

Proposta di legge N. 3564

Disciplina delle piattaforme digitali per la condivisioni di beni e servizi e disposizioni per la promozione dell'economia della condivisione

Audizione del Presidente dell'Istituto nazionale di statistica

Giorgio Alleva

Indice

1. Introduzione.....	5
2. La società dell'informazione in Italia	6
3. Le imprese nei servizi d'informazione online.....	10
4. L'attività di monitoraggio statistico	11

1. Introduzione

In questa audizione l'Istat intende offrire un contributo utile all'esame della proposta di legge n. 3564 per la disciplina delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi, contenente anche alcune disposizioni per la promozione dell'*economia della condivisione*, o collaborativa.

La proposta di legge in esame affronta un ambito di rilievo: gli indicatori disponibili mostrano infatti che le piattaforme di intermediazione digitale e il loro uso nelle transazioni tra privati stanno avendo uno sviluppo accelerato.

Anche altri paesi europei hanno varato o stanno discutendo normative di regolamentazione e/o promozione e monitoraggio del fenomeno,¹ e la Commissione Europea a maggio e giugno 2016 ha emesso due *Comunicazioni* [COM(2016)288 e COM(2016)356], che contribuiscono a definire il quadro normativo e strategico in cui dovranno inserirsi le proposte nazionali di regolamentazione e promozione delle piattaforme digitali e dell'economia della condivisione.²

La statistica ufficiale è già impegnata a offrire misure robuste sulla diffusione dei servizi di economia della condivisione tra i cittadini e, cosa più complessa, sullo sviluppo delle piattaforme e le grandezze economiche sottostanti. L'Istat è attivo in quest'ambito sia in raccordo con Eurostat sia in maniera autonoma.

¹ In Belgio è in vigore dal 1 luglio 2016 un trattamento fiscale di vantaggio per i redditi marginali dell'economia collaborativa (approvato con la *Loi programme du 1 juillet 2016* <http://www.lachambre.be/FLWB/PDF/54/1875/54K1875001.pdf>). In Francia, la legge sull'economia digitale in votazione il 27 settembre 2016 al Senato (https://www.senat.fr/espace_presse/actualites/201603/projet_de_loi_pour_une_republique_numerique.html) comprende disposizioni sulla fiscalità degli individui che utilizzano le piattaforme collaborative oltre i 5000 euro (a riguardo, si veda il Rapporto della Commissione Parlamentare sull'Economia collaborativa - <https://www.senat.fr/rap/r14-690/r14-690.html>). Nel Regno Unito, il governo già a marzo 2015 ha formulato delle raccomandazioni basate su un'analisi indipendente con implicazioni anche per la produzione di statistica ufficiale (<https://www.gov.uk/government/publications/sharing-economy-government-response-to-the-independent-review>) e favorito la condivisione degli immobili a Londra attraverso il *Deregulation Act* (<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/20/contents/enacted/data.htm>), mentre nella primavera 2016 ha incluso nella legge di bilancio uno "sconto" fiscale aggiuntivo per le attività marginali basate sulle piattaforme digitali (<https://www.gov.uk/government/topical-events/budget-2016>).

² *Le piattaforme online e il mercato unico digitale – Opportunità e sfide per l'Europa*, Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni, 25 maggio 2016 [COM(2016)288], disponibile in italiano, sul server del nostro Parlamento e su quello interparlamentare all'URL <http://www.ipex.eu/IPEXL-WEB/dossier/document/COM20160288.do>. *Un'agenda europea per l'economia collaborativa*, Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni, 2 giugno 2016 [COM(2016)356]. La Comunicazione e lo studio tecnico di accompagnamento sono reperibili all'URL <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>.

