



instilla

INNOVIAMO I PROCESSI DEL MARKETING DIGITALE

Instilla Srl - 27 aprile 2016

Report Startup SEO 2016 r1

La digitalizzazione delle start-up innovative

REPORT

Startup SEO 2016 *r1*

INTRODUZIONE A CURA DI EMIL ABIRASCID

OBIETTIVI DEL REPORT E METODOLOGIA

L'ANALISI DEI SITI WEB

L'INDICE DI DIGITALIZZAZIONE DELLE STARTUP INNOVATIVE

ANALISI PER REGIONE E PER SETTORE

CONCLUSIONI

INSTILLA



Introduzione a cura di Emil Abirascid

Il dilemma tra quantità e qualità si presenta in questa analisi condotta da Instilla in modo lampante. La scelta di analizzare le startup iscritte all'apposito registro di Stato mette in luce non solo la poca efficacia dei siti web delle startup ma anche la distorsione che emerge dalla scelta di definire le startup per decreto e non lasciare al mercato l'azione di selezione dei migliori.

Nel descrivere il suo approccio metodologico e nell'anticipare l'evoluzione di questa ricerca Instilla mette in luce questo problema ed enfatizza la consapevolezza e l'intenzione di volere andare ad analizzare startup che sono tali perché hanno preso un finanziamento, quindi sono state scelte dal mercato degli investitori, al fine di rilevare una fotografia più aderente a una realtà che solo così facendo potrà essere confrontata con quella di altri Paesi che non applicano criteri di legge per decidere quali sono le imprese innovative e quali non lo sono.

Appare chiaro anche da questa analisi che puntare sulla quantità non è necessariamente efficace e non contribuisce a costruire un ecosistema sano. È perfettamente inutile propagandare la crescita quantitativa di startup iscritte al registro definito dall'apparato governativo centrale se poi queste startup non sono in grado, o lo sono solo in minima parte, di produrre valore in termini industriali, in termini di creazione di posti di lavoro, in termini di slancio innovativo per il tessuto economico del Paese. Non è la quantità ma la qualità che fa la differenza e la ricerca sui siti web delle startup lo dimostra: qualunque sia il settore di innovazione, una qualsiasi azienda di nuova fondazione non può permettersi di avere un sito web poco efficiente, poco funzionale, difficile da trovare, mono-lingua, o perfino non funzionante.



Avere una presenza online efficace e pensata a supporto del business è obbligatorio, lo è per startup che si occupano di digitale ma anche per quelle che operano in altri settori ma che devono avere consapevolezza che gli strumenti digitali sono per loro essenziali.

Un'azienda, soprattutto se ritenuta innovativa e aderente alle indicazioni del decreto, non può non avere un sito web che non è funzionante perché ciò indica una mentalità inefficiente, poca attenzione verso il proprio business, inconsistenza del progetto. Se i siti web delle startup del registro sono non funzionanti o non appropriati nella misura in cui rileva la ricerca di Instilla è ulteriore cartina tornasole della inconsistenza di tale registro che evidentemente ospita nelle sue file tante aziende che di innovativo hanno ben poco quando invece una politica seria a sostegno delle startup innovative dovrebbe lavorare per sostenere quelle, anche se poche, che mostrano potenzialità di crescita, impegno e volontà di emergere.

Presentarsi con un sito che non funziona significa non avere né il desiderio né il bisogno di sviluppare il proprio business e significa essere quindi anonimi e insignificanti per il mercato: quello degli investitori da un lato e quello dei consumatori dall'altro.

È quindi urgente rivedere sia le politiche di definizione delle startup innovative e puntare su modelli che premiano i migliori, compresi quelli che dedicano energie e risorse a sviluppare strategie sul web che siano efficaci e costruttive per lo sviluppo del business e la creazione di valore.

Emil Abirascid



Report Startup SEO 2016 *r1*

Report sul posizionamento web delle startup italiane



Obiettivi del report e metodologia

OBIETTIVO DELL'ANALISI

Mappare la *qualità della presenza online* delle startup innovative iscritte al Registro delle Imprese Innovative come indice di *digitalizzazione*.

PARAMETRI ANALIZZATI

Al fine di costruire un'analisi il più oggettiva possibile, abbiamo scelto di utilizzare parametri di valutazione indicati dalla stessa Google come standard del web moderno, e ottenibili tramite tool di analisi pubblicamente accessibili:

- **Mobile Friendly Test**, che indica se un sito web è ottimizzato per la visualizzazione da smartphone e tablet.
- **Mobile Page Speed**, che indica la velocità di caricamento delle pagine del sito web da smartphone e tablet.

Entrambi gli indici impattano sull'indicizzazione nei motori di ricerca sia direttamente che indirettamente, andando ad accrescere il cosiddetto «*bounce rate*», ovvero il tasso di visitatori che accedono al sito ed escono entro pochi secondi.

IL CAMPIONE E I PROBLEMI METODOLOGICI

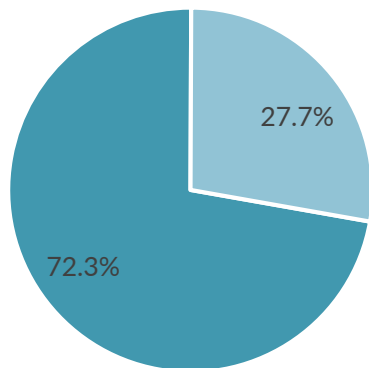
Il campione è composto dalle imprese iscritte al Registro delle Start-up Innovative, aggiornato a dicembre 2015. L'indirizzo web del sito di ogni start-up è preso dallo stesso registro, in quanto alle startup è richiesto di indicare il proprio sito web al momento della registrazione in Camera di Commercio.

