

IL BOOM DEI SERVIZI SUI CELLULARI

Nel 2003 il giro d'affari dei Mobile Vas (servizi a valore aggiunto per la telefonia mobile) supererà i 400 milioni di euro, una crescita del 62% rispetto al 2002. I dati emergono dal secondo Rapporto dell'Osservatorio Permanente sul Mobile Vas del Politecnico di Milano si basa sull'analisi dell'offerta di circa 350 fornitori e su interviste dirette a più di 60 tra le principali realtà italiane che operano in questo ambito. In pole position, con il 64%, vi sono ancora i servizi basati su Sms, ma iniziano a muovere i primi passi anche servizi più innovativi, basati sulle nuove tecnologie multimediali e sui protocolli Internet. Quelli di Micro-Browsing, ad esempio, rappresentano il 20%, e proprio nel 2003 hanno smesso di essere "gratis" e sono stati offerti a pagamento; mentre servizi di Download (di suonerie polifoniche, wallpaper, video e giochi Java) incidono complessivamente per il 14 % (di cui il 3% circa fa capo ai giochi Java); ancora piccola (2%) la fetta di torta riservata ai servizi basati su Mms. «Per quanto concerne le tecnologie abilitanti alla tipologia del servizio, - spiega Andrea Rangone - in prima linea troviamo i servizi di infotainment (che offrono contenuti informativi e di intrattenimento) e quelli di personalizzazione del cellulare (che mettono a disposizione loghi, suonerie e wallpaper) rispettivamente con il 34 e il 27 per cento; mentre i servizi di comunicazione e di community (chat, contenuti da inviare, ecc.) rappresentano il 17% e i giochi il 15 per cento; da evidenziare i servizi di voting che valgono il 4 per cento.

Lo studio analizza in dettaglio i diversi comparti, evidenziando, ad esempio, che nel 2003 il segmento Sms è stato caratterizzato da due fenomeni: una drastica riduzione del numero di player rispetto al 2002, da 340 a 140 circa, un incremento della rilevanza dei Numeri Brevi come canale di attivazione dei servizi.

La riduzione dei player è principalmente l'effetto dell'interruzione dell'offerta di servizi mobile (soprattutto loghi, suonerie, Sms animati, ecc.) da parte di numerosi portali Web che basavano il pagamento sul Dialer, a causa della già evidenziata perdita di immagine di questo strumento. Nel corso del 2003 sono comparsi soli 11 nuovi fornitori, mentre risulta stabile (circa 1100) il numero dei servizi offerti.

All'incremento della rilevanza dei Numeri Brevi come canale di attivazione dei servizi corrisponde anche una maggiore apertura - seppur moderata - dei carrier alla loro condivisione con i content ed i service provider. Aumentano, infatti, i Numeri Brevi utilizzati da fornitori esterni (dal 34% del 2002 al 54 % di quest'anno), si riduce leggermente la loro concentrazione e crescono i Numeri unici, comuni a tutti i carrier, fortemente voluti dai content e dai service provider.

Il futuro

Cosa accadrà in futuro? Per quanto riguarda gli SMS, è iniziata la fase di consolidamento, ma vi sono ancora interessanti spazi di crescita, in particolare nei servizi di infotainment, di voting e di comunicazione e di community, almeno fino a quando non si diffonderanno i servizi su cellulare di email e di instant messaging. Il Browsing dovrebbe giocare un ruolo sempre più significativo all'interno del panorama dei Mobile VAS Application to person sia come canale per distribuire,

anche a pagamento, i contenuti all'utente, sia come ambiente di attivazione di altri servizi (ad esempio, Download o Sms/Mms). Una forte crescita è prevista per il Download sia per i servizi di personalizzazione (che andranno lentamente a sostituire gli analoghi servizi basati su Sms) sia per i giochi Java.

Appare ancora incerta la reale capacità di sviluppo dei servizi Mms e di quelli Video, ancora alla ricerca di un ragionevole compromesso tra effettivo valore per l'utente e costo.

