

Trasformazione digitale e creazione di valore: quali correlazioni esistono?



Francesco Lipari < <Https://Www.giornaledellepmi.it/Author/Francesco-Lipari/> >

27 Ottobre 2021

0 0



È abbastanza “logico” immaginare che esista una correlazione tra queste due variabili. Ne è prova evidente il moltiplicarsi e l'affermarsi sul mercato di start-up “native digitali” finanziate da “angel investor” e “venture capitalist”. O ancora dall'evoluzione del “retail” che, pur essendo un settore estremamente tradizionale, vede consolidarsi modelli di vendita “omnichannel” a complemento dell'esperienza “fisica” – con target significativi (15%-20% su totale vendite).

Qualche ulteriore dato quantitativo inizia ad essere disponibile. Nella [Ricerca “La maturità digitale delle PMI: a che punto siamo?” < https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/pmi-innovazione-digitale-mercato>](https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/pmi-innovazione-digitale-mercato) dell'Osservatorio Innovazione Digitale nelle PMI del Politecnico di Milano, ad esempio, è stata studiata la correlazione tra maturità digitale e performance economica. Lo studio, condotto su un campione di PMI italiane, utilizza un modello di valutazione della maturità digitale che considera 22 indicatori correlati a due dimensioni: trasformazione digitale dei processi e cultura digitale.

Dalla ricerca emerge che le PMI valutate più mature digitalmente presentano, rispetto alle altre, metriche di performance economiche migliori, in particolare:

- +28% utile netto
- +18% margine di profitto
- + 11% valore aggiunto
- +11% ebitda

Soffermiamoci a questo punto su uno di questi indicatori: l'ebitda.

Nella prassi aziendale tale indicatore è considerato un'approssimazione del cash flow generato dalla gestione corrente. Il valore di un'azienda, sempre nella prassi aziendalistica, è quantificato

- attraverso una attualizzazione dei flussi di cassa che l'azienda prevede di realizzare negli anni successivi o,
- attraverso l'applicazione di multipli “comparabili” ad applicati proprio alla misura dell'ebitda.

Ed ecco quindi una importante evidenza: maggiore maturità digitale = migliore ebitda > valore aziendale.

A fronte di questi risultati, le analisi di maturità digitale dovrebbero essere incluse ad esempio nei processi di valutazione aziendale in occasione di operazioni straordinarie di acquisto/vendita cessione, o di semplice self assessment nei casi in cui gli imprenditori vogliono valutare lo stato dell'arte della propria azienda e indirizzare le linee strategiche future. A seconda del grado di maturità raggiunta e dell'eventuale sviluppo previsto a piano, le variabili impattate possono essere alternativamente i flussi di cassa prospettici oppure il tasso di attualizzazione nella sua componente di rischio. Anche in questo senso la ricerca dell'osservatorio offre uno spunto importante: le aziende con più elevata maturità digitale hanno subito minori impatti operativi dalla pandemia COVID 19, indice del fatto che la trasformazione digitale diventa un abilitatore nella gestione e mitigazione del rischio di continuità aziendale nel medio – lungo periodo.

Le principali aziende di consulenza hanno costruito dei modelli per valutare il livello di maturità digitale raggiunta dalle aziende: un complesso articolato di domande sulle diverse dimensioni dei modelli operativi che consentono anche di condurre dei benchmark, a tutto vantaggio anche delle PMI che, generalmente, non dispongono delle risorse interne per sviluppare tali modelli.

Perché vengono indagati proprio i modelli operativi? Perché è attraverso di loro e prima ancora attraverso i processi interni che la tecnologia influisce sul valore d'azienda.

Ne parleremo più diffusamente nel prossimo articolo.

Tags:

[trasformazione digitale < https://www.giornaledellepmi.it/tag/trasformazione-digitale/>](https://www.giornaledellepmi.it/tag/trasformazione-digitale/)

Previous Post

Così come un diamante, anche uno slogan può...
≤

<https://www.giornaledellepmi.it/così-come-un-diamante-anche-un-slogan-può-essere-per-sempre/>

Next Post

Nel terzo trimestre 2021 il commercio digitale in...
≤


<https://www.giornaledellepmi.it/nel-terzo-trimestre-2021-il-commercio-digitale-in-italia-e-cresciuto-del-15-e-si-prevede-ancora-un-natale-da-record-per-le-commerce-ma-attenzione-all'aumento-dei-prezzi/>

Devi [accedere < https://www.giornaledellepmi.it/wp-login.php?redirect_to=https%3A%2F%2Fwww.giornaledellepmi.it%2Ftrasformazione-digitale-e-creazione-di-valore-quali-correlazioni-esistono%2F%23respond>](https://www.giornaledellepmi.it/wp-login.php?redirect_to=https%3A%2F%2Fwww.giornaledellepmi.it%2Ftrasformazione-digitale-e-creazione-di-valore-quali-correlazioni-esistono%2F%23respond) per postare un commento.

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. [Scopri come i tuoi dati vengono elaborati < https://akismet.com/privacy/>.](https://akismet.com/privacy/)

