



Istituto
nazionale
di statistica

STATISTICHE IN BREVE

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

Alessandra Nurra
Tel. + 39 06 4673.6104
e-mail: nurra@istat.it



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

Anni 2004 - 2005

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 2004 per quanto concerne il commercio elettronico e al 2005 per l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

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

In Italia l'indagine è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti, censuaria per quelle con almeno 250 addetti. Per la metodologia di rilevazione, di trattamento delle risposte e di stima degli indicatori, si rimanda alle note informative.

Le tavole richiamate nel testo sono riportate nell'appendice statistica. E in essa sono anche riproposti i dati relativi alla rilevazione 2003-2004 in quanto oggetto di revisione a seguito dell'aggiunta di 1.668 osservazioni, che hanno garantito maggiore qualità e confrontabilità con i dati delle rilevazioni degli anni passati.

Principali risultati

A gennaio 2005 le imprese che dispongono di almeno un *personal computer* rappresentano il 95,6 per cento del totale di quelle con almeno 10 addetti, con punte massime del 97,4 per cento nelle regioni del Nord-ovest (Tavola 1), e confermano, sostanzialmente, i dati dell'anno precedente (96,8 per cento). Fatta eccezione per le imprese di dimensioni minori (10-49 addetti), che dispongono di almeno un *personal computer* per il 95,1 per cento del totale, tutte le altre classi di imprese registrano un tasso di diffusione con percentuali superiori al 99,0 per cento.

Rispetto al 2004 aumenta l'utilizzo di *personal computer*: gli addetti che utilizzano il *computer* almeno una volta a settimana rappresentano, nel 2005, il 38,4 per cento del totale (36,4 per cento nel 2004), con picchi nelle grandi imprese di 250 addetti e oltre (44,3 per cento) e nelle ripartizioni geografiche del Nord-ovest (42,5 per cento) e del Centro (42,7 per cento) (Figura 1).

A livello settoriale si conferma il divario esistente fra industria e servizi; in particolare, si va da un valore minimo del 19,0 per cento nelle industrie conciarie e del cuoio ad un massimo del 90,7 per cento nell'informatica e del 74,6 per cento nelle poste e telecomunicazioni.

Nel 2005 cresce il collegamento ad *Internet* da parte degli addetti: il 24,8 per cento utilizza *personal computer* connessi ad *Internet* a fronte del 21,5 per cento dello scorso anno. A livello territoriale si rileva il divario fra le imprese con sede nel Nord-ovest, che registrano il 28,4 per cento degli addetti connessi tramite *personal computer* ad *Internet*, rispetto a quelle localizzate nel Sud e Isole ove la quota si riduce a circa la metà (14,3 per cento).

L'utilizzo del telelavoro è una modalità a cui ricorre appena il 9,7 per cento delle imprese informatizzate con almeno 10 addetti. Mentre la maggior parte delle grandi imprese (250 addetti e oltre) impiega addetti che si connettono ai sistemi informatici dall'esterno (53,6 per cento), quelle con 10-49 addetti utilizzano tale tipologia di lavoro soltanto nel 7,4 per cento dei casi (Figura 2).

Figura 1 - Addetti delle imprese che utilizzano il PC almeno una volta a settimana e addetti delle imprese che utilizzano PC connessi ad Internet per ripartizione geografica. Anno 2005 (valori percentuali sul totale degli addetti)

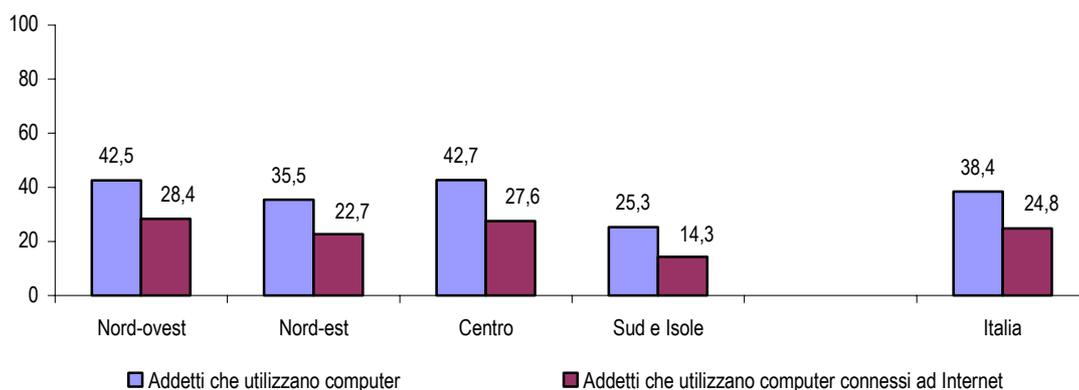
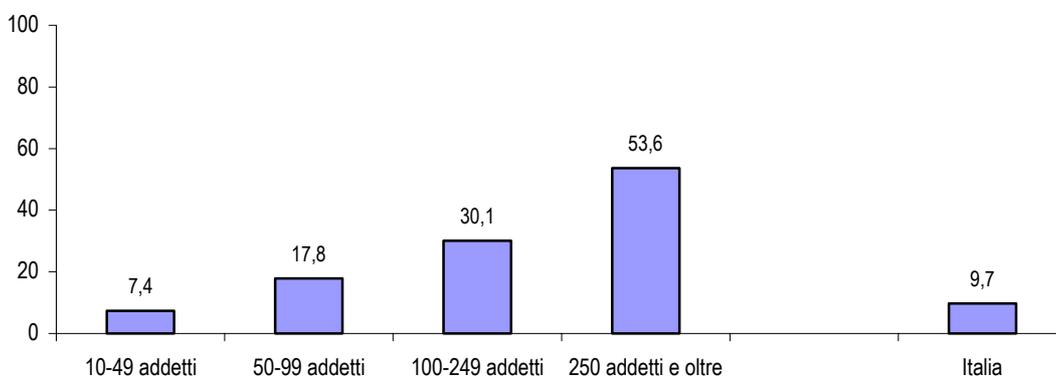


Figura 2 - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti con presenza di telelavoro per classi di addetti. Anno 2005 (valori percentuali sul totale delle imprese informatizzate)



Utilizzo delle ICT

A conferma della tendenza verso un maggiore utilizzo dei *computer* come parti di reti informatiche, migliora complessivamente la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese informatizzate. A gennaio 2005, in Italia, il 92,9 per cento delle imprese informatizzate con almeno 10 addetti utilizza la posta elettronica (84,4 per cento nel 2004), il 95,9 per cento dispone di *Internet* (90,3 per cento nel 2004), il 56,4 per cento possiede un proprio sito *Web* (47,8 per cento nel 2004), il 31,6 per cento connette i *computer* con reti *Intranet* (30,2 per cento nel 2004) e il 12,8 per cento con quelle *Extranet* (13,1 per cento nel 2004) (Tavola 2).

La posta elettronica e la connessione ad *Internet* sono realtà indifferentemente diffuse fra i settori di attività economica, le classi di addetti e le ripartizioni geografiche, con incidenze quasi sempre superiori al 90 per cento delle imprese informatizzate, e non fanno rilevare differenze particolari poiché anche i settori (industrie del cuoio e del tessile) e le ripartizioni geografiche (Sud e Isole), che sono tradizionalmente caratterizzati da una minore diffusione della posta elettronica e di *Internet*, registrano valori compresi fra l'83,0 e il 95,0 per cento. La diffusione di siti *Web*, invece, indica un divario marcato fra le imprese con 10-49 addetti (ne dispone appena il 53,2 per cento) e quelle con 250 addetti e oltre (88,2 per cento), nonché fra le imprese del Nord (oltre il 60,0 per cento possiede un sito *Web*) e quelle del Mezzogiorno (43,7 per cento). Anche fra i settori si segnalano divari consistenti, come quello fra il settore alberghiero, con il 94,4 per cento delle imprese informatizzate con sito *Web*, e quello delle costruzioni in cui i siti *Web* sono sviluppati soltanto dal 35,6 per cento.

La presenza di reti *Intranet* ed *Extranet* è fortemente differenziata in relazione alla dimensione d'impresa: a fronte di una elevata diffusione nelle grandi imprese (rispettivamente l'83,5 e il 55,4 per cento delle imprese informatizzate) si rileva un interesse contenuto in quelle con 10-49 addetti (rispettivamente il 27,4 e il 10,1 per cento) (Figura 3). Il divario è piuttosto rilevante anche dal punto di vista territoriale: le imprese informatizzate del Nord e del Centro realizzano percentuali di uso di *Intranet* ed *Extranet* assai maggiori rispetto a quelle del Mezzogiorno. Tra i settori di attività economica, sono i servizi postali e informatici a ricorrere con più frequenza alle reti *Intranet* (69,3 per cento delle imprese informatizzate) ed *Extranet* (48,1 per cento).

Il confronto dei dati nazionali relativi alla connettività delle imprese indica una situazione in cui la banda larga acquista sempre più spazio a scapito delle tecnologie di connessione più tradizionali che stanno diventando obsolete, come il *modem* e l'*ISDN*, mentre il *wireless* fatica ancora ad affermarsi (Tavola 3).

