Le opportunità offerte dall'ICT per lo sviluppo della PMI

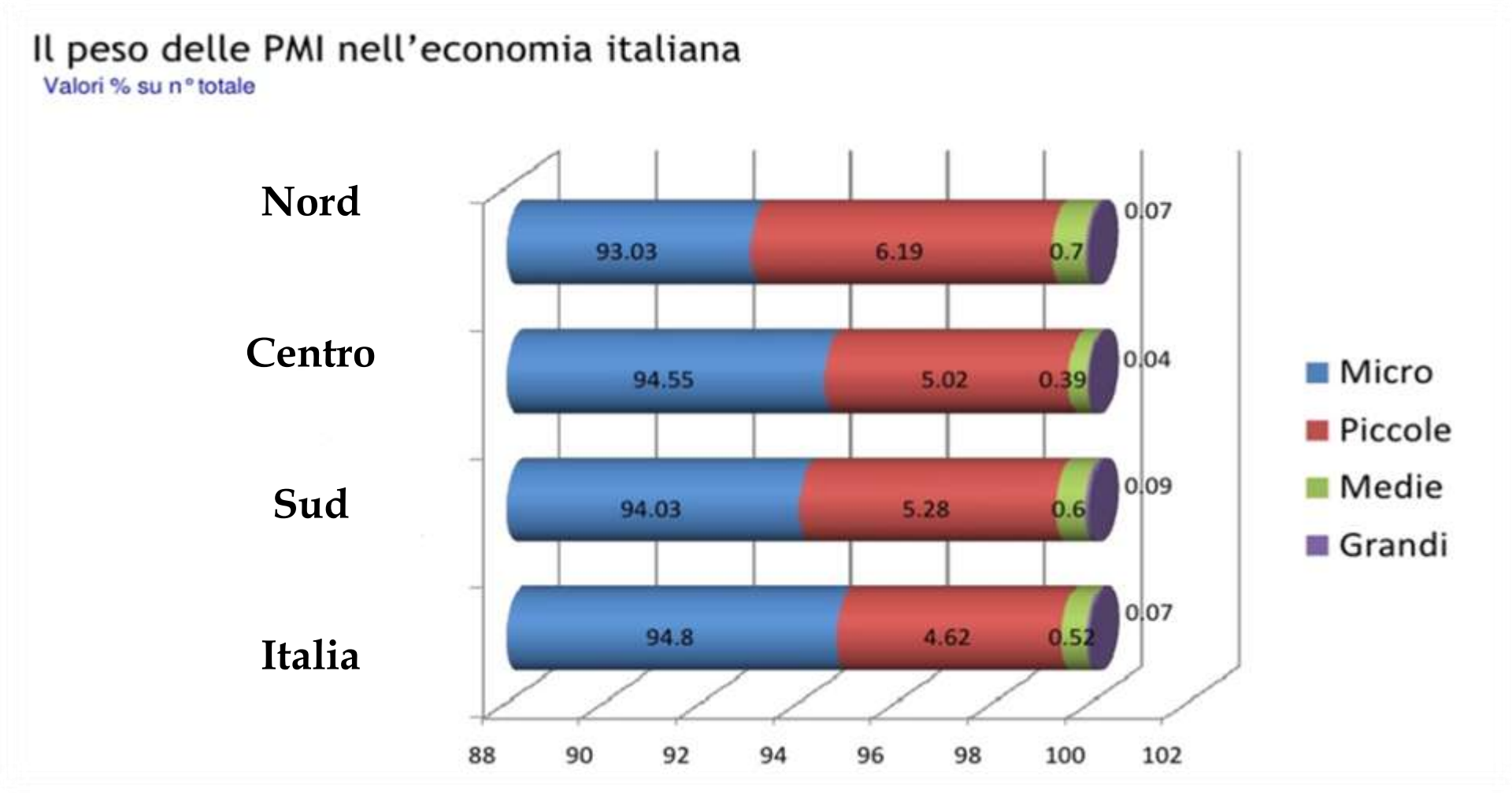
Alessandro Musumeci

Frosinone, 5 dicembre 2012

Qualcosa su di me…..

