



IL DIGITAL DIVIDE IN ITALIA

di Angelo M. Buongiovanni

(di prossima pubblicazione in : Vari Autori, *Digital Divide: la nuova frontiera dello sviluppo globale*, Franco Angeli editore, Milano 2003)

INTRODUZIONE

Il termine "*digital divide*" evoca in primo luogo l'immensa sproporzione tra Nord e Sud del mondo, tra aree in cui internet è realtà quotidiana ed aree in cui anche il telefono e l'energia elettrica sono *commodities* sconosciute. Di fronte a questo squilibrio che di fatto cancella la grande maggioranza degli uomini e delle donne dalla faccia digitale della Terra, sembra poca cosa anche la distanza che separa - all'interno del mondo sviluppato - paesi come gli Stati Uniti o la Finlandia dall'Italia o dal Portogallo. Concentrare l'attenzione sul divario digitale all'interno di un solo paese può sembrare - a questo punto - un esercizio pressoché sterile, un guardare al mondo con una lente d'ingrandimento tanto forte da far perdere il senso delle proporzioni.

Eppure in Italia vi sono ben evidenti i segnali di una divaricazione tra aree del Paese e fasce della popolazione che stanno entrando a pieno titolo nell'era digitale ed altre che invece o vi si avvicinano troppo lentamente o addirittura si avviano ad una esclusione che potrebbe rivelarsi presto irrimediabile. Si tratta di una situazione che ha suscitato la preoccupazione degli addetti ai lavori, certamente, e che costituisce l'oggetto di iniziative e studi nell'ambito dei professionisti delle ICT e in particolare dell'e-government: ma la percezione generale è ancora vaga e distratta, come se si trattasse appunto di una questione che può interessare soltanto gli addetti ai lavori e i patiti di tecnologie.

Fa molto più notizia oggi in Italia la crisi del settore dell'auto, o la condizione disastrosa delle infrastrutture di trasporto fisico su gomma e/o su ruota, o la ricorrente emergenza del sistema di

distribuzione dell'acqua: tanto è vero che nelle priorità di intervento e di spesa del Governo il rinnovo degli ecoincentivi, il ponte sullo Stretto e gli interventi per l'Acquedotto Pugliese vengono assai prima della innovazione tecnologica.

È invece convinzione di chi scrive che l'esistenza di un *digital divide* interno sia una delle minacce più gravi alle possibilità di uno sviluppo equo ed armonico del Paese. Può sembrare una visione apocalittica, specie di fronte alla modesta entità del *divide* interno rispetto a quello globale. Ma è evidente che le persone e le regioni più capaci di utilizzare le tecnologie digitali godono oggi di un vantaggio competitivo assai rilevante: ciò è vero per lo studente che può fare le sue ricerche su internet, per il disoccupato che può vantare tra i suoi titoli una buona alfabetizzazione informatica, per l'istituto di ricerca che ha accesso alle banche dati delle grandi istituzioni, per l'area produttiva connessa in banda larga che attira imprese hi-tech anziché mobili-fici, per l'ospedale che può trasmettere i dati di una risonanza magnetica ad un grande centro diagnostico magari oltreoceano e contare su una *expertise* in tempo reale. Ma che su questa via il Paese proceda a velocità diverse (e che, come vedremo, ci siano fasce di popolazione che non procedono affatto) non è soltanto una questione di vantaggio competitivo: è una vera e propria questione di democrazia sostanziale. L'esclusione digitale è infatti destinata a diventare una forma di esclusione complessiva da ambiti sempre più importanti della vita associata e finanche da veri e propri diritti di cittadinanza: basti pensare alla importanza che la rete ha assunto nella circolazione delle informazioni e allo sviluppo di servizi pubblici erogati per via informatica e/o telematica. L'Italiano non digitale - o l'Italiano che abita in un'area digitalmente arretrata - è destinato quindi ad essere di fatto un cittadino di serie B, raggiunto da meno servizi, da meno informazioni, da meno opportunità occupazionali e culturali, da meno possibilità di partecipazione¹.

La questione cruciale sotto questo profilo è certamente il tasso di penetrazione di internet: altri indicatori del livello di inclusione digitale sono pure significativi, ma non altrettanto determinanti per la piena partecipazione degli individui ai benefici ed alle oppor-

¹ *L'Italia dell'e-family - Rapporto 2002*, Federcomin-Anie, Roma 2003, è forse il più autorevole studio recente sulla penetrazione delle ICT in Italia e sostiene che il *digital divide* interno è in via di rapido superamento nelle famiglie, e in particolare che il ritardo del Mezzogiorno rispetto al resto del Paese è ormai valutabile in al massimo un anno. Tuttavia questo studio deve ammettere che il divario è massimo proprio nel settore cruciale, quello dell'accesso e dell'uso di internet. D'altra parte un anno, nell'ambito dell'ICT, è un tempo assai lungo, che implica un divario tecnologico e cognitivo di tutto rispetto: non ci sentiamo perciò di condividere l'ottimismo del rapporto, che guarda al *digital divide* interno come a un fenomeno in via di rapido superamento.

tunità offerti dalla società dell'informazione e della conoscenza. Sotto questo profilo il ritardo è ancora assai considerevole: a giugno 2002 gli utenti attivi di internet in Italia erano, a seconda delle stime, tra 10 e 13 milioni²: ciò significa che ancora *più di tre quarti degli Italiani* sono ai margini dell'aspetto essenziale della rivoluzione digitale.

Nelle pagine che seguono tenteremo perciò in primo luogo di chiarire le caratteristiche e la portata del divario digitale in Italia e successivamente di tratteggiare - sulla base delle esperienze realizzate o in corso di realizzazione sul territorio - alcuni indirizzi di intervento per ottenerne la riduzione in tempi brevi.

² Dati Eurisko - Novembre 2002 (10,2 milioni); Nielsen//NetRatings - Audience Measurement Service – Utenza casa e ufficio – Giugno 2002 (13,5 milioni); l'oscillazione dipende essenzialmente dalla variabilità del concetto di "utente internet" adottato.

1 LE CARATTERISTICHE DEL *DIGITAL DIVIDE* IN ITALIA

Una frontiera inafferrabile

Una delle caratteristiche costanti del *digital divide* è la sua difficile definizione. Se guardiamo da lontano, la frontiera tra inclusi ed esclusi è chiara: ma appena proviamo a precisare meglio dove sta il confine ci rendiamo conto che esso diventa sfuggente. Si pensa normalmente a un ritardo del Mezzogiorno rispetto al Centro-Nord, e ciò è in buona parte vero, ma ci sono aree della Toscana più arretrate di altre in Sicilia (e non deve sorprendere che una delle piccole "Silicon Valley" italiane sia sorta intorno a Catania) e nella media i professionisti di Trapani sono assai più alfabetizzati degli operai metalmeccanici di Torino. Ma anche considerazioni di questo genere sono in realtà semplicistiche: più si approfondisce l'analisi, più la linea che separa inclusi ed esclusi si fa complessa e frastagliata, come una sorta di frattale. Non si è lontani dal vero se si dice che in buona sostanza - almeno in Italia e probabilmente in tutti i paesi sviluppati - la demarcazione non può essere tracciata se non a livello di individui, è una frontiera silenziosa che attraversa le stanze di una stessa casa, che pone sui lati opposti i componenti di una stessa famiglia. La complessità del quadro è determinata dalla molteplicità dei fattori economici, geografici, sociali, culturali che contribuiscono a favorire o ad ostacolare l'esclusione digitale degli Italiani: qualunque analisi, qualunque proposta di soluzione deve perciò fondarsi sulla corretta individuazione dei parametri che meglio permettono di posizionare gli individui rispetto all'inafferrabile frontiera del *digital divide*.

Nelle pagine che seguono non abbiamo né la possibilità né l'intenzione di fornire un quadro esaustivo e di indicare una metodologia scientifica: più semplicemente ci proponiamo di mettere in luce una serie di dati che rivestono particolare interesse.

In primo luogo prenderemo in considerazione gli aspetti di distribuzione geografica della popolazione inclusa ed esclusa dall'uso delle ICT, con particolare attenzione al rapporto tra Nord, Centro e Sud del Paese, ma anche a quello assai importante tra centri maggiori e minori, tra città e campagna. Faremo successivamente una panoramica sulla distribuzione delle infrastrutture e dei servizi di connettività nel Paese.

Anche le condizioni economiche hanno una importanza essenziale nella possibilità di accedere alle tecnologie informatiche e telematiche, così come i fattori collegati all'età e al genere: si

tratta in questo caso di aspetti trasversali alle differenze regionali, che possono essere posti per così dire in matrice con essi. Vi è infine un terzo ordine di problemi, forse il più difficile da inquadrare in un'indagine statistica e quantitativa, ma che ha nondimeno un'importanza fondamentale per delineare con sufficiente precisione il panorama dell'esclusione digitale nel Paese: parliamo del livello di conoscenze e di capacità operative dei singoli in un ambiente tecnologico, ma anche della propensione a servirsi di strumenti ICT per i propri bisogni. Una strategia che miri a superare il *digital divide* interno deve essere in grado di affrontare in maniera sistematica *tutti* i diversi aspetti che qui analizzeremo: altrimenti si rivelerà parziale e in definitiva inefficace.

Il divide geografico e infrastrutturale

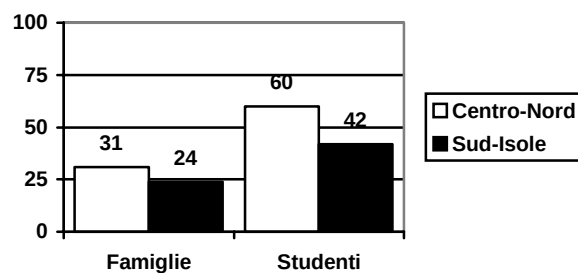
La penetrazione di internet tra le famiglie italiane del Centro-Nord è al 2002 del 31% contro il 24% di quelle del Sud e delle Isole. Al Sud solo il 42% degli studenti utilizza un computer contro il 60% di quelli del Centro-Nord (fig. 1). Bastano questi due dati a mostrare che il divario tra le aree più avanzate e il Mezzogiorno d'Italia è ancora sostanziale; ma l'aspetto forse più preoccupante è che il gap non si sta restringendo, dato che la crescita della dotazione ICT è più o meno omogenea nelle diverse aree del Paese³.

