



STATISTICHE

numeri e grafici per capire il Veneto

Flash

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, una delle sette iniziative faro individuate nella più ampia strategia Europa 2020, indica gli obiettivi e le azioni per lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e dell'economia digitale. Come gli altri Stati membri dell'Unione, l'Italia e, di conseguenza, anche la nostra Regione si assumono l'impegno di promuovere l'innovazione digitale prevista dall'Agenda, al fine di migliorare la qualità della vita delle persone, sostenere la competitività delle imprese e accrescere il livello di efficienza della Pubblica Amministrazione. L'Agenda Digitale del Veneto ha già visto l'investimento di circa 100 milioni di euro in diverse iniziative, finanziate con risorse regionali, nazionali ed europee.

APERTI ALLA RIVOLUZIONE DIGITALE

Occorre constatare però che il nostro Paese sconta un certo ritardo strutturale in termini di sviluppo delle infrastrutture, associato all'ancora scarsa alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle imprese, risultando nel panorama europeo tra i Paesi a più basse prestazioni digitali. Secondo il Digital Economy and Society Index (DESI), che valuta lo stato di

avanzamento dei Paesi verso l'economia e la società digitale, l'Unione europea sta progressivamente continuando il suo sviluppo digitale, risultando in linea con il raggiungimento degli obiettivi che si è fissata per il 2015. Nonostante l'impegno dell'ultimo anno, Italia rimane, invece, nelle retrovie della competizione tecnologica, in forte ritardo rispetto alla media europea. In una scala di valori tra 0 e 1, dove più alto è il punteggio migliori sono le prestazioni digitali del Paese, nel 2015 il DESI vale 0,47 punti per l'UE28 (era 0,44 l'anno precedente), mentre per l'Italia non va oltre a 0,36.

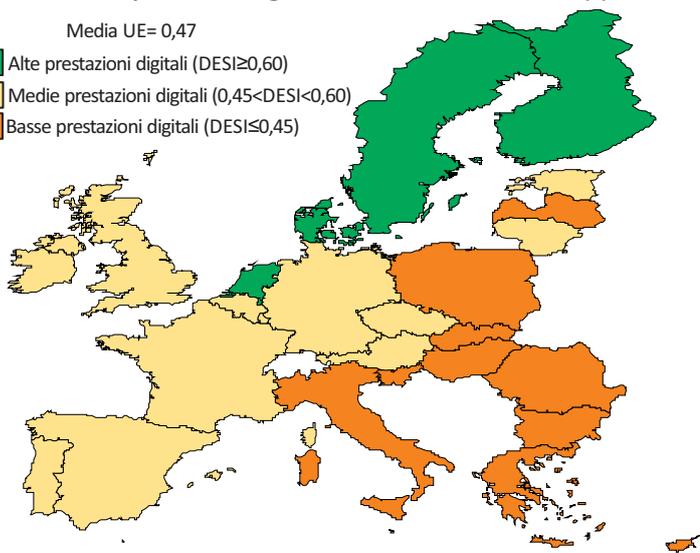
Il settore ICT è strategico per l'economia del Paese, ma sta acquisendo un ruolo importante anche nella vita sociale dei cittadini, rivoluzionando abitudini e modi di relazionarsi. Internet non è solo un mezzo di comunicazione, ma una "dimensione" della nostra vita: è una finestra sul mondo, accessibile ovunque e in ogni momento, annulla i confini, cancella le distanze, crea opportunità ma anche nuovi rischi, rendendo necessaria la definizione di un quadro di regole, internazionalmente condiviso. A questa esigenza il nostro Paese ha saputo rispondere presentando il 28 luglio 2015 la "Dichiarazione dei diritti in Internet", una sorta di Magna Carta del web. "L'accesso ad Internet è diritto fondamentale della persona e condizione per il suo pieno sviluppo individuale e sociale", cita l'articolo 2, un diritto che deve essere reso effettivo dall'istituzione pubblica per il superamento di ogni forma di divario digitale.

L'ITALIA TRA I PAESI A BASSE PRESTAZIONI DIGITALI ...

