

**La seguente presentazione offre una sintesi del rapporto
“La società dell'informazione e della conoscenza in Toscana – Rapporto 2014”
([http://www.regione.toscana.it/statistiche/pubblicazioni-statistiche/societa-dell-
informazione](http://www.regione.toscana.it/statistiche/pubblicazioni-statistiche/societa-dell-informazione)).**

Gli indicatori presentati sono elaborati su dati rilevati da Istat con le seguenti rilevazioni:

- **Rilevazione Multiscopo sulle famiglie, Uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - 2013**
- **Rilevazione annuale sull'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese con almeno 10 addetti – 2013**
- **9° Censimento generale dell'industria e dei servizi, 2011**

Indice:

- **Capitolo 1- ICT-Tecnology**
- **Capitolo 2- L'utilizzo di Internet tra i cittadini e le imprese**
- **Capitolo 3- L'e-commerce**
- **Capitolo 4- Digital divide**
- **Capitolo 5- Le ICT nelle microimprese al Censimento del 2011**
- **Capitolo 6- ICT e Pubblica Amministrazione al Censimento del 2011**
- **Capitolo 7- Note metodologiche**

Cap. 1 – ICT-Technology

1.1. I cittadini toscani e l'accesso agli strumenti tecnologici_

Aumenta il possesso del PC e l'accesso a Internet

- ✓ il 65% delle famiglie possiede un PC a casa e il 62% ha l'accesso ad Internet;
- ✓ rispetto al 2013 passa dal 31% al 45% la quota di famiglie che si collegano al web con banda larga non tradizionale, tra cui senza fili.

Diminuisce il divario fra la Toscana e le altre regioni del Nord

- ✓ il 57% dei toscani di tre anni e più ha utilizzato un PC e il 58% dei toscani di 6 anni e più si è connesso ad Internet almeno una volta negli ultimi 12 mesi;
- ✓ il divario della Toscana con alcune regioni del nord della penisola, quali il Trentino Alto Adige, la Valle d'Aosta e la Lombardia, tende ad assottigliarsi visto che questi continuano a mantenersi sui valori del 2012 pari al 60%.

Confronto Europeo: il livello di alfabetizzazione digitale dei toscani migliora ma è ancora lontano dagli standard elevati del Nord-Europa

- ✓ nel 2013 circa un toscano su tre tra i 16 ed i 74 anni non ha mai usato un computer e non si è mai connesso ad Internet;
- ✓ rispetto al 2012 in Toscana, tuttavia, si riduce di ben 5 e 6 punti la percentuale di chi non ha mai usato un PC ed Internet rispettivamente.

Cap. 1 – ICT-Technology

1.2. Le imprese toscane e la dotazione di ICT di base

Raggiunti livelli vicini alla saturazione per la connessione ad Internet

✓ nel 2013 quasi tutte le imprese con almeno 10 addetti (Toscana: 97,4%; Italia: 96,8%) dispongono della connessione.

Buona la diffusione della banda larga fissa e/o mobile

✓ la Toscana con il 96,0% delle imprese si colloca nelle prime posizioni della graduatoria delle regioni italiane, al di sopra della media nazionale (94,8%) e in buona posizione anche rispetto ai Paesi europei.

Prevalenza di velocità lenta di connessione ad Internet

✓ il 71% delle imprese italiane ha una connessione lenta (<10 Mbit/sec);
✓ le velocità superiori crescono leggermente nel biennio 2012-2013 (10<Mbit/sec<30: dal 16% al 17%; ≥30 Mbit/sec: dal 10 al 12%).

Dispositivi portatili con connessioni mobili in crescita

✓ aumentano le imprese che forniscono ai dipendenti **dispositivi portatili** per collegarsi alla rete ovunque e in qualsiasi momento mediante la telefonia mobile (Toscana: dal 42,0% del 2011 al 55,2% del 2013). Gli addetti dotati di tali dispositivi sono pari al 12%.

