



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TREVISO

Focus EBiCom

“Imprese connesse e non connesse”

Il Terziario di fronte alla sfida digitale

NOTA DI SINTESI

MARZO 2022

Digitalizzazione, Criticità, Fabbisogni

Ufficio Studi e Ricerche Confcommercio Imprese per l'Italia di Treviso
Responsabile: Luisa Bordato

Premessa

EBiComLab Treviso, Centro studi sul terziario trevigiano di EBiCom - Ente Bilaterale del Commercio, tra il mese di ottobre e quello di dicembre 2021, ha promosso **un'indagine qualitativa presso le imprese terziarie del territorio**, allo scopo di **verificarne il livello attuale di digitalizzazione e le eventuali criticità o fabbisogni** emersi in relazione all'utilizzo degli strumenti digitali, anche a fronte dei cambiamenti che la recente pandemia ha prodotto sul mercato. I dati elaborati ed i risultati emersi sono stati illustrati da Alessandro Minello, responsabile scientifico di EbiComLab, in un convegno dedicato organizzato da EbiCom e tenutosi il 9 marzo scorso, nella sede della Camera di Commercio di Treviso.

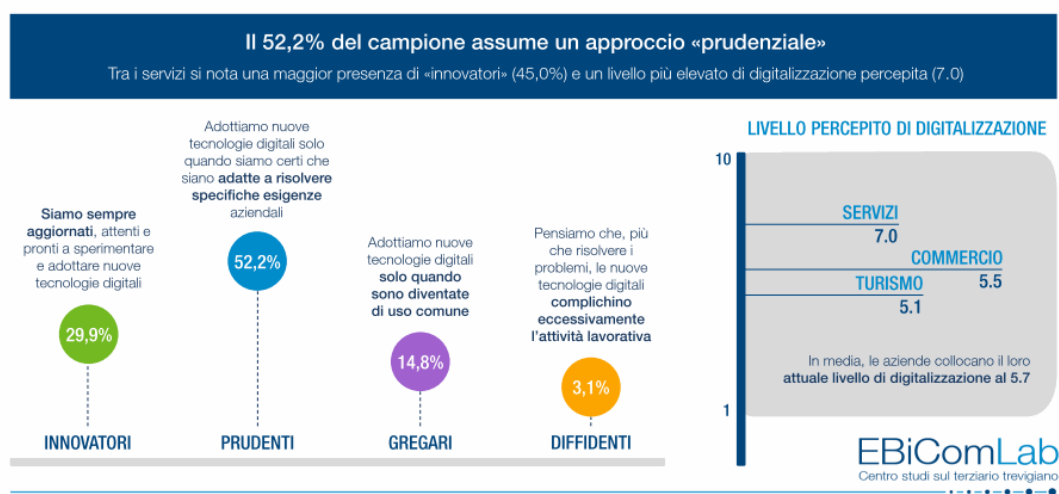
L'indagine si è svolta tramite questionari somministrati ad un campione di 425 soggetti, costituito per la maggior parte da **microimprese (79,1%) in attività da più di 10 anni (72,4%)**, suddivise nei settori del **commercio 49,4%**, del **turismo 27,1%** e dei **servizi 23,5%**, comprendendo **una serie diversificata di categorie merceologiche**: dall'alimentare, al comparto moda-fashion, alla cultura e intrattenimento, alla convegnistica, ai servizi alla persona e alla logistica.

Obiettivo è stato quello di **"misurare" qualitativamente l'attuale livello di digitalizzazione delle imprese terziarie**, la **propensione di ciascuna all'introduzione di nuove tecnologie** e il loro **grado di integrazione nei processi aziendali**.

IL LIVELLO DI DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

La propensione all'introduzione di nuove tecnologie digitali

Quattro, in sintesi, i **profili emersi dall'indagine**: il **29,9% risultano innovatori**, ovvero sempre aggiornati, attenti e pronti a sperimentare e adottare nuove tecnologie digitali; il **52,2% risultano prudenti**: adottano cioè tecnologie digitali solo quando sono certi che siano adatte a risolvere esigenze specifiche; il **14,8% sono invece gregari**: adottano tecnologie digitali solo quando sono diventate di uso comune; infine il **3,1% risulta diffidente**: ritiene che le nuove tecnologie complichino eccessivamente l'attività lavorativa.



Fonte: elaborazione EconLab Research Network su dati Survey, 2022

Infografica di sintesi_ **Orientamento tecnologico delle aziende e digitalizzazione percepita**

Fonte: Presentazione Focus Digitalizzazione (marzo 2022)

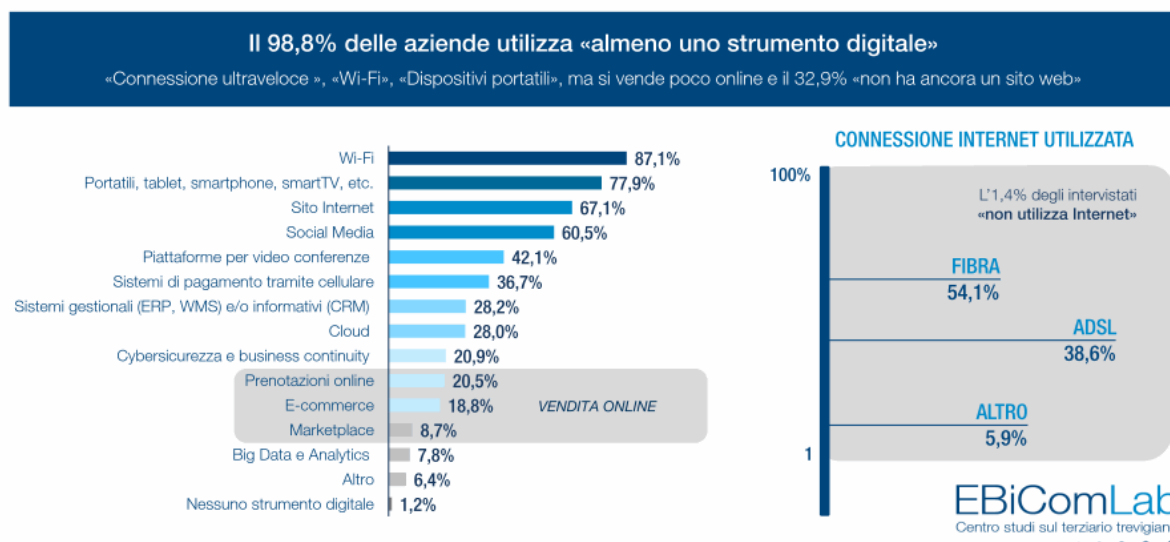
a cura di EbiComLab, Centro Studi sul Terziario Trevigiano di EBiCom

Su una scala da 1 a 10, le imprese percepiscono il proprio livello medio di digitalizzazione appena al di sotto della sufficienza (5.7). Una consapevolezza che varia tra i diversi settori del terziario, all'interno del quale i "servizi" si collocano su un punteggio di 7.0, mentre il "commercio" e il "turismo" di 5.5 e 5.1.

Gli strumenti digitali più utilizzati

Il 98,6% del campione è in possesso di una connessione Internet: più della metà sfrutta le potenzialità della fibra ottica (54,1%), poco più di un terzo utilizza ancora una linea ADSL (38,6%), il 5,9% altro. Solo l'1,4% degli intervistati non dispone di tale servizio, non ritenendolo necessario per il tipo di attività svolta.

Prendendo in considerazione la vasta gamma di strumenti digitali, emerge che il 67,1% ha un sito Internet, il 60,5% usa i Social Media, il 36,7% i sistemi di pagamento tramite cellulare, solo il 18,8% l'e-commerce, ovvero la vendita online, e ancor meno i marketplace (l'8,7%). Molti altri strumenti - come Big Data, prenotazioni online e cybersicurezza - spaziano tra il 7% e il 20%. Nel complesso, si parla di un uso ancora piuttosto "basilare" degli strumenti digitali, rispetto all'evoluzione subita dal mercato nel corso degli ultimi anni.



