

Elaborazione flash

Ufficio Studi Confartigianato Vicenza

01/12/2016

Mondi digitali: sistema di impresa e domanda di beni e servizi Alcuni dati dell'indagine su Manifattura digitale, Innovazione e Subfornitura

SINTESI

Da una indagine svolta da Confartigianato risulta che in provincia di Vicenza le imprese digitali sono il 30,3%. La conoscenza delle tecnologie digitali è molto diffusa a Vicenza con il 75,8% delle imprese che conoscono almeno una tecnologia digitale tra quelle esaminate, in particolare la Manifattura 3D, utilizzata da 2 imprese digitali su 3.

Tuttavia, risulta ancora bassa la propensione all'export e ad aprirsi a nuovi canali di vendita.

Di contro, gli acquisti online in Italia hanno visto una forte crescita negli ultimi anni: oggi 1 veneto su 3 (38,0%) compra online, dieci anni fa era solo il 16,1% a fare acquisti su internet. Ma le imprese sono ancora orientate in forte misura ai mercati regionali (40,2% delle imprese manifatturiere venete).

Considerando gli acquisti medi effettuati online e la propensione all'acquisto, per i soli prodotti di abbigliamento, calzature e articoli per la casa si stima una spesa potenziale di 2.236 milioni di euro all'anno da parte degli italiani (veneti esclusi), che rappresenta un mercato potenzialmente intercettabile dalle 1.697 imprese vicentine (7.473 venete) dei relativi settori attraverso l'utilizzo delle piattaforme di e-commerce.

PRESENTAZIONE

L'Italia sconta forti ritardi digitali, in particolare per quanto riguarda il commercio elettronico: nel 2015 la propensione ad effettuare acquisti online tra la popolazione italiana, pari al 26%, è ancora molto bassa rispetto alla media europea (53%), tanto da collocare l'Italia tra le ultime posizioni seguita soltanto da Cipro, Bulgaria e Romania. Anche la propensione delle PMI ad effettuare vendite online è bassa, pari all'11%, posizionando l'Italia al quart'ultimo posto seguita da Lussemburgo, Grecia e Bulgaria.

Proprio la capacità delle PMI ad essere presenti anche nel mercato unico digitale può portare a una maggiore crescita economica e favorire la competitività, grazie anche alla spinta all'innovazione generata dalle sinergie internazionali.

Nel presente lavoro analizziamo il tema del mondo digitale dal punto di vista della domanda e dell'offerta.

Nella prima parte vengono presentate le caratteristiche digitali delle micro e piccole imprese vicentine, riportando i risultati dell'indagine su Manifattura digitale, Innovazione e Subfornitura promossa dalla Direzione Politiche economiche di Confartigianato.

Il secondo paragrafo, invece, analizza le abitudini dei veneti agli acquisti online e mostra il potenziale vantaggio economico che otterrebbero le imprese vicentine, e venete, aprendosi a nuovi mercati extra regionali ed esteri attraverso l'e-commerce.

Elaborazione Flash

Indagine Manifattura digitale, Innovazione e Subfornitura – risultati della provincia di Vicenza

Nel presente paragrafo vengono presentati i risultati - limitatamente alla provincia di Vicenza - dell'indagine su **Manifattura digitale, Innovazione e Subfornitura** (Confartigianato, 2016), svolta dal 1 aprile al 20 maggio 2016, a cui hanno partecipato 64 imprenditori artigiani e di micro e piccole imprese fino a 20 addetti.

Il *core* dell'indagine riguarda la conoscenza e l'utilizzo delle tecnologie digitali da parte delle MPI e in particolare i) Manifattura 3D, ii) Internet delle cose, iii) Social Manufacturing e/o *Cloud computing*, iv) Realtà aumentata, v) Realtà virtuale, vi) Robotica e vii) Nanotecnologie e materiali avanzati. Nel dettaglio **le imprese digitali – che conoscono ed utilizzano almeno una delle sette tecnologie esaminate – sono il 30,3%**, superiore all'incidenza del 29,6% osservata tra tutte le imprese che hanno partecipato all'indagine. Un ulteriore 8,7% conosce almeno una e ha intenzione di utilizzarne almeno una nel prossimo biennio.

Nel complesso, la **conoscenza delle tecnologie digitali risulta molto diffusa nel territorio vicentino** dato che la quota di imprese che conoscono almeno una tecnologia digitale è pari al 75,8% contro la quota del 60,4% osservata tra tutte le imprese rispondenti; di contro il 24,2% di imprese non ne conosce e non ne utilizza nemmeno una.

Imprese artigiane e MPI che conoscono, usano o utilizzeranno in futuro almeno una tecnologia digitale* in Vicenza

% medie ponderate

| | Conosce almeno una tecnologia digitale | Conosce e utilizza almeno una tecnologia digitale** | Conosce ed ha intenzione di utilizzare in futuro almeno una tecnologia digitale | Non conosce, non utilizza e non utilizzerà alcuna tecnologia |
|------------------------------|--|---|---|--|
| Meccanica | 91,6 | 62,0 | 18,3 | 8,4 |
| Altri settori manifatturieri | 70,2 | 19,0 | 5,4 | 29,8 |
| TOTALE | 75,8 | 30,3 | 8,7 | 24,2 |

* Manifattura 3D, internet delle cose, social manufacturing e/o cloud computing, realtà aumentata, realtà virtuale, robotica e nanotecnologie e materiali avanzati

** Imprese digitali

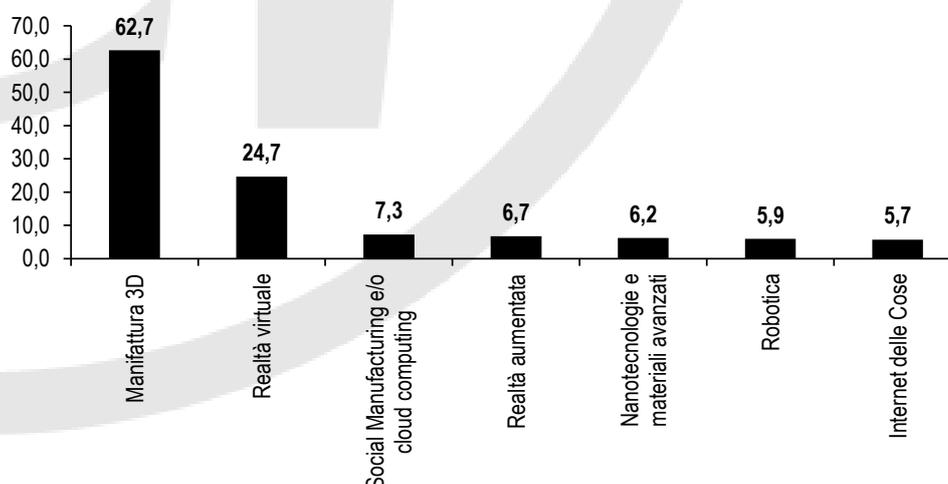
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati indagine manifattura digitale, innovazione e subfornitura

La **quota di imprese digitali** è maggiore nel comparto della Meccanica e pari al 62,0% del totale, mentre le imprese degli Altri settori manifatturieri la quota è pari al 19,0%.

Si osserva una crescita dell'incidenza delle imprese digitali al salire della dimensione aziendale: l'uso di almeno una tecnologia passa dal 21,4% delle micro imprese fino a 10 addetti al 36,4% delle imprese con più di 10 addetti.

Quota imprese digitali utilizzatrici delle tecnologie digitali a Vicenza

% di imp. digitali usa la tecnologia su tot. imp. digitali - % ponderate per n. imp. <20 addetti per settore e dimensione del totale Italia



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati indagine manifattura digitale, innovazione e subfornitura

Elaborazione Flash

Confartigianato Vicenza – Via Enrico Fermi 134 – 36100 Vicenza – tel. 0444.398358 – fax 0444.961003 - www.confartigianatovicenza.it Twitter: @AssoartigianiVi

Elaborazione: Carlotta Andracco, Ufficio Studi Confartigianato Vicenza. Coordinamento: Direttore Generale Pietro Francesco De Lotto.

Direzione scientifica: Enrico Quintavalle, Responsabile Ufficio Studi Confartigianato.

La **Manifattura 3D** risulta la tecnologia digitale, tra quelle esaminate, più diffusa essendo presente nel 62,7% delle imprese digitali vicentine, segue a distanza la **Realtà virtuale** con il 24,7%; relativamente meno diffuse le altre tecnologie digitali quali **Social Manufacturing e/o Cloud computing** con il 7,3%, la **Realtà aumentata** con il 6,7%, **Nanotecnologie e materiali avanzati** con il 6,2%, **Robotica** con il 5,9% e **Internet delle cose** con il 5,7%.

Le imprese digitali risultano **strutturate e longeve**: tra le imprese che utilizzano almeno una tecnologia digitale il 36,4% hanno almeno 10 addetti e il 92,6% sono in attività da oltre 16 anni. L'innovazione, quindi, non risulta essere patrimonio solo delle start-up ma è presente una quota rilevante di **imprese mature che nel tempo hanno avuto la capacità di crescere e di adattarsi ai cambiamenti economici e tecnologici**.

Nell'ultimo triennio **oltre la metà delle imprese digitali (52,9%) ha introdotto dei cambiamenti** nella propria attività: in particolare, il 39,3% delle imprese digitali ha **ampliamento il numero di committenti**, il 14,0% ha mantenuto il tradizionale settore di attività ma è entrata anche in nuovi settori, ed il 12,5% è entrata in nuovi mercati esteri.

Oltre ad introdurre cambiamenti **le imprese digitali hanno investito in innovazione**: negli ultimi due anni più della metà delle imprese digitali (56,5%) ha investito in nuove tecnologie, il 41,8% ha investito per il miglioramento di prodotti, servizi o processi. In misura minore le imprese digitali hanno investito nell'utilizzo di processi e tecniche di produzione innovative (4,0%), nell'uso di materiali innovativi (3,5%) e nella realizzazione di prodotti/servizi innovativi (2,3%).

Tuttavia, le imprese digitali risultano ancora poco inclini all'export e all'attivazione di nuovi canali di vendita: solo il 16,4% delle imprese digitali vendono all'estero i propri prodotti/servizi, e solo il 5,5% ha attivato nuovi canali di vendita. Le nuove opportunità offerte da internet quale luogo di interscambio commerciale possono aiutare le imprese ad ampliare il loro mercato di riferimento aprendo nuovi sbocchi anche all'estero.

Le caratteristiche delle imprese digitali della provincia di Vicenza
% sul totale delle imprese digitali

| Ambito | Variabile | IMPRESE DIGITALI |
|---|---|------------------|
| CARATTERI STRUTTURALI | > 10 addetti | 36,4 |
| | > 16 anni di attività | 92,6 |
| | < 10 anni | 6,1 |
| | imprese in subfornitura/subappalto | 39,1 |
| INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE | utilizzo di processi e tecniche di produzione innovative | 4,0 |
| | realizzazione di prodotti/servizi innovativi | 2,3 |
| | uso di materiali innovativi | 3,5 |
| | investimenti in nuove tecnologie | 56,5 |
| AREA DEDICATA ALLA RICERCA NELL'IMPRESA | miglioramento di prodotti, servizi o processi esistenti | 41,8 |
| | ricerca su tecniche e processi di produzione | 12,2 |
| | ricerca sui prodotti, modelli e prototipi | 31,6 |
| | marchi e brevetti (posseduti e potenziali) | 8,2 |
| VALORE ARTIGIANO | rigenerazione di prodotto | 7,7 |
| | riparazione di prodotto | 58,6 |
| | Altre imprese (utilizzando loro personale e/o loro laboratori) | 41,7 |
| EXPORT e VENDITE | imprese che vendono all'estero prodotti/servizi | 16,4 |
| | fatturato > =+5% 2014-2015 | 21,2 |
| CAMBIAMENTI | Ha attivato nuovi canali di vendita | 5,5 |
| | è entrata in nuovi mercati esteri | 12,5 |
| | Ha ampliato il numero dei committenti | 39,3 |
| | Ha mantenuto il tradizionale settore di attività, ma è entrata in uno o più nuovi settori | 14,0 |
| | Non ha introdotto nessun cambiamento | 47,1 |
| CAPITALE UMANO | competenze professionali informatica | 11,4 |
| | competenze professionali elettronica | 1,7 |
| | competenze professionali progettazione CAD-CAM | 60,8 |
| | titolo di studio: laurea e post-laurea | 3,0 |

Elaborazioni Ufficio Studi Confartigianato su dati indagine su manifattura digitale, innovazione e subfornitura

Elaborazione Flash

Confartigianato Vicenza – Via Enrico Fermi 134 – 36100 Vicenza – tel. 0444.398358 – fax 0444.961003 - www.confartigianatovicenza.it Twitter: @AssoartigianiVi
Elaborazione: Carlotta Andracco, Ufficio Studi Confartigianato Vicenza. Coordinamento: Direttore Generale Pietro Francesco De Lotto.
Direzione scientifica: Enrico Quintavalle, Responsabile Ufficio Studi Confartigianato.

La digitalizzazione è avvenuta in modo intenso all'interno delle filiere produttive: il 39,1% delle imprese digitali indica **relazioni di subfornitura/appalto**, che favoriscono lo scambio anche culturale tra imprese.

Mantengono, comunque, una **vocazione alla rigenerazione e riparazione dei prodotti**, caratteristica tipica del mondo artigiano, con il 58,6% delle imprese digitali che effettuano riparazione di prodotti, mentre la rigenerazione dei prodotti è realizzata dal 7,7% delle imprese digitali.

Sul fronte della **ricerca svolta con risorse dedicate** – area dedicata e/o responsabile – le imprese digitali mostrano una forte propensione alla ricerca sui prodotti, modelli e prototipi realizzata dal 31,6% delle imprese digitali e alla ricerca su tecniche e processi di produzione realizzata dal 12,2% delle imprese digitali, mentre solo l'8,2% delle imprese digitali possiede **un marchio e/o un brevetto** e/o una invenzione registrata o con le adeguate potenzialità/caratteristiche per essere soggetta a registrazione in futuro.

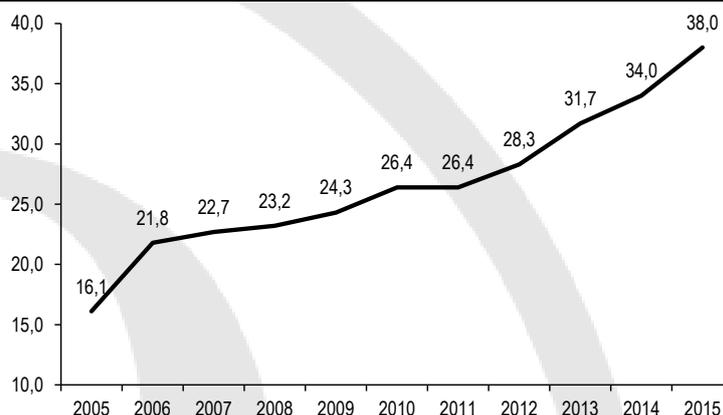
La quota di imprese con competenze professionali nella progettazione CAM/CAD è del 60,8% nelle imprese che utilizzano le tecnologie digitali, mentre l'11,4% delle imprese digitali presenta competenze professionali di informatica.

E-commerce: beni e servizi maggiormente acquistati in Veneto e imprese potenzialmente interessate

Nell'ultimo decennio si è assistito ad un progressivo e costante incremento del ruolo di **internet** anche come **luogo di scambio commerciale**. La **quota di persone che hanno effettuato ordini e acquisti on-line è più che raddoppiata** passando dal 16,1% del 2005 al 38,0% del 2015. Nel solo ultimo anno è cresciuta di ben 4 punti percentuali.

