

Anno 2011

CITTADINI E NUOVE TECNOLOGIE

■ Rispetto al 2010 cresce la quota di famiglie che nell'anno in corso possiede un personal computer (dal 57,6% al 58,8%), l'accesso a Internet (dal 52,4% al 54,5%) e una connessione a banda larga (dal 43,4% al 45,8%).

■ Le famiglie con almeno un minorenne sono le più tecnologiche: l'84,4% possiede un personal computer, il 78,9% ha accesso a Internet e il 68% utilizza per questo una connessione a banda larga. All'estremo opposto si collocano le famiglie di soli anziani di 65 anni e più, che presentano livelli modesti di dotazioni tecnologiche.

■ Tra il 2010 e il 2011 il divario tecnologico relativo al territorio e alle differenze sociali rimane stabile per quasi tutti i beni e servizi considerati. Le famiglie del Centro-nord che dispongono di un accesso a Internet sono oltre il 56%, mentre circa il 49% dispone di una connessione a banda larga, a fronte di valori pari, rispettivamente, al 48,6% e al 37,5% nel Sud.

■ Se si confronta la disponibilità di personal computer, di un accesso a Internet e di una connessione a banda larga, il divario tra i nuclei in cui il capofamiglia è un operaio e quelli in cui è un dirigente, un imprenditore o un libero professionista è di circa 24 punti percentuali a favore di questi ultimi.

■ Il 41,7% delle famiglie dichiara di non possedere l'accesso a Internet perché non ha le competenze per utilizzarlo; il 26,7% considera Internet inutile e non interessante, il 12,7% non ha accesso a Internet da casa perché accede da un altro luogo, l'8,5% perché considera costosi gli strumenti necessari per connettersi e il 9,2% perché ritiene eccessivo il costo del collegamento.

■ Nel 2011 il 52,2% della popolazione di 3 anni e più utilizza il personal computer e il 51,5% della popolazione di 6 anni e più naviga su Internet. Rispetto al 2010 l'utilizzo del personal computer è cresciuto di 1,2 punti percentuali e quello di Internet di 2,6, confermando così il trend crescente che continua ormai dal 2008.

■ Le differenze di genere si vanno attenuando nel tempo: se nel 2005 le donne internaute erano poco più di un quarto (26,9%), nel 2011 sono quasi la metà (il 46,7%), a fronte di una quota di uomini pari, rispettivamente, al 37,1% e 56,6%. Fino ai 34 anni le

differenze di genere sono molto contenute e tra i ragazzi di 11 e 19 anni si registra il "sorpasso" femminile.

■ Nell'ultimo anno le differenze sociali sono rimaste sostanzialmente stabili, anche se gli operai hanno fatto registrare incrementi percentuali leggermente superiori a quelli riscontrati tra dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, e direttivi e quadri.

■ Gli utenti di Internet negli ultimi tre mesi hanno utilizzato la rete prevalentemente per spedire o ricevere e-mail (80,7%) e per cercare informazioni su merci e servizi (68,2%). Cresce rispetto al 2010 la quota di coloro che usano Internet per leggere news o giornali online (+7 punti percentuali), per informarsi su merci e servizi (+5,4), avere informazioni sanitarie (+5).

■ Il 26,3% degli individui di 14 anni e più che hanno usato Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista ha ordinato e/o comprato merci e/o servizi per uso privato, soprattutto per spese per viaggi e soggiorni e pernottamenti per vacanza.

■ Rimane stabile la quota di persone di 14 anni e più che hanno utilizzato Internet per ottenere informazioni dai siti della Pubblica Amministrazione, con un lieve calo percentuale spiegato dalla crescita di utilizzatori di internet per altri motivi.

■ La maggior parte delle persone che usano il personal computer sa effettuare operazioni base come copiare o spostare un file (85,4%) o copiare informazioni all'interno di un documento (85,1%), mentre solo il 13,7% sa scrivere un programma per computer e il 28,1% sa installare un nuovo sistema operativo o sostituirne uno vecchio.

■ Quasi la totalità delle persone di 6 anni e più che utilizzano Internet sa usare un motore di ricerca (94,2%) e una quota molto elevata sa spedire e-mail con allegati (83,1%). Oltre la metà degli utenti della rete sa trasmettere messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online (52,7%) e il 41,3% sa caricare testi, giochi, immagini, film o musica, ad esempio, su siti di social networking.

■ È soprattutto attraverso la pratica che gli utenti del web hanno acquisito le proprie competenze (75,9%), assieme all'aiuto ricevuto da colleghi, parenti e amici (68,7%).

1. LA DISPONIBILITÀ DI BENI E SERVIZI TECNOLOGICI NELLE FAMIGLIE

Cresce la dotazione tecnologica delle famiglie

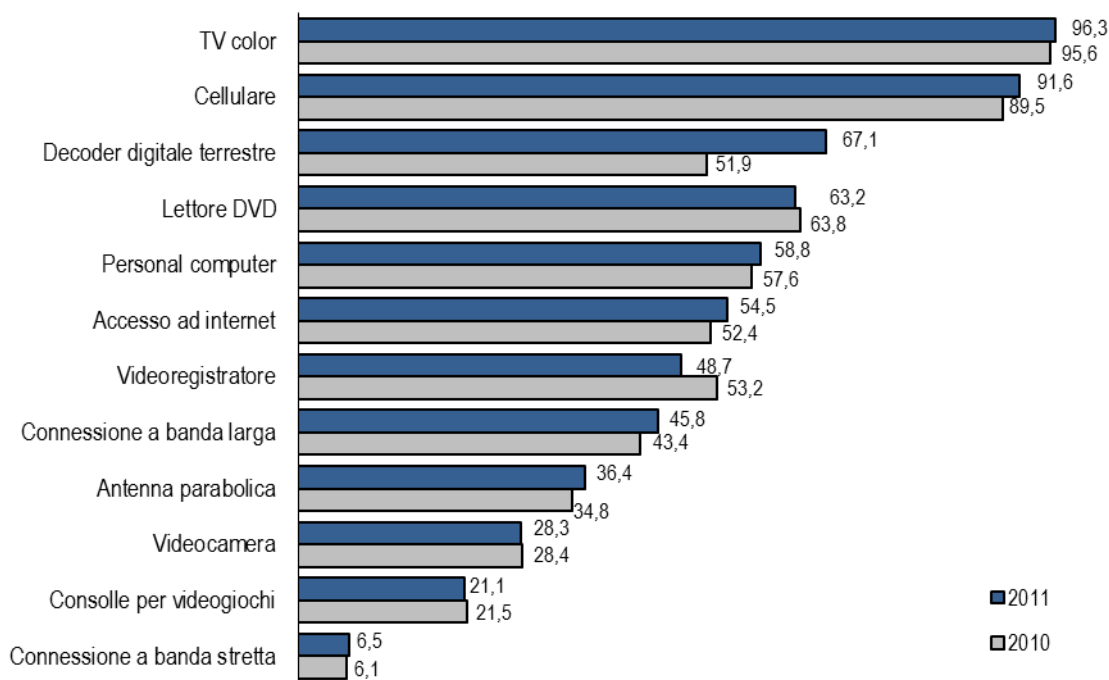
Se si esclude il televisore (ormai presente nel 96,3% delle famiglie), tra gli oggetti appartenenti alle nuove tecnologie per l'informazione e la comunicazione quello maggiormente diffuso tra le famiglie italiane è il cellulare (91,6%). Seguono il decoder digitale terrestre (67,1%), il lettore DVD (63,2%), il personal computer (58,8%) e il videoregistratore (48,7%). L'accesso a Internet è disponibile nel 54,5% delle famiglie, ma solo il 45,8% possiede una connessione a banda larga. Meno diffusi sono l'antenna parabolica (36,4%), il cellulare abilitato alla trasmissione di immagini e di dati (33,1%), la videocamera (28,3%) e la console per videogiochi (21,1%) (Prospetto 1).

A seguito dell'innovazione tecnologica del sistema di trasmissione dei canali televisivi e il progressivo abbandono del segnale analogico¹, rispetto al 2010 aumenta in modo rilevante la quota di famiglie dotata di un decoder digitale terrestre (dal 51,9% al 67,1%).

Migliora anche la qualità della connessione usata per accedere alla rete da casa: infatti, le famiglie che dispongono di una connessione a banda larga (linea telefonica ADSL o altro tipo di connessione a banda larga) passano dal 43,4% al 45,8%.

In aumento, anche se più contenuto, risulta anche la quota di famiglie che dispone di un accesso a Internet (dal 52,4% al 54,5%), così come quello della quota di famiglie che dispongono di un'antenna parabolica (dal 34,8% al 36,4%). Appare, invece, in lieve flessione la presenza del videoregistratore (dal 53,2% al 48,7%) (Figura 1).

FIGURA 1. FAMIGLIE PER BENI E SERVIZI TECNOLOGICI DISPONIBILI. Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie



Tecnologicamente più avanzati se in famiglia c'è un minorenne

Tra le famiglie si osserva un forte divario tecnologico, da ricondurre a fattori di tipo generazionale, culturale ed economico. Le famiglie costituite esclusivamente da persone di 65 anni e più si confermano quelle meno provviste di beni e servizi tecnologici: appena l'11,3% di esse possiede il personal computer e soltanto il 9,4% dispone di una connessione per navigare in Internet. L'unico

¹ L'Unione Europea nel 2005 ha stabilito che entro il 2012 tutti i paesi membri dovranno aver convertito la trasmissione del segnale televisivo dall'attuale sistema analogico a uno di tipo digitale. L'Italia ha recepito gli inviti della Commissione e ha pianificato, a partire dal 2008, una completa digitalizzazione del segnale televisivo nazionale che coinvolge progressivamente le singole regioni e verrà completato entro la fine del 2012.

bene ampiamente diffuso nelle famiglie di questa tipologia è (ad eccezione del televisore a colori) il cellulare, il cui possesso è comunque molto inferiore alla media nazionale (il 68,2% rispetto al 91,6%). In genere, risultano meno diffuse anche le nuove tecnologie per la ricezione di programmi televisivi, come il decoder digitale terrestre (58,3%) o l'antenna parabolica (19,6%) (Prospetto 1).

PROSPETTO 1. FAMIGLIE PER BENI E SERVIZI TECNOLOGICI DISPONIBILI E TIPOLOGIA FAMILIARE

Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie con le stesse caratteristiche

Tipologia familiare	TV color	Antenna parabolica	Decoder digitale terrestre	Lettore DVD	Video-registratore	Cellulare	Cellulare abilitato (a)	Console per videogiochi	Personal computer	Accesso ad Internet	Connessione a banda stretta	Connessione a banda larga	Videocamera
FAMIGLIE CON ALMENO UN MINORENNE													
2010	96,7	45,7	60,6	86,8	65,5	98,5	-	47,8	81,8	74,7	7,3	63,0	50,1
2011	97,0	46,7	72,9	86,4	61,3	99,7	48,0	48,0	84,4	78,9	8,3	68,0	52,1
FAMIGLIE DI SOLI ANZIANI DI 65 ANNI E PIÙ													
2010	96,9	16,7	37,5	21,4	28,0	63,6	-	0,6	9,8	8,1	1,4	6,6	4,6
2011	97,6	19,6	58,3	22,9	26,1	68,2	4,3	0,4	11,3	9,4	1,7	7,6	5,5
ALTRE FAMIGLIE													
2010	94,5	37,1	53,7	70,8	58,2	96,6	-	16,6	66,4	60,6	7,6	49,6	27,5
2011	95,3	38,6	68,1	69,2	52,3	98,0	38,2	16,1	66,6	62,0	7,7	51,2	26,1
TOTALE													
2010	95,6	34,8	51,9	63,8	53,2	89,5	-	21,5	57,6	52,4	6,1	43,4	28,4
2011	96,3	36,4	67,1	63,2	48,7	91,6	33,1	21,1	58,8	54,5	6,5	45,8	28,3

(a) L'informazione non è stata rilevata nel 2010.

PROSPETTO 2. FAMIGLIE PER NUMERO DI BENI E SERVIZI TECNOLOGICI DISPONIBILI E TIPOLOGIA FAMILIARE.

Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie con le stesse caratteristiche

Tipologia familiare	Tv color	Tv color (a)		Personal computer	Personal computer (b)		Cellulare	Cellulare (c)	
		Uno	Due o più		Uno	Due o più		Uno	Due o più
FAMIGLIE CON ALMENO UN MINORENNE									
2010	96,7	34,9	62,7	81,8	71,7	24,6	98,5	7,0	92,3
2011	97,0	32,2	63,5	84,4	69,1	25,3	99,7	6,1	93,9
FAMIGLIE DI SOLI ANZIANI DI 65 ANNI E PIÙ									
2010	96,9	56,3	40,4	9,8	84,2	11,6	63,6	71,2	27,2
2011	97,6	57,3	37,8	11,3	84,1	9,5	68,2	72,4	27,0
ALTRE FAMIGLIE									
2010	94,5	42,1	55,1	66,4	74,7	21,3	96,6	32,7	66,2
2011	95,3	43,1	52,6	66,6	73,0	20,7	98,0	34,9	65,0
TOTALE									
2010	95,6	43,4	53,8	57,6	73,9	22,2	89,5	31,3	67,7
2011	96,3	43,5	52,1	58,8	72,0	22,0	91,6	32,9	66,9

(a) Per 100 famiglie che possiedono il TV color. La somma delle percentuali raggiunge il 100 se si sommano i valori "non indicato".

(b) Per 100 famiglie che possiedono il personal computer. La somma delle percentuali raggiunge il 100 se si sommano i valori "non indicato".

(c) Per 100 famiglie che possiedono il cellulare. La somma delle percentuali raggiunge il 100 se si sommano i valori "non indicato".

Sul versante opposto, le famiglie in cui è presente almeno un minorenni si dimostrano quelle a più alta intensità di tecnologia ICT: il personal computer e l'accesso a Internet sono disponibili, rispettivamente, nell'84,4% e nel 78,9% dei casi. Le famiglie con un componente inferiore a 18 anni sono anche quelle in cui è più frequente la connessione a banda larga (68%); qui il telefono cellulare (99,7%) è quasi onnipresente e addirittura più diffuso della televisione. Molto più intenso rispetto alla media nazionale è inoltre il possesso di lettori DVD (86,4%), decoder digitali (72,9%), videocamere (52,1%) e console per videogiochi (48%) (Prospetto 1).

Complessivamente, rispetto al 2010, il divario nel possesso di beni tecnologici tra le famiglie composte da soli anziani e quelle in cui è presente almeno un minorenne rimane ampio e stabile per quasi tutti i beni tecnologici considerati: sono soprattutto le famiglie con almeno un minorenne ad avere in casa più di un cellulare (93,9% contro il 27%), più di un televisore (63,5% contro il 37,8% delle famiglie di soli anziani) e più di un pc (25,3% contro il 9,5%) (Prospetto 2).

Persistono le differenze sociali nell'accesso ai beni e servizi tecnologici

Le famiglie più tecnologiche sono quelle in cui il capofamiglia² è un dirigente, un imprenditore o un libero professionista e quelle con il capofamiglia direttivo, quadro o impiegato. In particolare, il 90,4% delle famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista possiede il personal computer, l'85,7% l'accesso ad Internet, il 76,2% la connessione a banda larga, il 60,6% il cellulare abilitato e il 53,9% l'antenna parabolica (Prospetto 3).

Il possesso del cellulare ha superato quello del televisore in quasi tutte le famiglie, eccetto quelle in cui il capofamiglia risulta non occupato.

Le famiglie che hanno un accesso limitato a dotazioni tecnologiche (senza considerare il televisore) sono quelle nelle quali il capofamiglia è un operaio o non è occupato. Se si confronta, ad esempio, la disponibilità di pc, di un accesso a Internet e di una connessione alla banda larga, nei nuclei in cui il capofamiglia è un operaio rispetto a quelli in cui è un dirigente, un imprenditore o un libero professionista, si riscontra un divario di circa 24 punti percentuali. Le differenze tendono invece a ridimensionarsi con riferimento a beni tecnologici economicamente più accessibili, come la videocamera (19,2 punti percentuali), l'antenna parabolica (13,1 punti percentuali) e il lettore DVD (11,1 punti percentuali) e si annullano per il possesso di cellulari e televisori (Prospetto 3).

PROSPETTO 3. FAMIGLIE PER BENI E SERVIZI TECNOLOGICI DISPONIBILI E CONDIZIONE OCCUPAZIONALE DEL CAPOFAMIGLIA
Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie con capofamiglia nella stessa condizione occupazionale

Condizione occupaz. del capofamiglia	TV color	Antenna parabolica	Decoder digitale terrestre	Lettore DVD	Video-registratore	Cellulare	Cellulare abilitato (a)	Console per videogiochi	Personal computer	Accesso ad Internet	Connessione a banda stretta	Connessione a banda larga	Videocamera
DIRIGENTE, IMPRENDITORE, LIBERO PROFESSIONISTA													
2010	95,0	53,5	61,0	89,0	71,7	99,2	-	37,7	89,9	84,2	10,2	70,8	52,1
2011	93,8	53,9	72,7	86,7	62,1	99,8	60,6	36,2	90,4	85,7	7,6	76,2	51,3
DIRETTIVO, QUADRO, IMPIEGATO													
2010	93,1	41,6	60,6	85,8	65,1	99,0	-	34,7	86,8	80,7	8,1	69,9	46,3
2011	94,4	42,5	72,3	86,0	61,0	99,6	54,1	34,8	87,9	83,4	7,8	73,2	44,5
OPERAIO													
2010	96,0	41,6	54,6	77,8	55,9	97,9	-	32,5	66,9	59,4	5,9	49,2	33,4
2011	96,6	40,8	69,3	75,6	52,4	99,1	38,7	31,2	66,6	61,4	6,2	52,5	32,1
LAVORATORE IN PROPRIO E COADIUVANTE													
2010	95,5	44,6	57,6	80,1	63,3	97,8	-	32,2	73,8	66,8	7,4	56,5	40,0
2011	95,5	48,8	71,1	76,7	53,6	98,7	44,5	32,7	74,7	68,7	9,5	56,9	42,2
NON OCCUPATO													
2010	96,5	25,5	45,5	44,8	43,6	80,5	-	8,9	36,6	32,8	4,6	25,7	14,9
2011	97,2	28,5	63,3	46,3	40,9	84,3	18,7	9,2	39,6	36,1	5,6	28,5	16,3
TOTALE													
2010	95,6	34,8	51,9	63,8	53,2	89,5	-	21,5	57,6	52,4	6,1	43,4	28,4
2011	96,3	36,4	67,1	63,2	48,7	91,6	33,1	21,1	58,8	54,5	6,5	45,8	28,3

(a) L'informazione non è stata rilevata nel 2010.

² La forma giuridica di capofamiglia è stata cancellata dal diritto di famiglia (Legge 151/1975). A fini statistici viene convenzionalmente definito e individuato come segue: a) nelle famiglie senza nuclei o con 2 o più nuclei è la persona di riferimento; b) nelle coppie con e senza isolati è il partner uomo; c) nelle famiglie monogenitore è il genitore.

Anche rispetto all'anno precedente il divario tra le famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista e quelle con capofamiglia operaio permane per quasi tutti i beni tecnologici considerati. Tra il 2010 e il 2011, in alcuni casi il gap si è addirittura accentuato, come ad esempio per la connessione a banda larga (da 21,6 a 23,7 punti percentuali) (Prospetto 3).

Il ritardo tecnologico del Mezzogiorno

Le famiglie delle regioni del Centro e del Nord Italia si confermano maggiormente equipaggiate con beni e servizi ICT. Il personal computer, ad esempio, è ormai disponibile in oltre il 61% delle famiglie del Centro e del Nord e solo nel 53% delle famiglie residenti nelle regioni del Sud e nel 54,2% delle Isole. Analogamente, nel Centro-nord si riscontra la quota più elevata di famiglie che dispongono di un accesso a Internet (oltre il 56%, contro il 48,6% nel Sud) e di una connessione alla banda larga (circa il 49%), mentre nel Sud la quota di famiglie scende al 37,5%.

In generale, tra il 2010 e il 2011, il divario tecnologico tra il Nord e il Sud del Paese rimane stabile per tutti i beni ad eccezione della videocamera (Prospetto 4).

PROSPETTO 4. FAMIGLIE PER BENI E SERVIZI TECNOLOGICI DISPONIBILI E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie della stessa zona

Ripartizioni geografiche	TV color	Antenna parabolica	Decoder digitale terrestre	Letture DVD	Video-registratore	Cellulare	Cellulare abilitato (a)	Console per videogiochi	Personal computer	Accesso ad Internet	Connessione a banda stretta	Connessione a banda larga	Videocamera
ITALIA NORD-OCCIDENTALE													
2010	94,8	36,0	53,8	65,0	56,9	90,4	-	23,7	59,8	54,6	5,6	45,5	27,9
2011	95,9	36,8	77,3	65,0	50,9	93,1	37,2	22,9	61,0	57,0	6,0	48,7	25,8
ITALIA NORD-ORIENTALE													
2010	95,0	37,1	40,5	67,0	58,5	90,3	-	20,9	60,6	54,3	5,3	46,6	26,9
2011	96,0	37,7	79,4	66,0	51,9	92,9	37,7	22,2	61,1	56,8	5,9	49,3	26,1
ITALIA CENTRALE													
2010	96,2	39,2	56,9	66,2	53,2	90,8	-	22,5	60,1	55,7	6,9	46,9	31,8
2011	96,7	39,7	59,5	65,7	51,8	93,2	35,8	21,9	61,9	58,1	6,5	49,4	32,1
ITALIA MERIDIONALE													
2010	96,6	28,7	57,5	60,3	47,6	86,3	-	19,3	51,8	47,2	7,5	36,9	27,9
2011	97,0	32,7	57,3	58,7	43,6	87,8	23,5	18,4	53,0	48,6	8,5	37,5	30,8
ITALIA INSULARE													
2010	95,8	31,2	47,0	57,5	45,3	89,7	-	19,3	53,5	47,3	4,7	38,1	27,7
2011	95,2	34,3	51,8	57,7	41,5	90,0	27,9	17,9	54,2	49,0	5,4	40,8	27,2
ITALIA													
2010	95,6	34,8	51,9	63,8	53,2	89,5	-	21,5	57,6	52,4	6,1	43,4	28,4
2011	96,3	36,4	67,1	63,2	48,7	91,6	33,1	21,1	58,8	54,5	6,5	45,8	28,3

Le famiglie non hanno Internet a casa per l'incapacità di utilizzarlo

Se oltre la metà delle famiglie italiane dispone ormai di un accesso a Internet, restano ancora ampi i margini di sviluppo per la diffusione e l'utilizzo del web. A tale proposito, la maggior parte delle famiglie che non dispone di un accesso a Internet da casa indica come principale motivo del non utilizzo della rete l'incapacità di gestire tale tecnologia (41,7%). Accanto all'ampia quota di famiglie che dichiara la carenza delle necessarie competenze tecniche, si rileva una percentuale significativa di famiglie che non considerano Internet uno strumento utile e interessante, le quali rappresentano poco più di un quarto dei non utenti (26,7%). Seguono motivazioni di ordine economico e logistico: il 12,7% non naviga in rete da casa perché è solito accedere a Internet da un altro luogo, il 9,2% perché ritiene eccessivamente onerosi i servizi per il collegamento e l'8,5% perché ritiene troppo costosi gli strumenti necessari alla connessione. Residuale è invece la quota

di famiglie che indica tra le motivazioni la disabilità fisica (3,1%) e l'insicurezza rispetto alla tutela della propria privacy e alla pericolosità dei contenuti veicolati in rete (2,1%) (Prospetto 5).

Le motivazioni del non utilizzo differiscono in funzione della tipologia familiare. Nelle famiglie di soli anziani è più elevata la quota di coloro che non accedono a Internet da casa per mancanza di capacità (55,7%), perché non lo considerano utile e interessante (31,5%) e per disabilità fisica (5,6%). Quasi la metà delle famiglie con almeno un minorenne non accede a Internet da casa per l'alto costo dei servizi di collegamento e degli strumenti necessari alla connessione e (rispettivamente 24,5% e 22%), mentre il 22,8% perché vi accede da altro luogo.

Rispetto al 2010 non si registrano cambiamenti significativi nella graduatoria dei motivi del non accesso a Internet da casa. La mancanza di accesso continua ad essere in primo luogo un problema culturale legato alla mancanza di capacità e al disinteresse (Prospetto 5).

PROSPETTO 5. FAMIGLIE CHE NON HANNO ACCESSO A INTERNET DA CASA PER MOTIVO E TIPOLOGIA FAMILIARE. Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie che non accedono a Internet da casa

Tipologia familiare	Accede a Internet da altro luogo	Internet non è utile, non mi interessa	Alto costo degli strumenti necessari per connettersi	Alto costo del collegamento	Mancanza di capacità	Connessione a banda larga non disponibile (a)	Disabilità fisica	Motivi di privacy, sicurezza	Altro
FAMIGLIE CON ALMENO UN MINORENNE									
2010	22,1	11,7	26,3	22,2	18,3	-	0,4	5,6	16,1
2011	22,8	17,5	22,0	24,5	18,2	5,6	0,2	4,4	11,3
FAMIGLIE DI SOLI ANZIANI DI 65 ANNI E PIÙ									
2010	1,9	28,0	2,9	2,1	55,7	-	5,8	1,3	17,2
2011	1,9	31,5	2,1	2,4	55,7	0,8	5,6	1,0	15,5
ALTRE FAMIGLIE									
2010	22,3	22,1	12,3	9,7	32,7	-	1,4	2,8	13,0
2011	21,5	24,1	11,4	11,9	33,6	3,2	1,3	2,5	10,4
TOTALE									
2010	13,2	23,2	10,2	8,2	40,8	-	3,2	2,6	15,4
2011	12,7	26,7	8,5	9,2	41,7	2,4	3,1	2,1	12,8

(a) L'informazione non è stata rilevata nel 2010.

Le differenze internazionali nell'accesso a Internet: l'Italia è indietro in Europa

È possibile effettuare dei confronti internazionali sulla base dei dati raccolti con l'indagine comunitaria sulla diffusione delle ICT presso le famiglie e gli individui, realizzata dagli istituti di statistica dei paesi membri dell'Unione europea. Considerando la percentuale di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni che possiede un accesso a Internet da casa, a fronte di una media europea pari al 73% e a paesi come Olanda, Lussemburgo, Svezia e Danimarca che hanno raggiunto livelli prossimi alla saturazione, l'Italia si posiziona solo al ventiduesimo posto della graduatoria internazionale, con un valore pari al 62% ed equivalente a quello registrato per la Lituania.

Anche in una analisi dinamica l'Italia ha registrato performance più modeste rispetto ad altri partner europei che presentano un analogo ritardo nei livelli di diffusione della rete. Infatti, rispetto alla Spagna, che nel 2010 presentava la stessa quota di accesso a Internet da casa (59%) nell'ultimo anno ha registrato un incremento di 5 punti percentuali, mentre l'Italia è cresciuta solo di 3 punti (Figura 2).

Un altro indicatore importante per misurare il *digital divide* è dato dalla quota di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni che possiedono un accesso a Internet da casa mediante banda larga: anche in questo caso l'Italia si colloca in fondo alla graduatoria, con un tasso di penetrazione del 52%, rispetto alla media europea del 68%. Valori vicini a quello dell'Italia si riscontrano per la Slovacchia (55%) e Cipro (56%), mentre Svezia, Danimarca, Olanda e Finlandia registrano un tasso di penetrazione che supera l'80%.

Anche per quanto riguarda questo indicatore, rispetto al 2010 l'Italia ha registrato una crescita contenuta, mentre per gli altri paesi agli ultimi posti della graduatoria si sono registrati incrementi più significativi (Figura 3).