Fonte: elaborazione EconLab Research Network su dati Survey, 2022

Infografica di sintesi_ Utilizzo degli strumenti digitali
Fonte: Presentazione Focus Digitalizzazione (marzo 2022)
a cura di EBiComLab, Centro Studi sul Terziario Trevigiano di EBiCom

La gestione delle attività presenti in azienda

Tra gli ambiti aziendali meno digitalizzati, ovvero gestiti in modo più tradizionale, rientrano: i "Processi decisionali" (75,2%), riguardanti decisioni su nuove strategie da intraprendere o prodotti/servizi da proporre; la "Assistenza postvendita" (57,1%), riguardante le attività che l'impresa offre al fine di supportare il cliente nell'utilizzo, nella manutenzione e nel miglioramento dei prodotti e servizi forniti; la "Logistica" (56,3%), riguardante l'insieme delle attività di trasporto e stoccaggio (delle materie prime e dei prodotti finiti) e di quelle relative alla movimentazione interna ed esterna.



Fonte: elaborazione EconLab Research Network su dati Survey, 2022

Infografica di sintesi_ Gestione delle attività presenti in azienda
Fonte: Presentazione Focus Digitalizzazione (marzo 2022)
a cura di EBiComLab, Centro Studi sul Terziario Trevigiano di EBiCom

Guardando ai **fatturati**, i dati dimostrano che, **mediamente, il 29,3% del fatturato annuo è collegabile all'utilizzo di strumenti digitali**: la metà del personale dipendente (53,3%) ha mansioni che prevedono prevalentemente l'utilizzo di strumenti digitali, mentre il 24,7% del campione totale ha mansioni che prevedono esclusivamente l'utilizzo di tali strumenti.

Sul fronte dei processi gestionali, **le aziende «connesse»** - che gestiscono internamente i processi aziendali «prevalentemente» (44,4%) o «interamente» (16,2%) in maniera digitale - **sono il 60,6% del campione.**

LE CRITICITÀ RISCONTRATE E GLI OBIETTIVI FUTURI

La **pandemia ha favorito la digitalizzazione «totale» o «parziale» del 57,9% delle imprese**, contribuendo ad aumentarne il livello medio, anche se una parte degli intervistati (il 34,6%) lo ritiene ancora insufficiente rispetto alle attuali richieste del mercato. Il **53,2% si è fissata, per i prossimi 6 mesi, l'obiettivo di migliorare il proprio modello di business.**

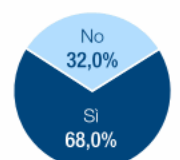
Le **strategie sviluppate grazie alla digitalizzazione riguardano, in ordine di importanza**: la comunicazione (85,4%), la vendita (67,9%), l'organizzazione (67,1%), l'approvvigionamento (il 57,3%), la gestione del personale (56,9%).

Più della metà delle imprese (**68%**) ha riscontrato o prevede di incontrare delle difficoltà nel processo di digitalizzazione. Tra le principali segnalate, la **«mancanza personale dedicato» (30,4%)** e la **«personale interno non sufficientemente formato» (33,2%)**, in particolar modo nel commercio e nel turismo. Ben il **59,1% del campione riterrebbe utile dei corsi di formazione per i propri dipendenti**, soprattutto nei settori del marketing e della comunicazione online.

Il 68,0% delle imprese prevede o ha riscontrato criticità nell'utilizzo di strumenti digitali

«Manca personale dedicato» e «quello interno è poco formato», in particolar modo nel turismo e nel commercio

Aziende che hanno riscontrato o prevedono di riscontrare criticità nell'utilizzo degli strumenti digitali



Quali?

CRITICITÀ INCONTRATE O PREVISTE (DIGITALIZZAZIONE OSTACOLATA)



EBiComLab
Centro studi sul terziario trevigiano

Fonte: elaborazione EcomLab Research Network su dati Survey, 2022

Infografica di sintesi_ **Criticità nell'utilizzo degli strumenti digitali**

Fonte: Presentazione Focus Digitalizzazione (marzo 2022)

a cura di EBiComLab, Centro Studi sul Terziario Trevigiano di EBiCom

L'organizzazione rispetto agli obiettivi futuri

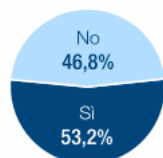
Il 53,2% delle imprese intervistate ha fissato degli obiettivi di digitalizzazione da realizzare entro i prossimi 6 mesi di attività, percentuale che sale al 61,0% e al 57,6% nei servizi e nel commercio, mentre scende drasticamente al 38,3% nel turismo, che si conferma uno tra i settori meno digitalizzati all'interno della provincia e, soprattutto, il meno propenso ad intraprendere un percorso in tal senso.

