

***"L'impatto dell'Information Technology
sulle aziende del terziario in Italia"***

Sintesi per la stampa

**Ricerca promossa da Microsoft e Confcommercio
realizzata da NetConsulting**

Roma, 18 Marzo 2003

Aziende del terziario in ritardo rispetto al segmento globale delle Pmi, aumento del gap esistente rispetto alle altre realtà economiche del paese, utilizzo di Internet prevalentemente per posta elettronica e realizzazione di siti web e poco per l'e-commerce - ad eccezione dei settori dei trasporti e del turismo - e necessità di politiche di incentivazione, di supporto finanziario e di sostegno alla formazione.

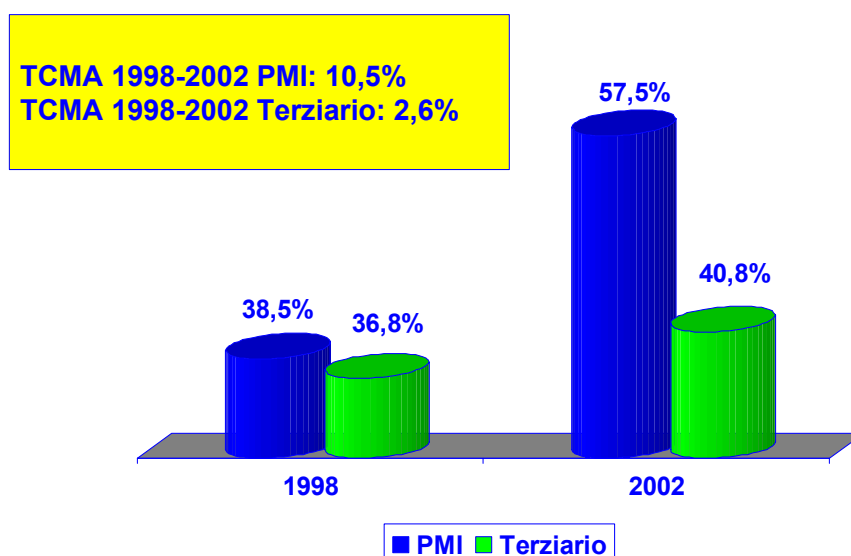
Questi, in sintesi, i principali risultati che emergono dallo studio promosso congiuntamente da Microsoft e Confcommercio che mira ad analizzare le tendenze in atto nell'adozione e nell'utilizzo delle tecnologie informatiche nelle aziende del terziario con particolare riferimento ai settori del food, no food, moda, trasporti e turismo.

Una delle principali risultanze emerse è il sensibile **ritardo del settore**, sia rispetto agli altri comparti economici sia allo stesso segmento delle PMI, che costituisce un naturale benchmark di riferimento.

La lentezza nell'adozione delle tecnologie informatiche nel terziario appare in contrasto con la dinamicità di un settore che risulta formato da aziende giovani e in continua crescita.

Va tuttavia sottolineato che negli ultimi anni, le tecnologie, attraverso il PC, sono penetrate in modo consistente nelle aziende del terziario, infatti **il 40,8% degli addetti del settore dispone di un PC**. Dato che, pur rappresentando un significativo miglioramento rispetto al 1998, consente di valutare il sostanziale ritardo del settore, grazie al confronto con la penetrazione dei PC presso l'intero segmento delle **PMI**, dove **quasi il 60% degli addetti dispone di una postazione informatica (Fig. 1)**.

Fig. 1 - La diffusione del PC presso le aziende del terziario rispetto al totale PMI (1998- 2002)

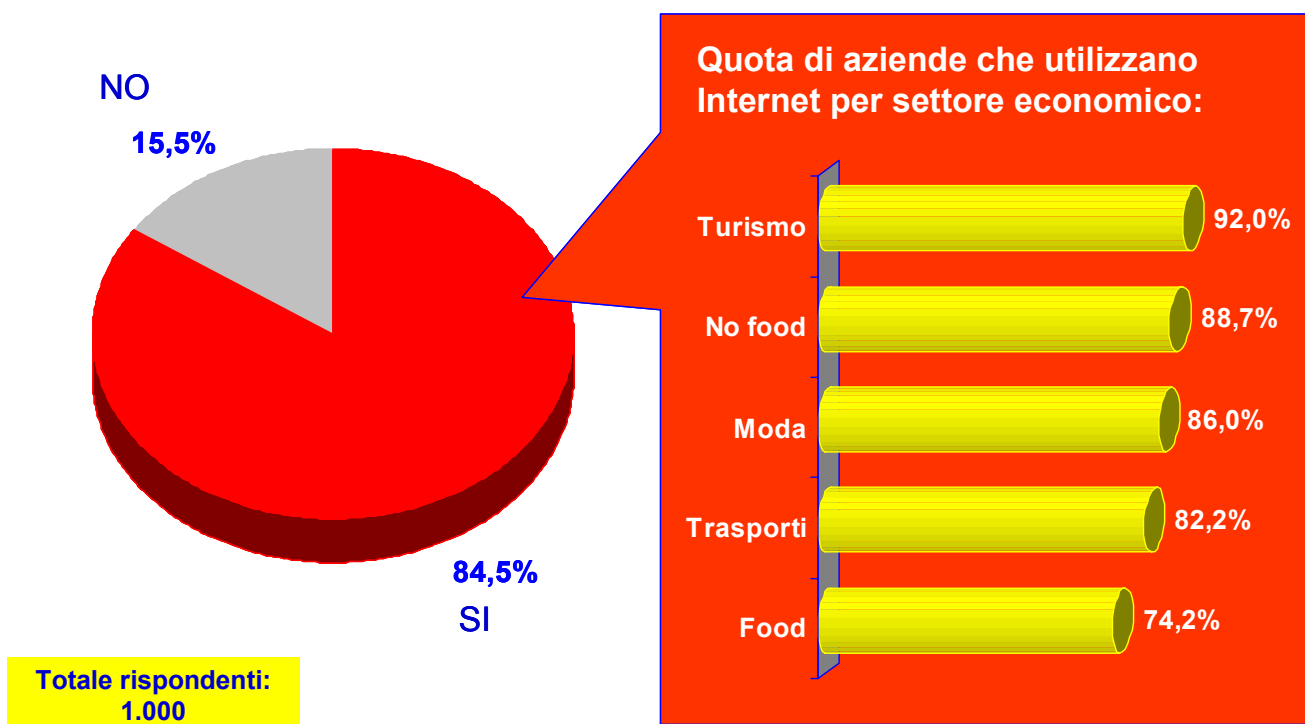


Fonte: NetConsulting

Le aziende appartenenti al **settore del terziario tendono quindi a non investire adeguatamente in nuove dotazioni informatiche**. In tal modo, anziché colmare il gap esistente con le altre realtà economiche del Paese tendono ad ampliarlo.

Anche rispetto ad Internet emergono luci ed ombre. La diffusione di Internet nelle imprese commerciali italiane sta avvenendo in maniera generalizzata e pervasiva, infatti l'84,5% delle aziende consultate dispone almeno di una connessione alla rete (Fig. 2).

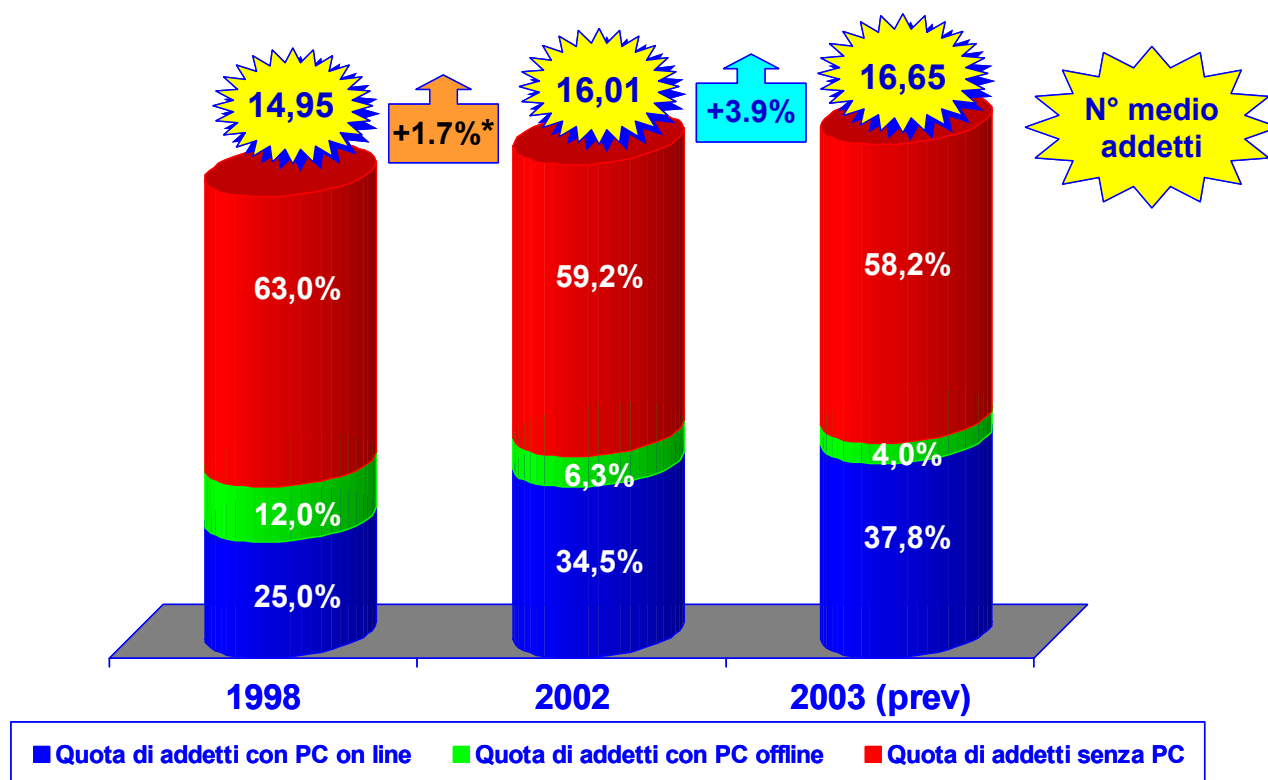
Fig. 2 - La penetrazione di Internet



Fonte: NetConsulting

La quota di addetti che accede autonomamente on line risulta attualmente di poco superiore ad 1/3 del totale, ma è prevista in aumento e già nel corso del 2003 si stima possa arrivare a quasi il 38% (Fig. 3).

Fig. 3 - La dinamica degli addetti e della dotazione informatica delle aziende campione (numero addetti, quote sul totale e variazioni % 1998-2003)



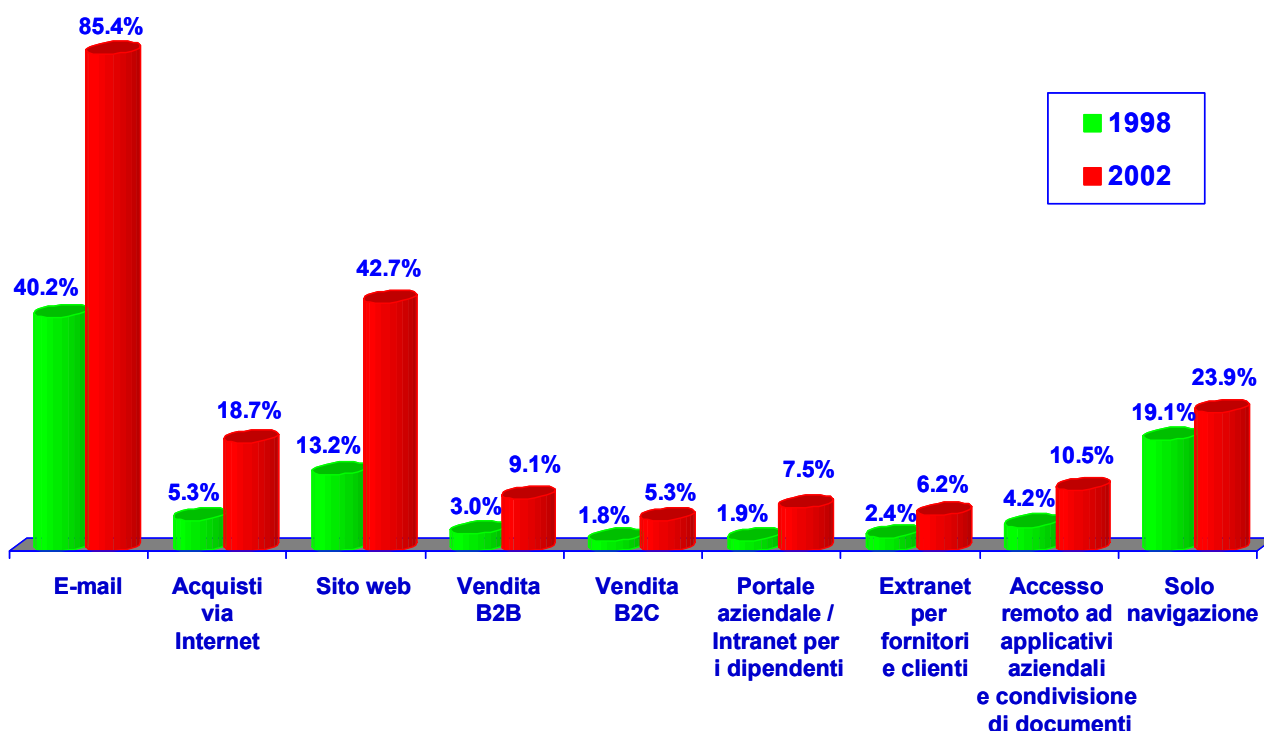
(*) TCMA 1998-2002

Fonte: NetConsulting

Tuttavia, **la crescita dell'utilizzo di Internet non corrisponde ad una crescita del valore posto on line**, in quanto la rete viene prevalentemente utilizzata per applicazioni di base, quali la posta elettronica (85,4%), la realizzazione di siti web (42,7%) o la semplice navigazione (23,9%), mentre appare ancora limitato l'utilizzo di Internet come modalità di vendita (e-commerce) sia di tipo B2B (9,1%) che B2C (5,3%).

La tendenza di fondo che si rileva quindi nel settore del terziario è **la mancanza di contenuto strategico dei progetti IT**, che continuano a **privilegiare finalità prevalentemente operative, legate al controllo di gestione e al miglioramento dell'operatività aziendale (Fig. 4)**.

Fig. 4 - L'evoluzione nell'utilizzo di Internet nel terziario (1998-2002)



Fonte: NetConsulting

Solo in alcuni settori, quali il turismo e i trasporti, caratterizzati da logiche di gestione customer oriented e da modelli di business con un contenuto informativo rilevante, la tecnologia viene considerata con maggiore attenzione come strumento per aprire nuovi canali commerciali in grado di facilitare la relazione con i clienti, di vendita e di apertura di nuovi mercati di sbocco.

Fra i risultati più rappresentativi ed innovativi che l'indagine ha fornito, vi sono soprattutto quelli che misurano il ritorno degli investimenti sostenuti in termini di impatto dell'utilizzo dell'IT rispetto alla produttività.