FIGURA 2. FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE TRA I 16 E I 74 ANNI CHE DISPONGONO DI UN ACCESSO A INTERNET DA CASA

Anni 2010 e 2011, valori per 100 famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni

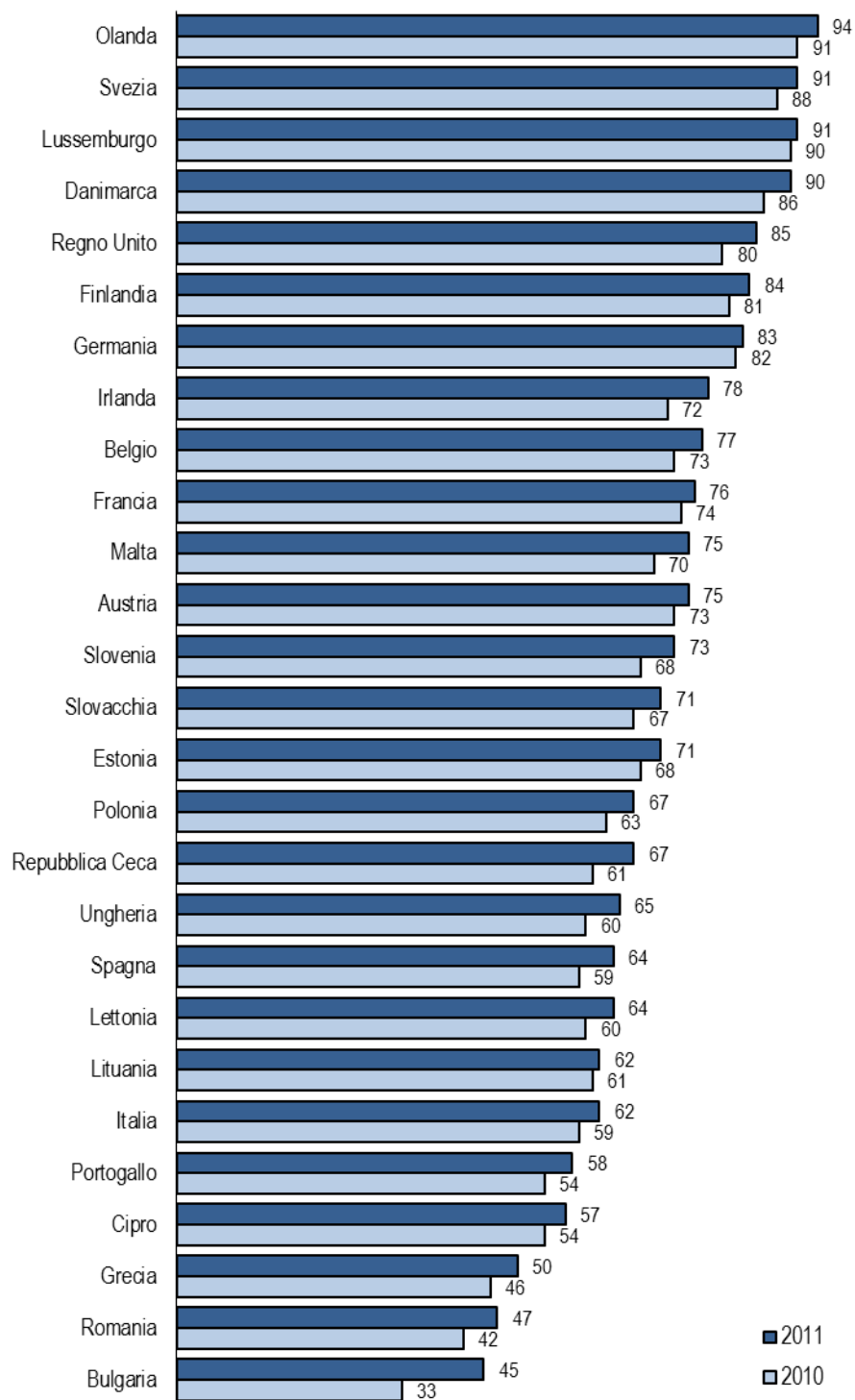
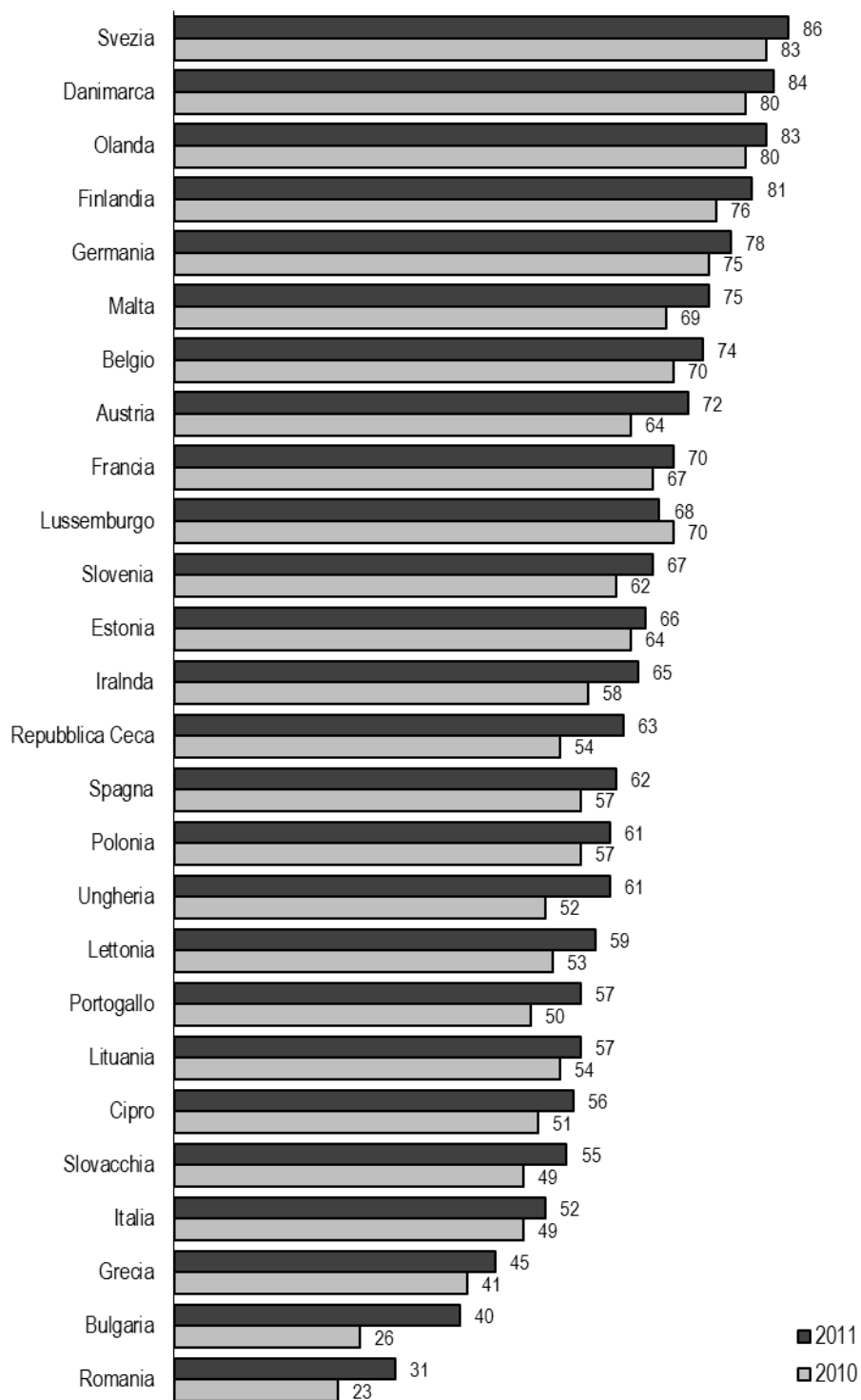


FIGURA 3. FAMIGLIE CON ALMENO UN COMPONENTE TRA I 16 E I 74 ANNI CHE DISPONGONO DI UN ACCESSO A INTERNET DA CASA A BANDA LARGA

Anni 2010 e 2011, per 100 famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni



2. L'UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE DA PARTE DEGLI INDIVIDUI

Differenze generazionali e di genere

Nel 2011, oltre la metà delle persone con almeno 3 anni di età (il 52,2%) utilizza il personal computer e oltre la metà della popolazione di 6 anni e più (il 51,5%) naviga su Internet. Se poi si considera la frequenza con cui tali strumenti vengono utilizzati, si evidenzia che il 31,3% delle persone di 3 anni e più usa il pc tutti i giorni e il 28,3% di quelle di 6 anni e più si connette al web quotidianamente (Tavola 2.1 in allegato).

Rispetto al 2010, la quota di utenti aumenta sia con riferimento al personal computer (era il 51% nel 2010 e l'incremento è stato di 1,2 punti percentuali) sia a Internet (era 48,9% nel 2010 e l'aumento è di 2,6 punti percentuali), confermando così il trend crescente che continua ormai dal 2008. Tale progressivo incremento riguarda anche la quota di persone che utilizzano tali strumenti con cadenza quotidiana, con valori che passano dal 30,7% al 31,3% per il personal computer e dal 26,4% al 28,3% per Internet.

I maggiori utilizzatori del personal computer e di Internet sono i giovani tra gli 11 e i 24 anni (rispettivamente, oltre l'82% e oltre il 78%); per le generazioni precedenti la quota di utenti decresce progressivamente e drasticamente in modo direttamente proporzionale all'età. Già tra le persone con età compresa tra i 35 e i 44 anni l'uso del personal computer e di Internet è molto più contenuto (rispettivamente il 70% e il 69,4%) e la quota di utilizzatori scende sotto la soglia del 50% dopo i 54 anni (Prospetto 6).

Il rapporto con tali tecnologie si conferma significativamente diverso tra la popolazione maschile e femminile. Dichiarano, infatti, di utilizzare il personal computer il 57,2% degli uomini, a fronte del 47,4% delle donne, e naviga in Internet il 56,6% degli uomini e il 46,7% delle donne (Prospetto 6). Va rilevato, comunque, che, fino ai 34 anni, le differenze di genere sono molto contenute e tra i ragazzi di 11 e 19 anni si registra un "sorpasso" femminile. Il divario tecnologico, a favore degli uomini, si accentua a partire dai 35 anni e raggiunge il massimo tra le persone di 55 e 59 anni, con circa 17 punti percentuali di differenza fra uomini e donne sia per quanto riguarda l'uso di Internet che del pc.

Rispetto al 2010 le donne fanno registrare incrementi maggiori sia per quanto riguarda l'uso del personal computer che per quanto riguarda l'utilizzo di Internet. In particolare, sono le donne tra i 35 e i 44 anni a far registrare gli incrementi più significativi.

Resta lo svantaggio del Sud, si riducono le distanze sociali

Nel 2011 permane un forte squilibrio sia per l'uso del personal computer che per quello di Internet tra le persone che vivono in regioni differenti, così come in contesti metropolitani, urbani piuttosto che extra-urbani (Tavola 2.1 in allegato). In particolare, dichiara di utilizzare il computer oltre il 54% della popolazione residente nel Centro-nord, a fronte di una quota che nel Sud e nelle Isole è rispettivamente del 44,4% e del 45,3%; analogamente gli internauti, che superano il 54% della popolazione nelle regioni centrali e settentrionali, non superano il 43,6% nel Sud e il 44% nelle Isole.

Particolare rilevanza assume anche l'ampiezza del comune di residenza. Ad esempio, nei comuni fino a 2.000 abitanti la quota di coloro che utilizzano il computer è pari al 47%, mentre nei comuni centro e periferia dell'area metropolitana supera il 54%. Allo stesso modo, la quota di persone che navigano sul web non raggiunge la metà della popolazione nei comuni fino a 2.000 abitanti (45,3%), mentre supera il 54% nei comuni centro e periferia dell'area metropolitana.

Rispetto al 2010 le differenze territoriali tra il Nord e il Sud del Paese rimangono stabili per quanto riguarda l'uso del personal computer e aumentano per quanto riguarda l'uso di Internet: nel 2010 la distanza tra il Nord-ovest e il Sud era di 11,7 punti percentuali e nel 2011 è di 12,9 punti percentuali. Considerando le persone che hanno compiuto almeno 15 anni, quasi la totalità degli studenti dichiara ormai di usare il personal computer e Internet (rispettivamente 92,1% e 92,3%), ma la quota di utenti scende a circa il 70% per gli occupati (rispettivamente 72,3% e 71,7%); le persone tecnologicamente meno attive restano, invece, le casalinghe (20,6% e 19,5%) e i ritirati dal lavoro (15,6% e 14,7%).

PROSPETTO 6. PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO IL PERSONAL COMPUTER E PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO INTERNET PER SESSO, CLASSE DI ETÀ, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E CONDIZIONE OCCUPAZIONALE.
Anni 2005-2011, valori per 100 persone con le stesse caratteristiche

Sesso, classi di età, ripartizioni geografiche e condizione occupazionale	Uso del personal computer (b)							Uso di Internet (c)						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
SESSO														
Maschi	45,3	46,9	47,2	50,4	52,8	56,5	57,2	37,1	39,5	42,3	45,8	49,8	54,6	56,6
Femmine	34,7	36,1	36,6	39,7	42,5	45,8	47,4	26,9	29,0	31,7	35,0	39,4	43,6	46,7
Totale	39,9	41,4	41,7	44,9	47,5	51,0	52,2	31,8	34,1	36,9	40,2	44,4	48,9	51,5
CLASSI D'ETÀ'														
3-5	16,9	13,9	13,8	15,6	16,9	18,0	17,7	-	-	-	-	-	-	-
6-10	53,2	54,0	52,4	57,4	56,9	59,1	56,7	13,0	15,4	18,0	22,2	30,5	36,7	38,2
11-14	73,8	74,3	74,3	77,6	81,4	83,6	81,9	44,2	48,1	55,8	59,3	69,6	75,7	78,0
15-17	80,2	79,7	77,8	81,9	86,0	89,3	88,9	63,5	67,2	70,1	76,7	82,1	87,2	89,1
18-19	75,9	77,4	77,4	80,0	86,0	89,8	88,2	67,4	68,6	74,8	77,2	83,7	90,4	88,7
20-24	69,1	72,4	71,9	73,8	79,0	82,8	85,0	63,1	66,2	68,4	71,0	77,6	82,1	85,5
25-34	57,1	60,4	61,5	65,5	69,6	74,3	77,1	50,7	54,4	58,7	62,6	67,9	73,3	77,0
35-44	52,0	53,8	54,1	58,6	62,0	66,6	70,0	43,1	45,7	48,5	53,8	58,2	64,6	69,4
45-54	40,5	43,6	44,2	48,7	51,6	55,9	57,1	32,4	36,4	39,2	44,0	48,6	53,0	56,0
55-59	25,0	26,7	29,9	33,6	36,0	44,1	43,8	19,4	21,5	26,3	29,7	33,1	41,0	42,2
60-64	13,8	16,4	17,5	20,5	25,0	28,3	29,7	10,8	12,3	14,9	18,0	22,8	25,2	28,6
65-74	5,5	7,0	6,9	9,1	9,9	13,7	14,9	3,9	4,8	5,5	7,2	8,5	12,1	13,8
75 e più	1,5	1,4	2,1	1,9	2,4	2,7	3,3	1,0	0,9	1,5	1,3	1,5	2,0	2,7
Totale	39,9	41,4	41,7	44,9	47,5	51,0	52,2	31,8	34,1	36,9	40,2	44,4	48,9	51,5
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE														
Nord-ovest	43,7	46,4	46,9	49,4	51,8	55,6	56,9	35,8	39,0	41,9	44,7	48,3	53,6	56,5
Nord-est	44,1	44,8	45,7	49,6	51,1	54,1	57,0	35,6	38,1	41,2	45,4	48,2	51,3	55,9
Centro	42,4	43,2	43,1	46,9	48,8	53,1	54,4	35,9	37,0	38,7	42,9	46,8	51,3	54,2
Sud	33,7	34,4	34,3	37,3	40,7	43,5	44,4	24,8	26,2	29,6	32,1	37,3	41,9	43,6
Isole	32,8	35,6	36,5	38,5	43,2	47,0	45,3	24,5	27,7	29,8	33,5	39,5	44,5	44,0
Italia	39,9	41,4	41,7	44,9	47,5	51,0	52,2	31,8	34,1	36,9	40,2	44,4	48,9	51,5
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE (d)														
Occupati	56,4	58,7	58,6	63,4	66,7	71,1	72,3	48,0	51,0	54,1	59,0	63,6	68,7	71,7
<i>Dirigenti, Imprenditori, Liberi</i>	<i>72,2</i>	<i>76,0</i>	<i>74,9</i>	<i>80,5</i>	<i>81,3</i>	<i>85,9</i>	<i>85,5</i>	<i>66,9</i>	<i>69,8</i>	<i>72,1</i>	<i>77,5</i>	<i>79,1</i>	<i>85,0</i>	<i>84,8</i>
<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	<i>78,3</i>	<i>78,7</i>	<i>79,6</i>	<i>84,3</i>	<i>85,4</i>	<i>87,3</i>	<i>89,3</i>	<i>68,6</i>	<i>71,0</i>	<i>74,9</i>	<i>80,4</i>	<i>82,9</i>	<i>85,1</i>	<i>88,3</i>
<i>Operai, Apprendisti</i>	<i>31,4</i>	<i>35,4</i>	<i>35,2</i>	<i>39,9</i>	<i>45,1</i>	<i>51,4</i>	<i>53,9</i>	<i>22,8</i>	<i>27,3</i>	<i>30,0</i>	<i>34,7</i>	<i>40,9</i>	<i>48,4</i>	<i>53,4</i>
<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	<i>39,1</i>	<i>43,0</i>	<i>43,4</i>	<i>48,7</i>	<i>53,8</i>	<i>59,2</i>	<i>60,6</i>	<i>32,4</i>	<i>35,3</i>	<i>39,4</i>	<i>43,7</i>	<i>50,5</i>	<i>56,8</i>	<i>60,4</i>
In cerca di nuova occupazione	33,5	36,8	40,6	43,7	50,1	56,1	59,5	27,0	31,1	36,3	40,0	47,5	54,8	58,8
In cerca di prima occupazione	43,5	48,2	51,5	45,3	57,6	61,7	68,6	35,8	39,9	47,4	41,7	55,3	59,7	68,9
Casalinghe	8,8	10,7	10,9	13,3	16,3	18,4	20,6	5,7	7,5	8,0	10,8	14,3	17,1	19,5
Studenti	86,5	87,3	85,0	88,0	90,2	92,1	92,1	76,5	79,9	80,6	85,0	88,3	91,8	92,3
Ritirati dal lavoro	8,0	9,3	9,7	11,2	12,4	15,4	15,6	5,9	6,5	7,8	9,3	10,6	13,3	14,7
Altra condizione	12,9	12,7	12,5	14,5	16,2	23,8	24,0	10,4	9,9	10,9	12,2	16,2	22,6	23,2
Totale	38,3	40,1	40,6	43,7	46,5	50,3	51,8	32,3	34,4	37,0	40,3	44,1	48,4	51,1

(a) Negli ultimi 12 mesi.

(b) Per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche.

(c) Per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche.

(d) Per 100 persone di 15 anni e più con le stesse caratteristiche.

Tra gli occupati, il personal computer risulta maggiormente utilizzato dai direttivi, dai quadri e dagli impiegati (89,3%) rispetto ai dirigenti, agli imprenditori e ai liberi professionisti (85,5%); Seguono a

grande distanza i lavoratori in proprio e i coadiuvanti (60,6%), mentre solo poco più della metà degli operai e degli apprendisti (il 53,9%) utilizza il personal computer.

Le stesse differenze nei livelli di fruizione si ripropongono sostanzialmente con riferimento all'uso di Internet, il quale è utilizzato soprattutto da dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, direttivi, quadri e impiegati (circa l'85%). In rete è possibile trovare, invece, solo il 53,4% degli operai e degli apprendisti (Prospetto 6).

Complessivamente, rispetto al 2010, mentre la quota degli occupati che utilizzano il personal computer è aumentata dal 71,1% al 72,3%, quella di coloro che navigano in Internet è passata dal 68,7% al 71,7%. Nell'ultimo anno le differenze sociali sono rimaste sostanzialmente stabili, anche se gli operai hanno fatto registrare incrementi percentuali leggermente superiori a quelli riscontrati tra dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, e direttivi e quadri. La quota di operai che utilizzano il personal computer è passata, infatti, dal 51,4% nel 2010 al 53,9% nel 2011 e l'uso di Internet è dal 48,4% al 53,4%, mentre i direttivi, i quadri, e gli impiegati, che partivano da tassi di utilizzo molto superiori, fanno registrare incrementi più contenuti: l'utilizzo del personal computer passa dall'87,3% all'89,3% e l'uso di Internet dal 85,1% all'88,3% (Prospetto 6).

Nel cyberspazio da casa, ma ancora legati a un filo

Il luogo nel quale il personal computer è maggiormente utilizzato è l'abitazione. L'89,9% delle persone di 3 anni e più che hanno fatto ricorso al personal computer nei tre mesi precedenti l'intervista lo hanno utilizzato prevalentemente a casa propria. Seguono nella graduatoria dei luoghi più frequentati per utilizzare il personal computer il posto di lavoro (36,4%), la casa di altri (23,8%) e il luogo di studio (16,5%). Per Internet si riscontra una situazione analoga: l'88,2% degli utilizzatori di 6 anni accede alla rete da casa, il 35% dal luogo di lavoro, il 25,2% dalla casa di amici, il 14,2% dal luogo di studio e il 19,3% da altri luoghi (Prospetto 7).

PROSPETTO 7. PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO IL PERSONAL COMPUTER E PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER LUOGO DI UTILIZZO, SESSO E CLASSE DI ETÀ
Anno 2011, valori per 100 persone con le stesse caratteristiche

Sesso e classi di età	Hanno usato il pc negli ultimi 3 mesi (a)	Luogo di utilizzo del personal computer (b)					Hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi (c)	Luogo di utilizzo di Internet (d)				
		Casa	Lavoro	Studio	Casa di altri	Altro		Casa	Lavoro	Studio	Casa di altri	Altro
SESSO												
Maschi	55,0	90,6	38,3	15,6	24,5	20,2	54,3	88,5	37,1	13,6	26,1	22,4
Femmine	45,1	89,2	34,3	17,4	22,9	14,9	44,6	87,8	32,6	15,0	24,1	15,9
Totale	49,9	89,9	36,4	16,5	23,8	17,7	49,3	88,2	35,0	14,2	25,2	19,3
CLASSI DI ETÀ												
3-5	16,6	91,7	-	8,0	17,4	3,7	-	-	-	-	-	-
6-10	53,4	89,2	-	45,7	17,4	6,6	35,6	92,0	-	25,7	18,7	6,2
11-14	79,5	93,7	-	49,7	42,3	12,5	75,3	90,4	-	38,8	42,6	13,3
15-17	85,2	94,3	0,1	56,6	56,5	16,7	85,5	92,3	0,2	49,6	54,9	18,2
18-19	84,5	95,1	3,3	50,9	53,1	26,5	85,5	93,6	2,9	49,5	54,4	25,9
20-24	82,6	94,3	13,6	36,5	45,1	27,5	82,9	91,7	13,6	34,7	46,5	30,2
25-34	74,6	90,0	43,6	10,9	31,8	24,6	74,4	87,6	41,1	11,1	32,8	26,1
35-44	67,0	88,2	56,2	2,8	15,2	17,1	66,5	85,5	52,2	3,0	16,9	18,8
45-54	54,3	87,2	60,0	1,5	8,1	13,0	53,4	86,8	55,1	1,6	10,0	13,6
55-59	41,3	85,9	55,7	2,2	5,6	14,1	39,6	86,3	52,5	1,8	6,5	15,1
60-64	27,9	89,8	27,5	1,0	5,6	14,8	26,6	89,0	27,0	0,6	5,4	15,1
65-74	14,0	92,7	11,3	0,8	4,8	12,3	12,9	90,3	11,0	0,7	4,0	13,3
75 e più	2,9	80,6	9,8	1,4	4,5	15,1	2,4	78,0	8,5	1,7	5,7	15,7
Totale	49,9	89,9	36,4	16,5	23,8	17,7	49,3	88,2	35,0	14,2	25,2	19,3

(a) Per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche.

(b) Per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato il personal computer negli ultimi 3 mesi. Possibili più risposte.

(c) Per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche.

(d) Per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi. Possibili più risposte.

Osservando il comportamento e le abitudini dei bambini e dei ragazzi ancora minorenni che vivono con i genitori, si evidenzia che il 20,6% si serve del personal computer solo a casa, il 12,6% sia a casa sia a scuola (ma non altrove) e il 13,4% lo utilizza sia a casa, sia a scuola sia in altri luoghi. Appena l'1,3% utilizza il computer solo a scuola.

Il rapporto dei bambini e dei ragazzi tra i 3 ed i 17 anni con le nuove tecnologie è fortemente legato al livello di istruzione dei genitori. Sulla base delle risposte fornite, infatti, il 64% di bambini e ragazzi con almeno un genitore laureato ha usato il personal computer nei tre mesi precedenti l'intervista, rispetto al 41,2% di quelli con i genitori che hanno al massimo la licenza elementare. Il fatto che l'utilizzo del personal computer da parte dei bambini e dei ragazzi con genitori con un basso livello di istruzione sia estremamente contenuto anche a scuola indica che il sistema scolastico non riesce a compensare le carenze dell'ambiente familiare (Prospetto 8).

PROSPETTO 8. PERSONE DI 3-17 ANNI CHE HANNO USATO IL PERSONAL COMPUTER PER LUOGO DI UTILIZZO E TITOLO DI STUDIO PIÙ ELEVATO DEI GENITORI. Anno 2011, valori per 100 persone di 3-17 anni con le stesse caratteristiche

Titolo di studio più elevato dei genitori	Hanno usato il pc negli ultimi 3 mesi	Luogo di utilizzo					
		Solo a casa	Solo a scuola	Sia a casa sia a scuola, ma non altrove	Sia a casa, sia a scuola e sia altrove	Altre combinazioni	Non indicato
Laurea	64,0	24,0	0,8	13,1	14,4	11,0	0,6
Diploma superiore	62,0	22,2	1,2	12,7	14,7	10,7	0,5
Licenza media	56,2	17,8	1,8	12,5	12,3	11,3	0,6
Licenza elementare	41,2	15,4	0,9	10,4	6,1	7,5	0,9
Totale	59,4	20,6	1,3	12,6	13,4	10,9	0,6

PROSPETTO 9. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER STRUMENTI UTILIZZATI PER ACCEDERE AD INTERNET, SESSO E CLASSE DI ETÀ

Anno 2011, valori per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi

Sesso e classi di età	Strumenti usati per accedere a Internet					
	Cellulare o smartphone tramite GPRS	Cellulare o smartphone tramite UMTS, HSDPA (3G, 3G+, ecc.)	Cellulare o smartphone tramite rete pubblica WIFI o WIMAX	Computer portatile con chiavetta USB o card tramite reti di telefonia mobile 3G UMTS	Computer portatile tramite rete pubblica WIFI o WIMAX	Altro
SESSO						
Maschi	15,8	14,4	11,7	35,9	29,2	22,7
Femmine	10,3	7,2	5,9	32,6	27,1	21,3
Totale	13,2	11,0	9,0	34,4	28,2	22,1
CLASSI DI ETÀ						
6-10	2,3	1,2	1,3	18,7	19,9	22,3
11-14	9,3	4,8	6,9	26,7	26,3	24,9
15-17	15,8	11,1	13,5	31,2	31,8	20,3
18-19	19,9	15,2	17,1	31,0	35,1	21,7
20-24	20,0	16,0	16,3	37,2	40,3	15,7
25-34	18,7	16,6	13,2	41,6	31,6	21,1
35-44	12,8	12,3	7,3	37,8	25,4	22,9
45-54	10,0	8,4	6,0	32,1	26,2	23,9
55-59	7,9	5,1	4,0	28,6	25,2	24,1
60-64	6,5	5,3	3,5	28,3	18,8	24,0
65-74	5,9	3,0	1,4	27,9	18,9	23,5
75 e più	2,3	1,4	-	24,1	22,0	16,4
Totale	13,2	11,0	9,0	34,4	28,2	22,1

Con riferimento alle modalità tecnologiche del collegamento ad Internet, si evidenzia che la maggioranza degli utenti si avvale di sistemi tradizionali basati su connessioni cablate e solo una minoranza utilizza una connessione senza fili. Nello specifico, il 34,4% degli internauti accede alla rete utilizzando un computer portatile dotato di chiavetta USB o card attraverso reti di telefonia mobile 3G UMTS. Più contenuta è la quota di coloro che per navigare in rete utilizzano un cellulare via UMTS, 3G, 3G+ (11%), un cellulare via GPRS (13,2%) o un cellulare o smartphone via rete pubblica WIFI o WIMAX (9%). In dettaglio, gli utenti tecnologicamente più avanzati che utilizzano collegamenti wireless sono soprattutto gli uomini e la popolazione tra i 18 e i 44 anni (Prospetto 9).

L'alfabetizzazione tecnologica delle persone che utilizzano il personal computer

Oltre dieci milioni e mezzo di persone di 3 anni e più, pari a oltre un terzo degli utenti del personal computer (35%), ha seguito uno o più corsi per imparare ad utilizzarlo (Tavola 2.2). La quota di utenti che ha frequentato corsi per l'apprendimento delle competenze informatiche è più alta tra le donne (37,8% contro il 32,5% degli uomini), tra le persone con età compresa tra i 55 e i 59 anni (44,5%) e tra la popolazione residente nell'Italia settentrionale (oltre il 36% nel Nord, a fronte di un valore pari al 31,7% nel Sud) (Prospetto 10).