A oggi, d'altra parte, le stime disponibili sulla dimensione economica dell'economia della condivisione e i suoi possibili impatti sono estremamente aleatorie, soprattutto se proiettate nel futuro. La proposta prevede quindi opportunamente che le informazioni sulle transazioni vengano comunicate all'Istituto di statistica, offrendo così la possibilità di una conoscenza diretta e approfondita delle relative grandezze economiche. Come vedremo, tuttavia, dal punto di vista operativo vi sono diversi aspetti da considerare.

In questo intervento si illustra l'informazione statistica disponibile sullo sviluppo della *Società dell'informazione* e dell'economia digitale in Italia, approfondendo gli aspetti più vicini a quelli affrontati nella proposta di legge. Si segnalano inoltre le attività in fieri in quest'ambito da parte dell'Istituto e le opportunità esistenti per accrescere ulteriormente l'informazione statistica rilevante ai fini delle politiche. Infine, ci si sofferma sul ruolo di monitoraggio attribuito all'Istituto nell'Articolo 9 della proposta di legge e sugli aspetti che è opportuno considerare a tale scopo.

2. La società dell'informazione in Italia

Da quindici anni l'Istat documenta lo sviluppo della Società dell'informazione in Italia attraverso due indagini specifiche, rispettivamente sugli individui e sulle imprese, realizzate in maniera coordinata con gli Istituti di statistica degli altri paesi europei.³ I risultati prodotti sono utilizzati dalla Commissione europea per valutare il progresso degli stati membri verso gli obiettivi dell'Agenda digitale dell'Unione.⁴

La diffusione dell'uso di Internet rappresenta la preconditione affinché gli individui possano accedere ai servizi online. L'Italia, a riguardo, sconta un ritardo storico, che sta recentemente colmando attraverso la diffusione di pacchetti voce-dati sulla telefonia mobile. In cifre, l'Istat stima che nel 2015 in Italia Internet fosse utilizzato regolarmente – cioè almeno una volta alla settimana – dal 63% degli individui tra i 16 e i 74 anni, con un aumento di 10 punti percentuali negli ultimi tre anni. Nell'insieme dei 28 paesi Ue, invece,

³ L'indagine sugli individui e le famiglie è realizzata nell'ambito della rilevazione multi-scopo su *aspetti della vita quotidiana*, quella sulle imprese considera le aziende con almeno 10 addetti nell'industria e nei servizi con una rilevazione ad hoc. Le informazioni di confronto europeo più immediato sono disponibili sulle pagine web di Eurostat dedicate alla società dell'informazione, all'URL <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/publications>.

⁴ [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/DOC/?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\)&from=IT](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/DOC/?uri=CELEX:52010DC0245R(01)&from=IT).

tra il 2012 e il 2015 gli utenti sono saliti dal 70 al 76%. Il dato più spesso ricordato a testimonianza del nostro ritardo è quello della frazione di residenti che nel 2015 dichiarano di non aver mai utilizzato Internet: questa è pari al 28% in Italia, contro il 16% per l'insieme dei paesi Ue.

L'uso di Internet e ancora di più l'utilizzo delle opportunità offerte dalla rete per accedere a informazione, cultura, svago, lavoro, servizi di ogni genere, è fortemente influenzato dalle caratteristiche demografiche e socio-economiche degli individui. In particolare, come vedremo più avanti, pesano molto l'età e l'istruzione. Solo secondariamente, e per usi specifici, hanno un'influenza il reddito e in alcuni casi di rilievo il genere.

Per la coorte dei 16-24enni, il divario con l'Ue nell'uso regolare di Internet è di pochi punti – l'89 contro il 95% - e anche le persone anziane istruite hanno livelli e profili d'uso analoghi a quelli dei giovani, che non sfigurano in ambito europeo: Internet infatti è usato regolarmente dall'80% degli ultra-55enni con istruzione universitaria in Italia e dall'87% nell'Ue.

Come noto, però, il nostro paese sconta livelli di istruzione comparativamente molto bassi per le coorti anziane e bassi anche in quelle più giovani. Quanto l'Italia potrà cogliere le opportunità della società dell'informazione dipende quindi in maniera cruciale dall'inclusione digitale delle persone meno istruite, e da misure volte a migliorarne le capacità e l'interesse digitale che, si ritiene, possano dare risultati tangibili in tempi brevi. La maggior parte delle famiglie che non hanno accesso ad Internet da casa indica, infatti, la mancanza di competenze come principale motivo del non utilizzo della Rete (56,3%) e quasi un quarto (24,5%) non considera Internet uno strumento utile e interessante.

Per questo stesso ordine di motivi il ritardo dell'Italia è ancora maggiore quando si passa dal semplice accesso agli usi più complessi, quali l'e-banking, gli acquisti e l'apprendimento on line, dove ci collochiamo nella parte di coda della distribuzione dei paesi europei, pure se si osservano diversi segnali di recupero, che potrebbero essere stimolati da una maggior fruibilità dell'offerta.

Tra le variabili osservate dall'indagine sull'uso delle tecnologie dell'informazione da parte dei cittadini che possono fornire delle indicazioni utili sul ruolo potenziale delle piattaforme di condivisione, la diffusione **dell'acquisto di beni e servizi via Internet tra gli individui** approssima, per

eccesso, quella degli utenti delle piattaforme, mentre **la vendita di beni e servizi online da parte dei privati** è l'indicatore che approssima la figura degli "utenti operatori" prevista dalla proposta di legge.

Nel 2015, si stima che il 26% della popolazione italiana tra i 16 e i 74 anni abbia fatto acquisti online nell'arco dell'anno precedente l'indagine, contro una percentuale più che doppia, il 53%, per l'insieme dei 28 paesi dell'Unione Europea. Il progresso rispetto al 2010 è stato di 11 punti percentuali in Italia e 13 per l'insieme dell'Unione Europea.

Anche considerando la sola popolazione degli utenti di Internet il divario non si riduce: l'incidenza per l'insieme dell'Ue sale al 65% e per l'Italia al 39%.

L'attitudine a comprare su Internet in generale, e ancora di più nel nostro Paese varia, data l'età, in funzione del reddito e, soprattutto, dell'istruzione. Ad esempio, rispetto al 26% dell'insieme della popolazione adulta, la diffusione raggiunge il 40% nella coorte dei 25-34enni, e il 54% nel gruppo dei 25-54enni con istruzione universitaria, tra i quali, d'altro canto, anche la diffusione di Internet è quasi universale.

Finora, la crescita maggiore nella diffusione degli acquisti online ha riguardato questi stessi gruppi; tuttavia, si osserva una graduale inclusione di strati più ampi di popolazione che, come già in passato per altri fenomeni, potrebbe accelerare nei prossimi anni.

È opportuno segnalare che nel 2017 l'indagine includerà un **modulo specifico sull'uso delle piattaforme di economia collaborativa per l'acquisto di servizi di alloggio e di trasporto**, i cui risultati – comparabili su scala europea – saranno pubblicati ad ottobre del prossimo anno. Per approfondire la conoscenza dei fattori che influenzano l'uso di questi servizi, l'Istituto analizzerà le risposte in associazione con altre variabili comportamentali contenute nell'Indagine, oltre che in relazione alle caratteristiche socio-economiche della popolazione.

La vendita di beni e servizi online da parte dei privati è andata diffondendosi rapidamente, anche se in anni più recenti si è osservato un rallentamento. Nel 2015, questa è stata effettuata dal 23% dei residenti nei 28 paesi Ue in età compresa tra i 15 e i 74 anni (il 13% nel 2010). Come per gli acquisti, anche in quest'ambito l'Italia presenta un ritardo notevole: l'incidenza è pari al 9% - meno della metà rispetto all'Ue – contro valori pari

al 31% in Germania, il 27% in Francia e il 23% nel Regno Unito. Tra le maggiori economie europee, solo la Spagna si colloca su livelli analoghi (il 10%).