- 1980 laurea in ingegneria meccanica indirizzo trasporti all'Università di Roma
- 1982 SOGEI
- 1983-1986 Banco di S.Spirito
- 1987-1989 Cap Gemini Geda (progetto Ferrovie)
- 1990-1999 Andersen Consulting
- 2000 I&T
- 2001 Gruppo Almaviva
- 2002-2006 Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca (MIUR)
- 2007-2008 Comune di Milano
- 2009 Ferrovie dello Stato

Quanto conta la PMI nell'economia italiana ?



In che anno siamo

1984
KM percorsi in auto

1987 Abbigliamento e calzature

1988 Consumo carne e pesce

1992 Bellezza e cura di sé

1997 Consumo frutta e verdura

1997
Livello medio acquisti

1979
Automobili immatricolate

1970
Arredo e gioielli

1952
Produzione moto

PC Server
2004

Desktop
1998

IT
1999

Apparati TL
1999

TLC
2001

Fonia Mobile
2000

SW e Servizi
2000

HW
1996

Fonia Fisso
Anni '80

1998

Compravendita case

2007

Biglietti Cinema

1946
Calo dei consumi

1990
N° disoccupati

1993
Produzione industriale

1996
Risparmi e fondi comuni

2001
Investimenti pubblici

Il nuovo mondo digitale

Social

845mln utenti
21,8 mln in Italia
di cui 4 mln
da mobile

2,8mln utenti in Italia

12 mln utenti
in 6 mesi

2,5mln utenti in Italia

Mobile

881mln utenti nel
Mondo
23 mln in Italia

130mln utenti nel
Mondo
(iPhone, iTouch, iPad)

25 MLI
di applicaz
scaricate
da Apple Store

30 n° apps
medio
per utente
smartphone

Information Sharing

152 Mln
di blog
175 mln tweet al giorno
2,5 mln account in Italia
465 mln account world
wide

107.000 MLD
mail spedite

2 MLD
Video visti
su YouTube

Gaming

247 mln
Utenti attivi al mese

46,9 mln di
utenti mobili
in Italia
6 mld world
wide

Search

1.000mln
utenti nel
Mondo

65 mln di
utenti nel
Mondo
858.000 in
Italia

13,4 Mln
di accessi
broadband

2,3 mld di utenti
internet world
wide
27,7 mln in Italia
6,2 mln da
smartphone

38 mln in
Italia
1,4 mld
world wide

770.000
In Italia

Commerce

150mln
sottoscrittori
+200%
anno su anno

Utenti
Mobile
Internet
Italia
12 mln

Fonte: NetConsulting, 2012

1-2 Novembre, London, Conference on Cyber Space, by Ministero Esteri UK

Il divario italiano nella competitività

Paese	GCI 2012-2013 #Pos.	Score
Switzerland	1	5.72
Singapore	2	5.67
Finland	3	5.55
Sweden	4	5.53
Netherlands	5	5.50
Germany	6	5.48
United States	7	5.47
United Kingdom	8	5.45
Hong Kong SAR	9	5.41
Japan	10	5.40
Qatar	11	5.38
Denmark	12	5.29
Taiwan, China	13	5.28
Canada	14	5.27
Norway	15	5.27
Italia	**42**	**4.46**

Fonte: 2012 World Economic Forum

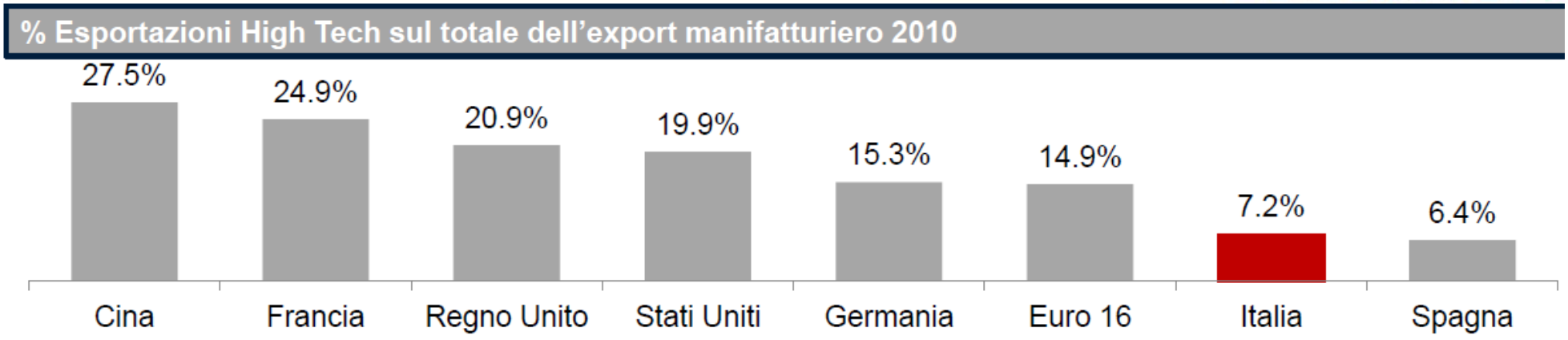
Nell'indice di competitività globale del WEF 2012 l'Italia si posiziona al 42esimo posto

