

BANCA D'ITALIA

Tematiche istituzionali

**I progressi nella diffusione delle tecnologie
dell'informazione e della comunicazione
nel sistema dei pagamenti**



2006

Tematiche istituzionali

Riproduzione riservata. Il testo può essere riprodotto parzialmente o integralmente a condizione che venga citata la fonte.

**I progressi nella diffusione delle tecnologie
dell'informazione e della comunicazione
nel sistema dei pagamenti**

2006

Il rapporto è stato redatto, con la consulenza del Prof. G.M. REY, da: PASQUALE FERRO (Servizio Rapporti con il Tesoro); PAOLA MASI e PAOLA GIUCCA (Ufficio Sorveglianza sul Sistema dei Pagamenti); LUCA ARCIERO (Servizio Sistema dei Pagamenti); LUCA CASOLARO (Servizio Studi). Ha inoltre collaborato LUCA FERRARA (Vice Direttore della Filiale di Macerata).

Questa pubblicazione è disponibile sul sito internet della Banca d'Italia all'indirizzo: www.bancaditalia.it. (Sezione Sistema dei pagamenti – Sorveglianza sul sistema dei pagamenti – Altre pubblicazioni).

INDICE

	Pag.
Premessa	7
1. Sintesi del rapporto	8
2. Le imprese industriali	11
2.1 <i>Le dotazioni tecnologiche</i>	11
2.2 <i>Le attività svolte in rete</i>	12
2.3 <i>Il commercio elettronico</i>	13
2.4 <i>I servizi bancari in rete</i>	14
3. Le imprese del settore dei servizi	16
3.1 <i>Le dotazioni tecnologiche</i>	16
3.2 <i>Le attività svolte in rete</i>	19
3.3 <i>Le attività di commercio elettronico</i>	20
3.4 <i>Le modalità di pagamento</i>	23
3.5 <i>I servizi bancari in rete</i>	25
3.6 <i>La fatturazione elettronica</i>	26
3.7 <i>I profili evolutivi nel panel di imprese presenti nelle due indagini 2003/2005</i>	31
4. Le famiglie	37
4.1 <i>I cambiamenti nelle dotazioni tecnologiche</i>	37
4.2 <i>I cambiamenti nell'utilizzo dei servizi di rete</i>	38
5. Gli enti territoriali	39
5.1 <i>I cambiamenti registrati</i>	39
5.2 <i>Le dotazioni tecnologiche e l'utilizzo dei servizi di rete</i>	41

6. Promuovere la diffusione dei servizi di rete	44
6.1 <i>Le scelte strategiche</i>	44
6.2 <i>Il ruolo degli attori</i>	45
6.3 <i>Un approccio integrato</i>	46
Note metodologiche	48

Appendice statistica

L'indagine sulle imprese industriali	53
L'indagine sulle imprese dei servizi	57
L'indagine sulle famiglie	83
L'indagine sugli enti territoriali	85

Riquadri

1. I risultati dell'indagine Istat sull'uso delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni nelle imprese di intermediazione finanziaria	18
2. Lo sviluppo della fatturazione elettronica in Italia	28
3. Il progetto di creazione di un'area unica dei pagamenti in euro (SEPA)	30
4. Il Sistema Informativo sulle Operazioni degli Enti Pubblici (Siope)	40

Premessa

Il presente documento segue, a due anni di distanza, la pubblicazione del rapporto “Le innovazioni nel sistema dei pagamenti elettronici: luci e ombre nella diffusione delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione”, che offriva una prima visione d’insieme della domanda di nuove tecnologie nei diversi settori dell’economia (imprese, famiglie e pubblica amministrazione) (1).

Sui risultati di quello studio si sono confrontati, nel corso di un convegno organizzato presso la Banca d’Italia (gennaio 2004), rappresentanti di istituzioni pubbliche, operatori economici e associazioni di categoria. Ne è emersa un’ampia condivisione delle analisi sulle tendenze in atto e sugli impedimenti normativi, tecnologici e organizzativi alla diffusione di servizi di *e-payments* ed *e-commerce*. Soprattutto, si è affermata una significativa convergenza sulla necessità di definire indirizzi e scelte strategiche volte a favorire l’accesso ai servizi di rete e l’efficace raccordo tra i diversi attori al fine di realizzare, nel rispetto delle diverse esigenze, le economie di scala, di scopo e di rete a livello di “sistema Italia”. In tale direzione ha preso avvio l’attivazione di numerosi tavoli di confronto, il primo dei quali presso il Consiglio Nazionale dell’Economia e del Lavoro (CNEL); con l’apporto di esponenti del mondo accademico, bancario e industriale il dialogo ha affrontato i temi dello sviluppo dei pagamenti elettronici, dell’operatività delle tesorerie aziendali e dei processi contabili, avviando una collaborazione istituzionale atta a promuovere la condivisione di regole che favoriscano la più ampia applicazione e diffusione del documento elettronico in Italia (2). Il coinvolgimento degli utenti dei servizi di pagamento trova valenza strategica nel quadro dei lavori per la realizzazione di un’area unica dei pagamenti in euro (SEPA - *Single Euro Payments Area*), nel cui ambito il confronto ha consentito di valorizzare l’offerta di servizi di incasso e pagamento italiani e di fornire un importante contributo al dibattito tra banche e imprese in Europa.

In questo contesto si collocano i risultati delle nuove indagini sulla diffusione delle Tecnologie dell’Informazione e della Comunicazione (TIC). Esse mirano a fare il punto sui progressi compiuti, sugli ostacoli superati, sulle resistenze che permangono all’operare in rete, e ad aggiornare le linee strategiche da perseguire per la massima diffusione delle nuove tecnologie nel sistema dei pagamenti.

(1) La pubblicazione è consultabile nel sito Internet della Banca d’Italia (Sezione *Sistema dei pagamenti* – *Sorveglianza sul sistema dei pagamenti* – *Altre pubblicazioni*).

(2) I risultati dei lavori sono illustrati nel documento CNEL su “*La dematerializzazione dei documenti nelle attività di amministrazione, finanza e controllo*”, 28 Aprile 2005.

1. Sintesi del Rapporto

Le indagini effettuate in Italia all'inizio del decennio sulla diffusione e sulle modalità di impiego delle TIC da parte delle famiglie, delle imprese e della pubblica amministrazione avevano messo in evidenza una situazione non soddisfacente. Le indagini recenti segnalano indubbi progressi nella diffusione delle TIC che ha ormai raggiunto la quasi totalità delle imprese, con modeste differenze correlate alla dimensione e alla localizzazione nonché, nel caso delle famiglie, all'età media e al reddito dei suoi componenti.

Per le imprese, è ormai acquisita l'importanza della rete per lo scambio d'informazioni. Stenta invece a diffondersi la consapevolezza che l'uso della rete possa consentire una riduzione dei costi e dei tempi di esecuzione delle operazioni commerciali. Le difficoltà riscontrate nella diffusione delle transazioni in rete discendono dalla persistente percezione di numerosi fattori di rischio quali il timore di frodi, l'incertezza delle controparti, la scarsa sicurezza della rete, nonostante siano stati realizzati importanti avanzamenti nelle tecnologie, specie nei nuovi prodotti e servizi bancari in rete.

Per le amministrazioni pubbliche, gli ostacoli alla diffusione delle TIC derivano dalla persistenza di vincoli normativi e organizzativi, dall'inadeguatezza delle risorse finanziarie, da carenze nella formazione professionale. I piani in corso di realizzazione cominciano tuttavia a produrre effetti positivi sia nei confronti dell'utenza sia, seppure più lentamente, all'interno delle amministrazioni.

I dati delle indagini sui settori manifatturiero e dei servizi mostrano che l'accesso a internet è presente in oltre il 98 per cento delle imprese mentre la disponibilità di siti si è rilevata in quasi due terzi degli intervistati, con una maggiore diffusione presso le imprese manifatturiere. L'elevata disponibilità di strumenti informatici non ha tuttavia determinato un utilizzo diffuso delle nuove tecnologie negli ambienti di lavoro, soprattutto nei settori tradizionali.

Le imprese hanno usato i siti prevalentemente per la presentazione dei propri prodotti e servizi. Rimane invece ancora poco diffuso il commercio elettronico e molto contenuta la quota di acquisti e vendite in rete rispetto al totale del volume di affari, anche se vi sono stati sensibili progressi; si conferma la netta prevalenza degli acquisti rispetto alle vendite in rete. Con riguardo alla distribuzione territoriale, non si registrano sostanziali differenze, ad eccezione di qualche ritardo delle imprese meridionali del settore manifatturiero.

Per i servizi bancari in rete, rimane elevato il ricorso ai servizi informativi (saldo sul c/c, esiti sugli incassi, ecc.). È soprattutto importante segnalare che quasi due terzi delle imprese utilizzano la rete per effettuare incassi e pagamenti tramite le banche. I progressi compiuti in quest'area sono stati dunque notevoli anche se permangono elevati margini di crescita nei servizi

complementari ai pagamenti e nella integrazione tra gli aspetti finanziari e amministrativi delle transazioni. In questo segmento, importanti passi avanti sono stati realizzati nell'uso della fatturazione elettronica, fenomeno che interessa quasi un terzo delle imprese e che cresce all'aumentare della dimensione d'impresa; emerge inoltre una netta prevalenza per le fatture ricevute, specie dalle grandi imprese, rispetto alle fatture emesse.

L'ipotesi che il ricorso alla fatturazione elettronica possa essere un indicatore per individuare un segmento di imprese d'eccellenza all'interno del campione si è rivelata corretta. L'insieme delle imprese del campione che utilizza la fatturazione elettronica appare caratterizzato da una maggiore propensione all'adozione delle nuove tecnologie di rete, rispetto all'universo campionario di riferimento, sia nelle transazioni finanziarie *on line* sia nelle operazioni di commercio elettronico o di prenotazione *on line*.

Tra i fattori che spingono le imprese ad avviare le attività in rete, si segnalano l'acquisizione di nuovi clienti, la riduzione dei costi commerciali e soprattutto il miglioramento dell'efficienza aziendale. Tra gli ostacoli si evidenziano le caratteristiche del bene scambiato in rete, la difficile verifica dell'identità e dell'affidabilità delle controparti virtuali, l'incertezza sulla disciplina applicabile alle operazioni svolte in rete.

Ulteriori interessanti spunti di riflessione emergono dall'analisi delle risposte fornite dal *panel* delle imprese dei servizi presenti sia nell'indagine del 2002 sia in quella del 2005. Per questo sottoinsieme di imprese, in particolare, si rileva una maggiore propensione a utilizzare servizi commerciali in rete e ad allargare la gamma dei servizi più avanzati mentre non si registrano significative differenze nell'utilizzo di servizi più maturi come l'*e-banking*. Questi risultati sembrano confermare la conclusione raggiunta nella precedente indagine secondo la quale una volta compiuto il salto tecnologico, la diffusione dei servizi in rete e la tendenza ad utilizzare la rete nell'intero ciclo produttivo rappresenta un'evoluzione naturale indipendentemente dalla dimensione, dal settore e dalla localizzazione delle imprese.

Pur con le dovute cautele derivanti dai limiti insiti nell'esercizio comparativo fra le due indagini, alle difficoltà delle aziende a tradurre in guadagni di efficienza l'operatività in rete sembrano concorrere numerosi fattori, tra i quali: volumi operativi insufficienti a garantire un adeguato ritorno in termini di fatturato e di risparmi sugli approvvigionamenti, necessità di mantenere i canali di vendita tradizionali, economie di rete insufficienti per l'ancora troppo contenuto numero di intermediari che operano *on-line*.

Nella pubblica amministrazione, l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione al fine di migliorare sia le procedure e le metodologie di lavoro sia i servizi pubblici ha compiuto notevoli passi avanti. Impor-

tanti obiettivi sono già stati raggiunti nell'utilizzo delle reti per semplificare i rapporti fra cittadini, imprese e amministrazioni pubbliche (es. dichiarazioni fiscali, dichiarazioni doganali, modulistica, acquisizione di informazioni, ecc.) ma il percorso da compiere è ancora lungo. In particolare, i vantaggi nell'utilizzo delle TIC per i pagamenti da e verso la pubblica amministrazione appaiono ingenti, soprattutto nel caso degli enti decentrati.

L'informatizzazione dei flussi tra enti e tesorerie bancarie, il mandato informatico locale, l'ampliamento dell'offerta di servizi a distanza rappresentano fattori di stimolo anche per la diffusione delle TIC tra famiglie e imprese. Inoltre, un maggiore impegno nella diffusione delle TIC tra le pubbliche amministrazioni meridionali consentirebbe una riduzione dei divari territoriali esistenti nella qualità dei servizi *on-line*.

2. Le imprese industriali

Nel presente paragrafo si commentano i risultati di una indagine sull'utilizzo delle TIC nelle imprese industriali effettuata dalla Banca d'Italia nel 2005. Tali risultati sono stati arricchiti con informazioni desunte da indagini svolte dall'Istat per una più completa valutazione delle caratteristiche della diffusione delle TIC tra le imprese industriali e dell'evoluzione nell'utilizzo delle tecnologie informatiche nel biennio 2002-2004, con alcuni risultati relativi anche al 2005.

2.1 Le dotazioni tecnologiche

2.1.1 Le imprese industriali con 20 o più addetti intervistate nell'ambito dell'indagine della Banca d'Italia sono tutte dotate di un computer e il loro numero medio per addetto nel 2003 (ultimo anno per il quale è disponibile questa informazione) è salito al 44 per cento, rispetto al 39 per cento dell'anno precedente (tav. aA1). Tale rapporto rimaneva più elevato al Centro (49 per cento) e al Nord (44 per cento), rispetto al Mezzogiorno (31 per cento). A livello dimensionale, l'aumento si è concentrato soprattutto nelle imprese di maggiori dimensioni (oltre 500 addetti), nelle quali l'incidenza dei computer è salita al 54 per cento del personale, rispetto al 43 per cento del 2002.

2.1.2 Anche i risultati della rilevazione condotta dall'Istat, che estende il campione alle imprese (industriali e dei servizi) con più di 10 addetti ed è quindi caratterizzata da una dimensione media notevolmente inferiore a quella del campione dell'indagine della Banca d'Italia, mostrano tra il 2002 e il 2005 una crescita nell'utilizzo dei computer; nel 2005, le aziende che disponevano di almeno un computer erano il 95,6 per cento del totale (93,9 per cento nel 2002), con punte superiori al 99 per cento per le unità con oltre 100 addetti. L'aumento si è concentrato quasi esclusivamente nella fascia di imprese più piccole (in cui la quota è passata dal 93,2 al 95,4 per cento), essendo ormai universalmente diffusa la presenza di computer nelle imprese di maggiori dimensioni.

La maggiore disponibilità di strumenti informatici non sembra tuttavia aver determinato un utilizzo diffuso delle nuove tecnologie negli ambienti di lavoro: gli addetti che utilizzavano il computer almeno una volta a settimana erano infatti nel 2005 solo il 38,4 per cento del totale, in calo rispetto al 2002 (41,8 per cento). Tale valore non appare particolarmente differenziato per classi dimensionali, mentre registra una elevata stratificazione a livello settoriale; esso è inoltre particolarmente contenuto nel Mezzogiorno (25,3 per cento).

Per quanto riguarda l'utilizzo della rete telematica, i risultati dell'indagine Istat mostrano come già nel 2004 la connessione alla rete fosse un

fenomeno ormai molto diffuso, riguardando il 95,9 per cento delle imprese informatizzate (e la quasi totalità di quelle di maggiori dimensioni), contro il 77,5 per cento del 2002. Non si riscontrano peraltro apprezzabili differenze tra le imprese a livello dimensionale o di localizzazione territoriale, confermando l'idea che, una volta sopportati i costi per l'acquisizione delle dotazioni informatiche, l'utilizzo della rete si imponga come normale strumento di lavoro all'interno delle imprese (3).

Nel 2005 le imprese dotate di un proprio sito web sono salite al 56,4 per cento del totale, contro il 47,3 per cento del 2002. L'incremento, comune a tutte le classi dimensionali, si è concentrato soprattutto nelle imprese del Nord, in cui l'incidenza ha superato il 60 per cento.

L'utilizzo di un proprio sito web appare strettamente correlato con le dimensioni dell'impresa, variando dal 53,2 per cento per le aziende fino a 49 addetti all'88,2 di quelle con più di 250 addetti. Anche a livello settoriale si registrano notevoli differenze: i settori che si discostano maggiormente dalla media, con percentuali superiori all'80 per cento, sono quelli chimico e alberghiero. Nel settore delle costruzioni, al contrario, l'utilizzo di un proprio sito internet è comune a circa un terzo delle imprese, registrando comunque una forte crescita.

La percentuale di imprese che utilizzano una intranet è rimasta pressoché stabile, nel triennio 2002-2005, al 31,6 per cento; l'incidenza sale all'83,5 per cento per le imprese con oltre 250 addetti.

2.2 *Le attività svolte in rete*

2.2.1 Dall'indagine Istat emerge la scarsa attività in rete presso le imprese del settore industriale. L'utilizzo del sito internet aziendale è infatti orientato maggiormente a fini pubblicitari o per operazioni di *marketing* sui prodotti o servizi (95,3 per cento delle imprese che dispongono di un proprio sito) e, in misura minore, per facilitare l'accessibilità a cataloghi, prodotti e prezzi (41,6 per cento).

L'utilizzo della connessione internet per l'accesso ai servizi bancari e finanziari (77,9 per cento delle imprese connesse a internet) risulta, invece, uno strumento consolidato e appare più rilevante per le imprese di medie dimensioni rispetto alle grandi.

(3) L'utilizzo della posta elettronica ha registrato nell'ultimo triennio un ulteriore impulso e sembra ormai essersi imposto come pervasivo strumento di lavoro nel contesto imprenditoriale italiano. Nel 2005 il 92,9 per cento delle imprese informatizzate faceva uso dell'e-mail, contro il 75,0 per cento del 2002. L'incidenza sale al 94,4 per cento per le imprese del Nord-ovest e alla quasi totalità per quelle con più di 250 addetti.

Delle imprese industriali intervistate nel 2004 nell'ambito dell'indagine della Banca d'Italia, oltre il 31 per cento utilizza servizi di fatturazione elettronica. Tale valore, che si rivela relativamente omogeneo a livello territoriale, risulta notevolmente correlato con le dimensioni d'impresa, passando dal 30,1 per cento per le imprese fino a 49 addetti al 48,9 per cento per quelle con oltre 250 addetti. La quota di fatturato realizzata mediante fatturazione elettronica è stata pari nel 2004 al 32,2 per cento per le imprese intervistate, registrando una maggiore eterogeneità sia territoriale (dal 22,8 per cento del Mezzogiorno al 39,2 per cento del Centro) sia dimensionale (dal 21,6 delle imprese tra 100 e 249 addetti al 46,8 delle imprese con oltre 250 addetti).

2.2.2 L'indagine Istat mostra che, in prevalenza, le imprese industriali usano la rete per pubblicizzare i prodotti (95,6 per cento), per acquisire informazioni (65,8), per consentire la consultazione del catalogo (40,1). Inoltre, l'utilizzo della rete si rivela di fondamentale importanza per i rapporti con la pubblica amministrazione (78,8 per cento). In forte aumento appare infatti la possibilità di usufruire di un'ampia gamma di servizi pubblici via internet, tra cui i più rilevanti sono la possibilità di scaricare moduli (68,7 per cento) o ottenere informazioni (71,1). L'utilizzo di tali servizi appare del tutto uniforme a livello territoriale. Molto limitato è ancora il ricorso alla rete al fine di svolgere procedure amministrative interamente per via elettronica (21,4 per cento).

Anche per i servizi bancari in rete la diffusione è elevata e coinvolge il 78,2 per cento delle imprese industriali con punte superiori all'85 per cento in alcuni settori ad elevata presenza di grandi imprese.

2.3 Il commercio elettronico

2.3.1 L'indagine della Banca d'Italia registra un incremento nel numero di aziende industriali interessate da operazioni di acquisto e vendita *on-line*, passate tra il 2002 e il 2004 dal 12,9 al 16,1 per cento del totale. L'incremento del commercio elettronico si è concentrato nella fascia di imprese di minori dimensioni e in quelle con sede nel Mezzogiorno, annullando la differenziazione territoriale registrata nel 2002 e riducendo notevolmente quella dimensionale. Nel 2004 le imprese più piccole, tradizionalmente poco orientate all'utilizzo del canale elettronico per operazioni di acquisto e vendita, hanno presentato un'incidenza di unità attive nel commercio *on-line* superiore alla media e pari al 16,6 per cento (11,3 per cento nel 2002); allo stesso tempo si è registrata una minore incidenza nella fascia delle imprese di maggiori dimensioni (dal 22,4 al 20,4 per cento per le imprese tra 200 e 499 addetti; dal 28,6 al 23,4 per cento per le imprese oltre i 499 addetti). L'operatività nel commercio elettronico delle imprese meridionali, molto limitata nel 2002 (8,2 per cento), era quasi raddoppiata nel 2004, rimanendo inferiore alla media soltanto per 0,5 punti percentuali.

A livello settoriale le operazioni di acquisto e vendita via rete, più frequenti nel 2002 nel settore della metalmeccanica, nel 2004 si sono concentrate maggiormente nel settore della chimica, gomma e plastica, e nelle altre industrie manifatturiere, mentre è stata confermata la limitata incidenza per le imprese operanti nell'industria tessile e calzaturiera.

La quota dei pagamenti regolati in rete sul totale delle vendite e degli acquisti effettuati per via telematica appare tuttavia di dimensione contenuta e in diminuzione rispetto al 2002 (dal 14,4 al 12,0 per cento), rivelando, anche tra le imprese potenzialmente operative nel commercio elettronico, un'incidenza ancora molto limitata di questo strumento sull'operatività commerciale.

2.3.2 I risultati Istat registrano una crescita delle imprese industriali attive nel commercio elettronico nel triennio 2002-2004. Le imprese che hanno dichiarato di effettuare acquisti *on-line* sono state nel 2004 il 18,2 per cento del totale. La quota di imprese attive è quasi raddoppiata rispetto a quella del 2002 ma tale incremento tuttavia si accompagna a una diminuzione del valore degli acquisti in rete sul totale, che scende all'1,2 per cento del totale.

Le imprese che hanno effettuato vendite *on-line* sono state nel 2004 appena il 2,3 per cento del totale ed anche il valore delle vendite *on-line* si è mantenuto su valori molto contenuti, pari al 2,2 per cento del totale.

Tra i benefici connessi alle vendite via rete, il 57,2 per cento delle imprese intervistate considerano molto importante la possibilità di attrarre nuovi clienti, mentre quasi la metà delle imprese individua i vantaggi maggiori nella migliore qualità dei servizi offerti e nella possibilità di espandere geograficamente il proprio mercato potenziale. I più importanti benefici connessi agli acquisti via rete sono riconducibili, per oltre i tre quarti delle imprese attive nel commercio elettronico, alla maggiore velocità dei processi. Il 62,7 per cento delle imprese ha invece registrato un beneficio molto rilevante nella possibilità di raggiungere un più elevato numero di fornitori, mentre il 51,5 per cento ha potuto beneficiare di riduzioni nei prezzi.

2.4 I servizi bancari in rete

2.4.1 Nel 2004 il 77,5 per cento delle imprese industriali con più di 20 addetti ha utilizzato la rete per operazioni di incasso e pagamento (tav. aA2), percentuale salita all'84 per cento per le imprese più grandi. L'utilizzo di servizi bancari *on-line* ha mostrato ancora una accentuata stratificazione territoriale, con un divario di quasi venti punti percentuali tra l'incidenza di tali servizi al Nord-ovest (82,4 per cento) e quella al Centro e nel Mezzogiorno (64,7 per cento).

Dall'indagine emerge anche una notevole diffusione del *corporate banking* interbancario, utilizzato nel 2004 dal 69,3 per cento delle imprese in connessione con attività di incasso e pagamento *on-line*. L'utilizzo di questo strumento di pagamento passa dal 75,5 per cento per le unità situate nel Nord-ovest al 56,8 per quelle con sede nel Mezzogiorno. Non emergono invece particolari differenziazioni a livello dimensionale o settoriale.

2.4.2 I servizi di incasso e pagamento e quelli relativi alle informazioni sul conto corrente sono maggiormente utilizzati dalle imprese rilevate dall'indagine Istat, con un'incidenza rispettivamente del 64,4 e del 76,1 per cento delle aziende, in forte crescita nel biennio 2002-2004. A livello territoriale si registrano anche in questo caso apprezzabili differenze nella diffusione dei servizi bancari *on-line* tra le regioni del Mezzogiorno e le restanti circoscrizioni italiane.

3. Le imprese del settore dei servizi

Nel 2005, la Banca d'Italia ha effettuato una nuova indagine sulla diffusione e sull'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione presso le imprese operanti nel settore dei servizi.

La nuova indagine ha interessato un campione di 3807 società di capitale con un fatturato superiore ai 2,5 milioni di euro (tav. aB1). Come nella precedente indagine, effettuata nel 2003, sono state escluse dalla rilevazione le imprese appartenenti ai settori dell'intermediazione monetaria e finanziaria, della pubblica amministrazione, istruzione e sanità e quelle attive nei servizi sociali. Le imprese incluse in entrambe le rilevazioni sono oltre 1900, con una distribuzione all'interno dei diversi strati campionari sostanzialmente omogenea.

Rispetto alla precedente indagine si è registrata una contrazione nel tasso di risposta, sia in termini assoluti (4205 imprese intervistate nel 2003), sia in rapporto all'universo delle imprese (il 10 contro il 13 per cento) (4).

Il questionario sottoposto alle aziende è stato rimodulato sulla base dell'esperienza maturata nel corso della precedente indagine, dando maggiore spazio alla tematica della fatturazione in rete, che rappresenta una delle attività dalla quale sono attesi i maggiori benefici in termini di efficienza dei processi aziendali e di risparmio sui costi operativi e amministrativi.

Sono state modificate le domande riguardanti gli aspetti "motivazionali" che inducono le aziende a operare in rete, i fattori che, nella percezione delle imprese, ostacolano il ricorso alle nuove tecnologie e i benefici realizzati in virtù dell'avvio di attività in rete.

I risultati dell'indagine sono riportati di seguito suddivisi per argomenti principali e comparati anche in questo caso con quelli derivanti dalle indagini Istat sullo stesso settore merceologico.

3.1 Le dotazioni tecnologiche

3.1.1 La diffusione dei personal computer è praticamente totale e anche in questo settore, nel periodo che intercorre tra le due rilevazioni, il rapporto tra postazioni informatizzate e addetti, indice del livello di dotazioni tecnologiche delle imprese, è aumentato a livello nazionale dal 56 al 62 per cento,

(4) La riduzione della numerosità campionaria è da attribuirsi alla decisione di non ripetere l'attività preliminare di screening telefonico, che nel 2002 aveva consentito di minimizzare il numero delle mancate risposte. In occasione della precedente indagine, era stata ritenuta opportuna una attività di *screening* telefonico consistente in uno schema di intervista estremamente semplificato volto a ottenere informazioni preliminari sulle attività svolte in rete, utili ai fini della strutturazione del questionario dell'indagine. Tale attività, particolarmente onerosa, aveva consentito una più puntuale identificazione delle aziende disposte a rispondere alla successiva rilevazione.

evidenziando un progresso generalizzato in tutte le aree del paese e in tutte le attività. Come nella precedente indagine, trova conferma la correlazione positiva tra numero di postazioni informatizzate per addetto e fatturato dell'impresa.

Appare in aumento anche la diffusione di collegamenti internet, ormai disponibili presso la quasi totalità delle imprese (il 98 per cento), senza apprezzabili differenze tra aree territoriali, settori di attività economica e classi di dimensione aziendale (tav. aB2). Anche il numero di imprese che ha dichiarato di disporre di una rete intranet aziendale è aumentato (dal 38 al 45 per cento), mentre non si registrano apprezzabili differenze nella percentuale di imprese collegate a una rete extranet (11 per cento nel 2004, 13 nel 2002).

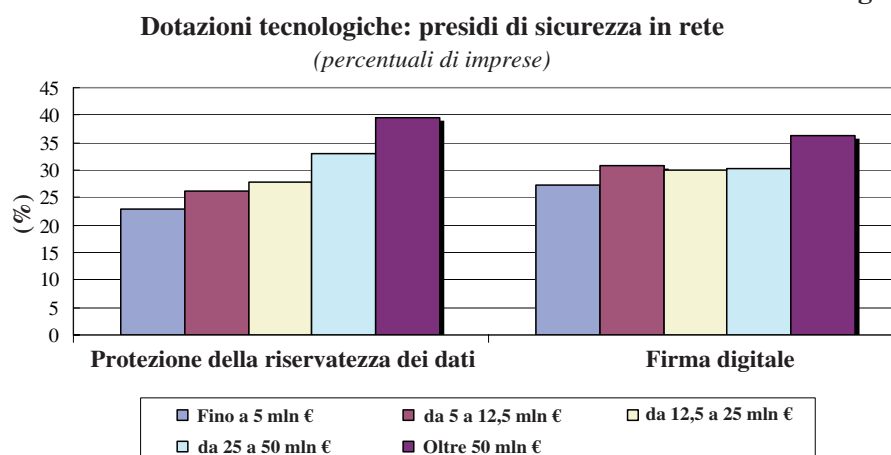
Dall'indagine emerge che il 65 per cento delle imprese ha realizzato un proprio sito internet, con un incremento di 8 punti percentuali rispetto alla precedente indagine (fig. aB1). Si osserva, inoltre, una attenuazione della rilevanza del fattore dimensionale sulla decisione di disporre di un sito web, con il 62 per cento delle imprese con fatturato inferiore a 5 milioni di euro che hanno realizzato un sito aziendale (il 49 per cento nel 2002).

Per quanto riguarda i profili di sicurezza connessi con l'operatività aziendale tramite reti telematiche, dall'indagine emerge che circa un quarto delle imprese ha adottato tecniche per preservare la riservatezza dei dati e poco meno del 30 per cento utilizza la firma elettronica per certificare l'identità delle controparti.

La diffusione dei presidi di sicurezza è significativamente legata alla dimensione aziendale, presumibilmente a causa dell'elevata incidenza dei costi fissi: le imprese con un fatturato superiore ai 50 milioni di euro utilizzano tali sistemi in percentuale quasi doppia rispetto alle aziende con un fatturato compreso tra i 2,5 e i 5 milioni di euro. Analogamente, le imprese operanti nel comparto dell'informatica e della ricerca e sviluppo esibiscono percentuali nettamente superiori al dato medio nazionale (Fig. 1).

L'esame a livello territoriale della diffusione delle dotazioni tecnologiche necessarie per operare in rete evidenzia che le imprese situate nelle regioni centrali hanno recuperato il leggero ritardo rispetto alle imprese del settentrione, rilevato nel corso della precedente indagine. Per contro, permane significativo e sostanzialmente invariato il *gap* del meridione rispetto al resto del paese, con una percentuale di siti realizzati inferiore di 10 punti percentuali rispetto al Centro-Nord (57 e 67 per cento). Le imprese appartenenti ai diversi settori di attività economica hanno registrato incrementi simili; fanno eccezione soltanto le aziende operanti nel settore dell'informatica e della ricerca e sviluppo (passate dall'86 per cento del 2002 all'89 per cento del 2004), attesi gli elevati valori registrati in passato.

Fig. 1



3.1.2 L'indagine dell'Istat ha riguardato anche la diffusione delle TIC nelle imprese del settore dei servizi, da cui si ottiene conferma che le tecnologie più semplici, incluso l'accesso a internet, sono diffuse in tutte le imprese; la percentuale di addetti che utilizza i computer è pari al 44,2 per cento ma è bene ricordare che il campo di osservazione dell'Istat copre le imprese da 10 addetti e oltre. Il sito web è presente nel 57,7 per cento delle imprese e si segnala la presenza di un sito nel 94,4 per cento delle imprese alberghiere. Interessante è il processo di espansione dell'utilizzo della banda larga nelle imprese del settore terziario, mentre si conferma il ritardo del meridione.

Riquadro 1

I risultati dell'indagine Istat sull'uso delle Tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni nelle imprese di intermediazione finanziaria (5)

Nel gennaio 2006, l'Istat ha reso noti i risultati della prima indagine censuaria sull'uso delle TIC per le imprese con almeno 10 addetti dei settori bancario, finanziario e assicurativo negli anni 2004-2005. Essi confermano una ormai generalizzata diffusione di dotazione tecnologica: nel 2005 la quasi totalità (99,4 per cento) delle imprese di intermediazione finanziaria disponeva di almeno un personal computer (100 per cento nel settore assicurativo, nelle imprese

(5) Cfr. Istat, *Statistiche in breve* "L'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese di intermediazione finanziaria" Anni 2004-2005 (18 gennaio 2006).

con oltre 49 addetti e in quelle del Sud e delle Isole), di collegamenti Internet (99,2 per cento), Intranet (86,7 per cento) e di posta elettronica (99,1 per cento). Oltre il 69 per cento delle imprese informatizzate ha un sito web con picchi particolarmente rilevanti per le imprese dei settori assicurativo (94,9 per cento) e bancario (85,1 per cento) e con almeno 50 addetti (oltre il 91 per cento).

L'impiego delle nuove tecnologie appare ampio. Il 98,4 per cento del totale degli addetti (99,1 nel settore bancario) utilizza il computer almeno una volta a settimana, di cui il 66,6 per cento connessi a Internet (6), con punte di rilievo nelle imprese con 50-99 addetti (78,6 per cento) e in quelle del Centro (69,9 per cento).

Con riferimento alle attività svolte in rete, l'88,3 per cento delle imprese che dispone di un sito ricorre al web per pubblicizzare i propri prodotti (99 per cento per le imprese con oltre 249 addetti e 95,6 per quelle del settore assicurativo). L'86,4 per cento delle imprese di intermediazione finanziaria connesse a Internet utilizza la rete per accedere ai servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione on-line, in particolare per ricevere informazioni (83 per cento delle imprese) o moduli (76,6 per cento) o inviare questi ultimi compilati (45,9 per cento).

Le imprese informatizzate interagiscono in rete con la propria clientela nell'84 per cento dei casi (nel 95 le imprese del settore creditizio); il 67,3 attraverso reti diverse da Internet e il 66,3 mediante Internet. Quest'ultimo canale è quello preferito dalle imprese assicurative e creditizie (rispettivamente 85,5 e 69,5 per cento), dalle grandi imprese (91,7 per cento contro il 57 delle piccole imprese) e da quelle localizzate nelle regioni del Sud e delle Isole (78,9 per cento contro il 56,2 del Nord).

3.2 Le attività svolte in rete

3.2.1 Nell'ambito delle attività svolte in rete, l'indagine della Banca d'Italia pone in evidenza un maggior utilizzo delle nuove tecnologie per le imprese di maggiori dimensioni, ad eccezione della gestione amministrativa in rete che non presenta rilevanti differenze dovute alla dimensione aziendale (coinvolge in media il 17,4 per cento delle imprese). L'impiego delle tecnologie di rete per il commercio elettronico appare in significativa espansione, con circa il 32 per cento delle imprese che hanno prenotato, ordi-

(6) Tali risultati evidenziano un divario molto ampio rispetto a quanto emerge nel confronto con i risultati dell'indagine Istat per gli altri settori (manifatturiero, costruzioni, commercio, servizi alberghieri, trasporti, poste e telecomunicazioni, servizi alle imprese, audiovisivi) e relativa all'uso delle TIC nelle imprese con almeno 10 addetti (anni 2004-2005). Da quest'ultima emerge che l'uso almeno una volta a settimana del personal computer riguarda solo il 38,4 per cento degli addetti e il 24,8 per cento riguarda computer connessi a Internet. Minori divari si registrano nella dotazione tecnologica di collegamenti Internet, che riguarda il 95,9 per cento delle imprese, e con sito web (56,4 per cento) mentre il 31,6 per cento delle imprese possiede collegamenti Extranet.

nato, comprato o venduto beni e servizi tramite la rete (il 23 per cento nel 2002). Considerando la percentuale di aziende che hanno effettuato operazioni commerciali per via telematica, il livello di diffusione dell'*e-commerce* raggiunge valori prossimi a quello di servizi caratterizzati da un minore livello di complessità, quali la presentazione del catalogo dei propri prodotti e servizi (33,2 per cento).

Minore, ma comunque significativo, risulta l'utilizzo della rete per la gestione dei rapporti con la clientela CRM (*customer relationship management*); per contro, solo l'8 per cento delle aziende ha dichiarato di aver utilizzato la rete nelle procedure di ricerca del personale (tav. aB3).

3.2.2 L'indagine Istat mostra che, in prevalenza, le imprese del terziario usano la rete per pubblicizzare i prodotti (94,9 per cento), acquisire informazioni (63,0), consentire la consultazione del catalogo (44,1). Inoltre, la rete viene usata nei rapporti con la pubblica amministrazione (79,7 per cento) per usufruire di un'ampia gamma di servizi pubblici via internet, tra cui i più rilevanti sono la possibilità di scaricare moduli (70,6 per cento) o ottenere informazioni (72,1). L'utilizzo di tali servizi appare del tutto uniforme a livello territoriale. Limitato è ancora il ricorso alla rete al fine di svolgere procedure amministrative interamente per via elettronica (25,0 per cento).

L'accesso ai servizi bancari è un altro servizio molto diffuso (77,4) con modeste differenze dimensionali ma con una differenziazione settoriale che supera i dieci punti percentuali nel caso degli alberghi e degli altri servizi.

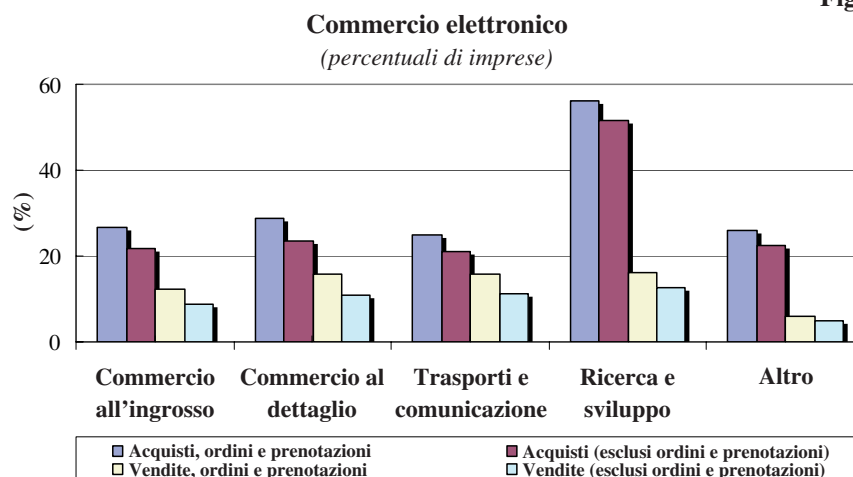
3.3 *Le attività di commercio elettronico*

3.3.1 Nell'ambito del commercio elettronico, l'attività di acquisto (inclusi gli ordini e le prenotazioni) continua a essere prevalente (poco meno del 30 per cento delle società intervistate) rispetto alle vendite (inclusi gli ordini e le prenotazioni), effettuate dal 12 per cento delle imprese (tav. aB4). Escludendo le imprese che hanno dichiarato di impiegare la rete solo per prenotare/ordinare beni e servizi, la percentuale di imprese attive nell'*e-commerce* scende al 23 e al 9 per cento, rispettivamente negli acquisti e nelle vendite (fig. 2). La disaggregazione delle risposte su base territoriale conferma l'esistenza di un modesto *gap* tra le aree del Nord e le altre aree del Paese.

All'espansione del numero di aziende che effettuano operazioni di commercio elettronico, registratasi nel periodo intercorrente tra le due rilevazioni, non sembra tuttavia aver corrisposto un aumento dei limitati volumi operativi scambiati sulla rete: dal lato degli acquisti, analogamente a quanto

rilevato nel 2002, le operazioni eseguite tramite rete hanno rappresentato un decimo degli acquisti complessivi per circa tre imprese su quattro coinvolte in questa attività; percentuali simili si registrano anche per le vendite *on line* (tav. aB5). Tale andamento è solo in parte controintuitivo: l'ingresso sul mercato di nuove imprese, che presentano livelli di attività inizialmente contenuti, potrebbe portare a una riduzione dell'incidenza media delle operazioni di commercio elettronico sul totale dell'operatività aziendale.

Fig. 2



Per quanto riguarda i canali utilizzati per le operazioni di commercio elettronico, vengono confermati i fatti stilizzati emersi nel corso della precedente rilevazione: il sito internet, proprio o del fornitore, rappresenta il canale privilegiato per l'attività di commercio elettronico dal lato, sia degli acquisti (con oltre il 90 per cento delle imprese che hanno venduto in rete), sia delle vendite (oltre l'80 delle aziende che hanno acquistato *on-line*). Il ricorso a portali e *market place* è abbastanza diffuso e ha riguardato rispettivamente il 47 (acquisti) e il 42 per cento (vendite) delle imprese. Il 23 e il 27 per cento delle aziende ha agito attraverso intermediari specializzati, rispettivamente per effettuare acquisti e vendite. Si conferma limitato il ricorso alle aste *on-line* impiegate da meno del 15 per cento delle società che hanno svolto attività di commercio elettronico (tavv. aB6-aB7).

Con riferimento alle vendite, oltre i due terzi delle aziende ha operato nel segmento del *business-to-business* (B2B) per un ammontare pari al 55 per cento, poco più della metà (56%) nel *business-to-consumers* (B2C) pari al 42 del totale delle vendite in rete (47 per cento nel 2002); solo il 16 per cento ha concluso vendite con la pubblica amministrazione attestandosi

a poco meno del 4 per cento del totale (nel 2002 erano inferiori al 3 per cento). Disaggregando i dati a livello settoriale si distinguono, rispetto ai valori medi nazionali, le imprese del commercio al dettaglio che, come atteso, presentano una quota molto elevata di vendite verso consumatori (71 per cento), e le aziende del comparto informatico e della ricerca e sviluppo, per le quali la pubblica amministrazione rappresenta una controparte non marginale, con una quota del 10 per cento del portafoglio delle vendite *on-line* (tav. aB8).

In relazione ai rapporti intrattenuti con le controparti, dall'indagine risulta una leggera riduzione dell'incidenza delle operazioni effettuate con fornitori/clienti abituali (dal 70 al 67 per cento per gli acquisti e dal 60 al 55 per cento per le vendite), lasciando intravedere possibili, futuri margini di espansione per il commercio elettronico (tav. aB9).

Dalle risposte sugli ostacoli allo sviluppo del commercio elettronico emerge che circa l'84 per cento delle imprese ritiene che i beni e i servizi offerti richiedano un rapporto diretto con i clienti. Tale percezione assume la stessa intensità indipendentemente dalla localizzazione, dalla dimensione e dal settore di attività economica a cui appartengono le imprese. Anche dal lato degli acquisti viene percepito come un ostacolo allo sviluppo del commercio elettronico la necessità di avere un rapporto diretto con i fornitori, da parte di poco meno del 76 per cento delle imprese, con modeste differenze rispetto all'area geografica, alla dimensione e al settore, salvo che per le imprese informatiche, per le quali tale fattore risulta meno importante (tav. aB10).

La difficoltà delle controparti di utilizzare il commercio elettronico rappresenta per circa il 64 per cento delle imprese un ostacolo rilevante all'avvio di iniziative di acquisto e vendita *on line*. L'importanza di tale fattore, in linea generale, diminuisce al crescere della dimensione ed è più contenuta nel settore informatico e della ricerca e sviluppo. Un altro ostacolo percepito dal 58 per cento delle imprese riguarda l'affidabilità della controparte, con percentuali più elevate per le aziende meridionali. Meno rilevante è il problema della sicurezza della rete che è stato indicato come un ostacolo allo sviluppo del commercio elettronico da parte del 53 per cento delle imprese; anche in questo caso si è rilevata una percentuale più alta per le imprese meridionali.

Le incertezze sul mantenimento della riservatezza gestionale desiderata, sulla normativa applicabile e sulle difficoltà a riorganizzare l'azienda non costituiscono, invece, per la maggioranza delle aziende intervistate - soprattutto quelle di maggiori dimensioni - fattori di particolare criticità per lo sviluppo delle transazioni in rete.