Il maggior problema che ci siamo trovati ad affrontare è però relativo all'altissimo tasso di siti web indicati dalle start-up che risultano «non funzionanti». Prima di valutare la qualità dei siti web, abbiamo dovuto controllare che gli stessi fossero effettivamente online.

Le analisi online sono state effettuate nel mese di marzo 2016.

L'analisi dei siti web: i siti non funzionanti

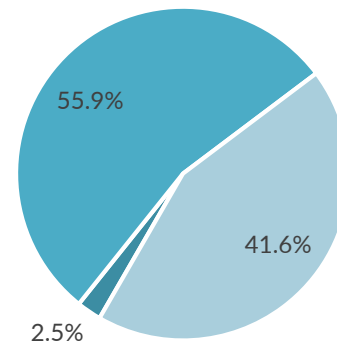
Come anticipato, sul totale delle 5143 imprese iscritte nel registro al 31 dicembre 2015, 2998 (il 58,3%) hanno indicato di avere un sito web. Di queste, solo 2167 (il 72,3%) risultano **funzionanti** a marzo 2016.



■ Siti web funzionanti ■ Siti web non funzionanti

I 831 siti web che abbiamo valutato come **non funzionanti** si possono classificare in tre categorie:

- sito web non accessibile (es. per un errore interno o un timeout del server), il 41,6% dei non funzionanti;
- dominio scaduto o in vendita, il 2,5% dei non funzionanti
- sito web in costruzione: il 55,9% dei casi.



■ Dominio in vendita ■ In costruzione ■ Non accessibile

Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio e ISTAT

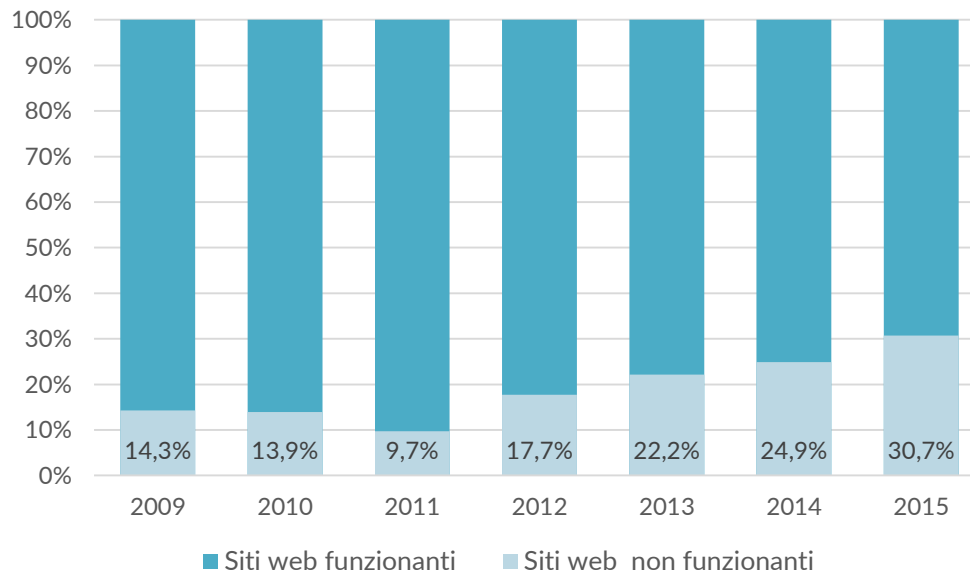


L'analisi dei siti web: dettaglio siti non funzionanti per data inizio attività

DETTAGLIO INIZIO ATTIVITÀ

Il grafico affianco mostra il rapporto tra siti web dichiarati e siti web effettivamente funzionanti con uno spaccato rispetto alla data di inizio attività dichiarata.

Quello che emerge è come la percentuale di siti web non funzionanti cresca al crescere dell'anno di inizio attività, dal 14.3% del 2009 al 30.7% del 2015.



Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio

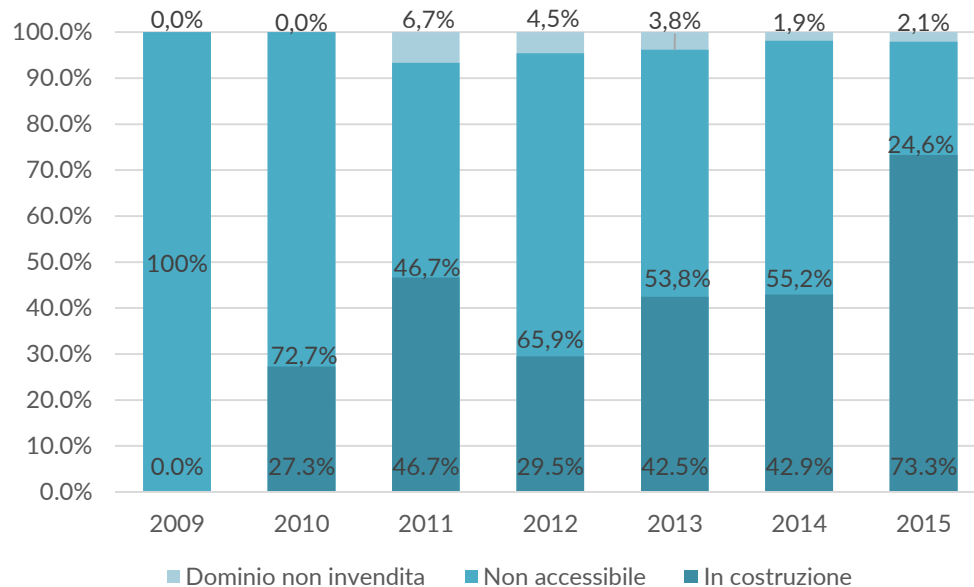


L'analisi dei siti web: dettaglio siti non funzionanti per data inizio attività

SCOMPOSIZIONE NON FUNZIONANTI

Al fine di interpretare l'aumento dei siti web non funzionanti, è utile mostrare un'ulteriore scomposizione in «non accessibili», «in vendita» e «in costruzione». Emerge che ben il 73.3% dei siti web non funzionanti relativi alle start-up che hanno cominciato la loro attività nel 2015 siano ancora «in costruzione».