In crescita la dotazione di sito web aziendale

✓ le imprese toscane hanno in parte recuperato il ritardo che le caratterizzava nella dotazione di **sito web** arrivando a collocarsi in buona posizione nella graduatoria delle regioni italiane, al di sopra della media nazionale ma comunque ancora al sotto della media europea (Toscana: 70,1%; Italia: 67,3%; UE28:73%).

Cap. 2 – L'utilizzo di Internet tra i cittadini e le imprese

2.1. Le forme e le modalità di uso della rete dei cittadini toscani

Aumenta l'uso della rete per leggere giornali, per l'home banking e per vendere merci o servizi

✓ il 66% degli internauti si è rivolto al web per leggere giornali, il 36% per utilizzare servizi bancari e il 14% per vendere merci o servizi.

Si diffonde la connessione alla rete da luoghi diversi da casa o dal posto di lavoro

✓ sono circa 600.000 i toscani che hanno usato il web negli ultimi tre mesi per connettersi con device mobili in luoghi diversi da casa o dal posto di lavoro (il 32,5% perfettamente in linea con la media nazionale).

L'e-mail è sempre il canale di comunicazione più usato, ma aumenta la partecipazione ai social network e l'uso dei social media

✓ l'83,3% dei toscani spedisce o riceve e-mail; aumenta di 7 punti percentuali la quota di persone che partecipano a social network e di circa 5 punti la quota di chi consulta un wiki.
(segue →)

Cap. 2 – L'utilizzo di Internet tra i cittadini e le imprese

(segue ←)

In Toscana si registra un incremento più consistente rispetto alla media nazionale

✓ il 31% dei cittadini toscani cerca informazioni sui siti Internet della PA, il 3% in più rispetto al 2012. Aumentano di 7 e 5 punti percentuali, rispetto all'anno precedente, le quote di chi scarica dal web moduli amministrativi e di chi li invia direttamente attraverso la rete.

Burocrazia fiscale e scolastica le principali motivazioni del contatto online con la PA

✓ più di un terzo degli utenti toscani ha avuto motivo di relazionarsi online con la Pubblica Amministrazione o con i gestori dei servizi pubblici. Le motivazioni principali riguardano il pagamento delle tasse (22,8%), l'iscrizione alle scuole medie o all'università (20,2%) e l'accesso alle biblioteche pubbliche (18,8%).

Le informazioni poco chiare e aggiornate sono i principali problemi riscontrati

✓ le informazioni ottenute dai siti web della PA costituiscono un elemento di criticità per una quota non trascurabile di intervistati. Il 37% di internauti toscani ritengono tali informazioni poco chiare, insufficienti o non aggiornate. Il 24% invece denuncia i problemi tecnici dei siti e oltre un quinto l'indisponibilità di un servizio di assistenza (online o offline).

Cap. 2 – L'utilizzo di Internet tra i cittadini e le imprese

2.2. Le imprese, la rete, i nuovi strumenti ICT, i social media

Ancora basso il contenuto interattivo dei servizi offerti dai siti web aziendali

✓ i servizi maggiormente offerti dalle imprese nei **siti web** sono: **cataloghi o listini prezzi** (Toscana: 37,7%; Italia: 33,9%) e **avvertenze privacy** (Toscana: 34,9%; Italia: 33,1%). Il servizio interattivo più diffuso è **ordini o prenotazioni online** (Toscana: 12,8%; Italia: 11,7%).

In crescita le imprese che si relazionano con la PA in modalità online

✓ le imprese toscane che usano Internet per relazionarsi con la PA sono passate dal 71,1% del 2011 all'85,8% del 2013;

✓ i servizi più utilizzati sono: **ottenere informazioni** (79,2%), **scaricare moduli** (75,4%), **inviare moduli compilati** (54,7%);

✓ le imprese toscane che partecipano a **gare d'appalto online** della PA sono il 7,6%.

