



**ASSINTEL
DIGITALE**
NETWORK, PROGETTI E CULTURA
PER LE AZIENDE DELLA RETE

Progetto

LONG WAVE

la nuova impresa digitale

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI DI RICERCA

FOCUS UMBRIA

Giuseppe Giaccardi, consulente di strategia

Perché LONG WAVE



- Come nella **metafora Long Tail di Chris Anderson (2004)**, migliaia di soggetti digitali online possono generare più valore economico e sociale di pochi soggetti che gestiscono migliaia di attività ma sono privi delle stesse motivazioni.
- È un'onda lunga, anomala e inedita, di ampia portata culturale destinata a crescere, durare e riaffiorare.
- È un'onda in **continua mutazione** perché alimentata dalla illimitata relazione simbiotica tra evoluzione digitale e nuove pratiche sociali.

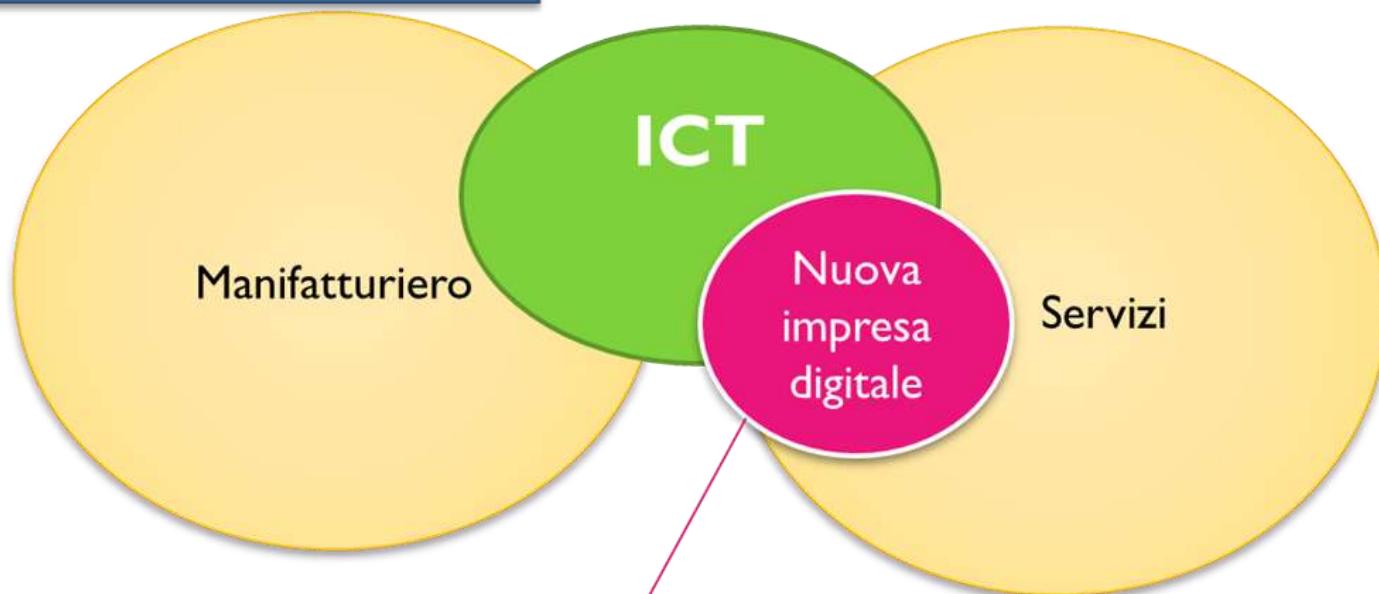
Le esigenze



Scoprire chi è la nuova impresa digitale

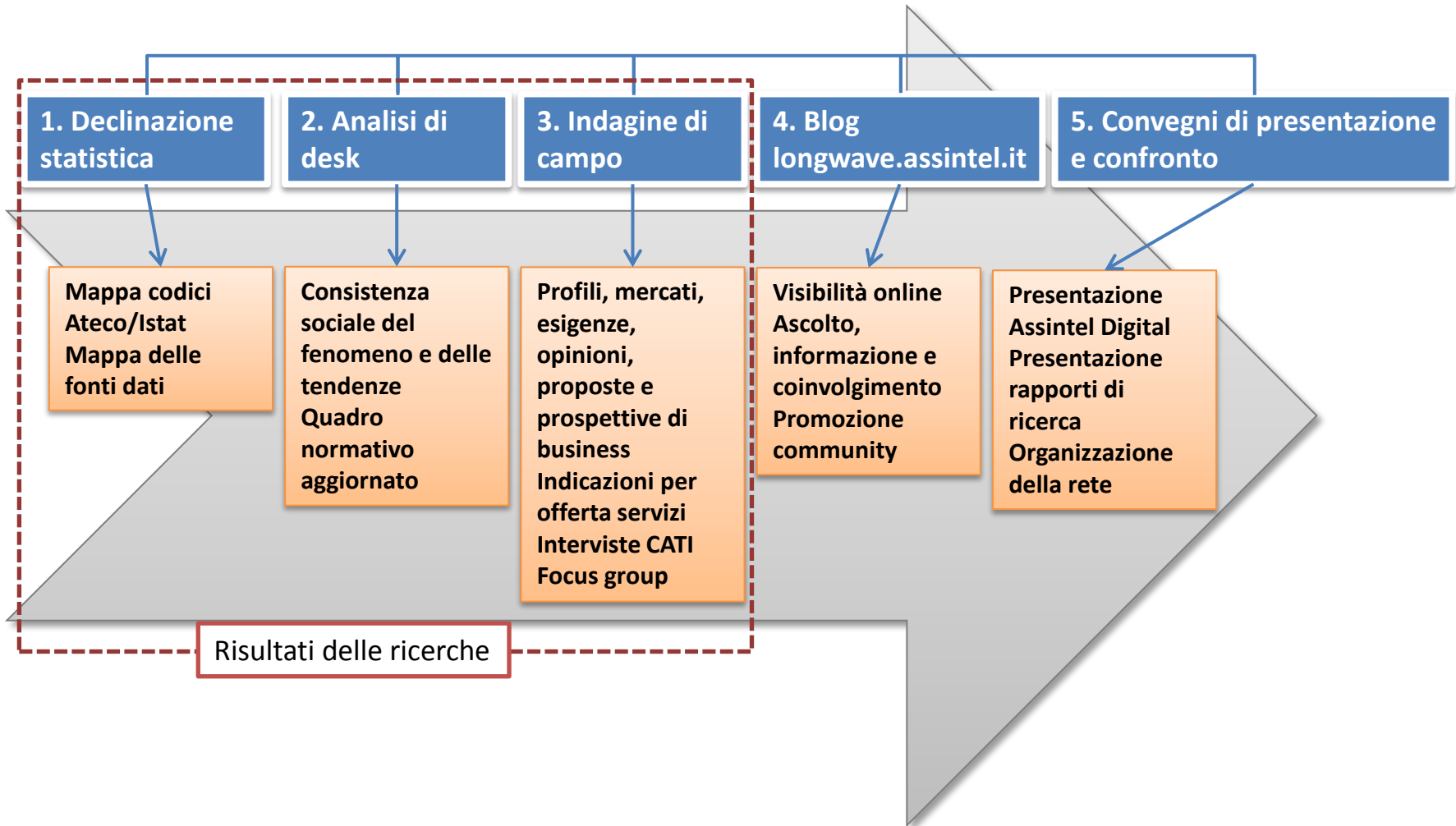
- Proxi
- Dimensione e valori economici sociali
- Fattori di tendenza
- Caratteristiche competitive e di sistema
- Esigenze
- Proposte
- Peso e rilievo rispetto agli altri settori economici
- Policy di sviluppo

Da dove siamo partiti



- Start up digitale
- Cloud
- Mobile & apps
- Animazione 3d
- Animazione multimediale
- Visual & graphic design
- Augmented Reality
- Web 2.0
- Big data
- Open data
- Seed capital
- E-banking
- Analisi netnografica
- Digital & Social media
- Edutainment
- Crowdfunding
- Gaming
- Internet of Things
- Web agencies
- Consulenza
- Social media & web marketing
- e-commerce e social-commerce
- Domotica
- Progettazione partecipata
- City Journalism
- Civic media

LONG WAVE, il piano delle azioni



Dai codici ATECO 2007/ISTAT → 5 macro aree di attività con maggiore concentrazione della nuova impresa digitale (proxi)

Software

Consulenza informatica e aziendale

Servizi web

Marketing e comunicazione

Design produzioni multimediali digital entertainment

172.395 imprese attive

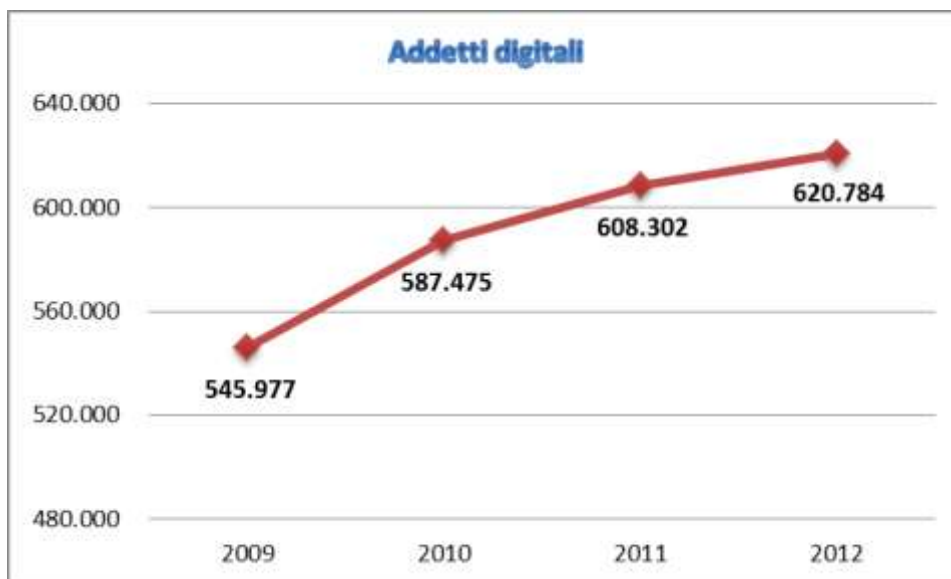
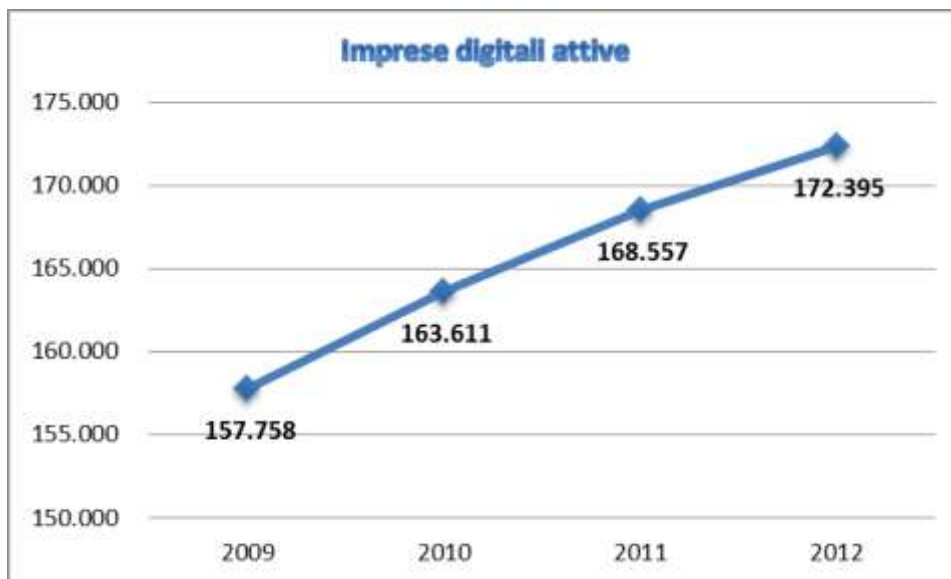
3,3% del totale imprese nazionale

