



Istituto
nazionale
di statistica

STATISTICHE IN BREVE

Cittadini e nuove tecnologie

Anno 2008

Le indagini Multiscopo condotte dall'Istat rilevano i comportamenti e gli aspetti più importanti della vita quotidiana delle famiglie. Le informazioni presentate oggi sono tratte dall'indagine "Aspetti della vita quotidiana" svolta nel febbraio 2008 e riguardano: la disponibilità presso le famiglie delle nuove tecnologie, il loro utilizzo da parte degli individui, le attività svolte con Internet, il web come strumento per comunicare e l'e-commerce.

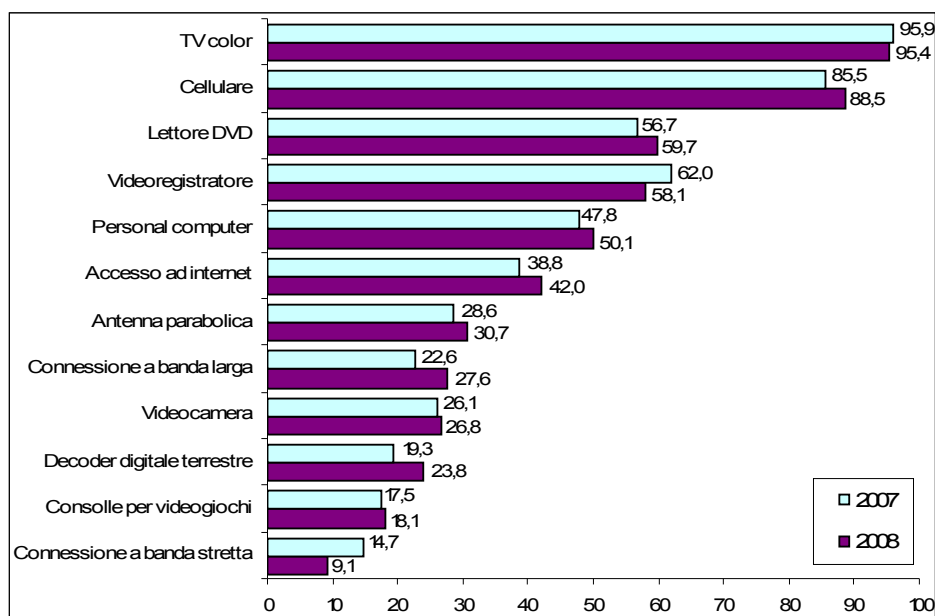
Il campione comprende 19 mila 573 famiglie per un totale di 48 mila 861 persone. Per maggiori informazioni si veda l'appendice metodologica disponibile sul web Istat.

1. LA DISPONIBILITÀ DI BENI TECNOLOGICI NELLE FAMIGLIE

Più antenne paraboliche, linee ADSL e lettori DVD

In Italia i beni tecnologici più diffusi sono il **televisore**, presente nel 95,4% delle famiglie e il **cellulare** (88,5%). Seguono il lettore DVD (59,7%), il videoregistratore (58,1%), il personal computer (50,1%) e l'accesso ad Internet (42%). Tra i beni tecnologici presenti nelle famiglie hanno un certo rilievo anche l'antenna parabolica (30,7%), la videocamera (26,8%), il decoder digitale terrestre (23,8%) e la console per videogiochi (18,1%).

Figura 1 - Famiglie per beni tecnologici posseduti. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie)



Rispetto al 2007 aumenta soprattutto il possesso del lettore DVD (dal 56,7% al 59,7%) a discapito del videoregistratore, tecnologia questa in continuo calo (dal 62% al 58,1%).

Direzione centrale
per la comunicazione
e la programmazione
editoriale

Tel +39 06 46732243-2244

Centro di informazione statistica
Tel +39 06 4673.3102

Informazioni e chiarimenti

Struttura e dinamica sociale
Roma, via A. Ravà 150 – 00142
Laura Zannella
tel. +39 06 4673.4608

In aumento anche la quota di famiglie che possiedono il decoder digitale terrestre (dal 19,3% al 23,8%), l'antenna parabolica (dal 28,6% al 30,7%) e il personal computer (dal 47,8% al 50,1%). L'accesso ad Internet passa dal 38,8% al 42% e migliora anche la qualità della connessione usata per accedervi da casa: diminuisce drasticamente, infatti, la quota di connessioni a **banda stretta** (tramite linea telefonica tradizionale o linea telefonica Isdn) che passa dal 14,7% al 9,1% e aumenta, invece, la quota di famiglie con connessione a **banda larga** (linea telefonica ADSL o altro tipo di connessione a banda larga), che passa dal 22,6% al 27,6% (Figura 1).

Le famiglie con almeno un minorenni sono le più tecnologiche

Tra le famiglie si osserva un forte divario tecnologico da ricondurre a fattori di tipo generazionale, culturale ed economico. Le famiglie costituite da **sole persone di 65 anni e più** continuano ad essere escluse dal possesso di beni tecnologici: appena il 7,1% di esse possiede il personal computer, soltanto il 5,5% ha l'accesso ad Internet ed è quasi del tutto inesistente la diffusione di connessioni a banda larga (3,5%). Inoltre, in queste famiglie è più limitato il possesso delle nuove tecnologie collegate alla tv antenna parabolica (13,8%) e il decoder digitale terrestre (9%). L'unico bene diffuso (a parte il tv color) è il cellulare (58,1%) il cui possesso è comunque di molto inferiore alla media nazionale (88,5%) (Tavola 1).

Tavola 1 - Famiglie per beni tecnologici posseduti e tipologia familiare. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie con le stesse caratteristiche)

All'estremo opposto si collocano le **famiglie con almeno un minorenni** che possiedono il personal computer e l'accesso ad Internet rispettivamente nel 74,3% e nel 60,9% dei casi. Sono queste famiglie ad avere il più alto tasso di possesso di connessione a banda larga (41%), mentre per loro il telefono cellulare ha raggiunto i livelli di diffusione della televisione (99,6%). Molto diffusi anche il lettore DVD (84,5%), il videoregistratore (74,7%), la videocamera (47,5%) e la console per videogiochi (42,7%).

Inoltre sono soprattutto le famiglie con almeno un minorenni ad avere in casa due o più televisori (61,2% contro il 33% delle famiglie di soli anziani), due o più pc (14,5% contro il 4,7% delle famiglie di soli anziani) e due o più cellulari (91,2% contro il 21,5%).

Rispetto al 2007 il divario nel possesso di beni tecnologici tra le famiglie di soli anziani e le famiglie con almeno un minorenni si è ridotto significativamente solo rispetto al cellulare, che è aumentato tra le famiglie di soli anziani (dal 52,2% al 58,1%) ed è, invece, stabile nelle famiglie con almeno un minorenni avendo raggiunto la soglia di saturazione. Aumenta, invece, il divario nel possesso dei beni tecnologici quali il decoder digitale terrestre, l'antenna parabolica, l'accesso ad Internet, la connessione a banda larga, la videocamera, il lettore DVD.

Tavola 2 - Famiglie per numero di beni tecnologici posseduti e tipologia familiare. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie con le stesse caratteristiche)

Si riducono le differenze sociali nel possesso di beni tecnologici

Nelle famiglie con **capofamiglia¹ dirigente, imprenditore o libero professionista** il possesso del cellulare (97,5%) ha superato quello del televisore (94,2%). Molto diffusi anche il personal computer (83,1%), l'accesso a Internet (72,8%) e i beni tecnologici legati al televisore come l'antenna parabolica (51,4%), il decoder digitale terrestre (37,2%) e il lettore DVD (86%).

