

“CRESCERE IN DIGITALE” PER ESSERE COMPETITIVI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

Scopriamo la maturità digitale delle MPMI italiane.



Andrea Migliari

Responsabile Sistema Qualità, Comunicazione Progetti speciali

Ferrara: 30 maggio 2019



UNIONCAMERE

in collaborazione con



Camera di Commercio
Ferrara

Una mappatura della transizione digitale

Nel 2017-2018 emergono **5 gruppi di transizione digitale**, i cui opposti sono:

1) «Indifferenti»

>50% in quasi tutta la manifattura (tranne farmaceutica, elettronica, altri mezzi di trasporto, bevande)
≈70% nella manifattura tradizionale

2) «Digitali compiute»

Tlc (35%), informatica (23%), bevande (11,7%) e farmaceutica (11,2%).

3,0% DIGITALI COMPIUTE	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telecomunicazioni, consulenza informatica, farmaceutica, chimica, elettronica, bevande ■ Alto capitale umano e fisico, alta digitalizzazione ■ Grandi ■ Molto produttive ■ Innovano processi, prodotti, strategie organizzative e di marketing ■ Investono in personale molto qualificato 	cosa pensano gli imprenditori ICT centrale per la competitività
9,7% SENSIBILI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bevande, Pc, elettronica e ottica, audiovisivi, informatica, altri mezzi di trasporto, studi legali e contabili ■ Alto capitale umano e fisico, media digitalizzazione ■ Medio-grandi ■ Produttive e redditizie ■ Alta patrimonializzazione ■ Investono sulle professionalità tecniche 	cosa pensano gli imprenditori ICT rilevante per la competitività
22,0% SENSIBILI VINCOLATE	<ul style="list-style-type: none"> ■ Metallurgia, meccanica, produzione e commercio di autoveicoli, ristorazione, carta ■ Basso capitale umano e fisico, media digitalizzazione ■ Medio-grandi ■ Poco redditizie ■ In diminuzione la forza lavoro qualificata 	cosa pensano gli imprenditori ICT rilevante per la competitività
2,3% DIGITALI INCOMPIUTE	<ul style="list-style-type: none"> ■ Commercio e riparazione di autoveicoli, alloggi e alberghi, stampa, agenzie di viaggio ■ Basso capitale umano e fisico, alta digitalizzazione ■ Medio-grandi ■ Produttività contenuta ■ Innovazione asset strategico 	cosa pensano gli imprenditori ICT centrale per la competitività
63,0% INDIFFERENTI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Manifattura tradizionale (pelli, prodotti in metallo, tessile,...), servizi postali e alle imprese ■ Bassa digitalizzazione ■ Piccole ■ Poco produttive e redditizie 	cosa pensano gli imprenditori ICT irrilevante per la competitività

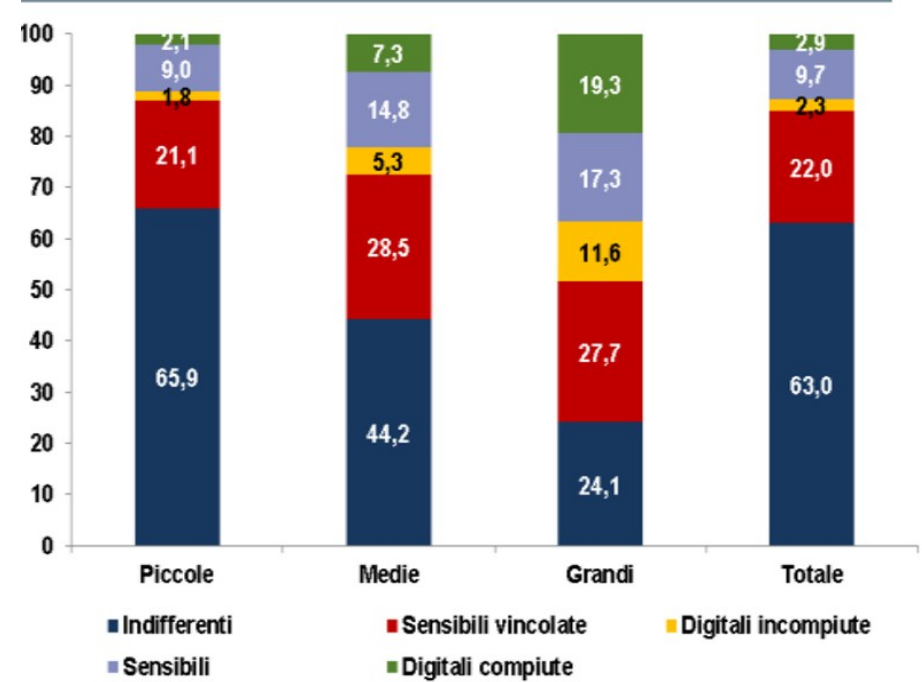
Una mappatura della transizione digitale

