**OBIETTIVI DELLA RICERCA**

Lo studio rientra nell’ambito del “PROGETTO LABORATORIO DI RICERCA PER LO SVILUPPO” promosso da CAMERA COMMERCIO MARCHE e che coinvolge gli ATENEI MARCHIGIANI.

Per questa seconda annualità del progetto l’obiettivo posto è l’analisi del processo di trasformazione digitale delle imprese marchigiane con riferimento ai differenti settori (agroalimentare, manifatturiero, terziario, cultura), nell’intento sia di individuare le maggiori opportunità e criticità, sia di tracciare possibili strategie ed interventi per favorire un utilizzo di internet più efficace per incrementare la competitività delle aziende stesse.

**TEAM DI RICERCA**

**Università Politecnica delle Marche – Dipartimento di Management**

Gian Luca Gregori, Rettore dell’Università Politecnica delle Marche

Valerio Temperini, Professore associato di Economia e gestione delle imprese

Settori indagati: Terziario (con focus su Turismo e Commercio), Agroalimentare

**Università degli Studi di Urbino - Dipartimento di Economia, Società, Politica**

Fabio Musso, Professore ordinario di Economia e gestione delle imprese

Laura Bravi, Assegnista di ricerca

Settore indagato: Legno-arredo

**Università di Camerino - [Scuola di Ateneo Architettura e Design](https://saad.unicam.it/it/scuola/organizzazione)**

Daniele Rossi, Professore associato di Disegno

Settore indagato: Cultura

**Università di Macerata - Dipartimento di Giurisprudenza**

Francesca Spigarelli, Professore ordinario di Economia Applicata

Dominique Lepore, Assegnista di ricerca

Settore indagato: Moda

**LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELLE IMPRESE: OPPORTUNITA’ E GAP DA COLMARE**

**Opportunità:**

Le ICT come è noto possono apportare significativi vantaggi alle imprese, impattando in maniera rilevante sulle attività aziendali, e in particolare, consentono di conseguire maggiori livelli di efficienza, di usufruire di maggiori risorse informative, di potenziare le conoscenze e le competenze, di estendere i target della comunicazione e risultare più efficaci, di ampliare le opportunità di mercato. L’evoluzione tecnologica favorisce la possibilità di rinnovamento del business, la nascita di nuovi prodotti o servizi, di nuovi mercati.

Studi dimostrano una **correlazione positiva tra livello di digitalizzazione e la crescita economica dei Paesi (dovuta ad un incremento della produttività)**

**I numeri del Gap delle Marche**

**Le Marche nel contesto nazionale risultano tra le regioni più arretrate sotto il profilo della trasformazione digitale**.

I **limiti infrastrutturali** sono notoriamente rilevanti; anche se alcuni miglioramenti sono stati conseguiti in quest’ultimo periodo. A questi si aggiungono limiti di carattere culturale e strutturali legati alle dimensioni delle imprese.

**Da rilevazioni Istat emerge che le Marche occupano la:**

* **Penultima posizione** tra le regioni italiane per percentuale di imprese con almeno 10 addetti dotate di connessione internet veloce (almeno 100 Mb/s): 23,3% delle imprese ( a fronte di una media nazionale del 35%)
* **Penultima posizione** tra le regioni italiane per percentuale di imprese con almeno 10 addetti che vendono online: 11,3% delle imprese (a fronte di una media nazionale di 16,3%).

**Maggiori problematiche osservate:**

* Limitate infrastrutture digitali (specie in riferimento alle aree interne della regione)
* Limitata cultura della digitalizzazione (mancanza di conoscenze degli strumenti; mancanza di una strategia)
* Limitate competenze (soprattutto nelle imprese di minori dimensioni)
* Necessità di fornire benefici “tangibili” alle imprese (ritorni degli investimenti)

**ALCUNE INDICAZIONI EMERSE DALLO STUDIO PER FAVORIRE L’IMPATTO POSITIVO DI INTERNET SULLA COMPETITIVTA’ E SULLO SVILUPPO DELLE IMPRESE**

* Promuovere la **conoscenza e una cultura adeguata** relativamente al ruolo di internet e delle tecnologie digitali per la competitività e lo sviluppo delle imprese, anche divulgando le best practices.
* **Sviluppare le competenze** nelle imprese, soprattutto di minori dimensioni, **per gestire gli strumenti digitali**.
* Promuovere il **passaggio del focus dagli aspetti tecnico-tecnologici** (sito Web, cloud, IoT.. ) **a quelli gestionali** (si tratta di strumenti e non sono da confondere con la strategia).
* Adottare un **approccio differenziato al sistema delle imprese**, **clusterizzandole** in base ai modelli di business, al rapporto con le tecnologie digitali, alle dimensioni ed alle risorse organizzative, alle esigenze in termini di competitività e sviluppo.
* Supportare mediante la formazione e servizi di consulenza un’efficace **gestione dell’omnicanalità**, favorendo un approccio che prevede l’integrazione tra canali offline e online, quindi in ottica non di sostituzione e di conflittualità, ma di reciproca valorizzazione.
* Promuovere **progetti di integrazione di filiera e tra settori mediante l’utilizzo delle tecnologie digitali** **per migliorare l’efficienza delle value chain**.
* Sostenere lo **sviluppo di ecosistemi** che favoriscano **l’orientamento e il supporto all’innovazione delle imprese**, coinvolgendo e integrando i differenti attori del territorio, quali, oltre alla Camera di Commercio, le associazioni di categoria, i Digital Innovation Hub, le Università, i centri di ricerca, i technology provider.
* Promuovere lo **sviluppo di piattaforme tecnologiche e logistiche a livello territoriale o settoriale** per favorire le attività di comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti e servizi delle imprese marchigiane.
* **Integrare il tema della digitalizzazione con altri driver della competitività** e dello sviluppo delle imprese, in particolare, con la **sostenibilità e l’economia circolare, e l’internazionalizzazione**.
* Elaborare e diffondere il ricorso a **sistemi di misurazione dell’impatto della digitalizzazione** **nelle** **imprese**, evidenziando i benefici economici con opportuni indicatori come il **Digital ROI**, nell’ottica di favorire e stimolare gli investimenti.