

Anno 2013

LE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE NELLE IMPRESE

■ Nel 2013 il 96,8% delle imprese con almeno 10 addetti dispone di una connessione a Internet (95,7% nel 2012).

■ Il 94,8% delle imprese è connesso a Internet in banda larga fissa o mobile (93,6% nel 2012); circa il 29% di quelle connesse a Internet dichiara di disporre di velocità nominali pari o superiori a 10 Mbit/s.

■ Il 67,3% delle imprese dispone di un sito web (64,5% nel 2012); l'11,7% dichiara di offrire sul sito servizi per ricevere ordinazioni o prenotazioni on-line.

■ Il 24,7% delle imprese utilizza un social media (il 45,2% nel caso delle imprese con almeno 250 addetti). Di queste, l'86% circa dichiara di avere un profilo su almeno un social network, il 40% di utilizzare siti web di condivisione di contenuti multimediali, il 24% blog aziendali e il 16% strumenti wiki per la condivisione delle conoscenze.

■ Aumenta in misura significativa la quota di imprese attive nel commercio elettronico: il 44,4% delle imprese ha effettuato nel corso dell'anno precedente vendite e/o acquisti on-line (erano il 37,5% nel 2012). Il 7,6% (il 6,2% nel 2012) ha venduto on-line i propri prodotti o servizi realizzando un fatturato pari al 7,2% di quello totale (6,4% nel 2012).

■ La possibilità di vendere on-line è utilizzata soprattutto da alcuni specifici settori quali l'editoria (42,8%, in flessione rispetto al 53,6% del 2012) e i servizi di alloggio (55,8% rispetto al 46,7% del 2012).

■ Dopo la continua crescita registrata negli anni precedenti (dal 13,3% nel 2009 al 25,4% nel 2012), l'adozione di software specifici per la raccolta e condivisione con altre aree aziendali di informazioni raccolte sulla clientela (CRM) ha subito quest'anno una leggera flessione (23,1%).

■ Permangono accentuate le differenze tecnologiche tra grandi e piccole imprese anche se, nel corso degli ultimi anni, le imprese italiane hanno progressivamente incrementato l'adozione di tecnologie di base.

■ Sono migliorate le tipologie di connessione a Internet (le imprese connesse in banda larga fissa passano dall'82,8% del 2009 al 91,5% del 2012 fino all'attuale 93,1%) e con esse anche le relazioni on-line con altri soggetti esterni quali la Pubblica Amministrazione (P.A.).

Le imprese che hanno fatto uso nel corso dell'anno precedente di almeno un servizio offerto on-line dalla P.A. passano infatti dal 74,5% del 2009 all'85,5% del 2013.

■ È cresciuta anche la diffusione di software per la condivisione automatica di informazioni tra diverse aree funzionali dell'impresa (ERP) passando dal 9,7% del 2009 al 21% del 2012, al 27,2% del 2013.

PRINCIPALI INDICATORI TECNOLOGICI DELLE IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI. Anno 2013, valori percentuali

DOTAZIONI ICT	
Imprese che utilizzano computer	98,2
Imprese con accesso a Internet	96,8
Imprese che utilizzano una connessione fissa in banda larga	93,1
Imprese che utilizzano una connessione mobile in banda larga	49,8
Addetti provvisti di dispositivi portatili con tecnologia di connessione mobile forniti dall'impresa per finalità lavorative	12,0
Imprese che hanno un proprio sito Web/home page ovvero una o più pagine su Internet	67,3
Imprese che utilizzano almeno un social media	24,7
Imprese che utilizzano Internet per relazionarsi con la P.A.	85,5
ICT AL SERVIZIO DEI PROCESSI ORGANIZZATIVI	
Imprese che inviano o ricevono fatture elettroniche in un formato adatto alla elaborazione automatica dei dati	26,6
Imprese che inviano fatture elettroniche in un formato adatto alla elaborazione automatica dei dati	6,7
Imprese che utilizzano sistemi ERP per condividere informazioni tra differenti aree funzionali	27,2
Imprese che utilizzano applicazioni CRM per finalità di raccolta, archiviazione e condivisione	23,1
COMMERCIO ELETTRONICO REALIZZATO NEL 2011	
Imprese che effettuano vendite e/o acquisti on-line	44,4
Imprese che vendono on-line	7,6
Imprese che realizzano on-line almeno l'1% del fatturato	5,0
Valore delle vendite on-line sul fatturato totale	7,2
Imprese che acquistano on-line	41,7

