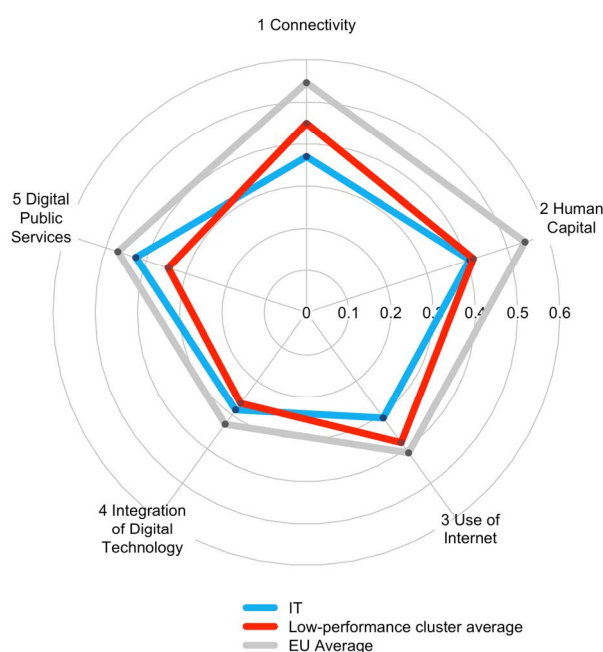


Indice dell'economia e della società digitali¹ 2015²

Profilo per paese

Italia

L'Italia, con un punteggio³ complessivo pari a **0,36**, è **venticinquesima** nella classifica dei 28 Stati membri dell'UE. Nell'ultimo anno ha fatto progressi in termini di ricorso alle tecnologie digitali da parte delle imprese, tuttavia un maggior numero di imprese italiane potrebbe trarre vantaggi dall'uso del commercio elettronico (solo il 5,1% delle PMI utilizza l'e-commerce, al quale è imputabile appena il 4,8% del fatturato complessivo delle imprese italiane). L'Italia è in ritardo anche per quanto riguarda la connettività; stando ai dati relativi al dicembre 2013, solo il 21% delle famiglie ha accesso a una connessione internet veloce (il livello di copertura più basso dell'UE), solo il 51% delle famiglie ha un abbonamento a banda larga fissa (la percentuale più bassa dell'UE) e gli abbonamenti a banda larga superiore a 30 Mbps sono pari solo al 2,2%. Infine, l'Italia deve fare progressi sul fronte della domanda, dal momento che lo sviluppo dell'economia digitale



¹ Il DESI (Digital Economy and Society Index – indice dell'economia e della società digitali) è un indice composito elaborato dalla Commissione europea (DG CNECT) per valutare lo stato di avanzamento degli Stati membri dell'UE verso un'economia e una società digitali. Esso aggrega una serie di indicatori strutturati intorno a cinque dimensioni: connettività, capitale umano, uso di internet, integrazione della tecnologia digitale e servizi pubblici digitali. Maggiori informazioni sul DESI sono disponibili all'indirizzo <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-agenda-scoreboard>

² Il DESI 2015 si basa su indicatori che si riferiscono principalmente all'anno civile 2014 (ad eccezione dei dati non disponibili per il 2014, nel qual caso sono stati utilizzati i dati precedenti più recenti).

³ I punteggi del DESI vanno da 0 a 1 (più alto è il punteggio, migliori sono le prestazioni del paese).

⁴ Secondo il DESI 2015, il gruppo dei paesi con prestazioni basse comprende la Bulgaria, Cipro, la Grecia, la Croazia, l'Ungheria, l'Italia, la Polonia, la Romania, la Slovenia e la Slovacchia.

sembra essere frenato dal basso livello di competenze digitali (solo il 59% degli utenti, una delle percentuali più basse dell'UE, usa abitualmente internet e il 31% della popolazione italiana non lo ha mai utilizzato) e dalla scarsa fiducia (solo il 42% degli utenti di internet utilizza i servizi bancari online e il 35% fa acquisti online). Per quanto riguarda i servizi pubblici digitali, l'Italia si avvicina alla media europea; tuttavia, i livelli di utilizzo dell'e-Government sono ancora bassi, in parte perché i servizi pubblici online non sono sufficientemente sviluppati e in parte a causa delle carenze in termini di competenze digitali.

