informazione, che possono soppiantare o aggiungersi a quelli più tradizionali.

In che misura, dunque, al tempo di Internet cambiano i comportamenti dei consumatori di cultura? Le nuove tecnologie aprono orizzonti nuovi e creano nuove opportunità per un diverso approccio alla cultura?

Oggetto dell'analisi è, dunque, misurare come variano i livelli di partecipazione alle attività socio-politiche-culturali, tra le persone che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi tutti i giorni rispetto a quelli dell'intero collettivo. Più del 60% degli utilizzatori giornalieri del web comunica, discute e si confronta attraverso la Rete tramite chat, blog, newsgroup, forum di discussione online, social network, il 41,5% (nel 2012) mette a disposizione contenuti di propria creazione come testi, fotografie, musica, video, ben il 73,3% legge news, il 50,3% (nel 2012) lo usa a scopo ludico o ricreativo.

Più sfumati diventano anche i confini tra consumatori e produttori: gli internauti sembrano essere, infatti, anche molto proattivi e propensi ad utilizzare il web per scopi culturali, sia come mezzo di acquisizione e fruizione della cultura che come strumento per diffondere prodotti di propria creazione come testi, fotografie, musica, video, ecc. (41,5% di utenti forti).

Come si ricollocano, invece, ai tempi di Internet i cittadini rispetto alle "tradizionali" forme di intrattenimento, partecipazione e fruizione culturale?

Una prima risposta è fornita dalla tavola 15 in cui sono riportati i consumi culturali per tipologia di utenti e classe di età.

Con riferimento alla dimensione quantitativa, sul totale dei tradizionali consumi culturali che sono stati analizzati le persone che usano Internet spesso (tutti i giorni) sono quelle che registrano sempre valori più alti rispetto a quelli del totale della popolazione.

Su circa 18milioni e 900mila utenti forti di Internet con età compresa tra 6 e 79 anni, l'87% (poco meno di 16milioni e 400mila) ha fruito di almeno un intrattenimento fuori casa nel 2013.

Tra le attività svolte nel 2013 fuori di casa dagli "utenti forti di Internet" in Italia, al primo posto si colloca il cinema: il 72,4% della popolazione di 6-79 anni che ha usato Internet negli ultimi 3 mesi tutti i giorni, dichiara di esserci andato almeno una volta nel corso dell'anno. Seguono le visite a musei e mostre (43,6%), gli spettacoli sportivi (38,3%), la frequentazione di discoteche e balere (35,7%), le visite a siti archeologici e monumenti (34,9%), i concerti di musica leggera (32,8%), il teatro (29,5%). Infine all'ultimo posto, con un netto distacco rispetto agli altri tipi di spettacoli, si collocano i concerti di musica classica, che continuano a essere seguiti da una quota ristretta della popolazione (16,2%).

TAVOLA 15

**Persone di 6-79 anni per fruizione culturale\* per età - Anno 2013 (per 100 persone della stessa età che usano Internet tutti i giorni e per 100 persone della stessa età).**

| Classi di età      | Teatro | Cinema | Musei, Mostre | Concerti di musica classica/Opera | Concerti di altri generi musicali | Spettacoli sportivi | Discoteche e Balere | Monumenti e Siti archeologici | Legge quotidiani | Legge libri |
|--------------------|--------|--------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|------------------|-------------|
| <b>6-10</b>        |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 34,1   | 68,8   | 44,0          | 10,3                              | 11,8                              | 37,8                | 5,0                 | 27,0                          | 12,6             | 54,1        |
| Totale popolazione | 27,4   | 66,8   | 37,5          | 4,4                               | 7,6                               | 30,6                | 2,1                 | 25,3                          | 5,1              | 49,3        |
| <b>11-13</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 31,4   | 83,5   | 47,8          | 11,0                              | 14,9                              | 45,4                | 7,6                 | 28,9                          | 17,7             | 61,0        |
| Totale popolazione | 29,1   | 75,0   | 43,9          | 9,7                               | 12,8                              | 38,5                | 5,9                 | 29,4                          | 13,9             | 56,9        |
| <b>14-18</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 31,2   | 88,6   | 44,4          | 12,7                              | 34,1                              | 50,0                | 55,2                | 28,0                          | 34,9             | 55,7        |
| Totale popolazione | 28,0   | 82,1   | 39,1          | 10,7                              | 29,6                              | 45,7                | 48,2                | 26,0                          | 30,6             | 52,3        |
| <b>19-24</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 24,1   | 88,4   | 39,4          | 16,7                              | 47,8                              | 46,1                | 72,6                | 29,9                          | 54,0             | 57,9        |
| Totale popolazione | 19,2   | 80,1   | 31,8          | 14,1                              | 41,6                              | 40,9                | 64,0                | 24,0                          | 47,1             | 49,6        |
| <b>25-34</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 25,9   | 77,4   | 38,7          | 16,9                              | 42,4                              | 41,1                | 53,3                | 31,2                          | 63,1             | 59,1        |
| Totale popolazione | 17,6   | 65,3   | 26,2          | 11,8                              | 31,6                              | 33,5                | 43,4                | 20,8                          | 51,7             | 46,3        |
| <b>35-44</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 28,6   | 67,9   | 40,6          | 14,7                              | 29,9                              | 36,5                | 26,6                | 35,2                          | 70,9             | 63,1        |
| Totale popolazione | 18,9   | 54,8   | 26,1          | 9,5                               | 21,0                              | 28,5                | 20,7                | 22,7                          | 56,1             | 45,9        |
| <b>45-54</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 32,5   | 64,4   | 47,5          | 15,7                              | 26,2                              | 35,8                | 17,9                | 40,1                          | 76,1             | 66,1        |
| Totale popolazione | 20,2   | 47,0   | 28,4          | 9,6                               | 17,3                              | 25,9                | 13,4                | 24,2                          | 59,2             | 45,8        |
| <b>55-64</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 37,3   | 55,9   | 53,4          | 21,4                              | 25,0                              | 23,8                | 9,7                 | 45,4                          | 80,0             | 69,0        |
| Totale popolazione | 19,7   | 33,2   | 26,6          | 9,6                               | 13,3                              | 16,0                | 8,0                 | 23,2                          | 60,5             | 42,6        |
| <b>65-79</b>       |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 31,5   | 49,6   | 54,1          | 24,3                              | 16,5                              | 18,9                | 6,7                 | 44,1                          | 86,4             | 74,1        |
| Totale popolazione | 13,2   | 16,8   | 17,0          | 7,0                               | 5,6                               | 8,8                 | 4,4                 | 14,0                          | 54,4             | 34,0        |
| <b>6-79</b>        |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti       | 29,5   | 72,4   | 43,6          | 16,2                              | 32,8                              | 38,3                | 35,7                | 34,9                          | 63,7             | 62,2        |
| Totale popolazione | 19,4   | 49,8   | 27,3          | 9,5                               | 18,9                              | 25,8                | 20,8                | 21,9                          | 50,3             | 44,6        |

\* Persone di 6-79 anni che si sono recate almeno una volta al teatro, cinema, musei, mostre, concerti di musica classica/opera, concerti di altri generi musicali, spettacoli sportivi, discoteche e balere, monumenti e siti archeologici negli ultimi 12 mesi e che leggono quotidiani almeno una volta alla settimana e che hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali negli ultimi 12 mesi.

In particolare, la percentuale di fruitori di spettacoli cinematografici e di visitatori di musei e mostre tra gli utilizzatori di Internet è superiore rispettivamente di ben 22,6 e 16,3 punti percentuali rispetto alla media nazionale di chi è andato al cinema e a visitare musei e mostre almeno una volta negli ultimi 12 mesi (il 72,4% contro il 49,8% e il 43,6% contro il 27,3%). Fatta eccezione per l'ascolto di concerti di musica classica ed opera, dove la distanza è di 7 punti percentuali, per tutte le altre attività il distacco oltrepassa i 10 punti percentuali.

Se si considera l'intera popolazione di 6-79enni sono i più giovani (11-24 anni) a mostrare una maggiore partecipazione a tutti gli intrattenimenti fuori di casa, mentre tra gli internauti si osserva un recupero del gap generazionale e anche nelle classi di età adulte per alcune attività si osservano livelli di partecipazione culturale superiori.

Tra i 14-18enni, navigatori giornalieri del web, si registra la percentuale maggiore di chi si è recato al cinema (88,6%) e agli spettacoli sportivi (50,0%), tra i 19-24enni a concerti di musica moderna (47,8%) e a discoteche e balere (72,6%). Recarsi a teatro e visitare musei e mostre sono attività più diffuse tra gli internauti in età scolastica o dopo i 45 anni; sempre tra quelli in età più adulta, dopo i 55 anni, è più frequente la visita di monumenti e siti archeologici e l'ascolto di concerti di musica classica.

Osservando le differenze di genere, mentre sul totale della popolazione gli uomini mostrano una maggiore propensione ai consumi culturali per quasi tutti gli intrattenimenti "fuori casa" tra i navigatori web che si collegano quotidianamente la situazione si capovolge. La quota di partecipazione tra le navigatrici in questo caso sopravanza o eguaglia quella rilevata tra gli utilizzatori maschi del web con l'unica eccezione della partecipazione ad eventi sportivi (tavola 16).

TAVOLA 16

**Personi di 6-79 anni per fruizione culturale\* per sesso. Anno 2013 (per 100 persone dello stesso sesso che usano Internet tutti i giorni e per 100 persone dello stesso sesso).**

| Sesso                     | Teatro | Cinema | Musei, Mostre | Concerti di musica classica/Opera | Concerti di altri generi musicali | Spettacoli sportivi | Discoteche e Balere | Monumenti e Siti archeologici | Legge quotidiani | Legge libri |
|---------------------------|--------|--------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|------------------|-------------|
| <b>Maschi</b>             |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti              | 26,5   | 71,0   | 41,7          | 15,7                              | 32,1                              | 47,2                | 35,9                | 34,0                          | 67,1             | 53,3        |
| Totale popolazione        | 17,6   | 51,2   | 26,8          | 9,4                               | 19,8                              | 35,5                | 22,9                | 22,2                          | 55,4             | 37,2        |
| <b>Femmine</b>            |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti              | 33,1   | 74,2   | 45,9          | 16,8                              | 33,5                              | 27,5                | 35,5                | 35,9                          | 59,5             | 73,0        |
| Totale popolazione        | 21,1   | 48,4   | 27,7          | 9,6                               | 18,1                              | 16,4                | 18,7                | 21,7                          | 45,4             | 51,7        |
| <b>Totale popolazione</b> |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti              | 29,5   | 72,4   | 43,6          | 16,2                              | 32,8                              | 38,3                | 35,7                | 34,9                          | 63,7             | 62,2        |
| Totale popolazione        | 19,4   | 49,8   | 27,3          | 9,5                               | 18,9                              | 25,8                | 20,8                | 21,9                          | 50,3             | 44,6        |

\* Personi di 6-79 anni che si sono recate almeno una volta al teatro, cinema, musei, mostre, concerti di musica classica/opera, concerti di altri generi musicali, spettacoli sportivi, discoteche e balere, monumenti e siti archeologici negli ultimi 12 mesi e che leggono quotidiani almeno una volta alla settimana e che hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali negli ultimi 12 mesi.

Per comprendere meglio quanto le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione abbiano influito sulle trasformazioni in atto nella vita sociale, con effetti non trascurabili anche sul versante della fruizione culturale, occorre tener conto oltre al genere e all'età anche di un altro importante fattore socio-demografico come il livello di istruzione delle persone.

Generalmente, quanti hanno conseguito una laurea sono più propensi a prendere parte ad attività culturali rispetto a coloro che hanno conseguito un diploma di scuola media secondaria o a quanti hanno lasciato la scuola all'età di 15 anni o anche prima. Un andamento molto simile si osserva anche per gli utenti forti di Internet laureati che presentano sempre per tutti i consumi culturali considerati valori superiori al dato medio nazionale.

Va sottolineato un importante fenomeno: in generale, a parità di titolo di studio le per-

sone che usano Internet tutti i giorni sono molto più attive di quelle che non lo usano o lo usano meno frequentemente. Ciò vale per tutte le attività del tempo libero considerate che si svolgono necessariamente fuori casa e anche per altre dimensioni di partecipazione culturale come leggere quotidiani o leggere libri (cfr. tavola 15).

Con riferimento alle singole attività culturali, navigare tutti i giorni in Rete comporta non solo livelli di fruizione notevolmente più alti a prescindere dal livello di istruzione delle persone ma si osserva che, passando da titoli di studio più elevati a titoli più bassi, la Rete diventa un importante fattore di inclusione sociale, con una capacità di recupero molto ampia sui livelli di istruzione inferiori.

Così ad esempio, andare al cinema è in assoluto una delle attività più popolari, ma di estremo interesse è notare come lo scarto fra gli utenti forti di Internet e il totale della popolazione, a parità di titolo di studio, sia crescente al decrescere del titolo di studio. Si passa infatti da una differenza di 6,4 punti percentuali tra utenti forti laureati e totale laureati ad un gap a favore degli internauti di 38,3 punti percentuali all'interno di quanti hanno conseguito al più la sola licenza elementare (tavola 17).

TAVOLA 17

**Persone di 6-79 anni per fruizione culturale\* per titolo di studio. Anno 2013 (per 100 persone con lo stesso titolo di studio che usano Internet tutti i giorni e per 100 persone con lo stesso titolo di studio).**

| Grado di istruzione                       | Teatro | Cinema | Musei, Mostre | Concerti di musica classica/Opera | Concerti di altri generi musicali | Spettacoli sportivi | Discoteche e Balere | Monumenti e Siti archeologici | Legge quotidiani | Legge libri |
|---|--------|--------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|------------------|-------------|
| <b>Laurea e post-laurea</b>               |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti                              | 44,6   | 77,9   | 63,7          | 26,6                              | 40,6                              | 34,8                | 31,9                | 52,9                          | 77,8             | 81,2        |
| Totale popolazione                        | 41,8   | 71,5   | 58,0          | 24,4                              | 35,2                              | 31,1                | 26,6                | 48,1                          | 75,3             | 77,4        |
| <b>Diploma superiore</b>                  |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti                              | 26,3   | 71,8   | 40,0          | 14,5                              | 33,6                              | 38,9                | 38,4                | 33,0                          | 67,3             | 60,7        |
| Totale popolazione                        | 21,4   | 60,0   | 31,2          | 11,3                              | 25,7                              | 31,4                | 29,5                | 25,7                          | 61,2             | 53,0        |
| <b>Licenza media</b>                      |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti                              | 21,3   | 68,6   | 31,5          | 10,6                              | 27,8                              | 40,3                | 40,6                | 23,2                          | 51,6             | 48,2        |
| Totale popolazione                        | 12,7   | 43,3   | 17,5          | 6,0                               | 14,8                              | 24,1                | 21,3                | 13,9                          | 46,4             | 33,3        |
| <b>Licenza elementare e nessun titolo</b> |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti                              | 28,2   | 70,7   | 40,8          | 10,1                              | 14,0                              | 39,2                | 10,2                | 25,1                          | 24,6             | 54,8        |
| Totale popolazione                        | 13,8   | 32,4   | 18,7          | 3,8                               | 6,0                               | 17,1                | 4,6                 | 13,5                          | 26,9             | 30,3        |
| <b>Totale popolazione</b>                 |        |        |               |                                   |                                   |                     |                     |                               |                  |             |
| Utenti Forti                              | 29,5   | 72,4   | 43,6          | 16,2                              | 32,8                              | 38,3                | 35,7                | 34,9                          | 63,7             | 62,2        |
| Totale popolazione                        | 19,4   | 49,8   | 27,3          | 9,5                               | 18,9                              | 25,8                | 20,8                | 21,9                          | 50,3             | 44,6        |

\* Persone di 6-79 anni che si sono recate almeno una volta al teatro, cinema, musei, mostre, concerti di musica classica/opera, concerti di altri generi musicali, spettacoli sportivi, discoteche e balere, monumenti e siti archeologici negli ultimi 12 mesi e che leggono quotidiani almeno una volta alla settimana e che hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali negli ultimi 12 mesi.

Il livello di istruzione sembra essere un forte predittore anche per la lettura, con il 77,4% di laureati che legge libri contro il 30,3% di coloro che hanno un titolo di scuola elementare o nessun titolo. Ma anche in questo caso l'assidua frequentazione del web (tutti i giorni) compensa il basso livello di istruzione: a parità di titolo di studio il gap tra utenti forti e il totale della popolazione tra i laureati è pari a 3,8 punti percentuali, sale a 7,7 tra i diplomati, a 14,9 punti percentuali tra coloro che hanno conseguito la licenza media e sfiora i 25 punti percentuali tra quanti sono confinati nel gradino più basso della classificazione dei titoli di studio.

Lo stesso andamento si può osservare in particolare anche per la visita a mostre e musei e la partecipazione a spettacoli sportivi con una differenza di 22,1 punti tra i meno istruiti.

Dai risultati si evince pertanto che, al pari della formazione formale, le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, per l'impatto che stanno avendo sulla fruizione di spettacoli e intrattenimenti e più in generale sui consumi culturali, possono essere considerate un elemento capace di favorire i processi di inclusione intesi nell'accezione più vasta di coesione e partecipazione attiva alla vita sociale e culturale del Paese.

Passando poi ad analizzare la serie storica (tavola 18), nell'arco temporale compreso tra il 2008 e il 2013 la partecipazione culturale si è ridotta in modo significativo, probabilmente per effetto della crisi economico-finanziaria: i residenti in Italia, infatti, hanno rinunciato al cinema (-3 punti percentuali), a visitare musei e mostre (-2,6 punti percentuali), agli spettacoli sportivi (-2,4 punti percentuali), al teatro (-2,2 punti percentuali), ai concerti di musica leggera o pop (-2,1 punti percentuali).

Anche tra gli utilizzatori di Internet si rileva una diminuzione dei consumi culturali. In particolare, chi dichiara di aver utilizzato Internet tutti i giorni negli ultimi 3 mesi registra una riduzione maggiore nelle visite a musei e mostre, che diminuisce di ben 10 punti percentuali (dal 53,6% del 2008 al 43,6% del 2013) e nella fruizione di spettacoli teatrali, che si abbassa di 7,3 punti percentuali (da 36,8% a 29,5%).

Ciò nonostante gli "abitudinari del web" fanno registrare livelli di fruizione di tutti gli intrattenimenti fuori casa più alti di almeno 10 punti percentuali rispetto al corrispettivo valore medio nazionale (ad eccezione dei concerti di musica classica).

TAVOLA 18

**Persone di 6-79 anni per fruizione culturale\*. Anni 2008-2013  
(per 100 persone che usano Internet tutti i giorni e per 100 persone).**

| <b>INTRATTENIMENTI FUORI DI CASA E<br/>CONSUMI CULTURALI</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>TEATRO</b>  |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 36,8        | 37,4        | 35,8        | 35,0        | 32,1        | 29,5        |
| Totale popolazione   | 21,6        | 22,4        | 23,5        | 22,9        | 21,0        | 19,4        |
| <b>CINEMA</b>  |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 78,8        | 77,6        | 78,7        | 79,2        | 75,4        | 72,4        |
| Totale popolazione   | 52,8        | 52,3        | 55,2        | 56,8        | 52,7        | 49,8        |
| <b>MUSEI, MOSTRE</b>   |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 53,6        | 52,7        | 50,6        | 50,3        | 48,5        | 43,6        |
| Totale popolazione   | 29,9        | 30,2        | 31,5        | 31,2        | 29,4        | 27,3        |
| <b>CONCERTI DI MUSICA CLASSICA/OPERA</b>                     |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 19,7        | 19,2        | 18,3        | 17,6        | 13,9        | 16,2        |
| Totale popolazione   | 10,3        | 10,5        | 10,9        | 10,6        | 8,1         | 9,5         |
| <b>CONCERTI DI ALTRI GENERI MUSICALI</b>                     |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 39,5        | 40,0        | 38,9        | 38,5        | 36,6        | 32,8        |
| Totale popolazione   | 21,0        | 21,6        | 22,6        | 22,0        | 20,1        | 18,9        |
| <b>SPETTACOLI SPORTIVI</b>                                   |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 43,6        | 44,1        | 41,5        | 43,8        | 39,6        | 38,3        |
| Totale popolazione   | 28,2        | 28,1        | 27,9        | 30,0        | 26,9        | 25,8        |
| <b>DISCOTECH E BALERE</b>                                    |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 42,7        | 42,9        | 41,1        | 41,7        | 38,7        | 35,7        |
| Totale popolazione   | 23,9        | 23,8        | 23,7        | 23,9        | 21,8        | 20,8        |
| <b>MONUMENTI E SITI ARCHEOLOGICI</b>                         |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 41,8        | 42,6        | 40,5        | 40,1        | 38,2        | 34,9        |
| Totale popolazione   | 22,5        | 23,0        | 24,3        | 24,1        | 22,3        | 21,9        |
| <b>LEGGE QUOTIDIANI</b>                                      |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 76,6        | 74,2        | 69,6        | 69,3        | 66,7        | 63,7        |
| Totale popolazione   | 57,5        | 57,2        | 55,9        | 54,9        | 53,1        | 50,3        |
| <b>LEGGE LIBRI</b>   |             |             |             |             |             |             |
| Utenti Forti   | 70,6        | 69,9        | 68,8        | 67,4        | 67,3        | 62,2        |
| Totale popolazione   | 45,4        | 46,5        | 48,4        | 46,8        | 47,6        | 44,6        |

\* Persone di 6-79 anni che si sono recate almeno una volta al teatro, cinema, musei, mostre, concerti di musica classica/opera, concerti di altri generi musicali, spettacoli sportivi, discoteche e balere, monumenti e siti archeologici negli ultimi 12 mesi e che leggono quotidiani almeno una volta alla settimana e che hanno letto almeno un libro per motivi non strettamente scolastici o professionali negli ultimi 12 mesi.

Chi usa la Rete integra la fruizione culturale tradizionale anche con opportunità di intrattenimento offerte dal web. Ad esempio il 32,9% degli utilizzatori quotidiani del web (circa 4 milioni e 100 mila persone) che si è recato, negli ultimi 12 mesi, almeno una volta al cinema ha anche usufruito della Rete per vedere film in streaming (tavola 19).

TAVOLA 19

**Persone di 6-79 anni che usano Internet tutti i giorni, che sono andati al cinema almeno 1 volta negli ultimi 12 mesi e che hanno guardato film in streaming negli ultimi 3 mesi. Anno 2012 (ultimo anno disponibile) (per 100 persone di 6-79 anni con le stesse caratteristiche).**

| Sono andate al cinema almeno 1 volta negli ultimi 12 mesi | Hanno guardato film in streaming negli ultimi 3 mesi |                 |        |
|---|--|-----------------|--------|
|   | SI   | No o non indica | Totale |
| SI  | 32,9   | 67,1            | 100,0  |
| No o non indica   | 18,1   | 81,9            | 100,0  |
| Totale  | 29,3   | 70,7            | 100,0  |

È da rilevare che una quota consistente degli internauti ricorre all'uso esclusivo del web: il 18,1% (circa 737 mila) di chi non si è recato al cinema ha acceduto a questo intrattenimento via web.

La lettura di libri gioca un ruolo importante nel processo di crescita individuale e di costruzione individuale e collettiva del capitale umano e sociale. Gli ultimi dati Istat sulla lettura dei libri in Italia confermano che le persone fanno sempre più fatica a investire tempo nella lettura, eppure tra gli utenti forti di Internet la lettura resiste.

Nel 2013, infatti (cfr. tavola 18), la percentuale di internauti che ha letto quotidiani e almeno un libro nel tempo libero è notevolmente più alta rispetto al valore medio (rispettivamente il 63,7% contro il 50,3%, il 62,2% contro il 44,6%). Tra gli utilizzatori forti di Internet spiccano le lettrici: il 73,0% di internaute ha letto almeno un libro contro il 51,7% delle donne 6-79enni.

Tra il 2008 e il 2013 è proprio la lettura di quotidiani e di libri a far registrare una forte diminuzione: la quota, tra i navigatori quotidiani del web, di quanti leggevano quotidiani, nel 2008, era il 76,6% e si riduce nel 2013 al 63,7% (12 milioni 033 mila), mentre i lettori di libri, compresi gli e-book, tra gli internauti passa dal 70,6% del 2008 al 62,2% (11 milioni 762 mila). Ciò fa supporre che soprattutto chi usa Internet stia spostando le sue abitudini di lettura dei fatti quotidiani dalla carta alla modalità online: nel 2013, più della metà degli utilizzatori di Internet che non legge quotidiani (56,1%) si è informato accedendo alle notizie web (tavola 20).

TAVOLA 20

**Utenti forti di Internet di 6-79 anni che leggono quotidiani almeno una volta a settimana e che hanno letto giornali, informazioni, riviste online negli ultimi 3 mesi. Anno 2013 (per 100 utenti forti di Internet di 6-79 anni con le stesse caratteristiche).**

|   | Hanno letto giornali, informazioni, riviste online negli ultimi 3 mesi |                 |        |
|---|--|-----------------|--------|
|   | SI   | No o non indica | Totale |
| Leggono quotidiani almeno 1 volta a settimana |  |                 |        |
| SI  | 83,1   | 16,9            | 100,0  |
| No o non indica                               | 56,1   | 43,9            | 100,0  |
| Totale  | 73,3   | 26,7            | 100,0  |

Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno apportato anche un mutamento sostanziale delle forme attraverso cui la politica si esprime e attraverso cui la democrazia partecipativa si esercita. Anche in questo caso, accanto alle tradizionali attività ne emergono di nuove sul web che promuovono una socializzazione dal basso della democrazia stessa.

Per l'intera popolazione dei 14-79enni si osserva che la partecipazione sociale nel tempo ha un andamento grossomodo costante, mentre l'interesse per la situazione politica registra una crescita (tavola 21): aumenta in particolare dal 68,2% del 2008 al 72,3% del 2013 la percentuale di 14-79enni che dichiarano di parlare di politica, sale la quota di coloro che hanno sentito un dibattito politico (dal 24,9% del 2008 al 27,8% del 2013) e quella di chi si informa di fatti di politica italiana (dal 76,1% del 2008 al 78,1% del 2013).

Gli utenti forti di Internet presentano valori percentuali di coinvolgimento per le tradizionali attività socio-politiche sempre più alti rispetto al complesso della popolazione, ma allo stesso tempo per talune di esse, tra il 2008 e il 2013, si osserva una lieve diminuzione.

Nel 2013, il quadro della partecipazione in termini di impegno dei cittadini in attività associative vede il 14,0% per cento degli "assidui" utilizzatori di Internet tra 14-79 anni partecipare a riunioni in associazioni culturali, ricreative o di altro tipo (rispetto all'8,6% dei 14-79enni) e il 14,5% sono quelli che svolgono attività gratuite in associazioni di volontariato (rispetto al 10,0% dei 14-79enni). Gli internauti sono molto partecipi alla vita politica: nel corso del 2013 l'87,7% si è informato dei fatti della politica italiana (78,1% dei 14-79enni), l'83,9% ha parlato di politica (72,3% dei 14-79enni), il 35,0 ha ascoltato dibattiti politici (27,8% dei 14-79enni).

La novità maggiore, per gli utenti forti di Internet, è che la Rete diventa, per loro, una

TAVOLA 21

**Persone di 14-79 anni per partecipazione politica e sociale e tipologia di utente Internet.  
Anni 2008-2013 (per 100 persone di 14-79 anni con le stesse caratteristiche).**

| PARTECIPAZIONE SOCIALE E POLITICA   | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| <b>Riunioni di partiti politici</b>   |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 8,2  | 7,5  | 7,2  | 6,2  | 5,2  | 6,1  |
| Totale popolazione  | 4,3  | 4,0  | 4,3  | 3,6  | 3,0  | 3,8  |
| <b>Riunioni di sindacati</b>  |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 10,5 | 10,6 | 10,4 | 9,4  | 9,1  | 8,1  |
| Totale popolazione  | 6,9  | 7,5  | 7,6  | 6,8  | 6,5  | 6,2  |
| <b>Riunioni di Associazioni o gruppi di volontariato</b>                      |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 11,7 | 12,7 | 12,5 | 12,0 | 11,9 | 10,4 |
| Totale popolazione  | 7,3  | 7,5  | 8,0  | 8,1  | 7,6  | 7,1  |
| <b>Riunioni di Associazioni ecologiche, per i diritti civili, per la pace</b> |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 3,9  | 4,2  | 3,7  | 3,7  | 3,4  | 2,9  |
| Totale popolazione  | 1,7  | 1,9  | 1,9  | 2,0  | 1,7  | 1,6  |
| <b>Riunioni di Associazioni culturali, ricreative o di altro tipo</b>         |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 17,8 | 17,8 | 16,4 | 17,0 | 15,6 | 14,0 |
| Totale popolazione  | 9,3  | 9,7  | 10,0 | 10,2 | 9,3  | 8,6  |
| <b>Riunioni di Associazioni professionali e di categoria</b>                  |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 11,6 | 11,5 | 11,1 | 10,5 | 9,1  | 8,5  |
| Totale popolazione  | 5,4  | 5,7  | 6,0  | 5,7  | 4,8  | 4,8  |
| <b>Comizi</b>   |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 8,8  | 9,7  | 9,8  | 8,5  | 6,9  | 9,8  |
| Totale popolazione  | 5,2  | 6,1  | 6,6  | 5,5  | 4,7  | 7,0  |
| <b>Cortei</b>   |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 8,0  | 10,8 | 8,5  | 11,1 | 8,9  | 7,7  |
| Totale popolazione  | 4,7  | 5,5  | 4,9  | 6,5  | 5,2  | 4,8  |
| <b>Attività gratuita per Associazioni o gruppi di volontariato</b>            |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 14,7 | 15,3 | 15,5 | 15,1 | 15,5 | 14,5 |
| Totale popolazione  | 9,4  | 9,6  | 10,4 | 10,5 | 10,2 | 10,0 |
| <b>Ha parlato di politica</b>   |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 85,8 | 84,1 | 81,1 | 82,4 | 82,0 | 83,9 |
| Totale popolazione  | 68,2 | 67,3 | 67,1 | 69,1 | 68,0 | 72,3 |
| <b>Ha ascoltato dibattiti politici</b>  |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 36,3 | 37,2 | 31,7 | 31,3 | 28,4 | 35,0 |
| Totale popolazione  | 24,9 | 24,4 | 23,8 | 22,6 | 20,1 | 27,8 |
| <b>Si è informato sui fatti della politica italiana</b>                       |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | 90,1 | 88,8 | 86,1 | 87,0 | 87,5 | 87,7 |
| Totale popolazione  | 76,1 | 75,6 | 75,9 | 77,4 | 76,8 | 78,1 |
| <b>Si è informato di politica tramite Internet</b>                            |      |      |      |      |      |      |
| Utenti Forti  | -    | -    | -    | 46,7 | 47,7 | 53,0 |
| Totale popolazione  | -    | -    | -    | 18,6 | 19,4 | 24,1 |

grande agorà virtuale e il web viene usato come mezzo per allargare il confronto e esprimere opinioni su temi sociali e politici (il 29,0%), per partecipare online a consultazioni o votazioni (14,5%) o ancora per informarsi di politica (53,0%). Ben il 60,4% di utilizzatori giornalieri della Rete che si informa di fatti della politica italiana, lo fa sicuramente tramite web. In questo senso, le nuove pratiche di socializzazione introdotte dalle nuove tecnologie non sono più esclusive delle fasce di età giovanili, ma si allargano progressivamente verso una più ampia platea di persone, diffondendo così nel tessuto sociale nuove forme di cittadinanza attiva.

In sintesi, i dati analizzati sul rapporto tra utilizzo di Internet e partecipazione culturale e politica sembrano indicare le seguenti evidenze:

- non risulta un “effetto sostituzione” da parte di Internet: chi svolge più attività online ne svolge di più anche fuori dal mondo virtuale;
- la Rete sta diventando sempre più un ambiente di crescita culturale e partecipazione sociale; queste opportunità vengono colte soprattutto dai più giovani e dai più istruiti, ma anche dalle persone con minori livelli di istruzione, evidenziando così anche una significativa funzione di “recupero” da parte della Rete;
- a maggior ragione, quindi, il digital divide tra i differenti gruppi sociali si presenta come un'enorme perdita delle opportunità offerte dalla Rete in termini di recupero degli stimoli culturali e sociali.

## IL RICORSO AI SERVIZI ONLINE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

La fornitura di servizi online da parte della Pubblica Amministrazione viene indicata in modo pressoché unanime come il più promettente driver per lo sviluppo della banda larga nel nostro Paese.

Su questo tema, la ricerca ha fornito diversi risultati degni di nota.

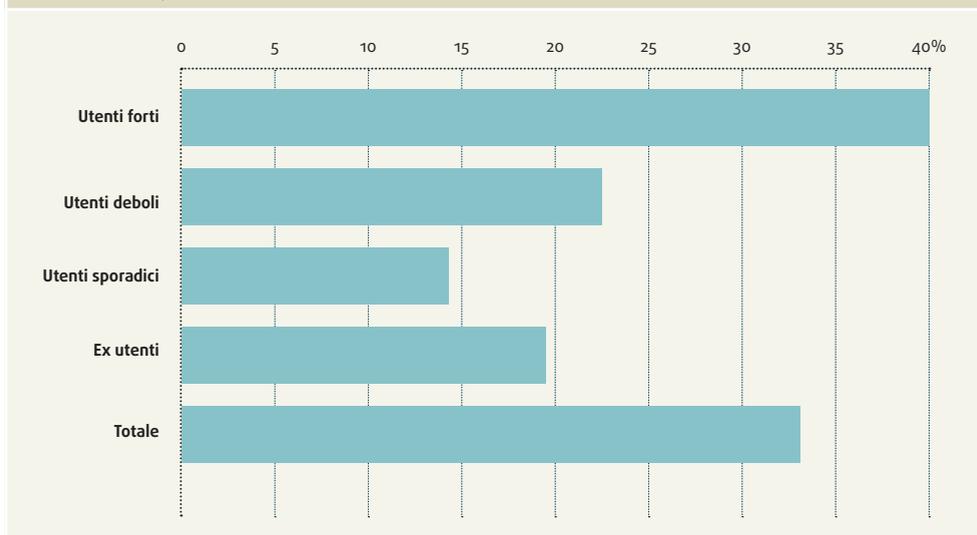
Nel 2013 oltre 8 milioni di persone di 14 anni e più (il 15,6% della popolazione) hanno utilizzato negli ultimi 12 mesi il web per acquisire informazioni dai siti della Pubblica Amministrazione; quasi 7 milioni (il 13,2%) si sono avvalsi dei servizi online per scaricare moduli da siti di enti della PA e quasi 5 milioni (il 9%) per inviare moduli compilati.

Se si considera il dato nel complesso, facendo cioè riferimento ad una qualunque delle tre modalità di relazione considerate, la quota di utenti di Internet che si sono relazionati online con la PA è pari al 33% degli utenti di Internet (9.500.000 utenti di Internet di 14 anni e più). Il contatto è relativamente recente perché in oltre il 70% dei casi è avvenuto nei tre mesi precedenti l'intervista.

Se teniamo conto del profilo degli utenti di Internet (grafico 44), cioè dell'assiduità con cui navigano, tra gli utilizzatori forti (gli utenti quotidiani), il tasso di contatto con la PA riguarda il 40% (7 milioni di persone), tra gli utilizzatori deboli (una o più volte alla settimana) scende al 22% (meno di due milioni di internauti) e tra quelli sporadici al 14,3% (167.000 persone). Anche coloro che hanno utilizzato Internet oltre tre mesi fa (ex-

GRAFICO 44

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipologia di utenti di Internet. Anno 2013 (per 100 persone che usano Internet con le stesse caratteristiche).**

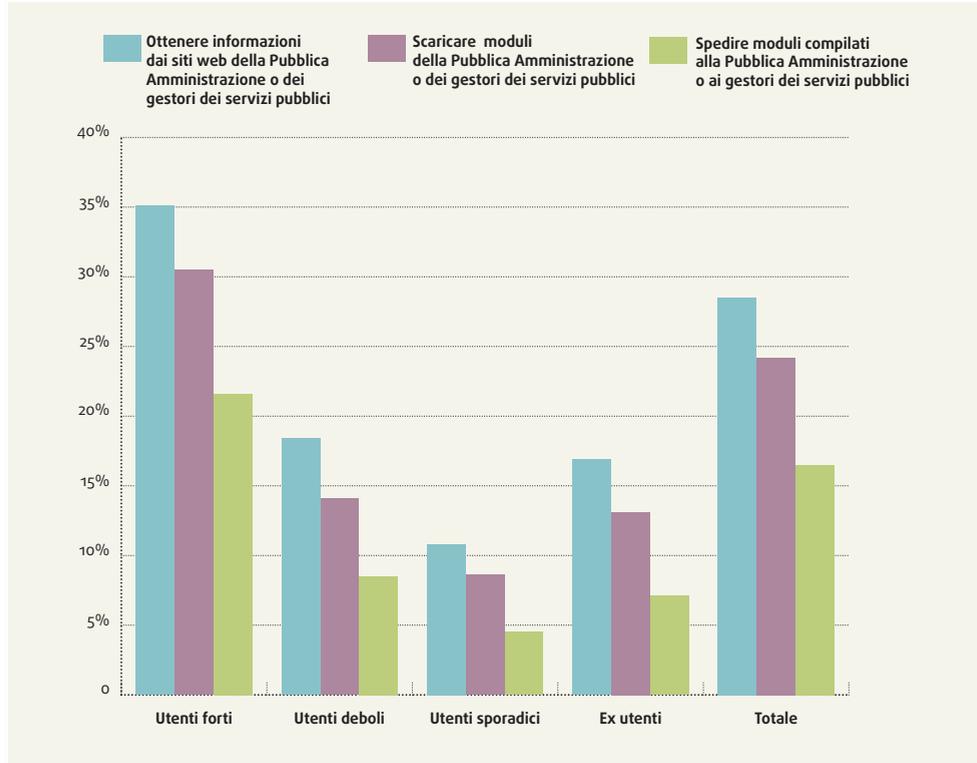


utenti) dichiarano comunque un contatto con la PA tramite Internet in circa un quinto dei casi (200.000 persone circa). Quindi l'utilizzo di Internet per relazionarsi con la PA, pur riguardando prevalentemente gli utilizzatori quotidiani, è diffuso anche in chi non fa un utilizzo assiduo della Rete.

La confidenza con l'utilizzo di Internet si traduce in un vantaggio anche relativamente alla complessità dell'interazione con la PA. Infatti (grafico 45), se tra gli utenti forti la quota di quanti ricercano informazioni sui siti della PA è quasi doppia rispetto a quella degli utenti deboli (e quasi tre volte quella degli utenti sporadici), tale proporzione è più che doppia relativamente allo scaricare moduli e diviene due volte e mezzo più elevata se ci si riferisce all'invio di modelli compilati. Gli utenti forti quindi non solo interagiscono con la PA di più delle altre tipologie di internauti, ma lo fanno anche in maniera più complessa.

GRAFICO 45

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipo di utilizzo e tipologia di utenti. Anno 2013 (per 100 persone che usano Internet con le stesse caratteristiche).**



Non ci sono differenze di genere significative nell'usare Internet per relazionarsi con la PA nel complesso degli utilizzatori, anche se va segnalato che tra gli utenti meno assidui (deboli o sporadici) vi è un maggiore utilizzo da parte delle donne a tutte le età, eccetto che per le più anziane (65 anni e oltre).

Differenze più evidenti si riscontrano in funzione dell'età (tavola 22). Sono, infatti, soprattutto gli internauti tra i 55 e i 64 anni ad utilizzare Internet come canale di comunicazione e di scambio con la PA, soprattutto se sono utenti forti. Infatti il 52% dei navigatori giornalieri in questa fascia di età ha interagito con i siti della PA: il 46,2% per acquisire informazioni, il 41,4% per scaricare moduli e più del 27% lo ha fatto per spedire moduli. Una quota rilevante di utilizzatori di siti della PA si trova anche tra gli utenti di Internet di 65 anni e oltre (47,4% degli utenti forti), soprattutto per la ricerca di informazioni o per scaricare moduli.

TAVOLA 22

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipologia di utente, età e attività svolte. Anno 2013 (per 100 utenti di Internet con le stesse caratteristiche).**

| FREQUENZA DI UTILIZZO | Classe di età | Ha utilizzato siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici |
|-----------------------|---------------|--|--|--|--|
| Utenti forti          | 14-18         | 14,5   | 13,0   | 7,4  | 4,2  |
|                       | 19-34         | 35,5   | 30,9   | 27,6   | 19,0   |
|                       | 35-54         | 46,2   | 40,5   | 35,1   | 26,4   |
|                       | 55-64         | 52,0   | 46,2   | 41,4   | 27,0   |
|                       | 65 e più      | 47,4   | 42,7   | 37,9   | 22,8   |
|                       | Totale        | 40,0   | 35,1   | 30,5   | 21,6   |
| Utenti deboli         | 14-18         | 9,7  | 9,2  | 3,4  | 0,9  |
|                       | 19-34         | 16,9   | 13,7   | 10,0   | 6,0  |
|                       | 35-54         | 25,0   | 19,8   | 16,0   | 11,0   |
|                       | 55-64         | 28,7   | 23,9   | 17,8   | 9,2  |
|                       | 65 e più      | 28,3   | 24,5   | 19,8   | 7,2  |
|                       | Totale        | 22,5   | 18,4   | 14,1   | 8,5  |
| Utenti sporadici      | 14-18         | 3,5  | 0,0  | 0,0  | 3,5  |
|                       | 19-34         | 9,0  | 5,5  | 4,5  | 3,7  |
|                       | 35-54         | 15,2   | 12,2   | 9,4  | 5,5  |
|                       | 55-64         | 20,7   | 13,9   | 14,0   | 3,4  |
|                       | 65 e più      | 17,4   | 16,1   | 9,3  | 2,7  |
|                       | Totale        | 14,3   | 10,8   | 8,6  | 4,5  |
| Ex-utenti             | 14-18         | 5,5  | 3,5  | 5,0  | 2,0  |
|                       | 19-34         | 16,9   | 15,7   | 12,3   | 6,4  |
|                       | 35-54         | 20,1   | 17,6   | 13,0   | 7,7  |
|                       | 55-64         | 25,1   | 24,0   | 12,3   | 8,4  |
|                       | 65 e più      | 25,6   | 17,3   | 22,9   | 7,7  |
|                       | Totale        | 19,5   | 16,9   | 13,1   | 7,1  |
| Totale                | 14-18         | 12,9   | 11,5   | 6,2  | 3,3  |
|                       | 19-34         | 29,7   | 25,5   | 22,2   | 15,0   |
|                       | 35-54         | 37,1   | 31,8   | 27,1   | 19,9   |
|                       | 55-64         | 41,1   | 35,8   | 30,6   | 18,8   |
|                       | 65 e più      | 36,3   | 31,9   | 27,8   | 14,2   |
|                       | Totale        | 33,1   | 28,5   | 24,2   | 16,5   |

L'uso dei servizi della PA per condizione professionale (tavola 23) mostra che, tra gli occupati, sono i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti, nonché i direttivi, i quadri e gli impiegati quelli che utilizzano maggiormente le opportunità offerte dai servizi digitali e telematici per dialogare con la PA; a tali categorie corrispondono, infatti, valori relativi decisamente superiori a quelli riscontrati per gli operai: il 40,4% dei dirigenti, imprenditori, liberi professionisti (44,8%, se utenti forti) ha utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per ottenere informazioni dalla PA, rispetto al 16% degli operai (23% utenti forti); il download di moduli è stato invece effettuato dal 36,9% dei primi (se utenti forti 41,7%), a fronte del 12,9% degli operai (19,1% se utenti forti), mentre la quota che ha adottato

TAVOLA 23

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipologia di utente, condizione professionale e attività svolte. Anno 2013 (per 100 utenti di Internet con le stesse caratteristiche).**

| CONDIZIONE PROFESSIONALE                       | Ha utilizzato siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici |
|--|--|--|--|--|
|  | Utenti forti   |  |  |  |
| Occupati                                       | 44,8   | 39,0   | 34,9   | 25,1   |
| Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti | 50,8   | 44,8   | 41,7   | 32,3   |
| Direttivi, Quadri, Impiegati                   | 50,9   | 44,8   | 40,2   | 27,8   |
| Operai, Apprendisti                            | 27,8   | 23,0   | 19,1   | 13,4   |
| Lavoratori in proprio e Coadiuvanti            | 35,6   | 29,3   | 25,5   | 20,0   |
| In cerca di nuova occupazione                  | 35,1   | 30,8   | 26,2   | 19,3   |
| In cerca di prima occupazione                  | 19,2   | 15,7   | 14,5   | 10,3   |
| Casalinghe                                     | 30,4   | 25,7   | 17,2   | 13,7   |
| Studenti                                       | 31,7   | 28,9   | 23,2   | 16,3   |
| Ritirati dal lavoro                            | 51,7   | 46,4   | 41,3   | 22,9   |
| Altra condizione                               | 39,1   | 38,1   | 26,8   | 15,1   |
| <b>Totale</b>                                  | <b>40,6</b>  | <b>35,6</b>  | <b>31,0</b>  | <b>21,9</b>  |
|  | Utenti totali  |  |  |  |
| Occupati                                       | 36,7   | 31,4   | 27,6   | 19,5   |
| Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti | 45,9   | 40,4   | 36,8   | 28,7   |
| Direttivi, Quadri, Impiegati                   | 46,2   | 40,1   | 35,6   | 24,4   |
| Operai, Apprendisti                            | 20,0   | 16,0   | 12,9   | 8,5  |
| Lavoratori in proprio e Coadiuvanti            | 26,7   | 21,8   | 18,6   | 13,9   |
| In cerca di nuova occupazione                  | 28,3   | 24,4   | 19,6   | 13,7   |
| In cerca di prima occupazione                  | 17,0   | 13,5   | 12,0   | 8,5  |
| Casalinghe                                     | 23,5   | 20,1   | 13,0   | 9,9  |
| Studenti                                       | 28,8   | 26,1   | 20,4   | 13,7   |
| Ritirati dal lavoro                            | 39,2   | 34,4   | 29,3   | 14,2   |
| Altra condizione                               | 35,2   | 31,6   | 24,2   | 13,3   |
| <b>Totale</b>                                  | <b>33,5</b>  | <b>28,9</b>  | <b>24,5</b>  | <b>16,7</b>  |

le modalità online per la compilazione e la spedizione di moduli è pari, rispettivamente, al 28,7% e all' 8,5% (tra gli utenti forti 32,3% e 13,4%, rispettivamente).

L'assiduità di utilizzo di Internet quindi sembra avere un effetto di facilitazione dell'interazione con la PA relativamente più intenso tra gli status occupazionali più bassi (tra gli utenti forti la distanza dirigenti-operai è inferiore che tra gli utenti deboli).

A livello territoriale si osserva un gradiente Nord-Sud, indipendentemente dall'assiduità dell'utilizzo di Internet. Al Sud, infatti si registrano le quote più basse di utilizzatori di Internet che hanno avuto rapporti con i siti della PA negli ultimi 12 mesi, anche se per le operazioni più complicate, come spedire moduli compilati, le differenze territoriali sono più contenute.

L'analisi temporale mostra che, in termini assoluti, il numero di cittadini che si relazionano con la PA tramite Internet è rimasto pressoché stabile: erano 9,2 milioni nel 2008 mentre sono 9,5 milioni nel 2013. In realtà, è cresciuto il numero di utenti forti che si rapportano con la PA online: da 5,3 milioni a oltre 7 milioni. Sono lievemente diminuiti invece gli utenti della PA tra gli utenti deboli. In particolare, sono diminuiti solo coloro che cercano informazioni sui siti della PA (da circa 8,5 a 8,2 milioni), mentre coloro che scaricano moduli o li spediscono sono cresciuti (rispettivamente, da 6,6 a 6,9 milioni e da 3,3 a 4,7 milioni).

In termini relativi (tavola 24), però, la quota di utilizzatori di Internet che si relazionano con la PA è decrescente nel tempo. Rispetto al 2008 tale quota si è ridotta di molto (dal 44,3% al 33,1% del 2013), e tra gli utenti forti ancora di più (dal 56,2% al 40%). Declina soprattutto la quota relativa all'utilizzo di Internet per la ricerca di informazioni sui siti

TAVOLA 24

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per attività svolte e tipologia di utenti. Anni 2008-2013 (per 100 utenti di Internet con le stesse caratteristiche).**

|   |       | Utenti forti | Utenti deboli | Utenti sporadici | Ex-utenti | Totale |
|---|-------|--------------|---------------|------------------|-----------|--------|
| Ha utilizzato siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici              | 2008  | 56,2         | 38,6          | 24,9             | 25,4      | 44,3   |
|   | 2013  | 40,0         | 22,5          | 14,3             | 19,5      | 33,1   |
|   | Var.% | -28,8        | -41,7         | -42,6            | -23,2     | -25,3  |
| Ottenerne informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | 2008  | 52,9         | 35,3          | 21,7             | 20,5      | 40,9   |
|   | 2013  | 35,1         | 18,4          | 10,8             | 16,9      | 28,5   |
|   | Var.% | -33,6        | -47,9         | -50,2            | -17,6     | -30,3  |
| Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici                    | 2008  | 43,0         | 25,5          | 13,8             | 16,1      | 31,6   |
|   | 2013  | 30,5         | 14,1          | 8,6              | 13,1      | 24,2   |
|   | Var.% | -29,1        | -44,7         | -37,7            | -18,6     | -23,4  |
| Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici              | 2008  | 23,1         | 11,7          | 3,9              | 6,9       | 15,7   |
|   | 2013  | 21,6         | 8,5           | 4,5              | 7,1       | 16,5   |
|   | Var.% | -6,5         | -27,4         | 15,4             | 2,9       | 5,1    |

della PA (dal 40,9% al 28,5%), meno quella concernente lo scaricare moduli (dal 31,6% al 24,2%) ed è pressoché stabile la quota di chi spedisce moduli compilati (dal 15,7% al 16,5%).

