

Digitale, solo un'impresa su tre si sente preparata. Il direttore Ascom, Fusini: "Serve una svolta culturale"



Oscar Fusini e Roberto Ghidotti

La digitalizzazione continua a rappresentare una sfida primaria per le piccole e medie imprese del commercio, del turismo e dei servizi. Se la trasformazione digitale permette alle imprese più piccole di incrementare la velocità di espansione del loro business e di individuare nuovi mercati, le pmi bergamasche dimostrano ancora di preferire i canali tradizionali. È quanto emerge dalla recente indagine che Ascom Confcommercio Bergamo ha affidato a Format Research per testare il rapporto e la dimestichezza delle imprese del territorio con web, e-commerce, social e app, presentata questa mattina nella sede dell'Associazione.

“Solo un'impresa su tre dichiara di sentirsi digitalizzata - commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Bergamo - ma essendo un'autovalutazione è considerevole ipotizzare che parte delle imprese sotto-stimi le proprie competenze. A preoccupare è il dato relativo agli investimenti che le imprese intendono

sostenere nel prossimo biennio: solo il 27% ha in programma di investire in innovazione e tra il 73% che dichiara di non destinare alcuna risorsa alla digitalizzazione, il 49% motiva di non avvertirne l'importanza per il proprio business". Un altro dato che stupisce è il ruolo rivestito dall'e-commerce per le imprese del terziario. "La quota percentuale media dei ricavi derivanti dall'attività di e-commerce delle piccole imprese rilevata nel 2018 è pari al 6%, con base minima al di sotto del 2% (è così per il 18% delle imprese) e valore massimo oltre il 10% (per solo il 9% delle aziende)- continua il direttore Ascom-. Segno che le vendite on-line rappresentano un'interessante integrazione per il fatturato delle nostre imprese, ma che evidenzia anche che il commercio tradizionale resta vivace e vitale".

Il livello di digitalizzazione

Il Rapporto di ricerca, che prende in considerazione un campione rappresentativo di imprese del terziario con dati da aprile a settembre 2019, evidenzia che solo il 34% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo si considera "molto" o "abbastanza" digitalizzata. La percezione del livello di digitalizzazione della propria attività è più accentuata presso le imprese più strutturate (oltre 9 addetti) e presso quelle del turismo (49%) e dei servizi (48%).

Il 67% è in possesso di un sito web aziendale e il 58% è presente sui social network.

Isolando le imprese che ne sono in possesso, il 53% ritiene "importante" il sito web aziendale per il proprio modello di business e tre quarti ritengono di averne tratto benefici in termini di visibilità. Elevata la quota di chi ha avuto un riscontro positivo dal punto di vista reputazionale (59%), mentre il 31% ha riscontrato un aumento delle vendite.

Analizzando le imprese del terziario della provincia di Bergamo presenti sui social network, quattro su cinque sono

attive su Facebook e lo utilizzano principalmente per comunicare con la clientela (il 65%). È ancora esigua la percentuale di imprese che impiega i social per sviluppare l'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti, moltiplicare la possibilità di business (solo il 16%) e raccogliere opinioni (13%).

E-commerce

Alto il potenziale di crescita per il commercio on-line, dato che l'83% delle imprese non svolgono alcuna attività di e-commerce. Il 17% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo effettua attività di e-commerce (il 12% tramite il sito web aziendale, il 5% tramite le principali piattaforme). In media, la quota di ricavi derivanti dall'attività di e-commerce è pari al 6% del totale (per il 18% non arriva a coprire il 2% dei ricavi del 2018 e solo per il 9% supera un decimo del giro d'affari dell'anno scorso).

Le imprese meno strutturate si affidano al titolare o esternalizzano la cura delle piattaforme digitali aziendali. Quelle più grandi dispongono di figure apposite nell'organico (a volte di un intero team).

Uno sguardo al futuro

L'indagine mette in luce anche gli investimenti digitali che le imprese hanno in programma per il biennio 2020-2021. Il 27% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo ha già in programma un qualche genere di investimento in tecnologie digitali per il prossimo biennio (2020-2021). A voler puntare su web e dintorni sono soprattutto le imprese del turismo (31%), seguite da commercio (27%) e servizi (22%). Nella metà dei casi, gli investimenti in digitale riguarderanno software gestionali (52%) e interventi sul sito web aziendale o legati ai social (51%). Preoccupa il dato che evidenzia che le imprese non intendono investire quando ritengono inutile l'innovazione digitale per il proprio

business (è così per ben il 49%) o se non dispongono delle necessarie competenze in azienda (23%). Ben il 20% dichiara di non avere disponibilità finanziaria per gli investimenti e il 18% evidenzia il mancato accesso a finanziamenti nazionali o regionali. fidelizzata. “I finanziamenti in innovazione sono strategici e ci auguriamo siano al centro delle politiche di agevolazione della pubblica amministrazione- ha aggiunto **Roberto Ghidotti**, responsabile Territorio e Distretti Ascom Confcommercio Bergamo- . Siamo in attesa dei prossimi bandi regionali per i distretti per lo sviluppo del negozio 4.0. Ma il processo di trasformazione tecnologica deve coinvolgere anche le scelte di politiche amministrative dei singoli comuni del territorio”.