L'Italia fa parte dei paesi con **prestazioni basse**⁴, ossia inferiori alla media.

	Italia		Gruppo	UE
	Posi- zione	Pun- teggio	punteggio	punteggio
DESI 2015	25	0,36	0,38	0,47
DESI 2014	25	0,33	0,34	0,44

1 Connettività

1 Connettività	Italia		Gruppo punteggio	UE punteggio
	Posizione	Punteggio		
DESI 2015	27	0,37	0,45	0,55
DESI 2014	27	0,35	0,39	0,51

La connettività è una delle due dimensioni del DESI 2015 per le quali l'Italia ha registrato le prestazioni peggiori. Con un punteggio complessivo per la connettività pari a 0,37, si colloca al ventisettesimo posto tra i paesi dell'UE. C'è tuttavia una nota positiva: la banda larga fissa è accessibile a quasi tutti gli italiani e la diffusione della banda larga mobile non si discosta molto dalla media europea.

	Italia		DESI 2014		UE
	DESI 2015 valore	posizione	valore	posizione	DESI 2015 valore
1a1 Copertura della banda larga fissa % di famiglie	99% (2013)	13	99% (2013)	13	97% (2013)
1a2 Diffusione della banda larga fissa % di famiglie	51% (2014) ↑	28	50% (2013)	28	70% (2014)
1b1 Diffusione della banda larga mobile Abbonati per 100 persone	66 (2014) ↑	12	54 (2013)	14	67 (2014)
1b2 Spettro % dell'obiettivo di armonizzazione dello spettro a livello UE	67% (2014) →	20	67% (2013)	18	70% (2014)
1c1 Copertura NGA % di famiglie, sul totale delle famiglie	21% (2013)	28	21% (2013)	28	62% (2013)
1c2 Abbonamenti a banda larga veloce % di abbonamenti >= 30 Mbps, sul totale degli abbonamenti a banda larga fissa	2,2% (2014) ↑	27	0,37% (2013)	28	22% (2014)
1d1 Prezzo della banda larga fissa % del reddito lordo individuale spesa per l'abbonamento a banda larga fissa indipendente più economico (valori più bassi indicano prestazioni migliori)	1,6% (2014) →	15	1,6% (2013)	16	1,3% (2014)

La copertura della banda larga di base in Italia è quasi completa.

Restano tuttavia due sfide principali da affrontare in termini di connettività. Innanzi tutto, l'Italia deve migliorare la copertura delle reti di prossima generazione, che nel dicembre 2013 erano accessibili solo al 21% delle famiglie (la peggiore copertura dell'UE). Successivamente, è necessario che il numero di abbonati alla banda larga, in particolare quella veloce, aumenti: solo il 51% delle famiglie dispone di un abbonamento a banda larga fissa (la percentuale più bassa dell'UE) e solo il 2,2% degli abbonamenti a banda larga riguarda servizi con una velocità superiore a 30 Mbps.

La popolarità della banda larga mobile (per la quale l'Italia si attesta al dodicesimo posto nell'UE) potrebbe essere una delle ragioni per cui la banda larga fissa fa fatica a decollare. Un'altra causa del problema potrebbe essere il basso livello di utilizzo di internet e di sviluppo delle competenze digitali (si vedano le sezioni successive), fattore che incide sulla domanda.

2 Capitale umano

2 Capitale umano	Italia		Gruppo punteggi o	UE punteggio
	Posi- zione	Pun- teggio		
DESI 2015	24	0,41	0,42	0,54
DESI 2014	24	0,38	0,38	0,52

Con un punteggio per il capitale umano pari a 0,41, l'Italia è ventiquattresima tra i paesi dell'UE, registrando prestazioni migliori rispetto all'anno precedente (0,38).