Nel 2005, i collegamenti a banda larga sono presenti nel 59,3 per cento delle imprese informatizzate (52,2 per cento nel 2004), mentre i *modem* analogici nel 30,4 per cento e l'*ISDN* nel 40,0 per cento (nel 2004 le quote erano, rispettivamente, 48,1 per cento e 49,0 per cento); infine, i collegamenti *wireless* attivi sono presenti soltanto nel 7,8 per cento delle imprese informatizzate (7,5 per cento nel 2004).

Nel dettaglio, si nota come le connessioni a banda larga possiedano un'incidenza maggiore nelle imprese con più di 99 addetti e in quelle localizzate nel Nord; le connessioni con *modem analogico* e *ISDN* sono invece maggiormente diffuse fra le imprese più piccole e tra quelle con sede nel Mezzogiorno. Le connessioni *wireless* registrano una diffusione limitata, eccetto nelle imprese informatizzate con 250 addetti e oltre in cui sono presenti nel 26,7 per cento dei casi. Nel complesso, la disponibilità di connettività più avanzata è legata alla dimensione delle imprese: le grandi riportano incidenze maggiori per le tecnologie più 'innovative' come il *wireless* e la banda larga; le imprese di dimensioni minori sono ancora legate a tecnologie di connessione 'mature', sebbene la banda larga sia oramai la connessione più affermata (Figura 4).

Figura 3 - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti per tipologia di rete utilizzata, presenza di sito Web e classi di addetti. Anno 2005 (valori percentuali sul totale delle imprese informatizzate)

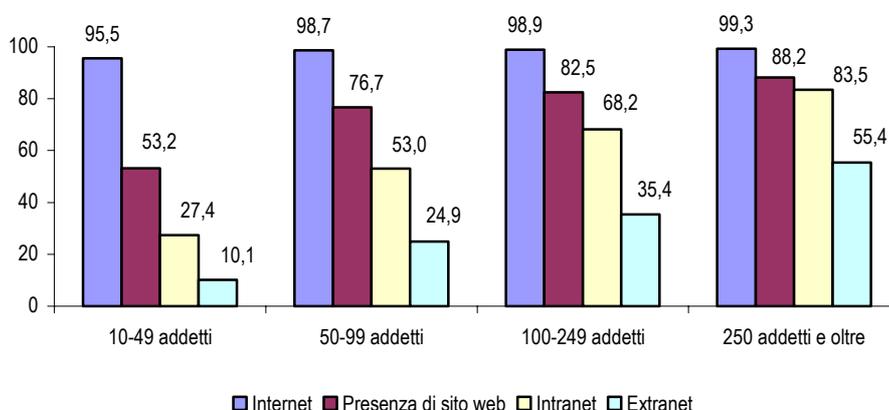
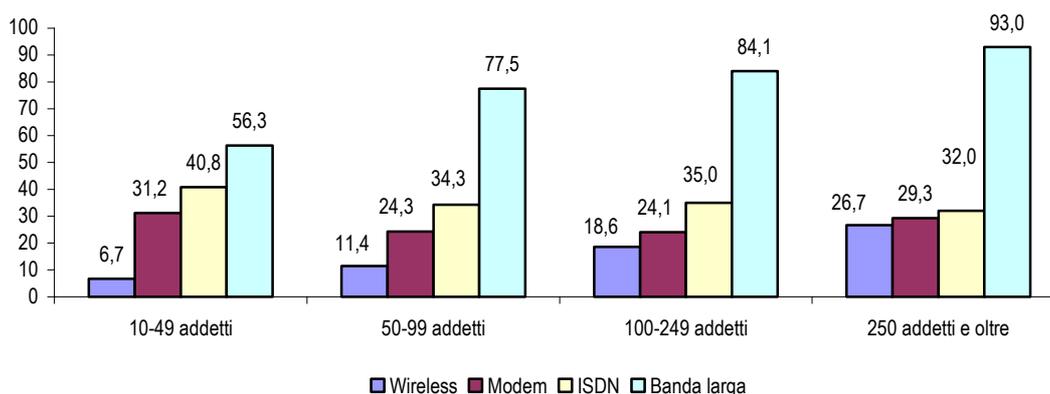


Figura 4 - Imprese informatizzate con almeno 10 addetti per tipologia di connessione ad Internet e classi di addetti. Anno 2005 (valori percentuali sul totale delle imprese informatizzate)



Utilizzo di Internet: il sito web e i servizi pubblici on-line

Le imprese si avvantaggiano di *Internet* anche come utenti di servizi. Difatti, nel 2005 la rete è stata utilizzata dal 77,9 per cento delle imprese connesse ad *Internet* come strumento per accedere a servizi bancari e finanziari, dal 64,7 per cento per acquisire informazioni sui mercati e dal 48,0 per cento per acquisire dati e informazioni in formato digitale (Tavola 4). Si registrano quote inferiori per la formazione e istruzione del personale e la fruizione di servizi post-vendita utilizzati, rispettivamente, dal 13,4 per cento e dal 25,5 per cento delle imprese connesse.

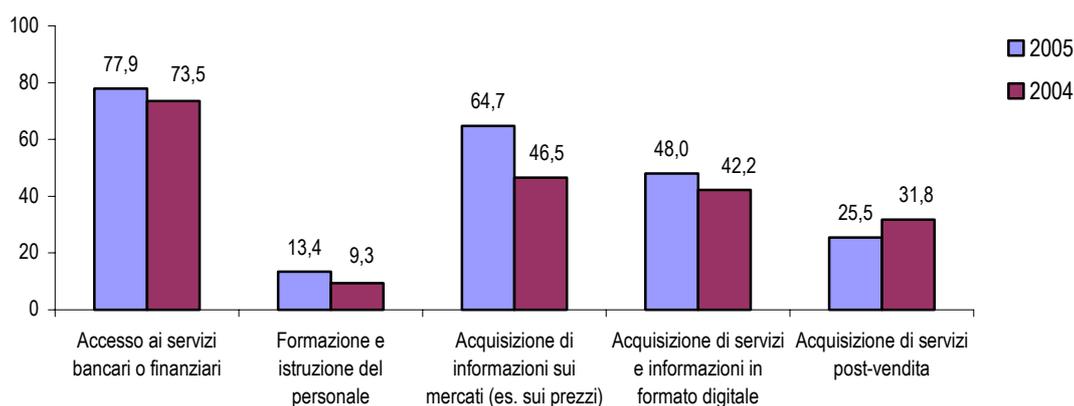
Per quasi tutte le tipologie previste dalla rilevazione, le imprese di maggiori dimensioni sfruttano *Internet* come utenti più frequentemente delle altre. Rispetto all'anno precedente il quadro complessivo ha mostrato uno spostamento a favore dell'acquisizione di informazioni sui mercati, modalità che nel 2004 veniva realizzata soltanto dal 46,5 per cento delle imprese connesse (Figura 5).

Internet è diventato un canale di comunicazione sempre più diffuso per i rapporti fra le imprese e la Pubblica Amministrazione (il 79,2 per cento delle imprese connesse nel 2005 a fronte del 75,4 per cento nel 2004) (Tavola 5).

L'utilizzo di *Internet* per fruire di servizi pubblici¹ si concentra su segmenti che sono a basso livello di interattività con le amministrazioni pubbliche, aumentando il divario, già evidenziato nel 2004, fra il ricorso a servizi informativi o di semplice ricezione di modulistica (rispettivamente il 71,5 per cento e il 69,4 per cento delle imprese connesse nel 2005 rispetto al 57,5 per cento e al 57,0 per cento nel 2004) e servizi più complessi come il ritorno di moduli compilati (31,5 per cento nel 2005 e 40,5 per cento nel 2004), lo svolgimento di procedure amministrative interamente in via elettronica (22,7 per cento nel 2005 e 28,7 per cento nel 2004) e la presentazione di offerte per gare d'appalto (10,7 per cento nel 2005 e 7,6 per cento nel 2004). Nel complesso, le grandi imprese mostrano una maggiore attitudine ad avvalersi dei servizi pubblici *on-line*, al contrario di quelle con 10-49 addetti che non registrano incidenze significative.

Le imprese che, disponendo di un sito, hanno deciso di offrire servizi agli utenti, prediligono il marketing dei propri prodotti/servizi (95,3 per cento) e la consultazione del proprio catalogo (41,6 per cento), mostrando minore interesse per i servizi di personalizzazione (23,5 per cento), la trasmissione di informazioni digitali (22,3 per cento), i servizi post-vendita (11,8 per cento) e la compatibilità per l'accesso via telefono cellulare (3,0 per cento) (Tavola 6).

Figura 5 - Imprese con almeno 10 addetti per utilizzo di Internet come utenti. Anni 2004 - 2005 (valori percentuali sul totale delle imprese con connessione ad Internet)



Commercio elettronico²

Rispetto al totale delle attività su reti informatiche il commercio elettronico è caratterizzato da una relazione positiva con la dimensione delle imprese e da un divario profondo fra le imprese più piccole (10-49 addetti), ove il commercio elettronico è piuttosto marginale, e quelle grandi di 250 addetti e oltre, che si avvalgono, invece, frequentemente di questa modalità di scambio (Figura 6).

Gli acquisti *on-line*, seppure ancora su livelli contenuti, mostrano, nel 2004, un incremento della percentuale delle imprese che li hanno effettuati (il 19,6 per cento rispetto al 15,1 per cento del 2003). Tuttavia, diminuisce l'incidenza del loro valore sul totale degli acquisti di beni e servizi (dal 2,6 per cento nel 2003 al 2,2 per cento nel 2004). Nel contempo, si diffonde l'utilizzo di *Internet* come rete per gli acquisti *on-line* in sostituzione delle tradizionali reti *EDI* (Tavola 7), tanto che la quota di imprese

¹ La rilevazione non considera gran parte delle interazioni elettroniche relative ad importanti e diffusi provvedimenti amministrativi di tipo fiscale e previdenziale che vengono effettuate per conto delle imprese osservate tramite altre imprese di servizi, in particolare da quelle attive nelle classi 74.12 (Contabilità, consulenza societaria, incarichi giudiziari, consulenza in materia fiscale) e 74.13 (Consulenza amministrativo-gestionale) della classificazione Ateco 2002. Peraltro, molte di esse possiedono meno di 10 addetti e non sono incluse nel campo di osservazione della rilevazione.

² Cfr. il Glossario per la definizione di *commercio elettronico* adottata nell'Unione Europea.

che utilizzano *Internet* per fare acquisti (comprensiva o meno anche dell'utilizzo di reti *EDI*) passa dal 91,4 per cento del totale delle imprese con acquisti elettronici nel 2003 al 97,9 per cento nel 2004; le imprese che si avvalgono di sistemi *EDI* per acquisti (utilizzando o meno anche *Internet*) passano, invece, dal 12,9 per cento nel 2003 al 3,8 per cento nel 2004.

Internet, come luogo per effettuare acquisti *on-line*, è preferita dalla quasi totalità delle imprese con 10-49 addetti (97,1 per cento), tradizionalmente escluse dall'accesso alle reti *EDI* (1,7 per cento), mentre il ricorso alle reti *EDI* è più diffuso fra le grandi imprese di 250 addetti e oltre (il 7,1 per cento delle imprese utilizzano solo reti *EDI* e l'8,7 per cento sia *EDI* sia *Internet*).

In particolare, i sistemi *EDI* registrano le incidenze più alte nei settori della fabbricazione di mezzi di trasporto (il 13,0 per cento utilizza solo *EDI* per acquisti e il 2,3 per cento sia *EDI* sia *Internet*) e nei servizi di trasporto (l'8,2 per cento utilizza solo *EDI* per acquisti e il 6,3 per cento sia *EDI* sia *Internet*).

Si deve sottolineare come l'incidenza del valore degli acquisti *on-line* sugli acquisti totali sia notevolmente più bassa nelle imprese con 10-49 addetti (il 17,9 per cento delle imprese effettua acquisti *on-line* che pesano l'1,0 per cento del valore totale degli acquisti di beni e servizi derivante per il 41,8 per cento da *Internet*) rispetto alle imprese con 250 addetti e oltre (il 41,9 per cento delle imprese effettua acquisti *on-line* che pesano per il 3,8 per cento del valore totale degli acquisti di beni e servizi e avvengono per il 30,6 per cento del valore tramite *Internet*) e come le imprese del Mezzogiorno registrino un'incidenza del valore degli acquisti *on-line* assai inferiore rispetto alle altre ripartizioni (0,9 per cento del valore totale degli acquisti per beni e servizi).

La diffusione delle vendite *on-line* mostra una contrazione per le imprese con almeno 10 addetti rispetto all'anno precedente, sia in termini di numerosità (dal 10,2 per cento nel 2003 si passa al 4,0 per cento nel 2004) che di incidenza sul fatturato totale (dal 3,4 per cento nel 2003 al 2,2 per cento nel 2004) (Tavola 8). Tale riduzione è ampiamente generalizzata, con punte più evidenti per le imprese di piccole dimensioni (10-49 addetti). In generale, la modalità di vendita *on-line* rimane un fenomeno marginale per molte attività rilevate, anche se in alcuni settori, come quello alberghiero e quello delle telecomunicazioni, si raggiungono livelli di diffusione significativi (rispettivamente il 39,3 per cento e il 16,2 per cento).

La destinazione delle vendite effettuate via *Internet* nell'anno 2004 rivela una scarsa attitudine delle imprese verso i mercati esteri con l'87,1 per cento del valore concentrato sul mercato interno ed appena il 3,7 per cento proveniente da paesi extra Unione europea (Tavola 9).

Le imprese con 10-49 addetti e quelle localizzate nel Sud e Isole registrano una maggiore propensione ad esportare (proviene dall'estero rispettivamente il 28,3 per cento e il 20,2 per cento del fatturato su *Internet*) rispetto alle medie e grandi imprese e a quelle con sede nel resto del Paese.

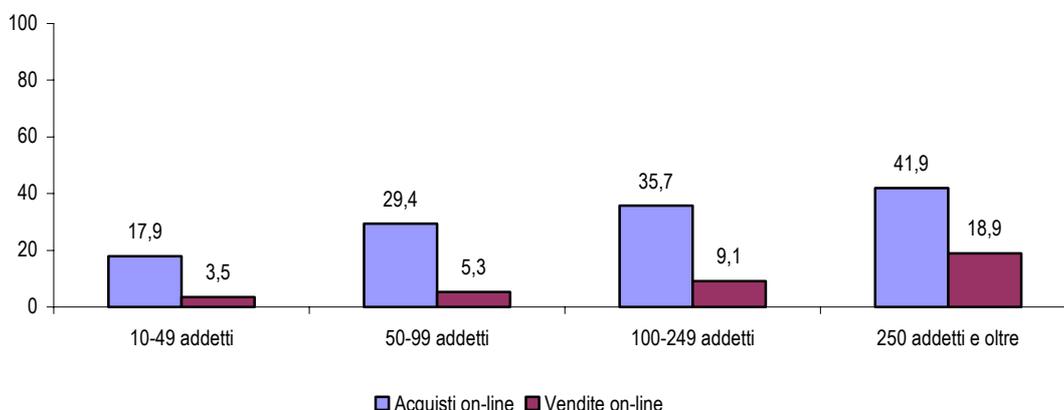
A livello di settori di attività economica si sottolinea la notevole capacità delle imprese attive nei settori del conciario, del legno, della fabbricazione dei mezzi di trasporto e degli alberghi, che fatturano all'estero più della metà delle vendite effettuate via *Internet*.

Le imprese che vendono via *Internet* si rivolgono principalmente ai mercati delle amministrazioni pubbliche e delle altre imprese che assieme spiegano il 90,6 per cento del fatturato complessivo derivante da *Internet*, mentre dagli individui e dalle famiglie proviene appena il 9,4 per cento del fatturato.

Si segnala, inoltre, che le imprese localizzate nel Mezzogiorno mostrano maggiore interesse per gli individui e le famiglie come clienti per le vendite su *Internet* (49,2 per cento), mentre quelle con 250 addetti e oltre prediligono come clienti le imprese e le amministrazioni pubbliche (94,3 per cento).

Nel 2004, i benefici maggiori per le imprese che vendono su *Internet* sono legati alla possibilità di attrarre nuovi clienti (57,2 per cento), migliorare la qualità dei servizi offerti alla clientela (48,9 per cento), espandere geograficamente il proprio mercato di riferimento (48,6 per cento) e migliorare l'immagine dell'impresa (46,1 per cento) (Tavola 10). Minori consensi riscuotono motivazioni quali la diminuzione dei costi operativi, indicata come cruciale o molto importante dal 30,3 per cento, e l'utilizzo di *Internet* come canale per lanciare nuovi prodotti (37,8 per cento).

Figura 6 - Imprese con almeno 10 addetti che effettuano commercio elettronico per classi di addetti. Anno 2004 (valori percentuali sul totale delle imprese)



L'integrazione dei sistemi informatici e la sicurezza informatica

L'applicazione di sistemi informatici per la gestione degli ordini di vendita/acquisto riscuote molto interesse e nel 2005 ne ha tratto beneficio il 55,6 per cento delle imprese (Tavola 11). In particolare, quelle con 250 addetti e oltre mostrano la maggiore incidenza per questa tipologia di applicazione (84,1 per cento), nonché verso la diffusione di sistemi di gestione degli ordini collegati automaticamente con le altre funzioni aziendali. Invece, le imprese con 10-49 addetti e quelle localizzate nel Mezzogiorno registrano una minore capacità di utilizzo e integrazione dei sistemi informatici.

Con la diffusione dei sistemi informatici nelle imprese si è affermata anche un'esigenza di sicurezza sempre più stringente. Le minacce alla sicurezza informatica delle imprese sono un fenomeno che si diffonde sempre più; mentre nel 2004 soltanto il 30,1 per cento delle imprese aveva riscontrato problemi, nel 2005 oltre la metà ha dovuto affrontare problemi di sicurezza informatica (53,8 per cento) dovuti prevalentemente ad infezioni da virus (50,4 per cento) e, in minima parte, ad accessi non autorizzati ai sistemi informatici dell'impresa (3,7 per cento), a ricatti o minacce contro i dati o il *software* dell'impresa (0,9 per cento) o ad altri problemi (8,0 per cento) (Tavola 12). Le grandi imprese (250 addetti e oltre) sono quelle che hanno riscontrato problemi di sicurezza informatica con maggiore frequenza (67,9 per cento).

