



## Qualche cenno "storico"

L'avvento di INTERNET, con il vertiginoso sviluppo delle tecnologie informatiche che lo contraddistinguono, può essere paragonato alla diffusione nel XV secolo della stampa a caratteri mobili, con l'unica differenza che, i tempi del cambiamento si comprimono oggi in progressione esponenziale.

La partenza di INTERNET si chiama "ARPANET". Era il 1957 quando il Governo degli Stati Uniti istituì un istituto di ricerca (ARPA - Advanced Research Project Agency) destinato al "Comando e Controllo" del dipartimento della Difesa, in alternativa alle lacune nella rete delle comunicazioni militari che disponevano di un computer centrale al quale si collegavano tutti gli elaboratori delle sedi periferiche. Appare evidente la vulnerabilità del sistema utilizzato in quanto, se veniva distrutto il computer centrale, si bloccavano tutti i collegamenti periferici. La soluzione poteva essere una sola: poter disporre di una "rete" di collegamenti che permettesse ad ogni computer di comunicare con gli altri senza passare dal centro, rendendo ogni unità periferica autosufficiente per acquisire e trasmettere tutte le informazioni di cui potesse necessitare.

Nel 1969 l'Agenzia ARPA metteva in funzione "ARPANET", la prima rete telematica che collegò sperimentalmente 4 Università degli USA, nel 1971, compresa la NASA, furono 15 gli Istituti collegati, sino a giungere nel 1974 quando fu definitivamente collaudato lo standard di trasmissione

"TCP/IP" (Trasmission Control Protocol / Internet Protocol), da cui emerse, sino a consolidarsi a tutt'oggi, il nome di INTERNET.

Nel 1983 l'Agenzia ARPA esaurendo lo scopo per cui fu creata, il Dipartimento della Difesa costituisce una propria struttura più "segreta" (MILNET). Ma il sistema di collegamenti informatici sinora collaudati diede autorevolezza ed efficacia al sistema di collegamento INTERNET che divenne definitivamente di dominio pubblico.

La possibilità conferita all'utente di poter accedere agevolmente alle informazioni di cui necessita, senza conoscere complicati linguaggi, la si deve al ricercatore inglese Tim Berners-Lee. Grazie a lui i documenti (testi, immagini fisse o in movimento e suoni) vengono collegati in un modo che ciascuno di essi sia collegabile ed interagibile con altri. In questo modo, ogni documento, purchè registrato in un sito della rete ed identificabile con il suo indirizzo (URL - Universal Resource Locator), diventa immediatamente accessibile da ogni parte del mondo. Per usare un linguaggio informaticamente appropriato diremo che il "World Wide Web", o più semplicemente "Web" o "ragnatela mondiale", funziona grazie al protocollo "HTTP" (Hypertext Transfer Protocol), che consente il trasferimento di pagine scritte utilizzando il linguaggio "HTML" (Hypertext Markup Language).



## Le opportunità di Internet

Le opportunità che INTERNET offre ad una azienda, sia sotto il profilo della visibilità che delle potenzialità operative che si collegano al mercato in cui l'azienda è inserita, sono innumerevoli.

A tutt'oggi sono migliaia le aziende che hanno consolidato il loro "business" grazie alla rete di INTERNET, e continuano ad aumentare. Recenti studi statistici indicano che le pagine Web sono più di un miliardo di cui, l'86% in lingua inglese. Agli inizi del 2000 erano stimate in circa 249 milioni le persone "on-line" in tutto il mondo... "tutti" potenziali consumatori!

Al di là di queste considerazioni, le statistiche e le previsioni indicano che il "commercio in rete" non si svilupperà soprattutto tra le aziende ed i consumatori, bensì tra aziende, ovvero si verificherà ( e si sta

verificando) il cosiddetto "business to business" ("b-to-b"). Da non sottovalutare, comunque, il "business to consumer" ("b-to-c"), ossia la vendita diretta dell'azienda rivolta ai consumatori, in quanto anche in questo caso le possibilità di successo potranno rivelarsi straordinarie.

Occorre ancora evidenziare che INTERNET rappresenta una delle fonti più interessanti per sviluppare azioni di "marketing" aziendale; le motivazioni fondamentali sono tre:

- è più "economico"
- si ha un bacino di visibilità su scala "mondiale"
- si hanno riscontri "immediati"

## Il rapporto tra Internet e le Aziende Artigiane

Per meglio verificare, allo stato dell'arte, la situazione che caratterizza il rapporto delle Aziende Artigiane con INTERNET, CONFARTIGIANATO ha sviluppato una ricerca molto interessante attraverso la collaborazione di "ABACUS"; in particolare si è voluto capire:

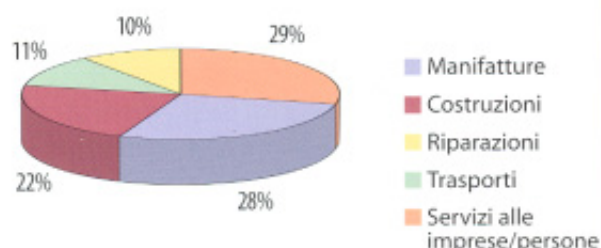
- la penetrazione del fenomeno INTERNET e la descrizione del target delle aziende utenti
- Le aspettative e/o le preoccupazioni con cui questo fenomeno viene vissuto
- La conoscenza di INTERNET e delle sue potenzialità, con particolare attenzione ai servizi offerti in rete da "Associazioni di categoria - Camere di Commercio - Poste - Banche - Enti locali, ecc."
- I servizi effettivamente utilizzati da chi "naviga" in rete (contabilità - informazioni - ricerca prodotti o servizi, ecc.)
- La comunicazione aziendale attraverso la rete (pubblicità on-line - creazione di un sito - commercio elettronico, ecc.)
- Le prospettive future di utilizzo della rete.

Il "campione" su cui si è sviluppata la ricerca (avvenuta nel Maggio del 2002) è stato di "1200" contatti con 600 interviste così stratificate:

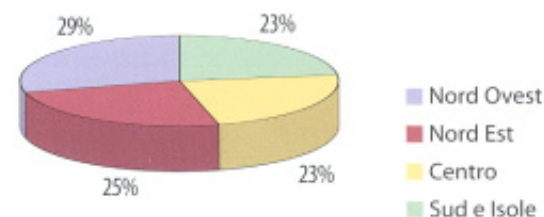
- 300 imprese collegate ad INTERNET
- 300 imprese non collegate ad INTERNET
- area geografica
- attività economica

I settori merceologici interessati hanno abbracciato segmenti eterogenei, vale a dire: manifatture - costruzioni - riparazioni - trasporti - servizi alle imprese ed alle persone.

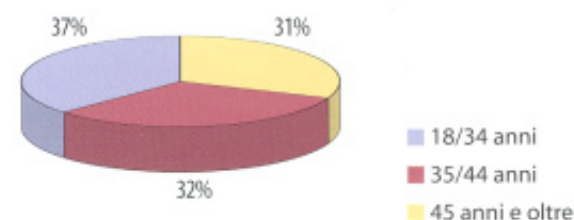
### Settori di attività facenti parte dell'intervista



### Aree geografiche interessate all'intervista



### Età degli intervistati (compresa tra i 18 e 65 anni)



## Alcuni dati sul mercato "consumer"

Nel Marzo 2002 gli "Internet user" (persona che si è collegata ad Internet almeno una volta negli ultimi 6 mesi) in Italia erano circa 12.600.000, vale a dire il 31% della popolazione di età compresa tra i 14 ed i 65 anni, con un incremento di poco superiore al 50% nell'arco del 2000. Le famiglie che dispongono di una connessione domestica ad Internet sono invece 5.300.000, pari al 25% delle famiglie italiane.