«Questi trend "settoriali" - afferma Umberto Bertelé - potranno essere accelerati o rallentati dalle evoluzioni che avverranno a livello di terminali e di reti. Più precisamente, con riferimento ai terminali, sono tre, a nostro modo di vedere, i fattori principali che potranno condizionare la dinamica del mercato: l'accentuazione delle caratteristiche di multimedialità del telefonino; l'interoperabilità sempre maggiore tra i diversi device; l'integrazione dei diversi client applicativi (Sms, Mms, Download, ecc.) in un unico ambiente, che rappresenta l'interfaccia con l'utente (come peraltro sta già accadendo nei portali di 3 e di Vodafone Live!).

«A livello di reti, invece, - continua Bertelé - porremmo l'attenzione su due fattori principali: l'aumento della banda disponibile, condizione indispensabile sia per poter fruire efficacemente dei servizi multimediali più complessi, sia per ipotizzare un contenimento dei costi per l'utente; il raggiungimento di una interoperabilità maggiore con le altre reti, non solo quella fissa, ma anche, in futuro, quella Wi-Fi. Il concatenarsi "virtuoso" di tutti questi aspetti potrebbe avere enormi effetti benefici per l'intera filiera dei Mobile VAS, creando i presupposti per una sua competitività sempre maggiore nella "competizione delle competizioni", quella per lo *share of wallet* dei consumatori italiani: con il risultato finale di attrarre una fetta sempre maggiore della loro capacità di spesa, "a danno" di altre filiere, quali quella dei media tradizionali, dell'intrattenimento tradizionale, dei portali Web, dei servizi finanziari e bancari».

BOX

Il gruppo di lavoro dell'Osservatorio Permanente sul Mobile Vas del Politecnico di Milano

Umberto Bertelé
Andrea Rangone
Stefano Mainetti
Filippo Renga
Andrea Dondi
Matteo Brambilla
Antonello Facchetti
Giovanni Ippolito
Alessandro Spotorno
Andrea Vittori

I WEB SERVICES PIACCONO ALLE AZIENDE

Il 42% delle aziende italiane ha già sperimentato la realizzazione di un Web service, mentre il 15% lo ha pianificato entro 12 mesi.

È quanto emerge da un'indagine Assintel (www.assintel.it) condotta nel corso del primo trimestre 2003 su un campione di 400 operatori dell'offerta, attivi prevalentemente nell'ambito software e servizi.

Sono i key players e le società con più di 50 dipendenti a guidare il mercato, con percentuali di realizzazione dei Web Services, già effettuata o molto prossima, superiori al 60%.

Le aree di sviluppo più avanzate sono quelle relative ad applicazioni verticali ed all'eBusiness, mentre si dividono in modo pressoché equo le modalità d'impiego lo sviluppo di software standard, lo sviluppo di software ad hoc e la commercializzazione di software di terzi.

L'impiego principe dei Web Services è nella realizzazione di integrazioni tra dati o processi all'interno dell'azienda, mentre il secondo campo di applicazione è stato quello dell'integrazione di applicazioni Web.

Tra gli strumenti di sviluppo utilizzati per la realizzazione dei Web services la tecnologia Microsoft non assume un peso determinante, come è invece avvenuto in altri ambiti. Una grossa parte dello sviluppo (circa il 60%) avviene utilizzando la tecnologia Java che, per quanto protetta da copyright Sun, può considerarsi Open. Anche a livello di framework applicativo il 22% degli intervistati ha dichiarato di usare solo strumenti Open Source. Si tratta di una delle percentuali più alte riscontrate da Assintel nell'ambito delle tecnologie di sviluppo.

Se appaiono innovativi gli approcci tecnologici, risulta tradizionale il meccanismo di pricing, fondamentalmente basato sulla normale cessione del software in licenza d'uso. Stenta ad affermarsi il modello del pay-per-use, che dovrebbe trovare in questo ambito un buon caso di applicazione, in particolare per i Web Services aperti all'esterno.

Dal punto di vista internazionale, confrontando questi dati con quelli riportati da TechMetrix relativi ad un campione internazionale, si può affermare che non vi sono significativi gap tra la rapidità di adozione di questa tecnologia in ambito internazionale e la rapidità di adozione in ambito nazionale.

In particolare, dal survey di TechMetrix emerge che il 52% degli intervistati ha dichiarato di avere già avviato (o di essere in procinto di farlo) dei progetti di Web Services, mentre un ulteriore 37% delle aziende sta riflettendo su come utilizzare questa tecnologia.

Cos'è un Web Service?

