

de**m**os & pi

[www.demos.it](http://www.demos.it)

## OSSERVATORIO NORD EST

### Il Nord Est e internet

*Il Gazzettino, 07.08.2012*

Contrà Porti 3, 36100 Vicenza | Telefono/Fax 0444 321316



**NOTA INFORMATIVA**

L'Osservatorio sul Nord Est è curato da Demos & Pi per Il Gazzettino. Il sondaggio è stato condotto nei giorni 31 maggio-4 giugno 2012 e le interviste sono state realizzate con tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) da Demetra. Il campione, di 1008 persone (rifiuti/sostituzioni: 3615), è statisticamente rappresentativo della popolazione, con 15 anni e più, in possesso di telefono fisso, residente in Veneto, in Friuli-Venezia Giulia e nella Provincia di Trento, per area geografica, sesso e fasce d'età (margine massimo di errore 3,08%). I dati fino al 2007 fanno riferimento solamente al Veneto e al Friuli-Venezia Giulia.

Natascia Porcellato, con la collaborazione di Fabio Turato, ha curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati. Mauro Vullo ha svolto la supervisione dell'indagine CATI. Lorenzo Bernardi ha fornito consulenza sugli aspetti metodologici.

L'Osservatorio sul Nord Est è diretto da Ilvo Diamanti.

Documento completo su [www.agcom.it](http://www.agcom.it).

## POCHI IN INTERNET, VINCE LA PAURA DELLE TRUFFE

*di Massimo Marchiori*

“È proprio un bel bisiniss! Ok. Dì un po', chi l'ha fatta questa fontana?” “Un mio bisnonno, fece venire a posta uno scultore dalla Svizzera.” “Aspetta paisà, qui dice che è dello scultore Bernini.” “Appunto, siccome veniva da Berna, era piccoletto, lo chiamavano il Bernini.” Conversazioni simili a questa, tratta dalla famosa vendita della Fontana di Trevi da parte di Totò (il Cavaliere Ufficiale Antonio Trevi) ad un turista italoamericano (Decio Cavallo), fanno bene o male parte della nostra cultura, una cultura dove vige spesso la regola del sospetto: mai fidarsi, perché la fregatura è sempre dietro l'angolo.

Questa cultura imperante non poteva non mantenersi anche in uno spazio evolutivo più recente della nostra società: Internet. Il problema della fiducia in rete è affascinante e molto complesso, per vari motivi. Anzitutto, c'è un possibile sfasamento tra oggetti reali e mondo virtuale della rete: non serve avere la Fontana di Trevi su Internet, basta una sua foto. Inoltre, non serve metterci la faccia: Totò ce l'ha almeno dovuta mettere, per fare la sua truffa, su Internet invece la possibile mancanza di identità rende il rischio più elevato. L'aspetto più interessante comunque è notare come questa paura della truffa abbia prodotto una generale sfiducia nelle nuove tecnologie. Meno di un quarto degli italiani, ad esempio, reputa sicuro fare acquisti in rete, una percentuale abbastanza pazzesca se pensiamo che siamo nel terzo millennio. In realtà, l'aspetto più sconcertante è che la rete di per sé è un mezzo sicurissimo per fare acquisti: quello che rende il sistema vulnerabile non è la rete, ma l'uomo. Fare acquisti, usare la carta di credito, usare “password” (parole d'ordine), sono tutte operazioni estremamente sicure: i veri danni, si è visto statisticamente, sono sempre provocati dalla leggerezza umana. L'equivalente di tanti Totò che cambiano forma, e diventano ad esempio email o annunci che dicono che abbiamo vinto un meraviglioso premio, o che c'è un'eredità da sbloccare, o che c'è un supermegasconto solo per noi. Credere a queste mutazioni di Totò nel terzo millennio è la fonte primaria di truffe su Internet, non la rete di per sé: truffe che sfruttano una pulsione atavica vecchia come il mondo, cioè che la fortuna non sia cieca, e che anzi il “bisiniss” abbia baciato proprio noi.

C'è poi l'altra caratteristica umana che amplifica le fregature, la nostra innata pigrizia unita alla buona fede. Come la città di Troia fu fatta cadere per via del pressapochismo umano nel portarsi dentro un cavallo, senza controllare se nascondesse qualcosa, così la rete abbonda di cavalli di Troia del terzo millennio. Ed anche qui, dalla finta banca che chiede i nostri dati al programma che rende i colori dello schermo più brillanti, le varietà sono molteplici, ma tutte riconducibili al punto debole, l'uomo e la sua natura.

