

Abstract della Ricerca**IL BUSINESS TURISTICO NELLA VENEZIA ORIENTALE: CONDIZIONE ATTUALE,
PROSPETTIVE EVOLUTIVE E IPOTESI DI INTERVENTO PER LE COMPETENZE
MANAGERIALI****Dicembre 2003****PARTE II****VERIFICA DELLA PROPENSIONE AZIENDALE ALLE TECNOLOGIE-
METODOLOGIE DI RETE****Iniziativa comunitaria Equal "New Economy e Turismo: nuove competenze delle donne in rete"****Partenariato di Sviluppo:**

ASCOM di Portogruaro; CGIL di Venezia; CISL UST Venezia Orientale; CNA della Provincia di Venezia; CODESS SOCIALE; Comuni di: Caorle, Ceggia, Eraclea, Gruaro, Jesolo, Meolo, Musile di Piave, Noventa di Piave, Portogruaro, Pramaggiore, San Donà di Piave, San Michele al Tagliamento, Santo Stino di Livenza, Torre di Mosto; Confartigianato del Veneto Orientale di Portogruaro; DADA S.p.A.; FLAVET Veneto; Fondazione CUOA; Fondazione Giacomo Rumor - CPV; GAL Venezia Orientale; Istituto Secondario di Istruzione Superiore "G. Luzzatto"; Istituto Professionale di Stato per i Servizi Alberghieri, della Ristorazione, Commerciali e Turistici "E. Cornaro"; Portogruaro Campus srl; Unione Provinciale Artigiani Venezia; Unione Regionale delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Veneto.



È noto che l'espansione dell'attività turistica si sta traducendo in una evoluzione qualitativa dell'offerta, intesa non solo in termini di beni/servizi forniti ma anche di organizzazione e gestione dell'impresa. Senza dubbio è ancora molta la strada da percorrere verso una "cultura d'impresa" orientata al mercato anziché al prodotto; la vischiosità di questo processo è dovuta da un lato alla dimensione prevalentemente medio-piccola delle aziende, da cui consegue una gestione ancora a carattere familiare², dall'altro lato alla complessità del prodotto offerto³ che conferisce al settore un forte carattere di trasversalità. Questa vischiosità sicuramente non favorisce la diffusione delle nuove tecnologie, che invece sono tra i principali fattori in grado di assicurare la competitività futura delle imprese turistiche.

D'altra parte l'industria turistica è uno dei settori che meglio si presta all'introduzione di strumenti innovativi, in grado di facilitare la raccolta, l'elaborazione e la trasmissione delle informazioni. Vale la pena di ricordare brevemente che il turista non acquista un prodotto finito ma un insieme di informazioni (caratteristiche del prodotto, disponibilità, prezzi, ecc.) che si concretizzano solo al momento del consumo effettivo e con la compartecipazione del turista stesso. È altrettanto vero che la trasversalità dell'industria turistica fa sì che la qualità del prodotto turistico dipende non solo dalla qualità di ciascuna componente ma anche dall'abilità delle imprese coinvolte di comunicare in maniera rapida ed efficace tra di loro e con gli altri attori del sistema (fornitori, clienti, banche, ecc.).

Tutti questi elementi sottendono una domanda potenziale di nuove tecnologie.

L'obiettivo di questa parte dell'indagine è proprio quello di approfondire la natura e la dimensione di questa domanda, attraverso una serie di interviste a titolari e /o managers delle strutture ricettive del Veneto orientale, localizzate entro precisi limiti geografici definiti dai fiumi Sile (a Ovest) e Tagliamento (a est).

I dati e le informazioni raccolte, hanno consentito di definire dapprima i caratteri generali delle attività di comunicazione esterna delle imprese ricettive dell'area considerata, ma soprattutto di indagare lo stato della tecnologia utilizzata per le attività di rete, arrivando a definire il grado di utilità percepita dall'impresa ed il potenziale utilizzo futuro.