La tecnologia dei Web Services si inquadra nel più vasto panorama delle architetture orientate ai servizi. Da alcuni anni il mondo IT vuoi spontaneamente vuoi perché pressato da aziende con budget devastati dal continuo rifacimento di applicazioni "core", ha cominciato a riflettere sulla possibilità di riutilizzare il software presente in ambito enterprise, invece che concentrarsi sulla sua sostituzione.

Perché quindi tendere a modificare i componenti applicativi quando, quasi sempre, il problema sta nella integrazione dei componenti stessi all'interno di processi più moderni, dove i vari componenti devono interagire tra di loro al fine di raggiungere l'obiettivo aziendale, sia esso interno, sia esso la soddisfazione del cliente?

Da questa considerazione è nata la cosiddetta EAI, Enterprise Application Integration, che ha prodotto tools, strumenti e metodologie destinate a permettere la costruzione di uno strato software che facilitasse una concreta cooperazione tra applicativi progettati per operare in autonomia.

Dunque, migliorare la raccolta, l'utilizzo e la condivisione dell'informazione ed erogare servizi via web, abbassando così i costi di gestione, sono le ragioni principali degli ingenti investimenti da parte delle aziende per l'implementazione di Web Services, cioè quelle tecnologie software basate su standard che permettono ai programmatori e agli integratori di combinare nuovi e vecchi sistemi o applicativi in una nuova modalità, in ambito Internet, all'interno dei confini dell'azienda o in modo trasversale su diverse aziende.

Inoltre, l'utilizzo di queste soluzioni, basate sullo standard XML e sull'adozione di un set di tecnologie ad hoc, sta permettendo la piena fruibilità del servizio anche all'esterno dei confini dell'azienda, nel rispetto delle politiche aziendali legate alla sicurezza.

INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ: ITALIA ANCORA IN RITARDO

Solo l'11,4% delle aziende italiane utilizza Internet Business Solutions contro il 61% degli Usa, mentre gli investimenti in ICT sono metà di quelli oltreoceano.

Questo, in estrema sintesi, quanto emerso dallo studio "NET IMPACT: l'impatto della rete sul sistema produttivo italiano realizzata recentemente dall'Università Luigi Bocconi di Milano, presentato nel corso del convegno "Ridare slancio alla domanda dei servizi ICT e al sistema Paese" organizzato dall'Associazione Nazionale Telecomunicazioni, Informatica ed Elettronica di Consumo aderente ad ANIE, lo scorso ottobre a Roma.

La ricerca, presentata da Carlo Secchi, Magnifico Rettore dall'Università Luigi Bocconi di Milano, è basata su interviste effettuate presso i responsabili dei sistemi informativi di 1006 unità produttive appartenenti a tutti i settori.

«L'Italia è paese che investe poco in ICT – ha evidenziato Salvatore Randi, Presidente dell'Associazione Nazionale Telecomunicazioni, Informatica ed Elettronica di Consumo, aderente ad ANIE - e soprattutto nelle ISB-Internet Business Solutions, ovvero le piattaforme e soluzioni basate su Internet che migliorano i processi organizzativi aziendali nella gestione dei fornitori, dei clienti e dei dipendenti e vanno oltre all'uso dell'e-mail e della ricerca del sito. Ciò per il ritardo con cui gli investimenti sono partiti rispetto ai competitori e per le resistenze interne alle aziende a riorganizzarsi anche per la prevalenza di piccole aziende nel panorama industriale italiano. Risultato: il sistema paese manca quasi del tutto di "innovazione" e il divario in termini di competitività con i paesi concorrenti si allarga, a scapito soprattutto delle PMI».

Nell'occasione Antonio D'Amato, Presidente di Confindustria, ha precisato che i fondi destinati all'ICT dalla Finanziaria, seppur accolti con favore, sono decisamente inferiori a quanto sarebbe necessario.

«E' noto che l'uso di ICT ha impatto sull'efficienza della creazione e innovazione della conoscenza - ha affermato Salvatore Randi, - esiste tuttavia una stretta correlazione tra attività di innovazione in campo ICT, l'utilizzo delle IBS e la crescita della multi-factor productivity (MPF). La semplice correlazione tra le dimensioni del settore in Europa e negli Stati Uniti e la loro crescita in MPF nel periodo 1995-2000 evidenzia che la dimensione ridotta del settore ICT italiano potrebbe essere una delle ragioni dell'insoddisfacente performance dell'Italia».

