

Il terziario di fronte alla sfida digitale

Il Terziario del Piemonte Nord

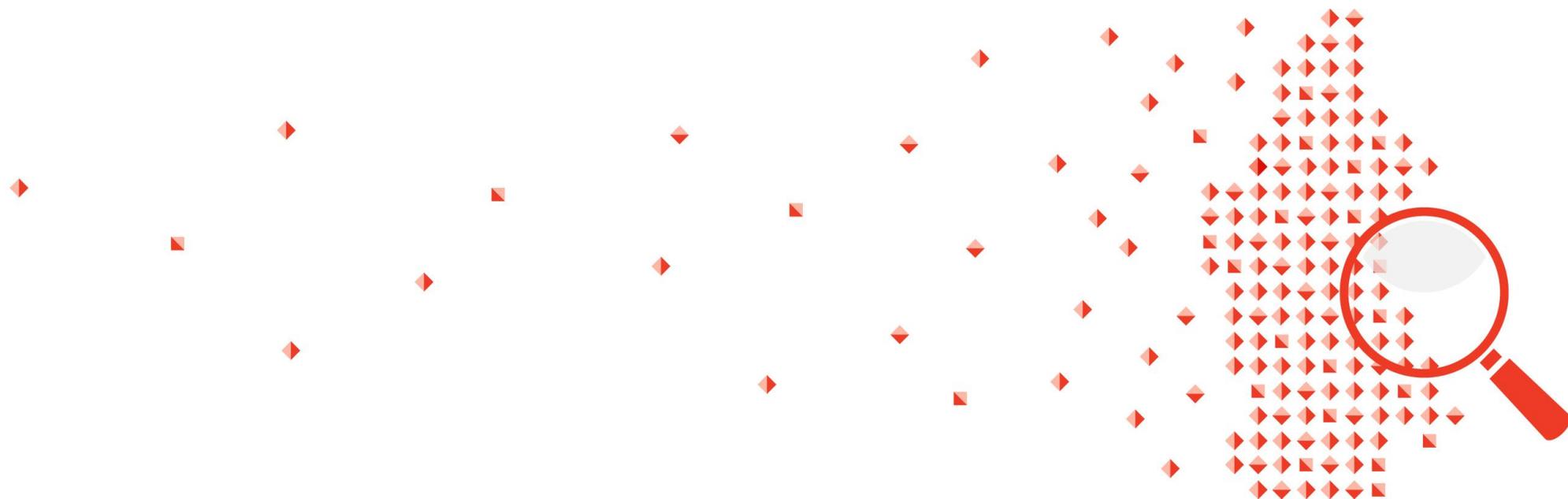
2022

16 marzo 2022

ENTE BILATERALE TERZIARIO BIELLA
ENTE BILATERALE TERZIARIO NOVARA E VERBANO CUSIO OSSOLA
ENTE BILATERALE TERZIARIO VERCELLI

Campione

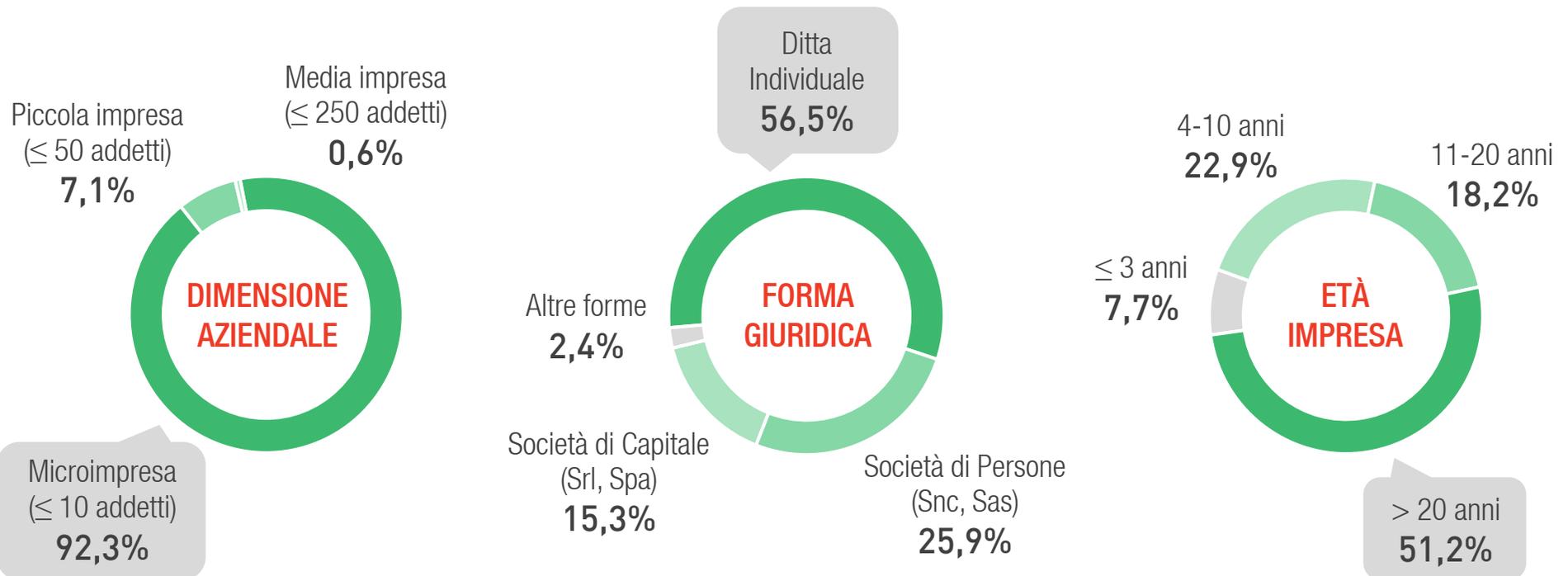
Il terziario di fronte alla sfida digitale



Il campione

Forma Giuridica, Dimensione, Età Dell'impresa

Costituito in maggior parte da microimprese (92,3%) in attività da più di 10 anni (69,4%)
Il campione risulta coerente con la distribuzione dimensionale del tessuto imprenditoriale provinciale

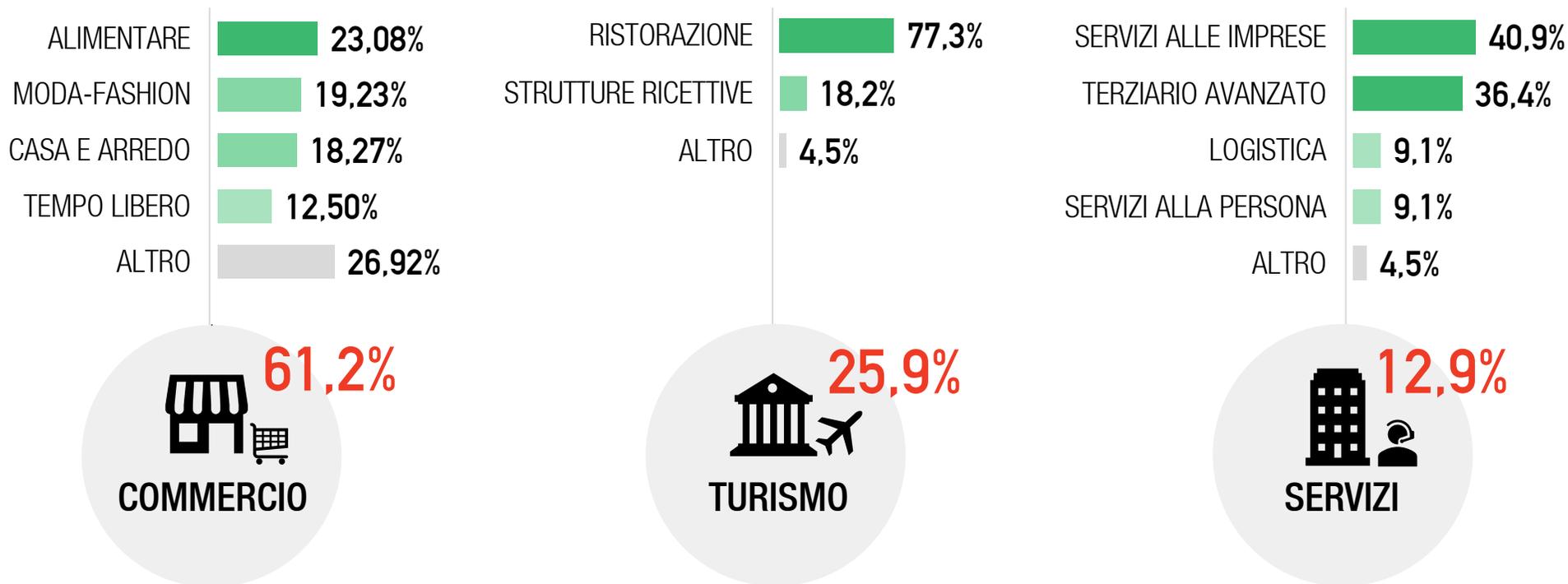


Il campione

Composizione settoriale

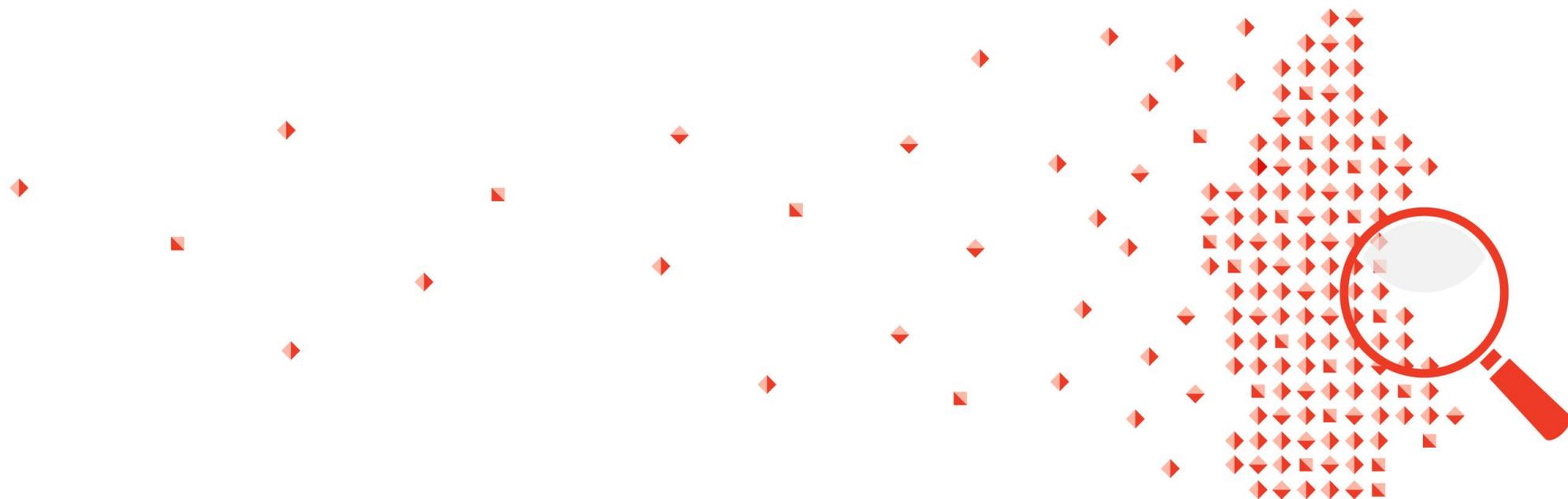
Le imprese intervistate operano in prevalenza nel settore del commercio (61,2%)

Le più rappresentative del campione, quelle dell'Alimentare, della Ristorazione e dei Servizi alle imprese



Stato dell'arte

Il livello di digitalizzazione

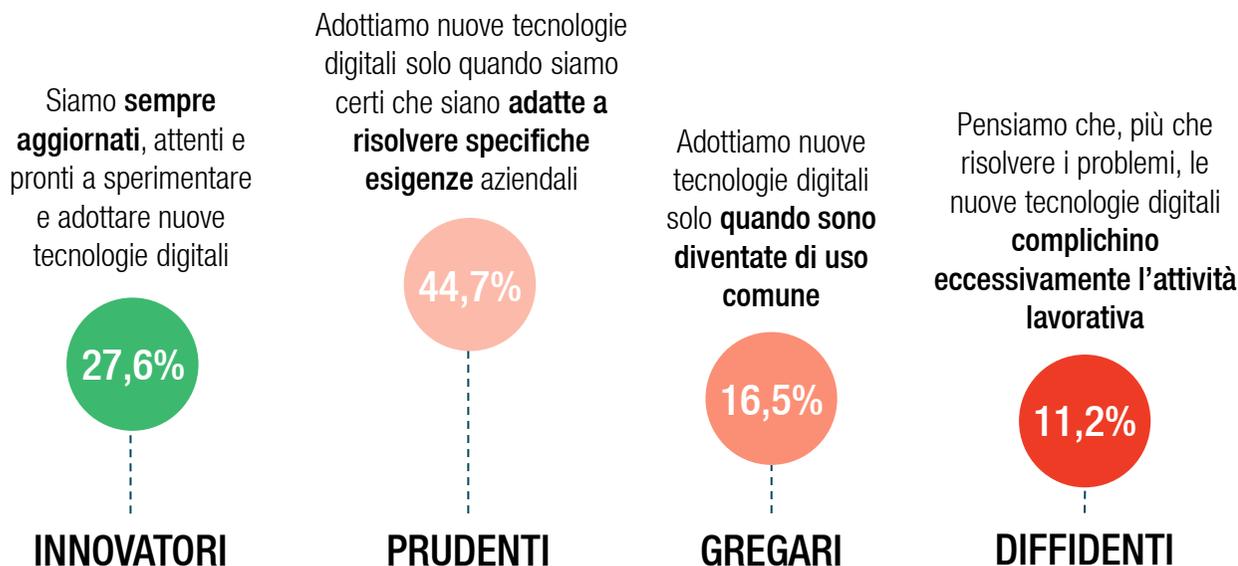


Il livello di digitalizzazione

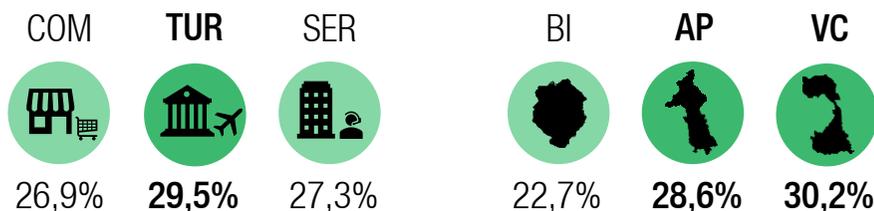
Orientamento tecnologico delle aziende e digitalizzazione percepita

Il 44,7% delle imprese terziarie assume un approccio «prudenziale»

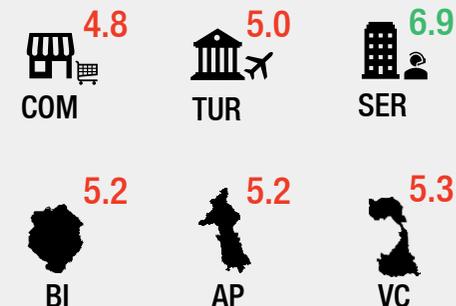
Più «innovatori» nel Turismo (29,5%), ma tra i Servizi è più alto il livello di digitalizzazione percepita (6.9)



% di Innovatori



Livello percepito di digitalizzazione



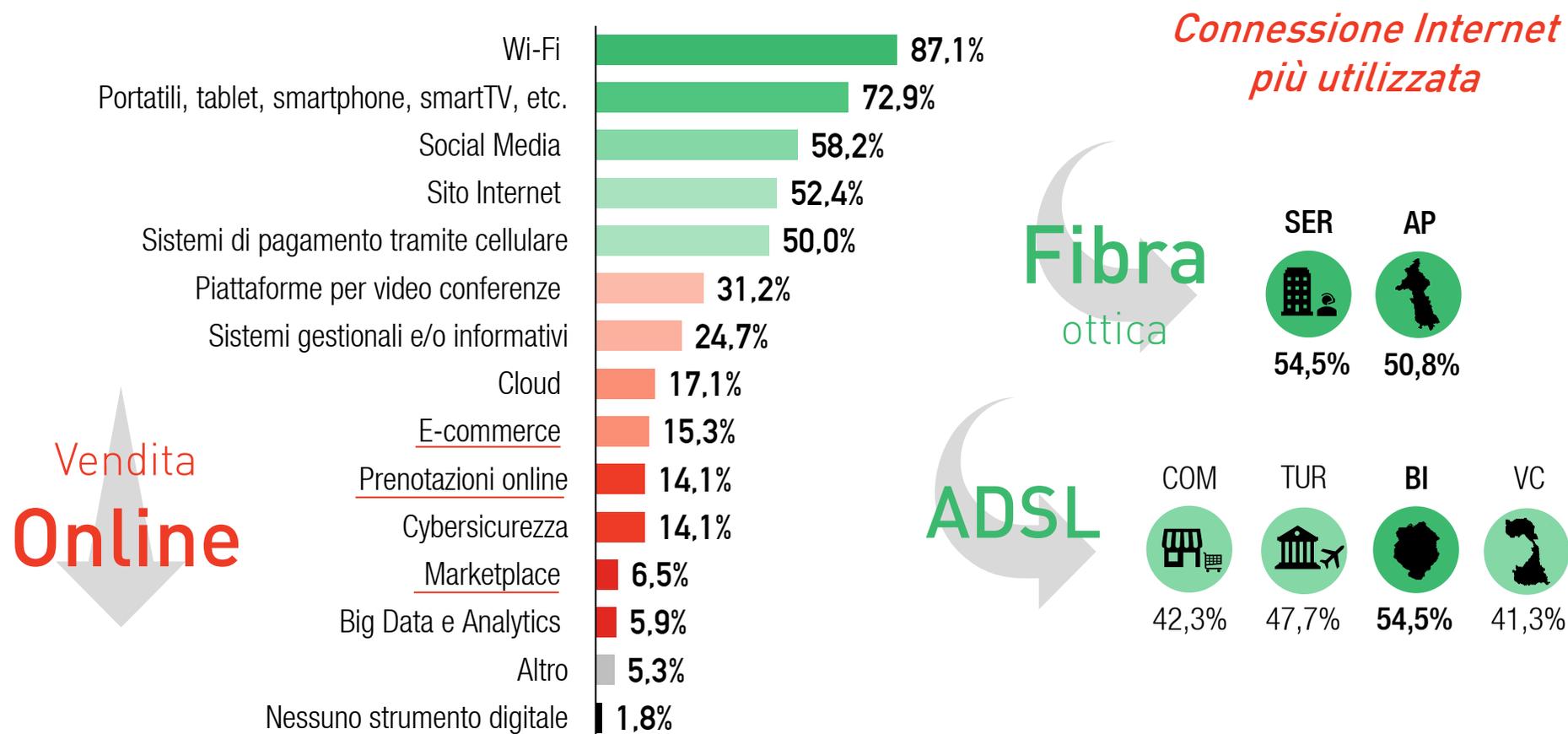
L'attuale livello medio di digitalizzazione delle imprese terziarie è di **5.2**

(in una scala da 1 a 10)

Il livello di digitalizzazione

Utilizzo degli strumenti digitali

Il 98,2% delle aziende utilizza «almeno uno strumento digitale»
«Connessione veloce», «Wi-Fi», «Social Media», ma il 47,6% «non ha ancora un sito web»



Il livello di digitalizzazione

Fatturato, personale dipendente e strumenti digitali

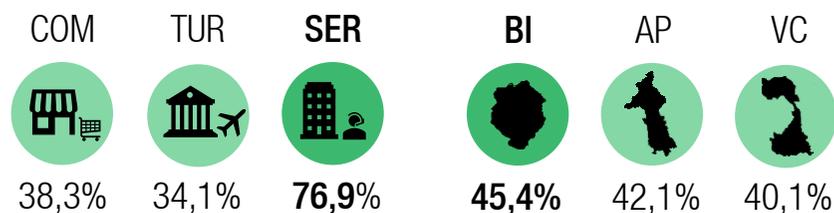
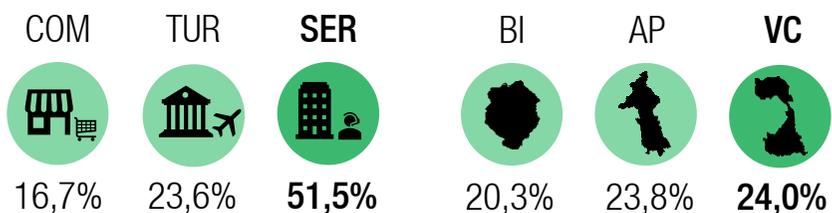
Il fatturato collegabile all'utilizzo di strumenti digitali è mediamente il 23,0% del totale annuo
Meno della metà del personale (42,6%) ha mansioni che prevedono prevalentemente l'utilizzo di strumenti digitali



Il 2,4% del campione ha un fatturato **interamente collegabile** all'utilizzo di strumenti digitali



Il 18,2% del campione ha personale le cui **mansioni prevedono esclusivamente** l'utilizzo di strumenti digitali

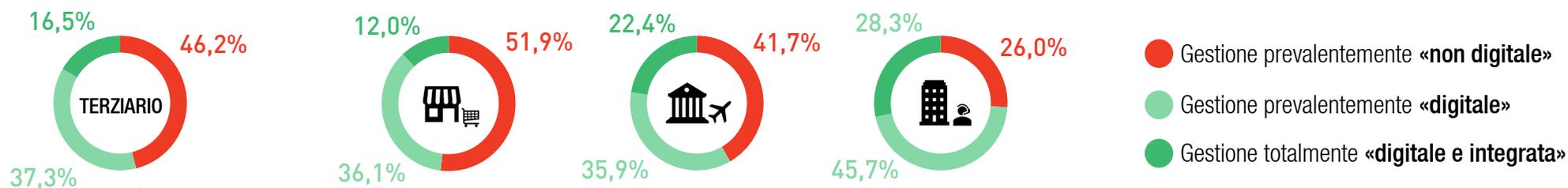


Il livello di digitalizzazione

Gestione delle attività presenti in azienda

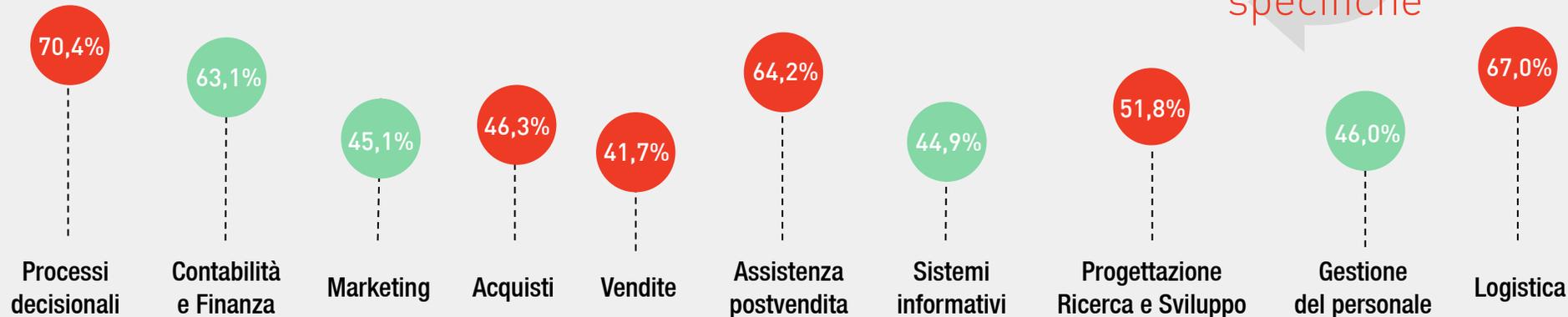
Il 16,5% delle aziende gestisce le attività in modo del tutto «digitale e integrato»

Si riscontra una propensione all'utilizzo del digitale nei processi aziendali maggiore nei servizi (28,3%)



Settori

Attività
specifiche

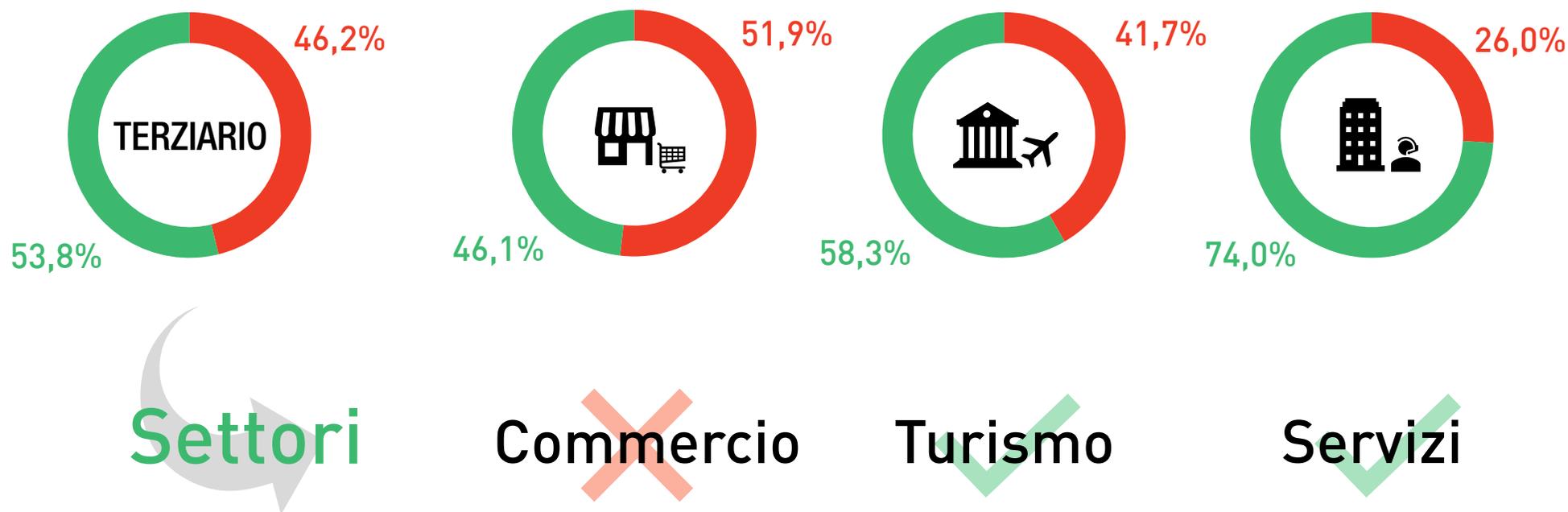


- Frequenze maggiori -

Il livello di digitalizzazione

Gestione delle attività presenti in azienda

Le aziende «connesse» rappresentano il 53,8% del campione
Imprese che gestiscono i processi aziendali «prevalentemente» o «totalmente» in maniera digitale



Imprese «connesse»

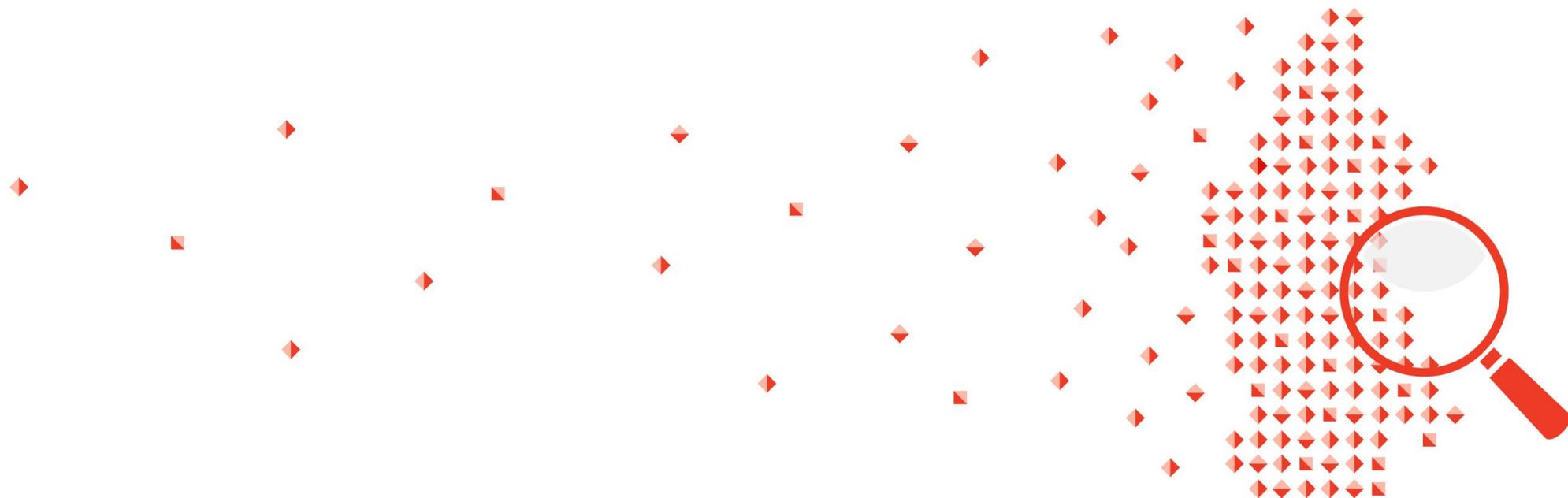


Imprese «non connesse»

CentroStudi
sul Terziario del Piemonte Nord

Obiettivi futuri

I fabbisogni e le criticità

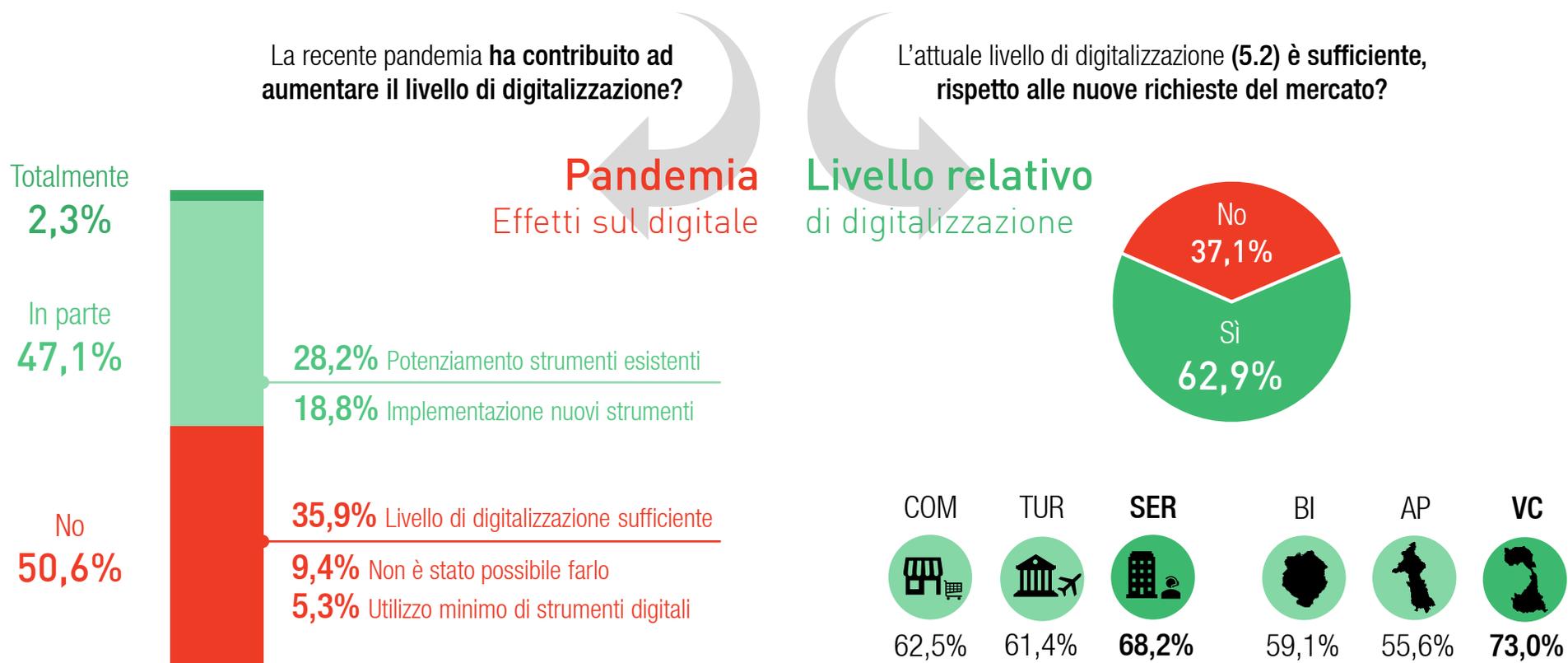


I fabbisogni e le criticità

I cambiamenti introdotti dalla pandemia

La pandemia ha favorito la digitalizzazione «totale» o «parziale» del 49,4% delle imprese

Un ulteriore 35,9% utilizzava già tali strumenti a buon livello. Nel complesso, il 62,9% ritiene sufficiente il livello raggiunto



I fabbisogni e le criticità

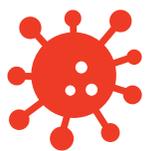
L'adozione di nuove strategie

Nelle aziende in cui la pandemia ha favorito la digitalizzazione, sono state adottate nuove strategie

«Strategie di comunicazione» per commercio e turismo, «strategie organizzative» per i servizi

Aziende in cui la pandemia ha favorito la digitalizzazione «totale» o «parziale» dell'impresa

49,4%

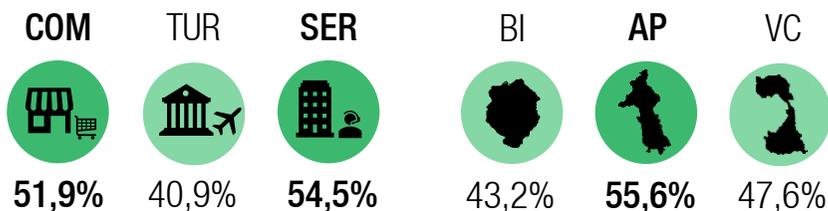


Covid
19

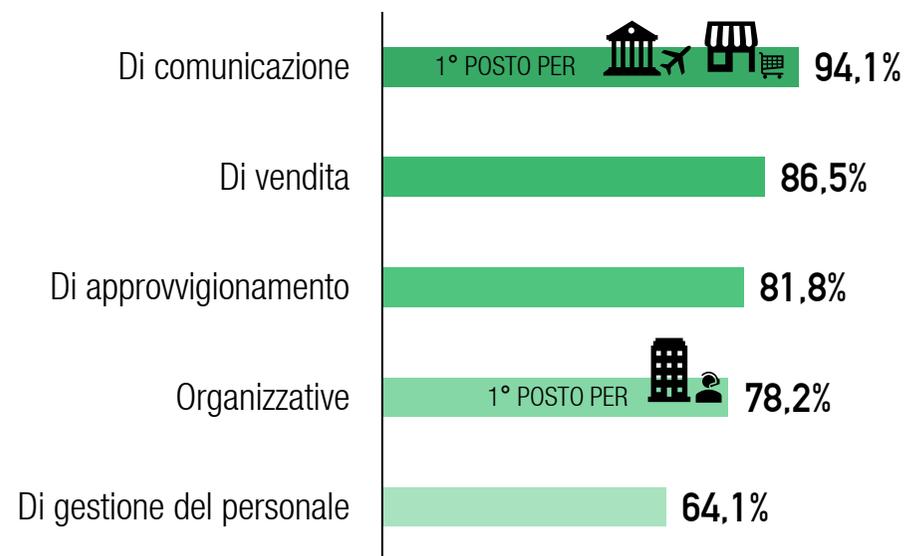


nuove
strategie

Quali?



Strategie sviluppate grazie alla digitalizzazione



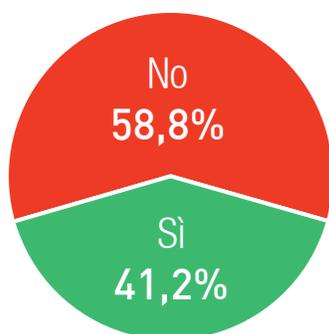
I fabbisogni e le criticità

L'organizzazione rispetto agli obiettivi futuri

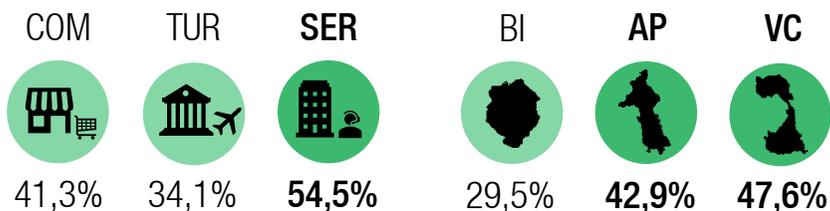
Il 41,2% delle imprese ha fissato degli obiettivi di digitalizzazione nei prossimi 6 mesi

Tra i principali, quelli di migliorare il proprio «modello di business» e il livello di «condivisione delle informazioni»

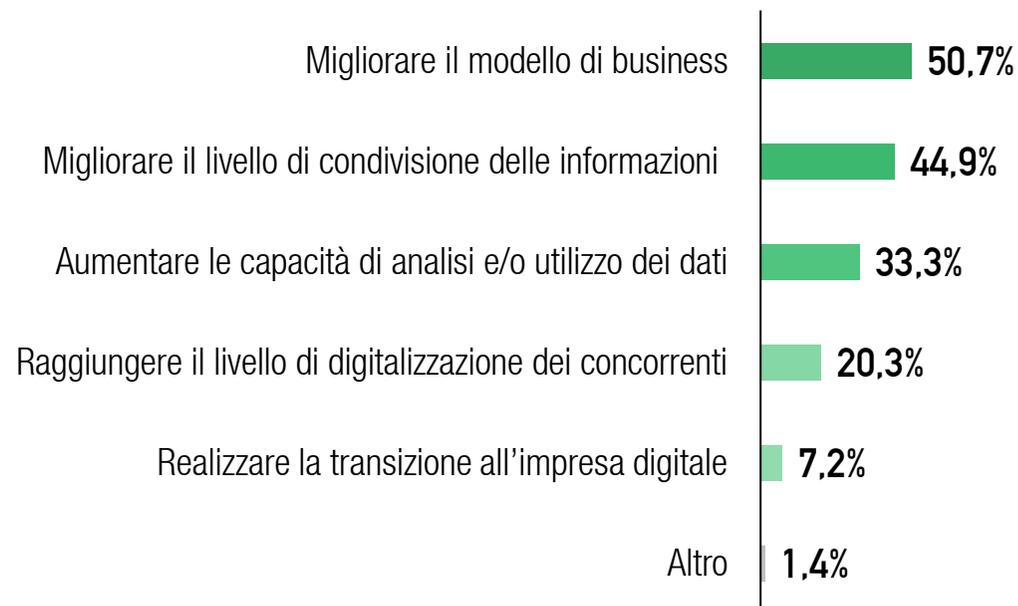
Aziende che hanno fissato degli obiettivi di digitalizzazione da realizzare nei prossimi 6 mesi



Quali?



Obiettivi per i prossimi 6 mesi (digitalizzazione desiderata)



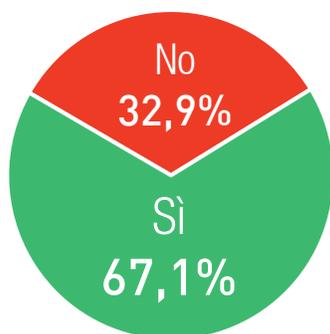
I fabbisogni e le criticità

Criticità nell'utilizzo degli strumenti digitali

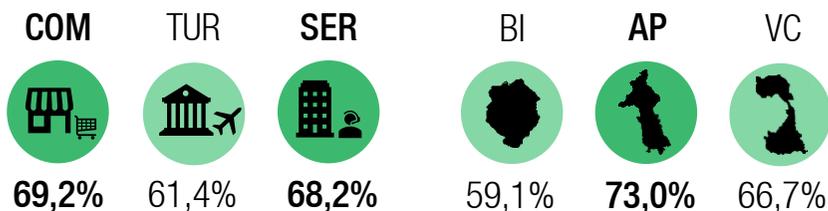
Il 67,1% delle imprese prevede o ha riscontrato criticità nell'utilizzo di strumenti digitali

Mancanza di «contatto diretto con il cliente» e di «personale dedicato», in particolar modo nel turismo e nel commercio

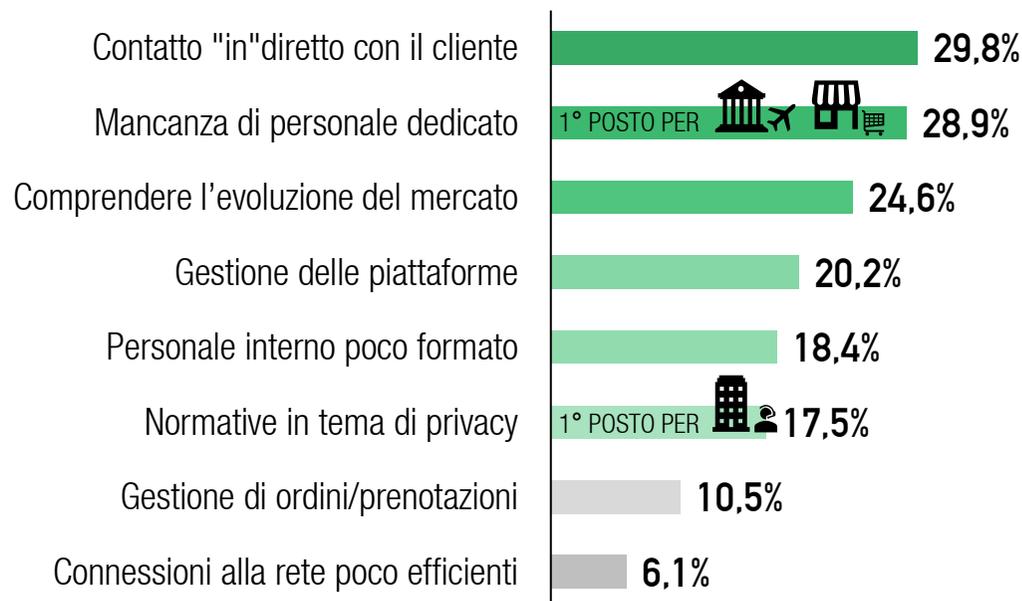
Aziende che hanno riscontrato o prevedono di riscontrare **criticità** nell'utilizzo degli strumenti digitali



Quali?



Criticità incontrate o previste (digitalizzazione ostacolata)



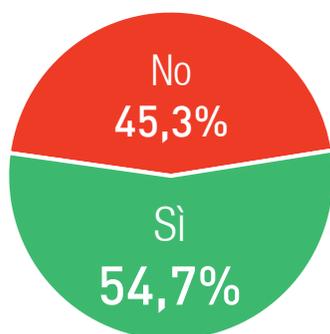
I fabbisogni e le criticità

Servizi utili all'avviamento o potenziamento digitale

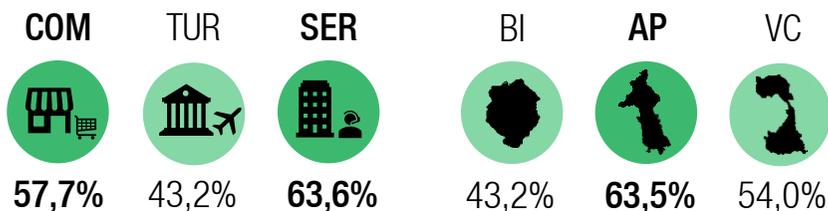
Il 54,7% delle imprese necessita di servizi specifici di supporto alla digitalizzazione

«Assistenza utilizzo strumenti» (turismo); «realizzazione sito» (commercio); «supporto vendita e mkg online» (servizi)

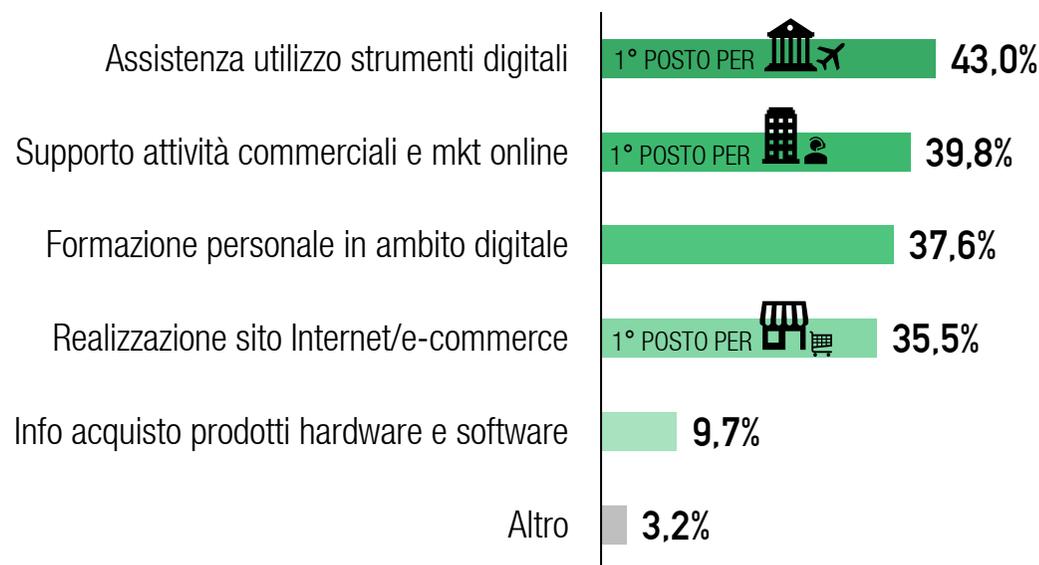
Aziende che hanno **bisogno di servizi specifici** per avviare o incrementare la digitalizzazione dell'azienda



Quali?



Servizi richiesti
(digitalizzazione supportata)



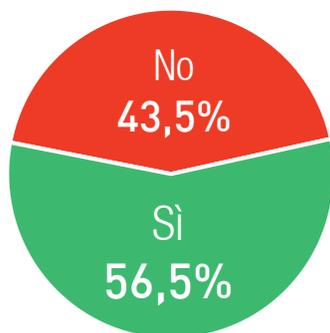
I fabbisogni e le criticità

L'importanza della formazione digitale del personale

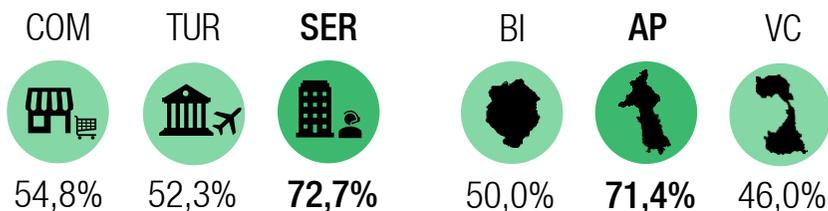
Il 56,5% delle imprese riterrebbe utile dei corsi di formazione per i propri dipendenti

«vendita e mkg online» (commercio); «utilizzo strumenti e piattaforme» (turismo); «Privacy in ambito digitale» (servizi)

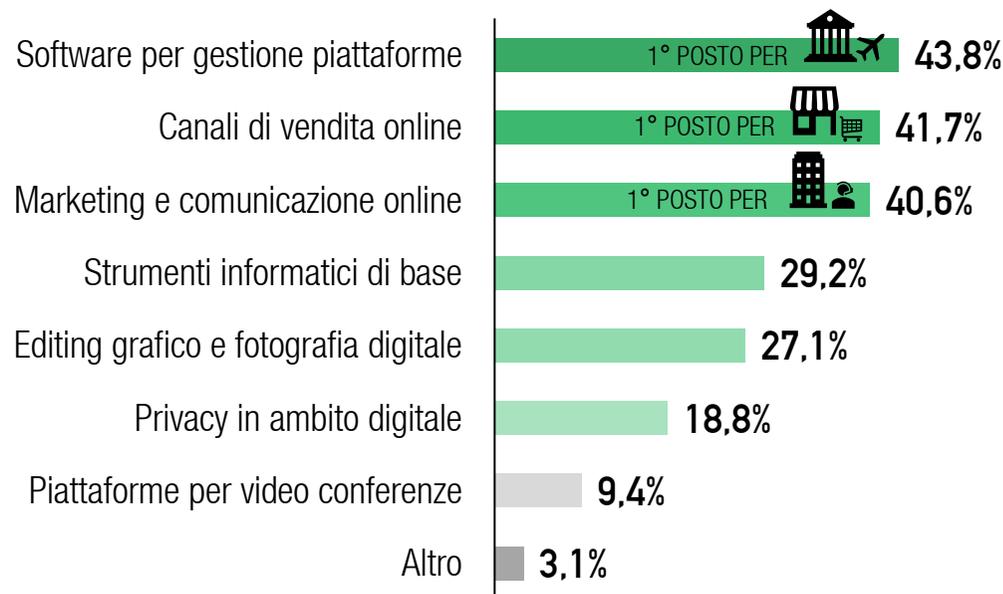
Aziende che riterrebbero utili dei corsi di **formazione digitale per i propri dipendenti**



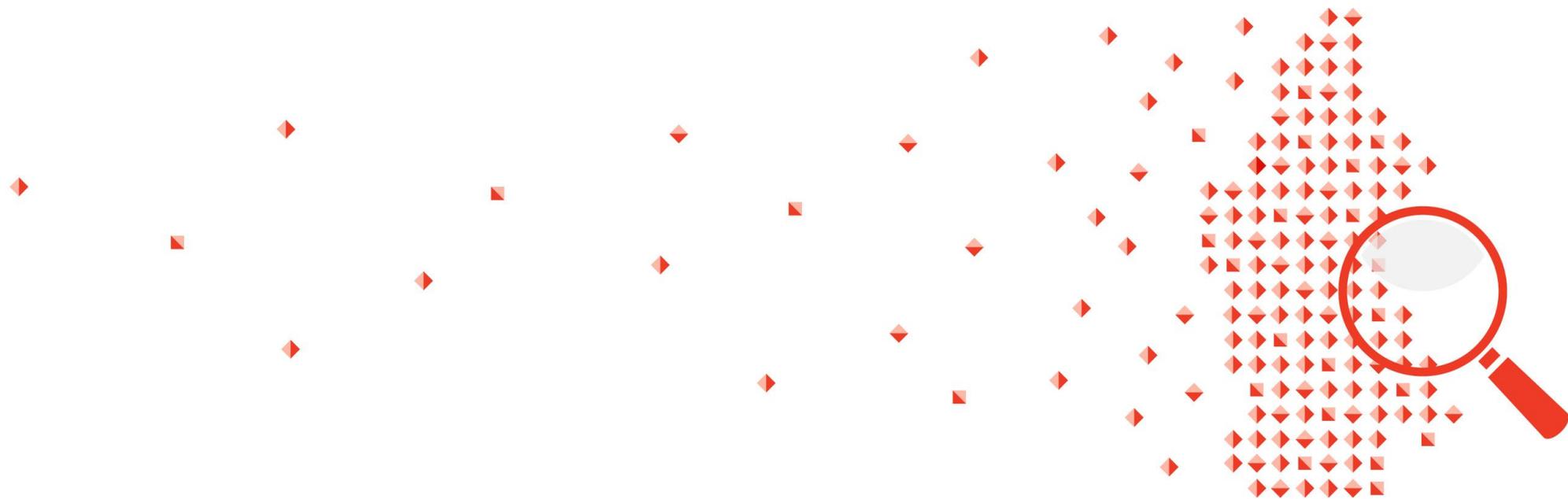
Quali?



Corsi richiesti e priorità dei settori (digitalizzazione in formazione)



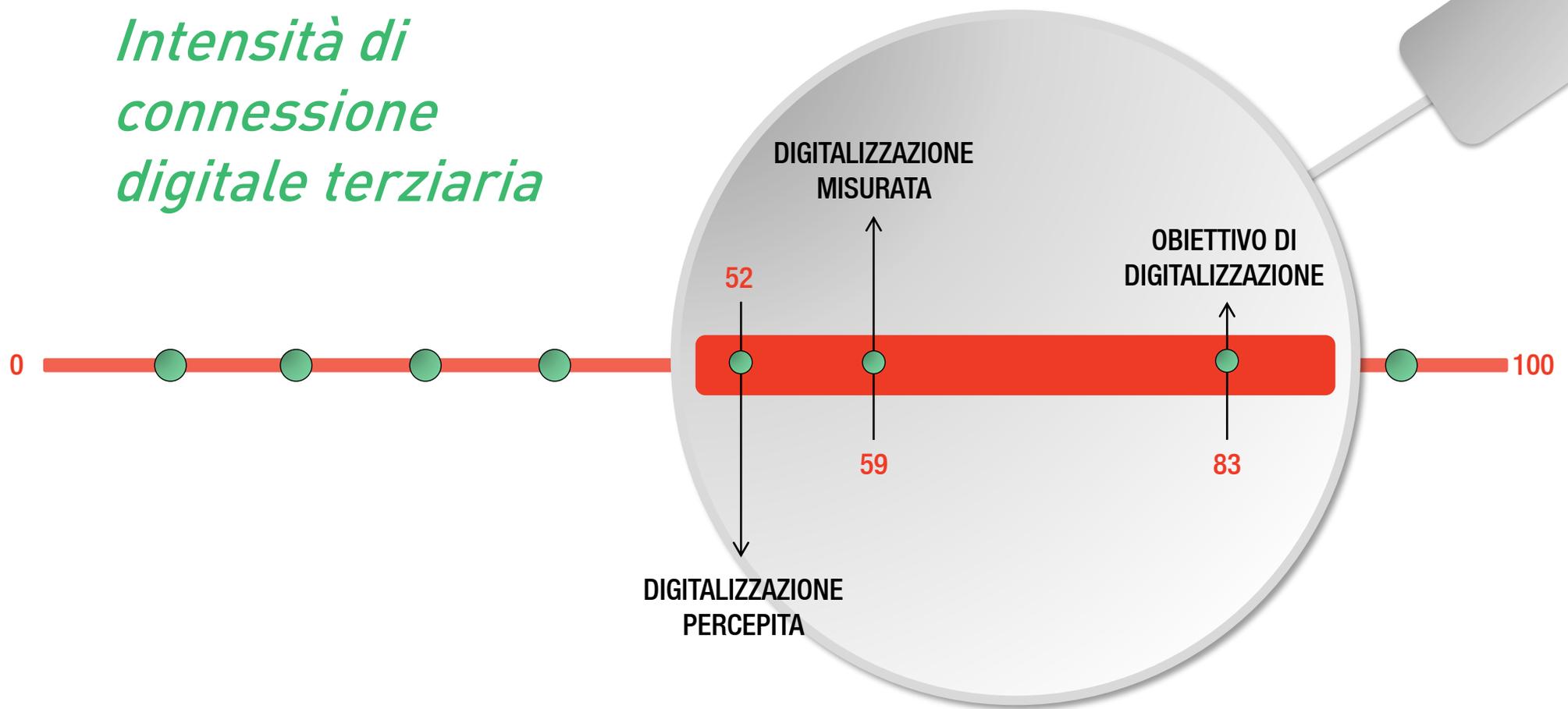
Osservazioni conclusive



Osservazioni conclusive

La misurazione del grado di digitalizzazione

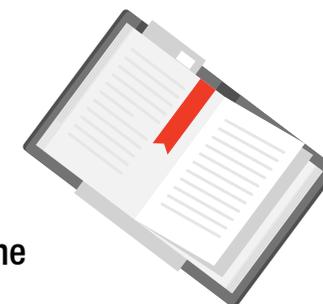
*Intensità di
connessione
digitale terziaria*



Osservazioni conclusive

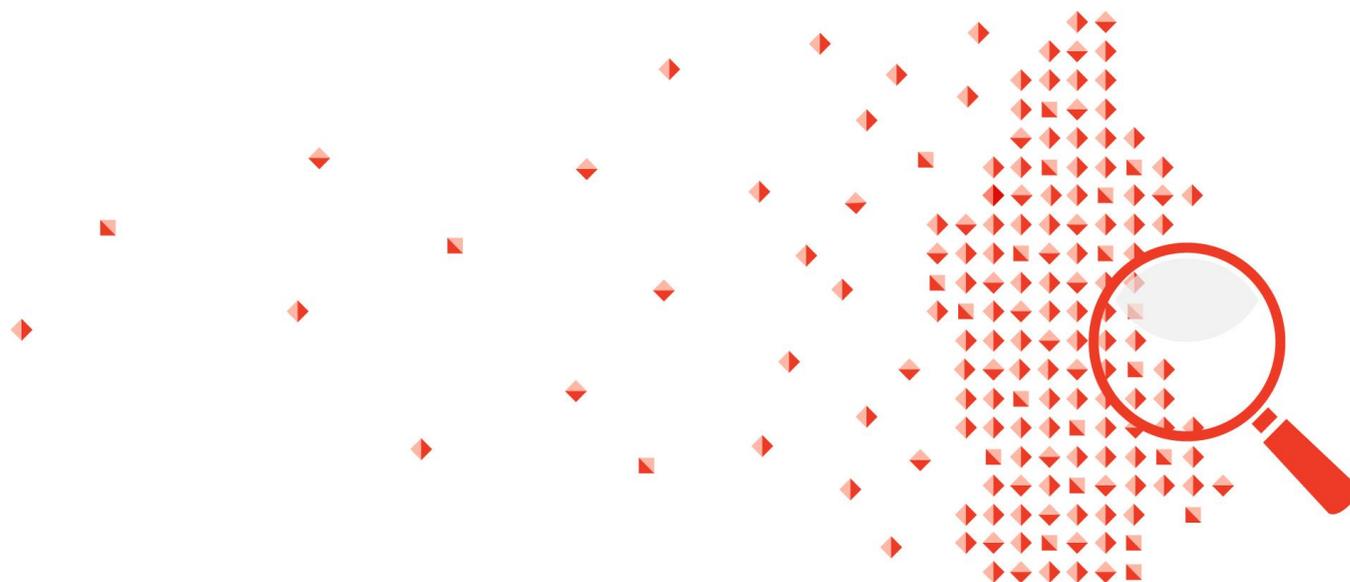
Un decalogo tra presente e futuro

- 1 **Atteggiamento «prudentiale»** del sistema rispetto alla digitalizzazione
- 2 Orientamento ad una **digitalizzazione di base, semplice, con strumenti già validati**
- 3 Digitalizzazione prevalentemente **basata su tecnologie di comunicazione**
- 4 **Turismo e commercio presentano ampi margini** di digitalizzazione di alcuni processi aziendali
- 5 La risposta alla pandemia è avvenuta **potenziando tecnologie esistenti in azienda** e, meno, introducendone di nuove
- 6 Poco più di un terzo del campione ritiene di **non essere sufficientemente dotato** sotto l'aspetto digitale
- 7 Lo sviluppo futuro della digitalizzazione è legato alla **dotazione di capitale umano** e, quindi, alla formazione
- 8 Il 57% del campione farebbe partecipare il proprio personale dipendente ad **attività formative sulla digitalizzazione**
- 9 Obiettivo futuro è quello di **investire in tecnologie digitali di struttura e organizzative**
- 10 Servirebbe **un Digital Manager in azienda** (anche in condivisione)



IL TERZIARIO NEL PIEMONTE NORD?

Innovatori digitali,
tra necessità e convinzione



Grazie
per
l'attenzione

16 marzo 2022

I MATERIALI DELLA RICERCA SONO DISPONIBILI E SCARICABILI DAL SITO:

<https://centrostudipiemontenord.econ-lab.eu>