



La digitalizzazione delle delle piccole e medie imprese in Italia

Modelli per il finanziamento di progetti digitali

Relazione di sintesi

La digitalizzazione delle piccole e medie imprese in Italia

Modelli per il finanziamento di progetti digitali

[Relazione di sintesi](#)

Redatta per:
COTEC Italia
e il Polo europeo di consulenza sugli investimenti

Da:
Innovation Finance Advisory (IFA)
nell'ambito dei servizi di consulenza della BEI

Supporto consultivo: Oliver Wyman

**La presente relazione è stata prodotta con il finanziamento dell'Unione
Europea, attraverso il Polo europeo di consulenza sugli investimenti
di Lussemburgo, dicembre 2020**

© Banca europea per gli investimenti (BEI), 2021

Tutti i diritti riservati

Foto di copertina: Shutterstock

Né il presente studio né i contenuti dello stesso possono essere riprodotti, pubblicati o utilizzati per altri scopi senza il previo consenso scritto della BEI.

Tutte le domande su diritti e licenze devono essere indirizzate a publications@eib.org

Esonero di responsabilità

Le opinioni espresse non riflettono necessariamente la posizione del Polo di consulenza, della Banca europea per gli investimenti o della Commissione europea.

I termini e le condizioni sono da intendersi come una traccia per la discussione e forniti a titolo indicativo. La presente relazione è fornita senza alcuna responsabilità di sorta dalla BEI e non comporta in alcun modo per la BEI l'obbligo di estendere le linee di credito o effettuare una verifica di due diligence degli aspetti rilevanti per il finanziamento di un progetto.

Relazione di sintesi

Messaggi chiave

Esiti

- **Come in altri paesi dell'UE, le piccole e medie imprese (PMI) italiane svolgono un ruolo centrale nell'economia.** Si contano circa 4,3 milioni di PMI in Italia, di cui il 95% sono microimprese. Rappresentano l'80% dei posti di lavoro e il 70% del valore aggiunto. Il loro contributo alle esportazioni è maggiore che negli altri paesi dell'UE (il 53% delle esportazioni in Italia contro il 40% in media nell'UE e il 25% in Francia e in Germania).
- **La produttività delle PMI italiane sembra essere inferiore alla media UE e a quella delle PMI più simili** (Francia e Germania). Sebbene tale divario possa essere collegato in parte a diversi mix settoriali, la differenza di produttività rimane per la maggior parte inspiegabile. Sebbene esista anche un divario regionale, anche le regioni italiane con le migliori prestazioni presentano un divario di produttività importante rispetto al resto d'Europa.
- **Secondo diversi parametri europei, il livello di digitalizzazione delle PMI italiane è inferiore a quello di altri paesi.** Il livello inferiore di digitalizzazione delle PMI italiane può svolgere un ruolo cruciale. Data la sua rilevanza, **la digitalizzazione delle PMI italiane è una delle priorità dell'agenda del governo italiano.**
- **Le PMI italiane hanno accesso a un ecosistema di innovazione ampio e diversificato per sostenere i propri sforzi di digitalizzazione,** tra cui associazioni di categoria, hub di innovazione digitale e centri di competenza.
- Tuttavia, **nonostante gli interventi pubblici significativi e il sostegno dell'ecosistema dell'innovazione,** questo studio suggerisce che **l'Italia mostra ancora punti deboli e barriere alla digitalizzazione, in particolare per le PMI.**
- **Una serie di lacune di conoscenze limita la capacità delle PMI di adottare soluzioni digitali.** Le lacune includono:
 - Consapevolezza: le PMI italiane investono meno delle altre PMI dell'UE nella digitalizzazione. Ciò porta a livelli inferiori di adozione e a tecnologie digitali meno sofisticate. In virtù della complessità dell'ecosistema risulta difficile per le PMI esplorare le diverse opzioni e per altri attori digitali accrescere le proprie competenze.
 - Capacità: secondo i dati disponibili, le PMI italiane presentano un bagaglio di competenze digitali limitato rispetto alle PMI equiparabili di altri paesi dell'UE.

- Inoltre, **l'offerta di soluzioni digitali di grandi fornitori di tecnologia è frammentata** e non sempre adatta alle esigenze specifiche delle PMI. I fornitori di tecnologia più piccoli affrontano sfide significative che impediscono loro di essere il più efficaci possibile nell'offerta di soluzioni innovative alle PMI.
- In termini di finanziamento, **la disponibilità di credito bancario rappresenta spesso un ostacolo per le PMI disposte a digitalizzarsi**. Sebbene gli istituti finanziari supportino le PMI nell'accesso alle risorse per i loro investimenti volti alla digitalizzazione, non vi sono prove evidenti di strumenti finanziari "specifici per la digitalizzazione".

Raccomandazioni

- **Raccomandazione 1: Aumentare la consapevolezza e le capacità di digitalizzazione delle PMI italiane**
 - Iniziativa 1a: Costituire un'unica fonte di informazioni per le PMI che desiderano digitalizzarsi, coordinando le risorse di tutte le parti interessate esistenti nell'ecosistema (ad es. associazioni di categoria, hub di innovazione digitale, centri di competenza).
 - Iniziativa 1b: Accelerare la digitalizzazione delle PMI facendo leva sugli appalti pubblici e delle grandi aziende.
- **Raccomandazione 2: Colmare il divario tra domanda e offerta**
 - Creare meccanismi per guidare lo sviluppo di soluzioni al fine di soddisfare le esigenze espresse dalla domanda del mercato.
 - In particolare, il governo potrebbe sponsorizzare la creazione di una piattaforma di digitalizzazione integrata per far coincidere domanda e offerta di soluzioni digitali.
- **Raccomandazione 3: Rafforzare la disponibilità di finanziamenti tramite ricorso al debito e con capitale di rischio**
 - Iniziativa 3a: Rafforzare la disponibilità di credito attraverso il sistema bancario al fine di finanziare la digitalizzazione e l'innovazione delle PMI. Ad esempio, la Banca europea per gli investimenti (BEI) potrebbe ampliare le proprie linee tematiche per le PMI ed includere la digitalizzazione e l'innovazione in Italia sotto forma di prestiti agli intermediari finanziari o garanzie/prestiti agevolati per portafogli granulari di prestiti alle PMI. È importante evidenziare che l'iniziativa in questione potrebbe trarre vantaggio dalle risorse messe a disposizione dal Dispositivo per la ripresa e la resilienza dell'Unione europea sotto forma di garanzie, tranche di prima perdita o subordinate.
 - Iniziativa 3b: La BEI potrebbe potenziare l'accesso al finanziamento con capitale di rischio per le PMI innovative in Italia, contribuendo ad aumentare la disponibilità di fondi di attori chiave nel panorama italiano del private equity e del venture capital, o istituendo schemi di investimento specifici per paese per fornire supporto finanziario e strategico a fondi di private equity e venture capital che intendono investire in Italia.

Contesto

Il Polo europeo di consulenza sugli investimenti è stato ingaggiato da COTEC Italia, un'organizzazione che sostiene la ricerca e l'innovazione tecnologica, per identificare le barriere che impediscono la digitalizzazione delle PMI italiane e suggerire raccomandazioni per rimuoverle.

Lo scopo di questo incarico è supportare l'obiettivo di COTEC di rafforzare la competitività tecnologica dell'economia italiana. Per condurre lo studio, il Polo ha coinvolto la divisione Consulenza finanziaria nell'innovazione della BEI e Oliver Wyman.

