

L'emergenza sanitaria accelera l'innovazione Così il terziario recupera il gap tecnologico



Epidemia ed emergenza sanitaria hanno portato le imprese del terziario a riorganizzare i loro modelli di business. Il 32% delle imprese del terziario bergamasco, quasi 7mila imprese, ha introdotto innovazioni in seguito all'emergenza, dai sistemi di pagamento digitali (45,9%), a servizi di supporto alla clientela con internet e social (43,2%), offerte e promozioni attraverso piattaforme digitali (37,8%), nuovi strumenti di prenotazione e consegna via App o sistemi indipendenti (24,3%). La pandemia ha costretto a reinventarsi anche le imprese che non avevano in programma di investire in innovazioni (ben il 47,2%) o ha accelerato i tempi di introduzione di tecnologia (il 26,4% aveva infatti già in programma investimenti in quest'area, ma ha dovuto introdurli in tempi brevi). Sono queste alcune delle principali evidenze emerse dalla ricerca "Innovazione ed evoluzione digitale" commissionata a Format Research nell'ambito dell'Osservatorio delle imprese del terziario bergamasche, presentata oggi. Lo studio traccia non solo il quadro dell'evoluzione digitale e dell'introduzione delle innovazioni nel terziario bergamasco, ma indaga anche sulle prospettive future e sulla visione che gli imprenditori hanno riguardo le nuove figure professionali da introdurre in azienda.

L'introduzione dell'innovazione, per le imprese che non l'avevamo programmato o che hanno dovuto accelerare i tempi (circa 5.200 attività), ha permesso al 49,0% di sopravvivere, minimizzare le perdite in termini di ricavi (per il 30,2%), di mantenere lo stesso livello di ricavi rispetto al periodo precedente la crisi (20,8%).

«L'unico aspetto positivo di questa terribile crisi dettata dalla pandemia da Covid-19 è che porta con sé una spinta all'innovazione tecnologica e un'accelerazione nell'introduzione dell'innovazione da parte degli imprenditori, in particolare da servizi e commercio» commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. *E' stato in parte recuperato il gap che vedeva il terziario in ritardo rispetto ad altri comparti sul fronte tecnologico. La situazione resta difficile in prospettiva perché l'innovazione non genera maggiori ricavi nell'immediato e quindi manca linfa vitale per gli investimenti e per l'assunzione di nuove risorse umane e per la formazione, strategici per il rilancio. Per questo è necessario che la politica del Governo accompagni il ristoro a politiche di rilancio con piani che assicurino lo sgravio per le assunzioni e gli investimenti. Le imprese del terziario devono poter accrescere le competenze interne?.* L'Area Formazione Ascom risponde alle esigenze degli imprenditori con corsi mirati: *«Chiusure e restrizioni hanno portato ad una crescita delle richieste in ambito informatico, per mantenere il contatto con la clientela»* - sottolinea **Daniela**

Nezosi, responsabile area Formazione Ascom Confcommercio Bergamo-. *Spesso gli imprenditori hanno esigenza di acquisire le competenze necessarie per gestire e-commerce o rafforzare i canali social in tempi brevissimi. Noi li accompagniamo in percorsi ad hoc, ma spesso è necessaria una consulenza mirata perché in molti casi, prima di sviluppare la digitalizzazione dei processi, urge una revisione dell'organizzazione aziendale. La formazione non deve tamponare un'esigenza del momento con una full immersion di competenze, strumentali alle necessità contingenti, ma deve essere inserita in un progetto aziendale di ampia visione?.* In Associazione è attivo lo Sportello Innovazione per favorire l'introduzione di nuove tecnologie digitali e beneficiare di convenzioni, bandi e contributi dai sistemi di pagamento digitali, alla realizzazione di siti web e sviluppo social, da App e siti per consegne e delivery. *?In questi mesi, a partire dalla prima fase della pandemia, abbiamo sviluppato con successo alcuni strumenti come #Compravicino per la consegna della spesa a domicilio che conta 1200 esercizi registrati in tutta la provincia-* commenta **Giorgio Puppi**, responsabile dell'area Innovazione Ascom- . *Webinar, realizzati in collaborazione con Edi Confcommercio, e bandi hanno permesso alle imprese di ampliare le proprie competenze e guardare al futuro per rendere i negozi sempre più 4.0?.*

I dati della ricerca

Uno sguardo al futuro

Tra le imprese che hanno introdotto innovazioni: il 37,8% le manterrà certamente, il 25% probabilmente, mentre il 31,9% non lo sa ancora. Solo il 5,9 % non le manterrà. Tra coloro che manterranno le innovazioni (il 62,5% tra probabili e certi), il 37,5% le ritiene efficaci in termini di ricavi aziendali, il 35,6% ritiene che permetteranno di ampliare il parco clienti dell'impresa, il 33,3% ha riscontrato maggiore visibilità della propria attività. Inoltre per il 26,7% migliorano l'immagine dell'impresa, per il 22,2% rappresentano un nuovo modo di fare comunicazione, per l'11,1% permettono di acquisire nuovo know-how per l'impresa, per il 6,7% si tratta di un elemento di differenziazione. Di contro, coloro (il 5,6%) che non le manterranno, hanno motivato la scelta, principalmente per problematiche di natura organizzativa (36%), per resistenza alle nuove tecnologie (23%), per mancanza di tempo per dedicarsi alla gestione delle innovazioni (22,7%), perché i costi per il mantenimento delle innovazioni introdotte risultano troppo onerosi (6,3%).

Il limite delle competenze e le nuove professionalità in campo

Solo l'8,0% delle imprese bergamasche si è dotato di nuove figure professionali, con una punta minima del turismo del 3,5%. Tra coloro che si sono dotati di nuove figure professionali, questi i profili più richiesti: sales assistant (35,7%), marketing assistant (17,8%), agenti di commercio con competenze digitali evolute (16%), informatici programmatori (14,3%), digital e special strategist (7,1%), data scientist e analyst (7,1%). Tra coloro (la quasi totalità delle imprese, pari a ben il 92%) che non si sono dotati di nuove figure, il 10% dichiara che lo farà comunque nei prossimi due anni. Tra i comparti più disposti a introdurre nuove professionalità, il 13,2% delle imprese dei servizi, seguiti dal commercio (12%) e, a distanza, dal turismo (4,8%). Tra le imprese che introdurranno nuove figure, il 24% effettuerà corsi di formazione sulle innovazioni di prodotto e servizio, con punte del 28,5% per il commercio e del 31% dei servizi; segue, ancora a distanza, il turismo (con il 12,5%).