

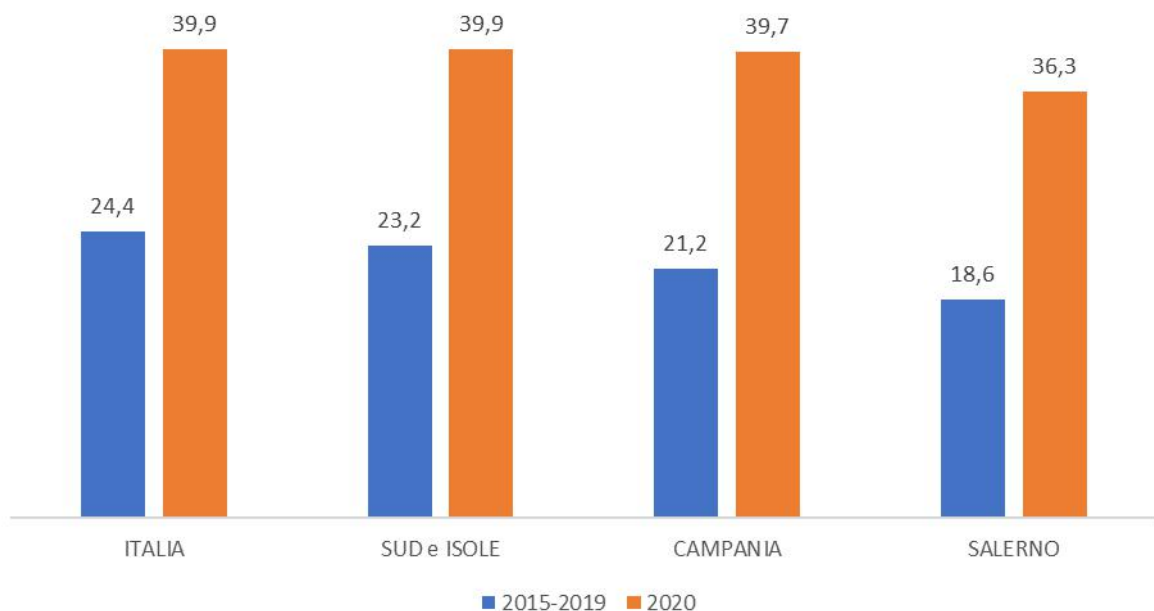


GLI INVESTIMENTI IN DIGITAL MARKETING

Gli investimenti in digital marketing da parte delle imprese nel 2020.

La pandemia e il lockdown hanno costretto gli italiani a confrontarsi in maniera più attiva con internet e il mondo online, tanto che le imprese hanno dovuto accelerare il processo di apertura commerciale verso questo canale. Le nuove abitudini digitali dei cittadini implicano una sempre maggiore attenzione all'uso degli strumenti online per analizzare i dati dai mercati, per ascoltare le esigenze dei clienti e trasformare i propri business. Analizzando gli investimenti strategici in digital marketing, ossia la quota di imprese che hanno dichiarato di aver investito "molto" e "moltissimo" in questa innovazione di business, occorre dire, dati a livello nazionale, che c'è stato un notevole incremento dal 24,4% del periodo pre-covid al 39,9% del 2020, ed è diminuito il differenziale fra la nostra provincia, Salerno, ed il resto di Italia, il gap si è ridotto, di 3 punti percentuale rispetto ai 6 punti percentuale del periodo pre-covid.

Investimenti in DIGITAL MARKETING

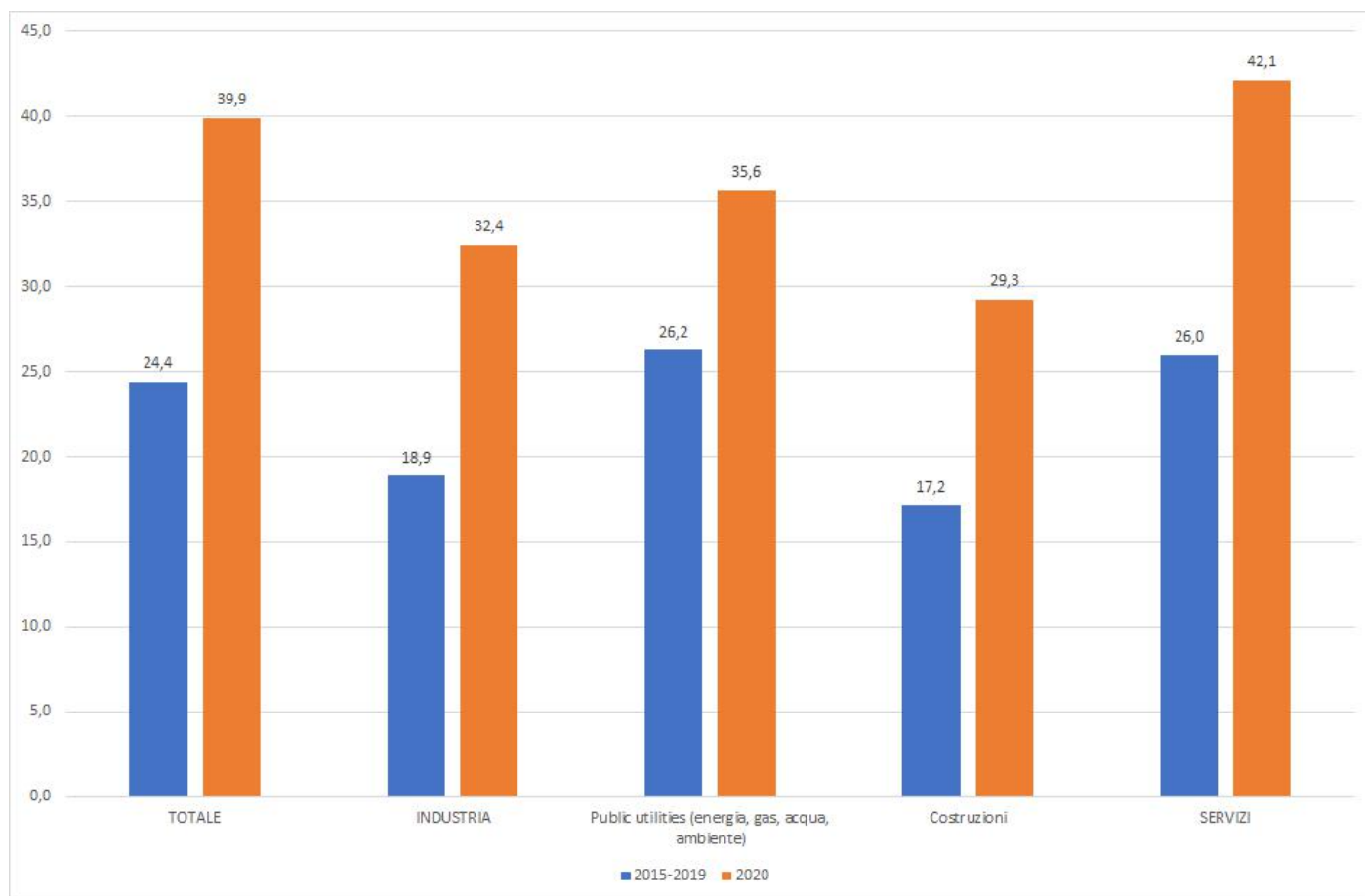


Fonte: Unioncamere - ANPAL Sistema Informativo Excelsior, 2020



Andamento dei Settori

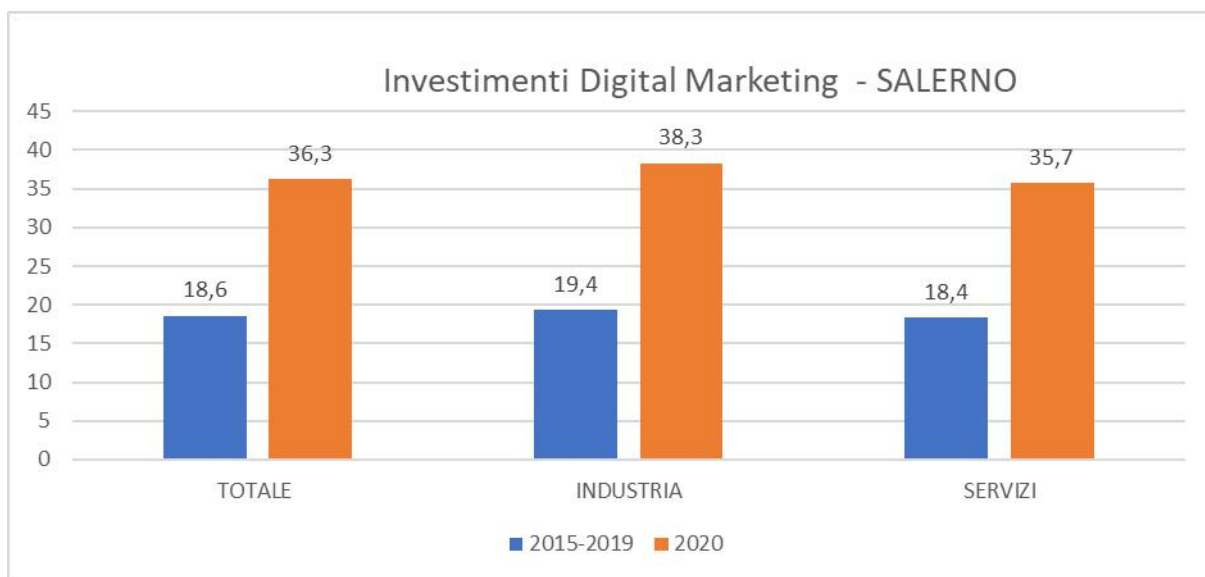
Per quanto concerne i macro settori di attività al primo posto i servizi con il 42,1% nel 2020 (contro il 26% del periodo precedente), a seguire public utilities con il 35,6% (contro il 26,2% del 2015-2019), l'industria passata dal 18,9% del pre-covid al 32,4% del 2020, all'ultimo posto il settore costruzioni con il 29,3%.



Investimenti effettuati dalle imprese in digital marketing per livello di importanza "molto e "moltissimo" (quote % sulle imprese che hanno effettuato investimenti per macrosettore di attività – ITALIA

Fonte: Unioncamere - ANPAL Sistema Informativo Excelsior, 2020

Analizzando i settori di attività della provincia salernitana emerge, in linea con il trend nazionale, un incremento significativo degli investimenti in tutte le aree.



In particolare riguardo al settore dei SERVIZI occorre sottolineare il balzo in avanti degli investimenti strategici in marketing digitale del **“commercio al dettaglio, all’ingrosso e riparazione di autoveicoli e motocicli”** passato dal 12,7% del pre-covid al 37,7% del 2020 (+ 25 p. p.) e i **“servizi di alloggio e ristorazione; servizi turistici”** rimasti abbastanza in linea, dal 23,5% al 29,2%, a conferma di un’attività che si era già spostata verso gli investimenti online del marketing. I settori dei servizi con la quota più bassa di investimenti strategici sono i **“servizi culturali, sportivi e altri servizi alle persone”** che hanno comunque incrementato di +10 p.p. rispetto al periodo pre-covid.

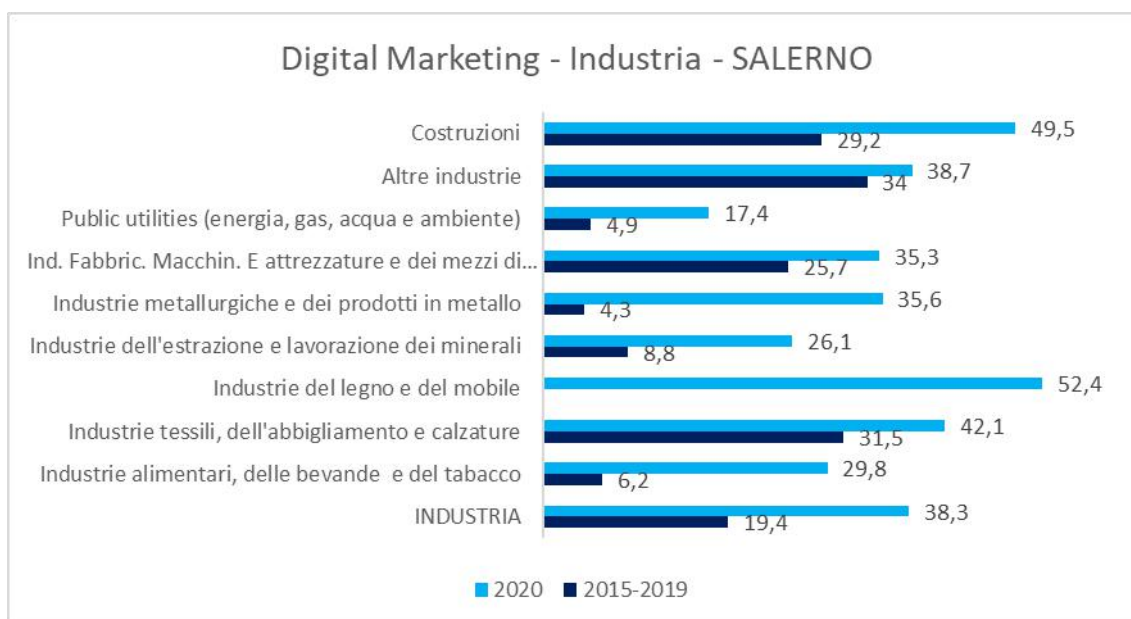


Fonte: Unioncamere - ANPAL Sistema Informativo Excelsior, 2020



Analogamente il settore dell'INDUSTRIA presenta un incremento generalizzato nell'investimento relativo allo sviluppo di nuovi modelli di business, in particolare del digital marketing, di +19 p.p. e dove il settore delle **"industrie metallurgiche e dei prodotti in metallo"** è passato dal 4,3% del periodo pre-covid al 35,6% del 2020 con un aumento del + 31 p.p.

Importante sottolineare l'incremento (+24 p.p.) delle **"industrie alimentari, delle bevande e del tabacco"** passate dal 6,2% al 29,8% nel 2020, a dimostrazione che nell'ultimo anno all'attenzione dei consumatori verso il settore alimentare online è corrisposto un aumento degli investimenti in digital marketing. Le industrie con una minore quota di incremento sono le **"industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature"** passate da un 31,5% ad un 42,1%, attività queste dove vi era già un'attenzione verso questa tipologia di investimenti e l'apertura commerciale verso questo canale.



Fonte: Unioncamere - ANPAL Sistema Informativo Excelsior, 2020



“Punto Impresa Digitale” (PID) - CCIAA SALERNO

Le imprese iscritte alla Camera di Commercio di Salerno che vogliono avviare, o hanno già avviato, un percorso innovativo in ottica 4.0 possono usufruire di SELF4.0, un servizio messo a disposizione da PIDMed, Punto Impresa Digitale a vocazione mediterranea, promosso dalla Camera di Commercio di Salerno, in partnership con il programma Societing 4.0 dell'Università degli Studi di Napoli “Federico II” e il supporto di UnionCamere.

Come Impresa vuoi capire qual è il tuo livello di digitalizzazione di partenza o capire a che punto sei? Compila il SELF4.0 e misura la tua maturità digitale!

<https://www.pidmed.eu/selfi40/>

Il SELF4.0 è un test di autovalutazione utile a rilevare, attraverso l'analisi dei processi interni, quanto un'impresa è digitale e la sua capacità di introdurre innovazioni organizzative per modificare, efficientandolo, il proprio modello di business. Si possono individuare le #tecnologie più idonee alla propria realtà e al proprio #business, o fornire (ove opportuno) servizi di orientamento personalizzati verso strutture tecnologiche più specializzate.

Per essere sempre aggiornati sulle iniziative e sui bandi:

<https://www.sa.camcom.it/promozione/pid-punto-impresa-digitale>

[Clicca qui per consultare le news economiche e le attività della CCIAA di Salerno](#)

Per informazioni: Ufficio Statistica e Prezzi
tel.: 089 3068461 – statistica@sa.camcom.it