Il contributo dei *social network* e dei canali *digital* per la crescita e la digitalizzazione delle PMI italiane

Valerio De Molli

Managing Partner e CEO - The European House – Ambrosetti

Meta

© 2022 Tutti i diritti riservati

The European House - Ambrosetti

- The European House - Ambrosetti, **fondata nel 1965**, è una società di consulenza per le Alte Direzioni con sede in Italia e uffici in tutto il mondo
- A circa 15 anni dal *management buy-out*, che ha liquidato il fondatore, The European House – Ambrosetti ha rafforzato la propria leadership internazionale e si è confermata nella categoria "*Best Private Think Tanks*", 1° *Think Tank* in Italia, 4°nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti su oltre 11.175 a livello globale nell'ultima edizione del «Global Go to Think Tank Index Report» dell'Università della Pennsylvania.
  The European House – Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 131 realtà Top Employer 2022.

- The European House - Ambrosetti fornisce:
  - Servizi di **consulenza strategica e manageriale**
  - **Costruzione di scenari strategici**, attività di *policymaking* e *advocacy* (>200 all'anno)
  - **Piani di sviluppo territoriale** ai Governi regionali e ai principali *player* locali (>50 iniziative negli ultimi 3 anni)
  - Programmi di alta formazione e ***Forum* per la *leadership* politica ed imprenditoriale** (oltre 500 incontri all'anno, con più di 3.000 esperti da tutto il mondo)

The European House - Ambrosetti

I nostri numeri, i nostri successi

Oltre 500 Eventi

Realizzati nel 2021, di cui il 61% in digitale, il 7% in fisico e il 32% phygital

1 Piattaforma proprietaria per realizzare iniziative phygital

Know-how e tecnologia proprietaria per realizzare workshop, seminari, eventi digitali complessi

3.000 Esperti

Nazionali ed internazionali ingaggiati ogni anno

15.000 Manager 1.200 Clienti

Manager accompagnati nei loro percorsi di crescita e clienti serviti nella consulenza ogni anno

Oltre 200 Studi e Scenari

Strategici da indirizzare a Istituzioni e aziende nazionali ed internazionali ogni anno

1° Think Tank

Privato italiano, quarto nell'Unione Europea, tra i più rispettati e indipendenti su 11.175 a livello globale attraverso una survey indirizzata a 73.000 leaders di imprese, istituzioni e media, in oltre 100 Paesi nel mondo (*)

47 Anni

del Forum di Cernobbio: i partecipanti dell'ultima edizione esprimono un fatturato aggregato di 1,3 trilioni di Euro (76,1% del PIL italiano) ed Asset gestiti pari a circa 47,6 trilioni di Euro; 9 governi rappresentati

TOP EMPLOYER 2022

Per il secondo anno consecutivo, siamo stati riconosciuti Top Employer. Una delle 131 realtà nominate nel 2022 in Italia, sulla base dell'analisi specifica di 6 aree di policy HR e di oltre 400 best practice monitorate

250 Persone di cui 54% Donne

Accomunate dalla stessa passione e voglia di fare. 42 persone all'estero (Cina e Middle East)

10 anni

Da 10 anni attore chiave dell'ecosistema italiano dell'innovazione: Corporate Venture Capital, Open Innovation, Acceleratore di Startup

30 anni

L'esperienza del nostro team di sostenibilità in progetti e soluzioni su misura per accelerare la transizione delle imprese verso un futuro sostenibile. Solo nell'ultimo anno ci hanno scelto più di 30 aziende

120 Famiglie

Imprenditoriali assistite nell'ultimo anno, tramite consulenza nei Patti di Famiglia e Sistemi di Governance

7 Think Tank e Summit Internazionali

Riconosciuti come una best-practice internazionale da parte dell'ASEAN Community (7 Paesi/aree: ASEAN, Cina, Francia, Medio Oriente, Stati Uniti, Sudafrica, Unione Europea – Bruxelles). Menzionati come caso d'eccellenza nel Trattato del Quirinale per la cooperazione bilaterale rafforzata, cofirmato dal Presidente italiano del Consiglio dei Ministri e dal Presidente della Repubblica francese

18 Paesi

Con presenza diretta o partnership. Nel 2020 abbiamo supportato la presidenza italiana del G20 con la formulazione di 8 raccomandazioni di policy, declinate sugli ambiti d'azione prioritari per la Presidenza italiana (le "3P": Persone, Pianeta, Prosperità)

The European House Ambrosetti

(*) Nell'ultima edizione del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania

Indice

- **Obiettivi e metodologia del *Position Paper***
- Il livello di digitalizzazione dell'Italia e l'opportunità offerta dal PNRR
- L'importanza delle PMI per la crescita del Paese e il posizionamento dell'Italia nel Digital Index PMI
- Il contributo attivabile dai *social network* e dai canali *digital* per la crescita e la competitività delle PMI italiane

Gli obiettivi dello Studio

- Indagare e qualificare il **ruolo delle Piccole e Medie Imprese (PMI)** nella crescita e nella modernizzazione del sistema produttivo del Paese

- Identificare i ***gap* esistenti** per quanto riguarda il **processo di digitalizzazione delle PMI** e mettere in luce come la **crisi COVID-19** ne abbia modificato l'atteggiamento verso l'utilizzo degli strumenti digitali

- Evidenziare il **posizionamento e la velocità di progressione** delle PMI italiane nel **confronto europeo** nel percorso di digitalizzazione

- Qualificare come ***social network* e canali *digital*** possano costituire la via di **accesso più semplice alla digitalizzazione** da parte delle PMI italiane anche attraverso il ricorso a *case study*

- Identificare e quantificare, valorizzando i dati disponibili pubblicamente e le evidenze emerse dai *case study*, i **potenziali benefici** associati all'uso dei *social network* tra le PMI in termini di **crescita economica e occupazionale**

La struttura dell'iniziativa e i cantieri di lavoro

THE EUROPEAN HOUSE – AMBROSETTI ↔ **META**

↓

Il contributo dei *social network* e dei canali *digital* per la crescita e la competitività delle PMI italiane

Analisi dello **stato dell'arte delle PMI** italiane e del loro contributo a valore aggiunto, investimenti ed *export* del Paese	Analisi della ***performance* delle PMI italiane durante la pandemia COVID-19**, in termini di valore aggiunto, occupazione e livello di digitalizzazione	Valutazione del **posizionamento in termini di digitalizzazione** delle PMI italiane in Europa*	Analisi di ***case study ad hoc*** relativi a storie di successo dell'**utilizzo dei *social network*** nelle PMI italiane	Quantificazione degli **impatti della crescita di utilizzo di *social network*** da parte delle PMI in termini di **Valore Aggiunto e occupazione**

↓

***Position Paper* 2022**

↓

Tavola Rotonda
«Il contributo dei *social network* e dei canali *digital* per la crescita e la digitalizzazione delle PMI italiane»

(*) Confronto effettuato rispetto alle PMI (aziende con un numero di occupati compreso tra 10 e 249) della UE-27, attraverso un indice composito di 15 KPI, e rispetto alle grandi imprese italiane (numero di occupati superiore a 250)

La metodologia multilivello articolata nello studio

A

Analisi della rilevanza delle PMI italiane nel contesto europeo e in Italia

- Analisi dell'**incidenza delle PMI** su fatturato, Valore Aggiunto, investimenti ed *export* delle imprese italiane
- Valutazione delle *performance* delle PMI italiane durante la pandemia da **COVID-19**

B

Analisi del livello di digitalizzazione delle PMI italiane nel confronto europeo

- Valutazione della **digitalizzazione delle PMI** italiane in termini di:
  - **Dotazione infrastrutturale**
  - **Digitalizzazione del *business***
  - **Adozione di tecnologie abilitanti**
  - **Interazione digitali con clienti**
  - **Competenze**
- **Indice composito** relativo ai livelli di digitalizzazione su **27 Paesi europei e 15 KPI** (**Digital Index PMI**)

C

Analisi di *case study* funzionali a illustrare l'utilizzo dei *social network* e dei canali *digital* per le PMI italiane

- Identificazione di una **selezione di 30 *case study*** funzionali a illustrare il possibile ruolo dei *social network* e dei canali *digital* per le PMI italiane
- Valutazione dei **benefici ottenuti** dalle imprese oggetto dei *case study* su dimensioni chiave quali i nuovi clienti raggiunti, l'aumento della visibilità, la conversione delle inserzioni, ecc.

D

Quantificazione degli impatti dell'utilizzo di *social network* da parte delle PMI

- Benefici attivabili derivanti dall'incremento di utilizzo dei *social network* da parte delle PMI italiane in termini di:
  - **Valore aggiunto** generato dalle PMI
  - **Occupazione** sostenuta dalle PMI

Un *disclaimer* metodologico: il *Position Paper* segue la classificazione europea circa le classi dimensionali delle aziende

- La classificazione europea suddivide le aziende in **3 classi dimensionali** in base al numero di occupati:
  - **Micro Imprese**, ovvero aziende con meno di 10 occupati
  - **Piccole e Medie Imprese** (PMI), ovvero aziende con un numero di occupati compreso tra 10 e 249
  - **Grandi Imprese**, ovvero aziende con 250 occupati o più
- Il ***core* del presente *Position Paper***, e di conseguenza il perimetro delle analisi svolte al suo interno, riguarda la categoria delle **PMI**

Gli *step* metodologici dello Studio e le evidenze principali che emergono

Step Metodologico	Evidenze principali
A *Status* Digitalizzazione del Paese	• Italia è al **20° posto in UE27** nell'Indice DESI che misura il livello di digitalizzazione • Con **€59mld**, il PNRR italiano destina alla transizione digitale l'equivalente di Francia, Spagna e Germania messe insieme
B Ruolo delle PMI nell'Economia italiana	• Le PMI italiane generano il **42% del fatturato**, il **41% del Valore Aggiunto**, oltre **un terzo degli investimenti** e il **48% dell'*export*** totale italiano • Nel 2020, le PMI italiane sono state **più resilienti** delle Grandi imprese in termini di fatturato, valore aggiunto e occupati
C *Status* Digitalizzazione delle PMI	• Le PMI italiane sono al **18° posto** in UE per livello di digitalizzazione complessiva e al **8° posto** per accelerazione della digitalizzazione negli ultimi 5 anni • Raggiungendo i *top-3 best performer* nell'indice, l'Italia potrebbe generare **24,8 miliardi di Euro aggiuntivi di Valore Aggiunto**
D *Case study* relativi all'uso dei *social network*	• L'utilizzo dei *social network* nelle PMI più avanzate abilita 4 benefici chiave: **+20% di ricavi** (vs. **4%** per la **media delle PMI**), **+30% di clienti**, **50% di visite in negozio guidato dai *social network*** e **>60% di investimenti in formazione e tecnologie digitali**
E Quantificazione «*What if*» sui benefici dei *social network*	• Se le PMI italiane raggiungessero la media dei migliori 3 Paesi in Europa nel «Digital Index PMI» (Danimarca, Finlandia e Svezia) si potrebbero generare fino a **10,2 miliardi di Euro aggiuntivi di Valore Aggiunto** (5 volte il VA generato dalla produzione vinicola) e **>208mila occupati aggiuntivi nelle PMI** (circa 1/3 dell'aumento di occupati negli ultimi tre anni pre-Covid)