Per oltre due terzi delle imprese, il commercio elettronico ha contribuito a migliorare l'efficienza gestionale: tale beneficio appare aver interessato in misura maggiore le imprese localizzate nel Mezzogiorno (76 per cento) e quelle operanti nel segmento del commercio al dettaglio (72 per cento). Quasi la metà delle aziende ritiene che l'*e-commerce* abbia permesso di ridurre i costi gestionali e di ampliare il portafoglio clienti. Le imprese appartenenti ai diversi settori interessati dall'indagine hanno dichiarato di aver realizzato una riduzione dei costi in percentuali alquanto differenti: in particolare, tale obiettivo sarebbe stato raggiunto da quasi il 60 per cento delle aziende attive nel comparto dei trasporti e della comunicazione. Poco meno di un terzo delle aziende ritiene che il commercio elettronico abbia favorito la delocalizzazione delle attività produttive e il mantenimento delle quote di mercato (tav. aB12).

3.3.2 Dall'indagine Istat si rileva che le imprese del terziario acquirenti *on-line* sono state nel 2004 il 22,1 per cento, con un differenziale positivo di 30 punti nel caso dell'informatica e negativo di 7 punti per il commercio al dettaglio. Il valore degli acquisti in rete sul totale è ancora modesto (3,2 per cento).

Le imprese che hanno effettuato vendite *on-line* sono state nel 2004 il 6,9 per cento del totale ma in questo settore spiccano le imprese alberghiere che registrano una percentuale attiva nelle vendite in rete del 39,3 per cento. Il valore delle vendite *on-line* si è mantenuto su valori molto contenuti, pari al 2,1 per cento del totale; anche per gli alberghi la percentuale di vendite non supera il 4,6 per cento, indicando che la rete serve in prevalenza per le prenotazioni.

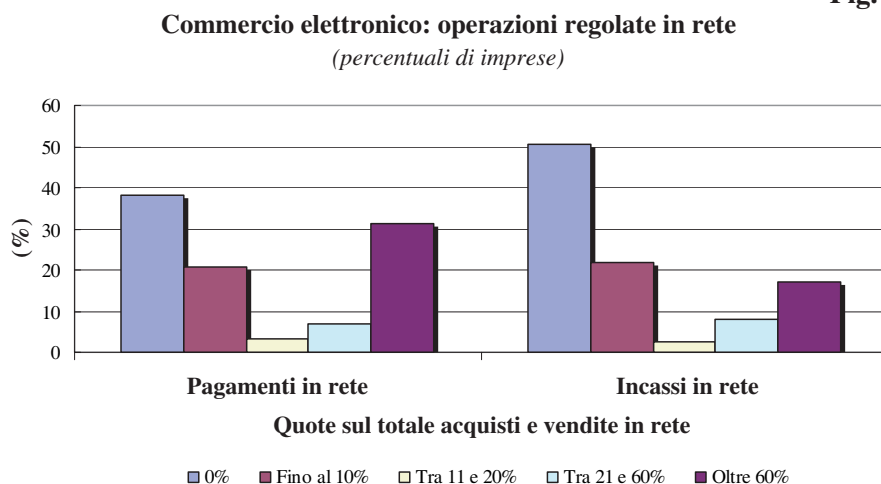
Tra i benefici connessi alle vendite via rete, il 69,0 per cento delle imprese intervistate considera molto importante la possibilità di attrarre nuovi clienti, mentre oltre la metà delle imprese ritiene che le vendite *on line* consentano di migliorare l'immagine dell'impresa e la qualità dei servizi offerti.

3.4 Le modalità di pagamento

Circa un terzo degli acquisti e un quinto delle vendite sono stati anche regolati attraverso il canale telematico. Il settore "altri servizi", nel cui ambito hanno un peso rilevante le società di consulenza, si conferma quello più attivo nel regolamento *on line* delle transazioni in internet. Per quest'ultimo aspetto, le aree geografiche più dinamiche sono le regioni dell'Italia centrale (per le vendite con uno scostamento di oltre dieci punti percentuali rispetto alla media, tav. aB13) che, nel caso degli acquisti in rete, vengono affiancate da quelle del Nord-Est (tav. aB14).

Le risposte fornite per i pagamenti e gli incassi in rete delle operazioni di commercio elettronico (tav. aB15) evidenziano una polarizzazione delle frequenze sui due casi limite di imprese che non effettuano regolamenti in rete (il 38 per cento degli acquisti e oltre la metà delle vendite in rete vengono regolate al di fuori del canale telematico) ovvero di imprese che vi ricorrono con frequenza elevata (il 31 per cento degli acquisti e il 17 per cento delle vendite in rete vengono regolate in rete; tav. aB16 e fig. 3).

Fig. 3



Tra gli strumenti di pagamento i più utilizzati sono i bonifici, riguardando oltre il 45 per cento degli acquisti e quasi il 50 per cento delle vendite. Seguono le carte di credito con il 41 e il 33 per cento e gli addebiti bancari con il 13 e 14 per cento. L'uso delle carte di debito *on-line* rimane marginale (tavv. aB13-aB14).

Con riferimento agli acquisti, il regolamento in rete è particolarmente significativo per le imprese di informatica, di ricerca e sviluppo (R&S) e per il settore "altri servizi" nel quale assumono un peso rilevante le società di consulenza. Percentuali significativamente superiori alla media per l'uso dei bonifici si osservano per le grandi imprese (53 per cento), le regioni meridionali (56,5 per cento) e il commercio al dettaglio (60 per cento); per le carte di credito lo scostamento più significativo si rileva per il settore informatica e R&S (53 per cento). L'addebito bancario appare relativamente più diffuso tra le piccole e medie imprese e nel commercio, in particolare quello al dettaglio.

Per quanto riguarda le vendite, gli incassi in rete sono effettuati in modo significativo dalle piccole imprese, nel commercio al dettaglio e nelle regioni centrali; circa gli strumenti utilizzati, i bonifici sono molto diffusi tra le grandi

imprese e in tutti i settori ad eccezione del commercio al dettaglio, nel quale prevale nettamente l'uso delle carte di credito (58 per cento); gli addebiti bancari si confermano lo strumento privilegiato dalle piccole e medie imprese.

3.5 I servizi bancari in rete

Il ricorso a internet per l'accesso ai servizi bancari da parte delle imprese del campione si orienta prevalentemente alla possibilità di ottenere via rete informazioni sul conto corrente, opzione utilizzata in modo rilevante dal 75 per cento dei soggetti intervistati (a fronte del 71 per cento rilevato nella precedente indagine) con punte dell'82 per cento per le grandi imprese e per quelle del settore dell'informatica e R&S (tav. aB16).

Rispetto alla precedente indagine, incrementi particolarmente elevati si registrano per i servizi di incasso e pagamento (utilizzati dal 64 per cento delle imprese rispetto al precedente 50 per cento). Anche in questo caso, l'utilizzo di tali servizi è significativamente superiore alla media nelle grandi imprese (72 per cento) e nel settore dell'informatica e R&S, nel quale l'incremento maggiore si osserva per le imprese delle regioni del Nord-est (7).

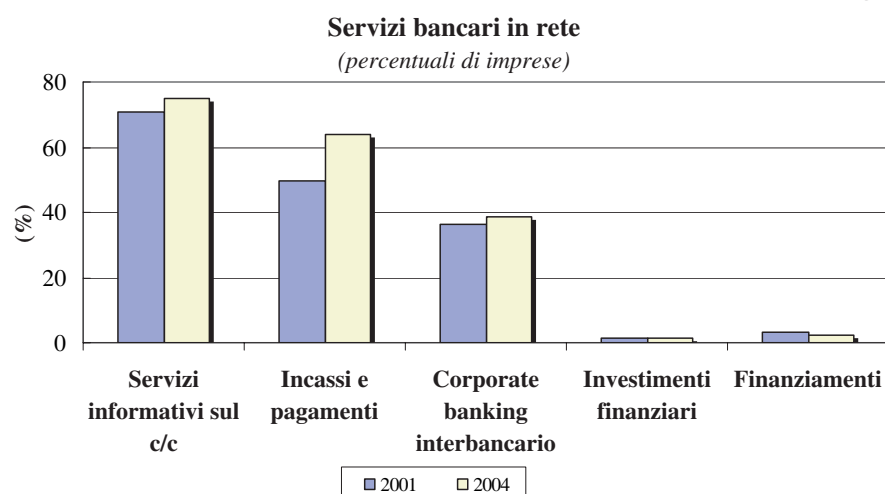
Il *corporate banking* interbancario è utilizzato dal 39 per cento delle imprese, in crescita rispetto al precedente triennio (36 per cento), in particolare tra quelle di maggiore dimensioni (dal 48 al 57 per cento). Rimane molto contenuta (circa il 2 per cento) l'attività di finanziamento e collocamento in rete di prodotti finanziari (fig. 4).

Alla maggiore diffusione dei servizi bancari in rete sembra aver contribuito una minore rilevanza di alcune difficoltà riscontrate dalle imprese nella precedente indagine per l'accesso agli stessi servizi (tav. aB17). Rispetto all'indagine sul 2002, infatti, le imprese intervistate considerano meno rilevanti le criticità connesse al costo delle transazioni in rete (23,1 per cento dal 28 del 2002), alla complessità nell'utilizzo dei servizi (dal 33,9 al 24,8 per cento), all'assistenza da parte delle banche (dal 43,7 al 35,3 per cento) e, soprattutto, alla sicurezza del trasferimento dei dati (dal 56,8 al 44,3 per cento). Si accresce la percezione (54,2 per cento degli intervistati contro meno del 49 nel 2002) che il persistere di prassi contabili e amministrative basate su documentazione cartacea e sulla presenza fisica agli sportelli bancari rappresentino gli ostacoli più rilevanti allo sviluppo di servizi bancari in rete. Tale problema è evidenzia-

(7) Tali dati confermano le tendenze osservate nell'andamento dei pagamenti via internet, in particolare dei bonifici in rete (che rappresentano il 5,7 per cento del totale dei bonifici) rispetto al totale dei pagamenti effettuati nel sistema italiano (cfr. Banca d'Italia, Relazione Annuale sul 2004). Queste tendenze trovano spiegazione nel vantaggio relativo delle tariffe bancarie per le transazioni *on-line* (in media del 50 per cento inferiori a quelle applicate sulle operazioni tradizionali o telefoniche).

to nelle regioni del centro Italia (57,7 per cento delle imprese) e, soprattutto, in quelle del Sud e delle Isole (61 per cento delle imprese).

Fig. 4



3.6 La fatturazione elettronica

3.6.1 La progressiva definizione del quadro giuridico in materia di dematerializzazione dei documenti commerciali e la conferma dell'impegno in tale direzione delle amministrazioni pubbliche in Italia e in Europa non hanno ancora avuto effetti rilevanti sulle modalità di organizzazione e gestione *on line* dei flussi contabili e commerciali delle imprese, di cui la fatturazione elettronica (*e-invoicing*) rappresenta lo snodo principale. Quest'ultima è diffusa in modo ampio in alcuni paesi europei (in Finlandia la utilizza una impresa su due) in ragione del forte impatto sulla riduzione dei costi di gestione dei documenti contabili per tutti gli utilizzatori (8). In Italia le diverse indagini indicano invece un ricorso ancora marginale alla fattura elettronica (Riquadro 2): oltre il 73 per cento delle imprese dei servizi dichiara di non utilizzarla affatto (tav. aB18); le difficoltà maggiori sembrano registrarsi per le imprese di piccole dimensioni e per quelle del Centro e del Sud Italia. Le imprese che sono in grado di ricevere fatture in rete (le c.d. fatture passive), usualmente da grandi fornitori, sono il 21 per cento delle intervistate; quelle che emettono e ricevono fatture elettroniche sono solo il 3,8 per cento del

(8) Si calcola che il '*cost-saving potential*' dell'adozione della fatturazione elettronica nell'area della SEPA sia superiore ai 100 miliardi di euro l'anno (cfr. *Bank of Finland, Financial markets and Statistics*, gennaio 2006).

totale, percentuale che sale al 6,2 per le imprese di maggiori dimensioni. La fatturazione elettronica supera il 20 per cento del fatturato per poco più di un terzo del campione d'impresе intervistato. Essa riguarda un numero ridotto di clienti e fornitori: il 26,6 per cento delle imprese concentra più del 60 per cento delle fatture emesse nei primi cinque clienti e solo il 9 per cento delle imprese ne riceve oltre il 60 per cento dai primi cinque fornitori. La maggioranza di esse, tuttavia, non segnala particolari comportamenti innovativi nei confronti della clientela primaria, con una quota nulla (22 per cento) o molto bassa (31,4 per cento) di fatture emesse in rete rispetto al totale delle fatture emesse ai primi cinque clienti. La quasi maggioranza delle imprese dichiara una ricezione nulla o marginale delle fatture ricevute in rete dai primi cinque fornitori (tavv. aB19-aB20).

3.6.2 L'insieme delle imprese che emette fatture elettroniche, pur rappresentando solo il 5,5 per cento dell'universo osservato, presenta al suo interno una forte propensione all'innovazione e all'adozione delle nuove tecnologie di rete soprattutto nei rapporti con il settore finanziario e, di conseguenza, un'elevata fiducia nelle potenzialità delle TIC. In tale 'segmento d'eccellenza' hanno un peso significativo le imprese di maggiori dimensioni, quelle del commercio all'ingrosso e naturalmente quelle dell'informatica e R&S. Esso presenta livelli di utilizzo delle nuove tecnologie nettamente superiori alla media dei comportamenti osservati per l'universo campionario: gli incassi e pagamenti in rete superano l'80 per cento dei casi (a fronte di una media del 64 per cento), il ricorso al *corporate banking* interbancario è pari a circa il 60 per cento (contro un 39 per cento nell'universo), i finanziamenti e gli investimenti finanziari *on line* sono rispettivamente tre volte e mezzo e cinque volte più frequenti rispetto all'universo considerato.

In particolare per gli incassi e pagamenti in rete, l'insieme di imprese 'd'eccellenza' mostra percentuali elevatissime per le aziende del Mezzogiorno (95 per cento) e per quelle del settore dei trasporti (95 per cento) e R&S (97 per cento); al contrario, per i finanziamenti *on-line* sono le imprese delle aree centrali del Paese a presentare frequenze molto superiori alla media (12 per cento).

Analogamente a quanto osservato per l'*e-banking*, anche nel segmento del commercio elettronico, il gruppo delle imprese che ha avviato la dematerializzazione dei documenti contabili relativi alla fatturazione si distingue per percentuali di operatività nettamente superiori alla media dei settori interessati dall'indagine, sia per quanto concerne gli acquisti e le prenotazioni *on-line*, effettuate da circa il 47 per cento delle imprese (contro il 28 per cento delle imprese dell'universo di riferimento), sia per le vendite e prenotazioni in rete, con il 36 per cento delle aziende considerate (contro il 13 per cento complessivo).

Infine, la più elevata propensione all'innovazione da parte delle imprese 'd'eccellenza' trova una ulteriore conferma nel più ampio ricorso alle tecniche di protezione dei dati e alla firma digitale (doppio rispetto alla media dell'universo osservato).

A seguito dei risultati delle precedenti indagini sulla diffusione delle TIC per i pagamenti elettronici e il commercio elettronico (9), la Banca d'Italia ha posto un rilievo crescente all'analisi dei processi di diffusione delle modalità innovative per la gestione delle fatture (Riquadro 2), stante il ruolo cruciale che il fenomeno occupa nell'integrazione dei flussi commerciali e finanziari e, per tale via, nell'efficiente uso dei pagamenti in rete da parte delle imprese (10).

Riquadro 2

Lo sviluppo della fatturazione elettronica in Italia

I sistemi di trasmissione elettronica delle fatture sono utilizzati da anni presso le grandi imprese. Finora essi non sono stati integrati con i cicli di incasso e pagamento automatizzati. Recentemente, il mutato quadro giuridico (11) e l'avvento di nuove tecnologie hanno creato le condizioni per passare a una gestione documentale elettronica dell'intero ciclo della transazione, eliminando progressivamente gli interventi manuali oggi ancora necessari per riscontrare i dati delle fatture con quelli degli incassi e pagamenti. Nel 2004, per verificare lo stato delle conoscenze e della diffusione delle nuove tecnologie, la Banca d'Italia ha svolto un'indagine sulla fatturazione elettronica attraverso una serie di interviste rivolte a un insieme di imprese di grandi dimensioni nei settori dell'industria e dei servizi.

Le imprese intervistate coprono circa il 7 per cento del valore della produzione (fatturato) nazionale. Le fatture inviate e ricevute per azienda interessata, in termini di volume, abbracciano un ampio range: dalle 10 mila per le società di consulenza e informatiche, alle 300 mila presso imprese industriali, fino ad arrivare ad oltre il milione di fatture per quanto riguarda le società di telecomunicazioni (compreso il lato consumer). Complessivamente, le fatture emesse dalle imprese intervistate, incluse quelle in outsourcing o per conto terzi nell'ambito di network precostituiti, non superano l'uno per cento del totale fatture scambiate in Italia (circa 2 miliardi all'anno). La percentuale di

(9) Banca d'Italia, *Le innovazioni nel sistema dei pagamenti elettronici: luci e ombre nella diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione*, Tematiche Istituzionali, 2003.

(10) Per una illustrazione delle attività svolte cfr. Banca d'Italia, *Relazione Annuale sul 2004*, Capitolo H - La Sorveglianza e l'offerta diretta di servizi di pagamento, maggio 2005.

(11) In particolare, il Decreto Legislativo 20 febbraio 2004, n. 52 che recepisce la direttiva 2001/115/CE al fine di semplificare, modernizzare e armonizzare le modalità di fatturazione previste in materia di imposta sul valore aggiunto.

addetti ai servizi di fatturazione (ciclo attivo e passivo), sul totale del personale dipendente nelle aziende esaminate, si aggira intorno all'uno per cento. Il costo di una fattura cartacea viene percepito intorno ai 30 euro dalle imprese intervistate mentre si stima che il costo di una fattura elettronica non sia superiore ai 10 euro. Il grado di concentrazione delle controparti commerciali nelle aziende del campione non è trascurabile, pur se non particolarmente rilevante: in media il 10-15 per cento delle fatture emesse o ricevute (volumi) riguarda i primi cinque clienti e fornitori, rispettivamente. L'incidenza delle spese ICT sul fatturato è mediamente pari al 5-10 per cento, con percentuali più elevate in aziende specializzate nell'offerta di servizi telematici. Il costo di una fattura cartacea viene percepito più elevato proprio dalle imprese che investono maggiormente nelle TIC.

Nel complesso l'indagine ha posto in evidenza i seguenti punti:

- a) L'integrazione fra incassi e pagamenti e lo scambio di fatture e documenti in formato elettronico è un fenomeno ancora marginale rispetto alle sue effettive potenzialità; gli scambi commerciali e documentali si realizzano facendo ricorso prevalentemente ai tradizionali supporti cartacei.*
- b) La dematerializzazione dei documenti nei cicli di fatturazione e nelle conseguenti attività di pagamento e riconciliazione procede più lentamente del previsto, anche presso imprese tecnologicamente più avanzate (soprattutto dal lato del venditore);*
- c) le imprese intervistate non hanno ancora svolto adeguate analisi dei costi e benefici legati alla mancata integrazione fra processi di fatturazione e pagamento.*

Le interviste segnalano in particolare due fattori che incidono in misura significativa su tali aspetti; l'assenza di meccanismi di sistema per l'adozione di standard tecnici univoci e la resistenza in alcune imprese alla condivisione dei cambiamenti che il documento elettronico introduce nei processi organizzativi.

La problematica è stata altresì al centro dei lavori avviati nel 2004 presso il CNEL (12) per analizzare, in una visione intersettoriale, le problematiche relative alla dematerializzazione dei documenti nelle attività di amministrazione e finanza in Italia (13). Le analisi (14) segnalano un'am-

(12) Commissione V – Grandi Opere e Reti Infrastrutturali, Proposta per la costituzione di un tavolo di lavoro allargato dal titolo “E-Value Chain Management nei rapporti Banca-Impresa. L'uso del documento digitale: cooperare per cogliere i benefici del nuovo paradigma della società della comunicazione e accrescere la competitività del sistema economico italiano”.

(13) Oltre alla Banca d'Italia, hanno partecipato ai lavori esponenti dell'ABI, dell'ENI, del Politecnico di Milano e dell'Università di Roma Tre.

(14) I risultati sono illustrati nel documento di osservazioni e proposte approvato dall'Assemblea CNEL, *La dematerializzazione dei documenti nelle attività di amministrazione, finanza e controllo*, 28 Aprile 2005.

pia convergenza sulla necessità strategica di realizzare processi completamente automatizzati e integrati tra banche e imprese nelle diverse fasi dei cicli commerciali e finanziari. In tale contesto e nell'ottica di valorizzare l'offerta di servizi di pagamento italiani nel contesto della SEPA (Riquadro 3), sono anche andati delineandosi gli interventi per l'adeguamento dell'infrastruttura del *corporate banking* interbancario la cui nuova configurazione consentirà alle imprese (entro la fine del 2006), oltre ai consueti servizi di incasso e pagamento offerti dalle banche, di scambiarsi fatture elettroniche in modalità integrata con gli stessi servizi (per es. pagamenti, incassi e anticipo fatture).

Riquadro 3

Il progetto di creazione di un'area unica dei pagamenti in euro (SEPA)

Il progetto di creazione di un'area unica dei pagamenti in euro (SEPA - Single Euro Payments Area) - lanciato nel 2002 con il libro bianco "Euro-land: Our Single Payment Area" - mira a realizzare un'area nella quale i cittadini europei potranno utilizzare un set integrato di strumenti di pagamento, con la stessa facilità e sicurezza già presente nei contesti nazionali. Il progetto - di cui è responsabile lo European Payments Council (EPC), l'organismo decisionale dell'industria bancaria europea - prevede la trasformazione entro il 2010 dei sistemi e strumenti di pagamento nazionali in pan-Europei (15) ed è entrato nella fase realizzativa. Con qualche ritardo rispetto alla 'road map' del dicembre 2004, l'EPC ha approvato (marzo 2006) le regole interbancarie per i tre principali strumenti di pagamento (Rulebooks per bonifici e addebiti diretti, Card Framework per le carte) e la cornice di riferimento per lo sviluppo dei sistemi di compensazione nella SEPA (PE-ACH/CSM Framework).