	Italia				UE DESI 2015 valore
	DESI 2015		DESI 2014		
	valore	posizione	valore	posizione	
2a1 Utenti di internet % di persone (età 16-74)	59% (2014) ↑	25	56% (2013)	25	75% (2014)
2a2 Competenze digitali di base % di persone (età 16-74)	47% (2014) ↑	23	43% (2012)	24	59% (2014)
2b1 Specialisti delle TIC % di persone occupate	2,4% (2013) →	17	2,4% (2012)	18	2,8% (2013)
2b2 Laureati STEM Laureati in materie STEM su 1000 persone (età 20-29)	13 (2012)	22	13 (2012)	22	17 (2012)

Per sviluppare pienamente l'economia e la società digitali, l'Italia deve incoraggiare i cittadini a usare internet. La percentuale italiana di utenti abituali di internet è una delle più basse dell'UE (59%) e il 31% della popolazione italiana non ha mai usato internet (rispetto a una media UE del 18%). Ciò significa che un terzo della popolazione non può cogliere le opportunità offerte dalla Rete, né può contribuire all'economia digitale.

L'Italia deve colmare questa grave lacuna. Le competenze digitali sono oggi indispensabili per tutti i lavoratori, e il fatto che la metà della popolazione italiana non abbia nemmeno le competenze digitali di base può ostacolare in modo significativo lo sviluppo economico del paese. In Italia si registra anche una bassa percentuale di laureati nelle materie STEM (scienza, tecnologia, ingegneria e matematica): l'1,3% degli italiani tra i 20 e i 29 anni, percentuale insufficiente per un'economia avanzata nell'era digitale.

Infine, la percentuale di specialisti delle TIC⁵ nella forza lavoro (2,4%) si avvicina alla media dell'UE (2,8%).

⁵ Definizione ampia fornita nella relazione tecnica del JRC (IPTS) dal titolo "The evolution of EU ICT employment 2000-2012" (di prossima pubblicazione): codici ISCO 25 e 35 e laureati nelle TIC in alcuni codici ISCO simili.

3 Uso di internet

3 Uso di internet	Italia		Gruppo punteggi o	UE punteggio
	Posi- zione	Pun- teggio		
DESI 2015	27	0,31	0,38	0,41
DESI 2014	27	0,28	0,33	0,39

In termini di propensione delle persone a utilizzare i servizi internet, l'Italia ha ottenuto un punteggio di 0,31 (superiore al punteggio di 0,28 dell'anno scorso), collocandosi al ventisettesimo posto tra i paesi dell'UE. Sebbene l'uso della maggior parte dei servizi online sia aumentato, l'Italia è indietro per quanto riguarda gli acquisti online e la lettura delle notizie su internet.

	Italia				UE DESI 2015 valore	
	DESI 2015 valore		DESI 2015 posizione	DESI 2014 valore		DESI 2014 posizione
3a1 Notizie % di persone che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi (età 16-74)	60% (2014)	↓	26	68% (2013)	19	67% (2014)
3a2 Musica, video e giochi % di persone che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi (età 16-74)	52% (2014)	↑	12	39% (2012)	26	49% (2014)
3a3 Video su richiesta (VoD) % di famiglie che hanno un televisore	20% (2013)		21	20% (2013)	20	39% (2013)
3a4 IPTV % di famiglie che hanno un televisore	0,5% (2013)		28	0,5% (2013)	28	13% (2013)
3b1 Videochiamate % di persone che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi (età 16-74)	38% (2014)	↑	18	36% (2013)	17	37% (2014)
3b2 Social network % di persone che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi (età 16-74)	58% (2014)	↑	22	54% (2013)	23	58% (2014)
3c1 Servizi bancari % di persone che hanno utilizzato internet negli ultimi 3 mesi (età 16-74)	42% (2014)	↑	21	37% (2013)	21	57% (2014)
3c2 Acquisti % di persone che hanno utilizzato internet nell'ultimo anno (età 16-74)	35% (2014)	↑	26	32% (2013)	25	63% (2014)

