



**SISTEMA STATISTICO NAZIONALE  
ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA**



**2 0 0 2**

*Settore  
Famiglia e società - Cultura*

## **I cittadini e le tecnologie della comunicazione**

*Indagine Multiscopo sulle famiglie  
"I cittadini e il tempo libero"  
Anno 2000*

*Dischetti da 3,5"*



*Informazioni*





**SISTEMA STATISTICO NAZIONALE  
ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA**

*Settore*  
***Famiglia e società - Cultura***

## **I cittadini e le tecnologie della comunicazione**

*Indagine Multiscopo sulle famiglie  
"I cittadini e il tempo libero"  
Anno 2000*

*A cura di:* Adolfo Morrone

Per l'Appendice C: Claudia De Vitiis

*Hanno collaborato:* Elettra Ferroni, Elena Nanni (per il coordinamento organizzativo)  
Lorena Di Donatantonio e Carolina Facioni (per la parte informatica e il controllo di qualità)  
Serena Desideri (per l'editing) Alessandro Bianchi (per l'editing e la predisposizione del volume on-line)

Per chiarimenti sul contenuto  
della pubblicazione rivolgersi a:  
Istat Servizio Struttura e dinamica sociale  
Tel. 06 59524841

**I cittadini e le tecnologie della comunicazione**

*Indagine Multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero" - Anno 2000*

# Indice

<b>Premessa</b> .....	7
<b>1. Radio</b> .....	9
1.1 L'ascolto della radio.....	9
1.2 Le trasmissioni più seguite.....	11
1.3 Quando si ascolta la radio e svolgendo quali attività.....	13
<b>2. Televisione</b> .....	23
2.1 La fruizione della televisione.....	23
2.2 Quando si guarda la televisione e con chi.....	25
2.3 I programmi più seguiti.....	28
2.4 I programmi a pagamento.....	30
2.5 Possesso di televisori, televideo e abbonamento pay tv.....	31
<b>3. Videocassette</b> .....	47
3.1 L'utilizzo delle videocassette.....	47
3.2 Registrazione, acquisto, noleggio e prestito di videocassette.....	49
3.3 Possesso di videoregistratore e di videocassette.....	50
<b>4. Videogiochi</b> .....	55
4.1 Gioco e scambio di videogiochi.....	55
<b>5. Personal computer</b> .....	61
5.1 L'uso del personal computer.....	61
5.2 Dove si utilizza il personal computer e per quali attività.....	63
5.3 Quali sono i programmi utilizzati.....	65
5.4 Utilizzo del lettore CD-Rom o DVD.....	66
5.5 Tipo di CD-Rom o di DVD utilizzati.....	67
5.6 Numero di personal computer, CD-Rom e DVD posseduti.....	68
<b>6. Internet</b> .....	89
6.1 L'uso di internet.....	89
6.2 La posta elettronica.....	91
6.3 Attività per le quali si usa internet e i siti web maggiormente visitati.....	92
6.4 Gli acquisti on-line.....	96
<b>7. Telefoni cellulari</b> .....	113
7.1 L'utilizzo del telefono cellulare.....	113
7.2 I motivi per cui si usa il cellulare.....	114
7.3 Con chi si comunica più di frequente con il telefono cellulare.....	115
7.4 Quali sono le funzioni del telefono cellulare maggiormente utilizzate.....	116
<b>Indice dei prospetti e delle tavole</b> .....	127
<b>Indice delle tavole contenute su floppy disk</b> .....	135
<b>Appendice A</b> (Popolazione di riferimento).....	145
<b>Appendice B</b> (Definizioni, classificazioni e note alle tavole).....	147
<b>Appendice C</b> (Strategia di campionamento e livello di precisione dei risultati).....	149
<b>Appendice D</b> (Indicatori di qualità).....	163
<b>Appendice E</b> (Il modello di rilevazione).....	169



## Premessa

A partire dal dicembre del 1993 l'Istat ha avviato il nuovo corso delle Indagini Multiscopo sulle famiglie. Il sistema di indagini Multiscopo prevede che ogni anno, accanto all'indagine "Aspetti della vita quotidiana", si affianchino a cadenza quinquennale altre indagini, che approfondiscono tematiche particolari, e un'indagine continua a cadenza trimestrale su "Viaggi e vacanze" (prospetto A).

### Prospetto A - Sistema di indagini sociali Multiscopo

TITOLO DELL'INDAGINE	CADENZA	ANNI DI RILEVAZIONE
Aspetti della vita quotidiana	Annuale	1993-94-95-96-97-98-99-2000
Viaggi e vacanze	Trimestrale	1997-98-99-2000
Condizione di salute e ricorso ai servizi sanitari	Quinquennale	1994 e 1999/2000
I cittadini e il tempo libero	Quinquennale	1995-2000
Sicurezza del cittadino	Quinquennale	1997/98
Famiglie, soggetti sociali e condizione dell'infanzia	Quinquennale	1998
Uso del tempo	Quinquennale	1988/89

Nel 2000 è stata realizzata l'indagine "I cittadini e il tempo libero" che analizza le attività svolte da gli italiani durante il tempo libero, con particolare attenzione ai consumi culturali e all'utilizzo delle nuove tecnologie. L'indagine è stata svolta per la prima volta nel 1995. I principali contenuti informativi dell'indagine del 2000 sono: la pratica sportiva e le attività fisiche; il linguaggio e la conoscenza di lingue straniere; la formazione extrascolastica; l'abbandono scolastico; la lettura di libri, settimanali, periodici e quotidiani; la fruizione dei diversi tipi di spettacoli e intrattenimenti (teatro, cinema, musei, mostre, spettacoli musicali e sportivi); il rapporto della popolazione con le tecnologie della comunicazione; (radio, tv, videocassette, videogiochi, pc, internet e telefoni cellulari); i giochi; la cura del sé; la percezione del tempo libero.

Il volume contiene i dati dell'indagine condotta nel dicembre 2000, realizzata su un campione a due stadi con stratificazione delle unità di primo stadio (Comuni). Sono state raggiunte 19 mila 996 famiglie, per un totale di 54 mila 239 individui.

Le informazioni sono state raccolte per intervista diretta per una parte dei quesiti. Per un'altra parte dei quesiti è stata prevista l'autocompilazione diretta da parte del rispondente. Anticipazioni di risultati sono già state pubblicate nell'edizione 2001 del Rapporto Annuale Istat.

Le modalità di diffusione dei dati dell'Indagine Multiscopo sulle famiglie "I cittadini e il tempo libero" prevedono la pubblicazione di cinque volumi, ciascuno dedicato ad un particolare aspetto del tempo libero degli italiani.

I cinque volumi affrontano i temi:

- "I cittadini e le tecnologie della comunicazione";
- "Letture e linguaggio";
- "Le attività del tempo libero";
- "Sport e attività fisiche";
- "Musica e spettacoli".



# 1 Radio

## 1.1 L'ascolto della radio

Sono oltre 40 milioni le persone che nel 2000 hanno ascoltato la radio almeno una volta nell'anno, pari al 72% delle persone di 3 anni e più. Per rendere confrontabile il dato con quello dell'indagine del 1995 nei prospetti si farà però riferimento alle persone di 11 anni e più che hanno dichiarato di ascoltare la radio almeno una volta a settimana (65,7%).

Si evidenzia una sostanziale omogeneità nei livelli di ascolto tra uomini (66%) e donne (65,4%) dovuta al fatto che fino a 44 anni sono le donne ad avere una maggiore propensione all'ascolto della radio mentre per le persone con più di 44 anni il rapporto si inverte.

Vi sono delle forti differenze tra le generazioni. La radio è infatti, dopo la televisione, il media più utilizzato tra i giovani tra i 14 e 24 anni (più dell'80%), i livelli di fruizione calano poi nelle età successive arrivando quasi a dimezzarsi tra gli ultra sessantacinquenni (43,1%).

I livelli di fruizione della radio più alti si riscontrano nelle Isole e nel Nord del Paese, mentre al Sud e soprattutto al Centro la quota di ascoltatori è leggermente più contenuta. Particolarmente elevata nelle Isole la quota di radioascoltatori ultrasessantacinquenni (53,4%) e la quota di giovani tra i 14 e i 24 anni (85,9%) che raggiunge gli stessi livelli anche nel Nord-est (prospetto 1.1).

**Prospetto 1.1 - Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per età, sesso e ripartizione geografica - Anni 1995 (a) e 2000 (b) (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	11-13		14-24		25-44		45-64		65 e più		Totale	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000
<b>NORD OVEST</b>												
Maschi	60,8	61,3	83,6	80,0	75,5	76,5	56,8	65,4	50,5	45,8	66,6	67,8
Femmine	79,1	69,5	90,8	85,5	76,2	78,4	60,8	59,8	48,0	49,0	67,5	66,5
<b>Totale</b>	<b>69,3</b>	<b>65,2</b>	<b>87,1</b>	<b>82,7</b>	<b>75,8</b>	<b>77,4</b>	<b>58,8</b>	<b>62,6</b>	<b>49,0</b>	<b>47,7</b>	<b>67,1</b>	<b>67,1</b>
<b>NORD EST</b>												
Maschi	68,5	59,1	83,0	83,7	77,3	80,0	60,5	66,2	47,4	41,7	67,9	68,9
Femmine	74,9	82,6	88,9	88,1	76,3	82,0	57,2	63,1	44,4	36,8	65,2	66,3
<b>Totale</b>	<b>71,6</b>	<b>71,2</b>	<b>85,9</b>	<b>85,9</b>	<b>76,8</b>	<b>81,0</b>	<b>58,8</b>	<b>64,6</b>	<b>45,6</b>	<b>38,8</b>	<b>66,5</b>	<b>67,6</b>
<b>CENTRO</b>												
Maschi	67,9	53,0	81,9	72,9	73,9	75,6	56,4	60,9	43,2	40,4	64,5	63,6
Femmine	75,6	69,1	88,9	82,6	74,1	75,1	54,8	54,0	42,2	38,4	63,6	60,9
<b>Totale</b>	<b>71,5</b>	<b>60,9</b>	<b>85,4</b>	<b>77,7</b>	<b>74,0</b>	<b>75,3</b>	<b>55,6</b>	<b>57,3</b>	<b>42,7</b>	<b>39,2</b>	<b>64,0</b>	<b>62,2</b>
<b>SUD</b>												
Maschi	57,7	49,4	77,8	74,7	66,0	72,7	44,5	55,1	39,0	43,1	58,7	62,9
Femmine	67,9	66,6	87,8	86,5	72,8	76,2	50,6	55,0	35,1	37,6	63,2	64,5
<b>Totale</b>	<b>62,4</b>	<b>58,1</b>	<b>82,8</b>	<b>80,5</b>	<b>69,4</b>	<b>74,5</b>	<b>47,6</b>	<b>55,1</b>	<b>36,8</b>	<b>39,9</b>	<b>61,1</b>	<b>63,7</b>
<b>ISOLE</b>												
Maschi	59,2	53,3	77,1	82,0	61,5	77,9	48,1	55,5	41,3	52,8	58,1	67,6
Femmine	73,4	65,0	89,3	89,9	74,2	79,2	51,0	60,6	36,3	53,8	64,2	70,4
<b>Totale</b>	<b>66,7</b>	<b>58,8</b>	<b>83,2</b>	<b>85,9</b>	<b>67,9</b>	<b>78,6</b>	<b>49,6</b>	<b>58,2</b>	<b>38,5</b>	<b>53,4</b>	<b>61,3</b>	<b>69,0</b>
<b>ITALIA</b>												
Maschi	61,9	54,8	80,7	78,0	71,7	76,2	53,8	61,4	44,9	44,0	63,6	66,0
Femmine	73,4	69,9	89,1	86,3	74,7	78,0	55,6	58,3	42,3	42,5	64,9	65,4
<b>Totale</b>	<b>67,4</b>	<b>62,2</b>	<b>84,8</b>	<b>82,1</b>	<b>73,2</b>	<b>77,1</b>	<b>54,8</b>	<b>59,8</b>	<b>43,3</b>	<b>43,1</b>	<b>64,3</b>	<b>65,7</b>

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

I livelli di fruizione dei laureati sono più elevati di quelli delle persone con titoli di studio inferiori (82,2% rispetto al 56,1% delle persone con la licenza elementare) ma tali differenze sembrano dipendere molto dall'età

Tra le persone di 25-44 anni il divario infatti è meno accentuato (85% dei laureati rispetto al 74,6% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo) mentre diviene significativo tra gli ultrasessantacinquenni (72,5% rispetto al 46,5%) (tavola 1.4 del floppy).

Diversamente dalla televisione (cfr. capitolo 2) per la radio sono gli studenti (87,7%) e gli occupati (82,9%) ad avere i livelli di fruizione più elevati rispetto alle casalinghe (71,1%) e ai ritirati dal lavoro (56,6%) (tavola 1.3 del floppy).

Il bacino di utenza dei radioascoltatori ha subito delle modificazioni negli ultimi cinque anni anche se l'ascolto della radio è rimasto stabile. In cinque anni le differenze di genere, che erano comunque molto lievi, si sono annullate. E' calato invece il livello di fruizione della radio da parte dei ragazzi tra gli 11 e i 24 anni ed è aumentato quello delle persone tra i 25 e i 64 anni. Il Nord mantiene livelli di fruizione alti (circa 67%) ma il divario rispetto al Sud è diminuito perché nell'Italia meridionale si è verificato un aumento dell'ascolto della radio di 2,6 punti (dal 61,1% al 63,7%). Le Isole che nel 1995 mostravano un livello di fruizione particolarmente basso recuperano il divario e anzi superano il Nord facendo registrare un aumento di circa 8 punti. Solo il Centro mostra, in controtendenza, una diminuzione dal 64% del 1995 al 62,2% del 2000 (prospetto 1.1).

Dal punto di vista del titolo di studio sono aumentati i livelli di fruizione delle persone con alti titoli di studio, mentre quelli delle persone con la licenza elementare sono costanti. Se si considerano però le persone in età lavorativa i livelli di fruizione delle persone con titoli di studio bassi crescono di più di quelli dei coetanei con titoli più elevati.

I tempi di ascolto della radio sono generalmente più bassi di quelli della televisione: l'11,4% dei radioascoltatori di 11 anni e più dedicano meno di 1 ora al giorno all'ascolto della radio, il 25,4% da 1 a 2 ore e il 18,6% da 2 a 3 ore.

Le donne ascoltano la radio più degli uomini: il 42% degli ascoltatori maschi dedica alla radio massimo 2 ore rispetto al 32,1% delle donne mentre il 42,8% delle ascoltatrici dedica più di 2 ore alla radio rispetto al 33,4% degli ascoltatori (prospetto 1.2).

**Prospetto 1.2 - Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e tempo di ascolto giornaliero - Anni 1995(a) e 2000(b) (composizione percentuale)**

TEMPO DI ASCOLTO	Maschi		Femmine		Maschi e femmine	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
Meno di 1 ora	17,6	14,6	9,6	8,5	13,4	11,4
Da 1 a 2 ore	37,1	27,4	29,5	23,6	33,1	25,4
Da 2 a 3 ore	19,1	16,5	31,4	20,6	25,5	18,6
Da 3 a 4 ore	7,0	5,9	10,3	9,3	8,7	7,6
Da 4 a 5 ore	3,6	3,2	4,8	4,5	4,2	3,8
5 ore e più	6,7	7,8	7,1	8,4	6,9	8,1
Non so	8,1	21,0	6,7	21,5	7,4	21,3
Non indicato	0,6	3,7	0,7	3,6	0,7	3,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

La quota di persone che ascolta la radio meno di 1 ora è piuttosto elevata tra i ragazzi fino ai 14 anni (superiore al 19,5%) ma si riduce drasticamente tra i giovani tra i 15 e i 34 anni. I giovani tra i 18 e 34 anni sono infatti le persone con la quota più alta di radioascoltatori che dedicano più di 5 ore all'ascolto della radio (superiore al 10%). Il 60% degli ultrasessantacinquenni dedicano alla radio massimo tre ore di ascolto giornaliero e in questa fascia di età sono poche le persone che ascoltano la radio per più di cinque ore (circa 4%) (tavola 1.1).

**Prospetto 1.3 - Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per età e tempo di ascolto giornaliero - Anni 1995(a) e 2000(b) (composizione percentuale)**

TEMPO DI ASCOLTO	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
1995												
Meno di 1 ora	15,0	9,0	8,7	9,4	12,3	16,5	16,9	15,6	14,3	13,5	10,6	13,4
Da 1 a 2 ore	50,7	32,0	30,3	29,4	30,3	33,6	31,5	33,0	34,6	36,3	35,8	33,1
Da 2 a 3 ore	18,3	29,4	29,0	27,8	25,8	22,1	24,6	23,0	27,0	28,0	33,0	25,5
Da 3 a 4 ore	4,8	10,5	11,1	10,2	9,3	7,2	8,4	10,6	7,3	9,0	8,3	8,7
Da 4 a 5 ore	2,0	4,6	5,2	4,3	4,9	4,6	3,7	5,0	4,6	3,1	3,4	4,2
5 ore e più	1,4	5,3	7,8	9,5	8,9	7,9	7,3	5,5	4,6	3,7	2,9	6,9
Non so	7,0	8,4	7,6	8,8	8,0	7,6	6,7	6,4	6,8	5,9	5,6	7,4
Non indicato	0,8	0,8	0,2	0,5	0,7	0,5	0,8	0,9	0,8	0,6	0,5	0,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>											
2000												
Meno di 1 ora	17,5	8,5	7,5	7,9	9,4	12,7	13,9	12,6	11,8	11,2	12,1	11,4
Da 1 a 2 ore	28,5	23,6	19,0	22,1	23,4	24,8	26,5	26,5	27,5	29,9	31,1	25,4
Da 2 a 3 ore	15,9	21,5	21,8	17,9	18,8	17,7	18,1	20,0	19,5	20,0	17,2	18,6
Da 3 a 4 ore	5,7	10,9	9,5	9,0	7,9	7,5	7,1	6,4	8,0	6,6	7,0	7,6
Da 4 a 5 ore	2,7	3,5	4,9	4,5	4,4	4,0	3,8	2,6	4,4	2,8	2,8	3,8
5 ore e più	2,8	5,9	10,8	11,5	11,1	8,7	8,1	6,0	4,6	5,1	3,7	8,1
Non so	22,6	23,3	23,4	23,5	21,9	21,0	18,7	22,0	20,4	19,7	21,6	21,3
Non indicato	4,3	2,8	3,2	3,7	3,1	3,5	3,8	3,9	3,9	4,7	4,5	3,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>											

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

Rispetto al 1995 si evidenzia una sostanziale diminuzione delle persone che dedicano fino a 3 ore all'ascolto della radio (dal 72% al 55,4%) mentre aumentano leggermente quelli che dedicano all'ascolto 5 ore e più (dal 6,9% all'8,1%). Queste variazioni nei tempi di ascolto dipendono in parte dalla difficoltà di quantificare il tempo trascorso ad ascoltare la radio. A causa della frammentazione dei tempi di fruizione e di una maggiore varietà dei comportamenti infatti la quota di persone che non sanno indicare quanto tempo dedicano all'ascolto della radio è aumentata, in cinque anni, dal 7,4% al 21,3%.

## 1.2 Le trasmissioni più seguite

Le trasmissioni più seguite alla radio sono la musica leggera (67,5%), il giornale radio (44,7%) e gli altri tipi di musica diversi da quella leggera e classica (26%) ma è considerevole anche la quota di persone che dichiara di seguire quello che capita (19,1%). Le donne seguono più degli uomini le trasmissioni di musica leggera (71,4% rispetto al 63,4%), le trasmissioni religiose (9,5% rispetto al 2,6%) e le trasmissioni basate sul rapporto telefonico con il pubblico (9% rispetto al 5,6%). Gli uomini seguono più delle donne il giornale radio (51,9% rispetto al 37,8%), le trasmissioni politiche (7,2% rispetto al 2,5%) e le trasmissioni sportive (34,4% rispetto al 4,3%) (prospetto 1.4).

**Prospetto 1.4 - Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e tipo di trasmissioni seguite - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone dello stesso sesso)**

TRASMISSIONI	Maschi		Femmine		Maschi e femmine	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
Giornale radio	49,6	51,9	38,0	37,8	43,5	44,7
Attualità	17,4	18,8	19,2	17,6	18,4	18,2
Culturali	7,7	8,0	8,8	7,3	8,3	7,6
Politiche, tribune, dibattiti	7,6	7,2	3,4	2,5	5,4	4,8
Sportive	30,1	34,4	3,1	4,3	16,0	18,9
Religiose	2,0	2,6	8,1	9,5	5,2	6,2
Basate sul rapporto (telefonico) con il pubblico	4,8	5,6	10,2	9,0	7,6	7,3
Giochi a quiz	2,7	2,3	6,0	4,1	4,4	3,2
Musica leggera	74,5	63,4	80,8	71,4	77,8	67,5
Musica classica e lirica	9,4	7,0	10,6	8,0	10,1	7,5
Altra musica	24,3	26,0	23,3	26,1	23,7	26,0
Varietàe intrattenimento	3,5	7,5	5,9	8,2	4,7	7,9
Prosa	0,6	0,5	1,1	1,0	0,9	0,8
Per bambini e ragazzi	0,7	0,9	1,2	1,3	1,0	1,1
Trasmissioni di quartiere (c)	-	1,4	-	1,9	-	1,7
Quello che capita (c)	-	18,7	-	19,4	-	19,1

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

(c) Modalità non presenti nel 1995

Le preferenze rispetto alle trasmissioni radiofoniche cambiano notevolmente con l'età. Il giornale radio e le trasmissioni di attualità sono ascoltate soprattutto dalle persone dai 35 anni in poi. L'interesse degli uomini per le trasmissioni sportive è invece forte e costante dagli 11 ai 74 anni (con un quota di radioascoltatori maschi che va dal 40,8% degli 11-14enni al 32,5% dei 65-74enni). Le trasmissioni religiose e la musica lirica hanno i livelli di ascolto più alti tra gli ultrasessantenni ma mentre le trasmissioni religiose sono seguite soprattutto dalle donne la musica classica e lirica non mostra delle differenze di genere così marcate. Le trasmissioni basate sul rapporto telefonico con il pubblico sono seguite invece soprattutto dalle ragazze tra gli 15 e i 24 anni (circa il 15%). Le trasmissioni per bambini e ragazzi sono seguitissime sono fino ai 10 anni sia dai bambini che dalle bambine ma a partire dagli 11 anni l'interesse decresce rapidamente. Infine la musica leggera mostra dei livelli di fruizione altissimi (superiori al 60%) dai 3 fino ai 59 anni (tavola 1.3).

I dirigenti, imprenditori e liberi professionisti hanno i livelli di ascolto più elevati per le trasmissioni a carattere informativo (giornale radio 63,3% e trasmissioni di attualità 27,1%), le trasmissioni culturali (15%), le trasmissioni sportive (23,5%) e la musica classica e lirica (11,1%). I direttivi, quadri e impiegati privilegiano la musica leggera (75,9%) e gli studenti invece gli altri tipi di musica (53,6%) e i programmi di varietà e di intrattenimento (10,8%). Le persone in altra condizione e i ritirati dal lavoro infine hanno i livelli più elevati di ascolto di trasmissioni a carattere religioso (rispettivamente 26,6% e 14,2%). Anche a parità di posizione nella professione permangono comunque delle forti differenze nei gusti di uomini e donne. Ad esempio tra i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti gli uomini che ascoltano il giornale radio sono il 67,5% rispetto al 49,9% delle donne di pari posizione mentre tra i direttivi, quadri e impiegati le donne che ascoltano musica leggera sono l'81% rispetto al 70,7% degli uomini (tavola 1.7 del floppy).

Dal punto di vista del titolo di studio i laureati seguono di più trasmissioni come il giornale radio, le trasmissioni di attualità, le trasmissioni culturali e la musica classica e lirica mentre le trasmissioni sportive e i programmi di musica diversa dalla musica classica e dalla musica leggera sono seguiti soprattutto dai diplomati e dalle persone con la licenza elementare. Le persone con la licenza elementare o nessun titolo hanno una propensione più spiccata degli altri ad ascoltare quello che capita. Bisogna inoltre precisare che anche se con l'età aumenta o diminuisce la propensione ad ascoltare alcuni tipi di trasmissioni le differenze tra titoli di studio alti e bassi rimangono pressoché invariate. Ad esempio tra le persone di 25-44 anni il 55,7% dei laureati ascolta il giornale radio rispetto al 31,1% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo; tra le persone di 65 anni e più i laureati sono il 71,7% rispetto al 56,3% delle persone con il titolo di studio più basso (tavola 1.8 del floppy).

Rispetto al 1995 è calato l'ascolto della musica leggera (dal 77,8% al 67,5%) e della musica classica e lirica (dal 10,1% al 7,5%) mentre è aumentato l'ascolto di trasmissioni sportive (dal 16% al 18,9%, con un forte incremento del pubblico maschile) e delle trasmissioni religiose (che passano dal 5,2% al 6,2% grazie soprattutto all'aumento del pubblico femminile).

In cinque anni è cambiato il ruolo della radio che sembra rispondere all'esigenza di fornire una fruizione "informativa" veloce a cui si può ricorrere quando si fanno altre cose e quando è poco il tempo che si può dedicare ad informarsi. Considerando infatti le persone che ascoltano i programmi informativi radiofonici (giornale radio, programmi di attualità, programmi culturali, trasmissioni politiche, tribune e dibattiti) si nota che gli ascoltatori in cinque anni sono aumentati (dal 29,4% al 33,6%), e tale aumento ha riguardato tutte le fasce di età (in particolare tra le persone di 35-54 anni l'aumento è stato di circa 7 punti percentuali) ad eccezione degli anziani. Questo genere di programmi radiofonici è più fruito dalle persone in possesso di titoli di studio elevati, e il divario tra i laureati e le persone con la licenza elementare è aumentato in cinque anni. Aumenta inoltre in modo omogeneo sia al Nord sia al Sud mentre invece rimane praticamente costante il livello di fruizione dei programmi informativi al Centro (prospetto 1.5).

**Prospetto 1.5 - Persone di 11 anni e più per ascolto di programmi informativi alla radio, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anni 1995 (a) e 2000 (b) (per 100 persone di 11 anni e più con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Programmi informativi	
	1995	2000
<b>SESSO</b>		
Maschi	34,4	41,2
Femmine	29,6	31,7
<b>Totale</b>	<b>31,9</b>	<b>36,3</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>		
11-13	3,1	7,9
14-19	12,7	14,5
20-24	26,3	28,3
25-34	35,6	38,2
35-44	38,9	45,8
45-54	38,3	45,9
55-59	36,1	41,0
60-64	34,6	39,2
65-74	33,9	35,7
75 anni e più	27,4	27,7
<b>Totale</b>	<b>31,9</b>	<b>36,3</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>		
Italia nord-occidentale	34,2	38,7
Italia nord-orientale	34,2	40,0
Italia centrale	34,3	35,5
Italia meridionale	28,1	32,0
Italia insulare	27,0	35,2
<b>Italia</b>	<b>31,9</b>	<b>36,3</b>

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

### 1.3 Quando si ascolta la radio e svolgendo quali attività

Per rendere confrontabili i dati con il 1995 sono state considerate solo le persone di 11 anni e più che ascoltano la radio almeno una volta a settimana. In cinque anni si sono modificati i tempi in cui si ascolta la radio con un aumento notevole della fruizione durante gli spostamenti sia con l'autoradio (dal 32,4% al 50%) sia con il walkman (dal 4,4% al 7,2%). Parallelamente diminuisce la fruizione nei momenti di tempo libero (dal 36,9% al 31,7%) probabilmente a causa di una diminuzione del tempo libero complessivo, della sempre crescente difficoltà nel separare il tempo libero dagli altri tempi di vita e dalla tendenza ad occuparlo con altre attività.

Dal punto di vista di genere è interessante notare che aumenta la percentuale di uomini che ascolta la radio durante lo svolgimento delle faccende domestiche anche se il divario rispetto alle donne rimane comunque molto profondo.

Passando invece a considerare le persone di 3 anni e più che ascoltano la radio almeno una volta all'anno risulta che il momento privilegiato per ascoltare la radio è fuori casa con l'autoradio durante gli spostamenti (48,7%).

**Prospetto 1.6 - Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e attività svolte durante l'ascolto - Anni 1995 (a) e 2000 (b) (per 100 persone che ascoltano la radio dello stesso sesso)**

TEMPO DI ASCOLTO	Maschi		Femmine		Maschi e femmine	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
Mentre si lava o si prende cura della propria persona	31,0	30,1	26,9	30,4	28,9	30,3
Mentre mangia (c)	-	7,5	-	7,4	-	7,5
Mentre svolge le faccende domestiche	5,4	7,8	64,1	66,3	36,1	37,9
Mentre studia o lavora	22,0	22,7	17,8	16,7	19,8	19,6
Fuori casa durante gli spostamenti con l'autoradio	47,3	63,0	18,9	37,7	32,4	50,0
Fuori casa durante gli spostamenti con il walkman	4,8	7,3	4,0	7,2	4,4	7,2
Nei momenti di tempo libero	42,4	34,2	31,9	29,4	36,9	31,7

(a) Tutti i giorni o qualche giorno

(b) Almeno una volta a settimana

(c) Modalità non presente nel 1995

Numerose sono anche le persone che ascoltano la radio mentre svolgono faccende domestiche (35,3%) e o mentre si lavano o prendono cura della propria persona (27,2%). Fortissime le differenze di genere in alcuni casi: il 62,1% delle donne dichiara infatti di ascoltare la radio mentre svolge le faccende domestiche, mentre solo il 7,1% degli uomini fa altrettanto. Per l'ascolto della radio durante gli spostamenti sono gli uomini ad avere le percentuali più elevate (60,7% rispetto al 37,3% delle donne). Leggermente superiore anche la quota di uomini che ascoltano la radio mentre studiano o lavorano (20,5% rispetto al 15,3%) e nei momenti di tempo libero (34,5% rispetto al 29,3% delle donne) (tavola 1.5).

Se si considera la condizione professionale si evidenziano delle differenze interessanti. Durante la cura della propria persona sono soprattutto le persone in cerca di prima occupazione (47,5%) e gli studenti (46,4%) ad ascoltare la radio, mentre sono soprattutto i ritirati dal lavoro ad ascoltare la radio durante i pasti (12,4%). Ovviamente sono le casalinghe ad ascoltare di più la radio durante lo svolgimento delle faccende domestiche (83,5%). Durante le ore di studio o lavoro ascoltano di più la radio i lavoratori in proprio (36,6%) e gli studenti (38,6%) che ascoltano anche molto la radio con il walkman durante gli spostamenti (26,6%) e nel tempo libero (53,8%). Infine sono i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti ad ascoltare di più la radio in macchina durante gli spostamenti (74,6%) (tavola 1.11 del floppy).

E' interessante inoltre sottolineare che, a parità di condizione professionale, le differenze tra uomini e donne diminuiscono notevolmente tranne che per l'ascolto della radio durante lo svolgimento delle faccende domestiche dove permangono fortissime differenze.

Dal punto di vista territoriale al Nord è più alta che nel resto d'Italia la quota di persone che segue la radio mentre si mangia. In Italia meridionale si registra invece la percentuale più elevata di persone che ascolta la radio mentre si prende cura della propria persona mentre l'ascolto in macchina è più alto nel Nord-est e al Centro. (tavola 1.6)

**Tavola 1.1 - Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Ascolta la radio (a)						Numero di ore dedicate all'ascolto della radio (b)						
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>MASCHI</b>													
3 - 5	28,6	4,6	16,3	6,7	1,0	65,2	35,2	26,8	8,5	0,7	-	1,4	23,5
6 - 10	44,0	7,5	25,5	8,4	2,6	53,3	31,7	30,6	5,9	2,6	0,3	1,0	20,8
11 - 14	70,2	25,9	32,5	8,0	3,8	27,3	23,6	30,2	12,9	3,5	1,5	1,5	22,8
15 - 17	83,5	46,8	28,8	4,6	3,3	14,3	13,7	25,0	19,4	9,1	3,1	3,3	23,3
18 - 19	82,4	50,7	24,4	5,6	1,7	11,2	11,3	19,5	21,3	9,8	4,3	8,2	23,4
20 - 24	87,6	57,5	24,5	3,9	1,7	9,1	10,2	22,4	17,5	8,0	3,0	10,2	24,4
25 - 34	84,9	53,4	25,6	4,6	1,3	10,7	12,7	24,2	16,7	6,1	4,1	11,1	22,1
35 - 44	83,6	47,8	25,7	7,2	2,9	13,9	16,4	28,0	14,4	4,6	3,1	8,3	21,6
45 - 54	77,1	39,3	26,0	8,1	3,7	20,4	20,8	28,3	13,5	4,5	2,5	6,6	20,5
55 - 59	71,4	35,5	25,0	6,7	4,2	26,1	18,6	29,8	15,0	3,1	1,7	4,6	22,9
60 - 64	65,4	28,6	24,5	8,2	4,1	32,1	18,1	28,8	15,8	3,6	2,6	3,3	23,0
65 - 74	56,5	24,5	22,3	6,1	3,6	41,2	18,4	31,5	15,2	4,6	1,4	2,7	20,4
75 e più	48,4	21,0	18,5	5,8	3,1	49,5	18,8	34,4	10,8	4,2	1,9	2,2	22,4
<b>Totale</b>	<b>72,2</b>	<b>38,0</b>	<b>24,8</b>	<b>6,5</b>	<b>2,9</b>	<b>24,8</b>	<b>17,1</b>	<b>27,4</b>	<b>15,0</b>	<b>5,2</b>	<b>2,8</b>	<b>6,7</b>	<b>22,0</b>
<b>FEMMINE</b>													
3 - 5	34,7	6,6	19,8	6,2	2,1	60,7	33,1	24,6	8,1	1,0	-	0,6	25,6
6 - 10	55,3	12,8	29,4	10,5	2,6	42,1	33,0	30,2	10,5	1,9	0,3	0,9	19,5
11 - 14	82,2	42,2	31,2	6,2	2,6	15,8	15,9	26,4	16,4	6,6	3,1	3,5	23,5
15 - 17	90,8	61,0	24,5	3,9	1,4	6,6	7,1	22,8	21,5	11,0	3,4	7,5	24,1
18 - 19	91,5	64,8	22,4	3,2	1,1	6,7	7,9	18,5	20,3	8,5	4,8	12,0	24,1
20 - 24	91,1	63,7	23,1	3,3	1,0	5,8	7,9	22,4	17,7	9,0	5,7	11,6	22,5
25 - 34	88,6	54,4	27,9	4,7	1,6	8,5	8,6	22,9	19,4	8,8	4,2	9,7	23,4
35 - 44	84,6	44,2	29,7	7,0	3,7	13,1	11,5	23,5	19,0	8,7	4,2	7,3	22,4
45 - 54	75,2	37,2	26,1	7,0	4,9	21,9	12,3	23,9	19,6	7,8	4,0	7,3	20,5
55 - 59	66,4	31,8	23,2	6,5	4,9	31,1	8,6	23,6	22,7	8,0	2,9	5,8	24,3
60 - 64	60,0	29,5	20,6	6,3	3,6	38,0	8,6	26,9	20,1	10,2	4,9	4,5	20,7
65 - 74	53,9	28,0	18,3	4,9	2,7	44,2	8,6	27,8	20,5	6,9	3,2	5,7	22,5
75 e più	42,5	22,3	15,3	3,0	1,9	55,5	10,8	28,7	18,8	7,5	2,7	4,0	23,2
<b>Totale</b>	<b>71,8</b>	<b>38,8</b>	<b>24,4</b>	<b>5,7</b>	<b>2,9</b>	<b>25,7</b>	<b>11,2</b>	<b>24,4</b>	<b>19,0</b>	<b>8,1</b>	<b>3,8</b>	<b>7,2</b>	<b>22,5</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>													
3 - 5	31,4	5,5	18,0	6,4	1,5	63,0	34,1	25,6	8,3	0,9	-	0,9	24,6
6 - 10	49,4	10,0	27,4	9,4	2,6	47,9	32,4	30,4	8,3	2,2	0,3	0,9	20,1
11 - 14	76,2	33,9	31,9	7,2	3,2	21,7	19,5	28,2	14,7	5,1	2,4	2,5	23,2
15 - 17	87,1	53,7	26,7	4,3	2,4	10,5	10,3	23,9	20,5	10,1	3,2	5,4	23,7
18 - 19	87,1	57,9	23,4	4,4	1,4	8,9	9,4	19,0	20,7	9,1	4,6	10,2	23,8
20 - 24	89,3	60,5	23,8	3,6	1,4	7,5	9,1	22,4	17,6	8,5	4,4	10,9	23,5
25 - 34	86,7	53,9	26,7	4,6	1,5	9,6	10,6	23,5	18,0	7,5	4,2	10,4	22,7
35 - 44	84,1	46,0	27,7	7,1	3,3	13,5	13,9	25,7	16,7	6,7	3,7	7,8	22,0
45 - 54	76,0	38,2	26,0	7,5	4,3	21,2	16,5	26,1	16,6	6,2	3,3	6,9	20,5
55 - 59	68,9	33,6	24,1	6,6	4,6	28,6	13,8	26,8	18,8	5,5	2,2	5,2	23,6
60 - 64	62,6	29,0	22,5	7,2	3,9	35,1	13,4	27,9	17,9	6,9	3,7	3,9	21,9
65 - 74	55,1	26,5	20,1	5,4	3,1	42,9	13,1	29,5	18,1	5,8	2,4	4,3	21,6
75 e più	44,7	21,8	16,5	4,0	2,4	53,2	14,0	31,0	15,6	6,1	2,4	3,3	22,9
<b>Totale</b>	<b>72,0</b>	<b>38,4</b>	<b>24,6</b>	<b>6,1</b>	<b>2,9</b>	<b>25,3</b>	<b>14,1</b>	<b>25,9</b>	<b>17,0</b>	<b>6,7</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>22,3</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa età e dello stesso sesso

(b) per 100 persone di 3 anni e più che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso

**Tavola 1.2 - Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Ascolta la radio (a)					Numero di ore dedicate all'ascolto della radio (b)							
	Sì	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>REGIONI</b>													
Piemonte	72,8	36,5	25,5	7	3,8	22,9	14,1	28,4	17,2	6,1	3,0	6,7	21,4
Valle d'Aosta	77,5	47,5	20,7	5,1	4,2	19,9	12,8	21,6	18,0	7,1	4,4	12,5	19,7
Lombardia	76,1	44,1	22,9	6,3	2,8	21,1	14,9	26,3	18,1	7,1	3,6	9,3	17,6
Trentino-Alto Adige	80,0	52,2	21,5	4,4	1,9	13,8	16,2	24,3	17,0	6,9	4,5	11,9	17,8
- Bolzano - Bozen	86,0	61,8	19,4	3,3	1,5	11,3	18,0	23,4	15,3	6,3	4,4	12,8	17,7
- Trento	74,0	42,9	23,5	5,4	2,2	16,3	14,3	25,3	19,0	7,7	4,6	10,9	17,9
Veneto	76,3	43,6	24,1	6,1	2,5	21,2	16,3	26,9	15,2	6,8	3,9	10,3	16,2
Friuli-Venezia Giulia	74,3	47,8	19	5,3	2,2	21,2	16,5	26,9	17,2	7,5	3,4	9,2	16,7
Liguria	69,1	34,4	24,8	6,4	3,5	28,4	13,8	25,3	18,3	6,3	3,2	8,4	21,7
Emilia-Romagna	70,2	38,2	22,3	6,5	3,2	28,2	17,8	29,8	19,2	6,2	3,7	8,4	12,4
Toscana	68,7	34,9	24	6,6	3,2	28,9	16,7	29,4	15,5	5,4	2,5	6,1	21,1
Umbria	64,6	31,6	21,4	6,2	5,4	32,7	17,0	24,9	12,1	5,9	2,8	5,3	29,3
Marche	69,1	37,1	22,6	5,9	3,5	27,6	18,3	29,0	14,5	6,0	3,6	7,5	17,4
Lazio	70,9	39,8	22,6	5,7	2,8	22,8	11,5	24,1	17,0	7,8	4,1	7,2	22,7
Abruzzo	70,1	37,7	23,9	6,1	2,4	27,5	13,5	21,6	15,9	8,0	3,5	6,0	28,6
Molise	68,1	35,4	25,8	4,6	2,3	30,3	15,2	28,6	16,9	6,0	3,5	3,8	22,5
Campania	68,5	31,7	28,9	5,6	2,3	30,3	10,8	22,1	16,5	4,9	2,4	3,2	36,5
Puglia	67,6	33,1	25,3	6,2	3	30,8	12,1	23,1	17,7	8,9	3,2	6,1	23,7
Basilicata	65,7	32,9	23,1	7	2,7	29,7	10,6	25,3	15,9	6,5	2,5	6,0	27,5
Calabria	71,2	36,1	26,9	5,3	2,9	26,6	10,9	24,1	16,2	5,3	2,1	3,5	33,4
Sicilia	73,2	37,2	28,4	5,3	2,3	25,6	13,6	25,3	17,4	6,6	2,8	3,7	25,5
Sardegna	75,6	41	25	6,3	3,3	21,2	11,1	27,1	18,1	7,1	3,5	5,8	21,3
<b>Italia</b>	<b>72,0</b>	<b>38,4</b>	<b>24,6</b>	<b>6,1</b>	<b>2,9</b>	<b>25,3</b>	<b>14,1</b>	<b>25,9</b>	<b>17,0</b>	<b>6,7</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>22,3</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>													
Italia nord-occidentale	74,4	40,9	23,8	6,5	3,2	22,4	14,6	26,8	17,9	6,8	3,4	8,5	19,1
Italia nord-orientale	74,2	42,8	22,7	6	2,7	23,2	16,9	27,7	17,0	6,7	3,8	9,7	15,0
Italia centrale	69,6	37,3	23	6,1	3,2	26,1	14,4	26,5	15,9	6,7	3,5	6,8	22,0
Italia meridionale	68,6	33,4	26,8	5,8	2,6	29,6	11,5	22,9	16,7	6,5	2,7	4,5	30,9
Italia insulare	73,7	38,1	27,6	5,5	2,5	24,5	12,9	25,7	17,6	6,7	3,0	4,2	24,4
<b>Italia</b>	<b>72,0</b>	<b>38,4</b>	<b>24,6</b>	<b>6,1</b>	<b>2,9</b>	<b>25,3</b>	<b>14,1</b>	<b>25,9</b>	<b>17,0</b>	<b>6,7</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>22,3</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>													
Comune centro dell'area metropolitana	70,0	35,6	25,3	6,4	2,7	24,9	12,6	23,9	16,0	6,5	2,8	5,9	29,1
Periferia dell'area metropolitana	76,5	39,9	26,9	6,6	3,1	21,8	13,1	27,1	17,7	6,5	3,6	7,0	21,0
Fino a 2.000 abitanti	69,2	37,3	22,8	5,9	3,2	29	13,2	26,8	16,2	6,2	3,6	8,0	21,6
Da 2.001 a 10.000 abitanti	72,8	39,6	24,7	5,7	2,8	24,8	14,6	26,8	16,8	6,0	3,2	7,7	20,6
Da 10.001 a 50.000 abitanti	71,3	37,9	24,5	6,1	2,8	26	14,6	25,4	16,7	7,3	3,5	7,4	21,4
50.001 abitanti e più	71,1	39,3	22,9	5,8	3,1	26,5	15,0	25,5	18,6	7,1	3,3	5,7	21,0
<b>Italia</b>	<b>72,0</b>	<b>38,4</b>	<b>24,6</b>	<b>6,1</b>	<b>2,9</b>	<b>25,3</b>	<b>14,1</b>	<b>25,9</b>	<b>17,0</b>	<b>6,7</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>22,3</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa zona

(b) per 100 persone di 3 anni e più che ascoltano la radio della stessa zona

**Tavola 1.3 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000** (per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età dello stesso sesso)

CLASSI DI ETÀ	Giornale radio	Attualità	Culturali	Politiche, tribune, dibattiti	Sportive	Religiose	Basate sul rapporto (telefonico) con il pubblico	Giochi a quiz	Musica leggera
<b>MASCHI</b>									
3 - 5	2,6	1,0	-	-	0,2	-	1,0	0,1	61,9
6 - 10	2,8	0,8	0,3	-	16,2	0,6	1,2	3,9	67,2
11 - 14	6,7	3,6	1,0	0,2	40,8	0,7	4,1	7,0	55,5
15 - 17	9,1	7,5	1,3	0,8	38,0	0,5	9,7	5,0	49,8
18 - 19	16,9	9,7	2,7	0,6	34,5	0,4	11,5	3,7	60,8
20 - 24	25,3	11,8	5,5	2,6	35,6	0,8	9,0	2,6	65,3
25 - 34	44,9	17,1	6,9	4,0	32,3	1,1	6,8	1,8	70,9
35 - 44	57,7	19,9	9,5	7,0	32,7	1,7	4,3	1,7	72,5
45 - 54	65,9	22,4	9,7	10,4	33,5	2,3	3,2	1,2	69,5
55 - 59	65,5	21,9	8,0	11,8	34,3	3,6	2,5	1,1	55,9
60 - 64	66,1	20,8	8,5	13,1	36,2	4,4	2,5	2,1	51,3
65 - 74	68,9	21,9	9,1	12,3	32,5	6,5	3,2	1,8	40,7
75 e più	66,7	18,5	8,2	9,4	26,2	11,4	1,4	2,1	32,3
<b>Totale</b>	<b>48,2</b>	<b>17,0</b>	<b>7,2</b>	<b>6,7</b>	<b>32,7</b>	<b>2,4</b>	<b>4,9</b>	<b>2,2</b>	<b>62,7</b>
<b>FEMMINE</b>									
3 - 5	1,1	-	-	-	-	0,5	-	-	64,5
6 - 10	4,9	1,0	0,4	0,1	3,1	1,5	3,3	5,2	68,5
11 - 14	6,3	6,9	1,1	0,2	7,7	0,8	10,7	9,2	63,4
15 - 17	5,9	8,4	1,8	,	8,7	0,8	15,5	7,1	62,1
18 - 19	14,7	9,5	3,7	0,4	8,1	0,6	15,0	4,2	66,1
20 - 24	24,1	13,3	4,1	0,7	7,0	1,6	14,9	5,2	74,0
25 - 34	32,6	15,0	5,5	1,5	2,9	2,3	9,1	3,0	80,0
35 - 44	41,2	18,1	8,1	1,9	3,6	4,3	7,3	3,0	82,2
45 - 54	44,6	20,8	9,7	3,6	4,0	8,6	7,8	3,2	77,4
55 - 59	44,0	19,9	9,3	4,8	3,1	13,8	4,8	3,0	66,1
60 - 64	48,9	23,3	9,4	4,5	4,5	18,7	6,1	3,2	63,3
65 - 74	52,7	20,8	8,7	4,6	2,8	24,7	5,5	4,2	54,9
75 e più	52,0	17,9	8,0	3,2	2,6	39,2	4,1	2,6	36,8
<b>Totale</b>	<b>35,3</b>	<b>16,1</b>	<b>6,6</b>	<b>2,3</b>	<b>4,1</b>	<b>8,7</b>	<b>8,2</b>	<b>3,8</b>	<b>70,9</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>									
3 - 5	1,8	0,5	-	-	0,1	0,3	0,5	0,1	63,3
6 - 10	3,9	0,9	0,4	0,1	9,2	1,1	2,3	4,6	67,9
11 - 14	6,5	5,4	1,1	0,2	23,3	0,7	7,6	8,1	59,7
15 - 17	7,5	8,0	1,6	0,4	23,2	0,7	12,6	6,0	56,0
18 - 19	15,7	9,6	3,2	0,5	20,2	0,5	13,4	4,0	63,6
20 - 24	24,7	12,5	4,8	1,7	21,4	1,2	12,0	3,9	69,6
25 - 34	38,8	16,0	6,2	2,7	17,6	1,7	7,9	2,4	75,5
35 - 44	49,3	19,0	8,8	4,4	18,0	3,0	5,8	2,3	77,4
45 - 54	55,2	21,6	9,7	7,0	18,7	5,5	5,5	2,2	73,5
55 - 59	55,1	21,0	8,7	8,4	19,1	8,6	3,6	2,0	60,8
60 - 64	57,6	22,0	9,0	8,8	20,6	11,4	4,3	2,6	57,2
65 - 74	60,0	21,3	8,9	8,1	16,3	16,5	4,5	3,1	48,4
75 e più	57,9	18,2	8,1	5,7	12,1	27,9	3,0	2,4	35,0
<b>Totale</b>	<b>41,6</b>	<b>16,6</b>	<b>6,9</b>	<b>4,4</b>	<b>18,1</b>	<b>5,7</b>	<b>6,6</b>	<b>3,0</b>	<b>66,9</b>

**Tavola 1.3 segue - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Musica classica e lirica	Altra musica	Varietà e intrattenimento	Prosa	Per bambini e ragazzi	Trasmissioni di quartiere	Quello che capita	Altro
<b>MASCHI</b>								
3 - 5	2,0	12,4	0,7	-	41,2	-	11,5	0,7
6 - 10	1,9	25,5	2,3	-	28,9	0,6	11,7	0,6
11 - 14	3,6	52,0	6,3	0,5	10,9	1,4	21,8	1,3
15 - 17	3,0	59,4	6,3	0,1	2,8	1,7	20,7	2,0
18 - 19	2,9	57,3	9,7	0,1	0,9	2,5	21,9	1,6
20 - 24	4,1	48,9	11,5	0,6	0,6	1,4	20,1	2,0
25 - 34	4,6	29,6	11,1	0,3	0,2	1,1	21,9	0,9
35 - 44	6,6	20,0	7,1	0,5	0,2	0,8	16,7	0,8
45 - 54	8,3	12,9	4,5	0,5	0,2	1,6	17,3	1,0
55 - 59	8,6	7,3	3,2	0,9	-	1,8	17,4	1,2
60 - 64	11,1	8,3	3,3	0,6	0,2	1,6	17,3	0,9
65 - 74	13,1	8,8	3,6	0,7	0,1	1,9	17,6	0,9
75 e più	15,2	7,1	2,6	0,7	0,3	1,8	19,5	0,9
<b>Totale</b>	<b>6,9</b>	<b>24,4</b>	<b>6,7</b>	<b>0,5</b>	<b>2,3</b>	<b>1,3</b>	<b>18,6</b>	<b>1,1</b>
<b>FEMMINE</b>								
3 - 5	2,6	14,4	0,7	-	42,1	-	12,7	0,2
6 - 10	3,9	25,5	2,1	0,1	34,8	0,3	13,3	1,4
11 - 14	2,8	53,5	6,5	0,0	12,7	1,0	19,9	3,4
15 - 17	1,9	59,8	9,1	0,2	1,6	3,6	22,1	2,2
18 - 19	1,8	58,6	10,5	0,1	0,7	1,4	24,4	1,7
20 - 24	4,0	47,1	14,0	0,3	0,3	1,7	19,9	0,7
25 - 34	5,6	30,5	9,6	0,5	1,3	1,0	20,0	0,8
35 - 44	7,9	20,2	7,2	0,7	0,9	2,0	17,4	0,9
45 - 54	10,2	13,9	6,7	1,4	0,5	1,9	17,3	0,5
55 - 59	12,0	9,2	4,2	1,4	0,2	2,1	19,7	0,6
60 - 64	14,5	8,5	6,2	2,2	0,6	2,9	18,3	0,3
65 - 74	13,1	8,0	5,9	2,2	-	2,0	21,3	0,6
75 e più	10,6	5,8	5,1	1,5	0,2	2,7	21,0	1,2
<b>Totale</b>	<b>7,8</b>	<b>24,5</b>	<b>7,5</b>	<b>0,9</b>	<b>3,0</b>	<b>1,8</b>	<b>19,1</b>	<b>1,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>								
3 - 5	2,3	13,4	0,7	-	41,7	-	12,1	0,4
6 - 10	3,0	25,5	2,2	0,1	32,1	0,5	12,5	1,0
11 - 14	3,1	52,8	6,4	0,3	11,9	1,2	20,8	2,4
15 - 17	2,4	59,6	7,7	0,2	2,2	2,7	21,4	2,1
18 - 19	2,3	58,0	10,2	0,1	0,8	1,9	23,2	1,6
20 - 24	4,1	48,0	12,7	0,5	0,5	1,6	20,0	1,3
25 - 34	5,1	30,0	10,4	0,4	0,8	1,1	20,9	0,8
35 - 44	7,2	20,1	7,1	0,6	0,6	1,4	17,0	0,8
45 - 54	9,3	13,4	5,6	1,0	0,3	1,7	17,3	0,7
55 - 59	10,3	8,2	3,7	1,1	0,1	2,0	18,5	0,9
60 - 64	12,8	8,4	4,7	1,4	0,4	2,3	17,8	0,6
65 - 74	13,1	8,4	4,8	1,5	0,0	2,0	19,6	0,8
75 e più	12,4	6,3	4,1	1,1	0,3	2,3	20,4	1,1
<b>Totale</b>	<b>7,3</b>	<b>24,5</b>	<b>7,1</b>	<b>0,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,6</b>	<b>18,8</b>	<b>1,0</b>

**Tavola 1.4 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)**

TERRITORIO	Giornale radio	Attualità	Culturali	Politiche, tribune, dibattiti	Sportive	Religiose	Basate sul rapporto (telefonico) con il pubblico	Giochi a quiz	Musica leggera
<b>REGIONI</b>									
Piemonte	43,8	18,3	5,8	3,6	15,6	4,5	7,0	2,7	67,0
Valle d'Aosta	47,3	16,3	7,6	4,6	18,6	4,3	6,0	3,0	61,8
Lombardia	43,8	17,3	7,4	5,0	17,1	6,0	8,7	2,2	63,7
Trentino-Alto Adige	55,7	17,8	8,9	6,1	16,4	7,0	7,5	3,7	58,1
- Bolzano - Bozen	61,5	17,8	8,0	7,6	15,5	5,3	7,8	4,5	58,1
- Trento	49,1	17,9	9,8	4,4	17,5	8,9	7,1	2,8	58,1
Veneto	44,4	18,5	9,6	5,3	18,1	5,5	9,8	2,1	64,9
Friuli-Venezia Giulia	52,0	21,2	12,5	5,1	18,0	5,0	9,0	1,0	61,9
Liguria	48,0	15,9	8,1	4,6	16,6	2,8	4,8	2,3	69,7
Emilia-Romagna	39,6	19,6	7,0	4,0	17,3	2,7	5,2	2,1	68,9
Toscana	38,8	15,3	6,9	4,9	20,2	3,5	7,1	2,6	72,7
Umbria	36,5	14,8	7,3	4,8	20,3	4,2	6,9	2,8	64,4
Marche	40,9	17,2	6,8	4,5	18,5	8,1	7,5	3,2	60,7
Lazio	45,0	19,2	8,3	5,5	22,7	3,1	7,0	3,1	67,1
Abruzzo	38,2	13,9	6,3	4,5	19,6	7,6	5,9	3,6	66,3
Molise	40,6	15,2	4,4	2,9	20,3	7,8	3,7	5,3	67,1
Campania	38,3	15,1	4,9	3,2	17,7	7,5	3,4	4,1	67,3
Puglia	35,7	14,7	5,4	3,3	18,1	6,8	6,2	4,9	69,8
Basilicata	41,5	18,0	7,3	3,9	21,0	6,6	5,5	4,5	67,8
Calabria	34,7	12,5	5,1	3,7	20,6	7,1	4,3	4,3	65,5
Sicilia	38,3	12,5	4,6	3,9	14,2	8,5	4,4	3,6	71,9
Sardegna	41,7	14,8	8,5	4,3	21,3	6,4	5,3	2,5	66,7
<b>Italia</b>	<b>41,6</b>	<b>16,6</b>	<b>6,9</b>	<b>4,4</b>	<b>18,1</b>	<b>5,7</b>	<b>6,6</b>	<b>3,0</b>	<b>66,9</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>									
Italia nord-occidentale	44,2	17,4	7,0	4,6	16,6	5,3	7,8	2,4	65,2
Italia nord-orientale	44,6	19,1	8,9	4,9	17,6	4,6	7,9	2,1	65,3
Italia centrale	41,9	17,4	7,6	5,1	21,2	3,9	7,1	3,0	67,8
Italia meridionale	37,2	14,6	5,3	3,5	18,6	7,2	4,7	4,4	67,6
Italia insulare	39,2	13,1	5,6	4,0	16,0	7,9	4,6	3,3	70,6
<b>Italia</b>	<b>41,6</b>	<b>16,6</b>	<b>6,9</b>	<b>4,4</b>	<b>18,1</b>	<b>5,7</b>	<b>6,6</b>	<b>3,0</b>	<b>66,9</b>
<b>TIPDI DI COMUNE</b>									
Comune centro dell'area metropolitana	46,3	20,1	8,9	5,2	17,7	3,9	6,0	2,8	67,2
Periferia dell'area metropolitana	39,3	15,3	7,0	5,2	19,1	5,8	6,5	2,7	66,3
Fino a 2.000 abitanti	43,1	15,2	5,4	3,7	18,0	6,1	6,4	3,5	62,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	41,3	16,2	6,1	4,1	18,7	6,5	7,3	3,2	65,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	40,3	15,4	6,0	3,7	18,0	5,7	6,6	3,2	68,6
50.001 abitanti e più	41,1	17,1	8,0	4,9	16,6	5,7	6,2	2,9	68,9
<b>Italia</b>	<b>41,6</b>	<b>16,6</b>	<b>6,9</b>	<b>4,4</b>	<b>18,1</b>	<b>5,7</b>	<b>6,6</b>	<b>3,0</b>	<b>66,9</b>

**Tavola 1.4 segue - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)**

TERRITORIO	Musica classica e lirica	Altra musica	Varietà intrattenimento	Prosa	Per bambini e ragazzi	Trasmissioni di quartiere	Quello che capita	Altro
<b>REGIONI</b>								
Piemonte	8,1	25,0	7,7	0,9	2,7	1,5	18,2	1,1
Valle d'Aosta	8,2	31,8	9,3	0,6	3,1	1,7	20,4	1,5
Lombardia	8,2	27,2	9,2	0,9	2,4	0,9	18,0	1,5
Trentino-Alto Adige	7,2	26,3	11,8	1,0	4,6	0,8	22,4	0,7
- Bolzano - Bozen	7,1	24,9	13,4	0,9	4,7	0,3	22,9	1,0
- Trento	7,4	27,8	10,0	1,3	4,5	1,3	21,9	0,3
Veneto	9,1	29,9	9,0	1,4	3,3	1,7	17,8	1,2
Friuli-Venezia Giulia	9,1	21,3	8,6	1,6	1,9	1,3	17,0	0,9
Liguria	8,8	17,3	6,2	1,1	1,7	1,5	17,6	1,0
Emilia-Romagna	9,8	25,2	9,4	1,0	1,9	1,3	16,0	0,7
Toscana	9,3	22,6	7,4	0,6	2,0	0,6	14,2	1,2
Umbria	5,0	23,1	6,8	0,4	1,5	0,7	24,3	1,0
Marche	4,9	24,7	6,5	0,4	2,2	1,8	22,7	1,1
Lazio	8,4	23,3	7,8	0,9	1,7	1,6	18,7	0,8
Abruzzo	5,2	26,3	4,6	0,3	2,3	1,2	22,8	1,1
Molise	2,9	22,0	3,9	0,2	3,1	0,4	22,9	0,9
Campania	4,2	19,3	3,7	0,2	3,4	3,0	22,2	0,4
Puglia	5,9	23,4	6,4	0,3	3,2	2,9	21,1	1,0
Basilicata	5,0	23,6	6,0	0,4	3,1	1,8	23,4	0,8
Calabria	6,2	27,9	3,7	0,4	4,9	1,9	22,4	1,3
Sicilia	5,6	22,7	4,6	0,4	2,4	1,4	17,4	0,8
Sardegna	6,5	25,3	5,3	0,4	3,8	1,3	17,7	0,9
<b>Italia</b>	<b>7,3</b>	<b>24,5</b>	<b>7,1</b>	<b>0,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,6</b>	<b>18,8</b>	<b>1,0</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>								
Italia nord-occidentale	8,2	25,7	8,5	0,9	2,4	1,2	18,1	1,3
Italia nord-orientale	9,2	26,9	9,4	1,2	2,7	1,4	17,5	1,0
Italia centrale	8,0	23,3	7,4	0,7	1,9	1,2	18,2	1,0
Italia meridionale	5,1	22,7	4,6	0,3	3,4	2,5	22,0	0,8
Italia insulare	5,9	23,4	4,8	0,4	2,8	1,3	17,4	0,8
<b>Italia</b>	<b>7,3</b>	<b>24,5</b>	<b>7,1</b>	<b>0,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,6</b>	<b>18,8</b>	<b>1,0</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>								
Comune centro dell'area metropolitana	10,8	19,7	6,5	1,2	1,2	2,0	17,3	0,9
Periferia dell'area metropolitana	7,4	24,6	7,2	0,6	2,6	2,3	19,2	0,8
Fino a 2.000 abitanti	5,7	26,2	5,9	0,4	3,9	1,0	24,2	0,9
Da 2.001 a 10.000 abitanti	6,3	26,6	7,0	0,4	3,3	1,1	19,8	1,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	6,3	26,0	7,5	0,7	2,8	1,5	17,6	1,0
50.001 abitanti e più	7,9	22,6	7,7	0,9	2,3	1,5	18,5	1,0
<b>Italia</b>	<b>7,3</b>	<b>24,5</b>	<b>7,1</b>	<b>0,7</b>	<b>2,6</b>	<b>1,6</b>	<b>18,8</b>	<b>1,0</b>

**Tavola 1.5 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Mentre si lava o si prende cura della propria persona	Mentre mangia	Mentre svolge le faccende domestiche	Mentre studia o lavora	Fuori casa durante gli spostamenti con l'autoradio	Fuori casa durante gli spostamenti con il walkman	Nei momenti di tempo libero	Altro
<b>MASCHI</b>								
3 - 5	9,5	11,5	0,5	3,0	43,7	2,6	37,6	11,0
6 - 10	7,3	7,6	1,8	10,1	38,7	18,8	50,6	4,7
11 - 14	17,2	6,6	4,2	35,7	33,4	35,7	57,7	2,9
15 - 17	34,1	6,7	4,4	39,7	33,0	35,9	59,0	1,6
18 - 19	43,8	6,9	7,7	41,0	58,2	23,2	53,9	0,9
20 - 24	39,8	4,1	7,4	30,1	71,9	13,0	45,2	1,9
25 - 34	31,4	6,0	7,4	25,5	76,5	5,4	32,2	1,2
35 - 44	21,6	5,6	7,5	21,3	75,6	2,5	26,0	1,3
45 - 54	21,7	5,5	5,5	17,1	70,7	1,4	23,6	2,0
55 - 59	27,1	6,9	5,2	13,2	60,3	1,5	26,2	3,9
60 - 64	27,2	9,2	9,9	9,3	49,2	1,1	31,4	2,7
65 - 74	34,1	12,0	11,3	5,6	29,7	0,8	36,8	4,7
75 e più	32,0	19,2	11,9	3,3	10,9	0,8	41,2	8,7
<b>Totale</b>	<b>27,3</b>	<b>7,1</b>	<b>7,1</b>	<b>20,5</b>	<b>60,7</b>	<b>7,3</b>	<b>34,5</b>	<b>2,5</b>
<b>FEMMINE</b>								
3 - 5	6,1	9,7	0,4	1,7	45,3	2,3	41,4	11,4
6 - 10	11,2	9,5	5,1	16,4	33,0	18,1	56,8	4,5
11 - 14	28,8	7,3	20,8	41,5	36,4	35,7	59,5	1,4
15 - 17	52,9	7,4	41,4	42,4	34,3	37,3	59,3	1,6
18 - 19	59,4	6,2	53,4	35,5	46,5	21,4	58,3	2,4
20 - 24	50,9	5,8	55,2	29,9	59,8	12,3	47,4	1,3
25 - 34	34,6	5,4	64,9	17,5	55,7	4,8	29,9	1,2
35 - 44	21,9	5,5	70,4	12,0	46,0	2,3	22,0	1,2
45 - 54	20,0	4,7	71,7	9,7	36,3	1,3	17,6	1,1
55 - 59	19,6	6,5	74,3	5,3	22,5	0,9	16,3	1,6
60 - 64	19,3	8,1	81,3	3,9	14,6	0,8	12,6	1,8
65 - 74	18,2	10,9	76,6	3,7	6,1	0,4	17,3	3,2
75 e più	14,1	15,3	63,0	2,1	2,1	0,0	22,2	5,9
<b>Totale</b>	<b>27,2</b>	<b>7,0</b>	<b>62,1</b>	<b>15,3</b>	<b>37,3</b>	<b>7,0</b>	<b>29,3</b>	<b>2,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>								
3 - 5	7,7	10,6	0,4	2,3	44,6	2,4	39,6	11,2
6 - 10	9,4	8,6	3,5	13,5	35,6	18,4	53,9	4,6
11 - 14	23,3	7,0	13,0	38,7	35,0	35,7	58,7	2,1
15 - 17	43,6	7,1	23,1	41,1	33,7	36,6	59,1	1,6
18 - 19	52,3	6,6	32,5	38,0	51,9	22,2	56,3	1,7
20 - 24	45,3	4,9	31,2	30,0	65,9	12,7	46,3	1,6
25 - 34	33,0	5,7	36,2	21,5	66,1	5,1	31,1	1,2
35 - 44	21,8	5,5	39,2	16,6	60,7	2,4	24,0	1,3
45 - 54	20,9	5,1	38,8	13,4	53,5	1,3	20,6	1,6
55 - 59	23,5	6,7	38,7	9,3	41,9	1,2	21,4	2,8
60 - 64	23,3	8,6	45,1	6,6	32,1	0,9	22,1	2,2
65 - 74	25,4	11,4	47,1	4,6	16,8	0,6	26,1	3,9
75 e più	21,3	16,8	42,3	2,6	5,6	0,4	29,9	7,0
<b>Totale</b>	<b>27,2</b>	<b>7,0</b>	<b>35,3</b>	<b>17,8</b>	<b>48,7</b>	<b>7,2</b>	<b>31,9</b>	<b>2,3</b>

**Tavola 1.6 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000** *(per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)*

TERRITORIO	Mentre si lava o si prende cura della propria persona	Mentre mangia	Mentre svolge le faccende domestiche	Mentre studia o lavora	Fuori casa durante gli spostamenti con l'autoradio	Fuori casa durante gli spostamenti con il walkman	Nei momenti di tempo libero	Altro
<b>REGIONI</b>								
Piemonte	23,1	9,7	36,1	17,9	47,7	7,8	32,1	2,4
Valle d'Aosta	20,5	15,4	36,4	25,2	52,8	4,3	32,7	1,7
Lombardia	23,6	9,7	36,9	18,6	53,9	8,5	34,3	2,5
Trentino-Alto Adige	18,8	25,6	35,1	19,4	46,0	7,2	35,3	3,0
- Bolzano - Bozen	19,2	33,6	33,5	18,5	41,5	5,8	35,1	2,6
- Trento	18,3	16,6	36,9	20,4	51,2	8,9	35,6	3,4
Veneto	21,9	8,3	37,2	22,4	58,4	7,7	36,8	2,6
Friuli-Venezia Giulia	21,5	10,6	36,3	18,7	54,0	5,8	31,2	3,9
Liguria	23,5	11,2	36,5	18,7	41,2	5,4	28,6	3,2
Emilia-Romagna	25,2	6,7	33,6	20,3	56,9	5,9	29,8	3,0
Toscana	21,1	4,2	30,7	17,2	60,1	6,7	29,5	2,2
Umbria	27,8	3,6	27,7	16,9	57,1	7,3	32,3	2,2
Marche	23,5	3,9	31,5	18,9	58,2	6,0	27,9	2,2
Lazio	31,0	6,0	35,7	19,1	50,1	7,1	28,9	2,0
Abruzzo	32,4	5,1	33,8	18,5	48,8	6,4	28,4	2,4
Molise	39,0	4,9	33,2	16,1	42,5	6,1	30,4	2,3
Campania	35,4	3,8	35,7	13,6	33,2	6,8	26,6	1,4
Puglia	35,7	5,4	36,2	16,9	40,4	7,2	32,4	1,1
Basilicata	32,2	4,5	34,4	16,8	45,8	6,4	34,7	1,8
Calabria	31,0	4,4	32,0	14,3	42,6	6,5	36,1	2,9
Sicilia	31,0	4,4	36,0	15,1	39,2	6,2	31,5	1,9
Sardegna	25,4	5,2	35,9	16,0	48,0	9,6	39,7	2,2
<b>Italia</b>	<b>27,2</b>	<b>7,0</b>	<b>35,3</b>	<b>17,8</b>	<b>48,7</b>	<b>7,2</b>	<b>31,9</b>	<b>2,3</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>								
Italia nord-occidentale	23,4	9,9	36,6	18,5	50,9	8,0	33,1	2,5
Italia nord-orientale	22,8	9,6	35,6	20,9	56,2	6,8	33,5	2,9
Italia centrale	26,7	5,0	33,0	18,3	54,8	6,9	29,2	2,1
Italia meridionale	34,5	4,5	35,0	15,3	38,9	6,8	30,3	1,7
Italia insulare	29,6	4,6	36,0	15,3	41,4	7,1	33,6	2,0
<b>Italia</b>	<b>27,2</b>	<b>7,0</b>	<b>35,3</b>	<b>17,8</b>	<b>48,7</b>	<b>7,2</b>	<b>31,9</b>	<b>2,3</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>								
Comune centro dell'area metropolitana	31,7	8,0	38,3	16,0	39,3	7,1	29,2	2,5
Periferia dell'area metropolitana	29,3	5,0	35,0	16,5	48,7	7,8	30,1	2,1
Fino a 2.000 abitanti	22,4	8,7	34,4	18,2	53,2	7,8	33,3	1,5
Da 2.001 a 10.000 abitanti	23,6	7,8	35,6	19,4	52,4	7,8	34,0	2,3
Da 10.001 a 50.000 abitanti	25,6	6,6	34,6	18,2	50,7	6,5	31,1	2,4
50.001 abitanti e più	31,1	6,5	33,6	17,3	47,1	6,5	33,1	2,1
<b>Italia</b>	<b>27,2</b>	<b>7,0</b>	<b>35,3</b>	<b>17,8</b>	<b>48,7</b>	<b>7,2</b>	<b>31,9</b>	<b>2,3</b>

## 2 Televisione

### 2.1 La fruizione della televisione

La televisione continua ad essere il mezzo di comunicazione di massa per eccellenza. I livelli di fruizione sono praticamente identici tra uomini e donne ma si differenziano invece in base all'età (anche se sono sempre superiori al 90%). È infatti soprattutto tra i bambini fra 6 e 14 anni e gli anziani tra 60 e 74 anni che l'abitudine di guardare la televisione è più diffusa (con una punta massima di oltre il 96% tra i bambini e i ragazzi tra i 6 e i 14 anni). La quota di telespettatori è superiore al Sud (95,3%) e nelle Isole (94,4%) e leggermente inferiore nelle regioni del centro (92%). Nel 2000 i telespettatori sono diminuiti rispetto al 1995, passando dal 96,8% al 93,4% delle persone di 3 anni e più.

La diminuzione della quota di popolazione che vede la televisione ha coinvolto sia gli uomini sia le donne. Tra gli uomini diminuisce sia la quota di chi guarda la televisione tutti i giorni sia la quota di chi guarda la tv saltuariamente, mentre tra le donne diminuiscono i telespettatori saltuari e rimane stabile la quota di chi guarda la tv tutti i giorni. Il calo inoltre si è manifestato più intensamente al Nord rispetto al Sud e tra i laureati rispetto alle persone con licenza elementare.

Entrando più nello specifico della fruizione televisiva si è preso in considerazione il tempo di esposizione poiché tale variabile, anche se prescinde dai contenuti trasmessi e ricevuti, fornisce preziose indicazioni sul rapporto tra i teleutenti e la televisione.

Considerando il tempo medio di visione giornaliera risulta che, in contrapposizione con la diminuzione nei livelli di fruizione, aumenta lievemente il tempo medio di esposizione (da tre ore e tre minuti nel 1995 a tre ore e 12 minuti nel 2000).

Il 25,4% della popolazione guarda la televisione tra le due e le tre ore al giorno e il 21,3% tra le 3 e le 4 ore al giorno. Sugli estremi della distribuzione si nota che solo l'11,5% limita la propria visione televisiva al di sotto delle due ore mentre, sul versante opposto, il 25,8% supera le 4 ore di visione quotidiana. Rispetto al 1995 è aumentata la percentuale di persone che vedono la televisione per più di 5 ore, ma soprattutto cresce la quota di persone che non sa dichiarare quanto tempo passa a guardare la televisione (dal 5,4% al 14,5%) anche a causa dell'aumento della variabilità dei comportamenti di fruizione (prospetto 2.1).

**Prospetto 2.1 - Persone di 3 anni e più per sesso, abitudine a guardare la televisione e tempo di esposizione giornaliero - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone dello stesso sesso e composizione percentuale)**

	Maschi		Femmine		Maschi e femmine	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
VEDONO LA TV						
Sì, tutti i giorni	82,2	80,9	83,8	84,3	83,0	82,6
Sì, qualche giorno	14,9	12,1	12,8	9,7	13,8	10,8
<b>Totale</b>	<b>97,1</b>	<b>93,0</b>	<b>96,6</b>	<b>94,0</b>	<b>96,8</b>	<b>93,4</b>
TEMPO DI ESPOSIZIONE (a)						
Meno di 1 ora	1,6	1,8	1,4	1,3	1,5	1,6
Da 1 a 2 ore	13,1	11,2	10,7	8,6	11,8	9,9
Da 2 a 3 ore	32,8	28,3	28,0	22,6	30,3	25,4
Da 3 a 4 ore	25,9	21,6	25,0	20,9	25,4	21,3
Da 4 a 5 ore	12,2	11,1	14,5	13,3	13,4	12,3
5 ore e più	8,5	10,0	14,6	16,8	11,6	13,5
Non so	5,5	14,3	5,3	14,7	5,4	14,5
Non indicato	0,4	1,6	0,6	1,7	0,5	1,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione

Come nel 1995 le donne sono più propense degli uomini a prolungare il tempo trascorso davanti alla televisione (sono il 16,8% le donne che passano più di 5 ore davanti alla tv rispetto al 10% degli uomini) mentre

al contrario gli uomini sono caratterizzati da valori leggermente superiori per tempi di esposizione bassi (11,2% tra uno e due ore rispetto all'8,6% delle donne).

Considerando i bambini si rileva che tra quelli di 35 anni circa il 22,5% segue la tv per meno di 2 ore al giorno ma, sul versante della sovraesposizione, si riscontra un 16,3% di bambini che la seguono per più di 4 ore al giorno. Per i bambini di 6-10 anni è decisamente più contenuta la quota di teleutenti moderati (solo il 14% segue la tv per meno di 2 ore) mentre aumenta considerevolmente la quota di chi ne fa un uso intensivo (il 23,8% la segue per più di 4 ore). La quota di persone che guarda la televisione tra le due e le tre ore al giorno è piuttosto omogenea tra le varie fasce di età fino ai 54 anni, mentre per le persone più anziane questo valore scende significativamente a favore di un incremento consistente della quota di coloro che passano un numero maggiore di ore davanti al teleschermo: le persone che seguono la tv per più di 5 ore sono infatti il 21,8% tra i 60-64enni e il 27,5% tra gli ultrasessantacinquenni (prospetto 2.2).

**Prospetto 2.2 - Persone di 3 anni e più per età abitudine a guardare la televisione e tempo di esposizione giornaliero - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone della stessa età e composizione percentuale)**

	3-5	6-10	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
1995														
VEDONO LA TV														
Sì, tutti i giorni	81.0	91.9	92.9	87.6	81.2	78.9	76.9	79.4	84.0	85.6	87.0	88.4	79.6	83.0
Sì, qualche giorno	12.0	7.1	6.0	10.2	16.0	18.6	19.2	17.1	13.3	11.7	10.7	9.3	12.4	13.8
<b>Totale</b>	<b>93.0</b>	<b>99.0</b>	<b>98.9</b>	<b>97.8</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>96.1</b>	<b>96.5</b>	<b>97.3</b>	<b>97.3</b>	<b>97.7</b>	<b>97.7</b>	<b>92.0</b>	<b>96.8</b>
TEMPO DI ESPOSIZIONE (a)														
Meno di 1 ora	5.0	1.3	0.8	0.9	1.0	1.3	1.3	1.8	1.5	1.2	1.6	1.3	1.8	1.5
Da 1 a 2 ore	22.2	14.4	9.0	9.0	11.5	11.8	12.8	13.9	12.4	10.7	9.8	7.8	9.7	11.8
Da 2 a 3 ore	31.1	30.3	27.0	30.3	30.9	33.1	34.3	36.2	33.3	29.0	22.3	22.4	20.7	30.3
Da 3 a 4 ore	16.4	25.1	30.0	29.3	26.5	25.5	25.8	25.7	26.5	27.6	27.0	23.4	20.1	25.4
Da 4 a 5 ore	10.5	15.7	16.4	13.7	13.2	12.4	11.5	10.2	12.0	14.1	16.9	17.8	16.0	13.4
5 ore e più	7.8	6.9	10.6	10.1	8.9	9.1	8.2	6.9	9.0	12.6	17.1	21.6	26.2	11.6
Non so	5.9	5.5	5.7	6.4	6.9	6.3	5.6	4.9	5.0	4.5	4.9	5.5	5.1	5.4
Non indicato	1.0	0.8	0.6	0.4	1.2	0.5	0.6	0.4	0.4	0.3	0.4	0.2	0.5	0.5
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>													
2000														
VEDONO LA TV														
Sì, tutti i giorni	81.9	90.7	89.8	85.8	77.4	74.2	75.8	78.3	82.9	87.0	88.7	90.7	84.2	82.6
Sì, qualche giorno	9.0	5.7	7.0	10.0	14.6	18.3	15.5	14.4	10.7	7.7	6.6	4.7	7.7	10.8
<b>Totale</b>	<b>90.9</b>	<b>96.4</b>	<b>96.8</b>	<b>95.8</b>	<b>92.0</b>	<b>92.5</b>	<b>91.3</b>	<b>92.7</b>	<b>93.6</b>	<b>94.7</b>	<b>95.3</b>	<b>95.4</b>	<b>91.9</b>	<b>93.4</b>
TEMPO DI ESPOSIZIONE (a)														
Meno di 1 ora	3.5	1.8	1.3	1.2	1.2	2.1	1.6	1.8	1.8	1.5	1.0	1.0	1.1	1.6
Da 1 a 2 ore	19.0	12.2	9.3	7.9	11.4	10.1	11.2	11.7	10.5	7.2	7.1	6.4	6.9	9.9
Da 2 a 3 ore	27.7	25.1	22.2	23.0	23.6	27.3	28.5	30.6	28.7	23.1	21.8	19.1	16.7	25.4
Da 3 a 4 ore	17.9	23.1	21.1	22.8	19.2	21.0	21.2	21.3	22.1	22.9	21.0	22.0	18.3	21.3
Da 4 a 5 ore	9.0	14.6	14.0	13.0	14.3	11.4	9.8	10.0	11.2	14.2	14.4	16.1	13.8	12.3
5 ore e più	7.3	9.2	13.3	11.6	11.5	9.5	10.2	8.4	10.9	15.7	19.6	21.8	27.5	13.5
Non so	14.3	12.1	17.2	18.2	17.1	16.9	16.2	14.9	12.9	13.8	13.4	11.9	13.9	14.5
Non indicato	1.4	1.9	1.5	2.3	1.7	1.6	1.4	1.3	2.0	1.7	1.7	1.8	1.8	1.6
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>													

(a) per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione

Considerando anche le differenze di genere si nota inoltre che fino a 10 anni sono i maschi ad avere livelli di sovraesposizione superiori a quelli delle bambine (i bambini di 6-10 anni che guardano la Tv per 5 ore o più sono il 11,2% rispetto al 7,1% delle coetanee), mentre dai 20 anni in poi il rapporto si inverte (tra le persone di 60-64 anni la quota di donne che guarda la Tv per 5 ore e più è di circa 12 punti superiore a quella degli uomini) (tavola 2.1).

Presentano i tempi di esposizione più alti alla Tv coloro che possiedono i titoli di studio più bassi (tavola 2.4 del floppy). Considerando chi vede la televisione per più di 5 ore al giorno si passa dal 5,8% dei laureati al 19,3% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo. Le differenze tra titoli di studio alti e bassi sono inoltre più forti tra i giovani che tra gli anziani: i laureati di 25-44 anni che vedono la Tv per più di 5 ore al giorno sono un quarto rispetto ai coetanei con la licenza elementare o nessun titolo (4,2% rispetto al 16,9%), mentre

tra gli ultrasessantacinquenni i laureati che vedono la Tv per più di 5 ore al giorno sono il 14,9% rispetto al 25% delle persone con titolo di studio basso.

Notevoli sono infine le differenze nei tempi di esposizione alla televisione per condizione professionale. Le categorie con la quota più alta di persone che guardano la televisione per 5 ore o più sono le casalinghe (23,4%) e i ritirati dal lavoro (22,1%). In ogni caso sono le donne ad avere i livelli di sovraesposizione più elevati, anche se le differenze di genere sono molto meno marcate se si considerano gli occupati: le donne occupate che guardano la Tv per 5 ore e più sono il 7,3% rispetto al 5,4% degli uomini, mentre tra i ritirati la percentuale di donne che si espongono per 5 ore e più è del 26,8% contro il 18,5% dei maschi.

Non si riscontrano invece delle differenze significative a livello territoriale. La quota più alta di persone che seguono la Tv per 5 ore e più si riscontra in Italia centrale (14%) mentre la quota più contenuta si registra nelle Isole (12,9%), ma il divario è molto contenuto.

## **2.2 Quando si guarda la televisione e con chi**

Per analizzare le modalità con cui le persone si rapportano al mezzo televisivo si possono considerare i momenti della giornata in cui seguono le trasmissioni televisive e se si guarda la televisione da soli o in compagnia di altri familiari. L'indagine ha messo in evidenza il fatto che le maggiori concentrazioni si registrano per le persone che guardano la televisione con altri familiari all'ora di cena (56,3%), dopo cena (51,7%) e, con un valore molto più basso, all'ora di pranzo (35,7%). La quota di persone che vedono la Tv da soli è più alta al mattino appena alzato (13,3%) nel primo pomeriggio (14,9%) e nel tardo pomeriggio (13,3%); particolarmente alta la quota di donne che, in modo solitario, seguono le trasmissioni nel primo pomeriggio (19,4%) e nel tardo pomeriggio (16%).

Sul versante delle modificazioni dei comportamenti legati al ritmo della vita quotidiana, sono cambiati i momenti della giornata in cui si guarda la televisione, con una diminuzione delle persone che guardano la televisione dopo cena (dal 74,7% al 71,7%) e un aumento della visione al mattino presto (dal 11,7% al 19,4%) e all'ora di pranzo (dal 41,9% al 46,6%).