Gli strumenti utilizzati per proteggere l'integrità dei sistemi e tutelare la sicurezza consistono prevalentemente in *software* antivirus (97,7 per cento delle imprese connesse ad *Internet*), *firewall* (57,1 per cento) e *back up* dei dati (56,9 per cento); sono nettamente meno diffusi altri sistemi basati su meccanismi di autenticazione e codificazione, quali la firma digitale (9,5 per cento), la crittografia (9,3 per cento) e altre tecniche come ID biometrici e codici *PIN* (14,9 per cento) (Tavola 13).

Si evidenzia, infine, come le imprese più piccole (10-49 addetti) possiedano una strumentazione di sicurezza basata principalmente su *antivirus*, *firewall* e sistemi di *back up*, mentre quelle più grandi affianchino a tali strumenti anche i *server* sicuri e la crittografia.

Note informative 2004-2005

I dati riportati nella presente pubblicazione sono rappresentativi dell'universo delle imprese con 10 e più addetti attive, secondo la classificazione delle attività economiche adottata in Italia (Ateco 2002), nei settori della manifattura (D), delle costruzioni (F), del commercio all'ingrosso e al dettaglio (G), degli alberghi (H), dei trasporti, magazzinaggio e comunicazioni (I), delle attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e sviluppo (K) e degli audiovisivi (O)³.

La rilevazione è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria per quelle con almeno 250 addetti. Il campione, pari a 31.109 imprese, è rappresentativo di un universo di 183.386 imprese che occupano 7.347.527 addetti. La tecnica prescelta è quella dell'indagine postale con autocompilazione di un questionario cartaceo. I risultati si basano su 16.108 risposte validate, fornite dalle imprese che sono attive nell'industria e in taluni settori dei servizi, pari al 51,8 per cento del campione teorico e all'8,8 per cento dell'universo. La stima dell'errore campionario sulle variabili più rilevanti è compresa tra il 5 e il 15 per cento⁴.

Il disegno di campionamento utilizzato per l'indagine è di tipo casuale stratificato. Le imprese dell'universo sono state suddivise in strati omogenei per livello di attività economica, ripartizione territoriale e classe di addetti.

La prima fase dei controlli sui dati registrati ha riguardato l'eliminazione dei doppi, la presenza di errori nei domini dei valori, di errori di misura ed il rispetto delle regole di coerenza nelle risposte fornite dalle imprese indagate. Si è quindi proceduto con controlli e correzioni sulle variabili: relativamente ai dati quantitativi sono stati adottati metodi correttivi per ridurre l'effetto dei non rispondenti e delle risposte errate (controlli sulla coerenza dei dati tramite informazioni desumibili dai bilanci camerali e dalle indagini sui conti delle imprese, nonché attraverso i dati derivanti dalla stessa indagine ICT relativa al periodo precedente); per il trattamento delle risposte qualitative errate o incomplete sono stati applicati metodi deterministici e probabilistici grazie all'utilizzo di un software generalizzato sviluppato dall'Istituto per il controllo e la correzione dei dati rilevati (CONCORD) e, in particolare, al sistema per il controllo e l'imputazione automatici dei dati categorici (SCIA) secondo la metodologia Fellegi-Holt.

Il metodo di stima utilizzato nell'ambito della rilevazione ICT 2004/2005 si basa sull'attribuzione ad ogni impresa rispondente di un coefficiente, detto *peso finale*, che indica quante sono le imprese della popolazione rappresentate da quella unità rispondente.

Il calcolo dei pesi finali è stato effettuato utilizzando come variabili ausiliarie il numero di imprese e il relativo numero di addetti, secondo le informazioni presenti nell'archivio ASIA – Anno 2003⁵.

I dati relativi all'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono riferiti al gennaio 2005; quelli relativi al commercio elettronico sono relativi al 2004.⁶

³ I dati relativi alla rilevazione 2003-2004, riportati nelle tavole dell'Appendice Statistica (parte seconda), sono rappresentativi dell'universo delle imprese con 10 e più addetti attive nei medesimi settori.

⁴ Relativamente al campo di osservazione riportato nelle tavole proposte nell'Appendice Statistica (parte seconda), il campione della rilevazione 2003-2004 è pari a 20.900 imprese e i risultati si basano su 8.637 risposte validate, pari al 41,3 per cento del campione teorico e al 4,7 per cento per cento dell'universo.