Resta in ogni caso notevole la percentuale dei siti in costruzione sui non funzionanti relativi a start-up avviate dal 2010 al 2014, pari a 42.2%, ovvero l'11.7% di quelli dichiarati.



Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio

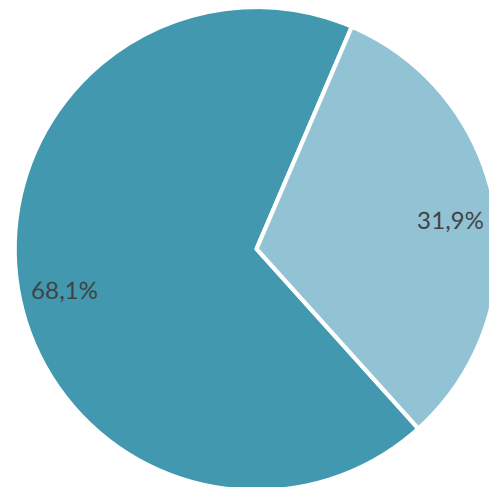


L'analisi dei siti web: leggibilità da smartphone e tablet

MOBILE FRIENDLY TEST

Il Google Mobile Friendly Test, pubblicamente accessibile all'indirizzo <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly>, è un test che consente di scoprire se Google riconosce il sito web come *responsive*, ovvero ottimizzato per la visualizzazione da smartphone e tablet.

Risulta che solo il 68.1% dei siti web funzionanti (ovvero il 49.2% del totale dei siti web dichiarati) supera il Google Mobile Friendly Test.



■ Sito responsive ■ Sito non responsive

Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio e Google

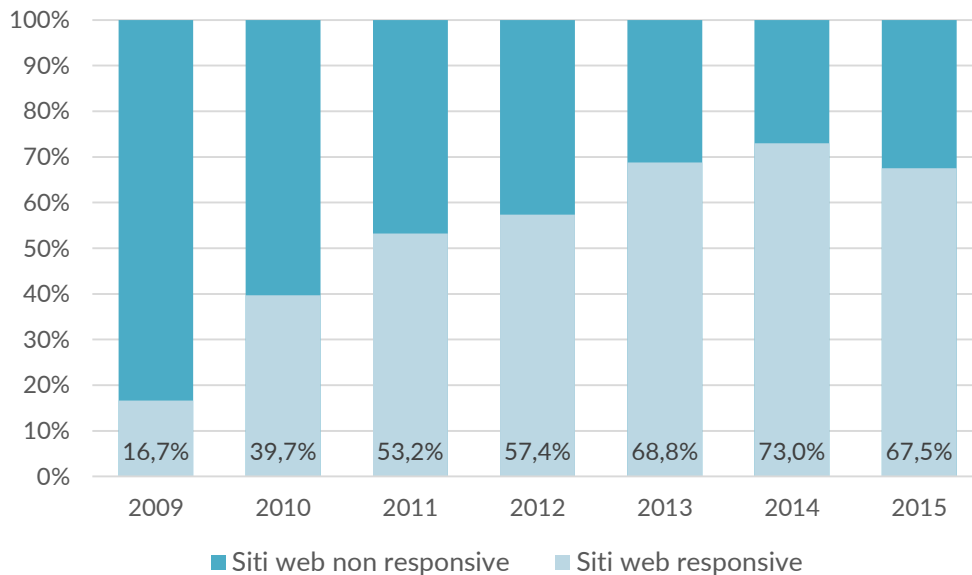


L'analisi dei siti web: dettaglio siti web responsive per data inizio attività

LA CRESCITA DEI SITI MOBILE FRIENDLY

Dal grafico a fianco emerge un trend positivo dei siti web responsive sul totale dei funzionanti, passando dal 16.7% nel 2009 al 67.5% nel 2015.

Realisticamente, le startup che hanno cominciato l'attività più tardi dovrebbero aver realizzato il proprio sito web più recentemente, quando l'attenzione a tematiche come la *responsiveness* era maggiormente diffusa.



Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio



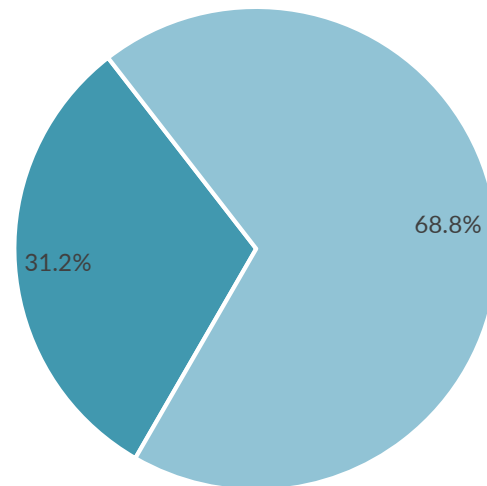
L'analisi dei siti web: i siti e la *mobile page speed*

LA MOBILE PAGE SPEED

Il Google Mobile Page Speed Test, accessibile all'indirizzo

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights> analizza la velocità di caricamento delle pagine del sito web da smartphone e tablet. Un indice di Mobile Page Speed ottimale è uguale o superiore a 70/100 mentre un indice inferiore a 60/100 è considerato da Google come non sufficiente per una buona *esperienza utente*.