Quindi, alla fin fine, non è Internet ad essere insicura, come non lo è la Fontana di Trevi. Dai tempi di Troia al terzo millennio, il vero punto critico cui fare attenzione è sempre quello: il Decio Cavallo dentro di noi

## PAURA DI INTERNET A NORD EST. UNO SU TRE NON È MAI COLLEGATO

di Natascia Porcellato

In fin dei conti, oggi bastano pochi click. Acquistare biglietti aerei e fare un bonifico bancario; stipulare assicurazioni e comprare un vestito: (quasi) tutto possibile dal proprio computer (o tablet, o smartphone). Basta avere lei: la connessione Internet. L'*Osservatorio sul Nord Est*, curato da Demos per *Il Gazzettino*, si occupa oggi della diffusione di Internet in Veneto, Friuli-Venezia Giulia e nella provincia di Trento, e si focalizza in particolare sul suo uso per operazioni bancarie o acquisti. Il 43% degli intervistati si serve della rete tutti i giorni, mentre il 22% la frequenta più occasionalmente; poco più di uno su tre (35%), invece, non utilizza Internet. Il 21% dei nordestini acquista prodotti o servizi in rete, mentre le operazioni bancarie on-line sono utilizzate dal 24%.

Dall'informazione alle amicizie; dagli acquisti alla ricerca di lavoro: ormai ogni piega della società passa (sempre più) dall'uso di Internet. All'aumento della diffusione della rete, infatti, è seguita anche una moltiplicazione dei suoi utilizzi. Per fare un esempio, il fatturato derivante dall'e-commerce in Italia è passato da poco più di 1 milione e 600mila euro del 2004 a sfiorare i 19 milioni nel 2011 (rapporto Casaleggio Associati-Adobe Systems, 2012). Segno inequivocabile che, ormai, una parte consistente della popolazione integra i propri acquisti "tradizionali" con quelli "virtuali".

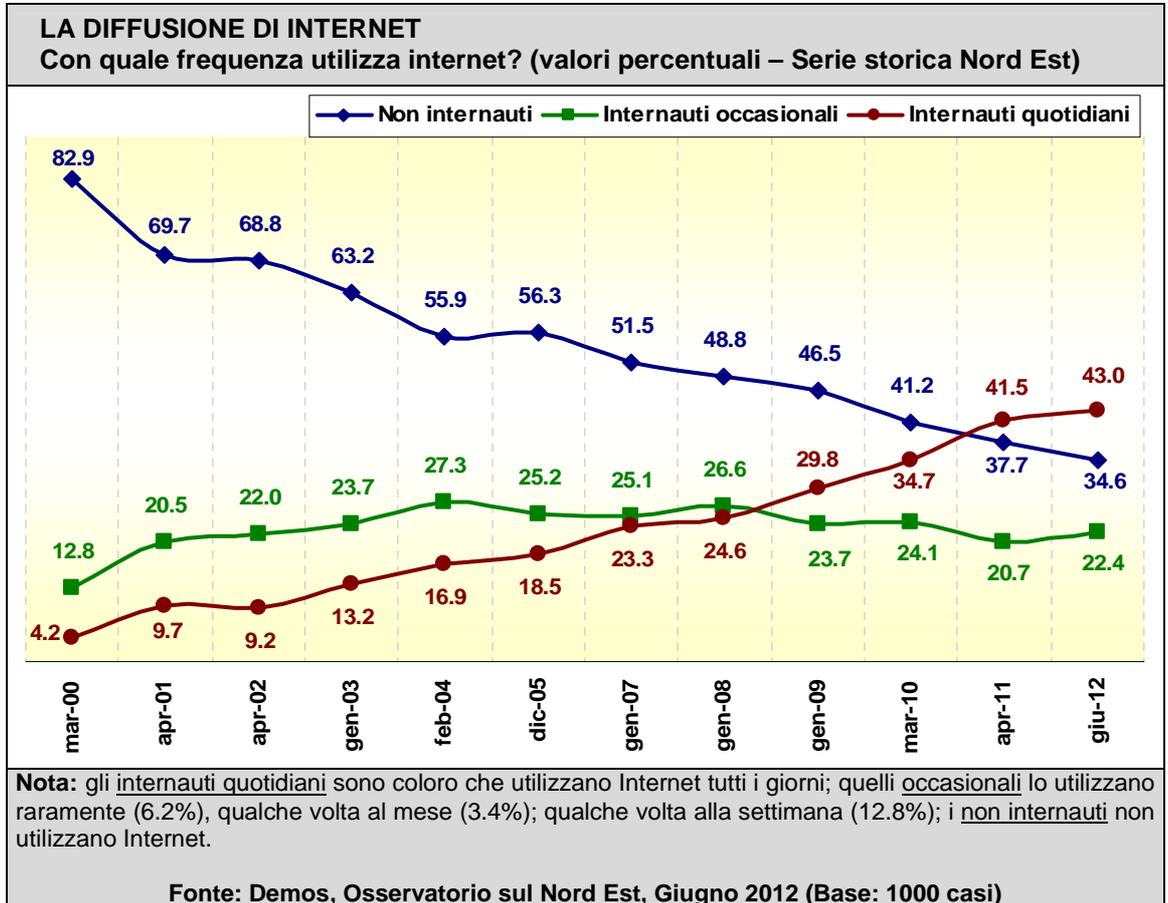
In che misura questa "rivoluzione" ha toccato anche il Nord Est? Molto, secondo i dati presentati oggi. Innanzitutto, la diffusione della connessione: nel 2000, l'83% degli intervistati non era internauta, mentre oggi la quota si riduce al 35%. La crescita di quanti frequentano la rete, però, non si è tradotta in un uso sporadico, ma si è affermata come strumento quotidiano. Infatti, nello stesso periodo di tempo, coloro che utilizzano Internet occasionalmente sono saliti dal 13 al 22%, mentre quanti si connettono quotidianamente sono aumentati di oltre 10 volte, passando dal 4 al 43%.

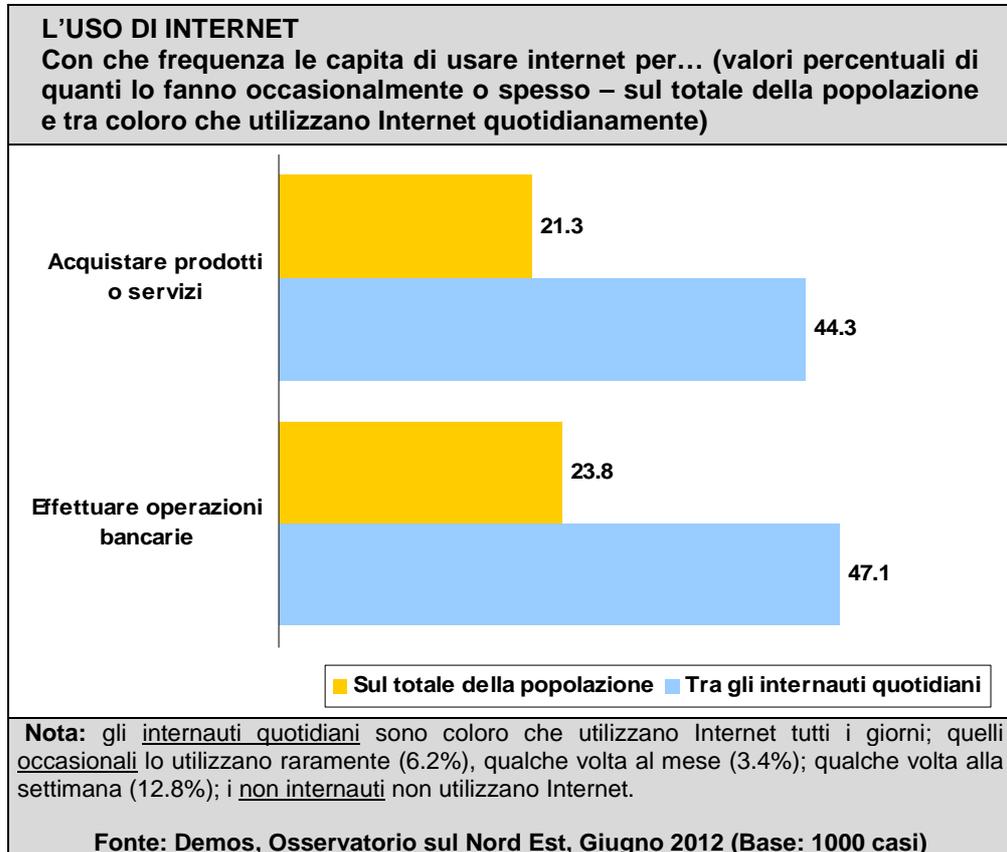
Quanto è diffusa la pratica di usare Internet per fare operazioni bancarie o acquisti nel Nord Est? Oggi, è circa il 24% della popolazione ad utilizzare servizi di Home Banking, mentre l'acquisto di prodotti o servizi interessa il 21%. Rispetto al 2005, assistiamo ad un deciso aumento: sette anni fa, infatti, era una fascia di popolazione molto più contenuta (compresa tra il 6-7%) ad effettuare questo tipo di operazioni. È

