



*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

# **VERSO L'IMPRESA 2.0 (?)**

**Strategie, strumenti e opportunità  
per affrontare il nuovo contesto competitivo**

**Bologna  
27 Maggio 2009**

**Roberto Triola**

***Responsabile Ufficio Studi***

***Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici***



# I Servizi Innovativi e Tecnologici in Italia

Il settore conta circa **1 milione di imprese** (30% ditte individuali) e **2,5 milioni di addetti**.

L'impatto del **valore aggiunto** (pari a circa **150 mld. l'anno**) sul PIL (al netto dei servizi pubblici) è dell'ordine del **13%**.

Ma se consideriamo che i Servizi Innovativi e Tecnologici (e la relativa filiera di produzione e commercializzazione) incidono sulla produzione degli altri settori (industria, pubblica amministrazione, commercio, altri servizi), attraverso l'effetto input-output, abbiamo calcolato **un moltiplicatore pari a 2,38, che porta l'incidenza sul totale del valore aggiunto dal 13% al 31%**.

Un trend positivo che, purtroppo, si è deteriorato nel corso del 2008 mettendo a rischio 90mila posti di lavoro (25.000 solo nell'ICT).



*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

## Le aree associative





# Innovazione: strumento anticiclico determinante per ritornare a crescere

- I Servizi Innovativi e Tecnologici sono centrali per rendere efficiente il Sistema Paese e per il recupero di produttività delle imprese.
- Come sottolinea l'OCSE, durante gli anni '90 la quota di **investimenti ICT** sul totale investimenti è cresciuta stabilmente contribuendo alla crescita dell'output totale di ciascun paese.
- Gli investimenti in ICT nei paesi OCSE sono aumentati **da meno del 15% nel settore *business* agli inizi degli anni 80 a una quota che varia tra il 15-30% nel 2001**. Questo ha contribuito alla crescita del GDP e della produttività del lavoro tra 0.3 e 0.8 punti percentuali nel periodo 1995-2001. Gli Stati Uniti, l'Australia, l'Olanda e il Canada hanno registrato gli aumenti maggiori. Tuttavia, gli investimenti in ICT contribuiscono alla crescita della produttività solo quando sono accompagnati dalla riorganizzazione dei processi aziendali, resa necessaria per adattarsi alle nuove tecnologie.
- **Gli investimenti in tecnologie e servizi innovativi hanno un effetto moltiplicatore su tutto il sistema economico**: negli ultimi 5 anni le imprese del settore dei servizi innovativi e tecnologici in Italia hanno aumentato gli investimenti **da 16 a 24 MLDE€ annui** (pari a circa 2 punti percentuali di PIL) creando **500mila nuovi posti di lavoro ad alto profilo di conoscenza**.



## Cosa intendiamo per innovazione?

Qualsiasi miglioramento apportato in azienda, non solo in termini di nuovi **prodotti** e di **processi**, ma anche in tema di **Organizzazione**:

1. Supporto alle strategie del Management
2. Focus su cliente/mercato
3. Comunicazione/networking
4. Riorganizzazione risorse umane
5. Lavoro in rete
7. **Adozione di tecnologia**

