

TESTATA: ADVEX PRESS
DATA: 4 DICEMBRE

NEW ECONOMY, UNA SFIDA PER LA PMI

Si è tenuto oggi a Milano il convegno 'Net economy, una nuova sfida per distretti e PMI' organizzato da Fondazione Montedison. Nel corso della mattina si è tenuta una sessione dedicata allo scenario della nuova economia a cui hanno partecipato Enrico Bondi (presidente Fondazione Montedison), Mattia Losi (caporedattore Il Sole 24 Ore New Economy), Fabio Benasso (partner Andersen Consulting), Enzo Rullani (professore ordinario Università Ca' Foscari), Bruno Lamborghini (presidente Eto), Fedele Confalonieri (presidente gruppo Mediaset) moderati da Alberto Quadrio Curzio (presidente facoltà di scienze politiche, Università Cattolica e presidente comitato scientifico Fondazione Montedison).

Per Bondi "la net economy rappresenta un'occasione di crescita delle potenzialità dei distretti e delle PMI". La net economy inoltre "può essere un modo per accrescere la competitività dei sistemi locali. Le PMI possono lavorare meglio grazie a internet, possono individuare nuove forme di organizzazione e di cooperazione, possono rifocalizzare le loro attività, gestire in modo più efficiente i propri acquisti attraverso il B2B, raggiungere nuovi mercati e nuovi clienti attraverso il B2C, ridurre i propri costi gestionali".

La net economy fa bene alle PMI, ma occorre fare un po' di chiarezza. "C'è stato un grande entusiasmo - spiega Losi -, ma oggi c'è molta cautela nei confronti di internet". L'Italia rischia di rimanere tagliata fuori dal mercato sul versante qualità. Finita l'euforia, gli investimenti rallentano e vengono visti come una spesa pura. Molte PMI hanno fatto investimenti rilevanti "solo per ottenere un biglietto da visita" dice Losi. Internet comunque ha un futuro radioso, soprattutto se ci sarà convergenza con la tv, "ci sono grandissime opportunità, basta un po' di fantasia".

Il marketplace è una scelta vincente

"La net economy rappresenta una forte opportunità, ma anche molti rischi" per Fabio Benasso. Permetta l'accesso in modo rapido e poco costoso ai mercati internazionali, ma mancano ancora risorse qualificate. Il marketplace sarà una delle chiavi vincenti per le PMI: "rappresenta un forte vantaggio per le PMI - dice Benasso -, si crea un ambiente virtuale che consente l'incontro di domanda e offerta, permetta una grande visibilità internazionale permette di aggregare più operatori e acquisire nuove competenze".

Per Rullani "occorre capire i meccanismi interni alla trasformazione". La rivoluzione tecnologica è formata da tre strati: "Il primo strato è rappresentato dalla new economy, che produce mezzi di calcolo e di comunicazione. L'Italia può giocare solo un ruolo di utilizzatore. Il secondo strato è quello della net economy, che rappresenta una rivoluzione nelle relazioni e dove vengono vendute emozioni e esperienze - continua Rullani -. Infine il terzo strato è quello della knowledge economy, dove vengono gestite le conoscenze e si dà valore alle idee. L'economia è basata sulla sperimentazione delle idee.

Anche Lamborghini è convinto che sia necessario fare chiarezza. "Bisogna cavalcare la rivoluzione, non farsi trascinare". Per

CONTINUA

TESTATA: ADV EXPRESS
DATA: 4 DICEMBRE

l'osservatorio Eito, sostenuto dalle fiere ICT, come per esempio Smau, le PMI rappresentano l'anello più debole. Mancano infatti le conoscenze e mancano, soprattutto, le competenze. Inoltre c'è un forte ritardo nel cambiamento. "Occorre una politica di immigrazione di qualità - continua Lamborghini - e una partnership fra impresa e università".

"Il periodo attuale assomiglia molto a quello che abbiamo vissuto quando è nata la tv commerciale" dice Confalonieri. Sono in atto sei tendenze: è cambiato il modo di fare fatturato (pay per view, tv on demand), c'è un rallentamento dei fatturati pubblicitari, un'escalation dei costi, c'è una tendenza verso il multichannel, un aumento della domanda dei programmi locali e inoltre emerge l'online e altre tecnologie. "Internet deve essere reso di facile utilizzo" spiega Confalonieri. Un valido aiuto potrà arrivare dalla convergenza con la tv, che potrebbe trasformare internet in un prodotto di massa. Occorre poi essere aperti all'internazionalità e alle alleanze.