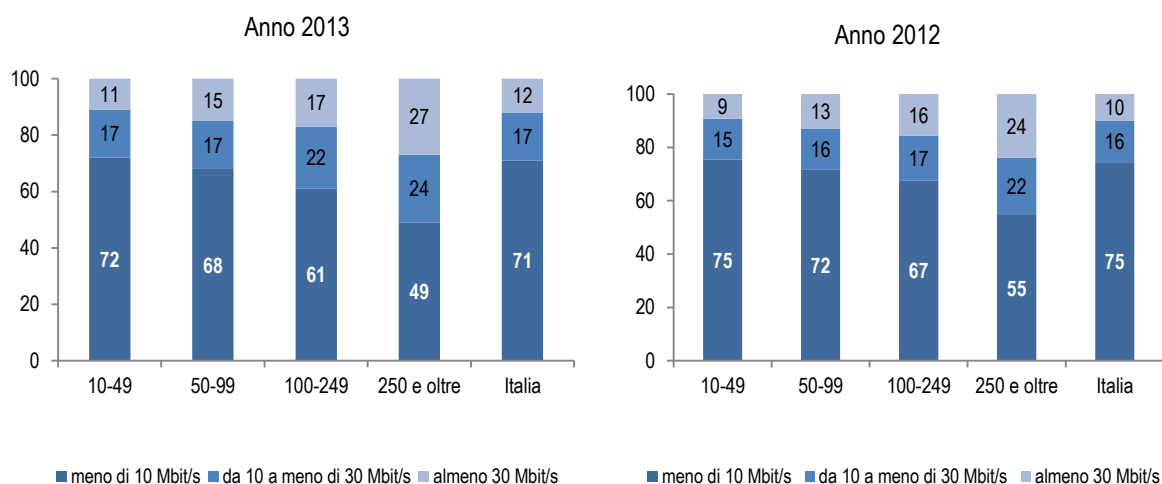
Sul datawarehouse I.Stat (tema: Imprese; sotto tema: Società dell'informazione) sono disponibili dati di maggior dettaglio

Solo tre imprese su 10 utilizzano sistemi ad alta velocità

A gennaio 2013, il 94,8% delle imprese utilizza connessioni in banda larga fissa e/o mobile; la percentuale di quelle connesse in banda larga fissa si attesta al 93,1% (l'88% quelle di tipo DSL). L'adozione della banda larga mobile interessa circa una impresa su due (49,8%).

La velocità massima di connessione¹ aumenta all'aumentare della classe dimensionale delle imprese. Rispetto al 2012, aumentano per tutte le classi di addetti le velocità di connessione; in particolare la quota delle imprese con velocità superiori a 10 Mbit/s passa dal 26% al 29% (Figura 1).

FIGURA 1. IMPRESE PER CLASSI DI ADDETTI CON CONNESSIONE A INTERNET PER VELOCITÀ MASSIMA DI DOWNLOAD PREVISTA CONTRATTUALMENTE. Anno 2013 e 2012, composizione percentuale



Oltre la metà delle imprese (53,1%) ha dichiarato di avere fornito ai propri addetti dispositivi portatili, quali computer o smartphone, dotati di connessioni mobili (a banda larga o stretta) per scopi lavorativi; la percentuale di addetti interessati a tale fenomeno di mobilità lavorativa si attesta al 12% del totale, registrando solo un lieve aumento rispetto all'anno precedente (11,3%).

Quasi una impresa su due comunica e collabora in modalità "mobile"

Nell'indagine 2013 sono stati introdotti quesiti relativi all'utilizzo di alcuni strumenti di comunicazione on-line e applicazioni che consentono di gestire documenti, flussi e tempi di lavoro a supporto della creazione di un ambiente lavorativo collaborativo e "mobile".

Eliminando l'effetto dell'utilizzo della posta elettronica, ormai adottata da oltre l'85% delle imprese, poco meno di una impresa su due (47,9%) ha dichiarato di aver utilizzato nel corso dell'anno precedente almeno uno strumento di comunicazione on-line per collaborazioni di lavoro in ambiente virtuale (Prospetto 1²). In questo gruppo di aziende, lo strumento più diffuso (70,3% delle imprese) è quello della messaggistica istantanea (che consente a due o più utenti di scambiare brevi testi in tempo reale). La possibilità di gestire documenti in gruppo (per consentirne la redazione a più mani) è utilizzata da oltre la metà delle imprese (54,9%); l'adozione di agende condivise on-line (per una efficace organizzazione del lavoro di gruppo) è impiegata da circa tre imprese su dieci (35,7%); i sistemi di videoconferenza e seminari on-line sono adottati dal 29,6% delle imprese; infine, l'informatizzazione della gestione dei flussi lavorativi (ad esempio definendo tempi, scadenze, priorità tra diversi soggetti) interessa il 15,4% delle aziende.

¹ Si tratta della velocità di connessione delle tecnologie utilizzate in termini di velocità nominale in download prevista contrattualmente.

² I dati relativi a questa sezione, rilevati solo con riferimento all'anno 2013, non fanno parte dei quesiti ICT armonizzati a livello europeo pertanto non vengono pubblicati su I.Stat nella sezione dedicata all'indagine.

La percentuale di imprese che hanno adottato almeno uno degli strumenti sopra richiamati varia in funzione del settore di appartenenza: la quota minima (un'impresa su quattro) si rileva nel settore dei servizi di ristorazione e la massima in quello delle telecomunicazioni (90,3%). I settori più ricettivi appartengono in genere ai servizi; nella manifattura, invece, si mette in luce il solo settore delle produzioni di computer, di prodotti di elettronica ed elettromedicali. Tra gli strumenti adottati, quelli più soggetti a variabilità tra settori sono i sistemi di videoconferenza e seminari on-line, che passano dal 6,5% tra le imprese del settore della ristorazione al 74,7% tra quelle del settore delle telecomunicazioni.

Poco più di una impresa su dieci (11%) ha dichiarato di aver già adottato sistemi di comunicazione unificata che consentono agli utenti di accedere a molteplici servizi di comunicazione e collaborazione on-line; si tratta di strumenti che facilitano i processi lavorativi rendendo possibile l'utilizzo in mobilità di servizi integrati raggiungibili da qualsiasi dispositivo dotato di connessione a Internet. Infine l'11,4% delle imprese dichiara l'utilizzo di strumenti di comunicazione specifici del settore di appartenenza.

PROSPETTO 1. IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI CHE ADOTTANO STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ONLINE PER COLLABORAZIONI DI LAVORO IN AMBIENTE VIRTUALE PER TIPOLOGIA DI STRUMENTO UTILIZZATO E ATTIVITÀ ECONOMICA. Anno 2013, valori percentuali

Ateco sezioni divisioni	Totale	di cui:					Altri strumenti	
		sistemi di messaggistica istantanea	gestione documenti in gruppo	gestione agende condivise	videoconferenze e seminari on- line	strumenti per l'assegnazione di compiti e flussi di lavoro	sistemi di comunicaz. unificata	sistemi di comunicaz. specifici del settore
C 10_12 - industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	36,5	71,5	52,8	31,2	25,2	9,9	8,4	5,0
C 13_15 - industrie tessili, dell'abbigliamento, articoli in pelle e simili	36,5	74,3	51,3	27,2	20,3	11,4	7,7	6,7
C 16_18 - industria dei prodotti in legno e carta, stampa	46,8	72,7	56,8	32,0	21,6	19,5	9,7	10,5
C 19_23 - fabbricazione di coke e di prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, di prodotti chimici, di prodotti farmaceutici, di articoli in gomma e materie plastiche e di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	52,7	69,2	54,0	34,9	27,6	11,6	9,4	6,1
C 24_25 - metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo esclusi macchinari e attrezzature	42,7	62,4	54,2	36,9	24,9	8,7	7,5	5,7
C 26 - fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi	77,1	73,8	65,6	44,3	54,4	21,2	24,8	12,9
C 27_28 - fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche e di macchinari ed apparecchiature n.c.a.	57,9	77,2	53,3	33,2	33,7	13,4	13,4	6,4
C 29_30 - fabbricazione di mezzi di trasporto	61,6	66,7	66,8	36,9	31,9	22,7	20,9	9,0
C 31_33 - altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	51,5	75,9	44,3	31,1	26,1	13,0	8,9	7,1
D 35_E39 - fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento (d-e)	56,0	66,1	64,2	45,2	35,4	21,1	14,7	14,2
F 40_44 - costruzioni	43,6	65,6	52,8	26,7	18,2	9,7	7,9	10,5
G 45_47 - commercio all'ingrosso e al dettaglio riparazione di autoveicoli e motocicli	49,7	71,0	57,3	37,2	27,0	15,7	12,4	15,4
H 49_52 - trasporto e magazzinaggio, esclusi servizi postali e corrieri (H escluso 53)	47,7	78,9	48,2	21,9	22,3	11,6	10,6	12,8
H 53 - servizi postali e attività di corriere	37,1	72,3	74,9	12,9	25,7	28,3	12,7	11,1
I 55 - alloggio	40,2	65,2	51,8	32,1	25,3	21,6	9,6	25,4
I 56 - attività dei servizi di ristorazione	25,0	80,4	26,6	18,9	6,5	5,2	2,0	6,3
J 58 - attività editoriali	73,9	69,0	76,8	56,6	54,0	21,6	17,7	18,1
J 59_60 - attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	67,6	60,5	48,2	45,0	27,9	8,6	13,2	14,6
J 61 - telecomunicazioni	90,3	65,4	74,8	72,6	74,7	52,0	37,8	27,8
J 62_63 - informatica ed altri servizi d'informazione	83,6	71,9	76,2	70,6	70,1	44,9	39,9	30,5
L 68 - attività immobiliari	54,2	53,4	56,3	56,9	41,1	20,0	13,4	13,2
M 69_74 - attività professionali, scientifiche e tecniche escluso servizi veterinari (M escluso 75)	70,8	59,6	62,6	55,9	61,7	21,2	20,0	18,0
N 77_82 (esc. 79) - noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese escluso attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse (N escluso 79)	46,4	71,3	59,1	36,1	28,8	20,3	10,9	11,8
N 79 - attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	75,8	77,7	54,5	45,5	43,0	15,0	24,6	24,8
Totale	47,9	70,3	54,9	35,7	29,6	15,4	11,0	11,4