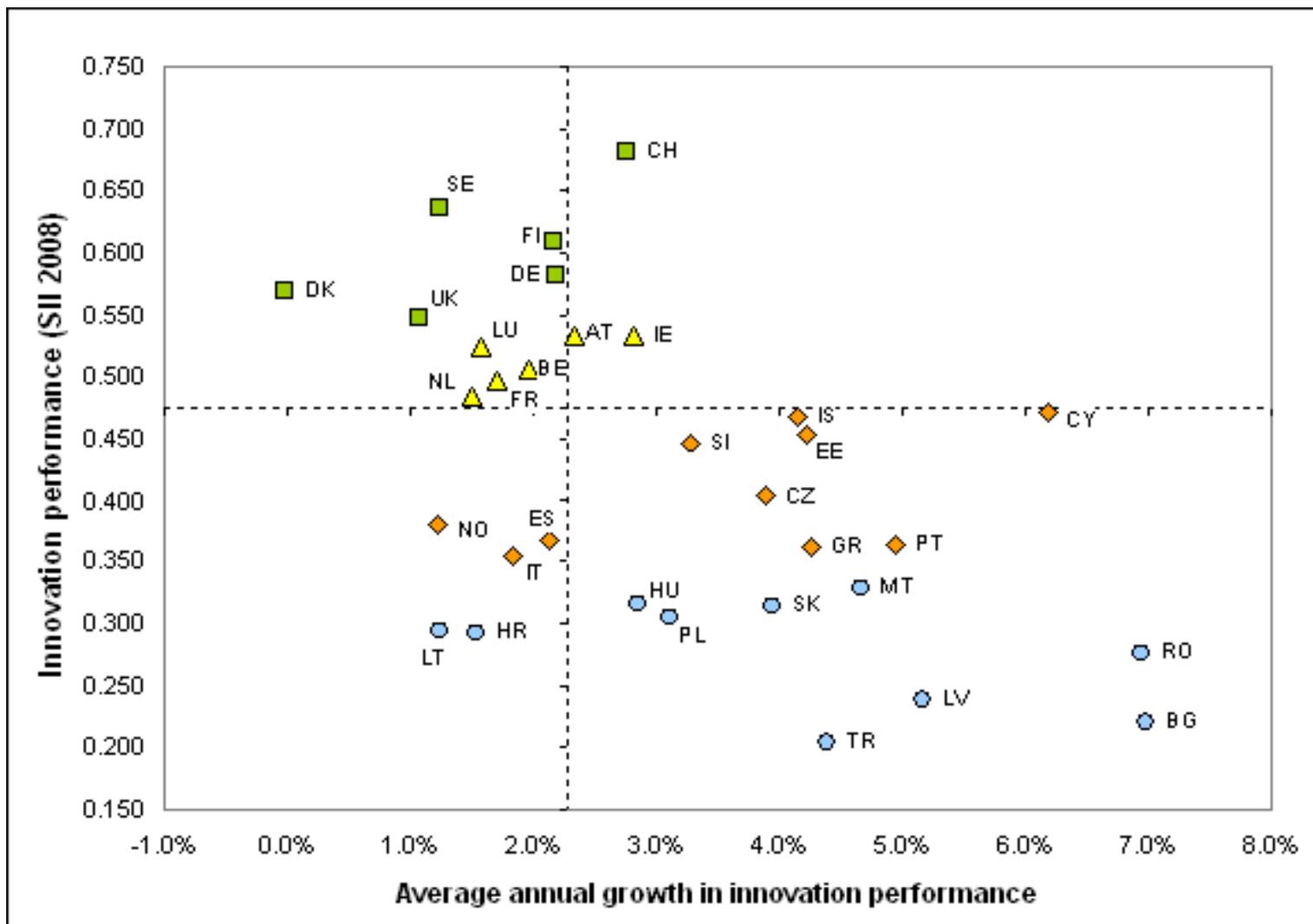


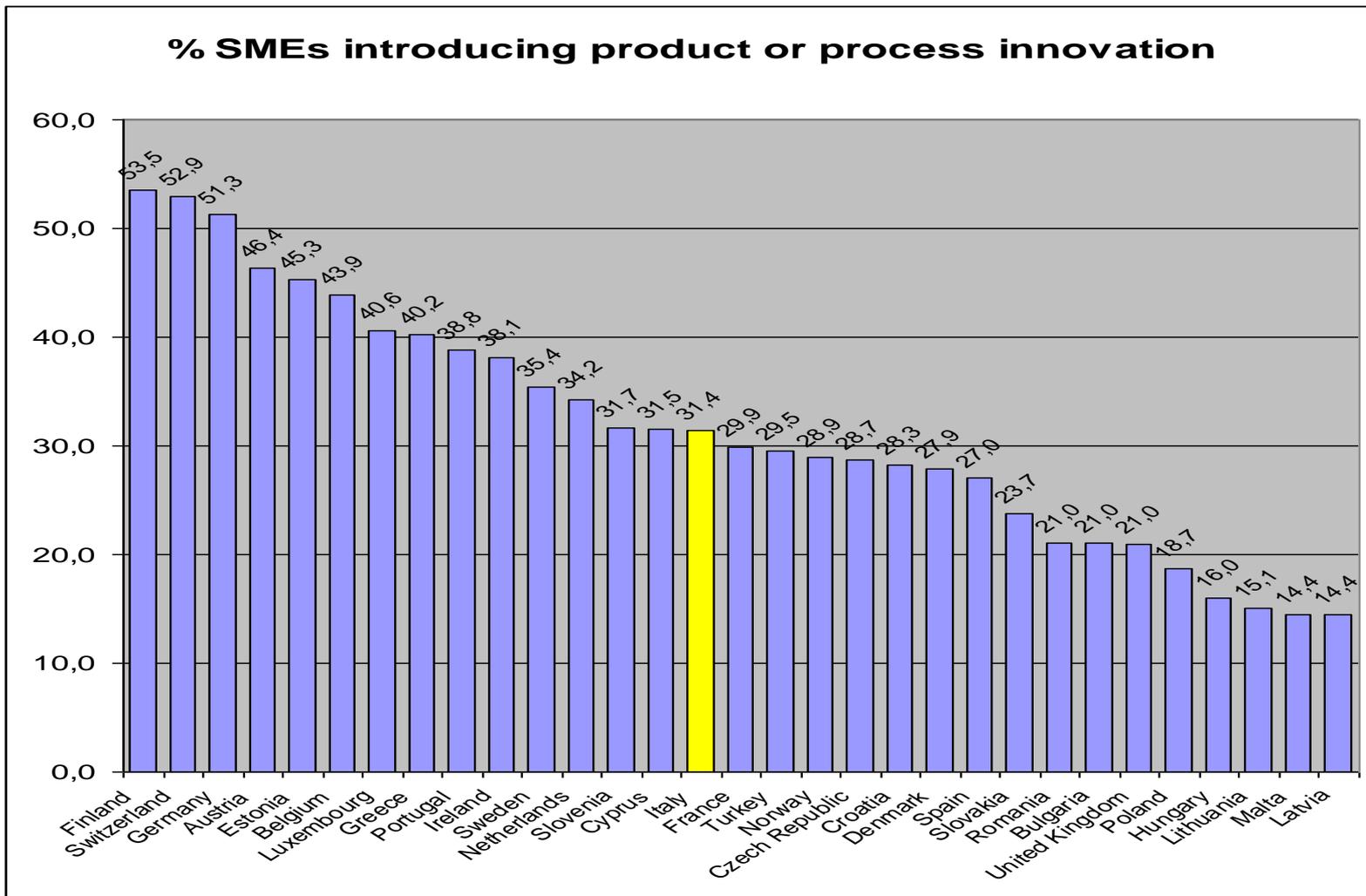
*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

