



**MASTERFORM**

## **ISTITUZIONI PUBBLICHE E CITTADINI: UN DIALOGO POSSIBILE?**

Una ricerca Istituto Cattaneo – Associazione Italiana  
di Comunicazione Pubblica e Istituzionale

Settembre 2002



Fondazione di ricerca **Istituto Carlo Cattaneo**



COMUNICAZIONE  
PUBBLICA

**Associazione Italiana della  
Comunicazione Pubblica e Istituzionale**



La presente ricerca è stata svolta dall'Istituto Carlo Cattaneo su commissione dell'Associazione italiana di comunicazione pubblica e istituzionale tra il mese di maggio e il mese di agosto 2002. La ricerca è stata diretta e il presente rapporto redatto da Mattia Miani, con la supervisione di Giancarlo Gasperoni e Salvatore Vassallo.

## INDICE

1.	Introduzione	1
1.1.	La comunicazione pubblica in Italia	1
1.2.	La ricerca: obiettivi conoscitivi e metodo	3
2.	Il contatto con la pubblica amministrazione	6
2.1.	Il «non contatto»	10
2.2.	Contatto telefonico e personale: complementari o sostitutivi?	10
2.3.	Un indice di contatto con la pubblica amministrazione	12
3.	Quali media per comunicare con la pubblica amministrazione	14
3.1.	Una tipologia di utenti fra <i>new</i> e <i>old media</i>	19
4.	Call center e Urp	22
4.1.	La pubblica amministrazione al telefono	22
4.2.	Gli Uffici relazioni con il pubblico	24
5.	Il bisogno di informazione	27
5.1.	L'interesse per i temi della pubblica amministrazione	27
5.2.	L'interesse per una maggiore attività d'informazione pubblica	29
5.3.	L'Unione Europea	31
6.	La qualità della comunicazione pubblica	34
6.1.	La comprensibilità del linguaggio delle istituzioni	34
6.2.	La comprensibilità degli impiegati pubblici	42
6.3.	Un giudizio sulla qualità dell'informazione	44
6.4.	La facilità di orientarsi nella pubblica amministrazione	45
7.	Comunicazione pubblica e nuove tecnologie	47
7.1.	Chi usa Internet? Il <i>digital divide</i> all'italiana	47
7.2.	L'atteggiamento nei confronti dell'e-government	49
7.3.	Uso di Internet e contatto con la pubblica amministrazione	49
7.4.	Le reti civiche	50
7.5.	La posta elettronica per dialogare con gli uffici pubblici	54
8.	Conclusioni	56
	Riferimenti bibliografici	59
	Appendice: il testo del questionario	60

## 1. Introduzione

### 1.1. *La comunicazione pubblica in Italia*

Gli ultimi due decenni sono stati caratterizzati – in Italia come in altri paesi occidentali – da sviluppi importanti per la definizione dei rapporti fra cittadini e istituzioni pubbliche a tutti i livelli. È stato grazie a questi sviluppi che oggi possiamo parlare concretamente di comunicazione pubblica nel nostro paese.

È particolarmente interessante, per mettere in prospettiva i risultati della presente ricerca, leggere in parallelo lo sviluppo della comunicazione pubblica e del sistema dei media in Italia.<sup>1</sup> L'attuale quadro di riferimento, infatti, diventa pienamente comprensibile solo attraverso l'analisi del processo di trasformazione che lo ha generato. Sia per l'industria dei media che per la comunicazione pubblica gli anni ottanta e novanta hanno rappresentato un periodo di intense negoziazioni e ridefinizioni sul piano organizzativo, professionale, legislativo e culturale. È stato negli anni ottanta che si è affermato in Italia un moderno sistema dei media, seppure con una serie di peculiarità, ed è stato negli anni ottanta che si sono poste le basi per il pieno riconoscimento del dovere della pubblica amministrazione di fare informazione. È significativo che nel 1988 arrivi una storica sentenza della Corte Costituzionale (la n. 364) in cui si afferma il dovere della pubblica amministrazione di informare in modo chiaro perché non si creino casi di ignoranza «inescusabile» della legge.

Il problema del diritto dei cittadini ad essere informati (il versante passivo del diritto alla manifestazione del pensiero) torna anche in un'altra sentenza della Corte Costituzionale, la n. 348 del 20 luglio 1990. In tale sentenza si afferma che quello dell'informazione non è un settore completamente riconducibile all'elencazione delle materie contenute nell'allora art. 117 della Costituzione. Infatti l'informazione attraverso i mezzi di comunicazione di massa attua una condizione preliminare per la stessa realizzazione dei principi di democrazia. Pertanto, «qualsivoglia soggetto od organo rappresentativo, investito di competenze di natura politica, non può... risultare estraneo all'impiego dei mezzi di comunicazione di massa». Tale impiego per le regioni, secondo la Corte, ha due aspetti: «quello delle informazioni che la regione è tenuta ad offrire ai cittadini in ordine alle proprie attività ed ai propri programmi e quello delle informazioni che la regione può ricevere dalla società regionale e che concorrono a determinare la partecipazione di tale società alle scelte attraverso cui si esprime l'indirizzo politico e ammini-

---

<sup>1</sup> Per un approfondimento, vedi Grandi (2001).

strativo regionale». Non è un caso che il diritto passivo all'informazione sia ripreso in numerosi statuti regionali. Oggi queste considerazioni sul ruolo delle regioni diventano ancora più pregnanti, specialmente in considerazione degli sviluppi sul piano dei media e della comunicazione pubblica negli anni novanta.

Gli anni novanta per il sistema dei media si aprono con l'approvazione della legge Mammì (n. 223 del 1990) e il sostanziale riconoscimento del duopolio televisivo fra un polo pubblico e uno privato. Dopo il boom degli anni ottanta, negli anni novanta si assiste a un ulteriore consolidamento del mercato della pubblicità, che conoscerà una crisi solo con l'inizio del decennio successivo: nel 2000 gli investimenti pubblicitari arrivano a 15.626 miliardi di vecchie lire (pari all'1,19% del Pil). Infine, gli anni novanta sono importanti per l'affermazione nel nostro paese di un insieme di tecnologie digitali – telefoni cellulari e accesso ad Internet – e per la diffusione nella maggior parte delle case di diversi beni di consumo legati alla comunicazione di massa e all'intrattenimento mediale: dai videoregistratori, ai primi lettori Dvd o ricevitori satellitari.<sup>2</sup> È interessante notare come, in questa fase, le tecnologie digitali, lungi dal determinare la convergenza di tutti i media in qualche dispositivo omnibus, abbiano al contrario generato una moltiplicazione dei canali e dei dispositivi di accesso.

Gli anni novanta non sono stati meno importanti per lo sviluppo del campo della comunicazione pubblica. Se gli anni ottanta possono essere considerati come gli anni dell'affermazione del diritto passivo all'informazione, gli anni novanta possono essere considerati gli anni dell'affermazione del diritto all'accesso e la ricerca dell'informazione (quello che i giuristi chiamano il diritto riflessivo alla manifestazione del pensiero). Infatti il decennio si apre con due leggi fondamentali, la n. 142/90 e la 241/90, che sanciscono il diritto di accesso agli atti pubblici e i principi di trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa. Sulla scia di questi due provvedimenti, le innovazioni che si susseguono nel campo sono numerose:

- a. la nascita degli Uffici relazioni con il pubblico (Urp) che sono menzionati per la prima volta nel d.p.r. n. 352/92 come strumento per realizzare il diritto di accesso e partecipazione dei cittadini e vengono istituzionalizzati dal d.lgs. n. 29/93 dove, all'art 12, si prevede che tutti gli enti della pubblica amministrazione si dotino di un Urp. Lo

---

<sup>2</sup> Il Censis fotografa l'armamentario mediatico di una tipica casa italiana nel 2001 in questo modo: «in quasi tutte le case si trovano televisori (per la precisione nel 98,7% delle case) e apparecchi radio (nel 95%); più significativo è risultato invece scoprire che vi entrano massicciamente anche libri (presenti al 77,7%), quotidiani (71,8%) e riviste (59,5%), videoregistratori (70,2%) e telefoni cellulari (85,1%), mentre non indifferente è la presenza di computer (43,4%) e collegamenti a Internet (30%)» (Censis 2001a). Sempre dal Censis si apprende che il teletext è presente nel 76% delle case e i decoder nel 15%.

- stesso decreto stabili anche la necessità della comunicazione interna e della collaborazione fra uffici;
- b. l'introduzione delle carte dei servizi;
  - c. i decreti Bassanini per la semplificazione amministrativa e l'attuazione dell'autocertificazione;
  - d. il riconoscimento della professionalità del «comunicatore pubblico» con la legge n. 150/2000 che arriva, non a caso, alla fine del decennio, frutto di intense negoziazioni, come primo tentativo di mettere ordine nel sistema della comunicazione pubblica;
  - e. il grande investimento in formazione, collegato alla legge n. 150/2000, per aggiornare il personale della pubblica amministrazione che si trova oggi a operare nel campo degli Urp;
  - f. lo sforzo di informatizzazione della pubblica amministrazione e delle transazioni fra essa e i cittadini grazie agli strumenti messi a disposizione delle reti telematiche, sforzo che ha avuto una prima sistematizzazione con il Piano di azione per l'e-government del dipartimento della Funzione pubblica (giugno 2001) e con la successiva creazione di un ministero per l'Innovazione.

Il nuovo decennio in cui ci troviamo risulta dunque caratterizzato da due fattori principali: *a)* un ambiente mediatico, in cui si trovano ad operare cittadini e professionisti della pubblica amministrazione, sempre più diversificato e pervasivo; *b)* un settore, come quello della comunicazione pubblica, giunto a un primo stadio di maturità, che si trova a confrontarsi con questo contesto mediatico e tecnologico.

## 1.2. *La ricerca: obiettivi conoscitivi e metodo*

La ricerca di cui si dà conto in questo rapporto, promossa dall'Associazione italiana della comunicazione pubblica e istituzionale per l'edizione 2002 di Com.-P.A., parte proprio dal riconoscimento di un contesto mediatico sempre più complesso in cui si trovano a vivere cittadini ed istituzioni. È facile immaginare come un simile contesto sia ricco sia di opportunità che di rischi. Le opportunità si riferiscono soprattutto alla possibilità per le istituzioni di essere sempre più accessibili ai cittadini, di fornire servizi e informazioni in modo sempre più conveniente e veloce, e di instaurare canali bidirezionali di comunicazione con il pubblico. I rischi riguardano le difficoltà di interpretare il peso specifico dei diversi mezzi nel mix di comunicazione ideale, nell'escludere alcune fasce di popolazione a causa delle scelte mediali operate e nelle difficoltà di utilizzare i singoli mezzi nel modo appropriato. Di fronte a un simile contesto, il principale obiettivo conoscitivo della ricerca è consistito nel valutare la propensione dei cittadini al

contatto con la pubblica amministrazione con l'ausilio di specifici media. Inoltre, obiettivo di questa ricerca è stato valutare l'attuale grado di soddisfazione dei cittadini nei confronti di una serie di mezzi di comunicazione attualmente presenti nel mix della comunicazione pubblica: gli Urp, le reti civiche, i centri di informazione telefonica. In particolare, le questioni cui abbiamo cercato di dare una risposta sono le seguenti:<sup>3</sup>

- a. con quale frequenza i cittadini entrano in contatto con la pubblica amministrazione, tenendo presente i diversi livelli di governo?
- b. Quali mezzi di comunicazione sono ritenuti più adeguati per stabilire di volta in volta questo contatto?
- c. Su quali temi i cittadini vorrebbero ricevere maggiori informazioni?
- d. Come è percepito il grado di complessità del linguaggio amministrativo e la capacità di comunicazione degli amministratori?
- e. Qual è il livello di soddisfazione nei confronti delle informazioni reperite attraverso call center e numeri verdi delle amministrazioni pubbliche?
- f. Qual è il grado di conoscenza dell'Urp fra la popolazione e il grado di soddisfazione nei confronti del servizio?
- g. Qual è il grado di conoscenza ed uso delle reti civiche e il livello di soddisfazione nei confronti dei servizi offerti on-line dai comuni?

Rispondendo a queste domande, la ricerca ha cercato di fornire elementi conoscitivi utili ad amministratori e professionisti della comunicazione pubblica per interpretare le esigenze dei cittadini e il loro attuale grado di soddisfazione su alcuni ambiti specifici di lavoro.

I dati della ricerca si basano su un'indagine telefonica effettuata dalla Bruno Poggi Associati (Bpa) di Bologna con un sistema Cati (*computer-assisted telephone interviewing*) nel mese di giugno 2002 su un campione di 2.406 individui rappresentativi dell'intera popolazione adulta del paese. È stato effettuato un sovracampionamento in alcune regioni italiane e nelle più grandi città italiane: Genova, Torino, Milano, Napoli, Palermo, Bologna (quest'ultima è stata inclusa in considerazione della particolare rilevanza, ai fini della ricerca, della sua rete civica e del suo sistema degli Urp).<sup>4</sup>

In vista dell'analisi, i dati sono stati riponderati al fine di tenere conto

---

<sup>3</sup> Il questionario completo è riprodotto in appendice.

<sup>4</sup> In particolare, per ogni regione il campione ha previsto un minimo di 100 intervistati, la cui distribuzione per sesso, età e dimensioni del comune di residenza rispecchiasse quella della popolazione residente. Inoltre, per ognuna delle sette grandi città appena elencate è stata garantita la partecipazione di almeno 80 intervistati, la cui distribuzione per sesso ed età rispecchiasse quella della popolazione residente. L'individuazione del soggetto da intervistare presso le utenze contattate è stata effettuata secondo un criterio casuale (l'individuo che aveva compiuto gli anni più di recente).

dell'effettiva incidenza delle popolazioni delle venti regioni, e delle sette città di cui sopra, sulla popolazione nazionale. Il campione riponderato rispecchia dunque la composizione della popolazione italiana sulle seguenti caratteristiche: sesso, fascia d'età, regione di residenza, ampiezza demografica del comune di residenza.



## 2. Il contatto con la pubblica amministrazione

Domandarsi in che misura i cittadini entrano in contatto con la pubblica amministrazione, per ragioni private o professionali, costituisce una sorta di premessa per ogni altra elaborazione riguardante le modalità di contatto preferite. Nell'intervista abbiamo usato il termine «contatto» nel senso più generico possibile. Eravamo, infatti, interessati ad avere un'indicazione complessiva di tutti i momenti di interazione, seppure minimali, dei cittadini con le istituzioni pubbliche. Non ci sorprenderebbe scoprire che questa definizione larga di «contatto» non corrisponda necessariamente a quella usata dai responsabili degli uffici pubblici. Inoltre, nell'idea di contatto è contenuta una dimensione di bidirezionalità: nei contatti si assume una certa forma di interazione tra le due parti in gioco.

Per rilevare l'entità del contatto dei cittadini con la pubblica amministrazione abbiamo chiesto agli intervistati di formulare una stima dei loro contatti, telefonici o personali, con alcuni tipi di enti pubblici nel corso degli ultimi dodici mesi. Gli enti presi in considerazione, come rappresentativi delle diverse articolazioni del settore pubblico, sono stati: comuni, regioni, strutture sanitarie ed enti pensionistici (come l'Inps).

Com'era prevedibile, è alle strutture sanitarie e agli uffici comunali che si rivolgono la maggior parte dei cittadini: nel corso dell'ultimo anno, l'80,6% dei rispondenti si è recato almeno una volta presso strutture sanitarie e il 63,0% presso gli uffici del comune. Molto più rare le visite agli uffici della regione: solo l'8,3% dei cittadini vi si è recato negli ultimi dodici mesi. Sono invece il 26,9% gli intervistati che si sono recati presso un ente pensionistico di persona, sempre negli ultimi dodici mesi. Da questa prima semplice ricognizione, viene dunque confermata, da una parte, il ruolo di *front office* della pubblica amministrazione che si trova a coprire il comune e, dall'altra, l'importanza che le strutture sanitarie rivestono nella vita dei cittadini.

Al comune si rivolgono soprattutto coloro che sono nel pieno della vita lavorativa (lavoratori nel settore pubblico o privato, con rispettivamente il 70,7% e il 64,5% degli intervistati che ha dichiarato almeno una visita) o coloro che si trovano in particolari situazioni di disagio: inabili al lavoro (l'83,3% si è recato in comune almeno una volta) o in cerca di prima occupazione (73,7%). Contrariamente agli stereotipi non sono né le casalinghe né i pensionati ad affollare gli uffici comunali: in entrambi i gruppi la percentuale di coloro che non vi si sono mai recati è di molto superiore alla media (47,3% e 41,0%, rispettivamente). Una conferma di questo risultato viene anche dall'analisi dei contatti con la pubblica amministrazione articolato per l'età degli utenti: a partire dai 40 anni, all'aumentare dell'età il numero di vi-

Tab. 2.1. *Percentuale di intervistati che si è recata di persona, almeno una volta negli ultimi dodici mesi, negli uffici di comune, regione, strutture sanitarie e enti pensionistici, per età*

	Comuni	Regioni	Strutture Sanitarie	Enti Pensionistici
18-29 anni	67,1	13,1	80,2	16,8
30-39 anni	75,6	10,5	83,8	29,0
40-54 anni	66,1	9,4	83,6	30,4
55-64 anni	58,6	4,7	79,3	28,6
Oltre 65 anni	44,6	2,5	73,8	28,6
Totale	63,0	8,3	80,6	26,9
(N)	(2377)	(2398)	(2365)	(2403)

Tab. 2.2. *Visite agli uffici comunali negli ultimi dodici mesi a seconda delle dimensioni del comune (valori percentuali)*

	Fino a 5000 abit.	Da 5000 a 15.000 abit.	Da 15.000 a 100.000 abit.	Oltre 100.000 abit.	Totale
Nessuna	30,2	33,4	40,3	41,2	37,0
Una o due	32,7	35,2	34,6	33,3	34,1
Tre o più	37,1	31,4	25,1	25,5	28,9
<i>Almeno una</i>	<i>69,8</i>	<i>66,6</i>	<i>59,7</i>	<i>58,8</i>	<i>63,0</i>
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(441)	(563)	(824)	(549)	(2377)

site agli uffici comunali diminuisce (vedi tab. 2.1), dopo aver raggiunto il massimo nella fascia tra i 30 e i 39 anni (75,6%).

Da notare che nei piccoli comuni il contatto di persona risulta più frequente di quanto sia rilevato per quelli di grandi dimensioni (vedi tab. 2.2). In particolare, sono il 69,8% gli abitanti di comuni con meno di 5.000 abitanti e il 66,6% di quelli che abitano in comuni tra 5.000 e 15.000 abitanti a recarsi almeno una volta all'anno in comune. Questa percentuale cala drammaticamente per i comuni più grandi (58,8% per i comuni con più di 100.000 abitanti e 59,7% per quelli con una popolazione tra 15.000 e 100.000 abitanti). Se si prendono in considerazione alcune grandi città, comunque, si notano delle notevoli differenze: Napoli e Bologna si posizionano nettamente in controtendenza rispetto ai grandi comuni con rispettivamente il 70,0% e il 68,7% di cittadini che si è recato presso uffici comunali

almeno una volta negli ultimi dodici mesi. Primato negativo a Torino dove solo il 49,7% della cittadinanza ha fatto, nel corso dell'ultimo anno, l'esperienza di entrare in un ufficio del comune.