Andamento incidenza persone che hanno effettuato acquisti on-line in Italia

Anni 2005-2015; incidenza persone di 14 anni che hanno ordinato o comprato merci e/o servizi per uso privato su Internet negli ultimi 12 mesi



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat

I prodotti maggiormente acquistati *on-line* dai veneti sono **Pernottamenti per vacanze** acquistati nel 35,2% dei casi, seguiti da **Abiti, articoli sportivi** per il 32,3%, dalle **Altre spese di viaggio per vacanza** (biglietti ferroviari, aerei, noleggio auto ecc.) per il 26,8%, da **Articoli per la casa** (mobili, giocattoli ecc.) per il 26,4% e **Libri** (inclusi e-book) acquistati nel 22,0% dei casi.

Escludendo gli acquisti legati all'organizzazione vacanze, i primi prodotti acquistati *on-line* sono legati a settori di eccellenza dell'artigianato del nostro territorio.

Acquisto prodotti on-line da utenti Internet

2015; % di coloro che hanno ordinato/comprato merci e/o servizi su Internet per uso privato negli ultimi 12 mesi; persone di 14 anni e più

| | Italia | Veneto |
|---|--------|--------|
| pernottamenti per vacanze | 31,0 | 35,2 |
| abiti, articoli sportivi | 37,1 | 32,3 |
| altre spese di viaggio per vacanze | 28,7 | 26,8 |
| articoli per la casa | 26,1 | 24,3 |
| libri (inclusi e-book) | 24,6 | 22,0 |
| attrezzature elettroniche | 19,7 | 20,9 |
| biglietti per spettacoli | 18,5 | 18,3 |
| film, musica | 10,1 | 11,9 |
| servizi di telecomunicazione | 9,2 | 8,5 |
| software per computer e/o aggiornamenti | 7,0 | 7,5 |
| hardware per computer | 7,1 | 6,6 |
| videogiochi e/o loro aggiornamenti | 6,3 | 6,2 |
| prodotti alimentari | 6,0 | 5,3 |
| azioni, servizi finanziari e/o assicurativi | 4,1 | 4,9 |
| giornali, riviste | 3,8 | 3,8 |
| materiale per la formazione a distanza | 2,2 | 2,4 |
| farmaci | 1,6 | 2,2 |
| biglietti per lotterie o scommesse | 0,8 | 0,3 |
| altro | 10,6 | 9,8 |

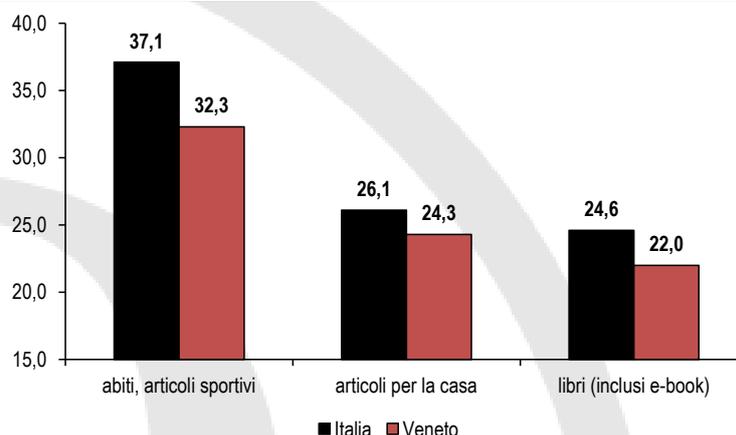
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat

Elaborazione Flash

Confartigianato Vicenza – Via Enrico Fermi 134 – 36100 Vicenza – tel. 0444.398358 – fax 0444.961003 - www.confartigianatovicenza.it Twitter: @AssoartigianiVi
 Elaborazione: Carlotta Andracco, Ufficio Studi Confartigianato Vicenza. Coordinamento: Direttore Generale Pietro Francesco De Lotto.
 Direzione scientifica: Enrico Quintavalle, Responsabile Ufficio Studi Confartigianato.