Internet viene utilizzato soprattutto per la ricerca di informazioni e per la posta elettronica, ma molte altre applicazioni hanno ormai definitivamente preso piede: dalle "chat line" - utilizzate dal 50% degli utenti giovani - alla ricerca di lavoro (26% fra gli utenti nelle regioni meridionali) ecc.

## L'indagine sulle Aziende Artigiane

Il 24% degli Artigiani dispone di un collegamento a Internet e lo usa, anche o esclusivamente per lavoro, possiamo inoltre stimare che, nel 2002, le aziende artigiane utenti della "rete" sono aumentate di circa il 40%.

Si tratta di dati inferiori, ma non di molto, a quelli osservati sulla popolazione in generale. Sono certamente dati importanti, perché le aziende artigiane ed i loro titolari non hanno fatto parte del "target" di coloro che per primi si sono avvicinati ad Internet (un "target" che era invece formato da studenti, professionisti, persone giovani e di cultura superiore alla media e così via). Sono dati importanti perché dimostrano come gli artigiani, seppur partiti in ritardo, hanno recuperato molto terreno e sono ormai prossimi agli standard osservati nel resto della popolazione.

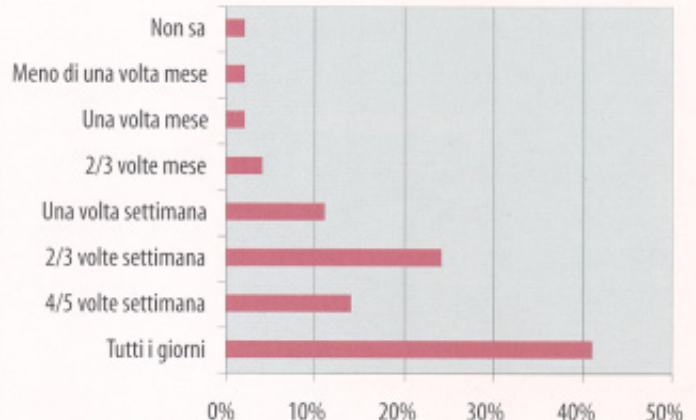
Per contro, se a tutt'oggi possiamo considerare acquisito il senso dell'utilità della "rete", non altrettanto diffusa appare la "cultura" di Internet e la conoscenza delle opportunità di business e dei servizi che la rete offre. Gli artigiani infatti ricorrono ad Internet soprattutto per cercare informazioni e per spedire "E-mail". L'uso della rete non è però così articolato come accade per gli "utenti consumer": le applicazioni diverse dalle due sopra citate sono utilizzate con minor intensità, con la rilevante eccezione dell'"home banking" (utilizzo di Internet per l'espletamento di servizi bancari), usato dal 20% degli artigiani collegati (sul "target consumer" è il 14%). I servizi "on-line" messi a disposizione degli operatori economici da:

- sistema bancario
  - pubblica amministrazione centrale e locale
  - aziende fornitrici di energia e società di telecomunicazioni,
- sono ancora utilizzati in maniera insoddisfacente.

Infatti l'80% degli artigiani utenti di Internet ha visitato almeno una volta una delle aziende menzionate, ma meno del 40% ne ha poi utilizzato i servizi "on-line".

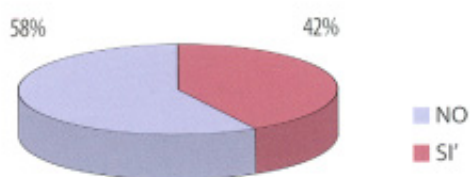
Il motivo di questa ridotta utilizzazione, secondo quanto dichiarato dalle aziende intervistate, è la mancanza di figure con competenze specifiche su Internet in azienda.