PROSPETTO 10. PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO IL PC NEGLI ULTIMI 12 MESI PER PARTECIPAZIONE A CORSI SULL'USO DEL PC, SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, valori per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato il pc negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età e ripartizioni geografiche	Partecipazione a corsi sull'uso del personal computer				Mai
	Sì, ha seguito corsi	di cui			
		Sì, negli ultimi 3 mesi	Sì, da 3 mesi a 1 anno fa	Sì, più di 1 anno fa	
SESSO					
Maschi	32,5	5,8	3,1	23,6	67,1
Femmine	37,8	5,8	3,3	28,7	61,9
Totale	35,0	5,8	3,2	26,0	64,7
CLASSI DI ETÀ					
3-5	3,5	2,6	0,9	-	95,1
6-10	13,8	9,7	2,6	1,5	85,0
11-14	19,3	10,8	4,0	4,5	80,3
15-17	29,6	13,0	4,2	12,3	69,7
18-19	31,5	7,8	5,2	18,5	68,2
20-24	38,4	6,7	4,9	26,8	61,3
25-34	37,8	4,2	2,9	30,7	61,9
35-44	37,3	4,5	2,5	30,3	62,4
45-54	39,1	4,3	3,2	31,6	60,5
55-59	44,5	4,3	3,1	37,1	55,3
60-64	40,9	3,6	3,1	34,2	58,7
65-74	36,6	4,8	2,6	29,2	63,4
75 e più	26,0	5,9	1,8	18,3	74,0
Totale	35,0	5,8	3,2	26,0	64,7
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE					
Nord-ovest	36,3	4,8	3,4	28,1	63,5
Nord-est	38,7	5,7	3,3	29,8	61,0
Centro	32,9	5,7	2,8	24,3	66,7
Sud	31,7	7,4	3,5	20,9	67,8
Isole	34,0	5,7	2,7	25,6	65,4
Totale	35,0	5,8	3,2	26,0	64,7

Coloro che non hanno mai partecipato ad alcuna attività formativa (il 64,7% delle persone di 3 anni e più che utilizzano il computer) hanno indicato diverse motivazioni: quasi la metà ha dichiarato di

avere già le conoscenze sufficienti (49,3%); seguono gli utenti che non ne hanno avvertito la necessità perché fanno un uso occasionale del personal computer (17,8%), quelli che non ne hanno avuto la possibilità per mancanza di tempo (16,1%), gli autodidatti che hanno acquisito le conoscenze necessarie da soli o con l'aiuto di altri (12,2%) e coloro che sono stati impediti dal costo eccessivo dei corsi (10,8%). Del tutto residuale è la quota di persone che indicano come motivazione la qualità insoddisfacente delle attività formative proposte (1,9%). In proporzione, ritengono di non avere bisogno di frequentare corsi perché hanno già le conoscenze sufficienti più gli uomini delle donne (51,6% rispetto al 46,4%) (Prospetto 11).

L'età influisce sulle motivazioni indicate: sono soprattutto i giovani tra 15 e 24 anni a dichiarare di avere conoscenze già sufficienti (oltre il 61%); gli adulti di 35-54 anni lamentano soprattutto la mancanza di tempo (22% circa); l'eccessivo costo dei corsi è il principale ostacolo indicato dai giovani tra i 18 e i 24 anni (quasi il 16%); quest'ultima motivazione, inoltre, è indicata maggiormente dalla persone residenti nel Sud e nelle Isole.

PROSPETTO 11. PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO IL PC NEGLI ULTIMI 12 MESI E NON HANNO MAI SEGUITO CORSI SULL'USO DEL PC PER MOTIVO, SESSO, CLASSE DI ETÀ E, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato il pc negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età e ripartizioni geografiche	Non ha mai seguito corsi (a)	Motivi per cui non hanno seguito corsi sull'uso del personal computer (b)						
		Le mie conoscenze sono già sufficienti	Uso il personal computer raramente	Studio da solo o con l'assistenza di altri	Non ho tempo	I corsi sono troppo costosi	Le offerte di corsi non sono soddisfacenti	Altro
SESSO								
Maschi	67,1	51,6	16,7	12,1	15,7	9,3	2,0	7,5
Femmine	61,9	46,4	19,1	12,4	16,7	12,7	1,8	8,0
Totale	64,7	49,3	17,8	12,2	16,1	10,8	1,9	7,7
CLASSI DI ETÀ								
3-5	95,1	-	11,5	11,2	-	1,1	-	76,1
6-10	85,0	11,2	27,0	21,9	4,7	7,0	1,8	32,6
11-14	80,3	42,8	15,2	19,8	9,4	11,7	1,9	13,0
15-17	69,7	61,6	8,1	12,0	13,9	13,8	2,8	5,8
18-19	68,2	65,7	9,5	12,3	13,0	15,6	2,7	5,0
20-24	61,3	64,6	11,4	9,5	12,5	16,3	2,7	3,3
25-34	61,9	57,2	16,1	8,7	18,6	13,1	1,8	3,3
35-44	62,4	48,4	20,3	10,0	22,4	11,7	1,9	4,0
45-54	60,5	47,3	20,5	10,4	22,1	8,3	1,7	4,0
55-59	55,3	54,6	20,5	12,7	14,0	6,6	1,3	3,3
60-64	58,7	51,2	17,1	15,3	10,4	3,8	1,4	5,9
65-74	63,4	54,6	22,1	16,9	7,1	3,8	1,2	4,3
75 e più	74,0	36,7	29,6	31,0	5,0	5,1	1,4	3,7
Totale	64,7	49,3	17,8	12,2	16,1	10,8	1,9	7,7
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE								
Nord-ovest	63,5	50,4	17,8	10,5	16,7	8,2	1,5	8,1
Nord-est	61,0	49,9	17,0	14,6	14,8	10,3	2,3	8,4
Centro	66,7	50,5	15,8	11,7	15,4	8,4	1,6	8,9
Sud	67,8	47,5	19,6	12,5	16,7	16,0	2,1	5,7
Isole	65,4	45,6	19,4	13,1	17,4	13,5	2,5	6,7
Italia	64,7	49,3	17,8	12,2	16,1	10,8	1,9	7,7

(a) Per 100 persone di 3 anni e più dello stesso sesso, classe di età e ripartizione geografica che hanno usato il personal computer negli ultimi 12 mesi.

(b) Per 100 persone di 3 anni e più dello stesso sesso, classe di età e ripartizione geografica che non hanno mai seguito corsi sull'uso del personal computer. Possibili più risposte.

3. LE ATTIVITÀ SVOLTE CON INTERNET

Utilizzare la posta elettronica e cercare informazioni sono le principali attività in rete

Comunicare scambiandosi messaggi di posta elettronica si conferma la principale attività svolta in rete. L'80,7% delle persone di 6 anni e più che si sono collegate a Internet negli ultimi tre mesi lo hanno fatto prevalentemente per spedire e ricevere e-mail (Figura 4).

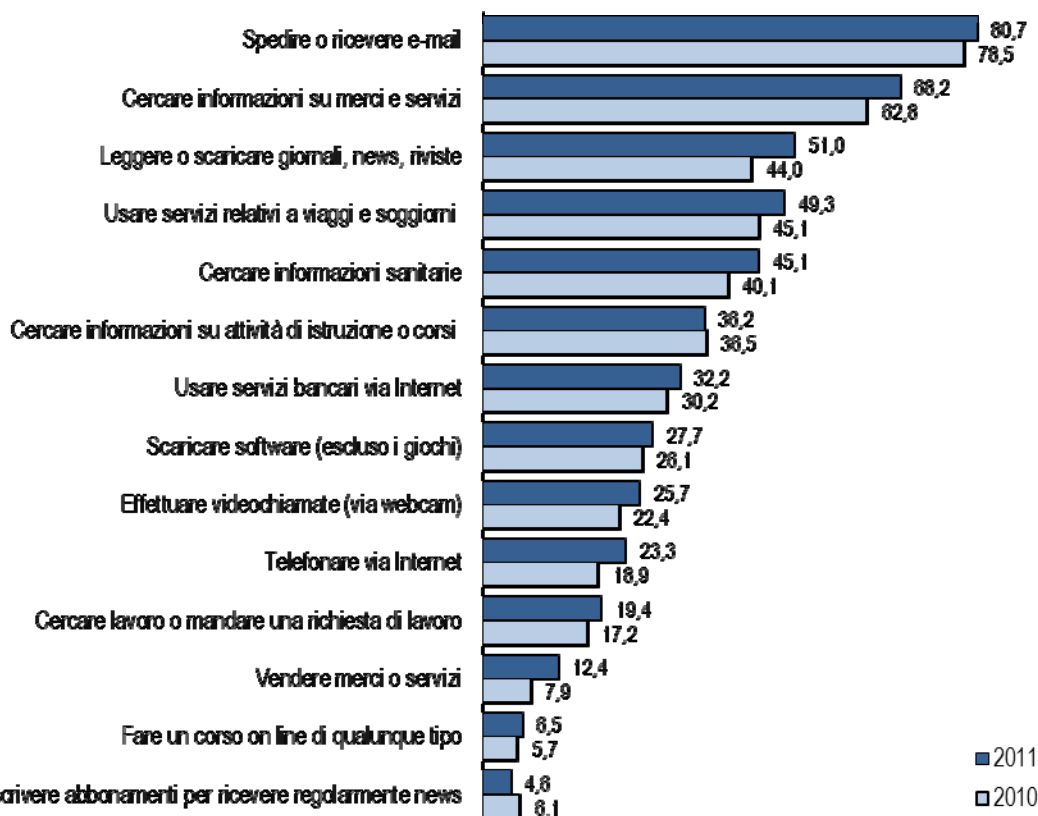
Al web ci si rivolge, inoltre, in quanto fonte di informazioni e conoscenza, sia per acquisire notizie su beni e servizi commerciali (68,2%), sia per documentarsi su temi di attualità, consultando, leggendo o scaricando giornali, news e riviste (51%).

Di rilievo la quota che si connette al web per usare servizi relativi a viaggi e soggiorni (49,3%), per acquisire informazioni sanitarie (45,1%), per cercare informazioni su attività istruzione o corsi (36,2%). Il 32,2% ricorre alla rete per utilizzare servizi bancari online, mentre meno diffuso è il suo utilizzo per scaricare software diversi da giochi (27,7%), effettuare videochiamate (25,7%) o telefonare online (23,3%).

Decisamente più contenute appaiono le quote di utenti che negli ultimi tre mesi hanno navigato in rete per trovare un lavoro (19,4%), vendere merci o servizi (12,4%), per seguire un corso a distanza (6,5%) o sottoscrivere abbonamenti e ricevere regolarmente le news online (4,6%).

Rispetto al 2010 si registra un incremento per quasi tutte le attività svolte con Internet: in particolare, aumenta l'uso della rete per cercare informazioni su merci e servizi (dal 62,8% al 68,2%), leggere o scaricare giornali, news, riviste (dal 44%, al 51%), usare servizi relativi a viaggi e soggiorni (45,1% al 49,3%), cercare informazioni sanitarie (40,1% al 45,1%). È invece in lieve calo (dal 6,1% al 4,6%) la voce "sottoscrivere abbonamenti e ricevere regolarmente news".

FIGURA 4. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER ATTIVITÀ SVOLTA. Anni 2010 e 2011, valori per 100 persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi



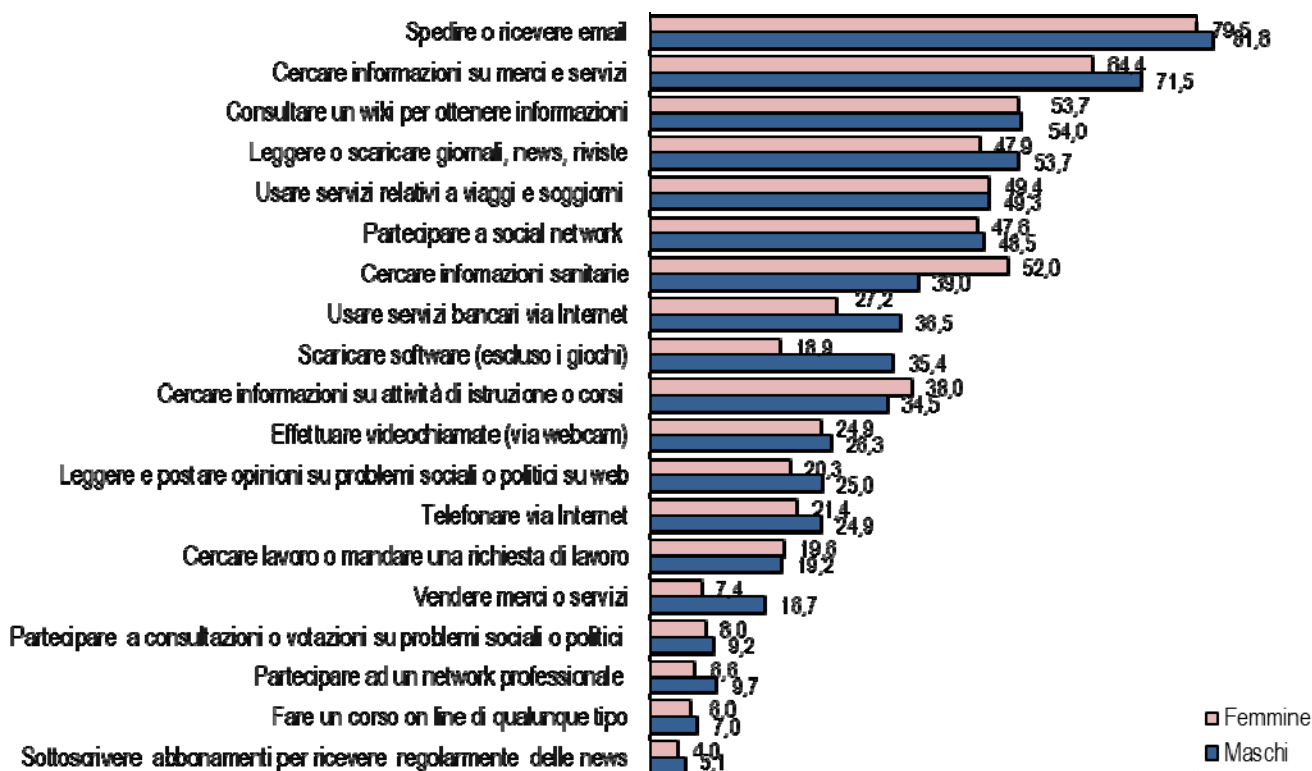
Nel mondo della rete si manifestano anche alcune specificità di genere. Gli uomini sono più attivi delle donne nello scaricare software (35,4% rispetto al 18,9% delle donne), nell'usare servizi

bancari (36,5% rispetto al 27,2% delle donne), nonché nel cercare informazioni su merci e servizi (71,5% rispetto al 64,4%) o cercare di vendere merci o servizi (16,7% rispetto al 7,4% delle donne), nel leggere o scaricare giornali, news, riviste (53,7% rispetto al 47,9% delle donne). Le donne, al contrario, si dimostrano più interessate e propense ad utilizzare il web per reperire informazioni sanitarie (52% delle donne contro il 39% degli uomini) e per cercare informazioni su attività di istruzione o corsi di qualunque tipo (38% contro il 34,5% degli uomini).

Minori differenze tra i due sessi si riscontrano con riferimento a attività di comunicazione più generiche quali spedire o ricevere e-mail (81,8% degli uomini contro il 79,5% delle donne), leggere o scaricare giornali, news, riviste (53,7% degli uomini contro il 47,9% delle donne), leggere e postare opinioni su problemi sociali o politici su web (25% degli uomini contro il 20,3%), telefonare via Internet (24,9% degli uomini contro 21,4% delle donne), partecipare ad un network professionale (9,1% degli uomini contro 6,2% delle donne).

Per le restanti attività, tra cui partecipare a social network e consultare i servizi online per organizzare viaggi e soggiorni, non si rilevano differenze significative (Figura 5).