Note Metodologiche

Il campione indagato è molto vasto rispetto all'universo osservato. Infatti, data la presenza di 860 strutture ricettive ufficialmente censite nei circuiti turistici dell'area⁴:

1. 704 alberghi
2. 137 agenzie immobiliari che gestiscono residenze private
3. 19 camping e villaggi turistici

sono state coinvolte 300 unità, cioè il 34,9% del totale; hanno poi effettivamente aderito 225 unità, pari al 26,2% del totale. Il campione è evidentemente sovradimensionato rispetto ai parametri scientifici di una normale indagine statistica: ciò ha garantito la sua rappresentatività statistica e conseguentemente ha consentito l'estrazione dello stesso in modo ragionato, con la collaborazione di enti e organizzazioni che sul territorio sono a stretto contatto con il settore turistico.

I risultati dell'indagine campionaria sono espressi nelle seguenti tabelle.

tav. 1 - composizione teorica del campione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
alberghi 4 stelle	25	16	2	2	5
alberghi 3 stelle	122	66	6	28	22
alberghi 2 stelle	53	27	2	16	8
alberghi 1 stelle	43	14	3	23	3
campeggi-villaggi	9	2	2	3	2
agenzie immobiliari	48	7	3	17	21

tav. 2 - dimensione per classi di addetti

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
fino a 2	4,0%	7,2%	0,0%	2,0%	1,9%
da 3 a 5	17,8%	18,6%	24,0%	19,6%	11,5%
da 6 a 9	25,3%	21,6%	40,0%	35,3%	15,4%
da 10 a 19	37,8%	35,1%	36,0%	39,2%	42,3%
da 20 a 49	13,3%	16,5%	0,0%	3,9%	23,1%
da 50 a 99	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
100 e oltre	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%

² Proprietà e management generalmente coincidono.

³ Il prodotto turistico, infatti, è notoriamente una somma di micro-prodotti quali il viaggio, l'alloggio, la ristorazione, le attività ricreative, ecc..

⁴ Il dato, riferito ai primi mesi del 2003, comprende anche strutture dell'entroterra.

tav. 3 - dimensione per classi di posti letto

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
0-5	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6-15	3,1%	1,0%	24,0%	0,0%	0,0%
16-49	21,9%	25,8%	24,0%	28,0%	7,7%
50-99	38,8%	36,1%	40,0%	58,0%	25,0%
100-199	25,4%	30,9%	12,0%	14,0%	32,7%
200-399	1,3%	2,1%	0,0%	0,0%	1,9%
400-800	1,8%	1,0%	0,0%	0,0%	5,8%
oltre 800	7,6%	3,1%	0,0%	0,0%	26,9%

tav. 4 - appartenenza a gruppi finanziari/industriali

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
finanziari-industriali	3,6%	2,1%	0,0%	0,0%	11,5%
catene di marchio	2,2%	4,1%	0,0%	2,0%	0,0%

