

COMUNICATO STAMPA**Nono Rapporto UniCredit sulle piccole imprese
“La digitalizzazione delle imprese italiane: efficienza,
innovazione e conquista di nuovi mercati”**

Presentato oggi a Roma, lo studio è dedicato quest'anno alla digitalizzazione delle imprese, importante opportunità di crescita per il Paese. L'utilizzo di ICT consente alle imprese una maggiore efficienza e flessibilità oltre a favorire attività strategiche quali l'innovazione e la internazionalizzazione

Roma, 30 novembre 2012 - Sfide e opportunità della digitalizzazione: è questo il tema della nona edizione del **Rapporto Piccole Imprese UniCredit**, presentato stamani a Roma nella sala Vasari di Palazzo della Cancelleria, nel corso di una tavola rotonda sul tema “La digitalizzazione delle imprese italiane: efficienza, innovazione e conquista di nuovi mercati”, introdotta da **Gabriele Piccini**, Country Chairman Italy UniCredit.

Il Rapporto si fonda sul presupposto che la **digitalizzazione** ha profondamente cambiato l'interazione tra sistema scientifico-tecnologico e apparato produttivo, sempre più imperniata su due risorse immateriali: l'informazione e la conoscenza. Grazie alle loro caratteristiche di pervasività, le **tecnologie digitali** hanno mutato il modo di produrre, di scambiare e di comunicare, investendo orizzontalmente tutti i settori di attività economica e avendo come potenziali destinatarie le imprese di qualsiasi dimensione.

Di qui la necessità di approfondire il tema della **nuova economia digitale** attraverso un confronto analitico tra piccole, medie e grandi imprese, fatta propria dagli analisti di UniCredit che quest'anno hanno sottoposto il questionario ad un **campione più ampio di imprese**. Come nelle edizioni precedenti, infatti, sono state effettuate 6.000 interviste a piccoli imprenditori italiani clienti UniCredit, ma lo stesso questionario è stato sottoposto a 1.000 imprenditori medi e 300 grandi, anch'essi clienti UniCredit.

Alla tavola rotonda, moderata dal Direttore Sky TG 24 **Sarah Varetto**, hanno preso parte **Roberto Nicastro**, Direttore generale UniCredit; **Stefano Firpo**, Capo Segreteria Tecnica del Ministero dello Sviluppo Economico; **Paola Bonomo**, responsabile Online Services di Vodafone Italia; **Stefano Parisi**, presidente Confindustria Digitale; **Francesco Signoretti**, CEO Bravofly Rumbo Group; **Aldo Bonomi**, sociologo A.A.STER., e **Stefano Epifani**, docente di Comunicazione d'impresa all'Università La Sapienza di Roma.

I PRINCIPALI RISULTATI**La congiuntura economica**

La fase di rallentamento economico innescata dall'acutizzarsi della crisi del debito sovrano a partire dalla seconda metà del 2011 ha visto l'Italia presentare performance peggiori rispetto agli altri Paesi dell'Unione europea che hanno adottato l'euro. Mentre l'Eurozona non è ancora entrata di fatto in **recessione tecnica**, l'Italia ha messo infatti a segno ben