⁵ Anche per la rilevazione 2003-2004 è stato utilizzato un metodo di stima basato sull'attribuzione a ogni impresa rispondente di un coefficiente (peso finale) utilizzando come variabili ausiliarie il numero delle imprese e degli addetti desunti dall'archivio ASIA 2003.

⁶ I dati relativi alla rilevazione 2003-2004, riportati nelle tavole dell'Appendice Statistica (parte seconda), sono riferiti al gennaio 2004 per quanto attiene l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e al 2003 per quanto riguarda il commercio elettronico.

Glossario

Addetti

Comprendono sia i lavoratori indipendenti (imprenditori, titolari, coadiuvanti familiari, liberi professionisti, lavoratori autonomi) che i lavoratori dipendenti (dirigenti, quadri, impiegati, operai, apprendisti e lavoratori a domicilio). Gli addetti sono calcolati come media dei dodici mesi dell'anno.

Attività economica

Combinazione di differenti risorse, quali impianti e materie prime, lavoro, tecniche di lavorazione, prodotti che dà luogo alla produzione di specifici beni e/o alla prestazione di servizi.

Ai fini della produzione di informazione statistica, le attività economiche sono classificate secondo la nomenclatura internazionale a livello europeo Nace Rev. 1.1 (per la classificazione Ateco 2002 a livello nazionale) e Nace Rev. 1 (per la classificazione Ateco 1991).

Attività economica (classificazione della Ateco 2002)

Classificazione che distingue le unità di produzione secondo l'attività svolta e finalizzata all'elaborazione di statistiche di tipo macroeconomico aventi per oggetto fenomeni che vedono la partecipazione di tali unità ai processi economici. Essa comprende 883 categorie, raggruppate in 514 classi, 224 gruppi, 62 divisioni, 17 sezioni, 16 sottosezioni.

Banda Larga

Modalità di trasmissione 'veloce' di contenuti informativi digitalizzati. Il concetto di banda larga è collegato alla tecnologia di accesso (*xDSL*, fibra ottica, satellite, *wireless-LAN*, UMTS, Tv via cavo e TV digitale terrestre), alla velocità di trasmissione (misurata in kbps o mbps) diversa a seconda del servizio richiesto, anche nell'ambito di uno stesso tipo di tecnologia (offerte *ADSL*), e ai contenuti forniti (trailer di film in alta definizione, animazioni, video giochi tridimensionali, *video on demand*, *Internet* radio, *streaming* video, video conferenze, ecc.)

Commercio elettronico (acquisti/vendite on-line)

Acquisti o vendite di beni e/o servizi che avvengono tramite reti che utilizzano il protocollo *Internet* (*www*, *Extranet* su *Internet*, *EDI* su *Internet*, telefoni cellulari abilitati all'accesso ad *Internet*) o che utilizzano altri protocolli (*EDI*, sistemi di telefonia interattiva). I beni e i servizi sono ordinati direttamente *on-line* dall'impresa ma la consegna ed il pagamento del bene o servizio possono avvenire sia *on-line* che *off-line*. Non sono inclusi nella definizione di commercio elettronico gli ordini effettuati/ricevuti telefonicamente, via fax o attraverso *e-mail* convenzionali.

Edi (Electronic Data Interchange)

Scambio elettronico di documenti con protocolli (i protocolli servono a definire standard comuni) concordati all'interno di un'impresa o tra un'impresa e i suoi partner. Tale scambio di documenti può essere utilizzato per effettuare o confermare ordini, oppure per definire e trasmettere documenti contabili. I sistemi EDI possono essere usati su tutte le reti telematiche e, se utilizzati su *Internet*, sono denominati *EDI via Internet*.

Extranet

Estensione della rete *Intranet* aziendale all'esterno (verso fornitori, clienti, ecc.).

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).

Impresa informatizzata

Impresa dotata di almeno un *personal computer*.

Internet

La più grande rete attualmente operativa che si estende fisicamente a livello mondiale ed utilizza il protocollo *TCP/IP* per connettere migliaia di reti e milioni di *computer*.

Intranet

Rete locale, tipicamente aziendale, che fa uso delle tecnologie e delle funzioni tipiche di *Internet* (protocollo *TCP/IP*, *e-mail*, trasferimento *file*, ecc.).

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.

Telelavoro

Esistenza di addetti che per gran parte del loro orario di lavoro (mezza giornata o più alla settimana) lavorano regolarmente in un luogo diverso dalla sede normale di lavoro dell'impresa e che accedono ai sistemi informatici aziendali attraverso reti elettroniche (*REGOLAMENTO (CE) N. 1099/2005 DELLA COMMISSIONE del 13 luglio 2005, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 183, del 14.7.2005, pag. 47*).