

PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Webidoo presenta a Bruxelles un'indagine sul livello di digitalizzazione delle pmi

di **BARBARA MILLUCCI**

Solo il 26% delle pmi italiane investe nella pubblicità online, mentre ben un'impresa su due preferisce affidarsi ai social network per farsi conoscere, veicolare prodotti e informazioni, creare engagement con gli utenti. Sono alcuni dei dati emersi dal primo report (e relativa classifica) sul grado di digitalizzazione delle piccole e medie imprese dell'Unione Europea, che Webidoo, società tech italiana, illustra al Parlamento europeo il 28 novembre, e che LOGIN anticipa.

Lo Sme Digital Growth Index è un indicatore «innovativo e pionieristico», viene spiegato, progettato dalla società per misurare la digitalizzazione in atto delle pmi ed analizzare nel dettaglio quali sono le variabili che impattano sulla loro crescita. «In base al nostro index, due sono i parametri che contribuiscono alla crescita di una piccola impresa nello scenario globale e tecnologico come quello che stiamo vivendo — afferma Giovanni Farese, general manager di Webidoo —: la presenza digitale, ovvero come l'azienda comunica sul web, e la capacità di vendere online», quindi come metter su una vetrina digitale in grado di incrementare il business.

Dieci variabili

L'indice prende in considerazione dieci variabili che vanno dall'uso dell'intelligenza artificiale alla formazione tecnologica del personale, alla presenza sui social network. E l'Italia, nella classica capitanata dai paesi nordici, si colloca al 19° posto su 27 paesi della Ue, poco prima di Ungheria e Polonia. «L'e-commerce è ancora poco sfruttato dalle nostre pmi rispetto a quelle europee: solo il 18% ha una

vetrina on line», aggiunge Farese. Peccato «perché il made in Italy sa-

rebbe un'ottimo veicolo di marketing. L'Irlanda è tra i 27, il Paese dove le pmi maggiormente adottano politiche basate sul commercio on line, per via dell'alta concentrazione di aziende tecnologiche nel Paese, la contaminazione di imprese più grandi con le piccole e il vantaggio della lingua inglese».

La Danimarca

Anche in merito all'intelligenza artificiale, solo un numero esiguo di piccole e medie imprese italiane la sfrutta (6%) così come i Big Data (8%) rispetto alla Danimarca che, con il 23%, in Europa è il Paese che impiega al meglio le potenzialità di ChatGpt. Questo dato dipende dagli investimenti che il Paese nordico effettua in ricerca e sviluppo, da una regolamentazione già introdotta da tempo e una cultura dell'innovazione ben radicata. A questo si somma anche un ecosistema educativo più favorevole e coinvolgente rispetto all'Italia. Nel nostro Paese è in atto un processo di adozione delle tecnologie digitali molto più lento rispetto ad altri Stati. L'intelligenza artificiale va poi declinata e necessita di strumenti e applicativi su cui siamo ancora indietro. Webidoo ha lanciato Welply, la prima «Tool di AI» per supportare il mercato italiano delle pmi, un assistente di marketing che sfrutta l'intelligenza artificiale «per dare risposte, fare strategia e creare contenuti» continua Farese.

Il cloud

L'indagine evidenzia poi come l'Italia emerga nel panorama europeo per il suo notevole utilizzo dei servizi cloud tra le pmi. Questa particolare forza nel dominio Ict rappresenta un punto di partenza

solido per sviluppare strategie di digital marketing avanzate e innovative. «Sebbene l'Italia mostri un impegno minore rispetto ad altri Paesi dell'Ue nell'adozione di connessioni Internet ad alta velocità, la sua predilezione per le soluzioni cloud offre un'importante opportunità per la crescita digitale».

In sintesi, per elevare il profilo digitale e sostenere la crescita delle pmi, «l'Italia deve agire con decisione, orientando le risorse verso l'educazione e l'implementazione di strategie di digital marketing, puntare sull'e-commerce e sull'incremento della percentuale di utilizzo dell'intelligenza artificiale». Solo così, «il nostro Paese aggancerà la crescita innovativa e sostenibile nell'era digitale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**GENERAL
MANAGER**

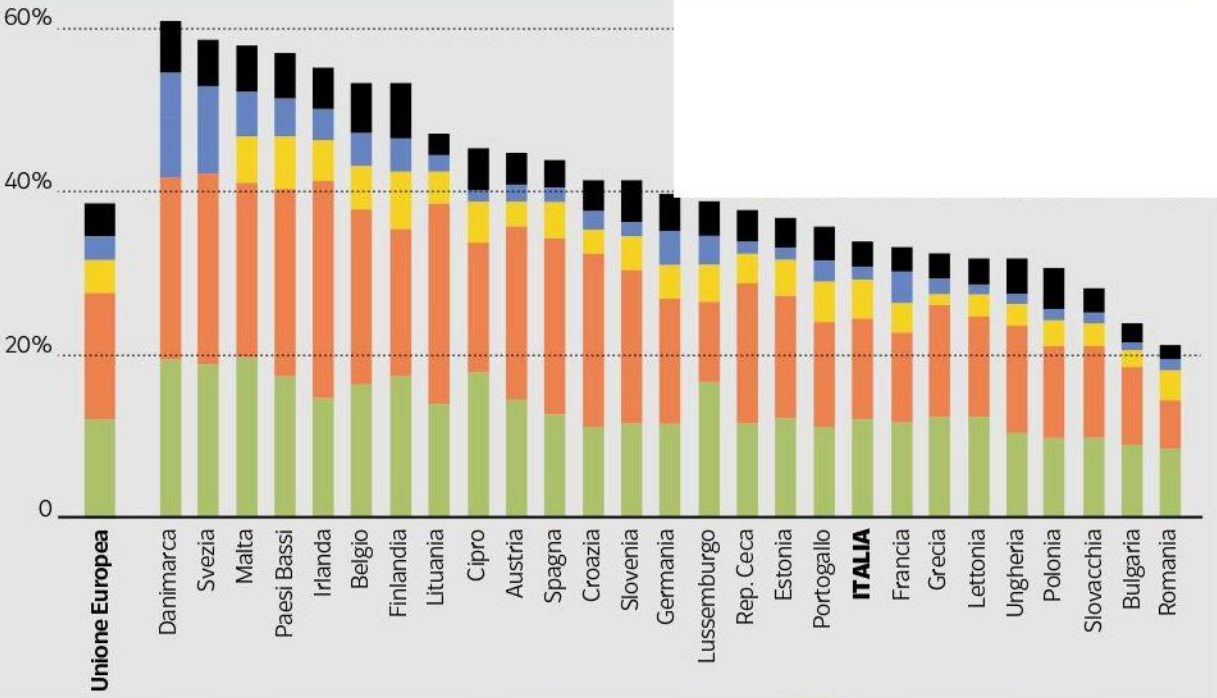
Giovanni Farese, 37 anni, è co-founder e general manager della tech italiana Webidoo.



CHI VINCE

Classifica della digitalizzazione delle piccole e medie imprese europee

Presenza digitale Commercio digitale Infrastruttura tecnologica Ricerca e innovazione Competenze digitali



IN EUROPA