tav. 5 - modalità di comunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
cataloghi e listini	94,7%	90,7%	100,0%	96,1%	98,1%
sito web	82,7%	80,4%	76,0%	84,3%	88,5%
pubblicità internet	59,1%	52,6%	64,0%	66,7%	61,5%
public relations	44,4%	34,0%	72,0%	3,9%	90,4%
fiere	44,0%	24,7%	52,0%	52,9%	67,3%
pubblicità riviste specializzate	42,7%	37,1%	60,0%	33,3%	53,8%
pubblicità stampa locale	33,8%	23,7%	44,0%	39,2%	42,3%
sponsorizzazioni	31,6%	13,4%	64,0%	27,5%	53,8%
pubblicità stampa nazionale	26,2%	24,7%	36,0%	13,7%	36,5%
direct marketing	14,7%	23,7%	0,0%	2,0%	17,3%
pubblicità radio locale	11,1%	14,4%	8,0%	2,0%	15,4%
pubblicità affissioni	10,7%	7,2%	12,0%	0,0%	26,9%
pubblicità tv locale	9,8%	3,1%	24,0%	0,0%	25,0%
pubblicità volantini	8,4%	6,2%	12,0%	0,0%	19,2%
pubblicità tv nazionale	6,2%	2,1%	12,0%	3,9%	13,5%
telemarketing	2,2%	2,1%	0,0%	2,0%	3,8%
incentivi a venditori	1,8%	2,1%	0,0%	3,9%	0,0%
pubblicità radio nazionale	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
pubblicità cinema	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 6 - modalità preferita (percentuale rispetto alle aziende che utilizzano la modalità)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
sito web	63,4%	60,3%	63,2%	93,0%	41,3%
telemarketing	40,0%	50,0%	-	100,0%	0,0%
cataloghi e listini	29,1%	23,9%	12,0%	40,8%	35,3%
public relations	26,0%	30,3%	22,2%	0,0%	25,5%
incentivi a venditori	25,0%	0,0%	-	50,0%	-
direct marketing	15,2%	21,7%	-	0,0%	0,0%
pubblicità stampa locale	9,2%	13,0%	9,1%	15,0%	0,0%
pubblicità tv nazionale	7,1%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
pubblicità internet	6,0%	13,7%	6,3%	0,0%	0,0%
pubblicità riviste specializzate	5,2%	5,6%	6,7%	5,9%	3,6%
fiere	5,1%	4,2%	0,0%	11,1%	2,9%
pubblicità stampa nazionale	5,1%	0,0%	11,1%	28,6%	0,0%
pubblicità tv locale	4,5%	0,0%	16,7%	-	0,0%
pubblicità affissioni	4,2%	14,3%	0,0%	-	0,0%
sponsorizzazioni	2,8%	7,7%	6,3%	0,0%	0,0%
pubblicità volantini	0,0%	0,0%	0,0%	-	0,0%
pubblicità radio locale	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
pubblicità radio nazionale	0,0%	-	-	-	0,0%
pubblicità cinema	-	-	-	-	-

tav. 7 - motivi della preferenza (percentuale rispetto al totale delle motivazioni espresse)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
più rapido	25,7%	24,0%	30,8%	33,0%	17,9%
più efficace	20,8%	16,8%	3,8%	31,8%	25,0%
consuetudine	11,7%	10,2%	11,5%	8,0%	23,2%
arriva direttamente al destinatario	11,5%	13,3%	7,7%	8,0%	12,5%
più adatto a nostre caratteristiche	10,4%	12,2%	19,2%	5,7%	7,1%
raggiunge più pubblico	10,4%	12,8%	15,4%	6,8%	5,4%
è quello più diffuso	6,8%	8,7%	7,7%	2,3%	7,1%
altro	2,7%	2,0%	3,8%	4,5%	1,8%

tav. 8 - sito web

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
si usa (o si desidera) sito servizio	62,7%	57,7%	44,0%	78,4%	65,4%
si usa (o si desidera) sito vetrina	20,9%	32,0%	20,0%	3,9%	17,3%
si fa (o si farà) un e-business plan	6,2%	3,1%	12,0%	0,0%	15,4%

tav. 9 - struttura interna dedicata (tra i responsabili sono possibili più soggetti)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
casi rilevati	73,3%	72,2%	84,0%	64,7%	78,8%
soggetto responsabile					
proprietà	58,7%	52,6%	84,0%	58,8%	57,7%
dipendenti e altri	16,4%	19,6%	4,0%	9,8%	23,1%
management	3,6%	6,2%	0,0%	0,0%	3,8%

tav. 10 - budget per la comunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
casi rilevati	24,0%	24,7%	36,0%	0,0%	40,4%
quota del fatturato	4,9%	6,6%	1,8%	0,0%	4,3%

tav. 11 - grado di pianificazione della comunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
decisione di volta in volta	47,6%	39,2%	76,0%	35,3%	61,5%
frequentemente riveduta	32,9%	38,1%	24,0%	35,3%	25,0%
costante nel medio periodo	14,7%	18,6%	0,0%	17,6%	11,5%
altre modalità	4,9%	4,1%	0,0%	11,8%	1,9%

tav. 12 - oggetto dominante della comunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
azienda e prodotti	61,8%	48,5%	76,0%	84,3%	57,7%
azienda	29,3%	44,3%	16,0%	3,9%	32,7%
prodotti	4,9%	4,1%	8,0%	2,0%	7,7%
altro	4,0%	3,1%	0,0%	9,8%	1,9%

tav. 13 - stile della comunicazione (possibili più stili contemporaneamente)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
stile costante	43,1%	43,3%	56,0%	35,3%	44,2%
ricerca nuovi stili	36,0%	33,0%	16,0%	52,9%	34,6%
stile per target	15,1%	17,5%	28,0%	0,0%	19,2%
stile unico	5,8%	4,1%	12,0%	2,0%	9,6%
altro	0,0%	2,1%	0,0%	9,8%	0,0%

tav. 14 - ricorso a professionisti

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
casi rilevati	52,9%	51,5%	44,0%	64,7%	48,1%
motivazioni del non utilizzo (percentuale rispetto ai casi di non utilizzo, sono possibili più motivazioni)					
è sufficiente quello che facciamo noi	68,9%	55,3%	100,0%	55,6%	85,2%
per dimensioni non è necessario	14,2%	19,1%	14,3%	11,1%	7,4%
costa troppo	8,5%	2,1%	21,4%	22,2%	3,7%
altre motivazioni	3,8%	8,5%	0,0%	0,0%	0,0%
nostra attività è troppo specifica	0,9%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
scarsa fiducia, esperienze negative	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%

tav. 15 - cambiamenti desiderati nella comunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
nessun cambiamento	38,2%	32,0%	56,0%	43,1%	36,5%
grande desiderio di cambiamento	29,8%	30,9%	16,0%	27,5%	36,5%
lieve desiderio di cambiamento	22,7%	29,9%	24,0%	7,8%	23,1%
<i>non hanno risposto</i>	9,3%	7,2%	4,0%	21,6%	3,8%
motivazioni del desiderio di cambiamento (sono possibili più motivazioni)					
stare al passo con i tempi	55,9%	59,3%	70,0%	50,0%	48,4%
ricerca nuovi mercati e nuovi clienti	41,5%	47,5%	30,0%	11,1%	51,6%
cambia il mercato	30,5%	27,1%	50,0%	33,3%	29,0%
evoluzione delle tecnologie	30,5%	18,6%	20,0%	44,4%	48,4%
ampliamento aziendale	9,3%	13,6%	10,0%	5,6%	3,2%
più budget a disposizione	5,9%	8,5%	0,0%	5,6%	3,2%
altro	5,1%	1,7%	0,0%	5,6%	12,9%

tav. 16 - caratteri della comunicazione con la clientela

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
chi se ne occupa (sono possibili più soggetti)					
proprietà	84,0%	81,4%	92,0%	92,2%	76,9%
dipendenti e altri	31,6%	35,1%	24,0%	7,8%	51,9%
management	6,2%	3,1%	20,0%	0,0%	11,5%
tipo di procedura					
formalizzata	64,9%	47,4%	44,0%	100,0%	73,1%
non formalizzata	35,1%	52,6%	56,0%	0,0%	26,9%
trattabilità delle informazioni					
codifica	23,6%	27,8%	8,0%	0,0%	46,2%
nessuna codifica	76,4%	72,2%	92,0%	100,0%	53,8%

tav. 17 - caratteri della comunicazione con i fornitori e le banche

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
chi se ne occupa (sono possibili più soggetti)					
proprietà	96,4%	95,9%	92,0%	100,0%	96,2%
dipendenti e altri	6,2%	5,2%	12,0%	0,0%	11,5%
management	3,6%	6,2%	0,0%	0,0%	3,8%
tipo di procedura					
formalizzata	68,4%	51,5%	44,0%	100,0%	80,8%
non formalizzata	31,6%	48,5%	56,0%	0,0%	19,2%
trattabilità delle informazioni					
codifica	24,4%	23,7%	16,0%	2,0%	51,9%
nessuna codifica	75,6%	76,3%	84,0%	98,0%	48,1%

tav. 18 - prevedibile futuro aziendale nella telematica e telecomunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
in sviluppo	85,3%	78,4%	68,0%	96,1%	96,2%
stabilità	12,9%	18,6%	28,0%	3,9%	3,8%
diminuzione	1,8%	3,1%	4,0%	0,0%	0,0%

motivazioni se stabile o diminuzione (sono possibili più motivazioni)	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
varie motivazioni diverse dalle successive	38,7%	31,6%	75,0%	0,0%	0,0%
si richiedono troppe risorse finanziarie per investimento	19,4%	5,3%	37,5%	100,0%	0,0%
incapacità-impossibilità di interfaccia dei clienti	16,1%	21,1%	0,0%	0,0%	50,0%
non conoscenza dei prodotti-servizi e loro funzionamento	12,9%	21,1%	0,0%	0,0%	0,0%
costi eccessivi di funzionamento-manutenzione	9,7%	15,8%	0,0%	0,0%	0,0%
contatto personale e diretto	9,7%	10,5%	0,0%	50,0%	0,0%
insufficiente qualità della trasmissione dati con reti pubbliche	6,5%	5,3%	0,0%	0,0%	50,0%
impatto negativo su meccanismi e mansioni aziendali	3,2%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%
incapacità-impossibilità di interfaccia dei fornitori-banche	3,2%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%
incertezza determinata dalla velocità di evoluzione	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 19 - dotazione di prodotti informatici (sono possibili più prodotti)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
PC stand alone	59,6%	55,7%	60,0%	84,3%	42,3%
PC in rete	34,2%	35,1%	36,0%	7,8%	57,7%
altri server	6,2%	0,0%	0,0%	0,0%	26,9%
palmari	4,4%	6,2%	4,0%	0,0%	5,8%
server UNIX	2,2%	4,1%	0,0%	0,0%	1,9%
mainframe	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	9,6%
sistema AS 400	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 20 - probabile incremento nell'utilizzo futuro dei prodotti informatici

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
PC stand alone	42,7%	30,9%	60,0%	56,9%	42,3%
PC in rete	36,0%	39,2%	40,0%	5,9%	57,7%
palmari	13,8%	16,5%	36,0%	0,0%	11,5%
altri server	8,4%	6,2%	0,0%	0,0%	25,0%
server UNIX	4,9%	10,3%	0,0%	0,0%	1,9%
mainframe	4,4%	5,2%	0,0%	0,0%	9,6%
sistema AS 400	2,2%	5,2%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 21 - prodotti informatici considerati ad elevata utilità

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
PC stand alone	48,4%	35,1%	60,0%	74,5%	42,3%
PC in rete	32,9%	30,9%	40,0%	5,9%	59,6%
palmari	12,0%	15,5%	24,0%	0,0%	11,5%
altri server	8,0%	4,1%	0,0%	0,0%	26,9%
mainframe	4,0%	4,1%	0,0%	0,0%	9,6%
server UNIX	3,6%	7,2%	0,0%	0,0%	1,9%
sistema AS 400	1,8%	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 22 - dotazione di prodotti telematici (sono possibili più prodotti)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
centralino telefonico	88,4%	86,6%	96,0%	80,4%	96,2%
modem	88,4%	87,6%	84,0%	86,3%	94,2%
fax con linea dedicata	77,8%	72,2%	80,0%	76,5%	88,5%
segreteria telefonica	70,2%	73,2%	72,0%	68,6%	65,4%
cellulare	69,8%	75,3%	84,0%	31,4%	90,4%
fax senza linea dedicata	20,0%	24,7%	20,0%	21,6%	9,6%
apparati per video conferenza	8,4%	7,2%	12,0%	0,0%	17,3%

tav. 23 - probabile incremento nell'utilizzo futuro dei prodotti telematici

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
modem	72,4%	62,9%	84,0%	60,8%	96,2%
fax con linea dedicata	55,6%	42,3%	80,0%	35,3%	88,5%
centralino telefonico	50,2%	41,2%	96,0%	2,0%	92,3%
cellulare	48,9%	41,2%	84,0%	3,9%	90,4%
segreteria telefonica	40,0%	36,1%	72,0%	3,9%	67,3%
apparati per video conferenza	12,9%	17,5%	12,0%	0,0%	17,3%
fax senza linea dedicata	9,8%	10,3%	20,0%	3,9%	9,6%

tav. 24 - prodotti telematici considerati ad elevata utilità

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
modem	73,8%	62,9%	84,0%	66,7%	96,2%
fax con linea dedicata	56,9%	41,2%	80,0%	45,1%	86,5%
centralino telefonico	53,3%	44,3%	96,0%	9,8%	92,3%
cellulare	53,3%	52,6%	84,0%	3,9%	88,5%
segreteria telefonica	39,6%	33,0%	72,0%	7,8%	67,3%
fax senza linea dedicata	13,3%	13,4%	20,0%	11,8%	11,5%
apparati per video conferenza	9,8%	9,3%	12,0%	0,0%	19,2%

tav. 25 - collegamenti in rete (sono possibili più tipologie e più collegamenti)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
tipologia fisica					
rete ISDN	49,8%	45,4%	44,0%	52,9%	57,7%
rete xDSL (ADSL, HDSL, ecc.)	21,3%	23,7%	12,0%	9,8%	32,7%
rete fonia dati	12,9%	4,1%	32,0%	3,9%	28,8%
circuiti dedicati (112,113, ecc.)	8,9%	0,0%	0,0%	29,4%	9,6%
rete ITAPAC	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
modalità di collegamento					
Internet	86,7%	86,6%	80,0%	88,2%	88,5%
Local Area Network (LAN)	26,7%	18,6%	4,0%	52,9%	26,9%
altro	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%

tav. 26 - probabile incremento nell'utilizzo futuro dei collegamenti in rete

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
tipologia fisica					
rete xDSL (ADSL, HDSL, ecc.)	42,7%	46,4%	60,0%	7,8%	61,5%
rete ISDN	39,1%	24,7%	44,0%	41,2%	61,5%
rete fonia dati	10,7%	3,1%	20,0%	2,0%	28,8%
circuiti dedicati (112,113, ecc.)	4,0%	0,0%	0,0%	7,8%	9,6%
rete ITAPAC	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
modalità di collegamento					
Internet	73,8%	63,9%	80,0%	74,5%	88,5%
Local Area Network (LAN)	24,0%	17,5%	4,0%	43,1%	26,9%
altro	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	11,5%

tav. 27 - collegamenti in rete considerati ad elevata utilità

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
tipologia fisica					
rete xDSL (ADSL, HDSL, ecc.)	41,8%	26,8%	44,0%	49,0%	61,5%
rete ISDN	39,1%	38,1%	60,0%	7,8%	61,5%
rete fonia dati	11,1%	3,1%	20,0%	3,9%	28,8%
circuiti dedicati (112,113, ecc.)	4,9%	0,0%	0,0%	11,8%	9,6%
rete ITAPAC	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
modalità di collegamento					
Internet	71,6%	56,7%	80,0%	78,4%	88,5%
Local Area Network (LAN)	20,9%	11,3%	4,0%	41,2%	26,9%
altro	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	11,5%

tav. 28 - valutazione complessivamente positiva della dotazione tecnologica

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
con i clienti	86,2%	82,5%	80,0%	100,0%	82,7%
con i fornitori	54,2%	51,5%	44,0%	76,5%	42,3%
con le banche	53,3%	58,8%	40,0%	56,9%	46,2%
con gli agenti	33,3%	40,2%	0,0%	70,6%	0,0%
con i vettori	29,3%	35,1%	0,0%	62,7%	0,0%

tav. 29 - servizi di telecomunicazione (sono possibili più servizi)

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
posta elettronica	89,8%	89,7%	84,0%	88,2%	94,2%
pos	81,3%	77,3%	96,0%	76,5%	86,5%
modulo su pagina web	65,3%	62,9%	56,0%	64,7%	75,0%
home banking	37,8%	40,2%	48,0%	17,6%	48,1%
accesso a banche dati	27,1%	21,6%	52,0%	3,9%	48,1%
electronic data interchange	11,1%	13,4%	0,0%	2,0%	21,2%
numero verde	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	9,6%
videotel	0,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
audiotel	0,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 30 - probabile incremento nell'utilizzo futuro dei servizi di telecomunicazione