620.784 addetti

2,8% del totale nazionale

61% delle imprese del settore ICT e il 51% degli addetti

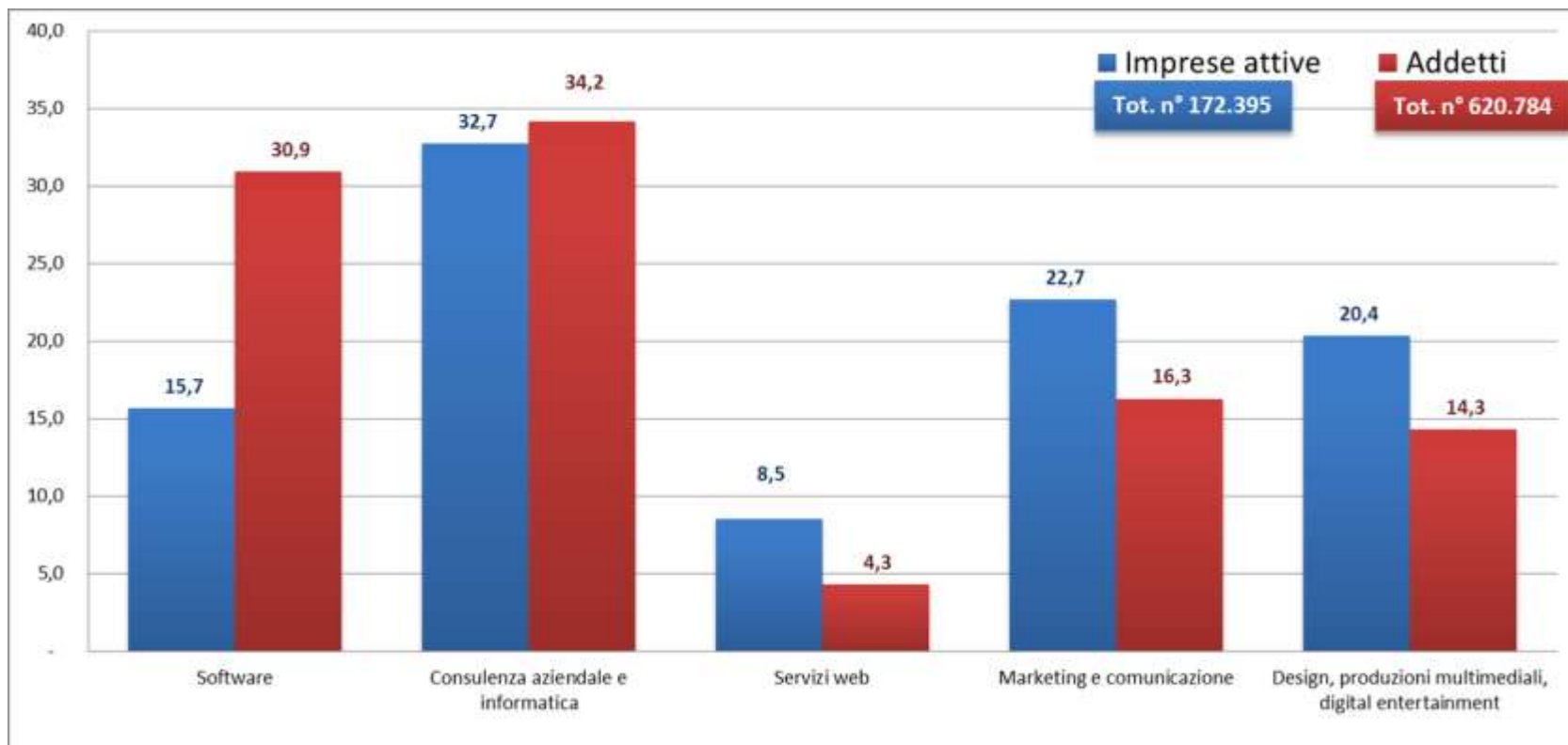
Dimensioni e trend (2012)



- **Trend sempre positivo nel periodo in esame (2009-2012)**
 - + 14.637 imprese **(+9,2%)**
 - + 74.807 addetti **(+13,7%)**
- **Tassi di crescita positivi anche negli anni della crisi**
- **Ogni impresa digitale dà lavoro in media a quasi 4 addetti**

Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

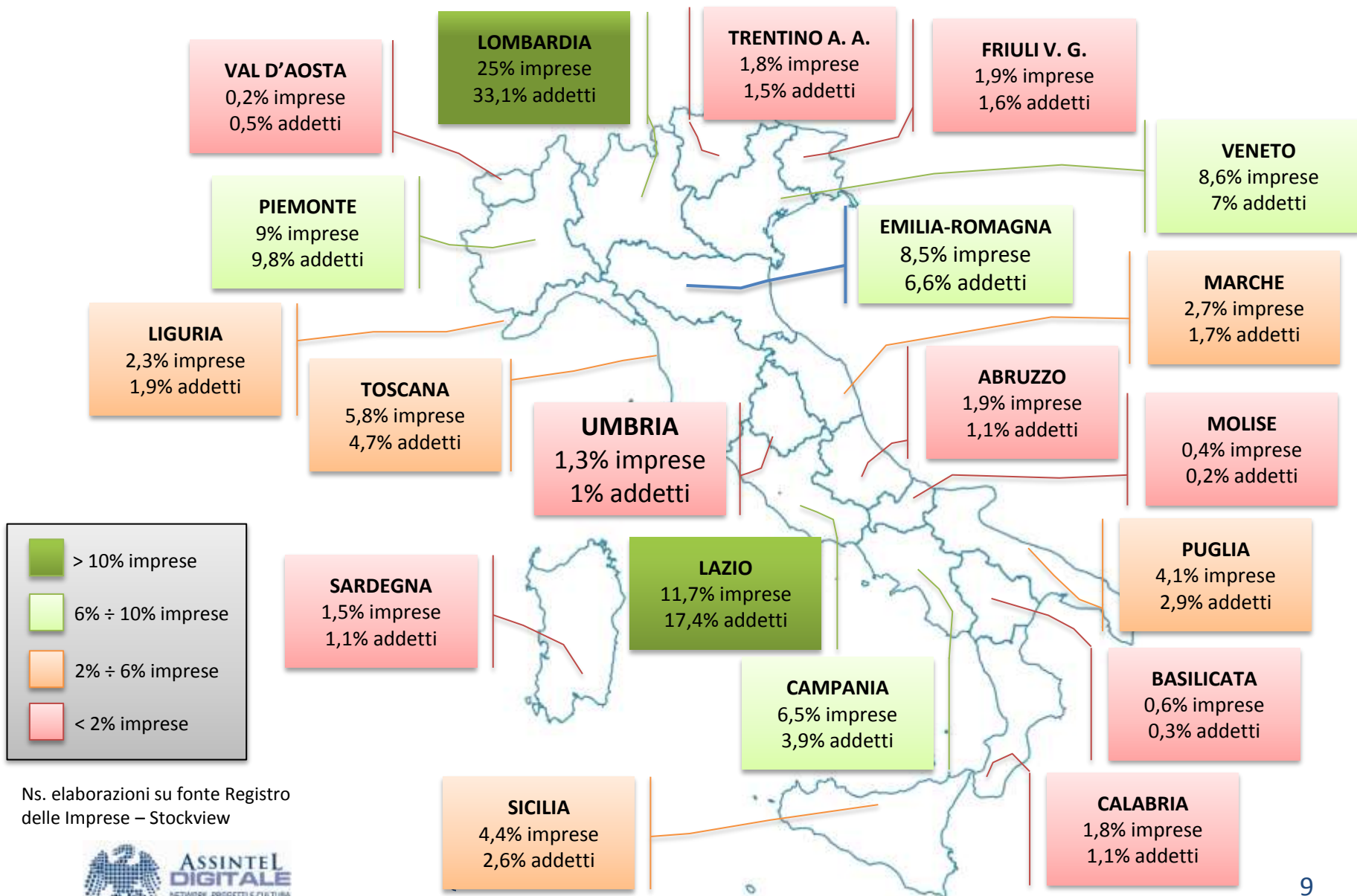
Composizione % imprese e addetti (2012)



Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

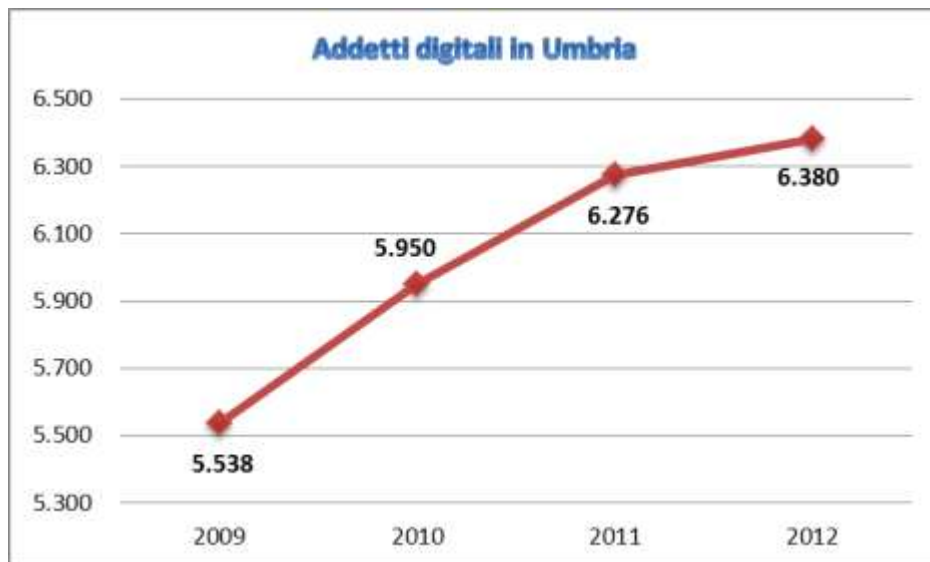
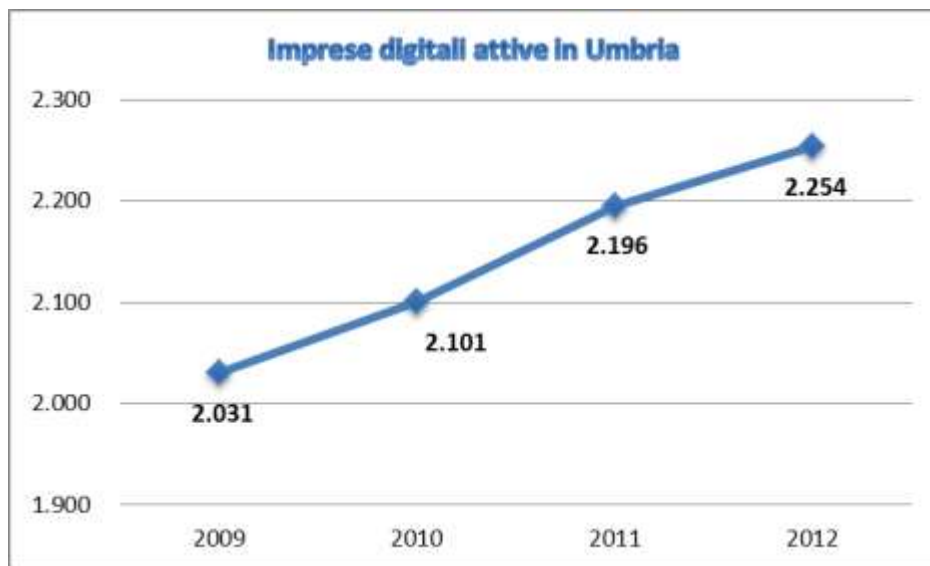
- **Un terzo circa** delle imprese attive e dei relativi addetti opera nel campo della **consulenza aziendale e informatica**
- L'area «**software**» pesa solo per il **15,7%** sul totale delle imprese digitali ma copre oltre il **30%** degli addetti
- I «**servizi web**», pesano solo per il **4,3%** degli addetti, ma in realtà moltissime imprese che lavorano «sul» e «per» il web, sono iscritte al Registro delle Imprese con altri codici ATECO, in particolare «software», «consulenza», «marketing e comunicazione»

Distribuzione % regionale di imprese e addetti sul totale nazionale (2012)



Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

Focus Umbria: trend 2009-12 imprese e addetti



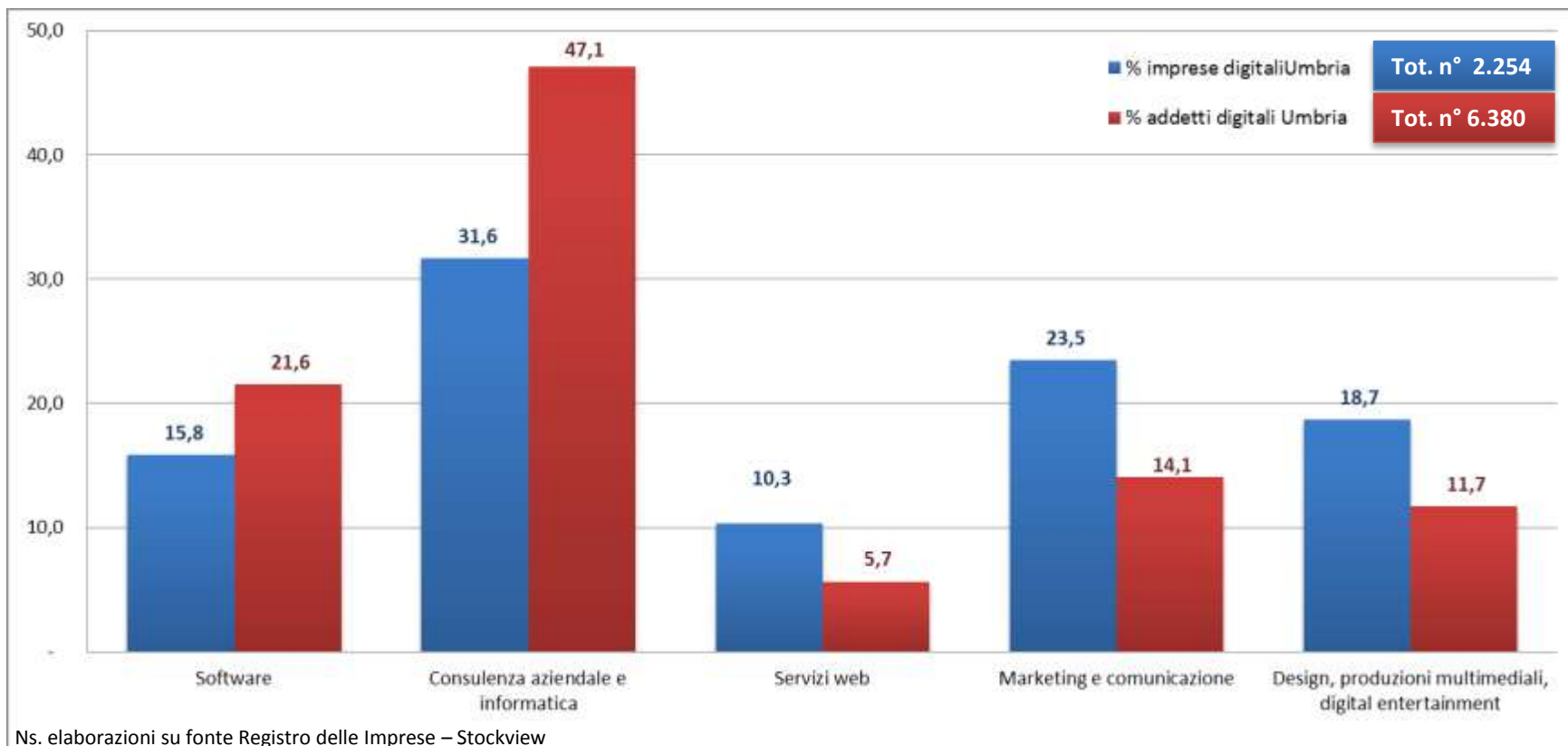
5 macro-categorie:

- Software
- Consulenza aziendale e informatica
- Web services
- Marketing e comunicazione
- Design, produzioni multimediali, digital entertainment

- **Oltre 2 mila e 200** imprese attive in Umbria nel 2012, pari all'**1,3%** delle imprese digitali in Italia
- **Quasi 6 mila e 400** gli addetti digitali, l'**1%** del totale nazionale
- Trend **positivo** nel periodo in esame
 - + **223** imprese nel 2012 rispetto al 2009, crescita del **+11%**, valore superiore alla media nazionale (+ 9,2%)
 - + **842** addetti, crescita del **+15%**, superiore al valore medio nazionale (+ 13,7%)
- Ogni nuova impresa digitale in Umbria dà lavoro in media a **2,8 lavoratori** (3,6 la media nazionale)

Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

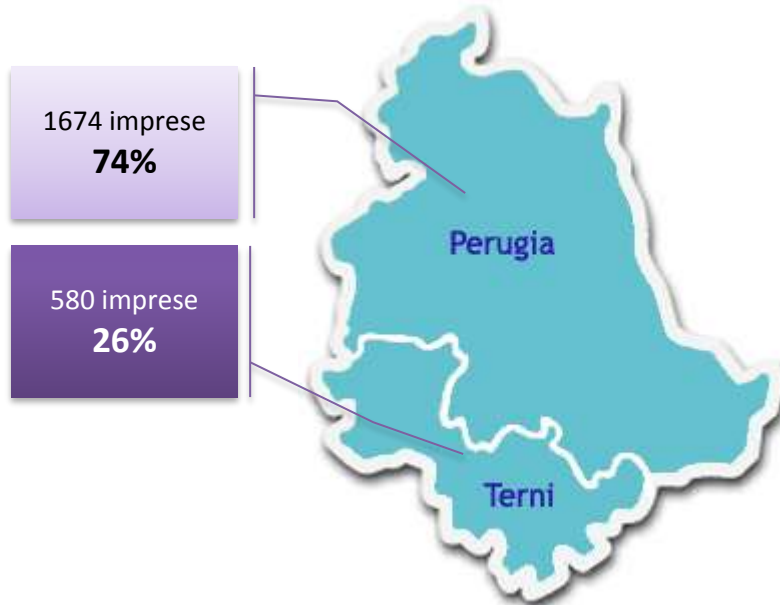
Focus Umbria: composizione % imprese e addetti 2012 in base alle 5 macro-aree di attività



- Circa **un terzo** delle nuove imprese digitali della regione e quasi la metà dei relativi addetti opera nel campo della **consulenza aziendale e informatica**
- Considerando il numero di imprese seguono i settori «Marketing e comunicazione» e «Design , produzioni multimediali e digital entertainment». L'area «**software**» è al quarto posto e pesa per il **15,8%** sul totale delle imprese digitali umbre, ma copre il **21,6%** degli addetti

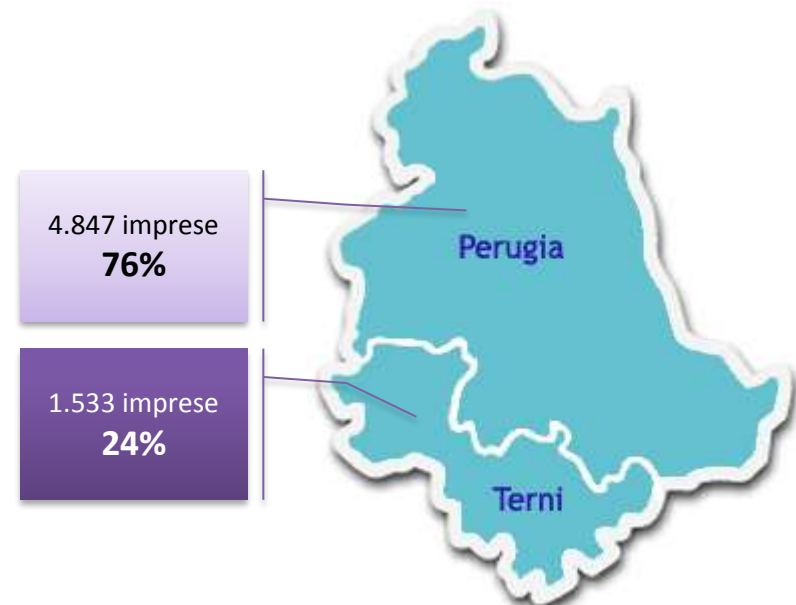
Focus Umbria > Distribuzione % provinciale delle nuove imprese digitali