Le imprese venete aprendosi al mercato dei navigatori in rete possono beneficiare di maggiori propensioni all'acquisto online di prodotti tipici dell'artigianato da parte degli utenti delle altre regioni. Si osserva, infatti, che i prodotti maggiormente acquistati online in Italia sono **Abiti e articoli sportivi** acquistati nel 37,1% dei casi, pari a 4,8 punti percentuali in più rispetto al 32,3% del Veneto, seguiti dagli **articoli per la casa** acquistati dal 28,7% degli italiani contro il 26,8% dei veneti, e i **libri (inclusi e-book)** acquistati dal 24,6% degli utenti internet italiani, pari a 2,6 punti percentuali in più del 22,0% del Veneto.

Acquisto prodotti on-line da utenti internet: confronto Italia e Veneto per abbigliamento, articoli casa e libri
2015; % persone 14 anni e più che hanno ordinato o comprato merci e/o servizi su Internet per uso privato negli ultimi 12 mesi



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat

Se da una parte si verifica un incremento delle vendite online e delle persone che effettuano acquisti in internet, dall'altra parte troviamo imprese che sono "confinare" nei territori nazionali: in Veneto **quasi 4 imprese manifatturiere su 5**, pari al 78,4%, **hanno come mercato di riferimento il mercato nazionale**, e quasi 4 su 10, pari al 40,6% non esce dai confini regionali per quanto riguarda il proprio mercato di riferimento.

Percentuale inferiori, ma comunque notevolmente elevate, si osservano per le **attività economiche potenzialmente e maggiormente interessate all'e-commerce**: il 34,5% delle imprese di **Altre industrie manifatturiere** (oreficeria e occhialeria) hanno come mercato di riferimento quello regionale, seguono la **Fabbricazione di Mobili** con il 36,5% delle imprese con mercato regionale di riferimento, gli **Articoli di abbigliamento, anche in pelle e pelliccia** con il 38,1%, gli **Articoli in pelle e simili** con il 38,8% e, infine, le **Industrie tessili** con il 42,2% delle imprese con mercato regionale di riferimento.

Mercati di riferimento dei settori manifatturieri interessati all'e-commerce

anno 2011 - incidenze percentuali, imprese con 3 e più addetti. Divisioni Ateco2007

| Principali Divisioni | mercato regionale | | mercato nazionale | | mercato estero | |
|---|-------------------|-------------|-------------------|-------------|----------------|-------------|
| | Italia | Veneto | Italia | Veneto | Italia | Veneto |
| Industrie tessili | 41,3 | 42,2 | 78,9 | 81,4 | 21,1 | 18,6 |
| Articoli di abbigliamento, anche in pelle e pelliccia | 34,2 | 38,1 | 75,5 | 79,0 | 24,5 | 21,0 |
| Articoli in pelle e simili | 34,5 | 38,8 | 69,8 | 74,3 | 30,2 | 25,7 |
| Fabbricazione di mobili | 40,1 | 36,5 | 75,7 | 74,2 | 24,3 | 25,8 |
| altre industrie manifatturiere (orafo e occhialeria) | 42,5 | 34,5 | 77,2 | 72,3 | 22,8 | 27,7 |
| altri settori manifatturieri | 44,6 | 39,8 | 80,9 | 78,6 | 19,1 | 21,4 |
| Totale attività manifatturiere | 45,2 | 40,6 | 80,5 | 78,4 | 19,5 | 21,6 |

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat

Elaborazione Flash

In un contesto di imprese con un mercato prevalentemente locale, **l'accessibilità ad una piattaforma di e-commerce permetterebbe**, anche alle piccole e medie imprese, **di aprirsi a nuovi mercati**, sia nazionali che esteri.

Prendendo in considerazione i soli settori maggiormente interessati all'e-commerce, si stimano **1.697 imprese vicentine di abbigliamento, tessuti, pelle, mobili e altre manifatture che potrebbero aprirsi ai mercati nazionali ed internazionali grazie all'utilizzo di internet**. All'interno di queste imprese che potenzialmente possono espandere il proprio mercato quelle con maggiore potenziale sono le imprese che lavorano prevalentemente in conto proprio, anziché in subfornitura, che sono pari al 55,6% del totale.

Stima imprese con mercato di riferimento regionale nei settori maggiormente interessati all'e-commerce
imprese registrate II trim. 2016

| Divisioni | quota imprese con mercato di riferimento regionale | provincia di Vicenza | | Veneto | |
|--|--|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| | | imprese reg. II trim. 2016 | stima imprese con mercato regionale | imprese reg. II trim. 2016 | stima imprese con mercato regionale |
| Industrie tessili | 42,2 | 394 | 166 | 1.590 | 671 |
| Articoli di abbigliamento, anche in pelle e pelliccia | 38,1 | 1.166 | 444 | 6.332 | 2.412 |
| Articoli in pelle e simili | 38,8 | 968 | 376 | 2.898 | 1.124 |
| Fabbricazione di mobili | 36,5 | 763 | 278 | 4.759 | 1.737 |
| Altre industrie manifatturiere (orafo e occhialeria) | 34,5 | 1.254 | 433 | 4.430 | 1.528 |
| totale settori interessati all'e-commerce attività manifatturiere | 40,6 | 4.545 | 1.697 | 20.009 | 7.473 |
| | | 13.780 | 5.595 | 59.785 | 24.273 |

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat

Per poter stimare il **potenziale impatto economico sulle imprese vicentine e venete derivante dall'utilizzo di piattaforme di e-commerce** prendiamo in considerazione i dati dell'Osservatorio Acquisti di CartaSi che analizza il comportamento di acquisto degli italiani con carta di credito.

Nell'Osservatorio viene pubblicato lo scontrino medio per acquisto online per varie voci di prodotti: nel caso di Abbigliamento e calzature lo scontrino medio per acquisto su piattaforme di e-commerce è pari a 57,90 euro, e sale a 92,20 euro se si tratta di Beni per la casa¹.

Considerando gli acquirenti online in Italia – escluso il Veneto – che comprano online Abiti, articoli sportivi e Articoli per la casa e assumendo l'ipotesi che tutti effettuino un solo acquisto, **si stima una potenziale spesa di 2.235,9 milioni di euro**, che rappresenta un **mercato potenzialmente intercettabile dalle imprese vicentine e venete dei relativi settori attraverso l'utilizzo di piattaforme di e-commerce**.

Stima spesa online di Abbigliamento, calzature e Beni per la casa in Italia, escluso il Veneto
anno 2015 - acquirenti online di 14 anni e più degli ultimi 12 mesi

| voci di spesa | scontrino medio per acquisto online (euro) | acquirenti online in Italia, escl. Veneto (mln) | stima spesa online Italia, escl. Veneto (mln di euro) |
|---------------------------|--|---|---|
| Abbigliamento e calzature | 57,9 | 18,3 | 1.057,5 |
| Beni per la casa | 92,2 | 12,8 | 1.178,4 |
| Totale | | 31,1 | 2.235,9 |

Elaborazione ufficio Studi Confartigianato Vicenza su dati Istat e Osservatorio Acquisti CartaSi

Fonti dati

CARTASI, *Book Osservatorio Acquisti CartaSi 2016*

CONFARTIGIANATO (2016), *L'economia ibrida, valori artigiani e tecnologie digitali, Rapporto 2016*

ISTAT, *Censimento Industria e Servizi 2011*

ISTAT, *I.Stat, datawarehouse dell'Istat*

ISTAT, *Annuario 2016, Commercio estero e attività internazionali delle imprese*

¹ La voce di spesa Abbigliamento e calzature include articoli di abbigliamento, calzature, pelliccerie e accessori moda, mentre la voce di spesa Beni per la casa considera elettrodomestici, mobilifici, arredamento e casalinghi.

Elaborazione Flash

Confartigianato Vicenza – Via Enrico Fermi 134 – 36100 Vicenza – tel. 0444.398358 – fax 0444.961003 - www.confartigianatovicenza.it Twitter: @AssoartigianiVi

Elaborazione: Carlotta Andracco, Ufficio Studi Confartigianato Vicenza. Coordinamento: Direttore Generale Pietro Francesco De Lotto.

Direzione scientifica: Enrico Quintavalle, Responsabile Ufficio Studi Confartigianato.