Questo studio fa leva sui risultati dell'esperienza di un precedente rapporto sulla digitalizzazione delle PMI in Portogallo, condotto da COTEC Portogallo e dalla BEI.

Si basa su un approccio in tre fasi, come illustrato di seguito:

1. **valutazione dello stato attuale della digitalizzazione delle imprese in Italia e identificazione degli ostacoli alla digitalizzazione delle PMI italiane**, guardando sia alla domanda che all'offerta di soluzioni digitali e alle iniziative governative attualmente in atto per facilitare l'accesso alle stesse;
2. **revisione degli approcci intrapresi nelle altre pari giurisdizioni**, identificando casi di studio sulla digitalizzazione delle PMI in tutto il mondo (Germania, Lussemburgo, Francia, Singapore e Regno Unito); e
3. identificazione e modulazione prioritaria di **raccomandazioni per incrementare il livello di digitalizzazione delle PMI italiane**.

Questo studio si concentra principalmente sui modelli di finanziamento per la digitalizzazione delle PMI. Tuttavia, l'analisi e la ricerca condotte hanno rivelato che esistono anche questioni chiave in termini di consapevolezza dei vantaggi della digitalizzazione, conoscenze tecniche per la digitalizzazione e altri fattori che agiscono da ostacolo alla digitalizzazione delle PMI in Italia. Queste barriere influenzano anche l'accesso ai finanziamenti e l'utilizzo della liquidità finanziaria esistente e degli strumenti disponibili. In quanto tale, lo studio ha assunto un punto di vista olistico nel riassumere i principali risultati e raccomandazioni, riconoscendo che il finanziamento della digitalizzazione delle PMI in Italia risente attualmente di una serie più ampia di fattori rispetto agli strumenti di finanziamento.

Valutazione dello stato attuale della digitalizzazione delle imprese in Italia e degli ostacoli alla digitalizzazione delle PMI italiane

Le PMI svolgono un ruolo centrale nell'economia italiana. Rappresentano il 99,9% del numero totale di imprese attive (4,4 milioni di PMI), circa l'80% dei posti di lavoro e il 70% del valore aggiunto (VAL).¹ Le microimprese (con meno di 10 dipendenti e meno di 2 milioni di euro di fatturato) sono il segmento più grande in termini di imprese attive (94,9% di tutte le PMI) e occupazione (43,7%). Inoltre, le PMI contribuiscono per il 53% alle esportazioni totali del paese, una percentuale superiore alla media dell'UE (40%) e alle PMI più simili in Germania e Francia (23% per entrambe).²

La produttività complessiva delle PMI italiane sembra essere inferiore alla media dell'UE e agli altri paesi, il che può essere in parte spiegato dal mix settoriale; tuttavia, la differenza di produttività rimane per la maggior parte inspiegabile e il livello inferiore di digitalizzazione delle PMI italiane può svolgere un ruolo cruciale. Il valore aggiunto delle PMI per persona occupata è di 42.000 euro in Italia contro una media dell'UE di 44.600 euro (ovvero le PMI italiane sono del 6% al di sotto della produttività media dell'UE). La differenza con Germania e Francia è ancora più importante: la Germania è per il 21% più produttiva dell'Italia e la Francia per il 29%.³ La produttività più limitata delle PMI italiane può essere in parte spiegata dal mix settoriale: la maggior parte dell'occupazione delle PMI è nel commercio all'ingrosso e al dettaglio, nonché nei settori manifatturieri, con una produttività relativamente bassa (sebbene coprano circa il 42% dell'occupazione delle PMI, il loro valore contribuisce solo per il 32% al totale).⁴ Tuttavia, la differenza di produttività rimane per la maggior parte inspiegabile e il livello inferiore di digitalizzazione delle PMI italiane può svolgere un ruolo cruciale.

Secondo diversi parametri a livello di UE, il livello di digitalizzazione delle PMI italiane è inferiore a quello di altri paesi europei (comprese le PMI più simili).⁵ L'Italia si colloca al 25° posto fra i 28 Stati membri nell'Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) dell'Unione europea; tra le cinque componenti di questo indice, l'Italia si colloca al 28° posto su 28 nella categoria "capitale umano".⁶ L'Italia registra un punteggio basso anche nel Digital Intensity Index⁷, per il quale si colloca al 21° posto su 28:8 circa il 40% delle aziende italiane sembra aver effettuato investimenti molto modesti nelle tecnologie digitali, possedendo meno di tre delle 12 tecnologie monitorate (la Francia è al 18° posto, tuttavia la Germania si piazza al 9°, con solo il 30% circa delle aziende ad avere meno di tre delle 12 tecnologie monitorate).

1 ISTAT ed Eurostat

2 Eurostat (2017)

3 Scheda informativa SBA 2019 per Italia, Francia e Germania, valore aggiunto (VAL) definito come la differenza tra valore e costo di un prodotto.

4 ISTAT

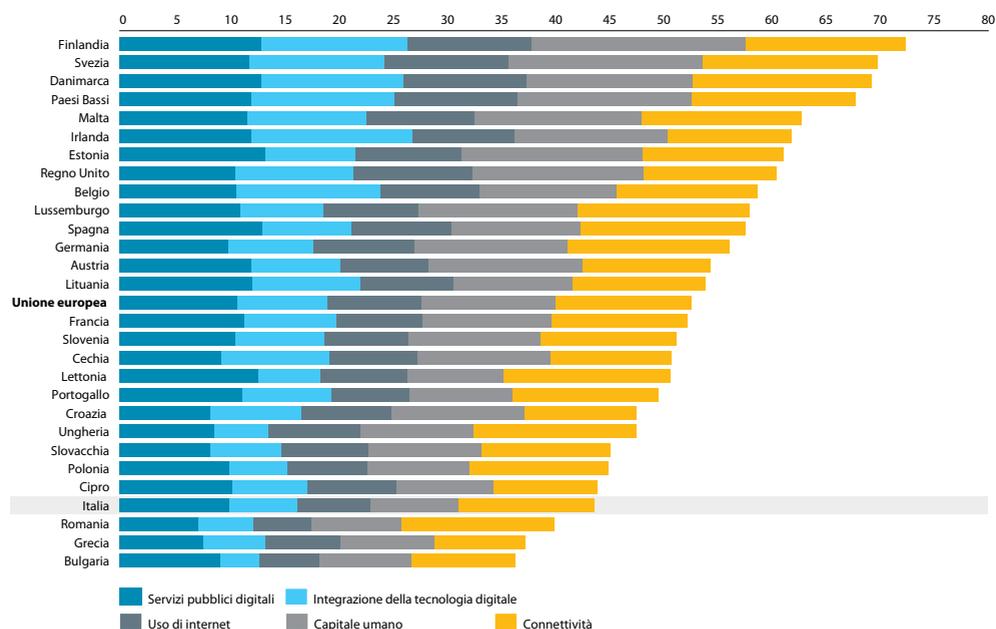
5 Per valutare il livello di digitalizzazione in Italia, questo studio prende in considerazione diversi parametri disponibili a livello europeo (ad es. DESI e DII; schede informative Eurostat e SBA). Questo è un aspetto importante per procedere ai confronti tra i paesi su una serie di dimensioni comparabili e individuare ciò che determina eventuali differenze. La disponibilità di serie temporali è stato un altro elemento chiave considerato nella selezione degli indici e dei parametri per l'analisi. Ove possibile, lo studio integra i risultati di tali indici e parametri con sondaggi, interviste e studi.

