

Ecommerce, al via un «piccolo» su 4

Il 26% delle Pmi ha adottato piattaforme di vendita online nell'ultimo anno. E il 45% vuole il lavoro ibrido

di **Giulia Cimpanelli**

Nonostante le difficoltà dovute alla pandemia, le piccole e medie imprese continuano a investire nelle soluzioni digitali, la cui adozione è stata accelerata dal lockdown. Lo conferma l'indagine dell'Ufficio studi di Banca Ifis, che da gennaio ad aprile 2021 ha analizzato l'uso fatto da 4 mila Pmi appartenenti a dieci settori produttivi. I principali ambiti di spesa sono stati l'e-commerce e lo smart working, ma anche la cybersecurity, le tecnologie legate alla sostenibilità, il cloud, Internet degli oggetti e quasi sei investimenti su dieci hanno riguardato l'innovazione digitale.

Sono tecnologie (cybersicurezza, customer relationship management, cloud) legate a doppio filo al vero salto del momento: il boom dell'e-commerce, con la conseguente mole di dati da gestire.

Negozi virtuali

Il commercio elettronico tra le piccole e medie imprese italiane è ancora abbastanza limitato (soltanto il

Il rilancio La risposta delle Pmi italiane alla crisi nel biennio 2020-2021...

● Obiettivo 2023



è anche utilizzato per il business to business: il 32% dei clienti sono, infatti, altre aziende».

La digitalizzazione favorisce anche l'impiego di nuove risorse: il 39% delle imprese che ha attivato un canale di vendita digitale per gestirlo ha investito nella formazione di risorse interne, ma una su cinque ha assunto personale dedicato. Oltre alla necessità di avere le giuste compe-

tenze in azienda, due imprese su tre hanno affrontato i problemi dell'aggiornamento dei sistemi informativi e della dotazione tecnologica.

Ma se il commercio elettronico è stato spinto dalla necessità di dover vendere i propri prodotti in un periodo di lockdown, altri investimenti si sono bloccati. «Ora che, come dichiarato anche dal premier Mario Draghi in visita in Emilia Romagna,

... e le aree di investimento prioritarie per gli imprenditori



la fiducia sta tornando — dice Zingone —, le imprese stanno affrontando l'inizio di una fase di recupero e vogliono ripartire con investimenti che, per prudenza, avevano congelato. Stanno ripartendo dall'office automation, dalla logistica e dalla sicurezza informatica. Abbiamo imparato a lavorare da remoto ma per un vero smart working bisogna costruire un ambiente tecnologicamente più

evoluto, in ufficio e da casa. Vanno abbattuti i costi delle trasferte a basso valore aggiunto senza perdere in produttività, anzi incrementandola, e senza dimenticare mai di misurare la percezione che i clienti hanno dei nostri servizi. Su questo fronte le aziende devono investire, a partire dall'hardware per arrivare ai sistemi di sicurezza informatica, servizio ai clienti e commissioni potenti».

Ma il lavoro a distanza ha già favorito l'adozione di nuove tecnologie: durante il lockdown sono aumentate dal 5% al 37% le imprese che le hanno introdotte per consentire il lavoro da remoto. Il 70% delle aziende ha rafforzato le piattaforme di videoconferenza e messaggistica, il 64% ha fatto ricorso a servizi per la condivisione di file e documenti (cloud). È un modello transitorio o qualcosa in cui si continuerà a investire? Il 62% delle pmi manterrà la possibilità per i propri dipendenti di operare anche da remoto, il 45% introdurrà una modalità ibrida tra lavoro da casa e presenza in ufficio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ricerca

Raffaele Zingone, a capo della direzione centrale Affari di Banca Ifis: indagine su 4 mila pmi

9% lo utilizza, dice l'indagine), ma dal 2020 la tendenza è in rapida ascesa. Negli ultimi 12 mesi il 26% delle Pmi italiane ha adottato piattaforme di vendita online per compensare la chiusura dei negozi fisici. A conferma del fenomeno in crescita, poi, un ulteriore 35% degli intervistati sta valutando l'apertura di una piattaforma di ecommerce entro i prossimi 12 mesi. I settori più all'avanguardia qui sono l'agroalimentare (19%), la moda (16%) e il chimico-farmaceutico (16%).

La crescita dell'e-commerce richiede investimenti in sicurezza informatica. «Una piccola o media impresa che abbia intrapreso la strada del commercio elettronico — dice Raffaele Zingone, responsabile della direzione centrale Affari di Banca Ifis — deve saper gestire anche un sistema di sicurezza adeguato, che è spesso oneroso e richiede un monitoraggio costante. Esternalizzare diventa, dunque, fondamentale. Siamo all'inizio di un processo e non dobbiamo sottovalutarne i rischi, spesso non visibili né correttamente valutati. La percezione di alcuni pericoli è ancora bassa».

La gestione dell'enorme quantità di dati legati all'e-commerce richiede, insomma, un'attenzione particolare. Quattro piccole e medie imprese su dieci, inoltre, optano per una gestione dell'e-commerce anche sulle grandi piattaforme: nel 64% dei casi si tratta di Amazon, nel 22% di Alibaba. «I dati — continua Zingone — ci dicono che il commercio elettronico

CHECK IBAN
L'OPEN BANKING SI APRE A NUOVI ORIZZONTI

Scopri le nuove rotte per la verifica dei conti: gestisci incassi e pagamenti velocizzando le tempistiche e abbattendo i costi.

www.cbi-org.eu

CBI

Banca Ifis Più clienti su Internet

Nei primi tre mesi dell'anno un quinto dei nuovi clienti di Banca Ifis (servizi e soluzioni di credito alle imprese) è stato acquisito digitalmente. «Il nostro obiettivo è far vivere ai nostri clienti la migliore esperienza possibile attraverso tutti i canali — dice il responsabile della direzione centrale Affari, Raffaele Zingone —. Con l'emergenza, abbiamo accelerato sull'innovazione tecnologica e la digitalizzazione». È un percorso che la banca aveva già intrapreso.

«Da un lato prevede la digitalizzazione di alcuni processi interni, come il sistema di richiesta, valutazione ed erogazione dei finanziamenti — dice Zingone —. Dall'altro, la digitalizzazione di alcune fasi dell'interazione con il cliente: per esempio l'onboarding, cioè la registrazione del suo profilo e la gestione di tutta la sua documentazione». I vantaggi? «Gestione ed efficienza dell'intero processo, sia per la banca che per il cliente». L'emergenza ha di fatto aumentato la fluidità gestionale e il ritmo delle interazioni banca-cliente: «Abbiamo risposto con una accelerazione tecnologica, i clienti devono poter dialogare con noi attraverso tutti i canali, ottenendo la migliore esperienza possibile». In febbraio Ifis ha lanciato una piattaforma di prestiti digitali per le pmi: istruttoria, valutazione ed erogazione.

Così i clienti potranno richiedere e ottenere da remoto un mutuo assistito dal fondo di garanzia Mcc. Il passo segue la digitalizzazione della catena di fornitura, già realizzata nel corso del 2020.

G. Cimp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA