

Italiani nella Rete ma con pigrizia Pmi ancora diffidenti sull'innovare

I dati dell'Ipsos nell'industria si capisce poco il rapporto digitalizzazione-business

Il rapporto

di **Dario Di Vico**

Gli italiani apprezzano Internet, i numeri segnalano una pratica in costante ascesa, ma l'amore vero tra i nostri connazionali e la digitalizzazione deve ancora scoppiare. La transizione è lenta, l'uso che si fa della Rete è ancora pigro e se passiamo dalle famiglie alle imprese scopriamo che i Piccoli sono rimasti decisamente indietro. L'Ipsos ha condotto uno studio demoscopico sul rapporto tra gli italiani e la digitalizzazione che contiene diversi spunti interessanti e fotografa una modernizzazione a metà e un blocco culturale ancora in atto. È vero che nel 2005 solo uno su tre usava Internet e nel 2017 la proporzione è salita a due su tre ma i confronti internazionali ci penalizzano bruscamente. Prendiamo un dato piuttosto deludente come quello delle persone tra i 16 e i 74 anni che si collegano a Internet almeno una volta a settimana: siamo al 69% ben dodici punti sotto la media Ue. E se andiamo a spulciare le performance dei singoli Paesi il confronto quasi ci umilia perché sventano gli scandinavi a quota 95 ma sono solo quattro le bandiere che nel ranking stanno sotto la nostra: i vessilli di Grecia, Croazia, Bulgaria e Romania. Siamo dietro anche al Portogallo.

La spiegazione che gli analisti di Ipsos danno riporta come causa prima alla struttura anagrafica del Belpaese con una media piuttosto elevata.

L'uso che facciamo della Rete è quasi monopolizzato dall'invio di mail, poi la fascia d'età tra i 15 e i 34 anni ha come seconda tipologia di utilizzo la partecipazione all'attività dei social network, mentre gli over 35 presi tutti assieme dopo le mail si collegano a Internet con lo scopo di leggere i giornali. Il dato complessivo non è entusiasmante e ci restituisce l'idea di un'alphabetizzazione ancora in corso. La Rete come basket di servizi da cui pescare non fa parte ancora del bagaglio culturale dei nostri connazionali.

Ma non è finita, Ipsos ci dice anche altre cose. Per esempio che lo smartphone la fa da padrone su tablet e computer presso tutte le fasce d'età, è il device-principe. A mitigare, almeno in parte, i giudizi negativi, i ricercatori che hanno condotto l'indagine ci forniscono qualche altro dato più ottimistico. Prendiamo l'e-commerce: cresce in maniera esponenziale e lo usiamo per comprare prodotti e servizi in proporzione fifty fifty. Il 39% acquista articoli sportivi e vestiti, il 30% pernottamenti per vacanze. In campo positivo andrebbe sicuramente inserito il dato che vede 7 famiglie su 10 possedere un accesso a Internet da casa su banda larga, ma c'è anche l'altro lato, ovvero che un terzo delle famiglie resta senza una connessione disponibile, sia essa fissa o mobile. «Si individua-

no due motivi alla base di questa rilevazione — dicono all'Ipsos — la prima che le persone anziane non sanno usare Internet, la seconda che le famiglie giovani vorrebbero utilizzare la Rete ma hanno difficoltà legate soprattutto ai costi».

Dalle famiglie alle imprese. Il livello di digitalizzazione delle Pmi è molto basso, addirittura arriva al 58% dei casi di aziende tra i 10 e i 49 dipendenti. Se saliamo di taglia (50-99 addetti) il «molto basso» vale ancora il 40% del campione. Possiamo — e giustamente — tirare in ballo cause infrastrutturali che si riferiscono alla diffusione della banda larga, ma qui troviamo quella barriera culturale di cui parlavamo, presente sia tra i proprietari che tra i dipendenti. Servirebbe un cambio di passo e in tempi non biblici. È vero che il piano Industria 4.0 ha conosciuto un chiaro successo ma, come sottolinea Donato Iacovone, Ceo di Ernst&Young, «si è investito soprattutto per sostituire macchinari obsoleti piuttosto che inserire una digitalizzazione capace di influenzare la struttura aziendale e il modello di business». La barriera regge (purtroppo) anche perché, conclude Iacovone, «non sono chiare le ricadute dell'innovazione sul business laddove invece, come nei distretti industriali d'avanguardia, un campione di oltre il 90% degli imprenditori interpellati dichiara di aver avuto ritorni pari alle aspettative o addirittura superiori».

 @dariodivico

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quale Rete

La recente indagine EY-Ipsos sulla digital transformation ha messo in luce una situazione in chiaroscuro su Internet in Italia: se 7 famiglie su 10 hanno un accesso alla Rete da casa su banda larga (a lato, un tecnico della milanese Open Fiber al lavoro), un terzo delle famiglie non è ancora in possesso neanche di una connessione, fissa o mobile che sia

69

La percentuale di italiani (16-74 anni) che navigano una volta a settimana

58

La percentuale di Pmi italiane con livello di digitalizzazione considerato «molto basso»

4

I Paesi europei meno online dell'Italia: Grecia, Croazia, Bulgaria, Romania

90

La percentuale di aziende che hanno avuto buoni risultati da investimenti hi-tech

50

La percentuale dei prodotti merceologici acquistati online dagli italiani

42

La percentuale di crescita digitale di Nord Est, Lombardia, ed Emilia Romagna





4.0 a metà
Il piano per la digitalizzazione dell'industria ha contribuito alla sostituzione di vecchie macchine, senza rivoluzionare il modello di sviluppo