Ripartizione % imprese digitali 2012



Tot. UMBRIA = n° 2.254 imprese attive

Ripartizione % addetti digitali 2012



Tot. UMBRIA n° 6.380 addetti

Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

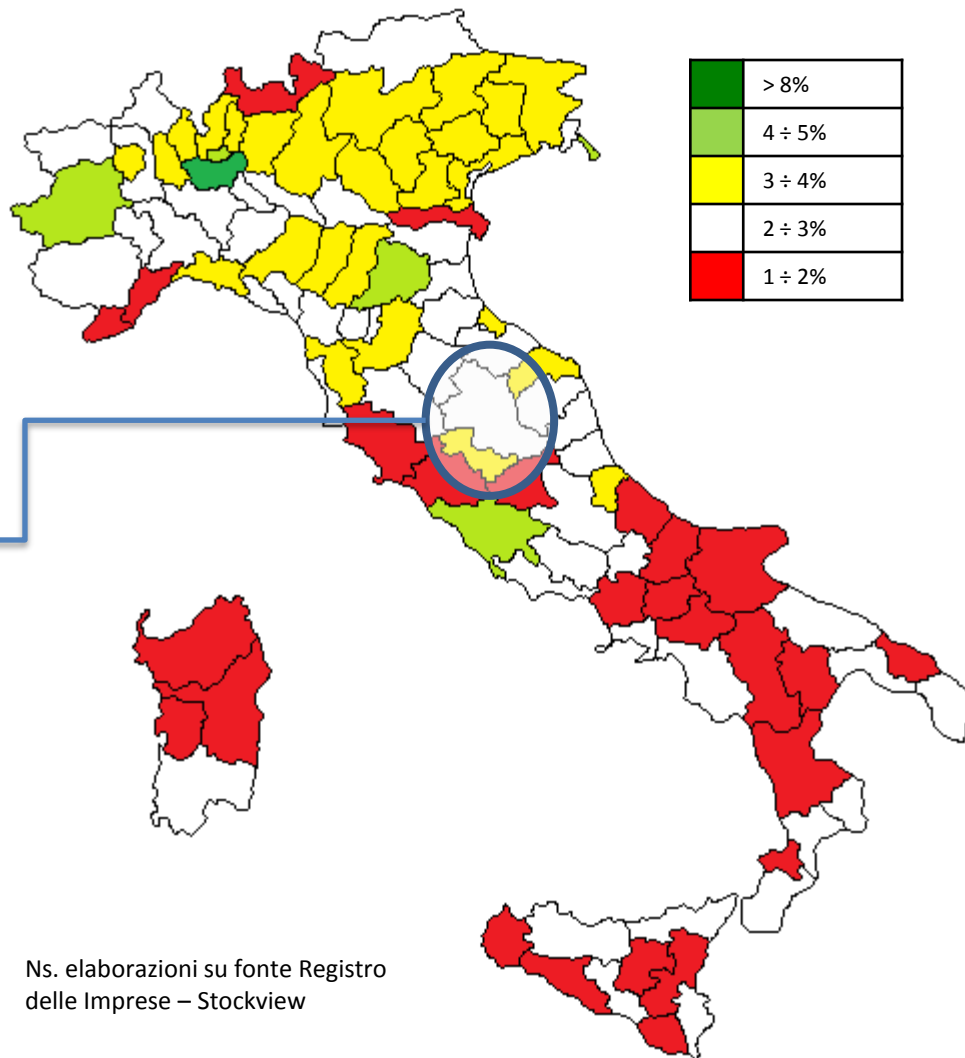
Tre quarti delle imprese digitali e dei relativi addetti ha sede in provincia di Perugia

Aree a maggiore densità di imprese digitali 2012 (livello provinciale)

La densità è data dal rapporto % tra imprese digitali attive in una provincia e il totale delle imprese attive in quel territorio

FOCUS UMBRIA

% di imprese digitali sul totale delle imprese della provincia



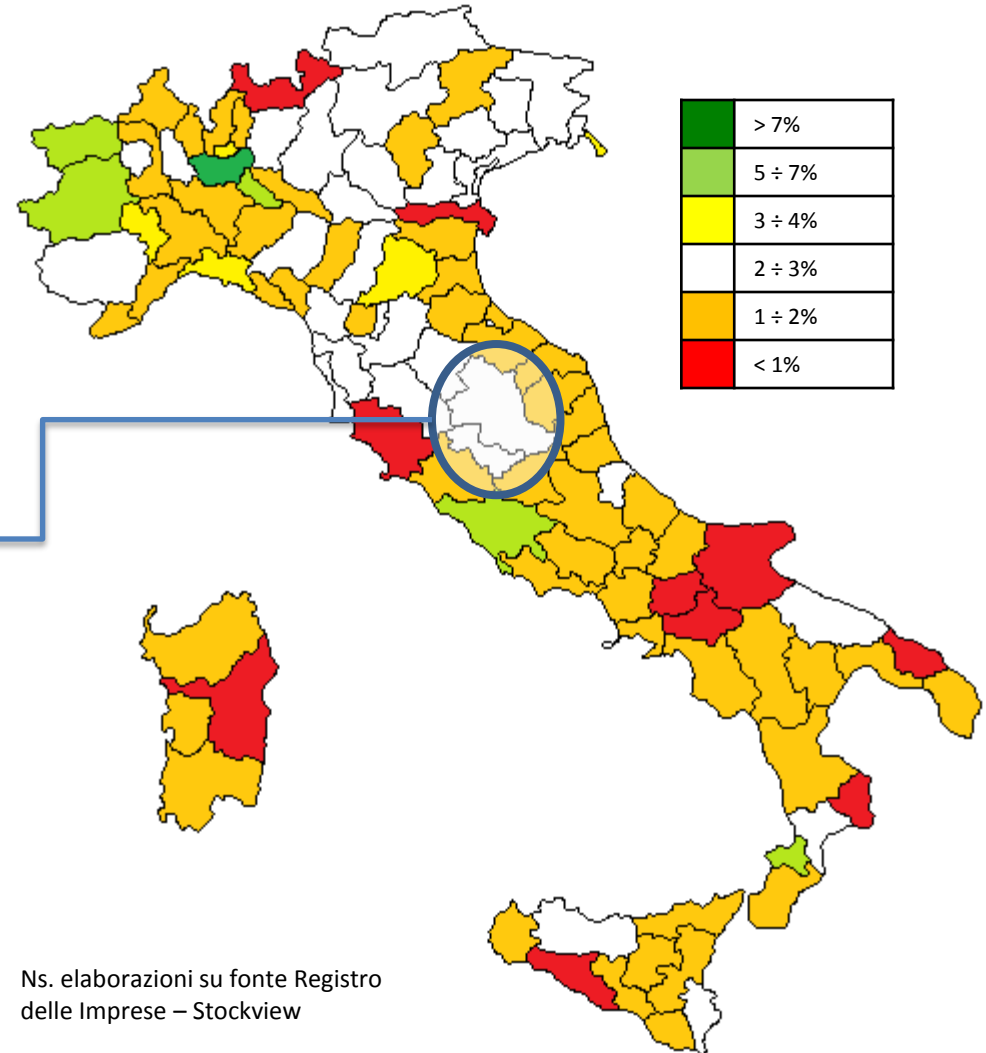
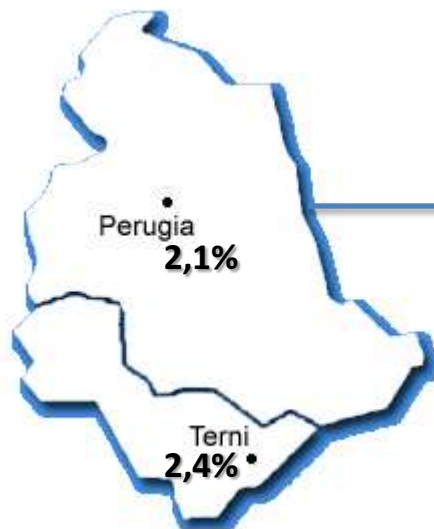
Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

Nuova impresa digitale: aree a maggiore densità di addetti 2012 (livello provinciale)

La densità è data dal rapporto % tra addetti digitali in una provincia e il totale degli addetti in quel territorio

FOCUS UMBRIA

% di addetti digitali sul totale degli occupati della provincia



Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

Confronto della nuova impresa digitale con ICT, industria, servizi (2009-2012)

Variazione % annua delle imprese attive



Variazione % annua degli addetti



Crescita sempre positiva del numero delle nuove imprese digitali e degli addetti. Solo gli addetti del settore aggregato dei servizi cresce di più in due periodi su tre.

Ns. elaborazioni su fonte Registro delle Imprese – Stockview

e adesso la parola alle imprese

220 protagonisti (maggio-giugno 2013)

8 settori caratteristici

Servizi web > creazione siti web, servizi cloud, social network e piattaforme per e-commerce e social commerce

Consulenza > consulenza di: direzione aziendale, marketing e comunicazione, informatica, social media (campagne, gestione e monitoraggio), advertising, pr e organizzazione eventi, ricerche di mercato

Imprese creative > visual e graphic design, animazione 3d e multimediale, gaming, edutainment

Software e big data > database management, elaborazione dati, monitoraggio dati

Co-working > strutture condivise e incubatori organizzati come imprese e/o associazioni

Mobile e IoT > creazione di apps, realtà aumentata, imprese e piattaforme di «Internet of Things»

Finance 2.0 > società e piattaforme di seed capital e crowdfunding

Nuovi media sociali > imprese, associazioni e piattaforme per civic media, citizen journalism e progettazione partecipata

Provenienza

- 20% associati Assintel (circa 45 soggetti)
- 10-15% composto da start-up digitali selezionate dal registro delle Startup Unioncamere (circa 30 soggetti)
- 10-15% composto da organizzazioni "informali", network, associazioni culturali, reti di professionisti, etc. (circa 30 soggetti)
- 50% composto da realtà trovate grazie a ricerche su Google tramite parole chiave e tramite verifica presso banca dati InfoCamere (circa 115 soggetti)

Ripartizione territoriale

- Rappresentativa della distribuzione di imprese digitali a livello regionale

Metodologia

Interviste CATI con questionario semistrutturato dal 9/5 al 12/6/2013

Focus group con le imprese dell'area milanese il 24/5/2013

Response

Obiettivo: **220** interviste

Risultato: **204** risposte



Il tasso di risposta è molto alto pari al

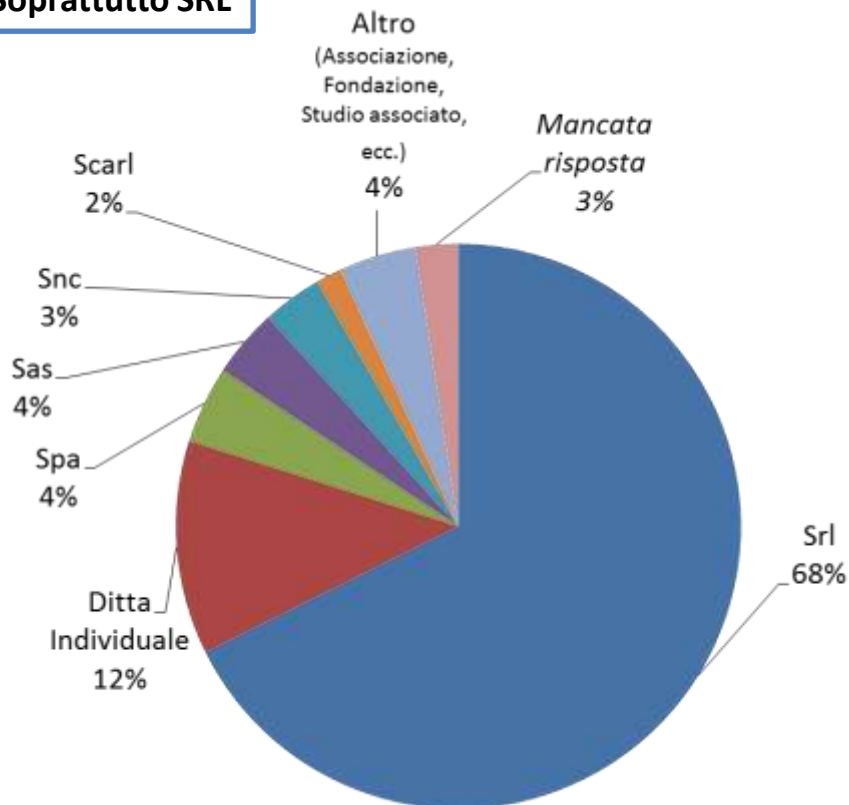
93%

I soggetti del campione denotano in generale un elevato grado di interesse per l'indagine di campo LONG WAVE promossa da Assintel Digitale.

