

**INFRASTRUTTURE DIGITALI GLOBALI:  
DEFINIZIONI, EFFETTI SU CONSUMATORI E  
ALTRE IMPRESE, OPZIONI STRATEGICHE  
PER MASSIMIZZARNE IL VALORE**

**LIBERA UNIVERSITÀ INTERNAZIONALE  
STUDI SOCIALI, ROMA**

**29 NOVEMBRE 2022**

VISION & VALUE



**LUISS**



# PRINCIPALI MESSAGGI

**IL TERMINE “PIATTAFORMA (INFRASTRUTTURA) DIGITALE” IDENTIFICA IMPRESE E GRUPPI DI IMPRESE TRA DI LORO ASSAI DIVERSE. PER «PIATTAFORMA» LO STUDIO IDENTIFICA UNA MODALITÀ TECNO-ORGANIZZATIVA CHE TUTTE LE IMPRESE (WALMART; VISA; ACCOR) STANNO ADOTTANDO.**

**ANCHE IL «SUCCESSO» SUI MERCATI FINANZIARI NON È UN CRITERIO UNIFICANTE. GLI ULTIMI MESI DIMOSTRANO CHE IL «VALORE DEL NETWORK» NON DA POSIZIONI «ENTRENCHED» O «DURABLE».**

**SIGNIFICATIVI SONO I BENEFICI DELLE «INFRASTRUTTURE» PER I CONSUMATORI CHE ACCEDONO A PREZZI (e costi DI TRANSAZIONE) PIÙ BASSI MA SOPRATTUTTO A UNA MAGGIORE SCELTA.**

**LA DIGITALIZZAZIONE FACILITATA DALLE “INFRASTRUTTURE” CREA, INOLTRE, OPPORTUNITÀ CHE NON ESISTEVANO PER PICCOLI E MEDI OPERATORI ECONOMICI**

**L’INNOVAZIONE TECNOLOGICA HA FORNITO UNA SPINTA COMPETITIVA UTILE AGLI STESSI “INCUMBENT”**

**L’ECONOMIA DI SCALA E LA CENTRALIZZAZIONE DELLE LOGISTICHE POSSONO ESSERE LEVA DI MIGLIORAMENTO DELLA SOSTENIBILITÀ DI INTERE FILIERE.**

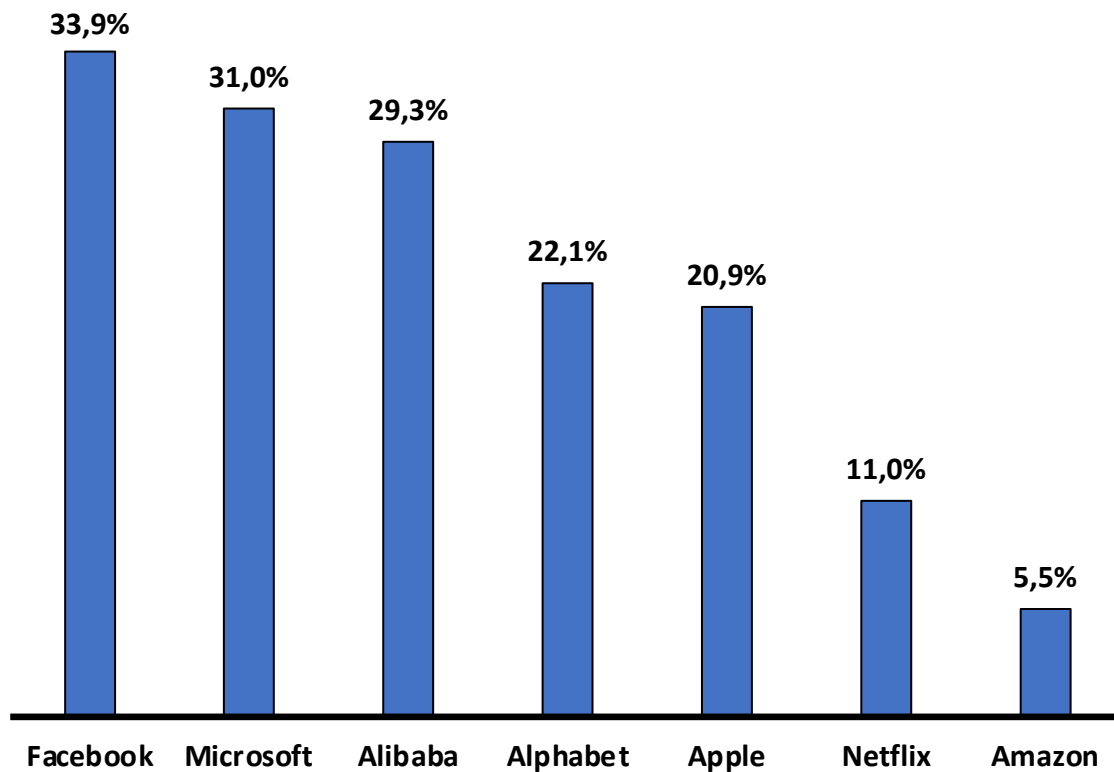
**INFINE, È IMPORTANTE NOTARE CHE I PATRIMONI INFORMATIVI RAPPRESENTATI DAI DATI POSSONO ESSERE UTILI PER IL POLICYMAKER.**