FIGURA 5. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER ATTIVITÀ SVOLTA E SESSO. Anno 2011, valori per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi



Il tipo di attività svolta con Internet è strettamente correlata con l'età: oltre la metà (50,1%) dei giovani tra i 18 ed i 24 anni usa il web per ricercare informazioni sulle attività di formazione o d'istruzione di qualunque tipo, mentre la navigazione in Internet per trovare opportunità di lavoro attraverso i canali informativi e i contatti offerti dalla rete prevale nella fascia di 20-24 anni (il 37,4%).

La fascia di utenti tra i 35 ed i 44 anni si caratterizza per un ricorso più elevato ai servizi di home-banking (44,4% rispetto al 32,2% della media nazionale) e alle informazioni disponibili in rete sull'offerta di merci e servizi (79,5% rispetto al 68,2% della media nazionale). Cercare informazioni sanitarie e leggere giornali, news, riviste sono invece le attività più diffuse tra i 25-64enni.

Mandare o ricevere mail, telefonare tramite Internet, effettuare videochiamate via webcam o scaricare software sono attività già molto diffuse tra i minorenni con età compresa tra i 11 e i 17 anni, che, rispetto a queste attività, dimostrano una precoce confidenza con le tecnologie telematiche (Prospetto 12).

PROSPETTO 12. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER TIPO DI ATTIVITÀ SVOLTA E CLASSE D'ETÀ. Anno 2011, valori per 100 persone di 6 anni e più della stessa classe di età che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi

Tipo di attività svolta	Classi di età												Totale
	6-10	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	
Cercare informazioni su merci e servizi	10,7	20,7	44,1	58,7	68,5	79,0	79,5	75,4	74,1	74,3	71,0	60,8	68,2
Cercare informazioni sanitarie (malattie, alimentazione, miglioramento della salute, ecc.)	2,1	9,3	21,1	33,7	41,3	50,1	55,3	54,3	49,9	53,2	56,3	35,2	45,1
Usare servizi relativi a viaggi e soggiorni	2,4	11,1	22,6	46,7	56,6	61,7	56,3	52,0	49,1	54,7	57,5	34,0	49,3
Usare servizi bancari via Internet	-	-	3,2	12,5	22,2	38,4	44,4	40,3	37,5	41,6	39,9	35,9	32,2
Cercare informazioni su attività di istruzione o corsi di qualunque tipo	15,2	25,5	35,6	50,1	50,9	41,2	36,7	34,4	28,3	26,9	21,4	20,8	36,2
Fare un corso on line di qualunque tipo	0,7	2,1	4,3	7,3	6,6	8,3	7,5	7,3	7,9	3,4	2,4	4,4	6,5
Leggere o scaricare giornali, news, riviste	7,7	23,0	42,4	48,6	54,4	56,8	55,5	54,7	56,0	58,9	57,1	43,5	51,0
Scaricare software (esclusi i giochi)	7,7	23,7	36,1	42,7	41,1	33,8	25,9	22,4	20,0	20,3	13,6	12,9	27,7
Cercare lavoro o mandare una richiesta di lavoro	-	-	5,2	19,5	37,4	35,5	21,6	13,0	7,3	6,4	3,7	3,4	19,4
Vendere merci o servizi (es. aste on line, eBay)	-	3,1	10,7	13,1	15,7	18,0	14,6	10,9	7,7	7,8	7,7	0,2	12,4
Sottoscrivere abbonamenti per ricevere regolarmente delle news	0,3	1,0	2,8	4,7	5,0	6,1	5,4	4,7	5,1	3,5	3,6	2,8	4,6
Mandare o ricevere mail	15,8	55,3	78,9	87,3	89,1	88,7	85,5	81,5	81,1	83,0	85,0	72,8	80,7
Telefonare via Internet	8,0	14,7	20,0	22,7	29,7	30,1	24,2	19,5	20,8	22,6	20,7	15,9	23,3
Effettuare videochiamate (via webcam)	11,0	25,6	27,7	30,9	34,9	32,6	24,4	18,9	21,6	23,2	19,4	16,9	25,7

Quasi la metà degli utenti di Internet crea un profilo utente, invia messaggi su Facebook, Twitter e altri social network

Lo sviluppo di nuove interfacce ha prodotto un rapido cambiamento nel comportamento degli utenti di Internet. Accanto alla navigazione in rete per la consultazione dei siti e delle pagine web risultano sempre più diffuse le forme di fruizione attiva, come la partecipazione a blog, social network sociali e professionali e wiki e la produzione di contenuti per il loro popolamento. Nel 2011 il 53,8% degli utenti d'Internet consulta un wiki per acquisire informazioni, il 48,1% crea un profilo utente, invia messaggi o altro su Facebook, Twitter. I social network non vengono utilizzati solo come strumento per mantenere i rapporti nella propria rete amicale, ma anche come strumento di informazione e comunicazione su temi sociali o politici (22,8%). Quote più contenute si registrano per chi utilizza il web per partecipare a consultazioni o votazioni su problemi sociali o politici, come ad esempio per firmare una petizione (8,6%), e per partecipare a network professionali come LinkedIn e Xing (8,3%) (Prospetto 13).

I più attivi in quest'ambito sono soprattutto i giovani di 15-24 anni; in particolare oltre il 76% crea un profilo utente, invia messaggi o altro su Facebook o Twitter (rispetto al 48,1% della media nazionale), oltre il 63% consulta un wiki (contro il 53,8% della media nazionale) e oltre il 29% legge e esprime opinioni su problemi sociali o politici tramite blog o social network.

A livello territoriale emerge che l'uso dei social network è più diffuso nel Sud e nelle Isole. In particolare, nel Sud il 53% degli utenti di Internet crea un profilo utente, invia messaggi o altro su Facebook o Twitter (rispetto al 43% degli utenti residenti nel Nord-est) e il 24,4% scambia opinioni su problemi sociali o politici (rispetto al 20,5% del Nord-est). Nel Nord-est è invece più diffuso l'utilizzo della rete per la consultazione di wiki (58% contro il 46,4% del Sud) (Prospetto 13).

PROSPETTO 13. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI PER ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE SVOLTA, SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, valori per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi

Sesso, classi di età e ripartizioni geografiche	Partecipazione a network (a)				
	Partecipare a social network (creare un profilo utente, postare messaggi o altro su Facebook, Twitter ecc.)	Leggere e postare opinioni su problemi sociali o politici su web (es. tramite blog, social network ecc.)	Partecipazione online a consultazioni o votazioni su problemi sociali (civici) o politici (es. pianificazione urbana, firmare una petizione)	Consultare un wiki per ottenere informazioni (es. wikipedia, altre enciclopedie online)	Partecipare ad un network professionale (creare un profilo, postare messaggi o altri contributi su LinkedIn, Xing ecc.) (b)
SESSO					
Maschi	48,5	25,0	9,2	54,0	9,7
Femmine	47,6	20,3	8,0	53,7	6,6
Totale	48,1	22,8	8,6	53,8	8,3
CLASSI D'ETÀ					
6-10	16,1	1,0	..	34,6	-
11-14	57,8	11,2	1,4	60,8	-
15-17	81,4	29,5	4,9	67,8	7,5
18-19	82,9	36,3	8,7	72,5	9,9
20-24	76,0	36,4	10,2	63,5	9,9
25-34	64,0	28,8	10,1	57,0	10,9
35-44	43,4	21,3	8,4	50,8	8,9
45-54	29,3	17,8	10,0	48,7	6,3
55-59	18,0	18,0	10,6	46,6	4,4
60-64	17,7	20,1	13,5	45,0	4,7
65-74	13,2	15,6	10,5	43,0	3,7
75 e più	6,5	9,7	5,3	34,2	3,3
Totale	48,1	22,8	8,6	53,8	8,3
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE					
Nord-ovest	45,2	21,6	8,7	57,0	8,8
Nord-est	43,0	20,5	7,8	58,0	7,8
Centro	50,8	24,3	10,2	54,6	8,8
Sud	53,0	24,4	7,6	46,4	7,8
Isole	52,3	24,8	8,8	48,8	7,4
Italia	48,1	22,8	8,6	53,8	8,3

(a) Possibili più risposte.

(b) Per 100 persone di 14 anni e più.

Il 35% degli utenti di Internet naviga in rete per acquisire informazioni dai siti della PA

A fronte del processo di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione (PA), volto a promuovere l'efficienza degli enti pubblici e migliorare la qualità dei servizi e dei rapporti di comunicazione con l'utenza, emerge come nel 2011 circa 9,5 milioni di persone di 14 anni e più (il 35,1% degli utenti di Internet) abbiano utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per collegarsi a siti della PA, il 25,4% si è avvalso dei servizi on-line per scaricare moduli da siti di enti della PA e il 12,9% per restituire loro moduli compilati (Prospetto 14).

Non si registrano differenze di genere significative nell'usare Internet per relazionarsi con la PA, mentre si riscontrano differenti modelli di utenza in funzione dell'età. Sono, infatti, soprattutto gli adulti tra i 45 e i 64 anni ad utilizzare Internet come canale di comunicazione e di scambio con la

PA: oltre il 43% delle persone di questa fascia di età ha consultato i siti della PA per acquisire informazioni (con un picco del 47% tra i 55 e i 59 anni) e circa un terzo per scaricare moduli.

I dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti, nonché i direttivi, i quadri e gli impiegati, sono gli occupati che utilizzano maggiormente le opportunità offerte dai servizi digitali e telematici per dialogare con la PA; a tali categorie corrispondono, infatti, valori relativi all'utilizzo di Internet decisamente superiori a quelli riscontrati per gli operai: il 53,8% dei dirigenti, imprenditori, liberi professionisti ha utilizzato il web negli ultimi 12 mesi per ottenere informazioni dalla PA, rispetto al 19,7% degli operai; il download di moduli è stato effettuato dal 43,8% dei primi, a fronte dell'11,6% degli operai e la quota di persone che ha adottato le modalità online per la compilazione e la spedizione di moduli della PA è pari, rispettivamente, al 26% e al 4,6% (Prospetto 14).

Analizzando il fenomeno in un'ottica temporale, dal 2010 al 2011 si mantiene pressoché stabile il numero di persone di 14 anni e più che hanno utilizzato Internet per ottenere informazioni dai siti della PA, sebbene si registri un calo percentuale (dal 37,8% al 35,1%) dovuto alla crescita di coloro che utilizzano internet per altri motivi.

PROSPETTO 14. PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ CHE HANNO UTILIZZATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI PER RELAZIONARSI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, SESSO, CLASSE D'ETÀ E CONDIZIONE OCCUPAZIONALE. Anno 2011, valori per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età, e condizione occupazionale	Rapporti con la Pubblica Amministrazione		
	Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione	Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione	Spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione
SESSO			
Maschi	36,5	26,6	14,2
Femmine	33,5	24,0	11,4
Totale	35,1	25,4	12,9
CLASSI DI ETÀ			
14-17	6,9	2,8	1,6
18-19	18,2	12,0	6,3
20-24	24,6	17,2	9,8
25-34	35,0	25,5	12,8
35-44	39,1	28,8	15,0
45-54	43,1	31,5	15,0
55-59	47,0	34,7	16,3
60-64	46,2	33,2	19,6
65-74	42,8	29,5	15,3
75 e più	33,0	23,2	12,7
Totale	35,1	25,4	12,9
CONDIZIONE OCCUPAZIONALE (a)			
Occupati	41,3	30,8	15,7
<i>Dirigenti, Imprenditori, Liberi profess.</i>	<i>53,8</i>	<i>43,8</i>	<i>26,0</i>
<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	<i>52,2</i>	<i>40,2</i>	<i>20,1</i>
<i>Operai, Apprendisti</i>	<i>19,7</i>	<i>11,6</i>	<i>4,6</i>
<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	<i>30,3</i>	<i>19,9</i>	<i>9,9</i>
In cerca di nuova occupazione	29,9	20,5	10,6
In cerca di prima occupazione	25,0	17,7	10,2
Casalinghe	21,3	11,0	5,0
Studenti	21,6	14,6	8,2
Ritirati dal lavoro	41,7	28,8	12,9
Altra condizione	29,7	22,6	11,1
Totale	35,6	25,8	13,1

(a) Per 100 persone di 15 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi.

L'e-commerce: più di un quarto degli utenti di Internet acquista beni e servizi online

Il 26,3% degli individui di 14 anni e più che hanno navigato in Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista ha effettuato, nello stesso periodo di riferimento, transazioni commerciali, ordinando e/o comprando merci e/o servizi per uso privato (circa 7 milioni di persone). A questi si aggiunge una quota di internauti, pari all'8,3%, che hanno ordinato e/o comprato merci e/o servizi più di un anno prima dell'intervista (2 milioni e 241 mila) (Prospetto 15 e Tavole 5.1 e 5.2 in allegato).

Considerando coloro che hanno effettuato acquisti in rete nei 12 mesi precedenti l'intervista, si evidenzia una maggiore propensione verso tale forma di utilizzo della rete da parte degli uomini (il 31% contro il 21,2% delle donne), delle persone tra i 25 e i 44 anni (oltre il 30%) e delle fasce di popolazione residenti nelle regioni del Centro-nord (oltre il 26%).