Suddividendo le aziende del terziario fra quelle che hanno adottato intensamente le tecnologie informatiche e quelle che ne hanno fatto un uso limitato, emergono delle indicazioni molto significative:

- **chi ha molto e meglio investito in tecnologie (Heavy user) ha visto crescere in modo determinante il fatturato per addetto fra il 1998 ed il 2002: il 7,9% all'anno contro il 4,9% di chi ha investito poco e male (Low user);**
- **tutte le aree aziendali vengono impattate dalle scelte di maggiore orientamento all'informatica, traendone benefici elevati soprattutto nelle funzioni amministrative, nei rapporti con i clienti e nel controllo di gestione.**

Tuttavia, **gli investimenti in tecnologie**, per quanto importanti siano, **devono essere da un lato opportunamente dimensionati e dall'altro distribuiti in modo equilibrato all'interno dell'azienda, per poterne sfruttare tutti i possibili benefici.**

Infatti, ad un inadeguato investimento IT può far seguito un ritorno insufficiente o, addirittura, negativo, così come una dotazione di Personal Computer disomogenea può produrre effetti distorti sulla produttività aziendale, se vi sono squilibri fra le diverse aree aziendali coinvolte in attività sequenziali per le quali si possono creare dei colli di bottiglia o differenti velocità di esecuzione.

Questo processo di adozione spontanea di tecnologia avvenuto negli ultimi anni da parte del terziario, **va però anche accompagnato da politiche che incentivino l'aumento della capacità di utilizzo delle nuove tecnologie**, stimolando altresì la cultura aziendale verso l'uso strategico dell'IT.

Attualmente si sta creando una profonda separazione (il cosiddetto Digital Divide) tra quelle aziende del settore che hanno avuto l'opportuna lungimiranza, il coraggio e la capacità di avviare un processo di trasformazione dell'attività da una modalità tradizionale ad una maggiormente legata alle tecnologie informatiche (gli Heavy user), rispetto ad altre aziende che non sono state in grado di innovare la propria impostazione operativa (i Low user).

Per cercare di ripianare le differenze presenti, **occorre fornire alle aziende del settore** – sia a quelle già evolute, sia a quelle in ritardo – **un supporto che non sia solo finanziario, ma anche e soprattutto di sostegno alla formazione, per consentire loro di valutare e comprendere tanto le modalità di utilizzo quanto quelle relative alle opportunità di introduzione dell'IT e del PC.**

Fra le possibili modalità, l'indagine ha voluto comprendere in che modo contributi pubblici e sgravi fiscali potessero costituire un incentivo per spingere le aziende a sviluppare dei programmi di formazione. Di fatto, essi assumono una fondamentale importanza, dato che circa il 75% delle aziende del campione ritiene che gli incentivi siano uno strumento adatto per aumentare la formazione (Fig. 5).

Fig. 5 - Contributi pubblici e sgravi fiscali come stimolo agli investimenti in formazione IT



Fonte: NetConsulting

Tale supporto deve portare a comprendere in maniera oculata e consapevole tanto le opportunità quanto i rischi derivanti dall'adozione di soluzioni IT inadatte alle esigenze delle aziende del settore, per favorire – al contrario – la realizzazione di investimenti che abbiano maggiori possibilità di trasformarsi in strumenti di competitività e profitto per tutto il sistema Paese.