Alle regioni si rivolgono soprattutto persone in cerca di prima occupazione (38,9%), lavoratori autonomi (18,4%) e lavoratori atipici (12,0%). Anche gli studenti costituiscono uno dei gruppi che ha maggiori contatti di persona con le regioni (13,1%), probabilmente come risultato delle politiche a sostegno del diritto allo studio affidate all'ente. Anche il rapporto privilegiato che le regioni sembrano avere con il lavoro autonomo e atipico può essere in parte conseguenza di particolari politiche a sostegno dell'autoimprenditorialità attuate dall'ente. Chi è in cerca di prima occupazione probabilmente è interessato sia ai servizi per l'impiego che le regioni possono offrire che alle stesse possibilità di lavoro offerte dall'ente stesso. Come conseguenza di questi profili socio-professionali, chi si rivolge alla regione è soprattutto un pubblico giovane: al crescere dell'età diminuiscono i contatti. La fascia tra i 18 e i 29 anni è infatti quella che raccoglie la maggiore quota di intervistati che si sono recati una o più volte negli uffici della regione: il 13,1%.

Questa situazione mette in luce una forte opportunità per stabilire con questi individui rapporti duraturi, che vadano al di là della contingenza del contatto (ricerca di informazioni sull'impiego, diritto allo studio, ecc.). Insomma, le regioni sembrano attrarre un pubblico particolarmente giovane e dinamico con cui esse hanno la possibilità di stabilire relazioni a lungo termine.

Un'ultima curiosità: osservando le singole regioni, dal campione emergono differenze, anche degne di nota, nel numero di residenti che hanno visitato almeno una volta negli ultimi dodici mesi un ufficio regionale (tab. 2.3). Il primato spetta a due regioni a statuto speciale: la Valle d'Aosta (con il 40% dei residenti) e il Trentino-Alto Adige (17,9%). Altre regioni che hanno più rapporti rispetto alla media nazionale con i cittadini sono la Calabria, l'Abruzzo, la Basilicata e la Campania. Al contrario in Umbria e Toscana e soprattutto in Lazio i contatti diventano estremamente sporadici: in quest'ultima solo il 2,8% dei cittadini ha visitato di persona un ufficio della regione nell'ultimo anno. La ragione di queste differenze va probabilmente ricercata sia in diverse strategie comunicative delle singole regioni che, soprattutto, in diverse politiche pubbliche che influenzano in modo diverso le esigenze di contatto dei cittadini.

Nelle visite alle strutture sanitarie l'età rappresenta, come potrebbe essere prevedibile, un fattore determinante, ma non in modo sempre lineare. Chi ha più di 65 anni si reca in strutture sanitarie 7,4 volte all'anno, mentre la fascia di popolazione che risulta più propensa a recarsi di persona in strutture sanitarie risulta essere quella dei trentenni: gli individui con età

Tab. 2.3. *Visite personali negli uffici della regione nelle diverse regioni d'Italia (valori percentuali)*

	Nessuna	Una o più	Totale	(N)
Piemonte	92,9	7,1	100,0	(161)
Valle d'Aosta	60,0	40,0	100,0	(101)
Lombardia	92,2	7,8	100,0	(166)
Trentino-Alto Adige	82,1	17,9	100,0	(101)
Veneto	91,6	8,4	100,0	(100)
Friuli-Venezia Giulia	90,4	9,6	100,0	(100)
Liguria	91,7	8,3	100,0	(141)
Emilia-Romagna	92,0	8,0	100,0	(171)
Toscana	94,1	5,9	100,0	(100)
Umbria	94,6	5,4	100,0	(98)
Marche	90,3	9,7	100,0	(97)
Lazio	97,2	2,8	100,0	(128)
Abruzzo	87,0	13,0	100,0	(100)
Molise	92,9	7,1	100,0	(100)
Campania	88,7	11,3	100,0	(165)
Puglia	90,7	9,3	100,0	(99)
Basilicata	88,0	12,0	100,0	(99)
Calabria	86,4	13,6	100,0	(101)
Sicilia	92,0	8,0	100,0	(166)
Sardegna	91,2	8,8	100,0	(105)
Totale	91,7	8,3	100,0	(2398)

compresa tra i 30 e i 39 anni dichiarano in media 8,7 visite all'anno. Probabilmente il dato dipende da una maggiore cura del sé delle generazioni più giovani. Da notare che coloro che hanno un'età compresa tra i 18 e i 29 anni contattano le strutture sanitarie, personalmente o per telefono, circa la metà delle volte degli altri gruppi.

Com'era prevedibile, il numero di pensionati che intrattengono rapporti di persona con uffici pubblici aumenta quando entrano in gioco gli enti pensionistici. Questi ultimi ricevono almeno una visita ogni 12 mesi dal 31% di chi è già ritirato dal lavoro. Frequenti sono anche le visite delle casalinghe, a differenza degli altri tipi di uffici, con il 23,5% dei casi (sempre sotto la media, ma di molto meno rispetto agli altri uffici): probabilmente la situazione dipende dal fatto che nel nostro sistema pensionistico una speciale pensione viene erogata anche alle casalinghe. Tuttavia, anche qui, dopo i 54 anni si assiste a una netta diminuzione delle visite che raggiungono il massimo nella fascia d'età compresa tra i 40 e i 54 anni.

## 2.1. *Il «non contatto»*

Uno degli aspetti più interessanti dell'analisi del rapporto dei cittadini con gli uffici pubblici riguarda il «non contatto». C'è infatti una fetta consistente della popolazione che, semplicemente, sembrerebbe non recarsi mai in un ufficio pubblico. Escludendo le strutture sanitarie, coloro che nel corso degli ultimi dodici mesi hanno risposto di non essersi mai recati né negli uffici del comune, né in quelli della regione o di enti pensionistici e di non averli mai contattati telefonicamente rappresentano il 26,2% del campione: oltre un quinto della popolazione adulta. Naturalmente non possiamo escludere che questi individui abbiano avuto contatti, anche significativi, con altri uffici pubblici. Tuttavia, il fatto che in modo sistematico essi abbiano mancato qualunque tipo di contatto con tre gruppi di uffici particolarmente significativi – specialmente quelli comunali – sia di persona che per telefono dovrebbe essere un indizio sufficiente per osservare con attenzione questo gruppo.

Gli appartenenti al gruppo del «non contatto» hanno alcune caratteristiche distintive: sono soprattutto anziani (il 40,6% di chi ha 65 anni o più), abitano in comuni con più di 15.000 abitanti (sono il 30% di coloro che abitano in comuni tra 15.000 e 100.000 abitanti, il 28,3% per i comuni con più di 100.000 abitanti e il 30% per quelli con popolazione tra 15.000 e 100.000 abitanti), hanno una bassa istruzione (42,0% di coloro che hanno dichiarato di non aver un titolo superiore alla licenza elementare) e sono per lo più pensionati, studenti e casalinghe.

## 2.2. *Contatto telefonico e personale: complementari o sostitutivi?*

Abbiamo chiesto che gli intervistati rendessero conto sia dei contatti personali che di quelli telefonici con diversi uffici della pubblica amministrazione per verificare se il contatto telefonico risultasse sostitutivo oppure no rispetto a quello personale. Il risultato è che il contatto telefonico pare rinforzare, piuttosto che sostituire, quello personale. C'è infatti una forte correlazione fra il numero di visite agli uffici e il numero di telefonate: in altre parole, all'aumentare delle prime aumentano anche le seconde. Se il mezzo telefonico fosse risultato sostitutivo avremmo dovuto trovare una correlazione negativa: in altre parole al crescere dei contatti personali sarebbero dovuti diminuire quelli telefonici e viceversa. I coefficienti di correlazione sono risultati tutti di segno positivo, variando da 0,74 per la regione, a 0,57 per il comune, 0,56 per le strutture sanitarie e 0,65 per gli enti pensionistici.

Tab. 2.4. *Percentuale di intervistati che ha contattato telefonicamente, almeno una volta negli ultimi dodici mesi, gli uffici di comune, regione, strutture sanitarie e enti pensionistici, per titolo di studio*

	Comuni	Regioni	Strutture Sanitarie	Enti Pensionistici
Fino a licenza elementare	13,3	2,9	30,4	9,4
Licenza media	18,1	4,5	44,5	13,3
Diploma	28,5	6,4	48,5	14,7
Laurea	31,6	11,5	50,8	12,1
Totale	22,4	5,5	43,9	12,9
(N)	(2381)	(2391)	(2365)	(2398)

La caratteristica personale che sembra influenzare maggiormente l'uso del telefono come canale di contatto è il titolo di studio come mostra la tab. 2.4.

Nell'osservare le dinamiche di contatto telefonico e personale, si osservano delle differenze notevoli nell'uso dei mezzi nelle strutture sanitarie. La media di contatti telefonici, dopo aver raggiunto il massimo fra i 30-39 anni (4,1), diminuisce sensibilmente nelle fasce d'età superiori. L'aver individuato una particolare propensione al contatto telefonico nella fascia d'età che maggiormente visita di persona le strutture (30-39 anni) ha due implicazioni: da una parte è una conseguenza dell'effetto di rinforzo tra contatto personale e telefonico, dall'altra essa rappresenta una grossa opportunità: la propensione al contatto telefonico potrebbe essere studiata per diminuire le necessità di visite personali, con sicuri ritorni in termini economici.

Anche i risultati per le regioni sono interessanti: la regione è l'unico degli enti considerati contattato, mediamente, più volte per telefono che di persona (vedi tab. 2.5). Inoltre, è l'ente in cui il rapporto di rinforzo tra telefono e contatto personale è più forte. Questo dovrebbe suggerire alle regioni il ruolo strategico del telefono per la gestione dei contatti con i cittadini.

Tab. 2.5. *Numero medio di contatti, di persona e per telefono, a diversi uffici pubblici nel corso di dodici mesi*

	Comuni		Regioni		Strutture Sanitarie		Enti Pensionistici	
	Pers.	Tel.	Pers.	Tel.	Pers.	Tel.	Pers.	Tel.
18-29 anni	2,16	0,70	0,28	0,18	3,29	1,59	0,49	0,20
30-39 anni	4,06	1,64	0,32	0,52	8,76	4,09	1,05	0,55
40-54 anni	3,89	1,95	0,65	1,01	6,41	3,52	1,18	0,54
55-64 anni	2,64	1,15	0,12	0,06	6,84	2,86	1,12	0,90
Oltre 65 anni	1,60	0,63	0,06	0,04	7,43	2,49	0,80	0,24
Nel complesso (N)	2,97 (2377)	1,28 (2381)	0,32 (2398)	0,41 (2391)	6,50 (2364)	2,96 (2365)	0,95 (2400)	0,50 (2398)

### 2.3. *Un indice di contatto con la pubblica amministrazione*

Sulla base delle risposte alle domande che chiedevano di indicare, all'incirca, il numero di contatti, di persona o al telefono, con diversi uffici pubblici, è possibile formulare alcuni semplici indici per rilevare la propensione degli individui al contatto con la pubblica amministrazione (vedi tab. 2.5). Questi indici possono rivelarsi utili per fornire a decisori pubblici e amministratori un metodo per ricavare una stima approssimativa del numero di contatti cui potranno essere soggetti uffici e centralini di loro competenza. Ciascun indice è costituito dalla media dei contatti all'interno di quattro fasce d'età predefinite. I singoli indici indicheranno quante volte in media un individuo appartenente a una certa fascia d'età si recherà in un gruppo di uffici pubblici o li contatterà telefonicamente nel corso di dodici mesi. Sulla base della conoscenza del profilo demografico della popolazione, dovrebbe essere semplice elaborare delle stime sul numero di contatti in un determinato centro. Ovviamente, per essere più preciso l'indice dovrebbe essere ponderato tenendo conto delle dimensioni del comune o della regione e del profilo occupazionale dei suoi abitanti (abbiamo visto quanto queste variabili possano influire).

Abbiamo anche elaborato un indice sintetico di contatto con la pubblica amministrazione costituito dalle medie del contatto telefonico e personale con uffici comunali, regionali e di enti pensionistici. Questo indice ci fornisce una raffigurazione sintetica della propensione al contatto di diverse categorie di cittadini. Osservando l'indice, si apprende per esempio che il sesso influisce sulla propensione al contatto in quanto le donne sono leggermente

Tab. 2.6. *Propensione dei cittadini al contatto con la pubblica amministrazione: numero medio di contatti telefonici e personali a comuni, regioni e enti pensionistici*

	N. medio di contatti	(N)
18-29 anni	0,67	(460)
30-39 anni	1,35	(455)
40-54 anni	1,53	(617)
55-64 anni	1,00	(493)
65 anni e oltre	0,57	(361)
Fino a licenza elementare	0,75	(452)
Licenza di scuola media inferiore	0,98	(847)
Diploma	1,18	(836)
Laurea	1,64	(249)
Maschi	1,28	(1153)
Femmine	0,89	(1253)
Nel complesso	1,07	(2406)

meno propense degli uomini.<sup>5</sup> Si apprende anche che studenti, pensionati e casalinghe sono i gruppi in cui il valore dell'indice raggiunge i livelli più bassi. Inoltre il titolo di studio è positivamente correlato con il contatto (probabilmente in parte come conseguenza dell'associazione con la condizione lavorativa). Chi non ha titolo di studio o ha al massimo la licenza elementare ha sull'indice un valore di 0,75; il valore dell'indice quasi raddoppia con i laureati: 1,64 (vedi tab. 2.6).

---

<sup>5</sup> In questo caso è particolarmente importante che l'indice escluda le strutture sanitarie dove accade il contrario: le donne sono più propense degli uomini a visitarle.



### 3. Quali media per comunicare con la pubblica amministrazione

Quattro delle domande contenute nell'intervista erano state pensate per esaminare le preferenze dei cittadini nei confronti dei canali a disposizione per entrare in contatto con la pubblica amministrazione. Ecco il testo delle domande:

- a. In generale come preferirebbe *essere informato* delle iniziative o servizi della pubblica amministrazione?
- b. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per *richiedere informazioni* alla pubblica amministrazione (comune, ma anche regione, provincia, ecc.)?
- c. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per effettuare *pagamenti* a favore della pubblica amministrazione (uffici del comune, provincia, regione, ministeri, ecc.)?
- d. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per *presentare domande* di un servizio alla pubblica amministrazione (uffici del comune, provincia, regione, ministeri, ecc.)?

Si noti come la prima e la seconda domanda riguardino la capacità di informarsi dei cittadini sulle iniziative e i servizi della pubblica amministrazione. Le due domande sono solo apparentemente simili; in realtà esse si riferiscono a due dimensioni molto diverse del fenomeno: la prima riguarda la dimensione passiva dell'informazione (ossia come un individuo desidera ricevere le eventuali informazioni, in una prospettiva *push*, in cui l'informazione arriva senza particolari sforzi), mentre la seconda riguarda la dimensione attiva della ricerca di informazione (ossia come un individuo desidera richiedere attivamente un'informazione che cerca, in una prospettiva *pull*, in cui l'informazione viene recuperata come conseguenza di una precisa volontà e di un preciso sforzo).

Le altre due domande riguardano sempre i media, ma affrontando due tipi di particolari transazioni che possono essere svolte attraverso più canali: il pagamento e la presentazione di domande per richiedere qualche forma di servizio. È stato importante isolare specialmente l'aspetto delle domande, perché queste, di solito, richiedono lo scambio con l'amministrazione di informazioni personali e si discostano decisamente dalla semplice richiesta di notizie e informazioni su iniziative e servizi.

Tab. 3.1. *Canali preferiti per ricevere informazione dalla pubblica amministrazione a seconda del titolo di studio (valori percentuali)*

	Fino a lic. elementare	Lic. media inferiore	Diploma	Laurea	Totale
Invio di materiale stampato per posta	46,2	48,0	48,7	46,5	47,8
Spot radio e Tv	38,6	25,5	19,4	21,2	25,1
Inserzioni su giornali e riviste	9,8	9,4	8,4	6,1	8,6
Sito Internet	0,5	3,5	9,2	11,8	6,0
Posta elettronica	0,5	4,4	5,4	6,9	4,4
Messaggi sms	0,3	4,9	2,4	0,8	2,8
Materiale stampato distribuito in uffici o pubblici esercizi	2,4	1,8	3,1	3,7	2,5
Affissioni di poster o manifesti	1,6	2,4	3,2	1,6	2,5
Kiosko elettronico	0,0	0,1	0,2	1,2	0,3
Totale (N)	100,0 (368)	100,0 (796)	100,0 (819)	100,0 (245)	100,0 (2243)

Quando si tratta di ricevere informazione (tab. 3.1), di fronte a nove alternative pensate per coprire un largo spettro di *new* e *old media*<sup>6</sup>, il popolo italiano si dimostra un grande amante delle comunicazioni postali (47,8% del totale) e di spot radiofonici e televisivi (25,1%) e, solo in secondo luogo, di inserzioni su giornali e riviste (8,1%). Le altre alternative insieme attraggono solo una minoranza delle preferenze: 6,0% per siti Internet, 4,4% per la posta elettronica 2,8% per messaggi sms, 2,5% per la diffusione di materiale stampato in uffici e pubblici esercizi, 2,3% per affissioni di poster e manifesti, 0,3% per l'uso di kioski elettronici.

<sup>6</sup> Fra gli *old media* sono stati inclusi i classici veicoli pubblicitari: radio e tv, carta stampata, affissioni. Inoltre è stata inclusa il «materiale stampato» (brochure, volantini, pubblicazioni, ecc.) con due differenti modalità di distribuzione: la posta o la distribuzione in luoghi pubblici. Fra i *new media* sono stati inclusi sia media basati su Internet che su altre tecnologie digitali (sms e kioski elettronici). Si noti che per Internet abbiamo incluso sia i siti web (denominati nel questionario, per semplicità, siti Internet) che la posta elettronica: infatti i due veicoli prefigurano diverse modalità di comunicazione. In particolare, in questa domanda, la posta elettronica si riferisce alla possibilità di ricevere comunicazione direttamente nel proprio mailbox dalla pubblica amministrazione (per esempio con l'iscrizione a una newsletter) in una prospettiva push; nelle altre domande, la posta elettronica è pensata invece come medium push, in cui la richiesta sia inoltrata direttamente dall'utente.

Tab. 3.2. *Preferenze per old e new media per ricevere informazioni dalla pubblica amministrazione per fascia d'età, titolo di studio e uso di Internet (valori percentuali)*

	<i>Old media</i>	<i>New media</i>	Totale	(N)
18-29 anni	75,4	24,6	100,0	(423)
30-39 anni	85,8	14,2	100,0	(422)
40-54 anni	91,0	9,0	100,0	(569)
55-64 anni	95,2	4,8	100,0	(442)
65 anni e oltre	99,1	0,9	100,0	(324)
Totale	89,0	11,0	100,0	(2180)
Fino a licenza elementare	98,9	1,1	100,0	(367)
Licenza di scuola media inferiore	91,5	8,5	100,0	(757)
Diploma	84,9	15,1	100,0	(800)
Laurea	79,8	20,2	100,0	(242)
Totale	89,0	11,0	100,0	(2166)
Utente di Internet	72,7	24,3	100,0	(779)
Non utente di Internet	98,1	1,9	100,0	(1394)
Totale	89,0	11,0	100,0	(2173)

Se distinguiamo fra *new* e *old media*<sup>7</sup> scopriamo che gli italiani non hanno dubbi: sono ancora gli *old media* (89,0% delle preferenze) i canali preferiti per ricevere informazioni dalla pubblica amministrazione.

Le preferenze per vecchi e nuovi media non sono però distribuite in modo uniforme fra tutte le categorie di cittadini (vedi tab. 3.2). L'esame delle preferenze fra *new* e *old media* mette in evidenza una spaccatura, lungo diverse dimensioni. In primo luogo, la spaccatura è fra anziani e giovani: le nuove forme di comunicazione (Internet, posta elettronica, sms, kioski elettronici) sono praticamente ignorate da chi ha più di 55 anni. Un'altra variabile, in parte collegata, che influisce nel determinare la spaccatura è il titolo di studio: c'è un aumento costante del gruppo di cittadini che esprime preferenze per i *new media* all'aumentare del titolo di studio; fra i laureati i *new media* attirano un quarto delle preferenze.

<sup>7</sup> *Old media* comprendono spot radiotelevisivi, inserzioni su giornali e riviste, affissioni, materiale stampato inviato per posta o distribuito in pubblici esercizi; *new media* comprendono siti Internet, posta elettronica, kioski elettronici e messaggi sms. Vedi infra nel testo per come la suddivisione è stata attuata per le altre domande relative ai mezzi.

Tuttavia, la variabile che sembra influire maggiormente è quella dell'uso di Internet. È ovvio (vedi *infra*) che l'uso di Internet non è un fattore indipendente, ma è a sua volta determinato da altri fattori sociali e demografici (quali l'età, il reddito, il titolo di studio, ecc.). Tuttavia, anche controllando la relazione fra uso di Internet e preferenze fra nuovi e vecchi media per sesso e titolo di studio (due delle variabili che maggiormente ne influenzano l'uso, vedi *infra*) il risultato non cambia. Per esempio, tutti i laureati maschi del nostro campione non utenti di Internet hanno espresso una preferenza per un *old medium*, percentuale che scende al 75,6% fra coloro che si sono dichiarati utenti. Fra le laureate femmine la differenza è ancora più evidente: gli *old media* sono preferiti dal 96,7% di coloro che in questo gruppo non utilizza Internet, mentre solo dal 61,8% di coloro che la utilizza.

Questo risultato in parte è ovvio: per esprimere una preferenza per un *new medium*, l'essere un utente di Internet ne è quasi una precondizione. Tuttavia, fra i *new media*, avevamo anche incluso mezzi come sms e kioski elettronici che possono essere usati da chiunque, senza bisogno di competenze legate ad Internet. Si può dunque ipotizzare che una volta che un cittadino diventa utente del mezzo il suo sistema di preferenze nei confronti di *old* e *new media* subisce un cambiamento a favore dei secondi. Questa scoperta ha profonde implicazioni. Infatti, se la pubblica amministrazione vuole raggiungere i cittadini con le nuove tecnologie, su cui sono effettuati investimenti così ingenti, deve accompagnare questi investimenti con adeguate politiche di riduzione del divario fra utenti e non utenti.

Nelle preferenze per i canali di pagamento (vedi tab. 3.3) emerge chiaramente uno scarsissimo gradimento degli uffici pubblici come luogo per effettuare questo tipo di transazioni. Piuttosto, sono preferite le banche e gli sportelli delle poste. Dietro la preferenza per gli sportelli delle poste sta soprattutto il fattore età: sono il 45% degli ultrasessantacinquenni a preferire questo mezzo, contro, per esempio, il 25,8% di chi ha meno di trentenni e il 26,5% di chi ha tra 40 e 54 anni (vedi tab. 3.3). Tuttavia, accade anche lo strano fenomeno per cui gli sportelli delle poste sembrano preferiti a scapito della banca dalla fascia d'età che va dai 30 ai 39 anni.

È particolarmente interessante confrontare le preferenze assolute dei cittadini nei confronti dell'attività di richiedere informazioni e di quella di presentare domande – le alternative di risposta erano le stesse (vedi tab. 3.4). La percentuale di coloro che preferiscono effettuare domande di persona sale, rispetto alla generica richiesta di informazioni, dal 35,8% al 49,8%. La posta è considerata un mezzo migliore per effettuare domande che per richiedere informazioni: le percentuali passano dal 10,9% al 14,5%. Il mezzo invece in cui le preferenze rispetto all'uso per presentare domande crollano radicalmente è il telefono: il 34,5% lo userebbe per richiedere informazioni, ma solo il 17,6% per presentare domande. Nel caso di posta elettronica e siti

Tab. 3.3. *Canali preferiti per effettuare pagamenti a favore della pubblica amministrazione per fascia d'età*

	18-29 anni	30-39 anni	40-54 anni	55-64 anni	65+ anni	Totale
Di persona, in banca	25,1	19,8	29,1	28,8	31,0	26,8
Di persona, presso gli uffici pubblici	5,2	2,9	2,0	4,4	3,0	3,4
Di persona, agli sportelli delle poste	25,8	29,9	26,5	32,5	45,6	31,2
Con un kiosko elettronico	10,3	10,8	5,9	5,2	1,1	6,8
Per telefono	5,6	4,0	2,6	2,3	2,7	3,4
Via Internet	13,7	9,9	5,6	2,9	-	6,5
Con addebito automatico in c/c	14,3	22,7	28,3	24,0	16,5	21,9
Totale (N)	100,0 (446)	100,0 (445)	100,0 (608)	100,0 (480)	100,0 (364)	100,0 (2343)

Tab. 3.4. *Confronto delle preferenze dei cittadini per richiedere informazioni e presentare domande attraverso diversi canali (valori percentuali)*

	Richiedere informazioni	Presentare domande
Di persona, presso un ufficio	35,8	49,8
Per posta	10,9	14,5
Con un kiosko elettronico	2,8	1,8
Per telefono	34,5	17,6
Su un sito Internet	10,2	9,5
Per posta elettronica	5,7	6,9
Totale (N)	100,0 (2306)	100,0 (2307)

Internet, invece, le percentuali rimangono praticamente invariate; se ne inferebbe che le nuove forme di comunicazione risultano altrettanto efficaci per effettuare transazioni altamente personali e per ricercare informazioni.

Se si prendono in esame le transazioni in cui è richiesta una certa attività da parte dei cittadini, le preferenze degli utenti di Internet per i mezzi elettronici aumenta in modo ancora più netto rispetto a quanto riportato per l'informazione passiva. Sono il 17,1% a preferire di effettuare pagamenti via

Internet (contro lo 0,9% dei non utenti) e il 12,4% a gradire lo strumento del kiosko elettronico (contro il 3,6% dei non utenti). Sono poi il 21,8% a preferire il sito web come strumento per ricercare informazioni e il 16,4% la posta elettronica.

Fra le alternative di risposta abbiamo sempre previsto l'idea del kiosko elettronico (paragonandolo al tipico sportello bancomat) per due ragioni precise: primo, è in uso in molte città; secondo, si tratta di un mezzo elettronico di comunicazione che, a differenza di una connessione a Internet, può essere accessibile a tutti. Questo strumento è risultato del tutto marginale nelle preferenze dei cittadini, con un'importante eccezione: i pagamenti. Il fatto che il 6,6% del campione abbia espresso una preferenza assoluta per questo mezzo (percentuale che sale di molto fra gli utenti di Internet) dimostra che il kiosko elettronico è percepito come uno strumento efficace per effettuare transazioni economiche, probabilmente perché ricorda proprio il classico bancomat. Questa potrebbe essere un'indicazione utile per lo sviluppo di servizi di pagamento a favore della pubblica amministrazione congiuntamente con gli istituti bancari, che sembrano riscuotere molto successo anche per altre forme di pagamento, come la domiciliazione delle bollette, forma gradita da oltre un quarto degli italiani (21,8%).

### 3.1. Una tipologia di utenti fra new e old media

La strategia di semplificazione delle preferenze dei cittadini fra *new* e *old* che abbiamo usato (vedi *supra*) a proposito della ricezione di informazione può essere facilmente applicata anche alle altre tre domande che implicavano una scelta fra canali e media diversi. Avremo così la seguente suddivisione:

<i>Old media</i>	<i>New media</i>
Spot radio e Tv	Sito Internet
Inserzioni su giornali e riviste	Posta elettronica
Posta (in uscita o in entrata)	Messaggi sms
Affissioni di poster o manifesti	Telefono per effettuare pagamenti
Contatto faccia a faccia negli uffici	Addebito automatico in c/c
Telefono	Kiosko elettronico
Materiale stampato in uffici pubblici	

Nelle scelte dei mezzi, c'è una notevole coerenza fra le risposte alle quattro domande. La maggioranza degli intervistati che ha risposto a tutte e quattro le domande ha scelto in tutti i casi o un *old medium* o un *new medium* (54,4%), e un altro 35,5% dei casi ha risposto indicando tre volte su quattro canali appartenenti a una delle due categorie (tab. 3.5). Appena il 10,1% degli intervistati ha mostrato un atteggiamento misto, scegliendo in due casi un *old medium* e negli altri due un *new medium*.

Possiamo così identificare tre categorie di cittadini:

- a. i tradizionali (con preferenze concentrate interamente o quasi sugli *old media* – al massimo una preferenza su quattro per un *new medium*);
- b. gli *high-tech* (con preferenze concentrate interamente o quasi su i *new media* – al massimo una preferenza su quattro per un *old medium*);
- c. gli eclettici (con preferenze divise esattamente a metà tra *new* e *old media*).

Ciascuno di questi tipi può essere visto come una «dieta mediale» diversa nei confronti della pubblica amministrazione: in particolare ciascuna di queste diete risulta caratterizzata da un diverso mix di *old* e *new media*.

In termini assoluti, i tradizionali rappresentano il 76,8% della popolazione, gli *high-tech* il 13,1% e gli eclettici, al confine tra i due gruppi, il 10,1%. La tipologia conferma due risultati che abbiamo già evidenziato (vedi *supra*): l'attaccamento degli italiani per gli *old media* e la presenza di una spaccatura fra utenti di *new* e *old media*. Questo secondo risultato emerge chiaramente se si vanno ad analizzare i fattori che più influiscono sull'appartenenza a un gruppo piuttosto che a un altro. Gli *high-tech* sono particolarmente diffusi fra gli individui con meno di trent'anni (23,3%), fra i laureati (27,1%) e fra gli utenti di Internet (31,4%). Il sesso influisce in modo meno evidente (vedi tab. 3.5). Si noti che gli stessi fattori influenzano allo stesso modo anche l'appartenenza alla categoria degli eclettici. Gli *high-tech* e gli eclettici sono straordinariamente diffusi fra gli studenti: sono rispettivamente il 29,9% e il 23,9% (ricordiamo che l'incidenza generale dei due gruppi è del 13,1% e del 10,1%: si tratta dunque di percentuali più che doppie rispetto all'incidenza generale). Questo singolo risultato suggerisce enormi possibilità di comunicazione attraverso i nuovi media nelle istituzioni scolastiche e universitarie.

Il fatto che ad influire sugli eclettici siano gli stessi fattori che influiscono sugli *high-tech* potrebbe significare che gli eclettici non sono altro che una versione annacquata del cittadino *high-tech*, in cui il sistema di preferenze si è diviso uniformemente fra i due mondi, ma orientato maggiormente verso i *new media*.

Tab. 3.5. *Preferenze per old e new media per ricevere informazioni dalla pubblica amministrazione per fascia d'età, titolo di studio e uso di Internet (valori percentuali)*

	Tradizionali	High-tech	Eclettici	Totale	(N)
18-29 anni	59,2	23,3	17,6	100,0	(404)
30-39 anni	67,1	17,6	15,3	100,0	(398)
40-54 anni	77,5	12,8	9,7	100,0	(555)
55-64 anni	88,4	7,5	4,1	100,0	(415)
65 anni e oltre	97,1	1,4	1,4	100,0	(276)
Fino a lic. elementare	99,1	0,3	0,6	100,0	(322)
Lic. media inferiore	84,6	6,3	9,1	100,0	(700)
Diploma	66,8	20,4	12,8	100,0	(774)
Laurea	55,1	27,1	17,8	100,0	(236)
Utente di Internet	47,6	31,4	20,9	100,0	(760)
Non utente Internet	94,1	2,3	3,5	100,0	(1278)
Maschi	71,4	17,2	11,4	100,0	(997)
Femmine	81,9	9,3	8,8	100,0	(1050)
Totale	76,8	13,1	10,1	100,0	(2047)



## 4. Call center e Urp

I call center e gli uffici relazioni con il pubblico in anni recenti sono emersi come centri di comunicazione con i cittadini di primaria importanza. I due strumenti sono spesso sovrapposti (accade di frequente che un Urp funzioni anche come call center), ma non sempre: spesso i call center (raggiungibili con un numero verde) sono attivati da qualche ramo della pubblica amministrazione per rispondere ad hoc ai bisogni informativi di una certa classe di individui o in merito a qualche specifica evenienza (abbiamo visto numeri verdi informativi sull'emergenza della mucca pazza, sulla legge per l'emersione dal lavoro sommerso, solo per fare qualche esempio). Nella ricerca abbiamo cercato di valutare il grado di utilizzo di questi canali da parte dei cittadini e il loro grado di efficacia comunicativa.

### 4.1. *La pubblica amministrazione al telefono*

Per valutare l'efficacia della comunicazione telefonica della pubblica amministrazione abbiamo deciso di concentrarci sull'aspetto dell'informazione ai cittadini: in altre parole, ci siamo chiesti quanto efficaci siano i call center istituiti dalla pubblica amministrazione per rispondere ai bisogni informativi dei cittadini. La scelta di questa prospettiva è dipesa anche dalla difficoltà di isolare singoli centri di informazione telefonica a disposizione dei cittadini. Call center, infatti, sono attivati sia dalla pubblica amministrazione centrale che dalle regioni e i comuni. Perciò, nell'impossibilità di determinare l'uso di ciascuno di questi centri di informazione, abbiamo chiesto agli intervistati di dirci se in passato avevano mai contattato la pubblica amministrazione per telefono in cerca di informazioni e quale era stato l'esito della telefonata (si badi che questa domanda è diversa da quelle iniziali che chiedevano una stima generale dei contatti di qualunque tipo, quindi non solo a fini informativi, con diversi uffici della pubblica amministrazione).

I dati raccolti nel campione (vedi tab. 4.1) indicano che il 32,6% dei cittadini – praticamente un individuo su tre – non ha mai contattato un ente pubblico per telefono per richiedere informazioni. La principale barriera all'uso del telefono sembra essere, ancora una volta, il livello di istruzione, come mostra la tab. 4.1.

Fra gli intervistati che hanno contatto un ente pubblico per telefono per cercare informazioni (tab. 4.2), solo il 39,0% dichiara di aver ricevuto una risposta esauriente l'ultima volta che lo ha fatto, mentre per il 41,5% la risposta è stata vaga e per il 19,5% non è stato neppure possibile ottenerne

Tab. 4.1. *Contatti telefonici con enti pubblici per richiedere informazioni a seconda del titolo di studio (valori percentuali)*

	Fino a lic. elementare	Lic. media inferiore	Diploma	Laurea	Totale
Mai contattato	53,6	35,4	24,7	25,3	33,9
Contattato almeno una volta	46,4	64,4	75,3	74,7	66,1
Totale (N)	100,0 (416)	100,0 (827)	100,0 (817)	100,0 (237)	100,0 (2312)

Tab. 4.2. *Contatti telefonici con enti pubblici per richiedere informazioni ed esiti delle chiamate a seconda della ripartizione territoriale (valori percentuali)*

	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole	Totale
Ottenuta risposta	46,0	45,0	35,2	32,9	29,3	39,0
Risposta vaga	35,3	38,7	47,1	42,1	50,0	41,5
Nessuna risposta	18,7	16,3	17,7	25,0	20,7	19,5
Totale (N)	100,0 (411)	100,0 (313)	100,0 (310)	100,0 (304)	100,0 (188)	100,0 (1527)
Mai contattato	33,6	27,9	31,9	43,7	28,0	33,9
Contattato almeno una volta	66,4	72,1	68,1	56,3	72,0	66,1
Totale (N)	100,0 (619)	100,0 (434)	100,0 (455)	100,0 (542)	100,0 (261)	100,0 (2312)

una. Da una parte, il mezzo telefonico sembra necessitare un particolare sviluppo per raggiungere una vasta porzione di cittadini, mentre dall'altra sembra necessario un generale miglioramento del servizio offerto.

Nell'uso del telefono per ottenere informazioni da enti pubblici si notano differenze notevoli tra le diverse zone del paese, sia nel numero di individui che hanno mai contattato un ente pubblico telefonicamente che nell'esito delle loro risposte. Le regioni del Nord-Ovest e del Nord-Est sono quelle che forniscono informazioni più precise, mentre quelle del Centro, del Sud e delle Isole contano molti più cittadini insoddisfatti delle risposte ottenute di quelli soddisfatti. Il numero di telefonate che non hanno ricevuto risposta è più o meno costante (intorno a un quinto) in tutte le ripartizioni territoriali.

È interessante notare che gli utenti variano abbastanza indipendente-

mente dall'inefficienza delle risposte; in altre parole, le zone dove gli esiti delle chiamate hanno maggiori possibilità di essere positivi non sono sempre le stesse che hanno anche maggiori utenti. In particolare stupisce trovare che in Sicilia e Sardegna il numero di utenti telefonici della pubblica amministrazione sia in media molto superiore delle altre regioni (dato determinato in particolare dalla Sicilia dove solo il 26,9% dei cittadini non ha mai contattato un ente pubblico per telefono per informazioni). Nel caso delle Isole alle dimensioni dell'utenza non corrisponde un buon risultato del servizio offerto: la metà degli utenti lamenta risposte solo vaghe (anche qui però il dato è determinato dalla Sicilia, dove questa percentuale è del 53,3%; in realtà la Sardegna è tra le regioni con le performance migliori, con un 45,5% di cittadini che dichiara di avere ottenuto una risposta esauriente nell'ultimo tentativo di contatto).

Se osserviamo la performance delle singole regioni troviamo in testa la Lombardia, la Valle d'Aosta, l'Emilia-Romagna, la Liguria e la Sardegna, tutte con oltre il 45% degli utenti dei servizi telefonici soddisfatti.

Ovviamente, questi dati territoriali hanno una valenza relativa: in parte possono riferirsi a servizi telefonici nazionali attivati dalla pubblica amministrazione centrale. Tuttavia le forti differenze territoriali riscontrate fanno pensare che ci siano differenze nella qualità dei servizi attivati dai singoli territori che influenzano in modo determinante le percezioni dei cittadini sull'uso del telefono come mezzo di contatto con la pubblica amministrazione.