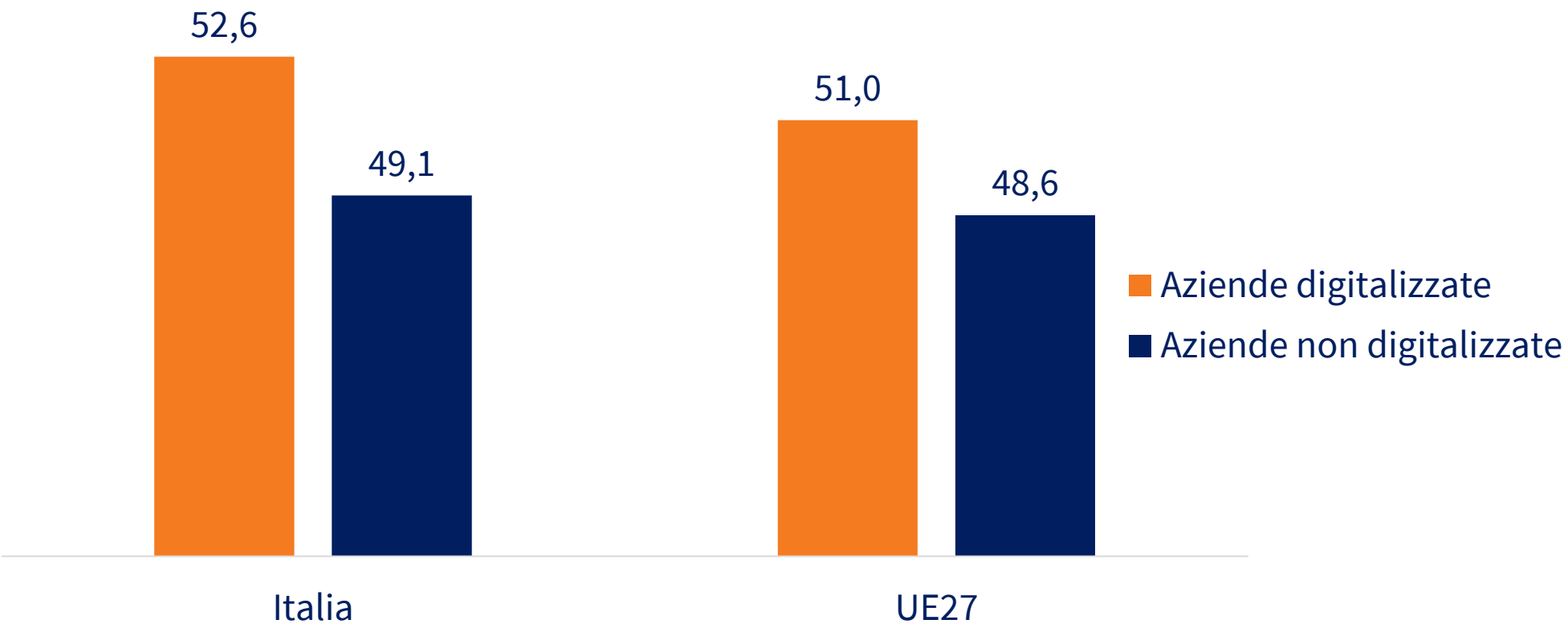
The European House Ambrosetti

Indice

- Obiettivi e metodologia del *Position Paper*
- **Il livello di digitalizzazione dell'Italia e l'opportunità offerta dal PNRR**
- L'importanza delle PMI per la crescita del Paese e il posizionamento dell'Italia nel Digital Index PMI
- Il contributo attivabile dai *social network* e dai canali *digital* per la crescita e la competitività delle PMI italiane

IL PUNTO DI PARTENZA: la digitalizzazione rende più produttive le imprese e sostiene un differenziale positivo di occupazione

Produttività del lavoro nelle aziende digitalizzate e non digitalizzate* (migliaia di euro per addetto), 2019



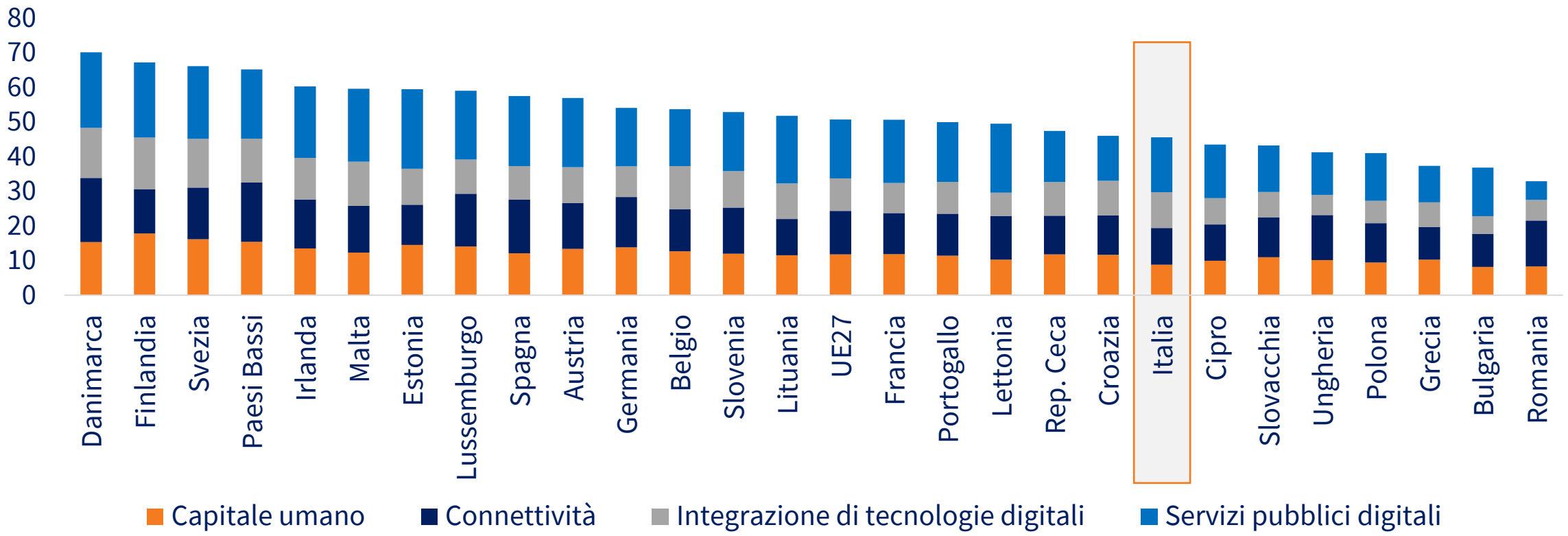
(*) Le imprese digitalizzate sono quelle che adottano piattaforme moderne. La produttività del lavoro è calcolata come rapporto tra fatturato e numero di dipendenti

The European House Ambrosetti

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati BEI, 2022

TUTTAVIA: considerando la digitalizzazione nel suo complesso, l'Italia si posiziona oggi al 20° posto in Europa nell'Indice DESI

Digital Economy and Society Index (DESI), edizione 2021

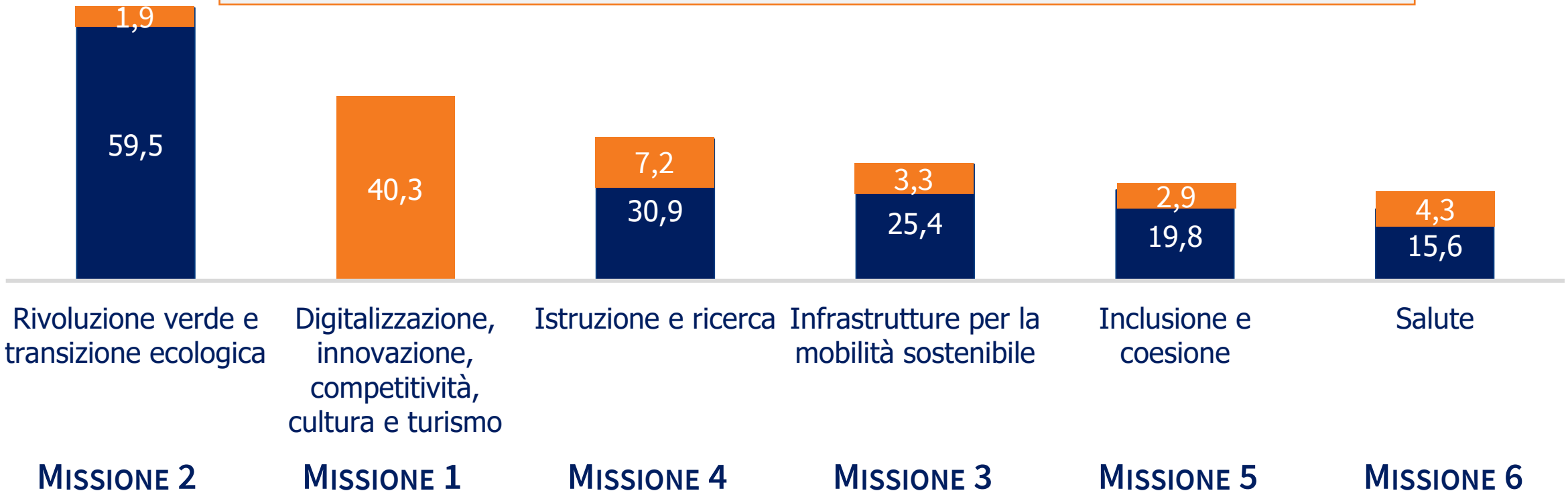


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Digital Economy and Society Index (DESI), 2022

In Italia, la digitalizzazione è la seconda missione del PNRR per dotazione finanziaria…

Composizione del PNRR per Missione, in ordine di dotazione (miliardi di Euro)

Sommando le risorse dedicate alla digitalizzazione di tutte le missioni, si ottengono **60 miliardi di Euro** complessivamente destinati alla **transizione digitale dal PNRR**

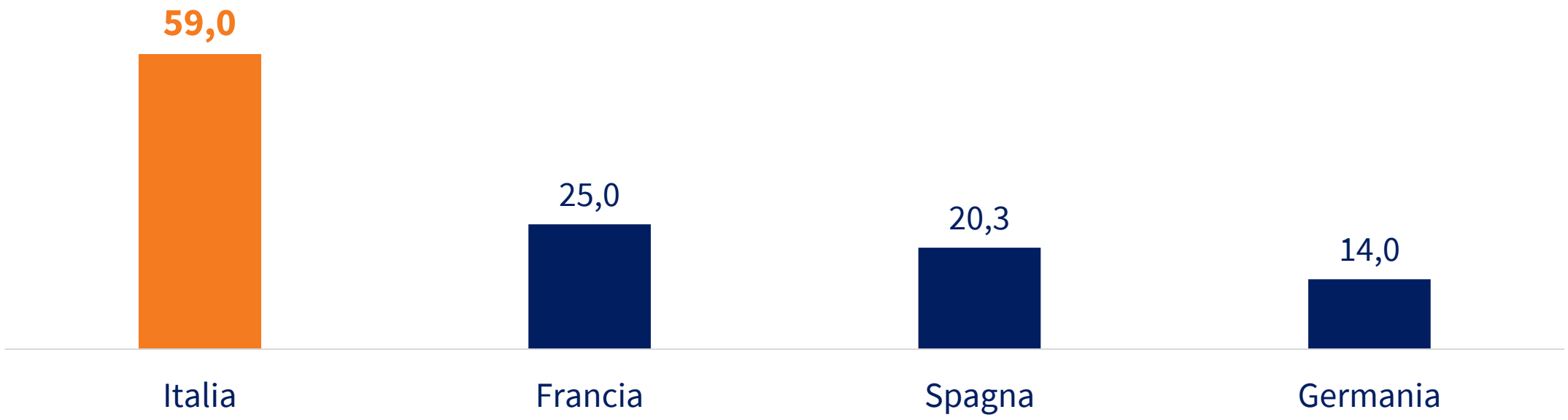


N.B.: Non comprende React EU e Fondo Complementare. (*) Ad esempio quelli destinati alla digitalizzazione del Servizio Sanitario Nazionale nella Missione 6.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, 2022

… e i fondi dedicati alla transizione digitale sono pari alla somma di Francia, Spagna e Germania

Fondi allocati alla Transizione Digitale* nei Piani di ripresa e resilienza dei *Big-4* Europei
(miliardi di Euro e percentuale sul *budget* totale), 2021



	Italia	Francia	Spagna	Germania
% sul *budget* totale	25%	25%	29%	50%

(*) Ai 49,3 miliardi di Euro della missione «Digitalizzazione» si sommano anche gli investimenti legati a progettualità trasversali alle missioni.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Commissione Europea, 2022

The European House Ambrosetti

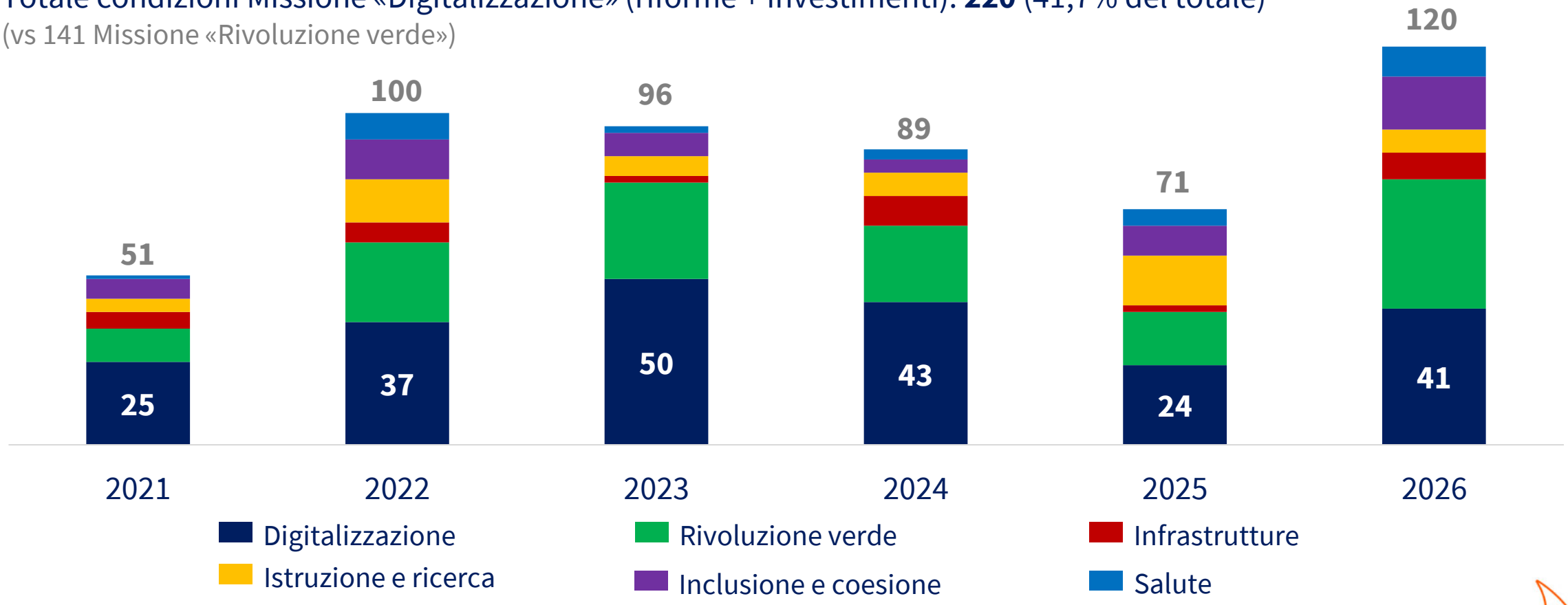
Inoltre alla missione «Digitalizzazione» sono legate 220 condizioni per l'accesso alle risorse, il valore più alto tra le 6 missioni

Numerosità delle condizioni degli investimenti per missione, 2021-2026

Totale condizioni PNRR (riforme + investimenti): **527**

Totale condizioni Missione «Digitalizzazione» (riforme + investimenti): **220** (41,7% del totale)

(vs 141 Missione «Rivoluzione verde»)



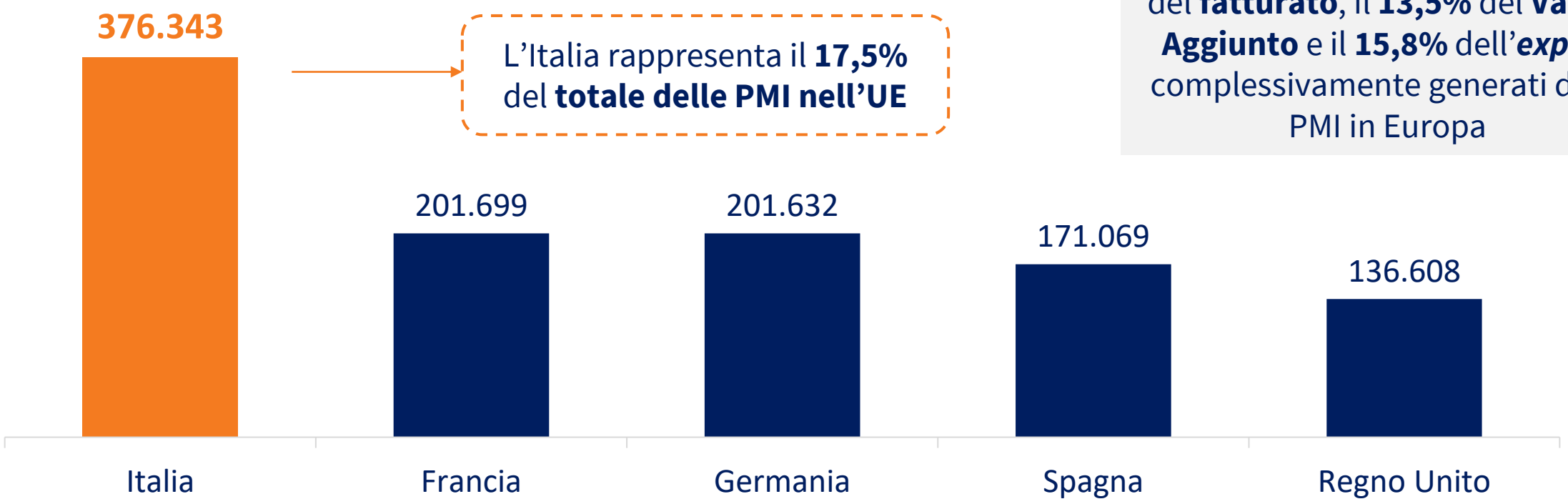
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Italia Domani, 2022

Indice

- Obiettivi e metodologia del *Position Paper*
- Il livello di digitalizzazione dell'Italia e l'opportunità offerta dal PNRR
- **L'importanza delle PMI per la crescita del Paese e il posizionamento dell'Italia nel Digital Index PMI**
- Il contributo attivabile dai *social network* e dai canali *digital* per la crescita e la competitività delle PMI italiane

Le piccole e medie imprese italiane rappresentano quasi 1/5 del totale europeo…

Numero di piccole e medie imprese manifatturiere nei cinque principali Paesi europei
(valori assoluti), ultimo anno disponibile



L'Italia rappresenta il **17,5%** del **totale delle PMI nell'UE**

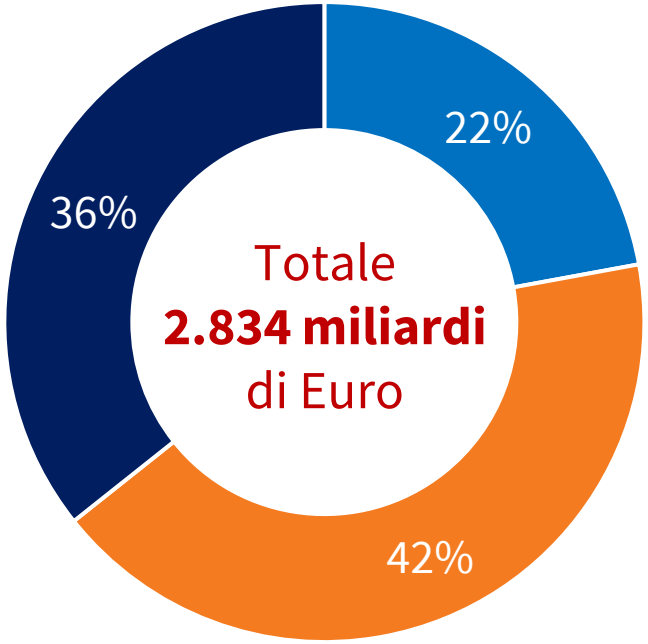
Le PMI italiane generano il **14,7%** del **fatturato**, il **13,5%** del **Valore Aggiunto** e il **15,8%** dell'***export*** complessivamente generati dalle PMI in Europa

N.B. Il dato per l'Italia fa riferimento al *database* Istat, in quanto Eurostat non riporta per l'Italia il numero di imprese con 20-49 occupati. L'ultimo anno che permette un confronto tra le PMI dei *Big-5* europei è il 2018.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

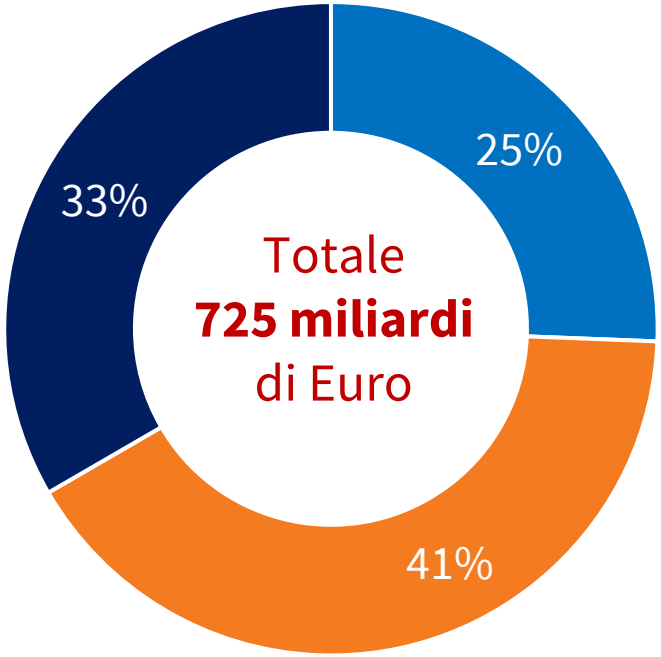
… e generano il 42% del fatturato totale delle imprese italiane e il 41% del Valore Aggiunto complessivo

Fatturato per tipologia di imprese in Italia (valori percentuali sul totale), 2020



Micro Imprese PMI Grandi Imprese

Valore Aggiunto per tipologia di imprese in Italia (valori percentuali sul totale), 2020



Micro Imprese PMI Grandi Imprese

N.B Il dato relativo al 2020 è stato stimato attraverso i bilanci depositati nel *database* Aida – Bureau van Dijk.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Aida – Bureau van Dijk e Istat, 2022