5

Il 53,2% delle imprese ha fissato degli obiettivi di digitalizzazione nei prossimi 6 mesi

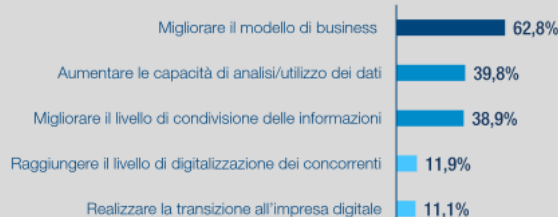
Spicca quello di «migliorare il proprio modello di business» (snellire i processi, migliorare l'utilizzo delle risorse, offrire nuovi servizi, etc.)

Aziende che hanno fissato degli obiettivi di digitalizzazione da realizzare nei prossimi 6 mesi



Quali?

OBIETTIVI PER I PROSSIMI 6 MESI (DIGITALIZZAZIONE DESIDERATA)



EBiComLab
Centro studi sul terziario trevigiano

Fonte: elaborazione EcomLab Research Network su dati Survey, 2022

Infografica di sintesi_ **L'organizzazione rispetto agli obiettivi futuri**

Fonte: Presentazione Focus Digitalizzazione (marzo 2022)

a cura di EBiComLab, Centro Studi sul Terziario Trevigiano di EBiCom

CONCLUSIONE

La presente indagine ci restituisce una fotografia di un sistema economico terziario ad oggi “mediamente digitalizzato”, con un atteggiamento in prevalenza “prudenziale” in relazione all’adozione di nuove tecnologie digitali, con uno sviluppo più accentuato nel settore dei servizi mentre con più marcate criticità in quello del commercio e del turismo.

La pandemia ha contribuito ad accelerare la digitalizzazione di molte imprese terziarie, inducendole principalmente a potenziare le tecnologie già utilizzate o ad introdurre di nuove, tuttavia, circa un terzo del campione ritiene di non essere ancora sufficientemente attrezzato, per affrontare le esigenze del mercato attuale. Il maggior numero delle imprese ha un uso ancora “basilare” degli strumenti digitali, i quali vengono utilizzati nei processi aziendali solo quando si rivelano adatti per risolvere esigenze specifiche.

Le criticità emerse (mancanza di personale interno dedicato, non sufficiente formazione dei dipendenti) fanno intuire che lo sviluppo futuro della digitalizzazione aziendale dipenderà molto dalla dotazione di personale preparato e, quindi, dalla formazione, in particolare sulle tematiche indicate come “comunicazione, vendita online e informatica di base”. Obiettivo futuro emerso dalle imprese è quello di investire in tecnologie digitali di struttura e organizzative, fortificando le aree ad oggi più carenti e migliorando il proprio modello di business.

Alessandro Minello, autore della ricerca, afferma come “fondamentale potrebbe essere la presenza di un “Digital Manager” (in azienda o anche in condivisione con altre), che si potesse occupare della transizione digitale tecnologica e procedurale delle attività. Un’operazione che si rivelerebbe importante soprattutto per le piccole e medie aziende, che devono imparare a muoversi in un mercato sempre più competitivo, caratterizzato da cambiamenti continui e dove velocità d’esecuzione ed efficienza rivestono sempre più ruoli cruciali.”

6

MATERIALI DEL FOCUS

Presentazione del Focus a cura di EBiComLab, Centro studi sul Terziario Trevigiano di EbiCom, Ente Bilaterale del Commercio coordinatore scientifico Alessandro Minello (.pdf)

Comunicati stampa con i commenti del Presidente di EBiCom Adriano Bordignon, della vicepresidente Patrizia Manca, e dell'autore della ricerca e coordinatore di EBiComLab Alessandro Minello.

Il download dei documenti indicati è disponibile su:

<https://lab.ebicom.it/pubblicazioni.php>