Considerando solo gli utilizzatori di Internet (negli ultimi tre mesi), l'incidenza sale al 14% nel caso dell'Italia, e al 23% per l'insieme dell'Ue. Il divario nell'uso specifico è ridotto dalla maggior propensione a fare attivamente commercio elettronico tra i giovani, tra i quali la diffusione di internet è prossima al 90%.

Le percentuali di diffusione delle vendite online sono, infatti, più elevate per la coorte dei 25-29enni: nel 2015 il 19% degli utenti internet in questa coorte d'età aveva fatto vendite online in Italia e il 28% nell'insieme dell'Ue. Va osservato che, anche tra i giovani, in Italia il fenomeno ha una componente di genere molto pronunciata: le quote sono infatti del 25% tra i maschi e appena il 13% tra le femmine, mentre per l'insieme dell'Ue il divario è di appena 6 punti, dal 31 al 25%.

L'uso delle tecnologie dell'informazione da parte delle imprese italiane con 10 o più addetti è, in termini d'accesso, in linea con la media europea: il 94% possiede infatti una connessione a banda larga, contro il 95% per l'insieme dell'Ue. La presenza sul web è di poco inferiore alla media, il 71 contro il 75%, con una crescita di 10 punti percentuali in cinque anni. Tuttavia, solo il 7% delle imprese italiane con più di 10 addetti ha effettuato vendite on line di dimensione almeno pari all' 1% del fatturato complessivo, mentre la quota europea è del 17%.

Il divario rimane ampio anche nelle imprese con 250 addetti e oltre, per le quali le percentuali sono del 20% in Italia e del 38% per l'insieme dell'Ue. Dato il maggior peso delle grandi imprese in termini di volume d'affari, la quota di fatturato complessivamente realizzata attraverso il commercio elettronico è pari al 9% in Italia e al 17% per l'insieme dell'Ue. Considerando che una quota prevalente del volume di commercio elettronico avviene tra imprese (il cosiddetto "B2B"), attraverso piattaforme dedicate (EDI), il ritardo dell'Italia riflette quindi un'arretratezza nell'organizzazione aziendale e nell'uso delle tecnologie nei rapporti all'interno del sistema produttivo.

È notevole che l'Italia sia il Paese europeo con la percentuale più elevata di imprese – quasi un terzo contro il 22% per l'insieme dell'Unione – che ritiene non valga la pena sostenere i costi di vendere online, perché non ripagati dai

benefici. La debolezza dell'offerta e della domanda, che originano da un comune substrato culturale, appaiono quindi influenzarsi reciprocamente.

3. Le imprese nei servizi d'informazione online

In ambito internazionale non esiste una tassonomia statistica fine abbastanza per cogliere l'universo quantitativamente molto limitato delle piattaforme digitali. È possibile tuttavia tracciarne con una certa approssimazione la famiglia di appartenenza, almeno per la quasi totalità, nell'ambito di alcuni servizi dell'informazione (hosting, database, portali web), estraendole dall'Archivio Statistico dell'Istat delle Imprese Attive (ASIA). Quest'esercizio rivela, nel complesso, un aggregato di attività⁵ con elevata nati-mortalità, ma anche in rapida crescita e con un'elevata propensione all'innovazione. Nel 2014, contava circa 3.400 imprese e 12.600 addetti, per una dimensione media di 3,7 addetti, simile al complesso delle imprese attive.

Pur trattandosi di un universo minuscolo – pari a circa lo 0,8 per mille del sistema economico in termini di imprese e addetti – è interessante osservare che tra il 2012 e il 2014 questo sia cresciuto del 17,1% in termini di numerosità e del 12,1% in termini di addetti, mentre nello stesso periodo il totale delle imprese attive è diminuito dell'1,9%, e gli addetti del 3,2%.

Il dinamismo delle imprese operanti in queste attività può essere colto considerando le *start-up innovative*, su cui l'Istat in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico raccoglie informazioni per il monitoraggio e la valutazione delle misure di incentivo.⁶

Si tratta di nuove imprese con sede in Italia che sviluppano, producono e commercializzano prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico. All'11 luglio 2016, nei servizi di informazione selezionati vi erano 406 start-up, in larga maggioranza classificate tra i portali web. Benché si tratti di una sotto-popolazione d'imprese molto specifica, le cifre disponibili mostrano un comparto di attività in forte espansione, anche se ancora formato da imprese in erba, e caratterizzato da una presenza importante di imprenditori giovani.

⁵ Nella classificazione Istat delle attività economiche – ATECO 2007 include i codici 63112 (attività delle banche dati), 63113 (hosting e fornitura di servizi applicativi in rete – ASP) e 6312 (Portali Web).

⁶ In ottemperanza al mandato ricevuto dall'art. 32 del DL 18 ottobre 2012 n.179 - il cosiddetto Decreto Crescita 2.0 - che prevede misure agevolative a favore delle start-up innovative.

Infatti, le start-up innovative operanti nella “famiglia” di attività cui appartengono le piattaforme digitali rappresentavano il 6,8% del totale delle quasi 6000 start-up monitorate, e il loro numero è cresciuto in maniera esponenziale: quasi la metà è nata negli ultimi diciotto mesi (pertanto, oltre l’80% ha un fatturato inferiore ai 100mila euro e meno di 5 addetti). Inoltre, nel 15,3% dei casi la totalità dei soci e degli amministratori o dei titolari ha meno di 35 anni (c.d. *indice di prevalenza giovanile esclusiva*), contro il 9,3% del resto delle start-up monitorate.

Sul sito dell’Istituto sono disponibili numerose elaborazioni e analisi statistiche su confronti strutturali, performance e misure agevolative per l’insieme delle start-up innovative.⁷ Inoltre, a maggio 2016 è stata completata la prima indagine nazionale, con quasi 2.300 imprese rispondenti, i cui risultati saranno pubblicati entro la fine dell’anno.

4. L’attività di monitoraggio statistico

Non posso che esprimere soddisfazione per l’attività di monitoraggio estensiva affidata all’Istat nella proposta di legge. Infatti, la trasmissione dei dati sulle transazioni è uno strumento importante per la conoscenza del fenomeno, e collocherebbe l’Italia in una posizione di avanguardia nel panorama europeo. Vorrei quindi formulare alcune brevi considerazioni perché tale attività sia realizzabile utilmente.

Un primo elemento da valutare è **il perimetro dei destinatari del provvedimento**.

A riguardo, l’articolo 2 (definizioni) esclude “le piattaforme che operano intermediazione in favore di operatori professionali iscritti al registro delle imprese”.

Si ritiene, come suggerito dalla scheda di lettura della proposta, che l’intenzione del legislatore sia escludere le piattaforme dedicate *unicamente* alle imprese, non quelle che annoverano tra gli operatori *anche* delle imprese. A sua volta, la Comunicazione della Commissione europea appena pubblicata riconosce le imprese tra i soggetti dell’economia della

⁷ <http://www.istat.it/it/informazioni/per-i-decisori-pubblici/start-up-innovative>.

condivisione,⁸ incoraggiando i paesi membri a un trattamento fiscale non discriminatorio nei loro confronti, in un quadro generale di semplificazione degli adempimenti. Il testo della proposta di legge potrebbe essere più esplicito su questo punto, perché comporta la perdita o l'inclusione di una parte significativa e dinamica del fenomeno.

D'altra parte, le piattaforme di condivisione rappresentano solo una porzione del giro d'affari complessivo delle piattaforme di intermediazione online: quelle professionali per le prestazioni di servizi resterebbero comunque escluse dal monitoraggio statistico, oltre che dalla disciplina di regolamentazione.

