

L'e-business e le piccole e medie imprese

Presentato l'Osservatorio on-line sull'e-business della Provincia di Milano

FRANCESCA PRANDI

In Italia solo 2.700 aziende hanno i numeri per dirsi veramente grandi. E dato che queste realtà hanno coperto finora il 56% del mercato delle tecnologie, è evidente che non ci può essere una vera innovazione diffusa se le ICT non crescono presso i 4 milioni di PMI che costituiscono il tessuto produttivo italiano. Per questo è necessario abbandonare piattaforme e progetti faraonici per declinare le potenzialità delle tecnologie sulle necessità delle piccole realtà produttive che animano la nostra economia. Tutte le imprese possono trarre vantaggio dalle ICT scegliendo le soluzioni ad esse più adeguate, tutte possono "Crescere con l'e-business". E questo è il titolo del convegno di presentazione dell'Osservatorio on-line sul commercio elettronico, svoltosi a Milano il 9 febbraio scorso, su iniziativa della Provincia, in collaborazione con Politecnico Innovazione,

il consorzio del Politecnico di Milano per la ricerca e l'innovazione nelle PMI, cui partecipano numerose associazioni industriali lombarde, col sostegno del Comune, della Provincia e della Regione, della Camera di Commercio e della Fondazione Banca del Monte di Lombardia. Ormai "oggi sappiamo che la 'new economy' non è il nuovo Eldorado, non è il Paradiso in terra -ha detto l'Assessore al lavoro e alle attività produttive Cosma Gravina, introducendo i lavori- è invece una grande opportunità di miglioramento dell'efficienza e della produttività in quanto gli strumenti offerti dalla 'new economy' sono un servizio fondamentale offerto alla 'old economy'". Per questo, nell'ottobre 2000, la Provincia di Milano lanciò un bando di finanziamento alle PMI che avevano progetti di accesso a Internet e di apertura di siti per il commercio elettronico, e ai 335 progetti vincitori vennero distri-

buiti in tutto 7,6 milioni di euro. Ma l'obiettivo dell'ente locale non si era così esaurito. Volendo giocare un ruolo di stimolo e di accompagnamento del processo di innovazione, la Provincia ha quindi scelto di effettuare un monitoraggio dei risultati raggiunti dalle imprese che hanno investito e di rendere pubbliche

la Provincia e condotto da Politecnico Innovazione. "È uno strumento per diffondere le best practice, per monitorare l'efficacia dell'investimento e pianificare nuovi interventi -ha detto il Prof. Campo dall'Orto di Politecnico Innovazione- e data la numerosità delle aziende censite (600 schede aziendali e 60 casi studiati approfonditamente) e la completezza dell'analisi, è di fatto un punto di studio attendibile sul tema dell'e-business". Allo stato attuale le imprese finanziate, che hanno investito molto di proprio nei progetti realizzati, si dicono soddisfatte dei risultati raggiunti, anche se il ritorno economico, soprattutto dei progetti business to consumer, è per ora generalmente inferiore alle aspettative. Il problema più rilevante resta la diffidenza del consumatore a chiudere la transazione col pagamento in rete. Le maggiori soddisfazioni vengono dai progetti business-to-business, con i quali si tende a integrare alcune proprie attività aziendali con quelle dei fornitori e clienti. Ma c'è ancora una percentuale elevata di partner del business che rifiuta a priori le tecnologie e infatti la maggior parte dei casi di successo si ha là dove a collaborare sono aziende con un numero di dipendenti superiore a 100. ■

Tre giorni di convegno alla Triennale di Milano per avvicinare la rete alle PMI

Il Forum della Net Economy, l'associazione informale fra Camera di Commercio, Comune e Provincia di Milano, ha organizzato NET@PMI, un evento dedicato ai temi della net economy visti secondo l'ottica delle realtà imprenditoriali medio piccole. Nei tre giorni dal 18 al 20 marzo 2004 si parlerà di wireless, comunicazione mobile e banda larga, di marketing col web, di logistica, di ERP e CRM con la presentazione delle soluzioni specifiche per le PMI. Si parlerà anche di WEBSAT-Satellitare e Terrestre con la presenza dei costruttori, dei system integrator e dei service provider, che faranno il punto sullo stato del mercato.

le rilevazioni effettuate in modo che da queste esperienze nascesse nuova conoscenza, di cui altre potessero poi fare tesoro nelle loro strategie di e-business. È nato così l'Osservatorio permanente sul commercio elettronico, visitabile sul sito del-