La clientela è l'interlocutore privilegiato soprattutto per le piccole imprese

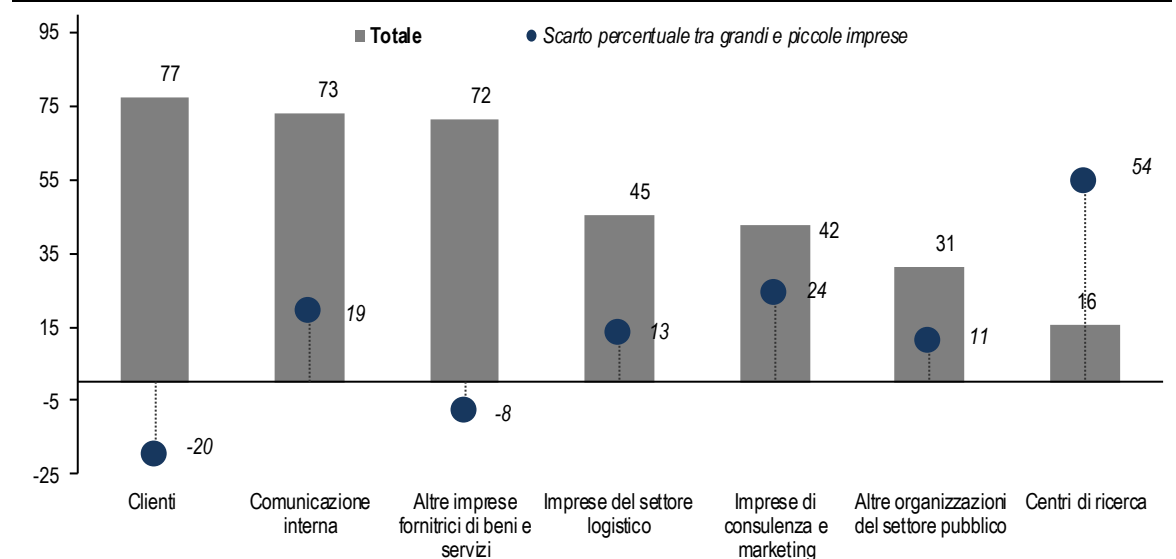
Il 77% delle imprese che hanno dichiarato di aver utilizzato nel corso dell'anno precedente almeno uno degli strumenti di collaborazione e comunicazione, se ne sono avvalse per comunicare con i clienti. Altri soggetti rilevanti nell'utilizzo degli strumenti di comunicazione sono relativi all'organizzazione aziendale, ovvero i dipendenti dell'impresa (73%) e le imprese fornitrici di beni e servizi (72%) (Prospetto 2).

PROSPETTO 2. IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI CHE ADOTTANO STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ONLINE PER COLLABORAZIONI DI LAVORO IN AMBIENTE VIRTUALE PER TIPOLOGIA DI SOGGETTI CON I QUALI L'IMPRESA, NEL CORSO DELL'ANNO PRECEDENTE, HA UTILIZZATO ALMENO UNO DEGLI STRUMENTI DI COLLABORAZIONE ONLINE E PER CLASSI DI ADDETTI. Anno 2013, valori percentuali

Classe di addetti	Altre persone occupate nell'impresa rispondente (comunicazione interna)	Imprese del settore logistico	Imprese di consulenza e marketing	Altre imprese fornitrici di beni e servizi	Clienti	Università, istituti di istruzione superiore, centri di ricerca pubblici o privati	Organizzazioni del settore pubblico
10-49	71	45	41	72	79	14	31
50-99	84	52	50	68	76	19	34
100-249	84	46	47	65	70	24	35
250 e oltre	88	51	54	67	65	31	35
Totale	73	45	42	72	77	16	31

Per comunicare con clienti e imprese fornitrici, le aziende di minore dimensione hanno utilizzato maggiormente di quelle più grandi degli strumenti di collaborazione on-line. Nelle relazioni con le organizzazioni pubbliche, la differenza tra grandi e piccole imprese è ridotta, come indicato dallo scarto percentuale (11%). Nel caso di contatti con Università e centri di ricerca, invece, a fronte di una cooperazione on-line contenuta a livello nazionale (16%), emerge un più elevato divario tra grandi e piccole imprese (54%) (Figura 2).

FIGURA 2. SOGGETTI CON I QUALI L'IMPRESA, NEL CORSO DELL'ANNO PRECEDENTE, HA UTILIZZATO ALMENO UNO STRUMENTO DI COLLABORAZIONE ON-LINE. Anno 2013, percentuale sul totale delle imprese utilizzatrici dei sistemi di collaborazione (eccetto email) e scarto percentuale tra piccole e grandi imprese



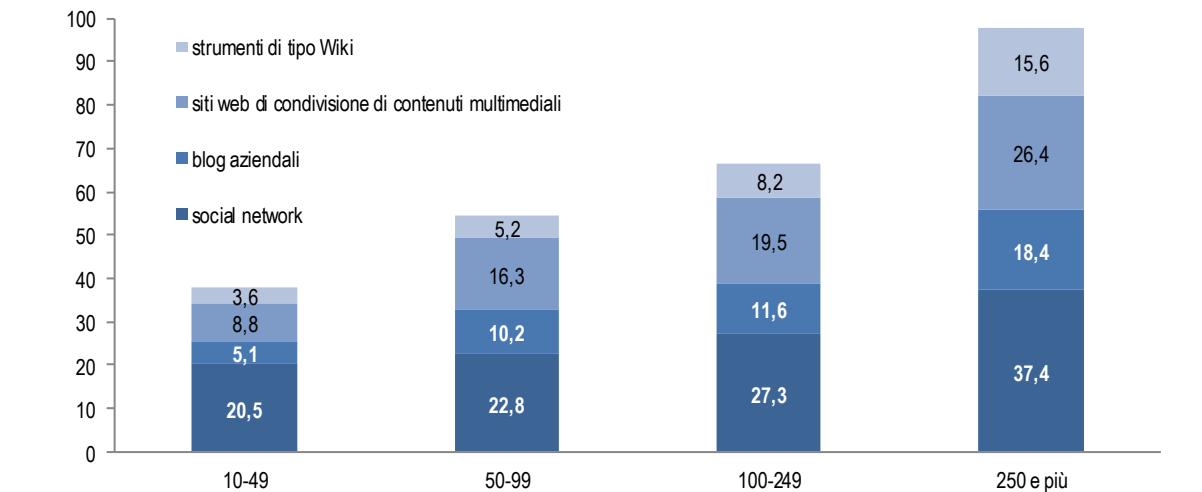
Una impresa su quattro utilizza almeno un *social media*