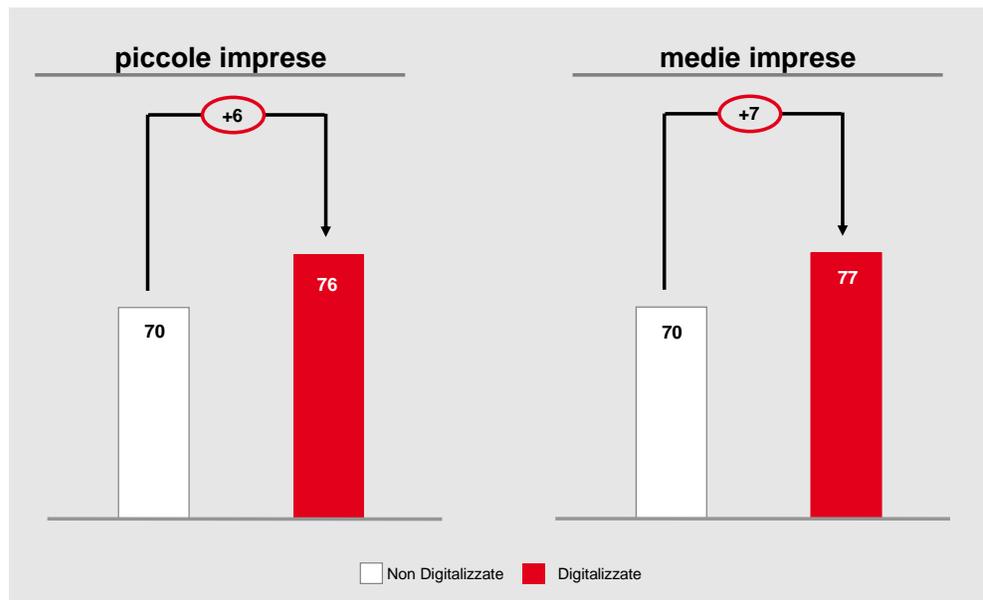
quattro trimestri consecutivi di contrazione marcata del PIL. Anche le **prospettive per la seconda metà del 2012** restano molto deboli per il nostro Paese, con i prossimi due trimestri ancora in contrazione. La **crescita del PIL** dovrebbe attestarsi nel 2012 al -2,4%, ben al di sotto della crescita dell'Eurozona. È prevedibile che il PIL si contragga complessivamente di un altro 0,5% nel 2013.

L'indice di fiducia

Nell'indagine sulla fiducia 2012 gli imprenditori italiani testimoniano l'affanno emerso in questi ultimi anni a causa di condizioni del sistema economico particolarmente avverse: l'attuale rilevazione fa registrare il più basso valore dell'**indice di fiducia** mai raggiunto dal 2004 (73, su un valore che varia da 0 a 200, dove 100 rappresenta la soglia oltre la quale prevalgono le opinioni positive), con una perdita di 8 punti rispetto allo scorso anno e di ben 20 punti rispetto all'inizio della crisi. Tra i sette argomenti chiave che formano l'indice di fiducia, a risentire dei giudizi peggiori da parte degli imprenditori, sono quelli esogeni (la situazione economica generale e la situazione del settore).

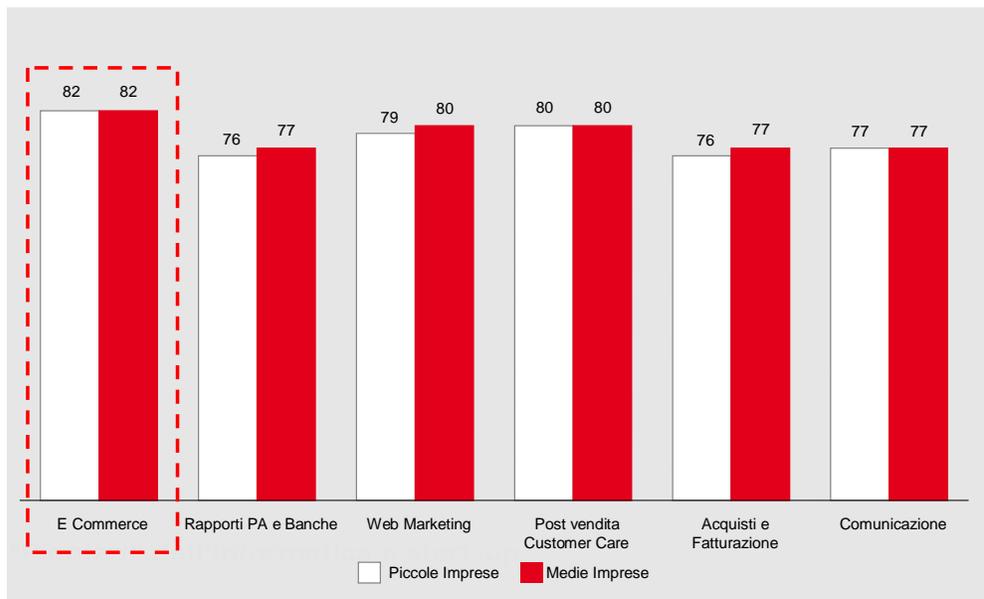
Considerato che la presente edizione del Rapporto si concentra sulla **digitalizzazione delle imprese**, anche per l'indagine sulla fiducia si è voluto approfondire questo tema sondando il *sentiment* degli imprenditori che affermano di avvalersi di tecnologie avanzate. Ed è emerso chiaramente un dato: sia le piccole sia le medie imprese si dichiarano molto più fiduciose se utilizzano tecnologie digitali (+6 il delta per le piccole, +7 per le medie) e, tra queste, la pratica della funzione vendite tramite l'*e-commerce* sembra renderle ancora più ottimiste.

Confronto indice di fiducia sintetico imprese digitalizzate e non digitalizzate



NB: dal confronto restano escluse le grandi imprese poiché l'intero campione dichiara di essere digitalizzato

Indice di fiducia sintetico e funzioni aziendali digitalizzate



I casi esaminati nel Rapporto mostrano alcune interessanti **nuove tendenze** di cui la digitalizzazione è la grande protagonista. In particolare, oggi operano sul territorio molteplici soggetti imprenditoriali che provano a modernizzare e a digitalizzare altre realtà imprenditoriali e non, sia pubbliche che private. Si tratta sovente di **“pionieri” dell’informatica**, con un portato di conoscenza e know how figlio di esperienze pregresse in realtà più grandi e strutturate, ma anche di una quantità consistente di neonate e innovative realtà imprenditoriali, le cosiddette **start-up**.

Dentro la crisi, per ognuna di queste realtà, il problema centrale è comunque quello di **come finanziare tali processi di digitalizzazione**, una difficoltà comune a tutto il capitalismo dei piccoli, che tuttavia si acuisce ulteriormente fra le piccole e micro imprese. Quello della **nuova economia digitale** è dunque un mondo difficilmente bancabile. Anche perché spesso è qualcosa di completamente nuovo, che ha bisogno di interlocutori e finanziatori in grado di comprendere tali novità.

La diffusione dell’internet economy

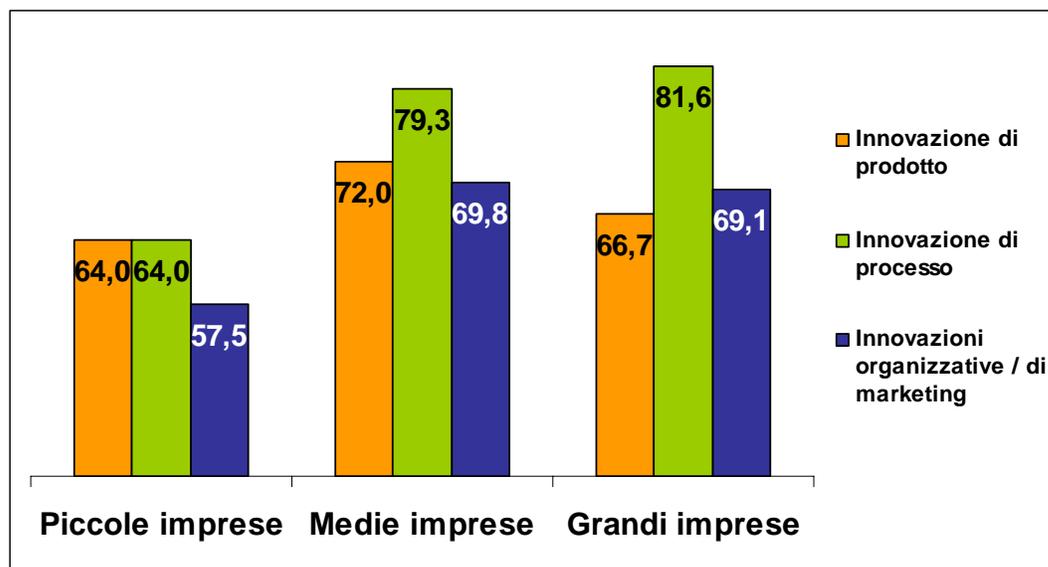
In **Italia** il ruolo dell’economia digitale appare inferiore rispetto sia agli Stati Uniti sia a nazioni europee come Svezia, Gran Bretagna, Francia e Germania. Il nostro Paese sconta infatti un consistente **digital divide**, dovuto a ritardi nell’infrastrutturazione, nell’utilizzo di Internet e nell’impatto della Rete in diversi ambiti. I risultati del Rapporto confermano l’esistenza di questo “divario digitale”, soprattutto per le piccole imprese ma comunque presente anche per medie e grandi, e offrono informazioni dettagliate sulla qualità del ritardo. In particolare, emerge una minore diffusione di tecnologie e servizi più avanzati (rete intranet aziendale, rete extranet, profilo su *social network*) e un minore utilizzo di

strumenti Internet che richiedono maggiore interazione (rapporti online con la PA, e-commerce).

Innovazione e internazionalizzazione

Un aspetto strettamente connesso alla digitalizzazione delle imprese è quello dell'**innovazione**, sia essa di prodotto, di processo o organizzativa. Nonostante le statistiche indichino un **investimento in ricerca e sviluppo** nelle imprese italiane molto contenuto, i risultati dell'indagine segnalano una discreta presenza di imprese innovative nel triennio 2010-2012. Da un lato, si conferma una più elevata propensione all'innovazione nelle aziende di dimensione maggiore, dall'altro, l'innovazione di prodotto sembra avere un impatto positivo più alto sul fatturato delle piccole imprese, a riprova di quanto questa attività sia strategica anche per gli operatori di minori dimensioni (fatto 100 il fatturato totale realizzato nel 2011, la quota media ascrivibile a nuovi prodotti o servizi immessi sul mercato è pari al 30,9% nelle piccole imprese, contro il 25,7% delle medie e il 23,6% delle grandi).

Diffusione dell'attività innovativa nel triennio 2010-2012 (valori percentuali)



Anche per quanto riguarda l'**internazionalizzazione**, l'indagine evidenzia alcuni fenomeni interessanti. Nonostante la quota di piccole imprese internazionalizzate sia ancora relativamente poco elevata (12%, contro il 48,1% delle medie e il 56,4% delle grandi), si rivela un notevole dinamismo nell'apertura verso l'estero. Negli ultimi dieci anni, un numero crescente di piccole imprese ha rivolto la propria attenzione ai mercati internazionali e questo processo è avvenuto con un'accelerazione progressiva proprio a partire dal 2007, punto di massimo del precedente ciclo economico. Altro aspetto

interessante è il ruolo giocato da **reti relazionali** e **tecnologie**. I primi contatti con gli operatori stranieri derivano soprattutto dalla ricerca diretta, tramite fiere di settore, Internet, banche dati e contatti forniti da altre imprese.

Il mercato del credito

La fase congiunturale recessiva ha continuato a incidere in misura significativa sul mercato del credito, determinando una **domanda di finanziamenti bancari** in moderato incremento e un rafforzamento del **rapporto banca-impresa**. Più in particolare, le aziende intervistate segnalano che il rapporto con gli istituti bancari si è mantenuto stabile e, soprattutto nel caso delle piccole, si registra un rafforzamento nel tempo del ruolo della banca principale. Quasi metà delle piccole si affida a un'unica banca e la maggioranza dei rispondenti intrattiene rapporti stabili con al massimo due banche, segnale questo della ricerca di un rapporto privilegiato con un unico intermediario, che accompagni l'impresa in un cammino di crescita al di là della mera erogazione di credito.

Contatti:

Media Relations: Tel. +39 02 88628236; e-mail: MediaRelations@unicredit.eu