Le nuove regole intendono raccogliere le indicazioni emerse dalle consultazioni delle comunità nazionali (ultimo trimestre 2005) e dai commenti espressi dall'Eurosistema nel quarto Progress Report sulla SEPA (ECB, febbraio 2006) (16). Questi ultimi riaffermano la necessità di porre in essere soluzioni adeguate alle esigenze e alle aspettative degli utenti finali (grandi e piccole imprese, cittadini, pubblica amministrazione) di rispettare le scadenze concordate per il 2008 e il 2010 (rispettivamente, per rendere disponibili in ogni Stato membro strumenti e infrastrutture europee e per completare il pro-

(15) Le banche europee hanno deciso di definire 'Europa' ai fini del progetto SEPA i 25 Stati membri dell'Unione Economica, l'Islanda, la Norvegia, il Liechtenstein e la Svizzera.

(16) Il rapporto e il comunicato stampa sono disponibili in www.ecb.int. Una sintesi è contenuta nel Bollettino Economico della Banca d'Italia n. 45 così come quella dei precedenti rapporti (nn. 35, 42 e 44).

getto). In questa prospettiva, l'industria bancaria dovrà sviluppare soluzioni aziendali coerenti con il progetto SEPA e formulare, con l'assistenza delle banche centrali nazionali e il confronto con gli utenti finali, piani di migrazione delle infrastrutture e delle procedure domestiche verso standard europei.

Le politiche di dialogo e di sensibilizzazione svolte dalla BCE e dalle banche centrali nazionali sono sostenute dalla Commissione europea che vede con favore un forte coinvolgimento nel progetto SEPA delle diverse parti interessate (17). L'obiettivo è quello di favorire l'adozione di soluzioni innovative che, in coerenza con l'agenda di Lisbona, sfruttino al meglio le possibilità offerte dalla tecnologia, soprattutto nel rapporto banca-impresa (fatturazione elettronica, firma digitale, ecc.). Si muove nella stessa direzione il confronto tra l'EPC e le imprese europee, cui hanno contribuito in modo rilevante le comunità bancarie e imprenditoriali italiane, attivamente sostenute anche dalla Banca d'Italia.

Paralleli al progetto, i lavori della Commissione europea per il completamento del quadro normativo dei pagamenti europei sono indispensabili per eliminare le barriere legali tuttora presenti nel settore che incidono sull'efficacia dell'autoregolamentazione delle banche per il raggiungimento dell'obiettivo della SEPA.

3.7 *Profili evolutivi nel panel di imprese presenti nelle due indagini 2003/2005*

3.7.1 La presenza di un numero elevato di imprese in entrambe le rilevazioni consente di trarre alcune prime indicazioni sugli effetti sull'efficienza aziendale derivanti dall'operare in rete, sulle modalità con le quali si esplica il processo di diffusione dei servizi di rete e delle dotazioni tecnologiche, nonché di valutare la validità delle percezioni delle imprese in merito ai fattori che ostacolano l'espansione dell'*e-commerce* e dell'*e-banking*. Sotto il profilo della stratificazione campionaria, il *panel* di imprese presenti nelle due indagini ricalca senza variazioni significative la distribuzione dell'intero campione. In particolare, per quanto concerne le dotazioni tecnologiche e i servizi di *e-banking*, le imprese del *panel* presentano livelli di diffusione pressoché identici a quelle del campione complessivamente considerato. Maggiori differenze, anche se di entità contenuta, emergono con riferimento al ricorso ai diversi servizi commerciali offerti dalla rete per i quali le imprese del *panel* mostrano una elevata percentuale di utilizzo: in particolare, il 30 per cento delle imprese contattate nelle due indagini hanno effettuato acquisti

(17) Cfr, Commissione europea *Consultative paper on SEPA Incentives* (13.2.2006) in http://europa.eu.int/comm/internal_market/

e prenotazioni *on-line* (il 28 per cento per l'intero campione), il 15 per cento circa ha eseguito vendite e prenotazioni (contro il 12 per cento del totale delle imprese considerate), il 36 per cento ha presentato il catalogo in rete (contro il 33 per cento totale) e il 19 per cento effettua la gestione amministrativa in rete (contro il 16 per cento). Sintetizzando, per le aziende presenti nelle due rilevazioni, emerge un contenuto *bias* positivo per i servizi più avanzati che possono essere svolti in rete, mentre non si notano differenze per i servizi più maturi quali l'*e-banking* (servizi informativi di conto corrente, di incasso e pagamento e di *corporate banking* interbancario).

La relazione tra operatività di tipo commerciale in rete ed efficienza dei processi produttivi è stata indagata verificando se le imprese che effettuano *e-commerce* evidenziano un fatturato per addetto superiore alle aziende che continuano a utilizzare in via esclusiva i canali commerciali tradizionali. Le evidenze empiriche desunte dalle due indagini non sembrano avvalorare l'ipotesi di guadagni di efficienza derivanti dal commercio elettronico: una volta tenuto conto dei fattori dimensionali, settoriali e territoriali, il livello e la variazione del fatturato per addetto non risultano significativamente diversi al variare dei profili di operatività in rete.

Pur tenendo conto della parzialità dell'analisi effettuata e della necessità di approfondimenti, dovute alla minore rappresentatività delle aziende del *panel* e alle possibili discontinuità aziendali intervenute nel periodo intercorrente tra le due indagini, la difficoltà delle aziende a tradurre in guadagni di efficienza l'operatività in rete sembra ricondursi a una molteplicità di fattori: i volumi operativi insufficienti a garantire un adeguato ritorno in termini di fatturato e di risparmi sugli approvvigionamenti, la necessità di mantenere i canali di vendita tradizionali, le economie di rete insufficienti per il numero di intermediari che operano *on-line* ancora troppo contenuto.

Più in generale, l'assenza di una chiara correlazione tra adozione dell'*e-commerce* ed efficienza aziendale può essere ricondotta alla presenza, nella filiera produttiva, di processi aziendali basati su documentazione cartacea e, in particolare, alla mancata dematerializzazione dell'attività di fatturazione.

L'adozione di nuove tecnologie, ricorrendo a una rappresentazione dei fenomeni economici estremamente stilizzata, può avvenire secondo due scenari alternativi: il primo presuppone una diffusione graduale delle tecnologie all'interno delle aziende, che iniziano ad operare in rete svolgendo attività a minore valore aggiunto con limitato impatto sui processi operativi e, successivamente, allargano la gamma e l'intensità con cui ricorrono ai servizi offerti in rete. In questo scenario, l'adozione di soluzioni sperimentali e non consolidate potrebbe portare all'emergenza di *legacy* tecnologiche e ridurre i benefici dell'investimento. Alternativamente, la decisione di operare in rete potrebbe segnare una discontinuità nella gestione aziendale innescando

una processo di profonda riorganizzazione dei processi aziendali e l'impiego pervasivo delle tecnologie della informazione e della comunicazione: in questo ultimo caso, le aziende che entrano in rete in un momento successivo (i cosiddetti *late-comers*) trarrebbero significativi benefici dall'adozione di soluzioni tecnologiche e organizzative consolidate e mature, operando su una gamma più ampia di attività e su più intensi livelli di utilizzo.

Per inferire alcune indicazioni sui processi di diffusione delle TIC, le aziende del *panel* sono state disaggregate in diversi sottoinsiemi, in relazione alla gamma e al livello di intensità delle diverse attività svolte in rete nel 2001, sottoinsiemi di cui sono state verificate le modalità di operatività in rete nel corso del 2004.

Un primo esame è stato condotto dividendo le imprese che nella precedente rilevazione non erano attive nel comparto dell'*e-commerce* in due sotto-gruppi in relazione alla disponibilità di un sito internet aziendale nel 2001. Le evidenze empiriche mostrano che il 34 per cento delle imprese che disponevano di un sito internet aziendale nel 2001 hanno dichiarato di aver effettuato operazioni di commercio elettronico nel 2004, mentre tale percentuale scende al 22 per cento per le imprese che non disponevano di un sito nel 2001.

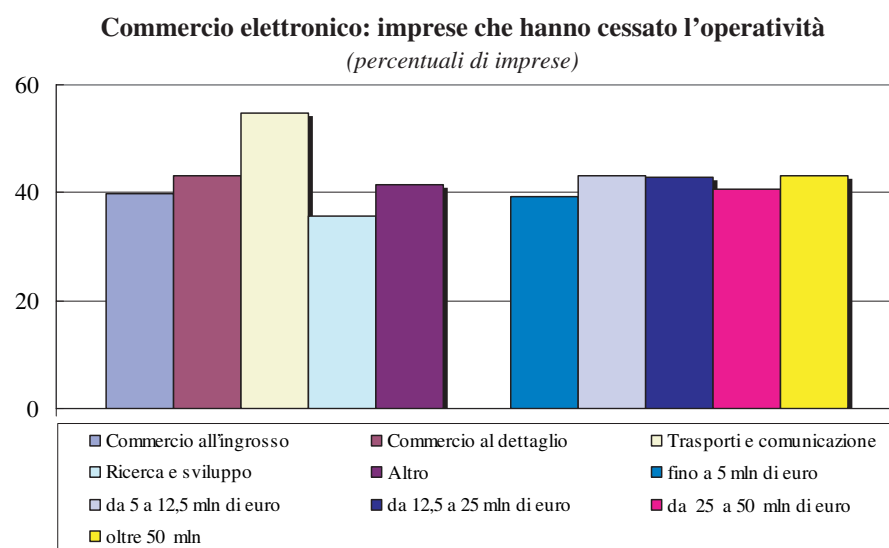
Analogamente, il 30 per cento delle imprese che nel 2001 intrattenevano rapporti in rete con la propria banca hanno avviato l'attività di commercio elettronico, contro il 22 per cento delle imprese che nel 2001 avevano dichiarato di non usufruire di servizi di *e-banking*.

Focalizzando l'attenzione sulle sole imprese che hanno dichiarato di aver svolto attività di *e-commerce* nel 2004, l'incidenza di acquisti, prenotazioni e vendite *on-line* sull'operatività aziendale appare correlata con il numero di anni di attività in rete: per il 68 per cento delle imprese che hanno iniziato attività di *e-commerce* nel periodo intercorso tra le due indagini, il peso degli acquisti *on-line* sul totale degli acquisti aziendali è estremamente contenuto (inferiore al 5 per cento); per contro, solo il 54 per cento delle imprese, già attive in rete nel 2001, evidenzia un'incidenza degli acquisti in rete sul totale inferiore al 5 per cento. Tendenze analoghe si riscontrano dal lato delle vendite: oltre il 70 per cento delle imprese che non avevano effettuato vendite *on-line* nel 2001 hanno venduto in rete meno del 5 per cento del fatturato (il 54 per cento per imprese attive nel 2004).

Per converso, la diffusione delle vendite *on-line* nel 2004 presso le imprese del *panel* non sembra essere stata influenzata in misura determinante dall'aver effettuato acquisti *on-line* in passato: la percentuale di aziende che nel 2001 non avevano effettuato vendite in rete e che nel 2004 avevano avviato tale attività è stata pari al 15 per cento per le imprese che nel 2001 avevano dichiarato di effettuare acquisti *on-line* e del 10 per cento per le restanti imprese.

La quota non marginale di imprese che erano attive nel commercio elettronico nel 2002 e che nel 2004 avevano cessato questa attività (circa il 40 per cento distribuite in misura pressoché uniforme tra le diverse classi di fatturato e con limitate differenze settoriali) è indicativa delle difficoltà che l'*e-commerce* incontra nell'affermarsi quale prassi aziendale consolidata (fig. 5). La percentuale di aziende che ha cessato l'attività - pur con le cautele del caso dovute alla minore rappresentatività delle aziende del *panel* e a possibili discontinuità aziendali - appare particolarmente elevata e riguarda in prevalenza aziende che avevano dichiarato di effettuare solamente acquisti in rete per volumi ridotti (in maggioranza, inferiori al 5 per cento). Al contrario, un segno dell'interesse manifestato dalle imprese per le attività di acquisto e/o vendita *on-line* è rappresentato dal numero di aziende (una su tre) che hanno, invece, avviato attività di commercio in rete.

Fig. 5



La sezione relativa ai fattori che, nella percezione delle imprese, ostacolano lo sviluppo dell'*e-commerce* offre spunti interessanti sulle motivazioni che hanno indotto le imprese a continuare, intraprendere, cessare o non avviare attività di commercio elettronico nel periodo intercorso tra le due indagini (cfr. tavola 1).

Come atteso, le aziende che hanno dichiarato di effettuare attività di commercio elettronico nel corso del 2004 mostrano, in generale, un atteggiamento maggiormente favorevole nei confronti dei diversi ostacoli. Risulta, invece, più interessante notare, come gli ostacoli percepiti a priori dalle imprese tendano a risultare superiori a quelli effettivi e come l'esperienza

commerciale maturata in rete mitighi la percezione negativa delle imprese rispetto alla rilevanza di alcuni fattori.

Tavola 1. E-commerce. Ostacoli percepiti e ostacoli effettivi

	Percentuale di imprese che hanno giudicato rilevanti i diversi ostacoli e che hanno dichiarato di effettuare e-commerce:			
	Nel 2001 e nel 2004	Solo nel 2004	Solo nel 2001	In nessuna delle due indagini
I beni/servizi forniti richiedono un rapporto diretto con i clienti ^{a)}	65,5	81,0	77,3	86,9
I beni/servizi domandati richiedono un rapporto diretto con i fornitori ^{b)}	62,8	72,9	75,1	81,0
Scarsa capacità delle controparti di utilizzare l'e-commerce	64,1	61,3	61,8	66,4
Incertezze sul mantenimento della riservatezza desiderata	44,4	43,0	45,7	53,2
Scarsa garanzia di sicurezza della rete	46,8	46,8	44,9	58,0
Incertezza sulla normativa applicabile	44,7	46,5	40,1	55,0
Incertezza sull'affidabilità della controparte	54,9	51,8	59,1	59,2
Difficoltà a riorganizzare l'azienda	30,9	44,2	45,5	46,1

a) Percentuali calcolate con riferimento alle vendite *on-line*. – b) Percentuali calcolate con riferimento agli acquisti *on-line*.

Infatti, le imprese che hanno dichiarato di non aver effettuato alcuna attività di commercio elettronico in entrambe le indagini tendono a ritenere rilevanti i diversi ostacoli in misura superiore, non solo rispetto alle aziende che continuano a operare in rete, ma anche a quelle imprese, attive nel 2002 e non nel 2004, che presumibilmente sono uscite dal segmento dell'e-commerce.

Specularmente, le imprese che hanno effettuato acquisti e/o vendite *on-line* in entrambi i periodi di rilevazione giudicano meno rilevanti alcuni fattori (rapporti con le controparti, riorganizzazione) rispetto ai soggetti che hanno dichiarato di operare in rete solo nel 2004.

L'analisi dei comportamenti esibiti dalle imprese del *panel* è stata estesa ai servizi di *e-banking* (oltre ai servizi informativi) selezionando le imprese che, in occasione della precedente rilevazione, avevano dichiarato di utilizzare o meno i servizi informativi di conto corrente.

Anche in questo caso emergono differenze significative nei comportamenti dei due gruppi di imprese: i servizi di incasso e pagamento e di *corporate banking* interbancario sono stati adottati, per la prima volta, rispettivamente dal 75 e dal 33 per cento delle imprese che nella precedente indagine

avevano dichiarato di utilizzare servizi informativi; tali percentuali scendono rispettivamente al 41 e al 21 per cento per le imprese che nel 2002 non utilizzavano neanche i semplici rapporti informativi in rete con gli istituti di credito. Tali evidenze costituiscono una conferma che anche per i servizi bancari *on-line*, il processo di *learning by using* parte dallo svolgimento delle attività più semplici e si estende a quelle più complesse.

Rispetto al commercio elettronico, inoltre, i rapporti tra imprese e banche attraverso il canale telematico risultano caratterizzati da un maggior grado di continuità, con la quasi totalità delle imprese attive nel segmento dell'*e-banking* nel 2002 che hanno dichiarato di aver usufruito anche nel 2004 dei servizi bancari in rete.

Nel caso dei servizi bancari *on-line*, il divario tra la percezione *ex-ante* ed *ex-post* della rilevanza degli ostacoli appare inferiore a quanto riscontrato con riferimento ai fattori che impediscono una maggiore espansione del commercio elettronico. In particolare le imprese che operano in rete con le banche hanno una percezione bassa degli ostacoli relativi alla complessità dei servizi e alla presunta scarsa sicurezza della rete.

4. Le famiglie

4.1 *I cambiamenti nelle dotazioni tecnologiche*

Nella presente sezione vengono illustrati i principali risultati sull'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione emersi dall'indagine condotta dalla Banca d'Italia sui bilanci delle famiglie italiane per il 2004 posti a confronto con i dati rilevati con l'indagine del 2002 (18).

L'indagine evidenzia incrementi contenuti nella dotazione e nell'uso delle tecnologie digitali da parte delle famiglie italiane. Nel 2004 il 38 per cento delle famiglie era in possesso di un computer, un valore superiore di quasi quattro punti percentuali rispetto a quello registrato nel 2002. Considerando l'utilizzo di computer anche al di fuori dell'abitazione, la percentuale sale a circa il 42 per cento (40 per cento nella precedente rilevazione).

A livello territoriale, la maggiore diffusione di computer per famiglia si registra nelle regioni del Centro che, grazie a un forte aumento rispetto alla precedente rilevazione, hanno superato la dotazione tecnologica delle famiglie residenti al Nord (rispettivamente al 44 e 43 per cento nel 2004). Nel Mezzogiorno i valori, pur in aumento, rimangono molto al di sotto della media nazionale, con un computer presente soltanto in un quarto delle famiglie intervistate.

La dotazione tecnologica delle famiglie del campione subisce mutamenti contenuti al variare della numerosità dei componenti della famiglia, fatta eccezione per il passaggio tra 2 e 3 componenti, confermando la prevalente operatività nell'utilizzo del computer da parte dei figli. Resta molto limitato il possesso e l'utilizzo del computer da parte di famiglie il cui capofamiglia è pensionato (15,5 e 16,3 per cento, rispettivamente).

La quota di famiglie che utilizzano il computer per connettersi ad internet appare in moderata crescita, passando dal 30,2 al 32,3 per cento. Le famiglie che mostrano una maggiore propensione all'uso delle tecnologie informatiche sono quelle con un capofamiglia di età inferiore ai 50 anni, dotato di elevato livello di istruzione, con una professione legata all'insegnamento o a funzioni impiegatizie o dirigenziali. L'uso di internet sale infatti al 47,9 per cento per le famiglie con capofamiglia di età compresa tra i 41 e i 50 anni (46,4 nel 2002), contro il 39,3 per quelli con meno di 30 anni e il 40,0 per quelli tra i 51 e i 65 anni. Le famiglie che utilizzano il computer per connettersi alla rete salgono al 74,8 per cento nel caso in cui il capofamiglia sia in possesso di laurea (72,3 nel 2002), mentre sono appena il 28,0 per cento nel

(18) Cfr. tav. aC1 dell'appendice statistica.

caso di capofamiglia in possesso della sola licenza media inferiore (26,1 nel 2002). Nel caso in cui il capofamiglia sia dirigente circa l'80 per cento delle famiglie naviga in rete (77,3 per cento nel 2002), 68,6 se insegnante, 58,5 se impiegato e solo 22,6 se operaio.

4.2 *I cambiamenti nell'utilizzo dei servizi di rete*

È quasi raddoppiata, pur rimanendo su livelli ancora limitati, la percentuale di famiglie che ha effettuato nel corso del 2004 acquisti in rete (dal 4,4 al 7,0 per cento). Gli incrementi maggiori nell'utilizzo del commercio elettronico si registrano per le famiglie con capofamiglia laureato (dal 13,8 al 26,0 per cento dei casi) o dirigente (dal 17,9 al 28,2 per cento dei casi). Il fenomeno è invece quasi irrilevante per le famiglie con capofamiglia operaio o con un titolo di studio inferiore alla scuola media superiore.

Con riferimento al numero di pagamenti effettuati in rete dalle famiglie che realizzano acquisti *on-line*, i risultati dell'indagine evidenziano un aumento medio per le famiglie italiane da 2,6 a 3,9 pagamenti annui; a livello territoriale si registra una crescita molto rilevante dei pagamenti *on-line* nelle regioni del Centro (da 2,8 a 4,1 pagamenti) e del Mezzogiorno (da 1,6 a 3,6 pagamenti), che ha portato a una sostanziale omogeneità rispetto ai pagamenti medi effettuati al Nord (da 3,1 a 3,9).

Tra gli strumenti di pagamento, si registra un calo nell'utilizzo della carta di credito (80 per cento dei pagamenti contro il 93 per cento nel 2002), connesso con la forte crescita dell'addebito diretto del conto corrente (dal 5 al 10 per cento) e della moneta elettronica (dallo 0,2 al 3,7 per cento).

Gli ostacoli percepiti dalle famiglie nell'utilizzo della rete telematica per effettuare acquisti appaiono sostanzialmente i medesimi rispetto alla precedente rilevazione: il 43 per cento delle famiglie ha indicato il maggiore ostacolo nell'impossibilità di visionare il bene (42 per cento nel 2002), il 41 per cento nel timore di frodi (40 per cento nel 2002). Quest'ultima percentuale supera il 60 per cento nel caso di famiglie con capofamiglia avente un titolo di studio inferiore alla licenza media. Essa mostra inoltre una correlazione con l'età del capofamiglia: è infatti più elevata nel caso di capofamiglia di età superiore ai 50 anni, mentre è più contenuta nel caso di capofamiglia con meno di 30 anni. La percentuale di famiglie che rinuncia al commercio elettronico a causa della complessità dell'operazione è passata dal 6 al 7 per cento. Risulta invece quasi nulla la quota di famiglie che non era al corrente della possibilità di effettuare acquisti in rete.

5. Gli enti territoriali

5.1 I cambiamenti registrati

Nel piano *e-europe* 2005 la priorità era quella di estendere a tutti i cittadini e alle imprese i benefici derivanti dall'utilizzo delle reti telematiche e di Internet entro il 2010. E' pertanto essenziale perseguire una strategia complessiva per la realizzazione della società dell'informazione basata sull'innovazione e la conoscenza. In questa direzione i piani di *e-government*, adottati dalle amministrazioni pubbliche, e il quadro normativo (da ultimo integrato con l'approvazione del Codice dell'amministrazione digitale) hanno costituito i presupposti fondamentali per un crescente utilizzo delle tecnologie informatiche all'interno della pubblica amministrazione e nei rapporti con l'esterno, per offrire servizi migliori e facilmente fruibili da parte dei cittadini e delle imprese.