Aumentano inoltre considerevolmente dal 1995 al 2000 le persone che guardano la Tv da sole. In particolare aumenta dal 7,6% al 13,3% la quota di coloro che vedono la Tv da soli al mattino appena alzati, e soprattutto sembra in crisi il modello della famiglia riunita davanti al televisore dopo cena, poiché aumentano le persone che vedono la Tv da sole dopo cena (dal 12,1% del 1995 al 20% del 2000) e parallelamente diminuiscono le persone che, in questa fascia oraria, vedono la Tv con i familiari (-11 punti percentuali). Analogo andamento si registra per la fascia oraria durante l'ora di cena (prospetto 2.3).

**Prospetto 2.3 - Persone di 3 anni e più per sesso, persone con cui la guardano e momenti della giornata in cui la guardano - Anni 1995 e 2000** *(per 100 persone con le stesse caratteristiche che guardano la televisione)*

MOMENTI DELLA GIORNATA	Maschi		Femmine		Maschi e femmine	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
<b>DI MATTINA, APPENA ALZATO</b>						
Da solo	8,0	13,5	7,3	13,2	7,6	13,3
Con familiari	4,0	6,0	4,2	6,2	4,1	6,1
<b>Totale</b>	<b>12,0</b>	<b>19,5</b>	<b>11,5</b>	<b>19,4</b>	<b>11,7</b>	<b>19,4</b>
<b>IN MATTINATA</b>						
Da solo	3,9	4,0	12,2	13,1	8,1	8,7
Con familiari	1,7	1,5	3,2	2,2	2,4	1,9
<b>Totale</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>15,4</b>	<b>15,3</b>	<b>10,5</b>	<b>10,6</b>
<b>ORA DI PRANZO</b>						
Da solo	5,0	8,7	9,1	12,9	7,1	10,9
Con familiari	33,7	34,4	35,9	36,9	34,8	35,7
<b>Totale</b>	<b>38,7</b>	<b>43,1</b>	<b>45,0</b>	<b>49,8</b>	<b>41,9</b>	<b>46,6</b>
<b>PRIMO POMERIGGIO</b>						
Da solo	8,2	10,2	16,6	19,4	12,5	14,9
Con familiari	9,2	7,7	14,7	12,1	12,0	10,0
<b>Totale</b>	<b>17,4</b>	<b>17,9</b>	<b>31,3</b>	<b>31,5</b>	<b>24,5</b>	<b>24,9</b>
<b>TARDO POMERIGGIO</b>						
Da solo	9,0	10,3	14,6	16,0	11,8	13,3
Con familiari	13,6	11,4	17,9	14,9	15,8	13,2
<b>Totale</b>	<b>22,6</b>	<b>21,7</b>	<b>32,5</b>	<b>30,9</b>	<b>27,6</b>	<b>26,5</b>
<b>ORA DI CENA</b>						
Da solo	5,5	9,6	8,1	12,0	6,9	10,8
Con familiari	62,7	57,2	60,6	55,5	61,6	56,3
<b>Totale</b>	<b>68,2</b>	<b>66,8</b>	<b>68,7</b>	<b>67,5</b>	<b>68,5</b>	<b>67,1</b>
<b>DOPO CENA</b>						
Da solo	11,9	20,3	12,3	19,8	12,1	20,0
Con familiari	63,1	51,7	62,2	51,7	62,6	51,7
<b>Totale</b>	<b>75,0</b>	<b>72,0</b>	<b>74,5</b>	<b>71,5</b>	<b>74,7</b>	<b>71,7</b>
<b>DI NOTTE</b>						
Da solo	6,6	8,4	2,0	3,3	4,3	5,8
Con familiari	2,8	1,7	1,8	1,2	2,2	1,4
<b>Totale</b>	<b>9,4</b>	<b>10,1</b>	<b>3,8</b>	<b>4,5</b>	<b>6,5</b>	<b>7,2</b>
<b>QUANDO CAPITA</b>						
Da solo	8,3	10,1	6,6	8,6	7,4	9,3
Con familiari	4,1	3,7	3,5	3,2	3,8	3,4
<b>Totale</b>	<b>12,4</b>	<b>13,8</b>	<b>10,1</b>	<b>11,8</b>	<b>11,2</b>	<b>12,7</b>

Disaggregando i dati per età emerge che le persone più anziane e i bambini sono le categorie che più frequentemente guardano la Tv da soli. Considerando la tavola 2.3 si evidenzia che oltre il 15% degli ultrasessantacinquenni guarda la Tv da solo al mattino o durante il pranzo. Se si considera invece la fascia oraria pomeridiana la percentuale di bambini e ragazzi (tra i 3 e i 14 anni) che guarda la Tv da solo è superiore a quella degli ultrasessantacinquenni. E' rilevante inoltre notare che più dell'8% dei ragazzi tra gli 11 e i 17 anni guardano la Tv da soli all'ora di pranzo.

Rispetto al 1995 aumenta la quota di bambini e ragazzi tra i 6 e i 19 anni che guardano la televisione da soli durante il pomeriggio e dopo cena. In particolare i ragazzi di 11-14 anni che guardano la televisione da soli nel primo pomeriggio passano, in cinque anni, dal 26,4% al 34,9% e addirittura i ragazzi di 15-17 anni che guardano la tv da soli dopo cena sono più che raddoppiati (dal 11,1% al 24,8% del 2000) (prospetto 2.4).

E' interessante notare, a tale proposito, che mentre l'aumento delle persone che vedono la televisione al mattino presto ha riguardato tutte le classi di età (e in particolare i bambini e i ragazzi), la diminuzione dei telespettatori nel *prime time* ha riguardato essenzialmente le persone adulte e gli anziani, laddove è cresciuta

significativamente la quota di piccoli telespettatori (dai 3 ai 13 anni) che guardano la televisione subito dopo cena.

**Prospetto 2.4 - Persone di 3 anni e più che vedono la televisione in diversi momenti della giornata per classe di età - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone che vedono la televisione della stessa classe di età)**

MOMENTI DELLA GIORNATA	3-5	6-10	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
1995														
DI MATTINA, APPENA ALZATO														
Da solo	13.8	13.4	8.7	5.5	6.1	6.4	5.7	6.8	7.3	7.2	8.9	8.2	8.6	7.6
Con familiari	11.6	10.2	6.5	2.6	2.3	2.8	3.5	3.7	3.8	3.2	3.2	3.6	2.8	4.1
IN MATTINATA														
Da solo	9.0	1.6	1.6	1.8	4.3	6.1	6.1	6.0	7.7	9.9	12.0	15.5	19.4	8.1
Con familiari	6.2	1.5	0.8	1.1	1.4	2.1	1.7	1.3	1.3	2.4	3.6	4.5	6.9	2.4
ORA DI PRANZO														
Da solo	1.5	2.0	3.2	3.8	5.5	4.8	5.3	4.4	5.9	7.8	10.3	14.1	20.2	7.1
Con familiari	15.4	24.3	32.3	33.5	34.5	35.5	31.2	32.3	36.1	41.6	45.1	44.8	33.4	34.8
PRIMO POMERIGGIO														
Da solo	20.4	23.9	26.4	20.1	14.7	10.6	7.0	5.5	9.3	10.4	12.7	16.3	19.0	12.5
Con familiari	34.7	32.6	25.4	17.2	13.0	9.2	7.4	7.2	6.6	9.6	11.6	11.8	12.7	12.0
TARDO POMERIGGIO														
Da solo	17.1	23.4	24.7	20.8	13.7	8.6	6.0	4.8	7.3	10.8	12.1	16.4	23.4	11.8
Con familiari	43.8	41.7	32.6	19.1	13.1	11.1	8.8	9.2	9.4	12.2	15.6	18.2	21.6	15.8
ORA DI CENA														
Da solo	1.2	1.8	1.6	2.2	2.3	3.1	4.7	4.1	4.8	7.7	10.8	15.9	23.7	6.9
Con familiari	40.1	55.7	65.5	67.2	63.4	61.8	60.7	63.6	66.9	67.1	64.2	60.6	49.2	61.6
DOPO CENA														
Da solo	0.8	2.2	5.1	11.1	12.6	13.0	11.5	9.4	10.7	14.1	16.4	19.9	22.3	12.1
Con familiari	20.1	39.2	61.7	66.2	64.1	63.5	69.2	72.1	71.6	68.3	63.2	58.2	41.5	62.6
DI NOTTE														
Da solo	0.1	0.1	0.5	3.5	7.4	8.6	7.3	5.2	3.9	3.1	3.4	2.5	1.9	4.3
Con familiari	0.2	0.2	0.4	1.3	2.5	3.7	3.7	2.8	2.6	1.9	1.8	1.5	1.1	2.2
QUANDO CAPITA														
Da solo	2.6	4.4	7.8	10.7	11.5	10.9	9.3	7.4	7.0	5.8	5.9	5.6	5.9	7.4
Con familiari	3.0	2.7	3.3	3.7	4.6	4.7	4.5	4.1	3.9	3.2	3.0	3.2	3.2	3.8
2000														
DI MATTINA, APPENA ALZATO														
Da solo	14,3	19,0	15,2	12,7	15,3	14,0	11,7	11,9	14,0	14,3	14,1	13,3	10,9	13,3
Con familiari	19,2	12,5	9,3	6,2	4,6	4,2	5,4	5,1	4,9	5,9	5,2	5,3	4,4	6,1
IN MATTINATA														
Da solo	7,7	3,0	3,5	3,7	6,1	5,6	5,5	6,3	6,9	10,5	11,7	15,8	22,1	8,7
Con familiari	4,2	1,9	1,2	1,0	1,2	1,3	1,3	0,9	0,7	2,2	2,4	3,6	5,2	1,9
ORA DI PRANZO														
Da solo	1,4	3,9	8,6	11,3	8,8	7,9	8,0	7,7	8,5	12,8	14,3	17,7	25,9	10,9
Con familiari	13,5	28,0	41,5	41,3	43,2	40,9	31,8	30,4	35,6	41,8	42,9	44,1	33,5	35,7
PRIMO POMERIGGIO														
Da solo	19,1	28,4	34,9	30,3	23,8	13,7	8,3	6,9	9,3	13,1	14,9	17,5	22,2	14,9
Con familiari	26,3	25,4	19,0	13,9	11,5	8,0	5,8	6,3	6,0	8,5	9,6	11,2	10,9	10,0
TARDO POMERIGGIO														
Da solo	17,6	27,7	31,5	22,3	18,6	9,6	6,8	5,8	9,4	11,1	13,4	14,6	24,1	13,3
Con familiari	44,2	35,7	25,2	14,5	10,2	7,9	8,0	8,6	7,0	10,3	12,3	15,1	15,7	13,2
ORA DI CENA														
Da solo	2,5	2,2	3,4	4,1	5,2	6,7	8,1	8,2	9,4	12,5	15,5	19,7	28,0	10,8
Con familiari	40,4	59,0	66,3	65,3	64,7	59,4	55,9	57,2	59,2	58,2	57,3	53,4	41,0	56,3
DOPO CENA														
Da solo	2,6	4,0	13,3	24,8	26,4	25,3	19,2	17,4	19,0	22,4	22,7	26,3	29,3	20,0
Con familiari	26,7	41,8	55,9	53,0	46,1	46,3	56,4	60,2	58,2	55,0	53,1	47,5	33,9	51,7
DI NOTTE														
Da solo	0,2	0,5	3,0	7,7	12,3	14,1	9,0	6,2	5,5	3,3	3,8	4,0	2,4	5,8
Con familiari	0,3	1,5	1,3	1,5	0,7	1,8	2,1	1,7	1,4	1,3	1,4	0,7	0,8	1,4
QUANDO CAPITA														
Da solo	2,6	6,1	15,4	16,4	17,1	14,6	10,3	8,6	8,5	7,9	8,2	6,8	7,7	9,3
Con familiari	2,1	2,7	3,8	3,1	3,2	4,6	4,2	3,9	3,3	2,8	2,8	3,2	2,4	3,4

Interessanti anche le differenze che si riscontrano a livello territoriale. Al Nord è molto più elevata che nel Meridione la quota di persone che guarda la televisione la sera e in particolare all'ora di cena e dopo cena

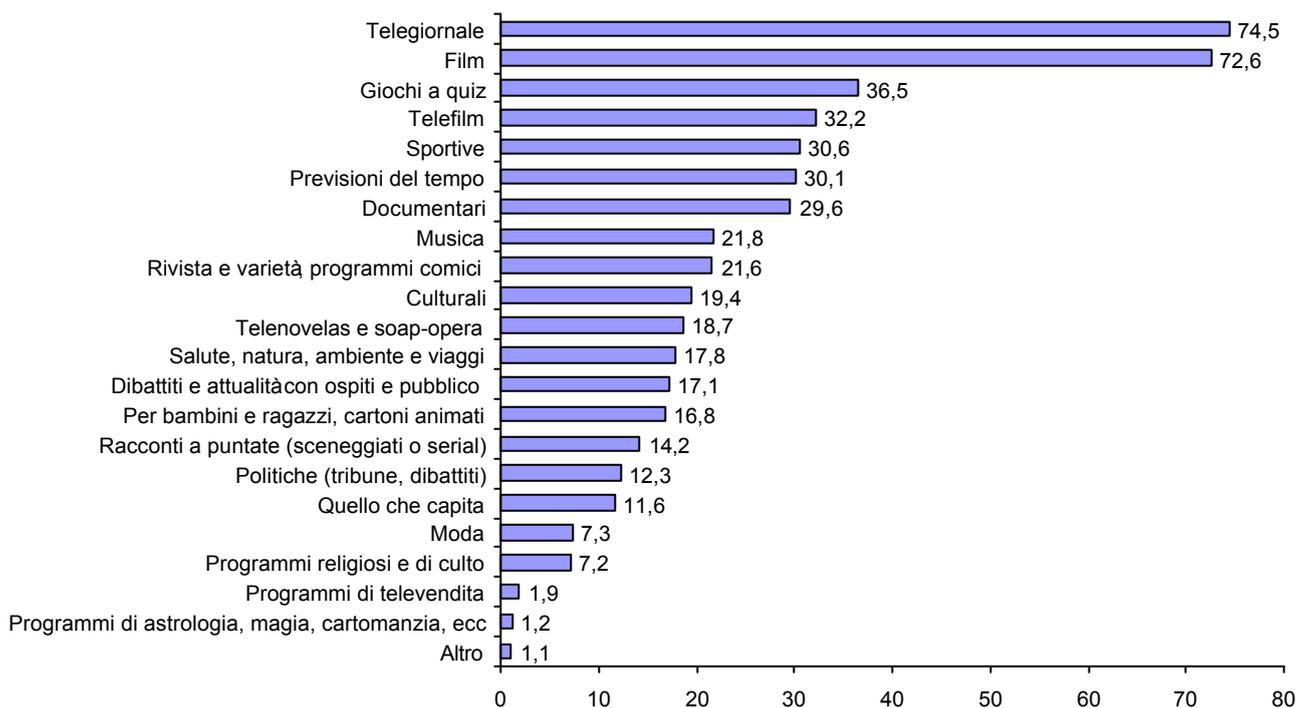
(circa il 76% delle persone che vivono al Nord guardano la Tv dopo cena rispetto al 65-62% del Meridione). Nel Meridione invece è molto più elevata la quota di persone che vedono la Tv all'ora di pranzo (54% rispetto al 37-42% del Nord) (tavola 2.4).

### 2.3 I programmi più seguiti

La maggior parte delle persone di 3 anni e più segue la televisione per vedere telegiornali (74,5%) e film (72,6%). Circa un terzo della popolazione segue invece i giochi a quiz (36,5%), i telefilm (32,2%), i programmi sportivi (30,6%), le previsioni del tempo (30,1%) e i documentari (29,6%) (figura 1). Rispetto alle trasmissioni seguite le differenze di genere risultano molto significative: gli uomini guardano di più le trasmissioni sportive (52,8% rispetto al 7,3%), le trasmissioni politiche (17,6% rispetto al 7,3%) e, in misura ridotta, i telegiornali (76,5% rispetto al 72,6%). Al contrario le donne prediligono in misura maggiore rispetto agli uomini i telefilm, i giochi a quiz, la rivista, il varietà e i programmi comici, le trasmissioni musicali e la distanza si fa ancora più significativa per le telenovelas e soap-opera (32,8% rispetto al 3,5% dei maschi) e per i racconti a puntate (21,8% rispetto al 6,2%) (prospetto 2.5).

Rispetto al 1995 diminuisce la quota di persone che seguono il telegiornale (dal 75,8% al 74,5%), le trasmissioni politiche (dal 18,5% al 12,3%), i dibattiti e l'attualità con ospiti e pubblico (dal 23,8% al 17,1%) e le trasmissioni musicali (dal 26,1% al 21,8%) mentre aumenta la fruizione di racconti a puntate (dal 9,7% al 14,2%) e in misura minore di telenovelas e soap-opera (dal 17,8% al 18,7%). E' interessante notare che il calo dei livelli di fruizione del telegiornale è generalizzato a tutte le fasce di età ad eccezione dei giovani tra i 6 e i 14 anni per i quali si registra un aumento.

**Figura 2.1 - Persone di 3 anni e più per tipo di trasmissioni seguite Anno 2000** (per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione)



Le differenze di genere nei gusti televisivi permangono anche a parità di posizione nella professione. Il 93,1% degli uomini occupati come dirigenti, imprenditori o liberi professionisti vede il telegiornale mentre tra le donne occupate con le stesse mansioni la percentuale è dell'88,1%. Al contrario per le telenovelas e le soap-opera e per gli sceneggiati il pubblico femminile è sempre più ampio di quello maschile sia tra le persone occupate in posizioni dirigenziali sia tra gli operai (tavola 2.11 del floppy).

**Prospetto 2.5 - Persone di 3 anni e più per sesso e tipo di trasmissioni seguite - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione dello stesso sesso)**

TRASMISSIONI	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
Telegiornale	76,5	72,6	74,5
Culturali	19,6	19,1	19,4
Documentari	32,7	26,6	29,6
Politiche (tribune, dibattiti)	17,6	7,3	12,3
Sportive	52,8	9,8	30,6
Programmi religiosi e di culto	4,1	10,1	7,2
Film	73,0	72,2	72,6
Telefilm	27,6	36,5	32,2
Telenovelas e soap-opera	3,5	32,8	18,7
Racconti a puntate (sceneggiati o serial)	6,2	21,8	14,2
Dibattiti e attualità con ospiti e pubblico	15,2	19,0	17,1
Giochi a quiz	30,1	42,4	36,5
Rivista e varietà programmi comici	19,4	23,7	21,6
Musica	20,5	23,1	21,8
Salute, natura, ambiente e viaggi	16,0	19,6	17,8
Per bambini e ragazzi, cartoni animati	17,0	16,7	16,8
Moda	1,8	12,3	7,3
Programmi di televendita	1,2	2,6	1,9
Programmi di astrologia, magia, cartomanzia, ecc	0,7	1,8	1,2
Previsioni del tempo	30,9	29,3	30,1
Quello che capita	11,5	11,6	11,6
Altro	1,2	1,0	1,1

Rispetto all'età i gusti del pubblico differiscono notevolmente. I film sono seguiti soprattutto tra i 15 e i 44 anni (con percentuali superiori all'80%) e in particolare sono il tipo di trasmissione più seguito fino ai 34 anni. I telefilm e le trasmissioni di musica sono invece al secondo o terzo posto nella graduatoria delle trasmissioni più seguite tra i giovani di 11-19 anni (più del 50% dei ragazzi di 11-17 anni seguono i telefilm e più del 51% dei ragazzi di 15-19 anni seguono le trasmissioni di musica). Nelle età successive emerge invece il telegiornale che diviene a partire dai 35 anni la trasmissione più seguita (la quota di persone che lo segue supera il 90% tra le persone di 45-74 anni). Le trasmissioni culturali e i documentari sono più seguite nelle età intermedie mentre le persone più anziane seguono in misura maggiore rispetto alla media le trasmissioni a sfondo religioso, le telenovelas e le soap-opera, le previsioni del tempo e i giochi a quiz. E' interessante notare che una quota considerevole di bambini e ragazzi (circa il 20% tra i 6 e i 18 anni) segue i documentari che sono comunque molto seguiti anche dai 35 anni in poi.

Il titolo di studio influisce considerevolmente sui gusti del pubblico determinando delle polarizzazioni piuttosto nette tra titoli di studio alti e bassi. Sono più numerose le persone con titoli di studio alti che seguono trasmissioni come i telegiornali, le trasmissioni culturali, i documentari e le trasmissioni a sfondo politico, salute, natura, ambiente e viaggi e i film. Le persone con titoli di studio bassi prediligono invece i programmi religiosi, le telenovelas e le soap-opera, gli sceneggiati, i giochi a quiz e i varietà. Tali differenze sono ancora più rilevanti se si considera che permangono a parità di età. Ad esempio tra i 25-44 la percentuale di laureati che segue telenovelas o soap-opera è del 6,8% rispetto al 18,3% dei coetanei con la licenza media inferiore e al 32,9% di quelli con la licenza elementare o nessun titolo (tavola 2.12 del floppy).

**Prospetto 2.6 - Persone di 3 anni e più per età e tipo di trasmissioni seguite - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa età)**

TRASMISSIONI	3-5	6-10	11-14	15-17	18-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
2000														
Telegiornale	1,9	9,0	23,9	38,7	54,8	68,9	80,0	87,7	90,1	90,6	91,1	90,7	85,4	74,5
Culturali	0,1	1,3	4,9	9,9	17,7	18,6	22,6	26,4	26,8	24,9	22,2	18,1	12,8	19,4
Documentari	8,5	22,4	24,9	20,1	20,4	23,1	30,1	35,4	36,9	36,8	32,6	29,1	23,1	29,6
Politiche (tribune, dibattiti)	-	0,0	0,7	1,0	4,2	6,3	8,8	13,4	20,0	22,3	20,2	18,3	12,2	12,3
Sportive	1,0	15,3	39,7	44,7	41,6	38,1	34,2	33,1	32,2	33,4	30,2	26,3	19,6	30,6
Programmi religiosi e di culto	0,2	1,1	1,2	1,3	1,4	1,9	2,6	4,5	6,8	10,2	12,3	15,8	22,9	7,2
Film	12,9	46,6	74,8	86,2	83,0	83,5	83,1	80,6	76,8	75,4	71,1	66,4	55,1	72,6
Telefilm	9,6	32,5	53,4	50,8	46,2	38,6	33,1	29,4	28,0	30,3	30,5	30,5	27,0	32,2
Telenovelas e soap-opera	1,0	4,8	15,8	20,5	24,6	19,5	16,3	15,1	17,7	22,0	25,1	26,5	28,0	18,7
Racconti a puntate (sceneggiati o serial)	0,8	7,1	18,1	17,8	17,4	13,2	13,2	14,2	15,3	15,9	15,4	16,2	15,4	14,2
Dibattiti e attualità con ospiti e pubblico	0,1	1,7	6,2	11,2	15,5	17,6	17,8	19,5	23,1	23,1	22,0	19,8	13,4	17,1
Giochi a quiz	9,0	32,2	53,0	48,7	45,6	40,5	34,9	31,5	34,1	36,4	37,0	41,2	39,2	36,5
Rivista e varietà programmi comici	3,5	15,0	27,7	27,4	25,2	23,6	21,6	21,0	21,7	21,0	21,8	24,0	22,1	21,6
Musica	3,0	11,5	40,2	56,4	51,9	43,0	27,3	20,8	17,3	13,3	13,4	12,9	9,3	21,8
Salute, natura, ambiente e viaggi	1,6	3,8	7,1	5,8	8,9	11,9	18,8	24,3	24,6	23,7	22,7	19,6	13,3	17,8
Per bambini e ragazzi, cartoni animati	97,6	94,9	66,8	28,4	15,8	9,7	11,3	9,0	3,1	2,5	2,9	2,3	1,5	16,8
Moda	-	1,4	5,5	10,4	12,6	12,2	10,2	8,3	8,3	7,3	6,5	5,1	1,8	7,3
Programmi di televendita	0,3	0,7	1,7	1,4	1,6	1,4	1,6	1,8	2,1	2,8	2,4	2,8	2,7	1,9
Programmi di astrologia, magia, cartomanzia, ecc	0,1	0,8	1,8	1,6	1,3	0,9	1,2	1,1	1,5	1,7	1,1	1,6	1,0	1,2
Previsioni del tempo	1,1	7,9	15,4	13,4	14,2	15,4	24,0	32,0	38,1	41,3	43,5	45,6	40,1	30,1
Quello che capita	1,9	5,2	12,3	13,9	15,4	13,0	12,1	10,1	10,4	10,5	13,2	13,2	17,1	11,6
Altro	1,7	1,7	2,0	1,6	1,3	1,3	1,1	1,0	0,9	0,9	1,3	0,6	0,8	1,1

Dal punto di vista territoriale al nord sono più seguiti i telegiornali, le trasmissioni sportive, i giochi a quiz, i programmi di salute, natura, ambiente e viaggi, i programmi culturali e i documentari. Al centro privilegiano in particolare le trasmissioni politiche, i film, i racconti a puntate e la rivista, i varietà e i programmi comici mentre nel Meridione e nelle Isole la quota più alta di telespettatori si registra per le telenovelas e le soap-opera, i programmi religiosi e di culto, i programmi di musica, i programmi di moda e le trasmissioni per bambini e ragazzi. Inoltre al Sud è particolarmente elevata la quota di telespettatori che dichiara di guardare quello che capita (tavola 2.6).

#### 2.4 I programmi a pagamento

L'indagine ha preso in considerazione anche il fenomeno dei programmi a pagamento. Circa 8 milioni e 700mila persone, pari al 16,9% delle persone di 3 anni e più che guardano la televisione, hanno dichiarato di seguire programmi a pagamento. La percentuale è doppia tra gli uomini (22,7%) rispetto alle donne (11,3%) e tale differenza è molto forte in tutte le classi di età (20 punti di differenza tra le persone di 15-17 anni), ad eccezione dei bambini di 3-5 anni (seguono programmi a pagamento il 7,6% delle bambine rispetto al 6,6% dei bambini). Le forti differenze di genere sono in parte spiegate dal fatto che gli uomini sopperiscono alla mancanza della Tv a pagamento in casa andando a seguire i programmi nei bar, nei locali e nei circoli (44,3% degli uomini che seguono programmi a pagamento rispetto, al 16,1% delle donne), dove viene effettuata una programmazione soprattutto sportiva che, come evidenziato nel paragrafo 2.3, interessa prevalentemente il pubblico maschile.

Si riscontrano forti differenze territoriali. Il Lazio (22,8%) è la regione dove è maggiore la quota di persone che segue programmi a pagamento seguito dalla Lombardia (20,3%), dalla Valle d'Aosta (19%) e dalle Marche (18,9%); all'opposto il Trentino-Alto Adige (12,2%), la Sicilia (12,3%), la Campania (13,2%) e la Liguria (13,2%) sono le regioni dove è più bassa la quota di persone che guardano programmi a pagamento.

**Prospetto 2.7 - Persone di 3 anni e più per visione di programmi a pagamento, tipo di programmi e luogo in cui li guardano, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche che guardano la televisione)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Programmi a pagamento (a)	Tipo di canali (b)		Luogo (b)			
		Tematici	Misti, generici	A casa sua	A casa di amici/parenti	Bar, locali, circoli	Altro
<b>SESSO</b>							
Maschi	22,7	39,6	56,8	38,4	30,5	44,3	1,3
Femmine	11,3	27,2	65,6	54,3	32,8	16,1	1,6
<b>Totale</b>	<b>16,9</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>							
3 - 5	7,1	37,6	44,2	70,9	22,5	0,2	1,1
6 - 10	12,0	32,0	57,4	70,0	28,0	4,9	2,8
11 - 14	20,6	29,7	63,2	44,7	40,4	23,2	0,5
15 - 17	28,8	33,4	63,1	31,7	40,5	46,5	0,4
18 - 19	33,6	38,8	56,0	26,3	38,1	56,1	0,9
20 - 24	33,0	34,9	60,6	28,2	37,2	52,5	1,4
25 - 34	26,7	37,3	61,7	38,7	36,4	38,8	1,4
35 - 44	19,2	36,4	59,4	47,5	29,7	28,5	2,4
45 - 54	15,7	34,6	60,8	52,9	22,6	29,8	1,9
55 - 59	12,2	30,1	57,7	59,7	19,3	27,0	0,7
60 - 64	8,8	39,3	55,4	55,3	16,3	27,3	-
65 - 74	4,9	34,6	53,6	56,7	15,2	24,6	-
75 e più	2,5	29,8	53,6	50,8	20,0	15,4	0,5
<b>Totale</b>	<b>16,9</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>							
Italia nord-occidentale	17,8	37,0	60,4	45,5	30,6	31,9	1,3
Italia nord-orientale	17,3	38,4	57,7	45,6	25,6	36,6	1,6
Italia centrale	20,4	36,3	56,0	42,4	34,2	34,8	1,6
Italia meridionale	14,7	33,6	63,8	43,5	33,1	35,0	1,1
Italia insulare	12,8	25,2	63,1	40,6	33,6	35,6	1,8
<b>Italia</b>	<b>16,9</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>

(a) per 100 persone che guardano la televisione

(b) per 100 persone che guardano programmi a pagamento

La maggior parte delle persone che hanno dichiarato di guardare programmi a pagamento segue canali misti o generici (59,9%), mentre il 35,3% segue canali tematici. Anche in questo caso emergono forti differenze di genere: le donne seguono più dei maschi i canali misti o generici mentre al contrario sono i maschi a seguire più delle donne i canali tematici. Molto interessanti anche le differenze territoriali: al Nord si privilegiano infatti i programmi tematici, al Sud e nelle Isole è più elevata che al Nord la quota di persone che seguono programmi misti o generici.

La casa è il luogo privilegiato in cui si guardano i programmi a pagamento (43,9%), seguito da bar, locali e circoli (34,5%), da casa di amici e parenti (31,3%) e, con un ruolo del tutto residuale, da altro luogo (1,4%). Anche in questo caso si notano delle forti differenze legate al genere e all'età. Le donne guardano più degli uomini i programmi a pagamento a casa (con una differenza di quasi 30 punti percentuali tra le persone di 60-64 anni). Per gli uomini invece il luogo privilegiato per seguire i programmi a pagamento sono i bar, i locali e i circoli (44,3%), con forti differenze in tutte le classi di età rispetto alle donne. Questa modalità di fruizione dei programmi a pagamento è particolarmente rilevante per gli uomini tra i 15 e i 44 anni (con percentuali superiori al 50%) (tavole 2.7 e 2.8).

## 2.5 Possesso di televisori, televideo e abbonamento pay tv

Il televisore è ormai diffuso in quasi tutte le famiglie: quelle che dichiarano di non possedere il televisore sono infatti solo il 3,8%, inoltre le famiglie che possiedono solo un televisore sono una minoranza (38,8%) rispetto a quelle che ne possiedono due o più (54,9%). Le regioni con la percentuale più bassa di famiglie che dichiarano di non possedere il televisore sono la Campania (2%), l'Umbria (2,2%) e il Friuli-Venezia Giulia (2,3%) mentre quelle in cui è più tale percentuale è più elevata sono il Piemonte (7,1%), la Valle d'Aosta (6,9%)

e il Molise (6,8%). I dati mostrano inoltre che tenere il televisore acceso a lungo è un'abitudine piuttosto diffusa. Il 33,1% delle famiglie tiene il televisore acceso per più di 5 ore e il 15,9% per 4-5 ore. E' interessante notare inoltre che la quota di famiglie che tiene accesa la Tv per più di 5 ore al giorno (33,1%) è molto più elevata della quota di persone che vedono la Tv per lo stesso tempo (13,5%). Questo dato lascia supporre che vi sia anche l'abitudine di utilizzare la Tv come sottofondo o che comunque persone diverse della famiglia vedono la tv in momenti diversi.

**Prospetto 2.8 - Famiglie per numero di televisori posseduti, possesso di antenna parabolica satellitare, televideo, abbonamento pay tv via satellite e abbonamento pay tv via cavo e ripartizione geografica – Anni 1995 e 2000 (per 100 famiglie della stessa zona)**

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Numero di televisori posseduti			Antenna parabolica satellitare	Televideo	Abbonamento pay tv via satellite	Abbonamento pay tv via cavo (a)
	Nessuno	1	2 o più				
1995							
Italia nord-occidentale	1,6	50,2	45,7	2,1	42,1	4,5	-
Italia nord-orientale	1,6	46,7	50,6	4,2	41,2	3,2	-
Italia centrale	2,2	46,5	47,7	2,5	43,8	4,4	-
Italia meridionale	2,5	56,9	34,3	1,4	40,6	1,9	-
Italia insulare	3,3	64,6	26,8	1,3	35,6	1,4	-
<b>Italia</b>	<b>2,1</b>	<b>51,9</b>	<b>42,4</b>	<b>2,3</b>	<b>41,2</b>	<b>3,3</b>	-
2000							
Italia nord-occidentale	4,0	40,6	55,4	12,0	64,1	6,7	2,5
Italia nord-orientale	3,3	35,1	61,5	14,9	64,0	6,9	2,5
Italia centrale	4,1	31,1	64,8	12,9	63,7	8,1	2,6
Italia meridionale	3,5	41,8	54,7	10,7	64,8	6,8	2,5
Italia insulare	4,5	48,9	46,6	10,0	60,0	4,9	1,5
<b>Italia</b>	<b>3,8</b>	<b>38,8</b>	<b>57,3</b>	<b>12,2</b>	<b>63,7</b>	<b>6,8</b>	<b>2,4</b>

(a) il dato non era rilevato nel 1995

La maggior parte delle famiglie italiane possiedono ormai il televideo (63,7%) mentre le famiglie che possiedono l'antenna parabolica satellitare sono il 12,2% (nel 1995 erano solo il 2,3%). Gli abbonamenti pay tv via satellite sono invece circa la metà (6,8%). Ancora più esigua la quota di famiglie che possiedono l'abbonamento pay tv via cavo (2,4%). Le differenze territoriali sono molto forti. La regione con la più elevata percentuale di antenne paraboliche satellitari è il Trentino-Alto Adige (31%) e in particolare la provincia autonoma di Bolzano (42,7%) seguita dalla Valle d'Aosta (15,8%) e dall'Emilia-Romagna (15,3%). Le regioni con la quota più elevata di abbonamenti via satellite sono il Lazio (9,7%) e la Campania (8,3%), mentre sono la Valle d'Aosta (3,6%) e la Lombardia (3,1%) ad avere il tasso più alto di abbonamenti via cavo.

Rispetto al 1995 sono quasi raddoppiate le famiglie che non possiedono il televisore (dal 2,1% al 3,8%) e nello stesso tempo sono aumentate le famiglie che possiedono due o più televisori (dal 42,4% al 57,3%). Nel primo caso l'aumento più forte si verifica nelle regioni del Nord mentre nel secondo caso l'aumento più maggiore si verifica nel Sud e nelle Isole (circa 20 punti percentuali). Aumenta anche la quota di famiglie che possiede il televideo (dal 41,2% al 63,7%) ma l'incremento maggiore si riscontra per l'abbonamento pay tv (che raddoppia passando dal 3,3% al 6,8%) e per il possesso dell'antenna parabolica satellitare.

**Tavola 2.1 - Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Abitudine a guardare la televisione (a)			Numero di ore dedicate a guardare la televisione (b)						
	Non guardano	Si tutti i giorni	Si qualche giorno	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>MASCHI</b>										
3 - 5	7,9	81,1	7,0	2,7	16,3	27,5	18,6	11,0	9,1	13,5
6 - 10	1,7	91,2	5,1	1,7	10,6	22,6	23,8	14,9	11,2	13,3
11 - 14	1,4	91,0	5,6	1,4	8,3	23,9	21,7	14,6	12,5	16,3
15 - 17	2,0	86,8	9,4	1,2	8,3	22,8	22,2	11,5	11,8	19,6
18 - 19	5,3	73,6	14,9	1,4	9,2	24,0	20,7	13,1	11,3	17,4
20 - 24	5,2	70,2	21,6	2,8	11,8	28,1	19,7	9,8	7,4	18,6
25 - 34	5,6	72,9	17,2	1,9	12,9	31,0	21,4	8,9	7,3	15,4
35 - 44	5,3	76,9	15,6	2,1	13,2	35,0	20,8	8,2	5,2	14,2
45 - 54	4,0	80,4	13,2	2,0	12,7	33,5	21,6	9,2	6,4	12,9
55 - 59	3,7	85,5	8,5	1,8	10,1	27,3	24,3	12,8	9,3	13,1
60 - 64	3,4	85,7	8,5	1,2	10,0	26,7	21,5	13,1	13,1	12,9
65 - 74	3,0	89,9	5,3	1,2	8,1	21,8	23,2	15,5	16,9	11,7
75 e più	4,6	86,2	7,6	1,3	7,3	18,3	21,3	13,1	24,1	12,1
<b>Totale</b>	<b>4,3</b>	<b>80,9</b>	<b>12,1</b>	<b>1,8</b>	<b>11,2</b>	<b>28,3</b>	<b>21,6</b>	<b>11,1</b>	<b>10,0</b>	<b>14,3</b>
<b>FEMMINE</b>										
3 - 5	3,3	82,8	11,1	4,3	21,7	27,8	17,1	6,9	5,4	15,1
6 - 10	1,7	90,1	6,3	1,9	13,9	27,8	22,3	14,2	7,1	10,8
11 - 14	1,0	88,6	8,5	1,2	10,3	20,5	20,6	13,5	14,2	18,0
15 - 17	2,1	84,8	10,6	1,2	7,5	23,3	23,5	14,5	11,4	16,7
18 - 19	2,3	80,9	14,4	0,9	13,3	23,2	18,0	15,4	11,7	16,9
20 - 24	3,6	78,3	14,8	1,5	8,5	26,5	22,3	13,1	11,6	15,2
25 - 34	4,7	78,8	13,7	1,2	9,6	26,0	20,9	10,7	13,1	17,0
35 - 44	4,8	79,7	13,2	1,5	10,3	26,3	21,7	11,7	11,5	15,6
45 - 54	3,8	85,3	8,4	1,7	8,3	24,0	22,6	13,1	15,2	12,8
55 - 59	2,5	88,4	6,9	1,1	4,5	19,0	21,4	15,6	22,0	14,5
60 - 64	1,9	91,6	4,8	0,9	4,5	17,3	20,6	15,6	25,5	13,9
65 - 74	2,7	91,3	4,3	0,8	5,1	16,9	21,0	16,5	25,7	12,0
75 e più	7,1	83,1	7,8	1,0	6,7	15,8	16,4	14,2	29,5	15,0
<b>Totale</b>	<b>3,8</b>	<b>84,3</b>	<b>9,7</b>	<b>1,3</b>	<b>8,6</b>	<b>22,6</b>	<b>20,9</b>	<b>13,3</b>	<b>16,8</b>	<b>14,7</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
3 - 5	5,7	81,9	9,0	3,5	19,0	27,7	17,9	9,0	7,3	14,3
6 - 10	1,7	90,7	5,7	1,8	12,2	25,1	23,1	14,6	9,2	12,1
11 - 14	1,2	89,8	7,0	1,3	9,3	22,2	21,1	14,0	13,3	17,2
15 - 17	2,0	85,8	10,0	1,2	7,9	23,0	22,8	13,0	11,6	18,2
18 - 19	3,7	77,4	14,6	1,2	11,4	23,6	19,2	14,3	11,5	17,1
20 - 24	4,4	74,2	18,3	2,1	10,1	27,3	21,0	11,4	9,5	16,9
25 - 34	5,2	75,8	15,5	1,6	11,2	28,5	21,2	9,8	10,2	16,2
35 - 44	5,1	78,3	14,4	1,8	11,7	30,6	21,3	10,0	8,4	14,9
45 - 54	3,9	82,9	10,7	1,8	10,5	28,7	22,1	11,2	10,9	12,9
55 - 59	3,1	87,0	7,7	1,5	7,2	23,1	22,9	14,2	15,7	13,8
60 - 64	2,6	88,7	6,6	1,0	7,1	21,8	21,0	14,4	19,6	13,4
65 - 74	2,8	90,7	4,7	1,0	6,4	19,1	22,0	16,1	21,8	11,9
75 e più	6,2	84,2	7,7	1,1	6,9	16,7	18,3	13,8	27,5	13,9
<b>Totale</b>	<b>4,0</b>	<b>82,6</b>	<b>10,8</b>	<b>1,6</b>	<b>9,9</b>	<b>25,4</b>	<b>21,3</b>	<b>12,3</b>	<b>13,5</b>	<b>14,5</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa età e dello stesso sesso

(b) per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso

**Tavola 2.2 - Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Abitudine a guardare la televisione (a)			Numero di ore dedicate a guardare la televisione (b)						
	Non guardano	Si tutti i giorni	Si qualche giorno	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	5,0	79,5	11,5	1,7	11,3	29,9	21,2	13,0	11,3	10,7
Valle d'Aosta	5,3	75,4	16,4	1,9	9,2	27,4	21,7	10,6	12,3	15,2
Lombardia	4,6	81,7	11,4	2,0	10,8	27,3	21,2	12,1	14,5	10,9
Trentino - Alto Adige	4,1	71,0	18,5	4,0	17,3	31,4	18,5	9,1	9,2	9,6
- Bolzano - Bozen	4,5	70,1	22,6	5,4	21,1	32,1	16,1	6,9	6,9	9,9
- Trento	3,7	71,9	14,4	2,4	13,4	30,7	21,0	11,4	11,5	9,2
Veneto	4,4	79,5	14,1	2,6	14,0	25,9	22,0	11,9	13,5	8,6
Friuli - Venezia Giulia	3,9	79,7	12,5	2,8	12,4	30,5	20,9	11,9	12,6	8,2
Liguria	4,2	81,2	12,2	1,1	13,0	29,3	24,6	12,5	10,2	8,2
Emilia - Romagna	4,0	85,0	9,8	2,1	12,8	26,4	22,5	13,4	15,5	6,4
Toscana	3,0	84,9	9,7	1,8	12,2	27,1	22,2	11,8	11,7	12,2
Umbria	3,1	83,1	11,7	1,1	9,0	21,0	18,7	12,7	17,7	17,4
Marche	3,8	83,3	10,3	1,7	11,5	28,6	22,6	10,9	12,3	10,5
Lazio	4,4	77,5	11,8	1,5	8,2	24,2	20,8	12,5	15,5	14,8
Abruzzo	3,8	82,8	11,2	1,1	7,4	23,7	20,0	12,1	13,7	20,9
Molise	4,0	84,5	10,3	1,4	7,8	24,2	23,8	14,2	12,9	13,6
Campania	2,5	87,7	9,0	0,6	6,0	23,0	19,6	11,9	11,5	25,5
Puglia	3,9	84,6	10,3	1,0	7,5	20,7	20,9	13,0	15,8	18,6
Basilicata	2,9	84,5	7,5	1,4	6,3	21,0	20,6	13,4	17,1	18,6
Calabria	3,8	85,2	8,8	0,6	6,8	18,6	18,9	11,1	14,5	26,8
Sicilia	4,5	85,3	9,3	1,0	7,6	24,3	22,6	12,5	11,7	18,0
Sardegna	3,4	85,2	8,5	1,0	7,6	22,7	21,5	12,2	16,7	16,2
<b>Italia</b>	<b>4,0</b>	<b>82,6</b>	<b>10,8</b>	<b>1,6</b>	<b>9,9</b>	<b>25,4</b>	<b>21,3</b>	<b>12,3</b>	<b>13,5</b>	<b>14,5</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	4,7	81,0	11,6	1,8	11,2	28,2	21,6	12,4	13,1	10,6
Italia nord-orientale	4,2	80,8	12,7	2,5	13,6	27,1	21,8	12,2	13,8	7,8
Italia centrale	3,8	81,1	10,9	1,6	10,0	25,5	21,3	12,1	14,0	13,6
Italia meridionale	3,3	85,8	9,5	0,8	6,7	21,7	20,1	12,2	13,6	22,8
Italia insulare	4,2	85,3	9,1	1,0	7,6	23,9	22,4	12,4	12,9	17,6
<b>Italia</b>	<b>4,0</b>	<b>82,6</b>	<b>10,8</b>	<b>1,6</b>	<b>9,9</b>	<b>25,4</b>	<b>21,3</b>	<b>12,3</b>	<b>13,5</b>	<b>14,5</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	4,5	79,2	11,5	1,3	9,3	26,6	19,6	12,5	13,1	16,7
Periferia dell'area metropolitana	4,8	82,8	11,2	1,4	9,3	25,5	21,9	12,0	12,7	15,4
Fino a 2.000 abitanti	4,2	82,3	12,0	1,8	10,8	27,3	19,0	12,5	12,3	13,5
Da 2.001 a 10.000 abitanti	3,8	83,4	10,7	1,6	10,4	24,2	22,1	12,3	13,8	14,0
Da 10.001 a 50.000 abitanti	3,9	83,6	10,1	1,5	9,4	25,2	21,2	12,2	14,6	14,0
50.001 abitanti e più	3,5	83,4	10,9	1,8	10,4	25,4	22,1	12,1	12,9	13,7
<b>Italia</b>	<b>4,0</b>	<b>82,6</b>	<b>10,8</b>	<b>1,6</b>	<b>9,9</b>	<b>25,4</b>	<b>21,3</b>	<b>12,3</b>	<b>13,5</b>	<b>14,5</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa zona

(b) per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione della stessa zona

**Tavola 2.3 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Al mattino appena alzato		Durante la mattinata		All'ora di pranzo		Nel primo pomeriggio		Nel tardo pomeriggio	
	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari
<b>MASCHI</b>										
3 - 5	16,9	17,4	8,2	4,0	1,2	13,6	19,3	26,0	21,5	44,0
6 - 10	19,7	13,3	2,9	1,9	4,3	28,6	30,5	23,7	28,7	35,0
11 - 14	16,4	9,3	3,8	0,7	10,0	40,5	37,2	17,2	31,1	22,9
15 - 17	15,0	7,4	3,3	1,1	12,6	40,5	30,5	12,8	22,7	13,4
18 - 19	14,6	4,5	6,0	1,1	10,2	41,0	23,1	7,6	19,5	9,0
20 - 24	12,9	3,8	4,5	0,7	7,6	37,8	10,7	4,6	9,6	5,7
25 - 34	12,2	4,7	2,2	0,5	7,7	28,3	4,7	3,5	4,9	4,8
35 - 44	11,9	4,0	1,4	0,4	5,7	25,7	2,6	2,1	3,3	4,5
45 - 54	12,6	4,5	1,7	0,3	6,7	31,1	3,8	3,0	5,6	4,6
55 - 59	13,5	5,1	3,9	1,1	10,4	38,1	5,4	5,1	7,2	6,2
60 - 64	13,5	5,2	4,7	2,0	13,1	42,1	5,2	7,1	9,0	10,4
65 - 74	14,4	6,4	8,0	4,0	13,0	51,1	8,6	10,8	8,8	16,8
75 e più	10,9	6,3	12,5	6,8	15,9	45,0	11,1	12,4	13,6	19,7
<b>Totale</b>	<b>13,5</b>	<b>6,0</b>	<b>4,0</b>	<b>1,5</b>	<b>8,7</b>	<b>34,4</b>	<b>10,2</b>	<b>7,7</b>	<b>10,3</b>	<b>11,4</b>
<b>FEMMINE</b>										
3 - 5	11,7	20,9	7,3	4,4	1,6	13,5	19,0	26,6	13,7	44,4
6 - 10	18,2	11,6	3,2	1,9	3,4	27,3	26,0	27,3	26,7	36,4
11 - 14	14,0	9,3	3,2	1,8	7,2	42,4	32,5	20,8	31,8	27,5
15 - 17	10,2	4,9	4,0	0,9	9,9	42,1	30,1	15,1	21,9	15,6
18 - 19	15,9	4,7	6,3	1,3	7,5	45,1	24,4	14,8	17,8	11,3
20 - 24	15,1	4,6	6,8	1,9	8,2	44,2	16,7	11,5	9,7	10,3
25 - 34	11,3	6,1	8,9	2,0	8,3	35,4	11,9	8,2	8,8	11,2
35 - 44	11,8	6,2	11,3	1,3	9,8	35,0	11,2	10,4	8,2	12,6
45 - 54	15,2	5,2	11,9	1,1	10,2	40,1	14,7	8,8	13,0	9,3
55 - 59	15,0	6,7	16,9	3,3	15,1	45,4	20,6	11,7	14,9	14,3
60 - 64	14,6	5,1	18,1	2,9	15,4	43,6	23,9	11,9	17,6	14,1
65 - 74	12,4	4,5	22,0	3,2	21,4	38,6	24,5	11,5	19,2	13,8
75 e più	10,9	3,3	27,9	4,2	32,1	26,4	29,0	9,9	30,5	13,2
<b>Totale</b>	<b>13,2</b>	<b>6,2</b>	<b>13,1</b>	<b>2,2</b>	<b>12,9</b>	<b>36,9</b>	<b>19,4</b>	<b>12,1</b>	<b>16,0</b>	<b>14,9</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
3 - 5	14,3	19,2	7,7	4,2	1,4	13,5	19,1	26,3	17,6	44,2
6 - 10	19,0	12,5	3,0	1,9	3,9	28,0	28,4	25,4	27,7	35,7
11 - 14	15,2	9,3	3,5	1,2	8,6	41,5	34,9	19,0	31,5	25,2
15 - 17	12,7	6,2	3,7	1,0	11,3	41,3	30,3	13,9	22,3	14,5
18 - 19	15,3	4,6	6,1	1,2	8,8	43,2	23,8	11,5	18,6	10,2
20 - 24	14,0	4,2	5,6	1,3	7,9	40,9	13,7	8,0	9,6	7,9
25 - 34	11,7	5,4	5,5	1,3	8,0	31,8	8,3	5,8	6,8	8,0
35 - 44	11,9	5,1	6,3	0,9	7,7	30,4	6,9	6,3	5,8	8,6
45 - 54	14,0	4,9	6,9	0,7	8,5	35,6	9,3	6,0	9,4	7,0
55 - 59	14,3	5,9	10,5	2,2	12,8	41,8	13,1	8,5	11,1	10,3
60 - 64	14,1	5,2	11,7	2,4	14,3	42,9	14,9	9,6	13,4	12,3
65 - 74	13,3	5,3	15,8	3,6	17,7	44,1	17,5	11,2	14,6	15,1
75 e più	10,9	4,4	22,1	5,2	25,9	33,5	22,2	10,9	24,1	15,7
<b>Totale</b>	<b>13,3</b>	<b>6,1</b>	<b>8,7</b>	<b>1,9</b>	<b>10,9</b>	<b>35,7</b>	<b>14,9</b>	<b>10,0</b>	<b>13,3</b>	<b>13,2</b>

**Tavola 2.3 segue - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa età dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	All'ora di cena		Dopo cena		Di notte		Quando capita	
	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari
<b>MASCHI</b>								
3 - 5	3,0	41,5	3,3	29,2	0,3	0,3	3,5	2,4
6 - 10	2,3	60,2	3,4	43,7	0,4	1,5	6,4	2,6
11 - 14	3,8	66,5	14,2	55,5	3,4	1,5	14,7	3,9
15 - 17	5,5	63,5	27,5	50,5	10,8	1,9	16,4	3,7
18 - 19	6,5	64,2	29,6	43,8	19,0	1,1	17,0	3,2
20 - 24	7,6	55,8	26,5	40,7	20,4	2,4	17,4	5,2
25 - 34	9,6	53,7	24,0	49,7	14,1	2,5	12,4	4,4
35 - 44	8,8	54,7	19,5	58,0	9,1	1,9	9,0	4,2
45 - 54	9,7	57,9	19,1	56,9	8,1	1,4	9,3	3,5
55 - 59	13,1	56,7	24,2	54,1	4,8	1,4	8,1	2,9
60 - 64	14,3	58,9	22,8	54,0	4,3	1,6	8,4	2,7
65 - 74	13,5	62,4	20,5	55,2	5,0	1,1	7,1	3,6
75 e più	17,5	53,8	22,5	48,0	3,2	0,8	6,9	2,3
<b>Totale</b>	<b>9,6</b>	<b>57,2</b>	<b>20,3</b>	<b>51,7</b>	<b>8,4</b>	<b>1,7</b>	<b>10,1</b>	<b>3,7</b>
<b>FEMMINE</b>								
3 - 5	2,0	39,3	1,8	24,2	-	0,2	1,6	1,9
6 - 10	2,1	57,6	4,6	39,7	0,7	1,5	5,8	2,7
11 - 14	3,0	66,1	12,4	56,3	2,7	1,1	16,2	3,8
15 - 17	2,6	67,2	21,9	55,8	4,4	1,1	16,4	2,5
18 - 19	4,1	65,0	23,6	48,1	6,4	0,4	17,3	3,2
20 - 24	5,8	63,1	24,0	52,2	7,7	1,2	11,7	4,0
25 - 34	6,6	58,1	14,2	63,1	3,9	1,7	8,1	3,9
35 - 44	7,6	59,6	15,3	62,3	3,3	1,5	8,2	3,7
45 - 54	9,1	60,3	18,8	59,5	3,1	1,4	7,7	3,1
55 - 59	12,0	59,7	20,7	55,9	1,9	1,2	7,7	2,7
60 - 64	16,6	55,7	22,6	52,2	3,3	1,1	8,0	3,0
65 - 74	24,7	46,3	30,9	41,4	3,3	0,4	6,5	2,9
75 e più	34,5	33,1	33,4	25,2	1,9	0,7	8,2	2,5
<b>Totale</b>	<b>12,0</b>	<b>55,5</b>	<b>19,8</b>	<b>51,7</b>	<b>3,3</b>	<b>1,2</b>	<b>8,6</b>	<b>3,2</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>								
3 - 5	2,5	40,4	2,6	26,7	0,2	0,3	2,6	2,1
6 - 10	2,2	59,0	4,0	41,8	0,5	1,5	6,1	2,7
11 - 14	3,4	66,3	13,3	55,9	3,0	1,3	15,4	3,8
15 - 17	4,1	65,3	24,8	53,0	7,7	1,5	16,4	3,1
18 - 19	5,2	64,7	26,4	46,1	12,3	0,7	17,1	3,2
20 - 24	6,7	59,4	25,3	46,3	14,1	1,8	14,6	4,6
25 - 34	8,1	55,9	19,2	56,4	9,0	2,1	10,3	4,2
35 - 44	8,2	57,2	17,4	60,2	6,2	1,7	8,6	3,9
45 - 54	9,4	59,2	19,0	58,2	5,5	1,4	8,5	3,3
55 - 59	12,5	58,2	22,4	55,0	3,3	1,3	7,9	2,8
60 - 64	15,5	57,3	22,7	53,1	3,8	1,4	8,2	2,8
65 - 74	19,7	53,4	26,3	47,5	4,0	0,7	6,8	3,2
75 e più	28,0	41,0	29,3	33,9	2,4	0,8	7,7	2,4
<b>Totale</b>	<b>10,8</b>	<b>56,3</b>	<b>20,0</b>	<b>51,7</b>	<b>5,8</b>	<b>1,4</b>	<b>9,3</b>	<b>3,4</b>

**Tavola 2.4 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)**

TERRITORIO	Al mattino appena alzato		Durante la mattinata		All'ora di pranzo		Nel primo pomeriggio		Nel tardo pomeriggio	
	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari	Da solo	Con familiari
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	10,8	5,4	7,3	1,9	11,6	28,2	11,4	6,8	11,4	11,9
Valle d'Aosta	14,0	6,9	5,9	1,2	11,8	27,3	13,5	5,1	14,6	13,3
Lombardia	12,4	5,9	6,0	1,4	11,2	25,6	14,2	6,4	12,9	12,0
Trentino - Alto Adige	8,3	3,4	4,5	1,3	7,5	13,4	11,6	7,3	13,0	12,3
- Bolzano - Bozen	3,8	2,0	4,0	1,9	5,1	7,4	8,6	6,7	13,1	13,0
- Trento	13,0	4,9	5,0	0,7	10,1	19,7	14,7	7,9	13,0	11,5
Veneto	13,4	6,4	5,1	1,5	12,3	33,9	12,9	6,8	11,7	11,4
Friuli-Venezia Giulia	12,3	3,3	4,7	1,2	12,5	25,4	13,4	7,8	12,3	12,9
Liguria	9,0	3,7	6,7	1,2	12,2	21,9	12,8	5,5	14,9	8,3
Emilia-Romagna	12,0	6,8	6,4	1,0	11,5	33,3	11,9	7,2	14,3	10,7
Toscana	11,1	6,3	6,6	1,6	11,7	35,2	13,5	7,6	11,6	13,2
Umbria	13,5	4,6	10,1	2,0	11,6	47,0	16,4	10,4	13,0	13,4
Marche	14,6	4,7	7,9	2,0	12,5	46,2	14,2	9,8	13,2	10,0
Lazio	13,1	6,5	9,5	2,0	13,3	29,8	16,7	10,6	14,4	13,8
Abruzzo	17,0	5,2	11,8	2,7	13,0	44,8	17,9	11,9	14,4	12,3
Molise	15,3	5,9	12,0	2,6	10,4	45,5	16,8	10,5	15,2	14,0
Campania	13,8	4,2	11,6	2,1	8,3	38,6	15,8	14,5	14,4	16,0
Puglia	19,9	10,9	14,5	3,1	8,1	54,8	16,9	13,8	14,7	15,9
Basilicata	16,8	7,9	13,4	3,5	10,4	55,6	16,9	17,2	13,0	17,5
Calabria	15,2	7,0	10,3	2,4	8,5	45,3	17,8	15,1	13,0	15,7
Sicilia	12,2	5,4	12,8	2,8	9,1	43,7	18,8	13,4	13,8	14,3
Sardegna	17,9	8,4	7,1	1,9	12,7	46,4	15,7	16,5	11,0	16,6
<b>Italia</b>	<b>13,3</b>	<b>6,1</b>	<b>8,7</b>	<b>1,9</b>	<b>10,9</b>	<b>35,7</b>	<b>14,9</b>	<b>10,0</b>	<b>13,3</b>	<b>13,2</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	11,6	5,5	6,4	1,5	11,5	26,0	13,3	6,4	12,7	11,6
Italia nord-orientale	12,3	6,0	5,5	1,3	11,6	31,0	12,5	7,1	12,9	11,4
Italia centrale	12,7	6,0	8,4	1,8	12,5	35,1	15,3	9,5	13,2	13,0
Italia meridionale	16,2	6,8	12,3	2,6	8,9	45,7	16,7	14,2	14,2	15,6
Italia insulare	13,6	6,1	11,4	2,6	10,0	44,4	18,1	14,1	13,1	14,8
<b>Italia</b>	<b>13,3</b>	<b>6,1</b>	<b>8,7</b>	<b>1,9</b>	<b>10,9</b>	<b>35,7</b>	<b>14,9</b>	<b>10,0</b>	<b>13,3</b>	<b>13,2</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	10,6	5,5	9,0	2,1	11,7	26,2	13,8	10,0	13,2	12,7
Periferia dell'area metropolitana	13,7	6,1	9,2	1,7	10,9	32,1	16,0	8,7	14,5	13,4
Fino a 2.000 abitanti	14,0	5,9	6,8	1,5	11,1	33,9	13,7	8,9	12,7	12,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	13,8	6,4	8,1	2,1	10,4	38,6	14,8	10,0	13,1	13,4
Da 10.001 a 50.000 abitanti	14,3	5,8	9,3	1,7	10,8	39,7	15,2	10,3	13,2	13,5
50.001 abitanti e più	13,0	6,7	8,8	2,0	10,8	37,3	15,2	10,9	12,9	13,0
<b>Italia</b>	<b>13,3</b>	<b>6,1</b>	<b>8,7</b>	<b>1,9</b>	<b>10,9</b>	<b>35,7</b>	<b>14,9</b>	<b>10,0</b>	<b>13,3</b>	<b>13,2</b>

**Tavola 2.4 segue - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)**

TERRITORIO	All'ora di cena		Dopo cena		Di notte		Quando capita	
	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari	Da solo	Con Familiari
<b>REGIONI</b>								
Piemonte	13,4	54,9	22,1	54,0	3,9	0,8	7,5	3,1
Valle d'Aosta	13,3	48,9	25,4	46,8	5,8	1,3	12,6	5,0
Lombardia	11,2	52,2	23,9	54,9	4,8	0,9	9,5	3,4
Trentino - Alto Adige	8,3	23,6	24,5	54,0	7,1	2,9	7,9	4,0
- Bolzano - Bozen	6,7	15,5	25,3	52,8	7,9	3,4	7,6	5,2
- Trento	10,0	32,1	23,6	55,3	6,3	2,3	8,2	2,8
Veneto	11,2	48,8	22,8	52,5	5,1	1,2	10,0	3,1
Friuli - Venezia Giulia	12,9	46,5	23,1	52,3	4,1	1,3	7,9	2,2
Liguria	16,1	45,9	26,7	51,4	4,5	1,1	6,7	2,0
Emilia - Romagna	11,5	54,6	24,8	52,7	7,6	1,8	7,5	3,0
Toscana	11,3	61,3	21,8	55,4	5,3	1,5	7,9	2,1
Umbria	12,2	64,0	20,1	51,7	6,0	1,8	11,5	2,7
Marche	10,6	64,3	21,1	53,3	6,1	2,1	6,8	3,2
Lazio	13,4	58,1	21,1	50,7	6,8	1,7	9,0	3,1
Abruzzo	12,4	62,3	21,1	51,3	8,2	1,7	10,9	3,5
Molise	12,2	61,2	19,2	48,2	5,2	0,9	6,4	2,3
Campania	7,4	62,6	12,8	51,2	5,9	0,9	13,0	4,2
Puglia	7,3	61,3	15,6	49,1	6,9	1,1	10,8	4,1
Basilicata	8,6	66,2	15,1	52,0	4,8	1,0	9,6	4,8
Calabria	8,9	58,7	14,8	47,6	5,7	1,5	10,6	6,1
Sicilia	8,7	59,5	13,9	47,7	5,0	1,2	7,8	3,4
Sardegna	14,4	56,7	18,8	43,6	9,4	5,9	10,6	5,1
<b>Italia</b>	<b>10,8</b>	<b>56,3</b>	<b>20,0</b>	<b>51,7</b>	<b>5,8</b>	<b>1,4</b>	<b>9,3</b>	<b>3,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>								
Italia nord-occidentale	12,4	52,2	23,7	54,2	4,6	0,9	8,7	3,1
Italia nord-orientale	11,2	48,7	23,7	52,7	6,1	1,6	8,6	3,0
Italia centrale	12,2	60,5	21,2	52,7	6,2	1,7	8,5	2,8
Italia meridionale	8,2	61,8	14,9	50,1	6,3	1,1	11,6	4,4
Italia insulare	10,1	58,8	15,1	46,7	6,1	2,4	8,5	3,8
<b>Italia</b>	<b>10,8</b>	<b>56,3</b>	<b>20,0</b>	<b>51,7</b>	<b>5,8</b>	<b>1,4</b>	<b>9,3</b>	<b>3,4</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>								
Comune centro dell'area metropolitana	14,1	53,6	21,6	50,4	5,7	1,3	9,7	3,2
Periferia dell'area metropolitana	9,5	56,7	19,0	49,8	5,6	1,4	11,0	3,6
Fino a 2.000 abitanti	12,1	55,5	20,0	52,4	4,8	1,6	9,7	3,5
Da 2.001 a 10.000 abitanti	9,9	57,4	19,7	53,9	6,0	1,3	9,2	4,1
Da 10.001 a 50.000 abitanti	10,0	57,5	19,2	51,6	5,6	1,4	8,8	3,0
50.001 abitanti e più	11,0	55,2	21,1	51,0	6,0	1,7	8,6	3,3
<b>Italia</b>	<b>10,8</b>	<b>56,3</b>	<b>20,0</b>	<b>51,7</b>	<b>5,8</b>	<b>1,4</b>	<b>9,3</b>	<b>3,4</b>

**Tavola 2.5 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Telegiornale	Culturali	Documentari	Politiche (tribune, dibattiti)	Sportive	Programmi religiosi e di culto	Film	Telefilm	Telenovelas e soap-opera	Racconti a puntate (sceneggiati o serial)	Dibattiti e attualità con ospiti e pubblico
<b>MASCHI</b>											
3 - 5	1,7	0,2	11,0	-	1,9	0,4	14,5	11,0	0,3	0,7	0,1
6 - 10	8,2	1,1	23,7	0,0	23,8	0,8	46,9	32,1	1,6	5,3	1,0
11 - 14	22,1	4,7	28,0	0,6	61,3	0,5	73,8	49,0	3,7	10,5	3,7
15 - 17	38,0	9,3	22,4	1,1	69,5	1,2	86,6	41,7	3,3	8,2	6,9
18 - 19	53,0	17,0	22,6	5,8	68,6	1,3	84,1	40,0	4,7	8,0	9,8
20 - 24	67,3	16,6	22,9	8,2	60,8	1,9	81,1	30,3	3,2	5,1	12,9
25 - 34	82,0	22,8	31,5	12,4	57,7	2,1	82,0	28,2	2,8	4,9	14,9
35 - 44	90,8	26,3	38,1	19,4	57,5	3,3	79,3	24,1	1,2	5,6	17,1
45 - 54	94,4	27,3	41,4	29,0	55,5	4,1	75,8	21,9	2,4	5,8	20,8
55 - 59	95,0	25,0	40,4	30,6	57,4	4,8	74,1	25,2	3,5	5,2	22,5
60 - 64	96,6	22,3	37,2	28,0	51,8	7,2	71,3	25,9	5,7	6,4	20,2
65 - 74	95,5	19,1	34,3	28,7	50,1	8,8	70,5	26,9	7,5	8,7	20,1
75 e più	93,6	16,0	29,5	20,4	41,5	12,1	60,7	25,4	8,6	7,6	15,4
<b>Totale</b>	<b>76,5</b>	<b>19,6</b>	<b>32,7</b>	<b>17,6</b>	<b>52,8</b>	<b>4,1</b>	<b>73,0</b>	<b>27,6</b>	<b>3,5</b>	<b>6,2</b>	<b>15,2</b>
<b>FEMMINE</b>											
3 - 5	2,2	0,0	6,0	-	0,2	-	11,3	8,1	1,8	1,0	0,2
6 - 10	9,9	1,4	21,0	-	6,1	1,5	46,3	33,0	8,3	9,1	2,4
11 - 14	25,6	5,1	21,7	0,8	17,3	2,0	76,0	58,0	28,3	26,0	8,9
15 - 17	39,4	10,5	17,5	1,0	18,1	1,4	85,9	60,4	39,0	28,2	15,9
18 - 19	56,3	18,3	18,5	2,7	18,0	1,5	82,1	51,6	42,0	25,6	20,4
20 - 24	70,5	20,5	23,3	4,3	14,5	1,9	85,9	47,2	36,4	21,5	22,4
25 - 34	77,9	22,4	28,7	5,2	10,6	3,2	84,2	38,1	29,9	21,5	20,8
35 - 44	84,6	26,4	32,8	7,5	8,8	5,7	81,8	34,7	28,9	22,7	21,8
45 - 54	85,8	26,4	32,4	11,3	9,8	9,4	77,8	33,9	32,4	24,5	25,2
55 - 59	86,3	24,8	33,2	14,2	10,0	15,4	76,6	35,3	40,0	26,4	23,7
60 - 64	86,1	22,1	28,5	13,0	10,2	17,0	71,0	34,6	42,9	23,6	23,8
65 - 74	86,9	17,4	25,0	10,1	7,5	21,4	63,2	33,3	41,4	22,0	19,6
75 e più	80,4	10,9	19,1	7,2	6,1	29,6	51,7	27,9	39,9	20,2	12,1
<b>Totale</b>	<b>72,6</b>	<b>19,1</b>	<b>26,6</b>	<b>7,3</b>	<b>9,8</b>	<b>10,1</b>	<b>72,2</b>	<b>36,5</b>	<b>32,8</b>	<b>21,8</b>	<b>19,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>											
3 - 5	1,9	0,1	8,5	-	1,0	0,2	12,9	9,6	1,0	0,8	0,1
6 - 10	9,0	1,3	22,4	0,0	15,3	1,1	46,6	32,5	4,8	7,1	1,7
11 - 14	23,9	4,9	24,9	0,7	39,7	1,2	74,8	53,4	15,8	18,1	6,2
15 - 17	38,7	9,9	20,1	1,0	44,7	1,3	86,2	50,8	20,5	17,8	11,2
18 - 19	54,8	17,7	20,4	4,2	41,6	1,4	83,0	46,2	24,6	17,4	15,5
20 - 24	68,9	18,6	23,1	6,3	38,1	1,9	83,5	38,6	19,5	13,2	17,6
25 - 34	80,0	22,6	30,1	8,8	34,2	2,6	83,1	33,1	16,3	13,2	17,8
35 - 44	87,7	26,4	35,4	13,4	33,1	4,5	80,6	29,4	15,1	14,2	19,5
45 - 54	90,1	26,8	36,9	20,0	32,2	6,8	76,8	28,0	17,7	15,3	23,1
55 - 59	90,6	24,9	36,8	22,3	33,4	10,2	75,4	30,3	22,0	15,9	23,1
60 - 64	91,1	22,2	32,6	20,2	30,2	12,3	71,1	30,5	25,1	15,4	22,0
65 - 74	90,7	18,1	29,1	18,3	26,3	15,8	66,4	30,5	26,5	16,2	19,8
75 e più	85,4	12,8	23,1	12,2	19,6	22,9	55,1	27,0	28,0	15,4	13,4
<b>Totale</b>	<b>74,5</b>	<b>19,4</b>	<b>29,6</b>	<b>12,3</b>	<b>30,6</b>	<b>7,2</b>	<b>72,6</b>	<b>32,2</b>	<b>18,7</b>	<b>14,2</b>	<b>17,1</b>

**Tavola 2.5 segue - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, classe di età sesso - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa età dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Giochi a quiz	Rivista e varietà programmi comici	Musica	Salute, natura, ambiente e viaggi	Per bambini e ragazzi, cartoni animati	Moda	Programmi di televendita	Programmi di astrologia, magia, cartomanzia, ecc	Previsioni del tempo	Quello che capita	Altro
<b>MASCHI</b>											
3 - 5	9,7	3,7	2,7	1,7	97,2	-	0,5	0,2	1,7	1,9	1,3
6 - 10	30,7	14,4	8,6	4,3	94,7	0,2	0,4	0,5	8,0	4,6	1,5
11 - 14	49,6	25,6	31,2	6,6	70,5	0,7	1,3	1,2	14,3	12,1	2,2
15 - 17	44,5	28,2	50,4	5,4	31,9	2,5	1,4	1,0	13,1	14,8	2,1
18 - 19	41,4	23,2	47,2	6,2	18,2	2,9	1,5	0,6	14,6	17,8	1,8
20 - 24	34,0	21,7	42,6	7,8	10,9	3,3	0,7	1,0	14,9	15,1	1,5
25 - 34	27,3	20,3	27,4	16,0	7,4	3,1	0,8	0,7	24,0	13,1	1,5
35 - 44	23,0	19,1	18,7	21,1	6,9	1,5	1,1	0,6	32,9	10,3	1,1
45 - 54	25,6	18,9	15,1	21,8	3,0	1,8	1,1	0,7	39,1	10,2	0,7
55 - 59	29,0	18,1	10,9	20,9	2,6	1,8	1,1	1,0	42,5	9,2	0,5
60 - 64	30,4	18,6	11,9	20,2	2,6	2,4	1,9	0,4	46,6	13,0	1,1
65 - 74	36,3	19,5	12,6	20,2	2,0	1,5	2,2	1,0	49,6	12,4	0,7
75 e più	35,1	19,4	10,6	15,7	1,0	0,4	1,6	0,3	48,6	15,8	0,6
<b>Totale</b>	<b>30,1</b>	<b>19,4</b>	<b>20,5</b>	<b>16,0</b>	<b>17,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,2</b>	<b>0,7</b>	<b>30,9</b>	<b>11,5</b>	<b>1,2</b>
<b>FEMMINE</b>											
3 - 5	8,2	3,3	3,4	1,6	97,9	-	0,1	-	0,6	1,9	2,1
6 - 10	33,9	15,6	14,7	3,3	95,0	2,7	1,0	1,2	7,9	5,8	1,9
11 - 14	56,6	29,9	49,7	7,6	63,0	10,6	2,2	2,4	16,6	12,6	1,8
15 - 17	53,1	26,5	62,8	6,2	24,6	18,8	1,4	2,3	13,7	13,0	1,1
18 - 19	49,2	26,9	56,0	11,3	13,6	21,2	1,7	1,9	13,8	13,2	0,8
20 - 24	47,3	25,6	43,3	16,1	8,5	21,5	2,0	0,8	15,9	10,8	1,0
25 - 34	42,6	23,0	27,3	21,6	15,2	17,3	2,4	1,7	23,9	11,1	0,7
35 - 44	39,9	22,9	22,8	27,5	11,1	15,0	2,6	1,5	31,1	9,9	0,9
45 - 54	42,3	24,4	19,4	27,3	3,3	14,5	3,1	2,3	37,1	10,6	1,0
55 - 59	43,6	23,9	15,7	26,5	2,5	12,6	4,4	2,4	40,1	11,7	1,2
60 - 64	42,9	24,8	14,7	25,1	3,2	10,2	2,8	1,9	40,7	13,3	1,4
65 - 74	45,1	27,6	13,0	19,1	2,5	7,9	3,2	2,1	42,4	13,8	0,6
75 e più	41,7	23,7	8,6	11,8	1,9	2,6	3,4	1,4	34,9	17,8	0,9
<b>Totale</b>	<b>42,4</b>	<b>23,7</b>	<b>23,1</b>	<b>19,6</b>	<b>16,7</b>	<b>12,3</b>	<b>2,6</b>	<b>1,8</b>	<b>29,3</b>	<b>11,6</b>	<b>1,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>											
3 - 5	9,0	3,5	3,0	1,6	97,6	-	0,3	0,1	1,1	1,9	1,7
6 - 10	32,2	15,0	11,5	3,8	94,9	1,4	0,7	0,8	7,9	5,2	1,7
11 - 14	53,0	27,7	40,2	7,1	66,8	5,5	1,7	1,8	15,4	12,3	2,0
15 - 17	48,7	27,4	56,4	5,8	28,4	10,4	1,4	1,6	13,4	13,9	1,6
18 - 19	45,6	25,2	51,9	8,9	15,8	12,6	1,6	1,3	14,2	15,4	1,3
20 - 24	40,5	23,6	43,0	11,9	9,7	12,2	1,4	0,9	15,4	13,0	1,3
25 - 34	34,9	21,6	27,3	18,8	11,3	10,2	1,6	1,2	24,0	12,1	1,1
35 - 44	31,5	21,0	20,8	24,3	9,0	8,3	1,8	1,1	32,0	10,1	1,0
45 - 54	34,1	21,7	17,3	24,6	3,1	8,3	2,1	1,5	38,1	10,4	0,9
55 - 59	36,4	21,0	13,3	23,7	2,5	7,3	2,8	1,7	41,3	10,5	0,9
60 - 64	37,0	21,8	13,4	22,7	2,9	6,5	2,4	1,1	43,5	13,2	1,3
65 - 74	41,2	24,0	12,9	19,6	2,3	5,1	2,8	1,6	45,6	13,2	0,6
75 e più	39,2	22,1	9,3	13,3	1,5	1,8	2,7	1,0	40,1	17,1	0,8
<b>Totale</b>	<b>36,5</b>	<b>21,6</b>	<b>21,8</b>	<b>17,8</b>	<b>16,8</b>	<b>7,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>30,1</b>	<b>11,6</b>	<b>1,1</b>

**Tavola 2.6 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)**

TERRITORIO	Tele-giornale	Cultu-rali	Docu-mentari	Politiche (tribune, dibattiti)	Sportive	Pro-grammi religiosi e di culto	Film	Telefilm	Teleno-velas e soap-opera	Racconti a puntate (sceneggia-ti o serial)	Dibattiti e attualità con ospiti e pubblico
<b>REGIONI</b>											
Piemonte	80,2	18,7	31,5	11,6	31,3	6,6	74,0	36,4	15,6	13,1	16,9
Valle d'Aosta	78,8	17,8	33,5	11,8	32,9	5,6	70,3	37,8	12,4	12,8	17,0
Lombardia	80,0	22,0	36,5	13,3	36,0	8,9	74,1	35,0	15,2	13,9	20,8
Trentino - Alto Adige	76,5	19,1	36,8	12,6	31,8	6,9	61,8	30,9	9,6	14,4	19,9
- Bolzano - Bozen	74,5	16,0	36,6	14,1	31,6	5,5	55,3	32,8	6,7	18,3	19,2
- Trento	78,6	22,3	37,1	11,0	32,0	8,4	68,5	29,0	12,5	10,3	20,6
Veneto	78,1	22,4	36,5	13,1	33,2	9,4	69,8	30,8	14,9	12,7	20,4
Friuli - Venezia Giulia	78,4	25,0	40,4	13,3	32,9	6,8	69,6	32,0	12,6	10,7	20,0
Liguria	78,2	16,6	32,1	10,6	27,2	5,7	74,5	29,4	14,9	11,3	13,9
Emilia - Romagna	79,3	20,9	34,3	14,8	32,6	4,4	71,1	29,4	14,6	13,3	18,8
Toscana	77,9	18,2	30,2	14,1	32,2	6,1	75,1	31,3	17,3	14,6	19,5
Umbria	75,7	18,6	25,0	14,2	29,1	7,9	70,1	32,7	21,0	15,5	18,3
Marche	75,9	15,4	24,7	12,5	29,0	8,1	70,4	29,4	18,3	14,6	17,5
Lazio	73,9	22,0	32,9	14,6	32,2	6,2	75,7	32,5	19,7	16,1	18,8
Abruzzo	72,4	16,9	24,4	11,5	29,6	9,0	70,8	33,8	20,6	15,1	16,0
Molise	74,5	16,1	21,8	11,1	26,2	8,0	73,8	25,9	23,1	14,3	13,5
Campania	61,3	14,6	17,5	9,3	24,7	5,7	71,2	30,3	25,2	15,1	11,4
Puglia	69,4	18,7	21,2	11,8	29,3	6,8	73,6	30,6	21,8	16,9	15,2
Basilicata	75,2	20,2	25,2	11,6	28,3	9,3	74,1	37,9	26,5	17,6	15,9
Calabria	68,3	15,0	19,5	8,6	25,9	7,7	68,6	30,8	23,8	13,0	12,7
Sicilia	69,4	17,3	23,9	10,0	24,0	7,0	73,7	32,2	23,9	14,0	13,3
Sardegna	77,7	25,1	38,8	13,9	34,5	10,9	71,3	32,7	17,9	13,8	18,8
<b>Italia</b>	<b>74,5</b>	<b>19,4</b>	<b>29,6</b>	<b>12,3</b>	<b>30,6</b>	<b>7,2</b>	<b>72,6</b>	<b>32,2</b>	<b>18,7</b>	<b>14,2</b>	<b>17,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>											
Italia nord-occidentale	79,9	20,5	34,6	12,5	33,7	7,8	74,1	34,8	15,3	13,4	18,9
Italia nord-orientale	78,5	21,8	36,2	13,8	32,8	7,0	69,6	30,4	14,1	12,8	19,7
Italia centrale	75,6	19,6	30,3	14,1	31,5	6,6	74,4	31,7	18,8	15,4	18,8
Italia meridionale	66,5	16,3	19,9	10,3	26,8	6,8	71,6	31,0	23,6	15,4	13,3
Italia insulare	71,4	19,2	27,5	10,9	26,6	8,0	73,1	32,3	22,5	14,0	14,7
<b>Italia</b>	<b>74,5</b>	<b>19,4</b>	<b>29,6</b>	<b>12,3</b>	<b>30,6</b>	<b>7,2</b>	<b>72,6</b>	<b>32,2</b>	<b>18,7</b>	<b>14,2</b>	<b>17,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>											
Comune centro dell'area metropolitana	74,0	22,3	30,1	13,9	28,9	6,5	77,3	30,3	18,7	15,8	19,4
Periferia dell'area metropolitana	71,5	19,2	29,4	14,0	31,6	6,4	73,1	32,5	19,3	14,9	16,7
Fino a 2.000 abitanti	77,0	17,1	27,3	11,0	29,2	8,8	67,3	32,5	16,8	12,5	16,6
Da 2.001 a 10.000 abitanti	76,7	17,6	31,2	11,2	31,8	7,7	70,7	33,6	18,4	14,1	16,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	73,0	18,9	28,1	11,6	30,1	7,6	73,1	32,6	19,2	13,6	17,5
50.001 abitanti e più	75,0	21,0	29,7	12,7	30,7	6,5	72,0	30,7	18,4	14,1	16,5
<b>Italia</b>	<b>74,5</b>	<b>19,4</b>	<b>29,6</b>	<b>12,3</b>	<b>30,6</b>	<b>7,2</b>	<b>72,6</b>	<b>32,2</b>	<b>18,7</b>	<b>14,2</b>	<b>17,1</b>

