

## Web e social sono indispensabili per le imprese

**Pubblicato:** Giovedì 11 Settembre 2014

**Il 43% delle aziende che hanno tra i 3 e i 9 addetti** reputa il web ancora non necessario alla sua attività. Questa è una delle evidenze che, secondo l'**Ufficio studi della Camera di Commercio di Varese**, emerge dall'ultimo censimento (2011) dell'industria e dei servizi resi disponibili dall'Istat.

Una percentuale ancora troppo alta, anche se in linea con la media lombarda e nazionale.

Conforta il fatto che l'82% delle imprese di piccole dimensioni varesine ha comunque una connessione internet (la media italiana si ferma al 77%) che viene utilizzata per accedere ai servizi bancari e finanziari (70%), ottenere informazioni (50%) e svolgere procedure amministrative (34%). **Solo l'11,3% utilizza social network e blog aziendali.**

Queste percentuali, se da una parte fanno pensare ad ampi margini di sviluppo, dall'altra colpiscono per un ritardo che ha certamente delle ripercussioni immediate sulla competitività delle stesse imprese.

Le ragioni, secondo le **principali associazioni di categoria**, sono da ricercare prevalentemente in un gap culturale, più che in un rifiuto immotivato della tecnologia.




**Mauro Colombo, direttore di Confartigianato Imprese Varese** -. «La tecnologia, è un fatto risaputo, a volte più che avvicinare respinge. E questo accade perché non ci si ritiene all'altezza o perché si pensa sia troppo difficile compiere quel cambio di mentalità che, però, una volta fatto avvantaggia. Lo spartiacque da attraversare è questo: **oggi non si può più pensare ad un imprenditore che non sia sul web e che non traduca tutta la sua conoscenza, la sua abilità, il suo know-how in rete.** È per questo che Confartigianato Imprese Varese sta stimolando la crescita delle imprese anche sotto questo punto di vista: la partecipazione e la condivisione delle esperienze delle imprese durante i corsi e gli incontri organizzati anche al **FaberLab di Tradate** vanno in questa direzione. Far conoscere ciò che si può fare, con quali costi e in quali tempi, come e con chi: dalle potenzialità del motore di ricerca **Google all'e-mail marketing all'e-commerce.** Essere connessi stimola il business, aumenta il fatturato, riduce i tempi e i costi, permette alle imprese di presentarsi con maggiore chiarezza e rapidità al mondo, facilita le aziende nell'ottenere e nel dare informazioni. **Internet e social sono strumenti indispensabili** sul cui utilizzo non ci si deve più interrogare: ci sono e li si deve usare al meglio. Sono una presenza quotidiana che può aiutare le imprese a superare quei gap con gli altri Paesi europei: essere più o meno connessi, fa la differenza».



**Roberta Tajé direttore di Cna Varese** – «Questi dati

risalgono al 2011 e tutti noi sappiamo che nell'era dei social network tre anni sono un tempo biblico. L'accelerazione di questo ultimo periodo è stata straordinaria, quindi, se si vuole fotografare il cambiamento, occorre avere dati più freschi. Il secondo elemento critico dello studio è che il dato non è segmentato perché in aziende di dimensioni così piccole i risultati cambiano a seconda della tipologia di attività e del mercato di riferimento: un conto è parlare di manifatturiero, un conto è parlare di servizi. Un altro elemento da tener presente è **l'età dell'imprenditore**, perché tra i nostri artigiani notiamo che i **nativi digitali** utilizzano già queste tecnologie nella loro produzione, quindi l'età diventa una discriminante fondamentale. Fatte queste premesse, l'evoluzione in atto è così veloce che se prendi in considerazione alcune imprese che solo due anni fa non utilizzavano internet e nemmeno la posta elettronica, ti accorgi che oggi lo devono fare per forza altrimenti sono tagliate fuori dal mercato. Però **non parlerei di resistenza dell'imprenditore al cambiamento**, perché l'imprenditore per sua natura è attento alle variazioni del contesto e ama sperimentare, ma lo fa fino in fondo quando si rende conto dell'utilità del cambiamento per la sua attività. In alcuni settori, come la comunicazione, la grafica, la fotografia e i servizi alla persona il cambiamento di cui si parla è già avvenuto e gli imprenditori da tempo utilizzano efficacemente web e social network. In questa fase le associazioni di categoria hanno un compito importante: diffondere la cultura digitale e per portare a termine il cambiamento devono farsi contaminare dagli stessi imprenditori, ascoltarli e coinvolgersi con loro perché il vero valore aggiunto di questo nuovo tempo è la condivisione».

 **Marco Parravicini, fiduciario di Ascom Varese e imprenditore "pioniere" dell'e-commerce in provincia di Varese.** «Nell'ultimo anno e mezzo reputo di aver assistito in associazione ad un incremento consistente dell'utilizzo di internet da parte degli imprenditori, soprattutto per comunicare quello che fanno. Ma se molte imprese sono restie a questo cambiamento del mercato, ciò è dovuto alla mancanza di conoscenza delle potenzialità del mezzo e conseguentemente della consapevolezza del rapporto costi-benefici. Le ragioni sono da ricercare **nei messaggi fuorvianti che gli imprenditori hanno ricevuto in questi anni**: non basta infatti andare dal grafico e farsi realizzare un sito, perché lo strumento online è potentissimo ed efficace se usato con metodo. In associazione stiamo sviluppando un percorso che sta riscuotendo un'adesione costante con risultati evidenti. Sia ben chiaro, **gestire questi strumenti digitali è un lavoro**, molti imprenditori invece usano Facebook per giocherellare mentre il social network è un valido strumento operativo. Io faccio e-commerce da molti anni e so che **la rete non è la panacea di tutti i mali**, ma so anche che per comunicare al mondo cosa fa la mia azienda non devo investire cifre esorbitanti, bensì molto tempo e lavoro per seguire i social, il sito di ecommerce e la comunicazione. In un negozio non sempre c'è il picco dei saldi, ma ci sono dei momenti in cui è vuoto, eppure il personale è pagato, le luci sono accese e a ben vedere ci sono anche i potenziali clienti, non fisicamente, ma collegati alla rete. Fare e-commerce è un lavoro che richiede metodo e impegno, non può essere un momento accidentale o residuale. Infine, noi italiani siamo abituati a tirarci la zappa sui piedi e a farci le critiche gratuite. Sono appena stato Negli Usa, a Las Vegas, e per dieci giorni la connessione wifi è stata un miraggio».

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it