

**Innovazione.** Dotazioni arretrate

## Tecnologia ancora fuori dai cancelli delle Pmi

Le Pmi iniziano solo ora a comprendere il vantaggio che gli investimenti in tecnologia e le relazioni con università e parchi scientifici possono offrire. Emerge dalla ricerca «Dall'economia dell'esperienza all'economia della conoscenza diffusa: sfida per le Pmi» realizzata da Salone d'impresa in collaborazione con Cisco Italy. Così fax e centralini tradizionali sono di casa nelle aziende al di sotto dei dieci addetti, dove appena il 20% conosce e usa Skype.

Servizi ► pagina 4

### L'USO DI SKYPE

20%

#### La percentuale

Chi conosce e usa Skype nelle aziende con meno di dieci dipendenti

### L'USO DEL FAX

17%

#### La percentuale

Grado di utilizzo del fax nelle aziende con dipendenti compresi tra 100 e 250

# Tecnologia, nelle Pmi sopravvive l'era del fax

## Resta limitato l'uso di sistemi comunicativi evoluti

**Ferdinando Azzariti**

VENEZIA

« Fax e centralini tradizionali nella totalità delle realtà al di sotto dei dieci addetti, dove appena il 20% conosce e usa Skype. Percentuale - quella relativa a Skype - che sale al 42% nelle aziende fra i 100 e i 250 addetti, dove nel 100% dei casi viene usata la mail, mentre la presenza di un centralino IP (una piattaforma di comunicazione aziendale integrata) scende al 25 per cento.

Non solo: tecnologia vista dall'imprenditore prevalentemente come un costo e non un investimento, una variabile non importante delegata all'IT manager, oppure una variabile da monitorare sui costi ed un male necessario. Mentre le Università e i Parchi scientifici, visti come soggetti con cui avere rapporti innovativi, sono luoghi in cui non si produce per le aziende, in cui il tempo sembra fermarsi, luoghi comunque attrezzati e guidati dalle istituzioni.

Le piccole e medie imprese del Nord-Est si dimostrano realtà dinamiche, con una comprensione chiara delle strategie vincenti, del mercato in cui operano e dell'organizzazione che devono darsi per cogliere le opportunità, ma iniziano solo ora a comprendere il vantaggio competitivo che gli investimenti in tecnologia e le relazioni con Università e parchi scientifici possono offrire loro. Lo rivela la ricerca "Dall'economia dell'esperienza all'economia della conoscenza diffusa: sfida per le Pmi" realizzata da Salone d'impresa in collaborazione con Cisco Italy.

Sono state coinvolte 250 Pmi

del Triveneto (50 del Trentino-A.A., 50 del Friuli-V.G., 150 del Veneto), di settori eterogenei (informatico, meccanico, costruzioni, automazione, legno-arredo, tessile, commercializzazione prodotti), tramite interviste dirette con gli imprenditori (effettuate dal settembre 2007 al gennaio 2008). Il campione è stato definito per classi di addetti, secondo una suddivisione dimensionale in quattro modelli imprenditoriali: 1-9 addetti (la Band), 10-49 (la Compagnia di ventura), 50-99 (la Tribù mobile) e 100-250 addetti (il Villaggio globale), con riguardo a modelli organizzativi adottati, innovazione (intesa principalmente come il rapporto con le Università e i Parchi scientifici) e tecnologia (realizzazione di brevetti, informatizzazione per lo sviluppo aziendale, utilizzo della stessa per la comunicazione interna ed esterna e per la gestione di modalità di lavoro "virtuali" o a distanza).

Ma se sul fronte strategia, mercato e organizzazione le imprese del Nord-Est si muovono già in maniera vincente, non così avviene per innovazione e tecnologia che rimangono per lo più al margine della plancia di comando dell'imprenditore: la ricerca può essere sviluppata anche in modo consistente all'interno, ma le realtà universitarie e di ricerca esterne sono scarsamente considerate; la tecnologia è adottata per scopi gestionali e di comunicazione, ma è quasi sempre vista come un centro di costo necessario e non necessariamente capace di sviluppare vantaggio competitivo.

Anche se gli imprenditori dicono di avere importanti obiettivi di crescita, pochi dichiarano di voler aumentare gli investimenti in tecnologia per il futuro: anzi, nei casi delle aziende più grandi si ritiene che nei prossimi tre anni si avrà una loro riduzione. La convergenza su IP delle reti dati, voce e video, il wireless e la mobilità sono visti più come fardelli, non

come investimenti in grado di generare valore strategico. Al crescere delle dimensioni e della struttura aziendale l'interesse e la conoscenza in merito aumentano, ma non risultano decisive: in genere ci si pone in una posizione da "follower" (inseguitori), restando in attesa di valutare, sulla base dell'esperienza di altri, se integrarle nella propria impresa o meno.

Eppure innovazione e tecnologia sono fondamentali per il "salto di qualità" che può trasformare un'impresa di successo in impresa di successo globale: lo dimostrano i casi delle aziende che si muovono anche su mercati esteri, quelle che di fatto meglio hanno compreso il valore dell'economia della conoscenza e lo hanno sfruttato per evolversi: il 12% di imprese del campione che ha dimostrato performance di crescita superiori alle altre, con percentuali anno su anno superiori al 20%, è costituito proprio da aziende in cui innovazione e tecnologia sono fattori controllati e considerati fondamentali quanto la strategia, i mercati e l'organizzazione.