Il 24,7% delle imprese con almeno 10 addetti utilizza un *social media* e il 10,5% dichiara di utilizzarne almeno due. Gli strumenti più adottati dalle imprese sono i *social network* (21,1%), come ad esempio un profilo aziendale su Facebook, e i siti web di condivisione di contenuti multimediali (ad es. YouTube, Flickr, Picasa, SlideShare), diffusi nel 9,9% delle imprese.

Gli indicatori rivelano differenze settoriali e dimensionali nell'adozione di questi strumenti, mentre la localizzazione territoriale non sembra avere molta influenza. La percentuale di utilizzo degli strumenti *social* aumenta notevolmente nel caso delle attività legate a media e comunicazione come quelle editoriali (76%) e della produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi (67%); percentuali elevate si riscontrano anche in attività per le quali la reputazione on-line assume un significato molto importante come i servizi di alloggio (65,4%) e le agenzie di viaggio (59,9%).

Le imprese di minore dimensione utilizzano soprattutto i *social network* mentre, al crescere della dimensione aziendale, le imprese risultano più orientate verso un utilizzo multicanale con la presenza di diversi strumenti *social*. (Figura 3)

FIGURA 3. IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI CHE UTILIZZANO SOCIAL MEDIA PER CLASSE DI ADDETTI E TIPOLOGIA DI SOCIAL MEDIA. Anno 2013, valori percentuali

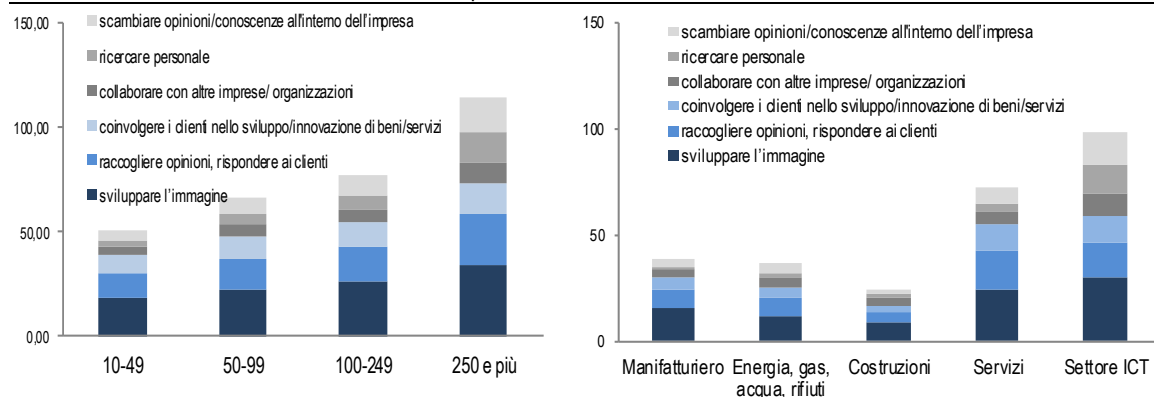


Strumenti *social* per rafforzare l'immagine aziendale e i rapporti con la clientela

L'utilizzo degli strumenti *social* ha, principalmente, le finalità di sviluppare l'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti (18,9%) e di raccogliere opinioni, recensioni e rispondere alle domande dei clienti (12,8%). Ulteriori finalità sono quelle di coinvolgere on-line la clientela nello sviluppo o nell'innovazione di beni o servizi (8,7%), quelle di scambiare punti di vista, opinioni o conoscenze al loro interno (5,5%), di cooperare con l'esterno con altre imprese partner o altre organizzazioni (4,6%) o di effettuare ricerche di personale (3%).

In generale utilizzano più frequentemente tali strumenti per tutte le finalità richieste le imprese di maggiore dimensione, quelle del settore ICT e dei servizi non finanziari. Le grandi imprese adottano i *social media* anche per la ricerca di personale mentre la finalità interna di comunicare e scambiare informazioni con il proprio personale è molto ridotta rispetto a quanto accade per le altre imprese (Figura 4).

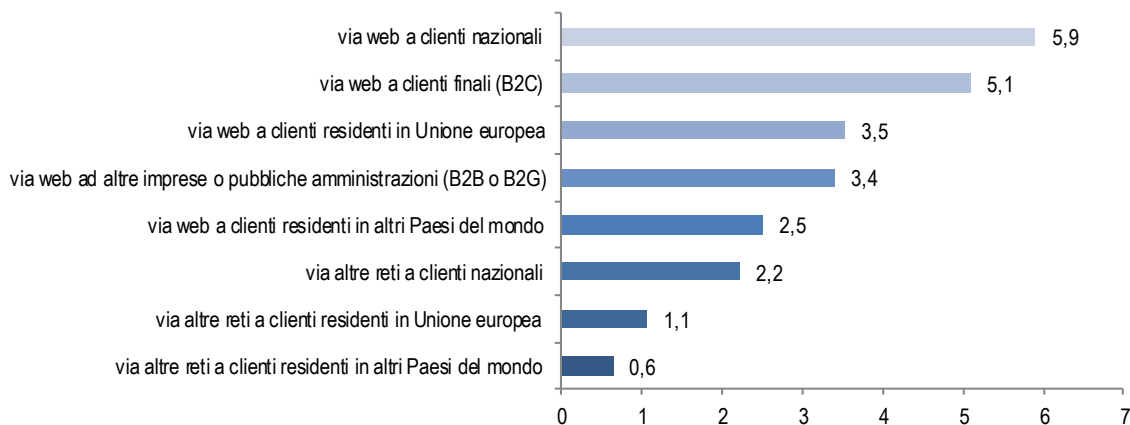
FIGURA 4. IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI PER FINALITÀ DI UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA, PER CLASSE DI ADDETTI E MACROSETTORE. Anno 2013, valori percentuali



Vende on-line una grande impresa su quattro

Il 7,6% delle imprese con almeno 10 addetti ha venduto on-line i propri prodotti nel corso dell'anno precedente; tale percentuale aumenta al 24,6% nel caso di imprese con almeno 250 addetti. Tra le caratteristiche prevalenti delle imprese che vendono on-line, prevalgono innanzitutto quelle che effettuano scambi via web rispetto a quelle che li svolgono tramite altre reti, quelle che si rivolgono a una clientela residente in Italia e, a seguire, a clienti europei e poi di altri Paesi extra-europei. Inoltre, nell'ambito delle imprese che vendono via web prevalgono, come compratori, clienti diversi da imprese e amministrazioni pubbliche (Figura 5).

FIGURA 5. IMPRESE CON ALMENO 10 ADDETTI CHE VENDONO ON-LINE PER TIPOLOGIA DI MERCATO, Anno 2013, valori percentuali



Anche le microimprese preferiscono i social network e gli acquisti on-line

In occasione del 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi sono state rilevate alcune informazioni sull'utilizzo di strumenti ICT presso le microimprese (da 3 a 9 addetti) tradizionalmente escluse dal campo di osservazione dell'indagine comunitaria.

Anche tra le imprese con 3-9 addetti si conferma (anche se in un contesto di minore diffusione) la preferenza per i *social network* rispetto a blog e wiki. La leva di marketing per tali imprese, così come l'immagine aziendale per quelle di maggiore dimensione, rappresenta il principale motivo di utilizzo degli strumenti *social*. A differenza di quelle sopra i 10 addetti, per le quali la collaborazione con la clientela assume un'importanza primaria, le imprese più piccole cercano soprattutto di utilizzare le comunicazioni *social* per migliorare la collaborazione con altre imprese o organizzazioni.

**PROSPETTO 3. UTILIZZO DI SOCIAL MEDIA
NELLE IMPRESE CON 3-9 ADDETTI
RILEVATE DAL CENSIMENTO 2011¹**

Social media	
Utilizzo di almeno un social media	11,6
Microblog e blog aziendali	1,9
Social network	9,5
Wiki	2,4
Principali motivi per i quali i social media vengono utilizzati	
Leva di marketing	34,1
Migliorare la collaborazione con imprese od organizzazioni	29,4
Interagire con la clientela	15,9

Come le altre imprese, anche le microimprese propendono maggiormente per operazioni di acquisto piuttosto che di vendita on-line. Una impresa su tre, tra quelle connesse a Internet, è attiva nel commercio elettronico; di queste ultime il 93% acquista on-line mentre solo il 20% vende on-line.

PROSPETTO 4. COMMERCIO ELETTRONICO NELLE IMPRESE CON 3-9 ADDETTI RILEVATE DAL CENSIMENTO 2011³

	Valori assoluti	% sul totale	% su quelle connesse a Internet	% su quelle attive nel commercio on-line
Totale imprese	837008			
- connesse a Internet	644538	77		
- attive nel comm. on-line	210074	25	33	
- che acquistano on-line	195976	23	30	93
- che vendono on-line	42594	5	7	20

³ Dati elaborati sulla base di quelli presenti nel data warehouse del censimento dell'Industria e dei servizi 2011 al link <http://dati-censimentoindustriaeservizi.istat.it/#>.

Glossario

Addetto: persona occupata in un'unità giuridico-economica, come lavoratore indipendente o dipendente (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione lavoro), anche se temporaneamente assente (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, Cassa integrazione guadagni ecc.). Comprende il titolare/i dell'impresa partecipante/i direttamente alla gestione, i cooperatori (soci di cooperative che, come corrispettivo della loro prestazione, percepiscono un compenso proporzionato all'opera resa e una quota degli utili dell'impresa), i coadiuvanti familiari (parenti o affini del titolare che prestano lavoro manuale senza una prefissata retribuzione contrattuale), i dirigenti, quadri, impiegati, operai e apprendisti.

