

Il 2020 come il 2008: la crisi spinge verso l'online

LINK: <https://www.economymagazine.it/news/2021/04/23/news/il-2020-come-il-2008-la-crisi-spinge-verso-l-online-48549/>

Il 2020 come il 2008: la crisi spinge verso l'online. Lo scorso anno ha segnato un boom di registrazioni di nuovi domini ".it". Perché costa poco e illude molto. 23 Aprile 2021 di Redazione Web News «Faccio fatica a immaginare un business che non abbia almeno una componente digitale. Il nostro Paese ha ancora un livello di digitalizzazione modesto, ma il 2020 ha permesso di crescere notevolmente». Gianluca Stamerra, regional director per Italia, Francia e Spagna di GoDaddy prova a raccontare come stia procedendo l'alfabetizzazione digitale delle aziende. E lo fa da un osservatorio privilegiato: l'azienda per cui lavora, infatti, è tra le principali società di registrazione di domini Internet e di hosting web. Quotata in Borsa con sede a Scottsdale, Arizona e incorporata nel Delaware, GoDaddy ha più di 20 milioni di clienti e oltre 7.000 dipendenti in tutto il mondo. Il punto di partenza, però, non è esattamente confortante: secondo l'Istat nel 2020 solo il 17,4% delle imprese italiane con oltre tre addetti è stato in grado di vendere beni e servizi attraverso il proprio sito web. Le buone

notizie, invece, arrivano dal Cnr e da un censimento effettuato dall'Istituto di Informatica e Telematica attraverso l'organo **Registro.it**: nel 2020 sono stati registrati 592.821 nuovi domini '.it', con un incremento del 13,2% rispetto al 2019. E a beneficiare di questo boom indotto dal lockdown sono soprattutto i professionisti che, in un anno, hanno più che raddoppiato la loro quota. Curiosamente, tra l'altro, si tratta del più elevato incremento dal 2008, altro anno di drammatica crisi economica. Ma quanto costa avere un sito internet? «Possono bastare anche poche centinaia di euro per crearne uno che funzioni bene - continua Stamerra -. A patto però di gestirlo in maniera efficace. La digitalizzazione di per sé non è garanzia di successo, tant'è che secondo vari studi il 90% delle imprese neonate non arriva a compiere un anno. Quindi l'imprenditore deve prima di tutto 'portare a casa la pelle' e non può permettersi ingenti investimenti per acquisire nuovi clienti. Ma l'adozione del digitale nella sua molteplicità di possibilità è garanzia di ottimizzazione dei costi: nel

caso di un ristorante, ad esempio, il sito internet che permette di gestire le prenotazioni online riduce l'esigenza di una persona dedicata a ricevere le telefonate». I dati da questo punto di vista sono piuttosto chiari: secondo un'indagine condotta da Qonto - servizio finanziario che si rivolge esclusivamente alle imprese - le aziende che contano tra i 10 e i 49 dipendenti hanno affrontato la sfida lanciata dall'emergenza sanitaria imprimendo, nel 56% dei casi, una forte accelerazione nell'adozione di nuovi strumenti digitali. Meno evidente invece il processo di digitalizzazione messo in atto dalle microimprese, che hanno registrato un boost minore al processo di digitalizzazione nel corso dello scorso anno, nel 60% dei casi per mancanza di risorse economiche disponibili. Rimane comunque fondamentale l'unione di strategie digitali efficaci con un pizzico di furbizia. «Lo spirito imprenditoriale - conclude Stamerra - significa tramutare le proprie passioni in un business. Ho conosciuto aziende che hanno sfruttato i social network come vetrina per

creare dal nulla le proprie attività e che hanno potuto crescere proprio grazie all'adozione di questi strumenti, senza investimenti fantasmagorici. Ma rimane anche il fatto che il 60% delle imprese con cui entriamo in contatto non ha la più pallida idea di come iniziare un processo di digitalizzazione. Per questo abbiamo anche dato vita a una academy con formazione gratuita - la 'Go Daddy School of Digital' - per insegnare agli imprenditori come migliorare la propria strategia».