



CENSIS



E-DEMOCRACY

Un'opportunità per tutti?

Roma, giugno 2004

INDICE

1. Considerazioni di sintesi	Pag.	1
1.1. E-democracy nuova frontiera della politica?	“	1
1.2. La partecipazione tradita	“	3
2. La deriva autoreferenziale della PA	“	6
2.1. Accessibilità, dopo la legge è ancora un miraggio	“	8
3. I cittadini digitali	“	11
3.1. La domus tecnologica delle famiglie italiane	“	11
3.2. Il sapere tecnologico familiare: una risorsa importante per il divide generazionale	“	14
3.3. La deriva consumistica dei cittadini	“	18
3.4. Il popolo dei navigatori	“	21
3.5. Da internetnauta a cittadino digitale: l'utilizzo dei servizi della PA	“	30
4. Attenuare i divide: la sfida dei prossimi anni	“	37
4.1. Il divide geografico	“	38
4.2. Il divide generazionale	“	41
4.3. Il divide culturale	“	44
4.4. Il divide di genere	“	47
4.5. Il divide occupazionale	“	49
5. L'e-democracy quali potenzialità?	“	52
5.1. Democrazia elettronica e cultura della partecipazione	“	52
5.2. Il rating dell'e-democracy	“	58
5.3. La richiesta di multicanalità	“	67

1. CONSIDERAZIONI DI SINTESI

1.1. E-democracy nuova frontiera delle politiche?

L'utilizzo delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione per migliorare le performances, particolarmente basse, dei servizi pubblici, ha certamente rappresentato un supporto importante per il miglioramento del rapporto fra Stato e cittadino.

Il circuito virtuoso messo in atto con le politiche di e-government sta producendo una profonda ristrutturazione dei processi organizzativi e contribuisce ad accrescere la familiarità dei cittadini verso il computer e internet.

Dal fisco ai servizi locali, si sta compiendo – seppur con lentezza – il tentativo di traslare sulla rete adempimenti pubblici, particolarmente onerosi nella realtà italiana.

Certamente una tale trasformazione di tipo funzionale è parte di un sistema pubblico efficiente che ponga effettivamente cittadini e imprese nella condizione di rispettare le istituzioni e non essere limitato o addirittura ostacolato dagli obblighi burocratici.

C'è, purtroppo, un ruolo delle ICT ancora tutto da esplorare, che riguarda l'*interazione sociale* e la *partecipazione politica*. La deriva mediatica che investe sempre più la sfera politico-istituzionale, da un certo punto di vista amplifica e moltiplica la potenza di fuoco informativa ma non ha la possibilità di creare un vero e proprio circuito di comunicazione fra i portatori di interessi e coloro che se ne fanno leader.

In tutte le democrazie avanzate l'affermarsi di un accentuato individualismo delle opinioni e dei comportamenti non trova altro strumento di rappresentanza che nella generica adesione agli eventi mediatici.

Il funzionamento della democrazia comporta invece un "fluire" delle opinioni in modo interattivo, la creazione di circuiti comunitari basati su

valori condivisi, la possibilità di valutare gli esiti delle politiche annunciate e i meccanismi di funzionamento del potere.

Anche per tale ragione prende forma un interesse a sviluppare strumenti capaci non solo di minimizzare l'impegno dei cittadini ad assolvere gli obblighi imposti dalla convivenza civile ma, anche, di alimentare un circuito di *coinvolgimento* e *integrazione*. I due termini della e-democracy divengono quindi quelli di stimolare il cittadino a guardare con minor diffidenza e sfiducia le istituzioni e dall'altra parte a minimizzare le disuguaglianze e favorire l'inclusione sociale.

Sono molteplici gli strumenti cui le nuove tecnologie possono dare impulso, sia da un punto di vista strettamente funzionale che al fine di rendere più facile la realizzazione di processi complessi. Da tempo ci si cimenta nelle sperimentazioni del voto elettronico, prefigurando un maggiore utilizzo del giudizio personalizzato del singolo cittadino nel raggiungimento di specifiche decisioni che lo riguardano.

Altrettanto sperimentale e pur esistente è lo sviluppo di strumenti telematici in grado di amplificare la trasparenza dei processi decisionali nella Pubblica Amministrazione. Alla base della democrazia c'è infatti la governabilità ma anche il controllo sulla correttezza delle scelte che vengono operate da chi ha responsabilità istituzionali.

Ma la funzione strategica che potrà assumere l'e-democracy ha una portata ancora superiore. Infatti le relazioni biunivoche fra cittadino e istituzioni non sono sufficienti a identificare una democrazia compiuta. E' invece l'*ars associandi* il vero fondamento della pienezza democratica. Sono le relazioni che fanno comunità di interessi, di territorio, di impresa, multiculturale, di solidarietà, di reti sociali, ecc. le basi vere di una democrazia sempre più solitaria e individualista.

Proprio nell'Italia del frammento, che accentua la sua molecolarità quasi fosse un processo inarrestabile, favorire in ogni forma, anche quella virtuale, l'aggregazione e l'interazione non è solo utile ma sembra un passaggio che la politica non potrà a lungo eludere.

1.2. La partecipazione tradita

La pubblica amministrazione ha assunto una nuova centralità nella vita dei cittadini, delle famiglie e delle imprese, che non si esplicita semplicemente con le attività di erogazione dei servizi ma anche, e soprattutto, con la missione di favorire il miglioramento della qualità della convivenza.

Questo avvicinamento dello Stato alla società civile si è sostanziato sulla base di una dimensione prevalente, quella della prossimità: con il territorio, con le famiglie, con le autonomie funzionali e con il tessuto imprenditoriale. E' attraverso la pubblica amministrazione locale e con lo *sportello* territoriale, inteso come funzione e come metafora, che lo Stato assolve, con più o meno efficacia, alle funzioni che si è preposto, alimentando un tessuto di relazioni e di rapporti con il cittadino, costituito da reti corte e da legami forti.

In questo contesto, negli ultimi dieci anni, si è inserito il processo di modernizzazione della pubblica amministrazione, sostenuto dalla pervasività delle nuove tecnologie che hanno introdotto una nuova dimensione nei rapporti con il cittadino, quella della simultaneità. La pubblica amministrazione diventa, grazie alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, teoricamente sempre accessibile, ed in grado di offrire servizi e modalità di interazione e partecipazione dei cittadini alla vita pubblica, finora inediti. La prossimità non è solo territoriale ma diventa anche prossimità di interessi e di scopo, ed il tessuto relazionale si infittisce grazie alla possibilità di allungamento delle reti e dell'instaurazione di legami con popolazione ed *stakeholders* remoti. Ma qual è lo stato di tale processo? Le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie sono state colte da tutti?

Dal punto di vista dell'offerta, sostanzialmente tutte le pubbliche amministrazioni di medie e grandi dimensioni hanno un sito internet che viene utilizzato, però, prevalentemente, e quasi esclusivamente, per svolgere attività di comunicazione istituzionale. Poche amministrazioni erogano i servizi on line e, pochissime, propongono strumenti di partecipazione e di coinvolgimento dei cittadini. Eppure, la possibilità di avvicinare il cittadino all'attività istituzionale è stata una delle promesse che ha sostenuto e giustificato il ricorso massiccio, negli ultimi anni, alle nuove tecnologie. Non si tratta di prefigurare forme e strumenti di democrazia diretta, o di

mettere a punto soluzioni avanzate di voto elettronico, ma di adottare metodologie di partecipazione e processi decisionali inclusivi della popolazione nei confronti delle scelte che la pubblica amministrazione è tenuta a prendere.

I dati dell'OCID (l'Osservatorio delle Città Digitali della RUR) riportati nel testo testimoniano che tali processi fanno ancora parte delle intenzioni piuttosto che dell'azione concreta dei governi locali italiani. Non solo, analizzando le dinamiche che hanno portato alla veloce implementazione di strumenti di comunicazione digitale, le pubbliche amministrazioni locali tradiscono una decisa tendenza all'autoreferenzialità. Si comunica l'ente all'esterno, si progettano nuovi servizi e funzioni, spesso senza consultare coloro che ne sono i diretti destinatari. Pochi, ancora, i servizi di monitoraggio delle utenze come anche i processi di *customer satisfaction* adottati. Le esperienze completate di inclusione dei cittadini nei processi decisionali sono ben poche e, benché lungo tutto il territorio nazionale sia possibile isolare alcuni casi di eccellenza, sono poco frequentate e non sono risultate in grado di attivare un reale coinvolgimento dei destinatari.

Da questo punto di vista si è tornati indietro rispetto alle prime esperienze di reti civiche, presupposto e preconditione delle attività on line odierne, basate prevalentemente su forti logiche relazionali e supportate da strumenti interattivi in grado di migliorare la qualità della *civicness* sul proprio territorio, il senso di appartenenza e di partecipazione. Con il processo di istituzionalizzazione delle realtà telematiche locali, durato dalla seconda metà degli anni 90 fino ad oggi, gran parte delle reti civiche si sono trasformate in siti istituzionali, guadagnando in professionalità ed autorevolezza, ma perdendo quella capacità di fare *community*, di promuovere la partecipazione ed il coinvolgimento a livello locale.

Per scongiurare il rischio di autoreferenzialità e di ridurre le esperienze accumulate a semplici ricorrenze celebrative, è necessario creare le condizioni per ascoltare e valutare le attese, gli atteggiamenti e le propensioni degli utenti destinatari, in modo da poter tarare i dispositivi di inclusione e di partecipazione sui reali bisogni del territorio e, soprattutto, rimuovere le barriere e le difficoltà che impediscono la più ampia partecipazione dei cittadini.

Se a livello territoriale i dati scarseggiano, a livello nazionale ci vengono in aiuto i risultati dell'indagine che il Censis svolge ogni anno insieme a

Forum Pa, dai quali si evincono ritmi e modalità di crescita dei cittadini digitali italiani. Dal punto di vista meramente quantitativo gli utenti internet crescono con indubbia velocità: erano il 21,3% della popolazione sopra i 18 anni nel 2000, sono diventati il 32,1% nel 2003 per raggiungere la quota del 42,1% della popolazione nell'anno in corso. Tuttavia, le abitudini degli internauti italiani sono ancora lontane da quelle necessarie per l'interazione attiva con le pubbliche amministrazioni. L'utilizzo che si fa della rete, sia in generale che in riferimento alla pubblica amministrazione, è soprattutto, e quasi esclusivamente, legato alla ricerca di informazioni. Anche in termini di *desiderata*, gli utenti chiedono alla pubblica amministrazione soprattutto informazioni e servizi piuttosto che strumenti ed opportunità di partecipazione e di condivisione delle decisioni.

La mappa dell'esclusione segue logiche diverse per l'offerta e la domanda di servizi. I migliori siti on line si concentrano soprattutto nelle regioni del Centro-nord, mentre al Sud i cittadini si devono accontentare di servizi nettamente inferiori. La tecnologia, che avrebbe dovuto essere occasione di riscatto per i territori più deboli ed occasione di riduzione delle distanze, rischia, con i suoi costi, con la domanda di competenze e di capitale sociale che ne sostengono la diffusione, di diventare invece nuova occasione di esclusione e di marginalizzazione territoriale. Dal punto di vista della domanda, invece, la discriminazione abbandona la dimensione territoriale per concentrarsi su variabili di natura professionale e culturale. Tra gli esclusi da Internet, dai servizi on-line e dalle occasioni di partecipazione ai processi decisionali ci sono intere categorie, come i pensionati, le casalinghe, i non laureati.

Con queste dinamiche in atto, le esperienze di *e-democracy* non possono prescindere da una migliore comprensione dei meccanismi in grado di favorire o meno la partecipazione; non possono riferirsi ai facili automatismi che presuppongono che l'offerta di servizi sia in grado di generare spontaneamente una domanda di servizi avanzati ed evoluti; non possono, infine, prescindere dalla necessità di innalzare le competenze di tutti gli attori locali coinvolti.

Per raggiungere buoni livelli di efficacia *l'e-democracy* deve scaturire da processi più ampi di emancipazione del territorio, volti a migliorare la qualità della convivenza comune, passando attraverso l'infittirsi dei rapporti tra i soggetti attivi sul territorio.

2. LA DERIVA AUTOREFENZIALE DELLA PA

I servizi sono indubbiamente uno degli aspetti di maggior rilievo delle politiche di innovazione. Ma non bisogna perdere di vista l'obiettivo ultimo di queste politiche, ovvero il miglioramento della qualità del vivere comune. **I siti istituzionali, più o meno interattivi nell'erogare i servizi, sono e rimangono canali ad una via di comunicazione, non fanno comunità, non creano reti, né con il cittadino, né con gli altri soggetti sul territorio.** La visibilità delle relazioni sul territorio sul sito Internet, nella forma di sezione appositamente dedicata (4,9% dei casi) o di presentazione di un progetto condiviso (28,2% dei casi), è inferiore alle aspettative. Solo il 33% dei comuni descrive dinamiche relazionali con enti affini (tab. 1). Di maggiore visibilità godono le relazioni con soggetti non istituzionali, in oltre il 60% di siti provinciali e comunali. Questi spazi e i siti nel loro complesso rimangono contesti informativi senza attivare forme di dialogo tra gli utenti mediante strumenti interattivi atti a creare *community* on line. Per i siti istituzionali la pubblicazione di newsletter e strumenti di discussione è in crescita (tab. 2), tuttavia raramente questi hanno un obiettivo specifico, la partecipazione e gli argomenti di discussione sono spesso lasciati alla libera iniziativa.

Tab. 1 – Cooperazioni e relazioni esplicite con altri enti in regioni e enti locali (v.a. e val%)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Comuni non capoluogo	
	Sezioni dedicate v.a.	Progetti comuni v.a.	Sezioni dedicate %	Progetti comuni %	Sezioni dedicate %	Progetti comuni %	Sezioni dedicate %	Progetti comuni %
Regioni	2	7	6,9	32,4	9,7	23,3	1,0	15,4
Province	3	10	3,9	23,5	2,9	26,2	1,7	11,4
Comuni	2	11	7,8	46,1	4,9	28,2	3,0	18,4
Camere di commercio	-	7	6,9	22,5	2,9	12,6	-	3,7
ASL	7	5	7,8	19,6	7,8	13,6	0,3	4,3
Università	2	10	5,9	24,5	11,7	18,4	0,3	2,0
Soggetti non istituzionali	8	8	19,6	44,1	25,2	36,9	4,3	33,1

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004

Tab. 2 – Strumenti utili alla creazione di community on line in regioni e enti locali (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Comuni non capoluogo	
	v.a.		%		%		%	
	2002	2004	2002	2004	2002	2004	2002	2004
Esistenza di una procedura di registrazione utente	3	11	19,0	21,5	18,6	31,1	n.d.	3,0
Discussione in rete tipo forum o chat (su contenuti non istituzionali)	1	5	8,0	27,5	10,8	25,2	n.d.	14,4
Pubblicazione di newsletter e/o mailing list	12	12	25,0	37,3	23,5	35,9	n.d.	18,1

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004

Sarebbe interessante domandarsi quanti siano gli enti che sviluppano un servizio a seguito o contestualmente ad un monitoraggio sulla qualità, ad una indagine circa la soddisfazione dei cittadini o al frutto di un dibattito con gli stakeholder. Internet rivela il suo grande valore quando viene utilizzato a fini di interazione e cooperazione e conoscenza diretta della comunità degli utenti. Questa è invece una realtà trascurata dagli enti, non abituati ad aprirsi a nuove forme di dialogo sul territorio e colpevoli di una autoreferenzialità che nega l'acquisizione del punto di vista altrui in fase di progettazione, di attuazione e di valutazione delle politiche. La progettualità condivisa, la crescita della conoscenza e delle competenze diffuse dovrebbero invece rappresentare un obiettivo primario. I progetti che la PA porta avanti senza l'ascolto di utenti e stakeholder rischiano di fallire per mancanza di visione e previsione. **L'e-government non può esprimere pienamente la sua potenzialità se non in accordo con politiche di governance**, in grado di coinvolgere quel network di soggetti che definiscono un territorio, vi investono e interagiscono.

Un campo su cui si stanno avviando sperimentazioni è quello relativo a scelte tecnologiche come l'open source. La scelta di orientarsi all'open source viene talvolta assunta da parte delle PA come occasione di investire nella crescita di competenze sul territorio piuttosto che nell'acquisto di

licenze. In questo senso rappresenta un vantaggio non solo per l'amministrazione, che può veder nascere prodotti adatti o adattabili alla propria realtà, ma anche per lo sviluppo di una rete di competenze e la crescita del capitale sociale locale. In Italia si sta muovendo in questo senso la regione Toscana, che ha avviato un progetto che prevede la nascita di un Centro di Competenza per l'open source con la partecipazione di soggetti pubblici e privati. La scelta di software open source continua ad essere una prerogativa dei comuni, che utilizzano software a codice aperto nel 41,7% dei casi per quanto riguarda il software operativo utilizzato ai fini della pubblicazione del sito web e nel 42,7% dei casi per quanto riguarda la tipologia di web server (tab. 3).

Tab. 3 - Tipologia di web server e sistema operativo installato per la pubblicazione dei siti Internet delle PA locali

	Regioni		Province		Comuni capoluogo	
	v.a.		val. %		val. %	
	2002	2004	2002	2004	2002	2004
S.O. Windows	16	15	70,0	67,6	52,9	55,3
S.O. Open source	2	5	23,0	30,4	37,3	41,7
Altri sistemi operativi	2	-	7,0	2,0	9,8	3,0
Web server Microsoft	15	14	66,0	61,8	47,1	47,6
Web server open source	1	4	27,0	32,4	41,2	42,7
Altri web server	4	2	7,0	5,9	11,8	9,7

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004

2.1. Accessibilità, dopo la legge è ancora un miraggio

La legge 4 del gennaio 2004 “Disposizioni per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici” ha chiuso l’anno europeo della disabilità e ne ha aperto un altro che avrebbe dovuto essere nelle intenzioni l’occasione per il superamento delle barriere che ancora impediscono di considerare il percorso dei siti Internet davvero inclusivo. Rendere i siti accessibili e fruibili è una delle condizioni essenziali sia per un sito Internet

che abbia un ruolo puramente informativo sia per quelle realtà in cui iniziano ad essere immaginate esperienze telematiche maggiormente interattive. Sono accessibili al livello richiesto dalla legge (il livello A definito dalle linee guida del World Wide Web Consortium) i siti di 6 regioni su 20, il 12,7% delle province e il 15,5% dei comuni capoluogo (tab. 4). Anche il rispetto delle linee guida di accessibilità, nel particolare, è una pratica tutt'altro che diffusa.

Tab. 4 – Indicatori relativi al rispetto delle linee guida di accessibilità dei siti Internet degli enti locali (v.a. e val. %)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Comuni non capoluogo
	v.a.	val. %	val. %	val. %
Siti accessibili livello A rilevato tramite il software Bobby	6	12,7	15,5	9,4
Presenza di un motore di ricerca	14	56,9	52,4	32,7
Presenza di una mappa del sito	8	27,5	38,8	19,7
Utilizzo dei fogli di stile	18	67,6	63,1	56,9
Riconoscibilità dei link rispetto ai testi non cliccabili	17	83,3	77,7	78,9
Visibilità dei link attivi e/o visitati	12	45,1	46,6	20,4
Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link	13	42,2	40,8	27,1
Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	8	54,9	62,1	59,5
Assenza di frames, o presenza di sito alternativo	7	62,7	54,4	61,5
Possibilità di controllare gli elementi dinamici della pagina	4	11,8	14,6	7,4
Presenza di "shortcut" per la navigazione senza mouse	-	1,9	1,9	0,7

Fonte: dati OCID, Rur-Censis, 2004

A questo punto occorre interrogarsi circa i motivi di questo ritardo, sicuramente legato ad una non ancora sufficiente cogenza delle direttive normative, ma anche a problemi reali incontrati nell'affrontare un processo di ristrutturazione dei siti con l'obiettivo di renderli accessibili. Nel momento in cui si decide di rendere accessibile un sito già esistente, è necessario avviare un'opera di riconversione dei materiali che può richiedere del tempo, tanto più se il sito è particolarmente ricco di contenuti. Alcuni enti hanno adottato una soluzione che consiste nell'avviare la ristrutturazione del sito sezione per sezione, dando conto di questo percorso attraverso una "dichiarazione di accessibilità" che definisca i tempi e i modi della messa a punto. Chiaramente questa operazione non deve avere tempi lunghissimi e non deve essere lasciata a metà. Il problema fondamentale sembra però essere quello del rapporto con i fornitori: la società che realizza il sito deve impegnarsi a seguire le linee guida di accessibilità, i software utilizzati devono garantire una resa accessibile delle pagine. L'elemento più importante è quindi una diffusa consapevolezza di cosa chiedere, quali requisiti definire come indispensabili e prioritari.

Sembra comunque che le soluzioni attivate oggi dagli enti che si propongono di rendere accessibili i siti siano più "solide" rispetto al passato. **E' più raro, infatti, che l'accessibilità si risolva con soluzioni "di facciata", (pagine introduttive "splash", invisibili ma accessibili, accessibilità della sola home page) considerati sufficienti compromessi come rispetto delle norme dai gestori dei siti.** Inoltre, non si ricorre più a soluzioni parziali come la messa on line di alcune sezioni accessibili in modalità testuale, che limitano le opportunità per gli utenti con disabilità e creano al contrario fastidiosi percorsi differenziati.

3. I CITTADINI DIGITALI

3.1. La domus tecnologica delle famiglie italiane



Si fa sempre più vicina alla realtà l'immagine di una casa tecnologica in cui la vita domestica ruota intorno a strumenti che sino a pochi anni fa erano simbolo di agiatezza e lontani dal nostro modo di vivere. Non si tratta della casa digitale, lusso di pochi e fantasia di molti, ma della domus tecnologica, dove *domus* sta per modo di vivere comune e *tecnologica* sta per gli strumenti

comunicativi di base: telefonini, DVD, Cdrom, Tv satellitare, ecc. Nel 2004 questa immagine si sostanzia, i beni d'élite del passato quinquennio hanno oramai conquistato anche in Italia il titolo di "consumi di massa". La crescita massiccia degli utensili di prima necessità della Società dell'informazione nelle famiglie italiane riporta l'Italia in pole position tra i paesi Europei attenuando, almeno su questo piano, il divario digitale e recuperando a passo veloce il ritardo accumulato.

Gli italiani acquistano prodotti innovativi soprattutto per goderne fra le quattro mura, in una "dimensione home": è questa un'importante tendenza del mercato tecnologico italiano che emerge dalle recenti indagini sulla diffusione delle tecnologie e che trova conferma nel terzo rapporto Censis – Forum PA sui cittadini digitali. (tab. 5)

Tab. 5 - Presenza nel nucleo familiare degli strumenti tecnologici e differenza percentuale. Anni 2003-2004 (val. % e diff. %)

	2004	2003	Diff. %
Videoregistratore	85,0	78,8	+6,2
Televideo	88,3	81,1	+7,2
Telefono cellulare	93,0	89,0	+4,0
Personal computer	67,9	51,3	+16,6
Lettore di CD-ROM	62,6	47	+15,6
Lettore DVD per televisione	45,5	21,1	+24,4
TV satellitare o a pagamento	23,7	20,5	+3,2
Telefono Palmare, palmare	6,0	*	+6,0
Consolle videogiochi (Play Station, Nintendo)	31,0	29,0	+2,0

* dato non presente per il 2003

Fonte: Censis e Forum PA, 2003-2004

Ai primi posti tra i beni immancabili *il telefono cellulare* presente nel 93% delle famiglie italiane. Con telecamera, sveglia, agenda, messaggi, con suoneria personalizzata ma anche con squillo standard, grigio e non di ultima generazione, non importa, purché consenta la comunicazione senza fili. Il possesso di almeno un cellulare in famiglia cresce ancora nell'ultimo anno, il 4% in più rispetto al 2003, e raggiunge un livello di penetrazione tale da ricordare la diffusione della TV in casa: prima status simbol poi appendice di molti italiani senza distinzione, se non minima, rispetto alle consuete differenze geografiche, generazionali o occupazionali.

Anche il rapporto degli italiani con la televisione, altra grande passione mediatica nazionale, sta cambiando: fonte di informazione imbattuta e spesso regina del tempo libero, la televisione si arricchisce di nuovi e importanti accessori: l'88,3% delle famiglie ha il televideo, l'85% il videoregistratore che, nonostante la vertiginosa diffusione del lettore DVD (passato in un solo anno dal 21,1% al 45,5%), è ancora il *device* televisivo preferito dalle famiglie italiane.

In crescita rispetto all'anno scorso anche la TV satellitare e la pay TV che al 2004 risulta presente nel 23,7% delle case, ma anche il lettore Cdrom (62,6%), la console per videogiochi (31%) a cui si uniscono strumenti più di nicchia come i telefoni palmari (6%) che, pur non conquistando il grande mercato, soddisfano il bisogno di "agiatazza" tecnologica soprattutto di chi è nel mercato del lavoro.

Passando poi ad analizzare il grande simbolo del nostro secolo: il PC, questo conferma, anzi accelera, la velocità di entrata nella quotidianità delle famiglie italiane. Presente in circa 7 case su 10 il possesso di PC guadagna 16,6 punti percentuali rispetto al 2003. Un dato importante quando si parla di accesso ai servizi o di alfabetizzazione informatica, anche se non sufficiente a giustificare un ottimismo quantomeno precoce rispetto alla maturità tecnologica del Paese che potrebbe risultare fuorviante soprattutto se in ballo c'è il passaggio dall'e-government all'e-democracy.

E' vero, e i dati lo confermano, che la propensione verso le information and communication technology sta registrando un netto aumento in Italia negli ultimi anni: cresce la diffusione degli strumenti innovativi, diminuiscono le paure, si abbassano i costi, si allargano le opportunità, ma ciò nonostante la società dell'informazione senza esclusi è ancora lontana.

E' un'Italia compatta quella delle tecnologie di primo livello, al Sud e al Nord, nei piccoli centri e nelle grandi città, il cellulare, il Pc, il videoregistratore ecc.. hanno una presenza omogenea (tab. 6). Non è dunque la dotazione di questi strumenti di base ad ostacolare il passaggio a fasi più mature e anche più "proficue" in termini di efficienza, qualità della vita, rapporto con la PA e e-democracy. **La questione è più complessa e le radici esulano, se vogliamo, dalla tecnologia in senso stretto per tornare nei vecchi temi della partecipazione, della convivenza, della cultura del nuovo, della discriminazione e dell'inclusione sociale.**

Tab. 6 - Presenza nel nucleo familiare degli strumenti tecnologici. Per aree geografiche (val. %)

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Italia
Videoregistratore	85,9	86,7	86,0	83,0	85,0
Televideo	90,5	87,4	91,1	85,3	88,3
Telefono cellulare	93	92,6	94,9	91,9	93,0
Personal computer	69,3	66,4	74,4	63,9	67,9
Lettore di CD-ROM	62,8	61,2	68,2	59,9	62,6
Lettore DVD per televisione	44,9	39,8	52,9	45,0	45,5
TV satellitare o a pagamento	26,8	20,6	27,3	20,9	23,7
Telefono Palmare, palmare	5,7	5,9	7,2	5,8	6,0
Console videogiochi (Play Station, Nintendo)	28,8	26,5	32	34,4	31,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

3.2. Il sapere tecnologico familiare: una risorsa importante per il divide generazionale



Dai primi dati sulla diffusione degli strumenti tecnologici di base è la famiglia a farsi carico del kit di strumenti necessari a fare il primo passo verso l'e-democracy. **La socializzazione alle Ict avviene in casa, nella *domus tecnologica*, secondo un processo inverso a quello della trasmissione di un sapere accumulato per generazioni: se la tradizione passa di padre in figlio, l'innovazione passa da figlio a padre, a madre a nonni.**

Gli indiscussi leader e amanti delle tecnologie sono i più giovani, gli studenti, e sono questi a portarla in casa, a loro la scelta dell'acquisto, a loro il compito di insegnarne applicazioni e vantaggi.

Tab. 7 - Presenza nel nucleo familiare degli strumenti tecnologici. Per tipologia familiare (val. %)

	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia con figli	Mono- genitore	Altra tipologia	Totale
Videoregistratore	69,7	77,7	90,8	81,1	80,5	85,0
Televideo	78,8	85,4	91,5	86,5	81,8	88,3
Telefono cellulare	84,2	88,0	96,2	91,9	92,2	93,0
Personal computer	46,6	50,6	76,6	63,5	75,3	67,9
Lettore di CD-ROM	49,1	49,5	69,4	54,0	65	62,6
Lettore DVD per televisione	33,9	36,2	52,0	28,4	44,2	45,5
TV satellitare o a pagamento	18,8	22,7	26,0	14,9	18,2	23,7
Telefono Palmare, palmare	5,4	4,4	7,1	2,7	3,9	6,0
Consolle videogiochi (Play Station, Nintendo)	16,3	16,5	37,6	28,4	36,4	31,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Sono proprio le famiglie con figli (coppia con figli e monogenitore) a presentare un più alto livello di penetrazione tecnologica a tal punto che in 9 su 10 delle coppie con figli è presente in casa il videoregistratore, il televideo, il telefonino. In queste famiglie anche la presenza di strumenti più di nicchia come il lettore DVD il lettore Cdrom ma anche la TV satellitare e il palmare assumono percentuali più alte rispetto alla media. (tab. 7)

Se si guarda infatti a chi usa gli strumenti tecnologici presenti in casa, il salto generazionale ci dà un'idea rispetto al potere dei più giovani e ridimensiona la, spesso troppo esaltata, passione italiana per la tecnologia. A chi è nato prima del '70, anno in cui i nodi connessi alla rete Arpanet (progenitore della odierna internet) erano appena 15, sono spesso delegate le scelte di acquisto tecnologico domestico, ma spesso questo non avviene perché conosce meglio il mercato ICT e perché ne è più informato, quanto perché ne fa un uso maggiore e in alcuni casi addirittura esclusivo.

Rispetto al 2003 i giovani sono decisamente più interessati al PC usato dal 72% di chi ha meno di 34 anni e, nel confronto con le altre generazioni, mostrano una minor passione per gli strumenti presenti in casa da più tempo, i cosiddetti consumi maturi, come televideo, telefonino o

videoregistratore, mentre sono i più appassionati dai nuovi acquisti DVD o lettore Cdrom (tab. 8).

Tab. 8 - Presenza nel nucleo familiare e uso personale degli strumenti tecnologici. Per classe d'età (val. %)

	18-34 anni		35-64 anni		65 anni ed oltre		Totale	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Videoregistratore	84,8	84,4	69,1	74,5	35,7	47,3	66,8	71,5
Televideo	85,3	83,7	73,6	78,4	49,1	61,0	72,0	76,2
Telefono cellulare	95,0	96,3	81,2	88,3	53,6	68,1	79,6	86,3
Personal computer	57,8	72,0	36,6	55,2	6,0	16,3	36,5	51,7
Lettore di CD-ROM	59,4	69,3	30,4	48,0	3,2	14,7	33,2	46,9
Lettore DVD per televisione	26,4	53,7	14,3	36,7	6,5	10,9	16,2	35,9
TV satellitare o a pagamento	24,3	24,6	17,7	21,2	11,0	13,1	18,2	20,5
Telefono Palmare, palmare	-	5,4	-	5,3	-	2,6	-	4,7
Console videogiochi (Play Station, Nintendo)	26,1	30,5	9,0	10,3	0,5	2,9	12,1	14,3

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

La differenza, anche quando si parla di strumenti che non richiedono grandi abilità tecnologiche, tra i più giovani e gli under 65 è molto forte, con una distanza che oscilla tra i 50 e i 20 punti percentuali, sia che si parli di telefoni cellulari che di PC, unica eccezione per la pay TV e il palmare.

La fascia di età più alta mostra poi delle interessanti tendenze, prima fra tutte la crescita dell'interesse per i PC, fenomeno che, come si vede dalla tabella 13, riguarda tutte le generazioni ma che colpisce soprattutto per la crescita di più di 10 punti percentuali negli anziani.

Nel complesso, infatti, è proprio la generazione dei più anziani a manifestare, nell'ultimo anno, una crescita più profonda e maggiormente inaspettata rispetto all'uso personale degli strumenti tecnologici. Passando dal 49,1% al 61% nell'uso del televideo, dal 53,6% al 68,1% in quello del cellulare e dal 3,2% al 14,7% per il lettore Cdrom.

Se guardando ai dati si pensa alle riflessioni, più o meno recenti, riguardo alle potenzialità e ai rischi di esclusione che le nuove tecnologie e i servizi

on line riservano a questa fascia di popolazione e a quelle che in generale vengono definite *deboli* come disoccupati e casalinghe, il dato assume un rilievo maggiore. Gli anziani, infatti rappresentano in potenza la frontiera da raggiungere attraverso una revisione che vada verso la multicanalità e questo perché questi, insieme alle casalinghe, sono i soggetti che più necessitano di servizi, sono quelli che hanno molti motivi di contatto con la PA occupandosi delle incombenze domestiche e soprattutto manifestano una tendenza di crescita molto forte.

In questo scenario di casa tecnologizzata e di divide sociale si aprono interessanti riflessioni legate soprattutto allo scambio tra generazioni e al processo che, come detto all'inizio, vede i più giovani nel ruolo di promotori e facilitatori della socializzazione tecnologica delle generazioni precedenti. Nell'uso delle tecnologie in Italia, infatti, il gap da recuperare non è tanto quello tra Nord e Sud, quanto quello tra giovani ed anziani.

E' un processo importante da cogliere che sta portando anche a interessanti iniziative di alfabetizzazione a livello locale. Si pensi al progetto "anziani@nline" frutto di un accordo tra il ministero della Pubblica Istruzione e la Commissione Pari Opportunità della Camera che ha coinvolto 700 studenti delle superiori italiani nel ruolo di "facilitatori" dell'alfabetizzazione informatica di altrettanti ultrasessantenni, ma anche ai corsi realizzati da Regioni ed enti territoriali (ad es: Adotta un nonno del Comune di Roma, Alfabetizzazione informatica promosso dalla Provincia di Milano, Internet: nonni e nipoti) e ancora alle numerose iniziative che hanno per protagonisti le Associazioni Nazionali per Anziani, Federcasalinghe e simili.

3.3. La deriva consumistica dei cittadini



Il salto in avanti rispetto ai consumi si può dire compiuto, ma gli italiani non sono ancora convinti dell'utilità e delle potenzialità che le tecnologie possono offrire alla quotidianità.

La percentuale di chi si dichiara totalmente disinteressato alle nuove tecnologie è sostanzialmente identica a quella della rilevazione dell'anno passato: un quinto della popolazione italiana adulta è fuori dalla società dell'informazione e non ha intenzione di entrarci.

Si tratta di pensionati, anche se in percentuale minore rispetto al 2003, di casalinghe, ma in parte anche di disoccupati. Assolutamente non lo sono di studenti, tra i quali non si conta neppure un escluso.

Chi si interessa di tecnologia lo fa prevalentemente per fini pratici (37,3%), dato che rispecchia quanto già emerso dai consumi: il telefonino, il PC, il televideo sono strumenti utili nella quotidianità della casa, del lavoro, dello studio. Le casalinghe si avvicinano alla tecnologia se, e solo se, questa è utile e vantaggiosa nella pratica, non certo, tranne rari casi, per passione o naturale propensione all'innovazione.

Al contrario, le categorie più tecnologizzate come gli occupati, gli studenti e i disoccupati stanno cambiando atteggiamento, sempre meno legati alla sola applicazione pratica delle tecnologie più semplici e sempre più a proprio agio con le nuove tecnologie di cui sono in buona parte consumatori abituali.

Le difficoltà maggiori emergono per chi, pur incuriosito dalle tecnologie, non riesce ancora a farle entrare nella propria quotidianità, come le casalinghe (15,7%) e, a sorpresa i disoccupati (13,7%) in maniera maggiore rispetto ai pensionati (9,5%) (tab. 9).

Tab. 9 - Atteggiamenti degli intervistati nei confronti della tecnologia. Per condizione professionale (val. %)

	Occupato		Non occupato/ Disoccupato		Casalinga		Studente		Pensionato		Totale	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Mancanza di interesse	11,5	12,1	13,8	17,8	28,8	28,0	2,7	0,0	41,4	39,8	21,2	21,3
Interesse a fini pratici (telefonino, pay TV)	41,7	35,8	46,3	34,2	46,8	45,1	30,9	30,7	42,2	36,5	42,4	37,3
Interesse ma difficoltà di approccio	6,8	8,2	8,7	13,7	12,9	15,7	2,7	5,7	9,4	9,5	8,4	10,0
Interesse e utilizzo	19,9	18,8	11,6	17,8	9,2	7,8	25,5	28,4	4,0	6,8	14,0	14,4
Interesse e utilizzo frequente	20,1	25,1	19,6	16,4	2,3	3,4	38,2	35,2	3,0	7,4	14,0	17,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2003 –2004

L'analisi dell'atteggiamento ci dà un'idea più chiara di ciò che sta dietro agli incoraggianti dati sui consumi di tecnologie domestiche, il 67,9% delle famiglie ha in casa il PC, ma tra questi solo il 51,7% ne fa un uso personale, percentuale che non comprende neppure un terzo delle casalinghe e dei pensionati (tab. 10).

A smussare l'entusiasmo sui dati relativi ai consumi domestici intervengono anche altre due importanti questioni legate, la prima, all'uso del PC sul luogo di lavoro e di studio che riguarda solo il 36,7% degli italiani, mentre la seconda all'altro importante presupposto per digitalizzare i rapporti tra cittadini e pubblica amministrazione: il "denaro di plastica". La possibilità di usufruire dei servizi di pagamento on line, com'è ovvio, dipende dal possesso di carte di debito e di credito in mano, nel 2004, a solo il 40,4% degli italiani maggiorenni (tab. 11).

Lavorare con il PC e pagare con la carta di credito sono due indicatori importanti la cui bassa diffusione riporta lontana la possibilità di modernizzare realmente e profondamente la relazione tra cittadini italiani e ICT. Si tratta di due strumenti semplici e di base per cui non sono necessari alti livelli di reddito, ma che comportano un cambiamento nei comportamenti e nelle consuetudini. La ancora debole diffusione di questi

strumenti fa scricchiolare i dati sul consumo portando in evidenza un'ossatura tecnologica ancora poco inclusiva.

Il rischio è che non si riesca a passare a forme più avanzate di consumo che facilitino il passaggio dalla *domus tecnologica* all'*agorà telematica*. O meglio, che **non tutti i cittadini riescano a usufruire dei servizi avanzati e a capire l'uso più profondo e attivo delle tecnologie**: nessun problema per chi ha laurea o diploma mentre un forte pericolo di esclusione è riservato a chi non ha raggiunto alti titoli di studio. Tra chi non ha nessun titolo di studio o ha solo la licenza elementare sono solo il 28,8% i possessori di carta di credito e il 12,4% quelli che usano il PC nei luoghi di lavoro.

Tuttavia, l'andamento rispetto al 2003 incoraggia, si pensi solo che in un anno la differenza per chi ha un titolo di studio basso nell'uso del PC nel luogo di studio e di lavoro è di 10 punti percentuali.

Tab. 10 - Presenza in casa e uso personale degli strumenti tecnologici. Per condizione professionale (val. %)

	Occupati	Disoccupati	Casalinghe	Studenti	Pensionati	Totale
Videoregistratore	79,7	72,6	64,9	93,2	55,3	71,5
Televideo	79,8	76,7	72,0	90,9	68,7	76,2
Telefono cellulare	93,8	87,7	80,2	98,9	73,0	86,3
Personal computer	69,6	53,4	27,6	94,3	24,3	51,7
Lettore di CD-ROM	64,9	50,7	22,8	84,1	20,2	46,9
Lettore DVD per televisione	46,4	45,2	23,1	60,2	17,4	35,9
TV satellitare o a pagamento	25,3	23,3	13,8	26,1	14,2	20,5
Telefono Palmare, palmare	7,1	0,0	1,9	8,0	2,5	4,7
Console videogiochi (Play Station, Nintendo)	17,9	23,3	8,2	43,2	3,0	14,3

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Tab. 11 - Utilizzo di Personal Computer e strumenti di pagamento elettronico. Per titolo di studio (val .%)

	Nessuno-elementare		Media inferiore		Media superiore		Laurea		Totale	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Carta di credito	16,7	28,8	31,9	40,3	47,1	45,3	60,0	61,6	35,6	40,4
Bancomat	29,7	45,4	51,4	64,2	67,7	72,0	81,3	81,6	54,2	62,8
PC nel luogo di lavoro, studio	2,7	12,4	20,2	35,8	48,1	50,7	66,9	68,8	28,7	36,7

Fonte: Censis e Forum PA, 2003-2004

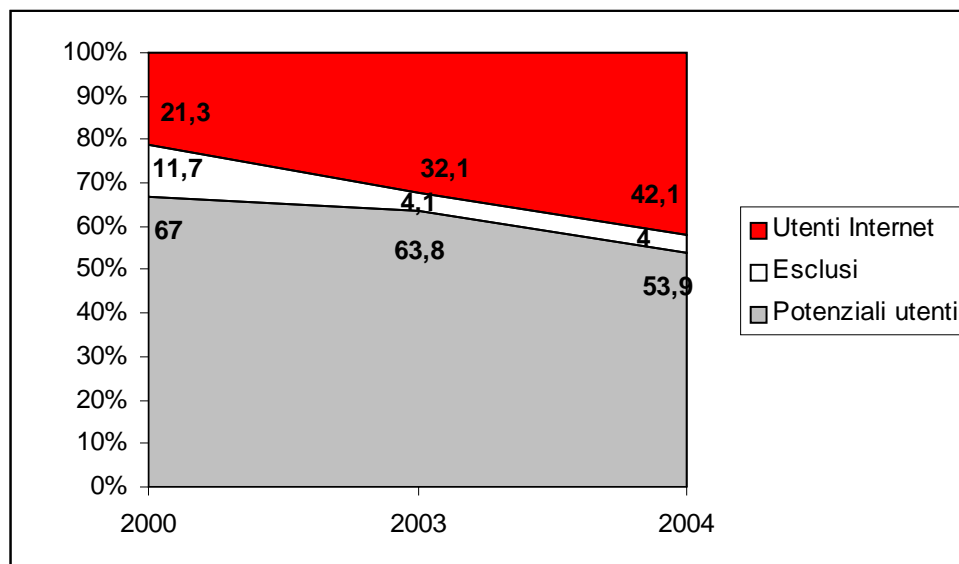
3.4. Il popolo dei navigatori



La crescita quantitativa degli utenti Internet non si ferma, nel 2004 sono in rete 19 milioni cittadini, 10 milioni in più rispetto al 2000 (tab. 12).

Rispetto ad appena un anno fa è rimasta pressoché stabile al 4% la percentuale degli esclusi mentre si è assottigliata la porzione di popolazione nella categoria dei così detti *utenti potenziali* che è passata dal 63,8% al 53,9% (graf. 1).

Il 9,9% di chi dichiarava nel 2003 di non collegarsi ad internet perché non rispondente, per contenuti e servizi, ai propri interessi (il 19,2% di questi) o per questioni di costi (il 4,6%), ma soprattutto per mancanza di competenze (24,2%), ha varcato la soglia della rete (tab. 13).

Graf. 1 – Andamento delle utenze internet. Anni 200-2004 (val.%)

Fonte: Censis e Forum PA, 2000 -2004

Tab. 12 - Utenti di Internet. Anni 2000-2004 (val. % e valore in milioni sul totale della popolazione adulta)

	val. %	in milioni
Rilevazione Aprile 2000	21,3	9,4
Rilevazione Aprile 2003	32,1	14,0
Rilevazione Aprile 2004	42,1	19,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2000-2004

Tab. 13 - Utenti di Internet. La mappa dell'utenza e dell'esclusione. Anni 2000-2004 (val. %)

	2000	2003	2004
Potenziali utenti	67,0	63,8	53,9
<i>Mancanza di interesse per gli attuali contenuti e servizi</i>	30,0	19,2	27,7
<i>Mancanza di competenze</i>	25,2	24,2	19,5
<i>Costi eccessivi (del Pc e delle connessioni telefoniche)</i>	11,8	4,6	6,7
<i>Altri motivi</i>	-	15,8	-
Esclusi	11,7	4,1	4,0
<i>Non so cosa sia e che servizi offra</i>	11,7	4,1	4,0
Utenti Internet	21,3	32,1	42,1
<i>Da casa</i>	9,2	17,3	20,8
<i>Dal luogo di lavoro/studio</i>	7,0	4,6	7,5
<i>Da casa e dal luogo di lavoro/studio</i>	4,0	9,4	13,3
<i>Da altri luoghi (amici o locali pubblici)</i>	1,1	0,8	0,5
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2000-2004

Guardando, infatti, alla differenza dei valori percentuali del 2004 rispetto al 2003 delle utenze si nota una crescita generale delle nuove utenze provenienti, in maniera maggiore, dalla categoria degli occupati in cui, del 14,8% dei potenziali utenti, il 14% ha scelto di andare on line nell'ultimo anno (tab. 14).

Ma il dato più interessante è quello relativo a casalinghe e pensionati. In queste due categorie, che sino all'anno scorso dichiaravano come causa maggiore del non avvicinamento al mondo di internet la mancanza di competenze, la situazione appare decisamente mutata: il 6,7% delle casalinghe ha scelto la Rete negli ultimi mesi e, tra queste, ben il 3% sino appena a 12 mesi fa sosteneva di non sapere neppure cosa fosse internet e che tipo di servizi offrisses.

Per i pensionati la crescita è ancora maggiore: 10,1% in più gli utenti in questa categoria. Si tratta di un dato molto importante che dà conto di come stia cambiando il profilo dei navigatori: perde di significato lo stereotipo

iniziale che lo voleva maschio, ad alto reddito, con un'educazione per lo più universitaria, appartenente alla classe medio alta.

La Rete, al contrario, inizia a popolarsi di donne (+5,1 nel gruppo delle utenti rispetto al 2003) e a minimizzare il ruolo dei professionisti che l'affollavano nella prima fase della sua crescita; il pubblico di Internet si fa sempre più simile a quello dei consumatori tradizionali (tab. 15).

Tab. 14 - Differenza utenze internet del 2004 rispetto al 2003, per categoria professionale. (diff. %)

	Occupati	Disoccupati	Casalinghe	Studenti	Pensionati
Utenti	14,0	2	6,7	-0,5	10,1
Potenziali utenti	-14,8	-2	-3,7	1,4	-10,0
Esclusi	0,8	0	-3,0	-0,9	-0,1

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Tab. 15 - Differenza utenze internet del 2004 rispetto al 2003, per età e sesso (diff. %)

	Età			Sesso	
	18-34 anni	35-64 anni	65 e oltre	Maschi	Femmine
Utenti	6,8	13,7	7,3	15,5	5,1
Potenziali utenti	-7,0	-13,3	-6,8	-17,0	-3,5
Esclusi	0,3	-0,4	-0,5	1,5	-1,6

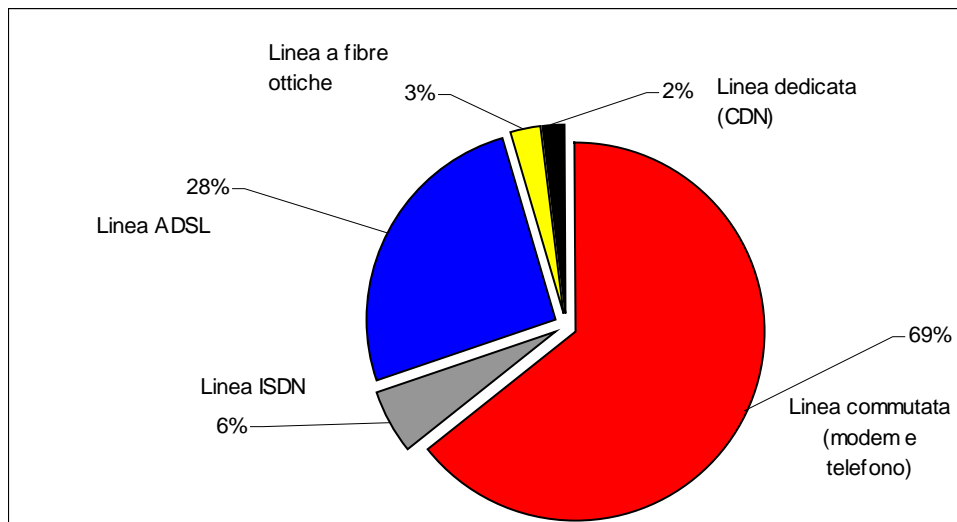
Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Anche per internet vale la tendenza degli italiani a fare della propria casa una *domus tecnologica*. Internet si sta affermando come “infodomestico”, parte della dieta mediatica familiare. La casa è il luogo da cui, con maggior frequenza, gli italiani accedono ad Internet piuttosto che dal lavoro o in luoghi pubblici. Solo il 7,5% si collega esclusivamente dal luogo di lavoro o studio e il 13,3% lo fa sia da casa che dal luogo di lavoro contro il 20,8% che si collega sempre e solo da casa.

Il processo di alfabetizzazione informatica sta quindi seguendo un percorso “privato” e non pubblico. E’ l’introduzione delle tecnologie nelle case e l’uso a scopi ludici o di interesse personale a guidare gli italiani su Internet.

Ci si connette su linea commutata, (modem e telefono) nella maggior parte delle case (69%), anche se la diffusione della larga banda a circa un terzo tra gli utenti internet, apre delle buone prospettive anche rispetto all’offerta di servizi ad alta interattività e multimedialità (graf. 2). E’ infatti difficile immaginare, in un’ottica di servizi avanzati e di strumenti di interazione *two way*, di poter interagire con la PA in modo tempestivo ed efficiente attraverso il doppio telefonico.

Graf. 2– Tipo di connessione adoperata in casa (val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Parallelamente alle considerazioni sulla crescente diffusione della Rete è il caso di ragionare su quale sia l'effettiva conoscenza e uso delle potenzialità di questo straordinario mezzo. Nonostante il trend positivo della distribuzione di Internet, l'analisi delle abitudini web degli utenti restituisce, infatti, un quadro nel complesso poco rassicurante rispetto alle capacità interattive del popolo dei navigatori. Basti osservare quanti cittadini dichiarano di partecipare alle *chat* e ai *forum* o a *mailing list* (15%) e in quanti fanno *transazioni*, *home banking* (16,6%) o *pubblicano pagine web* (21,2%) (graf. 3). Sono queste le attività che più delle altre sottendono alla nascita di nuove forme di relazionalità e aprono nuovi spazi di dialogo con le pubbliche amministrazioni, ma sono quelle che richiedono cambiamenti maggiori in termini di abitudini e atteggiamenti mentali.

Poco interessati agli aspetti più "impegnativi", la maggior parte dei navigatori identifica Internet con la posta elettronica o con le pagine web, ignorando completamente gli altri servizi. Gli italiani riconoscono così alla Rete una funzione principalmente informativa, piuttosto che "partecipativa": alla domanda su quali siano le attività generalmente svolte on line il 92,3% del campione ha risposto *visita a siti internet e ricerca informazioni*, l'81,6% *usare la posta elettronica*.

È ancora il bisogno di informazioni e non di servizi a portare on line i cittadini: sono il 32% le persone che dichiarano di essersi connesse almeno una volta nell'ultimo mese per cercare servizi e il 9,5% quelle che lo fanno con maggiore intensità (tab. 16).

A cercare servizi on line sono perlopiù occupati, casalinghe e pensionati. Questi ultimi presentano anche delle percentuali piuttosto alte nelle attività di *transazione* o *home banking* e nell'*acquisto di prodotti*. Un dato importante che mostra una crescente familiarità e una maggior fiducia degli anziani verso la rete: se in una prima fase gli anziani in rete scelgono le applicazioni che riguardano soprattutto la comunicazione (e-mail con parenti lontani, telefonate attraverso la rete) e l'informazione (sulle proprie radici, sulla storia sul proprio Paese o notizie sull'origine del proprio nome), in un secondo passaggio l'obiettivo è di comprendere quali vantaggi internet offre alla propria quotidianità, come possono risparmiare tempo e usufruire da casa dei servizi di cui necessitano. È così che, sorprendentemente, il 33,9% degli ultra 65enni connessi ha cercato almeno una volta nell'ultimo mese servizi per il pagamento delle tasse, ricezione moduli, ecc..., il 19,4% ha acquistato prodotti on line e fatto transazioni.

