

La trasformazione digitale per il Made in Italy. Sfide e scenari in tempi di crisi

Webinar I-Com in collaborazione con Amazon
3 dicembre 2020



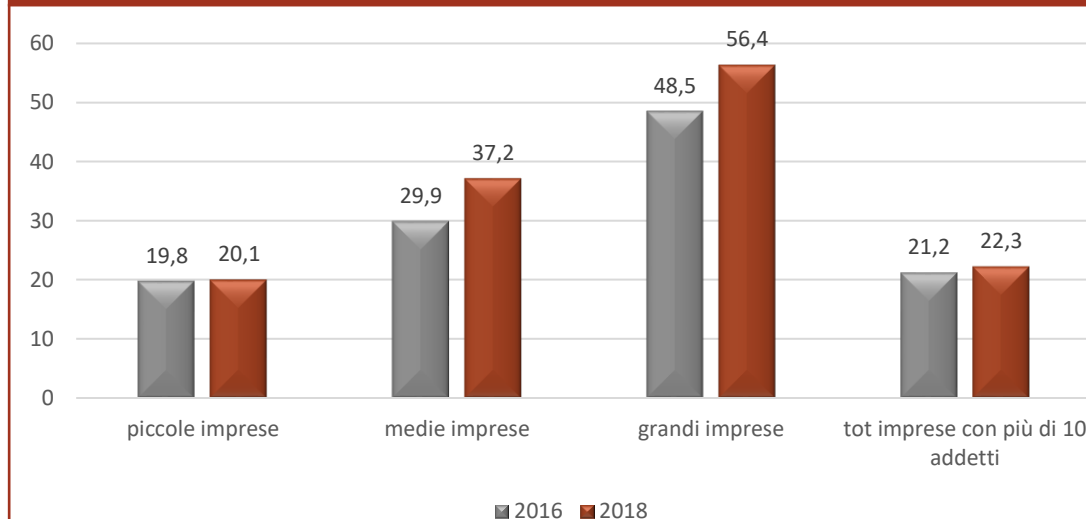
La **trasformazione digitale delle imprese** si rivela particolarmente importante per le **PMI**, che caratterizzano profondamente il tessuto industriale italiano e che operano in un mercato sempre più competitivo e contraddistinto da cambiamenti continui.

- **L'indicatore di produttività** (mediana) delle **aziende digitalizzate** in Italia è pari al **12,3%** contro l'**11,7 %** delle **aziende non digitalizzate** (dati BEI, 2019).
- Nel periodo 2016-2018 oltre **tre quarti delle imprese** con almeno 10 addetti (77,5%) hanno **investito** o utilizzato almeno una tecnologia di **digitalizzazione**.
- Si evidenzia tuttavia che spesso queste aziende utilizzano solo un **numero limitato di tecnologie**, dando priorità agli investimenti in **infrastrutture abilitanti** (dati ISTAT 2020)
- L'emergenza Covid-19 ha causato un'accelerazione nell'adozione di strumenti digitali in grado di abilitare **nuove modalità di lavoro** e di **ottimizzare i processi interni**, così come di sviluppare canali digitali diretti con la clientela.

Il **cloud** è ormai largamente percepito come la **principale piattaforma abilitante** della trasformazione digitale.

- Nel 2018, il **22,3%** delle imprese italiane con >10 dipendenti aveva adottato tecnologie cloud.
- Nel 2019 l'adozione del cloud ha registrato un **incremento del 21,5%**.
- Si rileva un sensibile aumento dei **servizi di livello alto**, in crescita del 47,95% nel biennio 2016-2018, utilizzati dal 10,8% delle imprese.
- L'utilizzo del cloud tra il 2016 e il 2018 è rimasto **stabile** tra le **piccole imprese**.
 - Tra le imprese medie si osserva una crescita del 30%.
 - Tra le aziende con almeno 250 addetti la **crescita è del 56,4%**.