L’importanza delle PMI per il tessuto produttivo italiano rende la loro digitalizzazione un fattore chiave per la **competitività del sistema-Paese**

L’analisi di The European House - Ambrosetti sulla digitalizzazione delle PMI ha riguardato una dimensione sistemica (l’accesso alla rete) e 4 dimensioni aziendali (digitalizzazione del *business*, adozione di tecnologie, interazione digitale con clienti e competenze ICT)

Le evidenze sono state portate a sintesi in un indicatore composito «**Digital Index PMI**»

Per ogni ambito sono stati analizzati diversi KPI, per un totale di 15 indicatori comparabili tra i Paesi europei

DIMENSIONE DI SISTEMA

Infrastrutture di rete e accesso a internet

1. % di PMI con **connessione internet veloce**
2. % di PMI con **connessione internet ultra veloce**
3. % di PMI con **connessione a Internet tramite reti mobili**

DIMENSIONE AZIENDALE

Digitalizzazione del ***business***

4. % di PMI che utilizzano soluzioni **CRM***
5. % di PMI che hanno un **ERP****
6. % di PMI con **fatturazione elettronica**
7. % di PMI con **vendite sul *web* B2B e B2G**

Adozione di **tecnologie digitali**

8. % di PMI che comprano **servizi *cloud***
9. % di PMI che analizzano ***big data***
10. % di PMI che usano un sistema di **Intelligenza Artificiale**

Digitalizzazione dell'**interazione con i clienti** e **offerta digitale** di servizi e/o prodotti

11. % di PMI con un **sito *web***
12. % di PMI con **vendite sul *web* B2C**
13. % di PMI che usano qualsiasi ***social network***

Competenze ICT del personale

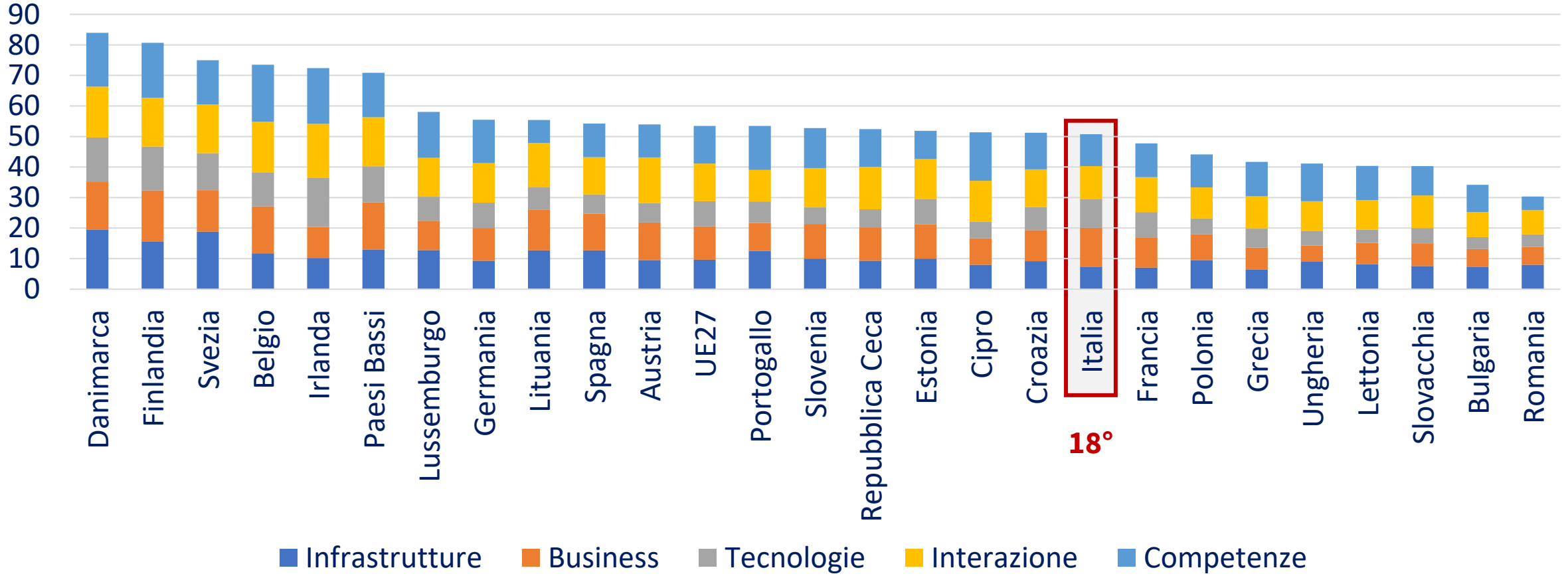
14. % di PMI che impiegano **specialisti ICT**
15. % di PMI che forniscono **formazione** al loro personale per sviluppare le **competenze ICT**

N.B.: Per ogni indicatore, il posizionamento delle PMI italiane è stato confrontato sia con quello delle grandi imprese italiane che con quelle delle PMI dei Paesi europei. (*) Customer Relationship Management (**) Enterprise Resource Planning.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su Eurostat, 2022

Secondo l'indice elaborato da The European House – Ambrosetti, le PMI italiane sono al 18° posto in UE per livello di digitalizzazione

Livello di digitalizzazione delle PMI in UE27 (min = 0, max = 100), 2021



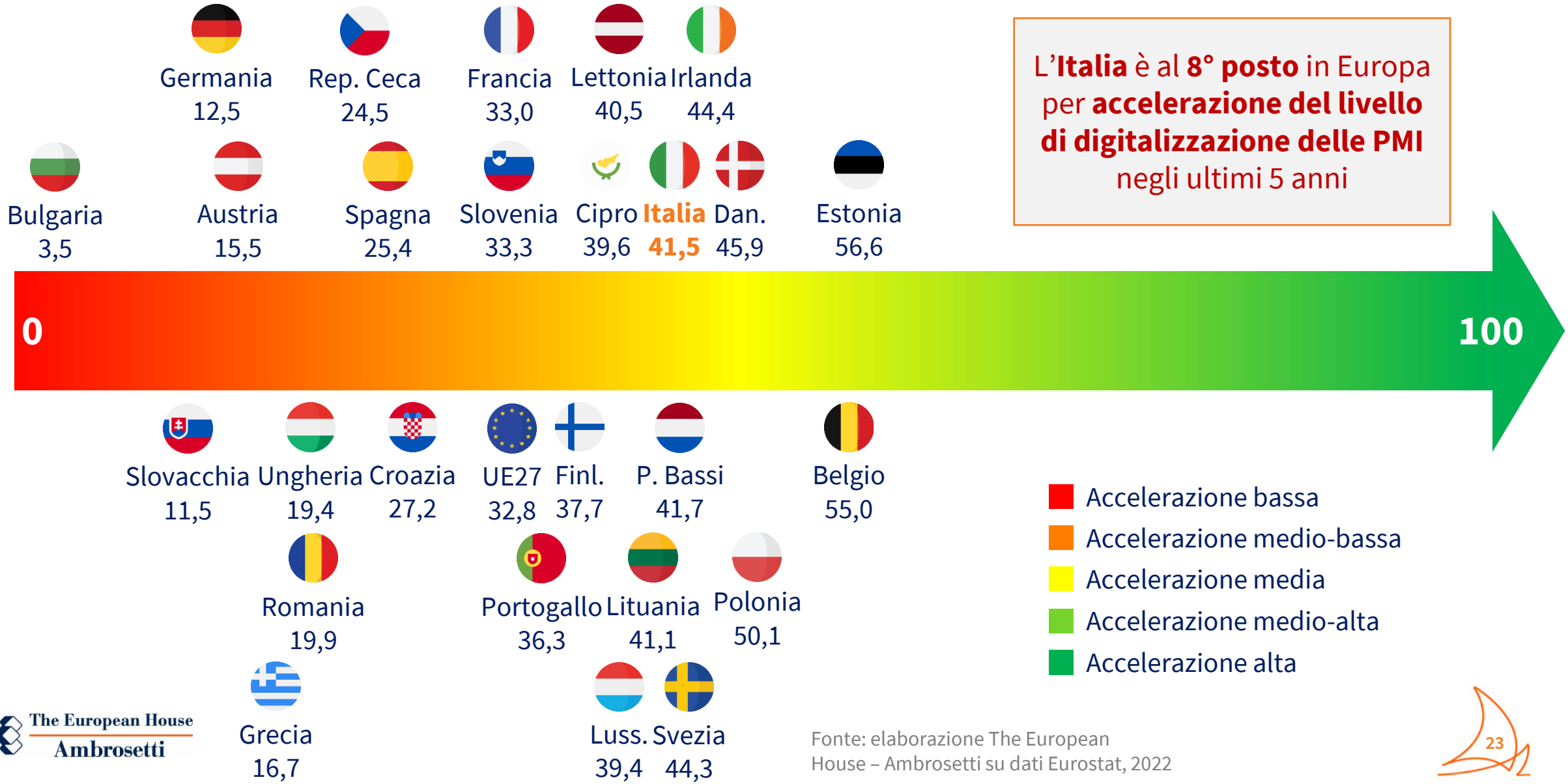
N.B.: i dati per Malta non sono disponibili per diversi indicatori, per cui non è possibile calcolare l'indice complessivo.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

The European House Ambrosetti

Per qualificare la dinamicità delle PMI italiane rispetto ai *benchmark* europei, The European House – Ambrosetti ha elaborato un **indicatore di dinamicità** che valuta l'accelerazione degli ultimi 5 anni nel Digital Index PMI

Guardando alla dinamicità, l'Italia è all'8° posto in UE per accelerazione digitale osservata negli ultimi 5 anni (davanti a tutti i maggiori Paesi)



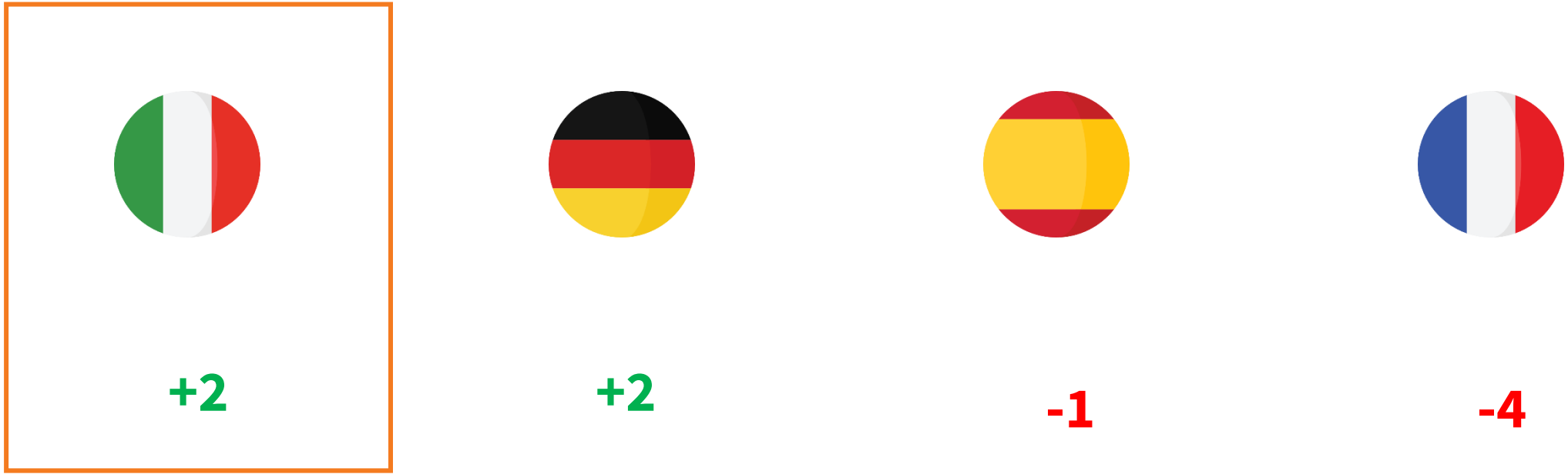
L'**Italia** è al **8° posto** in Europa per **accelerazione del livello di digitalizzazione delle PMI** negli ultimi 5 anni

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

The European House Ambrosetti

Nel confronto con i grandi Paesi UE, i risultati delle PMI italiane sono migliori del quadro complessivo di digitalizzazione

Differenza di posizione l'Indice di Digitalizzazione delle PMI di The European House – Ambrosetti e il Digital Economy and Society Index (*Big-4* europei), 2021

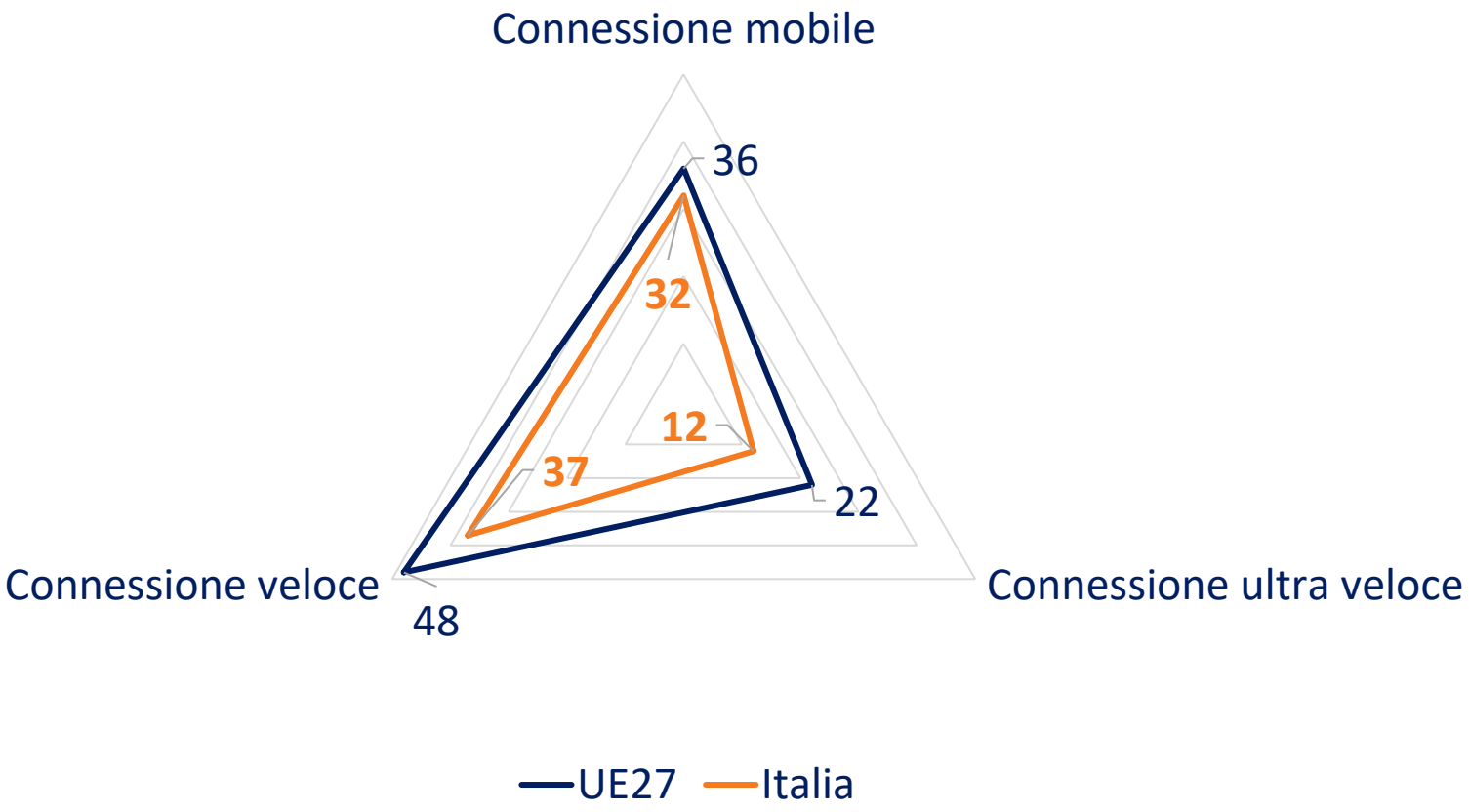


Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Digital Economy and Society Index (DESI) e Eurostat, 2022

Alcune **evidenze chiave** sul posizionamento delle PMI italiane negli specifici indicatori considerati nel Digital Index PMI

Le PMI italiane sono indietro rispetto alla media europea in tutte le tipologie di connessione a internet

PMI con connessione internet veloce, ultra veloce e mobile in Europa e Italia (percentuale), 2020 o ultimo anno disponibile

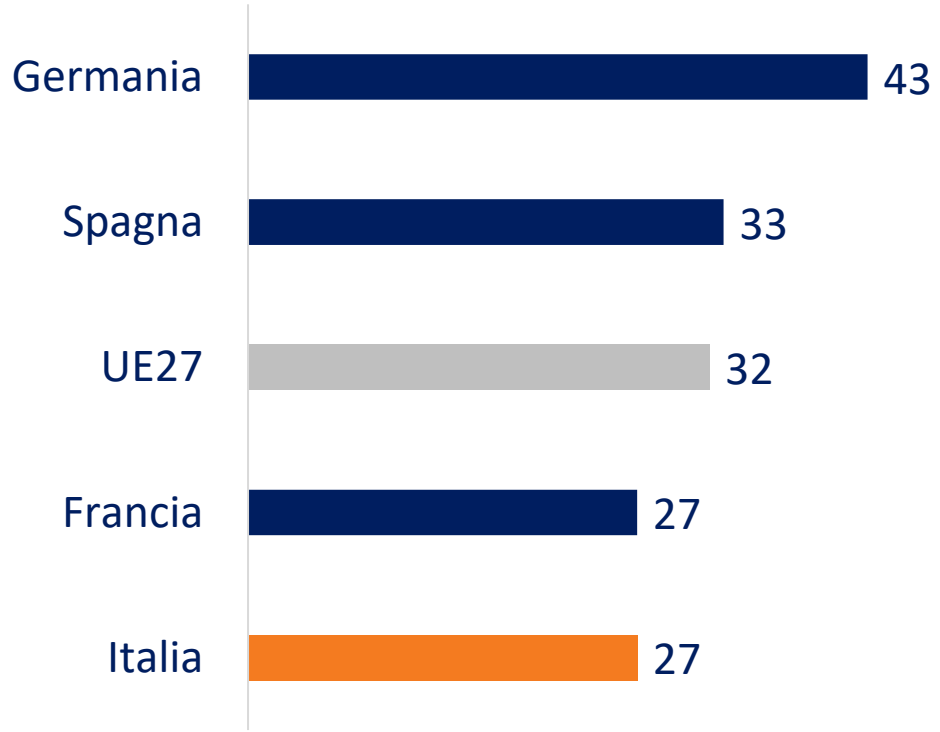


Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

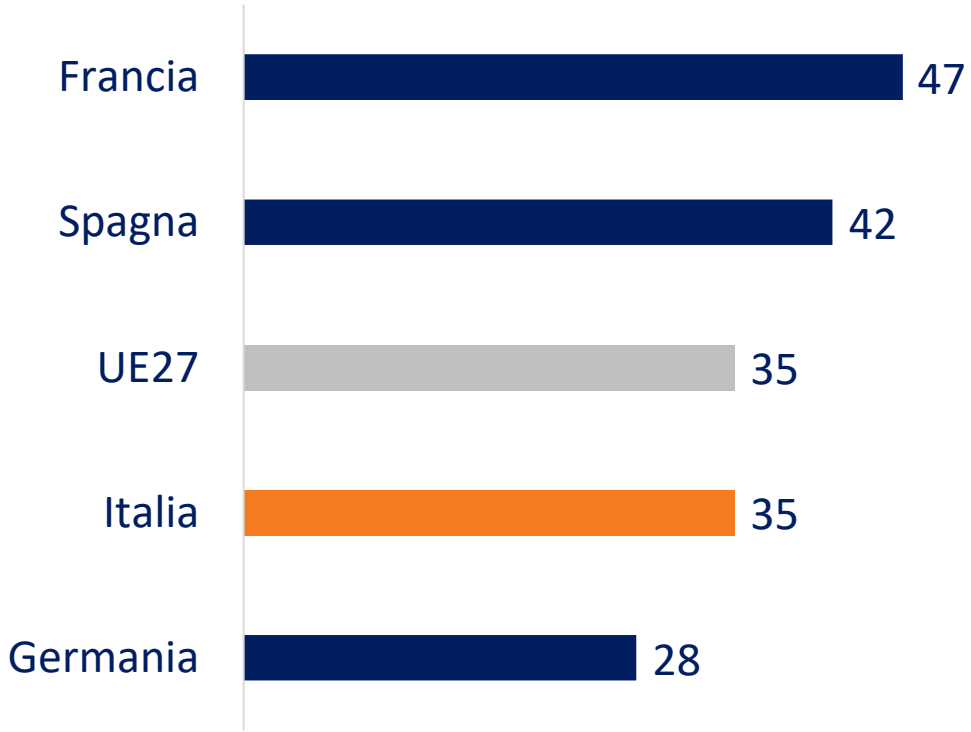
Le PMI italiane sono ultime nei *Big-4* per uso di CRM, mentre si posizionano nella media per ricorso a *software* ERP

DIGITALIZZAZIONE DEL BUSINESS

PMI che utilizzano soluzioni Customer Relationship Management (CRM) in UE27 e *Big-4* (percentuale), 2020



PMI che hanno un pacchetto *software* ERP per condividere informazioni tra diverse aree funzionali in UE27 e *Big-4* (percentuale), 2020