Questi numeri tuttavia rendono conto soltanto in parte della divergenza tra aree del Paese. Per comprendere meglio la situazione è necessario osservare un'altra serie di dati: quella della penetrazione di dotazioni ICT rispetto alle dimensioni dei Comuni di residenza della popolazione. Nel 2002 il 49% delle famiglie residenti in centri con più di 100.000 abitanti possedeva almeno un pc e il 33% disponeva di una connessione internet; nei centri con meno di 10.000 abitanti le percentuali erano rispettivamente del 44 e del 26% (fig. 2).

Fortunatamente, a differenza di quanto accade per il divario Nord-Sud, quello tra città maggiori e piccoli centri sembra in via di riduzione: rispetto ai corrispondenti dati 2001 infatti il recupero dei Comuni con meno di 10.000 abitanti è assai sensibile (fig. 3).

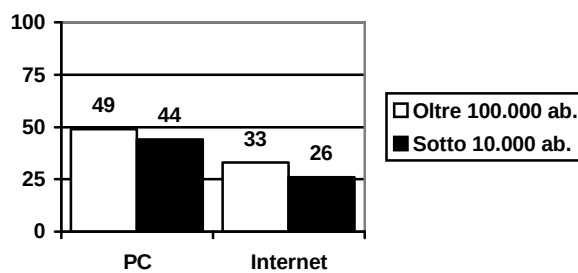
³ A. Ordanini, N. Corrocher, *Italia digitale - indici di alfabetizzazione 2001* (rapporto pubblicato da I-Lab - Centro di Ricerca sull'Economia Digitale) addirittura mostra un allargarsi del *digital divide* interno fra Nord e Sud tra il 1999 e il 2001; i dati comparati dei rapporti Federcomin-Anie (*e-family 2001* ed *e-family 2002*) mostrano un leggerissimo miglioramento: la penetrazione di internet nel Sud e nelle Isole passa dall'83 all'84% della media nazionale.

Fig. 1 – Accesso ad internet delle famiglie e degli studenti (2002): distribuzione per area geografica di residenza



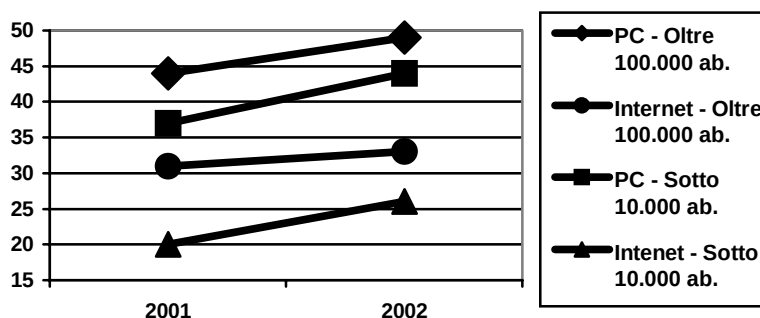
Fonte: Elaborazione da dati Federcomin-Anie, e-family 2002

Fig. 2 – PC e internet nelle famiglie italiane (2002): distribuzione per dimensione del Comune di residenza



Fonte: Elaborazione da dati Federcomin-Anie, e-family 2002

Fig. 3 – PC e internet nelle famiglie italiane (variazione 2001-2002): distribuzione per dimensione del Comune di residenza



Fonte: Elaborazione da dati Federcomin-Anie, e-family 2001 e 2002

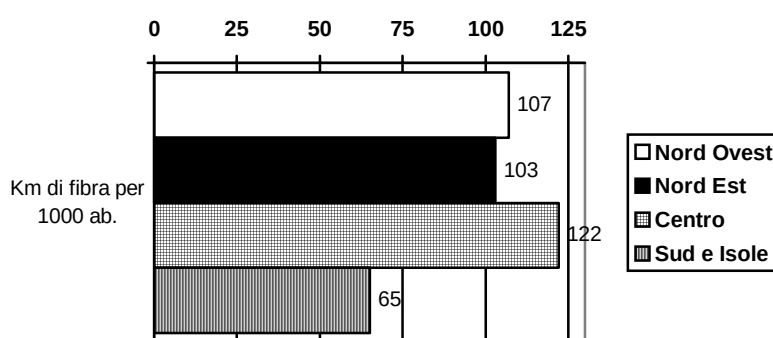
Tuttavia questa capacità di recupero dei piccoli centri urta contro ostacoli strutturali e non è omogenea su tutto il territorio nazionale: vi è infatti una sorta di moltiplicatore delle differenze, che rallenta lo sviluppo della società dell'informazione soprattutto nei piccoli centri del Sud, cioè nelle zone più deboli in assoluto. Il quadro quindi è di una situazione in cui una parte del Paese è in recupero, ma un segmento significativo, per quanto minoritario, rischia di essere definitivamente distanziato ed escluso nella corsa verso la rivoluzione digitale. Questo appare particolarmente evidente se si passa dall'analisi della dotazione individuale degli utenti e delle famiglie a quella della dotazione infrastrutturale e di servizi collettivi.

Sotto questo profilo i dati più significativi sono sicuramente quelli che attengono alla possibilità di accesso ad internet in banda larga. La banda larga infatti è la vera frontiera attuale della società dell'informazione, per la sua capacità di veicolare servizi e dati difficilmente accessibili attraverso il collo di bottiglia delle tradizionali connessioni telefoniche PSTN o ISDN. Inoltre, mentre rispetto alle connessioni telefoniche il divario che si registrava nel Paese fino a qualche anno fa era essenzialmente di costi (chi non aveva un provider nel proprio distretto telefonico pagava costi di connettività più alti, ma poteva comunque accedere al servizio), nel caso della banda larga la carenza infrastrutturale comporta l'inaccessibilità del servizio: si tratta di una situazione in cui tra *in* e *out* non ci sono zone neutre o possibilità di adattamento.

Tra gli indicatori per la diffusione della banda larga (e quindi per la dotazione infrastrutturale) la presenza della fibra ottica è uno

dei più significativi: è infatti il dato che rappresenta meglio sia la dimensione delle infrastrutture di dorsale, necessarie per garantire la connettività, sia il livello di cablaggio delle grandi reti urbane e dell'utenza *corporate* e istituzionale⁴. Nel 2001 in Italia erano in opera oltre 6.000.000 km di fibra ottica, il 29,8% dei quali nel Nord-Ovest, il 20% nel Nord-Est, il 25% nel Centro; il 25,2% nel Sud e nelle Isole. Questo dato apparentemente omogeneo nasconde in realtà un forte squilibrio in rapporto alla popolazione: mentre ci sono mediamente 122 km di fibra per 1000 abitanti nel Nord-Ovest, non ce ne sono che 65 nel Sud e nelle Isole (fig. 4).

Fig. 4 – Km di fibra ottica per 1000 abitanti (2001): distribuzione per area geografica di residenza



Fonte: Rapporto Federcomin Assinform "La domanda di Banda Larga nel segmento Business in Italia - Indagine 2002".

È significativo anche osservare che *tutti* gli accessi diretti alla banda larga su fibra ottica (FTTH - *Fibre To The Household*) sono dislocati nelle città medio-grandi. Nel resto d'Italia l'accesso a Internet in banda larga è oggi sinonimo di tecnologie xDSL, dato che le alternative wireless, terrestri o satellitari, si collocano ancora in una dimensione sostanzialmente sperimentale⁵. È per

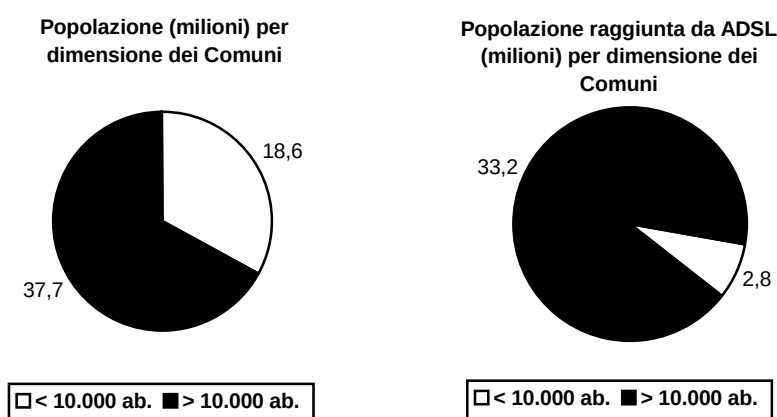
⁴ Le reti in fibra ottica posate in Italia sono costituite per il 48% da dorsali a lunga distanza, per il 42% da MAN (reti metropolitane) e soltanto per il 10% da collegamenti diretti agli utenti (ultimo miglio), costituiti per la quasi totalità da aziende e pubbliche amministrazioni con sede nelle città medio-grandi (fonte: Federcomin-Assinform, *La domanda di Banda Larga nel segmento business in Italia - Indagine 2002*).

⁵ Per altro gli accessi wireless in tecnologia 802.11 (WiFi) sembrano destinati ad affermarsi anch'essi inizialmente nelle grandi concentrazioni urbane; diverso può essere il discorso per la tecnologia satellitare, che potrebbe replicare il significativo successo della tv diffusa sullo stesso canale (che raggiunge ormai il 21% delle famiglie italiane, senza differenze sostanziali di distribuzione geografica e di dimensione dei Comuni - fonte: Rapporto Federcomin-Anie e-

questa ragione che nel nostro discorso la disponibilità di accessi ADSL commerciali (la modalità standard di distribuzione della banda larga per le utenze *home* e *soho*) assume un'importanza fondamentale. Abbiamo assunto come campione significativo la disponibilità del servizio ADSL di Telecom nei Comuni italiani: vedremo come le differenze tra territori siano anche in questo caso assai rilevanti.

