
Post 3: Gli investimenti delle imprese in nuovi modelli di business

Il 2020, nonostante (o a causa) della pandemia, è stato caratterizzato da un'accelerazione sulla trasformazione digitale.

L'indagine Excelsior-Unioncamere ha censito gli investimenti in digital transformation nel 2020 che sono poi stati riclassificati in tre ambiti di intervento: tecnologie, modello organizzativo e sviluppo di nuovi modelli di business.

Il campo di osservazione dell'indagine considera nel complesso circa 1.430.000 imprese dell'industria e dei servizi, che hanno programmato 3,2 milioni di entrate nel corso del 2020.

Il 65,2% di queste imprese ha effettuato investimenti della digital transformation. I grafici che seguono mostrano come è cambiata nel tempo la propensione a queste tipologie di investimenti nei diversi settori e territori. Inoltre il grafico «Tree map» evidenzia gli ambiti nei quali le imprese hanno maggiormente investito, con le principali finalità in evidenza.

Nei post che vi proponiamo ogni ambito viene approfondito con informazioni sia di livello nazionale che territoriale.

Oggetto di questo post è l'investimento in nuovi modelli di business con un focus dedicato al *Digital Marketing*, da intendersi come l'utilizzo di canali/strumenti digitali per la promozione e vendita dei prodotti/servizi.



UNIONCAMERE



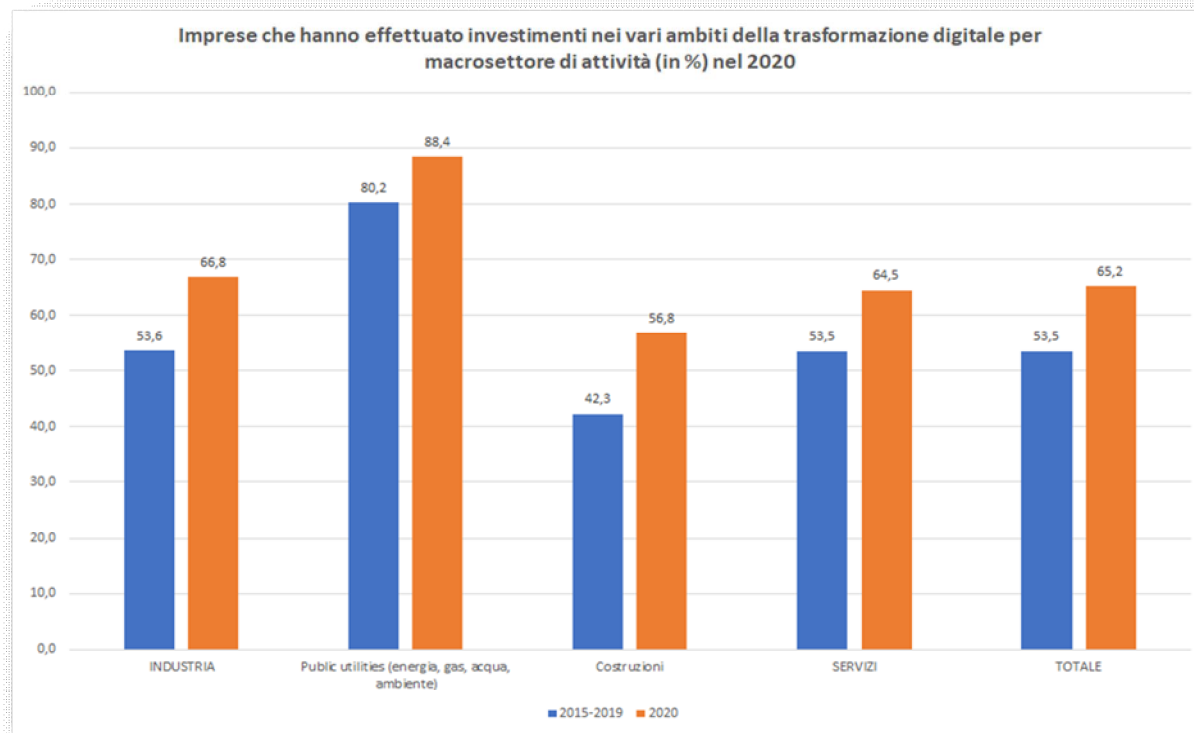
CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



Il 2020, nonostante (o a causa) della pandemia, è stato caratterizzato da un'accelerazione sulla trasformazione digitale.

Nel 2020 è aumentato il numero di imprese che hanno investito in trasformazione digitale rispetto al periodo 2015-2019: come illustrato in grafico, nel complesso dei settori la quota di imprese investitrici passa dal 53,5% al 65,2%.

Analizzando il dato per macro settori di attività, l'industria passa dal 53,6% del periodo pre-covid al 66,8% del 2020, quello dei servizi dal 53,5% al 64,5% del 2020. Elevato anche il balzo del settore delle costruzioni passato dal 42,3% al 56,8%



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



La propensione ad investire in digital transformation: confronti territoriali.