Tavola 3 - Famiglie per beni tecnologici posseduti e condizione occupazionale del capofamiglia. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie con capofamiglia nella stessa condizione occupazionale)

CONDIZIONE OCCUPAZIONALE DEL CAPO-FAMIGLIA	TV color	Antenna parabolica	Decoder digitale terrestre	Lettore DVD	Videoregistratore	Cellulare	Console per videogiochi	Personal computer	Connessione a banda stretta	Connessione a banda larga	Accesso ad Internet	Video-camera
DIRIGENTE, IMPRENDITORE, LIBERO PROFESSIONISTA												
2007	94,7	46,9	29,4	82,3	80,5	97,2	29,0	82,3	23,9	47,9	71,7	49,6
2008	94,2	51,4	37,2	86,0	76,6	97,5	34,3	83,1	12,3	53,8	72,8	51,2
DIRETTIVO, QUADRO, IMPIEGATO												
2007	94,2	38,3	26,7	82,7	78,2	97,6	28,2	78,9	22,6	42,2	67,4	43,6
2008	93,2	38,1	34,0	84,3	73,3	99,4	28,2	81,8	13,1	50,2	72,0	43,9
OPERAIO												
2007	96,5	32,5	20,8	69,7	70,6	97,2	26,6	48,5	13,3	18,3	33,8	29,1
2008	96,3	34,7	25,0	75,5	66,8	99,2	28,3	55,7	9,4	26,1	42,8	31,1
LAVORATORE IN PROPRIO E COADIUVANTE												
2007	96,3	38,4	26,1	75,3	76,0	96,5	29,8	62,7	20,5	28,7	50,2	39,9
2008	94,1	42,4	30,6	76,6	68,2	98,1	29,0	65,8	12,3	35,6	54,7	38,4
NON OCCUPATO												
2007	96,5	18,7	13,1	34,7	47,3	72,9	6,1	27,5	9,8	11,5	22,4	12,1
2008	96,2	21,2	16,5	38,5	45,2	77,6	6,4	29,1	6,5	14,5	24,1	13,3
TOTALE												
2007	95,9	28,6	19,3	56,7	62,0	85,5	17,5	47,8	14,7	22,6	38,8	26,1
2008	95,4	30,7	23,8	59,7	58,1	88,5	18,1	50,1	9,1	27,6	42,0	26,8

¹ La forma giuridica di capofamiglia è stata cancellata dal diritto di famiglia (legge 151-1975). Per convenzione statistica viene individuato nel modo seguente: 1) nelle famiglie senza nuclei o con 2 o più nuclei è la persona di riferimento; 2) il partner uomo nelle coppie con e senza isolati; 3) il genitore nei monogenitori.

Le famiglie più svantaggiate sono quelle con **capofamiglia operaio** e quelle con **capofamiglia non occupato**. Le famiglie con capofamiglia operaio hanno livelli di possesso di beni tecnologici molto inferiori a quelli delle famiglie in cui il capofamiglia è dirigente, imprenditore o libero professionista. Ad esempio, c'è una differenza di 27 punti percentuali nel possesso di personal computer e di 30 punti nel possesso dell'accesso ad Internet. Le differenze tra le due tipologie di famiglie sono molto più contenute se si considerano le tecnologie relativamente poco costose come il lettore DVD (circa 10 punti) e la consolle per videogiochi (6 punti), ma si annullano solo nel caso del cellulare e del televisore (Tavola 3).

Tra il 2007 e il 2008 si registra una diminuzione del divario nel possesso di alcuni beni tecnologici tra le famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista e quelle con capofamiglia operaio. In particolare la distanza nel possesso di accesso ad Internet passa da circa 38 a 30 punti percentuali e si riduce notevolmente anche la distanza nel possesso del personal computer da 33,8 a 27,4 punti percentuali. L'unico bene per il quale si registra un aumento della distanza è, invece, il decoder digitale terrestre per il quale il gap passa dagli 8,6 punti percentuali del 2007 ai 12,2 punti percentuali del 2008 (Tavola 3).

Il Sud è più svantaggiato

Sono le **famiglie del Centro e del Nord** a possedere le quote più elevate di beni tecnologici. Il personal computer, ad esempio, è diffuso in uguale misura al Centro e nel Nord (oltre il 52%) e meno nel Sud (44,9%). Inoltre, nel Centro-nord si riscontra la quota più alta di famiglie con accesso ad Internet (circa il 45%) e alla connessione a banda larga (circa il 30%), mentre nel Sud e nelle Isole le quote scendono rispettivamente al 35% e al 21% circa.

Tavola 4 - Famiglie per beni tecnologici posseduti e ripartizione geografica. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie della stessa zona)

Tra il 2007 e il 2008 è **aumentato il divario tecnologico tra il Nord e il Sud** del Paese. Ad esempio tra il Nord-est e il Sud la distanza nel possesso del computer è di 9,3 punti percentuali (era di 7,7 punti nel 2007) e di 10,6 punti quella relativa all'accesso ad Internet (8,5 punti nel 2007). Aumenta molto il divario rispetto al possesso della connessione a banda larga (da 5,7 punti a 9,2 punti), in quanto gli incrementi maggiori si sono registrati nel Nord del Paese (Tavola 4).

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

Il 49,9% delle famiglie non possiede un personal computer e il 58% non accede ad Internet da casa. Tra i motivi per cui non si naviga in Internet da casa, le famiglie indicano in primo luogo la mancanza di capacità (40,6%) e in secondo luogo che lo considerano inutile e non interessante (25,2%). Il 12,9% delle famiglie non ha accesso ad Internet da casa perché accede da un altro luogo, l'11,6% perché considera costosi gli strumenti necessari per connettersi e il 12,6% perché ritiene costoso il collegamento. Si attestano intorno al 2% le motivazioni come la disabilità fisica, la privacy e la pericolosità dei contenuti di Internet (Tavola 5).

Le motivazioni si distribuiscono diversamente a seconda della tipologia familiare. Nelle famiglie di soli anziani è più elevata della media la quota di coloro che non possiedono accesso ad Internet da casa per mancanza di capacità (61,2%), perché lo considerano inutile (29,1%) e per disabilità fisica (5,7%). Tra le famiglie con almeno un minorenne è superiore alla media la quota di coloro che non accedono ad Internet da casa per l'alto costo degli strumenti e del collegamento (rispettivamente 23,2% e 26,2%), perché vi accedono da altro luogo (18,9%) e perché ritengono pericolosi i contenuti di Internet (6,4%).

Tavola 5 - Famiglie che non hanno accesso ad Internet da casa per motivo e tipologia familiare. Anni 2006 e 2008* (per 100 famiglie che non accedono ad Internet da casa)

TIPOLOGIA FAMILIARE	Accede ad internet da altro luogo	I contenuti di internet sono pericolosi	Internet non è utile, non mi interessa	Alto costo degli strumenti necessari per connettersi	Alto costo del collegamento	Mancanza di capacità	Disabilità fisica	Motivi di privacy, sicurezza	Altro
FAMIGLIE CON ALMENO UN MINORENNE									
2006	18,4	6,9	29,3	19,8	18,5	15,1	-	4,0	14,1
2008	18,9	6,4	17,7	23,2	26,6	19,2	0,2	4,8	15
FAMIGLIE DI SOLI ANZIANI DI 65 ANNI E PIÙ									
2006	0,9	0,7	44,3	2,0	1,8	51,3	5,7	0,8	8,6
2008	1,4	0,7	29,1	3,2	3,1	61,2	5,7	1,4	9,8
ALTRE FAMIGLIE									
2006	17,8	1,4	41,0	9,9	10,1	25,2	0,8	2,5	10,1
2008	20,4	1,6	25,1	13,8	14,7	31,8	1,6	2,7	11,2
TOTALE									
2006	12,2	2,3	39,6	9,3	9,1	31,9	2,3	2,2	10,4
2008	12,9	2,2	25,2	11,6	12,6	40,6	2,9	2,6	11,4

*L'informazione sui motivi per cui le famiglie non hanno accesso a Internet viene rilevata ogni due anni

Dal 2006 al 2008 è aumentata notevolmente la quota di persone che non hanno un accesso ad Internet da casa per mancanza di capacità (dal 31,9% del 2006 al 40,6% del 2008). Questo aumento è dovuto in gran parte alla parallela diminuzione della quota di chi non possiede Internet a casa perché lo ritiene inutile (dal 39,6% del 2006 al 25,2% del 2008). Il ruolo che Internet ha acquisito nella nostra società rende ormai difficile considerarlo inutile. È cambiata quindi la graduatoria dei motivi del non accesso ad Internet e, a differenza del 2006, al primo posto si colloca la mancanza di capacità 40,6%. Anche tra le famiglie di soli anziani la motivazione di non utilità crolla dal 44,3% del 2006 al 29,1%. Resta, però, il problema delle competenze. Sempre tra le famiglie di anziani, infatti, la quota di chi non possiede Internet a casa per mancanza di capacità sale dal 51,3% al 61,2%.

Il fenomeno della scarsa diffusione tra le famiglie dell'accesso ad Internet da casa dipende, quindi, soltanto in misura ridotta da problemi di costo degli strumenti o del collegamento. Si tratta in primo luogo di un problema culturale in quanto molte famiglie, pur riconoscendone l'utilità, non sono in grado di utilizzarlo.

Le differenze internazionali nell' accesso ad Internet mediante banda larga: l'Italia è indietro in Europa

È possibile effettuare dei confronti internazionali sulla base dei dati raccolti con l'indagine comunitaria sulla diffusione delle ICT presso le famiglie e gli individui realizzata dagli istituti di statistica dei paesi membri della Comunità europea.

Figura 2 - Famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni)

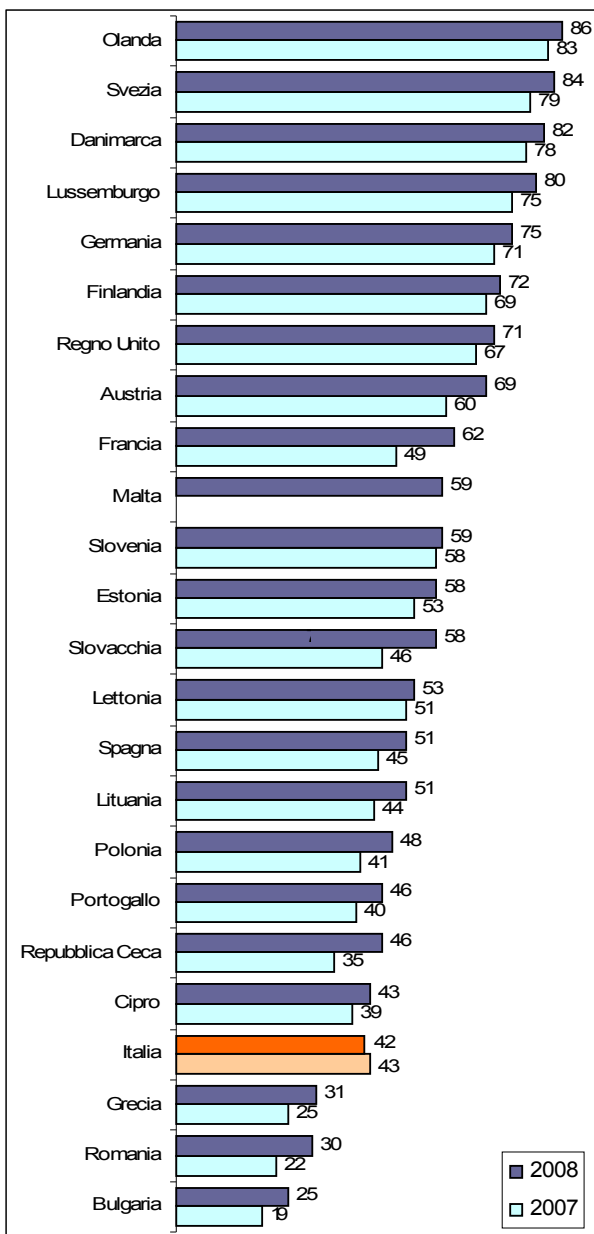
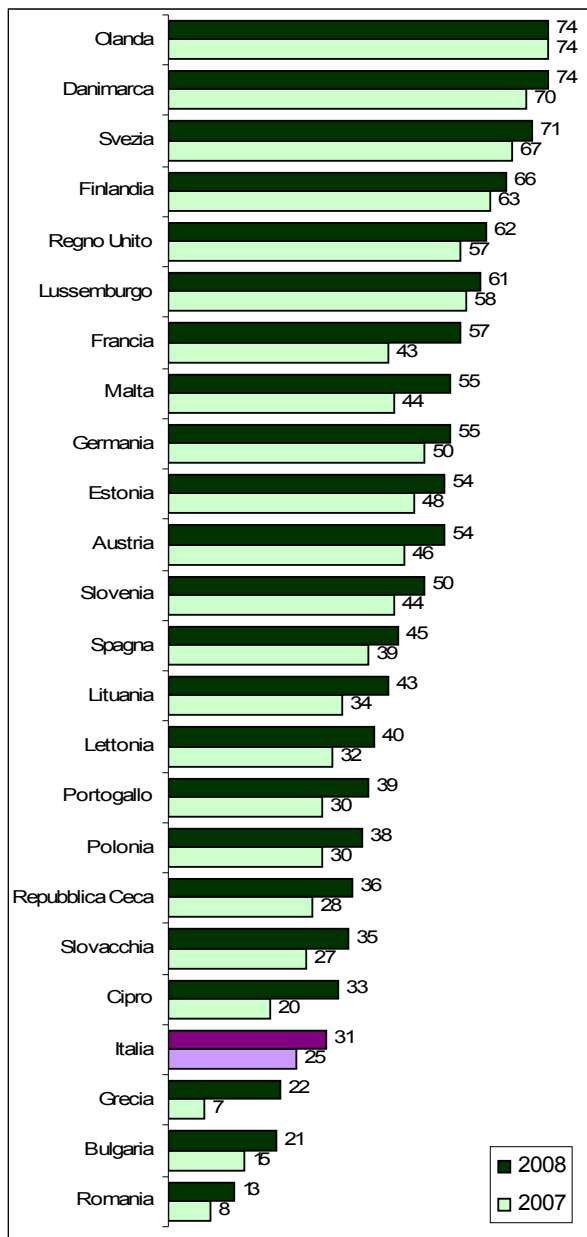


Figura 3 - Famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet da casa a banda larga. Anni 2007 e 2008 (per 100 famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni)



Considerando la percentuale di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet da casa, l'Italia è indietro rispetto a molti dei paesi della Comunità europea, risultando quartultima in questa graduatoria (con un tasso di penetrazione del 42% rispetto alla media europea del 60%). Vicini all'Italia troviamo paesi come Cipro (43%), mentre Olanda, Svezia e Danimarca registrano un tasso di penetrazione quasi doppio (Figura 2).

Un altro indicatore importante per misurare il digital divide è dato dalle famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet da casa mediante banda larga: anche in questo caso l'Italia si colloca solo al ventesimo posto con un tasso di penetrazione del 31% rispetto alla media europea del 48%.

Valori simili a quelli italiani si riscontrano per la Grecia (22%), la Bulgaria (21%) e la Romania (13%) mentre Olanda, Danimarca e Svezia registrano un tasso di penetrazione più che doppio (Figura 3). Rispetto al 2007 si evidenzia un incremento dell'accesso ad Internet per tutti i paesi europei ad

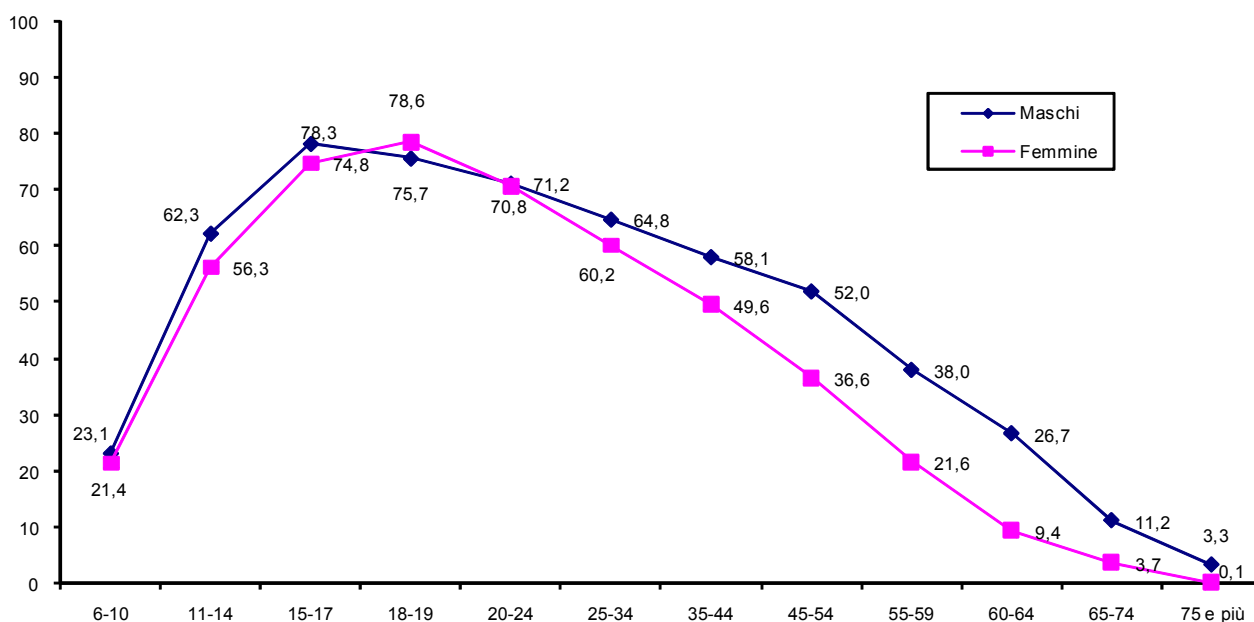
eccezione dell'Italia (che passa dal 43% al 42%). I paesi che hanno investito maggiormente sull'accesso ad Internet mediante banda larga sono stati la Grecia e la Romania, dove si evidenziano incrementi relativi rispettivamente del 70% e del 40%, mentre in Italia si registra un incremento relativo del 19%.

2. L'UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE DA PARTE DEGLI INDIVIDUI

Permangono forti differenze generazionali

Nel 2008 il 44,9% della popolazione di 3 anni e più utilizza il **personal computer** e il 40,2% della popolazione di 6 anni e più naviga su **Internet**. Se si considera la frequenza di utilizzo, inoltre, si evidenzia che il 24,4% delle persone di 3 anni e più usa il personal computer tutti i giorni e il 17,7% di quelle di 6 anni e più usa Internet quotidianamente. Rispetto al 2007, la quota degli utenti sia del personal computer sia di Internet aumenta di oltre tre punti percentuali tornando a crescere in modo significativo dopo due anni di stagnazione.

Figura 4 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 12 mesi per sesso e classe d'età. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso e classe di età)



Il picco di utilizzo del personal computer si ha tra i 15 e i 19 anni (oltre l'80%) e per Internet tra i 15 e i 24 anni (oltre il 71%), per poi decrescere rapidamente all'aumentare dell'età. Già tra le persone di 35-44 anni l'uso del personal computer (58,6%) e di Internet (53,8%) è molto più contenuto. Tra le persone di 60-64 anni solo il 20,5% usa il personal computer e il 18% naviga in Internet, mentre tra gli ultra sessantacinquenni l'uso di queste tecnologie è ancora un fenomeno marginale. Tali differenze dipendono in gran parte dal livello di istruzione più basso delle persone anziane. (Tavola 6).

In linea con gli anni precedenti, si riscontrano forti differenze di genere sia nell'uso del personal computer che in quello di Internet. Dichiarano, infatti, di utilizzare il personal computer il 50,4% degli uomini a fronte del 39,7% delle donne. Navigano in Internet il 45,8% degli uomini e il 35% delle donne. Va rilevato, comunque, che fino a 34 anni le differenze di genere sono molto contenute e tra i 18-19 anni c'è il sorpasso femminile, mentre la differenza di genere si accentua a partire dai 35 anni a favore degli uomini e raggiunge il massimo tra le persone di 45-64 anni con oltre 15 punti percentuali di differenza fra uomini e donne nell'uso di Internet (Figura 4).

È forte lo svantaggio del Sud, ma diminuiscono le differenze sociali

Nel 2008 permane lo squilibrio territoriale sia nell'uso del personal computer che in quello di Internet: dichiarano, infatti, di utilizzare il computer oltre il 47% della popolazione residente nel Centro-nord a fronte di una quota che nel Sud e nelle Isole è del 37% circa; l'uso di Internet supera il 43% nel Centro e nel Nord e si attesta intorno al 33% nel Sud e nelle Isole (Tavola 6).

Tavola 6 - Persone di 3 anni e più per uso del personal computer e persone di 6 anni e più per uso di Internet, sesso, classe di età, ripartizione geografica, condizione occupazionale. Anni 2005-2008 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)

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

(a) Negli ultimi 12 mesi.

(b) Per 100 persone di 15 anni e più.

Dal 2005 al 2008 aumentano le differenze tra Nord e Sud del Paese: la distanza nell'uso del personal computer tra il Nord-est e il Sud era di 10,4 punti percentuali nel 2005 ed è diventata di 12,3 punti percentuali nel 2008. Lo stesso andamento si riscontra per Internet.

L'uso del personal computer e di Internet è connotato anche da un forte divario sociale che comunque è in diminuzione. Usano di più il personal computer e Internet gli studenti (rispettivamente 88% e 85%) per i quali la sovrapposizione di personal computer e Internet è quasi totale, seguiti dagli occupati (63,4% e 59%); all'ultimo posto si collocano le casalinghe (13,3% e 10,8%) e i ritirati dal lavoro (11,2% e 9,3%).

Tra gli occupati l'uso del personal computer prevale tra i direttivi, quadri, impiegati (84,3%); seguono i dirigenti, imprenditori, liberi professionisti (80,5%) e, a grande distanza, i lavoratori in proprio e coadiuvanti (48,7%), mentre tra gli operai e apprendisti la quota di chi utilizza il personal computer scende al 39,9%. Internet è utilizzato soprattutto da direttivi, quadri, impiegati (80,4%) seguiti dai dirigenti, gli imprenditori, i liberi professionisti (77,5%). Solo il 34,7% degli operai ed apprendisti usa, invece, la rete.

Rispetto al 2005, l'uso di personal computer tra gli occupati è passato dal 56,4% al 63,4% e la navigazione in Internet dal 48% al 59%. Le differenze sociali sono diminuite poiché in questi anni gli operai hanno fatto registrare incrementi percentuali relativi del 27% sull'uso del personal computer, (passando dal 31,4% nel 2005 al 39,9% nel 2008) e incrementi percentuali relativi del 52% per l'uso di Internet (passando dal 22,8% nel 2005 al 34,7% nel 2008) mentre i dirigenti, imprenditori, liberi professionisti, pur presentando prevalenze doppie degli operai, fanno registrare incrementi percentuali relativi dell'11% per quanto riguarda l'uso del pc (passando dal 72,2% all' 80,5%) e del 16% per l'uso di Internet (passando dal 66,9% al 77,5%).

Il luogo privilegiato di utilizzo è la casa, pochi si connettono a Internet senza fili

Il luogo privilegiato di utilizzo del personal computer è la propria casa. L'84,7% delle persone che hanno utilizzato il personal computer negli ultimi 3 mesi lo hanno fatto da casa. Segue il posto di lavoro (41%), il luogo di studio (20,7%), la casa di altri (21,9%) e altri luoghi (15,9%). Per Internet si riscontra una situazione molto simile con il 79,6% degli utilizzatori che lo usa da casa, il 40,6% dal luogo di lavoro, il 16% dal luogo di studio, il 22,1% da casa di altri e il 17% da altro luogo (Tavola 7).

Tavola 7 - Persone di 3 anni e più che hanno usato il personal computer e persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per luogo di utilizzo, sesso e classe di età. Anno 2008 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)

Considerando i figli di 3-17 anni che vivono con i genitori si evidenzia che il 17,2% usa il personal computer solo a casa, il 3% lo usa solo a scuola, il 15,6% sia a scuola sia a casa e il 20,8% utilizza il personal computer in molteplici luoghi (a casa di altri e/o a casa propria e/o a scuola).

Tavola 8 - Figli di 3-17 anni che hanno usato il personal computer per luogo di utilizzo e titolo di studio più elevato dei genitori. Anno 2008 (per 100 figli di 3-17 anni con le stesse caratteristiche)

Il divario tra i bambini e ragazzi di 3-17 dovuto al titolo di studio dei genitori è molto forte. Infatti, ha usato il personal computer negli ultimi 3 mesi il 66,3% dei bambini e ragazzi con almeno un genitore laureato rispetto al 40,6% di quelli con i genitori con al massimo la licenza elementare con una differenza di 26 punti percentuali (Tavola 8). I bambini e ragazzi con genitori con titoli di studio bassi sono svantaggiati sia nell'uso a casa sia nell'uso combinato a casa e a scuola. L'uso esclusivo a scuola permette di riequilibrare leggermente le differenze. Usano il personal computer solo a scuola, infatti, il 6,3% dei bambini e dei ragazzi con genitori con la licenza elementare a fronte dell'1,5% di quelli con genitori laureati. Tuttavia la scuola non riesce a colmare il profondo divario dovuto ad un ambiente familiare non favorevole.

Tavola 9 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per strumenti utilizzati per accedere ad Internet, sesso e classe di età. Anni 2007 e 2008 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi)

Considerando, infine, il collegamento ad Internet senza fili si evidenzia che sono ancora poche le persone che lo usano. Il 20,8 % degli utenti di Internet usa un portatile con collegamento senza cavi (WIFI). Più contenute le quote di coloro che usano un cellulare via UMTS (6,7 %), un cellulare via GPRS (5,6 %) e un computer palmare (5,3 %). La quota di coloro che utilizzano collegamenti senza fili è sempre più alta tra gli uomini e nella fascia d'età tra i 18 e i 44 anni (Tavola 9). Rispetto all'anno precedente la situazione è piuttosto stabile. Unici cambiamenti significativi sono: la diminuzione di chi usa il cellulare via GPRS per connettersi alla rete (dal 7,4% nel 2007 al 5,6% nel 2008) e l'aumento di chi usa il portatile con collegamento senza cavi (WIFI) che passa dal 17,3% nel 2007 al 20,8% nel 2008.

Più della metà degli utilizzatori di personal computer non ha mai seguito corsi

Il 37,5% degli utilizzatori del personal computer ha seguito uno o più corsi relativi al suo utilizzo nel corso degli ultimi 12 mesi (9 milioni 664mila persone). La quota di chi ha seguito corsi è più alta fra le donne (41,3% contro il 34,5% degli uomini). A livello anagrafico, prevale la fascia d'età tra i 20 e i 64 anni (oltre il 40%) (Tavola 10).

La quota di coloro che hanno seguito corsi è maggiore nel Nord del Paese dove circa il 40% dichiara di aver seguito corsi relativi all'uso del personal computer a fronte di una quota che si attesta sul 37,4% nel Centro, al 36,4% nelle Isole e scende al 30,4% nel Sud.

Rispetto al 2007 la quota di chi ha effettuato corsi sull'uso del personal computer è diminuita passando dal 41,9% al 37,5%. In termini assoluti il numero di persone che hanno frequentato corsi sull'uso del personal computer è rimasto invariato ma tale diminuzione è dovuta all'aumento del numero di persone che usano il personal computer.

Tavola 10 - Persone di 3 anni e più che hanno usato il personal computer negli ultimi 12 mesi per partecipazione a corsi sull'uso del personal computer, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2008 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato il personal computer negli ultimi 12 mesi)

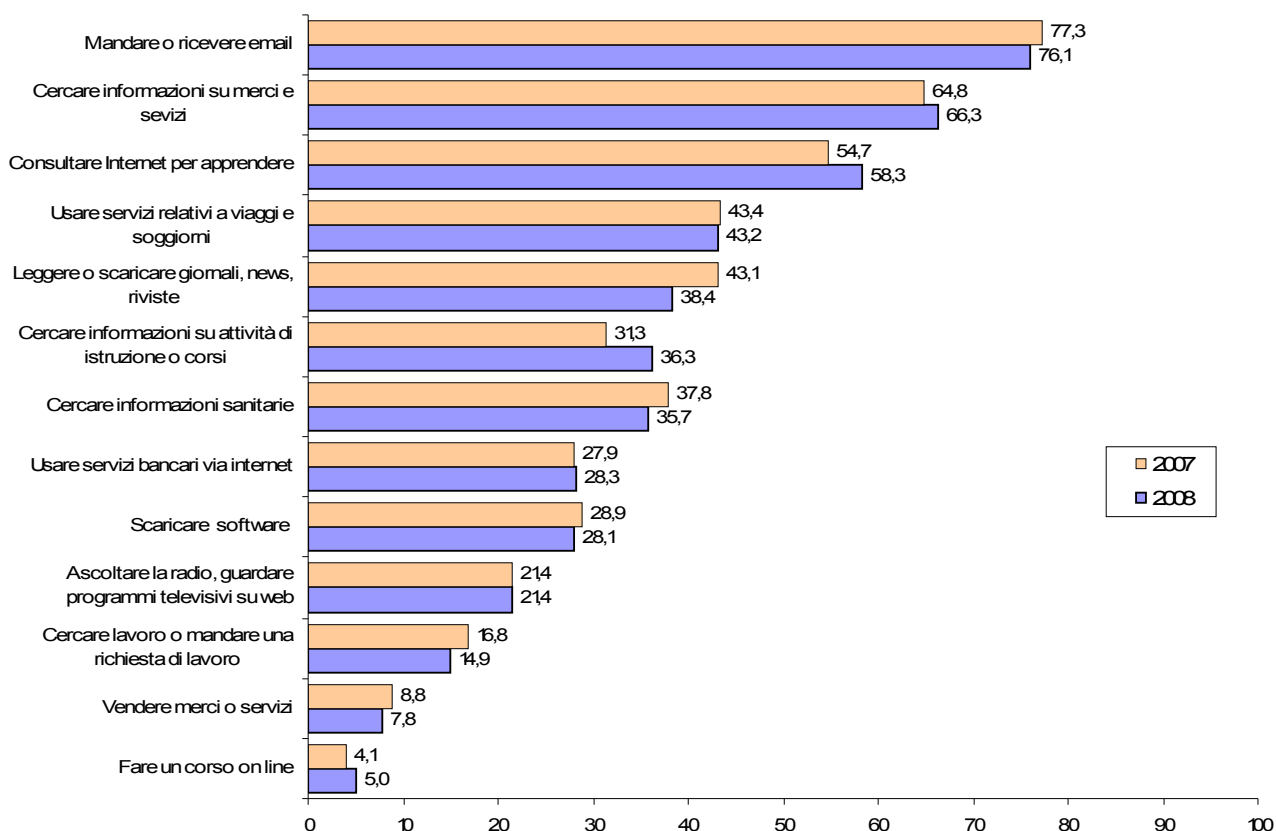
3. LE ATTIVITÀ SVOLTE CON INTERNET

Oltre il 70% degli utilizzatori di Internet utilizza la posta elettronica

Le persone di 6 anni e più che si sono connesse ad Internet negli ultimi 3 mesi hanno utilizzato la rete prevalentemente per comunicare attraverso l'uso della posta elettronica, ovvero per **mandare o ricevere e-mail** (76,1%), per cercare **informazioni su merci e servizi** (66,3%) e per **apprendere** (58,3%). Di rilievo è la quota di chi si connette al web per usare servizi relativi a viaggi e soggiorni (43,2%), per leggere o scaricare giornali, news, riviste (38,4%), cercare informazioni su **attività di istruzione o su corsi** di qualunque tipo (36,3%), cercare **informazioni sanitarie** (35,7%). È meno diffuso l'uso di servizi bancari via Internet (28,3%), scaricare software (28,1%) e l'ascolto della radio o guardare programmi televisivi su web (21,4%) (Figura 5).

Rispetto all'anno precedente la situazione è piuttosto stabile. Unici cambiamenti significativi sono la diminuzione di chi usa Internet per leggere o scaricare giornali, news e riviste (dal 43,1% del 2007 al 38,4% del 2008) e l'aumento di chi usa Internet per apprendere (58,3% rispetto al 54,7%) assieme a cercare informazioni su attività di istruzione o corsi (36,3% rispetto al 31,3% del 2007) (Figura 5).

Figura 5 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per attività svolta. Anni 2007 e 2008 (per 100 persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi)



Gli uomini sono più attivi delle donne nello scaricare software (35,1% rispetto al 19,3% delle donne), nel cercare informazioni su merci e servizi (70,5% rispetto al 61%), nel vendere merci o servizi (10,4% rispetto al 4,4%) e nell'usare servizi bancari (32,4% rispetto al 23,1%), nel giocare online con altri giocatori (12,1% rispetto al 6,4%). Le donne sono più interessate ad usare il web per reperire informazioni sanitarie (40,9% delle donne contro il 31,5% degli uomini) e per cercare informazioni su attività di istruzione o corsi di qualunque tipo (39% contro il 34,2% degli uomini) (Figura 6).

Le attività svolte con Internet sono strettamente correlate con l'età: tra i 20 e i 44 anni oltre l'82% dei fruitori di Internet lo fa per mandare o ricevere e-mail. L'utilizzo del web per cercare informazioni su attività di istruzione o su corsi di qualunque tipo è particolarmente diffusa tra le persone tra i 18 e i 34 anni, con una punta del 54% tra le persone di 20-24 anni. Analogamente, la ricerca di lavoro su Internet è particolarmente diffusa tra i 20 e i 34 anni.

Cercare informazioni su merci e/o servizi, usare servizi relativi a viaggi e soggiorni, cercare informazioni sanitarie e usare servizi bancari via Internet sono, invece, i motivi più diffusi tra le persone di 25-64 anni. La lettura di giornali, news, riviste è molto diffusa tra le persone di 25 anni e più con un picco massimo tra gli ultra settantacinquenni (45,9%) (Tavola 11).

Figura 6 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per attività svolta e sesso. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi)

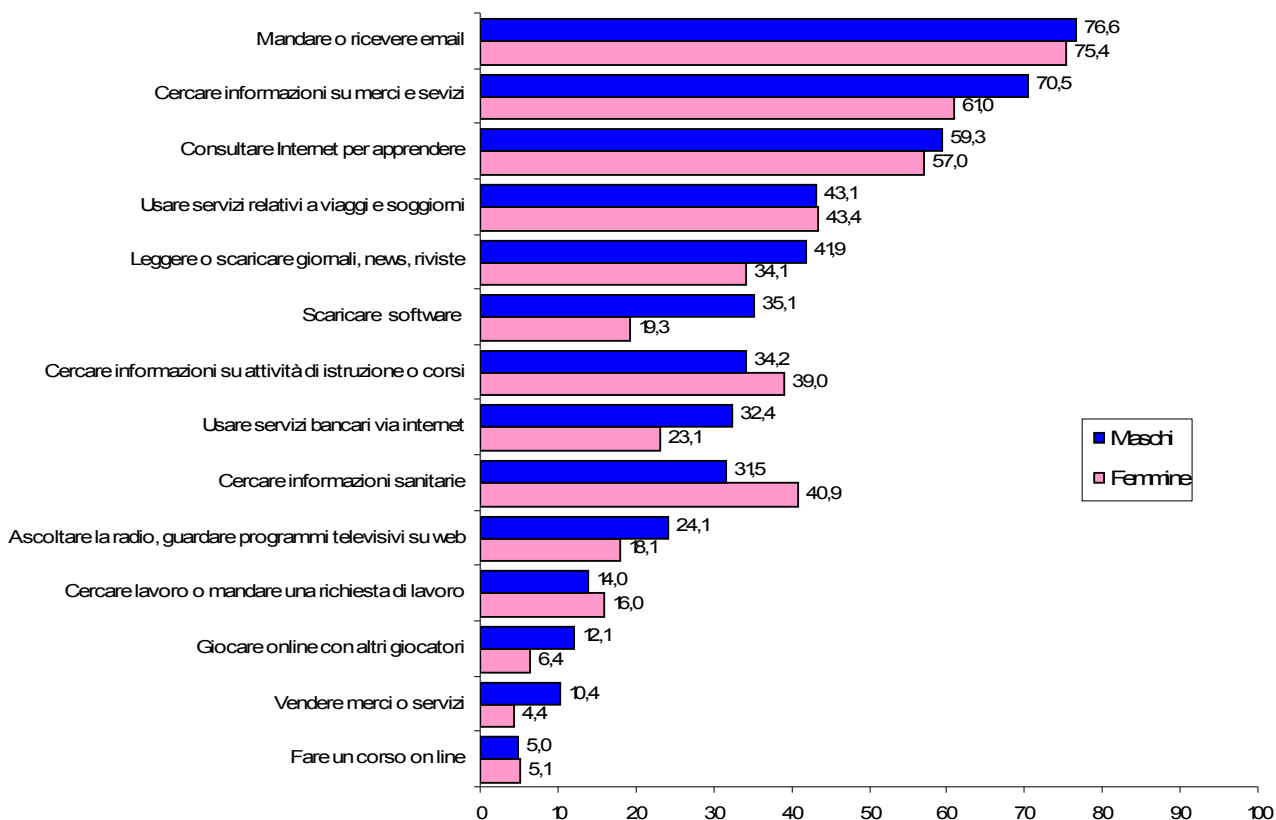


Tavola 11 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per tipo di attività svolta e classe d'età. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più della stessa classe di età che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi)

Emerge l'uso del web per condividere contenuti

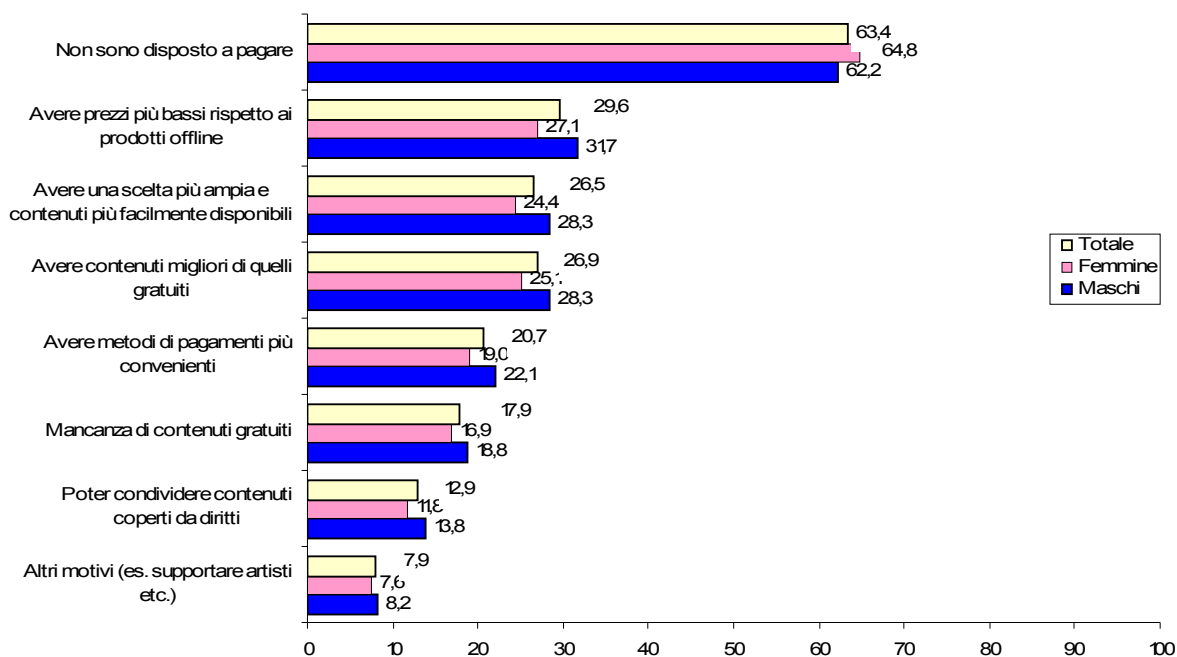
Internet è anche utilizzato per il download di contenuti digitali come scaricare o vedere film, cortometraggi o video (34,6%), per scaricare e o ascoltare musica (22,7%), per scaricare giochi per pc o

video game e i loro aggiornamenti (10,7%) e per usare un browser come supporto news feeds (es.RRS) per leggere le novità sul web (8,5%) (Tavola 12).

Internet viene usato anche come strumento per scambiare e condividere contenuti digitali. Infatti il 15,7% delle persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi hanno scaricato contenuti autoprodotti sui siti web per condividerli, il 10,1% dichiara di usare la modalità peer to peer per scambiare musica, film, video e il 6,5% usa i servizi podcast per ricevere video o audio. Per tutte le attività considerate si registra un maggior dinamismo degli uomini rispetto alle donne che in alcuni casi presentano valori quasi doppi, fa eccezione l'uso del web per scaricare contenuti autoprodotti dove le differenze di genere sono più contenute (17,1% degli uomini contro il 14% delle donne). L'uso di Internet come media per lo scambio e la condivisione di contenuti è una modalità strettamente giovanile. Ad esempio, sono soprattutto i ragazzi di 18-24 anni ad usare il peer to peer per scambiare musica, film video (circa il 20%) e i ragazzi di 18-19 anni a caricare contenuti autoprodotti sui siti web (31,1%).

Tavola 12 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per tipo di attività svolta, sesso e classe di età. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi)

Figura 7 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi e non hanno pagato per contenuti audiovisivi online per motivi per cui sarebbero disposti a pagare per contenuti audiovisivi online. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi e non hanno pagato per contenuti audiovisivi online)



La tendenza ad usare Internet come media di condivisione si riscontra anche dal fatto che quasi la totalità degli utenti non ha pagato per la fruizione di contenuti audiovisivi online (97,7%), e il 63,4% dichiara di non essere disposto a pagare (Figura 7). Tra i motivi che spingerebbero gli utenti a pagare per avere contenuti audiovisivi online emerge la possibilità di acquistare il prodotto a un prezzo più basso rispetto a quello offline (29,6%), avere una scelta più ampia e contenuti più facilmente disponibili (26,5%), avere contenuti migliori di quelli gratuiti (26,9%), avere metodi di pagamento più convenienti (20,7%).

