

La via digitale per crescere grazie anche alla nuvola nasce il laboratorio del futuro

IL PROGETTO LANCIATO DA MICROSOFT ITALIA A NAPOLI, DOPO UN PRIMO APPUNTAMENTO A TORINO, CONSENTIRÀ AGLI STUDENTI D'INCONTRARE LE AZIENDE E L'UNIVERSITÀ APRE UNA FINESTRA SUL MERCATO

Bianca De Fazio

Napoli

La sfida è sul territorio. Con le piccole e medie imprese che ne compongono l'ossatura economica e soffrono per i cambiamenti dello scenario economico sempre più globale. Un territorio dove l'innovazione tecnologica è più spesso una buona intenzione che una realtà a portata di mano. Nonostante gli sforzi degli imprenditori, ma anche di altri attori in campo, dalle università alle Camere di Commercio. Attori che adesso saldano i loro intenti di generare innovazione e metterla al servizio delle aziende — promuovendo al contempo una cultura d'impresa aperta appunto all'innovazione — nel progetto lanciato da Microsoft Italia e presentato mercoledì scorso a Napoli, dopo un primo appuntamento a Torino.

"Digitali per crescere — Un piano per l'Italia" è il titolo dell'iniziativa, «con la quale vogliamo creare centri di eccellenza sul territorio in collaborazione con le Università» spiega Vieri Chiti, direttore della divisione Office di Microsoft Italia. Ed il colosso informatico ha scelto, a Napoli, la Federico II.

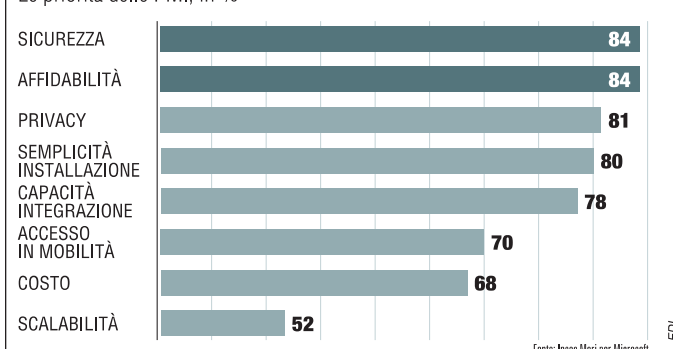
«Il Led, acronimo per Laboratorio di Esperienza Digitale, sarà ospite nelle nostre strutture, ad Ingegneria — afferma il rettore dell'ateneo, Massimo Marrelli — Gli studenti incontreranno le imprese, dunque il loro futuro professionale. E vedranno concretamente come la cultura digitale permetta loro di imparare meglio e come le stesse tecnologie siano indispensabili alle imprese per crescere. Il progetto di Microsoft si inserisce a pieno nella nostra politica di laboratori in house, dove si svolgono al contempo le ricerche universitarie e quelle delle industrie o degli altri centri di ricerca, facendo dialogare tra loro i ricercatori e mettendo a disposizione di tutti le innovazioni prodotte in questi laboratori stessi. Che diventano anche una sorta di 'dimostratori'».

«Dal nostro punto di vista — quello dell'università — il Led si configura come una finestra operativa su tecnologie che poi i nostri studenti ritroveranno sul mercato del lavoro. Questa di Microsoft Italia è iniziativa interessante, per i ragazzi, perché offre corsi di approfondimento su tecnologie fornite dai partner del colosso informatico.

Ed aprendosi alle imprese

IT, VINCONO SICUREZZA E AFFIDABILITÀ

Le priorità delle PMI, in %



"Digitali per crescere — Un piano per l'Italia" è il titolo dell'iniziativa, con la quale si vogliono creare centri di eccellenza sul territorio in collaborazione con le Università

del territorio crea un circolo virtuoso tra queste e gli studenti e le innovazioni tecnologiche» aggiunge Giorgio Ventre, docente di Sistemi di elaborazione delle informazioni alla Federico II. Uno dei professori di riferimento dell'iniziativa, uno dei docenti appartenente a quel gruppo di informatici risultato tra i primi nella valutazione nazionale sulla ricerca condotta dall'Anvur. Non a caso Microsoft è approdata qui.

«Da qui, dalle aule e dai laboratori di questa università, passano gli imprenditori e i pro-

fessionisti di domani — insiste il docente — Farsi carico della loro formazione e aprire i loro orizzonti aiutandoli ad andare oltre i libri per cavalcare le opportunità offerte dalle nuove tecnologie è un obiettivo prioritario per la competitività del tessuto economico locale».