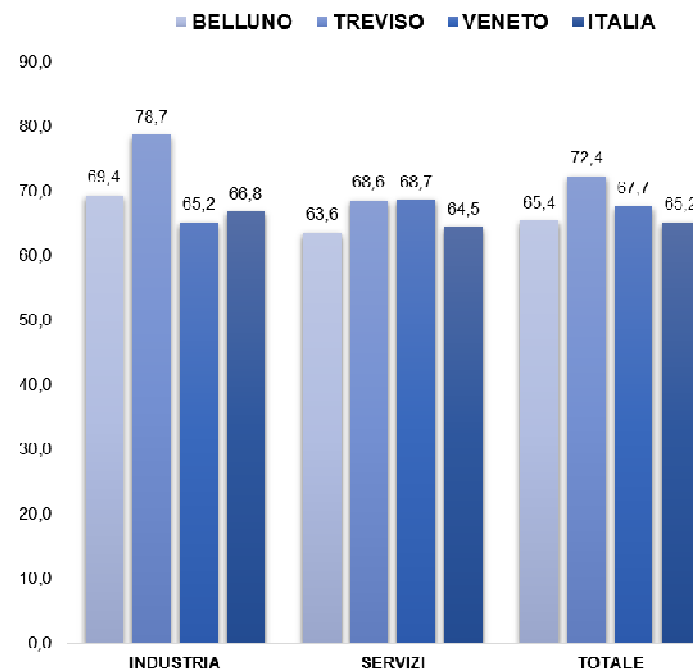
Dal punto di vista territoriale, si osserva una maggiore propensione a investire nella trasformazione digitale da parte delle imprese localizzate nelle regioni del Nord. In Veneto è del 67,7% la quota di imprese che hanno investito in trasformazione digitale. Questa quota sale al 72,4% per la provincia di Treviso, grazie alle imprese dell'industria (78,7%), mentre per Belluno la quota complessiva è in linea con il dato nazionale, nonostante sfiori il 70% nell'industria.

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL 2020 PER REGIONE

(% sul totale imprese per regione)



IMPRESE CHE HANNO EFFETTUATO INVESTIMENTI IN DIGITAL TRANSFORMATION NEL 2020 PER TERRITORIO E MACRO SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA (% SUL TOTALE IMPRESE)



Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso. Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior



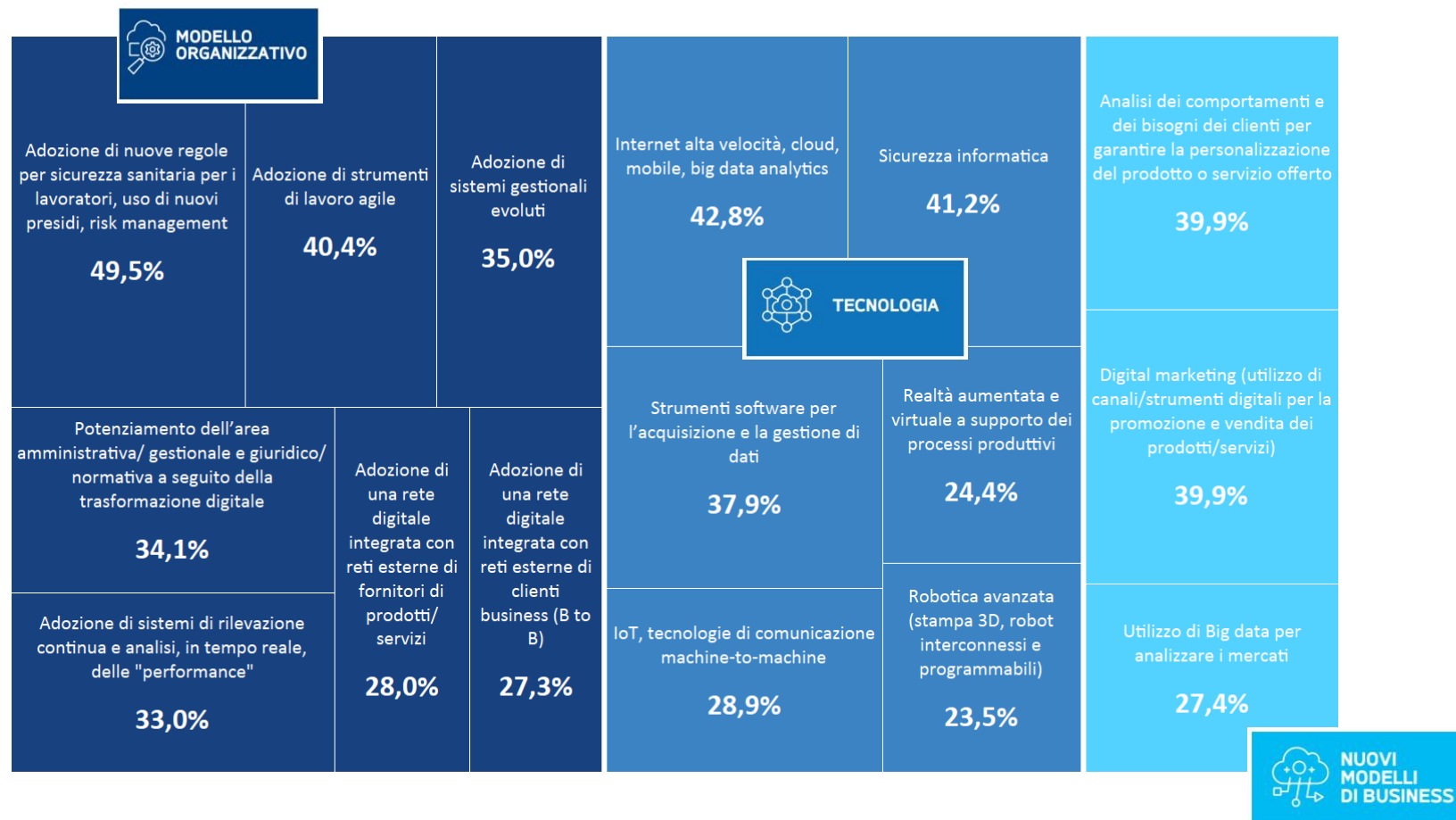
UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



Per uno sguardo di sintesi: gli ambiti della trasformazione digitale in cui le imprese italiane hanno maggiormente investito nel 2020, con le finalità di dettaglio



Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



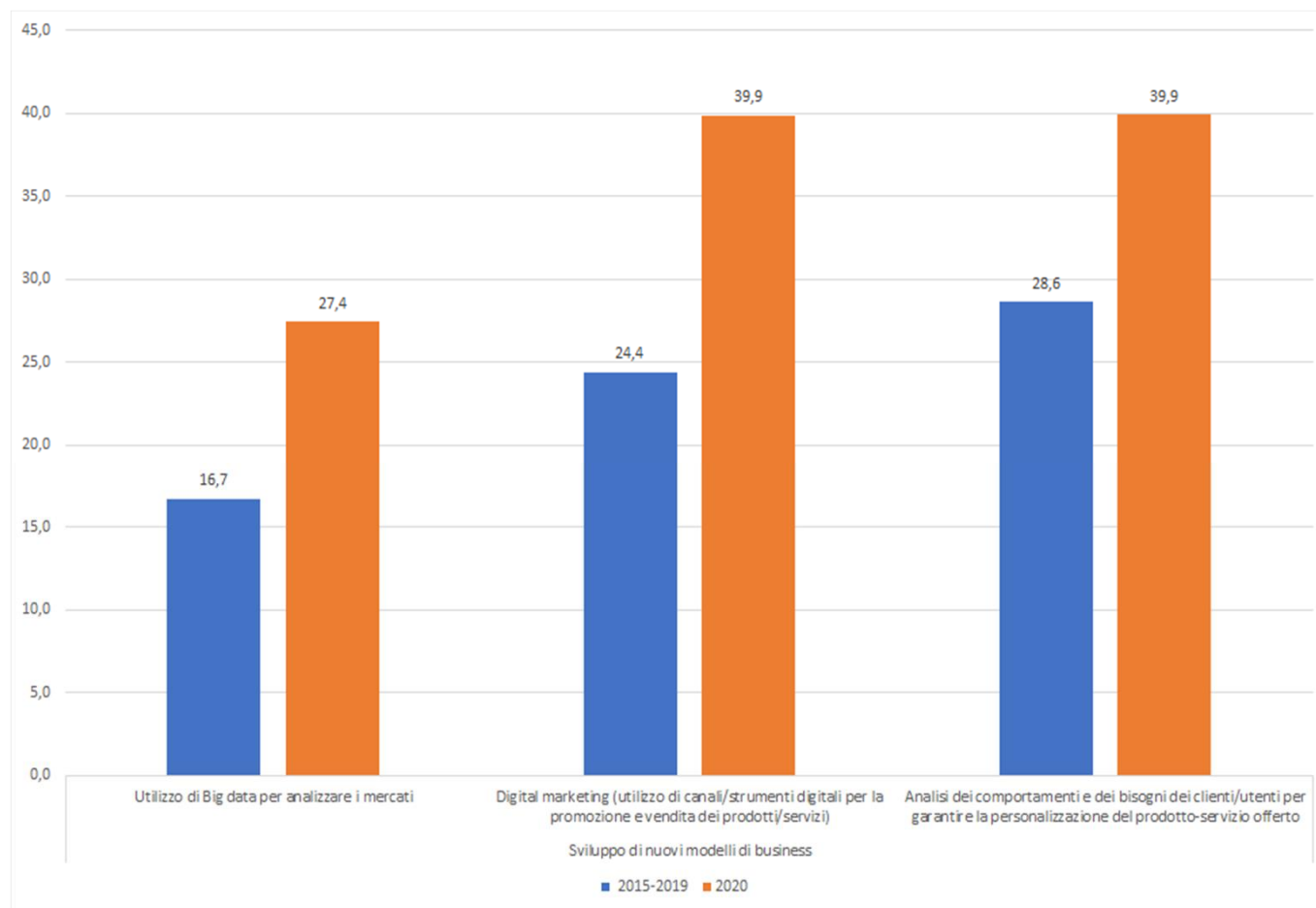
La contrazione macroeconomica del 2020 e i nuovi modelli di business nelle imprese.

La difficile congiuntura economica del 2020 ha costretto le imprese a reagire, anche intervenendo sui modelli di business: in particolare, ponendo maggiore attenzione ad un uso più proficuo dei dati aziendali (di produzione, di processo e di vendita) per perseguire i seguenti obiettivi: efficientamento dei processi, analisi dei mercati, analisi di dettaglio delle abitudini di consumo dei clienti, margini di personalizzazione della gamma prodotti e dei servizi offerti.

Ne è prova il fatto che:

- “ la quota di imprese che ha investito sull’utilizzo di «Big data per analizzare i mercati» è passato dal **16,7%** del **2015-2019** al **27,4%** del **2020**;
- “ l’analisi dei comportamenti e dei bisogni dei clienti per garantire la personalizzazione del prodotto-servizio offerto ha interessato quasi il 40% delle imprese (rispetto al **28,6% pre-Covid**)
- “ **Gli investimenti in Digital marketing sono passati dal 24,4% del pre-covid al 39,9%.**

Sviluppo di nuovi modelli di business 2015 – 2019 e 2020



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



Gli investimenti in nuovi modelli di business delle imprese VENETE

Ambiti della trasformazione digitale pre e post Covid-19* (% sulle imprese che hanno effettuato investimenti)

■ pre-Covid19 (2015-2019) ■ post-Covid19 (2020)



* Imprese che hanno dichiarato di aver effettuato investimenti di elevata importanza per le strategie aziendali nel periodo pre e post Covid19 relativamente a ciascun aspetto della trasformazione digitale.



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



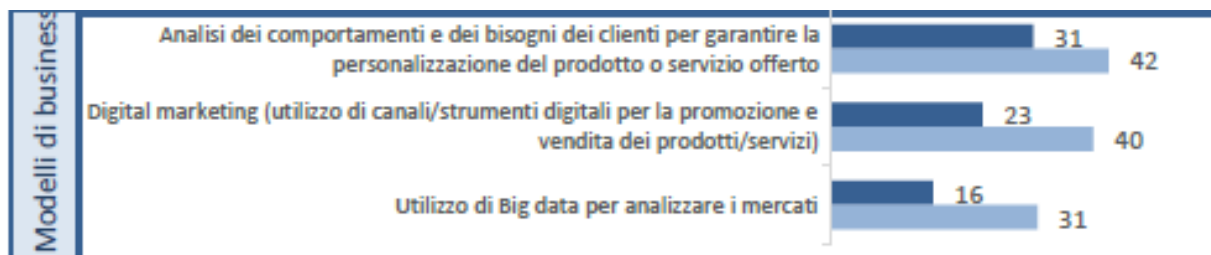
PROGETTO EXCELSIOR
SISTEMA INFORMATIVO
PER L'OCCUPAZIONE
E LA FORMAZIONE

Gli investimenti in nuovi modelli di business delle imprese TREVIGIANE e BELLUNESI

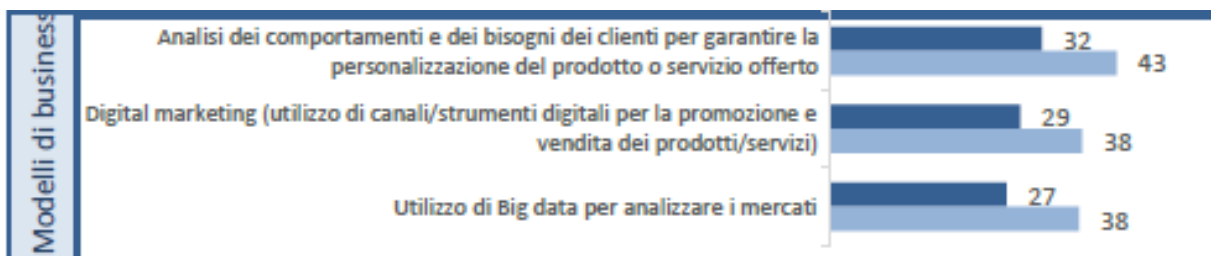
Ambiti della trasformazione digitale pre e post Covid-19*
(% sulle imprese che hanno effettuato investimenti)

■ pre-Covid19 (2015-2019) ■ post-Covid19 (2020)

TREVISO



BELLUNO



* Imprese che hanno dichiarato di aver effettuato investimenti di elevata importanza per le strategie aziendali nel periodo pre e post Covid19 relativamente a ciascun aspetto della trasformazione digitale.



UNIONCAMERE



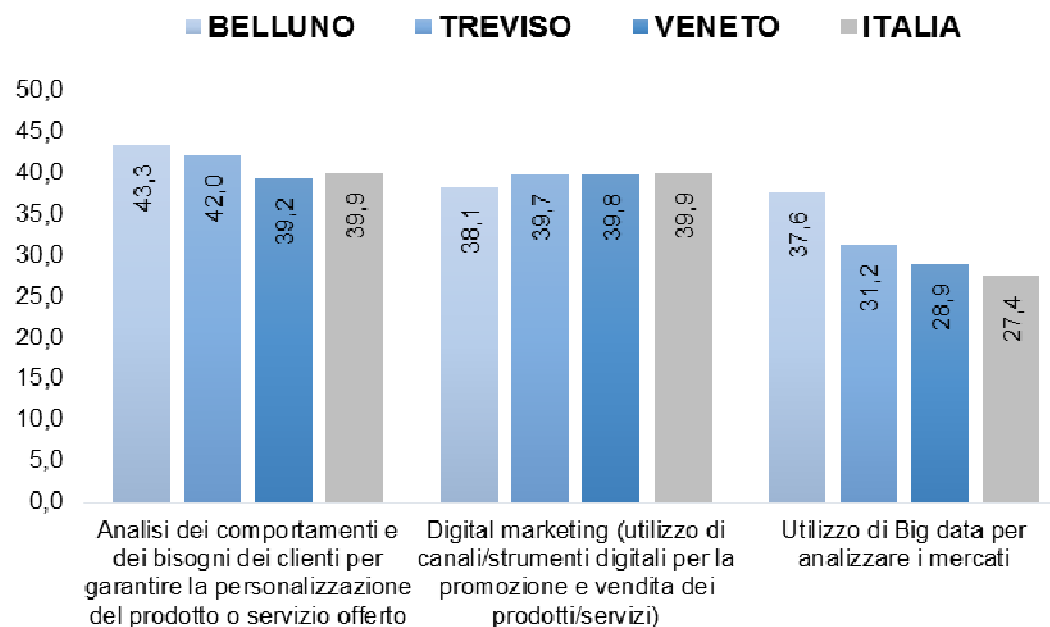
CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



PROGETTO EXCELSIOR
SISTEMA INFORMATIVO
PER L'OCCUPAZIONE
E LA FORMAZIONE

Gli investimenti in nuovi modelli di business delle imprese nel 2020: confronti territoriali

(% sulle imprese che hanno effettuato investimenti)



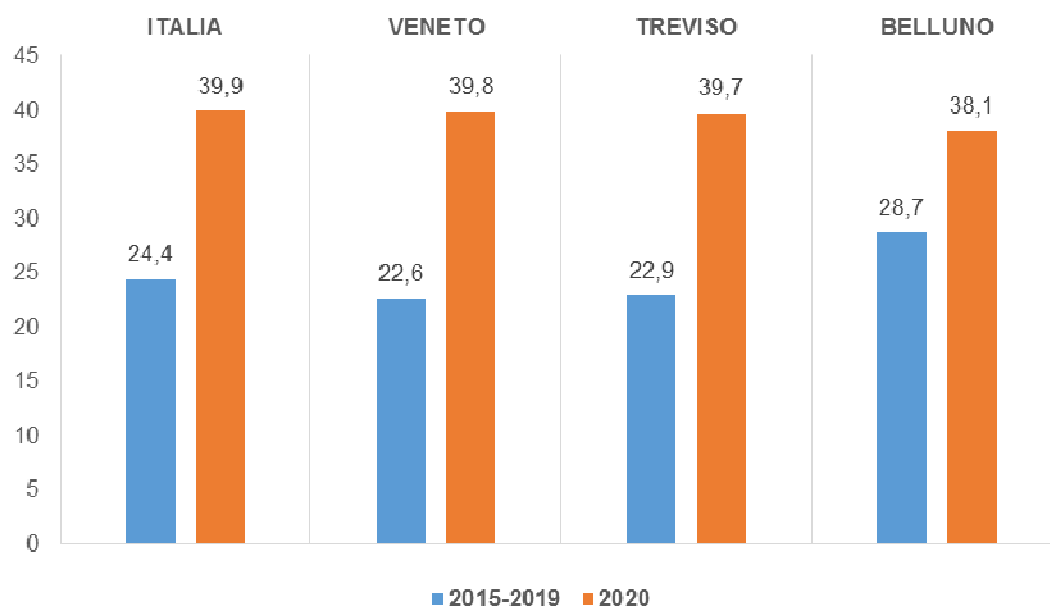
Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior

Durante il lockdown le aziende hanno incrementato l'utilizzo dei servizi digitali. In Italia il fenomeno, forse a causa dei gap strutturali, è risultato più intenso di quanto osservato in altri contesti internazionali. Ciò rende interessante il set di dati presentato nel focus che segue.

FOCUS: Digital marketing

Gli investimenti in digital marketing. Confronto: anni 2015 – 2019 e 2020 per territori.

La pandemia e il *lockdown* hanno costretto gli italiani a confrontarsi in maniera più attiva con internet e il mondo online, tanto che le imprese hanno dovuto accelerare il processo di apertura commerciale verso questo canale. Le nuove abitudini digitali dei cittadini implicano una sempre maggiore attenzione all'uso degli strumenti online per analizzare i dati dai mercati, per ascoltare le esigenze dei clienti e trasformare i propri business.

