

Comunicato Stampa

L'economia digitale italiana rappresenta un'opportunità imperdibile per rilanciare la crescita e creare occupazione in Italia

Negli ultimi 15 anni l'economia digitale ha creato 700.000 posti di lavoro e contribuito al 2% del PIL italiano. Gran parte del potenziale risulta però ancora inespresso. Con adeguate iniziative si può raggiungere fino al 4% del PIL.

E' questo uno dei risultati della ricerca *Sviluppare l'economia digitale in Italia: un percorso per la crescita e l'occupazione* condotta dal Digital Advisory Group¹ (DAG), un gruppo promosso da American Chamber of Commerce in Italy e composto da oltre 30 organizzazioni, aziende private e pubbliche e università determinato a contribuire allo sviluppo dell'economia digitale in Italia.

Milano, 27 ottobre 2011

Qual è il potenziale dell'economia digitale? Il DAG, con il supporto di McKinsey & Company, ha realizzato una ricerca che, per la prima volta, analizza l'impatto di internet su quattro assi: il contributo alla sviluppo economico in termini di PIL, la creazione di occupazione, lo sviluppo delle PMI e del loro export e il surplus di valore per i consumatori.

Contributo al PIL. La buona notizia è che dal 2005 al 2009 l'economia digitale ha contribuito per il 14% alla crescita del PIL italiano e continua a svilupparsi a un tasso 10 volte superiore al totale nazionale. La notizia meno buona è che attualmente l'economia Web costituisce solo il 2% del PIL (pari a circa 30 miliardi di Euro): in Francia pesa oltre il 3%, mentre Regno Unito e Svezia oltrepassano il 5%. E' stato inoltre calcolato che Internet genera anche un impatto indiretto di ulteriori 20 miliardi di euro derivanti dagli acquisti effettuati sui canali tradizionali successivamente a ricerche e valutazioni compiute sulla rete (effetto ROPO, Research Online, Purchase Offline).

Creazione di posti di lavoro. Negli ultimi 15 anni sono stati creati circa 700.000 nuovi posti di lavoro collegati al Web, di cui ben il 40% nell'indotto, ovvero nei settori economici a supporto indiretto dell'economia digitale. Il contributo, al netto degli impieghi persi, è stato di 320.000 unità. Questo dimostra che il digitale crea occupazione più di quanta ne "distrugga". In Italia, in particolare sono stati creati 1,8 posti di lavoro per ogni posto eliminato, ancora poco però se guardiamo al 2,6 della media di 13 paesi sviluppati o al 3,9 dell'irraggiungibile Svezia. Gran parte della differenza si spiega con la minore capacità di creare occupazione digitale da parte delle PMI: in Italia il rapporto è 1 a 1, mentre in Francia, ad esempio, è 1,8.

Sviluppo delle PMI e delle loro esportazioni. Esiste una forte correlazione tra le aziende che utilizzano Internet in modo intensivo e la loro capacità di evolvere ed esportare: la crescita media annua per le imprese attive nella rete è stata del 10%, con esportazioni e incidenza dei ricavi oltre confine più che doppi rispetto alle aziende a bassa intensità Web. Inoltre, ben il 78% dell'impatto prodotto dall'utilizzo delle tecnologie digitali è riconducibile alle imprese tradizionali, mentre solo il 22% si riferisce ai "pure player".

Surplus di valore per i consumatori. 7 miliardi di euro. E' il valore attribuito dagli utenti internet ai servizi messi a disposizione gratuitamente dalla rete (qualora fosse chiesto loro di pagarli), una volta dedotti i costi

¹ www.digitaladvisorygroup.it : ne fanno parte Akamai Technologies; Annapurna Ventures; Banzai; Casa.it; Cattaneo Zanetto & Co.; Cisco Systems; ContactLab; dPixel; EMC Italia; eZecute; Fastweb; Federazione Industria Musicale Italiana (FIMI); Google Italy; Gruppo 24 Ore; Gruppo Banca Sella; InnovAction Lab; MasterCard; McKinsey & Company; Microsoft; PayPal; Politecnico di Torino; Quantica SGR; RCS MediaGroup; Speakage; TeamSystem; Telecom Italia; United Parcel Service (UPS); Università Bocconi; Università IULM; Yahoo! Italia

associati a tali servizi. Questo si traduce in un risparmio equivalente di 21 euro mensili per famiglia connessa.

Il confronto con gli altri paesi su questi quattro assi dimostra come il potenziale dell'economia digitale in Italia sia ancora elevato: con adeguate iniziative si può raggiungere entro il 2015 un peso sul PIL fino al 4% e contribuire alla crescita annua del paese con un ulteriore 0,25% annuo rispetto ai trend attuali (corrispondente a circa 25 miliardi di euro di PIL aggiuntivo al 2015).

Siamo dunque a un punto di svolta; è questo il momento per cogliere quei benefici economici di cui già godono altre nazioni. Tuttavia, vanno superati alcuni ostacoli importanti: **un accesso alla banda larga ancora insufficiente** in termini di velocità, capacità e utilizzo di tecnologie di rete di ultima generazione; **la scarsa propensione degli italiani verso l'e-commerce**, sia da parte degli utenti (diffidenza verso le procedure di vendita online, basso utilizzo dei pagamenti elettronici, percezione di inaffidabilità e scomodità delle consegne), sia da parte delle imprese (limitata consapevolezza circa il potenziale del Web, carenza di competenze funzionali e organizzative, scarsa conoscenza delle lingue straniere), **una divulgazione non ottimale dei servizi online della Pubblica Amministrazione**, poco conosciuti, ancor meno utilizzati e spesso frammentati in diversi portali di offerta; **alcuni limiti nel quadro normativo** di riferimento, contraddistinto da un approccio ancora troppo nazionale, poco flessibile e spesso riferito a tecnologie già in fase di superamento; infine **una carenza strutturale di competenze digitali**, in termini di capacità di formare adeguatamente esperti e imprenditori del digitale e di trattenere i migliori talenti che cercano opportunità più interessanti all'estero.

Il Digital Advisory Group intende impegnarsi attivamente per superare questi ostacoli e lo farà nei prossimi mesi promuovendo 12 proposte, portate avanti da altrettanti gruppi di lavoro, che consentiranno all'Italia di colmare nel medio periodo il gap attualmente esistente.

Le 12 proposte del DAG

Migliorare l'accesso alle infrastrutture

1. Colmare il digital divide
2. Pianificare le reti di nuova generazione

Assicurare una regolamentazione favorevole all'innovazione digitale

3. Favorire l'armonizzazione della normativa digitale a livello europeo
4. Creare un advisory board strategico per le politiche digitali

Stimolare la domanda dei consumatori

5. Incoraggiare la propensione dei consumatori al web
6. Promuovere modalità innovative di consegna degli acquisti online

Ampliare l'offerta digitale

7. Lanciare road-show digitali per le PMI a livello regionale
8. Sostenere l'attività e-commerce delle PMI

Incrementare l'adozione dei servizi di e-government

9. Promuovere i servizi di e-government esistenti migliorandone la fruibilità

Accrescere le professionalità e le competenze digitali

10. Pianificare lo sviluppo di una formazione digitale di qualità
11. Costituire una Digital Experience Company
12. Incentivare le start-up digitali

Potenziando l'economia digitale, lo Stato, le università, le associazioni di categoria, le imprese private e le autorità di regolamentazione possono dare nuovo impulso allo sviluppo economico nazionale e aumentare la competitività del nostro paese sotto il profilo dell'innovazione e occupazionale. E' una sfida che, soprattutto in questo momento particolarmente difficile per l'economia mondiale – e italiana – tutti siamo chiamati a raccogliere.

Maggiori informazioni e il testo completo della ricerca sono disponibili sul sito www.digitaladvisorygroup.it

Chi è il Digital Advisory Group

Il Digital Advisory Group è composto da oltre 30 organizzazioni, aziende private e pubbliche e università, determinate a contribuire allo sviluppo dell'economia digitale italiana.

L'iniziativa è stata promossa dall'American Chamber of Commerce in Italy e si è avvalsa del contributo tecnico e analitico di McKinsey & Company.

Il Digital Advisory Group (DAG) si pone l'obiettivo di favorire iniziative orientate allo sviluppo dell'economia digitale del nostro paese e, in particolare:

- Promuove e sostiene proposte concrete per stimolare l'economia digitale italiana d'intesa con tutti gli altri stakeholder rilevanti, inclusi la Pubblica Amministrazione, il Governo, gli enti regolatori, le associazioni di categoria, le associazioni dei consumatori e altri operatori privati
- Si prefigge di incoraggiare la creazione di un contesto favorevole per lo sviluppo dell'ecosistema digitale italiano



Moccagatta & Associati – segreteria@moccagatta.it – Tel. 02 86 451 419
McKinsey & Company - roberta_marracino@mckinsey.com – Tel. 02 72 406 610
Digital Advisory Group – info@digitaladvisorygroup.it