



News – 13 novembre 2020

IL FUTURO DELLE PMI ITALIANE RISIEDA NELL'EXPORT DIGITALE



Con la pandemia da Covid-19 oltre il 50% dei consumatori italiani ha fatto ricorso agli acquisti on-line, rivolgendosi non solo ai grandi marketplace multimarca come Amazon, Ebay ecc., ma anche alle piattaforme digitali delle piccole aziende locali e non.

Il lockdown non solo ha accelerato la transizione delle PMI verso l'e-commerce, ma ha altresì modificato le abitudini di consumo degli italiani che, oltre ai prodotti dell'elettronica e dell'abbigliamento, hanno esteso l'acquisto on-line anche agli alimenti e agli articoli per la casa e l'intrattenimento.

I cambiamenti radicali del mercato dovuti al lockdown resteranno definitivi e irreversibili, posto che la pandemia ha generato un'accelerazione di anni verso il futuro; ne consegue che le aziende che rimarranno indietro negli investimenti digitali avranno perso l'intera accelerazione di anni condensata nel 2020.

Questo trend sta spingendo molte PMI a trasformare il proprio business mediante il passaggio all'utilizzo dei canali digitali.

E', pertanto, ormai comprovato che la chiave per il rilancio delle PMI sta nell'export digitale come nuovo modo di fare

business internazionale attraverso l'utilizzo dei marketplace e dell'e-commerce.

E' proprio questo il momento in cui le PMI debbono trasformarsi in smart company e istituire canali di relazione diretta con i clienti finali, conseguendo un notevole rafforzamento del brand dell'azienda nei confronti del consumatore.

Il mercato di sbocco dell'export digitale dei prodotti italiani è in primo luogo quello europeo (53,2%), seguito dall'Asia (23%) e dalle Americhe (18%). Attualmente i prodotti più venduti on-line all'estero sono quelli della moda (abbigliamento, scarpe, accessori), seguiti dal food e dall'arredamento.

A sostegno del ruolo strategico del digitale nell'internazionalizzazione delle imprese, il Piano per l'Export, lanciato dal nostro Governo lo scorso giugno, contiene disposizioni a favore dell'e-commerce tese ad agevolare accordi con le piattaforme digitali internazionali e a facilitare l'accesso delle PMI ad un numero sempre maggiore di marketplace oltreché alle fiere digitali.

Anche i principali social-media stanno investendo per aiutare le PMI ad utilizzare i canali digitali per superare la crisi pandemica, fornendo loro informazioni, prodotti e programmi per lo sviluppo del digital marketing e dell'export attraverso le vendite on-line.

BACCIARDI and PARTNERS con il proprio Dipartimento di Diritto delle Tecnologie e Digital Innovation è in grado di supportare le aziende nell'adozione delle migliori strategie di innovazione tecnologica, nella individuazione di piattaforme e strumenti digitali di gestione del commercio internazionale, oltreché nella regolamentazione dei rapporti con i provider informatici, logistici e finanziari, come pure nella compliance privacy e diritto dei consumatori.