

**Innovazione.** Unioncamere: solo il 55% delle imprese sopra i 10 addetti ha un sito

# Le aziende usano poco il web

Google Italia: sul territorio ci sono potenzialità non sfruttate

## FIRENZE

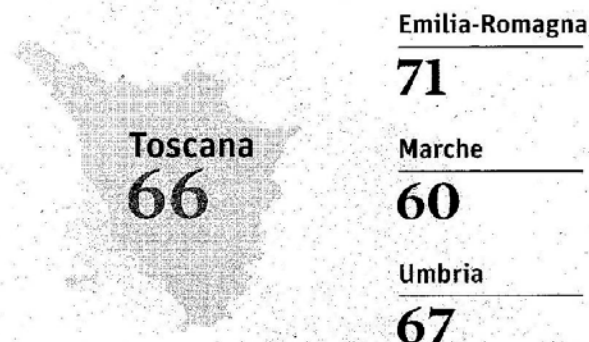
**Manuela Villimburgo**

Ormai sveziate all'utilizzo della rete, le imprese toscane non hanno ancora imparato a sfruttare a pieno le potenzialità commerciali del web. Ma quelle che lo hanno fatto hanno raggiunto risultati importanti e in alcuni casi sono riuscite a compiere un salto notevole, soprattutto sui mercati internazionali.

Un segnale evidente della potenza che potrebbe avere l'apertura di un finestra nell'internet è il fatto che la Toscana, secondo una recente rilevazione resa nota da Google Italia, è al secondo posto tra le regioni italiane oggetto di ricerca da parte degli internauti. «Le potenzialità di business per le imprese toscane - dichiara Alessandro Antiga, direttore marketing di Google Italia - risiedono negli alti livelli di penetrazione della banda larga nel territorio e di utilizzo della rete per acquisti on-line da parte dei consumatori finali. Fattori che collocano la regione tra quelle con l'indice di E-Intensity più elevato, preceduta tuttavia da Val-

## A confronto

L'indicatore di penetrazione della tecnologia nel territorio



Fonte: elab. su dati Google

le d'Aosta, Sardegna, Emilia-Romagna, Lombardia, Veneto e Umbria. C'è dunque ancora molto spazio da conquistare».

La partita vale decisamente la pena. Secondo l'indagine sulla internet economy, commissionata da Google al Boston Consulting Group e condotta su un campione di 1.000 Pmi italiane, nell'ultimo triennio, le imprese che utilizzano il proprio sito per fare marketing ed e-commerce hanno registrato un incremento annuo dei ricavi dell'1,2%, contro il trend ne-

gativo di quelle che si limitano ad essere on-line (-2,4%) e di quelle off-line (-4,5%).

Il 65% delle aziende online-attive ha affermato di aver migliorato la propria produttività, contro il 28% di quelle online-passive e il 25% di quelle offline. L'incidenza delle vendite internazionali è mediamente il 14,7% per le realtà online-attive. Per le imprese online-passive e offline, tale valore si riduce rispettivamente al 7,7% e al 4,1%. Complessivamente, le Pmi che usano Internet attivamente crescono più in

fretta, raggiungono una clientela più internazionale, assumono più persone e sono più produttive rispetto alle aziende non attive sul web.

Attualmente, la penetrazione di internet tra le piccole imprese è ancora bassa: secondo gli ultimi dati Eurisko, mentre l'87% delle aziende con più di 50 dipendenti ha un sito, per quelle con meno di 10 addetti la percentuale è inferiore al 50%. In Toscana, le imprese sopra i 10 addetti con sito web sono intorno al 55%, contro il 59% della media nazionale (dati Unioncamere). Proprio nel settore commerciale, che più di tutti potrebbe giovare della Rete, la performance è particolarmente arretrata: solo un quarto degli esercizi possiede una pagina web e, tolti ipermercati, supermercati e grandi magazzini (la metà dei quali è online), la distribuzione alimentare è solo al 15%, mentre l'abbigliamento raggiunge il 30%. Se poi si guarda all'attività di e-commerce, la regione è sopra la media nazionale (5,8%) ma è molto indietro rispetto al Nord Est (6,8%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