**IL 21ESIMO SECOLO CHIEDE UN RAPPORTO DIVERSO TRA STATO (IMPRENDITORE?) E IMPRESE DIGITALI GLOBALI. SOPRATTUTTO IN EUROPA.**

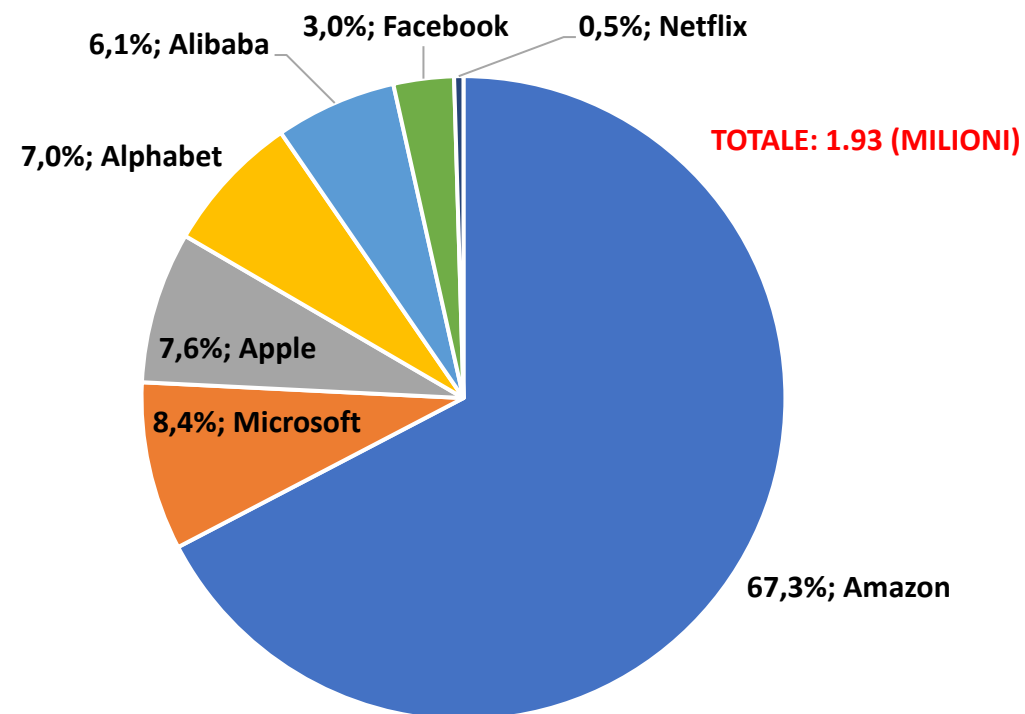


# LE GRANDI IMPRESE TECH SONO TRA DI LORO MOLTO DIVERSE. TRA GLI ELEMENTI DIFFERENZIANTI LA DIMENSIONE FISICA, I MODELLI DI BUSINESS E LA REDDITIVITÀ TIPICA.

