

I REPORT

01948

01948

# Pmi e digitalizzazione l'Italia a due velocità

## Un'impresa su quattro destina più risorse dell'anno precedente, ma l'accelerazione risulta ancora insufficiente. E il Nord stacca il Sud

Marco Frojo

**L**e piccole e medie imprese italiane investono nel digitale, ma senza troppa convinzione. A rilevarlo è Osservatorio Innovazione Digitale nelle Pmi della School of Management del Politecnico di Milano, secondo il quale l'anno scorso una Pmi su quattro ha destinato più risorse al digitale rispetto al 2021, ma ben una su tre fa fatica a riconoscere alla digitalizzazione un ruolo centrale all'interno del settore economico di riferimento.

«L'Osservatorio ha individuato quattro profili di maturità digitale sulla base di tre variabili rappresentative dell'approccio delle Pmi alla digitalizzazione: cultura digitale, trasformazione digitale dei processi e collaborazione con attori esterni – spiega Claudio Rorato, direttore dell'Osservatorio innovazione digitale nelle Pmi – La minoranza delle piccole e medie imprese presenta un profilo convinto (36%) o avanzato (9%). Di conseguenza, poco più della metà, il 55%, mostra un atteggiamento timido (39%) o addirittura scettico (16%) nei confronti della trasformazione digitale, mancando soprattutto di un approccio olistico e di una visione strategica di lungo termine. Non si può trascurare, però, che nell'ultimo anno la crisi energetica e la necessità di far fronte a situazioni contingenti abbiano temporaneamente rallentato il percorso di digitalizzazione di alcune realtà». A fronte di un 43% di società intervistate che dichiarano di essere «avanti nel processo di digitalizza-

zione» o di «puntare sempre di più sul digitale», ce n'è una quota di poco inferiore (35%) che stenta a riconoscere alla digitalizzazione un ruolo centrale. Circa la metà (51%), poi, non svolge attività in azienda per sviluppare e potenziare le competenze digitali e l'8% non punta neanche ad inserire nel proprio organico figure laureate in materie Stem (Science, technology, engineering, mathematics).

Non molto diverse sono le conclusioni a cui è giunta un'indagine condotta da Unioncamere, che mette in luce soprattutto il divario a livello geografico. Il Settentrione sta nettamente distanziando il Meridione nell'adozione delle tecnologie digitali. Lo studio, che è stato realizzato tramite un test di autovalutazione della maturità digitale messo a disposizione dai Pid, i Punti impresa digitale delle Camere di commercio, evidenzia come le imprese a maggior digitalizzazione siano il 57% del totale, contro il 40% del 2018. Se questo è il quadro a livello nazionale, approfondendo l'analisi a livello regionale emergono le eccellenze di Trentino Alto Adige, Lombardia ed Emilia-Romagna e le lacune di Puglia, Sicilia e Calabria. Più in generale la cultura del digitale è molto diffusa al Nord, mediamente al Centro e poco al Sud. A livello settoriale sono le industrie manifatturiere quelle con la maturità digitale più alta. Il livello di digitalizzazione aumenta inoltre al crescere della dimensione d'impresa, con le aziende di 50-249 addetti che segnano il valore massimo.

Lo studio del Politecnico di Mila-

no mette però in luce come il ritardo delle Pmi (o di alcune di esse) sia in parte dovuto anche al mancato sostegno delle istituzioni. «A livello nazionale solo due iniziative su dieci realizzate nel nostro Paese a favore della digitalizzazione delle imprese sono esclusivamente indirizzate alle piccole e medie imprese – si legge nello studio del Polimi – E i due terzi di questi progetti pensati per le Pmi sono rivolti indiscriminatamente a tutte le imprese, senza considerarne il settore o la filiera come fattore discriminante».

Le cose vanno un po' meglio a livello regionale, ambito in cui le misure dedicate sono più frequenti. Più in generale le Pmi faticano a intercettare tempestivamente i bandi ai quali potrebbero aderire, e qualora siano in grado di accedervi, hanno difficoltà a impostare una programmazione di medio-lungo termine a causa dell'incognita sulla disponibilità di quello stesso incentivo anche in futuro. Quest'ultima criticità enfatizza un problema frequente nella trasformazione digitale delle piccole e medie imprese italiane: l'assenza di una strategia digitale, a favore di un approccio estemporaneo dettato dalle contingenze ester-



Superficie 76 %

ne e dalla disponibilità di fondi.

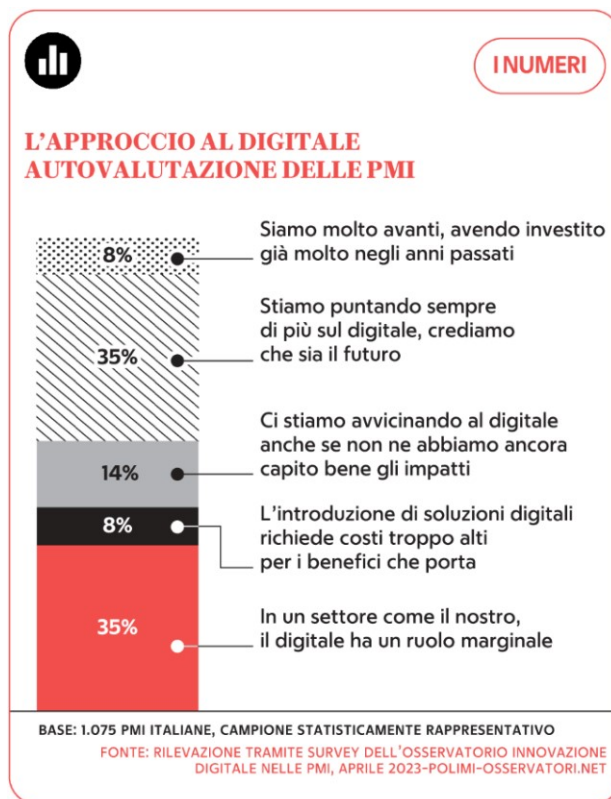
«Il passaggio da un approccio di breve termine a uno di medio-lungo termine passa dallo sviluppo di una consapevolezza sui benefici del digitale, e per compiere questo passo è necessaria una trasformazione culturale dell'impresa che comprenda lo svolgimento di attività formative anche da parte degli imprenditori, per accrescere la loro capacità di elaborare strategie di medio-lungo termine in cui il digitale riveste un ruolo preminente, e l'inserimento in organico di figure con esperienze e competenze in questo ambito digitale – conclude Federico Iannella, ricercatore senior Osservatorio innovazione digitale nelle Pmi – È pro-

prio in quest'area che si auspicano sempre più iniziative e agevolazioni a favore delle Pmi, sia da parte del legislatore che dagli enti di trasferimento tecnologico attivi sui territori e delle organizzazioni di rappresentanza, per fornire ai capi-filiera gli strumenti necessari per guidare e migliorare la digitalizzazione del settore di riferimento attraverso la promozione di buone pratiche e progetti condivisi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

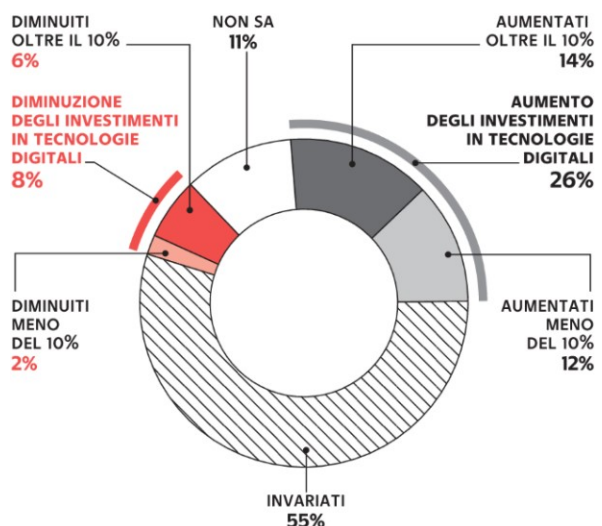
**57%**

Le imprese a maggior digitalizzazione sono il 57% del totale



**TECNOLOGIE DIGITALI E PMI**  
**GLI INVESTIMENTI NEL 2022 RISPETTO AL 2021**

Si intendono le spese annuali per dispositivi e sistemi, software e soluzioni Ict, servizi di rete fissa e mobile, abilitatori digitali e altro



**L'OPINIONE**

La crisi energetica e la necessità di far fronte a situazioni contingenti hanno temporaneamente rallentato il percorso di alcune realtà



**IL DATO**

**OLTRE QUARANTA MILIARDI DESTINATI DAL PNRR**

Il Pnrr destina più di 40 miliardi di euro alla digitalizzazione. Le risorse sono previste all'interno della Missione 1 (M1), quella relativa a "Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo". La Componente 1 (MIC1) prevede 11,15 miliardi per "Digitalizzazione, innovazione e sicurezza nella Pa", mentre altri 30,57 miliardi sono

quelli della Componente 2 (MIC2) che è si occupa di "Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo". Il sostegno alle Pmi passa dal piano per la Transizione 4.0, che si trova all'interno della MIC2 e che vale 13,38 miliardi. All'interno di questo pacchetto di risorse, almeno il 10% sarà destinato a incentivare l'acquisto di beni intangibili innovativi come i servizi di cloud computing e big data analytics, mentre 750 milioni sosterranno progetti industriali ad alto contenuto tecnologico.