6 DESI 2020

7 Il Digital Intensity Index (DII) è un indice costruito a livello di microdati che misura l'utilizzo da parte delle imprese di 12 diverse tecnologie digitali: Internet per almeno il 50% dei dipendenti; impiego di specialisti delle ICT; velocità della banda larga (almeno pari a 30 Mbps); dispositivi Internet mobili per almeno il 20% degli addetti; un sito web; un sito web con funzionalità sofisticate; utilizzo di social media; pubblicità a pagamento su Internet; acquisto di servizi avanzati di cloud computing; invio di fatture elettroniche; vendite via web maggiori dell'1% dei ricavi e vendite via web verso consumatori privati (B2C) superiori al 10% del totale delle vendite via web.

8 Eurostat, indagine comunitaria sull'uso delle ICT e sul commercio elettronico nelle imprese.

Figura 1: Classifica 2020 dell'Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI)



Fonte: DESI 2020

Esiste un notevole divario digitale tra le PMI nelle regioni del nord e del sud Italia; tuttavia, anche le regioni italiane con le migliori prestazioni presentano un divario significativo rispetto al resto dell'Europa.⁹ Un recente studio del Politecnico di Milano indica che 7 regioni su 12 con un punteggio DESI superiore alla media nazionale si trovano nel Nord Italia; le regioni con il punteggio più basso, invece, appartengono tutte al Sud del paese.¹⁰ Le sette prime regioni hanno ottenuto un punteggio tra 50 e 39 punti nell'edizione DESI 2019, mentre le sette regioni con le prestazioni più basse (tutte al Sud) hanno ottenuto un punteggio compreso tra 28 e 20 punti. Tuttavia, anche le regioni settentrionali sembrano essere per circa il 18% meno digitalizzate di altre realtà simili (Germania e Francia); questo divario sale al 55% per le regioni dell'Italia meridionale.¹¹

Il minor costo del lavoro dell'Italia rispetto ad altri paesi europei potrebbe in parte spiegare il basso livello di digitalizzazione delle PMI italiane rispetto agli altri paesi; tuttavia, è necessaria una valutazione più dettagliata degli ostacoli alla digitalizzazione. Esiste una correlazione positiva tra le prestazioni dell'indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) e l'incidenza del costo del lavoro sul PIL negli Stati membri dell'UE. I paesi con una minore incidenza del costo del lavoro sul PIL (tra cui l'Italia) tendono ad avere livelli di digitalizzazione inferiori. Sebbene siano necessarie ulteriori

9 Politecnico di Milano

10 Politecnico di Milano, "Italia digitale: la "macchina" è pronta a correre?", 2019

11 DESI 2019 per Regioni italiane, Germania e Francia - delta calcolato sulla base dei risultati medi.

analisi per trarre alcune conclusioni sulla relazione tra il livello di digitalizzazione e il costo del lavoro (come l'adeguamento al costo della vita), i dati sembrano suggerire che laddove il costo del lavoro è inferiore, le imprese potrebbero avvertire meno il bisogno urgente di digitalizzarsi. D'altra parte, i paesi con un'incidenza più significativa del costo del lavoro potrebbero avvertire una maggiore pressione verso la digitalizzazione ed essere spinti a un livello più alto di digitalizzazione (ad es. sia la Germania che la Francia hanno un'incidenza del costo del lavoro più alta dell'Italia e punteggi molto più alti nella digitalizzazione).¹²

Tuttavia, le PMI italiane hanno accesso a un ecosistema di innovazione ampio e diversificato per sostenere i propri sforzi di digitalizzazione. Ciò comprende:

- **associazioni di categoria:** rappresentano punti di riferimento per le PMI e un accesso diretto a conoscenze / competenze centralizzate (anche per temi di digitalizzazione);
- **centri di innovazione digitale:** i poli di innovazione digitale sono centri di innovazione nati su iniziativa del Ministero dello sviluppo economico italiano nell'ambito del Piano Impresa 4.0 (le misure di intervento pubblico dell'Italia a sostegno dell'adozione delle tecnologie 4.0 da parte delle imprese). Sono presenti in tutte le regioni, generalmente in stretta connessione con i territori in cui operano. I poli di innovazione digitale sono la spina dorsale degli sforzi di trasformazione digitale del governo italiano e mirano a supportare le PMI nell'adozione delle tecnologie 4.0;
- **centri di competenza:** supportano i poli di innovazione digitale nella promozione del Piano 4.0 italiano, guidando gli sforzi di ricerca e sviluppo per le tecnologie 4.0 e fornendo alle PMI esempi concreti e casi d'uso dei vantaggi derivanti dalla digitalizzazione. Di solito sono presenti a livello locale, ma stanno diventando sempre più un riferimento nazionale per lo specifico settore in cui operano; e
- **altri:** ci sono almeno altri sette gruppi di parti interessate che partecipano in modi diversi all'ecosistema della digitalizzazione (inclusi cluster tecnologici, distretti, acceleratori, ecc.).

Anche le grandi aziende svolgono un ruolo chiave nel sostenere la digitalizzazione delle PMI lungo la loro catena di approvvigionamento. Attraverso programmi dedicati ai fornitori, molte grandi aziende stanno sensibilizzando sui vantaggi derivanti dall'adozione delle tecnologie digitali e fornendo formazione mirata allo sviluppo delle proprie capacità digitali. Inoltre, le grandi aziende spesso fanno leva sugli uffici per gli appalti per promuovere una trasformazione digitale dei propri partner, a vantaggio sia delle singole PMI che dell'intera catena di approvvigionamento (ad esempio assegnando punti extra nelle gare alle aziende che possono dimostrare di adottare specifici processi o tecnologie).

Sebbene il COVID-19 abbia posto sfide significative a tutte le PMI in Italia, ha dimostrato che i settori meno digitalizzati sono stati quelli più colpiti. Questo studio rileva una correlazione inversa tra il livello di digitalizzazione all'interno dei settori dell'economia e la gravità della crisi nei primi mesi della pandemia (ovvero più un settore è digitalizzato, meno grave è l'impatto della crisi). I settori

12 DESI 2020 ed Eurostat (2019)

strategici nella lotta alla pandemia hanno risentito meno della crisi, indipendentemente dal loro livello di digitalizzazione (ad esempio, il settore alimentare e farmaceutico).¹³

La Commissione europea ha fatto della transizione digitale uno dei suoi due pilastri principali per sostenere l'economia dell'UE, insieme alla transizione verde, dedicandole una parte significativa del proprio budget totale per il 2021-2027.¹⁴ **Data la sua rilevanza, la digitalizzazione delle PMI italiane è una delle priorità dell'agenda del governo italiano.** L'Italia ha avviato una serie di iniziative a sostegno della trasformazione digitale delle PMI, anche attraverso il Piano Impresa 4.0 (le misure di intervento pubblico dell'Italia a sostegno dell'adozione delle tecnologie 4.0 da parte delle imprese), la strategia digitale Italia 2025, programmi come Smarter Italy e misure per promuovere lo Small Business Act europeo.¹⁵

Nonostante gli interventi pubblici significativi e il sostegno dell'ecosistema dell'innovazione, questo studio suggerisce che l'Italia mostra ancora punti deboli e barriere alla digitalizzazione, in particolare per le PMI. Gli interventi pubblici possono richiedere tempo per produrre gli effetti attesi: mentre alcune iniziative sono state avviate nel 2016-2017 (come il primo piano 4.0), altre, come Italia 2025, sono più recenti. Tuttavia, le PMI italiane si stanno piazzando chiaramente ben al di sotto del loro potenziale digitale e uno sforzo coordinato tra il settore pubblico e quello privato è necessario per un passo avanti verso un'economia più digitalizzata.