Quasi il 40% degli utenti di Internet usa il web per ottenere informazioni sulla P.A.

L'uso di Internet per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione è abbastanza diffuso. Infatti, il 39,4% delle persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi ha navigato sul web per ottenere informazioni dalla Pubblica Amministrazione, il 30,4% per scaricare moduli da siti della Pubblica Amministrazione e l'15,1% per spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione.

Sono soprattutto i maschi a usare Internet per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione, anche se le differenze di genere sono contenute. Dal punto di vista generazionale sono soprattutto gli adulti tra i 25 e i 64 anni ad utilizzare di più Internet per cercare di mettersi in contatto con la P.A. Oltre il 40% delle persone di quest'età ha consultato i siti della Pubblica Amministrazione per avere informazioni (con un picco del 50,7% tra i 55 e i 59 anni) e più di un terzo per scaricare moduli (Tavola 13). Tra gli occupati sono soprattutto i dirigenti, imprenditori, liberi professionisti assieme a direttivi, quadri, impiegati, ad utilizzare i contatti online per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione, presentando valori quasi tripli rispetto agli operai, apprendisti nell' usare il web per scaricare moduli della P.A e nello spedire moduli della P.A.

Tavola 13 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per svolgimento di pratiche presso i Servizi pubblici e/o Pubblica Amministrazione per sesso, classe d'età e condizione occupazionale. Anno 2008 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi)

4. INTERNET PER COMUNICARE

Le attività di comunicazione hanno un ruolo importante nell'utilizzo di Internet

Leggere weblog o blog è un'attività svolta dal 28,5% delle persone di 6 anni e più che hanno usato Internet nei 3 mesi precedenti l'intervista. Segue l'inserimento di messaggi in chat, newsgroup o forum (22,3%) e i servizi di instant messaging (21,3%). Leggermente meno usato Internet per telefonare o per effettuare videochiamate (entrambi 15,9%) e per creare o gestire weblog o blog (7,8%) (Tavola 14).

Per tutte le attività considerate sono i maschi ad avere livelli più alti rispetto alle donne, ad eccezione della creazione di weblog o blog per il quale non si riscontrano differenze di genere.

Usare Internet per telefonare o per effettuare videochiamate è un'attività svolta principalmente dalle persone tra i 20 e i 34 anni (circa 20%) ma risulta rilevante anche tra gli adulti e tra le persone di 65 anni e più (12%). I giovani tra i 15 e i 19 anni, invece, sono i più attivi nell'usare servizi quali chat, newsgroup, forum (quasi il 50%), leggere weblog e blog (oltre il 45%) e creare o gestire weblog e blog (più del 23%).

Tavola 14 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per attività di comunicazione svolte, sesso e classe d'età. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi)

Internet modifica l'uso di strumenti tradizionali come il telefono fisso e i quotidiani in formato cartaceo

L'utilizzo di Internet per comunicare modifica l'uso di strumenti più tradizionali. Considerando, infatti, le persone che usano Internet per telefonare o per effettuare videochiamate il 50,3% ritiene che l'uso di Internet abbia sostituito molto o in parte il loro rapporto con il telefono fisso.

Il 39,3% ritiene che telefonare o effettuare videochiamate su Internet abbia influito sull'uso dell'e-mail e il 38,7% ritiene di aver sostituito molto o in parte l'uso del cellulare (Figura 8).

Analoga tendenza si riscontra per l'uso di Internet per informarsi, infatti il 39,3% dichiara che il tempo dedicato alla lettura di news online ha sostituito molto o in parte il tempo dedicato a sfogliare giornali, riviste ecc. e l'utilizzo di contatti online per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione ha sostituito molto o in parte il recarsi di persona negli uffici (35,2%).

L'uso della rete non incide, invece, in modo sostanziale sul tempo che le persone dedicano all'ascolto della radio tradizionale; infatti, per l'80,6% degli utenti di internet la web radio non ha sostituito per niente il tempo dedicato all'ascolto della radio tradizionale. (Figura 9)

Figura 8 - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per telefonare e/o effettuare videochiamate per effetto sui mezzi di comunicazione tradizionali. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per telefonare e/o effettuare videochiamate)

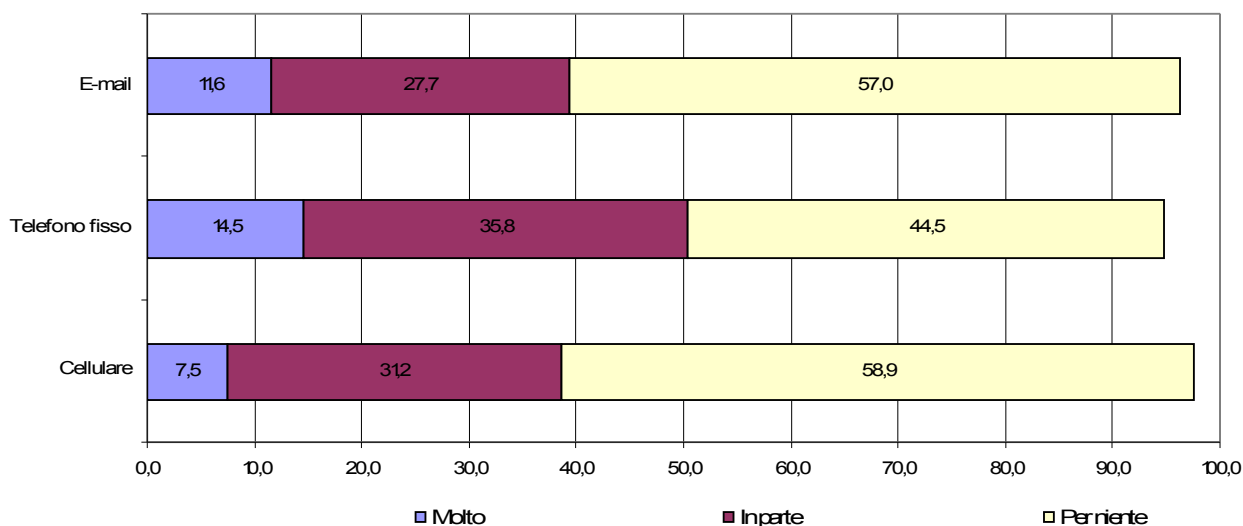
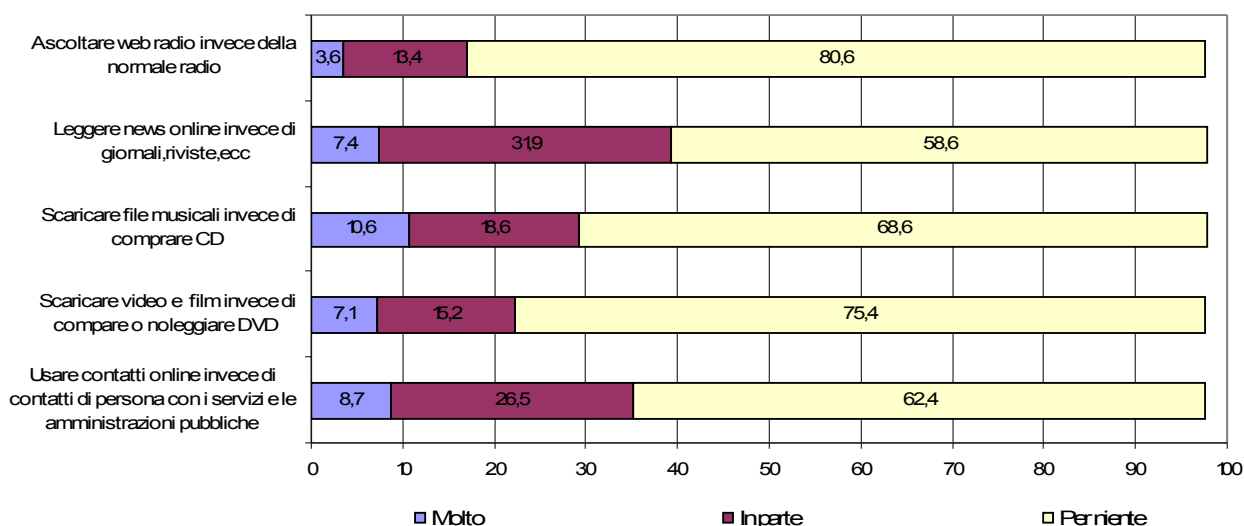


