



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

# L'INNOVAZIONE NEI SERVIZI (ANCHE QUELLI "TRADIZIONALI")

## Qualche spunto di riflessione

**Fabio Fulvio**

Responsabile Politiche per lo Sviluppo

Padova, 4 Giugno 2013

# AGENDA

---

“Servizi” e “Innovazione”: un matrimonio complicato

Come innovare? Qualche suggerimento

# COSA INTENDIAMO PER "SERVIZI"

## Settori economici Eurostat/Istat

---

**Agricoltura**

A - AGRICOLTURA, CACCIA E SILVICOLTURA  
B - PESCA, PISCICOLTURA E SERVIZI CONNESSI

**Industria**

C - ESTRAZIONE DI MINERALI  
D - ATTIVITA' MANIFATTURIERE  
E - PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA,  
GAS E ACQUA  
F - COSTRUZIONI

**Servizi**

G - COMMERCIO INGR. E DETT.; RIPARAZIONE DI AUTO, MOTO  
E BENI PERSONALI  
H - ALBERGHI E RISTORANTI  
I - TRASPORTI, MAGAZZINAGGIO E COMUNICAZIONI  
J - INTERMEDIAZIONE MONETARIA E FINANZIARIA  
K - ATT. IMMOBILIARI, NOLEGGIO, INFORMATICA, RICERCA,  
PROFESS. ED IMPRENDIT.  
L - PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E DIFESA; ASSICURAZIONE  
SOCIALE OBBLIGATORIA  
M - ISTRUZIONE  
N - SANITA' E ALTRI SERVIZI SOCIALI  
O - ALTRI SERVIZI PUBBLICI, SOCIALI E PERSONALI

# I SERVIZI SONO IMPRODUTTIVI?

## Una visione ottocentesca

---

### Agricoltura

Dal chicco di grano alla spiga.  
Autentica produzione di valore.



### Industria

Dalla spiga alla farina e al pane.  
Oggettiva trasformazione in qualcosa di maggior valore.



### Servizi

Il pane è sempre lo stesso.  
Trasportarlo o venderlo al consumatore non lo rende diverso/  
non ne aumenta il valore



# I PREGIUDIZI SONO DURI A MORIRE

## Qualche autorevole esempio recente

---

**Baumol** (1967): “malattia da costi crescenti” se l’occupazione si sposta da settori ad elevati incrementi di produttività (industria) ad altri caratterizzati da livelli di produttività relativamente più bassi (servizi).

**Spaventa** (1973) e **Sylos Labini** (1974): ruolo “inflazionistico” dei servizi per minore efficienza; meno concorrenza, insufficienti economie di scala, pratiche monopolistiche/corporative.

**Cohen e Zayman** (1987): ruolo centrale della manifattura che grazie ai suoi legami profondi intersettoriali e di filiera (acquisti reciproci, scambi di conoscenze e relazionali) ha creato un sistema virtuoso.

**Thurow** (1989): terziario settore rifugio per l’occupazione durante i periodi di crisi. Crescita dell’occupazione del settore dei servizi dovuta in larga misura anche a salari bassi e alla natura poco qualificata che caratterizza le attività di servizio.

# MA PERCHE' I SERVIZI SONO COSI' DIFFICILI DA CAPIRE?

## Le principali caratteristiche di prodotti e servizi



### PRODOTTO

Settori concettualmente simili

Tangibile

Alta intensità di Capitale

Si produce prima, si consuma dopo

- Si può immagazzinare
- Si può esportare
- + concorrenza

Cliente ben distinto dal prodotto



### SERVIZIO

Tanti settori molto diversi tra loro

Intangibile

Alta intensità di Lavoro

(eccezioni in trasporti, reti telecom/energia)

Si consuma subito, quando si produce

- Non si può immagazzinare
- Non si può esportare
- - concorrenza (sempre meno vero)

Cliente parte integrante del servizio

(partecipa alla sua erogazione/esistenza)