Imprese che acquistano servizi di cloud computing, per numero di dipendenti (2016-18, in %)

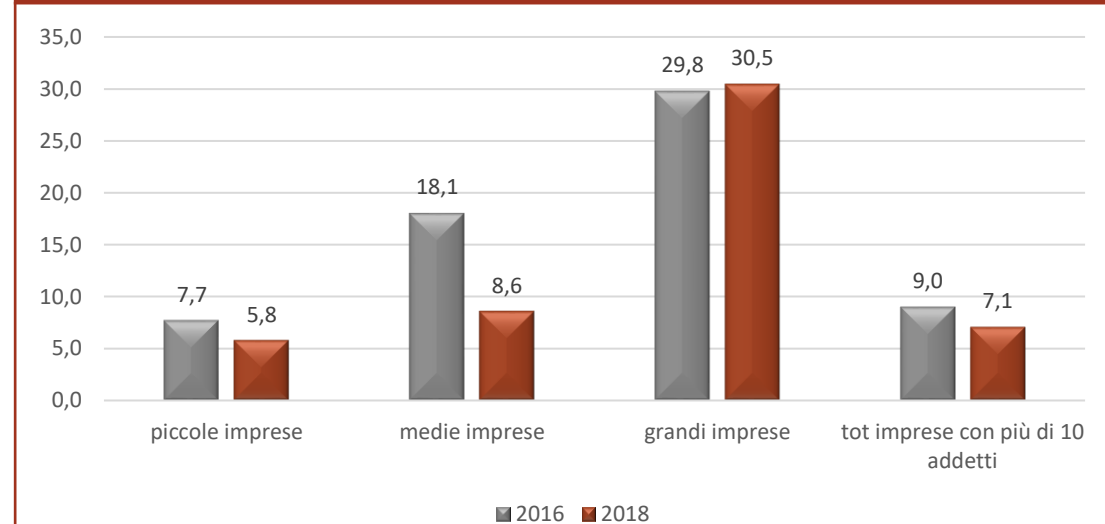


La voce "piccole imprese" indica le aziende da 10 a 49 dipendenti. La voce "medie imprese" indica le aziende da 50 a 249 dipendenti. Le "grandi imprese" hanno almeno 250 dipendenti. La rilevazione di Istat è effettuata sulle imprese con più di 10 dipendenti.

Fonte: Istat (2019)

- Nel 2018 solo il **7,1%** delle imprese italiane faceva uso di Big Data.
- Si evidenzia un **calo complessivo del 20%** rispetto al 2016.
- L'adozione di Big Data è maggiormente diffusa tra **imprese più grandi**, in particolare nei settori delle telecomunicazioni (27,6%), dell'editoria (22,6%), dell'informatica (21,1%) e dell'ICT (18,9%)

Imprese che acquistano servizi di Big data, per numero di dipendenti (2016-18, in %)



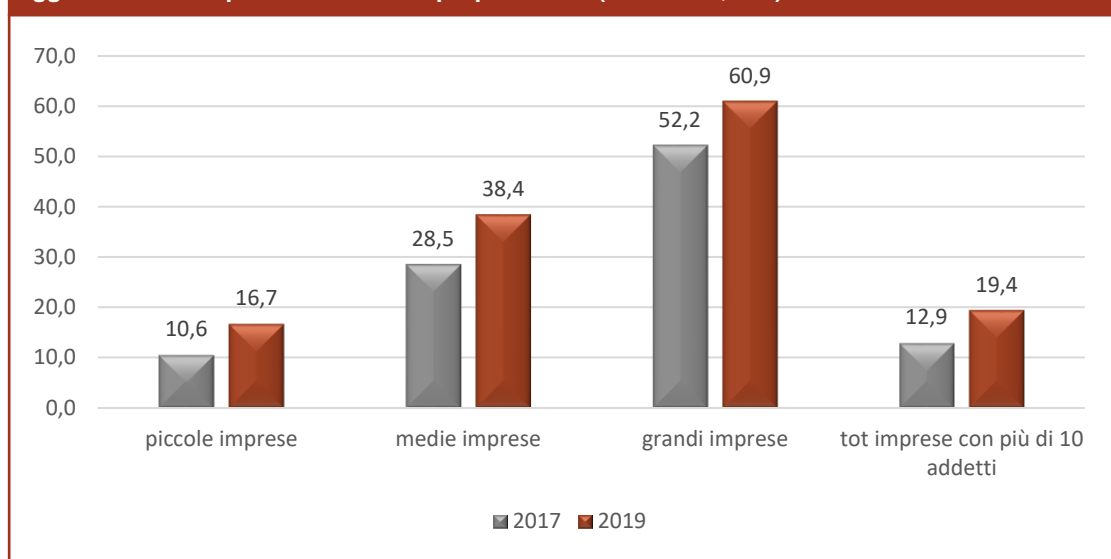
La voce "piccole imprese" indica le aziende da 10 a 49 dipendenti. La voce "medie imprese" indica le aziende da 50 a 249 dipendenti. Le "grandi imprese" hanno almeno 250 dipendenti. La rilevazione di Istat è effettuata sulle imprese con più di 10 dipendenti.

