

**IMPRESA ITALIA**

Storie, fatti, numeri di un Paese che sfida la crisi. Ecco chi sono i protagonisti del made in Italy che investono e crescono in un mercato sempre più competitivo

## Anche le Pmi si vedono più digitali dopo l'emergenza: oltre la metà pronta a usare big data e intelligenza artificiale

*L'indagine di Var Group con doDigital su un campione di 250 Pmi italiane con fatturato tra 10 e 50 milioni*



**MILANO** - Tre Pmi su quattro hanno imparato la lezione "digitale" della crisi del Covid, che va oltre lo smart working: la necessità di digitalizzare i percorsi di comunicazione e socializzazione delle informazioni e della conoscenza aziendale. Non solo nei processi interni, ma anche ad esempio per gestire in modo più sostenibile e agile anche i rapporti con i partner e i fornitori esterni. Ridurre i costi, aumentare la produttività con gli applicativi digitali per la logistica e la gestione del magazzino. Le iniziative correlate all'automazione, l'accelerazione delle operazioni di prelievo e dei percorsi di picking sono gli ambiti applicativi digitali prioritari per la maggior parte delle aziende, pari al 74% del campione considerato.

Sono i risultati di una indagine che Var Group, leader nei servizi e soluzioni ICT per le imprese italiane e parte del gruppo SeSa S.p.a quotato sul segmento Star di Borsa Italiana, ha condotto con doDigital tra luglio e ottobre scorsi su un campione di 250 Pmi italiane con fatturato tra 10 e 50 milioni nella maggior parte dei casi, con qualche big superiore a quella cifra.

In un momento in cui l'emergenza pandemica si abbatte sui ricavi, a fronte di una generalizzata riduzione dei budget, tra le imprese che ritengono che la digitalizzazione sia una leva strategica per uscire dalla crisi, solo l'8% dichiara

Moriani CEO di Var Group illustrando i principali risultati della ricerca - In questo contesto la trasformazione digitale diventa leva per uscire dalla crisi generata dall'emergenza".

Il 63% delle imprese annovera tra le priorità della digitalizzazione il Customer engagement con l'introduzione di sistemi di CRM e il rafforzamento di soluzioni già presenti. Sono solo circa la metà quelle imprese che ritengono importante l'adozione di iniziative volte ad abilitare progetti di data intelligence per l'estrazione e l'elaborazione dei dati archiviati e sono meno del 50% quelle che vedono nella servitization una priorità: evidenziando come questi temi non siano ancora sufficientemente maturi in termini di adozione.

Se si guarda al futuro, solo il 35% circa delle Pmi adotta oggi tecnologie di gestione dei big data e data intelligence, ma sale a ben 52 la percentuale delle imprese che si aspetta di farlo tra tre anni. Analogamente per le tecnologie AI e machine learning, a fronte del 14% delle imprese che le adotta oggi nei propri processi, sale al 37 la percentuale di PMI che prevede di adottarle nei prossimi tre anni.

Con queste prospettive, cresce la necessità di avere nuove competenze in azienda: il lean thinking, la cybersecurity e la governance dei sistemi informativi. "La necessità di "fare di più con meno" che ha caratterizzato l'intero periodo dell'emergenza sanitaria tuttora in corso, ha spinto le aziende a considerare le tecnologie digitali come strumenti fondamentali per operare con maggiore efficienza lungo la filiera produttiva e logistica e con maggiore efficacia nell'interazione verso i clienti - spiega Francesca Saraceni, CEO doDigital e ricercatrice sui temi di innovazione digitale - Tale risultato è da considerarsi importante sotto due differenti punti di vista: da un lato le tecnologie digitali sono di fatto valutate come asset prioritari per fare efficienza e ottimizzare il business. Dall'altro lato emerge in modo naturale una solida roadmap per le aziende che collocano in una prima fase la necessità di consolidare la propria "backbone" operativa e successivamente mirano a costruire su questa i servizi ad alta innovazione per aprire a nuovi modelli di servizio e alla realizzazione di nuovi prodotti".