# LENTAMENTE, LE COSE STANNO CAMBIANDO

## Finalmente l'innovazione nei servizi è nell'agenda Europea

---

### Definizione di innovazione più estesa

“Implementazione di un **nuovo prodotto** (bene o servizio) o **processo**, un nuovo **metodo di marketing**, o un nuovo **metodo organizzativo**”<sup>(1)</sup>

### I Servizi sono cruciali per l'economia europea

- Valgono il 70% del PIL e dell'occupazione.
- La nuova occupazione è dovuta quasi interamente ai servizi.
- Bassa crescita accompagnata (causata?) da minor produttività di molti comparti dei servizi rispetto agli USA.
- Gruppi di esperti, bandi europei; sarà uno dei temi della futura programmazione

(1) OECD – Manuale di Oslo, 3° versione (2005)

# AGENDA

---

“Servizi” e “Innovazione”: un matrimonio complicato

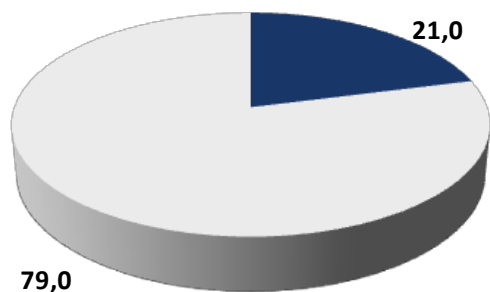
Come innovare? Qualche suggerimento



# COSA DICONO LE IMPRESE?

## % di innovatori e aree di innovazione (2-19 addetti)

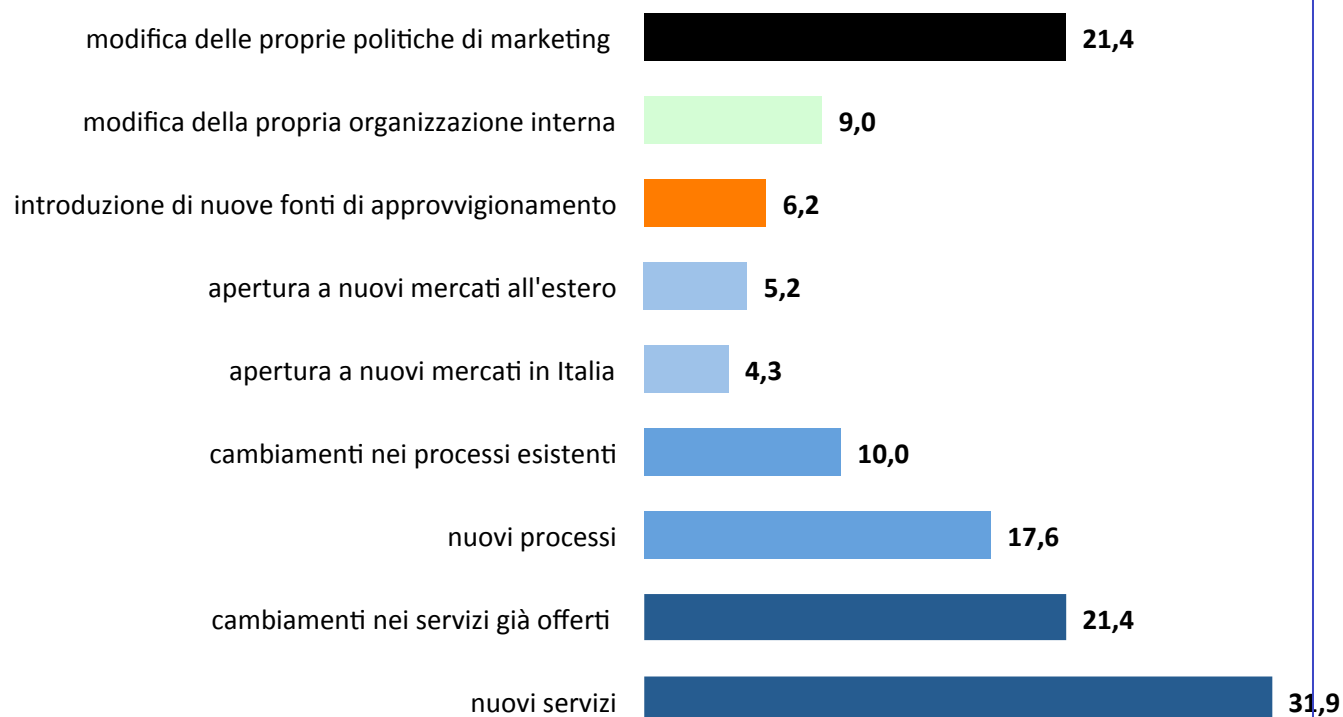
### Quante piccole imprese del terziario innovano?



**Base campione:** 1.436 casi. Esclusivamente le imprese con oltre due addetti.

**Testo originale della domanda.** Negli ultimi due anni (2010, 2011) nella Sua impresa sono state introdotte innovazioni significative (ossia che hanno avuto, o che sono destinate ad avere, un impatto profondo, largo ed esteso sulla vita e sulle performance dell'impresa) rispetto al biennio precedente, ossia...?

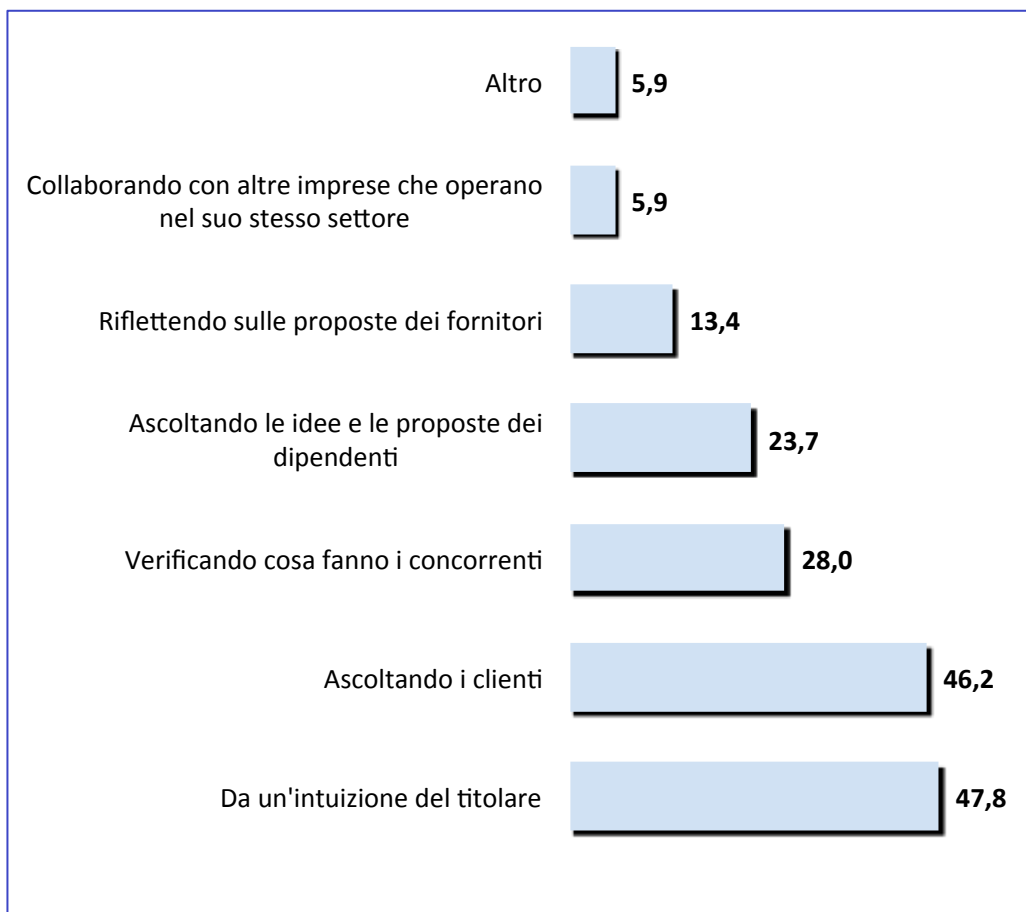
### Area di innovazione significativa



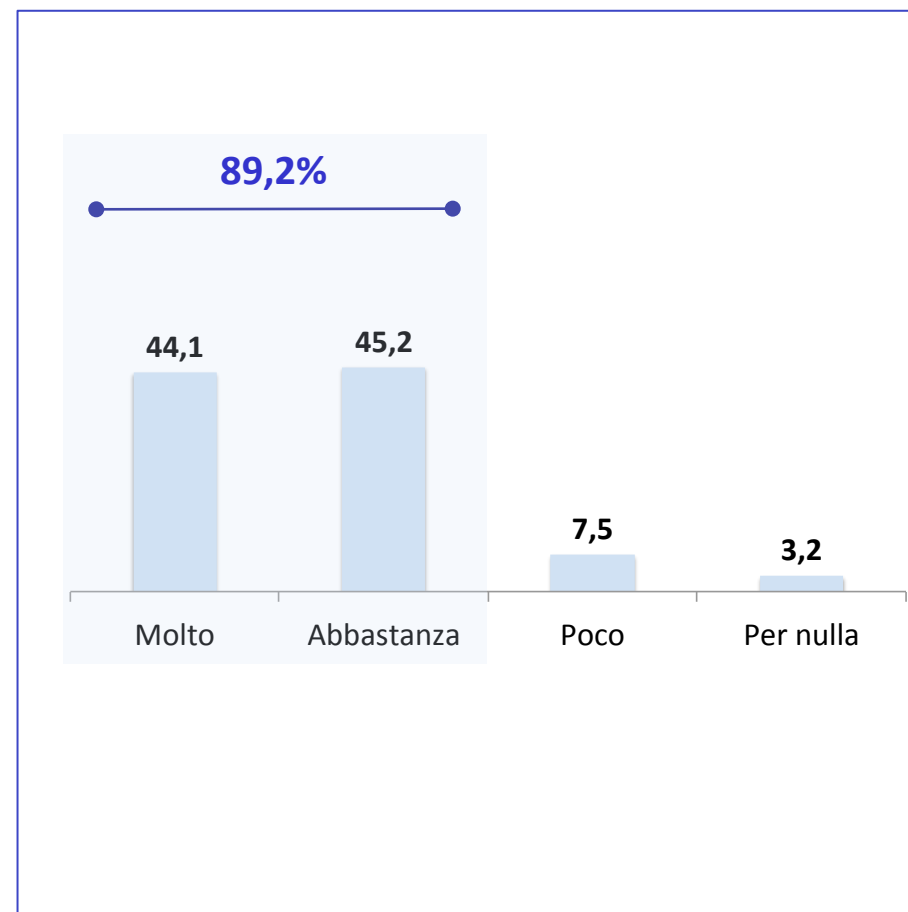
# COSA DICONO LE IMPRESE?

## Fonti di innovazione e importanza della tecnologia (2-19 addetti)

come nasce l'idea di fare innovazione presso le piccole imprese del terziario



quanto conta la tecnologia affinché un'innovazione abbia successo?



# COME E' CAMBIATO IL CONSUMATORE (1/2)

## Alcuni grandi temi da tenere a mente per innovare con successo



Demografia: popolazione sempre più anziana, ma relativamente più attiva rispetto al passato.



Aumento immigrazione: molte culture diverse, con seconde e terze generazioni



THINK GREEN

Ambiente, sostenibilità, Km Zero, Verde/Bio

# COME E' CAMBIATO IL CONSUMATORE (2/2)

## Alcuni grandi temi da tenere a mente per innovare con successo

Diffusione e utilizzo avanzato di tecnologia, soprattutto in mobilità



Social, partecipazione attiva a più gruppi, fiducia nel "peer assessment"

Estrema frammentazione della domanda, richiesta di sempre maggiore personalizzazione



Consumatore più "attento" al prezzo, con fasce di consumatori pericolosamente vicini alla povertà

# NECESSARIO IMPARARE AD ESSERE PIU' "ANALITICI"

---

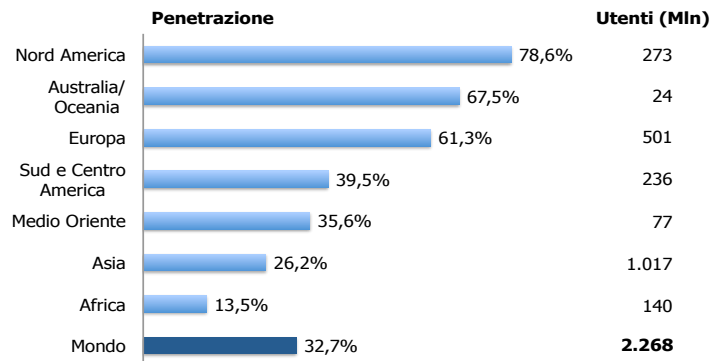
## Le componenti dei ricavi nel commercio al dettaglio



**Tanti modi per migliorare ciascuna componente, sia attraverso le nuove tecnologie che con sistemi più "tradizionali"**

# LO SPAURACCHIO DELL'E-COMMERCE più navigatori, più compratori, ora anche sul mobile...

**Penetrazione e numero di utenti per area geografica, Dic 2011**



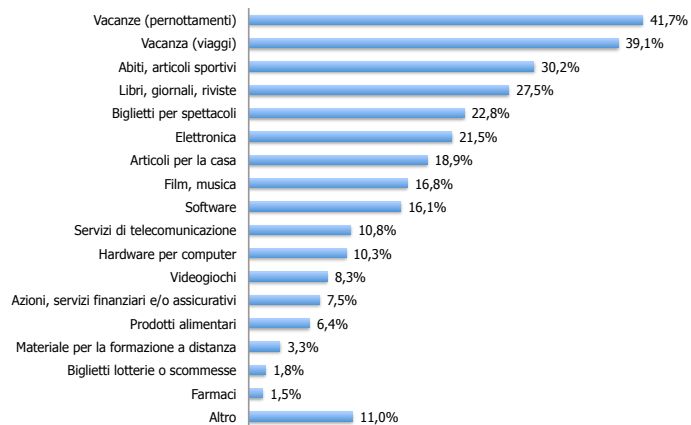
Fonte: Internet World Stats

**Valore e crescita mercato online in Italia, per settore (€ Mln)**

Settori	2005	2012	Crescita
Turismo	€ 1.213	€ 4.389	4x
Abbigliamento	€ 85	€ 1.049	12x
Informatica e Elettronica	€ 310	€ 1.008	3x
Assicurazioni	€ 339	€ 986	3x
Libri, Musica, Film	€ 85	€ 277	3x
Alimentare	€ 56	€ 121	2x
Altro	€ 734	€ 1.791	2x
<b>Totale</b>	<b>€ 2.822</b>	<b>€ 9.621</b>	<b>3x</b>
Percentuale navigatori che fanno e-commerce	16,8%	26,3%	1,6x

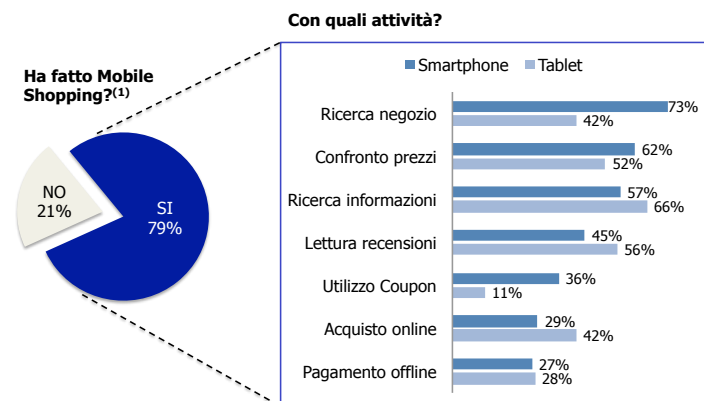
Fonte: Elaborazione su dati Politecnico di Milano e ISTAT

**Utenti internet che acquistano online, per settore (ITA 2011)**



Fonte: ISTAT

**Utilizzo Smartphone per acquisti (USA, 2011)**



(1) Possessori di Tablet o smartphone  
Fonte: Elaborazione su dati Nielsen

# LO SPAURACCHIO DELL'E-COMMERCE

## Internet in mobilità e servizi come "Amazon Remembers"

The Amazon App includes  
**Amazon Remembers**

Use your smartphone device camera to create a visual Remembers list of things you want to remember. Snap a photo and we'll search for a similar item available on Amazon.com. Android users can also scan barcodes. Many matches are instant, while others take just a few minutes.

Your Remembers list of photos and product matches is accessible through the App and on Amazon.com. Amazon Remembers is available on the Amazon App for iPhone and iPod touch, BlackBerry, and Android devices.

- 1 Try Remembers**  
Select "Remembers" in the Amazon App.  

- 2 Snap & send photo\***  
Remembers integrates with your camera and photos are sent to Amazon.  

- 3 View your list**  
Photos are added to your Remembers list where you can view them and any similar products we find.  




**Davanti alla sempre più forte concorrenza online, i negozi fisici sono destinati a chiudere?**

# EPPURE, ANCHE NEI MERCATI PIU' DIFFICILI, SI PUO' RESISTERE... Un caso emblematico: l'affitto di film

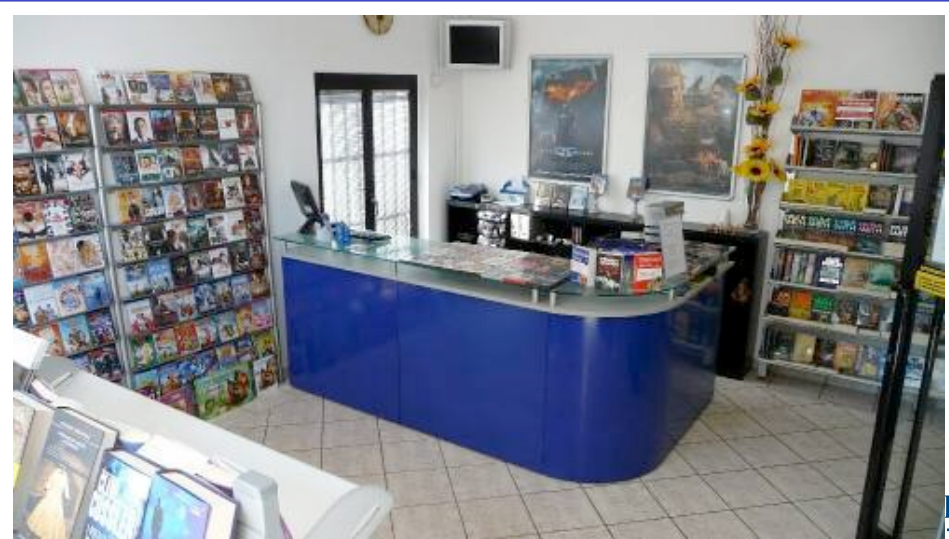
Offerta illimitata e gratis



Le grandi catene sono fallite...



...Ma tanti piccoli negozi sono rimasti. Qual è il loro segreto?





# L'ESPERIENZA DI ACQUISTO

## La vecchia/nuova frontiera del commercio al dettaglio

---

Applestore, New York



Collane di fiori, India



**Un concetto antico, diventato sempre più importante nel commercio di oggi, fa la differenza tra un negozio di successo e uno che chiuderà**

---

Grazie.