#### 4.2. *Gli Uffici relazioni con il pubblico*

I dati rilevati a proposito dell'Urp – in particolare si domandava a proposito dell'Urp del comune – sono a loro modo preoccupanti. Innanzitutto emerge che la maggioranza dei cittadini non è a conoscenza dell'esistenza dell'Urp oppure non l'ha mai visitato. Questa situazione in parte non può che dipendere dalla scarsa attuazione dello strumento. (Secondo dati della funzione pubblica ancora nel 2001 solo il 38,2% delle pubbliche amministrazioni e solo il 31,4% dei comuni con più di 5.000 abitanti aveva attivato un Urp. Il 42,5% delle amministrazioni sentite, pur senza Urp, dichiarava di fare comunque attività di comunicazione istituzionale.)

Bisogna notare che la situazione generale non cambia in modo significativo per i comuni più piccoli, specialmente quelli con meno di 5.000 abitanti, in cui l'istituzione di un Urp può risultare più problematica e in effetti poco attuata (vedi tab. 4.3). Anzi, nei piccoli comuni le visite all'Urp sono più frequenti di quelle nei grandi comuni (coerentemente con quanto trovato a proposito del contatto con la pubblica amministrazione in generale). In ef-

Tab. 4.3. *Visite all'Urp a seconda della dimensione del comune (valori percentuali)*

	Fino a 5.000 abit.	Da 5.000 a 15.000 abit.	Da 15.000 a 100.000 abit.	Oltre 100.000	Totale
Afferma che il comune non ha l'Urp	14,9	9,1	5,9	6,1	8,4
Non sa se il comune ne abbia un Urp	45,5	58,8	54,6	54,9	54,0
Mai visitato, anche se sa che c'è	20,4	17,9	22,6	25,5	21,7
Lo ha visitato una o più volte	19,2	14,2	16,9	13,6	15,9
Totale (N)	100,0 (437)	100,0 (563)	100,0 (810)	100,0 (545)	100,0 (2354)

Tab. 4.4. *Visite all'Urp in alcune grandi città (valori percentuali)*

	Il comune non ha Urp	Non sa se c'è Urp	Mai visitato	Visitato una o più volte	Totale	(N)
Torino	5,3	65,8	21,1	7,9	100,0	(79)
Milano	9,1	67,3	20,0	3,6	100,0	(80)
Genova	7,4	55,6	29,6	7,4	100,0	(79)
Bologna	0,0	43,8	25,0	31,3	100,0	(80)
Roma	5,5	41,8	39,1	13,6	100,0	(79)
Napoli	10,5	57,9	13,2	18,4	100,0	(80)
Palermo	3,7	51,9	25,9	18,5	100,0	(79)
Totale	6,4	53,4	27,7	12,5	100,0	(556)

fetti, gli individui che hanno visitato l'Urp almeno una volta sono coloro che hanno punteggi più elevati nell'indice generale di contatto con la pubblica amministrazione. Probabilmente, nei piccoli comuni c'è anche una «diversa» percezione dell'Urp: tutto il comune può essere percepito come un Urp generalizzato.

Fra i grandi comuni rappresentati nel campione – in tutti è presente un Urp – la situazione è particolarmente interessante e evidenzia alcune differenze notevoli (vedi tab. 4.4). Qui, la percentuale di cittadini che afferma, erroneamente, che il comune non ha un Urp o che non è a conoscenza della sua esistenza si attesta ai livelli del resto del campione, mentre cresce il nu-

mero di coloro che, pur avendone sentito parlare, non lo hanno mai visitato. La percentuale di coloro che lo hanno visitato è inferiore alla media. Si noti come emerge l'eccezione di Bologna, dove non solo nessun intervistato ha affermato che la città non è ha uno, ma dove quasi un terzo dei cittadini l'ha visitato almeno una volta.

L'esito della risposta può anche dipendere da una questione linguistica: spesso l'Urp riceve caratterizzazioni linguistiche diverse a seconda della città: «centro di informazioni al cittadino», «informacittà» ecc. Tuttavia «Urp» non è semplicemente un'etichetta che si trova nei testi legislativi, ma è anche il nome con cui lo strumento è stato pubblicizzato negli ultimi dieci. Perciò, il fatto che, a dieci anni di distanza, la sua natura risulti ancora così misteriosa, rappresenta una sicura sfida per chi fa comunicazione pubblica.

La scarsa visibilità dell'Urp rappresenta sicuramente un'occasione persa, se è vero che la stragrande maggioranza (il 61,7%) di coloro che lo hanno effettivamente sperimentato o comunque dichiarato di essere a conoscenza della sua esistenza è concorde nel dire che l'Urp ha migliorato molto o abbastanza l'accesso e l'utilizzo dei servizi da parte del pubblico.

## 5. Il bisogno di informazione

La parte dell'intervista dedicata ai bisogni informativi dei cittadini ha preso in esame quattro aree tematiche come indicatori di interesse dei cittadini per una maggiore attività di informazione dalla pubblica amministrazione. Le aree tematiche prescelte sono state:

- a. gestione e organizzazione finanziaria della pubblica amministrazione (in cui si inserisce, per esempio, il tema della pubblicità da dare al Dpef);
- b. iniziative culturali;
- c. servizi sociali;
- d. situazione sociale ed economica del territorio (es. dati sull'andamento della popolazione, dell'economia ecc.);
- e. l'Unione Europea.

I temi sono stati scelti, fra i tanti possibili, per alcune ragioni specifiche. Le iniziative culturali e i servizi sociali rappresentano due classi di informazioni molto generali in cui è ragionevole aspettarsi differenze tra diverse fasce d'età e condizioni lavorative. D'altra parte le informazioni di carattere finanziario e sullo stato del territorio rappresentano argomenti più specifici, su cui si è di recente cristallizzato un certo interesse da parte dei comunicatori pubblici (come comunicare i bilanci degli enti pubblici? I Dpef? Che informazioni utilizzare a fini di marketing territoriale? Ecc.). Infine, l'Unione Europea rappresenta una tematica che rivestirà sempre maggiore importanza in futuro, se si pensa ai processi di integrazione politica e di allargamento in atto, e che sarà particolarmente interessante monitorare nel tempo.

### 5.1. *L'interesse per i temi della pubblica amministrazione*

A ciascuna delle domande era possibile rispondere «per niente», «poco», «abbastanza» o «molto interessato». Questo ci permette di guardare ai risultati in due modi: osservando le percentuali di persone molto o abbastanza interessate da una parte e quelle di individui poco o per niente interessati dall'altra, oppure calcolando una media delle risposte, laddove è stato assegnato un punteggio di 1 per la categoria «per niente», 2 per «poco», 3 per «abbastanza» e 4 per «molto» (l'indice può dunque variare da 1 a 4). Nella lettura dei dati vale la pena ricordare che questo tipo di media è ovviamente sensibile ai valori estremi di 1 e 4, perciò, a parità di percentuale di «molto» e «abbastanza», un indice più alto dovrebbe indicare una maggiore proporzione di «molto» e uno più basso una maggiore proporzione di «per niente».

Tab. 5.1. *Interesse per maggiori informazioni dalla pubblica amministrazione, a seconda dell'età e della condizione professionale (percentuale di persone che si dichiarano «molto» o «abbastanza» interessati e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Informazioni finanziarie		Iniziative culturali		Servizi sociali		Informazioni territoriali	
	%	Media	%	Media	%	Media	%	Media
18-29 anni	64,1	2,69	84,3	3,18	79,7	3,09	73,4	2,94
30-39 anni	68,3	2,79	82,5	3,09	85,6	3,17	77,7	2,97
40-54 anni	67,4	2,83	78,2	3,00	82,9	3,11	78,1	3,03
55-64 anni	65,4	2,74	72,3	2,92	79,2	3,00	71,8	2,92
65 anni e più	48,0	2,38	54,7	2,47	62,6	2,65	48,6	2,39
Lavoratore privato	67,4	2,80	80,4	3,07	83,4	3,15	77,8	2,99
Lavoratore pubblico	62,2	2,73	81,0	3,08	82,9	3,15	73,9	2,97
Pensionato	57,7	2,58	59,6	2,63	68,7	2,80	56,3	2,60
Studente	73,1	2,78	92,5	3,33	82,4	3,13	79,3	2,99
Casalinga	62,0	2,64	67,8	2,78	74,0	2,87	68,2	2,78
Altro	57,5	2,70	78,3	3,02	81,0	3,06	77,2	3,04
Totale (N)	63,6 (2313)	2,71	75,4 (2347)	2,96	78,9 (2357)	3,03	71,4 (2338)	2,88

Per una sintesi vedi tab. 5.1.

Le aree su cui si cristallizza maggiore interesse sono quelle delle iniziative culturali (media 2,96) e dei servizi sociali (3,03). Informazioni sulla gestione economica della pubblica amministrazione e sullo stato del territorio ottengono rispettivamente un punteggio di 2,71 e 2,88. Studenti e lavoratori in tutti i casi sono le categorie che mostrano in maniera consistente maggiore interesse. Perfino nel caso dei servizi sociali, dove l'interesse dei pensionati sale sensibilmente (2,80 rispetto al 2,63 delle iniziative culturali, per esempio), sono ancora studenti e lavoratori, sia nel settore pubblico che in quello privato a mostrare i punteggi maggiori (3,13 e 3,15 per entrambe le classi di lavoratori). L'interesse in assoluto più elevato si registra fra gli studenti per le iniziative culturali: ben il 92,5% è molto o abbastanza interessato a maggiori informazioni nell'ambito. Risultato in parte prevedibile visto lo stile di vita del gruppo, ma che dovrebbe stimolare un'ulteriore diffusione di strumenti quali le carte giovani o i bollettini specializzati nelle città universitarie o ad alta densità di popolazione studentesca. Ancora una volta, un tema trasversale come quello delle iniziative culturali può rappresentare un buono

strumento per introdurre il gruppo alla conoscenza di altre iniziative e servizi della pubblica amministrazione.

Il collegamento del grado di interesse con l'età è invece più complesso. In linea di massima mostra un andamento curvilineo: i valori massimi sono registrati, nel caso di informazioni finanziarie, sui servizi sociali e il territorio, nelle fasce d'età tra i 30 e i 54 anni. Dopo i 54 anni l'insieme di individui che si dicono molto o abbastanza interessati diminuisce, così come per gli individui sotto i trent'anni. Dopo i 64 i valori crollano radicalmente. Unica eccezione le iniziative culturali, come conseguenza dell'alto gradimento mostrato dagli studenti: qui la relazione con l'età è più lineare, con il numero di individui molto o abbastanza interessati che diminuisce gradualmente al crescere dell'età fino a crollare dopo i 64 anni.

Tutte e quattro le aree tematiche sono anche strettamente collegate al titolo di studio: all'aumentare del titolo, aumenta anche sistematicamente il punteggio, raggiungendo i valori massimi con il gruppo dei laureati. Unica parziale eccezione le informazioni riguardanti la gestione e organizzazione finanziaria della pubblica amministrazione dove i diplomati manifestano un interesse maggiore dei laureati (i punteggi sono, rispettivamente, 2,91 e 2,88). Il fenomeno dovrebbe essere un effetto del gruppo degli studenti, ancora non laureati, che rappresentano il gruppo con la maggiore quota di individui che hanno risposto di essere molto o abbastanza interessati a questo tipo di informazione.

Sull'interesse per i diversi temi non sembra influire la regione di appartenenza o la zona territoriale, se non in due interessanti eccezioni: gli abitanti delle regioni del Sud sono leggermente più desiderosi della media di ricevere informazioni sulle iniziative culturali e sempre gli abitanti del Sud insieme a quelli delle Isole manifestano un interesse leggermente superiore alla media per informazioni sulla situazione sociale e economica del territorio.

## 5.2. *L'interesse per una maggiore attività d'informazione pubblica*

Sulla base delle risposte alle singole domande, possiamo anche ricavare un semplice indice sintetico di interesse nei confronti di una maggiore attività informativa della pubblica amministrazione. L'indice sarà costituito dalla media dei punteggi sulle quattro domande riferite ai temi.<sup>8</sup> Il risultato

---

<sup>8</sup> Abbiamo lasciato fuori dall'indice l'interesse per le informazioni sull'Unione Europea perché l'indice vuole riferirsi alla sola pubblica amministrazione italiana, mentre le informazioni sull'Unione Europea possono arrivare da una pluralità di soggetti, come è stato esplicitamente messo in evidenza da una delle domande che saranno analizzate *infra*.



Tab. 5.2. *Interesse dei cittadini per l'attività di informazione della pubblica amministrazione per fascia d'età, titolo di studio e condizione lavorativa (punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Media	(N)
18-29 anni	2,97	(460)
30-39 anni	2,99	(450)
40-54 anni	2,98	(615)
55-64 anni	2,89	(482)
65 anni e oltre	2,47	(371)
Nessun titolo o licenza elementare	2,50	(435)
Licenza di scuola media inferiore	2,82	(841)
Diploma	3,09	(836)
Laurea	3,13	(249)
Lavoratore nel settore privato	3,00	(713)
Lavoratore nel settore pubblico	2,97	(428)
Pensionato	2,65	(475)
Studente	3,07	(227)
Casalinga	2,76	(403)
Altro	2,96	(122)
Totale	2,89	(2379)

complessivo è 2,89; di per se il punteggio suggerisce un discreto interesse per una maggiore attività informativa, ma ovviamente il punteggio ci serve solo come punto di partenza.

Ancora una volta, l'indice è chiaramente correlato con l'età e il titolo di studio. Al crescere dell'età, l'indice diminuisce, mentre raggiunge un punteggio vicinissimo al 3 nelle fasce dai 18 ai 54 anni. All'aumentare del titolo di studio, l'indice aumenta, fino a raggiungere il valore massimo, 3,10, fra i laureati (vedi tab. 5.2).

Quello che mostrano questi dati è che c'è una parte consistente della popolazione, quella composta appunto dagli anziani e dai pensionati, che in qualche modo presenta una chiusura nei confronti dell'esterno e scarso desiderio di conoscere di più sulla realtà che la circonda, anche quella parte di realtà che la può riguardare più da vicino. Il mondo degli anziani però non è indifferenziato. Se prendiamo anche solo la classe dei pensionati, scopriamo che ci sono al suo interno profonde differenze a seconda del titolo di studio conseguito: specialmente i diplomati mostrano livelli di interesse superiori alla media. Il problema che emerge è che il gruppo dei pensionati soffre di uno scarso capitale culturale che, in una sorta di circolo vizioso, li tiene lon-

tani anche solo dal desiderio di acquisire nuove conoscenze. La situazione con il tempo è probabilmente destinata a cambiare, per via di un ricambio generazionale che porterà un maggiore livello culturale, ma costituisce, allo stato attuale, un serio problema alle iniziative di comunicazione rivolte a questo gruppo.

### 5.3. *L'Unione Europea*

Un tema particolare che abbiamo esaminato è l'interesse per maggiori informazioni sulla realtà dell'Unione Europea e delle sue istituzioni. Come già ricordato, si tratta di un tema particolarmente importante in considerazione degli importanti processi di allargamento e integrazione politica in atto; il tema è stato indagato lungo due dimensioni: da una parte, analogamente a quanto fatto per gli altri temi, abbiamo chiesto una valutazione generale di interesse (le risposte erano sempre per niente, poco, abbastanza e molto); dall'altra, abbiamo chiesto agli intervistati di indicarci quale ente o istituzione ritenessero più adatto per farsi carico delle comunicazioni dell'Unione Europea. Infatti, a differenza di quanto visto per gli altri temi, non abbiamo assunto che le informazioni sull'Unione debbano essere veicolate dalla pubblica amministrazione: in quanto organismo di carattere transnazionale, ci sono altri enti che potrebbero occuparsi delle sue comunicazioni in un paese: l'Unione stessa, i rappresentanti eletti al Parlamento Europeo, i media, ecc.

È risultato (tab. 5.3) che il 66,3% della popolazione è abbastanza o molto interessato a ricevere maggiori informazioni sul tema. Il punteggio medio sull'indice è di 2,73 e si colloca ai livelli più bassi di gradimento rispetto agli altri temi indagati: in pratica indica un interesse analogo a quello per le informazioni di carattere finanziario e organizzativo.

L'interesse per l'Unione sembra un interesse di tipo «scolastico». Il fattore che maggiormente lo influenza è, infatti, il titolo di studio, con diplomati e laureati che mostrano entrambi lo stesso livello di interesse. Ma la prova più significativa di questo atteggiamento viene dal fatto che il gruppo più interessato risulta essere quello degli studenti (media di 2,93). Probabilmente l'Unione Europea non solo è percepita come lontana e poco degna di interesse, ma anche come un argomento complesso, di carattere tecnico, che merita l'attenzione delle persone più istruite (o che si stanno «istruendo»)

Tab. 5.3. *Interesse per maggiori informazioni sull'Unione Europea per titolo di studio (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Fino a lic. elementare	Lic. media inferiore	Diploma	Laurea	Totale
Per niente	25,1	13,2	5,9	6,6	12,0
Poco	25,1	24,6	18,5	17,6	21,7
Abbastanza	40,8	44,9	52,6	50,8	47,6
Molto	9,0	13,3	23,0	25,0	18,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(416)	(827)	(817)	(237)	(2297)
Media punteggio	2,34	2,66	2,93	2,94	2,73

Tab. 5.4. *Istituzioni ritenute più consone per la responsabilità delle comunicazioni dell'Unione Europea a seconda del grado di interesse per maggiori informazioni sull'Unione stessa (valori percentuali)*

	Per niente/poco interessati	Molto/abbastanza interessati	Totale
Le istituzioni dell'Unione	20,6	17,5	18,5
Il governo italiano	32,2	26,4	27,9
Le autorità regionali e locali	24,4	28,1	27,0
I membri del Parlamento Europeo	2,9	8,4	7,2
I mezzi di comunicazione	13,0	14,9	14,2
I sindacati	4,4	3,7	4,1
Altre organizzazioni	1,5	0,9	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0
(N)	(540)	(1381)	(1946)

Nel grado di interesse verso l'Unione emergono anche alcune interessanti differenze territoriali: l'interesse è in media leggermente più elevato nelle regioni del Centro, Sud e Isole, principalmente come conseguenza dei punteggi medi di Lazio, Abruzzo, Basilicata e Sardegna, tutte regioni in cui gli abitanti hanno un punteggio medio di interesse superiore a 2,80.

Quando si viene a chiedere quale organo dovrebbe essere responsabile delle comunicazioni dell'Unione (tab. 5.4), si assiste a un testa-testa fra governo (27,9%) e autorità regionali e locali (27,0%). Decisamente messi in secondo piano gli organi dell'Unione Europea (18,5%) e gli europarlamentari (7,2%). Questa sorta di testa-testa può essere in parte risolto se si conside-

rano separatamente le risposte di coloro che hanno dichiarato di essere molto o abbastanza interessati a ricevere maggiori informazioni da parte dell'Unione e coloro che hanno dichiarato di esserlo solo poco o per niente (vedi tab. 5.4). Per i primi, le comunicazioni dell'Unione dovrebbero essere decisamente prese in mano dalle regioni e gli altri enti locali (28,1%), mentre per i secondi dal governo (32,2%). Probabilmente il grado di salienza per il tema crea attese diverse sul tipo di comunicazione: chi è più interessato si aspetta occasioni di comunicazione più vicine e dirette, come quelle offerte dagli enti locali appunto, mentre chi ha un interesse solo marginale si aspetta azioni di comunicazione di taglio maggiormente generalista, come campagne pubblicitarie del governo. In generale, chi è più interessato mostra preferenze più articolate, mentre chi lo è meno va in genere a scegliere le istituzioni più prevedibili per l'assunzione di questa responsabilità, cioè il governo e l'Unione stessa. Ma il risultato più interessante di questa domanda deriva dai «non so». Gli individui che non sono stati in grado di esprimere un'opinione sono stati il 17,7% dell'intero campione. Questo risultato più di ogni altro testimonia una notevole difficoltà di relazione con le istituzioni europee.

A conferma dello scarso appeal comunicativo delle strutture dell'Unione c'è anche il giudizio sulle capacità comunicative dell'Unione (vedi *infra*) che è risultato il più basso fra quelli assegnati dai cittadini a organi e istituzioni pubblici (solo il 41,9% dei cittadini «promuove» queste istituzioni, riconoscendo che sono abbastanza o molto capaci di comunicare).

## 6. La qualità della comunicazione pubblica

### 6.1. La comprensibilità del linguaggio delle istituzioni

Un interrogativo significativo della ricerca per valutare la qualità della comunicazione pubblica di istituzioni e pubblica amministrazione verte sulla percezione delle capacità comunicative di alcune cariche istituzionali. Si è chiesto agli intervistati di dire se la figura istituzionale in questione era «per niente», «poco», «abbastanza» o «molto» capace di farsi capire dai cittadini. Aggregando le risposte molto e abbastanza è possibile ricavare una sorta di indice di gradimento per la comunicazione di alcune istituzioni. Un altro modo di vedere i risultati, analogamente a quanto fatto con i temi (vedi *supra*), consiste nell'osservare la media dei punteggi, sostituendo 1 a «per niente», 2 a «poco», 3 ad «abbastanza» e 4 a «molto». In questo secondo caso, ciascuna carica potrà ricevere un punteggio variabile da 1 a 4.

Le figure istituzionali messe alla prova del giudizio dei cittadini sono

Tab. 6.1. *Percezione delle capacità comunicative delle principali cariche istituzionali (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Molto o abbastanza capace	Per niente o poco capace	Totale	(N)	Media
Capo dello Stato	84,1	25,9	100,0	(2217)	3,15
Sindaci	70,1	29,9	100,0	(2023)	2,79
Presidente del Consiglio	65,5	34,5	100,0	(2175)	2,72
Presidente Commissione Europea	60,1	39,9	100,0	(2085)	2,64
Presidenti delle regioni	58,0	42,0	100,0	(1682)	2,59
Ministri	43,8	56,2	100,0	(2090)	2,35
Le istituzioni europee	41,9	58,1	100,0	(1932)	2,37

state il Presidente della Commissione Europea, il Capo dello Stato, il Presidente del Consiglio dei Ministri, gli altri ministri nel loro complesso, i presidenti delle regioni e i sindaci (abbiamo anche incluso nella batteria di domande gli impiegati pubblici che saranno trattati nel prossimo paragrafo). Si noti che a proposito di sindaci e presidenti delle regioni abbiamo chiesto un giudizio sull'eletto della città o della regione dell'intervistato.

Tab. 6.2. *Giudizio sulla capacità di farsi capire del Capo dello Stato a seconda del titolo di studio (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Fino a lic elementare	Lic. media inferiore	Diploma	Laurea	Totale
Per niente	3,5	3,3	2,5	2,1	3,0
Poco	9,4	15,8	12,9	8,3	12,8
Abbastanza	53,5	51,1	51,7	43,0	50,6
Molto	33,8	29,8	33,0	46,7	33,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(386)	(765)	(807)	(243)	(2217)
Media punteggio	3,17	3,07	3,15	3,34	3,15

Tab. 6.3. *Giudizio sulla capacità di farsi capire del Capo dello Stato a seconda dell'età (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	18-29 anni	30-39 anni	40-54 anni	55-64 anni	65+ anni	Totale
Per niente	2,3	3,2	3,6	2,2	3,8	3,0
Poco	20,0	19,0	10,1	8,9	6,5	12,8
Abbastanza	53,7	49,3	54,2	47,2	46,0	50,6
Molto	24,1	28,5	32,2	41,6	43,7	33,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(435)	(410)	(588)	(447)	(337)	(2217)
Media punteggio	3,00	3,03	3,15	3,28	3,30	3,15

Per mezzo della prima strategia interpretativa (vedi tab. 6.1), si scopre che la figura istituzionale le cui capacità comunicative sono maggiormente considerate è il Capo dello Stato, «promosso» dall'84,1% degli intervistati. Subito dopo troviamo i sindaci, considerati molto o abbastanza capaci di farsi capire dal 70,1% degli italiani. Seguono il Presidente del Consiglio (65,5%), il Presidente della Commissione Europea (60,1%), i presidenti delle regioni (58%), i ministri (43,8%) e le istituzioni europee (41,9%).

Nel giudizio sul Capo dello Stato il titolo di studio – uno dei fattori, in generale, che maggiormente sembra influenzare le risposte a questo set di domande – sembra essere meno determinante che in altri casi (vedi tab. 6.2). Infatti, se si osserva il collegamento tra il giudizio espresso e il titolo di studio, si evince che il Capo dello Stato risulta molto comprensibile, con punteggi superiori alla media, sia a chi è privo di istruzione che a chi è in pos-

nesso di laurea. Da questo punto di vista, l'unica eccezione è costituita dal gruppo di cittadini in possesso di licenza media inferiore che mostrano più perplessità degli altri gruppi. Il fattore che sembra determinare maggiormente il giudizio è l'età: i punteggi sul giudizio (vedi tab. 6.3) crescono sistematicamente al crescere dell'età e si registra una forte differenza fra i punteggi di chi ha più o meno di quarant'anni. Coerentemente, il gruppo socio-professionale che mostra di connettere meglio con il Capo dello Stato è quello dei pensionati che mostrano un punteggio di 3,34 (i dipendenti pubblici, il secondo gruppo con i giudizi migliori, presentano un punteggio medio di 3,22). Probabilmente questa situazione spiega anche l'alto numero di giudizi positivi fra chi è privo di titolo di studio: è noto, infatti, che i pensionati e gli anziani in generale hanno mediamente titoli di studio inferiori rispetto ai cittadini più giovani.

I sindaci che hanno ricevuto le valutazioni migliori sono quelli dei comuni da 5.000 a 100.000 abitanti, con un certo peggioramento delle valutazioni nei piccolissimi comuni (meno di 5.000 abitanti) e in quelli con oltre 100.000 abitanti (vedi tab. 6.4). Questo dato è molto interessante, letto a quasi dieci anni dalla riforma dell'elezione diretta del sindaco, perché sembrerebbe indicare che nel tempo trascorso si è consolidato un buon rapporto comunicativo tra cittadini e sindaco, che si indebolisce però nei piccolissimi comuni, non interessati dalla riforma, e in quelli di dimensioni medio-grandi.

Dalla ricerca emergono anche differenze, a volte profonde, nella percezione delle capacità comunicative dei sindaci in alcune grandi città italiane e fra i presidenti delle diverse regioni.

Come mostrato dalla tab. 6.5, i sindaci di Torino e Genova si collocano ben al di sopra della media, mentre raggiungono punteggi sensibilmente al di sotto della media i sindaci di Napoli, Bologna e, soprattutto, Palermo. Dai dati sulle grandi città emerge anche una curiosità: alcuni sindaci connettono decisamente meglio con il gentile sesso: a Roma e Bologna e anche a Palermo, il giudizio di comprensibilità espresso dalle intervistate di sesso femminile risulta sensibilmente maggiore di quello espresso dalla controparte maschile. Per esempio, a Roma, su una scala da 1 a 4 le donne assegnano in media un 2,95 al sindaco, mentre gli uomini solo un 2,58; a Bologna gli stessi punteggi sono rispettivamente 2,80 e 2,68 e a Palermo 2,22 e 2,51.

Analogamente a quanto notato per i sindaci di alcune grandi città, anche tra i Presidenti delle diverse regioni emergono profonde differenze (vedi tab. 6.6). I risultati migliori sono ottenuti dai governatori di alcune regioni del Centro-Nord e del Sud: Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige, Lombardia, Liguria, Puglia e Basilicata presentano punteggi nettamente superiori alla media. I giudizi più negativi si registrano invece per i presidenti di Sardegna e Sicilia (e in secondo luogo di Vento, Molise, Umbria e Marche). Si noti che per questa domanda i «non so» sono stati decisamente elevati: il 28,8% del

Tab. 6.4. *Giudizio sulla capacità di farsi capire del proprio sindaco a seconda delle dimensioni del comune di residenza (valori percentuali e punteggio medio su una scala da 1 a 4)*

	Fino a 5.000 abit.	Da 5.000 a 15.000 abit.	Da 15.000 a 100.000	Oltre 100.000	Totale
Per niente	14,8	9,2	9,0	10,8	10,7
Poco	22,4	15,4	18,0	21,8	19,2
Abbastanza	44,5	54,9	49,9	50,8	50,2
Molto	18,2	20,5	23,0	16,5	19,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(411)	(479)	(643)	(490)	(2023)
Media punteggio	2,66	2,87	2,87	2,73	2,79

Tab. 6.5. *Percezione delle capacità comunicative dei sindaci di alcune grandi città italiane (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Molto o abbastanza capace	Poco o per niente capace	Totale	(N)	Punteggio medio
Torino	84,8	15,2	100,0	(69)	3,01
Milano	69,4	30,6	100,0	(69)	2,78
Genova	83,4	26,6	100,0	(70)	3,07
Bologna	66,6	33,4	100,0	(77)	2,74
Roma	69,7	40,3	100,0	(75)	2,76
Napoli	62,8	47,2	100,0	(79)	2,65
Palermo	50,0	50,0	100,0	(78)	2,37
Totale	60,1	39,9	100,0	(517)	2,77

campione. Si tratta di un incontestabile indicatore di una scarsa conoscenza della figura istituzionale dei presidenti regionali e nella conseguente difficoltà ad esprimere un giudizio. Coerentemente, le percentuali di «non so» per le altre figure sono stati di molto inferiori, in genere contenute sotto al 10%. In confronto i sindaci sono risultati impossibili da valutare dalla metà delle persone: il 14,8%.

È ancora più interessante osservare i «non so» come indicatori di notorietà per le singole regioni. Inoltre, grazie alla ricerca condotta sul tema di «Regioni, governatori e federalismo» sempre dall'Istituto Cattaneo e dall'Associazione di comunicazione pubblica e istituzionale in occasione dell'edizione 2001 del Com-P.A. (Vassallo 2001) è possibile associare a



Tab. 6.6. *Giudizio sulla capacità di farsi capire dei presidenti di regione (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4) e indici di notorietà e fiducia*

	Molto o abbast. capace	Non so	Media	(N)	Noto- rietà*	Fiducia*
Piemonte	57,0	32,0	2,60	(109)	46	50
Valle d'Aosta	75,0	20,0	2,81	(86)	67	41
Lombardia	70,1	18,0	2,76	(135)	67	17
Trentino-Alto Adige	61,3	20,5	2,76	(78)	82	50
Veneto	48,3	36,9	2,42	(62)	42	1
Friuli-Venezia Giulia	56,3	38,5	2,54	(61)	22	7
Liguria	63,5	27,8	2,65	(103)	40	25
Emilia-Romagna	62,9	48,3	2,54	(106)	22	29
Toscana	63,4	39,6	2,64	(61)	21	25
Umbria	50,0	27,8	2,48	(69)	22	26
Marche	50,0	33,3	2,48	(64)	15	16
Lazio	51,7	29,1	2,54	(92)	52	2
Abruzzo	53,7	24,1	2,51	(76)	38	8
Molise	55,6	35,7	2,47	(67)	55	22
Campania	60,4	25,8	2,63	(128)	39	45
Puglia	68,0	25,6	2,79	(74)	60	18
Basilicata	64,7	29,2	2,70	(70)	33	-7
Calabria	51,7	24,1	2,52	(75)	31	17
Sicilia	36,6	27,2	2,33	(121)	33	15
Sardegna	44,2	23,5	2,33	(79)	48	-1
Totale	57,9	29,2	2,59	(2373)		

\* I «non so» sono calcolati sul totale dei rispondenti, mentre i «molto e abbastanza» solo fra coloro che hanno espresso un giudizio, senza contare i «non so». L'indicatore di notorietà e di fiducia è tratto da Vassallo (2001). Il primo si basa sulla quota di intervistati in grado di ricordare il cognome del presidente della propria regione senza aiuti, mentre il secondo si basa sulla differenza fra la percentuale degli intervistati che hanno risposto di avere «abbastanza», «molta» o «moltissima» fiducia per il loro presidente e la percentuale di coloro che hanno risposto «poca» o «nessuna». Un saldo positivo indica la prevalenza di consensi, uno negativo che prevalgono i cittadini che non nutrono fiducia. Per il Trentino-Aldo Adige sono state calcolate le medie per le risposte riferite ai presidenti delle due province autonome.

ciascuna regione uno specifico indicatore di notorietà e fiducia (vedi tab. 6.6). Dall'analisi non è facile trovare collegamenti pienamente lineari tra fiducia, notorietà e percezione delle capacità comunicative: in tutti i casi emergono delle forti eccezioni. Per esempio, i presidenti che nel 2001 erano conosciuti da oltre il 40% dei cittadini ottengono, in linea di massima, una forte approvazione per le loro abilità: chi li considera capaci e molto capaci sono almeno il 60% dei cittadini. C'è però l'eccezione dei governatori di

Tab. 6.7. *Giudizio sulla capacità di farsi capire del Presidente del Consiglio, dei ministri del Presidente della Commissione Europea e delle istituzioni europee (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Presidente del Consiglio		Ministri del Governo		Presidente della Commissione		Istituzioni europee	
	%	Media	%	Media	%	Media	%	Media
Lavoratore privato	67,8	2,76	41,5	2,33	57,7	3,15	41,2	2,35
Lavoratore pubblico	65,3	2,71	48,3	2,42	65,6	3,15	36,1	2,32
Pensionato	69,0	2,80	44,4	2,34	67,7	2,80	39,7	2,31
Studente	52,9	2,57	44,4	2,39	58,5	3,13	55,6	2,61
Casalinga	66,8	2,70	45,3	2,36	53,4	2,87	42,1	2,33
Altro	62,7	2,69	36,4	2,28	48,7	3,06	46,3	2,49
Totale (N)	65,5 (2175)	2,72	43,8 (2090)	2,35	60,1 (2085)	2,64	41,9 (1932)	2,37

Lazio e Sardegna per i quali questo secondo punteggio è di molto inferiore al 60%. Ancora più problematico un collegamento con i giudizi di fiducia. Per spiegare questo fenomeno possiamo riprendere la linea di ragionamento di Vassallo (2001) che nota come fiducia e notorietà non siano collegati e come possano esserci casi di alta visibilità e poca fiducia (in caso di presidenti particolarmente controversi) e di scarsa visibilità ed elevata fiducia. Analogamente, possiamo avere casi molto differenti nella percezione delle abilità comunicative di un presidente e nel grado di fiducia o visibilità che può godere con il pubblico.

Il Presidente del Consiglio risulta leggermente più comprensibile agli uomini che alle donne, ai laureati e alle persone anziane, ma solo fino a 64 anni. Fra le categorie professionali, riceve i risultati migliori dai lavoratori nel settore privato (2,76) piuttosto che da quelli del settore pubblico (2,71) come accade per le altre figure istituzionali. Ottiene punteggi elevati anche da casalinghe e pensionati (vedi tab. 6.7). Al contrario, il giudizio sugli altri ministri del governo è uniforme fra le diverse categorie di cittadini, con l'eccezione dei dipendenti pubblici, più propensi a considerare i ministri capaci di farsi capire.

Per il Presidente della Commissione Europea si registra un andamento per certi versi simile a quelli riscontrato per il Presidente del Consiglio: uomini, laureati e persone più anziane lo trovano più comprensibile. Le differenze principali si trovano analizzando i giudizi a seconda della condizione professionale: per il Presidente della Commissione i giudizi positivi dei di-

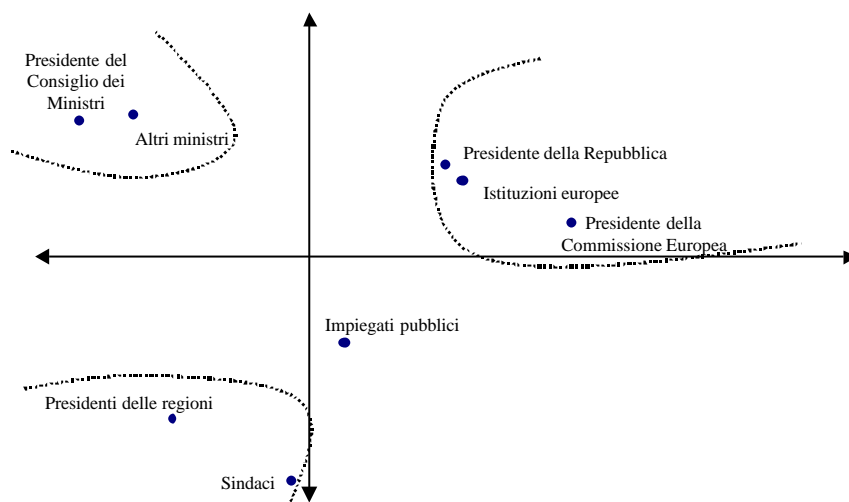
pendenti pubblici ritornano ad aumentare, mentre rimangono alti oltre che fra i pensionati anche fra gli studenti, ma non fra le casalinghe come nel caso del Presidente del Consiglio. Le Istituzioni europee nel loro complesso invece ottengono punteggi inferiori alla media da quasi tutte le categorie, con la sola eccezione degli studenti con un punteggio di 2,61 (e, in parte come conseguenza, dai giovani con meno di trent'anni). In parte questo atteggiamento degli studenti può essere considerato come un modo di mostrare sofisticazione, tuttavia non può non essere collegato ai valori per l'interesse nei confronti di una maggiore informazione sull'Unione già evidenziato sopra. Perciò si dovrebbe poter davvero concludere che gli studenti rappresentano un gruppo particolarmente attento nei confronti dell'Unione Europea con cui possono esserci interessanti opportunità di comunicazione. Anche qui, come nel caso dei presidenti regionali, si riscontra un'alta quota di «non so»: il 18,9% come ulteriore riprova della distanza delle istituzioni europee dalla percezione dei cittadini.

Gli alti giudizi di comprensibilità espressi dai pensionati per le diverse figure istituzionali sono in qualche modo controintuitivi e possono nascondere due interessanti interpretazioni. La prima riguarda la dinamica dell'intervista: probabilmente le persone più anziane, che sotto tutti gli altri indicatori sono risultate essere le meno interessate e coinvolte in processi di comunicazione pubblica, si sono volute dimostrare accondiscendenti nei confronti delle varie figure istituzionali; i loro giudizi positivi possono essere letti, insomma, come manifestazioni di rispetto. L'interpretazione può anche essere convalidata dal fatto che quando si passa dal giudizio per una figura istituzionale precisa (il Capo dello Stato, il Presidente del Consiglio, ecc.) a quello complessivo per un insieme di figure, i punteggi calano (vedi tab. 6.7).

La seconda interpretazione ci porta a rovesciare completamente la prospettiva: quello che risalta non sono tanto i giudizi mediamente positivi degli anziani e pensionati, quanto quelli negativi degli individui più giovani. In questo caso, quello che si evince dai dati è una complessiva insoddisfazione da parte di questi individui per le capacità comunicative di diverse figure istituzionali.

I giudizi espressi dagli intervistati circa la capacità di farsi capire di alcune figure istituzionali sono stati sottoposti a un'analisi delle componenti principali. Si tratta di una tecnica di analisi statistica multivariata che permette di rappresentare graficamente la relativa somiglianza/discordanza dei punteggi assegnati alle figure sottoposte a giudizio. Una rappresentazione sintetica dei risultati è riportata nella fig. 6.1. Ogni pallino del grafico rappresenta una delle figure istituzionali la cui capacità comunicativa è stata valutata. Più i pallini sono fra loro prossimi, più gli intervistati tendono ad esprimere giudizi simili nei confronti delle figure che tali pallini rappre-

Fig. 6.1. *La capacità di farsi capire di alcune figure istituzionali: spazio fattoriale risultante dall'analisi delle componenti principali dei giudizi espressi dagli intervistati*



sentano; viceversa, pallini fra loro distanti corrispondono a figure che tendono a suscitare giudizi molto discordi. Ad esempio, gli intervistati tendono a dare giudizi molto simili (buoni o cattivi che siano) al Presidente della Repubblica e alle istituzioni europee, e a dare giudizi molto divergenti al Presidente della Commissione Europea e al Presidente del Consiglio dei Ministri.

Sono chiaramente individuabili tre grappoli di figure: il primo grappolo comprende il Presidente del Consiglio dei Ministri e gli altri ministri, e parrebbe pertanto costituire un grappolo «governativo»; un secondo grappolo comprende il Presidente della Commissione Europea, le istituzioni europee e il Presidente della Repubblica, e sembrerebbe costituire un nucleo di figure istituzionali in senso stretto, con una caratterizzazione *super partes*. Il terzo grappolo – che comprende i presidenti regionali e i sindaci – presenta una infine caratterizzazione localista. Gli impiegati pubblici assumono una posizione intermedia fra le figure «alto-istituzionali» e quelle locali, distanziandosi invece dalle figure governative.

## 6.2. *La comprensibilità degli impiegati pubblici*

Gli impiegati pubblici sono ritenuti capaci di farsi capire molto o abbastanza dal 56,0% degli intervistati (tab. 6.8), punteggio che li colloca, in termini relativi, ben al di sopra di figure quali i ministri e le istituzioni europee. C'è però una sorpresa quando si confronta il grado di contatto (personale o telefonico) con la pubblica amministrazione e il giudizio espresso nei confronti degli impiegati pubblici. Coloro che li ritengono «molto capaci» sono anche coloro che hanno in media un indice di contatto più elevato rispetto a chi li considera poco, per niente o anche abbastanza capaci.

I punteggi riportati nella tab. 6.9 suggeriscono il seguente ragionamento: uno scarso contatto (esemplificato dai punteggi 0,9 e 1,1) produce dei giudizi «neutri» sulle loro capacità comunicative. Un ulteriore aumento del contatto (esemplificato dal punteggio 1,3) porta invece a giudizi negativi, probabilmente perché si hanno avute maggiori esperienze non soddisfacenti. Tuttavia, coloro che più assiduamente sono in contatto con gli impiegati pubblici (il punteggio è esattamente 2, quindi il 50% di più dei precedenti) sono coloro che riconoscono le migliori capacità comunicative degli impiegati pubblici.

Analogamente, in questo caso l'età non conta: all'aumentare dell'età i giudizi non peggiorano, anzi aumentano leggermente. Invece, chi non ha ancora compiuto 30 anni ha i giudizi maggiormente negativi nei confronti delle capacità comunicative degli impiegati pubblici.

Coerentemente con questo ragionamento – il massimo del contatto produce anche giudizi migliori e più equilibrati – i giudizi sugli impiegati pubblici peggiorano nei grandi comuni, dove abbiamo osservato un minore contatto con la pubblica amministrazione. Il giudizio più basso si raggiunge a Napoli, con una media di 2,02. Tra le regioni, ci sono alcuni primati che va bene ricordare: i giudizi migliori sugli impiegati pubblici vengono dal Friuli-Venezia Giulia, il Veneto, il Trentino-Alto Adige, la Toscana, il Piemonte e l'Emilia-Romagna. Le differenze fra regioni si traducono anche in forti differenze fra aree del paese. I cittadini più soddisfatti della comunicazione degli impiegati pubblici risiedono nel Nord Est (2,74) e nel Nord Ovest (2,59). I punteggi diminuiscono notevolmente al Centro (2,47) al Sud (2,39) e nelle Isole (2,40) rispetto alla media nazionale del 2,53.

Torino (2,62), Milano (2,59) e Bologna (2,57) sono le città che presentano i punteggi più elevati, mentre al lato opposto si collocano Napoli (2,07) e Roma (2,20).

Si noti che il giudizio dei cittadini di una città o di una regione non significa necessariamente un giudizio sugli impiegati pubblici di quella città o regione, dato che si domandava un giudizio «complessivo». Tuttavia è inevitabile che una certa parte di vissuto personale sia stata inserita nella ri-

Tab. 6.8. *Giudizio sulla capacità di farsi capire degli impiegati pubblici a seconda delle dimensioni del comune di residenza (valori percentuali e punteggi medi su una scala da 1 a 4)*

	Fino a 5.000 abit.	Da 5.000 a 15.000	Da 15.000 a 100.000	Oltre 100.000	Totale
Per niente	10,1	8,8	11,2	12,2	10,6
Poco	34,2	31,0	30,7	39,2	33,4
Abbastanza	47,3	50,7	51,3	44,0	48,7
Molto	8,4	9,5	6,9	4,6	7,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(426)	(526)	(758)	(498)	(2208)
Media punteggio	2,54	2,61	2,54	2,41	2,53

Tab. 6.9. *Relazione tra la propensione al contatto con la pubblica amministrazione e il giudizio sulle capacità comunicative degli impiegati pubblici*

Giudizio su quanto siano capaci di farsi capire gli impiegati pubblici	Indice di propensione al contatto con la PA	(N)
Per niente capaci	1,30	(236)
Poco capaci	1,19	(736)
Abbastanza capaci	0,94	(1076)
Molto capaci	2,04	(160)
Totale	2,89	(2368)

Tab. 6.10. *Giudizio sulla qualità dell'informazione ricevuta dalla pubblica amministrazione a seconda dell'età*

Le informazioni sono...	18-29 anni	30-39 anni	40-54 anni	55-64 anni	65+ anni	Totale
Complete e comprensibili	18,6	20,6	19,8	19,2	25,3	20,4
Comprensibili ma incomplete	46,6	46,2	42,5	37,4	28,9	41,0
Comprensibili ma poi sbagliate	21,9	16,4	14,5	17,9	16,0	17,2
Troppo difficili da capire	12,9	16,8	23,2	25,5	29,8	21,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(442)	(446)	(600)	(463)	(332)	(2282)

sposta, come dimostrato anche dal collegamento tra frequenza di contatto personale e giudizio espresso.

### 6.3. *Un giudizio sulla qualità dell'informazione*

Per individuare le principali lamentele nei confronti dell'informazione ricevuta dalla pubblica amministrazione, abbiamo formulato quattro ipotesi:

- a. le informazioni sono in genere molto complete e comprensibili;
- b. le informazioni sono corrette e si capiscono, ma sono anche incomplete;
- c. le informazioni si capiscono, ma poi si rivelano sbagliate;
- d. le informazioni sono troppo difficili da capire.

La prima esprime un giudizio molto positivo. La seconda mette in luce il problema dell'incompletezza dell'informazione, la terza la sua inaccuratezza e la quarta la scarsa comprensibilità. Posti di fronte alle cinque alternative gli intervistati non hanno dubbi: a fronte di un quarto degli intervistati che non hanno grossi problemi, la lamentela numero uno del pubblico (41,0%) risiede nell'incompletezza dell'informazione. Per un altro quarto (21,3%) il problema è la tradizionale «oscurità» del linguaggio burocratico e per il restante 17,2% il fatto che le informazioni ricevute si rivelano poi sbagliate.

Dell'incompletezza di lamentano soprattutto i più giovani (dai 18 ai 39 anni). Gli anziani con più di 65 anni sono il gruppo che trova più difficile da capire l'informazione (si tratta di una risposta che aumenta costantemente con l'età), ma, a sorpresa, anche quello che d'altra parte trova l'informazione più completa e comprensibile (vedi tab. 6.10).<sup>9</sup> Il problema nei confronti della completezza dell'informazione da parte dei più giovani dipende probabilmente dalle elevate esigenze e aspettative delle loro richieste, inserite in un contesto di vita dinamico e innovativo. Questa impressione sembrerebbe confermata anche dal rapporto tra le risposte alla domanda e il titolo di studio: laureati e diplomati sono coloro che maggiormente si lamentano dell'incompletezza dell'informazione, mentre chi non ha nessun titolo di studio o la sola licenza elementare è più probabile che abbia risposto che l'informazione della pubblica amministrazione è difficile da capire.

Comparando le diverse risposte ai punteggi medi degli intervistati sull'indice di contatto con la pubblica amministrazione si scopre che dell'inaccuratezza e oscurità dell'informazione si lamentano soprattutto coloro che sono leggermente più propensi al contatto (punteggi rispettivamente di 1,28 e 1,30). Coloro che non hanno lamentele oppure riscontrano il problema dell'incompletezza dell'informazione tendono ad avere meno contatti della media (entrambi i punteggi sono vicini a 1).

---

<sup>9</sup> Per un'interpretazione vedi la fine del paragrafo 6.1.

#### 6.4. *La facilità di orientarsi nella pubblica amministrazione*

La difficoltà di orientarsi fra gli uffici pubblici è una lamentela comune nei confronti della pubblica amministrazione. È anche una lamentela in parte giustificata dalla stessa articolazione della macchina pubblica: l'intersecarsi di livelli di governo e competenze mette spesso i cittadini di fronte a una molteplicità di soggetti con cui operare. Per fortuna, innovazioni come le conferenze dei servizi o anche il recentissimo portale nazionale della pubblica amministrazione ([www.italia.gov.it](http://www.italia.gov.it)) cercano di porre rimedio a questa situazione nell'ottica della semplificazione.

Dalla ricerca emerge che il 39,4% dei cittadini trovare l'ufficio cui chiedere l'informazione che si sta cercando risulta molto o abbastanza difficile (tab. 6.11). Al contrario, per il 33,8% risulta molto o abbastanza facile e per il restante 26,8% né facile né difficile. Complessivamente, dunque, la ricerca conferma una certa incertezza dei cittadini nel muoversi nei meandri della pubblica amministrazione: la quota di cittadini che trova questa attività difficile supera di oltre 5 punti percentuali la quota di coloro che invece non hanno nessun problema.

In questo caso non sembra esserci nessuna particolare connessione con l'esperienza, cioè il numero di contatti con la pubblica amministrazione registrati negli ultimi 12 mesi.

Se si calcola un indice di difficoltà basato sulla differenza (in termini percentuali) fra la quota dei soggetti che hanno risposto «è molto o abbastanza facile» e la quota di soggetti che hanno risposto «è molto o abbastanza difficile», un saldo positivo indicherà che prevalgono coloro che hanno risposto di non avere difficoltà, mentre un saldo negativo il contrario. Tanto più il punteggio si avvicina allo zero, tanto più i due gruppi avranno uguale consistenza. Seguendo questo tipo di ragionamento, possiamo evidenziare quattro peculiarità.

In primo luogo, hanno meno difficoltà ad orientarsi coloro che non hanno titolo di studio o hanno la sola licenza elementare da una parte e coloro che hanno la laurea dall'altra. Diplomatici e titolari di licenza media inferiore sono coloro che dichiarano maggiori difficoltà. Probabilmente in questo caso gli opposti si incontrano per la ragione che, da una parte, chi ha meno istruzione può avere richieste più standardizzate e quindi su cui risulta più facile trovare un interlocutore mentre, dall'altra, chi è dotato di maggiori risorse culturali è anche più facilitato nel compito di trovare gli interlocutori giusti.



Tab. 6.11. *Facilità di orientarsi nella pubblica amministrazione a seconda del titolo di studio (valori percentuali e saldi in punti percentuali: il saldo è pari alla differenza fra l'incidenza percentuale delle risposte «molto/abbastanza facile» e l'incidenza percentuale delle risposte «per niente/poco facile»)*

	Fino a lic. elementare	Lic. media inferiore	Diploma	Laurea	Totale
Molto facile	6,6	6,9	5,1	4,5	6,1
Abbastanza facile	30,7	28,3	24,5	32,5	27,8
Né facile né difficile	25,1	26,1	28,7	26,3	26,8
Abbastanza difficile	25,1	29,4	32,0	28,8	29,6
Molto difficile	12,4	9,2	9,7	7,8	9,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(N)	(394)	(823)	(827)	(243)	(2303)
Saldo «facile–difficile»	-0,3	-3,4	-12,1	+0,4	-5,5

In secondo luogo, ci sono opinioni molto diverse a seconda della regione di residenza. Da notare che la domanda chiedeva esplicitamente di fare riferimento alla propria esperienza e a quella della propria famiglia. Il Nord-Est e il Nord-Ovest sembrano essere le zone in cui i cittadini hanno meno problemi. Il Centro ha il record di risposte negative (il saldo è di ben -14 punti), mentre anche Sud e Isole presentano una maggioranza di cittadini insoddisfatti. La cattiva performance del Centro dipende in buona parte dal Lazio, che presenta una differenza negativa fra i due gruppi di ben 32,5 punti. Alcune regioni spiccano per una differenza particolarmente positiva: Valle d'Aosta (+40,0), Friuli (+20,8), Molise (+15,3), Emilia-Romagna (+10,9), Trentino (+5,2). Spicca la differenza negativa del Veneto (-10,0 punti) che sugli altri indicatori di qualità della comunicazione pubblica si è sempre collocato ai primi posti.

I giovani sono il gruppo che mostra più difficoltà (-15 punti fra chi ha meno di 30 anni e di -9 punti per chi ha un'età compresa tra i 30 e i 39 anni). Gli anziani non mostrano più difficoltà della media; i 55-64enni mostrano perfino una differenza positiva fra chi trova facile e difficile orientarsi.

Chi lavora nel settore pubblico mostra molte meno difficoltà di chi lavora in quello privato (per questi ultimi individui la differenza è di -12,2 punti). Anche gli studenti (coerentemente con quanto visto per l'età) mostrano elevate difficoltà (-13,0 punti), mentre fra casalinghe e pensionati coloro che hanno difficoltà e coloro che non ne hanno si equivalgono.

## 7. Comunicazione pubblica e nuove tecnologie

### 7.1. Chi usa Internet? Il digital divide all'italiana

Dal nostro campione emerge che circa una persona su tre utilizza Internet (per la precisione il 34,2% di tutto il campione). Gli utenti sono per lo più regolari, on-line più volte alla settimana: circa un terzo degli utenti è on-line tutti i giorni e un altro terzo da due a sei volte la settimana.<sup>10</sup>

L'utilizzo di Internet risulta collegato alle principali variabili strutturali del campione, in particolare a età, livello di istruzione e sesso (vedi tab. 7.1)

La correlazione con l'età è di tipo negativo: al crescere dell'età diminuisce la quota di utenti all'interno di una determinata fascia. La fascia di età con, in termini relativi, il maggior numero di utenti è quella dai 18 ai 29 anni dove sono utenti il 66,3% degli individui. Oltre i 65 anni gli utenti diventano appena il 2,9%. Collegato all'età sembra anche essere la straordinaria quota di utenti fra gli studenti – ricordiamo con più di 18 anni. Essi costituiscono quasi tre quarti del gruppo (74%), mentre fra i lavoratori quelli del settore privato sono più propensi all'uso (49,3%) di quelli nel settore pubblico (42,2%). Casalinghe e pensionati sono sfiorati solo marginalmente dal fenomeno con, rispettivamente, solo l'8,8% e il 6,3% di utenti.

Ma il fattore che sembra più influire sull'uso di Internet è il titolo di studio. Solo il 2% di coloro che hanno dichiarato di aver la licenza elementare o nessun titolo utilizza Internet. Questa percentuale sale al 23,1% per chi ha la licenza media, al 53,8% per chi possiede un diploma e al 65,7% per i laureati.

Anche il sesso rimane una forte discriminante: il 41,6% degli uomini comparati al solo 27,3% delle donne è utente del mezzo.

Ma è anche interessante esaminare alcuni fattori che sembrano influire in maniera solo lieve sulla distribuzione degli utenti. In primo luogo, andando a vedere come si ripartisce l'uso di Internet sul territorio nazionale *non* si scoprono profonde differenze Nord – Sud. Al Nord e al Centro l'utilizzo è leggermente superiore alla media, mentre al Sud è leggermente inferiore, attestandosi comunque a un 30% della popolazione. Anche tra le diverse regioni gli scarti dalla media non sono elevatissimi. Le regioni con più utenti in % sono il Veneto (43,0%) e la Valle d'Aosta (40,0%); regioni fanalino di coda sono invece le Marche (27,0%) e la Sicilia (27,8%).

In secondo luogo, anche l'ampiezza del comune di appartenenza non rappresenta una variabile cruciale per l'uso di Internet. Vedendo le grandi

---

<sup>10</sup> Ai fini delle seguenti elaborazioni abbiamo considerato «utenti», tutti coloro che hanno risposto di usare Internet anche solo saltuariamente

Tab. 7.1. *Utenti di Internet a seconda delle principali variabili socio-demografiche (valori percentuali)*

	Non utente	Utente	Totale	(N)
18-29 anni	33,7	66,3	100,0	(460)
30-39 anni	53,9	46,1	100,0	(451)
40-54 anni	66,3	33,7	100,0	(618)
55-64 anni	82,0	18,0	100,0	(490)
65 anni e oltre	97,1	2,9	100,0	(373)
Nessun titolo o licenza elementare	98,0	2,0	100,0	(444)
Licenza di scuola media inferiore	76,9	23,1	100,0	(847)
Diploma	46,2	53,8	100,0	(833)
Laurea	34,3	65,7	100,0	(248)
Maschi	54,8	41,6	100,0	(1143)
Femmine	72,6	27,4	100,0	(1247)
Totale	65,8	34,2	100,0	(2390)

città del campione, si scopre che Bologna ha il primato con il 43,0% di utenti, seguita da Roma (40,5%) e Milano (40,0%).