### Frequenza del collegamento ad Internet

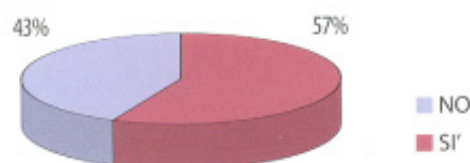




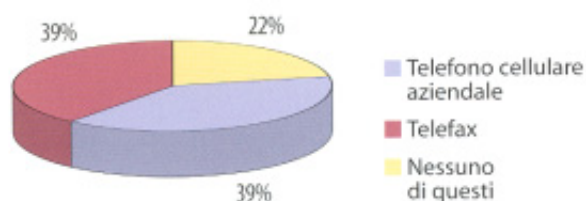
#### Presenza del PC in azienda o a casa per motivi di lavoro



#### Del 42% di artigiani che posseggono un PC la presenza con collegamento ad Internet è la seguente



#### Altre apparecchiature utilizzate dagli artigiani a casa o in azienda per motivi di lavoro



#### Utilizzo delle applicazioni su Internet

Applicazione	%
Posta elettronica	81
Cercare informazioni	72
Scaricare programmi software	32
Fare pubblicità/ricerca clientela	27
Fare operazioni bancarie	26
Acquistare prodotti da fornitori	25
Vendere prodotti	8
Cercare personale	7
Corsi formazione on-line	7
Nessuna di questi	1

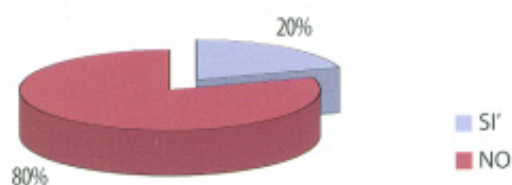
#### Consultazione siti che offrono servizi "on-line" alle aziende

Siti consultati	%	Per informaz.	Per servizi On-line
Propria banca o altra	35	21	20
Gestori telefonia	33	28	10
Aziende energia elettr./gas	9	7	1
Enti locali	41	39	6
Camere di Commercio	36	32	8
Ass.ni di categoria	39	36	7
Poste Italiane	12	11	3
INAIL	17	13	5
Almeno un sito	80	80	38

## Attività di comunicazione "on-line"

Riportiamo ora la sintesi delle interviste delle aziende collegate ad Internet sull'attività di comunicazione "on-line":

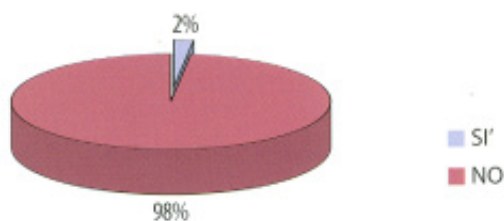
### Le aziende artigiane collegate ad Internet fanno pubblicità "on-line"?



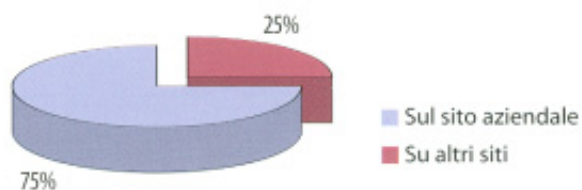
### Per quali motivi l'80% delle aziende collegate ad Internet non fa pubblicità "on-line"?

Motivi	%
L'azienda non fa pubblicità in generale	32
Vengono utilizzati canali tradizionali	22
Non hanno bisogno di pubblicità	11
Non abbiamo informazioni in merito	8
Non dispongono di personale competente	4
È stato fatto ma senza risultati apprezzabili	4

### Le aziende artigiane vendono i loro prodotti tramite "E-commerce"?




### Il 2% di aziende che vendono i prodotti aziendali tramite "E-commerce" quale sito utilizzano?





BIELLA - Via Galimberti, 22 - Tel. 015 8551711 - Fax 015 8551722  
Internet: [www.confartigianatobiella.it](http://www.confartigianatobiella.it) - [www.artigianibiellesi.it](http://www.artigianibiellesi.it)  
E-mail: [biella@biella.confartigianato.it](mailto:biella@biella.confartigianato.it)

BIELLA  PRODUCES