I risultati sono significativi ma resta ancora molta strada da percorrere per il conseguimento degli obiettivi posti dai piani per l'*e-government*; si ha la sensazione che permanga una situazione di sottoutilizzo delle potenzialità delle nuove tecnologie (19), una difficoltà a tradurre in applicazioni operative, in nuovi servizi digitali le opportunità offerte dalle TIC; ciò che manca è quindi un utilizzo diffuso delle applicazioni Internet e, come già riscontrato per le imprese, la difficoltà a integrare le innovazioni nei processi amministrativi, che richiederebbe comunque un cambiamento strutturale, un riposizionamento strategico delle amministrazioni mediante la reingegnerizzazione dei percorsi, dei processi interni e delle modalità di erogazione dei servizi. Vi è peraltro la consapevolezza che l'informatizzazione della pubblica amministrazione e l'offerta da parte della stessa di servizi di *e-government* potrebbero avere un effetto trainante sulla competitività e sullo sviluppo del paese.

I livelli di sviluppo dell'utilizzo delle nuove tecnologie risultano ovviamente differenziati per categoria di enti, all'interno delle stesse e su base territoriale, come dimostrano i risultati della indagine sulla informatizzazione degli enti territoriali realizzata dalla Banca nel 2005. Per le finalità di questo lavoro, si riportano di seguito i risultati riguardanti in particolare gli strumenti della gestione finanziaria; i rapporti con i tesorieri bancari; la posizione delle singole amministrazioni nei confronti di Internet. Ciò in quanto si è voluto rilevare il grado di preparazione degli enti nella fase di avvio della nuova procedura di rilevazione dei dati sugli incassi e pagamenti degli enti

(19) Sulla base del *benchmarking* europeo per l'*e-government* effettuato dalla Commissione europea avente ad oggetto la percentuale di servizi totalmente *on line* erogati dalle amministrazioni, a fine 2004 l'Italia figura all'8° posto (era al 12° posto nel 2001) tra i 18 paesi europei valutati (i 15 dell'Unione più Islanda, Norvegia e Svizzera).

pubblici, denominata Siope (Riquadro 4), per la cui ottimale realizzazione un corollario indispensabile è costituito dalla gestione interamente telematica del sistema dei pagamenti (mandato informatico locale).

Riquadro 4

Il Sistema Informativo sulle Operazioni degli Enti Pubblici (Siope)

Il Siope è un archivio che mette a disposizione del Ministero dell'Economia informazioni analitiche ed omogenee sugli incassi e pagamenti delle amministrazioni pubbliche, rilevati tempestivamente attraverso il canale telematico esistente tra Banca d'Italia e tesoriери bancari e codificati uniformemente in modo da consentire il coordinamento dei conti pubblici per la finalità di controllo del rispetto delle regole di bilancio stabilite in ambito europeo; potranno inoltre essere condotte analisi significative sull'andamento della spesa per alcuni settori quantitativamente rilevanti (beni e servizi e investimenti). Le amministrazioni pubbliche disporranno di una base informativa ampia sui conti pubblici che consentirà a ciascuna di esse di confrontare i propri risultati di bilancio con quelli degli enti della categoria di appartenenza e di valutare l'efficienza della propria gestione operativa (20).

La legge finanziaria per il 2003 ha creato i presupposti per la creazione del Siope; il compito di realizzarlo e gestirlo è stato affidato dal Ministero dell'Economia alla Banca d'Italia con una convenzione aggiuntiva rispetto a quella vigente per il servizio di tesoreria dello Stato.

Le informazioni sono trasmesse al Siope al termine di ogni giornata operativa. I dati relativi allo Stato sono trasferiti nell'archivio a cura della Banca d'Italia; quelli relativi agli altri enti sono inviati dai tesoriери attraverso la RNI. La codifica è stata introdotta con decreti del Ministero dell'Economia alla cui redazione ha collaborato anche la Banca d'Italia. L'individuazione degli enti soggetti a tale disciplina è avvenuta sulla base dei criteri adottati dal

(20) Attualmente, le entrate e le spese di cassa dello Stato sono rilevate giornalmente per il tramite del servizio di tesoreria svolto dalla Banca d'Italia, sulla base di una classificazione economica e funzionale; le informazioni relative agli altri enti pubblici sono fornite solo su base trimestrale e in forma prevalentemente cartacea. Le entrate e le spese di cassa dei vari enti non erano finora classificate in modo omogeneo, rendendo difficili l'aggregazione e la comparazione dei dati. Per superare queste difficoltà, è stato stabilito che ogni operazione sia classificata con criteri uniformi sulla base di un codice univoco e che le stesse transazioni potranno essere effettuate dai tesoriери solo se contengono il codice richiesto. Gli incassi e pagamenti sono stati classificati in coerenza con i criteri Eurostat. La spesa per acquisto di beni e servizi e per investimenti sarà integrata, rispettivamente, con il *Common Procurement Vocabulary* (CPV), classificazione merceologica adottata da Eurostat, e con il Codice Unico di Progetto (CUP), che individua i progetti pubblici di investimento ed è obbligatorio per tutti gli enti pubblici ai sensi dell'art. 11 della legge n. 3 del 2003. Sarà in tal modo possibile avere contezza dell'andamento della spesa per consumi intermedi delle Amministrazioni pubbliche (l'apertura analitica delle singoli voci consentirà di rilevare la spesa complessiva per beni e servizi di specifiche categorie merceologiche) e monitorare con tempestività la spesa pubblica per investimenti.

Sistema europeo dei conti (SEC95) per la definizione delle Amministrazioni pubbliche; a ciascun ente è stato attribuito un codice univoco alla cui elaborazione hanno collaborato l'Istat, la RGS e la Banca d'Italia.

Il Siope, dopo un periodo di collaudo con i tesoriери bancari svolto nell'ultimo trimestre del 2005, è operativo dal 1° gennaio 2006. Ad esso stanno affluendo i dati sugli incassi e pagamenti di circa 3000 enti (Regioni, Province, Comuni con popolazione superiore a 20.000 abitanti, Università e Dipartimenti universitari); sono recentemente iniziati i lavori per la codifica delle operazioni effettuate dalle Aziende sanitarie locali e dagli Enti ospedalieri, dagli Enti di ricerca e da quelli di previdenza che saranno obbligati a trasmettere i dati a partire dal 2007 unitamente ai Comuni con popolazione inferiore a 20.000 abitanti e ai restanti enti pubblici.

Gli obiettivi di efficienza operativa e informativa connessi con il Siope saranno pienamente colti se contemporaneamente alla sua attuazione verrà introdotto il mandato informatico nello scambio delle informazioni tra ente pubblico locale e tesoriere bancario. Le modalità tecniche per la diffusione del mandato informatico locale, che utilizza la firma digitale, sono già state concordate tra la Banca d'Italia, la RGS, il CNIPA e l'ABI, con il contributo di un gruppo di banche.

Il questionario è stato inviato ad un campione di Enti territoriali comprendente Regioni, Province e Comuni, con l'aggiunta delle Aziende sanitarie locali aventi sede nei capoluoghi di Regione.

5.2 Le dotazioni tecnologiche e l'utilizzo dei servizi di rete

L'utilizzo delle nuove tecnologie è risultato elevato nell'ambito della gestione del personale e nel settore della contabilità economica e del bilancio, confermando le percentuali di informatizzazione già rilevate in precedenti indagini. Per quanto riguarda in particolare le Regioni, tra le attività maggiormente informatizzate spicca la gestione del bilancio (per 18 Regioni su 20 è informatizzata con una percentuale superiore all'80 per cento), l'amministrazione del personale (11 Regioni hanno risposto che siffatta attività è informatizzata con una percentuale superiore all'80 per cento, 8 Regioni hanno indicato una percentuale rientrante entro l'80 per cento; solo per 2 Regioni tale attività è informatizzata nella misura entro il 50 per cento).

Per le Province e per i Comuni un livello elevato di informatizzazione si riscontra, oltre che nei settori indicati dalle Regioni, anche nell'ambito dei sistemi informativi territoriali, nella gestione dei tributi e dell'attività di certificazione. Per le ASL si aggiunge anche il controllo di gestione. Per tutti

gli Enti, le attività meno informatizzate risultano essere quelle relative alla gestione del patrimonio immobiliare e delle opere pubbliche.

La quasi totalità delle Regioni e la maggior parte delle Province e delle ASL hanno segnalato che esiste una rete telematica in grado di connettere l'Ente con gli altri enti territoriali regionali e, in futuro, con il Sistema Pubblico di Connettività. Soltanto per la metà dei Comuni intervistati, invece, esiste una rete in grado di connettere l'Ente con gli altri Enti territoriali.

Esiste inoltre una rete telematica "dedicata" che collega le Regioni e le ASL con amministrazioni diverse dagli Enti territoriali: Ministeri (Economia, Interni) e Amministrazioni periferiche (tra cui INPS, Sogei e ACI). Solo per un terzo delle Province e dei Comuni intervistati, invece, esiste una tale rete telematica. Le Province e i Comuni che hanno risposto positivamente alla domanda hanno segnalato la possibilità di collegarsi con la Motorizzazione Civile, con l'ACI, con l'INPDAP. Quasi la metà di tutti gli Enti intervistati partecipa a Centri Servizi Territoriali per i Comuni medio piccoli.

Pur non essendo soddisfacente il livello di utilizzo della telematica nei rapporti Ente-tesoriere, è da rilevare che gli stessi sono orientati sempre più verso modalità di colloquio telematico. E' risultato infatti in aumento, rispetto alle indagini precedenti, l'utilizzo di tale collegamento per l'esecuzione di incassi e pagamenti.

Circa la metà delle Regioni si avvale di una rete telematica mentre le restanti utilizzano supporti informatici (ad es. *floppy disk*) ovvero regolano i rapporti con il tesoriere bancario ancora in prevalenza tramite supporti cartacei. Non vi è una divaricazione, per quanto concerne il grado di telematizzazione in questo campo, tra le Regioni collocate al Nord, Centro e Sud.

Lo stesso risultato emerge dai dati forniti dalle Province: circa la metà utilizza il collegamento telematico per la gestione dei propri rapporti con il tesoriere mentre un terzo ha rapporti basati su supporti cartacei. Per le Province del Centro e del Sud emerge un trend crescente nella percentuale di utilizzo di collegamenti telematici con tesorieri bancari.

I Comuni, a differenza degli altri Enti intervistati, tendono invece ad utilizzare maggiormente lo strumento cartaceo rispetto al collegamento telematico (impiegato solo dal 30 per cento degli enti intervistati), e al supporto informatico (15 per cento). Percentuali simili a quelle dei Comuni si riscontrano per il collegamento telematico tra ASL e tesoriere bancario: anche in questo caso è alta la percentuale di ricorso ai supporti cartacei (40 per cento).

In merito al mandato informatico, circa il 40 per cento delle Regioni intervistate dispone di questa procedura per i pagamenti e le reversali di incasso mentre le rimanenti intendono adottarla tra il 2006 e il 2007. Circa un terzo delle Province e dei Comuni e il 40 per cento delle ASL già utilizza

il mandato informatico mentre la maggior parte dei restanti Enti ne prevede l'impiego nei prossimi due anni.

Non è migliorato, rispetto alla precedente rilevazione, il dato relativo alle modalità di rendicontazione da parte dei tesorieri bancari degli Enti segnalanti. Il 45 per cento delle regioni ha un collegamento telematico, contro il 35 per cento delle province ed una percentuale ancora più modesta per i Comuni e le ASL. La netta prevalenza delle modalità di rendicontazione cartacea (superiore al 50 per cento per le Province e prossima al 70 per i Comuni), così come il mancato decollo del mandato informatico di pagamento, indica una situazione nella quale saranno necessarie iniziative più incisive. L'attuazione dei progetti per la codifica degli incassi e dei pagamenti ai fini della realizzazione del SIOPE non risulta, nel complesso, molto avanzata, anche se è diversificata a seconda della categoria e del termine fissato per l'avvio a regime del sistema: il 50 per cento delle Regioni intervistate ha completato la codifica nel 2005 e oltre il 40 per cento avrà codificato ai fini Siope nel 2006. Il ricorso alla codifica tende a diminuire con le minori dimensioni degli Enti segnalanti senza una significativa differenza sotto il profilo territoriale. In ogni caso, tenuto conto anche delle date di avvio del Siope (nel 2006 le Regioni, i Comuni con popolazione superiore a 20.000 abitanti e le Province, nel 2007 i Comuni con popolazione inferiore a 20.000 abitanti), la gran parte dei progetti per la codifica si concentra nel biennio 2006/2007.

6. Promuovere la diffusione dei servizi di rete

6.1 Le scelte strategiche

L'adozione di nuove tecnologie, in una rappresentazione dei fenomeni economici estremamente stilizzata, può avvenire secondo due scenari alternativi. Il primo prevede una diffusione graduale delle tecnologie all'interno delle aziende, inizialmente svolgendo attività a minore valore aggiunto con limitato impatto sui processi operativi e, successivamente, allargando la gamma e l'intensità dei servizi in rete. In questo scenario, l'adozione di soluzioni sperimentali e non consolidate potrebbe portare all'emergere di *legacy* tecnologiche con benefici ricavabili solo nel medio periodo dall'utilizzo della rete. Alternativamente, la decisione di operare in rete potrebbe segnare una discontinuità nella gestione, innescando una profonda riorganizzazione dei processi aziendali e impiegando il modo pervasivo le TIC: in questo caso, le aziende *late-comers* trarrebbero significativi benefici dall'adozione di soluzioni tecnologiche e organizzative consolidate e mature, operando su una gamma più ampia di attività e su più intensi livelli di utilizzo. In entrambi i casi, i tempi di diffusione della TIC sono lunghi se si lascia l'iniziativa alle singole imprese.

Le indagini più recenti hanno confermato i maggiori vantaggi connessi con il secondo scenario rispetto al quale si registrano, tuttavia, forti resistenze soprattutto da parte delle PMI. Le imprese, infatti, percepiscono i vantaggi dei servizi in rete ma permangono ritardi e diffidenze sia per la resistenza al cambiamento organizzativo sia per l'incertezza sulla condivisione della strategia dei servizi in rete da parte dei clienti e dei fornitori (filiera, distretto, ecc.).

Emerge che il sistema bancario è riuscito a condividere con i suoi clienti una strategia di servizi in rete per gli evidenti vantaggi in termini di velocità di transazione, di sicurezza e di costi. Infatti, anche se tutte le imprese sono dotate di tecnologie di elaborazione e di collegamento alle reti, tuttavia le attività in rete non sono altrettanto diffuse se non per interagire con le banche e per l'acquisizione di informazioni.

Una ulteriore interessante conferma è stata fornita dal *panel* delle imprese presenti nelle diverse indagini poiché si è rilevato che una volta entrate in rete, queste imprese tendono ad aumentare la gamma e l'intensità dei servizi utilizzati. In altri termini, una volta compiuto il salto tecnologico, la diffusione dei servizi in rete diventa un'evoluzione naturale anche se, come sembra emergere dalle indagini, i guadagni in termini di efficienza non si manifestano chiaramente ed i problemi organizzativi legati all'informatizzazione non sono completamente superati. In questo senso va interpretata la significativa uscita di molte imprese del *panel* dall'attività di *e-commerce* (circa il 40 per cento delle imprese che nel 2001 avevano effettuato *e-commerce* hanno abbandonato questa attività in rete nel 2004).

Il ricorso alla fatturazione elettronica, nell'identificare un insieme di aziende orientate ad una strategia di discontinuità innovativa, conferma l'importanza di questo fattore quale volano della diffusione delle TIC.

6.2 Il ruolo degli attori

La pubblica amministrazione continua il suo cammino di innovazione e di cambiamento che investe le strutture, le procedure e le metodologie di lavoro ed ha il proprio baricentro nell'utilizzo delle nuove tecnologie e nella fornitura dei servizi in rete alle imprese e alle famiglie. L'ampliamento dell'offerta di servizi *on line* da parte della pubblica amministrazione avrebbe l'effetto di spingere le imprese a tenere conto nei propri progetti d'innovazione della necessità di usufruire in rete di tali servizi (in tal senso agisce, ad esempio, l'*e-procurement*). Occorre inoltre avviare iniziative concrete che spingano le amministrazioni locali ad adottare il mandato informatico di pagamento; anche su questo versante è cruciale il ruolo delle banche tesoriere, che dovrebbero procedere alla informatizzazione dei servizi di incasso e pagamento forniti alle amministrazioni.

La diffusione delle TIC nel processo produttivo delle imprese e il loro dialogo con il sistema bancario hanno trovato un forte sostegno nell'azione della Banca d'Italia. Sulla base dell'esperienza acquisita, la Banca sta promuovendo le procedure più innovative del sistema italiano nel processo d'integrazione dei mercati *retail* per i pagamenti in euro. L'azione trova due principali motivazioni: da un lato l'integrazione tra flussi finanziari e flussi commerciali rappresenta un punto qualificante nel rafforzamento dell'efficienza del sistema italiano (come dimostra l'evoluzione in atto nel *Corporate Banking* Interbancario); dall'altro, il progetto della SEPA, *Single Euro Payment Area*, promosso dalle banche europee (EPC, *European Payment Commission*), ma con forti riflessi sulle economie dei singoli Stati membri, promuove l'innovazione quale fattore decisivo dello sviluppo.

Le banche possono contribuire a superare le resistenze degli operatori economici a utilizzare i servizi in rete e ad avviare il commercio elettronico; esse possono, da un lato, diffondere tra gli operatori la consapevolezza che i rischi associati alle transazioni elettroniche non sono superiori a quelli di una transazione tradizionale, dall'altro, promuovere e finanziare le infrastrutture di servizi di rete, integrandole con il sistema dei pagamenti in rete.

Le grandi imprese possono favorire lo sviluppo del *business to business*, sfruttando il potere di mercato di cui godono per spingere i fornitori e i clienti a eseguire le transazioni in rete. Ne discende anche un incentivo all'utilizzo della fatturazione elettronica e alla integrazione di questa con la regolazione dei pagamenti in rete. I problemi normativi sono stati superati e permangono solo quelli per la definizione delle regole tecniche ma un ac-

cordo fra le parti e un'attiva presenza a livello comunitario di rappresentanti qualificati possono risolvere anche questo problema.

Le banche, le imprese e le amministrazioni pubbliche possono incidere sui livelli di sicurezza della rete, che rimangono ancora controversi, realizzando congiuntamente un progetto per dare certezza dell'esecuzione delle operazioni e dell'affidabilità delle controparti; questo accordo darebbe spazio alla crescita di imprese di servizi per la rete. Si pensi, ad esempio, all'esigenza di garantire la sicurezza informatica e la *privacy* degli operatori in rete, che reclamano a questo scopo i servizi di soggetti/enti indipendenti (*Terze Parti Fidate* - TPF). Queste sono in larga parte coincidenti con i nuovi attori della società dell'informazione (ad esempio, certificatori di firma digitale, di qualità, di sicurezza informatica).

6.3 *Un approccio integrato*

Il commercio elettronico ha ampi margini di crescita e può essere stimolato da decisioni coordinate tra pubblico e privato; diversamente, laddove il processo di cambiamento fosse affidato solo ai singoli operatori, si allungherebbero i tempi di diffusione delle attività in rete e il punto di saturazione sarebbe basso.

Per sfruttare al meglio le opportunità derivanti dall'uso delle TIC è indispensabile passare ad una strategia di servizi in rete forniti ad una comunità definita e con una *governance* dei servizi di rete basata sulla condivisione degli obiettivi e dei rischi tra i diversi attori coinvolti. E' coerente con la strategia di diffusione per settori produttivi la tattica di operare selettivamente scegliendo "applicazioni con effetti diffusi" per progetti di digitalizzazione che possano innescare un processo di "innovazione di tipo imitativo". Le indagini effettuate indicano nella diffusione della fatturazione elettronica e nella sua integrazione con gli incassi e pagamenti in rete una di queste applicazioni per la numerosità delle imprese potenziali, per l'avvio del processo d'integrazione fra le diverse funzioni aziendali e fra le diverse imprese e per gli indubbi vantaggi economici e tecnologici che potrebbero riflettersi sulle imprese e sulle banche coinvolte.

Poiché la fatturazione elettronica migliora la trasparenza, la certezza e la correttezza delle transazioni commerciali, potrebbe essere opportuno sollecitare incentivi fiscali e pecuniari legati all'utilizzo di questo strumento di elaborazione e di trasmissione della documentazione. Gli incentivi fiscali potrebbero essere simili a quelli previsti dalle dogane per gli operatori affidabili che dimostrino di avere un'organizzazione efficiente e dotata di una procedura di *audit* adeguata, mentre gli incentivi pecuniari potrebbero consistere in una riduzione delle commissioni in caso di pagamento in rete mediante fatturazione elettronica integrata.

La strategia più efficace per favorire l'adesione delle PMI a progetti di servizi integrati di sistema sembra consistere nell'assegnare incentivi alla struttura organizzativa che ha il compito di realizzare i servizi di rete per l'insieme di imprese partecipanti al progetto e alle quali spetta un ruolo centrale nella *governance* del soggetto che sovrintende alla riuscita e alla gestione del progetto. Nella strategia di innovazione di una filiera industriale e/o di un distretto industriale, infatti, il vantaggio sociale è incentivato; il singolo imprenditore va indotto a partecipare per i vantaggi economici e organizzativi che si attende dalla diffusione e dall'utilizzo dei servizi in rete, nonché dalla certezza che gli sarebbero preclusi comportamenti da *free rider*.

NOTE METODOLOGICHE

L'indagine *ad-hoc* sulle imprese dei servizi.

L'universo di riferimento dell'indagine è costituito dalle oltre 36.000 società di capitale del settore dei servizi che nel 2002 presentavano un bilancio di esercizio con un fatturato superiore a 2,5 milioni di euro. Sono state escluse dalla rilevazione le imprese appartenenti a i settori dell'intermediazione monetaria e finanziaria, della pubblica amministrazione, istruzione e sanità e quelle attive nei servizi sociali e domestici, nonché gli organismi extraterritoriali. La stratificazione adottata nella definizione del disegno campionario ha tenuto conto di tre variabili di classificazione: settore di attività economica (imprese del commercio all'ingrosso, al dettaglio, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni, ricerca e sviluppo e informatica, altre imprese), classi di fatturato e area geografica (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole). La rilevazione si è basata su un campione di 3.807 società di capitale. Delle 3807 imprese intervistate, circa 1.900 – distribuite tra i diversi strati in misura sostanzialmente omogenea – erano state contattate con esito positivo nella precedente rilevazione. Il disegno campionario ha previsto una maggiore rappresentazione delle società di più elevate dimensioni rispetto all'universo in ragione della loro rilevanza e della maggiore eterogeneità rispetto alle imprese minori. Con riferimento alla localizzazione geografica, poco più del 60 per cento delle imprese del campione risiedeva al Nord, il 18 per cento al centro e il 20 nel Mezzogiorno. Sotto il profilo della classificazione economica, le imprese operanti nel settore del commercio – all'ingrosso e al dettaglio – e della ristorazione rappresentavano poco meno dei due terzi del totale, le aziende di trasporto e comunicazioni e quelle operanti nel comparto “altre imprese” il 15 per cento, mentre quelle operanti nella ricerca e sviluppo e nell'informatica l'8 per cento. Le stime sono state effettuate sulla base dei coefficienti di ponderazione ottenuti rapportando, per i singoli strati, il numero di imprese intervistate alla numerosità presente nell'universo: la variabilità campionaria impone di applicare le consuete cautele nell'interpretare i risultati presentati, in particolare per quanto riguarda i valori riferiti ai domini più ristretti

L'indagine sulla informatizzazione degli enti territoriali

L'indagine è stata condotta con l'ausilio delle Filiali della Banca d'Italia, che hanno sottoposto il questionario ai responsabili del Sistema informativo o di Internet di ciascun Ente. Per la parte di competenza, sono stati coinvolti anche i responsabili dei servizi del bilancio degli Enti. Il campione degli Enti intervistati comprende la totalità delle Regioni e delle Province, un

numero significativo di Comuni, di differenti dimensioni, nonché le ASL dei soli capoluoghi di Regione. Il questionario era articolato in 6 sezioni:

1. Motivazioni dell'utilizzo delle tecnologie informatiche e delle telecomunicazioni
2. Grado di estensione dell'utilizzo delle tecnologie informatiche
3. Struttura delle reti di telecomunicazioni utilizzate
4. Reti telematiche che connettono gli enti territoriali tra loro e con altre amministrazioni
5. Gestione del rapporto con il proprio tesoriere bancario
6. Presidi di sicurezza

APPENDICE STATISTICA

L'INDAGINE SULLE IMPRESE INDUSTRIALI

Computer per 100 addetti e attività di vendita e acquisto in rete, anno 2003*(valori per 100 addetti e valori percentuali)*

	Computer per 100 addetti	Imprese che effettuano in rete:		Quota delle vendite e degli acquisti effettuati in rete sui rispettivi totali	
		Vendite	Acquisti	Vendite	Acquisti
Imprese industriali					
Area geografica					
Nord Ovest	45,3	5,1	11,1	0,8	1,4
Nord Est	45,3	5,9	11,1	1,5	2,0
Centro	49,3	6,5	7,6	2,2	4,5
Sud e Isole	30,8	4,3	7,1	0,6	0,7
Numero di addetti					
20 - 49	41,5	5,2	9,2	0,7	0,7
50 - 199	38,0	5,4	10,7	0,7	0,9
200 - 499	43,7	9,3	15,2	1,5	1,4
500 e oltre	54,1	13,8	18,0	2,1	4,4
Attività economica					
Tessili, abbigliamento, pelli, calzature	31,4	4,3	5,9	1,0	0,7
Chimica, gomma e plastica	52,1	5,2	9,6	0,5	1,9
Metalmeccanica	45,6	5,7	11,8	1,5	1,9
Altre manifatture	38,6	6,2	9,6	1,0	0,8
Energetiche ed estrattive	74,8	2,7	14,4	2,9	7,6
Quota esportazioni					
Meno di un terzo	44,0	4,5	7,6	1,2	2,2
Tra un terzo e due terzi	43,0	8,7	11,7	1,2	1,9
Oltre due terzi	44,9	4,9	16,6	1,9	2,4
Totale imprese industriali	43,9	5,5	9,9	1,3	2,1
Imprese dei servizi					
Area geografica					
Nord Ovest	53,6	8,8	11,5	0,9	1,2
Nord Est	45,9	9,4	18,3	1,8	1,3
Centro	61,6	12,6	8,3	2,2	6,4
Sud e Isole	39,4	8,0	14,4	7,6	8,1
Numero di addetti					
20 - 49	67,9	8,8	11,6	1,6	2,3
50 - 199	49,7	11,5	17,2	2,3	3,8
200 - 499	34,6	8,9	10,8	4,6	1,3
500 e oltre	46,1	17,0	19,9	1,1	3,9
Attività economica					
Commercio, alberghi e ristorazione ...	38,8	14,5	11,3	2,5	2,7
Trasporti e comunicazioni	46,3	6,4	8,4	1,6	4,4
Altri servizi a imprese e famiglie	74,7	3,2	19,6	1,3	2,3
Totale imprese dei servizi	51,4	9,6	13,1	2,1	6,0
Totale	46,8	7,1	11,1	1,6	2,5

Uso delle tecnologie informatiche per i processi di fatturazione, incasso e pagamento
(valori percentuali)

	Uso fatturazione elettronica	Acquisto/vendite via rete					Uso rete per disposizione di pagamento/incasso verso banche	
		Totale	di cui: pagamenti incassi via rete	di cui: strumenti utilizzati			Totale	di cui: CBI
				addebiti bancari	bonifici	carte di credito		
Imprese industriali								
Area geografica								
Nord Ovest	31,4	17,5	11,2	4,4	7,0	5,2	82,4	73,3
Nord Est	33,3	15,6	13,0	6,7	7,9	6,9	84,1	75,5
Centro	28,2	14,6	11,0	5,6	7,9	4,7	64,6	58,9
Sud e Isole	28,6	15,6	12,9	6,3	9,2	3,5	64,7	56,8
Numero di addetti								
20 - 49	30,1	16,6	12,2	6,4	8,0	4,9	77,1	68,3
50 - 199	31,4	13,9	10,9	3,4	6,8	6,3	78,1	71,4
200 - 499	38,6	20,4	14,2	7,5	8,5	7,8	78,7	72,5
500 e oltre	48,9	23,4	15,8	6,7	11,2	6,4	84,0	76,6
Attività economica								
Tessili, abbigliamento, pelli, calzature	27,1	8,1	5,4	3,3	3,0	1,7	74,5	65,2
Chimica, gomma e plastica	37,1	19,4	14,0	4,7	7,8	8,1	83,6	76,1
Metalmeccanica	30,5	17,6	13,3	5,7	9,0	7,2	78,4	70,3
Altre manifatture	33,0	18,1	14,2	7,5	9,4	4,7	76,6	69,2
Energetiche ed estrattive	28,1	15,4	8,4	5,1	6,4	1,8	72,0	60,7
Quota esportazioni								
Meno di un terzo	33,4	17,0	12,4	6,4	9,4	4,8	77,6	69,2
Tra un terzo e due terzi	27,1	13,9	10,2	3,4	4,9	7,0	79,8	74,4
Oltre due terzi	27,0	15,4	12,6	5,4	5,1	6,0	74,7	64,3
Totale imprese industriali	31,1	16,1	12,0	5,6	7,8	5,4	77,5	69,3
Imprese dei servizi								
Area geografica								
Nord Ovest	41,6	30,8	27,6	17,1	18,7	15,9	77,4	67,3
Nord Est	34,9	31,8	28,3	16,5	17,9	16,9	81,0	73,0
Centro	41,6	27,6	23,9	13,3	19,4	11,9	76,3	68,7
Sud e Isole	30,3	25,6	22,2	9,7	16,3	12,0	57,4	45,2
Numero di addetti								
20 - 49	38,2	30,6	27,8	16,7	19,5	15,5	72,5	63,0
50 - 199	39,3	29,1	24,8	11,6	17,4	14,2	79,4	70,3
200 - 499	21,3	14,3	9,0	7,4	7,4	4,4	78,9	68,2
500 e oltre	36,2	21,8	13,1	4,1	8,3	11,0	75,0	67,1
Attività economica								
Commercio, alberghi e ristorazione ...	38,4	26,8	22,0	13,4	14,5	13,4	71,6	60,5
Trasporti e comunicazioni	37,6	27,5	25,7	15,7	19,7	5,9	79,8	73,4
Altri servizi a imprese e famiglie	36,5	34,9	32,9	16,6	23,6	21,6	76,2	67,7
Totale imprese dei servizi	37,7	29,4	26,0	14,7	18,2	14,5	74,6	65,2
Totale	33,7	21,4	17,6	9,2	11,9	9,0	76,4	67,7

L'INDAGINE SULLE IMPRESE DEI SERVIZI

Composizione del campione e dell'universo di riferimento
(unità, valori percentuali)

	Imprese intervistate		Universo (1)	
	Numerosità	Percentuale	Numerosità	Percentuale
Area geografica				
Nord Ovest	1.432	37,6	13.873	38,1
Nord Est	923	24,2	9.362	25,7
Centro	677	17,8	7.641	21,0
Sud e Isole	775	20,4	5.768	15,8
Classe di addetti				
Fino a 19 addetti	1.506	39,6	-	-
Da 20 a 49 addetti	996	26,2	-	-
Da 50 a 199 addetti	724	19,0	-	-
Da 200 addetti	581	15,3	-	-
Classe di fatturato				
fino a 5 mln di euro	1.334	35,0	17.310	47,5
da 5 a 12,5 mln di euro	881	23,1	11.830	32,5
da 12,5 a 25 mln di euro	854	22,4	4.118	11,3
da 25 a 50 mln di euro	384	10,1	1.843	5,1
oltre 50 mln	354	9,3	1.543	4,2
Attività economica				
Commercio all'ingrosso	1.450	38,1	15.799	43,4
Commercio al dettaglio	895	23,5	9.912	27,2
Trasporti e comunicazioni	564	14,8	4.050	11,1
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	323	8,5	1.304	3,6
Altri	575	15,1	5.580	15,3
Totale Italia	3.807	100,0	36.444	100,0

(1) I dati relativi all'universo sono di fonte CERVED e riferiti al 2002.

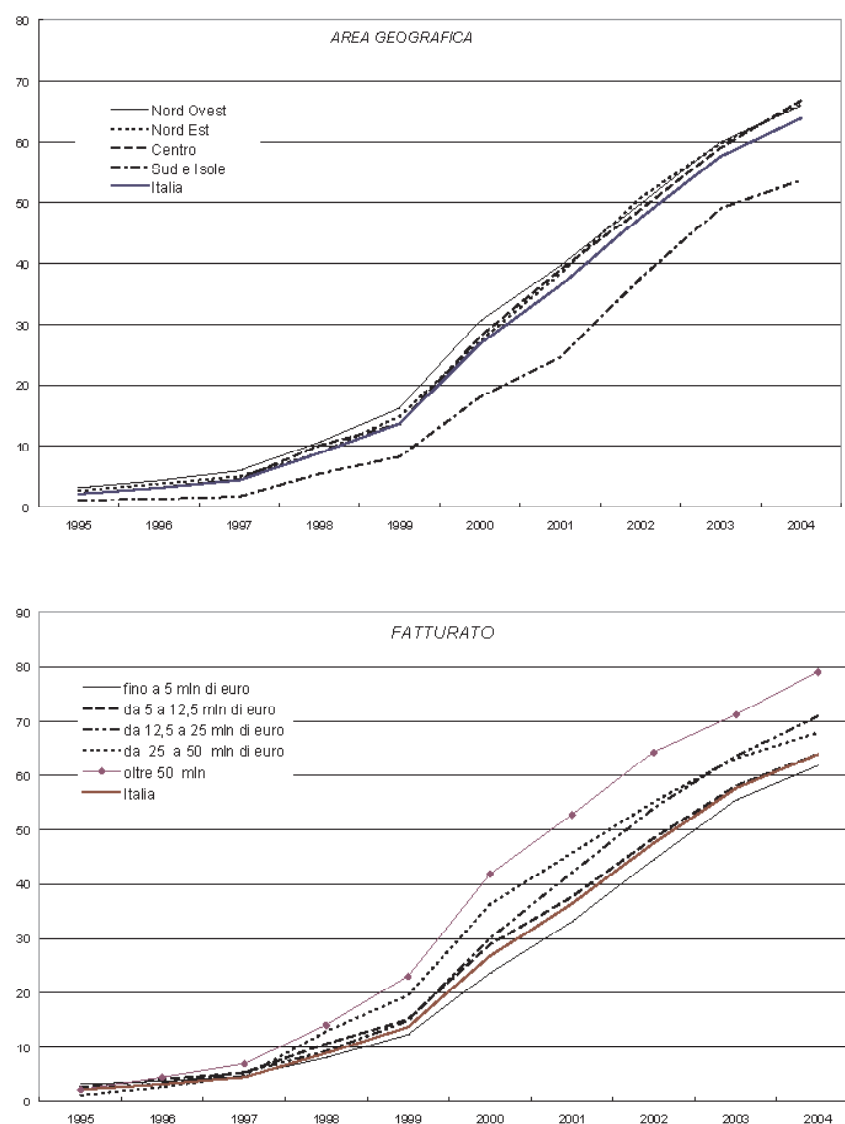
Dotazioni tecnologiche
(percentuali di imprese)

	Internet	Almeno una attività in rete	Sito Internet (1)	Tecniche di protezione della riservatezza dei dati	Firma digitale
Area geografica					
Nord Ovest	98,0	86,2	67,2	26,7	28,7
Nord Est	98,0	88,9	67,2	27,4	27,4
Centro	97,7	85,9	67,8	23,7	31,0
Sud e Isole	97,0	82,3	54,7	23,4	31,7
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	96,7	83,0	57,0	21,7	26,6
Da 20 a 49 addetti	98,6	88,4	74,0	26,8	28,7
Da 50 a 199 addetti	99,6	91,5	74,9	34,1	35,1
Da 200 addetti	99,4	88,4	82,2	38,9	44,6
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	96,6	83,4	62,3	22,9	27,3
da 5 a 12,5 mln di euro	99,0	87,2	64,7	26,1	30,9
da 12,5 a 25 mln di euro	98,4	90,3	71,9	27,8	30,0
da 25 a 50 mln di euro	99,0	90,2	70,2	33,0	30,4
oltre 50 mln	99,0	94,2	81,7	39,6	36,3
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	98,0	87,5	64,6	24,2	28,5
Commercio al dettaglio	97,0	83,1	62,3	25,2	27,5
Trasporti e comunicazioni	99,1	87,3	67,4	25,5	33,1
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	98,6	94,0	89,2	39,9	35,2
Altri	97,2	85,5	65,8	27,6	30,5
Totale Italia	97,8	86,2	65,4	25,7	29,3

(1) Le aziende che hanno risposto di non avere PC collegati a Internet sono state considerate come non aventi sito

Fig. aB1

Anno di realizzazione del sito internet
(percentuali di imprese)



Attività svolte in rete
(percentuali di imprese)

	E-banking	Ricerca del personale	Gestione clientela (CRM)	Presentazione catalogo	Gestione amministrativa	Acquisti o vendite (inclusi ordini e prenot.)	Acquisti e vendite (inclusi ordini e prenot.)
Area geografica							
Nord Ovest	77,3	10,7	18,5	34,9	18,4	33,1	8,8
Nord Est	80,3	7,4	19,0	37,7	18,8	34,4	9,7
Centro	76,7	7,9	19,1	32,4	15,9	29,8	8,0
Sud e Isole	72,8	5,0	16,0	22,8	14,9	29,5	7,5
Classe di addetti							
Fino a 19 addetti	74,1	3,5	14,4	27,9	16,4	26,6	6,3
Da 20 a 49 addetti	79,3	8,6	20,7	37,6	19,3	37,6	11,6
Da 50 a 199 addetti	83,1	19,4	26,8	42,6	17,9	41,2	11,7
Da 200 addetti	82,9	28,1	23,1	38,6	16,2	36,7	9,4
Fatturato							
fino a 5 mln di euro	74,5	6,7	16,7	29,9	16,3	29,8	8,1
da 5 a 12,5 mln di euro	78,0	7,9	17,6	36,5	19,5	34,1	8,4
da 12,5 a 25 mln di euro	81,7	10,8	22,9	34,1	17,2	31,6	9,4
da 25 a 50 mln di euro	81,2	10,0	21,0	34,1	16,0	37,4	8,5
oltre 50 mln	85,9	22,5	27,2	42,3	16,4	39,7	14,9
Attività economica							
Commercio all'ingrosso	80,0	6,2	17,0	35,0	16,5	29,7	9,4
Commercio al dettaglio	70,2	6,6	20,7	33,2	17,9	35,6	9,0
Trasporti e comunicazioni	81,6	6,4	17,4	26,1	16,1	30,4	10,5
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	85,1	34,1	40,7	51,6	24,5	59,4	12,8
Altri	76,7	13,2	13,5	29,1	18,6	28,3	3,6
Totale Italia	77,7	8,3	18,4	33,2	17,4	32,2	8,7

Commercio elettronico
(percentuali di imprese)

	Acquisti, ordini e prenotazioni	Acquisti (esclusi ordini e prenotazioni)	Vendite, ordini e prenotazioni	Vendite (esclusi ordini e prenotazioni)
Area geografica				
Nord Ovest	28,6	24,0	13,3	10,0
Nord Est	30,2	27,2	14,1	10,0
Centro	25,3	20,1	12,5	8,7
Sud e Isole	26,9	20,4	10,0	6,8
Classe di addetti				
Fino a 19 addetti	23,7	19,8	9,3	6,8
Da 20 a 49 addetti	33,5	27,7	15,6	10,1
Da 50 a 199 addetti	33,3	27,7	20,0	15,5
Da 200 addetti	30,3	26,9	13,9	10,5
Fatturato				
fino a 5 mln di euro	26,3	21,9	11,7	8,0
da 5 a 12,5 mln di euro	29,2	24,9	13,4	10,3
da 12,5 a 25 mln di euro	28,4	23,0	12,6	8,9
da 25 a 50 mln di euro	33,2	27,7	12,7	8,7
oltre 50 mln	32,7	25,8	21,8	15,2
Attività economica				
Commercio all'ingrosso	26,8	21,9	12,3	8,8
Commercio al dettaglio	28,9	23,6	15,7	10,9
Trasporti e comunicazioni	25,0	21,1	15,9	11,3
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	56,0	51,6	16,2	12,6
Altri	25,8	22,6	6,1	4,9
Totale Italia	28,1	23,4	12,8	9,2

Incidenza dell'e-commerce sul totale dell'operatività aziendale
(percentuali di imprese) (1)

	Acquisti in rete sul totale acquisti				Vendite in rete sul totale vendite			
	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%
Area geografica								
Nord Ovest	81,4	4,8	4,0	9,8	79,7	9,0	6,2	5,2
Nord Est	77,5	6,9	4,3	11,2	83,3	10,6	5,2	0,8
Centro	71,9	10,8	4,9	12,4	75,5	11,9	10,0	2,6
Sud e Isole	71,4	9,7	8,0	10,9	85,6	8,0	4,1	2,2
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	79,2	6,9	3,8	10,1	80,3	10,0	6,3	3,3
Da 20 a 49 addetti	70,0	8,4	5,7	15,9	81,0	6,7	8,1	4,3
Da 50 a 199 addetti	81,9	6,5	4,8	6,8	79,5	12,4	5,9	2,2
Da 200 addetti	88,2	4,6	7,2	0,0	84,7	15,3	0,0	0,0
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	78,6	7,1	4,6	9,7	81,1	9,1	6,2	3,6
da 5 a 12,5 mln di euro	76,7	7,5	4,5	11,4	79,5	11,0	7,2	2,3
da 12,5 a 25 mln di euro	72,3	9,2	5,2	13,4	78,8	8,6	10,2	2,4
da 25 a 50 mln di euro	76,6	5,3	4,9	13,2	78,8	17,8	0,0	3,3
oltre 50 mln	80,0	4,1	7,5	8,5	87,0	5,7	1,8	5,5
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	80,1	6,2	4,4	9,4	82,9	5,9	6,9	4,2
Commercio al dettaglio	63,0	10,0	5,8	21,2	76,8	14,9	7,3	1,0
Trasporti e comunicazioni	88,5	4,7	2,4	4,4	77,7	15,3	3,6	3,4
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	69,7	10,3	11,0	9,1	75,5	12,7	7,1	4,7
Altri	91,8	4,9	2,3	1,0	90,8	0,0	4,6	4,5
Totale Italia	77,2	7,2	4,8	10,8	80,6	9,9	6,4	3,1

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete (escluse le sole prenotazioni).