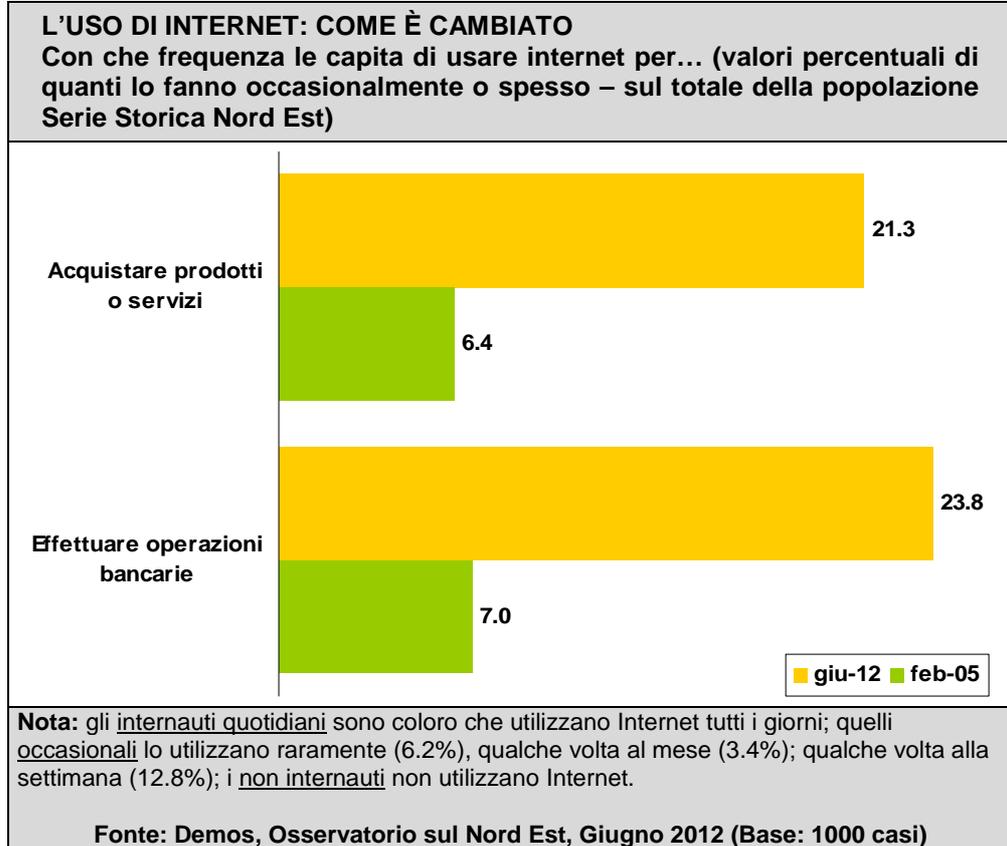
sicuro utilizzare l'Home Banking o fare acquisti con la propria carta di credito in rete? Usare Internet per i servizi bancari viene giudicato privo di rischi dal 35% della popolazione; l'idea di inserire i dati della propria carta di credito in rete, invece, è considerata sicura un nordestino su quattro, e quindi solleva qualche perplessità in più.

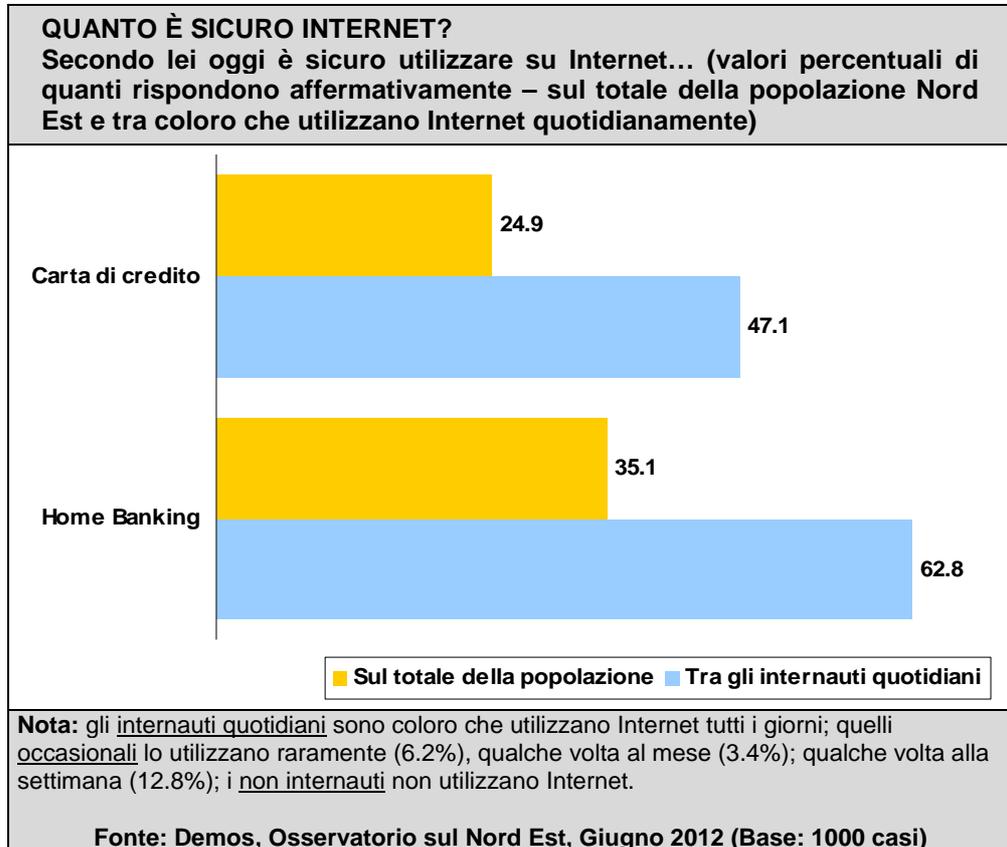
Concentriamo la nostra attenzione sulla sezione di popolazione maggiormente attiva su Internet, gli internauti quotidiani. Il profilo socio-demografico mostra come siano in misura maggiore uomini, di età giovane e adulta (fino ai 44 anni), in possesso di un alto livello di istruzione, impiegati come liberi professionisti, tecnici, imprenditori e studenti.

Gli internauti quotidiani, rispetto alla popolazione nel suo complesso, mostrano una maggiore propensione ad effettuare operazioni bancarie on-line (47%) e acquistare prodotti o servizi su Internet (44%). Tra quanti navigano tutti i giorni in rete, poi, appare piuttosto ampia la fiducia nelle procedure di sicurezza che tutelano l'Home Banking (63%) o l'uso della carta di credito (47%) su Internet.









<b>I SETTORI SOCIALI</b>						
<b>Valori percentuali per età e professione (percentuali calcolate sul totale della popolazione)</b>						
		Internauti quotidiani	Su Internet...		Giudicano sicuro l'utilizzo su Internet di...	
			Acquistano prodotti o servizi	Effettuano operazioni bancarie	Carta di credito	Home Banking
<b>Media Nord Est</b>		<b>43.0</b>	<b>21.3</b>	<b>23.8</b>	<b>24.9</b>	<b>35.1</b>
<b>Classe d'età</b>	15-24 anni	83.6	35.4	24.9	42.1	54.2
	25-34 anni	58.0	35.7	33.9	46.3	49.3
	35-44 anni	57.7	31.1	39.7	31.9	56.6
	45-54 anni	39.0	21.7	27.1	20.3	35.6
	55-64 anni	24.9	11.6	17.4	16.5	19.1
	65 anni e più	11.0	1.7	4.2	5.4	5.2
<b>Genere</b>	Uomini	51.2	29.0	28.0	30.7	40.8
	Donne	35.3	14.1	19.9	19.5	29.9
<b>Livello istruzione</b>	Basso	10.3	2.9	6.9	5.9	9.1
	Medio	36.2	16.7	15.9	19.8	26.8
	Alto	72.4	38.7	44.1	43.3	61.9
<b>Professione</b>	Operaio	40.0	18.7	22.0	16.6	31.5
	Tecnico, impiegato funzionario	70.8	39.5	50.2	46.0	68.9
	Imprenditore, lav. autonomo	60.9	31.4	56.1	26.9	67.1
	Libero professionista	91.3	50.0	60.2	40.0	63.9
	Studente	82.2	31.6	18.3	47.1	56.0
	Casalinga	15.5	10.8	7.6	11.9	12.7
	Disoccupato	41.0	20.2	11.1	35.7	27.9
Pensionato	16.2	6.6	10.3	9.8	11.0	
<b>Nota:</b> gli <u>internauti quotidiani</u> sono coloro che utilizzano Internet tutti i giorni; quelli <u>occasionali</u> lo utilizzano raramente (6.2%), qualche volta al mese (3.4%); qualche volta alla settimana (12.8%); i <u>non internauti</u> non utilizzano Internet.						
<b>Fonte:</b> Demos, Osservatorio sul Nord Est, Giugno 2012 (Base: 1000 casi)						