

School of Management - Politecnico di Milano

www.osservatori.net



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b

L'ECOMMERCE B2B IN ITALIA NEL 2017 VALE 335 MLD DI EURO, +8%

OBBLIGO FATTURA ELETTRONICA: METÀ' DELLE GRANDI IMPRESE E UN TERZO DELLE PMI NON TEMONO IL PROVVEDIMENTO, COGLIENDONE LE OPPORTUNITÀ

L'obbligo di fatturazione elettronica è realtà e le aziende italiane sono già pronte: solo 5% di grandi imprese e 9% di PMI non sa come organizzarsi o non ne è a conoscenza.

Continua a crescere il transato eCommerce B2b che raggiunge i 335 miliardi di euro pari al 15% degli scambi fra imprese.

Circa 130mila imprese hanno adottato soluzioni di eCommerce B2b (+8%), connesse attraverso 470 Extranet che supportano le relazioni con clienti (40%) e fornitori (56%); 13.000 imprese (+8%) scambiano 165 milioni di documenti digitali (+10%) tramite EDI.

Milano, 26 giugno 2018 - L'obbligo di Fatturazione Elettronica in Italia¹ è realtà e la maggioranza delle aziende italiane è già pronta. Soltanto il 5% delle grandi imprese e il 9% delle PMI, infatti, non ha ancora deciso come organizzarsi per adempiere all'obbligo normativo o non ne è a conoscenza e percentuali ancora inferiori vorrebbero che fosse previsto un periodo senza sanzioni (4% delle grandi aziende e 6% delle PMI) o che slittasse la data di partenza (2% e 1%). Positive anche le aspettative: il 50% delle grandi imprese e il 34% delle PMI percepiscono l'obbligo come un'opportunità per ottimizzare i processi aziendali, mentre il 13% delle grandi imprese e il 14% delle PMI lo vedono come un aiuto per combattere l'evasione fiscale.

Tale misura, pensata in primis per contrastare l'evasione IVA e stimolare l'ancora scarso ricorso alle fatture elettroniche fra privati – appena 166mila le fatture transitate dal Sistema di Interscambio nel 2017 (lo 0,012% del totale delle fatture fra privati, pari a 1,47 miliardi) e circa 50 milioni scambiate tramite EDI² (pari al 3,3%) – potrebbe anche spingere ulteriormente l'adozione di strumenti digitali nelle transazioni fra imprese, in crescita da diversi anni, ma con un peso del 15% sugli scambi tra aziende.

“Nel 2017 – afferma **Riccardo Mangiaracina**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b - l'eCommerce B2b tra imprese residenti sul territorio italiano, ha raggiunto un valore di 335 miliardi, con un incremento dell'8% rispetto al 2016. Una cifra significativa, ma che rappresenta ancora soltanto il 15% degli scambi complessivi fra le imprese italiane, mentre appare maggiore l'incidenza dell'eCommerce B2b di aziende italiane verso imprese estere, pari a 130 miliardi (il 26% del transato totale verso l'estero). Ci attendiamo che la fatturazione elettronica obbligatoria avrà un impatto positivo sulla futura crescita di questi valori”.

Sono 130mila le imprese che nel 2017 hanno adottato soluzioni di eCommerce B2b, in crescita dell'8% rispetto al 2016, connesse da 470 Extranet che supportano le relazioni con clienti (40%), fornitori (56%) o entrambi (4%). Il 14% delle Extranet attive è utilizzato anche per gli scambi commerciali con l'estero. Cresce anche l'uso di sistemi EDI per lo scambio elettronico di documenti, con 165mila documenti (+10%) scambiati da 13mila imprese (+8%), di cui un terzo sono fatture. Oltre quattro grandi aziende su dieci (42%) hanno implementato soluzioni collaborative per gestire la relazione con clienti e fornitori.