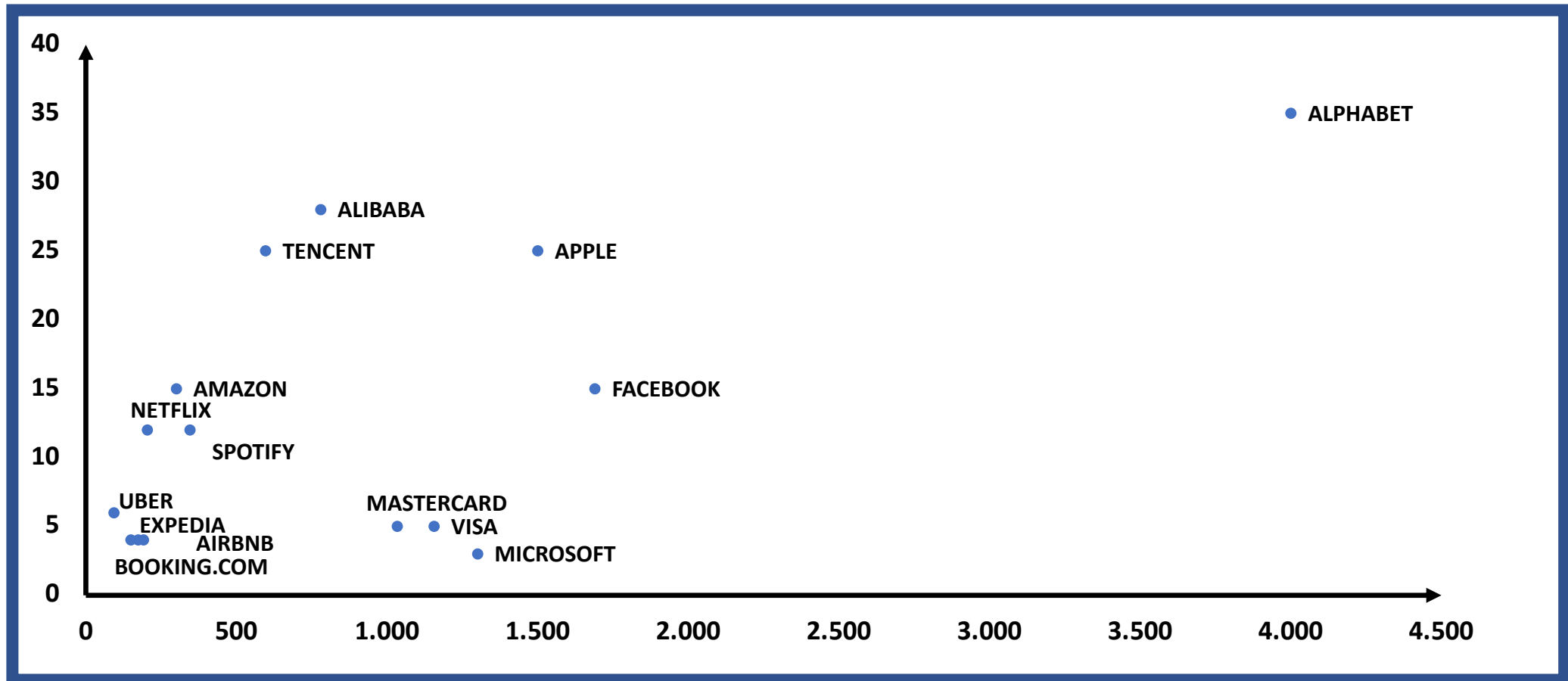
## RITORNO SULLE VENDITE (PER CENTO, 2020)



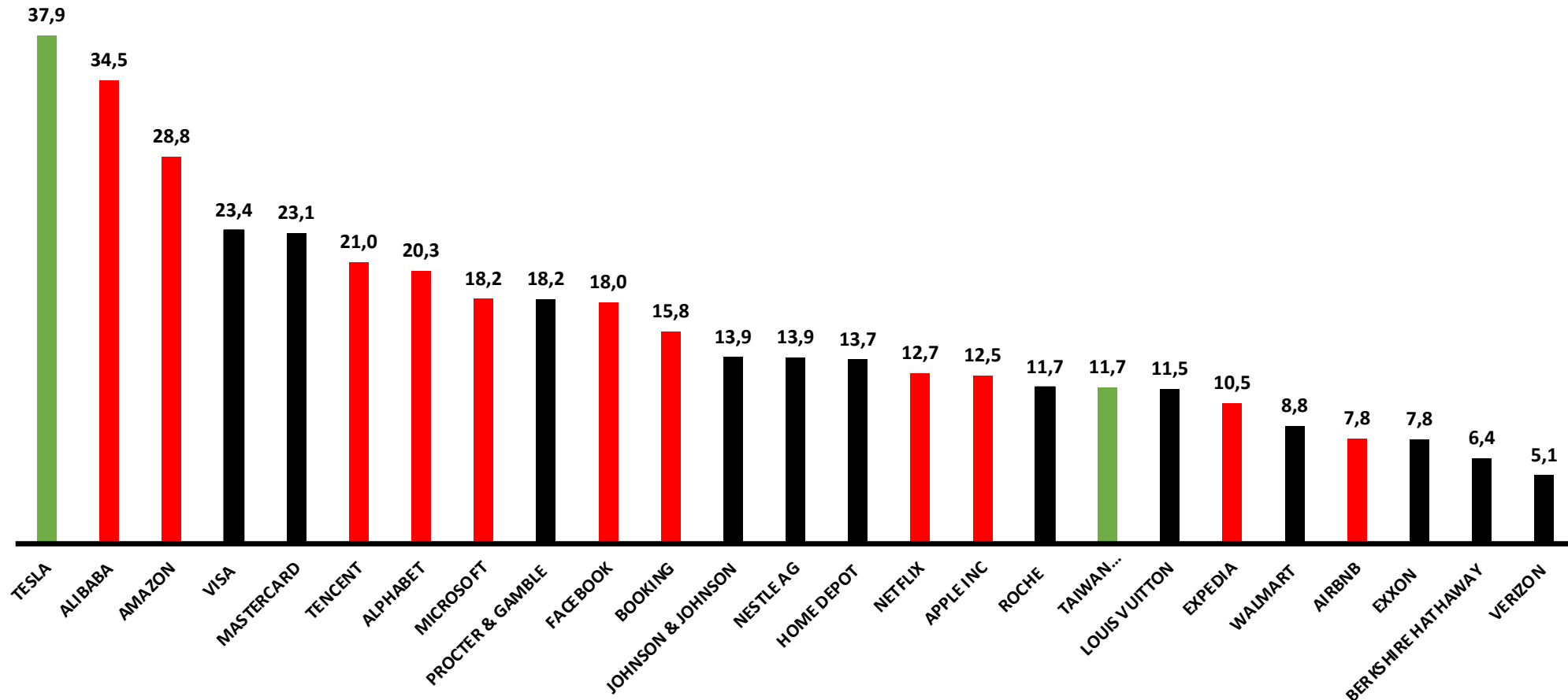
## OCCUPATI (2020) DELLE PIÙ GRANDI INTERNET COMPANIES



**.. MA SONO DIVERSE ANCHE PER QUANTITA' E QUALITA' DEI DATI  
NUMERO DI UTILIZZATORI SULL'ASSE ORIZZONTALE E INTENSITÀ / TIPOLOGIA DI  
DATI ACQUISITI (2020)**



**LE IMPRESE CHE SONO *DATA* E *NETWORK DRIVEN* SI SONO PERÒ DISTINTE PER ANNI PER L'ASPETTATIVA DEI MERCATI FINANZIARI..**  
**RAPPORTO TRA VALORE DI MERCATO E EBITDA (MEDIE 2017, 2018, 2019) (PRIME TRENTA IMPRESE PER CAPITALIZZAZIONE, IN ROSSO LE «PIATTAFORME», IN VERDE ALTRE QUELLE ICT RELATED, IN NERO LE ALTRE)**