Il laboratorio, una struttura permanente, diventerà dunque «un canale di comunicazione sul territorio» spiega ancora Chiti. Personal computer, notebook, dispositivi mobili, tablet e smartphone forniti dai partner tecnologici di Microsoft a disposizione di studenti

e imprese. Che qui potranno sperimentare l'uso di tecnologie «volte tra l'altro a migliorare la loro competitività». La competitività degli studenti, una volta laureati, e quella delle imprese, nel mercato globale. «Il nostro progetto — aggiunge Chiti — punta ad incontrare un milione di aziende. Un obiettivo importante. Almeno 300 mila solo nel primo anno di questo 'Digitali per crescere'. Una sfida importante, entusiasmante. E la Campania, come la Puglia, deve avere un ruolo importante». Alle aziende vengono offerti

corsi di formazione su tematiche tecnologiche per la gestione del proprio business. «In particolare — precisa Chiti — si punta alle tecnologie legate ai servizi offerti online, ovvero il Cloud computing. Perché è di qui che passa la svolta che consentirà alle piccole e medie imprese di accedere a tecnologie fino a ieri appannaggio esclusivo, per questioni di portafoglio, delle grandi aziende». Senza dover affrontare ingenti investimenti iniziali per dotarsi di infrastrutture, senza doversi preoccupare della manutenzione delle stesse, senza ac-

I servizi Cloud sono accessibili da differenti dispositivi e punti di accesso



Nelle foto Massimo Marrelli (1) rettore della Federico II e Vincenzo Esposito (2) direttore divisione Pmi di Microsoft Italia

[IL PIANO]

Un touch per produrre lavoro in Campania il primo passo

A SINGAPORE IL TASSO DI PENETRAZIONE DEGLI SMARTPHONE È DEL 96 PER CENTO IN ITALIA LA PERCENTUALE SI FERMA A 24. MA ORA CI SONO GLI STRUMENTI PER REAGIRE

Nell'era industriale l'innovazione si faceva, all'80 per cento, nei laboratori di ricerca e sviluppo. Oggi è frutto della collaborazione tra clienti, fornitori e competition

Napoli

A Singapore il tasso di penetrazione degli smartphone è del 96 per cento. In Italia la percentuale si ferma a 24. Come dire che il Paese, quanto a tecnologie, viaggia a passo di lumaca: «Il digital divide è il motivo vero per il quale le nostre aziende sono meno produttive di quelle straniere». Vincenzo Esposito, direttore della divisione Piccola e media impresa di Microsoft Italia, non ha dubbi. «Nell'era industriale l'innovazione si faceva, all'80 per cento, nei laboratori di ricerca e sviluppo.

Oggi, nell'era digitale, quella stessa percentuale di innovazione è frutto della collaborazione tra clienti, fornitori e competition». Solo il 20 per cento di innovazione nasce ancora nei laboratori vecchia maniera. Dati che Esposito fornisce alle imprese ed agli studenti presenti, a Napoli, all'inaugurazione del secondo dei 14 Led, Laboratori di Esperienza Digitale, che Microsoft Italia mette in piedi in collaborazione con le università. Un

