

ICT in Italia: lo scenario di riferimento nelle micro e piccole imprese

Un gap da recuperare in un contesto di mercato delicato

Nonostante le stime per il 2010 e 2011 siano orientate a un moderato ottimismo, è indubbio che la grave crisi in corso sta penalizzando fortemente il processo innovativo e l'utilizzo di tecnologie avanzate da parte delle imprese minori.

Un indicatore diretto di questa situazione di criticità è dato dall'andamento fortemente negativo della spesa ICT in Italia nel 2009, con un trend che risulta in ulteriore peggioramento all'inizio del 2010, a dimostrazione della difficoltà di investire nell'innovazione di prodotto e processo che è insita delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

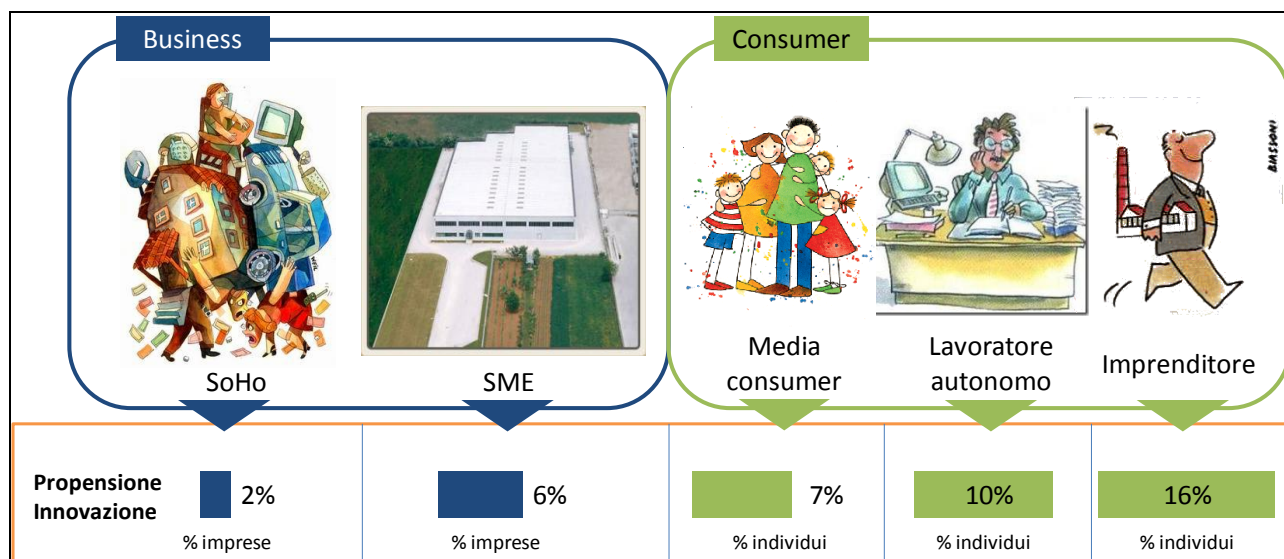
Dalle analisi svolte da Between nel corso del 2009 sul mercato business (in particolare, l'Osservatorio Banda Larga e il nuovo strumento di analisi sugli atteggiamenti degli imprenditori, l'ICT Monitor Business che analizza le imprese fino a 250 addetti) emerge un comportamento dicotomico nei confronti dell'ICT da parte dei piccoli imprenditori italiani: aperti all'innovazione e sperimentatori quando si tratta di soluzioni ICT acquistate per uso personale, fortemente scettici rispetto ai benefici dell'ICT quando applicato alle proprie attività professionali e aziendali.

Un mercato business meno innovativo del consumer

Le analisi condotte da Between misurano chiaramente questo scostamento: soltanto il 2% degli imprenditori SoHo (liberi professionisti, artigiani e imprese sino a 9 addetti) afferma di volere essere tra i primi a sperimentare le nuove tecnologie ICT quando queste sono applicate alla propria attività economica (nelle SME –da 10 a 250 dipendenti- questo valore è del 6%), mentre a livello individuale/personale la propensione a sperimentare nuove tecnologie e servizi ICT sale fino al 16%.

In parte ciò è dovuto alla mancanza di un fattore dimostrativo ("sfoggiare la novità") che nel mercato consumer rimane uno stimolo importante. Il problema principale è però un altro: poche aziende percepiscono un soddisfacente *value for money* dei loro investimenti ICT: il rapporto prezzo/prestazioni non è ancora quello desiderato dalle aziende. Solo il 13% delle micro e piccole imprese sono infatti convinte che i vantaggi ottenibili grazie all'ICT ripaghino lo sforzo necessario alla sua introduzione, tanto che il 31% è molto d'accordo nel ritenere che l'innovazione ICT andrebbe economicamente incentivata.

Figura 1 – La propensione alla sperimentazione ICT negli individui e nelle PMI



Fonte: ICT Monitor Business – Between, 2010

Su questa sfiducia pesa anche la difficoltà per i manager di formarsi un giudizio su tale valore, frutto anche della difficoltà a tenersi costantemente informati (ci riesce solo il 12% delle micro e piccole imprese), che a sua volta risente una diffusa mancanza di risorse aziendali da dedicare alla gestione delle tematiche ICT: è spesso lo stesso imprenditore ad occuparsene, con tutto ciò che ne deriva in termini di competenze e conoscenze specifiche sull'argomento.

Rimangono forti sacche di non informatizzazione

Una prima conseguenza di questa sfiducia e scarsa conoscenza nei confronti dell'ICT è rappresentata dall'elevato numero di imprese non informatizzate. Secondo le stime Between, su circa 4,5 milioni di imprese, il 28% risulta ancora non informatizzato: si tratta di una sacca di resistenza di 1,2 milioni di aziende (tutte concentrate nell'universo da 1 a 9 dipendenti). Di questi non utenti ICT, 1/3 circa è comunque in grado di utilizzare un PC, in molti casi sfruttando le dotazioni informatiche familiari per compiere (anche se sporadicamente) attività collegate alla propria professione.

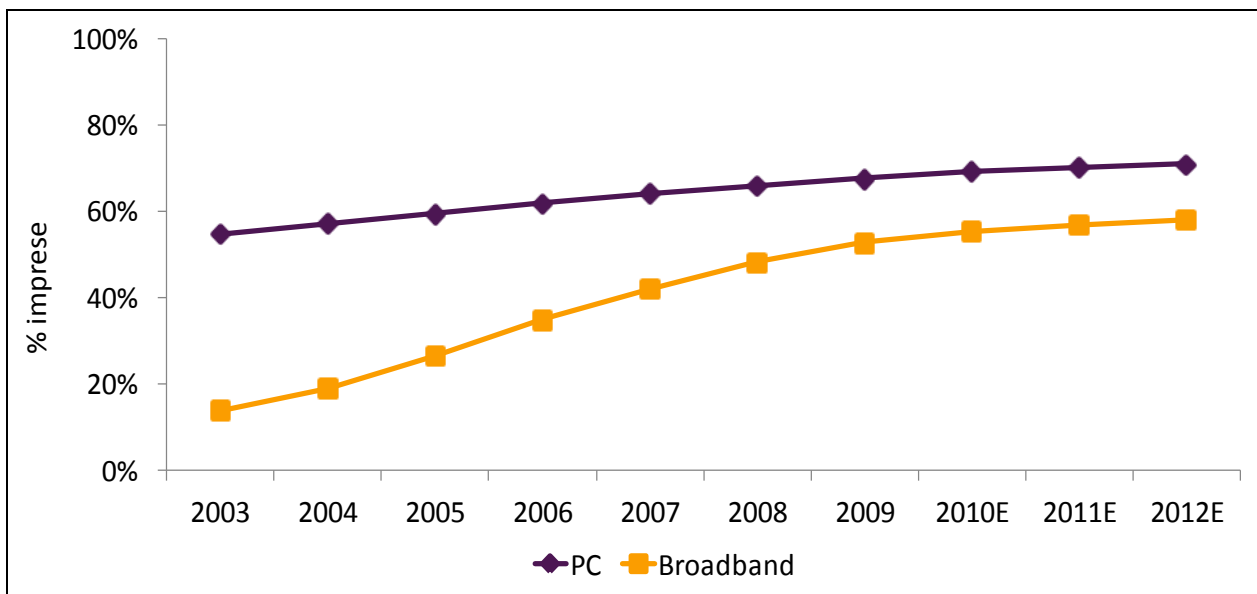
Oltre al costo, il principale ostacolo all'uso dell'ICT è la difficoltà percepita nell'utilizzo, anche nel senso che sono richiesti troppi cambiamenti organizzativi e culturali. Per vincere queste resistenze, oltre a semplificare al massimo l'offerta e ridurre i costi, è necessario rassicurare questi non-utenti sull'affidabilità dell'ICT (anche dal punto di vista della sicurezza/privacy) e sfruttare la loro disponibilità a servirsi di queste tecnologie per reperire informazioni utili alla loro attività professionale e per mantenere e sviluppare le loro relazioni professionali.

Un'informatizzazione imperfetta

Anche tra le aziende informatizzate, soprattutto quelle di più piccole dimensioni, il livello di sviluppo dell'ICT è tutt'altro che ottimale. Infatti, mentre le medie aziende (SME) sono ormai completamente informatizzate e connesse a Internet, nella quasi totalità dei casi con collegamenti a banda larga sia fissi che mobili (in ottica integrata e non di sostituzione), il 30% ca delle micro e piccole imprese, come si è visto all'inizio di questo documento, non è ancora informatizzato e tra gli informatizzati non tutti accedono a Internet, per cui la banda larga è utilizzata da meno del 60% del totale delle aziende in questa categoria.

Tra queste piccole aziende, inoltre, si inizia ad assistere a fenomeni di sostituzione del fisso col mobile sia per la voce che per l'accesso a Internet nell'ottica di semplificare ulteriormente (e ridurre i costi) l'uso dei servizi di telecomunicazioni.

Figura 2 – Utilizzo PC e Banda Larga nelle PMI italiane



Fonte: Osservatorio Banda Larga, obiettivo ultrabroadband – Between, 2010

Per quanto riguarda l'informatizzazione applicativa, nelle micro e piccole imprese lo stadio di sviluppo è ancora spesso embrionale: molte attività non sono informatizzate e quelle che lo sono vengono molto spesso gestite con semplici applicativi di office automation, che quindi sostituiscono l'uso di applicativi dedicati per funzione/attività (contabilità, personale, gestionale, CRM ecc.), inibendo la possibilità di sfruttare le prestazioni a valore aggiunto che si trovano negli applicativi specializzati.

A guidare l'uso dell'ICT è soprattutto la ricerca di maggiori livelli di efficienza e di contenimento dei costi nello svolgimento delle attività aziendali: l'ICT deve cioè supportare quella che attualmente è la "missione" per eccellenza degli imprenditori (controllo dei costi), mentre obiettivi di sviluppo del business (nuovi prodotti, nuovi servizi ecc.) sono tra le priorità di un numero molto più limitato di aziende.

La natura dell'innovazione ICT

A fronte di una crescente consapevolezza della necessità di utilizzare la leva della qualità e dell'innovazione per affrontare le sfide competitive, permangono ancora delle difficoltà e resistenze ad utilizzare in modo diffuso le tecnologie ICT.

In questo contesto non stupisce che l'innovazione ICT prenda spesso la forma di un rinnovo tecnologico (ricambio dei sistemi obsoleti), più che di un netto punto di discontinuità nelle dotazioni e nelle architetture utilizzate. Un esempio di questo approccio è il passaggio a centralini-intercomunicanti IP, che si inserisce in una traiettoria tecnologica in atto da tempo, e che ha sinora seguito il tasso fisiologico della sostituzione/aggiornamento dei sistemi fonia esistenti.

Più in generale, a breve termine le principali evoluzioni vanno innanzitutto ricercate nelle soluzioni che diminuiscono i costi aziendali e semplificano il rapporto con i servizi e i fornitori ICT. L'integrazione è il filo conduttore di questa domanda potenziale, motivata dalla volontà di ridurre

il numero di fornitori, di disporre di un'unica fatturazione per più servizi, di risparmiare sulla spesa totale, e può arrivare fino alla piena sostituzione del fisso col mobile.

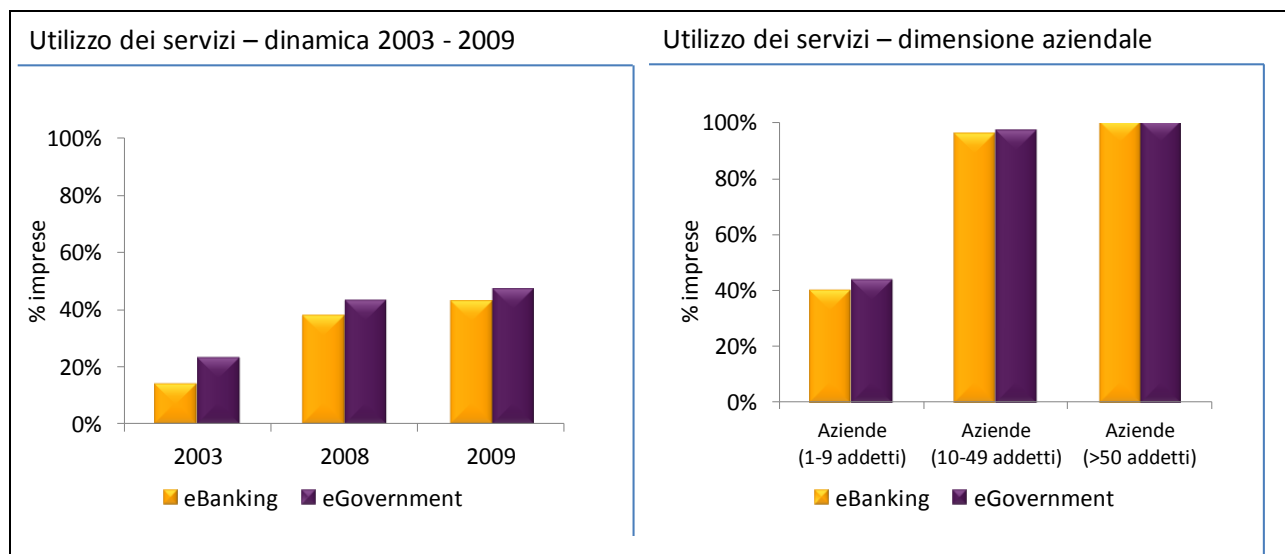
Vi è poi una domanda di maggiore valore aggiunto in ambito connettività Internet, ovvero: l'aumento della velocità/qualità dei collegamenti a banda larga; la richiesta di prestazioni minime garantite e/o di banda Internet on demand; lo sviluppo linee mobile broadband.

Attrahono inoltre l'interesse degli intervistati applicazioni e servizi IT evoluti quali: la PEC; la videosorveglianza; l'Unified messaging; varie forme di back up IT; la fatturazione elettronica; la conservazione digitale. Ancora marginale è invece la conoscenza (e a maggior ragione l'utilizzo) per soluzioni SaaS-like (*software as a service*) e la reale percezione dell'opportunità che si sta aprendo con il *cloud computing*.

Il ruolo della PA e dell'Innovation by Law

Le opportunità di sviluppo sopra accennate nell'area della fatturazione digitale e della conservazione sostitutiva dei documenti evidenziano come le evoluzioni in corso nel processo di de materializzazione della Pubblica Amministrazione possano avere importanti ricadute positive anche sull'informatizzazione delle micro e piccole imprese, per le quali la PA (insieme alle banche) rappresenta infatti il principale referente per ciò che riguarda l'uso di servizi online.

Figura 3 – Uso di servizi di eGovernment e di eBanking nelle PMI



Fonte: Osservatorio Banda Larga, obiettivo ultrabroadband – Between, 2010

Oltre a ciò, la Pubblica Amministrazione può intervenire a livello più alto attraverso iniziative che stimolino la diffusione dell'innovazione ICT per mezzo di adeguate attività legislative ("Innovation by Law"), ovvero dall'evoluzione normativa che rende indispensabile l'uso di alcuni servizi informatici/telematici a supporto di parte delle attività e delle relazioni proprie delle aziende. Si pensi ad esempio agli impatti sulla categoria dei commercialisti del decreto che nel 1997 introdusse l'obbligo della presentazione telematica delle dichiarazioni dei redditi. Oppure all'obbligatorietà della PEC, alle norme in tema di fatturazione elettronica ecc.

In tutti questi casi un maggior uso dell'ICT è stimolato dall'adeguamento alla legge e tendenzialmente porta con sé una maggiore confidenza dell'utente con l'ICT usato a scopi professionali, aprendo la strada a successive evoluzioni nell'uso di queste tecnologie. Tuttavia questa leva non può essere l'unica, né deve essere abusata, altrimenti, nella visione degli intervistati, da stimolo si trasforma in una "indebita ingerenza".

Le infrastrutture restano un elemento importate per l'inclusione digitale

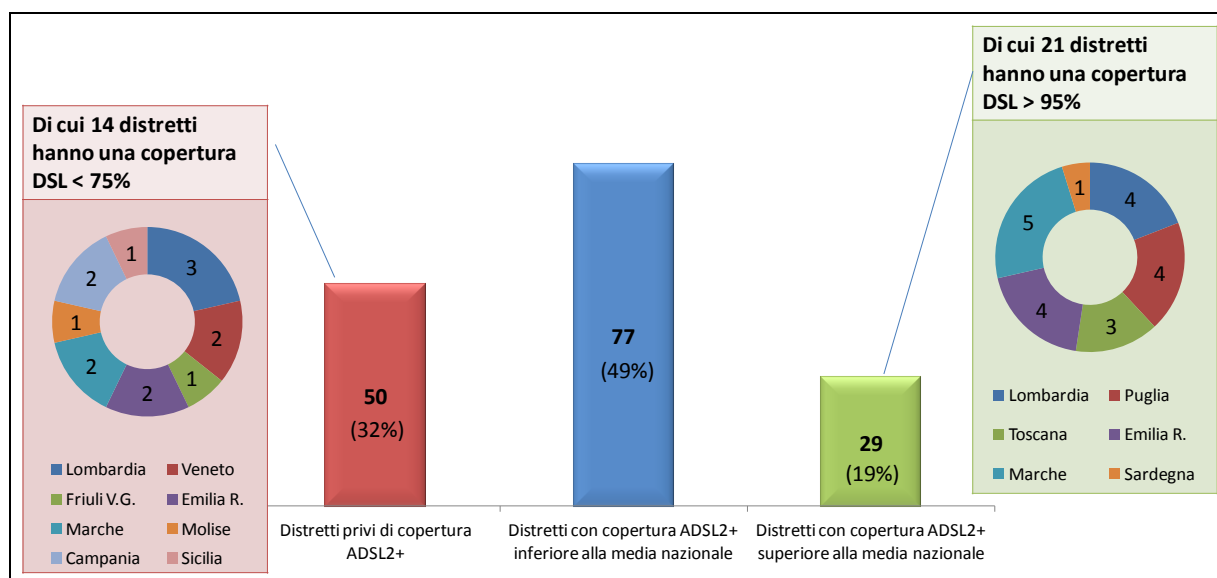
Troppo spesso si tende ad associare il problema del digital divide alle aree montane o alle aree rurali più remote, nonché all'impossibilità per i cittadini residenti in queste aree di collegarsi a Internet e quindi di beneficiare dei benefici dell'inclusione digitale.

In realtà, la dispersione territoriale e la ridotta dimensione aziendale che caratterizzano il tessuto produttivo italiano fanno sì che l'assenza di collegamenti a banda larga a costi accessibili possa diventare un oggettivo fattore di debolezza per l'intero sistema produttivo delle zone non ancora raggiunte dai servizi a banda larga, oppure raggiunte da servizi a basse prestazioni. In queste zone si tende inoltre a creare un divario tecnologico ancora più tangibile tra le medio-grandi aziende che possono comunque fare ricorso a collegamenti a banda larga dedicati (con circuiti diretti o ponti radio, ovviamente più costosi) e le imprese minori che non possono sostenere costi elevati per connettersi alla rete.

D'altra parte, in un'economia sempre più digitale e interconnessa è chiaro come l'assenza di collegamenti ad alta velocità finisca con penalizzare maggiormente quelle realtà che hanno maggiori necessità di interagire con il proprio ecosistema di fornitori, partner e clienti, in una dimensione che è sempre più sovranazionale.

Fare rete, interagire in rete e ampliare i propri confini è poi non solo un fattore competitivo primario, ma sempre di più una vera e propria condizione per la sopravvivenza delle imprese che appartengono ai distretti industriali che sono state il motore del sistema produttivo nazionale e sono oggi alla ricerca di una nuova identità.

Figura 4 – Copertura Distretti Industriali



Fonte: Osservatorio Banda Larga, obiettivo ultrabroadband – Between, 2010

Nell'insieme, la situazione complessiva dei distretti industriali esaminati dall'Osservatorio Banda Larga sul territorio nazionale appare piuttosto critica e sui 156 distretti presi in esame, un terzo non dispone di collegamenti in grado di arrivare a 20 Mbit/s.

Le leve per facilitare l'innovazione ICT: il ruolo degli intermediari

A fianco della PA, anche le Associazioni e i diversi intermediari che interfacciano le imprese possono giocare un ruolo significativo per facilitare il percorso di adozione dell'innovazione ICT.

Innanzitutto, agendo da "intermediario telematico", ovvero stimolando l'uso dell'ICT nello svolgimento di quei servizi che già mettono a disposizione dei propri associati, ad esempio nel campo fiscale, tributario, nella gestione delle risorse umane.

In secondo luogo, è indispensabile sensibilizzare l'insieme degli *stakeholder* che possono facilitare l'accesso alle competenze di base rafforzare la fiducia nell'economia in rete: la conoscenza è il primo passo indispensabile per la creazione della fiducia verso l'ICT e quindi per l'innovazione.

Roberto Mastropasqua, Cristoforo Morandini
Between SpA