Dei siti web dichiarati dalle startup che hanno passato il test di *responsiveness* solo il 31.2% ottiene un punteggio sufficiente di Mobile Page Speed, ovvero il 15.3% delle dichiarate.



■ Page Speed sufficiente ■ Page Speed non sufficiente

Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio e Google



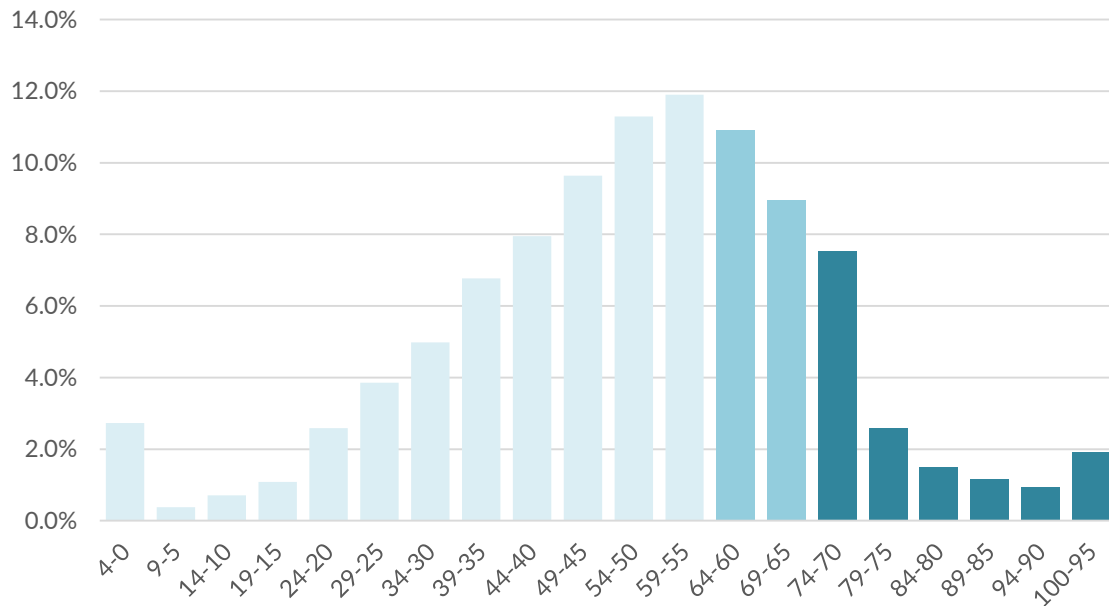
L'analisi dei siti web: la distribuzione del Mobile Page Speed

DISTRIBUZIONE DELLA MOBILE PAGE SPEED

Il grafico a lato mostra la distribuzione della Google Mobile Page Speed per i le startup che hanno un sito web *responsive*.

È significativo come ben il 2.2% dei siti web responsive non raggiunga il punteggio di 5/100.

Sono invece considerati da Google come siti ottimali dal punto di vista della Mobile Page Speed il 11.3% dei siti web responsive, ovvero il 5.6% di quelli dichiarati.

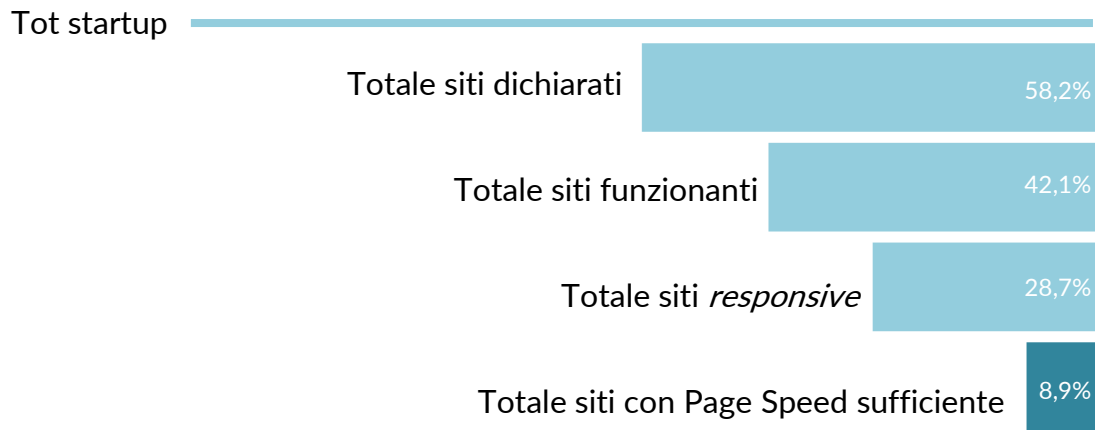


L'indice di digitalizzazione delle start-up innovative

L'INDICE DI DIGITALIZZAZIONE DELLE START-UP INNOVATIVE

Per costruire un indice di digitalizzazione delle start-up innovative, prendiamo come valido l'assunto naïf che gli unici siti web delle start-up siano quelli dichiarati. Prendiamo quindi come indice di digitalizzazione la percentuale di siti web *responsive* e con Mobile Page Speed maggiore o uguale a 60/100 rispetto al totale di startup iscritte al Registro.

