



#sistemaexcelsior

IL DIGITALE MIGLIORA I BUSINESS

Le aziende hanno reagito alla pandemia con investimenti in digital marketing ed in big data analytics

La contrazione macroeconomica del 2020 ha costretto le imprese a reagire rimodulando i propri modelli di business secondo alcune direttive come l'uso più proficuo dei dati per analizzare i comportamenti dei clienti, analizzare i mercati e rispondere alle nuove abitudini di consumo online e non attraverso una maggiore personalizzazione ed "automatizzazione" delle politiche commerciali.

Il Sistema Informativo Excelsior, realizzato da UNIONCAMERE, in accordo con l'ANPAL e con la collaborazione locale delle CAMERE di COMMERCIO, ha l'obiettivo di monitorare le prospettive dell'occupazione nelle imprese, attraverso il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese.

Inoltre, l'indagine Excelsior, grazie ad approfondimenti mirati, ha reso disponibili alcuni dati sugli investimenti in "digital transformation" nel 2020 analizzando, presso le imprese intervistate, tre ambiti di intervento: la tecnologia, il modello organizzativo aziendale e lo sviluppo di nuovi modelli di business.

Per quanto riguarda la quota di imprese che hanno investito in maniera strategica in nuovi modelli di business, occorre segnalare che in provincia di Ravenna "l'utilizzo di Big data per analizzare i mercati" è passato dal 14% del periodo 2015-2019 al 23% del 2020 (+9 punti percentuali rispetto al periodo pre-Covid); l'analisi dei comportamenti e dei bisogni dei clienti per garantire la personalizzazione del prodotto-servizio offerto è passata dal 27% al 38% del 2020 (+11 punti) e l'incremento più alto si è avuto per gli investimenti strategici in Digital marketing passato dal 21% al 35% (+14 punti percentuali rispetto al periodo pre-Covid).

A causa del lockdown, si è incrementato l'utilizzo dei servizi digitali e nel nostro Paese si è dimostrato maggiore di quanto osservato in altri contesti internazionali.

Anche nel nostro territorio si è riscontrata una maggiore attenzione verso gli investimenti in nuovi modelli di business rispetto al periodo pre-Covid, ma si rimane sotto la soglia raggiunta in ambito regionale e nazionale.

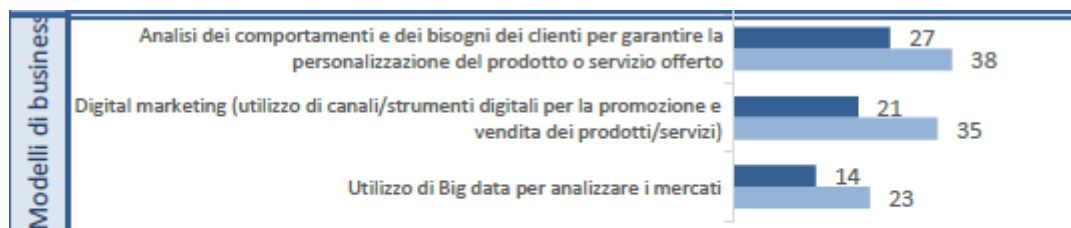
Per quanto riguarda il processo globale di innovazione digitale (nel complesso e senza distinguere le varie tipologie d'investimento), se nel periodo pre-Covid 2015-2019 le imprese ravennati che avevano dichiarato di aver effettuato investimenti, erano mediamente il 53,9% (come per la regione Emilia-Romagna e 53,5% in Italia), nel 2020 la percentuale si alza al 66% (medesima percentuale in regione, mentre in Italia la percentuale risulta un po' più bassa e cioè pari a 65,2%).

All'interno dell'insieme delle imprese investitrici, sono aumentate quelle che hanno effettuato investimenti strategici in tecnologie, organizzazione e modelli di business, attivando così uno slancio in diversi aspetti della trasformazione digitale.