I limiti di adesione sono dovuti a fattori fisiologici di organizzazioni molto giovani, come ad esempio il forte carico di lavoro individuale dei loro responsabili

Forma giuridica e profilo degli intervistati

Soprattutto SRL



77% uomini - **23%** donne

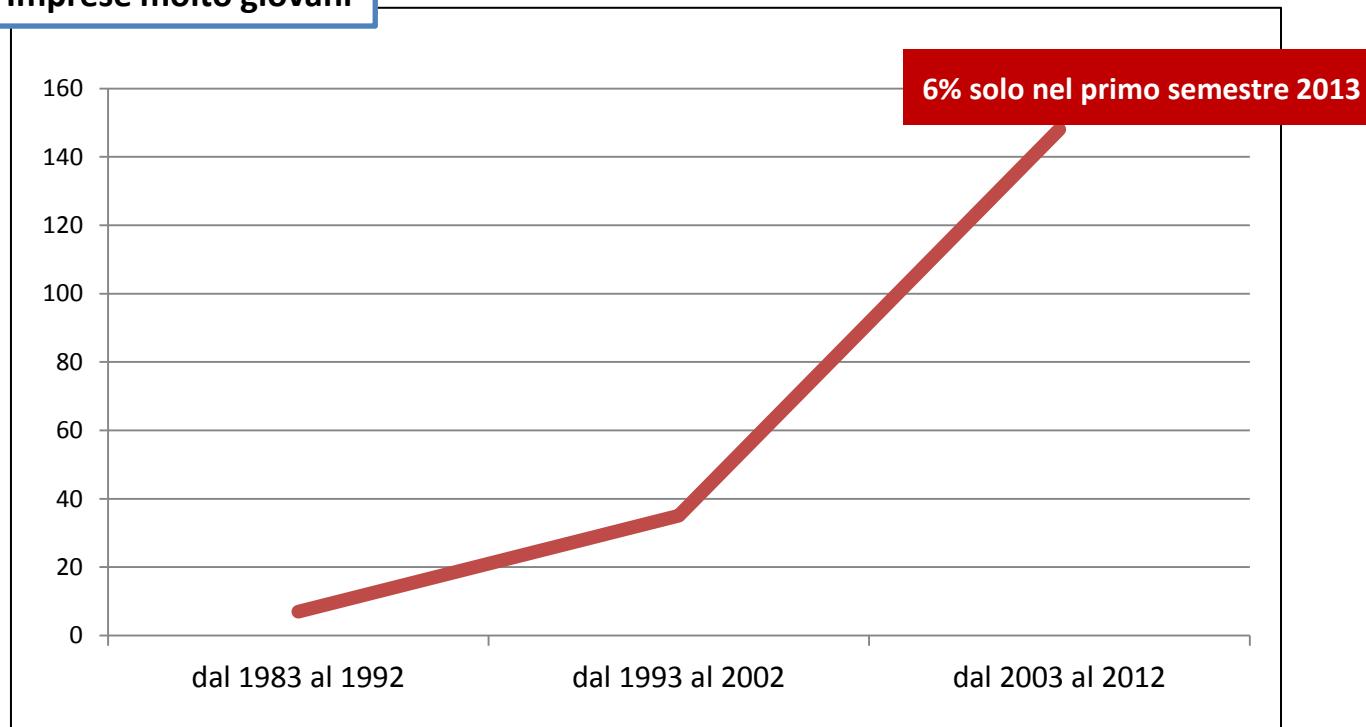
Età media: **39 anni**

- 68% sono soci titolari, amministratori, direttori generali
- 22% sono responsabili di funzione.

Il 52% è laureato e il 18% ha conseguito master o dottorati.

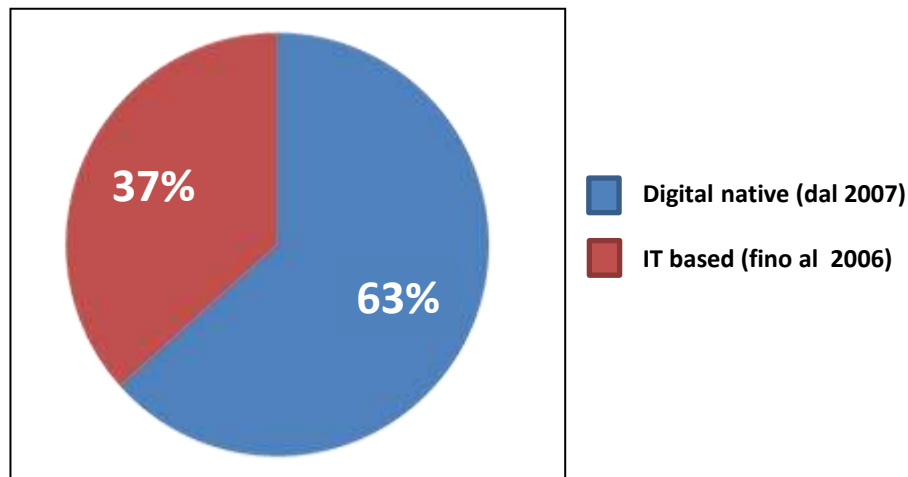
Età dell'impresa

Imprese molto giovani



Le 2 più vecchie sono del 1983, la maggior parte (86%) dal 2000 in poi. 26 nel 2011, 37 nel 2012, 12 nei primi sei mesi del 2013.

Come nascono



Che cosa fanno



28% Sviluppo di siti, applicazioni web e mobile
17% Servizi di consulenza
13% Comunicazione, advertising, marketing (anche e soprattutto web mkg o mkg non convenzionale)
13% Servizi cloud, software, gestione big data
7% Graphic design
4% Creazioni multimediali (audio, video, foto, tecnologia 3d)
4% Piattaforme di e-commerce/social commerce e crowdfunding
Etc ...

La somma delle percentuali è superiore a 100% perché le imprese si riconoscono in più settori caratteristici, rivelando identità adattabili a più fattori disciplinari.

Mercati

quota % fatt. b2b

dal 70% al 100%

64%

dal 50% al 69%

12%

fino al 49%

18%

quota % fatt. Italia

dal 70% al 100%

85%

dal 50% al 69%

3%

fino al 49%

7%

IN MEDIA:

75% clienti B2B

25% consumatori finali B2C

85% fatturato da clienti privati

15% quella da clienti pubblici

IN MEDIA:

87% fatturato generato in Italia

10% fatturato in Europa

3% fatturato mondo BRICS,

Turchia, Balcani, USA)

Fatturati e collaboratori

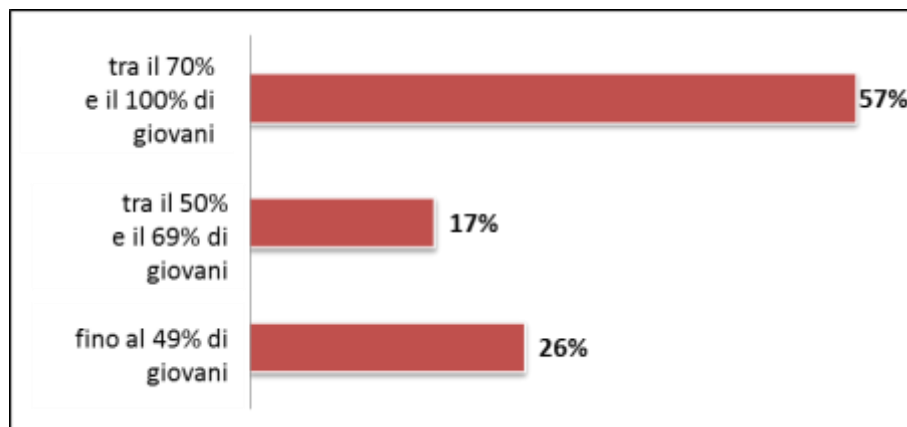
Classe fatturato 2012	Imprese del campione	% sul totale delle rispondenti
Meno di 50 mila	52	31,0%
Da 51 a 100 mila	22	13,1%
Da 101 mila a 500 mila	46	27,4%
Da 501 a 1 milione	19	11,3%
Da 1 a 2 milioni	17	10,1%
Da 2 a 10 milioni	10	6,0%
Da 10 a 30 milioni	1	0,6%
Oltre 30 milioni	1	0,6%
Più di 50	0	0,0%

Classe collaboratori 2012	Num. imprese	% sulle imprese rispondenti
1 o 2	1	0,5%
Da 3 a 5	29	14,9%
Da 6 a 10	68	35,1%
Da 11 a 20	55	28,4%
Da 21 a 30	24	12,4%
Da 31 a 50	6	3,1%
Da 51 a 100	8	4,1%
Da 101 a 250	2	1,0%
Più di 250	1	0,5%

- **Fatturato medio € 1.050.854**
- **44% delle imprese nel 2012 fattura fino a 100 mila €**
- **38% ha una quota compresa tra 100 mila e 1 milione €**
- **17% oltre 1 milione €**

In media ci sono 17 collaboratori per impresa
L'80% ha al massimo 20 collaboratori