Figura 9 - Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per attività svolta e sesso. Anno 2008 (per 100 persone di 6 anni e più dello stesso sesso che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi)



5. L'E-COMMERCE

Più di un quarto degli utenti di Internet acquista beni e servizi online

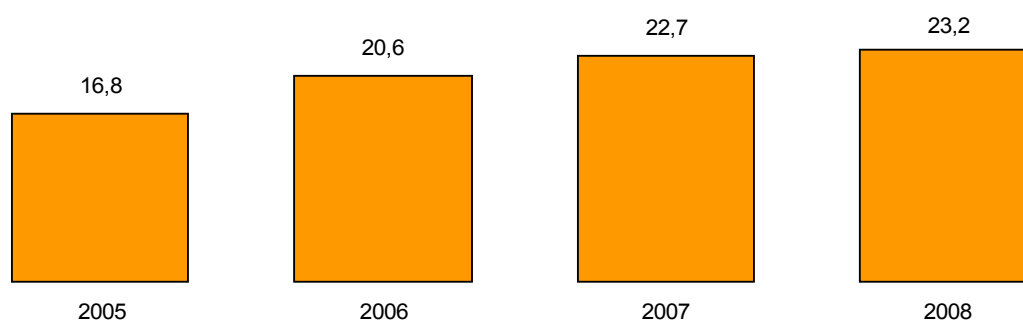
Il 23,2% degli individui di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi precedenti l'intervista ha ordinato e/o comprato merci e/o servizi per uso privato nello stesso arco temporale (pari a 4 milioni 848 mila persone). A questa quota si aggiunge un 6,2% di utilizzatori di Internet che hanno ordinato e/o comprato merci e/o servizi più di un anno prima dell'intervista. Per esigenze di confronto internazionale, comunque, nel seguito si prenderà in considerazione solo chi ha ordinato e/o comprato merci e/o servizi nei 12 mesi precedenti l'intervista.

Considerando coloro che hanno fatto acquisti in rete negli ultimi 12 mesi precedenti l'intervista, si evidenzia una maggiore frequenza di utilizzo dei maschi (il 28,1% contro il 16,9% delle donne), delle persone tra i 20 e i 54 anni (oltre il 23%), dei cittadini del Centro e del Nord rispetto a quelli del Sud (Tavola 15).

Tavola 15 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato su Internet, sesso, classe di età e ripartizione geografica. Anno 2008 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi)

Inoltre, si evidenzia che le persone che fanno acquisti online preferiscono rivolgersi a venditori nazionali (76,9%), mentre il 28,6% si è rivolto a venditori di un altro paese europeo e il 17,9% a venditori dal resto del mondo. Se si analizza l'acquisto di beni e servizi online nell'arco temporale che va dal 2005 al 2008 si evidenzia come l'uso del web per comprare merci o servizi sia cresciuto in modo significativo tra il 2005 e il 2006 (passando dal 16,8% al 20,6%) mentre per gli anni successivi si registrano incrementi minimi (dal 22,7% nel 2007 al 23,2% del 2008) (Figura 10)

Figura 10 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato su Internet. Anni 2005 - 2008 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi)



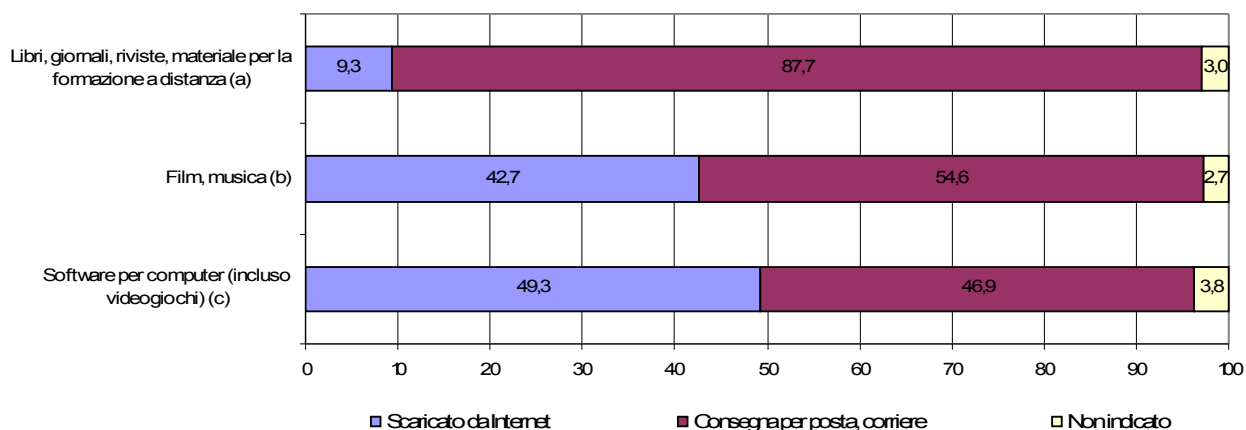
Le tipologie di beni e i servizi che si possono acquistare via web sono varie ed eterogenee: nel 2008 al primo posto si collocano i viaggi e soggiorni (compresi i biglietti ferroviari, aerei, ecc.) ordinati e/o acquistati dal 35,6% delle persone che hanno ordinato e/o acquistato su Internet nei 12 mesi precedenti l'intervista; seguono libri, giornali, riviste e materiale per la formazione a distanza (27,9%), abiti e articoli sportivi (25,8%), ricariche telefoniche (25,7%), film e musica (20,4%), attrezzature elettroniche (22%), software per computer (inclusi i videogiochi) (17,9%), biglietti per spettacoli (18%) e hardware per computer (16,2%). Decisamente più contenute le quote di utenti che hanno ordinato e/o acquistato azioni, servizi finanziari e/o assicurativi (6,3%) e prodotti alimentari (4,2%) (Tavola 16).

Gli uomini sono i più attivi per tutte le tipologie di acquisti online: presentano valori più che doppi per l'acquisto di attrezzature elettroniche (26,2% degli uomini contro il 13,4% delle donne) e valori tripli per quanto riguarda l'acquisto di attrezzature informatiche (il 22,3% degli uomini acquista o ordina software per computer contro l'8,8% delle donne). L'interesse femminile prevale invece per l'acquisto online di libri, giornali, riviste e materiale per la formazione a distanza (dove si registra un vantaggio di 6 punti percentuali) e per viaggi e soggiorni di vacanza (con un vantaggio di 2 punti percentuali).

I più giovani acquistano più frequentemente articoli e abiti sportivi (il 35,9% dei ragazzi tra 18 e 19 anni), i film e la musica (il 30,8% dei ragazzi 18-19 anni).

Tavola 16 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato, per tipo di merci e/o servizi ordinati e/o comprati, sesso e classe di età. Anno 2008 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato)

Figura 11 - Persone di 14 anni e più che hanno ordinato e/o acquistato merci e/o servizi per uso privato su Internet negli ultimi 12 mesi per tipo di merci ordinate e/o comprate e modalità di consegna. Anno 2008 (composizione percentuale)



(a) Per cento persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare libri, giornali, riviste, materiale per la formazione a distanza.

(b) Per cento persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare film, musica.

(c) Per cento persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare Software per computer (incluso videogiochi).

Il 42,7% di coloro che hanno acquistato film o musica ha scaricato il prodotto direttamente dalla rete, mentre al 54,6% tale merce è stata consegnata via posta o corriere; tra coloro che hanno acquistato software o videogiochi, circa la metà ha scaricato il prodotto dal web, mentre tra coloro che hanno

acquistato libri, giornali, riviste e materiale di formazione a distanza più frequente è stata la consegna del materiale via posta o corriere (87,7%) (Figura 11).

Rispetto all'anno precedente si evidenziano alcuni cambiamenti nella graduatoria dei beni e/o servizi ordinati o comprati via Internet. Diminuisce l'acquisto di film e musica via web che nel 2007 occupava il terzo posto nella graduatoria (passando dal 23% nel 2007 al 20,4% nel 2008), mentre aumentano le ordinazioni e gli acquisti via web di libri giornali riviste, materiale per la formazione a distanza (passando dal 25,4% nel 2007 al 27,9% nel 2008), articoli sportivi (passano dal 23,3% nel 2007 al 25,8% nel 2008) e le ricariche telefoniche (passando dal 21,9% nel 2007 al 25,7% nel 2008).

Figura 12 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato per tipo di merci e/o servizi ordinati e/o comprati. Anni 2007 e 2008 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato)