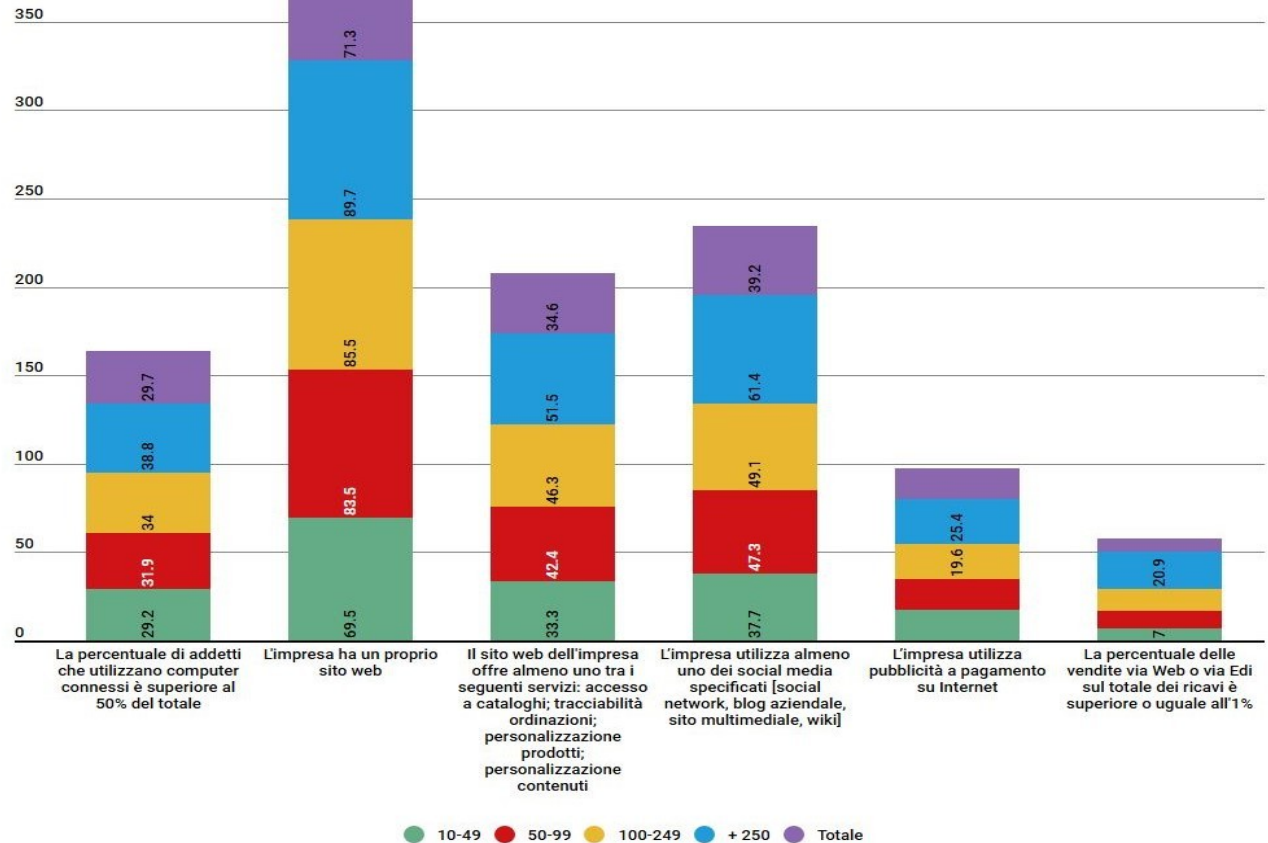
Forti **differenze** in base alla **dimensione**:

- Ampia presenza di "Indifferenti" (66%) tra le piccole imprese;

Nelle "Digitali compiute" e "Digitali incompiute", nel 2016-17 **1 impresa su 2 ha aumentato i posti di lavoro di circa il 3,5%**, (totale sistema: +0,6%).

I cinque gruppi di propensione alla trasformazione digitale, per dimensione delle imprese
(Percentuali di imprese; unità con almeno 10 addetti)





“CRESCERE IN DIGITALE” PER ESSERE COMPETITIVI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI



Una mappatura della transizione digitale

Imprese e ICT in Italia

ANNO 2018

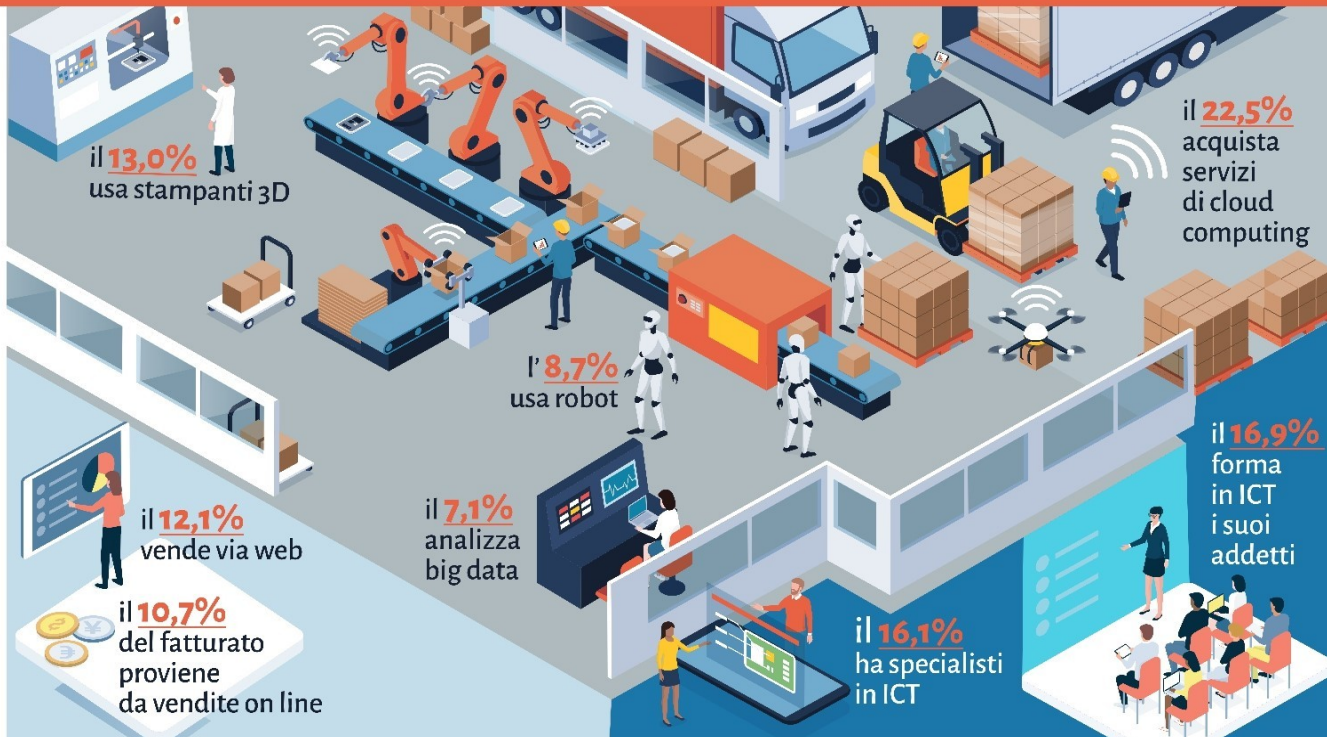


il **94,2%**
utilizza
connessioni
in banda larga
fissa o mobile



il **71,4%**
ha un sito web

Tutti i dati sono riferiti ad imprese con almeno 10 addetti.