PROSPETTO 15. PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI E HANNO ORDINATO O COMPRATO MERCI E/O SERVIZI PER USO PRIVATO SU INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI PER SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, valori per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età, ripartizioni geografiche	Hanno ordinato o comprato merci e/o servizi su Internet				
	Negli ultimi 12 mesi	di cui			Mai
		Negli ultimi 3 mesi	Da più di 3 mesi a 1 anno fa	Più di 1 anno fa	
SESSO					
Maschi	31,0	21,1	9,9	9,6	58,9
Femmine	21,2	13,9	7,3	6,9	71,1
Totale	26,3	17,7	8,6	8,3	64,6
CLASSI DI ETÀ					
14-17	11,2	6,8	4,4	4,1	83,9
18-19	17,4	9,3	8,1	7,4	74,1
20-24	26,2	17,8	8,4	10,0	63,2
25-34	33,4	22,9	10,5	10,1	55,6
35-44	29,8	20,7	9,1	8,6	61,0
45-54	26,1	17,2	8,9	7,6	65,6
55-59	22,0	14,3	7,7	7,4	69,9
60-64	22,3	14,9	7,4	6,6	70,7
65-74	17,3	10,5	6,8	8,0	72,9
75 e più	10,6	4,9	5,7	7,4	82,1
Totale	26,3	17,7	8,6	8,3	64,6
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE					
Nord-ovest	31,5	21,7	9,8	8,1	59,8
Nord-est	31,2	19,9	11,3	9,3	59,2
Centro	26,1	18,1	8,0	9,4	63,7
Sud	16,3	11,0	5,3	6,3	76,4
Isole	21,3	13,8	7,5	8,6	69,0
Italia	26,3	17,7	8,6	8,3	64,6

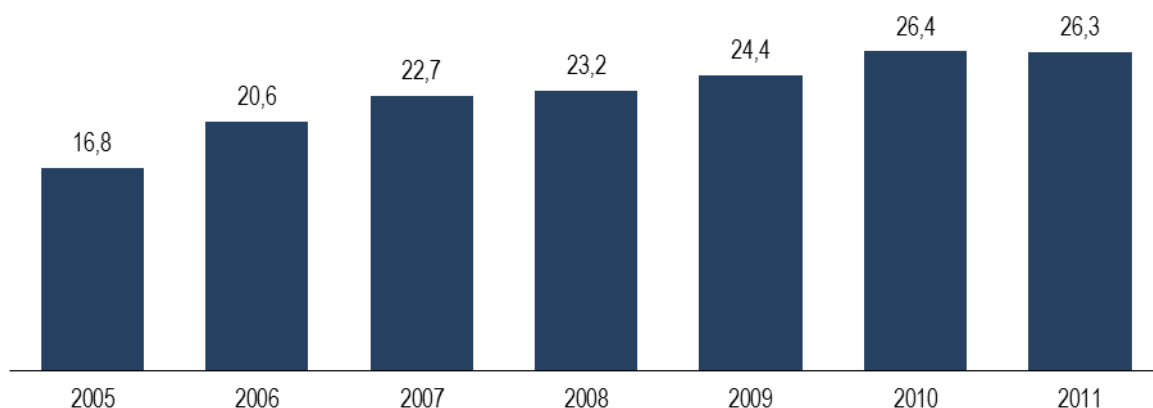
Analizzando la propensione all'acquisto online di beni e servizi nel corso del quinquennio compreso tra il 2005 e il 2011, si nota come l'uso del web per ordinare o comprare merci e servizi sia cresciuto in modo rilevante tra il 2005 e il 2006 (passando dal 16,8% nel 2005 al 20,6% nel 2006), aumentando a ritmi contenuti negli anni successivi (Figura 6).

Nel 2011, ai primi due posti della graduatoria degli acquisti on line si collocano i beni e servizi legati ai pernottamenti per vacanza, ordinati o acquistati dal 41,7% delle persone di 14 anni e più che hanno effettuato ordini o acquisti su Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista, nonché ai viaggi e ai soggiorni (biglietti ferroviari, aerei, ecc., (39,1%). Seguono gli acquisti di abiti e articoli sportivi (30,2%), di libri, giornali, riviste, inclusi e-book (27,5%), di biglietti per spettacoli (22,8%), di attrezzature elettroniche (21,5%), di articoli per la casa (18,9%), di film e musica (16,8%), di software per computer e/o loro aggiornamenti (esclusi i videogiochi) (16,1%).

Decisamente più contenute risultano le quote di utenti che hanno ordinato e/o acquistato azioni, servizi finanziari e/o assicurativi (7,5%), prodotti alimentari (6,4%) e farmaci (1,5%) (Prospetto 16).

FIGURA 6. PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI E HANNO ORDINATO E/O COMPRATO MERCI E/O SERVIZI PER USO PRIVATO SU INTERNET

Anni 2005-2010 (per 100 persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi)



PROSPETTO 16. PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI E HANNO ORDINATO E/O ACQUISTATO MERCI E/O SERVIZI PER USO PRIVATO, PER TIPO DI MERCI E/O SERVIZI ORDINATI E/O ACQUISTATI, SESSO E CLASSE DI ETÀ. Anno 2011, valori per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi e hanno ordinato e/o acquistato merci e/o servizi per uso privato su Internet

Tipo di merci e/o servizi ordinati e/o acquistati	Sesso		Classi di età										Totale
	Maschi	Femmine	14-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	
Pernottamenti per vacanze (alberghi, pensioni, ecc.)	40,3	44,2	5,5	27,5	29,5	45,5	44,6	47,6	42,2	42,0	33,5	26,3	41,7
Altre spese viaggio per vacanza (biglietti ferroviari, aerei, noleggio auto ecc.)	37,3	42,3	3,7	24,3	34,5	42,2	38,8	41,2	45,2	47,5	55,3	25,7	39,1
Abiti, articoli sportivi	29,4	31,5	42,3	43,2	40,6	35,1	29,7	24,3	14,4	12,1	9,7	-	30,2
Biglietti per spettacoli	22,1	24,1	11,7	27,0	18,9	27,6	22,1	23,2	20,7	17,7	13,7	18,9	22,8
Attrezzature elettroniche (es. macchine fotografiche, telecamere, ecc.)	27,3	11,9	6,5	20,0	19,2	22,8	21,8	22,6	22,3	19,3	28,0	41,2	21,5
Libri, giornali, riviste (inclusi ebook)	25,0	31,8	18,5	18,2	24,9	27,4	28,6	28,8	27,4	38,0	26,0	18,3	27,5
Articoli per la casa (mobili, giocattoli, ecc.)	18,3	19,7	3,3	6,5	10,6	21,3	23,4	18,2	15,3	17,4	18,2	41,5	18,9
Software per computer e/o aggiornamenti (escluso videogiochi)	20,8	8,3	16,2	11,2	12,3	13,9	18,0	18,5	16,2	20,5	16,1	-	16,1
Film, musica	18,2	14,6	23,0	18,6	18,7	19,3	17,6	14,0	13,2	7,4	4,8	-	16,8
Servizi di telecomunicazione (tv, abbonamenti banda larga, abbonamenti telefonici, carte telefoniche, ecc.)	12,5	8,0	2,4	5,7	5,2	11,3	12,2	13,5	9,5	10,9	13,1	2,1	10,8
Videogiochi e/o loro aggiornamenti	10,8	4,1	24,7	19,5	17,0	8,4	6,9	4,7	2,5	1,7	1,4	2,1	8,3
Hardware per computer	15,0	2,4	8,3	10,8	7,8	9,6	11,3	11,0	10,0	12,5	11,3	-	10,3
Azioni, servizi finanziari e/o assicurativi	9,5	4,3	-	0,6	2,2	5,5	9,3	11,7	9,6	9,6	11,0	2,1	7,5
Prodotti alimentari	5,5	7,9	0,8	1,8	2,4	6,2	7,3	7,8	9,8	7,9	6,8	8,0	6,4
Materiale per la formazione a distanza	3,3	3,3	2,3	0,4	2,1	2,8	4,3	4,1	5,2	2,1	-	-	3,3
Biglietti delle lotterie o scommesse	2,6	0,4	0,3	2,1	3,5	2,5	1,3	1,6	0,4	1,0	-	-	1,8
Farmaci	1,4	1,8	1,1	-	0,6	1,4	1,8	1,4	2,1	3,0	4,9	-	1,5
Altro	11,4	10,2	12,0	14,0	10,9	11,7	9,1	11,2	13,8	12,1	12,0	9,3	11,0

Come di consueto, si riscontrano significative differenze di genere nei comportamenti di consumo. Gli uomini presentano valori più che doppi rispetto alle donne per l'acquisto di attrezzature elettroniche (27,3% contro il 11,9%), per l'acquisto di hardware informatico (15% rispetto al 2,4%) e programmi software (20,8% contro l'8,3%). L'interesse femminile si rivolge, invece, prevalentemente all'acquisto online di libri, giornali, riviste (31,8% rispetto al 25% degli uomini) e all'acquisto di biglietti ferroviari, aerei, ecc. (con uno scarto di 5 punti percentuali).

I più giovani acquistano online più frequentemente articoli e abiti sportivi (oltre il 35% dei ragazzi tra 14 e 34 anni), film e musica (il 18% e più dei ragazzi di 14-19 anni) e videogiochi (più del 19% dei ragazzi di 14-19 anni), mentre nella fascia tra i 55-74 anni è molto alta la quota di coloro che acquistano biglietti aerei o ferroviari e noleggiando online l'auto (oltre il 45%) (Prospetto 16).

Generalmente, le persone che effettuano ordinazioni o compere online preferiscono rivolgersi a venditori nazionali (80,5%), mentre il 30,3% ha acquistato beni e servizi da venditori di un altro paese europeo e il 16,5% da venditori extraeuropei (Prospetto 17).

PROSPETTO 17. PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI E HANNO ORDINATO E/O COMPRATO MERCI E/O SERVIZI PER USO PRIVATO, PER NAZIONALITÀ DEL VENDITORE, SESSO E CLASSE DI ETÀ. Anno 2011, valori per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi e hanno ordinato e/o comprato merci e/o servizi per uso privato su Internet

Sesso e classi di età	Venditore			
	Nazionale	Di un altro paese dell'Unione europea	Di un altro paese extra-europeo	Non so
SESSO				
Maschi	80,4	32,3	19,0	6,9
Femmine	80,8	27,0	12,4	7,5
Totale	80,5	30,3	16,5	7,2
CLASSI DI ETÀ				
14-17	72,5	20,0	14,8	11,0
18-19	72,0	29,6	18,1	9,3
20-24	76,7	34,3	20,1	7,7
25-34	80,5	30,7	16,6	7,7
35-44	81,0	31,3	17,1	7,1
45-54	84,4	29,6	16,0	5,2
55-59	81,4	27,8	12,7	7,8
60-64	85,4	25,6	11,1	5,3
65-74	74,3	30,1	14,2	5,7
75 e più	68,4	20,8	6,8	22,3
Totale	80,5	30,3	16,5	7,2

Le abilità informatiche sono una prerogativa degli uomini

La quasi totalità delle persone di 6 anni e più che hanno utilizzato il personal computer negli ultimi 12 mesi è in grado di copiare o spostare un file o una cartella (85,4%) e sa copiare o muovere informazioni all'interno di un documento (85,1%). Il 66% sa trasferire file da un computer a un altro e sa effettuare scambi di file verso pc da altri dispositivi (come una macchina fotografica digitale, o un cellulare, un mp3/mp4 player). Il 60,1% è capace di connettere e installare periferiche. Oltre la metà (54,4%) delle persone sa adoperare le formule aritmetiche di base di un foglio elettronico e il 51,1% sa comprimere file. Si attesta al 36,5% la quota di coloro che sanno creare presentazioni con specifici software e al 28,1% la quota di coloro che sa modificare i parametri di configurazione di applicazioni di software. Il 26,4%, inoltre, è capace di installare un nuovo sistema operativo o sostituirne uno vecchio. Molto inferiore, invece, la quota di utilizzatori in grado di scrivere un programma per computer utilizzando un linguaggio di programmazione (13,7%) (Prospetto 18).

La quota di uomini che dichiara di possedere le suddette abilità è sempre superiore a quella delle donne. Le differenze di genere maggiori si riscontrano con riferimento alla capacità di installare un nuovo sistema operativo (35,1% degli uomini contro il 16,5% delle donne), di modificare o verificare i parametri di configurazione di applicazione di software (36,2% contro il 19% delle donne), di installare periferiche (il 68,5% degli uomini rispetto al 50,6% delle donne) e di trasferire file da computer ad altri dispositivi (70,9% contro il 60,3%) (Prospetto 18).

Riguardo alla navigazione nel web, quasi la quasi totalità delle persone di 6 anni e più che utilizzano Internet sa usare un motore di ricerca (94,2%) e una quota molto elevata sa spedire e-mail con allegati (83,1%). Oltre la metà degli utenti della rete sa inserire messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online (52,7%) e il 41,3% sa caricare testi, giochi, immagini, film o musica ad esempio su siti di social networking. Più contenute le quote di utenti che dichiarano di saper telefonare tramite Internet (37,3%), che sanno usare il *peer to peer* per scambiare film, musica, ecc. (24,3%) e che affermano di saper creare una pagina web (17,3%) (Prospetto 19).

Ad eccezione della capacità di utilizzare un motore di ricerca, per la quale non si registrano differenze di genere, con riferimento a tutte le altre operazioni si rileva una maggiore abilità da parte degli uomini, i quali, in particolare, presentano valori quasi doppi rispetto alle donne nel saper usare il *peer to peer* per scambiare film, musica, ecc. (30,8 % rispetto al 16,9% delle donne) e nel creare una pagina web (21,2% contro il 12,8% delle donne).

Sono i giovani tra i 18 e i 24 anni a presentare le percentuali più elevate per tutte le operazioni che si possono effettuare mediante Internet. Circa il 77% inserisce messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione online, oltre il 65% carica testi, giochi, immagini film o musica, e più del 40% modifica le impostazioni di sicurezza dei browser per accedere a Internet (Prospetto 19).

PROSPETTO 18. PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO IL PERSONAL COMPUTER NEGLI ULTIMI 12 MESI PER OPERAZIONI CHE SANNO EFFETTUARE, SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato il pc negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età	Operazioni relative all'uso del personal computer									
	Copiare o muovere un file o una cartella	Usare "copia e incolla" all'interno di un documento	Usare formule aritmetiche di base in un foglio elettronico	Comprimere (o zippare) file	Connettere e installare periferiche (stampanti, modem ecc.)	Scrivere un programma per computer utilizzando un linguaggio di programmazione	Trasferire file tra computer e da altri dispositivi	Modificare o verificare i parametri di configurazione di applicazioni software (esclusi browser)	Creare presentazioni con specifici software, inclusi grafici, immagini, suoni o video	Installare un nuovo sistema operativo o sostituirne uno vecchio
SESSO										
Maschi	86,6	86,1	57,3	57,3	68,5	17,0	70,9	36,2	39,4	35,1
Femmine	84,1	84,1	51,2	44,0	50,6	10,0	60,3	19,0	33,2	16,5
Totale	85,4	85,1	54,4	51,1	60,1	13,7	66,0	28,1	36,5	26,4
CLASSI D'ETÀ										
3-5	6,1	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-
6-10	38,3	41,0	6,3	4,4	8,0	2,3	14,0	1,8	4,7	1,5
11-14	87,3	88,3	38,9	30,5	42,0	11,2	63,0	15,8	32,4	13,5
15-17	94,3	94,8	64,6	54,9	68,7	15,1	83,8	30,4	52,4	25,4
18-19	95,3	96,0	69,7	64,6	75,1	20,3	85,3	37,4	59,7	34,3
20-24	94,7	95,1	68,8	68,6	77,9	21,9	83,9	40,0	56,0	36,3
25-34	92,2	92,2	64,8	64,3	72,1	18,5	79,6	38,6	48,1	35,3
35-44	87,7	87,3	58,8	56,9	65,0	14,2	71,0	31,5	35,5	29,6
45-54	85,2	84,6	53,9	48,9	57,5	10,8	59,2	25,2	29,9	24,9
55-59	85,0	83,4	49,5	44,7	52,8	10,1	52,4	20,4	25,8	21,6
60-64	84,0	81,8	46,8	43,6	54,9	8,0	50,5	16,8	22,0	21,2
65-74	83,5	78,8	41,2	32,4	51,8	8,0	45,7	16,6	18,4	16,8
75 e più	69,2	64,0	30,8	27,2	38,9	5,6	30,4	9,1	9,5	9,8
Totale	85,4	85,1	54,4	51,1	60,1	13,7	66,0	28,1	36,5	26,4

PROSPETTO 19. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER OPERAZIONI RELATIVE ALL'USO DI INTERNET CHE SANNO EFFETTUARE, SESSO E CLASSE D'ETÀ

Anno 2011, per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi

SESSO E CLASSI DI ETÀ	Operazioni relative all'uso di Internet (a)							
	Usare un motore di ricerca per trovare informazioni	Spedire email con allegati (es. documenti, foto ecc.)	Postare messaggi in chat, newsgroup o forum di discussione	Telefonare via Internet	Usare il peer to peer per scambiare film, musica ecc.	Creare una pagina web	Caricare testi, giochi, immagini, film o musica (ad es. su siti di social networking)	Modificare le impostazioni di sicurezza dei browser per accedere a Internet
SESSO								
Maschi	94,9	84,4	54,6	39,9	30,8	21,2	45,8	34,5
Femmine	93,4	81,6	50,6	34,3	16,9	12,8	36,2	19,8
Totale	94,2	83,1	52,7	37,3	24,3	17,3	41,3	27,6
CLASSI DI ETÀ								
6-10	76,7	21,4	14,3	9,9	3,8	2,8	25,0	2,9
11-14	91,4	66,4	54,0	24,7	19,6	17,0	46,4	13,6
15-17	93,8	86,6	75,9	38,9	33,4	23,6	64,5	30,7
18-19	95,5	90,8	77,0	45,1	40,9	29,1	70,9	39,8
20-24	95,3	92,2	78,3	52,7	43,5	27,2	65,8	41,9
25-34	96,4	91,4	67,7	49,5	34,4	21,9	53,9	38,1
35-44	95,0	86,7	51,2	38,0	21,9	16,1	36,1	27,7
45-54	94,6	81,9	38,2	30,4	16,5	12,4	27,0	23,0
55-59	94,9	81,8	30,2	27,6	11,8	11,8	19,7	19,0
60-64	94,5	81,3	29,8	27,7	8,9	11,1	17,9	15,3
65-74	91,5	80,6	22,6	24,4	5,4	6,7	12,4	13,9
75 e più	94,4	78,5	16,3	19,1	5,2	2,6	4,8	7,8
Totale	94,2	83,1	52,7	37,3	24,3	17,3	41,3	27,6

(a) Possibili più risposte

È soprattutto attraverso la pratica che gli utenti del web hanno acquisito le proprie competenze (75,9%), ma un ruolo importante nei processi di apprendimento è svolto anche dalle relazioni interpersonali: il 68,7% degli utenti, infatti, sa effettuare almeno un'operazione relativa all'uso della rete grazie all'aiuto ricevuto da colleghi, parenti e amici (68,7%). Il 26,1% le ha acquisite, invece, attraverso lo studio individuale di manuali, cd, corsi online, wiki, forum di discussione online. Quote più contenute si registrano per chi ha acquisito le abilità grazie alla scuola secondaria (19%) e primaria (14,3%) o attraverso corsi di formazione, non su iniziativa del datore di lavoro (13,4%) o mediante un corso di formazione professionale su iniziativa del datore di lavoro (11,7%). All'ultimo posto si colloca l'università (7,9%) (Prospetto 20).

Le modalità con cui si apprendono le competenze necessarie per navigare in rete presentano alcune differenze rispetto al sesso. Gli uomini mostrano una maggiore propensione all'acquisizione delle abilità attraverso la pratica (77,4% contro il 74,1% delle donne) e lo studio individuale (30,7% contro il 20,7% delle donne), mentre le donne si avvalgono soprattutto dell'aiuto di colleghi, parenti e amici (70% contro il 67,1%).

Le modalità con cui si sono acquisite le proprie abilità relative all'uso della rete sono strettamente correlate con le età: tra i ragazzi di 11-14 anni la scuola ha svolto un ruolo rilevante: infatti, il 62,8% dei ragazzi di 11-14 anni ha appreso l'uso del web alla scuola primaria, mentre il 54% dei ragazzi di 15-17 anni l'ha appreso alla scuola secondaria.

Sono soprattutto le persone tra i 55 e i 64 anni ad effettuare corsi di formazione professionale su richiesta del datore di lavoro per apprendere l'uso della rete (oltre il 22%), mentre tra i giovani di 20-34 anni è più diffuso lo studio individuale (oltre il 30%), l'apprendimento attraverso la pratica (81% circa) e l'aiuto di colleghi, parenti e amici (oltre il 71%).

Al Centro si registrano i livelli più bassi di apprendimento delle abilità informatiche mediante la scuola primaria (12,6% rispetto al 16,3% del Nord-est) o secondaria (16,9%), mentre si registrano i valori più elevati mediante lo studio individuale (28,1% contro il 24,8% nel Nord-ovest) e l'autoformazione (77,8%). I corsi di formazione professionali su richiesta del datore di lavoro sono più diffusi al Nord, dove si registrano valori quasi doppi rispetto al Sud (12% contro 7,9%).

PROSPETTO 20. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI E SANNO EFFETTUARE OPERAZIONI RELATIVE ALL'USO DI INTERNET PER MODALITÀ DI APPRENDIMENTO, SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi

Sesso, classi di età e ripartizioni geografiche	Sanno effettuare operazioni relative all'uso di Internet (a)	Modalità di apprendimento (b)								
		Alla scuola primaria (scuola elementare) o alla scuola secondaria di primo grado (media inferiore)	Alla scuola secondaria di secondo grado (media superiore)	All'Università	Corsi di formazione (non su iniziativa del datore di lavoro)	Corsi di formazione professionale (su richiesta del datore di lavoro) (c)	Studio individuale attraverso uso di manuali, cd rom, corsi online, wiki, forum di discussione online ecc.	Studio attraverso la pratica (imparare facendo)	Collegli, parenti, amici	Altro
SESSO										
Maschi	97,1	13,6	18,1	7,0	12,3	11,4	30,7	77,4	67,1	6,9
Femmine	96,5	15,2	20,1	9,0	14,6	12,1	20,7	74,1	70,7	5,1
Totale	96,8	14,3	19,0	7,9	13,4	11,7	26,1	75,9	68,7	6,1
CLASSI D'ETÀ										
6-10	82,1	54,7	-	-	0,2	-	2,3	42,6	69,6	4,4
11-14	95,8	62,8	9,0	-	1,8	-	9,2	62,0	68,4	4,0
15-17	97,8	43,1	54,0	-	4,1	-	22,8	76,6	69,9	4,6
18-19	98,4	31,6	48,6	4,7	7,4	0,8	27,9	81,7	71,9	7,5
20-24	98,1	24,5	45,8	19,2	10,1	2,9	30,0	81,6	73,1	6,1
25-34	98,3	10,5	30,1	15,7	15,7	7,1	31,3	81,5	71,2	6,0
35-44	97,4	3,2	11,9	8,4	17,3	13,8	28,3	78,2	68,5	7,0
45-54	96,7	1,6	4,2	3,4	16,0	18,1	26,6	75,9	66,3	6,7
55-59	96,9	0,5	1,7	3,4	15,2	24,7	25,5	74,4	64,8	4,9
60-64	96,5	0,9	1,6	2,4	17,5	22,9	24,1	69,1	62,2	4,2
65-74	96,1	-	-	2,0	14,1	14,6	24,8	71,4	65,3	7,4
75 e più	97,5	0,6	-	1,5	13,4	5,7	23,1	59,7	60,1	5,0
Totale	96,8	14,3	19,0	7,9	13,4	11,7	26,1	75,9	68,7	6,1
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE										
Nord-ovest	97,0	15,4	18,3	7,7	13,1	13,2	24,8	74,2	68,9	5,3
Nord-est	97,0	16,3	20,4	7,6	14,6	13,2	25,6	75,9	70,6	5,3
Centro	97,0	12,6	16,9	8,5	11,6	12,7	28,1	77,8	68,1	5,9
Sud	96,5	13,0	20,8	8,9	13,4	7,9	27,0	75,9	66,1	7,6
Isole	96,1	13,0	19,0	6,3	15,7	9,2	24,6	77,0	71,1	7,3
Italia	96,8	14,3	19,0	7,9	13,4	11,7	26,1	75,9	68,7	6,1

(a) Per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso, classe di età e ripartizione geografica che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi.

(b) Per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso, classe di età e ripartizione geografica che sanno effettuare operazioni relative all'uso di Internet. Possibili più risposte.

(c) Per 100 persone di 15 anni e più dello stesso sesso, classe di età e ripartizione geografica che sanno effettuare operazioni relative all'uso di Internet.

La maggior parte degli utenti di Internet valuta le proprie abilità sufficienti per comunicare via web con parenti, amici e colleghi (77,9%), per tutelare i propri dati personali (51,2%), per proteggere il proprio computer da virus o altri attacchi informatici (49,9%) e per cercare lavoro (45%). Il 56,2% degli uomini di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 12 mesi considera le proprie conoscenze sufficienti per proteggere il computer da virus o altri attacchi informatici (contro il 42,7% delle donne) e il 55,3% si ritiene capace di proteggere i propri dati personali (contro il 46,6% delle donne) (Prospetto 21).

PROSPETTO 21. PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO USATO INTERNET NEGLI ULTIMI 12 MESI PER VALUTAZIONE DELLE PROPRIE ABILITÀ RELATIVE ALL'USO DEL COMPUTER O DI INTERNET, SESSO, CLASSE DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Anno 2011, per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi

Sesso e classi di età	Valutazione delle proprie abilità relative all'uso del computer o di Internet			
	Per cercare un lavoro o cambiarlo entro un anno	Per comunicare con parenti, amici, colleghi via web	Per proteggere i propri dati personali	Per proteggere il proprio computer da virus o altri attacchi informatici
SESSO				
Maschi	47,1	78,8	55,3	56,2
Femmine	42,5	76,8	46,6	42,7
Totale	45,0	77,9	51,2	49,9
CLASSI D'ETÀ				
6-10	-	30,2	5,8	5,8
11-14	9,5	69,1	36,2	34,9
15-17	30,6	85,0	55,6	52,0
18-19	53,2	90,0	64,4	60,0
20-24	64,4	90,5	65,6	63,8
25-34	63,4	87,3	61,3	60,4
35-44	51,7	80,5	51,9	49,6
45-54	41,3	71,6	46,8	45,9
55-59	34,4	70,0	46,4	45,7
60-64	27,6	68,9	45,0	45,8
65-74	22,1	69,0	41,9	46,5
75 e più	14,9	66,2	39,1	37,5
Totale	45,0	77,9	51,2	49,9
RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE				
Nord-ovest	47,3	77,7	53,2	51,5
Nord-est	45,6	78,2	49,4	49,2
Centro	44,9	79,6	50,6	50,2
Sud	42,4	76,5	50,4	47,6
Isole	41,7	76,8	52,2	50,3
Italia	45,0	77,9	51,2	49,9

Glossario

Banda larga. Per disponibilità nelle famiglie di una connessione a banda larga s'intende la possibilità da parte di quest'ultime di accedere a Internet da casa mediante tecnologie DSL, (ADSL, SHDSL, ecc.) o mediante connessione senza fili (wireless) sia fissa (fibra ottica, rete locale, PLC cioè segnali trasmessi tramite rete elettrica), che mobile (telefonino o palmare 3G, chiavetta USB e simili).

Blog. Diario in rete, gestito in modo autonomo dall'utente per la pubblicazione in rete e la condivisione con gli utenti in tempo reale di opinioni, riflessioni, notizie e informazioni e contenuti multimediali.

Chiave USB Wi-Fi. Dispositivo di archiviazione e di memoria di massa portatile, che si collega al computer mediante la porta USB di personal computer e altri dispositivi multimediali e che consente la connessione in rete WiFi wireless.

Famiglia. Ai fini della rilevazione per famiglia s'intende la famiglia di fatto (FF), cioè un insieme di persone dimoranti abitualmente nella stessa abitazione e legate da vincoli di matrimonio, parentela, affinità, adozione, tutela o da vincoli affettivi. Due sono quindi le condizioni necessarie perché un insieme di persone formi una famiglia:

- la coabitazione
- la presenza di un legame di matrimonio, parentela, affinità, adozione, tutela o affettivo.

HSDPA. Acronimo di High Speed Downlink Packet Access. Tecnologia che permette di aumentare la capacità delle reti cellulari ampliando la larghezza di banda e di migliorare le prestazioni di connessione, di navigazione e di download, raggiungendo alta velocità di trasmissione dei dati.

3G. Acronimo di "Terza Generazione". Le tecnologie di terza generazione permettono di trasferire sia dati voce sia altri dati, come ad esempio, download di file da Internet, invio e ricezione di mail, messaggistica istantanea e la videochiamata.

GPRS. Acronimo di General Packet Radio Services. tecnologia di connessione alla rete Internet in modalità Wireless, che consente di trasmettere ad alta velocità e gestire contenuti multimediali tramite connessione ad Internet, utilizzando telefoni cellulari, palmari e computer portatili.

LinkedIn. Servizio di social networking in rete, destinato principalmente per la rete professionale, che consente agli utenti registrati di gestire il contatto e la connessione con una lista di persone conosciute in ambito lavorativo.

Smartphone. Telefono cellulare con le funzioni e le potenzialità di un computer palmare, in grado di operare con un sistema operativo autonomo per la gestione di dati personali.

Social network. Sito web per lo scambio di idee e informazioni all'interno di una community tematica, composta da una rete sociale virtuale di individui che condividono gli stessi interessi.

Xing. Piattaforma di Business Social Network consultabile tramite cellulari, palmari e personal computer.

UMTS. Acronimo di Universal Mobile Telecommunications Service. Modalità di terza generazione per la trasmissione ad alta velocità di testo, voce, video, multimedia e dati a banda larga, basata sulla trasmissione a pacchetti. e sullo standard GSM Global System for Mobile.

Utenti di Internet. Si intendono le persone di 6 anni e più che si sono collegate in rete, indipendentemente dal possesso effettivo della connessione.

WIKI. Software collaborativo per la condivisione di informazioni, contenuti e documenti ipertestuali.

Wikipedia. Enciclopedia online, i cui contenuti sono sviluppati, modificati e aggiornati dagli stessi utenti.

WiMAX. Acronimo di Worldwide Interoperability for Microwave Access. Si riferisce a apparecchiature che sono conformi e soddisfano i criteri di interoperabilità più veloce con un raggio d'azione maggiore rispetto al WiFi.

Wireless (WiFi). Modalità di connessione in rete mediante dispositivi che trasmettono il segnale senza fili, tramite onde elettromagnetiche.