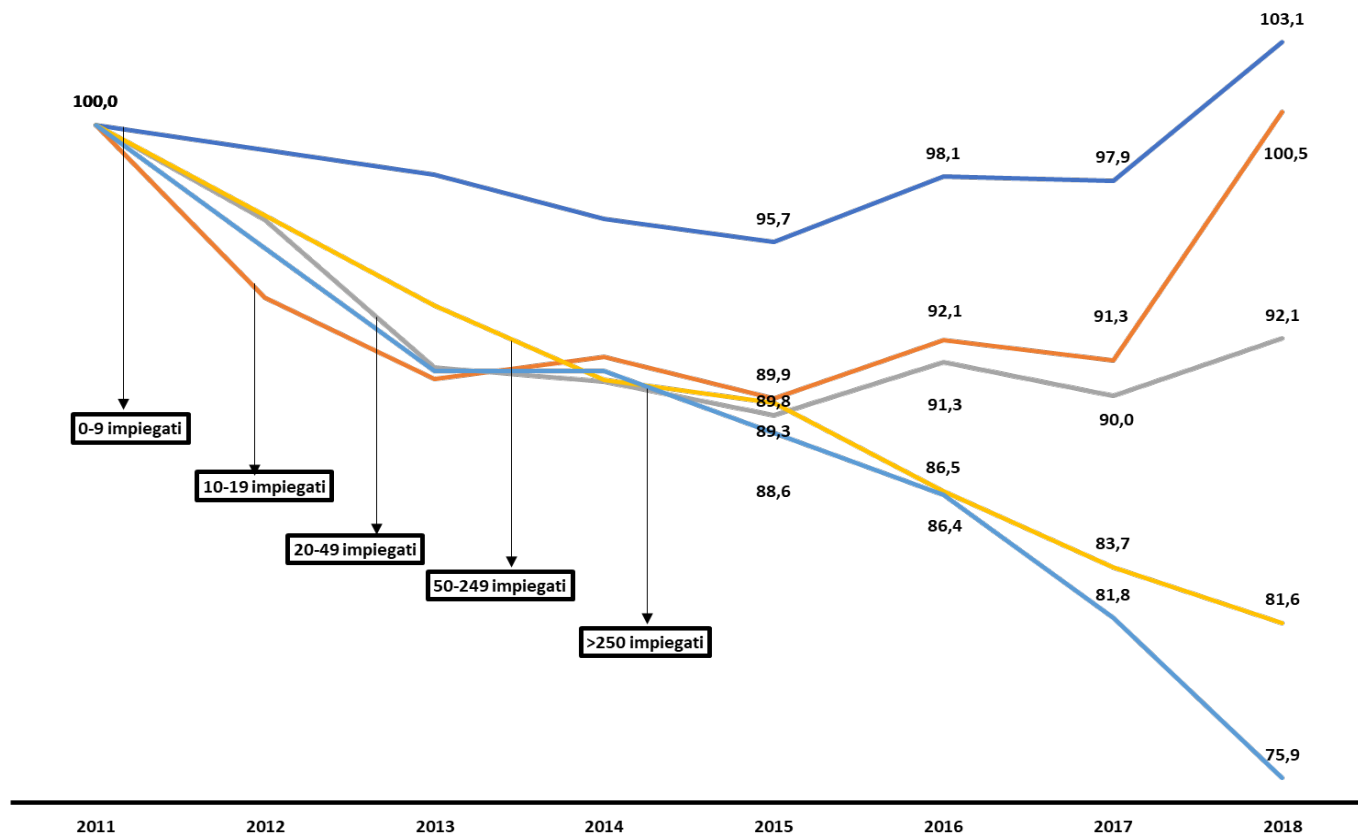


**... E TUTTAVIA ESSE NON GODONO POSIZIONI «ENTRENCHED» E «DURABLE»  
(DA DEFINIZIONE DI GATEKEEPERS IN DMA)  
EVOLUZIONE DELLA CAPITALIZZAZIONE DI META DALL'IPO**



# IN EUROPA IL NUMERO DI PICCOLE IMPRESE MANUFATTURIERE CRESCE, MENTRE DIMINUISCONO LE GRANDI AZIENDE.

NUMERO DI IMPRESE DI  
MANIFATTURA DI  
ABBIGLIAMENTO PER  
DIMENSIONE (NUMERO DI  
DIPENDENTI) (EU28,  
INDICIZZATO 2009=100)