La ricerca

Secondo la ricerca, negli Usa il 30% dell'investimento totale (edilizia esclusa) è stato in attrezzature e software per l'ICT. La corrispettiva quota italiana è stata circa la metà di quella osservata negli Usa e nel Regno Unito. Il maggiore ritardo è però determinato dalla scarsa diffusione delle tecnologie IBS: in Italia il tasso di penetrazione, infatti, è solo l'11,4%, in netto contrasto con il tasso di penetrazione registrato negli Usa (61%) e con quello di Gran Bretagna, Germania e Francia (media 47%). In Italia è il terziario il settore più ricettivo alle IBS, in particolare nella Finanza e Contabilità (37%), CRM (29%) e Ricerca&Sviluppo (28%). Le organizzazioni italiane che utilizzano IBS hanno realizzato un risparmio di costi cumulato pari a 9,17 miliardi di euro e un aumento dei ricavi pari a 6,69 miliardi di euro. L'ipotesi di portare al 30% le organizzazioni che usano IBS permetterebbe in cinque anni un aumento di ricavi pari a 18,5 miliardi di euro e una riduzione di costi di 15,78 miliardi di euro. Se ne deduce quindi che l'ICT è un buon investimento!

Secondo ANIE, nel 2002 il fatturato complessivo delle aziende di apparati e sistemi di TLC ha raggiunto 11.031 milioni di euro, subendo una forte contrazione, pari al -20,5%, rispetto al 2001. Le esportazioni (2.798 milioni di euro) perdono ben il 36%. Anche lo stato degli ordini (-22%) non conforta e conferma il negativo andamento della domanda e le scarse speranze di un recupero a breve termine. Sempre nel corso

del 2002, l'occupazione è diminuita del 12,5%, con una perdita di circa seimila addetti. Nel triennio 2001-2003, la caduta verticale dell'occupazione ha toccato il 36%. Le imprese stimano che, al permanere delle attuali condizioni, gli esuberanti che saranno rilevati a fine 2003, saranno circa diecimila.

Proposta ANIE-ANFOV

Per dare concreta applicazione, a partire dal 2004, al PID-Piano di Innovazione Digitale proposto da Confindustria occorre che si realizzino le seguenti condizioni, che possiamo definire i "quattro pilastri" su cui poggia il PID.

1. investimenti dei privati (operatori e utenti) nella misura di 3,7 miliardi di euro, investimenti che andrebbero opportunamente incentivati da misure da prevedere nella Finanziaria 2004;
2. spesa per investimenti in ICT della PAC (Pubblica Amministrazione Centrale) e PAL (Pubblica Amministrazione Locale) nella misura di 0,9 miliardi di euro;
3. investimenti in Ricerca ed Innovazione per i quali occorre sbloccare gli arretrati e procedere al rifinanziamento (FAR - Fondo Ricerca Applicata, FIT - Fondo per l'Innovazione Legge 46 e Tecno-Tremonti, che prevede anche incentivi per le tecnologie digitali);
4. finanziamenti mirati all'incentivazione e sviluppo della larga banda, della televisione digitale terrestre e dell'IT per la casa (inclusa la domotica).

Confindustria col PID ha chiesto di colmare il gap di spesa ICT rispetto agli altri paesi europei. Ha individuato questo gap in 15 miliardi di euro e ha proposto alcune misure, senza peraltro quantificarle né dando un orizzonte temporale. Ha parlato di un "patto per l'innovazione del Paese".

ANIE e ANFoV (Associazione per la convergenza nei servizi di comunicazione) hanno fatto lo sforzo di quantificare le risorse necessarie identificandone la relativa destinazione in un preciso arco temporale (triennio 2004-2006).

La proposta ANIE-ANFoV per una manovra di incentivi alle imprese per investimenti ICT per il 2004, assomma a 1,6 miliardi di euro, di cui 1,1 miliardi per agevolazioni all'industria e 0,5 miliardi alle famiglie, pariteticamente bilanciati fra offerta e domanda.

Le due tabelle seguenti riassumono, in miliardi di euro, l'insieme delle misure, per il triennio:

	2004	2005	2006
Spesa PAC e PAL	0,9	1,9	2,8
Incentivi a imprese	1,6	3,2	5,0
Spesa imprese	3,7	7,3	10,7
TOTALI ANNUI	6,2	12,4	18,5

In realtà, per effetto del moltiplicatore dell'investimento dell'anno precedente, la spesa pubblica effettiva si ridurrebbe a:

	2004	2005	2006
Spesa PAC e PAL	0,9	1,6	1,9
Incentivi a imprese	1,6	2,8	3,5
TOTALI P.A.	2,5	4,4	5,4

SICUREZZA? LE AZIENDE NON SONO ANCORA PRONTE

Il 54% delle aziende europee dispone di un piano di disaster recovery (DR) in grado di salvaguardare solo parzialmente l'infrastruttura IT esistente, mentre il 18% non è dotato di un piano di disaster recovery. Questi dati preoccupanti emergono da una ricerca pan-Europea commissionata a Taylor Nelson da Unisys.

La ricerca è stata svolta nel secondo trimestre 2003 con interviste a 200 CIO (responsabili dei sistemi informativi) e CFO (responsabili servizi finanziari) che operano in aziende con 500 o più dipendenti in Gran Bretagna, Francia, Germania, Italia, Spagna, Portogallo e Paesi Bassi.

Lo studio illustra i rischi e i costi fronteggiati dai CIO in relazione all'impatto che l'investimento tecnologico ha sui loro business.

Le tre vere sfide che i CIO si trovano ad affrontare sono legate ai costi, alla sicurezza e alla governance. Lo studio ha rivelato che i CIO rischiano di lasciare le proprie aziende pericolosamente esposte se non riescono a reagire in maniera sufficientemente rapida per rispondere a queste sfide.

Dalla ricerca emerge anche che il 67% dei CIO trova difficoltà a calcolare il costo legato alla perdita di dati; mentre il 77% afferma di non poter quantificare l'impatto finanziario generato dall'eliminazione o dall'implementazione di server all'interno dell'infrastruttura IT esistente. Questo significa, per esempio, che non sono in grado di calcolare i benefici portati dal consolidamento, perdendo così un'opportunità per ridurre i costi. Se si considerano i test dei piani di disaster recovery, circa il 30% dei CIO ha ammesso di non eseguire test sui piani di DR, se non per le tecnologie considerate mission critical, oppure di non sapere se il proprio piano è stato testato. L'attività di disaster recovery è essenziale per persone, processi e tecnologie che lavorano insieme per assicurare che i livelli di servizio vengano mantenuti a uno standard qualitativo indispensabile per garantire l'attività.

E' vitale che le aziende trovino il tempo di capire cosa hanno bisogno di proteggere e come può essere raggiunto questo obiettivo. L'esperienza ha dimostrato che la "standardizzazione" può giocare un ruolo cruciale nei momenti di grande carico di lavoro nel tenere operativi IT e business.

Unisys (www.unisys.com) fornisce servizi e soluzioni di Information Technology in tutto il mondo, combinando l'esperienza maturata nell'ambito della systems integration, dell'outsourcing, delle infrastrutture di rete, della tecnologia dei propri server e della consulenza.

NUOVA ALLEANZA CONTRO I CRIMINI INFORMATICI

La creazione di virus e worm sempre più sofisticati, in grado di danneggiare gravemente i sistemi informativi delle aziende e i PC di milioni di persone, determina la perdita di diverse decine di miliardi di dollari ogni anno nel mondo.

Solo negli Stati Uniti, l'FBI (www.ifccfbi.gov) ha quantificato tali perdite in 377 miliardi di dollari nel 2001, e secondo l'International Computer Security Association (www.interpol.int) gli incidenti imputabili a virus informatici sono cresciuti di oltre il 50% negli ultimi 5 anni.

«I worm e i virus - ha spiegato Marco Comastri, Amministratore Delegato di Microsoft Italia - sono dei veri e propri attacchi criminali contro tutti coloro che utilizzano la Rete, con gravi conseguenze sul lavoro delle imprese e sulla sicurezza e la privacy delle persone».

Per combattere questa minaccia, Microsoft (www.microsoft.com) ha messo a punto un programma di supporto alle agenzie investigative internazionali per contrastare coloro che creano e diffondono worm, virus e qualsiasi altro tipo di software dannoso attraverso la Rete. All'interno del programma, che è dotato di un fondo iniziale di cinque milioni di dollari, è prevista una ricompensa per chi collaborerà con le autorità competenti dei diversi Paesi nell'individuare e arrestare i criminali informatici.

