

COME APPROCCIARE LA DIGITALIZZAZIONE AZIENDALE

Le vie della digitalizzazione: una ricerca di Pandora Rivista in cui è inserito anche il caso di CNS.

La **digitalizzazione aziendale** è un processo di trasformazione che coinvolge tutte le aree e i livelli di un'impresa, richiede un'attenta pianificazione a livello strategico e consiste nell'implementazione di strumenti e tecnologie digitali in grado di rendere più efficienti i flussi di lavoro. In altre parole, la trasformazione digitale di un'impresa passa dalla capacità di saper sfruttare le opportunità offerte dalle nuove tecnologie allo scopo di automatizzare le attività e rendere i processi aziendali più fluidi e veloci, ottimizzando dunque il business. Tuttavia, la digitalizzazione aziendale non si limita solo all'impiego delle nuove tecnologie e alla dematerializzazione documentale, ma spinge le organizzazioni a **ripensare i propri valori**, le proprie **visioni**, nonché **l'organizzazione del lavoro** al proprio interno. Il processo di digitalizzazione delle imprese mette in discussione i vecchi modelli operativi e **abbraccia un cambiamento non solo tecnologico** ma anche **culturale e sociale**, che crea nuove connessioni tra persone, luoghi e cose, incentivando la trasparenza, la condivisione e l'inclusione di tutto l'ecosistema aziendale.

Pandora Rivista, per conto di Fondazione Unipolis e in collaborazione con Impronta Etica, ha portato avanti nel 2021 una ricerca dal titolo "**Le vie della digitalizzazione. Le strategie delle imprese attraverso e oltre la crisi Covid-19.**". La ricerca indaga l'impatto della crisi innescata dalla pandemia sui processi di digitalizzazione delle imprese e mira ad approfondire le strategie messe in campo dalle aziende per rispondere alle sfide e criticità sollevate dalla digitalizzazione. La ricerca è divisa in due parti. La prima parte discute, a partire da un esame della letteratura scientifica, le teorie della digitalizzazione e della trasformazione digitale, proponendo una panoramica sulle tendenze della digitalizzazione a livello europeo e nazionale. Nella seconda parte del report vengono invece restituiti i risultati di un'analisi empirica di sei casi di studio: **Cadai, CAMST, CNS, Coop Alleanza 3.0, Granarolo, TPER.**

Elemento caratterizzante della ricerca è la scelta di leggere i processi di digitalizzazione come trasformazioni che potenzialmente riguardano la vita dell'intera azienda, sulla base di un **approccio ecosistemico**. Al tempo stesso è presente l'idea che la digitalizzazione non sia un processo unilineare, necessario e deterministico, ma che esista una pluralità di "**vie alla digitalizzazione**", che possono essere declinate a partire dalla specifica cultura e identità delle singole realtà aziendali.

Come anticipato, **anche CNS ha partecipato alla ricerca**. Dal report emerge che CNS è particolarmente attenta alle dinamiche e opportunità inerenti ai processi di digitalizzazione, dimostrando una forte "maturità digitale" che deriva da un percorso di trasformazione avviato ormai da diversi anni e che le ha permesso di potenziare la propria capacità di reagire di fronte a crisi come quella pandemica. In altre parole, CNS ha dimostrato di avere una grande **attenzione all'innovazione**, con un monitoraggio costante del livello e un forte investimento in tecnologia e ricerca.

All'interno della ricerca sono stati infine identificati alcuni **suggerimenti per le imprese** che vogliono approcciare in maniera strategica una transizione digitale:

1. Impostare o approfondire un percorso volto a elaborare una **completa strategia di digitalizzazione**, a partire da un approfondimento dell'identità, della cultura e dei valori dell'impresa.
2. Sviluppare una strategia digitale in stretta connessione con quella mirata a perseguire gli obiettivi di **sostenibilità**.
3. Dedicare sufficienti risorse – in termini di personale e mezzi – ai **team di IT** che possono ritrovarsi sottodimensionati con il perdurare della crisi pandemica.
4. **Condividere e diffondere** la strategia digitale all'interno dell'impresa.

5. Sperimentare, per quanto riguarda lo smart working e la riorganizzazione dei luoghi di lavoro, **soluzioni ibride** in modo da individuare le soluzioni più adeguate alle specifiche esigenze aziendali.
6. Allestire contesti per “**l’allenamento alla digitalizzazione**”, ovvero attività e progettualità che stimolino sia il ripensamento delle modalità di lavoro abituali, sia l’esplorazione di ulteriori possibilità in risposta ai bisogni di clienti e utenti.

In conclusione, la digitalizzazione rappresenta dunque una **sfida** con cui le imprese sono chiamate a confrontarsi seppur in modi, forme e gradi differenti. Inoltre, la **dimensione culturale** dell’azienda assume un ruolo centrale per riuscire ad approcciare in maniera strategica la transizione digitale.