



Camera di Commercio
Pavia

Primo bilancio del progetto "Made in Italy: Eccellenze in Digitale" rivolto alle aziende pavesi dei settori orafa, calzaturiero e agroalimentare

LE IMPRESE E IL WEB TRA DUBBI E INTERESSE

Capire lo stato attuale di utilizzo e incentivare la digitalizzazione delle piccole e medie imprese della provincia di Pavia, operanti nel settore orafa, nella filiera Calzaturiera e del comparto agroalimentare. Per l'iniziativa 'Made in Italy: Eccellenze in Digitale' promossa da Google ed Unioncamere ma sostenuta e finanziata a livello locale dalla Camera di Commercio di Pavia tramite la sua Azienda Speciale "Paviasviluppo", è tempo di bilanci.

Luca Ballista, pavese 26 anni laureato in "Marketing Management" e Salvatore Trotta, pavese 26 anni laureato in "International Business & Economics" sono i due "digitalstrategist" che dal primo settembre sono a disposizione delle aziende per aiutarle nell'identificare le opportunità e migliori pratiche da utilizzare per valorizzare anche online le proprie competenze di artigiani storici.

Grazie alla base informativa di relazioni sviluppata da "Paviasviluppo" sono stati organizzati quattro workshop che hanno visto la partecipazione di 45 aziende. Venticinque di esse hanno compilato la manifestazione di interesse per cui sono stati avviati le azioni di supporto

"La maggior parte delle aziende che abbiamo incontrato e che stiamo seguendo - spiegano Luca Ballista e Salvatore Trotta - hanno una situazione 'online-passiva' ossia vi è sì una presenza sul web, ma non è strutturata in modo efficace dal punto di vista del marketing. Vi sono pertanto ampi margini di miglioramento".

Nella prima fase di contatto che ha riguardato 360 aziende è stato riscontrato uno scarso interesse al tema della digitalizzazione della propria attività, unito al timore di dover introdurre processi nuovi o sostenere quindi investimenti in un periodo in cui gli imprenditori pavesi fanno sempre più fatica a dedicare tempo e risorse per nuove attività.

"Un secondo problema riscontrato è di tipo culturale - fanno notare i due esperti digitali - molte aziende sono convinte che intraprendere un percorso di digitalizzazione equivalga ad aprire un sito e-commerce e vi è una forte resistenza a questo. In realtà l'e-commerce è solo una delle tante leve possibili e non per forza è la scelta che viene consigliata a tutti. Si tratta di un tema sensibile che viene analizzato da caso a caso".

Il progetto "Made in Italy: Eccellenze in Digitale" continua fino a 28 febbraio 2015. E'

stato attivato uno sportello dedicato presso la sede di "Paviasviluppo" (Cupola Arnaboldi) e l'azienda interessata viene convocata per un incontro conoscitivo, grazie al quale individuare gli obiettivi strategici da raggiungere. La seconda fase prevede la stesura di un report personalizzato per definire lo stato attuale dell'azienda online e le attività ritenute idonee per la specifica realtà aziendale.

Nel corso di un successivo incontro l'azienda indica quali attività vuole intraprendere e si passa a definire insieme un piano di lavoro. Le azioni più dirette ed immediate sono svolte insieme, mentre per gli interventi più tecnici vengono individuate figure professionali che realizzeranno il lavoro. Anche nelle attività delegate l'azienda non è mai sola. I progetti di "ristrutturazione digitale" sono seguiti da vicino dalla progettazione alla fase di sviluppo ed in alcuni casi anche nella fase di verifica.

Info:

"