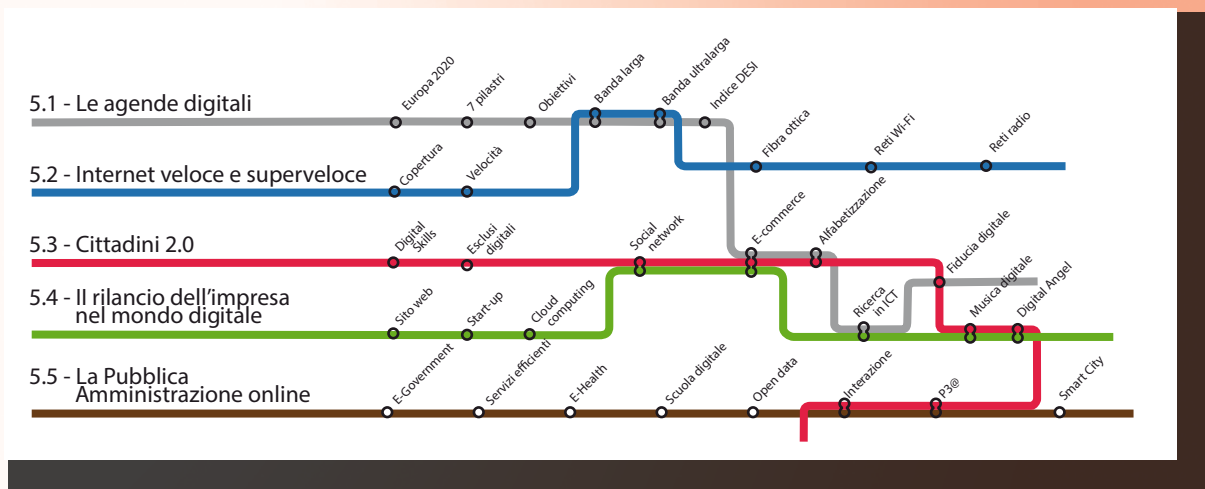


Il processo di digitalizzazione in atto e l'investimento sulle reti di telecomunicazione e sulle infrastrutture digitali mirano a obiettivi di crescita nello sviluppo economico, nella competitività e nel processo di inclusione sociale.

L'Agenda Digitale europea 2010-2020 rappresenta una grande opportunità di sviluppo e innovazione in tutte le sue varie declinazioni, economiche, strutturali e sociali, e prevede una serie di obiettivi specifici con relative scadenze, da monitorare nel corso di questi anni. Come gli altri Stati membri dell'Unione, l'Italia e, di conseguenza, la nostra regione si assumono l'impegno di promuovere l'innovazione digitale prevista dall'Agenda. Occorre però constatare che il nostro Paese sconta un certo ritardo strutturale in termini di sviluppo della rete, associato all'ancora scarsa alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle imprese.

L'Agenda Digitale del Veneto rappresenta non solo un importante documento di programmazione, ma anche una concreta occasione per incidere sull'economia e sulla società veneta. Con essa, la Regione intende perseguire una strategia di crescita intelligente, inclusiva e sostenibile. Gli obiettivi fondamentali riguardano tre ambiti: favorire un impatto dell'innovazione tecnologica in termini di miglioramento della qualità della vita delle persone, sostenere la competitività del tessuto economico e produttivo veneto e incentivare il cambiamento digitale in atto all'interno della Pubblica Amministrazione.

In Veneto circa 100 milioni sono già stati investiti per la realizzazione non solo di interventi strutturali, ma anche per la diffusione della cultura digitale tra i cittadini, le imprese e le amministrazioni pubbliche.



Aperti alla rivoluzione digitale





5. Aperti alla rivoluzione digitale

In un periodo economico orientato al rilancio e alla ricerca di nuove vie di sviluppo, le politiche per l'innovazione e la società dell'informazione, volte a modernizzare un territorio e a recuperare competitività sul mercato, sono tra i fattori determinanti per la crescita. La diffusione delle tecnologie digitali promuove un circolo virtuoso di sviluppo dell'economia, stimola l'occupazione, rinnova i sistemi di produzione e business delle imprese, offre ai cittadini una migliore qualità di vita nel settore dei trasporti, della sanità, della giustizia, garantisce nuove possibilità di comunicazione e un accesso più agevole ai servizi pubblici. Occorre però constatare che il nostro Paese sconta un certo ritardo strutturale in termini di sviluppo della rete che, associato all'ancora scarsa alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle imprese, rischia di frenare la ripresa economica e sociale. Uno studio della Banca Mondiale sostiene che un incremento del 10% degli accessi alla banda larga nei Paesi sviluppati determinerebbe un aumento del PIL dell'1,21%¹.

Il settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) non è strategico solo per l'economia del Paese: specie negli ultimi anni il digitale sta acquisendo un ruolo importante nella vita sociale dei cittadini, rivoluzionando abitudini e modi di relazionarsi. Internet è una finestra sul mondo, accessibile ovunque e in ogni momento. Con un semplice clic è possibile ottenere informazioni di qualunque tipo, comunicare e tenersi in contatto con amici e parenti anche lontani, condividere idee e opinioni, acquistare o vendere prodotti e servizi, lavorare da casa, pagare le tasse, acquisire documenti o certificazioni direttamente dalla propria abitazione, senza dover fare la coda presso l'ufficio pubblico preposto.

Sulla scia di alcuni Paesi europei che hanno già dichiarato internet un diritto costituzionale e di altri che si apprestano a farlo, anche l'Italia nel luglio scorso ha presentato la bozza della "Dichiarazione dei Diritti in Internet", una sorta di Magna Carta del web, realizzata da una Commissione di studio costituita presso la Camera dei Deputati. Il punto di partenza è il riconoscimento di internet come nuovo spazio pubblico, privato ed economico, dotato di caratteristiche proprie, che necessita di regole e tutele specifiche.

Nel preambolo si ricorda che "internet ha contribuito in maniera decisiva a strutturare i rapporti tra le persone e tra queste e le istituzioni. Ha cancellato confini e ha costruito modalità nuove di produzione e utilizzazione della conoscenza. Ha ampliato le possibilità di intervento diretto delle persone nella sfera pubblica. Ha modificato l'organizzazione del lavoro. Ha consentito lo sviluppo di una società più aperta e libera. Internet si configura come uno spazio sempre più importante per l'autorganizzazione delle persone e dei gruppi e come uno strumento essenziale per promuovere la partecipazione individuale e collettiva ai processi democratici e l'eguaglianza sostanziale. Internet deve essere considerata come una risorsa globale e che risponde al criterio della universalità". L'art. 2 della Dichiarazione introduce il diritto di accesso, ossia il "diritto, per tutti, di accedere a Internet in condizioni di parità, con modalità tecnologicamente adeguate e aggiornate, che rimuovano ogni ostacolo di ordine economico e sociale". Una chiara dichiarazione della volontà di superare tutti i divari digitali, infrastrutturali, economici e culturali, che esige anche adeguati interventi pubblici per l'effettiva tutela del diritto.

5.1 Le Agende Digitali

Europa, Italia e Veneto impegnati sul fronte digitale

In ambito europeo da qualche anno si pone grande attenzione ai temi dell'innovazione e della società della conoscenza. L'Agenda Digitale europea 2010-2020 rappresenta una delle sette iniziative faro individuate nella più ampia strategia Europa 2020, finalizzata a una crescita inclusiva, intelligente e sostenibile dell'Unione, e individua gli obiettivi strategici e le azioni concrete per lo sviluppo delle nuove tecnologie e dell'economia digitale. Per attuare tali obiettivi l'Agenda si concentra su sette pilastri.

I sette pilastri dell'Agenda Digitale europea

Il primo "Mercato digitale unico" mira a ridurre la frammentazione dei mercati digitali verso lo sviluppo del commercio elettronico; il secondo "Internet veloce e superveloce" punta a un consistente investimento in infrastrutture per velocizzare l'accesso a internet per cittadini e imprese; il terzo "Interoperabilità e standard" indirizza all'interoperabilità, cooperazione e

¹ Qiang, Rossotto (2009), *Economic Impacts of Broadband in information and communications for development 2009*. Washington DC, World Bank.



standardizzazione dei processi e delle applicazioni digitali pubbliche, compresi i servizi web per i cittadini; il quarto "Fiducia e sicurezza informatica" vuole essere una risposta al problema dei crimini informatici e alla scarsa propensione e fiducia dei cittadini verso i sistemi di acquisto e pagamento sul web; il quinto "Ricerca e innovazione" punta a maggiori investimenti in ricerca, innovazione e creatività digitale; il sesto "Alfabetizzazione informatica" mira a superare il digital divide e la carenza di competenze digitali per garantire opportunità della rete a tutti; infine l'ultimo "ICT per la società" intende sfruttare il potenziale delle tecnologie informatiche per sostenere le nuove sfide sociali e ambientali, come ad esempio l'invecchiamento demografico e il cambiamento climatico.

Il termine "agenda" viene solitamente associato a uno strumento di uso quotidiano come il calendario. Avere un'agenda significa fissare degli impegni e inserirli in un calendario di programmi per ricordarsi che, entro una certa scadenza, vanno soddisfatti. Nell'ambito di questi sette pilastri, l'Agenda Digitale europea individua quindi le azioni da attuare da parte degli Stati membri dell'Unione con alcuni target concreti e con scadenze specifiche, per poter raggiungere gli obiettivi più ampi della strategia europea. Di seguito si riporta lo schema degli indicatori-obiettivo previsti dall'Agenda per monitorare i progressi nella sfida del digitale, compilato con i dati per l'Europa, l'Italia e il Veneto ed evidenziati in colore verde gli obiettivi già raggiunti.

Tab. 5.1.1 - Obiettivi dell'Agenda Digitale europea 2010-2020: a che punto siamo? Veneto, Italia e UE28 - Anno 2014

Area di azione	Obiettivo	Entro il	Target	Veneto	Italia	UE28
1. Banda larga	Banda larga di base: copertura con banda larga di base per il 100% dei cittadini (e)	2013	100%	95,7	98,6 (a)	97,2 (b)
	Banda larga veloce: copertura con banda larga di almeno 30 Mbps per il 100% dei cittadini (e)	2020	100%	15,9	20,8 (a)	61,8 (a)
	Banda larga ultraveloce: almeno il 50% degli utenti domestici europei con abbonamenti per servizi con velocità superiore a 100 Mbps	2020	50%	n.d.	0 (a)	5,3 (b)
2. Mercato unico digitale	E-commerce per i cittadini: acquisti online per almeno il 50% della popolazione	2015	50%	26	22	50
	E-commerce transfrontaliero per i cittadini: vendite o acquisti online all'estero per almeno il 20% della popolazione	2015	20%	10 (a)	10	18
	E-commerce per le imprese: acquisti online per un importo superiore all'1% del totale degli acquisti per almeno il 33% delle PMI	2015	33%	n.d.	15 (a)	18 (a)
	E-commerce per le imprese: vendite online per un importo superiore all'1% del totale delle vendite per almeno il 33% delle PMI	2015	33%	n.d.	5	15
	Mercato unico per i servizi di telecomunicazione: nessuna differenza tra le tariffe in roaming e le tariffe nazionali	2015	0	n.d.	n.d.	0,13 (c)
3. Inclusione digitale	Uso regolare di Internet: per almeno il 75% della popolazione	2015	75%	61	59	75
	Uso internet per le categorie svantaggiate: portare al 60% l'uso regolare di internet per le categorie svantaggiate	2015	60%	45 (a)	47	60
	Uso di internet: ridurre al 15% il numero di persone che non hanno mai usato internet	2015	15%	30 (a)	32	18



4. Servizi pubblici	Utilizzo dell'e-Government: ricorso all'e-Government da parte almeno del 50% della popolazione	2015	50%	37	36	59
	Moduli compilati e-Government: almeno il 25% della popolazione deve restituire online i moduli della P.A. compilati	2015	25%	17	18	33
	Servizi pubblici transfrontalieri: mettere online tutti i servizi pubblici fondamentali transfrontalieri	2015	100%	n.d.	n.d.	n.d.
5. Ricerca e innovazione	Aumento delle spese di R&S per le ICT: raddoppio degli investimenti pubblici portandoli a 11 miliardi di euro	2020	11 mld €	n.d.	0,53 (c)	6 (c)
6. Economia a basse emissioni di carbonio	Promozione dell'illuminazione a basso consumo energetico: riduzione globale del 20% del consumo di energia per l'illuminazione	2020	-20%	-12 (d)	-6,1 (d)	n.d.
<p>(a) Anno 2013 (b) Dati UE27, anno 2013 (c) Stima (d) Var. % 2013/10 sul consumo di energia per l'illuminazione pubblica (e) Per Italia ed UE la copertura è calcolata sulle famiglie n.d. = non disponibile In verde gli obiettivi già raggiunti Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea, Eurostat, Infratel, Istat e Terna</p>						

Il "Decreto crescita 2.0" per l'Italia

L'Italia ha recepito le indicazioni europee e si impegna per la promozione delle tecnologie digitali: nel "Decreto crescita 2.0", recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese"², sono contenuti i provvedimenti dell'Agenda Digitale italiana, per la cui attuazione il Ministero dello Sviluppo Economico e il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca hanno predisposto una cabina di regia per coordinare i 6 gruppi di lavoro. Il primo "Infrastruttura e sicurezza" ha l'obiettivo di delineare da un lato un piano strategico per la banda ultralarga, in termini di aree prioritarie di intervento, di individuazione dei fondi necessari e di formulazione di un quadro normativo per agevolare lo sviluppo delle infrastrutture, e dall'altro la realizzazione di servizi in cloud computing. Il gruppo "e-commerce" intende promuovere il commercio elettronico nella popolazione e nelle imprese, mentre "E-Government" mira a migliorare il servizio ai cittadini e alle imprese, promuovendo un'amministrazione aperta e trasparente e predisponendo un piano di digitalizzazione dei servizi erogati dalla Pubblica Amministrazione, con un particolare focus sulla sanità e sui sistemi scolastico e giudiziario. Il gruppo "Alfabetizzazione informatica"

si impegna a favorire l'uso delle ICT nei vari settori professionali, a estendere il modello della scuola digitale, ad affrontare il problema dell'inclusione sociale anche delle categorie più svantaggiate e a educare alla sicurezza e all'uso critico e consapevole della rete, mentre il tavolo "Ricerca & Innovazione" punta a incrementare l'investimento privato in ricerca e innovazione nel settore ICT. Infine, il sesto gruppo "Smart Communities" mira a realizzare il "Piano nazionale smart communities", garantendo l'implementazione delle infrastrutture digitali necessarie allo sviluppo di progetti per il miglioramento della vita dei cittadini.

100 milioni di euro in Veneto per lo sviluppo digitale

Anche le singole regioni hanno recepito le indicazioni europee e nazionali in termini di diffusione delle tecnologie digitali. Il Veneto ha predisposto alcuni documenti di programmazione, il più importante dei quali è "Linee guida per l'Agenda Digitale del Veneto"³, in cui è presentato lo stato dell'arte in Veneto in tema di innovazione digitale, il monitoraggio degli obiettivi e le azioni previste. La realizzazione dell'Agenda vede già un investimento di 100 milioni di euro, per interventi strutturali ma anche per la diffusione della cultura digitale tra i cittadini, le imprese e le amministrazioni pubbliche.

² Decreto legge del 18 ottobre 2012, n. 179, convertito con Legge 221/2012.

³ Documento approvato con DGR n. 554 del 3 maggio 2013.



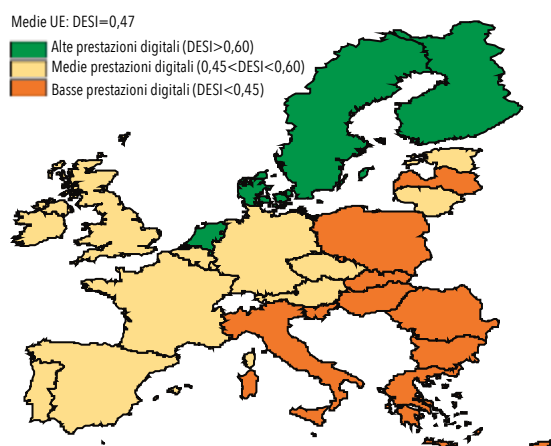
Il profilo digitale dell'Italia

Per valutare in modo completo lo stato di avanzamento degli Stati membri dell'Unione europea verso un'economia e una società digitale, la Commissione Europea si avvale del Digital Economy and Society Index (DESI), che considera una serie più ampia di indicatori rispetto ai target dell'Agenda Digitale europea, riferiti a cinque dimensioni principali: "la connettività", cioè la diffusione e la qualità delle infrastrutture a banda larga; "il capitale umano", che monitora se la popolazione possiede le competenze necessarie per sfruttare le possibilità offerte dalla società digitale; "l'uso di internet", ossia quali sono le attività svolte dai cittadini già in linea; "l'integrazione della tecnologia digitale", vale a dire la digitalizzazione delle imprese e lo sfruttamento di canali di vendita online; "i servizi pubblici digitali". Secondo il DESI, che assume valori tra 0 e 1, dove più alto è il punteggio migliori sono le prestazioni digitali del Paese, l'Unione europea sta progressivamente continuando il suo sviluppo digitale (nel 2015 il punteggio UE è di 0,47 punti quando era 0,44 l'anno precedente) ed è in linea con il raggiungimento degli obiettivi che si è fissata per il 2015.

Perfoma abbastanza bene per connettività, è migliorata per quanto riguarda le competenze digitali di base dei cittadini, visto che, ad esempio, la percentuale di chi usa regolarmente internet, il livello di inclusione digitale delle categorie svantaggiate, la capacità di fare acquisti online e di utilizzare i servizi

di e-Government hanno già raggiunto il target desiderato. Più deficitarie le prestazioni digitali delle imprese, soprattutto nell'uso dell'e-commerce; anche il ricorso al web per fare acquisti online transfrontalieri non risulta ancora al livello fissato come obiettivo.

Fig. 5.1.1 - Digital Economy and Society Index (DESI): indicatore sintetico di prestazione digitale dei Paesi UE - Anno 2015



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea

Dal confronto europeo, tuttavia, emerge una situazione di forte disparità tra Paesi virtuosi e ritardatari, che

Tab. 5.1.2 - Digital Economy and Society Index (DESI): valore dell'indicatore sintetico e delle dimensioni che lo compongono. Italia e UE28 - Anni 2014 e 2015 (*)

	Italia				UE28	
	2014		2015		2014	2015
	punteggio	posizione	punteggio	posizione	punteggio	
DESI	0,33	25°	0,36	25°	0,44	0,47
Connettività	0,35	27°	0,37	27°	0,51	0,55
Capitale umano	0,38	24°	0,41	24°	0,52	0,54
Uso di internet	0,28	27°	0,31	27°	0,39	0,41
Integrazione della tecnologia digitale	0,21	23°	0,29	22°	0,30	0,33
Servizi pubblici digitali	0,40	14°	0,42	15°	0,45	0,47

(*) L'indicatore sintetico DESI e le dimensioni che lo compongono possono assumere valori tra 0 e 1: più alto è il punteggio, migliori sono le prestazioni digitali del Paese.
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea



esprimono diversi livelli di sviluppo e che stanno procedendo a velocità differenti. Danimarca (DESI=0,68), Svezia, Paesi Bassi e Finlandia (DESI=0,62) sono i Paesi con le migliori performance digitali: leader incontrastati dell'UE, ma anche tra i migliori al mondo.

Tra i Paesi a basse prestazioni digitali anche l'Italia

Nonostante i timidi progressi osservati nell'ultimo anno, l'Italia rimane nelle retrovie nella competizione tecnologica (DESI=0,36), rientrando nel gruppo dei Paesi con "basse prestazioni digitali", in forte ritardo rispetto alla media europea. Si posiziona addirittura al 25° posto tra i 28 Paesi UE, davanti solo a Grecia, Bulgaria e Romania (0,32), e non raggiungerà alcuno degli obiettivi previsti per il 2015. Per connettività è in penultima posizione, dovendo colmare il forte divario per quanto riguarda le infrastrutture di banda larga veloce e ultraveloce. Circa un terzo della popolazione è fuori dalla rete e modesto è anche il livello di consapevolezza digitale della popolazione (dimensione "uso di internet"). Performa un po' meglio l'integrazione delle tecnologie digitali nelle imprese, anche se il ricorso all'e-commerce rimane molto limitato. È invece in prima linea nel campo dell'e-business, in particolare per l'adozione di soluzioni cloud. La digitalizzazione della P.A. è la dimensione in cui l'Italia segna le migliori prestazioni (15° posto), essendoci una certa disponibilità di servizi pubblici online, anche se non ancora pienamente sfruttati, a causa soprattutto delle scarse competenze digitali della popolazione.

5.2 Internet veloce e superveloce

L'estensione della rete

Il tema della connettività alla banda larga, per un accesso a internet sempre più veloce, è da considerarsi prioritario, perché essenziale per abilitare servizi digitali evoluti per i cittadini, le imprese e, in generale, il territorio. Il finanziamento di infrastrutture di banda larga costituisce una sfida fondamentale per l'Europa: l'impegno è quello di ridurre o azzerare il digital divide infrastrutturale, volendo garantire a tutta la popolazione la possibilità di accedere alla banda larga a velocità sempre maggiori.

Ormai raggiunto in quasi tutta Europa il primo e importante traguardo di fornire la copertura universale alla banda larga di base (collegamento a internet con

velocità non inferiore a 2 Megabit al secondo (Mbps)), l'attenzione è ora rivolta alla banda larga veloce e ultraveloce. L'Agenda Digitale europea fissa in merito due obiettivi piuttosto ambiziosi per il 2020 in termini di infrastrutture: far sì che tutti i cittadini europei abbiano accesso a connessioni molto più rapide, superiori a 30 Mbps (banda larga veloce o fast broadband), e che almeno il 50% delle famiglie europee si abboni a internet con velocità di connessione superiore a 100 Mbps (banda larga ultraveloce o ultrabroadband). Il primo è un obiettivo di copertura, ossia di messa a disposizione della connessione veloce, il secondo fa riferimento alla scelta delle famiglie di sottoscrivere o meno abbonamenti ultrabroadband per servizi agili ancora più veloci.

Il raggiungimento degli obiettivi richiede l'elaborazione di una politica globale che prenda in considerazione la combinazione di diverse tecnologie. La diffusione della connessione a internet veloce è possibile solo favorendo l'adozione di reti di nuova generazione in fibra ottica (NGA), molto più veloci e sicure; oltre alla rete fissa, anche la banda larga senza fili, terrestre o via satellite, può avere un ruolo cruciale per arrivare alla copertura di tutte le aree, comprese le regioni più remote e rurali. Per evitare, poi, che le reti a banda larga si concentrino in poche zone ad alta densità di popolazione e di business, diventa strategico l'intervento pubblico per incentivare gli investimenti nelle aree a fallimento di mercato, ossia in quelle aree che non sono di interesse per gli operatori privati, in quanto non garantiscono loro un adeguato ritorno economico.

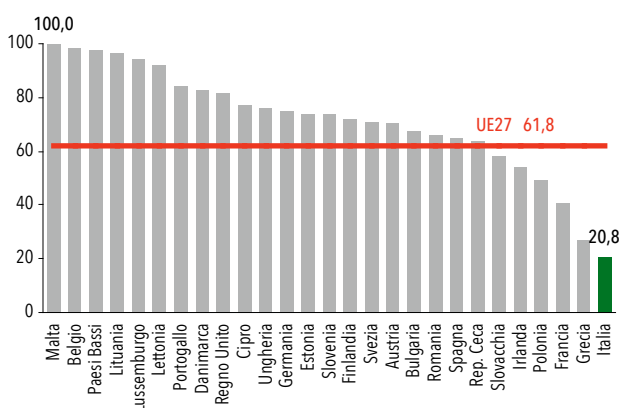
L'Italia è indietro in tutte le classifiche europee relative ai processi di digitalizzazione, ma particolarmente critica è la situazione delle infrastrutture di telecomunicazione. Il raggiungimento della copertura della banda larga di base ha richiesto un notevole sforzo in questi ultimi anni: comunque ad oggi solo il 2% circa della popolazione italiana ne è esclusa e non ha la possibilità di accedere alla banda larga.

Forte rimane, invece, il divario con il resto di Europa per quanto riguarda l'accesso alla connessione veloce. Nel 2013 la copertura della banda larga con più di 30 Mbps riguarda solo il 21% delle famiglie italiane, il livello più basso nel contesto europeo, circa 40 punti in meno rispetto alla media UE28 (62%). E secondo i piani industriali degli operatori privati, l'Italia raggiungerà solo nel 2016 l'attuale media europea, quando l'Europa avrà spostato ancora più in



là il suo livello di copertura⁴. Inoltre, nessuno degli operatori ha alcun piano ufficiale per avviare un'opera di copertura estensiva a 100 Mbps: il versante della domanda esprime un interesse ancora così ridotto, che non permette di giustificare investimenti in questo tipo di infrastrutture.

Fig. 5.2.1 - Percentuale di famiglie coperte dalla banda larga veloce (almeno 30 Mbps). UE27 - Anno 2013



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

Gli obiettivi italiani per la banda ultralarga

Con il Piano "Strategia italiana per la banda ultralarga"⁵, adottato nel marzo 2015, il governo vuole colmare il gap

infrastrutturale, concentrandosi in particolare sulla realizzazione delle reti a 100 Mbps, il risultato più difficile da raggiungere per gli operatori di mercato. Il piano prevede l'investimento pubblico di 6 miliardi di euro da qui al 2020, al fine di creare le condizioni più favorevoli alla realizzazione di reti veloci, tramite incentivi fiscali, misure di accesso al credito agevolato e di defiscalizzazione degli investimenti, o contributi a fondo perduto.

L'obiettivo è di raggiungere entro il 2020 la copertura fino all'85% della popolazione con una connettività ad almeno 100 Mbps; la percentuale raggiunta varierà a seconda della quota di investimenti privati che il piano riuscirà a mobilitare e attirare.

Per il restante 15% della popolazione, che rimane esclusa dalla banda ultralarga, l'obiettivo è di garantire, invece, l'accesso a servizi con velocità pari

ad almeno 30 Mbps. Si intende quindi arrivare alla copertura universale per la banda larga veloce, così come stabilito dall'Agenda Digitale europea.

Per la banda ultralarga il piano nazionale prevede un livello di copertura fino all'85%. Ma quanti italiani sottoscriveranno effettivamente abbonamenti a 100 Mbps?

Oltre all'offerta delle infrastrutture digitali, nello stesso tempo è necessario stimolare la domanda per incrementare le sottoscrizioni a internet ultraveloce, fino a raggiungere il 50% delle utenze domestiche, in linea con quanto previsto dall'Agenda Digitale europea per la banda ultralarga.

L'Italia deve recuperare un gap significativo nell'utilizzo di internet, prima ancora che di diffusione infrastrutturale: la domanda di servizi di connettività presenta tassi di penetrazione sensibilmente inferiori a quanto riscontrabile nei principali Paesi europei. Ad esempio, nonostante la copertura della banda larga di base sia praticamente completata nel territorio, solo il 51% delle famiglie italiane risulta abbonata alla banda larga, mentre in Europa è il 70%. Tra queste solo il 2% ha contratti per la banda larga veloce (22,5% in Europa).

Vi è una certa quota di utenti che si dichiara disposto a pagare un prezzo superiore per avere collegamenti ultraveloci e usufruire di servizi digitali più efficienti rispetto a quelli attuali della banda larga, ma è ancora molto limitata. La risposta degli utenti al prezzo dell'ultrabroadband dipenderà dall'effettivo incremento prestazionale e dai servizi differenziati che verranno concretamente abilitati.

In sinergia con il Piano Banda Ultralarga, il piano nazionale "Strategia per la crescita digitale 2014-2010"⁶ vuole stimolare la creazione e l'offerta di servizi che rendano appetibile la banda larga ultraveloce e la sottoscrizione di abbonamenti in ultrabroadband. La via è quella di creare un circolo virtuoso per lo sviluppo delle ICT: la realizzazione e l'adozione di reti più veloci aprono la strada a servizi innovativi che sfruttano velocità più elevate, a sua volta l'offerta di contenuti e servizi interessanti in internet incentiva la domanda di velocità a capacità maggiori, creando l'opportunità di investire in reti più veloci.