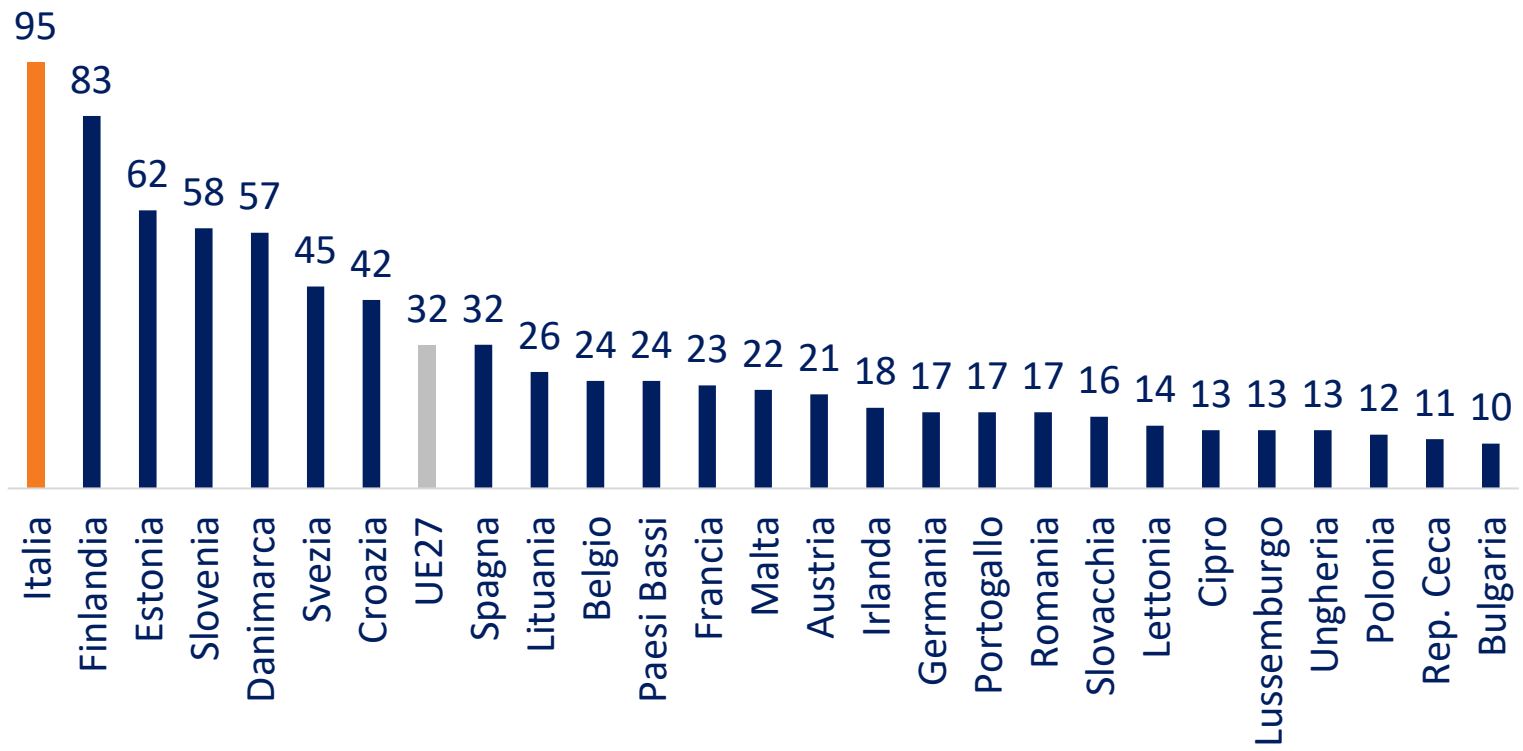


The European House Ambrosetti

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

L'obbligo di fatturazione elettronica, introdotto nel 2019, rende oggi le PMI italiane le prime in Europa (3 volte la media UE)

PMI con fatturazione elettronica in Europa
(percentuale), 2020



L'Italia ha introdotto l'**obbligo della fatturazione elettronica** da **gennaio 2019**, con alcune eccezioni (operatori che rientrano nei regimi di vantaggio e forfetario, soggetti che erogano prestazioni sanitarie e piccoli produttori agricoli)

A giugno 2020, la fatturazione elettronica ha generato effetti positivi di circa **3,5 miliardi di Euro** (maggior gettito IVA e maggiori imposte dirette)

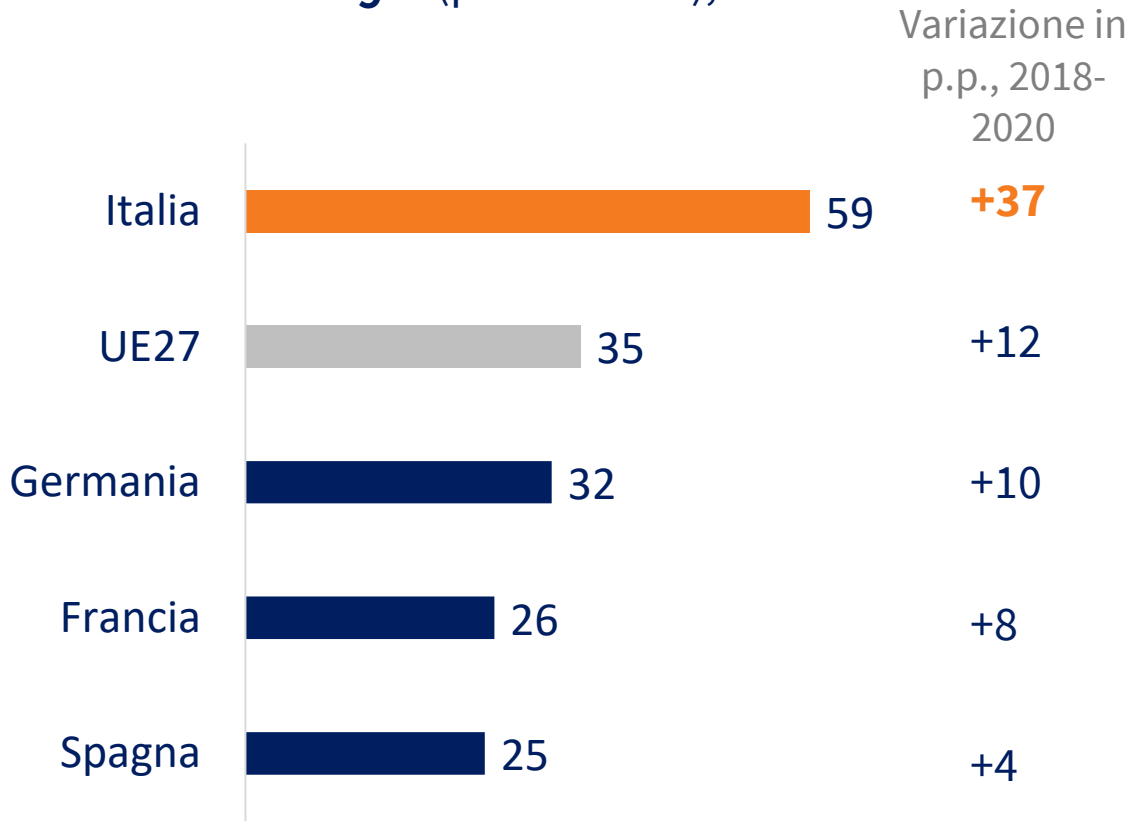
N.B.: il valore della Grecia non è disponibile.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat e Agenzia delle Entrate, 2022

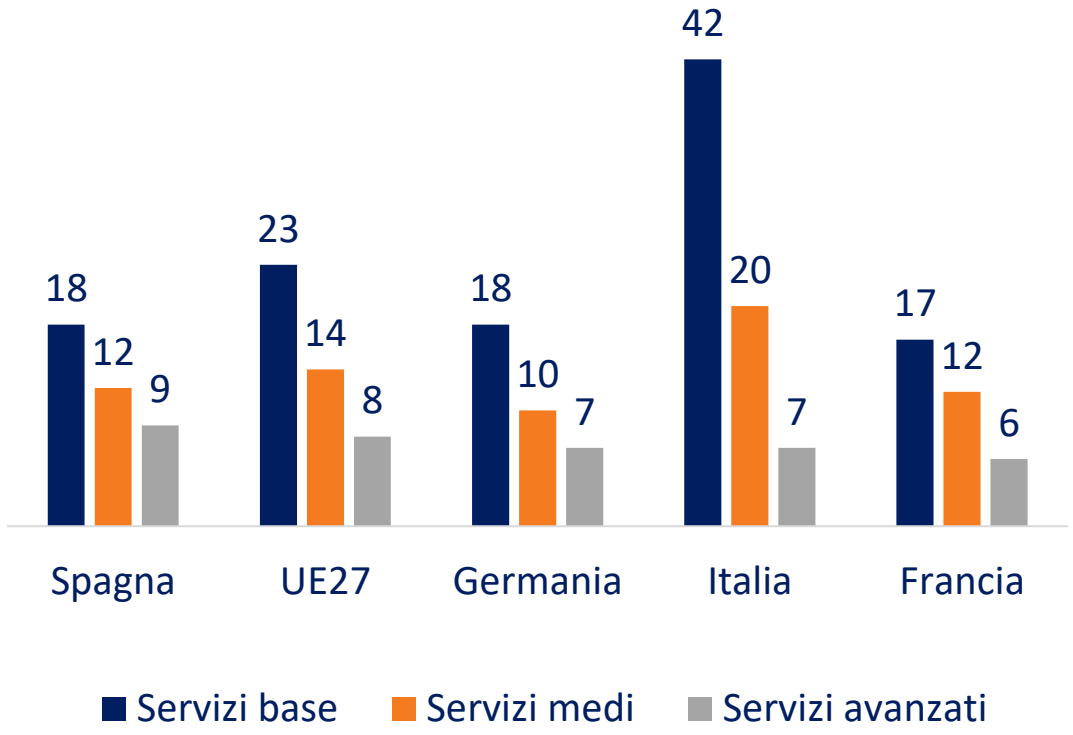
Le PMI italiane sono *leader* nell'utilizzo del *cloud*, ma non per quanto riguarda i servizi avanzati

ADOZIONE DI TECNOLOGIE

PMI che comprano servizi di *cloud computing* in EU27 e *Big-4* (percentuale), 2020



PMI che comprano servizi di *cloud computing* in EU27 e *Big-4* per tipologia (percentuale), 2020



Nei "servizi Cloud di base" sono inclusi *e-mail*, *software* per ufficio e archiviazione di file; nei "servizi Cloud medi" sono inclusi *software* di finanza e contabilità, CRM e *hosting* di *database*; nei "servizi Cloud avanzati" è inclusa la potenza di calcolo.

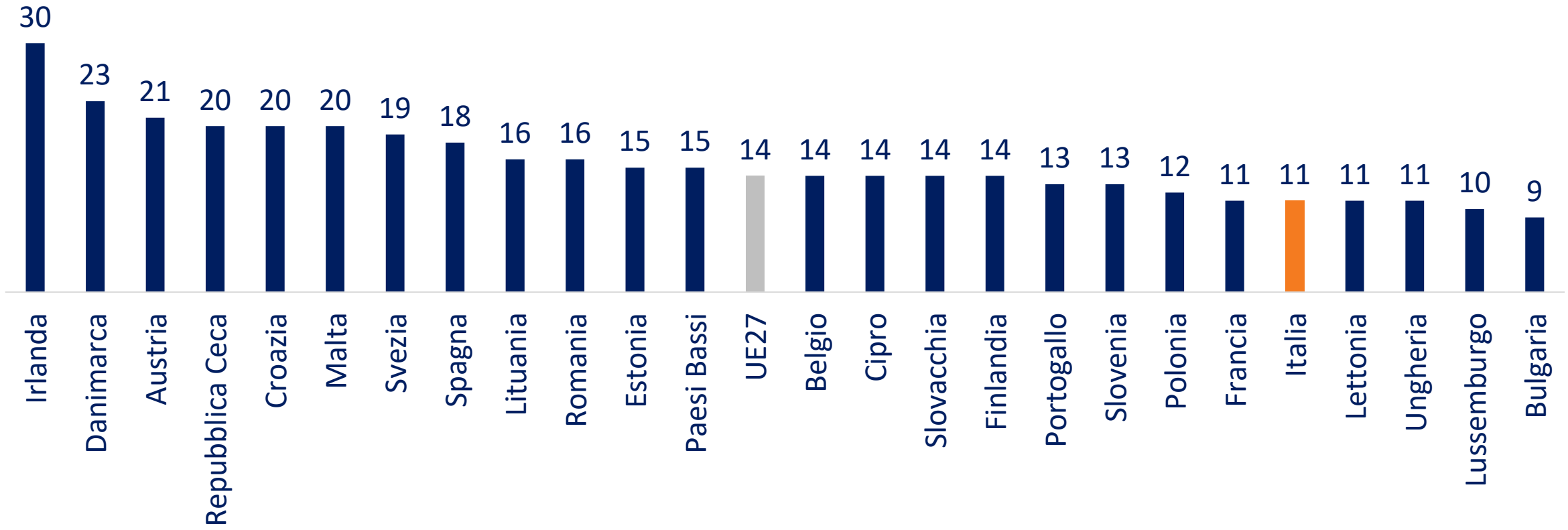
The European House Ambrosetti

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

Le PMI italiane scontano un divario rispetto alla media europea in termini di vendite *online* B2C

INTERAZIONE DIGITALE

PMI con vendite sul *web* B2C in Europa*
(percentuale), 2020



(*) Dati per Germania e Grecia non disponibili.

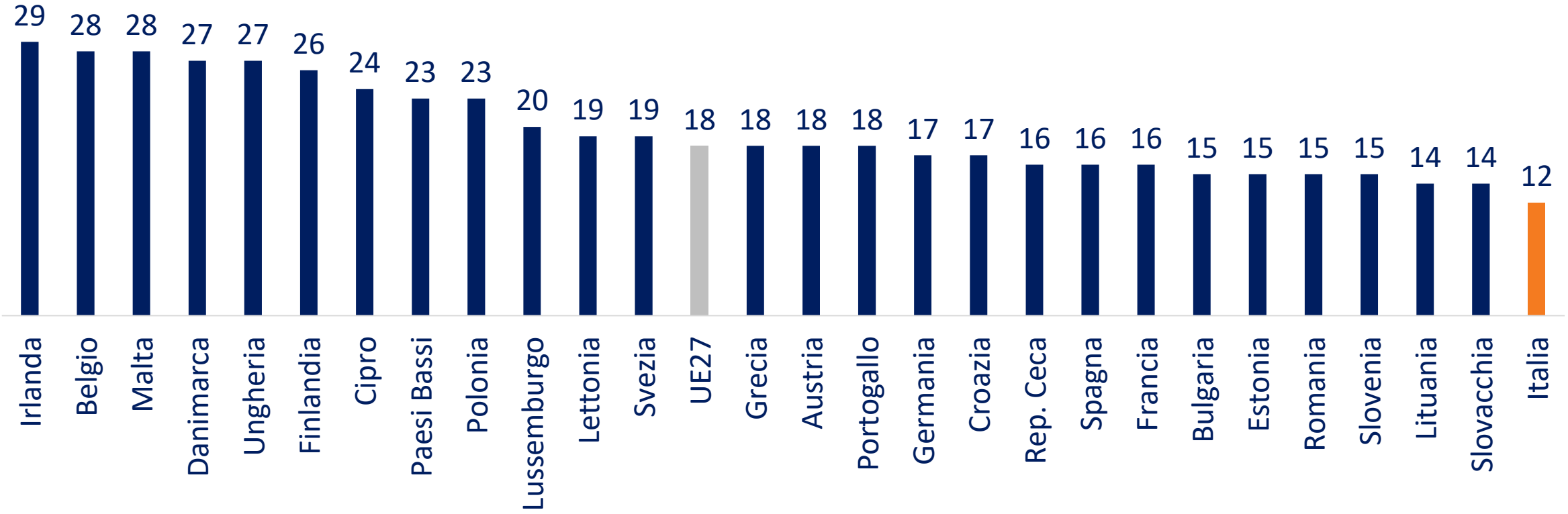
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

The European House Ambrosetti

Le PMI italiane hanno i livelli più bassi in Europa di specialisti ICT previsti nei loro organici

COMPETENZE

PMI che impiegano specialisti ICT in Europa
(percentuale), 2020



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

La metodologia adottata per l'elaborazione di scenari «*What if*» sui benefici della digitalizzazione per le PMI

- Le evidenze quantitative provenienti dal Digital Index PMI sono state utilizzate per realizzare uno **scenario «*What if*»** relativo ai benefici – misurati in termini di Valore Aggiunto generato dalle imprese – ottenibili a partire da un miglioramento del Digital Index PMI e dal ruolo crescente dei *social network*
- In particolare, sono stati ipotizzati **due scenari** su un orizzonte temporale differenziato:

OGGI

SCENARIO DI CHIUSURA DEL *GAP* AD OGGI

Se l'Italia raggiungesse il valore medio dell'**indice di digitalizzazione dei *3 best performer**

TRA TRE ANNI

SCENARIO TRASFORMATIVO A TRE ANNI

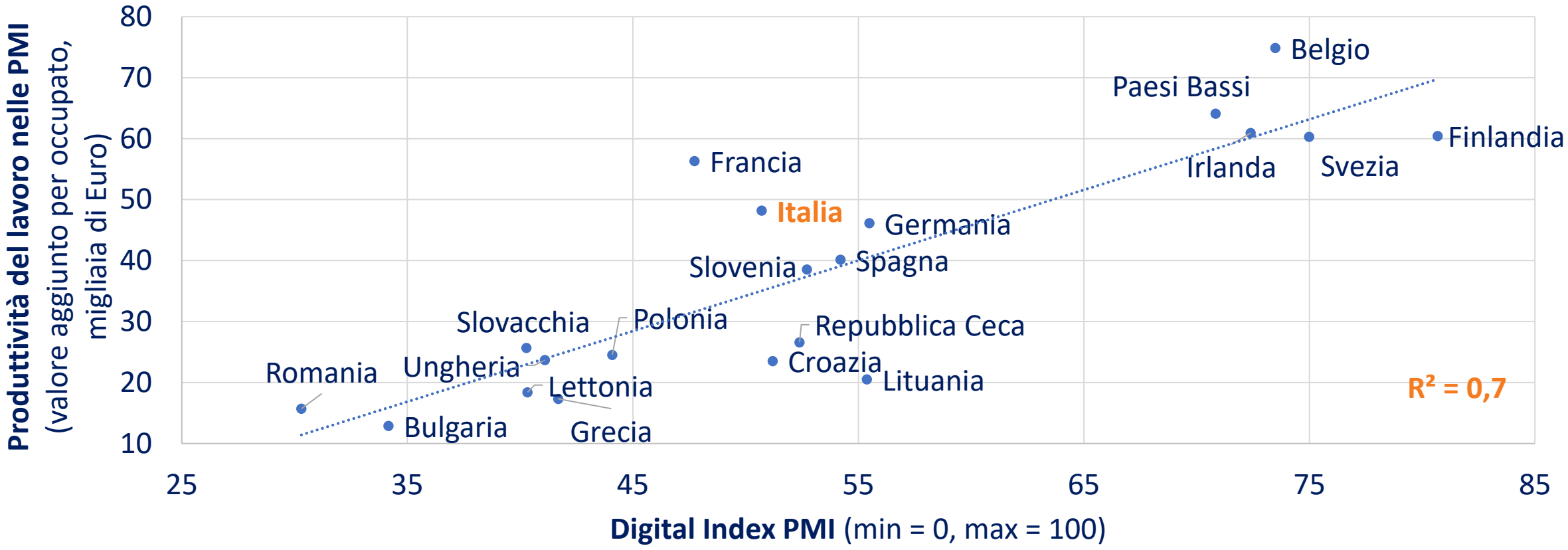
Se, a partire dalla chiusura del *gap* con i *best performer**, nei **prossimi 3 anni** l'Italia seguisse le **dinamiche di crescita** dell'indice di digitalizzazione registrate dai 3 *best performer** negli ultimi 3 anni

(*) Danimarca, Finlandia e Svezia.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2022

Esiste una forte correlazione tra il posizionamento nell'indice di digitalizzazione delle PMI e la loro produttività…

Digital Index PMI (min = 0, max = 100)
e **produttività del lavoro nelle PMI** (valore aggiunto per occupato, migliaia di Euro), 2021 o ultimo anno disponibile



N.B.: dati non disponibili per Malta, Danimarca, Estonia, Cipro, Austria e Portogallo. Il grafico non considera il Lussemburgo in quanto *outlier*.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

… e nello scenario trasformativo, l'Italia potrebbe generare fino a 24,8 miliardi di Euro aggiuntivi di Valore Aggiunto

SCENARIO DI CHIUSURA DEL *GAP* AD OGGI

Se l'Italia raggiungesse il valore medio dell'**indice di digitalizzazione dei *3 best performer****

+5% di produttività del lavoro nelle PMI

€13,5 mld aggiuntivi di Valore Aggiunto (4,3% del V.A. attuale)

SCENARIO TRASFORMATIVO TRA TRE ANNI

Se, a partire dalla chiusura del *gap* con i *best performer**, nei **prossimi 3 anni** l'Italia seguisse le **dinamiche di crescita** dell'indice di digitalizzazione registrate dai 3 *best performer** negli ultimi 3 anni

+9,2% di produttività del lavoro nelle PMI

€24,8 mld aggiuntivi di Valore Aggiunto (7,9% del V.A. attuale)

The European House Ambrosetti

(*) Il *gap* da colmare è calcolato rispetto ai tre Paesi *best-performer*: Danimarca, Finlandia e Svezia.
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e Istat, 2022

Indice

- Obiettivi e metodologia del *Position Paper*
- Il livello di digitalizzazione dell'Italia e l'opportunità offerta dal PNRR
- L'importanza delle PMI per la crescita del Paese e il posizionamento dell'Italia nel Digital Index PMI
- **Il contributo attivabile dai *social network* e dai canali *digital* per la crescita e la competitività delle PMI italiane**

Oggi i *social network* in Italia raggiungono quasi il 70% dei cittadini…

Utenti attivi sui *social network*
41 milioni (67,9% della popolazione; +35% negli ultimi 5 anni)

Numero medio di *account* di *social network* per utente internet
7,8 (vs. 3,2 5 anni fa)

