

Made in Italy: Eccellenze in digitale

UN' INIZIATIVA DI



in collaborazione con



L'Italia non è una delle vittime della globalizzazione!



Ha saputo costruire valore aggiunto in quei settori tradizionali del made in Italy - l'agroalimentare, l'abbigliamento, le calzature, i mobili - in cui ci davano per spacciati. E abbiamo creato nuove specializzazioni, come la meccanica.

- **Il saldo commerciale italiano passa dai -25,5 miliardi del 2011 ai +30,4 nel 2013**
- **L'avanzo dei prodotti non energetici è di quasi 85 miliardi nel 2013 (74 nel 2012)**
- **L'export extra-Ue passa dal 39% del 2007 al 42% del 2010 e fino al 46% del 2013: il surplus extra-Ue è arrivato a 20 miliardi, contro i 10,4 dell'Ue**
- **A maggio, l'export è cresciuto del +3%, trainato dalle vendite di articoli sportivi, giochi, strumenti musicali e preziosi (+7,5%) e di articoli di abbigliamento e accessori in pelle (+5,1%). Il saldo commerciale è positivo (+3,7 miliardi), con un avanzo sia con i paesi extra Ue (+2,5 miliardi) sia con quelli Ue (+1,2 miliardi). La bilancia commerciale al netto dei prodotti energetici è attiva per 7,9 miliardi.**

I primati dell'Italia



L'Italia è uno dei soli cinque Paesi al mondo che vanta un surplus manifatturiero sopra i 100 mld di dollari



Nel 2013, il saldo attivo commerciale italiano si concentra quasi del tutto nelle province distrettuali: 77 miliardi di euro



Nel 2013, l'export manifatturiero italiano è cresciuto (+16,5%) di più di quello tedesco (+11,6%) e francese (+5,9%)



Ancora più eclatanti le performance dell'export legato a cultura e creatività: +35% tra il 2009 e il 2013

Le eccellenze competitive dell'Italia



PODIO 935 PRODOTTI

Su un totale di 5.117 prodotti (il massimo livello di disaggregazione statistica del commercio mondiale), nel 2012 l'Italia si è piazzata prima (235), seconda (377) o terza (323) al mondo per attivo commerciale con l'estero in ben 935 casi

L'Italia è seconda nel mondo solo alla Germania per numero di prodotti «top 3» per saldo commerciale ogni 100mila abitanti





Tra il 2012 e il 2013, le
ricerche globali su **Google**
legate al made in Italy sono
aumentate del **12%** ...

...ma chi ha rapporti con l'estero
resta ancora una minoranza:
Il **4%** dei settori extra-agricoli
e il **19%** del manifatturiero

**Esiste
ancora un
gap tra le
potenzialità
delle nostre
produzioni
di qualità e
loro
effettiva
diffusione
sui mercati
mondiali**

...eppure, tra le PMI manifatturiere...

il 62%
usa Internet
per
aumentare
le vendite

ma, di queste:

16% e-commerce

28% on-line
marketing

41% social

97% sito web

E-COMMERCE

32%

**B2C attraverso
il proprio sito**

CUSTOMER



8%

**B2C attraverso
altri portali**

51%

B2B attraverso il proprio sito



9%

B2B attraverso altri portali



**per il 92% delle PMI che usano e-commerce, il
fatturato relativo non supera il 10%...**

...ma il 49% esporta tramite e-commerce!

La collaborazione tra



Diffondere la **cultura dell'innovazione digitale** e la crescita della consapevolezza dei vantaggi di competitività apportati dalla maggiore diffusione dei servizi ICT avanzati

Partire dai nostri **distretti industriali** e arrivare a coinvolgere le eccellenze produttive del **manifatturiero** e dell'**artigianato**

Il progetto pilota: **Distretti sul Web**



20 borsisti in
altrettanti
**distretti
industriali**
per 6 mesi
(giugno-dicembre 2013)

Obiettivo: favorire la
digitalizzazione
delle micro e piccole imprese
e nei distretti industriali,
sensibilizzandole sull'impatto
economico di internet
e portandole
sul web in maniera attiva

I risultati

- **8.500** imprese contattate
- **2.400** imprese coinvolte in seminari e workshop, nelle attività "door-to-door", ricevute in CCIAA, nelle fiere, blog-tour ecc.
- **20%** imprese assistite con servizi personalizzati per definire/modificare le strategie di web marketing



**3 borsisti su 4
hanno trovato un'occupazione
(di cui 2 come «startupper»)**

Da “Distretti sul web” a “Eccellenze in digitale”

Gli obiettivi strategici



favorire la digitalizzazione dei distretti industriali italiani e dei territori a più elevata presenza di produzioni tipiche del made in Italy



avvicinare giovani laureandi e laureati altamente qualificati al mondo del lavoro, favorendone l'occupabilità al termine della borsa di studio e rappresentando così una **best practice nel campo delle politiche attive del lavoro**



contribuire a **ridefinire e a promuovere la mission e l'immagine delle Camere di commercio**, attraverso nuove modalità nell'offerta di servizi

Il Progetto «Eccellenze in digitale»



52 Camere di commercio aderenti, ciascuna delle quali ha individuato almeno 2 produzioni di eccellenza del made in Italy (in particolar modo quelle legate alla cultura produttiva del territorio, con ricadute anche sulla filiera dell'accoglienza)



107 borsisti per 6 mesi (a partire dal 1 settembre), selezionati attraverso un bando pubblico gestito a livello centrale, cui hanno risposto 3.146 candidati

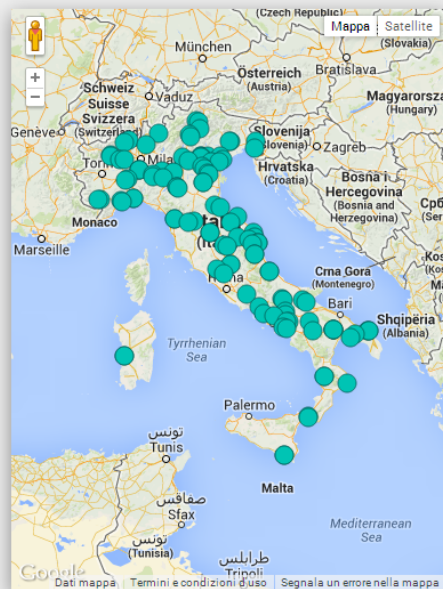
OBIETTIVO

aiutare le PMI specializzate in produzioni di eccellenza del made in Italy a iniziare o rafforzare un percorso di digitalizzazione, attraverso attività di promozione online, attivazione di forme di e-commerce, definizione di campagne di online marketing

Made in Italy: Eccellenze in Digitale

- Home
- Competenze per il Web
- Supporto sul Territorio
- Storie di Successo

Digitalizzatori Tour



107 digitalizzatori per le PMI del Made in Italy

Anche quest'anno Google e Unioncamere, con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico, promuovono la digitalizzazione delle imprese del Made in Italy.

107 giovani esperti del Web aiuteranno le PMI a sfruttare le opportunità offerte dalla Rete per far conoscere, nel mercato interno e a livello internazionale, le eccellenze italiane.

Esplora la mappa e potrai scoprire quali prodotti e territori seguiremo quest'anno. Ulteriori informazioni su www.unioncamere.it

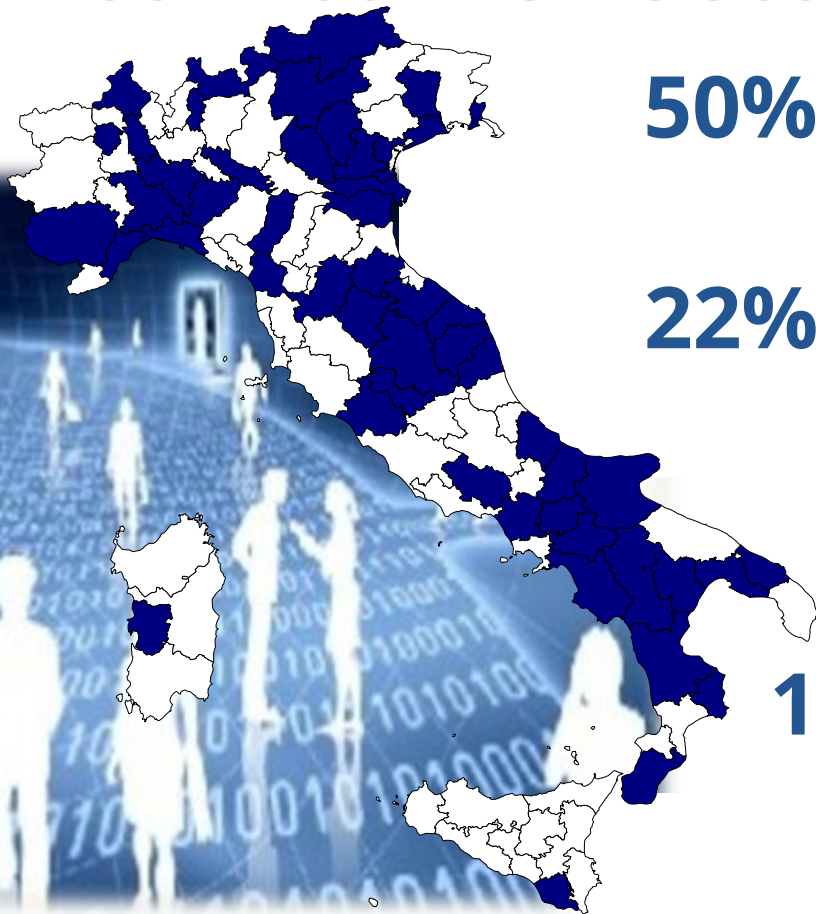
I digitalizzatori del Made in Italy

Daca Admir	Veronica Cugusi	Azzurra Mancuso	Chiara Poli
Marialucia Adornato	Mariarosa Curatola	Manfredi Mangano	Chiara Rainaldi
Sara Almonti	Maria Lina D'Aquino	Lucio Manocchio	Guido Ramini
Mauriello Ambra	Katia De Carlo	Camilla Manzato	Cecilia Rigodanza
Vito Domenico Amodio	Gabriella De Domenico	Evelyn Marchesin	Federico Riscaio
Andrea Andidero	Caterina Degli Uberti	Giovanna Mecca	Lucia Romanelli
Mara Appiani	Francesco Dei Rossi	Elga Melucci	Davide Rossi
Rossella Aschieri	Lisa Di Bello	Maria Menshikova	Giulia Maria Rubino
Elisa Baldini	Denis Ferrara	Mattia Monaci	Caterina Sabatino
Luca Dall'asta	Giulia Dechigi	Laura Marelli	Maria Cagnola

«Eccellenze in digitale» sul web



I territori e i settori di intervento



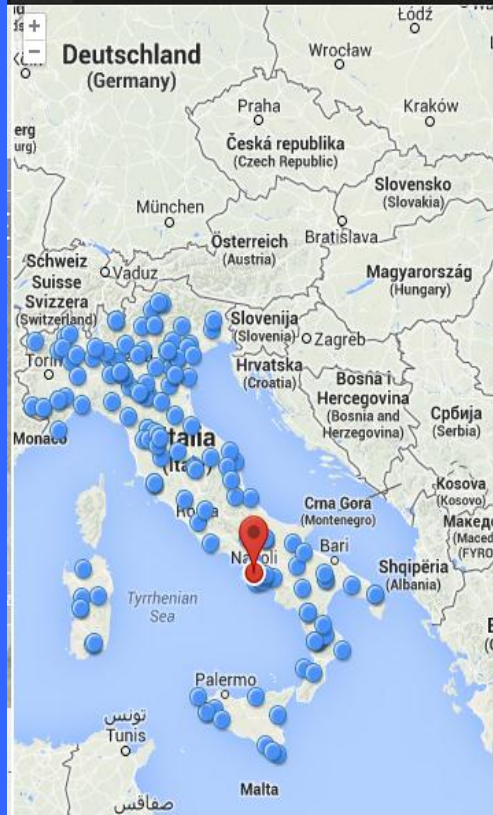
50% Agroalimentare
(di cui 23% produzioni tipiche)

22% Artigianato
(orafo, ceramica, strumenti,...)

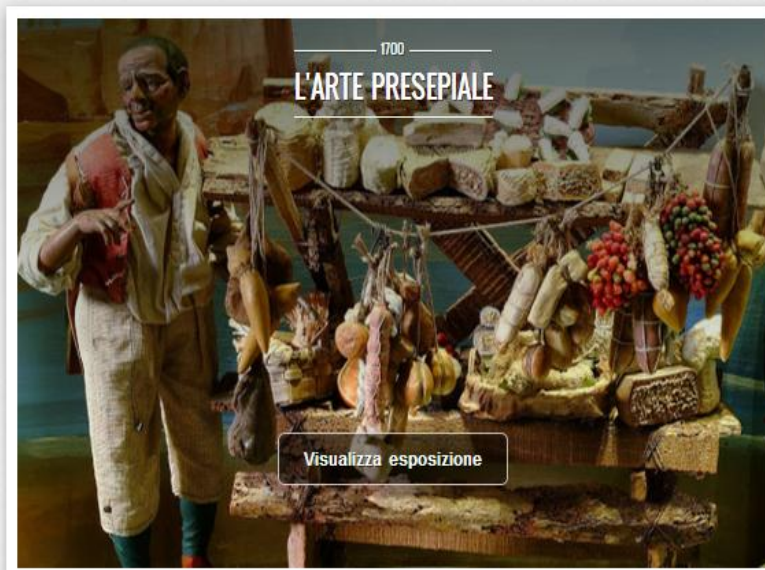
14% Moda e arredo

14% Altro Made in Italy
(meccanico, nautico,
carta, cosmetici, giostre,...)

La piattaforma delle eccellenze del Made in Italy



rappresenta uno **strumento inedito per promuovere l'internazionalizzazione delle filiere dell'agroalimentare e della manifattura artigiana italiana**



L'Arte Presepiale (1700)
Di Camera di Commercio di Napoli in collaborazione con Unioncamere

Una piattaforma dove sono allestite vere e proprie “mostre” virtuali (con immagini, video e testi) dell'**artigianato** tipico (71, curate dalle CCIAA) e di quelle **agroalimentari** (79, realizzate grazie al Mipaaf)

Il ruolo di Unioncamere



Fornire **un'assistenza a livello centrale** sia ai borsisti selezionati (attraverso una task-force esperta nelle specifiche tematiche tecniche nell'ambito del digitale o nelle specifiche produzioni indicate dalle Camere di commercio coinvolte), sia alle CCIAA che li ospiteranno, concordando un piano di lavoro "personalizzato" sulla base delle caratteristiche e delle esigenze delle imprese di riferimento

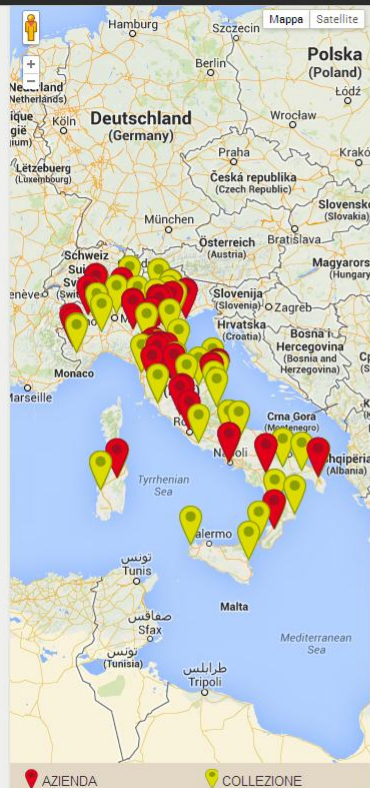


Prestare particolare attenzione al **monitoraggio** e alla **valutazione** dell'operato dei borsisti, sia sul versante quantitativo (imprese coinvolte, indicatori di impatto dell'attività di sensibilizzazione e assistenza, ecc.) che qualitativo (casi di successo di imprese e di iniziative realizzate)



Unioncamere garantisce inoltre la **massima visibilità al progetto**, al fine di rendere proficua la collaborazione tra i giovani borsisti e le aziende, anche favorendo il coinvolgimento nel progetto di altri soggetti locali (istituzioni, università, associazioni di categoria) che possano arricchire il progetto e adattarlo alle specifiche caratteristiche di ciascuna provincia coinvolta

Il prossimo passo: raccordare le piattaforme



TUTTE LE IMPRESE CHE FANNO GRANDE L'ITALIA COLLEZIONATE DALLE CAMERE DI COMMERCIO.

Scopri i fatti, i numeri, le storie, le passioni, le tradizioni e lo spirito dell'artigianato Made in Italy. Un'impresa dopo l'altra, tutte in una volta.



le imprese potranno accedere con un "click" ad una serie di servizi messi a disposizione dalla rete delle Camere di commercio: arbitrato, conciliazione, contratti-tipo, internazionalizzazione, contrattazione telematica, formazione, ...

la **Piattaforma del Sistema camerale per le eccellenze produttive** sarà on line entro la fine dell'estate: promuove in modo innovativo, interattivo ed esperienziale le eccellenze italiane, con la finalità di avvicinare anche le piccole e medie imprese al commercio elettronico. E permettere così alle aziende protagoniste delle nostre eccellenze produttive di **raggiungere nuovi clienti in tutto il mondo.**

Il valore della community virtuale e territoriale

Coesione è competizione

Rapporti con la
Community



% di imprese che hanno dichiarato un aumento di:

- fatturato 2014/13 (previsione)
- ordinativi esteri 2014/13 (previsione)
- valore controfattuale, imprese che non hanno rapporti con attori e asset dello sviluppo

PMI
MANIFATTURIERE

L'economia della **condivisione** e della **coesione** crea **ricchezza** e **benessere**:

aumentano le **vendite**, si innalza la quota di fatturato **estero**, si sviluppano **nuovi prodotti** (anche in chiave eco-sostenibile), si investe di più nelle **risorse umane**

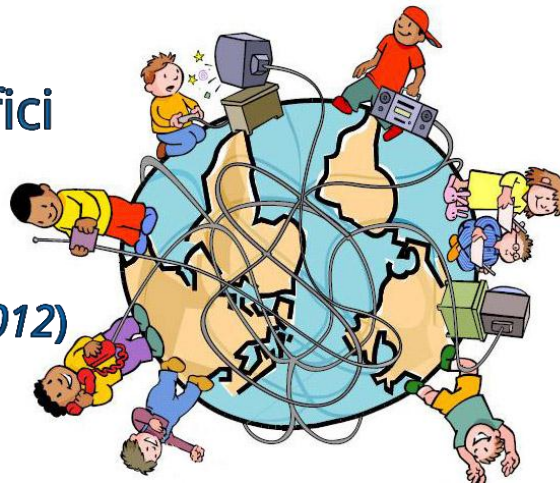
I giovani come veicolo di innovazione e creatività

sono più richiesti negli



indirizzi scientifici
e tecnologici

*(4 ingegneri su 10 e 6 su 10
matematici e fisici assunti nel 2012)*



trovano
più spesso



lavoro nei servizi

tecnologici

(1 giovane su 10)

creano
sempre più



impresse nelle ICT (+12%)

sono un forte
veicolo di
innovazione



*(sono il 42% delle assunzioni delle imprese che
innovano, vs. il 33% di quelle che non innovano)*

I giovani protagonisti di un nuovo modello di sviluppo

territorio

talento

tradizione

tecnologia





CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

www.unioncamere.gov.it

www.starnet.unioncamere.it