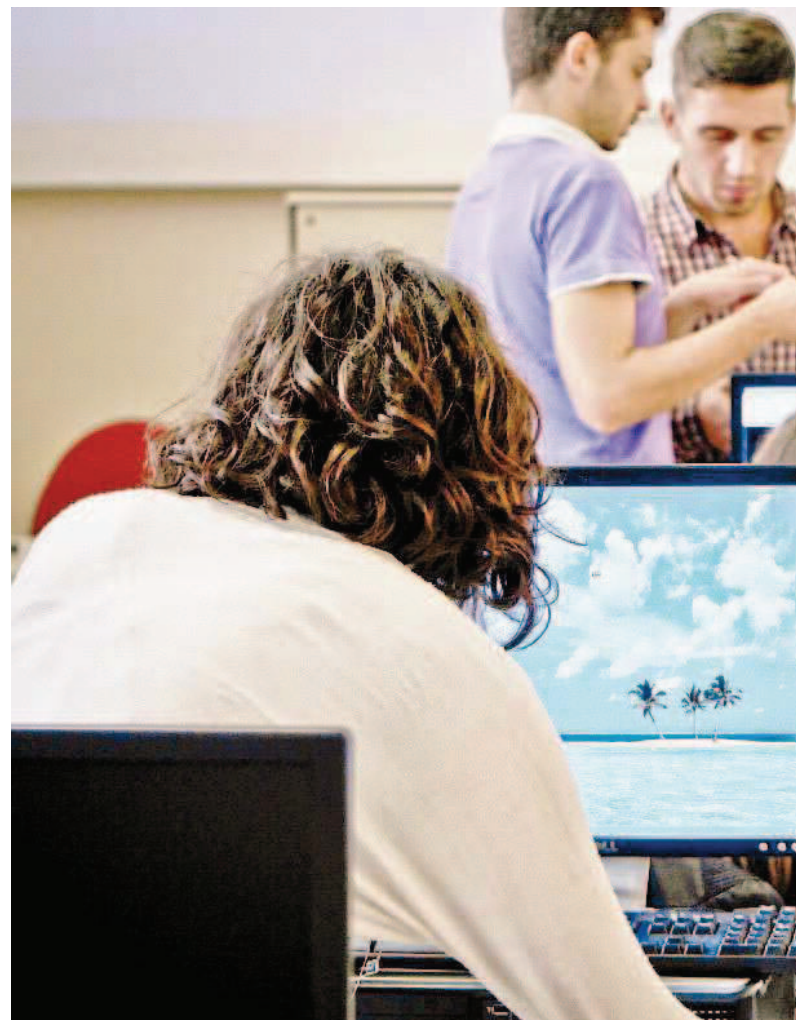


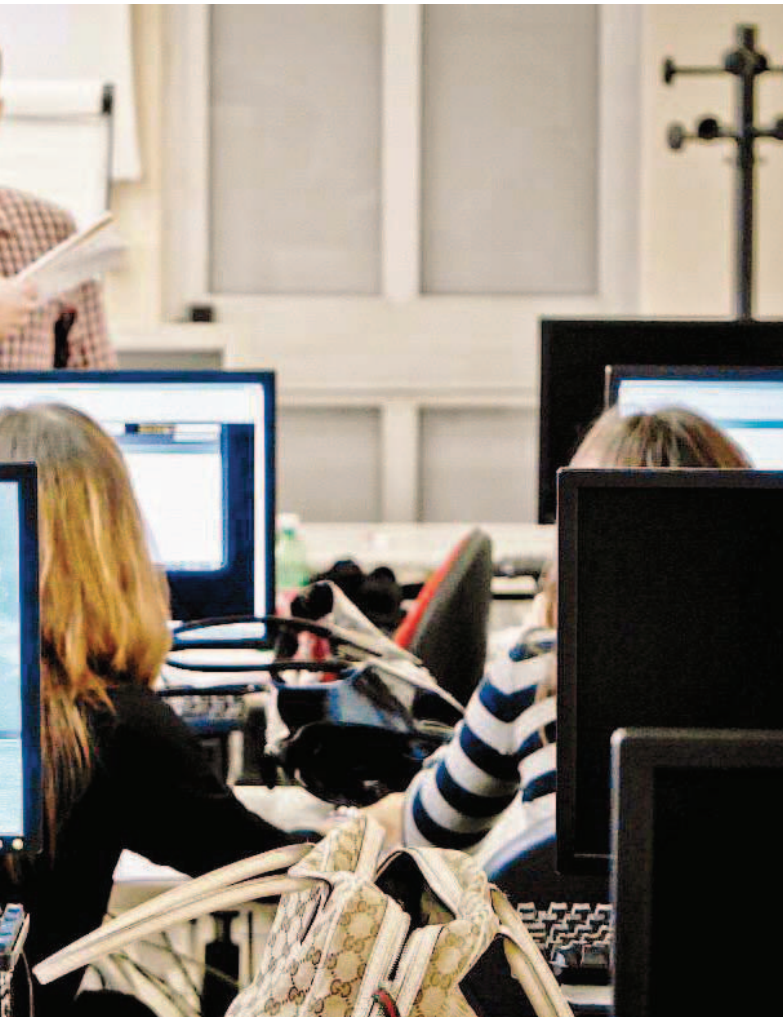
laboratorio, quello napoletano, che si innesta su un già esistente laboratorio di informatica, con oltre 20 postazioni di personal computer alle quali si aggiungeranno tablet, smartphone, notebook messi a disposizione dai partner del colosso informatico. Che erogherà anche una borsa di studio allo studente — presumibilmente un dottorando — cui verrà affidata la gestione del Laboratorio.