Si può dire, quindi, che alla crescente diffusione di Internet tra la popolazione non ha corrisposto un'analoga diffusione dell'utilizzo dello stesso per relazionarsi con la PA. D'altronde, tale utilizzo è cresciuto in termini assoluti, soprattutto per le sue componenti relativamente più complesse. La funzione informativa declina, mentre quella operativa no.

TAVOLA 25

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipologia di utente, condizione professionale e attività svolte. Anno 2008 (per 100 utenti di Internet con le stesse caratteristiche).**

| CONDIZIONE PROFESSIONALE                       | Ha utilizzato siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici |
|--|--|--|--|--|
|  | Utenti forti   |  |  |  |
| Occupati                                       | 63,7   | 60,2   | 50,0   | 26,6   |
| Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti | 70,1   | 66,2   | 58,5   | 31,9   |
| Direttivi, Quadri, Impiegati                   | 67,0   | 63,7   | 52,7   | 27,8   |
| Operai, Apprendisti                            | 41,7   | 37,7   | 29,6   | 14,0   |
| Lavoratori in proprio e Coadiuvanti            | 57,0   | 53,9   | 41,7   | 23,8   |
| In cerca di nuova occupazione                  | 51,4   | 46,0   | 35,1   | 19,1   |
| In cerca di prima occupazione                  | 49,9   | 45,4   | 38,6   | 25,7   |
| Casalinghe                                     | 46,6   | 43,0   | 31,2   | 14,6   |
| Studenti                                       | 34,0   | 31,2   | 23,2   | 14,1   |
| Ritirati dal lavoro                            | 69,5   | 68,9   | 50,2   | 22,9   |
| Altra condizione                               | 54,3   | 50,6   | 45,5   | 18,4   |
| <b>Totale</b>                                  | <b>57,2</b>  | <b>53,8</b>  | <b>43,8</b>  | <b>23,5</b>  |
|  | Utenti totali  |  |  |  |
| Occupati                                       | 50,8   | 47,1   | 37,2   | 18,5   |
| Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti | 61,5   | 57,6   | 48,5   | 25,1   |
| Direttivi, Quadri, Impiegati                   | 58,8   | 54,7   | 44,0   | 21,8   |
| Operai, Apprendisti                            | 28,3   | 25,5   | 16,4   | 6,8  |
| Lavoratori in proprio e Coadiuvanti            | 41,9   | 38,7   | 29,4   | 15,8   |
| In cerca di nuova occupazione                  | 43,0   | 38,4   | 30,0   | 14,3   |
| In cerca di prima occupazione                  | 41,7   | 36,8   | 31,4   | 18,6   |
| Casalinghe                                     | 34,4   | 30,5   | 20,7   | 9,0  |
| Studenti                                       | 26,5   | 24,0   | 17,6   | 9,7  |
| Ritirati dal lavoro                            | 51,9   | 50,9   | 32,8   | 14,2   |
| Altra condizione                               | 44,8   | 42,0   | 35,1   | 13,9   |
| <b>Totale</b>                                  | <b>45,2</b>  | <b>41,8</b>  | <b>32,3</b>  | <b>16,1</b>  |

Questo aspetto può essere analizzato anche da un altro punto di vista, cioè confrontando nel tempo le variazioni nell'utilizzo tenendo conto dello status occupazionale degli utilizzatori di Internet (tavola 25 vs tavola 23).

Il tasso di utilizzo per la PA diminuisce considerando tutti gli status occupazionali, ma diminuisce proporzionalmente di meno nelle categorie più elevate, come dirigenti, imprenditori e liberi professionisti (che probabilmente hanno anche una maggiore esigenza di relazionarsi con la PA). Considerando la tipologia dell'interazione, questo andamento si verifica in particolare per la ricerca di informazioni e, in maniera minore, per il download di moduli, mentre l'invio di moduli è in crescita tra gli occupati (in particolare tra gli operai, ma non tra i lavoratori autonomi).

Per contro, le categorie con minori tassi di utilizzo di Internet per la PA, come gli operai, sono anche quelle che hanno aumentato la loro presenza tra gli utilizzatori di Internet.

In sintesi, il processo di diffusione di Internet ha coinvolto categorie sociali e utenti con una minore propensione all'utilizzo di Internet per relazionarsi con la PA (e probabilmente anche con una minore esigenza di contatto), determinando, anche per questa via, una riduzione del tasso complessivo di utilizzo dei siti della PA.

Nel frattempo però anche la confidenza degli utenti con Internet è aumentata (è cresciuta la frequenza di utilizzo di Internet) e anche la loro capacità di interazione con i siti della PA, senza che l'offerta si sia adeguatamente evoluta in tutte le sue componenti (il tasso di utilizzo delle modalità di relazione meno complesse cala in tutte le tipologie di utilizzatori, mentre tiene la funzione operativa dell'invio online della modulistica).

In altre parole, l'investimento, che pure c'è stato<sup>19</sup>, da parte della PA sul canale Internet si è concentrato sull'aspetto operativo dell'invio di modulistica online e sugli iter operativi delle pratiche e meno sugli aspetti informativi. Ciò ha permesso una crescita in assoluto della quota di popolazione che si relaziona con la PA per scaricare moduli o spedirli online (ed una tenuta del tasso di utilizzo per queste operazioni da parte degli internauti), ma non è riuscito a compensare gli effetti della crescita della platea di utilizzatori di Internet, della sua modificazione qualitativa in termini di composizione sociale e di maggiore frequenza di utilizzo, traducendosi tutto ciò in una riduzione del tasso di utilizzatori dei siti della PA.

Di seguito, concentriamo l'attenzione sulle motivazioni, sulle criticità e sulla soddisfazione degli utenti riguardo all'utilizzo dei servizi online della PA.

19. «[...] nel 2012, il 90,5% delle amministrazioni [pubbliche locali] con sito web ha dichiarato di consentire agli utenti l'accesso a servizi di visualizzazione e/o acquisizione delle informazioni, il 75,9% (contro il 67,8% del 2009) la possibilità di scaricare modulistica, il 36,7% (15,6% nel 2009) di inoltrarla online e il 19,1% (7,6% nel 2009) l'avvio e la conclusione per via telematica dell'intero iter relativo al servizio richiesto». Istat, statistiche report, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nella pubblica amministrazione locale- anno 2012, 27 maggio 2013 .

## Le principali motivazioni di rapporto online con la PA: adempimenti fiscali e iscrizione a scuola o all'università

Un terzo degli utenti di Internet negli ultimi 12 mesi (ovvero quasi dieci milioni di persone), abbiamo visto, ha avuto motivo di relazionarsi online con la Pubblica Amministrazione o con gestori di servizi pubblici.

Le motivazioni principali (tavola 26) riguardano il pagamento delle tasse (26,8% degli utenti che si sono relazionati alla PA, circa due milioni e mezzo di persone), l'iscrizione a scuole superiori o all'università (20,7%) e l'accesso alle biblioteche pubbliche (18%). La richiesta di prestazioni di previdenza sociale ha costituito motivo di contatto con la PA per il 12,9% dei casi e la richiesta di carta di identità, passaporto o patente di guida per l'11,1%, mentre il 7,6% di coloro che sono entrati in contatto online con la PA lo ha fatto per richiedere certificati anagrafici e il 2% per effettuare un cambio di residenza. Meno di un terzo di coloro che si sono relazionati negli ultimi 12 mesi con la PA, invece, non ha effettuato nessuna delle suddette attività.

Gli uomini più delle donne si relazionano con la PA per pagare tasse: il 30% dei primi rispetto al 23,1% delle seconde. Una differenza che è marcata soprattutto nelle età centrali, dove è anche più diffuso il fenomeno.

Le utilizzatrici di Internet si relazionano online con la PA più degli uomini per motivazioni come l'iscrizione a scuole superiori o all'università (22,9% contro 18,7%) o l'accesso alle biblioteche pubbliche (19,8% contro 16,3%). Motivazioni queste ultime che, a differenze delle altre, riguardano soprattutto i giovani: tra i 19 e i 34 anni oltre un terzo

TAVOLA 26

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per sesso, tipo di motivazione e tipologia di utenti. Anno 2013 (per 100 utilizzatori di Internet e siti della PA).**

|                  | Motivazione          |  |   |                                     |                                    |  |                     |
|------------------|----------------------|--|---|-------------------------------------|------------------------------------|--|---------------------|
|                  | Pagare tasse         | Richiesta di prestazioni di previdenza sociale | Richiesta di passaporto, carta d'identità o patente | Richiesta di certificati anagrafici | Accesso alle biblioteche pubbliche | Iscrizione a scuole superiori o università | Cambio di residenza |
|                  | <b>Utenti forti</b>  |  |   |                                     |                                    |  |                     |
| Maschi           | 33,9                 | 11,5   | 13,0  | 8,1                                 | 18,1                               | 20,4                                       | 2,1                 |
| Femmine          | 25,7                 | 14,2   | 10,8  | 7,2                                 | 22,0                               | 24,7                                       | 2,1                 |
| Maschi e femmine | 30,3                 | 12,7   | 12,0  | 7,7                                 | 19,8                               | 22,3                                       | 2,1                 |
|                  | <b>Utenti deboli</b> |  |   |                                     |                                    |  |                     |
| Maschi           | 15,2                 | 14,4   | 8,0   | 7,6                                 | 8,6                                | 11,0                                       | 1,3                 |
| Femmine          | 16,2                 | 12,9   | 8,7   | 6,4                                 | 14,7                               | 17,6                                       | 2,1                 |
| Maschi e femmine | 15,8                 | 13,6   | 8,4   | 7,0                                 | 11,9                               | 14,6                                       | 1,7                 |
|                  | <b>Utenti totali</b> |  |   |                                     |                                    |  |                     |
| Maschi           | 30,0                 | 12,1   | 12,0  | 8,1                                 | 16,3                               | 18,7                                       | 1,9                 |
| Femmine          | 23,1                 | 13,9   | 10,0  | 7,0                                 | 19,8                               | 22,9                                       | 2,1                 |
| Maschi e femmine | 26,8                 | 12,9   | 11,1  | 7,6                                 | 18,0                               | 20,7                                       | 2,0                 |

degli utilizzatori di Internet che si relaziona con la PA lo fa per iscriversi a scuole superiori o all'università e oltre il 25% per l'accesso alle biblioteche. Per quanto riguarda le altre motivazioni non si osservano rilevanti differenze di genere.

La condizione professionale è una caratteristica che influenza, come è lecito attendersi, la motivazione del contatto con la PA. Gli utenti di Internet che si relazionano online con la PA per pagare tasse lo fanno nel 48,6% dei casi se sono dirigenti, imprenditori o libero professionisti e nel 32,3% se sono lavoratori autonomi e, in generale, nel 29,4% dei casi se sono occupati. La richiesta di prestazioni di previdenza sociale online riguarda un quinto degli utenti se sono in cerca di nuova occupazione e il 18,2% se sono ritirati dal lavoro.

Anche tenendo conto del profilo di utilizzo di Internet questa gerarchia non cambia: il 30,3% degli utenti forti che si relaziona con la PA lo fa per il pagamento di tasse, il 22,3% per l'iscrizione a scuole superiori o all'università, il 19,8% per accedere a biblioteche pubbliche, il 12,7% per richiedere prestazioni di previdenza sociale, il 12% per la richiesta di documenti di identità o la patente di guida, il 7,7% per la richiesta di certificati anagrafici e il 2,1% per il cambio di residenza.

Se si tratta di utenti deboli i tassi di utilizzo diventano 15,8% per il pagamento di tasse, 14,6% per l'iscrizione scolastica, il 13,6% per richiedere prestazioni di previdenza sociale, l'11,9% per accedere a biblioteche pubbliche, l'8,4% per la richiesta di documenti di identità o la patente di guida, il 7% per la richiesta di certificati anagrafici e l'1,7% per il cambio di residenza.

Va rilevato che per le operazioni più occasionali (prestazioni di previdenza sociale, richiesta di documenti e certificati anagrafici o cambi di residenza) le differenze, in termini di tasso di utilizzo, tra utenti forti e utenti deboli, sono alquanto limitate.

### **Le maggiori difficoltà nel contatto online con i siti della Pubblica Amministrazione: informazioni non adeguate e problemi tecnici**

Il 36,2% degli individui di 14 anni e più che ha utilizzato Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista per relazionarsi con la PA o con gestori di servizi di pubblici (cioè circa 3 milioni e mezzo di persone) dichiara di aver riscontrato problemi legati a informazioni poco chiare, insufficienti o non aggiornate nell'utilizzo dei siti web della PA. Il 27,6% (due milioni e 600 mila persone) invece denuncia problemi tecnici dei siti e un quinto (un milione e 900 mila) la mancanza di un servizio di assistenza (online o offline). Complessivamente, circa quattro milioni e mezzo di persone (il 49% di coloro che ha utilizzato i siti della PA) hanno dichiarato almeno uno di questi problemi.

Se la denuncia di problemi di natura tecnica accomuna in egual misura uomini e donne, i primi indicano leggermente di più problemi legati alla disponibilità di informazione.

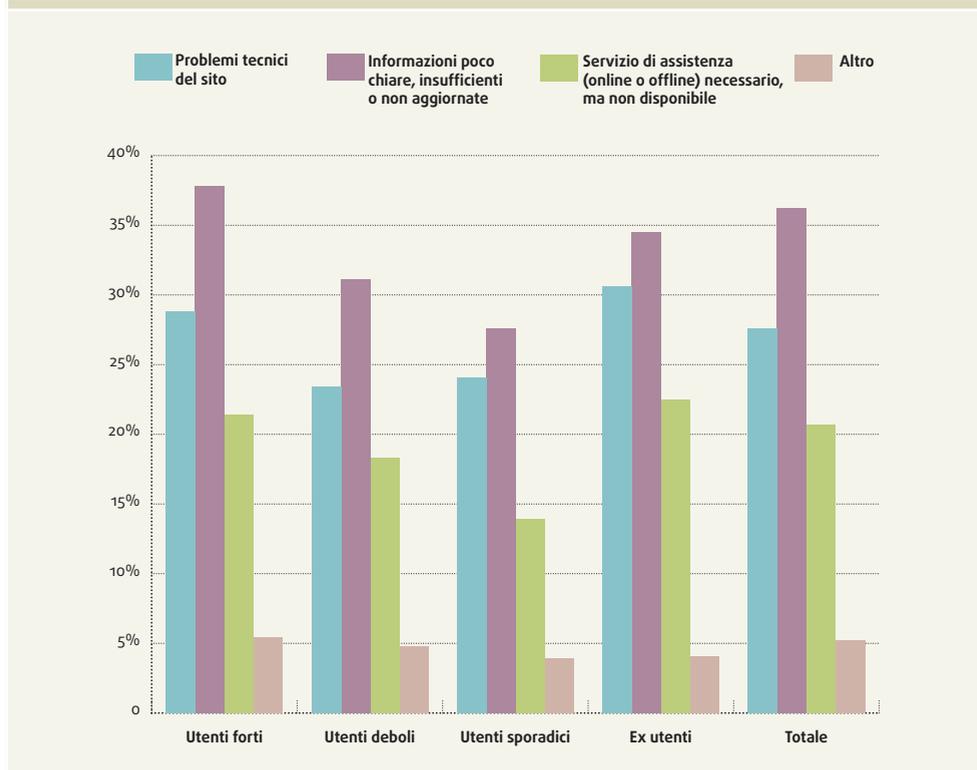
Quest'ultimo aspetto viene denunciato in misura superiore alla media tra i giovani adulti (19-34 anni): il 39% e oltre; mentre la mancanza di assistenza è maggiormente segnalata dai 45-64enni.

La gerarchia dei problemi è la stessa nelle varie aree territoriali, ma gli internauti più critici sono quelli residenti nel Mezzogiorno.

Non si evidenziano differenze rilevanti nella tipologia di problemi riscontrati nel contatto con la PA, tra utenti forti ed utenti deboli: la gerarchia è la stessa (grafico 46), a testimonianza della difficoltà dell'interazione con la Pubblica Amministrazione anche per persone in possesso di elevate competenze informatiche.

GRAFICO 46

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per problemi riscontrati nell'utilizzo dei siti della PA e tipologia di utenti. Anno 2013 (per 100 utilizzatori di Internet e siti della PA).**



L'aspetto informativo deficitario dei siti della PA e dei gestori dei servizi pubblici è confermato anche tenendo conto del titolo di studio degli utenti. Coloro che possiedono i titoli più alti, come laureati e diplomati, indicano in misura maggiore questi problemi rispetto a chi possiede titoli di studio più bassi. Questi ultimi, significativamente, lamentano di più la presenza di problemi tecnici dei siti. Analogo andamento si riscontra tenendo conto della condizione professionale: dirigenti, imprenditori e liberi professionisti lamentano lacune informative più di altre categorie. Dunque, gli utenti che presumibilmente utilizzano i siti della PA per operazioni più complesse sono più sensibili al problema delle carenze di informazioni o di assistenza.

Infatti, se distinguiamo gli utenti di Internet in base al tipo di interazione con la PA si può osservare come al crescere della complessità dell'interazione cresce sia la quota di utenti che dichiara qualche problema nell'uso dei siti della PA sia la quota di utenti che dichiara di aver riscontrato informazioni carenti (tavola 27).

In generale i limiti connessi alla capacità informativa e operativa dei siti della PA denunciati dagli utenti sembrano offrire un'importante spiegazione, accanto all'allargamento della platea degli internauti, del declino nel tempo del tasso di contatto per la ricerca di informazioni ed indicano una direttrice concreta di azione per aumentare il tasso di contatto con gli utenti di Internet. Da quanto detto sopra sulle caratteristiche degli utenti che lamentano questo tipo di problemi, sembra logico supporre che essi non si riferiscano ad una esigenza informativa di carattere generale, ma a qualcosa di specificamente funzionale alle loro esigenze particolari. Occorrerebbe quindi una analisi specifica delle esigenze informative delle varie tipologie di utenti ed una conseguente calibrazione, ove possibile, dell'offerta informativa.

### La soddisfazione degli utenti: alta per le informazioni (se trovate), ma meno per la possibilità di monitoraggio delle pratiche

Quando non rappresentano un elemento di criticità, le informazioni sono anche l'aspetto per cui gli utilizzatori dei siti della PA esprimono maggiore soddisfazione (grafico 47). Il 67,2%, infatti, si dichiara soddisfatto per la facilità di reperimento delle informazioni e una quota ancora maggiore, il 71,7%, per la loro utilità.

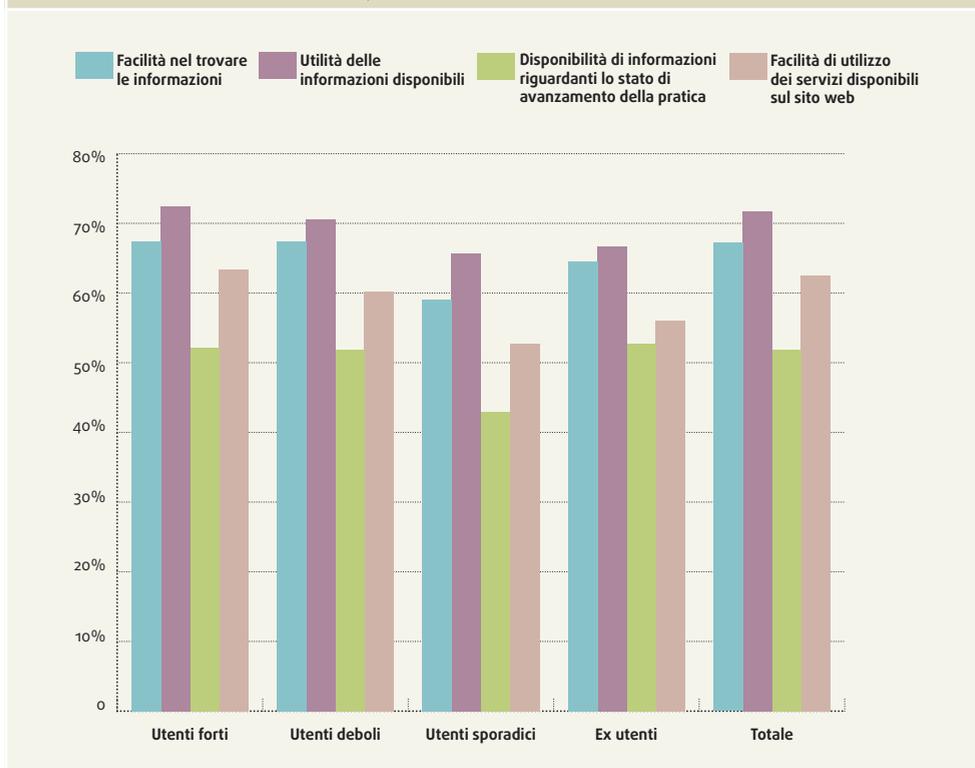
TAVOLA 27

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per problemi riscontrati e complessità dell'interazione. Anno 2013 (per 100 utilizzatori di Internet che hanno svolto l'operazione indicata).**

| TIPO DI INTERAZIONE  | Problemi riscontrati      |  |  |       |
|--|---------------------------|--|--|-------|
|  | Problemi tecnici del sito | Informazioni poco chiare, insufficienti o non aggiornate | Servizio di assistenza (online o offline) necessario, ma non disponibile | Altro |
| Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici | 28,5                      | 37,2   | 21,7   | 5,3   |
| Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici                   | 31,8                      | 40,0   | 24,0   | 6,0   |
| Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici             | 34,2                      | 40,2   | 25,5   | 6,6   |

GRAFICO 47

**Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione per tipologia di utenti e soddisfazione espressa per alcuni aspetti dei servizi. Anno 2013 (per 100 utilizzatori di Internet e siti della PA).**



Ovviamente chi ha riscontrato problemi è anche più insoddisfatto rispetto a chi non ne ha riscontrati: ad es. il 54% di chi ha trovato le informazioni dei siti carenti non è soddisfatto della loro facilità di reperimento (si tratta di un milione e mezzo di utenti). Tuttavia l'aver riscontrato problemi nel reperire informazioni o relativamente alla loro utilità, non sembra inficiare del tutto il giudizio di soddisfazione di questi utenti. Prevedibilmente, i problemi riscontrati non sono frequenti o gravi al punto da determinare una insoddisfazione generalizzata.

Anche la facilità di utilizzo dei servizi disponibili sui siti riscuote la soddisfazione della maggioranza dei loro utenti (62,5%). L'aspetto relativamente meno soddisfacente è quello che concerne la possibilità di monitorare lo stato di avanzamento di una pratica: è soddisfatto per questo aspetto il 51,9% degli utilizzatori dei siti web della PA.

In termini di frequenza di utilizzo di Internet i livelli di soddisfazione, invece, non si differenziano molto, anche se gli utenti forti sembrano più soddisfatti degli altri per la facilità di utilizzo dei servizi disponibili sui siti e per l'utilità delle informazioni disponibili.

Le donne si dichiarano soddisfatte in misura maggiore di quanto facciano gli uomini per tutti gli aspetti considerati. Per la soddisfazione non emerge un andamento per età

particolarmente caratterizzante, a parte una maggiore soddisfazione tra i più giovani e tra i 35-54 anni.

A livello territoriale, si osserva una diminuzione della quota di utenti soddisfatti passando da Nord a Sud.

Rispetto al titolo di studio, si osserva una maggiore soddisfazione generale di chi possiede un titolo più elevato, accanto ad una minore capacità di chi ha un titolo più basso di esprimere un giudizio (al diminuire del titolo di studio aumentano le mancate indicazioni di soddisfazione).

Rispetto alla condizione occupazionale, le dichiarazioni di minore soddisfazione sono espresse in misura maggiore dai lavoratori autonomi e dai pensionati. Queste categorie sono anche quelle in cui si osserva una quota più elevata di non rispondenti.

La soddisfazione è influenzata dal tipo di utilizzo che si fa dei siti web della PA e dal tipo di operazioni svolte (tavola 28).

| TAVOLA 28<br>Persone di 14 anni e più che usano Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione che si dichiarano soddisfatti per alcuni aspetti dei servizi e tipo di attività svolta. Anno 2013 (per 100 utilizzatori di Internet che hanno svolto l'operazione indicata). |                                      |  |   |   |
|---|--------------------------------------|--|---|---|
| TIPO DI INTERAZIONE   | Utenti soddisfatti                   |  |   |   |
|   | Facilità nel trovare le informazioni | Utilità delle informazioni disponibili | Disponibilità di informazioni riguardanti lo stato di avanzamento della pratica | Facilità di utilizzo dei servizi disponibili sul sito web |
| Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici  | 67,6                                 | 72,4                                   | 51,8  | 62,9  |
| Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione o dei gestori dei servizi pubblici  | 66,6                                 | 72,2                                   | 51,8  | 62,5  |
| Spedire moduli compilati alla Pubblica Amministrazione o ai gestori dei servizi pubblici  | 68,1                                 | 73,3                                   | 54,5  | 64,9  |

Chi spedisce moduli online, ad esempio, esprime anche giudizi di soddisfazione mediamente più elevati: tra queste persone il 68% (circa 3 milioni e 400 mila utenti) è soddisfatto della facilità di reperimento di informazioni, il 73% per l'utilità delle stesse, il 54% per le informazioni sullo stato di avanzamento della pratica e il 65% per la facilità di utilizzo dei servizi disponibili sui siti.

Anche in questo caso pur verificandosi che la maggiore interattività espone ad un rischio maggiore di riscontrare problemi, essa non determina una maggiore insoddisfazione. Presumibilmente, a maggiore interattività corrispondono anche servizi mediamente migliori e/o maggiori capacità di utilizzarli.

Il confronto internazionale, infine, fa emergere una distanza elevata dell'Italia dai principali paesi UE-27. L'Italia si colloca al penultimo posto nel numero di persone di 16-74 anni che si rapportano online alla Pubblica Amministrazione, 22 punti sotto la media UE, e a notevole distanza dai paesi più avanzati (grafico 48). Nel tempo, inoltre, la distanza è venuta ad ampliarsi (grafico 49), a testimonianza dell'estrema difficoltà dei cittadini a rapportarsi online con le amministrazioni.

GRAFICO 48

**Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno utilizzato Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione - Anno 2013 (valori percentuali)**

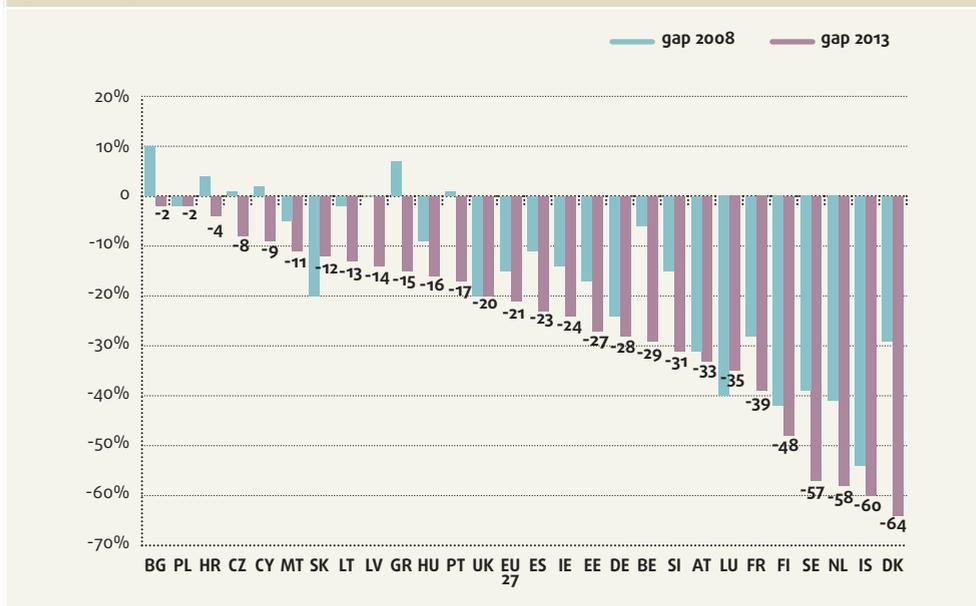


In sintesi, i dati analizzati sul rapporto tra utilizzo di Internet e servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione sembrano indicare le seguenti evidenze:

- attualmente circa un terzo degli utenti di Internet, in particolare gli utenti forti, si connette online con le amministrazioni: rispetto al 2008 il loro numero assoluto è rimasto pressoché costante, in termini relativi si registra una caduta di circa il 30%, assai più marcata per gli utenti deboli (circa il 40%);
- i principali servizi online messi a disposizione dalle PA sono soprattutto adempimenti fiscali e iscrizioni scolastiche;

GRAFICO 49

Persone di 16-74 anni che negli ultimi 3 mesi hanno utilizzato Internet per rapportarsi con la Pubblica Amministrazione - Anni 2006 e 2013 (differenze percentuali fra l'Italia e ciascuno dei paesi UE-27)



Fonte: Eurostat

- per tutti i servizi offerti (informazioni, scarico di moduli, avvio procedimenti) le classi di età più giovane (14-34 anni) registrano percentuali di utilizzo fortemente distanti dalle classi superiori dei 35 anni e oltre, testimoniando, forse, come siano ancora pochi i servizi offerti per le classi di età giovanile;
- l'assiduità di utilizzo di Internet sembra avere un effetto di facilitazione dell'interazione online con la PA più intenso fra gli stati occupazionali più bassi (operai, casalinghe e pensionati) rispetto alle categorie più elevate: tra gli utenti forti la distanza dirigenti-operai è inferiore che tra gli utenti deboli, riproponendo per altra via la funzione di "recupero" da parte della Rete richiamata nel paragrafo precedente;
- l'analisi dei problemi nell'interazione online mostra che il 36,2% degli utenti ha trovato le informazioni poco chiare, insufficienti e non aggiornate; il 27,6% denuncia problemi tecnici dei siti, il 20% denuncia la mancanza di un servizio di assistenza online o offline. Queste percentuali si riscontrano anche tra gli utenti forti a testimonianza delle difficoltà di interazione anche per persone in possesso di elevate competenze informatiche;
- a fronte delle criticità, gli utenti (sia forti che deboli) mostrano indici di soddisfazione che toccano il 62% per la facilità di trovare informazione, il 71% per l'utilità, il 62% per l'usabilità, il 50% per le informazioni sullo stato della propria pratica: se consideriamo che i principali siti di commercio elettronico registrano tassi di soddisfazione nell'uso che superano il 90-95%, i limiti dell'interazione online (sia per

gli aspetti di usabilità che per quelli di aggiornamento e affidabilità dell'informazione veicolata) potrebbero spiegare, in parte, la caduta nel tasso di utilizzo dei servizi online delle PA;

- infine, nei confronti internazionali, l'Italia si colloca agli ultimi posti della graduatoria dei paesi nell'uso dell'e-government e la distanza con i paesi più avanzati tende ad allargarsi.

## **IL RUOLO DELLA FAMIGLIA PER L'ALFABETIZZAZIONE ALL'USO DELLA RETE**

I dati proposti nei paragrafi precedenti descrivono la diffusione e l'utilizzo di Internet da parte della popolazione, assumendo come unità di analisi le persone di 6 anni e più. In quest'ottica i dati statistici restituiscono una rappresentazione dei fenomeni legati alle ICT in una dimensione individuale.

Per quanto le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione facciano sempre più riferimento alla fruizione in una dimensione "personale" (non a caso il computer si dice "personal") e benché la crescente disponibilità e diffusione dei device digitali ne faccia degli strumenti di uso tendenzialmente esclusivo e sempre meno condiviso da parte dei singoli individui, appare però utile assumere come prospettiva di analisi anche quella che fa riferimento al nucleo familiare. Tale approccio permette, infatti, di contestualizzare gli aspetti legati alla diffusione e alla fruizione di Internet e di recuperare il nucleo familiare come soggetto sociale con una propria identità e rilevanza. Nella famiglia, infatti, si possono manifestare ed esprimere dinamiche di socializzazione delle competenze e dei comportamenti, che devono essere tenute in debita considerazione e la cui conoscenza può risultare utile nel definire le politiche di settore, soprattutto quando si tratta di iniziative per il recupero e il coinvolgimento dei non utenti.

La presenza o meno in casa di dispositivi digitali, la disponibilità in famiglia di un accesso in Rete da parte di almeno un componente, la dotazione delle competenze minime per navigare da parte di un familiare sono condizioni che rappresentano fattori di inclusione o di esclusione rispetto alle nuove tecnologie. Un componente familiare tecnologicamente attrezzato e alfabetizzato è una risorsa potenziale per l'intero nucleo familiare, può rappresentare un mediatore tecnologico e culturale anche per gli altri membri eventualmente meno predisposti nei confronti delle ICT ed un veicolo di connessione e di collegamento al web per il gruppo parentale di riferimento.

In questo senso l'indagine campionaria sulle famiglie dell'Istat, nell'ambito della quale sono stati rilevati i dati commentati nella ricerca, rappresenta una preziosa opportunità, in quanto consente di elaborare le informazioni raccolte su base individuale e di ricomporre, a partire da queste, le caratteristiche della famiglia di appartenenza di ciascun individuo intervistato.

Seguendo tale percorso è possibile tracciare un profilo "familiare" dell'utenza di Internet che approfondisce ed arricchisce ulteriormente gli elementi di analisi.

In primo luogo, come precedentemente illustrato con riferimento ai singoli individui,

sono 23 milioni 313 mila le persone di 6 anni e più che nel 2013 risultano non aver mai utilizzato Internet: una quota pari al 40,7% della popolazione italiana. Se, tuttavia, si allarga lo sguardo alla dimensione familiare, il quadro assume tinte meno cupe (tavola 29). Dei 56 milioni di individui di 6 anni e più considerati, oltre tre su quattro (77,9%) vivono in famiglie in cui almeno un componente naviga in Internet e la quota di quelli che non hanno in casa nemmeno un familiare che utilizza ICT scende al 22%. In valori assoluti si tratta di circa 12 milioni e 360 mila persone, delle quali poco meno di 10 milioni hanno più di 55 anni.

Come più volte sottolineato nel corso del rapporto, l'età costituisce una variabile strutturale fondamentale nella lettura del fenomeno ICT, il quale è fortemente condizionato in ogni suo aspetto dalle caratteristiche anagrafiche della popolazione, che tendono "naturalmente" a penalizzare le fasce di età più anziane.

TAVOLA 29

**Persone di 6 anni e più per utilizzo di Internet in famiglia ed età. Anno 2013**  
(valori assoluti in migliaia e percentuali)

| CLASSI DI ETÀ | In famiglie in cui almeno un componente usa Internet | In famiglie in cui nessun componente usa Internet | Totale        | In famiglie in cui almeno un componente usa Internet | In famiglie in cui nessun componente usa Internet | Totale       |
|---------------|--|---|---------------|--|---|--------------|
|               | Valori assoluti                                      |   |               | Valori percentuali                                   |   |              |
| 6-10 anni     | 2.766  | 162   | 2.928         | 94,5   | 5,5   | 100,0        |
| 11-13         | 1.490  | 82  | 1.572         | 94,8   | 5,2   | 100,0        |
| 14-18         | 2.789  | 73  | 2.862         | 97,4   | 2,6   | 100,0        |
| 19-34         | 9.853  | 506   | 10.359        | 95,1   | 4,9   | 100,0        |
| 35-54         | 16.880   | 1.686   | 18.566        | 90,9   | 9,1   | 100,0        |
| 55-64         | 5.738  | 1.711   | 7.449         | 77,0   | 23,0  | 100,0        |
| 65 e oltre    | 4.208  | 8.143   | 12.351        | 34,1   | 65,9  | 100,0        |
| <b>Totale</b> | <b>43.724</b>  | <b>12.363</b>                                     | <b>56.087</b> | <b>78,0</b>  | <b>22,0</b>                                       | <b>100,0</b> |

Nota: esclusi quelli che non hanno indicato se usano o non usano Internet.

Se si sposta però l'attenzione sulle fasce di età più giovani, è possibile individuare e mettere a fuoco alcune aree di criticità specifiche che è opportuno tenere in considerazione. Oltre un ragazzo tra gli 11 ed i 24 anni su 5 (21,4%) che abbia entrambi i genitori che non utilizzano Internet – pur appartenendo pienamente alla generazione dei "nativi digitali"<sup>20</sup> - non naviga in Rete (tavola 30).

20. "Net generation", "Technological generation" o "Born digital generation", come di volta in volta definita in letteratura.

Il dato evidenzia come, al netto delle dinamiche anagrafiche, che si impongono con grande forza e tendono ad oscurare e mettere in secondo piano le altre variabili socio-economiche, la familiarità e gli aspetti ambientali costituiscono comunque elementi rilevanti nella determinazione dei comportamenti. Basti osservare che nelle famiglie in cui uno dei due genitori naviga su Internet, la percentuale di figli tra gli 11 e i 24 anni che non frequenta il web scende al 5,6% e, nel caso in cui entrambi navigano su Internet, la quota si riduce addirittura al 2,6%.

Si individua così un primo target su cui orientare specifici interventi: il segmento della popolazione rappresentato da 462 mila ragazzi tra gli 11 e i 24 anni, che, nonostante la naturale esposizione alle nuove tecnologie dovuta alla giovane età, non sono utenti di Internet e non hanno in famiglia nessuno dei due genitori con esperienza di navigazione in Rete (tavola 31). Per tali individui occorre immaginare interventi formativi ed economici mirati, non potendo essi contare su un contesto domestico in cui l'alfabetizzazione informatica e digitale avvenga per osmosi attraverso un apprendimento familiare.

TAVOLA 30

**Ragazzi di 11-24 anni per utilizzo di Internet e tipo di famiglia. Anno 2013 (per 100 ragazzi con le stesse caratteristiche).**

| UTILIZZO DI INTERNET<br>DA PARTE DEI RAGAZZI | In famiglie in cui<br>entrambi i genitori<br>utilizzano Internet | In famiglie in cui un<br>solo genitore utilizza<br>Internet | In famiglie in cui<br>nessuno dei genitori<br>utilizza Internet | Totale |
|--|--|---|---|--------|
| Usa Internet                                 | 95,9   | 92,5  | 75,6  | 89,2   |
| Non usa Internet                             | 2,6  | 5,6   | 21,4  | 8,7    |
| Non indicato                                 | 1,5  | 1,9   | 3,0   | 2,1    |
| Totale                                       | 100,0  | 100,0   | 100,0   | 100,0  |

TAVOLA 31

**Ragazzi di 11-24 anni per utilizzo di Internet da parte loro e dei genitori. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia).**

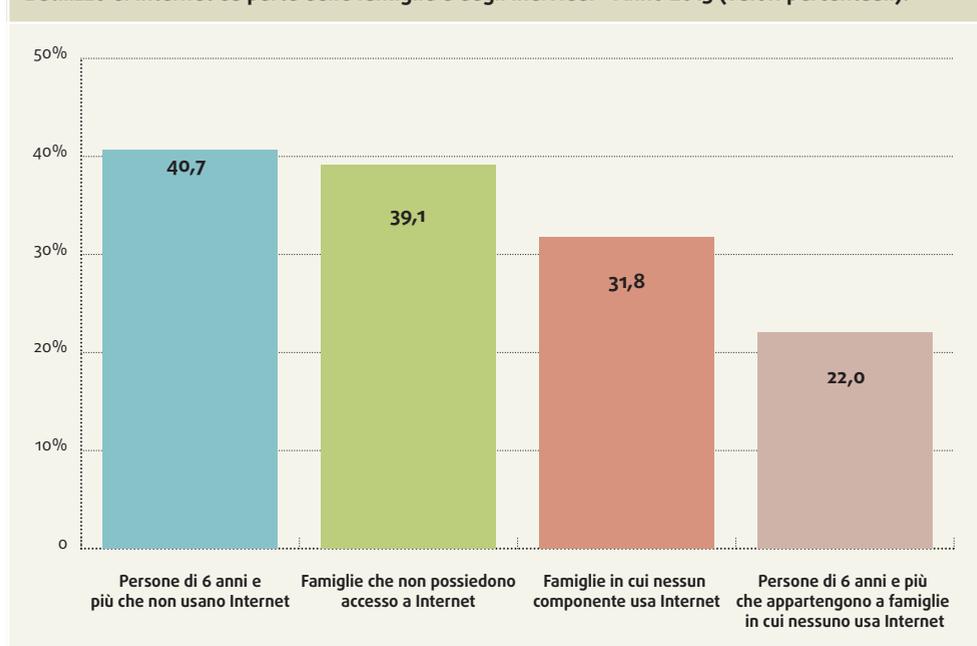
| Figli              | Genitori          |                       | Totale |
|--------------------|-------------------|-----------------------|--------|
|                    | Usano<br>Internet | Non usano<br>Internet |        |
| Usano Internet     | 5.326             | 1.634                 | 6.960  |
| Non usano Internet | 218               | 462                   | 680    |
| Totale             | 5.544             | 2.096                 | 7.640  |

Se si vuole quantificare il numero di famiglie che non sono presenti in alcun modo in Rete (tavola 32), i dati raccolti indicano che quelle in cui nessuno dei componenti usa Internet sono circa 8 milioni, pari a circa una su tre (31,8%) (vedi grafico 50).

**TAVOLA 32**  
**Famiglie per uso di Internet da parte dei componenti. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e percentuali).**

| USO DI INTERNET                   | N.            | %            |
|-----------------------------------|---------------|--------------|
| Nessuno usa Internet              | 7.935         | 31,8         |
| Almeno un componente usa Internet | 16.811        | 67,4         |
| Non indicato                      | 206           | 0,8          |
| <b>Totale</b>                     | <b>24.952</b> | <b>100,0</b> |

**GRAFICO 50**  
**L'utilizzo di Internet da parte delle famiglie e degli individui - Anno 2013 (valori percentuali).**



Per le restanti famiglie si può ipotizzare che la presenza di almeno un componente attivo su Internet possa rappresentare un link indiretto alla Rete e che quindi queste si possano considerare – per proprietà transitiva – comunque parzialmente collegate a Internet, potenzialmente raggiungibili via web e non escluse dall'accesso ai servizi online. Sotto tale ipotesi, considerando gli individui utenti e non utenti non come monadi isolate, ma come soggetti inseriti in un aggregato familiare con vincoli di relazione e che costi-

tuisce un'unità di residenza, di consumo e di fruizione, la fascia di criticità complessiva si ridimensiona relativamente ma significativamente: la fascia di marginalità tecnologica può infatti essere quantificata in termini di 31% di famiglie escluse dalla Rete per corrispondenti 12,3 milioni di individui, piuttosto che nel 40,7% delle persone di 6 anni e più (pari a circa 23 milioni di individui).

Dal punto di vista territoriale (tavola 33), la geografia del grado di utilizzo delle ICT vede una sostanziale equiripartizione delle famiglie "marginali" dal punto di vista tecnologico e, in virtù del fatto che le famiglie del Mezzogiorno sono in numero minore e mediamente più numerose, i fenomeni di concentrazione dei non utenti e il gap tra Nord e Sud nei livelli di navigazione in Rete, osservati con riferimento agli individui, tendono ad attenuarsi quando si passa a considerare i nuclei familiari: a fronte del 31,1% di famiglie del Nord-ovest in cui nessun componente usa Internet, l'incidenza percentuale nel Sud è pari a poco più del 35%.

TAVOLA 33

**Famiglie per utilizzo di Internet e ripartizione geografica. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e valori percentuali).**

| RIPARTIZIONE GEOGRAFICA | N. totale di famiglie | N. di famiglie in cui nessun componente usa Internet | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
|-------------------------|-----------------------|--|-----------------------------|----------------|
| Nord-ovest              | 7.044                 | 2.188  | 31,1                        | 27,6           |
| Nord-est                | 4.858                 | 1.398  | 28,8                        | 17,6           |
| Centro                  | 5.077                 | 1.503  | 29,6                        | 18,9           |
| Sud                     | 5.297                 | 1.891  | 35,7                        | 23,8           |
| Isole                   | 2.677                 | 954  | 35,6                        | 12,0           |
| Italia                  | 24.952                | 7.935  | 31,8                        | 100,0          |

Maggiori differenze a livello territoriale emergono osservando invece la distribuzione per tipo di Comune (tavola 34), la quale mostra un ampio scarto tra la dimensione metropolitana, dove la quota di famiglie in cui nessun componente usa Internet è contenuta tra il 27% dei Comuni della cintura periferica e il 29% del Comune centro dell'area metropolitana, e il 41,9% dei piccoli comuni con meno di 2.000 abitanti.

Un'ulteriore caratterizzazione dal punto di vista sociale riguarda la dimensione economica (tavola 35). La capacità di accesso alle risorse tecnologiche risulta, infatti, correlata con la maggiore o minore disponibilità di risorse economiche della famiglia o quanto meno con quella che viene percepita dagli stessi individui. Se infatti, nel complesso, le famiglie italiane che considerano ottime o adeguate le risorse economiche che hanno a disposizione e quelle che invece le reputano scarse o assolutamente inadeguate si

**TAVOLA 34**  
**Famiglie per utilizzo di Internet e tipo di Comune. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e valori percentuali).**

| TIPO DI COMUNE                        | N. totale di famiglie | N. di famiglie in cui nessun componente usa Internet | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
|---------------------------------------|-----------------------|--|-----------------------------|----------------|
| Comune centro dell'area metropolitana | 4.035                 | 1.176  | 29,1                        | 14,8           |
| Periferia dell'area metropolitana     | 2.910                 | 791  | 27,2                        | 10,0           |
| Fino a 2.000 abitanti                 | 1.444                 | 605  | 41,9                        | 7,6            |
| Da 2.001 a 10.000 abitanti            | 5.721                 | 1.925  | 33,6                        | 24,3           |
| Da 10.001 a 50.000 abitanti           | 6.466                 | 2.143  | 33,1                        | 27,0           |
| 50.001 abitanti e più                 | 4.375                 | 1.296  | 29,6                        | 16,3           |
| Italia                                | 24.952                | 7.935  | 31,8                        | 100,0          |

**TAVOLA 35**  
**Famiglie per utilizzo di Internet e giudizio espresso sulle risorse economiche complessive della famiglia. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e valori percentuali).**

| GIUDIZIO SULLE RISORSE ECONOMICHE    | N. totale di famiglie | N. di famiglie in cui nessun componente usa Internet | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
|--------------------------------------|-----------------------|--|-----------------------------|----------------|
| Non indicato                         | 175                   | 61   | 34,9                        | 0,8            |
| Ottime o adeguate                    | 12.313                | 3.359  | 27,3                        | 42,3           |
| Scarse o assolutamente insufficienti | 12.465                | 4.515  | 36,2                        | 56,9           |
| Totale                               | 24.952                | 7.935  | 31,8                        | 100,0          |

equivalgono, la distribuzione del sottoinsieme delle famiglie in cui nessun componente usa Internet è significativamente sbilanciata verso valutazioni negative: il 57% esprime infatti un'insoddisfazione e solo il 42% si ritiene complessivamente soddisfatto delle proprie disponibilità. In termini relativi, le famiglie che non navigano su Internet sono oltre una su tre (36%) tra quelle insoddisfatte economicamente, mentre l'incidenza scende a 27,3% tra quelle che considerano le proprie risorse finanziarie ottime o adeguate.

Un fattore che tende a condizionare in modo rilevante i comportamenti legati alle ICT è il livello di istruzione. Tale variabile incide in modo significativo e costante su tutti i comportamenti culturali e tende a distinguere i segmenti della popolazione rispetto al

grado di partecipazione ad attività digitali con una componente innovativa e al grado di fruizione di servizi che comportano una minima alfabetizzazione tecnica e funzionale.

Benché Internet abbia dimostrato una capacità pervasiva straordinaria e tenda a diffondersi in modo inesorabile e generalizzato, contagiando in modo trasversale le varie categorie sociali, il ritmo con cui il processo di diffusione si manifesta risulta diverso a seconda del contesto socio-economico di riferimento. In questo senso, il livello d'istruzione rappresenta un fattore che determina la maggiore o minore permeabilità dei soggetti sociali, siano essi individuali o collettivi, rispetto alle nuove tecnologie.

L'analisi incentrata sulle famiglie aiuta ad individuare e a quantificare in modo ancora più puntuale le aree di marginalità e di svantaggio sulle quali è necessario intervenire.

In base ai dati raccolti, in Italia risultano poco più di 6 milioni le famiglie italiane in cui non è presente alcun componente che naviga su Internet e in cui nessun componente è diplomato o laureato (tavola 36). In questi contesti familiari l'assenza di persone con un livello di istruzione superiore rappresenta un fattore penalizzante, poiché non si può contare sulla presenza in ambito domestico di alcun membro con un livello formativo relativamente più elevato che possa svolgere una funzione di traino a vantaggio degli altri familiari, nella conoscenza e nella fruizione delle nuove tecnologie.

TAVOLA 36

**Famiglie in cui nessun componente usa Internet per presenza di persone con laurea o diploma. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e percentuali).**

| PRESENZA DI LAUREATI O DIPLOMATI          | N. di famiglie in cui nessun componente usa Internet | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
|---|--|-----------------------------|----------------|
| Almeno un componente laureato o diplomato | 1.653  | 10,9                        | 20,8           |
| Nessun componente laureato o diplomato    | 6.282  | 64,1                        | 79,2           |
| <b>Totale</b>                             | <b>7.935</b>   | <b>31,8</b>                 | <b>100,0</b>   |

In termini percentuali, su 100 famiglie in cui almeno un componente è laureato o diplomato solo 11 non hanno nemmeno un componente che naviga in Internet, mentre l'incidenza delle famiglie inattive dal punto di vista digitale è nella misura di due ogni tre (64%) se tutti i membri della famiglia hanno al massimo il diploma di scuola secondaria di primo grado.

Approfondendo l'analisi della popolazione dei non utenti di Internet in base alla composizione e alle caratteristiche dei gruppi familiari, si evidenziano due ulteriori osservazioni che sottolineano specifiche criticità.

Innanzitutto occorre tenere presente che i circa 8 milioni di famiglie in cui nessun componente naviga in Internet sono rappresentati quasi per intero (98%) da nuclei in cui

non è presente nemmeno un nativo digitale<sup>21</sup> (tavola 37). Questo rappresenta un evidente svantaggio, perché anche da questo punto di vista si evidenzia la carenza di una figura che, per motivi anagrafici e culturali, potrebbe rappresentare un potenziale mediatore per la famiglia nel rapporto con le nuove tecnologie. Il gap e l'isolamento generazionale sono dunque elementi da tenere in seria considerazione, se si pensa che solo nel 3,3% delle famiglie in cui almeno un componente è nativo digitale, nessun componente naviga in Internet.

TAVOLA 37

**Famiglie in cui nessun componente usa Internet per presenza di nativi digitali. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e valori percentuali).**

| PRESENZA DI NATIVI DIGITALI          | N. di famiglie in cui nessun componente usa Internet | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
|--------------------------------------|--|-----------------------------|----------------|
| Almeno un componente nativo digitale | 153  | 3,3                         | 1,9            |
| Nessun componente nativo digitale    | 7.782  | 38,2                        | 98,1           |
| Totale                               | 7.935  | 31,8                        | 100,0          |

Infine, a rimarcare come la categoria dei non utenti sia fortemente caratterizzata e penalizzata dal punto di vista anagrafico e come i nuclei familiari non interconnessi in Rete rappresentino un target tipizzato demograficamente, occorre osservare che 4 famiglie su 5 di quelle in cui nessuno usa Internet sono composte interamente da persone di almeno 55 anni (tavola 38). Le politiche di promozione delle nuove tecnologie dovrebbero dunque tenere presente che oltre 6 milioni di famiglie non presenti in Rete sono nuclei familiari con un'età relativamente avanzata, in cui - per rendere l'idea - tutti i componenti sono nati prima che venisse scoperto quello che oggi è familiarmente conosciuto come "chip", quando gli "elaboratori" in funzione in Italia erano quaranta e l'Olivetti doveva ancora brevettare e presentare il primo calcolatore elettronico a transistor.

In sintesi, l'analisi su base familiare fa emergere le seguenti evidenze:

- le persone che vivono in famiglie in cui nessuno dei componenti usa Internet sono circa 12,3 milioni, circa la metà dei 23,3 milioni dei non utenti: infatti, la presenza o meno in casa di dispositivi digitali, la disponibilità in famiglia di un accesso in Rete da parte di almeno un componente, la dotazione delle competenze minime per na-

21. In letteratura il termine "digital native" è dovuta a Marc Prensky (2001), il quale definisce come tale "the generation of young people who are all "native speakers" of the digital language of computers, video games and the Internet. the first generation to have grown up with new technology, having lived their entire lives surrounded by and using tools and toys of the digital age". Ai fini del presente studio si intendono per nativi digitali le persone con età compresa tra gli 11 ed i 24 anni di età, nel 2013.

TAVOLA 38

**Famiglie per uso di Internet e presenza di persone di 55 anni e più. Anno 2013 (valori assoluti in migliaia e percentuali).**

| UTILIZZO DI INTERNET              | Totale famiglie | Famiglie con tutti i componenti di 55 anni e più |                             |                |
|-----------------------------------|-----------------|--|-----------------------------|----------------|
|                                   |                 | N.   | % sul totale delle famiglie | Composizione % |
| Nessuno usa Internet              | 7.935           | 6.333  | 79,8                        | 75,6           |
| Almeno un componente usa Internet | 16.811          | 1.964  | 11,7                        | 23,4           |
| Non indicato                      | 206             | 84   | 40,8                        | 1,0            |
| <b>Totale</b>                     | <b>24.952</b>   | <b>8.381</b>                                     | <b>33,6</b>                 | <b>100,0</b>   |

vigare da parte di un familiare, sono condizioni che rappresentano fattori di inclusione o di esclusione rispetto alle nuove tecnologie. In questo senso i veri esclusi digitali, circa 12 milioni di individui, sono quelle persone che vivono nelle circa 8 milioni di famiglie “marginali” dal punto di vista tecnologico;

- le famiglie tecnologicamente “marginali” hanno le seguenti caratteristiche:
  - quattro famiglie su cinque hanno tutti i componenti con più di 55 anni;
  - risultano maggiormente concentrate nei comuni fino a 2.000 abitanti;
  - non risultano presenti titoli di studio elevati fra i componenti;
  - sono molto più insoddisfatte della propria situazione economica rispetto alle altre;
- infine, va osservato che un ragazzo su 5 di 11-24 anni che vive nelle famiglie tecnologicamente “marginali” è un non utente: in termini assoluti si tratta di circa 462.000 ragazzi esclusi dalla Rete.



## 5. I NON UTILIZZATORI DI INTERNET

Nel corso dei capitoli precedenti sono stati analizzati i segmenti principali della popolazione italiana in base all'uso di Internet. Successivamente, l'attenzione è stata posta su alcuni aspetti specifici della diffusione di Internet in Italia. Quest'ultimo capitolo, infine, si focalizza sugli esclusi dalla Rete, che, ricordiamo, rappresentano una parte molto cospicua della popolazione italiana.

### PRINCIPALI CARATTERISTICHE DEI NON UTENTI DI INTERNET

Sono ben 23,3 milioni le persone di 6 anni e più che nel 2013 dichiarano di non aver mai usato Internet: rappresentano il 40,7% della popolazione analizzata: un dato importante, soprattutto considerando i risultati del più recente report Istat sulle ICT (Istat, 2013) che evidenziano quanto, nel nostro Paese, la Rete sia sempre più presente e pervasiva nella vita quotidiana. Il fatto che una così ampia porzione della popolazione dichiararsi ancora di non aver mai usato Internet sottende una condizione di forte isolamento (nella comunicazione, nell'informazione, nell'accesso ai servizi) rispetto al passato. Nel corso degli ultimi anni Internet, nella sua costante seppur controversa espansione (si consideri, a quest'ultimo proposito, la riflessione critica di Zygmunt Baumann, relativamente alla democrazia digitale)<sup>22</sup>, si è andata costituendo come un contesto socio-culturale sui generis. Riprendendo un classico concetto sociologico, che Alfred Schütz mediò dal filosofo Edmund Husserl, anche il web può essere definito un "mondo vitale": un mondo al quale, stando ai dati, una parte non trascurabile della popolazione italiana a tutt'oggi non ha accesso. È dunque molto importante capire chi siano i non utenti, cosa significhi per loro non utilizzare Internet ed in quali termini si possa parlare delle persone che non usano Internet come di un potenziale elemento di criticità nella società italiana.

Analizzando la distribuzione dei non utenti sul territorio (grafico 51), colpisce il distacco del Sud (49%) e delle Isole (44,7%) rispetto alle ripartizioni del Nord (37,4% il Nord-ovest; 36,1% il Nord-est) e del Centro Italia (37,8%). Un discorso a parte va fatto per le Isole: se è vero che la ripartizione geografica, nel suo complesso, arriva ad un 44,7% di non utenti,

---

A cura di Carolina Facioni ("Principali caratteristiche dei non utenti di Internet"); Fabrizio Maria Arosio ("I fattori che spingono al non uso di Internet").

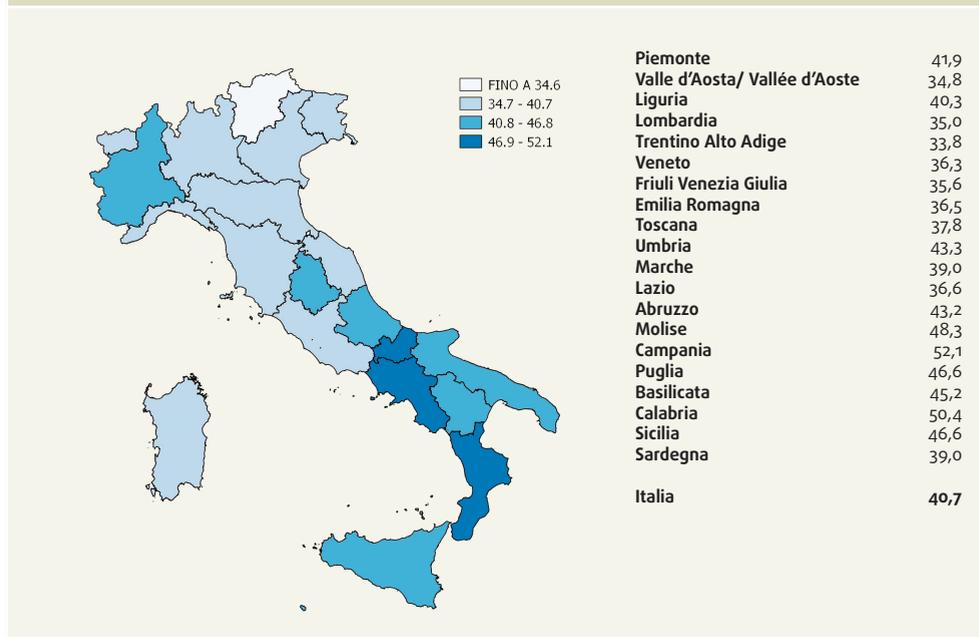
22. <http://www.meetthemediaguru.org/lecture/zygmunt-bauman/>

va tuttavia sottolineato che questa percentuale è pari al 46,6% per la Sicilia, mentre, per quanto riguarda la Sardegna, la percentuale si attesta sul 39% - ovvero al di sotto della media nazionale, con lo stesso valore registrato nelle Marche e inferiore ai valori della Liguria (40,3%) e del Piemonte (41,9%). Per la ripartizione delle Isole succede, in sintesi, più o meno quanto accade, relativamente ai valori delle regioni, al Trentino-Alto Adige. In questo caso, il valore complessivo dei non utenti (33,8%) mette insieme due realtà, le province di Trento e di Bolzano, di fatto molto differenti tra loro: Bolzano, con il suo 29,5% di persone che dichiarano di non aver mai utilizzato Internet, è in una situazione nettamente differente rispetto al 37,9% di Trento.

La regione con il maggior numero di non utenti è la Campania (52,1%), seguita dalla Calabria (50,4%) e dalla Sicilia (46,6%). Tra le regioni del Nord Italia, il valore più alto è quello del Piemonte, mentre per l'Italia centrale è l'Umbria ad avere la più alta percentuale di persone di 6 anni e più che dichiarano di non aver mai utilizzato Internet (43,3%).

GRAFICO 51

**Persone di 6 anni e più che non hanno mai utilizzato Internet per regione. Anno 2013 (valori percentuali).**



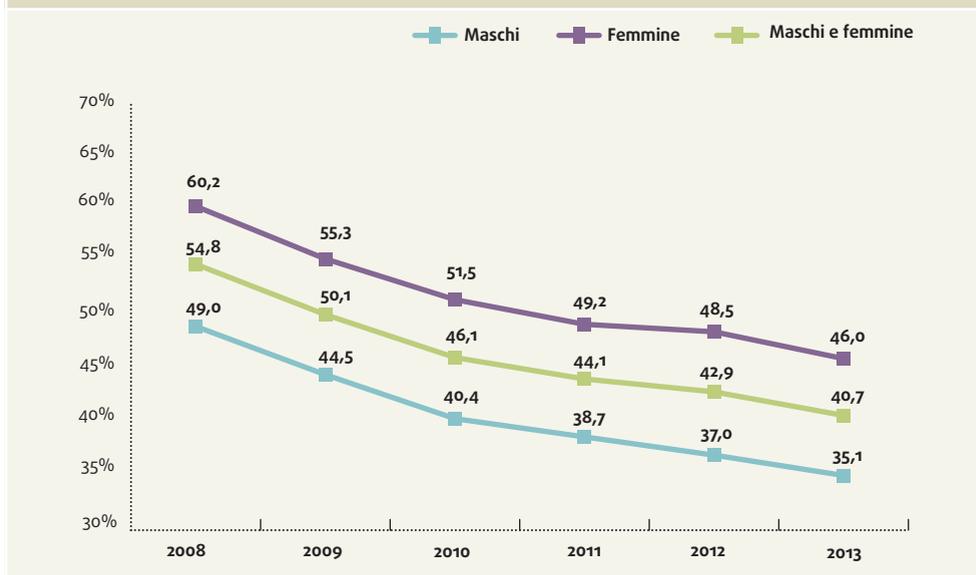
Fonte: elaborazioni da dati Istat, Indagine sugli "Aspetti della vita quotidiana")

Sono, in particolare, i comuni molto piccoli ad avere un alto numero di non utenti: quelli fino a 2.000 abitanti presentano una percentuale del 49,3%, mentre nei comuni centro di aree metropolitane la percentuale scende al 35,7%.

Considerando la classe di età 16-74 anni utilizzata dalle statistiche europee, l'Italia, con il 34% di non utenti, si distacca non poco dal 20% della media europea, posizionandosi

GRAFICO 52

**Persone di 6 anni e più che non hanno mai utilizzato Internet per sesso. Anni 2008-2013 (per 100 persone con le stesse caratteristiche).**

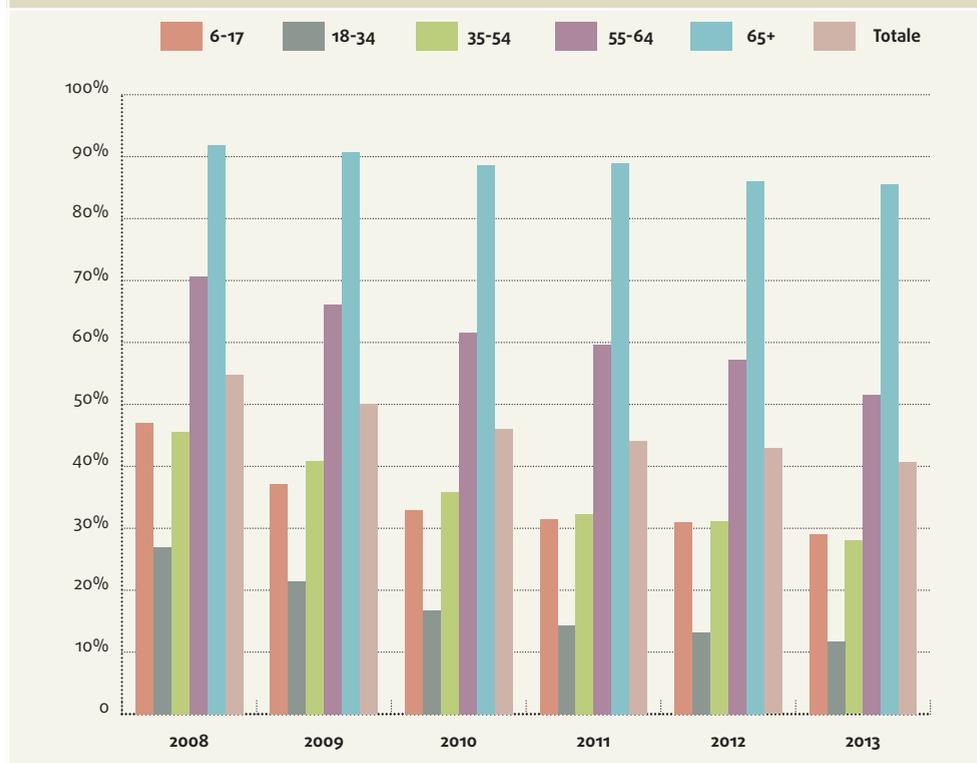


al settimo posto (si vedano, a riguardo, i dati sui confronti internazionali riportati nei capitoli precedenti). I non utenti di Internet di 6 anni e più (grafico 52) sono passati dal 54,8% del 2008 all'attuale 40,7%: i valori sono dunque scesi di ben 14,1 punti nei 6 anni considerati. Le percentuali della non utenza femminile sono molto più alte rispetto a quelle degli uomini: se nel 2008 era ben il 60,2% delle donne a dichiarare di non aver mai utilizzato Internet (contro il 49% degli uomini), nel 2013 la percentuale scende al 46%, contro il 35,1% degli uomini. L'andamento della decrescita, stando le forti differenze percentuali, è tutto sommato simile: i punti percentuali in meno, da un anno all'altro, sono per lo più gli stessi per gli uomini e per le donne.

La discesa dei valori relativi ai non utenti è, sia per gli uomini sia per le donne, particolarmente forte tra il 2008 e il 2010, triennio che si può definire come il periodo cruciale della diminuzione dei non utenti, per i quali si registrano, nel complesso, oltre 10 punti percentuali in meno.

Seppur si registri una diminuzione per tutte le classi di età, questa è tuttavia più lenta tra gli anziani (grafico 53): le percentuali dei non utenti di Internet di 65 anni e più sono senz'altro quelle che diminuiscono in modo meno che proporzionale, rispetto sia alla media nazionale che alle percentuali dei non utenti di tutte le altre classi. Gli anziani non utenti passano dal 91,8% del 2008 all'85,6% del 2013: in tutto 6,2 punti percentuali in meno; pochissimi, se si considerano i 14,1 punti in meno tra le medie nazionali 2008-2013, oppure i 18 punti in meno che si riscontrano tra i minorenni (6-17 anni), come pure i 15,2 punti di diminuzione riscontrati nella classe dei giovani di 18-34 anni. Conoscendo il forte peso di donne anziane rispetto agli uomini (si vedano i dati dell'ultimo Censimento della popolazione), è evidente come la scarsa frequentazione del web da

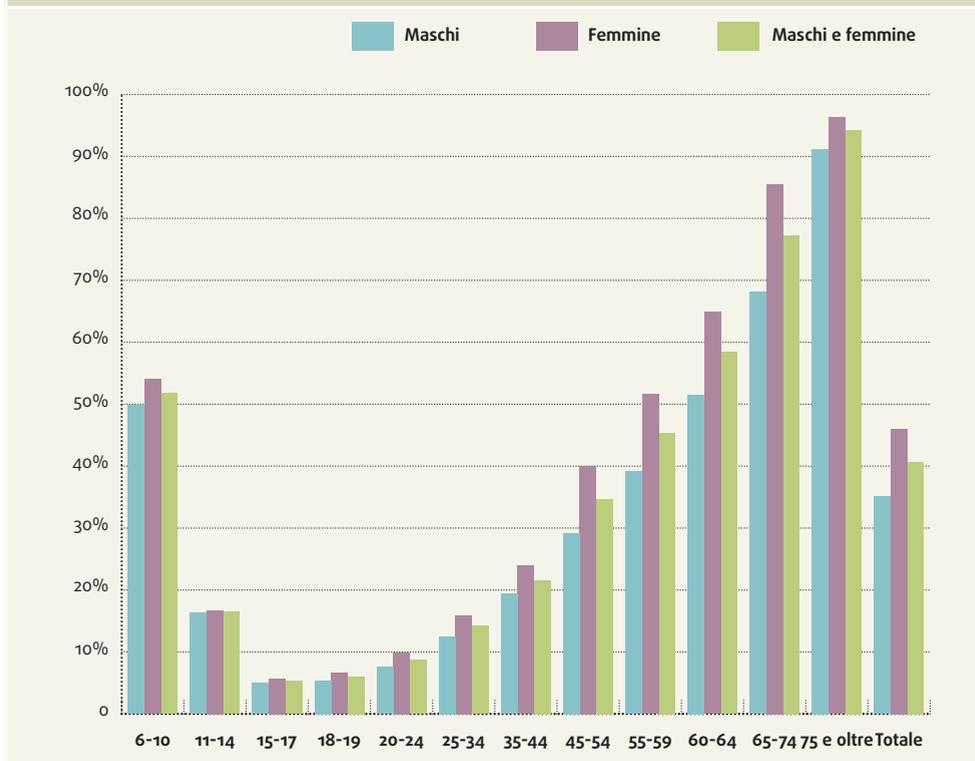
GRAFICO 53  
 Persone di 6 anni e più che non hanno mai utilizzato Internet per età. Anni 2008-2013 (valori percentuali).



parte delle donne anziane, unitamente alla loro numerosità, incida fortemente su questo aspetto: essere donne anziane in Italia significa dunque, per lo più, essere persone che non frequentano la Rete. Tuttavia, il senso di questa “esclusione digitale” va cercato, come sarà chiaro quando saranno analizzati i dati relativi all’istruzione ed alla condizione professionale, in altri non trascurabili fattori di carattere socio culturale - e nelle loro ricadute sugli stili di vita. Senz’altro, già da questi primi elementi, si configura il persistere in Italia di un *digital divide* sia di genere sia di generazione che, nello specifico italiano, vede particolarmente svantaggiata la popolazione più anziana: paradossalmente, proprio quella che, trovandosi più spesso di altre in situazioni di disagio (ad esempio, nell’impossibilità di muoversi dalla propria abitazione per motivi di salute), potrebbe trarre dalla Rete un netto miglioramento della propria qualità della vita, avendo modo di fruire, ad esempio, dei servizi online o anche riuscendo a restare più agevolmente in contatto con gli altri.

Se la situazione peggiore si riscontra tra le donne di 75 anni e più, che toccano livelli di non utenza del 96,3% (gli uomini sono il 91,2%), i livelli femminili sono comunque più alti di quelli maschili in tutte le fasce di età (come emerge chiaramente dal grafico 54) e si trovano, di conseguenza, regolarmente al di sopra dei valori relativi alla media nazionale per tutte le classi di età considerate.

**GRAFICO 54**  
**Persone di 6 anni e più che non hanno mai utilizzato Internet per sesso ed età. Anno 2013 (valori percentuali).**



Una sola classe si presenta con valori della non utenza femminile abbastanza vicini a quelli maschili: si tratta di quella relativa agli 11-14 anni, in cui la non utenza delle ragazze (16,7%) è pressoché uguale a quella dei ragazzi (16,3%); le bambine di 6-10 anni, invece, hanno circa 5 punti di differenza rispetto ai bambini (54% contro 49,8%) e dopo i 14 anni la forbice torna ad allargarsi, in misura costante, a sfavore delle donne - anche se va detto che il dato relativo all'uso del web negli ultimi 3 mesi vede le giovani superare i coetanei sia nella fascia 11-14 sia in quella dei 20-24 anni.

I dati sembrano dunque suggerire come il periodo delle scuole medie inferiori sia fondamentale per l'avvicinamento delle ragazze al web: gli 11-14 anni possono rappresentare pertanto un importante snodo nel loro percorso di alfabetizzazione all'uso di Internet. Considerando il peso decisivo che per i non utenti giovanissimi ha l'appartenere o meno a famiglie in cui i genitori non utilizzano il web (confronta su questo tema l'approfondimento dedicato alla diffusione di Internet nelle famiglie), sembrano fortemente auspicabili azioni di policy rivolte a una maggior diffusione delle ICT in queste tipologie di famiglie, volte a compensare le eventuali carenze familiari e ambientali da parte delle istituzioni, in primo luogo nella scuola.

Il livello di istruzione è un elemento decisivo per spiegare i livelli di non utenza. La tavola

TAVOLA 39

**Persone di 6 anni e più per uso di Internet, titolo di studio e sesso. Anno 2013 (per 100 persone con le stesse caratteristiche).**

| SESSO<br>TITOLO<br>DI STUDIO       | Uso di Internet |  |   |  |              | Uso di Internet |  |   |  |              | Uso di Internet |  |   |  |              |
|------------------------------------|-----------------|--|---|--|--------------|-----------------|--|---|--|--------------|-----------------|--|---|--|--------------|
|                                    | N.I.            | Hanno<br>usato<br>Internet<br>nei 12<br>mesi | Hanno<br>usato<br>Internet<br>più di 1<br>anno fa | Non<br>hanno<br>mai<br>usato<br>Internet | Totale       | N.I.            | Hanno<br>usato<br>Internet<br>nei 12<br>mesi | Hanno<br>usato<br>Internet<br>più di 1<br>anno fa | Non<br>hanno<br>mai<br>usato<br>Internet | Totale       | N.I.            | Hanno<br>usato<br>Internet<br>nei 12<br>mesi | Hanno<br>usato<br>Internet<br>più di 1<br>anno fa | Non<br>hanno<br>mai<br>usato<br>Internet | Totale       |
|                                    |                 |  |   |  |              |                 |  |   |  |              |                 |  |   |  |              |
| Laurea o titolo superiore          | 1,4             | 89,0   | 2,6   | 7,0                                      | 100,0        | 1,5             | 85,7   | 3,0   | 9,8                                      | 100,0        | 1,5             | 87,2   | 2,8   | 8,5                                      | 100,0        |
| Diploma superiore                  | 1,8             | 79,1   | 3,1   | 16,0                                     | 100,0        | 1,9             | 72,8   | 3,0   | 22,2                                     | 100,0        | 1,9             | 76,0   | 3,1   | 19,1                                     | 100,0        |
| Licenza media                      | 2,3             | 54,2   | 3,5   | 40,0                                     | 100,0        | 2,4             | 42,5   | 2,8   | 52,3                                     | 100,0        | 2,4             | 48,7   | 3,2   | 45,8                                     | 100,0        |
| Licenza elementare o nessun titolo | 1,8             | 28,1   | 1,1   | 69,0                                     | 100,0        | 1,9             | 17,3   | 0,5   | 80,2                                     | 100,0        | 1,9             | 21,9   | 0,8   | 75,5                                     | 100,0        |
| <b>Totale</b>                      | <b>1,9</b>      | <b>60,2</b>                                  | <b>2,7</b>  | <b>35,1</b>                              | <b>100,0</b> | <b>2,0</b>      | <b>49,7</b>                                  | <b>2,2</b>  | <b>46,0</b>                              | <b>100,0</b> | <b>2,0</b>      | <b>54,8</b>                                  | <b>2,5</b>  | <b>40,7</b>                              | <b>100,0</b> |

Fonte: elaborazioni da dati Istat, indagine sugli "Aspetti della vita quotidiana"

39 evidenza come tra il non utilizzo di Internet e il possesso di un titolo di studio basso (o di nessun titolo) ci sia un rapporto diretto, che peraltro conferma lo svantaggio femminile data la minore scolarizzazione rispetto ai maschi.

Considerando gli aspetti socio-demografici cui si è prima accennato, ovvero la preponderanza di donne anziane con titolo di studio basso nella popolazione italiana, non stupisce il forte sbilanciamento della percentuale di non utenti con licenza elementare o nessun titolo sul versante femminile: le donne sono l'80,2%, gli uomini il 69%. Tuttavia, è interessante notare come uno squilibrio di genere ci sia anche tra i laureati: il 9,8% delle laureate non ha mai utilizzato Internet, a fronte del 7% degli uomini con lo stesso titolo di studio. Se si guarda simultaneamente alle classi di età, il rapporto tra non utilizzo e titolo di studio si rinforza ulteriormente. I grafici 55 e 56, relativi alla popolazione di non utenti di 65 anni e più e alla popolazione di non utenti di 35-54 anni - fascia in cui si suppone che pressoché tutti abbiano acquisito il titolo di studio più alto nel loro percorso di vita - illustrano la relazione diretta che c'è tra non utilizzo del web e presenza di un titolo di studio basso (o di nessun titolo); per gli anziani la relazione è chiara (il 67,4% dei circa 10 milioni e 750 mila non utenti di questa classe di età possiede la licenza elementare o nessun titolo; se sommiamo anche le persone in possesso della licenza media la percentuale sale all'87%); per la fascia di età 35-54 anni la relazione con il livello di istruzione risulta meno forte anche se ugualmente significativa: i non utenti si collocano soprattutto tra i possessori dei titoli di studio più bassi; se anche in questo caso sommiamo le due percentuali si raggiunge il 72,5%.

GRAFICO 55

Persone di 65 anni e più che non hanno mai usato Internet per titolo di studio. Anno 2013.

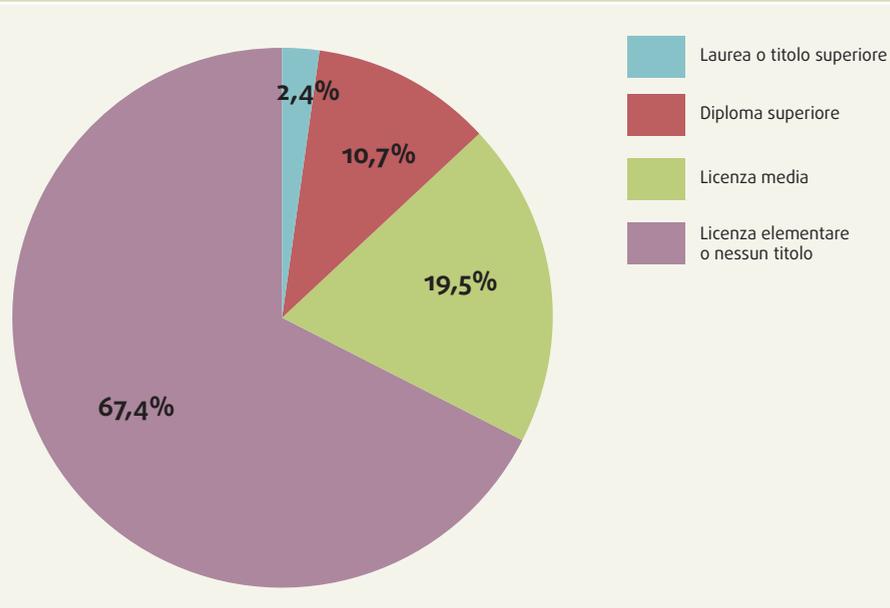
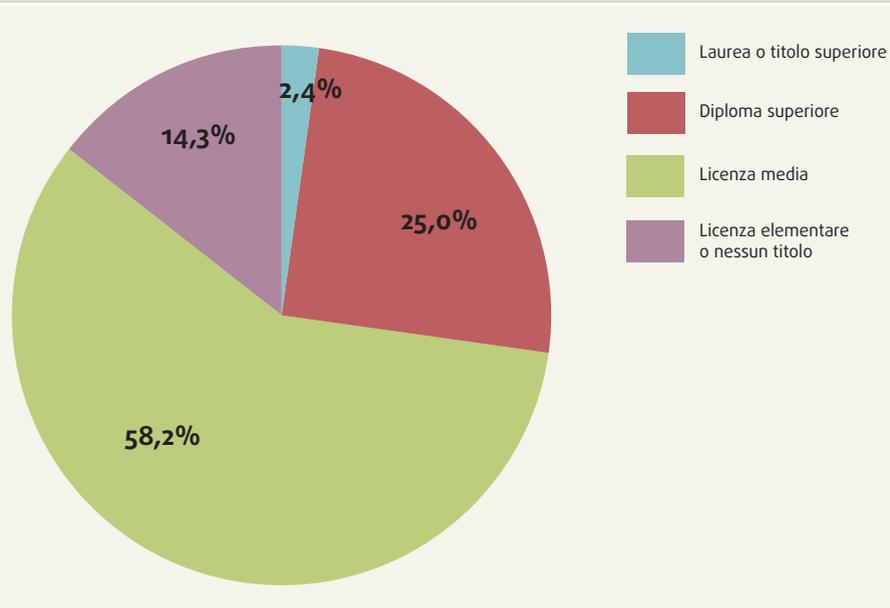


GRAFICO 56

Persone di 35-54 anni che non hanno mai utilizzato Internet per titolo di studio. Anno 2013.



Un ulteriore elemento che caratterizza il quadro dei non utenti è fornito dai dati relativi alla condizione e posizione nella professione. In questo caso, considerando le persone di 15 anni e più, tra gli occupati che non hanno mai usato Internet (19,8% complessivo) le percentuali più basse si registrano soprattutto tra i dirigenti (8,6%) e quadri o impiegati (6,6%). I valori più bassi della non utenza sono quelli degli studenti (3%); tra di loro va registrato un seppur minimo svantaggio femminile (3,2% le ragazze; 2,8% i ragazzi). Va invece sottolineato come la condizione di occupato favorisca le donne (18,3% contro il 20,8% degli occupati maschi), in particolare le lavoratrici in proprio e coadiuvanti, tra le quali la percentuale di non utenti della Rete è del 27%, mentre per gli uomini nella stessa condizione arriva al 29,5%. A riprova di questo, le percentuali più alte di non utenza si riscontrano tra i ritirati dal lavoro (78,1%; per le donne la percentuale tocca l'83,4%, contro il 74,2% dei pensionati maschi), le casalinghe (74,3%) e le persone in altra condizione (70,1%); tra questi ultimi, la percentuale di donne è del 77,9%, mentre gli uomini sono il 61,7%.

Da quanto detto finora, l'esclusione dalla Rete - e dalle sue potenzialità d'uso - sembra dunque essere, nel nostro Paese, un fenomeno fortemente connesso alla condizione anziana, alla presenza di un basso titolo di studio - nonché legata, per quanto riguarda bambini e ragazzi, a particolari situazioni familiari che non stimolano l'avvicinamento al web.

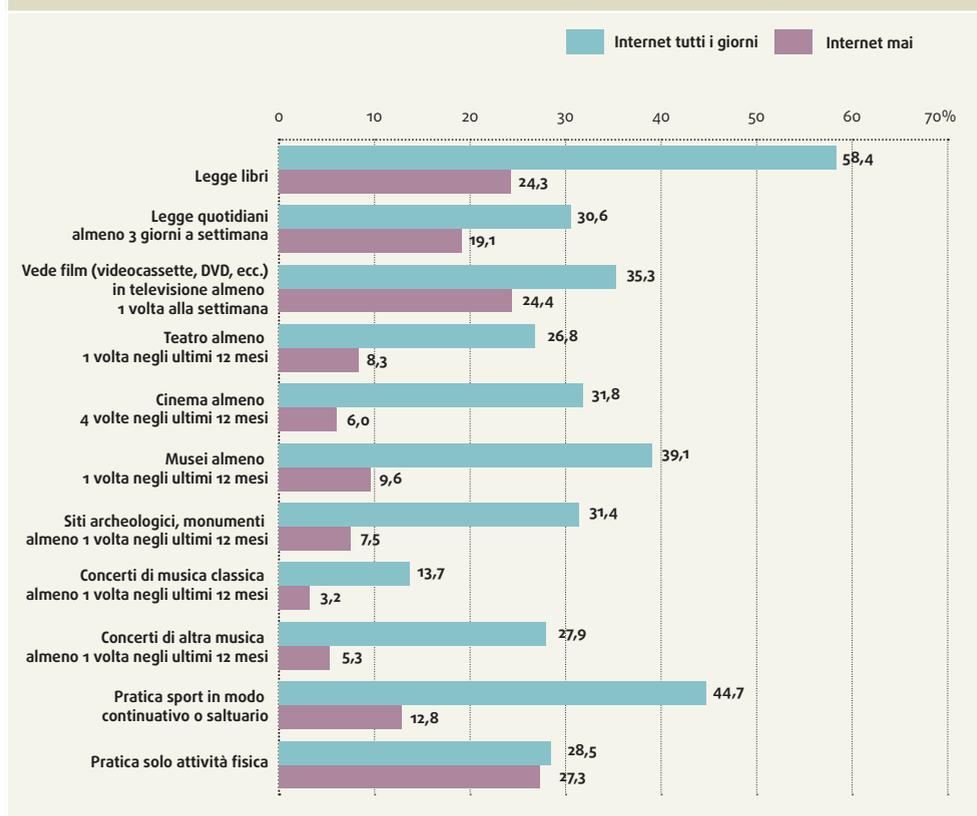
In questi anni Internet si è dimostrata, anche nel contesto italiano (pur con i suoi ritardi), un elemento di grandissima importanza per la diffusione delle conoscenze; il suo utilizzo influenza gran parte delle attività della vita quotidiana. Può essere quindi interessante entrare nel merito delle attività di fruizione culturale (si intenda il concetto in una accezione molto ampia) da parte dei non utenti della Rete, che non hanno modo di trarre vantaggi da questo prezioso strumento di informazione. Considerando i non utenti di 6 anni e più, l'attività meno praticata è la frequentazione di concerti di musica classica: solo il 3,2% dichiara di esserci andato almeno una volta negli ultimi 12 mesi; leggermente più alta è la percentuale relativa ai concerti per tutti gli altri generi musicali (5,3%), che si piazza comunque al penultimo posto. Le persone che non usano Internet non vanno neppure al cinema (sono solo il 6% quelle che frequentano le sale cinematografiche), ma in compenso vedono molti film in televisione (utilizzando DVD e videocassette): è questa, peraltro, una delle attività più praticate (24,4%), seguita a ruota dalla lettura di libri (24,3%). Senz'altro lo sport (in forma sia continuativa sia saltuaria) non è molto praticato da questa specifica popolazione (12,8%); tuttavia le attività fisiche nel tempo libero (come fare passeggiate, andare in bicicletta, ecc.) sono senz'altro quelle più diffuse tra i non utenti di Internet: si arriva al 27,3%.

Le percentuali, considerate sotto un profilo di genere, rispecchiano le differenze che si riscontrano tradizionalmente nelle statistiche legate alla fruizione culturale, ovvero una maggior propensione delle donne per la lettura di libri (28,7% contro 18,2%: oltre 10 punti percentuali di differenza), come pure per il teatro (9,4% contro 6,8%); una maggior propensione maschile per la lettura di quotidiani (23,5% contro il 16% delle donne), ma anche per la pratica sportiva continuativa e saltuaria (16,2% contro il 10,3% delle donne). Per tutte le altre attività, non si riscontrano particolari distanze tra le frequenze di attività maschili e femminili.

Il confronto tra chi utilizza Internet e chi non lo utilizza fa registrare, a tale proposito, una distanza notevole, che è ben evidenziata dal grafico 57. L'unica attività che vede gli utenti forti molto vicini ai non utenti è la pratica di attività fisiche: 28,5% per gli utenti quotidiani di Internet, 27,3% i non utenti, mentre per tutte le altre attività la distanza è evidente.

GRAFICO 57

**Persone di 6 anni e più che usano Internet tutti i giorni e persone che non lo hanno mai usato per fruizione culturale. Anno 2013 (per 100 persone con le stesse caratteristiche).**



Il fatto che Internet sia divenuto un mezzo di fondamentale importanza per il dibattito politico contemporaneo potrebbe far pensare ad una distanza dei non utenti dalla politica, ad un diffuso disinteresse. In effetti, anche se ben il 32% delle persone di 14 anni e più che dichiarano di non aver mai utilizzato Internet afferma di non interessarsi mai ai fatti della politica italiana (con una netta maggioranza di donne, che sono il 38,1%), ben il 31,3% afferma, al contrario, di interessarsene tutti i giorni (grafico 58); tra questi, gli uomini sono il 39%, le donne il 26%. Sommando al 31,3% il 23% di quelli che dichiarano di interessarsi alla politica almeno una volta a settimana, è evidente che i cittadini interessati, anche se non collegati in Rete, sono più della metà, raggiungendo il 54,3%. Il confronto tra chi utilizza la Rete e chi non la utilizza è tuttavia forte: come ben evidenziato dal grafico 59, le percentuali di chi si interessa ai fatti della politica italiana

GRAFICO 58

Persone di 14 anni e più che usano Internet tutti i giorni e che non hanno mai usato Internet per frequenza con cui si interessano ai fatti della politica italiana - Anno 2013 (valori percentuali)

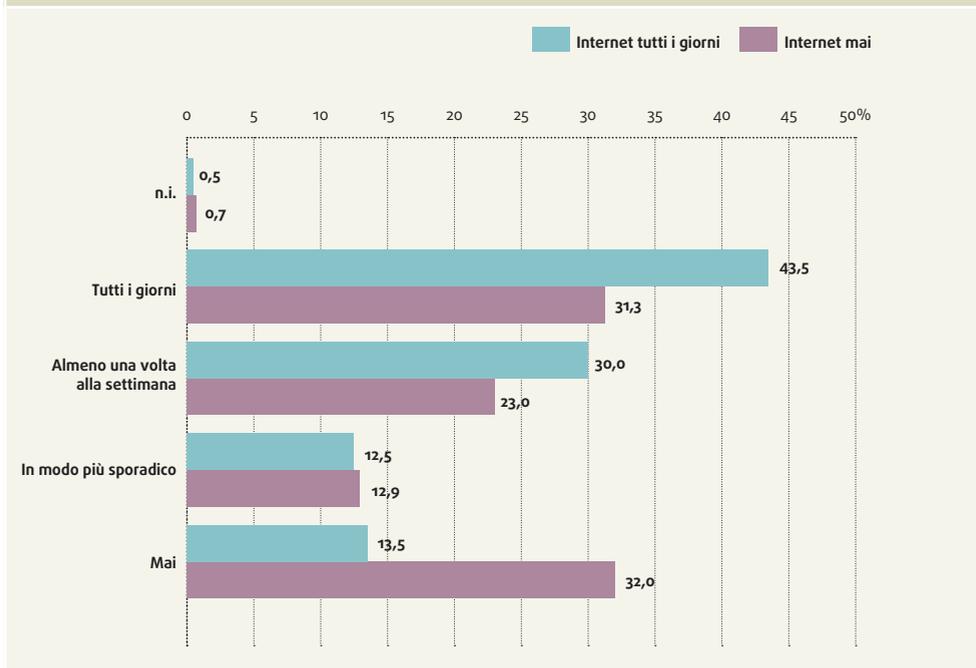
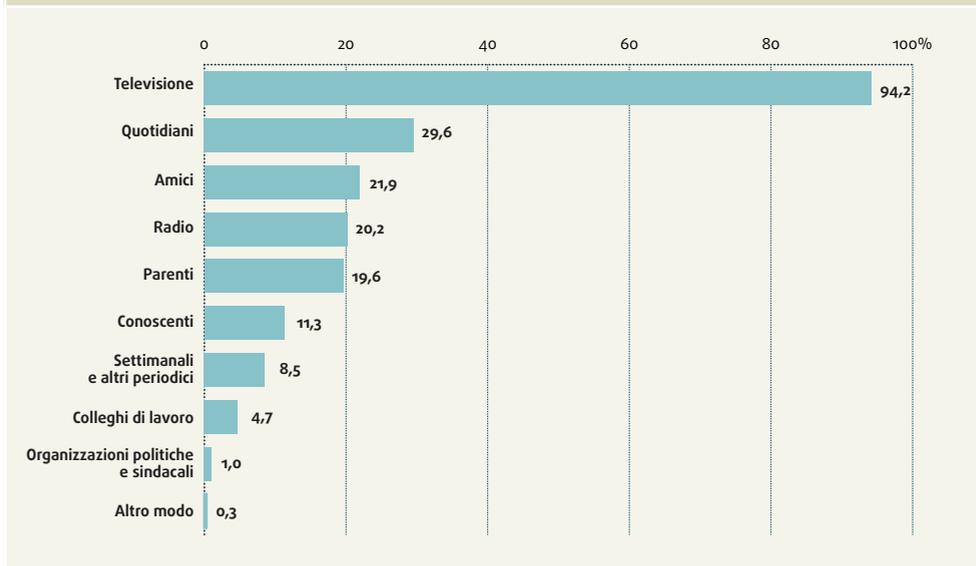


GRAFICO 59

Persone di 14 anni e più che non hanno mai usato Internet e che dichiarano di interessarsi ai fatti relativi alla politica nazionale per mezzi con cui si informano. Anno 2013 (valori percentuali).



sono decisamente più alte tra chi usa la Rete tutti i giorni rispetto a chi non la utilizza, mentre i non utenti si concentrano sull'interesse sporadico o nullo per l'argomento: a dichiarare di non interessarsi mai di politica è infatti il 32% dei non utenti di 14 anni e più, contro il 13,5% di chi usa Internet tutti i giorni.

In assenza del web, è evidente che vengano privilegiati altri mezzi e modi d'informazione sull'argomento. Il grafico 59 illustra chiaramente la situazione, che vede in testa - e con un margine ampissimo rispetto a tutti gli altri mezzi - la televisione: ben il 94,2% delle persone di 14 anni e più che non hanno mai usato Internet si informa di politica (e quindi costruisce le proprie opinioni e orienta le proprie scelte) attraverso i programmi televisivi. Il secondo mezzo in graduatoria, il quotidiano, arriva solo al 29,6%. Confrontando i dati con quelli relativi alle persone di 14 anni e più che utilizzano Internet tutti i giorni si osserva come i non utenti di Internet sono maggiormente focalizzati sulla televisione rispetto che sui quotidiani (la distanza nelle percentuali è di circa 65 punti percentuali) mentre fra gli utenti di Internet sfiora i 40 punti percentuali.

Per quanto riguarda gli altri media, la radio è, per i non utenti di Internet, al 20,2%, i settimanali e gli altri periodici sono all'8,5%. La dimensione relazionale non ha percentuali particolarmente alte, dal punto di vista dell'informazione politica: gli amici sono, sì, al terzo posto della graduatoria, ma con una percentuale del 21,9%; i parenti scendono al 19,6%, mentre i conoscenti sono l'11,3%. I colleghi sono sotto il 5%. Un elemento interessante è lo scarso peso che hanno le organizzazioni politiche o sindacali. Sembra quasi configurarsi una dimensione i cui estremi siano, da una parte, la fruizione televisiva (spesso passiva e a volte solitaria), passando attraverso un progressivo aprirsi alla comunità, spostandosi da amici e parenti per arrivare a più ampi (sotto il profilo dei legami) aspetti legati alla cittadinanza attiva (il mondo del lavoro, le organizzazioni) che ne costituiscono l'estremo opposto.

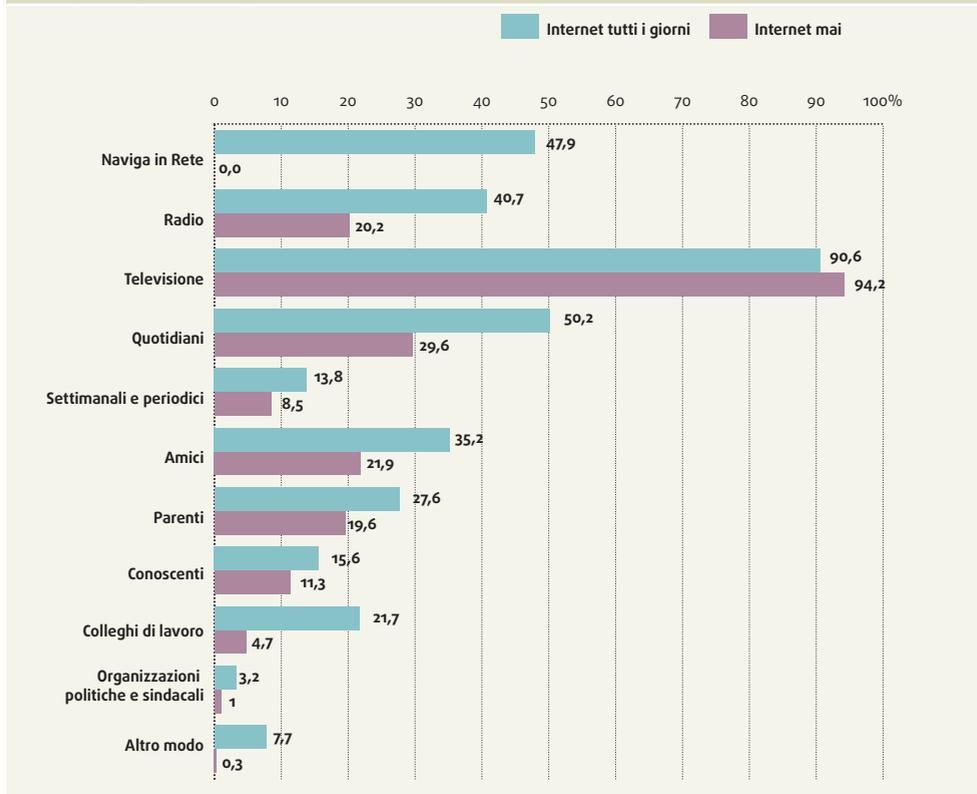
Tuttavia, i non utenti di Internet sembrano, per lo più, appartenere al primo estremo della dimensione. L'assoluta preponderanza del mezzo televisivo rispetto a tutti gli altri, anche rispetto alla dimensione relazionale, è senz'altro l'elemento che individua la distanza tra gli utenti e i non utenti della Rete: pur essendo la televisione, per entrambi i gruppi, la fonte principale di informazione politica, gli utenti del web utilizzano tutte le altre fonti molto più di quanto facciano i non utenti, come è evidente dal grafico 60.

I dati ci hanno fin qui reso il quadro di una ampia porzione di italiani che non sembrano essere particolarmente attivi sotto il profilo della fruizione culturale e restano, al tempo stesso, molto legati ai mezzi di comunicazione più tradizionali, che si rivelano fondamentali nella formazione delle loro opinioni politiche. Occorre aggiungere un elemento di non trascurabile importanza: si tratta di una popolazione che si ritiene, nel suo complesso, soddisfatta. Intervistati riguardo alcuni importanti aspetti della loro vita<sup>23</sup> negli ultimi 12 mesi precedenti all'intervista, tra i non utenti di Internet di 14 anni e più si è

23. Gli intervistati hanno espresso il loro grado di soddisfazione relativamente alla salute, alle relazioni familiari, alle relazioni con gli amici, al tempo libero ed alla situazione economica per gli ultimi 12 mesi.

GRAFICO 60

Persone di 14 anni e più che usano Internet tutti i giorni e che non hanno mai usato Internet e che si interessano dei fatti relativi alla politica nazionale per tipologia di canale informativo. Anno 2013 (valori percentuali).