ADSL infatti è ormai distribuito nella totalità dei capoluoghi di provincia e nella stragrande maggioranza delle città con più di 10.000 abitanti, sia pure con evidenti squilibri regionali; è invece pressoché assente nei Comuni con meno di 10.000 abitanti, dove pure risiede circa un terzo della popolazione italiana (dati ISTAT censimento 2001 - figg. 5 e 6).

Figg. 5-6 – Popolazione residente e diffusione di ADSL in Italia (ripartizione per dimensione dei Comuni)



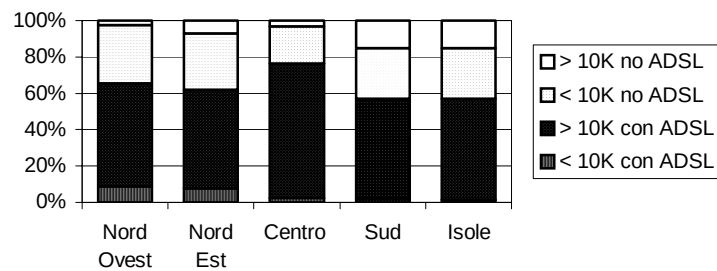
Fonte: Elaborazione da dati ISTAT e dati Telecom Italia.

A questo si aggiunge l'abituale dislivello tra Centro-Nord e Sud e Isole. La copertura media in Italia è del 64% della popolazione, ma nel Centro raggiunge il 76% e nel Nord Ovest il 65%, per precipitare al 58% del Sud e al 57% delle Isole (fig. 7). Il quadro è però ancora più contrastato se si scende al livello regionale: vale la pena di osservare il quadro analitico (fig. 8), che mette in luce la presenza di vere e proprie sacche di esclusione anche al Nord, in particolare nelle aree montane (Valle d'Aosta e Trentino sono tra le ultime cinque regioni d'Italia per popolazione raggiunta con rispettivamente il 45 e il 47%); peculiare in senso opposto il caso del Lazio, che ha la più alta copertura (83%); ma il

Family 2002); ma al momento sia considerazioni di costo che di immaturità tecnologica della piattaforma hanno limitato fortemente la diffusione del sistema.

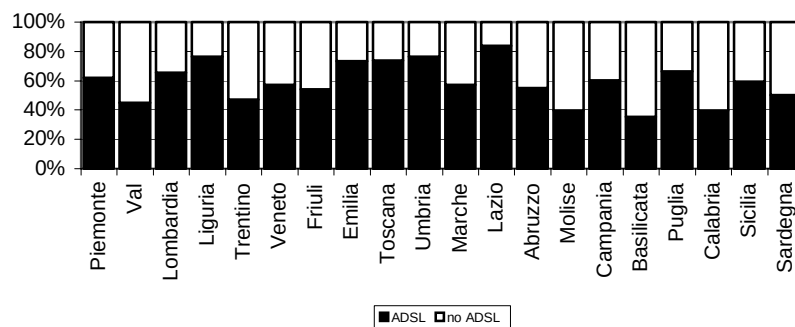
dato depurato dalla presenza della provincia di Roma, la cui eccezionale dotazione è legata alla dimensione ed al ruolo politico amministrativo della Capitale, scende al 50% circa, perfino al di sotto della dotazione media del Mezzogiorno. Con coperture inferiori al 40% della popolazione chiudono la classifica il Molise, la Basilicata e la Calabria, penalizzate dall'alta percentuale di residenti in piccoli centri.

Fig. 7 – Popolazione raggiunta da ADSL per aree geografiche e dimensione dei Comuni



Fonte: Elaborazione da dati ISTAT e dati Telecom Italia.

Fig. 8 – Popolazione raggiunta da ADSL per Regioni

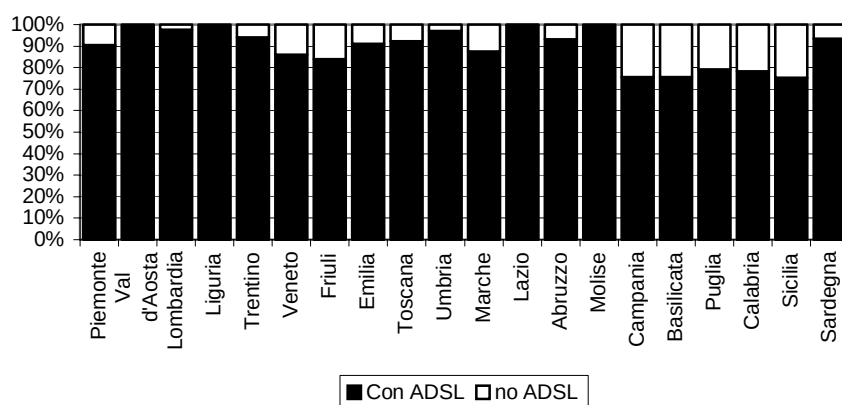


Fonte: Elaborazione da dati ISTAT e dati Telecom Italia.

La peggiore copertura delle regioni meridionali e di quelle montane è infatti dovuta quasi interamente alla minore penetrazione dell'offerta ADSL commerciale nei piccoli centri. La copertura dei Comuni con più di 10.000 abitanti si attesta in tutta Italia su livelli superiori al 75%, con punte massime del 100% ed una media nazionale dell'88% (fig. 9). Quando invece ci si sposta nei Comuni sotto i 10.000 abitanti, ADSL è disponibile soltanto per il 15% della popolazione; si tratta di un fenomeno diffuso su tutto il territorio nazionale, dovuto alla minore appetibilità ed ai maggiori

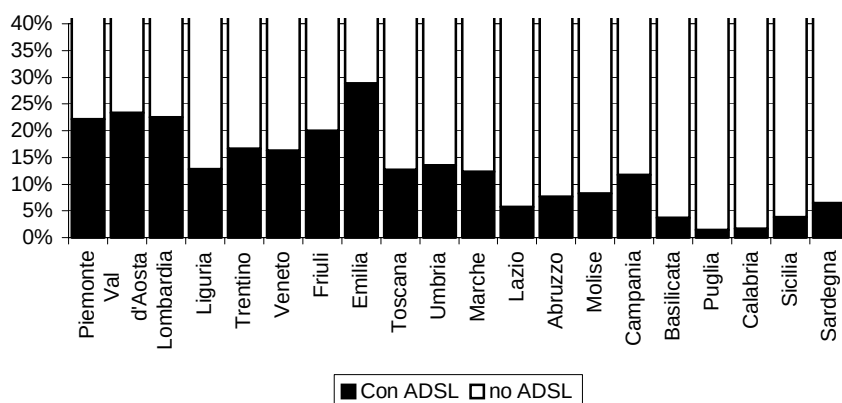
oneri richiesti di questo segmento di mercato. Tuttavia vi è un radicale peggioramento man mano che si procede da Nord a Sud: in Piemonte e Lombardia è raggiunto il 23% degli abitanti nei piccoli Comuni, in Emilia il 29%; ma già in Toscana siamo sotto il 15%, Lazio, Abruzzo, Molise e Sardegna non arrivano al 10% e Calabria, Puglia, Calabria e Sicilia oscillano fra l'1,5 ed il 4% (fig. 10).

Fig. 9 – Popolazione raggiunta da ADSL per Regioni (Comuni con più di 10.000 abitanti)



Fonte: Elaborazione da dati ISTAT e dati Telecom Italia.

Fig. 10 – Popolazione raggiunta da ADSL per Regioni (Comuni con meno di 10.000 abitanti)



Fonte: Elaborazione da dati ISTAT e dati Telecom Italia.

La situazione che emerge da questi dati, come dai molti altri concordanti che si possono raccogliere, è quindi complessa e frastagliata, mostra fianco a fianco territori che godono delle mi-

giori condizioni per lo sviluppo della rivoluzione digitale ed altri attardati o addirittura indirizzati verso l'esclusione.

Si comincia a vedere, infine, una costante rispetto a tutti gli indicatori: la parte della popolazione attardata rispetto alle medie nazionali è di circa un terzo (nel nostro caso il 35% degli Italiani che risiede nel Sud e nelle Isole, ma anche il 33% che risiede nei Comuni con meno di 10.000 abitanti).

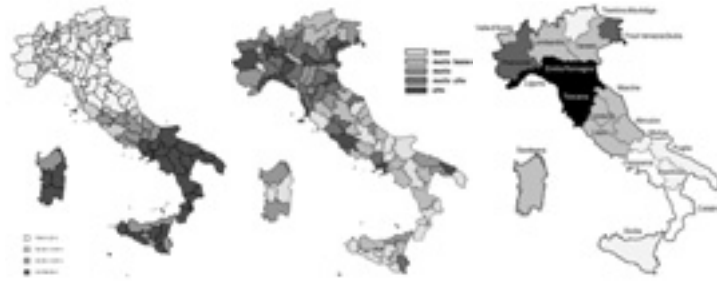
Il divide economico

Che uno dei fattori determinanti del *digital divide* sia la ricchezza dei sistemi e delle persone è un'affermazione tanto banale quanto apparentemente intuitiva: tuttavia la corrispondenza tra capacità economica e livello di accesso alla società dell'informazione è assai meno diretta di quello che si può immaginare. L'Emilia Romagna e la Toscana vantano un numero di accessi ad internet sostanzialmente analogo a quello di regioni più ricche come la Lombardia o il Piemonte (cfr. *supra*); se poi dagli accessi si passa alla dotazione infrastrutturale, la situazione mostra addirittura un vantaggio del Centro Italia sulle regioni del Nord (figg. 4; 7), ed una regione come la Valle d'Aosta, che guida le classifiche italiane del tenore di vita (dati "Il Sole 24 Ore"), è tra le più povere dal punto di vista delle infrastrutture abilitanti. Non è valida perciò la semplice equazione maggiore ricchezza = maggiore accesso. Si può anzi verificare che vi è una soglia al di sopra della quale la ricchezza complessiva del territorio, così come il reddito individuale, diviene in buona sostanza ininfluente. Ma al di sotto di questa soglia l'esclusione digitale è pesante. Si può per esempio trovare una corrispondenza quasi perfetta tra basso reddito disponibile, minore dotazione infrastrutturale e scarso livello di servizi telematici (fig. 11: nella prima cartina le aree scure sono quelle a minor reddito; nella seconda e nella terza le aree chiare sono rispettivamente quelle a minor dotazione infrastrutturale e quelle con minori servizi telematici).

Ancora più evidente è il dato relativo al rapporto diretto tra esclusione e reddito individuale: chi ha un reddito inferiore alla media nazionale (il 35% degli Italiani) ha molte meno probabilità di essere *online* rispetto al resto della popolazione (all'incirca una persona su otto accede a internet in questo gruppo); le oscillazioni nel resto della popolazione non sono così sensibili (si va da poco meno di una persona su quattro nella fascia di reddito media o medio-alta a poco meno di una persona su tre tra la popolazione più abbiente). Anche in questo caso vediamo che si

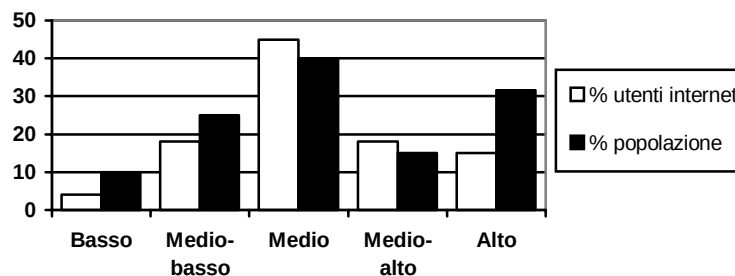
conferma la tendenza a porre ai margini della rivoluzione digitale un terzo della popolazione del Paese (fig. 12).

Fig. 11 – Confronto tra aree a minor reddito, a minore dotazione infrastrutturale e con minori servizi telematici.



Fonte: elaborazione da dati Atlante statistico delle Province, Atlante della competitività delle Province, Indagine RUR - Censis, 2002.

Fig. 12 – Distribuzione degli utenti internet per fasce di reddito



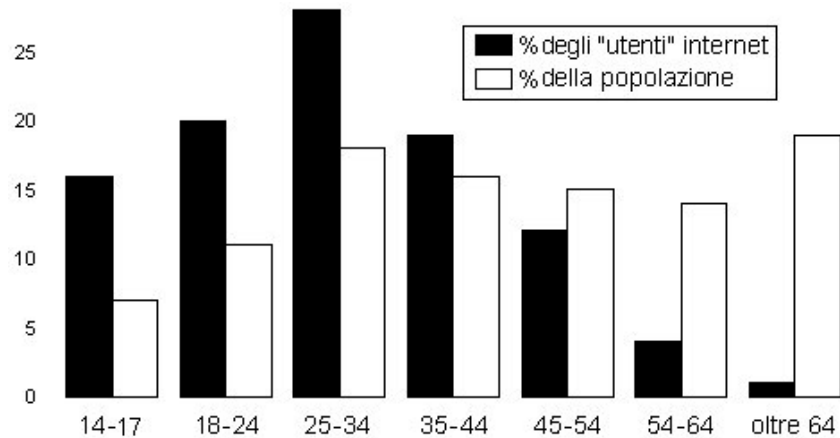
Fonte: Eurisko "Internet New Media", 2002; www.gandalf.it, 2003.

Il divide generazionale

Internet è una cosa da giovani. È un luogo comune e come tutti i luoghi comuni contiene una parte di verità: i due terzi dei navigatori italiani hanno meno di 35 anni; la percentuale di utenti abituali di internet decresce con il crescere dell'età. Ma la vera frontiera generazionale non è quella tra giovani e adulti: ancora le fasce di età fra i 35 ed i 54 anni mostrano livelli di penetrazione non troppo dissimili da quelli dei giovani; ma la probabilità che un ragazzo di 14-17 anni sia un utente internet è 45 volte maggiore di quella di un ultrasessantaquattrenne, e fra tutta la popolazione con più di 54 anni (il 33% degli Italiani) si trova sol-

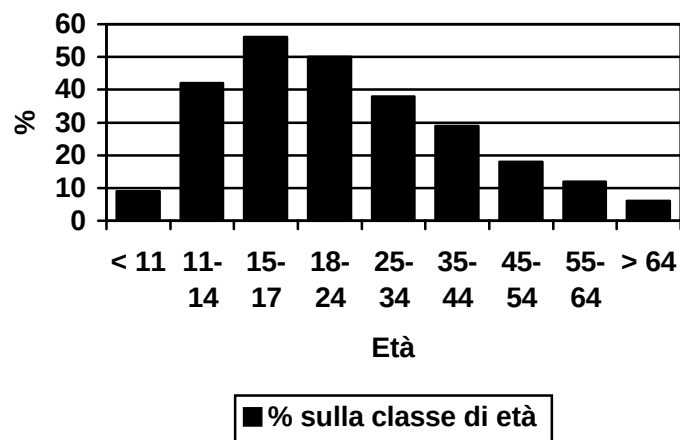
tanto il 5% degli utenti internet (fig. 13). La stessa differenza radicale si trova nei confronti dell'utilizzazione del PC (fig. 14): evidentemente chi ha superato l'età lavorativa senza apprendere ad usare un computer o la rete non trova le motivazioni o non ha le opportunità per farlo successivamente.

Fig. 13 – Utenti internet per fasce di età



Fonte: Eurisko "Internet New Media", 2002; www.gandalf.it, 2003.

Fig. 14 – Utilizzatori di PC in casa



Fonte: Elaborazione da dati Federcomin-Anie, e-family 2002.

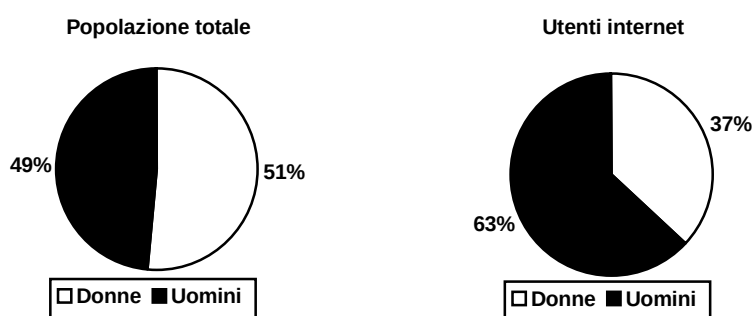
È evidente che questo divario è destinato a chiudersi nel corso del tempo, con l'invecchiamento della popolazione attualmente

nelle classi di età inferiori: ma ci si può legittimamente chiedere se il Paese può permettersi di lasciare che la popolazione più anziana sia lasciata fuori dalla cittadinanza digitale fino alla morte - e se è sostenibile che questo divario si chiuda soltanto tra una generazione.

Il divide di genere

La rivoluzione digitale in Italia è ancora in larga parte declinata al maschile: le utenti di internet sono - secondo le stime più recenti - circa il 37% del totale; detto in altri termini ciò significa che - se si compara questo dato con quello della popolazione - gli uomini hanno poco meno del doppio delle possibilità di accedere ad internet delle donne (figg. 15-16). La situazione migliora, ma non in maniera decisiva, se si osserva il dato delle donne che utilizzano un PC (circa il 39% - dati Federcomin-Anie, e-Family 2002).

Figg. 15-16 – Rapporto tra donne e uomini sul totale della popolazione e sul totale degli utenti internet

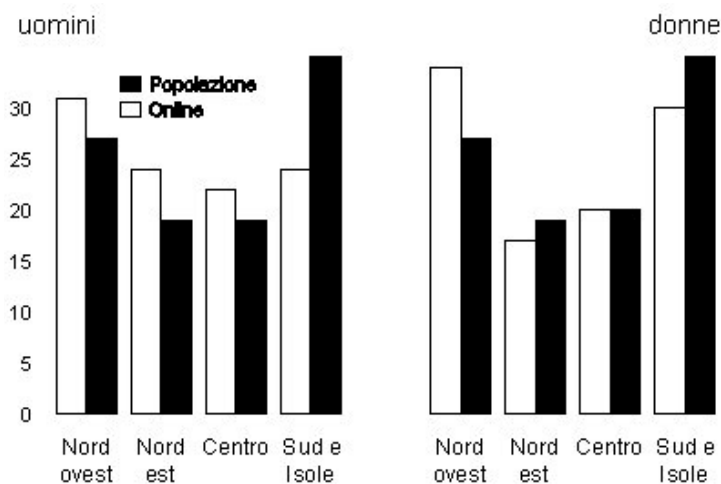


Fonte: Elaborazione da dati Federcomin-Anie, e-family 2002 e ISTAT, Censimento 2001.

Il quadro così delineato non sarebbe tuttavia completo se non si osservasse che la somma dei diversi fattori di esclusione porta a squilibri ancora più forti nel rapporto tra donne e uomini in rete: ad esempio l'età media delle donne *online* è più bassa di quella degli uomini (solo il 4% delle utenti di internet ha più di 54 anni, contro il 7% degli utenti - Dati Eurisko "Internet New Media"). Meno chiaro il quadro che emerge dalla ripartizione regionale degli accessi ad internet, dove pare che le donne meridionali abbiano aumentato significativamente la loro presenza (il 28% del totale delle navigatrici), mentre sembrano molto bassi i dati di

penetrazione nel Nord-Est (17%) e molto alti nel Nord-Ovest (34%); se questi numeri dovessero essere confermati e non essere una oscillazione casuale del campione, sembrerebbe delinearsi una mappa regionale dell'esclusione femminile che diverge da quella dell'esclusione maschile (fig. 17).

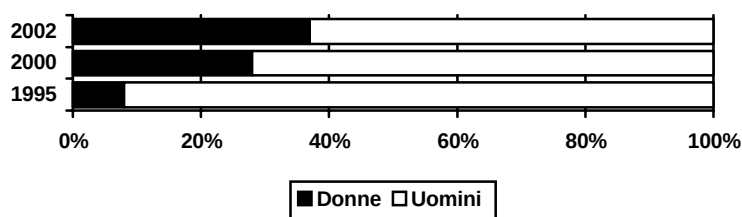
Fig. 17 – Uomini e donne online per aree geografiche



Fonte: Eurisko "Internet New Media", 2002; www.gandalf.it, 2003.

È comunque significativo che la forbice tra uomini e donne in rete si stia riducendo assai velocemente: rispetto al 37% dell'anno scorso, appena nel 2000 le utenti di internet in Italia erano il 28% del totale, nel 1995 l'8%. Le donne sembrano avere scoperto internet soltanto di recente, ma stanno recuperando terreno più in fretta che in altri settori dell'ICT e più in generale della vita sociale (fig. 18).

Fig. 18 – Uomini e donne online tra il 1995 e il 2002



Fonte: Elaborazione da Federcomin-Anie, e-Family 2002.

Il divide cognitivo-operativo

Al di là dei fattori per così dire oggettivi (geografici, infrastrutturali, economici, di genere, di età) che abbiamo finora esaminato, anche condizioni soggettive hanno un'importanza notevole nel determinare l'inclusione o l'esclusione digitale.

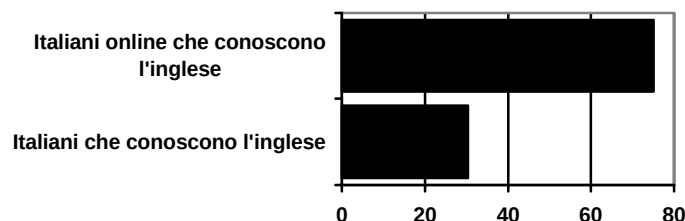
Tra questi elementi uno dei più significativi è certamente il livello culturale. La rivoluzione digitale è tutta racchiusa nel binomio *information & communication*: di conseguenza il bisogno di informazione e comunicazione e la capacità di accedervi e di gestirle sono rispettivamente la principale spinta e lo strumento abilitante per l'accesso alle tecnologie informatiche e telematiche. Il *digital divide* si mostra da questo punto di vista essenzialmente come divario culturale.

Ciò è vero innanzi tutto in un senso banalmente *operativo*: gli analfabeti tecnologici, coloro che hanno difficoltà ad usare una tastiera di calcolatore o un mouse, per non parlare di un bancomat e/o di una postazione self service, sono ovviamente esclusi dall'accesso all'ICT. Ma anche persone che hanno superato questa sorta di inabilità primaria all'uso delle tecnologie possono trovarsi sul lato sbagliato del *digital divide*: le interfacce utente e i sistemi sono ancora troppo complessi e spesso troppo erratici nei loro comportamenti per non costituire una barriera significativa nei confronti dei potenziali utenti; un crash del pc è una seccatura o perfino un piccolo disastro professionale per ognuno di noi utenti abituali, che sappiamo più o meno orientarci tra gli arcani dei backup e le idiosincrasie dei sistemi operativi (il software che sto usando per scrivere questo testo si ostina a fare la correzione ortografica in inglese, pur essendo impostato sull'italiano - ho deciso di ignorarlo e di disabilitare la correzione automatica): per chi non ha familiarità con l'ICT fenomeni di questo tipo possono essere un ostacolo insormontabile o un motivo di diffidenza che scoraggia dall'uso delle tecnologie. La curva di apprendimento può essere assai ripida e presenta gradini successivi, che ancora allontanano molti potenziali utilizzatori. Purtroppo però non ci sono studi statistici che possano rendere ragione di un fenomeno pur noto a tutti: gli scoraggiati o i rinunciatari confluiscono nella massa indifferenziata di quella metà abbondante di Italiani che non usano un PC, o di quei due terzi abbondanti che non si connettono *mai* a internet.

Ci sono tuttavia ostacoli più propriamente *cognitivi* che sono di più facile valutazione quantitativa. Il primo - e forse banale - è la conoscenza dell'inglese. In un paese in cui la padronanza delle lingue straniere è ancora ridotta, l'ostacolo è certamente pe-

sante: soltanto il 30,4% degli Italiani dichiara di sapere l'inglese⁶ e soltanto tra i laureati degli ultimissimi anni si arriva a sfiorare il 50%⁷. Per converso chiunque usi un motore di ricerca sa che la percentuale di pagine web in inglese oscilla fra il 60% e il 90% del totale, anche se una misurazione oggettiva è di fatto impossibile. Ne consegue che l'uso del web è ancora limitato sostanzialmente a chi è in grado di orientarsi adeguatamente in un testo scritto in inglese: non è un caso dunque che le percentuali di conoscenza di questa lingua siano più che doppie fra i navigatori italiani che nel complesso della popolazione (fig. 19).

Fig. 19 – Internet e inglese



Fonte: Eurisko "Internet New Media", 2002; www.gandalf.it, 2003.

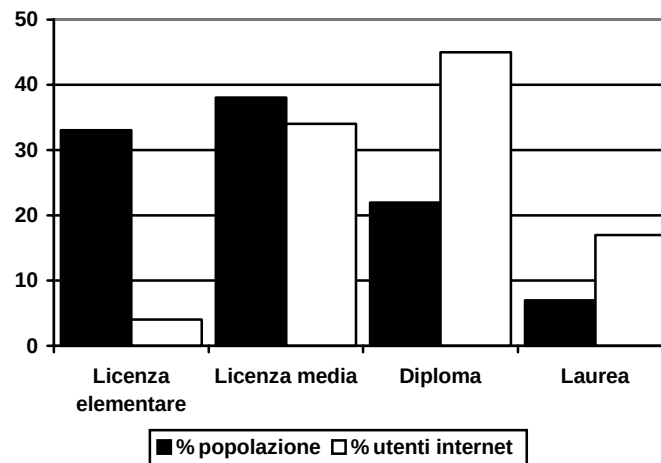
Ma il bagaglio culturale generale, al di là delle conoscenze linguistiche, è ovviamente un fattore determinante del digital *divide*. Nel 2001 i laureati costituivano il 17% circa degli utenti internet (sono il 7% della popolazione) e i diplomati il 45% (contro il 22%); in altri termini, il quarto di popolazione più istruito esprime quasi i due terzi dei navigatori italiani. Ovviamente la penetrazione è molto più bassa ai livelli di istruzione inferiori: chi ha la licenza media (il 38% della popolazione) costituisce il 34% degli utenti internet⁸, mentre il 33% di Italiani che ha raggiunto soltanto la licenza elementare è sostanzialmente escluso dalla rete (solo il 4% degli utenti). Ancora una volta la vera frontiera dell'esclusione digitale lascia fuori un terzo della popolazione (fig. 20).

⁶ Dati INRA, *Eurobarometer 54 Special, Europeans and Languages*, 2001 (http://europa.eu.int/comm/education/languages/lang/barolang_en.pdf).

⁷ Dati AlmaLaurea, *Profilo dei Laureati 2001* (<http://www.almalaurea.it>): il 48% dei laureati 2001 dichiara una conoscenza almeno buona dell'inglese.

⁸ Questo segmento è comunque quello in cui si riscontra l'evoluzione positiva più interessante dal 1999 (quando gli utenti internet con licenza media erano il 30% del totale): è presumibile che in breve tempo la percentuale di penetrazione si attesti almeno sulla media nazionale, fenomeno invece assai lontano per coloro che hanno soltanto la licenza elementare.

Fig. 20 – Utenti internet per livello di istruzione



Fonte: Eurisko "Internet New Media", 2002; www.gandalf.it, 2003.

L'ultima frontiera: la propensione all'uso

Un'ultima serie di dati che merita l'attenzione di chi studia la natura del *digital divide* in Italia non ha a che fare con differenze visibili e misurabili, ma con atteggiamenti mentali e comportamenti individuali. L'indagine Eurisko *Internet New Media* stima che al 2002 il potenziale "mercato" di internet sia costituito da circa 23 milioni di Italiani: il che significa, al di là di ogni altra considerazione, che più di metà del Paese *non sente il bisogno* di internet e quindi non percepisce l'esclusione come tale. Forse ancora più significativo è osservare che non tutti coloro che hanno la possibilità tecnica di collegarsi ad internet lo fanno: in oltre due terzi dei PC nelle case italiane è installato un modem, ma soltanto il 63% ha effettivamente un collegamento ad internet e appena il 36-40% degli utenti ne fa uso più o meno regolarmente⁹. L'uso di internet è ancora, per molti, sostanzialmente occasionale: il tempo medio di connessione è di appena 37 minuti al giorno¹⁰ e soltanto il 31% dei navigatori italiani si collega quotidianamente (il 25% meno di una volta a settimana)¹¹. Evidentemente internet

⁹ Dati elaborati da: Censis 2001; Eurisko, *Internet New Media* 2002; Federcomin-Anie, *e-family* 2002; www.gandalf.it 2003.

¹⁰ Dati Jupiter MMXI, novembre 2001.

¹¹ Dati ISTAT, *I cittadini e le tecnologie della comunicazione, Indagine Multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero"* - Anno 2000, Roma 2002.

non è abbastanza interessante nemmeno per molti di coloro che non appartengono alla fascia degli esclusi.

Ci si deve chiedere perché un mezzo dalle potenzialità tanto grandi come internet non riesca ad imporsi pienamente nemmeno nella parte pur minoritaria di popolazione connessa. Un primo tentativo di risposta può venire dall'analisi degli usi che gli italiani fanno della rete. Al primo posto viene la posta elettronica, impiegata dal 63% degli utenti (ma soltanto il 25% invia più di 10 messaggi la settimana ed il 36% ne riceve più di 10); la lettura di quotidiani e riviste *online* segue con il 59% degli utenti¹², mentre la consultazione di basi dati e altre fonti di informazione strutturata è al 47%; soltanto il 22% utilizza internet per accedere a servizi, il 19% per comunicare tramite chat, forum e newsgroup, il 9% per fare acquisti e pagamenti, il 4% per effettuare operazioni finanziarie¹³. Quello che emerge è, in buona sostanza, un quadro in cui internet è impiegata come strumento di informazione alternativo (o più probabilmente aggiuntivo) alla carta stampata e alla televisione, per la comunicazione interpersonale e *solo secondariamente* per fruire di servizi *online*. Come dire che della rete si finisce per utilizzare soprattutto le potenzialità meno innovative, quelle che hanno una minore capacità di modificare davvero le condizioni di vita delle persone: è naturale dunque che l'interesse per la rete stenti a crescere quanto ci si potrebbe attendere.

Ciò naturalmente sposta soltanto la domanda da perché internet complessivamente ha un *appeal* modesto a perché i servizi su internet hanno un *appeal* modesto. Risposte corrette a questa domanda possono essere la chiave per dare una spinta determinante all'allargamento della propensione all'uso della rete. Sono anche la chiave di tutte le strategie di sviluppo della società dell'informazione a cui si affannano governi, ricercatori ed aziende: non è quindi nelle possibilità di chi scrive, né negli scopi di queste pagine, affrontare la questione. Possiamo però indicare alcuni elementi che certamente pesano.

Spesso le "magnifiche sorti e progressive" dei servizi su internet sono tuttora più promesse che realtà. Un esempio pratico: un cittadino che cambi residenza non trova (salvo lodevoli eccezioni) sul sito del Comune che l'indicazione dell'ufficio a cui deve rivolgersi; nella migliore delle ipotesi la modulistica da scaricare: sbrigare la pratica *online* è ancora un miraggio: quindi code agli uffici, attese eccetera. Se poi ha bisogno del permesso per entrare con l'auto nella ZTL del suo quartiere, altre code e altri uf-

¹² Ben il 30% degli utenti accede ad internet esclusivamente per questo scopo.

¹³ Dati ISTAT, *ibidem*.

fici; mentre attende il sospirato permesso, prende una multa per aver parcheggiato sotto casa (nella ZTL): ovviamente non riesce nemmeno a pagare la contravvenzione *online*, perché il Comune non ha attivato questo servizio. È una storia vera, accaduta in un capoluogo di provincia che vanta un ottimo posto in classifica tra le città digitali... Si potrà dire che questo è indicativo al massimo di un ritardo del settore pubblico: non è così; anche per le aziende private il livello di servizi erogati *online* è nella massima parte dei casi deludente.

Alla scarsità di servizi davvero utili si affianca la percezione diffusa di insicurezza delle transazioni sul web: un'indagine del 2000 rivelava che soltanto il 20% degli intervistati si sentiva molto sicuro o abbastanza sicuro ad effettuare acquisti con carta di credito¹⁴; se pure la situazione è migliorata nel frattempo, ancora una parte maggioritaria degli utenti non si fida del web per le transazioni più delicate; e d'altronde il ritardo della diffusione degli strumenti di firma digitale, della Carta d'identità elettronica e della Carta Nazionale dei Servizi non hanno certamente favorito un atteggiamento di maggiore fiducia.

Si aggiunga poi che numerosi servizi offerti tramite il web sono ancora tutt'altro che *user-friendly*, sia per la complessità delle interfacce, sia per l'instabilità di molte piattaforme hardware e software (server che vanno in *timeout* a metà di una transazione, errori interni improvvisi, mancanza di feedback univoco, istruzioni a volte poco illuminanti: sono purtroppo ancora esperienze comuni, che non scoraggiano certo i navigatori più determinati, ma possono facilmente allontanare i già titubanti).

Per finire, vi è ancora una scarsissima propensione a *pagare* per i servizi sul web; se un servizio implica un costo appena più che simbolico, la gran parte degli utenti si rivolge altrove. Manca ancora un modello di *business* sostenibile e nello stesso tempo tale da non allontanare i navigatori. A ciò si aggiungono a volte politiche di *pricing* poco lungimiranti che determinano un costo eccessivo dei servizi (valga fra i tanti il pur meritorio esempio del servizio conti correnti *online* di Poste.it, che fa pagare un bollettino il doppio di quello che costa allo sportello).

Fino a quando ostacoli come questi non saranno rimossi, la rete resterà essenzialmente un luogo di acquisizione e di scambio di informazioni: un luogo prezioso, ma difficilmente in grado di raggiungere una pervasività paragonabile a quella dei telefonini o della televisione.

¹⁴ Dati Assovoitals, 2000.

2 COME STIMOLARE GLI ESCLUSI DI OGGI A DIVENTARE CITTADINI DIGITALI?

Se dall'analisi vogliamo passare a indicare possibili strategie per ridurre il *digital divide* in Italia, è proprio dall'incremento della propensione all'uso della rete che si deve cominciare. Se si ritiene, come chi scrive, che internet sia oggi una delle frontiere essenziali della democrazia e dello sviluppo armonico delle persone e dei sistemi, se si crede per contro che il *digital divide* possa trasformarsi in un moltiplicatore delle disuguaglianze economiche e sociali nel nostro Paese, è necessario in primo luogo far sì che una larga maggioranza della popolazione si *renda conto* di avere bisogno di internet. Soltanto se vi sarà la percezione di questa necessità e se parallelamente aumenterà in maniera drastica la volontà di servirsi di internet, la rete potrà smettere di essere un fenomeno di minoranza. Internet deve perdere il suo carattere di strumento *smart* per un'élite e diventare una *commodity* non più attraente, ma non meno indispensabile del telefono.

Ma perché questo accada è necessario accreditare internet come qualcosa di effettivamente utile, perfino indispensabile nella vita quotidiana di milioni di persone che non hanno particolarmente fame di informazioni alternative alla tv o una propensione per le tecnologie o che non svolgono un lavoro per cui la rete sia necessaria. Ciò significa che internet deve entrare nelle loro vite, adattarsi ai loro bisogni, portare alla luce le loro domande e le loro esigenze. In altri termini, la battaglia si vince sui *contenuti* e sulla *semplicità* di accesso.

La logica degli "eventi della vita" come punto di partenza per l'elaborazione di servizi *online* è - sul piano dei contenuti - certamente vincente: tuttavia essa deve essere impiegata in maniera più pervasiva, non solo dalle pubbliche amministrazioni, ma possibilmente anche dai fornitori privati di *e-content*. D'altro canto fino ad ora, almeno nei progetti di *e-government* finanziati con il primo avviso, gli eventi della vita sono stati per lo più sovrapposti a posteriori ad applicazioni e servizi elaborati secondo altre logiche.

Quanto alla semplicità di accesso, è il risultato di una complessa interazione di fattori: l'uso di interfacce amichevoli, l'affidabilità delle piattaforme, l'adozione di sistemi di protezione davvero sicuri, ma che non comportino operazioni complicate per l'utente. Volendo estremizzare, il servizio *online* ideale è quello tanto intuitivo e sicuro da non avere bisogno di istruzioni e di *troubleshooting*: facile da usare come un vecchio telefono a disco. Certo, i cellulari dell'ultima generazione hanno molte più

funzioni e un'infinità di gadget, a volte anche assai comodi: ma la grande maggioranza delle persone li usa semplicemente per telefonare. Se vogliamo che internet diventi un fenomeno di massa, deve permettere agli utenti di fare alcune (poche) cose importanti in modo assolutamente semplice: come il telefono a disco. Gli usi più sofisticati seguiranno, immancabilmente, con l'abitudine e la caduta delle diffidenze: ma bisogna partire dal semplice.

3 CHE SIGNIFICA SUPERARE IL *DIGITAL DIVIDE* INTERNO?

Finora abbiamo discusso di *digital divide* interno senza porre una questione essenziale: quali obiettivi ci si deve porre per poter dire che il Paese ha superato realmente il rischio di spaccarsi in due sul piano della democrazia digitale? Sarebbe facile rispondere con un rassicurante obiettivo massimo: tutti *online* senza distinzioni. Tuttavia, per quanto desiderabile sia questo risultato, esso non è raggiungibile se non nel lungo termine, e ragionare a lungo termine in un ambito che si sviluppa rapidamente come internet non serve a nulla. Proviamo perciò ad abbassare il tiro e ad indicare dei risultati possibili nel medio termine.

Alcuni obiettivi incrementali

La prima necessità è certamente quella di accelerare il ritmo con cui le diverse forbici del *digital divide* si stanno chiudendo. Occorre innanzi tutto favorire la convergenza tra le diverse realtà geografiche e territoriali del Paese. Sulla base dei risultati degli anni scorsi, potrebbe essere raggiungibile l'obiettivo di avere *lo stesso livello di penetrazione di internet nel Centro-Nord e nel Sud entro cinque anni; entro tre anni* è realistico che si possa *annullare il ritardo dei piccoli centri* rispetto a quelli maggiori. Diverso è il discorso se si parla di internet in banda larga; qui la necessità di investimenti significativi e le peculiarità del mercato potrebbero dilatare i tempi del recupero delle aree arretrate. Ma sarebbe certamente inaccettabile per le prospettive di sviluppo del Paese se si fallissero due obiettivi temporali: *l'accesso in banda larga di tutte le pubbliche amministrazioni entro l'anno 2005*, così come previsto dal piano *eEurope 2005*, e *la diffusione della banda larga come servizio generale entro cinque anni da ora* (il che non significa ancora, ovviamente, la generale connessione degli utenti): questo implica un impulso forte da parte della

mano pubblica per sostenere gli investimenti necessari, perfino laddove non ci fosse adeguata domanda privata.

Ma è indispensabile puntare ad una significativa riduzione anche di altri squilibri, primi fra tutti quelli di genere e di età. Si può essere alquanto ottimisti per il primo, dato che il numero di utenti donne della rete cresce già oggi ad un ritmo assai più elevato di quello degli uomini; l'obiettivo di avere *un numero di donne in rete pari a quello degli uomini* può perciò essere alla portata dell'Italia *entro tre anni*. Al contrario la riduzione del *divide* generazionale sembra segnare il passo: il tasso di anziani in rete rimane minimo e segna incrementi del tutto inadeguati anche solo a tenere il ritmo della generalità della popolazione. Lasciato alle dinamiche demografiche naturali il *divide* generazionale è destinato a non essere superato prima di trent'anni: bisogna perciò porsi dei realistici obiettivi di medio termine. Il raddoppio in cinque anni della *penetrazione di internet nelle fasce di età 54-64 e oltre 65 anni* si può considerare fisiologico; un buon risultato invece potrebbe essere *triplicare il dato attuale* nello stesso periodo di tempo. È perciò questo un ambito nel quale si dovrà intervenire con particolare cura, sostenendo l'alfabetizzazione informatica e l'accesso alla rete degli anziani, eventualmente anche attraverso modalità mediate.

Intervenire sui fattori cognitivi, culturali e di reddito che limitano l'accesso di una parte significativa della popolazione alla rete è assai più difficile. Si tratta di questioni che attengono al governo generale della società e del sistema e che quindi non possono essere affrontate con politiche di settore e/o interventi limitati all'ambito dell'informatica.

È certamente utile che si renda internet meno costosa possibile, con interventi sulle tariffe ancora eccessivamente elevate, con incentivi economici all'alfabetizzazione informatica e all'acquisto di pc, ma anche e soprattutto con la creazione di una rete di strutture aperte al pubblico, che permettano l'accesso ad internet e un'adeguata formazione/assistenza ai cittadini sprovvisti di un computer a casa o sul luogo di lavoro. Ma senza una politica economica che favorisca la crescita dei redditi più bassi, l'esclusione digitale non sarà che un aspetto, per quanto importante, di vecchie e nuove povertà.

Parallelamente, la scarsa penetrazione di internet negli strati meno istruiti della popolazione fa parte della più generale questione dell'istruzione e della formazione: non è accettabile che ancora oggi un terzo della popolazione non abbia altro titolo di studio (e altro livello di formazione strutturata) che la licenza elementare. In un progetto complessivo di formazione continua e ricorrente, così come in una riforma generale del sistema scola-

stico, certamente le competenze informatiche dovranno essere un aspetto importante: ma non si può sperare di ottenere progressi reali con una formazione di carattere esclusivamente tecnico/tecnologico e finalizzato al lavoro; la scorciatoia di "internet-inglese-impresa" non può sostituire una buona preparazione culturale a tutto tondo - e non può nemmeno aiutare a ridurre il *digital divide*.

Un obiettivo distributivo

Anche il pieno raggiungimento degli obiettivi che abbiamo indicato nel termine di tre-cinque anni non risolverebbe comunque la questione del *digital divide* interno: nella migliore delle ipotesi si può sperare che la percentuale di utenti abituali di internet passi dall'attuale 25% scarso al 40-45% circa entro cinque anni, a un passo dal livello odierno dei paesi più avanzati (Svezia e Stati Uniti sono oltre il 50%, Danimarca, Olanda e Finlandia tra il 45 e il 50%)¹⁵. Il *digital divide* realisticamente continuerà ad escludere per tutto il primo decennio del XXI secolo più di metà degli Italiani.

Di fronte a questo dato, è evidente che la pura crescita quantitativa di coloro che sono connessi ad internet è un risultato insufficiente, per quanto auspicabile: la persistenza di un'area di esclusione tanto ampia proprio mentre la rete si avvia a diventare uno dei principali strumenti di erogazione di servizi, di partecipazione e di informazione può esporci al rischio di un'Italia in cui le nuove povertà si sovrappongono alle vecchie e minano seriamente la coesione del sistema Paese.

La chiave per sfuggire a questo esito risiede *nelle famiglie*; si può ragionevolmente sostenere infatti che un utente di internet proietta sull'intera famiglia almeno una parte dei vantaggi che vengono dalla connessione alla rete, in termini di accesso ai servizi, di maggiori informazioni, di strumenti per il tempo libero, per la comunicazione, per la gestione dei pagamenti, ecc. Certamente, il nipote che usa internet per il nonno non è la stessa cosa di un nonno che naviga autonomamente in rete: ma è comunque un modo per ridurre la distanza tra gli esclusi e la rivoluzione digitale; ed è forse il modo più praticabile di mitigare nel medio termine gli effetti di un *digital divide* ancora insuperabile. È perciò possibile definire un obiettivo per così dire distributivo nella lotta al *digital divide* interno: quello di avere entro la fine del decennio *almeno un utente abituale di internet in ogni nucleo*

¹⁵ Dati: OCSE, Fondazione De Benedetti, 2002; elaborazione: www.gandalf.it 2003.

familiare, indipendentemente dal luogo di connessione (casa, lavoro, internet point, struttura di accesso assistito, ecc.).

4 PROPOSTE PER PROMUOVERE LA CITTADINANZA DIGITALE

Definiti gli obiettivi, è importante proporre almeno per gli attori pubblici alcune possibili linee d'azione per conseguirli. Il superamento del *digital divide* interno infatti non può che essere una questione affidata all'intervento pubblico; le dinamiche di mercato tendono naturalmente (e legittimamente) a trascurare quei segmenti di popolazione che costituiscono un *target* meno promettente sul piano dei ritorni economici: gli anziani, gli abitanti delle campagne o dei piccoli centri, i meno abbienti, ecc. In altre parole, l'iniziativa privata *crea* il *digital divide* e soltanto l'intervento pubblico può contribuire nel breve-medio periodo a ridurlo. In una prospettiva di lungo termine, ovviamente, è anche interesse degli operatori privati un allargamento della platea di utenti internet: ma l'iniziativa non può venire da loro. In secondo luogo, le pari opportunità digitali sono una questione di interesse pubblico per eccellenza, perché hanno direttamente a che fare con il concreto esercizio dei diritti di cittadinanza, con l'eguaglianza e la pari dignità sociale: rimuovere gli ostacoli per un pieno esercizio di questi diritti è quindi un obbligo costituzionale.

Ciò non significa che la risposta stia tutta nelle politiche di *e-government*: la rete è un fenomeno assai più complesso, in cui il servizio pubblico costituisce soltanto una frazione, e nemmeno particolarmente rilevante. Ma può spettare soltanto al settore pubblico avvicinare ad internet quella vasta parte di Italiani che ancora non se ne servono: e le politiche di *e-government* possono avere in questo processo una funzione fondamentale, se vengono orientate a soddisfare bisogni reali dei cittadini.

Infrastrutture abilitanti

Un luogo comune assai diffuso tra chi si occupa di internet ed in particolare di *e-government* è che fornire connettività non basta e non determina da sé la crescita dell'utenza e dei servizi: è certamente vero, almeno in prima approssimazione; ma senza una connettività adeguata non nasce nulla, non ci sono servizi, non ci sono utenti, non si crea mercato. È sterile andare dicendo che si devono costruire i servizi e la domanda di internet crescerà, inducendo gli operatori a cablare: o le due cose cammi-

nano in qualche modo di pari passo, o una sarà necessariamente il limite ed il freno dell'altra. Chi ha come obiettivo il superamento del *digital divide* non può perciò prescindere dalla creazione delle infrastrutture di connettività.

Un altro discorso ricorrente è che - per il livello di traffico attuale e per quello prevedibile nei prossimi anni - non c'è un vero bisogno di connettività *broadband*, al di là delle mode e delle spinte pubblicitarie: investire in infrastrutture per portare la banda larga a tutto il paese non sarebbe perciò una priorità. Sarebbe facile dire che normalmente queste affermazioni vengono da chi dispone di connessioni ad alta velocità e non ha quindi chiaro il limite *strutturale* costituito dalla lentezza delle connessioni in banda stretta. Soltanto per fare un esempio, la massa di documentazione scaricata dalla rete per scrivere queste pagine avrebbe richiesto non meno di cinque o sei ore di *download* su una linea analogica a 56K. Chi cerca invano la *killer application* della banda larga non dovrebbe rivolgersi allo streaming video, alla videoconferenza in alta risoluzione, al peer-to-peer o a qualche altro prodigio tecnologico, ma alla pura e semplice velocità: internet potrà conquistare spazi di massa tanto più quanto più sarà in tempo reale. Creare una buona infrastruttura di connettività in banda larga, capace di raggiungere tutte le aree del Paese con prestazioni adeguate, è quindi un obiettivo non procrastinabile.

Da questo punto di vista l'intervento pubblico è indispensabile: mentre nelle aree metropolitane, dove la domanda del segmento *business* è consistente, possono intervenire con successo gli operatori privati (e si verificano spesso situazioni di sovrapposizione e di auspicabile concorrenza), nei piccoli centri e nelle campagne, dove per altro i costi per utente sono superiori, non vi è ancora un mercato sufficientemente allettante. Il compito delle istituzioni è quindi quello di supplire alle forze di mercato con interventi di infrastrutturazione diretta, ma anche di creare le condizioni perché nasca sul territorio una domanda sufficientemente strutturata da indurre gli operatori ad attivare servizi.

Allo Stato spetta in questo ambito un importantissimo ruolo di programmazione generale e di finanziamento degli interventi; ma il governo vero deve essere demandato, nella logica del nuovo assetto istituzionale, alle Regioni ed agli Enti Locali, che possono meglio conoscere le situazioni del territorio, stabilire le priorità d'azione e identificare gli strumenti per integrare al meglio azione pubblica e privata. Sia consentito qui portare l'esempio del piano di infrastrutturazione adottato dalla Provincia di Pisa, che provvede a fornire connettività *broadband* (2 Mbps simmetrici) a tutte le amministrazioni comunali del suo territorio ed a un

gruppo pilota di scuole (con l'obiettivo di raggiungerle tutte), al fine di favorire l'infrastrutturazione del territorio nel suo complesso, di stimolare la nascita di una domanda aggregata e quindi di favorire anche l'intervento degli operatori privati. Nello stesso tempo è in corso l'aggiornamento del Piano Territoriale di Coordinamento, con l'inserimento di misure di programmazione volte ad assicurare la creazione di dorsali territoriali in fibra ottica e di reti di distribuzione almeno per le aree di maggiore densità insediativa, con particolare attenzione per le zone a vocazione produttiva. Una simile programmazione, supportata da investimenti significativi sia a livello locale che statale, può portare a centrare gli obiettivi di *eEurope 2005* per la diffusione della banda larga non solo nelle pubbliche amministrazioni.

Servizi utili e amichevoli

È certamente vero che la creazione di infrastrutture non è sufficiente a creare la domanda di internet, se i potenziali utenti non trovano sulla rete i servizi di cui hanno davvero bisogno: è fondamentale perciò che si intervenga anche su questo piano. Identificare i servizi prioritari per i cittadini attraverso la metafora degli eventi della vita si è rivelato certamente utile¹⁶, come si è già detto. Tuttavia è opportuno che il metodo sia rivisto in una logica meno centrata sul funzionamento delle amministrazioni e più sulla registrazione dei bisogni effettivi dei cittadini. Per esempio, è difficile pensare che l'evento "Studiare" possa consistere soltanto nella iscrizione a scuola, alla mensa scolastica ecc.; per avere un servizio completo dovrebbe essere possibile ordinare i libri di testo, ottenere informazioni sui trasporti, acquistare i relativi abbonamenti, ecc. In una sorta di sportello unico dovrebbe essere cioè possibile accedere a servizi erogati dalla pubblica amministrazione e dai privati. Sotto questo profilo, la logica del portale www.italia.gov.it è ancora troppo legata all'aspetto "gov" e troppo poco all'integrazione tra pubblico e privato nell'ottica del miglior servizio al cittadino.

Ma un altro aspetto importante è il livello di interazione dei servizi *online*: al di fuori della cerchia degli adepti di internet, l'appetibilità di un servizio "misto", che richieda comunque una fase da

¹⁶ Vale la pena di osservare, *en passant*, che in una logica di superamento del *digital divide* sarebbe opportuno rivedere almeno in parte i criteri con cui il Dipartimento per l'Innovazione ha definito i servizi prioritari per i cittadini e le imprese: l'idea che un servizio ha tanto maggiore priorità quanto più è alta la predisposizione all'uso di internet del potenziale *target* implica che ci si rivolga poco ai cittadini ancora non digitali. L'obiettivo invece dovrebbe essere quello di avvicinare i cittadini all'uso di internet attraverso la proposizione dei servizi.

svolgere tramite canali non virtuali (domande precompilate da presentare, biglietti o certificati "fisici" da ritirare agli sportelli, ecc.) è comunque assai limitata¹⁷. Al momento in cui si fa la coda a uno sportello per completare la transazione, l'utilità concreta di averla iniziata sul pc di casa diviene piuttosto dubbia. Di conseguenza è necessario privilegiare quanto prima la completa smaterializzazione delle transazioni, o almeno prevedere che una transazione iniziata *online* possa concludersi a domicilio dell'utente. Naturalmente - ancora una volta - questo livello di interazione impone l'adozione di strumenti di identificazione e sicurezza tanto solidi quanto di facile impiego.

La facilità d'impiego è certamente un altro aspetto cruciale dei servizi, se si vuole che siano veramente accessibili a tutti. Abbiamo già sottolineato questo aspetto e quindi non vi torneremo; vi è però una questione che richiede ancora qualche parola: oggi chi utilizza con una certa frequenza servizi sul web sa che ogni sito, spesso ogni transazione risponde a logiche di navigazione e di interazione diverse. Ogni nuovo servizio, per quanto semplice singolarmente, richiede l'apprendimento di una nuova procedura. Se questo è accettabile per l'utente attuale di internet, non può esserlo altrettanto nella prospettiva di una diffusione generale dell'accesso alla rete: è necessario prevedere una radicale riduzione dei processi di apprendimento attraverso la definizione, che non può essere lasciata semplicemente alle buone intenzioni, di modalità il più possibile standardizzate di navigazione e di accesso ai servizi. La logica del telefono a disco, ancora una volta, è la chiave per ottenere che internet sia un servizio potenzialmente universale.

Promozione dell'uso della rete

Per raggiungere l'obiettivo di avere un utente internet in ogni famiglia tutto quello che abbiamo fin qui detto non è comunque sufficiente. Avere la possibilità di attivare una connessione veloce da ogni luogo del Paese è una preconditione indispensabile; poter accedere *online* ai servizi di cui si ha realmente bisogno e riuscire ad utilizzarli senza troppe difficoltà è un incentivo forte. Ma molti cittadini rischierebbero comunque di restare ai

¹⁷ Ricordiamo la classificazione dell'UE per i servizi *online* in quattro categorie: 1. informazione; 2. interazione *one-way*; 3. interazione *two-way*; 4. transazione completa. Soltanto il livello 4 permette di svolgere l'intera operazione *online*; il livello 3 prevede comunque che la transazione sia completata con un mezzo "fisico" (tutte le operazioni di *e-commerce* o di servizio che prevedono la consegna di un oggetto materiale non possono ovviamente andare oltre questo livello).

marginari della rivoluzione digitale se non si facesse un grande sforzo per far crescere la capacità e la propensione ad usare la rete.

Interventi di sostegno all'utenza sono stati già tentati, con maggiore o minor successo: nel corso della passata legislatura il governo D'Alema aveva promosso un'iniziativa per favorire l'acquisto di pc per gli studenti del primo anno delle scuole medie superiori a prezzi estremamente agevolati e con la possibilità di ricorrere ad un prestito d'onore; il progetto fu bloccato dopo pochi mesi (e dopo la vendita di circa 50.000 macchine) dal nuovo governo e viene ora riproposto in forma di un contributo di € 150 per tutti i giovani che al compimento dei 16 anni vorranno acquistare un computer connesso ad internet. L'altra novità introdotta dal ministro Stanca è l'accesso ad un *help desk* ed un incentivo al conseguimento dell'ECDL. Su un altro fronte è il caso di ricordare il contributo di € 75 per coloro che stipuleranno un contratto di connessione ad internet in banda larga, previsto con la corrente Legge Finanziaria e voluto dal ministro Gasparri. Tutti questi progetti si caratterizzano per il sostegno economico offerto direttamente al singolo utente: è una via apparentemente ovvia per agevolare l'accesso delle famiglie ad internet. Tuttavia, ad un'analisi più attenta, questo tipo di sostegno finisce per rivolgersi più a chi già dispone di qualche forma di accesso che agli esclusi: implica infatti una predisposizione positiva all'uso della rete, o almeno la precisa percezione di un bisogno: esattamente ciò che manca in buona parte delle famiglie non connesse. In particolare poi la forma del *bonus* indiscriminato preferita dall'attuale governo non incide sulle condizioni essenziali dell'esclusione: il beneficio economico (*una tantum*) non supera il 20% della spesa che la famiglia dovrebbe comunque affrontare; per di più, nel caso degli incentivi per la banda larga, soltanto chi vive in aree già raggiunte dal servizio può beneficiarne: quindi, paradossalmente, il provvedimento finisce per favorire la crescita, non la riduzione del *divide* infrastrutturale.

Per essere efficaci, gli interventi a favore dell'utenza debbono perciò creare le condizioni per l'uso degli strumenti informatici, più che favorirne l'acquisto. Da questo punto di vista è ovviamente centrale la formazione: si debbono prevedere interventi, finanziati o cofinanziati dal pubblico, ma gestiti in associazione con i privati e/o con il terzo settore, per addestrare all'uso della rete un ampio numero di persone, con attenzione particolare a quelle fasce della popolazione che hanno un alto tasso di esclusione (anziani, donne, persone dotate di bassi livelli di istruzione, ecc.) ed ai territori marginali. Accanto agli interventi formativi, devono essere previste iniziative di diffusione degli ac-

cessi: ma più che attraverso l'acquisto di hardware e servizi da parte dei privati, attraverso la creazione di una rete il più possibile capillare di punti pubblici di accesso ad internet, collocati nei luoghi della vita associata e della fruizione dei servizi elementari: i bar, i circoli ricreativi, i negozi, le tabaccherie, gli uffici postali. Una serie di convenzioni con gli operatori di queste strutture potrebbe mettere a disposizione del pubblico postazioni di accesso ai servizi di rete a costo bassissimo o nullo: ma il vero valore aggiunto di una simile iniziativa sarebbe la disponibilità di assistenza diretta all'uso per gli utenti inesperti o per coloro che non sono autonomi nell'accesso ai servizi. E' possibile pensare infatti a un percorso di formazione di operatori che, accanto al lavoro ordinario e dietro una qualche forma di compenso stabilita nelle convenzioni summenzionate, forniscano assistenza agli utenti per l'accesso ai servizi pubblici (e privati?) di internet. Usare internet potrebbe così diventare non più complicato di una giocata al Totocalcio, di un versamento di conto corrente o di una partita a carte al circolo del paese.

In questa direzione si sta coraggiosamente muovendo la Regione Toscana, che ha destinato una parte consistente delle risorse straordinarie del suo piano regionale di *e-government* (*e-Toscana*) proprio al sostegno alla domanda ed alla formazione.

Nessuna delle soluzioni qui proposte, naturalmente, è la panacea delle difficoltà che causano il *digital divide* interno: molti saranno gli errori di percorso, gli insuccessi, le realizzazioni parziali. Ma è soltanto una politica fatta di forte impegno pubblico ed estrema concretezza delle soluzioni che può far progredire l'Italia verso un futuro di piena integrazione digitale.