«Intendiamo promuovere in Campania e in tutto il Paese una cultura dell'innovazione

funzionale a una vera ripresa. Nel Led piccole e medie imprese e giovani toccheranno con mano il valore strategico delle nuove tecnologie e del cloud computing». Ma torniamo ai dati. A quelli, ad esempio, che rivelano la stretta correlazione tra livello di digitalizzazione e ricaduta occupazionale: le aziende che investono sul digitale assumono il 10 per cento in più. E la crescita in termini di ricavi, sempre a fronte di un investimento nel digitale, è +13 per cento. E sono le tecnologie cloud quelle

cui sempre più significativamente accedono le aziende. «Il cloud è un megatrend con ricadute importanti ed addirittura determinanti nel caso delle piccole e medie imprese» aggiunge Esposito. A livello planetario si calcola che la cloud economy raggiungerà il valore di 180 miliardi di euro entro il 2015. E saranno 14 milioni i posti di lavoro creati nel settore dei servizi cloud tra il 2011 ed il 2015. Entro quello stesso anno in Italia il trend sarà in crescita del 125 per cento, con la creazione di 80 mila





collarsi il costo dei continui aggiornamenti del software, tramite le tecnologie cloud anche le imprese medie e piccole potranno migliorare la propria capacità operativa. E il proprio business: secondo alcuni dati diffusi da Microsoft le aziende che investono sul digitale vedono crescere i propri ricavi del 13 per cento. E sempre più spesso si orientano verso il Cloud computing.

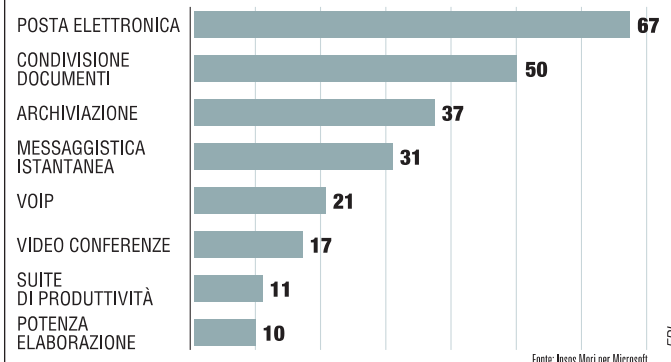
Microsoft ne sintetizza i benefici in termini di costi, produttività e gestione. I costi si riducono grazie al fatto che i servizi Cloud vengono «pagati a

consumo e ciò significa trasformare i costi fissi in costi variabili, in relazione a necessità specifiche». La produttività fa leva sul fatto che «i servizi Cloud sono accessibili da differenti dispositivi e punti di accesso, e ciò consente agli utenti di essere sempre connessi». La gestione, infine: «I servizi Cloud sono gestiti, aggiornati e migrati direttamente dal fornitore del servizio e ciò riduce drasticamente tempi e risorse oltre ad assicurare la massima affidabilità delle applicazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CLOUD COMPUTING, LA CLASSIFICA

Servizi più ampiamente diffusi nelle PMI, in %



nuovi posti di lavoro nel settore.

Non è ancora tutto. Il mercato di tablet e smartphone crescerà in maniera esponenziale in Italia, nei prossimi anni, ampliando il pubblico, ed i clienti, delle tecnologie digitali di ultima generazione. E le aziende, medie piccole o grandi che siano, non potranno restare al palo. Nel Led di piazza Teocchio, tra i laboratori della più antica scuola di Ingegneria d'Italia, troveranno un punto di erogazione della formazione gratuita, grazie ai seminari ed agli incontri con i docenti dell'università e con i partner di Microsoft radicati sul territorio campano.

«Nel difficile contesto attuale, le Pmi devono affrontare sfide quali la scarsità di risorse e il ritardo infrastrutturale e i giovani della regione lottano contro la disoccupazio-

zione, perciò è fondamentale un cambio di rotta che deve essere responsabilità condivisa di tutti i protagonisti del tessuto socio-economico», banche comprese, ed Esposito rivela che il colosso informatico sta studiando anche la possibilità di facilitare l'accesso al credito per le imprese che accettano la sfida.

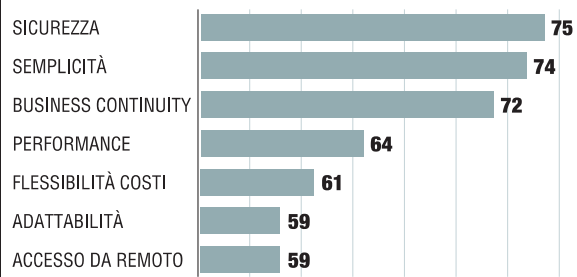
E visto che Unioncamere è tra i sostenitori dell'iniziativa, Luigi Iavarone, vicepresidente della Camera di commercio di Napoli, interviene all'evento napoletano affermando: «Il progetto lanciato da Microsoft sul nostro territorio è accolto con grande interesse e attenzione dalla Camera di commercio. Assai sensibile a tutti gli interventi finalizzati all'innovazione delle piccole e medie imprese».

(b.d.f.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

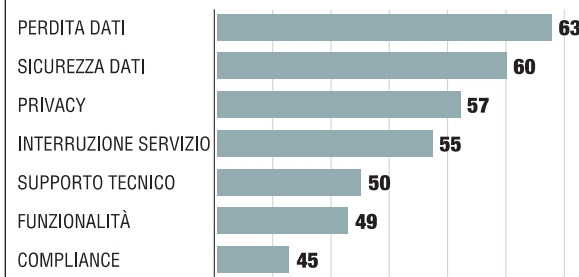
PERCHÉ PUNTARE SUL CLOUD

Fattori determinanti considerati dalle PMI, in %



CLOUD, LE PREOCCUPAZIONI

Aspetti manifestati dalle PMI, in %



Un'impresa con meno di dieci persone, deve avere al suo interno qualcuno in grado di utilizzare le soluzioni cloud

[L'INTERVISTA]

“Contatteremo 300 mila imprese” ecco come il cloud cambierà le pmi

PARLA SILVIA CANDIANI, CAPO DELLE OPERATIONS DI MICROSOFT ITALIA: “LA TECNOLOGIA ABBATTE I COSTI MA LE AZIENDE DEVONO CAMBIARE ORGANIZZAZIONE”
SERVONO MENO RAGIONIERI E SEGRETARIE MA PIÙ OPERATIVI

Stefano Carli

Roma

«Ci sono 11 punti percentuali di crescita in più tra le aziende digitali e le aziende tradizionali. E questo non è un fenomeno solo italiano: la profondità della differenza non è un effetto del ritardo italiano. Anche in Francia, in Germania, in Gran Bretagna le cose stanno nello stesso modo e le imprese digitalizzate hanno una velocità di crociera molto superiore alle altre. E questo - per così dire - certifica che il digitale è ormai il vero motore dell'economia». Silvia Candiani è direttore marketing & operation di Microsoft Italia. E' lei a guidare e coordinare quel piccolo esercito di 28 mila partner che costituiscono la forza vendita di Microsoft nel nostro Paese. Ha dunque il polso della situazione, conosce l'atteggiamento delle pmi italiane verso il digitale e la tecnologia. «Quello che dobbiamo far capire alle imprese, specie alle più piccole - spiega - è che non basta usare la posta elettronica e farsi arrivare le mail sul cellulare per diventare digitali. E' che bisogna proprio che cambil'atteggiamento degli imprenditori verso la tecnologia».

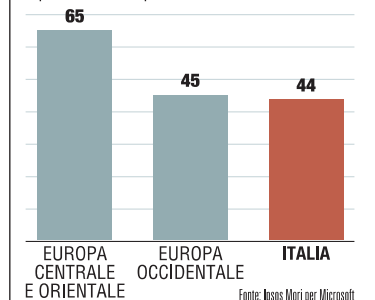
L'affermazione può suonare singolare visto che gran parte dell'export del nostro manifatturiero si basa su innovazioni di prodotto o di processo, ma c'è una ragione anche per questo: «Molti imprenditori italiani - sottolinea Candiani - sono competentissimi su tutto quello che riguarda direttamente i loro processi produttivi. Sono cioè “tecnologici” ma solo per quel che concerne il loro ambito specifico, ma non in termini più ampi. Spesso fanno fatica a immaginare quanto la tecnologia potrebbe invece permettere loro di fare ancora meglio quello che già fanno in tutte le attività collaterali e accessorie al core business. Stiamo parlando di amministrazione, logistica, assistenza al cliente e post vendita sul prodotto. Ed è proprio qui che il digitale offre più possibilità. E che il cloud dispiega il massimo delle sue potenzialità mettendo a disposizione anche di imprese medie e piccole soluzioni finora accessibili solo dai gruppi maggiori».