Profilo dei collaboratori

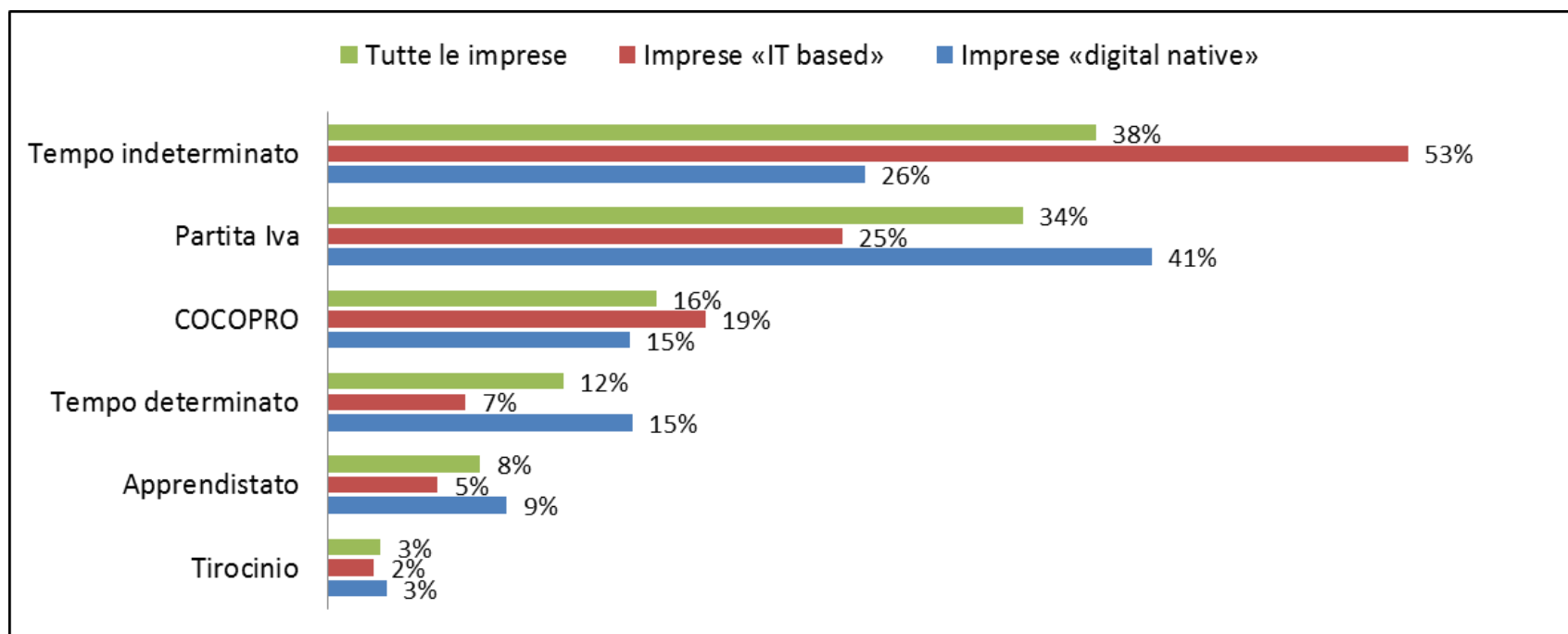


**Ancora poche donne (34%)
ma dominio degli under 35 (67%)**

donne in azienda	
Tutte le imprese	34%
Imprese «digital native»	35%
Imprese «IT based»	33%
giovani in azienda	
Tutte le imprese	67,0%
Imprese «digital native»	72%
Imprese «IT based»	59%
con esperienze all'estero	
Tutte le imprese	22%
Imprese «digital native»	29%
Imprese «IT based»	4%

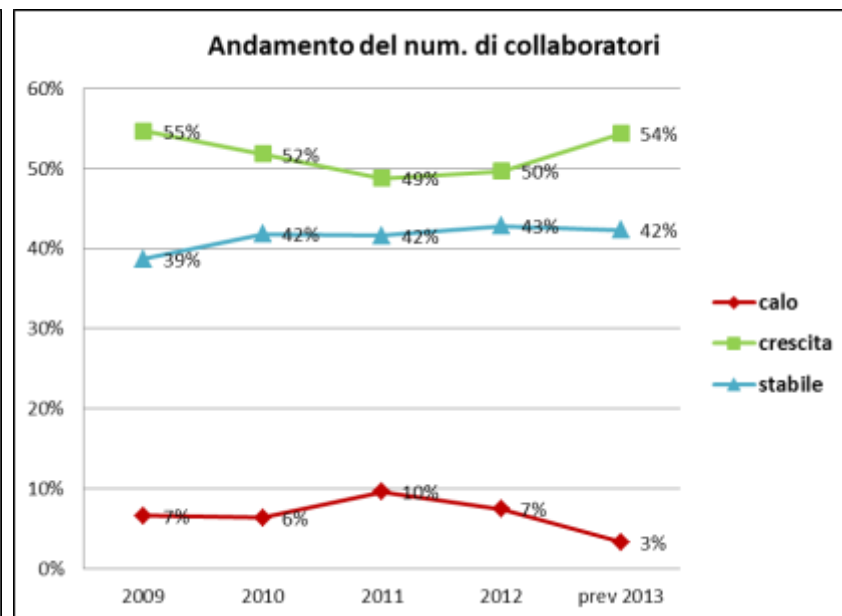
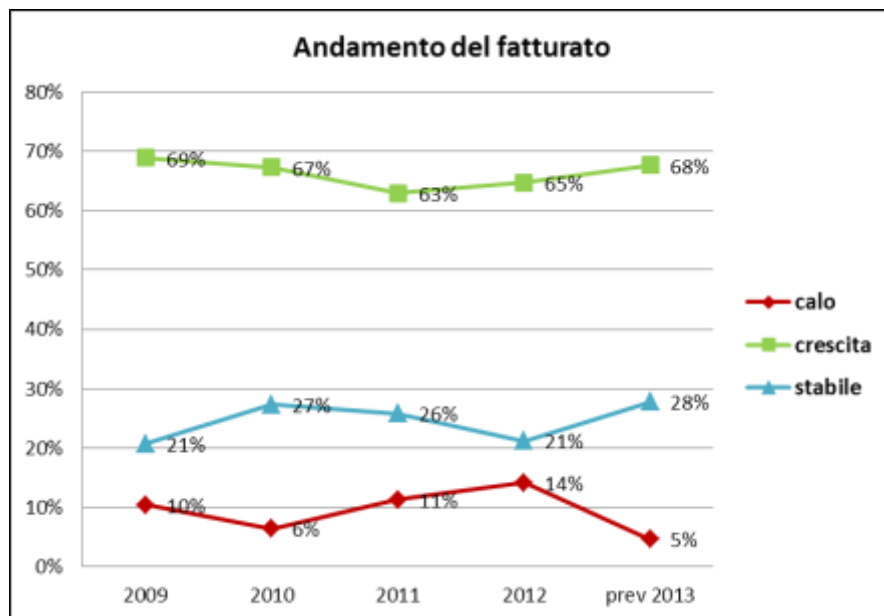
Collaboratori molto qualificati
65% è laureato > multidisciplinarietà
12% ha un dottorato/master/PHD
22% ha compiuto esperienze di studio all'estero

Profilo contrattuale dei collaboratori



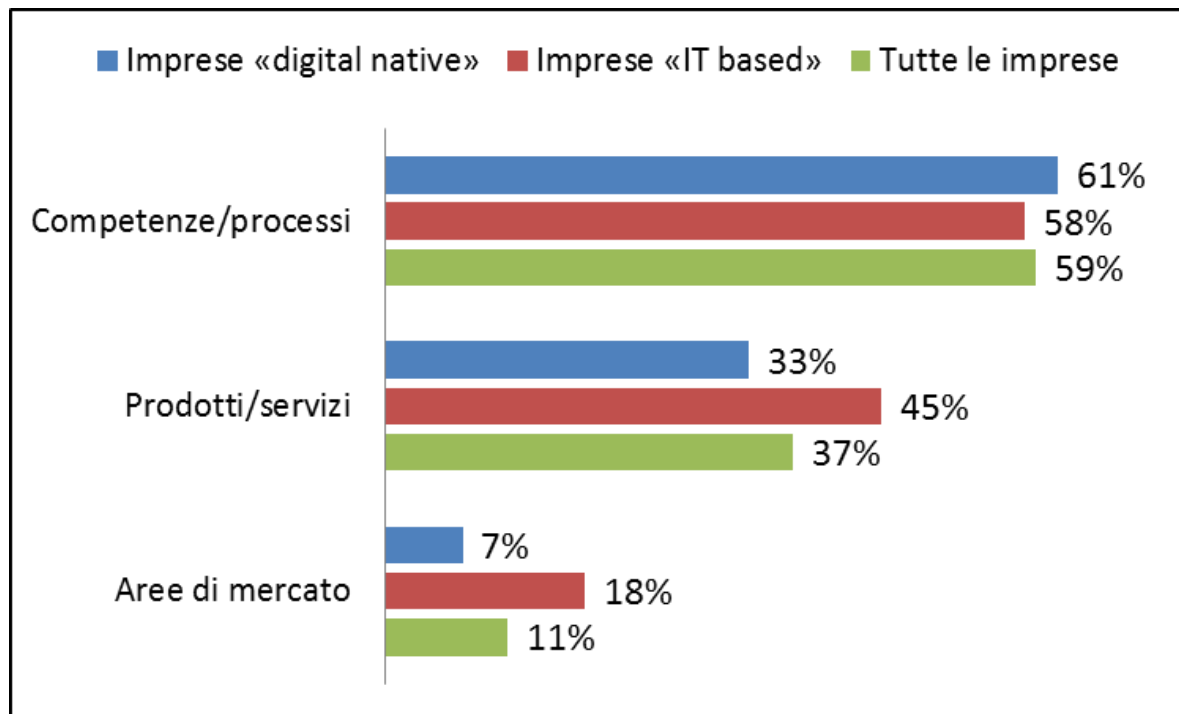
**Più contratti tradizionali nelle imprese IT Based,
più collaboratori a partita IVA in quelle Digital Native**