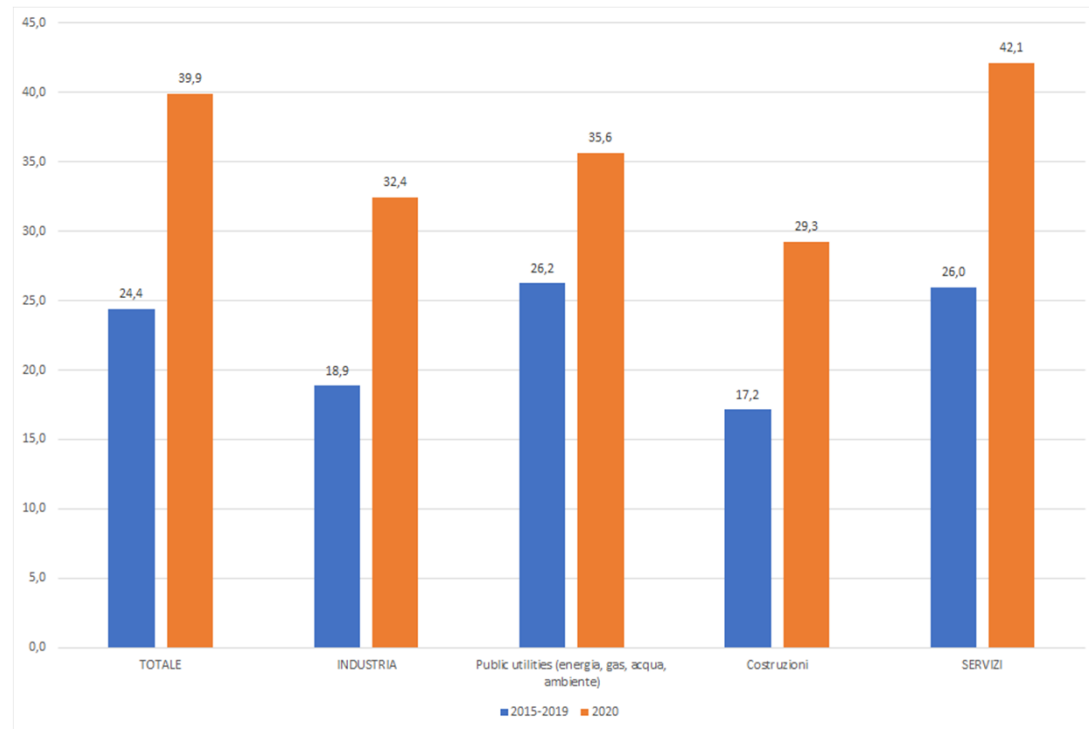


Analizzando gli investimenti strategici in digital marketing, ossia la quota di imprese che hanno dichiarato di aver investito “molto” e “moltissimo” in questa innovazione di business, occorre dire che c'è stato un notevole incremento: dal **24,4%** del periodo pre-covid al **39,9%**. Analogο incremento si osserva a livello territoriale.

Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior

ITALIA. Investimenti in digital marketing per macro settori, confronto: 2015 – 2019 e 2020

Per quanto concerne i macro settori di attività al primo posto i servizi con il **42,1%** nel 2020 (contro il **26%** del periodo precedente), a seguire public utilities con il **35,6%** (contro il **26,2%** del 2015-2019), l'industria passata dal **18,9%** del pre-covid al **32,4%** del 2020, all'ultimo posto il settore costruzioni con il **29,3%**.



UNIONCAMERE

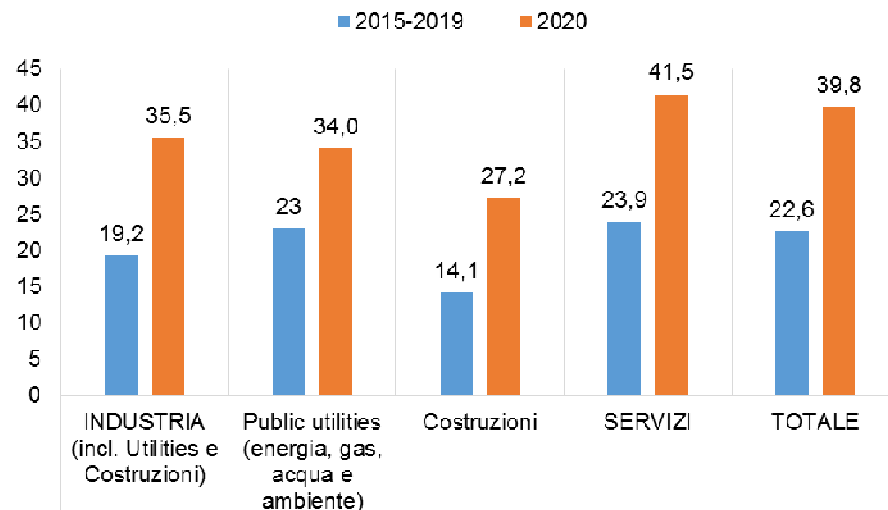


CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

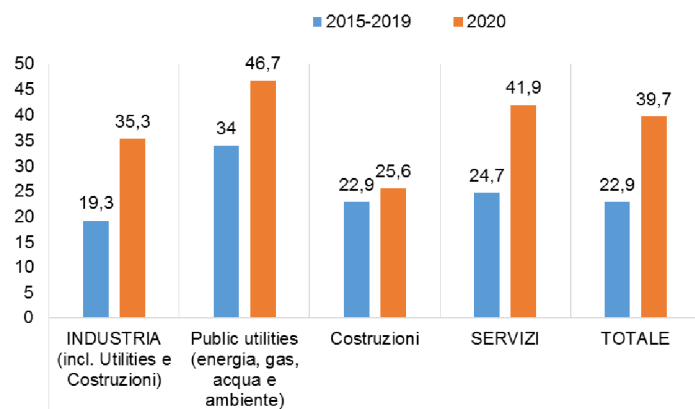


VENETO, TREVISO E BELLUNO. Investimenti in digital marketing per macro settori, confronto: 2015 – 2019 e 2020