Canali utilizzati per effettuare acquisti on-line
(percentuali di imprese) (1)

	Sito internet		Portali		Aste on-line		Intermediari specializzati	
	Abitualmente	Talvolta	Abitualmente	Talvolta	Abitualmente	Talvolta	Abitualmente	Talvolta
Area geografica								
Nord Ovest	76,6	12,0	32,7	23,2	2,6	11,5	3,6	19,2
Nord Est	83,1	10,9	25,5	18,9	1,8	14,0	3,9	20,6
Centro	80,7	9,5	21,3	15,9	1,4	10,2	8,0	16,6
Sud e Isole	85,1	8,8	22,9	17,8	2,3	8,3	1,8	15,4
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	79,2	10,7	25,2	20,7	1,9	9,4	3,7	17,2
Da 20 a 49 addetti	83,2	10,2	24,8	19,1	1,6	15,0	5,6	19,6
Da 50 a 199 addetti	80,3	12,2	35,2	18,7	2,3	10,7	2,4	20,2
Da 200 addetti	74,7	10,6	32,3	20,3	6,5	12,6	5,4	20,7
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	81,3	11,1	26,0	20,1	1,6	9,3	4,4	16,8
da 5 a 12,5 mln di euro	81,4	10,2	26,4	21,7	2,0	14,0	3,7	20,0
da 12,5 a 25 mln di euro	78,7	10,6	26,0	17,6	3,0	10,7	6,1	18,6
da 25 a 50 mln di euro	79,0	14,1	39,4	11,2	3,9	16,3	1,8	26,9
oltre 50 mln	71,0	8,5	31,2	20,2	3,1	11,3	5,1	15,8
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	82,1	9,0	26,6	22,2	1,6	14,1	2,9	19,7
Commercio al dettaglio	79,4	12,3	23,8	16,6	1,7	10,1	5,6	16,2
Trasporti e comunicazioni	74,3	16,5	36,9	18,2	1,4	16,8	7,9	19,0
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	87,1	8,9	24,9	21,9	3,4	6,9	4,8	18,3
Altri	78,3	10,3	29,8	19,4	3,9	6,3	2,3	20,3
Totale Italia	80,4	10,8	27,2	19,9	2,1	11,6	4,2	18,7

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato in rete

Canali utilizzati per effettuare vendite *on-line*
(percentuali di imprese) (1)

	Sito internet		Portali		Aste on-line		Intermediari specializzati	
	Abitual-mente	Talvolta	Abitual-mente	Talvolta	Abitual-mente	Talvolta	Abitual-mente	Talvolta
Area geografica								
Nord Ovest	77,0	10,0	29,7	20,7	5,8	14,1	7,7	20,1
Nord Est	77,3	12,9	24,8	10,2	0,4	6,0	6,0	20,2
Centro	69,9	14,1	20,9	14,0	3,9	3,0	20,5	8,9
Sud e Isole	77,9	14,4	23,7	16,2	2,8	8,7	13,6	14,4
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	73,1	10,7	24,4	15,2	4,9	8,3	11,2	9,9
Da 20 a 49 addetti	81,5	10,4	22,0	15,9	1,5	10,9	6,7	18,9
Da 50 a 199 addetti	76,1	17,3	31,1	14,6	4,7	8,2	13,3	25,2
Da 200 addetti	62,4	7,7	35,4	28,2	0,0	8,9	12,2	25,6
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	80,0	9,7	21,0	20,2	2,5	8,3	11,4	15,6
da 5 a 12,5 mln di euro	73,9	14,6	25,5	15,6	5,0	10,0	11,4	18,9
da 12,5 a 25 mln di euro	72,4	16,7	31,4	6,8	2,7	6,0	11,5	14,2
da 25 a 50 mln di euro	74,8	6,9	27,5	10,0	6,3	10,0	2,5	19,5
oltre 50 mln	66,6	9,7	47,6	11,1	1,7	12,4	3,4	20,9
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	83,3	7,6	22,3	17,2	5,4	9,7	3,4	12,7
Commercio al dettaglio	74,0	15,2	33,8	13,3	2,4	6,7	11,5	25,1
Trasporti e comunicazioni ..	61,0	16,6	20,3	10,0	1,1	9,4	24,2	11,4
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	79,3	15,2	23,9	23,9	8,6	8,0	9,8	17,7
Altri	67,8	13,2	23,7	25,2	0,0	15,3	19,0	19,4
Totale Italia	75,8	12,1	25,9	15,9	3,6	9,1	10,5	17,3

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno venduto in rete

Vendite on-line per attività economica della controparte
(valori percentuali) (1)

	Imprese	Consumatori	Pubblica Amministrazione
Area geografica			
Nord Ovest	61,9	33,9	4,2
Nord Est	50,7	46,1	3,2
Centro	45,7	52,1	2,1
Sud e Isole	52,2	42,6	5,2
Classe di addetti			
Fino a 19 addetti	65,1	30,4	4,5
Da 20 a 49 addetti	55,5	39,7	4,8
Da 50 a 199 addetti	44,9	53,6	1,6
Da 200 addetti	38,8	58,8	2,5
Fatturato			
fino a 5 mln di euro	56,0	40,4	3,6
da 5 a 12,5 mln di euro	51,8	43,2	5,1
da 12,5 a 25 mln di euro	55,6	43,5	0,9
da 25 a 50 mln di euro	58,4	39,2	2,5
oltre 50 mln	54,7	43,3	2,0
Attività economica			
Commercio all'ingrosso	74,3	21,7	4,0
Commercio al dettaglio	25,0	71,6	3,4
Trasporti e comunicazioni ..	61,8	36,8	1,4
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	69,6	20,7	9,8
Altri	51,5	45,7	2,8
Totale Italia	54,5	41,9	3,6

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno venduto in rete (escluse le sole prenotazioni).

Acquisti e vendite *on-line* per tipologia di controparte
(valori percentuali) (1)

	Acquisti		Vendite	
	Fornitori abituali	Fornitori non abituali	Clienti abituali	Clienti non abituali
Area geografica				
Nord Ovest	65,3	34,7	59,1	40,9
Nord Est	66,2	33,9	47,2	52,8
Centro	69,8	30,2	54,6	45,4
Sud e Isole	67,4	32,6	55,5	44,5
Classe di addetti				
Fino a 19 addetti	66,3	33,8	54,3	45,6
Da 20 a 49 addetti	69,3	30,7	57,6	42,4
Da 50 a 199 addetti	66,3	36,1	53,4	46,6
Da 200 addetti	63,9	34,9	50,0	50,0
Fatturato				
fino a 5 mln di euro	67,0	33,0	46,0	54,1
da 5 a 12,5 mln di euro	66,8	33,2	60,4	39,6
da 12,5 a 25 mln di euro	64,2	35,8	57,4	42,6
da 25 a 50 mln di euro	70,9	29,1	55,4	44,6
oltre 50 mln	62,7	37,3	70,5	29,5
Attività economica				
Commercio all'ingrosso	65,1	34,9	69,5	30,5
Commercio al dettaglio	71,6	28,4	38,0	62,0
Trasporti e comunicazioni ..	65,8	34,2	50,2	49,8
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	70,1	29,9	68,1	31,9
Altri	60,4	39,6	44,7	55,3
Totale Italia	66,7	33,4	54,5	45,5

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete (escluse le sole prenotazioni).

Ostacoli allo sviluppo del commercio elettronico
(percentuali di imprese)

	I beni/servizi forniti richiedono un rapporto diretto con i clienti		I beni/servizi domandati richiedono un rapporto diretto con i fornitori		Scarsa capacità di utilizzare il commercio elettronico delle controparti		Incertezze sul mantenimento della riservatezza gestionale desiderata	
	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante
Area geografica								
Nord Ovest	84,3	15,7	76,2	23,8	61,3	38,7	48,5	51,5
Nord Est	86,6	13,4	77,1	22,9	67,6	32,4	45,7	54,2
Centro	84,1	15,9	74,4	25,6	66,7	33,3	44,6	55,4
Sud e Isole	81,7	18,3	75,0	25,0	61,7	38,3	49,9	50,1
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	85,5	14,5	78,6	21,4	66,6	33,4	48,9	51,1
Da 20 a 49 addetti	85,4	14,6	74,0	26,0	63,5	36,5	44,9	55,1
Da 50 a 199 addetti	80,6	19,4	71,8	28,2	60,5	39,5	45,3	54,7
Da 200 addetti	76,5	23,5	69,2	30,8	50,6	49,4	47,6	52,4
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	84,0	16,0	76,6	23,4	65,2	34,3	48,3	51,7
da 5 a 12,5 mln di euro	86,1	13,9	76,7	23,2	64,6	35,4	46,6	53,4
da 12,5 a 25 mln di euro	84,4	15,6	73,5	26,5	59,0	41,0	47,5	52,5
da 25 a 50 mln di euro	78,9	21,1	71,1	28,9	62,8	37,2	43,9	56,1
oltre 50 mln	81,0	19,0	73,5	26,5	57,6	42,4	43,8	56,2
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	85,4	14,6	78,8	21,2	69,7	30,3	46,5	53,5
Commercio al dettaglio	83,9	16,1	71,7	28,3	61,5	38,5	48,2	51,8
Trasporti e comunicazioni	80,2	19,8	77,0	23,0	60,9	39,1	49,3	50,7
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	83,0	17,0	64,9	35,1	52,5	47,5	42,6	57,4
Altri	85,5	14,5	76,5	23,5	57,7	42,3	47,0	53,0
Totale Italia	84,3	15,7	75,9	24,1	64,1	35,9	47,2	52,8

segue: Tav. aB10

Ostacoli allo sviluppo del commercio elettronico
(percentuali di imprese)

	Scarsa garanzia di sicurezza della rete		Incertezza sulla normativa applicabile		Incertezza affidabilità della controparte		Difficoltà a riorganizzare l'azienda	
	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante
Area geografica								
Nord Ovest	51,8	48,2	48,4	51,6	55,8	44,2	42,3	57,7
Nord Est	51,6	48,4	50,6	49,4	58,1	41,9	42,0	58,0
Centro	53,2	46,8	47,7	52,3	60,5	39,5	45,0	55,0
Sud e Isole	57,8	42,2	53,0	47,0	61,9	38,1	45,6	54,4
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	54,3	45,7	50,4	49,6	58,9	41,1	45,2	54,8
Da 20 a 49 addetti	49,1	50,9	46,0	54,0	57,4	42,6	39,2	60,8
Da 50 a 199 addetti	55,3	44,7	53,6	46,4	58,3	41,7	42,8	57,2
Da 200 addetti	52,5	47,5	47,1	52,9	56,1	43,9	46,7	53,3
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	54,1	45,9	51,4	48,6	60,2	39,8	44,6	55,4
da 5 a 12,5 mln di euro	52,3	47,7	47,6	52,4	56,7	43,3	42,7	57,3
da 12,5 a 25 mln di euro	53,1	46,9	51,0	49,0	59,8	40,2	43,1	56,9
da 25 a 50 mln di euro	45,7	54,3	44,5	55,5	53,4	46,6	40,9	59,1
oltre 50 mln	54,6	45,4	45,8	54,2	50,8	49,2	37,6	62,4
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	53,5	46,5	49,3	50,7	59,9	40,1	44,8	55,2
Commercio al dettaglio	51,3	48,7	49,4	50,6	57,9	42,1	45,6	54,4
Trasporti e comunicazioni	55,3	44,7	55,5	44,5	59,9	40,1	42,3	57,7
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	49,5	50,5	48,6	51,4	55,4	44,6	32,4	67,6
Altri	53,7	46,3	46,3	53,7	53,9	46,1	38,4	61,6
Totale Italia	53,0	47,0	49,5	50,5	58,3	41,7	43,3	56,7

Motivazioni per avviare attività di commercio elettronico
(percentuali di imprese) (1)

	Delocalizzazio- ne delle attività produttive	Riduzione dei costi	Raggiungimento nuova clientela	Efficienza gestionale	Mantenimento quote di mercato
Area geografica					
Nord Ovest	19,6	52,0	48,2	65,0	21,1
Nord Est	19,6	53,8	48,6	65,6	26,1
Centro	20,8	55,7	47,1	74,5	24,5
Sud e Isole	29,5	59,1	46,4	77,0	25,6
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	20,9	48,9	44,0	68,3	20,6
Da 20 a 49 addetti	21,6	58,2	51,4	67,9	27,2
Da 50 a 199 addetti	20,6	57,5	52,8	72,8	27,9
Da 200 addetti	24,2	63,0	41,0	62,6	15,2
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	23,5	53,2	47,4	65,5	25,2
da 5 a 12,5 mln di euro	18,6	53,8	48,2	70,6	23,4
da 12,5 a 25 mln di euro	17,5	53,6	48,1	70,2	22,3
da 25 a 50 mln di euro	22,9	52,9	42,7	77,5	18,6
oltre 50 mln	25,5	67,9	53,9	68,8	22,9
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	20,7	57,1	48,8	65,5	26,5
Commercio al dettaglio	19,6	47,3	52,9	70,6	29,5
Trasporti e comunicazioni ..	25,4	64,7	52,0	70,2	19,3
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	26,6	61,7	40,8	77,5	16,5
Altri	20,6	49,1	33,7	68,8	9,9
Totale Italia	21,2	54,2	47,9	68,7	23,8

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete.

Contributo del commercio elettronico
(percentuali di imprese) (1)

	Delocalizzazio- ne delle attività produttive	Riduzione dei costi	Raggiungimento nuova clientela	Efficienza gestionale	Mantenimento quote di mercato
Area geografica					
Nord Ovest	28,7	44,6	46,4	66,3	29,0
Nord Est	31,2	50,7	49,5	68,3	33,5
Centro	31,4	53,3	48,3	67,7	28,6
Sud e Isole	36,9	49,5	49,2	76,2	36,0
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	31,5	45,0	46,9	68,9	29,0
Da 20 a 49 addetti	28,4	50,4	49,1	68,2	33,5
Da 50 a 199 addetti	31,2	53,6	51,7	69,3	28,6
Da 200 addetti	35,2	49,9	38,1	67,2	36,0
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	31,9	49,8	50,5	72,2	31,9
da 5 a 12,5 mln di euro	31,5	47,5	46,6	65,7	30,5
da 12,5 a 25 mln di euro	30,8	46,2	46,5	68,8	32,6
da 25 a 50 mln di euro	21,7	44,8	38,3	57,0	25,3
oltre 50 mln	31,9	56,0	50,5	68,7	32,5
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	30,0	47,7	48,4	66,0	30,4
Commercio al dettaglio	31,8	46,0	56,9	72,7	36,2
Trasporti e comunicazioni ..	43,5	59,2	43,1	69,5	33,6
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	30,1	54,9	41,6	69,3	24,9
Altri	23,4	46,1	34,7	65,7	23,1
Totale Italia	31,1	48,7	48,0	68,5	31,1

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete. Le percentuali si riferiscono alle imprese che hanno dichiarato di aver realizzato pienamente o in parte i guadagni attesi dall'avvio delle attività di commercio elettronico.

Regolamento in rete degli acquisti in rete
(valori percentuali) (1)

	Acquisti pagati in rete	Quota di incassi in rete tramite:			
		Bonifici	Carte di credito	Addebiti bancari	Carte di debito
Area geografica					
Nord Ovest	36,7	44,5	44,5	9,5	1,5
Nord Est	32,0	42,5	41,1	15,7	0,6
Centro	36,1	44,2	41,8	12,7	1,3
Sud e Isole	27,2	56,5	24,9	15,7	2,9
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	32,1	48,4	35,0	15,1	1,5
Da 20 a 49 addetti	36,8	42,8	42,6	13,0	1,4
Da 50 a 199 addetti	31,7	40,5	50,6	7,5	1,4
Da 200 addetti	35,5	47,7	40,3	10,7	1,3
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	33,3	45,0	37,5	16,0	1,5
da 5 a 12,5 mln di euro	36,8	43,4	44,5	10,5	1,6
da 12,5 a 25 mln di euro	28,2	50,2	40,2	8,6	1,1
da 25 a 50 mln di euro	32,0	43,8	48,2	7,6	0,4
oltre 50 mln	34,3	53,2	34,0	11,2	1,7
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	36,1	41,6	43,0	14,9	0,5
Commercio al dettaglio	20,3	57,9	25,0	16,6	0,6
Trasporti e comunicazioni ..	34,6	48,3	40,9	10,1	0,7
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	39,7	38,8	53,9	5,7	2,2
Altri	48,7	39,3	48,2	7,9	4,6
Totale Italia	33,9	45,2	40,8	12,6	1,4

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete.

Regolamento in rete delle vendite in rete
(valori percentuali) (1)

	Acquisti pagati in rete	Quota di incassi in rete tramite:			
		Bonifici	Carte di credito	Addebiti bancari	Carte di debito
Area geografica					
Nord Ovest	19,9	53,6	31,0	10,7	4,6
Nord Est	19,2	42,2	35,4	21,9	0,4
Centro	31,7	53,0	38,9	5,2	2,9
Sud e Isole	11,2	40,5	24,0	32,6	2,8
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	14,1	63,0	18,1	16,4	2,5
Da 20 a 49 addetti	28,2	41,5	37,0	16,7	4,8
Da 50 a 199 addetti	21,4	39,8	52,0	6,1	2,1
Da 200 addetti	20,5	53,6	27,9	16,6	1,9
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	24,5	47,1	32,3	16,9	3,8
da 5 a 12,5 mln di euro	21,0	48,6	35,0	14,2	2,3
da 12,5 a 25 mln di euro	11,2	55,2	34,1	7,2	3,6
da 25 a 50 mln di euro	15,1	54,1	38,9	4,1	3,0
oltre 50 mln	16,7	60,0	28,1	10,6	1,3
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	16,8	56,5	17,0	25,2	1,2
Commercio al dettaglio	24,2	32,2	58,0	4,8	5,1
Trasporti e comunicazioni ..	17,3	56,9	30,4	10,1	2,6
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	24,3	76,5	14,4	8,3	0,8
Altri	31,2	54,8	29,9	10,5	4,8
Totale Italia	20,9	49,4	33,4	14,2	3,0

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete.

Pagamenti e incassi in rete per operazioni di commercio elettronico
(percentuali di imprese) (1)

	Pagamenti in rete sul totale acquisti in rete					Incassi in rete sul totale vendite in rete				
	0%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%	0%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%
Area geografica										
Nord Ovest	35,3	20,5	3,6	5,6	35,1	47,8	28,9	2,2	4,1	16,9
Nord Est	39,1	22,8	2,3	7,7	28,1	53,3	17,9	0,8	15,0	12,9
Centro	34,8	20,0	3,9	8,0	33,2	44,8	13,9	4,5	7,4	29,4
Sud e Isole	48,5	17,9	2,1	8,3	23,2	63,2	18,4	4,4	5,5	8,5
Classe di addetti										
Fino a 19 addetti	42,7	20,1	1,8	5,5	29,9	59,1	19,5	0,2	10,5	10,6
Da 20 a 49 addetti	34,7	20,2	3,8	7,4	33,8	42,4	25,3	0,0	7,1	25,1
Da 50 a 199 addetti	34,6	21,8	3,9	10,8	28,9	45,1	22,7	7,3	5,0	19,8
Da 200 addetti	30,2	26,3	6,5	5,1	31,9	60,6	14,8	12,7	5,6	6,3
Fatturato										
fino a 5 mln di euro	38,5	20,8	3,0	8,2	29,4	45,9	20,1	3,9	10,1	20,1
da 5 a 12,5 mln di euro	33,6	21,9	3,2	6,3	35,1	49,5	25,7	0,0	6,9	18,0
da 12,5 a 25 mln di euro	47,3	18,1	2,7	5,5	26,5	64,7	18,7	3,2	4,1	9,3
da 25 a 50 mln di euro	42,8	20,8	1,6	6,5	28,3	53,3	25,3	4,0	7,3	10,0
oltre 50 mln	40,1	17,7	5,5	4,4	32,3	60,4	15,8	5,4	5,9	12,4
Attività economica										
Commercio all'ingrosso	40,5	14,6	3,3	8,5	33,1	53,6	24,3	0,0	9,8	12,2
Commercio al dettaglio	49,1	26,2	2,6	4,0	18,1	45,8	23,1	4,2	5,7	21,2
Trasporti e comunicazioni ..	34,9	24,4	3,4	5,6	31,6	64,3	9,9	2,5	8,6	14,8
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	21,6	26,9	5,2	12,0	34,3	42,9	25,6	4,5	7,1	19,9
Altri	22,8	21,8	2,0	6,7	46,7	36,6	21,8	7,3	6,1	28,2
Totale Italia	38,1	20,7	3,1	7,0	31,1	50,5	21,9	2,5	7,9	17,2

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno acquistato/venduto in rete.

Servizi bancari in rete
(percentuali di imprese)

	Servizi informativi sul c/c	Servizi di incasso e pagamento	Corporate banking interbancario	Investimenti finanziari	Finanziamenti in rete
Area geografica					
Nord Ovest	75,1	64,5	40,9	2,2	2,4
Nord Est	76,9	68,5	43,5	1,3	2,8
Centro	74,9	62,7	34,2	1,2	2,4
Sud e Isole	71,3	57,8	32,2	1,2	1,9
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	71,8	61,0	34,3	1,5	2,7
Da 20 a 49 addetti	77,5	65,4	41,4	1,3	1,7
Da 50 a 199 addetti	80,5	70,5	46,0	2,0	3,0
Da 200 addetti	76,6	70,4	48,7	3,5	1,5
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	72,5	62,3	35,2	1,7	2,4
da 5 a 12,5 mln di euro	75,7	64,8	39,6	1,7	2,1
da 12,5 a 25 mln di euro	79,3	65,3	43,1	1,7	2,8
da 25 a 50 mln di euro	77,1	67,3	42,7	1,5	3,2
oltre 50 mln	81,7	72,4	56,4	2,4	2,4
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	77,1	65,7	42,1	2,0	2,3
Commercio al dettaglio	68,8	58,1	34,1	1,2	4,0
Trasporti e comunicazioni ..	79,6	70,8	38,7	1,2	0,7
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	81,4	75,0	48,8	1,2	1,6
Altri	74,8	62,8	35,5	1,5	1,5
Totale Italia	74,9	64,1	38,8	1,6	2,4

Ostacoli allo sviluppo dei servizi bancari in rete
(percentuali di imprese)

	Costo delle transazioni in rete		Scarsa assistenza da parte delle banche		Complessità utilizzo dei servizi		Necessità di documentazione cartacea/ di recarsi allo sportello		Scarsa sicurezza del trasferimento dei dati	
	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante	Rilevante	Non rilevante
Area geografica										
Nord Ovest	23,8	76,2	37,4	62,6	24,9	75,1	54,5	45,5	41,8	58,2
Nord Est	23,3	76,7	34,0	66,0	24,4	75,6	49,0	51,0	44,4	55,6
Centro	21,9	78,1	35,0	65,0	24,2	75,8	57,7	42,3	45,4	54,6
Sud e Isole	22,8	77,2	32,8	67,2	25,9	74,1	60,9	39,1	48,7	51,3
Classe di addetti										
Fino a 19 addetti	23,9	76,1	36,4	63,6	25,9	74,1	56,0	44,0	44,5	55,5
Da 20 a 49 addetti	23,3	76,7	34,2	65,8	22,7	77,3	55,2	44,8	44,9	55,1
Da 50 a 199 addetti	20,1	79,9	31,5	68,5	24,4	75,6	50,3	49,7	41,6	58,4
Da 200 addetti	23,1	76,9	40,5	59,5	24,9	75,1	51,5	48,5	46,9	53,1
Fatturato										
fino a 5 mln di euro	23,5	76,5	35,5	64,5	25,9	74,1	54,8	45,2	44,4	55,6
da 5 a 12,5 mln di euro ...	22,2	77,8	35,3	64,7	23,9	76,1	54,6	45,4	43,2	56,8
da 12,5 a 25 mln di euro	25,8	74,2	35,9	64,1	24,5	75,5	57,5	42,5	48,6	51,4
da 25 a 50 mln di euro .	19,1	80,9	31,1	68,9	20,6	79,4	50,6	49,4	42,4	57,6
oltre 50 mln	23,6	76,4	37,0	63,0	24,8	75,2	52,3	47,7	42,7	57,3
Attività economica										
Commercio all'ingrosso ..	22,8	77,2	34,3	65,7	24,8	75,2	53,6	46,4	43,8	56,2
Commercio al dettaglio ...	26,2	73,8	37,2	62,8	26,6	73,4	57,4	42,6	44,1	55,9
Trasporti e comunicazioni	24,9	75,1	37,5	62,5	26,6	73,4	52,7	47,3	49,0	51,0
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	20,6	79,4	33,9	66,1	21,2	78,8	54,7	45,3	38,7	61,3
Altri	18,0	82,0	33,6	66,4	21,0	79,0	54,5	45,5	44,1	55,9
Totale Italia	23,1	76,9	35,3	64,7	24,8	75,2	54,2	45,8	44,3	55,7

Fatture elettroniche in rete emesse e ricevute*(percentuali di imprese)*

	Solo fatture emesse	Solo fatture ricevute	Fatture emesse e ricevute	Nessuna fattura emessa/ ricevuta	Non indica
Area geografica					
Nord Ovest	2,6	22,0	4,4	70,8	0,2
Nord Est	1,0	24,5	3,7	70,7	0,1
Centro	1,6	15,5	3,7	79,1	0,1
Sud e Isole	0,9	20,2	2,6	76,3	0,0
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	1,3	19,9	3,3	75,5	0,0
Da 20 a 49 addetti	2,0	23,0	4,4	70,4	0,3
Da 50 a 199 addetti	1,7	22,9	4,3	70,7	0,4
Da 200 addetti	4,5	16,0	4,0	75,0	0,5
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	1,1	20,6	3,1	75,1	0,0
da 5 a 12,5 mln di euro	1,9	22,3	3,8	71,7	0,3
da 12,5 a 25 mln di euro	2,0	20,9	5,4	71,7	0,0
da 25 a 50 mln di euro	1,7	21,0	4,5	72,6	0,2
oltre 50 mln	6,5	15,1	6,2	71,9	0,4
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	2,2	21,7	5,0	70,9	0,1
Commercio al dettaglio	0,8	22,9	2,7	73,7	0,0
Trasporti e comunicazioni ..	1,6	18,3	2,4	77,6	0,0
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	4,1	21,1	5,3	67,9	1,6
Altri	1,4	17,5	2,9	77,9	0,2
Totale Italia	1,7	21,0	3,8	73,4	0,1

Fatture emesse: livelli di concentrazione
(percentuali di imprese) (1)

	Percentuale di fatture inviate via rete rispetto al fatturato				Percentuale di fatture inviate in rete ai primi 5 clienti rispetto alla percentuale totale delle fatture inviate ai primi 5 clienti				
	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%	0%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%
Area geografica									
Nord Ovest	54,4	7,1	20,6	18,0	24,1	26,8	10,0	11,6	27,5
Nord Est	56,7	7,4	16,4	19,5	22,7	38,3	4,4	5,5	29,2
Centro	55,5	4,8	14,1	25,6	16,3	29,4	12,0	17,2	24,8
Sud e Isole	73,5	14,3	5,1	7,1	22,8	45,6	0,0	11,7	19,9
Classe di addetti									
Fino a 19 addetti	59,3	8,1	15,4	17,3	14,1	37,3	5,6	11,3	31,7
Da 20 a 49 addetti	62,0	5,4	18,8	13,8	32,1	26,9	15,6	9,2	16,3
Da 50 a 199 addetti	45,1	11,4	16,4	27,2	24,5	26,2	5,4	8,2	35,7
Da 200 addetti	51,1	3,0	19,5	26,3	21,8	27,8	0,0	29,3	21,1
Fatturato									
fino a 5 mln di euro	56,5	8,1	14,4	20,9	11,9	31,4	14,5	11,9	30,2
da 5 a 12,5 mln di euro	62,9	7,0	19,6	10,5	33,3	26,9	7,5	7,7	24,7
da 12,5 a 25 mln di euro	48,4	8,4	22,0	21,3	25,2	40,4	3,3	10,0	21,1
da 25 a 50 mln di euro	63,2	6,1	19,3	11,4	16,8	44,2	0,0	23,2	15,8
oltre 50 mln	50,5	6,3	8,3	34,9	22,2	25,7	0,0	18,1	33,9
Attività economica									
Commercio all'ingrosso	51,3	5,4	19,4	23,9	15,0	33,7	8,4	10,4	32,5
Commercio al dettaglio	67,2	15,7	11,5	5,6	30,9	28,9	13,5	3,3	23,4
Trasporti e comunicazioni ..	62,3	0,0	13,6	24,1	24,8	23,5	2,6	29,4	19,6
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	60,7	6,6	24,6	8,2	31,1	20,5	6,6	27,9	13,9
Altri	66,5	12,3	9,9	11,3	37,7	36,2	6,5	5,5	14,1
Totale Italia	57,1	7,5	16,8	18,6	22,1	31,4	8,4	11,5	26,6

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno emesso fatture in rete.

Fatture ricevute: livelli di concentrazione
(percentuali di imprese) (1)

	Percentuale di fatture ricevute via rete rispetto al fatturato				Percentuale di fatture ricevute in rete dai primi 5 clienti rispetto alla percentuale totale delle fatture ricevute dai primi 5 clienti				
	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%	0%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%
Area geografica									
Nord Ovest	85,3	5,8	6,7	2,2	49,6	34,5	4,3	4,5	7,1
Nord Est	89,3	2,8	6,6	1,3	48,7	36,2	2,9	4,5	7,7
Centro	78,0	4,9	10,1	7,0	46,8	28,7	2,0	10,6	11,8
Sud e Isole	66,6	5,7	19,7	7,9	35,0	28,5	6,4	15,3	14,8
Classe di addetti									
Fino a 19 addetti	85,4	5,4	6,0	3,3	46,7	32,5	2,6	8,9	9,3
Da 20 a 49 addetti	79,4	3,3	13,8	3,5	45,9	27,9	8,3	8,3	9,6
Da 50 a 199 addetti	81,3	4,9	9,0	4,8	47,8	27,4	2,8	8,5	13,5
Da 200 addetti	74,8	7,8	14,9	2,5	47,1	35,9	3,0	5,4	8,6
Fatturato									
fino a 5 mln di euro	86,1	4,4	6,9	2,6	46,6	37,3	3,9	5,1	7,3
da 5 a 12,5 mln di euro	81,5	5,0	10,7	2,8	46,6	33,7	3,8	7,4	8,6
da 12,5 a 25 mln di euro	79,4	4,4	10,5	5,7	52,9	21,3	4,0	9,6	12,2
da 25 a 50 mln di euro	77,7	6,5	6,3	9,6	40,8	29,9	4,4	9,7	15,1
oltre 50 mln	65,5	6,3	21,6	6,6	41,3	22,1	1,3	16,8	18,5
Attività economica									
Commercio all'ingrosso	89,6	3,1	5,4	1,9	48,7	34,6	3,5	5,8	7,5
Commercio al dettaglio	63,4	7,0	20,9	8,7	37,5	26,2	5,2	13,8	17,3
Trasporti e comunicazioni ..	91,6	4,1	4,3	0,0	54,5	41,2	0,5	1,6	2,1
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	84,3	5,3	7,7	2,7	50,3	31,9	4,0	8,0	5,8
Altri	91,1	6,6	1,2	1,1	53,6	37,9	4,4	0,4	3,8
Totale Italia	82,6	4,8	9,1	3,5	46,8	33,2	3,8	7,1	9,1

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno ricevuto fatture in rete.

Fatture inviate/ricevute dai primi 5 fornitori*(percentuali di imprese) (1)*

	Percentuale di fatture inviate ai primi cinque clienti rispetto al totale delle fatture inviate				Percentuale di fatture ricevute dai primi cinque clienti rispetto al totale delle fatture ricevute			
	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%	Fino al 10%	11-20%	21-60%	>60%
Area geografica								
Nord Ovest	34,6	10,4	15,0	40,0	36,0	7,2	25,0	31,8
Nord Est	55,2	7,0	16,4	21,4	49,8	6,9	16,5	26,8
Centro	20,1	1,2	37,5	41,1	29,3	6,9	22,5	41,4
Sud e Isole	45,9	5,8	19,2	29,1	19,7	8,1	27,6	44,6
Classe di addetti								
Fino a 19 addetti	45,6	3,3	18,8	32,4	38,2	7,3	21,3	33,3
Da 20 a 49 addetti	29,5	7,2	17,9	45,3	37,0	4,9	20,8	37,2
Da 50 a 199 addetti	33,7	12,6	22,2	31,4	29,6	12,3	28,4	29,7
Da 200 addetti	24,8	26,4	31,4	17,4	40,5	4,5	28,5	26,5
Fatturato								
fino a 5 mln di euro	40,5	2,1	13,8	43,6	40,7	8,4	21,7	29,2
da 5 a 12,5 mln di euro	41,3	11,1	16,6	30,9	33,8	6,1	22,3	37,8
da 12,5 a 25 mln di euro	38,9	12,3	21,3	27,5	28,8	7,1	25,7	38,5
da 25 a 50 mln di euro	61,9	7,1	26,2	4,8	40,9	6,1	19,8	33,2
oltre 50 mln	34,0	15,1	22,0	28,9	31,6	4,1	27,1	37,1
Attività economica								
Commercio all'ingrosso	39,5	5,6	17,1	37,9	39,9	6,1	19,9	34,2
Commercio al dettaglio	45,8	10,5	11,2	32,5	26,6	6,3	28,0	39,2
Trasporti e comunicazioni ..	21,2	2,6	46,4	29,8	47,0	7,6	18,9	26,5
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	27,1	3,4	32,2	37,3	30,7	7,7	29,7	31,9
Altri	31,5	21,0	18,8	28,7	42,9	13,8	19,5	23,9
Totale Italia	37,2	7,5	20,0	35,3	36,6	7,2	22,5	33,7

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno emesso/ricevuto fatture in rete.

Stima della riduzione dei costi di gestione ottenuta con la fatturazione in rete
(percentuali di imprese) (1)

	Nessuna riduzione/ aumento dei costi	Meno del 10%	Tra il 10% e il 30%	Più del 30%	Non sa/non risponde
Area geografica					
Nord Ovest	71,2	17,9	5,3	1,3	4,2
Nord Est	70,0	20,8	4,1	0,5	4,5
Centro	68,0	17,6	8,9	1,8	3,7
Sud e Isole	74,8	18,9	4,5	0,6	1,3
Classe di addetti					
Fino a 19 addetti	71,8	18,4	5,2	1,2	3,4
Da 20 a 49 addetti	72,7	17,9	4,6	0,6	4,3
Da 50 a 199 addetti	69,2	19,8	7,0	1,0	3,0
Da 200 addetti	53,9	26,7	8,6	2,1	8,6
Fatturato					
fino a 5 mln di euro	73,2	18,5	5,0	0,8	2,5
da 5 a 12,5 mln di euro	71,6	18,2	5,0	0,6	4,6
da 12,5 a 25 mln di euro	70,8	18,7	4,8	1,6	4,2
da 25 a 50 mln di euro	65,8	17,3	9,3	1,8	5,8
oltre 50 mln	96,8	56,7	21,3	10,3	14,9
Attività economica					
Commercio all'ingrosso	69,2	19,6	6,8	1,2	3,1
Commercio al dettaglio	72,5	17,1	4,5	0,3	5,5
Trasporti e comunicazioni ..	74,2	15,8	4,8	1,8	3,3
Informatica e ricerca e sviluppo (R&S)	63,8	25,0	6,4	1,0	3,8
Altri	73,3	19,7	2,5	1,4	3,1
Totale Italia	70,9	18,8	5,4	1,1	3,8

(1) Percentuali calcolate sul totale delle imprese che hanno emesso e/o ricevuto fatture elettroniche.

L'INDAGINE SULLE FAMIGLIE

Uso del computer, di internet e del Remote Banking
(percentuali di famiglie)

Modalità (1)	Utilizzo del computer	Possesso del computer	Utilizzo di Internet	Acquisti tramite Internet	Utilizzo dei servizi di Remote Banking
Sesso					
maschi	46,6	42,3	35,9	8,3	6,5
femmine.....	30,4	26,3	23,9	4,0	3,1
Età					
fino a 30 anni	50,6	46,4	39,3	8,6	6,3
da 31 a 40 anni	55,2	47,0	42,0	11,4	9,2
da 41 a 50 anni	63,5	57,3	47,9	9,8	7,9
da 51 a 65 anni	49,2	46,0	40,0	8,4	5,4
oltre 65 anni	8,2	7,3	6,1	0,5	1,0
Titolo di studio					
senza titolo	1,3	1,2	0,6	0,1	0,3
licenza elementare	11,3	9,6	6,8	0,6	0,2
media inferiore	39,7	35,9	28,0	4,0	2,7
media superiore	69,9	61,8	56,0	12,8	10,6
laurea	81,7	77,4	74,8	26,0	20,8
Settore					
agricoltura	26,2	23,2	17,7	4,5	2,7
industria	52,9	48,7	39,0	8,8	5,3
P.A., servizi pubblici	69,2	62,8	56,1	11,9	9,4
altri settori	62,2	53,2	49,0	11,8	11,1
nessun settore	16,6	15,5	12,7	2,1	1,5
Condizione professionale					
Lavoratore dipendente					
operaio	35,2	31,6	22,6	2,5	2,0
impiegato	72,5	63,4	58,5	12,5	9,4
dirigente, direttivo	90,9	86,3	79,2	28,2	24,5
totale	56,8	50,6	43,6	9,3	7,3
Lavoratore Indipendente					
imprenditore, libero professionista	82,6	73,6	67,8	21,4	17,8
altro autonomo	52,2	47,1	40,1	8,9	5,9
totale	65,6	58,8	22,3	14,4	11,2
Condizione non professionale					
pensionato	16,3	15,1	12,5	2,1	1,6
altri non occupati	20,5	19,6	14,7	2,0	0,3
totale	16,6	15,5	12,7	2,1	1,5
Numero di componenti					
1 componente	23,2	19,4	19,6	6,1	4,8
2 componenti	28,9	24,9	22,7	5,1	4,1
3 componenti	57,4	52,8	45,7	9,4	8,7
4 componenti	63,2	58,7	45,9	8,1	5,8
5 e più componenti	50,7	46,1	36,3	7,9	2,5
Numero di percettori					
1 percettore	31,0	27,1	23,2	5,0	3,7
2 percettori	49,8	45,3	38,6	8,3	7,2
3 percettori	59,5	53,9	49,7	11,4	7,7
4 e più percettori	69,0	65,6	52,3	12,0	5,2
Ampiezza comunale					
fino a 20.000 abitanti	38,0	34,5	28,3	5,3	3,2
da 20.000 a 40.000 abitanti	43,1	38,5	31,5	6,1	4,2
da 40.000 a 500.000 abitanti	43,6	38,3	33,7	8,4	7,5
oltre 500.000 abitanti	49,4	45,5	43,9	11,2	10,5
Area geografica					
nord	48,2	43,1	37,8	9,0	7,8
centro	48,1	44,2	38,1	9,6	6,4
sue e isole	28,0	24,9	20,2	2,4	1,4
Totale	41,7	37,5	32,3	7,0	5,5

(1) Le caratteristiche individuali sono riferite al capofamiglia, inteso come il maggior percettore di reddito all'interno della famiglia.

L'INDAGINE SUGLI ENTI TERRITORIALI

Livello di informatizzazione dei settori di attività dell'ente
(dati in percentuale)

	Amm.ne pers.le	Anagr.	Attività certifica- zione	Bilancio	Contabi- lità eco- nomico- finanziaria	Contr. di gestione	Gestione Patrim. Immob.	Opere Pubbl.	Sistema inform.vo territoriale	Tributi
Regioni										
< 20 %	-	-	-	-	-	10	30	15	15	-
< 50 %	5	-	-	-	-	45	35	35	10	15
< 80 %	40	-	-	10	25	30	25	30	30	50
> 80 %	55	-	-	90	75	15	10	20	45	35
Province (1)										
< 20 %	4	-	-	-	-	23	33	24	13	21
< 50 %	16	-	-	6	7	20	23	31	19	23
< 80 %	39	-	-	24	26	22	25	28	32	22
> 80 %	40	-	-	70	67	34	19	18	36	31
Comuni (2)										
< 20 %	12	-	3	1	3	38	35	31	40	3
< 50 %	18	6	9	5	7	18	22	31	18	14
< 80 %	31	26	29	22	25	21	23	25	21	26
> 80 %	40	68	59	73	65	22	19	14	21	58
Asl										
< 20 %	-	6	22	-	-	13	28	30	22	17
< 50 %	6	7	19	6	-	13	28	15	26	9
< 80 %	37	19	33	22	17	24	20	28	30	39
> 80 %	57	69	26	72	83	50	24	28	22	35

(1) 1 Provincia non segnalante. – (2) 4 Comuni non segnalanti.

Articolazione della struttura della rete di telecomunicazione dell'ente
(per area geografica - dati in percentuale)

	Rete LAN	Internet	Rete mobile cellulare	RUPAR	Numeri verdi	Call center
Regioni	95	100	60	85	55	75
Nord	100	100	75	88	75	75
Nord-ovest	100	100	75	100	100	100
Nord-est	100	100	75	75	50	50
Centro	100	100	60	80	60	60
Sud	86	100	43	86	29	86
Province	98	95	62	42	49	21
Nord	98	93	60	63	47	26
Nord-ovest	100	91	59	55	41	18
Nord-est	95	95	62	71	52	33
Centro	96	96	71	29	63	29
Sud	100	97	58	23	42	10
Comuni (1)	85	87	38	22	24	7
Nord	83	87	36	23	23	6
Nord-ovest	78	91	43	28	21	4
Nord-est	92	81	25	15	25	10
Centro	84	88	45	22	29	12
Sud	88	85	36	20	24	4
Asl	100	81	54	46	44	43
Nord	100	92	75	50	67	54
Nord-ovest	100	100	93	64	57	50
Nord-est	100	80	50	30	80	60
Centro	100	86	36	36	29	57
Sud	100	63	38	50	25	13

(1) Due Comuni non segnalanti.

Incassi e pagamenti degli enti territoriali - rapporti con il tesoriere
(valori in percentuale)

	Collegamento telefonico		Supporti informatici	
	2002	2005	2002	2005
Regioni	36	47	57	26
Nord	75	75	13	13
<i>Nord-ovest</i>	75	75	-	-
<i>Nord-est</i>	75	75	25	25
Centro	-	25	100	50
Sud	20	29	80	29
Province	44	46	32	20
Nord	54	53	32	14
<i>Nord-ovest</i>	39	36	44	23
<i>Nord-est</i>	68	71	21	5
Centro	29	38	43	38
Sud	23	42	23	16
Comuni (1)	29	30	29	15
Nord	39	35	24	12
<i>Nord-ovest</i>	26	27	31	13
<i>Nord-est</i>	50	48	18	8
Centro	26	35	48	27
Sud	7	20	29	13
Asl	-	36	-	25
Nord	-	63	-	13
<i>Nord-ovest</i>	-	43	-	14
<i>Nord-est</i>	-	90	-	10
Centro	-	15	-	31
Sud	-	13	-	38

Mandato informatico e reversali di incasso elettroniche
(valori in percentuale)

	Collegamento telematico			
	Attivi al 30 giugno 2005	Previsioni per il 2005	Previsioni per il 2006	Previsioni per il 2007
Regioni	37	21	32	11
Nord	29	28	28	14
<i>Nord-ovest</i>	<i>25</i>	<i>19</i>	<i>38</i>	<i>-</i>
<i>Nord-est</i>	<i>33</i>	<i>17</i>	<i>-</i>	<i>17</i>
Centro	80	-	20	-
Sud	14	28	43	15
Province	32	13	15	15
Nord	33	15	17	9
<i>Nord-ovest</i>	<i>27</i>	<i>13</i>	<i>20</i>	<i>17</i>
<i>Nord-est</i>	<i>38</i>	<i>18</i>	<i>15</i>	<i>3</i>
Centro	25	10	10	32
Sud	35	12	17	12
Comuni	28	9	17	24
Nord	25	8	19	29
<i>Nord-ovest</i>	<i>29</i>	<i>5</i>	<i>16</i>	<i>31</i>
<i>Nord-est</i>	<i>17</i>	<i>16</i>	<i>24</i>	<i>27</i>
Centro	17	12	23	23
Sud	38	6	13	19
Asl	44	5	11	7
Nord	46	4	9	-
<i>Nord-ovest</i>	<i>36</i>	<i>-</i>	<i>13</i>	<i>-</i>
<i>Nord-est</i>	<i>60</i>	<i>8</i>	<i>4</i>	<i>-</i>
Centro	57	-	18	-
Sud	31	13	4	30

Rendicontazione del tesoriere
(valori in percentuale)

	Collegamento telematico		Supporti informatici	
	2002	2005	2002	2005
Regioni	35	44	53	22
Nord	50	63	38	13
<i>Nord-ovest</i>	50	75	25	-
<i>Nord-est</i>	50	50	50	25
Centro	33	25	33	25
Sud	17	33	83	33
Province	21	35	21	11
Nord	30	45	23	10
<i>Nord-ovest</i>	18	32	18	14
<i>Nord-est</i>	42	57	29	5
Centro	13	33	30	17
Sud	14	23	11	10
Comuni (1)	13	21	11	10
Nord	19	28	10	8
<i>Nord-ovest</i>	9	26	11	9
<i>Nord-est</i>	35	31	12	6
Centro	14	18	12	12
Sud	3	12	12	12
Asl	-	28	-	25
Nord	-	42	-	17
<i>Nord-ovest</i>	-	29	-	7
<i>Nord-est</i>	-	60	-	30
Centro	-	23	-	38
Sud	-	13	-	25