



CITTADINI DIGITALI

Secondo rapporto su Italiani e Internet

Roma, 8 maggio 2003

1. UFFICI VIRTUALI E UFFICI REALI: MIGLIORA IL GIUDIZIO DEGLI ITALIANI NEI CONFRONTI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E DELLE NUOVE TECNOLOGIE

Il processo di modernizzazione della pubblica amministrazione è oramai avviato e gli italiani dimostrano di apprezzare i cambiamenti. La tradizionale sfiducia nei confronti del *pubblico* si sta progressivamente sostituendo con un nuovo rapporto nei confronti della pubblica amministrazione: il 36% degli intervistati ne ritiene migliorato il funzionamento negli ultimi due anni, il 37% lo valuta invariato e 25% peggiorato. I giudizi positivi arrivano al 47% se ad esprimersi sono gli intervistati con un titolo di studio elevato, e cioè coloro che dispongono di maggiori opportunità per accedere ai nuovi servizi offerti dalla PA. La tecnologia, infatti, ed Internet in particolare, è uno degli strumenti chiave per migliorare la qualità dei servizi offerti secondo l'89% dei cittadini intervistati.

D'altronde, gran parte delle iniziative innovative, sia sperimentali che già implementate, sono oramai conosciute da gran parte dei cittadini: il 65% è a conoscenza della carta di identità elettronica mentre il 52% conosce le reti civiche o i portali comunali.

La fiducia nei confronti di Internet quindi cresce, così come la percentuale degli utenti: erano il 21,3% della popolazione nel 2000, sono il 32,1% oggi.

La dinamica positiva è rafforzata da segnali di riduzione dei pericoli di esclusione. Si riduce, infatti, drasticamente la quota di coloro che fino a qualche anno fa erano completamente esclusi da Internet, perché non sapevano cosa fosse e che servizi offrisse, passando dal 12% al 4% della popolazione. Così come la crescita è stato avvertita soprattutto al Sud dove gli utenti passano dal 14,9% al 29,1%, riequilibrando una situazione iniziale di ritardo rispetto al resto di Italia. Gli utenti a Sud sono quindi presenti e in aumento, lo stesso non si può dire per l'offerta di servizi, che è invece nettamente inferiore rispetto a Nord e centro Italia.

Tuttavia circa il 68% degli italiani ancora non accede ad Internet. Il tema dell'accesso è di grande importanza se attraverso l'*e-government* le pubbliche amministrazioni si propongono di erogare servizi *on line* ai cittadini. Allo stesso modo, è importante valutare quali siano i reali interessi e le predisposizioni del cittadino verso l'erogazione dei servizi e valutare le necessità di specifici gruppi di utenti: in primo luogo gli anziani, i disabili, gli stranieri.

Ma per capire i dati sull'accesso ai servizi *on line* bisogna prendere in considerazione i consumi di tecnologia più in generale e la propensione ad utilizzare strumenti e soluzioni che si discostano dalle abitudini consolidate.

In merito al personal computer: il 36% degli intervistati lo possiede in casa e lo usa abitualmente, il 15% né può disporre in casa ma non lo usa personalmente, mentre il 49% non ne può disporre tra le mura domestiche.

Se il personal computer è la porta fisica per accedere ai servizi *on line*, il "denaro di plastica", e cioè le carte di debito e di credito, sono il presupposto per accedere ai servizi avanzati a pagamento. Bene, in questo caso, gli italiani si dimostrano ancora più tradizionalisti e prudenti: il 46% degli intervistati non dispone di un bancomat mentre ben il 64% non dispone di una carta di credito.

D'altronde il 59% degli intervistati preferisce pagare le utenze domestiche utilizzando gli appositi bollettini di conto corrente e, quindi, recandosi periodicamente agli sportelli; il 40% ha scelto la più comoda soluzione della domiciliazione bancaria, lo 0,3% si avventura ricorrendo ai nuovi servizi telefonici o su computer.

Se si confrontano tali dati con quelli relativi alla ancora esigua consistenza dei servizi *on line* offerti dalla pubblica amministrazione, appare evidente come la fruizione *on line* dei servizi e delle informazioni della pubblica amministrazione sia un traguardo ancora da raggiungere per gran parte degli italiani. Il processo di modernizzazione della pubblica amministrazione è avviato e visibile ma presuppone anche il sostegno a politiche in grado di indurre un cambiamento nella cultura e nelle abitudini sia interne agli enti sia tra la popolazione. Un cambiamento che richiede tempi lunghi, probabilmente più lunghi del previsto.