Fonte: Istat (2019)

Con le conseguenze derivanti dal Covid-19 è emersa con ulteriore chiarezza l'importanza di affiancare agli investimenti in infrastrutture e software anche **un investimento nelle competenze del personale**.

- Nel corso del 2019 solo il **6,4%** delle imprese aveva assunto figure esperte nel settore ICT.
- **Esperti ICT** sono complessivamente impiegati dal **16% delle imprese**
 - **11,8% delle piccole**
 - **45% di quelle medie**
 - **73,1% di quelle grandi**
- **Anche nell'uso di corsi di formazione** emerge la discrepanza in termini di dimensioni aziendali
 - **16,7% delle piccole imprese**
 - **38,4% delle medie**
 - **60,9%, delle grandi**

Imprese che hanno organizzato nell'anno precedente corsi di formazione per sviluppare o aggiornare le competenze ICT/IT dei propri addetti (2017-2019, in%)



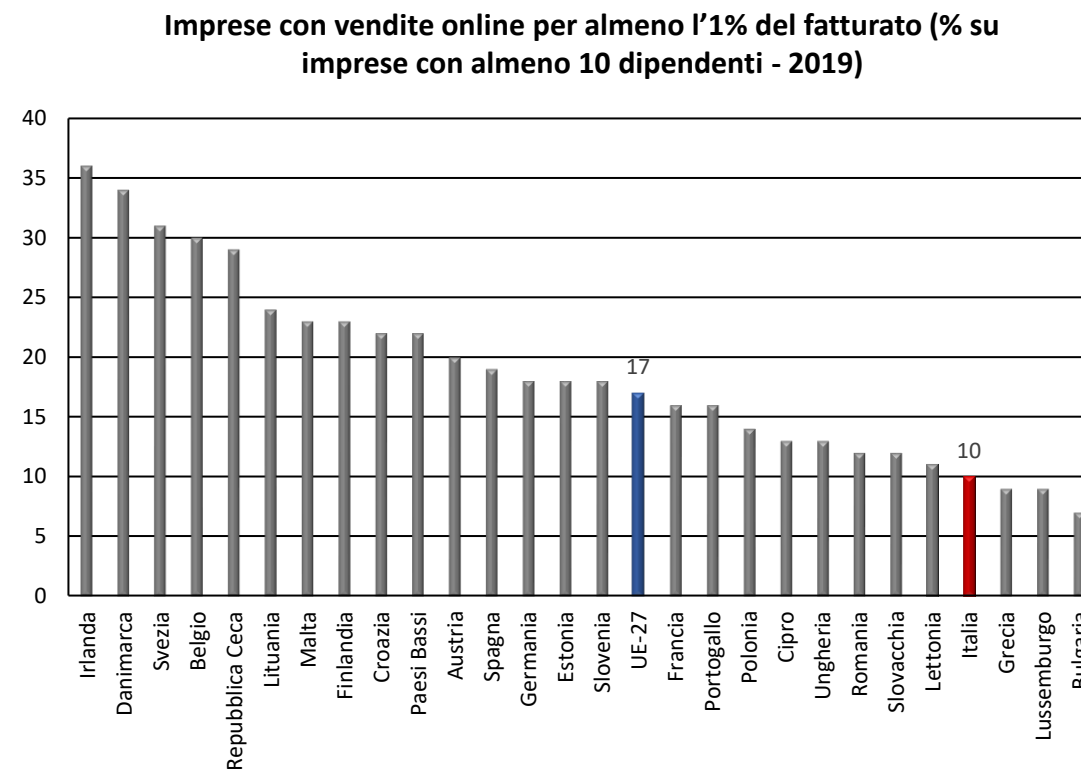
La voce "piccole imprese" indica le aziende da 10 a 49 dipendenti. La voce "medie imprese" indica le aziende da 50 a 249 dipendenti. Le "grandi imprese" hanno almeno 250 dipendenti. La rilevazione di Istat è effettuata sulle imprese con più di 10 dipendenti.