# LA GRANDE CONVERGENZA E IL CONFINE SOTTILE TRA INTERNET E NON INTERNET NATIVE

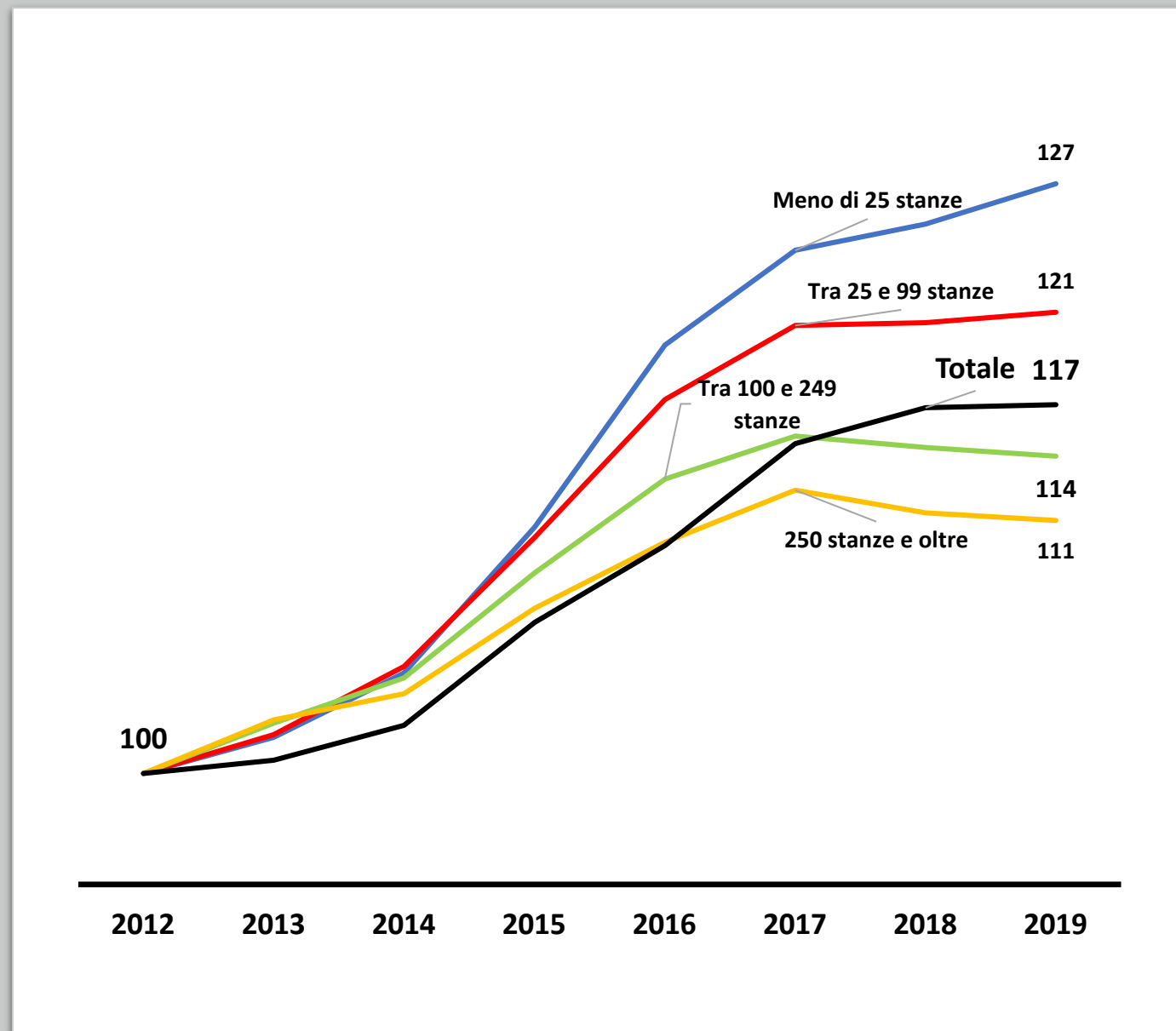
## IL SETTORE RETAIL - I CASI DI CLOTHING, ELECTRONICS AND FOOD



# TURISMO - I BENEFICI PER LE PICCOLE MEDIE IMPRESE L'ONLINE COME STRUMENTO DI CRESCITA PER I PICCOLI ALBERGHI



TASSO DI OCCUPAZIONE DEI  
POSTI LETTO IN HOTEL E  
SIMILI (EUROPA 27,  
INDICIZZAZIONE, 2012=100)