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
posta elettronica	75,6%	64,9%	84,0%	70,6%	96,2%
pos	61,8%	45,4%	96,0%	49,0%	88,5%
modulo su pagina web	56,9%	51,5%	56,0%	47,1%	76,9%
home banking	37,3%	37,1%	48,0%	21,6%	48,1%
accesso a banche dati	28,0%	26,8%	44,0%	2,0%	48,1%
electronic data interchange	11,1%	13,4%	0,0%	2,0%	21,2%
numero verde	4,9%	6,2%	0,0%	0,0%	9,6%
videotel	0,9%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
audiotel	0,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 31 - servizi di telecomunicazione considerati ad elevata utilità

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
posta elettronica	75,6%	58,8%	84,0%	82,4%	96,2%
pos	59,1%	42,3%	84,0%	47,1%	90,4%
modulo su pagina web	52,9%	41,2%	56,0%	49,0%	76,9%
home banking	32,4%	28,9%	48,0%	17,6%	46,2%
accesso a banche dati	23,1%	18,6%	32,0%	2,0%	48,1%
electronic data interchange	10,2%	11,3%	0,0%	2,0%	21,2%
numero verde	4,9%	5,2%	0,0%	2,0%	9,6%
videotel	0,9%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
audiotel	0,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

tav. 32 - indicatore di forza di mercato dei prodotti informatici

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
PC stand alone	3,50	3,35	3,90	6,45	2,01
PC in rete	2,19	2,50	2,47	0,55	2,78
palmari	0,48	0,74	0,64	0,00	0,39
altri server	0,46	0,00	0,00	0,00	1,28
mainframe	0,19	0,00	0,00	0,00	0,46
server UNIX	0,18	0,41	0,00	0,00	0,09
sistema AS 400	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

tav. 33 - indicatore di forza di mercato dei prodotti telematici

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
modem	1,59	1,58	1,31	2,49	1,44
centralino telefonico	1,35	1,32	1,50	0,92	1,43
fax con linea dedicata	1,31	1,16	1,25	1,93	1,33
cellulare	1,20	1,34	1,31	0,36	1,36
segreteria telefonica	1,04	1,04	1,13	0,76	1,01
fax senza linea dedicata	0,32	0,39	0,31	0,52	0,16
apparati per video conferenza	0,18	0,17	0,19	0,00	0,28

tav. 34 - indicatore di forza di mercato dei collegamenti in rete

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
tipologia fisica					
rete ISDN	2,43	2,54	2,29	3,10	2,05
rete xDSL (ADSL, HDSL, ecc.)	1,54	2,19	1,40	0,53	1,54
rete fonia dati	0,64	0,26	1,32	0,24	0,99
circuiti dedicati (112,113, ecc.)	0,35	0,00	0,00	1,13	0,33
rete ITAPAC	0,03	0,00	0,00	0,00	0,09
modalità di collegamento					
Internet	2,28	2,49	2,86	1,92	2,21
Local Area Network (LAN)	0,68	0,51	0,14	1,08	0,67
altro	0,03	0,00	0,00	0,00	0,12

tav. 35 - indicatore di forza di mercato dei servizi telematici

	totale	jesolo	eraclea	caorle	bibione
posta elettronica	2,60	2,62	2,37	3,43	2,22
pos	2,19	2,06	2,54	2,41	2,06
modulo su pagina web	1,85	1,84	1,58	2,26	1,77
home banking	1,10	1,23	1,36	0,71	1,10
accesso a banche dati	0,79	0,72	1,15	0,11	1,12
electronic data interchange	0,34	0,44	0,00	0,08	0,49
numero verde	0,10	0,00	0,00	0,00	0,22
videotel	0,02	0,05	0,00	0,00	0,00
audiotel	0,01	0,04	0,00	0,00	0,00