“CRESCERE IN DIGITALE” PER ESSERE COMPETITIVI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI



Camera di Commercio
Ferrara

Il digitale e la sua considerazione

**25°
Posto**

**posizione
dell'Italia nella
classifica UE**

4,4%

di PIL investito in ICT contro il 6,8% media UE*

4/10

Imprenditori dichiarano che internet non serve

1/3

PMI italiane attive sul WEB

1/5

PMI che utilizzano i Social Media

3/10

Della popolazione italiana non usa Internet

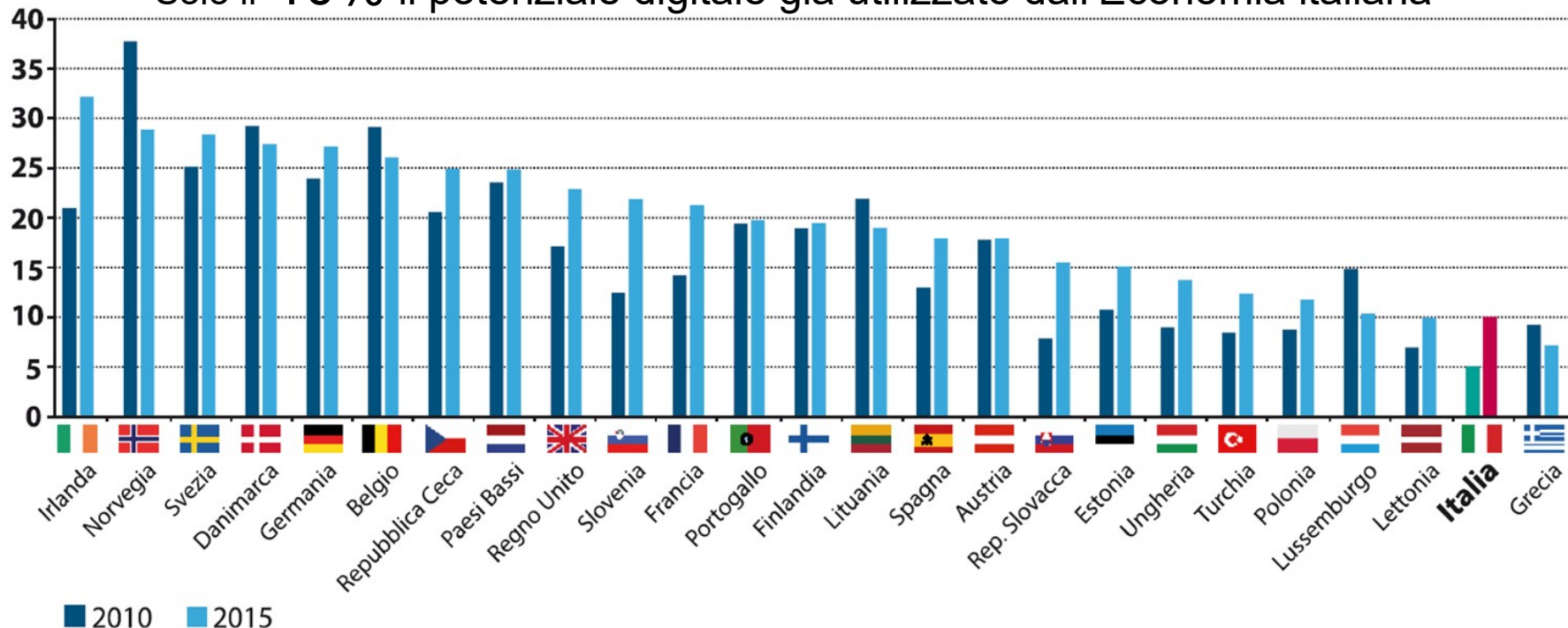
5,6/10

Della popolazione non ha competenze digitali di base

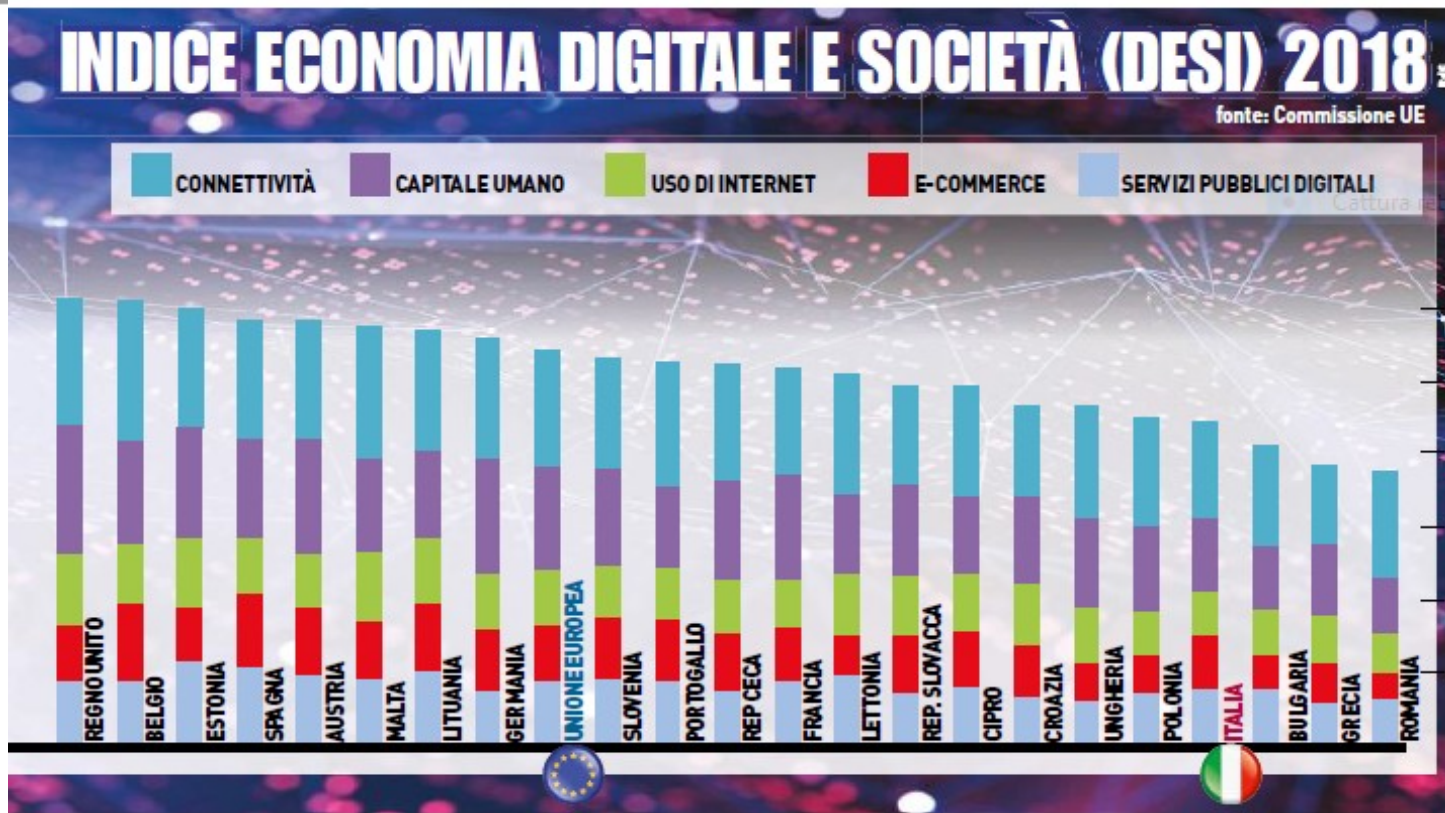
DESI: Digital Economy and Society Index (2017) della Commissione Europea - * Netconsulting Cube anno 2018

