



IL VALORE DELLA CONNETTIVITÀ NELL'ITALIA DEL DOPO COVID-19

*Perché gli operatori tlc sono essenziali
per la ripresa e la resilienza del Paese e degli italiani*

Rapporto finale

Roma, 12 luglio 2021

INDICE

| | |
|--|----|
| 1. Le ragioni del progetto | 4 |
| 1.1. L'essenzialità divenuta evidente | 4 |
| 1.2. WindTre nelle buone reti digitali che gli italiani vogliono | 5 |
| 2. I principali risultati | 6 |
| 2.1. La trama del racconto | 6 |
| 2.1.1. La stagione dei diritti digitali è già qui | 6 |
| 2.1.2. No web, no life | 6 |
| 2.1.3. Come si sceglie l proprio operatore Tlc | 7 |
| 2.1.4. Giovani: un microcosmo in <i>fast motion</i> | 8 |
| 2.2. I risultati in pillole | 8 |
| 3. <i>Per tutti, ovunque, comunque</i> : l'accesso al web nuovo diritto fondamentale | 12 |
| 4. Chi paga | 14 |
| 4.1. Rimuovere gli ostacoli, in primis quelli economici | 14 |
| 4.2. L'incompreso abbattimento delle tariffe | 15 |
| 4.3. Che paghino i Mogul | 16 |
| 5. Gli italiani e il web | 18 |
| 5.1. Scene di vite iperconnesse | 18 |
| 5.2. Connessi e sconnessi | 18 |
| 5.3. Presenza quotidiana | 19 |
| 5.4. Offerte <i>business</i> da far capire e apprezzare | 21 |
| 5.5. Le connessioni al tempo del Covid-19 | 21 |
| 5.5.1. Hanno funzionato bene | 21 |
| 5.5.2. Fedelissimi, nomadi e neoconnessi | 23 |
| 5.6. Mai più senza linea fissa | 23 |
| 5.7. Frodi e minori: le paure del web | 24 |
| 5.8. È tempo di 5G | 25 |



| | |
|--|----|
| 6. Il rapporto con gli operatori Tlc | 27 |
| 6.1. Un contesto in via di definizione | 27 |
| 6.2. Dal basic ai valori | 28 |
| 6.3. I fattori che contano | 29 |
| 6.3.1. Veloci, affidabili, con una assistenza accessibile | 29 |
| 6.3.2. Risposta alle paure | 29 |
| 6.3.3. Le sensibilità sociali e ambientali | 30 |
| 6.3.4. Per cosa pagherei di più | 30 |
| 7. I giovani e Internet | 32 |
| 7.1. Il senso di un focus | 32 |
| 7.2. Diritto e gratuità | 32 |
| 7.2.1. Tutti devono averlo | 32 |
| 7.2.2. Ognuno contribuisca secondo le possibilità economiche | 33 |
| 7.3. Utilizzi e giudizi | 33 |
| 7.3.1. Vite online | 33 |
| 7.3.2. Reazioni alle esigenze in emergenza | 34 |
| 7.4. Più consapevoli dei rischi | 35 |
| 7.5. A vele spiegate verso il 5G | 35 |
| 7.6. Come scelgono un operatore | 36 |
| Tabelle e figure | 37 |

1. LE RAGIONI DEL PROGETTO

1.1. L'essenzialità divenuta evidente

Far comprendere a *public opinion* e decisori politico-istituzionali l'importanza strategica delle reti di telecomunicazione per i cittadini e la società italiana, rendendo chiaramente visibile il ruolo decisivo degli operatori Tlc nel più generale quadro dell'accelerazione digitale che Covid-19 ha avviato: ecco, in estrema sintesi, l'obiettivo alla base del presente progetto.

Infatti, molto si parla di digitale e del suo ingresso in pianta stabile nelle esistenze individuali e, più in generale nella società ed economia italiana, minore attenzione riceve chi rende concretamente possibile l'accesso al web: gli operatori Tlc che, in qualità di *connectivity server provider* hanno risposto presente di fronte al decollo del fabbisogno di rete esploso nel periodo dell'emergenza Covid-19.

Un ruolo *essenziale*, che con la pandemia è uscito dal cono d'ombra in cui era relegato: infatti, opinioni, aspettative e comportamenti degli italiani danno conto del ruolo strategico che le connessioni sono destinate a rivestire nelle loro vite, entrando in maniera definitiva nella materialità del quotidiano. Non a caso, Covid-19 segna definitivamente l'ingresso del diritto di connettività nel novero dei diritti fondamentali da garantire ai cittadini, insieme a quelli politici, civili e sociali: quasi 9 cittadini su 10 ne sono convinti.

Qui si radica il protagonismo degli operatori Tlc nel nuovo contesto oltre Covid-19, in qualità di pilastri della svolta digitale in atto pur muovendosi in un quadro che li vede stretti tra l'alta concorrenzialità sui mercati che spinge in basso le tariffe e costi crescenti da sostenere finanziare l'ineludibile potenziamento delle reti.

Se la connessione è ormai un bisogno essenziale ed è percepito come un diritto fondamentale della persona, allora rimuovere gli ostacoli all'attività degli operatori Tlc non può essere ridotta a richiesta meramente corporativa, perché è una condizione basilare per accompagnare la ripresa e la resilienza italiana post Covid-19.

1.2. WindTre nelle buone reti digitali che gli italiani vogliono

Ora che la vaccinazione di massa ha iniziato a correre a pieni polmoni portandoci, auspicabilmente, verso la fine dell'emergenza e l'inizio di una nuova fase, è importante guardare non solo alle scorie che Covid-19 ha lasciato dietro di sé, ma anche a quegli aspetti sperimentati nell'urgenza dell'emergenza e che possono rivelarsi nel nuovo contesto come opportunità.

È un discorso che assume senso e valore in molti ambiti, che trova una sua applicazione concreta e immediatamente visibile anche nel mutato rapporto degli italiani con il web e, più in generale, con i servizi di connettività.

9 italiani su 10 usano il web per relazionarsi con familiari e amici, per lavoro, studio e altro ancora ed hanno così appreso che la relazionalità sul web è possibile e che non è necessariamente cattiva relazionalità o causa del restringimento delle cerchie di cui si fa parte.

La relazionalità sul web, abbattendo le distanze, è stata decisiva per la resistenza collettiva nella pandemia, e potrà esserlo se ancor più ibridata con quella fisica in compresenza nel prossimo futuro. È un passaggio cruciale nella percezione collettiva ed è una sfida per imprese come WindTre che, operando nel settore come *connectivity service provider*, sono chiamate ad individuare nella costruzione delle reti digitali ad alta relazionalità una leva di potenziale alto valore.

Gli italiani si aspettano servizi di connettività veloci, affidabili, sicuri e imprese capaci di garantire servizi a più alto valore, per rimuovere ogni tipo di barriera all'accesso alla rete.

2. I PRINCIPALI RISULTATI

2.1. La trama del racconto

2.1.1. La stagione dei diritti digitali è già qui

Accedere al web tutti, ovunque, comunque. La sfera dei diritti individuali non è più fatta di aspetti afferenti a lavoro, salute, istruzione ma nella percezione collettiva include ormai stabilmente l'accesso al Web. In estrema sintesi: l'accelerazione digitale avvenuta durante Covid-19 segna l'inizio della stagione dei diritti digitali. Un passaggio epocale, esito della concreta esperienza dell'*essenzialità* dell'accesso al web e, di conseguenza, dei soggetti e dei processi che lo garantiscono. Non sorprende allora che la grande maggioranza degli italiani chieda la rimozione degli ostacoli all'accesso al web, a cominciare da quelli economici, garantendo che *tutti, ovunque, comunque* possano accedere ad Internet. Il favore con cui si guarda ai costi di connessione in carico per intero o in parte alla fiscalità generale è espressione della forza con cui è percepito come un diritto da garantire *qui e ora* e non certo l'ingenuità di pensare che non abbia costi. Non a caso in tanti, specie tra i giovani, ritengono che sarebbe opportuno finanziarlo tra fiscalità generale, compartecipazione degli utenti in base alle disponibilità economiche e magari qualche costo in più a carico dei Mogul del web. Le imprese Tlc, che tanto bene hanno risposto al decollo dei fabbisogni di connessione nella pandemia e da cui ci si attende investimenti per potenziare le reti, devono essere alleviate dalla sfinita corsa al ribasso delle tariffe di questi anni, esito della feroce competizione sui mercati. In estrema sintesi, gli italiani nel dopo Covid-19 si attendono vite altamente digitalizzate e quindi facilità di accesso al web: se così è allora diventa urgente porre fine al cortocircuito in cui da troppo tempo sono intrappolati gli operatori Tlc, tra ricavi ai minimi e costi crescenti. Solo così il diritto di accesso al *web per tutti, ovunque, comunque* sarà sostenibile anche economicamente.

2.1.2. No web, no life

Tutto ruota intorno al web. Relazionalità con familiari e amici, lavoro, didattica, acquisti, pagamenti, salute, tempo libero: non esiste ambito di vita degli italiani che non sia permeato dal web. Se presumibilmente era già così

nel pre Covid-19, tuttavia l'esperienza traumatica della pandemia ha portato il rapporto con il digitale ad un livello superiore, radicando la certezza che la distanza fisica può essere annullata e che relazionarsi tramite il web non è sinonimo di isolamento o di relazioni asettiche, fredde.

Più linea fissa e sì al 5G: attrezzarsi per il futuro. Con il digitale che è qui per restare, è finito il tempo in cui si pensava che la connessione mobile potesse bastare, sostituendo integralmente la connessione su linea fissa. Chi dispone di linea fissa, pur valutando positivamente il funzionamento della connessione durante Covid-19, è intenzionato a potenziarla nei prossimi mesi per agevolare lo svolgimento in simultanea di più attività. E sono in tanti ad aver deciso di attivare per la prima volta una linea fissa. In sintesi, è forte la voglia di attrezzarsi ancora meglio nei prossimi mesi nell'accesso a internet, come dimostra anche l'ampio favore che incontra la tecnologia 5G: la maggioranza degli italiani è favorevole a renderla operativa ovunque, certificando che visioni distorte e *fake news* che ipotizzano rischi per la salute legati al suo utilizzo hanno scarsa presa tra i cittadini.

2.1.3. Come si sceglie il proprio operatore Tlc

Buona connessione, sicurezza e sensibilità sociali e ambientali. Gestione oculata dei budget familiari, decollo del fabbisogno di connessione, ricerca di connessioni sicure e aderenza a logiche e valori percepiti come importanti: sono il mix di fattori che gioca nelle scelte relative ai servizi di fornitura di rete da parte di un operatore. Infatti, emerge chiaramente come, oltre alle tariffe, entrino in gioco nei processi decisionali anche altri aspetti, a cominciare dai requisiti basilari che fanno una buona connessione ad internet: velocità, qualità e affidabilità ed un servizio di assistenza rapido ed efficiente in caso di problematiche e guasti. Ecco i fattori avvertiti come importanti per cui gli italiani sarebbero pronti a pagare qualcosa in più. Poi ci sono gli aspetti legati alla sicurezza, in particolare servizi che siano da antidoto alle due grandi paure degli italiani sul web: le frodi e l'accesso incontrollato di minori. Oltre il basic, gli italiani si dichiarano pronti a spendere qualcosa in più per aspetti valoriali, dall'impegno nella tutela dell'ambiente a servizi di formazione sulle competenze digitali o, anche, a contenuti extra legati ad esempio all'entertainment.

2.1.4. Giovani: un microcosmo in *fast motion*

Tutto vissuto più intensamente. Generazione nata sul web, i giovani vivono le dinamiche descritte in precedenza in maniera più intensa. Infatti, sono fermamente convinti che l'accesso al web sia un diritto fondamentale delle persone da garantire appunto a *tutti, ovunque, comunque*, rimuovendo ogni tipo di ostacolo, a partire da quelli economici. Sarebbero fautori anche del renderlo un servizio in capo alla fiscalità generale, ma temperata dalla convinzione che ciascuno dovrebbe dare un contributo in base al reddito. I giovani, molto più che adulti e anziani sono connessi, con un utilizzo quotidiano della rete per formazione, tempo libero, lavoro, e-commerce. Proprio in quanto grandi utilizzatori del web, più che adulti e anziani, sono pronti potenziare la propria connessione su linea fissa e/o attivarne una se non ce l'hanno. La frequenza d'uso li rende da un lato più consapevoli dei rischi di dipendenza legati agli eccessi, dall'altro però più favorevoli all'introduzione del 5G. Nella scelta degli operatori Tlc sono più attenti delle altre generazioni agli aspetti di qualità, affidabilità e velocità delle connessioni, requisiti per cui più di adulti e anziani sono disposti a pagare qualcosa in più.

2.2. I risultati in pillole

Tutti, ovunque, comunque: l'accesso al web secondo gli italiani. 46 milioni di italiani maggiorenni hanno una connessione Internet: di questi, il 65,5% ha sia una connessione su linea fissa sia una su linea mobile, il 14,1% solo una connessione su linea mobile, il 12,1% solo su linea fissa. *Componente essenziale* nella vita degli italiani: ecco cosa è diventato il web nell'emergenza. Non sorprende che per l'86,3% la connettività ad Internet sia ormai da considerare un diritto fondamentale delle persone, come tutela della salute, pensione per la vecchiaia o di inabilità o tutele sul lavoro. Un diritto che va garantito *a tutti, ovunque, comunque*. Per l'80,2% degli italiani la connessione ad Internet dovrebbe essere finanziata dalla fiscalità generale in tutto (42,2%) o in parte, tramite un contributo privato delle persone proporzionale al reddito (38%). Ecco l'*essenzialità* degli operatori Tlc, in quanto garanti di connessioni affidabili, sicure, veloci, decisive per la continuità delle vite individuali e di quella collettiva nella pandemia. E sono gli operatori a cui si chiede di garantire un diritto universale, anche se essi da tempo sono stretti nella feroce competizione sul mercato, con tariffe in

picchiata e costi crescenti. Uno sforzo competitivo compreso solo in parte dai cittadini, visto che per il 44,7% le tariffe non si sono ridotte in questi anni (per il 41% sono comunque state tagliate, il 14,3% è incerto). Gli italiani però ritengono indispensabile ridefinire la distribuzione del valore creato sul web, facendo pagare i Mogul del Web, da Google a Facebook: l'83,6% è favorevole ad imporre una *fee* a favore degli operatori della connessione.

Non c'è vita senza web. Il 91,5% degli italiani utilizza le connessioni di cui dispone per tenere i contatti a distanza con familiari, amici e conoscenti, l'86,9% degli occupati le usa per lavoro, il 78,9% per aspetti legati alla salute, il 75,9% per effettuare pagamenti di bollette, multe, tasse, il 75,5% per le attività del tempo libero dal *gaming online* al vedere film, serie tv, partite di calcio, ecc., il 74,1% per l'e-commerce, fare acquisti on line, il 58,4% per la didattica a distanza. Un insieme ampio e variegato di attività *online* che rende evidente che il quotidiano degli italiani è ormai permeato dal web.

Le lesson learned dopo Covid-19. Indispensabilità della connessione su linea fissa. Per l'88,9% degli italiani la propria connessione su linea fissa ha funzionato bene durante l'emergenza sanitaria Covid-19: dato elevato trasversalmente ai territori e al corpo sociale. Tuttavia, l'esigenza di far convivere nella stessa abitazione attività lavorative, di studio, di svago ha reso urgente la necessità di potenziare la connessione su linea fissa: 13 milioni di italiani sono intenzionati a farlo nei prossimi mesi, 3 milioni che non ce l'hanno sono intenzionati ad attivarla.

Altro che pericoloso: sì al 5G. Per il 60,4% degli italiani (il 67,4% tra i laureati) la tecnologia 5G deve essere resa subito operativa, mentre solo 14,4% si dichiara contrario, ritenendolo dannoso per la salute. Scarso quindi il credito di *rumor* generati da *fake news* e teorie complottiste per cui il 5G sarebbe nocivo per la salute. Resta però piuttosto alta la quota di chi non sa cosa sia il 5G: è il 25,3%, con valori elevati tra donne (32,3%), bassi titoli di studio (39,2%) ed anziani (36,5%).

Intimoriti da frodi online e rischi del libero accesso per i minori. Il web è indispensabile, tuttavia gli italiani sanno che non è un *Eden* privo di rischi: su tutto, gli italiani temono le frodi online durante operazioni bancarie, attività lavorative o acquisti (54,3%, ed è il 73,1% tra i dirigenti, il 59,7% tra i laureati) e poi i rischi legati al libero accesso alla rete da parte dei minori (43,1%, ed è il 47,2% tra le donne), altri rischi sono quelli relativi alla salute mentale, di dipendenza da web e social (27,6%) e quelli legati

agli *hater*, cioè il timore di ricevere attacchi personali, offese, sui social (22,6%).

Come scelgo il mio operatore di rete. Velocità di connessione, che assicura alta qualità e fluidità dei contenuti (52,6%), affidabilità, ovvero assenza di interruzioni (47,6%), assistenza rapida e facilmente accessibile in caso di guasti o problemi amministrativi (36,1%): ecco la triade dei fattori che, oltre al prezzo, gli italiani valutano nella scelta di un operatore Tlc. È visibile la persistente attenzione per gli aspetti *basic* di connessione. Altri fattori importanti sono la disponibilità di servizi di sicurezza informatica, che tutelano dal rischio di frodi online (31,1%) e l'esistenza di barriere di accesso per i minori (19,7%). Il 10,6% richiama l'impegno esplicito e concreto dell'operatore nella tutela ambientale, il 9,7% la messa a disposizione di servizi sanitari a distanza, il 6,6% servizi di formazione per le competenze digitali, il 5,1% la disponibilità di contenuti extra come film e calcio. Un insieme di fattori ritenuti importanti, per cui ben il 44,3% degli italiani sarebbe pronto a pagare qualcosa in più per averli, ed è il 52% tra i laureati, il 60,5% tra i redditi alti.

I giovani: tutt'uno col web. Il 93,4% dei giovani usa le proprie connessioni su linea fissa o mobile per le relazioni con familiari, amici e conoscenti, il 90,8% per *gaming online*, vedere film, serie tv, partite di calcio, ecc., il 90,1% dei giovani occupati per lavoro, l'88,5% per pagare bollette, multe tasse, l'86% per l'*ecommerce*, acquisti on line, l'83,9% per aspetti legati alla salute, il 64,8% per la didattica a distanza. Non sorprende che i giovani siano i più convinti dell'accesso al web come nuovo diritto fondamentale da garantire a *tutti, ovunque, comunque*: il 93,6% (è l'89,9% degli adulti e il 74,3% degli anziani). Per l'85,2% dei giovani quello di connettività è un servizio che dovrebbe essere finanziato dalla fiscalità generale (42,8%) o in parte tramite essa e in parte con un contributo degli utenti in base al reddito (42,4%). Come il resto della popolazione, l'85,3% vuole che sia fatta pagare una *fee* ai provider le aziende come Google, Facebook.

Più consapevolezza su importanza della linea fissa, 5G, rischio dipendenza. Pur molto soddisfatti della performance della connessione su linea fissa durante Covid-19 (90,2%), in quote superiori rispetto al dato medio della popolazione si dichiarano intenzionati a potenziare la propria attuale connessione su linea fissa (37,1%, contro il 32,4% del totale popolazione) o ad attivarne una (55,9% di chi non ha una connessione su linea fissa, mentre è il 28,1% tra il totale della popolazione). Il 77,3% è favorevole all'attivazione del 5G (è il 59% tra gli adulti e il 50,3% tra gli anziani). Grandi utilizzatori del web ma anche consapevoli dei suoi tanti

rischi: infatti, condividono con adulti e anziani la paura per le frodi online (57,1% dei giovani, ed è il 60,9% tra adulti e il 40% tra gli over 65) ma sono anche più consapevoli dei rischi per la salute mentale, di dipendenza da web e social, perché la teme il 35,2% dei giovani mentre è il 28,6% tra gli adulti, il 20,2% tra gli anziani.

I fattori che più contano per i giovani quando scelgono un operatore di rete. Oltre al prezzo, sono decisivi nella scelta di un operatore di rete da parte dei giovani la triade formata da velocità di connessione (62,9%), affidabilità (52,1%) e un servizio di assistenza rapida e facilmente accessibile (41,4%). Altri fattori che contano sono la garanzia di una più alta sicurezza informatica (27,7%), l'attenzione all'ambiente da parte dell'operatore (12%), servizi di formazione per l'*upgrading* delle competenze digitali, ad esempio di minori ed anziani (11,7%) e la disponibilità di contenuti aggiuntivi, dal calcio ai film (8,6%). Per avere tali caratteristiche precise e ritenute importanti i giovani, più di adulti e anziani, sono disposti a pagare qualcosa in più: lo farebbe il 61,3% (è il 44,4% tra gli adulti, il 31,6% tra gli over 65).

3. PER TUTTI, OVUNQUE, COMUNQUE: L'ACCESSO AL WEB NUOVO DIRITTO FONDAMENTALE

Sono 46 milioni gli italiani adulti che hanno una connessione al web, che sia su linea fissa o mobile: di fatto, 9 italiani adulti su 10. Un numero più che sufficiente per spiegare che cosa il web oramai rappresenta nelle nostre vite: una straordinaria tecnologia che consente di mettere in collegamento su grandi numeri più persone in simultanea, anche se distanti migliaia di chilometri.

È probabile che il 6 agosto del 1991, giorno in cui Tim Berners-Lee pubblicò il primo sito web, non sapeva che oltre ad avere dato vita ad una straordinaria tecnologia di comunicazione aveva anche avviato una nuova stagione di diritti da conquistare per i cittadini di tutto il mondo.

Infatti, esattamente trenta anni dopo e nel mezzo di una pandemia che ha rivoluzionato le esistenze individuali e quella collettiva, l'86,3% degli italiani è convinto che la connettività ad Internet sia da considerarsi un diritto, al pari della tutela della salute, della pensione per la vecchiaia o di inabilità o quelli relativi alle tutele sul lavoro ecc. Una convinzione trasversale al corpo sociale e ai territori perché lo pensa (tab. 1):

- l'85,1% di chi risiede nel Nord Ovest, l'80,9% nel Nord Est, l'87,4% nel Centro, l'89,8% nel Sud e Isole;
- il 79,2% tra i bassi titoli di studio, l'86,8% tra i diplomati, l'89,9% tra i laureati;
- l'86,6% tra gli uomini, l'86,1% tra le donne.

Sono dati inequivocabili, che definiscono cosa la connettività al web rappresenti ormai nella vita per gli italiani: non una tra le tante *utilities*, ma un servizio essenziale da garantire *a tutti, ovunque, comunque*, da far entrare nell'alveo dei diritti fondamentali della cittadinanza.

Come avvenuto in passato, quando la conquista dei diritti politici, civili fino a quelli sociali era il terminale di un grande evento di rottura o di stagioni collettive di battaglie civili, Covid-19 è stato il grande *shock* apripista alla stagione dei diritti digitali.

È evidente che l'esperienza traumatica del confinamento in casa abbia aperto la frontiera del virtuale, fugando dubbi, remore, perplessità ma rendendo evidente che, senza l'accesso alla Rete, la quarantena sarebbe stata una esperienza ancora più traumatica di quel che già è stata.

Di fatto, le reti di telecomunicazione hanno svolto un servizio essenziale nell'accezione impostasi durante la pandemia: garantendo nei dispositivi mobili e nelle abitazioni una connessione stabile e duratura, hanno dato continuità alle vite, consentendo di svolgere le tante attività quotidiane tramite il *remote*: in poche parole, hanno evitato il tracollo della qualità della vita.

Riguardo alle ragioni per cui l'accesso al web è da considerare un diritto fondamentale da garantire:

- per il 48,6% perché senza la Rete si è tagliati fuori da troppe cose;
- per il 37,7% perché saper navigare nel web è indispensabile per lavoro e formazione.

In estrema sintesi, i dati certificano che gli italiani hanno ormai preso coscienza che avere o non avere l'accesso al web è fattore discriminante, non solo perché determina l'accesso delle persone alle diverse opportunità, ma perché è un tassello decisivo per perseguire il proprio disegno di vita.

Una maturità digitale che rende evidente agli occhi degli italiani il ruolo e il valore degli operatori Tlc: protagonisti del web silenziosi, ma decisivi nel consentire la trasmigrazione sul digitale delle vite.

4. CHI PAGA

4.1. Rimuovere gli ostacoli, in primis quelli economici

L'indagine attesta che l'accesso al web è oggi percepito come un diritto da garantire e, pertanto, gli italiani si aspettano che sia rimossa ogni discriminazione nel godere di tale diritto.

