

Digitalizzazione, ecco come l'Europa si prepara per diventare la nuova Silicon Valley

Date : 10 febbraio 2016



Il mercato digitale unico getterà le basi per traghettare il vecchio continente verso uno scenario di innovazione. Obiettivo: competere con i colossi digitali statunitensi e cinesi. Una ricerca promossa da Ricoh Europe fa il punto della situazione.

Quando si pensa alle imprese particolarmente innovative in ambito digitale, quelle europee non sono di certo in cima alla lista. Uber, Facebook, Apple e Google – come oltre la metà delle aziende nella [“Global Top 100 companies” di PwC](#) – sono aziende statunitensi. I giganti tecnologici Alibaba e Tencent mostrano invece come la Cina stia giocando un ruolo sempre più importante nello scenario globale.

E le aziende europee?

[Il 59% delle aziende europee sta in qualche modo abbracciando il digitale](#) ma, nonostante questo dato, l'Europa continua a restare indietro. Lo studio ['Digital Marketplace: Hope or Hype?'](#), commissionato da Ricoh Europe e realizzato da Coleman Parkes, rivela che soltanto l'8% delle aziende europee è pronto per il mercato unico digitale. A frenare le aziende non è la mancanza di volontà di espandere il proprio business: infatti, secondo la ricerca la maggior parte delle imprese (65%) sta pianificando di sviluppare le attività in altri Paesi del continente nei prossimi cinque anni. È invece il mosaico di normative a rallentare la trasformazione digitale. I governi e gli enti regolatori sono consapevoli di questo freno e stanno ponendo le basi per eliminarlo.

Il mercato che verrà

Il mercato unico digitale – che prevede [una serie di iniziative](#) da attuare entro la fine del 2016 – consentirà di fare passi in avanti nell'ambito dell'Agenda Digitale della Commissione Europea. Standardizzazione delle normative, eliminazione del geo-blocking, revisione dell'Iva e delle regole sul copyright sono alcune delle azioni prioritarie per uniformare il mercato europeo online affinché in qualsiasi Paese dell'UE gli stessi contenuti, gli stessi prodotti e servizi siano disponibili ai medesimi prezzi. La maggior parte degli intervistati ritiene che i vantaggi del mercato unico digitale sarebbero molteplici e riguarderebbero in particolare:

- l'incremento del numero di clienti dei Paesi dell'UE (56% degli intervistati)
- la possibilità di entrare in nuovi mercati europei (52%)
- una maggiore efficienza all'interno delle proprie aziende (44%)

Riducendo la complessità dei mercati tradizionali, il digital single market e i suoi 500 milioni di consumatori rappresentano una grande opportunità di crescita per le aziende. Si stima infatti che il mercato unico digitale apporterà all'economia europea 415 miliardi di euro ogni anno.

È tempo di fare sul serio

Digitalizzando e standardizzando i processi fin da ora le aziende europee otterranno vantaggio competitivo e l'Europa potrà giocare una parte di rilievo sul palcoscenico globale. In che modo gestire il cambiamento? Prima di tutto le organizzazioni devono analizzare i processi esistenti perché questo è fondamentale per riuscire ad espandersi oltre frontiera. Una volta "fotografata" la situazione di partenza le imprese possono concentrarsi sul miglioramento delle modalità operative per aumentare l'efficienza necessaria a operare in un mercato globale. Un aspetto rilevante è la standardizzazione dei sistemi con l'obiettivo di ridurre i costi e aumentare la produttività.

Secondo la ricerca di Ricoh Europe, il numero delle aziende europee che commercializza i propri prodotti e servizi in un solo Paese si ridurrà al 21% del totale entro il 2020 (attualmente sono circa la metà). L'introduzione del mercato unico digitale rappresenta dunque una svolta. Ogni azienda sarà in contatto con milioni di nuovi consumatori e l'innovazione non avrà più limiti. Tutto è dunque pronto per una Silicon Valley europea.