

L'informatica non convince le piccole imprese del terziario, neppure a Milano

Indagine Assintel-Freedata nel commercio, servizi e pubblici esercizi del capoluogo di provincia lombardo

FRANCESCA PRANDI

L'informatica continua a convincere poco le piccole imprese. L'innovazione digitale fatica a penetrare nelle realtà imprenditoriali minori, tradizionalmente trascurate dai fornitori di settore, che solo ultimamente stanno cercando di recuperare terreno con iniziative e soluzioni mirate. Il computer, ormai presente nella maggioranza delle case italiane, non è ancora diventato lo strumento di lavoro irrinunciabile, che ci aspetteremmo essere; neppure nelle aree geografiche più sviluppate del Paese. Lo ha dimostrato una ricerca sul digital divide nelle piccole imprese del terziario dell'area milanese promossa da Assintel, Camera di Commercio di Milano e Unione del Commercio-Promoter e condotta da Freedata. Lo scopo era quello di misurare il digital divide e di comprendere come viene per-

cepita l'innovazione tecnologica nelle piccole realtà imprenditoriali. È stata quindi realizzata una vasta indagine quantitativa, che per la prima volta in Italia ha coinvolto anche l'insieme delle aziende che occupano da 1 a 9 addetti, che in Italia corrisponde al 95% del numero delle imprese. Il campione dei 1000 rispondenti a un questionario proposto telefonicamente è rappresentativo dell'universo di 196.667 aziende operanti nei settori del commercio all'ingrosso e al dettaglio, dei pubblici esercizi e dei servizi di Milano e provincia. Il fatturato delle imprese coinvolte è stato stimato in 100 miliardi di euro nel 2004, con una spesa in dotazioni informatiche pari a 370 milioni di euro: 1.800 euro per impresa e 680 euro per addetto. Nel 2005 mentre è atteso un aumento del fatturato nell'ordine del 4%, la spesa IT è prevista in diminuzione del 2,5%;

solo le imprese più grandi, con 20-49 addetti stimano un incremento di poco più del 4%.

I ricercatori hanno verificato le differenze nelle dotazioni informatiche, nell'uso e nell'atteggiamento verso le tecnologie a seconda della classe dimensionale, del settore di attività e di area geografica. Il campione è stato anche ulteriormente segmentato per verificare il diverso rapporto con l'IT in tre categorie d'impresa: le "no tech", cioè quelle che non hanno neppure un computer, le "low tech", che ne hanno almeno uno, e le "high tech", quelle che utilizzano anche un server.

È risultato che il 18% del campione non ha neanche un PC. Queste imprese no tech si concentrano nei pubblici esercizi e nel commercio al dettaglio (rispettivamente il 60% e il 51% non hanno un PC). Il 50% delle aziende, definite low tech, ha un PC ma ne fa un uso essen-

ziale. Il 32% è stato invece classificato come high tech perché si serve della tecnologia in modo più avanzato; queste imprese hanno frequentemente una LAN, utilizzano soprattutto programmi di gestione del magazzino, hanno dei database, un sito aziendale e praticano l'e-banking.

Ma vediamo qual è l'atteggiamento verso l'IT dei tre cluster. Sostanzialmente tutti ritengono che l'IT sia costosa: non c'è alcuna percezione di quel fenomeno del downpricing lamentato dai fornitori. L'IT è giudicata anche inutile, stando alle risposte dell'81% dei no tech e del 52% dei low tech. Ma ciò che sorprende è che questo giudizio è condiviso anche dal 29% delle imprese ad alta intensità di utilizzo. Tali affermazioni stridono con quanto viene predicato fra i fornitori, ha osservato Valeria Severini, amministratore delegato di Freedata: "Mentre il mondo IT sta paragonando l'utilizzo dell'informatica a quello di una utility, gli intervistati percepiscono l'inutilità; questa è l'espressione massima del digital divide".

A commento dei risultati della ricerca, il Presidente di Assintel, Giorgio Rapari, ha dichiarato: "l'elemento chiave che emerge è il seguente: se è vera l'ugua-

continua a pagina 16 ►

➡ segue da pagina 3

L'informatica non convince...

glianza empirica per cui al crescere degli investimenti in tecnologia aumenta anche la ricchezza prodotta dal sistema economico, il livello di divario digitale e la percezione di non utilità dell'IT nelle imprese milanesi resta al di sopra delle nostre aspettative. E questo tanto più vale quanto minore è la dimensione dell'azienda e la sua cultura tecnologica di partenza. Per noi questo è un campanello di allarme che ci propone una sfida: far percepire alle nostre piccole imprese del terziario il valore delle nuove tecnologie come strumenti strategici di competitività".

Adriano De Maio, intervenuto al convegno nel suo nuovo ruolo di Sottosegretario alla Presidenza della Regione Lombardia ha ricordato come fin dagli inizi della storia dell'IT nel nostro Paese il problema resti sostanzialmente quello di comprendere e comunicare l'utilità di questi strumenti. "Quello che deve preoccupare non è tanto la capacità d'uso di un PC, che prima o poi sarà una base comune, quanto saper rispondere alla domanda 'cosa ci faccio'? Il digital divide allora è di tipo culturale, fra chi capisce l'utilità e chi non la apprezza".

Nei settori che non vengono sollecitati dalla concorrenza internazionale, come possono essere quelli del terziario, l'offerta deve sapere spiegare semplicemente quali vantaggi si possono ottenere investendo in ICT. Per fare questo vanno quindi chiariti e studiati gli effettivi utilizzi nelle micro e piccole imprese e su questi temi si deve poi impostare la formazione degli utilizzatori e dei fornitori. Un altro problema riguarda le caratteristiche dei prodotti, che spesso non sono compatibili con le dimensioni medio piccole.

