

School of Management - Politecnico di Milano

www.osservatori.net



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione

ANCORA TROPPO LENTA LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELLE IMPRESE L'ECOMMERCE B2B VALE 260 MLD, SOLO IL 10% DEGLI SCAMBI COMPLESSIVI

L'eCommerce B2b genera competitività, ma oggi avviene tramite portali online, marketplace o eBusiness solo un decimo degli scambi tra le imprese (complessivamente pari a 2700 miliardi l'anno).

L'obbligo di Fatturazione Elettronica verso la PA un'occasione sfruttata solo parzialmente: nel 2015 sono elettroniche 80 milioni di fatture B2b, appena il 6% del totale.

In sei anni quadruplicati gli scambi tramite EDI (110 milioni), aumenta l'utilizzo Extranet e Portali B2b. Nonostante la crescita, il livello di Digitalizzazione è ancora inadeguato.

Milano, 16 giugno 2016 - Nonostante una crescita costante, il grado di Digitalizzazione delle imprese italiane appare ancora limitato, senza un percorso di innovazione organico e ragionato: l'eCommerce B2b nel 2015 vale solo 260 miliardi di euro, appena il 10% del totale degli scambi tra le imprese, che sono pari a circa 2700 miliardi l'anno. Eppure, le transazioni B2b attraverso strumenti digitali (come portali di vendite online, marketplace o eBusiness) potrebbero costituire una leva strategica per la competitività, con benefici potenziali per il sistema economico di almeno 60 miliardi di euro grazie ad un'adozione diffusa delle soluzioni di Integrazione del Ciclo dell'Ordine, a cui aggiungere il miglioramento dei livelli di servizio e la riduzione del capitale circolante.

L'obbligo di Fatturazione Elettronica verso la Pubblica Amministrazione ha rappresentato una grande occasione, ma la "trasformazione digitale" in Italia procede ancora lentamente, a causa principalmente di un'inerzia culturale e una certa resistenza al cambiamento. Nel 2015 sono state inviate circa 80 milioni di fatture elettroniche tra le organizzazioni (22 milioni recapitate dalle imprese alle PA e 55 milioni inviate tra le imprese tramite EDI e Portali B2b), appena il 6% di tutte quelle scambiate in Italia (1,3 miliardi). E oltre un anno dopo l'entrata in vigore dell'obbligo di Fatturazione Elettronica verso la PA è debole l'effetto "contagio" auspicato: la maggior parte delle imprese si è limitata a trovare una soluzione per assolvere alla normativa cogente, solo il 17% ha colto l'occasione per re-ingegnerizzare i propri processi in chiave digitale.

Sono alcuni risultati della ricerca dell'**Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione** della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)*, presentata questa mattina al convegno "*Trasformazione Digitale: B2b... or not to be*" che si è tenuto a Milano presso la sede di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza.

"La ricerca rivela un grado di Digitalizzazione delle imprese italiane in costante crescita, ma ancora inadeguato: l'eCommerce B2b oggi rappresenta solo il 10% degli scambi complessivi - afferma **Alessandro Perego**, Direttore scientifico degli Osservatori Digital Innovation -. Gli strumenti digitali sono diffusi in modo troppo limitato, spesso circoscritti a singole isole applicative, senza un percorso organico di innovazione. La trasformazione digitale deve penetrare in modo profondo nelle relazioni tra le imprese per rilanciare la competitività del sistema economico, riducendo il capitale circolante e i costi fissi, introducendo più efficienza, meno costi operativi, maggiore efficacia e migliori servizi per le imprese".

"Con la Fatturazione Elettronica verso la Pubblica Amministrazione, il nostro Paese ha mosso un passo importante e concreto per avviare la 'stagione' della Digitalizzazione, ma l'occasione è stata sfruttata solo parzialmente dalle imprese - dice **Irene Facchinetti**, Direttore dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione -. Non può essere il Legislatore, che correttamente continua a stimolarla, il vero attore della trasformazione digitale. Sono le imprese a essere chiamate a una scelta esistenziale: essere competitive in un mercato unico europeo digitale o rischiare di scomparire del tutto".

