

/ NEWS

ARTIGIANI 2.0

Dai biscotti alla sarta online, le PMI vanno a scuola di digitale

Riparte Botteghe Digitali, il programma di Banca Ifis a sostegno delle piccole imprese italiane

di CAROLINA SAPORITI *di* Carolina Saporiti

Ci sono la ex consulente finanziaria che fa biscotti “da degustazione”, un’azienda storica di Murano che lavora solo con artigiani del posto e un’altra che produce jeans per persone disabili in vendita solo online. Questi sono tre degli 11 artigiani scelti da Banca Ifis Impresa per la seconda edizione di Botteghe Digitali.

LA NUOVA EDIZIONE Lo scorso anno la prima edizione era stata avviata dopo aver constatato, come ha raccontato Alberto Staccione, direttore generale della banca, che «la maggior parte delle piccole e medie imprese italiane non erano pronte ad affrontare la rivoluzione tecnologica e digitale in atto». Dal successo ottenuto l’idea di riproporre il format, ingrandendolo. Non più 5 artigiani da seguire in questo percorso ma 11.

COSTRUIRE IL PROPRIO PERCORSO Botteghe Digitali è un progetto in collaborazione con Stefano Micelli dell’Università Ca’ Foscari di Venezia e Giorgio Soffiato, ceo dell’agenzia Marketing Arena. Durante la presentazione della seconda edizione fatta a Milano sono stati presentati anche alcuni dati per mostrare l’urgenza per le medie e piccole imprese a evolversi. L’e-commerce in Italia vale il 2% del volume totale delle vendite, si arriva al 4% con il made in Italy, un valore ancora troppo basso a detta di Stefano Micelli: «Ogni settore e ogni impresa devono però costruirsi un proprio percorso specifico e scegliere le tecnologie da adottare. Le imprese devono identificare delle traiettorie e noi dobbiamo guidarli in questa scelta, attraverso i nostri occhi».

A CIASCUNO IL SUO PERCORSO

A farla da padrone la rete ovviamente, ma non solo. È il caso di Lydda Wear, azienda che produce abbigliamento e accessori per persone affette da disabilità. Grazie a tecnologie avanzate la società di Padova produce gli abiti su misura, ma senza aver bisogno di prendere le misure del cliente "dal vivo", tutto avviene online: «le tecnologie le abbiamo e le usiamo, ora però è il momento di fermarsi un attimo e pensare a come raccontare quello che facciamo» ha detto Pier Giorgio Silvestrin, titolare di Lydda Wear. Gli 11 imprenditori di Botteghe Digitali #2 parteciperanno a un esperimento di manifattura 4.0, accompagnati dai coach che forniranno consigli pratici sulle azioni da implementare per rendere la propria attività più innovativa ed efficiente grazie al web marketing e ai social media.

PAESE REALE «Botteghe Digitali risponde a delle esigenze reali del Paese — prosegue Staccione

— molte aziende non erano più affidabili o sostenibili. L'abilità dell'artigiano deve rimanere, ma servono anche altre competenze. Botteghe Digitali è uno scambio di collaborazioni, tipico delle piccole imprese. L'obiettivo non è solo dare provviste, ma anche individuare possibilità nuove da introdurre sul mercato, come il nostro nuovo portale, a disposizione di tutti gli imprenditori». Sul portale del progetto (www.botteghedigitali.it) chiunque, registrandosi, può accedere a una serie di consigli e consulenze utili per la propria impresa.

3 aprile 2017 | 15:52
© RIPRODUZIONE RISERVATA

TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da



«Ho fatto un sogno l'Italia (digitale) unita»



Il 23 febbraio arriva il nuovo mensile di innovazione del...



Ciao, mi chiamo walk-man e sono un robot amico dell'uomo



Nasce a Milano la «casa» della trasformazione digitale



L'Antitrust multa TicketOne e altri 4 operatori per 1,7...



TicketOne, il Tar annulla la multa di un milione di euro per il...

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE

ARTICOLI CORRELATI



Dagli spin off universitari ai colossi del tech tutti puntano



E-commerce: Ebay, Amazon e Facebook puntano sui piccoli



Botteghe digitali, il Made in Italy diventa un reality web