«È necessario che anche l'economia della conoscenza approcci e sviluppi il sistema della rete, in particolare fra sistema produttivo e sistema Università, centri di ricerca locali, nazionali e internazionali - dice Michele Peloso, dirigente della Direzione Industria della Regione Veneto -. Ciò su cui puntare sono le risorse umane più qualificate, traino e stimolo per tutto il sistema produttivo». «Il settore manifatturiero continua a tenere, segno che i suoi fondamentali sono sani - continua Peloso -. Tuttavia, solo la continua innovazione permette all'economia di rafforzare posizioni di leadership. Quello che manca ancora è la ricerca che traini l'innovazione e anche la partnership pubblico-privato e un circuito di imprese».

*Presidente e curatore del Salone d'impresa*

### IN SINTESI

#### La comunicazione

• Nelle aziende con non più di dieci addetti il fax è presente per il 100%, la e-mail per il 75%, Skype per il 20 per cento. Nelle aziende con più di 100 dipendenti (e fino a 250) l'utilizzo del fax registra il 17%, l'e-mail il 100%, Skype il 42 per cento.

#### Sistemi tecnologici

• Dagli imprenditori intervistati la tecnologia viene vista prevalentemente come un costo e non come un investimento, una variabile non importante da delegare all'IT manager, un "male necessario".

#### Università e Parchi scientifici

• I due enti vengono considerati non tanto come partner per sviluppare innovazione quanto piuttosto come luoghi in cui non si produce per le aziende, luoghi attrezzati e guidati dalle istituzioni, luoghi in cui il tempo sembra fermarsi.

#### Brevetti

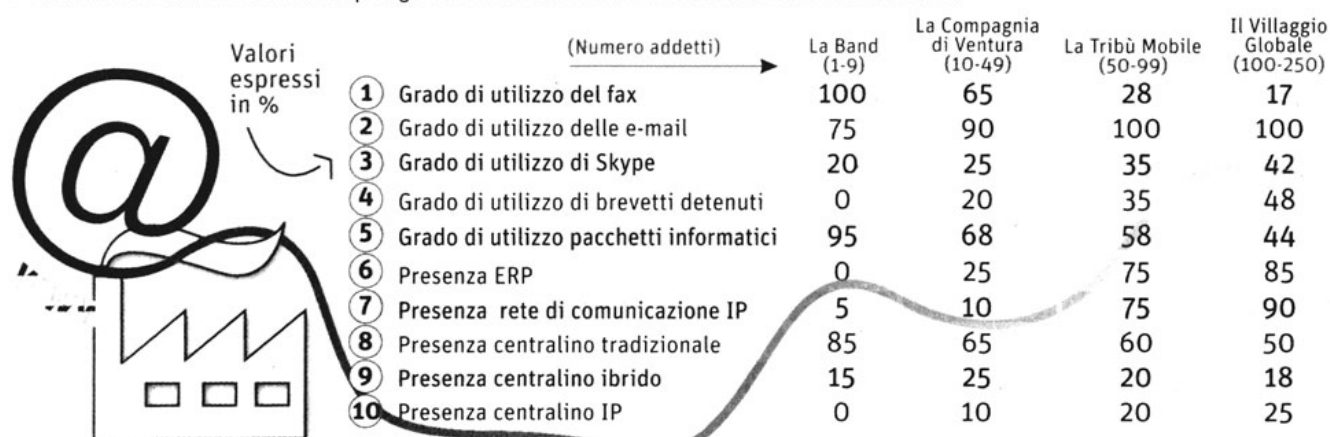
• La presenza di brevetti molto importanti si registra solo nelle grandi aziende (100-250 dipendenti); nessuno o qualche brevetto è presente nelle tipologie d'impresa più piccole.

#### La ricerca

• L'indagine condotta dal Salone d'Impresa in collaborazione con Cisco System su un panel di 250 Pmi del Nord-Est ha preso in esame aziende di settori eterogenei suddividendo il campione in quattro modelli: 1-9 addetti (la Band), 10-49 (la Compagnia di ventura), 50-99 (la Tribù mobile), 100-250 (il Villaggio globale).

## Gli strumenti utilizzati

■ Suddivisione dell'utilizzo delle tipologie di comunicazione a seconda delle classi dimensionali



## Come si muovono le imprese

■ I modelli imprenditoriali emergenti e l'approccio a tecnologia e innovazione

Key Factor	La Band (1-9 addetti)	La Compagnia di Ventura (10-49 addetti)	La Tribù Mobile (50-99 addetti)	Il Villaggio Globale (100-250 addetti)
<b>Famiglia imprenditoriale</b> (con visione e strategia)	Al centro l'imprenditore sul brevissimo periodo	Al centro l'imprenditore sul breve periodo	Al centro l'imprenditore sul breve-medio periodo	Al centro l'imprenditore e il suo gruppo sul medio periodo
<b>Mercati</b>	Regionali	Regionali-Italia	Italia-Europa	Europa-Mondo
<b>Organizzazione</b>	Semplice	Semplice-funzionale	Funzionale	Funzionale a matrice
<b>Manager</b>	No	No, qualche responsabile di funzione	Responsabili di funzione	Manager + responsabili di funzione
<b>Innovazione in partnership</b>	Nessun rapporto con Università e Parchi	Timidi rapporti con Università e Parchi	Qualche rapporto con Università e Parchi	Stabili rapporti con Università e Parchi
<b>R&amp;D</b>	In nuce	Nessun brevetto	Qualche brevetto	Brevetti molto importanti
<b>Tecnologia informatica</b>	A supporto	In house	Supervisione	In outsourcing
<b>Comunicazione esterna</b>	Importante	Importante	Molto importante	Importante
<b>Comunicazione interna</b>	Nulla	In crescita	Importante	Molto importante
<b>Posto di lavoro</b>	1 sede	1 sede	1 o 2 sedi	2 o più sedi

Fonte: Ricerca "Dall'economia dell'esperienza all'economia della conoscenza" curata dal Salone d'Impresa e da Cisco Italia