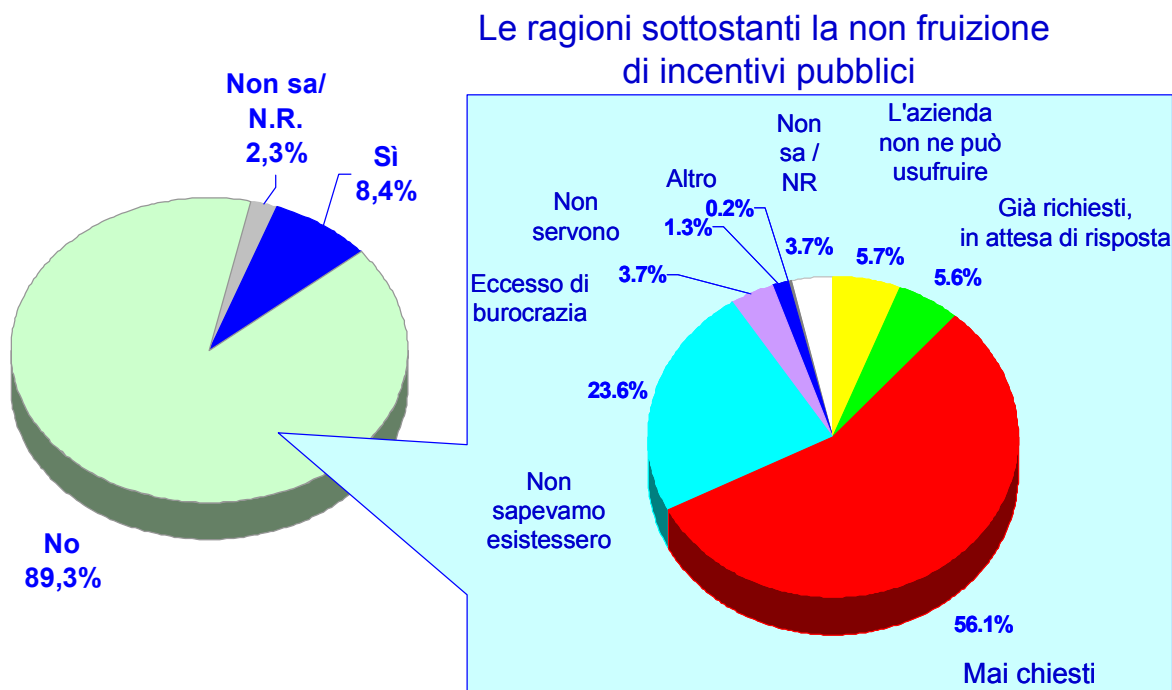
Sempre sul tema degli incentivi, un altro strumento che può supportare lo sviluppo delle tecnologie nelle aziende del terziario è la fruizione di contributi pubblici per l'informatica.

Attualmente solo l'8,4% delle aziende intervistate ha beneficiato dei contributi messi a disposizione per incentivare l'adozione di soluzioni informatiche (Fig. 6).

Dai dati analizzati, emerge che il 56% delle aziende che non ha usufruito degli incentivi non ne ha mai fatto richiesta, mentre un altro 24% non era adeguatamente informato sulla possibilità di accedere a questi strumenti.

Ciò significa che circa l'80% delle imprese non ha compiuto nessun passo per accedere ai finanziamenti pubblici per l'IT, privandosi di quelle risorse che, a detta di molte aziende consultate, avrebbero indotto una buona parte di esse ad effettuare investimenti in informatica che, invece, non sono stati sostenuti.

Fig. 6 - Fruizione di incentivi pubblici per l'informatica



Fonte: NetConsulting

Le associazioni di categoria, proprio per le loro finalità istituzionali di rappresentanza e di supporto, sono gli attori che possono giocare il ruolo principale nell'introduzione di nuove modalità di lavoro basate su un'adozione pervasiva delle tecnologie, grazie al supporto legale e fiscale, migliorando l'accessibilità ai benefici e agli sgravi pubblici di coloro che vogliono investire in IT.

La chiave di volta di questo processo risiede in un salto culturale che per le imprese del settore assume una duplice valenza:

- acquisire competenze per disporre di una maggior consapevolezza rispetto ai positivi impatti dell'IT sui processi aziendali e, di conseguenza, sulla produttività;
- disporre di una migliore capacità tecnica per sfruttare meglio gli strumenti informatici acquisiti e rendendo ancora più rapido il ritorno dell'investimento sostenuto.