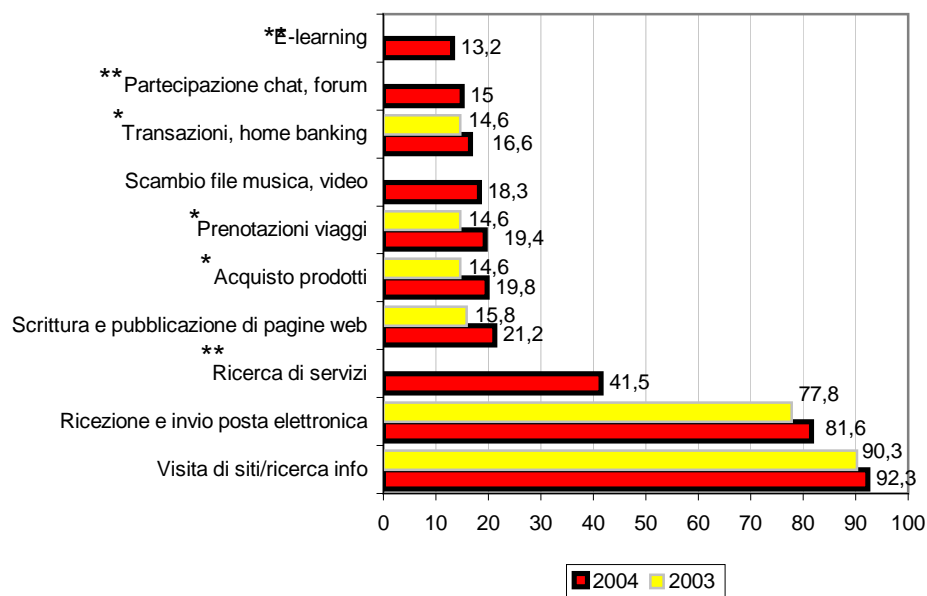
I meno interessati all'ambiente "servizi" sono proprio gli studenti, la categoria con maggiore alfabetizzazione informatica. È questo, purtroppo, un grande paradosso della rete: internet e la tecnologia per l'informazione e la comunicazione in genere hanno fino ad oggi conquistato e interessato in maniera maggiore un target diverso da quello che si occupa in casa di intrattenere i rapporti con la PA; gli utenti dei servizi sono molto differenti da quelli della rete. È certo raro incontrare negli uffici postali in coda giovani studenti quasi come incontrare in *chat* casalinghe o pensionati.

I più giovani in rete ci vanno per partecipare alle chat ai forum e alle mailing list (47,3%), per fare *file sharing*, scambiare cioè con altri utenti file di musica o video (37,8%), e per pubblicare pagine web (24,4%). Attività che non interessano, se non in rari casi, le altre categorie che lasciano ai più giovani la passione per la creazione di un proprio network dentro alla rete.

Per gli studenti, così come per gli occupati, l'attitudine a comunicare e informarsi on line è oramai entrata nella quotidianità, controllare l'e-mail è una consuetudine settimanale per il 73% degli studenti intervistati e per il 66,2% degli occupati.

Ancora piuttosto basso il ricorso all'*e-learning* (13,2%) e le *prenotazioni di viaggi on line* (15%): la formazione a distanza attira soprattutto occupati e disoccupati, mentre non coinvolge, praticamente per nulla, chi va ancora a scuola o all'università; per le attività legate al turismo, la prenotazione di viaggi e la possibilità di offerte last minute gli utenti più attivi sono principalmente gli anziani, gli occupati e i disoccupati.

Graf. 3 - Principali attività svolte generalmente su internet. Anni 2003-2004 (val. %)



* la modalità di risposta nel 2003 era Prenotazioni, acquisti transazioni.

** non rilevato nel 2003

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Tab. 16 - Frequenza delle principali attività svolte su internet. Per categoria professionale (val. %)

	Occupati	Disoccupati	Casalinghe	Studenti	Pensionati	Totali
Visita di siti/ricerca info	92,5	89,6	85,0	97,3	90,3	92,3
<i>Almeno una volta al mese</i>	26,3	31,0	45,0	14,9	38,7	27,6
<i>Almeno una volta a settimana</i>	66,2	58,6	40,0	82,4	51,6	64,7
Ricezione invio posta elettronica	83,6	86,2	60,0	87,9	72,6	81,6
<i>Almeno una volta al mese</i>	18,3	31	35,0	14,9	32,3	20,9
<i>Almeno una volta a settimana</i>	65,3	55,2	25,0	73,0	40,3	60,7
Prenotazioni viaggi	20,6	20,7	12,5	12,2	22,6	19,4
<i>Almeno una volta al mese</i>	18,5	20,7	12,5	9,5	19,4	17,3
<i>Almeno una volta a settimana</i>	2,1	0,0	0,0	2,7	3,2	2,1
E-learning	15,3	17,2	10,0	2,8	11,3	13,2
<i>Almeno una volta al mese</i>	10,1	13,8	10,0	1,4	11,3	9,4
<i>Almeno una volta a settimana</i>	5,2	3,4	0,0	1,4	0,0	3,8
Acquisto prodotti	22,1	10,3	7,5	17,6	19,4	19,8
<i>Almeno una volta al mese</i>	20,0	6,9	7,5	17,6	19,4	18,2
<i>Almeno una volta a settimana</i>	2,1	3,4	0,0	0,0	0,0	1,6
Ricerca di servizi	43,9	37,9	35,0	31,1	43,6	41,5
<i>Almeno una volta al mese</i>	33,8	24,1	35,0	21,6	33,9	32,0
<i>Almeno una volta a settimana</i>	10,1	13,8	0,0	9,5	9,7	9,5
Transazioni, home banking	18,3	3,4	10,0	5,4	29,1	16,6
<i>Almeno una volta al mese</i>	11,7	0,0	10,0	5,4	19,4	11,1
<i>Almeno una volta a settimana</i>	6,6	3,4	0,0	0,0	9,7	5,5
Partecipazione chat, forum	11,5	20,7	5,0	47,3	4,8	15,0
<i>Almeno una volta al mese</i>	6,8	13,8	5,0	27,0	3,2	9,0
<i>Almeno una volta a settimana</i>	4,7	6,9	0,0	20,3	1,6	6,0
Scambio file musica, video	16,0	20,7	7,5	37,8	16,2	18,3
<i>Almeno una volta al mese</i>	10,1	6,9	5,0	10,8	9,7	9,7
<i>Almeno una volta a settimana</i>	5,9	13,8	2,5	27,0	6,5	8,6
Scrittura e pubblicazione di pagine web	22,3	24,1	10	24,4	16,1	21,2
<i>Almeno una volta al mese</i>	12,2	10,3	7,5	12,2	11,3	11,7
<i>Almeno una volta a settimana</i>	10,1	13,8	2,5	12,2	4,8	9,5

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

3.5. Da internetnauta a cittadino digitale: l'utilizzo dei servizi della PA



Se internet è la porta fisica per accedere ai servizi on line sono molti, come si è visto, quelli che l'hanno varcata o stanno per farlo.

La mappa delle utenze e la fiducia crescente che gli italiani dimostrano verso l'applicazione degli strumenti tecnologici alla PA ha un andamento, nel complesso, incoraggiante che rinfranca rispetto agli ingenti investimenti previsti dal piano e-governement alla voce *servizi on line* e i molti risultati raggiunti sino ad oggi dalla telematica pubblica.

Ma quanti degli internetnauti possono essere considerati cittadini digitali? Qual è il livello di conoscenza dei cittadini dell'offerta digitale della pubblica amministrazione? Quali sono i servizi di maggiore utilità per i cittadini? Chi trae vantaggio dalla digitalizzazione del rapporto con la PA e chi invece è escluso dal processo di modernizzazione in atto?

Il primo scalino per capire il livello di digitalizzazione della cittadinanza è sicuramente la conoscenza degli strumenti innovativi adottati o in via d'adozione da parte della pubblica amministrazione. E' buona la risonanza che questi mezzi hanno sui cittadini. Primo fra tutti la **carta d'identità elettronica** (CIE), componente chiave della strategia italiana di cui il 55,4% degli intervistati dichiara infatti di conoscere le finalità o di averne sentito parlare, tra questi i più esperti nel Nord Est (59,4%) e nel Centro Italia (58,4%). Si tratta di buoni risultati, in parte dovuti al fatto che è la sperimentazione di molti comuni italiani e nell'ultimo anno è stata accompagnata da campagne di comunicazione finalizzate a far conoscere questo nuovo documento d'identità ai cittadini, cercando di superare i molti timori espressi su questi strumenti di identità e valorizzandone, invece, le virtù quali strumenti di accesso ai servizi erogati dalla pubblica amministrazione (tab. 17).

Le applicazioni più conosciute, oltre la carta d'identità elettronica sono le reti civiche o i siti internet istituzionali, noti soprattutto a chi vive nel Centro Italia (59,7%) e la firma digitale di cui il 47,2% di persone nel Nord Est conoscono le finalità perché la hanno sperimentata personalmente o perché ne hanno sentito parlare. Il dato non stupisce se si pensa alla vocazione produttiva di questi territori, abitati da una folta schiera di piccoli imprenditori che sono, ad oggi, i più grandi consumatori di questo mezzo.

L'applicazione meno conosciuta è il borsellino elettronico, carta prepagata utile nei quotidiani e piccoli pagamenti al bar, nelle edicole, dal tabaccaio, ecc., i cui vantaggi sono noti solo al 12,1% degli italiani, in percentuale maggiore nel Centro Italia.

Altro tema è, infine, quello dei sistemi di e-voting, nuova frontiera dell'innovazione tecnologica che prevede l'applicazione ai sistemi di votazione di nuove strumentazioni, basate sull'utilizzazione della Rete. Nonostante però le sperimentazioni di e-voting in Europa si siano fatte sempre più frequenti coinvolgendo milioni di persone nell'uso di nuove tecnologie, in Italia l'e-voting è noto a solo il 39,6% della popolazione. Grandi passi in avanti si stanno facendo su questo fronte sia rispetto all'affinamento delle questioni di sicurezza, sia anche sulle diverse possibili applicazioni dei nuovi sistemi di voto.

Nel maggio 2003 nel Regno Unito, durante le elezioni locali, 1,5 milioni di persone in 18 distretti hanno partecipato ad un esperimento che prevedeva la possibilità di votare tramite sms, Internet, cabina elettronica e TV digitale. Altri paesi europei stanno valutando la possibilità di ricorrere all'e-voting tra cui Estonia, Irlanda, Olanda, il cantone di Ginevra in Svizzera e le città tedesche di Brema e Colonia (per le elezioni locali).

In Italia di e-voto si parla da tempo e si stanno testando diverse possibilità di applicazione di questo strumento.

Tab. 17 - Livello di conoscenza degli strumenti innovativi adottati, o in via d'adozione da parte delle PA. Per aree geografiche (val. %)

	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Reti civiche	52,7	50,8	58,8	59,7	46,8
Firma digitale	41,7	41,5	47,2	45,8	36,4
Carta d'identità elettronica	55,3	57,1	59,4	58,4	49,8
Sistemi di e-voting	39,6	42,2	44,4	37,9	35,9
CUP	39,9	46,4	44,4	44,0	30,0
Borsellino elettronico	12,1	12,9	12,9	17,1	8,3

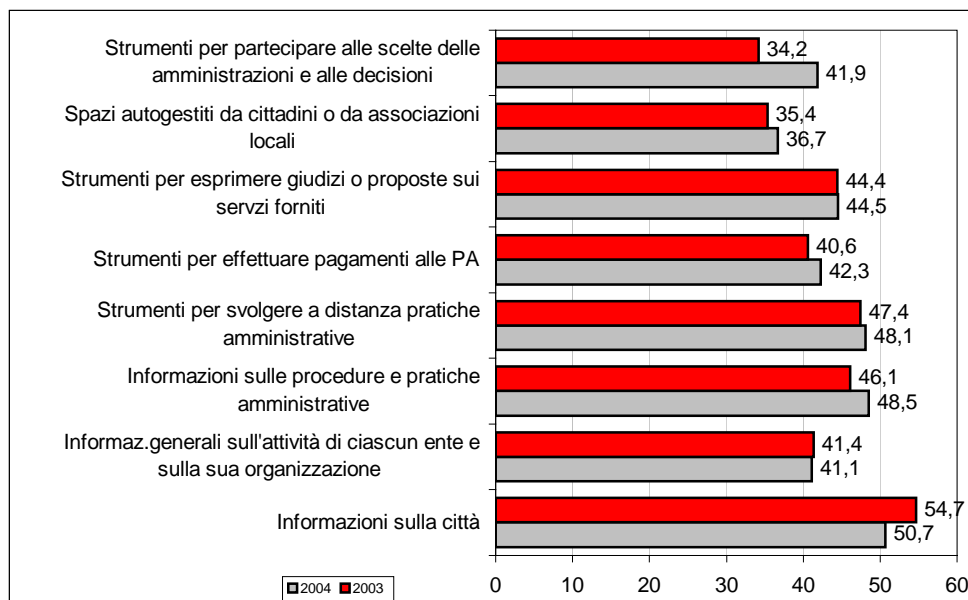
Fonte: Censis e Forum PA, 2004

A fronte di un buon livello di conoscenza degli strumenti innovativi adottati o in via d'adozione da parte delle PA, la domanda di innovazione relativa ai servizi a distanza offerti dalle pubbliche amministrazioni si rivolge, oggi, soprattutto ai servizi di base: è ritenuto "molto utile" fruire di informazioni generali sulla città (50,7%) e disporre di strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative (48,1%) o anche di semplici informazioni sul "come fare" (48,5%).

In crescita, rispetto al 2003, la voglia di partecipazione (luoghi di discussione ed espressione delle proprie opinioni o di presentazione di singoli o realtà associative del territorio). Il desiderio di essere coinvolti nelle decisioni pubbliche è un bisogno per poco meno del 42% degli intervistati, circa l'8% in più rispetto al 2003 percepisce questo come una nuova priorità, mentre per molti altri l'interesse e il desiderio di manifestare i propri interessi si riduce principalmente alla possibilità di esprimere giudizi, suggerimenti o lamentele sui servizi fruiti, (servizio ritenuto molto utile dal 44,5% degli intervistati).

In crescita anche la percezione di utilità nel pagamento on line (passata dal 40,6% al 42,3%) segno che si sta attenuando la generale mancanza di fiducia per le transazioni economiche su Internet e che la, già accennata, carenza di valuta elettronica va via via diminuendo (graf. 4)

Graf. 4– Servizi a distanza della PA: strumenti e informazioni ritenuti molto utili. Anno 2003-2004 (val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2003- 2004

Gli italiani preferiscono pagare le utenze domestiche - tipo luce, gas, telefono - utilizzando gli appositi bollettini di conto corrente. La fila alla posta non si abbandona facilmente, fa parte delle abitudini sedimentate. Tuttavia, stupisce la distanza tra quanti rispondono che tra i servizi di maggior utilità gli strumenti per effettuare pagamenti alla PA rivestono una buona posizione (42,3%) e quanti li usano realmente. Solo lo 0,5% degli intervistati, infatti, utilizza i nuovi strumenti di pagamento on line o via telefono, mentre il 48,5% usa la domiciliazione sul conto corrente bancario/postale (tab. 18 e graf. 5).

L'accredito bancario risulta la modalità pagamento preferita delle bollette per chi vive nel Nord Est (60,5%) e nel Nord Ovest (62,5%). Mentre nell'Italia del Sud e delle isole neppure un terzo della cittadinanza usa tali strumenti e praticamente nessuno si fida del web o del telefono per il pagamento delle utenze.

Alla base di questo fenomeno sono diversi i fattori: uno, non certo irrilevante, è relativo al fatto che nei servizi transattivi le amministrazioni sono ancora piuttosto indietro. La possibilità, cioè, di chiudere a distanza le pratiche amministrative è ancora nella fase di collaudo. Se a questo si

somma poi la reticenza degli italiani ad abbandonare la fila alle poste e a separarsi dalla rassicurante burocrazia cartacea si comprendono meglio le radici del gap tra utilità presunta e effettivo utilizzo quando si parla di servizi avanzati.

È utile, dunque, prendere ad esempio un servizio, come quello del pagamento on line dell'imposta comunale sugli immobili (ICI) che ha raggiunto una discreta diffusione e per cui può dirsi superata la fase sperimentale. E' oggi possibile pagare l'ICI nel 18,4% dei siti dei comuni capoluogo. Tuttavia, la percentuale dei cittadini che ha usufruito di questo servizio è estremamente bassa (3,2%), leggermente superiore nel Nord Ovest (4%) questo servizio è quasi inutilizzato nel Nord Est (1,7%). Cosa frena l'utilizzo di questo nuovo servizio?

Fondamentalmente sono due le cause maggiori: il 27,7% dei cittadini non sapeva fosse possibile, e il 39,6% non si fida ancora di fare i pagamenti on line. La sicurezza delle transazioni scoraggia soprattutto chi vive nel Centro Italia, mentre chi vive nel Sud denuncia più degli altri l'indisponibilità di questo servizio nel proprio comune (11,8%). Vi è poi una percentuale significativa di persone che dichiara di non fidarsi in genere dei servizi on line (16,5%) (tab.19).

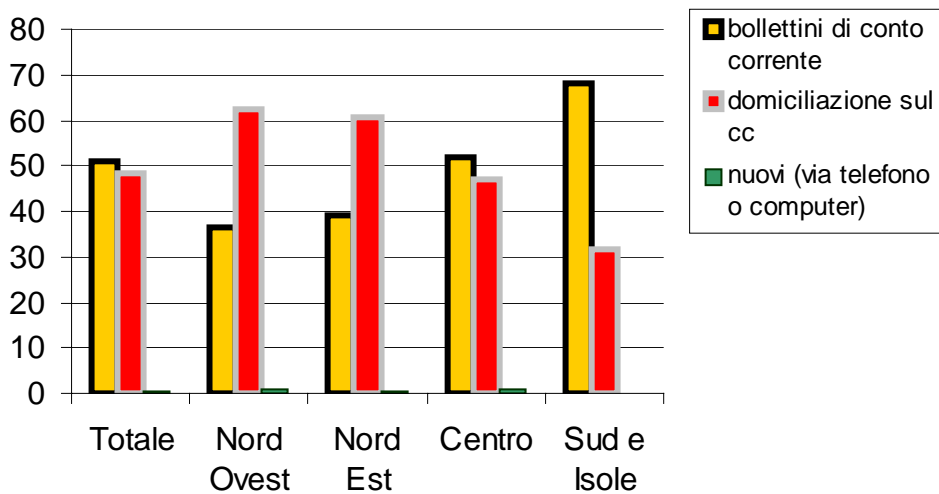
Infine, seppure con percentuali basse si pone l'importante questione dei costi di questo tipo di servizi. Si verificano infatti spesso casi in cui usufruire di un servizio on line costa di più che andare alle poste e compilare gli appositi bollettini. Ora questo è un tema importante soprattutto in una fase come quella attuale in cui l'avvicinamento ai servizi on line della cittadinanza è una priorità nelle scelte di governo.