La strategia sulle infrastrutture definisce alcuni driver di sviluppo per cercare di aumentare il più possibile l'utilizzo di internet. È prioritario concentrare gli sforzi di infrastrutturazione nelle aree a maggiore concentrazione demografica e a più alto potenziale di

⁴ Secondo gli esiti della consultazione pubblica condotta da Infratel per conto del Ministero dello Sviluppo Economico e conclusasi nel luglio 2014.
⁵ Presidenza del Consiglio dei Ministri, *Strategia italiana per la banda ultralarga*, Roma, marzo 2015.
⁶ Presidenza del Consiglio dei Ministri, *Strategia per la crescita digitale 2014-2020*, Roma, 3 marzo 2015.



business, ma anche dove risiedono sedi importanti della P.A. Tutte le scuole dovranno essere connesse a 100 Mbps, come le strutture sanitarie e le sedi della giustizia. Ciò permetterà non solo l'avvio dei relativi piani di digitalizzazione della P.A., che hanno una fondamentale rilevanza sociale, ma anche di coinvolgere nel processo di digitalizzazione la quasi totalità della popolazione italiana.

Il Veneto in recupero

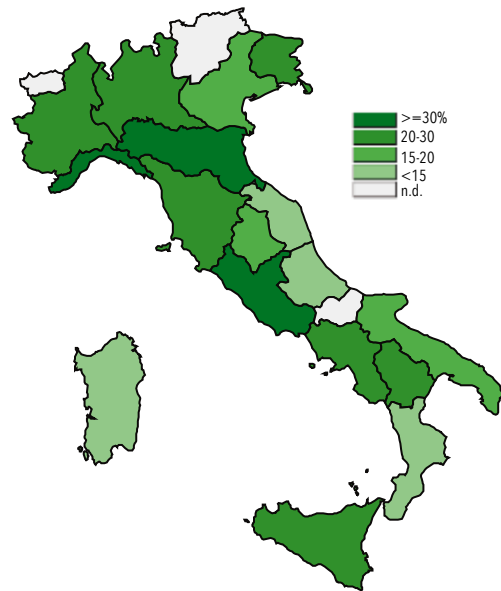
La Regione del Veneto negli ultimi anni ha fatto il possibile per recuperare un gap estremamente penalizzante per i cittadini e le imprese, visto che nel 2010 circa un quinto della territorio veneto risultava scoperto dalla banda larga. Come risposta la Regione ha investito quasi 85 milioni di euro in infrastrutture, per una serie di interventi a partire dalla posa di mille chilometri di fibra ottica.

Il piano di sviluppo della banda larga prevede due fasi. La prima consiste nella realizzazione delle infrastrutture di backhaul in fibra ottica nelle aree del Veneto prive di strutture di connettività. L'azione interessa 268 comuni, per un totale di 332 interventi programmati e un impegno complessivo di oltre 53,5 milioni di euro. A gennaio 2015 risultano terminati 240 cantieri, mentre 37 sono ancora aperti e 55 sono di prossima apertura.

La seconda fase, avviata a inizio 2015, vede l'attivazione del servizio a banda larga nei territori in digital divide e a fallimento di mercato mediante un sistema a incentivo verso gli operatori di telecomunicazione. Il finanziamento complessivo previsto è di 14 milioni di euro e i lavori riguardano 703 località del Veneto, distribuite nelle 7 province, con un coinvolgimento di 216 comuni. Entro la fine del 2015, così, tutto il territorio regionale risulterà avere una copertura a banda larga di base.

La copertura della banda larga veloce in Veneto, invece, si limita al 15,9% della popolazione, meno che a livello medio nazionale, come risulta dai dati Infratel. Tuttavia è in fase di definizione un'azione sperimentale per lo sviluppo della banda ultralarga. Si procederà con interventi pilota su specifici ambiti territoriali che presentano una forte domanda di connettività attuale potenziale. Nel primo trimestre del 2015 ha preso avvio tale azione sperimentale attraverso un avviso pubblico per la raccolta di manifestazione di interesse. Il finanziamento complessivo è di circa 6,1 milioni di euro.

Fig. 5.2.2 - Percentuale di popolazione raggiunta da banda larga veloce (almeno 30 Mbps) per regione - Anno 2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Infratel

La promozione della rete wi-fi

Nell'ambito degli interventi delle infrastrutture digitali, va menzionato il progetto "Veneto Free Wi-Fi" per favorire la diffusione di reti wi-fi aperte nei centri urbani, al fine di promuovere la connettività in mobilità a disposizione di tutti gli utenti di un territorio.

Le persone oggi si aspettano, sempre più spesso, di avere accesso alla rete "in ogni momento e in ogni luogo", perché online gestiscono sia gli aspetti legati al lavoro che quelli relativi alla vita personale. Il diffondersi della tecnologia e dell'economia "mobile" è evidentemente alla base di questa richiesta: rimane tuttavia spesso l'ostacolo non soltanto della possibilità pratica di accedere alla rete in mobilità (mancanza di copertura 3G/UMTS...), ma anche del costo connesso. Inoltre i tablet, dispositivi portatili sempre più diffusi, hanno spesso la possibilità di collegarsi alla rete solo in wi-fi e non direttamente tramite connessione telefonica.

La creazione di reti pubbliche wi-fi costituisce quindi un importante servizio alla collettività, di cui gli Enti locali possono farsi carico. Il vantaggio va ai cittadini



residenti, che per scelta o per impossibilità tecnica non dispongono di altro tipo di connessione, ma anche ai turisti e a chi lavora in città.

L'azione promossa dall'Amministrazione regionale è a sostegno di Comuni e loro aggregazioni, con un contributo variabile dai 15 mila ai 18 mila euro, per la realizzazione, l'estensione, il potenziamento e l'aggiornamento di reti wi-fi pubbliche, che devono garantire l'accesso gratuito a tutti, con hot spot localizzati in aree pubbliche e/o aperte al pubblico del territorio comunale.

In risposta al bando "a sportello" sono pervenute 307 domande, per un totale di 404 Comuni coinvolti (99 in forma associata in 11 associazioni) e per una richiesta di finanziamento di oltre 6 milioni di euro.

I Comuni beneficiari dell'intervento sono 232, distribuiti nelle varie province: 67 a Padova, 42 a Rovigo, 33 a Verona, 29 a Treviso, 26 a Vicenza, 20 a Belluno e 15 a Venezia. Da febbraio 2015 le prime reti wi-fi sono attive nei territori comunali selezionati per un totale di 594 Access Point (ulteriori AP saranno attivati nei prossimi mesi). Visto il grande numero di richieste pervenute, la disponibilità di risorse è stata innalzata dai 2 milioni iniziali fino a circa 3,75 milioni di euro.

L'impegno della Regione è anche nel potenziamento delle reti radio di pubblica utilità. Comunicare in ogni luogo e circostanza è cruciale in caso di emergenze e di tutela della sicurezza dei cittadini, per poter garantire interventi efficaci e coordinati tra gli operatori dei servizi di pubblica utilità. Consapevole di questa esigenza, la Regione del Veneto è tra le prime a organizzare e realizzare un complesso sistema di comunicazione radio a supporto dei servizi che si occupano di emergenze e sicurezza. La Regione dispone e gestisce una propria infrastruttura di telecomunicazione radio utilizzata per supportare i servizi di pubblica utilità regionale, come il servizio di urgenza ed emergenza medica, il servizio di protezione civile, il servizio antincendi boschivi, i servizi delle polizie locali e provinciali per le comunicazioni con le relative centrali operative. Ad oggi sono più di 3.000 i terminali radio supportati da questa infrastruttura: 1.073 usati nell'ambito dell'emergenza sanitaria, 633 nel servizio anti incendi boschivi e 1.491 a servizio delle polizie locali e provinciali.

Il progetto, a regia regionale, prevede l'aggiornamento tecnologico del sistema radiocollegamenti

regionali e la manutenzione evolutiva della rete, per garantire gli altissimi livelli di servizio e di affidabilità supportati. Il progetto prevede un investimento complessivo di circa 7 milioni di euro.

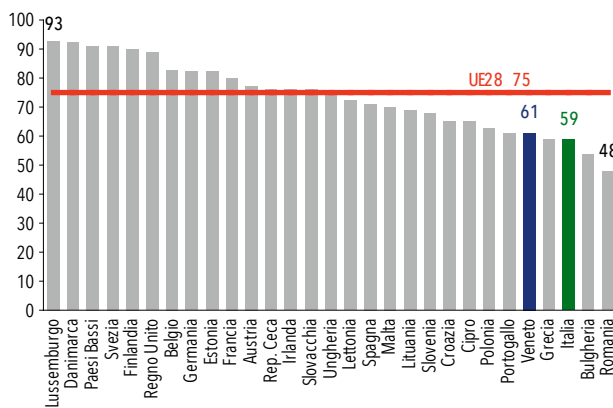
5.3 Cittadini 2.0

Internet davvero per tutti?

La familiarità con internet e le opportunità offerte dalla rete possono dare risposte veloci, efficaci e meno costose ai diversi bisogni dei cittadini, con un reale miglioramento della qualità di vita.

Il processo di alfabetizzazione e di miglioramento delle competenze digitali è un processo di inclusione sociale e l'Agenda Digitale europea stabilisce, a tal fine, due obiettivi strategici da raggiungere entro il 2015: da un lato ridurre al 15% il numero di persone che non hanno mai utilizzato internet, dall'altro portare al 75% gli utenti regolari, ossia coloro che lo usano almeno una volta alla settimana, con particolare riguardo per le categorie più svantaggiate, come i disoccupati, gli anziani, chi ha un basso livello di istruzione o le persone disabili (target 60% entro il 2015).

Fig. 5.3.1 - Percentuale di persone che usano abitualmente internet (almeno una volta a settimana nel corso degli ultimi 3 mesi). Veneto e Paesi UE28 - Anno 2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

In Italia gli utenti regolari di internet nel 2014 sono il 59% della popolazione tra i 16 e i 74 anni (56% nel 2013), il terzo valore più basso in Europa dopo



Romania e Bulgaria, a fronte di una media comunitaria del 75% e di valori superiori al 90% in alcuni Paesi del Nord Europa.

Circa la metà dei 28 Paesi comunitari ha già raggiunto l'obiettivo europeo, mentre l'Italia non riuscirà a toccare il traguardo, nonostante dimostri un incoraggiante trend crescente nella percentuale di internauti abituali, che nel giro di 8 anni è quasi raddoppiata.

Il minor utilizzo dei servizi in rete è dovuto a un ritardo nell'adeguamento delle infrastrutture, ma anche a un problema culturale a carattere fortemente generazionale, oltre che geografico: la popolazione italiana, di cui una gran parte è anziana, non utilizza internet per mancanza di competenze o di interesse e, rispetto al resto del Paese, nel Mezzogiorno sia imprese che cittadini hanno minori conoscenze digitali.

In Veneto il 61% dei cittadini (circa 2,24 milioni di persone) usa internet abitualmente, in costante crescita negli ultimi anni (era 34% nel 2006), ma per raggiungere l'obiettivo del 75% occorre portare sul web almeno altre 500mila persone finora escluse. Se tra i giovanissimi quasi tutti usano internet con regolarità, come i coetanei europei, al crescere dell'età la frequentazione del web si fa via via meno assidua: tra i 45-54enni la percentuale non va oltre il 60% e scende al 38% tra chi ha 10 anni in più, con un differenziale di 16 punti rispetto alla media europea. Tra i più anziani solo il 15% ha familiarizzato con internet (34% nell'UE28).

Navigano in rete più gli uomini delle donne, così come si osservano differenze se si considera la condizione professionale: l'uso regolare di internet è quasi totale per gli studenti, sufficientemente elevato per gli occupati, mentre è molto basso per casalinghe e pensionati. Evidente il deficit per le categorie svantaggiate⁷, per le quali la percentuale di utenti regolari scende al 45%, rispetto al 61% della popolazione complessiva.

In Veneto il 15% della popolazione è un utilizzatore esperto

Oltre al ritardo nell'utilizzo di internet, il nostro Paese mostra carenze nelle competenze informatiche

e digitali della popolazione. Il "Digital skills indicator"⁸, proposto dalla Commissione Europea nella Digital Agenda Scoreboard 2014, fa riferimento a una serie di capacità e conoscenze dell'uso del pc e di internet, da quelle di base a quelle più evolute,

per definire il profilo digitale dei cittadini secondo quattro livelli: nessuna competenza, competenze minime, sufficienti e avanzate. Considerando che per riuscire a godere appieno dei benefici della società digitale è necessario avere delle competenze di un certo livello e non solo minime, risulta che il 41% degli italiani dimostra di avere la sufficiente dimestichezza e la giusta abilità con la tecnologia, a fronte del 53% della media europea. Tra le regioni italiane, il Veneto presenta una situazione relativamente più favorevole: anche se la maggioranza dei cittadini esibisce un livello di competenze basso o nullo, la percentuale di chi se la cava abbastanza bene con il pc e con internet è del 46% e un terzo di questi è un utilizzatore esperto.

Tab. 5.3.1 - Percentuale di persone di 16-74 anni che usano internet regolarmente (almeno una volta alla settimana nel corso degli ultimi 3 mesi) per alcune caratteristiche socio-demografiche. Veneto, Italia e UE28 - Anno 2013

	Veneto	Italia	UE28
Totale	61	56	72
Genere			
Maschi	67	61	74
Femmine	55	52	69
Età			
16-19 anni	95	87	95
20-24 anni	88	82	92
25-29 anni	89	78	91
30-34 anni	79	75	89
35-44 anni	76	68	82
45-54 anni	60	55	71
55-64 anni	38	39	54
65-74 anni	15	16	34
Condizione occupazionale			
Occupato	75	70	83
In cerca di occupazione	64	56	66
Studente	94	90	97
Casalinga, ritirato dal lavoro e altro	26	24	42

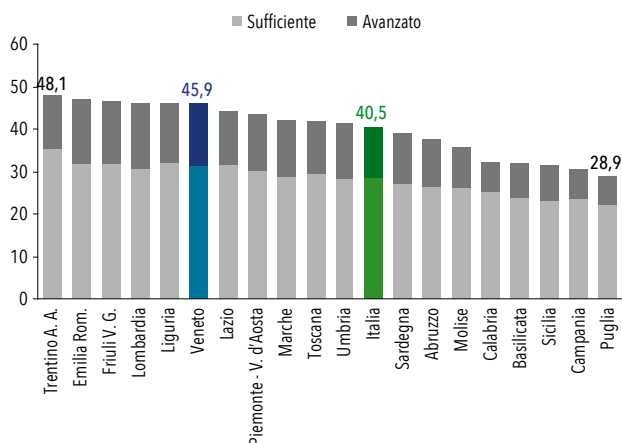
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat ed Eurostat

⁷ Per categorie svantaggiate si considerano le persone che appartengono ad almeno una delle seguenti categorie: persone in età 55-74 anni, con un basso titolo di studio (al più la licenza di scuola media), disoccupati, ritirati dal lavoro o inattivi (casalinghe e inabili al lavoro).

⁸ Il "Digital skills indicator" è un indicatore sintetico che delinea il profilo digitale dei cittadini secondo quattro livelli di skill (nessuna competenza, competenze minime, sufficienti e avanzate). È definito a partire dall'abilità dichiarata in una serie di 20 attività che riguardano l'uso del pc e di internet; le 20 attività sono raggruppate in 4 domini: informazione (saper trovare informazioni online, leggere giornali, riviste, ...); comunicazione (inviare/ricevere e-mail, postare messaggi in chat, ...); creazione di contenuti (presentazioni elettroniche, creare



Fig. 5.3.2 - Percentuale di persone di 16-74 anni che hanno un livello di competenze digitali avanzato o sufficiente per regione - Anno 2012 (*)



(*) Il "Digital skills indicator" è un indicatore sintetico che delinea il profilo digitale dei cittadini secondo quattro livelli di skill (nessuna competenza, competenze minime, sufficienti e avanzate).
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Ulteriori differenze rispetto agli altri Paesi europei si osservano nella tipologia dei servizi internet utilizzati. L'indice di diversificazione delle attività svolte in rete, calcolato su 12 possibili attività, è inferiore a 5 per il nostro Paese, contro 6,2 della media europea. Le attività legate alla comunicazione e all'informazione presentano ampi livelli di diffusione, in linea con la media europea: l'85% degli italiani manda o riceve e-mail (87% per l'UE28), il 60% legge giornali o riviste online (67% per UE28) e il 58% utilizza i social network (UE28 58%). Meno diffuse invece le attività transattive, come l'home-banking (il 42% contro il 57% dei cittadini europei) o gli acquisti online (il 35% vs il 63% dell'UE28)⁹.

Le attività svolte in rete, così come le competenze digitali, dipendono ovviamente dall'età. La rete si rivela un'importante fonte di informazioni e un potente mezzo di comunicazione per circa il 90% dei cittadini veneti di tutte le età, mentre per altre attività la frequenza di utilizzo diminuisce sensibilmente con l'avanzare dell'età. I social network, ovvero le piazze virtuali dove si scambiano opinioni, si condividono idee, si possono rintracciare amici lontani, sono frequentate da nove ragazzi su dieci sotto i 30 anni, mentre tra i 55-74enni vi partecipa il 47%. Seppur con percentuali inferiori, i giovani utilizzano di più

anche le altre funzioni di tipo ricreativo della rete, come leggere o scaricare libri online o e-book e usare servizi relativi a viaggi, come anche le attività di acquisto o vendita online. Al contrario, dai 30 anni in su, quando cioè più probabilmente si è impegnati tra il lavoro e la famiglia, è maggiore l'utilizzo della rete per gestire da casa le proprie attività bancarie o per contattare la P.A.

Tab. 5.3.2 - Percentuale di persone 16-74 anni che hanno usato internet negli ultimi 3 mesi per tipo di attività eseguite online e classe di età. Veneto - Anno 2013

	16-29 anni	30-54 anni	55-74 anni	Totale
Ricerca di informazioni, lettura di quotidiani, riviste, ecc...	92,7	91,6	89,9	91,6
Inviare/ricevere e-mail	91,9	86,9	83,8	87,8
Attività social (partecipazione a social network, blog, ecc...)	91,3	66,0	47,1	69,9
Attività ricreative (scaricare e-book, viaggi)	59,3	53,5	51,5	54,7
Servizi bancari online	36,4	48,5	46,0	45,0
Acquisti e vendite online	40,9	36,3	26,0	36,0
Relazionarsi con la P.A.	25,1	33,0	36,8	31,5
Ricerca di lavoro	35,5	23,6	n.s.	24,2

n.s. = Stima non significativa
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Il web si sta affermando come strumento alternativo per la diffusione e la fruizione di contenuti culturali; le nuove piattaforme multimediali rendono, infatti, più immediato e diffuso l'accesso a giornali, riviste e libri, che fino a pochi anni fa erano esclusivamente di tipo cartaceo. A fronte di un costante calo nelle vendite di quotidiani cartacei, cresce la propensione degli italiani a informarsi utilizzando altri canali. Nel 2014 il 31% della

siti web, usare un linguaggio di programmazione, ...); soluzione di problemi (connettere o installare dispositivi o un sistema operativo, usare l'internet banking, acquistare o vendere online, ...). Per un approfondimento sulla metodologia di calcolo si veda il documento "Measuring Digital skills across the EU: EU wide indicators of Digital Competence" - Maggio 2014, recuperabile sul sito dell'Agenda Digitale europea: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/>
⁹ Eurostat pubblica tutte le percentuali considerando le persone di 16-74 anni che hanno usato internet negli ultimi 3 mesi, ad eccezione del dato sugli acquisti online, che fa riferimento agli ultimi 12 mesi.



popolazione di almeno 6 anni in Veneto dichiara di leggere giornali, news o riviste dal web, un valore in linea con il dato medio nazionale e in crescita nel tempo (13% nel 2005).

Anche i libri stanno gradualmente passando al digitale: nel 2013 in Italia oltre il 24% delle opere pubblicate a stampa, pari a quasi 15.000 titoli, sono accessibili al pubblico anche sotto forma di e-book. In un contesto di generale crisi della lettura, dove solo un italiano su due legge almeno un libro all'anno, e di scarsa familiarità dei cittadini con le tecnologie, si inserisce il modesto dato dei lettori digitali: solo l'8,1% dei veneti usa internet per leggere libri online o scaricare e-book (Italia 8,7%).

La disponibilità di tecnologie telematiche e la facilità di reperire informazioni online inducono sempre più italiani ad affidarsi a internet anche per curarsi: in Veneto quasi un cittadino su tre cerca in rete informazioni sanitarie. Quest'abitudine contribuisce senz'altro a ridisegnare il rapporto tra paziente e medico. Non di rado, infatti, le notizie reperite online vengono discusse con il proprio medico, a volte persino usate per mettere in dubbio l'esattezza della sua diagnosi. Tuttavia, se da un lato internet ci consente di ottenere molte informazioni sui disturbi che ci affliggono, di trovare buoni medici o le migliori strutture in cui curarci, dall'altro si rischia di rimanere sommersi da una pioggia di notizie, tra cui non è sempre facile selezionare quelle corrette e affidabili.

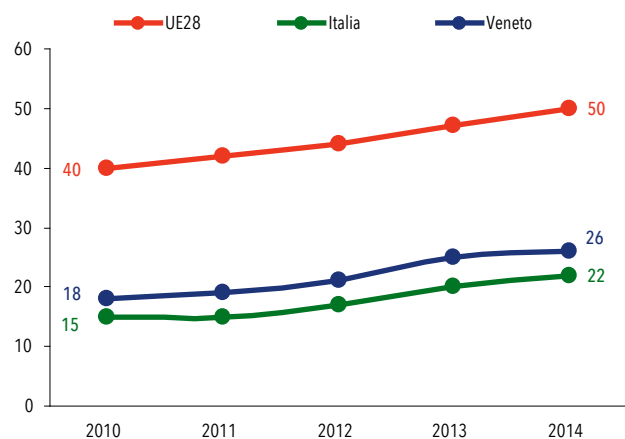
Nei mercati e nei bazar virtuali è ormai possibile reperire qualsiasi tipo di prodotto, rimanendo comodamente a casa e spesso beneficiando anche di vantaggiosi risparmi rispetto all'acquisto tradizionale. Nonostante questo, gli italiani si dimostrano ancora restii e piuttosto diffidenti verso la pratica dell'e-commerce.

In Veneto solo il 26% delle persone tra i 16 e i 74 anni è abituata a ordinare o acquistare merci online (22% in Italia), un valore ancora lontano dall'obiettivo dell'Agenda Digitale europea di indurre almeno il 50% della popolazione a fare acquisti online entro il 2015. Tuttavia l'e-commerce sta prendendo piede anche nel nostro Paese e in soli 5 anni la percentuale di web-acquirenti è aumentata di 7 punti (8 in Veneto).

Gli acquisti online sono praticati soprattutto da uomini (30% contro il 20% delle donne), giovani (40% tra

gli under30), studenti (40%) e persone con un titolo di studio mediamente alto (il 46% di chi possiede un titolo universitario contro il 9,5% di chi ha al più la licenza media). Generalmente su internet si prenotano viaggi, vacanze o pacchetti benessere (48,9%), si comprano abiti e articoli sportivi (28,2%), libri (25,1%), articoli per la casa (20,5%).

Fig. 5.3.3 - Percentuale di persone di 16-74 anni che hanno ordinato beni o servizi online per uso privato negli ultimi 12 mesi. Veneto, Italia e UE28 - Anni 2010:2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

La maggior parte di chi acquista beni o servizi su internet si rivolge a venditori nazionali (77%) anziché esteri, anche per motivi di natura tecnica, visto che ancora molti degli ordini transfrontalieri non vanno a buon fine per la mancata accettazione di carte di credito non nazionali.

La realizzazione di un mercato unico digitale, cui aspira l'Europa, dimostra ancora tutti i suoi limiti, richiedendo interventi precisi per eliminare le barriere normative, che impediscono alle imprese europee di effettuare scambi transfrontalieri, e per agevolare i pagamenti elettronici oltre i confini nazionali. Internet è senza confine, ma non lo sono ancora concretamente i mercati online: la frammentazione soffoca la competitività nell'economia digitale europea, oltre a impedire ai consumatori di beneficiare dei vantaggi che il mercato unico digitale può offrire, in termini di prezzi e di scelta.



Nell'ottica di realizzare un mercato unico digitale, il commercio elettronico transfrontaliero occupa nell'Agenda Digitale europea un posto di rilievo e l'Europa intende incrementarlo, portando al 20% la quota di popolazione che fa acquisti online all'estero. È una pratica sempre più diffusa tra i cittadini europei, visto che il 18% nel 2014 si rivolge a mercati online oltre i confini nazionali (nel 2011 era il 12%), mentre in Italia fatica ad affermarsi: ricorre all'e-commerce transfrontaliero solo il 10% della popolazione, una delle percentuali più basse in Europa. Per il Veneto l'ultimo dato disponibile risale al 2013 e si attesta al 10% della popolazione, quando in Italia era del 7%.

La musica dai cd allo streaming

Uno dei settori che maggiormente ha dovuto adeguarsi alle nuove tecnologie è stato quello della musica. Il mondo della musica è transgenerazionale, unisce giovanissimi, giovani, adulti e più anziani, anche se sono soprattutto le fasce più giovani della popolazione quelle maggiormente interessate alla fruizione digitale della musica.

Secondo una recente ricerca¹⁰, in Italia appena la metà dei giovani dichiara di ascoltare musica dai supporti fisici in cd (52,7%). Molti oggi utilizzano nuovi canali digitali: YouTube (75,5%), il computer (71,5%) o i nuovi servizi di musica in streaming come Spotify o Deezer (44,3%). Regge ancora la radio, che appassiona il 72,7% dei giovani. Tecnologia nella musica non solo per ascoltarla: per comunicare pensieri o stati d'animo il 66,6% sceglie di condividere i video delle canzoni attraverso social network e apparecchi digitali.

Negli ultimi anni uno dei grossi problemi per il mercato discografico era rappresentato dallo scarico illegale di musica, che per molto tempo ha fortemente danneggiato artisti e case discografiche, fino al rischio di disincentivarne la ricerca e gli investimenti. La conseguenza più ovvia della pirateria, infatti, è togliere al consumatore ogni incentivo all'acquisto di musica. Nel complesso, la fruizione della musica sta attraversando oggi tre tipi di transizioni: dal fisico al digitale, dal pc al mobile, dal download allo streaming. Il download musicale ha rappresentato il primo passo verso la distribuzione della musica in formato digitale: mentre un tempo gli utenti ascoltavano un numero inferiore di brani singoli, poiché le uniche vie erano l'acquisto di cd e la radio, oggi gli stessi ascoltano

centinaia di brani all'anno, grazie anche alla possibilità della fruizione musicale in mobilità, ossia attraverso l'opportunità di creare velocemente e con facilità compilation personalizzate da ascoltare con un lettore portatile, con il cellulare o in macchina. In particolar modo la crescita dello streaming porta il mercato musicale da una fruizione tradizionale a nuovi modelli basati sugli accessi attraverso abbonamenti di canali dedicati. Le persone che a livello mondiale pagano per un abbonamento sono stimate in 41 milioni, 28 milioni nel 2013 e appena 8 nel 2010.

Davvero molti quindi i modi di ascoltare oggi musica in rete. Sono oltre 25 milioni i brani disponibili ai consumatori italiani per il download e lo streaming. Ad oggi si contano in Italia 12 negozi musicali online dove poter scaricare legalmente musica (come iTunes e Amazon). Sono 16 i siti che permettono di accedere a contenuti musicali in streaming dietro il pagamento di una somma mensile di abbonamento (come Spotify, TimMusic, Deezer), mentre 7 quelli che consentono l'ascolto in streaming di musica con inserzioni pubblicitarie che garantiscono all'utente l'ascolto gratis della musica (come YouTube e Vevo).