Digital Economy and Society Index (DESI): indicatore sintetico di prestazione digitale dei Paesi UE – Anno 2015 (*)

Media UE= 0,47

- Alte prestazioni digitali (DESI ≥ 0,60)
- Medie prestazioni digitali (0,45 < DESI < 0,60)
- Basse prestazioni digitali (DESI ≤ 0,45)

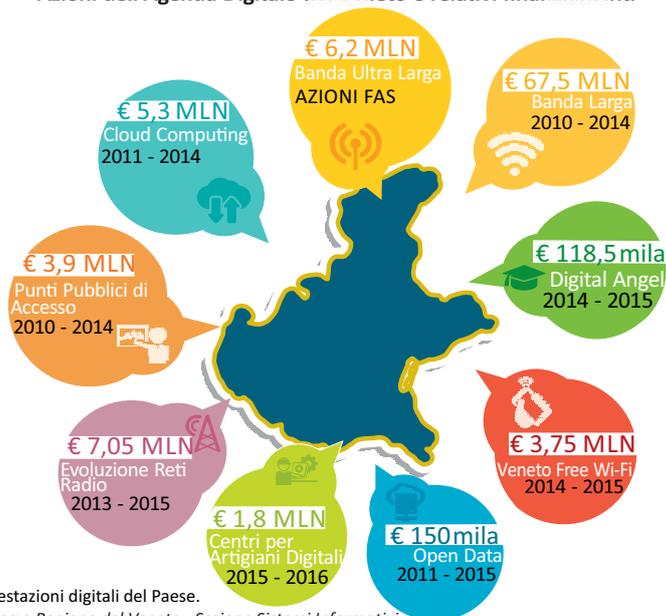


(*) L'indicatore sintetico DESI può assumere valori tra 0 e 1: più alto è il punteggio, migliori sono le prestazioni digitali del Paese.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto – Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea e Regione del Veneto - Sezione Sistemi Informativi

...MA CON L'AGENDA DIGITALE IMBOCCA LA GIUSTA DIREZIONE

Azioni dell'Agenda Digitale del Veneto e relativi finanziamenti



SONO DISPONIBILI:

- Scenario economico: indicatori di congiuntura - Ottobre 2015
- Commercio estero dati 2015 (provvisori II° trim.)
- Turismo anno 2014

<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>

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 il territorio. In tal senso, l'Italia ha quasi raggiunto il primo e importante traguardo dell'Agenda Digitale europea di fornire a tutti i cittadini la copertura alla banda larga di base (ne è escluso circa il 2% della popolazione), mentre deve recuperare il forte ritardo nello sviluppo delle infrastrutture di banda larga veloce e superveloce. Attualmente solo il 21% della popolazione italiana è coperta dalla banda larga veloce (almeno 30 Mbps), in Veneto il 16%.

CITTADINI 2.0

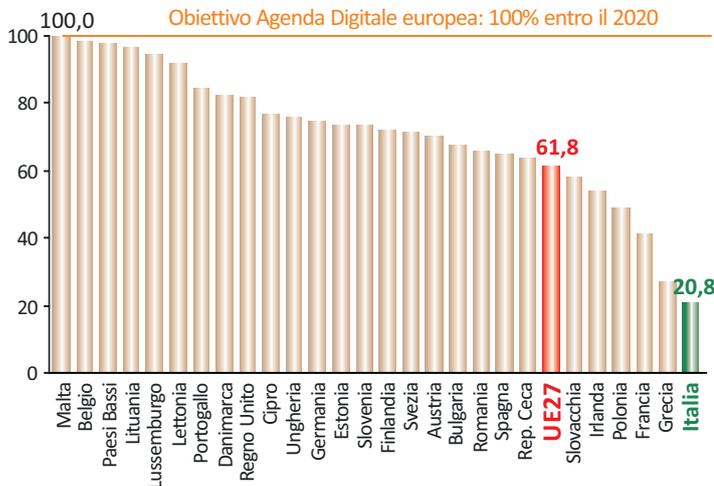
Il ritardo nell'adeguamento delle infrastrutture potrebbe rallentare il processo di alfabetizzazione e di miglioramento delle competenze digitali della popolazione e, quindi, limitare la possibilità di accedere alle molte opportunità offerte dalle nuove tecnologie, in grado di dare risposte veloci ed efficaci ai diversi bisogni dei cittadini, sia nella sfera privata che in quella lavorativa, con un reale miglioramento della qualità di vita.

L'Agenda Digitale europea stabilisce in merito 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. In Veneto nel 2014 usa internet in modo regolare il 61% della popolazione tra i 16 e i 74 anni (il 59% in Italia e il 75% nell'UE28), in costante crescita negli ultimi anni, ma per raggiungere l'obiettivo fissato dall'UE, occorre portare sul web altre 500mila persone. Ancora troppi gli esclusi digitali: un veneto su tre non si è mai connesso a internet.

Considerando le attività svolte in rete, quelle legate alla comunicazione e all'informazione presentano ampi livelli di diffusione, in linea con la media europea: l'88% degli internauti veneti manda o riceve e-mail, il 68% legge giornali o riviste online e il 58% utilizza i social network. Rispetto alle abitudini dei cittadini europei, internet è invece ancora poco usato per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione e per effettuare attività transattive, come l'home-banking o gli acquisti online. In Veneto solo il 26% della popolazione è abituata a ordinare o acquistare merci online (il 38% di chi usa internet), un valore ancora lontano dall'obiettivo dell'Agenda Digitale europea di indurre almeno il 50% della popolazione a comprare online entro il 2015.

IL RITARDO INFRASTRUTTURALE DEL PAESE...

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



INTERNET È USATO PER INFORMARSI...

Percentuale di persone 16-74 anni per tipo di attività eseguite in internet negli ultimi 3 mesi - Anno 2014

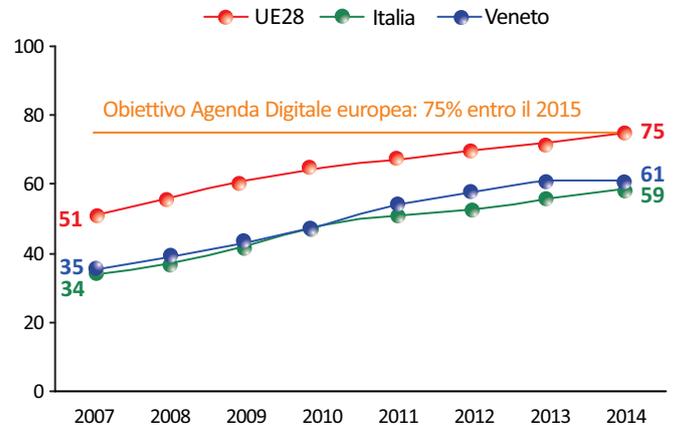
	Veneto (a)	UE28
inviare/ricevere e-mail	88	87
leggere giornali o riviste online	68	67
usare i social network	58	58
home-banking	45	57
relazionarsi con la P.A. (b)	37	59
acquisti online (b)	38	63

(a) anno 2013

(b) tra chi ha usato internet negli ultimi 12 mesi

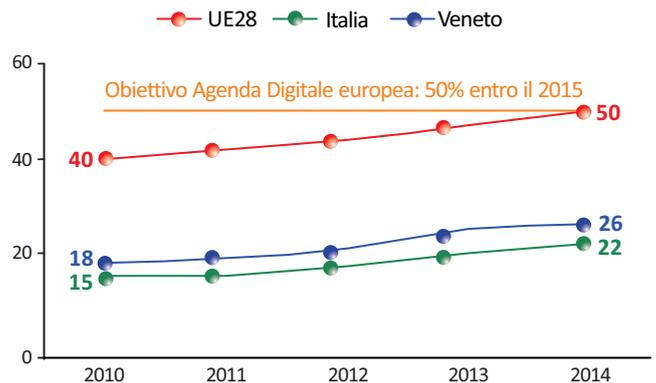
... RALLENTA IL PROCESSO DI ALFABETIZZAZIONE DIGITALE DEI CITTADINI

Percentuale di persone di 16-74 anni che usano abitualmente internet (almeno una volta a settimana) - Anni 2007:2014



...MA ANCORA POCO PER FARE ACQUISTI

Percentuale di persone di 16-74 anni che hanno ordinato beni o servizi online per uso privato negli ultimi 12 mesi - Anni 2010:2014



L'introduzione delle più recenti tecnologie digitali rappresenta per le imprese uno strumento strategico in grado di garantire importanti risparmi di costo, un reale miglioramento nell'efficienza produttiva e aprire la strada a nuovi canali di business, dimostrandosi un'importante leva per la competitività. In Veneto nel 2014 la quasi totalità delle imprese con almeno 10 addetti dispone di un collegamento a internet, mentre minore è la penetrazione del digitale nelle imprese più piccole, connesse alla rete per il 79%. E' innegabile che le imprese più piccole scontino maggiori difficoltà nell'integrare le nuove tecnologie digitali nei loro processi produttivi, ma è altresì vero che coinvolgerle nel processo di innovazione è una necessità strategica, visto

IL RILANCIO DELL'IMPRESA NEL MONDO DIGITALE

che rappresentano oltre il 90% delle imprese italiane e venete.

Ancora non pienamente riconosciute dalle imprese le opportunità offerte dall'avere un sito web e dall'essere presenti sui social network per interagire con i clienti. Anche la pratica dell'e-commerce, sebbene rappresenti un driver primario dello sviluppo e un canale rilevante per l'export, risulta poco diffusa. L'Agenda Digitale europea fissa per il mercato digitale degli obiettivi particolarmente sfidanti: entro il 2015 almeno il 33% delle imprese dovrebbe fare acquisti/vendite in rete per un importo superiore all'1% degli acquisti/vendite totali. Ad oggi, nessun Paese ha raggiunto il target previsto per le vendite online e solo pochi soddisfano l'obiettivo degli acquisti. In Italia, tra le imprese con più di 10 addetti il 15% acquista online e il 5% vende, valori al di sotto della media europea. Per il Veneto non sono disponibili gli stessi indicatori, mancando il riferimento all'incidenza degli acquisti/vendite online sul totale. Il dato più generico sulla percentuale di imprese che acquista o vende online (42% delle imprese più grandi e appena il 26% delle minori) dimostra comunque come l'e-commerce anche nella nostra regione sia un canale relativamente poco sfruttato.

In alternativa allo sviluppo di proprie tecnologie fisiche, le imprese possono acquistare servizi di cloud computing, offerti da un provider e messi a disposizione nella rete web, attraverso i quali è possibile memorizzare, archiviare, elaborare dati. L'utilizzo di questi strumenti in Veneto è notevole e riguarda il 42% delle imprese con almeno 10 addetti, più che a livello medio nazionale (40%) ed europeo (19%).

INCENTIVARE L'ICT NELLE PICCOLE IMPRESE

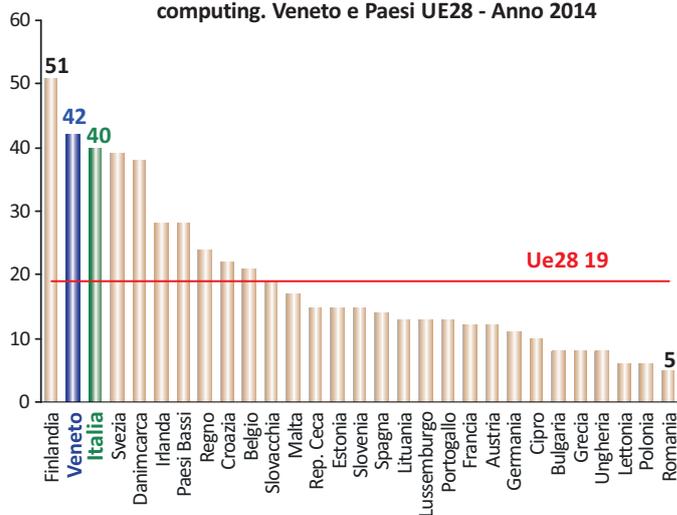
Indicatori di digitalizzazione delle imprese per dimensione
Veneto - Anno 2014

% imprese	3-9 addetti (a)	10 addetti o più
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 servizi bancari o finanziari online	66,6	91,4 (b)
che utilizzano i social media	11,5	34,8
che ricorrono al commercio elettronico	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

VERSO NUOVI SERVIZI ICT

Percentuale di imprese che hanno acquistato servizi di cloud computing. Veneto e Paesi UE28 - Anno 2014



E-COMMERCE, UNA POTENZIALITÀ NON SFRUTTATA

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