E allora i costi delle connessioni da chi e come vanno pagati?

Dall'indagine risulta che l'80,2% degli italiani vorrebbe che la connessione ad Internet fosse per intero o in parte a carico della fiscalità generale, con valori percentuali che restano elevati trasversalmente al corpo sociale e ai territori. Di questi (tab. 2):

- per il 42,2% dovrebbe essere per intero a carico della fiscalità generale, con valori che arrivano al 47,2% tra i bassi redditi ed al 47,1% tra chi ha un basso titolo di studio;
- il 38% vorrebbe che fosse in parte a carico della fiscalità generale, con ciascun cittadino che dà un contributo proporzionalmente al reddito, e ad esserne più convinti sono i laureati (42,1%) e gli alti redditi (46%).

Non è quindi una ingenua richiesta di gratuità, piuttosto gli italiani si dividono tra chi lo vede come un diritto universale e quindi a carico della fiscalità generale e chi invece ritiene che comunque dovrebbe esserci, come accade in altri ambiti, una qualche forma di compartecipazione differenziata per disponibilità economica.

I contrari sono una minoranza (19,2%), e sono coloro che lo reputano un servizio che da mettere sempre e solo a carico della spesa privata dell'utente oppure sono coloro convinti che la spesa pubblica non può permettersi una simile spesa.

Evidente che nel richiamo alla fiscalità generale, sia pure temperata dalla compartecipazione gli italiani vedono lo strumento per abbattere ogni barriera al godimento del *diritto a internet*.

È altrettanto evidente poi che le persone sono consapevoli che la connessione ha costi di produzione da sostenere, di personale, tecnologie utilizzate o energia. Pertanto non vince una semplicistica lettura dell'equazione *diritto=gratuità* piuttosto la diversa percezione, come in altri

ambiti del welfare, del rapporto che deve intercorrere tra la garanzia del godimento per tutti dei diritti e il ruolo di fisco e spesa pubblica.

Oltre agli ostacoli economici, sono da rimuovere nella percezione collettiva:

- quelli culturali, legati alle competenze nell'utilizzo degli strumenti digitali e che poi diventa altrettanto discriminante limitando funzionalità e potenzialità del web;
- quelli territoriali, legati ad esempio all'assenza di una infrastruttura in grado di garantire la connessione nei luoghi più remoti.

In estrema sintesi, il sì alla connessione ad internet finanziata dalla fiscalità generale è una modulazione dell'idea chiave di base, vale a dire un web accessibile *a tutti, ovunque, comunque*.

4.2. L'incompreso abbattimento delle tariffe

Cosa è stato il settore della connessione ad internet in questi anni? Come è arrivato alla sfida pandemica, in cui ha dato prova di efficienza, solidità e spirito di servizio?

È importante capire la traiettoria di un settore a cui la società affida anche la concreta praticabilità del diritto all'accesso per tutti.

Ebbene, esso da tempo vive una corsa al ribasso delle tariffe, esito della liberalizzazione e della relativa competizione, centrata su tagli progressivi alle per ampliare il proprio parco clienti.

Evidente che, sul piano sociale, la dinamica decrescente delle tariffe abbia dato una spinta decisiva al *boom* di massa di questi anni, che è risultato una straordinaria risorsa quando è esplosa la pandemia ed è stato imposto l'obbligo di vivere separati fisicamente a distanza.

Grazie all'elevato tasso di connessione conquistato con lo sforzo di taglio delle tariffe da parte delle imprese, l'Italia e gli italiani hanno potuto ridefinire da casa attività vitali, come lavoro, studio, relazioni, salute.

Malgrado sia un dato acquisito in punto di realtà che abbiamo vissuto anni di crollo delle tariffe, gli italiani ne sono solo parzialmente consapevoli. Infatti (fig. 1):

- il 41% si dice convinto che i prezzi sono effettivamente crollati o comunque abbiano subito una riduzione.

- Per il 44,7% non si sono ridotti, e di questi l'11,3% ha addirittura rilevato un incremento;
- il 14,3% non ha una opinione al riguardo.

Può forse sorprendere come, pur sommersi da una pubblicità martellante su offerte e costi via via più convenienti perché più bassi, esista una quota alta di persone che non ha percepito la riduzione dei prezzi avvenuta o che, semplicemente, non si è fatta una opinione su questo tema. In particolare:

- sono più convinti che non ci sia stato un abbattimento delle tariffe in questi anni i laureati (46,3%), i residenti nel Nord Ovest (46,4%), chi ha un basso reddito (48,4%);
- un alto grado di incertezza rispetto a quel che è avvenuto si rileva tra i bassi titolo di studio (32,4%), gli anziani (37,8%), le donne (17,9%), i bassi redditi (20,1%).

Nel corpo sociale esistono quote significative di popolazione che o non hanno percepito quel che è avvenuto sui mercati oppure non lo hanno compreso: una battaglia feroce, senza esclusioni di sorta, che ha portato gli operatori ad avere margini via via più ridotti, come esito di tariffe sempre più basse e sempre meno in grado di sostenere l'ampliamento parallelo dei costi legati al potenziamento delle reti di connessione, in linea con le esigenze dei consumatori.

È una situazione economica ormai estrema quella degli operatori Tlc, alle prese con le dinamiche divaricanti tra le tariffe generate dalla concorrenza in picchiata e il reale valore dei servizi offerti a cui aggiungere il valore degli investimenti fatti e da fare. Uno iato penalizzante ammortizzato dall'internalizzazione degli effetti da parte dei provider, che però nel lungo periodo (che sta diventando breve) avrà inesorabilmente impatti molto negativi su aziende e lavoratori.

Una feroce concorrenza sul prezzo tra operatori a cui si chiede poi di garantire un diritto universale come l'accesso al web è una contraddizione in termini, da sciogliere con soluzioni positive.

4.3. Che paghino i Moghul

Nel definire i sentieri di nuova sostenibilità dell'accesso a internet, non c'è solo la giusta miscela di fiscalità e spesa privata, ma ci sono anche altre strade possibili su cui ragionare.

Una rinvia al ruolo dei grandi Moghul del web come Google, Facebook, e altre piattaforme, che beneficiano della gratuità di utilizzo del web e riescono un valore enorme per se stessi. L'esito di ciò è:

- sul piano concreto, la non redistribuzione tra i diversi soggetti del valore che viene generato in Rete, penalizzando i provider che invece garantiscono l'accesso alla rete e vedono margini sempre più stretti tra tariffe al ribasso e investimenti in crescita;
- sul piano della percezione collettiva, la mancata comprensione del perché occorra pagare l'accesso alla Rete, mentre invece le attività e la fruizione dei contenuti sul web sono *totally free*.

Aspetti che, di pari passo, con la crescita del web nelle vite, diventano sempre più evidenti e di cui gli italiani non solo sono consapevoli, ma sui quali hanno idee precise sulle possibili soluzioni.

Infatti, di fronte alla ipotesi per cui Google, Facebook e altri social decidessero di far pagare una *fee* di iscrizione (fig. 2):

- solo il 12,9% degli italiani sarebbe pronto a pagare pur di avere accesso;
- l'83,6% è invece contrario, piuttosto si dice favorevole a far pagare ai Moghul del web e dei social una *fee* da destinare ai provider;
- il 3,5% non ha una opinione in merito.

Che paghino i Moghul: questa in sintesi impressiva è l'opinione gli italiani, contrari ad un trasferimento dei costi legati all'accesso alla Rete in capo ai consumatori, ma convinti che occorra far pagare finalmente anche i grandi del web, attivando così meccanismi di redistribuzione del valore e dei costi.

È un ipotesi in linea con la crescente consapevolezza a livello globale che i Moghul del web abbiano sinora beneficiato di condizioni di favore nei mercati come nel rapporto con la fiscalità.

Le difficoltà in cui si dibattono molte imprese di altri settori o i conti pubblici di tanti paesi sono legati anche alle distorsioni nelle catene del valore e nella distribuzione dei costi di produzione e gestione, in questo caso, delle reti di connessione.

5. GLI ITALIANI E IL WEB

5.1. Scene di vite iperconnesse

Per capire la maturazione digitale degli italiani e la presa di coscienza dei diritti digitali è importante guardare alle ragioni che ne sono alla base.

Infatti, è evidente che tale passaggio nella percezione collettiva nasca dall'aver toccato con mano, specialmente durante l'esperienza straordinaria di quest'anno di emergenza sanitaria, che la connessione ad Internet non è un bene superfluo e pertanto sacrificabile, ma un bene primario, decisivo nel determinare la qualità quotidiana della vita.

La ricerca ha permesso di entrare nella materialità del quotidiano vissuto dei cittadini, rendendo impressivamente evidente quanto la disponibilità ad una connessione ad Internet sia strategica dare continuità alle vite anche in situazioni estreme e/o di emergenza.

5.2. Connessi e sconnessi

Il 91,7% degli italiani maggiorenni dispone di una connessione ad Internet. In particolare (fig. 3):

- il 65,5% dispone sia di una connessione su linea fissa sia di una linea mobile;
- 14,1% ha solo una connessione su linea mobile;
- il 12,1% si connette solo tramite linea fissa.

Tutti connessi, dunque, con due italiani su tre che dispongono sia della rete Internet presso la propria abitazione sia della rete mobile, utilizzabile su smartphone, tablet.

L'8,3% degli italiani è *sconnesso*. Guardando al loro profilo emerge che le persone fuori dal web (fig. 4):

- sono più tra chi ha un basso livello di scolarizzazione (29,5%), mentre è il 4,8% tra diplomati e l'1,5% tra chi ha una laurea;
- sono più le donne (11,3%) che gli uomini (4,6%);
- più gli anziani (26,3%) che adulti (1,7%) e giovani (0,5%);

- più i bassi redditi (16,5%) mentre la totalità dei redditi alti ha una qualche connessione;
- in quote analoghe tra Nord Ovest (7,5%), Nord Est (9%), Centro (8,3%), Sud e isole (8,6%).

Numeri che in maniera evidente certificano i gruppi sociali che più risentono del *connectivity gap*: donne, persone a bassa scolarizzazione, anziani.

5.3. Presenza quotidiana

Quali utilizzi ne fanno gli italiani? Eloquenti le risposte (fig. 5):

- il 91,5% la utilizza per tenere i contatti a distanza con familiari, amici e conoscenti;
- l'86,9% degli occupati per lavoro;
- il 78,9% per aspetti legati alla salute;
- il 75,9% per pagamenti digitali di bollette, multe tasse.
- il 75,5% per il tempo libero, con attività come il gaming, o di entertainment come guardare film, serie tv, partite di calcio, ecc;
- il 74,1% per l'e-commerce, quindi per fare acquisti on line;
- il 58,4% per attività di didattica a distanza e formazione.

Non esiste ambito rilevante della vita quotidiana che non sia ibridato dal digitale: lavoro, formazione, relazionalità con i propri affetti, e poi attività del tempo libero, gestione pagamenti, e-commerce fino alla salute: numeri che certificano l'estrema eterogeneità degli ambiti di vita ormai permeati e ridefiniti dal digitale.

Entrando nel dettaglio dei vari ambiti, colpisce come ben 9 italiani connessi su 10 utilizza la rete per tenersi a contatto con la propria cerchia sociale di conoscenze: è l'ambito di utilizzo prevalente, con quote che restano alte trasversalmente al corpo sociale e ai territori.

Per gli italiani è ormai chiaro che il web consente di stare vicini anche se distanziati fisicamente: una scoperta fatta in via definitiva con l'isolamento della primavera 2020 quando con la relazionalità extra-domestica amputata da un giorno all'altro, sono state le video chiamate, o i tanti *e-aperitivi* e l'uso dei social a tener viva la relazionalità sociale.

Non meno rilevante è il dato relativo all'ambito lavorativo: anche in questo caso è evidente l'impatto della pandemia, con lo sdoganamento definitivo dello smartworking. Se oltre 1 lavoratore italiano su 3 ha svolto il proprio lavoro in maniera permanente da casa durante questi 16 mesi, in generale tutti hanno fatto i conti con un uso più intenso del digitale. Si pensi solo al proliferare di videoconferenze e call che hanno azzerato i tanti incontri *out of office*, che richiedevano o di spostarsi quotidianamente dalla propria sede di lavoro o, addirittura, di recarsi fuori dalla propria città.

Colpisce poi il dato relativo all'utilizzo della connessione per questioni afferenti alla salute: è la prova provata della *svolta digitale* in atto anche in sanità che sta avvenendo sulla spinta di Covid-19. Infatti, con l'emergenza sanitaria che ha intasato ospedali, limitato l'accesso agli interlocutori e alle strutture sanitarie, il digitale ha rappresentato per tanti una modalità pratica e veloce per relazionarsi con i propri interlocutori di riferimento in caso di bisogno, evitando di recarsi direttamente nei luoghi fisici dove tradizionalmente avveniva il consulto. Al contempo, l'ingresso del digitale in sanità si ravvede relativamente alla campagna di vaccinazione contro Covid-19 in corso, con la prenotazione del vaccino che avviene tramite l'accesso a piattaforme web o app dedicate. Nessuno è escluso dal grande apprendimento di massa in atto nella sanità sul digitale, nemmeno gli anziani (65,1%), gruppo sociale che da un lato ne ha più bisogno, dall'altro è anche meno avvezzo alla Rete.

Anche l'ambito educativo è stato ormai ibridato dal digitale, con l'83,3% degli studenti maggiorenni che dichiara di utilizzare la connessione ad Internet per attività di studio e formazione: e pensando ai prossimi mesi è evidente come anche su questo fronte non si tornerà indietro, con la didattica frontale che tornerà ad essere in presenza ma con il web ausilio quotidiano a supporto di docenti e studenti.

Vi è poi il tempo libero: dal gaming online alla fruizione di serie tv, film, partite di calcio tramite il web. Numeri che certificano la correlazione sempre più stretta tra il web e il loisirs che avviene dentro le mura domestiche ma non per questo meno appagante e soddisfacente rispetto alle attività svolte fuori casa. Altre sfere rilevanti sono poi quella dell'e-commerce, con i dati che ne certificano il decollo soprattutto tra giovani (86%), uomini (78,4%) e laureati (82%).

In estrema sintesi, l'era del digitale è già qui, con una presenza irreversibile nelle pieghe del quotidiano ed un ruolo destinato a crescere. L'accesso al

web non è più una scelta opzionale: privarsene o esserne privato significa star fuori dalla realtà.

5.4. Offerte *business* da far capire e apprezzare

Ad oggi, circa 1 lavoratore su 3 ha sottoscritto o beneficia di una offerta di connessione business su linea fissa o mobile, ed è il 48,8% tra gli imprenditori e lavoratori autonomi, il 54,4% tra dirigenti e apicali.

Al netto di chi ce l'ha già, se e in che misura esiste tra i lavoratori la volontà di attivare e/o di beneficiare (se lavoratore dipendente) di una offerta di connessione business?

Dai dati emerge che:

- il 18,2% dei lavoratori lo vorrebbe, con valori che arrivano al 21,3% tra chi ricopre posizioni intermedie;
- il 43,3% non ha alcun interesse, con valori che arrivano al 54,3% tra chi ricopre posizioni esecutive.

Pur di fronte ad un utilizzo *intensive* della rete per motivi di lavoro, in quote significative di lavoratori, specialmente tra chi si colloca alla base della piramide aziendale, emerge una ridotta propensione verso le offerte di rete *business*.

Evidentemente, vi sono quote di lavoratori:

- che non percepiscono la differenza in termini di vantaggio competitivo tra offerte business e offerte consumer;
- non è ancora arrivata a maturazione la presa d'atto che fruire di una offerta business può garantire una più alta sicurezza informatica, con una chiara separazione dei confini tra sfera professionale e sfera lavorativa.

5.5. Le connessioni al tempo del Covid-19

5.5.1. Hanno funzionato bene

Covid-19 ha agito come uno stress test per tanti ambiti e settori. È stato così anche per le reti di telecomunicazione e gli operatori Tlc: infatti,

l'isolamento e la conseguente trasmigrazione di tante attività dalla compresenza fisica all'online ha determinato un balzo, tanto istantaneo quanto intenso, del bisogno di connettività, sia su linea fissa sia su quella mobile.

È stato così per imprese e Pubblica Amministrazione, ma è stato così anche all'interno delle case, chiamate ad essere in simultanea uffici, aule scolastiche, sedi universitarie, negozi, sale giochi: affinché nelle famiglie, spesso in contemporanea e nello stesso luogo, tutti i membri abbiano potuto svolgere bene, senza intoppi, le proprie diverse attività, decisivo è stato disporre di una infrastruttura di rete in grado di garantire che non fossero interruzioni o rallentamenti.

Quale la valutazione degli italiani sul funzionamento delle proprie connessioni?

L'88,9% degli italiani ha espresso una valutazione positiva del funzionamento della connessione ad Internet nella propria abitazione durante i mesi pandemici (tab. 3).

Un dato che rimane elevato trasversalmente al corpo sociale e ai territori: infatti, esso è l'88,6% nel Nord Ovest, il 90,2% nel Nord Est, l'85,5% nel Centro, il 90,6% nel Sud e Isole.

Numeri che confermano, da Nord a Sud, una *performance* straordinaria, di certo non scontata: lo stress-test non ha colto di sorpresa il settore, che si è dimostrato preparato a rispondere ad un decollo di fabbisogno non previsto nei tempi e nelle modalità.

Protagonisti della risposta sono stati gli operatori che, pur alle prese con la feroce concorrenza e i crescenti investimenti infrastrutturali non hanno mai mollato, garantendo così reti capaci di tenere l'urto del decollo istantaneo dei fabbisogni di connessione.

Se così non fosse stato, è lecito dire che l'impatto economico e sociale di Covid-19 sarebbe stato ben più grave: sarebbero state bloccate attività decisiva come lo studio e tante attività professionali, interi settori economici e anche la Pa.

In definitiva gli operatori Tlc, assolvendo alla loro funzione di *connectivity service provider*, sono da annoverare tra i *protagonisti essenziali* della tenuta italiana perché hanno garantito un *basic decisivo* di fronte allo tsunami Covid-19.

5.5.2. Fedelissimi, nomadi e neoconnessi

Di fronte all'accelerazione digitale e relativo bisogno di connettività, tante e diversificate sono state le reazioni delle persone. Infatti, vi sono:

- chi è rimasto con lo stesso gestore di connessione fissa e mobile;
- chi ha cambiato gestore;
- chi invece ha attivato una connessione ex novo.

Sono 34 milioni gli italiani *fedelissimi* al proprio operatore di rete, di linea fissa o mobile: sono circa tre quarti del totale degli italiani connessi.

Sono invece 11 milioni i *nomadi digitali*, ovvero quelli che durante Covid-19 sono trasmigrati da un gestore di rete all'altro: il passaggio da un gestore ad un altro è stato fatto soprattutto da coloro che in famiglia usano la connessione abitualmente per lavoro o per la DAD.

Sono 1 milione i *neoconnessi*, ovvero coloro che hanno attivato per la prima volta una connessione su rete fissa o mobile: si registra una quota più alta di *neoconnessi su linea fissa*, ovvero che hanno attivato per la prima volta nella propria abitazione l'accesso ad Internet.

5.6. Mai più senza linea fissa

La più alta incidenza di *neoconnessi su linea fissa* è indice della strategicità percepita della connessione domestica a causa delle vicende del periodo pandemico, con la scoperta della casa come ufficio, aula formativa e base per tante attività in remote.

Infatti, fino al Covid-19 molti in fondo pensavano che la connessione su linea fissa fosse accessoria, totalmente sostituibile dalla connessione mobile, poi è cambiato lo scenario: sin dalle primissime fasi dell'emergenza sanitaria le persone si sono rese conto che senza connessione fissa sarebbe stato molto più difficile portare avanti le tante attività quotidiane.

Ecco perché molti italiani, pensando ai prossimi mesi, manifestano l'intenzione o di attivarne una o di potenziarla. Pertanto:

- 13 milioni di italiani sono intenzionati nei prossimi mesi a potenziare la propria connessione su linea fissa perché allo stato attuale non è sufficiente per poter svolgere tutte le attività all'interno del proprio nucleo familiare;

- 3 milioni di italiani che non hanno una connessione fissa sono intenzionati ad attivarne una nei prossimi mesi.

Mai più senza linea fissa: ecco in sintesi la verità che emerge dai dati, esito presumibilmente della sperimentazione delle difficoltà avute di fronte ad un utilizzo più ampio e più intenso del web nelle case con relativa difficoltà dei membri a svolgere le varie attività in simultanea.

5.7. Frodi e minori: le paure del web

La presenza di timori sull'utilizzo del web è un indice ulteriore della maturità digitale degli italiani: infatti, si mostrano consapevoli che il web è una straordinaria opportunità per le persone al punto da doverne riconoscere il carattere di diritto universale, ma ciò non lo rende un *oasi felice* senza rischi.

Gli italiani sanno che un utilizzo della Rete sregolato, privo delle necessarie accortezze, può renderci vittime delle tante, inevitabili, insidie che nasconde. Ma nel dettaglio, quali sono le paure degli italiani?

Dai dati emerge che (tab. 4):

- al primo posto, il 54,3% degli italiani indica i rischi per la sicurezza informatica, ad esempio mentre svolge operazioni bancarie, oppure operazioni di lavoro, acquisti ecc, con valori che arrivano al 73,7% tra chi ricopre posizioni professionali apicali e al 59,7% tra chi ha una laurea;
- seguono, indicato dal 43,1%, i rischi legati al libero accesso ad Internet dei minori, con valori più elevati tra le donne (47,2%) e gli anziani (61,1%).

Sono timori che rimandano sia a singoli episodi sia a più generali fenomeni: da un lato le frodi online, legate ad esempio al furto di dati sensibili quali identità e/o password con relativi danni dal punto di vista economico, personale e professionale. Ma anche timori che figli, nipoti e in generale minori possano finire vittime delle tante cavità del web che, pur non rinviando necessariamente al deep web, possono comunque essere pericolose per la loro incolumità e sicurezza.

D'altronde nell'ultimo anno tali fenomeni sono decollati: nel 2020 ci sono stati più di 240 mila episodi di *cybercrime*, +14% rispetto all'anno precedente, quasi triplicati rispetto a 10 anni.

Gli italiani indicano poi altre paure: infatti, il 27,6% cita i rischi di dipendenza, quelli per la salute mentale, il 22,6% indica il pericolo degli *hater*, ovvero i rischi legati agli attacchi alle persone sui social.

Un pacchetto di paure che enuclea sia gli aspetti più delicati del rapporto soggettivo con il web che, di riflesso, le aspettative nei confronti degli operatori del web chiamati a contribuire alla sicurezza di chi naviga.

Garantire che non ci siano furti di identità o di dati sensibili e che i minori non vengano presi al laccio da criminali o approfittatori sono nella percezione collettiva ambiti in cui sarebbe auspicabile l'iniziativa, magari sotto forma di servizi ad hoc, degli operatori.

5.8. È tempo di 5G

Al tempo della fiducia che è diventato bene scarso, in particolare nei confronti del sapere esperto e delle istituzioni, trovano facile sponda credulonerie e *fake news*: informazioni false, non fondate o distorte, che vengono diffuse e alimentate nei circuiti del web e dei social con l'esito finale di influenzare negativamente la reputazione di prodotti, servizi, settori.

Negli ultimi 10-15 anni tanti sono gli esempi di *fake news* che hanno trovato grande diffusione, specialmente quelle che hanno chiamato in gioco la salute delle persone, immettendo visioni distorti non facili da estirpare.

Anche la tecnologia 5G ne è stata a lungo vittima: da quella recente che millanta una possibile correlazione con il Covid-19, fino a quelle per cui vi è una possibile correlazione tra la presenza dei campi elettromagnetici nei pressi di installazione del 5G e rischi per la salute, con l'insorgere di patologie cancerogene.

Visioni distorte che, pur correndo nei circuiti mediatici e dei social, non sembrano aver presa sulla maggioranza degli italiani. Infatti, richiesti di indicare quale sia la loro opinione sul 5G emerge che (fig. 6):

- il 60,4% degli italiani è favorevole alla sua installazione e vuole che sia reso operativo ovunque e per tutti;
- il 14,4% si dice contrario, perché convinto che faccia male alla salute;
- ben il 25,3% semplicemente non sa cosa sia.

La maggioranza degli italiani si dice favorevole all'installazione della tecnologia 5G, ritenendola strategica per rispondere all'obiettivo di garantire una connessione a tutti, sempre e ovunque: non ci sono differenze marcate a livello territoriale, e i più convinti sono i maschi (70,6%) e i laureati (67,4%).

Lo spauracchio complottista nella versione della minaccia alla salute riguarda una minoranza di italiani, inferiore anche alla quota di italiani che non ha idea di cosa si intenda per tecnologia 5G.

Gli ignari del 5G sono di più tra le donne (32,3%), i bassi livelli di scolarità (39,2%) e gli anziani (36,5%).

Pertanto, se è di certo positivo che la maggioranza degli italiani sia favorevole all'avvio dell'utilizzo di massa della nuova tecnologia, certificando come la campagna prolungata di intossicazione e rumor di ogni tipo sul 5G non abbia avuto presa, tuttavia una informazione di qualità, capillare ed esaustiva resta decisiva, affinché quote di persone che non sanno bene cosa sia la tecnologia 5G non finiscano per popolare la minoranza preda delle teorie complottiste.

6. IL RAPPORTO CON GLI OPERATORI TLC

6.1. Un contesto in via di definizione

Il costo della connessione ad Internet è una voce significativa nei budget familiari, eppure non sempre si rileva adeguata consapevolezza da parte dei consumatori delle specificità del servizio che viene garantito e dei relativi costi associati.

È tuttavia evidente che nei processi di selezione e scelta di un operatore e relativa offerta nel nuovo contesto segnato dalla accelerazione al digitale entrano in gioco fattori quali:

- la condizione socioeconomica, con Covid-19 che ha determinato una revisione delle situazioni familiari con persone che hanno d'improvviso visto precipitare la propria situazione e altre con redditi che hanno continuato ad entrare senza interruzioni, ritrovandosi con un di più di risorse da spendere;
- la consapevolezza che il web rappresenta un servizio essenziale, decisivo la cui rinuncia significa minori opportunità per se stessi e per i membri della propria famiglia;
- il fabbisogno di rete destinato ad aumentare a seguito di un intensificarsi dell'utilizzo delle connessioni in tanti e molteplici ambiti della vita;
- l'insieme di valori che contano per gli italiani e che incidono su spese e acquisti.

Un *mix* di fattori che rende la scelta di un operatore e della sua offerta di rete, sia per la linea fissa sia per quella mobile, ad alta complessità perché tanti e diversi sono gli aspetti che contano, determinando scelte in cui non sempre è la variabile costo a vincere sul resto: sono processi in atto da tempo, ma che Covid-19 ha amplificato ulteriormente. Pertanto, per interpretare i processi decisionali e di scelta degli italiani:

- sono stati individuati una serie di fattori potenzialmente in grado di incidere sulla scelta di un gestore di rete;
- si è chiesto ai cittadini di indicare un massimo di tre fattori.

L'esito ha consentito di fissare la matrice delle cose importanti per gli italiani nel valutare un operatore di rete e la sua offerta, alla luce del cambio

radicale di contesto che è avvenuto dalla primavera del 2020 e di quel che gli italiani si aspettano possa accadere da qui in avanti.

6.2. Dal basic ai valori

Quale il senso profondo dei risultati emersi dalla ricerca, soprattutto in relazione al *fil rouge* che spiega le scelte degli italiani relativamente agli operatori di rete?

È un passaggio decisivo, che consente di fissare lo specifico della fase attuale, a cavallo tra sedici mesi trascorsi tra *lockdown*, restrizioni e divieti di intensità varia per far fronte al virus e un futuro in cui appare sempre più chiaro che molto di quel che è accaduto in questi mesi è destinato a rimanere non estemporaneo, ma permanente.

Rientra in quest'ultima fattispecie l'uso *intensive* del digitale e relativo decollo dei fabbisogni di connettività: gli italiani sanno che il digitale non se ne andrà, pertanto sono pronti a *tarare* le loro esistenze in quest'ottica.

Pertanto si aspettano servizi di rete che gli consentano di vivere nella nuova realtà con strumenti adeguati: non sorprende allora che ai primi posti tra i fattori che più contano oltre al prezzo indichino aspetti basic, legati al buon funzionamento ed alla affidabilità delle reti.

In seconda battuta gli italiani richiamano aspetti più valoriali, concretizzabili in servizi di competenze digitali e rimozione degli ostacoli all'accesso o che sono funzionali alla sicurezza dei navigatori, in particolare i più fragili.

In estrema sintesi: non è solo e soltanto il prezzo a determinare le scelte dei consumatori sugli operatori Tlc. Infatti, se esso rimane rilevante tuttavia nei processi decisionali delle persone entra in gioco un mix di fattori che fanno della scelta di un operatore di rete un'operazione soggettiva ad alta complessità.

6.3. I fattori che contano

6.3.1. Veloci, affidabili, con una assistenza accessibile

Alla richiesta di indicare i fattori che, oltre al prezzo, potrebbero incentivare a scegliere un operatore di rete, è emerso che (fig. 7):

- il 52,6% degli italiani indica la velocità di connessione, che incide su qualità e fluidità ad esempio dei video;
- il 47,6% l'affidabilità delle connessioni, vale dire l'assenza di interruzioni,
- il 36,1% la presenza di un servizio di assistenza rapida e facilmente accessibile in caso di guasti o problemi amministrativi.

Una triade che resta tale trasversalmente al corpo sociale e ai territori. È evidente che l'uso ampio e intenso della rete in quest'anno pandemico abbia fatto salire l'attenzione sui presupposti tecnici della buona connessione, che sia la velocità o l'affidabilità, così come diventa vitale poter contare su interventi di assistenza rapidi e, soprattutto, facilmente accessibili e attivabili.

Connessioni sempre più veloci, con un basso rischio di interruzioni o *defaillance* di qualche tipo, con la certezza in caso di guasti di poter contare su interlocutori accessibili, affidabili e tempestivi nei loro interventi: per ora l'attenzione degli italiani è ancora molto assorbita dagli aspetti *basic* delle connessioni.

6.3.2. Risposta alle paure

Per quote significative di italiani è importante poi che il proprio gestore di rete dia certezze e assicurazioni rispetto a rischi e paure relativi all'utilizzo del web: infatti, il 31,1% degli italiani indica tra gli aspetti che contano nella scelta di un operatore oltre al prezzo la sicurezza informatica, che consente di svolgere in totale sicurezza le attività di lavoro, movimenti bancari, e-commerce ecc.

Il 19,7% indica l'attenzione alla tutela dei minori, con la presenza di barriere d'accesso in grado di mettere al sicuro la navigazione web dei minori e che garantiscono ai genitori supervisione e controllo.

Le paure legate alla sicurezza informatica rinviano a pulsioni profonde perché tramite l'accesso ai dati di identità e in generale sensibili si viola la

privacy delle persone, quanto di più intimo e personale possa esistere. Sono minacce che quando si materializzano hanno impatti materiali e psicologici altissimi, ecco perché sono altrettanti terreni su cui gli operatori del web si giocano una partita di credibilità e anche di creazione di valore aggiuntivo ad hoc.

6.3.3. Le sensibilità sociali e ambientali

Oltre ai pilastri della garanzia tecnica di una buona connessione e la tutela dai rischi informatici e dei minori, sono richiamati ulteriori fattori che potrebbero incentivare le persone a sottoscrivere un contratto con un operatore Tlc e che sono di tipo valoriale. In particolare:

- il 10,6% degli italiani richiama l'attenzione all'ambiente da parte dell'operatore;
- il 9,7% la possibilità di poter fruire di servizi sanitari a distanza, come il monitoraggio di parametri vitali, visite specialistiche a distanza ecc.
- il 6,6% la presenza di servizi di formazione per le competenze digitali, per un uso consapevole del web da parte di minori, anziani ecc.
- il 5,1% la disponibilità di contenuti specifici, dal calcio ai film.

Sono dimensioni anche molto diverse tra loro che però rinviano a servizi e attività attivabili e da promuovere che possono contribuire a creare ulteriore valore riconosciuto dai consumatori. Per questo è importante capire come innestarli in proposte commerciali nuove, originali, pronte a sfidarsi oltre i tratti tecnici della buona connessione.

6.3.4. Per cosa pagherei di più

Il 44,3% degli italiani è pronto a mettere qualche soldo in più laddove i servizi di fornitura di rete garantissero quelle certezze tecniche, o di sicurezza, servizi o attività aziendali ad alto contenuto valoriale che reputano come importanti, con valori percentuali più elevati tra laureati (52%) e alti redditi (60,5%).

In particolare, tra chi è disposto a pagare di più si rileva una più alta attenzione per i vari fattori richiamati: infatti, il 53,6% indica connessioni veloci che garantiscono fluidità e qualità di trasmissione, il 49,5% l'affidabilità delle connessioni, il 37,7% la disponibilità di una assistenza

rapida e facilmente accessibile in caso di guasti e problemi amministrativi, il 33,9% una più alta sicurezza informatica, il 21,2% servizi di tutela dei minori, il 14% iniziative di tutela dell'ambiente, il 10,1% servizi sanitari a distanza, il 9,2% attività di formazione sul digitale ed il 6,2% per contenuti dai film al calcio.



7. I GIOVANI E INTERNET

7.1. Il senso di un focus

Delineati opinioni, comportamenti e aspettative degli italiani sul web in generale e sul rapporto con il proprio gestore di rete, è utile integrare le evidenze emerse con un focus sui giovani.

Infatti, i giovani sono la *web generation* per eccellenza, visto che la maggior parte di essi non ha mai conosciuto l'era analogica. È importante allora capire contenuti e significati del loro rapporto con il web e in tale quadro capire anche aspetti significativi del rapporto tra giovani e operatori Tlc.

Ecco l'obiettivo delle pagine che seguono, che ripercorre il racconto dal punto di vista dei giovani italiani.

7.2. Diritto e gratuità

7.2.1. Tutti devono averlo

Internet è un diritto: il 93,6% dei giovani lo pensa, quota di molto superiore a quella degli adulti (89,9%) ma, soprattutto degli anziani (74,3%) (tab. 5).

Un diritto di fatto che vogliono diventi anche un diritto formalmente riconosciuto. È un punto focale su cui i giovani non transigono: d'altronde il 99% dei 18-34enni è connesso a Internet.

Internet è percepito come un diritto poiché per il 56,9% dei giovani senza si è tagliati fuori da troppe attività: è il 48,6% tra gli adulti e il 42,4% tra gli anziani.

La sensibilità dei giovani è particolarmente alta su questo aspetto: ogni discriminazione di accesso ad Internet, economica o di territorio, diventa nella loro visione una discriminazione nell'accesso alle opportunità di vita, ovvero una penalizzazione delle persone che le subiscono con relativo incremento delle disparità nella società e sui territori.

7.2.2. Ognuno contribuisca secondo le possibilità economiche

Più convinti di adulti e anziani che l'accesso al web sia un diritto da garantire a tutti, i giovani (l'85,2% di contro all'82,2% tra gli adulti ed al 72,7% tra gli anziani) sono più convinti che debba essere gratuito, nel senso che non deve essere solo e per intero a carico della spesa privata delle persone (tab. 6).

Rispetto alle altre generazioni i giovani (42,4%) sono fautori di una graduazione della spesa in capo alle persone in relazione alle condizioni economiche: l'accesso al web come un diritto coperto in parte dalla fiscalità generale e in parte da una compartecipazione proporzionale alle possibilità economiche. Una sorta di ticket, modello Servizio sanitario nazionale.

Anche i giovani sono in nettissima maggioranza contrari a pagare per i servizi di Facebook, Google ecc., anzi ritengono che debbano essere i Mogul del web a pagare per le connessioni che ottengono dai provider: lo pensa l'85,3% dei 18-34enni.

In generale, i giovani hanno dell'accesso al web una idea assimilabile a quella di un servizio di welfare, a cui tutti devono avere accesso ma di cui occorre garantire la sostenibilità economica. Ecco perché vogliono sia a carico della fiscalità generale, quindi gratuito per chi non può permetterselo ma pagato in modo proporzionale al reddito dagli altri.

Dall'accesso per tutti al web verrebbe un contributo a contenere le disparità sociali.

7.3. Utilizzi e giudizi

7.3.1. Vite online

Se Internet è parte del quotidiano degli italiani, ciò per i giovani è amplificato all'ennesima potenza. Infatti, dai dati di indagine emerge un utilizzo intenso della rete. In particolare (tab. 7):

- il 93,4% lo utilizza per tenere i contatti a distanza con familiari, amici e conoscenti, ed è il 96,4% tra gli adulti, il 77,6% tra gli anziani;
- il 90,8% utilizza il web per attività legate al proprio tempo libero, dal *gaming* alle altre attività legate all'entertainment come ad

- esempio vedere film, serie tv, partite di calcio, ecc, mentre è l'84,4% tra gli adulti, il 38,3% tra gli anziani;
- il 90,1% dei giovani occupati lo utilizza per lavoro, ed è l'85,6% tra gli adulti;
 - l'88,5% utilizza il web per effettuare pagamenti online, ad esempio di bollette, multe, tasse ed è l'80,6% tra gli adulti, il 51,8% tra gli anziani;
 - l'86% utilizza le connessioni per l'e-commerce, quindi per fare acquisti on line, mentre è l'83,9% tra gli adulti e il 37,9% tra gli anziani;
 - l'83,9% utilizza le connessioni per aspetti legati alla salute, ed è l'82,5% tra gli adulti, il 65,1% tra gli anziani.

Relazionalità, tempo libero, lavoro, poi pagamenti online, e-commerce e salute: sono nell'ordine gli ambiti di vita in cui i giovani utilizzano nel quotidiano il web, e che dimostrano come la vita digitale per loro è realtà in atto. Tutto in linea con l'evidenza post-pandemica: un quotidiano di vite online, con il web ormai entrato in via definitiva nelle abitudini dei giovani anche per le sfere relazionali più personali e intime.

7.3.2. Reazioni alle esigenze in emergenza

Dall'inizio dell'emergenza, il 3,7% dei giovani ha attivato una linea fissa ex novo (2,1% il totale della popolazione) e l'1,1% ha attivato una linea mobile che non aveva in precedenza: dati che indicano che i giovani in piena pandemia sono corsi ai ripari per fronteggiare il nuovo bisogno di connessione.

Al contempo, circa un quarto dei giovani ha cambiato gestore della linea fissa (16,2% il totale della popolazione) e addirittura quasi il 28% quello di linea mobile (18%): un più alto nomadismo tra aziende del settore che richiede attenzione specifica.

Quali i fattori che ne sono alla base? Cosa spinge i giovani ad un nomadismo così intenso, con un passaggio da un gestore di linea all'altro? Di certo non il cattivo funzionamento delle connessioni: infatti, ben il 90,2% dei giovani ha giudicato positivamente il funzionamento della propria linea fissa nell'emergenza (fig. 8).

In estrema sintesi, la grande maggioranza dei giovani è soddisfatta della propria connessione ad Internet in un periodo straordinario, certificando che l'infrastruttura di rete ha funzionato, tenendo botta al boom di fabbisogni.

È presumibile che a spingere il nomadismo sia la ricerca di un miglioramento continuo delle performance. D'altronde, pensando ai prossimi mesi (fig. 9):

- in quote superiori al totale della popolazione i giovani dichiarare che la connessione fissa di cui dispongono dovrà essere potenziata (37,1%, mentre è il 32,4% tra la popolazione totale);
- il 55,9% dei giovani è pronto ad attivare una linea fissa di cui non ha disponibilità attualmente, mentre è il 28,1% tra il totale della popolazione.

Visibile l'impatto dell'esperienza trascorsa sui giovani e che, in molti casi, ha evidenziato la necessità di ricorrere ad una linea fissa piuttosto che far convergere tutte le attività sulla linea mobile.

7.4. Più consapevoli dei rischi

La maturità digitale dei giovani non emerge solo da un più alto utilizzo del web rispetto ad adulti ed anziani, ma anche dalla più alta consapevolezza dei rischi legati al web e delle loro conseguenze.

Temono in particolare le frodi online (57,1%, mentre è il 60,9% tra gli adulti e il 40% tra gli over 65), e ancor più rispetto alle altre generazioni i rischi per la salute mentale e in particolare quelli della dipendenza: infatti, il 35,2% dei giovani teme la dipendenza, mentre è il 28,6% tra gli adulti, il 20,2% tra gli anziani (tab. 8). Oltre al rischio dipendenza sono citati quelli per i minori (34,3%) e quelli legati agli hater sui social (21,2%).

7.5. A vele spiegate verso il 5G

I giovani italiani sono pienamente favorevoli all'introduzione della tecnologia 5G, da rendere operativo quanto prima per garantire a tutti e ovunque una buona connessione. E' il 77,3% dei giovani a ritenerla una priorità, quota che li rende per distacco i più convinti sostenitori del 5G. Sono quindi meno permeabili alle teorie complottiste che associano al 5G rischi alti per la salute (fig. 10).

7.6. Come scelgono un operatore

Velocità di connessione (62,9%), affidabilità delle connessioni (52,1%) ed assistenza in caso di guasti o problemi amministrativi (41,1%). Ecco per i giovani la triade che più potrebbe incentivarli, insieme alla tariffa, a scegliere un operatore: sono requisiti in linea con i desiderata del resto della popolazione, ma più forti tra i giovani (tab. 9).

Sono poi citati la sicurezza informatica per lavoro, banca, ecommerce ecc. (27,7%), importante ma meno che per adulti e anziani.

Tra gli altri fattori spicca il più forte richiamo alla sostenibilità ambientale (12%), l'importanza di ricevere servizi di formazione per le competenze digitali funzionali ad un uso consapevole del web per i più fragili indicato dall'11,1% dei giovani (il 5,5% degli adulti e il 4,7% tra gli anziani). In quote superiori alle altre generazioni mostrano attenzione alla presenza di contenuti dal calcio ai film (8,6%, mentre è il 5,6% degli adulti e l'1,4% degli anziani).

La garanzia di una connessione in linea con i requisiti ritenuti più importanti, a cominciare da quelli tecnici di velocità, affidabilità e assistenza efficiente è per il 61,3% dei giovani ragione per pagare qualcosa in più (fig. 11).

TABELLE E FIGURE



Tab. 1 - Italiani che ritengono l'accesso al web un diritto fondamentale da garantire a tutti i cittadini, per area geografica (val. %)

| <i>Lei considera la connettività ad Internet un diritto dei cittadini (come quello alla salute, alla pensione, alle tutele sul lavoro, ecc.)?</i> | Nord-ovest | Nord-est | Centro | Sud-isole | Totale |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Sì, di cui | 85,1 | 80,9 | 87,4 | 89,8 | 86,3 |
| <i>Perché senza si è tagliati fuori da troppe attività</i> | 47,1 | 43,6 | 52,1 | 50,6 | 48,6 |
| <i>Non è più una cosa opzionale, serve per lavoro e formazione</i> | 38,0 | 37,3 | 35,4 | 39,1 | 37,7 |
| No | 14,9 | 19,1 | 12,6 | 10,2 | 13,7 |
| <i>No, il web non è indispensabile</i> | 4,8 | 6,2 | 2,8 | 1,4 | 3,5 |
| <i>No, i diritti sono altri (salute, pensioni ecc.)</i> | 10,1 | 12,8 | 9,8 | 8,9 | 10,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

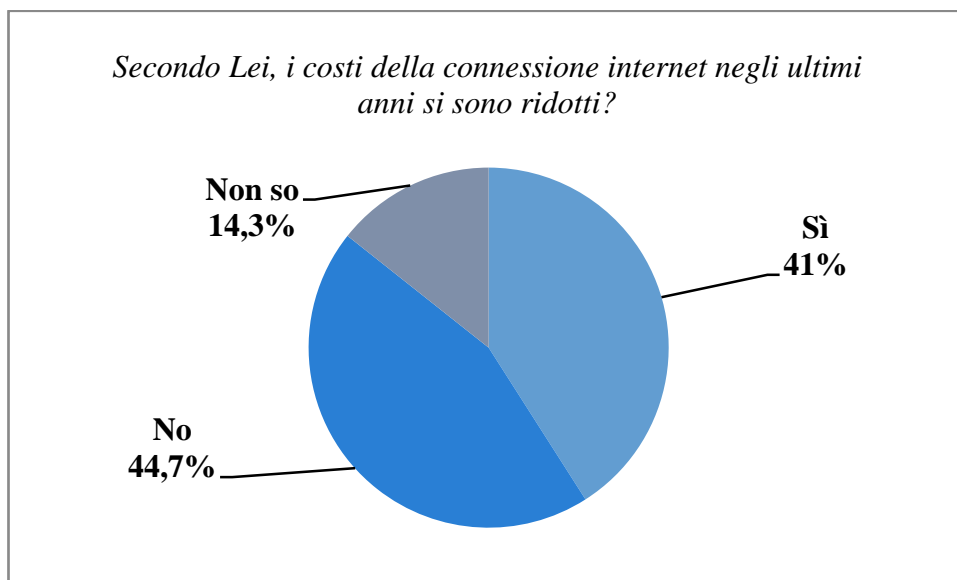
Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 2 - Italiani che ritengono che la connessione al web debba essere in tutto o in parte finanziata dalla fiscalità, per titolo di studio (val. %)

| <i>Secondo Lei, la connessione a internet dovrebbe essere di base gratuita per tutti?</i> | Al massimo licenza media | Diploma | Laurea o oltre | Totale |
|---|--------------------------|--------------|----------------|---------------|
| Sì, di cui | 75,3 | 81,5 | 80,7 | 80,2 |
| <i>Totalmente gratuita, pagata dalla fiscalità generale (come il welfare)</i> | 47,1 | 42,5 | 38,6 | 42,2 |
| <i>Anche se con un contributo dei cittadini in base al reddito</i> | 28,3 | 39,1 | 42,1 | 38,0 |
| No, di cui | 24,7 | 18,5 | 19,3 | 19,8 |
| <i>Chi la vuole se la paga di tasca propria rivolgendosi agli operatori</i> | 18,7 | 11,2 | 10,4 | 12,3 |
| <i>Ha un costo e la spesa pubblica non può sostenerlo</i> | 6,0 | 7,3 | 8,9 | 7,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

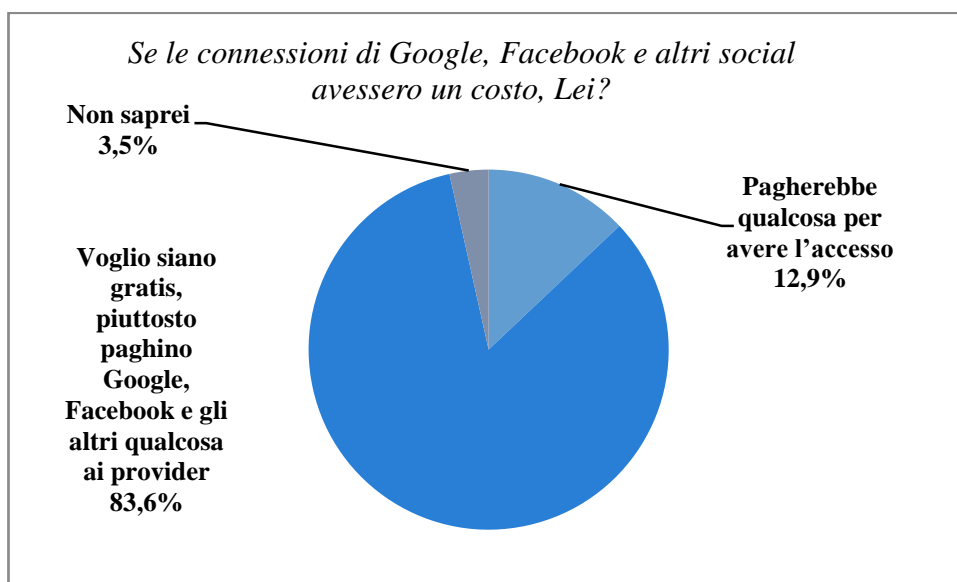
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 1 - Opinioni degli italiani sull'andamento nel tempo delle tariffe dei servizi di connessione (val. %)



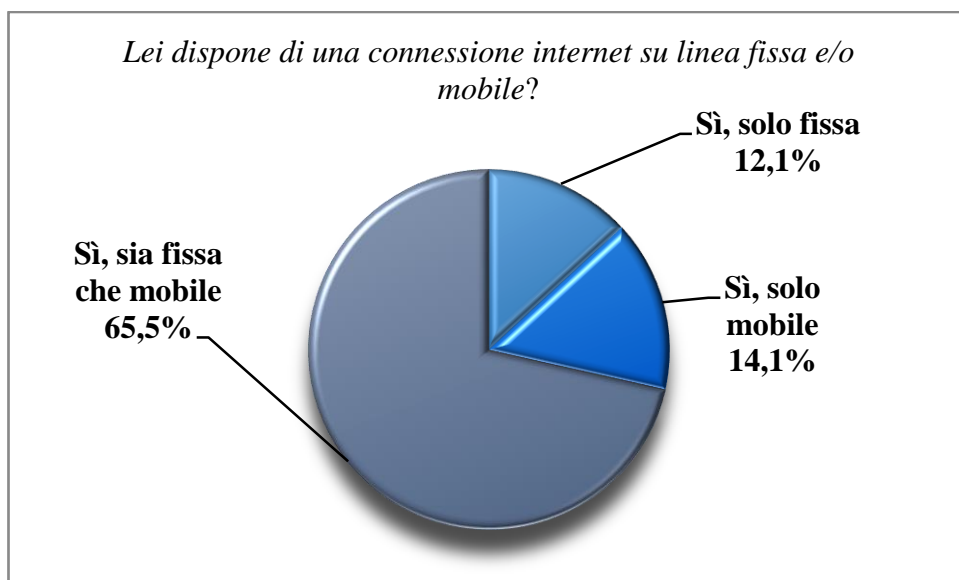
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 2 - Propensione degli italiani a pagare per avere accesso a Google e ai social (val. %)



