

Piccole e medie imprese e I&CT: un rapporto non semplice

INDISPENSABILE COLMARE IL DIVARIO FRA "INTERNAUTI E CLOCHARD DIGITALI"

di Lauro Venturi*

PMI E TECNOLOGIA

In Italia le aziende che hanno più di 100 addetti sono una percentuale inferiore allo 0,5%, mentre quelle che impiegano da uno a nove addetti, le cosiddette micro imprese, sono circa il 90%.

All'interno della fascia che il legislatore europeo definisce come PMI possiamo trovare un'azienda tecnologicamente avanzata, con sbocchi diretti sul mercato e aziende tradizionali oltre che lavoratori autonomi. Quindi, quando si parla di tecnologia e PMI in generale, occorre essere consapevoli che non si può scendere oltre un certo livello di dettaglio.

È quindi necessario distinguere tra la tecnologia strettamente legata al processo produttivo e quella finalizzata alla gestione delle informazioni e delle comunicazioni, appunto l'I&CT.

Nel primo caso, quando la tecnologia è un fattore competitivo, all'interno delle piccole e medie imprese di norma si trova "il meglio che c'è".

Questo avviene perché il piccolo imprenditore è geneticamente favorevole alle tecnologie, a volte addirittura se ne innamora. Inoltre, la spinta dei suoi committenti per stare al passo con i tempi è un'altra buona ragione per mantenere l'azienda tecnologicamente aggiornata.

Per quanto attiene all'Information and Communication Technology la situazione cambia.

Diverse imprese hanno sistemi informativi sofisticati, spesso però il loro utilizzo è ristretto ai soli fattori produttivi.

Sono, invece, poche le aziende che hanno un sistema integrato in grado di fare da monitoraggio e da supporto alle decisioni che devo-

no essere quotidianamente prese: strumenti di business intelligence e CRM (customer relationship management) sono ancora assenti.

CHE FARE?

Paolo Zocchi, nel suo recente libro "Internet - la democrazia possibile" rappresenta con lucidità il rischio del digital divide, parlando di divario crescente tra gli internauti e i clochard digitali.

La prima questione importante è proprio quella di evitare l'emarginazione attraverso una alfabetizzazione informatica diffusa, rivolta soprattutto a chi non è più giovane ma deve ancora lavorare diversi anni.

Probabilmente per un pudore eccessivo si evita di parlare di questo problema, però pochi anni fa un'indagine rilevava che oltre il 50% delle aziende con meno di 10 addetti non aveva un computer!

È quindi esplicito che ogni occasione per fare familiarizzare le imprese con la tecnologia e la rete è un'occasione da non perdere.

In questo panorama la stessa CNA, attraverso il Siaer, società di information e communication technology del sistema regionale CNA con sede a Modena, ha realizzato due interventi concreti: un data center ed un ampio portafoglio di servizi on line.

Attraverso il data center centrale si semplifica notevolmente la problematica dell'infrastruttura tecnologica, permettendo alle sedi CNA, ma anche alle imprese, di non doversi preoccupare dell'aggiornamento tecnologico e nemmeno della gestione quotidiana dell'infrastruttura.

I Servizi On Line, fruibili "via web" dalle imprese attraverso i portali delle Associazioni provinciali, vanno da semplici servizi di consultazione

e scarico (bilancio CEE, bilancio riclassificato, cedolini paga, ecc.) a soluzioni con le quali l'azienda può interagire, da casa e negli orari che ritiene più opportuni, con il sistema dei servizi CNA. Si ottengono due importanti risultati: le aziende familiarizzano con l'utilizzo della rete e con l'I&CT e, contemporaneamente, usufruiscono di un'offerta integrata di servizi che si caratterizza per una buona multicanalità.

Per rendere più efficace la relazione tra piccole imprese ed I&CT un ruolo molto importante lo possono giocare le Associazioni imprenditoriali, fungendo da "mediatori", e su questo terreno la CNA è fortemente impegnata.

Se si pensa poi al problema dell'e-business, le PMI sono abituate a valutare i loro acquisti e a fare apprezzare i propri prodotti in modo concreto, non mettono le loro attività in rete se non sono sicure di chi ci sia dietro.

Le PMI necessitano, quindi, di centri di competenza ai quali rivolgersi per le problematiche dell'I&CT, in un'ottica che privilegi l'analisi dei vantaggi reali (miglioramento dell'efficienza interna e della competitività) che si possono ottenere introducendo queste innovazioni. L'imprenditore nel suo modo di ragionare sa che informatica è l'anagramma di "minor fatica": se questo è dimostrato, e quindi l'I&CT è un investimento, bene, altrimenti le PMI continueranno a guardare con diffidenza queste tematiche.

Agli imprenditori lo sforzo di investire in conoscenza anche su questi argomenti, agli altri soggetti quello di proporre soluzioni concrete e coerenti con la struttura, i processi ed i mercati delle PMI. ■

*Amministratore delegato SIAER