**Tab. 18 - Modalità di pagamento preferita per il pagamento delle utenze domestiche.
Per area geografica (val.%)**

	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Appositi bollettini di conto corrente	51,1	36,7	39,2	51,9	68,3
Domiciliazione sul conto corrente bancario/postale	48,5	62,5	60,5	47,1	31,7
Nuovi servizi telefonici o su computer	0,5	0,7	0,3	1,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

**Graf. 5 – Modalità di pagamento preferita per il pagamento delle utenze domestiche.
Per area geografica (val. %)**



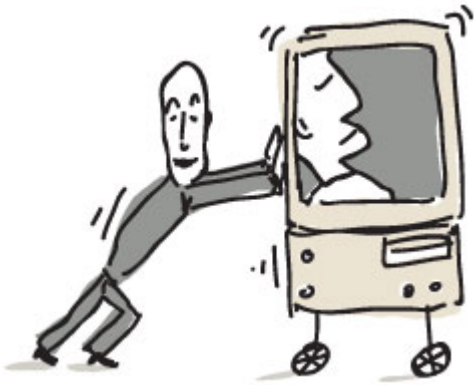
Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Tab. 19 - Pagamento ICI o TARSU on line da parte degli intervistati. Per area geografica (val.%)

	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Cittadini che hanno pagato on line l'imposta ICI	3,2	4,0	1,7	4,5	2,7
Cittadini che non hanno pagato on line l'imposta ICI	96,8	96,1	98,1	95,5	97,3
Le Cui motivazioni:					
<i>Non è previsto nel proprio comune di appartenenza</i>	10,3	9,2	8,7	10,9	11,8
<i>Non se ne conosceva la possibilità</i>	39,6	35,5	45,8	35,8	41,5
<i>Così troppo alti</i>	2,7	2,5	2,4	2,0	3,3
<i>Poca fiducia verso i pagamenti on-line</i>	27,7	29,5	26,9	31,1	24,9
<i>Poca fiducia verso i servizi on-line</i>	16,5	19,4	14,3	15,7	15,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

4. ATTENUARE I DIVIDE: LA SFIDA DEI PROSSIMI ANNI



La "società della conoscenza" esige la padronanza di un set completo di abilità. Non possederlo significa soffrire di un deficit di cittadinanza e essere esclusi dai possibili benefici che le tecnologie e internet offrono e offriranno sempre più al rapporto tra cittadini e pubblica amministrazione.

L'eliminazione del digital divide è una, e forse la più importante, delle pre-condizioni affinché si possa parlare anche in Italia di e-democracy senza rischiare di lasciare fuori dai processi di innovazione grandi fette di cittadini e, di conseguenza, impiantare su un terreno friabile i progetti che puntano a rafforzare le forme di partecipazione dei cittadini con il sostegno delle nuove tecnologie. In tal senso le strade da intraprendere possono essere diverse e vanno dai progetti di alfabetizzazione informatica agli incentivi all'acquisto di PC, dalle campagne di comunicazione e informazione pubblica a una serie di azioni più o meno incisive il cui obiettivo è di innalzare il livello di digitalizzazione della cittadinanza rendendo più capillare la diffusione delle tecnologie di base da una parte e delle abilità minime dall'altra.

Tuttavia, a questi progetti se ne stanno affiancando degli altri il cui minimo comun denominatore è la differenziazione dei pubblici di riferimento e il cui obiettivo è quello di articolare gli strumenti di contatto con l'utenza individuando il miglior mezzo di comunicazione in base alle abitudini e agli stili di consumo.

Le nuove tecnologie, ed in particolare il personal computer e la telematica, costituiscono ovviamente una straordinaria risorsa per il sistema Paese ma, come in ogni rivoluzione, esiste il rischio che si determini una frattura sociale, che l'analfabetismo informatico si vada a sommare ai vecchi motivi di esclusione. Casalinghe, pensionati, persone con basso livello di reddito e scolarità, extracomunitari: le categorie da tutelare rispetto al rischio di

produrre nuove forme di esclusione per vecchie categorie di esclusi, secondo i consueti argini territoriali.

La questione del *digital divide* è tutt'altro che superata, come non lo sono peraltro le differenze geografiche, culturali e anagrafiche che caratterizzano la domanda di servizi della pubblica amministrazione.

Il rischio di trovarsi tra pochi anni con una cittadinanza di serie A, capace di dialogare con le pubbliche amministrazioni, e una cittadinanza di serie B, ancora in fila agli sportelli, è tutt'altro che scongiurata dalle misure di sostegno alla creazione di una società dell'informazione italiana.

In quest'ottica è possibile analizzare i dati relativi ai consumi informatici e agli atteggiamenti rispetto alle innovazioni e agli strumenti innovativi della pubblica amministrazione in base a un quadro sinottico tentando, così, di evidenziare i maggiori fattori di esclusione ad oggi presenti, ma anche le specificità dei comportamenti di ciascuna categoria sociale.

4.1. Il divide geografico

Sul piano degli strumenti tecnologici di base le famiglie italiane non presentano differenze preoccupanti, la diffusione del kit di prima necessità del cittadino digitale nella penisola è sufficientemente capillare ed omogenea. Per quanto, tra la più tecnologizzata delle aree, il Centro, e l'ultima ruota del carro per penetrazione tecnologica, il Sud e le isole, vi siano 10 punti percentuali di distanza nella dotazione domestica di PC (tav.1).

I maggiori utilizzatori di PC da casa sono gli abitanti del Centro, quelli che col PC ci studiano o ci lavorano sono invece nel Nord est, mentre i più "ricchi" di moneta virtuale sono nel Nord ovest. Al sud e alle isole resta invece il primato dell'arretratezza in termini di utilizzo delle nuove tecnologie. Si trova, infatti, al Sud la percentuale più alta di chi lega il proprio atteggiamento poco tecnologico alla mancanza di competenze (12,5%); alta anche la percentuale di chi, nel Nord est, si dichiara totalmente disinteressato alla tecnologia (26,9%).

Il luogo di residenza non condiziona in modo significativo la mappa dell'esclusione da internet, il numero più alto di esclusi è nel Nord Est (5%) unico territorio in cui la percentuale supera la media nazionale.

Anche rispetto alla conformazione degli utenti internet si ripropone la classifica che vede al primo posto il Centro e all'ultimo il Sud, che presenta però un alta quota di utenti potenziali (59,1%).

Differenze importanti da evidenziare si rintracciano, però, nelle motivazioni del non accesso alla rete: in primo luogo la questione dei costi che, sostanzialmente irrilevante a livello nazionale, è indicata come fattore ostacolante da più del 15% dei meridionali; da notare anche l'alta presenza di disinteressati nel Nord est.

Riguardo alle abitudini dei navigatori i maggiori utilizzatori di internet come fonte di informazione e comunicazione (visita siti e scambio e-mail) sono al Nord, mentre al Sud è più alto il numero di chi fa un uso più attivo della rete per cercare servizi (45,3%).

Ancora al Centro i più attivi nel campo dell'e-commerce. Maggiore rispetto alla media nazionale è la percentuale di chi, nel Sud (17,4%) e al Centro (21%), usa internet per curare le proprie relazioni attraverso *chat*, *forum* e *mailing list*.

Nei rapporti con la pubblica amministrazione le differenze territoriali si acquiscono già a partire dal livello di conoscenza degli strumenti innovativi che la PA sta progettando e sperimentando.

In termini di bisogni c'è una sostanziale omogeneità nel ritenere molto utili le informazioni sulla città (con la punta massima del 54,6% nel Sud), e gli strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative (al 51,5% nel Centro). A sentire maggiormente il bisogno di partecipazione alle scelte della pubblica amministrazione il Mezzogiorno: è il Sud in particolare a chiedere partecipazione alle decisioni (46,7%), spazi autogestiti (43,4%) e possibilità di esprimere giudizi (48,8%).

C'è corralità nell'esigere più sportelli sul territorio e orari prolungati seppure tale esigenza provenga con una maggiore forza dal Sud e dalle Isole; nel centro circa il 20% dei residenti riconosce l'efficacia dei call center e delle informazioni su internet, mentre vivono nel Nord Italia le persone che, più delle altre, reputano efficace la comunicazione amministrativa attraverso la TV.

Tav. 1– Tecnologie utilizzate e servizi. Confronto per area geografica

	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Dotazione tecnologica in casa	Televideo 90,5% PC 69,3% Lettore DVD 44,9%	Televideo 87,4% PC 66,4% Lettore DVD 39,8%	Televideo 91,1% PC 74,4% Lettore DVD 52,9%	Televideo 85,3% PC 63,9% Lettore DVD 45%
Uso dei principali strumenti tecnologici	Uso PC da casa 52,9% Uso PC dal luogo lavoro/studio 37,2% Carta di credito 49,6%	Uso PC da casa 50,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 41,3% Carta di credito 41,6%	Uso PC da casa 57,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 40,3% Carta di credito 44%	Uso PC da casa 48,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 31,7% Carta di credito 30,5%
Atteggiamento verso le tecnologie	Interesse pratici (telefonino, pay TV) 39% Disinteresse 20,1% Mancanza di competenze 8,4%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 36,4% Disinteresse 26,9% Mancanza di competenze 8,4%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 36,2% Disinteresse 15% Mancanza di competenze 9,2%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 37,1% Disinteresse 22,6% Mancanza di competenze 12,5%
Accesso ad internet	Utenti 41,4% Potenziali 54,6% Esclusi 4%	Utenti 42,6% Potenziali 52,4% Esclusi 5%	Utenti 51,8% Potenziali 45,4% Esclusi 2,8%	Utenti 36,6% Potenziali 59,1% Esclusi 4,3%
Abitudini di navigazione	Posta elettronica 83,3% Visita siti 94% Ricerca servizi 43,7% Acquisto prodotti 16,2% Chat e forum 11,4%	Posta elettronica 84,4% Visita siti 93,4% Ricerca servizi 36,9% Acquisto prodotti 14,8% Chat e forum 9%	Posta elettronica 80,3% Visita siti 90,8% Ricerca servizi 38,1% Acquisto prodotti 25% Chat e forum 21%	Posta elettronica 79,5% Visita siti 91% Ricerca servizi 45,3% Acquisto prodotti 22,2% Chat e forum 17,4%
Servizi on line della PA	Livello di conoscenza: più alto della media nazionale più alto degli altri territori quello del CUP (46,4%) percentuale più alta di cittadini che hanno pagato on line l'ICI (4%)	Livello di conoscenza generale più alto delle altre aree	Livello di conoscenza più alto della media nazionale più alto degli altri territori per reti civiche (59,7%) e per borsellino elettronico (17,1%)	Livello di conoscenza più basso della media nazionale per tutti gli strumenti
Maggiori fattori di esclusione dalla rete	Costi 6,8% Competenze 38,6% Disinteresse 47,9%	Costi 9,8% Competenze 30,5% Disinteresse 51,2%	Costi 11,3% Competenze 39,7% Disinteresse 43,3%	Costi 15,9% Competenze 29,3% Disinteresse 48,2%
Bisogni di servizi	Informazioni sulla città 48,6% Informazioni sull'ente 36,7% Strumenti per effettuare pagamenti 41,7% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 46,2%	Informazioni sulla città 49,3% Informazioni sull'ente 39,5% Strumenti per effettuare pagamenti 38,8% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 43,7%	Informazioni sulla città 47,8% Informazioni sull'ente 41,3% Strumenti per effettuare pagamenti 43% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 51,5%	Informazioni sulla città 54,6% Informazioni sull'ente 45,4% Strumenti per effettuare pagamenti 44,4% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 50%
Bisogno strumenti di partecipazione	Strumenti per esprimere giudizi 43,7% Spazi autogestiti 34% Strumenti per partecipare alle decisioni 38,5%	Strumenti per esprimere giudizi 42,7% Spazi autogestiti 33,2% Strumenti per partecipare alle decisioni 38,8%	Strumenti per esprimere giudizi 39,6% Spazi autogestiti 32,1% Strumenti per partecipare alle decisioni 41%	Strumenti per esprimere giudizi 48,8% Spazi autogestiti 43,4% Strumenti per partecipare alle decisioni 46,7%
Suggerimenti per il miglioramento della qualità dei servizi	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 48,9% Più servizi e operatori al telefono 19,4% informazioni e servizi tramite Internet 16,1% Informazioni e servizi tramite TV 15,6%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 47,2% Più servizi e operatori al telefono 19,6% informazioni e servizi tramite Internet 16,8% Informazioni e servizi tramite TV 16,4%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 46,1% Più servizi e operatori al telefono 20,1% informazioni e servizi tramite Internet 20,1% Informazioni e servizi tramite TV 13,7%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 57,5% Più servizi e operatori al telefono 16,8% informazioni e servizi tramite Internet 13,7% Informazioni e servizi tramite TV 12%

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

4.2. Il divide generazionale

L'età agisce in maniera rilevante sui comportamenti tecnologici e altrettanto su quelli "civici". A livello di consumi le distanze tra giovani e anziani sono estremamente alte, si pensi che il 72% di chi ha un'età compresa tra i 18 e i 34 anni usa il PC, mentre tra gli over 65 la percentuale si abbassa al 16,3%. Meno incisiva, seppur preoccupante, la distanza generazionale sull'uso di carta di credito che, come abbiamo detto, è una delle importanti condizioni per usufruire dei servizi avanzati offerti dalla rete. I maggiori possessori di carte di credito sono gli adulti, per il 47,5% di chi ha tra i 35 e i 64 anni questo rappresenta un comune strumento di pagamento (tav.2).

Dall'analisi degli accessi alla rete per età emerge un allarmante 10,5% di esclusi tra gli anziani, classe in cui sono solo l'11,8% gli inclusi, un tale dato può tuttavia essere interpretato con meno drammaticità se si considera l'impennata rispetto al 2003, data rispetto alla quale si è avuta una crescita del 7,3% di over 65 andati on line negli ultimi 12 mesi. Tra i motivi dell'esclusione il disinteresse (43,1%) e la mancanza di competenze (38%).

Nei comportamenti di navigazione questa categoria si caratterizza poi per un uso più maturo della rete rispetto agli anni passati presentando percentuali piuttosto alte, in proporzione, nelle attività di transazione o home banking e nell'acquisto di prodotti. Un dato importante che mostra una crescente familiarità e una maggior fiducia degli anziani verso la rete.

I più giovani, invece, fanno un consumo della rete decisamente alto e svolgono on line attività specifiche che poco riguardano le altre generazioni, prima fra tutte la partecipazione a *chat, forum o mailing list* (26,1%).

Per ciò che riguarda, invece, la conoscenza dei servizi tecnologici offerti dalla PA il livello di conoscenza dei più giovani è pari alla media nazionale, mentre quello degli adulti lo supera decisamente soprattutto per ciò che riguarda la carta d'identità elettronica.

Al contrario, è bassa la conoscenza dell'offerta di servizi pubblici on line da parte di chi ha più di 65 anni. Le gerarchie dei servizi on line ritenuti più utili è simile nelle tre fasce d'età con un maggior interesse della fascia

media per i servizi di pagamento e di svolgimento delle pratiche amministrative. Questa generazione è anche quella che mostra il bisogno maggiore di interazione con la pubblica amministrazione, ancora debole per i più giovani e i più anziani. Fatto spiegabile, almeno parzialmente, dalle minori occasioni di rapporto con i servizi della PA dei primi e con la poca familiarità con la tecnologia di rete dei secondi.

I più anziani, infine, manifestano più degli altri un desiderio di multicanalità: più sportelli, ma anche call center e informazioni attraverso la TV.

Tav. 2 – Tecnologie utilizzate e servizi. Confronto per classi di età

	Da 18 a 34	Da 35 a 64	Oltre 65
Dotazione tecnologica in casa	Televideo 93,5% PC 78,8% Lettore DVD 56,6%	Televideo 89,3% PC 74,4% Lettore DVD 48,8%	Televideo 78,8% PC 37,4% Lettore DVD 23%
Uso dei principali strumenti tecnologici	Uso PC da casa 72% Uso PC dal luogo lavoro/studio 53,7% Carta di credito 36,1%	Uso PC da casa 55,2% Uso PC dal luogo lavoro/studio 39% Carta di credito 47,5%	Uso PC da casa 16,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 8,6% Carta di credito 28,4%
Atteggiamento verso le tecnologie	Interesse pratici (telefonino, pay TV) 33,4% Disinteresse 11,5% Mancanza di competenze 8%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 40% Disinteresse 17,6% Mancanza di competenze 10,2%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 35,5% Disinteresse 43,1% Mancanza di competenze 12,1%
Accesso ad internet	Utenti 62,7% Potenziali 35,9% Esclusi 1,5%	Utenti 43,5% Potenziali 53,8% Esclusi 2,7%	Utenti 11,8% Potenziali 77,7% Esclusi 10,5%
Abitudini di navigazione	Posta elettronica 87,2% Visita siti 94,9% Ricerca servizi 40,8% Acquisto prodotti 19,8% Chat e forum 26,1%	Posta elettronica 79% Visita siti 90,5% Ricerca servizi 42,1% Acquisto prodotti 20,5% Chat e forum 8%	Posta elettronica 67,5% Visita siti 89,1% Ricerca servizi 40,5% Acquisto prodotti 13,5% Chat e forum 2,7%
Servizi on line della PA	Livello di conoscenza: pari alla media nazionale più alto delle altre generazioni quello delle reti civiche (60,5%)	Livello di conoscenza generale più alto delle altre generazioni in particolare per la CEI (58,5%)	Livello di conoscenza generale più basso della media nazionale e delle altre generazioni
Maggiori fattori di esclusione dalla rete	Costi 18,3% Competenze 22,2% Disinteresse 55,6%	Costi 12,1% Competenze 35% Disinteresse 48,2%	Costi 6,9% Competenze 38% Disinteresse 43,1%
Bisogni di servizi	Informazioni sulla città 56,1% Informazioni sull'ente 42% Strumenti per effettuare pagamenti 46,1% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 49,8%	Informazioni sulla città 50,8% Informazioni sull'ente 42,6% Strumenti per effettuare pagamenti 48,8% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 50,6%	Informazioni sulla città 43,1% Informazioni sull'ente 36,4% Strumenti per effettuare pagamenti 33,9% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 39,6%
Bisogno strumenti di partecipazione	Strumenti per esprimere giudizi 44,6% Spazi autogestiti 36,1% Strumenti per partecipare alle decisioni 41,5%	Strumenti per esprimere giudizi 46,8% Spazi autogestiti 38,1% Strumenti per partecipare alle decisioni 44,8%	Strumenti per esprimere giudizi 38,3% Spazi autogestiti 34,2% Strumenti per partecipare alle decisioni 35,1%
Suggerimenti per il miglioramento della qualità dei servizi	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 48,8% Più servizi e operatori al telefono 17,6% informazioni e servizi tramite Internet 18,8% Informazioni e servizi tramite TV 14,9%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 49,8% Più servizi e operatori al telefono 18,7% informazioni e servizi tramite Internet 19,2% Informazioni e servizi tramite TV 12,4%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 56,9% Più servizi e operatori al telefono 20,1% informazioni e servizi tramite Internet 5,4% Informazioni e servizi tramite TV 17,6%

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

4.3. Il divide culturale

Il titolo di studio rappresenta un notevole acceleratore per la diffusione di strumenti tecnologici e di comportamenti innovativi. Complessivamente più attrezzati tecnologicamente, i laureati e i diplomati utilizzano in maniera superiore rispetto a chi ha titoli di studio inferiori le tecnologie per l'informazione e la comunicazione e gli strumenti di pagamento elettronico quale ad esempio la carta di credito (61,6% per i laureati e 45,3% per i diplomati). Sono pochi tra questi i disinteressati all'ambiente digitale soprattutto se confrontati con chi non ha titoli di studio o ha la licenza elementare. Per questi ultimi il rischio di esclusione dalla Società dell'Informazione è effettivo: solo il 22,2% ha il PC in casa, il 12,4% ci lavora o ci studia, il 28,8% ha la carta di credito, il 16,2% ha accesso ad internet (tav.3).