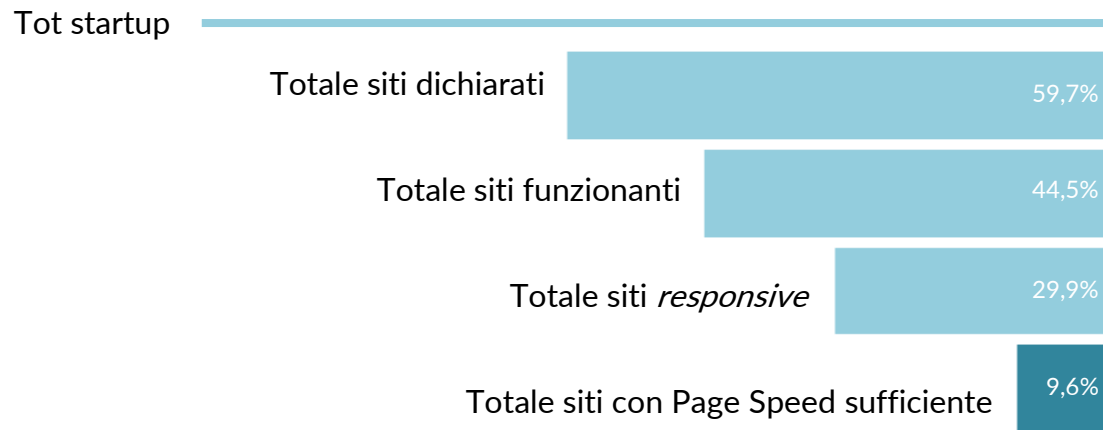
Il grafico qui a lato riassume le percentuali sul totale delle 5143 startup iscritte: il 58,2% ha dichiarato di avere un sito web, per il 42,1% abbiamo individuato un sito effettivamente funzionante, per il 28,7% un sito responsive, e **solo per l'8.9% ha un sito che raggiunge i criteri minimi di performance mobile di Google.**



La digitalizzazione del Nord Italia

LA SITUAZIONE AL NORD

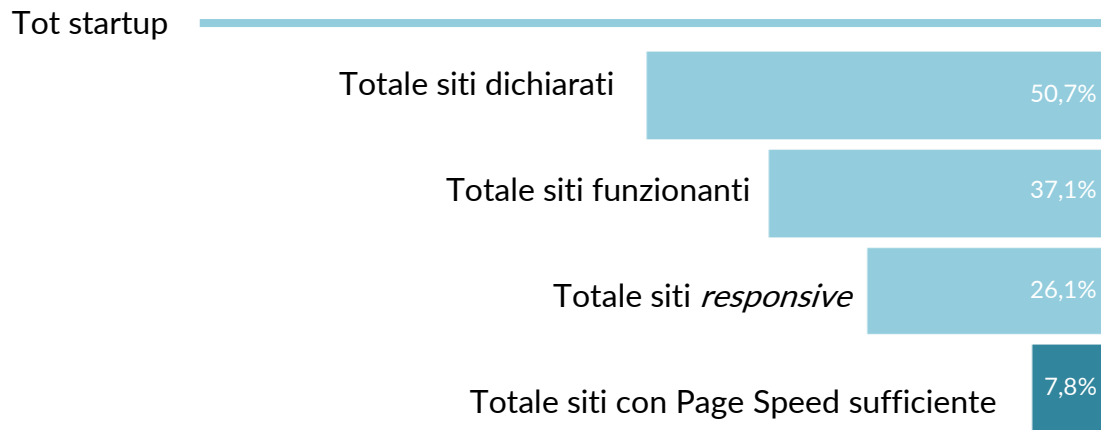
Le percentuali legate alle start-up del Nord Italia risultano leggermente più alte della media italiana, con un totale di 9.6% siti web responsive e con Page Speed sufficiente su start-up iscritte, il 16.1% di siti web dichiarati.



La digitalizzazione del Centro Italia

LA SITUAZIONE AL CENTRO

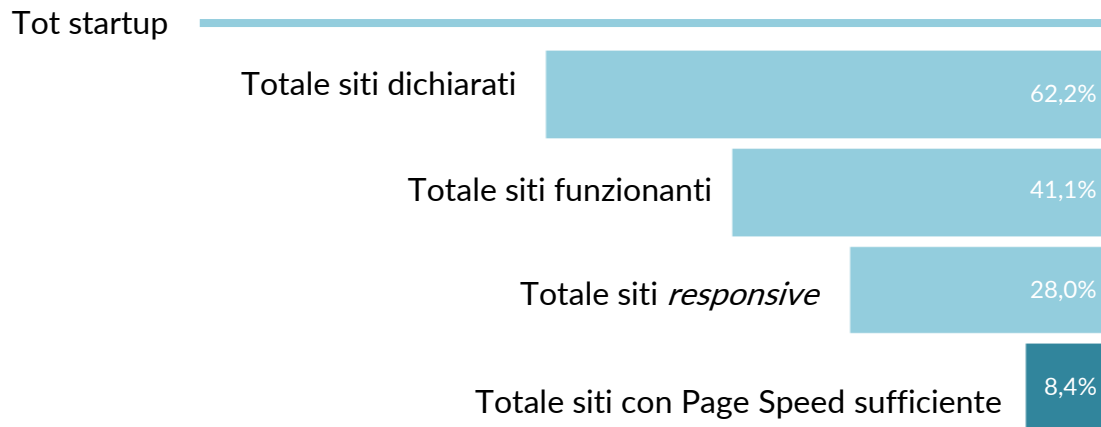
Le percentuali legate alle start-up del Centro Italia risultano più basse della media italiana, con un totale di 7.8% siti web responsive e con Page Speed sufficiente su start-up iscritte, il 15.4% di siti web dichiarati.



