

MalpensaNews

Vetrine sempre più digitali, decisioni ancora analogiche: per le imprese del commercio è il momento di una nuova transizione

Michele Mancino · Thursday, December 2nd, 2021

Pensate a un ristoratore o a un albergatore. O più in generale a un commerciante che si sente dire: «Non è finita con la pandemia. Se vuoi rimanere sul mercato ora devi essere pronto ad affrontare una **transizione**, anzi, due, prima quella **digitale** e poi quella **ecologica**. Anzi, forse tutte e due contemporaneamente». Di fronte a questo scenario qual è l'atteggiamento che immaginate possa avere un imprenditore del terziario? La risposta la dà in modo preciso e realistico la ricerca sul livello di digitalizzazione delle imprese terziarie condotta dal professor **Alessandro Minello**, dell'Università Cà Foscari di Venezia, in collaborazione con **EconLab Research Network** per conto di **Confcommercio Varese**.

IL FUTURO È PRUDENZA

Il **60% del campione**, composto di **300 imprese**, di cui il **90% è costituito da microimprese**, alla domanda quale fosse la **propensione all'introduzione in azienda di nuove tecnologie digitali**, ha dato una **risposta prudentiale**: «Quando siamo certi che siano adatte a risolvere specifiche esigenze aziendali». Questo non significa che i commercianti della provincia di Varese non abbiano integrato tecnologie digitali, ma lo hanno fatto solo con uno **sguardo rivolto verso l'esterno, più attento agli aspetti comunicativi e di marketing**, molto meno verso l'interno per modificare l'assetto organizzativo e il modello di business. Cioè si sono fidati di quello che già conoscevano. Poi c'è un buon **27% degli imprenditori intervistati** che si ritiene sempre aggiornato e pronto a sperimentare e un **10% che invece si aggiorna solo quando è sicuro** che le nuove tecnologie già le usano anche gli altri e un **3,5 % che rimane diffidente ad oltranza**.

IL DIGITALE NEL TURISMO E COMMERCIO

Se si guarda ai settori, sia il **turismo** che il **commercio** hanno **ampi margini di digitalizzazione** sui alcuni processi aziendali. Per esempio, se **oltre il 96% degli intervistati ha una linea internet**, nel **turismo** solo il **42% utilizza le prenotazioni online** e più in generale il **47,9%** è propenso a utilizzare strumenti digitali nella gestione complessiva dei processi aziendali. **Nei servizi solo il 48% è solito far uso di campagne marketing e comunicazione online**, nonostante la propensione all'utilizzo del digitale sfiora l'83%. La maggior parte delle imprese **affida i processi decisionali, l'assistenza post vendita e la logistica a gestioni prevalentemente non digitali**. Di contro la gestione digitale della contabilità e finanza, il marketing e la gestione del personale supera il 50%.

La **pandemia** ha certamente generato una risposta rispetto al digitale con un potenziamento degli

strumenti già esistenti (62,9%) ma con una **scarsa implementazione di nuovi**: solo l'1% dice di avere aumentato totalmente il proprio livello di digitalizzazione.

NON LASCIARE SOLE LE IMPRESE

La fotografia scattata dalla ricerca di **Confcommercio** indica da una parte una **mutata propensione al rischio delle imprese** e dall'altra la **necessità**, nemmeno troppo nascosta, degli imprenditori di essere **accompagnati in questo percorso**, tutt'altro che lineare e facile. Sentimenti che **Rudy Collini**, presidente dell'associazione di categoria e a sua volta imprenditore del commercio, conosce molto bene. «Le imprese non vanno lasciate sole – ha detto Collini – e il ruolo dell'associazione è di accompagnarle nell'orientamento al rischio, mentre il sistema nel suo complesso, comprese le istituzioni, deve aiutare le imprese a ridurre l'incertezza e a costruire una nuova esperienza del prodotto e del suo acquisto».

L'OPEN INNOVATION

C'è una base su cui si può già lavorare ed è **l'indice di digitalizzazione** che per le imprese della provincia di Varese si colloca al **6,5%**, mediamente più alto di altri territori dove è stata condotta la ricerca tra cui **Treviso** (5,8%) e le province piemontesi di **Vercelli, Vco, Novara e Biella** (5,2%). ?È vero, come ha fatto rilevare **Davide Boldrini** di Ascom Luino, che la percezione che hanno le imprese di se stesse può essere falsata rispetto a una realtà ben più povera rispetto all'utilizzo dei nuovi strumenti, ma rimane il fatto che quella percezione è un segnale dell'importanza che il digitale ricopre nella loro idea di business. «Questo indice – ha spiegato **Alessandro Minello** – **segnala una consapevolezza** tra le imprese intervistate dell'importanza del digitale. Occorre creare una cultura digitale diffusa e lo strumento è quello dell'**open innovation**. L'impresa non è la depositaria di segreti, ma si deve aprire al territorio e in questo va aiutata da tutti i portatori di interesse perché l'innovazione digitale, rispetto al passato che non tornerà, è più rischiosa».

This entry was posted on Thursday, December 2nd, 2021 at 7:06 pm and is filed under [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.