PROVINCIA DI RAVENNA

Ambiti della trasformazione digitale pre e post Covid-19* (% sulle imprese che hanno effettuato investimenti)

■ pre-Covid19 (2015-2019) ■ post-Covid19 (2020)



* Imprese che hanno dichiarato di aver effettuato investimenti di elevata importanza per le strategie aziendali nel periodo pre e post Covid19 relativamente a ciascun aspetto della trasformazione digitale

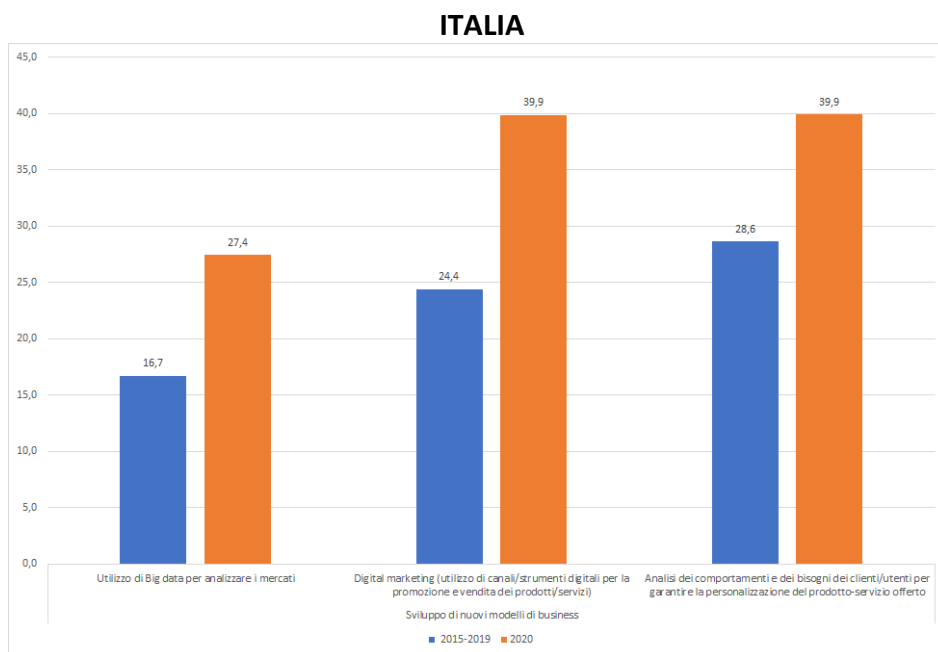
REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Ambiti della trasformazione digitale pre e post Covid-19* (% sulle imprese che hanno effettuato investimenti)

■ pre-Covid19 (2015-2019) ■ post-Covid19 (2020)



* Imprese che hanno dichiarato di aver effettuato investimenti di elevata importanza per le strategie aziendali nel periodo pre e post Covid19 relativamente a ciascun aspetto della trasformazione digitale



La maggior parte delle aziende italiane intervistate si sta adeguando al nuovo contesto disegnato dalla pandemia aumentando gli sforzi per trasformare e far evolvere la propria impresa ed essere più competitiva nel nuovo scenario post-pandemico: non ci sarà infatti resilienza senza digitalizzazione.

Infine, nel nostro Paese, il mercato digitale ha chiuso il 2020 con un dato migliore rispetto alle previsioni (-0,6%), facendo registrare una performance più lusinghiera rispetto all'economia nel suo complesso (decrescita del PIL globale pari al -8,9%) e già nel corso del 2021 potrà invertire la rotta.

La Camera di Commercio di Ravenna è uno dei **Punti Impresa Digitale (PID)**, la struttura di servizio dedicata alla diffusione della cultura digitale nelle MPMI.

Il PID si rivolge ai professionisti e alle imprese di qualsiasi dimensione e settore economico e ha l'obiettivo di diffondere la consapevolezza "attiva" sulle soluzioni offerte dal digitale e sui loro benefici, ma anche sui rischi connessi al suo mancato utilizzo. L'offerta si declina su quattro principali tipologie di servizi:

- informativi e di supporto al digitale e all'innovazione I4.0 ed Agenda Digitale;
- assistenza, orientamento e formazione sul digitale;
- interazione con i Digital Innovation Hub e i Competence Center e le altre strutture partner nazionali e regionali;
- specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con aziende speciali e le altre strutture del sistema camerale.

In collaborazione con il consorzio Promos Italia sono inoltre disponibili i seguenti servizi:

- DIGIT EXPERT, servizio gratuito di assistenza a 360° gradi sul digital - per fare quesiti e richiedere un approfondimento con un esperto su un determinato aspetto.

- DIGIT TEST, servizio gratuito per analizzare le potenzialità online della tua azienda e scoprire come migliorarle per vendere all'estero.