Gli internauti italiani effettuano molte attività online, sebbene siano indietro rispetto alla media dell'UE. Il consumo di contenuti digitali (musica, video e giochi) è aumentato notevolmente nell'ultimo anno e rientra tra le attività preferite rispetto all'utente medio dell'Unione. Si è registrato invece un sensibile calo della lettura delle notizie online, forse imputabile al passaggio delle fonti di informazione da un modello essenzialmente gratuito a un modello freemium⁶. L'abbonamento a servizi VoD e IPTV risente di un approccio storico che ha favorito fortemente altri canali di trasmissione (ad esempio, i canali televisivi terrestri e quelli satellitari).

L'uso delle transazioni online (servizi bancari e acquisti) è aumentato, ma la percentuale di utenti che le effettua è ancora scarso. Questo settore rappresenta una sfida fondamentale per l'Italia in termini di uso di internet da parte dei cittadini, visto che l'economia digitale è in parte alimentata dai consumi che questi riversano nel canale online.

⁶ Con il termine freemium si fa riferimento a una strategia di fissazione dei prezzi in base alla quale una parte delle notizie è disponibile gratuitamente, mentre un'altra parte è accessibile solo agli utenti abbonati.

4 Integrazione della tecnologia digitale

4 Integrazione della tecnologia digitale	Italia		Gruppo punteggio	UE punteggio
	Posizione	Punteggio		
DESI 2015	22	0,29	0,27	0,33
DESI 2014	23	0,21	0,23	0,3

L'integrazione della tecnologia digitale da parte delle imprese è la seconda dimensione in cui l'Italia registra le migliori prestazioni tra quelle considerate dal DESI 2015: con un punteggio di 0,29 (con un buon aumento rispetto al punteggio di 0,28 dell'anno scorso), occupa il ventiduesimo posto tra i paesi dell'UE. Le imprese italiane stanno facendo passi avanti nell'adozione delle soluzioni di eBusiness ma devono sfruttare meglio le possibilità offerte dal commercio elettronico.

	Italia				UE DESI 2015 valore
	DESI 2015		DESI 2014		
	valore	posizione	valore	posizione	
4a1 Condivisione elettronica delle informazioni % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	37% (2014) ↑	10	27% (2013)	18	31% (2014)
4a2 RFID % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	4,6% (2014) ↑	12	1,3% (2011)	19	3,8% (2014)
4a3 Social media % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	12% (2014) ↑	19	11% (2013)	21	14% (2014)
4a4 Fatture elettroniche % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	5,4% (2014) ↓	27	6,7% (2013)	24	11% (2014)
4a5 Cloud % di imprese (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	20% (2014)	5	n.d.	-	11% (2014)
4b1 PMI che vendono online % di PMI (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	5,1% (2014) ↑	28	4,8% (2013)	27	15% (2014)
4b2 Fatturato dell'e-commerce % di fatturato delle PMI (escluso il settore finanziario, 10-249 dipendenti)	4,8% (2014) →	23	4,8% (2013)	25	8,8% (2014)
4b3 Vendite online transfrontaliere % di PMI (escluso il settore finanziario, 10+ dipendenti)	4% (2013)	24	4% (2013)	24	6,5% (2013)

La vera sfida delle imprese italiane è sfruttare le possibilità offerte dall'e-commerce per espandere i loro mercati o diventare più competitive in quelli in cui già operano. Tali possibilità rivestono un'importanza ancora più grande per le PMI, che subiscono maggiormente la pressione della crisi economica. Tuttavia soltanto il 5,1% delle PMI è attivo nel commercio online (la percentuale più bassa dell'UE-28). Anche il fatturato riconducibile all'e-commerce non è molto alto per le imprese italiane (4,8% del fatturato totale) e corrisponde alla metà della media dell'UE (8,8%).