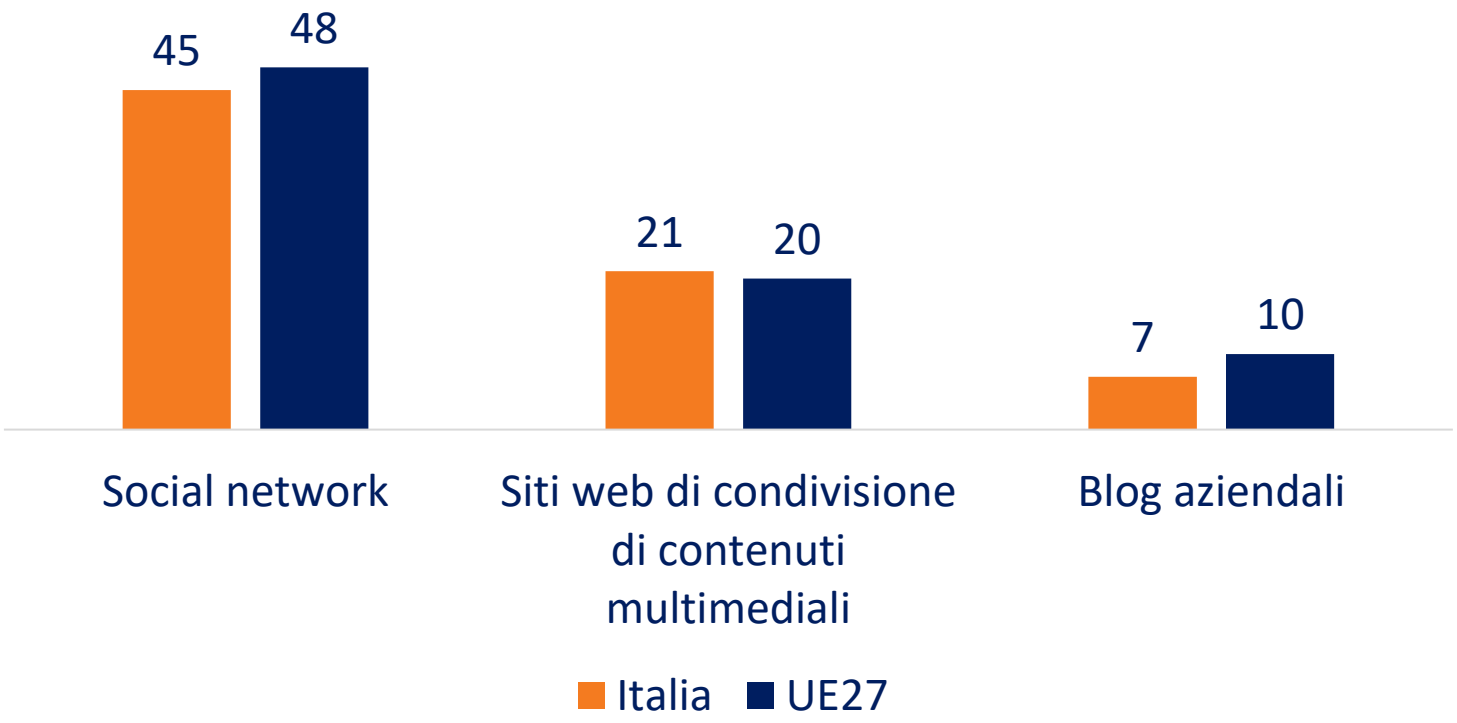
Tempo giornaliero trascorso utilizzando i *social network*
1h.52min. (+11% negli ultimi 5 anni)

Crescita media annua negli ultimi 5 anni del valore totale del mercato dell'*e-commerce* di beni di consumo
+23,8%

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2022

… e sono la tipologia di comunicazione digitale maggiormente utilizzata dalle PMI italiane, in linea con la media europea

PMI che utilizzano *social network* per tipologia in Italia e Europa (percentuale), 2020 o ultimo anno disponibile



- Il **45%** fruisce di servizi di **messaggistica istantanea** per comunicazioni di emergenza, notifiche e promemoria per i clienti e campagne di marketing
- Il **30%** attiva promozioni digitali attraverso la **pubblicità sui canali *social***
- Solo il **12%** acquista ***banner* pubblicitari** e solo il **7%** sperimenta campagne di ***influencer marketing*** con appena il **2%** che realizza ***podcast***
- Circa il **10%** utilizza strumenti di ***email marketing*** per rimanere in contatto con i propri clienti e inviare offerte e promozioni

N.B.: per *social network* si intendono Facebook, LinkedIn, Xing, Viadeo, Yammer, ecc. e strumenti di *instant messaging*; per siti *web* di condivisione di contenuti multimediali si intendono YouTube, Flickr, Picasa, SlideShare, ecc.; per *blog* aziendali si intendono, Present.ly, ecc.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e fonti varie, 2022

Per qualificare il contributo dei *social network* e dei canali *digital* al processo di digitalizzazione delle PMI italiane The European House – Ambrosetti ha :

1. Approfondito **30 *case study*** di PMI che hanno ottenuto benefici grazie al ricorso ai *social network* e allo sfruttamento della visibilità *online*

2. Realizzato **un'analisi «*What if*»** che identifichi i benefici sistemici ottenibili attraverso l'aumento del ricorso ai *social network* e ai canali *digital*

Trasversalmente ai settori, i *social network* e i canali *digital* abilitano 4 importanti benefici per le PMI italiane, relativi all'aumento dei ricavi…

EVIDENZE DEI *CASE STUDY*

+20%

(fino a +35%)

vs. 4% per la media delle PMI italiane

RICAVI

I canali *social* e *digital* hanno consentito alle imprese di sostenere la **crescita dei ricavi senza necessità di investire in punti vendita e spazi fisici** e indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda. In particolare, durante l'emergenza COVID-19, il ricorso a tali canali è identificato come un fattore chiave per la **continuità e resilienza del *business***

- Particolarmente redditizi risultano essere gli investimenti in *marketing* sui *social network* e canali *digital*: il **ritorno sull'investimento** per il *marketing online* sui *social* è di **circa il 30%**
- Nel 2020, all'apice della pandemia, i *social* hanno consentito il mantenimento di **fino al 60% dei ricavi**

N.B.: i valori tra parentesi riguardano i valori minimi e massimi registrati nei *case study*.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2022

… all'aumento del numero di clienti…

EVIDENZE DEI *CASE STUDY*

+30%

(fino a +50%)

NUMERO DI CLIENTI

I *social network* e i canali *digital* rappresentano la via di accesso più rapida verso il cliente abilitando la possibilità di **raggiungere contemporaneamente** un **numero di clienti più ampio** e **capillarmente diffuso** su tutto il territorio nazionale e internazionale

- I *social network* permettono di raggiungere un numero significativo di clienti: **tra il 40% e il 90% dei clienti** viene raggiunto per la prima volta attraverso i *social network*
- I *social network* permettono anche di acquisire clienti stranieri: il **10% dei clienti totali viene acquisito su mercati stranieri**

N.B.: i valori tra parentesi riguardano i valori minimi e massimi registrati nei *case study*.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2022

… così come nelle visite in negozio…

EVIDENZE DEI *CASE STUDY*

50%

(fino a 70%)

VISITE IN NEGOZIO

è guidato dai *social network*

I *social network* attraggono interesse verso le sedi fisiche delle aziende

Lo stesso vale per il sito internet delle aziende: l'**80% del traffico sul sito *web*** è generato tramite i *social*

- I canali *social* e *digital* permettono alle imprese, e in particolare alle PMI, di aumentare la propria **visibilità presso il pubblico** attraverso la creazione di una *community* di *follower* costantemente aggiornata sui beni e servizi offerti dalle imprese
- La creazione di community è confermata da un **aumento** medio del **40% nel numero di *follower*** per le PMI che utilizzano maggiormente i *social network*

N.B.: i valori tra parentesi riguardano i valori minimi e massimi registrati nei *case study*.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2022

… e ad un maggiore stimolo agli investimenti tecnologici e in formazione digitale

EVIDENZE DEI *CASE STUDY*

>60%

STIMOLO AGLI INVESTIMENTI

L'ottenimento dei benefici attivati dai canali *social* e *digital* abilita **crescenti investimenti tecnologici** e in **formazione digitale dei dipendenti** nel biennio di riferimento. Infatti **più di 6 PMI su 10** hanno intenzione di aumentare gli investimenti dedicati a questo ambito nel 2022

- I *social network* generano una quota importante degli investimenti: **tra il 10% e il 30% dei ricavi** viene destinato al ***marketing* sui *social network***
- L'utilizzo dei *social network* stimola anche investimenti in formazione: le aziende prevedono di investire **tra il 5% e il 10% del *budget* per il *marketing* digitale nelle competenze** dei loro dipendenti

N.B.: i valori tra parentesi riguardano i valori minimi e massimi registrati nei *case study*.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2022

I ***social network*** e i **canali *digital*** sono una via efficace e veloce per incrementare la digitalizzazione delle imprese

Infatti l'analisi delle correlazioni mostra come la crescita del KPI relativo all'utilizzo dei ***social network*** spieghi circa il **41% del Valore Aggiunto** ottenuto dal miglioramento delle PMI italiane nel Digital Index PMI

Per quantificare i benefici (in termini di Valore Aggiunto e occupazione) attivabili a partire dalla crescita di utilizzo dei *social network* e dei canali *digital* delle PMI è stata sviluppata un'analisi di tipo ***«What if»***

Il raggiungimento dei *best performer* nell'utilizzo dei *social network* da parte delle PMI può generare 10,2 miliardi di Euro aggiuntivi di Valore Aggiunto

SCENARIO DI CHIUSURA DEL *GAP* AD OGGI

Se l'Italia raggiungesse il valore medio dell'**indice di digitalizzazione dei *3 best performer****

+2% di produttività del lavoro nelle PMI

€5,6 mld aggiuntivi di Valore Aggiunto

SCENARIO TRASFORMATIVO TRA TRE ANNI

Se, a partire dalla chiusura del *gap* con i *best performer**, nei **prossimi 3 anni** l'Italia seguisse le **dinamiche di crescita** dell'indice di digitalizzazione registrate dai 3 *best performer** negli ultimi 3 anni

+3,7% di produttività del lavoro nelle PMI

€10,2 mld aggiuntivi di Valore Aggiunto (5 volte il VA generato dalla produzione vinicola in Ita)

The European House Ambrosetti

N.B. Il *gap* da colmare è calcolato rispetto ai tre Paesi *best-performer*: Danimarca, Finlandia e Svezia.
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e Istat, 2022

La generazione di Valore Aggiunto aggiuntivo nelle PMI abilita la **creazione di nuova occupazione**, e in particolare di figure altamente specializzate quali i ***Data Professional*** tra cui specialisti di *web marketing* e gestione dei *social network*

I professionisti dei dati comprendono figure legate allo sviluppo *software* ma anche professionisti di *web marketing* e *social network*

Nella definizione della Data Strategy Europea i ***Data Professional*** sono definiti come quei lavoratori che raccolgono, conservano, gestiscono, analizzano, interpretano, e visualizzano i dati come **attività primaria o comunque maggioritaria** della propria funzione lavorativa

Sviluppatori e specialisti ICT

- Software developers
- Web and multimedia developers
- Application programmers
- Database designer and administrator
- Data Architect
- Business Systems Analyst

Analisti dei Dati

- Web Analyst
- Data Analyst
- Data Scientist
- Machine Learning Engineer
- Business Intelligence Analyst

Specialisti di *marketing* e *social network*

- Social Media Specialist
- Web Content Specialist
- Community Manager
- SEO Specialist
- Marketing specialist

The European House Ambrosetti

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2022

Il raggiungimento dei *best performer* nell'uso dei *social* può portare a oltre 208mila occupati aggiuntivi nelle PMI, di cui oltre 75mila *Data Professional*

SCENARIO DI CHIUSURA DEL *GAP* AD OGGI

>112mila occupati aggiuntivi nelle PMI

di cui **>45mila** *Data Professional* aggiuntivi nelle PMI

SCENARIO TRASFORMATIVO TRA TRE ANNI

>208mila occupati aggiuntivi nelle PMI

di cui **>75mila** *Data Professional* aggiuntivi nelle PMI

N.B. Il *gap* da colmare è calcolato rispetto ai tre Paesi *best-performer*: Danimarca, Finlandia e Svezia.
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat e Istat, 2022

L’attivazione di **208 mila occupati aggiuntivi** previsti dallo scenario trasformativo nei prossimi tre anni equivale a **oltre un terzo** dell’aumento di occupati registrato dall’Italia negli **ultimi tre anni pre-Covid** (+600 mila unità tra 2016 e 2019)

The European House
Ambrosetti

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO - The European House – Ambrosetti

Website: www.ambrosetti.eu
E-mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu
Twitter: @ValerioDeMolli

The European House - Ambrosetti è stata nominata *nella categoria "Best Private Think Tanks" -* ***1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale nell'ultima edizione del "Global Go To Think Tanks Report"*** *dell'Università della Pennsylvania. The European House – Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come* ***una delle 131 realtà Top Employer 2022 in Italia****.*

top EMPLOYER ITALIA ITALY 2022
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS