



**EMERSIONE**



—

**LE IMPRESE CULTURALI DELLE AREE INTERNE : stato dell'arte, opportunità e criticità della digitalizzazione in Italia**



## **Introduzione**

L'analisi presentata in questa relazione si propone di valutare in modo approfondito il livello di adozione e integrazione dell'innovazione digitale tra le imprese culturali operanti nelle aree interne italiane, con un focus specifico su Sicilia, Liguria e Molise. L'innovazione digitale rappresenta un elemento chiave per rafforzare la competitività e favorire lo sviluppo sostenibile di un settore particolarmente rilevante per il patrimonio culturale e artistico del paese. Il sondaggio ha permesso di raccogliere dati relativi a molteplici aspetti, tra cui la percezione dell'importanza strategica della digitalizzazione, la distribuzione dei budget destinati a progetti innovativi e le tipologie di soluzioni digitali adottate. Questo studio si propone di fornire una panoramica completa dello stato attuale, individuando al contempo i principali ostacoli e le potenzialità legate alla trasformazione digitale delle imprese culturali.

## **Profilo dei partecipanti**

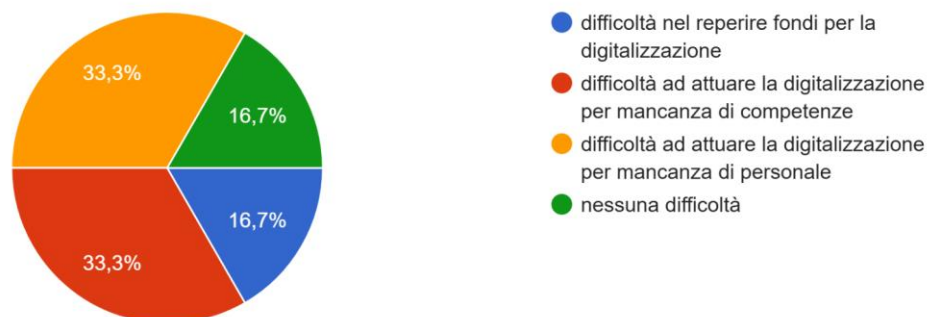
Le aziende coinvolte nel sondaggio appartengono a un'ampia e variegata gamma di settori culturali, comprendendo attività come la valorizzazione digitale del patrimonio culturale, i servizi per lo spettacolo e altre iniziative legate alla promozione artistica e culturale. Questa diversità riflette la complessità e la ricchezza del panorama culturale italiano, dove realtà differenti convivono e si influenzano reciprocamente.

Dal punto di vista geografico, le imprese sono distribuite tra Lombardia, Molise e Sicilia, coprendo sia aree interne che contesti urbani. La presenza di imprese situate nelle aree interne è particolarmente significativa, poiché queste regioni spesso affrontano sfide uniche, come l'accesso limitato alle infrastrutture digitali e alle risorse specializzate. Al tempo stesso, alcune aziende operano in contesti più sviluppati, permettendo un confronto tra diverse realtà territoriali e fornendo uno spaccato dettagliato delle dinamiche digitali a livello nazionale

## Difficoltà nell'Utilizzo delle Innovazioni Digitali

A3 Quali difficoltà incontrate nell'utilizzo delle innovazioni digitali?

12 risposte



Un'analisi delle difficoltà riscontrate nell'adozione delle innovazioni digitali evidenzia i seguenti aspetti principali:

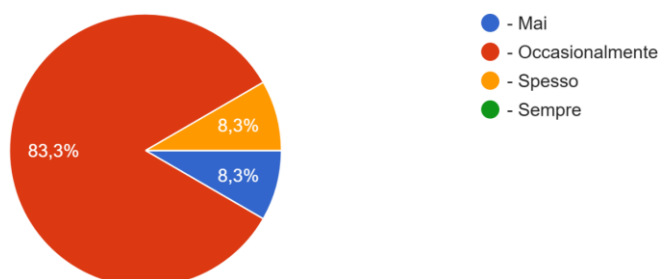
- Il 33,3% delle aziende segnala difficoltà legate alla mancanza di competenze specifiche.
- Un ulteriore 33,3% riferisce una carenza di personale adeguato per la digitalizzazione.
- Il 16,7% delle imprese identifica il reperimento di fondi come una sfida.
- Un altro 16,7% dichiara di non incontrare alcuna difficoltà.