Infine è interessante notare che gli utenti di Internet sono forti consumatori di informazione stampata: solo il 9,3% degli utenti contro il 27,4% dei non utenti dichiara di non leggere mai un quotidiano o un periodico di informazione, mentre la maggior parte (69,0%) lo legge tutti i giorni o più volte alla settimana.

Come si vede la media complessiva del campione (34%) è in realtà svitante: lungo alcune dimensioni, la popolazione si divide nettamente tra utenti e non utenti. Si tratta del fenomeno noto come *digital divide*. Le dimensioni entro cui il divide è più evidente sono quelle del titolo di studio, dell'età, della condizione lavorativa e della classe sociale. Chi è giovane, chi ha un elevato titolo di studio e chi lavora o studia ha molte più probabilità di essere utente di Internet.

Un discorso particolare vale per la classe sociale. Il *divide* in questo caso non sembra tanto riferirsi al livello di reddito, quanto alla condizione socio-professionale degli appartenenti alla classe. Infatti la classe superiore e la classe media impiegatizia sono quelle che contengono al loro interno le porzioni maggiori di utenti di Internet: sono utenti il 45,2% degli appartenenti alla classe superiore e il 40,8% di quelli appartenenti alla classe media impiegatizia. Classe operaia e piccola borghesia hanno rispettivamente al loro

interno poco più di un quinto di utenti: rispettivamente 20,3% e 22,5%. In questo modo, gli appartenenti alla classe superiore hanno molto più in comune con la classe media impiegatizia di quanto abbiano con la piccola borghesia e quest'ultima, a sua volta, è molto più vicina alla classe operaia, in termini di tassi di penetrazione di Internet, di quanto lo sia al ceto medio. Questo allineamento tra classe superiore e ceto medio da una parte e piccola borghesia e classe operaia dall'altra suggerisce che ad influire sull'utilizzo di Internet siano maggiormente fattori culturali che economici.

### *7.2. L'atteggiamento nei confronti dell'e-government*

Pensando alla rilevanza dei processi di digitalizzazione della pubblica amministrazione (processi che, molto genericamente, possono rientrare nella categoria di e-government), abbiamo formulato uno specifico quesito per valutare il tipo di atteggiamento dei cittadini nei confronti dell'applicazione delle nuove tecnologie alla pubblica amministrazione. In particolare, abbiamo chiesto agli intervistati di dire se secondo loro questi nuovi strumenti peggiorino, migliorino o lascino invariato il rapporto tra cittadini e pubblica amministrazione. Tre quarti dei rispondenti sono d'accordo nel dire che tali strumenti migliorano il rapporto. Il risultato è particolarmente interessante perché è dovuto a un atteggiamento favorevole non solo di coloro che questi strumenti li usano già attivamente, ma anche di coloro che utenti non sono.

Come ci si potrebbe aspettare, chi è utente di Internet è ancora più entusiasta del ruolo che possono giocare le nuove tecnologie. Casalinghe e pensionati sono i più scettici rispetto a tali tecnologie, così come chi ha più di sessantacinque anni. Da notare che le donne (11,1%) sono più propense degli uomini (8,9%) ad affermare che le nuove tecnologie peggiorano il rapporto tra cittadini e pubblica amministrazione.

### *7.3. Uso di Internet e contatto con la pubblica amministrazione*

In generale gli utenti di Internet risultano più propensi al contatto con la pubblica amministrazione (si noti che l'indice generale di contatto è basato sul contatto personale e telefonico). A prima vista, si dovrebbe trattare solo di un fenomeno di distorsione derivante dal fatto che l'uso di Internet è a sua volta influenzato da altre variabili che a loro volta influenzano in maniera determinante la propensione al contatto. Tuttavia, controllando l'uso di Internet per età e titolo di studio (le due componenti principali che ne influenzano l'utilizzo) ancora si ottengono risultati molto differenti fra utenti e non utenti nelle varie classi (a questo punto vale la pena ignorare i risultati della

Tab. 7.2. *Atteggiamenti nei confronti dell'e-government fra utenti e non utenti di Internet (valori percentuali)*

Le nuove tecnologie...	Utente	Non utente	Totale
Migliorano i rapporti	85,0	70,5	75,9
Peggiorano i rapporti	4,2	13,4	10,0
Non influiscono	10,8	16,1	14,1
Totale (N)	100,0 (1302)	42,0 (793)	100,0 (2104)

categoria nessun titolo perché gli utenti solo nove casi e non forniscono basi sufficienti per l'analisi).

Le cose cambiano aggiungendo alle variabili di controllo il sesso (che abbiamo visto essere un'importante fattore predittore dell'uso di Internet). Con l'aggiunta del sesso, alcune delle differenze scompaiono, come conseguenza del fatto che gli uomini, che hanno dichiarato più contatti con gli uffici pubblici, costituiscono una quota preponderante degli utenti. Tuttavia, rimangono delle differenze elevate fra i diplomati di sesso femminile e fra i laureati. Fra questi ultimi il valore dell'indice dei contatti fra gli utenti è in un caso doppio (per i maschi) e in un altro quasi triplo (per le femmine) rispetto ai non utenti. È difficile, sulla base di questi dati, arrivare ad affermare che l'uso di Internet rappresenti un fattore indipendente nel determinare la propensione al contatto con la pubblica amministrazione. Probabilmente bisognerebbe andare in cerca di variabili esterne; si tratta probabilmente di fattori molto sottili, legati all'uso di Internet, quali lo stile di vita e la centralità e protagonismo nel sistema sociale. L'uso di Internet, comunque, rappresenta un interessante spia di queste caratteristiche sociali e come tale produce i risultati che abbiamo visto.

#### 7.4. *Le reti civiche*

Quello delle reti civiche<sup>11</sup> è un fenomeno particolarmente importante che abbiamo monitorato con attenzione nell'indagine. Si tenga conto che, secondo l'ultimo rapporto «Città Digitali» del Censis (2001b) tutte le città capoluogo (eccetto due) e il 56,5% dei comuni con più di 5.000 abitanti han-

---

<sup>11</sup> In questo rapporto intendiamo per rete civica il sito web ufficiale del Comune. Sono a rigore «reti civiche» anche i siti di altri enti pubblici territoriali, ma il fenomeno è ben più complesso soprattutto per la storia che il termine porta con sé. Vedi Miani (2002).

no una presenza Internet.

Fra gli utenti di Internet (che, ricordiamo, nel campione sono risultati il 34,2% del totale) la rete civica è stata visitata dal 36,7% degli intervistati: si tratta di 299 individui, che rappresentano una base più che sufficiente per le elaborazioni che seguono.

Innanzitutto è significativo che oltre un utente su tre abbia dichiarato di aver visitato la rete civica del proprio comune. Bisogna infatti considerare che non tutti i comuni ne hanno una: da questo punto di vista è anche significativo che circa un quarto degli utenti sia a conoscenza della sua esistenza, anche se non l'ha mai visitata, e che il 7,1% dichiara di sapere che il comune non ne ha una. La percentuale di coloro che ne ignorano l'esistenza (meno di un terzo: 32,4%) è significativamente inferiore a quella analoga sulla conoscenza dell'Urp. Si tratta però di un dato ingannevole: infatti all'aumentare delle dimensioni del comune aumenta anche la possibilità della presenza di un sito (sempre secondo dati del Censis<sup>12</sup>).

La tab. 7.3 è particolarmente indicativa: circa il 60% degli abitanti nei comuni con oltre 100.000 abitanti ha visitato la propria rete civica (e circa un altro quarto ne è comunque a conoscenza).

Fra le grandi città evidenziate nel campione, Genova e Palermo hanno le percentuali più elevate di utenti. Sorprende decisamente il fatto che Bologna, città con la migliore rete civica in Italia secondo il Censis, abbia il sito meno visitato fra le grandi città.

Su basi territoriali, il primato delle reti civiche più visitate spetta sicuramente al Nord Est e al Centro, soprattutto grazie al contributo di alcune regioni: Toscana, Umbria, Emilia-Romagna, Toscana, Lazio, Trentino (in tutte queste regioni dal 45% al 51% degli abitanti ha avuto la possibilità di visitare la propria rete civica, vedi tab. 7.3).

Venendo a identificare il profilo degli utenti, è particolarmente interessante scoprire che il 37,7% chi non ha ancora compiuto 30 anni ha visitato il sito della propria città, una percentuale leggermente superiore alla media che diminuisce fra i trentenni per raggiungere una punta nelle persone con un'età tra i 40 e 54 anni. Si tratta di un dato molto importante che dimostra come Internet possa rappresentare uno strumento di contatto con le fasce di popolazione più giovani, anche se il fatto che l'età che maggiormente influenzi l'uso sia quella dei 40-54 anni non deve lasciare dubbi sul fatto che il sito cittadino sia una meta primaria per chi è nel pieno della vita lavorativa.

---

<sup>12</sup> Secondo il Censis nei comuni non capoluogo fino a 10.000 abitanti un sito effettivamente attivo (con almeno una pagina analizzabile) è presente nel 45,4% dei casi, in quelli fino a 30.000 abitanti nel 69,9% dei casi e in quelli fino a 100.000 abitanti nel 77,4% dei casi.

Tab. 7.3. *Visite alla rete civica a seconda delle dimensioni del comune di appartenenza (valori percentuali)*

	Fino a 5.000 abit.	Da 5.000 a 15.000	Da 15.000 a 100.000	Oltre 100.000	Totale
Afferma che il comune non ha il sito	19,8	4,4	3,9	4,2	7,2
Non sa se il comune ne abbia un sito	39,5	42,0	30,6	20,0	32,4
Mai visitato, anche se sa che c'è	27,8	20,4	26,4	19,5	23,7
Lo ha visitato una o più volte	13,0	33,1	39,1	56,3	36,6
Totale (N)	100,0 (162)	100,0 (181)	100,0 (284)	100,0 (190)	100,0 (817)

Si noti anche che, in termini di profili occupazionali, sono soprattutto i lavoratori nel settore pubblico a servirsi di siti web cittadini (circa il 47%), a parziale evidenza che si tratta anche di strumenti di lavoro per la pubblica amministrazione.

L'uso di un indice sintetico del grado di contatto con la pubblica amministrazione ci permette di rispondere anche a un'altra interessante questione: l'uso della rete civica costituisce un complemento o un rinforzo alle attività di contatto tradizionali, di persona o telefoniche? Per rispondere, invece di usare l'indice generale già usato altrove, che tiene conto dei contatti anche con regione e enti pensionistici, useremo un indice ad hoc costituito dalla medie del numero di contatti telefonici e personali agli uffici del comune.

Come mostra la tab. 7.4, la risposta alla questione sembra essere che chi visita il sito in effetti lo faccia come rinforzo ad attività di contatto tradizionali: per coloro che hanno visitato il sito, infatti, l'indice arriva a 4 punti (contro 2,95 di media degli utenti e 2,10 di media generale). In altre parole, ferma restando l'opportunità evidenziata di raggiungere categorie di utenti normalmente in scarso contatto con la pubblica amministrazione come i giovanissimi, il sito web partecipa di un sistema di comunicazione a disposizione della pubblica amministrazione in cui i diversi strumenti non sono alternativi a vicenda, ma sono utilizzati tutti insieme, magari con scopi e sfumature diverse, dai cittadini che ne hanno accesso (del resto, avevamo già dato una risposta simile a proposito dell'uso del telefono paragonato al contatto faccia a faccia, vedi *infra*). La principale conseguenza di questa osservazione per i responsabili delle strategie di comunicazione pubblica consiste

Tab. 7.4. *Relazione tra le visite al sito del comune e la propensione al contatto con la pubblica amministrazione*

Visite al sito web del comune	Indice di propensione al contatto con il comune	(N)
Dichiara che il comune non ha un sito	3,76	(236)
Non sa se il comune ha un sito	2,31	(264)
Sa che c'è, ma non l'ha mai visitato	1,89	(194)
L'ha visitato una o più volte	4,05	(299)
Totale utenti	2,95	(816)

nell'esigenza di pensare al mix di strumenti a disposizione non come a un insieme di canali in cui replicare la stessa informazione, ma in cui poter rispondere a fasi e aspetti diversi del processo di contatto con i cittadini.

Analogamente, c'è anche una certa correlazione tra l'uso del sito e la visita all'Ufficio relazioni con il pubblico. Si riscontra però una peculiarità: incrociando uso del sito e dell'Urp si scopre che gli utenti più probabili del sito sono sia gli utenti dell'Urp – come ci si poteva aspettare – che coloro che dell'Urp conoscono l'esistenza ma non vi ci sono mai recati. In questo caso si potrebbe ipotizzare un effetto di sostituzione: a conoscenza dei due strumenti, i cittadini scelgono la rete civica, che diventa una sorta di Urp virtuale.

Da notare anche che sembra esserci una sorta di bisogno insoddisfatto da parte di coloro che sanno per certo che il comune non ha un sito: il fatto che il loro indice di contatto sia elevato quasi tanto quanto quello di coloro che il sito hanno potuto visitarlo suggerisce che si tratterebbe di un gruppo potenzialmente interessato al mezzo e che forse è a conoscenza della non esistenza del sito per averlo cercato.

Cosa fanno gli utenti sul sito del comune? Abbiamo chiesto che ci venisse riferita l'attività prevalente (vedi tab. 7.5). L'agenda degli appuntamenti e la descrizione dei servizi offerti sono risultate le più gettonate. Risultano decisamente importanti anche le sezioni bandi e concorsi e quelle con informazioni su come sbrigare una pratica.

Le reti civiche risultano promosse dagli utenti. Per questo avevamo studiato due indicatori: uno comportamentale, chiedendo l'esito dell'ultima ricerca di informazione sul sito, e uno più di atteggiamento, chiedendo quanto l'utente fosse complessivamente soddisfatto del servizio. Il fatto che l'informazione sia stata trovata nel 61,0% dei casi senza problemi e che il 78,1% degli utenti si dichiarò molto o abbastanza soddisfatto del servizio offerto sono sicuramente indicatori positivi. Rimane comunque sicuramente



Tab. 7.5. *Attività più frequenti sulle reti civiche: percentuale di utenti che svolgono le attività sotto elencate (valori percentuali)*

Informazioni sui servizi offerti	27,8
Agenda degli appuntamenti	26,3
Informazioni di carattere storico e culturale	15,3
Bandi e concorsi	10,5
Informazioni su come ottenere un documento	8,2
Informazioni su orari e ubicazione uffici	7,5
Composizione giunta e consiglio	3,0
Ordine del giorno consiglio comunale	1,4
Totale	100,0
(N)	(273)

spazio di miglioramento se è vero che ad essere «molto» soddisfatto sono solo il 9.0% degli utenti, mentre gli altri si limitano a un abbastanza. Inoltre che quasi in un quarto dei casi l'informazione sia stata trovata solo con difficoltà e nel 15.0% non sia stata trovata affatto indicano chiaramente l'esigenza di curare maggiormente l'offerta di informazione e il dispositivo di navigazione dei siti per soddisfare le richieste dei cittadini.

#### *7.5. La posta elettronica per dialogare con gli uffici pubblici*

Degli utenti Internet del campione, il 15,1% ha contattato almeno una volta un ufficio pubblico con la posta elettronica (per la precisione, il 9,4% lo ha fatto solo una volta e il rimanente 5,7% più volte). Quantitativamente si tratta di un fenomeno meno esteso dell'uso delle reti civiche che presenta alcune particolarità. In primo luogo, si tratta di una pratica più diffusa fra gli utenti Internet anziani (dai 55 anni in più) rispetto ai più giovani. Inoltre, tra coloro che hanno usato la posta elettronica per contattare uffici pubblici più volte, l'indice di propensione al contatto con la pubblica amministrazione scende (fino a un punteggio di 1,33) rispetto a chi lo ha fatto una sola volta (2,57): il punteggio di questo gruppo è quasi lo stesso di coloro che non hanno mai contattato uffici pubblici per posta elettronica (1,27). Si può dunque ipotizzare che la posta elettronica possa servire come medium sostitutivo, piuttosto che complementare, rispetto ai contatti telefonici e personali.

Un dato preoccupante rispetto all'uso della posta elettronica riguarda l'esito dei contatti. Il 36,7% degli intervistati ha dichiarato di non aver ricevuto risposta all'ultimo tentativo di contatto e il 23,2% di aver ricevuto una risposta solo dopo 48 ore (è noto che nell'utilizzo dell'e-mail i tempi di ri-

chiesta dovrebbero essere contenuti in 24 ore). Negli altri casi, il 23,4% degli utilizzatori dell'e-mail hanno ricevuto risposta al loro più recente tentativo di contatto in meno di 24 ore e un altro 16,6% in un tempo compreso tra 24 e 48 ore. Le ragioni dell'insuccesso nella gestione del mezzo da parte della pubblica amministrazione possono essere molteplici: problemi organizzativi, mancanza di policy e criteri per la gestione della posta elettronica, mancanza di responsabilizzazione degli impiegati nei confronti del mezzo ecc. Sarebbe interessante approfondire la conoscenza delle amministrazioni (che costituiscono comunque quasi un quarto di quelle contattate dagli utenti del nostro campione) che riescono a gestire dei tempi di ritorno contenuti in 24 ore.

## 8. Conclusioni

La ricerca che abbiamo presentato permette di articolare sei argomenti conclusivi sul rapporto cittadini-istituzioni.

In primo luogo, la ricerca ha evidenziato, in fatto di comunicazione pubblica, una spaccatura nel paese. Alcune categorie rimangono ai margini dei processi comunicativi (in particolare anziani, pensionati e casalinghe, persone senza titoli di studio superiori). Queste categorie non solo non prendono l'iniziativa per comunicare con la pubblica amministrazione, ma in qualche modo sono anche difficili da raggiungere e coinvolgere con azioni comunicative per un'insita mancanza di interesse nei confronti della pubblica amministrazione. Si tratta di un gruppo consistente della popolazione che soffre di una radicale mancanza di fiducia nella possibilità di poter instaurare un rapporto comunicativo soddisfacente con la pubblica amministrazione. Questo gruppo semplicemente non può essere ignorato dai comunicatori pubblici e richiederà in futuro una speciale attenzione per trovare le forme migliori finalizzate a «riattivarlo».

In secondo luogo, dalla ricerca emerge un profilo del paese ancora fedele agli *old media*, ma caratterizzato da alcuni segnali importanti dell'importanza che i *new media* hanno iniziato a ricoprire per una parte della popolazione. Gli utenti che abbiamo classificato come «tradizionali», caratterizzati da un sistema di preferenze coerentemente orientato verso gli *old media*, costituiscono tre quarti del pubblico. La posta risulta il mezzo preferito da quasi la metà dei cittadini per ricevere informazioni dalla pubblica amministrazione. Tuttavia, la ricerca mostra anche che c'è una consistente fetta della popolazione che ha riorientato le proprie preferenze medialie verso i *new media*. Alla base di questo riorientamento sembra stare l'utilizzo di Internet, che ovviamente a sua volta è influenzato da alcune precise variabili sociali, ma che, una volta presente nel bagaglio di competenze di un individuo, sembra segnare in modo netto le sue preferenze in fatto di mezzi di comunicazione per relazionarsi con la pubblica amministrazione. Nel paese si registra anche un atteggiamento favorevole nei confronti dell'attuazione di progetti di e-government, a dimostrazione di una complessiva accettazione del fenomeno dei *new media* – in altre parole pur tradizionali, gli italiani non si dimostrano luddisti. Un risultato particolarmente importante a proposito dei *new media* consiste nella scoperta che c'è un'ampia conoscenza delle reti civiche e un buon grado di soddisfazione del servizio che offrono. L'altra faccia di questo fenomeno di modernizzazione è che nell'utilizzo di Internet abbiamo rilevato una speciale spaccatura, lungo variabili quali l'età, il sesso e il titolo di studio, che va a sommarsi a quella registrata nel più generale contesto dei contatti con la pubblica amministrazione.

In terzo luogo, la ricerca contrasta alcuni classici stereotipi sulle abilità comunicative della pubblica amministrazione. Risulta per esempio che il problema numero uno dell'informazione che i cittadini ricevono dalla pubblica amministrazione non è tanto l'oscurità del linguaggio burocratico, quanto l'incompletezza delle informazioni. Inoltre, l'immagine che esce dalla ricerca degli impiegati pubblici è sostanzialmente positiva, con uno speciale riconoscimento delle loro capacità da parte di coloro che hanno contatti più frequenti con la pubblica amministrazione.

In quarto luogo, la ricerca ha dimostrato che c'è un grave deficit di conoscenze nel pubblico di due strumenti fondamentali di comunicazione pubblica: gli Uffici relazioni con il pubblico e i centri di informazione telefonica (come call center, numeri verdi, ecc.). Il numero dei cittadini che ignora l'esistenza di un Urp nel proprio comune supera di molto il numero di coloro che sanno se c'è oppure no e che lo hanno eventualmente frequentato. Inoltre, c'è una fetta consistente di cittadini che dichiara di non aver mai usato il telefono per cercare informazioni presso la pubblica amministrazione. Si tratta in entrambi i casi di occasioni «perse» di contatto, specialmente se si pensa che la maggioranza dei cittadini che conoscono l'Urp sono stati d'accordo nell'affermare che si tratta di uno strumento che ha migliorato l'accesso ai servizi e le informazioni della pubblica amministrazione.

In quinto luogo, la ricerca ha mostrato la preminenza del comune (anche nella sua versione digitale: la rete civica) come sportello di front office nella pubblica amministrazione. Gli uffici delle regioni appaiono decisamente secondari nel rapporto diretto con i cittadini, tuttavia abbiamo mostrato come comune e regione rispondano a bisogni di pubblici in qualche modo complementari. In particolare è risultato che le regioni hanno enormi possibilità di stabilire rapporti continuativi con i cittadini cominciando a valorizzare le relazioni con i più giovani, che rappresentano una parte importante del loro pubblico.

Infine, per riallacciarti alla domanda iniziale – come la comunicazione pubblica può operare nell'odierno sistema dei media – è emerso come i diversi mezzi di comunicazione a disposizione dei cittadini appaiano essere allo stesso tempo complementari e supplementari. Complementari perché in molti casi sembrano rispondere a esigenze specifiche del pubblico (abbiamo osservato come le preferenze sui canali per presentare domande e richiedere informazioni cambino in modo radicale e anche come emergano alcune speciali preferenze quando si tratta di effettuare pagamenti). Ma i diversi media sembrano anche essere supplementari, rafforzandosi a vicenda, piuttosto che risultare sostitutivi gli uni con gli altri. Questa particolare situazione mostra che il pubblico sembra essere diventato particolarmente sofisticato nello scegliere media diversi non solo per interazioni diverse, ma anche per differenti fasi del processo di contatto. La sfida dei comunicatori pubblici consisterà

dunque nell'identificare di volta in volta il modo migliore per far combaciare tutte le tessere del mosaico dei mezzi di comunicazione nel disegno complessivo dell'erogazione di un servizio o di un piano di comunicazione.

In conclusione, la ricerca mostra un quadro della comunicazione pubblica complesso e variegato, con differenze spesso anche notevoli da città e città e da regione e regione, ma con in comune ancora una sostanziale preminenza del sistema degli *old media* per comunicare con i cittadini, sebbene la porzione di cittadini che ha riconfigurato le proprie preferenze a favore dei *new media* è già consistente e promette di aumentare, in corrispondenza a un'ulteriore diffusione dell'uso di Internet e alla maturazione delle generazioni più giovani.

## Riferimenti bibliografici

Censis

2001a *Primo rapporto annuale sulla comunicazione*, Roma, Censis/UCSI (disponibile on-line sul sito [www.censis.it](http://www.censis.it)).

2001b *VI rapporto le città digitali in Italia*, Roma, RUR/Censis/Formez (disponibile on-line sul sito [www.rur.it](http://www.rur.it)).

Grandi, R.

2001 *Comunicazione pubblica*, Roma, Carocci.

Miani, M.

2002 «Prospettive e limiti del federalismo telematico nei piccoli comuni: Una ricerca sulle reti civiche nella Provincia di Reggio Emilia», in *Le Istituzioni del Federalismo*, vol. 23, n. 1 (disponibile on-line: [www.regione.emilia-romagna.it/affari\\_ist/rivista\\_1\\_2002/miani.pdf](http://www.regione.emilia-romagna.it/affari_ist/rivista_1_2002/miani.pdf)).

Vassallo, S.

2001 *Regioni, «governatori» e federalismo. Come la leadership può cambiare la geografia*, Bologna-Milano, Istituto Cattaneo-Associazione italiana di comunicazione pubblica e istituzionale.

## Appendice: il testo del questionario di rilevazione

Quando sono eguali a quelle del quesito precedente, le alternative di risposta non sono riportate.

- A. Contatto con la pubblica amministrazione
1. Ora le chiederò quante volte, all'incirca, nel corso degli ultimi dodici mesi, si è recato di persona negli uffici di una serie di enti, oppure quante volte, sempre all'incirca, li ha contattati telefonicamente.
- aa. Ad esempio, negli ultimi dodici mesi all'incirca quante volte si è recato di persona negli uffici del comune?  
— — —
- Non sa
  - Non risponde
- ab. E quante volte all'incirca ha contattato gli uffici del comune telefonicamente?
- ba. E ancora negli ultimi dodici mesi all'incirca quante volte si è recato di persona negli uffici della regione?
- bb. E quante volte all'incirca ha contattato gli uffici della regione telefonicamente?
- ca. E negli ultimi dodici mesi all'incirca quante volte si è recato di persona negli uffici e nelle strutture degli ospedali e delle aziende sanitarie locali (senza contare le visite dal medico di famiglia)?
- cb. E quante volte all'incirca ha contattato gli uffici e le strutture degli ospedali e delle aziende sanitarie locali telefonicamente?
- da. E negli ultimi dodici mesi all'incirca quante volte si è recato personalmente negli uffici dell'Inps o di altri enti pensionistici?
- db. E quante volte, sempre negli ultimi dodici mesi, all'incirca ha contattato gli uffici dell'Inps o di altri enti pensionistici telefonicamente?
- B. Preferenze sui canali di comunicazione
2. In generale, come preferirebbe essere informato delle iniziative o servizi della pubblica amministrazione?
- Con spot su radio o tv
  - Con inserzioni su giornali o riviste
  - Con materiale stampato distribuito in uffici o pubblici esercizi
  - Con affissioni di poster o manifesti
  - Con l'invio di materiale stampato per posta
  - Con un sito Internet
  - Con un kiosk elettronico (tipo bancomat)
  - Con messaggi di posta elettronica
  
  - Non sa
  - Non risponde

3. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per effettuare pagamenti a favore della pubblica amministrazione (uffici del comune, provincia, regione, ministeri, ecc.)?
- Di persona in banca
  - Di persona presso gli uffici pubblici
  - Di persona, negli uffici postali
  - Inviando il pagamento per posta
  - Attraverso un kiosk elettronico (tipo bancomat)
  - Per telefono
  - Via Internet (con mezzi di pagamento elettronici)
  - Con addebito automatico in conto corrente (senza recarsi in banca di persona, tipo domiciliazione delle bollette)
  
  - Non sa
  - Non risponde
4. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per richiedere informazioni alla pubblica amministrazione (comune, ma anche regione, provincia, ecc.)?
- Di persona presso l'ufficio
  - Per posta
  - Attraverso un kiosk elettronico (tipo bancomat)
  - Per telefono
  - Sito Internet
  - Posta elettronica
  
  - Non sa
  - Non risponde
5. Quale dei seguenti canali preferirebbe usare per presentare domande di un servizio alla pubblica amministrazione (uffici del comune, provincia, regione, ministeri, ecc.)?
- Di persona presso l'ufficio
  - Per posta
  - Attraverso un kiosk elettronico (tipo bancomat)
  - Per telefono
  - Sito Internet
  - Posta elettronica
  
  - Non sa
  - Non risponde
- C. Temi e interesse per l'attività di informazione della pubblica amministrazione
6. Quanto sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sulla gestione e organizzazione finanziaria della pubblica amministrazione (ossia su come vengono spesi i soldi pubblici): per niente, poco, abbastanza o molto?
- Per niente
  - Poco
  - Abbastanza
  - Molto
  
  - Non sa
  - Non risponde



7. Quanto sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sulle iniziative culturali promosse da comune, regione ed altri enti pubblici: per niente, poco, abbastanza o molto?
8. Quanto sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sui servizi sociali di cui può usufruire con la pubblica amministrazione: per niente, poco, abbastanza o molto?
9. Quanto sarebbe interessato a ricevere maggiori informazioni sulla situazione sociale ed economica del suo territorio (es. dati sulla popolazione, sull'andamento dell'economia, ecc.): per niente, poco, abbastanza o molto?

D. Comprensibilità del linguaggio e qualità della comunicazione delle istituzioni

10. Pensando alle nuove tecnologie per comunicare (come Internet, la posta elettronica e così via) ritiene che questi strumenti migliorino, peggiorino o non influiscano sulla qualità del rapporto fra cittadini e pubblica amministrazione?
  - Migliorano il rapporto
  - Non influiscono
  - Peggiorano il rapporto
  - Non sa
  - Non risponde
11. Adesso le propongo una serie di figure e autorità pubbliche. Per ognuna le chiedo di dirmi in che misura, secondo la sua esperienza, questa persona è capace di farsi capire?
  - a. Secondo Lei, Romano Prodi, Presidente della Commissione Europea, quanto è capace di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
    - Per niente
    - Poco
    - Abbastanza
    - Molto
    - Non sa
    - Non risponde
  - b. Secondo Lei, le istituzioni dell'Unione Europea nel loro complesso, quanto sono capaci di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - c. Secondo Lei, Carlo Azeglio Ciampi, Presidente della Repubblica, quanto è capace di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - d. Secondo Lei, Silvio Berlusconi, Presidente del Consiglio dei Ministri, quanto è capace di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - e. Secondo Lei, gli altri ministri del governo italiano nel loro complesso, quanto sono capaci di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - f. Secondo Lei, il presidente della sua regione quanto è capace di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - g. Secondo Lei, il Sindaco del suo comune quanto è capace di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?
  - h. Secondo Lei, gli impiegati negli uffici pubblici, nel loro complesso, quanto sono capaci di farsi capire: per niente, poco, abbastanza o molto?

12. Consideri la Sua esperienza e quella della sua famiglia con le amministrazioni pubbliche. Quale delle seguenti affermazioni meglio descrive il suo giudizio sulla qualità delle informazioni che avete ricevuto?
- Le informazioni sono in genere molto complete e comprensibili
  - Le informazioni sono corrette e si capiscono, ma sono anche incomplete
  - Le informazioni sono corrette e si capiscono, ma poi si rivelano sbagliate
  - Le informazioni sono troppo difficili da capire
  
  - Non sa
  - Non risponde
13. Consideri la Sua esperienza e quella della sua famiglia con le amministrazioni pubbliche. In genere, quanto è facile identificare la persona o l'ufficio cui richiedere l'informazione che si sta cercando: molto facile, abbastanza facile, né facile né difficile, abbastanza difficile, molto difficile?
- Molto facile
  - Abbastanza facile
  - Né facile, né difficile
  - Abbastanza difficile
  - Molto difficile
  
  - Non sa
  - Non risponde
- E. Call center e Uffici relazioni con il pubblico
14. Pensi all'ultima volta che ha cercato di ottenere informazioni da un ente pubblico per telefono. Come descriverebbe l'esito della sua chiamata?
- Non mi è mai capitato di contattare un ente pubblico per telefono
  - Ho ottenuto una risposta esauriente alla mia domanda
  - Ho ottenuto risposte, ma solo in modo vago
  - Non ho ottenuto risposta alle mie domande
  
  - Non sa
  - Non risponde
15. Si è mai recato presso l'Ufficio relazioni con il pubblico del suo comune?
- No, il mio Comune non ne ha uno → vai a 17
  - No, non so se esista → vai a 17
  - No, anche se sono a conoscenza della sua esistenza
  - Sì, occasionalmente
  - Sì, regolarmente
  
  - Non sa → vai a 17
  - Non risponde → vai a 17

16. Quanto ritiene che l'Ufficio relazioni con il pubblico abbia migliorato l'accesso e l'utilizzo dei servizi da parte del pubblico: per niente, poco, abbastanza o molto?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
  
- Non sa
- Non risponde

F. La dimensione europea

17. Quanto sente l'esigenza di ricevere più informazioni sull'Unione Europea: per niente, poco, abbastanza o molto?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
  
- Non sa
- Non risponde

18. Secondo Lei, chi dovrebbe essere responsabile delle comunicazioni riguardanti l'Unione Europea e le sue attività: le istituzioni dell'Unione Europea, il governo italiano, le autorità regionali e locali, i membri del parlamento europeo, i mezzi di comunicazione, i sindacati o altre organizzazioni?

- Le istituzioni dell'Unione Europea
- Il governo italiano
- Le autorità regionali e locali
- I membri del parlamento europeo
- I mezzi di comunicazione
- I sindacati
- Altre organizzazioni
  
- Non sa
- Non risponde

G. Uso dei media

19. Legge un quotidiano o un periodico di informazione (i giornali sportivi non contano)? Se sì con quale frequenza?

- No, mai
- Meno di una volta al mese
- Da una a tre volte al mese
- Una volta alla settimana
- Da due a sei volte alla settimana
- Tutti i giorni
  
- Non sa
- Non risponde

20. Utilizza Internet per consultare pagine web o usare la posta elettronica? Se sì con quale frequenza?

- No, mai → vai a 27
- Meno di una volta al mese
- Da una a tre volte al mese
- Una volta alla settimana
- Da due a sei volte alla settimana
- Tutti i giorni
  
- Non sa → vai a 27
- Non risponde → vai a 27

H. Reti civiche

21. Ha mai visitato il sito Internet ufficiale del suo Comune?

- No, il Comune non ne ha uno → vai a 25
- No, non so se esista → vai a 25
- No, anche se sono a conoscenza della sua esistenza → vai a 25
- Sì, regolarmente
- Sì, occasionalmente
  
- Non sa → vai a 25
- Non risponde → vai a 25

22. Che informazioni ha cercato più spesso?

- Agenda degli appuntamenti (eventi culturali, spettacoli, convegni, ecc.)
- Informazioni sui servizi offerti
- Informazioni di carattere storico e culturale
- Informazioni sugli orari e le ubicazioni degli uffici
- Ordine del giorno del Consiglio Comunale
- Composizione della giunta e del consiglio
- Informazioni su come ottenere un documento o effettuare una pratica
- Informazioni su bandi di gara e concorsi
  
- Non sa
- Non risponde

23. Pensando all'ultima volta che ha cercato un'informazione sul sito Internet del Comune, come descriverebbe l'esito della sua ricerca?

- Ho trovato quello che cercavo senza problemi
- Ho trovato quello che cercavo, ma solo dopo molti tentativi
- Non ho trovato quello che cercavo
  
- Non sa
- Non risponde

24. Complessivamente, quanto è soddisfatto del servizio offerto dal sito Internet del suo Comune: per niente, poco, abbastanza o molto?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
  
- Non sa
- Non risponde

25. Ha mai contattato un ufficio pubblico per posta elettronica?

- No, mai → vai a 27
- Sì, più di una volta
- Sì, una volta
  
- Non sa → vai a 27
- Non risponde → vai a 27

26. Pensando all'ultima volta che ha usato la posta elettronica per contattare un ufficio, ha ricevuto risposta e, se sì, quando?

- No
- Sì, ma solo dopo oltre due giorni
- Sì, entro due giorni
- Sì, entro ventiquattrore
  
- Non sa
- Non risponde

I. Titolo di studio e occupazione dell'intervistato

27. Qual è il suo titolo di studio?

- Mai andato a scuola
- Scuola elementare senza licenza
- Licenza elementare
- Licenza media inferiore/avviamento professionale
- Diploma professionale (2-3 anni di scuola secondaria superiore)
- Diploma media superiore (4-5 anni)
- Laurea o diploma universitario
  
- Non risponde

28. Dal punto di vista lavorativo qual è la sua attuale posizione?

- Pensionato/a o ritirato/a dal lavoro
- Casalinga
- Studente/essa
- In servizio di leva o servizio civile
- Disoccupato/a
- In cassa integrazione
- In cerca di prima occupazione
- Inabile al lavoro
- Non lavora perché benestante
  
- Lavoratore dipendente nel settore privato
- Lavoratore dipendente nel settore pubblico
- Lavora in proprio
- Lavoratore atipico (con contratti di collaborazione o temporanei)
  
- Non risponde

29. Qual è la professione che esercita (o esercitava se pensionato, disoccupato, in cassa integrazione o in congedo) oppure esercita il capofamiglia (se l'intervistato è in altra condizione non lavorativa)?

Lavoro dipendente

- Dirigente (direttore, ispettore, funzionario, magistrato, professore universitario)
- Carriera direttiva (tecnico laureato, ufficiali superiori, ingegnere, biologo, medico ospedaliero o di base)
- Insegnante (tutti+materna ed asili meno quelli universitari)
- Impiegato di concetto (tecnico diplomato, ufficiali inferiori, capo ufficio e «impiegato» generico)..
- Impiegato esecutivo (sottufficiale, segretaria, dattilografa, usciere, commesso, vigile, ecc.)
- Operaio (capo operaio, operaio, operaio specializzato, tranviere, netturbino, manovale, agricoltore, ecc.)

Lavoro in proprio

- Imprenditore (con più di 15 dipendenti)
- Piccolo imprenditore (da 1 a 14 dipendenti)
- Artigiano
- Titolare di esercizio commerciale
- Libero professionista (solo chi è iscritto ad ordini professionali: medici, ingegneri, avvocati, notai, architetti, dottori commercialisti, ecc.)
- Lavoratore autonomo con soci
- Socio lavoratore di cooperativa
- Familiare coadiuvante di lavoratore in proprio
- Altro lavoratore autonomo

Lavoro atipico

- Collaborazione coordinata e continuativa
- Collaborazione occasionale
- Lavoro senza contratto o non regolamentato
  
- Non sa
- Non risponde