Risultati di business



**Crescita costante di fatturato e collaboratori
Cresce il n° di imprese con outlook positivo**

Come sono organizzate

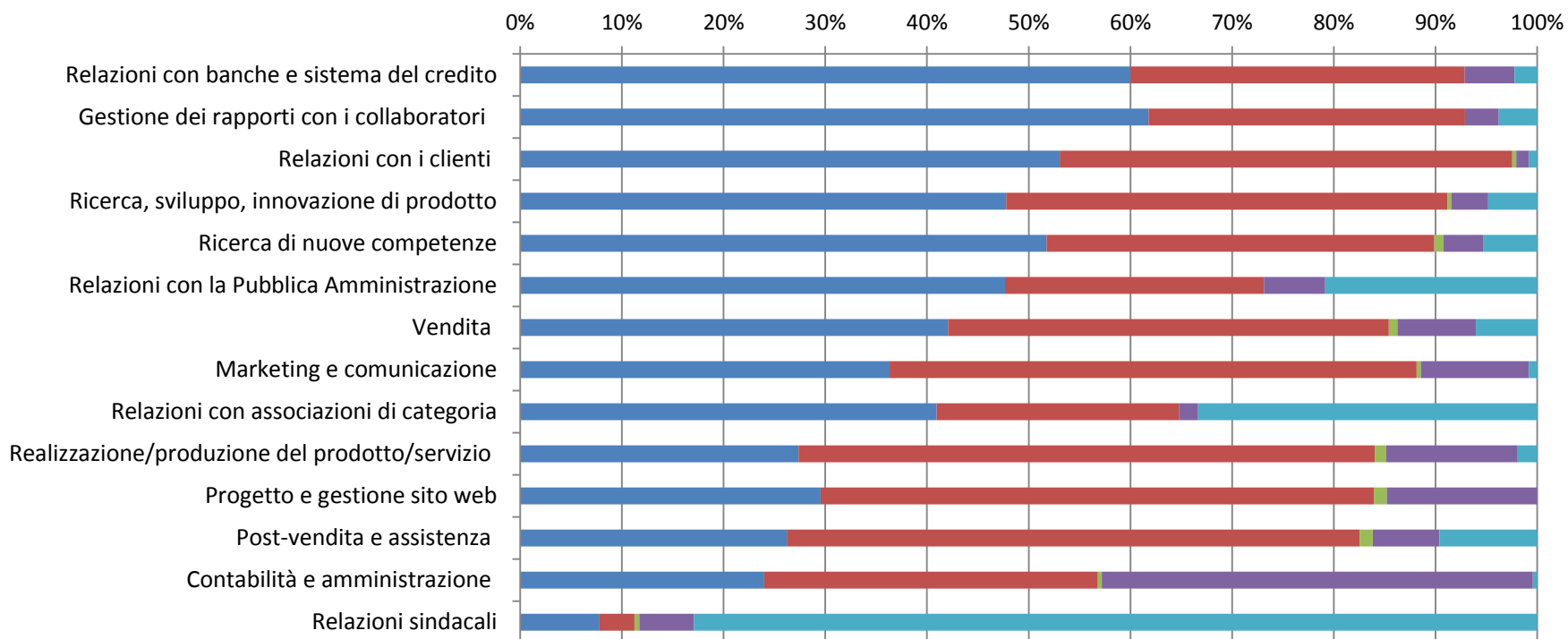


**Le nuove imprese digitali (based e native)
sono organizzazioni «liquide»**

Difficoltà a riconoscendosi in uno schema o modello predefinito

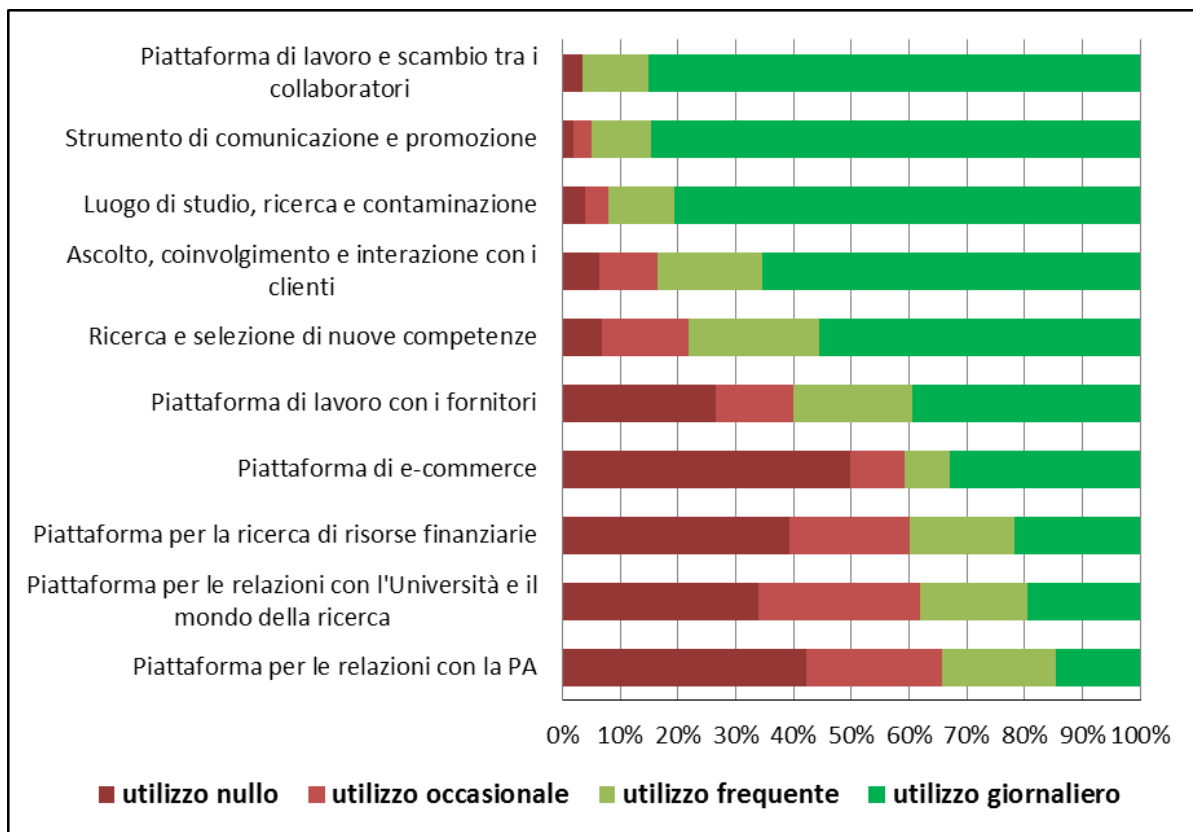
Il ruolo chiave del titolare

■ IL TITOLARE ■ FIGURA O TEAM INTERNO ■ FIGURA NON PRESTABILITA ■ FIGURA O TEAM ESTERNO ■ ATTIVITA' NON PREVISTA



**Il titolare è factotum, multitasking e molto carico di lavoro.
Nelle imprese IT Based si delega di più perché sono più strutturate.**

Come lavorano sul web

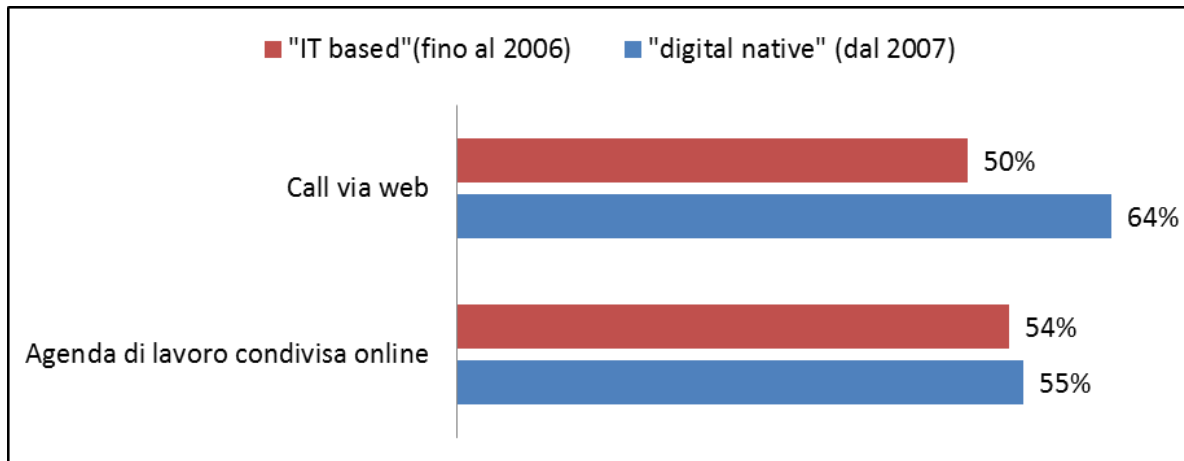


Il web è connaturato al fare impresa

L'85% delle imprese lo usa come una piattaforma di collaborazione interna-esterna e come strumento di comunicazione, promozione, studio e ricerca.

Il 33% lo utilizza anche per vendere online

Come lavorano sul web

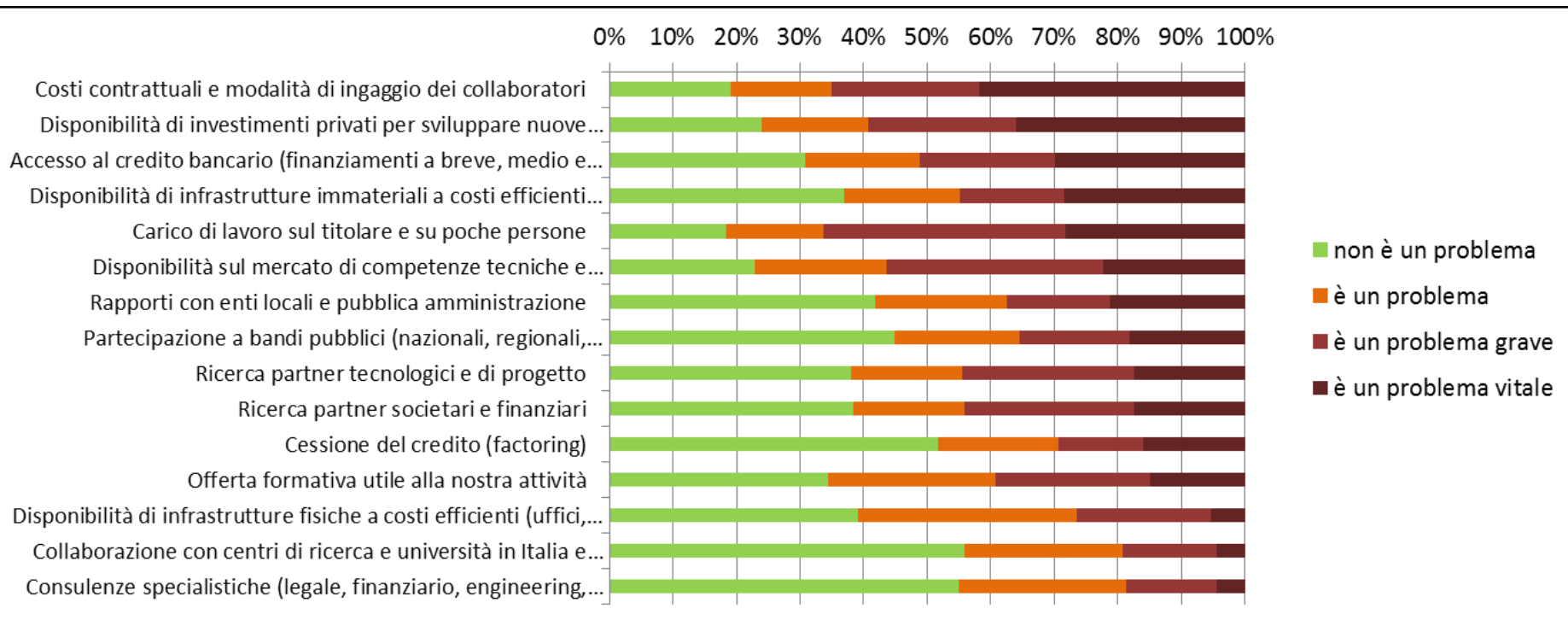


Il web è più strumento di organizzazione interna nelle aziende «digital native», perché:

- permette condivisione di idee e collaborazione bottom-up
- garantisce immediatezza e raggiungibilità dei collaboratori lontani
- permette aggiornamento costante e flusso continuo di informazioni
- è gratuito
- ottimizza organizzazione e gestione del lavoro.