Questi dati mostrano che i principali ostacoli non sono di natura economica, bensì legati alle risorse umane e alle competenze necessarie per sfruttare appieno le tecnologie digitali.

Il dato relativo alla criticità delle risorse umane viene messo in evidenza anche dalla domanda **Quando frequentemente il vostro personale partecipa a formazioni sulle competenze digitali?**

Quanto frequentemente il vostro personale partecipa a formazioni sulle competenze digitali?

12 risposte



Possiamo osservare come in quasi tutte le imprese intervistate la formazione viene effettuato solo occasionalmente, a fronte di una tecnologia come quella dell'AI e dell'informatica che presenta novità se non settimanali, mensili. Con aggiornamenti di modelli, disponibilità di nuove



tecnologie e trasformazioni delle pipeline, modifiche e nascita di nuovi strumenti cloud web per la gestione dei progetti e nuove soluzioni in ambito della produzione di artefatti culturali.

### Distribuzione della priorità dell'innovazione tecnologica

Il primo aspetto analizzato è la priorità attribuita all'innovazione tecnologica. Come evidenziato nel grafico seguente, la maggioranza delle imprese assegna un punteggio elevato (4 o 5 su una scala di 5) a questo aspetto strategico.

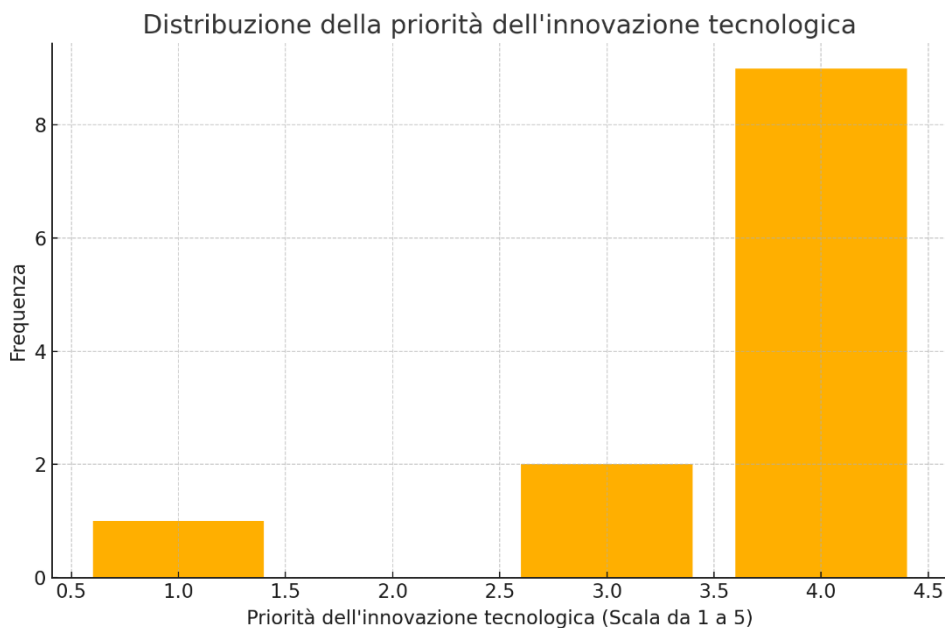


Grafico 1: Distribuzione della priorità dell'innovazione tecnologica

Questo indica una consapevolezza diffusa dell'importanza di integrare tecnologie innovative per migliorare la competitività.

### Implementazione di soluzioni digitali innovative

Un altro indicatore chiave è l'adozione di soluzioni digitali negli ultimi due anni. Come mostrato nel grafico a torta seguente, oltre il 60% delle imprese ha implementato almeno una soluzione digitale innovativa.

Implementazione di soluzioni digitali innovative negli ultimi due anni

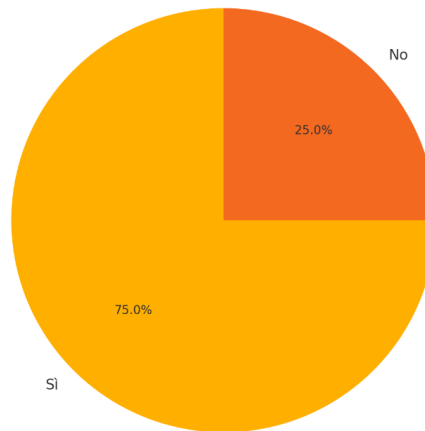


Grafico 2: Implementazione di soluzioni digitali innovative

Questo risultato conferma l'interesse concreto verso l'innovazione tecnologica.

### Budget destinato all'innovazione digitale

L'allocazione di risorse economiche è fondamentale per comprendere il livello di impegno delle aziende. Il grafico seguente illustra la distribuzione delle percentuali di budget dedicate all'innovazione digitale.

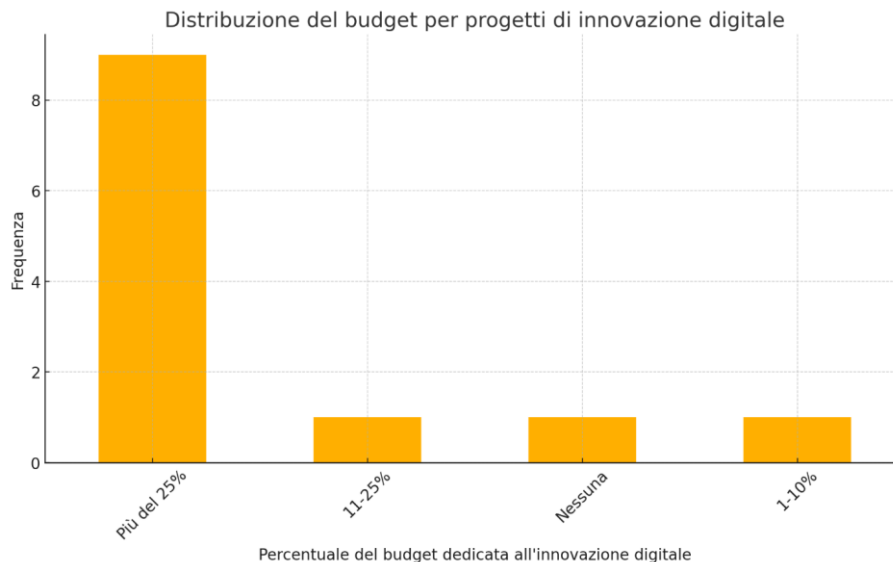


Grafico 3: Distribuzione del budget per progetti di innovazione digitale

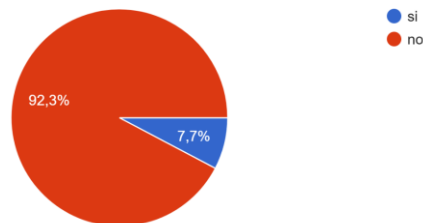
Si osserva che una quota significativa di imprese investe oltre il 25% del budget in progetti digitali, sottolineando l'importanza attribuita a questa area.



- La totalità delle aziende ha dichiarato di fare innovazione digitale.
- Il 60% ha implementato soluzioni digitali innovative negli ultimi due anni.
- L'importanza percepita dell'aspetto digitale nel settore culturale è alta, con una media di 4 su 5.

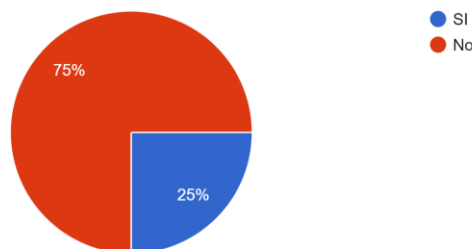
### Carenze nella data driven innovation

D1 Avete una banca dati di riferimento?  
13 risposte



Solo il 7% delle aziende dispone di una banca dati per l'elaborazione dei dati, il 50% prende decisioni basate sui dati e il 25% utilizza sistemi per la raccolta e l'analisi dei dati dei clienti. Questi numeri evidenziano una significativa lacuna nella capacità delle aziende di sfruttare il potenziale offerto dall'innovazione data-driven.

Avete un sistema per la raccolta e analisi dei dati dei clienti?  
12 risposte



La mancanza di sistemi strutturati per la gestione e l'analisi dei dati può limitare la capacità delle imprese di prendere decisioni strategiche basate su informazioni concrete. Ciò comporta una minore efficacia nel monitorare le preferenze dei clienti, identificare nuove opportunità di mercato e ottimizzare le operazioni aziendali.

Un altro aspetto critico è la carenza di formazione specifica in ambito data-driven. Molte aziende non dispongono di personale qualificato in grado di interpretare e analizzare i dati raccolti,



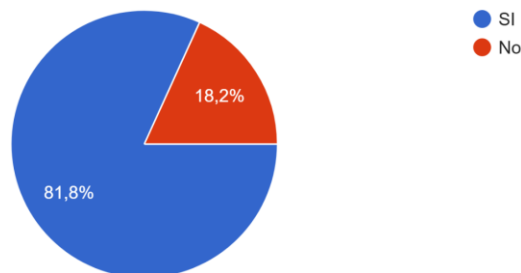
portando a una sottoutilizzazione delle risorse disponibili. Inoltre, la scarsa integrazione tra i vari sistemi digitali utilizzati dalle aziende complica ulteriormente l'elaborazione e la sintesi delle informazioni.

Infine, l'assenza di una cultura aziendale orientata ai dati rappresenta un ulteriore ostacolo. Le aziende che non promuovono una mentalità data-driven rischiano di rimanere indietro rispetto ai concorrenti che sfruttano appieno le tecnologie analitiche per guadagnare un vantaggio competitivo.

### Finanziamenti e priorità strategica

- Una maggioranza delle imprese è consapevole o ha già usufruito di fondi per la digitalizzazione.
- L'innovazione tecnologica è considerata prioritaria, con una media di 4 su 5 nella strategia aziendale.

A1 Siete a conoscenza o avete mai usufruito di fondi per la digitalizzazione?  
11 risposte



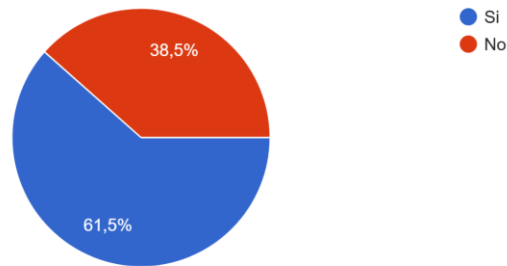
- Il budget destinato ai progetti digitali varia: alcune imprese investono oltre il 25%, mentre altre non dedicano risorse specifiche.

### Privacy e adattamento tecnologico

- L'adattamento alle nuove tecnologie è valutato con un punteggio medio di 3.5 su 5.
- Solo una parte delle aziende dispone di un sistema di tutela della privacy per i visitatori.

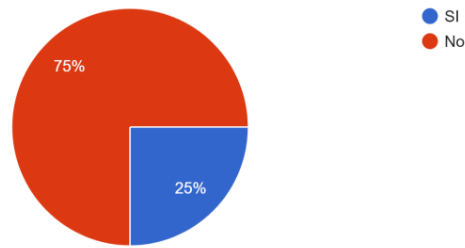
W3 avete un sistema di tutela alla privacy dei vostri visitatori?

13 risposte



Avete un sistema per la raccolta e analisi dei dati dei clienti?

12 risposte

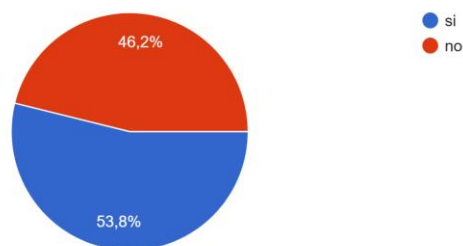


## Collaborazione e rete

- Le aziende valutano positivamente l'utilità di essere inserite in una rete multipla, con una media di 4 su 5.

D2 avete mai provato a fare rete con altre aziende del settore per fare sviluppo digitale?

13 risposte



- La frequenza di relazione con altre aziende del settore è moderata.

## Utilizzo degli strumenti digitali

- Il 50% delle aziende dispone di un sito internet e di pagine social aggiornate.
- Solo alcune aziende utilizzano strumenti di data tracing e promozione digitale.





- La frequenza di pubblicazione sui social è moderata, con una media di 2-3 nuovi contenuti settimanali.

### **Strumenti collaborativi e archiviazione**

- La maggior parte delle aziende ha familiarità con strumenti collaborativi come Google Drive.
- Alcune aziende hanno accesso a sistemi di archiviazione digitale, ma non è universale.

### **Conclusioni**

L'analisi dei dati mostra chiaramente che le imprese culturali italiane attribuiscono una notevole importanza all'innovazione digitale, sia come priorità strategica sia in termini di investimenti economici. La consapevolezza dell'importanza della digitalizzazione è un segnale positivo per il futuro del settore culturale, che potrà trarre vantaggio da processi più efficienti, una maggiore attrattività per il pubblico e nuove opportunità di mercato. Tuttavia, l'indagine evidenzia anche significative lacune, specialmente nell'area della data driven innovation. Solo una minima parte delle aziende dispone di sistemi avanzati per la raccolta e l'analisi dei dati, limitando le loro capacità di prendere decisioni informate e ottimizzare i processi aziendali.

Le barriere all'adozione tecnologica non sono tanto economiche quanto legate alle risorse umane, in particolare alla carenza di competenze e di formazione. La formazione del personale in ambito digitale avviene sporadicamente, nonostante l'aggiornamento continuo richiesto da tecnologie come l'intelligenza artificiale e il cloud computing. Inoltre, la mancanza di una cultura aziendale orientata ai dati e la scarsa integrazione tra i sistemi digitali in uso rappresentano ulteriori ostacoli che potrebbero rallentare il progresso del settore.

Un altro elemento rilevante è il livello limitato di adattamento alle nuove normative sulla privacy e l'uso di strumenti per la gestione della protezione dei dati dei visitatori. Sebbene vi sia una certa familiarità con strumenti collaborativi come Google Drive, l'accesso a sistemi avanzati di archiviazione e gestione digitale non è ancora universalmente diffuso.

### **Raccomandazioni**

- 1. Promuovere ulteriormente l'accesso a fondi per la digitalizzazione**  
Sviluppare campagne di sensibilizzazione per informare le imprese sulle opportunità di finanziamento disponibili, accompagnate da un supporto operativo per la presentazione di domande e la gestione dei fondi.
- 2. Organizzare workshop e corsi di formazione specifica**  
Potenziare le competenze digitali del personale attraverso percorsi formativi mirati e aggiornati, concentrandosi sulle tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale, la data analytics e le soluzioni cloud.
- 3. Favorire la creazione di reti collaborative**  
Incentivare la partecipazione a reti e cluster locali e nazionali per facilitare lo scambio di



buone pratiche, esperienze e risorse, migliorando la competitività complessiva delle imprese culturali.

**4. Implementare sistemi strutturati di raccolta e analisi dei dati**

Investire in strumenti avanzati per il tracciamento dei dati, come piattaforme di CRM e sistemi di business intelligence, al fine di migliorare la comprensione del mercato e ottimizzare le decisioni strategiche.

**5. Rafforzare la cultura aziendale orientata ai dati**

Introdurre programmi interni per promuovere una mentalità data-driven, sensibilizzando il personale sull'importanza di basare le decisioni aziendali su dati concreti e misurabili.

**6. Integrare soluzioni per la tutela della privacy**

Adottare sistemi più avanzati per garantire la protezione dei dati personali dei clienti e dei visitatori, in linea con le normative GDPR, migliorando al contempo la fiducia del pubblico.