Fonte: Istat (2020)

- A fronte di importanti oscillazioni del commercio dovute alla crisi Covid-19, tra le forme di distribuzione solo l'e-commerce presenta performance positive, con una crescita continua e un **incremento del 29,2% in nove mesi**.
- L'emergenza Covid-19 ha comportato un crescita esponenziale degli ordini, in particolare per alcuni settori. Il comparto "**alimentare**", forte dei settori della grande distribuzione e del food delivery, è il maggiore e risponde per il 3,1% del fatturato del commercio online. Anche i **negozi di vicinato** per prodotti necessari hanno aumentato le vendite (16%). Il settore dell'**elettronica** mostra una performance significativa, grazie soprattutto ai dispositivi abilitanti il lavoro da remoto.
- **Tra il 2016 e il 2019 il valore dell'export online è cresciuto del 57%** (da 7,5 a 11,8 miliardi di euro). Il comparto della moda rappresenta il 66% delle esportazioni online di beni, seguono il settore alimentare (11%) e l'arredamento (8%). Tra il 2018 e il 2019, invece, è stato riportato un incremento del 15%.
- La **destinazione** più diffusa per l'export digitale dell'Italia è l'**Unione europea** che risponde per circa metà del volume di vendita. Il principale Paese di sbocco sono però gli **Stati Uniti**, dove perviene un quarto delle esportazioni online italiane.
- L'export diretto di beni di consumo costituisce circa il 25% delle esportazioni B2C online. Le esportazioni indirette rappresentano, invece, i tre quarti delle esportazioni B2C.