Tab. 5.3.3 - Evoluzione del mercato musicale: ricavi di musica per tipo di supporto fisico o digitale (valori %). Italia - Anni 2009:2014

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Fisico (cd)	86	84	79	72	68	62
Digitale	14	16	21	28	32	38
di cui:						
Download digitale				19	20	16
Streaming				9	12	22
di cui:						
servizi in abbonamento				2	6	10
servizi sostenuti da pubblicità				7	7	12
Totale fisico e digitale	100	100	100	100	100	100

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Fimi

Osservando i dati della Federazione Industria Musicale Italiana, emerge che questo nuovo modo di vendere e fruire di musica ha permesso una crescita

¹⁰ Ricerca sul rapporto dei giovani con la musica, Squadrati per Coca-Cola, Luglio 2014. La ricerca si basa su un campione di 600 intervistati italiani di 13-35 anni.



del mercato discografico italiano nel 2014, dopo i primi dati positivi del 2013. L'anno appena trascorso si è chiuso con un incremento del 4% e un fatturato di 122 milioni di euro. Negli anni la crescita ha interessato soprattutto il segmento digitale, che oggi rappresenta il 38% del mercato (era il 14% del 2009). La crescita è trainata soprattutto dai servizi streaming, il cui peso sul totale delle vendite passa dal 9% nel 2012 al 22% nel 2014, mentre risulta in calo il download. Nel complesso il supporto fisico rappresenta comunque in Italia ancora oltre la metà (62%) del mercato.

Gli esclusi dalla rete

Mentre sempre più persone chattano su Whatsapp, postano foto su Facebook, studiano o lavorano a distanza, trovano informazioni in rete, in Italia quasi una persona su tre è invece letteralmente tagliata fuori dal mondo digitale, per scelta o mancanza di opportunità.

Ancora troppi in Italia gli esclusi digitali: il 32% delle persone non si sono mai connesse a internet, a dispetto di una media europea del 18%, prossima all'obiettivo del 15% da conseguire entro il 2015. La percentuale italiana è ben lontana dal valore del 3% della Danimarca, il Paese con il minore livello di esclusione digitale.

Fig. 5.3.4 - Percentuale di persone di 6 anni e più che non hanno mai usato internet per motivo del non utilizzo. Veneto - Anno 2014 (*)



(*) Sono possibili più risposte
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

In Veneto sono oltre un milione le persone che non hanno mai usato internet, il 30% della popolazione tra i 16 e i 74 anni, e se a questi si aggiungono coloro che lo usano solo sporadicamente la percentuale sale ulteriormente (32,6%)¹¹. Sono più donne che uomini, prevalentemente persone anziane e si tratta soprattutto di casalinghe e pensionati, ovvero delle categorie svantaggiate, più a rischio di esclusione.

Alcuni non conoscono proprio internet (29%), altri dichiarano di non esserne interessati o sostengono che non gli serve, una minima parte si dimostra diffidente. Per il 26% la mancanza di competenze è il principale ostacolo all'uso di internet, mentre il 12% lamenta di non disporre di un pc o di un dispositivo per connettersi. Invece, la barriera economica, ovvero il costo troppo elevato del servizio o degli strumenti, riveste un peso meno importante.

Credendo nel potenziale delle tecnologie digitali, quali potenti strumenti di inclusione sociale, la

I p3@ un aiuto per chi vuole entrare in rete

Regione del Veneto cerca di colmare lo svantaggio di alcune categorie, quelle socialmente più deboli, attuando una serie di iniziative volte all'alfabetizzazione e all'accrescimento delle competenze digitali della popolazione.

Dal 2010 finanzia la realizzazione di punti pubblici di accesso gratuito a internet nel territorio, chiamati "p3@", dove le tre @ vogliono significare "accesso", "acculturazione", "assistenza". Si tratta di luoghi messi a disposizione dai Comuni e operativi spesso grazie al supporto delle associazioni di volontariato locali, dove i cittadini possono recarsi per usare gratuitamente internet, familiarizzare con il pc o approfondire le proprie capacità informatiche, utilizzare i servizi online della Pubblica Amministrazione.

I centri sono aperti a tutti, ma sono rivolti soprattutto alle fasce di popolazione che mostrano bassi tassi di utilizzo di internet (anziani, immigrati, disoccupati) o che non possiedono il pc e, dunque, rischiano di rimanere esclusi dalla società.

Ad oggi sono stati finanziati 349 centri in 327 comuni del Veneto, per un investimento complessivo di circa 3,9 milioni di euro. Già nel primo anno i centri p3@ hanno avuto oltre 200mila utilizzatori: il 21% sono stranieri, oltre un quinto ha più di 50 anni e l'11% è costituito da persone non più in età lavorativa.

¹¹ Dati 2013.



5.4 Il rilancio dell'impresa nel mondo digitale

Le opportunità del web

L'introduzione delle più recenti tecnologie digitali garantisce alle imprese importanti risparmi di costo, un reale miglioramento nell'efficienza produttiva e apre la strada a nuovi canali di business, dimostrandosi un'importante leva per la competitività.

Nel panorama europeo, in materia di servizi digitali l'impresa italiana si distingue positivamente per l'adozione di applicazioni gestionali integrate (ERP¹²), basate sull'informatizzazione di tutti i processi di business aziendali interni, piuttosto che per l'utilizzo di applicazioni di "Customer relationship management" (CRM), finalizzate alla gestione delle relazioni con i clienti. Sufficientemente diffusi sono i siti web, mentre ancora limitato è il ricorso all'e-commerce.

La sempre maggior adozione di soluzioni ERP nei processi aziendali interni riguarda anche le piccole e medie imprese e, probabilmente, è indotto dalla necessità di strutturarsi, in vista di una innovazione nei processi esterni di business.

In Veneto nel 2014 la quasi totalità delle imprese con almeno 10 addetti dispone di un collegamento a internet (98,5%), in linea con la media nazionale¹³. Passi in avanti sono stati fatti dal 2011, quando la percentuale era al 95%. La connessione fissa in banda larga è il collegamento più diffuso (93,1% delle imprese), accompagnato spesso da una connessione mobile per cellulari, tablet, internet keys, ecc.

Minore è la penetrazione del digitale nelle imprese più piccole, con meno di 10 addetti, che risultano connesse alla rete per il 79%, un valore comunque superiore alla media nazionale (77%). Il dato si riferisce al 2011, l'ultimo disponibile per le piccole imprese e raccolto in occasione del "Censimento dell'industria e dei servizi". Sicuramente in questi ultimi anni vi è stata un'evoluzione anche in questo tipo di imprese, considerando anche l'obbligatorietà di adottare determinate procedure telematiche. Rimane comunque evidente il divario con le imprese più grandi.

È innegabile che le imprese più piccole scontino maggiori difficoltà nell'integrare le tecnologie ICT nei loro processi produttivi, ma è altresì vero che coinvolgere le imprese di minor dimensione nel processo di innovazione è una necessità strategica, visto il ruolo fondamentale che tale tipo di imprese assumono nel

sistema produttivo del nostro Paese, rappresentando oltre il 90% delle imprese italiane e venete.

Nel seguito, oltre a parlare delle imprese di maggiori dimensioni, ormai sufficientemente informatizzate, ci sembra importante puntualizzare il percorso digitale delle microimprese, tra difficoltà e traguardi raggiunti.

Tab. 5.4.1 - Indicatori di digitalizzazione delle imprese per dimensione. Veneto - Anno 2014

	3-9 addetti (a)	10 addetti o più
Percentuale di imprese:		
con connessione a internet	79,0	98,5
con connessione fissa in banda larga	64,9	93,1
con sito web	36,6	74,3
che usano internet per accedere a servizi bancari o finanziari	66,6	91,4 (b)
che utilizzano i social media	11,5	34,8
che ricorrono al commercio elettronico (vendite e/o acquisti on-line)	26,0	42,0
che acquistano servizi di cloud computing	13,1	42,0
che usano internet per interagire con la P.A.	27,3	86,3 (c)
(a) Anno 2011 (b) Anno 2012 (c) Anno 2013 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat		

Nelle imprese di grande dimensione generalmente si investe di più in ICT, in ricerca e sviluppo e si dispone di manodopera dalle competenze digitali più avanzate. Viceversa, nelle imprese più piccole la diffusione delle attività tecnologiche e digitali si scontra, oltre che con i vincoli finanziari, con le carenze nelle competenze e ancora con una certa diffidenza verso le nuove tecnologie, soprattutto nelle aziende nelle quali l'età del titolare è più elevata.

Tra le microimprese non collegate alla rete, il 40,6% pensa che internet non sia necessario per l'attività che svolge, mentre il 10,1% afferma di non averne bisogno direttamente, perché ha scelto di esterna-

Incentivare l'ICT nelle piccole imprese

¹² "Enterprise resource planning" significa letteralmente "pianificazione delle risorse d'impresa" e definisce il sistema di gestione (sistema informativo) che all'interno dell'azienda integra tutti i processi di business.

¹³ Per le imprese con almeno 10 addetti gli ultimi dati disponibili fanno riferimento al 2014 e provengono dalla rilevazione annuale dell'Istat "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese". Per le imprese più piccole, con 3-9 addetti, invece, gli ultimi dati disponibili sono quelli raccolti in occasione del Censimento dell'industria e dei servizi del 2011.



lizzare la gestione dei servizi online offerti dalla P.A. Tra i deterrenti sono segnalati soprattutto l'indisponibilità di una buona connessione e/o la mancanza di sicurezza della rete (10,6% delle microimprese) e le scarse competenze interne nel digitale (7,6%). Anche tra le microimprese ci sono settori più dinamici che si muovono già nel digitale: sono connesse a internet circa il 95% delle imprese impegnate in attività professionali, scientifiche e tecniche e di quelle che offrono servizi di informazione e comunicazione. Le imprese manifatturiere connesse sono l'87%, specie se attive nell'industria meccanica e dei metalli, mentre la quota è dell'85% tra le piccole imprese del settore delle costruzioni. Le microimprese usano internet per accedere ai servizi bancari e finanziari (66,6%) o per ottenere informazioni (43,1%), ma anche per svolgere procedure amministrative interamente per via elettronica (29,2%).

Farsi conoscere: dal sito web ai social media

Avere un sito web facilmente consultabile e accattivante per farsi conoscere e farsi pubblicità, essere presenti sui social network per interagire con i clienti sono ormai diventati fattori chiave per il successo dell'azienda. Tali opportunità sono però ancora parzialmente sfruttate, visto che dispone di sito web o di almeno una pagina su internet il 74,3% delle imprese venete con almeno 10 addetti e solo il 36,6% di quelle più piccole. A livello medio nazionale la presenza delle imprese nel web è anche inferiore, rispettivamente il 69,2% e il 33%.

Le imprese decidono di curare un proprio sito internet in primo luogo per ragioni di marketing, ma anche per migliorare la comunicazione con le imprese partner attuali o potenziali e per gestire i commenti e le domande della clientela. In particolare, tra le microimprese il servizio offerto prevalentemente dai siti web è relativo alla pubblicità (28,5%), mentre sono meno frequenti i servizi che consentono di effettuare dal sito ordinazioni o prenotazioni (8,7%), pagamenti online (5,7%) e servizi di assistenza post-vendita (4%).

Un segnale positivo viene dall'impiego dei social media, come nuovo canale di comunicazione e di interazione con il cliente, anche da parte delle piccole imprese. In Veneto sono presenti in uno o più social media il 35% delle imprese con più di 10 addetti, più che a livello medio nazionale (32%), e l'11,5% di quel-

le più piccole (in linea con la media italiana, 11,6%). Si tratta delle imprese più dinamiche, che vogliono attivare collaborazioni con altre imprese, accedere a nuovi mercati e ampliare la gamma di prodotti/servizi offerti.

I settori nei quali è più diffuso l'utilizzo dei social media sono i servizi di informazione e comunicazione (28,1% di microimprese venete), le attività di alloggio e ristorazione (19%) e le attività di noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese (16,7%). Maggiore è l'utilizzo dei social media tra le microimprese attive nei mercati internazionali (13,9%), rispetto a quelle operanti esclusivamente su mercati nazionali (10,8%).

Ulteriori fattori che distinguono le imprese che utilizzano i social da quelle che scelgono di non farlo sono alcune caratteristiche dell'imprenditore: le donne sfruttano questi strumenti più frequentemente degli uomini (rispettivamente 13,4% e 11,1%), così come gli imprenditori laureati rispetto a chi ha un titolo di studio inferiore (15,3% vs 11%).

L'impatto economico e occupazionale dei social network

È noto a tutti quanto internet e i social network abbiano cambiato le abitudini della collettività, ma a ciò si aggiunge un impatto notevole delle reti sociali digitali anche sull'economia. L'utilizzo dei social network e di Facebook in particolare, la piattaforma più utilizzata fondata da Zuckerberg, permea completamente anche le realtà aziendali, modificandone la comunicazione e i potenziali ricavi.

Secondo un rapporto di Deloitte¹⁴, che su scala europea elabora per la prima volta l'impatto economico di Facebook e le relative ricadute sull'occupazione, nel 2014 il social network più diffuso al mondo avrebbe generato 227 miliardi di dollari di attività economiche reali e creato 4,5 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo. In Italia l'impatto di Facebook sarebbe quantificabile in 6 miliardi di dollari e 70 mila posti di lavoro.

Lo studio si avvale di modelli econometrici per calcolare gli effetti di Facebook sul business di chi utilizza la piattaforma, a partire dalle persone connesse (nel 2014 1,4 miliardi di persone nel mondo che almeno una volta al mese si sono "loggiate" al social network). Più di 30 milioni di aziende hanno generato una pagina personale, 1,5 milioni usano gli strumenti di pubblicità per promuovere i propri post e gli inserzionisti sono arrivati a quota 500 mila.

¹⁴ Deloitte, *Facebook's global economic impact*, gennaio 2015.



Ci sono effetti in termini di marketing, dal momento che la presenza su Facebook crea valore per un brand in termini di comunicazione e di visibilità pubblicitaria. Inoltre, si conteggiano gli effetti derivanti dalla possibilità attraverso Facebook di offrire servizi legati, ad esempio, allo scarico di app, che si connettono al social network per accedere a traffico e utenti (effetto di piattaforma): dal rapporto sembra che circa 8 app Usa iOS e Android su 10 siano integrate con Facebook. Infine, sono da considerare gli effetti di connettività, dal momento che un utente legato a Facebook è indotto a usare internet e quindi all'acquisto di apparecchiature informatiche, come smartphone, tablet e similari.

Tab. 5.4.2 - Impatto complessivo di Facebook in termini economici e di posti di lavoro in alcuni Paesi - Anno 2015

	Dollari (miliardi)	Posti di lavoro (migliaia)
Mondo	227	4.540
Usa	100	1.076
UE28	51	783
Regno Unito	11	154
Germania	7	84
Francia	7	78
Spagna	4	52
Italia	6	70
di cui (Italia):		
1) effetto di marketing	3	36
2) effetto di piattaforma	0,7	10
3) effetto di connettività	2,1	24

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Deloitte

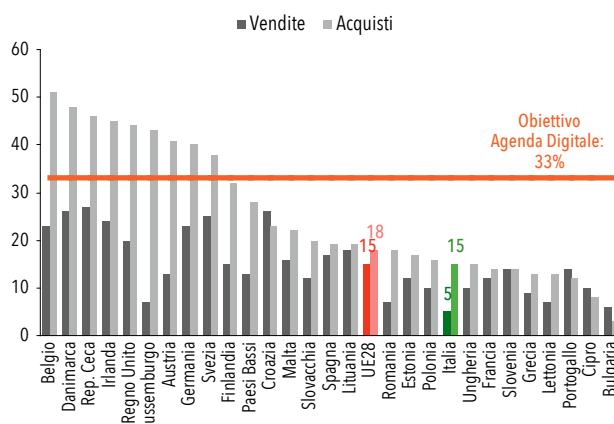
E-commerce, un volano per la ripresa

L'e-commerce delle imprese rappresenta senza dubbio un driver primario dello sviluppo, un canale rilevante per l'export, attraverso cui le aziende italiane possono cogliere le opportunità emergenti dall'evoluzione della domanda mondiale. Si tratta tuttavia di una potenzialità non ancora sfruttata adeguatamente. L'Agenda Digitale europea fissa in merito degli obiettivi particolarmente sfidanti: entro il 2015 il 33% delle

imprese dovrebbe fare acquisti in rete per un importo superiore all'1% degli acquisti totali e dovrebbe effettuare vendite online per almeno l'1% delle vendite totali. Ad oggi, nessun Paese ha raggiunto il target previsto per le vendite online e solo pochi soddisfano l'obiettivo degli acquisti.

Tra le imprese con più di 10 addetti, mediamente in Europa il 18% acquista online e il 15% vende. Per l'Italia le percentuali sono minori: le imprese che acquistano online per almeno l'1% degli acquisti sono il 15%, mentre solo il 5% vende online per almeno l'1% delle vendite. Il posizionamento del nostro Paese risulta ancora più critico se si considera che il dato si riferisce solo alle imprese con almeno 10 addetti, già più orientate all'innovazione tecnologica, mentre sono escluse le microimprese, la cui incidenza nel tessuto economico-produttivo nazionale è superiore alla media europea.

Fig. 5.4.1 - Percentuale di imprese con almeno 10 addetti che vendono/acquistano online per un importo superiore all'1% del totale vendite/acquisti. UE28 - Anno 2014 (*)



(*) I dati delle vendite online sono aggiornati al 2014, mentre i dati degli acquisti fanno riferimento al 2010 per Croazia, Estonia, Lettonia, Francia e Cipro, al 2011 per Romania, Ungheria e Slovenia e al 2013 per tutti gli altri Paesi.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat

Per il Veneto non sono disponibili gli stessi indicatori proposti dall'Agenda Digitale europea, mancando il riferimento all'incidenza degli acquisti/vendite online sui totali (che deve essere almeno l'1%). Tuttavia l'e-commerce rimane anche nella nostra regione un



canale relativamente poco sfruttato, che andrebbe potenziato. Vi ricorre il 42% delle imprese con almeno 10 addetti e solo il 26% delle imprese con 3-9 addetti. Lo usano essenzialmente per fare acquisti (il 39,3% delle imprese con almeno 10 addetti e il 23,9% delle microimprese), molto meno per vendere i propri prodotti (rispettivamente 7,8% e 5,9%).

Focalizzando l'attenzione sulle microimprese che praticano l'e-commerce, il 21,8% opera esclusivamente sul mercato nazionale, mentre il 41% ha un mercato di riferimento internazionale.

Il cloud computing

In alternativa allo sviluppo di proprie tecnologie ICT fisiche, le imprese possono acquistare servizi e tecnologie di cloud computing, tipicamente sotto forma di un servizio offerto da un provider a un cliente, messo a disposizione nella rete web, attraverso il quale è possibile memorizzare, archiviare, elaborare dati.

Si tratta di una nuova modalità di sviluppo ed erogazione di servizi informatici, che permette alle imprese di ridurre la complessità della gestione informatica, facilitare l'accesso alle nuove tecnologie e conseguire vantaggi economici.

L'utilizzo di questi strumenti in Italia è notevole e riguarda il 40% delle imprese con almeno 10 addetti nel 2014, molto più che a livello medio europeo (19%). I servizi maggiormente acquistati riguardano posta elettronica, software per ufficio, applicazioni software per la finanza e la contabilità, servizi di archiviazione e hosting di database d'azienda.

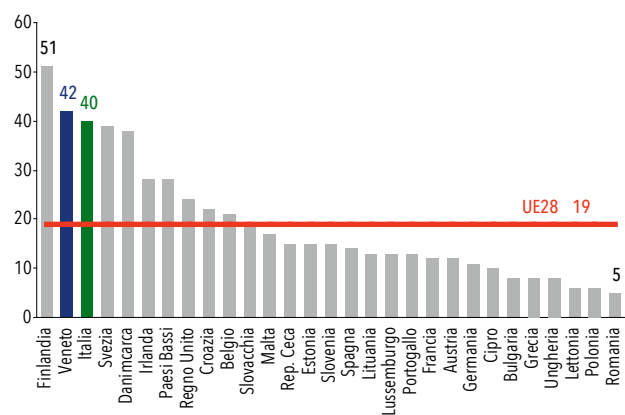
In Veneto il ricorso a tali servizi è ancora più accentuato, con una quota pari al 42% delle imprese con almeno 10 addetti nel 2014; meno frequente, invece, l'acquisto di servizi di cloud computing da parte delle imprese più piccole (13% nel 2011).

La Regione del Veneto sta promuovendo, attraverso una serie di iniziative, lo sviluppo e l'adozione di servizi informatici in modalità cloud computing per le piccole e medie imprese, in linea con i fabbisogni e la tipicità delle imprese venete.

Nel periodo 2011-2014 ha investito complessivamente 5,7 milioni di euro nel piano "cloud computing" per le imprese. Nella prima fase del piano, già conclusa, la Regione ha contribuito alla progettazione e sviluppo di 22 progetti, presso altrettante imprese ICT venete, con un finanziamento complessivo di 2 milioni di euro. La seconda parte del progetto, tuttora in corso, prevede il sostegno alle piccole e medie aziende

che vogliono fruire di servizi digitali in modalità cloud computing erogati anche da fornitori diversi. A queste aziende viene dato un contributo sino al 75% della spesa ammessa, che varia da 2.500 a 20.000 euro. Delle 592 domande pervenute, 302 hanno ottenuto il finanziamento per un contributo complessivo di 3,7 milioni di euro.

Fig. 5.4.2 - Percentuale di imprese che hanno acquistato servizi di cloud computing. Veneto e Paesi UE28 - Anno 2014 (*)



(*) Imprese, ad eccezione del settore finanziario, con almeno 10 addetti.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat e Istat

I Digital Angels

Affinché le imprese, specie quelle più piccole, possano acquisire sempre maggiore dimestichezza con le tecnologie digitali di base, la Regione del Veneto promuove il progetto "Digital Angel", che prevede l'inserimento in azienda di giovani laureandi in discipline attinenti al mondo del digitale, al fine di fornire alle imprese nuove competenze digitali.

L'angelo digitale accompagnerà l'azienda a scoprire le potenzialità e i vantaggi della tecnologia; si occuperà di far conoscere nuove logiche e strumenti che possono aumentare il volume d'affari e rendere l'azienda più competitiva, attraverso, ad esempio, la gestione di siti internet, promozione di attività online, e-commerce, web marketing, comunicazione aziendale, progettazione e sviluppo di applicazioni per smartphone, tablet, web e social media. L'obiettivo è superare il gap riscontrabile a livello di competenze



nell'utilizzo degli strumenti informatici, svecchiare le imprese e metterle in rete, affinché siano più moderne e competitive sul mercato.

L'azione prevede, grazie alla collaborazione con le università venete, l'inserimento nel corso del 2015 di 420 studenti universitari esperti in ICT, attraverso la modalità dello stage, con un finanziamento complessivo pari a 840.000 euro.

Il progetto si rivolge alle piccole e medie imprese operative sul territorio veneto, costituite in forma singola e iscritte al registro delle imprese. Imprese e università dovranno stipulare un progetto formativo che preveda un tirocinio di 3 mesi e ogni azienda riceverà un contributo regionale di 1.500 euro, a titolo di rimborso dei contributi corrisposti allo studente per l'attività svolta. L'utilità è duplice, perché se da una parte l'impresa potrà godere di nuove competenze, dall'altra i giovani riempiranno il loro bagaglio di nuove esperienze aziendali.

L'azione potrebbe inoltre dare nuovo slancio alla scelta universitaria in discipline tecnico-scientifiche, dal momento che in Veneto la quota di laureati in questo ambito è inferiore sia alla media europea che a quella nazionale: solo 12 ragazzi di età 20-29 anni ogni mille in Veneto, rispetto a 13,2 in Italia e alla media di 17,1 in Europa.

Boom di start-up innovative: nuove idee per il Veneto

Uno dei pilastri dell'Agenda Digitale europea è lo sviluppo della ricerca e innovazione nelle ICT, per favorire un più ampio impiego delle tecnologie digitali nei vari ambiti, dalla ricerca scientifica alle applicazioni industriali, nella quotidianità.

In quest'ottica si inseriscono le politiche italiane per la promozione di start-up innovative, particolari società, costituite da non più di 48 mesi e con specifici requisiti, il cui scopo primario è quello di sviluppare, produrre e vendere prodotti e servizi considerati a tutti gli effetti innovativi e ad alto valore tecnologico. Con il "Decreto crescita 2.0"¹⁵ si introduce per la prima volta nell'ordinamento giuridico italiano la definizione di nuova impresa innovativa (start-up) e si individuano le misure per favorire la nascita e la crescita di questo tipo di impresa: la riduzione dei costi e delle procedure amministrative necessarie per l'avvio di una start-up, l'istituzione di nuove tipologie di contratti, la messa a disposizione di fondi, incentivi di varia natura e nuove forme di finanziamento, il so-

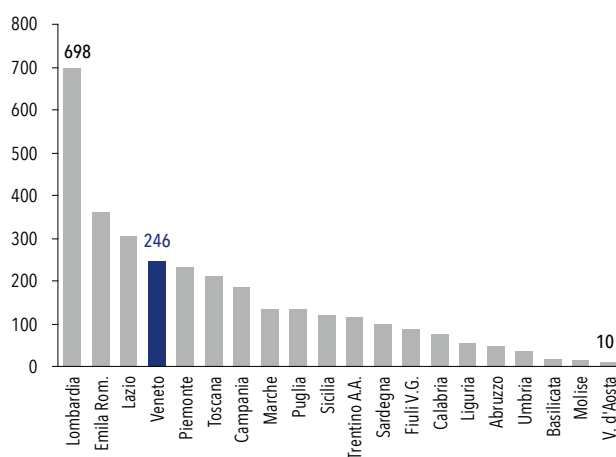
stegno alle start-up innovative attraverso incubatori o acceleratori d'impresa e la promozione di iniziative per la diffusione della cultura sulle start-up.

Lo sviluppo di tali imprese è, infatti, fondamentale per favorire la crescita economica, lo sviluppo tecnologico e l'occupazione, in primis giovanile, di un territorio. E non solo, sostenere l'imprenditorialità innovativa favorisce una maggiore mobilità ed equità sociale, rafforza il legame tra università e imprese, promuove una maggiore propensione all'assunzione del rischio imprenditoriale e favorisce l'attrazione di talenti, imprese innovative e capitali dall'estero.

In Veneto il 7,7% delle start-up italiane

Al 19 gennaio 2015 le start-up innovative italiane registrate nella sezione speciale del Registro delle imprese delle Camere di Commercio sono 3.185, in aumento dell'85,3% rispetto a febbraio 2014¹⁶. Anche in Veneto si registra una vigorosa crescita per l'ecosistema delle start-up, che nell'ultimo anno passano da 144 a 246, segnando un incremento del 71%. Rappresentano il 7,7% delle start-up presenti in Italia, il quarto valore più alto dopo quello di Lombardia, Emilia Romagna e Lazio.

Fig. 5.4.3 - Numero di start-up per regione - Anno 2015 (*)



(*) I dati fanno riferimento al 19 gennaio 2015
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Registro Imprese

Padova è la provincia veneta con il maggior numero di start-up innovative (73), seguono Treviso (51) e Verona (47); meno dinamiche le provincie di Rovigo (6) e Belluno (3).

¹⁵ Decreto legge del 18 ottobre 2012, n. 179, convertito con Legge 221/2012.

¹⁶ I dati disponibili vanno da febbraio 2014 a gennaio 2015.



A livello di macrosettore, più del 70% delle start-up innovative opera nei servizi, prevalentemente di produzione di software e attività connesse, il 22,8% nell'industria/artigianato e solamente il 4,5% nel commercio.

Ad accompagnare e a sostenere le start-up innovative, dal concepimento dell'idea imprenditoriale al suo primo sviluppo, ci pensano gli incubatori certificati, società di capitali in grado di favorire il contatto tra investitori e le idee imprenditoriali stimate ad alto potenziale di ritorno economico, ma non ancora appetibili per il mercato dei capitali. Tali strutture permettono alle nuove imprese innovative di lanciare la propria attività sul mercato in modo efficace e in tempi rapidi. Sono complessivamente 33 gli incubatori certificati italiani, di cui 3 localizzati in Veneto: Parco scientifico e tecnologico VEGA (Venezia), H-Farm S.r.l. (Treviso) e M31 Italia S.r.l. (Padova).

5.5 La Pubblica Amministrazione online

L'accesso a cittadini e imprese

I servizi di e-Government sono un modo economico per migliorare il servizio ai cittadini e alle imprese, favorire la partecipazione e promuovere un'amministrazione aperta e trasparente. Possono ridurre i costi e permettere ad amministrazioni pubbliche, cittadini e imprese di risparmiare tempo.

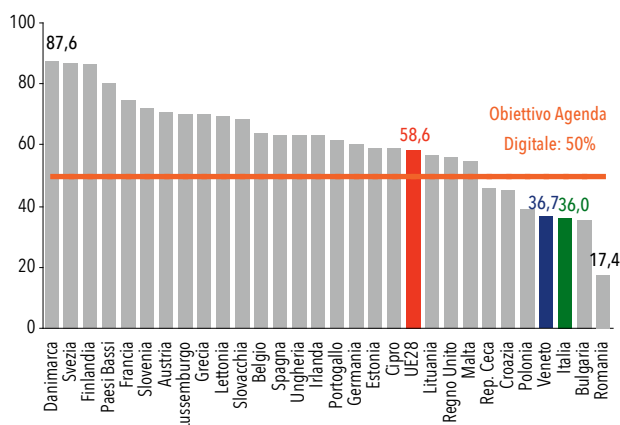
Tra i target dell'Agenda Digitale europea ci sono anche obiettivi riguardanti i servizi digitali nella P.A. Il principale prevede che entro il 2015 il 50% della popolazione faccia ricorso a servizi digitali nell'interazione con la P.A.

Oggi, nonostante un livello elevato di disponibilità di servizi di e-Government in Europa, esistono ancora notevoli differenze fra i vari Paesi: l'Italia e il Veneto si collocano piuttosto distanti dal target previsto, già raggiunto invece da molti altri Paesi.

La disponibilità di servizi online interattivi da parte delle P.A. è in fase di ampliamento e di sviluppo e anche in Veneto negli ultimi anni sono stati fatti progressi importanti verso il raggiungimento dell'obiettivo: nel 2014 il 36,7% delle persone di età 16-74 anni dichiara di utilizzare internet per interagire con la P.A., in linea con la media nazionale. Le principali attività svolte via web vanno dalla prenotazione di visite mediche al pagamento delle tasse, dall'iscrizione

alle scuole all'accesso a biblioteche pubbliche o alla richiesta di documenti e certificati personali.

Fig. 5.5.1 - Percentuale di persone di 16-74 anni che negli ultimi 12 mesi hanno interagito via web con la Pubblica Amministrazione. Paesi UE28 e Veneto - Anno 2014



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat e Istat

Tab. 5.5.1 - Percentuale di persone che usano internet per interagire con la P.A. per attività svolta. Veneto e Italia - Anno 2014

	Veneto	Italia
Prenotare visite mediche	24,0	16,7
Pagare le tasse	21,7	26,3
Iscrizione a scuola	19,5	21,4
Prenotare accertamenti diagnostici	19,3	10,6
Accesso biblioteche pubbliche	15,8	16,9
Richiesta prestazioni previdenza sociale	11,9	11,9
Richiesta documenti personali	8,3	10,2
Richiesta certificati	5,6	6,5
Cambio di residenza	1,4	1,9

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Il 17,1% di chi si relaziona con la P.A. tramite internet non solo cerca informazioni, ma spedisce via web moduli compilati per l'espletamento delle pratiche, in



linea con il dato nazionale. La percentuale è, tuttavia, al di sotto della media UE28 (33%) e ancora lontano dal valore del 25% previsto dall'Agenda Digitale europea. Nel complesso la soddisfazione per i siti web della P.A. e dei gestori di servizi pubblici appare buona: il 63,4% ritiene che sia abbastanza immediato utilizzare i servizi disponibili online, il 65,8% dà un giudizio favorevole in riferimento alla facilità di trovare le informazioni e il 74,4% le trova utili; il 53,8% si ritiene molto o sufficientemente soddisfatto della disponibilità di informazioni riguardanti lo stato di avanzamento della pratica per cui utilizza il sito. Il grado di soddisfazione per i servizi prestati online è superiore nel caso delle pratiche scolastiche, rispetto alle pratiche sanitarie a quelle anagrafiche e a quelle riguardanti il lavoro. Le difficoltà di interazione digitale con la P.A. possono essere dovute da un lato a una scarsa confidenza della popolazione con le nuove tecnologie, specie per alcune categorie più svantaggiate, e dall'altro anche ad alcuni problemi tecnici riscontrabili nei servizi digitali. Tra coloro che nel 2013 dichiarano di aver usufruito di servizi online proposti dalla P.A., quasi la metà in Veneto (47,6%) afferma di aver riscontrato delle criticità nel sito, che vanno da problemi di natura tecnica, di non disponibilità di un servizio di assistenza o più semplicemente di mancanza di informazioni aggiornate. A ciò si aggiunge un fattore culturale legato a una certa diffidenza circa la sicurezza delle procedure, preferendo ancora un contatto diretto con la persona. Secondo un'indagine condotta dall'Istat nel 2012¹⁷, il 64% dei contatti con la P.A. avviene direttamente tramite lo sportello e il 18% attraverso il telefono.

Anche le imprese in questi anni puntano sempre più a interagire con la P.A. attraverso le nuove tecnologie, come dichiarato dall'86% delle imprese venete con almeno 10 addetti (Italia 85%, UE28 88%), principalmente per ottenere informazioni e scaricare moduli o inviarli elettronicamente una volta compilati (58,3%, in aumento di 4 punti percentuali in un anno). Rimane ancora residua, invece, l'abitudine di offrire beni e servizi alla P.A. nell'ambito del sistema pubblico di appalto online (e-Procurement) (7,1%).

Affinché cittadini e imprese possano interagire con la P.A. occorre che gli uffici pubblici adeguino le proprie tecnologie per migliorare l'efficienza dei propri processi. Il 30% dei Comuni del Veneto dispone di servizi pienamente interattivi, vale a dire servizi che

consentono l'avvio e la conclusione per via telematica dell'intero iter relativo al servizio richiesto, più che a livello medio nazionale (18,9%); dato particolarmente favorevole che ci colloca come seconda migliore regione dopo l'Emilia-Romagna.

Tab. 5.5.2 - Percentuale di imprese di 10 o più addetti che hanno utilizzato, nell'anno precedente, servizi offerti online dalla P.A., per livello di interazione. Veneto e Italia - Anno 2013

	Veneto	Italia
Ottenere informazioni	78,3	77,7
Scaricare moduli	73,4	73,0
Inviare elettronicamente moduli compilati	58,3	58,0
Svolgere interamente per via elettronica la dichiarazione I.V.A. e/o dichiarazione contributiva per i dipendenti	30,3	30,9
Offrire beni o servizi alla P.A. (e-Tendering) nell'ambito del sistema pubblico di appalto online (e-Procurement)	7,1	8,9

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Digitalizzare i servizi strategici

Il Piano nazionale "Strategia per la crescita digitale 2014-2020" ribadisce l'importanza di promuovere la modernizzazione della P.A. e il progressivo switch-off verso l'online dei servizi, come leva importante per aumentare la domanda digitale in Italia. Le azioni riguardano soprattutto gli ambiti della sanità, della giustizia, della scuola, del turismo e dell'agricoltura.

E-Health¹⁸

In tema di salute e sanità, l'orientamento va nella direzione dell'e-Health. L'innovazione digitale dei processi sanitari è un passaggio fondamentale per migliorare il rapporto costo-qualità dei servizi sanitari, limitare sprechi e inefficienze, ridurre le differenze tra i territori.

La sanità digitale in Veneto si fonda su una lunga esperienza, contraddistinta in passato, soprattutto negli anni 2000, da eccellenze ma anche da una disomogeneità di soluzioni. Allo scopo di allineare il livello dei servizi, offrendo a tutti i cittadini veneti le medesime opportunità di accesso alle cure, nel 2007

¹⁷ Istat, *Usa dell'e-Government da parte di consumatori e imprese*, maggio 2013.

¹⁸ A cura di Arsenal.IT - Centro Veneto Ricerca e Innovazione per la Sanità Digitale.

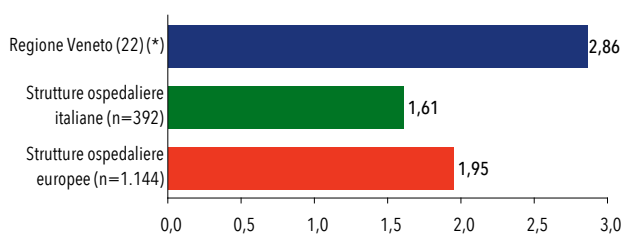


i direttori generali delle 23 aziende sociosanitarie diedero vita ad Arsenà.IT, Centro Veneto Ricerca e Innovazione per la Sanità Digitale. Lo scopo fu quello di creare un soggetto che, grazie a competenze e know-how di alto livello, fosse in grado di supportare la realizzazione di una rete tecnologica infrastrutturale e organizzativa per l'applicazione di soluzioni ICT nella sanità veneta, puntando in particolar modo sull'interoperabilità dei sistemi e sull'utilizzo di standard internazionalmente riconosciuti.

Il consorzio ha curato nell'ultimo decennio il coordinamento delle principali iniziative di e-Health e di telemedicina, che costituiscono oggi la base di realizzazione dei servizi di sanità digitale: servizi online per i cittadini (es. scarico dei referti online), servizi per gli operatori (rete dei medici di medicina generale) e di telemedicina (teleconsulto e telemonitoraggio dei pazienti cronici).

Il livello di digitalizzazione dei servizi della sanità veneta è stato oggetto di valutazione nel 2013. I dati raccolti sul livello dei servizi e delle infrastrutture sono stati analizzati con il supporto di HIMSS Analytics Europe, organizzazione internazionale specializzata nell'assessment delle strutture sanitarie. L'analisi è stata condotta seguendo il metodo EMRAM (Electronical Medical Record Adoption Model), sistema di valutazione internazionale che misura il grado di digitalizzazione in sanità attraverso un preciso dataset e permette, in base ad una classificazione definita da HIMSS, di posizionare una struttura a un livello ben definito in una scala che va da 0 a 7, dove 7 indica il livello più alto di servizi digitali.

Fig. 5.5.2 - Punteggio EMRAM raggiunto da Regione Veneto, Italia ed Europa - Anno 2013 (*)



(*) Il metodo EMRAM (Electronical Medical Record Adoption Model) prevede una classificazione definita da HIMSS e posiziona le strutture in una scala da 0 (valore basso) a 7 (valore ottimo).

(**) I dati dell'A. Ulss 16 di Padova e dell'Azienda Ospedaliera sono aggregati.

Fonte: Arsenà.IT

In questo quadro le aziende venete si collocano a una media di 2,86 che risulta superiore a quella media delle strutture italiane (392 quelle esaminate) pari a 1,61, ma anche superiore a quella delle strutture sanitarie europee (1.144 quelle esaminate) che si collocano al 1,95.

Il Fascicolo Sanitario Elettronico

L'Agenda Digitale prevede tra gli obiettivi la realizzazione del fascicolo sanitario elettronico che le Regioni devono istituire. Secondo la normativa, il fascicolo è l'insieme dei dati e documenti digitali sanitari di un cittadino, generati da eventi clinici diversi: ricovero ospedaliero, visite specialistiche ambulatoriali, prestazioni farmaceutiche, assistenza residenziale e domiciliare, accessi al pronto soccorso. La Regione del Veneto nel 2012, anticipando la normativa nazionale, ha deliberato¹⁹ la realizzazione del progetto Fascicolo Sanitario Elettronico regionale (FSEr), affidandone il coordinamento gestionale, la direzione lavori e l'assistenza agli avviamenti ad Arsenà.IT.

Il FSEr in Veneto rappresenta la rielaborazione dei processi sociosanitari, che grazie alla condivisione dei dati clinici e amministrativi degli assistiti tra gli operatori, indipendentemente dalla struttura sanitaria di accesso, permette al cittadino di usufruire di servizi più efficaci, efficienti ed economicamente sostenibili, accedendo ai propri dati da qualunque luogo e in qualsiasi momento.

Il FSEr garantirà in modo efficace l'accesso digitale universale e tempestivo ai propri dati da parte di tutti i cittadini veneti, eliminando il digital divide nell'accesso ai servizi sanitari; fornirà inoltre al paziente e alle strutture sociosanitarie un'informazione digitale completa, evitando ritardi e asimmetrie informative e assicurando l'erogazione di prestazioni sociosanitarie appropriate ed efficaci, indipendentemente dalla struttura di accesso.

Il modello di FSEr veneto garantisce la condivisione dei dati clinici fra le aziende nell'ottica di migliorare il processo di cura su base regionale. L'innovazione del modello sta nella concreta condivisione del percorso con gli operatori. Questo in una logica bottom-up che punta a rendere il fascicolo uno strumento di lavoro che risponde efficacemente alle richieste degli operatori. I vantaggi dello strumento, una volta messo a regime, deriveranno dal recupero di risorse per rendere sostenibile l'assistenza del futuro. E questo si concretizzerà nella possibilità offerta al cittadino

¹⁹ DGR n. 1671 del 2012.



di accedere in maniera sicura ai propri dati, grazie all'introduzione di nuovi modelli organizzativi che garantiranno l'avvio di innovativi percorsi di continuità di cura, con vantaggi a livello di efficienza e risparmio. L'esperienza di realizzazione del fascicolo, di fatto, capitalizza le migliori esperienze di sanità digitale sul territorio, estendendo i servizi a tutta la regione. Vediamo i singoli elementi che lo compongono.

Scarico di referti online per tutti

Dal 2012 gli utenti di tutte le aziende sociosanitarie e ospedaliere del Veneto possono procedere al download dei propri referti degli esami di laboratorio via web. L'ultimo rilievo (2012) assesta al 60% la percentuale dei referti scaricati da internet, pari a 6 milioni di referti l'anno. Il progetto che ha permesso questo è Veneto ESCAPE, che garantisce 56 milioni di euro di risparmi al sistema sanitario e 120 milioni di euro l'anno ai cittadini, non più costretti a spostamenti grazie al referto online.

La ricetta dematerializzata

La dematerializzazione della ricetta rossa si colloca nel percorso ad ampio raggio del fascicolo, rappresentandone un tassello fondamentale. Da settembre 2014 il Veneto ha reso digitale la ricetta rossa farmaceutica, grazie al collegamento telematico tra medici, farmacie, aziende sociosanitarie, Regione e Ministero dell'Economia e della Finanze. Nel 2014 sono state dematerializzate 11.732.342 ricette.

Dal 1 aprile 2015 il ciclo si è completato con la dematerializzazione di tutte le prescrizioni di visite e prestazioni specialistiche, esami diagnostici e di laboratorio. La nuova procedura garantisce di avere a disposizione in tempo reale, in un sistema unico regionale, dati verificati delle prestazioni prescritte e prenotate dai cittadini.

Il Veneto è stata la prima regione in Italia che procede a digitalizzare il ciclo prescrittivo attraverso l'attivazione di un sistema di accoglienza regionale, oltre a quello previsto per legge a livello di Ministero dell'Economia e delle Finanze. Per raggiungere l'obiettivo complessivo Arsenà.IT ha coordinato la formazione di oltre 5.000 operatori.

La ricetta digitale garantisce 3 milioni di euro di risparmi l'anno al sistema sanitario. Attualmente risulta che il 99% dei medici di medicina regionale e dei pediatri di libera scelta e il 100% delle farmacie è collegato al sistema.

Dal 2010 al 2013 il progetto europeo RENEWING HEALTH ha permesso di telemonitorare 3.332 pa-

La telemedicina nei progetti europei

zienti affetti dalle principali patologie croniche (diabete, BPCO e patologie cardiovascolari), raccogliendo oltre 68 milioni di dati e offrendo migliore qualità di vita ai pazienti cronici.

Dal 2007 è stato inoltre avviato grazie al progetto HEALTH OPTIMUM un servizio di teleconsulto neurochirurgico, mediante la creazione di una rete hub&spoke di strutture ospedaliere che garantisce l'estensione del servizio anche negli ospedali periferici. Ogni anno vengono effettuati 3.181 teleconsulti neurochirurgici, riducendo dell'84% i trasporti evitabili da un ospedale all'altro. Sono stati sperimentati, validati e messi in opera anche il teleconsulto neurologico per l'ictus ischemico e la gestione della terapia anticoagulante orale.

La scuola digitale

L'Italia è agli ultimi posti in Europa per la connessione alla rete nella scuola: i ragazzi vivono immersi in un mondo di connessioni ovunque, ma non dove studiano e si formano. Secondo un'indagine della Commissione Europea, se mediamente in Europa per l'anno scolastico 2011/12 nelle scuole superiori ci sono 4 studenti ogni computer, in Italia tale valore sale a 12, collocandosi tra gli ultimi posti della graduatoria²⁰. Secondo una più recente indagine del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca (MIUR) relativa all'anno scolastico successivo, nelle scuole statali venete ci sarebbero mediamente 7,5 studenti per computer (9,5 nelle scuole del I ciclo e 5,4 in quelle del II), a fronte di una media nazionale di 7,8²¹.

Inoltre, attrezzare le scuole di computer con connessioni veloci e stabili è necessario non solo per una didattica moderna, ma anche per prevenire contesti di deprivazione e di marginalità. La teledidattica, la scuola a distanza e le aule virtuali sono strumenti d'integrazione nei casi in cui partecipare fisicamente in classe è complicato, come, ad esempio, per studenti ospedalizzati o di scuole periferiche, o per la fruizione a distanza di lezioni universitarie.

Anche l'Italia, come gli altri Stati dell'Unione europea, ha avviato negli ultimi anni iniziative e progetti per rinnovare il sistema scolastico nazionale e diffondere l'innovazione digitale nelle scuole. In particolare, a partire dal 2008, il MIUR ha realizzato il piano "Scuola Digitale", che concentrava l'attenzione su tre obiettivi chiave: la diffusione di Lavagne Interattive

²⁰ European Commission, *Survey of Schools: ICT in Education*, febbraio 2013.

²¹ Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - Servizio statistico, *Le dotazioni multimediali per la didattica nelle scuole A.s. 2013/14*, gennaio 2014.



Multimediali (LIM) nelle scuole, l'allestimento di classi tecnologicamente avanzate (progetto "Cl@ssi 2.0"), la realizzazione di un modello di didattica avanzato per le zone territorialmente disagiate attraverso il progetto "Isole in rete". Le azioni del piano sono state poi rafforzate nel Piano eGov 2012 e nell'Agenda Digitale Italiana, dove è stato introdotto il "Piano Nazionale Scuola Digitale", che prevede la costituzione di centri scolastici digitali per garantire l'offerta formativa anche in contesti territoriali svantaggiati, nonché l'introduzione dei testi scolastici digitali a partire dall'anno scolastico 2014/2015²².

Tali progetti hanno consentito negli anni alcuni progressi nel mondo scolastico, pur nella consapevolezza dei passi ancora da compiere. L'Osservatorio tecnologico del MIUR segue un'indagine volta a verificare la reale consistenza delle dotazioni multimediali nelle scuole. Più nello specifico, l'indagine ha lo scopo di rilevare gli strumenti adottati dalle scuole per la dematerializzazione dei servizi, l'utilizzo di ambienti web per la didattica, il numero e la qualità dei dispositivi di proiezione interattiva e delle dotazioni multimediali per la didattica nei laboratori e nelle biblioteche. Ancora poco diffusa l'archiviazione elettronica dei documenti nelle scuole, mentre si sta diffondendo la comunicazione online scuola-famiglia (nel 50,2% delle scuole venete) e la compilazione dei registri elettronici di classe (55,8% in Veneto). Nella didattica prevalgono ancora le strumentazioni classiche e i servizi digitali interessano per il momento una mi-

noranza degli istituti, pur presentando il Veneto una situazione mediamente più favorevole rispetto alla media nazionale. Molti i laboratori in rete (76,7% in Veneto), mentre la dotazione di LIM e di proiettori interattivi interessa ancora una minoranza delle aule laboratoriali.

Le azioni della Regione

Tra le azioni intraprese dal Veneto in termini di promozione dell'utilizzo delle nuove tecnologie all'interno degli Enti e di ammodernamento della P.A., particolare attenzione è posta a una migliore informatizzazione degli Enti, alla dematerializzazione dei flussi documentali e all'accesso e condivisione di dati tra P.A.

Per quanto riguarda l'informatizzazione degli Enti, secondo i dati di un'indagine Istat²³, gli strumenti ICT sembrano ormai sufficientemente diffusi fra gli Enti Locali del Veneto. Gli operatori pubblici hanno a disposizione una buona base informatica: il 90% di questi ha accesso a internet e si contano oltre 104 pc desktop, quasi 11 pc portatili e 5 dispositivi mobili, come tablet, smartphone e notebook, per 100 dipendenti.

Notevoli passi in avanti sono stati compiuti anche per quanto riguarda le tecnologie che possono ridurre i costi delle Amministrazioni pubbliche. La dematerializzazione dei flussi documentali ha come effetto positivo anche la riduzione del consumo di carta. Dal 2011 al 2013 gli acquisti di carta per i capoluoghi veneti nel

Tab. 5.5.3 - Indicatori di servizi digitali nelle scuole statali. Veneto e Italia - A.s. 2013/14

		Veneto	Italia
Servizi digitali (su 100 scuole)	Registro elettronico	55,8	58,2
	Archiviazione elettronica dei documenti	36,7	31,2
	Comunicazione online scuola-famiglia	50,2	50,4
Ambienti web per la didattica (su 100 scuole)	E-book	8,8	10,7
	Lezioni e materiali	29,9	27,7
	Esercitazioni e test	25,9	24,2
	Risorse per progettazione didattica	18,5	18,2
Laboratori con dotazioni multimediali (su 100 laboratori)	Connessi in rete	76,7	77,7
	Dotati di LIM	27,9	37,8
	Dotati di proiettore interattivo	21,1	18,4

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati MIUR

²² Presidenza del Consiglio dei Ministri, *Strategia per la crescita digitale 2014-2020*, Roma 3 marzo 2015, pp. 24-25.

²³ Istat, *Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nella Pubblica Amministrazione locale*, Anno 2012.



complesso si sono ridotti del 26% (9% a livello nazionale). Contenere il consumo di carta ha importanti effetti anche per la salvaguardia ambientale, con il vantaggio della diminuzione di materie prime utilizzate per la sua produzione e della riduzione di utilizzo e smaltimento di prodotti di stampa inquinanti, come toner e cartucce laser.

Infine, per favorire l'accesso e la condivisione di dati tra P.A., la Regione ha avviato azioni di diffusione di Open data, vale a dire un nuovo approccio alla gestione e alla messa a disposizione dei dati e delle informazioni in possesso delle istituzioni pubbliche, interamente gestito attraverso le tecnologie telematiche. Con l'Open data i dati conservati dalle istituzioni pubbliche vengono "liberati" e diventano accessibili online e quindi utilizzabili da tutti, per aumentarne il livello di trasparenza e per avere la possibilità di sviluppare applicazioni e servizi di valore. L'investimento complessivo della Regione fino a questo momento è di 150 mila euro, per circa 4 mila dataset Open realizzati e messi a disposizione.

Verso una città intelligente, inclusiva e verde

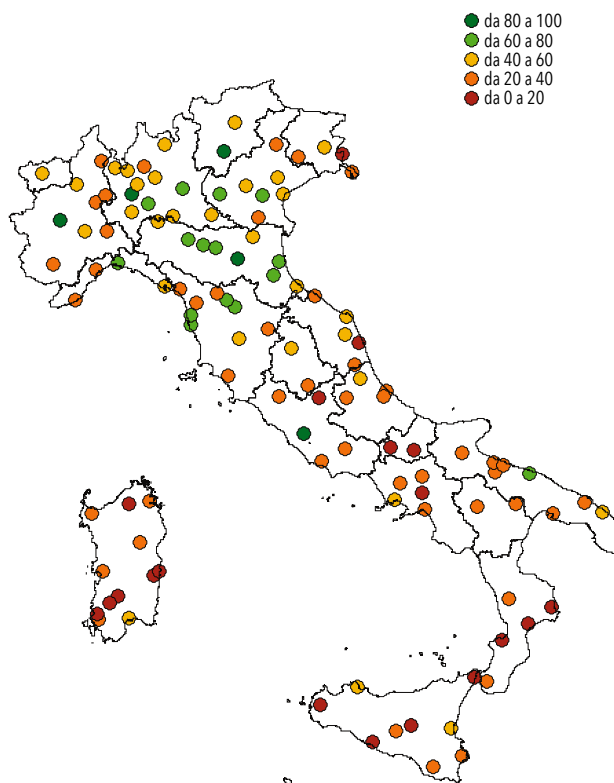
Le città rappresentano una leva importante per la crescita sostenibile di un territorio e per il raggiungimento degli obiettivi di Europa 2020, specie se ne vengono valorizzate le opportunità economiche e si progetta un approccio integrato allo sviluppo urbano.

Le città sono motore dell'economia, terreni fertili per tecnologia, innovazione e creatività; tuttavia, sono anche luoghi in cui emergono i problemi e si accentuano le disuguaglianze sociali. Per questo richiedono un'attenzione particolare tra le priorità di governance. La visione europea della città di domani è di un luogo che, oltre a una sostenuta spinta produttiva, miri a un buon livello di coesione sociale e di tutela ambientale.

Le nuove tecnologiche e l'innovazione possono contribuire alla rigenerazione della città e a migliorarne la qualità di vita, puntando al modello smart secondo una visione europea di città intelligente. Lo Smart City Index misura il grado di "smartness" di tutti i comuni capoluogo italiani, considerando varie aree tematiche, dalle infrastrutture a banda larga ai servizi digitali (sanità, scuola, mobilità, government, giustizia, turismo e cultu-

ra), fino allo sviluppo sostenibile delle città. Dei 7 comuni capoluogo del Veneto, nel 2014 Verona, Padova e Vicenza si posizionano tra le prime 25 città del ranking nazionale, Venezia e Treviso nella fascia intermedia (31° e 36° posizione), più indietro Belluno e Rovigo. Bene soprattutto i settori della banda larga, smart mobilità, smart cultura&turismo ed energie rinnovabili. Da segnalare l'eccellenza di Venezia, che dispone della biblioteca più smart d'Italia. Nell'attuazione delle smart cities gli attori principali saranno le singole città; la Regione avrà il compito di promuovere e monitorare le varie fasi di realizzazione, come già sta facendo attraverso l'attuazione dell'Agenda Digitale regionale, volta a garantire standard tecnologici alle sue città.

Fig. 5.5.3 - Punteggio dello Smart City Index per le città capoluogo - Anno 2014 (*)



(*) Lo Smart City Index è un indicatore composito. Varia da 0 a 100 e misura il livello di smartness di una città, considerando dodici aree tematiche
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Between



Tab. 5.5.4 - Smart City Index: posizione delle città capoluogo nei ranking tematici. Veneto - Anno 2014 (*)

	Ranking nazionale	Broadband	Smart health	Smart mobility	Smart education	Smart government	Smart culture&travel	Smart security	Smart justice	Mobilità alternativa	Energie rinnovabili	Efficienza energetica	Risorse naturali
Verona	8	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia
Padova	18	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Terza fascia	Seconda fascia
Vicenza	25	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Terza fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Seconda fascia
Venezia	31	Prima fascia	Terza fascia	Prima fascia	Terza fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Terza fascia
Treviso	36	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Prima fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Prima fascia	Terza fascia
Belluno	77	Seconda fascia	Seconda fascia	Terza fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Seconda fascia	Prima fascia	Terza fascia	Prima fascia
Rovigo	86	Seconda fascia	Seconda fascia	Terza fascia	Terza fascia	Seconda fascia	Terza fascia	Terza fascia	Seconda fascia	Terza fascia	Prima fascia	Terza fascia	Seconda fascia

Prima fascia
 Seconda fascia
 Terza fascia

(*) Lo Smart City Index è un indicatore composito. Varia da 0 a 100 e misura il livello di smartness di una città, considerando dodici aree tematiche.
 Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Between