Tab. 1 - Utenti di Internet. Confronto 2000-2003 (Val.%)

	%
Rilevazione Aprile 2000	21,3
Rilevazione Aprile 2003	32,1

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

2. INNOVAZIONE E TECNOLOGIA: ATTEGGIAMENTI ANCORA PRUDENTI DEGLI ITALIANI

Gli strumenti informatici stanno entrando nella vita delle persone (anche solo come “eco” mediatica), ma un quinto degli intervistati se ne dicono del tutto disinteressati (tab.2). Si tratta soprattutto di coloro i quali non entrano affatto, per motivi di studio o di lavoro, in contatto diretto con la tecnologia (casalinghe e pensionati). Chi ad ogni modo se ne interessa, lo fa a fini pratici. Nelle categorie di utenti meno interessate è alta la percentuale di chi, pur incuriosito dalle nuove tecnologie, vi si avvicina con fatica: il 12,9% delle casalinghe e il 9,4% dei pensionati dichiarano di percepire ostacoli in tal senso. Sono invece i giovani, gli studenti, a trovarsi maggiormente a proprio agio con le nuove tecnologie e a farne un uso abituale.

Il 51,3% (tab.3) degli italiani possiede in casa un personal computer, sebbene nel 14,8% dei casi non venga utilizzato personalmente, ma dalla componente più giovane del nucleo familiare. Il computer in casa è però uno strumento piuttosto “condiviso” (è il 14,8% degli intervistati che dichiara di possederlo ma non utilizzarlo personalmente). Lo è meno, ad esempio, la console che è presente nel 29% delle case ma che viene utilizzata da singoli componenti del nucleo familiare. Il telefono cellulare è la tecnologia più presente: il 79,6% delle persone lo possiede in casa e ne fa un uso personale. La percentuale è minore tra le persone con più di 65 anni, che utilizzano comunque il cellulare nel 53,6% dei casi. Le tradizionali tecnologie legate alla televisione (videoregistratore e televideo) sono comunque molto presenti nelle case degli italiani e si stanno a poco a poco introducendo i nuovi usi legati a lettore Dvd e TV satellitare.

Per quel che riguarda gli usi di altri strumenti al di fuori del contesto familiare (tab.4), il titolo di studio risulta discriminante nell'uso del PC presso il proprio luogo di lavoro o studio e, anche se in minor misura, per tecnologie legate a forme di pagamento elettronico. E' comunque importante considerare che il 64,4% degli italiani non possiede la carta di credito, strumento principe dei servizi che prevedono pagamenti e acquisti *on line*.

Tab. 2 - Atteggiamenti degli intervistati nei confronti della tecnologia. Per condizione professionale (Val. %)

	Occupato	Non occupato/ disoccupato	Casalanga	Studente	Pensionato	Totale
Mancanza di interesse	11,5	13,8	28,8	2,7	41,4	21,2
Interesse a fini pratici (telefonino, pay TV)	41,7	46,3	46,8	30,9	42,2	42,4
Interesse ma difficoltà di approccio	6,8	8,7	12,9	2,7	9,4	8,4
Interesse e utilizzo	19,9	11,6	9,2	25,5	4,0	14,0
Interesse e utilizzo frequente	20,1	19,6	2,3	38,2	3,0	14,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 3 – 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
Videoregistratore				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	84,8	69,1	35,7	66,8
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	5,5	14,1	15,7	12,0
Televideo				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	85,3	73,6	49,1	72,0
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	5,1	10,4	11	9,1
Telefono cellulare				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	95,0	81,2	53,6	79,6
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	3,2	11,4	13,0	9,4
Personal computer				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	57,8	36,6	6,0	36,5
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	5,9	20,3	13,0	14,8
Lettore di CD-ROM				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	59,4	30,4	3,2	33,2
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	5,3	20,2	9,0	13,8
Lettore DVD per televisione				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	26,4	14,3	6,5	16,2
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	2,1	7,1	3	4,9
TV satellitare o a pagamento				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	24,3	17,7	11,0	18,2
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	2,1	2,6	1,7	2,3
Console videogiochi (Play Station, Nintendo)				
<i>presente in casa e utilizzato personalmente</i>	26,1	9,0	0,5	12,1
<i>presente in casa ma non utilizzato personalmente</i>	12,6	23,9	5,0	16,9

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 4 – Utilizzo di Personal Computer e strumenti di pagamento elettronico. Per titolo di studio (Val.%)

	Nessuno- elementare	Media inferiore	Media superiore	Laurea	Totale
Carta di credito	16,7	31,9	47,1	60,0	35,6
Bancomat	29,7	51,4	67,7	81,3	54,2
PC nel luogo di lavoro, studio	2,7	20,2	48,1	66,9	28,7

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

3. CRESCE IL “POPOLO DI NAVIGATORI” DEL WEB, DIMINUISCONO LE FASCE DI ESCLUSIONE

L'Italia non è ancora un “popolo di navigatori” del *web*, anche se c'è da aspettarsi che la crescita dell'utenza continui in modo rapido. Gli utenti sono attualmente il 32,1%, mentre tre anni fa erano il 23,1%. I nuovi utenti sono soprattutto del Sud, in maggioranza laureati (sono cresciuti dal 40,8% al 77,5%), o studenti (che arrivano all'84,6%).

