



2019-2021.

Economia - Indagine Italiaonline: cresce digitalizzazione imprese, +22% rispetto al 2020

Milano - 27 lug 2022 (Prima Pagina News) L'indagine mostra costante e continua crescita del valore degli investimenti nella "Presenza e nella Comunicazione digitale" nel triennio

La ricerca ha preso in esame il mondo delle nano, micro, piccole e medie imprese fino a 50 milioni di euro e 250 dipendenti, ed ha un universo di riferimento nel 2021 composto da 6,5 milioni di aziende di cui circa 5,6 milioni sono iscritte al Repertorio delle notizie Economiche e Amministrative (REA) presso l'Ufficio del Registro Imprese. Di queste circa 3 milioni sono ditte individuali. Nel 2021 la differenza tra le aziende cessate e quelle di nuova costituzione mostra un saldo positivo di circa 103 mila imprese (+2% rispetto al 2020). Il mercato della "Presenza e Comunicazione digitale" appare in continua crescita nel triennio 2019-2021, e nel 2021 ha registrato un valore pari a 2,73 miliardi di euro (+22% vs il 2020) come conseguenza della crescente consapevolezza in merito all'importanza di utilizzare il digitale sia per il business domestico che internazionale. Nel 2021, in particolare, è aumentato sia il numero di aziende che hanno effettuato investimenti nel digitale, pari a 1,2 milioni unità (+7,5% vs 2020), che l'investimento medio per azienda, che ha raggiunto le 2,3 migliaia di euro (+13% vs il 2020). L'indagine sulla digitalizzazione delle PMI in Italia mostra, che il mercato della "Presenza e Comunicazione digitale" è stato in costante e continua crescita, +26%, nel triennio 2019-2021 mentre, il mercato dei mezzi di comunicazione tradizionali (es. Fiere, TV, Out of Home, Stampa, Radio, etc), nonostante una crescita significativa nel 2021 del 20,4% vs 2020, è ancora significativamente inferiore ai valori pre-pandemia del 2019, come conseguenza di un minor numero di aziende comunicanti sui mezzi tradizionali e di un minor investimento medio per azienda. L'analisi condotta da Italiaonline - circa 10 mila imprese rappresentative dell'universo di riferimento per tipologia, segmento merceologico ed area geografica - ha evidenziato che, oltre il 73% delle imprese del campione ha dichiarato di possedere un sito web, circa il 12% di possedere un e-commerce e/o di essere presente su un marketplace anche per cogliere opportunità sui mercati esteri e circa 200.000 imprese di aver effettuato campagne di comunicazione e advertising online su motori di ricerca. Dati significativi anche per il mondo dei social network. Il 49,9% delle aziende del campione utilizza pagine social preferendo Facebook (94,6%) e Instagram (44,8%). L'utilizzo, anche commerciale, delle community è però più sfruttato dalle imprese medio/grandi che si affidano alle interazioni social rispettivamente per il 55,2% e il 59,9%. Sul fronte degli investimenti la ricerca ha confermato lo sviluppo di tutti i principali ambiti del mercato della "Presenza e della Comunicazione online". Se infatti il sito web ha attratto investimenti per circa un miliardo di euro (registrando un +17% rispetto all'anno



precedente), l'e-commerce ed i marketplaces si attestano intorno ai 400 milioni (+21%), mentre l'universo social vale oltre 360 milioni di euro e registra un tasso di crescita del 7%. Prosegue anche la crescente attenzione delle imprese per la creazione di contenuti multimediali, come foto e video, confermata da un incremento degli investimenti a doppia cifra. Una tendenza in forte crescita è inoltre quella dell'influencer marketing, inizialmente considerato appannaggio delle aziende medio-grandi, e ora sempre più utilizzato anche dalle piccole imprese (+50% in termini investimenti rispetto al 2020). "La nostra ricerca sottolinea come il mercato digital sia in continua crescita e i dati del 2021 confermano questo trend", commenta Roberto Giacchi, CEO di Italiaonline. "Anche il mercato cosiddetto Traditional è aumentato rispetto al 2020 ma non è ancora tornato ai livelli del 2019 pre-pandemia. Questo come conseguenza del fatto che, non solo i grandi investitori stanno riducendo gli investimenti sui mezzi tradizionali a vantaggio di quelli digitali, ma anche le piccole e medie imprese vedono sempre più il digitale come il canale preferito di comunicazione". L'indagine mette in luce un altro aspetto importante. Le nano imprese, cioè quelle con 1 o 2 dipendenti, sono un volano per lo sviluppo digitale perché, più di altre, hanno compreso quanto la tecnologia sia efficace e possa dare risposte di business già nel breve periodo anche senza grandi investimenti e con poche risorse. "Supportiamo gli imprenditori non solo sotto l'aspetto tecnico ma anche nelle aree commerciali e amministrative – continua Giacchi - Abbiamo la responsabilità di accompagnarli nello sviluppo delle proprie idee di business oltre a guidarli in un percorso, oramai irreversibile, di sviluppo digitale. Un progresso che ha visto, nel 2021, investimenti complessivi in soluzioni e servizi di Presenza e Comunicazione digitale per circa 2,736 miliardi di euro, +22% rispetto all'anno precedente. In questo senso Italiaonline sposa e supporta le linee guida dell'Unione Europea che ha recentemente trovato una intesa sulla strategia di digitalizzazione che guiderà l'Europa da qui al 2030". Ma c'è ancora molto da fare e con questo scopo opera l'Italiaonline Academy, una piattaforma di formazione gratuita che, nata nel 2019, ha visto crescere il numero degli utenti da poco più di 500 a oltre 15mila, di cui il 40% donne. Un altro progetto in linea con gli obiettivi della strategia europea che, grazie allo sviluppo delle competenze, intende portare al 90% la quota di PMI che abbiano un livello digitale di base.

(Prima Pagina News) Mercoledì 27 Luglio 2022