

Fotografia «scattata» dal Censis: sono soprattutto giovani, maschi e del Nord

## Nove milioni d'italiani in rete



**ROMA** Sono oltre nove milioni gli utenti di Internet in Italia, soprattutto giovani, maschi e del Nord e con «l'accesso» in salotto. La fotografica dell'esercito del web è stata scattata dal Censis con una ricerca su Internet e l'innovazione amministrativa che sarà presentata nel convegno inaugurale di domani del Forum della pubblica amministrazione.

La percentuale di utenti di

*E per le donne manager Internet è preferibile al telefono cellulare*

Internet (21,3% del campione) è in forte crescita ma è ancora di molto inferiore a quella degli americani con un 55% della popolazione che ha accesso alla rete. Secondo l'indagine sono quattro milioni gli italiani che si collegano da casa (9,2% della popolazione) mentre 3,1 milioni (il 7%) utilizza Internet dall'ufficio. Meno di due milioni di persone (il 4%) ha Internet sia a casa sia in ufficio mentre appe-

na l'1,1% (500 mila persone) utilizza la rete da luoghi quali i locali pubblici e la casa di amici.

Gli utenti restano in larga percentuale maschi (29,4% della polazione contro il 14% delle donne) e giovani. In media la percentuale di utenti è quasi doppia tra chi ha meno di 35 anni (35%) e chi ne ha più di 35 (19,8%). I «cyber nonni» sono ancora pochi con un 5% del totale. Gli esclusi dalla rete sono otto milioni, soprattutto disoccupati e casalinghe mentre il titolo di studio influisce ancora molto. Il 27,3% di chi ha la licenza elementare non sa cosa sia Internet né che servizi offra mentre appena lo 0,2% è collegato alla rete.

E le donne manager preferiscono Internet al cellulare. Determinate, aperte alla new economy e ai vantaggi della rete, ma con un vero e proprio fastidio per il telefonino. Nel «Paese dei cellulari», le donne manager sembrano distinguersi dal resto della popolazione e, sempre più consce-

dell'importanza che nel proprio lavoro assume la comunicazione, quando si tratta di «mezzi» non hanno dubbi: bocciano senza mezzi termini il cellulare e optano di gran lunga per la vecchia, affezionata e più personale cornetta.

Al primo posto tra le preferenze nel modo di comunicare delle donne d'impresa svetta infatti il telefono fisso (77%), seguito dai contatti personali (49%), Internet (28%), dalle tradizionali lettere (25%) e, ultimo con un risicato 10%, dal telefonino. Il profilo della manager italiana è stato disegnato da un'indagine su «Donna, Comunicazione e Tecnologia» condotta dalla fondazione Marisa Bellisario su un campione di 721 donne, tra imprenditrici, artigiane, dirigenti e professioniste. Al cellulare, in particolare - viene rimproverata la non sempre perfetta ricezione, la maggiore difficoltà di gestione del mezzo, con il suo accesso diretto e senza filtro, e la mancanza di calma e di intimità che esso porta nella conversazione.