Lo sbarramento è all'ingresso, non si tratta di immaturità nei consumi o nei comportamenti digitali, il 37,2% di chi ha un titolo di studio basso non ha interesse nella tecnologia e il 13,1% non ha le competenze necessarie e, se si parla di accesso al web, le percentuali salgono sino a portare la quota delle persone che si dichiarano prive delle abilità necessarie alla navigazione al 35,5%.

Anche nel rapporto con la pubblica amministrazione il titolo di studio incide sui bisogni e sul livello di conoscenza a tal punto che tra le quattro classi prese in considerazione l'unica ad avere un livello di conoscenza dei servizi innovativi offerti dalla PA più basso della media nazionale è proprio quella delle persone prive di titolo di studio.

In termini di bisogni, a un titolo di studio alto si associano percentuali alte più o meno in tutte le voci, dal bisogno di informazioni sulla città a strumenti per completare a distanza le pratiche amministrative. In opposizione, chi ha un titolo di studio più basso, conoscendo meno la realtà dei servizi on line e le sue potenzialità, esprime meno tali necessità.

Rispetto alla partecipazione i più attivi sono coloro che hanno il diploma, mentre gli altri manifestano soprattutto l'esigenza di esprimere giudizi e proteste.

Infine, in merito agli interventi che potrebbero portare ad un miglioramento della qualità dei servizi e dei rapporti che legano PA e cittadini spicca, nel generale bisogno di sportelli più diffusi sul territorio e di orari prolungati, la percentuale di chi ha un titolo di studio basso (56,7%). Anche i laureati sono dell'idea che questa sia la soluzione più efficace, ma affidano il miglioramento anche agli altri mezzi come i *call center* (26,4%) e internet (25,6%).



Tav. 3 – Tecnologie utilizzate e servizi. Confronto per titolo di studio

	Laurea	Diploma superiore	Licenza media	Elementare/ nessuno
Dotazione tecnologica in casa	Televideo 92,8% PC 89,6% Lettore DVD 53,6%	Televideo 90,6% PC 82,5% Lettore DVD 57%	Televideo 92,1% PC 68,4% Lettore DVD 45,2%	Televideo 80,1% PC 44,4% Lettore DVD 30,6%
Uso dei principali strumenti tecnologici	Uso PC da casa 84% Uso PC dal luogo lavoro/studio 68,8% Carta di credito 61,6%	Uso PC da casa 69,1% Uso PC dal luogo lavoro/studio 50,7% Carta di credito 45,3%	Uso PC da casa 52% Uso PC dal luogo lavoro/studio 35,8% Carta di credito 40,3%	Uso PC da casa 22,2% Uso PC dal luogo lavoro/studio 12,4% Carta di credito 28,8%
Atteggiamento verso le tecnologie	Interesse pratici (telefonino, pay TV) 30,4% Disinteresse 7,2% Mancanza di competenze 11,2%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 35,3% Disinteresse 10% Mancanza di competenze 8,6%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 40,3% Disinteresse 22% Mancanza di competenze 8,3%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 38,2% Disinteresse 37,2% Mancanza di competenze 13,1%
Accesso ad internet	Utenti 76,8% Potenziali 20,8% Esclusi 2,4%	Utenti 58,9% Potenziali 38,8% Esclusi 2,3%	Utenti 39,2% Potenziali 58% Esclusi 2,8%	Utenti 16,2% Potenziali 76,1% Esclusi 7,7%
Abitudini di navigazione	Posta elettronica 83,3% Visita siti 94,8% Ricerca servizi 35,4% Acquisto prodotti 26,1% Chat e forum 7,3%	Posta elettronica 86,8% Visita siti 93,6% Ricerca servizi 45,1% Acquisto prodotti 21,6% Chat e forum 19,5%	Posta elettronica 77,7% Visita siti 89,6% Ricerca servizi 43% Acquisto prodotti 15,7% Chat e forum 15,2%	Posta elettronica 68,1% Visita siti 89,9% Ricerca servizi 31,8% Acquisto prodotti 14,4% Chat e forum 7,2%
Servizi on line della PA	Livello di conoscenza: più alto della media nazionale e degli altri titoli di studio, in particolare per reti civiche (65,6%) CEI(64%) e firma digitale (63,2%)	Livello di conoscenza generale più alto della media, strumento maggiormente conosciuto le reti civiche (61,2%)	Livello di conoscenza pari alla media nazionale, strumento più conosciuto la CEI (55,2%)	Livello di conoscenza più basso della media nazionale per tutti gli strumenti, strumento più conosciuto la CEI (46,6%)
Maggiori fattori di esclusione dalla rete	Costi 6,8% Competenze 34,5% Disinteresse 48,3%	Costi 13,2% Competenze 35% Disinteresse 46,2%	Costi 13% Competenze 30,5% Disinteresse 51,9%	Costi 9,8% Competenze 35,5% Disinteresse 45,5%
Bisogni di servizi	Informazioni sulla città 54,4% Informazioni sull'ente 48,8% Strumenti per effettuare pagamenti 50,4% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 63,2%	Informazioni sulla città 57% Informazioni sull'ente 43,8% Strumenti per effettuare pagamenti 47,4% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 54,1%	Informazioni sulla città 52,9% Informazioni sull'ente 43,5% Strumenti per effettuare pagamenti 44,6% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 48,8%	Informazioni sulla città 40% Informazioni sull'ente 33,3% Strumenti per effettuare pagamenti 31,9% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 36,1%
Bisogno strumenti di partecipazione	Strumenti per esprimere giudizi 40,8% Spazi autogestiti 33,6% Strumenti per partecipare alle decisioni 36,8%	Strumenti per esprimere giudizi 45,5% Spazi autogestiti 37,82% Strumenti per partecipare alle decisioni 44,3%	Strumenti per esprimere giudizi 47,5% Spazi autogestiti 39% Strumenti per partecipare alle decisioni 33,1%	Strumenti per esprimere giudizi 41% Spazi autogestiti 34% Strumenti per partecipare alle decisioni 39,1%
Suggerimenti per il miglioramento della qualità dei servizi	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 40% Più servizi e operatori al telefono 26,4% informazioni e servizi tramite Internet 25,6% Informazioni e servizi tramite TV 8%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 45,5% Più servizi e operatori al telefono 18,4% informazioni e servizi tramite Internet 23% Informazioni e servizi tramite TV 13,2%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 54,4% Più servizi e operatori al telefono 16,4% informazioni e servizi tramite Internet 14,3% Informazioni e servizi tramite TV 14,9%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 56,7% Più servizi e operatori al telefono 19,2% informazioni e servizi tramite Internet 8% Informazioni e servizi tramite TV 16,2%

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

4.4. Il divide di genere

Uomini e donne usano le tecnologie in modo differente, ma non si può parlare sulla base dei dati ricavati dall'indagine di vero e proprio digital divide, soprattutto se si guarda alla crescita della presenza femminile nella rete nell'ultimo anno (+5%). Per quanto minore sia la percentuale di donne che usa il PC in casa (42,8%), che ci lavora o ci studia (27,6%) è importante notare come, rispetto all'accesso ad internet, si trovino più esclusi nella categoria degli uomini (4,5%). Tra questi infatti si ha la quota maggiore di disinteressati ad Internet (53%). (tav.4)

Inoltre, se dai dati si eliminano le risposte fornite dalle casalinghe le differenze di genere praticamente scompaiono. **Il che lascia pensare che non sia il sesso in sé a generare delle barriere di ingresso alla cittadinanza digitale, quanto piuttosto la grande percentuale di donne che, lavorando in casa, ha difficoltà ad entrare in contatto con quegli ambienti dove si possono acquisire ed implementare competenze informatiche.**

Tra le donne e gli uomini che vanno in rete le prime sono più propense ad utilizzare internet a scopo informativo e più restie ad acquistare prodotti (16,6%) e a ricercare servizi (37%). Gli uomini sono invece più comunicativi, usano più delle donne la posta elettronica (84,1%) e più di loro partecipano a *chat, forum e mailing list* (16,1%).

Nei rapporti con la pubblica amministrazione le donne risultano meno informate degli uomini rispetto agli strumenti e ai servizi innovativi che si stanno sperimentando negli ambiti amministrativi, sentono leggermente meno il bisogno in generale di servizi on line e hanno maggiore necessità di partecipare alle scelte amministrative esprimendo giudizi (44,8%), con spazi autogestiti (38%) e partecipando ai processi decisionali (42,4%).

Più tradizionaliste anche nelle soluzioni proposte per rendere più efficace la pubblica amministrazione a cui chiedono più sportelli (55,5%) e *call center* (20,1%).

Tav. 4 – Tecnologie utilizzate e servizi. Confronto per sesso

	Maschi	Femmine
Dotazione tecnologica in casa	Televideo 87,2% PC 71,1% Lettore DVD 50%	Televideo 89,3% PC 65% Lettore DVD 41,4%
Uso dei principali strumenti tecnologici	Uso PC da casa 61,4% Uso PC dal luogo lavoro/studio 46,6% Carta di credito 45,6%	Uso PC da casa 42,8% Uso PC dal luogo lavoro/studio 27,6% Carta di credito 35,7%
Atteggiamento verso le tecnologie	Interesse pratici (telefonino, pay TV) 34,9% Disinteresse 18% Mancanza di competenze 7,8%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 39,6% Disinteresse 24,2% Mancanza di competenze 12%
Accesso ad internet	Utenti 52,8% Potenziali 42,7% Esclusi 4,5%	Utenti 32,3% Potenziali 64 Esclusi 3,7%
Abitudini di navigazione	Posta elettronica 84,1% Visita siti 90,5% Ricerca servizi 44,6% Acquisto prodotti 22,1% Chat e forum 16,1%	Posta elettronica 77,9% Visita siti 94,8% Ricerca servizi 37% Acquisto prodotti 16,6% Chat e forum 12,6%
Servizi on line della PA	Livello di conoscenza: più alto della media nazionale, strumento maggiormente conosciuto la CEI (56,2%)	Livello di conoscenza generale più basso della media nazionale e degli uomini, strumento più conosciuto le reti civiche (50,2%)
Maggiori fattori di esclusione dalla rete	Costi 8,6% Competenze 29% Disinteresse 53%	Costi 13% Competenze 36,7% Disinteresse 44,6%
Bisogni di servizi	Informazioni sulla città 52% Informazioni sull'ente 42,4% Strumenti per effettuare pagamenti 47,1% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 53,7%	Informazioni sulla città 49,4% Informazioni sull'ente 40% Strumenti per effettuare pagamenti 38% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 42,9%
Bisogno strumenti di partecipazione	Strumenti per esprimere giudizi 44,1% Spazi autogestiti 35,4% Strumenti per partecipare alle decisioni 41,3%	Strumenti per esprimere giudizi 44,8% Spazi autogestiti 38% Strumenti per partecipare alle decisioni 42,4%
Suggerimenti per il miglioramento della qualità dei servizi	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 46% Più servizi e operatori al telefono 17,1% informazioni e servizi tramite Internet 22,5% Informazioni e servizi tramite TV 14,4%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 55,5% Più servizi e operatori al telefono 20,1% informazioni e servizi tramite Internet 10,4% Informazioni e servizi tramite TV 13,9%

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

4.5. Il divide occupazionale

La variabile occupazionale è, probabilmente, quella che crea maggiori differenze tanto nei consumi tecnologici, quanto nei comportamenti innovativi, ma soprattutto è il fattore che, più degli altri, discrimina gli italiani nell'accesso ai servizi progettati, offerti e messi on line dalle pubbliche amministrazioni.

Pensionati e casalinghe sono le categorie a maggior rischio di esclusione dai vantaggi offerti dalle nuove tecnologie. Le difficoltà di accesso alla società della conoscenza si leggono tanto nei dati sugli stili di consumo, quanto in quelli relativi ai bisogni di servizi.

Se pure le tecnologie di base sono presenti nelle case di anziani e casalinghe questi hanno difficoltà ad utilizzarle nella gestione della quotidianità, usano poco il PC (27,6% le casalinghe e 24,3% i pensionati) principalmente perché non gli interessa. Non è facile per loro conoscerne le potenzialità e capirne i vantaggi nell'applicazione ai servizi pubblici, probabilmente perché sono rare le occasioni di familiarizzazione a questi mezzi (tav.5).

Casalinghe e pensionati sono, infatti, normalmente estranei a quegli ambienti dove si possono acquisire ed implementare competenze funzionali anche di tipo informatico, come la scuola ed il "posto di lavoro" e compiono attività che sono generalmente lontane dal villaggio globale.

Occupati, disoccupati e studenti dall'altra parte stanno galoppando verso un uso sempre più maturo degli strumenti ICT. Il rischio esclusione per queste categorie è infatti molto basso.

Se si guarda alla mappa delle utenze internet, infatti, tra gli esclusi nessuno studente, il 3,4% dei disoccupati e il 2,3% degli occupati.

Nelle abitudini sul web gli occupati e gli studenti fanno un uso intenso degli strumenti di comunicazione, l'e-mail è oramai uno strumento di comunicazione pressoché quotidiana.

Mentre le chat e i forum sono praticamente utilizzati esclusivamente da studenti e disoccupati, nelle attività di ricerca servizi e di acquisto i pensionati presentano percentuali decisamente più alte.

Nel rapporto con la pubblica amministrazione la prima discriminazione forte, che riguarda in questo caso anche i disoccupati, è il livello di conoscenza degli strumenti innovativi delle pubbliche amministrazioni: di siti internet o reti civiche, carta d'identità elettronica, borsellino elettronico o firma digitale casalinghe e pensionati ne sanno poco.

Tuttavia, questo non inibisce i bisogni di informazioni sulla città, sul territorio relative ai servizi locali, ai trasporti, alla cultura e all'intrattenimento, percepite come molto utili dal 45,1% delle casalinghe e dal 46% dei pensionati e neppure di strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative molto utile per quasi la metà degli intervistati di entrambe le categorie.

I pensionati sentono meno degli altri l'esigenza di prendere parte attiva nei processi decisionali delle pubbliche amministrazioni, su questo piano i più interattivi sono invece i disoccupati che reputano strumenti molto utili quelli di partecipazione alle decisioni (47,9%).

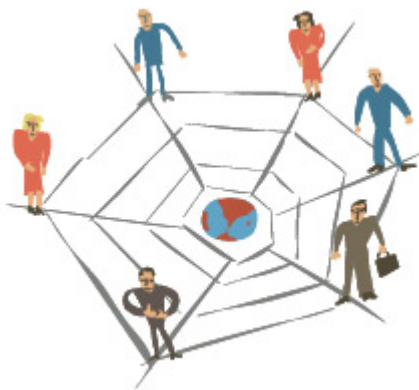
Infine, la maggiore efficienza e qualità dei servizi pubblici si raggiunge secondo le casalinghe attraverso più sportelli e orari prolungati (57,8%) e *call center* (23,9%), i pensionati, perlopiù dello stesso parere, danno però una maggior fiducia agli strumenti come internet (8,7%) e il televideo (19,1%).