Un terzo delle imprese toscane usa la fatturazione elettronica

✓ nel triennio 2011-2013 le imprese che hanno inviato e/o ricevuto **fatture elettroniche** adatte all'elaborazione automatica dei dati sono passate dal 17,7% al 28,8% (Italia: dal 14,9% al 26,6%).

La condivisione automatica di informazioni all'interno dell'impresa

✓ in Toscana nel 2013 le imprese che hanno adottato **strumenti ERP, CRM operativo** e CRM analitico sono pari rispettivamente a 23,3%, 23,6% e 16,3%;

✓ nel biennio 2012-2013 l'ERP è cresciuto, il CRM è rimasto sostanzialmente stabile.

(segue →)

Cap. 2 – L'utilizzo di Internet tra i cittadini e le imprese

(segue ←)

L'e-mail è utilizzata da oltre l'80% delle imprese.

Escludendo l'e-mail, circa la metà delle imprese utilizza almeno uno dei principali strumenti di collaborazione lavorativa in ambiente virtuale:

- ✓ la **messaging istantanea** (70%) è lo strumento più diffuso, seguito dalla **gestione di documenti in gruppo** (55,3%);
- ✓ le **agende condivise online** e i sistemi di **videoconferenza e seminari online** sono utilizzati da circa un terzo delle imprese (32,3% e 27,2%);
- ✓ la principale ragione per la quale le imprese si avvalgono di questi strumenti riguarda la comunicazione con i clienti (77%).

Circa un quarto delle imprese utilizza un social media

- ✓ gli strumenti preferiti sono i **social network** e i **siti web di condivisione di contenuti multimediali**; i **blog** e gli **strumenti di tipo wiki** sono meno diffusi;
- ✓ le imprese usano i social media per sviluppare l'immagine aziendale (18,3%) e per raccogliere opinioni, rispondere alle domande dei clienti (14%).

Cap. 3 – L'e-commerce

3.1. L'e-commerce: cittadini e famiglie

Un fenomeno in espansione

✓ la percentuale degli internauti toscani ultraquattordicenni che negli ultimi 12 mesi hanno comprato merci e/o servizi su Internet è aumentata di 10 punti percentuali rispetto al 2012 (passando dal 37,5% al 47,2%).

Aumenta la propensione ad acquistare online i pernottamenti per le vacanze e gli acquisti di abiti e articoli sportivi

✓ nel 2013 il 39% degli internauti toscani ultra 14-enni ha acquistato online i pernottamenti per le vacanze (7% in più rispetto al 2012) e il 32% ha acquistato abiti e articoli sportivi (5% in più rispetto al 2012).

Poco diffusa la pratica di acquistare in rete i servizi per la telecomunicazione e servizi di tipo assicurativo-finanziario

✓ nel 2013 l'11% degli internauti toscani ultra 14-enni hanno usato Internet per acquistare ricariche telefoniche o piani tariffari e il 12% per servizi assicurativi e conto corrente online.

Cap. 3 – L'e-commerce

3.2. Imprese ed e-commerce

L'e-commerce comincia a diffondersi se si considerano gli acquisti online, mentre resta un fenomeno di nicchia se si considerano le vendite online

- ✓ le imprese che hanno effettuato **acquisti online** sono circa il 40%;
- ✓ le imprese che hanno effettuato **vendite online** restano al di sotto del 10%;
- ✓ al crescere della dimensione aziendale crescono sia gli acquisti che le vendite online;
- ✓ a livello nazionale l'e-commerce varia in funzione del settore di attività economica: la possibilità di vendere online è utilizzata soprattutto dalle imprese di alcuni settori specifici quali i servizi di alloggio o l'editoria.