Un aspetto problematico che potrebbe incidere sul perimetro *reale* è, inoltre, l'applicabilità delle misure previste dalla proposta di legge – e di conseguenza del monitoraggio – alle imprese operanti da altro paese Ue e non tenute ad avere stabile organizzazione in Italia.

A riguardo, nella sua recente Comunicazione la Commissione europea indica le modalità di intervento possibili da parte degli Stati membri ed esprime una raccomandazione forte alle imprese che gestiscono le piattaforme per la collaborazione con le autorità fiscali e amministrative nazionali, oltre a segnalare l'importanza del monitoraggio statistico, in coerenza con la proposta in esame.

Per quanto attiene agli **aspetti tecnici**, l'Istat già dispone di strumenti e protocolli consolidati per la trasmissione sicura dei dati, anche massiva. Vi è quindi la piena disponibilità dell'Istituto a predisporre un canale ad hoc e a definire gli standard appropriati affinché le imprese possano fornire in maniera semplice e non onerosa l'informazione rilevante.

L'Istituto, eventualmente d'intesa con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, provvederà a produrre statistiche, indicatori e reportistica. Su questo punto, segnalo che la trasmissione all'Istat dei micro-dati da parte

⁸ «Ai fini della presente Comunicazione, l'espressione "economia collaborativa" si riferisce ai modelli imprenditoriali in cui le attività sono facilitate da piattaforme di collaborazione che creano un mercato aperto per l'uso temporaneo di beni o servizi spesso forniti da privati. L'economia collaborativa coinvolge tre categorie di soggetti: i) i prestatori di servizi che condividono beni, risorse, tempo e/o competenze e possono essere sia privati che offrono servizi su base occasionale ("pari") sia prestatori di servizi nell'ambito della loro capacità professionale ("prestatori di servizi professionali"); ii) gli utenti di tali servizi; e iii) gli intermediari che mettono in comunicazione attraverso una piattaforma online prestatori e utenti e che agevolano le transazioni tra di essi ("piattaforme di collaborazione"). Le transazioni dell'economia collaborativa generalmente non comportano un trasferimento di proprietà e possono essere effettuate a scopo di lucro o senza scopo di lucro.» (COM(2016)356, p.3).

delle imprese – anziché delle stringhe aggregate come previsto dalla proposta di legge – potrebbe consentire un ritorno informativo anche per altre esigenze conoscitive, perché questi sarebbero associabili agli archivi disponibili presso l'Istituto, con l'assoluta garanzia della tutela della riservatezza.

D'altra parte, come accennato all'inizio di questo intervento, la valutazione concreta degli effetti socio-economici dell'economia della condivisione e dello sviluppo degli intermediari digitali è, oggi, ancora assai limitata.

In termini generali, l'impiego di risorse sotto-utilizzate è atteso avere un impatto positivo in termini di creazione di ricchezza e può contribuire a mitigare la disuguaglianza.

Tuttavia, questo va confrontato con gli effetti negativi della diversione dei consumi dalle attività esistenti, siano essi ristoranti, alberghi, taxi, altri servizi alle imprese e alla persona,⁹ nonché con la possibile riduzione delle tutele del lavoro e con gli effetti ambivalenti di una riduzione della necessità di investimenti fisici.

Inoltre, un aspetto significativo è lo spostamento del reddito dalla prestazione di servizi stessa all'intermediazione, che in generale pesa per una percentuale considerevole sul valore delle transazioni.

Un bilancio che deve tener conto anche della residenza sul suolo nazionale o meno delle imprese che erogano i servizi o che operano nella loro intermediazione. Le piattaforme di successo sono, in generale, residenti fuori dai confini nazionali e, spesso, da quelli europei.¹⁰ Molto spesso tali imprese praticano diffusamente la cosiddetta *ottimizzazione fiscale*, beneficiando anche degli accordi ad hoc (c.d. *tax ruling*) nei paesi in cui stabiliscono la propria sede legale.

⁹ Ad esempio, stando a uno studio sull'Italia di AIRBNB relativo al 2015 (<https://www.airbnbaction.com/wp-content/uploads/2016/05/fattore-sharing-impatto-economico-di-airbnb-in-italia.pdf>), il 28% degli ospiti ha dichiarato che altrimenti *non si sarebbe recato in Italia o sarebbe rimasto meno a lungo*: per differenza, otteniamo una misura molto grossolana della diversione da altri tipi di strutture ricettive. A riguardo, uno studio puntuale stima la perdita di gettito per l'industria alberghiera della città di Austin (Texas) nell'ordine dell'8-10%, con un impatto proporzionalmente maggiore per le strutture di fascia medio-bassa (<http://cs-people.bu.edu/dproserp/papers/airbnb.pdf>).

¹⁰ Le imprese locali di prassi vengono acquisite da società multinazionali quando raggiungono la maturità. Per l'Italia è stato il caso di *venere.com* (prenotazioni alberghiere, ora acquisito da Booking, nata olandese e poi incorporata USA) e del portale *Yoox* (moda, ora acquisito da Richemond, finanziaria francese).

Vi sono quindi anche implicazioni notevoli di natura fiscale per quanto riguarda il prelievo sugli operatori e per la tassazione delle piattaforme. A oggi in entrambi i casi vi è un mancato gettito, che la proposta di legge intende, appunto, recuperare. L'efficacia complessiva delle misure previste, tuttavia, dipenderà anche da elementi come quelli accennati ora, sui quali la norma stessa non incide direttamente.

Infine, sul tema più ampio dell'economia digitale, è utile accennare brevemente all'**offerta di servizi digitali da parte delle amministrazioni pubbliche**, che costituisce un'infrastruttura essenziale per lo sviluppo del Paese.

In quest'ambito, l'Istituto raccoglie informazioni attraverso le due indagini già menzionate su individui e imprese e per mezzo di un'indagine specifica sulle amministrazioni locali, i cui risultati saranno disponibili a fine anno. I nostri dati mostrano, una volta di più, un ritardo forte e che è andato accumulandosi nel tempo, sul quale appare pesare in misura rilevante anche la qualità dell'offerta da parte delle Amministrazioni.

Infatti, nel 2015 solo il 12% della popolazione italiana tra i 16-74 anni ha usato i servizi *attivi* dell'amministrazione digitale – cioè concluso un procedimento online con un'amministrazione pubblica – nell'arco dell'anno precedente, contro il 26% medio europeo. Anche la quota di rispondenti soddisfatti dell'utilità dei servizi offerti (rilevata, però, nel 2013) è nettamente inferiore alla media europea, sia che si considerino gli utenti dei servizi che l'insieme degli utilizzatori di Internet. Similmente, nel caso delle imprese (con almeno 10 addetti), quasi il 70% nel 2015 ha avuto rapporti online con la PA, ma il 44% di queste ha riscontrato dei problemi nella fruizione dei servizi.

Anche se l'Amministrazione sta cambiando rapidamente, aumentando l'ampiezza e la qualità dei servizi offerti, un'analisi oggettiva e comparativa e l'identificazione e diffusione delle migliori pratiche possono contribuire a migliorare la fruibilità dei servizi offerti.

L'Istat – qualora di interesse per il Parlamento, e nel quadro di un progetto concordato con le autorità di governo – accedendo alle informazioni dei siti delle amministrazioni pubbliche potrebbe offrire un contributo fondato sulla analisi *alla fonte* dei servizi digitali: quantità, numerosità degli utenti, peso nei servizi dello stesso tipo erogati complessivamente. Inoltre, potrebbe

contribuire a valutare l'effettiva accessibilità e fruibilità dei servizi offerti anche attraverso lo sviluppo di strumenti ad hoc basati sul *cognitive learning*, considerando parametri quali la visibilità nel sito, il numero e tipologia dei passaggi necessari per portare a termine le procedure, la rilevanza dei tentativi di uso del servizio interrotti prima del completamento.