Tav. 5 – Tecnologie utilizzate e servizi per categoria professionale

	Occupati	Disoccupati	Casalinghe	Studenti	pensionati
Dotazione tecnologica in casa	Televideo 89,6% PC 79,1% Lettore DVD 52,7%	Televideo 87,7% PC 63% Lettore DVD 45,2%	Televideo 89,5% PC 63% Lettore DVD 46,2%	Televideo 97,7% PC 96,6% Lettore DVD 62,5%	Televideo 82,6% PC 43,9% Lettore DVD 27,2%
Uso dei principali strumenti tecnologici	Uso PC da casa 69,6% Uso PC dal luogo lavoro/studio 59,5% Carta di credito 52,1%	Uso PC da casa 53,4% Uso PC dal luogo lavoro/studio 19,2% Carta di credito 30,1%	Uso PC da casa 27,6% Uso PC dal luogo lavoro/studio 7,1% Carta di credito 26,5%	Uso PC da casa 94,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 69,3% Carta di credito 17%	Uso PC da casa 24,3% Uso PC dal luogo lavoro/studio 10,1% Carta di credito 35,7%
Atteggiamento verso le tecnologie	Interesse pratici (telefonino, pay TV) 35,8% Disinteresse 12,1% Mancanza di competenze 8,2%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 34,2% Disinteresse 17,8% Mancanza di competenze 13,7%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 45,1% Disinteresse 28% Mancanza di competenze 15,7%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 30,7% Disinteresse 0% Mancanza di competenze 5,7%	Interessi pratici (telefonino, pay TV) 36,5% Disinteresse 39,8% Mancanza di competenze 9,5%
Accesso ad internet	Utenti 60,5% Potenziali 37,2% Esclusi 2,3%	Utenti 39,7% Potenziali 58,9 Esclusi 1,4%	Utenti 15% Potenziali 81% Esclusi 3,4%	Utenti 84,1% Potenziali 15,9% Esclusi 0%	Utenti 16,9% Potenziali 73,8% Esclusi 9,3%
Abitudini di navigazione	Posta elettronica 83,6% Visita siti 92,5% Ricerca servizi 43,9% Acquisto prodotti 22,1% Chat e forum 11,5%	Posta elettronica 86,2% Visita siti 89,6% Ricerca servizi 37,9% Acquisto prodotti 10,3% Chat e forum 20,7%	Posta elettronica 60% Visita siti 85% Ricerca servizi 35% Acquisto prodotti 7,5% Chat e forum 5%	Posta elettronica 87,9% Visita siti 97,3% Ricerca servizi 31,1% Acquisto prodotti 17,6% Chat e forum 47,3%	Posta elettronica 72,6% Visita siti 90,3% Ricerca servizi 43,6% Acquisto prodotti 19,4% Chat e forum 4,8%
Servizi on line della PA	Livello di conoscenza: più alto della media nazionale, strumento più conosciuto la CEI (59,4%)	Livello di conoscenza generale più basso della media nazionale, strumento più conosciuto la CEI (54,8%)	Livello di conoscenza più basso della media nazionale	Livello di conoscenza più alto della media nazionale più alta delle altre categorie la conoscenza di reti civiche (73,9%) e borsellino elettronico (19,4%)	Livello di conoscenza più basso della media nazionale per tutti gli strumenti
Maggiori fattori di esclusione dalla rete	Costi 11,5% Competenze 27% Disinteresse 55,8%	Costi 29,5% Competenze 20,5% Disinteresse 47,7%	Costi 12,8% Competenze 42,5% Disinteresse 40,8%	Costi 21,4% Competenze 14,3% Disinteresse 64,3%	Costi 7,5% Competenze 36,1% Disinteresse 45,2%
Bisogni di servizi	Informazioni sulla città 54,4% Informazioni sull'ente 44,7% Strumenti per effettuare pagamenti 48,2% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 55%	Informazioni sulla città 49,3% Informazioni sull'ente 42,5% Strumenti per effettuare pagamenti 46,6% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 47,9%	Informazioni sulla città 45,1% Informazioni sull'ente 37,3% Strumenti per effettuare pagamenti 35,4% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 40,7%	Informazioni sulla città 58% Informazioni sull'ente 44,3% Strumenti per effettuare pagamenti 37,5% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 44,3%	Informazioni sulla città 46% Informazioni sull'ente 36% Strumenti per effettuare pagamenti 36,5% Strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative 41,1%
Bisogno strumenti di partecipazione	Strumenti per esprimere giudizi 45% Spazi autogestiti 38,4% Strumenti per partecipare alle decisioni 42,6%	Strumenti per esprimere giudizi 43,8% Spazi autogestiti 42,5% Strumenti per partecipare alle decisioni 47,9%	Strumenti per esprimere giudizi 44,4% Spazi autogestiti 34,7% Strumenti per partecipare alle decisioni 41,8%	Strumenti per esprimere giudizi 48,9% Spazi autogestiti 33% Strumenti per partecipare alle decisioni 43,2%	Strumenti per esprimere giudizi 42,5% Spazi autogestiti 34,9% Strumenti per partecipare alle decisioni 39%
Suggerimenti per il miglioramento della qualità dei servizi	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 48,4% Più servizi e operatori al telefono 17,3% Informazioni e servizi tramite Internet 22,7% Informazioni e servizi tramite TV 11,5%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 46,6% Più servizi e operatori al telefono 16,4% Informazioni e servizi tramite Internet 20,5% Informazioni e servizi tramite TV 16,4%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 57,8% Più servizi e operatori al telefono 23,9% Informazioni e servizi tramite Internet 6,3% Informazioni e servizi tramite TV 11,9%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 44,3% Più servizi e operatori al telefono 14,8% Informazioni e servizi tramite Internet 21,6% Informazioni e servizi tramite TV 19,3%	Più sportelli sul territorio e orari prolungati 53,4% Più servizi e operatori al telefono 18,8% Informazioni e servizi tramite Internet 8,7% Informazioni e servizi tramite TV 19,1%

5. L'E-DEMOCRACY QUALI POTENZIALITÀ?

5.1. Democrazia elettronica e cultura della partecipazione



La seconda fase del Piano Nazionale di e-government pone tra le cinque principali linee d'azione dei prossimi anni l'avvio di progetti per lo sviluppo della cittadinanza digitale, definiti di "e-democracy". L'intento dichiarato è **fronteggiare la crescente complessità delle decisioni pubbliche con un coinvolgimento ampio delle competenze ed esperienze diffuse nella società, attivando dinamiche a distanza di contatto, dialogo e**

consultazione. L'e-democracy contraddistingue quei processi che prevedono l'uso di strategie e tecnologie dell'informazione e della comunicazione da parte degli attori democratici (amministratori, cittadini, associazioni, enti pubblici e privati) nell'ambito dei processi politici e di governo di comunità locali, nazionali e internazionali. L'e-democracy è il punto di arrivo del percorso che dalle azioni di e-government si propone di costruire una più ampia e-governance con l'obiettivo di migliorare la qualità della convivenza comune passando attraverso l'infittirsi dei rapporti tra i soggetti attivi sul territorio.

Per raggiungere livelli di efficacia l'e-democracy deve riassumere almeno tre dimensioni: l'**informazione**, come premessa ad un rapporto trasparente e paritario tra i vari attori democratici; il **dialogo**, più gestibile e amplificato grazie all'esistenza di nuovi canali di comunicazione; la **consultazione**, con forme variabili di contatto a distanza finalizzato alla partecipazione concreta di tutti gli attori alla redazione di documenti e alla presa di decisioni. Il grado di sviluppo di queste dimensioni classifica gli strumenti on line della e-democracy secondo il loro livello di interattività e la potenzialità di incidere direttamente sul livello della governance locale (tav. 6).

Avviare iniziative di democrazia elettronica non significa tanto “dare voce” ai cittadini, ma invogliarli a partecipare, a percepire altri momenti di coinvolgimento diretto che non siano solo quelli legati al momento del voto. E’ necessario, in primo luogo, un background di informazione, ampiamente disponibile e accessibile nei contenuti e nel linguaggio. E’ importante poi che l’amministrazione si dimostri aperta al contatto e che siano previsti spazi, on line ma anche off line, dove esprimersi secondo delle regole prestabilite. I decisori o i funzionari pubblici devono imparare a partecipare, a rispondere, ad indicare i tempi della risposta, a fare uso delle informazioni emerse dalle discussioni (tav. 6).

A livello di sole informazioni, il livello zero dell’interattività, alcune informazioni di base sono utili a fungere da sfondo per eventuali iniziative di e-democracy: in primo luogo le informazioni sull’attività istituzionale, sotto forma di notizie pubblicate sulla home page o comunicati stampa oppure inviate in forma di newsletter a cittadini che si iscrivono al servizio, poi i dati sui risultati elettorali più recenti (eventualmente anche quelli di elezioni precedenti). Si tratta di informazioni che dovrebbero essere presenti sui siti Internet a prescindere dall’intento di allargare la base del dialogo tra istituzione e suoi referenti. Azione più mirata può essere quella di pubblicare le delibere di giunta o di consiglio oppure permettere la visione in diretta delle sedute del consiglio tramite web cam. In questo caso la pubblica amministrazione si attiva per rendere partecipi i cittadini di decisioni e attività politica attraverso i suoi momenti e strumenti principali e non semplicemente ad informarli circa gli esiti più generali. Tra gli strumenti di forte impatto sulla gestione ottimale dei rapporti tra PA e cittadini è poi la pubblicazione di dati e risultati di monitoraggio sui servizi o soddisfazione dell’utenza, atto di trasparenza, di apertura alla critica ma anche al dialogo.

Un secondo livello di interattività minima è quella che riguarda il contatto con l’ente, sotto forma di indirizzi e-mail o moduli elettronici per l’invio di segnalazioni senza che vi sia un impegno da parte dell’ente a rispondere, oppure, andando verso un maggior coinvolgimento dell’amministrazione, la pubblicazione di FAQ desunte dalle segnalazioni dei cittadini (dando quindi loro risposta) e dichiarazioni chiare circa il trattamento delle segnalazioni nel caso in cui si intenda garantire una risposta diretta. Il form di segnalazione diventa strumento di democrazia elettronica vero e proprio nel momento in cui l’ente propone l’invio di proposte e segnalazioni che si

impegna a tenere in considerazione per uno scopo specifico legato alla presa di decisioni.

Gli strumenti relativi agli ulteriori livelli di interattività (univoca, nel caso di sondaggio e questionari, a due vie nel caso di *forum* e *chat line*) possono essere messi on line per trattare argomenti generici e senza alcun intervento diretto da parte degli amministratori, oppure prevedere una forma di interazione con gli amministratori, anche se non “finalizzata”, oppure ancora, e siamo nel campo vero e proprio dell’e-democracy, il percorso e i prodotti dell’interazione possono essere parte di un processo decisionale. In questo caso la forma strutturata del dialogo è chiaramente finalizzata e i cittadini sono parte di un percorso di cui sono chiare le tappe (il momento informativo, consultivo, decisionale), le modalità (livello di ascolto delle opinioni, forma di accoglimento delle proposte), gli attori (partecipazione dei decisori locali, di funzionari pubblici, di cittadini, di associazioni) e gli obiettivi (progettazione cooperativa di un documento, proposta di soluzioni alternative per progetti in corso, emendamenti ad una bozza in discussione, espressione di pareri su decisioni prese o in corso, e così via).

Tav. 6 - Gli strumenti della e-democracy secondo il livello di interazione sviluppato e il grado di impatto sulla governance locale

Grado di impatto sulla governance	Informazione, contatto e dialogo a fini di consultazione all'interno di un processo decisionale				
	Pubblicazione dati e monitoraggi sulla qualità dei servizi o sulla soddisfazione dell'utenza	Form per l'invio di proposte concrete che la PA si impegna a valutare	Sondaggio deliberativo su un tema specifico con impatto sul livello decisionale	Forum tra cittadini ed amministratori inserito all'interno di un processo decisionale	Chat line inserita all'interno di un processo decisionale
	Informazione, contatto e dialogo mirati ma non inseriti in un processo decisionale				
	Pubblicazione delibere	Form per l'invio di consigli e segnalazioni (con indicazione di tempi e modalità di risposta da parte della PA)	Questionario sul gradimento dei servizi e/o la proposta di cambiamenti	Forum o blog su temi inerenti la vita della città con gli amministratori	Chat line con gli amministratori
	Diretta video sedute del consiglio	Pubblicazione di FAQ desunte dai contributi dei cittadini	Sondaggio on line su argomenti specifici (in seguito o in previsione di una decisione)	Forum tra cittadini di commento a bozze di documento o documenti definitivi	-
	Informazione e strumenti interattivi generici				
	Invio di newsletter istituzionali	Form per l'invio di consigli e segnalazioni (senza certezza circa la risposta)	Questionario o sondaggio on line su argomenti generici	Forum o blog su temi inerenti la vita della città solo tra cittadini	Chat line a tema specifico (interesse civico)
	Informazioni su dati e risultati elettorali	Presenza indirizzi mail responsabili amministrativi	-	-	-
	Informazioni sull'attività istituzionale	Presenza indirizzi mail vertice politico	-	Forum o blog tra cittadini su temi generici	Chat line a tema libero
	Livello di interattività				

La democrazia elettronica può essere funzionale a stimolare nei cittadini un più grande impegno civile e un più attivo uso di Internet, comunicazioni mobili e altre tecnologie. Nella realtà, le iniziative attuali si sostanziano in forme sperimentali che prevedono soprattutto un ampliamento della base informativa (pubblicazione di delibere di giunta, collegamento in diretta con le sedute del consiglio comunale), in alcuni casi l'allargamento dei canali di contatto con il pubblico, ma che ancora non arrivano ad incidere sui concreti processi di *decision making*, neanche al livello locale-comunale, dove l'interesse a partecipare può essere più forte. Esistono comunque una serie di strumenti che vanno dalla pubblicazione di sondaggi on line alla messa a punto di forum su argomenti specifici con la partecipazione degli amministratori, ai blog, alle "linee dirette" con le giunte e i consigli comunali (tab. 20).

Tab. 20 - Forme di partecipazione all'attività politica dell'ente territoriale (v.a. e val. %)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Comuni non capoluogo
	v.a.	val. %	val. %	val. %
Informazioni				
Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	20	85,3	87,4	74,9
Pubblicazione di dati e risultati elettorali	13	19,6	49,5	31,1
Possibilità di seguire la diretta delle sedute del consiglio (audio o video)	4	1,0	7,8	-
Pubblicazione di testi delle delibere	11	48,0	53,4	23,1
Contatto				
Possibilità di contattare il sindaco, il presidente della provincia o della regione	17	79,4	75,7	71,5
Presenza di indirizzi e-mail dei responsabili amministrativi	16	75,5	53,4	26,4
Presenza di indirizzi e-mail del vertice politico	18	66,7	60,2	27,8
Possibilità di inviare consigli e segnalazioni alla pubblica amministrazione	15	72,5	71,8	48,5
Dialogo				
<i>Dibattito su questioni d'interesse generale</i>				
Sondaggi/questionari	2	3,9	7,8	0,3
Forum tra cittadini	3	22,5	17,5	15,7
Forum con amministratori	4	1,0	1,9	-
<i>Dibattito su questioni specifiche inserito all'interno di un processo decisionale</i>				
Sondaggi/questionari	-	-	1,0	0,3
Forum tra cittadini	-	-	2,9	-
Forum con amministratori	1	-	2,9	-

Fonte: indagine Rur, Dipartimento della Funzione Pubblica, Foromez e Censis, 2002

L'analisi dei siti Internet dimostra come facilmente le iniziative rimangano contenitori vuoti. Le cause di questo mancato successo risiedono soprattutto nel non inserimento degli strumenti in un processo definito, promosso e incentivato. La democrazia elettronica è spesso vittima di un "riduttivismo" che la porta ad identificarsi con lo strumento stesso utilizzato. Ma praticare la democrazia è soprattutto un processo culturale che nasce dalla creazione di attenzione rispetto a quanto viene trattato, che nasce da una percezione di incidenza del cittadino nei processi.

L'e-democracy va intesa come un processo, che può progredire in presenza di un cambiamento culturale, nelle abitudini e nelle competenze di tutti gli attori coinvolti. Ancora non esiste, infatti, non solo la "massa critica" sufficiente (per quanto riguarda i cittadini) ma anche la competenza necessaria (per quanto riguarda le amministrazioni) per fare delle poche, interessanti, sperimentazioni attuali una realtà in grado di cambiare e migliorare il rapporto tra amministratori e amministrati.

Prima di mettere a disposizione servizi e strumenti di dialogo e consultazione è pertanto opportuno interrogarsi sulla qualità della *civiness* sul proprio territorio, ovvero per quanto riguarda le istituzioni, sulla fiducia e l'interesse che i cittadini ripongono nel dialogo con coloro che li rappresentano.

5.2. Il rating dell'e-democracy

La realtà che emerge dall'analisi dei siti è di una ancora sporadica presenza di esperienze concrete di e-democracy. Alcune realtà, più di altre, hanno messo in piedi le premesse e in alcuni casi concrete iniziative di e-democracy.

Sulla base di un set selezionato di indicatori presenti nella metodologia ARPA-L, è stato sviluppato un indice orientato all'e-democracy che ha consentito di selezionare le migliori esperienze in Italia. I siti analizzati sono tutti quelli delle regioni, delle province, dei comuni capoluogo. Gli indicatori selezionati sono quelli in grado di evidenziare iniziative di e-democracy sia nelle loro premesse (aspetti informativi relativi all'attività istituzionale) sia nelle pratiche effettive. L'indice pertanto non solo evidenzia le esperienze concrete ma anche la propensione dell'ente alla

democrazia elettronica, misurata nella messa a disposizione di informazioni sulle dinamiche politiche di base come i dati elettorali e sull'attività istituzionale (gli eventi istituzionali, le delibere di giunta, la diretta delle sedute del consiglio). Fa parte di quest'apertura anche la predisposizione di forme di comunicazione (contatto mail) verso i vertici amministrativi.

La classifica complessiva delle regioni pone ai vertici l'esperienza della Regione Umbria il cui primato fa seguito all'impegno del Consiglio Regionale (tab. 21). Il sito del Consiglio regionale (www.crumbria.it) contiene forum su argomenti vari, cui partecipano i membri del Consiglio e il cui scopo è accogliere idee, proposte in funzione della presa di decisioni. E' stata oggetto di discussione, ad esempio, la bozza del nuovo statuto regionale. Lo spazio web consente di consultare gli atti e di assistere in diretta video alle sedute del consiglio regionale. Ciascun gruppo consiliare ha un proprio spazio web con strumenti interattivi e spazi per la pubblicazione di documenti e materiali e ciascun consigliere è assistito, all'interno della Intranet, da un "assistente virtuale" che lo avvisa delle novità intercorse dalla sua ultima visita. Il progetto "Senso alternato" a cura del Sistema Informativo del Consiglio regionale è rivolto ai cittadini che possono essere informati via e-mail circa l'iter degli atti consiliari, inviare alle commissioni osservazioni proposte e opinioni sui testi in discussione.