L'eCommerce B2b - L'eCommerce B2b ha intercettato nel 2015 complessivamente circa 260 miliardi di euro in Italia. Un valore importante e in crescita costante rispetto al passato (quasi triplicato negli ultimi 10 anni), ma pari appena al 10% del totale degli scambi tra le organizzazioni, rappresentando un fenomeno ancora limitato, dominato dalle grandi imprese che raccolgono il 65% del valore. Si può fare eCommerce B2b attraverso tre modelli. Il più diffuso è quello dell'eBusiness, la digitalizzazione dei processi di un'impresa in sinergia con clienti e fornitori (dalla selezione dei fornitori, agli acquisti ricorsivi di materiali, alla gestione degli ordini, la logistica, l'assistenza post-vendita, progettazione ecc.). Poi ci sono i portali di eCommerce B2b finalizzati alla vendita online secondo modelli simili all'eCommerce B2c e i Marketplace B2b, luoghi virtuali dove si incontrano domanda e offerta per determinate categorie merceologiche.

L'adozione dell'eCommerce B2b in tutte le fasi della relazione cliente-fornitore permette di ridurre il capitale circolante e il capitale fisso, portare più efficienza, meno costi operativi, maggiore efficacia e migliori servizi per le imprese. "Per riuscire a coglierne a pieno i benefici - precisa **Alessandro Perego**, Direttore scientifico degli Osservatori Digital Innovation - però è necessario intendere l'eCommerce B2b non come un semplice canale di vendita online, alternativo o complementare ai canali di vendita B2b tradizionali, ma come un approccio nuovo e radicalmente diverso alla gestione dei processi".

La Digitalizzazione dei processi B2b - Un'indicazione del livello di digitalizzazione dei processi tra le organizzazioni italiane viene dalla penetrazione dei progetti digitali per la trasmissione - gestione e conservazione dei documenti del Ciclo dell'Ordine. Sono circa 650.000 in Italia le imprese che, dal 2015, hanno portato in Conservazione Digitale le Fatture. E nel 2015, circa 100.000 imprese - il 40% delle grandi e il 18% delle PMI - hanno scambiato con i propri clienti e fornitori documenti in formato elettronico strutturato attraverso strumenti di eCommerce B2b (l'EDI, le Extranet o i Portali B2b).

Nel dettaglio, 11.000 imprese hanno scambiato oltre 110 milioni di documenti tramite reti EDI (il 40% delle grandi imprese e circa il 4% delle PMI), tra cui le fatture sono il documento più scambiato (32% del totale), seguite dagli ordini (20%), ma crescono anche le altre tipologie (conferme d'ordine, avvisi di consegna, documenti di trasporto ecc.), un segnale positivo che indica maggiore maturità e consapevolezza. Sono circa 400 le Extranet e i Portali B2b (attivati solitamente da leader di filiera e rivolti prevalentemente a PMI) per lo scambio di documenti e informazioni con i partner, con oltre 100.000 organizzazioni connesse.

La Fatturazione Elettronica verso la PA - L'obbligo di Fatturazione Elettronica verso la Pubblica Amministrazione ha costituito un evento epocale per la Digitalizzazione del Paese, poiché ha riguardato insieme circa 23.000 enti pubblici e tutti i loro fornitori privati: complessivamente, ad oggi oltre 750.000 imprese hanno inviato 38,5 milioni di "file fattura" in XML agli oltre 56.000 uffici pubblici preposti a riceverli. Le fatture scartate sono in calo, anche se persistono alcuni problemi tecnici (dalla difficoltà per i fornitori nel reperimento dei codici, alla richiesta delle PA di invio in parallelo o in allegato dell'immagine PDF corrispondente al file XML).

Negli ultimi mesi, anche le imprese "meno digitali" stanno rivedendo in positivo il giudizio sulla Fatturazione Elettronica verso la PA: l'indagine realizzata dell'Osservatorio rivela che il 55% - sia fornitori della PA che non - la giudicano un'innovazione importante per la Pubblica Amministrazione, con potenziali risvolti positivi anche per le imprese. Eppure, solo il 17% dichiara di aver sfruttato l'obbligo come occasione per re-ingegnerizzare i propri processi di fatturazione: la maggior parte si è limitata a trovare una soluzione per assolvere alla normativa cogente, sviluppandola internamente o acquisendola dal mercato.

La Fatturazione Elettronica B2b - Nel 2015 sono state inviate in formato elettronico circa 80 milioni di fatture tra le organizzazioni, solo il 6% dell'1,3 miliardi di fatture scambiate ogni anno. Ora il Legislatore ne sta spingendo l'adozione con incentivi ad hoc: il DL 5 agosto 2015 n. 127 prevede da gennaio 2017 semplificazioni fiscali per le imprese che opteranno per la trasmissione dei dati delle fatture all'Agenzia delle Entrate. "Gli incentivi proposti, a cui sembra mancare un po' di 'vigore', potrebbero stimolare l'alfabetizzazione digitale delle imprese, in particolare di quelle più piccole ancora escluse da relazioni digitali B2b, quasi una 'seconda occasione' dopo l'obbligo di Fatturazione

Elettronica verso la PA che non ha ancora innescato l'atteso effetto volano sulla digitalizzazione del Sistema Paese - commenta **Irene Facchinetti** -. Le imprese però dovrebbero trovare autonomamente la giusta motivazione dai benefici conseguibili: scegliere di procrastinare ancora la re-ingegnerizzazione digitale delle relazioni B2b significa scegliere di perdere competitività”.

La Fatturazione Elettronica infatti può creare efficienza, snellendo procedure e velocizzando i processi amministrativi. Il solo scambio di fatture elettroniche in formato strutturato può generare benefici economici per le imprese stimabili tra 5,5 e 8,2 euro per ogni fattura, con tempi di payback inferiori a un anno. E se si guarda al processo più esteso, l'intero ciclo Ordine-Pagamento, i benefici salgono tra i 25 e i 65 euro per ciclo.

Le barriere alla Digitalizzazione - Le inerzie culturali e la resistenza al cambiamento sono tra i principali ostacoli delle imprese alla Digitalizzazione. Lo individua l'analisi dell'Osservatorio su un campione eterogeneo di imprese, secondo cui il 67% vede nel change management la principale sfida nell'introduzione di progetti di Digitalizzazione. In un caso su tre le imprese indicano ancora la complessità e l'incertezza normativa come limite.

“Resta la difficoltà di trasferire e far percepire opportunità e benefici della Digitalizzazione, mentre non sembra una criticità il costo di sviluppo/acquisto o gestione delle soluzioni, rilevante solo per il 17% delle imprese - commenta **Alessandro Perego** -. Sono quindi il coinvolgimento degli utenti e il commitment a tutti i livelli aziendali la chiave per portare avanti con successo un progetto di Digitalizzazione nelle imprese”.

Le priorità di investimento - La Conservazione Digitale è l'ambito di investimento prioritario per i progetti di Digitalizzazione, indicato dal 65% delle imprese, seguito dalla Gestione Elettronica Documentale e dai Workflow approvativi digitali (48%). Quattro imprese su dieci investiranno soprattutto in soluzioni di Integrazione, come EDI, Extranet o Portali B2b, principalmente realtà più grandi. Ci sono poi anche progetti Mobile a supporto della forza vendita o di Contract management.

“Gli strumenti a disposizione sono molteplici, ma la scelta non può prescindere dalla definizione del proprio percorso personalizzato di trasformazione digitale - dice **Irene Facchinetti** -. Un cammino da affrontare in più tappe: rinunciare alla carta per archiviare le informazioni, strutturarle in basi di dati, gestirle con flussi digitali di dati strutturati, orientarsi verso una gestione per processi, dotarsi di un'architettura interna integrata e sviluppare le interfacce per un dialogo strutturato con tutti gli attori”.

*L'edizione 2015-2016 dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione è realizzata con il supporto di Confindustria Bergamo, Consorzio DAFNE, EDIEL, GS1 Italy, METEL, Software Hub System, Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili; ARXivar, Canon, Credemtel, CSAmed, Dedagroup, Di.Tech, Doxee, EasyGov, ICCREA Banca, Intesa Sanpaolo, Niuma, Olivetti, Optimo Next, Poste Italiane, Postel, Selecta, SIA, TeamSystem, TESISQUARE®, VRS, Zucchetti; DocEasy, Edicom, Fastweb, Gruppo CMT, Hitachi Systems CBT, iEbla, Infocert, Intesa, Microdata Group, Nexive, PRTGroup, Sanmarco Informatica, SATA, Sistemi.

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

Stefania Vicentini
sv@dicomunicazione.it
Mob.: 335 5613180

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto nel 2007 il prestigioso accreditamento EQUIS. Dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa. Nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA per i programmi MBA e Executive MBA. Dal 2014, la Scuola è membro di UniCON, PRME e Cladea. La Scuola può contare su un corpo docente di più di duecento tra professori, ricercatori, tutor e staff e ogni anno vede oltre seicento matricole entrare nel



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

programma undergraduate. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master.

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale per favorire lo sviluppo del Paese. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La Mission degli Osservatori è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di innovazione digitale in Italia. Gli Osservatori sono oggi un punto di riferimento qualificato sull'innovazione digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione, Formazione e una Community sempre più ampia di professionisti. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Cloud & ICT as a Service, Cloud nella PA, Digital & M&A, Digital Finance, Digital Innovation Academy, Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Digital Insurance, eCommerce B2c, eGovernment, Enterprise Application Governance, Export, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Manufacturing, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance.