Analisi dettagliate e interviste hanno identificato un elenco di lacune che impediscono alle PMI italiane di sviluppare tutto il potenziale della trasformazione digitale. Un riepilogo viene fornito nella Tabella 1.

Tabella 1: Principali lacune identificate

Area	Descrizione
Consapevolezza / conoscenza (lato domanda)	<p>Le PMI italiane stanno investendo meno delle altre PMI dell'UE nella digitalizzazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Molte PMI italiane non prevedono di investire in soluzioni digitali nei prossimi tre anni: <ul style="list-style-type: none"> - Il 18% delle imprese italiane non ha investimenti programmati per i prossimi tre anni vs. il 10% in Europa e l'8% in Germania e Francia;¹⁶ - solo il 31% delle imprese italiane ha pianificato investimenti per sostituire macchinari, edifici e IT esistenti contro il 37% in Europa e il 45% e il 38% in Germania e Francia.¹⁷ • Investimenti digitali limitati portano a livelli inferiori di adozione e a tecnologie digitali meno sofisticate, nonché a un minore incremento della produttività: <ul style="list-style-type: none"> - le PMI italiane hanno meno probabilità delle altre PMI di implementare e adottare tecnologie digitali (solo il 72% delle PMI ha un sito web contro il 77% in Europa; l'88% in Germania, ma solo il 71% in Francia);¹⁸ - i siti web delle PMI italiane sembrano essere meno sofisticati che altrove in Europa (solo il 34% ha una descrizione dei beni/servizi e listini prezzi contro il 54% in Europa).¹⁹

13 Strumento SCALE di Oliver Wyman; Tassonomia dei settori OCSE per intensità digitale

14 https://ec.europa.eu/info/publications/mff-factsheets_en

15 Per i dettagli, consultare il capitolo 1.5

16 Indagine della BEI sugli investimenti

17 Indagine della BEI sugli investimenti

18 Eurostat

19 Eurostat

<p>Capacità tecniche (lato domanda)</p>	<p>Le PMI italiane presentano un bagaglio di competenze digitali limitato rispetto alle PMI di altri paesi dell'UE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risulta più difficile per le PMI in Italia accedere a risorse con competenze digitali adeguate rispetto alle altre PMI dell'UE: <ul style="list-style-type: none"> - le PMI italiane sono penalizzate da un'alta percentuale della popolazione ancora priva di competenze digitali di base, che si traduce in un livello più basso di laureati in tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) (1,0% dei laureati vs. media UE del 3,6% - Francia e Germania riportano valori pari al 3,0% e 4,7% rispettivamente) e specialisti ICT (2,8% dell'occupazione totale rispetto alla media UE del 3,9%, Francia e Germania registrano entrambe valori del 3,9%);²⁰ - per le PMI italiane si registra un livello di impegno inferiore nell'offerta di corsi di formazione ICT ai propri dipendenti rispetto alle altre PMI europee (19% vs 23% - Francia e Germania hanno valori rispettivamente del 20% e del 30%).²¹
<p>Adattamento strategico del mercato delle PMI (lato dell'offerta)</p>	<p>I grandi fornitori di tecnologia forniscono un'offerta ricca ma frammentata di soluzioni digitali, non sempre adatte alle esigenze specifiche delle PMI.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le nostre interviste evidenziano un'asimmetria tra le esigenze delle PMI e l'offerta di grandi fornitori di tecnologia.²² Diversi intervistati hanno riferito che: <ul style="list-style-type: none"> - i fornitori sembrano investire poco in termini di tempo per cercare di comprendere le esigenze delle PMI; - i fornitori potrebbero avere la tendenza a vendere soluzioni "perfette" o complicate, quando le PMI potrebbero trarre vantaggio da soluzioni più semplici e standard.
<p>Capacità di implementazione (lato dell'offerta)</p>	<p>I fornitori di tecnologia più piccoli affrontano sfide significative che impediscono loro di essere il più efficaci possibile nell'offerta di soluzioni innovative alle PMI.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le nostre interviste hanno dimostrato che esistono tre sfide principali che i fornitori di tecnologia più piccoli devono affrontare quando si tratta delle PMI tradizionali. <ul style="list-style-type: none"> - Soluzioni su misura per le PMI tradizionali: gli operatori più piccoli non hanno né le dimensioni né, in genere, l'esperienza necessaria per far fronte alla varietà di esigenze e problemi che le PMI tradizionali devono affrontare. La loro offerta è più specifica e necessita di una ridefinizione nel caso in cui fossero richieste dai clienti o si rivelassero necessarie nuove funzionalità. Ciò potrebbe anche portare a una significativa frammentazione del mercato. - Realizzazione di più progetti: sui fornitori di tecnologia più piccoli possono gravare i vincoli legati alla realizzazione, come ad esempio la mancanza di capacità / risorse da dedicare a più progetti contemporaneamente. Inoltre, rispetto agli attori più grandi, i fornitori più piccoli in genere sono in ritardo in termini di tempo necessario per completare un progetto o servizi ausiliari che potrebbero essere offerti durante il periodo di implementazione (ad es. condivisione di benchmark/apprendimenti su quanto sta accadendo in altri settori/aree geografiche). - Crescita finanziaria: i fornitori più piccoli hanno posizioni finanziarie e risorse meno solide per espandersi. Ciò rafforza la loro difficoltà nel soddisfare in modo rapido ed esaustivo le esigenze dei clienti e nel realizzare i progetti il più velocemente possibile.
<p>Consapevolezza e marketing (adeguamento al mercato)</p>	<p>In virtù della complessità dell'ecosistema risulta difficile per le PMI esplorare le diverse opzioni e per altri attori digitali accrescere le proprie competenze.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La maggior parte delle associazioni di categoria ha i propri stakeholder di riferimento, il che crea complessità e potrebbe impedire l'accrescimento delle competenze e delle opzioni a disposizione delle PMI: <ul style="list-style-type: none"> - Il portale Atlantei4.0.it elenca oltre 600 diversi stakeholder a disposizione delle PMI disposte a digitalizzarsi, con potenziali sovrapposizioni e mancanze di ruoli.²³ - Diverse associazioni di categoria hanno creato la propria versione dei centri di innovazione digitale (come Confindustria, Confcommercio) e/o i propri strumenti per valutare la maturità digitale (come CNA, Assolombarda). • Un così alto numero di parti interessate può anche confondere le PMI e scoraggiarle dall'intraprendere un viaggio verso la digitalizzazione.

20 DESI 2020

21 Eurostat

22 Interviste di esperti

23 <https://www.atlantei40.it/>

<p>Capacità finanziarie (lato domanda e offerta)</p>	<p>La disponibilità di credito bancario rappresenta spesso un ostacolo per le PMI disposte a digitalizzarsi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le PMI italiane si rivolgono solitamente alle banche per far fronte alle proprie esigenze di finanziamento, anche per i progetti di digitalizzazione: <ul style="list-style-type: none"> - la proporzione di PMI che ricorrono a linee di credito, prestiti bancari o crediti commerciali è maggiore in Italia che altrove in Europa. I prestiti bancari sono un'importante fonte di finanziamento per il 50% delle PMI italiane rispetto al 46% in Europa;²⁴
<p>Capacità finanziarie (lato domanda e offerta)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la maggior parte delle PMI sembra non avere fiducia o esperienza per rivolgersi a società di venture capital (VC) e investitori in capitale azionario anziché alle banche (il 54% delle PMI ha più fiducia a rivolgersi alle banche contro l'11% delle PMI che preferisce ricorrere a investitori VC e di capitale azionario).²⁵ • Gli interessi passivi per i prestiti alle PMI in Italia sono aumentati tra il quarto trimestre 2019 e il primo trimestre 2020 e potrebbero aumentare ancora di più in caso di carenza di liquidità: <ul style="list-style-type: none"> - le PMI irlandesi e italiane hanno riportato l'aumento maggiore in assoluto delle spese per interessi (rispettivamente del 16% e del 14%, dal 12% e 9%) nell'edizione di ottobre 2019 - marzo 2020 di SAFE, l'indagine della Banca centrale europea sull'accesso al credito delle piccole e medie imprese;²⁶ - l'indagine SAFE mostra per la prima volta dal 2013 un deterioramento delle aspettative delle PMI sulla disponibilità di prestiti bancari (-11%).²⁷ • Le PMI italiane hanno una leva maggiore rispetto alle omologhe PMI europee, il che potrebbe impedire loro di investire in digitalizzazione e innovazione in futuro (soprattutto come conseguenza della pandemia di COVID-19):²⁸ <ul style="list-style-type: none"> - un recente studio dell'OCSE evidenzia che la leva delle imprese italiane, a livello aggregato, è simile a quella delle imprese tedesche e francesi; tuttavia, se i dati vengono scomposti per dimensioni delle imprese, le PMI italiane sembrano avere un elevato rapporto di capitalizzazione. - Durante la pandemia Covid-19, le PMI italiane hanno ulteriormente aumentato il loro livello di indebitamento ricorrendo a nuovi sostegni finanziari offerti dal governo. L'aumento del livello di indebitamento potrebbe influire negativamente sulla capacità delle PMI di investire in futuro nella digitalizzazione e nell'innovazione. • Secondo le nostre interviste, le negoziazioni tra banche e PMI per il finanziamento degli investimenti nella digitalizzazione affrontano tipicamente quattro questioni specifiche:²⁹ <ul style="list-style-type: none"> • Natura dell'investimento e garanzie <ul style="list-style-type: none"> - Gli investimenti in digitalizzazione differiscono da quelli più tradizionali, in quanto non hanno, in genere, attività materiali da offrire come garanzia (es. attrezzature, immobili); pertanto, le banche spesso elaborano questi investimenti come investimenti immateriali e chiedono garanzie specifiche (ad es. la garanzia personale degli imprenditori), rendendo più difficile l'incontro tra domanda e offerta. • Capacità delle banche di eseguire una due diligence digitale <ul style="list-style-type: none"> - Se da un lato il processo di concessione del credito è analogo a quello degli investimenti tradizionali, dall'altro le banche necessitano di capacità di due diligence dedicate per valutare gli investimenti per la trasformazione digitale che vengono loro presentati. La difficoltà nell'identificare i vantaggi attesi di tali investimenti per l'affidabilità creditizia delle aziende può essere una sfida significativa da raccogliere. • Capacità delle PMI di articolare gli investimenti nella digitalizzazione <ul style="list-style-type: none"> - La valutazione dei vantaggi attesi di un investimento nella digitalizzazione è difficile anche per le PMI, il che impedisce loro di preparare piani aziendali efficaci e articolati. • L'attenzione delle PMI per la crescita nei piani aziendali <ul style="list-style-type: none"> - Nell'elaborare i propri piani aziendali, le PMI tendono a concentrarsi sulla propria strategia di crescita, a cui dedicano la maggior parte delle risorse. Una tale attenzione può tradursi in preoccupazioni da parte degli istituti di credito riguardo alla capacità delle PMI di rimborsare il finanziamento che richiedono.

24 Indagine SAFE

25 Indagine SAFE

26 Indagine SAFE

27 Indagine SAFE

28 <https://www.oecd.org/corporate/ca/OECD-Capital-Market-Review-Italy.pdf>

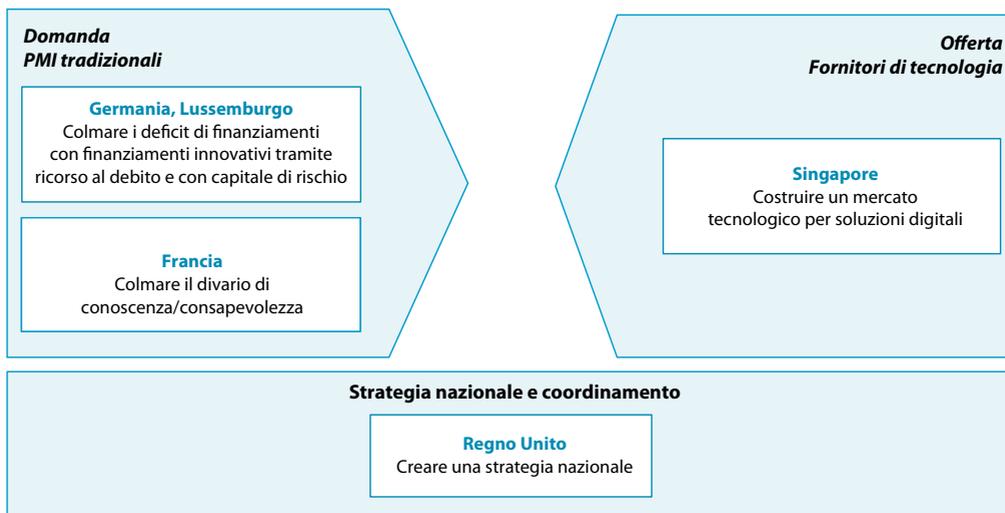
29 Interviste di esperti

<p>Capacità finanziarie (lato domanda e offerta)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sebbene gli istituti finanziari supportino le PMI nell'accesso alle risorse per i loro investimenti volti alla digitalizzazione, non vi sono prove evidenti di strumenti finanziari "specifici per la digitalizzazione". Lo stesso vale per le principali parti interessate del settore pubblico: digitalizzazione e innovazione sono indicate come aree di interesse chiave, ma non siamo riusciti a identificare i progetti specifici che offrono per la digitalizzazione o l'innovazione. • Sul versante azionario, mentre gli investimenti di venture capital stanno aumentando in Italia, sono ancora pochi rispetto a quelli effettuati in Germania e Francia. <ul style="list-style-type: none"> - Nel primo semestre del 2019, gli investitori hanno investito quasi 400 milioni di euro in start-up italiane (con sede in Italia o all'estero con fondatori italiani)³⁰ - I mercati VC in Francia e Germania sono più sviluppati e attraggono più investimenti, rispettivamente 5 miliardi di euro e 1,7 miliardi di euro.³¹
---	---

Revisione degli approcci intrapresi nelle altre pari giurisdizioni

Questa sezione delinea le migliori prassi in tutto il mondo a supporto dell'adozione di soluzioni digitali tra le PMI. I casi selezionati considerano, attraverso esempi di vita reale, le diverse dimensioni in gioco per il contesto italiano.

Figura 2: Quadro di analisi dei casi di digitalizzazione



Fonte: Olivier Wyman analysis

30 [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-012-6561?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-012-6561?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)

31 [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-500-9525?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-500-9525?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)) e [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/5-501-0204?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/5-501-0204?transitionType=Default&contextData=(sc.Default))

Lato domanda

Colmare i deficit di finanziamenti con finanziamenti innovativi tramite ricorso al debito e con capitale di rischio

In **Germania** e **Lussemburgo**, al deficit di finanziamenti dal settore bancario commerciale si fa fronte con prodotti di finanziamento specifici, principalmente a sovvenzione o debito, specificamente mirati a sostenere i progetti digitali delle PMI.

- **Germania (programmi bavaresi)**

Sotto la gestione del Ministero dell'economia e dei media, dell'energia e della tecnologia, il programma bavarese di promozione della tecnologia fornisce finanziamenti alle PMI per progetti innovativi e digitali come sovvenzioni (per i prodotti - fino al 25% dei costi ammissibili) e prestiti (per i processi - fino al 100% dei costi ammissibili del progetto). I progetti dovrebbero mirare allo sviluppo di prodotti, processi di produzione e servizi basati sulla conoscenza tecnologicamente nuovi o notevolmente migliorati.

Il buono bavarese per l'innovazione ha lo scopo di supportare la pianificazione, lo sviluppo e l'implementazione di prodotti, processi di produzione o servizi nuovi o migliorati e, in genere, copre il 40% dei costi ammissibili del progetto (con un tetto massimo di 15.000 o 30.000 euro per progetti innovativi che richiedono risorse importanti in termini di denaro o economicamente più rischiosi, che richiedono un supporto altamente specializzato).

- **Lussemburgo**

Il programma di prestito diretto per la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione è stato lanciato alla fine del 2011 dalla Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI) con l'obiettivo di facilitare l'innovazione nelle PMI.

Il prestito SNCI sostiene l'innovazione tecnologica per prodotti, servizi, processi o metodi organizzativi nuovi o sostanzialmente migliorati rispetto allo stato dell'arte nel settore industriale interessato e che comportano un rischio di fallimento tecnico o industriale.

Il prestito copre fino al 40% dei costi ammissibili con un massimo di 250.000 euro. Almeno il 35% degli investimenti e delle spese deve essere cofinanziato con le risorse proprie dell'azienda.

Colmare il divario di conoscenza/consapevolezza per le piccole imprese tradizionali

In **Francia**, il divario di conoscenza digitale che grava sulle piccole imprese nei settori tradizionali è stato affrontato da Bpifrance, che fornisce strumenti alle PMI tradizionali per colmare il divario di conoscenza e sensibilizzare sul potenziale delle tecnologie digitali. Agli imprenditori si offrono istruzione e formazione (ad esempio dalla Bpifrance Université) e le aziende (principalmente PMI) sono supportate nello sviluppo di piani attuativi e roadmap attraverso programmi di coaching dedicati (come il Diagnostic Innovation Program).

Lato offerta

Costruire un mercato tecnologico per soluzioni digitali

Le iniziative del governo a **Singapore** mirano a facilitare l'incontro tra la domanda di soluzioni digitali, incoraggiata dalle PMI tradizionali, e l'offerta di tali tecnologie da parte degli attori locali del panorama delle start-up, creando così un mercato digitale e incrementando le opportunità per le imprese locali.

Il programma TechMatch della Development Bank of Singapore (DBS) consente alle PMI tradizionali di presentare un problema aziendale online e di essere messe in contatto con un fornitore di soluzioni tecnologiche. Completato il problem-solving e l'allineamento a una società tecnologica di controparte, il programma prevede ulteriori iniziative a supporto dell'implementazione e del lancio della soluzione, come sovvenzioni, prestiti ponte per il finanziamento di progetti e schemi di finanziamento della proprietà intellettuale al completamento del progetto. Il programma SME Go Digital di Singapore mira ad aiutare le PMI che operano in settori in cui la tecnologia digitale può migliorare notevolmente la produttività. I piani digitali sono sviluppati dall'agenzia governativa Infocomm Media Development Authority (IMDA) per ciascuno di questi settori che aiuteranno le PMI ad adottare la tecnologia digitale per aumentare la crescita e la produttività e partecipare alle iniziative nazionali di innovazione.

Oltre a quanto sopra, Singapore offre finanziamenti per la digitalizzazione delle PMI sia dal lato della domanda (cioè alle PMI) sia dell'offerta (cioè associazioni di categoria, acceleratori o altri partner locali). Dal lato della domanda, le PMI possono ottenere finanziamenti da diverse agenzie, ad esempio un prestito da un'agenzia e una sovvenzione da un'altra agenzia. I finanziamenti sono disponibili in varie forme (sovvenzioni, prestiti, assicurazioni, incentivi fiscali e investimenti), a seconda delle esigenze e delle caratteristiche della controparte.

Strategia nazionale

Sviluppare una strategia nazionale e ben coordinata

La strategia digitale olistica perseguita dal governo del Regno Unito ingloba diverse dimensioni dell'ambiente socioeconomico, con iniziative mirate alla digitalizzazione delle PMI tradizionali attraverso programmi di formazione dedicati, l'istituzione di enti pubblici per promuovere la produttività e l'innovazione e la semplificazione del quadro normativo.

La strategia digitale del Regno Unito, pubblicata a marzo 2017, mira a costruire una nuova economia sfruttando i punti di forza del paese e affrontando le sue debolezze. Il superamento delle barriere alla crescita e all'innovazione nel settore digitale, la fornitura di infrastrutture e competenze digitali e la chiusura del divario digitale sono solo alcuni degli obiettivi chiave. Al centro, vi è l'ambizione di creare un'economia digitale leader a livello mondiale che funzioni per tutti.

Raccomandazioni per incrementare il livello di digitalizzazione delle PMI italiane

Lo studio esamina la digitalizzazione delle PMI in Italia da tre prospettive: la domanda di digitalizzazione da parte delle PMI; la fornitura di prodotti adeguati e meccanismi di adeguamento tra domanda e offerta. Dal lato della domanda, è fondamentale che le PMI siano consapevoli e vedano i vantaggi degli strumenti digitali disponibili (come l'analisi dei dati e la gestione del flusso di lavoro). Inoltre, le PMI devono avere le capacità tecniche e finanziarie per sfruttare questi strumenti. Dal lato dell'offerta, i fornitori di tecnologia devono essere consapevoli delle esigenze e delle difficoltà che devono affrontare le PMI. I fornitori di tecnologia devono sviluppare le giuste capacità e modelli di business per essere in grado di offrire una proposta che si adatti alle esigenze strategiche delle PMI. Infine, deve essere formulato un sistema di adeguamento al mercato che riunisca PMI e fornitori di tecnologia per migliorare la digitalizzazione delle PMI a vantaggio di tutte le parti coinvolte. Ciò include, tra gli altri, iniziative di marketing, sviluppi congiunti di prodotti e proposte e meccanismi di determinazione dei prezzi. La Figura 3 fornisce una rappresentazione grafica di questo quadro ed evidenzia in blu le aree in cui sono state identificate le lacune maggiori.

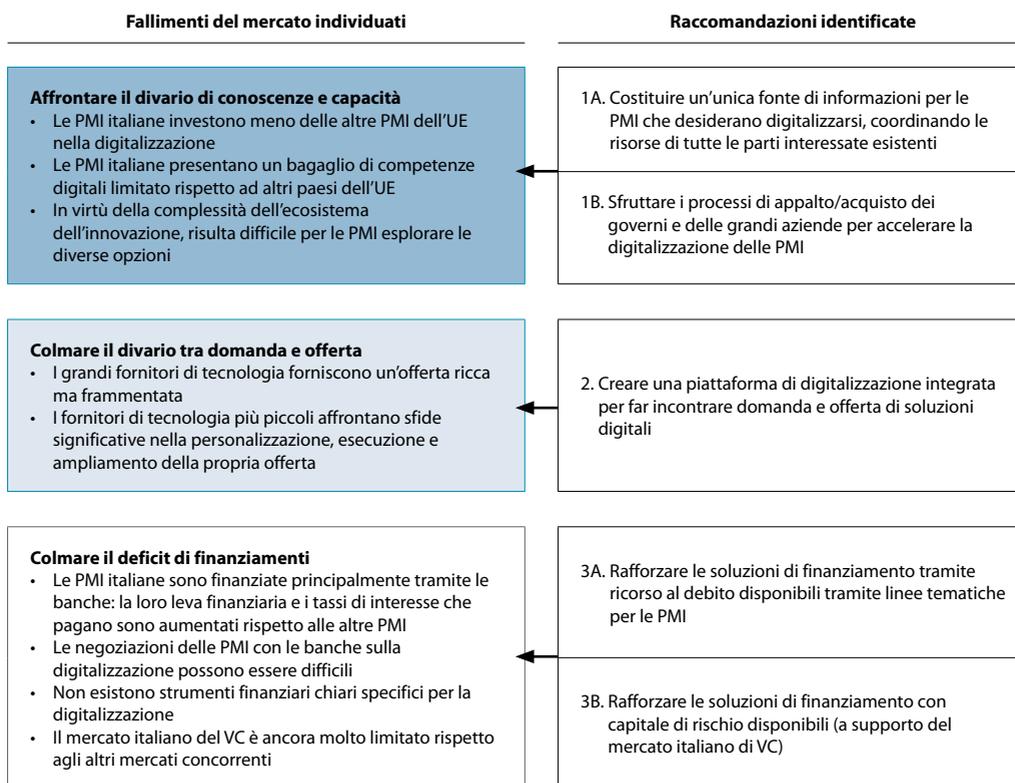
Figura 3: Quadro di valutazione del divario di digitalizzazione



Lo studio individua tre obiettivi principali da affrontare e, di conseguenza, raggruppa le raccomandazioni in tre aree principali. Queste devono essere lette nel contesto del Dispositivo per la ripresa e la resilienza (Recovery and Resilience Facility, RRF), lanciato di recente dalla Commissione europea, che cambia radicalmente la quantità e il tipo di finanziamento nel mercato delle PMI con un focus specifico sulla transizione digitale. La valutazione dello stato della digitalizzazione delle PMI e del suo finanziamento in Italia, in combinazione con studi di casi in tutto il mondo, ha evidenziato il

potenziale di miglioramento nel panorama esistente. I nodi individuati richiedono una risposta pubblica-privata strategica e globale. Di conseguenza, grazie a un confronto con misure promosse in altri paesi, lo studio individua diverse potenziali raccomandazioni che potrebbero essere correlate a tre obiettivi chiave (si veda la Figura 4 qui di seguito). Il Gruppo BEI potrebbe svolgere un ruolo primario nelle raccomandazioni relative al divario nei finanziamenti, mentre potrebbe attivare il supporto dell'assistenza tecnica per gli elementi infrastrutturali raccomandati delle restanti raccomandazioni.

Figura 4: Obiettivi chiave e raccomandazioni individuate



Affrontare il divario di conoscenze e capacità

Nonostante gli interventi pubblici significativi e il sostegno dell'ecosistema dell'innovazione, lo studio individua due raccomandazioni chiave per aumentare il livello di consapevolezza e capacità delle PMI italiane. La prima raccomandazione si concentra sulla creazione di un "punto di accesso" che le PMI possono utilizzare come unica fonte di informazioni per la digitalizzazione. La seconda raccomandazione descrive in dettaglio il ruolo che le grandi aziende e il governo potrebbero svolgere per accelerare la digitalizzazione delle PMI attraverso le loro catene di approvvigionamento.

A. Il governo potrebbe investire parte dei fondi del RRF per creare un'unica fonte di informazioni per le PMI che desiderano digitalizzarsi, coordinando le risorse di tutte le parti interessate esistenti nell'ecosistema (ad es. associazioni di categoria, hub di innovazione digitale, centri di competenza); questo approccio ha funzionato bene in altri paesi dell'UE (a titolo di esempio, si veda BpiFrance).

- i. Potrebbe trattarsi di una piattaforma online che funziona come un unico punto di accesso per tutte le informazioni relative alla digitalizzazione, indicando alle PMI il tipo di supporto/ stakeholder più appropriato. Ciò contrasterebbe con la complessità dell'ecosistema attuale, che rende difficile per le PMI esplorare le diverse opzioni (ad esempio, il portale Atlantei4.0.it elenca oltre 600 diversi stakeholder a disposizione delle PMI disposte a digitalizzarsi, con potenziali sovrapposizioni e mancanze di ruoli).
- ii. Questo unico punto di accesso farebbe leva su contenuti e materiali già esistenti, contribuendo a ridurre la complessità dell'ecosistema.
- iii. Le principali parti interessate dell'innovazione (come associazioni di categorie, hub di innovazione digitale, centri di competenza) avrebbero anche l'opportunità di migliorare il coordinamento e incrementare le loro competenze, attualmente ostacolate dalla frammentazione.
- iv. Questa singola fonte di informazioni dovrebbe includere, a titolo d'esempio non esaustivo:
 - a. Archivio centrale di informazioni sul ruolo delle diverse parti interessate per ogni settore, tecnologie disponibili, servizi, normative (ad esempio sulla privacy dei dati, sicurezza informatica);
 - b. Corsi di e-learning / materiali di formazione (anche sul cambiamento dei processi aziendali, la riprogettazione delle mansioni e il miglioramento delle competenze della forza lavoro, la gestione dell'implementazione della tecnologia digitale);
 - c. Autovalutazione della maturità digitale per misurare il livello di maturità digitale delle aziende e ottenere indicazioni sul business case per la digitalizzazione e su come raggiungerlo; e
 - d. Accesso semplificato ai regimi di sostegno pubblico e ai programmi di finanziamento disponibili nel settore bancario.

B. Le grandi aziende e il governo potrebbero sfruttare le loro procedure di appalto/acquisto per accelerare la digitalizzazione delle PMI lungo la loro catena di approvvigionamento, fornendo loro incentivi come un miglior accesso, risparmi significativi, processi semplificati e ridotti e maggiore trasparenza.

- i. **Il governo potrebbe dedicare parte delle risorse del RRF che vengono investite in partnership con grandi aziende per incentivare la trasformazione digitale delle PMI nella loro catena di approvvigionamento.** Ad esempio, le grandi aziende coinvolte nei progetti RRF

potrebbero adattare i propri processi di appalto/acquisto per includere incentivi per le PMI disposte a migliorare il loro livello di digitalizzazione.

- ii. **Analogamente, il governo potrebbe impiegare parte delle risorse del RRF per creare programmi dedicati (come i voucher) per rafforzare le capacità di realizzazione delle PMI.** Il governo potrebbe beneficiare dell'esperienza acquisita attraverso interventi simili in passato (un esempio è l'Innovation Manager Voucher) e collaborare con le grandi aziende per supportare le PMI nella loro catena di approvvigionamento a migliorare la loro capacità di realizzare (e non solo acquistare) progetti di trasformazione digitale e promuovere meccanismi di trasferimento delle competenze.
- iii. **Il governo italiano potrebbe rivedere le norme sugli appalti del settore pubblico per promuovere una maggiore adozione di strumenti e tecnologie digitali.** Il governo potrebbe adattare i propri processi di appalto/acquisto per aiutare (e possibilmente fornire incentivi a) le PMI digitali da selezionare come fornitori (ad esempio assegnando una priorità più alta a specifici processi o strumenti digitali in atto anziché soddisfare specifici requisiti legati all'esperienza consolidata dell'impresa). Lo slancio creato dal RRF ha creato condizioni molto favorevoli perché ciò avvenga.
- iv. **Inoltre, per rafforzare la sua leva degli appalti, il governo potrebbe investire parte dei fondi del RRF nella creazione e interoperabilità di grandi data center in tutta la pubblica amministrazione** da mettere pubblicamente a disposizione delle aziende che forniscono soluzioni innovative alle esigenze più urgenti della pubblica amministrazione.

Casi di studio internazionali dimostrano ulteriormente l'importanza di aiutare le aziende a comprendere i vantaggi che potrebbero derivare da una trasformazione digitale. Attraverso Bpifrance, ad esempio, il governo francese ha implementato diverse iniziative volte a sensibilizzare le PMI sui vantaggi della trasformazione digitale (come programmi di coaching, programmi di formazione e programmi di accelerazione delle PMI).

Colmare il divario tra domanda e offerta:

Lo studio ha dimostrato che è possibile migliorare l'incontro tra domanda e offerta di soluzioni digitali.

- A. **Il governo potrebbe sponsorizzare la creazione di una piattaforma di digitalizzazione integrata per far incontrare domanda e offerta di soluzioni digitali, approccio che ha funzionato bene in altri paesi, ad esempio a Singapore.**
 - i. Una tale piattaforma integrata (che potrebbe essere collegata al punto 1.A di cui sopra: Il governo potrebbe investire parte dei fondi del RRF per creare un'unica fonte di informazione), avere un elenco di soluzioni digitali formulate e pre-approvate a disposizione delle PMI in settori specifici, a partire da settori strategici selezionati.
 - ii. Lo scopo della piattaforma sarebbe quello di facilitare la scelta delle PMI di soluzioni digitali adeguate (tra le tante disponibili sul mercato).

- iii. Ogni soluzione potrebbe anche essere collegata a opzioni di finanziamento specifiche, ottimizzando il finanziamento dei progetti di digitalizzazione delle PMI.
- iv. Per le soluzioni che non sono prontamente disponibili sul mercato, la piattaforma consentirebbe anche la raccolta di dati sufficienti per supportare il lancio di concorsi di innovazione / hackathon dedicati allo sviluppo di soluzioni digitali che colmino quelle lacune specifiche.

L'esempio di Singapore rafforza l'importanza di avere soluzioni digitali pre-approvate per creare un dinamismo sul fronte dell'offerta e aumentare le possibilità di adeguamento al mercato.

Singapore, infatti, ha sviluppato una piattaforma digitale di soluzioni digitali pre-approvate per facilitare la ricerca da parte di una PMI di adeguate opportunità digitali e l'incontro tra domanda e offerta (il programma TechMatch della DBS).

Colmare il deficit di finanziamenti:

Le analisi e le evidenze raccolte dallo studio sottolineano l'importanza per la domanda e l'offerta di avere accesso alle risorse finanziarie. Le seguenti raccomandazioni riguardano sia il mercato del debito che il mercato azionario al fine di aumentare le soluzioni a disposizione delle imprese.

A. Rafforzare la disponibilità di credito attraverso il sistema bancario al fine di finanziare la digitalizzazione e l'innovazione delle PMI. In particolare, il Gruppo BEI potrebbe ampliare le proprie linee di credito tematiche per le PMI per coprire gli investimenti in digitalizzazione e innovazione in Italia. Inoltre, specifici prestiti tematici potrebbero essere erogati da appositi veicoli che combinano fondi pubblici (compresi potenzialmente il RRF) e istituti di credito privati (e possibilmente la BEI).

- i. Il finanziamento tematico della digitalizzazione e dell'innovazione (simile alle attuali linee di credito tematiche per le PMI) potrebbe assumere la forma di prestiti a intermediari finanziari (in genere direttamente dalla BEI) o prestiti / condivisione del rischio / garanzie per portafogli granulari o non granulari o una combinazione dei due.
- ii. Un regime di prestito subordinato al reddito potrebbe rappresentare una nuova opzione di finanziamento per le PMI che stanno cercando di attuare progetti digitali end-to-end e/o finanziare progetti di trasformazione con soluzioni altamente tecniche.
- iii. Il Gruppo BEI potrebbe sfruttare lo stretto legame esistente con le banche italiane per assicurare un'ampia portata a questa iniziativa. COTEC potrebbe anche fornire supporto per ampliare la portata nel mercato italiano.
- iv. Il Gruppo BEI potrebbe, inoltre, avvalersi della propria vasta esperienza in finanza strutturata e consulenza tecnica alle PMI per arricchire l'offerta.
- v. Per sfruttare i fondi del RRF, i criteri di ammissibilità per un tale strumento potrebbero essere allineati ad altri programmi correlati inclusi nel piano RRF italiano, come ad es. il piano Industria 4.0 del Ministero dello sviluppo economico.

- vi. **È importante evidenziare che una tale iniziativa potrebbe trarre vantaggio dalle risorse messe a disposizione dal RRF.** In particolare, il Recovery Fund potrebbe funzionare sia nel caso di linee tematiche fornite tramite prestiti gestiti da intermediari, sia in caso di linee tematiche fornite attraverso meccanismi di condivisione del rischio. Infatti, il Recovery Fund potrebbe facilitare la creazione di tre diverse forme per le linee tematiche:
- a. Prestiti gestiti da intermediari finanziari del segmento prima perdita dal Recovery Fund. Sebbene la BEI svolgerebbe un ruolo cruciale nell'attuazione di un tale meccanismo, ciò consentirebbe l'inclusione di intermediari partner e banche e istituzioni finanziarie più piccole;
 - b. Condivisione del rischio (garanzia) per portafogli granulari di prestiti di prima perdita alle PMI dal Recovery Fund. L'esistenza del Recovery Fund consentirebbe di aumentare il livello di copertura della garanzia al 70-80%; e
 - c. Condivisione del rischio (garanzia) per portafogli non granulari a società a media e grande capitalizzazione di prima perdita dal Recovery Fund. L'esistenza del Recovery Fund consentirebbe di investire in controparti più rischiose rispetto a quelle normalmente selezionate per tali programmi con scadenze più lunghe.

B. Per sfruttare i fondi del RRF, il Gruppo BEI potrebbe migliorare l'accesso al finanziamento con capitale di rischio per le PMI innovative in Italia.

- i. Il Gruppo BEI (in particolare il Fondo europeo per gli investimenti (FEI)) potrebbe contribuire ad aumentare la disponibilità di fondi di attori chiave nel panorama italiano di private equity e venture capital per investimenti diretti o indiretti in progetti di innovazione strategici.
- ii. Il Gruppo BEI (in particolare il FEI) potrebbe prendere in considerazione l'istituzione di programmi di investimento specifici per paese (simili a quelli specifici per i temi di cui si occupa il FEI, su IA/Blockchain) per fornire supporto finanziario e strategico a fondi di private equity e venture capital che intendono investire in Italia.

Germania e Lussemburgo forniscono esempi di supporto aggiuntivo che i governi possono mettere in atto dal punto di vista finanziario per sostenere la digitalizzazione. La Germania e il Lussemburgo hanno creato diversi strumenti di finanziamento dedicati a supporto degli investimenti delle PMI nella digitalizzazione, compresi sia prestiti dedicati all'innovazione sia programmi di sovvenzione specifici (ad esempio, i voucher).



European
Investment *Advisory Hub*
Europe's gateway to investment support

Banca europea per gli investimenti
98-100, boulevard Konrad Adenauer
L-2950 Luxembourg
☎ +352 4379-22000
www.eib.org – ✉ info@eib.org

La digitalizzazione delle piccole e medie imprese in Italia

Modelli per il finanziamento di progetti digitali

Relazione di sintesi