

Crotone: riparte l'executive master in digital marketing



Si è svolto nella mattina di oggi, martedì 17 settembre, presso la Camera di commercio di Crotone, il seminario **“Digital: dalla formazione al lavoro per l’impresa di domani”**, organizzato dall’Ente camerale nell’ambito dei progetti Pid e Orientamento.

L’incontro è stato aperto dai saluti del Presidente della Camera di commercio **Alfio Pugliese** e dell’intervento del Dirigente Area qualità di Dintec-Consorzio per l’innovazione tecnologica, il quale ha evidenziato i risultati del progetto PID attuato dal sistema camerale italiano evidenziando l’importanza delle reti di innovazione e della realizzazione di esperienze formative sul tema delle competenze digitali.

E’ seguita la presentazione del **“Rapporto sulla maturità digitale delle competenze professionali nelle imprese. I fabbisogni e le strategie nell’ambito della formazione”** a cura degli autori **Paola Sabella, Gaetana Rubino e Walter D’Amario**.

“La ricerca, in estrema sintesi, evidenzia come la provincia di Crotone abbia un forte ritardo in termini di maturità digitale e come investire in formazione sia l’unica strada percorribile per colmare questo gap – sono le parole del Presidente della CCIAA Alfio Pugliese a seguito della presentazione – lo studio ha avuto come scopo quello di fotografare il grado di maturità digitale delle imprese crotonesi.

L'intento è stato quello di comprendere come le imprese stiano rispondendo alle sfide della digitalizzazione, ineludibili per la loro sopravvivenza.

Con questo lavoro l'Ente camerale ha voluto reperire le informazioni necessarie al fine di comprendere le criticità e predisporre delle azioni correttive per valorizzare tale driver di sviluppo".

"I dati dimostrano tendenzialmente come in Provincia di Crotone le imprese abbiano grandi difficoltà a digitalizzarsi.

Infatti, il primo dato che emerge confrontando il grado medio di digitalizzazione italiano (2) con quello della provincia di Crotone (1,65) è che la provincia di Crotone risulta essere una tra quelle con il tasso medio più basso in Italia – sono le parole del Segretario Generale della Camera di commercio Paola Sabella – Anche se l'ente è risultato con il suo PID – Punto Impresa Digitale – tra i più attivi a livello Italiano, classificandosi all'ottavo posto in termini di questionari Selfi compilati, i dati dimostrano come le imprese abbiano una maturità digitale che in provincia non va oltre il binomio Apprendista- Esordiente che si attesta al 78,94%, mentre la media nazionale è del 58,52%, segno di come le imprese abbiano nella maggior parte competenze molto esigue".

"Il Rapporto basato su due strumenti di assessment Selfi e Zoom, ha fornito una serie di dati negativi che evidenziano come sia doveroso investire in formazione qualificata e d'eccellenza nel settore del digitale – ha concluso il Segretario generale Sabella – L'unico modo affinché si possa colmare queste criticità consiste nell'avvalersi delle opportunità della digitalizzazione".

Ha fatto seguito la presentazione di un focus sui bisogni professionali delle imprese crotonesi in ambito digitale: "Quanto emerge dal rapporto in termini di fabbisogni da parte delle aziende e investimenti in tecnologia, attesta che, se da

un lato si dovrà puntare a qualificare la domanda di lavoro incrementando la consapevolezza delle aziende crotonesi sull'importanza del digitale e sui benefici legati all'introduzione delle innovazioni digitali in termini di miglioramento dell'efficienza, dell'efficacia e di posizionamento competitivo, dall'altro si dovrà perseguire il miglioramento dell'offerta di lavoro in termini di rispondenza alle nuove esigenze delle imprese – ha spiegato la Responsabile del Servizio Promozione e del PID Claudia Gateana Rubino – una formazione sul tema del digitale, sia essa destinata alle imprese che agli studenti non solo è estremamente utile ma non può prescindere dalla disamina delle tre dimensioni: cognitiva, tecnologica ed etica.

Solo se tali sfere saranno ben alimentate ed equilibrate, allora il digitale potrà diventare uno strumento di facilitazione dell'incontro tra domanda di lavoro e offerta di lavoro finalizzato al miglioramento del benessere sociale ed allo sviluppo economico della nostra provincia”.

Il rapporto ha anche indagato l'uso che le imprese crotonesi fanno del digital marketing.

“I dati dimostrano come sull'uso del digital marketing la strada giusta sia ancora molto lontana. Molte imprese, ad esempio, hanno un sito (58,59%) aggiornato e responsive (85,36%), ma la maggior parte di questi ha valori Seo bassissimi, cosa che evidenzia come non ci sia la consapevolezza di come questi strumenti siano fondamentali. Per i social media vale la stessa cosa, le imprese sono presenti ma hanno un engagement bassissimo (2%). – ha affermato Walter D'Amario, direttore del Master in Digital Marketing e autore del rapporto –Il dato che però dimostra, a mio avviso, come le imprese non abbiano veramente contezza degli strumenti del digital marketing è che solo il 39,40% di esse sia presente con una pagina di Google Business”.

Vista la necessità d'investire in formazione la Camera di

commercio di Crotona ha fortemente voluto la II Edizione del Master in Digital Marketing che riparte a seguito del successo della prima edizione.