Internet si sta affermando come “infodomestico”, entrando nelle case degli italiani e diventando parte della dieta mediatica familiare. E' infatti a casa in maggior misura che gli italiani accedono ad Internet, piuttosto che da lavoro o in luoghi pubblici. Solo il 4,6% si collega esclusivamente dal luogo di lavoro o studio e il 9,4% lo fa sia da casa che dal luogo di lavoro contro il 17,3% 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.

Gli utenti. Sono rappresentati ancora dalla consueta fascia di *élite*, con più mezzi a disposizione e più istruita, del paese: sono più uomini che donne, al di sotto dei 45 anni, con un più elevato titolo di studio e una occupazione professionale. Da rilevare però il notevole aumento del numero degli utenti disoccupati, a conferma di un approccio non strettamente legato al luogo di lavoro. Un discorso a parte meritano le donne: sono certamente più interessate agli aspetti pratici e meno agli aspetti tecnologici. Ne è conferma la loro ampia conoscenza di uno strumento quale il CUP (Centro Unificato di Prenotazione), con il quale si può entrare in contatto per effettivo bisogno, rispetto a tecnologie quali la firma elettronica che sono conosciute non solo da chi le usa effettivamente, ma anche dai “tecnofili”. L'uso di Internet è abituale per le attività di ricerca delle informazioni e per l'invio di posta elettronica: il 90,3% degli utenti di Internet naviga tra i siti alla ricerca di informazioni e il 60,8% dichiara di aver inviato o ricevuto una *e-mail* nell'ultima settimana (tab.9). Meno frequenti sono le attività di prenotazione, acquisto e transazione *on line* e di pubblicazione su *web*. In queste due ultime attività è riscontrabile un particolare impegno di categorie in maggioranza lontane dall'uso di Internet: ciò significa che chi, con basso titolo di studio, età elevata fa uso di Internet è molto motivato e qualificato.

Gli utenti potenziali. Sono il 63,8% degli intervistati coloro che non sono ancora collegati ad Internet, ma lo conoscono e potenzialmente potrebbero fare parte della categoria degli utenti. Se non si sono ancora avvicinati è non tanto per un deficit di interesse, quanto di competenze. Infatti rispetto a 2 anni fa è diminuita la quota di coloro che si dicevano poco interessati (Internet in questi due anni ha avuto una forte risonanza, sui mass media, in generale positiva). Il problema che rimane è proprio quello della competenza e non tanto dei costi (le nuove tariffe e i collegamenti gratuiti, uniti ad un generale ribasso dei prezzi dei PC riducono la preoccupazione per gli aspetti puramente economici). Le casalinghe e i pensionati lamentano soprattutto un carenza di interesse, i disoccupati o non occupati sono bloccati dalla mancanza di competenze.

Gli esclusi. Sono coloro che non si avvicinano ad Internet perché non lo conoscono e non sanno quali servizi offra: casalinghe, pensionati. Il loro avvicinamento al mezzo non è avvenuto neanche attraverso conoscenza indiretta: sono persone con bassa scolarizzazione e con minore partecipazione a reti sociali. Questa categoria è diminuita rispetto al 2000, passando dall'11,7% al 4,1% degli intervistati, grazie alla diffusione di informazioni sui mezzi di comunicazione, ma c'è da pensare che rappresenteranno uno "zoccolo duro" con particolare difficoltà ad approcciarsi concretamente con il mezzo.

Tab. 5 - Gli italiani ed Internet: la mappa dell'utenza e dell'esclusione (Val. %)

	% 2000	% 2003
Utenti Internet	21,3	32,1
<i>a casa</i>	9,2	17,3
<i>nel luogo di lavoro/studio</i>	7,0	4,6
<i>sia a casa che nel luogo di lavoro/studio</i>	4,0	9,4
<i>in altri luoghi (amici o locali)</i>	1,1	0,8
Potenziali utenti che lamentano	67,0	63,8
<i>mancanza di interesse per gli attuali contenuti e servizi</i>	30,0	19,2
<i>mancanza di competenze</i>	25,2	24,2
<i>costi eccessivi (dei PC e delle connessioni telefoniche)</i>	11,8	4,6
<i>altri motivi</i>	-	15,8
Esclusi da Internet	11,7	4,1
<i>Non sa cosa sia e che servizi offra</i>	11,7	4,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 6 - Atteggiamenti degli intervistati nei confronti di Internet. Per area geografica (val. %)