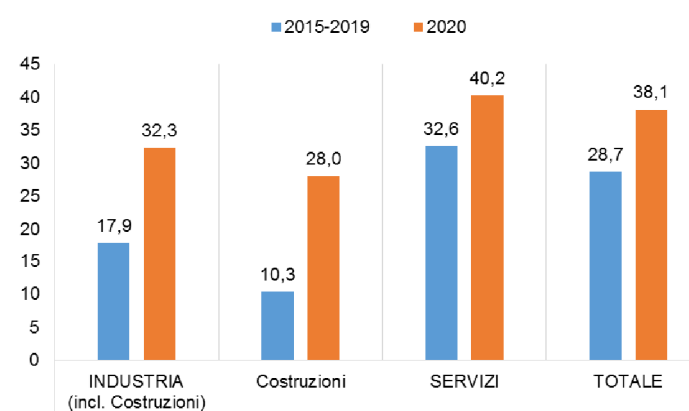
VENETO



TREVISO



BELLUNO



Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



PROGETTO EXCELSIOR
SISTEMA INFORMATIVO
PER L'OCCUPAZIONE
E LA FORMAZIONE

Analisi dei settori di attività che hanno fatto più ricorso al digital marketing

Nell'industria il settore che ha investito di più in digital marketing è quello delle "industrie chimiche, farmaceutiche e petrolifere" passato dal 32,2% del pre-covid al 43,7% del 2020 (+11,5 p.p.). Seguono le "industrie di beni per la casa, inclusi articoli sportivi" (dal 20,4% al 40,9%), le "industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature" (dal 23,6% al 39,2%), e le "industrie alimentari" che sono passate dal 17,5% al 35,4%. Le industrie con una minore quota di investimenti strategici sono "industrie del legno e del mobile" con il 29,3% e le industrie metallurgiche e dei prodotti in metallo con il 25,9%.

Nel comparto del commercio, tra i più in sofferenza a causa della pandemia, occorre sottolineare il balzo in avanti degli investimenti in digitale marketing per il "commercio all'ingrosso" passato dal 21,2% del pre covid al 41,5% del 2020 (+20,3 p.p) e per il **commercio al dettaglio** passato dal 24,8% al 41,9% (+17,1 p.p.).

Storia a sé fa il settore dell'istruzione e della formazione, dove forse definire l'utilizzo della didattica a distanza come un ricorso al digital marketing può sembrare una forzatura. Precisando che il Sistema Excelsior intercetta solo le imprese private della formazione, il ricorso ai servizi digitali ha riguardato quasi il 57% di esse.

Tra gli altri servizi, "banche e assicurazioni" passano dal 41,5% del pre-covid al 56% del 2020, e i "servizi informatici e delle telecomunicazioni" al 53,1% (+16,5 p.p. rispetto al periodo precedente).



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

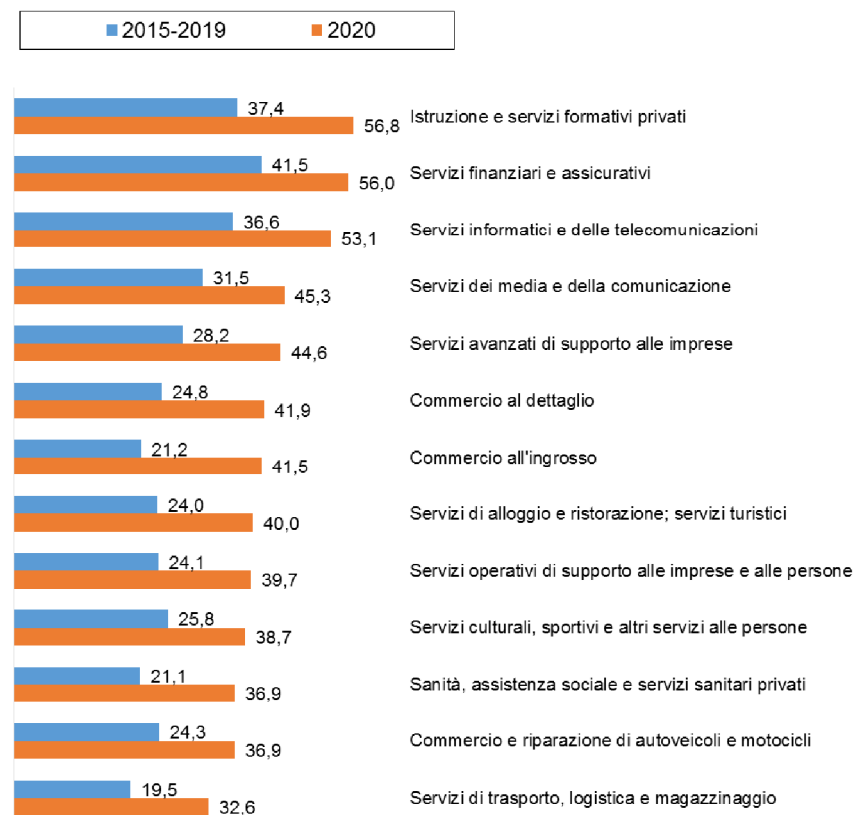


ITALIA. Settori dell'Industria e dei Servizi. Confronto: anni 2015 – 2019 e 2020.

INDUSTRIA



SERVIZI



Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior



UNIONCAMERE

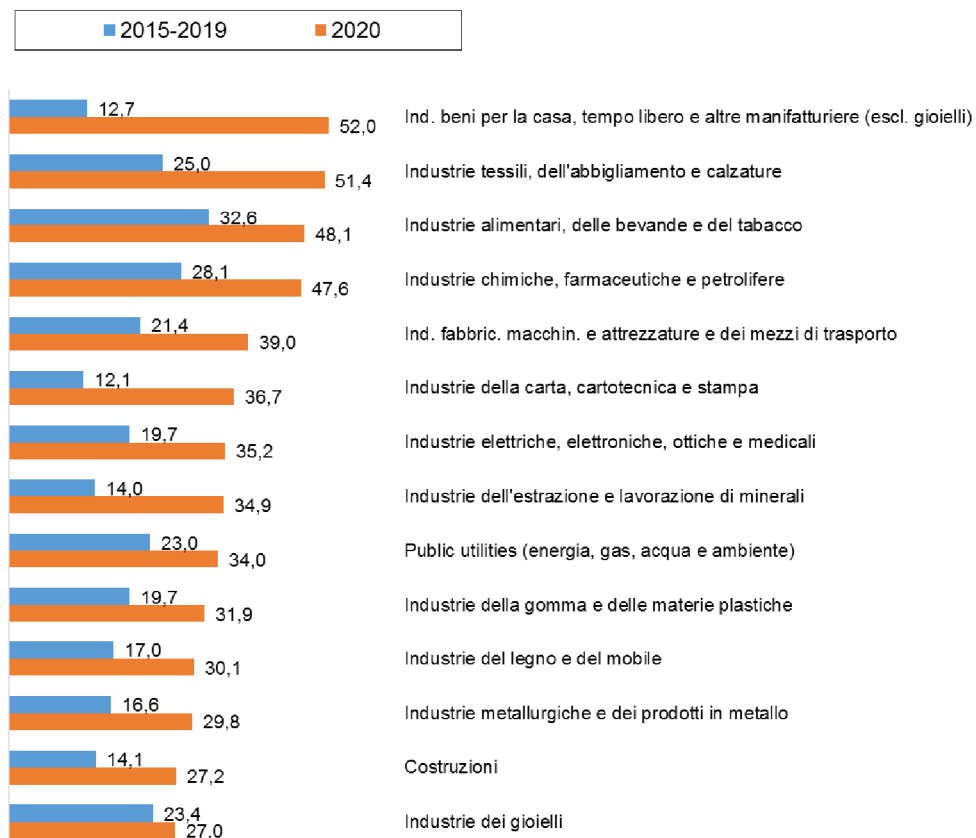


CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

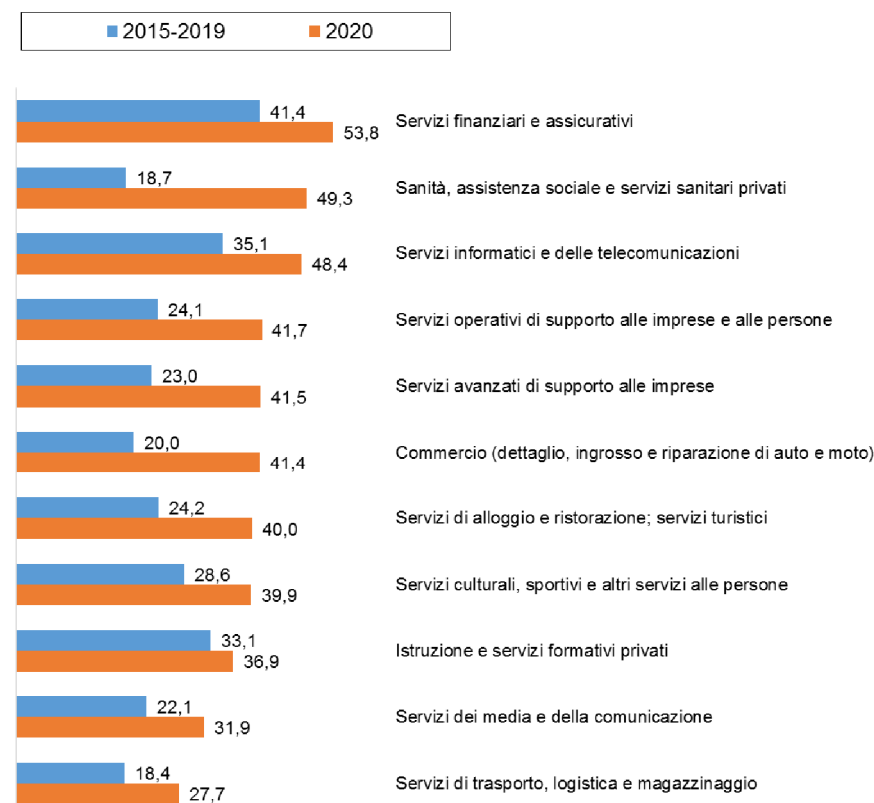


VENETO. Settori dell'Industria e dei Servizi. Confronto: anni 2015 – 2019 e 2020.

INDUSTRIA



SERVIZI



Fonte: elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso . Belluno su dati Unioncamere - ANPAL, Sistema informativo Excelsior

Per saperne di più...



Consulta la pubblicazione del sistema Informativo Excelsior sulle competenze digitali

<https://excelsior.unioncamere.net/>



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

