



Istituto
nazionale
di statistica

STATISTICHE IN BREVE

L'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese

Anni 2003 - 2004

L'Istat diffonde i principali risultati della rilevazione sull'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) nelle imprese con almeno 10 addetti. I dati sono aggiornati al 2003 per quanto concerne il commercio elettronico e al 2004 per l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

La rilevazione, nel rispetto del Regolamento UE n. 808/2004 del 21 aprile 2004, è stata effettuata seguendo criteri e metodologie comuni a tutti i Paesi membri dell'Unione Europea. Ciò consente un elevato grado di comparabilità dei dati.

In Italia l'indagine è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti, censuaria per quelle con almeno 250. Per la metodologia di rilevazione, di trattamento delle risposte e di stima, si rimanda alle note informative. Le Tavole richiamate nel testo sono riportate nell'appendice statistica.

Principali risultati

A gennaio 2004 le imprese che dispongono di almeno un *personal computer* rappresentano il 95,8 per cento del totale di quelle con almeno 10 addetti, con punte massime del 97,1 per cento nelle regioni del Nord-est e del 96,4 per cento nel settore dell'industria. Sono le imprese di maggiori dimensioni a registrare un livello tecnologico più elevato (rispettivamente 99,6 e 99,1 per cento delle imprese con classi di addetti 100-249 e 250 e oltre).

Gli addetti che utilizzano il computer almeno una volta a settimana sono il 36,3 per cento del totale (Tavola 1). I valori più elevati si rilevano fra gli occupati nelle imprese dei servizi (40,6 per cento), nelle imprese di maggiori dimensioni (40,3 per cento) e in quelle localizzate nel Nord-ovest del Paese (40,7 per cento).

Le imprese che fanno uso della posta elettronica sono l'87,8 per cento di quelle informatizzate (Tavola 2) con un'incidenza maggiore per le imprese del Nord-est (89,9 per cento) e per quelle con più di 250 addetti (99,0 per cento). A livello settoriale è l'industria a far registrare un più diffuso utilizzo della posta elettronica con l'88,2 per cento delle imprese informatizzate (97,6 per cento nel settore della produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua) (Figure 1a e 1b).

Ufficio della comunicazione
Tel. + 39 06.4673.2243-2244

Centro di informazione statistica
Tel. + 39 06 4673.3106

Informazioni e chiarimenti
**Statistiche strutturali sulle imprese
dell'industria e dei servizi**
Via Tuscolana, 1776
00173 Roma
Leopoldo Nascia
Tel. + 39 06 4673.6351
e-mail: nascia@istat.it

Figura 1a - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti per tipologie di connessione ad Internet e ripartizione territoriale - Anno 2004 (valori percentuali)

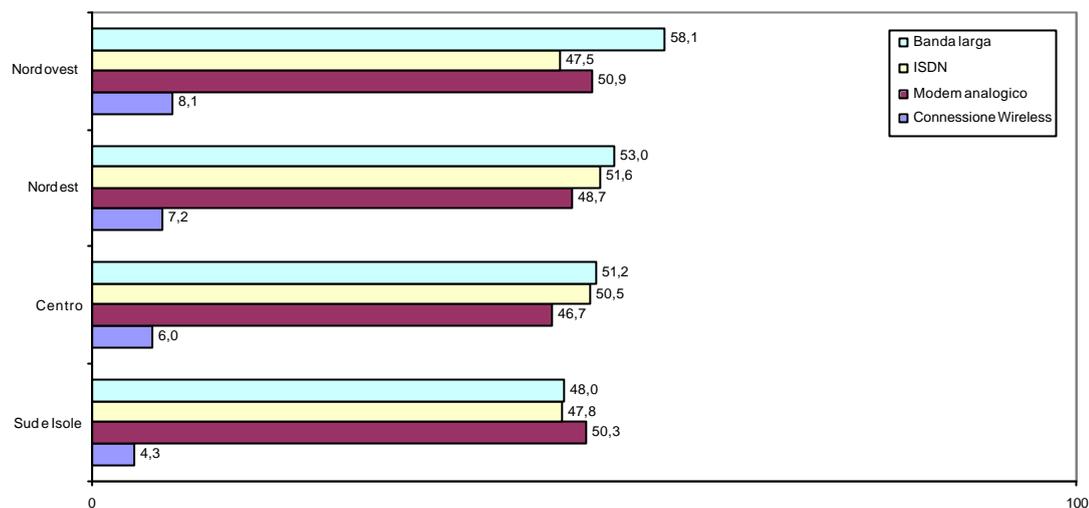
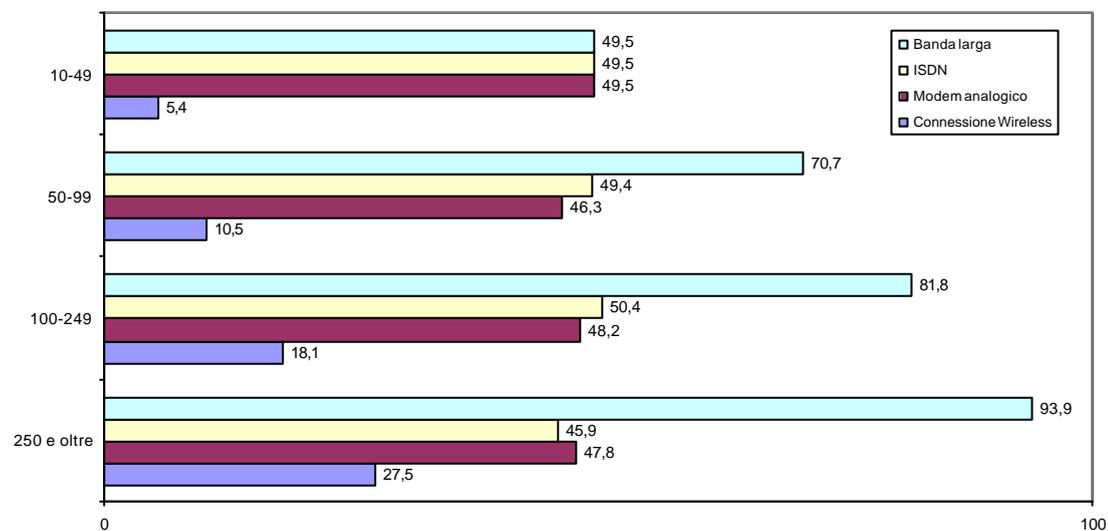


Figura 1b - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti per tipologie di connessione ad Internet e classi di addetti – Anno 2004 (valori percentuali)



Utilizzo di Internet

Nel 2004 si collega ad *Internet* l'89,8 per cento delle imprese informatizzate (Tavola 2). Contenuta è invece la diffusione delle reti aziendali *Intranet* (31,2 per cento) ed *Extranet* (14,7 per cento).

Le imprese informatizzate che utilizzano *Internet* risultano più frequenti nel settore industriale (90,4 per cento), sono in prevalenza di grandi dimensioni (99,2 per cento delle imprese con 250 addetti e oltre) e più numerose nel Nord-ovest (91,9 per cento) e nel Nord-est (91,3 per cento) (Figure 2 e 3).

Figura 2 - Imprese connesse ad Internet con almeno 10 addetti che usano Internet per servizi finanziari e bancari per tipologia di servizio - Anno 2004 (valori percentuali)

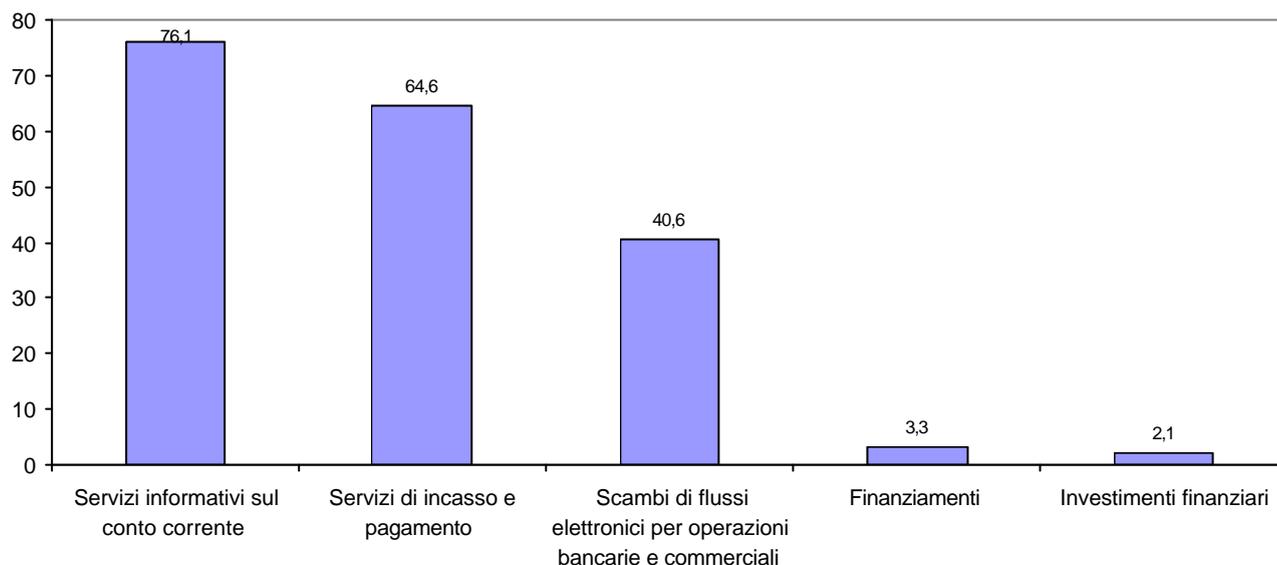
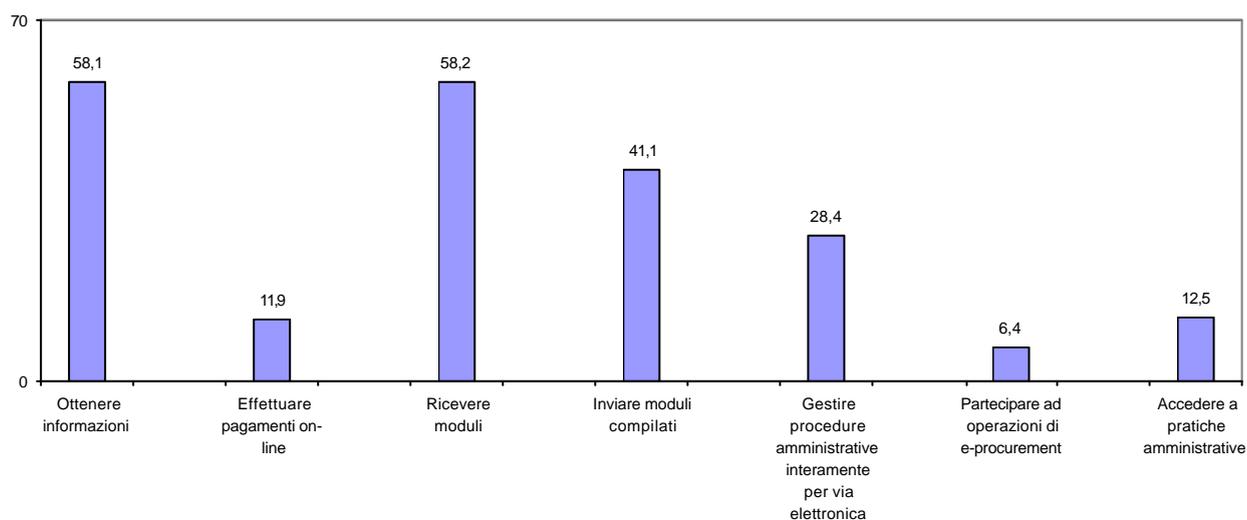


Figura 3 - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti che usano servizi pubblici offerti via Internet per tipologia di servizio - Anno 2004 (valori percentuali)



La tipologia di connessione ad *Internet* maggiormente utilizzata è quella a banda larga presente nel 52,7 per cento delle imprese informatizzate (93,9 per cento nelle imprese con 250 addetti e oltre, di cui l'83,2

per cento *xDSL*). Importanti sono anche i collegamenti via *ISDN* e *modem analogico* (rispettivamente 49,5 e 49,2 per cento) (Tavola 3).

L'accesso ai servizi finanziari e bancari (74,9 per cento delle imprese connesse ad Internet), il reperimento delle informazioni utili all'analisi di mercato (47,2 per cento) e la ricezione dei prodotti o servizi digitali (41,9 per cento) sono le principali motivazioni che spingono le imprese ad utilizzare *Internet* (Tavola 4), mentre è contenuta la quota relativa alla ricerca e alla formazione del personale (rispettivamente 11,4 e 8,9 per cento).

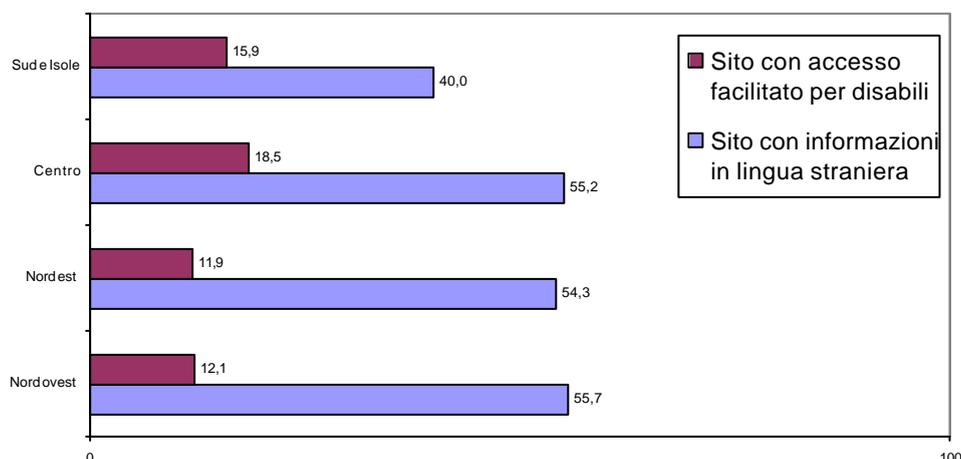
La domanda di servizi offerti via *Internet* dalle banche (Tavola 5) è rilevante nelle imprese di medie dimensioni più che nelle grandi. Le tipologie di servizi bancari utilizzati in prevalenza dalle imprese (o di cui viene pianificato l'accesso) sono quelli informativi sul conto corrente (76,1 per cento), i servizi di incasso o pagamento (64,6 per cento) e gli scambi di flussi elettronici per operazioni bancarie e commerciali (40,6 per cento). Nel corso del 2004 è prevista in aumento la domanda di utilizzo dei principali servizi bancari elettronici, mentre modesto è l'accesso ad *Internet* per investimenti finanziari, finanziamenti e servizi di incasso/pagamento (Tavola 5).

Anche nell'uso dei servizi pubblici si sta diffondendo un progressivo processo di informatizzazione e ampia è la gamma dei servizi a cui ricorrono le imprese (Tavola 6). Tra questi, l'interesse maggiore è rivolto alla possibilità di ricevere moduli (58,2 per cento), di ottenere informazioni su norme, regolamenti e circolari (58,1 per cento) e di inviare moduli compilati (41,1 per cento). A differenza delle altre tipologie di servizi informatizzati non vi è una spiccata polarizzazione territoriale tra le imprese utilizzatrici di servizi pubblici, mentre a livello dimensionale buona è la presenza di imprese di media dimensione, oltre che di quelle grandi.

Utilizzo del sito *Web*

Le imprese che utilizzano un sito *Web* attivo sono soltanto il 45,4 per cento di quelle informatizzate (49,3 per cento nel Nord-ovest e 47,8 per cento nel Nord-est) (Tavola 2). I valori salgono sensibilmente con riferimento alle imprese con 250 addetti e oltre (79,6 per cento) e per taluni comparti produttivi, sia dell'industria che dei servizi (77,3 per cento negli alberghi, campeggi e altri alloggi; 74,0 per cento nella fabbricazione di prodotti chimici e fibre sintetiche; 71,2 per cento nella produzione e distribuzione cinematografica, video ecc.). Le imprese ricorrono al *Web* per facilitare l'accesso a cataloghi, prodotti e listini prezzi (47,7 per cento delle imprese) e per definire operazioni di marketing sui prodotti (44,3 per cento) (Tavola 7). Il 52,0 per cento delle imprese con sito *Web* garantisce anche informazioni in lingua estera ed il 14,0 per cento dispone di siti progettati ad hoc per favorire l'accesso a persone disabili (Figura 4).

Figura 4 - Imprese con almeno 10 addetti con sito *Web* che offre informazioni in lingua straniera e accesso facilitato per disabili per ripartizione geografica Anno 2004 (valori percentuali)



Commercio elettronico

L'acquisto effettuato *on-line* rimane un fenomeno poco diffuso (Tavola 8). Nel 2003 appena il 16,2 per cento delle imprese con almeno 10 addetti ha fatto ricorso a questa modalità e in particolare quelle localizzate nel Nord Italia (18,6 e 17,5 per cento rispettivamente nel Nord-ovest e nel Nord-est) e quelle di maggiori dimensioni (33,3 per cento). A livello settoriale sono le imprese dei servizi a registrare la maggiore diffusione di acquisti *on-line*, con un'elevata concentrazione nel comparto dell'informatica e attività connesse (49,9 per cento) e delle poste e telecomunicazioni (33,2 per cento).

Il valore degli acquisti *on-line* è piuttosto contenuto, pari soltanto al 2,7 per cento del totale degli acquisti fatti dalle imprese con almeno 10 addetti (di cui il 27,5 via *Internet*).

Nel corso del 2003 le imprese per effettuare acquisti via *Internet* si sono rivolte prevalentemente al mercato nazionale (86,5 per cento del valore degli acquisti via *Internet*), in particolare le imprese del Centro e dal Sud e Isole (rispettivamente 94,1 e 92,0 per cento) e quelle con meno di 100 addetti hanno registrato le quote maggiori di acquisti via *Internet* provenienti dal mercato nazionale (Tavola 9).

Per quanto riguarda le vendite *on-line*, nel corso del 2003 soltanto il 10,2 per cento delle imprese ha beneficiato di questa opportunità: la frequenza più alta si rileva fra le imprese di maggiore dimensione (250 addetti ed oltre) le quali effettuano vendite *on-line* nel 28,1 per cento dei casi (Tavola 10). In termini settoriali, a parte il settore degli alberghi, campeggi e altri alloggi per soggiorni brevi, in cui il 51,1 per cento delle imprese svolge commercio elettronico, nessuna attività raggiunge incidenze superiori al 20 per cento delle imprese. Il valore delle vendite *on-line* è pari al 3,3 per cento del fatturato complessivo ed è rivolto in prevalenza al mercato nazionale (82,4 per cento) per la parte venduta su *Internet* (Tavola 11).

I benefici connessi all'utilizzo del commercio elettronico per acquisti via *Internet* derivano per lo più dalla maggiore velocità dei processi (Tavola 12). E' questa la modalità prescelta dal 75,6 per cento delle imprese con oltre 10 addetti con acquisti via *Internet*. Il 62,7 per cento ha indicato invece la possibilità di contare su un numero più elevato di fornitori ed il 51,5 per cento quella di ottenere una riduzione dei prezzi. Gli ostacoli incontrati dalle imprese nell'effettuare acquisti *on-line* sono legati principalmente a problemi di sicurezza nei pagamenti (64,1 per cento) e all'incertezza del quadro legale che regola il commercio elettronico (60,8 per cento) (Tavola 13)

Dal lato dell'offerta, i benefici per le imprese che vendono *on-line* sono dovuti in larga misura ai fattori *concorrenza* e *immagine dell'impresa*. Infatti, il 62,3 per cento delle imprese con vendite via *Internet* ha valutato molto importante la necessità di stare al passo con i concorrenti, il 56,8 per cento di aumentare la velocità dei processi e il 53,0 per cento di migliorare l'immagine dell'impresa (Tavola 14). Gli ostacoli incontrati dalle imprese venditrici sono analoghi a quelli denunciati dalle imprese acquirenti, ma con una diversa accentuazione. Gli ostacoli maggiori sono dovuti alla presenza di beni e servizi offerti ma non vendibili via *Internet* (68,5 per cento), ai problemi di sicurezza nei pagamenti (66,1 per cento) ed alla scarsa disponibilità da parte dei clienti di ricevere ordini *on-line* (62,7 per cento) (Tavola 15) (Figure 5 e 6).

Figura 5 - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti che usano Internet come utente per scopo - Anno 2004 (valori percentuali)

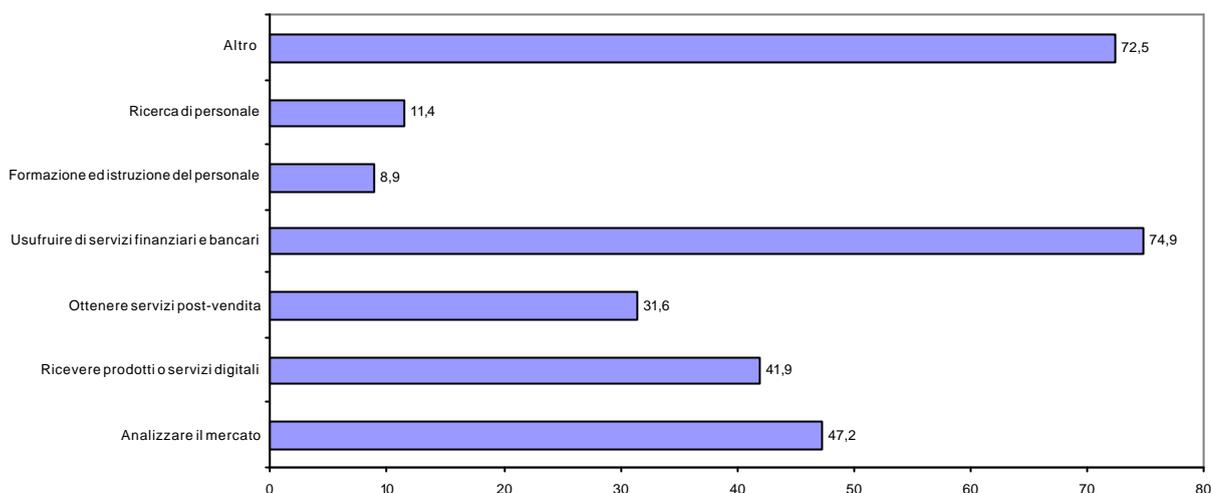
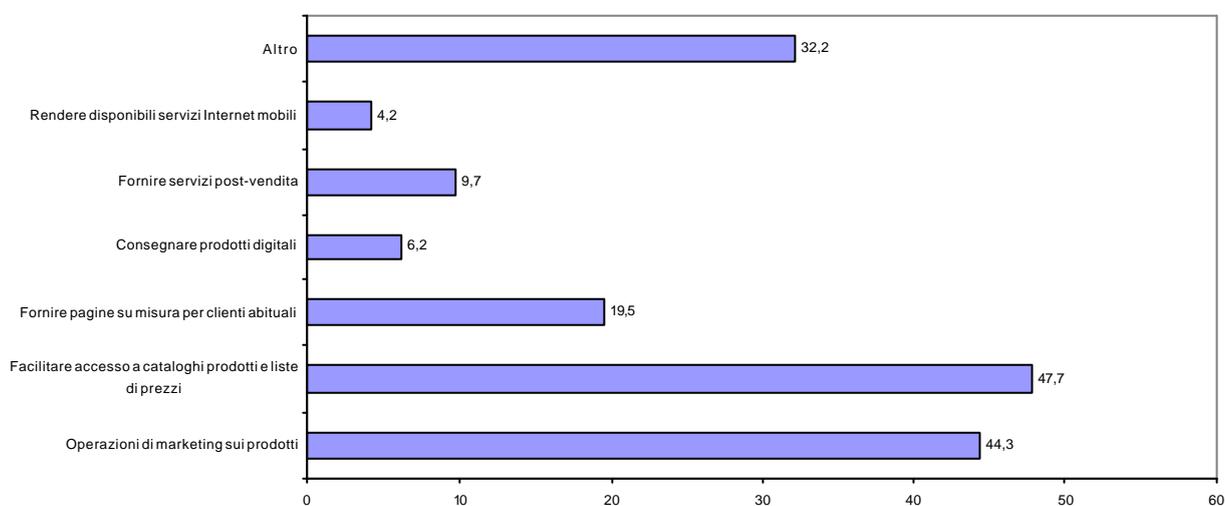


Figura 6 - Imprese con sito Web con almeno 10 addetti che usano Internet come fornitore per scopo - Anno 2004 (valori percentuali)



La sicurezza informatica

Fra il gennaio 2004 e il gennaio 2005, il 31,5 per cento delle imprese connesse ad Internet ha rilevato problemi di sicurezza informatica imputabili prevalentemente alla presenza di virus che infettano i computer (Tavola 16). Di conseguenza, gli strumenti di sicurezza adottati sono rappresentati da software per il controllo dei virus e/o software di protezione (ne fa uso il 97,5 per cento delle imprese connesse ad Internet), dal *backup* dei dati (87,8 per cento), dal ricorso a server sicuri (61,7 per cento) e a sistemi *firewall* (49,1 per cento) (Tavola 17).