La digitalizzazione del Sud Italia e le isole

LA SITUAZIONE PER SUD ITALIA E ISOLE

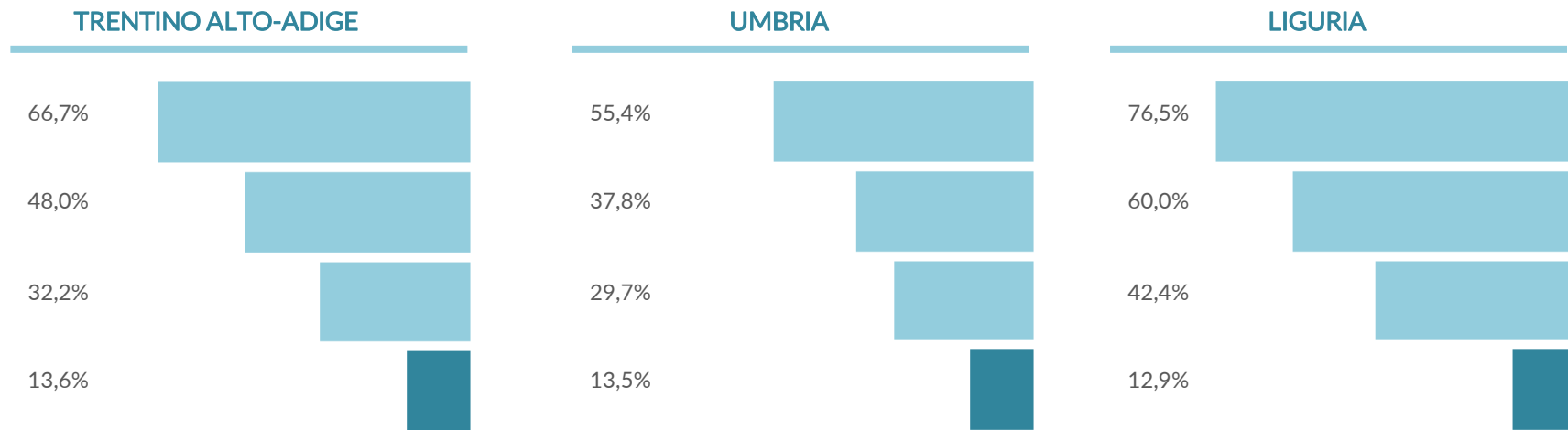
Le percentuali legate alle start-up del Sud Italia e delle Isole sono peculiari. La percentuale di siti web responsive e con Page Speed sufficiente su start-up iscritte è del 8,4% che, dato l'alto tasso di siti web dichiarati per start-up (62,2%), corrisponde alla più bassa percentuale di siti web ottimali su dichiarati, il 13,4%



Le regioni più virtuose

IL GRADO DI DIGITALIZZAZIONE DELLE STARTUP NELLE REGIONI PIÙ VIRTUOSE

Analizzando le regioni individualmente è possibile stilare una classifica del grado di digitalizzazione, secondo l'indice che abbiamo costruito (percentuale di siti web responsive e con Page Speed sufficiente trovati su start-up totali). Tra le regioni italiane la più virtuosa è il Trentino Alto-Adige, seguita da Umbria e Liguria.



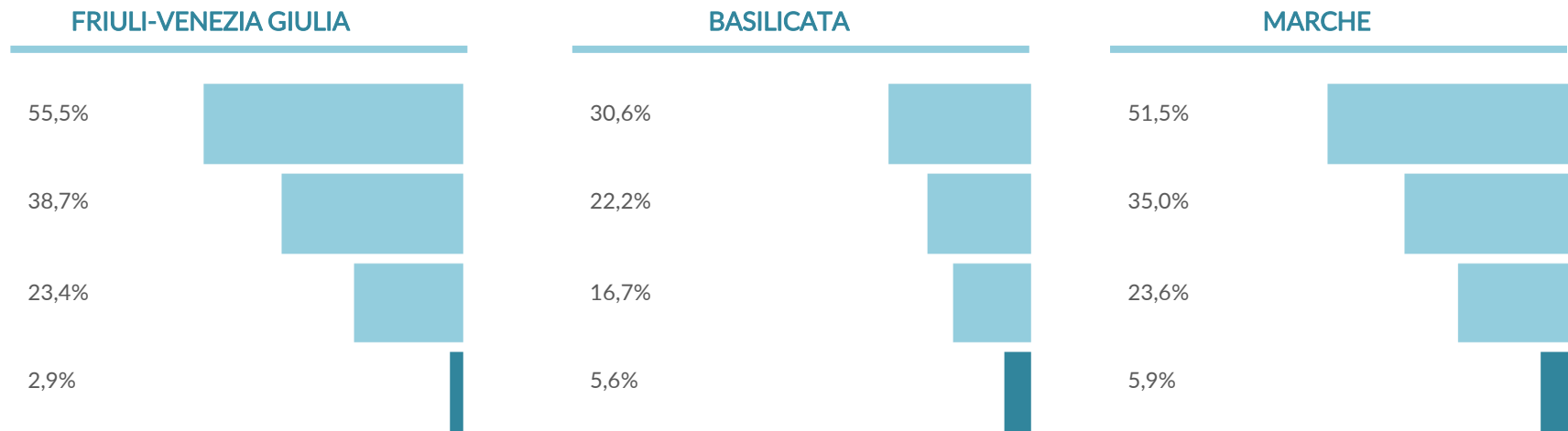
* I grafici a imbuto di questa pagina seguono lo schema delle pagine precedenti: percentuali su start-up iscritte al Registro per siti web dichiarati, siti web funzionanti, siti web responsive e siti web con Page Speed sufficiente



Le regioni meno virtuose

IL GRADO DI DIGITALIZZAZIONE DELLE STARTUP NELLE REGIONI MENO VIRTUOSE

Delle regioni analizzate, quelle con la più bassa percentuale di siti web ottimali individuati è il Friuli-Venezia Giulia, seguito da Basilicata e Marche. Da questo confronto, abbiamo lasciato fuori la Valle d'Aosta per via di un campione troppo ristretto (solo quattro hanno dichiarato di avere un sito e nessuno è ottimizzato).



* I grafici a imbuto di questa pagina seguono lo schema delle pagine precedenti: percentuali su start-up iscritte al Registro per siti web dichiarati, siti web funzionanti, siti web responsive e siti web con Page Speed sufficiente



Classifica per regione

LE REGIONI PER PERCENTUALE DI SITI OTTIMIZZATI

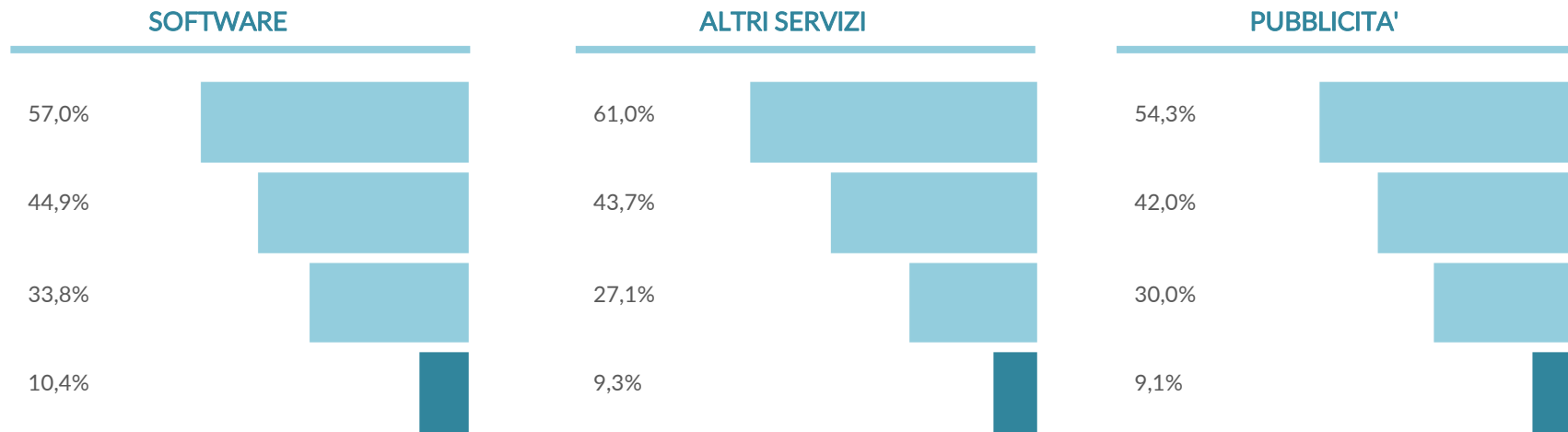
Nella tabella di fianco, indichiamo la classifica delle regioni per grado di digitalizzazione delle start-up, così come definito ai fini di questa analisi.

	Grado di digitalizzazione	Regione
1	13,6%	Trentino-Alto Adige
2	13,5%	Umbria
3	12,9%	Liguria
4	11,4%	Sardegna
5	10,9%	Veneto
6	10,8%	Lombardia
7	10,3%	Toscana
8	10,0%	Molise
9	9,9%	Abruzzo
10	9,4%	Campania
11	8,0%	Emilia-Romagna
12	7,6%	Calabria
13	7,3%	Piemonte
14	7,0%	Sicilia
15	6,5%	Puglia
16	6,3%	Lazio
17	5,9%	Marche
18	5,6%	Basilicata
19	2,9%	Friuli-Venezia Giulia
20	0,0%	Valle d'Aosta



Analisi per settore 1/2

I seguenti grafici mostrano le percentuali di digitalizzazione delle start-up rispetto a diversi macro-settori classificati raggruppando i codici ATECO (la classificazione si può trovare in appendice). Da questa classificazione per settore, come ci si poteva attendere, le start-up più digitali risultano essere quelle che si occupano di «software». Sono seguite da quelle classificate in «altri servizi» e in «pubblicità».

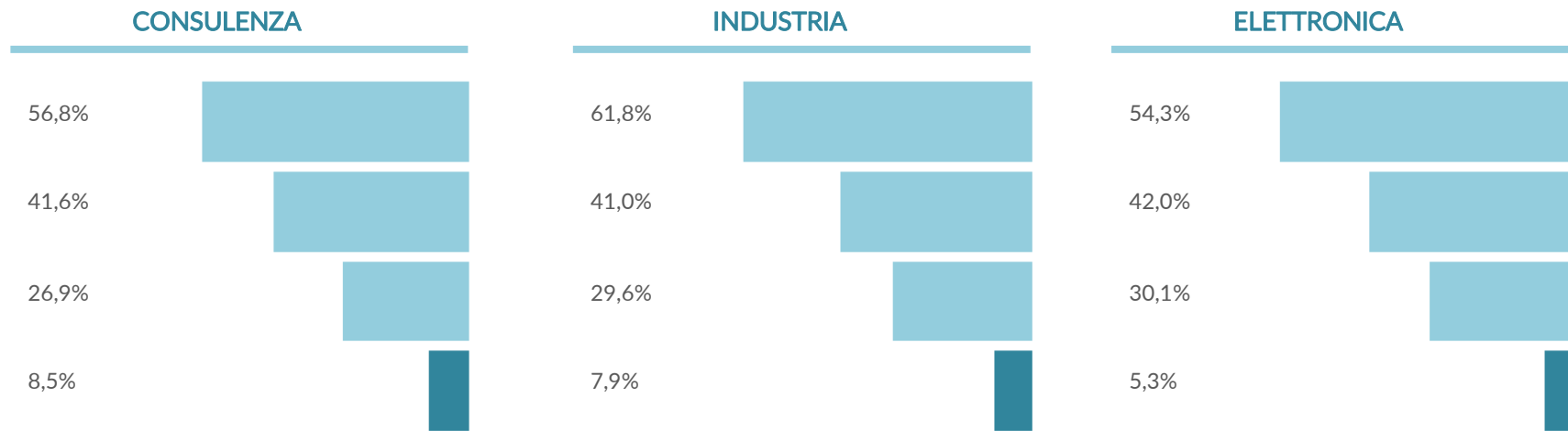


* I grafici a imbuto di questa pagina seguono lo schema delle pagine precedenti: percentuali su start-up iscritte al Registro per siti web dichiarati, siti web funzionanti, siti web responsive e siti web con Page Speed sufficiente



Analisi per settore 2/2

Meno ci sarebbe aspettato di trovare come settore fanalino di coda quello dell'«elettronica», molto inferiore alla media nazionale, preceduto da «consulenza» e «industria».



* I grafici a imbuto di questa pagina seguono lo schema delle pagine precedenti: percentuali su start-up iscritte al Registro per siti web dichiarati, siti web funzionanti, siti web responsive e siti web con Page Speed sufficiente





Conclusioni

LE STARTUP NON SONO DIGITALI

La presente analisi ha certamente ampi margini di affinamento: si limita infatti ad analizzare i soli siti web dichiarati dalle start-up iscritte al Registro delle Startup Innovative, e individua come indice di digitalizzazione la sola ottimizzazione dei siti web per visualizzazione mobile.

D'altra parte, è indubbio che oggi giorno la presenza online, e in particolare quella *mobile*, siano buone proxy del grado di digitalizzazione di una start-up. Un'impresa che non è sul web *mobile* oggi difficilmente può aspirare a scalare globalmente. Già a ottobre 2015, Amit Singhal, a capo di Google Search aveva annunciato che nel mese precedente le ricerche mobile avevano superato quelle desktop, raggiungendo i 100 miliardi di ricerche attraverso dispositivi mobili con display da 6 o meno pollici.

Se la presenza mobile è indice di digitalizzazione, da questa analisi emergono certamente forti indizi che portano a pensare che le start-up italiane iscritte nel Registro delle Startup Innovative non siano digitali.

SVILUPPI FUTURI DELL'ANALISI

Certamente l'analisi delle sole imprese iscritte al registro delle imprese innovative rischia di tagliare fuori tutte quelle startup che non siano iscritte, e magari includa aziende che non necessariamente dovrebbero essere definite startup se non secondo la normativa italiana.

Proprio per questo motivo, **Instilla** ha deciso di proseguire il presente studio, ampliando il campione alle startup dei maggiori *incubatori/acceleratori*, gruppi di *angel e venture capital* italiani. Per queste aziende, è spesso possibile analizzare più nel dettaglio la presenza online, anche attraverso la valutazione di altri parametri che non avrebbe avuto senso tenere in considerazione sul campione di start-up del registro delle imprese innovative, per cui neppure il 50% dei siti web dichiarati è *responsive* e solo il 15.3% raggiunge i parametri minimi di performance mobile indicati da Google.

L'analisi delle start-up incubate/finanziate consentirà poi di confrontare i livelli di presenza online delle start-up del nostro ecosistema con quelle degli altri paesi, confrontando i portfolio nostrani con quelli dei player stranieri.



Appendice – Divisione codice ATECO

SOFTWARE

J62, J63

ALTRI SERVIZI

G47, N82, G46, D35, N.S., F43, P85, N77, E38, C33, I56, Q88, C14, S96, Q86, H52, R90, C18, R93, H53, G45, E39, A02, Q87, R91, N81, N80, I55, E36, M75

PUBBLICITA'

J58, M73, J59, J60

INDUSTRIA

C28, C27, C32, C30, C20, C25, C22, C10, C29, C31, F41, C16, C24, C23, C13, A01, C21, C13, C17, C11

CONSULENZA

M72, M74, M71, M70, M79, K64, M69, N78, K66, F42

ELETRONICA

C26, J61, S95



Instilla

Approccio agile per il digital marketing



Instilla è una **start-up tecnologica** che si pone l'obiettivo di reingegnerizzare i processi del marketing digitale.

SCALABLE DIGITAL MARKETING

Instilla sviluppa soluzioni tecnologiche per la **visibilità online** e il **marketing digitale**, attraverso processi che garantiscono **alti standard qualitativi** e **scalabilità illimitata**.

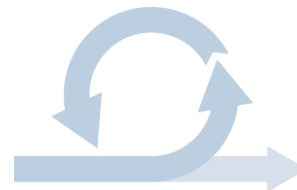
FAST PROTOTYPING LAB

Instilla è un **laboratorio di tecnologie** che applica **metodologie agili** per rispondere tempestivamente alle innovazioni tecnologiche e ai cambiamenti del mercato.

La *mission* di **Instilla** è portare innovazione nella vita delle persone.

I valori di Instilla sono:

- *mettere le persone al primo posto;*
- *garantire la trasparenza nei rapporti con partner e clienti;*
- *promuovere l'alfabetizzazione digitale e la condivisione della conoscenza;*
- *perseguire la via della qualità e del continuo miglioramento.*





CONTATTI

WEB instilla.it

EMAIL team@instilla.it

SEDE LEGALE Via Carducci, 8 – 20123 Milano (Italia)

SEDE OPERATIVA Via Copernico, 38 – 20125 Milano (Italia)