Cap. 4 – Digital divide

4.1. Il Knowledge divide: e-skill di base ed e-skill avanzate

I toscani hanno sviluppato soprattutto e-skill di base sia nell'uso del PC che di Internet

▪ uso del PC

✓ l'82% degli internauti toscani sanno copiare o muovere un file o una cartella, e l'81% sa usare copia e incolla per muovere informazioni, il 61% sa connettere ad una periferica, il 50% sa zippare un file;

✓ meno sviluppate risultano invece le e-skill avanzate: il 37% sa creare presentazioni con software specifici, il 26% riesce ad installare un sistema operativo e l'11% sa scrivere dei programmi con il PC.

▪ uso di Internet

✓ il 96% sa usare un motore di ricerca, l'84% sa spedire e-mail con allegati, il 62% posta messaggi via Internet, il 51% telefona via Internet;

✓ meno sviluppate risultano invece le e-skill avanzate: il 25% usa il peer to peer per scambiare film o musica e solo il 16% sa creare una pagina web.

Cap. 4 – Digital divide

4.2. I divari digitali, tra fasce sociali e net generation_

Il profilo dell'internauta toscano

- ✓ uomo o donna indifferentemente di età inferiore ai 54 anni con punte di utilizzo di Internet superiori al 90% fra i 20 ed i 24 anni;
- ✓ con una qualifica di tipo dirigenziale o impiegatizia (quota di possesso di Internet superiore al 90%);
- ✓ in possesso di un titolo di studio medio-alto (quota di utilizzo di Internet pari all'80,9% e al 91,6% rispettivamente per gli ultraquindicenni che hanno un diploma di scuola superiore e una laurea);
- ✓ le competenze fra i sessi, nell'uso del PC, si equivalgono nell'e-skills di base (copiare o trasferire files fra dispositivi diversi) mentre gli uomini superano la controparte femminile nelle e-skill più avanzate (installare periferiche o sistemi operativi);
- ✓ il dislivello fra i sessi è minore se consideriamo il tipo di operazioni che questi sanno svolgere in Internet (postare messaggi, telefonare via Internet, caricare testi, usare il peer to peer per caricare musica o film).

Cap. 5 – Le ICT nelle microimprese al Censimento 2011

5.1. I principali risultati

L'80,7% delle microimprese è gestito da un imprenditore (persona fisica) e la diffusione delle ICT tra le microimprese è correlata al sesso, al titolo di studio e alla nazionalità, ma poco all'età del titolare.

Buono il livello di informatizzazione di base

- ✓ l'accesso ad Internet riguarda il 78% delle microimprese;
- ✓ la connessione con banda larga fissa coinvolge il 67,6% delle microimprese;
- ✓ la rete è usata soprattutto per accedere ai servizi bancari e finanziari (61,4%) o per ottenere informazioni (41,5%).

Molto diffusa la posta elettronica, poco il sito web e i social media

- ✓ la posta elettronica è usata dal 72,8% delle microimprese, mentre il sito web solo dal 33,5% delle microimprese;
- ✓ l'11,6% delle micro imprese usa almeno un social media tra quelli più diffusi (social network, blog, strumenti wiki, siti di condivisione).

L'impatto dell'e-commerce è modesto, specie nelle vendite

- ✓ il 24,7% delle microimprese effettua acquisti online;
- ✓ il 6,9% realizzare vendite online.

Capitolo 6 – ICT e PA al Censimento 2011

6.1. Le dotazioni tecnologiche della PA toscana

Buono il livello di informatizzazione delle istituzioni pubbliche toscane

- ✓ la Toscana è la regione italiana con la più alta percentuale di ***e-procurement*** (52%);
- ✓ il 58% (41% Italia) degli enti pubblici toscani (la totalità delle aziende/enti del SSN) adotta ***soluzioni open source***;
- ✓ la Toscana è la prima regione d'Italia nella graduatoria delle amministrazioni che possiedono ***strumenti di videoconferenza***.