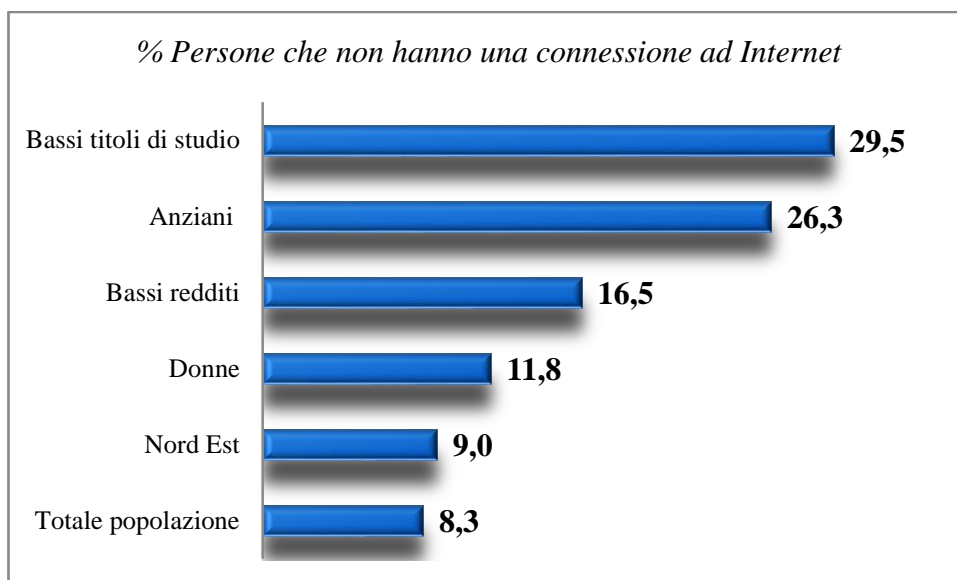
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 3 - Le connessioni di cui dispongono gli italiani (val. %)



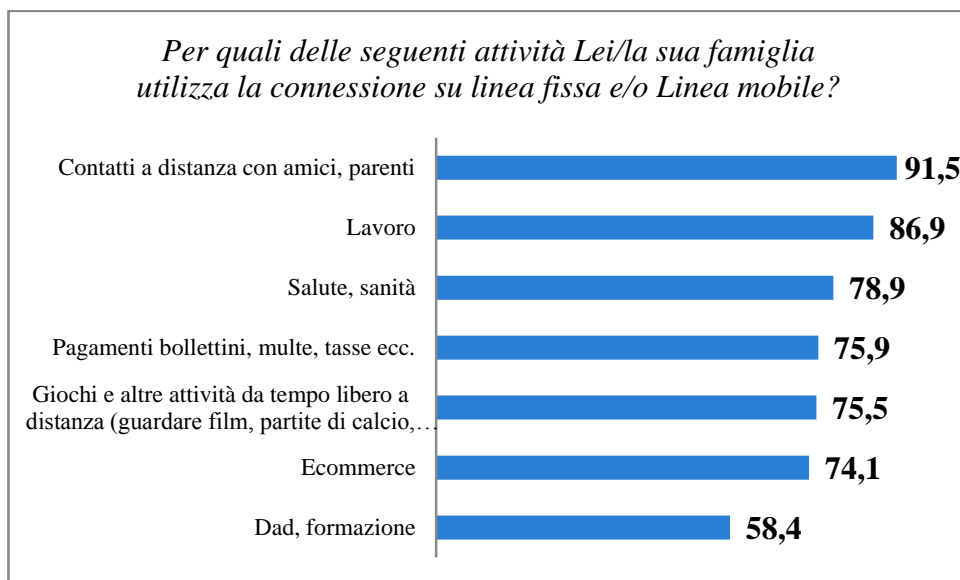
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 4 - Italiani che non hanno una connessione ad Internet (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 5 - Ambiti in cui gli italiani utilizzano le connessioni di cui dispongono (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 3 - Opinioni degli italiani sul funzionamento della propria connessione durante l'emergenza sanitaria Covid-19, per area geografica (val. %)

| <i>In generale, come ha funzionato la connessione a internet di cui dispone nella sua abitazione durante il periodo dell'emergenza Covid-19 (da febbraio 2020 ad oggi)?</i> | Nord-ovest | Nord-est | Centro | Sud-isole | Totale |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Bene, di cui | 88,6 | 90,2 | 85,5 | 90,6 | 88,9 |
| <i>Molto</i> | 27,5 | 28,8 | 20,7 | 24,1 | 25,2 |
| <i>Abbastanza</i> | 61,1 | 61,4 | 64,9 | 66,5 | 63,7 |
| Male, di cui | 11,4 | 9,8 | 14,5 | 9,4 | 11,1 |
| <i>Abbastanza male</i> | 10,2 | 5,1 | 12,7 | 7,6 | 8,9 |
| <i>Molto male</i> | 1,2 | 4,7 | 1,8 | 1,8 | 2,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: indagine Censis, 2021

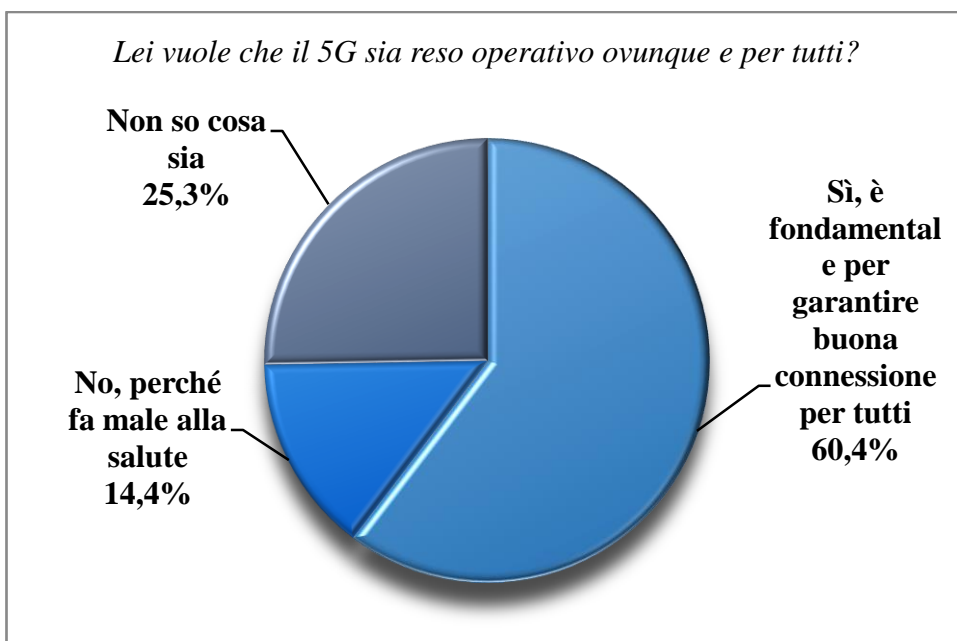
Tab. 4 - Opinioni degli italiani sui principali rischi legati all'uso del web, per titolo di studio (val. %)

| <i>Anche tenendo conto dell'esperienza di questo anno, nella connessione ad internet quali tra i seguenti aspetti Lei teme di più?</i> | Al più licenza media | Diploma | Laurea o oltre | Totale |
|--|----------------------|---------|----------------|---------------|
| I rischi per la sicurezza informatica, mentre faccio certe operazioni per lavoro, banca, acquisti online ecc. | 39,0 | 56,5 | 59,7 | 54,3 |
| I rischi per i minori nel libero accesso ad Internet | 50,8 | 43,3 | 37,9 | 43,1 |
| I rischi per la salute mentale, di dipendenza dall'eccesso di ricorso a web e social | 24,5 | 26,1 | 32,4 | 27,6 |
| Gli hater, quelli che attaccano le persone sui social | 23,3 | 23,2 | 21,3 | 22,6 |

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

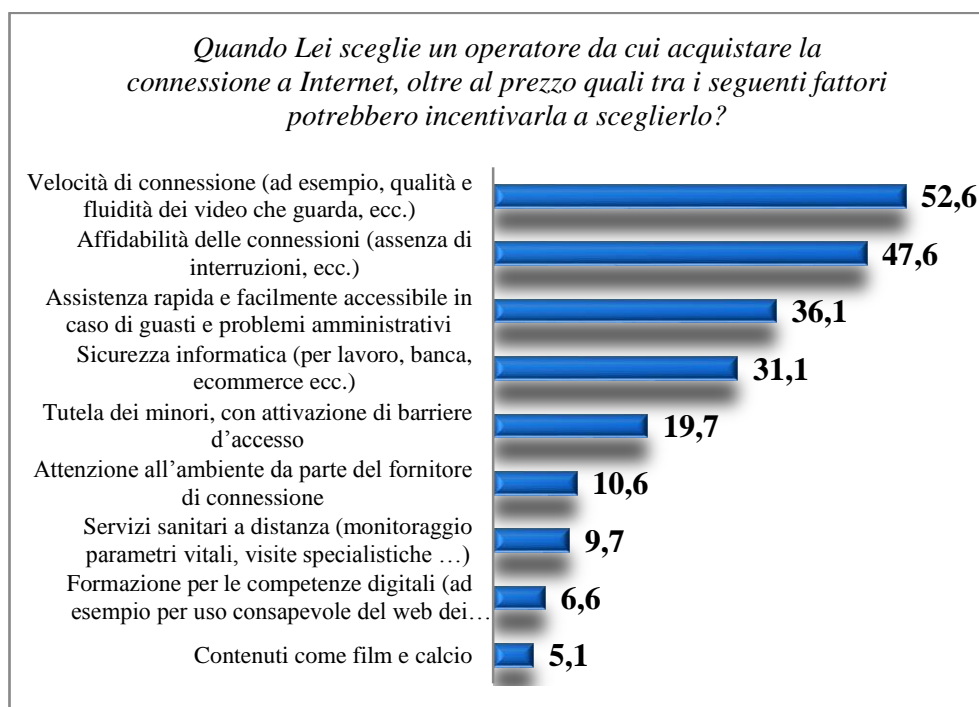
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 6 - Opinioni degli italiani sulla tecnologia 5G (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 7 - Opinioni degli italiani sui fattori che più contano oltre al prezzo nella scelta di un operatore Tlc (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 5 - Giovani che ritengono l'accesso al web un diritto fondamentale da garantire a tutti i cittadini: confronto con adulti e anziani (val. %)

| <i>Lei considera la connettività ad Internet un diritto dei cittadini (come quello alla salute, alla pensione, alle tutele sul lavoro, ecc.)?</i> | 18-34 anni | 35-64 anni | 65 anni e oltre | Totale |
|---|--------------|--------------|-----------------|---------------|
| Sì, di cui | 93,6 | 89,9 | 74,3 | 86,3 |
| <i>Perché senza si è tagliati fuori da troppe attività</i> | 56,9 | 48,6 | 42,4 | 48,6 |
| <i>Perché non è più una cosa opzionale, serve per lavoro e formazione</i> | 36,7 | 41,3 | 31,9 | 37,7 |
| No, di cui | 6,4 | 10,1 | 25,7 | 13,7 |
| <i>Il web non è indispensabile</i> | 1,8 | 2,1 | 7,4 | 3,5 |
| <i>I diritti sono altri (salute, pensioni ecc.)</i> | 4,6 | 8,0 | 18,3 | 10,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 6 - Opinione dei giovani sulla connessione al web finanziata in tutto o in parte dalla fiscalità in generale: confronto con adulti e anziani (val. %)

| <i>Secondo Lei, la connessione a internet dovrebbe essere di base gratuita per tutti?</i> | | | | |
|---|--------------|--------------|-----------------|---------------|
| | 18-34 anni | 35-64 anni | 65 anni e oltre | Totale |
| Sì, di cui | 85,2 | 82,2 | 72,7 | 80,2 |
| <i>Totalmente gratuita, pagata dalla fiscalità generale (come il welfare)</i> | 42,8 | 46,3 | 34,0 | 42,2 |
| <i>Con un contributo dei cittadini in base al reddito</i> | 42,4 | 35,9 | 38,7 | 38,0 |
| No, di cui | 14,8 | 17,8 | 27,3 | 19,8 |
| <i>Chi la vuole se la paga di tasca propria rivolgendosi agli operatori</i> | 9,1 | 10,1 | 18,8 | 12,3 |
| <i>Perché ha un costo e la spesa pubblica non può sostenerlo</i> | 5,7 | 7,7 | 8,5 | 7,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

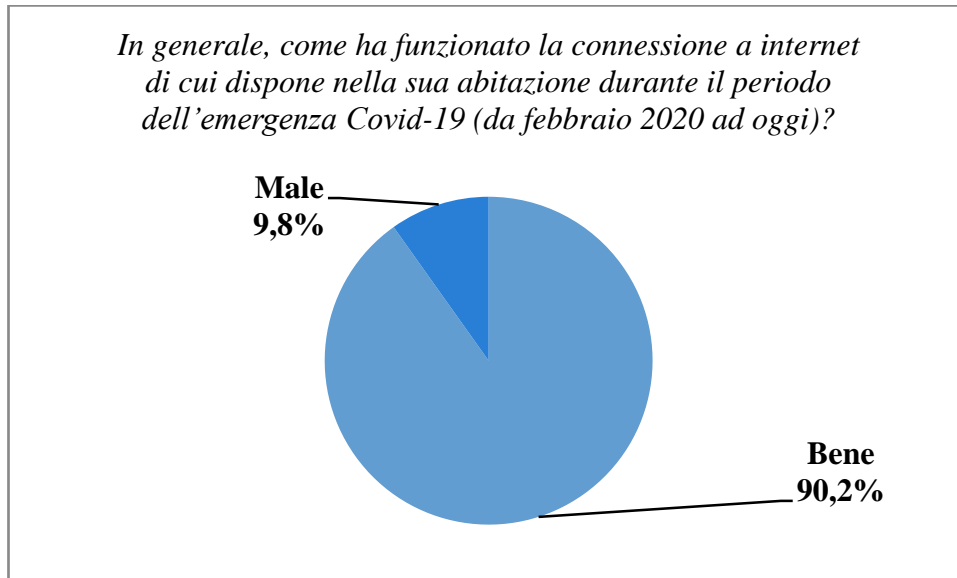
Fonte: indagine Censis, 2021

Tab. 7 - L'utilizzo del web dei giovani: confronto con adulti e anziani
(val. %)

| <i>Lei utilizza le connessioni di cui dispone per:</i> | 18-34 anni | 35-64 anni | 65 anni e oltre | Totale |
|---|-------------------|------------|-----------------|---------------|
| Contatti a distanza con amici, parenti | 93,4 | 96,4 | 77,6 | 91,5 |
| Lavoro | 90,1 | 85,6 | 88,8 | 86,9 |
| Salute, sanità | 83,9 | 82,5 | 65,1 | 78,9 |
| Pagamenti bollettini, multe, tasse ecc. | 88,5 | 80,6 | 51,8 | 75,9 |
| Gaming altre attività da tempo libero a distanza (guardare film, partite di calcio, videochat ecc.) | 90,8 | 84,4 | 38,3 | 75,5 |
| Ecommerce | 86,0 | 83,9 | 37,9 | 74,1 |
| Dad, formazione | 64,8 | 67,1 | 30,4 | 58,4 |

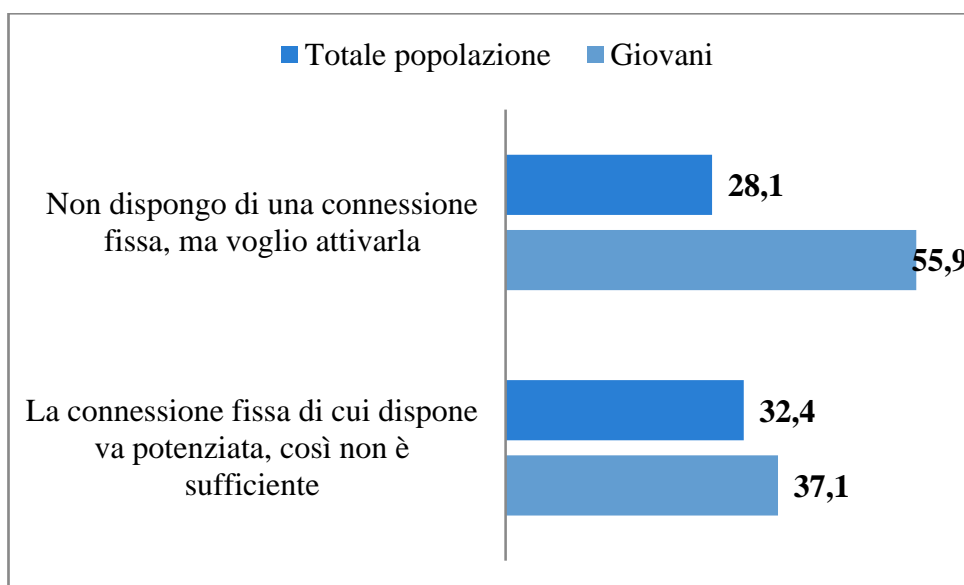
Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 8 - Giudizio dei giovani sul funzionamento della propria connessione su linea fissa durante l'emergenza sanitaria Covid-19 (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 9 - Giovani intenzionati a potenziare la propria connessione su linea fissa e/o ad attivarne una nei prossimi mesi: confronti con il totale popolazione (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

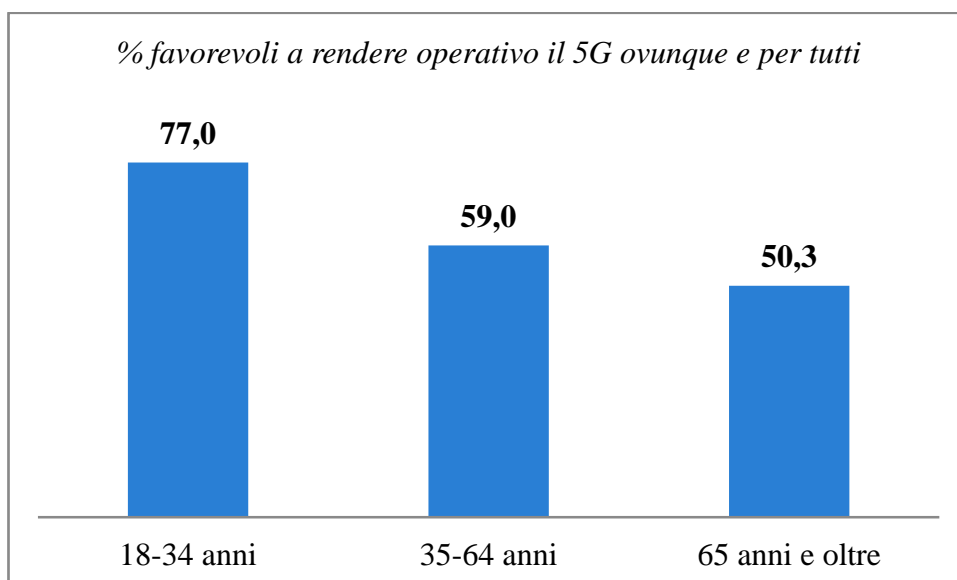
Tab. 8 - Principali rischi nell'utilizzo del web avvertiti dai giovani: confronto con adulti e anziani* (val. %)

| <i>Anche tenendo conto dell'esperienza di questo anno, nella connessione ad internet quali tra i seguenti aspetti Lei teme di più?</i> | 18-34 anni | 35-64 anni | 65 anni e oltre | Totale |
|--|-------------------|------------|-----------------|---------------|
| I rischi per la sicurezza informatica, mentre faccio certe operazioni per lavoro, banca, acquisti online ecc. | 57,1 | 60,9 | 40,0 | 54,3 |
| I rischi per la salute mentale, di dipendenza dall'eccesso di ricorso a web e social | 35,2 | 28,6 | 20,2 | 27,6 |
| I rischi per i minori nel libero accesso ad Internet | 34,3 | 36,9 | 61,1 | 43,1 |
| Gli hater, quelli che attaccano le persone sui social | 21,2 | 24,1 | 21,1 | 22,6 |

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 10 - Giovani favorevoli a rendere operativo il 5G: confronto con adulti e anziani (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021

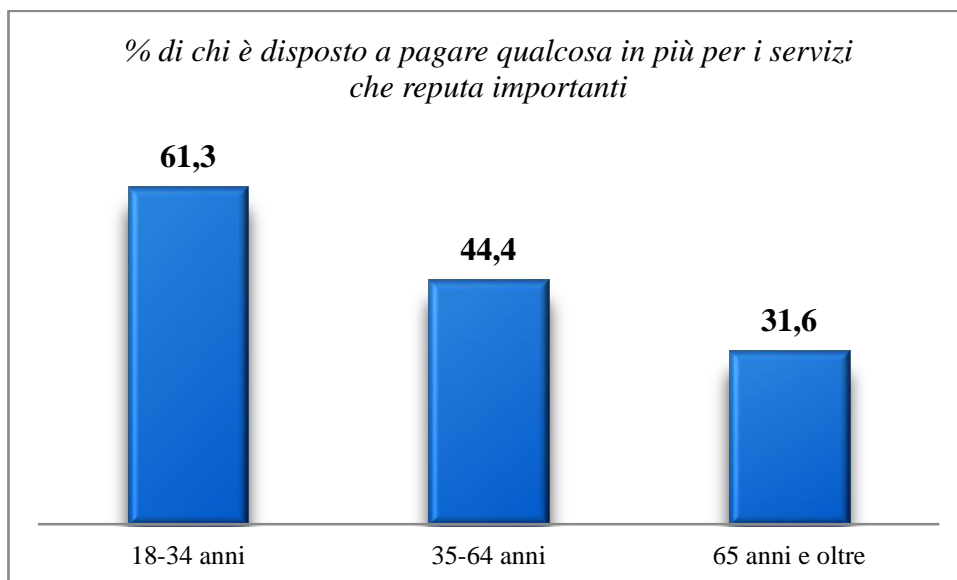
Tab. 9 - Opinioni dei giovani sui fattori che più contano nella scelta di un operatore Tlc: confronto con adulti e anziani (val. %)

| <i>Quando Lei sceglie un operatore da cui acquistare la connessione a Internet, oltre al prezzo quali tra i seguenti fattori potrebbero incentivarla a sceglierlo?</i> | 18-34 anni | 35-64 anni | 65 anni e oltre | Totale |
|--|-------------------|------------|-----------------|---------------|
| Velocità di connessione (ad esempio, qualità e fluidità dei video che guarda, ecc.) | 62,9 | 63,4 | 25,1 | 52,6 |
| Affidabilità delle connessioni (assenza di interruzioni, ecc.) | 52,1 | 58,0 | 25,1 | 47,6 |
| Assistenza rapida e facilmente accessibile in caso di guasti e problemi amministrativi | 41,4 | 42,1 | 21,0 | 36,1 |
| Sicurezza informatica (per lavoro, banca, ecommerce ecc.) | 27,7 | 31,4 | 33,2 | 31,1 |
| Attenzione all'ambiente da parte del fornitore di connessione | 12,0 | 7,9 | 14,6 | 10,6 |
| Formazione per le competenze digitali (ad esempio per uso consapevole del web dei minori, per gli anziani, ecc.) | 11,7 | 5,5 | 4,7 | 6,6 |
| Tutela dei minori, con attivazione di barriere d'accesso | 8,8 | 16,0 | 34,5 | 19,7 |
| Contenuti come film e calcio | 8,6 | 5,6 | 1,4 | 5,1 |
| Servizi sanitari a distanza (monitoraggio parametri vitali, visite specialistiche ...) | 7,5 | 8,6 | 13,2 | 9,7 |

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2021

Fig. 11 - Giovani che pagherebbero qualcosa in più per avere i servizi che reputano come importanti: confronto con adulti e anziani (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2021