Le province sono le realtà che meno si stanno ponendo la questione dell'e-democracy, tanto da non superare il punteggio di 67 (tab. 22). Tuttavia le esperienze che risultano tra le prime in classifica (Milano, Forlì-Cesena, Parma, Padova) risultano possedere in nuce gli strumenti e le premesse per definire progetti di democrazia elettronica. La Provincia di Milano consente di interagire con la Presidenza e il Consiglio attraverso vari strumenti, sia interattivi che informativi. Il sito inoltre incentiva anche una partecipazione di tipo diverso: è possibile inviare una fotografia e vederla pubblicata come immagine di home page e poi nella galleria fotografica. Strumenti come questo favoriscono la percezione di un'apertura del sito ai contributi esterni e quindi preparano il terreno per una maggiore partecipazione degli utenti.

I comuni sono il luogo dove si stanno sviluppando le iniziative di e-democracy più complete e integrate (tab. 23). I siti Internet dei comuni di Firenze e Torino raggiungono il punteggio di 100 sulla base degli indicatori selezionati. Al secondo posto segue il Comune Verona. Superano il punteggio di 80 anche i comuni di Bologna, Modena, Milano e Roma.

Il sito del Comune di Firenze ha attivo dal 1996 un servizio di risposta ai cittadini da parte degli amministratori (la risposta è assicurata entro trenta giorni). I quesiti vengono pubblicati on line con le relative risposte e un motore di ricerca per la consultazione. I cittadini sono stati inoltre coinvolti attivamente in occasione della realizzazione del Piano strategico della città con forum tematici moderati dagli amministratori le cui discussioni sono state tenute in considerazione nella progettazione. Il sindaco ha uno spazio web dove è possibile consultare il programma e contattarlo. Il Consiglio comunale ha attivato la pubblicazione dell'archivio degli ordini di lavoro e del resoconto degli esiti e messo a disposizione la diretta video del consiglio comunale.

A Torino le iniziative di democrazia elettronica sono guidate dall'URC, l'Ufficio Rapporti con i Cittadini istituito presso al segreteria del sindaco per favorire l'interazione del governo della città con i cittadini. Il sindaco utilizza periodicamente la *webcam* per rispondere attraverso registrazioni video alle mail e alle segnalazioni dei cittadini. In questo modo dimostra il suo personale impegno nella lettura e risposta alle istanze. Tale iniziativa è inserita nelle pagine del "Canale multimediale" creato all'interno del sito che contiene, oltre ai video del sindaco, l'accesso alla diretta delle sedute del consiglio, l'archivio video degli eventi e delle cerimonie svolti presso il Comune.

Il Comune di Verona mette in campo diverse iniziative per favorire la partecipazione: il servizio URP "filo diretto" dà la possibilità di comunicare con l'amministrazione, lo spazio dedicato al Piano strategico (www.pianostrategico.verona.it) contiene un forum per esprimere le proprie opinioni, il "Veronablog" gestito dalla giunta comunale propone periodicamente argomenti di discussione. Le richieste e le proposte che emergono nel corso delle interazioni vengono prese in considerazione, inoltrate agli uffici competenti e quindi ottengono risposta. E' possibile assistere alle dirette ed accedere all'archivio delle sedute del consiglio comunale sul sito consiglioweb.comune.verona.it

Presso gli altri enti la democrazia elettronica si basa su strumenti simili: newsgroup e forum di discussione (Progetto Demos, Comune di Bologna), progetti di CRM tramite newsletter e sondaggi (Progetto Unox1, Comune di Modena), dialogo diretto con il sindaco (rubrica "a tu per tu con il sindaco" del Comune di Milano), moduli elettronici per l'invio di richieste ai vari

settori amministrativi, delibere di consiglio, monitoraggi sulla qualità dei servizi (Comune di Roma).

Tab. 21 - Rating indice e-democracy nelle Regioni

	Ente	Punteggio
1	UMBRIA	85
2	EMILIA ROMAGNA	65
2	FRIULI VENEZIA GIULIA	65
2	LAZIO	65
2	LOMBARDIA	65
2	TOSCANA	65
3	PIEMONTE	59
4	BASILICATA	52
4	LIGURIA	52
4	VALLE D'AOSTA	52
5	CAMPANIA	45
6	ABRUZZO	40
7	CALABRIA	39
7	SICILIA	39
8	MOLISE	33
9	MARCHE	32
9	PUGLIA	32
10	VENETO	25
11	TRENTINO ALTO ADIGE	20
12	SARDEGNA	19

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004

Tab. 22 - Rating indice e-democracy nelle province

	Ente	Punteggio
1	Milano	67
2	Forlì-Cesena	65
2	Parma	65
2	Padova	65
3	Teramo	59
3	Piacenza	59
3	Bergamo	59
3	Lodi	59
3	Ascoli Piceno	59
3	Foggia	59
3	Lecce	59
3	Arezzo	59
4	Prato	56
5	Brescia	53
5	Verona	53
6	Chieti	52
6	Bologna	52
6	Modena	52
6	Rimini	52
6	Cremona	52
6	Torino	52
6	Trento	52
7	Reggio Emilia	49
8	Sondrio	47
9	Pescara	45
9	Potenza	45
9	Cosenza	45
9	Crotone	45
9	Napoli	45
9	Ferrara	45
9	Ravenna	45
9	Frosinone	45
9	Roma	45
9	Ancona	45
9	Campobasso	45
9	Biella	45
9	Nuoro	45
9	Caltanissetta	45
9	Firenze	45
9	Grosseto	45
9	Lucca	45
9	Pisa	45

(segue tab. 22)

9	Siena	45
9	Terni	45
9	Rovigo	45
10	Benevento	40
10	Viterbo	40
10	Catania	40
11	Latina	39
11	Pistoia	39
11	Bolzano	39
11	Venezia	39
12	Salerno	33
12	Brindisi	33
13	Matera	32
13	Reggio Calabria	32
13	Pordenone	32
13	Trieste	32
13	Rieti	32
13	Mantova	32
13	Varese	32
13	Pesaro-Urbino	32
13	Alessandria	32
13	Trapani	32
13	Perugia	32
14	Como	29
15	Vibo Valentia	27
15	Caserta	27
15	Cuneo	27
15	Vicenza	27
16	Udine	25
16	Genova	25
16	Savona	25
16	Isernia	25
16	Palermo	25
16	Ragusa	25
17	Verbano-Cusio-Ossola	23
17	Belluno	23
18	Catanzaro	20
18	Macerata	20
18	Novara	20
18	Oristano	20
18	Livorno	20
19	Vercelli	19
19	Agrigento	19
20	Taranto	16
21	Pavia	13

(segue tab. 22)

22	L'Aquila	12
22	Avellino	12
22	Gorizia	12
22	La Spezia	12
22	Lecco	12
22	Enna	12
22	Messina	12
22	Siracusa	12
23	Asti	7
23	Cagliari	7
23	Massa-Carrara	7
24	Imperia	5
24	Bari	5
24	Treviso	5
25	Sassari	0

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004



Tab. 23 - Rating indice e-democracy nei Comuni capoluogo di provincia

	Ente	Punteggio
1	Torino	100
1	Firenze	100
2	Verona	99
3	Bologna	85
3	Modena	85
3	Milano	85
4	Roma	80
5	Venezia	79
6	Udine	65
6	Como	65
6	Pesaro	65
7	Piacenza	60
7	Nuoro	60
8	Padova	59
9	Bergamo	53
10	Reggio Calabria	52
10	Latina	52
10	Genova	52
10	Cremona	52
10	Mantova	52
10	Macerata	52
10	Campobasso	52
10	Novara	52
10	Lecce	52
10	Arezzo	52
10	Pisa	52
10	Prato	52
10	Siena	52
10	Bolzano	52
11	Cosenza	47
11	Isernia	47
11	Vercelli	47
11	Trento	47
12	Caserta	45
12	Ferrara	45
12	Ravenna	45
12	Pordenone	45
12	Lecco	45
12	Alessandria	45
12	Biella	45
12	Caltanissetta	45
12	Livorno	45

(segue tab. 23)

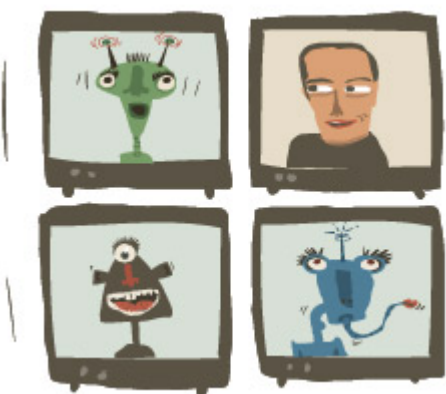
12	Terni	45
13	Viterbo	43
14	Matera	40
14	Avellino	40
14	Benevento	40
14	Massa	40
15	Potenza	39
15	Napoli	39
15	Forlì	39
15	Rimini	39
15	La Spezia	39
15	Varese	39
15	Ancona	39
15	Asti	39
15	Cuneo	39
15	Ragusa	39
15	Siracusa	39
15	Trapani	39
15	Treviso	39
15	Vicenza	39
16	Gorizia	33
17	Parma	32
17	Reggio Emilia	32
17	Cagliari	32
17	Agrigento	32
17	Enna	32
17	Messina	32
17	Grosseto	32
17	Lucca	32
17	Aosta	32
17	Belluno	32
17	Rovigo	32
18	Rieti	29
19	Pescara	27
19	Teramo	27
19	Lodi	27
20	Chieti	25
20	Crotone	25
20	Trieste	25
20	Frosinone	25
20	Taranto	25
20	Sassari	25
20	Catania	25
20	Pistoia	25
20	Perugia	25

(segue tab. 23)

21	Sondrio	23
22	L'Aquila	20
22	Bari	20
22	Oristano	20
23	Imperia	19
23	Pavia	19
23	Palermo	19
24	Catanzaro	13
24	Vibo Valentia	13
24	Brescia	13
25	Salerno	12
26	Ascoli Piceno	9
27	Foggia	7
28	Savona	0
28	Verbania	0
28	Brindisi	0

Fonte: dati Ocid, Rur-Censis, 2004

5.3. La richiesta di multicanalità



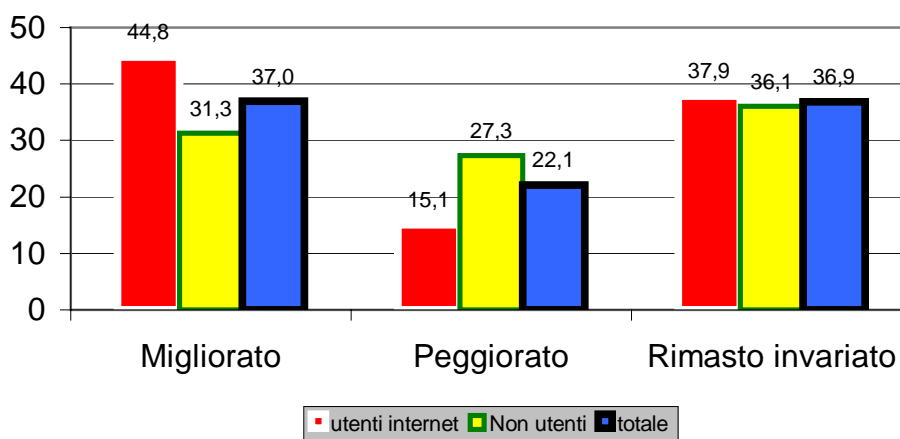
36,9% lo ritiene sostanzialmente rimasto invariato (graf. 6).

I “fiduciosi” sono soprattutto tra gli utenti internet (44,8%) mentre i “delusi”, chi ritiene cioè di percepire un peggioramento nel funzionamento

Un elemento importante per capire le prospettive future che la telematica riserva al rapporto tra pubblica amministrazione e cittadini è rappresentato dalla fiducia e dall’opinione dei cittadini rispetto alle scelte di rinnovamento che le amministrazioni hanno recentemente compiuto. Su questo piano il campione si divide: il 37% sostiene che il funzionamento della pubblica amministrazione negli ultimi due anni può dirsi migliorato, mentre il

generale delle amministrazioni, sono perlopiù i non utenti (27,3%). Una tale distribuzione del campione lascia pensare che chi usa gli strumenti innovativi è anche più sensibile alle scelte di innovazione che la pubblica amministrazione ha messo in campo. Un indicatore di soddisfazione che, almeno in parte, può dipendere dalla maggiore efficienza raggiunta proprio grazie alla messa on line di molti servizi negli ultimi due anni.

Graf. 6 - Opinione espressa dagli intervistati alla domanda circa il funzionamento della pubblica amministrazione negli ultimi due anni. In base all'accesso ad internet (val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Un'ipotesi confermata anche dall'opinione espressa dagli intervistati circa il contributo che internet può dare al miglioramento della qualità dei servizi offerti dalla pubblica amministrazione.

Il 50,7% degli italiani è convinto, infatti, che Internet possa migliorare molto la qualità dei servizi della pubblica amministrazione e il 35,8%, appena un po' meno deciso, lo ritiene un mezzo abbastanza incisivo.

Nel complesso sono dunque l'86,5% gli italiani che ritengono positivo il ricorso a strumenti internet per rendere più efficiente la pubblica amministrazione. Una percentuale ben maggiore rispetto al popolo degli internetnauti. Il che significa che ci sono tra questi anche buona parte dei potenziale utenti, persone che pur non avendo ancora sperimentato le potenzialità della rete ne conoscono i vantaggi.

Il livello di istruzione incide in maniera determinante sulla fiducia nella telematica: con una distanza di circa 15 punti percentuali tra i laureati e i meno scolarizzati. Per questi ultimi vi è, inoltre, una maggiore presenza di incerti (11,5%), fenomeno indubbiamente legato alle maggiori difficoltà che questi incontrano nella conoscenza del fenomeno internet (tab. 24).

Tab. 24 - Opinione espressa dagli intervistati alla domanda se internet possa migliorare la qualità dei servizi della PA. Per titolo di studio (val. %)

	Nessuno, elementare	Media inferiore	Media superiore	Laurea	Totale
Molto	36,3	52,2	58,0	66,4	50,7
Abbastanza	42,2	35,0	33,6	25,6	35,8
Poco o niente	11,5	8,7	6,1	5,6	8,4
Non so	10,1	4,1	2,3	2,4	5,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2004

Ciò nonostante internet non è l'unica via, non lo può essere, non fosse altro per i dati sull'alfabetizzazione informatica che non permettono di dare per risolta la questione del digital divide. A tal punto che il 51% degli intervistati ritiene che la strategia migliore per rendere più facile l'accesso alle informazioni e ai servizi delle pubbliche amministrazioni sia quella di migliorare i servizi già esistenti con un maggior numero di sportelli sul territorio e orari prolungati. L'accento si sposta dunque sui processi che stanno dietro ai prodotti offerti dalla PA. Non si tratta qui di capire quanto la cittadinanza sia pronta a usufruire dei servizi attraverso il web, ma di migliorare l'esistente.

E' evidente, cioè, che quando si parla di rinnovamento dei servizi la questione non può essere ridotta alle modalità di erogazione se non si comprende in questa anche l'acquisizione di nuove competenze da parte degli operatori e la definizione di nuove modalità di progettazione, profilazione e monitoraggio dei servizi stessi.

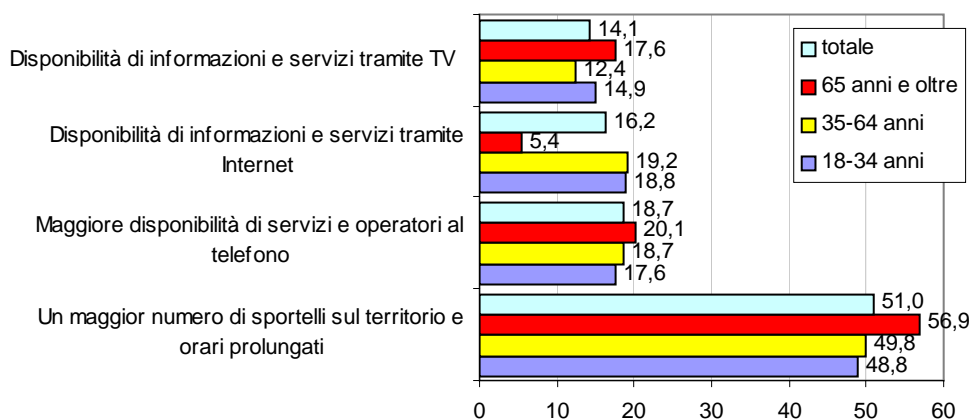
Più sportelli e orari più lunghi al primo posto per tutti, giovani e meno giovani, *call center* raggiungibili anche al di fuori dei consueti orari di apertura degli uffici e informazioni reperibili comodamente da casa durante la giornata: multicanalità.

La lettura delle risposte suggerisce, ma sarebbe meglio dire avalla, la scelta di differenziare e potenziare i servizi attraverso mezzi diversi e diffusi.

Internet sì, soprattutto per i più giovani, anche se non è esattamente l'ufficio virtuale quello che richiedono gli intervistati, quanto piuttosto un modello d'erogazione meno rigido capace di rispondere alle esigenze delle diverse fasce di cittadinanza garantendo a tutti un livello di accesso adeguato.

Sotto questo aspetto diviene perciò importante che le amministrazioni migliorino la propria capacità di individuare i target di riferimento per i singoli servizi e di profilare i propri utenti in base agli stili di "consumo" dei servizi. Si tratta di un passo importante da fare perché da questo deriva la possibilità di scegliere gli strumenti per una comunicazione migliore con i cittadini e di diminuire il rischio di esclusione legato ai digital divide, generazionali, geografici e culturali.

Graf. 7 - Opinione espressa sui mezzi per rendere più facile l'accesso alle informazioni e ai servizi delle amministrazioni. (val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2004