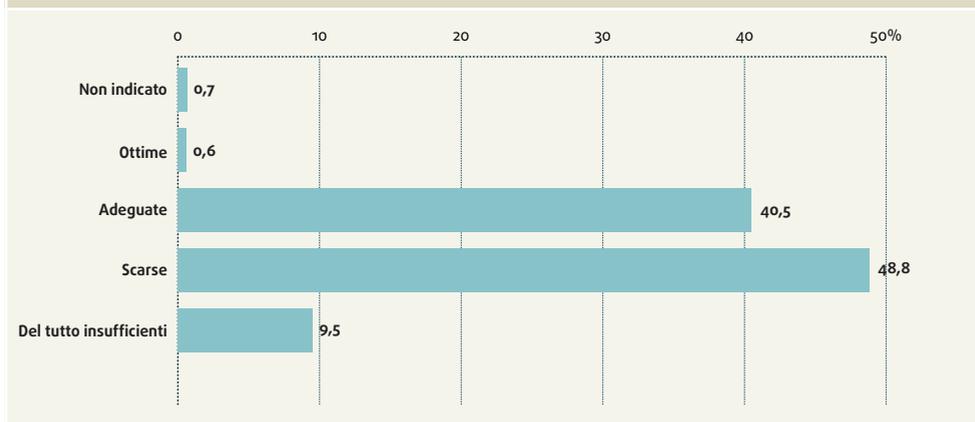


registrata, in effetti, una risposta molto positiva per la maggior parte degli aspetti individuati. Si dichiarano molto o abbastanza soddisfatti della propria salute il 68,8% dei non utenti (66,5% le donne; 72,1% gli uomini), contro il 30% dei poco o per niente soddisfatti (32,3% le donne; 26,7% gli uomini); ben l'89,1% dei non utenti si dichiara molto o abbastanza soddisfatto delle proprie relazioni familiari (in questo caso, con un minimo scarto tra il dato maschile e quello femminile), mentre i poco o per niente soddisfatti non arrivano al 10%. Molto o abbastanza soddisfatti delle proprie relazioni con gli amici sono il 74,2% degli italiani non utenti. In questo caso, gli uomini mostrano una maggiore soddisfazione (77,1%) rispetto alle donne (72,2%), con uno scarto superiore a 5 punti. Più contenute, ma comunque significative, le percentuali di soddisfazione espresse relativamente al tempo libero, che vede il 59,7% dei non utenti dichiararsi molto o abbastanza soddisfatti, rispetto al 38,8% di quelli che si dichiarano poco o per nulla soddisfatti sotto questo punto di vista. Anche in questo caso, i valori delle donne si discostano rispetto a quelli degli uomini: 57,8% contro il 62,4% degli uomini relativamente alla soddisfazione; le insoddisfatte sono invece il 40,8% contro il 36% degli uomini. Unico ambito che vede i poco o per niente soddisfatti in netta maggioranza è quello relativo alla situazione economica per l'anno trascorso. Anche in questo caso, come per i

rapporti familiari, uomini e donne sono totalmente concordi, ma nel dichiarare la propria insoddisfazione: sono ben il 64,4%, contro una netta minoranza (34,6%) di persone che si dichiarano invece molto o abbastanza soddisfatte pure sotto questo punto di vista. Che l'aspetto economico sia senz'altro una nota dolente nella vita dei non utenti di Internet è evidente dal grafico 61: se il 40,5% delle persone di 14 anni e più dichiara di ritenere le proprie risorse economiche adeguate, è il 48,8% a dichiararle scarse ed il 9,5% del tutto insufficienti, mentre le persone che ritengono ottime le proprie risorse si collocano al di sotto dell'1%.

GRAFICO 61

**Persone di 14 anni e più che non usano Internet per giudizio sulle risorse economiche della famiglia. Anno 2013 (valori percentuali).**



Analizzando la situazione sotto il profilo della distribuzione geografica, illustrata dalla tavola 40, il Sud (14,3%) e le Isole (13%) presentano le più alte quote di persone che dichiarano una situazione economica di totale insufficienza.

TAVOLA 40

**Persone di 14 anni e più che non usano Internet per giudizio sulle risorse economiche della famiglia e ripartizione geografica. Anno 2013 (valori percentuali).**

| RIPARTIZIONE GEOGRAFICA | GIUDIZIO SULLE RISORSE ECONOMICHE DELLA FAMIGLIA |        |          |        |                         | Totale |
|-------------------------|--|--------|----------|--------|-------------------------|--------|
|                         | Non indicato                                     | Ottime | Adeguate | Scarse | Del tutto insufficienti |        |
| Nord-ovest              | 0,5  | 0,7    | 46,8     | 45,6   | 6,4                     | 100,0  |
| Nord-est                | 0,4  | 0,9    | 49,2     | 43,8   | 5,7                     | 100,0  |
| Centro                  | 1,1  | 0,8    | 42,1     | 48,4   | 7,6                     | 100,0  |
| Sud                     | 0,7  | 0,2    | 32,3     | 52,4   | 14,3                    | 100,0  |
| Isole                   | 1,0  | 0,3    | 31,7     | 54,0   | 13,0                    | 100,0  |
| Italia                  | 0,7  | 0,6    | 40,5     | 48,8   | 9,5                     | 100,0  |

Se l'analisi dello specifico contesto dei non utenti ci restituisce un quadro che non si può definire negativo nel suo complesso, alcuni elementi di ulteriore riflessione vengono tuttavia forniti dal confronto dei non utenti con gli utenti di Internet. Considerando infatti tutta la popolazione di 14 anni e più, le persone che utilizzano Internet tutti i giorni si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte, per tutti gli ambiti di vita considerati relativamente all'anno precedente, con frequenze significativamente più alte rispetto alle persone che non utilizzano Internet (grafico 62).

GRAFICO 62

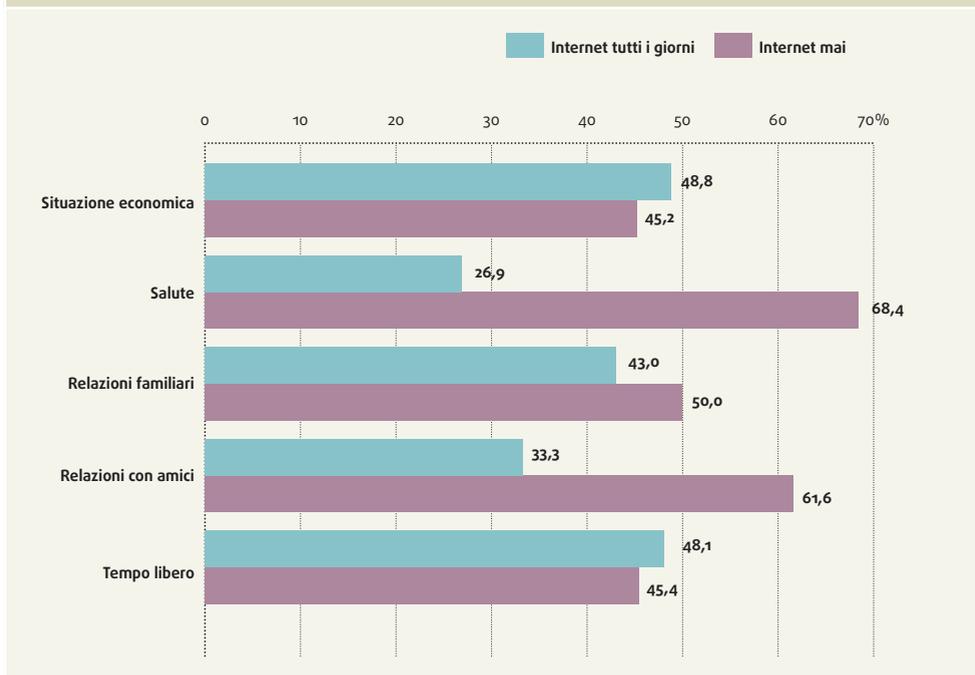
**Persone di 14 anni e più che usano Internet tutti i giorni e che non hanno mai usato Internet che si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte relativamente ad alcuni ambiti di vita per l'anno trascorso. Anno 2013 (valori percentuali).**



Nel dichiararsi poco o per niente soddisfatti (grafico 63), i non utenti sembrano essere meno critici degli utenti relativamente alla situazione economica (45,8% contro 48,8%) e il tempo libero, del quale gli utenti si dichiarano insoddisfatti nel 48,1% dei casi, contro il 45,4% dei non utenti della Rete. L'insoddisfazione verso la propria salute, così come verso le relazioni con gli amici vede invece i valori espressi dai non utenti superare di gran lunga le percentuali degli utenti di Internet: per la propria salute è insoddisfatto il 68,4% dei non utenti contro il 26,9% degli utenti, mentre le relazioni con gli amici lasciano insoddisfatto il 61,6% dei non utenti contro il 33,3% degli utenti. Dati, questi, che sembrano confermare quanto già evidenziato in precedenza e che ci restituiscono l'immagine di una popolazione di non utenti, nel suo complesso, anziana e meno colta e con una vita di relazione più limitata rispetto alla più giovane e attiva popolazione degli utenti di Internet.

GRAFICO 63

**Persone di 14 anni e più che usano Internet tutti i giorni e che non hanno mai usato Internet che si dichiarano poco o per niente soddisfatti relativamente ad alcuni ambiti di vita per l'anno trascorso. Anno 2013 (valori percentuali).**



## I FATTORI CHE SPINGONO AL NON UTILIZZO DI INTERNET

L'applicazione di un modello log-lineare ai dati sui non utenti di Internet permette di superare la visione tendenzialmente frammentaria che accompagna la lettura delle tabelle di frequenza tradizionali, fornendo uno sguardo d'insieme più organico sulle relazioni tra i diversi fattori che concorrono a determinare il mancato utilizzo delle nuove tecnologie e la mancata partecipazione al Web.

Così come già proposto per l'analisi degli utenti di Internet, poiché gli aspetti anagrafici risultano assolutamente predominanti nella caratterizzazione dei comportamenti e l'età degli individui tende a condizionare e sovrastare ogni relazione con le altre variabili, per poter tenere sotto controllo tale fattore ed evitare di proporre una lettura basata su relazioni spurie - di fatto indirettamente riconducibili all'effetto dell'età dei soggetti osservati - si è ritenuto opportuno replicare l'analisi log-lineare per sotto-gruppi appartenenti alle diverse classi di età.

Il modello log-lineare è stato quindi applicato a sub-popolazioni definite come "generazioni di coetanei" rispetto al non utilizzo delle ICT, per le quali la struttura dei comportamenti osservati e di conseguenza la struttura delle relazioni tra le variabili considerate non appare banalmente riconducibile a radicali differenze di età.

In particolare la popolazione osservata, composta dalle persone che hanno dichiarato

di non utilizzare Internet, è stata segmentata e ripartita in quattro classi di età: i giovani con una età compresa tra i 19 ed i 34 anni, gli adulti tra i 35 ed i 54 anni, le persone più mature tra i 55 anni ed i 64 anni e quelle più anziane con 65 anni e oltre.

Nell'analisi multivariata è stato incluso un set di variabili considerate maggiormente significative, selezionate per individuare quali siano, tra tutte quelle potenzialmente rilevanti, le principali determinanti del mancato utilizzo di Internet e la matrice della mancata partecipazione al Web.

Nella selezione delle variabili si è cercato di pervenire al più semplice modello compatibile con i dati disponibili e nel contempo di attenersi ad un criterio di parsimonia, assumendo che un modello di analisi multivariata log-lineare è considerato parsimonioso, e quindi presumibilmente più efficiente, "quanti meno parametri prende in considerazione, cioè tanto più è semplice la rappresentazione dei dati che propone" (Martire, 2012).

L'individuazione e la scelta delle variabili incluse nel modello sono state basate sulle conoscenze pregresse del fenomeno e su ipotesi interpretative di natura teorica, formulate a partire dalla lettura dei dati descrittivi illustrati nei paragrafi precedenti, sperimentando e testando via via diverse soluzioni di inclusione dei parametri e aumentando progressivamente la complessità del modello, fino ad arrivare alla composizione ritenuta ottimale.

La variabile dipendente (il non utilizzo di Internet) è stata messa in relazione alle seguenti variabili indipendenti (o predittori):

- Sesso
- Ripartizione territoriale di residenza
- Titolo di studio
- Giudizio sulla situazione economica della propria famiglia (proxy del reddito)
- Condizione occupazionale
- Professione
- Partecipazione culturale (definita come svolgimento di almeno 3 attività culturali tra teatro, cinema, libri, concerti, ecc.)
- Partecipazione politica (almeno 1 attività in partiti, sindacati, associazioni, volontariato, ecc.)
- Interesse per la politica
- Soddisfazione per la vita nel suo complesso (situazione economica, relazioni con gli amici, tempo libero, ecc.)
- Pratica sportiva (continuativa o saltuaria).

Di seguito sono presentati gli output delle regressioni logistiche effettuate separatamente per le quattro classi di età considerate.

La prima classe (19-34 anni) raccoglie le persone che appartengono a una generazione che sta vivendo o ha vissuto gli anni formativi della giovinezza in una realtà altamente

tecnologica, in simbiosi con le nuove tecnologie digitali, cresciuta in un paesaggio popolato da una varietà di supporti elettronici personali e portatili e di schermi interattivi, strumenti diventati già di uso comune, ampiamente diffusi e generalmente accessibili, che hanno plasmato il modo di conoscere, di relazionarsi con la realtà e di comunicare, rendendo il “virtuale” un’esperienza altrettanto reale della realtà fisica che si esperisce in presenza. Tali soggetti (pari al 12,5% del totale dei coetanei), pur dichiarando di non usare Internet, appartengono a una generazione che non ha dovuto imparare a usare e convivere con le nuove tecnologie, poiché generalmente - per la larga maggioranza - le ICT rappresentano una routine quotidiana, un’abitudine, una naturale condizione ambientale, e l’acquisizione delle competenze avviene per “familiarità”, cioè più attraverso un processo di ambientamento e di adattamento (“get used to it”) che attraverso un’attività di apprendimento formale.

I dati elaborati attraverso il modello log-lineare per tale classe di età indicano che le variabili indipendenti utilizzate nel modello spiegano il 40% della varianza della variabile dipendente “Non utilizzo di Internet”. Si tratta della classe di età con il valore del coefficiente Pseudo R-quadrato (Indice di Nagelkerke) più contenuto rispetto alle altre; peraltro, esso risulta tendenzialmente crescente al crescere dell’età<sup>24</sup>.

Nell’analizzare la struttura delle correlazioni, il coefficiente di regressione  $\beta$  può essere considerato una stima della forza della relazione tra la variabile dipendente (“Non utilizzo di Internet”) e ciascuna modalità della variabile indipendente cui essa è collegata, al netto delle relazioni con le altre variabili indipendenti. La modalità che presenta il valore di  $\beta$  più alto è, quindi, quella che ha la relazione più stretta con la variabile dipendente<sup>25</sup>.

Il grafico 64 riporta i valori degli Odds ratio massimi fra tutte le modalità di ciascuna variabile<sup>26</sup>. Nel grafico, quanto più alto è tale valore, tanto più elevato è l’impatto della modalità considerata nel predire il non utilizzo di Internet.

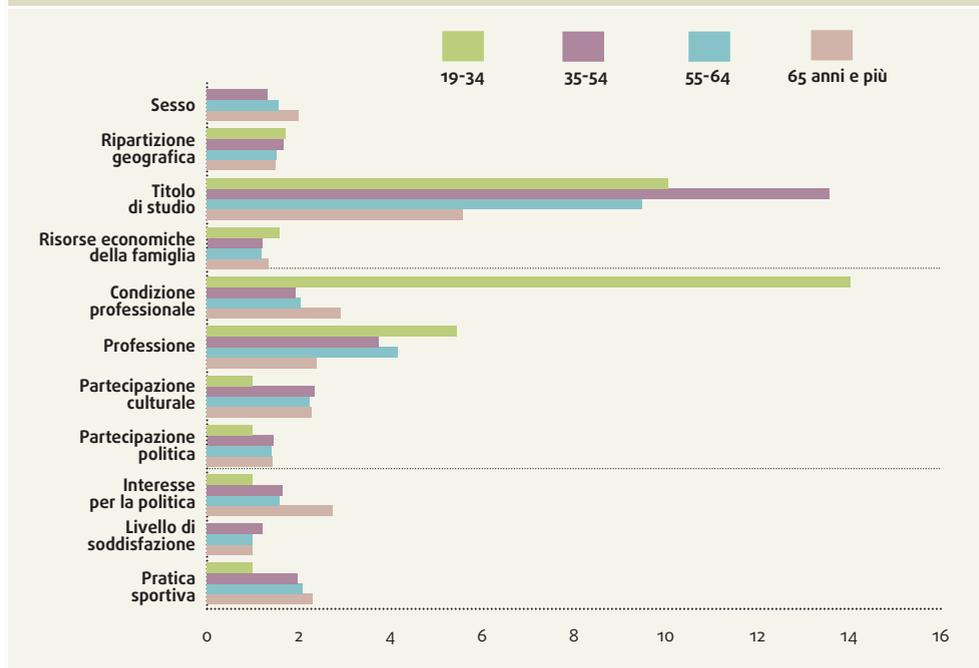
24. L’indice di Nagelkerke è, infatti, pari a 46%, 53% e 49% rispettivamente per le classi di età 35-53 anni, 55-64 anni e 65 anni e più. L’indice pseudo-R<sup>2</sup> di Nagelkerke è un indice di verosimiglianza che misura la bontà di adattamento del modello e viene standardizzato in modo da assumere il valore massimo pari a 1: tanto più grande è il valore dell’indice, tanto più i valori predetti dal modello si approssimano a quelli osservati.

25. Per fornire una più efficace lettura della struttura delle correlazioni, per ciascuna modalità delle variabili considerate sono calcolati i valori di coefficienti come  $Exp(\beta)$ . Dal momento che la funzione logistica che lega la variabile dipendente a quelle indipendenti è di tipo logaritmico, quando  $\beta$  è uguale a 0, il valore di  $Exp(\beta)$  è uguale a 1 e indica un effetto nullo. Più  $Exp(\beta)$  è prossimo all’unità, più debole è l’associazione della modalità della variabile indipendente considerata sulla variabile dipendente. Per ogni coefficiente  $Exp(\beta)$  è riportato anche il rispettivo intervallo di confidenza al 95%, che costituisce una misura dell’incertezza della stima. Più è ampio l’intervallo, maggiore deve essere la prudenza nell’interpretare i risultati. Se l’intervallo contiene il valore 1 sussiste una incertezza addirittura sulla direzione dell’effetto stimato.

26. Posta uguale a  $p$  la probabilità di essere non utente di Internet, l’Odds ratio di ciascuna modalità di una data variabile è dato dal rapporto fra  $p/(1-p)$  (categoria considerata) e  $p/(1-p)$  (categoria di riferimento).

GRAFICO 64

Valori degli *odds ratio* massimi fra le modalità delle variabili indipendenti (predittori) per classi di età. Dati al 2013.



Per i giovani tra i 19 ed i 34 anni, si osserva che la condizione di “Non utente di Internet” è associata in modo inversamente proporzionale al titolo di studio dei rispondenti. Esprimendosi in termini di probabilità, si potrebbe dire che il minore livello di istruzione aumenta il rischio di essere non utente di Internet (con un rapporto di 10 a 1 tra il valore degli Odds ratio dei giovani che dispongono al più della licenza elementare e quello dei giovani laureati). Inoltre, i giovani in corso di studi mostrano una propensione molto inferiore al “Non utilizzo di Internet” e quindi un minore rischio di marginalità nella fruizione delle tecnologie digitali rispetto ai loro coetanei già usciti dal percorso formativo e già inseriti nel mondo del lavoro o in cerca di una occupazione nonché rispetto ai giovani inattivi.

In generale, le condizioni sociali individuali (titolo di studio e condizione professionale) spiegano in modo significativo la minore propensione verso l’utilizzo delle ICT da parte dei giovani e dimostrano una capacità esplicativa decisamente superiore alle variabili socio-culturali.

Anche la ripartizione di residenza gioca un ruolo importante, dal momento che i giovani del Mezzogiorno hanno il 70% in più di possibilità di essere non utenti di Internet rispetto ai loro coetanei del Nord e del Centro (i valori dei coefficienti  $\text{Exp } \beta$  sono pari rispettivamente a 1, 1,19 e 1,72 per Nord, Centro e Mezzogiorno).

I dati presentati mostrano come lo status di «Non utente» sia anche un indicatore di esclusione sociale e culturale dal momento che i non utenti sono caratterizzati da:

- minor grado di partecipazione alle attività culturali
- minor grado di partecipazione alle attività sociali e politiche
- minore interesse per la politica
- minore pratica di attività sportiva.

Con riferimento ai giovani, la minore vitalità e iniziativa sul piano sociale, culturale e politico tendono ad associarsi ad una minore propensione verso le ICT e coloro che sono meno attivi culturalmente o sportivamente e meno interessati e impegnati politicamente dimostrano minore propensione all'utilizzo di Internet.

Al contrario, il fatto di non frequentare Internet non appare correlato in misura significativa al grado di soddisfazione complessivo espresso dai giovani nei confronti della propria vita, considerando le valutazioni della situazione economica della propria famiglia di appartenenza, delle relazioni con gli amici, dell'attività di studio o lavoro svolta e della qualità della vita nel suo insieme.

Le due classi di età che comprendono rispettivamente gli adulti tra i 35 ed i 54 anni (28,0% di non utenti) e tra i 55 ed i 64 anni (51,6% di non utenti) tendono a presentare caratteristiche e comportamenti analoghi tra loro. Per questi due segmenti della popolazione il modello di analisi delle correlazioni spiega il 46% e rispettivamente il 53% dell'eterogeneità della variabile dipendente "Non utilizzo di Internet".

Le variabili che risultano maggiormente correlate con il mancato utilizzo di Internet sono:

- il titolo di studio
- la professione
- il grado di partecipazione ad attività culturali e sportive.

Se, da un lato, come osservato per i più giovani, la distribuzione territoriale si conferma come un fattore che influisce in modo sostanziale sulla propensione all'utilizzo di Internet anche per gli adulti e i coefficienti prodotti dal modello log-lineare comprovano la correlazione positiva con il titolo di studio, dall'altro, mentre per i più giovani la distinzione di genere non risulta rilevante, per gli adulti la variabile sesso contribuisce a spiegare in misura significativa il non utilizzo di Internet, indicando le donne tendenzialmente meno attive nella fruizione digitale rispetto agli uomini (il valore dei coefficienti per le femmine delle classi di età 35-54 anni e 55-64 anni è pari rispettivamente a 1,33 e 1,57, contro il valore pari a 1 dei maschi).

Inoltre, le condizioni economiche familiari percepite appaiono meno rilevanti per gli adulti rispetto a quanto osservato per i più giovani, e assumono per i primi un'importanza ancora più contenuta come determinante del mancato utilizzo delle ICT (il valore del test Chi-quadrato, pari a 21,0 per i giovani di 19-34 anni, scende a 12,8 per la classe di età 35-54 anni e 4,8 per la classe di età 55-64 anni).

Se la disponibilità finanziaria e il livello economico percepito non risultano fattori fondamentali, al contrario la professione svolta appare correlata in modo significativo con la propensione verso le ICT. Passando dalla macro categoria professionale dei dirigenti,

degli imprenditori, dei quadri e dei liberi professionisti a quella degli impiegati e poi degli operai, la propensione a non utilizzare Internet tende ad aumentare, per assumere in proporzione la massima rilevanza nel caso delle persone che non hanno mai lavorato, che ci riferisca sia agli individui in età attiva tra i 35 ed i 54 anni che a quelli tra i 55 ed i 64 anni.

Infine, l'attività digitale risulta associata ad una più generale attività culturale, dal momento che, con riferimento ad entrambe le classi di età, il coefficiente Exp ( $\beta$ ) corrispondente alle persone maggiormente coinvolte in forme di fruizione culturale assume un valore dimezzato<sup>27</sup> rispetto a quello degli individui con una partecipazione culturale più modesta.

Le persone appartenenti alla classe di età più anziana, sono state considerate separatamente, in quanto, avendo avuto minori opportunità di alfabetizzazione digitale, presentano a ragione dell'età più avanzata, una minore propensione verso l'innovazione tecnologica e un rischio più elevato di esclusione dai benefici prodotti dalle tecnologie informatiche. L'esigenza di considerarli un target specifico è giustificata inoltre dal fatto che anche le loro caratteristiche socio-demografiche, essendo fortemente correlate con l'età, appaiono sostanzialmente diverse da quelle del resto della popolazione.

D'altra parte, occorre considerare che si tratta di un target consistente in termini quantitativi, che merita politiche di intervento adeguate, dal momento che i processi di invecchiamento della popolazione italiana hanno modificato in modo radicale e repentino la composizione demografica del paese. Oggi infatti le persone di oltre 65 anni sono 12,6 milioni, rappresentano oltre un quinto (21,2%) della popolazione italiana e, soprattutto nei piccoli comuni più isolati, costituiscono una quota assolutamente rilevante degli abitanti residenti.

Con riferimento alla popolazione più anziana, all'interno della quale i non utenti rappresentano la larga maggioranza (85,6% degli over 65), il modello statistico utilizzato mostra che i fattori che condizionano la propensione all'utilizzo di Internet sono da ricondurre soprattutto al livello d'istruzione, al grado di partecipazione ad attività culturali e sportive, all'interesse per la politica e al genere.

Il titolo di studio, in particolare, è l'aspetto che risulta associato in maniera più robusta all'utilizzo delle nuove tecnologie e le persone anziane con un livello di istruzione inferiore tendono a mostrare un rischio di esclusione dalle tecnologie digitali in proporzione maggiore.

Una correlazione diretta si riscontra inoltre con le variabili che descrivono la condizione di maggiore o minore vitalità sul piano fisico e culturale da parte della popolazione over 65. Infatti, le persone che si dichiarano più attive e hanno indicato il coinvolgimento in forme di fruizione culturale o di partecipazione sportiva si dimostrano tendenzialmente più disponibili e permeabili nei confronti delle nuove tecnologie.

