



oltre

300 mila

le **imprese** presenti nella bassa
pianura lombarda, che occupano
3,5 milioni di addetti

Pianura Network Acceleratore 4.0 delle relazioni tra imprenditori

Pianura Network costituisce una **rete sinergica** che intende **ascoltare gli imprenditori** della Pianura Lombarda e aiutarli a fare sistema, un progetto che promuove e genera relazioni per lo sviluppo delle aziende del territorio. L'iniziativa innovativa è decollata da Treviglio lo scorso novembre, centro del territorio che vuole rappresentare, per poi estendersi alle province cardine del progetto – Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Pavia e Lodi – e, infine, con l'ambizione di estendersi per tutta la Pianura Padana.

La Pianura ospita 306.452 imprese

Per la prima volta, un progetto come quello di Pianura Network offre una **connotazione territoriale** e rappresentativa a una vasta porzione della regione da sempre frammentata in province e identificata in modo parziale come una grande area agricola. In realtà, questo distretto è il **cuore pulsante dell'economia italiana** nei più vari settori: il nostro territorio ospita 306.452 imprese che danno lavoro a 3,5 milioni di addetti ed è la terza area economica del Paese.

Aggregare per crescere insieme

Ma ad oggi non esiste un'organizzazione, privata o pubblica, che rappresenti questa potenza economica dal punto di vista strettamente territoriale, offrendole una propria ed esclusiva identità. Pianura Network sarà un acceleratore di questo processo. L'obiettivo è quello di creare rapporti, in un'ottica di cooperazione che sfrutti gli **ampi margini di crescita della zona**. La ricetta passa attraverso l'ambizione di aggregare intelligenze affinché nella Pianura la parola "insieme" possa significare sviluppo economico sostenibile.

Gli imprenditori diventano "editori"

Pianura Network ha un ruolo di facilitatore delle relazioni tra aziende, imprenditori e anche istituzioni, in primis per mezzo del **magazine** di alta qualità a forte impatto comunicativo e del **portale web** interattivo, che nelle prossime settimane svilupperà una piattaforma digitale di matching. Due vetrine della comunicazione che non servono solo a mettersi in luce: gli imprenditori, infatti, possono diventare "editori", dal momento che sono loro stessi a proporre le tematiche più urgenti da portare all'attenzione pubblica.

Generare nuove opportunità di business

Pianura Network sviluppa gli approfondimenti necessari perché la voce degli imprenditori non cada nel vuoto ma, al contrario, possa essere raccolta dai vari livelli istituzionali attraverso **workshop e convegni itineranti**, organizzati in luoghi simbolo indicati sempre dagli imprenditori. Le finalità sono chiare: generare opportunità di business tra le diverse realtà imprenditoriali della zona; creare momenti di contatto tra il mondo dell'imprenditoria e quello delle istituzioni; diffondere best-practices e suscitare occasioni di scambio.

***Come una rete,
la vera forza sta
nell'unione delle parti,
nei legami e nei rapporti***



IN **numeri**

14.374

MILIONI DI EURO

L'area di Pianura Network
è la prima area del paese
per merci esportate

+Reddito

Il reddito annuo pro capite
è più alto della media
(lombarda e italiana)

€ 29.937 **CAPOLUOGO**

€ 24.008 **PROVINCIA**

35.755

IMPRESE MANUFATTURIERE

Nell'area di Pianura Network

**Inverno
DEMOGRAFICO**

+103%

ABITANTI OVER 65

Negli ultimi 30 anni:
da 437.958 a 887.401



Direzionare le scelte imprenditoriali e di sviluppo a partire da una solida base di dati

Team per far crescere le aziende

Viviamo in un processo di **complessa accelerazione**, che nella fase post-pandemica ha registrato un ulteriore scatto di velocità. In vista di eventuali e repentini altri cambiamenti, diventa urgente avere a disposizione dati per la lettura delle novità e informazioni che possano descrivere il punto di arrivo di questa transizione.

Entrare in Pianura Network deve rappresentare per le imprese l'occasione di **apprendere e comprendere** l'autentico tessuto sociale ed economico in cui si muovono, alimentando un dibattito e creando una cultura che possa direzionare le scelte imprenditoriali e di sviluppo a partire dalla solida base dei dati. Pianura Network si impegna a facilitare, attraverso i propri canali, la relazione con la realtà del pubblico e a creare occasioni di **connessione sia con le Istituzioni che con le Università**. A questo si somma la volontà di accrescere la creazione di un network tra imprese, facendo incontrare domanda e offerta a partire dallo stesso territorio, la Pianura. Il progetto vuole tradurre i percorsi di crescita in un racconto: le imprese meritevoli avranno modo di mostrare la propria storia a tutto il tessuto e, tramite essa, **raccontare la propria forza imprenditoriale**.

Mai più soli sui temi strategici

La propensione è quella di concentrare l'attenzione sui temi più stringenti per le imprese, concordati in base alle esigenze dei Partners, così da rispondere puntualmente ai loro bisogni.

Questi convergeranno comunque sulle seguenti macroaree: Agro-Food; Energia; Industria 4.0; Logistica e Mobilità; Networking; Sanità e Diagnostica; Transizione Ecologica; Welfare aziendale. Sono tutte attività che intendiamo sviluppare insieme a realtà importanti e uniche e insieme diventare editori, organizzatori di eventi e di azioni di relazioni pubbliche che singolarmente sarebbe impossibile poter realizzare.

SILVIA ARNOLDI 

PIANURA
NETWORK



SOSTENIBILITÀ

Ha un triplo significato, in quanto include la sostenibilità ambientale, economica e sociale. Una rete che si basa sulla forza del proprio territorio è una rete autosufficiente, che attinge alle proprie risorse, evitando sprechi e favorendo il risparmio economico.



VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Crediamo nella ricchezza di ciò che il nostro territorio ci ha offerto, e per questo vogliamo mettere in luce la Pianura. Spesso sottovalutata, è in realtà una fonte di conoscenza, ricchezza e tradizioni.



CONOSCENZA

La conoscenza è indispensabile per muoversi in un territorio così come nel proprio mercato. È solo attraverso il sapere che, in entrambi i casi, si possono raggiungere i propri orizzonti e ottenere i risultati a cui punta ogni impresa.



SINERGIA

Chi entra a far parte di Pianura Network non solo contribuisce allo sviluppo del progetto, mettendo la propria esperienza ed expertise al servizio degli altri partner, ma ha anche l'opportunità di espandere la propria rete di contatti e di conoscenze, accrescendo così il proprio business.



INNOVAZIONE

Per Pianura Network la parola innovazione equivale a guardare nella stessa direzione, con l'obiettivo di cambiare il mondo in cui viviamo.



CONOSCERE IL TERRITORIO

Pianura digitale Cuore pulsante dell'innovazione

L'analisi dei dati elaborati da Intwig sulla trasformazione digitale in Italia e nel territorio della Lombardia, sul quale si muove la rete imprenditoriale di Pianura Network, mostrano un segno positivo. Nei quattro motori d'Europa siamo considerati "innovatori forti". Rimane ancora un gap da colmare con le realtà imprenditoriali più piccole che faticano sul fronte della competenza e della capacità finanziaria. Nel territorio di Pianura Network sono 6.000 le aziende che si occupano esclusivamente del digitale

+15,5%
di investimenti

Le tecnologie digitali hanno pervaso quasi tutte le sfere della vita delle persone e dei settori economici. Hanno trasformato i modelli di business, i posti di lavoro e la produzione, stimolando la crescita e l'innovazione. Tra i settori che stanno vivendo con più intensità questo cambiamento ci sono il manifatturiero, i servizi finanziari, la sanità, la pubblica amministrazione e il commercio elettronico. La pandemia, poi, ha velocizzato ulteriormente la trasformazione digitale, evidenziandone il potenziale per la società e l'economia: sostenere l'occupazione, la salute e l'istruzione, migliorare la tenuta economica delle imprese e contribuire alla sostenibilità.