L'Italia sta facendo invece progressi rispetto all'anno scorso nell'adozione delle soluzioni di eBusiness, come ERP e la condivisione elettronica delle informazioni, sia in termini assoluti sia rispetto agli altri Stati membri. A rendere più conveniente l'adozione di queste soluzioni è la disponibilità di alternative più economiche basate sul cloud. Con una percentuale di adozione delle soluzioni cloud pari al 20%, l'Italia è in prima linea (quinto posto nella classifica dell'UE-28) per quanto riguarda l'uso di queste tecnologie.

5 Servizi pubblici digitali

5 Servizi pubblici digitali	Italia		Gruppo punteggio	UE punteggio
	Posizione	Punteggio		
DESI 2015	15	0,42	0,34	0,47
DESI 2014	14	0,4	0,33	0,45

La dimensione del DESI 2015 in cui l'Italia vanta le migliori prestazioni è quella dei servizi pubblici digitali (con un punteggio di 0,42 è al quindicesimo posto tra i paesi UE). Tuttavia i livelli di utilizzo dell'e-Government sono ancora bassi, in parte perché i servizi pubblici online non sono sufficientemente sviluppati e in parte a causa delle carenze in termini di competenze digitali.

	Italia				UE DESI 2015 Valore
	DESI 2015		DESI 2014		
	valore	posizione	valore	posizione	
5a1 Utenti che interagiscono online con la pubblica amministrazione % di persone che restituiscono moduli compilati per via elettronica, rispetto al totale degli utenti di internet nell'ultimo anno (età 16-74)	18% (2014) ↑	25	17% (2013)	21	33% (2014)
5a2 Moduli precompilati Punteggio (da 0 a 100)	41 (2014) ↓	15	48 (2013)	15	45 (2014)
5a3 Completamento di servizi online Punteggio (da 0 a 100)	78 (2014) ↑	14	77 (2013)	11	75 (2014)
5a4 Open Data Punteggio (da 0 a 700)	480 (2014)	9	n.d.	-	380 (2014)
5b1 Scambio di dati medici % di medici di famiglia	31% (2013)	12	31% (2013)	12	36% (2013)
5b2 Prescrizioni elettroniche % di medici di famiglia	9,2% (2013)	15	9,2% (2013)	15	27% (2013)

Servizi pubblici moderni resi disponibili online in modo efficiente possono ridurre la spesa pubblica e offrire vantaggi, in termini di efficienza, alle imprese, ai cittadini e alla stessa pubblica amministrazione. L'Italia si trova ad affrontare una sfida importante per quanto riguarda i servizi pubblici online, dal momento che i benefici offerti dalle soluzioni di e-Government possono essere colti pienamente solo con un elevato tasso di utilizzo. Sebbene il basso tasso di interazione online dei cittadini italiani con la pubblica amministrazione (18% degli utenti di internet, venticinquesimo posto nell'UE-28) sia da imputare soprattutto alle scarse competenze digitali, l'amministrazione può fare di più per migliorare la fruibilità dei suoi servizi. La disponibilità di moduli precompilati nei servizi online è di fatto diminuita nell'ultimo anno (da 48 a 41), mentre gli sforzi dovrebbero andare nella direzione opposta. Inoltre, a causa del fatto che molti servizi pubblici non sono interamente disponibili online, gli utenti non esperti potrebbero rinunciare ad apprendere ad usarli.

Le prestazioni nel settore della sanità elettronica sono discrete, sebbene possano essere migliorate: lo scambio elettronico dei dati è una pratica usata dal 41% dei medici di famiglia (percentuale che si avvicina alla media UE del 36%), mentre il 9,2% utilizza le prescrizioni elettroniche.

Infine, l'Italia ha fatto notevoli progressi, non solo dal punto di vista formale, nell'attuazione della normativa dell'UE sui dati aperti (Open Data), come dimostra il punteggio ottenuto in questo campo (480, nono posto nella classifica dell'UE-28).