Sono alcuni risultati della ricerca dell'**Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b** della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)* presentata oggi al Campus Bovisa del Politecnico di Milano durante il convegno "Fatturazione Elettronica: nuovo impulso per il Digital B2b".

"Sono oltre 15 anni che studiamo la digitalizzazione dei processi tra imprese (il Digital B2b), ne abbiamo presentato gli importanti elementi di beneficio e abbiamo dichiarato in tutte le sedi che questa trasformazione è un formidabile elemento di competitività per le imprese, le supply chain e l'intero sistema

¹ dal 1° luglio per alcune categorie di aziende (commercio di benzina per i veicoli di autotrazione e per i subappaltatori nella filiera degli appalti pubblici) e dal 1° gennaio 2019 per quasi tutte le imprese

² Con EDI (Electronic Data Interchange) si intendono soluzioni per lo scambio di dati in formato elettronico strutturato attraverso un canale informatico finalizzato ad automatizzare la gestione diretta dei documenti commerciali e amministrativi tra aziende.

paese. L'obbligo di fatturazione elettronica tra privati – senza voler nascondere le difficoltà attuative – costituisce quindi dal nostro punto di vista un passo importante per accelerare il Digital B2b – afferma **Alessandro Perego**, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation –. La speranza è che con l'obbligo crescano gli investimenti in digitale (oggi circa la metà delle imprese nazionali investe meno dell'1% del fatturato in progetti di digitalizzazione) e diminuisca il gap culturale e comportamentale tra grandi imprese e PMI, così da diffondere maggiormente un approccio di filiera basato sulla fiducia, la trasparenza e lo scambio dei dati di business. Passaggio essenziale, quest'ultimo, in un mondo in cui le imprese e le supply chain in cui sono inserite competono sulla capacità di valorizzare i dati stessi”.

L'impatto dell'obbligo di fatturazione elettronica fra privati - Dal sondaggio condotto dall'Osservatorio su 126 grandi imprese (con più di 250 addetti) e 218 PMI emerge come nel complesso le imprese italiane siano a buon punto sia in termini di conoscenza sia di capacità di adeguamento alla normativa. Solo il 2% delle grandi imprese e l'8% delle PMI, infatti, ritiene ancora che la normativa sia poco chiara e soltanto poco più di un quinto del campione (21%) ritiene che ci sarà un po' di confusione sul mercato al momento dell'entrata in vigore dell'obbligo.

Grandi aziende e PMI si stanno organizzando per farsi trovare pronte all'appuntamento: solo il 5% delle grandi imprese e il 9% delle PMI non hanno ancora deciso come approcciarsi al nuovo obbligo normativo. Per entrambe il gestionale riveste un ruolo fondamentale, con il 39% delle grandi aziende e il 32% delle PMI che lo adeguerà per adempiere all'obbligo normativo. Più ampio il divario se si considera la propensione a esternalizzare il servizio, pari al 34% per le grandi aziende e al 21% per le PMI. Una differenza che si spiega con la maggiore tendenza delle PMI rispetto alle grandi imprese a rivolgersi al commercialista di fiducia (10% per le prime e 1% per le seconde) e a utilizzare i servizi gratuiti messi a disposizione dall'Agenzia delle Entrate (13% contro 1% delle grandi aziende).

“L'obbligo di fatturazione elettronica tra privati è un'opportunità che le imprese devono cogliere per rivedere internamente i propri processi – afferma **Claudio Rorato**, Direttore dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica e eCommerce B2b –. Solo così sarà possibile sfruttare le potenzialità che si generano grazie al passaggio da una “gestione per documenti” a una gestione per “flussi di dati” e dalla dematerializzazione di un documento alla digitalizzazione dell'intero ciclo ordine-pagamento. I benefici di questo passaggio sono evidenti: con l'introduzione della sola fattura elettronica strutturata si possono risparmiare tra i 5,5 e gli 8,2 euro ogni fattura, mentre con la digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine tra 25 e 65 euro ogni ciclo”.

eSupply Chain Execution - Sono circa 130mila le imprese che nel 2017 hanno digitalizzato il ciclo dell'ordine, adottando strumenti di eSupply Chain Execution, con un incremento dell'8% rispetto al 2016. Fra queste, 13mila (+8%) sono connesse tramite sistemi EDI che si scambiano i principali documenti del ciclo dell'ordine (ordine, conferma d'ordine, avviso di spedizione e fattura). Oltre il 96% delle imprese connesse appartiene a soli cinque settori: automobile, elettrodomestici ed elettronica di consumo, farmaceutico, largo consumo e materiale elettrico. Il documento più scambiato è la fattura (il 30% del totale dei documenti in EDI, +10%), seguito dall'ordine (18%, +7%) e dall'avviso di spedizione (13%, +8%).

Il settore in cui è più diffuso il ricorso alle Extranet (470 nel 2017, contro le 430 del 2016), invece, è il settore metalmeccanico (12% delle Extranet attive), seguito da largo consumo (11%), automobile (9%), abbigliamento (9%), logistica (6%), materiale elettrico (6%), utility (6%), elettrodomestici ed elettronica di consumo (5%) e farmaceutico (5%).

Questa tecnologia è attivata da grandi imprese (64% dei casi) per la comunicazione con medie imprese (23%), piccole imprese (8%) e micro realtà (5%). Nelle PMI, invece, l'adozione delle Extranet è minore a causa di alcune barriere che ne frenano l'implementazione, come la difficoltà a coinvolgere clienti e fornitori abituati a soluzioni tradizionali (indicata dal 27% delle PMI), l'esiguo volume di documenti che potrebbero essere scambiati con clienti e fornitori (23%), la scarsa percezione dei benefici ottenibili (19%), gli elevati costi di implementazione e gestione (17%) e la necessità di attivare programmi di change management per le persone che seguono l'operatività quotidiana (13%).

eSupply Chain Collaboration - Nel 2017 il 42% delle grandi aziende italiane ha attivato progetti collaborativi per gestire scambiare documenti, dati operativi, strategici e indicatori di prestazione con fornitori e clienti.

Nelle relazioni con i fornitori, i processi maggiormente interessati dalla collaborazione di filiera sono il controllo della supply chain (58% delle grandi aziende che hanno attivato una collaborazione), la comunicazione e il marketing (36%), lo sviluppo e l'introduzione di nuovi prodotti (33%) e la pianificazione della produzione (23%). Anche se con percentuali differenti, la situazione non è molto diversa nelle relazioni con i clienti: il 45% delle grandi aziende ha attivato progetti di controllo della supply chain, il 34% di marketing e comunicazione, il 27% di sviluppo di nuovi prodotti e il 26% di pianificazione della produzione.

Accanto alle tecnologie come EDI ed Extranet, stanno emergendo altre soluzioni tecnologiche più flessibili e innovative dal punto di vista organizzativo, come quelle in modalità Software as a Service, usate dal 23% delle imprese, se si considerano le relazioni con i fornitori (mentre sistemi EDI e Extranet sono adottati dal 25% e dal 22%), e dal 15%, se si considerano i rapporti con i clienti (contro il 18% EDI e il 18% Extranet).

Sono tre le esigenze principali che spingono ad adottare progetti collaborativi: la necessità di contenere i costi (30% delle grandi aziende), recuperare competitività (28%) controllare l'operato dei partner di business (25%). I principali ostacoli indicati dalle grandi aziende sono invece il timore di perdere la riservatezza delle formazioni e dei dati scambiati (15% delle aziende che non attivano progetti collaborativi), i costi di attivazione troppo elevati (10%), la mancanza di volontà da parte delle aziende a investire in tali soluzioni (il 25% non li ritiene una priorità). Anche fra le PMI quasi una su quattro non considera i progetti collaborativi una priorità (24%) o non ne ha l'esigenza (23%). Fra le altre barriere indicate dal campione, figurano anche la convinzione che non sia possibile adottarli all'interno del business di appartenenza (10%) e la difficoltà a percepirne i benefici (9%).

Le priorità di investimento - Dalla ricerca emerge come il digitale sia sempre più una priorità per la sostenibilità e competitività delle imprese, ma circa la metà delle aziende italiane investe meno dell'1% del proprio fatturato in progetti di digitalizzazione (59% delle grandi imprese e 45% delle PMI).

Il quadro cambia se si considerano le differenze tra le grandi aziende e le piccole e medie imprese. Per le prime, gli investimenti in progetti di digitalizzazione B2b e dematerializzazione ricoprono un ruolo di primo piano, con solamente l'1% di esse che dichiara di non essere intenzionata a introdurre queste iniziative nei prossimi due anni. Tali progetti risultano, invece, al quarto posto tra le priorità di investimento delle PMI, che preferiscono concentrarsi sullo sviluppo di nuovi prodotti o servizi (36%), sul rafforzamento della forza vendita (18%) e sullo sviluppo di nuovi mercati (16%). I benefici che ne derivano, infatti, dipendono fortemente dai volumi di documenti in gioco, minori nel caso delle aziende di minori dimensioni. L'Osservatorio ha stimato che il beneficio derivante dal passaggio alla fatturazione elettronica oscilla tra i 7,5 e gli 11,5 euro per fattura per coloro che emettono almeno 3mila fatture all'anno, mentre è tra gli 1,8 e i 3,7 euro a fattura per le aziende che hanno volumi inferiori.

Tra i progetti B2b prioritari per le aziende emerge la digitalizzazione dei processi interni (per esempio soluzioni come Gestione Elettronica Documentale, ERP, Conservazione Digitale), indicata dal 36% delle grandi imprese e dal 37% delle PMI. Seguono le soluzioni per la digitalizzazione del ciclo dell'ordine (29% delle grandi imprese e 18% delle PMI) e lo sviluppo di soluzioni collaborative con fornitori o clienti (16% delle grandi imprese e 13% delle PMI).

La ricerca di efficienza a breve termine e la necessità di restare competitivi sul mercato sono le ragioni principali che spingono le grandi aziende a puntare su progetti di digitalizzazione (indicate rispettivamente dal 23% e dal 22% del campione). Per una PMI, invece, sono fondamentali la facilità d'uso della soluzione implementata (34%) e la spinta normativa (21%). Le barriere che ostacolano maggiormente la digitalizzazione nelle grandi aziende sono le resistenze al cambiamento del personale interno (24%), la diversità delle procedure operative di clienti e fornitori (18%), che obbligherebbe le grandi imprese a sviluppare soluzioni personalizzate, e l'assenza di una visione condivisa sul digitale (17%). Il principale ostacolo alla digitalizzazione riconosciuto dalle PMI, invece, è la scarsa diffusione di competenze digitali fra il personale incaricato di gestire i processi di innovazione (20%).

La blockchain nel Digital B2b - Sono 131 i progetti censiti a livello mondiale dall'Osservatorio di applicazione della blockchain in ambito supply chain, che riguardano processi B2b, rapporti di filiera e implicano almeno uno scambio informativo o documentale tra un'azienda cliente e una fornitrice. La maggior parte dei progetti è attiva in Asia (40%) ed Europa (30%), seguite da America (24%), Oceania (5%) e Africa (dove è attivo un solo progetto). Fra i singoli paesi, invece, quelli che ospitano più progetti sono Stati Uniti (23), Cina (13), Regno Unito (10) e Giappone (9). In Italia sono presenti solo tre progetti, di cui uno operativo e due in sperimentazione, che riguardano la tracciabilità dei prodotti alimentari e la garanzia d'integrità delle transazioni finanziarie.

Tra i processi maggiormente supportati prevalgono l'eSupply Chain Execution (43%) e l'eSupply Chain Control (31%), seguiti a distanza da eSupply Chain Collaboration (11%), eProcurement (9%) e supporto ai processi interni (5%). Fra i settori, invece, i più rappresentati sono quello finanziario (25% dei progetti censiti) e la logistica (18%), in cui la blockchain è solitamente utilizzata per tracciare le merci e le spedizioni. Le filiere più interessate dai progetti di blockchain sono il largo consumo (15%) e le utility (14%), in cui questa tecnologia è impiegata soprattutto per la tracciabilità delle merci e il trading di energia. Altre applicazioni si

trovano nell'ambito della pubblica amministrazione, del lusso, dell'elettronica di consumo, delle assicurazioni e dell'automobilistico.

L'uso della tecnologia blockchain a supporto della supply chain si trova ancora in una fase esplorativa, caratterizzata da grande fermento ma ancora poca concretezza. La maggior parte dei progetti è in fase di sperimentazione (47%) o di annuncio (46%) e i progetti operativi sono solamente otto, presenti soprattutto in banche, distributori di energia, produttori del settore agroalimentare, e indirizzati alla gestione del credito di filiera, alla tracciabilità e alla condivisione di documenti e informazioni. Poiché la tecnologia è ancora poco matura, è difficile parlare di benefici e soprattutto quantificarli.

Le startup - Sono 137 le startup di eCommerce B2b a livello internazionale nate fra il 2012 e il 2017 che hanno ricevuto almeno un finanziamento negli ultimi tre anni, per un totale di oltre 580 milioni di dollari raccolti e un investimento medio di circa 3,5 milioni. Oltre una startup su due (53%) offre soluzioni di eSupply Chain Execution per supportare il processo transazionale fra due imprese, il 28% si occupa di supportare il processo d'acquisto (eProcurement), il 4% ha sviluppato soluzioni che coprono entrambe le esigenze, mentre il restante 15% si concentra sull'ambito eSupply Chain Collaboration. L'86% delle startup fornisce soluzioni adatte solamente al mercato B2b, mentre il 14% sviluppa soluzioni adatte anche a un mercato misto (B2b e B2c). Oltre sei startup su dieci (61%) si occupano di un settore specifico: i settori più rappresentati sono il largo consumo (21%) e la logistica (20%), che da sola attira il 55% dei finanziamenti totali (321,7 milioni di dollari). Il 39%, invece, ha creato soluzioni indirizzate a più settori.

L'America è terreno più fertile per le nuove imprese, con il 46% delle startup censite e l'82,9% dei finanziamenti complessivi. L'Europa è la seconda area per numero di startup (35%) ma non per capacità di attrarre investimenti (8,2%), ambito in cui registra performance decisamente superiori l'Asia, con il triplo dei finanziamenti ottenuti dalle aziende europee, nonostante il minor numero di nuove imprese (14%). L'Italia ospita 20 startup (il 43% delle startup europee), capaci di raccogliere in media 1,2 milioni di euro di investimenti (più della media europea, pari a 1 milione circa).

*L'edizione 2017-2018 dell'Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b è realizzata con il supporto di Confindustria Bergamo, Confartigianato Imprese, Consorzio DAFNE, EDIEL, GS1 Italy, METEL, Unione Nazionale Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili, Di.Tech, Easygov, Iccrea Banca, Intesa Sanpaolo, Poste Italiane, Sistemi Professione Informatica, Synertrade, Techedge, TESISQUARE®, Zucchetti; ARXivar, Credemtel, CRIBIS, Doxee, Infocert, Intesa, SATA, Siav, Top Consult, Tseed, Wolters Kluwer; e con il patrocinio di Agenzia per l'Italia Digitale 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/name/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

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

Marco Puelli
mp@dicomunicazione.it
Mob.: 320 1144691

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. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA per i programmi MBA e Executive MBA. 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 programma undergraduate. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. 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. 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 ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance.