



Comune di Roma

# I numeri

numero 4 anno 2008

## di ROMA

### Statistiche per la città

#### F O C C U S

I fatti e le cifre

#### ● Cittadini

##### **La città frena la sua crescita.**

Nell'anno 2008 la città, pur registrando un aumento dei propri residenti, segna un rallentamento della sua crescita piuttosto consistente: l'incremento medio annuo è di poco oltre il 2 per mille a fronte di un valore di quasi il 5 per mille registrato nel precedente anno 2007.

A determinarlo contribuisce essenzialmente la forte contrazione del saldo migratorio, con uno scarto positivo di solo l'1,4 per mille (nel 2007 la differenza tra immigrati ed emigrati registrava un valore pari a + 5,1 per mille). Infatti, anche se contrariamente allo scorso anno il saldo nel 2008 tra natalità e mortalità è di segno positivo (+ 0,6 per mille), l'incremento complessivo della popolazione ne risulta comunque penalizzato.

Va comunque evidenziato che il valore del quoziente di natalità ha nuovamente superato, anche se di misura, la soglia del 10 per mille e che, se confrontato con la serie storica dell'ultimo decennio, si riscontra un valore altrettanto positivo solo nell'anno 2004. In termini assoluti, confrontando ancora la serie storica degli ultimi dieci anni, va evidenziato il superamento della soglia dei 27.000 bambini (27.603 nati nel 2008) che porterebbe ad un ancora più elevato valore del quoziente di natalità se la popolazione di riferimento non avesse subito la rettifica al rialzo nel corso dell'anno 2006, conseguenza delle operazioni di revisione anagrafica effettuate in quell'anno.

#### ● Spendere in città

##### **L'inflazione a Roma : giù trasporti su bevande alcoliche e tabacchi**

A marzo di questo anno nella città si registra un aumento del 1,0% rispetto allo stesso mese dell'anno 2008 e una variazione del +0,1% rispetto al mese precedente, in linea con la media nazionale.

I gruppi di voci di prodotto con le maggiori variazioni in assoluto, rispetto allo stesso mese dello scorso anno, sono affitti reali (+11,0%) e combustibili liquidi (-23,2%).

Il maggior peso sulla variazione tendenziale annua di marzo è dato dai rincari di ristoranti bar e simili e di affitti reali, rincari frenati dalle diminuzioni dei prezzi di carburanti e lubrificanti e di alberghi ed altri servizi di alloggio.

A marzo invece maggiore variazione assoluta rispetto a febbraio si ha per alberghi e altri servizi di alloggio (+4,7%) e vegetali (+2,3%).

Sulla variazione congiunturale dei prezzi (marzo rispetto a febbraio) hanno pesato in particolare i rincari di alberghi e altri servizi di alloggio e di vegetali, rincari frenati dalle diminuzioni dei prezzi di trasporti aerei e di vestiario.

#### **Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Diffusione e utilizzo a Roma e nel Lazio.**

L'Unione Europea si è posta l'ambizioso obiettivo di diventare, entro il 2010, "l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo" e, a tal fine, stimola i governi ad accelerare il processo di alfabetizzazione tecnologica affinché tutte le fasce di popolazione possano partecipare attivamente alla società della conoscenza. L'Italia ha raccolto le direttive dell'Unione Europea attraverso un'azione di regionalizzazione attinente sia ai compiti di individuazione degli obiettivi specifici per lo sviluppo della Società dell'informazione sia alla gestione dei Programmi e l'attuazione degli interventi.

Conseguentemente, nel tempo, nelle varie realtà locali, si è assistito ad un susseguirsi di interventi a sostegno dello sviluppo della società dell'informazione, proprio perché la diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) è vista in modo crescente come una straordinaria opportunità di sviluppo, in particolare per i Paesi e le regioni in ritardo. Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono ormai universalmente riconosciute come una delle spinte propulsive per una crescita rapida e sostenibile di ogni paese nell'ambito del proprio processo di sviluppo.

L'affermarsi della società dell'informazione rappresenta bene il grado di progresso e di competitività di un Sistema Paese ed è premessa per il suo benessere, ma, vista la diffusione delle sue applicazioni, può fornire anche un contributo determinante alla qualità della vita di tutti i cittadini. Infatti, se quello dei servizi è uno degli aspetti di maggior rilievo delle politiche di innovazione, è fondamentale non perdere di vista l'obiettivo ultimo di queste politiche, ovvero il miglioramento della qualità del vivere comune. Nell'attuale scenario, in continua espansione ed evoluzione, generato dall'ampliamento di offerta di nuove tecnologie e dall'aumento costante di persone che le utilizzano, è importante il monitoraggio costante e il possesso dell'informazione circa il livello di tale diffusione anche in uno specifico territorio, soprattutto nella realtà di una città come Roma, dove sono potenzialmente presenti le premesse per nuove modalità e una nuova concezione della comunicazione. Quello che emerso dall'analisi è che, sebbene la Capitale mostri dati in linea con le tendenze nazionali, nel complesso, a Roma, la situazione risulta essere migliore rispetto alla regione e al Paese, sia per quanto riguarda il possesso dei beni di ultima generazione, sia rispetto alla condizione di alfabetizzazione informatica dei cittadini. L'accelerazione tecnologica che si sta vivendo ha reso disponibili strumenti di comunicazione e informazione sempre più potenti, capaci di trasformare profondamente le organizzazioni pubbliche e private e di coinvolgere una componente sistemica fondamentale della città, quella delle reti di relazione. L'importanza del telefono cellulare e di altre forme di comunicazione tecnologica, quali attraverso internet e la posta elettronica, sta proprio nella possibilità di instaurare un contatto esente da vincoli sia di prossimità fisica sia da immobilità spaziale, ancora più apprezzabile in un territorio così vasto e a volte dispersivo come quello della Capitale. Poiché proprio il ruolo di queste reti è destinato ad avere un'importanza crescente nei processi di evoluzione urbana, è importante da parte dell'Amministrazione monitorare come influirà l'introduzione delle ITC sui cambiamenti e la gestione della città e come questi ultimi condizioneranno l'adozione e la diffusione delle ITC, ossia come nel tempo andrà configurandosi l'interazione tra le ITC e la città.

ROMA



## **INDICE**

<i>CITTADINI</i>	<i>Pag</i>	<i>3</i>
<i>SPENDERE IN CITTA'</i>	<i>"</i>	<i>11</i>
<i>FOCUS</i> <i>Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione</i>	<i>"</i>	<i>17</i>

*Redazione:*

*Novella Cecconi  
Rossana Rosati  
Clementina Villani  
Stefania Iuliano*

*Hanno collaborato a questo numero:*

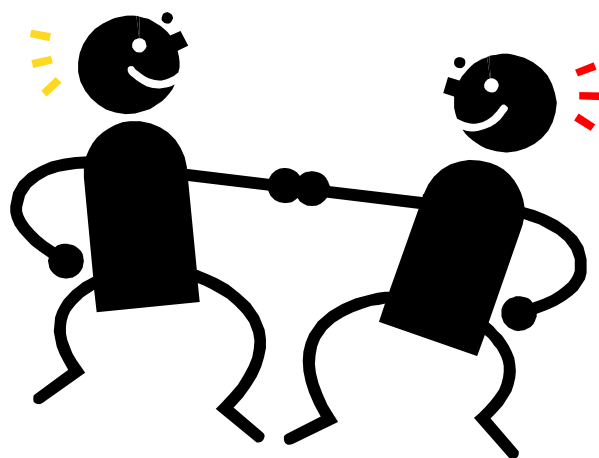
*Caterina Coviello  
Claudia Dionigi  
Barbara Menghi*

*Ufficio di Statistica del Comune di Roma  
Via della Greca, 5  
00186 ROMA*

[uffstat@comune.roma.it](mailto:uffstat@comune.roma.it)



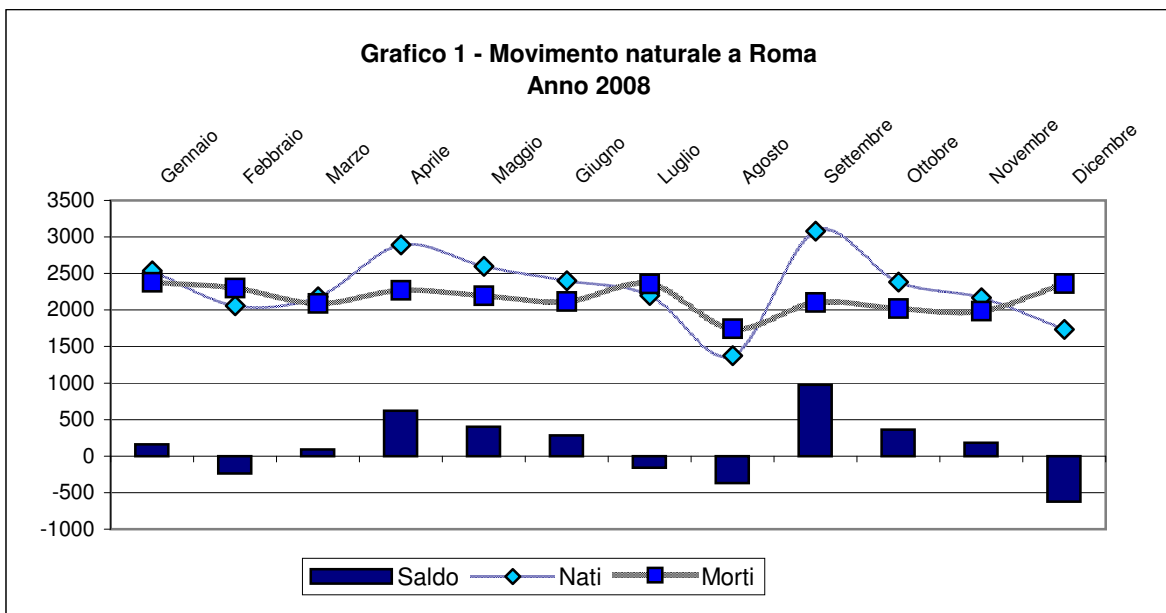
# CITTADINI



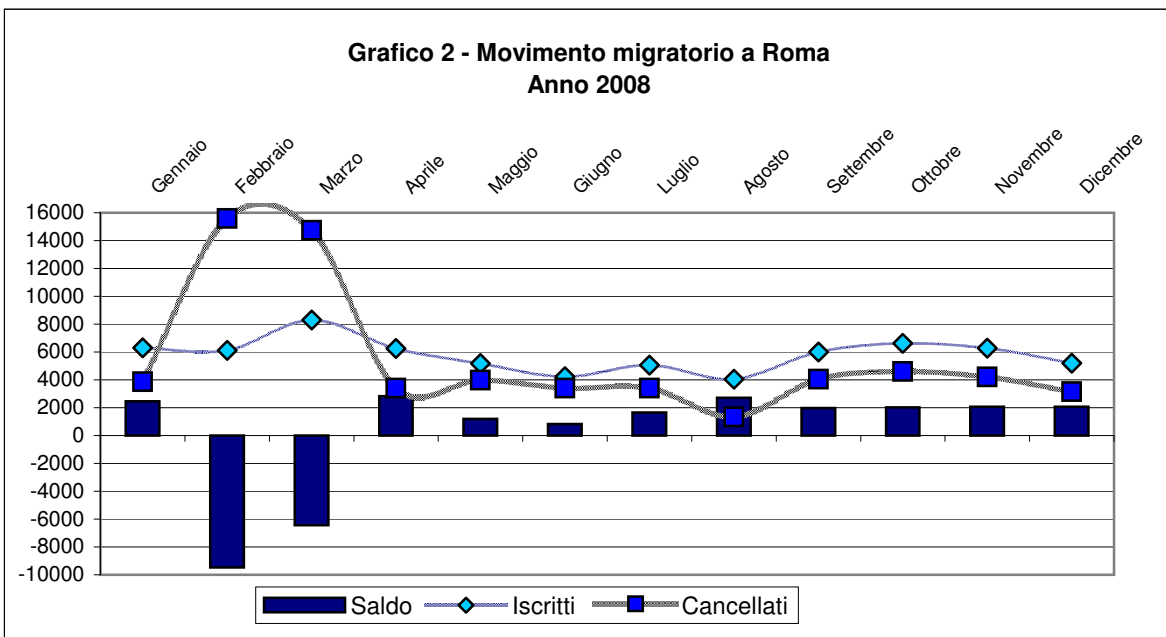


**Tav. 1 - Movimento naturale e migratorio a Roma. Anno 2008**

Anno	Mese	Nati		Morti		Iscritti		Cancellati	
		MF	F	MF	F	MF	F	MF	F
2008	gennaio	2538	1284	2378	1240	6307	3401	3857	1881
	var. %	-0,4	-2,4	-8,1	-9,3	44,6	50,8	-3,1	-4,1
	febbraio	2060	991	2299	1209	6119	3177	15586	7829
	var. %	9,6	7,1	9,0	12,3	39,2	37,3	323,1	335,7
	marzo	2182	1069	2091	1084	8296	4369	14742	7260
	var. %	-5,3	-5,7	0,9	-0,6	30,4	30,8	222,0	220,8
	aprile	2890	1381	2268	1192	6243	3234	3408	1677
	var. %	32,0	31,4	5,0	2,6	73,3	69,2	-11,7	-9,8
	maggio	2598	1217	2196	1161	5169	2677	3970	1890
	var. %	-0,4	-2,4	3,1	-0,8	26,7	23,9	-9,3	-9,7
	giugno	2399	1221	2117	1155	4234	2225	3400	1620
	var. %	20,5	28,0	13,4	19,7	16,7	13,5	-16,3	-17,1
	luglio	2197	1040	2357	1273	5055	2615	3407	1624
	var. %	19,6	11,7	13,9	17,8	5,0	-2,5	17,9	19,4
	agosto	1373	668	1741	912	4039	2045	1332	638
	var. %	30,1	37,7	2,9	1,2	10,0	4,7	-0,4	-3,9
	settembre	3080	1502	2103	1083	6007	3100	4036	2041
	var. %	46,6	48,1	8,9	2,0	24,1	20,9	38,1	39,6
	ottobre	2382	1144	2020	1058	6632	3520	4600	2281
	var. %	1,5	2,8	-8,6	-7,4	27,6	30,7	16,0	21,7
	novembre	2169	1098	1985	1017	6271	3306	4208	2095
	var. %	11,9	17,1	-10,3	-11,9	9,0	6,4	44,6	47,3
	dicembre	1735	833	2359	1281	5204	2878	3140	1578
	var. %	-6,1	-6,2	6,5	14,3	11,9	17,7	4,2	12,4



Saldo naturale = nati meno morti



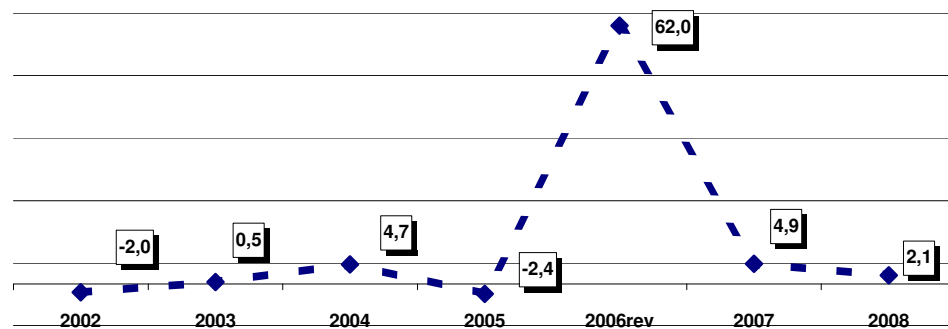
Saldo migratorio = immigrati meno emigrati



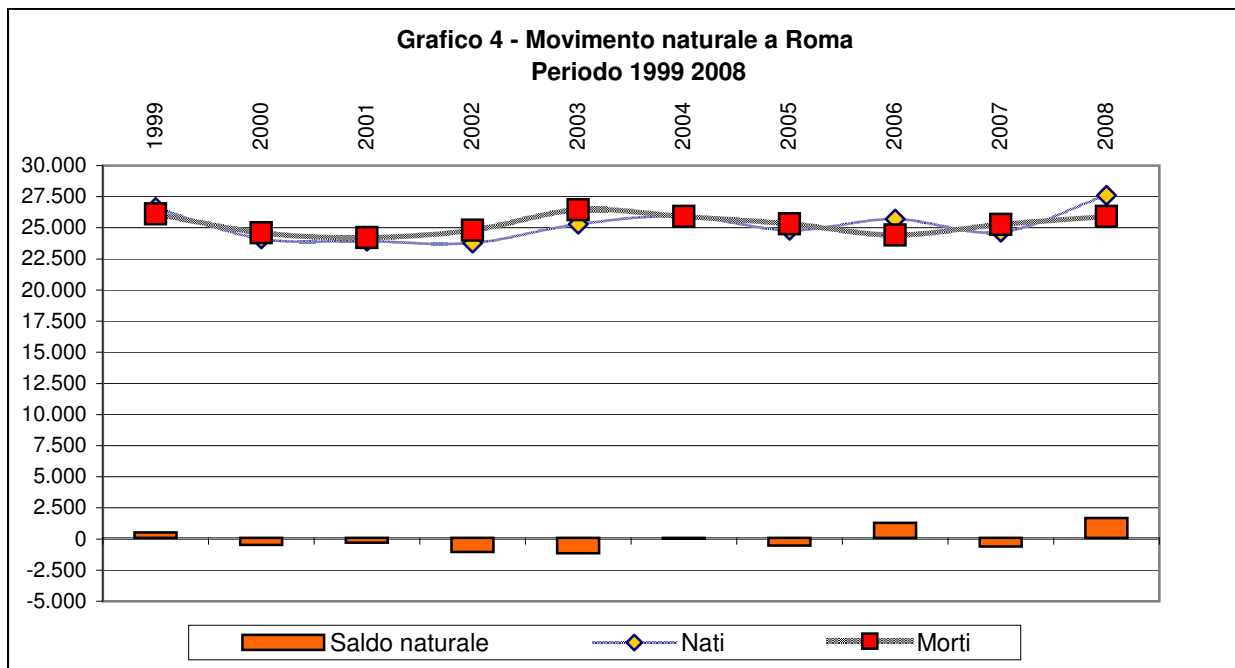
**Tav. 2 - Movimento naturale e migratorio a Roma. Periodo 1999-2008**

Anno	Nati		Morti		Iscritti		Cancellati	
	MF	F	MF	F	MF	F	MF	F
1999	26.642	12.855	26.120	13.099	29.722	15.315	32.924	16.150
var. %	20,9	20,6	-0,2	1,1	-31,8	-32,8	-29,1	-22,6
2000	24.108	11.553	24.594	12.464	70.268	36.333	57.393	27.823
var. %	-9,5	-10,1	-5,8	-4,8	136,4	137,2	74,3	72,3
2001	23.922	11.548	24.206	12.239	43.083	22.673	36.531	17.593
var. %	-0,8	0,0	-1,6	-1,8	-38,7	-37,6	-36,3	-36,8
2002	23.774	11.570	24.806	12.748	42.084	22.252	46.083	22.278
var. %	-0,6	0,2	2,5	4,2	-2,3	-1,9	26,1	26,6
2003	25.291	12.414	26.442	13.682	54.132	29.616	51.807	24.705
var. %	6,4	7,3	6,6	7,3	28,6	33,1	12,4	10,9
2004	25.943	12.729	25.908	13.412	59.111	30.631	47.276	22.849
var. %	2,6	2,5	-2,0	-2,0	9,2	3,4	-8,7	-7,5
2005	24803	11907	25324	13198	51308	27266	56983	28050
var. %	-4,4	-6,5	-2,3	-1,6	-13,2	-11,0	20,5	22,8
2006	25708	12466	24419	12723	52708	27904	48012	23417
var. %	3,6	4,7	-3,6	-3,6	2,7	2,3	-15,7	-16,5
2007	24645	11996	25258	13293	55355	29389	41577	20114
var. %	-4,1	-3,8	3,4	4,5	5,0	5,3	-13,4	-14,1
2008	27603	13448	25914	13665	69576	36547	65686	32414
var. %	12,0	12,1	2,6	2,8	25,7	24,4	58,0	61,2

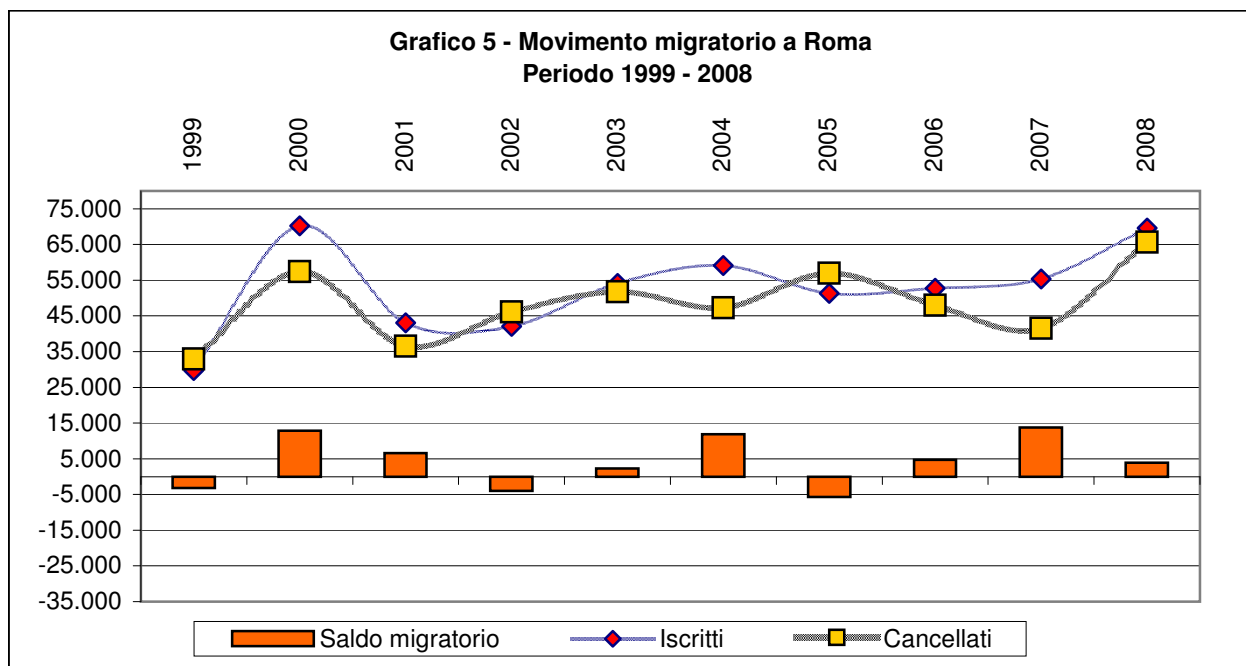
**Grafico 3 - Incremento relativo medio annuo. Periodo 2002-2008 (\*)**



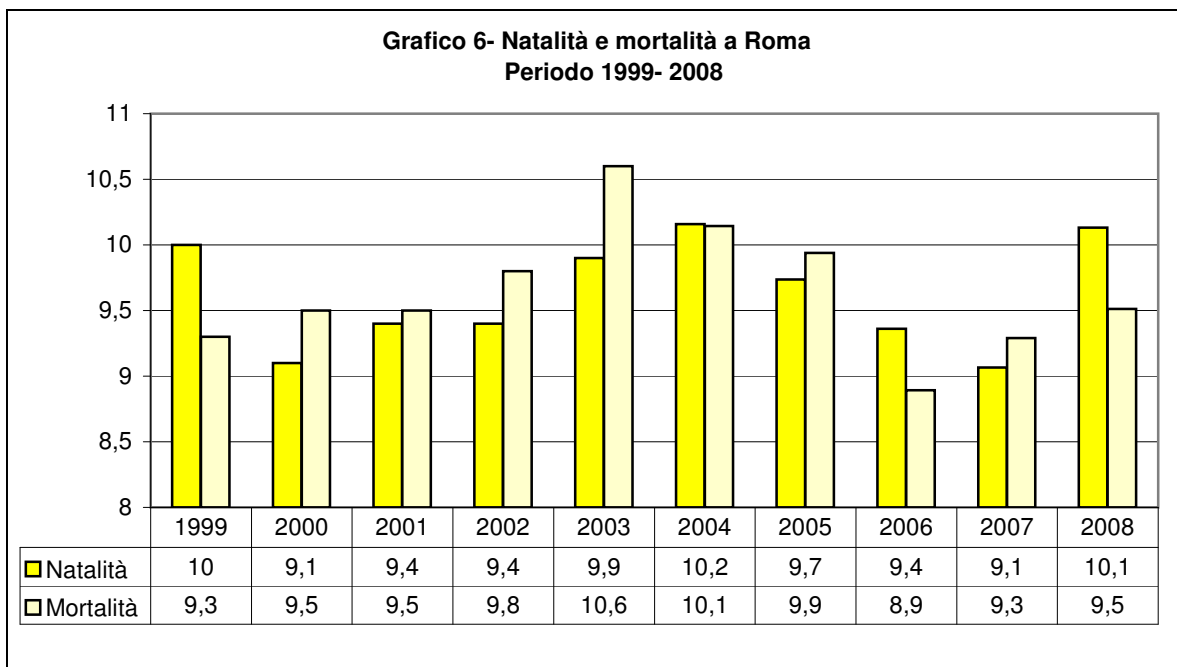
(\*) Il valore dell'incremento, per l'anno 2006, risente delle operazioni di revisione anagrafe che hanno comportato un aumento della popolazione residente del Comune di Roma



Saldo naturale = nati meno morti

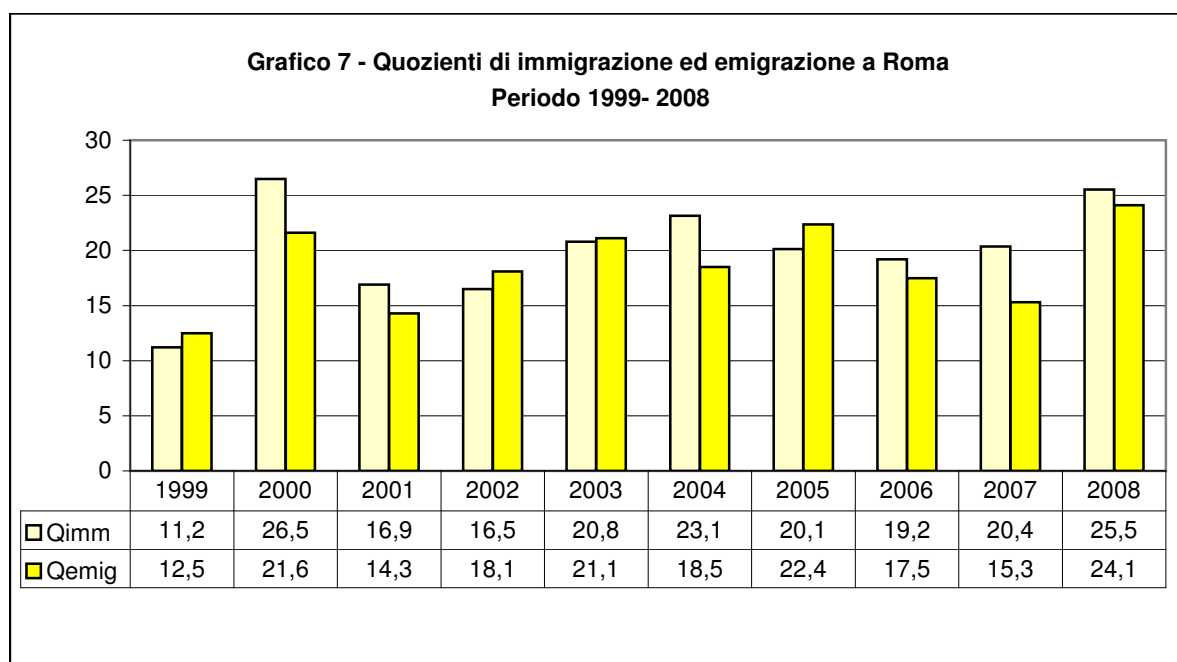


Saldo migratorio = immigrati meno emigrati



Natalità = nati nell'anno su popolazione residente a fine anno per mille abitanti

Mortalità = decessi nell'anno su popolazione residente a fine anno per mille abitanti



Quoziente di immigrazione = immigrati nell'anno su popolazione residente a fine anno per mille abitanti

Quoziente di emigrazione = emigrati nell'anno su popolazione residente a fine anno per mille abitanti



SPENDERE IN CITTA'





**Tav. 1 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ROMA**  
Anni 2007-2008 Base dic. 1998=100

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	126,5	127,2	128,6	129,1	129,8	130,4	130,7	131,2	131,7	131,9	132,1	132,3	132,5	132,8	133,0
Bevande alcoliche e tabacchi	149,0	149,2	149,5	149,6	149,9	149,9	153,0	153,1	153,3	153,5	153,7	153,6	153,6	155,4	157,1
Abbigliamento e calzature	124,1	124,2	123,8	123,7	123,8	123,9	123,9	123,9	124,1	124,5	124,6	124,6	124,6	124,2	123,8
Abit., acqua, en. elet. e combust.	131,5	131,6	131,9	133,6	134,1	134,7	136,6	136,5	136,2	137,3	137,1	138,2	139,1	139,1	139,0
Mobili, art. e servizi per la casa	119,1	120,1	120,1	119,8	119,8	120,0	120,2	120,3	120,7	120,7	120,9	120,9	121,0	121,6	121,7
Servizi sanitari e spese salute	105,5	105,2	105,3	105,3	105,2	105,2	105,3	105,3	105,8	105,7	106,1	106,1	106,2	106,5	106,4
Trasporti	131,9	131,9	133,3	132,9	135,0	136,4	137,4	137,4	135,9	134,6	132,1	130,7	129,8	129,7	129,2
Comunicazioni	69,7	69,5	69,5	69,4	69,0	69,1	68,6	68,3	68,0	68,0	68,1	68,3	67,9	68,6	68,8
Ricreazione, spettacolo,cultura	113,4	114,2	114,2	113,9	113,5	114,0	114,5	115,5	114,1	114,4	114,3	114,8	114,5	115,4	115,3
Istruzione	122,1	122,1	122,1	122,3	122,3	122,3	122,3	122,3	123,9	124,7	124,7	124,7	124,7	124,7	124,7
Servizi ricettivi e di ristorazione	142,9	143,8	146,8	147,9	149,3	149,8	147,1	146,8	151,9	151,9	148,3	146,7	145,0	145,2	146,4
Altri beni e servizi	129,5	130,3	130,9	130,7	131,1	131,2	131,2	131,4	131,8	132,2	132,8	132,8	132,9	133,3	133,8
<b>NIC</b>	<b>123,7</b>	<b>124,1</b>	<b>125,0</b>	<b>125,2</b>	<b>125,9</b>	<b>126,4</b>	<b>126,5</b>	<b>126,6</b>	<b>127,1</b>	<b>127,1</b>	<b>126,3</b>	<b>126,1</b>	<b>125,8</b>	<b>126,1</b>	<b>126,2</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>123,1</b>	<b>123,5</b>	<b>124,3</b>	<b>124,5</b>	<b>125,2</b>	<b>125,2</b>	<b>125,8</b>	<b>125,9</b>	<b>126,4</b>	<b>126,4</b>	<b>125,6</b>	<b>125,4</b>	<b>125,1</b>	<b>125,3</b>	<b>125,4</b>

**Tav. 2 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ROMA**  
Anni 2008-2009 Base dic. 1998=100 - Variazioni congiunturali<sup>1</sup>

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	0,6	0,6	1,1	0,4	0,5	0,5	0,2	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Bevande alcoliche e tabacchi	2,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,0	2,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1	-	1,2	1,1
Abbigliamento e calzature	-	0,1	-0,3	-0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0	-0,3	-0,3
Abit., acqua, en. elet. e combust.	1,9	0,1	0,2	1,3	0,4	0,4	1,4	-0,1	-0,2	0,8	-0,1	0,8	0,7	-	-0,1
Mobili, art. e servizi per la casa	0,8	0,8	0,0	-0,2	-	0,2	0,2	0,1	0,3	0,0	0,2	0,0	0,1	0,5	0,1
Servizi sanitari e spese salute	-	-0,3	0,1	-	-0,1	0,0	0,1	0,0	0,5	-0,1	0,4	0,0	0,1	0,3	-0,1
Trasporti	0,6	-	1,1	-0,3	1,6	1,0	0,7	0,0	-1,1	-1,0	-1,9	-1,1	-0,7	-0,1	-0,4
Comunicazioni	-0,6	-0,3	-	-0,1	-0,6	0,1	-0,7	-0,4	-0,4	0,0	0,1	0,3	-0,6	1,0	0,3
Ricreazione, spettacolo,cultura	-0,4	0,7	-	-0,3	-0,4	0,4	0,4	0,9	-1,2	0,3	-0,1	0,4	-0,3	0,8	-0,1
Istruzione	-	-	-	0,2	-	0,0	0,0	0,0	1,3	0,6	-	-	-	-	-
Servizi ricettivi e di ristorazione	-1,5	0,6	2,1	0,7	0,9	0,3	-1,8	-0,2	3,5	0,0	-2,4	-1,1	-1,2	0,1	0,8
Altri beni e servizi	0,3	0,6	0,5	-0,2	0,3	0,1	0,0	0,2	0,3	0,3	0,5	0,0	0,1	0,3	0,4
<b>NIC</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>

**Tav. 3 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ROMA**  
Anni 2008-2009 Base dic. 1998=100 - Variazioni tendenziali<sup>2</sup>

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	4,3	4,8	5,8	5,9	6,2	6,6	6,8	6,8	6,6	6,0	5,7	5,3	4,7	4,4	3,4
Bevande alcoliche e tabacchi	4,7	2,8	3,0	3,0	3,2	3,1	5,2	5,2	5,1	5,5	5,5	5,3	3,1	4,2	5,1
Abbigliamento e calzature	0,8	0,9	0,4	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,2	0,5	0,5	0,4	0,4	-	-
Abit., acqua, en. elet. e combust.	4,8	4,7	4,9	5,0	5,9	6,2	7,5	7,6	6,7	7,0	6,2	7,1	5,8	5,7	5,4
Mobili, art. e servizi per la casa	5,9	6,4	6,3	6,0	2,0	2,1	2,2	2,1	2,3	2,2	2,4	2,4	1,6	1,2	1,3
Servizi sanitari e spese salute	0,9	-0,2	-0,5	-0,4	-0,5	-0,3	-0,1	-0,1	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	1,2	1,0
Trasporti	4,8	4,8	5,0	4,3	5,3	5,7	5,9	6,2	5,7	4,3	1,5	-0,3	-1,6	-1,7	-3,1
Comunicazioni	-8,3	-8,1	-1,8	-2,3	-2,8	-1,7	-2,8	-3,3	-3,5	-2,7	-2,9	-2,6	-2,6	-1,3	-1,0
Ricreazione, spettacolo,cultura	0,8	1,1	1,1	1,0	1,5	1,4	1,7	1,5	0,8	1,1	0,9	0,8	1,0	1,1	1,0
Istruzione	2,4	2,4	2,4	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6	1,7	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Servizi ricettivi e di ristorazione	2,4	2,2	1,7	-0,7	-0,3	0,2	0,1	-0,1	1,5	-0,1	0,7	1,1	1,5	1,0	-0,3
Altri beni e servizi	2,5	2,7	2,9	2,8	2,7	2,7	2,6	2,7	2,6	3,0	2,9	2,9	2,6	2,3	2,2
<b>NIC</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,1</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,0</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,0</b>	<b>2,4</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>

(1) variazione congiunturale: variazione percentuale dell'indice relativo al mese di rilevazione rispetto al mese precedente.

(2) variazione tendenziale: variazione percentuale dell'indice relativo al mese di rilevazione rispetto allo stesso mese dell'anno precedente

**Tav. 4 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ITALIA**  
Anni 2008-2009 Base 1995=100

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	131,8	132,4	133,2	133,9	134,5	135,1	135,3	135,6	136,0	136,3	136,4	136,6	136,8	137,0	137,2
Bevande alcoliche e tabacchi	171,7	171,8	172,1	172,4	172,7	172,9	176,4	176,6	176,8	177,0	177,1	177,2	177,2	179,3	181,1
Abbigliamento e calzature	134,0	134,1	134,4	134,6	134,8	134,9	134,9	134,8	135,4	135,8	136,0	136,1	136,2	136,1	136,4
Abit., acqua, en. elet. e combust.	152,1	152,6	153,0	155,3	156,3	157,3	159,7	159,2	158,7	159,8	159,1	159,0	158,3	158,4	158,2
Mobili, art. e servizi per la casa	130,0	130,6	130,8	131,0	131,4	131,6	131,7	131,9	132,1	132,4	132,7	132,8	132,9	133,4	133,5
Servizi sanitari e spese salute	121,3	121,4	121,4	121,4	121,5	121,6	121,7	121,7	121,9	121,8	122,0	122,1	122,3	122,7	122,7
Trasporti	141,6	141,7	143,7	143,2	145,9	148,0	149,4	149,7	147,2	145,6	142,3	140,7	139,4	139,4	138,8
Comunicazioni	69,9	69,6	69,7	69,5	69,0	69,1	68,6	68,1	67,7	67,7	67,9	68,1	67,6	68,3	68,4
Ricreazione, spettacolo,cultura	121,9	122,4	122,5	122,2	122,0	122,3	123,0	123,8	122,1	122,2	122,2	122,8	122,6	123,3	123,0
Istruzione	138,8	138,9	138,9	138,9	138,9	139,0	139,0	139,0	140,6	141,7	141,8	141,9	141,9	141,9	141,9
Servizi ricettivi e di ristorazione	147,2	147,5	148,5	149,1	149,8	150,3	151,1	151,5	151,3	151,1	150,5	150,2	149,9	150,2	150,4
Altri beni e servizi	142,5	143,3	143,7	143,7	144,3	144,5	144,6	144,8	145,0	145,5	145,7	145,8	146,1	146,7	147,1
<b>NIC</b>	<b>134,5</b>	<b>134,8</b>	<b>135,5</b>	<b>135,8</b>	<b>136,5</b>	<b>137,1</b>	<b>137,8</b>	<b>138,0</b>	<b>137,6</b>	<b>137,6</b>	<b>137,1</b>	<b>136,9</b>	<b>136,7</b>	<b>137,0</b>	<b>137,1</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>133,9</b>	<b>134,2</b>	<b>134,9</b>	<b>135,2</b>	<b>136,0</b>	<b>136,6</b>	<b>137,2</b>	<b>137,4</b>	<b>137,0</b>	<b>137,0</b>	<b>136,5</b>	<b>136,3</b>	<b>136,1</b>	<b>136,4</b>	<b>136,4</b>

**Tav. 5 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ITALIA**  
Anni 2008-2009 Base 1995=100 - Variazioni congiunturali<sup>1</sup>

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	0,6	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4	0,1	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Bevande alcoliche e tabacchi	2,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	2,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	1,2	1,0
Abbigliamento e calzature	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	-0,1	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	0,2
Abit., acqua, en. elet. e combust.	1,5	0,3	0,3	1,5	0,6	0,6	1,5	-0,3	-0,3	0,7	-0,4	-0,1	-0,4	0,1	-0,1
Mobili, art. e servizi per la casa	0,7	0,5	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,4	0,1
Servizi sanitari e spese salute	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	-0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	-
Trasporti	0,4	0,1	1,4	-0,3	1,9	1,4	0,9	0,2	-1,7	-1,1	-2,3	-1,1	-0,9	-	-0,4
Comunicazioni	-0,7	-0,4	0,1	-0,3	-0,7	0,1	-0,7	-0,7	-0,6	0,0	0,3	0,3	-0,7	1,0	0,1
Ricreazione, spettacolo,cultura	-0,4	0,4	0,1	-0,2	-0,2	0,2	0,6	0,7	-1,4	0,1	-	0,5	-0,2	0,6	-0,2
Istruzione	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	1,2	0,8	0,1	0,1	-	-	-
Servizi ricettivi e di ristorazione	0,1	0,2	0,7	0,4	0,5	0,3	0,5	0,3	-0,1	-0,1	-0,4	-0,2	-0,2	0,2	0,1
Altri beni e servizi	0,4	0,6	0,3	0,0	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,4	0,3
<b>NIC</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>

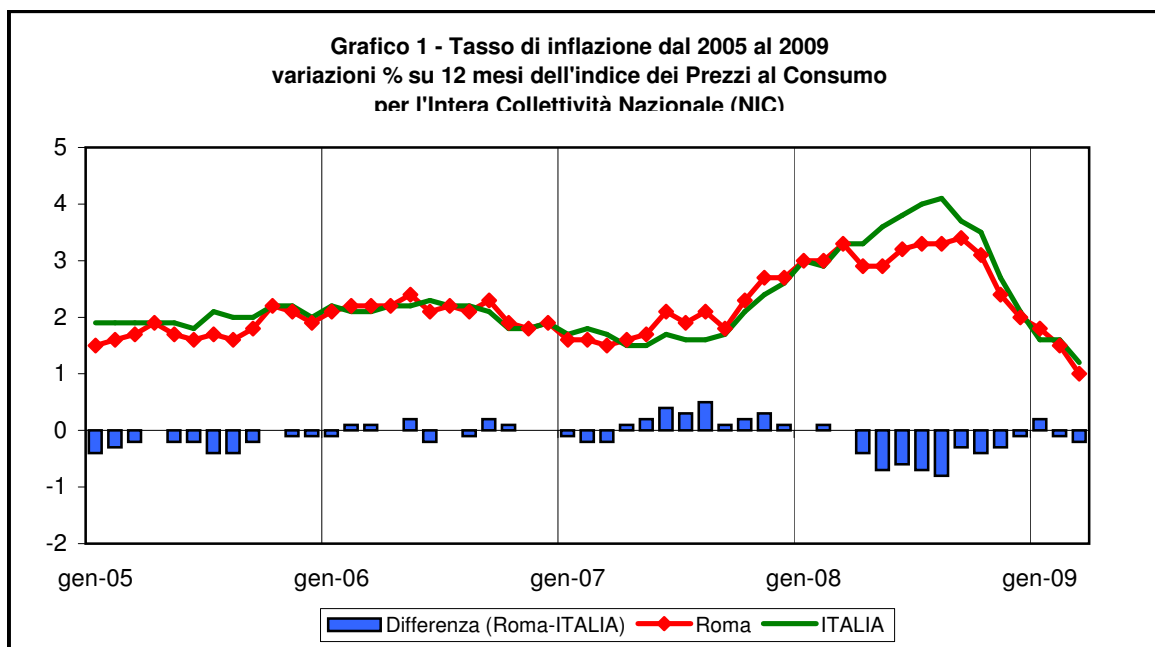
**Tav. 6 - Numeri indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale (NIC) per capitoli di spesa - ITALIA**  
Anni 2008-2009 Base 1995=100 - Variazioni tendenziali<sup>2</sup>

Capitoli	2008												2009		
	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar
Prod. alimentari e bevande analc.	4,5	4,9	5,5	5,6	5,8	6,3	6,3	6,5	6,6	5,2	4,7	4,3	3,8	3,5	3,0
Bevande alcoliche e tabacchi	4,5	2,6	2,8	2,9	3,0	3,1	5,2	5,2	5,3	5,3	5,3	5,3	3,2	4,4	5,2
Abbigliamento e calzature	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8	1,9	1,8	1,7	2,2	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,5
Abit., acqua, en. elet. e combust.	4,0	4,0	4,3	6,1	6,8	7,4	8,9	8,2	7,9	7,5	6,4	6,1	4,1	3,8	3,4
Mobili, art. e servizi per la casa	3,6	3,4	3,5	3,6	2,9	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	2,8	2,9	2,2	2,1	2,1
Servizi sanitari e spese salute	0,7	-0,1	-0,3	-0,3	-0,2	-0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,5	0,7	0,8	1,1	1,1
Trasporti	5,4	5,5	5,8	5,1	6,3	7,8	7,9	7,3	5,7	5,1	1,9	-0,2	-1,6	-1,6	-3,4
Comunicazioni	-8,5	-8,4	-2,1	-2,7	-3,5	-3,4	-3,0	-3,9	-4,5	-3,6	-3,6	-3,3	-3,3	-1,9	-1,9
Ricreazione, spettacolo,cultura	0,7	0,7	0,7	0,9	1,1	1,3	1,7	2,0	-0,2	0,5	0,4	0,3	0,6	0,7	0,4
Istruzione	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	3,6	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Servizi ricettivi e di ristorazione	2,5	2,6	2,8	2,4	2,5	2,8	3,1	2,8	2,2	2,3	2,5	2,2	1,8	1,8	1,3
Altri beni e servizi	3,0	3,2	3,3	3,0	2,9	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	2,7	2,7	2,5	2,4	2,4
<b>NIC</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>4,3</b>	<b>4,2</b>	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>
<b>NIC (senza tabacchi)</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>4,3</b>	<b>4,2</b>	<b>3,7</b>	<b>3,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,1</b>

(1) variazione congiunturale: variazione percentuale dell'indice relativo al mese di rilevazione rispetto al mese precedente.

(2) variazione tendenziale: variazione percentuale dell'indice relativo al mese di rilevazione rispetto allo stesso mese dell'anno precedente







# FOCUS

## Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione

Diffusione e utilizzo a Roma e nel Lazio





## **LE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE.**

### **Diffusione e utilizzo a Roma e nel Lazio<sup>1</sup>.**

#### **Premessa**

Nel marzo del 2000 i ministri europei, convocati a Lisbona in occasione del Consiglio, si pongono l'ambizioso obiettivo di fare dell'Unione, entro il 2010, "l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo". A tal fine stimolano i governi ad accelerare il processo di alfabetizzazione tecnologica affinché tutte le fasce di popolazione possano partecipare attivamente alla società della conoscenza.

Con la riforma dei Fondi strutturali 2000-2006 la Società dell'Informazione entra a far parte degli obiettivi come strategia innovativa ed essenziale per la crescita delle aree europee in ritardo di sviluppo. In Italia il Quadro Comunitario di Sostegno (QCS) prevede, attraverso la partecipazione degli attori locali e la condivisione degli orientamenti della Commissione Europea, l'incentivazione dell'accesso e dell'uso delle nuove tecnologie nella pubblica amministrazione, nei servizi e nelle imprese e nello stesso tempo un'azione di sensibilizzazione dei soggetti coinvolti.

Coerentemente con le direttive definite dall'Unione Europea, il Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie, nel giugno del 2002 ha sancito le Linee Guida del Governo per lo sviluppo della Società dell'Informazione nella legislatura, specificando in particolare che « Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), con il loro grande potenziale di innovazione, costituiscono uno strumento la cui pervasività investe quasi tutti i settori della vita di un Paese; uno strumento necessario per l'attuazione di un disegno di cambiamento [...] Presupposto fondamentale della strategia definita dal governo è la collaborazione sia con le Amministrazioni Centrali e Locali, che con il mondo dell'economia, della ricerca e del sociale ».

L'Italia ha raccolto le direttive dell'Unione Europea attraverso un'azione di regionalizzazione attinente sia ai compiti di individuazione degli obiettivi specifici per lo sviluppo della Società dell'informazione sia alla gestione dei Programmi e l'attuazione degli interventi.

Conseguentemente, nel tempo, nelle varie realtà locali, si è assistito ad un susseguirsi di interventi a sostegno dello sviluppo della società dell'informazione, proprio perché la diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) è vista in modo crescente come una straordinaria opportunità di sviluppo, in particolare per i Paesi e le regioni in ritardo.

Le più importanti organizzazioni internazionali stanno definendo nuove strategie di intervento incentrate sull'ICT a sostegno dei Paesi in ritardo di sviluppo: l'ONU, il G8, l'Oecd e la Banca mondiale hanno predisposto piani di intervento, spesso collegati tra loro, per favorire la diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione. L'attenzione internazionale all'ICT ed al suo

---

<sup>1</sup> I dati delle indagini campionarie Istat sono richiesti dall'Ufficio di Statistica del Comune di Roma per competenza territoriale. Per motivi di numerosità campionaria in alcuni casi le stime contengono percentuali di errore piuttosto elevate. Il servizio studi dell'Ufficio di Statistica del Comune di Roma, pur cosciente di queste limitazioni, ha ritenuto di poter effettuare le elaborazioni e le analisi presentate in questo articolo, per esclusivi motivi di studio e ricerca e se ne assume, dunque, la totale responsabilità.

legame con lo sviluppo si è accentuata con la crescita dell'attenzione verso il *digital divide*, una nuova forma di divisione sociale tra chi ha la possibilità di accedere alle nuove tecnologie della Società dell'Informazione e chi, invece, ne rimane escluso. Se è vero che la diffusione dell'ICT può essere condizione di sviluppo, il *digital divide* pone un vincolo ulteriore alle regioni in ritardo, contribuendo ad aumentare i divari già esistenti. In ragione di ciò i governi, nelle forme tradizionali e nelle nuove forme connesse all'e-government, intervengono per rimuovere anche questi ostacoli e passare dal *divide* al *digital dividend*.

Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono oggi universalmente riconosciute come una delle spinte propulsive per una crescita rapida e sostenibile di ogni paese nell'ambito del proprio processo di sviluppo.

L'accelerazione tecnologica che si sta vivendo ha reso disponibili strumenti di comunicazione e informazione sempre più potenti, capaci di trasformare profondamente le organizzazioni pubbliche e private. Queste tecnologie si sono rivelate mezzi straordinari per migliorare la qualità, la velocità e l'affidabilità dei servizi offerti ai cittadini e alle imprese. Nei Paesi in via di sviluppo offrono un'opportunità unica per entrare nel futuro, per accelerare il loro sviluppo economico e sociale e per beneficiare della rete informatica globale a basso costo.

Di fatto, però, oltre il 50% della popolazione mondiale è completamente esclusa dai benefici offerti dall'ICT. Il *digital divide* genera povertà di informazione e conoscenza che limita fortemente la possibilità di crescita di numerosi gruppi della popolazione mondiale che, sempre più nettamente, sono separati da un profondo solco dai paesi più ricchi. Politiche e strumenti per la riduzione del *digital divide* costituiscono ormai uno dei temi della globalizzazione di maggiore interesse.

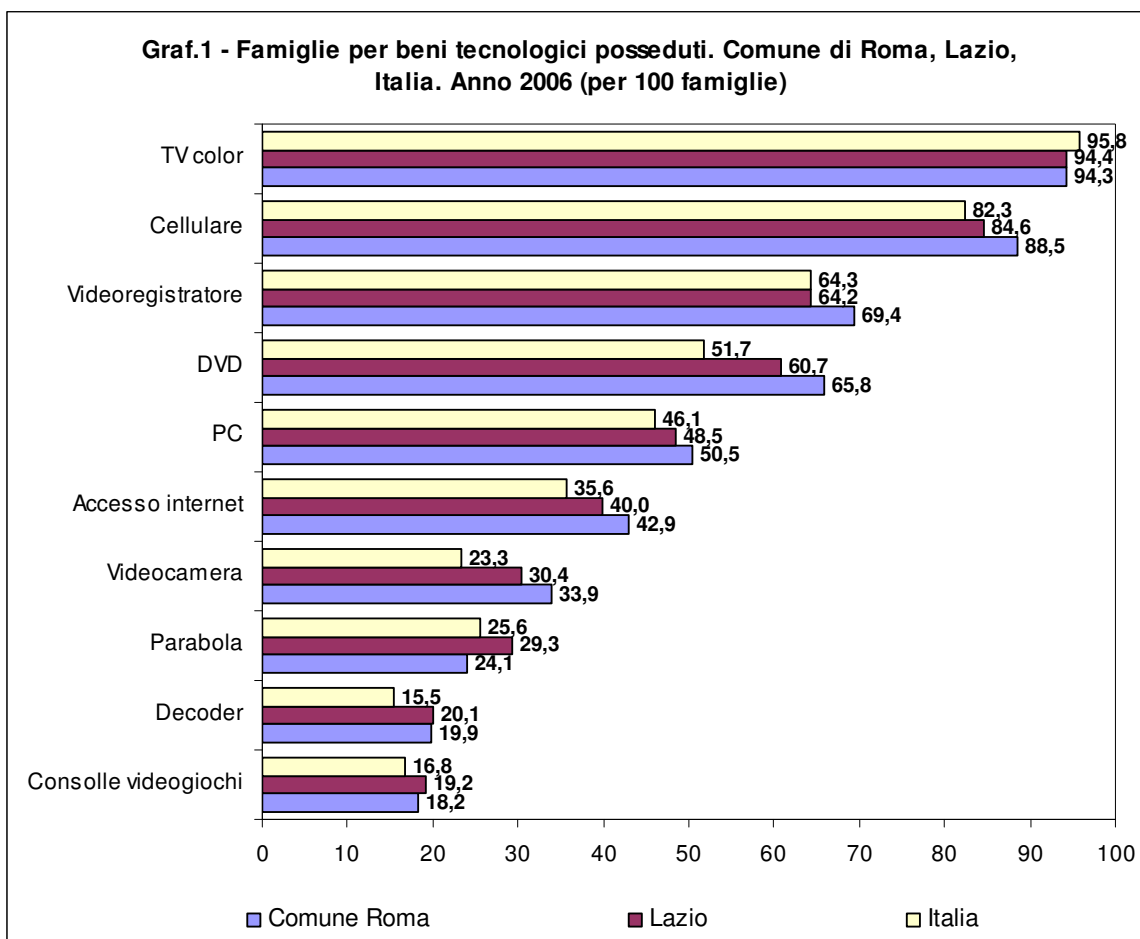
Per monitorare l'evoluzione e lo sviluppo della società dell'informazione è importante raccogliere dati ed informazioni che ne testimonino l'evoluzione nelle varie realtà locali.

## **1. Beni tecnologici nelle famiglie**

A Roma, come nel resto del Paese, i beni tecnologici più diffusi sono la televisione, presente nel 94,3% delle famiglie, e il cellulare (88,5%), che ormai è diventato uno strumento comunicativo di base, alla portata di tutti e che rientra tra i beni di consumo di massa. Seguono il videoregistratore (69,4%), il lettore DVD (65,8%), il personal computer (50,5%) e l'accesso ad Internet (42,9%).

Tra i beni tecnologici posseduti dalle famiglie romane hanno un certo rilievo anche la videocamera, l'antenna parabolica, il decoder e la consolle dei videogiochi.

Il televisore, che è presente nella quasi totalità delle famiglie italiane, è uno dei beni che è stato interessato dalle maggiori trasformazioni. L'86,4% delle famiglie ha ancora il televisore analogico di tipo tradizionale, mentre il 6,0% dei nuclei possiede un televisore digitale e il 4,4% utilizza la TV via cavo.



Rispetto al resto dell'Italia a Roma risulta maggiore la quota di famiglie che posseggono alcuni beni, quali il cellulare (l'85,5% contro l'84,6% del Lazio e l'82,3 dell'Italia), il lettore DVD (il 65,8% contro il 60,7% del Lazio e il 51,7% dell'Italia) e anche il videoregistratore (il 69,4% contro il 64,2% del Lazio e il 64,3% dell'Italia), sebbene quest'ultimo strumento stia scomparendo dal mercato soppiantato da tecnologie più moderne e versatili.

Il personal computer è presente nella metà delle famiglie romane (contro il 48,5% delle famiglie laziali e il 46,1% delle famiglie italiane) e tra queste vi è una quota consistente di nuclei che possiede due o più macchine (19,6%).

La diffusione di Internet è un indice della potenzialità dell'uso delle tecnologie e, soprattutto, della capacità della popolazione di accedere all'ICT nella qualità di consumatori.

L'accesso ad Internet è appannaggio di circa il 43% delle famiglie romane, una quota che risulta essere superiore rispetto alla media sia nazionale (35,6%) che regionale (40%).

La quasi totalità delle famiglie che ha accesso ad internet si connette utilizzando il PC da scrivania (71,6%) o il portatile (31,8%). Meno diffusa è la connessione tramite un telefono cellulare

abilitato (6,8%) o un PC palmare (0,7%), mentre è del tutto residua la percentuale di famiglie che si connette ad Internet con la consolle dei videogiochi e con la tv abilitata.

A Roma il tipo di connessione più diffuso è quello con DSL (60,8%), mentre la quota restante di famiglie invece accede ad Internet tramite il modem (36,6%), senza cavi (1,9%) o tramite un altro tipo di connessione a banda larga (0,5%).

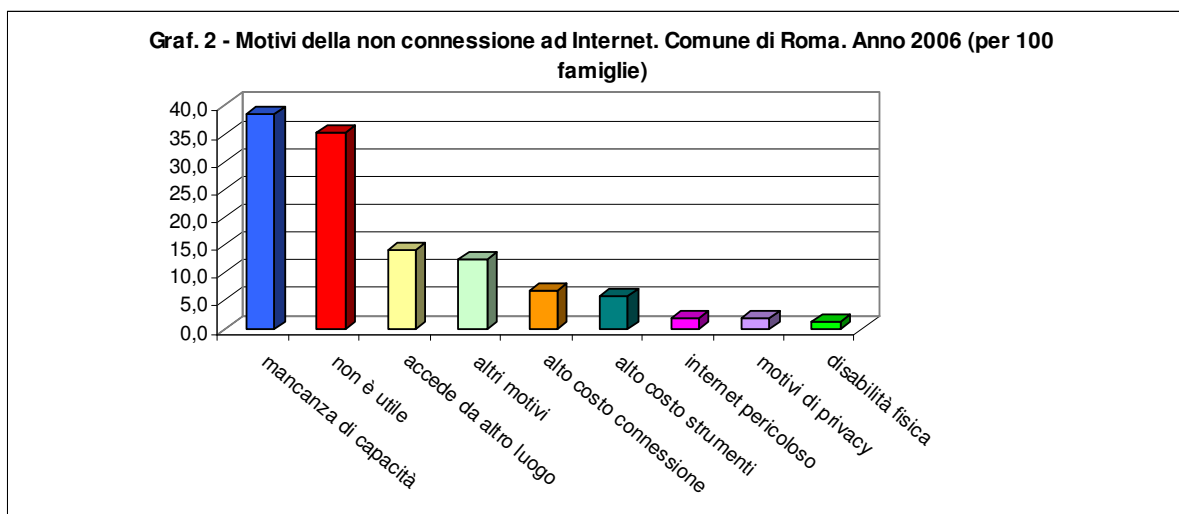
Nella capitale dunque risulta migliore la qualità della connessione usata per accedere ad internet: è minore, infatti, la quota di connessioni a banda stretta (modem su linea telefonica tradizionale o linea telefonica ISDN), che passa dal 36,6% di Roma al 47,6% del Lazio e al 52,6% del Paese, ed è maggiore, invece, la quota di famiglie con connessione a banda larga (linea telefonica ADSL o altro tipo di connessione a banda larga) che passa dal 61,3% al 45,3% del Lazio e al 41,6% dell'Italia.

### **Disinteresse e mancanza di capacità i motivi principali del non accesso di Internet da casa**

Il 48,5% delle famiglie non possiede un personal computer, mentre il 56,2% non accede ad Internet da casa ed è quindi esclusa dalle possibilità offerte dal web.

Tra i motivi per cui non si naviga in Internet da casa, le famiglie indicano in primo luogo la mancanza di capacità (38,4%), mentre al secondo posto segnalano l'inutilità dello strumento e il disinteresse (35,1%). Il 14,2% delle famiglie non ha accesso ad Internet da casa perché accede da un altro luogo, mentre il 5,8% degli intervistati considera costosi gli strumenti necessari per connettersi e il 6,9% ritiene costoso il collegamento. Si attestano intorno al 5% le motivazioni come la disabilità fisica, la privacy e la pericolosità dei contenuti di Internet.

La scarsa diffusione della navigazione in Internet da casa tra le famiglie dipende, quindi, solo in misura ridotta da problemi di costo dello strumento. Principalmente la non accessibilità ad internet si può ricondurre ad un problema socio-culturale in quanto la maggior parte delle famiglie non percepisce l'utilità di questo strumento o non si ritiene in grado di utilizzarlo.





## **Le differenze sociali nel possesso dei beni tecnologici**

Tra le famiglie si osserva un forte divario tecnologico da ricondurre a fattori di tipo generazionale, culturale ed economico.

Le famiglie con almeno un minorenni che possiedono il personal computer e l'accesso ad Internet sono rispettivamente il 79,5% e il 69,8% dei casi. Sono queste famiglie ad avere il più alto tasso di possesso di connessione a banda larga (34%), mentre per loro il telefono cellulare ha raggiunto i livelli di diffusione della televisione (97,9%). Molto diffusi anche il videoregistratore (80,3%) e il lettore DVD (81,4%).

Nelle famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista sono presenti più che in altre famiglie beni tecnologici di ultime generazioni quali il personal computer (85,5%), l'accesso ad Internet (78,7%) e l'antenna parabolica (37,4%). Per quanto riguarda altri beni legati al televisore, il possesso del lettore DVD (88,6%) ha superato quello del videoregistratore (78,9%), contrariamente a ciò che succede nel resto del paese.

Le famiglie romane più svantaggiate sono quelle con il capofamiglia operaio o quelle in cui il capofamiglia non è occupato. A Roma il divario nel possesso dei beni tecnologici tra le famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista e quelle con capofamiglia operaio, tende ad essere maggiore, rispetto al resto del Paese, soprattutto per alcuni beni tecnologici come il PC, Internet e la videocamera. Le differenze tra i due tipi di famiglie si avvertono anche nel possesso di altri strumenti innovativi come la parabola e il decoder. Gli unici beni per cui non si avverte il divario sono il cellulare e la televisione, uno strumento tradizionale che ormai ha raggiunto tutte le case ed è molto presente sia tra le famiglie romane con capofamiglia operaio che tra quelle con capofamiglia non occupato.

**Tab. 1 - Famiglie per beni tecnologici e condizione occupazionale del capofamiglia. Comune di Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (valori percentuali)**

Ripartizione territoriale	TV color	Parabola	Decoder	DVD	Videoregistratore	Cellulare	PC	Internet	Videocamera
Dirigente, imprenditore, libero professionista									
Comune di Roma	92,0	37,4	27,5	88,6	78,9	100,0	85,4	78,7	54,0
Lazio	100,0	38,7	16,1	75,7	70,4	88,1	66,6	55,2	26,2
Italia	95,7	44,8	26,2	78,4	83,8	96,3	80,6	70,2	49,9
Direttivo, quadro, impiegato									
Comune di Roma	94,1	31,7	26,6	84,5	80,0	99,1	75,6	66,8	51,2
Lazio	97,8	28,0	21,7	55,2	70,8	87,0	44,5	36,8	27,1
Italia	94,4	33,6	22,5	76,6	82,2	95,5	74,7	61,3	42,3
Operai, subalterni, apprendisti, lavoratori a domicilio									
Comune di Roma	94,1	21,6	24,1	78,5	65,0	100,0	41,7	29,8	40,3
Lazio	95,8	14,9	7,6	33,6	46,5	73,0	20,2	11,4	10,7
Italia	95,4	29,0	17,3	65,8	74,1	94,9	49,9	33,0	28,5
Lavoratori in proprio, coadiuvanti, soci di cooperativa									
Comune di Roma	92,8	32,1	29,8	75,9	70,8	96,4	51,3	45,3	24,9
Lazio	98,5	19,0	11,5	40,7	49,2	65,9	19,6	16,3	10,2
Italia	95,5	37,3	19,4	68,4	77,9	94,2	60,6	45,8	36,3
Non occupati									
Comune di Roma	96,8	17,4	13,2	49,0	64,5	78,6	33,0	26,2	21,0
Lazio	96,7	21,5	13,3	44,2	55,6	75,8	32,9	25,4	17,3
Italia	96,5	16,5	9,9	31,0	49,2	68,9	26,6	20,2	12,3
TOTALE									
Comune di Roma	94,3	24,1	19,9	65,8	69,4	88,5	50,5	42,9	33,9
Lazio	94,4	29,3	20,1	60,7	64,2	84,6	48,5	40,0	30,4
Italia	95,8	25,6	15,5	51,7	64,3	82,3	46,1	35,6	23,3

## 2. L'utilizzo delle tecnologie da parte degli individui

### Uso del cellulare

L'indagine rileva anche l'uso dei beni tecnologici da parte degli individui. Oltre l'80% degli individui di 6 anni e più dichiara di utilizzare il telefono cellulare e tra questi il 60,5% afferma di servirsi di questo strumento tutti i giorni.

Esplorando la variabile di genere, emerge che gli uomini più delle donne affermano di usare frequentemente questo mezzo di comunicazione. Tra coloro che hanno dichiarato di usare il cellulare, il 65,7% sostiene di adoperarlo anche per scrivere o ricevere messaggi, contro un restante 33%% che invece non lo usa in tal modo.

**Tab. 2 – Persone di 6 anni e più per utilizzo telefono cellulare. Comune di Roma. Anno 2006 (valori percentuali)**

Uso cellulare	Maschi	Femmine	Totale
Tutti i giorni	65,3	56,4	60,5
Qualche volta a settimana	13,5	17,4	15,6
1 volta a settimana	1,2	0,7	1,0
Qualche volta al mese	2,8	3,7	3,3
Qualche volta all'anno	1,6	2,2	1,9
Mai	10,5	15,8	13,4
n.r.	5,1	3,8	4,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

L'età delle persone è comunque una variabile discriminante rispetto all'uso che si fa del telefonino; si rileva infatti che sono soprattutto gli individui più giovani tra gli 11 e i 24 anni ad impiegare il cellulare per inviare e ricevere messaggi sms o mms (oltre il 94%), mentre sono le persone più anziane ad utilizzare lo strumento tradizionalmente.

Per comprendere meglio quanto le nuove tecnologie stiano prendendo il sopravvento sui sistemi tradizionali di comunicazione, agli intervistati è stato anche chiesto in che misura i messaggi tramite il telefonino abbiano sostituito l'uso della posta tradizionale. Dai dati emerge che oltre il 67% di coloro che usano il cellulare per inviare e ricevere sms o mms afferma di aver sostituito in parte o in tutto la posta tradizionale con il sistema dei messaggi.

### Il personal computer

Nel 2006 il 46,5% della popolazione di 3 anni e più utilizza il personal computer, una quota che risulta superiore rispetto sia alla percentuale di utenti del Lazio (43,7%) sia a quella del resto del Paese (41,4%). Relativamente alla frequenza di utilizzo si evidenzia un numero consistente di

persone che dichiarano di utilizzare il personal computer tutti i giorni (30,7% di Roma contro il 24,7% del Lazio e del 22,9% del resto dell'Italia).

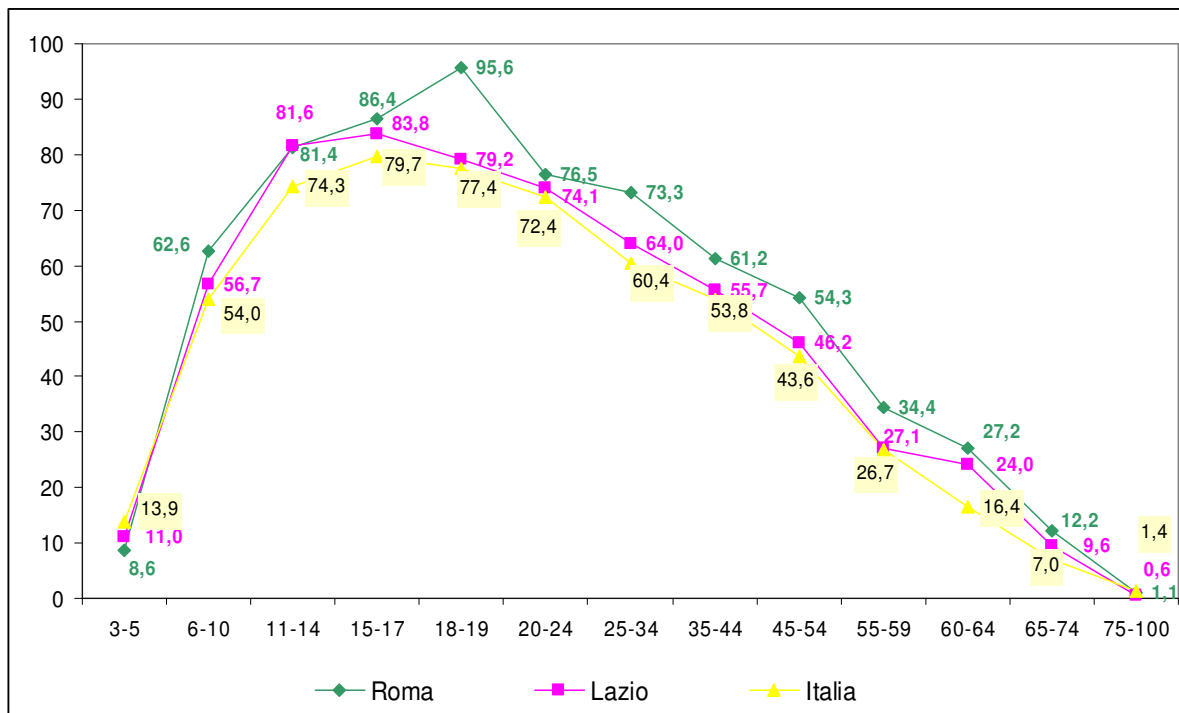
**Tab. 3 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer. Comune di Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (valori percentuali)**

Ripartizione territoriale	Uso del personal computer						
	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Qualche volta al mese	Qualche volta l'anno	Mai	n.r.	Totale
				Maschi			
Roma	38,5	9,3	3,0	0,4	43,0	4,3	100,0
Lazio	31,2	14,0	3,6	0,9	45,7	4,7	100,0
Italia	27,9	14,1	3,2	1,7	50,6	2,5	100,0
				Femmine			
Roma	24,0	12,6	2,5	2,0	54,1	4,8	100,0
Lazio	18,7	14,6	2,9	2,0	57,7	4,2	100,0
Italia	18,1	12,6	3,5	1,9	61,7	2,2	100,0
				Totale			
Roma	30,7	11,8	2,7	1,2	49,0	4,6	100,0
Lazio	24,7	14,3	3,2	1,5	51,9	4,5	100,0
Italia	22,9	13,4	3,3	1,8	56,3	2,4	100,0

In linea con il resto del paese, l'uso del personal computer vede coinvolti soprattutto i giovani. A Roma il picco di utilizzo si ha tra i 18 e i 19 anni (oltre il 95%), sebbene siano numerosi anche i giovani che usano il PC con un'età tra i 15 e 17 anni (86,4%) e tra gli 11 e 14 anni (81,4%); di contro, l'utilizzo dello strumento decresce rapidamente all'aumentare dell'età. Già tra le persone di 45-54 anni l'uso del personal computer (54,3%) è molto più contenuto, mentre tra i 60-64-enni solo il 24% usa questo mezzo. Infine, tra gli ultra sessantacinquenni l'uso di queste tecnologie è ancora un fenomeno marginale (Graf. 3).

Sebbene si rilevi una situazione migliore rispetto al resto della popolazione della regione e del Paese, si riscontrano forti differenze di genere nell'uso del personal computer: dichiarano, infatti, di utilizzare il personal computer il 52,6% degli uomini a fronte del 41,2% delle donne.

**Graf. 3 Persone di 3 anni e più che utilizzano il personal computer per classi d'età. Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)**



Analizzando il grado di istruzione, emerge che sono le persone con un livello più alto che fanno un maggior uso del personal computer. Va sottolineato, infatti, che tra coloro che hanno un titolo di studio post laurea il 90,9% utilizza questa tecnologia, mentre tra i laureati gli utilizzatori del pc sono il 78,1%.

L'uso del personal computer oltre ad essere caratterizzato da forti differenze generazionali, è connotato anche da un divario sociale. Usano di più questo strumento gli studenti (rispettivamente 88,4% a Roma, 85,6% nel Lazio e 87,3% in Italia), seguiti dagli occupati (64,1% e 51%); all'ultimo posto si collocano le casalinghe, che a Roma sembrano essere informatizzate in misura minore rispetto a quelle nel resto dell'Italia, e i ritirati dal lavoro (Tab. 4).

Se si considerano gli occupati, i dirigenti e i liberi professionisti sono coloro che usano di più il computer (rispettivamente il 92,5% e il 90,9%), seguiti dagli impiegati e dagli imprenditori (rispettivamente il 69,8% e il 66,7%).

**Tab. 4 - Persone di 3 anni e più che utilizzano il personal computer per condizione professionale. Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Condizione Professionale	Uso del PC		
	Roma	Lazio	Italia
Occupato	64.1	59.0	58.7
In cerca di nuova occ	40.6	32.2	36.8
In cerca di prima occ	65.2	58.0	48.2
Casalinga	7.8	11.5	10.7
Studente	88.4	85.6	87.3
Inabile al lavoro	0.0	2.9	....
Ritirato dal lavoro	17.7	14.3	9.3
Altra condizione	27.6	20.0	12.7
<b>Totale</b>	<b>45.6</b>	<b>42.3</b>	<b>40.1</b>

### L'uso di Internet

A Roma risulta cospicuo anche il gruppo di persone che navigano in Internet; infatti il 41,1% della popolazione di 6 anni e più naviga su Internet, percentuale che risulta essere maggiore rispetto alla media regionale ed italiana (rispettivamente il 36,9% e il 34,1%).

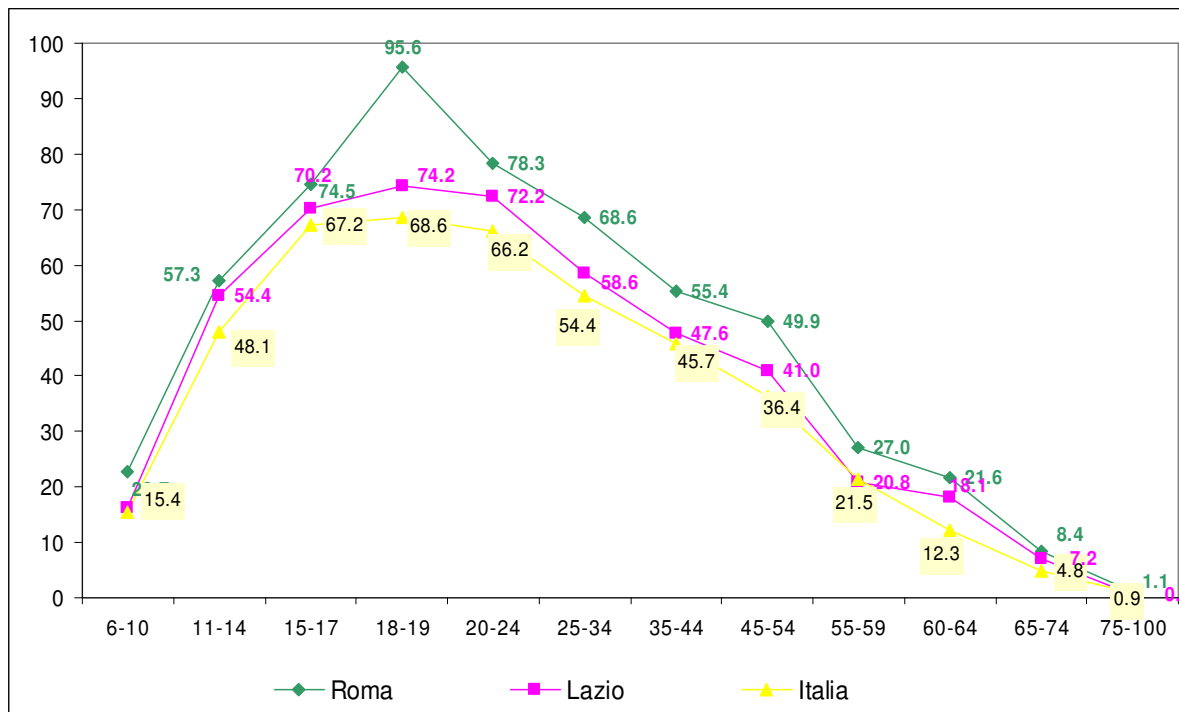
Secondo un'ottica di genere, tra il popolo di navigatori romani risulta essere maggiore la quota di uomini di 6 anni e più rispetto a quella delle donne della stessa età (48,6% contro il 34,7%).

**Tab. 5 - Persone di 6 anni e più che utilizzano Internet per sesso. Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Ripartizione territoriale	Uso di Internet			Totale
	sì	no	n.r.	
		Maschi		
Roma	48,6	46,2	5,3	100,0
Lazio	43,0	51,4	5,6	100,0
Italia	39,5	57,6	2,9	100,0
		Femmine		
Roma	34,7	60,5	4,8	100,0
Lazio	31,3	64,2	4,5	100,0
Italia	29,0	68,1	2,9	100,0
		Totale		
Roma	41,1	53,9	5,0	100,0
Lazio	36,9	58,1	5,0	100,0
Italia	34,1	63,0	2,9	100,0

Per l'uso di Internet permangono le forti differenze generazionali già osservate per l'utilizzo del personal computer. Il livello massimo di utilizzo per Internet si ha tra i 15 e i 24 anni, con lievi differenze a livello territoriale, per poi diminuire gradualmente fino a raggiungere i valori più bassi nelle fasce più anziane. Si evidenzia che già tra le persone di oltre 44 anni l'uso Internet (49,9% a Roma, 41% nel Lazio, 36,4% in Italia) è molto più limitato.

**Graf. 4 Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per classe d'età. Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche)**



Le differenze riscontrate nelle varie classi d'età sono da ricondurre anche al livello di istruzione più basso delle persone anziane.

La navigazione in Internet è più frequente tra gli studenti, le persone in cerca di prima occupazione e gli occupati piuttosto che in altre condizioni; di contro, è interessante notare come ancora una volta siano le casalinghe e i pensionati ad usufruire meno delle opportunità della rete.

**Tab. 5 - Persone di 6 anni e più che utilizzano Internet per condizione professionale. Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Condizione Professionale	Uso di Internet		
	Roma	Lazio	Italia
Occupato	57.6	52.5	51.0
In cerca di nuova occ	33.9	21.4	31.1
In cerca di prima occ	65.2	50.5	39.9
Casalinga	6.6	9.1	7.5
Studente	88.3	81.6	79.9
Inabile al lavoro	0.0	2.9	....
Ritirato dal lavoro	13.7	10.1	6.5
Altra condizione	22.5	17.6	9.9
<b>Totale</b>	<b>41.2</b>	<b>37.1</b>	<b>34.4</b>

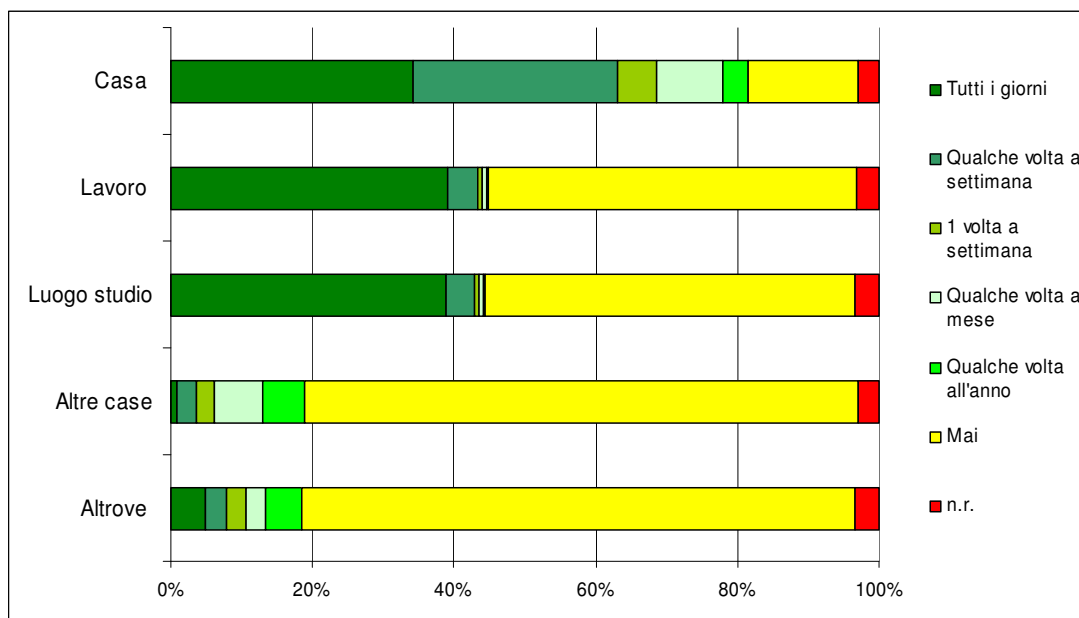
### Il luogo di utilizzo negli ultimi tre mesi

Il luogo privilegiato di utilizzo del personal computer è la propria casa. L'81,6% delle persone che hanno utilizzato il personal computer negli ultimi 3 mesi lo hanno fatto da casa; seguono il posto di lavoro (44,8%), il luogo di studio (44,3%), la casa di altri (18,9%) e altri luoghi (18,4%).

La rilevanza dell'utilizzo di questa tecnologia nei diversi luoghi varia al variare dell'età. Sono soprattutto i bambini e i giovani fino a 24 anni che usano il personal computer a casa, mentre l'uso sul lavoro si concentra nella fascia d'età tra i 25 e i 59 anni. Infine, i ragazzi e i giovani fino a 24 anni sono quelli che usano di più il personal computer a casa di altri e sul luogo di studio.

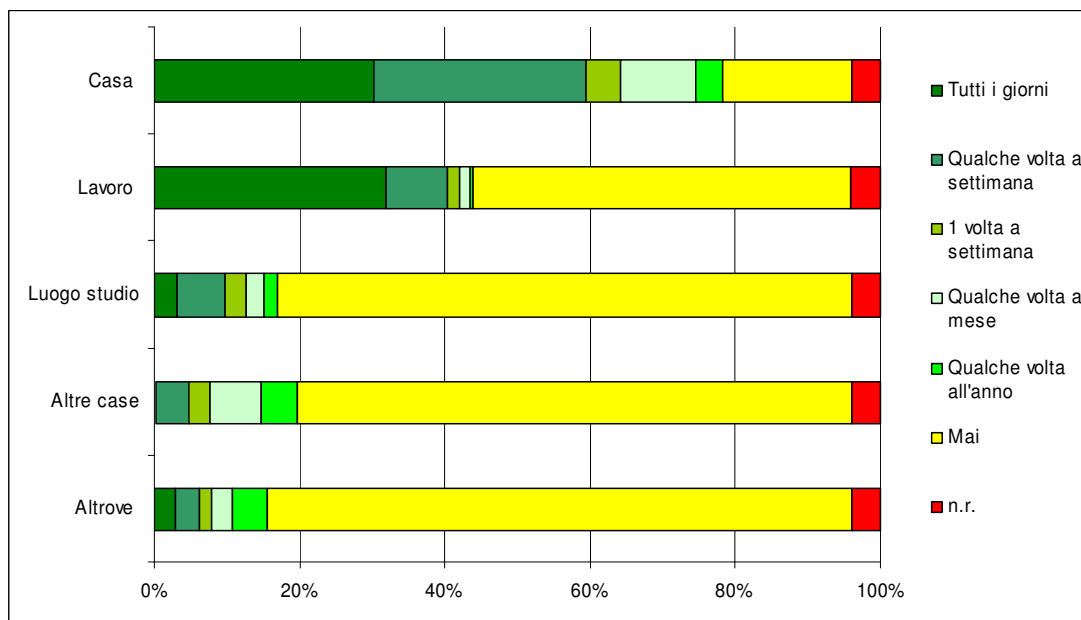


**Graf. 5 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano un personal computer e luogo di utilizzo. Comune di Roma. Anno 2006 (valori percentuali)**



Per Internet si riscontra una situazione molto simile con il 78,3% degli utilizzatori che lo usa da casa e il 43,8% dal luogo di lavoro. Più ridotte le percentuali di coloro che lo usano a casa di altri e nei luoghi di studio (rispettivamente il 19,8% e il 16,9%).

**Graf. 6 - Persone di 6 anni e più per frequenza con cui usano Internet e luogo di utilizzo. Comune di Roma. Anno 2006 (valori percentuali)**



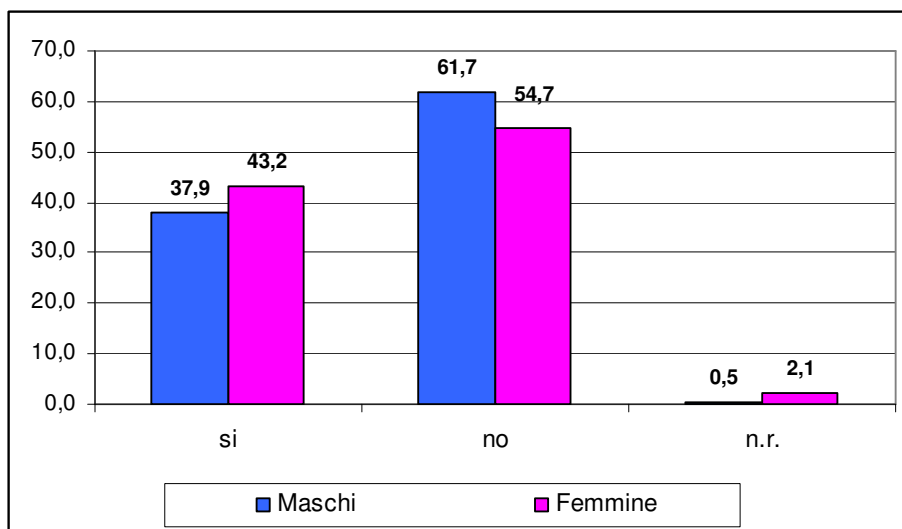
## Le abilità informatiche

Il 40,4% degli utilizzatori del personal computer ha seguito uno o più corsi relativi alla sua fruizione e tale quota risulta essere lievemente superiore alla media nazionale (38,7%). La percentuale di chi ha seguito corsi è più alta fra le donne (42,2% contro il 37,9% degli uomini) (Graf. 7).

Rispetto all'età, le quote maggiori di coloro che dichiarano di avere seguito corsi si riscontrano nella fascia tra i 20 e i 59 anni.

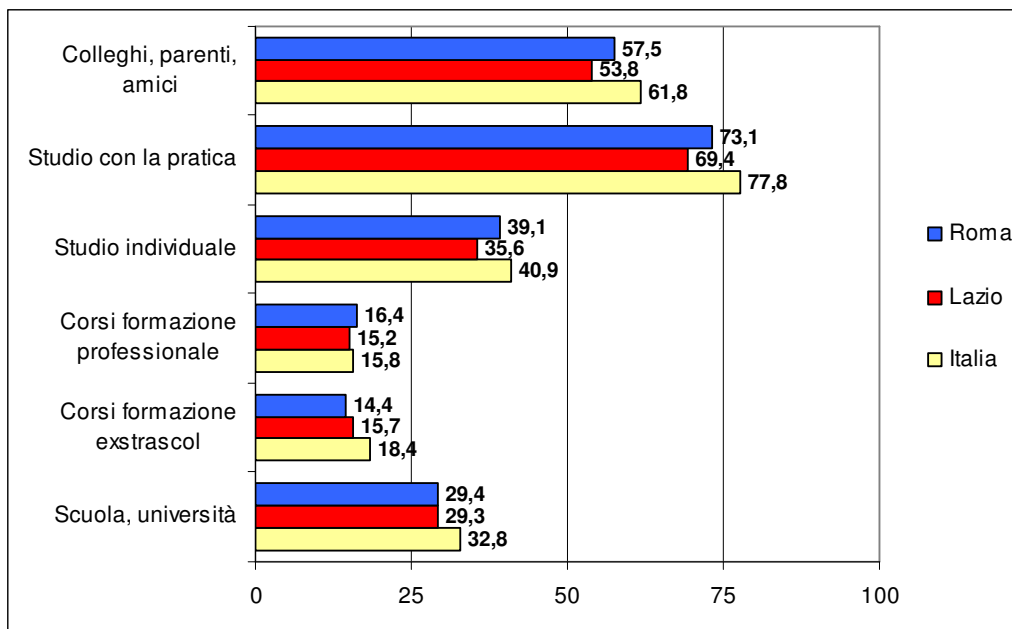
La maggior parte degli utilizzatori del personal computer sa copiare o muovere un file o una cartella (84,3%) e sa copiare o muovere informazioni all'interno di un documento (84,4%). Il 64,2% sa connettere e installare periferiche, oltre il 60% degli utilizzatori del personal computer sa utilizzare formule aritmetiche di base in un foglio elettronico e il 54,2% sa comprimere file. Molto inferiore, invece, è la quota di utilizzatori che sa scrivere un programma per computer (16,3%). Rispetto alle abilità considerate, le differenze di genere maggiori si riscontrano per la connessione a periferiche (73,8% degli uomini rispetto al 53,7% delle donne), per la scrittura di programmi per computer (23,2% rispetto all'8,6%) e per la compressione dei file (62,3% rispetto al 45,3%). In genere i più elevati livelli di competenze si rilevano nelle classi di età tra i 18 e i 34 anni.

**Graf. 7 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per partecipazione a corsi sull'uso per sesso. Comune di Roma. Anno 2006 (valori percentuali)**



Tra le modalità di acquisizione delle abilità informatiche necessarie ad effettuare le operazioni elencate in precedenza, ai primi posti per diffusione si collocano lo studio attraverso la pratica (73,1%) e l'aiuto di colleghi, parenti e amici (57,5%). Il 39,1%, invece, le ha acquisite attraverso lo studio individuale (uso di manuali, cd rom, eccetera) o grazie alla scuola e all'università (29,4%), a cui seguono i corsi di formazione professionali su iniziativa del datore di lavoro (16,4%) e i corsi di formazione extrascolastici (14,4%).

**Graf. 8 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per partecipazione a corsi sull'uso per sesso. Comune di Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (valori percentuali)**



A Roma tra le donne è più diffusa, rispetto agli uomini, l'acquisizione delle abilità informatiche attraverso i corsi di formazione professionale (20,1% contro il 13%); al contrario, tra gli uomini è maggiore l'acquisizione di competenze attraverso lo studio individuale (48,3% contro il 29%).

Relativamente ad Internet, la quasi totalità degli utenti di 6 anni e più che naviga in rete sa usare un motore di ricerca (95,1%) e il 90,6% sa spedire mail con allegati. Oltre il 60% degli utenti sa inviare messaggi a *chat* o *newsgroups*, mentre il 37% sa usare *file sharing* per scambiare film o musica. Il 31,6%, infine, dichiara di saper telefonare tramite Internet e il 18,4% di saper creare una pagina web.

**Tab. 6 - Persone di 6 anni e più che utilizzano Internet per operazioni relative all'uso. Comune di Roma. Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Classi di età	Operazioni che sanno effettuare con Internet					
	Usare motore di ricerca	Spedire email con allegati	Inviare msg a chat, newsgroup	Telefonare tramite internet	Usare file sharing per scambiare film, musica	Creare una pagina web
6-10	87,4	39,3	27,9	-	17,9	-
11-14	91,7	62,9	66,1	12,6	31,4	8,3
15-17	100,0	93,2	71,7	59,4	71,2	44,9
18-19	82,3	95,9	94,6	22,4	63,4	13,0
20-24	100,0	100,0	96,7	56,5	59,0	27,8
25-34	96,9	95,6	74,4	39,8	45,7	22,6
35-44	97,8	93,7	52,1	30,7	32,0	15,7
45-54	91,8	87,2	47,7	27,9	29,4	14,3
55-59	96,2	95,1	42,9	18,2	10,7	14,1
60-64	93,7	88,9	22,7	19,6	11,6	13,0
65-74	100,0	91,4	46,9	-	-	17,2
75-100	-	100,0	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>95,1</b>	<b>90,6</b>	<b>61,5</b>	<b>31,6</b>	<b>37,0</b>	<b>18,4</b>

Osservando i dati secondo una prospettiva di genere emergono evidenti differenze rispetto a tutte le abilità considerate: la quota di utenti che dichiara sapere effettuare le attività proposte, infatti, è sempre maggiore tra gli uomini.

Tra le modalità di acquisizione delle abilità informatiche relative all'uso di Internet ai primi posti per diffusione si collocano: lo studio attraverso la pratica (76% degli utilizzatori di Internet), l'aiuto di colleghi, parenti e amici (63%) e lo studio individuale (44,3%). Al quarto posto si colloca la scuola (26,1%) e per ultimi si collocano i corsi professionali su iniziativa del datore di lavoro (14,5%) e quelli di formazione extrascolastici (12,9%).

Analogamente a ciò che si osserva per il personal computer, tra gli uomini è maggiore l'acquisizione attraverso lo studio individuale (54% contro il 33% delle donne). Al contrario, tra le donne rispetto agli uomini è più diffusa l'acquisizione delle abilità informatiche attraverso i colleghi, i parenti e gli amici (65,6% contro il 60,8%).

### **Le attività svolte con Internet**

Le persone di 6 anni e più che si sono connesse ad Internet negli ultimi tre mesi hanno utilizzato la rete prevalentemente per mandare e ricevere email (83,4%) e per cercare informazioni su merci o servizi (63,8%) ed altri tipi di ricerca di informazioni (69,8%). Meno consistente è invece la quota di individui che utilizzano Internet per la fruizione di prodotti culturali come la lettura di giornali, news, riviste e ascoltare la radio (49,6%) e per servizi relativi a viaggi e soggiorni (47%).

La rete è anche adoperata per cercare informazioni in campo sanitario (42%) o per fini più ludici, come giocare o scaricare giochi, immagini o musica (37,6%).

Analizzando nel dettaglio le macro aree di utilizzo di Internet sopra descritte, si evidenzia che l'attività di comunicazione telematica più diffusa è inviare o ricevere e-mail, a cui fa seguito "chattare" (31,3%). Rimane, invece, un fenomeno di nicchia quello di telefonare o partecipare a video conferenze via Internet (18,3%).

Chi utilizza la rete per informarsi è orientato soprattutto alla ricerca di informazioni o servizi on-line e su merci e servizi. Il 42% utilizza il web per reperire notizie sanitarie relative a malattie, all'alimentazione e al miglioramento della salute.

Passando a considerare l'utilizzo di servizi, il 47% per cento degli utenti usufruisce di servizi relativi a viaggi e soggiorni, mentre è più contenuta la quota di coloro che dichiarano di utilizzare servizi bancari (27,%).

Come si è già visto, la rete viene utilizzata anche per la fruizione di prodotti culturali, come luogo di convergenza tra vecchi e nuovi media. Il 49,6% delle persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi tre mesi adopera la rete per leggere o scaricare giornali, news, riviste. Risulta, invece, essere più ridotta la quota di coloro che ascoltano la radio e guardano programmi televisivi sul web (19,4%).

L'analisi per genere evidenzia per tutte le attività considerate un maggiore utilizzo del web da parte degli uomini rispetto alle donne, ad eccezione del cercare notizie sanitarie relative a malattie, all'alimentazione, al miglioramento della salute (44,2% delle donne contro il 40,3% degli uomini), e del cercare lavoro o mandare una richiesta di lavoro (23,2% delle donne contro il 17,5% per gli uomini).

Sono attività più tipicamente maschili, invece, quelle relative all'uso della rete per cercare informazioni su merci e servizi (il 71,2% contro il 54,6% delle donne), usare servizi bancari (il 33,4% contro il 21,2% delle donne), attività ludiche (il 45,7% contro il 27,6% delle donne), scaricare software (il 40,9% contro il 25,2 per cento delle donne), vendere merci o servizi (il 13,7% contro il 4,1 per cento delle donne).

Molto contenute o nulle invece le differenze di genere rispetto all'uso di servizi relativi a viaggi e soggiorni.

**Tab. 7 - Persone di 6 anni e più che utilizzano Internet per tipo di attività svolta. Comune di Roma. Anno 2006 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Classi di età	Tipo attività svolta						
	mandare e ricevere email	telefonare su Internet, videoconfeenze	altre attività di comunicazione	cercare lavoro	usare servizi relativi a viaggi	Trovare informazioni su merci e servizi	Cercare informazioni sanitarie
6-10	30,7	0,0	19,3	0,0	9,7	22,3	7,5
11-14	41,5	0,0	40,7	0,0	9,8	10,5	0,0
15-17	81,0	33,5	59,4	19,6	15,1	70,8	50,2
18-19	86,8	13,2	83,3	9,9	26,7	44,1	16,6
20-24	93,8	45,4	74,1	38,9	61,9	81,3	51,2
25-34	90,3	19,8	27,6	36,4	61,5	76,3	46,9
35-44	89,2	20,4	27,6	19,9	53,1	71,4	50,1
45-54	77,8	13,4	11,8	9,8	45,5	63,6	46,6
55-59	85,8	11,6	10,2	8,2	45,2	33,3	36,1
60-64	88,9	8,1	6,5	11,9	42,7	71,9	47,7
65-74	91,4	0,0	8,6	0,0	53,2	71,1	34,6
75 e oltre	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Totale</b>	<b>83,4</b>	<b>18,3</b>	<b>31,3</b>	<b>20,1</b>	<b>47,0</b>	<b>63,8</b>	<b>42,0</b>

Classi di età	Tipo attività svolta					
	altre attività di ricerca informazioni	ascoltare radio, guardare programmi televisivi su web	leggere e scaricare giornali, news, riviste	giocare o scaricare giochi, immagini, musica	scaricare software	usare servizi bancari via internet
6-10	35,0	12,7	7,5	77,9	0,0	0,0
11-14	40,1	15,1	27,2	58,5	11,8	0,0
15-17	71,0	45,0	65,2	84,4	58,6	20,2
18-19	76,3	23,1	53,1	71,0	27,8	0,0
20-24	69,8	34,2	59,7	68,0	55,3	27,5
25-34	79,3	26,1	55,5	37,9	40,8	30,5
35-44	69,6	18,3	53,6	28,8	39,3	40,5
45-54	75,1	4,9	44,0	13,0	23,6	32,8
55-59	56,9	3,8	26,8	19,1	23,8	26,3
60-64	57,4	26,5	60,8	17,2	19,6	22,2
65-74	91,4	0,0	53,8	11,7	9,3	33,9
75 e oltre	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Totale</b>	<b>69,8</b>	<b>19,4</b>	<b>49,6</b>	<b>37,6</b>	<b>33,8</b>	<b>27,9</b>

### L'uso della rete per relazionarsi con la Pubblica amministrazione

L'uso di Internet per relazionarsi con la Pubblica amministrazione è abbastanza diffuso. A Roma il 47,4% per cento degli utenti che si sono connessi ad Internet negli ultimi tre mesi ha ottenuto informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione, il 31,6% cento ha scaricato moduli della Pubblica Amministrazione ed infine il 17,9% ha spedito moduli compilati.

Sono soprattutto i maschi ad usare Internet per prendere informazioni su questi siti (il 49,7% degli uomini contro il 44,5% delle donne), mentre le donne più degli uomini spediscono moduli compilati (il 18,5% contro il 17,5%). In ogni caso, nel complesso, le differenze di genere sono piuttosto contenute.

**Tab. 8 - Persone di 14 anni e più che utilizzano Internet per lo svolgimento di pratiche presso i Servizi pubblici e/o la Pubblica Amministrazione. Comune di Roma. Anno 2006 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche)**

Classi di età	Pratiche c/o i Servizi Pubblici e/o la PA					
	ottenere informazioni dai siti della PA	scaricare moduli della PA	spedire moduli compilati della PA	usano internet per pratiche	no non usano internet ma sarebbero interessati ad usarlo	no non usano internet e non sarebbero interessati ad usarlo
15-17	4,2	0,0	0,0	0,0	18,4	75,4
18-19	19,2	8,1	8,1	8,1	16,3	70,0
20-24	42,9	28,1	16,7	27,1	50,4	49,7
25-34	52,0	32,5	23,2	26,4	61,8	38,2
35-44	60,0	47,4	25,4	36,8	56,9	41,3
45-54	58,8	39,9	23,7	30,7	59,1	38,7
55-59	54,3	21,1	3,3	9,7	56,8	43,3
60-64	63,8	49,3	22,2	23,1	61,9	29,6
65-74	69,7	43,2	8,0	41,8	100,0	0,0
75-100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
<b>Totale</b>	<b>47,4</b>	<b>31,6</b>	<b>17,9</b>	<b>24,5</b>	<b>49,2</b>	<b>48,2</b>

Dal punto di vista generazionale sono soprattutto gli adulti tra i 35 e i 44 anni e quelli tra i 60 e 74 anni ad utilizzare di più Internet per cercare informazioni (oltre il 60%) e per scaricare moduli della Pubblica amministrazione (oltre il 39%).

Riguardo alla propensione ad usare Internet per svolgere delle pratiche della Pubblica Amministrazione invece di recarsi di persona presso gli uffici, i dati evidenziano che il 24,5% degli utenti Internet dichiara di aver svolto delle pratiche tramite la rete, che supera la media nazionale (20,1%). Sebbene si rilevi una quota consistente di utenti di Internet che dichiara di non aver svolto delle pratiche tramite la rete e di non essere interessata ad usarlo, circa la metà del popolo dei navigatori, pur non usando Internet per questi scopi, dichiara di essere interessata a farlo.

Tra gli utenti Internet che hanno dichiarato di utilizzare Internet negli ultimi tre mesi e di svolgere pratiche in rete con la Pubblica amministrazione, la maggior parte lo ha fatto per pagare le tasse (il 30,9%), per accedere alle biblioteche pubbliche (30,1%), per richiedere e spedire certificati (17%), per servizi per la salute (il 18,2%) e per effettuare ricerche di lavoro tramite agenzie di collocamento (16,8%).

Tra le donne è maggiormente diffuso l'accesso alle biblioteche pubbliche (36,7% contro il 26,2%), per i servizi per la salute (25% contro il 14,2%) e la richiesta di certificati (il 22,6% contro il 13,7% degli uomini). Tra gli uomini, invece, prevale nettamente il pagamento delle tasse (34,5% contro 24,8% delle donne) e l'immatricolazione di veicoli (6,4% contro il 2,8% delle donne). Molto contenute o nulle invece le differenze di genere rispetto all'attività di ricerca di lavoro tramite agenzie di collocamento e a quella di richiesta di certificati.

Tra gli utenti di Internet di 14 anni e più che non usano la rete per svolgere pratiche per la Pubblica Amministrazione, c'è interesse ad usarla soprattutto per la richiesta di documenti

(78,5%), servizi relativi alla salute (68,4%), richiesta e spedizione di certificati (67,1%), denunce alle forze dell'ordine (59,8%). È interessante notare che si pensa ad internet e si usa la rete per facilitare lo svolgimento delle attività quotidiani.

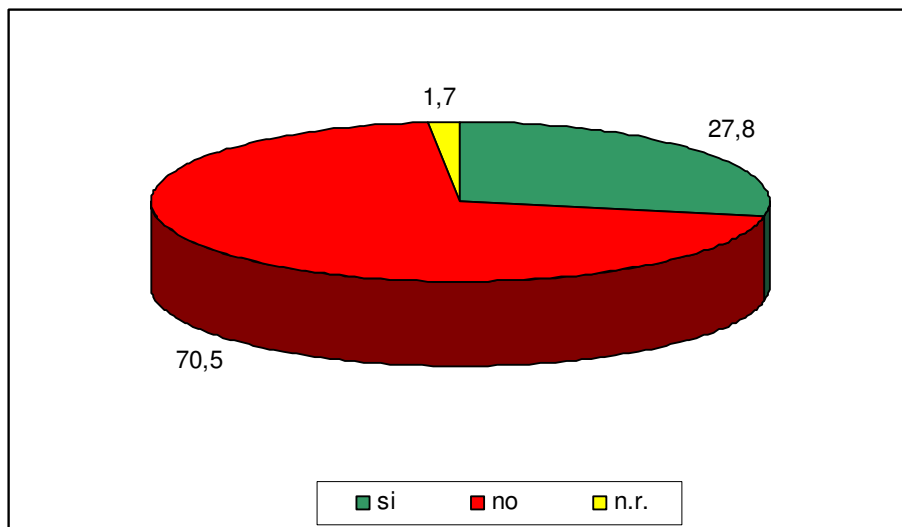
In un'ottica di genere si evidenzia come gli uomini siano più interessati a svolgere pratiche in rete con la Pubblica amministrazione come le denunce alle forze dell'ordine (il 64,8% contro il 51,2% delle donne), l'immatricolazione di veicoli (il 59,4% contro il 44% delle donne) e il pagamento delle tasse (il 34,4% contro il 24,9% delle donne).

Le donne vorrebbero utilizzare la rete per le pratiche con la Pubblica amministrazione principalmente per la richiesta di documenti (l'80,% contro il 77,1%) e certificati (il 72,5% contro il 64%), i servizi per la salute (il 69,8% contro il 67,7%) e l'accesso alle biblioteche pubbliche (il 50,8% contro il 48,9% degli uomini).

### Il commercio elettronico

Il 28,3% degli utenti di Internet di 14 anni e più ha ordinato e/o comprato merci o servizi su Internet negli ultimi 12 mesi per uso privato. Ordinare e acquistare on line è un'attività frequente tra i 20 e i 54 anni (oltre il 29%) e negli uomini più che nelle donne (il 36,8% rispetto al 18,1%).

**Graf. 9 - Persone di 14 anni e più che ha ordinato e/o comprato merci o servizi su Internet negli ultimi 12 mesi per uso privato. Comune di Roma. Anno 2006 (valori percentuali)**



Si tratta di un fenomeno in crescita visto che coloro che hanno dichiarato di aver usato Internet per acquistare merci negli ultimi tre mesi sono il 14,1%, da più di tre mesi a un anno fa risultano essere l'8,6% e coloro che hanno acquistato più di un anno fa il 5,6%. Al contrario, il 71,7% non ha mai acquistato su Internet merci e/o servizi.

A livello territoriale questa attività è lievemente più diffusa a Roma, piuttosto che nel Lazio (26,5%) e nel resto del Paese (27,9%).



Scendendo nel dettaglio del tipo di ordini e acquisti effettuati, ai primi posti si collocano i viaggi e i soggiorni per vacanza (inclusi i biglietti aerei e ferroviari) con il 39,5% degli utenti di Internet di 14 anni e più che dichiara di averli acquistati almeno una volta negli ultimi 12 mesi e i libri, i giornali, il materiale per la formazione a distanza (28,7%). Altri prodotti spesso acquistati in rete sono: i software per computer inclusi i videogiochi (20%), i film e la musica (19,4%) e i biglietti per spettacoli (17,8%). Molto contenuta è la quota di utenti che ha ordinato o comprato prodotti alimentari (5,1%) e azioni, servizi finanziari e/o assicurativi (2,5%); è del tutto residuale, invece, la percentuale di utenti che hanno acquistato biglietti delle lotterie o scommesse.

**Tab. 9 - Persone di 14 anni e più che ha ordinato e/o comprato merci o servizi su Internet per uso privato per tipo di merci e servizi. Comune di Roma, Lazio, Italia. Anno 2006 (valori percentuali)**

<b>Merci/Servizi acquistati su Internet</b>	<b>%</b>
Viaggi	39,5
Libri	28,7
Software	20,0
Film, Musica	19,4
Biglietti per spettacoli	17,8
Abiti	16,5
Attrezzature elettroniche	15,9
Ricarica telefoniche	15,0
Articoli per casa	14,1
Hardware	13,5
Altri acquisti	11,2
Cibi	5,1
Servizi finanziari	2,5

A fronte del 27,8% navigatori sul web che hanno fatto acquisti nell'ultimo anno, il 70,5%, pur usando Internet non ha comprato o ordinato merce in rete. Le motivazioni più segnalate del non utilizzo della rete per comprare servizi e/o prodotti riguardano la resistenza alla sostituzione di metodi tradizionali di vendita: sebbene, infatti il 46% degli intervistati afferma di non aver fatto acquisti perché non ne aveva bisogno, vi è il 44% che dichiara di preferire comprare di persona, a cui si aggiunge la quota di coloro che non lo hanno fatto per problemi di sicurezza (28,2%) e di privacy (16,4%), che testimonia quanta diffidenza ancora ci sia verso questo canale commerciale. Interessante notare come nella decisione degli utenti di non ordinare e/o acquistare hanno giocato un ruolo del tutto residuale i problemi relativi all'accesso ad Internet, quali la lentezza dei tempi di connessione (0,3%) o i costi elevati della connessione (1,7%).

## **Conclusioni**

L'affermarsi della società dell'informazione rappresenta bene il grado di progresso e di competitività di un Sistema Paese ed è quindi premessa per il suo benessere, ma, vista la diffusione delle sue applicazioni, può fornire anche un contributo determinante alla qualità della

vita di tutti i cittadini. Infatti se quello dei servizi è uno degli aspetti di maggior rilievo delle politiche di innovazione, non bisogna perdere di vista l'obiettivo ultimo di queste politiche, ovvero il miglioramento della qualità del vivere comune.

Nell'attuale scenario, in continua espansione ed evoluzione, generato dall'ampliamento di offerta di nuove tecnologie e dall'aumento costante di persone che le utilizzano, è importante il monitoraggio costante e il possesso dell'informazione circa il livello di tale diffusione anche in uno specifico territorio, soprattutto nella realtà di una città come Roma, dove sono potenzialmente presenti le premesse per nuove modalità e una nuova concezione della comunicazione.

Sebbene la capitale mostri dati in linea con le tendenze nazionali, nel complesso a Roma la situazione risulta essere migliore rispetto alla regione e al Paese sia per quanto riguarda il possesso dei beni di ultima generazione, che rispetto alla alfabetizzazione informatica dei cittadini.

L'accelerazione tecnologica che si sta vivendo ha reso disponibili strumenti di comunicazione e informazione sempre più potenti, capaci di trasformare profondamente le organizzazioni pubbliche e private. Inoltre le nuove tecnologie di informazione e di comunicazione coinvolgono una componente sistemica fondamentale della città, quella delle reti di relazione.

L'importanza del telefono cellulare e di altre forme di comunicazione tecnologica, quali attraverso internet e la posta elettronica, sta proprio nella possibilità di instaurare una comunicazione esente da vincoli sia di prossimità fisica sia da immobilità spaziale, ancora più apprezzabile in un territorio così vasto e a volte dispersivo come quello della capitale. Poiché proprio il ruolo di queste reti è destinato ad avere un'importanza crescente nei processi di evoluzione urbana, è importante da parte dell'Amministrazione monitorare come influirà l'introduzione delle ITC sui cambiamenti e la gestione della città e come questi ultimi condizioneranno l'adozione e la diffusione delle ITC, ossia come nel tempo andrà configurandosi l'interazione tra le ITC e la città.

La diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione, e in particolare di Internet, può favorire la partecipazione, la decisionalità e lo scambio di informazioni, ossia può consentire un reale intervento delle persone sulle decisioni che le riguardano. Le reti e la rete sono spazi pubblici per i dibattiti fra le persone, canali attraverso i quali far circolare informazioni, conoscenze ed esperienze fra le persone e le istituzioni. Se è vero che l'ICT è oggi universalmente riconosciuto come una delle spinte propulsive per una crescita rapida e sostenibile di ogni paese nell'ambito del proprio processo di sviluppo, è evidente che la riduzione del *digital divide* è propedeutica alla riduzione del *knowledge divide* e ad una globale riduzione dello svantaggio sociale, che si traduce in un globale miglioramento della qualità di vita del territorio, un obiettivo che un'amministrazione locale non può perdere di vista.

Barbara Menghi – Ufficio di Statistica del Comune di Roma

Finito di stampare il 20 maggio 2009

ISSN 2035-2794