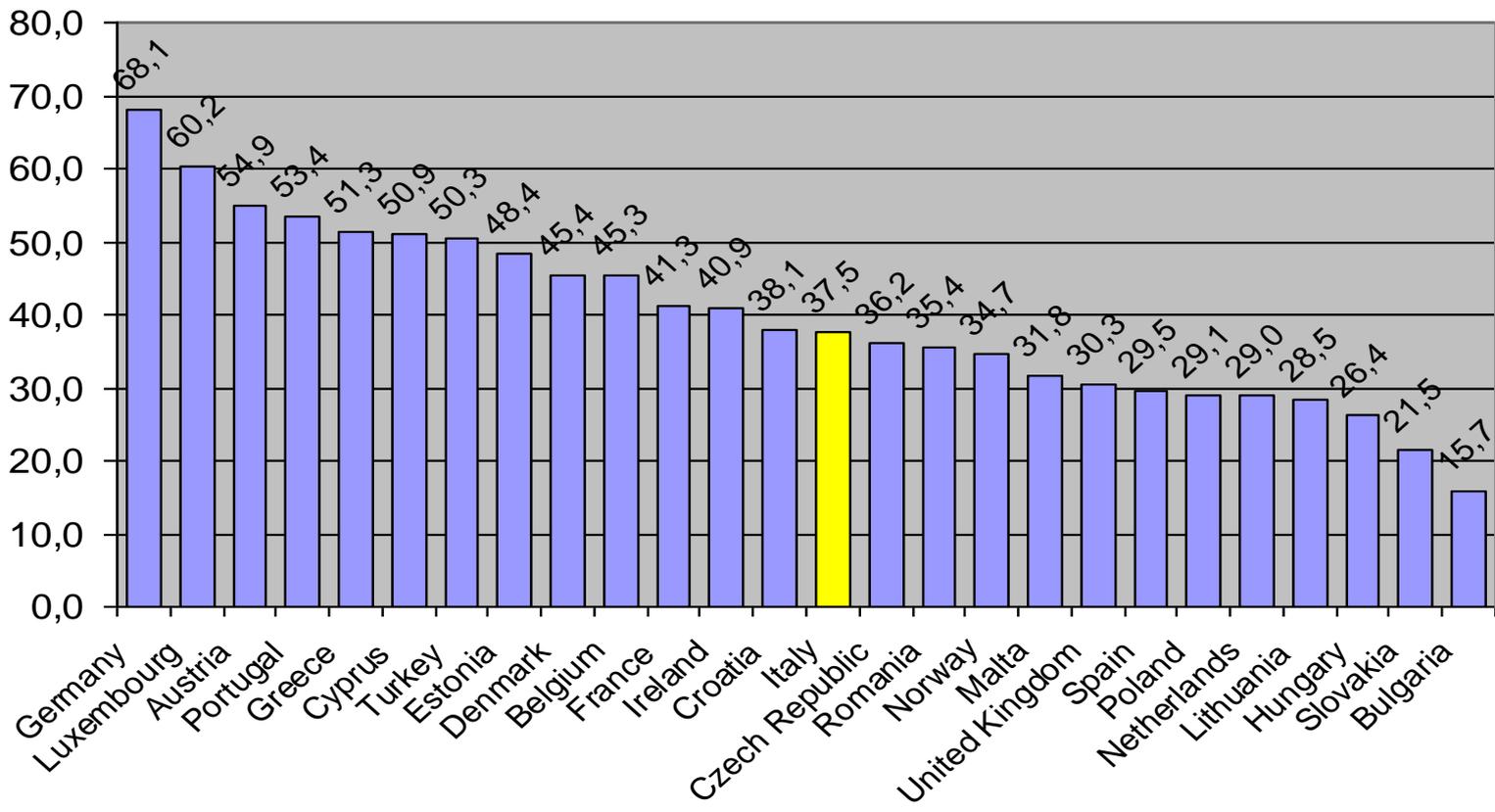
# L'EUROPEAN INNOVATION SCOREBOARD 2008







## % di SMEs introducing organisational or marketing innovation





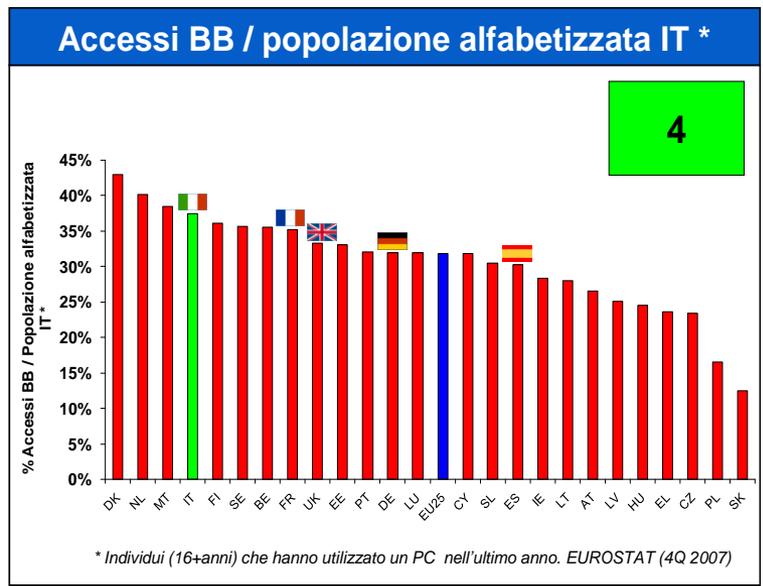
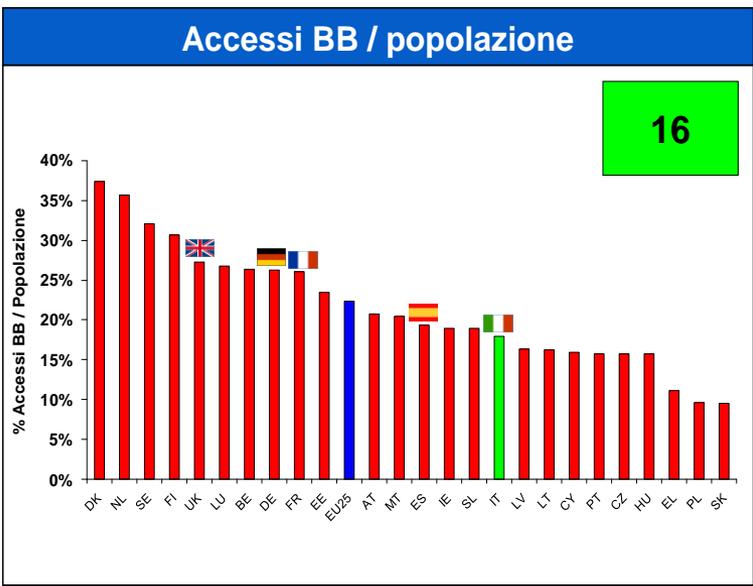
## La larga Banda motore di sviluppo economico ed occupazionale

- Un recente studio commissionato dalla Commissione Europea ha elaborato una stima quantitativa degli impatti indiretti della Banda Larga sull'economia. L'analisi storica dei dati 2004-2006 ha evidenziato che gli investimenti in Banda Larga in Europa hanno contribuito, tramite lo sviluppo dei servizi, alla creazione di circa **100.000 posti di lavoro** e a una **crescita del PIL pari allo 0,71%** nel 2006.
- Il contributo alla crescita del PIL nei Paesi con una maggiore diffusione della Banda Larga (crescita media del 0,89%) è stato il doppio rispetto ai Paesi con una minore diffusione (0,47%).
- L'impatto economico della larga banda sulla produttività sembra suggerire un **valore non inferiore allo 0.1% di aumento della produttività per ogni aumento dell'1% della penetrazione di banda larga**, misurata come numero di linee per 100 abitanti. Effetti che, tuttavia, si rivelano significativi solo quando esiste un adeguato **"ICT eco-sytem"** nel paese, con politiche di sviluppo della larga banda che si concentrano sia sull'offerta che sulla domanda.



# La larga banda fattore abilitante per lo sviluppo

Per capire meglio il ruolo che l'alfabetizzazione IT ha sul fenomeno larga banda, basti dire che nella diffusione di larga banda sulla popolazione L'ITALIA è al SEDICESIMO POSTO nell'Europa a 25, mentre nella penetrazione di larga banda sulla popolazione alfabetizzata passa al QUARTO.



\* Individui (16+anni) che hanno utilizzato un PC nell'ultimo anno. EUROSTAT (4Q 2007)

  Posizione Italia



## Diffusione della larga banda: il benchmarking Eu

% di imprese 10-49 addetti con collegamento internet a larga banda

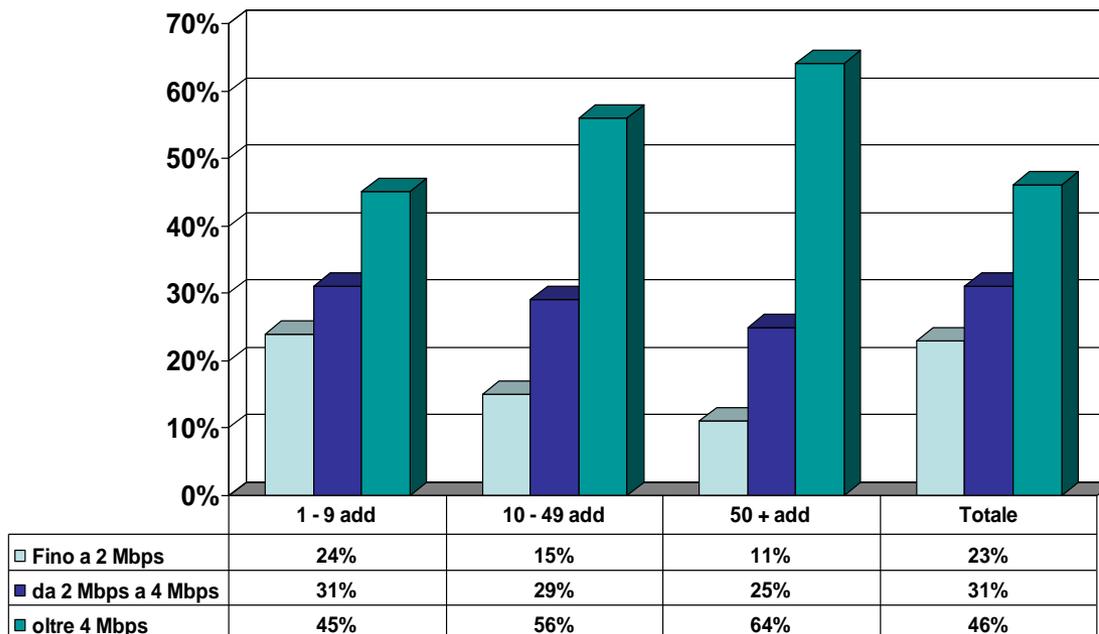
- Italia allineata con la media europea tra le imprese con più di 49 dipendenti
- In leggero ritardo le piccole imprese
- Deficit da colmare soprattutto nelle mini e nelle microimprese (in totale circa 4 milioni)

	2006	2007	2008
Spagna	86	89	91
Francia	85	88	91
Belgio	83	84	90
Svezia	87	85	88
Regno Unito	74	75	85
<b>EU15</b>	<b>75</b>	<b>79</b>	<b>84</b>
Paesi Bassi	80	85	84
Germania	69	77	82
Irlanda	57	63	81
<b>Italia</b>	<b>67</b>	<b>74</b>	<b>80</b>
Portogallo	62	74	79
Danimarca	81	78	77
Austria	66	69	73
Grecia	54	69	68

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Eurostat, 2008



## Quanto è larga la Banda nelle imprese?



Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

- Con il crescere delle dimensioni aziendali cresce anche la propensione ad utilizzare collegamenti sempre più veloci.



## L'attitudine delle imprese alla Larga Banda

### La domanda di banda

- Maggiore utilizzo di Internet
- Esigenze di comunicazione
- Integrazione con altri soggetti
- Uso più intenso di applicazioni on-line
- Le aziende più piccole sentono l'esigenza di integrarsi con altri soggetti attraverso l'uso di applicazioni in rete



- Essere on-line significa sempre più l'appartenere a una rete di relazioni digitali, di applicazioni e di servizi a valore aggiunto.

### Motivazioni per non passare alla larga banda

- Il 17% delle aziende narrowband ha già programmato l'upgrade
- Non serve: 66% microimprese
- Mancanza di copertura: 70% aziende 50+ dipendenti



- Percezione di un *gap* infrastrutturale oltre che culturale



*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

## **Recuperare il ritardo e il Digital Divide**

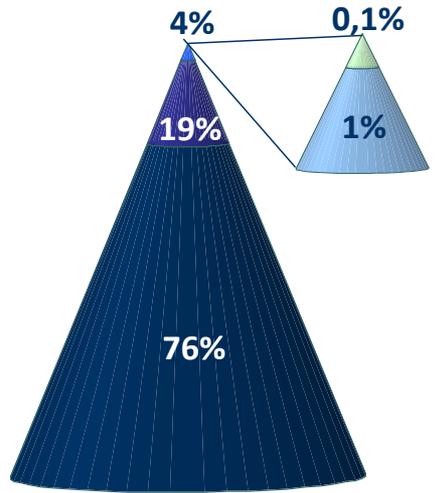
- nell'uso di Internet e delle tecnologie di rete**
- nella diffusione della larga banda (fissa, mobile e satellitare)**
- nel divario generazionale e culturale**
- nei servizi di *e-Government***
- nelle differenze geografiche**



# Le imprese in Italia: numero, addetti e spesa ICT

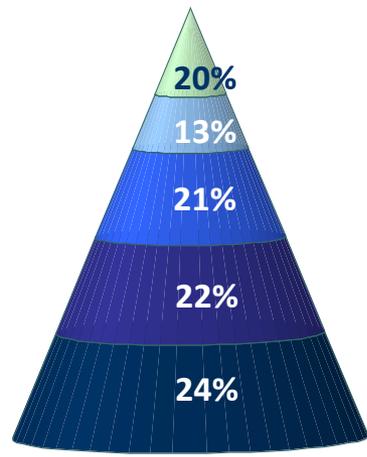
250+:
<b>Grandi</b>
50-249:
<b>Medie</b>
10-49:
<b>Piccole</b>
3-9:
<b>Mini</b>
1-2:
<b>Micro</b>

**Numero imprese**



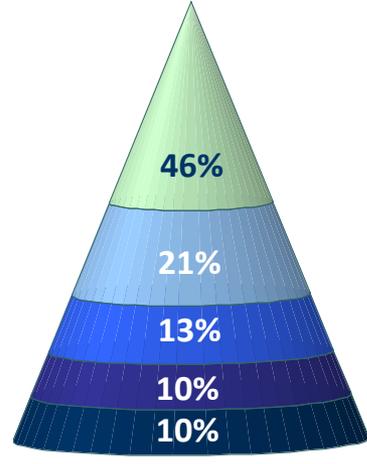
**4,4 mln**

**Numero addetti**



**17,7 mln**

**Spesa ICT**



**31,4 mld €**

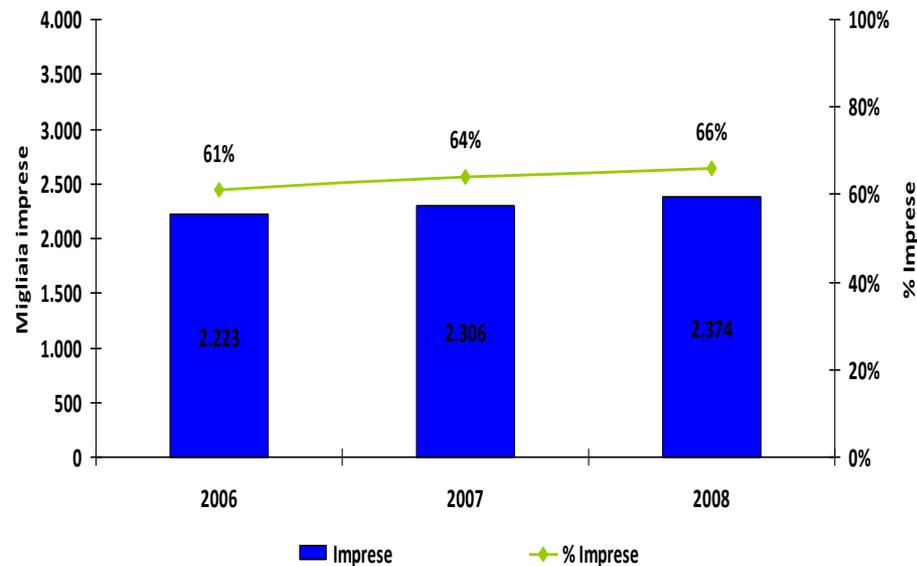


## Internet e le imprese

- La diffusione di Internet nel mondo business prosegue: nel 2008 il 66% delle aziende italiane erano online
- E tuttavia 1/3 delle aziende continua a non essere in rete (il 43% delle microimprese)

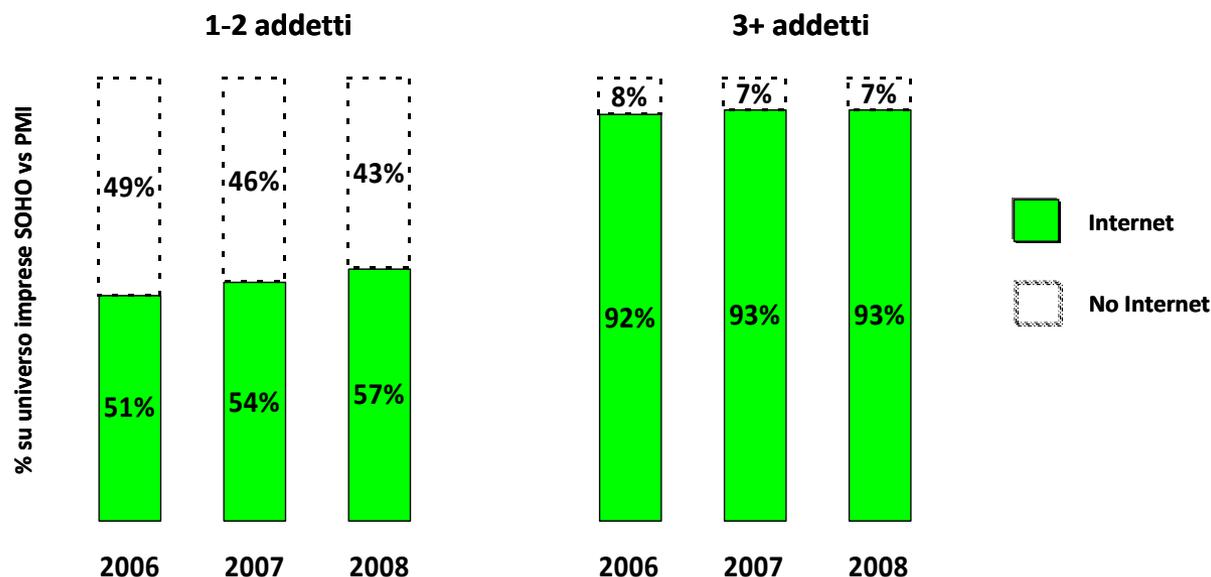
Elaborazioni CSIT su dati Between

### Aziende Internet e penetrazione sull'universo





## Il digital divide delle imprese italiane

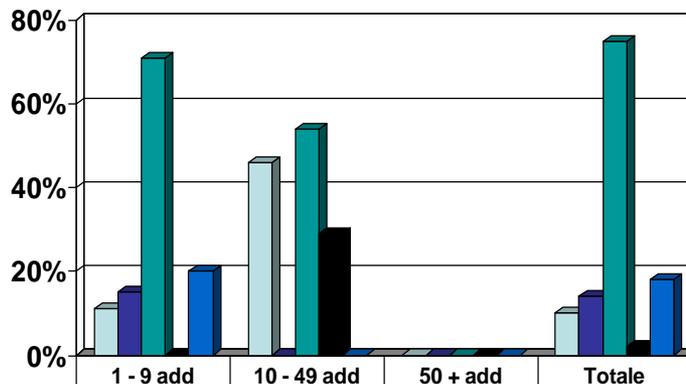


Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

- Il 57% delle imprese con 1-2 dipendenti è dotato di internet, contro il 93% delle imprese più strutturate.



# Oltre un milione di imprese non usa internet



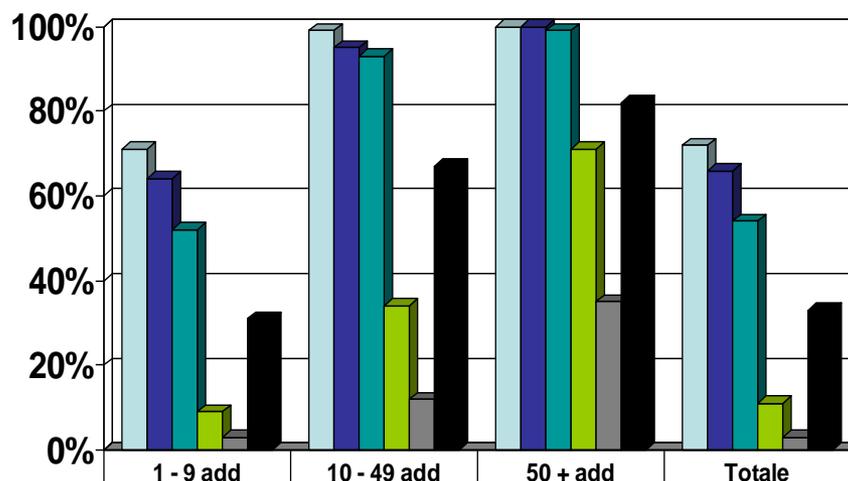
	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
in 12 mesi	11%	46%	0%	10%
Stiamo valutando	15%	0%	0%	14%
Non serve	71%	54%	0%	75%
Non viene garantita la sicurezza dello scambio di informazioni e dati	0%	29%	0%	2%
Costano troppo i PC, l'abbonamento al servizio o i costi telefonici per navigare	20%	0%	0%	18%