**Tavola 2.6 segue - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)**

TERRITORIO	Giochi a quiz	Rivista e varietà programmi comici	Musica	Salute, natura, ambiente e viaggi	Per bambini e ragazzi, cartoni animati	Moda	Programmi di televendita	Programmi di astrologia, magia, cartomanzia, ecc	Previsioni del tempo	Quello che capita	Altro
<b>REGIONI</b>											
Piemonte	41,8	21,9	22,6	20,2	17,1	6,2	1,5	1,1	35,6	8,1	1,2
Valle d'Aosta	34,3	22,5	21,2	23,2	19,2	5,5	3,4	2,7	35,2	12,5	1,3
Lombardia	40,7	23,2	24,9	23,4	16,6	7,5	1,9	1,4	35,9	10,3	1,2
Trentino - Alto Adige	32,3	17,1	23,0	22,1	18,4	6,2	2,0	1,2	33,2	9,1	2,9
- Bolzano - Bozen	26,8	16,7	26,4	21,5	18,2	5,7	1,9	1,7	29,9	10,0	1,6
- Trento	38,1	17,5	19,5	22,7	18,7	6,7	2,1	0,8	36,6	8,2	4,3
Veneto	36,1	19,6	23,0	24,5	17,3	7,7	1,8	1,4	37,8	10,6	1,6
Friuli - Venezia Giulia	36,2	19,2	20,0	22,7	16,7	7,3	0,9	1,1	38,4	8,5	1,4
Liguria	30,3	20,4	17,4	17,3	14,3	5,0	1,1	0,9	31,7	10,1	1,0
Emilia - Romagna	36,3	24,5	21,9	20,9	15,1	7,1	1,1	1,0	35,0	10,4	1,1
Toscana	35,5	24,4	21,5	16,9	16,1	6,2	1,3	0,9	35,9	11,2	0,9
Umbria	36,2	22,0	18,1	17,2	14,5	7,0	2,4	1,1	29,7	16,1	1,0
Marche	33,4	17,1	19,5	14,4	14,3	6,8	1,3	0,8	28,2	11,3	1,0
Lazio	35,3	24,2	22,3	18,9	16,0	7,8	2,4	1,4	26,2	10,1	1,2
Abruzzo	36,1	17,8	23,7	14,0	15,1	8,2	1,6	1,3	29,9	17,0	0,8
Molise	38,9	17,5	17,0	12,4	13,9	5,1	1,7	1,4	32,0	11,6	0,8
Campania	35,1	19,6	17,7	9,0	17,7	5,3	2,6	1,6	17,7	13,0	0,7
Puglia	35,1	24,3	20,8	13,5	17,2	9,7	2,3	1,5	24,6	15,3	0,8
Basilicata	35,3	21,8	22,0	18,1	17,3	9,1	2,3	0,8	28,8	15,3	0,6
Calabria	32,7	14,1	19,5	11,7	18,3	6,7	2,2	1,2	23,2	16,6	0,8
Sicilia	34,1	20,6	22,0	13,1	18,4	8,6	2,7	1,1	21,7	12,4	1,1
Sardegna	38,8	23,0	28,0	21,3	20,7	8,8	1,7	0,8	35,3	12,0	1,4
<b>Italia</b>	<b>36,5</b>	<b>21,6</b>	<b>21,8</b>	<b>17,8</b>	<b>16,8</b>	<b>7,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>30,1</b>	<b>11,6</b>	<b>1,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>											
Italia nord-occidentale	39,8	22,5	23,4	21,9	16,5	6,8	1,7	1,3	35,3	9,7	1,2
Italia nord-orientale	35,9	21,2	22,3	22,7	16,5	7,3	1,4	1,2	36,4	10,2	1,5
Italia centrale	35,2	23,2	21,3	17,5	15,7	7,1	1,9	1,2	29,9	11,1	1,0
Italia meridionale	34,9	20,0	19,5	11,6	17,3	7,2	2,3	1,4	22,4	14,6	0,7
Italia insulare	35,2	21,2	23,4	15,1	18,9	8,7	2,4	1,0	25,0	12,3	1,2
<b>Italia</b>	<b>36,5</b>	<b>21,6</b>	<b>21,8</b>	<b>17,8</b>	<b>16,8</b>	<b>7,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>30,1</b>	<b>11,6</b>	<b>1,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>											
Comune centro dell'area metropolitana	30,8	25,0	20,8	18,2	14,7	6,4	2,3	1,0	24,4	10,1	0,9
Periferia dell'area metropolitana	37,3	21,9	23,9	17,4	17,7	7,5	2,5	1,7	28,6	12,2	1,0
Fino a 2.000 abitanti	42,3	17,5	22,7	17,8	16,2	6,3	1,5	1,0	37,8	13,5	1,5
Da 2.001 a 10.000 abitanti	40,3	20,0	22,0	18,6	17,7	7,1	1,7	1,1	35,8	12,0	1,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	36,8	22,0	21,3	17,7	18,1	8,2	2,1	1,5	29,7	11,0	1,2
50.001 abitanti e più	32,6	21,7	21,4	16,8	15,1	7,1	1,3	1,1	25,2	11,9	0,8
<b>Italia</b>	<b>36,5</b>	<b>21,6</b>	<b>21,8</b>	<b>17,8</b>	<b>16,8</b>	<b>7,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>30,1</b>	<b>11,6</b>	<b>1,1</b>

**Tavola 2.7 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, classe di età sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Ascolto di programmi a pagamento (a)					Tipo di canali (b)		Dove guarda i programmi a pagamento (b)			
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Tematici	Misti, generici	A casa sua	A casa di amici-parenti	Bar, locali, circoli	Altro
<b>MASCHI</b>											
3 - 5	6,6	2,2	1,6	1,6	1,2	36,6	43,0	68,8	28,8	0,5	-
6 - 10	12,8	3,4	4,1	2,4	2,9	34,9	52,4	64,0	31,0	6,6	2,2
11 - 14	25,3	3,5	9,6	6,0	6,2	36,8	58,1	40,6	40,3	28,5	0,1
15 - 17	38,7	4,7	14,1	11,3	8,6	38,1	58,8	30,8	39,0	53,2	0,2
18 - 19	45,6	3,7	17,0	12,6	12,3	43,5	51,4	22,8	35,3	64,2	0,4
20 - 24	41,9	3,7	14,8	14,0	9,4	39,4	57,2	24,7	31,9	61,7	1,4
25 - 34	34,2	3,5	11,9	10,2	8,6	41,2	59,3	32,8	34,9	50,8	1,5
35 - 44	25,8	3,3	8,4	6,3	7,8	40,6	56,2	41,7	29,6	37,5	2,6
45 - 54	20,8	2,4	8,9	4,8	4,7	39,4	57,1	43,8	24,5	42,5	1,5
55 - 59	17,8	3,1	6,7	4,7	3,3	31,6	58,4	54,1	19,5	36,1	0,6
60 - 64	12,7	1,4	6,0	3,0	2,3	41,4	53,5	46,2	18,3	37,7	-
65 - 74	8,1	1,3	3,8	1,7	1,3	40,5	53,9	54,8	15,2	32,7	-
75 e più	3,9	0,5	1,7	0,9	0,8	41,9	44,8	44,2	24,0	25,3	-
<b>Totale</b>	<b>22,7</b>	<b>2,8</b>	<b>8,3</b>	<b>6,1</b>	<b>5,5</b>	<b>39,6</b>	<b>56,8</b>	<b>38,4</b>	<b>30,5</b>	<b>44,3</b>	<b>1,3</b>
<b>FEMMINE</b>											
3 - 5	7,6	3,2	3,2	0,8	0,4	38,4	45,2	72,9	16,9	-	2,1
6 - 10	11,1	3,0	3,8	2,6	1,7	28,5	63,5	77,5	24,3	2,8	3,6
11 - 14	15,7	2,5	4,7	4,3	4,2	18,0	71,6	51,4	40,6	14,6	1,2
15 - 17	18,0	2,0	4,1	5,2	6,7	22,4	73,2	33,9	44,1	31,1	1,1
18 - 19	22,9	1,4	6,6	8,2	6,7	30,8	64,0	32,4	43,1	42,0	1,9
20 - 24	23,6	2,0	6,7	7,4	7,5	26,6	67,0	34,8	46,9	35,7	1,3
25 - 34	19,0	2,3	6,2	4,7	5,8	30,2	66,2	49,5	39,1	16,9	1,2
35 - 44	12,9	1,8	3,9	2,9	4,3	28,1	65,7	59,0	29,7	10,9	2,1
45 - 54	10,7	1,6	4,0	1,9	3,2	25,6	67,6	69,7	19,0	6,1	2,7
55 - 59	6,6	0,8	2,3	1,6	1,9	26,4	55,7	74,2	18,9	3,0	0,7
60 - 64	5,2	1,1	1,8	1,3	1,0	34,5	59,9	75,9	11,7	3,5	-
65 - 74	2,5	0,8	0,8	0,3	0,6	19,3	53,1	61,9	15,4	3,6	-
75 e più	1,7	0,6	0,6	0,1	0,4	12,1	66,4	60,5	14,2	1,0	1,2
<b>Totale</b>	<b>11,3</b>	<b>1,7</b>	<b>3,6</b>	<b>2,7</b>	<b>3,3</b>	<b>27,2</b>	<b>65,6</b>	<b>54,3</b>	<b>32,8</b>	<b>16,1</b>	<b>1,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>											
3 - 5	7,1	2,7	2,4	1,2	0,8	37,6	44,2	70,9	22,5	0,2	1,1
6 - 10	12,0	3,2	4,0	2,5	2,3	32,0	57,4	70,0	28,0	4,9	2,8
11 - 14	20,6	3,0	7,2	5,2	5,2	29,7	63,2	44,7	40,4	23,2	0,5
15 - 17	28,8	3,4	9,3	8,4	7,7	33,4	63,1	31,7	40,5	46,5	0,4
18 - 19	33,6	2,5	11,5	10,3	9,3	38,8	56,0	26,3	38,1	56,1	0,9
20 - 24	33,0	2,9	10,8	10,8	8,5	34,9	60,6	28,2	37,2	52,5	1,4
25 - 34	26,7	2,9	9,1	7,5	7,2	37,3	61,7	38,7	36,4	38,8	1,4
35 - 44	19,2	2,5	6,1	4,6	6,0	36,4	59,4	47,5	29,7	28,5	2,4
45 - 54	15,7	2,0	6,4	3,4	3,9	34,6	60,8	52,9	22,6	29,8	1,9
55 - 59	12,2	2,0	4,5	3,1	2,6	30,1	57,7	59,7	19,3	27,0	0,7
60 - 64	8,8	1,3	3,8	2,1	1,6	39,3	55,4	55,3	16,3	27,3	-
65 - 74	4,9	1,0	2,1	0,9	0,9	34,6	53,6	56,7	15,2	24,6	-
75 e più	2,5	0,6	1,0	0,4	0,5	29,8	53,6	50,8	20,0	15,4	0,5
<b>Totale</b>	<b>16,9</b>	<b>2,2</b>	<b>5,9</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>

(a) per 100 persone che vedono la televisione della stessa età dello stesso sesso

(b) per 100 persone che seguono programmi a pagamento della stessa età dello stesso sesso

**Tavola 2.8 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Ascolto di programmi a pagamento (a)					Tipo di canali (b)		Dove guarda i programmi a pagamento (b)			
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Tematici	Misti, generici	A casa sua	A casa di amici-parenti	Bar, locali, circoli	Altro
<b>REGIONI</b>											
Piemonte	14,2	2,1	3,5	3,7	4,9	36,8	59,5	40,8	39,2	30,4	1,1
Valle d'Aosta	19,0	3,5	5,4	2,7	7,4	28,4	67,3	45,8	23,8	31,1	1,9
Lombardia	20,3	2,2	7,5	5,5	5,1	37,3	60,5	46,2	29,0	32,8	1,3
Trentino - Alto Adige	12,2	1,4	3,5	3,0	4,3	33,0	57,7	41,6	26,7	37,3	1,6
- Bolzano - Bozen	8,7	0,8	2,6	1,7	3,6	20,3	64,2	49,7	30,3	19,9	4,3
- Trento	15,8	2,0	4,4	4,4	5,0	40,3	53,9	36,9	24,7	47,3	-
Veneto	17,8	2,5	5,2	4,8	5,3	34,0	58,1	42,8	28,6	37,0	1,3
Friuli - Venezia Giulia	15,8	3,1	5,5	3,8	3,4	40,9	48,1	34,1	20,9	43,6	0,7
Liguria	13,2	1,3	4,2	3,9	3,8	35,9	61,3	52,4	22,0	28,9	2,6
Emilia - Romagna	18,3	3,4	5,8	4,4	4,7	43,3	59,6	52,1	23,4	34,3	2,0
Toscana	18,2	2,2	7,0	4,0	5,0	32,1	62,2	43,7	32,0	33,7	1,6
Umbria	17,9	1,4	6,6	4,8	5,1	36,4	57,7	38,0	32,4	36,4	0,2
Marche	18,9	2,6	7,1	5,0	4,2	36,6	59,2	39,7	25,3	48,5	1,2
Lazio	22,8	2,1	8,1	6,4	6,2	38,5	51,5	42,9	37,8	31,9	2,0
Abruzzo	18,0	1,7	6,6	4,3	5,4	33,6	66,0	36,7	31,2	45,4	2,2
Molise	16,9	2,1	6,0	4,8	4,0	32,9	58,0	35,0	23,8	53,1	1,5
Campania	13,2	2,0	5,5	3,2	2,5	38,0	64,0	51,7	30,6	23,5	1,2
Puglia	14,6	1,7	5,3	3,9	3,7	33,0	59,7	36,1	41,7	39,0	-
Basilicata	14,8	1,2	5,6	3,5	4,5	27,3	70,3	33,4	32,4	50,1	0,3
Calabria	16,3	2,7	6,9	4,4	2,3	26,3	68,5	46,0	26,9	41,0	2,2
Sicilia	12,3	2,4	4,2	3,1	2,6	23,9	64,6	46,8	34,7	29,4	1,8
Sardegna	14,2	1,2	4,6	3,0	5,4	28,6	58,8	23,9	30,8	52,6	1,5
<b>Italia</b>	<b>16,9</b>	<b>2,2</b>	<b>5,9</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>											
Italia nord-occidentale	17,8	2,1	6,0	4,8	4,9	37,0	60,4	45,5	30,6	31,9	1,3
Italia nord-orientale	17,3	2,8	5,3	4,4	4,8	38,4	57,7	45,6	25,6	36,6	1,6
Italia centrale	20,4	2,1	7,5	5,3	5,5	36,3	56,0	42,4	34,2	34,8	1,6
Italia meridionale	14,7	2,0	5,8	3,7	3,2	33,6	63,8	43,5	33,1	35,0	1,1
Italia insulare	12,8	2,1	4,3	3,1	3,3	25,2	63,1	40,6	33,6	35,6	1,8
<b>Italia</b>	<b>16,9</b>	<b>2,2</b>	<b>5,9</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>											
Comune centro dell'area metropolitana	16,2	2,1	5,6	3,8	4,7	38,1	58,9	46,7	36,1	26,2	2,7
Periferia dell'area metropolitana	20,0	2,5	6,7	5,5	5,3	35,3	59,2	45,0	38,7	27,3	1,1
Fino a 2.000 abitanti	13,3	1,7	4,9	3,4	3,3	32,8	61,0	39,9	21,6	44,6	0,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	16,7	2,2	6,0	4,5	4,0	34,0	61,3	41,0	27,3	41,3	1,3
Da 10.001 a 50.000 abitanti	17,0	2,2	6,0	4,2	4,6	36,7	58,5	45,3	29,1	35,8	0,8
50.001 abitanti e più	16,4	2,3	5,6	4,4	4,1	33,3	60,9	44,1	32,8	32,8	2,0
<b>Italia</b>	<b>16,9</b>	<b>2,2</b>	<b>5,9</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>35,3</b>	<b>59,9</b>	<b>43,9</b>	<b>31,3</b>	<b>34,5</b>	<b>1,4</b>

(a) per 100 persone che vedono la televisione della stessa zona

(b) per 100 persone che seguono programmi a pagamento della stessa zona

**Tavola 2.9 - Famiglie per numero di televisori posseduti e numero di ore in cui sta accesa la televisione durante il giorno per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Numero di televisori posseduti (a)			Ore in cui sta accesa la televisione durante il giorno (b)						
	Nessuno	1	2 o più	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	7,1	45,2	47,8	0,9	5,7	20,9	23,9	15,7	25,7	6,8
Valle d'Aosta	6,9	46,4	46,4	1,2	6,6	16,3	24,0	12,8	27,8	10,7
Lombardia	2,6	37,4	59,9	1,0	4,3	16,2	20,8	16,1	33,4	7,5
Trentino - Alto Adige	3,5	51,7	44,8	1,4	8,6	21,8	23,5	16,6	23,1	4,7
- Bolzano - Bozen	5,5	62,0	32,5	1,6	10,8	24,5	25,3	13,7	18,3	5,6
- Trento	1,7	42,2	56,1	1,2	6,7	19,5	22,0	19,1	27,3	4,0
Veneto	2,6	33,8	63,6	1,3	5,2	16,1	23,0	13,9	36,4	3,8
Friuli - Venezia Giulia	2,3	37,0	60,7	1,2	6,0	19,1	23,7	14,6	32,7	2,6
Liguria	3,2	44,3	52,5	0,4	5,6	19,4	22,3	18,9	23,8	9,0
Emilia - Romagna	4,3	32,3	63,3	0,4	5,0	17,2	19,6	14,4	36,1	6,6
Toscana	4,1	28,3	67,7	0,6	4,6	14,2	21,9	16,3	34,0	8,1
Umbria	2,2	32,6	65,2	0,5	3,5	9,2	15,5	16,2	38,1	16,6
Marche	2,9	27,5	69,6	0,6	4,8	16,1	19,5	15,1	36,6	7,1
Lazio	4,7	33,8	61,5	0,8	2,9	15,8	19,6	13,9	32,5	13,2
Abruzzo	2,8	34,0	63,2	0,8	2,4	9,4	13,3	14,6	37,3	21,4
Molise	6,8	41,1	52,1	-	2,6	11,8	17,1	16,7	36,2	13,8
Campania	2,0	41,6	56,4	0,2	1,7	8,0	13,3	16,6	35,6	23,3
Puglia	5,0	39,1	55,9	0,4	1,3	8,2	16,9	18,0	34,3	18,3
Basilicata	3,4	48,2	48,5	0,2	2,1	10,0	14,3	14,7	41,6	15,6
Calabria	4,7	50,6	44,7	0,3	1,7	7,5	16,4	14,1	31,9	26,9
Sicilia	4,0	48,2	47,9	-	2,2	14,2	16,5	19,4	29,8	16,9
Sardegna	6,2	51,1	42,7	0,2	3,0	11,0	18,0	15,3	40,5	10,6
<b>Italia</b>	<b>3,8</b>	<b>38,8</b>	<b>57,3</b>	<b>0,7</b>	<b>3,8</b>	<b>14,6</b>	<b>19,4</b>	<b>15,9</b>	<b>33,1</b>	<b>11,6</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	4,0	40,6	55,4	0,9	4,9	17,9	21,9	16,3	30,0	7,5
Italia nord-orientale	3,3	35,1	61,5	1,0	5,5	17,4	21,8	14,4	34,7	4,8
Italia centrale	4,1	31,1	64,8	0,7	3,8	14,8	20,0	15,0	34,0	11,0
Italia meridionale	3,5	41,8	54,7	0,3	1,7	8,3	15,0	16,4	35,1	21,6
Italia insulare	4,5	48,9	46,6	0,0	2,4	13,4	16,9	18,4	32,4	15,4
<b>Italia</b>	<b>3,8</b>	<b>38,8</b>	<b>57,3</b>	<b>0,7</b>	<b>3,8</b>	<b>14,6</b>	<b>19,4</b>	<b>15,9</b>	<b>33,1</b>	<b>11,6</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	4,4	41,7	53,9	0,8	4,1	17,9	20,8	15,3	28,3	12,5
Periferia dell'area metropolitana	4,7	36,1	59,2	0,7	4,0	13,9	19,8	16,4	33,1	11,3
Fino a 2.000 abitanti	5,9	47,9	46,2	0,7	5,9	16,1	18,8	17,5	30,5	9,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	3,6	38,4	58,0	0,5	3,2	12,9	19,4	16,4	35,4	11,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	3,6	36,4	60,0	0,6	3,2	13,2	17,9	15,3	36,4	12,1
50.001 abitanti e più	2,7	38,2	59,1	0,9	4,4	15,6	20,3	15,8	31,0	11,0
<b>Italia</b>	<b>3,8</b>	<b>38,8</b>	<b>57,3</b>	<b>0,7</b>	<b>3,8</b>	<b>14,6</b>	<b>19,4</b>	<b>15,9</b>	<b>33,1</b>	<b>11,6</b>

(a) per 100 famiglie della stessa zona

(b) per 100 famiglie che possiedono almeno 1 televisore della stessa zona

**Tavola 2.10 - Famiglie per possesso di antenna parabolica satellitare, televideo, abbonamento pay tv via satellite e abbonamento pay tv via cavo per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 famiglie della stessa zona)**

TERRITORIO	Antenna parabolica satellitare	Televideo	Abbonamento pay tv via satellite	Abbonamento pay tv via cavo
<b>REGIONI</b>				
Piemonte	10,3	58,7	5,0	1,7
Valle d'Aosta	15,8	52,9	7,5	3,6
Lombardia	12,9	68,5	7,4	3,1
Trentino - Alto Adige	31,0	59,0	4,8	1,6
- Bolzano - Bozen	42,7	54,2	2,5	1,8
- Trento	20,3	63,4	6,9	1,3
Veneto	12,0	65,2	6,1	2,4
Friuli - Venezia Giulia	11,6	64,0	5,3	1,8
Liguria	11,7	56,7	7,1	1,1
Emilia - Romagna	15,3	63,8	8,6	2,9
Toscana	12,1	63,6	6,6	2,9
Umbria	9,7	60,5	5,2	2,5
Marche	13,4	70,7	7,7	1,7
Lazio	13,8	62,5	9,7	2,6
Abruzzo	12,4	66,7	6,9	2,3
Molise	11,1	62,7	4,9	2,4
Campania	11,6	65,8	8,3	2,6
Puglia	6,7	66,7	4,5	2,4
Basilicata	10,1	65,9	5,3	2,3
Calabria	14,7	57,1	8,1	2,5
Sicilia	10,9	58,8	5,4	1,7
Sardegna	7,2	63,9	3,4	1,0
<b>Italia</b>	<b>12,2</b>	<b>63,7</b>	<b>6,8</b>	<b>2,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>				
Italia nord-occidentale	12,0	64,1	6,7	2,5
Italia nord-orientale	14,9	64,0	6,9	2,5
Italia centrale	12,9	63,7	8,1	2,6
Italia meridionale	10,7	64,8	6,8	2,5
Italia insulare	10,0	60,0	4,9	1,5
<b>Italia</b>	<b>12,2</b>	<b>63,7</b>	<b>6,8</b>	<b>2,4</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>				
Comune centro dell'area metropolitana	9,2	61,9	6,2	2,4
Periferia dell'area metropolitana	12,1	66,4	7,4	2,8
Fino a 2.000 abitanti	15,3	54,3	6,6	1,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	12,4	62,8	6,0	2,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	13,5	65,8	7,6	2,2
50.001 abitanti e più	12,3	65,8	7,3	3,0
<b>Italia</b>	<b>12,2</b>	<b>63,7</b>	<b>6,8</b>	<b>2,4</b>

## 3 Videocassette

### 3.1 L'utilizzo delle videocassette

L'uso delle videocassette si differenzia dall'ascolto della televisione perché permette all'utente di decidere in piena autonomia quando e cosa guardare svincolandolo dai palinsesti delle reti televisive. In Italia il 58,3% delle persone di 3 anni e più guardano le videocassette ma, mentre la visione della televisione è ormai un'abitudine quotidiana, alle videocassette si ricorre con maggiore saltuarietà il 39,4% delle persone di 3 anni e più le usa infatti al massimo una o più volte al mese e solo l'1,7% della popolazione le usa tutti i giorni (tavola 3.1).

Anche in questo caso vi sono delle differenze di genere, anche se non molto marcate: i maschi che vedono le videocassette sono il 61,8% mentre le donne sono il 54,8%.

Sono invece molto forti le differenze per età. Le videocassette sono viste soprattutto dai giovanissimi: il 75,5% dei bambini di 3-5 anni vede le videocassette e la percentuale è superiore all'80% per le persone tra i 6 e i 17 anni. La percentuale diminuisce nelle età successive, ma solo dopo i 45 anni cala in modo significativo. Dall'analisi per classi di età emerge inoltre che fino ai 24 anni sono le donne a guardare le videocassette più dei coetanei maschi mentre per le età successive il rapporto si inverte. In particolare si registrano forti differenze a favore delle donne tra i bambini di 3-5 anni del Centro (vedono le videocassette l'87,7% delle bambine rispetto al 79,5%) e tra i bambini di 3-10 anni delle Isole (vedono le videocassette il 59,6% delle bambine di 3-5 anni e il 73,5% delle bambine di 6-10 anni rispetto al 55,9% e al 67,1% dei coetanei maschi). Dopo i 24 anni la quota di maschi che vedono le videocassette è sempre superiore a quella delle donne e le differenze crescono con l'età (nel Nord-ovest gli ultrasessantacinquenni maschi che vedono le videocassette sono il 26,5% rispetto al 16% delle coetanee).

**Prospetto 3.1 - Persone di 3 anni e più che vedono le videocassette per età, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)**

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	3-5	6-10	11-13	14-24	25-44	45-64	65 e più	Totale
<b>NORD OVEST</b>								
Maschi	80,1	91,7	89,0	86,9	78,2	59,5	26,5	66,6
Femmine	87,3	89,8	93,6	86,9	78,1	51,6	16,0	58,9
<b>Totale</b>	<b>83,7</b>	<b>90,8</b>	<b>91,2</b>	<b>86,9</b>	<b>78,2</b>	<b>55,5</b>	<b>20,2</b>	<b>62,7</b>
<b>NORD EST</b>								
Maschi	84,9	90,2	86,1	89,2	78,6	57,3	18,4	64,9
Femmine	85,3	90,8	93,5	86,3	80,1	49,8	13,2	58,3
<b>Totale</b>	<b>85,1</b>	<b>90,5</b>	<b>89,9</b>	<b>87,8</b>	<b>79,4</b>	<b>53,5</b>	<b>15,3</b>	<b>61,5</b>
<b>CENTRO</b>								
Maschi	79,5	81,9	84,5	80,5	76,3	54,3	24,3	62,5
Femmine	87,7	84,1	80,8	84,2	75,6	47,5	15,7	56,5
<b>Totale</b>	<b>83,5</b>	<b>83,0</b>	<b>82,7</b>	<b>82,3</b>	<b>76,0</b>	<b>50,9</b>	<b>19,3</b>	<b>59,4</b>
<b>SUD</b>								
Maschi	68,0	75,4	78,3	72,8	66,7	45,9	16,5	57,1
Femmine	65,4	75,8	73,9	72,5	61,0	35,0	9,0	48,9
<b>Totale</b>	<b>66,8</b>	<b>75,6</b>	<b>76,1</b>	<b>72,6</b>	<b>63,8</b>	<b>40,4</b>	<b>12,1</b>	<b>52,9</b>
<b>ISOLE</b>								
Maschi	55,9	67,1	69,8	68,0	65,7	44,4	21,6	54,6
Femmine	59,6	73,5	64,4	75,3	62,9	39,2	10,0	49,9
<b>Totale</b>	<b>57,7</b>	<b>70,3</b>	<b>67,3</b>	<b>71,6</b>	<b>64,3</b>	<b>41,7</b>	<b>15,0</b>	<b>52,2</b>
<b>ITALIA</b>								
Maschi	73,8	81,3	81,7	79,3	73,8	53,5	21,7	61,8
Femmine	77,1	82,4	81,2	80,4	72,1	45,4	13,3	54,8
<b>Totale</b>	<b>75,4</b>	<b>81,8</b>	<b>81,4</b>	<b>79,8</b>	<b>72,9</b>	<b>49,4</b>	<b>16,8</b>	<b>58,3</b>

Le videocassette sono usate di più nel Nord-ovest (62,7%) e nel Nord-est (61,5%). Al Centro la quota di chi guarda le videocassette è leggermente inferiore (59,4%) mentre nel Sud e nelle Isole il tasso d'utilizzo è decisamente più contenuto (circa 52%) (prospetto 3.1). In particolare le regioni in cui è più elevato l'uso delle videocassette sono la Lombardia (64,6%) e il Veneto (63,8%) mentre le regioni in cui sono meno usate sono Sicilia (50,8%), Molise (51,3%) e Abruzzo (51,6%).

L'uso delle videocassette è più diffuso tra le persone con titoli di studio alti (74,7% tra i laureati rispetto al 37,5% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo) e le differenze tra i laureati e le persone con la licenza elementare o nessun titolo sono costanti sia tra i 25-44enni sia tra gli ultrasessantacinquenni (circa 30 punti percentuali) (tavola 3.4 del floppy).

Gli studenti sono gli utenti più assidui: l'83,5% usa le videocassette almeno una volta all'anno mentre tra i direttivi e quadri tale percentuale è del 78% e tra i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti si riduce al 71,2%. A parità di condizione non vi sono significative differenze di genere ad eccezione delle persone in cerca di nuova occupazione, tra i quali sono le donne a vedere le videocassette più dei maschi (66,6% rispetto al 58,6% degli uomini) e i ritirati dal lavoro, tra i quali sono gli uomini ad avere le percentuali più elevate (30,1% rispetto al 22% delle donne) (tavola 3.3 del floppy).

Considerando le persone di 6 anni e più l'uso delle videocassette ha subito, negli ultimi 5 anni, un forte incremento (dal 50,6% a 57,7% del 2000). L'incremento è stato leggermente più forte per le donne (dal 46,2% al 54,2%) rispetto agli uomini (dal 55,3% al 61,4%) con una conseguente riduzione delle differenze di genere. Aumentano invece le differenze territoriali poiché il Nord, che già nel 1995 aveva livelli di fruizione delle videocassette più elevati del resto d'Italia, ha fatto registrare negli ultimi 5 anni anche gli incrementi maggiori. Le regioni del Sud, che partivano dai livelli più bassi, in particolare sono quelle che hanno fatto registrare l'incremento più contenuto (dal 47,7% al 52,4%) e mantengono i livelli più bassi.

**Prospetto 3.2 - Persone di 3 anni e più per visione di videocassette, tipo di programmi guardati, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Guardano le videocassette	Programmi guardati in videocassetta					
		Film	Cartoni animati	Documentari	Musica, concerti	Sport	Altro
<b>SESSO</b>							
Maschi	61,8	54,4	18,9	12,9	11,1	16,2	4,6
Femmine	54,8	48,2	21,0	9,7	10,8	3,4	3,7
<b>Totale</b>	<b>58,3</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>							
3 - 5	75,5	18,9	74,3	10,3	2,2	0,9	0,7
6 - 10	81,8	44,1	79,8	18,5	6,7	8,1	2,5
11 - 14	81,8	70,3	60,2	19,9	24,2	22,7	7,6
15 - 17	81,9	79,1	31,7	15,9	35,2	26,7	8,0
18 - 19	78,6	76,5	22,3	14,6	34,7	22,0	9,6
20 - 24	78,6	76,7	16,8	12,2	25,3	16,9	6,2
25 - 34	75,7	72,4	20,9	12,4	15,4	12,6	5,3
35 - 44	70,2	65,9	21,6	13,9	10,2	10,2	4,6
45 - 54	57,4	53,9	7,5	12,0	7,2	8,7	3,3
55 - 59	45,1	41,7	5,0	9,5	4,3	5,4	3,9
60 - 64	35,1	30,7	3,9	7,5	4,4	5,0	3,4
65 - 74	21,7	18,0	2,3	4,8	2,6	2,4	2,2
75 e più	10	8,1	0,7	2,0	1,4	1,0	1,2
<b>Totale</b>	<b>58,3</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>							
Italia nord-occidentale	62,6	55,8	21,9	13,5	12,0	10,1	4,6
Italia nord-orientale	61,5	53,9	21,1	12,3	10,0	9,5	4,3
Italia centrale	59,4	53,0	19,5	10,3	10,2	8,6	3,5
Italia meridionale	52,9	45,7	18,4	9,3	10,6	10,2	4,2
Italia insulare	52,2	45,0	17,6	10,1	12,4	9,3	4,0
<b>Italia</b>	<b>58,3</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>

Le persone che usano le videocassette vedono soprattutto film (51,2%), seguiti a grande distanza dai cartoni animati (20%), dai documentari (11,2%), dai programmi di musica e concerti (11,0%) e dallo sport (9,6%). Questa graduatoria è però fortemente influenzata sia dall'età sia dal sesso. Se le differenze tra uomini e donne per la fruizione di film non sono molto marcate (54,4% gli uomini contro il 48,2% delle donne), sono

invece nettissime per gli spettacoli sportivi (16,1% rispetto al 3,4%). I cartoni animati sono invece gli unici programmi in cui prevalgono le donne.

I cartoni animati sono il tipo programma preferito dai giovanissimi con punte superiori al 70% per i bambini tra i 3 e i 10 anni. E' interessante inoltre notare che i bambini e i ragazzi vedono molto anche i documentari (20% per i ragazzi tra gli 11 e i 14 anni). Gli spettacoli sportivi, i programmi di musica e i concerti sono i preferiti dalle persone tra gli 11 e i 34 anni.

Gli studenti sono infine i maggiori fruitori di film (81,2%), cartoni animati (24,7%) programmi di musica e concerti (32%) e programmi sportivi (21,8%). Solo nel caso dei documentari i tassi di fruizione degli studenti sono inferiori a quelli dei direttivi, quadri e impiegati.

### 3.2 Registrazione, acquisto, noleggio e prestito di videocassette

L'indagine ha rilevato anche le attività di registrazione, acquisto, noleggio e prestito di videocassette. La quota di persone di 11 anni e più coinvolte in queste attività è relativamente omogenea; il 28,9% registra le videocassette, mentre le altre attività coinvolgono circa il 27% delle persone di 11 anni e più. Anche queste attività come l'uso del videoregistratore, sono praticate maggiormente dai maschi rispetto alle femmine e dai giovani rispetto agli adulti e gli anziani. In particolare più del 50% dei giovani tra i 15 e i 19 anni registrano videocassette e prestano o si fanno prestare videocassette.

**Prospetto 3.3 - Persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione e scambio di videocassette, numero di attività svolte, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Noleggio, acquisto, registrazione e scambio						Numero di attività			
	Noleggiare video- cassette	Acquistare video- cassette	Registrare videocassette		Prestare o farsi prestare videocassette		Nes- suna attività	1-2	3	4
			1995	2000	1995	2000				
<b>SESSO</b>										
Maschi	31,0	31,4	22,9	33,2	38,1	29,5	49,2	26,3	13,6	10,9
Femmine	23,5	23,4	16,2	24,9	24,0	25,1	59,8	21,2	11,2	7,8
<b>Totale</b>	<b>27,2</b>	<b>27,3</b>	<b>19,0</b>	<b>28,9</b>	<b>30,9</b>	<b>27,2</b>	<b>54,7</b>	<b>23,6</b>	<b>12,4</b>	<b>9,3</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>										
11 - 14	29,6	37,2	35,9	43,9	48,9	49,2	35,8	32,3	17,8	14,1
15 - 17	45,2	44,7	44,3	56,0	57,8	59,3	27,2	25,5	24,6	22,7
18 - 19	50,8	41,2	41,7	53,5	57,9	57,5	28,5	25,9	21,2	24,3
20 - 24	54,4	40,6	39,1	49,9	55,0	51,2	28,9	27,8	21,8	21,5
25 - 34	47,3	41,5	29,5	42,7	45,2	41,7	32,9	30,8	19,9	16,4
35 - 44	33,4	37,1	21,3	36,3	39,2	31,2	42,4	31,0	16,4	10,2
45 - 54	21,6	24,2	11,0	24,3	25,0	21,2	57,7	27,1	9,7	5,5
55 - 59	14,4	15,6	4,3	15,9	14,7	11,9	70,8	20,8	5,7	2,7
60 - 64	8,8	12,4	3,3	12,0	10,4	8,0	78,2	16,3	4,1	1,4
65 - 74	3,8	7,5	2,3	7,1	6,2	5,6	87,2	9,8	2,0	0,9
75 e più	1,3	3,3	0,8	2,4	1,5	2,4	94,7	4,4	0,5	0,3
<b>Totale</b>	<b>27,2</b>	<b>27,3</b>	<b>19,0</b>	<b>28,9</b>	<b>30,9</b>	<b>27,2</b>	<b>54,7</b>	<b>23,6</b>	<b>12,4</b>	<b>9,3</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>										
Italia nord-occidentale	29,5	29,8	21,0	32,1	34,3	29,8	49,9	26,5	13,7	9,9
Italia nord-orientale	31,0	28,3	19,2	31,9	31,6	28,6	50,3	26,7	12,8	10,2
Italia centrale	31,5	27,6	19,3	29,7	34,0	26,2	53,8	23,0	13,2	10,0
Italia meridionale	20,9	25,3	17,2	24,5	26,0	25,3	61,0	20,0	10,7	8,4
Italia insulare	21,5	23,7	17,3	24,2	27,0	24,7	60,9	20,9	10,6	7,7
<b>Italia</b>	<b>27,2</b>	<b>27,3</b>	<b>19,0</b>	<b>28,9</b>	<b>30,9</b>	<b>27,2</b>	<b>54,7</b>	<b>23,6</b>	<b>12,4</b>	<b>9,3</b>

Il prestito e l'acquisto delle videocassette è diffuso soprattutto al Nord-ovest e secondariamente al Nord-est e decresce poi sensibilmente al Centro e nel Meridione. La registrazione di videocassette è diffusa soprattutto al Nord (32,1% nel Nord-ovest e 31,9% nel Nord-est) mentre al Sud e nelle Isole circa il 24% delle persone di 11 anni e più si dedica a questa attività. Il noleggio infine è più diffuso al Nord-est e al Centro (circa 31%), leggermente meno diffuso al Nord-ovest (29,5%) e decisamente meno praticato nelle regioni Meridionali (circa 21%) (prospetto 3.3).

Il 54,7% della popolazione di 11 anni e più non svolge nessuna attività di noleggio, acquisto, registrazione e scambio e solo il 9,3% le svolge tutte e quattro. Si confermano le differenze di genere, poiché le donne che non svolgono nessuna attività sono il 59,8% rispetto al 49,2% dei maschi. I giovani tra i 15 e i 24 anni sono le persone più attive (più del 20% delle persone in questa fascia di età svolge tutti e quattro i tipi di attività), mentre all'aumentare dell'età aumenta sensibilmente la quota di persone che non svolgono nessuna attività (con percentuali superiori al 70% tra gli ultracinquantaquattrenni).

Il Nord-ovest è la ripartizione in cui è maggiore la quota di persone che svolge almeno una attività mentre nel Meridione è più alta la percentuale di persone che non svolgono attività di noleggio, acquisto, registrazione e scambio. Le persone che svolgono tutte le attività si equidistribuiscono al Centro e al Nord (circa 10%) mentre sono meno nel Sud e nelle Isole (prospetto 3.3).

Molto diverso l'andamento della registrazione e dello scambio di videocassette negli ultimi cinque anni. Il prestito o lo scambio di videocassette è infatti diminuito dal 1995 al 2000 di circa 4 punti percentuali (dal 30,9% al 27,2%) mentre la registrazione di videocassette è aumentata dal 19% al 28,9%. Il calo del prestito o dello scambio di videocassette ha interessato soprattutto gli uomini (dal 38,1% al 29,5%) con una conseguente diminuzione delle differenze di genere. Le differenze di genere sono invece aumentate per la registrazione di videocassette poiché la quota di maschi ha subito un incremento maggiore di quella delle donne.

### 3.3 Possesso di videoregistratore e di videocassette

La quota di famiglie che possiede il videoregistratore a casa è più alta al Centro (67,3%) e al Nord (circa 66%) ed è più bassa al Sud (63,7%) e nelle Isole (58,9%). Se si considera il numero di videocassette possedute si nota che al Sud e nelle Isole è maggiore la percentuale di famiglie che possiede fino a 20 videocassette mentre al Nord e al Centro è maggiore la percentuale di famiglie che possiedono più di 20 videocassette.

Le famiglie che possiedono un videoregistratore sono aumentate in cinque anni di circa 10 punti percentuali (dal 54,8% del 1995 al 65% del 2000). L'aumento è stato superiore agli 11 punti percentuali nel Sud, nelle Isole e nel Nord-est. Più contenuto invece al Centro che partiva però da livelli più alti nel 1995.

#### Prospetto 3.4 - Famiglie per possesso di videoregistratore, numero di videocassette possedute e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 (per 100 famiglie della stessa ripartizione)

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Possesso di videoregistratore		Numero di videocassette possedute (a)			
	1995	2000	1-10	11-20	21-50	più di 50
Italia nord-occidentale	55,7	65,7	14,9	19,0	18,4	12,7
Italia nord-orientale	54,9	66,7	15,7	16,7	18,4	13,9
Italia centrale	59,9	67,3	14,7	18,7	19,3	12,9
Italia meridionale	52,4	63,7	17,9	22,8	14,0	6,8
Italia insulare	47,8	58,9	17,7	17,9	16,7	6,5
<b>Italia</b>	<b>54,8</b>	<b>65,0</b>	<b>16,0</b>	<b>19,2</b>	<b>17,4</b>	<b>11,0</b>

(a) il dato non è presente nel 1995

Va rilevato infine che i tassi di utilizzo del videoregistratore sono ovviamente molto più elevati tra le persone che possiedono il videoregistratore a casa (73,2% rispetto al 14,8% di chi non lo possiede). Le persone anziane però pur avendo un videoregistratore a disposizione lo usano poco. Solo il 41,1% degli ultrasessantacinquenni che hanno un videoregistratore a casa infatti lo usa rispetto a percentuali che superano l'80% per le persone fino a 44 anni.

**Tavola 3.1 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000** *(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*

CLASSI DI ETÀ	Guarda le videocassette				
	Sì	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente
<b>MASCHI</b>					
3 - 5	73,8	19,6	38,8	12,2	3,2
6 - 10	81,4	7,0	44,4	23,2	6,8
11 - 14	81,4	2,8	40,7	29,2	8,7
15 - 17	81,5	2,1	31,0	35,9	12,5
18 - 19	76,1	2,6	26,6	34,2	12,7
20 - 24	79,0	1,6	26,9	34,8	15,7
25 - 34	75,4	1,0	22,8	32,2	19,4
35 - 44	72,2	0,8	17,6	28,7	25,1
45 - 54	61,2	0,6	10,2	23,8	26,6
55 - 59	49,1	0,3	8,4	19,0	21,4
60 - 64	39,7	0,5	7,2	13,8	18,2
65 - 74	25,8	0,3	6,0	8,8	10,7
75 e più	15,0	0,4	3,1	5,1	6,4
<b>Totale</b>	<b>61,8</b>	<b>1,8</b>	<b>18,7</b>	<b>23,8</b>	<b>17,5</b>
<b>FEMMINE</b>					
3 - 5	77,2	16,6	42,0	15,2	3,4
6 - 10	82,3	6,9	44,1	24,9	6,4
11 - 14	82,2	2,4	39,4	30,7	9,7
15 - 17	82,4	2,6	28,3	39,1	12,4
18 - 19	80,8	1,0	26,4	36,5	16,9
20 - 24	78,3	0,7	22,6	37,9	17,1
25 - 34	76,1	1,2	22,1	32,1	20,7
35 - 44	68,3	1,3	14,4	28,2	24,4
45 - 54	53,8	0,3	8,9	20,5	24,1
55 - 59	40,9	0,4	6,8	14,8	18,9
60 - 64	30,6	0,3	5,4	10,5	14,4
65 - 74	18,3	0,0	4,4	6,6	7,3
75 e più	7,1	0,0	1,8	1,9	3,4
<b>Totale</b>	<b>54,8</b>	<b>1,5</b>	<b>15,8</b>	<b>21,6</b>	<b>15,9</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>					
3 - 5	75,5	18,2	40,3	13,7	3,3
6 - 10	81,8	7,0	44,2	24,0	6,6
11 - 14	81,8	2,6	40,1	29,9	9,2
15 - 17	81,9	2,3	29,7	37,4	12,5
18 - 19	78,6	1,8	26,5	35,4	14,9
20 - 24	78,6	1,1	24,8	36,3	16,4
25 - 34	75,7	1,1	22,4	32,1	20,1
35 - 44	70,2	1,1	16,0	28,4	24,7
45 - 54	57,4	0,4	9,5	22,1	25,4
55 - 59	45,1	0,4	7,6	16,9	20,2
60 - 64	35,1	0,4	6,3	12,1	16,3
65 - 74	21,7	0,2	5,1	7,6	8,8
75 e più	10,0	0,1	2,3	3,1	4,5
<b>Totale</b>	<b>58,3</b>	<b>1,7</b>	<b>17,2</b>	<b>22,7</b>	<b>16,7</b>

**Tavola 3.2 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona)**

TERRITORIO	Guarda le videocassette				
	Sì	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente
<b>REGIONI</b>					
Piemonte	60,1	1,8	17,6	22,8	17,9
Valle d'Aosta	61,9	2,6	19,3	19,8	20,2
Lombardia	64,6	1,6	17,5	25,5	20,0
Trentino-Alto Adige	53,1	1,1	12,9	19,3	19,8
- Bolzano - Bozen	46,1	1,4	10,1	14,5	20,1
- Trento	59,8	0,8	15,6	24,0	19,4
Veneto	63,8	2,1	17,1	25,6	19,0
Friuli-Venezia Giulia	61,4	1,7	17,2	23,1	19,4
Liguria	58,8	1,9	16,5	23,1	17,3
Emilia-Romagna	61,1	2,2	18,8	24,5	15,6
Toscana	63,5	2,1	17,0	26,0	18,4
Umbria	55,4	2,1	14,9	20,9	17,5
Marche	59,0	1,6	16,2	22,1	19,1
Lazio	57,4	1,2	18,8	22,5	14,9
Abruzzo	51,6	1,8	13,5	21,3	15,0
Molise	51,3	1,5	16,2	20,4	13,2
Campania	53,6	1,3	17,1	20,4	14,8
Puglia	53,3	1,3	17,3	20,8	13,9
Basilicata	52,4	2,1	16,0	19,5	14,8
Calabria	51,7	1,8	18,1	20,3	11,5
Sicilia	50,8	1,7	16,2	18,6	14,3
Sardegna	56,8	1,3	17,2	21,1	17,2
<b>Italia</b>	<b>58,3</b>	<b>1,7</b>	<b>17,2</b>	<b>22,7</b>	<b>16,7</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>					
Italia nord-occidentale	62,6	1,7	17,4	24,4	19,1
Italia nord-orientale	61,5	2,0	17,4	24,3	17,8
Italia centrale	59,4	1,6	17,6	23,4	16,8
Italia meridionale	52,9	1,5	16,9	20,5	14,0
Italia insulare	52,2	1,6	16,4	19,2	15,0
<b>Italia</b>	<b>58,3</b>	<b>1,7</b>	<b>17,2</b>	<b>22,7</b>	<b>16,7</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>	0,0				
Comune centro dell'area metropolitana	57,3	1,5	15,7	24,5	15,6
Periferia dell'area metropolitana	63,9	1,8	19,5	24,2	18,4
Fino a 2.000 abitanti	52,5	1,4	14,9	20,4	15,8
Da 2.001 a 10.000 abitanti	57,1	1,9	17,2	21,5	16,5
Da 10.001 a 50.000 abitanti	57,7	1,7	16,8	22,6	16,6
50.001 abitanti e più	59,3	1,4	18,3	22,4	17,2
<b>Italia</b>	<b>58,3</b>	<b>1,7</b>	<b>17,2</b>	<b>22,7</b>	<b>16,7</b>

**Tavola 3.3 - Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Programmi guardati in videocassetta (a)						Noleggio, registrazione e scambio (b)			
	Film	Cartoni animati	Documentari	Musica, concerti	Sport	Altro	Registrare videocassette	Acquistare videocassette	Noleggiare videocassette	Prestare o farsi prestare videocassette
<b>MASCHI</b>										
3 - 5	19,8	73,1	10,0	1,8	1,5	1,0	-	-	-	-
6 - 10	46,5	78,9	20,1	4,8	11,6	3,0	-	-	-	-
11 - 14	68,5	59,9	22,2	20,7	33,4	7,7	43,6	35,6	30,5	49,3
15 - 17	78,4	28,4	15,8	28,4	41,0	8,6	58,3	45,8	45,4	58,5
18 - 19	74,0	16,6	15,1	31,9	33,3	10,1	52,6	41,7	46,8	53,3
20 - 24	76,9	13,0	12,3	26,5	27,4	6,6	49,4	42,0	55,2	50,2
25 - 34	72,5	14,8	13,4	16,7	20,7	6,3	44,5	43,4	51,0	42,6
35 - 44	67,4	19,4	15,0	9,7	16,7	4,8	41,4	41,6	38,2	33,0
45 - 54	56,8	7,5	14,6	7,7	15,1	3,4	30,2	29,4	25,4	23,3
55 - 59	45,3	4,7	11,8	4,0	9,2	3,6	19,7	20,1	17,1	14,3
60 - 64	34,7	3,6	9,9	5,0	9,0	4,1	16,3	16,7	12,2	10,0
65 - 74	21,7	2,5	5,9	2,8	5,0	2,5	10,9	11,0	5,8	7,5
75 e più	12,1	0,8	3,3	2,5	2,4	2,0	4,2	6,1	2,3	4,2
<b>Totale</b>	<b>54,4</b>	<b>18,9</b>	<b>12,9</b>	<b>11,1</b>	<b>16,2</b>	<b>4,6</b>	<b>33,2</b>	<b>31,4</b>	<b>31,0</b>	<b>29,5</b>
<b>FEMMINE</b>										
3 - 5	17,8	75,5	10,6	2,5	0,2	0,3	-	-	-	-
6 - 10	41,5	80,8	16,8	8,8	4,3	2,1	-	-	-	-
11 - 14	72,2	60,4	17,4	27,8	11,5	7,5	44,2	39,0	28,5	49,1
15 - 17	79,8	35,2	16,0	42,5	11,5	7,3	53,6	43,4	45,1	60,1
18 - 19	78,8	27,6	14,2	37,3	11,3	9,2	54,3	40,7	54,6	61,4
20 - 24	76,5	20,9	12,0	24,1	6,0	5,9	50,4	39,1	53,7	52,2
25 - 34	72,3	27,2	11,4	14,1	4,2	4,3	40,9	39,5	43,5	40,7
35 - 44	64,3	23,7	12,8	10,8	3,8	4,3	31,1	32,6	28,7	29,4
45 - 54	51,1	7,5	9,5	6,7	2,6	3,3	18,6	19,1	18,0	19,2
55 - 59	38,0	5,3	7,3	4,5	1,7	4,3	12,1	11,1	11,6	9,5
60 - 64	26,9	4,1	5,3	3,9	1,2	2,8	7,9	8,2	5,7	6,1
65 - 74	15,0	2,1	4,0	2,5	0,4	1,9	4,1	4,8	2,2	4,1
75 e più	5,7	0,7	1,2	0,7	0,1	0,7	1,3	1,6	0,6	1,4
<b>Totale</b>	<b>48,2</b>	<b>21,0</b>	<b>9,7</b>	<b>10,8</b>	<b>3,4</b>	<b>3,7</b>	<b>24,9</b>	<b>23,4</b>	<b>23,5</b>	<b>25,1</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
3 - 5	18,9	74,3	10,3	2,2	0,9	0,7	-	-	-	-
6 - 10	44,1	79,8	18,5	6,7	8,1	2,5	-	-	-	-
11 - 14	70,3	60,2	19,9	24,2	22,7	7,6	43,9	37,2	29,6	49,2
15 - 17	79,1	31,7	15,9	35,2	26,7	8,0	56,0	44,7	45,2	59,3
18 - 19	76,5	22,3	14,6	34,7	22,0	9,6	53,5	41,2	50,8	57,5
20 - 24	76,7	16,8	12,2	25,3	16,9	6,2	49,9	40,6	54,4	51,2
25 - 34	72,4	20,9	12,4	15,4	12,6	5,3	42,7	41,5	47,3	41,7
35 - 44	65,9	21,6	13,9	10,2	10,2	4,6	36,3	37,1	33,4	31,2
45 - 54	53,9	7,5	12,0	7,2	8,7	3,3	24,3	24,2	21,6	21,2
55 - 59	41,7	5,0	9,5	4,3	5,4	3,9	15,9	15,6	14,4	11,9
60 - 64	30,7	3,9	7,5	4,4	5,0	3,4	12,0	12,4	8,8	8,0
65 - 74	18,0	2,3	4,8	2,6	2,4	2,2	7,1	7,5	3,8	5,6
75 e più	8,1	0,7	2,0	1,4	1,0	1,2	2,4	3,3	1,3	2,4
<b>Totale</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>	<b>28,9</b>	<b>27,3</b>	<b>27,2</b>	<b>27,2</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più che guardano le videocassette della stessa età e dello stesso sesso

(b) per 100 persone di 11 anni e più della stessa età e dello stesso sesso

**Tavola 3.4 - Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Programmi guardati in videocassetta (a)						Noleggio, registrazione e scambio (b)			
	Film	Cartoni animati	Documentari	Musica, concerti	Sport	Altro	Registrare videocassette	Acquistare videocassette	Noleggiare videocassette	Prestare o farsi prestare videocassette
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	53,8	24,0	13,4	11,8	10,3	4,5	31,0	30,9	27,0	29,2
Valle d'Aosta	52,9	23,6	13,5	10,6	11,8	5,3	33,4	29,9	29,0	31,0
Lombardia	57,5	21,7	13,6	12,4	10,4	4,5	33,3	29,8	30,4	31,4
Trentino-Alto Adige	43,7	18,5	12,1	10,0	9,3	5,6	27,4	23,7	19,5	25,4
- Bolzano - Bozen	36,8	15,4	9,9	8,5	7,1	5,8	22,3	17,6	15,3	20,1
- Trento	50,5	21,4	14,3	11,4	11,4	5,3	32,3	29,6	23,6	30,4
Veneto	55,2	22,6	11,8	10,1	9,8	4,6	31,5	27,1	32,6	29,5
Friuli-Venezia Giulia	53,5	21,0	13,7	11,0	8,9	4,8	30,6	27,9	25,4	29,1
Liguria	52,0	17,7	13,6	10,1	8,0	4,5	28,8	26,6	30,7	22,6
Emilia-Romagna	54,9	20,1	12,4	9,5	9,3	3,5	33,6	30,6	33,5	28,1
Toscana	56,7	21,0	10,2	9,9	8,5	3,2	32,0	29,2	33,4	26,9
Umbria	48,6	18,2	8,5	8,9	7,8	3,2	27,8	28,7	32,2	24,1
Marche	51,5	18,6	7,4	10,2	8,2	3,2	31,4	23,7	33,0	24,8
Lazio	51,7	19,0	11,4	10,5	9,0	3,9	28,1	27,4	29,6	26,5
Abruzzo	44,8	17,2	8,3	10,2	9,3	3,9	24,2	21,7	21,9	22,5
Molise	45,3	15,4	10,9	9,4	10,7	4,6	26,3	23,9	20,6	25,6
Campania	46,1	18,4	8,5	8,9	9,5	3,4	23,8	27,1	20,6	25,6
Puglia	46,2	19,0	9,1	11,6	10,9	4,5	26,4	23,8	22,1	25,8
Basilicata	44,9	20,1	11,3	14,4	11,0	5,5	26,2	28,0	19,6	26,4
Calabria	44,7	18,2	11,4	12,4	10,7	5,2	22,2	24,9	19,0	24,6
Sicilia	43,8	16,8	8,7	11,4	9,0	3,6	23,3	22,7	20,2	23,2
Sardegna	48,7	20,1	14,5	15,4	10,2	5,1	27,0	26,5	25,1	29,1
<b>Italia</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>	<b>28,9</b>	<b>27,3</b>	<b>27,2</b>	<b>27,2</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	55,8	21,9	13,5	12,0	10,1	4,6	32,1	29,8	29,5	29,8
Italia nord-orientale	53,9	21,1	12,3	10,0	9,5	4,3	31,9	28,3	31,0	28,6
Italia centrale	53,0	19,5	10,3	10,2	8,6	3,5	29,7	27,6	31,5	26,2
Italia meridionale	45,7	18,4	9,3	10,6	10,2	4,2	24,5	25,3	20,9	25,3
Italia insulare	45,0	17,6	10,1	12,4	9,3	4,0	24,2	23,7	21,5	24,7
<b>Italia</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>	<b>28,9</b>	<b>27,3</b>	<b>27,2</b>	<b>27,2</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	51,7	17,8	9,9	9,3	7,7	3,5	28,6	28,2	28,2	25,9
Periferia dell'area metropolitana	56,9	22,8	12,3	12,5	10,8	4,5	34,2	30,2	30,7	32,7
Fino a 2.000 abitanti	44,3	19,3	12,0	11,6	10,5	5,1	25,2	26,4	18,1	24,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	49,2	20,4	11,7	11,7	10,2	4,6	26,8	26,5	23,4	27,1
Da 10.001 a 50.000 abitanti	50,4	20,6	11,0	10,8	9,8	3,8	27,9	26,3	28,5	26,9
50.001 abitanti e più	53,4	18,6	11,1	10,4	9,2	4,0	31,1	27,2	30,6	26,2
<b>Italia</b>	<b>51,2</b>	<b>20,0</b>	<b>11,2</b>	<b>11,0</b>	<b>9,6</b>	<b>4,1</b>	<b>28,9</b>	<b>27,3</b>	<b>27,2</b>	<b>27,2</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più che guardano le videocassette della stessa zona

(b) per 100 persone di 11 anni e più della stessa zona

## 4 Videogiochi

### 4.1 Gioco e scambio di videogiochi

I videogiochi rappresentano un importante canale di alfabetizzazione alle nuove tecnologie per i giovani. In Italia il 20,7% della popolazione di 3 anni e più gioca con i videogiochi ma ovviamente il dato è fortemente influenzato dall'età. I bambini cominciano prestissimo ad interessarsi ai videogiochi e infatti il 26,5% dei bambini di 3-5 anni li utilizza. La percentuale di videogiocatori aumenta drasticamente tra le persone di 11-14 anni (73,8%) e si mantiene molto elevata fino ai 24 anni (superiore al 40%) per poi decrescere rapidamente fino a raggiungere il 5,4% tra i 45-54enni e meno dell'1% tra gli ultrasessantacinquenni.

L'uso dei videogiochi è una prerogativa maschile: il 27,9% dei maschi gioca con i videogiochi rispetto al 13,9% delle donne. Il 6,1% delle persone di 3 anni e più dichiara inoltre di scambiare videogiochi.

Il 10% usa i videogiochi esclusivamente a casa propria e il 6,8% li usa sia a casa sia fuori casa mentre solo il 3,9% usa i videogiochi esclusivamente fuori casa. I bambini fino a 10 anni usano i videogiochi soprattutto tra le pareti domestiche, ma per i ragazzi di 11-19 anni l'uso dei videogiochi sia a casa sia fuori casa diventa prevalente rispetto all'uso esclusivo a casa. I ragazzi tra i 15 e i 24 anni sono quelli con la percentuale più elevata di uso esclusivamente fuori casa (prospetto 4.1).

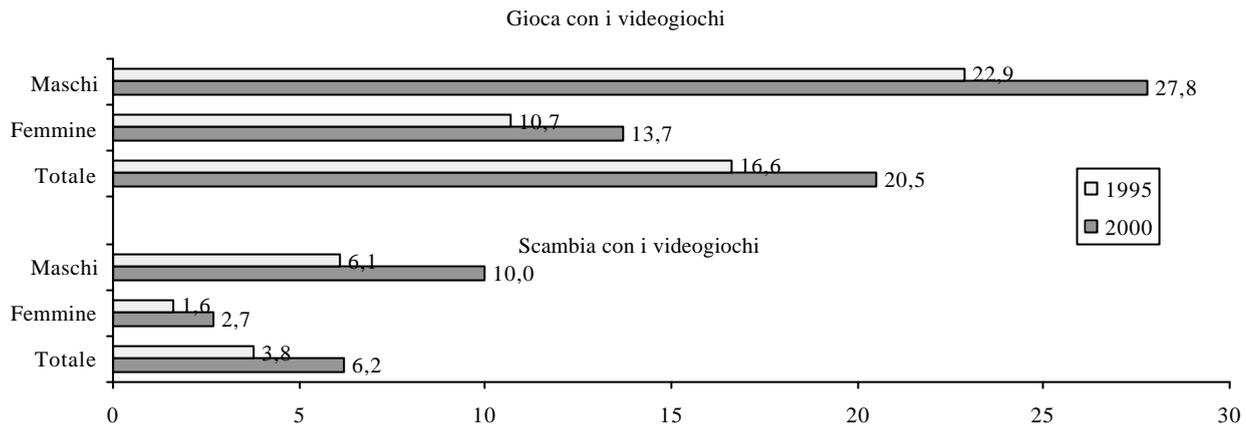
Dal punto di vista territoriale l'uso dei videogiochi è leggermente più diffuso al Sud. La regione in cui è maggiore la quota di persone che gioca con i videogiochi è la Sardegna (23,2%) seguita dalla Campania (22,4%) e dal Molise (22%) mentre Umbria (17%), Friuli-Venezia Giulia (17,1%) e Liguria (17,9%) sono le regioni in cui tale pratica è meno diffusa (tavola 4.2). Se si considerano però i bambini e i ragazzi tra i 6 e i 17 anni, che sono i maggiori utilizzatori di videogiochi, si rileva un maggiore utilizzo al Nord (prospetto 4.2). È interessante inoltre notare che l'uso esclusivo fuori casa è più diffuso nel Meridione (5% rispetto al 2,9%-3,6% del Nord) anche perché nel Meridione è minore la diffusione delle consolle per videogiochi in famiglia (circa 12% rispetto al 15% del Nord).

**Prospetto 4.1 - Persone di 3 anni e più che giocano ai videogiochi per luogo in cui ci giocano, scambio di videogiochi, sesso, classe di età, ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Gioca con i videogiochi				Scambia videogiochi
	Sì	Solo a casa	Solo fuori casa	Sia a casa sia fuori casa	
<b>SESSO</b>					
Maschi	27,9	12,4	5,3	10,2	9,8
Femmine	13,9	7,7	2,6	3,5	2,6
<b>Totale</b>	<b>20,7</b>	<b>10,0</b>	<b>3,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,1</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>					
3 - 5	26,5	20,0	2,4	4,1	3,1
6 - 10	64,7	34,5	7,8	22,5	21,1
11 - 14	73,8	26,6	9,7	37,6	37,6
15 - 17	67,2	20,4	13,5	33,3	31,1
18 - 19	53,5	16,1	14,0	23,4	18,3
20 - 24	43,5	15,6	12,1	15,8	11,9
25 - 34	25,3	12,9	6,5	5,9	5,3
35 - 44	14,7	10,8	2,3	1,7	1,6
45 - 54	5,4	4,3	0,7	0,4	0,5
55 - 59	2,1	1,5	0,4	0,1	0,1
60 - 64	1,1	0,9	0,1	0,1	0,1
65 - 74	0,5	0,4	0,1	0,1	0,0
75 e più	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
<b>Totale</b>	<b>20,7</b>	<b>10,0</b>	<b>3,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,1</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>					
Italia nord-occidentale	20,3	10,4	2,9	7,1	6,0
Italia nord-orientale	19,7	9,7	3,6	6,5	5,6
Italia centrale	20,8	10,6	3,3	6,8	6,4
Italia meridionale	21,3	9,5	5,2	6,6	6,7
Italia insulare	21,4	9,8	5,1	6,6	5,8
<b>Italia</b>	<b>20,7</b>	<b>10,0</b>	<b>3,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,1</b>

Rispetto al 1995 le persone di 6 anni e più che giocano con i videogiochi sono aumentate di circa 4 punti percentuali (dal 16,6% al 20,5%). L'incremento è stato superiore per i maschi (dal 22,9% al 27,8%) rispetto alle femmine (dal 10,7% al 13,7%) con un conseguente aumento del divario. Parallelamente sono aumentate di 2,4 punti percentuali le persone di 6 anni e più che scambiano videogiochi. In questo caso l'aumento è dovuto quasi esclusivamente ai maschi che passano dal 6,1% del 1995 al 10% del 2000 mentre le femmine che scambiano videogiochi sono aumentate, in cinque anni, appena di 1,1 punti percentuali (dall'1,6% al 2,7%).

**Figura 4.1 - Persone di 6 anni e più per gioco con i videogiochi, scambio di videogiochi e sesso - Anni 1995 e 2000**  
(per 100 persone dello stesso sesso)



A cavallo tra l'uso della televisione e l'uso del pc e/o di altre apparecchiature informatiche portatili il videogioco è uno degli ambiti di esplorazione delle nuove tecnologie più visitato da bambini e ragazzi. E' interessante quindi approfondire l'analisi sui bambini e i ragazzi tra i 6 e i 17 anni.

La percentuale di bambini e ragazzi fra i 6-17 anni che giocano con i videogiochi è aumentata di 16 punti percentuali rispetto al 1995 (dal 52,7% al 68,5%, con un incremento del 30%). Nel 1995 il 65,2% dei maschi giocava con i videogiochi contro il 39,4% delle femmine. Nel 2000 la quota di maschi che ci gioca è del 80,2%, contro il 56,2% delle femmine. Rimane quindi il divario fra maschi e femmine, anche se l'incremento registrato per le bambine è più alto di quello relativo ai loro coetanei maschi (42,6% per le prime e 23% per i secondi). A distanza di cinque anni, quindi, i videogiochi continuano a rimanere un'attività prevalentemente maschile, anche se si evidenzia un progressivo coinvolgimento delle femmine nel mondo dei videogiochi. Rispetto al territorio, sia nel 1995 che nel 2000 la quota più elevata di ragazzi che utilizzano i videogiochi continua a registrarsi nelle regioni settentrionali (circa il 60% nel 1995 e circa il 70% nel 2000), anche se la crescita più significativa si è riscontrata nel Sud (46,8% nel 1995, 66,9% nel 2000) e nelle Isole (40,8% nel 1995 e 63% nel 2000) con incrementi rispettivamente del 42,9% e del 54,4%. Quindi, a differenza di quanto accade per l'uso del pc (cfr. capitolo 5), il divario fra Nord e Sud si è ridotto notevolmente per quel che riguarda i videogiochi.

Considerando solo i ragazzi che vivono con almeno un genitore emerge chiaramente come il titolo di studio dei genitori influenzi l'utilizzo dei videogiochi da parte dei ragazzi e tale relazione è analoga a quella che si registra per l'uso del pc. Nel 2000 lo scarto fra alti e bassi titoli di studio dei genitori è infatti di circa 15 punti percentuali. È interessante però sottolineare come rispetto al 1995 l'incremento più significativo della quota di bambini che usano i videogiochi si sia registrato per i figli di genitori con la licenza elementare (passando dal 40,2% al 58,4%) con una conseguente riduzione delle differenze (prospetto 4.2).

**Prospetto 4.2 - Bambini fra i 6 e i 17 anni che usano i videogiochi per classi di età, sesso, ripartizione geografica e titolo di studio più elevato dei genitori - Anni 1995 e 2000**

SESSO, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E TITOLO DI STUDIO PIÙ ALTO DEI GENITORI	1995				2000			
	6-10	11-14	15-17	Totale	6-10	11-14	15-17	Totale
SESSO (a)								
Maschi	59.0	72.6	65.2	65.2	73.5	86.1	82.2	80.2
Femmine	35.4	46.1	37.1	39.4	55.3	61.0	51.2	56.2
<b>Totale</b>	<b>47.5</b>	<b>59.7</b>	<b>51.9</b>	<b>52.7</b>	<b>64.7</b>	<b>73.8</b>	<b>67.2</b>	<b>68.5</b>
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA (a)								
Nord-ovest	52.0	74.0	57.2	60.4	63.5	79.3	73.3	71.7
Nord-est	54.9	68.3	58.6	60.5	65.0	79.1	66.1	69.9
Centro	55.2	62.9	54.0	57.3	67.9	72.5	65.7	68.8
Sud	41.6	52.1	47.4	46.8	65.3	70.4	64.7	66.9
Isole	37.0	43.0	43.7	40.8	61.0	69.2	66.4	63.0
<b>Italia</b>	<b>47.5</b>	<b>59.7</b>	<b>51.9</b>	<b>52.7</b>	<b>64.7</b>	<b>73.8</b>	<b>67.2</b>	<b>68.5</b>
TITOLO DI STUDIO PIÙ ALTO DEI GENITORI (b)								
Laurea	55.6	63.1	57.1	58.5	68.7	82.1	72.7	73.9
Superiori	53.2	65.7	61.3	59.0	69.5	76.6	66.5	71.3
Medie	41.9	59.0	51.2	50.2	60.7	70.6	69.9	66.6
Elementari. nessun titolo	34.4	45.0	39.3	40.2	49.3	67.2	56.3	58.4
<b>Totale</b>	<b>47.4</b>	<b>59.6</b>	<b>52.0</b>	<b>52.7</b>	<b>64.8</b>	<b>73.9</b>	<b>67.2</b>	<b>68.5</b>

(a) Per 100 bambini di 6-17 anni con le stesse caratteristiche

(b) Per 100 bambini di 6-17 anni con le stesse caratteristiche che vivono con almeno un genitore

**Tavola 4.1 - Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Gioca con i videogiochi									Scambia videogiochi		
	Totale	A casa			Fuori casa			Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente		
		Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente					
<b>MASCHI</b>												
3 - 5	31,7	17,3	4,7	6,7	2,3	2,4	3,9	1,0	0,7	2,0		
6 - 10	73,5	50,4	8,7	6,5	9,2	9,4	20,4	4,6	9,1	16,9		
11 - 14	86,1	60,6	8,7	6,5	15,7	19,8	25,8	9,9	18,1	25,6		
15 - 17	82,2	51,4	7,2	8,4	19,8	17,7	26,0	8,7	15,8	23,3		
18 - 19	68,8	29,5	11,4	11,0	14,3	12,8	23,7	2,6	9,4	18,8		
20 - 24	57,8	21,6	9,6	11,0	8,4	9,8	20,4	2,5	5,3	11,7		
25 - 34	35,4	10,8	6,2	8,7	2,5	4,4	11,7	0,7	2,3	5,6		
35 - 44	21,1	4,9	3,9	8,7	0,7	1,4	4,3	0,1	0,5	2,1		
45 - 54	8,1	2,3	1,5	3,2	0,2	0,5	1,1	0,1	0,1	0,6		
55 - 59	3,3	1,2	0,7	0,8	0,4	0,1	0,3	0,1	-	0,2		
60 - 64	1,8	0,8	0,3	0,5	0,1	0,0	0,3	-	-	0,0		
65 - 74	0,8	0,2	0,1	0,3	0,0	0,1	0,1	-	-	0,0		
75 e più	0,5	0,2	-	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	-	-		
<b>Totale</b>	<b>27,9</b>	<b>12,9</b>	<b>4,1</b>	<b>5,6</b>	<b>3,4</b>	<b>4,1</b>	<b>8,0</b>	<b>1,4</b>	<b>2,9</b>	<b>5,5</b>		
<b>FEMMINE</b>												
3 - 5	20,8	8,3	4,8	6,1	0,5	1,0	2,7	-	0,4	2,1		
6 - 10	55,3	26,3	10,6	10,8	3,0	4,5	13,4	2,1	2,9	5,9		
11 - 14	61,0	27,7	11,3	13,1	3,8	7,6	21,3	2,6	4,9	13,5		
15 - 17	51,2	14,7	8,3	16,3	3,8	6,7	18,5	0,8	3,8	8,7		
18 - 19	39,1	6,6	7,3	14,0	2,6	5,9	16,3	0,8	1,3	4,6		
20 - 24	28,6	5,1	4,2	10,7	2,0	3,4	11,4	0,1	1,1	2,8		
25 - 34	14,8	2,7	3,0	5,9	0,6	1,1	4,2	0,1	0,3	1,5		
35 - 44	8,3	1,6	1,4	4,4	0,3	0,2	1,0	0,0	0,1	0,4		
45 - 54	2,8	1,1	0,3	1,1	0,0	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1		
55 - 59	0,8	0,5	0,1	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1		
60 - 64	0,5	0,3	0,0	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,0		
65 - 74	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-	-		
75 e più	0,2	0,2	-	-	0,1	0,0	-	0,0	0,1	-		
<b>Totale</b>	<b>13,9</b>	<b>4,4</b>	<b>2,5</b>	<b>4,4</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>	<b>4,0</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>	<b>1,7</b>		
<b>MASCHI E FEMMINE</b>												
3 - 5	26,5	12,9	4,7	6,4	1,4	1,7	3,3	0,5	0,6	2,0		
6 - 10	64,7	38,8	9,6	8,5	6,3	7,0	17,0	3,4	6,1	11,6		
11 - 14	73,8	44,5	10,0	9,7	9,9	13,8	23,6	6,3	11,6	19,7		
15 - 17	67,2	33,7	7,8	12,3	12,1	12,4	22,4	4,9	10,0	16,2		
18 - 19	53,5	17,7	9,3	12,5	8,2	9,3	19,9	1,7	5,2	11,4		
20 - 24	43,5	13,6	7,0	10,9	5,3	6,7	16,0	1,3	3,2	7,4		
25 - 34	25,3	6,8	4,6	7,4	1,6	2,8	8,0	0,4	1,3	3,6		
35 - 44	14,7	3,3	2,7	6,5	0,5	0,8	2,7	0,1	0,3	1,2		
45 - 54	5,4	1,7	0,9	2,1	0,1	0,3	0,7	0,1	0,1	0,3		
55 - 59	2,1	0,8	0,4	0,5	0,2	0,1	0,2	0,0	-	0,1		
60 - 64	1,1	0,5	0,2	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	-	0,0		
65 - 74	0,5	0,2	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	-	0,0		
75 e più	0,3	0,2	-	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	-		
<b>Totale</b>	<b>20,7</b>	<b>8,5</b>	<b>3,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>3,6</b>		

**Tavola 4.2 - Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona)**

TERRITORIO	Totale	Gioca con i videogiochi						Scambia videogiochi		
		A casa			Fuori casa			Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente
		Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente			
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	19,9	8,5	3,7	4,7	1,8	2,5	5,4	0,9	2,2	3,1
Valle d'Aosta	19,5	7,3	3,4	5,7	1,5	2,1	6,5	0,5	1,5	3,6
Lombardia	21,0	8,9	3,5	5,8	1,7	2,5	6,3	0,8	1,4	3,9
Trentino-Alto Adige	19,6	7,3	3,2	5,9	1,4	1,6	6,1	0,4	1,8	3,6
- Bolzano - Bozen	19,8	7,1	3,5	5,9	1,2	1,1	5,8	0,4	2,0	3,4
- Trento	19,4	7,5	3,0	5,8	1,7	2,1	6,4	0,4	1,5	3,8
Veneto	20,5	8,0	3,6	5,2	1,7	2,8	6,2	0,7	1,6	3,2
Friuli-Venezia Giulia	17,1	7,7	2,9	3,3	1,3	2,1	4,2	0,9	0,9	2,5
Liguria	17,9	7,2	2,8	4,9	1,4	1,8	4,3	0,4	1,2	3,1
Emilia-Romagna	19,6	8,7	3,2	4,1	2,3	2,8	5,1	0,7	1,8	3,7
Toscana	20,3	8,6	4,1	5,1	1,8	2,6	5,3	0,9	1,8	4,0
Umbria	17,0	7,3	2,0	3,7	2,0	2,4	6,0	0,6	1,3	3,5
Marche	21,0	8,4	2,8	4,7	2,9	3,1	6,5	1,2	1,9	3,1
Lazio	21,6	9,7	3,3	5,3	1,6	2,4	5,8	1,0	2,0	3,3
Abruzzo	20,6	9,0	2,3	4,3	2,6	2,9	6,2	0,9	2,2	3,3
Molise	22,0	8,9	2,5	4,4	4,0	3,9	6,1	1,4	1,4	4,1
Campania	22,4	9,2	3,2	4,8	2,4	3,2	7,1	0,9	2,0	4,7
Puglia	20,0	8,2	2,6	4,4	1,9	2,6	5,8	0,8	1,9	3,5
Basilicata	21,5	8,8	3,1	4,0	2,4	2,6	6,9	1,0	1,7	2,8
Calabria	21,2	7,5	3,1	4,8	3,4	2,9	5,9	1,0	1,2	2,8
Sicilia	20,8	8,0	3,1	4,8	2,5	2,7	6,1	0,8	1,7	3,1
Sardegna	23,2	7,3	3,6	6,4	2,9	3,0	7,0	0,9	2,0	3,6
<b>Italia</b>	<b>20,7</b>	<b>8,5</b>	<b>3,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>3,6</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	20,3	8,6	3,5	5,4	1,7	2,4	5,8	0,8	1,6	3,6
Italia nord-orientale	19,7	8,2	3,4	4,6	1,9	2,6	5,5	0,7	1,6	3,3
Italia centrale	20,8	9,0	3,4	5,0	1,9	2,6	5,7	1,0	1,9	3,5
Italia meridionale	21,3	8,6	2,9	4,6	2,5	2,9	6,4	0,9	1,9	3,9
Italia insulare	21,4	7,9	3,2	5,2	2,6	2,7	6,3	0,8	1,8	3,2
<b>Italia</b>	<b>20,7</b>	<b>8,5</b>	<b>3,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>3,6</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	18,0	7,4	3,3	4,7	1,2	2,3	4,7	0,5	1,7	3,0
Periferia dell'area metropolitana	24,7	10,4	3,3	6,3	2,1	3,3	7,4	1,0	1,9	4,5
Fino a 2.000 abitanti	21,3	8,0	3,1	5,1	2,6	2,3	6,5	0,7	1,6	3,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	21,2	8,6	3,4	4,9	2,4	2,8	6,4	1,0	1,7	3,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	20,2	8,5	3,2	4,7	2,1	2,7	5,8	0,9	1,9	3,2
50.001 abitanti e più	19,9	8,4	3,2	4,7	2,0	2,5	5,6	0,8	1,6	3,8
<b>Italia</b>	<b>20,7</b>	<b>8,5</b>	<b>3,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>3,6</b>



## 5. Personal computer

### 5.1 L'uso del personal computer

Nel 2000 il 29,6% delle persone di 3 anni e più (pari a 16 milioni e 400mila individui) usa il pc. L'uso di questo mezzo ripropone, seppure con diversa intensità le classiche geografie delle disuguaglianze legate al genere, al rapporto Nord/Sud, alla condizione professionale e al livello di istruzione.

In primo luogo i dati evidenziano l'esistenza di un consistente divario tra uomini e donne. Sono di più gli uomini che usano il personal computer (il 34,3% rispetto al 25,1% delle donne) ma le differenze sono molto più contenute tra i giovani fino ai 24 anni. In particolare si registra un forte vantaggio a favore delle donne tra le bambine di 3-5 anni del Nord-est (21,4% rispetto al 10,7% dei bambini della stessa ripartizione) e le persone tra i 20 e i 24 del Nord-ovest (67,2% rispetto al 60,4% dei coetanei maschi). Le differenze di genere si amplificano notevolmente dai 25 anni in poi e tale andamento è valido anche rispetto alle diverse ripartizioni geografiche.

Sono i giovani ad usare di più il personal computer: tra i bambini di 6-10 anni il tasso di utilizzo è del 34,8% e supera il 50% tra gli 11 e i 24 anni. Le percentuali decrescono nelle età successive riducendosi al 27,4% tra i 45-54enni e all'1,9% tra gli ultrasessantacinquenni.

Il territorio influenza notevolmente l'uso del personal computer. Al Nord la percentuale di utilizzatori è di circa il 35%, al Centro si registra un valore di poco inferiore (31,1%) mentre al Sud e nelle Isole il tasso di utilizzo del pc è decisamente più contenuto (rispettivamente 22,8% e 20,5%). Il ritardo del Mezzogiorno si registra in tutte le classi di età ma è particolarmente forte tra i bambini tra i 3 e i 10 anni. In particolare rispetto al Centro, in cui è più alta la percentuale di bambini di 3-5 anni che usano il pc (18,2%), la quota di bambini di 3-5 anni che usa il pc al Sud è del 5% e nelle Isole è appena del 3%. (prospetto 5.1).

**Prospetto 5.1 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per età, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	3-5	6-10	11-14	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65 e più	Totale
<b>NORD OVEST</b>												
Maschi	14,3	47,6	65,5	74,3	60,4	51,4	54,0	40,2	25,3	13,8	5,9	39,6
Femmine	15,0	43,6	66,9	76,2	67,2	51,2	44,4	26,1	6,7	1,9	0,9	30,5
<b>Totale</b>	<b>14,6</b>	<b>45,6</b>	<b>66,2</b>	<b>75,3</b>	<b>63,8</b>	<b>51,3</b>	<b>49,3</b>	<b>33,1</b>	<b>15,8</b>	<b>7,7</b>	<b>2,9</b>	<b>34,9</b>
<b>NORD EST</b>												
Maschi	10,7	51,8	74,1	77,7	62,2	56,6	52,9	37,4	16,7	11,5	4,5	39,5
Femmine	21,4	45,1	74,9	73,8	62,8	51,9	43,9	23,4	11,8	5,9	0,6	30,7
<b>Totale</b>	<b>15,9</b>	<b>48,7</b>	<b>74,5</b>	<b>75,7</b>	<b>62,5</b>	<b>54,4</b>	<b>48,5</b>	<b>30,5</b>	<b>14,3</b>	<b>8,5</b>	<b>2,2</b>	<b>35,0</b>
<b>CENTRO</b>												
Maschi	19,6	38,1	63,9	67,7	56,3	48,8	49,8	37,8	27,0	15,2	3,3	36,5
Femmine	16,8	38,4	63,5	51,7	58,6	46,2	34,7	20,8	6,8	3,9	0,5	26,0
<b>Totale</b>	<b>18,2</b>	<b>38,2</b>	<b>63,7</b>	<b>60,3</b>	<b>57,4</b>	<b>47,6</b>	<b>42,1</b>	<b>28,7</b>	<b>17,7</b>	<b>9,4</b>	<b>1,7</b>	<b>31,1</b>
<b>SUD</b>												
Maschi	5,1	25,6	48,5	50,4	41,4	34,1	36,2	28,0	12,5	9,6	2,1	27,9
Femmine	4,9	24,6	39,1	44,9	35,1	25,1	20,2	12,1	4,6	1,2	0,1	18,0
<b>Totale</b>	<b>5,0</b>	<b>25,1</b>	<b>43,9</b>	<b>47,6</b>	<b>38,3</b>	<b>29,7</b>	<b>27,9</b>	<b>20,0</b>	<b>8,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,9</b>	<b>22,8</b>
<b>ISOLE</b>												
Maschi	3,8	17,8	40,6	44,5	36,2	29,8	29,8	27,9	14,8	9,1	1,8	24,1
Femmine	2,2	19,9	35,6	41,2	35,1	25,5	18,2	15,3	3,0	2,5	0,2	17,2
<b>Totale</b>	<b>3,0</b>	<b>18,8</b>	<b>38,2</b>	<b>42,8</b>	<b>35,6</b>	<b>27,6</b>	<b>24,1</b>	<b>21,4</b>	<b>8,6</b>	<b>5,8</b>	<b>0,8</b>	<b>20,5</b>
<b>ITALIA</b>												
Maschi	10,4	35,8	57,2	61,9	51,4	45,6	45,9	35,0	20,3	12,3	3,8	34,3
Femmine	11,9	33,8	54,0	56,6	51,9	41,2	33,4	20,1	6,8	3,1	0,5	25,1
<b>Totale</b>	<b>11,1</b>	<b>34,8</b>	<b>55,7</b>	<b>59,3</b>	<b>51,6</b>	<b>43,4</b>	<b>39,6</b>	<b>27,4</b>	<b>13,5</b>	<b>7,6</b>	<b>1,9</b>	<b>29,6</b>

Gli studenti sono la categoria di persone che ha il tasso di utilizzo del pc più elevato (68,1%) con una differenza tra uomini e donne di circa 8 punti percentuali (rispettivamente 72,4% e 64,3%). Tra gli occupati sono i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti e i direttivi, quadri e impiegati ad avere i tassi di utilizzo più elevati (63,9%), seguiti dai lavoratori in proprio e coadiuvanti (27,6%). E' interessante rilevare che tra gli occupati le differenze di genere sono molto più contenute. Ad esempio tra i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti le donne che usano il pc sono il 63,2% e gli uomini il 64% (tavola 5.3 del floppy).

Il titolo di studio comunque è la variabile che influenza in modo più evidente l'uso del personal computer. Il 68,1% dei laureati usa il pc rispetto all'11,1% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo e questo divario diventa ancora più forte se si considerano le persone tra i 25 e i 44 anni (79,9% dei laureati usa il pc rispetto al 2,6% dei coetanei con la licenza elementare o nessun titolo), per poi attenuarsi leggermente nelle classi di età più avanzate.

Per quel che riguarda la frequenza di utilizzo vi è da rilevare una forte concentrazione di persone che usano il pc con continuità la quasi totalità degli utilizzatori (87,3%) vi ricorre almeno una volta alla settimana e ben il 54% lo usa tutti i giorni (tavole 3.1 e 3.2).

Il personal computer viene utilizzato prevalentemente per 12 ore al giorno (24,9%) o per 23 ore al giorno (15,4%), mentre risulta cospicua la quota di coloro che non riescono a quantificare il tempo trascorso davanti al pc (18,5%), in maniera probabilmente analoga a coloro che, a causa dell'elevato numero di momenti della giornata trascorsi davanti allo schermo, non riescono a dire quante ore passano davanti alla televisione (cfr capitolo 2).

Con riferimento all'uso del pc a casa (nel 1995 veniva rilevata solo questa modalità di utilizzo), si sono registrate delle significative variazioni rispetto al 1995 (prospetto 5.2). In primo luogo i livelli di fruizione sono praticamente raddoppiati, passando dal 12,3% al 23%, e l'aumento più forte si è registrato fra i giovani di 14-24 anni (circa 20 punti percentuali). In secondo luogo, rispetto al 1995 è diminuita la differenza di genere. Tale riduzione è molto accentuata per le nuove generazioni (persone dai 6 ai 24 anni), per le quali si raggiunge una situazione di quasi parità mentre tra le persone più anziane, in particolare per gli ultra 45enni, il divario rimane consistente.

Nonostante l'utilizzo del pc sia in crescita al Nord come al Sud, aumentano le differenze territoriali. In cinque anni la crescita più significativa si è registrata nel Nord-est, dove i livelli di fruizione sono passati dal 12,5% al 27,1%, mentre il Sud e le Isole, oltre a partire da livelli più bassi, hanno fatto registrare incrementi più contenuti.

**Prospetto 5.2 - Persone di 3 anni e più anni che usano il pc a casa per classi di età, sesso e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	6-13	14-24	25-44	45-64	65 e più	Totale
1995						
SESSO						
Maschi	30,0	31,9	18,5	9,5	1,8	16,9
Femmine	18,6	18,6	9,9	2,5	0,1	8,0
<b>Totale</b>	<b>24,5</b>	<b>25,3</b>	<b>14,2</b>	<b>5,9</b>	<b>0,8</b>	<b>12,3</b>
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA						
Italia nord-occidentale	29,4	31,3	16,7	6,6	0,9	13,9
Italia nord-orientale	28,1	27,0	16,0	5,5	0,8	12,5
Italia centrale	30,8	29,1	16,3	6,5	0,9	13,6
Italia meridionale	19,8	21,2	10,8	5,3	0,7	10,9
Italia insulare	16,2	17,0	9,1	5,2	0,5	9,1
<b>Italia</b>	<b>24,5</b>	<b>25,3</b>	<b>14,2</b>	<b>5,9</b>	<b>0,8</b>	<b>12,3</b>
2000						
SESSO						
Maschi	38,2	47,3	34,5	20,5	3,3	27,8
Femmine	35,7	42,6	24,8	9,2	0,4	18,5
<b>Totale</b>	<b>37,0</b>	<b>45,0</b>	<b>29,7</b>	<b>14,7</b>	<b>1,6</b>	<b>23,0</b>
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA						
Italia nord-occidentale	46,9	58,9	35,7	17,1	2,4	27,2
Italia nord-orientale	50,0	55,3	37,1	16,1	1,8	27,1
Italia centrale	41,0	49,7	32,5	16,5	1,5	24,4
Italia meridionale	28,7	34,7	21,5	10,8	0,8	18,4
Italia insulare	20,0	27,2	15,7	10,9	0,7	14,2
<b>Italia</b>	<b>37,0</b>	<b>45,0</b>	<b>29,7</b>	<b>14,7</b>	<b>1,6</b>	<b>23,0</b>

L'aumento del tasso di fruizione del pc non è però omogeneo tra le nuove generazioni. Considerando infatti l'influenza del titolo di studio dei genitori sull'uso del pc a casa da parte dei figli, a distanza di 5 anni il livello di utilizzo del pc a casa per i figli con genitori che hanno la licenza elementare o nessun titolo è rimasto pressoché invariato (prospetto 5.3). Sono invece considerevolmente più consistenti gli incrementi nell'utilizzo del computer per i bambini con genitori con titoli di studio superiori: il 42,3% per i bambini con almeno un genitore laureato (passando dal 43,3% al 61,6%), il 48,8% per i bambini con almeno un genitore diplomato (passando dal 33,0% al 49,1%). In conseguenza, dal 1995 al 2000, è cresciuto il divario tra i bambini e i ragazzi che hanno i genitori con basso titolo di studio e quelli che hanno i genitori con titolo di studio medio-alto (superiori e laurea).

E' importante invece notare il forte recupero dei bambini e dei ragazzi che hanno i genitori con la licenza media. Pur attestandosi su livelli più bassi, tra questi bambini si è registrata una crescita nell'utilizzo del pc a casa dal 17,7% al 26,1% (con un incremento del 47,5%, cioè quasi pari a quello di chi ha i genitori con diploma superiore e addirittura superiore a quello dei ragazzi con genitori laureati).

**Prospetto 5.3 - Bambini tra i 6 e i 14 anni che vivono con almeno un genitore per utilizzo del pc a casa e titolo di studio più alto dei genitori - Anni 1995 e 2000 (per 100 bambini che vivono con almeno un genitore con le stesse caratteristiche)**

	1995			2000		
	6 - 10	11 - 14	Totale	6 - 10	11 - 14	Totale
<b>TITOLO DI STUDIO PIÙ ALTO DEI GENITORI</b>						
Laurea	39.5	48.1	43.3	54.7	71.3	61.6
Superiori	27.1	41.6	33.0	39.6	60.0	49.1
Medie	12.0	24.2	17.7	17.3	35.9	26.1
Elementari. nessun titolo	7.5	16.5	13.0	4.6	18.9	13.5
<b>Totale</b>	<b>20.8</b>	<b>31.3</b>	<b>25.7</b>	<b>30.5</b>	<b>47.6</b>	<b>38.6</b>

## 5.2 Dove si utilizza il personal computer e per quali attività

A differenza di internet (cfr. capitolo 6), il cui uso è prevalentemente casalingo, il personal computer è usato sia a casa sia fuori casa. Il 12,6% delle persone di 3 anni e più usano il pc in entrambi i contesti mentre il 10% usa il pc esclusivamente a casa e il 6,8% usa il pc solamente fuori casa.

Le donne, più degli uomini, usano il pc in un unico luogo (solo a casa o solo fuori casa), mentre tra gli uomini è più alta la percentuale di coloro che lo usano sia a casa sia fuori casa (16% rispetto al 9,5%).

I bambini ovviamente usano il pc soprattutto a casa. Considerando che i bambini di 3-5 anni che usano il pc sono l'11,2% coloro che lo usano solo a casa sono ben il 9,8% (pari all'87% degli utilizzatori di 3-5 anni). Ugualmente elevata è la quota di bambini di 6-10 anni che usano il pc a casa (23,2%). Per una larga fascia di età che coinvolge le persone dagli 15 ai 54 anni, prevale l'utilizzo sia a casa sia fuori casa (con percentuali comprese tra il 13% e il 30%) ma per i giovani fino ai 24 anni rimane comunque molto forte l'uso esclusivo a casa. L'utilizzo del pc solo fuori casa infine aumenta a partire dagli 11 anni e raggiunge il picco tra i 25 e i 34 anni.

Dal punto di vista territoriale si evidenzia una maggiore propensione ad usare il pc a casa nel Sud e nelle Isole rispetto al resto d'Italia (prospetto 5.4).

**Prospetto 5.4 - Persone di 3 anni e più che usano il pc per luogo in cui lo usano, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Usa il personal computer	Luogo in cui si usa il personal computer			
		Solo a casa	Solo fuori casa	Sia a casa sia fuori casa	Non indicato
<b>SESSO</b>					
Maschi	34,4	11,3	7,0	16,0	0,1
Femmine	25,1	8,8	6,6	9,5	0,2
<b>Totale</b>	<b>29,6</b>	<b>10,0</b>	<b>6,8</b>	<b>12,6</b>	<b>0,2</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>					
3 - 5	11,2	9,8	0,7	0,4	0,3
6 - 10	34,8	23,2	4,1	7,2	0,3
11 - 14	55,6	24,8	7,9	22,9	0,0
15 - 17	59,8	20,1	9,2	30,5	0,0
18 - 19	58,2	20,3	11,5	26,1	0,3
20 - 24	51,6	18,2	11,1	22,3	0,0
25 - 34	43,4	11,0	12,8	19,4	0,2
35 - 44	39,6	10,6	10,6	18,3	0,1
45 - 54	27,4	7,2	6,9	13,2	0,1
55 - 59	13,5	5,2	3,1	5,1	0,1
60 - 64	7,6	4,3	1,5	1,6	0,2
65 e più	1,8	1,3	0,2	0,3	0,0
<b>Totale</b>	<b>29,6</b>	<b>10,0</b>	<b>6,8</b>	<b>12,6</b>	<b>0,2</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>					
Italia nord-occidentale	34,8	10,9	7,8	16,0	0,1
Italia nord-orientale	35,1	10,3	8,2	16,4	0,2
Italia centrale	31,1	11,7	6,7	12,6	0,1
Italia meridionale	22,9	9,1	4,8	8,9	0,1
Italia insulare	20,6	6,7	6,7	7,1	0,1
<b>Italia</b>	<b>29,6</b>	<b>10,0</b>	<b>6,8</b>	<b>12,6</b>	<b>0,2</b>

Con il personal computer si lavora (59,6% degli utilizzatori), si gioca (57,2%), si studia (34,4%) e si comunica con altre persone (44,7%). Le donne privilegiano lo studio con il pc (36,9% rispetto al 32,6% dei maschi) mentre per tutte le altre attività sono gli uomini ad avere livelli superiori a quelli delle donne.

Considerando il luogo in cui si svolgono queste diverse attività si nota che solo l'attività lavorativa con il pc è svolta principalmente fuori casa (45,5% rispetto al 25,1% di coloro che lavorano con il pc in casa) mentre il gioco, lo studio e il comunicare con altre persone sono svolte prevalentemente in casa (prospetto 5.5).

**Prospetto 5.5 - Persone di 3 anni e più che utilizzano il pc per sesso, attività svolta con il pc e luogo in cui la svolge - Anno 2000 (per 100 persone che usano il pc dello stesso sesso)**

ATTIVITÀ SVOLTE	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
<b>GIOCARE</b>			
Da casa	49,8	44,1	47,3
Da fuori casa	14,6	13,8	14,2
<b>Totale</b>	<b>59,4</b>	<b>54,5</b>	<b>57,2</b>
<b>STUDIARE / FARE I COMPITI</b>			
Da casa	25,1	27,5	26,1
Da fuori casa	11,6	14,5	12,9
<b>Totale</b>	<b>32,6</b>	<b>36,9</b>	<b>34,4</b>
<b>LAVORARE</b>			
Da casa	28,4	20,9	25,1
Da fuori casa	46,5	44,2	45,5
<b>Totale</b>	<b>62,0</b>	<b>56,6</b>	<b>59,6</b>
<b>COMUNICARE CON ALTRE PERSONE</b>			
Da casa	33,1	26,3	30,1
Da fuori casa	22,3	18,8	20,8
<b>Totale</b>	<b>48,2</b>	<b>40,3</b>	<b>44,7</b>

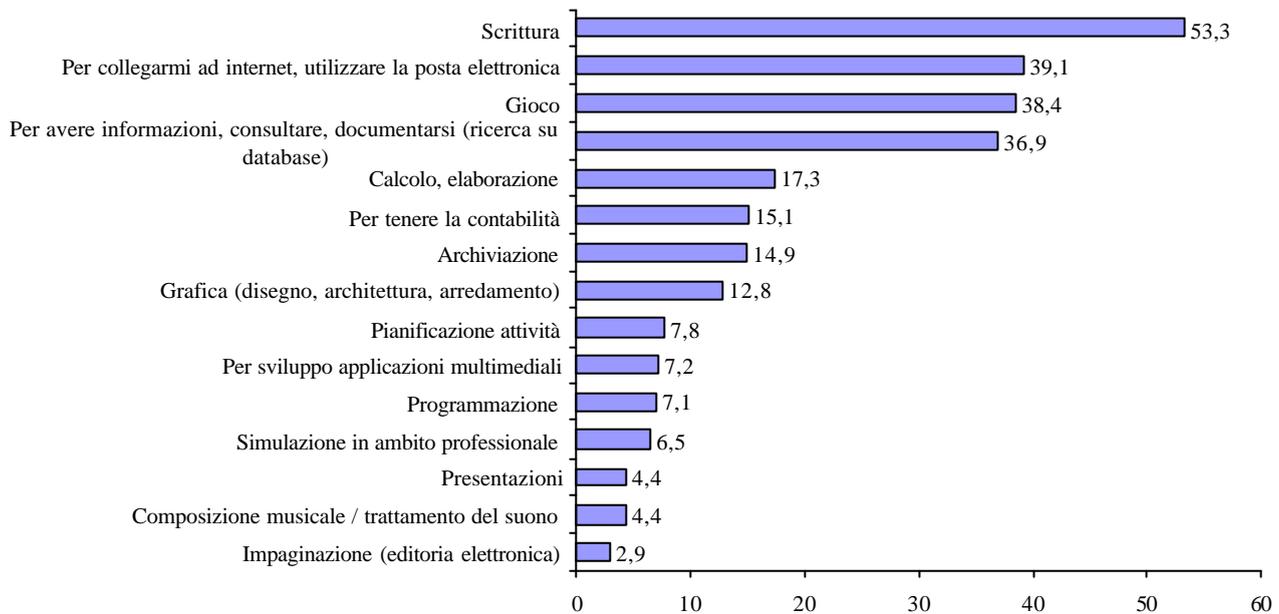
Ovviamente questi diversi tipi di utilizzo sono fortemente legati ai bisogni dei diversi soggetti. I bambini e i ragazzi hanno un rapporto prevalentemente ludico con il nuovo mezzo (con percentuali superiori al 90% tra i 3 e i 14 anni e valori molto prossimi tra ragazzi e ragazze, anche se tra i primi l'utilizzo giornaliero è significativamente più alto) (Tavola 5.5). Lo studio effettuato tramite computer risulta ovviamente più diffuso tra gli studenti utilizzatori di pc (83,3%), con una prevalenza al femminile (83,9% rispetto al 82,9% degli uomini), mentre la quasi totalità di dirigenti, liberi professionisti e imprenditori e dei direttivi, quadri e impiegati lo usano per lavoro (rispettivamente 96,4% e 92,6%), seguiti dall'87,1% di lavoratori in proprio (tavola 5.7).

La diffusione del pc a fini lavorativi risulta più marcata nelle regioni settentrionali (circa il 64% del totale degli utilizzatori) rispetto a ciò che accade nel Sud (50,5%) e nelle Isole (55,1%) (tavola 5.6).

### 5.3 Quali sono i programmi utilizzati

I programmi più utilizzati dalle persone che usano il pc (figura 3.1) sono i programmi di scrittura (53,3%). Di gran lunga meno frequenti le altre attività il 39,1% lo usa per collegarsi ad internet o utilizzare la posta elettronica, il 38,4% per giocare e il 36,9% per avere informazioni, consultare e documentarsi. Superiore al 10% la quota di persone che usano programmi di calcolo e elaborazione (17,3%), programmi per tenere la contabilità (15,1%), programmi di archiviazione (14,9%) e programmi di grafica (12,8%).

**Figura 5.1 - Persone di 3 anni e più per tipi di programmi utilizzati - Anno 2000** (per 100 persone che usano il pc)



I tipi di programmi meno utilizzati sono ovviamente quelli più specialistici come i programmi di editoria elettronica (2,9%), di composizione musicale o trattamento del suono (4,4%) e i programmi di presentazione (4,4%).

Ad eccezione dei programmi di scrittura che sono usati più dalle donne (58,3%) che dagli uomini (49,4%) per tutti gli altri tipi di programmi sono gli uomini ad avere livelli di utilizzo superiori a quelli delle donne. Il divario di genere è però fortemente influenzato dall'età. Ad esempio le ragazze tra i 6 e i 17 anni usano il pc per avere informazioni e documentarsi più dei coetanei maschi e le donne tra i 15 e i 44 anni usano più dei coetanei i programmi per tenere la contabilità. In generale comunque, tra i giovani il divario di genere è più contenuto che nelle classi di età successive (tavole 3.7 e 3.8).

Anche in questo caso vi sono forti differenze per età. I bambini e i ragazzi fino a 14 anni usano soprattutto giochi (con percentuali superiori all'80%). I giovani tra i 15 e i 24 anni usano più degli altri il pc per avere informazioni e documentarsi, per applicazioni di disegno e di grafica e per lo sviluppo di applicazioni multimediali. La quota di persone che scrivono con il pc è invece particolarmente elevata tra i 45 e i 59 anni (circa 58%).

Gli studenti usano più degli altri programmi per applicazioni multimediali (11%), giochi (54%) e linguaggi di programmazione (9,1%). I direttivi, i quadri e gli impiegati hanno il tasso di utilizzo più elevato rispetto all'uso di

programmi di scrittura (60%). Per tutti gli altri programmi sono invece i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti ad avere i tassi di utilizzo più alti (tavola 5.15 del floppy).

In generale sono i laureati ad avere i livelli di utilizzo più elevati e le differenze sono forti anche a parità di classe di età. I laureati tra i 25 e i 44 anni che usano programmi di scrittura sono il 69,6% rispetto al 22,1% dei coetanei con la licenza elementare o nessun titolo e il divario aumenta tra gli ultrasessantacinquenni (78,2% rispetto al 16,4%). Le persone con titoli di studio bassi hanno tassi di utilizzo superiori a quelli dei laureati solo per i programmi di giochi. Tra i 25-44 anni le persone con la licenza elementare o nessun titolo che usano i giochi sono il 38,9% rispetto al 14,7% dei coetanei laureati (tavola 5.16 del floppy).

#### **5.4 Utilizzo del lettore CD-Rom o DVD**

Il CD-Rom e il lettore DVD sono periferiche che hanno assunto un ruolo sempre più importante poiché permettono l'accesso a grandi quantità di informazioni. La maggior parte delle persone che usano il pc usano anche il CD-Rom o il DVD (58,9%), ma esiste comunque una quota di persone che pur usando il pc non sanno cosa siano tali periferiche (2,7%). Gli uomini usano il CD-Rom o il DVD più delle donne e il divario, che è piuttosto contenuto fino ai 14 anni, aumenta nelle età successive (tavola 5.10).

Sono i giovani tra gli 11 e i 34 anni ad avere i tassi di utilizzo del CD-Rom o del DVD più elevati (superiori al 60%), mentre tra i bambini fino a 10 anni è molto elevata la quota di persone che non sa cosa sia (circa 10%).

L'uso del CD-Rom o del DVD inoltre è distribuito in modo abbastanza omogeneo tra le diverse ripartizioni: il livello di utilizzo più elevato si riscontra nel Meridione (62,1%) mentre il livello più basso si riscontra nelle Isole (54,6%).

Il CD-Rom o il DVD sono utilizzati soprattutto per svago nel tempo libero (67,5%), per motivi di lavoro (50,4%) e per motivi di studio (41,3%). Le donne usano più degli uomini i CD-Rom o i DVD per studio (44,9% rispetto al 39,3% dei maschi) mentre al contrario gli uomini li usano di più delle donne per svago nel tempo libero (69,4% rispetto al 64,4% delle donne) e per lavoro (53,5% rispetto al 45%).

L'uso dei CD-Rom o dei DVD per svago nel tempo libero è diffuso soprattutto tra i bambini tra i 3 e i 10 anni (più del 93%) e tra i ragazzi tra gli 11 e i 19 anni (con percentuali superiori all'85%) e, pur calando nelle età successive, si mantiene su livelli superiori al 40% anche tra gli ultrasessantenni. L'uso a scopo di studio si concentra soprattutto nella classe di età tra gli 11 e i 19 anni (75%-69%) per ridursi poi drasticamente nelle età successive. Infine l'uso dei CD-Rom o dei DVD per lavoro è preponderante tra le persone in età lavorativa con un picco per le persone tra i 35 e i 54 anni (circa 74%).

L'uso dei CD-Rom o dei DVD per svago nel tempo libero è distribuito in modo omogeneo sul territorio con una leggera prevalenza nel Nord, mentre l'uso per studio è più forte nelle regioni Meridionali (circa 48-49% rispetto al 38-36% del Nord). Anche l'uso per lavoro si distribuisce in modo piuttosto uniforme con una prevalenza nel Nord-ovest e nelle Isole (circa 52%) rispetto al Centro e al Sud (48%-47%) (prospetto 5.6).

**Prospetto 5.6 - Persone di 3 anni e più per uso del Cd-Rom, tipo di utilizzo, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e sesso)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Usa un lettore Cd-Rom o DVD (a)			Tipo di utilizzo (b)		
	Sì	No	Non so cosa sia	Svago nel tempo libero	Studio	Lavoro
<b>SESSO</b>						
Maschi	65,8	31,0	2,1	69,4	39,3	53,5
Femmine	49,8	44,9	3,6	64,4	44,9	45,0
<b>Totale</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>41,3</b>	<b>50,4</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>						
3 - 5	38,2	47,8	11,0	94,8	7,2	-
6 - 10	49,6	38,1	10,1	93,2	34,8	-
11 - 14	60,4	33,1	5,4	90,9	71,1	-
15 - 17	66,6	30,1	2,8	88,7	75,6	12,9
18 - 19	60,5	36,9	2,0	86,7	69,0	20,8
20 - 24	61,5	36,0	1,6	79,0	52,2	41,0
25 - 34	62,0	35,7	1,1	62,6	35,6	66,9
35 - 44	59,8	37,1	1,7	54,7	27,6	73,0
45 - 54	54,5	41,3	2,2	48,1	26,5	74,7
55 - 59	48,3	46,4	3,0	43,3	27,0	67,1
60 - 64	41,1	50,6	7,4	42,3	13,3	60,8
65 - 74	56,2	37,8	4,5	65,7	19,8	42,3
75 e più	44,4	52,6	3,0	43,3	25,5	34,6
<b>Totale</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>41,3</b>	<b>50,4</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>						
Italia nord-occidentale	57,9	38,0	2,8	68,7	36,8	52,8
Italia nord-orientale	58,5	38,7	2,0	68,9	38,8	51,0
Italia centrale	59,3	36,1	2,7	68,0	41,1	48,0
Italia meridionale	62,1	33,4	3,3	64,8	48,7	47,4
Italia insulare	54,6	40,1	3,0	64,5	49,1	52,5
<b>Italia</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>41,3</b>	<b>50,4</b>

(a) per 100 persone che utilizzano il computer

(b) per 100 persone che utilizzano il personal computer e il Cd-Rom o il DVD

## 5.5 Tipo di CD-Rom o di DVD utilizzati

Considerando le persone che hanno dichiarato di usare CD-Rom o DVD si evidenzia che i tipi più usati sono sicuramente i giochi (43,2%) e i software e i programmi di installazione (36,5%). Molto importante è però anche l'uso "culturale" di questi supporti poiché il 38,2% usa enciclopedie multimediali, il 18,5% CD-Rom o DVD di arte, storia, cultura, letteratura e scienza e il 16,7% CD-Rom o DVD di immagini, fotografie e arte digitale. Questi supporti sono molto usati inoltre anche nell'ambito della formazione, poiché il 26,7% delle persone ha usato CD-Rom o DVD educativi, didattici o manuali tecnici (figura 5.2).

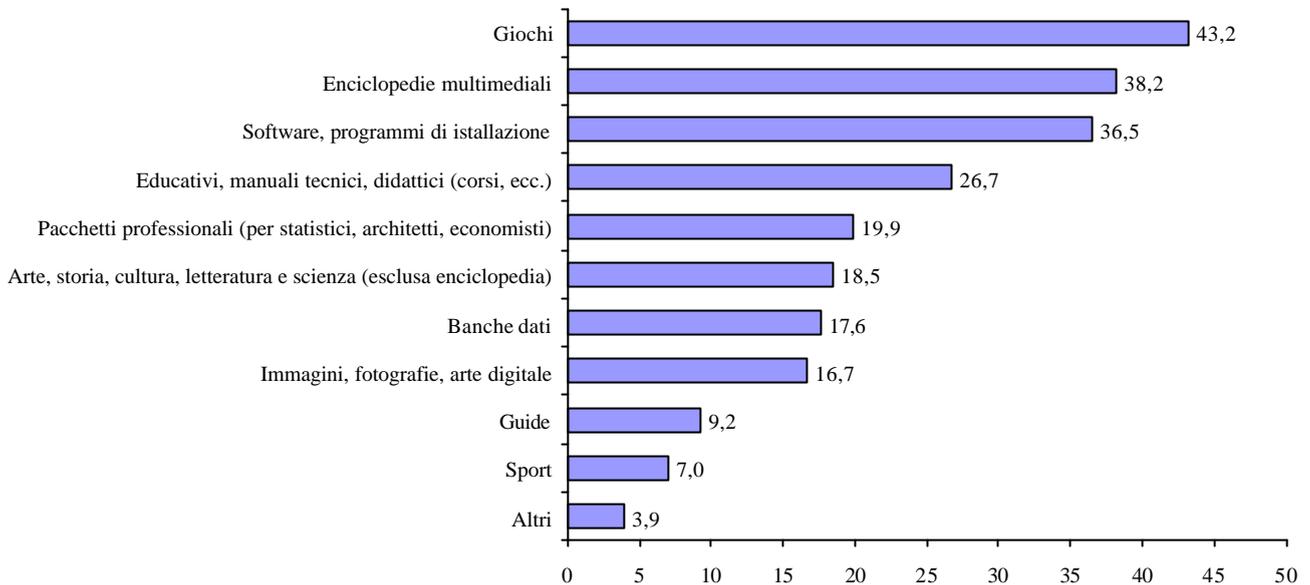
Piuttosto nette le differenze di genere. Le donne usano più degli uomini i CD-Rom o DVD educativi, manuali tecnici, didattici (corsi, ecc.), quelli di arte, storia, cultura, letteratura e scienza e le enciclopedie multimediali, mentre gli uomini hanno livelli di utilizzo superiori a quelli delle donne per tutti gli altri tipi di CD-Rom o DVD. Il divario è particolarmente forte rispetto ai software e programmi di installazione (41,2% rispetto a 28,4% delle donne), ai pacchetti professionali e ai CD-Rom o DVD di sport (circa 8 punti percentuali) (tavola 5.11).

Emergono inoltre delle polarizzazioni piuttosto nette sulla base del titolo di studio. I laureati infatti usano più delle persone con titoli di studio bassi CD-Rom o DVD professionali (37,2% rispetto all'1,2% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo), banche dati (28,8% rispetto al 2,1%) e software e programmi di installazione (40,2% rispetto al 10,7% delle persone con la licenza elementare o nessun titolo). Le persone con titoli di studio bassi usano più dei laureati i giochi (86,4% rispetto a 16,9%), le enciclopedie multimediali (52,7% rispetto al 29,3% dei laureati) e i CD-Rom o DVD di immagini, fotografie e arte digitale (tavola 5.24 del floppy).

Rispetto alla condizione professionale si rileva che i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti usano più delle altre categorie i pacchetti professionali (44,5%) e le banche dati (35,7%), i direttivi, quadri e impiegati usano in particolare CD-Rom o DVD educativi, manuali tecnici, didattici (29,1%) e i lavoratori in proprio e i coadiuvanti hanno percentuali elevate di utilizzo di CD-Rom o DVD di software (46%). Interessante rilevare

inoltre che i ritirati dal lavoro usano più delle altre categorie supporti di arte, storia, cultura, letteratura e scienza (28,6%) e guide multimediali (17,9%) mentre il tasso di utilizzo più elevato di enciclopedie multimediali si registra tra le casalinghe (53,8%) e gli studenti (51,1%) (tavola 5.23 del floppy).

**Figura 5.2 - Persone di 3 anni e più per tipi di programmi utilizzati - Anno 2000** (per 100 persone che usano il pc)



## 5.6 Numero di Personal Computer, CD-Rom e DVD posseduti

Il possesso del personal computer a casa è considerevolmente aumentato negli ultimi anni. La quota di famiglie italiane che possiede un personal computer a casa è infatti passata dal 16,7% del 1997 al 29,4% del 2000. La maggior parte ne possiede solo 1 ma il 4,2% delle famiglie ne possiede 2 o più. Nella maggior parte dei casi si tratta di computer da tavolo poiché solo il 5% delle famiglie possiede un computer portatile.

Le regioni in cui è più alta la percentuale di famiglie che possiede pc a casa sono il Trentino-Alto Adige (36,2%) e la Lombardia (34,9%) mentre i livelli più bassi si riscontrano nel Meridione e in particolare in Sicilia (17,5%) e in Sardegna (22,2%).

I pc posseduti dalle famiglie italiane non sono però particolarmente recenti poiché più della metà delle famiglie che nel 2000 possedevano un pc lo avevano acquistato almeno tre anni prima (in particolare il 28,7% tra tre e cinque anni prima e il 22,7% più di cinque anni prima). Le famiglie che nel 2000 possedevano un computer con al massimo due anni di vita erano il 25% (tavola 5.13).

Il possesso di CD-Rom ha raggiunto livelli di diffusione paragonabili a quelli dei pc. Il 26,5% delle famiglie ne possiede infatti almeno uno e il 7,2% delle famiglie ne possiede più di 20. Anche in questo caso vi sono delle differenze territoriali anche se leggermente più contenute di quelle che si registrano per il possesso del pc. I CD-Rom sono più diffusi nel Nord-est (29,9%) mentre il tasso di penetrazione più basso si riscontra nelle Isole (19,1%). Decisamente più contenuta la percentuale di famiglie che possiedono DVD. Solo il 3,7% ne possiede almeno uno e solo lo 0,5% ne possiede più di 20. Al contrario dei CD-Rom però le differenze territoriali sono molto contenute con una percentuale che oscilla tra il 3,3% del Nord-ovest al 3,9% del Centro (prospetto 5.7).

**Prospetto 5.7 - Famiglie per ripartizione geografica, numero di personal computer, CD-Rom e DVD - Anno 2000 (per 100 famiglie della stessa ripartizione)**

	Italia nord-occidentale	Italia nord-orientale	Italia centrale	Italia meridionale	Italia insulare	Italia
<b>NUMERO DI PC POSSEDUTI</b>						
1	28,0	29,0	26,2	22,0	16,0	25,2
2 o più	4,8	5,6	4,5	2,9	2,7	4,2
<b>Totale</b>	<b>32,8</b>	<b>34,6</b>	<b>30,7</b>	<b>24,9</b>	<b>18,7</b>	<b>29,4</b>
<b>NUMERO DI CD-ROM POSSEDUTI</b>						
1-10	11,7	12,9	11,6	9,5	8,1	11,1
11-20	8,6	8,9	9,3	7,6	5,4	8,2
21-50	5,4	5,1	4,2	4,1	3,6	4,6
più di 50	2,6	3,0	3,1	2,4	2,0	2,6
<b>Totale</b>	<b>28,3</b>	<b>29,9</b>	<b>28,2</b>	<b>23,6</b>	<b>19,1</b>	<b>26,5</b>
<b>NUMERO DI DVD POSSEDUTI</b>						
1-10	2,6	2,1	2,7	2,2	3,0	2,5
11-20	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
21-50	0,2	0,3	0,3	0,4	0,1	0,3
più di 50	0,2	0,2	0,3	0,2	0,0	0,2
<b>Totale</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>3,9</b>	<b>3,6</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>

Passando a considerare le persone che possiedono il pc a casa, rispetto al 1995 il possesso di pc a casa è notevolmente aumentato. Le persone di 6 anni e più che possedevano un pc a casa sono infatti passate dal 22,5% al 36,5% del 2000.

In cinque anni sono leggermente diminuite le differenze di genere ma sono aumentate le differenze territoriali. Il Nord-ovest è la ripartizione che ha subito l'incremento maggiore (circa 18 punti percentuali) passando dal 23,5% del 1995 al 41,7% del 2000 raggiungendo quindi gli stessi livelli del Nord-est. Il Sud e soprattutto le Isole, che partivano nel 1995 già da una situazione più svantaggiata, hanno fatto registrare degli incrementi più contenuti delle regioni del Nord (rispettivamente 11,9 e 7,7 punti percentuali) con un conseguente aumento delle differenze (figura 3.3).

**Tavola 5.1- Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Usa il personal computer (a)						Numero di ore dedicate al personal computer (b)						
	Sì	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>MASCHI</b>													
3 - 5	10,4	0,9	4,5	3,9	1,1	82,3	52,5	13,0	8,4	1,8	-	-	18,2
6 - 10	35,8	9,4	18,6	6,0	1,8	60,8	24,7	34,9	12,4	1,3	-	0,1	12,6
11 - 14	57,3	24,4	26,7	4,9	1,3	39,9	14,0	34,4	19,8	3,8	0,5	1,0	16,8
15 - 17	63,4	32,9	25,5	4,1	0,9	34,3	9,3	29,1	22,9	8,1	2,5	2,3	19,8
18 - 19	59,4	26,4	25,4	5,0	2,6	33,8	6,5	28,9	23,2	8,1	1,8	1,6	24,3
20 - 24	51,4	26,0	19,9	3,8	1,7	44,8	8,8	25,5	18,0	9,3	3,0	9,6	21,0
25 - 34	45,5	30,6	11,3	2,4	1,2	49,6	9,1	21,5	15,3	7,1	5,7	18,4	18,0
35 - 44	45,9	30,9	11,3	2,8	0,9	51,0	9,6	23,5	17,1	5,7	5,8	15,7	16,4
45 - 54	34,9	23,8	8,1	2,0	1,0	61,6	11,1	23,5	13,6	8,5	5,8	12,7	18,0
55 - 59	20,2	11,8	6,3	1,3	0,8	76,6	11,8	21,3	16,7	6,9	5,3	9,6	22,0
60 - 64	12,3	6,3	3,8	1,5	0,7	83,9	13,0	22,2	17,7	5,8	3,6	6,5	22,5
65 - 74	4,9	2,4	1,7	0,5	0,3	92,2	9,1	39,2	15,4	10,0	2,9	5,7	11,4
75 e più	2,2	1,0	0,8	0,3	0,1	94,4	7,3	18,1	23,4	18,5	3,6	1,7	13,4
<b>Totale</b>	<b>34,4</b>	<b>20,0</b>	<b>10,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1,0</b>	<b>62,0</b>	<b>11,2</b>	<b>25,3</b>	<b>16,8</b>	<b>6,8</b>	<b>4,3</b>	<b>11,1</b>	<b>18,0</b>
<b>FEMMINE</b>													
3 - 5	11,9	1,5	5,9	3,4	1,1	82,6	36,2	30,5	1,5	1,4	-	-	11,7
6 - 10	33,8	5,7	19,8	6,7	1,6	62,8	29,6	32,5	8,5	1,2	0,8	-	15,5
11 - 14	54,1	14,1	32,1	5,6	2,3	43,4	18,2	37,1	11,2	4,2	0,1	0,4	18,6
15 - 17	56,2	14,8	33,3	6,3	1,8	40,7	14,6	29,7	23,2	4,9	1,5	1,3	19,2
18 - 19	57,3	15,4	27,7	10,4	3,8	40,2	15,9	32,1	20,6	2,9	2,0	2,6	19,7
20 - 24	51,9	21,6	21,0	6,5	2,8	44,5	10,5	25,7	18,6	7,5	2,9	11,7	17,7
25 - 34	41,2	25,6	10,8	3,2	1,6	55,2	8,7	20,4	12,5	6,9	5,6	19,7	20,2
35 - 44	33,4	20,5	7,7	3,8	1,4	63,5	12,7	18,9	10,8	7,6	6,3	15,1	19,6
45 - 54	20,1	11,4	4,8	2,7	1,2	76,1	13,1	18,9	12,2	7,0	6,3	13,5	19,7
55 - 59	6,8	2,9	2,4	0,6	0,9	89,8	9,4	27,2	16,2	3,9	7,2	9,1	16,8
60 - 64	3,1	1,4	0,9	0,5	0,3	93,8	9,7	26,2	12,3	6,4	-	3,8	26,4
65 - 74	0,8	0,3	0,2	0,3	0,0	95,6	7,6	20,2	20,6	11,7	-	8,5	5,9
75 e più	0,1	0,1	0,0	-	-	96,0	-	14,4	-	13,3	-	-	46,3
<b>Totale</b>	<b>25,1</b>	<b>11,9</b>	<b>9,0</b>	<b>3,0</b>	<b>1,2</b>	<b>71,4</b>	<b>13,5</b>	<b>24,3</b>	<b>13,6</b>	<b>6,1</b>	<b>4,1</b>	<b>11,4</b>	<b>19,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>													
3 - 5	11,2	1,2	5,2	3,7	1,1	82,4	44,2	22,0	4,8	1,6	-	-	14,9
6 - 10	34,8	7,6	19,2	6,3	1,7	61,8	27,0	33,8	10,6	1,3	0,4	0,1	14,0
11 - 14	55,6	19,3	29,3	5,2	1,8	41,6	16,0	35,7	15,7	4,0	0,3	0,7	17,6
15 - 17	59,8	24,1	29,2	5,2	1,3	37,4	11,7	29,4	23,1	6,6	2,1	1,8	19,5
18 - 19	58,2	20,7	26,6	7,7	3,2	37,1	11,3	30,5	21,9	5,5	1,9	2,1	22,0
20 - 24	51,6	23,8	20,4	5,1	2,3	44,7	9,7	25,6	18,3	8,4	2,9	10,6	19,4
25 - 34	43,4	28,1	11,1	2,8	1,4	52,3	8,9	21,0	14,0	7,0	5,7	19,0	19,0
35 - 44	39,6	25,7	9,5	3,3	1,1	57,3	10,9	21,5	14,4	6,5	6,0	15,5	17,8
45 - 54	27,4	17,5	6,4	2,4	1,1	69,0	11,8	21,8	13,1	8,0	6,0	13,0	18,6
55 - 59	13,5	7,3	4,4	1,0	0,8	83,2	11,2	22,8	16,6	6,2	5,8	9,4	20,7
60 - 64	7,6	3,8	2,3	1,0	0,5	89,0	12,3	23,1	16,6	5,9	2,9	5,9	23,3
65 - 74	2,6	1,2	0,9	0,4	0,1	94,1	8,8	35,8	16,3	10,3	2,4	6,2	10,4
75 e più	0,8	0,4	0,3	0,1	0,0	95,4	6,7	17,8	21,6	18,1	3,3	1,6	16,0
<b>Totale</b>	<b>29,6</b>	<b>15,8</b>	<b>9,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>66,8</b>	<b>12,2</b>	<b>24,9</b>	<b>15,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>11,3</b>	<b>18,5</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa età dello stesso sesso

(b) per 100 persone di 3 anni e più che usano il personal computer della stessa età dello stesso sesso

**Tavola 5.2- Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Usa il personal computer (a)					Numero di ore dedicate al personal computer (b)							
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Meno di 1 ora	Da 1 a 2 ore	Da 2 a 3 ore	Da 3 a 4 ore	Da 4 a 5 ore	5 ore e più	Non so
<b>REGIONI</b>													
Piemonte	32,8	17,8	11,1	2,8	1,1	62,2	10,2	27,1	16,2	6,2	3,9	12,4	18,2
Valle d'Aosta	32,9	15,9	9,8	4,5	2,7	62,7	10,6	24,7	14,4	6,4	4,4	15,9	16,4
Lombardia	37,2	20,5	11,9	3,4	1,4	59,4	13,4	24,8	13,0	6,1	4,0	14,7	17,1
Trentino-Alto Adige	35,3	16,7	12,8	3,8	2,0	57,6	15,3	30,0	12,8	5,1	4,8	11,2	18,1
- Bolzano - Bozen	36,1	16,8	13,4	4,1	1,8	59,9	17,6	29,6	12,7	5,5	5,2	10,9	15,0
- Trento	34,5	16,6	12,2	3,6	2,1	55,3	13,0	30,5	12,9	4,7	4,3	11,7	21,2
Veneto	34,0	18,7	10,8	3,1	1,4	62,6	17,4	25,0	13,5	6,4	3,2	13,6	14,5
Friuli-Venezia Giulia	33,2	19,1	10,0	2,7	1,4	61,9	13,2	24,8	15,4	5,5	4,7	13,1	18,3
Liguria	28,4	16,4	8,6	2,6	0,8	68,3	13,8	27,2	15,6	6,9	5,5	11,1	15,3
Emilia-Romagna	36,5	21,6	10,5	3,5	0,9	61,4	12,7	27,4	17,7	6,5	4,0	13,1	13,0
Toscana	31,7	17,5	10,2	2,6	1,4	64,9	15,9	24,5	14,3	5,5	4,3	11,8	18,0
Umbria	29,9	14,3	11,6	2,9	1,1	67,2	10,2	19,7	16,8	7,0	2,7	10,7	25,8
Marche	31,0	15,8	10,6	3,1	1,5	64,8	12,7	25,0	14,8	7,1	4,2	11,6	14,9
Lazio	30,9	16,0	10,1	3,4	1,4	61,7	12,4	22,9	14,8	6,1	4,9	10,6	19,5
Abruzzo	26,2	13,9	8,6	2,6	1,1	70,8	10,0	20,1	18,1	8,2	4,7	10,4	22,9
Molise	25,7	12,2	10,0	2,9	0,6	72,3	9,6	26,1	19,9	5,7	2,3	6,3	19,5
Campania	21,6	10,8	8,5	1,7	0,6	76,8	7,9	22,0	18,7	7,5	5,6	5,7	25,3
Puglia	23,3	11,9	8,4	2,4	0,6	74,4	10,4	23,8	16,7	8,9	4,6	7,0	20,1
Basilicata	21,1	11,1	6,8	2,2	1,0	73,3	9,2	25,4	12,4	8,3	3,5	5,8	24,8
Calabria	23,0	11,0	9,2	2,2	0,6	73,3	5,9	25,1	16,8	5,9	2,2	5,0	29,0
Sicilia	19,1	10,1	6,5	1,7	0,8	78,3	8,0	26,0	16,2	6,6	4,5	7,7	21,0
Sardegna	25,0	10,8	10,0	3,0	1,2	70,6	10,9	24,6	19,4	4,9	3,2	9,3	17,8
<b>Italia</b>	<b>29,6</b>	<b>15,8</b>	<b>9,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>66,8</b>	<b>12,2</b>	<b>24,9</b>	<b>15,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>11,3</b>	<b>18,5</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>													
Italia nord-occidentale	34,8	19,2	11,3	3,1	1,2	61,2	12,5	25,6	14,1	6,2	4,1	13,8	17,2
Italia nord-orientale	35,1	19,7	10,8	3,3	1,3	61,6	14,9	26,3	15,3	6,2	3,8	13,1	14,6
Italia centrale	31,1	16,3	10,3	3,1	1,4	63,5	13,4	23,5	14,8	6,1	4,5	11,1	18,9
Italia meridionale	22,9	11,5	8,6	2,1	0,7	74,8	8,6	23,0	17,5	7,8	4,5	6,5	23,9
Italia insulare	20,6	10,2	7,4	2,1	0,9	76,4	8,9	25,6	17,1	6,1	4,1	8,2	20,0
<b>Italia</b>	<b>29,6</b>	<b>15,8</b>	<b>9,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>66,8</b>	<b>12,2</b>	<b>24,9</b>	<b>15,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>11,3</b>	<b>18,5</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>													
Comune centro dell'area metropolitana	30,2	16,6	9,5	3,0	1,1	63,9	11,5	23,7	15,2	6,2	4,4	12,6	20,5
Periferia dell'area metropolitana	33,4	17,8	11,3	3,1	1,2	64,2	11,6	22,1	16,7	7,9	4,4	12,1	18,3
Fino a 2.000 abitanti	25,0	12,8	8,6	2,3	1,3	72,4	9,2	27,6	16,1	5,8	3,7	11,3	19,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	27,9	13,9	9,9	3,0	1,1	68,6	13,2	25,1	15,1	5,6	3,6	10,8	18,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	28,9	15,1	10,2	2,4	1,2	67,6	12,4	26,4	14,9	7,0	4,7	10,1	17,4
50.001 abitanti e più	31,4	18,6	9,2	2,7	0,9	65,5	12,5	24,7	15,5	6,2	4,1	11,6	18,4
<b>Italia</b>	<b>29,6</b>	<b>15,8</b>	<b>9,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>66,8</b>	<b>12,2</b>	<b>24,9</b>	<b>15,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,2</b>	<b>11,3</b>	<b>18,5</b>

(a) per 100 persone di 3 anni e più della stessa zona

(b) per 100 persone di 3 anni e più che usano il personal computer della stessa zona

**Tavola 5.3 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, classe di età e sesso - Anno 2000** *(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)*

CLASSI DI ETÀ	A casa					Fuori casa				
	Usa	Gioca	Studia / fa i compiti	Lavora	Comunica con altre persone	Usa	Gioca	Studia / fa i compiti	Lavora	Comunica con altre persone
<b>MASCHI</b>										
3 - 5	95,1	92,1	10,5	-	-	10,1	9,8	-	-	-
6 - 10	87,1	86,0	31,5	-	4,7	35,6	20,9	14,6	-	2,6
11 - 14	87,4	82,8	63,7	-	19,1	54,6	25,9	25,9	-	9,2
15 - 17	87,2	82,4	64,7	13,0	35,2	67,8	29,0	31,3	15,1	19,4
18 - 19	80,2	69,4	53,5	17,5	35,4	66,4	30,6	27,6	15,7	23,0
20 - 24	81,4	59,1	38,8	25,3	44,4	64,5	21,2	18,6	31,5	26,1
25 - 34	74,8	44,7	18,7	34,1	44,6	74,1	14,6	8,6	60,8	31,2
35 - 44	76,0	35,7	11,5	38,0	33,0	74,9	8,9	5,4	69,9	25,2
45 - 54	77,5	30,8	8,0	39,1	30,3	75,5	5,8	4,0	69,2	22,2
55 - 59	77,5	25,0	8,2	34,9	27,8	63,9	3,0	5,1	55,9	25,1
60 - 64	78,8	26,3	4,4	42,2	22,6	43,5	1,4	2,7	37,7	9,3
65 - 74	88,6	33,5	8,7	39,8	30,8	29,4	5,5	3,5	18,9	5,3
75 e più	82,6	13,5	12,0	58,4	5,5	23,2	10,8	-	27,8	1,8
<b>Totale</b>	<b>79,4</b>	<b>49,8</b>	<b>25,1</b>	<b>28,4</b>	<b>33,1</b>	<b>66,8</b>	<b>14,6</b>	<b>11,6</b>	<b>46,5</b>	<b>22,3</b>
<b>FEMMINE</b>										
3 - 5	90,0	84,6	3,3	-	-	10,3	12,7	1,9	-	-
6 - 10	87,9	84,6	31,7	-	5,4	28,7	16,8	15,3	-	2,4
11 - 14	83,7	78,0	61,8	-	18,1	56,1	25,3	27,7	-	8,4
15 - 17	81,3	68,4	62,3	8,6	30,1	64,7	24,8	41,6	12,5	17,9
18 - 19	79,1	56,9	53,7	11,6	40,0	62,7	21,5	29,1	16,9	21,1
20 - 24	75,3	50,0	39,2	19,1	37,7	64,7	18,4	19,7	38,1	26,8
25 - 34	64,8	31,2	19,0	25,4	31,3	74,6	13,2	10,1	64,4	25,9
35 - 44	68,7	29,1	11,0	30,0	23,0	70,0	5,8	5,1	67,0	18,9
45 - 54	69,0	22,0	7,5	35,4	21,9	69,0	6,7	4,9	62,6	15,9
55 - 59	73,9	27,6	11,3	35,5	20,7	51,8	1,5	3,9	43,6	8,6
60 - 64	77,4	37,3	5,0	21,1	24,6	34,8	3,9	6,3	27,4	3,9
65 - 74	76,4	17,8	9,1	47,2	26,6	31,6	-	-	29,2	11,7
75 e più	87,1	74,1	-	27,4	-	13,0	-	-	13,0	-
<b>Totale</b>	<b>73,0</b>	<b>44,1</b>	<b>27,5</b>	<b>20,9</b>	<b>26,3</b>	<b>64,4</b>	<b>13,8</b>	<b>14,5</b>	<b>44,2</b>	<b>18,8</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
3 - 5	92,5	88,2	6,8	-	-	10,2	11,3	1,0	-	-
6 - 10	87,5	85,3	31,6	-	5,0	32,4	19,0	15,0	-	2,5
11 - 14	85,6	80,5	62,8	-	18,6	55,3	25,6	26,7	-	8,8
15 - 17	84,5	76,1	63,6	11,0	32,9	66,4	27,1	36,0	13,9	18,7
18 - 19	79,7	63,1	53,6	14,5	37,7	64,5	26,0	28,4	16,3	22,0
20 - 24	78,4	54,6	39,0	22,2	41,1	64,6	19,8	19,1	34,8	26,5
25 - 34	70,1	38,4	18,8	30,1	38,4	74,3	13,9	9,3	62,5	28,7
35 - 44	72,9	32,9	11,3	34,6	28,8	72,8	7,6	5,3	68,7	22,6
45 - 54	74,3	27,5	7,8	37,7	27,1	73,1	6,1	4,4	66,8	19,8
55 - 59	76,6	25,6	9,0	35,1	26,0	60,9	2,6	4,8	52,8	21,0
60 - 64	78,5	28,6	4,5	37,8	23,0	41,6	1,9	3,4	35,6	8,2
65 - 74	86,3	30,7	8,7	41,2	30,1	29,8	4,5	2,8	20,7	6,5
75 e più	83,0	18,2	11,1	56,0	5,1	22,4	9,9	-	26,6	1,6
<b>Totale</b>	<b>76,6</b>	<b>47,3</b>	<b>26,1</b>	<b>25,1</b>	<b>30,1</b>	<b>65,7</b>	<b>14,2</b>	<b>12,9</b>	<b>45,5</b>	<b>20,8</b>

**Tavola 5.4 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)**

TERRITORIO	A casa					Fuori casa				
	Usa	Gioca	Studia / fa i compiti	Lavora	Comunica con altre persone	Usa	Gioca	Studia / fa i compiti	Lavora	Comunica con altre persone
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	76,0	46,3	23,1	24,3	30,1	66,5	13,8	12,0	45,5	23,3
Valle d'Aosta	73,2	46,3	22,3	28,9	32,2	65,9	19,2	10,2	49,4	19,8
Lombardia	77,3	47,0	23,7	27,5	32,1	69,5	10,8	9,4	52,7	23,5
Trentino-Alto Adige	80,8	47,9	28,2	31,8	32,0	65,0	16,0	15,8	42,0	21,8
- Bolzano - Bozen	81,7	46,3	32,5	34,2	33,4	62,4	15,8	16,4	40,2	19,5
- Trento	79,8	49,5	23,9	29,4	30,5	67,7	16,3	15,3	43,9	24,0
Veneto	76,0	44,6	23,5	25,5	31,6	71,2	14,6	15,5	49,3	22,2
Friuli-Venezia Giulia	73,2	43,8	21,3	25,0	28,2	70,8	11,8	10,2	54,7	21,2
Liguria	78,2	45,5	24,2	28,3	25,7	63,9	13,2	11,1	49,6	24,5
Emilia-Romagna	76,5	44,9	22,8	24,6	33,1	70,6	13,2	12,3	51,1	24,3
Toscana	79,3	50,2	26,1	23,7	30,6	65,4	14,6	11,3	45,8	20,8
Umbria	81,5	45,9	29,0	27,1	29,6	60,8	13,6	12,4	44,3	17,1
Marche	73,8	44,6	26,3	23,6	29,2	64,0	17,3	11,2	43,7	19,9
Lazio	77,8	47,4	27,2	24,8	33,4	58,9	17,3	12,8	41,4	19,6
Abruzzo	75,3	51,1	28,4	25,1	29,7	63,9	15,4	14,4	43,6	19,1
Molise	79,3	51,5	34,2	23,9	28,4	60,0	17,4	11,3	33,6	17,2
Campania	84,1	55,9	35,9	22,8	30,1	55,6	14,0	14,0	32,1	14,5
Puglia	72,4	47,2	30,2	22,3	23,7	64,5	16,3	15,2	40,9	17,4
Basilicata	77,9	48,5	29,4	25,7	21,7	58,1	18,0	13,9	38,3	20,3
Calabria	78,8	50,5	30,2	26,1	26,9	59,7	12,3	17,3	32,9	15,1
Sicilia	68,3	46,2	26,5	22,7	25,8	66,5	18,1	18,1	41,6	17,2
Sardegna	64,8	41,1	27,5	22,2	21,0	68,5	18,2	18,4	40,0	17,8
<b>Italia</b>	<b>76,6</b>	<b>47,3</b>	<b>26,1</b>	<b>25,1</b>	<b>30,1</b>	<b>65,7</b>	<b>14,2</b>	<b>12,9</b>	<b>45,5</b>	<b>20,8</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	77,0	46,7	23,6	26,8	31,0	68,2	11,9	10,2	50,5	23,5
Italia nord-orientale	76,3	44,9	23,4	25,7	31,9	70,4	13,9	13,7	50,0	22,9
Italia centrale	78,0	47,8	26,9	24,4	31,6	61,9	16,1	12,1	43,3	19,9
Italia meridionale	78,6	51,7	32,3	23,5	27,3	59,9	14,8	14,8	36,3	16,2
Italia insulare	67,2	44,7	26,8	22,5	24,4	67,1	18,1	18,2	41,2	17,4
<b>Italia</b>	<b>76,6</b>	<b>47,3</b>	<b>26,1</b>	<b>25,1</b>	<b>30,1</b>	<b>65,7</b>	<b>14,2</b>	<b>12,9</b>	<b>45,5</b>	<b>20,8</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	77,3	46,2	24,4	26,4	34,9	66,0	14,8	11,6	48,4	23,3
Periferia dell'area metropolitana	77,5	48,1	26,1	24,6	30,4	65,6	14,2	11,3	45,5	21,5
Fino a 2.000 abitanti	75,6	44,9	27,3	25,8	29,7	64,9	15,7	12,4	43,2	20,3
Da 2.001 a 10.000 abitanti	76,8	48,5	27,3	24,8	26,7	65,3	14,1	15,7	42,9	19,9
Da 10.001 a 50.000 abitanti	75,2	47,0	26,7	24,4	28,5	64,2	14,3	13,0	44,3	19,4
50.001 abitanti e più	77,0	47,3	25,1	25,4	32,4	68,4	13,5	11,5	48,6	21,1
<b>Italia</b>	<b>76,6</b>	<b>47,3</b>	<b>26,1</b>	<b>25,1</b>	<b>30,1</b>	<b>65,7</b>	<b>14,2</b>	<b>12,9</b>	<b>45,5</b>	<b>20,8</b>

**Tavola 5.5 - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, classe di età e sesso - Anno 2000** *(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)*

CLASSI DI ETÀ	Frequenza con cui gioca						Frequenza con cui studia / fa i compiti					
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
<b>MASCHI</b>												
3 - 5	98,2	2,5	46,1	37,4	12,2	1,8	10,5	1,1	8,7	0,7	-	89,5
6 - 10	94,3	23,4	47,9	17,5	5,5	5,6	42,3	3,8	21,4	12,2	4,9	57,5
11 - 14	93,1	31,7	45,5	11,9	4,0	6,8	80,1	10,3	40,4	21,8	7,6	19,7
15 - 17	92,5	33,2	42,4	13,5	3,4	7,5	83,2	13,9	46,5	16,3	6,5	16,9
18 - 19	87,2	18,8	40,3	18,8	9,3	11,6	71,8	11,9	36,9	14,4	8,6	27,1
20 - 24	74,5	9,3	35,6	18,1	11,5	25,0	49,5	10,2	25,4	9,7	4,2	50,3
25 - 34	56,5	6,0	22,4	15,8	12,3	43,4	24,5	7,3	10,1	4,3	2,8	75,3
35 - 44	43,5	3,4	15,7	13,4	11,0	56,1	14,6	2,9	7,3	2,9	1,5	85,0
45 - 54	36,1	1,9	11,9	12,2	10,1	63,5	11,5	2,4	4,5	3,0	1,6	88,2
55 - 59	28,0	3,8	13,4	5,2	5,6	71,4	10,4	4,2	4,0	0,9	1,3	89,1
60 - 64	27,1	7,6	9,7	6,5	3,3	71,0	7,0	1,3	2,9	1,7	1,1	91,1
65 - 74	39,1	13,2	8,3	11,7	5,9	58,5	12,2	3,3	4,0	4,2	0,7	85,4
75 e più	19,2	5,5	10,8	2,9	-	80,8	12,0	-	8,4	3,6	-	88,0
<b>Totale</b>	<b>59,4</b>	<b>10,4</b>	<b>25,3</b>	<b>14,3</b>	<b>9,4</b>	<b>40,4</b>	<b>32,6</b>	<b>6,2</b>	<b>16,0</b>	<b>7,1</b>	<b>3,3</b>	<b>67,1</b>
<b>FEMMINE</b>												
3 - 5	94,8	11,1	48,1	27,7	7,9	2,0	4,9	1,6	1,7	1,6	-	91,8
6 - 10	94,1	12,1	55,3	21,3	5,4	4,6	44,2	2,4	23,9	11,9	6,0	54,5
11 - 14	91,9	14,6	51,6	17,2	8,5	7,8	78,5	5,4	49,1	16,0	8,0	21,2
15 - 17	84,6	9,3	41,7	21,8	11,8	15,0	86,1	8,1	49,5	19,4	9,1	13,4
18 - 19	73,0	4,3	28,2	24,3	16,2	26,8	71,9	8,6	33,7	19,5	10,1	27,9
20 - 24	64,4	3,5	22,7	23,4	14,8	35,2	51,1	9,4	21,9	12,4	7,4	48,5
25 - 34	43,1	3,0	13,5	14,7	11,9	56,8	26,1	5,0	12,7	5,0	3,4	73,9
35 - 44	34,4	2,2	11,1	10,3	10,8	65,4	14,8	2,9	4,8	4,5	2,6	84,9
45 - 54	28,1	2,6	10,3	8,6	6,6	70,5	11,2	2,3	3,9	3,6	1,4	87,4
55 - 59	27,6	3,2	17,2	3,1	4,1	71,4	14,9	0,3	6,9	2,3	5,4	84,1
60 - 64	41,3	11,0	9,5	10,8	10,0	58,8	11,2	3,9	5,8	1,0	0,5	88,7
65 - 74	17,9	0,5	12,3	5,1	-	73,8	9,2	1,4	7,8	-	-	82,5
75 e più	74,0	46,3	27,7	-	-	13,0	0,0	-	-	-	-	87,1
<b>Totale</b>	<b>54,5</b>	<b>5,1</b>	<b>23,0</b>	<b>15,7</b>	<b>10,7</b>	<b>45,0</b>	<b>36,9</b>	<b>4,9</b>	<b>18,5</b>	<b>8,7</b>	<b>4,8</b>	<b>62,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>												
3 - 5	96,4	6,9	47,1	32,4	10,0	1,9	7,6	1,4	5,1	1,1	-	90,7
6 - 10	94,3	18,1	51,4	19,3	5,5	5,2	43,3	3,2	22,6	12,1	5,4	56,1
11 - 14	92,5	23,6	48,4	14,4	6,1	7,3	79,3	8,0	44,5	19,0	7,8	20,4
15 - 17	89,0	22,4	42,1	17,3	7,2	10,9	84,6	11,3	47,9	17,7	7,7	15,3
18 - 19	80,1	11,5	34,2	21,6	12,8	19,3	71,9	10,2	35,3	17,0	9,4	27,5
20 - 24	69,6	6,5	29,3	20,7	13,1	30,0	50,3	9,8	23,7	11,0	5,8	49,4
25 - 34	50,3	4,6	18,3	15,3	12,1	49,6	25,1	6,2	11,3	4,6	3,0	74,6
35 - 44	39,6	2,9	13,7	12,1	10,9	60,0	14,7	2,9	6,2	3,6	2,0	85,0
45 - 54	33,2	2,2	11,3	10,9	8,8	66,1	11,4	2,4	4,3	3,2	1,5	87,9
55 - 59	28,0	3,7	14,4	4,7	5,2	71,4	11,5	3,2	4,8	1,2	2,3	87,8
60 - 64	30,1	8,3	9,7	7,4	4,7	68,4	7,9	1,8	3,5	1,6	1,0	90,6
65 - 74	35,2	10,9	9,0	10,5	4,8	61,3	11,6	3,0	4,7	3,4	0,5	84,9
75 e più	23,5	8,7	12,1	2,7	-	75,5	11,0	-	7,7	3,3	-	87,9
<b>Totale</b>	<b>57,2</b>	<b>8,1</b>	<b>24,3</b>	<b>14,9</b>	<b>9,9</b>	<b>42,4</b>	<b>34,4</b>	<b>5,6</b>	<b>17,1</b>	<b>7,8</b>	<b>3,9</b>	<b>65,1</b>

**Tavola 5.5 segue - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)**

CLASSI DI ETÀ	Frequenza con cui lavora					Frequenza con cui comunica con altre persone						
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
<b>MASCHI</b>												
3 - 5	-	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	100,0
6 - 10	-	-	-	-	-	100,0	7,1	0,5	3,1	2,4	1,1	92,9
11 - 14	-	-	-	-	-	99,8	27,5	3,9	11,6	8,0	4,0	72,4
15 - 17	26,0	4,3	13,8	6,5	1,4	74,0	50,6	11,1	23,1	10,8	5,6	49,5
18 - 19	30,5	9,6	10,2	5,1	5,6	68,4	55,0	9,8	29,4	10,9	4,9	43,9
20 - 24	49,7	24,0	16,5	6,7	2,5	50,0	61,9	12,0	33,5	11,9	4,5	37,7
25 - 34	79,5	54,1	17,9	5,2	2,3	20,3	64,5	20,4	28,7	10,6	4,8	35,3
35 - 44	87,1	60,2	18,8	5,6	2,5	12,5	48,4	15,2	21,5	7,5	4,2	51,1
45 - 54	87,8	63,1	17,7	5,0	2,0	11,9	45,3	13,2	19,4	8,4	4,3	54,3
55 - 59	72,3	47,8	18,9	3,0	2,6	27,1	46,3	15,1	20,6	5,6	5,0	53,2
60 - 64	71,8	40,2	18,1	9,2	4,3	26,3	31,5	9,3	14,6	2,8	4,8	66,6
65 - 74	48,8	20,2	22,4	4,2	2,0	48,8	35,2	10,2	14,9	5,3	4,8	62,3
75 e più	74,4	29,3	36,3	8,8	-	25,5	7,3	2,9	1,8	-	2,6	92,7
<b>Totale</b>	<b>62,0</b>	<b>40,1</b>	<b>15,0</b>	<b>4,8</b>	<b>2,1</b>	<b>37,6</b>	<b>48,2</b>	<b>13,2</b>	<b>22,1</b>	<b>8,6</b>	<b>4,3</b>	<b>51,5</b>
<b>FEMMINE</b>												
3 - 5	-	-	-	-	-	96,7	-	-	-	-	-	96,7
6 - 10	-	-	-	-	-	98,7	7,4	1,0	3,0	3,3	0,1	91,3
11 - 14	-	-	-	-	-	99,7	24,5	3,3	11,1	5,7	4,4	75,2
15 - 17	20,0	2,7	12,7	2,9	1,7	79,6	44,1	6,6	18,2	13,2	6,1	55,5
18 - 19	27,2	5,1	10,8	7,3	4,0	72,7	53,8	8,2	20,8	15,6	9,2	46,1
20 - 24	53,4	26,2	15,8	6,2	5,2	46,2	59,0	9,8	28,7	12,8	7,7	40,6
25 - 34	78,0	53,8	14,8	5,4	4,0	21,8	50,5	13,1	22,4	9,5	5,5	49,3
35 - 44	83,1	56,2	16,3	7,0	3,6	16,6	36,7	10,7	14,1	7,4	4,5	63,1
45 - 54	82,8	51,4	17,9	8,5	5,0	15,8	34,1	9,5	11,2	6,8	6,6	64,6
55 - 59	69,4	34,5	22,3	6,7	5,9	29,6	26,4	4,7	9,4	5,6	6,7	72,7
60 - 64	44,4	23,9	17,3	2,2	1,0	55,5	28,5	12,2	7,3	9,0	-	71,4
65 - 74	64,6	28,0	13,1	23,5	-	27,0	26,6	8,5	10,9	7,2	-	65,0
75 e più	27,4	14,4	13,0	-	-	59,7	0,0	-	-	-	-	87,1
<b>Totale</b>	<b>56,6</b>	<b>35,1</b>	<b>12,9</b>	<b>5,3</b>	<b>3,3</b>	<b>42,8</b>	<b>40,3</b>	<b>9,1</b>	<b>17,0</b>	<b>8,8</b>	<b>5,4</b>	<b>59,2</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>												
3 - 5	-	-	-	-	-	98,3	-	-	-	-	-	98,3
6 - 10	-	-	-	-	-	99,4	7,2	0,7	3,1	2,8	0,6	92,1
11 - 14	-	-	-	-	-	99,8	26,1	3,6	11,4	6,9	4,2	73,7
15 - 17	23,3	3,6	13,3	4,9	1,5	76,6	47,6	9,0	20,9	11,9	5,8	52,2
18 - 19	28,8	7,3	10,5	6,2	4,8	70,6	54,4	9,0	25,0	13,3	7,1	45,0
20 - 24	51,4	25,1	16,1	6,4	3,8	48,1	60,5	10,9	31,2	12,3	6,1	39,1
25 - 34	78,8	53,9	16,5	5,3	3,1	21,0	58,0	17,0	25,8	10,1	5,1	41,8
35 - 44	85,5	58,5	17,8	6,2	3,0	14,2	43,5	13,3	18,4	7,5	4,3	56,2
45 - 54	85,9	58,7	17,8	6,3	3,1	13,4	41,1	11,8	16,3	7,8	5,2	58,1
55 - 59	71,7	44,4	19,8	4,0	3,5	27,7	41,2	12,4	17,8	5,6	5,4	58,1
60 - 64	66,1	36,8	17,9	7,8	3,6	32,4	30,9	9,9	13,1	4,1	3,8	67,6
65 - 74	51,6	21,6	20,7	7,7	1,6	44,8	33,8	9,9	14,2	5,7	4,0	62,8
75 e più	70,8	28,2	34,5	8,1	-	28,2	6,7	2,7	1,6	-	2,4	92,3
<b>Totale</b>	<b>59,6</b>	<b>37,9</b>	<b>14,1</b>	<b>5,0</b>	<b>2,6</b>	<b>39,9</b>	<b>44,7</b>	<b>11,4</b>	<b>19,8</b>	<b>8,7</b>	<b>4,8</b>	<b>54,8</b>

**Tavola 5.6 - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)**

TERRITORIO	Frequenza con cui gioca						Frequenza con cui studia / fa i compiti					
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
<b>REGIONI</b>												
Piemonte	56,1	6,7	25,2	13,3	10,9	43,3	30,8	4,3	16,0	7,1	3,4	68,7
Valle d'Aosta	61,5	5,8	23,0	15,0	17,7	38,2	28,3	3,8	12,5	6,1	5,9	71,5
Lombardia	53,5	5,6	23,3	15,7	8,9	45,9	29,0	3,6	13,9	7,5	4,0	70,3
Trentino-Alto Adige	56,9	7,8	23,5	13,5	12,1	42,8	36,7	5,8	17,2	8,1	5,6	63,0
- Bolzano - Bozen	55,2	9,3	20,1	13,1	12,7	44,8	41,0	6,5	19,5	8,0	7,0	59,1
- Trento	58,7	6,2	27,0	14,0	11,5	40,8	32,5	5,1	14,9	8,3	4,2	67,0
Veneto	54,3	6,3	22,3	15,2	10,5	45,1	33,1	3,7	16,5	7,9	5,0	66,3
Friuli-Venezia Giulia	51,6	7,3	19,6	13,2	11,5	48,0	26,4	3,5	11,1	7,3	4,5	73,2
Liguria	56,6	8,5	21,6	16,4	10,1	42,9	31,2	5,5	15,7	6,5	3,5	68,3
Emilia-Romagna	53,3	7,5	21,0	13,9	10,9	46,5	30,3	4,7	15,4	6,3	3,9	69,5
Toscana	59,9	7,4	25,3	14,4	12,8	39,8	32,2	5,9	15,4	6,3	4,6	67,4
Umbria	54,6	8,5	25,3	10,2	10,6	45,2	36,2	4,8	17,0	8,0	6,4	63,6
Marche	56,5	9,1	21,7	14,1	11,6	43,0	33,4	6,3	15,7	7,3	4,1	66,1
Lazio	60,0	9,0	22,7	18,2	10,1	39,5	35,5	7,6	15,8	8,9	3,2	64,0
Abruzzo	62,0	9,8	26,8	15,3	10,1	37,6	38,0	7,4	18,5	9,1	3,0	61,6
Molise	64,2	11,8	28,5	15,1	8,8	34,9	43,2	8,6	22,0	8,8	3,8	55,8
Campania	65,6	12,7	31,5	13,2	8,2	34,3	45,2	9,5	25,1	7,8	2,8	54,9
Puglia	60,2	10,9	26,0	15,3	8,0	39,0	42,3	8,4	21,9	7,5	4,5	56,9
Basilicata	63,1	11,6	27,6	14,7	9,2	36,4	39,4	8,8	20,8	5,7	4,1	60,2
Calabria	58,5	12,4	28,0	13,0	5,1	41,2	43,1	6,8	21,6	11,3	3,4	56,6
Sicilia	60,1	10,3	25,6	14,6	9,6	39,6	39,9	7,1	21,7	8,3	2,8	59,8
Sardegna	56,0	5,3	23,6	15,9	11,2	43,3	42,0	5,1	20,4	12,4	4,1	57,4
<b>Italia</b>	<b>57,2</b>	<b>8,1</b>	<b>24,3</b>	<b>14,9</b>	<b>9,9</b>	<b>42,4</b>	<b>34,4</b>	<b>5,6</b>	<b>17,1</b>	<b>7,8</b>	<b>3,9</b>	<b>65,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>												
Italia nord-occidentale	54,5	6,2	23,6	15,1	9,6	44,9	29,6	3,9	14,6	7,3	3,8	69,7
Italia nord-orientale	53,8	7,0	21,6	14,3	10,9	45,8	31,6	4,3	15,5	7,2	4,6	68,0
Italia centrale	59,0	8,4	23,6	15,8	11,2	40,5	34,3	6,7	15,8	7,8	4,0	65,3
Italia meridionale	62,5	11,8	28,7	14,1	7,9	37,2	43,0	8,5	22,7	8,3	3,5	56,7
Italia insulare	58,9	8,8	25,0	15,0	10,1	40,7	40,5	6,5	21,3	9,5	3,2	59,1
<b>Italia</b>	<b>57,2</b>	<b>8,1</b>	<b>24,3</b>	<b>14,9</b>	<b>9,9</b>	<b>42,4</b>	<b>34,4</b>	<b>5,6</b>	<b>17,1</b>	<b>7,8</b>	<b>3,9</b>	<b>65,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>												
Comune centro dell'area metropolitana	56,4	7,0	22,1	16,7	10,6	43,4	31,7	5,7	14,8	7,6	3,6	68,1
Periferia dell'area metropolitana	58,0	7,6	25,7	15,5	9,2	41,4	33,5	5,5	17,4	7,6	3,0	65,9
Fino a 2.000 abitanti	56,1	7,9	23,8	13,8	10,6	43,6	34,4	4,8	19,0	6,8	3,8	65,3
Da 2.001 a 10.000 abitanti	58,3	8,5	24,4	15,6	9,8	41,3	37,5	5,8	19,2	8,2	4,3	62,0
Da 10.001 a 50.000 abitanti	57,0	7,9	25,1	13,6	10,4	42,5	35,4	5,7	17,7	7,9	4,1	64,1
50.001 abitanti e più	56,4	9,3	23,8	14,0	9,3	43,2	32,4	5,7	15,0	7,5	4,2	67,3
<b>Italia</b>	<b>57,2</b>	<b>8,1</b>	<b>24,3</b>	<b>14,9</b>	<b>9,9</b>	<b>42,4</b>	<b>34,4</b>	<b>5,6</b>	<b>17,1</b>	<b>7,8</b>	<b>3,9</b>	<b>65,1</b>

**Tavola 5.6 segue - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)**

TERRITORIO	Frequenza con cui lavora						Frequenza con cui comunica con altre persone					
	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Si	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
<b>REGIONI</b>												
Piemonte	61,7	39,6	15,1	5,2	1,8	37,8	47,5	12,4	21,8	9,1	4,2	51,9
Valle d'Aosta	64,0	37,7	16,5	5,5	4,3	35,8	45,1	7,9	18,9	10,7	7,6	54,6
Lombardia	66,7	43,6	14,6	5,8	2,7	32,6	47,4	13,0	20,9	8,5	5,0	51,9
Trentino-Alto Adige	61,2	31,7	19,4	5,6	4,5	38,5	46,7	10,1	20,4	9,4	6,8	53,0
- Bolzano - Bozen	62,5	30,6	22,1	5,7	4,1	37,5	46,3	10,6	20,4	9,2	6,1	53,7
- Trento	59,9	32,9	16,7	5,5	4,8	39,6	47,2	9,6	20,4	9,6	7,6	52,3
Veneto	64,0	41,1	14,7	4,8	3,4	35,4	46,4	12,6	21,2	7,8	4,8	53,0
Friuli-Venezia Giulia	66,8	45,0	14,1	4,2	3,5	32,8	41,6	11,6	18,6	7,5	3,9	58,0
Liguria	64,5	41,1	17,1	4,8	1,5	34,9	41,7	11,6	18,9	6,2	5,0	57,9
Emilia-Romagna	63,7	43,3	12,4	5,2	2,8	36,2	50,2	14,9	20,6	9,5	5,2	49,7
Toscana	59,7	40,0	13,2	4,2	2,3	40,0	46,1	14,6	20,5	7,6	3,4	53,6
Umbria	59,6	33,5	16,2	5,6	4,3	40,3	42,4	8,6	19,1	8,3	6,4	57,4
Marche	56,7	36,9	12,0	4,8	3,0	42,8	44,4	8,6	20,5	9,0	6,3	55,2
Lazio	55,1	34,8	14,3	3,3	2,7	44,4	46,0	12,5	19,1	10,3	4,1	53,5
Abruzzo	56,7	37,8	12,1	4,5	2,3	43,0	43,3	9,5	16,8	9,7	7,3	56,3
Molise	49,6	26,9	13,5	6,8	2,4	49,6	41,8	7,0	18,1	11,3	5,4	57,4
Campania	45,4	26,0	13,3	4,5	1,6	54,5	40,9	8,0	18,8	9,0	5,1	59,2
Puglia	55,1	33,8	12,8	5,6	2,9	44,1	37,6	9,3	18,0	7,5	2,8	61,6
Basilicata	55,9	32,5	14,6	5,0	3,8	43,7	38,1	9,1	13,4	9,8	5,8	61,4
Calabria	49,4	26,6	15,5	5,3	2,0	50,3	38,1	5,9	17,7	10,7	3,8	61,7
Sicilia	55,2	35,1	12,2	5,5	2,4	44,5	39,2	7,2	18,4	8,4	5,2	60,4
Sardegna	55,1	29,8	16,0	6,4	2,9	44,3	36,8	5,9	17,2	6,7	7,0	62,5
<b>Italia</b>	<b>59,6</b>	<b>37,9</b>	<b>14,1</b>	<b>5,0</b>	<b>2,6</b>	<b>39,9</b>	<b>44,7</b>	<b>11,4</b>	<b>19,8</b>	<b>8,7</b>	<b>4,8</b>	<b>54,8</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>												
Italia nord-occidentale	65,2	42,3	15,0	5,5	2,4	34,2	47,0	12,7	21,0	8,5	4,8	52,4
Italia nord-orientale	63,9	41,5	14,2	4,9	3,3	35,7	47,5	13,2	20,6	8,6	5,1	52,2
Italia centrale	57,2	36,7	13,8	3,9	2,8	42,5	45,5	12,4	19,7	9,1	4,3	54,1
Italia meridionale	50,5	29,9	13,4	5,0	2,2	49,1	39,7	8,2	18,0	9,0	4,5	60,0
Italia insulare	55,1	33,5	13,3	5,8	2,5	44,4	38,6	6,8	18,1	7,9	5,8	61,0
<b>Italia</b>	<b>59,6</b>	<b>37,9</b>	<b>14,1</b>	<b>5,0</b>	<b>2,6</b>	<b>39,9</b>	<b>44,7</b>	<b>11,4</b>	<b>19,8</b>	<b>8,7</b>	<b>4,8</b>	<b>54,8</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>												
Comune centro dell'area metropolitana	61,4	41,1	13,8	4,2	2,3	38,3	50,5	13,8	23,4	9,1	4,2	49,3
Periferia dell'area metropolitana	59,3	38,4	13,8	4,7	2,4	40,0	45,1	11,2	20,4	9,3	4,2	54,3
Fino a 2.000 abitanti	59,5	37,3	14,9	4,4	2,9	40,3	44,3	9,4	21,4	9,2	4,3	55,5
Da 2.001 a 10.000 abitanti	57,8	34,2	14,4	6,0	3,2	41,8	41,2	9,4	18,3	8,7	4,8	58,4
Da 10.001 a 50.000 abitanti	59,1	36,6	15,1	4,8	2,6	40,4	42,4	10,8	18,3	8,2	5,1	57,1
50.001 abitanti e più	61,9	41,8	12,7	5,0	2,4	37,7	47,3	13,7	19,9	8,3	5,4	52,3
<b>Italia</b>	<b>59,6</b>	<b>37,9</b>	<b>14,1</b>	<b>5,0</b>	<b>2,6</b>	<b>39,9</b>	<b>44,7</b>	<b>11,4</b>	<b>19,8</b>	<b>8,7</b>	<b>4,8</b>	<b>54,8</b>

**Tavola 5.7 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)**

CLASSI DI ETÀ	Per avere informazioni, consultare, documentarsi (ricerca su database)	Per sviluppo applicazioni multimediali	Scrittura	Grafica (disegno, architettura, arredamento)	Calcolo, elaborazione	Per tenere la contabilità	Per collegarsi ad Internet, utilizzare la posta elettronica	Simulazione in ambito professionale	Gioco
<b>MASCHI</b>									
3 - 5	-	-	8,9	6,2	-	-	1,9	-	94,5
6 - 10	11,7	1,8	23,4	11,1	2,1	0,1	5,6	0,3	91,3
11 - 14	30,4	10,3	49,7	13,1	6,6	0,1	22,1	1,1	84,7
15 - 17	30,2	13,8	48,5	16,8	15,0	1,7	39,4	3,5	81,4
18 - 19	45,1	15,2	54,1	23,6	16,8	2,3	46,2	5,2	68,4
20 - 24	43,5	13,4	49,2	20,7	19,3	9,8	53,1	6,9	47,2
25 - 34	46,6	10,8	49,5	18,8	24,3	19,8	55,3	11,5	31,2
35 - 44	42,2	7,2	51,0	12,4	23,5	20,1	45,7	9,6	21,0
45 - 54	38,2	6,1	56,1	11,6	23,1	22,0	39,2	10,5	15,7
55 - 59	38,0	5,3	56,9	11,3	24,6	21,3	38,3	5,6	20,0
60 - 64	31,3	1,1	46,9	9,0	27,3	33,6	27,7	3,5	18,2
65 - 74	34,0	6,2	55,3	4,6	18,1	28,4	34,4	2,2	25,5
75 e più	30,4	-	61,0	17,3	35,8	26,6	7,3	-	16,3
<b>Totale</b>	<b>38,5</b>	<b>8,8</b>	<b>49,4</b>	<b>15,0</b>	<b>19,8</b>	<b>15,1</b>	<b>41,9</b>	<b>7,7</b>	<b>40,2</b>
<b>FEMMINE</b>									
3 - 5	1,2	-	7,3	5,2	-	-	-	-	92,1
6 - 10	12,9	2,1	31,0	15,8	2,5	0,5	3,8	0,4	88,7
11 - 14	34,1	7,8	56,1	21,1	5,2	0,2	22,1	0,1	79,6
15 - 17	41,2	8,8	65,2	17,1	12,1	2,7	39,0	3,2	66,7
18 - 19	47,1	6,5	60,8	12,5	10,6	8,0	45,3	4,6	45,7
20 - 24	41,2	7,2	60,7	12,7	15,9	13,1	52,7	5,3	34,7
25 - 34	38,3	4,6	61,9	7,4	20,1	22,7	43,4	7,8	20,1
35 - 44	33,0	3,4	59,9	6,3	15,7	21,6	33,2	7,2	17,7
45 - 54	30,7	4,5	62,0	3,7	14,0	20,8	31,5	3,3	15,9
55 - 59	34,8	4,6	62,4	3,3	18,7	15,3	25,2	3,8	25,9
60 - 64	19,1	3,9	42,3	3,7	5,1	20,5	18,1	-	35,7
65 - 74	34,9	-	67,0	-	-	10,8	37,4	-	10,1
75 e più	14,4	-	40,8	-	13,0	59,4	46,3	46,3	27,7
<b>Totale</b>	<b>34,7</b>	<b>5,1</b>	<b>58,3</b>	<b>9,9</b>	<b>14,1</b>	<b>15,1</b>	<b>35,5</b>	<b>5,0</b>	<b>36,1</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>									
3 - 5	0,6	-	8,1	5,7	-	-	0,9	-	93,3
6 - 10	12,3	1,9	26,9	13,3	2,3	0,3	4,8	0,4	90,1
11 - 14	32,1	9,1	52,8	16,9	5,9	0,2	22,1	0,6	82,3
15 - 17	35,2	11,5	56,1	17,0	13,7	2,1	39,2	3,4	74,7
18 - 19	46,1	10,8	57,5	18,0	13,6	5,2	45,8	4,9	56,9
20 - 24	42,4	10,4	54,8	16,8	17,6	11,4	52,9	6,1	41,1
25 - 34	42,8	7,9	55,3	13,5	22,3	21,1	49,8	9,8	26,0
35 - 44	38,3	5,6	54,7	9,8	20,2	20,7	40,4	8,6	19,6
45 - 54	35,4	5,5	58,3	8,7	19,7	21,6	36,3	7,8	15,8
55 - 59	37,2	5,1	58,3	9,2	23,1	19,8	35,0	5,2	21,5
60 - 64	28,7	1,7	45,9	7,9	22,7	30,9	25,7	2,7	21,9
65 - 74	34,2	5,1	57,5	3,8	14,8	25,2	34,9	1,8	22,7
75 e più	29,1	-	59,4	16,0	34,0	29,1	10,3	3,6	17,2
<b>Totale</b>	<b>36,9</b>	<b>7,2</b>	<b>53,3</b>	<b>12,8</b>	<b>17,3</b>	<b>15,1</b>	<b>39,1</b>	<b>6,5</b>	<b>38,4</b>

**Tavola 5.7 segue - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)**

CLASSI DI ETÀ	Impaginazione (editoria elettronica)	Programmazione	Archiviazione	Presentazioni	Pianificazione attività	Composizione musicale / trattamento del suono	Altro
<b>MASCHI</b>							
3 - 5	-	-	-	-	-	0,1	3,0
6 - 10	0,4	0,5	0,3	0,6	-	2,1	7,1
11 - 14	1,5	4,7	2,0	1,0	0,5	7,5	6,4
15 - 17	3,7	8,9	4,9	2,9	1,1	18,3	8,4
18 - 19	3,1	12,6	7,2	3,0	2,9	17,3	6,1
20 - 24	4,2	12,5	13,7	4,5	5,8	10,9	7,9
25 - 34	4,4	12,0	21,7	8,3	13,4	5,6	8,8
35 - 44	3,4	8,6	24,2	6,3	14,3	2,3	11,0
45 - 54	4,2	11,4	24,3	5,4	14,6	1,8	8,8
55 - 59	4,2	6,5	15,3	5,2	8,3	0,7	6,8
60 - 64	1,6	3,7	16,2	2,2	9,1	-	4,2
65 - 74	3,5	3,0	19,2	1,2	4,0	1,6	7,6
75 e più	4,3	4,1	-	-	-	2,5	-
<b>Totale</b>	<b>3,5</b>	<b>9,2</b>	<b>16,8</b>	<b>5,1</b>	<b>9,5</b>	<b>5,7</b>	<b>8,5</b>
<b>FEMMINE</b>							
3 - 5	-	-	-	-	-	1,9	4,9
6 - 10	0,1	0,7	0,6	0,1	0,4	2,4	4,9
11 - 14	2,0	1,8	2,1	1,3	0,8	8,1	7,9
15 - 17	3,3	6,7	2,9	3,2	0,6	8,7	4,6
18 - 19	3,8	5,3	7,6	3,8	1,5	3,8	6,3
20 - 24	2,1	5,8	12,0	3,3	4,0	4,0	6,3
25 - 34	2,8	3,5	17,4	4,8	8,8	1,0	8,9
35 - 44	2,4	5,3	18,2	4,6	8,7	0,8	8,3
45 - 54	2,2	4,3	15,0	3,0	7,6	0,2	8,4
55 - 59	-	7,0	20,3	1,4	5,3	-	8,6
60 - 64	-	8,7	13,9	-	7,4	-	15,2
65 - 74	-	-	15,7	-	2,2	-	9,0
75 e più	-	-	60,8	46,3	-	13,3	46,3
<b>Totale</b>	<b>2,3</b>	<b>4,3</b>	<b>12,5</b>	<b>3,4</b>	<b>5,7</b>	<b>2,6</b>	<b>7,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>							
3 - 5	-	-	-	-	-	1,0	4,0
6 - 10	0,2	0,5	0,5	0,3	0,2	2,3	6,0
11 - 14	1,7	3,3	2,0	1,1	0,7	7,8	7,1
15 - 17	3,5	7,9	4,0	3,0	0,9	13,9	6,7
18 - 19	3,4	8,9	7,4	3,4	2,2	10,5	6,2
20 - 24	3,1	9,2	12,8	3,9	4,9	7,5	7,1
25 - 34	3,7	8,0	19,7	6,7	11,3	3,5	8,8
35 - 44	2,9	7,2	21,6	5,6	11,9	1,6	9,9
45 - 54	3,4	8,8	20,8	4,5	12,0	1,2	8,7
55 - 59	3,2	6,6	16,6	4,3	7,6	0,5	7,2
60 - 64	1,3	4,7	15,7	1,7	8,8	-	6,5
65 - 74	2,8	2,4	18,6	1,0	3,6	1,3	7,9
75 e più	4,0	3,7	4,8	3,6	-	3,3	3,6
<b>Totale</b>	<b>2,9</b>	<b>7,1</b>	<b>14,9</b>	<b>4,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,1</b>

**Tavola 5.8 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)**

TERRITORIO	Per avere informazioni, consultare, documentarsi (ricerca su database)	Per sviluppare applicazioni multi-mediali	Scrittura	Grafica (disegno, architettura, arredamento)	Calcolo, elaborazione	Per tenere la contabilità	Per collegarsi ad Internet, utilizzare la posta elettronica	Simulazione in ambito professionale	Gioco
<b>REGIONI</b>									
Piemonte	34,9	5,4	54,2	12,0	17,7	15,5	40,3	6,6	36,6
Valle d'Aosta	36,4	5,0	53,3	13,9	16,4	18,2	43,2	5,2	37,9
Lombardia	34,7	8,0	55,0	13,8	18,5	18,2	43,8	7,5	36,0
Trentino-Alto Adige	32,0	6,0	61,4	14,9	15,7	14,9	37,9	5,7	39,9
- Bolzano - Bozen	34,6	5,9	60,4	13,5	15,2	14,3	38,0	6,7	37,7
- Trento	29,3	6,1	62,4	16,4	16,3	15,5	37,8	4,8	42,1
Veneto	34,1	7,4	51,9	14,0	19,2	17,0	43,4	7,5	36,4
Friuli-Venezia Giulia	32,6	6,2	53,2	13,4	20,6	16,9	41,8	7,4	33,0
Liguria	43,8	6,3	57,1	10,1	19,1	16,6	37,6	5,8	33,6
Emilia-Romagna	36,3	6,0	56,7	12,8	17,4	16,6	45,2	6,1	35,1
Toscana	35,4	6,3	53,0	10,3	16,9	16,6	40,0	5,8	38,8
Umbria	32,0	8,5	58,4	12,4	11,5	12,3	35,9	4,8	36,8
Marche	34,6	6,4	50,5	12,5	13,0	13,8	37,7	6,0	36,8
Lazio	37,8	7,5	49,1	11,6	16,2	12,3	41,4	5,6	39,5
Abruzzo	36,5	6,3	51,4	11,9	16,0	13,9	37,8	5,0	43,3
Molise	42,8	5,9	54,2	13,0	13,6	7,8	34,2	5,6	45,4
Campania	42,2	7,7	47,7	12,6	18,7	10,5	29,6	5,6	44,8
Puglia	41,8	8,5	54,2	12,5	14,5	15,3	28,9	9,1	44,3
Basilicata	37,1	10,6	61,0	17,7	19,8	15,4	29,8	8,0	44,2
Calabria	39,0	7,1	52,3	12,3	12,9	11,3	30,5	5,8	44,2
Sicilia	42,3	8,4	50,1	12,7	16,8	10,3	32,3	5,2	40,5
Sardegna	36,3	7,8	57,5	15,3	17,6	13,1	32,9	5,3	38,3
<b>Italia</b>	<b>36,9</b>	<b>7,2</b>	<b>53,3</b>	<b>12,8</b>	<b>17,3</b>	<b>15,1</b>	<b>39,1</b>	<b>6,5</b>	<b>38,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>									
Italia nord-occidentale	35,6	7,1	55,0	13,0	18,3	17,3	42,3	7,1	35,9
Italia nord-orientale	34,6	6,6	54,7	13,6	18,4	16,6	43,4	6,8	35,8
Italia centrale	36,2	7,0	51,2	11,3	15,7	13,9	40,1	5,7	38,8
Italia meridionale	40,8	7,8	51,4	12,7	16,3	12,5	30,5	6,7	44,4
Italia insulare	40,5	8,2	52,3	13,5	17,1	11,1	32,5	5,2	39,8
<b>Italia</b>	<b>36,9</b>	<b>7,2</b>	<b>53,3</b>	<b>12,8</b>	<b>17,3</b>	<b>15,1</b>	<b>39,1</b>	<b>6,5</b>	<b>38,4</b>
<b>TIPDI DI COMUNE</b>									
Comune centro dell'area metropolitana	42,1	7,2	52,0	11,8	18,3	14,4	42,1	6,6	35,7
Periferia dell'area metropolitana	37,6	7,8	50,9	10,7	18,6	16,8	40,0	7,6	40,4
Fino a 2.000 abitanti	34,1	6,0	53,0	12,4	16,2	15,1	37,8	4,8	38,8
Da 2.001 a 10.000 abitanti	34,0	7,8	55,5	15,0	16,3	15,1	37,8	6,8	40,4
Da 10.001 a 50.000 abitanti	35,0	6,7	54,0	12,6	17,5	14,7	37,7	6,3	37,5
50.001 abitanti e più	38,7	7,1	52,4	12,6	16,7	14,9	39,6	6,1	37,9
<b>Italia</b>	<b>36,9</b>	<b>7,2</b>	<b>53,3</b>	<b>12,8</b>	<b>17,3</b>	<b>15,1</b>	<b>39,1</b>	<b>6,5</b>	<b>38,4</b>

**Tavola 5.8 segue - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)**

TERRITORIO	Impaginazione (editoria elettronica)	Programmazione	Archiviazione	Presentazioni	Pianificazione attività	Composizione musicale / trattamento del suono	Altro
<b>REGIONI</b>							
Piemonte	3,0	7,5	15,2	3,6	8,5	4,3	8,3
Valle d'Aosta	2,8	5,9	19,5	3,7	9,4	3,5	8,4
Lombardia	3,1	6,6	15,6	6,8	8,7	3,8	7,5
Trentino-Alto Adige	2,6	6,5	11,1	3,6	7,8	3,1	7,9
- Bolzano - Bozen	1,8	4,9	7,1	3,5	6,8	2,8	9,3
- Trento	3,4	8,0	15,2	3,7	8,8	3,3	6,5
Veneto	3,8	7,3	15,8	4,5	8,7	4,1	9,6
Friuli-Venezia Giulia	2,8	7,1	17,8	5,1	10,2	5,7	8,2
Liguria	2,7	6,5	21,9	3,2	7,5	3,1	10,7
Emilia-Romagna	2,9	5,0	13,4	4,5	7,5	4,5	12,0
Toscana	2,8	5,4	16,2	4,1	6,8	4,1	7,8
Umbria	4,4	9,0	15,5	4,4	8,2	4,0	5,3
Marche	1,7	5,9	13,7	3,3	6,0	3,9	8,6
Lazio	3,2	8,5	13,6	3,9	10,1	4,0	8,5
Abruzzo	2,0	8,9	14,6	2,0	7,5	5,2	8,1
Molise	2,1	6,4	8,7	2,3	4,9	3,9	6,5
Campania	1,7	7,3	12,5	4,1	6,1	4,3	5,4
Puglia	3,4	7,8	15,2	3,4	5,8	5,0	5,1
Basilicata	3,2	6,8	16,1	2,7	6,3	5,5	6,4
Calabria	1,5	6,7	10,4	2,0	5,8	3,8	9,3
Sicilia	3,6	8,9	17,7	2,9	6,6	7,4	7,5
Sardegna	3,0	8,3	12,4	3,7	7,3	4,8	7,8
<b>Italia</b>	<b>2,9</b>	<b>7,1</b>	<b>14,9</b>	<b>4,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>							
Italia nord-occidentale	3,1	6,8	16,1	5,6	8,5	3,8	8,0
Italia nord-orientale	3,2	6,3	14,6	4,5	8,3	4,3	10,2
Italia centrale	2,9	7,2	14,6	3,9	8,3	4,0	8,1
Italia meridionale	2,3	7,5	13,3	3,3	6,1	4,6	6,2
Italia insulare	3,4	8,7	16,1	3,1	6,8	6,6	7,6
<b>Italia</b>	<b>2,9</b>	<b>7,1</b>	<b>14,9</b>	<b>4,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>							
Comune centro dell'area metropolitana	4,0	8,2	17,7	4,8	10,0	3,5	8,1
Periferia dell'area metropolitana	2,2	7,1	13,7	5,7	7,7	4,1	8,1
Fino a 2.000 abitanti	2,1	6,6	13,7	3,0	8,7	3,5	8,9
Da 2.001 a 10.000 abitanti	2,5	7,5	13,2	4,2	6,7	4,7	8,5
Da 10.001 a 50.000 abitanti	3,4	6,7	15,7	3,5	7,7	5,0	8,1
50.001 abitanti e più	2,9	5,9	15,2	4,9	7,5	4,1	7,6
<b>Italia</b>	<b>2,9</b>	<b>7,1</b>	<b>14,9</b>	<b>4,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,1</b>

**Tavola 5.9 - Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolta, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Usa un lettore Cd-Rom o DVD (a)			Svago nel tempo libero (b)				Studio (b)				Lavoro (b)				
	Si	No	Non so cosa sia	Si	Una o più volte alla settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Si	Una o più volte alla settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Si	Una o più volte alla settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	
<b>MASCHI</b>																
3 - 5	42,8	44,7	9,5	95,7	44,8	38,1	12,8	9,0	9,0	-	-	-	-	-	-	-
6 - 10	50,4	38,0	9,8	93,1	58,6	22,9	11,6	34,9	14,0	10,0	10,9	-	-	-	-	-
11 - 14	61,2	33,1	4,4	92,7	59,1	20,6	13,0	68,8	23,2	28,5	17,1	-	-	-	-	-
15 - 17	76,2	22,6	1,0	94,4	65,6	18,9	9,9	72,2	29,2	22,4	20,6	15,6	3,1	3,8	8,7	
18 - 19	70,6	28,2	0,4	91,3	52,6	26,1	12,6	66,6	26,8	23,9	15,9	25,0	7,1	6,7	11,2	
20 - 24	70,4	28,3	0,7	83,7	41,3	23,3	19,1	47,9	22,5	14,9	10,5	39,1	20,3	10,8	8,0	
25 - 34	71,5	27,4	0,7	66,8	28,6	18,9	19,3	36,3	13,3	9,6	13,4	68,4	44,2	12,6	11,6	
35 - 44	67,5	29,9	1,2	57,7	20,4	21,0	16,3	27,9	9,7	8,1	10,1	73,6	45,0	17,0	11,6	
45 - 54	62,6	34,0	1,6	49,8	17,3	14,8	17,7	25,5	9,5	6,8	9,2	78,2	51,9	13,5	12,8	
55 - 59	55,8	40,6	1,3	45,6	14,1	10,9	20,6	25,4	7,7	7,9	9,8	67,9	44,7	11,9	11,3	
60 - 64	42,5	48,7	7,7	38,6	9,3	18,5	10,8	11,2	6,4	3,2	1,6	67,8	39,9	18,2	9,7	
65 - 74	59,1	33,9	5,5	70,1	30,0	26,0	14,1	20,0	11,2	4,5	4,3	40,1	27,7	7,0	5,4	
75 e più	45,9	52,0	2,0	43,0	25,0	11,7	6,3	26,8	7,9	18,9	-	36,3	26,8	-	9,5	
<b>Totale</b>	<b>65,8</b>	<b>31,0</b>	<b>2,1</b>	<b>69,4</b>	<b>33,2</b>	<b>19,8</b>	<b>16,4</b>	<b>39,3</b>	<b>15,1</b>	<b>12,1</b>	<b>12,1</b>	<b>53,5</b>	<b>32,7</b>	<b>11,1</b>	<b>9,7</b>	
<b>FEMMINE</b>																
3 - 5	33,8	50,6	12,4	93,8	46,9	32,3	14,6	5,2	5,2	-	-	-	-	-	-	-
6 - 10	48,8	38,2	10,4	93,3	50,5	30,1	12,7	34,8	16,4	10,1	8,3	-	-	-	-	-
11 - 14	59,5	33,0	6,4	89,0	44,4	23,4	21,2	73,8	27,5	30,0	16,3	-	-	-	-	-
15 - 17	54,9	39,1	4,9	79,1	31,9	23,4	23,8	81,4	28,5	32,3	20,6	8,4	1,9	2,5	4,0	
18 - 19	50,7	45,4	3,6	80,5	26,3	22,2	32,0	72,1	27,5	24,1	20,5	15,2	7,1	3,4	4,7	
20 - 24	52,4	43,9	2,4	72,5	24,8	23,6	24,1	58,3	19,2	21,5	17,6	43,6	18,0	10,9	14,7	
25 - 34	51,1	45,1	1,7	55,8	18,3	16,0	21,5	34,3	10,9	9,5	13,9	64,5	32,9	14,7	16,9	
35 - 44	49,2	47,1	2,3	49,0	13,2	14,6	21,2	27,2	8,8	10,2	8,2	72,1	37,3	18,9	15,9	
45 - 54	40,9	53,6	3,2	43,9	11,6	13,5	18,8	29,0	5,3	13,4	10,3	65,8	34,4	19,3	12,1	
55 - 59	26,2	63,7	8,0	29,2	17,9	6,6	4,7	36,8	26,0	10,0	0,8	62,1	38,2	11,8	12,1	
60 - 64	35,7	57,9	6,3	59,8	20,7	22,1	17,0	23,4	11,0	5,0	7,4	28,8	17,6	6,7	4,5	
65 - 74	43,3	55,5	,	37,6	25,9	11,7	-	18,0	-	18,0	-	56,1	15,0	19,4	21,7	
75 e più	26,2	59,4	14,4	50,8	50,8	-	-	0,0	-	-	-	0,0	-	-	-	
<b>Totale</b>	<b>49,8</b>	<b>44,9</b>	<b>3,6</b>	<b>64,4</b>	<b>23,9</b>	<b>19,1</b>	<b>21,4</b>	<b>44,9</b>	<b>15,4</b>	<b>16,2</b>	<b>13,3</b>	<b>45,0</b>	<b>22,4</b>	<b>11,3</b>	<b>11,3</b>	
<b>MASCHI E FEMMINE</b>																
3 - 5	38,2	47,8	11,0	94,8	45,7	35,5	13,6	7,2	7,2	-	-	-	-	-	-	-
6 - 10	49,6	38,1	10,1	93,2	54,9	26,2	12,1	34,8	15,1	10,0	9,7	-	-	-	-	-
11 - 14	60,4	33,1	5,4	90,9	52,2	21,9	16,8	71,1	25,2	29,2	16,7	-	-	-	-	-
15 - 17	66,6	30,1	2,8	88,7	53,0	20,6	15,1	75,6	28,9	26,1	20,6	12,9	2,6	3,3	7,0	
18 - 19	60,5	36,9	2,0	86,7	41,5	24,4	20,8	69,0	27,1	24,0	17,9	20,8	7,1	5,3	8,4	
20 - 24	61,5	36,0	1,6	79,0	34,4	23,4	21,2	52,2	21,1	17,7	13,4	41,0	19,3	10,9	10,8	
25 - 34	62,0	35,7	1,1	62,6	24,6	17,8	20,2	35,6	12,4	9,6	13,6	66,9	39,9	13,4	13,6	
35 - 44	59,8	37,1	1,7	54,7	17,9	18,8	18,0	27,6	9,4	8,8	9,4	73,0	42,3	17,7	13,0	
45 - 54	54,5	41,3	2,2	48,1	15,7	14,4	18,0	26,5	8,3	8,7	9,5	74,7	47,0	15,1	12,6	
55 - 59	48,3	46,4	3,0	43,3	14,6	10,3	18,4	27,0	10,2	8,2	8,6	67,1	43,8	11,9	11,4	
60 - 64	41,1	50,6	7,4	42,3	11,3	19,1	11,9	13,3	7,2	3,5	2,6	60,8	35,9	16,1	8,8	
65 - 74	56,2	37,8	4,5	65,7	29,5	24,0	12,2	19,8	9,7	6,4	3,7	42,3	26,0	8,7	7,6	
75 e più	44,4	52,6	3,0	43,3	26,2	11,1	6,0	25,5	7,5	18,0	-	34,6	25,6	,	9,0	
<b>Totale</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>29,8</b>	<b>19,5</b>	<b>18,2</b>	<b>41,3</b>	<b>15,2</b>	<b>13,6</b>	<b>12,5</b>	<b>50,4</b>	<b>28,9</b>	<b>11,2</b>	<b>10,3</b>	

(a) per 100 persone che utilizzano il computer della stessa età e dello stesso sesso

(b) per 100 persone che utilizzano il personal computer e il CD-Rom o il DVD della stessa età e dello stesso sesso

**Tavola 5.10 - Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolte, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Usa un lettore Cd-Rom o DVD (a)			Svago nel tempo libero (b)				Studio (b)				Lavoro (b)				
	Sì	No	Non so cosa sia	Sì	Una o più volte alla settimana		Più raramente	Sì	Una o più volte alla settimana		Più raramente	Sì	Una o più volte alla settimana		Più raramente	
					Una o più volte al mese	Una o più volte al mese			Una o più volte al mese	Una o più volte al mese						
<b>REGIONI</b>																
Piemonte	58,7	37,0	2,8	72,0	30,6	18,3	23,1	37,3	10,3	13,8	13,2	49,4	25,6	11,1	12,7	
Valle d'Aosta	60,5	35,1	2,3	67,1	29,5	14,6	23,0	34,2	11,8	10,2	12,2	54,7	24,6	16,1	14,0	
Lombardia	57,1	38,9	2,8	68,3	27,8	20,9	19,6	37,1	10,2	12,2	14,7	53,7	29,0	12,5	12,2	
Trentino-Alto Adige	54,3	39,9	5,5	65,0	28,2	19,2	17,6	40,7	13,6	13,4	13,7	52,7	27,4	12,6	12,7	
- Bolzano - Bozen	48,7	43,9	6,6	63,6	26,9	18,1	18,6	44,5	14,5	16,1	13,9	56,3	31,0	11,7	13,6	
- Trento	59,9	35,7	4,3	66,4	29,3	20,2	16,9	37,3	12,8	11,0	13,5	49,6	24,4	13,3	11,9	
Veneto	60,8	36,2	1,9	70,7	30,4	20,5	19,8	39,6	12,5	16,3	10,8	49,5	28,3	11,6	9,6	
Friuli-Venezia Giulia	57,1	40,0	1,6	64,9	28,3	19,6	17,0	39,3	13,5	11,5	14,3	52,7	30,2	9,2	13,3	
Liguria	61,8	34,2	3,2	62,6	27,5	13,8	21,3	34,1	12,7	9,8	11,6	56,5	36,0	12,6	7,9	
Emilia-Romagna	57,5	40,6	1,5	68,7	27,6	23,2	17,9	37,4	12,7	12,5	12,2	51,8	26,5	13,9	11,4	
Toscana	59,3	36,5	2,5	71,2	30,6	23,5	17,1	39,0	15,0	11,8	12,2	47,8	26,5	10,9	10,4	
Umbria	58,5	39,2	2,0	64,9	31,7	16,8	16,4	41,4	13,2	14,0	14,2	52,2	28,9	10,2	13,1	
Marche	55,2	39,4	2,5	62,5	31,3	14,4	16,8	39,0	12,7	15,6	10,7	48,3	29,4	11,3	7,6	
Lazio	60,5	34,5	3,1	67,6	30,2	19,2	18,2	43,1	16,7	13,6	12,8	47,4	26,6	10,7	10,1	
Abruzzo	62,1	33,6	2,2	64,7	31,7	20,3	12,7	44,4	19,1	15,4	9,9	51,4	35,5	7,8	8,1	
Molise	63,7	33,6	1,3	74,0	37,0	20,0	17,0	48,9	18,3	16,4	14,2	47,1	26,4	8,5	12,2	
Campania	67,3	28,7	3,5	64,9	33,5	16,5	14,9	49,7	27,1	13,2	9,4	45,2	29,2	8,4	7,6	
Puglia	57,8	38,3	2,6	63,5	29,5	18,9	15,1	49,2	20,5	14,8	13,9	49,9	32,9	9,5	7,5	
Basilicata	60,0	34,4	4,4	64,9	31,2	17,5	16,2	51,2	19,9	15,3	16,0	49,8	26,0	10,5	13,3	
Calabria	57,6	35,2	4,8	65,4	32,4	19,1	13,9	46,7	20,4	16,2	10,1	45,5	28,0	9,5	8,0	
Sicilia	54,4	39,6	3,4	66,2	30,9	15,9	19,4	50,8	22,3	16,6	11,9	51,3	33,7	10,2	7,4	
Sardegna	55,1	41,3	1,9	60,4	23,5	20,7	16,2	45,0	15,6	15,2	14,2	55,5	34,1	13,0	8,4	
<b>Italia</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>29,8</b>	<b>19,5</b>	<b>18,2</b>	<b>41,3</b>	<b>15,2</b>	<b>13,6</b>	<b>12,5</b>	<b>50,4</b>	<b>28,9</b>	<b>11,2</b>	<b>10,3</b>	
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>																
Italia nord-occidentale	57,9	38,0	2,8	68,7	28,5	19,5	20,7	36,8	10,4	12,4	14,0	52,8	28,7	12,2	11,9	
Italia nord-orientale	58,5	38,7	2,0	68,9	28,9	21,4	18,6	38,8	12,8	14,1	11,9	51,0	27,8	12,3	10,9	
Italia centrale	59,3	36,1	2,7	68,0	30,6	19,9	17,5	41,1	15,4	13,3	12,4	48,0	27,1	10,8	10,1	
Italia meridionale	62,1	33,4	3,3	64,8	32,1	18,0	14,7	48,7	23,1	14,5	11,1	47,4	30,5	8,9	8,0	
Italia insulare	54,6	40,1	3,0	64,5	28,7	17,4	18,4	49,1	20,3	16,2	12,6	52,5	33,8	11,0	7,7	
<b>Italia</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>29,8</b>	<b>19,5</b>	<b>18,2</b>	<b>41,3</b>	<b>15,2</b>	<b>13,6</b>	<b>12,5</b>	<b>50,4</b>	<b>28,9</b>	<b>11,2</b>	<b>10,3</b>	
<b>TIPI DI COMUNE</b>																
Comune centro dell'area metropolitana	60,7	35,7	2,5	67,3	28,4	18,2	20,7	40,1	14,4	13,1	12,6	54,1	31,4	11,8	10,9	
Periferia dell'area metropolitana	59,5	36,1	2,9	67,9	26,2	24,3	17,4	40,3	14,2	13,6	12,5	52,0	28,6	13,1	10,3	
Fino a 2.000 abitanti	58,4	37,7	2,6	67,7	30,7	18,6	18,4	38,6	14,3	14,8	9,5	49,9	26,1	12,1	11,7	
Da 2.001 a 10.000 abitanti	56,6	38,8	3,0	68,3	31,1	18,9	18,3	43,9	16,5	13,2	14,2	47,4	27,7	10,1	9,6	
Da 10.001 a 50.000 abitanti	60,2	35,3	3,2	67,3	29,5	19,7	18,1	42,7	14,8	15,4	12,5	49,6	28,6	10,9	10,1	
50.001 abitanti e più	58,0	38,9	1,8	66,6	32,2	17,9	16,5	39,2	16,0	11,9	11,3	50,5	29,6	10,6	10,3	
<b>Italia</b>	<b>58,9</b>	<b>37,1</b>	<b>2,7</b>	<b>67,5</b>	<b>29,8</b>	<b>19,5</b>	<b>18,2</b>	<b>41,3</b>	<b>15,2</b>	<b>13,6</b>	<b>12,5</b>	<b>50,4</b>	<b>28,9</b>	<b>11,2</b>	<b>10,3</b>	

(a) per 100 persone che utilizzano il computer della stessa zona

(b) per 100 persone che utilizzano il personal computer e il CD-Rom o il DVD della stessa zona

**Tavola 5.11 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il CD-Rom o il DVD, classe di età sesso - Anno 2000 (per 100 persone della stessa età dello stesso sesso che usano un CD -Rom o un DVD)**

CLASSI DI ETÀ	Pacchetti professionali (per statistici, architetti, economisti)	Giochi	Educativi, manuali tecnici, didattici (corsi, ecc.)	Arte, storia, cultura, letteratura e scienza (esclusa enciclopedia)	Enciclopedie multi-mediali	Immagini, fotografie, arte digitale	Guide	Banche dati	Sport	Software, programmi di installazione	Altri
<b>MASCHI</b>											
3 - 5	-	81,0	27,1	-	15,3	-	-	-	-	-	-
6 - 10	-	90,3	28,5	8,3	36,6	6,1	1,4	0,4	6,0	4,3	0,5
11 - 14	3,2	90,2	22,1	15,7	63,0	16,1	4,0	2,1	18,9	18,1	1,3
15 - 17	5,0	85,0	25,2	21,0	61,7	24,0	5,4	2,8	26,3	37,1	2,6
18 - 19	7,2	82,3	24,6	21,1	49,0	24,0	5,5	4,9	26,7	38,6	1,4
20 - 24	18,2	60,8	25,3	12,4	31,1	23,7	9,1	15,0	16,3	47,5	3,9
25 - 34	32,6	38,8	28,1	15,0	24,7	20,3	12,0	25,2	7,2	52,0	4,8
35 - 44	28,1	26,8	27,1	14,1	31,7	17,1	12,3	26,4	5,3	45,9	6,2
45 - 54	32,4	18,8	27,7	19,4	34,1	14,9	9,7	30,5	3,0	42,0	3,8
55 - 59	26,1	15,7	22,9	23,0	26,0	12,4	9,5	30,8	1,9	35,5	5,0
60 - 64	32,8	7,6	21,7	21,1	20,1	10,4	17,6	21,0	1,2	29,2	3,7
65 - 74	20,7	17,1	27,6	24,4	20,0	19,3	24,8	21,6	10,0	29,9	5,1
75 e più	24,5	12,1	34,4	36,9	19,3	7,4	18,0	3,8	12,7	11,0	-
<b>Totale</b>	<b>22,9</b>	<b>45,6</b>	<b>26,5</b>	<b>16,0</b>	<b>35,1</b>	<b>18,2</b>	<b>9,8</b>	<b>19,8</b>	<b>10,0</b>	<b>41,2</b>	<b>4,1</b>
<b>FEMMINE</b>											
3 - 5	-	91,2	35,9	-	19,5	-	-	-	-	-	3,6
6 - 10	0,2	91,8	26,6	13,0	38,4	6,8	0,7	1,0	2,0	0,9	2,2
11 - 14	0,3	82,7	20,8	24,6	71,5	17,8	2,5	0,8	2,5	12,5	3,1
15 - 17	1,5	63,1	30,7	32,2	67,9	16,4	4,4	3,5	5,9	23,5	1,6
18 - 19	3,7	53,5	27,0	30,8	56,8	19,9	8,4	3,1	3,9	24,3	4,0
20 - 24	18,9	32,6	25,6	24,8	42,1	22,6	10,4	13,1	1,1	40,3	2,4
25 - 34	24,4	23,5	25,6	18,2	30,2	13,1	10,7	20,3	1,2	37,1	5,3
35 - 44	19,2	22,4	27,5	19,6	37,4	10,2	8,7	20,9	1,1	31,7	3,3
45 - 54	15,3	15,2	33,0	31,6	43,4	13,1	10,8	19,1	2,2	26,9	4,1
55 - 59	30,0	3,8	36,4	24,4	40,3	2,4	18,8	25,3	-	24,0	-
60 - 64	30,1	39,9	54,5	44,3	11,1	20,7	14,9	15,5	-	28,0	-
65 - 74	-	21,2	18,0	-	28,3	-	-	20,1	-	7,7	33,0
75 e più	-	50,8	-	-	50,8	50,8	-	-	-	50,8	49,2
<b>Totale</b>	<b>14,7</b>	<b>39,2</b>	<b>27,0</b>	<b>22,6</b>	<b>43,5</b>	<b>14,3</b>	<b>8,1</b>	<b>13,8</b>	<b>1,9</b>	<b>28,4</b>	<b>3,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>											
3 - 5	-	85,6	31,1	-	17,2	-	-	-	-	-	1,6
6 - 10	0,1	90,9	27,6	10,5	37,4	6,4	1,0	0,6	4,2	2,8	1,3
11 - 14	1,8	86,7	21,5	19,9	67,0	16,9	3,3	1,5	11,2	15,5	2,1
15 - 17	3,7	76,8	27,3	25,2	64,0	21,2	5,0	3,1	18,7	32,1	2,2
18 - 19	5,7	70,1	25,6	25,2	52,3	22,2	6,8	4,1	17,0	32,5	2,5
20 - 24	18,5	49,0	25,4	17,6	35,7	23,2	9,7	14,2	9,9	44,5	3,3
25 - 34	29,5	32,9	27,1	16,2	26,8	17,5	11,5	23,3	4,9	46,3	5,0
35 - 44	25,0	25,3	27,2	16,1	33,6	14,7	11,0	24,5	3,8	40,9	5,2
45 - 54	27,6	17,8	29,2	22,9	36,7	14,4	10,0	27,3	2,8	37,8	3,9
55 - 59	26,6	14,1	24,7	23,2	27,9	11,0	10,8	30,0	1,7	34,0	4,3
60 - 64	32,3	13,4	27,6	25,3	18,5	12,3	17,1	20,0	1,0	29,0	3,0
65 - 74	17,8	17,7	26,3	20,9	21,1	16,6	21,3	21,4	8,6	26,8	9,0
75 e più	23,4	13,9	32,8	35,2	20,8	9,4	17,2	3,7	12,1	12,9	2,3
<b>Totale</b>	<b>19,9</b>	<b>43,2</b>	<b>26,7</b>	<b>18,5</b>	<b>38,2</b>	<b>16,7</b>	<b>9,2</b>	<b>17,6</b>	<b>7,0</b>	<b>36,5</b>	<b>3,9</b>

**Tavola 5.12 - Persone di 3 anni e più che utilizzano un CD-Rom o un DVD per tipo di programmi utilizzati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona che usano un CD-Rom o un DVD)**

TERRITORIO	Pacchetti professionali (per statistici, architetti, economisti)	Giochi	Educativi, manuali tecnici, didattici (corsi, ecc.)	Arte, storia, cultura, letteratura e scienza (esclusa enciclopedia)	Enciclopedie multimediali	Immagini, fotografie, arte digitale	Guide	Banche dati	Sport	Software, programmi di installazione	Altri
<b>REGIONI</b>											
Piemonte	18,1	42,3	28,1	17,5	38,6	15,3	9,2	16,5	5,3	38,9	3,1
Valle d'Aosta	13,6	41,7	27,1	21,0	33,5	24,1	6,4	15,9	6,6	34,9	5,1
Lombardia	21,5	41,6	26,2	18,8	37,8	18,4	10,3	17,0	6,3	39,2	4,7
Trentino-Alto Adige	20,6	44,1	26,2	15,5	37,8	15,9	6,0	15,3	8,8	35,9	5,2
- Bolzano - Bozen	20,6	40,2	24,9	13,1	35,4	18,3	7,0	15,6	9,4	36,9	7,5
- Trento	20,5	47,4	27,2	17,6	39,7	13,8	5,1	15,0	8,3	35,0	3,3
Veneto	18,6	43,3	26,6	20,4	41,2	19,3	10,5	15,3	5,7	37,7	5,6
Friuli-Venezia Giulia	20,4	38,6	27,9	18,4	28,5	19,6	9,2	17,2	5,5	41,3	2,3
Liguria	24,2	35,2	26,8	15,2	37,1	14,2	6,9	24,1	4,3	38,9	5,1
Emilia-Romagna	22,0	41,7	30,1	16,5	33,3	15,6	9,6	18,3	5,8	39,5	4,2
Toscana	19,3	45,6	20,6	16,5	35,8	16,7	5,9	14,9	5,8	39,7	5,0
Umbria	22,1	40,9	26,2	17,5	34,1	16,3	13,5	16,7	8,2	39,7	1,5
Marche	19,7	40,4	26,4	18,5	36,1	18,4	9,2	13,4	4,4	34,9	3,5
Lazio	16,4	45,3	28,5	18,8	36,5	19,4	7,7	18,0	8,2	39,3	3,9
Abruzzo	18,7	49,5	26,9	15,9	41,3	15,4	8,2	16,7	8,9	35,3	2,4
Molise	16,7	52,3	22,4	16,5	45,1	15,0	6,8	13,3	9,2	27,3	2,2
Campania	20,6	45,9	24,3	15,6	40,3	10,2	10,4	22,8	8,1	26,9	2,1
Puglia	23,8	46,2	31,2	21,6	42,2	16,9	9,9	19,4	11,2	28,7	2,7
Basilicata	20,8	45,4	28,8	17,8	41,8	18,8	7,4	19,2	13,2	35,7	3,3
Calabria	17,8	45,9	21,5	18,2	43,6	15,0	6,9	18,0	10,3	29,4	3,0
Sicilia	18,6	43,7	25,7	25,5	44,3	15,0	9,3	16,8	7,7	29,6	3,1
Sardegna	14,8	39,2	29,3	19,6	33,1	19,9	9,5	16,6	7,7	41,9	6,0
<b>Italia</b>	<b>19,9</b>	<b>43,2</b>	<b>26,7</b>	<b>18,5</b>	<b>38,2</b>	<b>16,7</b>	<b>9,2</b>	<b>17,6</b>	<b>7,0</b>	<b>36,5</b>	<b>3,9</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>											
Italia nord-occidentale	20,8	41,2	26,8	18,1	37,9	17,2	9,6	17,5	5,9	39,0	4,3
Italia nord-orientale	20,3	42,2	28,0	18,3	36,6	17,6	9,6	16,6	6,0	38,6	4,7
Italia centrale	18,1	44,5	25,5	17,9	36,1	18,2	7,7	16,3	6,9	38,9	4,0
Italia meridionale	20,8	46,5	26,2	17,7	41,6	13,7	9,3	20,2	9,5	28,9	2,5
Italia insulare	17,4	42,4	26,8	23,8	40,9	16,5	9,4	16,7	7,7	33,3	4,0
<b>Italia</b>	<b>19,9</b>	<b>43,2</b>	<b>26,7</b>	<b>18,5</b>	<b>38,2</b>	<b>16,7</b>	<b>9,2</b>	<b>17,6</b>	<b>7,0</b>	<b>36,5</b>	<b>3,9</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>											
Comune centro dell'area metropolitana	21,7	39,8	27,5	19,9	34,4	16,5	8,4	20,9	5,9	38,2	4,0
Periferia dell'area metropolitana	19,8	46,1	26,9	16,3	38,3	16,5	12,0	18,2	7,0	39,2	3,6
Fino a 2.000 abitanti	18,2	41,7	27,1	14,4	42,0	16,1	7,7	16,9	7,3	37,2	3,8
Da 2.001 a 10.000 abitanti	18,2	44,8	25,6	19,9	40,0	17,7	9,1	15,1	7,7	37,5	3,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	18,6	43,4	26,1	16,4	38,1	17,2	9,3	17,0	7,1	34,0	4,5
50.001 abitanti e più	22,7	42,4	27,8	21,0	38,4	15,6	8,1	18,0	6,9	34,6	3,7
<b>Italia</b>	<b>19,9</b>	<b>43,2</b>	<b>26,7</b>	<b>18,5</b>	<b>38,2</b>	<b>16,7</b>	<b>9,2</b>	<b>17,6</b>	<b>7,0</b>	<b>36,5</b>	<b>3,9</b>

**Tavola 5.13 - Famiglie per numero, tipo, anno di acquisto del personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 famiglie della stessa zona)**

TERRITORIO	Numero di personal computer (a)				Anno in cui è stato acquistato il personal computer (b)					
	Nessuno	1	2 o più	di cui portatili	2000	1999	1998	1997-1995	Prima del 1995	Non so
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	66,9	26,6	4,3	4,8	10,8	11,7	18,4	28,7	24,4	4,5
Valle d'Aosta	70,9	23,6	2,1	3,5	12,0	11,0	15,6	37,6	15,5	4,9
Lombardia	64,3	29,7	5,2	6,6	11,3	12,7	16,6	28,6	26,4	3,5
Trentino-Alto Adige	63,3	33,0	3,2	4,8	16,2	13,2	12,9	27,7	25,8	3,1
- Bolzano - Bozen	61,5	34,6	3,0	3,8	17,9	16,3	12,6	23,9	23,2	3,8
- Trento	65,0	31,6	3,4	5,7	14,6	10,0	13,1	31,5	28,5	2,4
Veneto	64,5	26,4	7,9	10,1	13,3	15,3	14,8	26,3	26,4	3,1
Friuli-Venezia Giulia	66,2	28,4	5,2	5,1	13,4	13,9	10,3	30,2	30,0	1,9
Liguria	72,1	23,2	4,0	5,5	11,7	15,7	19,9	23,5	25,7	3,3
Emilia-Romagna	63,6	30,9	3,9	3,9	11,7	13,0	16,7	29,4	25,3	3,0
Toscana	65,8	27,0	4,4	5,1	11,2	15,5	15,0	31,5	23,2	3,7
Umbria	68,5	25,2	5,9	5,7	8,3	18,0	14,6	27,6	23,5	6,0
Marche	68,2	26,2	3,5	4,6	9,7	15,1	24,2	29,2	19,0	2,5
Lazio	67,3	25,9	4,7	5,6	11,4	12,5	14,0	32,5	23,8	3,8
Abruzzo	73,1	22,3	3,4	3,7	16,6	15,3	16,7	28,3	17,2	4,4
Molise	71,5	21,6	2,4	3,8	13,8	15,7	15,2	28,4	22,5	2,9
Campania	72,3	23,8	2,6	2,3	10,3	12,5	25,6	27,1	12,9	7,7
Puglia	73,6	20,1	2,9	3,8	10,6	12,1	23,0	30,3	14,2	5,3
Basilicata	75,1	16,9	4,7	4,2	11,2	14,4	20,9	32,6	19,3	1,6
Calabria	73,8	22,0	3,0	3,5	7,4	11,4	18,9	27,7	16,8	13,5
Sicilia	81,1	15,2	2,3	2,1	11,3	16,6	21,2	26,8	14,6	6,5
Sardegna	72,6	18,2	4,0	4,2	13,5	12,2	21,3	23,6	23,5	4,3
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>25,2</b>	<b>4,2</b>	<b>5,0</b>	<b>11,5</b>	<b>13,5</b>	<b>17,7</b>	<b>28,7</b>	<b>22,7</b>	<b>4,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	66,0	28,0	4,8	5,9	11,2	12,7	17,4	28,2	25,7	3,8
Italia nord-orientale	64,2	29,0	5,6	6,6	12,9	14,0	14,9	28,1	26,3	2,9
Italia centrale	67,0	26,2	4,5	5,4	10,9	14,2	15,6	31,4	23,0	3,8
Italia meridionale	73,1	22,0	2,9	3,2	10,7	12,7	22,5	28,4	14,8	7,2
Italia insulare	79,0	16,0	2,7	2,6	11,9	15,3	21,2	25,9	17,2	5,8
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>25,2</b>	<b>4,2</b>	<b>5,0</b>	<b>11,5</b>	<b>13,5</b>	<b>17,7</b>	<b>28,7</b>	<b>22,7</b>	<b>4,4</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	69,0	26,3	3,9	4,6	8,6	11,9	13,9	30,9	27,8	5,0
Periferia dell'area metropolitana	65,0	28,6	3,9	5,4	11,7	12,4	21,1	28,7	21,0	4,1
Fino a 2.000 abitanti	72,8	20,3	3,6	4,7	16,9	18,4	15,8	25,3	18,4	4,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	70,5	24,0	3,9	4,5	14,5	13,6	18,0	27,1	20,8	4,0
Da 10.001 a 50.000 abitanti	68,6	24,2	4,8	5,0	10,9	13,9	19,4	28,7	20,5	5,1
50.001 abitanti e più	67,7	26,8	4,8	5,8	9,6	13,7	17,0	29,7	25,0	3,6
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>25,2</b>	<b>4,2</b>	<b>5,0</b>	<b>11,5</b>	<b>13,5</b>	<b>17,7</b>	<b>28,7</b>	<b>22,7</b>	<b>4,4</b>

(a) per 100 famiglie

(b) per 100 famiglie che possiedono almeno 1 personal computer

**Tavola 5.14 - Famiglie per numero di CD-Rom, numero di DVD, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 famiglie della stessa zona)**

TERRITORIO	Numero di CD-Rom					Numero di DVD				
	1-10	11-20	21-50	più di 50	nessuno	1-10	11-20	21-50	più di 50	nessuno
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	12,0	8,2	4,8	2,6	69,9	2,6	0,5	0,2	0,3	94,0
Valle d'Aosta	12,3	5,0	3,4	2,6	73,2	1,5	0,8	0,4	-	93,9
Lombardia	12,3	9,1	5,7	2,6	69,8	2,7	0,7	0,2	0,1	95,8
Trentino-Alto Adige	12,6	7,3	5,4	2,6	71,7	1,9	0,4	0,2	0,5	96,7
- Bolzano - Bozen	13,9	7,2	4,7	3,3	70,3	2,0	0,6	0,4	0,8	95,5
- Trento	11,4	7,4	6,1	2,0	73,0	1,8	0,2	-	0,2	97,8
Veneto	14,2	8,7	4,6	3,2	68,2	1,9	0,3	0,1	0,1	96,5
Friuli-Venezia Giulia	10,7	9,6	6,8	3,1	69,0	2,5	0,6	0,7	0,3	95,2
Liguria	8,4	7,5	5,3	2,0	76,5	2,1	0,7	-	0,1	97,0
Emilia-Romagna	12,3	9,2	5,0	2,9	68,9	2,3	1,1	0,5	0,1	94,2
Toscana	11,7	8,5	4,2	1,9	70,7	3,0	0,3	0,1	0,3	93,3
Umbria	9,3	9,8	3,3	4,9	72,2	2,0	0,5	0,2	0,6	96,2
Marche	10,6	8,5	4,5	2,3	72,6	1,3	0,5	0,1	0,1	96,5
Lazio	12,2	10,0	4,2	3,8	67,6	3,0	0,8	0,5	0,3	93,0
Abruzzo	9,7	9,4	4,3	3,0	72,6	3,2	0,4	0,4	0,1	94,9
Molise	9,8	6,5	5,0	2,4	71,3	2,0	0,7	1,0	0,8	90,5
Campania	9,4	8,1	5,0	2,0	74,5	2,2	0,9	0,4	0,2	95,3
Puglia	10,5	7,1	2,8	2,1	73,7	1,8	0,8	0,3	0,2	93,1
Basilicata	8,0	6,2	3,6	3,0	75,9	0,7	1,5	0,4	0,3	93,9
Calabria	8,2	6,7	4,0	3,2	76,7	2,5	0,7	0,2	-	95,3
Sicilia	8,1	5,2	3,5	1,8	80,4	3,4	0,5	0,2	0,1	94,8
Sardegna	8,3	6,1	3,8	2,4	74,0	1,5	0,8	-	-	92,4
<b>Italia</b>	<b>11,1</b>	<b>8,2</b>	<b>4,6</b>	<b>2,6</b>	<b>71,8</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>94,8</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	11,7	8,6	5,4	2,6	70,6	2,6	0,6	0,2	0,2	95,4
Italia nord-orientale	12,9	8,9	5,1	3,0	68,9	2,1	0,7	0,3	0,2	95,5
Italia centrale	11,6	9,3	4,2	3,1	69,6	2,7	0,6	0,3	0,3	93,8
Italia meridionale	9,5	7,6	4,1	2,4	74,4	2,2	0,8	0,4	0,2	94,4
Italia insulare	8,1	5,4	3,6	2,0	78,8	3,0	0,6	0,1	0,0	94,2
<b>Italia</b>	<b>11,1</b>	<b>8,2</b>	<b>4,6</b>	<b>2,6</b>	<b>71,8</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>94,8</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	9,9	9,2	5,6	3,2	71,3	2,7	0,9	0,3	0,3	95,0
Periferia dell'area metropolitana	11,1	8,2	5,7	2,7	69,7	2,8	1,2	0,4	0,2	92,8
Fino a 2.000 abitanti	11,4	5,0	2,5	1,5	76,1	1,6	0,5	0,0	0,0	94,3
Da 2.001 a 10.000 abitanti	11,2	7,8	4,2	2,4	72,8	2,1	0,4	0,1	0,1	95,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	11,6	7,8	4,3	2,6	71,4	2,6	0,5	0,3	0,1	94,2
50.001 abitanti e più	11,0	9,7	4,6	2,8	71,2	2,7	0,7	0,3	0,2	95,3
<b>Italia</b>	<b>11,1</b>	<b>8,2</b>	<b>4,6</b>	<b>2,6</b>	<b>71,8</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>94,8</b>



## 6 Internet

### 6.1 L'uso di internet

Internet rappresenta, nell'ambito della diffusione delle nuove tecnologie, la vera rivoluzione che impatta sulla vita quotidiana in generale e, in particolare, sulle modalità fruibili di informazione e cultura. Nato come strumento di lavoro è ormai un mezzo ampiamente caratterizzato da una fruizione "domestica", e ricollega tra loro attività di svago e distrazione con attività di lavoro e studio. A ciò si aggiunge un intensivo uso della posta elettronica, mezzo che sta rivoluzionando le modalità di comunicazione interpersonale sviluppando all'ennesima potenza la struttura "punto a punto" della comunicazione telefonica.

La fruizione di internet (18,5%) è caratterizzata da un forte divario generazionale a favore dei giovani (nella classe tra i 20-24 anni, con il 38,3%, si riscontra il valore più alto di utilizzo) e da significative differenze di genere. Se in totale lo scarto tra uomini e donne è di circa 9 punti percentuali, il fenomeno assume valori diversi in relazione all'età: tra i giovani di 20-24 anni lo scarto è di soli tre punti percentuali, mentre aumenta per le classi di età successive (tra i 55 e i 59 anni, ad esempio, gli uomini arrivano al 12,2% mentre le donne superano di poco il 3%).

Sono profonde le differenze territoriali: nel Nord-est il 22,7% della popolazione di 11 anni e più utilizza internet rispetto al 12,5% delle Isole e al 13,1% del Sud. Tali differenze, inoltre, sono ancora più ampie proprio nella fascia di età in cui maggiore è l'utilizzo di internet (persone tra i 15 e i 34 anni). Ad esempio tra i 15-19enni la quota di persone che usa internet nel Nord-est rispetto al Sud è superiore di circa 30 punti percentuali e tra i 20-34enni è superiore di circa 20 punti percentuali.

Le differenze di genere sono marcate in tutte le ripartizioni ma il divario è leggermente più forte nel Sud dove la percentuale di uomini che usano internet è quasi doppio rispetto a quella delle donne (17,5% rispetto al 9% delle donne) (prospetto 6.1).

**Prospetto 6.1 - Persone di 11 anni e più che usano internet per età, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000** (per 100 persone con le stesse caratteristiche)

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	11-14	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
<b>NORD OVEST</b>											
Maschi	28.1	49.9	44.6	39.7	35.6	24.9	16.0	4.7	4.4	0.3	26.4
Femmine	30.1	44.7	48.8	32.1	22.9	13.8	2.4	0.2	0.9	0.5	17.5
<b>Totale</b>	<b>29,0</b>	<b>47,3</b>	<b>46,6</b>	<b>36,0</b>	<b>29,3</b>	<b>19,3</b>	<b>9,1</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>0,4</b>	<b>21,8</b>
<b>NORD EST</b>											
Maschi	32.5	54.3	52.7	44.9	34.6	23.2	10.1	5.3	2.9	1.3	27.3
Femmine	34.8	55.4	47.3	34.6	22.7	12.3	4.1	2.1	0.4	0.7	18.4
<b>Totale</b>	<b>33,6</b>	<b>54,9</b>	<b>50,1</b>	<b>39,9</b>	<b>28,7</b>	<b>17,9</b>	<b>7,1</b>	<b>3,6</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>	<b>22,7</b>
<b>CENTRO</b>											
Maschi	28.5	44.4	44.1	39.5	34.4	23.9	15.6	9.5	4.8	1.1	25.7
Femmine	23.8	37.4	38.9	27.7	19.1	10.9	3.0	2.2	0.2	0.1	14.7
<b>Totale</b>	<b>26,2</b>	<b>41,2</b>	<b>41,4</b>	<b>33,7</b>	<b>26,6</b>	<b>16,9</b>	<b>9,8</b>	<b>5,7</b>	<b>2,2</b>	<b>0,4</b>	<b>20,0</b>
<b>SUD</b>											
Maschi	16.2	28.8	30.8	24.6	21.9	15.6	7.5	5.7	1.7	0.5	17.5
Femmine	11.2	19.8	23.6	13.4	9.6	5.8	3.8	1.4	0.1	1.2	9.0
<b>Totale</b>	<b>13,8</b>	<b>24,2</b>	<b>27,3</b>	<b>19,1</b>	<b>15,6</b>	<b>10,7</b>	<b>5,5</b>	<b>3,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>13,1</b>
<b>ISOLE</b>											
Maschi	20.7	27.6	27.5	21.4	18.2	15.4	7.9	4.0	0.9	-	15.8
Femmine	12.4	20.1	25.8	15.3	9.0	7.9	1.9	-	0.3	-	9.5
<b>Totale</b>	<b>16,8</b>	<b>23,8</b>	<b>26,7</b>	<b>18,3</b>	<b>13,7</b>	<b>11,5</b>	<b>4,8</b>	<b>2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>-</b>	<b>12,5</b>
<b>ITALIA</b>											
Maschi	23.9	39.7	39.7	35.2	29.9	21.1	12.2	6.0	3.2	0.7	23.1
Femmine	21.1	33.4	36.8	25.3	17.2	10.4	3.1	1.3	0.4	0.5	14.2
<b>Totale</b>	<b>22,5</b>	<b>36,6</b>	<b>38,3</b>	<b>30,3</b>	<b>23,5</b>	<b>15,7</b>	<b>7,6</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>18,5</b>

Il fenomeno presenta inoltre delle forti differenze legate al titolo di studio e alla condizione professionale. Sono il 51,8% i laureati che usano il web, mentre sono il 2,9% quelli in possesso della licenza elementare o nessun titolo. Anche a parità di titolo di studio permangono delle differenze tra maschi e femmine. Ad esempio tra i laureati di 25-44 anni gli uomini che usano internet sono il 72,9% rispetto al 54,2% delle laureate della stessa classe di età. Le differenze di genere però, a parità di titolo di studio, sono meno forti per i ragazzi tra gli 11 e i 13 anni (la differenza tra maschi e femmine per gli 11-13enni con la licenza media è inferiore ad un punto percentuale). Le differenze aumentano tra i 14-24enni, ma è nelle età successive che il divario tra maschi e femmine si amplifica considerevolmente (gli uomini diplomati tra i 45 e i 64 anni che usano internet sono poco meno del doppio delle coetanee con pari titolo di studio) (tavola 6.4 del floppy).

Tra gli occupati, i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti sono i fruitori più forti (49,1%), seguiti dai direttivi, quadri e impiegati (che arrivano a circa il 40%), mentre gli operai presentano i valori più bassi. Sul versante dei non occupati si riscontra invece un cospicuo 47,6% di studenti che utilizzano internet.

A parità di condizione professionale, anche in questo caso vi sono forti differenze di genere: ad esempio il 53% degli studenti usa internet rispetto al 42,4% delle studentesse e il 45% dei direttivi, quadri e impiegati al 34,9% delle donne nella stessa condizione professionale. Il divario è però meno marcato tra i dirigenti, imprenditori e liberi professionisti (50,2% rispetto al 45,8% delle femmine) (tavola 6.3 del floppy).

Le persone che navigano su internet, come d'altronde quelle che usano il pc, lo fanno generalmente in modo assiduo. Il 31,1% degli utilizzatori si collega alla rete tutti i giorni e il 44,4% una o più volte a settimana. Tra i dirigenti, i liberi professionisti e gli imprenditori, a testimonianza della significativa penetrazione del web nel mondo del lavoro, l'uso diventa ancora più intensivo e si arriva al 41,2% che lo usa tutti i giorni e ad un altro 40% che vi ricorre una o più volte alla settimana.

Internet risulta molto caratterizzato da un uso domestico: il 38% dei navigatori lo usa solo da casa e il 30,7% lo usa sia da casa che da fuori casa. Solo un quarto dei navigatori, invece, lo usa esclusivamente fuori casa. Tra i ragazzi di 11-14 anni, ovviamente, è preponderante l'uso esclusivamente domestico (61,1%), ma è interessante rilevare che il 15,6% dei ragazzi utilizza internet solo da fuori casa (prospetto 6.2).

**Prospetto 6.2 - Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per luogo in cui usano internet, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Luogo in cui si usa internet		
	Solo a casa	Solo fuori casa	Sia a casa sia fuori casa
<b>SESSO</b>			
Maschi	36,8	24,4	34,4
Femmine	39,9	29,5	25,1
<b>Totale</b>	<b>38,0</b>	<b>26,4</b>	<b>30,7</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>			
11 - 14	53,9	19,9	21,9
15 - 17	42,2	26,0	28,0
18 - 19	42,1	27,8	26,9
20 - 24	37,4	28,0	31,6
25 - 34	34,1	29,3	33,5
35 - 44	35,3	27,0	32,4
45 - 54	37,9	24,3	31,8
55 - 59	40,4	18,5	30,5
60 - 64	56,9	15,4	13,4
65 e più	46,4	9,9	9,3
<b>Totale</b>	<b>38,0</b>	<b>26,4</b>	<b>30,7</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>			
Italia nord-occidentale	36,6	25,7	34,1
Italia nord-orientale	34,6	27,8	34,2
Italia centrale	40,9	26,1	27,1
Italia meridionale	42,2	23,9	27,0
Italia insulare	36,7	31,8	25,4
<b>Italia</b>	<b>38,0</b>	<b>26,4</b>	<b>30,7</b>

Internet è utilizzato soprattutto per svago (68,5%) e per lavoro (51,9%), mentre è più contenuta la quota di persone che lo usano per studiare (34,6%). Tra gli uomini prevale lo svago (70,9% rispetto al 64,8% delle donne) e l'uso per lavoro (55,4% rispetto al 46,5% delle donne), mentre tra le donne è più forte l'utilizzo di internet per studiare (37,6% rispetto al 32,7% degli uomini). Anche l'età connota fortemente il tipo di attività svolta con internet: tra i giovani sono infatti prevalenti le attività di studio e di gioco (il 69% e il 77% tra i ragazzi

con età compresa tra gli 11 e i 19 anni) mentre, ovviamente, l'uso per lavoro è preponderante tra i 25 e i 54 anni.

Queste tre attività sono fortemente connotate anche rispetto al luogo in cui vengono effettuate. Le persone che usano internet per svago infatti svolgono tale attività prevalentemente da casa (56,4% rispetto al 17,9%) mentre chi usa internet per lavoro lo fa prevalentemente da fuori casa (40,1% rispetto al 19,6% di chi lavora con internet da casa) ma è comunque molto rilevante che il 19,6% dei navigatori usi internet per lavorare da casa. Anche studiare con internet è un'attività prevalentemente casalinga, ma le differenze sono molto meno marcate rispetto al gioco. (prospetto 6.3).

Considerando l'uso congiunto delle tre attività diviene evidente che la dimensione dello svago è di fondamentale importanza nell'uso di internet. Infatti, un non trascurabile 24,8% dei navigatori usa internet solo per svagarsi, mentre il 18% lo usa esclusivamente per lavorare e solo il 4,7% lo usa soltanto per studiare. Ancora più importante è, però, il fatto che il 43% delle persone che usano internet per studio o per lavoro lo usano anche per svagarsi. Le nuove tecnologie della comunicazione permettono, infatti, di conciliare in un unico media il tempo dell'impegno (lavorativo o di studio) e la dimensione della distrazione e dello svago.

**Prospetto 6.3 - Persone di 11 anni e più che usano internet per sesso, luogo in cui lo usano e attività svolta - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)**

	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
<b>SVAGO NEL TEMPO LIBERO</b>			
Da casa	59,0	52,5	56,4
Da fuori casa	18,5	17,0	17,9
<b>Totale (a)</b>	<b>70,9</b>	<b>64,8</b>	<b>68,5</b>
<b>STUDIO</b>			
Da casa	22,5	26,0	23,9
Da fuori casa	15,0	16,3	15,5
<b>Totale</b>	<b>32,7</b>	<b>37,6</b>	<b>34,6</b>
<b>LAVORO</b>			
Da casa	22,6	15,0	19,6
Da fuori casa	42,5	36,5	40,1
<b>Totale</b>	<b>55,4</b>	<b>46,5</b>	<b>51,9</b>

(a) il totale non corrisponde alla somma delle due voci poiché le persone possono usare internet sia a casa sia fuori casa

## 6.2 La posta elettronica

Le connessioni internet sono sfruttate soprattutto per poter usare la posta elettronica, uno degli strumenti più versatili ed utili delle tecnologie telematiche. Circa due terzi dei naviganti (63,7%) ricorre allo strumento della posta elettronica. Anche in questo caso, emergono significative differenze rispetto all'età degli utilizzatori (con un picco di utilizzo del 72% tra i 25-34enni) e rispetto al territorio (si utilizza la posta elettronica nel 68% dei casi al Nord e nel 53% circa nel Sud e nelle Isole).

Emerge inoltre una lieve caratterizzazione al maschile (65,9% rispetto al 60,5% delle donne), molto più marcata nel Sud, nel Centro e nel Nord-est rispetto al Nord-ovest e alle Isole. Le differenze di genere sono infine molto meno marcate considerando le persone fino ai 34 anni e in particolare tra i ragazzi di 11-14 anni le donne che usano la posta elettronica sono nettamente superiori ai coetanei maschi (46,9% rispetto al 34,7% dei coetanei maschi) (prospetto 6.4).

**Prospetto 6.4 - Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per uso della posta elettronica, classe di età, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000** *(per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)*

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	11-14	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65 e più	Totale
<b>NORD OVEST</b>										
Maschi	39,0	57,6	71,1	74,6	68,3	66,7	69,3	60,7	58,3	67,5
Femmine	53,5	59,6	70,4	68,3	66,1	63,5	53,1	4,2	61,3	65,4
<b>Totale</b>	<b>46,2</b>	<b>58,6</b>	<b>70,7</b>	<b>71,9</b>	<b>67,5</b>	<b>65,5</b>	<b>67,1</b>	<b>62,7</b>	<b>59,1</b>	<b>66,6</b>
<b>NORD EST</b>										
Maschi	35,9	61,5	66,9	82,4	78,2	72,0	68,6	72,9	59,2	73,1
Femmine	48,5	48,4	71,7	72,5	68,1	57,9	67,4	39,8	13,8	64,1
<b>Totale</b>	<b>42,4</b>	<b>54,7</b>	<b>69,1</b>	<b>78,3</b>	<b>74,2</b>	<b>67,2</b>	<b>68,3</b>	<b>62,4</b>	<b>47,3</b>	<b>69,3</b>
<b>CENTRO</b>										
Maschi	30,6	59,8	69,0	73,5	70,7	64,7	70,6	65,3	55,7	67,0
Femmine	43,4	49,3	59,9	70,5	57,5	58,9	57,1	85,6	-	60,3
<b>Totale</b>	<b>36,4</b>	<b>55,4</b>	<b>64,6</b>	<b>72,3</b>	<b>65,9</b>	<b>62,7</b>	<b>68,7</b>	<b>69,3</b>	<b>52,6</b>	<b>64,5</b>
<b>SUD</b>										
Maschi	37,8	58,5	60,9	67,9	59,6	56,6	33,6	27,2	22,0	58,3
Femmine	38,1	48,1	58,9	57,7	40,1	41,0	50,0	17,2	-	48,6
<b>Totale</b>	<b>37,9</b>	<b>54,2</b>	<b>60,1</b>	<b>64,4</b>	<b>53,3</b>	<b>52,4</b>	<b>39,5</b>	<b>25,1</b>	<b>13,1</b>	<b>54,9</b>
<b>ISOLE</b>										
Maschi	24,9	53,4	54,6	64,4	58,7	49,5	42,9	55,2	67,7	53,9
Femmine	43,2	46,2	58,9	67,4	32,3	44,1	22,8	.	100,0	51,7
<b>Totale</b>	<b>31,4</b>	<b>50,4</b>	<b>56,6</b>	<b>65,7</b>	<b>50,2</b>	<b>47,6</b>	<b>38,7</b>	<b>55,2</b>	<b>76,5</b>	<b>53,1</b>
<b>ITALIA</b>										
Maschi	34,7	58,6	66,0	74,5	68,8	64,3	63,2	57,4	53,5	65,9
Femmine	46,9	51,6	65,5	68,4	59,1	56,8	54,4	55,0	31,7	60,5
<b>Totale</b>	<b>40,3</b>	<b>55,4</b>	<b>65,7</b>	<b>72,0</b>	<b>65,3</b>	<b>61,7</b>	<b>61,4</b>	<b>57,0</b>	<b>48,4</b>	<b>63,7</b>

Ancora modesto comunque il numero di messaggi scambiati attraverso la posta elettronica. Il 75,1% delle persone che usano l'e-mail invia al massimo fino a 10 messaggi a settimana e solo il 6% dichiara di inviarne più di 40. Leggermente maggiore il volume di posta elettronica ricevuta: infatti il 63,9% degli utilizzatori dichiara di ricevere massimo 10 messaggi a settimana mentre il 10,3% riceve più di 40 messaggi. Considerando chi fa un uso intensivo della posta elettronica (ricevere o spedire più di 40 messaggi a settimana) si riscontra che sono comunque i maschi a far registrare percentuali maggiori di quelle delle donne. (tavola 6.3).

Molto forti le differenze regionali: in Emilia-Romagna e in Friuli-Venezia Giulia più del 70% degli utilizzatori di internet usano la posta elettronica, mentre in Basilicata e in Sardegna tale percentuale è di poco superiore al 48% (tavola 6.4).

Tra gli occupati sono i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti ad avere il tasso più elevato di utilizzo della posta elettronica (73,2%), e anche in questo caso i tassi di utilizzo dei maschi sono di poco superiori a quelli delle donne (74,8% rispetto a 68%). Tra i non occupati sono invece le persone in cerca di prima occupazione ad avere i tassi di utilizzo più elevati (64,7%) seguiti dagli studenti (64%) (tavola 6.15 del floppy).

Il titolo di studio influenza molto l'abitudine ad usare la posta elettronica: il 75,1% dei laureati che usa internet usa anche la posta elettronica rispetto al 36,1% dei naviganti con la licenza elementare o nessun titolo e la differenza si mantiene tale sia tra le persone di 25-44 anni che tra gli ultrasessantacinquenni (tavola 6.16 del floppy)

### 6.3 Attività per le quali si usa internet e i siti web maggiormente visitati

A conferma della centralità del bisogno di informazione e soprattutto della velocità con cui diviene necessario ottenerla, circa il 59,6% dei navigatori (5 milioni e 600 mila persone) cerca informazioni su giornali e riviste on-line (e ben 3 milioni e 800 mila persone leggono il quotidiano su internet), mentre si scende al 47,1% di chi cerca informazioni meno legate alla quotidianità e alla tempestività della notizia (centri di documentazione, data base informativi, bibliografie). Di rilievo è anche la quota di persone (22,3%) che utilizzano internet per avere accesso alle informazioni relative a servizi di pubblica utilità (anagrafici, bancari, asl), mentre la quota di navigatori che si connettono per dialogare in rete tramite chat, forum o newsgroup è

pari al 19,8%. Più ridotte sono invece le percentuali di chi effettua acquisti su internet, pari al 9,2% degli utilizzatori (circa 870 mila persone corrispondenti all'1,7% delle persone di 3 anni e più), di chi cerca lavoro su internet (6,9%) o di chi effettua operazioni finanziarie in rete (3,7%). Inoltre, a conferma della centralità dell'informazione, circa il 30% degli internauti (2 milioni di persone) si connette esclusivamente per leggere giornali e riviste o per acquisire documenti e informazioni varie (prospetto 6.5).

Le differenze maggiori rispetto al tipo di attività svolta con internet dipendono dall'età la partecipazione a chat e newsgroup ad esempio è particolarmente alta tra i ragazzi di 15-19 anni, mentre sono soprattutto le persone tra i 18 e i 44 anni a usare internet per avere informazioni. La ricerca di lavoro ovviamente si concentra nelle classi tra i 20 e i 34 anni (circa il 13%) e in particolare sono le persone in cerca di nuova occupazione (35,1%) e le persone in cerca di prima occupazione (42%) ad utilizzare internet per questo scopo (tavola 6.19 del floppy). L'uso di internet per giocare è prevalente tra i ragazzi fino ai 17 anni ma ancora tra i 25 e i 34 anni il 21,9% degli utilizzatori di internet si dedica alle attività ludiche in rete. Ancora molto marginale l'uso del web per attività finanziarie, a cui si dedica circa il 5% degli internauti tra i 25 e i 64 anni.

Le differenze di genere più forti si riscontrano per gli acquisti on line (11,6% degli uomini rispetto al 5,5% delle donne) e per le attività finanziarie (5,3% gli uomini rispetto all'1,4% delle donne). Per le altre attività le percentuali sono piuttosto simili anche se sempre più elevate per gli uomini tranne che per la ricerca di lavoro (7,8% le donne rispetto al 6,3% degli uomini).

**Prospetto 6.5 - Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per tipo di attività, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Partecipare a chat, newsgroup, forum	Avere informazioni (giornali, riviste)	Acquisire documenti e informazioni varie (banche dati, bibliografie)	Utilizzare servizi (anagrafici, bancari, asl, orari)	Fare acquisti (esclusa attività finanziaria)	Cercare lavoro	Giocare o altro divertimento	Acquistare e vendere attività finanziarie, titoli	Altro
<b>SESSO</b>									
Maschi	20.0	60.3	48.4	24.3	11.6	6.3	28.3	5.3	8.6
Femmine	19.4	58.5	45.0	19.3	5.5	7.8	24.5	1.4	8.8
<b>Totale</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>									
11 - 14	23.7	40.9	15.7	2.3	3.6	0.1	72.3	0.4	11.0
15 - 17	43.4	50.5	24.1	3.7	5.4	0.5	63.5	0.4	9.3
18 - 19	44.3	61.4	32.6	9.3	5.3	7.4	48.6	1.6	6.6
20 - 24	30.5	63.0	43.1	17.8	9.2	13.6	34.8	2.1	7.4
25 - 34	17.7	66.0	51.7	27.8	10.8	13.1	21.9	4.5	9.2
35 - 44	11.8	61.2	56.0	28.2	11.1	3.3	14.3	5.2	8.0
45 - 54	7.7	57.4	58.4	30.3	9.1	1.3	9.1	5.0	9.0
55 - 59	8.4	49.5	49.0	20.3	6.7	0.5	5.3	6.9	12.3
60 - 64	4.0	47.0	49.4	20.4	11.5	1.2	11.5	4.8	12.4
65 - 74	4.0	43.6	41.5	23.3	3.7	-	11.5	1.1	5.1
75 e più	-	10.2	18.2	-	10.5	-	4.1	-	-
<b>Totale</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>
<b>RIPARTIZIONE GEOGRAFICA</b>									
Italia nord-occidentale	18.4	62.6	49.8	24.7	9.2	5.4	24.2	4.3	8.7
Italia nord-orientale	18.8	61.4	46.6	24.4	9.8	5.1	25.6	3.7	9.9
Italia centrale	19.1	56.1	47.0	22.6	7.1	6.1	27.3	3.4	11.1
Italia meridionale	22.3	57.4	43.9	17.4	10.5	11.5	31.3	4.0	5.3
Italia insulare	24.2	56.0	44.3	16.6	9.8	10.4	30.0	2.0	6.4
<b>Italia</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>

Le differenze territoriali sono anche in questo caso molto interessanti. Al Nord prevale l'utilizzo di internet come veicolo informativo con una prevalenza di persone che lo usano per avere informazioni, acquisire documenti o utilizzare servizi anagrafici. Al Sud e nelle Isole prevale invece la dimensione ludica e comunicativa con una quota di persone maggiore rispetto al Nord che usa internet per partecipare a chat e newsgroup e per giocare. Nel mezzogiorno è inoltre più elevata la quota di persone che cercano lavoro tramite internet. L'uso di internet per attività finanziarie mostra una caratterizzazione territoriale particolare poiché è prevalente nel Nord-ovest e nel Sud. Infine la quota di persone che fa acquisti tramite internet è piuttosto omogenea nelle varie ripartizioni ad eccezione del Centro in cui è sensibilmente più bassa (7,1% rispetto ad una media del 9,2%).

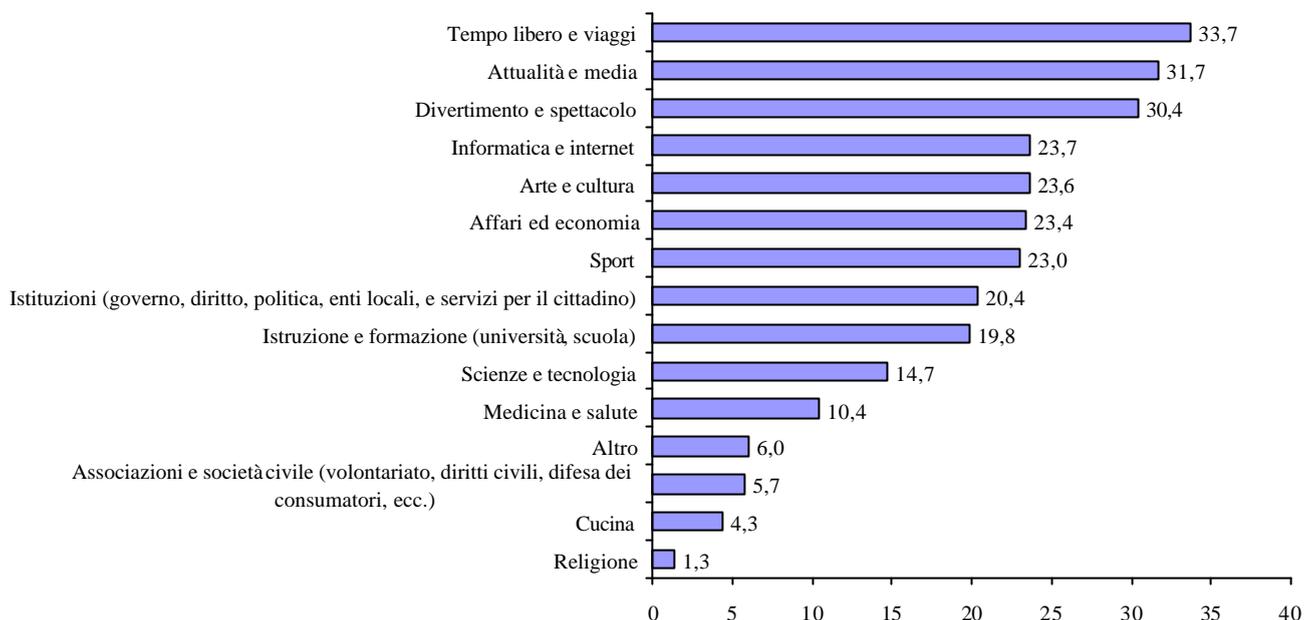
Anche la condizione professionale influenza molto le attività che si realizzano con internet. Il gioco e il partecipare a chat e newsgroup è praticato soprattutto dagli studenti (rispettivamente 43,7% e 36,3%). I dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti usano più degli altri internet per acquisire documenti (61,9%), per utilizzare servizi (32,5%) e per acquistare e vendere attività finanziarie (7%), mentre le persone in cerca di prima o nuova occupazione sono ovviamente coloro che usano di più internet per cercare lavoro (35-42%). Molto interessante rilevare che sono le persone in cerca di prima occupazione e le casalinghe ad usare di più internet per leggere giornali e riviste on-line e che circa un quarto dei ritirati dal lavoro che usano internet fanno ricorso ai servizi on-line (prospetto 6.6).

**Prospetto 6.6 - Persone di 15 anni e più che utilizzano internet per tipo di attività e condizione professionale - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano internet con le stesse caratteristiche)**

CONDIZIONE PROFESSIONALE	Partecipare a chat, newsgroup, forum	Avere informazioni (giornali, riviste)	Acquisire documenti e informazioni varie (banche dati, bibliografie)	Utilizzare servizi (analisi grafici, bancari, asl, orari)	Fare acquisti (esclusa attività finanziaria)	Cercare lavoro	Giocare o altro divertimento	Acquistare e vendere attività finanziarie, titoli	Altro
CONDIZIONE PROFESSIONALE (a)									
Occupati	13,7	60,7	53,8	28,5	10,5	4,9	17,3	5,0	9,4
- <i>Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti</i>	9,2	58,9	61,9	32,5	11,9	1,5	9,2	7,0	10,2
- <i>Direttivi, quadri e impiegati</i>	12,5	61,7	56,3	29,9	8,6	5,5	15,4	4,8	8,9
- <i>Operai</i>	24,1	60,7	35,4	16,6	12,0	8,9	36,6	3,0	8,5
- <i>Lavoratori in proprio e coadiuvanti</i>	15,7	59,2	48,1	28,0	15,9	2,6	18,2	4,7	11,7
In cerca di nuova occupazione	13,7	60,2	32,5	17,6	16,5	35,1	29,4	2,9	2,1
In cerca di prima occupazione	32,1	65,0	38,6	16,1	6,8	42,0	31,4	2,1	4,4
Casalinghe	17,0	63,2	33,5	17,7	9,9	7,4	19,2	1,9	5,9
Studenti	36,3	61,8	41,1	11,9	6,6	6,7	43,7	1,5	7,6
Ritirati dal lavoro	7,1	46,0	44,8	24,0	10,1	1,8	11,9	4,9	10,7
Altra condizione	27,4	53,8	26,8	14,5	6,2	15,7	35,7	1,9	3,1
<b>Totale</b>	<b>19,5</b>	<b>60,7</b>	<b>49,0</b>	<b>23,5</b>	<b>9,5</b>	<b>7,3</b>	<b>24,1</b>	<b>3,9</b>	<b>8,6</b>

Coerentemente alla versatilità del mezzo e all'enorme ampiezza dell'offerta, i dati sulle tipologie di siti internet visitati mostrano un'ampia varietà di interessi. Particolarmente visitati sono i siti dove si tratta di tempo libero e vacanze, che interessano il 33,7% degli internauti, soprattutto donne (36,6%) e giovani tra i 20 e i 34 anni (42%). Il 31,7% dei navigatori accede ai siti di attualità e media (preferiti soprattutto dai 20-24enni) mentre il 30,4% sceglie siti che trattano di divertimento e spettacolo (particolarmente attraenti per giovani di 11 e i 19 anni). I siti di informatica e internet sono visitati dal 23,7% dei navigatori (in particolare maschi tra i 15 e i 34 anni). Sono invece distribuiti in modo omogeneo nelle diverse classi di età quelli che visitano i siti di arte e cultura (23,6%). Gli utilizzatori di internet che si collegano ai siti di affari ed economia sono il 23,4% del totale (circa il 39% tra i 55-64enni). Il 20,4% si collega ai siti delle istituzioni pubbliche (frequentati soprattutto tra i 35 e i 59 anni) e il 19,8% a quelli relativi al mondo dell'istruzione e della formazione (visitati maggiormente dagli studenti tra i 18 e i 24 anni). (figura 4.1).

**Figura 6.1 - Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per tipi di siti web visitati. Anno 2000 (per 100 persone che usano internet)**



Molto forti in alcuni casi le differenze di genere. Le donne privilegiano, rispetto agli uomini, i siti di arte e cultura (28,4% rispetto al 20,4%), di divertimento e spettacolo (33,2% rispetto a 28,6%), di istruzione e formazione (25,6% rispetto al 16,1%), medicina e salute (13,6% rispetto all'8,4%), cucina (7,9% rispetto all'1,9%) e tempo libero e viaggi (36,6% contro il 31,8%). Gli uomini al contrario privilegiano rispetto alle donne i siti di affari ed economia (29,3% rispetto al 14,4% delle donne), informatica e internet (31,2% rispetto al 12,2%), scienze e tecnologia (19% rispetto all'8,2%) e sport (32,7% rispetto all'8,3%) (tavola 6.7).

I laureati hanno le percentuali di fruizione più alte per quasi tutti i tipi di siti e in particolare per i siti di carattere culturale e informativo. Fanno eccezione i siti di divertimento e spettacolo e i siti sportivi che sono visitati prevalentemente da persone con la licenza media o titolo di studio inferiore e i siti di attualità e media, informatica e internet che sono visitati in prevalenza da persone con il diploma superiore (tavola 6.24 del floppy).

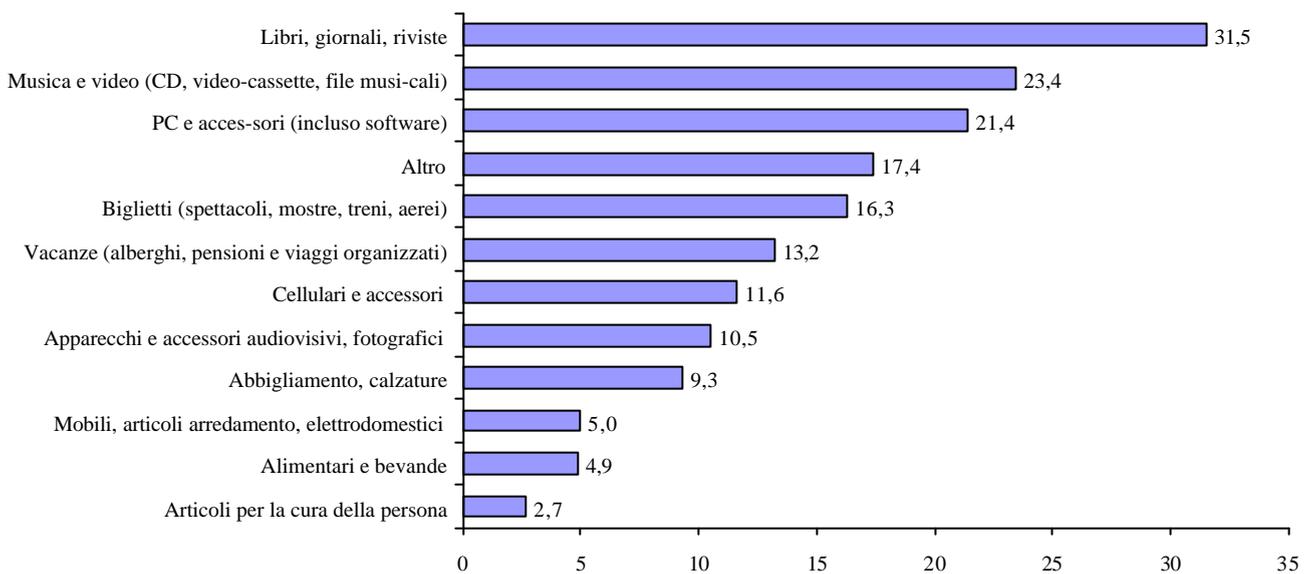
Considerando l'accesso a siti di arte e cultura, a siti di attualità e media e a siti di divertimento e spettacolo l'11% popolazione di 11 anni e più utilizza internet per fruire di cultura, con una prevalenza degli uomini (13,3%) rispetto alle donne (8,9%). I ragazzi di 14-24 anni hanno dei livelli di fruizione molto più elevati (tra il 26% e il 25% circa), livelli che decrescono rapidamente nelle età successive e scendono sotto la media a partire dai 45 anni. Sono soprattutto i laureati ad accedere ad informazioni di carattere culturale (29,8%, e in particolare tra i 25 e i 44 anni, dove il divario tra laureati e persone con licenza media va dal 37,5% all'6,5%), per i diplomati il livello di fruizione è in parte più basso (21,1%) ma sempre molto significativo. Anche in questo caso i livelli di fruizione più alti si riscontrano al Nord (circa il 13%) mentre sono considerevolmente più bassi al Sud (8%) e nelle Isole (7%). L'utilizzo di internet e del pc sta dunque incidendo significativamente ed inciderà sempre più in futuro sul complesso della vita quotidiana e della fruizione culturale, campo che è già di per sé attraversato da profonde trasformazioni.

Da ultimo bisogna sottolineare che, a fronte di una gigantesca variabilità dell'offerta presente in rete, non sembra consolidarsi una fruizione "generalista" del nuovo mezzo. Anzi, pur nell'ambito di una notevole variabilità di comportamenti, l'uso di internet appare caratterizzato da un approccio mirato e personalizzato, e in modo particolare ciò avviene quando è chiamato a soddisfare il bisogno di informazione dei suoi visitatori. Considerando infatti il numero di tipologie di siti visitati emerge che circa il 66% degli utilizzatori visitano al massimo tre tipologie di siti. Le persone sono quindi in grado di selezionare ciò che interessa loro e di fare un uso "mirato" di internet.

## 6.4 Gli acquisti On-line

Gli acquisti on-line rappresentano ancora un fenomeno di ridotte proporzioni. Nel 2000 circa 870 mila persone (pari all'1,7% della popolazione e al 9,2% delle persone che usano internet) hanno usato internet per effettuare acquisti di beni o servizi. Il 31,5% delle persone che hanno dichiarato di aver effettuato acquisti on-line (pari a 274 mila persone) hanno comprato libri, giornali e riviste. Molto più contenuto invece l'acquisto di musica e video (23,4% pari a 204 mila persone) e di pc e accessori (21,4% 186 mila persone). Internet è usato anche per acquistare biglietti sia per spettacoli che per trasporti (16,3%, pari a 142 mila persone) e per le vacanze (13,2% 115 mila persone). Superiore al 10% chi usa internet per acquistare cellulari ed accessori (11,6% pari a 101 mila persone) e apparecchi e accessori audiovisivi e fotografici (10,5% 91 mila persone). Bisogna infine rilevare la quota molto elevata di persone che hanno dichiarato di acquistare altro su internet (17,4% pari a 152 mila persone) a conferma dell'estrema variabilità delle offerte disponibili sulla rete.

**Figura 6.2 - Persone di 11 anni e più hanno effettuato acquisti on-line per tipo beni acquistati - Anno 2000 (per 100 persone hanno effettuato acquisti on-line)**



**Tavola 6.1 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Usa Internet (a)						Mezzo usato per collegarsi (b)				
	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Non so cosa sia	Personal computer	TV	Cellulare	Altro
<b>MASCHI</b>											
11 - 14	23,9	4,8	10,5	5,7	2,9	69,4	1,3	92,7	2,7	5,2	0,6
15 - 17	39,9	11,3	19,7	7,0	1,9	57,0	0,3	94,6	2,2	2,6	-
18 - 19	39,3	9,8	19,7	6,1	3,7	52,8	0,4	95,7	4,3	4,2	-
20 - 24	39,8	12,1	19,5	5,7	2,5	55,4	0,6	96,5	1,5	3,5	0,5
25 - 34	35,2	14,0	15,1	4,4	1,7	58,6	0,9	95,6	1,5	3,5	0,4
35 - 44	29,9	12,3	12,3	3,5	1,8	65,0	1,1	97,6	1,3	2,4	0,4
45 - 54	21,1	7,7	9,6	2,7	1,1	72,0	2,7	96,8	0,9	1,4	0,5
55 - 59	12,1	4,9	4,6	1,7	0,9	78,6	4,2	93,7	2,3	1,1	1,4
60 - 64	6,0	2,8	1,6	1,1	0,5	82,0	7,4	91,5	-	1,6	2,5
65 - 74	3,2	1,4	1,4	0,3	0,1	79,9	13,2	79,7	2,8	2,8	-
75 e più	0,7	0,3	0,4	-	-	71,8	23,4	52,2	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>23,2</b>	<b>8,4</b>	<b>10,2</b>	<b>3,2</b>	<b>1,4</b>	<b>67,9</b>	<b>4,6</b>	<b>95,7</b>	<b>1,6</b>	<b>2,9</b>	<b>0,4</b>
<b>FEMMINE</b>											
11 - 14	21,2	3,1	9,4	6,2	2,5	72,1	1,7	95,9	-	2,5	0,5
15 - 17	31,7	3,4	16,0	8,9	3,4	63,6	0,5	95,9	1,3	1,5	0,5
18 - 19	35,9	5,5	16,9	7,8	5,7	60,2	0,6	98,0	0,8	2,1	-
20 - 24	36,8	6,6	19,2	6,7	4,3	58,4	0,4	95,8	1,0	2,0	0,7
25 - 34	25,3	7,0	11,4	4,4	2,5	68,4	1,6	95,6	2,2	1,3	0,2
35 - 44	17,2	5,1	7,2	3,1	1,8	76,3	2,3	96,1	1,2	1,0	0,3
45 - 54	10,5	2,3	4,2	2,6	1,4	80,0	4,3	94,9	0,3	0,7	0,2
55 - 59	3,1	0,8	0,9	0,5	0,9	83,4	9,0	91,3	2,5	2,3	2,1
60 - 64	1,3	0,7	0,4	0,1	0,1	83,9	11,3	75,3	-	8,1	4,8
65 - 74	0,4	0,1	0,2	0,1	0,0	76,7	19,1	74,3	-	4,3	-
75 e più	0,6	0,5	0,1	-	0,0	64,0	31,6	-	-	-	15,0
<b>Totale</b>	<b>14,2</b>	<b>3,3</b>	<b>6,4</b>	<b>2,9</b>	<b>1,6</b>	<b>73,2</b>	<b>8,3</b>	<b>95,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>0,4</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>											
11 - 14	22,5	4,0	9,9	5,9	2,7	70,7	1,5	94,2	1,5	3,9	0,5
15 - 17	36,0	7,5	17,9	8,0	2,6	60,2	0,4	95,1	1,8	2,1	0,2
18 - 19	37,6	7,6	18,2	7,0	4,8	56,6	0,5	96,8	2,6	3,2	-
20 - 24	38,3	9,4	19,4	6,2	3,3	56,9	0,5	96,2	1,3	2,8	0,6
25 - 34	30,3	10,5	13,3	4,4	2,1	63,4	1,3	95,6	1,8	2,6	0,3
35 - 44	23,5	8,7	9,7	3,3	1,8	70,7	1,7	97,0	1,3	1,9	0,4
45 - 54	15,7	4,9	6,8	2,7	1,3	76,1	3,5	96,1	0,7	1,2	0,4
55 - 59	7,5	2,8	2,7	1,1	0,9	81,0	6,6	93,2	2,3	1,3	1,6
60 - 64	3,5	1,7	0,9	0,6	0,3	82,9	9,4	88,6	-	2,8	2,9
65 - 74	1,6	0,7	0,7	0,2	0,0	78,1	16,5	78,9	2,4	3,0	-
75 e più	0,6	0,4	0,2	-	0,0	66,9	28,5	22,3	-	-	8,6
<b>Totale</b>	<b>18,4</b>	<b>5,7</b>	<b>8,2</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>70,6</b>	<b>6,5</b>	<b>95,5</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>

(a) per 100 persone di 11 anni e più della stessa età dello stesso sesso

(b) per 100 persone di 11 anni e più che usano internet della stessa età dello stesso sesso

**Tavola 6.2 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Usa Internet (a)						Mezzo usato per collegarsi (b)				
	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai	Non so cosa sia	Personal computer	TV	Cellulare	Altro
<b>REGIONI</b>											
Piemonte	19,4	6,2	8,2	3,4	1,6	69,5	5,3	96,5	1,7	2,2	0,4
Valle d'Aosta	20,3	4,8	9,9	3,3	2,3	70,4	3,7	93,8	3,4	0,7	0,4
Lombardia	23,6	7,0	11,0	3,6	2,0	67,5	4,8	96,7	1,4	1,4	0,5
Trentino-Alto Adige	22,1	6,8	9,4	3,6	2,3	66,3	3,5	96,2	0,7	3,3	0,3
- Bolzano - Bozen	22,2	7,7	9,7	2,7	2,1	69,0	3,6	94,0	0,7	5,1	0,6
- Trento	22,0	6,0	9,1	4,4	2,5	63,8	3,4	98,2	0,6	1,6	-
Veneto	22,8	7,1	10,0	3,7	2,0	67,6	5,6	96,3	1,6	1,3	0,5
Friuli-Venezia Giulia	19,5	6,9	8,5	2,7	1,4	68,9	5,2	98,0	0,6	2,2	0,3
Liguria	18,5	6,6	7,9	2,5	1,5	71,0	6,4	97,1	1,6	1,2	-
Emilia-Romagna	23,5	8,7	10,2	3,2	1,4	68,2	5,7	99,1	1,1	1,8	-
Toscana	20,2	7,2	8,0	3,1	1,9	69,3	6,2	95,4	1,2	1,3	0,8
Umbria	17,8	5,1	7,3	3,2	2,2	72,4	6,7	96,4	1,6	3,4	0,5
Marche	20,2	5,4	8,6	4,8	1,4	67,8	6,3	94,8	1,8	1,4	0,2
Lazio	20,0	6,2	9,6	2,8	1,4	67,6	4,0	94,2	1,3	2,8	0,9
Abruzzo	16,2	4,5	7,1	3,0	1,6	71,0	9,3	93,5	0,9	3,0	0,8
Molise	14,9	3,4	7,1	3,4	1,0	72,6	11,2	94,2	0,9	3,4	0,5
Campania	12,3	3,7	5,7	2,2	0,7	75,8	9,1	94,1	1,3	3,8	0,2
Puglia	13,3	4,1	5,1	2,9	1,2	75,9	7,2	92,2	0,9	6,4	0,5
Basilicata	11,4	3,4	4,8	2,4	0,8	72,3	9,9	92,2	3,5	3,7	0,6
Calabria	13,3	3,3	6,6	2,3	1,1	72,1	10,7	90,9	2,1	3,3	-
Sicilia	11,6	3,2	5,6	1,8	1,0	75,8	9,8	91,9	3,0	3,6	0,6
Sardegna	15,4	3,6	6,7	3,4	1,7	73,2	5,6	92,9	2,2	1,5	0,2
<b>Italia</b>	<b>18,4</b>	<b>5,7</b>	<b>8,2</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>70,6</b>	<b>6,5</b>	<b>95,5</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>											
Italia nord-occidentale	21,7	6,7	9,8	3,4	1,8	68,5	5,1	96,7	1,5	1,6	0,4
Italia nord-orientale	22,8	7,7	9,9	3,4	1,8	67,9	5,4	97,6	1,2	1,7	0,3
Italia centrale	19,9	6,3	8,8	3,2	1,6	68,5	5,2	94,8	1,3	2,2	0,7
Italia meridionale	13,1	3,8	5,8	2,5	1,0	74,7	8,9	92,9	1,3	4,4	0,3
Italia insulare	12,4	3,3	5,8	2,2	1,1	75,1	8,7	92,2	2,8	3,0	0,5
<b>Italia</b>	<b>18,4</b>	<b>5,7</b>	<b>8,2</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>70,6</b>	<b>6,5</b>	<b>95,5</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>											
Comune centro dell'area metropolitana	20,4	7,3	8,9	2,8	1,4	68,1	5,1	95,7	1,4	2,0	0,6
Periferia dell'area metropolitana	21,0	6,5	9,4	3,6	1,5	69,0	6,4	95,4	1,1	2,6	0,7
Fino a 2.000 abitanti	15,2	4,2	7,2	2,6	1,2	71,6	10,4	94,8	1,5	1,7	0,1
Da 2.001 a 10.000 abitanti	16,4	4,5	7,6	2,8	1,5	71,7	7,5	95,1	2,2	2,0	0,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	17,5	5,3	7,8	2,9	1,5	71,4	6,6	95,7	1,8	2,8	0,4
50.001 abitanti e più	20,3	6,7	8,5	3,4	1,7	71,2	4,9	95,8	0,7	2,4	0,5
<b>Italia</b>	<b>18,4</b>	<b>5,7</b>	<b>8,2</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>70,6</b>	<b>6,5</b>	<b>95,5</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>

(a) per 100 persone di 11 anni e più della stessa zona

(b) per 100 persone di 11 anni e più che usano internet della stessa zona

**Tavola 6.3 - Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Si collega a Internet da casa					Si collega a Internet da fuori casa				
	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente
<b>MASCHI</b>										
11 - 14	75,7	14,3	32,9	22,9	5,6	42,1	1,7	6,9	20,0	13,5
15 - 17	73,1	22,8	32,9	16,1	1,3	54,4	1,4	10,1	31,0	11,9
18 - 19	72,0	20,0	37,5	12,1	2,4	56,1	1,6	12,4	23,2	18,9
20 - 24	71,3	18,9	34,1	15,2	3,1	62,4	9,5	19,7	20,6	12,6
25 - 34	70,9	18,9	32,6	15,9	3,5	63,5	20,3	20,6	14,3	8,3
35 - 44	70,3	15,2	32,0	19,0	4,1	62,8	24,0	22,0	9,8	7,0
45 - 54	70,8	11,3	30,2	24,1	5,2	59,3	21,4	23,3	10,8	3,8
55 - 59	73,0	16,4	27,6	21,7	7,3	52,0	17,4	22,4	7,3	4,9
60 - 64	75,8	24,6	20,6	23,5	7,1	27,1	6,3	10,9	6,4	3,5
65 - 74	70,5	29,4	21,5	19,6	-	16,2	5,5	1,3	6,0	3,4
75 e più	9,6	-	9,6	-	-	42,6	-	34,1	8,5	-
<b>Totale</b>	<b>71,3</b>	<b>17,2</b>	<b>31,9</b>	<b>18,3</b>	<b>3,9</b>	<b>58,9</b>	<b>16,4</b>	<b>19,1</b>	<b>14,8</b>	<b>8,6</b>
<b>FEMMINE</b>										
11 - 14	76,2	12,8	29,4	28,8	5,2	41,5	-	6,0	23,2	12,3
15 - 17	66,3	9,3	31,3	19,1	6,6	53,6	0,4	11,0	26,1	16,1
18 - 19	66,0	10,5	28,4	19,5	7,6	53,3	1,3	14,5	23,4	14,1
20 - 24	66,4	6,6	34,9	20,0	4,9	56,6	7,3	14,6	20,5	14,2
25 - 34	62,8	9,9	27,8	19,6	5,5	61,8	16,1	18,9	18,4	8,4
35 - 44	63,3	9,6	21,9	23,9	7,9	53,6	15,7	18,1	13,8	6,0
45 - 54	67,8	5,5	21,7	26,8	13,8	49,9	10,9	17,8	15,8	5,4
55 - 59	62,5	12,4	22,7	12,3	15,1	36,9	16,3	1,6	6,0	13,0
60 - 64	46,4	12,7	10,1	17,4	6,2	36,7	25,8	4,0	-	6,9
65 - 74	54,2	6,2	20,8	27,2	-	32,3	6,2	6,0	16,0	4,1
75 e più	3,0	3,0	-	-	-	5,4	2,4	-	-	3,0
<b>Totale</b>	<b>65,1</b>	<b>9,0</b>	<b>27,2</b>	<b>21,8</b>	<b>7,1</b>	<b>54,6</b>	<b>10,8</b>	<b>15,7</b>	<b>18,4</b>	<b>9,7</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
11 - 14	75,9	13,6	31,3	25,6	5,4	41,9	0,9	6,5	21,5	13,0
15 - 17	70,2	17,1	32,2	17,4	3,5	54,1	1,0	10,5	28,9	13,7
18 - 19	69,1	15,4	33,0	15,8	4,9	54,9	1,5	13,5	23,3	16,6
20 - 24	69,0	13,1	34,5	17,5	3,9	59,7	8,5	17,3	20,6	13,3
25 - 34	67,6	15,2	30,6	17,5	4,3	62,9	18,6	19,9	16,0	8,4
35 - 44	67,8	13,2	28,3	20,8	5,5	59,5	21,0	20,6	11,3	6,6
45 - 54	69,7	9,3	27,3	25,0	8,1	55,9	17,8	21,4	12,4	4,3
55 - 59	70,8	15,5	26,6	19,8	8,9	48,9	17,2	18,1	7,0	6,6
60 - 64	70,3	22,4	18,6	22,4	6,9	28,7	9,8	9,6	5,2	4,1
65 - 74	68,2	26,0	21,4	20,8	-	18,6	5,6	2,0	7,5	3,5
75 e più	5,8	1,7	4,1	-	-	21,3	1,4	14,6	3,6	1,7
<b>Totale</b>	<b>68,8</b>	<b>13,9</b>	<b>30,1</b>	<b>19,7</b>	<b>5,1</b>	<b>57,1</b>	<b>14,2</b>	<b>17,7</b>	<b>16,2</b>	<b>9,0</b>

**Tavola 6.4 - Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet della stessa zona)**

TERRITORIO	Si collega a Internet da casa					Si collega a Internet da fuori casa				
	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Si	Tutti i giorni	Qualche volta a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	65,7	13,9	28,5	18,3	5,0	60,4	14,3	18,8	16,9	10,4
Valle d'Aosta	62,9	8,7	36,5	13,8	3,9	60,6	14,4	16,6	16,5	13,1
Lombardia	72,6	11,0	31,7	22,7	7,2	59,8	16,1	18,8	15,7	9,2
Trentino-Alto Adige	63,0	15,1	24,6	16,9	6,4	61,5	14,5	16,4	17,8	12,8
- Bolzano - Bozen	67,3	19,1	25,0	17,3	5,9	55,8	14,2	13,3	16,1	12,2
- Trento	58,9	11,2	24,2	16,6	6,9	67,0	14,8	19,5	19,4	13,3
Veneto	69,2	13,5	29,2	20,2	6,3	61,5	15,6	18,9	18,0	9,0
Friuli-Venezia Giulia	69,2	16,5	29,6	19,8	3,3	63,2	16,7	22,3	14,3	9,9
Liguria	71,2	14,7	29,7	22,3	4,5	57,4	19,3	19,3	12,6	6,2
Emilia-Romagna	69,6	18,2	29,7	18,5	3,2	62,2	16,5	21,0	17,4	7,3
Toscana	64,8	16,1	28,5	14,6	5,6	61,0	18,7	16,7	14,9	10,7
Umbria	68,8	15,3	26,2	20,7	6,6	52,5	13,7	16,0	11,7	11,1
Marche	60,8	13,1	23,9	19,5	4,3	53,0	9,9	18,1	17,6	7,4
Lazio	72,1	13,6	31,0	23,1	4,4	47,8	13,0	16,1	12,1	6,6
Abruzzo	72,0	15,7	28,4	21,7	6,2	52,4	9,1	17,4	16,7	9,2
Molise	67,8	13,6	25,6	26,7	1,9	58,7	8,3	13,9	23,1	13,4
Campania	71,7	15,2	38,2	15,1	3,2	46,2	9,7	12,9	16,5	7,1
Puglia	65,5	16,2	23,2	21,8	4,3	54,5	12,2	14,8	17,8	9,7
Basilicata	61,9	13,8	28,8	18,2	1,1	61,2	11,6	14,3	22,6	12,7
Calabria	70,3	11,1	37,8	17,1	4,3	50,1	7,7	16,2	16,5	9,7
Sicilia	64,0	13,9	30,5	15,7	3,9	55,8	9,5	18,5	16,7	11,1
Sardegna	57,6	9,6	26,3	16,4	5,3	60,3	9,9	14,9	24,9	10,6
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>13,9</b>	<b>30,1</b>	<b>19,7</b>	<b>5,1</b>	<b>57,1</b>	<b>14,2</b>	<b>17,7</b>	<b>16,2</b>	<b>9,0</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	70,7	12,1	30,7	21,5	6,4	59,7	15,9	18,8	15,7	9,3
Italia nord-orientale	68,8	15,7	29,1	19,2	4,8	62,0	16,0	19,9	17,4	8,7
Italia centrale	67,9	14,4	28,9	19,7	4,9	53,1	14,5	16,6	13,7	8,3
Italia meridionale	69,2	14,9	31,9	18,5	3,9	50,8	10,1	14,5	17,3	8,9
Italia insulare	62,1	12,6	29,2	16,0	4,3	57,2	9,6	17,4	19,2	11,0
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>13,9</b>	<b>30,1</b>	<b>19,7</b>	<b>5,1</b>	<b>57,1</b>	<b>14,2</b>	<b>17,7</b>	<b>16,2</b>	<b>9,0</b>
<b>TIPDI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	70,1	15,0	30,4	20,1	4,6	57,8	17,8	17,9	14,4	7,7
Periferia dell'area metropolitana	69,9	10,7	32,6	21,3	5,3	55,1	15,8	17,0	14,6	7,7
Fino a 2.000 abitanti	67,0	11,2	29,7	21,4	4,7	56,7	13,7	17,7	16,3	9,0
Da 2.001 a 10.000 abitanti	66,1	13,6	29,1	18,7	4,7	59,1	11,7	18,0	19,0	10,4
Da 10.001 a 50.000 abitanti	68,8	13,8	28,9	20,9	5,2	55,7	12,9	17,6	16,0	9,2
50.001 abitanti e più	70,4	16,6	30,6	17,1	6,1	57,6	14,2	18,0	16,1	9,3
<b>Italia</b>	<b>68,8</b>	<b>13,9</b>	<b>30,1</b>	<b>19,7</b>	<b>5,1</b>	<b>57,1</b>	<b>14,2</b>	<b>17,7</b>	<b>16,2</b>	<b>9,0</b>

**Tavola 6.5 - Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, classe di età e sesso - Anno 2000** (per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)

CLASSI DI ETÀ	Svago nel tempo libero		Studio		Lavoro	
	Da casa	Da fuori casa	Da casa	Da fuori casa	Da casa	Da fuori casa
<b>MASCHI</b>						
11 - 14	69,8	28,9	40,2	17,0	8,3	4,2
15 - 17	69,4	32,6	44,2	27,5	8,3	10,8
18 - 19	64,9	30,8	41,2	30,0	10,1	9,9
20 - 24	63,3	33,7	33,7	23,7	18,3	27,9
25 - 34	61,7	21,1	20,3	13,9	24,1	50,3
35 - 44	56,4	11,0	12,6	10,4	27,5	56,9
45 - 54	50,3	5,6	15,8	10,0	29,8	59,6
55 - 59	47,8	5,9	14,0	8,0	26,5	44,9
60 - 64	46,6	1,1	6,2	3,0	33,1	23,0
65 - 74	40,6	3,0	16,1	5,4	19,1	13,2
75 e più	9,6	-	8,0	-	-	42,6
<b>Totale</b>	<b>59,0</b>	<b>18,5</b>	<b>22,5</b>	<b>15,0</b>	<b>22,6</b>	<b>42,5</b>
<b>FEMMINE</b>						
11 - 14	71,4	24,7	53,2	21,6	8,6	5,6
15 - 17	60,0	30,8	39,2	39,3	3,0	8,6
18 - 19	59,0	34,0	37,7	31,9	7,7	7,0
20 - 24	54,0	24,4	35,6	23,7	10,0	25,6
25 - 34	53,0	16,9	20,1	13,0	17,0	49,8
35 - 44	47,2	7,8	15,5	5,9	20,1	50,6
45 - 54	43,2	3,5	18,7	7,8	24,3	48,6
55 - 59	39,6	-	15,8	7,4	16,8	30,7
60 - 64	42,1	-	3,8	9,6	10,4	33,6
65 - 74	27,5	-	-	-	28,2	32,4
75 e più	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>52,5</b>	<b>17,0</b>	<b>26,0</b>	<b>16,3</b>	<b>15,0</b>	<b>36,5</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>						
11 - 14	70,5	26,9	46,2	19,1	8,4	4,9
15 - 17	65,4	31,8	42,1	32,5	6,0	9,9
18 - 19	62,0	32,4	39,5	30,9	8,9	8,4
20 - 24	58,9	29,3	34,6	23,7	14,4	26,8
25 - 34	58,2	19,4	20,2	13,5	21,2	50,1
35 - 44	53,1	9,8	13,7	8,8	24,8	54,6
45 - 54	47,9	4,9	16,8	9,2	27,9	55,8
55 - 59	46,1	4,7	14,4	7,9	24,5	42,0
60 - 64	45,8	0,9	5,8	4,2	29,0	25,0
65 - 74	38,6	2,6	13,7	4,6	20,5	16,1
75 e più	4,1	-	3,4	-	-	18,2
<b>Totale</b>	<b>56,4</b>	<b>17,9</b>	<b>23,9</b>	<b>15,5</b>	<b>19,6</b>	<b>40,1</b>

**Tavola 6.6 - Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che usano internet della stessa zona)**

TERRITORIO	Svago nel tempo libero		Studio		Lavoro	
	Da casa	Da fuori casa	Da casa	Da fuori casa	Da casa	Da fuori casa
<b>REGIONI</b>						
Piemonte	55,9	18,3	20,3	14,0	18,1	43,6
Valle d'Aosta	47,5	18,5	22,8	12,2	20,9	44,9
Lombardia	59,6	17,2	22,4	13,7	21,8	45,7
Trentino-Alto Adige	53,1	23,7	18,8	18,1	20,4	38,5
- Bolzano - Bozen	57,8	19,3	21,1	15,8	22,5	33,4
- Trento	48,6	27,9	16,7	20,2	18,3	43,3
Veneto	57,3	20,4	22,3	15,3	19,7	42,4
Friuli-Venezia Giulia	58,4	14,4	21,1	16,9	21,1	45,5
Liguria	57,4	13,4	23,9	14,2	20,6	44,6
Emilia-Romagna	63,2	18,7	20,4	17,2	15,2	45,5
Toscana	51,9	17,8	20,3	16,6	16,4	41,4
Umbria	55,3	17,6	23,9	13,3	19,8	36,0
Marche	53,0	20,6	24,7	16,4	17,6	33,5
Lazio	58,1	14,1	25,0	12,1	19,9	35,8
Abruzzo	56,9	17,8	30,7	17,8	18,0	35,2
Molise	56,0	21,9	34,7	17,0	17,5	33,2
Campania	58,1	17,3	32,0	16,2	21,2	28,9
Puglia	51,5	16,3	29,8	17,3	21,5	36,1
Basilicata	50,0	26,3	25,4	21,6	16,8	29,6
Calabria	51,3	15,4	26,4	17,3	26,3	30,1
Sicilia	50,0	20,9	27,7	19,6	18,7	34,6
Sardegna	40,1	24,6	25,3	18,7	18,5	35,5
<b>Italia</b>	<b>56,4</b>	<b>17,9</b>	<b>23,9</b>	<b>15,5</b>	<b>19,6</b>	<b>40,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>						
Italia nord-occidentale	58,3	17,1	22,0	13,8	20,7	45,1
Italia nord-orientale	59,4	19,4	21,1	16,4	18,1	43,6
Italia centrale	55,2	16,4	23,4	14,2	18,4	37,3
Italia meridionale	54,7	17,2	30,2	17,1	21,4	32,1
Italia insulare	47,0	22,0	26,9	19,3	18,6	34,9
<b>Italia</b>	<b>56,4</b>	<b>17,9</b>	<b>23,9</b>	<b>15,5</b>	<b>19,6</b>	<b>40,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>						
Comune centro dell'area metropolitana	54,8	15,8	23,9	13,8	22,8	43,6
Periferia dell'area metropolitana	57,9	16,0	23,2	11,8	18,4	45,0
Fino a 2.000 abitanti	54,3	18,5	25,4	15,1	22,8	36,9
Da 2.001 a 10.000 abitanti	54,8	20,7	23,7	18,5	17,8	37,3
Da 10.001 a 50.000 abitanti	56,9	17,9	23,2	15,7	18,8	38,1
50.001 abitanti e più	58,7	17,8	25,0	16,1	19,7	39,8
<b>Italia</b>	<b>56,4</b>	<b>17,9</b>	<b>23,9</b>	<b>15,5</b>	<b>19,6</b>	<b>40,1</b>

**Tavola 6.7 - Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, classe di età sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Usa la posta elettronica (a)		Numero di messaggi inviati (b)			Numero di messaggi ricevuti (b)		
	No	Si	1-10	11-40	41 e più	1-10	11-40	41 e più
MASCHI								
11 - 14	62,0	34,7	81,7	6,1	5,9	68,1	16,1	8,1
15 - 17	42,7	55,9	76,6	17,5	1,7	65,4	24,0	6,2
18 - 19	35,1	63,1	71,7	16,4	6,5	62,1	21,2	10,0
20 - 24	32,5	66,0	74,7	16,1	7,1	60,5	23,5	12,0
25 - 34	24,6	74,5	73,6	15,9	6,1	61,6	21,6	11,2
35 - 44	30,3	68,8	70,9	16,6	8,8	60,6	20,9	14,1
45 - 54	34,1	64,3	72,2	18,2	6,0	57,3	26,8	12,0
55 - 59	35,8	63,2	74,4	16,1	7,5	54,3	24,6	16,3
60 - 64	35,9	57,4	83,9	9,6	1,9	66,9	16,7	8,6
65 - 74	35,7	53,9	81,6	13,3	0,8	78,4	16,5	0,8
75 e più	1,6	50,6	44,0	56,0	-	28,1	71,9	-
<b>Totale</b>	<b>32,5</b>	<b>65,9</b>	<b>73,4</b>	<b>16,2</b>	<b>6,5</b>	<b>61,0</b>	<b>22,4</b>	<b>11,7</b>
FEMMINE								
11 - 14	51,4	46,9	83,6	11,8	1,2	76,8	9,9	6,0
15 - 17	49,3	50,4	75,8	14,2	2,8	68,7	19,0	4,2
18 - 19	46,1	53,1	85,3	5,9	3,1	68,9	16,9	4,0
20 - 24	33,6	65,5	82,5	10,7	2,4	71,6	16,8	5,5
25 - 34	30,2	68,4	75,5	13,3	5,7	69,2	15,9	8,6
35 - 44	38,7	59,1	76,1	12,0	7,5	64,2	18,6	10,3
45 - 54	40,7	56,8	76,1	9,8	7,8	65,5	12,7	10,7
55 - 59	38,8	54,4	72,3	13,2	2,6	63,4	23,7	2,6
60 - 64	39,0	55,0	72,0	-	17,4	72,0	-	17,4
65 - 74	18,1	62,4	100,0	-	-	100,0	-	-
75 e più	17,4	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>37,6</b>	<b>60,5</b>	<b>77,9</b>	<b>11,7</b>	<b>5,1</b>	<b>68,7</b>	<b>16,2</b>	<b>7,9</b>
MASCHI E FEMMINE								
11 - 14	57,2	40,3	82,7	9,1	3,4	72,8	12,8	7,0
15 - 17	45,5	53,5	76,3	16,1	2,2	66,7	22,0	5,4
18 - 19	40,5	58,2	77,8	11,7	5,0	65,1	19,2	7,3
20 - 24	33,0	65,7	78,3	13,6	4,9	65,7	20,3	9,0
25 - 34	26,9	72,0	74,3	14,9	5,9	64,6	19,4	10,2
35 - 44	33,4	65,3	72,6	15,1	8,4	61,8	20,1	12,8
45 - 54	36,3	61,7	73,4	15,6	6,6	59,8	22,4	11,6
55 - 59	36,4	61,4	74,0	15,6	6,6	55,9	24,4	13,8
60 - 64	36,4	57,0	81,8	7,9	4,7	67,8	13,7	10,2
65 - 74	33,1	55,2	84,7	11,1	0,7	82,1	13,7	0,7
75 e più	10,6	21,6	44,0	56,0	-	28,1	71,9	-
<b>Totale</b>	<b>34,5</b>	<b>63,7</b>	<b>75,1</b>	<b>14,5</b>	<b>6,0</b>	<b>63,9</b>	<b>20,0</b>	<b>10,3</b>

(a) per 100 persone di 11 anni e più che usano internet della stessa età dello stesso sesso.

(b) per 100 persone di 11 anni e più che usano l'e-mail della stessa età dello stesso sesso.

**Tavola 6.8 - Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Usa la posta elettronica (a)		Numero di messaggi inviati (b)			Numero di messaggi ricevuti (b)		
	No	Sì	1-10	11-40	41 e più	1-10	11-40	41 e più
<b>REGIONI</b>								
Piemonte	65,8	32,8	79,7	11,6	5,7	66,5	16,9	11,5
Valle d'Aosta	68,0	28,5	78,0	12,7	4,5	68,5	18,7	6,7
Lombardia	67,7	31,3	75,4	14,3	8,0	61,5	22,1	12,5
Trentino-Alto Adige	67,1	31,9	77,7	15,6	3,8	68,6	21,2	6,8
- Bolzano - Bozen	68,9	29,6	79,1	13,8	3,6	69,9	19,5	7,0
- Trento	65,5	34,2	76,2	17,5	4,0	67,3	22,9	6,6
Veneto	67,8	31,2	76,0	12,4	5,9	68,7	15,2	10,4
Friuli-Venezia Giulia	70,3	29,2	81,4	10,4	4,1	71,9	15,9	7,3
Liguria	61,5	36,8	74,5	17,0	7,2	62,0	23,4	10,9
Emilia-Romagna	71,2	28,5	75,0	14,0	6,9	62,7	20,6	12,2
Toscana	68,1	30,4	73,3	15,8	5,0	60,5	22,1	10,3
Umbria	66,0	33,4	71,4	17,5	5,3	64,7	23,4	6,5
Marche	58,3	39,4	79,7	11,3	2,4	66,5	20,0	3,8
Lazio	63,5	34,0	69,8	16,7	6,8	60,6	21,6	9,6
Abruzzo	57,3	41,0	75,4	11,2	3,4	70,6	13,9	5,6
Molise	58,6	38,2	75,3	17,4	0,7	61,9	22,0	4,1
Campania	56,0	40,6	72,4	19,4	4,6	64,1	21,2	9,6
Puglia	54,7	42,0	74,2	14,9	6,6	63,2	19,1	10,8
Basilicata	48,6	48,8	71,3	17,6	5,5	67,1	20,0	7,5
Calabria	51,4	45,1	77,5	11,5	3,0	66,8	19,3	3,6
Sicilia	55,1	41,5	78,0	14,6	4,5	67,2	17,8	9,0
Sardegna	48,3	49,0	70,4	18,6	2,4	57,0	23,9	7,6
<b>Italia</b>	<b>63,7</b>	<b>34,5</b>	<b>75,1</b>	<b>14,5</b>	<b>6,0</b>	<b>63,9</b>	<b>20,0</b>	<b>10,3</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>								
Italia nord-occidentale	66,6	32,1	76,4	13,8	7,3	62,8	20,9	12,1
Italia nord-orientale	69,3	30,0	76,3	13,1	6,0	66,6	18,0	10,5
Italia centrale	64,5	33,5	72,3	15,8	5,6	61,6	21,7	8,9
Italia meridionale	54,9	42,0	74,0	15,9	4,7	65,0	19,4	8,4
Italia insulare	53,1	43,8	75,9	15,7	3,9	64,3	19,5	8,6
<b>Italia</b>	<b>63,7</b>	<b>34,5</b>	<b>75,1</b>	<b>14,5</b>	<b>6,0</b>	<b>63,9</b>	<b>20,0</b>	<b>10,3</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>								
Comune centro dell'area metropolitana	68,6	29,6	72,2	17,2	7,3	59,8	23,0	12,1
Periferia dell'area metropolitana	63,5	34,7	75,2	16,0	6,3	63,2	20,1	12,6
Fino a 2.000 abitanti	62,1	36,0	74,5	13,5	6,6	70,0	13,1	11,3
Da 2.001 a 10.000 abitanti	60,1	38,1	76,7	11,8	5,5	66,5	17,8	8,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	64,4	34,0	76,7	13,5	5,1	66,0	18,8	8,7
50.001 abitanti e più	63,4	35,0	74,3	15,3	6,1	61,4	23,0	10,2
<b>Italia</b>	<b>63,7</b>	<b>34,5</b>	<b>75,1</b>	<b>14,5</b>	<b>6,0</b>	<b>63,9</b>	<b>20,0</b>	<b>10,3</b>

(a) per 100 persone di 11 anni e più che usano internet della stessa zona.

(b) per 100 persone di 11 anni e più che usano l'e-mail della stessa zona.

**Tavola 6.9 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Partecipare a chat, newsgroup, forum	Avere informazioni (giornali, riviste)	Acquisire documenti e informazioni varie (banche dati, bibliografie)	Utilizzare servizi (anagrafici, bancari, asl, orari)	Fare acquisti (esclusa attività finanziaria)	Cercare lavoro	Giocare o altro divertimento	Acquistare e vendere attività finanziarie, titoli	Altro
<b>MASCHI</b>									
11 - 14	21,2	39,2	17,4	2,1	4,8	-	77,3	0,7	12,5
15 - 17	41,2	53,0	19,9	4,7	6,9	0,4	69,5	0,8	9,3
18 - 19	45,4	59,4	33,5	12,5	7,5	8,4	56,4	2,3	5,5
20 - 24	32,6	64,6	43,4	18,6	13,6	14,4	40,0	3,4	7,9
25 - 34	21,0	67,0	51,5	29,3	13,3	11,5	25,8	6,0	9,5
35 - 44	12,0	61,7	57,4	30,1	13,8	3,4	15,3	7,5	7,7
45 - 54	9,0	58,3	61,7	32,3	10,8	1,2	8,6	6,6	7,8
55 - 59	8,6	53,4	48,8	19,8	7,2	0,6	5,0	8,7	11,0
60 - 64	2,9	49,4	48,4	22,4	9,1	1,5	8,4	3,7	12,2
65 - 74	4,7	40,0	45,9	27,4	4,4	-	13,5	1,3	4,9
75 e più	-	23,8	42,6	-	13,0	-	9,6	-	-
<b>Totale</b>	<b>20,0</b>	<b>60,3</b>	<b>48,4</b>	<b>24,3</b>	<b>11,6</b>	<b>6,3</b>	<b>28,3</b>	<b>5,3</b>	<b>8,6</b>
<b>FEMMINE</b>									
11 - 14	26,6	43,0	13,8	2,5	2,2	0,2	66,4	-	9,1
15 - 17	46,3	47,3	29,9	2,3	3,3	0,6	55,5	-	9,4
18 - 19	43,2	63,5	31,7	5,9	2,9	6,3	40,5	0,8	7,8
20 - 24	28,1	61,2	42,7	17,0	4,3	12,6	28,8	0,7	6,8
25 - 34	12,8	64,5	52,1	25,7	7,1	15,4	16,2	2,3	8,7
35 - 44	11,4	60,5	53,6	25,0	6,5	3,2	12,7	1,3	8,6
45 - 54	5,1	55,6	52,0	26,4	5,8	1,6	10,2	1,9	11,4
55 - 59	7,9	34,5	49,6	22,3	5,0	-	6,3	-	17,3
60 - 64	8,9	36,0	53,9	11,7	22,4	-	25,5	9,6	13,7
65 - 74	-	64,2	16,4	-	-	-	-	-	6,2
75 e più	-	-	-	-	8,6	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>19,4</b>	<b>58,5</b>	<b>45,0</b>	<b>19,3</b>	<b>5,5</b>	<b>7,8</b>	<b>24,5</b>	<b>1,4</b>	<b>8,8</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>									
11 - 14	23,7	40,9	15,7	2,3	3,6	0,1	72,3	0,4	11,0
15 - 17	43,4	50,5	24,1	3,7	5,4	0,5	63,5	0,4	9,3
18 - 19	44,3	61,4	32,6	9,3	5,3	7,4	48,6	1,6	6,6
20 - 24	30,5	63,0	43,1	17,8	9,2	13,6	34,8	2,1	7,4
25 - 34	17,7	66,0	51,7	27,8	10,8	13,1	21,9	4,5	9,2
35 - 44	11,8	61,2	56,0	28,2	11,1	3,3	14,3	5,2	8,0
45 - 54	7,7	57,4	58,4	30,3	9,1	1,3	9,1	5,0	9,0
55 - 59	8,4	49,5	49,0	20,3	6,7	0,5	5,3	6,9	12,3
60 - 64	4,0	47,0	49,4	20,4	11,5	1,2	11,5	4,8	12,4
65 - 74	4,0	43,6	41,5	23,3	3,7	-	11,5	1,1	5,1
75 e più	-	10,2	18,2	-	10,5	-	4,1	-	-
<b>Totale</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>

**Tavola 6.10 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000** *(per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa zona)*

TERRITORIO	Partecipare a chat, news group, forum	Avere informazioni (giornali, riviste)	Acquisire documenti e informazioni varie (banche dati, bibliografie)	Utilizzare servizi (anagrafici, bancari, asl, orari)	Fare acquisti (esclusa attività finanziaria)	Cercare lavoro	Giocare o altro divertimento	Acquistare e vendere attività finanziarie, titoli	Altro
<b>REGIONI</b>									
Piemonte	20,0	65,2	47,4	22,4	8,9	6,7	25,2	2,4	8,1
Valle d'Aosta	14,2	54,5	52,5	22,0	13,0	5,3	25,6	6,3	11,6
Lombardia	18,8	62,1	49,7	25,9	9,2	5,1	23,5	5,0	8,6
Trentino-Alto Adige	21,3	60,4	39,9	17,4	8,7	2,3	28,0	3,2	10,2
- Bolzano - Bozen	23,3	64,9	36,8	13,8	9,4	1,7	28,3	1,5	9,7
- Trento	19,4	56,2	42,9	20,9	8,0	2,8	27,8	4,9	10,6
Veneto	18,6	61,9	44,0	24,8	11,5	4,9	26,0	3,3	9,3
Friuli-Venezia Giulia	13,7	64,7	52,8	20,9	12,5	4,5	23,2	2,1	6,8
Liguria	12,0	59,9	57,0	23,3	10,0	3,7	26,1	4,9	10,2
Emilia-Romagna	19,6	60,3	49,4	26,3	7,6	6,1	25,3	4,5	11,3
Toscana	18,0	56,0	46,8	23,9	9,0	2,2	23,8	3,8	11,7
Umbria	27,6	65,5	41,7	19,4	6,5	8,8	22,7	2,4	7,4
Marche	16,0	56,2	41,8	19,6	5,0	3,8	27,2	3,1	11,2
Lazio	19,5	54,9	49,3	23,0	6,5	9,0	30,3	3,5	11,1
Abruzzo	22,7	60,3	42,7	20,1	8,4	7,7	31,0	6,7	6,1
Molise	31,3	55,6	44,9	13,4	3,9	9,6	33,7	1,7	5,1
Campania	26,6	56,5	41,5	15,9	10,5	13,7	30,4	2,6	4,1
Puglia	16,1	55,5	47,4	21,3	12,3	9,6	31,3	6,1	6,4
Basilicata	19,1	69,1	49,4	19,6	9,6	14,9	37,8	2,3	4,4
Calabria	22,8	58,7	42,7	11,9	10,0	11,9	31,8	1,9	5,9
Sicilia	25,4	55,8	43,7	16,0	10,5	10,0	29,5	2,3	5,3
Sardegna	21,4	56,4	45,7	17,9	8,2	11,2	31,2	1,2	9,0
<b>Italia</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>									
Italia nord-occidentale	18,4	62,6	49,8	24,7	9,2	5,4	24,2	4,3	8,7
Italia nord-orientale	18,8	61,4	46,6	24,4	9,8	5,1	25,6	3,7	9,9
Italia centrale	19,1	56,1	47,0	22,6	7,1	6,1	27,3	3,4	11,1
Italia meridionale	22,3	57,4	43,9	17,4	10,5	11,5	31,3	4,0	5,3
Italia insulare	24,2	56,0	44,3	16,6	9,8	10,4	30,0	2,0	6,4
<b>Italia</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>									
Comune centro dell'area metropolitana	17,3	54,8	56,0	26,7	7,5	8,8	25,4	3,1	9,0
Periferia dell'area metropolitana	19,6	60,7	48,6	23,2	8,3	7,5	23,2	4,5	8,4
Fino a 2.000 abitanti	16,0	63,8	42,8	26,5	8,5	5,5	23,3	2,9	6,2
Da 2.001 a 10.000 abitanti	20,6	61,3	44,5	20,8	8,8	6,4	27,2	4,2	7,8
Da 10.001 a 50.000 abitanti	21,3	60,9	44,5	20,5	10,4	6,5	28,6	3,3	8,9
50.001 abitanti e più	20,3	58,4	44,8	20,5	10,7	6,1	29,1	4,0	10,2
<b>Italia</b>	<b>19,8</b>	<b>59,6</b>	<b>47,1</b>	<b>22,3</b>	<b>9,2</b>	<b>6,9</b>	<b>26,8</b>	<b>3,7</b>	<b>8,7</b>

**Tavola 6.11 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, classe di età e sesso - Anno 2000** *(per 100 persone che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)*

CLASSI DI ETÀ	Affari ed economia	Arte e cultura	Attualità e media	Divertimento e spettacolo	Informatica e internet	Istituzioni (governo, enti locali, e servizi per il cittadino)	Associazioni e società civile (volontariato, diritti civili, difesa dei consumatori, ecc.)	Istruzione e formazione (università scuola)
<b>MASCHI</b>								
11 - 14	0,2	7,3	14,4	47,2	20,3	1,9	2,6	6,6
15 - 17	2,9	12,4	24,9	53,0	31,3	0,6	2,1	13,9
18 - 19	6,8	17,9	31,8	53,0	39,8	10,5	5,1	32,4
20 - 24	14,9	17,1	34,4	47,4	36,4	12,7	5,5	27,6
25 - 34	34,5	20,8	36,4	30,5	35,1	22,2	6,1	16,6
35 - 44	38,9	23,5	34,7	17,6	29,5	27,6	6,9	11,7
45 - 54	40,9	25,8	32,4	10,8	28,5	32,5	8,2	14,3
55 - 59	42,3	25,8	27,2	8,1	21,2	29,5	6,3	12,9
60 - 64	45,0	18,5	16,2	4,4	18,1	20,8	3,8	7,5
65 - 74	24,1	19,1	30,3	12,6	22,4	27,8	9,4	11,9
75 e più	42,6	-	-	1,6	8,0	28,4	-	-
<b>Totale</b>	<b>29,3</b>	<b>20,4</b>	<b>32,3</b>	<b>28,6</b>	<b>31,2</b>	<b>21,1</b>	<b>6,0</b>	<b>16,1</b>
<b>FEMMINE</b>								
11 - 14	1,1	20,1	22,4	61,1	12,1	0,3	1,1	11,9
15 - 17	0,5	31,0	28,6	61,2	11,1	2,0	1,2	21,5
18 - 19	1,9	32,5	28,3	59,2	7,6	6,9	3,6	39,6
20 - 24	9,5	31,2	35,9	44,2	15,3	10,9	3,7	38,5
25 - 34	22,1	27,5	35,1	28,5	13,7	25,7	5,8	24,6
35 - 44	17,6	28,1	30,2	18,4	10,1	28,0	7,3	21,4
45 - 54	19,5	31,6	22,5	12,9	12,3	29,4	6,5	23,0
55 - 59	23,0	18,4	27,9	4,0	3,1	29,7	13,1	18,8
60 - 64	15,2	17,9	26,6	10,1	25,0	32,3	5,4	1,9
65 - 74	22,2	6,2	11,9	-	12,4	12,2	-	20,5
75 e più	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>14,4</b>	<b>28,4</b>	<b>30,7</b>	<b>33,2</b>	<b>12,2</b>	<b>19,4</b>	<b>5,1</b>	<b>25,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>								
11 - 14	0,6	13,2	18,1	53,6	16,5	1,1	1,9	9,0
15 - 17	1,9	20,3	26,5	56,5	22,7	1,2	1,8	17,2
18 - 19	4,4	25,1	30,1	56,0	23,9	8,7	4,4	35,9
20 - 24	12,4	23,7	35,1	45,9	26,5	11,9	4,7	32,7
25 - 34	29,4	23,6	35,9	29,7	26,3	23,6	6,0	19,9
35 - 44	31,0	25,2	33,1	17,9	22,4	27,7	7,1	15,3
45 - 54	33,7	27,7	29,0	11,5	23,0	31,4	7,6	17,3
55 - 59	38,3	24,2	27,3	7,3	17,5	29,5	7,7	14,1
60 - 64	39,6	18,4	18,1	5,4	19,4	22,9	4,1	6,5
65 - 74	23,8	17,2	27,6	10,7	20,9	25,5	8,0	13,2
75 e più	18,2	-	-	0,7	3,4	12,1	-	-
<b>Totale</b>	<b>23,4</b>	<b>23,6</b>	<b>31,7</b>	<b>30,4</b>	<b>23,7</b>	<b>20,4</b>	<b>5,7</b>	<b>19,8</b>

**Tavola 6.11 segue - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano Internet della stessa età dello stesso sesso)**

CLASSI DI ETÀ	Medicina e salute	Scienze e tecnologia	Cucina	Religione	Sport	Tempo libero e viaggi	Altro
<b>MASCHI</b>							
11 - 14	0,3	10,6	1,4	0,8	52,9	11,7	13,5
15 - 17	0,7	16,6	1,7	0,4	61,9	22,0	14,9
18 - 19	3,2	21,4	1,0	1,2	52,2	30,3	7,2
20 - 24	3,7	19,0	1,4	1,3	49,2	38,7	7,8
25 - 34	7,7	20,5	2,1	1,6	35,4	39,9	5,8
35 - 44	11,7	19,5	2,3	2,2	22,3	32,9	3,4
45 - 54	14,2	21,2	1,9	1,6	14,4	25,7	3,6
55 - 59	13,0	18,4	2,6	0,2	10,4	22,5	4,1
60 - 64	6,5	5,6	0,6	0,7	13,6	18,9	2,5
65 - 74	18,8	13,6	-	2,0	6,7	20,2	0,9
75 e più	10,0	9,6	-	-	1,6	8,0	13,0
<b>Totale</b>	<b>8,4</b>	<b>19,0</b>	<b>1,9</b>	<b>1,5</b>	<b>32,7</b>	<b>31,8</b>	<b>6,1</b>
<b>FEMMINE</b>							
11 - 14	4,4	8,9	0,6	1,6	17,2	18,7	17,2
15 - 17	2,2	7,4	1,0	0,4	18,6	27,2	12,7
18 - 19	6,7	5,0	4,0	,	15,7	31,9	7,3
20 - 24	11,8	9,7	6,8	1,2	11,2	48,1	3,1
25 - 34	14,8	6,7	9,3	1,2	5,9	42,3	5,1
35 - 44	20,5	9,3	10,9	1,4	4,2	35,2	5,1
45 - 54	18,5	10,0	11,7	0,2	2,3	31,4	1,1
55 - 59	13,3	4,5	8,7	-	2,7	24,6	1,9
60 - 64	11,3	17,9	10,8	9,6	9,6	10,8	-
65 - 74	14,5	7,8	6,2	-	-	13,5	20,5
75 e più	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>13,6</b>	<b>8,2</b>	<b>7,9</b>	<b>1,1</b>	<b>8,3</b>	<b>36,6</b>	<b>5,8</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>							
11 - 14	2,1	9,8	1,0	1,1	36,5	14,9	15,2
15 - 17	1,3	12,7	1,4	0,4	43,4	24,2	13,9
18 - 19	5,0	13,3	2,5	0,6	34,3	31,1	7,2
20 - 24	7,5	14,6	4,0	1,3	31,4	43,1	5,6
25 - 34	10,6	14,8	5,0	1,5	23,3	40,9	5,5
35 - 44	14,9	15,7	5,4	1,9	15,7	33,8	4,0
45 - 54	15,7	17,4	5,2	1,1	10,3	27,7	2,8
55 - 59	13,0	15,5	3,8	0,2	8,8	23,0	3,7
60 - 64	7,4	7,8	2,5	2,3	12,8	17,4	2,0
65 - 74	18,2	12,7	0,9	1,7	5,7	19,2	3,8
75 e più	4,3	4,1	-	-	0,7	3,4	5,6
<b>Totale</b>	<b>10,4</b>	<b>14,7</b>	<b>4,3</b>	<b>1,3</b>	<b>23,0</b>	<b>33,7</b>	<b>6,0</b>

**Tavola 6.12 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano internet della stessa zona)**

TERRITORIO	Affari ed economia	Arte e cultura	Attualità e media	Divertimento e spettacolo	Informatica e internet	Istituzioni (governo, enti locali, e servizi per il cittadino)	Associazioni e società civile (volontariato, diritti civili, difesa dei consumatori, ecc.)	Istruzione e formazione (università scuola)
<b>REGIONI</b>								
Piemonte	23,7	23,0	33,4	31,0	24,4	20,5	6,1	20,7
Valle d'Aosta	18,0	29,0	28,3	29,1	24,9	21,0	5,7	16,0
Lombardia	25,1	25,2	32,9	31,2	22,7	20,3	6,4	19,1
Trentino-Alto Adige	20,6	19,0	36,4	32,0	21,5	15,1	6,4	15,1
- Bolzano - Bozen	21,8	12,2	37,1	31,2	23,1	11,9	6,5	18,4
- Trento	19,4	25,5	35,7	32,7	20,0	18,1	6,3	12,0
Veneto	26,0	24,7	31,0	31,3	21,4	19,9	5,2	18,5
Friuli-Venezia Giulia	24,6	26,0	29,0	29,2	25,5	20,3	4,7	18,8
Liguria	23,8	25,0	33,2	26,5	20,5	16,3	4,2	13,5
Emilia-Romagna	26,8	24,3	32,6	31,7	22,8	23,0	6,1	17,6
Toscana	22,2	19,7	28,3	29,3	20,8	22,1	3,4	17,5
Umbria	23,7	24,6	35,6	33,3	19,9	21,2	5,6	19,9
Marche	21,7	22,0	26,3	28,7	15,7	17,6	6,1	18,1
Lazio	24,5	26,2	33,4	28,9	28,4	20,4	7,0	20,7
Abruzzo	24,0	21,0	27,6	31,8	27,9	15,2	3,4	16,6
Molise	17,6	21,3	30,3	29,9	25,3	21,9	6,7	25,6
Campania	21,7	17,9	31,3	32,0	25,8	17,0	5,2	21,7
Puglia	22,8	24,8	32,1	34,6	26,5	22,1	5,1	22,9
Basilicata	17,6	24,8	36,6	29,0	29,3	22,5	9,7	31,6
Calabria	17,8	18,9	32,4	25,4	24,5	25,5	5,6	25,9
Sicilia	16,4	25,2	25,9	24,8	24,2	21,5	5,1	25,3
Sardegna	14,8	21,0	32,9	32,4	26,5	22,1	5,2	23,3
<b>Italia</b>	<b>23,4</b>	<b>23,6</b>	<b>31,7</b>	<b>30,4</b>	<b>23,7</b>	<b>20,4</b>	<b>5,7</b>	<b>19,8</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>								
Italia nord-occidentale	24,6	24,6	33,0	30,7	22,9	20,0	6,1	19,0
Italia nord-orientale	25,7	24,2	31,9	31,3	22,3	20,7	5,6	17,9
Italia centrale	23,3	23,5	31,0	29,3	23,7	20,6	5,6	19,2
Italia meridionale	21,5	20,8	31,5	31,6	26,2	19,9	5,2	22,5
Italia insulare	15,9	23,9	28,0	27,1	24,9	21,7	5,1	24,7
<b>Italia</b>	<b>23,4</b>	<b>23,6</b>	<b>31,7</b>	<b>30,4</b>	<b>23,7</b>	<b>20,4</b>	<b>5,7</b>	<b>19,8</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>								
Comune centro dell'area metropolitana	24,0	25,7	31,7	26,4	27,0	22,3	7,4	20,1
Periferia dell'area metropolitana	23,1	20,8	31,8	32,6	24,6	20,6	6,6	19,4
Fino a 2.000 abitanti	19,8	21,3	32,8	29,1	21,4	17,0	3,6	18,8
Da 2.001 a 10.000 abitanti	23,1	24,6	31,8	31,5	23,8	19,0	5,3	20,9
Da 10.001 a 50.000 abitanti	23,3	23,3	30,8	31,0	20,9	20,0	5,3	17,9
50.001 abitanti e più	24,3	23,4	31,9	30,9	23,7	21,6	4,7	21,4
<b>Italia</b>	<b>23,4</b>	<b>23,6</b>	<b>31,7</b>	<b>30,4</b>	<b>23,7</b>	<b>20,4</b>	<b>5,7</b>	<b>19,8</b>

**Tavola 6.12 segue - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano internet della stessa zona)**

TERRITORIO	Medicina e salute	Scienze e tecnologia	Cucina	Religione	Sport	Tempo libero e viaggi	Altro
<b>REGIONI</b>							
Piemonte	11,7	15,7	3,4	1,6	21,0	36,4	6,2
Valle d'Aosta	7,6	17,9	5,0	2,1	28,7	43,5	3,9
Lombardia	10,2	14,0	4,3	1,6	21,2	39,5	7,3
Trentino-Alto Adige	11,1	14,5	5,5	0,7	30,0	34,5	7,3
- Bolzano - Bozen	10,9	14,8	6,4	-	31,9	32,4	5,4
- Trento	11,3	14,1	4,6	1,4	28,2	36,6	9,2
Veneto	9,6	14,9	4,0	1,0	23,6	40,5	5,5
Friuli-Venezia Giulia	7,8	18,0	3,2	0,4	17,0	37,4	5,5
Liguria	12,1	17,9	4,1	2,5	19,7	36,6	6,3
Emilia-Romagna	9,4	15,4	4,4	1,2	23,0	38,9	7,4
Toscana	6,1	13,4	3,4	0,5	21,7	35,1	7,5
Umbria	10,2	15,1	4,8	1,3	20,9	31,2	6,2
Marche	9,4	11,8	5,8	1,6	22,9	28,6	6,7
Lazio	12,7	18,9	4,5	1,2	25,5	29,9	4,7
Abruzzo	12,8	12,6	3,2	1,4	26,5	23,9	7,2
Molise	12,2	11,6	2,9	1,2	25,5	21,6	4,2
Campania	9,8	13,4	4,3	1,0	25,6	23,0	3,6
Puglia	11,4	14,4	4,7	1,4	27,8	24,3	3,4
Basilicata	13,2	16,2	5,4	1,8	25,3	33,3	4,0
Calabria	12,3	12,5	5,1	1,8	24,7	18,6	5,4
Sicilia	12,9	10,3	5,3	1,7	22,3	25,7	4,4
Sardegna	10,2	14,6	3,8	2,3	21,3	30,5	5,6
<b>Italia</b>	<b>10,4</b>	<b>14,7</b>	<b>4,3</b>	<b>1,3</b>	<b>23,0</b>	<b>33,7</b>	<b>6,0</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>							
Italia nord-occidentale	10,7	14,8	4,0	1,7	21,1	38,5	6,9
Italia nord-orientale	9,5	15,4	4,2	1,0	23,2	39,1	6,4
Italia centrale	9,9	15,9	4,3	1,0	23,6	31,5	6,0
Italia meridionale	11,2	13,5	4,4	1,3	26,2	23,2	4,2
Italia insulare	12,0	11,6	4,9	1,9	22,0	27,2	4,8
<b>Italia</b>	<b>10,4</b>	<b>14,7</b>	<b>4,3</b>	<b>1,3</b>	<b>23,0</b>	<b>33,7</b>	<b>6,0</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>							
Comune centro dell'area metropolitana	12,0	17,9	4,5	1,4	21,3	33,5	5,9
Periferia dell'area metropolitana	12,3	15,1	3,2	1,2	20,9	34,1	6,7
Fino a 2.000 abitanti	12,8	14,5	5,2	1,1	21,2	32,0	5,7
Da 2.001 a 10.000 abitanti	9,0	14,4	3,6	1,6	24,3	34,1	5,9
Da 10.001 a 50.000 abitanti	9,8	13,5	4,7	1,6	24,5	33,5	5,5
50.001 abitanti e più	9,5	13,2	4,7	0,8	23,5	33,6	6,3
<b>Italia</b>	<b>10,4</b>	<b>14,7</b>	<b>4,3</b>	<b>1,3</b>	<b>23,0</b>	<b>33,7</b>	<b>6,0</b>

**Tavola 6.13 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di acquisti effettuati, classe di età e sesso - Anno 2000**

CLASSI DI ETÀ	Fa acquisti (esclusa attività finanziaria) (a)	Tipo di acquisti effettuati (b)											
		Alimen- tari e be- vande	Abbiglia- mento, calza- ture	Mobili, articoli arreda- mento, elettro- domestici	Apparecchi e accessori audio-visivi, fotografici	Cellu- lari e acces- sori	Libri, gior- nali, riviste	Musica e video (CD, video- cassette, file musicali)	Articoli per la cura della persona	PC e accessori (incluso software)	Biglietti (spetta- coli, mostre, treni, aerei)	Vacanze (alberghi, pensioni e viaggi organizzati)	Altro
<b>MASCHI</b>													
11 - 14	4,8	8,7	8,4	8,7	8,4	8,8	18,9	24,4	6,1	35,8	-	-	29,8
15 - 17	6,9	-	7,2	7,4	6,5	11,1	20,2	45,3	9,0	17,7	7,4	1,7	3,9
18 - 19	7,5	-	31,4	4,4	6,5	28,4	16,2	52,4	4,4	18,8	15,6	10,9	9,5
20 - 24	13,6	0,3	11,7	0,9	17,6	13,1	28,0	39,8	1,2	29,8	21,5	12,0	13,5
25 - 34	13,3	5,1	8,7	5,8	11,5	14,9	33,0	21,8	0,8	29,1	18,1	16,1	15,5
35 - 44	13,8	3,2	6,9	3,8	12,4	7,8	35,4	24,7	0,0	22,2	10,3	11,0	15,6
45 - 54	10,8	6,4	11,1	4,5	10,3	12,8	29,8	24,7	4,4	18,7	19,5	14,7	21,9
55 - 59	7,2	-	1,5	-	-	10,2	24,8	-	-	45,5	3,0	12,0	40,0
60 - 64	9,1	7,4	-	17,9	7,7	14,0	13,2	-	-	60,2	19,5	13,2	35,8
65 - 74	4,4	30,3	-	-	-	-	31,3	30,3	-	30,3	18,0	-	20,4
75 e più	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>11,6</b>	<b>3,8</b>	<b>9,2</b>	<b>4,4</b>	<b>11,7</b>	<b>12,3</b>	<b>30,7</b>	<b>26,7</b>	<b>1,6</b>	<b>26,0</b>	<b>15,4</b>	<b>12,6</b>	<b>16,8</b>
<b>FEMMINE</b>													
11 - 14	2,2	-	9,1	12,9	25,9	9,1	16,2	14,2	-	10,6	32,3	-	13,6
15 - 17	3,3	-	32,4	10,1	10,1	10,1	18,9	20,1	-	2,8	-	-	48,7
18 - 19	2,9	-	33,0	-	33,0	-	16,3	16,3	18,3	8,8	-	16,3	41,9
20 - 24	4,3	10,7	-	15,8	5,6	24,7	34,3	4,3	7,4	11,3	26,8	19,5	9,2
25 - 34	7,1	8,9	5,8	7,4	3,8	12,3	29,5	9,5	3,0	7,8	21,8	20,6	23,3
35 - 44	6,5	11,6	13,8	3,1	1,5	1,4	48,2	12,1	7,2	4,3	12,0	12,7	13,0
45 - 54	5,8	1,5	12,6	-	8,0	4,9	36,1	28,3	15,2	4,5	21,5	12,4	14,3
55 - 59	5	61,4	-	-	61,4	-	38,6	61,4	-	-	61,4	-	-
60 - 64	22,4	-	-	17,5	17,5	-	-	-	-	-	39,6	-	42,9
65 - 74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
75 e più	8,6	-	-	-	-	-	100,0	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>5,5</b>	<b>8,4</b>	<b>9,7</b>	<b>6,7</b>	<b>6,8</b>	<b>9,3</b>	<b>33,9</b>	<b>12,8</b>	<b>6,1</b>	<b>6,6</b>	<b>19,4</b>	<b>15,1</b>	<b>19,6</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>													
11 - 14	3,6	6,3	8,6	9,8	13,3	8,9	18,2	21,6	4,4	28,8	9,0	-	25,3
15 - 17	5,4	-	13,9	8,1	7,5	10,9	19,8	38,6	6,7	13,7	5,4	1,3	15,8
18 - 19	5,3	-	31,8	3,2	13,7	20,7	16,3	42,6	8,2	16,1	11,3	12,4	18,3
20 - 24	9,2	2,6	9,2	4,1	15,0	15,7	29,4	32,1	2,6	25,7	22,7	13,6	12,6
25 - 34	10,8	6,1	7,9	6,2	9,4	14,2	32,1	18,5	1,4	23,3	19,1	17,3	17,6
35 - 44	11,1	5,0	8,4	3,6	10,0	6,4	38,1	22,0	1,6	18,3	10,6	11,4	15,1
45 - 54	9,1	5,3	11,5	3,6	9,8	11,1	31,1	25,5	6,7	15,7	19,9	14,2	20,3
55 - 59	6,7	9,5	1,3	-	9,5	8,6	26,9	9,5	-	38,5	12,0	10,2	33,8
60 - 64	11,5	4,8	-	17,8	11,2	9,0	8,5	-	-	38,9	26,6	8,5	38,3
65 - 74	3,7	30,3	-	-	-	-	31,3	30,3	-	30,3	18,0	-	20,4
75 e più	10,5	-	-	-	-	-	46,9	-	-	-	-	-	53,1
<b>Totale</b>	<b>9,2</b>	<b>4,9</b>	<b>9,3</b>	<b>5,0</b>	<b>10,5</b>	<b>11,6</b>	<b>31,5</b>	<b>23,4</b>	<b>2,7</b>	<b>21,4</b>	<b>16,3</b>	<b>13,2</b>	<b>17,4</b>

(a) per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso.

(b) per 100 persone hanno effettuato acquisti su internet della stessa età e dello stesso sesso.

**Tavola 6.14 - Persone di 11 anni e più per tipo di acquisti effettuati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000**

TERRITORIO	Fa acquisti (esclusa attività finanziaria) (a)	Tipo di acquisti effettuati (b)												
		Alimen- tari e be- vande	Abbiglia- mento, calza- ture	Mobili, articoli arreda- mento, elettro- dome- stici	Appa- recchi e acces- sori audio- visivi, foto- grafici	Cellu- lari e acces- sori	Libri, gior- nali, riviste	Musica e video (CD, video- casset- te, file musi- cali)	Articoli per la cura della per- sona	PC e acces- sori (incluso soft- ware)	Biglietti (spetta- coli, treni, aerei)	Vacanze (alberghi, pensioni e viaggi organiz- zati)	Altro	
<b>REGIONI</b>														
Piemonte	8,9	2,5	6,9	5,4	7,3	15,4	37,2	22,6	-	19,3	11,5	11,7	11,8	
Valle d'Aosta	13,0	13,2	10,7	-	14,0	3,7	43,4	13,8	5,7	20,6	3,8	14,0	14,2	
Lombardia	9,2	4,4	8,3	3,8	8,9	4,0	35,7	23,5	3,4	18,5	22,3	14,0	20,4	
Trentino-Alto Adige	8,7	3,5	11,4	2,0	8,5	8,4	36,6	23,5	2,4	44,1	12,7	20,7	13,0	
- Bolzano - Bozen	9,4	2,1	5,0	-	7,9	6,4	36,9	23,8	-	48,4	20,8	25,4	11,7	
- Trento	8,0	5,1	18,8	4,2	9,2	10,8	36,2	23,1	5,2	39,1	3,4	15,4	14,6	
Veneto	11,5	8,0	7,6	5,4	7,8	14,6	27,9	24,9	1,4	20,6	18,1	5,7	15,0	
Friuli-Venezia Giulia	12,5	3,0	10,0	7,0	5,3	6,9	37,3	38,1	1,4	32,6	11,6	9,0	20,3	
Liguria	10,0	-	5,1	5,3	10,8	23,8	21,3	16,7	-	43,1	21,2	17,2	15,8	
Emilia-Romagna	7,6	1,9	13,9	3,1	19,9	13,3	29,5	22,7	11,5	24,3	25,9	18,0	18,6	
Toscana	9,0	3,2	6,3	5,6	5,3	2,3	30,9	25,1	1,7	28,9	8,2	3,5	26,6	
Umbria	6,5	-	5,6	10,5	17,4	23,2	24,2	15,9	-	37,5	27,6	15,6	5,8	
Marche	5,0	3,9	15,0	-	3,9	8,8	34,9	11,4	-	13,0	3,9	8,1	15,6	
Lazio	6,5	3,9	3,2	-	2,0	4,7	25,7	12,3	-	9,1	25,3	20,4	37,1	
Abruzzo	8,4	-	7,4	2,3	2,4	13,5	12,1	21,4	2,4	9,1	12,0	28,8	28,6	
Molise	3,9	20,1	33,3	-	29,5	-	9,2	19,7	-	28,3	21,1	37,6	10,7	
Campania	10,5	16,2	17,0	9,8	19,7	20,5	34,9	34,2	-	21,6	18,5	14,3	4,4	
Puglia	12,3	3,8	7,9	3,7	15,9	20,8	30,5	19,8	3,2	18,9	11,9	24,3	9,7	
Basilicata	9,6	5,6	14,6	10,3	33,1	11,3	27,3	29,4	5,5	53,4	12,1	9,7	15,7	
Calabria	10,0	5,5	9,2	17,6	15,6	9,3	45,4	17,8	3,2	15,4	8,2	5,5	15,8	
Sicilia	10,5	4,5	8,9	7,5	15,3	15,5	26,5	25,8	2,2	18,4	2,2	7,5	12,1	
Sardegna	8,2	-	27,5	-	2,7	17,6	28,9	25,5	11,3	21,3	-	13,5	14,0	
<b>Italia</b>	<b>9,2</b>	<b>4,9</b>	<b>9,3</b>	<b>5,0</b>	<b>10,5</b>	<b>11,6</b>	<b>31,5</b>	<b>23,4</b>	<b>2,7</b>	<b>21,4</b>	<b>16,3</b>	<b>13,2</b>	<b>17,4</b>	
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>														
Italia nord-occidentale	9,2	3,6	7,7	4,3	8,8	8,7	34,7	22,5	2,3	21,2	19,4	13,7	17,8	
Italia nord-orientale	9,8	5,2	10,1	4,6	11,2	12,8	30,2	25,8	4,6	24,9	19,3	10,9	16,6	
Italia centrale	7,1	3,4	5,7	2,9	4,5	5,3	28,6	17,7	0,7	19,4	16,4	12,0	28,8	
Italia meridionale	10,5	8,6	12,0	8,0	16,8	17,9	32,3	25,5	2,0	19,8	14,0	17,9	10,5	
Italia insulare	9,8	3,4	13,7	5,6	12,0	16,1	27,1	25,7	4,6	19,2	1,6	9,0	12,6	
<b>Italia</b>	<b>9,2</b>	<b>4,9</b>	<b>9,3</b>	<b>5,0</b>	<b>10,5</b>	<b>11,6</b>	<b>31,5</b>	<b>23,4</b>	<b>2,7</b>	<b>21,4</b>	<b>16,3</b>	<b>13,2</b>	<b>17,4</b>	
<b>TIPI DI COMUNE</b>														
Comune centro dell'area metropolitana	7,5	1,9	10,2	2,1	14,1	5,1	27,7	21,5	1,7	24,2	15,9	8,6	20,3	
Periferia dell'area metropolitana	8,3	1,3	5,3	8,4	10,7	15,5	36,6	19,4	4,4	19,4	20,0	14,1	11,9	
Fino a 2.000 abitanti	8,5	0,6	13,2	8,6	7,5	9,9	34,0	25,4	10,1	28,1	31,1	21,8	12,3	
Da 2.001 a 10.000 abitanti	8,8	5,6	5,8	5,1	8,3	13,8	33,5	22,8	1,3	22,2	13,7	13,0	16,7	
Da 10.001 a 50.000 abitanti	10,4	9,0	12,5	2,0	10,7	9,2	29,7	30,4	2,0	20,2	13,4	11,5	16,9	
50.001 abitanti e più	10,7	4,3	9,7	7,8	10,6	14,7	30,8	18,3	3,1	19,8	17,5	16,2	21,2	
<b>Italia</b>	<b>9,2</b>	<b>4,9</b>	<b>9,3</b>	<b>5,0</b>	<b>10,5</b>	<b>11,6</b>	<b>31,5</b>	<b>23,4</b>	<b>2,7</b>	<b>21,4</b>	<b>16,3</b>	<b>13,2</b>	<b>17,4</b>	

(a) per 100 persone che usano internet della stessa zona.

(b) per 100 persone hanno effettuato acquisti su internet della stessa zona.

## 7 Telefoni cellulari

### 7.1 L'utilizzo del telefono cellulare

Il telefono cellulare negli ultimi anni si è diffuso rapidamente nelle famiglie italiane: secondo i dati dell'indagine "aspetti della vita quotidiana" nel 1997 le famiglie che dichiaravano di possederne almeno uno erano il 27,3% mentre nel 2000 sono quasi triplicate passando al 64,8%. I dati dell'indagine "I cittadini e il tempo libero" permettono invece di approfondire, a livello individuale, l'uso di tale mezzo di comunicazione.

Nel 2000 più della metà della popolazione italiana di 11 anni e più utilizza il telefono cellulare (57,9%), con una diffusione su tutto il territorio nazionale quasi omogenea. Il Nord-ovest e il Centro sono le ripartizioni in cui la quota di utilizzatori è più elevata mentre sono il Sud e le Isole ad avere livelli di fruizione inferiori (anche se le differenze sono piuttosto contenute) (prospetto 7.1).

Importanti sono invece le differenze di genere: il 64,9% degli uomini fa uso del cellulare contro il 51,3% delle donne ma queste differenze dipendono fortemente dall'età tra i bambini e i ragazzi fino a 24 anni infatti la quota di donne che usa il cellulare è superiore a quella degli utilizzatori maschi ma, a partire dai 25 anni la situazione si capovolge e nelle età successive il divario diventa molto ampio.

**Prospetto 7.1 - Persone di 11 anni e più che usano il cellulare per età, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000**  
(per 100 persone con le stesse caratteristiche)

SESSO E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	11-14	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-59	60-64	65-74	75 e più	Totale
<b>NORD OVEST</b>											
Maschi	36,8	78,9	86,3	84,4	82,8	74,9	60,5	55,7	34,8	17,2	67,0
Femmine	51,3	86,2	88,6	82,6	74,4	59,6	44,9	36,9	20,9	6,3	55,0
<b>Totale</b>	<b>43,7</b>	<b>82,5</b>	<b>87,5</b>	<b>83,5</b>	<b>78,7</b>	<b>67,2</b>	<b>52,6</b>	<b>46,1</b>	<b>26,9</b>	<b>10,2</b>	<b>60,8</b>
<b>NORD EST</b>											
Maschi	40,6	79,8	87,3	87,4	82,5	70,5	56,9	48,9	29,6	13,0	65,5
Femmine	55,6	86,3	87,5	82,8	69,8	56,5	40,4	32,6	18,8	4,2	52,5
<b>Totale</b>	<b>48,1</b>	<b>83,1</b>	<b>87,4</b>	<b>85,2</b>	<b>76,2</b>	<b>63,6</b>	<b>48,6</b>	<b>40,1</b>	<b>23,5</b>	<b>7,4</b>	<b>58,8</b>
<b>CENTRO</b>											
Maschi	44,2	79,2	84,2	86,6	86,6	77,6	65,7	52,3	36,8	18,4	68,2
Femmine	50,9	79,6	91,8	85,1	73,8	57,7	41,4	31,9	19,0	7,2	54,2
<b>Totale</b>	<b>47,5</b>	<b>79,4</b>	<b>88,1</b>	<b>85,9</b>	<b>80,1</b>	<b>66,9</b>	<b>54,6</b>	<b>41,8</b>	<b>26,8</b>	<b>11,6</b>	<b>60,9</b>
<b>SUD</b>											
Maschi	34,0	69,4	83,3	83,6	79,7	66,0	51,7	37,3	21,8	9,4	61,4
Femmine	36,8	70,7	81,7	71,7	59,0	40,5	25,5	19,1	9,0	3,9	45,3
<b>Totale</b>	<b>35,4</b>	<b>70,1</b>	<b>82,5</b>	<b>77,8</b>	<b>69,0</b>	<b>53,2</b>	<b>37,9</b>	<b>28,0</b>	<b>14,9</b>	<b>5,9</b>	<b>53,1</b>
<b>ISOLE</b>											
Maschi	35,7	65,9	79,3	84,1	79,9	68,1	55,5	38,5	24,7	13,3	61,5
Femmine	39,3	74,0	85,2	74,9	62,2	48,3	32,0	18,4	10,8	6,4	48,7
<b>Totale</b>	<b>37,4</b>	<b>70,0</b>	<b>82,1</b>	<b>79,3</b>	<b>71,2</b>	<b>57,8</b>	<b>43,2</b>	<b>28,5</b>	<b>17,0</b>	<b>9,2</b>	<b>54,9</b>
<b>ITALIA</b>											
Maschi	37,4	74,3	84,3	85,2	82,4	71,7	58,6	48,3	30,2	14,6	64,9
Femmine	45,5	78,3	86,7	79,7	68,1	53,0	37,4	29,8	16,6	5,6	51,3
<b>Totale</b>	<b>41,4</b>	<b>76,3</b>	<b>85,5</b>	<b>82,5</b>	<b>75,2</b>	<b>62,2</b>	<b>48,0</b>	<b>38,8</b>	<b>22,6</b>	<b>9,0</b>	<b>57,9</b>

L'uso del cellulare è comunque molto influenzato dall'età. Le persone che lo usano sono infatti il 41,4% tra gli 11 e i 14 anni ma diventano l'85,5% tra i 20-24enni. La quota di utilizzatori decresce riducendosi al 38,8% tra i 60-64enni e a meno del 20% tra gli ultra 65enni.

Anche il titolo di studio influenza profondamente l'uso del cellulare: è molto più elevato tra i laureati (80,9%) che non tra le persone con la licenza media (67,2%) o con la licenza elementare o nessun titolo (24,2%). Il divario tra titoli di studio alti e bassi inoltre aumenta all'aumentare dell'età tra i 25-44enni la differenza è di circa 35 punti percentuali ma sale ad oltre 40 punti percentuali tra gli ultra 45enni (tavola 7.4 nel floppy).

Considerando la frequenza con cui si usa il cellulare si evidenzia come tale mezzo di comunicazione sia entrato a far parte profondamente del vissuto quotidiano. Il 35,6% delle persone di 11 anni e più (pari al 61% del totale degli utilizzatori) ricorrono al cellulare almeno una volta al giorno e il 16,1% almeno una volta a settimana. Solo il 6,2% fa un utilizzo saltuario del cellulare (una o più volte al mese o più raramente) e si tratta per lo più di persone dai 45 anni in poi o di ragazzi tra gli 11 e i 14 anni (tavola 7.1).

## 7.2 I motivi per cui si usa il cellulare

Le esigenze familiari vengono al primo posto tra le motivazioni che spingono all'utilizzo del telefono cellulare. Il 62% degli utilizzatori usa il cellulare per essere più facilmente in contatto con i genitori e familiari e il 32,3% lo usa per essere più facilmente in contatto con gli amici. Il cellulare viene utilizzato anche per sentirsi più sicuri poiché il 32,5% degli utilizzatori lo usa per far fronte meglio a eventuali imprevisti, contrattempi e urgenze e il 18,8% dichiara che avere il cellulare a disposizione li fa sentire più sicuri in caso di pericolo. Inoltre il 23,2% ritiene che il telefono cellulare sia comodo perché evita di dover cercare un telefono pubblico quando occorre. La quota di persone che usano il cellulare per ragioni di lavoro non è elevata (28,8%) a conferma del fatto che il cellulare copre una gamma di esigenze comunicative molto ampia che va ben al di là della sola sfera lavorativa (prospetto 7.2).

**Prospetto 7.2 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, sesso, classe di età e condizione professionale - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E CONDIZIONE PROFESSIONALE	Ra- gioni di lavoro	Per il piacere di parlare con chi voglio, in qualsiasi momento ed in qualunque luogo	Per essere più facil- mente in contatto con i genitori, familiari	Per essere più facil- mente in contatto con gli amici	Perché ho genitori- parenti anziani, malati	Per poter essere più facil- mente assistito (salute in caso di hand- dicap)	Perché mi sento più sicuro/a in caso di pericolo	Per far meglio fronte a imprevisti, contrat- tempi, urgenze	Perché è comodo non dover cercare un telefono pubblico	Altro
<b>SESSO</b>										
Maschi	41,9	29,9	58,9	33,3	3,5	0,7	13,4	30,5	22,5	0,8
Femmine	13,2	32,8	65,7	31,2	5,0	0,7	25,1	34,9	23,9	1,0
<b>Totale</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>										
11 - 14	0,6	44,5	63,9	64,9	1,0	0,1	19,0	17,4	20,0	1,6
15 - 17	1,6	54,8	62,6	74,6	1,0	0,6	16,8	25,9	23,5	0,6
18 - 19	6,7	55,4	62,5	68,3	0,7	0,2	20,4	29,7	25,1	1,1
20 - 24	18,1	52,3	58,7	59,3	1,3	0,4	18,5	29,5	21,3	0,8
25 - 34	35,1	38,8	59,2	36,8	2,7	0,2	18,9	33,2	21,7	1,0
35 - 44	40,6	22,6	63,4	21,1	5,5	0,4	18,3	36,4	24,4	0,9
45 - 54	37,1	18,3	64,0	16,0	6,9	0,5	16,8	35,3	24,6	0,6
55 - 59	27,5	17,0	62,5	12,7	6,7	1,5	18,2	30,8	24,8	1,1
60 - 64	20,9	17,9	63,9	15,2	7,2	1,5	20,0	30,4	23,0	0,8
65 - 74	10,3	16,6	65,4	14,4	5,5	3,6	26,9	30,5	22,7	1,1
75 e più	3,0	12,9	62,3	11,9	1,0	4,8	23,6	27,7	16,5	1,6
<b>Totale</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE(a)</b>										
Occupati	45,2	29,1	59,3	27,4	4,1	0,2	16,5	34,1	23,2	0,8
Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti	80,0	24,9	50,2	19,2	3,0	0,3	9,8	32,8	21,7	0,6
Direttivi, quadri e impiegati	35,9	30,2	63,8	28,3	4,9	0,2	19,2	38,9	24,0	0,7
Operai	32,9	32,8	60,3	33,3	3,7	0,2	17,7	30,9	23,7	1,0
Lavoratori in proprio e	66,9	22,1	52,6	19,9	3,4	0,3	12,6	29,3	21,3	0,7
In cerca di nuova occupazione	22,3	33,8	60,0	31,4	6,0	0,2	18,4	30,8	26,9	1,0
In cerca di prima occupazione	12,3	48,9	63,0	57,4	1,9	0,5	17,5	25,3	18,9	0,5
Casalinghe	3,3	21,6	68,6	16,5	7,2	0,7	26,1	33,5	24,0	1,5
Studenti	5,5	52,4	63,5	67,9	0,9	0,4	18,7	31,2	22,7	0,7
Ritirati dal lavoro	7,3	17,9	68,6	15,2	6,9	3,1	23,8	32,1	24,0	1,3
Altra condizione	10,8	25,3	61,8	32,0	5,6	7,6	23,6	29,1	23,2	0,5
<b>Totale</b>	<b>29,7</b>	<b>30,8</b>	<b>61,9</b>	<b>31,2</b>	<b>4,3</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>33,0</b>	<b>23,2</b>	<b>0,9</b>

(a) per 100 persone di 15 anni e più che usano il cellulare

Importante è anche la quota di persone che usano il cellulare per motivi di assistenza. Il 4,2% dichiara di usare il cellulare perché ha genitori o parenti anziani o malati e lo 0,7% perché ha bisogno personalmente di essere assistito.

Ovviamente le motivazioni differiscono molto a seconda dell'età e del sesso. Ad esempio le donne che usano il cellulare per ragioni di lavoro sono solo il 13,2% rispetto al 41,9% dei maschi (prospetto 7.2) e tali differenze si mantengono molto forti a tutte le età (tavola 7.3) e anche a parità di condizione professionale (tra gli uomini occupati usano il cellulare per ragioni di lavoro il 57% dei maschi rispetto al 24,5% delle donne occupate) (tavola 7.7 del floppy). Al contrario sono soprattutto le donne che usano il cellulare per sentirsi più sicure in caso di pericolo (25,1% rispetto al 13,4% dei maschi) e per far fronte meglio a imprevisti, contrattempi e urgenze (34,9% rispetto al 30,5%). Infine gli uomini lo usano più delle donne per essere più facilmente in contatto con gli amici (33,3% rispetto al 31,2% delle donne) mentre le donne lo usano più degli uomini per essere più facilmente in contatto con i genitori e i familiari (65,7% rispetto al 58,9% degli uomini).

Tra i giovani fino a 24 anni l'uso del cellulare per essere più facilmente in contatto con gli amici è più importante dell'uso per contattare genitori o familiari. Inoltre è molto elevata anche la quota di giovani che usano il cellulare per il piacere di parlare con chi vogliono in qualsiasi momento e in qualunque luogo. Per ragioni di lavoro e per far fronte meglio a imprevisti e contrattempi invece il cellulare è usato soprattutto dalle persone tra i 25 e i 54 anni. Gli ultrasessantacinquenni invece hanno la quota più elevata di persone che usano il cellulare perché si sentono più sicuri in caso di pericolo.

I motivi per cui si usa il telefono cellulare sono influenzati anche dalla condizione professionale. L'80% dei dirigenti, imprenditori e liberi professionisti e il 66,9% dei lavoratori in proprio lo utilizzano per ragioni di lavoro. Gli studenti invece lo usano per relazionarsi con gli amici (67,9%) e per il piacere di parlare con chi si vuole in qualunque momento (52,4%). Le casalinghe infine più delle altre categorie di persone usano il cellulare per sentirsi più sicure in caso di pericolo (26,1%) e per far meglio fronte a imprevisti e contrattempi (33,5%) (prospetto 7.2).

### **7.3 Con chi si comunica più di frequente con il telefono cellulare**

L'importanza del cellulare per comunicare con parenti, amici e familiari appare evidente: il 54,6% degli utilizzatori lo usa per comunicare con amici, il 42,9% con il coniuge o il partner, il 42,8% con i genitori e il 30,4% con i figli. Di molto inferiore la quota di persone che comunica con colleghi di lavoro (20,4%) o con i clienti (9,6%). Anche in questo caso si nota che le donne usano il cellulare per comunicare con i propri parenti e familiari più di quanto non facciano gli uomini. Le donne telefonano ai genitori nel 47,4% dei casi contro il 39% degli uomini e differenze analoghe si riscontrano per le telefonate ai figli e agli altri parenti. Al contrario sono gli uomini a telefonare di più al coniuge, al partner e alla fidanzata anche se le differenze sono molto più contenute. Infine sono soprattutto gli uomini ad usare il cellulare per telefonare ai colleghi o al datore di lavoro (28,1% rispetto all'11,3% delle donne) e a i clienti (15% rispetto al 3,2%) e tale differenza permane anche tra gli occupati.

Rispetto all'età si possono distinguere tre andamenti che dipendono ovviamente dai diversi stili di vita i giovani fino ai 34 anni usano il cellulare soprattutto per telefonare agli amici (con percentuali superiori all'80% fino ai 24 anni) e in secondo luogo ai genitori e al fidanzato o alla fidanzata (o al coniuge/partner per le persone di 25-34 anni). Le persone tra i 45 e i 64 anni invece usano il cellulare soprattutto per essere in contatto con i figli e secondariamente per telefonare al coniuge/partner e agli amici. Tra gli ultrasessantacinquenni infine il cellulare è usato per contattare i figli, il coniuge/partner e gli altri parenti. Infine sono le persone tra i 25 e i 59 anni ad usare il cellulare per contattare i colleghi o il datore di lavoro o i clienti.

L'analisi per condizione professionale è interessante per evidenziare alcune particolarità dell'uso del cellulare per contattare colleghi di lavoro o clienti. In primo luogo, anche a parità di condizione lavorativa, si conferma l'esistenza di un forte divario tra uomini e donne. Ad esempio tra i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti il 47,5% dei maschi usa il cellulare per contattare i colleghi o il datore di lavoro (rispetto al 36,3% delle donne) e il 51% lo usa per contattare i clienti (mentre la quota tra le donne è solo del 26%).

Bisogna comunque rilevare che l'uso del cellulare per contattare i clienti si distribuisce in modo molto diverso rispetto alla condizione professionale dall'uso per contattare i colleghi o il datore di lavoro. L'abitudine di usare il telefono cellulare per contattare i colleghi o il datore di lavoro è diffusa soprattutto tra i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti (44,9%), tra i direttivi, i quadri e gli impiegati (32,6%) e tra gli operai (29,4%). L'abitudine di usare il telefono cellulare per contattare i clienti è invece molto poco frequente tra i direttivi, i quadri e gli impiegati (7,9%) e tra gli operai (4,4%) ma è diffusa soprattutto tra i dirigenti, gli imprenditori e i liberi professionisti (45,2%) e tra i lavoratori in proprio e i coadiuvanti (36,1%) (prospetto 7.3).

**Prospetto 7.3 - Persone di 11 anni e più che usano il cellulare per persone con cui comunicano, sesso, classe di età e condizione professionale - Anno 2000** *(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)*

SESSO, CLASSI DI ETÀ E CONDIZIONE PROFESSIONALE	Fidanzato/a	Genitori	Figli	Coniuge partner	Altri parenti	Amici	Collegghi, datore di lavoro	Clienti pazienti	Altro
<b>SESSO</b>									
Maschi	18,3	39,0	27,5	43,6	17,2	55,6	28,1	15,0	1,4
Femmine	17,7	47,4	33,8	42,1	22,4	53,4	11,3	3,2	0,8
<b>Totale</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>									
11 - 14	12,9	71,9	0,9	1,1	19,3	81,4	0,3	0,1	1,4
15 - 17	32,2	72,5	0,3	1,0	14,4	91,8	1,5	0,3	0,6
18 - 19	49,1	71,0	0,5	1,7	11,4	87,6	6,0	1,0	0,7
20 - 24	55,4	70,1	0,5	5,9	14,8	81,7	16,0	3,1	0,8
25 - 34	29,5	58,0	4,8	41,3	18,3	65,6	26,3	10,3	0,9
35 - 44	6,3	38,4	32,2	66,3	19,5	46,2	28,8	14,6	1,1
45 - 54	1,4	22,5	64,7	62,2	20,2	34,4	25,4	14,0	1,4
55 - 59	1,2	13,2	72,3	53,8	23,1	29,7	15,5	10,5	1,1
60 - 64	0,3	8,6	70,9	47,6	26,7	32,3	9,0	9,7	1,6
65 - 74	0,5	3,4	76,8	39,4	31,4	27,8	5,2	3,6	1,1
75 e più	0,6	2,7	68,1	23,5	30,1	21,6	2,8	2,4	1,7
<b>Totale</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>
<b>CONDIZIONE PROFESSIONALE(a)</b>									
Occupati	16,8	41,2	28,2	52,1	17,2	52,2	32,2	15,8	1,2
<i>Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti</i>	12,1	32,3	32,0	58,3	12,8	43,9	44,9	45,2	2,0
<i>Direttivi, quadri e impiegati</i>	16,3	44,7	29,5	55,8	17,6	54,6	32,6	7,9	0,8
<i>Operai</i>	20,8	43,7	24,4	45,8	19,1	56,9	29,4	4,4	0,8
<i>Lavoratori in proprio e coadiuvanti</i>	13,6	34,0	29,9	50,7	15,5	43,4	27,1	36,1	2,3
In cerca di nuova occupazione	22,7	46,3	19,2	39,3	22,4	61,6	15,5	2,4	0,6
In cerca di prima occupazione	46,8	68,1	2,4	13,0	21,0	77,6	9,5	2,2	1,0
Casalinghe	2,4	31,1	55,4	62,9	27,5	33,6	1,5	0,7	0,6
Studenti	43,9	73,8	0,6	2,2	13,4	87,7	4,7	0,8	0,7
Ritirati dal lavoro	0,8	9,2	73,9	45,1	29,3	32,1	4,6	2,1	1,3
Altra condizione	18,4	33,6	38,4	22,3	32,8	52,3	6,0	3,6	2,1
<b>Totale</b>	<b>18,2</b>	<b>41,8</b>	<b>31,4</b>	<b>44,4</b>	<b>19,5</b>	<b>53,7</b>	<b>21,1</b>	<b>10,0</b>	<b>1,1</b>

(a) per 100 persone di 15 anni e più

#### 7.4 Quali sono le funzioni del telefono cellulare maggiormente utilizzate

Nonostante le numerose funzioni disponibili sui telefoni cellulari, le persone li utilizzano ancora in modo molto semplice. Il 45% degli utilizzatori lo usa infatti esclusivamente per telefonare (con una prevalenza di donne rispetto agli uomini) mentre gli utilizzatori che usano il cellulare per telefonare ma sfruttano anche le altre funzioni sono il 52,5% (e in questo caso è più alta la quota di uomini rispetto a quella delle donne). (prospetto 7.4).

**Prospetto 7.4 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di uso del cellulare e sesso - Anno 2000** *(composizione percentuale)*

TIPO DI USO	Maschi	Femmine	Maschi e femmine
Usa il cellulare solo per telefonare	43,8	46,3	45,0
Usa il cellulare per telefonare e per altre funzioni	53,7	51,2	52,5
Non indicato	2,5	2,5	2,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Al di là dell'uso per telefonare tra le funzioni accessorie più utilizzate troviamo la trasmissione e ricezione di piccoli messaggi di testo o SMS (35,4%), l'uso della rubrica telefonica (31,5%), il controllo dei consumi (19,3%)

e la segreteria telefonica (17,2%). Solo il 5,3% degli utilizzatori usa l'agenda-diario, mentre sono ancora una esigua minoranza (inferiore all'1%) gli utilizzatori che sfruttano funzioni avanzate come la trasmissione e ricezione di fax, il collegamento a internet e la consultazione di servizi finanziari a pagamento.

Gli uomini utilizzano più delle donne le varie funzioni a disposizione ad eccezione della trasmissione e ricezione di piccoli messaggi di testo (37% rispetto al 34% degli uomini) e il controllo dei consumi (19,8% rispetto al 18,9%).

In generale sono le persone fino ai 34 anni ad utilizzare maggiormente le funzioni accessorie. Ad esempio più del 60% dei ragazzi fino a 24 anni che usano il telefono cellulare lo usano per inviare e ricevere SMS e la percentuale cala nettamente nelle età successive. Il collegamento a internet che è una delle funzioni più avanzate, accessibile sono con cellulari di ultima generazione, è utilizzata principalmente dai ragazzi di 11-14 (3,7% contro un valore medio dello 0,9%). In particolare sono i maschi di questa classe di età a far registrare il tasso di utilizzo più alto (5%) per questo tipo di funzione.

Infine rispetto al territorio si nota un maggiore utilizzo delle funzioni accessorie nelle regioni del Nord (circa il 39% degli utilizzatori del Nord usa il cellulare per inviare e ricevere SMS rispetto a 31%-29% degli utilizzatori del Mezzogiorno) ad eccezione del controllo dei consumi che è più utilizzato nel Sud e nelle Isole (prospetto 7.5).

**Prospetto 7.5 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni utilizzate, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	Lo usa per tele- fonare	Segre- teria tele- fonica	Controllo dei consumi (scatti, durata della conversa- zione)	La rice- zione di piccoli messaggi di testo	Trasmis- sione di piccoli messaggi di testo	L'age- nda diario	Spedi- zione fax	Collega- mento Internet	Acquisti, consulta- zioni, servizi finanziari e simili	Altro
<b>SESSO</b>										
Maschi	97,5	19,4	18,9	32,0	34,0	5,8	1,0	1,3	0,9	1,3
Femmine	97,5	14,7	19,8	30,9	37,0	4,7	0,5	0,4	0,3	1,0
<b>Totale</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>
<b>CLASSI DI ETÀ</b>										
11 - 14	96,8	9,7	14,8	34,8	61,8	9,4	1,8	3,7	1,0	5,5
15 - 17	97,9	16,6	27,1	49,5	74,1	10,7	1,4	1,7	0,7	3,8
18 - 19	97,5	18,5	30,9	48,7	73,0	10,0	0,9	1,3	0,5	1,9
20 - 24	97,3	23,1	30,0	47,5	65,6	10,1	1,0	1,5	0,7	1,3
25 - 34	97,9	22,6	24,5	39,8	46,3	6,5	1,0	1,1	0,8	0,9
35 - 44	97,9	17,9	17,5	29,5	26,5	3,9	0,9	0,6	0,6	0,8
45 - 54	97,5	15,3	14,2	22,0	15,5	2,8	0,3	0,4	0,5	0,5
55 - 59	97,8	10,7	9,2	16,9	11,3	2,3	0,5	0,3	0,2	1,3
60 - 64	97,0	8,6	8,7	9,5	6,7	0,7	0,2	0,1	-	0,3
65 - 74	96,4	5,4	7,7	7,6	3,9	0,7	-	0,0	0,2	0,9
75 e più	90,5	0,7	5,5	4,6	2,8	1,5	-	0,2	-	1,3
<b>Totale</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	99,1	20,2	19,8	33,7	38,4	5,2	1,0	0,9	0,7	1,2
Italia nord-orientale	98,2	20,8	18,3	33,8	40,2	5,4	0,9	1,0	0,8	1,6
Italia centrale	97,6	15,7	18,0	31,8	34,6	5,0	0,9	1,1	0,5	1,2
Italia meridionale	95,5	14,4	20,5	27,9	31,3	5,4	0,7	0,9	0,6	0,9
Italia insulare	96,0	12,0	20,0	28,3	29,1	5,5	0,3	0,5	0,3	0,9
<b>Italia</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>

L'uso delle funzioni accessorie di cui è dotato il cellulare è inoltre molto influenzato dal titolo di studio. Per tutte le funzioni considerate si nota che i laureati e i diplomati hanno tassi di utilizzo sempre più elevati dei coetanei con titoli di studio inferiori. I tassi di utilizzo a parità di titolo di studio descomponono però rapidamente con l'età. Se ad esempio consideriamo la trasmissione e ricezione di piccoli messaggi di testo si verifica che il 46,8% dei laureati di 25-44 anni ne fa uso contro il 16,5% dei coetanei con la licenza elementare o nessun titolo ma la stessa funzione è usata solo dal 5,6% dei laureati di 65 anni e più rispetto al 2,3% dei coetanei con la licenza elementare o nessun titolo. (tavola 7.16 del floppy)

**Tavola 7.1 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000**  
*(per 100 persone della stessa età e sesso)*

CLASSI DI ETÀ	Usa il cellulare					Mai
	SI	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	
<b>MASCHI</b>						
11 - 14	37,5	17,3	13,4	3,9	2,9	57,6
15 - 17	72,2	54,6	13,8	2,3	1,5	25,5
18 - 19	77,8	65,0	10,8	1,2	0,8	15,9
20 - 24	84,3	69,7	12,9	0,8	0,9	12,5
25 - 34	85,2	67,4	15,5	1,7	0,6	10,0
35 - 44	82,4	57,7	19,7	3,4	1,6	14,8
45 - 54	71,7	44,9	18,8	5,8	2,2	25,2
55 - 59	58,6	29,7	19,6	6,5	2,8	38,0
60 - 64	48,3	21,5	18,4	6,4	2,0	48,5
65 - 74	30,2	10,2	12,6	5,1	2,3	66,3
75 e più	14,6	4,1	5,2	3,3	2,0	82,5
<b>Totale</b>	<b>65,0</b>	<b>43,7</b>	<b>15,8</b>	<b>3,8</b>	<b>1,7</b>	<b>31,5</b>
<b>FEMMINE</b>						
11 - 14	45,4	25,2	14,4	4,0	1,8	50,3
15 - 17	75,4	60,2	11,7	2,4	1,1	21,2
18 - 19	82,6	67,5	13,0	1,4	0,7	14,7
20 - 24	86,7	68,4	15,2	2,1	1,0	9,7
25 - 34	79,6	49,3	24,5	4,8	1,0	16,9
35 - 44	68,1	34,6	24,1	6,7	2,7	28,8
45 - 54	53,1	20,7	21,3	6,9	4,2	43,3
55 - 59	37,4	13,0	15,6	5,4	3,4	59,9
60 - 64	29,9	7,6	12,6	6,1	3,6	67,0
65 - 74	16,5	4,1	7,1	2,9	2,4	80,3
75 e più	5,6	1,4	2,0	1,1	1,1	90,5
<b>Totale</b>	<b>51,4</b>	<b>28,1</b>	<b>16,4</b>	<b>4,6</b>	<b>2,3</b>	<b>45,3</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>						
11 - 14	41,4	21,2	13,9	3,9	2,4	54,0
15 - 17	73,8	57,3	12,8	2,4	1,3	23,4
18 - 19	80,1	66,2	11,9	1,3	0,7	15,3
20 - 24	85,5	69,1	14,1	1,4	0,9	11,1
25 - 34	82,4	58,5	19,9	3,2	0,8	13,4
35 - 44	75,2	46,1	21,9	5,1	2,1	21,8
45 - 54	62,3	32,6	20,1	6,4	3,2	34,4
55 - 59	47,9	21,3	17,6	5,9	3,1	49,0
60 - 64	38,7	14,3	15,4	6,2	2,8	58,0
65 - 74	22,7	6,8	9,6	3,9	2,4	74,1
75 e più	9,0	2,4	3,2	2,0	1,4	87,5
<b>Totale</b>	<b>57,9</b>	<b>35,6</b>	<b>16,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,0</b>	<b>38,6</b>

**Tavola 7.2 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone della stessa zona)**

TERRITORIO	Usa il cellulare					Mai
	Sì	Tutti i giorni	Una o più volte a settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	
<b>REGIONI</b>						
Piemonte	58,2	33,6	17,9	4,5	2,2	36,8
Valle d'Aosta	65,6	41,0	16,0	5,1	3,5	30,9
Lombardia	62,9	35,2	17,6	6,4	3,7	33,9
Trentino-Alto Adige	54,9	31,3	16,4	5,1	2,1	38,0
- Bolzano - Bozen	55,8	34,2	15,9	3,9	1,8	40,8
- Trento	54,1	28,6	16,9	6,2	2,4	35,3
Veneto	57,9	31,5	18,5	5,7	2,2	38,4
Friuli-Venezia Giulia	54,1	32,2	14,7	4,4	2,8	40,9
Liguria	55,7	34,2	14,6	5,1	1,8	41,1
Emilia-Romagna	62,1	36,5	18,7	4,6	2,3	35,8
Toscana	59,8	35,0	17,9	4,4	2,5	37,1
Umbria	58,4	36,3	16,4	3,6	2,1	39,0
Marche	56,1	33,2	17,2	3,5	2,2	40,5
Lazio	63,6	41,4	17,5	3,4	1,3	29,2
Abruzzo	54,1	35,0	14,9	3,1	1,1	43,2
Molise	50,0	30,2	16,4	2,3	1,1	48,6
Campania	52,2	35,7	12,8	2,7	1,0	46,0
Puglia	54,1	37,1	13,2	2,5	1,3	44,1
Basilicata	49,4	30,1	13,9	4,4	1,0	45,3
Calabria	54,4	35,8	14,4	2,9	1,3	42,5
Sicilia	54,7	37,7	13,4	2,6	1,0	43,4
Sardegna	55,2	35,8	13,5	4,8	1,1	40,0
<b>Italia</b>	<b>57,9</b>	<b>35,6</b>	<b>16,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,0</b>	<b>38,6</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>						
Italia nord-occidentale	60,8	34,7	17,3	5,7	3,1	35,5
Italia nord-orientale	58,9	33,5	18,0	5,1	2,3	37,6
Italia centrale	60,9	37,9	17,5	3,7	1,8	34,0
Italia meridionale	53,1	35,7	13,5	2,8	1,1	44,7
Italia insulare	54,9	37,2	13,4	3,2	1,1	42,5
<b>Italia</b>	<b>57,9</b>	<b>35,6</b>	<b>16,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,0</b>	<b>38,6</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>						
Comune centro dell'area metropolitana	58,2	36,4	16,4	3,7	1,7	35,9
Periferia dell'area metropolitana	61,9	38,4	17,3	4,4	1,8	36,0
Fino a 2.000 abitanti	52,4	28,0	17,2	5,1	2,1	45,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	56,8	33,0	16,5	5,0	2,3	39,8
Da 10.001 a 50.000 abitanti	57,7	36,5	15,3	3,8	2,1	39,0
50.001 abitanti e più	58,7	38,2	15,2	3,5	1,8	38,3
<b>Italia</b>	<b>57,9</b>	<b>35,6</b>	<b>16,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,0</b>	<b>38,6</b>

**Tavola 7.3 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)**

CLASSI DI ETÀ	Ragioni di lavoro	Per il piacere di parlare con chi voglio, in qualsiasi momento ed in qualunque luogo	Per essere più facilmente in contatto con i genitori, familiari	Per essere più facilmente in contatto con gli amici	Perché ho genitori anziani, malati	Per poter essere più facilmente assistito (salute handicap)	Perché mi sento più sicuro/a in caso di pericolo	Per far meglio fronte a imprevisti, contratti, urgenze	Perché è comodo non dover cercare un telefono pubblico	Altro
<b>MASCHI</b>										
11 - 14	-	38,6	67,1	60,9	0,6		19,5	17,2	20,3	1,8
15 - 17	2,5	52,9	64,4	74,9	1,6	0,6	13,5	22,9	23,1	0,6
18 - 19	8,3	55,4	60,6	69,4	0,9	0,2	13,5	28,7	27,2	1,4
20 - 24	26,9	51,3	56,2	63,3	1,3	0,4	11,7	26,5	21,6	0,4
25 - 34	49,8	39,4	53,9	41,1	2,0	0,2	11,8	30,2	20,9	0,9
35 - 44	57,8	22,2	59,9	23,6	4,0	0,5	11,6	33,2	23,9	0,7
45 - 54	55,5	17,0	59,6	17,1	5,8	0,5	11,5	33,8	22,2	0,4
55 - 59	40,0	15,6	60,9	12,9	5,5	1,6	14,1	29,7	24,5	1,3
60 - 64	31,2	16,2	60,2	16,6	5,4	1,5	18,6	31,1	23,7	1,4
65 - 74	15,1	18,4	64,2	13,9	5,1	3,3	25,8	31,0	21,3	0,9
75 e più	4,6	16,3	63,8	11,8	1,3	2,8	22,7	30,1	19,3	1,2
<b>Totale</b>	<b>41,9</b>	<b>29,9</b>	<b>58,9</b>	<b>33,3</b>	<b>3,5</b>	<b>0,7</b>	<b>13,4</b>	<b>30,5</b>	<b>22,5</b>	<b>0,8</b>
<b>FEMMINE</b>										
11 - 14	1,1	49,7	61,1	68,2	1,3	0,2	18,5	17,6	19,8	1,5
15 - 17	0,7	56,8	60,7	74,4	0,3	0,5	20,2	28,9	24,0	0,5
18 - 19	5,3	55,4	64,1	67,4	0,5	0,3	26,5	30,5	23,2	0,8
20 - 24	9,2	53,3	61,2	55,3	1,2	0,3	25,4	32,6	21,1	1,3
25 - 34	18,9	38,2	65,1	32,1	3,4	0,2	26,8	36,5	22,7	1,2
35 - 44	19,8	23,1	67,7	18,1	7,2	0,4	26,3	40,4	25,1	1,0
45 - 54	13,1	20,0	69,7	14,7	8,5	0,6	23,6	37,3	27,7	0,8
55 - 59	8,2	19,1	65,0	12,2	8,5	1,4	24,6	32,6	25,3	0,9
60 - 64	5,2	20,4	69,7	13,0	9,9	1,5	22,0	29,3	22,0	0,0
65 - 74	3,5	13,8	67,1	15,2	6,0	4,0	28,5	29,8	24,7	1,4
75 e più	0,6	7,7	59,9	12,0	0,6	7,8	25,0	23,9	12,2	2,3
<b>Totale</b>	<b>13,2</b>	<b>32,8</b>	<b>65,7</b>	<b>31,2</b>	<b>5,0</b>	<b>0,7</b>	<b>25,1</b>	<b>34,9</b>	<b>23,9</b>	<b>1,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
11 - 14	0,6	44,5	63,9	64,9	1,0	0,1	19,0	17,4	20,0	1,6
15 - 17	1,6	54,8	62,6	74,6	1,0	0,6	16,8	25,9	23,5	0,6
18 - 19	6,7	55,4	62,5	68,3	0,7	0,2	20,4	29,7	25,1	1,1
20 - 24	18,1	52,3	58,7	59,3	1,3	0,4	18,5	29,5	21,3	0,8
25 - 34	35,1	38,8	59,2	36,8	2,7	0,2	18,9	33,2	21,7	1,0
35 - 44	40,6	22,6	63,4	21,1	5,5	0,4	18,3	36,4	24,4	0,9
45 - 54	37,1	18,3	64,0	16,0	6,9	0,5	16,8	35,3	24,6	0,6
55 - 59	27,5	17,0	62,5	12,7	6,7	1,5	18,2	30,8	24,8	1,1
60 - 64	20,9	17,9	63,9	15,2	7,2	1,5	20,0	30,4	23,0	0,8
65 - 74	10,3	16,6	65,4	14,4	5,5	3,6	26,9	30,5	22,7	1,1
75 e più	3,0	12,9	62,3	11,9	1,0	4,8	23,6	27,7	16,5	1,6
<b>Totale</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>

**Tavola 7.4 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000** *(per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona)*

TERRITORIO	Ragioni di lavoro	Per il piacere di parlare con chi voglio, in qualsiasi momento ed in qualunque luogo	Per essere più facilmente in contatto con i genitori, familiari	Per essere più facilmente in contatto con gli amici	Perché ho genitori-anziani, malati	Per poter essere più facilmente assistito (salute handi cap)	Perché mi sento più sicuro/a in caso di pericolo	Per far meglio fronte a imprevisti, contratti, tempi, urgenze	Perché è comodo non dover cercare un telefono pubblico	Altro
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	27,5	32,2	59,8	30,7	4,0	0,7	18,6	33,6	23,1	0,9
Valle d'Aosta	30,5	32,0	61,8	29,5	3,8	0,9	15,9	30,5	22,6	1,8
Lombardia	29,3	29,4	60,0	29,6	4,7	0,7	20,7	38,8	27,3	1,2
Trentino-Alto Adige	33,8	37,7	50,4	30,8	3,1	0,5	23,5	35,4	26,2	1,1
- Bolzano - Bozen	33,7	44,1	47,2	34,2	1,9	0,7	25,9	30,1	21,7	1,4
- Trento	34,0	31,4	53,6	27,5	4,2	0,3	21,1	40,7	30,7	0,8
Veneto	30,9	30,0	58,7	32,4	3,8	0,4	17,4	37,4	29,4	1,1
Friuli-Venezia Giulia	31,2	30,4	58,7	30,0	4,6	0,8	16,9	33,2	25,5	1,5
Liguria	30,8	29,5	65,4	28,0	6,1	0,4	15,0	31,2	19,3	0,5
Emilia-Romagna	30,8	33,7	59,1	30,9	4,4	0,7	18,8	34,3	20,7	0,8
Toscana	29,2	29,8	64,5	30,8	5,3	0,4	16,9	35,1	23,7	1,0
Umbria	30,7	33,3	58,7	31,6	2,6	0,4	17,4	30,5	22,7	0,8
Marche	29,8	32,2	60,4	34,5	2,9	0,8	17,4	33,6	22,7	0,6
Lazio	27,4	33,1	65,1	33,6	4,1	0,6	19,1	33,2	21,6	0,6
Abruzzo	30,1	27,8	66,3	34,1	2,1	0,8	18,0	27,0	21,0	0,4
Molise	27,1	34,8	60,5	41,5	2,5	0,5	15,1	27,4	24,6	0,3
Campania	25,4	31,5	62,6	36,2	4,6	0,6	17,9	24,6	19,5	0,6
Puglia	28,7	30,4	65,4	35,4	3,8	1,4	21,1	28,6	18,2	1,6
Basilicata	28,8	31,5	61,9	37,6	4,2	0,4	18,9	26,3	20,3	0,8
Calabria	26,8	34,9	63,6	33,3	3,4	0,6	18,5	25,6	21,6	0,7
Sicilia	27,1	29,4	67,3	34,2	3,6	0,9	18,3	25,9	21,5	0,5
Sardegna	29,5	34,6	58,9	31,7	4,0	0,7	19,3	29,9	22,6	0,7
<b>Italia</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	29,0	30,2	60,5	29,7	4,6	0,7	19,5	36,6	25,3	1,1
Italia nord-orientale	31,1	32,1	58,2	31,4	4,1	0,6	18,4	35,6	25,3	1,0
Italia centrale	28,5	32,0	63,9	32,7	4,2	0,5	18,1	33,7	22,5	0,7
Italia meridionale	27,2	31,4	63,8	35,5	3,9	0,8	18,9	26,3	19,7	0,9
Italia insulare	27,7	30,7	65,2	33,6	3,7	0,8	18,5	26,9	21,8	0,6
<b>Italia</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	25,8	32,5	63,2	32,7	4,4	0,7	17,6	34,6	22,6	0,6
Periferia dell'area metropolitana	27,0	30,5	62,8	32,8	4,9	0,7	19,9	34,3	22,3	1,3
Fino a 2.000 abitanti	32,1	30,5	59,0	28,7	3,3	0,4	22,0	31,3	25,6	0,7
Da 2.001 a 10.000 abitanti	29,8	30,5	61,1	31,4	3,9	0,6	21,7	34,1	23,9	1,0
Da 10.001 a 50.000 abitanti	29,9	30,2	62,9	33,1	4,1	0,7	17,3	31,2	22,8	1,0
50.001 abitanti e più	28,6	33,5	61,3	33,1	4,3	0,7	15,8	29,0	22,6	0,7
<b>Italia</b>	<b>28,8</b>	<b>31,2</b>	<b>62,0</b>	<b>32,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>18,8</b>	<b>32,5</b>	<b>23,1</b>	<b>0,9</b>

**Tavola 7.5 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000** *(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)*

CLASSI DI ETÀ	Fidanzato/a	Genitori	Figli	Coniuge partner	Altri parenti	Amici	Collegli, datore di lavoro	Clienti pazienti	Altro
MASCHI									
11 - 14	12,3	76,5	0,9	1,1	21,4	77,0	0,1	-	1,5
15 - 17	30,0	72,6	0,7	1,1	17,9	92,6	1,7	0,3	0,8
18 - 19	47,2	69,1	0,3	1,1	9,7	91,2	7,9	1,4	1,0
20 - 24	53,8	66,2	0,6	3,2	12,1	83,5	20,3	5,0	1,1
25 - 34	35,0	54,3	3,1	32,8	15,2	69,2	35,2	16,0	1,1
35 - 44	6,8	34,5	22,8	66,4	16,2	49,3	39,5	21,8	1,3
45 - 54	1,8	19,9	56,1	65,6	16,6	36,2	36,5	21,7	2,1
55 - 59	1,5	12,8	67,7	60,4	20,3	29,2	21,2	16,2	1,4
60 - 64	0,2	8,1	65,6	55,8	25,3	35,4	13,9	15,2	1,7
65 - 74	0,2	3,6	73,9	47,3	28,4	30,5	8,1	6,0	1,1
75 e più	0,8	4,3	72,9	33,1	27,1	21,6	4,1	3,9	1,9
<b>Totale</b>	<b>18,3</b>	<b>39,0</b>	<b>27,5</b>	<b>43,6</b>	<b>17,2</b>	<b>55,6</b>	<b>28,1</b>	<b>15,0</b>	<b>1,4</b>
FEMMINE									
11 - 14	13,4	67,9	0,9	1,1	17,5	85,2	0,5	0,2	1,4
15 - 17	34,4	72,4	-	0,9	10,9	91,0	1,3	0,2	0,4
18 - 19	50,8	72,7	0,6	2,2	12,9	84,4	4,3	0,8	0,4
20 - 24	57,0	74,1	0,5	8,7	17,6	80,0	11,6	1,2	0,6
25 - 34	23,4	62,0	6,8	50,7	21,8	61,5	16,4	4,0	0,8
35 - 44	5,7	43,0	43,5	66,3	23,5	42,5	16,0	6,0	0,8
45 - 54	0,8	26,0	75,9	57,6	24,9	32,1	11,0	3,8	0,6
55 - 59	0,6	13,8	79,5	43,7	27,5	30,5	6,6	1,7	0,8
60 - 64	0,4	9,3	78,9	35,0	28,8	27,4	1,6	1,2	1,3
65 - 74	0,9	3,0	81,1	28,1	35,7	24,0	1,1	0,1	1,1
75 e più	0,3	0,3	60,6	8,4	34,9	21,5	0,8	-	1,5
<b>Totale</b>	<b>17,7</b>	<b>47,4</b>	<b>33,8</b>	<b>42,1</b>	<b>22,4</b>	<b>53,4</b>	<b>11,3</b>	<b>3,2</b>	<b>0,8</b>
MASCHI E FEMMINE									
11 - 14	12,9	71,9	0,9	1,1	19,3	81,4	0,3	0,1	1,4
15 - 17	32,2	72,5	0,3	1,0	14,4	91,8	1,5	0,3	0,6
18 - 19	49,1	71,0	0,5	1,7	11,4	87,6	6,0	1,0	0,7
20 - 24	55,4	70,1	0,5	5,9	14,8	81,7	16,0	3,1	0,8
25 - 34	29,5	58,0	4,8	41,3	18,3	65,6	26,3	10,3	0,9
35 - 44	6,3	38,4	32,2	66,3	19,5	46,2	28,8	14,6	1,1
45 - 54	1,4	22,5	64,7	62,2	20,2	34,4	25,4	14,0	1,4
55 - 59	1,2	13,2	72,3	53,8	23,1	29,7	15,5	10,5	1,1
60 - 64	0,3	8,6	70,9	47,6	26,7	32,3	9,0	9,7	1,6
65 - 74	0,5	3,4	76,8	39,4	31,4	27,8	5,2	3,6	1,1
75 e più	0,6	2,7	68,1	23,5	30,1	21,6	2,8	2,4	1,7
<b>Totale</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>

**Tavola 7.6 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona)**

TERRITORIO	Fidanzato/a	Genitori	Figli	Coniuge partner	Altri parenti	Amici	Collegli, datore di lavoro	Clienti pazienti	Altro
<b>REGIONI</b>									
Piemonte	17,8	41,5	31,5	43,8	20,2	53,8	20,4	9,8	1,6
Valle d'Aosta	17,7	43,8	33,4	38,2	25,7	52,8	22,7	7,5	2,0
Lombardia	16,6	41,1	32,8	43,4	20,6	54,3	22,7	10,3	1,2
Trentino-Alto Adige	23,4	36,7	25,8	39,4	15,5	50,5	23,3	11,5	2,0
- Bolzano - Bozen	29,3	32,5	23,5	35,9	12,1	47,0	22,6	9,2	2,7
- Trento	17,6	40,8	28,1	42,8	18,8	54,0	24,1	13,8	1,3
Veneto	17,0	40,5	27,1	41,3	17,6	57,2	22,2	11,7	1,5
Friuli-Venezia Giulia	18,2	40,2	30,9	43,0	19,3	52,9	23,9	10,7	1,9
Liguria	14,6	42,5	32,7	42,3	17,5	49,6	19,2	11,8	0,7
Emilia-Romagna	17,5	41,3	31,9	39,9	16,4	56,1	23,6	10,6	1,2
Toscana	16,1	41,3	33,7	44,6	18,8	53,3	21,7	9,6	1,4
Umbria	22,5	41,7	32,7	41,9	16,1	56,8	20,4	10,8	0,6
Marche	20,3	42,2	31,0	40,7	15,4	54,7	21,2	11,6	0,6
Lazio	17,2	42,0	32,8	45,6	20,0	56,1	20,7	8,8	1,0
Abruzzo	19,3	43,3	31,4	43,9	14,8	53,7	20,7	11,4	0,5
Molise	20,5	45,7	29,2	38,0	19,8	63,6	18,0	5,9	0,4
Campania	19,4	46,0	27,9	43,6	18,0	53,4	14,9	8,7	1,0
Puglia	21,1	47,0	29,6	44,9	25,7	55,5	17,1	9,1	0,7
Basilicata	17,5	46,7	24,3	42,4	23,0	55,7	19,1	8,0	1,0
Calabria	20,5	47,0	24,5	38,3	24,5	54,2	19,6	7,5	1,4
Sicilia	17,9	47,7	27,6	45,0	19,1	52,1	17,5	7,3	0,3
Sardegna	19,8	40,7	24,6	34,1	23,0	60,4	20,6	6,8	0,6
<b>Italia</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>									
Italia nord-occidentale	16,7	41,3	32,4	43,4	20,2	53,7	21,7	10,3	1,2
Italia nord-orientale	17,8	40,5	29,3	40,8	17,1	55,8	23,0	11,1	1,5
Italia centrale	17,6	41,8	32,8	44,4	18,8	55,1	21,1	9,5	1,1
Italia meridionale	20,0	46,2	28,1	43,1	21,2	54,5	17,0	8,8	0,9
Italia insulare	18,4	45,9	26,9	42,3	20,1	54,2	18,3	7,2	0,4
<b>Italia</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>									
Comune centro dell'area metropolitana	18,0	38,9	32,9	44,0	19,3	54,8	18,8	9,2	0,9
Periferia dell'area metropolitana	18,6	45,9	28,5	46,6	21,4	55,1	19,6	9,3	1,0
Fino a 2.000 abitanti	19,7	41,8	26,9	40,7	21,2	52,2	25,0	10,5	1,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	18,1	43,9	29,3	40,4	20,1	53,1	21,1	9,8	1,3
Da 10.001 a 50.000 abitanti	18,1	44,3	30,3	43,7	17,8	55,5	19,9	9,6	1,1
50.001 abitanti e più	16,7	41,1	32,1	42,3	19,5	55,8	20,8	9,7	1,0
<b>Italia</b>	<b>18,0</b>	<b>42,8</b>	<b>30,4</b>	<b>42,9</b>	<b>19,5</b>	<b>54,6</b>	<b>20,4</b>	<b>9,6</b>	<b>1,1</b>

**Tavola 7.7 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, classe di età e sesso - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)**

CLASSI DI ETÀ	Lo usa per telefonare	Segreteria telefonica	Controllo dei consumi (scatti, durata della conversazione)	La rubrica telefonica	Trasmissione ricezione di piccoli messaggi di testo	L'agenda-diario	Spedizione fax	Collegamento Internet	Acquisti, consultazioni, servizi finanziari e simili	Altro
<b>MASCHI</b>										
11 - 14	97,0	6,6	15,0	32,0	55,0	7,1	2,1	5,0	1,1	5,0
15 - 17	97,8	16,5	25,5	46,9	71,2	10,5	1,2	2,0	1,1	3,8
18 - 19	97,1	18,8	30,4	44,1	69,0	10,1	0,9	2,0	0,4	3,3
20 - 24	97,6	24,7	27,1	44,6	62,9	10,2	1,2	2,0	1,1	1,5
25 - 34	98,0	26,0	24,3	41,7	47,7	8,1	1,4	1,9	1,0	1,1
35 - 44	97,9	21,2	18,2	32,3	27,4	4,9	1,4	1,0	0,9	1,0
45 - 54	97,3	18,5	14,8	24,4	15,4	3,7	0,5	0,7	0,9	0,6
55 - 59	97,6	12,8	9,7	19,3	12,2	2,8	0,7	0,5	0,4	1,9
60 - 64	96,7	9,4	10,2	11,1	6,9	0,4	0,3	0,1	-	0,5
65 - 74	96,7	6,1	8,2	9,4	4,7	0,7	-	0,0	0,4	0,4
75 e più	93,2	1,0	6,6	4,9	4,2	1,1	-	0,4	-	1,4
<b>Totale</b>	<b>97,5</b>	<b>19,4</b>	<b>18,9</b>	<b>32,0</b>	<b>34,0</b>	<b>5,8</b>	<b>1,0</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>	<b>1,3</b>
<b>FEMMINE</b>										
11 - 14	96,7	12,2	14,7	37,2	67,7	11,3	1,6	2,6	0,8	5,9
15 - 17	98,1	16,8	28,6	52,3	77,1	10,8	1,6	1,3	0,3	3,7
18 - 19	97,8	18,2	31,3	52,6	76,6	10,0	0,9	0,7	0,5	0,7
20 - 24	97,0	21,4	33,1	50,3	68,3	9,9	0,8	1,0	0,4	1,1
25 - 34	97,7	18,9	24,7	37,8	44,8	4,8	0,6	0,3	0,5	0,8
35 - 44	98,0	14,0	16,7	26,0	25,4	2,8	0,4	0,2	0,2	0,5
45 - 54	97,7	11,0	13,3	18,9	15,7	1,7	0,1	0,1	-	0,3
55 - 59	98,0	7,5	8,4	13,0	9,9	1,4	0,1	-	-	0,4
60 - 64	97,6	7,4	6,6	7,0	6,3	1,2	0,1	-	-	-
65 - 74	95,9	4,5	6,9	5,1	2,6	0,7	-	-	-	1,5
75 e più	86,4	0,3	3,7	4,0	0,7	2,1	-	-	-	1,3
<b>Totale</b>	<b>97,5</b>	<b>14,7</b>	<b>19,8</b>	<b>30,9</b>	<b>37,0</b>	<b>4,7</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>1,0</b>
<b>MASCHI E FEMMINE</b>										
11 - 14	96,8	9,7	14,8	34,8	61,8	9,4	1,8	3,7	1,0	5,5
15 - 17	97,9	16,6	27,1	49,5	74,1	10,7	1,4	1,7	0,7	3,8
18 - 19	97,5	18,5	30,9	48,7	73,0	10,0	0,9	1,3	0,5	1,9
20 - 24	97,3	23,1	30,0	47,5	65,6	10,1	1,0	1,5	0,7	1,3
25 - 34	97,9	22,6	24,5	39,8	46,3	6,5	1,0	1,1	0,8	0,9
35 - 44	97,9	17,9	17,5	29,5	26,5	3,9	0,9	0,6	0,6	0,8
45 - 54	97,5	15,3	14,2	22,0	15,5	2,8	0,3	0,4	0,5	0,5
55 - 59	97,8	10,7	9,2	16,9	11,3	2,3	0,5	0,3	0,2	1,3
60 - 64	97,0	8,6	8,7	9,5	6,7	0,7	0,2	0,1	-	0,3
65 - 74	96,4	5,4	7,7	7,6	3,9	0,7	-	0,0	0,2	0,9
75 e più	90,5	0,7	5,5	4,6	2,8	1,5	-	0,2	-	1,3
<b>Totale</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>

**Tavola 7.8 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 (per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona)**

TERRITORIO	Lo usa per telefonare	Segreteria telefonica	Controllo dei consumi (scatti, durata della conversazione)	La rubrica telefonica	Trasmis-sione ricezione di piccoli messaggi di testo	L'agenda-diario	Spedi-zione fax	Collega-mento Internet	Acquisti, consulta-zioni, servizi finanziari e simili	Altro
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	99,3	16,8	21,4	32,2	37,8	5,4	1,1	0,8	0,7	1,4
Valle d'Aosta	98,0	21,3	20,3	38,1	40,7	8,4	1,3	0,3	0,9	1,6
Lombardia	99,1	22,2	19,5	34,8	39,3	4,9	0,9	0,9	0,7	1,2
Trentino-Alto Adige	99,6	17,3	15,6	34,1	41,8	5,2	1,3	1,2	0,8	1,5
- Bolzano - Bozen	99,4	15,4	12,3	32,2	45,1	4,0	1,5	2,0	0,4	1,9
- Trento	99,8	19,2	18,8	35,9	38,7	6,4	1,2	0,5	1,2	1,1
Veneto	98,7	19,8	18,8	32,5	39,3	5,3	0,9	0,9	0,8	1,4
Friuli-Venezia Giulia	94,5	21,1	19,6	34,0	37,4	6,4	0,7	0,9	0,3	2,4
Liguria	99,0	17,1	17,1	31,1	33,6	6,0	1,1	1,0	0,4	0,9
Emilia-Romagna	98,5	22,5	17,9	35,0	41,5	5,3	0,9	1,3	0,8	1,5
Toscana	98,2	16,1	18,9	33,0	32,0	4,9	0,8	0,6	0,3	1,4
Umbria	98,9	16,9	18,9	31,2	32,4	5,6	1,0	1,4	0,9	0,8
Marche	96,5	14,9	17,7	28,9	33,1	4,0	0,9	0,6	0,5	0,9
Lazio	97,2	15,5	17,3	31,8	37,0	5,3	1,0	1,5	0,5	1,3
Abruzzo	98,1	14,5	18,8	29,4	36,1	6,3	2,1	1,0	0,3	0,9
Molise	95,6	16,2	19,5	30,7	36,0	5,1	0,9	0,8	0,6	0,8
Campania	95,0	15,5	16,6	25,2	29,4	4,7	0,7	0,9	0,4	0,8
Puglia	95,5	14,3	23,3	29,8	31,7	6,0	0,5	1,1	0,9	1,4
Basilicata	96,7	12,8	24,4	28,6	31,6	4,1	0,5	0,6	0,7	0,9
Calabria	95,2	11,9	25,1	29,4	31,9	6,2	0,3	0,7	0,6	0,5
Sicilia	95,6	12,0	19,1	28,1	27,1	5,4	0,3	0,5	0,2	0,9
Sardegna	97,1	12,1	22,8	28,9	35,1	6,1	0,4	0,5	0,5	1,1
<b>Italia</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	99,1	20,2	19,8	33,7	38,4	5,2	1,0	0,9	0,7	1,2
Italia nord-orientale	98,2	20,8	18,3	33,8	40,2	5,4	0,9	1,0	0,8	1,6
Italia centrale	97,6	15,7	18,0	31,8	34,6	5,0	0,9	1,1	0,5	1,2
Italia meridionale	95,5	14,4	20,5	27,9	31,3	5,4	0,7	0,9	0,6	0,9
Italia insulare	96,0	12,0	20,0	28,3	29,1	5,5	0,3	0,5	0,3	0,9
<b>Italia</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro dell'area metropolitana	98,2	17,9	20,7	33,1	37,0	5,7	0,4	0,9	0,5	1,3
Periferia dell'area metropolitana	98,5	16,7	16,9	30,7	35,3	4,7	0,9	0,8	0,7	1,2
Fino a 2.000 abitanti	98,1	16,2	19,8	30,2	36,5	4,7	0,8	0,9	0,4	0,9
Da 2.001 a 10.000 abitanti	97,0	17,4	20,3	30,1	35,8	5,3	0,9	0,9	0,7	1,2
Da 10.001 a 50.000 abitanti	97,3	16,5	18,5	31,8	33,9	5,3	0,8	1,0	0,6	1,2
50.001 abitanti e più	97,1	18,3	19,3	32,5	35,0	5,5	1,0	1,0	0,6	1,1
<b>Italia</b>	<b>97,5</b>	<b>17,2</b>	<b>19,3</b>	<b>31,5</b>	<b>35,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>



# Indice dei prospetti e delle tavole

## 1. Radio

Prospetto 1.1 -	Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per età sesso e ripartizione geografica - Anni 1995 (a), 2000 (b) <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	9
Prospetto 1.2 -	Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e tempo di ascolto giornaliero - Anni 1995(a) e 2000(b) <i>(composizione percentuale)</i> .....	10
Prospetto 1.3 -	Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per età e tempo di ascolto giornaliero - Anni 1995(a) e 2000(b) <i>(composizione percentuale)</i> .....	11
Prospetto 1.4 -	Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e tipo di trasmissioni seguite - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone dello stesso sesso)</i> .....	12
Prospetto 1.5 -	Persone di 11 anni e più per ascolto di programmi informativi alla radio, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anni 1995 (a) e 2000 (b) <i>(per 100 persone di 11 anni e più con le stesse caratteristiche)</i> .....	13
Prospetto 1.6 -	Persone di 11 anni e più che ascoltano la radio per sesso e attività svolte durante l'ascolto - Anni 1995 (a) e 2000 (b) <i>(per 100 persone che ascoltano la radio dello stesso sesso)</i> .....	14
Tavola 1.1 -	Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000.....	15
Tavola 1.2 -	Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000.....	16
Tavola 1.3 -	Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	17
Tavola 1.4 -	Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)</i> .....	19
Tavola 1.5 -	Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	21
Tavola 1.6 -	Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)</i> .....	22

## 2. Televisione

Figura 2.1 -	Persone di 3 anni e più per tipo di trasmissioni seguite Anno 2000 <i>(per 100 persone di 3 anni e più che guardano la televisione)</i> .....	28
--------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Prospetto 2.1 -	Persone di 3 anni e più per sesso, abitudine a guardare la televisione e tempo di esposizione giornaliero - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone dello stesso sesso e composizione percentuale)</i> .....	23
Prospetto 2.2 -	Persone di 3 anni e più per età abitudine a guardare la televisione e tempo di esposizione giornaliero - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e composizione percentuale)</i> .....	24
Prospetto 2.3 -	Persone di 3 anni e più per sesso, persone con cui la guardano e momenti della giornata in cui la guardano - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche che guardano la televisione)</i> .....	26
Prospetto 2.4 -	Persone di 3 anni e più che vedono la televisione in diversi momenti della giornata per classe di età - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone che vedono la televisione della stessa classe di età)</i> .....	27
Prospetto 2.5 -	Persone di 3 anni e più per sesso e tipo di trasmissioni seguite - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione dello stesso sesso)</i> .....	29
Prospetto 2.6 -	Persone di 3 anni e più per età e tipo di trasmissioni seguite - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione della stessa età)</i> .....	30
Prospetto 2.7 -	Persone di 3 anni e più per visione di programmi a pagamento, tipo di programmi e luogo in cui li guardano, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche che guardano la televisione)</i> .....	31
Prospetto 2.8 -	Famiglie per numero di televisori posseduti, possesso di antenna parabolica satellitare, televideo, abbonamento pay tv via satellite e abbonamento pay tv via cavo e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa zona)</i> .....	32
Tavola 2.1 -	Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000.....	33
Tavola 2.2 -	Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000.....	34
Tavola 2.3 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	35
Tavola 2.4 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)</i> .....	37
Tavola 2.5 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	39
Tavola 2.6 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)</i> .....	41

Tavola 2.7 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, classe di età e sesso - Anno 2000 .....	43
Tavola 2.8 -	Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 .....	44
Tavola 2.9 -	Famiglie per numero di televisori posseduti e numero di ore in cui sta accesa la televisione durante il giorno per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000.....	45
Tavola 2.10 -	Famiglie per possesso di antenna parabolica satellitare, televideo, abbonamento pay tv via satellite e abbonamento pay tv via cavo per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa zona)</i> .....	46

### 3. Videocassette

Prospetto 3.1 -	Persone di 3 anni e più che vedono le videocassette per età sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	47
Prospetto 3.2 -	Persone di 3 anni e più per visione di videocassette, tipo di programmi guardati, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	48
Prospetto 3.3 -	Persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione e scambio di videocassette, numero di attività svolte, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	49
Prospetto 3.4 -	Famiglie per possesso di videoregistratore, numero di videocassette possedute e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa ripartizione)</i> .....	50
Tavola 3.1 -	Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	51
Tavola 3.2 -	Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona)</i> .....	52
Tavola 3.3 -	Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000 .....	53
Tavola 3.4 -	Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 .....	54

### 4. Videogiochi

Figura 4.1 -	Persone di 6 anni e più per gioco con i videogiochi, scambio di videogiochi e sesso - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone dello stesso sesso)</i> .....	56
--------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Prospetto 4.1 -	Persone di 3 anni e più che giocano ai videogiochi per luogo in cui ci giocano, scambio di videogiochi, sesso, classe di età ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	55
Prospetto 4.2 -	Bambini fra i 6 e i 17 anni che usano i videogiochi per classi di età sesso, ripartizione geografica e titolo di studio più elevato dei genitori - Anni 1995 e 2000 ...	57
Tavola 4.1 -	Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	58
Tavola 4.2 -	Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona)</i> .....	59
 <b>5. Personal computer</b>		
Figura 5.1 -	Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano il pc)</i> .....	65
Figura 5.2 -	Persone di 3 anni e più per tipo di CD-Rom o DVD utilizzati - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano il pc)</i> .....	68
Prospetto 5.1 -	Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per età sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	61
Prospetto 5.2 -	Persone di 3 anni e più che usano il pc a casa per classi di età sesso e ripartizione geografica - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	62
Prospetto 5.3 -	Bambini tra i 6 e i 14 anni che vivono con almeno un genitore per utilizzo del pc a casa e titolo di studio più alto dei genitori - Anni 1995 e 2000 <i>(per 100 bambini che vivono con almeno un genitore con le stesse caratteristiche)</i> .....	63
Prospetto 5.4 -	Persone di 3 anni e più per luogo in cui usano il personal computer, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone di 3 anni e più con le stesse caratteristiche)</i> .....	64
Prospetto 5.5 -	Persone di 3 anni e più per sesso, attività svolta con il personal computer e luogo in cui la svolge - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano il pc dello stesso sesso)</i> ...	64
Prospetto 5.6 -	Persone di 3 anni e più per uso del Cd-Rom, tipo di utilizzo, sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e sesso)</i> .....	67
Prospetto 5.7 -	Famiglie per ripartizione geografica, numero di personal computer, CD-Rom e DVD - Anno 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa ripartizione)</i> .....	69
Tavola 5.1 -	Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000 .....	70
Tavola 5.2 -	Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 .....	71

Tavola 5.3 -	Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)</i> .....	72
Tavola 5.4 -	Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)</i> .....	73
Tavola 5.5 -	Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)</i> .....	74
Tavola 5.6 -	Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)</i> .....	76
Tavola 5.7 -	Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)</i> .....	78
Tavola 5.8 -	Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)</i> .....	80
Tavola 5.9 -	Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolta, classe di età e sesso - Anno 2000.....	82
Tavola 5.10 -	Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolte, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 .....	83
Tavola 5.11 -	Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il CD-Rom o il DVD, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano un CD-Rom o un DVD)</i> .....	84
Tavola 5.12 -	Persone di 3 anni e più che utilizzano un CD-Rom o un DVD per tipo di programmi utilizzati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona che usano un CD-Rom o un DVD)</i> .....	85
Tavola 5.13 -	Famiglie per numero, tipo, anno di acquisto del personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa zona)</i> .....	86
Tavola 5.14 -	Famiglie per numero di CD-Rom, numero di DVD, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 famiglie della stessa zona)</i> .....	87
 <b>6. Internet</b>		
Figura 6.1 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per tipi di siti web visitati. Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet)</i> .....	95
Figura 6.2 -	Persone di 11 anni e più hanno effettuato acquisti on-line per tipo beni acquistati - Anno 2000 <i>(per 100 persone hanno effettuato acquisti on-line)</i> .....	96
Prospetto 6.1 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per età sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	89

Prospetto 6.2 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per luogo in cui usano internet, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)</i> .....	90
Prospetto 6.3 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per sesso, luogo in cui lo usano e attività svolta - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)</i> .....	91
Prospetto 6.4 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per uso della posta elettronica, classe di età sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)</i> .....	92
Prospetto 6.5 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano internet per tipo di attività sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet con le stesse caratteristiche)</i> .....	93
Prospetto 6.6 -	Persone di 15 anni e più che utilizzano internet per tipo di attività e condizione professionale - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano internet con le stesse caratteristiche)</i> .....	94
Tavola 6.1 -	Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, classe di età e sesso - Anno 2000.....	97
Tavola 6.2 -	Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000.....	98
Tavola 6.3 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	99
Tavola 6.4 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet della stessa zona)</i> .....	100
Tavola 6.5 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	101
Tavola 6.6 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che usano internet della stessa zona)</i> .....	102
Tavola 6.7 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, classe di età e sesso - Anno 2000.....	103
Tavola 6.8 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000.....	104
Tavola 6.9 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	105
Tavola 6.10 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa zona)</i> .....	106

Tavola 6.11 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)</i> .....	107
Tavola 6.12 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano internet della stessa zona)</i> .....	109
Tavola 6.13 -	Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di acquisti effettuati, classe di età e sesso - Anno 2000 .....	111
Tavola 6.14 -	Persone di 11 anni e più per tipo di acquisti effettuati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 .....	112

## 7. Telefoni cellulari

Prospetto 7.1 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per età sesso e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone con le stesse caratteristiche)</i> .....	113
Prospetto 7.2 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, sesso, classe di età e condizione professionale - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)</i> .....	114
Prospetto 7.3 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano, sesso, classe di età e condizione professionale - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)</i> .....	116
Prospetto 7.4 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di uso del cellulare e sesso - Anno 2000 <i>(composizione percentuale)</i> .....	116
Prospetto 7.5 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni utilizzate, sesso, classe di età e ripartizione geografica - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)</i> .....	117
Tavola 7.1 -	Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa età e sesso)</i> .....	118
Tavola 7.2 -	Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone della stessa zona)</i> .....	119
Tavola 7.3 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)</i> .....	120
Tavola 7.4 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona)</i> .....	121
Tavola 7.5 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche)</i> .....	122
Tavola 7.6 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 <i>(per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona)</i> .....	123

Tavola 7.7 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, classe di età e sesso - Anno 2000 ( <i>per 100 persone che utilizzano il cellulare con le stesse caratteristiche</i> ) .....	124
Tavola 7.8 -	Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 ( <i>per 100 persone che utilizzano il cellulare della stessa zona</i> ).....	125

## Indice delle tavole contenute su floppy disk

### 1. Radio

- Tavola 1.1 - Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 1.2 - Persone di 3 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 1.3 - Persone di 15 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 1.4 - Persone di 6 anni e più per ascolto della radio, tempo di ascolto giornaliero, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 1.5 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 1.6 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)*
- Tavola 1.7 - Persone di 15 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 1.8 - Persone di 6 anni e più che ascoltano la radio per tipo di trasmissioni seguite, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 1.9 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che ascoltano la radio della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 1.10 - Persone di 3 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che ascoltano la radio della stessa zona)*
- Tavola 1.11 - Persone di 15 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 1.12 - Persone di 6 anni e più che ascoltano la radio per momenti della giornata in cui la ascoltano, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

## 2. Televisione

- Tavola 2.1 - Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 2.2 - Persone di 3 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 2.3 - Persone di 15 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 2.4 - Persone di 6 anni e più per abitudine a guardare la televisione, tempo di ascolto giornaliero, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 2.5 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 2.6 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)*
- Tavola 2.7 - Persone di 15 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 2.8 - Persone di 6 anni e più che guardano la televisione per momenti della giornata in cui guardano la televisione, persone con cui la guardano, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 2.9 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che guardano la televisione della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 2.10 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che guardano la televisione della stessa zona)*
- Tavola 2.11 - Persone di 15 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 2.12 - Persone di 6 anni e più che guardano la televisione per tipo di trasmissioni seguite, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 2.13 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, classe di età e

Sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*

- Tavola 2.14 - Persone di 3 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 2.15 - Persone di 15 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 2.16 - Persone di 6 anni e più che guardano la televisione per frequenza con cui guardano programmi a pagamento, tipo di canali guardati e luogo in cui li guardano, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 2.17 - Famiglie per numero di televisori posseduti e numero di ore in cui sta accesa la televisione durante il giorno per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 famiglie della stessa zona)*
- Tavola 2.18 - Famiglie per possesso di antenna parabolica satellitare, televideo, abbonamento pay tv via satellite e abbonamento pay tv via cavo per regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 famiglie della stessa zona)*

### **3. Videocassette**

- Tavola 3.1 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 3.2 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 3.3 - Persone di 15 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 3.4 - Persone di 6 anni e più per frequenza con cui guardano le videocassette, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 3.5 - Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 3.6 - Persone di 3 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 3.7 - Persone di 15 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 15 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette,

condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*

Tavola 3.8 - Persone di 6 anni e più che guardano le videocassette per tipo di programmi guardati e persone di 11 anni e più per noleggio, acquisto, registrazione, scambio di videocassette, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

#### **4. Videogiochi**

Tavola 4.1 - Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*

Tavola 4.2 - Persone di 3 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*

Tavola 4.3 - Persone di 15 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*

Tavola 4.4 - Persone di 6 anni e più per frequenza e luogo in cui giocano con i videogiochi, frequenza con cui scambiano videogiochi, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

#### **5. Personal computer**

Tavola 5.1 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*

Tavola 5.2 - Persone di 3 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*

Tavola 5.3 - Persone di 15 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*

Tavola 5.4 - Persone di 6 anni e più per frequenza con cui usano il personal computer, tempo di utilizzo giornaliero, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

Tavola 5.5 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal)*

Tavola 5.6 - Persone di 3 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)*

- Tavola 5.7 - Persone di 15 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 5.8 - Persone di 6 anni e più che usano il personal computer per luogo in cui usano il pc, attività praticata, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 5.9 - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)*
- Tavola 5.10 - Persone di 3 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)*
- Tavola 5.11 - Persone di 15 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 5.12 - Persone di 6 anni e più per frequenza dell'attività svolta con il personal computer, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 5.13 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 00 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano il personal computer)*
- Tavola 5.14 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che usano il personal computer)*
- Tavola 5.15 - Persone di 15 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 5.16 - Persone di 6 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il pc, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 5.17 - Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolta, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 5.18 - Persone di 3 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolte, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 5.19 - Persone di 15 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolta, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 5.20 - Persone di 6 anni e più per uso di CD-Rom o DVD, tipo di attività svolte, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

- Tavola 5.21 - Persone di 3 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il CD-Rom o il DVD, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso che usano un CD-Rom o un DVD)*
- Tavola 5.22 - Persone di 3 anni e più che utilizzano un CD-Rom o un DVD per tipo di programmi utilizzati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che usano un CD-Rom o un DVD)*
- Tavola 5.23 - Persone di 15 anni e più per tipo di programmi utilizzati con il CD-Rom o il DVD, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 5.24 - Persone di 6 anni e più che utilizzano un CD-Rom o un DVD per tipo di programmi utilizzati, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 5.25 - Famiglie per numero, tipo, anno di acquisto del personal computer, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 famiglie della stessa zona)*
- Tavola 5.26 - Famiglie per numero di CD-Rom, numero di DVD, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 famiglie della stessa zona)*

## **6. Internet**

- Tavola 6.1 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.2 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 6.3 - Persone di 15 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.4 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano internet, mezzo usato per collegarsi, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 6.5 - Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.6 - Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che usano internet della stessa zona)*
- Tavola 6.7 - Persone di 15 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.8 - Persone di 11 anni e più che usano internet per frequenza con cui si collegano da casa e da fuori casa, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

- Tavola 6.9 - Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che usano internet della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.10 - Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(per 100 persone che usano internet della stessa zona)*
- Tavola 6.11 - Persone di 15 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.12 - Persone di 11 anni e più che usano internet per motivo per cui lo usano, luogo da cui si collegano, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 6.13 - Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.14 - Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 6.15 - Persone di 15 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.16 - Persone di 11 anni e più che usano internet per utilizzo della posta elettronica, numero di messaggi inviati e ricevuti a settimana, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 6.17 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.18 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone di 11 anni e più che utilizzano internet della stessa zona)*
- Tavola 6.19 - Persone di 15 anni e più che usano internet per tipo di attività condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.20 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di attività classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 6.21 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che utilizzano internet della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.22 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone che utilizzano internet della stessa zona)*

- Tavola 6.23 - Persone di 15 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.24 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di siti web visitati più di frequente, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 6.25 - Persone di 11 anni e più che usano internet per tipo di acquisti effettuati, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 6.26 - Persone di 11 anni e più per tipo di acquisti effettuati, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 6.27 - Persone di 15 anni e più che usano internet per tipo di acquisti effettuati, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 6.28 - Persone di 11 anni e più per tipo di acquisti effettuati, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

## **7. Telefoni cellulari**

- Tavola 7.1 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età e dello stesso sesso)*
- Tavola 7.2 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona)*
- Tavola 7.3 - Persone di 15 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 7.4 - Persone di 11 anni e più per frequenza con cui usano il cellulare, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 7.5 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone con le stesse caratteristiche che usano il cellulare)*
- Tavola 7.6 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che utilizzano il cellulare)*
- Tavola 7.7 - Persone di 15 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 7.8 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per motivo per cui lo utilizzano, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*

- Tavola 7.9 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone con le stesse caratteristiche che utilizzano il cellulare)*
- Tavola 7.10 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che utilizzano il cellulare)*
- Tavola 7.11 - Persone di 15 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 7.12 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per persone con cui comunicano con il cellulare, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*
- Tavola 7.13 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, classe di età e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone con le stesse caratteristiche che utilizzano il cellulare)*
- Tavola 7.14 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, regione, ripartizione geografica e tipo di comune - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa zona che utilizzano il cellulare)*
- Tavola 7.15 - Persone di 15 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, condizione, posizione nella professione e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa condizione, posizione nella professione e sesso)*
- Tavola 7.16 - Persone di 11 anni e più che utilizzano il cellulare per tipo di funzioni del cellulare utilizzate, classe di età titolo di studio e sesso - Anno 2000 *(dati in migliaia e per 100 persone della stessa età titolo di studio e sesso)*



# Appendice A

## Popolazione di riferimento

**Tavola A.1 - Popolazione per ripartizione geografica, tipo di comune, regione, classe di età e sesso - Anno 2000**  
(dati in migliaia)

TERRITORIO	FAMIGLIE	INDIVIDUI								
		MASCHI			FEMMINE			MASCHI E FEMMINE		
		Totale	3 anni e più	11 anni e più	Totale	3 anni e più	11 anni e più	Totale	3 anni e più	11 anni e più
<b>REGIONI</b>										
Piemonte	1.802	2.062	2.005	1.885	2.171	2.120	2.000	4.233	4.124	3.885
Valle d'Aosta	54	59	57	53	60	59	54	119	116	107
Lombardia	3.565	4.393	4.261	3.945	4.621	4.504	4.213	9.014	8.764	8.157
Trentino-Alto Adige	362	455	438	397	472	458	417	927	896	814
- Bolzano	173	225	217	195	232	225	202	457	442	397
- Trento	188	230	221	202	240	233	214	470	453	417
Veneto	1.674	2.192	2.137	1.959	2.286	2.227	2.083	4.477	4.364	4.041
Friuli-Venezia Giulia	500	565	552	516	609	598	560	1.173	1.150	1.077
Liguria	708	763	750	701	842	827	777	1.605	1.577	1.478
Emilia-Romagna	1.660	1.924	1.873	1.747	2.039	1.995	1.873	3.963	3.869	3.620
Toscana	1.377	1.694	1.652	1.533	1.815	1.785	1.661	3.509	3.436	3.193
Umbria	313	404	394	368	427	417	393	831	811	760
Marche	533	709	692	639	746	727	685	1.454	1.419	1.323
Lazio	2.042	2.522	2.452	2.243	2.701	2.633	2.437	5.223	5.085	4.680
Abruzzo	459	620	606	556	652	636	588	1.272	1.242	1.143
Molise	120	159	155	142	167	163	152	325	318	294
Campania	1.840	2.809	2.726	2.402	2.947	2.842	2.585	5.755	5.568	4.987
Puglia	1.383	1.982	1.905	1.732	2.086	2.027	1.854	4.068	3.932	3.586
Basilicata	211	297	288	260	305	297	270	602	585	530
Calabria	713	1.000	975	877	1.036	1.006	917	2.036	1.981	1.794
Sicilia	1.789	2.455	2.379	2.132	2.598	2.531	2.295	5.053	4.910	4.427
Sardegna	591	805	790	722	830	810	742	1.635	1.600	1.463
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>										
Italia nord-occidentale	6.129	7.276	7.072	6.583	7.695	7.509	7.044	14.971	14.581	13.627
Italia nord-orientale	4.196	5.135	4.999	4.619	5.406	5.279	4.933	10.541	10.278	9.552
Italia centrale	4.266	5.329	5.190	4.782	5.689	5.562	5.175	11.018	10.751	9.957
Italia meridionale	4.725	6.867	6.655	5.969	7.192	6.972	6.365	14.059	13.627	12.334
Italia insulare	2.380	3.259	3.169	2.854	3.428	3.340	3.037	6.688	6.509	5.890
<b>TIPI DI COMUNE</b>										
Comune centro area metropolitana	3.788	4.297	4.174	3.857	4.655	4.558	4.269	8.952	8.733	8.127
Comune periferia area metropolitana	2.476	3.391	3.285	2.958	3.575	3.474	3.204	6.966	6.759	6.162
Fino a 2.000 abitanti	1.402	1.684	1.639	1.517	1.802	1.750	1.637	3.486	3.388	3.153
Da 2.001 a 10.000 abitanti	5.206	7.026	6.825	6.254	7.252	7.066	6.516	14.278	13.891	12.770
Da 10.001 a 50.000 abitanti	5.109	6.906	6.720	6.093	7.254	7.048	6.470	14.161	13.768	12.563
50.001 abitanti e più	3.715	4.562	4.442	4.129	4.873	4.766	4.456	9.435	9.208	8.584
<b>ITALIA</b>	<b>21.695</b>	<b>27.866</b>	<b>27.084</b>	<b>24.807</b>	<b>29.411</b>	<b>28.662</b>	<b>26.552</b>	<b>57.277</b>	<b>55.747</b>	<b>51.360</b>

(a) Italia nord-occidentale: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria; Italia nord-orientale: Bolzano, Trento, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna; Italia centrale: Toscana, Umbria, Marche, Lazio; Italia meridionale: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria; Italia insulare: Sicilia, Sardegna.



## Appendice B

### Definizioni, classificazioni e note alle tavole

I dati generali individuali fanno riferimento alle caratteristiche delle persone all'epoca dell'intervista. In particolare:

- **l'età**

è espressa in anni compiuti;

- **il titolo di studio**

è quello più elevato conseguito;

- **la condizione**

è quella dichiarata come unica o prevalente dalle persone di 15 anni e più. Si precisa inoltre che:

per **occupato** si intende chi possiede un'occupazione in proprio o alle dipendenze da cui trae un profitto o una retribuzione (utile, onorario, stipendio, salario) o chi collabora con un familiare che svolge un'attività lavorativa in conto proprio senza avere un regolare contratto di lavoro (coadiuvante);

per **persona in cerca di occupazione** si intende chi ha perduto una precedente occupazione alle dipendenze, o chi non ha mai esercitato un'attività lavorativa ed è alla ricerca attiva di un'occupazione che è in grado di accettare se gli viene offerta;

**casalinga** è chi si dedica prevalentemente alle faccende domestiche;

**studente** è chi si dedica prevalentemente allo studio;

**ritirato dal lavoro** è chi ha cessato un'attività lavorativa per raggiunti limiti di età invalidità o altra causa; la figura del ritirato dal lavoro non coincide necessariamente con quella del pensionato in quanto, non sempre, il ritirato dal lavoro gode di una pensione;

**in altra condizione** è chi si trova in condizione diversa da quelle sopra elencate (militare, inabile al lavoro, benestante, detenuto, ecc.)

- **la posizione nella professione**

è quella dichiarata come unica o prevalente dagli occupati di 15 anni e più che viene aggregata nel modo seguente:

**dirigenti, imprenditori, liberi professionisti**

**direttivi, quadri, insegnanti scuola media inferiore o superiore, insegnanti scuola materna o elementare, impiegati, intermedi** (appartenenti alle categorie speciali);

**capo operai, operai, subalterni** (inclusi apprendisti, lavoratori a domicilio per conto di imprese);

**lavoratori in proprio, coadiuvanti** (inclusi soci di cooperative di produzione di beni e/o prestazioni di servizio).

- **le ripartizioni geografiche**

costituiscono una suddivisione geografica del territorio e sono così articolate:

- l'**Italia nord-occidentale** comprende: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- l'**Italia nord-orientale** comprende: Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna
- l'**Italia centrale** comprende: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- l'**Italia meridionale** comprende: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria
- l'**Italia insulare** comprende: Sicilia, Sardegna

· **il tipo di comune**

nella presente indagine sono stati considerati i comuni centro delle aree di grande urbanizzazione e i comuni che stanno alla periferia di tali centri.

I comuni italiani sono suddivisi nelle seguenti classi:

- Centri delle aree di grande urbanizzazione: (si tratta dei comuni di Torino, Milano, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari);
- comuni appartenenti alla periferia delle aree di grande urbanizzazione (costituiscono i comuni delle cinture urbane);
- altri comuni suddivisi per dimensione demografica (fino a 2.000 abitanti, da 2.001 a 10.000, da 10.001 a 50.000 e oltre i 50.000);

Si precisa che la soglia dei 2.000 abitanti costituisce la dimensione demografica suggerita dagli organismi internazionali per identificare uno stile di vita tipico dei piccoli centri.

· **famiglia e nucleo familiare**

- la famiglia è costituita dall'insieme delle persone coabitanti legate da vincoli di matrimonio o parentela, affinità adozione, tutela o affettivi;
- il nucleo è l'insieme delle persone che formano una coppia con figli celibi o nubili, una coppia senza figli, un genitore solo con figli celibi o nubili;
- una famiglia può coincidere con un nucleo, può essere formata da un nucleo più altri membri aggregati, da più nuclei (con o senza membri aggregati), o da nessun nucleo (persone sole, famiglie composte ad esempio da due sorelle, da un genitore con figlio separato, divorziato o vedovo, ecc.);

## Avvertenze

· *Per ciò che concerne i prospetti e le tavole, si precisa che i dati assoluti sono espressi in migliaia; inoltre, i totali possono non quadrare per effetto di arrotondamento. Le percentuali e i quozienti, essendo calcolati sui dati assoluti prima dell'arrotondamento, possono non coincidere con i risultati che si ottengono elaborando i dati in migliaia. In generale i quozienti sono espressi per 100 persone o per 100 famiglie, salvo diversa indicazione;*

· *si precisa che il segno (-) indica che il fenomeno ha frequenza nulla nel campione e che 0 (per i valori in migliaia) e 0,0 (per i dati in percentuale) indicano i numeri che non raggiungono la metà della cifra dell'ordine minimo considerato;*

· *si ricorda, infine, che i risultati riguardano la popolazione residente al netto dei membri permanenti delle convivenze, poiché si tratta di un'indagine campionaria effettuata presso le famiglie campione che rappresentano le unità di rilevazione.*

# Appendice C

## Strategia di campionamento e livello di precisione dei risultati

### 1. Obiettivi conoscitivi

La *popolazione di interesse* dell'indagine in oggetto, ossia l'insieme delle unità statistiche intorno alle quali si intende investigare, è costituita dalle famiglie residenti in Italia e dai membri che le compongono; sono pertanto esclusi i membri permanenti delle convivenze. La famiglia è intesa come *famiglia di fatto*, ossia un insieme di persone coabitanti e legate da vincoli di matrimonio, parentela, affinità adozione, tutela o affettivi.

Il *periodo di riferimento* è prevalentemente costituito dai dodici mesi che precedono l'intervista, anche se per alcuni quesiti il riferimento è al momento dell'intervista.

I *domini di studio*, ossia gli ambiti rispetto ai quali sono riferiti i parametri di popolazione oggetto di stima, sono:

- l'intero territorio nazionale;
- le cinque ripartizioni geografiche (Italia Nord-Occidentale, Italia Nord-Orientale, Italia Centrale, Italia Meridionale, Italia Insulare);
- le regioni geografiche (ad eccezione del Trentino Alto Adige le cui stime sono prodotte separatamente per le province di Bolzano e Trento);
- la tipologia comunale ottenuta suddividendo i comuni italiani in sei classi formate in base a caratteristiche socio-economiche e demografiche:

A) *comuni appartenenti all'area metropolitana* suddivisi in:

A<sub>1</sub>, *comuni centro dell'area metropolitana*: Torino, Milano, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari;

A<sub>2</sub>, *comuni che gravitano intorno ai comuni centro dell'area metropolitana*;

B) *comuni non appartenenti all'area metropolitana* suddivisi in:

B comuni aventi fino a 2.000 abitanti;

B comuni con 2.001-10.000 abitanti;

B comuni con 10.001-50.000 abitanti;

B comuni con oltre 50.000 abitanti.

### 2. Strategia di campionamento

#### 2.1. Descrizione generale del disegno di campionamento

Il disegno di campionamento è di tipo complesso e si avvale di due differenti schemi di campionamento. Nell'ambito di ognuno dei domini definiti dall'incrocio della regione geografica con le sei aree A<sub>1</sub>, A<sub>2</sub>, B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub> e B<sub>4</sub>, i comuni sono suddivisi in due sottoinsiemi sulla base della popolazione residente:

- l'insieme dei comuni Auto Rappresentativi (che indicheremo d'ora in avanti come comuni AR) costituito dai comuni di maggiore dimensione demografica;
- l'insieme dei comuni Non Auto Rappresentativi (o NAR) costituito dai rimanenti comuni.

Nell'ambito dell'insieme dei comuni AR, ciascun comune viene considerato come uno strato a se stante e viene adottato un disegno noto con il nome di *campionamento a grappoli*. Le unità primarie di campionamento sono rappresentate dalle famiglie anagrafiche, estratte in modo sistematico dall'anagrafe del comune stesso; per ogni famiglia anagrafica inclusa nel campione vengono rilevate le caratteristiche oggetto di indagine di tutti i componenti di fatto appartenenti alla famiglia medesima.

Nell'ambito dei comuni NAR viene adottato un disegno a due stadi con stratificazione delle unità primarie. Le Unità Primarie (UP) sono i comuni, le Unità Secondarie sono le famiglie anagrafiche; per ogni famiglia anagrafica inclusa nel campione vengono rilevate le caratteristiche oggetto di indagine di tutti i componenti di fatto appartenenti alla famiglia medesima.

I comuni vengono selezionati con probabilità proporzionali alla loro dimensione demografica e senza reimmissione, mentre le famiglie vengono estratte con probabilità uguali e senza reimmissione.

## 2.2. Stratificazione e selezione dei comuni

L'obiettivo della stratificazione è quello di formare gruppi (o strati) di unità caratterizzate, relativamente alle variabili oggetto d'indagine, da massima omogeneità interna agli strati e massima eterogeneità fra gli strati. Il raggiungimento di tale obiettivo si traduce in termini statistici in un guadagno nella precisione delle stime, ossia in una riduzione dell'errore campionario a parità di numerosità campionaria.

Nell'indagine in esame, i comuni vengono stratificati in base alla loro dimensione demografica e nel rispetto delle seguenti condizioni:

- autoponderazione del campione a livello regionale;
- selezione di un comune campione nell'ambito di ciascuno strato definito sui comuni dell'insieme NAR
- scelta di un numero minimo di famiglie da intervistare in ciascun comune campione; per l'indagine in oggetto tale numero è stato posto pari a 24;
- formazione di strati aventi ampiezza approssimativamente costante in termini di popolazione residente

Il procedimento di stratificazione, attuato all'interno di ogni dominio territoriale individuato dalle aree  $A_1, A_2, B_1, B_2, B_3$  e  $B_4$  di ciascuna regione geografica, si articola nelle seguenti fasi:

- ordinamento dei comuni del dominio in ordine decrescente secondo la loro dimensione demografica in termini di popolazione residente;
- determinazione di una soglia di popolazione, (dove  $r$  indica la generica regione geografica) per la definizione dei comuni AR, mediante la relazione:

$${}_r\lambda = \frac{{}_r\bar{m} \cdot {}_r\delta}{{}_r f}$$

in cui:  ${}_r\bar{m}$  indica il numero minimo di famiglie da intervistare in ciascun comune campione della regione  $r$ ;  ${}_r\delta$  è il numero medio di componenti per famiglia della regione  $r$  e  $f$  denota la frazione di campionamento della regione  $r$ ;

- suddivisione di tutti i comuni nei due sottoinsiemi AR e NAR: i comuni di dimensione superiore o uguale a  ${}_r\lambda$  sono stati definiti come comuni AR e i rimanenti come NAR;
- suddivisione dei comuni dell'insieme NAR in strati aventi dimensione, in termini di popolazione residente, approssimativamente costante e all'incirca pari alla soglia  ${}_r\lambda$ .

Effettuata la stratificazione, i comuni AR sono inclusi con certezza nel campione; per quanto riguarda, invece, i comuni NAR, nell'ambito di ogni strato viene estratto un comune campione con probabilità proporzionale alla dimensione demografica, mediante la procedura di selezione sistematica proposta da Madow (1949, *On the theory of systematic sampling, II* . Ann Math. Stat., 20, 333-354).

## 2.3 Calcolo della dimensione campionaria e selezione delle famiglie

Per un'indagine ad obiettivi plurimi, come quella in esame, è poco realistico pensare di poter disegnare una strategia campionaria che assicuri prefissati livelli di precisione di tutte le stime prodotte.

La questione è complicata dal fatto che l'indagine ha la finalità di determinare stime per livelli territoriali differenti, il che comporta l'adozione di soluzioni di tipo ottimale diverse e contrastanti. Ad esempio, se l'unico ambito territoriale di pubblicazione delle stime fosse quello nazionale, una

soluzione approssimativamente ottimale sarebbe quella di determinare la numerosità nazionale e ripartirla tra le regioni in modo proporzionale alla loro dimensione demografica; viceversa, avendo la finalità di produrre stime con uguale attendibilità a livello regionale, una soluzione approssimativamente ottimale sarebbe quella di selezionare un campione uguale in tutte le regioni. Quest'ultima soluzione, però, è poco efficiente per le stime a livello nazionale. Per affrontare questo problema, conformemente a quanto fatto in altri paesi, si è fatto ricorso ad una strategia che perviene alla definizione della numerosità campionaria attraverso approssimazioni successive.

In base alle considerazioni precedenti si è deciso di adottare un'ottica mista basata sia su criteri di costo ed organizzativi, sia su una valutazione degli errori campionari delle principali stime a livello nazionale e con riferimento a ciascuno dei domini territoriali di interesse.

I criteri seguiti possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- la dimensione del campione teorico in termini di famiglie prefissata a livello nazionale è pari a circa 24.000 famiglie; tale dimensione è stata fissata essenzialmente in base a criteri di costo ed operativi;
- il numero di comuni campione interessati non deve essere superiore a 900 in modo da consentire un buon lavoro di controllo e supervisione.

L'allocazione del campione di famiglie e di comuni tra le varie regioni è stata quindi calcolata adottando un criterio di compromesso tale da garantire sia l'affidabilità delle stime a livello nazionale che quella delle stime a livello di ciascuno dei domini territoriali descritti nel paragrafo 1. Nel prospetto 1 viene mostrata la distribuzione regionale dell'universo e del campione dei comuni, delle famiglie e degli individui.

La selezione delle famiglie da intervistare in ogni comune campione viene effettuata dalla lista anagrafica di ciascun comune senza reimmissione e con probabilità uguali.

In particolare, la tecnica di selezione è di tipo sistematico e, nell'ambito di ogni comune viene attuata attraverso le seguenti fasi:

- vengono messi in sequenza i fogli delle famiglie dell'anagrafe del comune;
- si calcola il passo di campionamento  $e_{hi}$ , come rapporto tra il numero delle famiglie residenti nel comune  $i$  dello strato  $h$  e il corrispondente numero di famiglie campione,  $e_{hi} = M_{hi}/m_{hi}$ ;
- si selezionano le  $m_{hi}$  famiglie che nella sequenza costruita al punto 1) occupano le seguenti posizioni :

$$1, 1+e_{hi}, 1+2e_{hi}, \dots, 1+(m_{hi}-1)e_{hi}.$$



**Prospetto C.1 - Distribuzione regionale dei comuni, delle famiglie e degli individui nell'universo e nel campione per l'Indagine Multiscopo - Anno 2000**

REGIONI	COMUNI			FAMIGLIE			INDIVIDUI	
	Universo	Campione teorico	Campione effettivo	Universo (a)	Campione teorico	Campione effettivo	Universo (a)	Campione effettivo
Piemonte	1.206	60	58	1.802	1.885	1.418	4.233	3.408
Valle d'Aosta	74	20	19	54	632	473	119	1.088
Lombardia	1.546	84	83	3.565	2.322	1.908	9.014	4.949
Bolzano	116	23	23	173	709	562	457	1.570
Trento	223	24	24	188	749	580	470	1.533
Veneto	581	53	53	1.674	1.381	1.203	4.477	3.280
Friuli V.G.	219	31	29	500	977	750	1.173	2.001
Liguria	235	26	23	708	1.101	786	1.605	1.837
Emilia Romagna	341	81	42	1.660	2.977	999	3.963	2.434
Toscana	287	51	50	1.377	1.484	1.203	3.509	3.145
Umbria	92	22	22	313	713	608	831	1.585
Marche	246	36	34	533	969	855	1.454	2.363
Lazio	377	34	33	2.042	1.818	1.103	5.223	2.865
Abruzzo	305	36	35	459	989	877	1.272	2.431
Molise	136	23	22	120	661	595	325	1.618
Campania	551	54	52	1.840	1.629	1.368	5.755	4.213
Puglia	258	48	46	1.383	1.275	1.103	4.068	3.381
Basilicata	131	25	25	211	683	630	602	1.824
Calabria	409	42	42	713	1.091	958	2.036	2.827
Sicilia	390	51	49	1.789	1.482	1.237	5.053	3.669
Sardegna	377	37	34	591	1.020	780	1.635	2.218
<b>Italia</b>	<b>8.100</b>	<b>861</b>	<b>798</b>	<b>21.695</b>	<b>26.547</b>	<b>19.996</b>	<b>57.274</b>	<b>54.239</b>

(a) Stima Indagine Multiscopo, dati in migliaia

#### 2.4. Procedimento per il calcolo delle stime

Le stime prodotte dall'indagine sono essenzialmente stime di frequenze assolute e relative, riferite alle famiglie e agli individui.

Le stime sono ottenute mediante uno stimatore di ponderazione vincolata, che è il metodo di stima adottato per la maggior parte delle indagini ISTAT sulle imprese e sulle famiglie.

Il principio su cui è basato ogni metodo di stima campionaria è che le unità appartenenti al campione rappresentino anche le unità della popolazione che non sono incluse nel campione.

Questo principio viene realizzato attribuendo a ogni unità campionaria un peso che indica il numero di unità della popolazione rappresentate dall'unità medesima. Se, per esempio, a un'unità campionaria viene attribuito un peso pari a 30, allora questa unità rappresenta se stessa e altre 29 unità della popolazione che non sono state incluse nel campione.

Al fine di rendere più chiara la successiva esposizione, introduciamo la seguente simbologia: d, indice di livello territoriale di riferimento delle stime; i, indice di comune; j, indice di famiglia; p, indice di componente della famiglia; h, indice di strato di comuni; y, generica variabile oggetto di indagine;  $Y_{hijp}$ , valore di y osservato sul componente p della famiglia j del comune i dello strato h;  $P_{hij}$ , numero

di componenti della famiglia j del comune i dello strato h;  $Y_{hij} = \sum_{p=1}^{P_{hij}} Y_{hijp}$ , totale della variabile y

osservato sulla famiglia j del comune i dello strato h;  $M_{hi}$ , numero di famiglie residenti nel comune i dello strato h;  $m_{hi}$ , campione di famiglie nel comune i dello strato h;  $N_h$ , totale di comuni nello strato h;  $n_h$ , numero di comuni campione nello strato h (nell'indagine in oggetto si ha  $n_h = 1$ );  $H_d$ , numero totale di strati nel generico dominio territoriale d.

Ipotizziamo di voler stimare, con riferimento ad un generico dominio  $d$ , il totale della generica variabile  $y$  oggetto di indagine, espresso dalla seguente relazione

$$Y_d = \sum_{h=1}^{H_d} \sum_{i=1}^{N_h} \sum_{j=1}^{M_{hi}} Y_{hij} \quad (1)$$

La stima del totale (1) è data da

$$\hat{Y}_d = \sum_{h=1}^{H_d} \hat{Y}_h, \quad \text{essendo} \quad \hat{Y}_h = \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} W_{hij} Y_{hij}, \quad (2)$$

in cui  $W_{hij}$  è il peso finale da attribuire a tutti i componenti della famiglia  $j$  del comune  $i$  dello strato  $h$ .

Dalla precedente relazione si desume, quindi, che per ottenere la stima del totale (1) occorre moltiplicare il valore della variabile  $y$  assunto da ciascuna unità campionaria per il peso di tale unità<sup>1</sup> ed effettuare, a livello del dominio di interesse, la somma dei prodotti così ottenuti.

Il peso da attribuire alle unità campionarie è ottenuto per mezzo di una procedura complessa che:

- corregge l'effetto distorsivo della mancata risposta totale dovuta all'impossibilità di intervistare alcune delle famiglie selezionate per irreperibilità o per rifiuto all'intervista;
- tiene conto della conoscenza di totali noti di importanti variabili ausiliarie (disponibili da fonti esterne all'indagine), nel senso che le stime campionarie dei totali noti delle variabili ausiliarie devono coincidere con i valori noti degli stessi.

Nell'indagine in oggetto vengono definiti per ciascuna regione geografica 18 totali noti, che si riferiscono alla distribuzione della popolazione regionale per sesso e sei classi di età e della popolazione regionale nelle sei aree  $A_1, A_2, B_1, B_2, B_3$  e  $B_4$ . Indicando, quindi, con  ${}_k X$  ( $k=1, \dots, 18$ ) il totale noto della  $k$ -esima variabile ausiliaria per la generica regione geografica e con  ${}_k X_{hij}$  il valore assunto dalla  $k$ -esima variabile ausiliaria per la famiglia rispondente  $hij$ , la condizione sopra descritta è espressa dalla seguente uguaglianza

$${}_k X = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} {}_k X_{hij} \quad (k=1, \dots, 18)$$

in cui  $H$  indica il numero complessivo di strati definiti nella regione. Se, ad esempio,  ${}_6 X$  indica il numero di maschi di età maggiore o uguale a sessantacinque anni, la variabile ausiliaria  ${}_6 X_{hij}$  rappresenta il numero di maschi di età maggiore o uguale a sessantacinque anni della famiglia  $hij$ .

La procedura che consente di costruire i *pesi finali* da attribuire alle unità campionarie rispondenti, è articolata nelle seguenti fasi:

- 1) si calcolano i *pesi diretti* come reciproco della probabilità di inclusione delle unità
- 2) si calcolano i fattori correttivi per mancata risposta totale, come l'inverso del tasso di risposta del comune cui ciascuna unità appartiene;
- 3) si ottengono i *pesi base*, o pesi corretti per mancata risposta totale, moltiplicando i pesi diretti per i corrispondenti fattori correttivi per mancata risposta totale;
- 4) si costruiscono i fattori correttivi che consentono di soddisfare, a livello regionale, la condizione di uguaglianza tra i totali noti delle variabili ausiliarie e le corrispondenti stime campionarie;
- 5) si calcolano, infine, i pesi finali mediante il prodotto dei pesi base per i fattori correttivi ottenuti al passo 4.

I fattori correttivi del passo 4 sono ottenuti dalla risoluzione di un problema di minimo vincolato, in cui la funzione da minimizzare è una funzione di distanza (opportunosamente prescelta) tra i pesi base e i pesi finali e i vincoli sono definiti dalla condizione di uguaglianza tra stime campionarie dei totali noti di popolazione e valori noti degli stessi. La funzione di distanza prescelta è la funzione logaritmica troncata; l'adozione di tale funzione garantisce che i pesi finali siano positivi e contenuti in un predeterminato intervallo di valori possibili, eliminando in tal modo i pesi positivi estremi (troppo grandi o troppo piccoli).

<sup>1</sup> Al fine di ottenere stime coerenti per individui e famiglie i pesi finali sono definiti in modo tale che a ciascuna famiglia  $hij$  e a tutti i componenti della stessa sia assegnato un medesimo peso finale  $W_{hij}$ .

Tutti i metodi di stima che scaturiscono dalla risoluzione di un problema di minimo vincolato del tipo sopra descritto rientrano in una classe generale di stimatori nota come stimatori di ponderazione vincolata<sup>2</sup>. Un importante stimatore appartenente a tale classe, che si ottiene utilizzando la funzione di distanza euclidea, è lo *stimatore di regressione generalizzata*. Come verrà chiarito meglio nel paragrafo 3, tale stimatore riveste un ruolo centrale perché è possibile dimostrare che tutti gli stimatori di ponderazione vincolata convergono asintoticamente, all'aumentare della numerosità campionaria, allo stimatore di regressione generalizzata.

### 3. Valutazione del livello di precisione delle stime

#### 3.1 Metodologia di calcolo degli errori campionari

Le principali statistiche di interesse per valutare la variabilità campionaria delle stime prodotte da un'indagine sono l'errore di campionamento assoluto e l'errore di campionamento relativo. Indicando con  $\hat{\text{Var}}(\hat{Y}_d)$  la stima della varianza della generica stima  $\hat{Y}_d$ , la stima dell'errore di campionamento assoluto di  $\hat{Y}_d$  si può ottenere mediante la seguente espressione

$$\hat{\sigma}(\hat{Y}_d) = \sqrt{\hat{\text{Var}}(\hat{Y}_d)}; \quad (3)$$

la stima dell'errore di campionamento relativo di  $\hat{Y}_d$  è invece definita dall'espressione

$$\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d) = \frac{\hat{\sigma}(\hat{Y}_d)}{\hat{Y}_d}. \quad (4)$$

Come è stato descritto nel paragrafo 2.4, le stime prodotte dall'indagine sono state ottenute mediante uno stimatore di ponderazione vincolata definito in base ad una funzione di distanza di tipo logaritmico troncato. Poiché, lo stimatore adottato non è funzione lineare dei dati campionari, per la stima della varianza  $\hat{\text{Var}}(\hat{Y}_d)$  si è utilizzato il metodo proposto da Woodruff; in base a tale metodo, che ricorre all'espressione linearizzata in serie di Taylor, è possibile ricavare la varianza di ogni stimatore non lineare (funzione regolare di totali) calcolando la varianza dell'espressione linearizzata ottenuta. In particolare, per la definizione dell'espressione linearizzata dello stimatore ci si è riferiti allo stimatore di regressione generalizzata, sfruttando la convergenza asintotica di tutti gli stimatori di ponderazione vincolata a tale stimatore, poiché nel caso di stimatori di ponderazione vincolata che utilizzano funzioni distanza differenti dalla distanza euclidea (che conduce allo stimatore di regressione generalizzata) non è possibile derivare l'espressione linearizzata dello stimatore. L'espressione linearizzata dello stimatore (2) è data, quindi, da

$$\hat{Y}_d \cong \hat{Z}_d = \sum_{h=1}^{H_d} \hat{Z}_h, \quad \text{essendo} \quad \hat{Z}_h = \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hj}} Z_{hij} W_{hij} \quad (5)$$

dove  $Z_{hij}$  è la variabile linearizzata espressa come  $Z_{hij} = Y_{hij} - \mathbf{X}'_{hij}\beta$ , essendo  $\mathbf{X}_{hij} = (X_{hij,1}, \dots, X_{hij,K})'$  il vettore contenente i valori delle K (K=18) variabili ausiliarie, osservati per la generica famiglia hij e  $\beta$ , il vettore dei coefficienti di regressione del modello lineare che lega la variabile di interesse y alle K variabili ausiliarie x. In base alla (5), si ha, quindi, che la stima della varianza della stima  $\hat{Y}_d$  è ottenuta mediante la seguente relazione

$$\hat{\text{Var}}(\hat{Y}_d) \cong \hat{\text{Var}}(\hat{Z}_d) = \sum_{h=1}^{H_d} \hat{\text{Var}}(\hat{Z}_h). \quad (6)$$

<sup>2</sup> Nella letteratura in lingua anglosassone sull'argomento tali stimatori sono noti come *calibration estimators*.

Dalla (6) risulta che la stima della varianza della stima  $\hat{Y}_d$  viene calcolata come somma della stima delle varianze dei singoli strati, AR e NAR, appartenenti al dominio d. La formula di calcolo della varianza,  $\hat{Var}(\hat{Z}_h)$ , della stima  $\hat{Z}_h$  è differente a seconda che lo strato sia AR oppure NAR. Possiamo, quindi scomporre come segue

$$\hat{Var}(\hat{Y}_d) \equiv \hat{Var}(\hat{Z}_d) = \sum_{h=1}^{H_{AR}} \hat{Var}(\hat{Z}_h) + \sum_{h=1}^{H_{NAR}} \hat{Var}(\hat{Z}_h), \quad (7)$$

in cui  $H_{AR}$  e  $H_{NAR}$  indicano rispettivamente il numero di strati AR e NAR appartenenti al dominio d.

Negli strati AR (in cui ciascun comune fa strato a sé e  $N_h = n_h = 1$ , l'indice i di comune diviene superfluo e viene omesso) la varianza è stimata mediante la seguente espressione

$$\sum_{h=1}^{H_{AR}} \hat{Var}(\hat{Z}_h) = \sum_{h=1}^{H_{AR}} M_h \frac{(M_h - m_h)}{m_h(m_h - 1)} \sum_{j=1}^{m_h} (Z_{hj} - \bar{Z}_h)^2, \quad (8)$$

dove si è posto  $M_h = M_{hi}$ ,  $m_h = m_{hi}$ ,  $Z_{hj} = Z_{hij}$  e  $\bar{Z}_h = \frac{1}{m_h} \sum_{j=1}^{m_h} Z_{hj}$ .

Negli strati NAR, in cui viene estratto un solo comune campione da ogni strato, per stimare la varianza di campionamento si ricorre alla *tecnica di collassamento degli strati*. Questa tecnica consiste nel formare G gruppi contenenti ciascuno  $L_g$  ( $L_g \geq 2$ ) strati; la varianza viene stimata mediante la formula seguente

$$\sum_{h=1}^{H_{NAR}} \hat{Var}(\hat{Z}_h) = \sum_{g=1}^G \hat{Var}(\hat{Z}_g) = \sum_{g=1}^G \frac{L_g}{L_g - 1} \sum_{h=1}^{L_g} \left( \hat{Z}_{hg} - \frac{\hat{Z}_g}{L_g} \right)^2 \quad (9)$$

dove le quantità sono espresse come

$$\hat{Z}_{hg} = \sum_{j=1}^{m_{hj}} Z_{hij} W_{hij} \quad \text{e} \quad \hat{Z}_g = \sum_{h=1}^{L_g} \sum_{j=1}^{m_{hj}} Z_{hij} W_{hij}.$$

Utilizzando le espressioni (8) e (9) è possibile, infine, calcolare la varianza di campionamento,  $\hat{Var}(\hat{Y}_d)$ , in base alla (7) e calcolare, quindi, in base alla (3) ed alla (4) rispettivamente l'errore di campionamento assoluto e l'errore di campionamento relativo.

Gli errori campionari espressi dalla (3) e dalla (4) consentono di valutare il grado di precisione delle stime; inoltre, l'errore assoluto permette di costruire un intervallo di confidenza, che, con livello di fiducia P contiene il parametro oggetto di stima, l'intervallo viene espresso come

$$\left\{ \hat{Y}_d - k_p \hat{\sigma}(\hat{Y}_d) \leq Y_d \leq \hat{Y}_d + k_p \hat{\sigma}(\hat{Y}_d) \right\} \quad (10)$$

Nella (10) il valore di  $k_p$  dipende dal valore fissato per la probabilità P; ad esempio, per  $P=0.95$  si ha  $k=1.96$ .

### 3.2 Fondamenti statistici della procedura per il calcolo degli errori campionari

Per il calcolo degli errori di campionamento delle indagini condotte dall'ISTAT sulle famiglie e sulle imprese viene correntemente utilizzata una procedura informatica sviluppata nell'ambito dell'Istituto. Nel paragrafo C.3.1 è stata descritta la metodologia, implementata dalla procedura, per il calcolo degli errori di campionamento delle stime prodotte dall'indagine mentre, nel presente paragrafo, vengono discussi i fondamenti statistici e i limiti della metodologia medesima.

Negli strati AR, nei quali si adotta un disegno di campionamento a grappoli e in cui le unità primarie (le famiglie) vengono selezionate senza reimmissione e probabilità uguali, la procedura consente di ottenere stime della varianza campionaria che risultano corrette.

Negli strati NAR, per i quali si adotta un disegno di campionamento a due stadi con selezione delle unità primarie (comuni) senza reimmissione e probabilità variabili, la procedura consente di ottenere stime corrette della varianza campionaria qualora:

- in ciascuno strato sono selezionate due o più unità primarie;
- le unità primarie sono scelte mediante estrazioni indipendenti.

La prima condizione non viene soddisfatta in quanto, nell'indagine in oggetto, da ciascuno strato viene selezionato un solo comune campione e per stimare la varianza di campionamento si ricorre alla tecnica di *collassamento degli strati*. Questa tecnica, che consiste nel formare superstrati contenenti ciascuno un numero di strati maggiore di uno, conduce in generale ad una sovrastima della varianza di campionamento effettiva.

La seconda ipotesi implica che la selezione delle unità primarie venga effettuata con reimmissione. Anche questa assunzione non è soddisfatta per i comuni NAR e ciò comporta una sovrastima della varianza. Si osservi, tuttavia, che tale sovrastima dipende dalla frazione di campionamento di ciascuno strato NAR: è di entità trascurabile negli strati nei quali la frazione di campionamento è piccola, mentre viceversa può risultare di entità più cospicua per quegli strati in cui la frazione di campionamento è maggiore.

### 3.3 Presentazione sintetica degli errori campionari

Ad ogni stima  $\hat{Y}_d$  corrisponde un errore di campionamento relativo  $\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d)$ ; ciò significa che per consentire una lettura corretta delle tabelle pubblicate sarebbe necessario presentare per ogni stima pubblicata il corrispondente errore di campionamento relativo. Ciò, tuttavia, non è possibile sia per limiti di tempo e di costi di elaborazione, sia perché le tavole della pubblicazione risulterebbero appesantite e di non facile consultazione per l'utente finale. Inoltre, non sarebbero comunque disponibili gli errori delle stime non pubblicate, che l'utente può ricavare in modo autonomo.

Per le ragioni sopra esposte, si ricorre frequentemente ad una presentazione sintetica degli errori relativi, basata sul *metodo dei modelli regressivi*. Questo metodo si basa sulla determinazione di una funzione matematica che mette in relazione ciascuna stima con il proprio errore relativo.

Nella presente indagine, il modello utilizzato per le stime di frequenze assolute e relative, è del tipo seguente:

$$\log(\hat{\varepsilon}^2(\hat{Y}_d)) = a + b \log(\hat{Y}_d) \quad (11)$$

dove i parametri  $a$  e  $b$  vengono stimati utilizzando il metodo dei minimi quadrati.

Nel prospetto 2 sono riportati i valori dei coefficienti  $a$  e  $b$  e dell'indice di determinazione  $R^2$  del modello utilizzato per l'interpolazione degli errori campionari di stime di frequenze assolute e relative, per totale Italia, ripartizione geografica, tipologia comunale e regione.

Sulla base delle informazioni contenute in tale prospetto, è possibile calcolare la stima dell'errore di campionamento relativo di una determinata stima di frequenza assoluta  $\hat{Y}_d$  mediante la formula:

$$\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d) = \sqrt{\exp(a + b \log(\hat{Y}_d))} \quad (12)$$

che si ricava facilmente dalla (11).

Se, per esempio, la stima  $\hat{Y}_d$  si riferisce agli individui dell'Italia Nord Occidentale, l'errore relativo corrispondente si ottiene introducendo nella (12) i valori dei parametri  $a$  e  $b$  riportati nella seconda riga del prospetto 2 alla voce PERSONE ( $a = 9,315112$ ,  $b = -1,156091$ ).

I prospetti 3 e 4, presentati in aggiunta, consentono di rendere più agevole il calcolo degli errori campionari. Essi riguardano, rispettivamente, le famiglie e gli individui ed hanno la seguente struttura: a) in fiancata sono elencati i valori crescenti di stima (20.000, 30.000, ..., 25.000.000); b) le colonne successive contengono gli errori di campionamento relativo, per ciascun dominio territoriale di interesse, calcolati mediante la formula (12), corrispondenti alle stime di frequenze assolute della prima colonna.

Le informazioni contenute in tali prospetti permettono di calcolare l'errore relativo di una generica stima di frequenza assoluta (o relativa) mediante due procedimenti che risultano di facile applicazione, anche se conducono a risultati meno precisi di quelli ottenibili mediante l'espressione (12). Il primo metodo consiste nell'individuare, nella prima colonna del prospetto, il livello di stima che più si avvicina alla stima di interesse e nel considerare come errore relativo il valore che si trova sulla stessa riga, nella colonna corrispondente al dominio territoriale di riferimento.

Nel secondo metodo, l'errore campionario della stima  $\hat{Y}_d$  si ricava mediante la seguente espressione:

$$\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d) = \hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d^{k-1}) - \frac{\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d^{k-1}) - \hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d^k)}{\hat{Y}_d^k - \hat{Y}_d^{k-1}} (\hat{Y}_d - \hat{Y}_d^{k-1}) \quad (13)$$

dove  $\hat{Y}_d^{k-1}$  e  $\hat{Y}_d^k$  sono i valori delle stime, riportati nella prima colonna, entro i quali è compresa la stima di interesse  $\hat{Y}_d$ , ed  $\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d^{k-1})$  e  $\hat{\varepsilon}(\hat{Y}_d^k)$  i corrispondenti errori relativi.

**Prospetto 2 - Valori dei coefficienti a, b e dell'indice di determinazione  $R^2$  (%) delle funzioni utilizzate per le interpolazioni degli errori campionari delle stime riferite alle FAMIGLIE e alle PERSONE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

ZONE TERRITORIALI	FAMIGLIE			PERSONE		
	a	b	$R^2$ (%)	a	b	$R^2$ (%)
<b>ITALIA</b>	<b>8,118149</b>	<b>-1,070122</b>	<b>96,0</b>	<b>9,570358</b>	<b>-1,166588</b>	<b>91,3</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE (a)</b>						
Nord-ovest	8,160317	-1,071229	96,3	9,315112	-1,156091	90,7
Nord-est	8,520904	-1,116448	94,7	8,570620	-1,114322	90,5
Centro	8,289839	-1,091264	95,8	9,223473	-1,162354	91,8
Sud	7,222354	-1,028086	93,6	8,909072	-1,149773	90,0
Isole	7,709269	-1,049584	93,7	8,849621	-1,139778	89,6
<b>TIPI DI COMUNE (b)</b>						
A1	8,797754	-1,127114	97,4	9,730924	-1,196865	93,8
A2	8,073344	-1,070392	95,2	8,855651	-1,131440	90,4
B1	7,107226	-1,027208	86,8	8,515186	-1,134471	85,0
B2	7,787338	-1,056001	94,0	8,707676	-1,119984	89,6
B3	7,358386	-1,017614	92,4	8,915770	-1,135259	88,4
B4	8,222481	-1,104766	96,2	9,545872	-1,205603	92,6
<b>REGIONI</b>						
Piemonte	8,309843	-1,110293	95,8	8,791396	-1,148359	89,2
Valle d'Aosta	4,855720	-1,030195	88,2	5,513080	-1,098977	84,9
Lombardia	8,617315	-1,097565	96,2	9,381672	-1,154995	90,6
- Bolzano	7,021852	-1,153698	94,2	8,024727	-1,253093	89,2
- Trento	6,736337	-1,121927	93,2	6,975475	-1,155059	87,9
Veneto	8,289873	-1,103542	94,2	8,551724	-1,116184	89,7
Friuli-Venezia Giulia	7,511193	-1,101546	93,4	7,750944	-1,134023	89,8
Liguria	7,234751	-1,050152	95,1	8,100097	-1,129471	89,3
Emilia-Romagna	8,627075	-1,116731	92,9	8,509392	-1,100807	90,6
Toscana	7,866448	-1,078533	92,8	8,482947	-1,128262	91,2
Umbria	7,439147	-1,141110	95,0	7,716461	-1,153397	90,2
Marche	7,247226	-1,092019	95,2	7,949740	-1,152083	90,6
Lazio	8,572166	-1,099315	95,5	9,392216	-1,163661	90,6
Abruzzo	6,884073	-1,077382	92,1	7,135694	-1,089707	86,4
Molise	5,537503	-1,033740	83,5	5,743510	-1,052328	84,9
Campania	8,008658	-1,082305	94,5	8,661903	-1,123826	88,5
Puglia	7,976234	-1,091347	93,3	8,978803	-1,169792	92,2
Basilicata	6,813045	-1,113266	85,6	7,426771	-1,174495	88,2
Calabria	7,309336	-1,070424	93,1	7,865869	-1,108494	85,2
Sicilia	8,238101	-1,087073	93,7	8,971146	-1,143672	89,7
Sardegna	7,580746	-1,092980	92,4	7,862569	-1,114447	88,1

(a) Italia nord-occidentale: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria; Italia nord-orientale: Bolzano, Trento, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna; Italia centrale: Toscana, Umbria, Marche, Lazio; Italia meridionale: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria; Italia insulare: Sicilia, Sardegna.  
(b) Comuni tipo A1: Area urbana centro; Tipo A2: Area urbana periferia; Tipo B1: comuni fino a 2.000 abitanti; Tipo B2: da 2.001 a 10.000 abitanti; Tipo B3: da 10.001 a 50.000 abitanti; Tipo B4: oltre 50.000 abitanti.

**Prospetto 3 - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle FAMIGLIE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Italia	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Isole	A1	A2	B1	B2	B3	B4
20.000	28,9	29,4	28,1	28,4	22,8	26,1	30,7	28,3	21,6	26,3	25,7	25,7
30.000	23,3	23,7	22,4	22,8	18,5	21,1	24,4	22,7	17,5	21,2	20,9	20,5
40.000	20,0	20,3	19,1	19,5	15,9	18,2	20,7	19,5	15,1	18,2	18,0	17,5

50.000	17,7	18,0	16,9	17,2	14,2	16,1	18,3	17,3	13,5	16,2	16,1	15,5
60.000	16,1	16,3	15,2	15,6	12,9	14,7	16,5	15,7	12,3	14,7	14,7	14,0
70.000	14,8	15,0	14,0	14,3	12,0	13,5	15,1	14,5	11,3	13,6	13,6	12,9
80.000	13,8	14,0	13,0	13,3	11,2	12,6	14,0	13,5	10,6	12,7	12,7	11,9
90.000	12,9	13,1	12,2	12,5	10,5	11,9	13,1	12,6	10,0	11,9	11,9	11,2
100.000	12,2	12,4	11,5	11,8	10,0	11,2	12,4	11,9	9,4	11,2	11,3	10,6
200.000	8,4	8,6	7,8	8,1	7,0	7,8	8,4	8,2	6,6	7,8	8,0	7,2
300.000	6,8	6,9	6,2	6,5	5,7	6,3	6,7	6,6	5,4	6,3	6,5	5,8
400.000	5,8	5,9	5,3	5,5	4,9	5,4	5,7	5,7	4,6	5,4	5,6	4,9
500.000	5,2	5,2	4,7	4,9	4,4	4,8	5,0	5,0	4,1	4,8	5,0	4,3
750.000	4,2	4,2	3,7	3,9	3,5	3,9	4,0	4,1	3,4	3,9	4,1	3,5
1.000.000	3,6	3,6	3,2	3,4	3,0	3,4	3,4	3,5	2,9	3,3	3,5	3,0
2.000.000	2,5	2,5	2,2	2,3	2,1	2,3	2,3	2,4	2,0	2,3	2,5	2,0
3.000.000	2,0	2,0	1,7	1,8	1,7	1,9	1,8	1,9	1,6	1,9	2,0	1,6
4.000.000	1,7	1,7	1,5	1,6	1,5	-	1,5	1,7	-	1,6	1,7	1,4
5.000.000	1,5	1,5	1,3	1,4	1,3	-	1,4	-	-	1,4	1,5	1,2
7.500.000	1,2	1,2	-	-	-	-	-	-	-	1,2	1,3	-
10.000.000	1,0	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	1,1	-
15.000.000	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20.000.000	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25.000.000	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

**Prospetto 3 (segue) - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle FAMIGLIE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Piemonte	Valle d'Aosta	Lombardia	Bolzano	Trento	Veneto	Friuli-Venezia Giulia	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Umbria
20.000	26,1	6,9	32,4	11,1	11,2	26,7	18,3	20,5	29,6	24,5	14,5
30.000	20,8	5,6	26,0	8,8	8,9	21,4	14,6	16,6	23,6	19,7	11,5
40.000	17,8	4,8	22,2	7,4	7,6	18,2	12,5	14,3	20,1	16,8	9,8
50.000	15,7	4,3	19,6	6,5	6,7	16,1	11,0	12,7	17,8	14,9	8,6
60.000	14,2	-	17,7	5,9	6,1	14,6	10,0	11,5	16,0	13,5	7,7
70.000	13,0	-	16,3	5,4	5,6	13,4	9,2	10,6	14,7	12,5	7,1
80.000	12,1	-	15,2	5,0	5,2	12,4	8,5	9,9	13,7	11,6	6,6
90.000	11,3	-	14,2	4,6	4,8	11,7	8,0	9,3	12,8	10,9	6,1
100.000	10,7	-	13,4	4,4	4,5	11,0	7,5	8,8	12,1	10,3	5,8
200.000	7,3	-	9,2	-	-	7,5	5,1	6,1	8,2	7,1	3,9
300.000	5,8	-	7,3	-	-	6,0	4,1	5,0	6,5	5,7	3,1
400.000	4,9	-	6,3	-	-	5,1	3,5	4,3	5,6	4,9	-
500.000	4,4	-	5,5	-	-	4,5	3,1	3,8	4,9	4,3	-
750.000	3,5	-	4,4	-	-	3,6	-	-	3,9	3,5	-
1.000.000	3,0	-	3,8	-	-	3,1	-	-	3,3	3,0	-
2.000.000	2,0	-	2,6	-	-	-	-	-	-	-	-

**Prospetto 3 (segue) - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle FAMIGLIE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna
20.000	16,8	31,4	15,1	9,5	25,8	24,3	12,2	19,3	28,3	19,8
30.000	13,5	25,2	12,1	7,7	20,7	19,5	9,7	15,5	22,7	15,8
40.000	11,5	21,5	10,4	6,7	17,7	16,6	8,3	13,3	19,4	13,5
50.000	10,2	19,0	9,2	5,9	15,7	14,7	7,3	11,8	17,2	12,0
60.000	9,2	17,2	8,3	5,4	14,2	13,3	6,6	10,7	15,6	10,8
70.000	8,5	15,8	7,7	5,0	13,1	12,3	6,1	9,9	14,3	10,0
80.000	7,9	14,7	7,1	-	12,2	11,4	5,6	9,2	13,3	9,3
90.000	7,4	13,7	6,7	-	11,4	10,7	5,3	8,6	12,5	8,7
100.000	7,0	13,0	6,3	-	10,8	10,1	5,0	8,1	11,8	8,2
200.000	4,8	8,9	4,4	-	7,4	6,9	-	5,6	8,1	5,6
300.000	3,8	7,1	3,5	-	6,0	5,5	-	4,5	6,5	4,5
400.000	3,3	6,1	3,0	-	5,1	4,7	-	3,9	5,5	3,8
500.000	2,9	5,4	-	-	4,5	4,2	-	3,4	4,9	-
750.000	-	4,3	-	-	3,6	3,4	-	-	3,9	-
1.000.000	-	3,7	-	-	3,1	2,9	-	-	3,4	-
2.000.000	-	2,5	-	-	2,1	-	-	-	-	-

**Prospetto 4 - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle PERSONE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Italia	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Isole	A1	A2	B1	B2	B3	B4
20.000	37,1	34,4	29,2	31,9	29,0	29,6	34,6	30,9	25,7	30,4	31,2	30,2
30.000	29,3	27,2	23,3	25,2	22,9	23,5	27,2	24,6	20,4	24,2	24,8	23,7
40.000	24,8	23,0	19,8	21,3	19,4	19,9	22,9	20,9	17,3	20,6	21,1	19,9
50.000	21,7	20,3	17,5	18,7	17,1	17,5	20,0	18,4	15,3	18,2	18,6	17,4
60.000	19,5	18,2	15,8	16,8	15,4	15,8	17,9	16,6	13,8	16,4	16,7	15,6
70.000	17,9	16,7	14,5	15,4	14,1	14,5	16,4	15,2	12,6	15,1	15,3	14,2
80.000	16,5	15,4	13,5	14,2	13,1	13,4	15,1	14,1	11,7	14,0	14,2	13,1
90.000	15,4	14,4	12,6	13,3	12,2	12,5	14,1	13,2	10,9	13,1	13,3	12,2
100.000	14,5	13,6	11,9	12,5	11,5	11,8	13,2	12,4	10,3	12,3	12,5	11,5
200.000	9,7	9,1	8,1	8,4	7,7	8,0	8,7	8,4	7,0	8,4	8,5	7,5
300.000	7,6	7,2	6,4	6,6	6,1	6,3	6,8	6,7	5,5	6,7	6,7	5,9
400.000	6,5	6,1	5,5	5,6	5,2	5,4	5,8	5,7	4,7	5,7	5,7	5,0
500.000	5,7	5,4	4,9	4,9	4,6	4,7	5,0	5,0	4,1	5,0	5,0	4,3
750.000	4,5	4,2	3,9	3,9	3,6	3,7	4,0	4,0	3,3	4,0	4,0	3,4
1.000.000	3,8	3,6	3,3	3,3	3,1	3,2	3,3	3,4	2,8	3,4	3,4	2,9
2.000.000	2,5	2,4	2,2	2,2	2,1	2,1	2,2	2,3	1,9	2,3	2,3	1,9
3.000.000	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6	1,7	1,7	1,8	1,5	1,8	1,8	1,5
4.000.000	1,7	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,5	1,5	1,3	1,6	1,5	1,2
5.000.000	1,5	1,4	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,4	-	1,4	1,4	1,1
7.500.000	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	-	1,1	1,1	0,8
15.000.000	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	-	0,8	-	-	0,9	0,9	0,7
20.000.000	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25.000.000	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

**Prospetto 4 (segue) - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle PERSONE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Piemonte	Valle d'Aosta	Lombardia	Bolzano	Trento	Veneto	Friuli-Venezia Giulia	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Umbria
20.000	27,5	6,8	35,8	11,2	10,7	28,6	17,6	21,4	30,2	26,0	15,7
30.000	21,8	5,5	28,3	8,7	8,5	22,8	13,9	17,0	24,2	20,7	12,4
40.000	18,5	4,7	24,0	7,2	7,2	19,4	11,8	14,5	20,6	17,6	10,5
50.000	16,3	4,1	21,1	6,3	6,3	17,2	10,4	12,7	18,3	15,5	9,2
60.000	14,6	3,7	19,0	5,6	5,7	15,5	9,4	11,5	16,5	14,0	8,3
70.000	13,4	3,4	17,3	5,1	5,2	14,2	8,6	10,5	15,2	12,8	7,6
80.000	12,4	3,2	16,1	4,7	4,8	13,2	8,0	9,8	14,1	11,9	7,0
90.000	11,6	3,0	15,0	4,3	4,5	12,4	7,5	9,1	13,2	11,1	6,6
100.000	10,9	2,8	14,1	4,1	4,2	11,7	7,0	8,6	12,5	10,5	6,2
200.000	7,3	1,9	9,5	2,6	2,8	7,9	4,8	5,8	8,5	7,1	4,2
300.000	5,8	-	7,5	2,0	2,2	6,3	3,8	4,6	6,8	5,7	3,3
400.000	4,9	-	6,3	1,7	1,9	5,4	3,2	3,9	5,8	4,8	2,8
500.000	4,3	-	-	-	1,7	4,7	2,8	3,5	5,1	4,2	2,4
750.000	3,4	-	-	-	1,3	3,8	2,2	2,8	4,1	3,4	1,9
1.000.000	2,9	-	-	-	1,1	3,2	1,9	2,3	3,5	2,9	-
2.000.000	2,0	-	-	-	0,8	2,2	-	1,6	2,4	1,9	-
3.000.000	1,5	-	-	-	-	1,7	-	-	1,9	1,5	-
4.000.000	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.000.000	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

**Prospetto 4 (segue) - Valori interpolati degli errori campionari relativi percentuali delle stime riferite alle PERSONE per totale Italia, ripartizione geografica, tipo di comune e regione**

STIME	Marche	Lazio	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna
20.000	17,7	34,4	16,1	9,6	29,1	27,2	12,2	21,1	30,8	20,5
30.000	14,0	27,2	12,9	7,8	23,2	21,4	9,6	16,9	24,4	16,3
40.000	11,9	23,0	11,0	6,7	19,7	18,1	8,1	14,4	20,7	13,9
50.000	10,5	20,2	9,8	6,0	17,4	15,9	7,1	12,7	18,2	12,3
60.000	9,4	18,2	8,8	5,4	15,7	14,3	6,4	11,5	16,4	11,1
70.000	8,6	16,6	8,1	5,0	14,4	13,1	5,9	10,5	15,0	10,2
80.000	8,0	15,4	7,6	4,6	13,4	12,1	5,4	9,8	13,9	9,4
90.000	7,5	14,4	7,1	4,4	12,5	11,3	5,1	9,2	13,0	8,8
100.000	7,0	13,5	6,7	4,1	11,8	10,6	4,7	8,6	12,3	8,3
200.000	4,7	9,0	4,6	2,9	8,0	7,1	3,2	5,9	8,3	5,7
300.000	3,7	7,1	3,7	2,3	6,4	5,6	2,5	4,7	6,5	4,5
400.000	3,2	6,0	3,1	2,0	5,4	4,7	2,1	4,0	5,6	3,9
500.000	2,8	5,3	2,8	-	4,8	4,1	1,8	3,5	4,9	3,4
750.000	2,2	4,2	2,2	-	3,8	3,3	-	2,8	3,9	2,7
1.000.000	1,9	3,5	1,9	-	3,2	2,8	-	2,4	3,3	-
2.000.000	-	2,4	1,3	-	2,2	1,8	-	-	2,2	-
3.000.000	-	1,9	-	-	1,7	1,4	-	-	1,8	-
4.000.000	-	1,6	-	-	1,5	-	-	-	1,5	-
5.000.000	-	1,4	-	-	1,3	-	-	-	-	-

### 3.4 Esempi di calcolo degli errori campionari

#### Esempio 1

Dalla tavola 4.2 risulta che nel Lazio la stima del numero delle persone di 11 anni e più che usano internet è pari a 942 mila unità

Nella prima colonna del prospetto 4, si cerca il valore più vicino a questa stima, che è pari a 1.000.000. In corrispondenza di tale valore, per il Lazio, è riportato un errore relativo percentuale del 3,5%.

Pertanto, l'errore assoluto della stima sarà uguale a:

$$\sigma(942.000) = 0,035 \cdot 942.000 = 32.970$$

e l'intervallo di confidenza avrà come estremi:

$$942.000 - (2 \times 32.970) = 876.060$$

$$942.000 + (2 \times 32.970) = 1.007.940.$$

#### Esempio 2

Considerando la stima precedente, si possono ottenere valori più precisi dell'errore di campionamento operando mediante interpolazione lineare dei due livelli di stima consecutivi tra i quali è compreso il valore della stessa. Tali livelli sono 750.000 e 1.000.000 ai quali corrispondono, rispettivamente, i valori percentuali 4,2 e 3,5. L'errore relativo corrispondente a 942.000 è pari a:

$$\hat{\varepsilon}(942.000) = 4,2 - ((4,2 - 3,5) \times (942.000 - 750.000) / (1.000.000 - 750.000)) = 3,66\%.$$

L'errore assoluto sarà il seguente:

$$\sigma(942.000) = 0,0366 \times 942.000 = 34.500$$

e l'intervallo di confidenza avrà come estremi:

$$942.000 - (2 \times 34.500) = 873.000$$

$$942.000 + (2 \times 34.500) = 1.011.000.$$

#### Esempio 3

Il calcolo dell'errore può essere effettuato, direttamente, tramite la funzione interpolante:

$$\hat{\varepsilon}(\hat{Y}) = \sqrt{\exp(a + b \log(\hat{Y}))}$$

i cui parametri, riportati nel prospetto 2 alla riga Lazio, sono i seguenti:

$$a = 9,392216 \quad b = -1,163661.$$

Per  $\hat{Y} = 942.000$  si ha:

$$\hat{\varepsilon}(\hat{Y}) = \sqrt{\exp(9,392216 - 1,163661 \times \log(942.000))} = 0,03661.$$

L'errore relativo percentuale è quindi pari al 3,7% e il calcolo dell'errore assoluto e dell'intervallo di confidenza è del tutto analogo a quello degli esempi 1 e 2.





## Appendice D

### Indicatori di qualità

Di seguito vengono riportati alcuni degli indicatori sullo svolgimento delle interviste relative all'indagine.

**Tavola D.1 - Persone secondo le modalità di risposta ai quesiti del questionario per intervista per sesso e classe di età- Anno 2000 (composizione percentuale)**

CLASSI DI ETÀ'	HA RISPOSTO DIRETTAMENTE AI QUESITI			Totale
	Si	No	Non indicato	
		Maschi		
0-14	28,6	56,4	15,0	100,0
15-24	53,5	44,5	2,0	100,0
25-34	59,4	38,5	2,1	100,0
35-44	68,3	29,8	1,9	100,0
45-54	71,2	27,2	1,6	100,0
55-64	76,0	22,7	1,3	100,0
65-74	81,4	17,1	1,5	100,0
75 e più	80,2	18,1	1,7	100,0
<b>Totale</b>	<b>61,9</b>	<b>34,2</b>	<b>3,9</b>	<b>100,0</b>
		Femmine		
0-14	31,7	52,1	16,1	
15-24	63,6	34,2	2,2	100,0
25-34	76,9	21,1	2,0	100,0
35-44	86,4	12,0	1,6	100,0
45-54	84,4	13,6	2,0	100,0
55-64	86,7	12,0	1,3	100,0
65-74	88,2	10,6	1,3	100,0
75 e più	79,7	18,3	2,0	100,0
<b>Totale</b>	<b>74,0</b>	<b>22,2</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>
		Maschi e femmine		
0-14	30,1	54,4	15,5	
15-24	58,5	39,4	2,1	100,0
25-34	68,1	29,8	2,1	100,0
35-44	77,6	20,7	1,7	100,0
45-54	77,9	20,3	1,8	100,0
55-64	81,4	17,2	1,3	100,0
65-74	85,1	13,6	1,3	100,0
75 e più	79,9	18,2	1,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>68,1</b>	<b>28,1</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>

**Tavola D.2 - Persone secondo le modalità di risposta ai quesiti del questionario per intervista per regione - Anno 1999 (composizione percentuale)**

REGIONI	HA RISPOSTO DIRETTAMENTE AI QUESITI			Totale
	Si	No	Non indicato	
Piemonte	71,6	25,0	3,4	100,0
Valle d'Aosta	67,2	27,8	5,1	100,0
Lombardia	72,6	23,7	3,7	100,0
Trentino-Alto Adige	63,9	33,9	2,2	100,0
- Bolzano-Bozen	66,2	29,6	4,3	100,0
- Trento	61,6	38,4	-	100,0
Veneto	71,0	26,8	2,3	100,0
Friuli-Venezia Giulia	61,7	35,3	3,0	100,0
Liguria	67,9	29,5	2,7	100,0
Emilia-Romagna	70,6	25,4	3,9	100,0
Toscana	68,1	27,3	4,6	100,0
Umbria	72,9	23,8	3,3	100,0
Marche	68,0	27,9	4,1	100,0
Lazio	69,0	25,3	5,6	100,0
Abruzzo	66,1	30,4	3,5	100,0
Molise	70,6	27,4	2,0	100,0
Campania	65,2	29,3	5,5	100,0
Puglia	67,0	29,2	3,8	100,0
Basilicata	62,0	33,5	4,6	100,0
Calabria	73,5	22,7	3,7	100,0
Sicilia	64,2	31,5	4,3	100,0
Sardegna	65,6	29,5	4,9	100,0
<b>Italia</b>	68,1	28,1	3,8	100,0

**Tavola D.3 – Persone per modalità compilazione del questionario autocompilato per sesso e classe di età– Anno 1999 (composizione percentuale)**

CLASSI DI ETA'	COMPILATO DURANTE L'INTERVISTA				MODALITA' DELLA COMPILAZIONE				MOTIVO DELLA MANCATA COMPILAZIONE			
	No	Sì	Non indicato	Totale	Intervista alla persona	Intervista a un familiare	Compilato personalmente dal componente	Compilato da un familiare	Rifiuto	Assenza del rispondente	Non indicato	Totale
Maschi												
0-14	47,0	43,0	10,0	100,0	9,8	27,0	18,5	36,1	1,0	0,2	7,4	100,0
15-24	53,0	40,5	6,5	100,0	13,9	15,7	58,3	6,5	1,2	1,0	3,4	100,0
25-34	50,3	43,7	6,0	100,0	19,2	14,1	54,8	5,1	2,0	1,3	3,5	100,0
35-44	50,3	45,3	4,5	100,0	22,4	11,8	56,6	4,6	1,1	0,7	2,8	100,0
45-54	50,3	45,4	4,4	100,0	24,6	10,7	54,7	5,4	1,4	0,4	2,8	100,0
55-64	44,2	52,2	3,6	100,0	35,4	9,6	45,4	5,2	1,7	0,3	2,4	100,0
65-74	30,0	67,2	2,7	100,0	52,2	9,8	28,6	6,1	1,4	0,2	1,6	100,0
75 e più	21,3	75,9	2,8	100,0	61,2	13,5	14,7	7,5	1,4	0,1	1,7	100,0
<b>Totale</b>	<b>46,0</b>	<b>48,6</b>	<b>5,5</b>	<b>100,0</b>	<b>25,5</b>	<b>14,6</b>	<b>44,0</b>	<b>10,4</b>	<b>1,4</b>	<b>0,6</b>	<b>3,5</b>	<b>100,0</b>
Femmine												
0-14	45,5	45,1	9,4	100,0	10,8	26,2	20,6	34,0	0,9	0,1	7,3	100,0
15-24	55,2	38,1	6,7	100,0	14,3	11,2	64,8	4,3	1,3	0,9	3,2	100,0
25-34	50,7	43,7	5,6	100,0	23,1	7,3	61,0	3,0	1,4	0,7	3,5	100,0
35-44	50,6	44,4	5,0	100,0	26,7	5,4	60,9	2,9	1,1	0,2	2,8	100,0
45-54	49,3	45,4	5,3	100,0	29,9	5,8	54,9	4,4	1,4	0,3	3,3	100,0
55-64	37,6	58,5	3,8	100,0	44,2	6,1	40,5	5,8	1,3	0,2	1,9	100,0
65-74	24,1	73,4	2,5	100,0	62,4	6,5	21,4	6,8	1,1	0,2	1,6	100,0
75 e più	19,7	77,3	3,0	100,0	62,7	13,4	9,1	11,3	1,3	0,3	1,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>43,4</b>	<b>51,2</b>	<b>5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>31,7</b>	<b>10,2</b>	<b>44,0</b>	<b>9,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,4</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>
Maschi e femmine												
0-14	46,3	44,0	9,7	100,0	10,3	26,6	19,5	35,1	1,0	0,1	7,4	100,0
15-24	54,1	39,3	6,6	100,0	14,1	13,5	61,5	5,4	1,2	0,9	3,3	100,0
25-34	50,5	43,7	5,8	100,0	21,2	10,7	57,9	4,1	1,7	1,0	3,5	100,0
35-44	50,4	44,8	4,8	100,0	24,6	8,5	58,8	3,7	1,1	0,4	2,8	100,0
45-54	49,8	45,4	4,8	100,0	27,3	8,2	54,8	4,9	1,4	0,3	3,0	100,0
55-64	40,9	55,4	3,7	100,0	39,9	7,8	42,9	5,5	1,5	0,3	2,1	100,0
65-74	26,8	70,6	2,6	100,0	57,8	8,0	24,7	6,5	1,3	0,2	1,6	100,0
75 e più	20,3	76,8	2,9	100,0	62,1	13,4	11,2	9,9	1,3	0,2	1,8	100,0
<b>Totale</b>	<b>44,6</b>	<b>49,9</b>	<b>5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>28,7</b>	<b>12,3</b>	<b>44,0</b>	<b>9,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,5</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>

**Tavola D.4 - Persone di 14 anni e più per modalità compilazione del questionario autocompilato per regione – Anno 1999 (composizione percentuale)**

REGIONI	COMPILATO DURANTE L'INTERVISTA				MODALITA' DELLA COMPILAZIONE				MOTIVO DELLA MANCATA COMPILAZIONE			
	No	Sì	Non indicato	Totale	Intervista alla persona	Intervista a un familiare	Compilato personalmente dal componente	Compilato da un familiare	Rifiuto	Assenza del rispondente	Non indicato	Totale
Piemonte	42,8	52,0	5,2	100,0	32,3	10,6	44,5	7,6	1,7	0,3	3,1	100,0
Valle d'Aosta	57,7	36,5	5,8	100,0	24,2	6,3	52,2	11,3	2,8	0,6	2,6	100,0
Lombardia	51,0	44,4	4,6	100,0	24,2	7,6	54,9	8,4	1,5	0,3	3,2	100,0
Trentino-Alto Adige	60,5	37,3	2,2	100,0	20,1	7,6	54,5	10,8	4,2	1,5	1,3	100,0
- Bolzano-Bozen	47,9	47,8	4,3	100,0	25,4	8,6	50,4	11,0	1,0	1,0	2,6	100,0
- Trento	73,5	26,5		100,0	14,7	6,5	58,6	10,7	7,4	2,0		100,0
Veneto	59,8	36,0	4,3	100,0	19,5	6,1	60,5	9,3	1,0	0,3	3,3	100,0
Friuli-Venezia Giulia	47,0	47,1	5,9	100,0	25,8	12,0	44,3	11,3	2,7	0,4	3,4	100,0
Liguria	41,9	55,2	2,9	100,0	29,0	12,4	46,8	8,4	0,6	0,8	2,0	100,0
Emilia-Romagna	38,3	58,2	3,5	100,0	33,6	13,4	42,2	7,8	0,5	0,3	2,0	100,0
Toscana	46,9	48,3	4,9	100,0	28,2	11,4	48,8	7,2	0,9	0,4	3,1	100,0
Umbria	51,7	43,8	4,5	100,0	30,0	9,7	46,9	9,7	1,7	0,4	1,8	100,0
Marche	46,3	44,3	9,4	100,0	22,6	9,4	48,3	11,8	1,7	0,4	5,8	100,0
Lazio	40,3	48,3	11,3	100,0	32,5	12,0	36,4	8,3	2,5	0,1	8,1	100,0
Abruzzo	42,2	52,5	5,3	100,0	31,1	12,3	40,8	10,6	1,3	0,5	3,4	100,0
Molise	43,5	51,8	4,7	100,0	34,1	10,7	40,4	11,6	0,9		2,4	100,0
Campania	29,4	66,4	4,2	100,0	39,1	22,1	26,4	9,4	0,1	0,2	2,8	100,0
Puglia	39,7	56,2	4,1	100,0	28,5	16,9	40,6	10,8	0,1	0,6	2,5	100,0
Basilicata	35,1	56,3	8,6	100,0	34,5	17,1	27,4	12,1	1,1	0,9	7,0	100,0
Calabria	38,2	55,6	6,2	100,0	34,6	12,2	39,3	9,0	0,8	0,7	3,3	100,0
Sicilia	37,3	56,1	6,6	100,0	29,1	20,5	35,2	10,7	0,4	0,1	4,0	100,0
Sardegna	53,6	39,9	6,5	100,0	20,1	8,7	51,2	14,4	1,3	1,0	3,4	100,0
<b>Italia</b>	<b>44,6</b>	<b>49,9</b>	<b>5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>28,7</b>	<b>12,3</b>	<b>44,0</b>	<b>9,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,5</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>

**Tavola D.5 – Famiglie con almeno due componenti per numero di componenti che hanno fornito le notizie sulla scheda familiare per regione - Anno 1999 (composizione percentuale)**

REGIONI	NUMERO DI RISPONDENTI			Totale
	1 componente	Più componenti	Non indicato	
Piemonte	50,7	48,4	0,9	100,0
Valle d'Aosta	52,1	46,3	1,6	100,0
Lombardia	46,3	53,0	0,7	100,0
Trentino-Alto Adige	54,2	44,8	1,0	100,0
- Bolzano-Bozen	54,6	43,5	2,0	100,0
- Trento	53,9	45,9	0,2	100,0
Veneto	41,1	57,2	1,7	100,0
Friuli-Venezia Giulia	53,1	45,8	1,0	100,0
Liguria	53,5	44,6	2,0	100,0
Emilia-Romagna	49,9	48,3	1,8	100,0
Toscana	47,2	49,3	3,6	100,0
Umbria	42,1	56,3	1,6	100,0
Marche	48,7	48,9	2,4	100,0
Lazio	56,5	41,6	1,8	100,0
Abruzzo	46,5	49,8	3,7	100,0
Molise	47,9	47,0	5,2	100,0
Campania	50,0	47,4	2,6	100,0
Puglia	48,3	48,6	3,2	100,0
Basilicata	51,3	46,7	2,0	100,0
Calabria	45,6	53,1	1,3	100,0
Sicilia	65,0	33,7	1,4	100,0
Sardegna	43,8	53,3	2,8	100,0
<b>Italia</b>	<b>49,8</b>	<b>48,2</b>	<b>2,0</b>	<b>100,0</b>

**Tavola D.6 – Famiglie per disponibilità all'intervista e regione - Anno 1999 (composizione percentuale)**

REGIONI	DISPONIBILITA' ALL'INTERVISTA							Totale
	Sempre scarsa	Scarsa all'inizio poi migliore	Buona all'inizio poi scarsa	Sufficiente	Buona	Molto interessata	Non indicato	
Piemonte	3,6	5,6	3,2	15,9	52,0	13,3	6,4	100,0
Valle d'Aosta	2,7	1,5	4,0	17,5	56,9	4,2	13,1	100,0
Lombardia	2,7	4,6	2,0	19,2	50,5	16,6	4,4	100,0
Trentino-Alto Adige	3,8	1,7	3,2	26,1	45,4	16,6	3,2	100,0
- Bolzano-Bozen	3,6	2,0	4,1	24,6	40,7	18,5	6,6	100,0
- Trento	4,0	1,4	2,4	27,6	49,8	14,8		100,0
Veneto	3,4	3,9	2,7	13,5	52,3	17,7	6,5	100,0
Friuli-Venezia Giulia	2,1	5,1	1,5	14,8	53,1	18,9	4,5	100,0
Liguria	4,2	5,5	2,0	17,2	53,9	10,2	7,0	100,0
Emilia-Romagna	4,6	4,7	3,4	18,7	53,9	10,5	4,2	100,0
Toscana	4,2	3,7	3,9	17,6	47,4	16,8	6,5	100,0
Umbria	4,9	4,6	1,3	18,3	48,2	17,3	5,4	100,0
Marche	4,2	5,0	1,9	22,2	48,4	12,2	6,1	100,0
Lazio	3,5	5,7	5,0	18,7	44,5	11,9	10,7	100,0
Abruzzo	3,0	5,6	4,6	22,0	46,9	10,4	7,6	100,0
Molise	3,5	3,5	1,0	27,9	42,0	9,9	12,1	100,0
Campania	6,6	10,0	5,8	33,6	27,1	7,5	9,4	100,0
Puglia	3,2	8,2	3,2	21,9	39,3	15,0	9,3	100,0
Basilicata	4,1	2,4	3,5	25,9	39,5	15,4	9,2	100,0
Calabria	4,9	7,5	3,0	25,7	38,1	13,2	7,6	100,0
Sicilia	4,9	7,8	3,3	28,3	37,3	8,6	9,8	100,0
Sardegna	3,3	4,7	2,6	16,5	47,3	17,8	7,7	100,0
<b>Italia</b>	<b>3,9</b>	<b>5,3</b>	<b>3,2</b>	<b>21,2</b>	<b>45,8</b>	<b>13,4</b>	<b>7,2</b>	<b>100,0</b>



## **Appendice E**

### **Il modello di rilevazione**



--	--

<b>6</b>	RISERVATO ISTAT	
----------	-----------------	--



**Col. 1 Numero d'ordine dei componenti**

N° d'ordine progressivo per tutte le persone che vengono elencate nella scheda (codice a 2 cifre)

**Col. 2 Residenza all'indirizzo**

Dimorante abitualmente

- presente .....	1
- temporaneamente presente .....	2

**Col. 3 Relazione di parentela con PR**

PR (persona di riferimento del questionario) .....	01
Coniuge di 01 .....	02
Convivente (coniugalmente) di 01 .....	03
Genitore (coniuge del genitore, convivente del genitore) di 01 .....	04
Genitore (coniuge del genitore, convivente del genitore) del coniuge o del convivente di 01 .....	05
Figlio di 01 nato dall'ultimo matrimonio o convivenza .....	06
Figlio di 01 o del coniuge o convivente nato da precedente matrimonio o convivenza (a) .....	07
Coniuge del figlio di 01 (o del coniuge o convivente di 01) ....	08
Convivente del figlio di 01 (o del coniuge o convivente di 01) .....	09
Nipote (=figlio del figlio) di 01 (o del coniuge o convivente di 01) .....	10
Nipote (=figlio del fratello/sorella) di 01 (o del coniuge o convivente di 01) .....	11
Fratello/sorella di 01 .....	12
Fratello/sorella del coniuge o convivente di 01 .....	13
Coniuge del fratello/sorella di 01(o del coniuge o convivente di 01) .....	14
Convivente del fratello/sorella di 01(o del coniuge o convivente di 01) .....	15
Altro parente di 01(o del coniuge o convivente di 01) .....	16
Persona legata da amicizia .....	17

**Col. 4 Sesso**

Maschio .....	1
Femmina .....	2

**Col. 5 Anno di nascita**

Indicare l'anno di nascita con 4 cifre (es. 1952)

**Col. 6 Stato civile (6 anni e più)**

Celibe o nubile .....	1
Coniugato/a coabitante col coniuge .....	2
<u>Coniugato/a non coabitante col coniuge (separato/a di fatto)</u> .....	3
Separato/a legalmente .....	4
Divorziato/a .....	5
Vedovo/a .....	6

**Col. 7 Titolo di studio più alto conseguito (6 anni e più)**

Dottorato di ricerca o specializzazione post-laurea .....	1
Laurea .....	2
Diploma universitario .....	3
Diploma o qualifica di scuola media sup. (4-5 anni) .....	4
Diploma o qualifica di scuola media sup. (2-3 anni) .....	5
Licenza di scuola media inferiore .....	6
Licenza elementare .....	7
Nessun titolo - sa leggere e scrivere .....	8
Nessun titolo - non sa leggere e scrivere .....	9

**Col. 8 Condizione (15 anni e più)**

Occupato .....	1
----------------	---

In cerca di nuova occupazione .....	2
In cerca di prima occupazione .....	3
In servizio di leva o servizio civile sostitutivo .....	4
Casalinga .....	5
Studente .....	6
Inabile al lavoro .....	7
Persona ritirata dal lavoro .....	8
In altra condizione (pensione sociale/guerra, benestante) .....	9

**Col. 9 In passato ha lavorato?**

(per le "casalinghe", gli "studenti", gli "inabili al lavoro" e coloro che sono "in altra condizione")

No .....	1
Si .....	2

**Col. 10 Posizione nella professione**

(per gli occupati e coloro che hanno lavorato in passato)

*Alle dipendenze come:*

Dirigente .....	01
Direttivo, quadro .....	02
Insegnanti scuola media inferiore o superiore .....	03
Insegnanti scuola materna o elementare .....	04
Impiegato, intermedio .....	05
Capo operaio, operaio subalterno ed assimilati .....	06
Apprendista .....	07
Lavorante a domicilio per conto d'impresе .....	08

*Autonomo come:*

Imprenditore .....	09
Libero professionista .....	10
Lavoratore in proprio .....	11
Socio di cooperativa di produzione di beni e/o prestazioni di servizio .....	12
Coadiuvante .....	13

**Col. 11 Attività economica (per gli occupati e coloro che hanno lavorato in passato)**

Agricoltura, caccia, pesca .....	1
Industria, estrazione, manifatture, energia .....	2
Costruzioni .....	3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, alberghi e ristoranti .....	4
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni .....	5
Intermediazioni, noleggio, altre attività professionali .....	6
Pubblica amministrazione e difesa .....	7
Istruzione, sanità e altri servizi sociali .....	8
Altri servizi .....	9

**Col. 12 Numero di dipendenti (esclusi i parenti conviventi e non)**

(se imprenditori, liberi professionisti o lavoratori in proprio occupati o che hanno lavorato in passato)

□□□□

**Col. 13 Tipo di orario**

(per tutti gli occupati)

Tempo pieno .....	1
Tempo parziale .....	2

**Col. 14 Tipo di contratto**

(per gli occupati che lavorano alle dipendenze, cod. 1--8 col.10)

A tempo indeterminato .....	1
A tempo determinato .....	2

**Col. 15 Fonte di reddito principale (15 anni e più)**

Reddito da lavoro dipendente .....	1
------------------------------------	---

Reddito da lavoro autonomo .....	2
Pensione .....	3
Indennitàe provvidenze varie .....	4
Redditi patrimoniali .....	5
Mantenimento da parte dei familiari .....	6

**Col. 16 Anno matrimonio attuale**

Indicare l'anno di matrimonio con 4 cifre (es. 1952)

**Col. 17 Stato civile precedente**

Celibe o nubile .....	1
Divorziato/a .....	5
Vedovo/a .....	6

---

*A col. 3 il cod. 07 va utilizzato solo nel caso di due o più matrimoni (o convivenze). Nel caso di un solo matrimonio (o convivenza) anche se cessato utilizzare cod. 06.*

Data di nascita.....Giorno [ ] [ ] Mese [ ] [ ] Anno [ ] [ ] [ ] [ ]  
 Sesso Maschio.....1 •  
 Femmina.....2 •

**ATTENZIONE! qui finisce il questionario per le persone da 0 a 2 anni, continuare per gli altri**

**1. TELEVISIONE** (PER LE PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ)

**1.1 Ha l'abitudine di guardare la televisione?**

- NO ..... 1 • † passare al quesito 2.1  
 Sì , tutti i giorni..... 2 •  
 Sì , qualche giorno.....3 •

(Se guarda la televisione)

**1.2 Nei giorni in cui guarda la televisione per quanto tempo (al giorno) la guarda approssimativamente?**

[ ] [ ] ore [ ] [ ] minuti  
 non so • 9999

**1.3 In quali momenti della giornata guarda la televisione, e prevalentemente con chi (da solo o con i familiari)?**

(Attenzione! Al massimo una risposta per ogni riga)

	Da solo	Con familiari
Al mattino appena alzato .....	1 •	2 •
Durante la mattinata .....	3 •	4 •
All'ora di pranzo .....	5 •	6 •
Nel primo pomeriggio .....	7 •	8 •
Nel tardo pomeriggio .....	1 •	2 •
All'ora di cena .....	3 •	4 •
Dopo cena .....	5 •	6 •
Di notte .....	7 •	8 •
Quando capita .....	1 •	2 •

**1.4 Indichi le trasmissioni che più segue alla TV**

(possibili più risposte)

- Telegiornale .....01 •
- Culturali .....02 •
- Documentari .....03 •
- Politiche (tribune, dibattiti).....04 •
- Sportive .....05 •
- Programmi religiosi e di culto .....06 •
- Film .....07 •
- Telefilm .....08 •
- Telenovelas e soap-opera.....09 •
- Racconti a puntate (sceneggiati o serial) .....10 •
- Moda.....11 •
- Dibattiti e attualità con ospiti e pubblico .....10 •
- Giochi a quiz.....12 •
- Rivista e varietà programmi comici .....13 •
- Musica.....14 •
- Salute, natura, ambiente e viaggi.....15 •

- Per bambini e ragazzi, cartoni animati ..... 16 •
- Programmi di televendita ..... 17 •
- Programmi di astrologia, magia, cartomanzia, ecc..... 18 •
- Previsioni del tempo ..... 19 •
- Quello che capita ..... 20 •
- Altro (specificare) ..... 21 •

**1.5 Con che frequenza le capita di guardare programmi a pagamento sia in casa che fuori casa (pay-Tv, pay per view, video on demand..)?**

- Tutti i giorni..... 1 •
- Qualche volta a settimana.. 2 •
- Una volta a settimana..... 3 •
- Qualche volta al mese..... 4 •
- Qualche volta all'anno..... 5 •
- Mai.....6 • † passare al quesito 2.1

(Se guarda programmi a pagamento almeno una volta all'anno)

**1.6 Quando guarda programmi a pagamento segue canali tematici e/o canali misti/generici?**

(possibili più risposte)

- Canali tematici..... 1 •
- Canali misti, generici..... 2 •

**1.7 Quando guarda programmi a pagamento dove li guarda in genere?**

(possibili più risposte)

- A casa sua .....1 •
- A casa di amici / parenti .....2 •
- Bar, locali, circoli.....3 •
- Altro.....4 •

**2. VIDEOGIOCHI E VIDEOCASSETTE** (PER LE PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ)

**2.1 Con che frequenza nel suo tempo libero svolge le seguenti attività?**

(una risposta per ogni riga)

Una o più volte a sett.    Una o più volte al mese    Più raramente    Mai

Gioca con i videogiochi

a casa	..	1 •	2 •	3 •	4 •
Scambia videogiochi	.....	5 •	6 •	7 •	8 •

## 2.2 Lei guarda videocassette?

- Tutti i giorni..... 1 •  
 Qualche volta a settimana..2 •  
 Una volta a settimana..... 3 •  
 Qualche volta al mese..... 4 •  
 Qualche volta all'anno..... 5 •  
 Mai..... 6 • † passare al quesito 3.1

(Se guarda le videocassette)

## 2.3 Può dirmi quanto spesso guarda in videocassetta i seguenti tipi di programmi?

(una risposta per ogni riga)

	Una o più volte a sett.	Una più volte al mese	Più raramente	Mai
Film.....	1 •	2 •	3 •	4 •
Cartoni animati.....	5 •	6 •	7 •	8 •
Documentari.....	1 •	2 •	3 •	4 •
Musica, concerti.....	5 •	6 •	7 •	8 •
Sport.....	1 •	2 •	3 •	4 •
Altro.....	5 •	6 •	7 •	8 •

**ATTENZIONE!** Le persone da 3 a 10 anni vanno a quesito 3.1, continuare per gli altri

(Per tutte le persone di 11 anni e più)

## 2.4 Con che frequenza nel suo tempo libero le capita di:

(Una risposta per ogni riga)

	Una o più volte alla settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
Registrare videocassette	1 •	2 •	3 •	4 •
Acquistare videocassette	5 •	6 •	7 •	8 •
Noleggiare videocassette	1 •	2 •	3 •	4 •
Prestare o farsi prestare videocassette	5 •	6 •	7 •	8 •
Registrare audiocassette	1 •	2 •	3 •	4 •

## 3. RADIO

(PER LE PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ)

### 3.1 Ha l'abitudine di ascoltare la radio?

- Tutti i giorni..... 1 •  
 Qualche volta a settimana.. 2 •  
 Una volta a settimana..... 3 •  
 Qualche volta al mese..... 4 •  
 Qualche volta all'anno..... 5 •  
 Mai..... 6 • † passare al quesito 4.1

(Se ascolta la radio)

### 3.2 Di solito, ascolta la radio:

(possibili più risposte)

- Mentre si lava o si prende cura della propria persona....1 •  
 Mentre mangia .....2 •  
 Mentre svolge le faccende domestiche.....3 •  
 Mentre studia o lavora.....4 •  
 Fuori casa durante gli spostamenti  
 - con l'autoradio.....5 •  
 - con il walkman .....6 •  
 Nei momenti di tempo libero .....7 •  
 Altro..... 8 •

### 3.3 Nei giorni in cui ascolta la radio, per quanto tempo (al giorno) l'ascolta approssimativamente?

Ore |\_|\_| minuti |\_|\_|  
 non so • 9999

### 3.4 Indichi le trasmissioni che più segue alla radio:

(possibili più risposte)

- Giornale radio.....01 •  
 Attualità .....02 •  
 Culturali .....03 •  
 Politiche, tribune, dibattiti .....04 •  
 Sportive .....05 •  
 Religiose.....06 •  
 Basate sul rapporto (telefonico) col pubblico .....07 •  
 Giochi a quiz .....08 •  
 Musica leggera.....09 •  
 Musica classica e lirica ..... 10 •  
 Altra musica..... 11 •  
 Varietà e intrattenimento ..... 12 •  
 Prosa ..... 13 •  
 Per bambini e ragazzi ..... 14 •  
 Trasmissioni di quartiere ..... 15 •  
 Quello che capita ..... 16 •

Altro (specificare)..... 17 •

#### 4. PERSONAL COMPUTER (PER LE PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ)

##### 4.1 Lei usa il personal computer?

- Tutti i giorni..... 1 •
- Qualche volta a settimana. 2 •
- Una volta a settimana..... 3 •
- Qualche volta al mese..... 4 •
- Qualche volta all'anno..... 5 •
- Mai..... 6 • † **passare al quesito 5.1**

(Per chi usa il personal computer)

##### 4.2 Nei giorni in cui usa il personal computer e/o si collega ad internet, per quanto tempo (al giorno) lo fa approssimativamente?

Ore |\_|\_| minuti |\_|\_|

non so • 9999

##### 4.3 Per che cosa utilizza principalmente il personal computer?

(possibili più risposte)

- Per avere informazioni, consultare, documentarsi (ricerca su database ...) ..... 01 •
- Per sviluppo applicazioni multimediali..... 02 •
- Scrittura..... 03 •
- Grafica (disegno, architettura, arredamento....)..... 04 •
- Calcolo, elaborazione ..... 05 •
- Per tenere la contabilità ..... 07 •
- Per collegarmi ad internet, utilizzare la posta elettronica..... 08 •
- Simulazione in ambito professionale..... 09 •
- Gioco ..... 10 •
- Impaginazione (editoria elettronica) ..... 11 •
- Programmazione ..... 12 •
- Archiviazione ..... 13 •
- Presentazioni..... 14 •
- Pianificazione attività ..... 15 •
- Composizione musicale / trattamento del suono ..... 16 •
- Altro (specificare)..... 17 •

##### 4.4 Con quale frequenza usa il personal computer in casa e con quale frequenza fuori casa?

(Una risposta per ogni riga)

	Tutti i giorni	Qualche volta alla settimana	Una volta alla settimana	Qualche volta al mese	Più raramente	Mai
A casa	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •
Fuori casa	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •

##### 4.5 Approssimativamente con quale frequenza usa il personal computer per le seguenti attività

(una risposta per ogni riga)

	Tutti i giorni	Qualche volta alla settimana	Una volta alla settimana	Qualche volta al mese	Qualche volta all'anno	Mai
Giocare	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •
Studiare/fare i compiti	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •
Lavorare	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •
Comunicare con altre persone	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •

##### 4.6 Quali delle seguenti attività svolge utilizzando il Pc in casa e quali fuori casa?

(possibili più risposte per riga)

	A casa	Fuori casa
Giocare	1 •	2 •
Studiare/fare i compiti	3 •	4 •
Lavorare	5 •	6 •
Comunicare con altre persone	7 •	8 •

##### 4.7 Lei usa un lettore di CD-Rom o un lettore DVD?

- Non so cosa sia..... 1 • **passare a q. 5.1**
- NO..... 2 •
- Sì ..... 3 •

(Se usa un lettore di Cd-Rom o DVD)

##### 4.8 Approssimativamente quanto spesso usa Cd Rom (esclusi i Cd musicali) o dischi DVD per:

(una risposta per ogni riga)

	Una o più volte alla settimana	Una o più volte al mese	Più raramente	Mai
Svago nel tempo libero	1 •	2 •	3 •	4 •
Studio	5 •	6 •	7 •	8 •
Lavoro	1 •	2 •	3 •	4 •

#### 4.9 Che tipo di Cd Rom usa? (esclusi i Cd musicali)

*(possibili più risposte)*

Pacchetti professionali.....	01 •
(per statistici, architetti, economisti ....)	
Giochi .....	02 •
Educativi, manuali tecnici, didattici (corsi, ecc.).....	03 •
Arte, storia, cultura, letteratura e scienza (esclusa enciclopedia).....	04 •
Enciclopedie multimediali .....	05 •
Immagini, fotografie, arte digitale .....	06 •
Guide .....	07 •
Banche dati .....	08 •
Sport.....	09 •
Software, programmi di installazione.....	10 •
Altri.....	11 •

**ATTENZIONE! Qui finisce il questionario per le persone da 3 a 5 anni, continuare per gli altri**

### 16. TELEFONI CELLULARI

*(PER LE PERSONE DI 11 ANNI E PIÙ)*

#### 16.1 Lei usa il cellulare? Se sì con quale frequenza?

Tutti i giorni.....	1 •
Qualche volta a settimana..	2 •
Una volta a settimana.....	3 •
Qualche volta al mese.....	4 •
Qualche volta all'anno.....	5 •
Mai.....	6 • † passare al quesito 17.1

*(se usa il cellulare almeno qualche volta all'anno)*

#### 16.2 Delle diverse possibilità offerte dal cellulare quali utilizza?

*(possibili più risposte. leggere tutte le risposte)*

Lo usa per telefonare.....	1 •
La segreteria telefonica.....	2 •
Il controllo dei consumi (scatti, durata della conversazione) .....	3 •
La rubrica telefonica.....	4 •
Trasmissione-ricezione di piccoli messaggi di testo .....	5 •
L'agenda-diario.....	6 •
Spedizione fax.....	7 •
Collegamento internet.....	8 •

Acquisti, consultazioni servizi finanziari e simili.....	9 •
Altro (specificare).....	0 •

#### 16.3 Per quali dei seguenti motivi lei usa il cellulare?

*(massimo 3 risposte)*

Per ragioni di lavoro .....	01 •
Per il piacere di parlare con chi voglio, in qualsiasi momento ed in qualunque luogo.....	02 •
Per essere più facilmente in contatto con i genitori, familiari.....	03 •
Per essere più facilmente in contatto con gli amici.....	04 •
Perché ho genitori/parenti anziani, malati .....	05 •
Per poter essere più facilmente assistito (salute/handicap).....	06 •
Perché mi sento più sicuro/a in caso di difficoltà/pericolo .....	07 •
Per poter far meglio fronte a imprevisti, contrattempi, urgenze .....	08 •
Perché è comodo senza dover cercare un telefono pubblico.....	09 •
Non indica/Non sa.....	10 •
Altro (specificare).....	11 •

#### 16.4 Con quali persone lei comunica più frequentemente tramite il cellulare?

*(possibili più risposte)*

Fidanzato/a.....	1 •
Genitori .....	2 •
Figli.....	3 •
Coniuge/partner.....	4 •
Altri parenti .....	5 •
Amici.....	6 •
Collegli, datore di lavoro .....	7 •
Clienti/pazienti .....	8 •
Altro (specificare).....	9 •

### 17. INTERNET

*(PER LE PERSONE DI 11 ANNI E PIÙ)*

#### 17.1 Con che frequenza lei usa internet?

Tutti i giorni	1 •	
Qualche volta a settimana	2 •	
Una volta a settimana	3 •	
Qualche volta al mese	4 •	
Qualche volta all'anno	5 •	
Mai	6 •	
Non so cosa sia	7 •	passare al quesito 18.1

*(se usa internet almeno qualche volta nell'anno)*

#### 17.2 Con quale mezzo si collega?

*(possibili più risposte)*

Personal computer.....	1 •
TV.....	2 •
Cellulare.....	3 •
Altro (specificare).....	4 •

**17.3 Lei utilizza internet per spedire/ricevere e-mail, cioè per mandare messaggi ad altre persone o riceverli?**

NO.....1 • † passare al quesito 17.5  
Sì.....2 •

**(Se usa l'e-mail)**

**17.4 Approssimativamente, quanti messaggi invia in media in una settimana e quanti messaggi riceve?**

Numero messaggi inviati a settimana.....|\_|\_|\_| circa  
Numero messaggi ricevuti a settimana .....|\_|\_|\_| circa

**(per tutte le persone che usano internet)**

**17.5 Lei utilizza internet per le seguenti attività?**

*(possibili più risposte)*

- Partecipare a chat, newsgroup, forum... ..... 1 •
- Avere informazioni (giornali, riviste ...) .....2 •
- Acquisire documenti e informazioni varie (Banche dati, bibliografie ...).....3 •
- Utilizzare servizi (anagrafici, bancari, asl, orari ..... ) .....4 •
- Fare acquisti (esclusa attività finanziaria) ..... 5 •
- Cercare lavoro .....6 •
- Giocare o altro divertimento..... 7 •
- Acquistare e vendere attività finanziarie, titoli .....8 •
- Altro (specificare) .....9 •

**(Se fa acquisti tramite internet, altrimenti andare a quesito 17.7)**

**17.6 In genere che cosa compra tramite internet?**

*(possibili più risposte)*

- Alimentari e bevande ..... 01 •
- Abbigliamento, calzature .....02 •
- Mobili, articoli arredamento, elettrodomestici ..... 03 •
- Apparecchi e accessori audiovisivi, fotografici ..... 04 •
- Cellulari e accessori ..... 05 •
- Libri, giornali, riviste ..... 06 •
- Musica e video (CD, videocassette, file musicali...) .... 07 •
- Articoli per la cura della persona ..... 08 •
- Pc e accessori (incluso software) ..... 09 •
- Biglietti (spettacoli, mostre, treni, aerei...) ..... 10 •
- Vacanze (alberghi, pensioni e viaggi organizzati..) ..... 11 •
- Altro (specificare)..... 12 •

**(Per tutte le persone che usano internet)**

**17.7 Quali dei seguenti tipi di siti web visita più di frequente?**

*(possibili più risposte)*

- Affari e economia ..... 01 •
- Arte e cultura .....02 •
- Attualità e media ..... 03 •
- Divertimento e spettacolo ..... 04 •
- Informatica e internet ..... 05 •
- Istituzioni (Governo, Diritto, Politica, Enti locali e servizi per il cittadino) ..... 06 •
- Associazioni e società civile

- (volontariato, diritti civili, difesa dei consumatori ecc..) 07 •
- Istruzione e formazione (Università Scuola...) ..... 08 •
- Medicina e salute ..... 09 •
- Scienze e tecnologia ..... 10 •
- Cucina..... 11 •
- Religione..... 12 •
- Sport ..... 13 •
- Tempo libero e viaggi ..... 14 •
- Altro (specificare)..... 15 •

**17.8 Con che frequenza si collega a internet da casa e con frequenza da fuori casa?**

*(una risposta per ogni riga)*

	Tutti i giorni	Qualche volta alla settimana	Una volta alla settimana	Qualche volta al mese	Più raramente	Mai
Da casa	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •
Da fuori casa	1 •	2 •	3 •	4 •	5 •	6 •

**17.9 Quali delle seguenti attività svolge collegandosi a internet da casa e quali collegandosi da fuori casa?**

*(possibili più risposte per riga)*

	Da casa	Da fuori casa
Svago nel tempo libero	1 •	2 •
Studio	3 •	4 •
Lavoro	5 •	6 •





**Famiglie e società**

## **I cittadini e le tecnologie della comunicazione**

*Indagine Multiscopo sulle famiglie  
"I cittadini e il tempo libero" – Anno 2000*

Il volume presenta i risultati dell'indagine Multiscopo "I cittadini e il tempo libero" 2000, relativi ai comportamenti legati al tempo libero e all'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Nel volume vengono presi in considerazione i dati sull'uso della televisione, di videogiochi e videocassette, del personal computer e di internet, sull'ascolto della radio e sull'utilizzo dei telefoni cellulari. Sono state raggiunte 19.996 famiglie, per un totale di 54.239 individui. L'analisi è stata condotta prendendo in considerazione le caratteristiche anagrafiche, sociali e territoriali degli individui, in modo da evidenziare il rapporto e il grado di familiarizzazione degli italiani con i media e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Il volume è corredato da un floppy disk che contiene le tavole presenti nel volume e tavole aggiuntive in formato Ascii.

*Il Sistema di indagini sociali Multiscopo è costituito da un'indagine annuale sugli "Aspetti della vita quotidiana", un'indagine trimestrale su "Viaggi e vacanze" e cinque indagini tematiche che ruotano con cadenza quinquennale su "Condizioni di salute e ricorso ai servizi sanitari", "I cittadini e il tempo libero", "Sicurezza dei cittadini", "Famiglia, soggetti sociali e condizione dell'infanzia", "Uso del tempo".*