27. Si ricorda che la variabile di uscita della regressione è il non utilizzo di Internet.

Tale osservazione rende evidente come nella progettazione di politiche di inclusione e coinvolgimento delle fasce più deboli e marginali rispetto alla fruizione delle nuove tecnologie digitali sia necessario tenere in attenta considerazione i vari segmenti e prendere coscienza che i fattori di svantaggio di carattere anagrafico tendono a sommarsi a quelli sociali e culturali, ancor più che a quelli economici.

Le analisi sui non utenti, condotte anche attraverso l'uso della tecnica statistica della regressione logistica, hanno fatto emergere le seguenti evidenze principali:

- sebbene i non utenti di Internet siano diminuiti nel tempo (passando dal 54,8% del 2008 al 40,7% del 2013), l'Italia si posiziona ai primi posti nei confronti internazionali, con valori molto al di sopra della media europea;
- seppur si registri una diminuzione dei non utenti per tutte le classi di età, questa è tuttavia più lenta tra gli anziani; le percentuali dei non utenti di 65 anni e più passano dal 91,8% del 2008 all'85,6% del 2013: una riduzione di 6,2 punti percentuali a fronte di una riduzione complessiva di ben 14,1 punti;
- l'andamento per genere mostra che le percentuali della non utenza femminile sono molto più alte rispetto a quelle degli uomini, ma le differenze si vanno assottigliando;
- il confronto tra la partecipazione ad attività culturali, politiche e sociali di chi utilizza Internet e di chi non lo utilizza fa registrare una distanza notevole in quasi tutte le attività considerate, a vantaggio degli utilizzatori. Alcuni esempi:
  - il 24,3% dei non utenti ha letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi precedenti la rilevazione, contro il 58,4% degli utenti forti;
  - il 6,0% dei non utenti è andato al cinema almeno 4 volte negli ultimi 12 mesi precedenti la rilevazione, contro il 31,8% degli utenti forti;
  - il 9,6% dei non utenti ha visitato almeno una volta un museo negli ultimi 12 mesi precedenti la rilevazione, contro il 39,1% degli utenti forti;
- in tutte le classi d'età, le condizioni più svantaggiate, in termini di titolo di studio e condizione professionale, spiegano in modo prevalente la minor propensione verso la Rete, dimostrando una capacità esplicativa decisamente superiore rispetto alle altre variabili socio-culturali considerate;
- lo status di "non utente" viene pertanto a delinearci come un indicatore di esclusione sociale e culturale, dal momento che i non utenti risultano caratterizzati da:
  - minor grado di partecipazione alle attività culturali, sociali e politiche;
  - minore interesse per la politica;
  - minore pratica di attività sportiva.



## CONCLUSIONI

Sono pochi o tanti, in Italia, gli utilizzatori di Internet? Fino a che punto vengono utilizzate le potenzialità della Rete? Quali azioni specifiche sarebbero necessarie per diffonderne maggiormente l'uso nella società italiana?

La ricerca ha fornito alcune risposte a questi interrogativi.

Di fronte a Internet la popolazione si divide principalmente in tre categorie: utenti forti, utenti deboli e non utenti, individuati e caratterizzati in un contesto che vede l'Italia molto al di sotto della media UE-27 per tasso d'uso di Internet e a distanza notevole dai principali Paesi europei (Germania, Inghilterra, Francia). Siamo al terz'ultimo posto per la percentuale di utilizzatori e, specularmente, al quarto per la percentuale di non utilizzatori; al ventunesimo posto per tasso di accesso a Internet da casa. Fra il 2005 e il 2013, l'Italia ha ridotto il gap (che resta comunque assai significativo) con i paesi a maggiore diffusione di Internet; ma occorre considerare che questi sono giunti ormai quasi a saturazione. Il divario si è invece ampliato con gli altri paesi e, in qualche caso, l'Italia è stata scavalcata.

L'età è la variabile che segna il solco più profondo fra utenti e non utenti di Internet; all'interno di ciascuna classe di età risultano rilevanti, in primo luogo, il titolo di studio, seguito per importanza dalla condizione professionale e dal territorio di residenza. In particolare, negli ultimi anni, si è accentuata la distanza fra le regioni del Centro Nord e quelle del Sud riguardo ai tassi di utilizzo.

Gli utilizzatori di Internet sono caratterizzati complessivamente da bassi livelli di competenza, con ampie differenze fra di loro: si determina una situazione polarizzata tra utenti creativi, evoluti e sofisticati e quanti, pur navigando regolarmente, hanno competenze digitali ancora molto limitate.

In ogni caso, la rete Internet è usata soprattutto per attività informative e comunicative. I servizi ai quali si accede più frequentemente sono quelli bancari e turistici; gli acquisti online coinvolgono un terzo degli utenti mentre le attività più complesse, quali vendere merci e servizi o fruire di corsi online, sono svolte da una minoranza. Le basse percentuali di utilizzo del commercio elettronico e inoltre dei servizi online della Pubblica Amministrazione fanno comprendere che, sulla Rete, prevalgono le attività informative e comunicative che non richiedono competenze particolarmente elevate.

L'esame complessivo dei dati fa emergere cinque profili di uso della Rete.

Tra gli utenti forti emergono tre profili principali: i "digitali esperti" (individui di 35-54 anni, di istruzione elevata, di posizione professionale di successo, con risorse economiche giudicate adeguate, se non addirittura ottime), i "digitali per diletto" (prevalentemente nativi digitali, giovani di 14-34 anni, con elevate competenze digitali, che utilizzano la Rete oltre che per motivi di studio e di lavoro soprattutto per socializzare e condividere) e i "cittadini digitali" (che utilizzano la Rete alternando l'uso strumentale e quello ludico).

Tra gli utenti deboli si individuano due profili principali: i "primitivi digitali" (prevalentemente individui di 55-65 anni, poco scolarizzati, appartenenti a categorie socialmente ed economicamente svantaggiate quali inattivi, casalinghe, operai e apprendisti) e i "digital baby" (prevalentemente giovanissimi che muovono i primi passi sulla Rete e ne sfruttano poche potenzialità).

Sono ben 23,3 milioni gli italiani di 6 anni o più che non utilizzano la Rete, anche se l'analisi riferita alle famiglie dipinge un quadro meno cupo: le persone che vivono in nuclei in cui nessuno dei componenti usa Internet sono circa la metà, cioè 12,3 milioni. La presenza di dispositivi digitali in casa, la disponibilità di un accesso utilizzato da almeno un componente, il possesso di competenze minime per navigare da parte di un familiare rappresentano o potrebbero rappresentare fattori di inclusione rispetto alle nuove tecnologie. I veri esclusi digitali sono, dunque, proprio i 12,3 milioni di persone che vivono nelle 8 milioni di famiglie "marginali" dal punto di vista tecnologico. Queste sono caratterizzate dalla presenza prevalente di componenti con più di 55 anni, da una maggiore insoddisfazione riguardo alla propria situazione economica rispetto alle altre e dall'assenza di titoli di studio elevati fra i componenti; inoltre, sono concentrate nei comuni fino a 2.000 abitanti. Va considerato che un ragazzo su 5 di età compresa fra gli 11 e i 24 anni vive in queste famiglie: in termini assoluti si tratta di circa 426.000 ragazzi esclusi dalla Rete.

L'età consente di distinguere differenti segmenti anche nel caso dei non utenti. La classe di età 19-34 anni è composta da poco più di 1,3 milioni di persone, principalmente in possesso di un titolo di studio molto basso e fuori dal circuito formativo. Si tratta di individui che, pur appartenendo a una generazione che sta vivendo (o ha vissuto) gli anni di formazione scolastica in una realtà altamente tecnologica, risulta però impermeabile all'uso della Rete. Le due classi di età successive (35-54 anni e 55-64 anni) sono composte complessivamente da circa 9 milioni di persone e presentano caratteristiche (il titolo di studio e la professione risultano prevalentemente bassi) e comportamenti analoghi. Infine, la popolazione più anziana (65 anni e oltre) è quella con il maggior numero di non utenti: oltre 10,7 milioni di persone, prevalentemente con livello basso d'istruzione (per la maggior parte con la licenza elementare), scarso grado di partecipazione ad attività culturali e sportive, scarso o nullo interesse per la politica.

Tornando a riflettere sugli utenti di Internet, i dati testimoniano la differenza quasi antropologica che separa i giovani, gli studenti, i giovani occupati dal resto della popolazione italiana che usa la Rete assai più limitatamente.

Sui nativi digitali si sa molto (Ferri, 2011): le loro qualità migliori sono l'apertura e la curiosità verso il mondo; l'indipendenza e l'autonomia con la quale si rapportano alle tecnologie e affrontano compiti cognitivi anche molto complessi; la capacità di lavorare all'interno di gruppi di pari e di condividere obiettivi con altri; di ricercare, trovare e manipolare i contenuti sul web; di svolgere più compiti simultaneamente (multitasking).

D'altra parte, l'essere sempre più interattivi e connessi potrebbe portare i nativi digitali ad essere meno "profondi" nell'acquisire gli input informativi e nell'utilizzare i materiali di studio. Il multitasking, in particolare, li obbliga a sviluppare capacità di pensiero parallelo, per essere in grado di spostarsi rapidamente tra diversi flussi comunicativi, seguendo quasi contemporaneamente ciascuno di essi. E il pensiero parallelo può essere nemico dell'approfondimento; in questo senso alcuni studiosi (ad esempio: Carr, 2008 e Turkle, 2011) parlano di "perdita del pensiero profondo" a vantaggio di pensieri più superficiali.

I dati sui nativi digitali analizzati nel rapporto mostrano che le giovani generazioni hanno ormai superato in larghissima parte la barriera dell'accesso a Internet (si tratta in termini assoluti di circa 12 milioni di persone, l'80% del totale). È ancora presente una quota minoritaria ma consistente (ma lo sarà sempre meno in futuro) di giovani esclusi (in termini assoluti circa 470.000 unità nella classe di età 11-18 anni e circa 1,3 milioni nella classe di età 19-34 anni, per un totale di circa 2 milioni di persone) sui quali sarebbe opportuno avviare azioni di alfabetizzazione digitale nelle scuole, dalla materna all'università, e nel sistema della formazione professionale.

Si apre così il tema dell'uso di Internet all'interno dell'attività formativa. È tempo che gli operatori e i decisori istituzionali si interrogino sulla distanza che separa, e che tende ad aumentare, gli stili di progettazione e di produzione degli interventi formativi tradizionali dai nuovi modi di fruizione dell'informazione e di socializzazione ("cultura partecipativa") dei nativi digitali. C'è bisogno di una riflessione approfondita sulla natura e le caratteristiche di una didattica centrata sulla specificità della Rete rispetto alla riproposizione delle metodologie tradizionali, trasposte semplicemente in ambiente digitale.

Spostando l'attenzione sulle fasce centrali di età, gli "immigrati digitali" sono adulti, in gran parte autodidatti, che hanno conosciuto (o subito) l'avvento di Internet soprattutto nel luogo di lavoro, ma se ne servono anche nella vita quotidiana per prenotare viaggi, per svolgere operazioni bancarie o per scaricare moduli amministrativi dalla Rete. Essi conoscono le tecnologie, anche se non possiedono la familiarità di chi è cresciuto e vive insieme ad esse. Il loro numero, sommando utenti forti e deboli, ammonta a circa 15 milioni di persone. Ad essi si contrappongono circa 10 milioni di non utenti di Internet, facendo emergere una bipartizione di questo ampio segmento della popolazione italiana in età lavorativa "matura". Va infatti ricordato che, fra gli occupati, soltanto il 49% è un utente forte di Internet (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge il 70%); specularmente, quasi il 20% degli occupati non ha mai usato Internet e, se si aggiunge anche la quota degli ex utenti e degli utenti sporadici, si arriva a quasi il 30%. Sono dati interessanti: almeno un terzo degli occupati non si rapporta con la Rete nello svolgimento del suo lavoro.

Fra le persone in cerca di occupazione il 35% è utente forte di Internet (aggiungendo gli utenti deboli la quota raggiunge il 60%); risulta invece non utente di Internet il 30%, quota che diventa il 40% se aggiungiamo anche gli utenti sporadici e gli ex utenti. Anche questo è un dato interessante e, allo stesso tempo, preoccupante, perché testimonia che quasi il 40% delle persone in cerca di occupazione non ha alcuna conoscenza diretta di Internet, mentre le tecnologie dell'informazione e della comunicazione entrano prepotentemente nelle professioni e nei mestieri e nel tessuto produttivo competitivo. Si tratta in prevalenza di persone che vivono in famiglie con capo-famiglia occupato, con qualifica a basso reddito e spesso con figli e che segnalano, tra le cause principali del mancato utilizzo di Internet, il costo elevato sia degli strumenti sia del collegamento.

I dati suggeriscono dunque alle politiche pubbliche di promuovere un maggior uso di Internet nei contesti produttivi, sia di beni sia di servizi, e di attrezzare all'uso le persone in cerca di lavoro per aumentare le loro possibilità di occupazione. I due aspetti sono connessi poiché, durante la crisi economica iniziata nel 2008, il sistema produttivo e occupazionale italiano ha tenuto nei settori in cui l'uso di tecnologie, in particolare di quelle informatiche e di telecomunicazioni, era più intenso. Nonostante le difficoltà generali, infatti, una parte del tessuto imprenditoriale ha puntato proprio sull'uso efficace di Internet, per migliorare la qualità dei prodotti, la logistica e lo sviluppo di nuovi rapporti con le multinazionali (Istat 2013), sfruttando la "coda lunga" dell'economia di Internet per entrare in mercati di nicchia fino ad allora sconosciuti o non raggiungibili (Anderson, 2006). Le azioni di policy volte a promuovere l'uso della Rete sono quindi auspicabili sia nel segmento delle microimprese, anche sotto forma di incentivi, sia fra le persone in cerca di lavoro, promuovendo azioni di alfabetizzazione ad Internet all'interno del sistema di formazione professionale.

Da ultimo, va considerato che oltre 23 milioni di persone risultano attualmente escluse da Internet, circa il 40% della popolazione italiana con 6 anni o più, prevalentemente concentrate nella classe di età 65 anni e oltre. Uno sforzo importante di alfabetizzazione dovrebbe riguardare questo gruppo di persone, di cui però si sa ancora poco. La convinzione diffusa che gli "esclusi" da Internet siano in prevalenza anziani con basso grado di scolarizzazione corrisponde a verità. Sappiamo anche però che queste persone, sebbene escluse da Internet, non sono estranee alle tecnologie: usano cellulari, manovrano il proprio apparecchio televisivo e gli elettrodomestici mediante telecomandi. In altre parole, sono anch'essi "un po' digitali" (Bagnara et al., 2012). Se poi si considerano altri studi su questa classe di età (Delai, 2011), emerge che si tratta di persone sempre più autonome; che godono generalmente di una salute accettabile; forniscono aiuti significativi, in tempo e denaro, ai figli adulti e agli altri componenti della famiglia; accetterebbero di buon grado di lavorare. Sono, dunque, persone in grado di assumere le responsabilità che derivano dal prolungamento della propria vita, ovviamente in misura maggiore da parte di quelle che godono di buona salute e vivono in autonomia. Sebbene poche di esse dichiarino di possedere un personal computer o un collegamento a banda larga e di collegarsi saltuariamente a Internet, manifestano un interesse crescente verso le potenzialità della Rete, per acquisire informazioni e accedere ai servizi online. Per queste persone una alfabetizzazione digitale specifica, "nuova" nei contenuti e nei metodi, risulterebbe decisiva. In altri termini, trattandosi di persone poco scolarizzate, oc-

corre disegnare e realizzare interventi ad hoc, con modalità innovative, esaltando la dimensione sociale di Internet. Il ruolo svolto dai giovani (nipoti o scolari), dalle associazioni di volontariato e dai tutor in contesti formativi specifici rappresenta l'elemento determinante per l'efficacia degli interventi. La "rete sociale" diventa importante almeno quanto la "rete tecnologica" che, d'altra parte, ha immesso sul mercato strumenti di accesso alla Rete sempre meno costosi, più potenti e, soprattutto, più semplici, quasi quanto il televisore domestico.

Internet, in definitiva, riguarda una parte ancora troppo esigua della popolazione italiana, almeno in confronto con i principali paesi europei. L'andamento degli ultimi dieci anni restituisce uno scenario non incoraggiante: soltanto il segmento più evoluto degli utenti, gli utenti "forti" (19 milioni di persone, circa un italiano su tre di 6 anni o più) è pronto a svolgere attività complesse online. Le grandi capacità della Rete di attivare cambiamenti nelle modalità di produrre ed erogare beni e servizi sono ampiamente sottoutilizzate.

Sono ancora troppo pochi gli attori e i settori dell'offerta che hanno puntato decisamente sulla Rete. La Pubblica Amministrazione rimane purtroppo "il driver che non c'è": sono pochi i processi realmente digitalizzati nella scuola, nella sanità, nella giustizia, nell'assistenza agli anziani o ai soggetti più deboli e quelli che ci sono, molto spesso, non risultano utili. I dati lo registrano in modo chiaro. Attualmente, circa un terzo degli utenti di Internet, in particolare gli utenti forti, si connette online con le amministrazioni pubbliche: rispetto al 2008 il loro numero assoluto è rimasto pressoché costante, mentre in termini relativi si è verificata una caduta di circa il 30%, più marcata fra gli utenti deboli (circa il 40%). Più di un utente su tre riscontra problemi nell'interazione online: il 36% ha trovato le informazioni fornite poco chiare, insufficienti e non aggiornate, il 28% ha denunciato problemi tecnici dei siti, il 20% la mancanza di un servizio di assistenza online o offline. Percentuali analoghe si riscontrano anche tra gli utenti forti, cosicché si deve ritenere che le carenze risiedano proprio sul versante dell'offerta.

D'altronde, anche il commercio elettronico presenta bassi livelli di utilizzo, sia per le relazioni fra imprese sia per i rapporti con i clienti. I dati comunicati ad Eurostat (2014) mostrano che in Italia soltanto il 20% delle persone di 6 anni o più ha effettuato acquisti online negli ultimi 12 mesi, 20 punti percentuali al di sotto della media UE-27 e oltre 33 punti percentuali in meno rispetto ai paesi UE-15. Le differenze con quelli del Nord Europa sono clamorose: in Gran Bretagna e Danimarca la percentuale di acquirenti online risulta 77%, in Svezia e Norvegia 73%, in Germania e Olanda 69%, in Finlandia 65%. Dal lato delle imprese, i dati Eurostat mostrano che il valore delle vendite online in Italia ammonta al 7,2% del fatturato complessivo, 10 punti percentuali in meno dalla media dei Paesi UE-27, con differenze particolarmente consistenti rispetto a Danimarca (27%), Norvegia (25%), Svezia e Islanda (24%), Germania (22%) e Gran Bretagna (19%). Il dato già richiamato che un occupato su tre non usa Internet dà conto, su un versante diverso, della difficoltà delle imprese ad innovare attraverso le tecnologie informatiche e di telecomunicazioni.

Eppure, quando i servizi in Rete funzionano davvero, la domanda sembra rispondere positivamente: basti pensare al già richiamato settore turistico dove, all'aumento dei siti specializzati nell'organizzazione di viaggi e vacanze è corrisposto quello esponen-

ziale del numero di persone che definiscono in Rete trasporto, pernottamento, noleggio autoveicoli in loco, prenotazione di attività culturali e di svago. Anche in Italia, ormai, lo fa circa il 42% degli utenti di Internet cui però corrisponde un più modesto 20,8% della popolazione complessiva.

Il basso tasso di penetrazione dei servizi online su tutta la popolazione è strettamente legato al perdurare del digital divide nella popolazione. Come è stato mostrato nel corso del rapporto, infatti, sono ancora presenti profonde disparità nella popolazione italiana nel suo complesso, anche e soprattutto di carattere culturale, causate anche dalle forti differenze di competenze digitali tra la popolazione più giovane (adolescenti e giovani adulti) e le fasce più mature della società. Oltre all'età, il divario culturale viene alimentato in misura minore da altri fattori demografici e sociali: il titolo di studio (con il diploma di scuola superiore a fare da spartiacque), la condizione professionale (attivi vs. inattivi), la posizione professionale (professioni alte vs professioni più basse nella scala gerarchica), il sesso (il cui peso cresce con il crescere dell'età) e la regione di residenza (regioni del Centro-Nord vs. Sud).

Il quadro riflette, come tanti fenomeni socio-economici e culturali, l'immagine di un'Italia divisa in due, in cui l'uso della Rete da parte di alcuni non fa che allargare il divario tra i cittadini più attivi e quelli più marginali nella società, producendo un'accelerazione nella direzione dell'esclusione sociale di questi ultimi. I dati analizzati nel rapporto, infatti, mostrano come le persone che utilizzano più frequentemente la Rete e svolgono un maggior numero di attività online risultano anche più attive fuori dal mondo virtuale: non è stato riscontrato insomma, come si sarebbe potuto ipotizzare un "effetto sostituzione" delle attività reali con quelle virtuali. Al contrario, è emerso semmai un effetto sinergico della Rete con le attività di partecipazione dei cittadini alla vita associativa, ricreativa, politica e culturale.

Va inoltre osservato che si è riscontrata una significativa funzione di "recupero" da parte della Rete: nelle fasce d'età più giovani le opportunità che essa fornisce vengono colte da un numero elevato di persone indipendentemente dal titolo di studio e dalla condizione e posizione occupazionale. Grazie a questa capacità di recuperare segmenti della popolazione altrimenti esclusi, Internet potrebbe dunque costituire un importante strumento di inclusione sociale per i soggetti più deboli di giovane età.

Pare dunque profilarsi in modo chiaro il senso della sfida per il prossimo futuro: coinvolgere porzioni sempre più ampie della società nell'uso attivo della Rete, innervando maggiormente il tessuto sociale di un'innovazione che appare, allo stesso tempo, tecnologica, organizzativa e culturale. Ne discende la necessità di un'azione congiunta e coordinata tanto degli attori della domanda (associazioni di cittadini, imprese, professionisti) quanto di quelli dell'offerta (gestori delle reti di telecomunicazioni, aggregatori e fornitori di contenuti, istituzioni). Una tale azione dovrebbe partire da un'analisi profonda dei diversi segmenti che la tecnologia scava nella società italiana e che il presente Rapporto ha cercato di fotografare. Analizzare, per ciascuno di essi, i loro bisogni, progettare servizi utili e dal facile utilizzo, sperimentare le soluzioni più innovative e replicare i casi di successo sembrano ormai passi irrinunciabili da compiere in questa direzione.

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Anderson, C. (2006), *The long tail*, New York, Hyperion Books.
- Bagnara, S., Pelagalli, F., Matarazzo, G. (2012), Gli effetti della convergenza sulla domanda di servizi interattivi, in Matarazzo, G. (2012) (a cura di), *Televisione e Internet. Modalità di fruizione e comportamenti d'uso verso la convergenza fra "mondo broadcast" e "mondo Internet"*, Rapporto di ricerca, Roma, Fondazione Ugo Bordoni.
- Carr, N. (2010), *The shallows: What the Internet is doing to our brains*, New York, Norton.
- Cho, C.M., (2004) *How to measure the Digital Divide?*, ITU/KADO Symposium on Building Digital Bridges, Busan, Rep. of Korea, 10-11 September.
- Delai, N. (2011), *Internet over60. Le tecnologie digitali per la popolazione matura*, Milano, Franco Angeli.
- Eurostat, Information Society Statistics, anni 2005-2013.
- Ferri, P., (2011), *Nativi digitali. Milano*, Bruno Mondadori.
- FUB (2012), *Teléma 2.0., Verso un paese realmente digitale: come recuperare gli esclusi dalla rete?*, Roma, Fondazione Ugo Bordoni.
- Istat (2013a), *Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nella pubblica amministrazione locale*, Anno 2012, Statistiche Report, 27 maggio
- Istat (2013b), *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, Internazionalizzazione delle imprese e performance, Temi. Letture statistiche, Roma
- Martire, F. (2012), *La regressione logistica e i modelli log-lineari nella ricerca sociale*, Franco Angeli, Milano.
- Mossberger, K., Tolbert, C.J., Stansbury, M., (2003), *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*, Georgetown University Press, Washington, DC.
- Parlamento Europeo (2006), Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18th December 2006 on key competences for lifelong learning. *Official Journal of the European Union*, 30 dicembre.
- Prensky, M., (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants*, On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October.
- Solomon, G., Allen, N. & Resta, P (eds.), (2003), *Toward digital equity. Bridging the divide education*, Allyn and Bacon, Boston MA.

- Turkle, S. (2011), *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*, New York, NY, Basic Books.
- Van Dijk, J. (2005), *The Deepening Divide Inequity in the Information Society*, Sage publication, London.
- Zuliani, A. (2012), "Il driver che non c'è", in *Teléma 2.0., Verso un paese realmente digitale: come recuperare gli esclusi dalla rete?*, Roma, Fondazione Ugo Bordoni.



Viale del Policlinico, 147  
00161 Roma  
TEL +39 06 5480 1  
FAX +39 06 5480 4400  
[www.fub.it](http://www.fub.it)



Via Cesare Balbo, 16  
00184 Roma  
TEL +39 06 46731  
[www.istat.it](http://www.istat.it)