Attività economica: è la combinazione di risorse - quali attrezzature, manodopera, tecniche di fabbricazione, reti di informazione o di prodotti - che porta alla creazione di specifici beni o servizi. Ai fini della produzione di informazione statistica, le imprese sono classificate per attività economica prevalente, secondo la nomenclatura Nace Rev.2 nella versione europea e Ateco2007 in quella italiana. Quando nell'ambito di una stessa unità sono esercitate più attività economiche, la prevalenza è individuata sulla base del valore aggiunto ovvero, in mancanza di tale dato, sulla base del fatturato, del numero medio annuo di addetti, delle spese per il personale o delle retribuzioni lorde.

Collaborazione lavorativa virtuale o a distanza: lavorare insieme ad altri soggetti, senza necessità di incontrarsi di persona. Le procedure di comunicazione sia vocale che scritta o multimediale vengono gestite tutte su dispositivi (fissi, portatili, mobili) connessi alla rete Internet. Tali strumenti permettono di accedere a vari livelli alle risorse aziendali da qualsiasi luogo e possono essere utilizzati per lavorare in azienda o in mobilità da qualsiasi luogo.

Commercio elettronico (acquisti/vendite on-line): acquisti/vendite di beni o servizi che avvengono attraverso reti informatiche che utilizzano il protocollo Internet e/o altre connessioni tra computer (tra impresa cliente e impresa fornitrice come ad esempio tra impresa madre e concessionari automobilistici, tra agenzie di viaggio e compagnie aeree; tra impresa e Pubblica Amministrazione; tra impresa e consumatore finale); i beni e servizi sono ordinati direttamente su queste reti ma la consegna e il pagamento del bene o servizio possono avvenire sia on-line sia off-line; gli acquisti e vendite elettroniche possono avvenire tramite web (mediante moduli d'ordine on-line disponibili sul sito web dell'impresa o di un negozio on-line intermediario web shop o attraverso una rete extranet indipendentemente da come avviene l'accesso alla rete ad es. computer, portatile, cellulare, smartphone, ecc.) o tramite scambi elettronici di dati con (effettuati attraverso scambi elettronici di dati ovvero l'invio o la ricezione di informazioni in un formato stabilito ad esempio di tipo EDI che ne consenta il trattamento automatico). Non sono inclusi nella definizione di commercio elettronico gli ordini effettuati/ricevuti telefonicamente, via fax o attraverso e-mail convenzionali.

Computer: dispositivo o macchina programmabile in grado di ricevere, di elaborare e fornire vari tipi di dati, eseguire calcoli e altre manipolazioni su di essi, sotto il controllo di una serie di istruzioni immagazzinate. Un computer in genere è costituito da una o più unità di elaborazione, unità di memoria, e le relative periferiche di input e output. In questa definizione vengono inclusi: supercomputer, mainframe, minicomputer, workstation, personal computer (desktop), nettop, computer portatili (ad es. laptop, notebook), palmari (PDA), smartphone.

Connessione fissa in banda larga: comprende la connessione e DSL (xDSL, ADSL, SDSL, ecc.) e quella via cavo, linee affittate, frame relay, Metro-Ethernet, PLC, connessioni fisse senza fili.

Connessione fissa non in banda larga: comprende la connessione via modem e Isdn.

Connessione mobile in banda larga: comprende la connessione 3G o 4G (tecnologie LTE Long Term Evolution) via palmari o computer portatili o via smartphone (connessioni UMTS, CDMA2000, 1xEVDO, HSDPA).

Connessione mobile non in banda larga: comprende la connessione con tecnologia inferiore a 3G via cellulari analogici, GSM, SPRS, GPRS, EDGE.

CRM (Customer Relationship Management): insieme di procedure organizzative, strumenti, archivi, dati e modelli comportamentali creato in un'azienda per gestire le relazioni con il cliente, il cui obiettivo primario è quello di migliorare il rapporto cliente-fornitore. Il CRM analizzato si articola

in: CRM operativo - soluzioni metodologiche e tecnologiche per automatizzare i processi di business che prevedono il contatto diretto (front office) con il cliente; CRM analitico - procedure e strumenti per migliorare la conoscenza del cliente attraverso l'estrazione di dati dal CRM operativo (data mining), la loro analisi e lo studio revisionale sui comportamenti dei clienti stessi.

ERP (Enterprise Resource Planning): letteralmente "pianificazione delle risorse d'impresa". Si tratta di un sistema di gestione (sistema informativo), che integra tutti gli aspetti del business e i suoi cicli, inclusa la pianificazione, la realizzazione del prodotto (manufacturing), le vendite e il marketing. Esistono applicazioni che permettono di implementare questa metodologia nelle attività di business come: controllo di inventari, tracciamento degli ordini, servizi per i clienti, finanza e risorse umane. I moderni sistemi di ERP coprono tutte le aree che possano essere automatizzate e/o monitorate all'interno di un'azienda.

Fattura elettronica: è un documento di transazione elettronica che contiene le informazioni di fatturazione. Le fatture elettroniche possono essere distinte in due tipologie: fatture elettroniche con una struttura standard ovvero adatte ad essere trattate automaticamente; queste fatture possono essere scambiate direttamente tra fornitori e clienti o tramite un intermediario di servizi all'impresa o tramite un sistema elettronico bancario; fatture in formato elettronico non adatte per l'elaborazione automatica (ad esempio email o allegati email in formato PDF).