Secondo l'ultimo Rapporto Lombardia, gli investimenti nella nostra regione segnano un +15,5%, con un significativo contributo degli investimenti in tecnologie digitali avanzate. Il ruolo della digitalizzazione si rivela quindi cruciale in una regione sempre più competitiva su scala globale.

Piano Nazionale Industria 4.0: IoT, robotica e Intelligenza Artificiale in diversi settori industriali

La digitalizzazione sul territorio lombardo mostra ancora un preoccupante digital divide tra le imprese di minori dimensioni. **Le piccole aziende** – segnala il Rapporto Lombardia – “soffrono di scarsa consapevolezza e capacità finanziaria per realizzare gli investimenti nelle tecnologie più avanzate”.

La Lombardia – e quindi la Pianura lombarda – si conferma a livello europeo la regione con un eccellente posizionamento nel settore dell'innovazione. Siamo considerati “innovatori forti” rispetto ai quattro motori regionali d'Europa, mentre la regione di Stoccarda (parte del Baden-Württemberg) è arretrata a “leader”, l'Auvergne Rhône-Alpes è classificata “forte” e la Cataluña “moderato+”. Se poi prendiamo in considerazione il parametro che riguarda la digitalizzazione, possiamo notare come la Lombardia conti più di 21mila aziende sul suo territorio (circa il 24% del totale), mentre la zona di Pianura Network (Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova, Lodi e Pavia) ospiti **più di 6.000 imprese digitali**. Il quadro è quindi positivo ed è destinato a migliorare con le grandi aziende che fanno da traino per le piccole.

Obiettivo

Specialisti ICT

20 milioni convergenza dei generi

Competenze digitali di base

Almeno l'**80%** della popolazione

2021

Specialisti ICT

9 milioni,
19% donne

Competenze digitali di base

54% della popolazione



Obiettivo

Servizi pubblici fondamentali

100% online

E-Health

100% cittadini con accesso ai servizi sanitari elettronici

Identità digitale

Utilizzata dall'**80%** dei cittadini



Fonte: ec.europa.eu/eurostat

Servizi pubblici: non sono disponibili dati che misurino il raggiungimento degli obiettivi



2030: l'Europa ha fissato degli obiettivi comuni a tutti gli stati membri, che dovrebbero contribuire in maniera sostanziale al processo di sviluppo digitale

Obiettivo 2021

Connettività

Gigabit per tutti, 5G ovunque

Connettività

70% delle famiglie europee con accesso alla connettività gigabit

66% delle zone abitate coperte dal 5G



Infrastrutture



Business

Obiettivo 2021

Late adopters

oltre il 90% delle PMI raggiungono un livello base di intensità digitale

Late adopters

55% delle PMI hanno raggiunto un livello base di intensità digitale

Uptake tecnologico

75% delle imprese europee utilizzano cloud/AI/big data

Uptake tecnologico

41% delle imprese europee hanno utilizzato il cloud computing

8% usa AI

2019

14% delle imprese europee hanno effettuato l'analisi di Big Data

In questo contesto di digitalizzazione e innovazione, l'Europa ha fissato degli obiettivi comuni a tutti gli stati membri che dovrebbero contribuire in maniera sostanziale a questo processo di sviluppo. Nel nostro Paese, è in corso una transizione digitale che mira a promuovere l'adozione di strumenti tecnologici in diversi settori dell'economia e della società. Grazie a questi investimenti nel settore, l'obiettivo finale è quello di migliorare l'efficienza, l'innovazione e la competitività del paese.

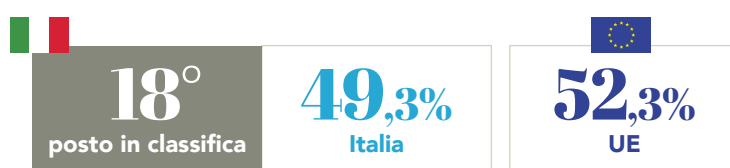
Come noto, in Italia questo processo ha ricevuto un grande impulso con il **Piano Nazionale Industria 4.0**, lanciato dal governo nel 2016. Questo piano, infatti, ha l'obiettivo di promuovere l'adozione di tecnologie avanzate come l'IoT, la robotica e l'Intelligenza Artificiale in diversi settori industriali, tra cui manifatturiero, energia, trasporti e agricoltura.

In parallelo a questo progetto, il nostro Paese ha sviluppato anche **una strategia nazionale per la digitalizzazione del settore pubblico**, con l'obiettivo di migliorare la qualità dei servizi e rendere l'interazione con l'amministrazione pubblica più efficiente e user-friendly. Sebbene l'Italia stia profondamente cambiando, ci sono ancora alcune sfide da affrontare per far progredire la transizione digitale, completando i piani nazionali e migliorando le competenze digitali della popolazione.

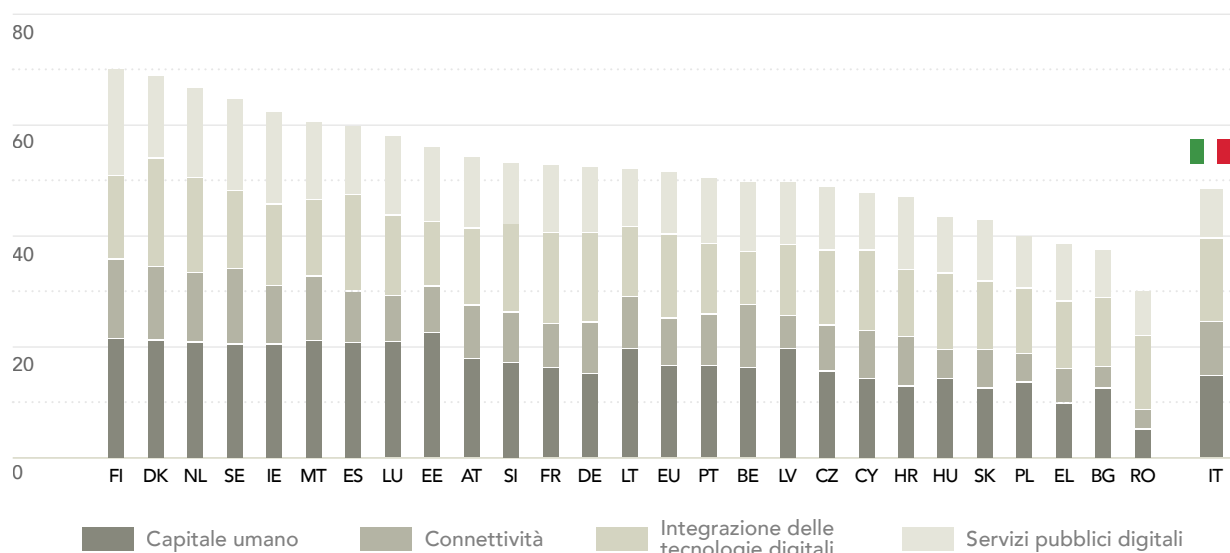


L'Italia accelera più di tutti gli altri paesi europei nel processo di digitalizzazione

Dal 2014 la Commissione Europea monitora i progressi compiuti dagli Stati membri nel settore digitale e pubblica relazioni annuali sull'**Indice di Digitalizzazione dell'Economia e della Società (DESI)**. L'indice tiene conto di diversi fattori, come l'accesso alla banda larga, la connettività mobile, l'uso di internet, le competenze digitali della popolazione, l'integrazione delle tecnologie digitali nelle imprese e la digitalizzazione dei servizi pubblici. Secondo l'ultima edizione, pubblicata nel 2022, **l'Italia si trova al 18° posto su 27 paesi dell'UE**, con un punteggio di 49,3 (3 punti sotto la media europea).



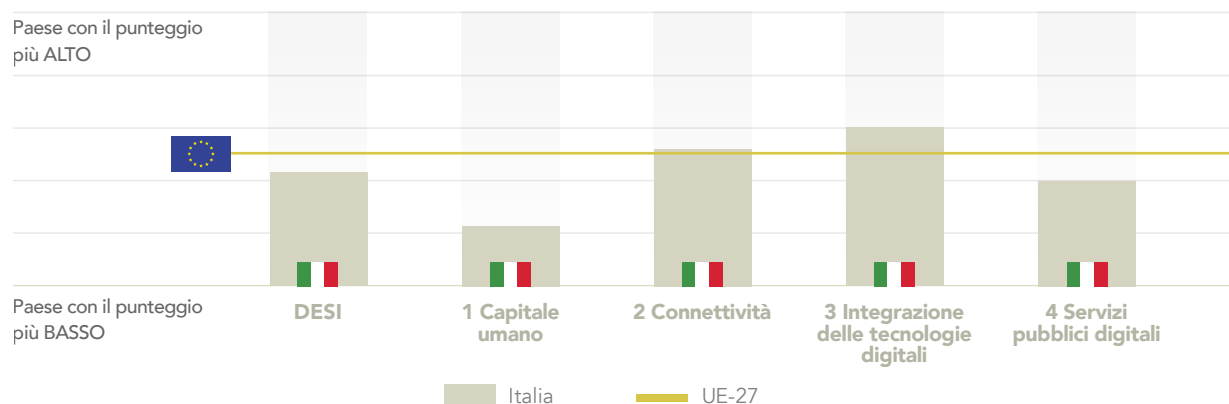
Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI), Ranking 2022



Fonte: DESI 2022, Commissione Europea

Seppure il risultato non restituisca uno scenario positivo, va sottolineato come il nostro Paese stia **progressivamente recuperando posizioni** (nel 2020 era al 25° posto) e ci si aspetta un'ulteriore accelerazione dovuta ai fondi previsti dal PNRR proprio per la digitalizzazione dei paesi UE.

DESI 2022 - performance relativa per ciascuna dimensione



Fonte: DESI 2022, Commissione Europea

Quali sono i trend del nostro paese? Se come detto il nostro punteggio complessivo è infatti sotto la media europea, abbiamo invece valutazioni positive per quanto riguarda la connettività e l'integrazione delle tecnologie digitali, mentre siamo decisamente sotto la media per i servizi pubblici digitali e soprattutto per quanto concerne il capitale umano (25° posto con un punteggio medio di 36,6 contro una media europea di 45,7).

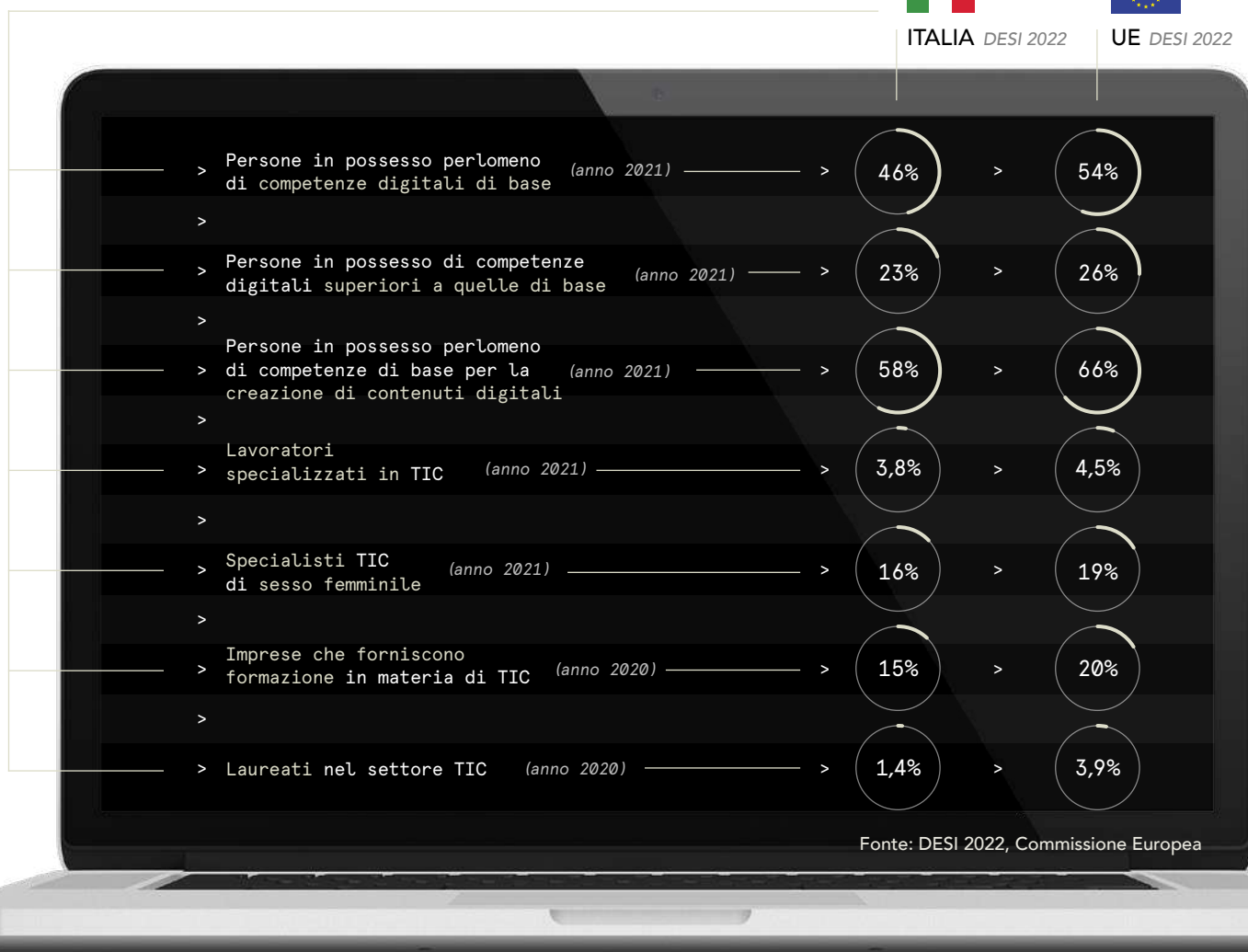
Il nostro paese appare decisamente **sotto la media su tutti gli aspetti** sia in termini di competenze individuali che di competenze presenti/fornite dalle aziende. Ad esempio, solo il 46% dei nostri concittadini ha le competenze digitali di base, contro il 54% a livello europeo. **Sul recupero di questo gap si gioca gran parte dello sviluppo dei prossimi anni.**



ITALIA DESI 2022



UE DESI 2022



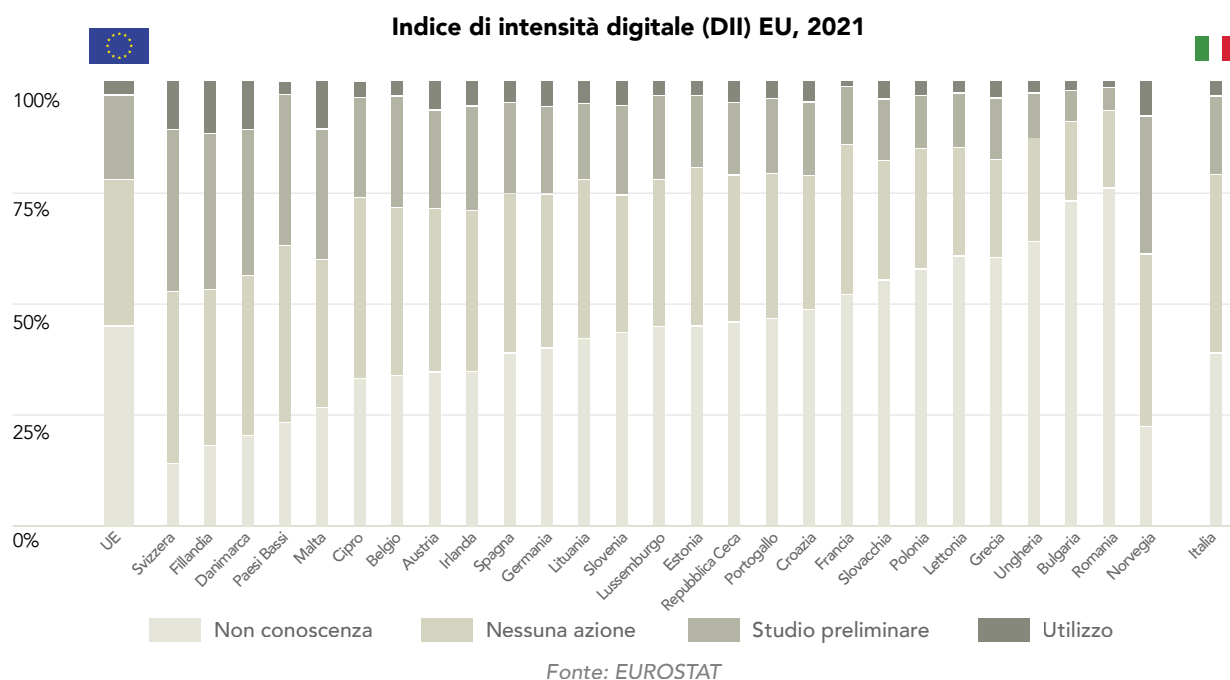
Imprese e digitale: un rapporto in profonda evoluzione

La trasformazione digitale interessa l'intero settore produttivo italiano ed europeo. Per valutare il comportamento digitale delle imprese, **l'Unione Europea considera 12 caratteristiche**, che vanno a definire il **Digital Intensity Index (DII)**, ossia un indice per identificare le aree di digitalizzazione nelle quali le imprese italiane incontrano maggiori difficoltà.

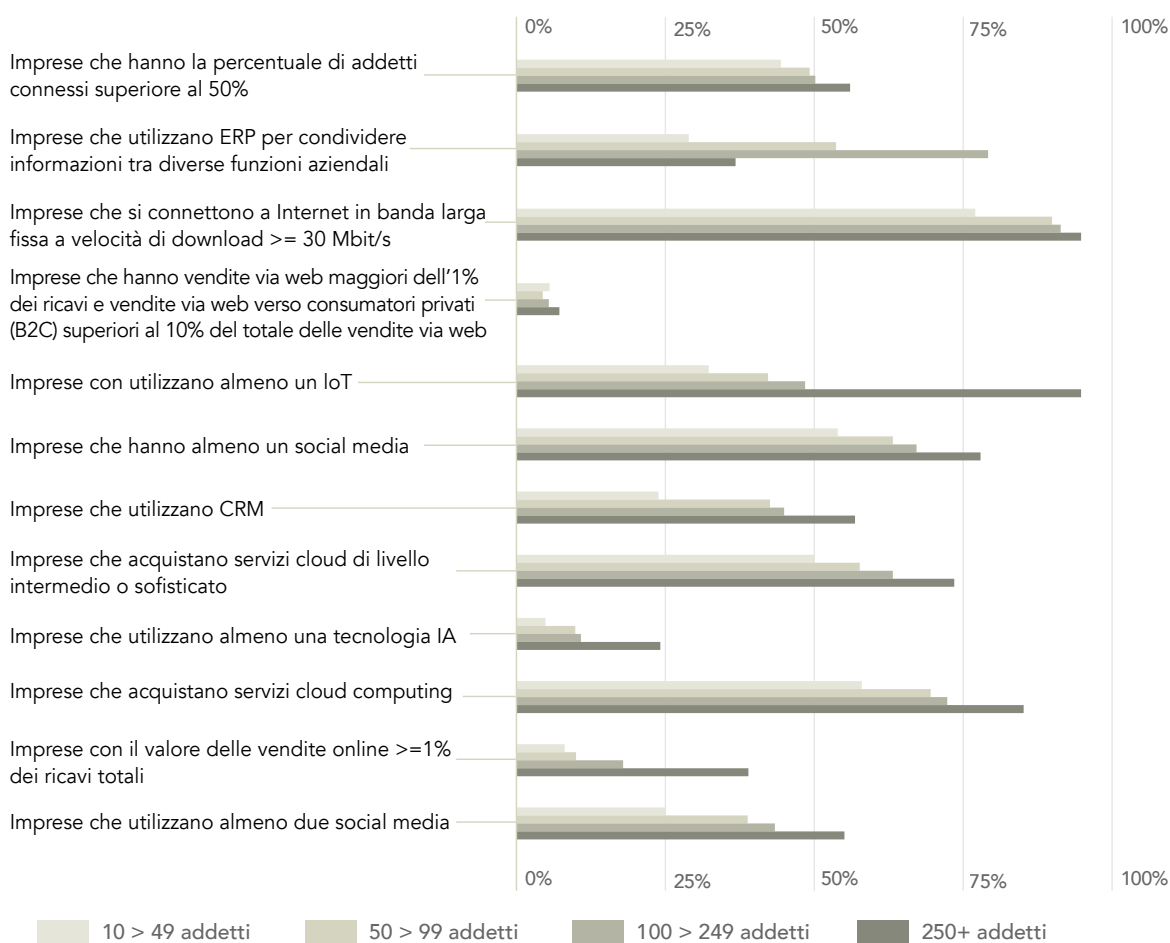
L'indicatore è composto dalle seguenti voci:

- » imprese con addetti connessi >50%
- » imprese che utilizzano IoT
- » imprese che utilizzano l'Intelligenza Artificiale
- » imprese che utilizzano ERP
- » imprese con social media
- » servizi cloud
- » velocità di download pari ad almeno 30 Mbit/s
- » imprese che utilizzano CRM
- » imprese con vendite online >=1% dei ricavi
- » vendite web maggiori dell'1% dei ricavi e via web B2C maggiori del 10%
- » servizi cloud di livello intermedio e sofisticato
- » imprese con almeno due social media

Analizzando il Digital Intensity Index, **l'80% delle imprese con almeno 10 addetti si colloca ancora a un livello basso o molto basso d'adozione dell'ICT**, non possedendo più di 6 requisiti tra quelli indicati in precedenza. Il restante 20% svolge invece almeno 7 delle 12 funzioni, posizionandosi su livelli alti di digitalizzazione. Questo dato pone le nostre aziende in una buona posizione rispetto ai dati dei grandi Paesi europei, ma molto ancora rimane da fare. Il punto dolente, infatti, è che le aziende italiane sono molto ben strutturate su tecnologie di basso livello, mentre sulla digitalizzazione di strumenti ad alto contenuto innovativo sono carenti o sprovviste.



