Data: 12 Aprile 2022

Categoria: Sondaggi e Questionari, Lavoro e Job Day

ZOOM InTur – a che punto è la digitalizzazione delle imprese baresi?

Due progetti coniugati all'unisono per rilanciare le attività economiche dopo la pandemia e promuovere il territorio, ma allo stesso tempo per fare crescere la consapevolezza "attiva" delle imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici.

"**ZOOM InTur**" è il nome dell'iniziativa realizzata dalla **Confesercenti Bari** e dal **Punto Impresa Digitale** della Camera di Commercio di Bari, i cui risultati sono stati presentati oggi in un incontro on line.

«Un progetto che nasce dalla stretta e più che riuscita collaborazione fra la Camera di commercio di Bari e le categorie economiche e quindi intercettando i reali bisogni delle imprese in materia di nuove tecnologie. Imprese che la pandemia ha messo a dura prova, ma che hanno dimostrato una sorprendente capacità di reazione e riposizionamento, proprio grazie alle nuove tecnologie digitali», ha dichiarato in apertura **Angela Partipilo**, dirigente della Camera di Commercio di Bari.

«L'idea progettuale di "Zoom inTur" è nata dalla fusione dei due progetti **"InTur" – Innovazione & Turismo di Confesercenti Bari e Progetto "Punto Impresa Digitale"»** ha spiegato **Raffaella Altamura**, presidente di Confesercenti Bari. «Cinque i comuni coinvolti, Molfetta, Mola di Bari, Monopoli, Conversano e Alberobello, le cui attività economiche abbiamo raccontato in altrettanti video. Non abbiamo ripreso le insegne, per intenderci, ma la gestualità riconducibile a ogni singola attività che le rappresentasse, in piena pandemia e con le difficoltà che ciascuna di loro ha dovuto fronteggiare. Su ciascuna delle imprese coinvolte abbiamo poi aperto un vero proprio zoom, per conoscere le loro competenze digitali e condurre un'indagine a campione. Digitale che per molte di loro è diventata una straordinaria occasione per rimanere sul mercato».

L'analisi guidata di maturità digitale (ZOOM 4.0) è stata curata dai **Digital Promoter** Anna Strippoli e Vito Macina e coordinati dal Digital Coordinator Nicola Ruggieri del Punto Impresa digitale della Camera di Commercio di Bari, direttamente nelle aziende.

I risultati

Apprendisti (68%) e Specialisti (32%): sono le due aree di maturità digitale in cui si collocano le 25 imprese locali – settori abbigliamento, ristorazione, strutture ricettive, commercio al dettaglio e artigianato vari settori e categorie – scelte come campione.

Nel primo caso si tratta di imprese che utilizzano strumenti digitali di base, mentre nel secondo di imprese con una buona parte di digitalizzazione dei processi aziendali, che adottano ad esempio strumenti specifici come un gestionale (ERP).

Tra le tecnologie utilizzate maggiormente dal campione in esame emergono pagamenti mobile e/o via Internet, ERP, CRM, E-commerce e IoT, mentre in quelle da valutare nei prossimi tre anni E-commerce, CRM, Big Data e Cloud.

Molto positiva l'assenza di imprese nell'area più bassa, "Esordiente", ovvero legate ad una gestione tradizionale dell'informazione e dei processi (ad esempio, carta e penna).

I dati emersi dall'indagine sono in linea con quelli nazionali raccolti dall'osservatorio nazionale dei PID, utili ad analizzare e comprendere le tendenze di digitalizzazione delle PMI italiane. Infatti, sia a livello Italia e sia a livello Sud e Isole, le aree prevalenti di maturità digitale delle Micro, Piccole e Medie imprese censite nell'osservatorio sono esattamente le stesse rilevate dallo studio di "Zoom InTur". A conferma dell'importanza delle azioni di sensibilizzazione sui temi di innovazione e digitalizzazione svolti dai Punti Impresa Digitali in collaborazione anche con le associazioni di categoria del territorio.

Le testimonianze

Molto importanti, in conclusione dell'evento, le testimonianze di due imprese coinvolte dal progetto. Emanuela Sardano di **"Valentina Boutique"** di Monopoli e Giovanna Ramelli e Mauro Valente, di **"Santamadonna" di Bisceglie,** hanno raccontato la loro esperienza di digitalizzazione, invitando e stimolando le altre imprese verso l'innovazione e la digitalizzazione consapevole grazie alla formazione e sperimentazione continua su questi temi ormai strategici e non più rinviabili.

Dai loro interventi è emerso che presiedere i canali digitali non vuol dire improvvisazione, ma coerenza con la propria storia e valori aziendali oltre che attenta analisi di obiettivi e strumenti da integrare all'interno dei propri processi aziendali, di qualsiasi settore e dimensione.

Il PID

Il PID, voluto dal Ministero dello Sviluppo Economico nell'ambito del Piano Nazionale Transizione 4.0 (già Piano Nazionale Impresa 4.0) è stato attivato dalla Camera di Commercio di Bari nel 2018, in collaborazione con Unioncamere, per la promozione della cultura digitale tra le MPMI di tutti i settori economici; l'innalzamento della consapevolezza delle imprese sulle soluzioni offerte dal digitale e sui loro benefici; il sostegno economico alle iniziative di digitalizzazione. Numerose le aziende che hanno usufruito dei servizi del PID nel corso degli ultimi 4 anni.

Scarica i dati

Related Posts

- Natalità delle imprese: nel primo trimestre del 2022 la Puglia mantiene il segno +
  Si conferma complessivamente il quadro del primo trimestre dello scorso anno, con un tasso di…

- Natalità delle imprese: nel primo trimestre del 2022 la Puglia mantiene il segno +
  Si conferma complessivamente il quadro del primo trimestre dello scorso anno, con un tasso di…

- Natalità delle imprese: nel primo trimestre del 2022 la Puglia mantiene il segno +
  Si conferma complessivamente il quadro del primo trimestre dello scorso anno, con un tasso di…