Impresa: unità economica organizzata esercitata professionalmente per la produzione di beni e/o la prestazione di servizi destinabili alla vendita. Gode di autonomia decisionale con particolare riguardo alle scelte produttive, di vendita e di distribuzione degli utili. Il responsabile d'impresa è rappresentato da una o più persone fisiche, organizzate in forma individuale o associata (artigiani costituiti in imprese individuali, liberi professionisti, associazioni di professionisti, cooperative di lavoro, eccetera), o da una o più persone giuridiche (società di persone, società di capitali).

Internet: la più grande piattaforma attualmente operativa che si estende fisicamente a livello mondiale ed utilizza il protocollo TCP/IP per connettere migliaia di reti e milioni di computer.

Settore ICT: elenco delle attività economiche incluse nella definizione in termini di Ateco 2007 secondo la definizione Eurostat e OECD (si veda il documento <http://www.oecd.org/dataoecd/16/46/42978297.pdf> per una definizione in termini di ISIC Rev. 4)

<i>Ateco 2007</i>	<i>Descrizione attività economica</i>
261	Fabbricazione di componenti elettronici e schede elettroniche
262	Fabbricazione di computer e unità periferiche
263	Fabbricazione di apparecchiature per le telecomunicazioni
264	Fabbricazione di prodotti di elettronica di consumo audio e video
268	Fabbricazione di supporti magnetici e ottici
465	Commercio all'ingrosso di apparecchiature ICT
582	Edizione di software
61	Telecomunicazioni
62	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse
631	Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse; portali web
951	Riparazione di computer e di apparecchiature per le comunicazioni

Social media: si riferisce all'utilizzo, da parte dell'impresa rispondente, di applicazioni basate sulla tecnologia Internet o su piattaforme di comunicazione al fine di connettersi, creare e scambiare contenuti online, con clienti, fornitori, partner, o all'interno dell'impresa stessa. L'impresa rispondente utilizza social media se ha uno o più profili, rapporti o licenze d'uso a seconda dei requisiti richiesti e della tipologia di social media utilizzato. Social media richiesti sono: social network (ci si riferisce a profili creati dall'impresa su social network, ad es. Facebook, LinkedIn, Xing, MySpace, per scambiare opinioni e informazioni con altri soggetti); blog o microblog dell'impresa (comunità, luoghi virtuali di discussione creati dall'impresa per scambiare opinioni, informazioni con altri soggetti); siti web per condividere contenuti multimediali (siti web nei quali l'impresa può inserire video, slide, immagini e condividerle con altri soggetti, ad es. YouTube, Picassa, SlideShare, Flickr); wiki (è una pagina web o comunque una collezione di documenti ipertestuali che viene aggiornata dai suoi utilizzatori e i cui contenuti sono sviluppati in collaborazione da tutti coloro che vi hanno accesso).

Strumenti on-line per favorire la collaborazione lavorativa in un ambiente virtuale: ci si è riferiti a sistemi di messaggistica istantanea (instant messaging, sistema di comunicazione fra due

o più dispositivi, fissi, portatili, mobili, connessi alla rete Internet che permette lo scambio in tempo reale di brevi testi); gestione di documenti di gruppo (gestione di testi, fogli di calcolo, presentazioni, diagrammi, ecc. che consentono agli utenti di lavorare da qualsiasi computer attraverso un collegamento Internet, i documenti sono disponibili ai componenti del gruppo attraverso accessi protetti e/o connessioni crittografate); agende condivise (software destinato a gruppi di lavoro che consente l'organizzazione e la condivisione degli impegni e delle rubriche dei contatti tra varie persone; ogni membro del gruppo può disporre di diritti differenziati e può decidere quali eventi o contatti rendere visibili agli altri membri); videoconferenze o seminari online (tecnologia utilizzata per condurre meeting, presentazioni e corsi di formazione a cui ogni partecipante può accedere con un dispositivo connesso alla rete Internet); strumenti online per l'assegnazione di compiti e flussi di lavoro o workflow management (software che gestiscono la comunicazione, l'assegnazione e il passaggio dei compiti tra i diversi componenti di un gruppo di lavoro); sistemi unificati di comunicazione e collaborazione online o UCC-Collaborazione e Comunicazione Unificata (sistemi generalizzati o specifici del settore disponibili sul mercato che consentono di utilizzare molteplici strumenti di comunicazione e collaborazione che garantiscono per le varie utenze piena interoperabilità dei servizi voce, dati e video).

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione: tecnologie relative all'informatica e alla comunicazione applicate in diversi settori produttivi dell'industria manifatturiera e dei servizi. Sono utilizzate per il trattamento e l'elaborazione delle informazioni o per funzioni di comunicazione, incluse la trasmissione e la visualizzazione dei dati, oppure per la fabbricazione di prodotti che utilizzano processi elettronici al fine di rilevare, misurare o registrare fenomeni fisici, o controllare processi fisici. Vengono applicate anche nei servizi di trattamento ed elaborazione delle informazioni e nei servizi di comunicazione mediante l'uso di strumenti elettronici.

Velocità massima di download: si intende la velocità massima teorica specificata nel contratto del prestatore di Internet per cui i dati possono essere scaricati. La larghezza della banda e la velocità effettiva dipendono da una combinazione di fattori tra cui le apparecchiature, il software utilizzato, il traffico internet, quindi può differire dalla velocità di download presente nel contratto