Base: aziende non internet – risposte multiple

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

- Nel 2008 circa 1.2 mln di imprese non usa internet.
- Quasi tutte sono microimprese

## Dotazione tecnologica delle aziende Piattaforme e servizi Internet

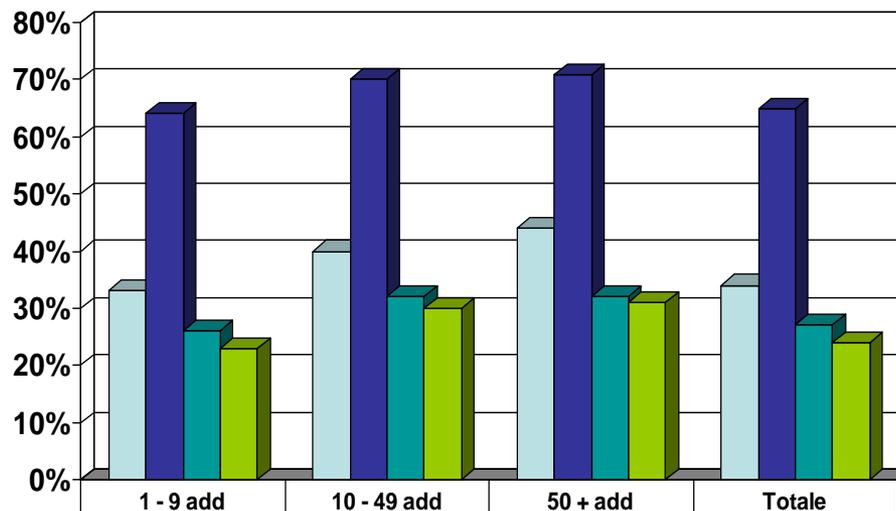


	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
PC	71%	99%	100%	72%
Internet	64%	95%	100%	66%
Broadband	52%	93%	99%	54%
Intranet	9%	34%	71%	11%
Extranet	3%	12%	35%	3%
Sito Web	31%	67%	82%	33%

- Nelle piccole imprese la barriera iniziale è nell'approccio all'IT
- Maggiori resistenze si incontrano anche nelle imprese più strutturate nell'adozione di piattaforme on-line a valore aggiunto e strumenti di collaborazione in rete: sito web, Intranet e Extranet



## Dotazione tecnologica delle aziende Diffusione dell'uso dell'ICT



	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
I dipendenti che utilizzano il PC	33%	40%	44%	34%
PC collegati a Internet	64%	70%	71%	65%
I dipendenti che utilizzano Internet	26%	32%	32%	27%
I dipendenti con indirizzo di posta elettronica aziendale	23%	30%	31%	24%

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

- Le differenze tra aziende di dimensioni diverse sono molto meno marcate rispetto a quanto accade per gli investimenti nelle piattaforme internet based.



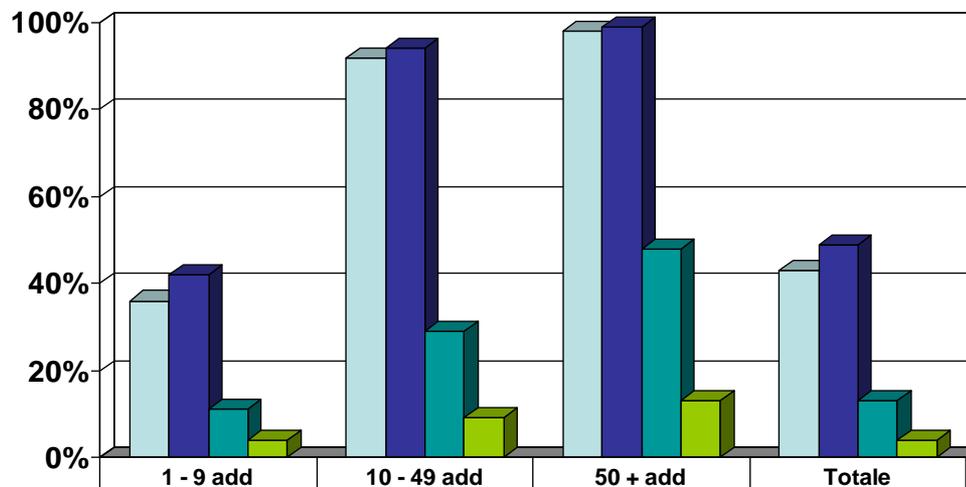
## Uso dell'ICT e attività delle imprese

- Tra le aziende dei servizi la penetrazione di tutti questi indicatori è più elevata rispetto alle aziende della produzione o distribuzione di merci, dove quote significative di dipendenti non sono informatizzate.
- Tuttavia, grazie allo sviluppo di applicazioni specializzate nell'area della logistica e della distribuzione ( “infomobilità” ) ci si attende che, nel medio termine, una quota significativa di questi lavoratori sarà dotato di strumenti e servizi ICT, almeno per quanto riguarda le aziende di medie e grandi dimensioni



## Uso dei servizi on-line

*Banche e P.A.: i principali interlocutori on-line*



	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
■ Servizi bancari o finanziari (Corporate Banking)	36%	92%	98%	43%
■ Servizi forniti dalla PA	42%	94%	99%	49%
■ Servizi di acquisto on-line	11%	29%	48%	13%
■ Servizi di vendita on-line	4%	9%	13%	4%

(Base: aziende con accesso a Internet)

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

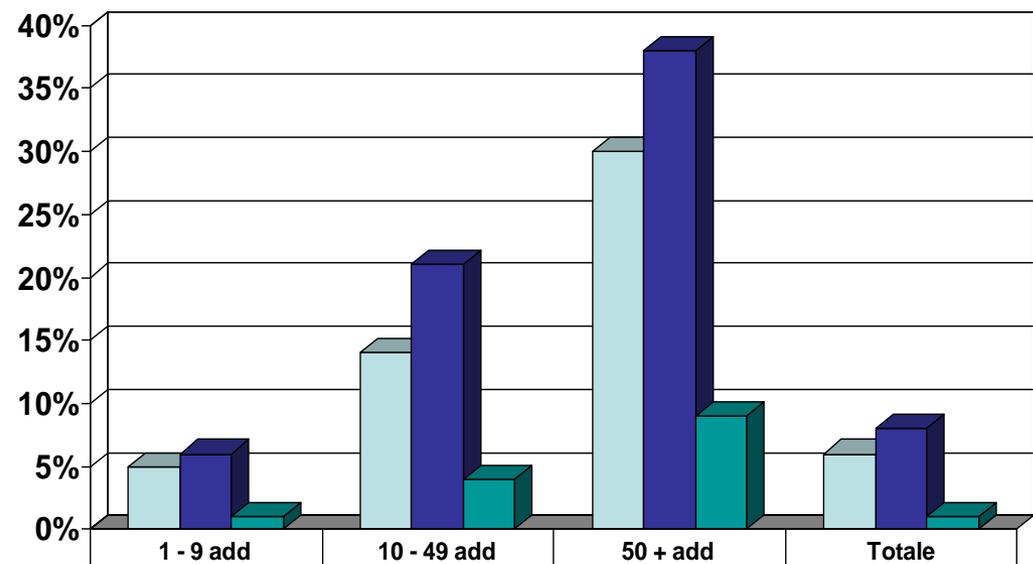


## I servizi on-line della P.A.

- Quando si utilizzano questi servizi, l'accesso è molto esteso sia in termini di gamma dei servizi utilizzati che di penetrazione dell'uso, senza differenze per dimensioni di impresa
- Quasi tutte le imprese scaricano moduli, oltre il 70% compila moduli online
- Più bassa la percentuale d'uso di servizi a maggiore interattività: verifica stato pratiche, pagamenti ...
- Il problema sembra essere più l'offerta: on-line pochi servizi a maggiore valore aggiunto



# Servizi on-line all'interno delle aziende



	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
Formazione a distanza (eLearning)	5%	14%	30%	6%
Strumenti di collaborazione o	6%	21%	38%	8%
Telelavoro	1%	4%	9%	1%

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between, 2008

Nonostante il collegamento da casa o da remoto ai S.I. aziendali sia prassi sempre più diffusa, strutturare questi comportamenti individuali in applicazioni e progetti di telelavoro è ancora poco frequente anche per le aziende più grandi.



## Imprese 2.0

### Accesso ai sistemi informativi

- Una percentuale variabile tra il 16% e il 50% delle aziende (con punte del 63% nelle aziende con 250+ dipendenti) offre a soggetti esterni applicazioni online da sezioni riservate del proprio sistema informativo.
- I destinatari sono i clienti, i partner commerciali e i fornitori dell'azienda.
- Fino a 9 addetti i clienti sono di fatto gli unici destinatari.
- La massima articolazione dei destinatari degli accessi on-line si tre le imprese più grandi, dove tutti gli interlocutori sono citati con una frequenza maggiore del 20% e i "clienti", pesano per il 70%
- Ciò conferma che l'attenzione è sulle attività commerciali, ma l'intero ciclo di attività dell'azienda è reso più efficiente grazie all'on-line.



## Imprese 2.0

### Accesso a servizi online

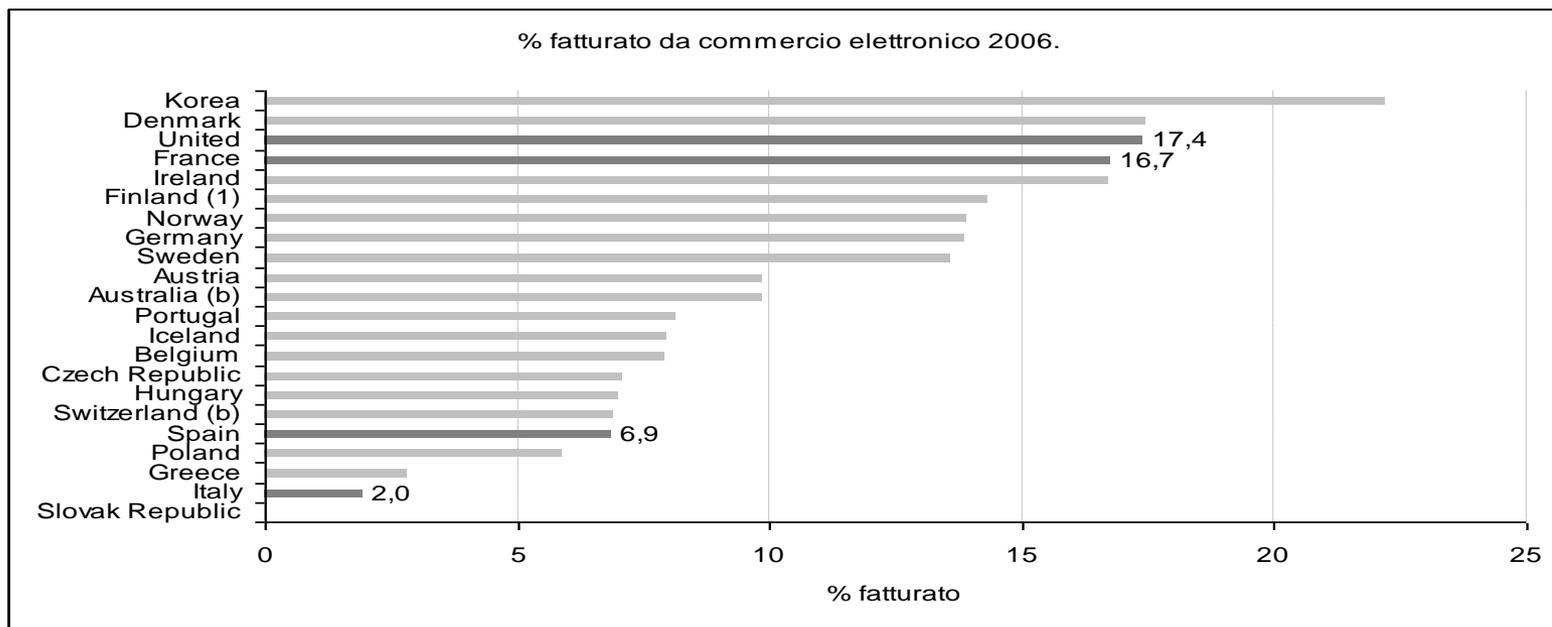
- Il 65% delle imprese offre informazioni sui prodotti dal proprio sito
- Il 30% permette di richiedere preventivi online
- Applicazioni più interattive e quindi integrate con le applicazioni aziendali sono più diffuse tra le realtà più grandi: ordini on-line, pagamenti on-line e servizi post vendita.
- Il pagamento online è il servizio meno diffuso: 3%
  - ⇒ B2C ancora limitato al di fuori di alcuni settori
  - ⇒ La maggior parte delle transazioni è B2B



## Il ritardo rispetto agli altri Paesi

- **Meno del 60%** delle imprese italiane con almeno 10 addetti ha un proprio sito Web (a differenza dell'80% delle imprese tedesche);
- **Meno del 10%** vende tramite canale on line (a differenza del 45% di Germania e Regno Unito), generando solo il 2% del fatturato tramite e-commerce (lontanissimo dal 17% di Francia e Regno Unito);
- **Meno del 5%** acquista on line (a differenza del 30% di Germania e Regno Unito e del 20% della Francia).