Il 60,8% delle imprese con almeno 10 addetti, infatti, ha un livello di digitalizzazione "di base" e occupa il 78,1% di addetti. Va però osservato come **solo il 6,2% delle imprese ha utilizzato sistemi di Intelligenza Artificiale** per almeno una delle sette finalità proposte (8% la media UE27), il 27,1% ha adottato un CRM, il 27,3% utilizza i social con buona intensità e il 32,3% utilizza un ERP.

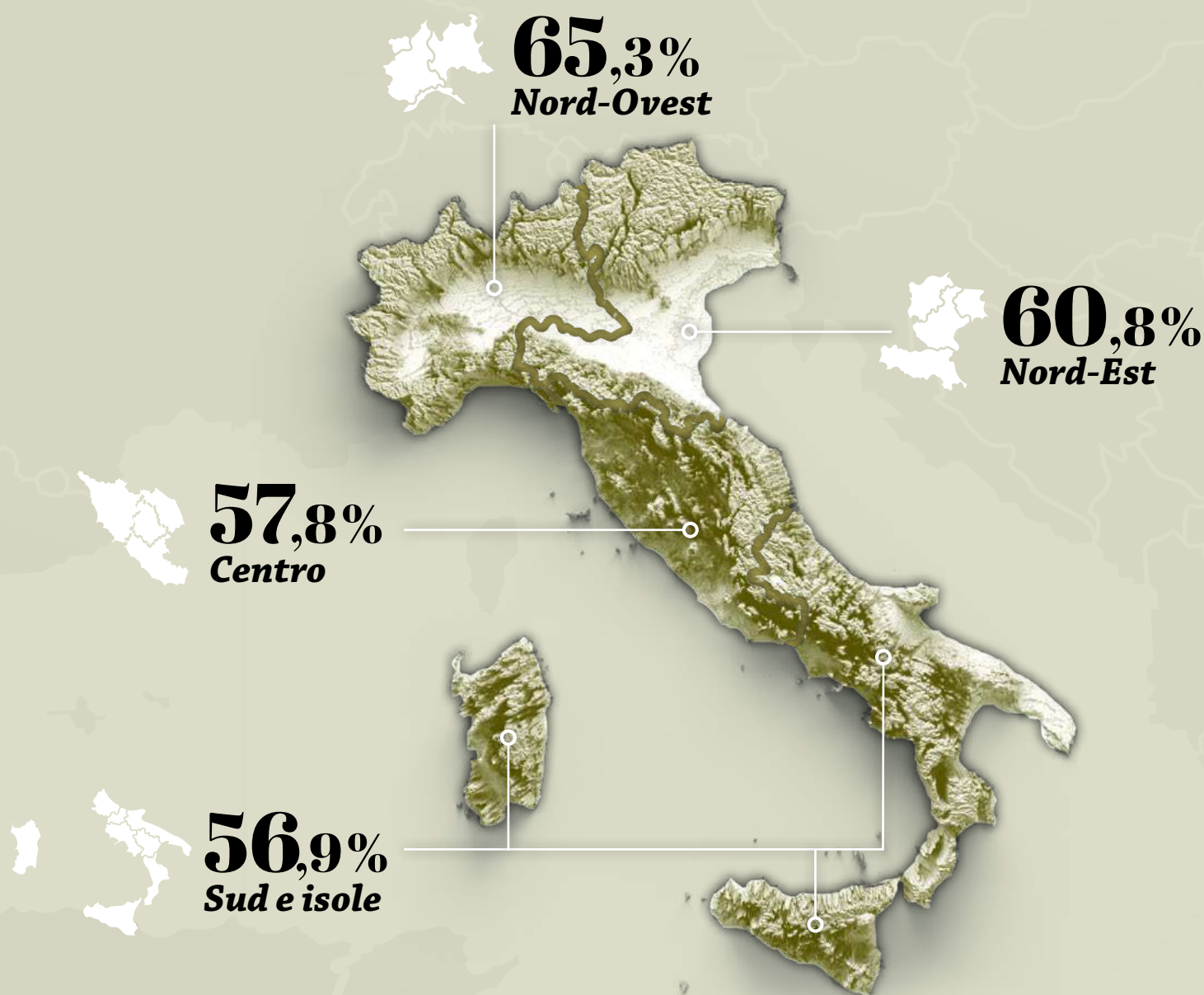


Il 65,3% delle imprese del Nord Ovest ha un livello base di digitalizzazione

È interessante notare come il livello di adozione delle tecnologie sia direttamente collegato alle dimensioni aziendali e come molto resti da fare alle PMI italiane ed europee. **Il divario è ancora più marcato su tecnologie più complesse, come ad esempio l'adozione di un ERP (Enterprise Resource Planning).** Le aziende da dieci a quarantanove addetti che utilizzano ERP, infatti, sono il 28%, mentre quelle con più di duecentocinquanta addetti sono quasi il 79%.

Uno scarto consistente, forse dovuto ad un'idea di ottimizzazione ritenuta troppo complessa per le imprese medio-piccole. Lo stesso discorso vale anche per le tecnologie dell'Intelligenza Artificiale, che mostrano le peggiori percentuali di adozione.

A livello italiano incide molto la base territoriale di riferimento dell'azienda: il 65,3% delle imprese del Nord Ovest, infatti, ha un livello base di digitalizzazione contro il 56,9% delle imprese del sud.



Imprese con livello base di digitalizzazione

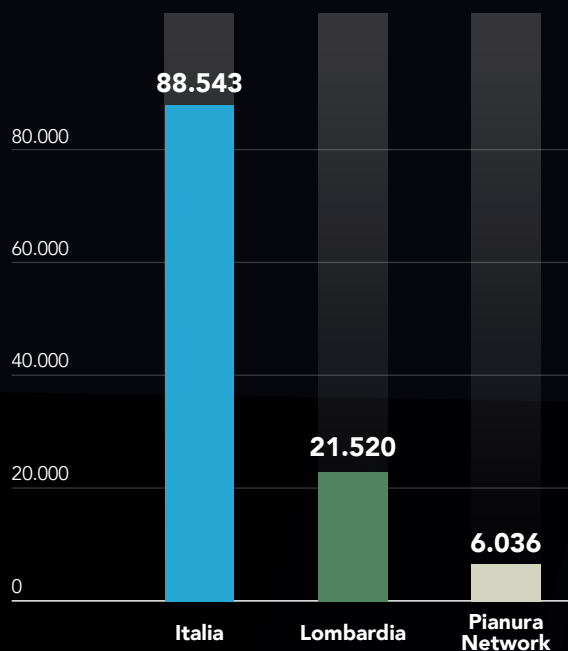
Italia 60,8%

Fonte: ISTAT

Un settore in evoluzione e con ampi spazi di crescita

Se definiamo imprese digitali quelle aziende iscritte al Registro Imprese operanti in uno dei seguenti settori di attività economica (codice Ateco): edizione di software (58.2), produzione di software (62) ed elaborazione di dati (63.1), vediamo come questo settore sia in costante crescita ed evoluzione. Nel 2012 il numero di imprese digitali in Italia era poco più di 76mila, mentre nel 2020 (ultimo dato disponibile) si è arrivati a oltre 88mila aziende operanti nel settore.

Numero di imprese digitali

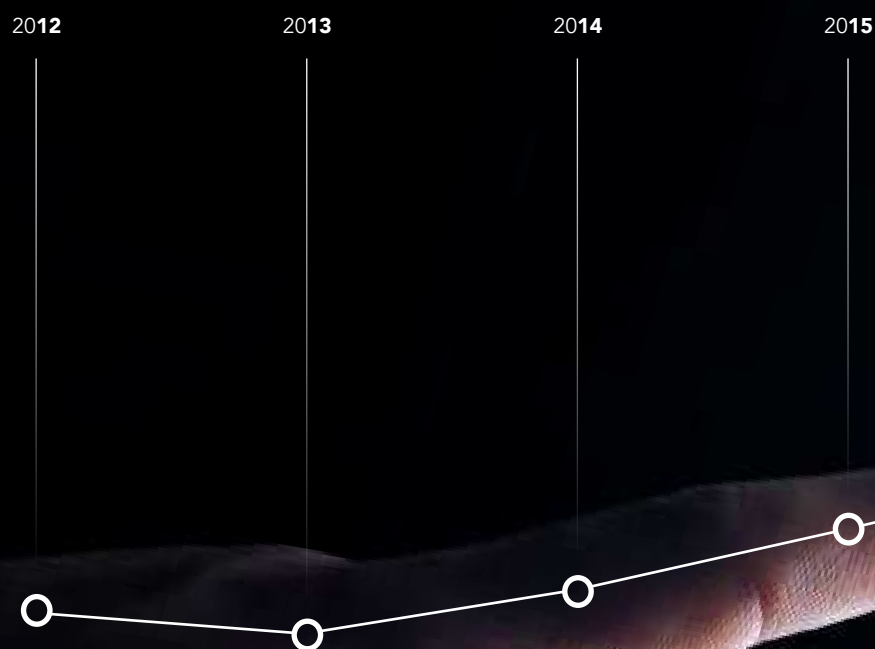


Fonte: ISTAT

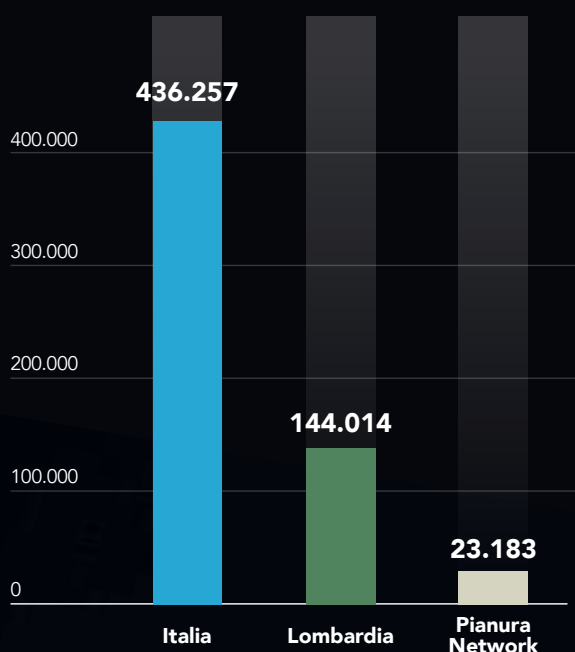
Trend del numero di imprese digitali in Italia dal 2012 al 2020

Fonte: ISTAT

76.385
imprese



Addetti nelle imprese digitali



Fonte: ISTAT

Le aziende sul settore danno lavoro a circa 436mila persone in Italia, 144mila in Lombardia, di cui 23mila in pianura.

L'impatto di un settore strategico come quello delle tecnologie digitali appare tutto sommato circoscritto in pianura e molto spostato sull'area della provincia di Milano. Questo aspetto a nostro avviso costituisce più un'opportunità che un vincolo. La Pianura rappresenta infatti la terza area come numero di imprese d'Italia, la prima come export e una delle più ricche come reddito pro capite: un terreno assolutamente fertile per l'innovazione tecnologica. Sta ora alle realtà digitali del territorio proporre nuove iniziative in grado di accompagnare le aziende a raggiungere quegli obiettivi segnalati anche dagli indicatori europei.

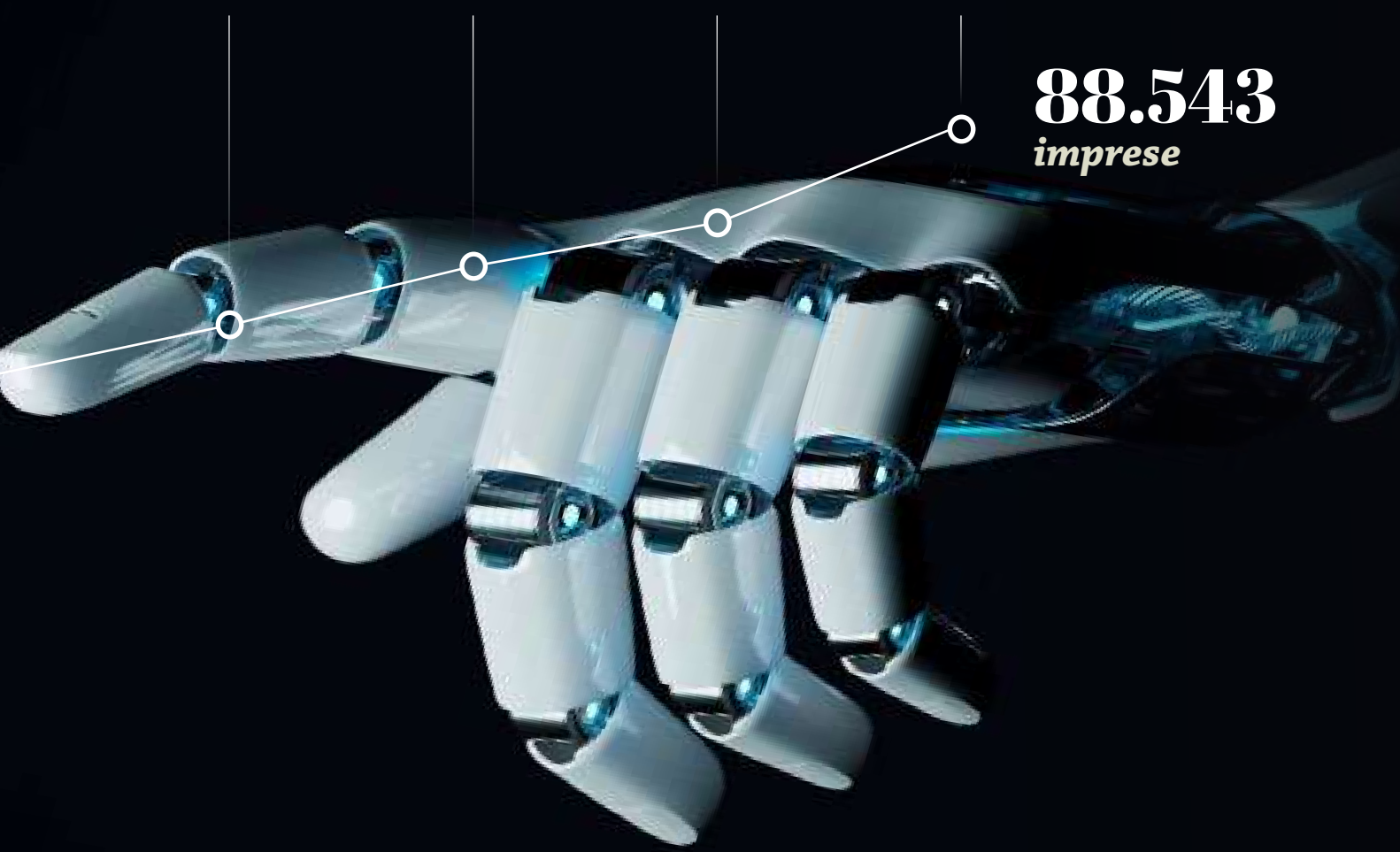
2017

2018

2019

2020

88.543
imprese



I “Big-Data” questi sconosciuti Ma per le PMI sono il nuovo petrolio

Le piccole e medie imprese temono che la barriera d'accesso alle tecnologie di analisi dei Big Data siano onerose. In realtà, le nuove tecnologie sono molto più accessibili ed efficaci di quanto si pensi. Intwig: «Secondo i nostri studi, un approccio positivo è efficace anche solo per rendere più rapida e interattiva la reportistica aziendale riducendo del 70% i tempi di produzione e di almeno il 50% i costi necessari per realizzare report con i metodi tradizionali»



Aldo Cristadoro

Negli ultimi anni le imprese hanno attraversato – o stanno ancora attraversando – una profonda trasformazione digitale. La transizione digitale si riferisce al processo attraverso il quale le imprese adottano tecnologie per migliorare l'efficienza, l'innovazione e la competitività. Un aspetto importante di questo processo è la produzione di dati, che è sempre più pervasiva per le imprese e che, in linea di principio, permette loro di prendere decisioni in modo più veloce ed efficiente.

La produzione di dati è stata definita come il nuovo petrolio su cui si può generare valore. Le imprese, infatti, **possono avere accesso a una grande quantità di dati grazie alla crescente digitalizzazione dei processi aziendali.**



I dati utili a disposizione delle Aziende

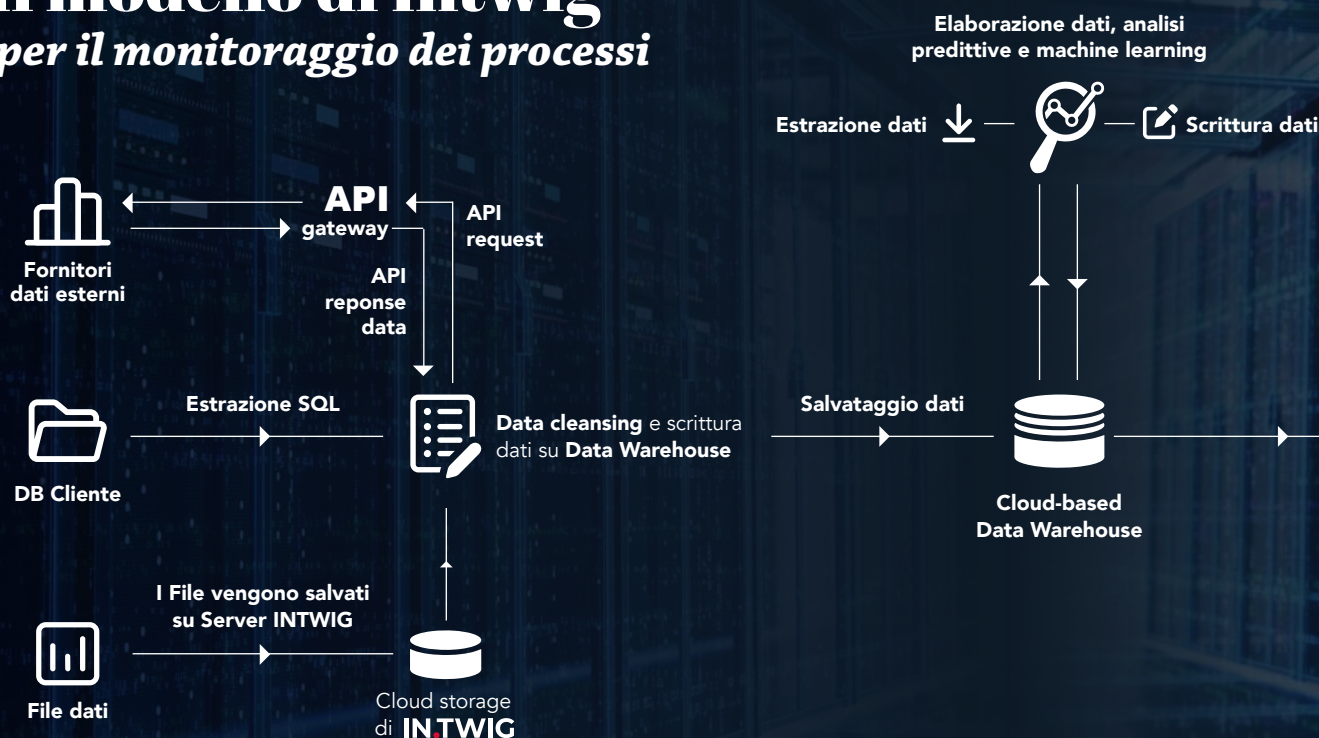
- 1. Dati relativi ai clienti:** comprendono caratteristiche sociodemografiche, storico degli acquisti e preferenze di acquisto. Questi dati possono essere utilizzati per migliorare la relazione con il cliente, personalizzare le offerte e sviluppare strategie di marketing mirate.
- 2. Dati economici:** includono informazioni sulla contabilità, la gestione delle fatture, i flussi finanziari e la pianificazione del budget. Questi dati sono fondamentali per monitorare l'andamento dell'azienda e prendere decisioni di investimento e di espansione.
- 3. Dati sulle risorse umane:** riguardano informazioni sui dipendenti relative ad area di provenienza, attività, ruolo, stipendio, orari, permessi e ferie. Questi dati possono essere utilizzati per gestire efficacemente il personale, migliorare la produttività e rendere più efficaci le strategie di retention o acquisition.
- 4. Dati di produzione e logistica:** includono informazioni sulle forniture, le scorte, le spedizioni e il controllo qualità. Questi dati sono essenziali per ottimizzare i processi di produzione e di distribuzione, ridurre i costi e migliorare la qualità dei prodotti.
- 5. Dati di marketing:** comprendono tutti i KPI (indicatori chiave di prestazione) relativi a canali di comunicazione, campagne pubblicitarie, analisi dei dati di vendita e strategie di branding, anche in un'ottica di funnel.

Questi dati sono a disposizione di pressoché tutte le aziende ma **non vengono sfruttati al massimo per mancanza di tempo, competenze interne o piattaforme efficaci**. Come evidenziato da molti studi, esiste una grossa differenza di approccio fra piccole e grandi aziende: le prime, più innovative e infrastrutturate; le seconde, un po' attardate nel percorso di transizione digitale. Secondo l'Osservatorio "Big Data & Business Analytics" del Politecnico di Milano, nel 2022 solo il 55% delle PMI italiane ha portato avanti investimenti in tecnologie o competenze di Data Management & Analytics o prevede di farlo entro fine anno. Quali sono gli obiettivi di questi investimenti? Il 52% delle aziende ha espresso l'esigenza di mettere a punto processi per l'**integrazione di dati interni** provenienti dai diversi software aziendali. La seconda esigenza è quella di rendere più accessibili i dati attraverso strumenti di **Data Visualization per finalità di Business Intelligence**. Solo poco più di un terzo (38%) delle PMI ad oggi svolge analisi predittive.

52%

le Aziende che hanno l'esigenza di integrare dati provenienti da diversi software aziendali

Il modello di Intwig per il monitoraggio dei processi



Data Visualization

Quali sono i limiti di accesso a queste tecnologie?

Si pensa che la barriera d'accesso a tecnologie di analisi dei Big Data siano onerose sia in termini di investimento che di tempo di implementazione. In realtà **le nuove tecnologie, spesso basate su servizi in cloud o SaaS, (Software as a Service) sono molto più accessibili ed efficaci di quanto si pensi.**

In base ad alcune nostre stime, infatti, questo approccio è efficace anche solo per rendere più rapida ed interattiva la reportistica aziendale riducendo del 70% i tempi di produzione e di almeno il 50% i costi necessari per realizzare report con metodi tradizionali.

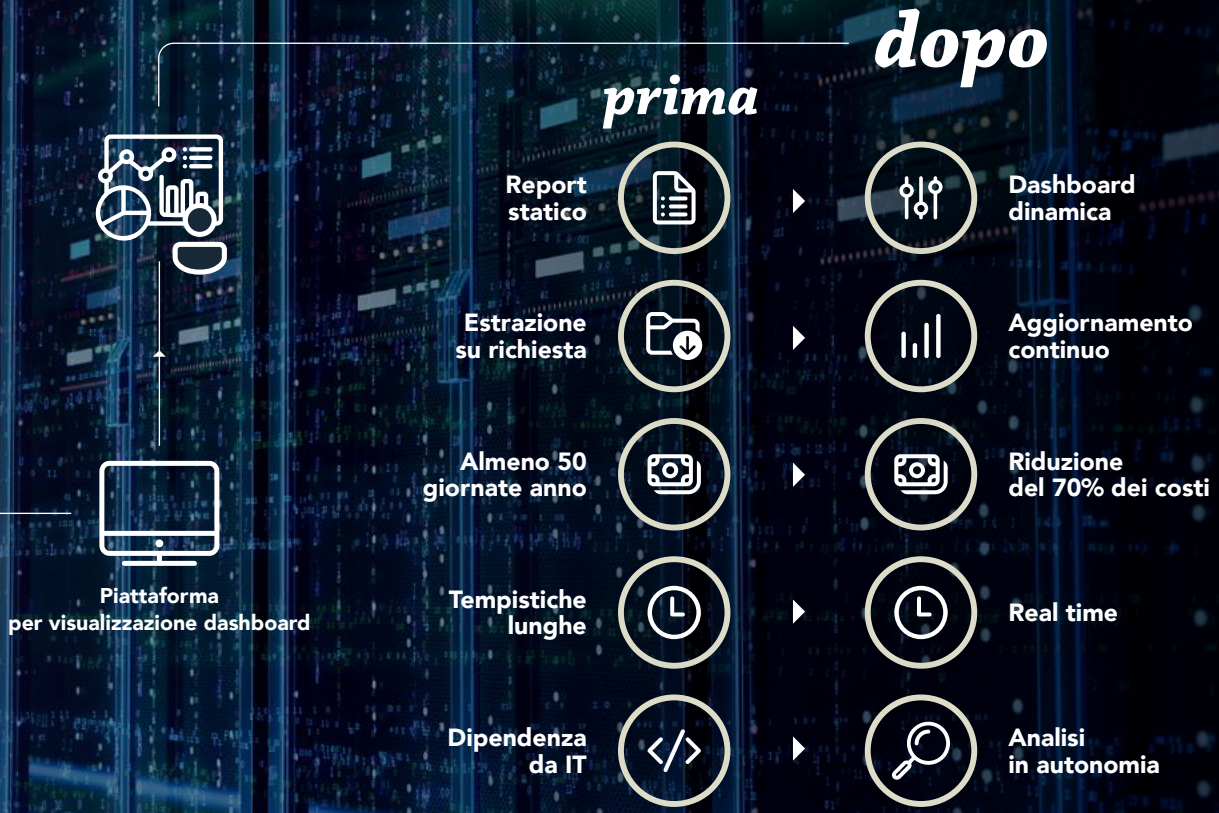
Di fronte alla complessità e alla velocità della gestione dei processi decisionali, interni ed esterni all'azienda, INTWIG propone la creazione di una nuova architettura di dati e informazioni che consente di avere una visione unificata e sintetica delle performance aziendali in grado di guidare efficacemente le scelte in funzione degli obiettivi prefissati.

Si tratta di **un'evoluzione dei sistemi di Business Intelligence e ERP** che consente di costruire un sistema di lettura univoco delle prestazioni. Un processo che permette di raccogliere dati, integrarli e analizzarli attraverso strumenti di Big Data Analytics utili a creare dashboard, report e grafici di facile lettura rendendo più efficace ed efficiente il processo decisionale.

Ma quali strutture sono necessarie per realizzare una soluzione del genere? La piattaforma è realizzata utilizzando le seguenti tecnologie:

- » Un software ETL per la connessione dei dati
- » Un data warehouse
- » Strumenti per Advanced Data Analytics e Artificial Intelligence
- » Software per la realizzazione di dashboard

**Migliorare le prestazioni:
rendere più efficiente
il processo decisionale,
attraverso un sistema
univoco di lettura dei dati**



Si può ottenere un'ottima soluzione anche senza investimenti ingenti e soprattutto senza rivoluzionare la dotazione software

I vantaggi della digitalizzazione

-  **Efficienza:** l'automazione dei processi riduce il tempo e le giornate di lavoro necessari per eseguire le attività di reporting
-  **Velocità:** le imprese possono cogliere più rapidamente le nuove opportunità di mercato o le minacce al business, e di conseguenza agire in tempo
-  **Maggiore visibilità sui processi:** le imprese possono monitorare meglio le prestazioni e i risultati delle attività
-  **Riduzione dei costi:** la digitalizzazione può ridurre i costi operativi e migliorare la gestione del budget

La vera sfida che porta la digitalizzazione dei processi e l'adozione di questi strumenti è la necessità di **ragionare sui processi aziendali e aggiornare le competenze dei dipendenti.**

Secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano, infatti, rispetto all'aspetto organizzativo si riscontrano grosse criticità che limitano l'adozione di un approccio data-driven nelle aziende di piccole e medie dimensioni. Nel 39% delle PMI non sono presenti figure dedicate – neanche parzialmente – alle attività di analisi dati. Spesso questo aspetto è il reale vincolo a sbloccare gli investimenti per le PMI. Va però considerato che in un mondo che si evolve velocemente in questa direzione restare fermi e non investire aumenta il rischio che un competitor che intraprende questo percorso possa avvantaggiarsi.

In alcuni settori questo è già realtà, basta pensare a quali vantaggi competitivi Amazon trae dall'utilizzo dei dati rispetto agli operatori più tradizionali.