

Digital divide. Solo una Pmi su dieci raggiunge un elevato livello di digitalizzazione

# Un terzo delle famiglie non accede al Web

Internet veloce entra sempre di più nelle case degli italiani e nelle imprese: praticamente due famiglie su tre (il 64,4%) e più di nove aziende su dieci impiegano la banda larga che avanza grazie alla tecnologia mobile. Ma il digital divide dell'Italia si misura per due ritardi macroscopici: da una parte ancora oggi un terzo delle famiglie non ha un accesso al web, dall'altra scontiamo il fatto che le «competenze digitali» e l'uso efficiente del web sono ancora merce rara nel nostro Paese.

Appena un'azienda su dieci sotto i 50 dipendenti raggiunge un livello alto o molto alto (il

10,8%) di digitalizzazione dei propri servizi e una su quattro tra quelle con più di 250 dipendenti (il 41,3%). Eppure le e-skills oggi fanno la differenza perché come ha ricordato ieri il presidente dell'Istat Giorgio Alleva alla presentazione del report «cittadini, imprese e Ict» non avere competenze digitali è «ormai equiva-

## L'ANALISI DELL'ISTAT

Per molti internauti lo shopping online è ancora un tabù; progressi solo per la diffusione della fatturazione elettronica

lente a una sorta di esclusione sociale, e anche dal punto di vista della competitività del paese, è un tema straordinariamente rilevante per la sua capacità di incidere sulla propensione all'innovazione e la produttività». Insomma il nodo per l'Italia non sarebbe soltanto infrastrutturale - su questo fronte anzi si fanno passi avanti e con il piano banda larga del Governo se ne dovrebbero fare ulteriori - ma soprattutto di educazione all'Ict. «E questa non la si fa solo usando Internet - aggiunge Alleva -, ma imparando a fare un uso avanzato di Internet». E così se il 70,7% delle imprese ha un proprio sito

web, solo poco più di un terzo lo usa per offrire servizi più avanzati come quelli legati alla tracciabilità delle ordinazioni on line o alla personalizzazione di contenuti e prodotti. Inoltre solo il 12,8% delle imprese permette ai visitatori del sito di effettuare on line ordinazioni o prenotazioni dei propri prodotti (11,5 nel 2014). Decisi progressi emergono solo per la diffusione della fatturazione elettronica, diventata obbligatoria nei rapporti con le Pa. Rispetto al 2014, aumentano le imprese che dichiarano di inviare fatture elettroniche processabili automaticamente (da 5,4% a 15,5%) e si riducono quelle che ef-

91,8

**La percentuale di aziende che usa banda larga fissa o mobile**

In particolare oltre sei imprese su dieci (il 60,7%) ricorre sia a connessioni fisse che mobili. Cresce anche l'uso della banda larga tra le famiglie: oggi ne dispone il 64,4 per cento.

87,6

**La quota di imprese con livello basso di adozione dell'Ict**

Se la digitalizzazione dei servizi è ancora lenta il 70,7% delle imprese ha un sito web, una su quattro ha sul sito un link al proprio profilo sociale e il 37,3% utilizza un social media soprattutto per marketing

fettavano esclusivamente invii cartacei (da 8,2% a 5,7%). Cresce anche la quota di imprese che inviano fatture elettroniche anche se non in un formato processabile (da 56,7% a 63,8%).

Ma la digitalizzazione procede a rilento anche dentro le mura di casa. Basti pensare allo shopping on line che per molti internauti è ancora un tabù. L'Italia è infatti ancora lontana dagli obiettivi europei 2015 che fissano al 33% la quota di Pmi che hanno effettuato vendite online nell'anno precedente per almeno l'1% del fatturato totale e al 50% la quota di popolazione di 16-74 anni che ha fatto acquisti online negli ultimi 12 mesi. Questi due indicatori oggi sono molto al di sotto per l'Italia: rispettivamente a 6,5% e 26 per cento.

Mar.B.