E-commerce in Italia

Solo il 10% il potenziale digitale già utilizzato dall'Economia italiana



L'Economia Digitale 2018



“CRESCERE IN DIGITALE” PER ESSERE COMPETITIVI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI



L'andamento del mercato digitale per settori - anno 2018

4,4%

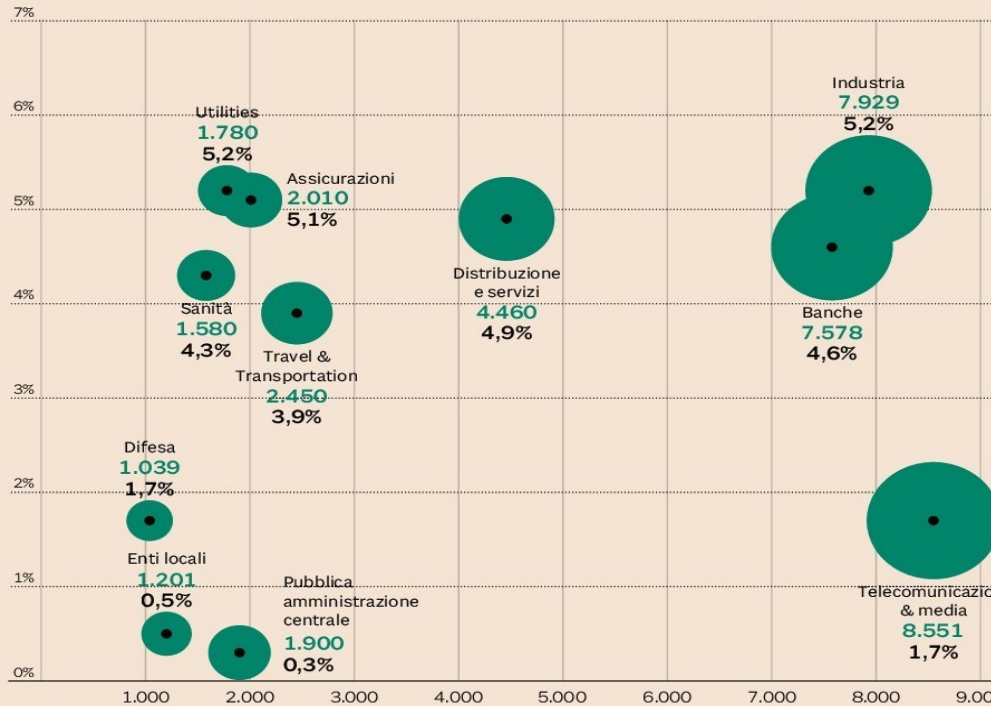
IL DIGITALE SUL PIL

L'incidenza del digitale sul Pil in Italia è ancora nettamente inferiore alla media degli altri Paesi europei che nel 2018 è stata del 6,8%

I numeri dell'ecosistema

L'ANDAMENTO DEL MERCATO DIGITALE NEI SETTORI

Valore di mercato 2018 in milioni di euro e crescita % 2018/2017



Valore di mercato 2018 in milioni di euro e crescita % 2018/2017

Fonte Anitec-
Assinform

Ricerca online di Made in Italy (2013-2017)

+24 % interesse per il Made in Italy e argomenti correlati

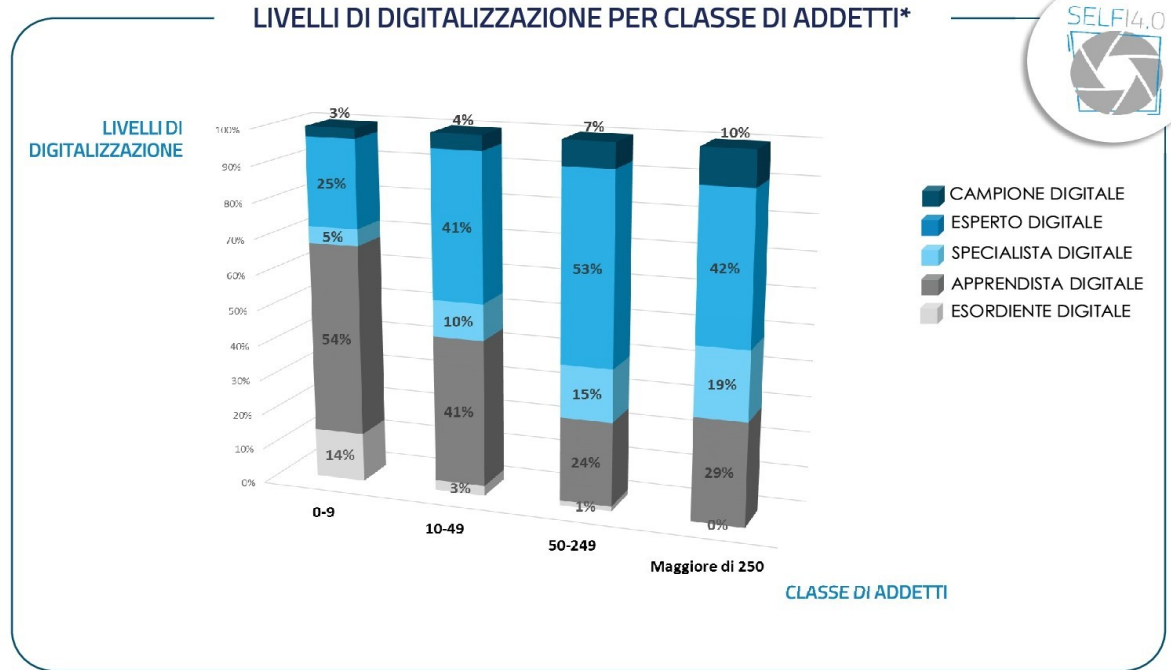
(frequenza relativa di ricerca)



FONTE: Google Trends 2013-2017

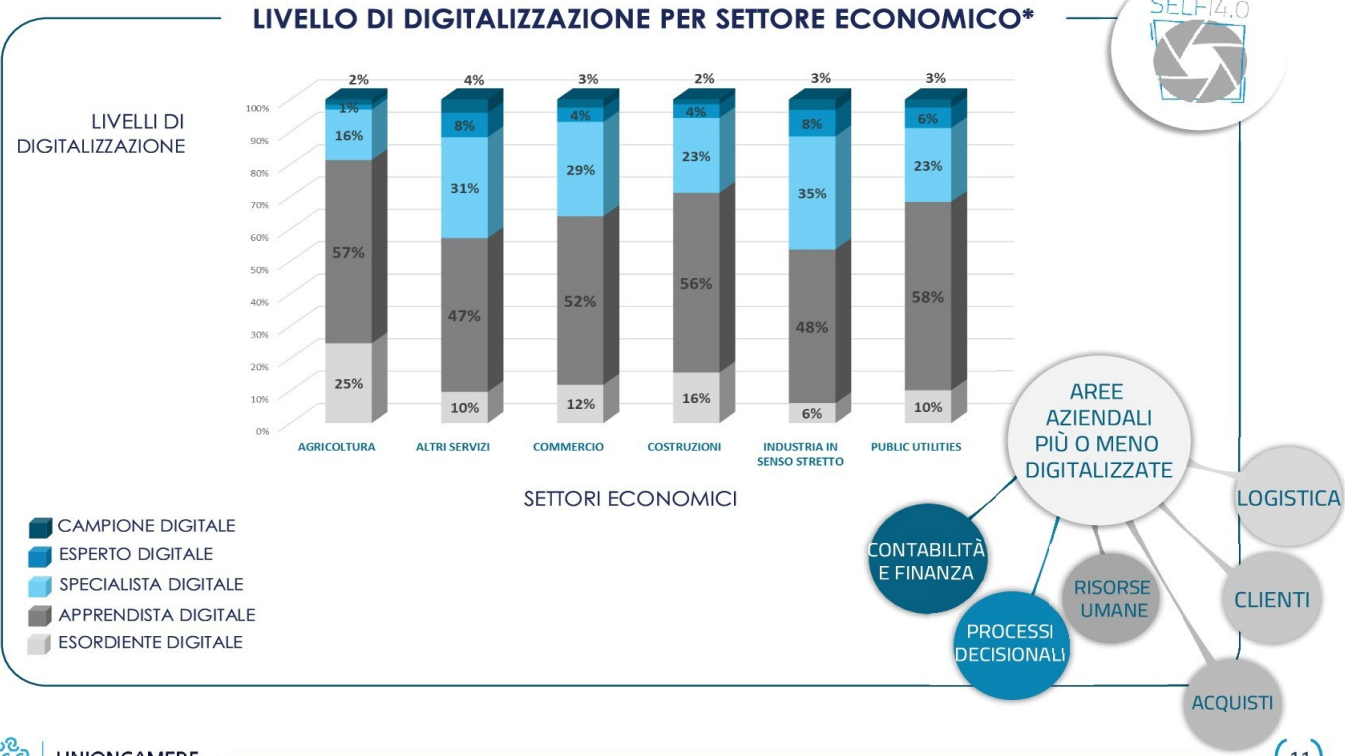
LA DIGITALIZZAZIONE PER DIMENSIONI AZIENDALI

COSA ABBIAMO FOTOGRAFATO: **DIGITALIZZAZIONE UNA QUESTIONE DI DIMENSIONI?** 



LA DIGITALIZZAZIONE PER SETTORE ECONOMICO

COSA ABBIAMO FOTOGRAFATO: **DIGITALIZZAZIONE UNA QUESTIONE SETTORIALE?**



Grazie per l'attenzione

Andrea Migliari

Responsabile Sistema Qualità, Comunicazione e Progetti speciali
Camera di commercio di Ferrara