



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agence italienne pour le commerce extérieur
Bureau pour la promotion des échanges de l'Ambassade d'Italie

La trasformazione digitale delle imprese francesi

Secondo il barometro "*Growth and Digital*" pubblicato da ACSEL, le aziende che hanno iniziato la loro trasformazione digitale hanno 2,2 volte più probabilità di crescere rispetto alle altre ...

ACSEL (www.acsel.eu), l'associazione francese dell'economia digitale ed i suoi partner Google, Salesforce, Solocal, CCI di Parigi Ile-de-France, METI, Prestashop e MBA DMB, hanno presentato nel maggio 2019 i risultati della terza edizione del barometro "Growth & Digital", presso il Ministero francese dell'Economia e delle Finanze. Tale strumento fornisce l'opportunità di misurare le conseguenze dirette della trasformazione digitale sullo sviluppo della crescita delle imprese del tessuto economico francese e, più in particolare, sulle PMI e le imprese di medie dimensioni (ETI). Una società di medie dimensioni (ETI) è una società con un numero di dipendenti compreso tra 250 e 4.999 ed un fatturato non superiore a 1,5 miliardi di euro o un totale di bilancio non superiore a 2 miliardi di euro.

Lo studio è stato condotto per conto di Acsel dalla società specializzata IPSOS nel febbraio 2019. Target dello studio sono stati dirigenti e responsabili delle decisioni delle società coinvolte nella trasformazione digitale.

Il campione era costituito da 600 intervistati: 450 interviste di aziende PMI e 150 ETI.

Il digitale ha un impatto diretto sulla crescita del business

Il barometro mostra che le aziende impegnate nella loro trasformazione digitale hanno 2,2 volte più probabilità di crescere rispetto a quelle che non hanno avviato alcuna trasformazione. Tra le aziende intervistate, una stragrande maggioranza (77%) riconosce che il digitale sta contribuendo alla loro crescita.

A questo proposito, le imprese di medie dimensioni sono ancora più numerose, dato che l'87% di loro considera il digitale come una leva di crescita. Con un aumento di 8 punti rispetto al 2017, il 64% delle imprese di medie dimensioni ha pienamente implementato la digitalizzazione. Pertanto, il 34% delle aziende riconosce che il digitale contribuisce per oltre il 25% alla propria crescita.

I campioni digitali, i portabandiera della trasformazione digitale

I campioni digitali, ossia quelle aziende che hanno implementato buone pratiche e ne traggono vantaggio, riferiscono che il 64% ha conseguito risultati migliori nel 2018, 19 punti in più rispetto al totale del panel. Prevedono una crescita all'unanimità nel 2019 contro solo il 46% previsto dalle altre società. La tecnologia digitale è quindi un vettore di crescita che le aziende non possono trascurare. I campioni digitali sono per il 93% delle PMI, costituite nella stragrande maggioranza (67%) da oltre 15 anni.

Perché non tutte le società sono campioni digitali ?

Che si tratti di mancanza di tempo (54%), costo (49%), complessità di attuazione (39%) o mancanza di formazione (36%), ciascuno di questi fattori viene citato come ostacolo all'implementazione di una strategia digitale; tuttavia questi numeri sono tutti in calo rispetto a quelli del 2017. Inoltre, sembra che il digitale non incida sufficientemente su tutti i servizi dell'azienda e resti molto orientato alla comunicazione e all'IT. La strategia digitale delle aziende è ancora troppo poco coordinata al resto delle funzioni aziendali. Se il 73% delle aziende intervistate ha un team dedicato alla trasformazione digitale, solo il 33% di esse è in interazione con altri reparti dell'azienda.

4 pilastri per una trasformazione digitale di successo

Secondo i risultati del barometro, le aziende devono mettere in atto 4 buone pratiche per riuscire nella loro trasformazione digitale:

- Una politica "volontaria" dell'azienda,
- Un team dedicato con forti relazioni con gli altri dipartimenti dell'azienda ,
- una buona conoscenza del cliente e,
- per i commercianti, implementare una strategia phygital (una strategia di marketing che mira ad integrare, in un punto vendita fisico, pratiche e supporti digitali).

Grazie a questa strategia, le aziende hanno visto un aumento delle vendite dell'86%, il 78% un miglioramento nella soddisfazione dei clienti e il 69% una migliore efficienza operativa.

Per consultare il rapporto completo cliccare qui :

[Barometro « Growth and Digital » ACSEL](#)

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-04/infographie_barometre_2019_croissance_digitale_acsel_web.pdf

