



Con **LAURO VENTURI**, amministratore delegato di Siae, abbiamo già parlato nel numero di luglio 2003. **Siae** – information and communication technology è una media impresa del settore che produce software per gli adempimenti amministrativi e per la gestione dei sistemi associativi. Dallo scorso anno ha rivisto completamente la propria infrastruttura tecnologica dotandosi del data center probabilmente più grande in Italia per il numero di aziende artigiane e piccole imprese che ospita. Offre quindi ai suoi clienti i servizi in modalità ASP (application service provisioning).

Oggi parliamo di piccole imprese, sulle quali la sua esperienza è considerevole.

Lavoro in questo settore da oltre 25 anni. Ho iniziato nel settore della formazione professionale, alla fine degli anni settanta, poi all'interno di CNA, occupandomi della direzione di una filiale territoriale e successivamente del settore abbigliamento, poi, per circa dieci anni, come consulente di direzione con specifica competenza sulle PMI, prevalentemente sui temi dell'organizzazione e della strategia. D'altra parte, per chi come me vive e lavora in Emilia Romagna, è tutto sommato naturale, direi fisiologico, imbattersi a lavorare con queste strutture.

Io poi ho sviluppato da subito una forte simpatia per questi imprenditori che davvero, proporzionalmente ai mezzi a disposizione, raggiungono mediamente risultati da giganti.

Cosa intende lei, esattamente, per piccole imprese?

Il legislatore comunitario, mi pare già dal 1996, ha fornito da tempo la griglia per identificare le piccole imprese. Ad esempio occorre avere un numero di dipendenti non superiore ai cinquanta (20, credo, per i servizi) ed un fatturato non superiore a 7 milioni di euro, oggi credo siano 10, sempre per il settore industria. Un elemento molto importante, anche

se più difficile da identificare davvero, è quello del cosiddetto requisito dell'indipendenza economica. Il legislatore definisce che una o più imprese "grandi" non possono detenere più del 25% di una piccola impresa. Questi parametri sono utili, basti pensare solamente agli incentivi che necessitano di regole chiare per stabilire chi ne può beneficiare e chi no, però non sono sufficienti, da un punto di vista più sostanziale e meno burocratico, per definire bene cos'è la PMI in Italia.

Come si può fare, allora?

Bè, partiamo da un dato. In Italia le aziende che hanno più di 100 addetti credo siano una percentuale inferiore allo 0,5%, mentre

quelle che impiegano da uno a nove addetti, le cosiddette micro imprese, sono sicuramente intorno al 90%. E' quella costellazione di aziende che stanno sotto ai cento addetti che dobbiamo analizzare meglio. Ad esempio, nella fascia che il legislatore europeo definisce come PMI possiamo trovare un'azienda tecnologicamente avanzata, con sbocchi diretti sul mercato e, insieme, l'idraulico o l'imbianchino, per non dire il commerciante o il lavoratore autonomo. Credo che potremmo azzardare una segmentazione di questo tipo: lavoratore autonomo, azienda artigiana e piccola impresa. Il lavoratore autonomo, che spesso lavora da solo o al massimo con un socio, e ce ne sono davvero molti, è quello che di fatto realizza il suo reddito con il proprio lavoro. Un mio vecchio associato, persona simpatica ed arguta, mi diceva: "Io sono un dipendente in proprio!". In questa apparente contraddizione c'è una buona sintesi. Poi abbiamo l'azienda artigiana, di produzione o di servizi, ha già una propria struttura interna, seppur appena abbozzata, quasi sempre, a meno che non operi nei servizi, è un subfornitore. Mediamente occupa da quattro a nove – dieci addetti. Infine quella che io chiamo la piccola impresa, può avere da 25 a 50 dipendenti, anche di più, ha una struttura organizzativa, non sempre formalizzata, che si riconosce bene, interessanti relazioni con il mercato, a volte anche finale, innovazioni di prodotto e di processo costanti, complessità amministrativa e gestionale non indifferente.

Prendendo per buona la sua segmentazione, qual è l'approccio di queste aziende con la tecnologia?

Dobbiamo, a mio parere, distinguere tra la tecnologia strettamente legata al processo produttivo e quella legata all'ICT. Per quanto riguarda la prima tipologia, laddove la tecnologia è un driver competitivo, stiamo pur certi che troveremo il meglio che c'è, all'interno di queste imprese. Sempre, è ovvio, in proporzione alle dimensioni ed alle disponibilità finanziarie. Il piccolo imprenditore, e qui ricomprendo

le tre tipologie, per necessità di sintesi, è geneticamente favorevole alla tecnologia, a volte se ne innamora persino. E poi la spinta dei suoi committenti è un'altra buona ragione per stare al passo con i tempi.

E per quanto attiene l'information e communication technology?

Qua il discorso è molto più complesso. Ricordo un dato, credo fornito alcuni anni fa da IDC: più del 50% delle aziende con meno di 10 addetti non aveva un computer! Capisco che può sembrare impossibile, però ricordiamo che al registro delle imprese sono iscritti anche gli agricoltori, i commercianti, gli imbianchini ecc... Guardi, a volte mi capita di regalare alcune tecnologie per noi già ben oltre il ciclo di vita alle scuole, significa che anche lì, nonostante i grossi sforzi fatti, la situazione non è comunque idilliaca. Questo dato ci pone con forza il problema dell'alfabetizzazione informatica. Paolo Zocchi, nel suo recente libro "Internet – la democrazia possibile" rappresenta a mio parere bene cosa può comportare il digital divide: parla di divario crescente tra gli internauti ed i clochard digitali. Se non vogliamo trovarci fasce consistenti di emarginati che non familiarizzano con le tecnologie dell'informazione, dobbiamo porci il problema della alfabetizzazione informatica, soprattutto per chi non è più giovane ma deve ancora lavorare un bel po' di anni. Quando ero bambino, c'era una trasmissione che si chiamava "Non è mai troppo tardi" nel quale un maestro, credo si chiamasse Manzi, insegnava agli anziani la lingua italiana. Eravamo nel 1960, non nel medioevo!.

Suggestiva questa idea, ma proprio tutte le PMI hanno bisogno di alfabetizzazione?

Certamente no, io ho volutamente esagerato la questione. Abbiamo aziende che hanno sistemi informativi sofisticati ma, ad approfondire bene, spesso vediamo che il loro utilizzo è ristretto ai fattori produttivi. Per fare un esempio, credo che siano davvero poche le PMI che hanno un sistema integrato in grado di fare da monitoraggio

e da supporto alle decisioni che devono essere quotidianamente prese. Non a caso i produttori di soluzioni avanzate, come i sistemi ERP, faticano a colloquiare con questa tipologia di imprese.

Perché, secondo lei?

Credo che si sia messo troppo l'accento sul "che cosa" vendere alle PMI e poco sul "perché". Intendo dire che è mancato un approccio rigoroso, ovviamente a mio parere, che analizzasse bene su come le tecnologie della comunicazione, la cosiddetta ICT, potessero aiutare le PMI nel miglioramento dell'efficienza interna e della competitività. Non si può approcciare le PMI vendendo loro, mi passi la battuta, l'ERP costruito per la multinazionale, al limite ridotto a scala inferiore. E' un po' la storia della terapia, se alla grande azienda servono 100 gocce del tal medicinale per curare i suoi problemi, è troppo semplificato dire: "Bè, alle PMI diamo solamente 10 gocce!". Non è così che si fa, chi ha detto che la PMI è semplicemente un'azienda grande di minori dimensioni? Forse, io dico quasi sicuramente, è un altro tipo di medicinale che serve. Ma per fare questo occorre accantonare per un attimo l'approccio della vendita tout court ed entrare davvero nella logica della consulenza, della soluzione del problema. Emblematico è il caso del flop, ma non mi pare solo nelle PMI, degli strumenti di e-business. Autorevoli protagonisti del mondo accademico anni fa tuonavano: "Tra cinque anni un'azienda o sarà internetizzata o semplicemente non sarà!". Queste semplificazioni, insieme ad un approccio che ha visto il tema dell'e-business emergere prevalentemente sotto il profilo finanziario, delle grandi notizie sulle capitalizzazioni in borsa delle new company, non aiutano a diffondere l'ICT nelle PMI che, io dico per fortuna, sanno ancora coniugare innovazione e pragmatismo quotidiano.

Siaer cosa fa per agevolare l'introduzione dell'ICT nelle PMI?

Premetto che Siaer serve direttamente le filiali provinciali di CNA, la primaria

importanti risultati: i clienti familiarizzano con l'utilizzo della rete e con l'ICT e, contemporaneamente, usufruiscono di un'offerta integrata di servizi che si caratterizza per una buona multicanalità.

Cosa occorrerebbe fare, a suo avviso, per migliorare la relazione tra PMI ed ICT?

Non è per niente una domanda banale, quindi azzardo solamente qualche riflessione. Prima di tutto le PMI non possono essere lasciate da sole in questo percorso. Le Associazioni imprenditoriali possono rappresentare degli eccellenti "mediatori" perché, cosa non banale, spesso godono della fiducia dei titolari di queste aziende. Si pensi ai temi dell'e-commerce o dei marketplace: il titolare di una PMI, abituato a valutare i suoi acquisti e a fare apprezzare i suoi prodotti in modo concreto, non mette le sue attività in rete se non è sicuro di chi ci sia dietro. Può sembrare un atteggiamento provinciale ma io ritengo invece che sia una sana diffidenza, che non deve diventare chiusura ma nemmeno azzardo. I produttori di hardware e software devono modificare il loro approccio, radicalmente. Nelle PMI non esistono né IT manager né il technology consultant, occorre adeguare gli strumenti ed i processi di approccio con queste strutture, investendo innanzitutto nella comprensione di queste realtà aziendali. Ci sarebbero tante altre cose, ma io penso che si possa dire che infine serve una cornice, nella quale la Pubblica Amministrazione in generale, la Scuola e l'Università, insieme alle Associazioni imprenditoriali ed agli altri agenti di sviluppo, progettano il futuro

non solo tecnologico, ma anche sociale ed economico, del nostro bel Paese.

E' retorica, lo capisco, ma queste questioni non sono un semplice problema delle PMI, sono un problema dell'Italia che sulle PMI basa la sua solidità.

LAURO VENTURI, AMMINISTRATORE DELEGATO DI SIAER

associazione imprenditoriale dell'artigianato e delle PMI, sono queste che trattengono la relazione con gli associati, con il mercato. Noi in questi anni abbiamo lavorato su due fronti: semplificare le problematiche dell'infrastruttura tecnologica ed offrire prodotti on line. Per quanto attiene il primo punto, la trasformazione in ASP, con il relativo investimento in un data center proprietario, permette alla piccola impresa di non doversi preoccupare del refresh tecnologico e nemmeno della gestione

quotidiana dell'infrastruttura.

Sul secondo punto, abbiamo messo a disposizione un ampio catalogo di prodotti che, attraverso i portali delle associazioni provinciali CNA, sono fruibili "via web" dalle imprese.

Andiamo da semplici servizi di consultazione e scarico, come il bilancio, anche riclassificato, i cedolini paga... a servizi interattivi, come la gestione delle presenze o del ciclo attivo della contabilità, ad esempio. In questo modo otteniamo due