Capitolo 6 – ICT e PA al Censimento 2011

6.2. Le ICT e la comunicazione

In media la presenza della rete Intranet, ma più esteso il bacino d'utenza; alta frequenza dei social network per la comunicazione extra istituzionale

▪comunicazione intra - istituzionale:

✓ nel 63,5% delle istituzioni pubbliche, oltre il 95% dei dipendenti accede alla rete intranet, superando di 7 punti percentuali la stessa quota osservata in ambito nazionale;

✓ le finalità della Intranet: comunicazioni organizzative e amministrative; formazione nel 90% delle aziende/enti del SSN

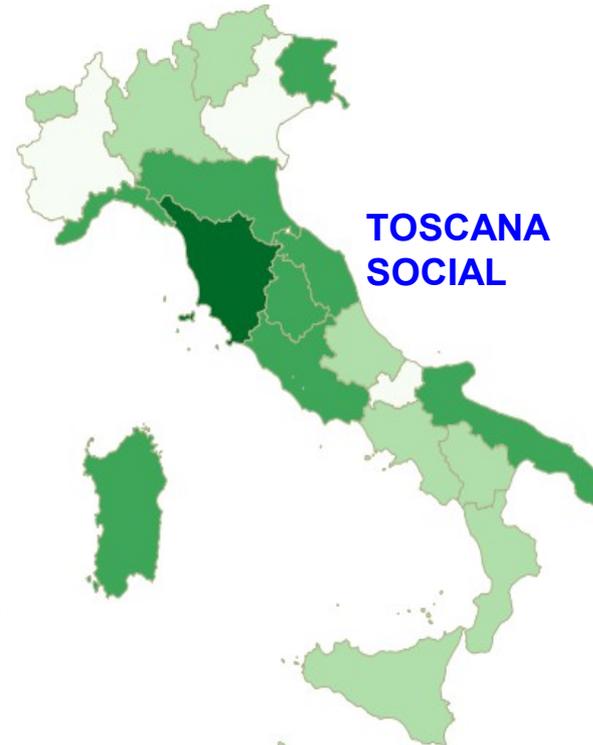
▪comunicazione inter - istituzionale:

✓ oltre la metà delle istituzioni toscane risulta ancora priva di un collegamento con altre istituzioni

▪comunicazione extra – istituzionale

✓ il sito web è il canale prevalente; l'uso degli sms riguarda il 70% delle aziende/enti del SSN (49% Italia);

✓ la Toscana è la regione italiana in cui si utilizzano più frequentemente i social media per raggiungere la propria utenza (51% comuni Toscana, 28% comuni Italia).



Capitolo 7 – Note metodologiche

7.1. L'uso delle ICT tra le famiglie e i cittadini

Fonte dei dati: *“Rilevazione Multiscopo sulle famiglie, Uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione-2013”*.

Campione di riferimento: Toscana: 1.014 famiglie e 2.362 individui; Italia: 19.151 famiglie e 46.315 individui.

7.2. L'uso delle ICT nelle imprese con almeno 10 addetti

Fonte dei dati: Istat, *“Rilevazione annuale sull'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese con almeno 10 addetti”*, Anno 2013

Campione: Toscana: 1.035 imprese rappresentative delle 14.273 imprese toscane con almeno 10 addetti; Italia: 19.114 imprese rappresentative delle 193.130 imprese italiane con almeno 10 addetti.

7.3. L'uso delle ICT nelle microimprese con 3-9 addetti

Fonte dei dati: Istat, *“9° Censimento generale dell'industria e dei servizi 2011”*

Campione: 7.773 imprese toscane con 3-9 addetti corrispondenti ad un universo di 67.733 imprese con 3-9 addetti.

7.4. L'uso delle ICT nella PA

Fonte dei dati: *“Censimento Industria e Servizi 2011”*- Istituzioni pubbliche (Organi costituzionali, amministrazioni dello Stato, Regioni e autonomie locali, aziende/enti del SSN, istituti, scuole ed università pubbliche, enti pubblici non economici)

Universo di riferimento: 587 istituzioni pubbliche Toscana, 12.183 Italia