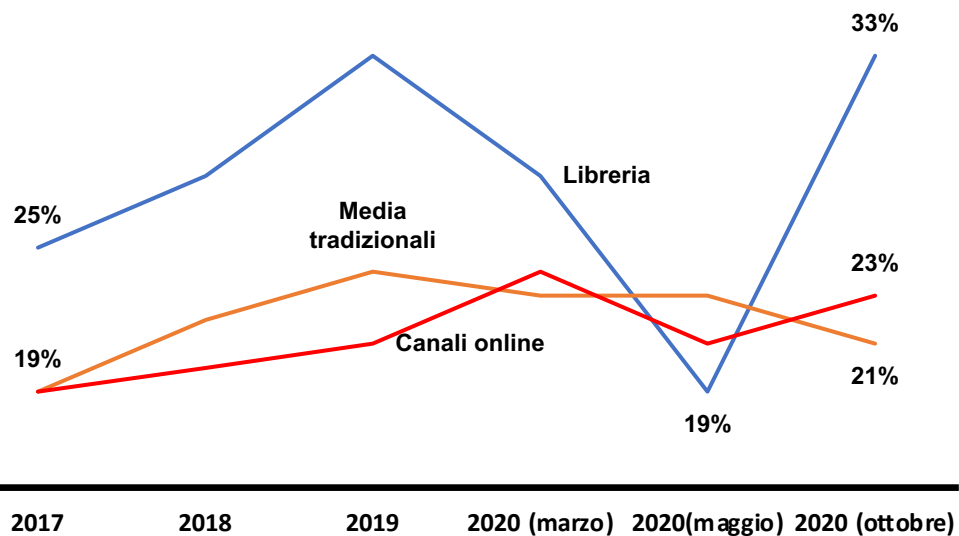


FONTE: VISION SU DATI EUROSTAT

# IL POTENZIALE TRASFORMATIVO PER GLI INCUMBENT

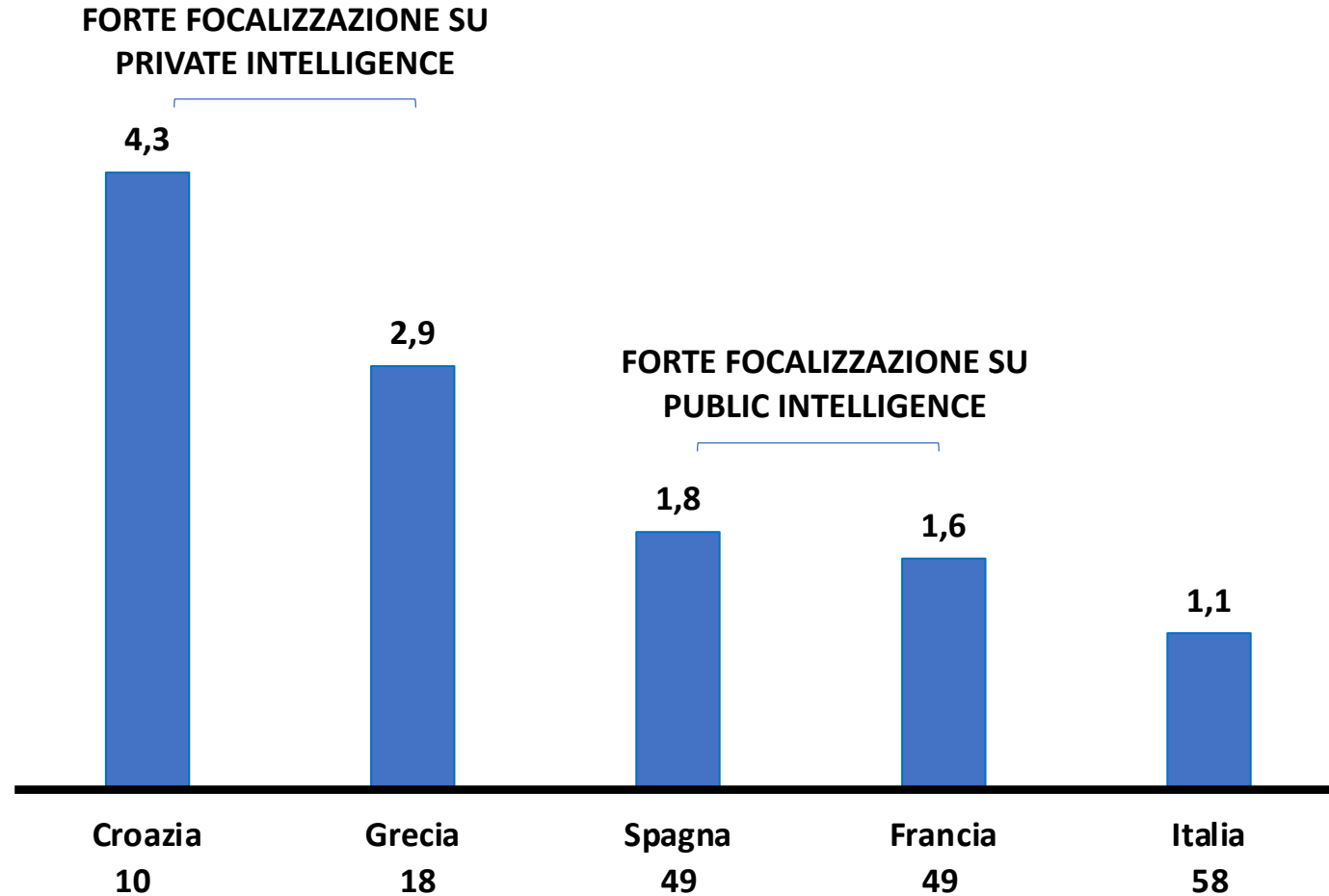
LA RESILIENZA DEI CANALI DISTRIBUTIVI - RISPOSTA ALLA  
DOMANDA “DA DOVE PROVENIVANO I LIBRI A STAMPA CHE HA  
LETTO NEGLI ULTIMI 12 MESI?” (ITALIA, 2017 – 2020)

LA SFIDA DELLA LOGISTICA (NUOVO STABILIMENTO SHUTTLE  
BASED DI MESSAGGERIE IN CITTÀ DEL LIBRO, STRADELLA,  
PAVIA)



# IL VALORE DEI DATI PER IL POLICY MAKER: IL POTENZIALE INESPLORATO DEL SETTORE TURISMO

## NUMERO DI ARRIVI DI TURISTI INTERNAZIONALI PER CITTADINO (2019)



UN DIMEZZAMENTO DELLA DISTANZA DALLA FRANCIA PORTEREBBE GLI ARRIVI DEI TURISTI STRANIERI A 81 MILIONI E GENEREREBBE UN **AUMENTO DELLA SPESA PARI A CIRCA 8 MILIARDI DI EURO**

ALCUNI STRUMENTI DI MARKETING EVOLUTO:

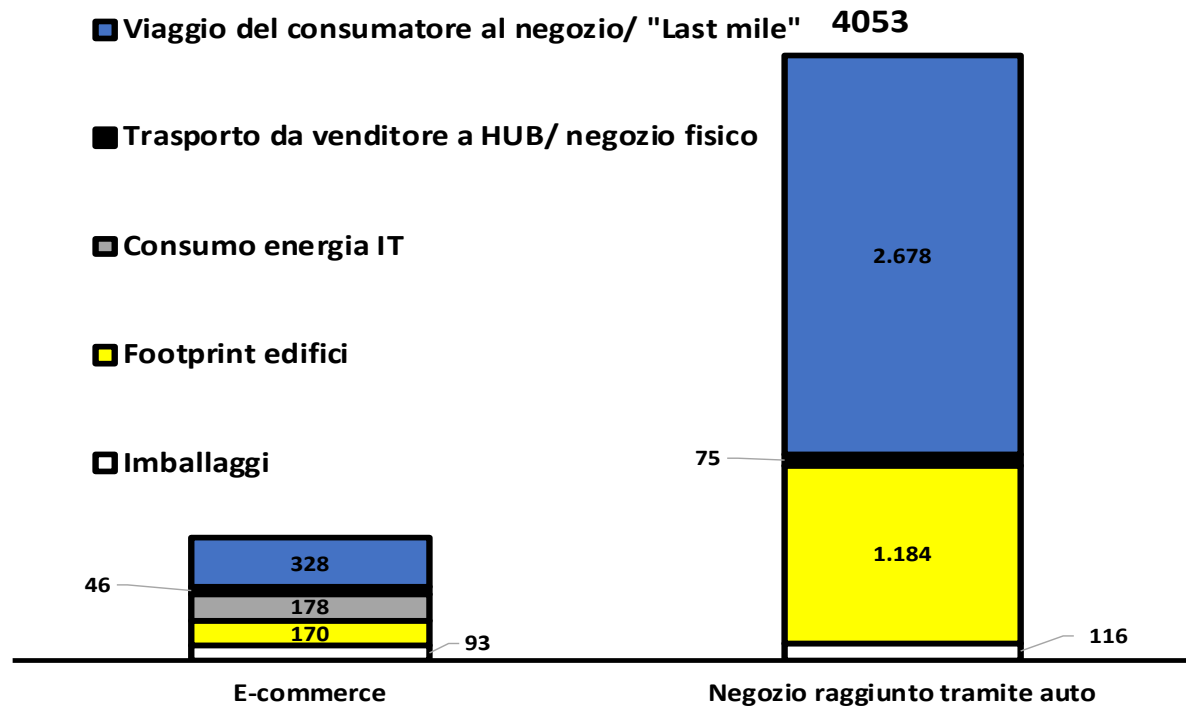
- GOOGLE INSIGHTS
- GOOGLE MAPS
- EXPEDIA
- AIRBNB

SITI UNESCO

# UN APPROCCIO NUOVO ALLA SOSTENIBILITÀ

EMISSIONI DI CO2, CONFRONTO TRA COMMERCIO ELETTONICO E NEGOZIO FISICO RAGGIUNTO CON AUTOMOBILE (MEDIA 4 PRINCIPALI ECOMIE EU; MEDIA TESSILE, LIBRI E ELECTRONICS; GRAMMI DI CO2; 2019)

SUPERMERCATI, FRIGORIFERI INTELLIGENTI E LA RISTRUTTURAZIONE DELLE CATENE DI WASTE GENERATION



# DAL VENTESIMO AL VENTUNESIMO SECOLO: IDEE PER UN APPROCCIO DIVERSO

## POLICY MAKERS / REGOLATORI

DA UN APPROCCIO BASATO SU PRODUZIONE DI REGOLE A UNO FINALIZZATO ALLO SVILUPPO DI INTERNET COMPANIES EUROPEE CON SCOPE GLOBALE

DA UN'IMPLEMENTAZIONE DI FRAME REGOLAMENTARI DALL'ALTO AD UNO CHE ATTIVI LA SCELTA DI CITTADINI E IMPRESE

DA UN APPROCCIO DIFENSIVO AD UNO DI VALORIZZAZIONE DELL'INNOVAZIONE ATTRAVERSO PARTNERSHIP

DALL'IDEA DI REGOLE SUI «GATE KEEPERS» E DEI «MERCATI DIGITALI» AD UNA FOCALIZZAZIONE SUGLI EFFETTI DELL'EVOLUZIONE INTERNET SU SINGOLE INDUSTRY

DALLA SOVRANITÀ DIGITALE ALL'AUTONOMIA STRATEGICA

## GLOBAL INTERNET COMPANIES

1. COSTRUIRE MECCANISMI DI SPILL-OVER DELL'INNOVAZIONE (START-UP).

2. COSTRUIRE BUSINESS CASES DI CREAZIONE DI VALORE SOCIALE DAI DATI (COME ALPHABET NEL TRACKING DEI MOVIMENTI).

3. COSTRUIRE UNA NARRAZIONE SUL NUOVO PARADIGMA DI SOSTENIBILITÀ CHE IL COMMERCIO ELETTRONICO CONSENTE (E RIVEDERE BUSINESS/ DELIVERY MODELS .INCENTIVI; RESI)

4. DIGITAL FOR ALL: COSTRUIRE APPLICAZIONI CHE DIMOSTRINO COME METAVERSE MIGLIORE L'ACCESSO A BENI PUBBLICI (SANITÀ, EDUCAZIONE..) E RAGGIUNGERE NUOVI SEGMENTI (ANZIANI, BAMBINI)

5. DALLA DIFESA ALLA VALORIZZAZIONE DELL'INNOVAZIONE SHUMPETERIANA.