	Nord		Centro		Sud		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Utenti Internet	24,8	34,5	24,4	31,9	14,9	29,1	21,3	32,1
<i>a casa</i>	9,8	17,9	10,8	16,8	7,3	16,7	9,2	17,3
<i>nel luogo di lavoro/studio</i>	8,6	5,8	7,2	3,9	4,8	3,6	7,0	4,6
<i>sia a casa che nel luogo di lavoro/studio</i>	5,5	10,3	4,3	9,6	1,9	8,0	4,0	9,4
<i>in altri luoghi (amici o locali)</i>	0,9	0,5	2,1	1,6	0,9	0,8	1,1	0,8
Potenziali utenti che lamentano	65,7	61,7	63,4	63,2	70,8	66,7	67,0	63,8
<i>mancanza di interesse per gli attuali contenuti e servizi</i>	30,6	20,2	29,2	17,4	29,3	19,0	30,0	19,2
<i>mancanza di competenze</i>	23,9	23,0	23,8	26,9	27,8	24,1	25,2	24,2
<i>costi eccessivi (dei PC e delle connessioni telefoniche)</i>	11,2	4,0	10,4	4,4	13,7	5,5	11,8	4,6
<i>altri motivi</i>	-	14,5	-	14,5	-	18,0	-	15,8
Esclusi da Internet	9,5	3,8	12,2	4,9	14,3	4,3	11,7	4,1
<i>Non sa cosa sia e che servizi offra</i>	9,5	3,8	12,2	4,9	14,3	4,3	11,7	4,1
Totale	100,0							

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 7 - Atteggiamenti degli intervistati nei confronti di Internet. Per titolo di studio (Val. %)

	Nessuno- elementare		Media inferiore		Media superiore		Laurea		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Utenti Internet	0,2	3,6	13,9	23,8	35,6	50,8	40,8	77,5	21,3	32,1
<i>a casa</i>	0,2	2,6	7,7	15,3	14,4	26,1	10,7	31,9	9,2	17,3
<i>nel luogo di lavoro/studio</i>	0,0	1,0	3,2	2,1	13,3	8,8	9,1	11,9	7,0	4,6
<i>sia a casa che nel luogo di lavoro/studio</i>	0,0	0,0	2,1	5,9	6,0	14,1	19,3	33,1	4,0	9,4
<i>in altri luoghi (amici o locali)</i>	0,0	0,0	0,9	0,5	1,9	1,8	1,7	0,6	1,1	0,8
Potenziali utenti che lamentano	72,5	84,8	76,2	72,8	57,7	48,4	54,1	21,3	67,0	63,8
<i>mancanza di interesse per gli attuali contenuti e servizi</i>	44,8	24,2	33,4	23,8	21,8	13,0	13,0	6,3	30,0	19,2
<i>mancanza di competenze costi eccessivi (dei PC e delle connessioni telefoniche)</i>	21,3	40,8	30,1	26,4	22,1	13,8	30,9	8,1	25,2	24,2
<i>altri motivi</i>	6,4	5,8	12,7	4,8	13,8	4,5	10,2	1,3	11,8	4,6
Esclusi da Internet	27,3	11,6	9,9	3,4	6,7	0,9	5,1	1,2	11,7	4,1
<i>Non sa cosa sia e che servizi offra</i>	27,3	11,6	9,9	3,4	6,7	0,9	5,1	1,2	11,7	4,1
Totale	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

Tab. 8 - Atteggiamenti degli intervistati nei confronti di Internet. Per condizione professionale (val. %)

	Occupato		Non occupato/disoccupato		Casalinga		Studente		Pensionato		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Utenti Internet	31,2	46,5	8,3	37,7	2,9	8,3	61,5	84,6	6,2	6,8	21,3	32,1
Potenziali utenti	61,6	52,0	72,0	60,9	80,4	85,3	36,9	14,5	74,4	83,8	67	63,8
Esclusi da Internet	7,2	1,5	19,7	1,4	16,7	6,4	1,6	0,9	19,4	9,4	11,7	4,1
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

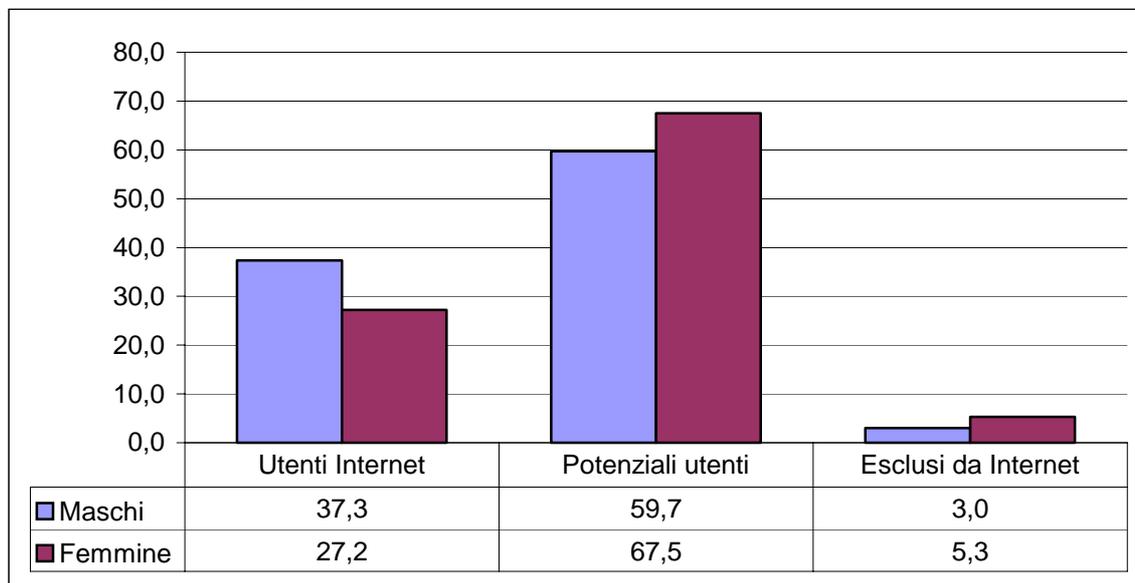
Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 9 - Principale uso di Internet. Per titolo di studio (val. % sul totale degli utenti di Internet)

	Nessuno- elementare	Media inferiore	Media superiore	Laurea	Totale
Visita siti, ricerca informazioni					
<i>almeno una volta nell'ultimo mese</i>	6,7	19,9	21,9	16,1	19,8
<i>almeno una volta nell'ultima settimana</i>	73,3	66,3	69,6	79,0	70,5
Ricezione ed invio posta elettronica					
<i>almeno una volta nell'ultimo mese</i>	20,0	20,4	16,7	12,1	17,0
<i>almeno una volta nell'ultima settimana</i>	66,7	49,5	62,4	74,2	60,8
Prenotazioni, acquisti, transazioni					
<i>almeno una volta nell'ultimo mese</i>	-	8,2	10,5	12,1	9,8
<i>almeno una volta nell'ultima settimana</i>	20,0	5,6	2,6	7,3	4,8
Scrittura e pubblicazione di pagine					
<i>almeno una volta nell'ultimo mese</i>	-	8,2	9,2	10,5	8,9
<i>almeno una volta nell'ultima settimana</i>	13,3	5,6	5,6	11,3	6,9

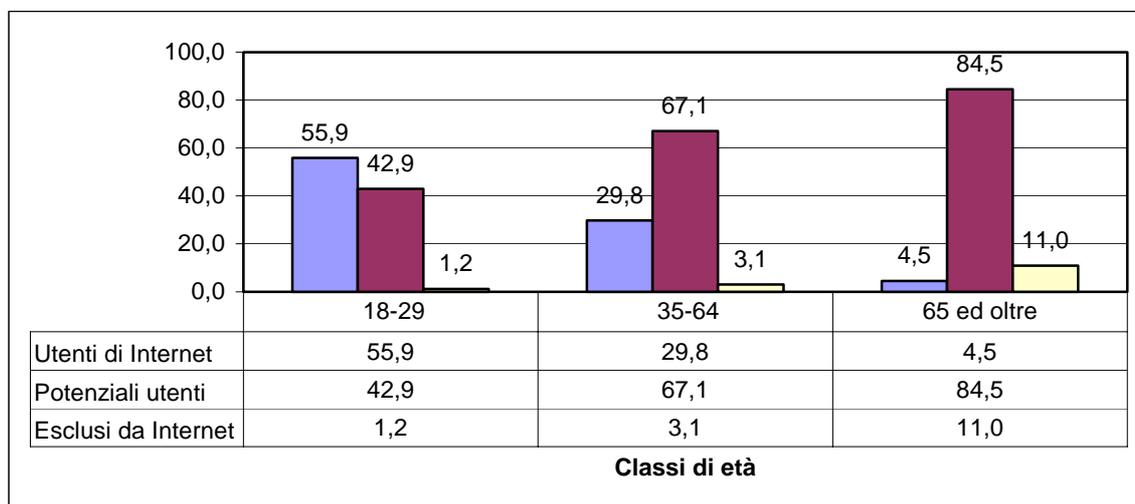
Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Graf. 1 -Atteggiamenti degli intervistati nei confronti di Internet. Per sesso (Val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Graf. 2 -Atteggiamenti degli intervistati nei confronti di Internet. Per classe di età (Val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2003

4. FIDUCIA NEL PRESENTE E NEL FUTURO DELLA PA: INTERNET PUÒ MIGLIORARE I SERVIZI

Internet è considerato uno strumento che può incidere con efficacia nel processo di innovazione della pubblica amministrazione. Il 36,4% degli intervistati ritiene che la PA sia migliorata negli ultimi due anni (tab.10). Tale opinione può essere, almeno in parte, legata alla fiducia nell'adozione degli strumenti innovativi, dal momento che le categorie più convinte del miglioramento della PA sono quelle maggiormente interessate e attive nell'uso delle nuove tecnologie.

Il 52,6% (tab.11) degli italiani è convinto che Internet possa migliorare molto la qualità dei servizi della pubblica amministrazione. Confrontando con i dati del 2000, la diminuzione della quota degli incerti, segno di una maggiore conoscenza del fenomeno Internet, ha inciso in senso positivo e non negativo: solo il 7,7% degli intervistati è dell'opinione che Internet possa avere poca capacità di migliorare la situazione esistente.

Tab. 10 - Opinione espressa dagli intervistati alla domanda circa il funzionamento della pubblica amministrazione negli ultimi due anni. Per titolo di studio (Val. %)

	Nessuno- elementare	Media inferiore	Media superiore	Laurea	Totale
Migliorato	25,6	36,3	41,3	46,9	36,4
Peggiorato	37,2	24,7	18,1	17,5	24,8
Rimasto invariato	34,5	37,1	38,6	33,1	36,7
Non so	2,7	1,9	2,0	2,5	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 11 - Opinione espressa dagli intervistati alla domanda se Internet possa migliorare la qualità dei servizi della PA. Per titolo di studio (Val. %). Confronto 2000-2003

Miglioramento della P.A. tramite Internet	Nessuno- elementare		Media inferiore		Media superiore		Laurea		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Molto	28,1	43,0	44,9	52,5	53,5	54,7	56,9	69,4	45,6	52,6
Abbastanza	33,0	34,5	33,0	37,2	36,6	37,3	36,7	28,1	34,7	36,0
Poco	11,7	13,3	8,1	8,1	5,7	6,3	5,1	1,9	7,7	8,1
Non so	27,2	9,2	14	2,2	4,2	1,7	1,3	0,6	12	3,3
Totale	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

5. CLICK AND BRICK: LA RICHIESTA DI CAMBIAMENTO SEGUE LE ABITUDINI DI FRUIZIONE

Avere un atteggiamento positivo verso l'innovazione non significa ritenere che la pubblica amministrazione debba cambiare del tutto il proprio modo di erogare i servizi al cittadino. Utilizzando un termine tipico dell'*e-commerce*, si deve attuare una *click & brick strategy*: accanto al nuovo interesse per il "click", ovvero alle nuove modalità di erogazione dei servizi a distanza su base digitale, rimane pur sempre di fondamentale importanza il "brick", il mattone, l'ufficio fisico, per il miglioramento del quale vanno ugualmente previste azioni innovative. I servizi devono essere disponibili in entrambi le modalità, fisica/virtuale, per venire incontro alle abitudini e alle preferenze degli utenti. Il 50,6% (tab.12) degli intervistati ritiene che si debba iniziare con il migliorare i servizi già esistenti (magari con tecnologie di *back office*). Gli altri, maggiormente vicini agli strumenti tecnologici, ritengono invece utili i servizi a distanza: sono i più giovani e con titolo di studio più alto a prefigurare un "ufficio virtuale", raggiungibile da casa. Tuttavia non si riscontra nemmeno tra queste categorie di utenza un aumento dell'interesse nei servizi a distanza tramite Internet, che rimane *medium* secondario rispetto a telefono e televisione. Entrambi gli atteggiamenti dimostrano però la volontà di prescindere da orari fissi e accentramento degli uffici. La nuova fruizione a cui ci si sta abituando, nel settore pubblico come nel settore privato, va verso l'ampliamento dei servizi, che si desidera siano disponibili in maniera più diffusa: apertura degli uffici in orari inconsueti e sportelli aperti in più sedi nel territorio, *call center* raggiungibili anche al di fuori dell'orario di lavoro, oppure servizi su Internet o TV raggiungibili da casa e quando si vuole nell'arco delle 24 ore.

La fiducia verso Internet va di pari passo con la sicurezza e le opportunità date da un più alto livello di studio (tab.12): il 30,6% dei laureati ritiene importante un maggiore utilizzo di Internet nel favorire l'accesso a informazioni e servizi della pubblica amministrazione. I più giovani (tab. 13) ripongono maggiori speranze nei servizi a distanza, mentre i più anziani chiedono un miglioramento dei servizi già esistenti: in tutti e due i casi la tecnologia deve fungere da agente di semplificazione per rendere le attività più veloci (rapide), agili (pochi passaggi, poca fila) e vicine (sportello unico).

Tab. 12 - Opinione espressa sui mezzi per rendere più facile l'accesso alle informazioni e ai servizi delle Amministrazioni. Per titolo di studio (Val. %)

	Nessuno- elementare		Media inferiore		Media superiore		Laurea		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Introdurre o rafforzare servizi a distanza	33,6	38,4	50,2	45,5	58,7	51,4	51,8	61,3	50,6	47,1
<i>TV (televideo o altri dispositivi)</i>	19,2	18,3	21,8	19,9	21,9	12,8	13,0	6,9	20,9	16,4
<i>servizi e operatori al telefono</i>	10,9	14,5	16,3	14,9	19,3	18,8	16,2	23,8	16,6	16,7
<i>tramite Internet</i>	3,5	5,6	12,1	10,7	17,5	19,8	22,6	30,6	13,1	14,0
Migliorare i servizi esistenti con un maggior numero di sportelli sul territorio e orari prolungati	66,4	54,8	49,8	52,5	41,3	48,4	48,2	38,1	49,4	50,6
Nessuno di questi	-	6,8	-	2,0	-	0,2	-	0,6	-	2,3
Totale	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

Tab. 13 - Opinione espressa sui mezzi per rendere più facile l'accesso alle informazioni e ai servizi delle Amministrazioni. Per classe di età (Val. %)

	18-34 anni		35-64 anni		65 anni ed oltre		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Introdurre o rafforzare servizi a distanza	57,5	54,1	49,6	47,2	42,8	36,9	50,6	47,0
<i>TV (televideo o altri dispositivi)</i>	21,0	16,7	21,1	15,1	20,2	19,4	20,9	16,4
<i>servizi e operatori al telefono</i>	18,5	17,7	15,4	17,4	16,3	13,5	16,6	16,7
<i>tramite Internet</i>	18,0	19,7	13,1	14,7	6,3	4,0	13,1	13,9
Migliorare i servizi esistenti con un maggior numero di sportelli sul territorio e orari prolungati	42,5	45,9	50,4	51,5	57,2	54,9	49,4	50,6
Nessuno di questi	-	0,0	-	1,3	-	8,2	-	2,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

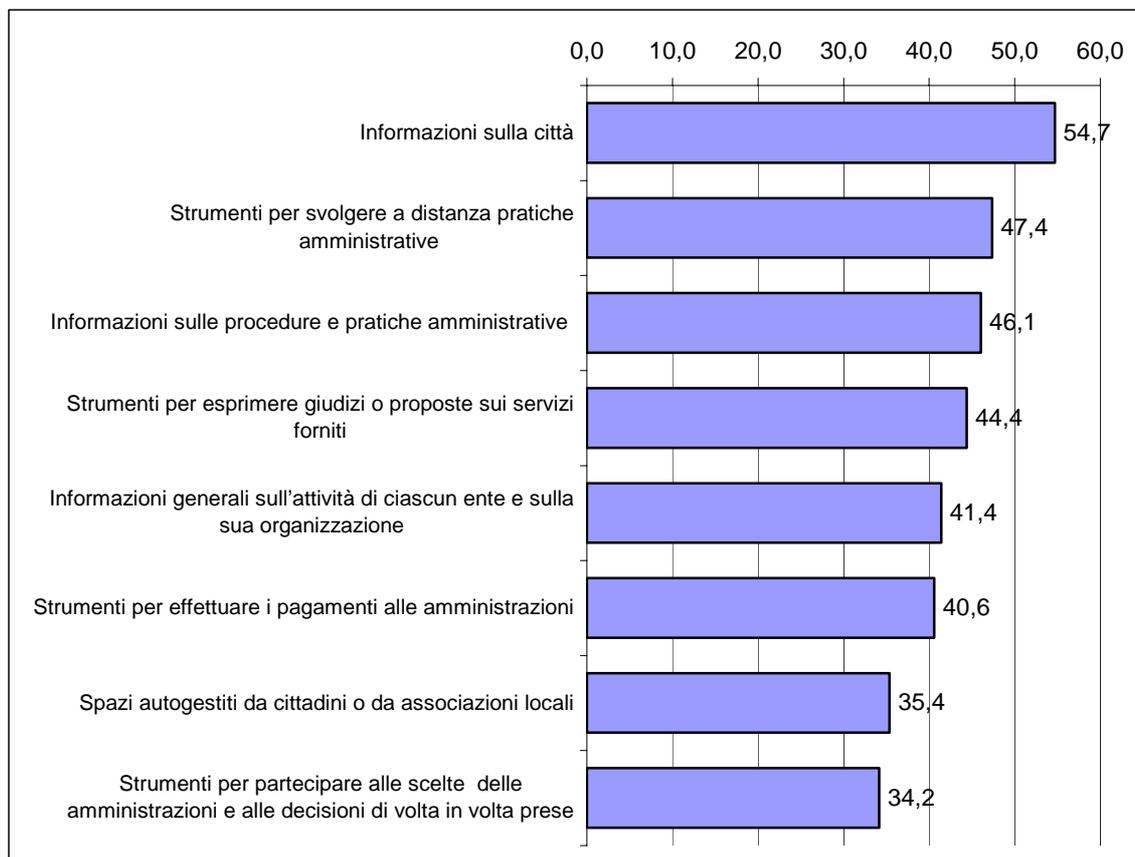
Fonte: Censis e Forum PA, 2003

6. I SERVIZI: AUMENTA LA CONOSCENZA, LA DOMANDA È ORIENTATA AI SERVIZI DI BASE

Gli utenti di Internet hanno fiducia nelle tecnologie, nel miglioramento della PA grazie alla tecnologia e iniziano ad usare Internet e gli strumenti informatici. I servizi a distanza che sono oggetto di questa domanda di innovazione (Graf.3) sono soprattutto i servizi di base: è ritenuto molto utile fruire di informazioni generali sulla città (54,7%) e disporre di strumenti per svolgere a distanza pratiche amministrative (47,4%) o anche di semplici informazioni sul “come fare” (46,1%). C’è ancora poca percezione di utilità nel pagamento *on line*, ma probabilmente qui influisce una generale mancanza di fiducia per le transazioni economiche e il generale problema delle competenze. C’è inoltre minore interesse all’introduzione di spazi di partecipazione (che sarebbe invece il *proprium* di Internet) o al massimo in una accezione ristretta legata alla *customer satisfaction* (giudizi o suggerimenti sui servizi forniti).

Strumento più conosciuto è la carta di identità elettronica, a dimostrazione del forte impatto della comunicazione mediatica nella conoscenza (quindi non necessariamente diretta) delle tecnologie. Le reti civiche, che dovrebbero rappresentare lo sportello virtuale della PA sono conosciute dal 51,6% degli intervistati (tab.14).

Graf. 3 --Servizi a distanza della PA: strumenti e informazioni ritenuti molto utili
(Val. %)



Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 14 – Intervistati che conoscono gli strumenti innovativi adottati, o in via di adozione da parte delle PA (Val. %)

Innovazione amministrativa	Nord		Centro		Sud		Totale	
	2000	2003	2000	2003	2000	2003	2000	2003
Reti civiche	-	55,0	-	49,7	-	49,4	-	51,6
Firma digitale	32,3	43,3	30,0	41,2	23,2	36,9	28,7	40,4
Carta di identità elettronica	45,0	68,7	43,6	63,7	38,3	60,3	42,4	64,8
Sistemi di voto elettronico	34,1	48,5	32,9	45,3	25,5	40,6	30,9	44,9
Centri unificati di prenotazione	35,2	50,7	30,1	40,4	19,1	30,5	28,6	41,0
Borsellino elettronico	12,2	12,9	13,6	9,8	8,1	13,2	11,0	12,5

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

7. ICI ON LINE: POCA FIDUCIA ANCORA NEL PAGAMENTO ON LINE

Poca offerta ma anche poca risposta per le prime sperimentazioni di servizi transattivi *on line*. I servizi a distanza delle pubbliche amministrazioni su Internet si stanno sviluppando in modo particolare nei siti istituzionali. Qui la quantità di servizi informativi è andata crescendo, mentre tardano ad essere predisposti servizi *on line* di tipo transattivo (tab.15), che consentono cioè di concludere a distanza la pratica amministrativa. Uno dei servizi che ha raggiunto già una discreta diffusione sui siti delle pubbliche amministrazioni locali è relativo al pagamento della Imposta Comunale sugli Immobili (ICI): è possibile il pagamento on line dell'ICI nel 17,6% dei Comuni capoluogo italiani dotati di sito Internet istituzionale. La modalità preferita per il pagamento delle utenze domestiche rimane il bollettino di conto corrente (59,2%), ma anche la domiciliazione su conto corrente bancario (40,5%). Le "altre motivazioni" sono forse da ricercarsi in abitudini consolidate ad effettuare pagamenti in modo consueto.

Se si escludono i casi in cui il pagamento non è possibile o non se ne conosce la possibilità, uno dei motivi di maggiore ostilità a tali applicazioni tecnologiche è la poca fiducia verso il pagamento *on line*, problema ritenuto principale dal 22% delle persone che non hanno effettuato il pagamento *on line*. C'è maggiore fiducia nei servizi on line nel loro complesso e i costi non rappresentano una preoccupazione (tab.16).

Tab. 15 - Presenza e livello di interazione del servizio on line relativo al pagamento dell'ICI nei siti istituzionali dei Comuni capoluogo italiani (Val. %)

Pagamento ICI on line	%
Presenza di informazioni	24,5
Interazione <i>one way</i> (ad es. download modulistica)	29,4
Interazione <i>two way</i> (ad es. calcolo ICI on line)	15,7
Pagamento on line	17,6

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

Tab. 16 - Modalità preferita per il pagamento delle utenze domestiche. Per area geografica (Val.%)

Modalità di pagamento	Nord	Centro	Sud	Totale
Appositi bollettini di conto corrente	57,1	69,4	74,2	59,2
Domiciliazione sul conto corrente bancario	42,6	30,6	25,5	40,5
Nuovi servizi telefonici o su computer	0,3	0,0	0,3	0,3

Fonte: Censis e Forum PA, 2003

Tab. 17 - Pagamento ICI on line da parte degli intervistati. Per classe d'età (val.%)

	Classi di età				
	18-29	30-44	45-64	65 ed oltre	Totale
Utenti Internet che hanno pagato on line l'imposta ICI	1,3	2,9	0,7	22,2	2,3
Utenti Internet che non hanno pagato on line l'imposta ICI	98,7	97,1	99,3	77,8	97,7
Le cui motivazioni:					
<i>Non è previsto nel proprio comune di appartenenza</i>	5,2	5,6	4,8	7,1	5,3
<i>Non se ne conosce la possibilità</i>	18,9	13,8	7,5	7,2	14,0
<i>Costi troppo alti</i>	0,9	0,9	0,0	0,0	0,7
<i>Poca fiducia verso i pagamenti on line</i>	21,0	25,4	19,7	7,2	22,0
<i>Poca fiducia verso i servizi on line</i>	6,0	6,5	6,1	7,1	6,2
<i>Altre motivazioni</i>	48,0	47,8	61,9	71,4	51,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Censis e Forum PA, 2003