Digitalizzazione food & hospitality, i dati raccolti da una ricerca

digitalizzazione-dd92946f

Qonto, la soluzione di gestione finanziaria che risponde alle esigenze di PMI e professionisti e ProntoPro, il marketplace per servizi professionali leader in Italia, presentano lo scenario attuale in materia di digitalizzazione per le imprese e i professionisti del settore Food & Hospitality in Italia.

La pandemia e le misure per contenerla hanno segnato un’**accelerazione della digitalizzazione in tutti i settori**, sia per le aziende che per i consumatori, portando ad una permeazione nella quotidianità di strumenti digitali. Il bisogno di trasformarsi è stato particolarmente evidente per imprese e professionisti, per cui la **conversione al digitale** gioca oggi un ruolo ancor più cruciale e rappresenta non più solo un'opportunità, ma una **necessità fondamentale per rimanere competitivi** sul mercato.

I dati raccolti da Qonto e ProntoPro dimostrano, infatti, come il digitale si sia ormai **affermato tra le aziende del settore** come un canale fondamentale per attrarre nuovi clienti, mantenere e accrescere la competitività del proprio business nella fase di “new normal” e ottimizzarne la gestione.

Il digital nelle aziende del settore Food & Hospitality
La trasformazione sta impattando i processi di business, tanto verso l'esterno, con **nuovi canali di vendita e distribuzione di prodotti e servizi ai propri clienti**, quanto all’interno, attraverso una nuova organizzazione del lavoro: per quasi il 90% delle imprese, secondo una ricerca di Qonto e ProntoPro, i servizi e strumenti digitali sono utili per **ottimizzare il lavoro di team** e per quasi l’80% di esse sono particolarmente efficaci per rendere più efficiente il lavoro da remoto. Un dato leggermente al di sotto della media nazionale di altri settori, che dimostra però una crescente fiducia nei confronti del digitale.

Cresce l’utilizzo di pagamenti e strumenti finanziari digitali
Sempre secondo il sondaggio svolto da Qonto e ProntoPro, l’83% circa delle imprese e dei professionisti del settore Food & Hospitality utilizza **servizi finanziari digitali** quali banking online o strumenti per ottimizzare la gestione delle spese aziendali e la contabilità, e oltre il 70% di questi dichiara di aver aumentato l’utilizzo di questi strumenti in seguito allo scoppio della pandemia. Inoltre, oltre il 90% delle aziende, ritiene che i servizi finanziari digitali permettano di risparmiare tempo nella gestione del business.

Oltre il 90% delle imprese e dei professionisti del settore utilizza **strumenti di pagamento digitale**, come ad esempio **POS Mobile** o sistemi come **Satispay** e PayPal: un dato in questo caso ben al di sopra della media italiana che si attesta attorno al 70% circa. Oltre il 59% delle aziende del settore Food & Hospitality, in particolare, ha adottato **nuovi strumenti di pagamento alternativi al contante** a partire dall’emergere della pandemia, confermando un trend trainato dal cambiamento delle abitudini di consumo e da misure come il Cashback di Stato e il credito d'imposta sulle commissioni POS per i commercianti.

La crescita dell’adozione di strumenti finanziari e di pagamento digitali nel settore Food & Hospitality è dimostrata anche dal confronto con i dati raccolti da Qonto attraverso un’indagine sulla propria customer base del mondo food condotta nel primo trimestre 2021. Secondo la survey, nel primo anno dallo scoppio della pandemia circa il 40% delle imprese aveva aperto un **conto business online** - come Qonto - per far fronte alle necessità dettate dall’emergenza, il 35% aveva aumentato i pagamenti online e il 33% aveva dichiarato di utilizzare maggiormente la carta rispetto al contante.

Le imprese puntano su piattaforme e marketplace online per far crescere il business
Con le restrizioni attuate per contenere l’emergenza sanitaria, per molti business la promozione della propria attività attraverso canali online è stata ancor più importante. Secondo la ricerca di Qonto e ProntoPro, quasi l’83% delle imprese e dei professionisti del settore Food & Hospitality **promuove la propria attività attraverso strumenti digitali**, dai social, ai motori di ricerca, a marketplace generici o specifici. Anche in questo caso si tratta di un dato ben al di sopra della media nazionale di tutti i settori, che si attesta al 75% circa. Inoltre, il 73% circa delle imprese e dei professionisti che hanno adottato questi strumenti, dichiara che il loro utilizzo è aumentato in seguito allo scoppio della pandemia.

A ulteriore testimonianza dell’importanza che le imprese del settore Food & Hospitality attribuiscono agli strumenti digitali funzionali alla **promozione del business online**, l’indagine evidenzia come il marketing e **l’advertising digitale**, a pari merito con i programmi per e-commerce, siano l’area strategica di investimento più scelta dalle imprese nel 2022: il 45% delle aziende intervistate da Qonto

e ProntoPro, infatti, ha menzionato questi canali tra i propri investimenti previsti per l’anno in corso.