Il punto di forza del cloud è in effetti la possibilità di acquistare tecnologia “on demand” pagando solo quello che si usa. Se prima soluzione di customer care, di business analytics, di gestione di reti erano appannaggio solo di chi si poteva permettere dei capex importanti, ora invece no. Ma se per le medie, imprese già abbastanza strutturate, il passaggio al digitale è più facile, per le piccole potrebbero esserci ancora difficoltà. D'altra parte un'impresa con meno di dieci persone, spesso meno di cinque, deve comunque avere al suo interno qualcuno in grado di utilizzare le soluzioni cloud. Deve saper decidere cosa serve, quanto ne serve e, appunto, usarlo. Ed è proprio in questo che le piccole imprese devono cambiare. Vuol dire che una piccola azienda di 5 persone non deve assumere una sesta per il



A CHI PIACE IL CLOUD

Ripartizione % per area



cloud. Ma certo deve cambiare la sua struttura organizzativa. «Diciamo - continua Candiani - che forse serviranno meno ragionieri o segretarie, perché con la fatturazione elettronica e le altre soluzioni amministrative c'è meno lavoro per questo in azienda. E magari ci si può affidare a società esterne, che possono tenere la contabilità di più imprese e abbassare i costi. E le risorse liberate in azienda possono così dedicarsi a nuovi aspetti del business finora trascurati».

Ci sono casi emblematici in proposito. «La Malossi di Bologna, per esempio - racconta Candiani - E' un'impresa della motor valley emiliana che produce componenti per moto. E che aveva un mercato solo locale. Aprendo un sito di e-commerce e vendendo online è riuscita ad entrare direttamente sul mercato cinese. Oppure la Tosato, mobiliere brianzolo, che adottando soluzioni di Crm ha cambiato il modo di fare promozioni. Prima la

promozione durava un mese, portava più visitatori nel negozio ma finito il periodo tutto tornava come prima. Ha iniziato a raccogliere i nomi e gli indirizzi di email di tutti i clienti che passavano per le offerte e anche con la fine della promozione ha continuato ad inviare loro offerte ad hoc, basate sulle caratteristiche di ognuno. Ele vendite hanno subito registrato l'impulso».

Ma quante sono oggi in Italia le piccole imprese che utilizzano queste soluzioni? «Poche ancora, in effetti», afferma Candiani. Nell'universo dei 6 milioni di imprese italiane, il 95% delle quali con un numero di addetti inferiore a dieci, il tasso di digitalizzazione è basso. Tanto che viene considerato un buon risultato il fatto che nel sottoinsieme delle imprese con meno di 6 anni di vita l'adozione di soluzioni cloud sia stato realizzato o deciso nel 53% dei casi. Cifra che va però paragonata con l'analogo numero tra le piccole imprese Usa, che è del 98%. «Per questo con l'iniziativa “Digitali per crescere”, che portiamo avanti assieme a Unioncamere, ministeri dello Sviluppo e della Ricerca, università, una serie di partner industriali e bancari, abbiamo messo nel mirino numeri ambiziosi - spiega Candiani - Puntiamo ad avere almeno 300 mila imprese che visitino i nostri siti per prendere informazioni. Diecimila almeno, ma forse anche di più, vogliamo coinvolgerne direttamente portandole nei nostri Laboratori realizzati presso le università coinvolte. E per la metà di queste contiamo che possano partire con un progetto definito in tempi brevissimi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[LA SCHEDA]

Così funzioneranno i Led: saranno attivi per tutto l'anno

Sono una parte centrale del progetto Digitali per Crescere: sono i Led, Laboratori di esperienza digitale. Saranno attivi per tutto l'anno nelle università che ospitano l'iniziativa. E sono luoghi in cui le imprese potranno letteralmente “toccare con mano” come si digitalizza il lavoro in azienda. Ci saranno pc, tavolette e smartphone, si spiegherà e si farà vedere come si imposta una riunione virtuale con la forza vendita, come si condivide un documento o un file di indirizzi, come si immette una fattura elettronica con firma digitale in tempo reale mentre la si compila davanti al cliente, risparmiando così i tempi morti della registrazione serale e invio dei dati che ogni agente deve fare a conclusione di ogni giornata di lavoro. I rappresentanti delle imprese potranno provare, chiedere, avanzare dubbi. E i giovani laureandi dell'università, assieme alle rete di collaboratori delle aziende partner, saranno per loro guide e tutor.