Le imprese italiane e l'e-commerce: il divario con l'Europa

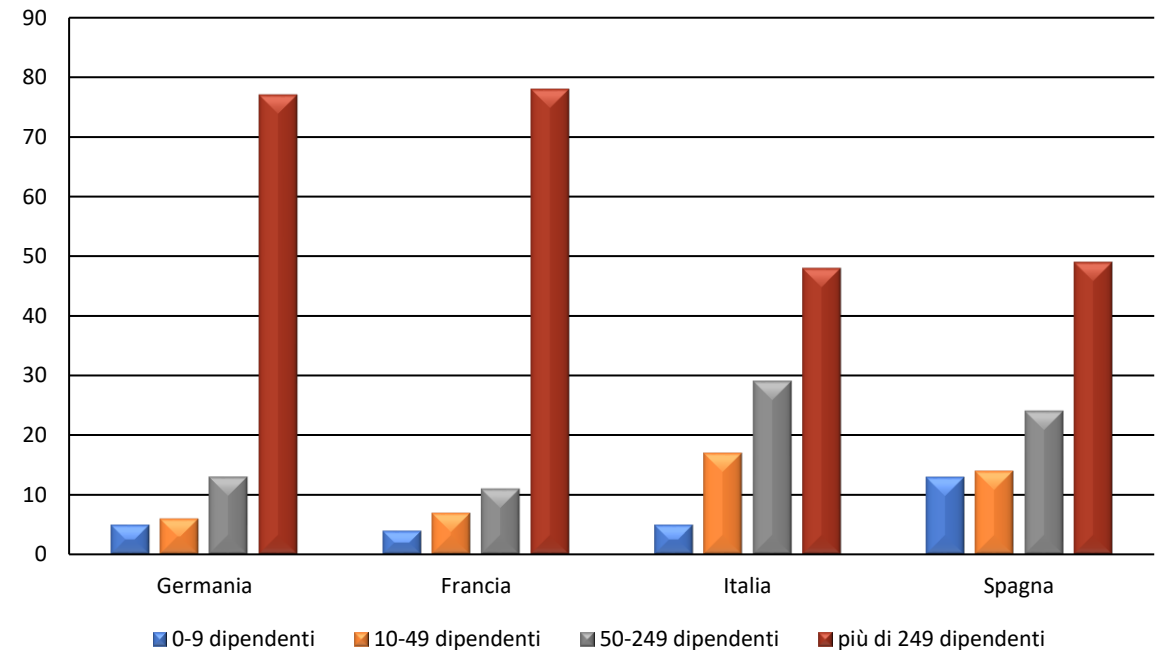
- **L'incidenza delle esportazioni online** risulta ancora molto ridotta: è il **7% delle esportazioni di beni di consumo** e il 2,5% del totale delle esportazioni.
- L'Italia detiene una quota sull'export e-commerce online pari all'incirca all'1%, un terzo se comparata alla percentuale dell'Italia nel commercio mondiale.
- Nel 2010, soltanto il 4% delle **imprese italiane** aveva ricevuto **ordini online**. Nel 2019 sono **il 10%**, un valore comunque inferiore alla media UE (17%) e ai maggiori Paesi partner dell'Italia. Rispetto a una media per l'UE-27 del 18%, in Italia il fatturato delle imprese acquisito tramite e-commerce è pari al 12%.
- Le imprese italiane risultano arrancare nelle vendite online attraverso siti o applicazioni proprie (il 9% delle imprese italiane rispetto al 14% dell'UE-27). Al contrario, se consideriamo le transazioni tramite **marketplace**, le aziende italiane hanno un'incidenza del 7%, più elevata di un punto percentuale rispetto alla media UE.



L'export per l'economia italiana: il peso delle PMI è addirittura prevalente

- Nel 2019 le **esportazioni italiane di beni** hanno rappresentato il **25,5% del PIL**, più di Francia (22,2%) e Spagna (23,6%), meno della Germania (37,9%).
- Nello scorso decennio, l'export italiano di merci è cresciuto molto di più rispetto al PIL (**2,7% contro 0,1% di crescita media annua**).
- **L'Italia è il nono esportatore di beni al mondo**, di cui il 96% è rappresentato da prodotti dell'industria manifatturiera. L'Italia è seconda alla Germania, tra le più robuste economie europee, per surplus della bilancia commerciale.
- **Il 65% di imprese italiane esportatrici di beni ha meno di 10 dipendenti**, il 28% tra 10 e 49 dipendenti, una quota, quest'ultima, più elevata di quella mostrata da Germania (22%), Spagna (20%) e Francia (20%).
- **Le aziende tra 10 e 49 dipendenti vantano il 17% del valore complessivo dell'export**, contro il 6% della Germania, il 7% della Francia e il 14% della Spagna.

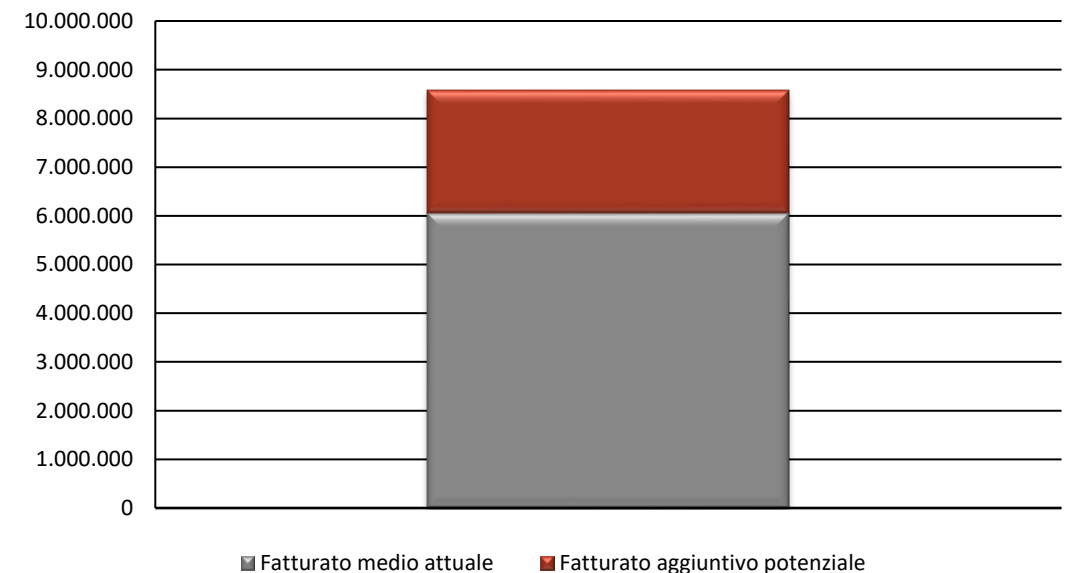
Valore dell'export di beni per dimensione di impresa (% , 2018)



Le PMI italiane e l'e-commerce: l'impatto potenziale sui ricavi medi

- **Le imprese che vendono online mostrano una probabilità doppia, statisticamente significativa, di appartenere a una classe di fatturato più elevata**, rispetto alle imprese che non adottano il commercio elettronico. Questa probabilità è ancora più alta per le grandi imprese (quasi 3 volte rispetto alle imprese non e-commerce).
- **Le PMI che vendono online mostrano una probabilità dell'84% in più di ottenere fatturati maggiori.**
- Se una PMI attualmente fattura in media circa 6 milioni di euro, aprendosi alle opportunità dell'e-commerce, potrebbe raggiungere **un fatturato medio aggiuntivo di circa 2,5 milioni (un incremento del 42%)*.**
- Nell'ipotesi che l'offerta sia in qualche modo in grado di trainare la domanda o comunque di trovare sbocchi di mercato, risulterebbe un fatturato addizionale fino a **534 miliardi di euro.**

Il potenziale impatto dell'e-commerce sui ricavi medi delle PMI



*L'ipotesi sottostante tale stima è che le PMI italiane attive nella vendita online possano raggiungere quota 32%, ossia la penetrazione più alta a livello europeo nello scenario attuale

- rafforzare la **propensione all'export digitale** attraverso incentivi alla dotazione di software, hardware e servizi digitali adeguati e favorendo la costituzione di **partnership pubblico-private** per la digitalizzazione delle PMI e il sostegno all'export
- formare e **incentivare** l'assunzione di **figure professionali** idonee a supportare l'integrazione delle tecnologie digitali nelle varie fasi delle attività aziendali e la presenza dell'impresa sui mercati esteri, quali **innovation manager** ed **export manager**
- sostenere la **partecipazione** delle **PMI** agli accordi ICE con le **grandi piattaforme online**, come Amazon e Alibaba, in modo che le PMI possano esporre sulle vetrine globali i propri prodotti e acquisire gradualmente l'**expertise** necessaria per una propria autonomia sui canali digitali.
- adoperarsi in sede europea perché il **mercato unico digitale** venga completato, abbattendo le barriere che separano i mercati nazionali e **armonizzando le diverse normative**, e attivarsi nelle organizzazioni multilaterali competenti per sostenere **l'eliminazione delle barriere tariffarie e non tariffarie**, l'introduzione di strumenti condivisi di protezione antidumping e anti sovvenzioni, di tutela della proprietà intellettuale e di clausole di salvaguardia e la facilitazione dell'**accesso dei prodotti ai mercati esteri**.