

Digitalizzazione delle imprese femminili in Italia: una panoramica del 2023

02 agosto 2024

Dal 2017 ad oggi, la digitalizzazione delle imprese femminili italiane ha visto un'accelerazione sia grazie al Piano Nazionale Transizione 4.0, che ha coinvolto anche il Punto Impresa Digitale delle Camere di Commercio, sia per effetto del post pandemia.

Nel 2023, il 66% delle imprese femminili mira ad un miglior utilizzo delle tecnologie digitali con l'obiettivo di migliorare la condivisione delle informazioni all'interno e all'esterno dell'azienda e il 65% punta ad utilizzare nuove tecnologie per evolvere il modello di business.

La maturità digitale media, rilevata dai PID, si attesta a 2,3 su 4, con i settori "Servizi di informazione e comunicazione" e "Fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento" in testa. Il 77% delle imprese femminili ha un sito web e il 63% utilizza i social media per attività di business. Tecnologie come il pagamento mobile (54%), il cloud (47%) e la cybersecurity (43%) sono le più diffuse. Ancora basse le percentuali di aziende femminili che prevedono corsi di formazione sulle tecnologie abilitanti per i dipendenti.

I PID - Punti Impresa Digitale delle Camere di commercio giocano un ruolo cruciale nell'accompagnare le imprese nel loro percorso di digitalizzazione, comprese quelle femminili: dal 2018 i PID coinvolgono le imprese nella compilazione del questionario di self assessment-SELFi4.0 al fine di rilevare il livello di maturità digitale e le tecnologie più diffuse tra le diverse tipologie di imprese, oltre alle eventuali differenze tra settori.