«Oltre a lavorare per rendere il software più sicuro e per aiutare gli utenti a proteggersi dagli attacchi informatici, - ha sottolineato Comastri - con questa iniziativa vogliamo combattere, in collaborazione con l'Interpol e l'FBI, questi comportamenti criminali.

I danni provocati dai sabotatori del cyberspazio, infatti, sono tutt'altro che virtuali, e causano ogni anno perdite economiche dell'ordine di decine di miliardi di euro».

SISTEMI INFORMATIVI E GESTIONALI: LENTA LA RIPRESA DEGLI INVESTIMENTI

Nel 2003 circa il 38% delle PMI padovane ha previsto di investire le stesse cifre dello scorso anno, mentre il 29% pensa di ridurre le spese. I dati emergono da una ricerca condotta da Assintel (www.assintel.it) nei mesi di maggio e giugno 2003 su un campione di 253 PMI e 45 operatori dell'offerta dell'area di Padova e provincia, attivi prevalentemente nell'ambito software e servizi. In particolare, l'analisi valuta se le PMI hanno implementato dei software gestionali, qual è l'impatto di Internet sui processi aziendali, il grado di apertura delle PMI per la condivisione dei dati e delle informazioni rispetto al mercato di riferimento, infine le funzionalità di E-Commerce implementate in azienda.

Dove disponibili, sono stati integrati i risultati di altre ricerche recenti focalizzate sia sulla domanda sia sull'offerta, per permettere di sviluppare considerazioni qualitative e quantitative rispetto ai due lati del mercato.

A livello di mercato ICT italiano, le previsioni di crescita relative al periodo 1997/2005 sono state riviste al ribasso, soprattutto a seguito dell'arresto degli investimenti.

Anche le indicazioni provenienti dal campione intervistato sono allineate con le previsioni dei principali operatori rappresentanti l'offerta e degli analisti nazionali ed internazionali.

Si è infatti rilevato che le PMI dell'area di Padova e provincia intervistate per il 37,9% affermano che investiranno risorse in IT in misura uguale, mentre per il 27,2% inferiore rispetto al 2002. A livello Italia, la percentuale sale al 44% per chi investirà in misura uguale, mentre è pari al 29% per chi investirà in misura minore al 2002. Quindi non si registrerà una sostanziale variazione rispetto al 2002: il 65,1% delle imprese dell'area padovana (73,0% a livello Italia) non incrementerà i volumi di investimento dello scorso anno.

Questo dato è la riprova che la ripresa degli investimenti sarà, in linea generale, lenta. Alla base di questo comportamento c'è una mancanza, da un punto di vista dell'offerta, di grandi temi che possano rinvigorire gli investimenti IT delle PMI e che portino a replicare i tassi di crescita a due cifre già sperimentati nel settore.

La domanda

Dal punto di vista della domanda, è da sottolineare che il 51,0% delle PMI padovane intervistate (il 52,7% a livello Italia) ha affermato che tra le ragioni che hanno frenato gli investimenti in progetti eBusiness vi è soprattutto un *mancato riconoscimento del valore che la soluzione può portare all'azienda*. Questo fatto è in parte riconducibile ad una carenza culturale sia in merito alle opportunità offerte dalle soluzioni esistenti sia relativamente alla mancanza di una valutazione oggettiva del ritorno dell'investimento.

Il risultato è in linea con quanto evidenziato dall'offerta: oltre alla presenza di budget limitati che comportano il rinvio nel tempo dell'investimento, vi è una difficoltà correlata al livello di maturità dell'interlocutore. Le resistenze culturali sono tra le ragioni che frenano l'adozione delle nuove tecnologie, a meno che il fornitore non sia in grado di dimostrare il ritorno dell'investimento che sta proponendo al proprio cliente.

Il ruolo marcatamente consulenziale che viene attribuito ai fornitori di ICT dal 60,2% delle PMI (dato in linea sia per quanto concerne l'area di Padova e provincia sia a livello Italia) fa comprendere come le prospettive di crescita potranno essere colte soprattutto dagli operatori la cui offerta è in grado di soddisfare questa esigenza. Quanto più gli operatori si proporranno come solutori di problemi, in virtù della conoscenza sviluppata sul settore e sui processi relativi all'azienda, tante più opportunità di indurre ad investire la PMI avranno.

L'hardware: crescita negativa

Riguardo l'hardware le analisi evidenziano una crescita negativa legata soprattutto alla stagnazione della domanda e alla riduzione dei prezzi dei prodotti. Da sottolineare che il 43,8% delle PMI (44% totale Italia) afferma peraltro di avere un sistema informativo antecedente al 2000, segno che in concomitanza dell'anno 1999 e dell'Euro non c'è stata una completa sostituzione dell'hardware.

A livello software, la flessione registrata negli investimenti è conseguenza diretta anche del processo di sostituzione attuato a seguito della necessità di adeguare il software all'anno 2000 e all'Euro.

La presenza di un software gestionale è ormai un dato di fatto per il 90,1% delle PMI di Padova e provincia (92,8% totale Italia) che adottano, tipicamente, soluzioni a pacchetto (pari al 41,3% per Padova e al 42,4% del totale Italia) oppure sulle quali sono state fatte delle personalizzazioni (27,5% per Padova contro il 33,5% del totale Italia) con differenze sostanziali legate alle sottoaree del gestionale.

Le personalizzazioni sui software vengono principalmente demandate all'esterno: questo dato conferma il ruolo attribuito al fornitore di ICT da parte della PMI. Non solo esecutore, ma soprattutto attore con un ruolo propositivo, di analisi e suggerimento delle soluzioni più adatte alle necessità dell'impresa.

L'amministrazione e contabilità è l'area principalmente coperta (per il 98,0% delle PMI padovane e il 95,4% per l'Italia) dal gestionale, seguita da quella relativa agli acquisti e alla logistica (rispettivamente per Padova e provincia e per il totale Italia nella misura del 71,0% e del 72,7%). Dal lato dell'offerta, un terzo degli operatori considerati non solo offre software gestionali, ma opera anche sull'ERP in generale.

L'area dell'Amministrazione e del Controllo di Gestione rappresenta una specializzazione per circa il 50% del campione, mentre il Magazzino e la Logistica coinvolgono una quota minore di aziende.

Se guardiamo al grado di apertura del gestionale esteso verso l'esterno, quindi verso clienti, fornitori e partner, si delinea come la PMI sia di fatto ancora "chiusa". *La condivisione delle applicazioni con terze parti è possibile solo nel 14,0% dei casi considerati (per il totale Italia la percentuale è del 18,8%) e soprattutto con riferimento a quelle aree per le quali la gestione delle relazioni con il mercato è una priorità/necessità.*

Le modalità di accesso alle informazioni

Analizzando invece le modalità con le quali le PMI danno accesso alle informazioni aziendali, Internet è il canale privilegiato (22,7% per Padova e provincia, contro il 27% per il totale Italia) rispetto alla Intranet e alla Extranet.

Le informazioni che la PMI rende generalmente disponibili sul website sono soprattutto di tipo tradizionale, legate alla presentazione dell'impresa (il dato relativo alle PMI di Padova e provincia, pari all'85,5%, è di poco inferiore a quello a livello Italia pari all'89%) oppure alla presentazione dei prodotti con un catalogo statico (72,0% per Padova e provincia, 75,3% per l'Italia). Funzionalità legate all'eCommerce sono principalmente dirette a fornire la possibilità di effettuare ordini online (60% delle PMI di Padova e provincia e il 42% del totale Italia, rispetto alle PMI che hanno affermato di avere un sito web che permette di fare attività di E-Commerce). E' soprattutto la PMI con un approccio prudentiale nei confronti della tecnologia che fornisce questa opportunità.

Il website viene visto per il 63,8% (69% per il totale Italia) per lo più quale canale per comunicare e promuovere la propria offerta. E' da sottolineare come, in relazione agli obiettivi perseguiti, la PMI si dichiara per il 44,4% (42% totale Italia) sostanzialmente soddisfatta, ma un'azienda su tre afferma di non essere né soddisfatta, né insoddisfatta.

Tra i progetti di eBusiness, l'attenzione del 10,1% delle PMI (13,7% del totale Italia) si è focalizzata soprattutto sul Datawarehouse e Business Intelligence. *Questo sottolinea come sia cruciale per le PMI la comprensione dei dati aziendali che sono a supporto delle decisioni e alla capacità di assumere le decisioni velocemente.*

Dal lato dell'offerta le attese esprimono ottimismo relativamente ai progetti di eBusiness. I due terzi delle software house vedono un futuro in cui ci sarà uno sviluppo e solo una su dieci, in media, evidenzia come si sia già raggiunta la saturazione e conseguentemente ci si avvii verso un declino delle vendite connesse. Le aspettative di crescita sono soprattutto riferite al CRM e al Corporate Portal presso la grande azienda, mentre Datawarehouse e Business Intelligence è al primo posto per quanto riguarda la PMI.

MOSTRE? SÌ, GRAZIE...

... per comunicare competenze. È quanto emerge da uno studio realizzato dal Cermes Bocconi (www.uni-bocconi.it) che dà anche utili consigli su come migliorare la partecipazione alle manifestazioni. La ricerca evidenzia che la Fiera viene considerata un'utile opportunità sia per dare sia per ricevere informazioni. Le manifestazioni fieristiche sono finalizzate a presentare l'offerta in un ambiente che consente all'acquirente di valutare tutte le alternative di fornitura, e quindi in una situazione che facilita il confronto e la decisione.

«La Fiera - spiega Francesca Golfetto, Direttore del CERMES - risulta lo strumento più efficace nella fase di raccolta di informazioni pre-acquisto, mentre la "pubblicità" è più adatta a sollecitare l'interesse e a focalizzare il "bisogno" nelle fasi iniziali del processo d'acquisto».

Dallo studio emerge inoltre che nei mercati industriali, la scelta del fornitore viene effettuata sulla base del mix di competenze e di prodotti che questo detiene. Tuttavia, mentre i prodotti pesano nella scelta d'acquisto non più del 40%, sono, invece, determinanti le competenze del fornitore, che influiscono per il restante 60%. La ricerca indica quali strumenti più idonei a supportare la valutazione delle competenze del fornitore la forza vendita, la dimostrazione dei prodotti, e le Fiere; ma proprio queste ultime mettono in gioco sia i venditori sia i prodotti offrendo la possibilità di dimostrazioni con le spiegazioni di personale qualificato.

Sul fronte "consigli", oltre a invitare a una accurata selezione delle Mostre, lo studio invita le aziende a porre particolare attenzione alle modalità di partecipazione in modo da ottimizzare l'investimento intrapreso.

ICT: FORMAZIONE PERMANENTE E CRESCITA PROFESSIONALE

Se ne parlerà il 27 novembre a Milano, al convegno "Certificazione delle competenze ICT, formazione e crescita professionale in Europa", organizzato da IFOA (Centro di Formazione e Servizi delle Camere di Commercio www.ifo.it) in collaborazione con Assinform (Associazione delle aziende di informatica e telecomunicazioni aderente a Confindustria www.assinform.it) per conoscere e dibattere i risultati del progetto EUROPROFILES.

Cofinanziato dalla Commissione Europea nell'ambito delle iniziative (Art. 6) volte a promuovere le esperienze più utili ad affinare le strategie del Fondo Sociale Europeo, il progetto *EUROPROFILES* è fra i progetti più innovativi avviati in ambito comunitario. Ha infatti permesso di delineare su scala europea la mappa delle competenze necessarie per le figure professionali chiave dell'informatica e delle telecomunicazioni, e di definire i percorsi formativi più idonei al riconoscimento delle qualifiche in ambito transnazionale.

La verifica sul campo, promossa a partire dai profili professionali già definiti da Assinform, ha permesso di aggiornare e mappare il mix delle competenze richieste per ciascun profilo e, soprattutto, di definire un sistema (catalogo) di 43 unità formative (già sperimentate su un campione europeo di 120 operatori ICT) che, variamente combinate, permettono di stabilire i percorsi formativi più efficaci per ciascun ruolo. Promosso e coordinato da IFOA, il progetto si è avvalso della partnership di 19 Enti di tre paesi (Italia, Francia, Regno Unito): Assinform, sei grandi aziende (Cisco Systems Italy, IBM Italia, Microsoft Italia, Nokia Italia, Wind, Alcatel Italia) sei enti istituzionali (Regione Lombardia, Puglia e le rispettive Agenzie per il Lavoro, AWM e CTS britannici); la Federazione Formazione e Ricerca di CGIL; cinque tra Agenzie formative ed enti di accreditamento.