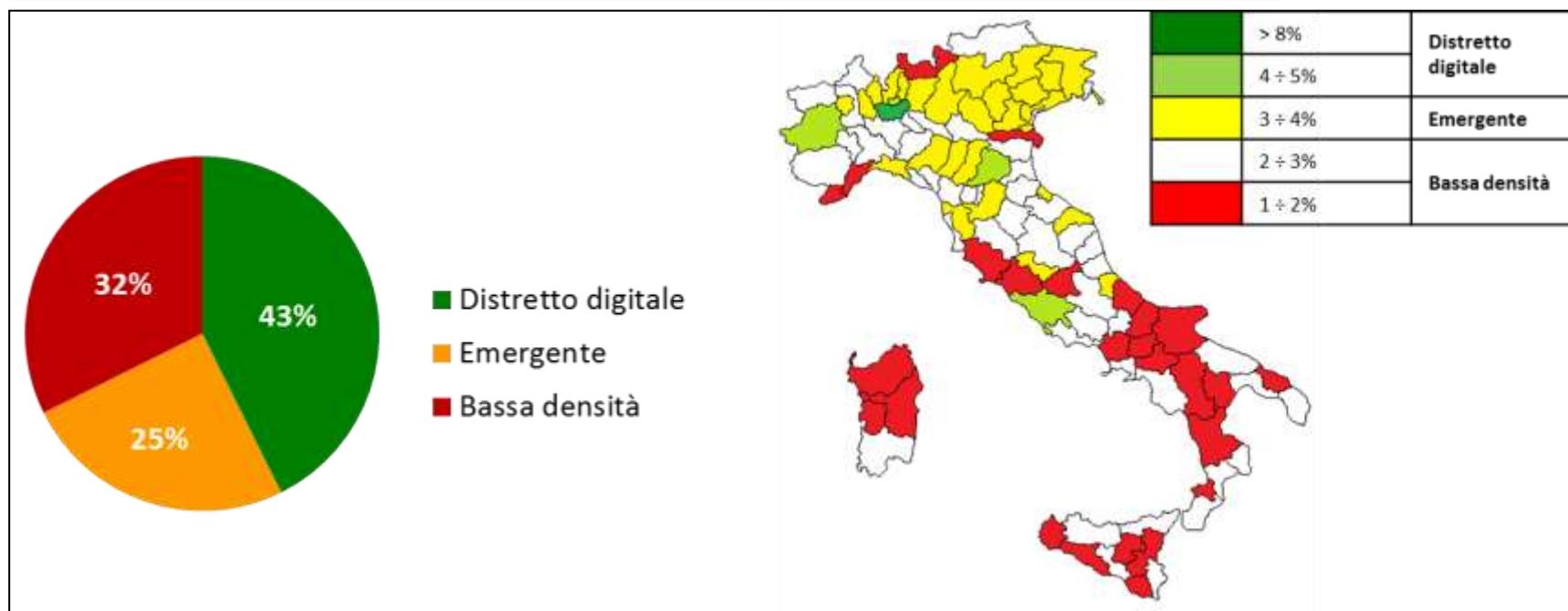
Due problemi gravi, vitali

Costo del lavoro e carico di lavoro



- «Costi contrattuali e modalità di ingaggio dei collaboratori» e «Carico di lavoro sul titolare e poche persone» rappresentano i due problemi più gravi e vitali per oltre il 60% delle imprese (1° posto)
- Seguono con oltre il 50% di sensibilità «Disponibilità di investimenti privati», «Accesso al credito bancario» e «Disponibilità sul mercato di competenze tecniche e manageriali».

Quattro problemi nei territori con digital divide



Mancanza di competenze tecniche e manageriali

→ 66% delle imprese dei territori a bassa densità digitale

L'offerta formativa inadeguata

→ 77% aree a bassa densità
→ 58% distretti digitali

Scarsa disponibilità di investimenti privati + difficile accesso al credito.

→ 45% e 37% delle imprese insediate in aree emergenti

La mancanza di infrastrutture immateriali, come la banda larga,

→ 70% nelle aree a bassa densità digitale
→ 65% nelle aree emergenti
→ 56% nei distretti digitali

- **7 policy economiche per il Paese**



1. **Sostenere gli investimenti** in tecnologie digitali, innovazione, ricerca e creazione di impresa (tramite agevolazioni, sovvenzioni, finanziamenti, forme di risparmio, fonti di investimento sul web come piattaforme di crowdfunding)
2. Ridurre **tassazione e costo del lavoro**
3. **Snellire, semplificare, digitalizzare** le pratiche burocratiche
4. Dare concretezza all'**Agenda Digitale**
5. Migliorare accesso ed efficacia dei **bandi pubblici**
6. Favorire ed incentivare l'**incontro con la domanda** nazionale ed internazionale
7. Sostenere/agevolare il **processo di digitalizzazione delle PMI in tutti i settori**, fare formazione imprenditoriale, incentivare l'e-commerce

• 8 suggerimenti



1. **Formare i ragazzi nelle scuole e nelle Università**, per la nascita/crescita di nuove competenze
 - Specifiche sulla cultura digitale
 - Generali sulla cultura d'impresa e l'imprenditorialità
2. Fare **«longlife learning»** per i cittadini nei territori su come utilizzare il web, abbattendo i pregiudizi e la falsa informazione
3. Dare più **visibilità** alle imprese digitali attraverso i media tradizionali e online e organizzando eventi a livello territoriale, nazionale e internazionale
4. Digitalizzare, semplificare e rendere accessibili i **servizi pubblici online**
5. Migliorare le **infrastrutture digitali**, ridurre i costi di accesso (ad es. wifi libero)
6. Dare vita a piattaforme web di partecipazione e collaborazione attiva, nuovi spazi di incontro, confronto e condivisione, per **colmare il digital divide** (territoriale e generazionale)
7. Favorire in tutti i modi il legame tra **giovani e imprese**
8. Sostenere il **processo di digitalizzazione** delle imprese

... e infine quanto vale la
nuova impresa digitale?

Un'opportunità per il Paese

Benchmark

Imprese attive 2012

Trend imprese attive (2009-2012)

addetti 2012

Trend addetti (2009-2012)

Valore aggiunto 2012

Nuova impresa digitale

172.395

+ 9,2%

620.784

+ 13,7%

54 mld € *

Totale imprese

3,3% del totale

- 0,8%

2,8% del totale

-0,6%*

3,9% del totale*

Ns. elaborazioni su fonti Infocamere-Movimprese e ISTAT*

Dimensione valore aggiunto (VA)* a confronto

**BENCHMARK
2009 → 2012**

NUOVA IMPRESA DIGITALE

54 → 54 mld €

Stabile

ICT

70 → 68 mld €

Flette

IT

23 → 23 mld €

Stabile

**4 A (Abbigliamento, Agroalimentare,
Arredamento, Automotive)**

66 → 63 mld €

Flette

Nel 2012, in piena crisi strutturale del Paese, la dimensione del VA* della **NUOVA IMPRESA DIGITALE** risulta più significativa di quella di altre grandi economie italiane, infatti è:

80% il VA dell'intero ICT

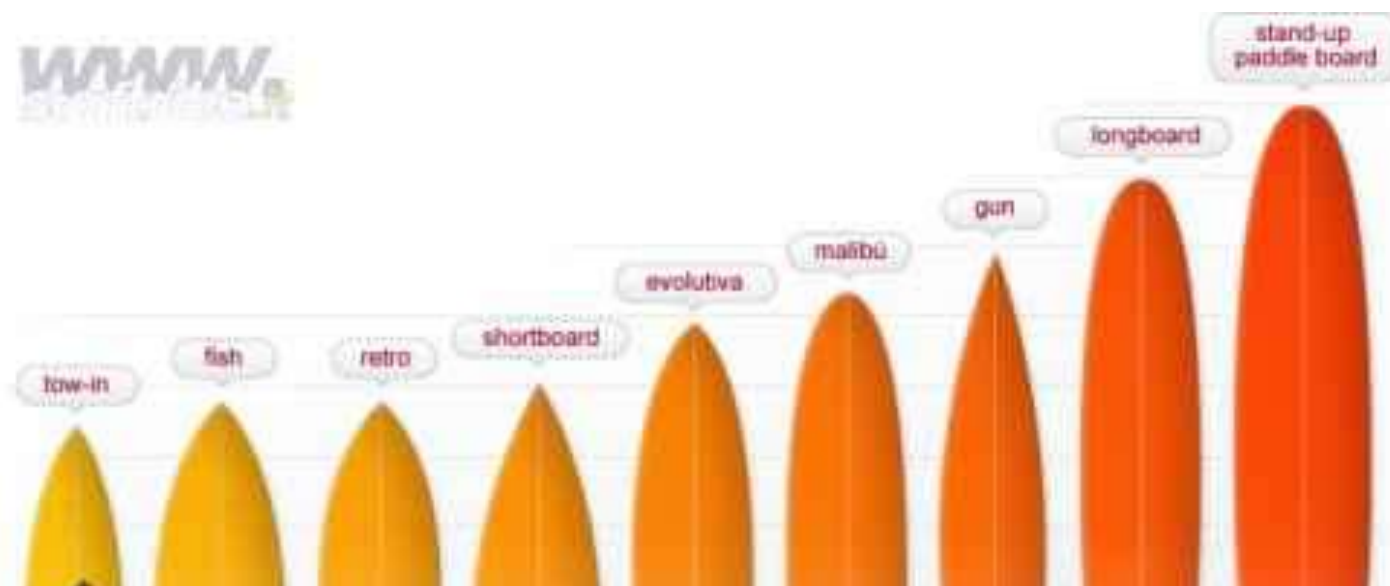
230% il VA del comparto IT

90% il VA sommato insieme delle 4 A nazionali

Nostre elaborazioni su fonte ISTAT

*Valore aggiunto o VA: è il valore della produzione meno il valore dei costi intermedi; consente di misurare la crescita del sistema economico in termini di nuovi beni e servizi disponibili per gli impieghi finali.

Il senso storico della *nuova impresa digitale*



- Soggetto in «**format adolescenziale**», consapevole dei punti di forza/debolezza e che per questo motivo ambisce e necessita di un contesto favorevole per rafforzarsi anche nella prospettiva Europa 2020
- Se adeguatamente sostenuta, può generare un **incontro strutturale positivo** con le imprese degli altri settori economici e sociali per effetto della formidabile «inclinazione a esistere», dell'energia creativa e delle competenze qualificate, contribuendo a recuperare il generale ritardo digitale del sistema economico-produttivo italiano rispetto agli altri partner europei e occidentali.

Grazie dell'attenzione



Il progetto e gli elaborati LONG WAVE sono un prodotto originale dello Studio Giaccardi & Associati - Consulenti di Direzione
© All Rights Reserved Ravenna 11 marzo 2013

TEAM DEL PROGETTO

Giuseppe Giaccardi, capo progetto
Andrea Zironi, capo analista
Livia Bosi, analista di ricerca e responsabile delle operazioni
Stefania Deiana, analista di ricerca
Enrica Guazzo, analista di ricerca jr
Chiara Mazzavillani, analista di ricerca jr
Lidia Marongiu, web strategy
Martina Capiani, community manager



Ravenna, via Cavour 3, 0544 33713
Sassari, via D. Demuro 22, 079 983312
www.giaccardiassociati.it