



L'ultimo strumento a disposizione del sistema camerale per conoscere il livello di trasformazione digitale delle imprese

Online l'Osservatorio interattivo sull'impresa 4.0

Pid-Osserva rende fruibili i dati raccolti attraverso gli strumenti di assessment SELF4.0, ZOOM4.0 e Digital Skill Voyager

Un Osservatorio digitale interattivo che, applicando criteri di selezione e filtri di ricerca, consente di acquisire informazioni sul livello di trasformazione digitale delle imprese e sui trend di sviluppo legati alla diffusione del digitale, con possibili declinazioni per macro area geografica, settore produttivo, dimensione aziendale. Si chiama Pid-Osserva, ed è l'ultimo strumento messo a punto da Dintec, Consorzio per l'Innovazione Tecnologica del sistema camerale, che coordina le attività della rete dei Punti impresa digitale delle Camere di commercio.

Uno strumento agile, di facile consultazione in grado di restituire una fotografia statisticamente rappresentativa del fenomeno della digitalizzazione in Italia.

Pid-Osserva rende fruibili i dati raccolti attraverso gli strumenti di assessment (SELF4.0, ZOOM4.0 e Digital Skill Voyager) realizzati da Dintec e disponibili sul portale puntoimpresadigitale.camcom.it e attraverso i Pid.

Le risposte date dalle imprese ai test, oltre a

fornire indicazioni riguardo al grado di maturità digitale, hanno consentito di raccogliere una grande quantità di dati sul livello di innovazione e digitalizzazione del sistema produttivo: un patrimonio informativo che rappresenta un importante strumento a disposizione del sistema camerale per orientare le policy di intervento per la transizione digitale dei territori. La transizione digitale, insieme a quella ecologica, rappresentano del resto due assi strategici su cui fondare lo sviluppo del Paese, anche alla luce di quanto previsto dal PNRR. In questi anni, il ruolo svolto dai PID è stato determinante per affiancare le PMI nei processi di digitalizzazione e per supportarle nell'adozione delle tecnologie 4.0 e dei nuovi modelli di business. I riconoscimenti ottenuti a livello nazionale ed internazionale (best practice europea European Public Sector Awards 2019, inserimento nell'iniziativa "Repubblica Digitale" e nella "Strategia Nazionale per le competenze digitali" del Ministro per l'innovazione tecnologica e la transizione digitale e nel DESI Index del 2020

e del 2021 della Commissione Europea) e le oltre 400mila imprese che hanno fruito dei servizi, fanno dei PID un patrimonio del sistema camerale sul quale continuare ad investire per accrescere la digitalizzazione del sistema produttivo italiano. Oggi, rispetto al 2018, anno di avvio del progetto, si registra una crescita del livello di maturità digitale (+9%) nelle imprese che sono state in questi anni affiancate dai PID, segno tangibile del lavoro svolto insieme ai diversi attori (Competence center, Università, DIH del mondo associativo, ecc.) che operano con i PID a livello territoriale. Tuttavia, c'è ancora molto da fare: il Digital Economy and Society Index della Commissione Europea, nonostante i timidi miglioramenti registrati, colloca l'Italia al 20° posto su 27 paesi. Anche il sistema produttivo mostra ritardi sotto il profilo della digitalizzazione: secondo i dati rilevati dai PID, solo 1 impresa su 10 ha adottato in modo consapevole le tecnologie e ha un piano avanzato per affrontare la sfida della transizione digitale.

Ufficio Stampa Unioncamere: i numeri del 2021

Il mese di dicembre volge al termine: tempo di bilanci anche per l'ufficio stampa e comunicazione di Unioncamere, impegnato, insieme ai comunicatori del sistema camerale, a dare visibilità alle attività, iniziative e progetti portati avanti dall'Unione nazionale delle Camere di commercio, a facilitare la collaborazione e la circolazione di informazioni all'interno del sistema e a proseguire le attività di networking con i protagonisti principali dell'economia nazionale. Tutto converge, come di consueto, nel sito web di Unioncamere, che quest'anno ha avuto 2.579.129 visitatori, 811.236 visitatori unici che in totale hanno visto 6.996.527 pagine (dati al 15/12/2021). Sito che verrà a breve presentato nella sua nuova veste grafica ed organizzazione di contenuti, aggiornata ed ottimizzata per consentire una migliore e più intuitiva navigazione. I comunicati stampa nel 2021 sono stati in tutto 88, rilanciati ampiamente da agenzie, quotidiani locali e nazionali, testate online, radio e TV. La comunicazione ha viaggiato anche attraverso altri canali. A cominciare dai social media, nei quali Unioncamere registra un costante aumento di followers e like. Su Twitter Unioncamere è presente dal lontano settembre 2009 ed è passata dai 15.590 followers dell'inizio dell'anno agli attuali 16.075 (dati aggiornati al 15 dicembre).

La pagina Facebook, attiva dal febbraio 2014, ha guadagnato quest'anno oltre un migliaio di followers (da 11.250 a 12.618) ed ha 9.942 "Mi piace" (dai 9.370 dell'inizio dell'anno).

La pagina LinkedIn lanciata a gennaio 2020, è cresciuta da 8.700 a 12.125 followers. La pagina Instagram, inaugurata a gennaio di quest'anno, è attualmente seguita da 820 followers. A tutto questo si aggiungono i video pubblicati sul canale YouTube e la campagna istituzionale, diffusa da novembre attraverso i canali social del sistema camerale, incentrata sulle principali aree di intervento e linee di attività delle Camere di commercio.

La campagna si è articolata in un video principale e quattro video tematici (dedicati a nuove imprese, digitalizzazione, finanziamenti e internazionalizzazione) che sono stati diffusi nella settimana tra l'8 e il 12 novembre con dei passaggi quotidiani e continuando ad essere ancora socializzati, accompagnando informazioni sui servizi messi a disposizione delle imprese. Obiettivo: accendere i riflettori sulle CdC, istituzioni vicine alle imprese, in grado di rispondere alle loro esigenze con una pluralità di servizi ideati per accompagnare e facilitare il lavoro degli imprenditori italiani. Vale la pena, infine, di ricordare il tavolo di confronto mensile organizzato da Eurochambres sulla piattaforma Zoom, a cui partecipano rappresentanti degli uffici stampa delle Unioni nazionali europee di Camere di commercio, e gli strumenti utilizzati dall'ufficio stampa per la comunicazione interna: oltre a questa newsletter, il blog <https://networkstampadc.wordpress.com/>, nato per "fare squadra" con i comunicatori delle Camere di commercio e condividere informazioni utili ed anteprime di comunicati stampa.