(Fonte: OCSE, 2006)





## Barriere alla diffusione dell'ICT nelle piccole imprese

- *Digital divide manageriale* prima che territoriale  $\Rightarrow$  “non serve”
  - Sottovalutazione del ruolo dell'ICT come strumento a supporto della gestione del business
  - La semplicità della struttura organizzativa e delle relazioni di business non stimolano a sviluppare piattaforme ICT (Intranet, Extranet, il sito web).
- Minori risorse economiche/competenze ICT a disposizione  $\Rightarrow$  “è troppo oneroso”
- A meno di interventi esterni, difficilmente questi soggetti si integreranno nel mercato digitale



## Possibili approcci

- Promozione di associazioni multiscala [locali, nazionali, internazionali] nei processi di innovazione
- Cooperazione con istituzioni finanziarie
- Creazione competenze, educazione all'ICT
- Sviluppo del Technology Audit



## Gli interventi di *policy* necessari: la PA driver della digitalizzazione

- **Accelerazione del Piano e-Government 2012** e finanziamento in tempi brevi dei progetti (1.380 ML€ a fronte di una disponibilità di 248 ML€).  
La sua attuazione rappresenta una condizione essenziale per accelerare il lento progresso verso la realizzazione di una Pubblica Amministrazione “*all digital*” e favorire la penetrazione delle tecnologie digitali nelle famiglie e nelle imprese mediante lo *switch-off* progressivo dei servizi tradizionali. Solo così si potrà coniugare un miglior controllo della spesa pubblica, maggiore produttività della PA e qualità dei servizi offerti.
- **Switch-off dei processi cartacei** e digitalizzazione dei processi di *back office*, standardizzazione e interoperabilità dei processi, formazione e riqualificazione delle risorse umane, strumenti di misura delle prestazioni della PA, accesso per cittadini e imprese alle informazioni sulle pratiche di loro interesse, dematerializzazione, impegno congiunto pubblico/privato.



## Gli interventi di *policy* necessari

- **Sanità digitale:** portare i servizi sanitari fuori dell'ospedale, definire modelli di *Care Management* dei cittadini affetti da alcune patologie/disabilità, implementare strumenti per seguire l'evoluzione clinica delle patologie, sviluppare i sistemi di teleassistenza, sviluppare un modello che rilanci e rafforzi l'integrazione socio-sanitaria, intervenire sulla "Filiere Salute" offrendo al cittadino/paziente un servizio integrato del sistema Sanitario.
- **Informatica dai laboratori alle aule scolastiche:** Piano nazionale per un "modello italiano" di scuola digitale, potenziare la diffusione delle tecnologie, estendere il bacino di utilizzatori dell'ICT con un più stretto rapporto scuola-famiglia, favorire un progressivo ingresso dell'ICT nella didattica, monitorare i progressi e attuare interventi tempestivi.
- **e-Justice:** diffusione del processo civile telematico, dematerializzazione degli atti e dei fascicoli dei procedimenti, estensione delle possibilità di accesso alla e-Justice, un più attento monitoraggio degli sviluppi della giustizia digitale.



*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

## Semplificare il rapporto tra PA e imprese

- Promuovere un protocollo tra le principali associazioni imprenditoriali e l'**Agenzia delle Entrate**, per la digitalizzazione degli adempimenti fiscali tra le imprese e l'Agenzia.
- Incrementare lo **sviluppo dell'e-commerce** attraverso misure di semplificazione del trasporto delle merci nei paesi extra europei e transfrontaliere.
- Introdurre **incentivi** per la connettività in Banda Larga e gli investimenti in IT.
- Consolidare ed aumentare le **agevolazioni fiscali** per gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo.
- Ridurre gli **oneri contributivi** per le aziende che assumono personale specificamente dedicato ad attività ICT.
- Incentivare la diffusione della **fatturazione elettronica** obbligatoria nei rapporti tra imprese e PA progressivamente a partire dal 2010, emanando entro l'anno le norme attuative necessarie.
- Rendere operativi, entro il 2012, gli **sportelli unici** delle attività produttive in tutte le Province italiane, offrendo i servizi rivolti alle imprese in forma digitale.
- Favorire, con iniziative mirate a favore delle PMI, l'adozione del **documento informatico**, forte fattore di efficientamento dei costi.



## Le iniziative per l'impresa digitale

- **Tavoli di lavoro** composti da enti locali, associazioni di categoria e rappresentanti dell'offerta tecnologica, volti alla individuazione, sensibilizzazione, promozione e incentivazione tra le PMI delle applicazioni digitali e dei vantaggi offerti dalla Banda Larga.
- **Piano di incremento - con Abi e Ania** - dei servizi di *web banking* e *web insurance*.
- **Progetti di formazione** attraverso i fondi interprofessionali (come, per esempio, Fondimpresa, Fondirigenti).
- **Programma Industria 2015** esteso ad un 6° Progetto di Innovazione Industriale, dedicato esclusivamente allo sviluppo di servizi e applicazioni ICT.
- **Sviluppo di Enterprise 2.0, e-Commerce, e-Business** (B2C, B2B) come "infrastruttura" necessaria anche ai fini della efficienza, della competitività, dell'internazionalizzazione e del commercio internazionale.



## L'iniziativa “Progetti Paese”

Intendiamo sviluppare proposte innovative concrete per realizzare grandi **“Grandi Progetti Paese”**, necessari per innovare e modernizzare concretamente l'Italia, in settori strategici quali:

- Sanità
- Trasporto
- Turismo
- Cultura
- Energia
- PMI
- Contenuti digitali.

I Progetti Paese, un'iniziativa delle Federazioni dei Servizi di Confindustria., sono necessari per innovare e modernizzare concretamente l'Italia, aumentare l'efficienza e la crescita occupazionale.



*L'Italia che fa correre l'Italia*



CONFINDUSTRIA SERVIZI  
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

**GRAZIE**

[www.confindustriasi.it](http://www.confindustriasi.it)