#42 Competitività

#8 Pil

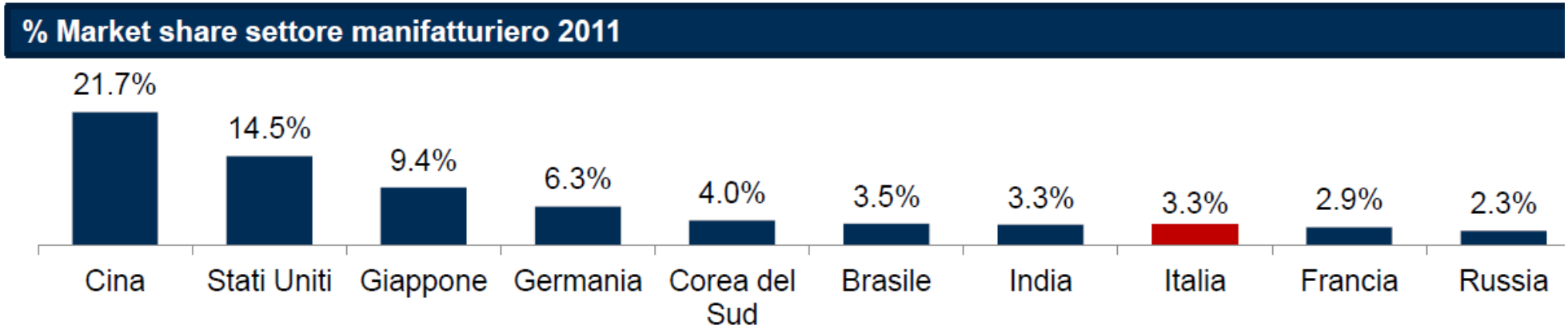
#3 Debito Pubblico

Il divario italiano nei settori manifatturiero e ICT



Nota: Prodotti con elevato R&D; settore aerospaziale, computer, farmaceutico, strumentazione scientifica ed apparecchiature elettriche

Fonte: The World Bank 2010



Fonte: CSC, Gobal Insight

I gap dell'Italia rispetto all'Europa 27 (2011)

	Europa (27)	Italia
Abitazioni con accesso a Internet	73%	62%
Abitazioni connesse a Banda Larga	68%	53%
Utilizzatori abituali di Internet	71%	54%
Individui che non hanno mai utilizzato Internet	24%	39%
Individui che utilizzano on-line banking	36%	18%
Individui che interagiscono on line con le PA	41%	23%
Individui che acquistano on line	40%	15%
Imprese che vendono on line	13%	4%
Fatturato delle imprese attraverso eCommerce	14%	4%

Fonte: Eurostat

Lo scenario

- **La crisi economica mondiale ha colpito in modo particolare le piccole e medie imprese (PMI)**
- **L'Italia ne ha risentito in modo ancora superiore, rispetto al resto del Mondo, a causa della forte presenza delle PMI nel sistema produttivo**
- **98% sono Micro e piccole imprese**
- **Le analisi più recenti sulle PMI evidenziano, tuttavia, il divario di capacità di reazione tra imprese che innovano, grazie all'ICT, e imprese che agiscono difendendo lo status quo**
- **In molti casi è stata evidenziata l'efficacia delle politiche adottate dalle Regioni a sostegno dell'innovazione e dei servizi da essa forniti alle imprese (es. distretto calzature di sicurezza nel distretto di Barletta)**

Lo scenario

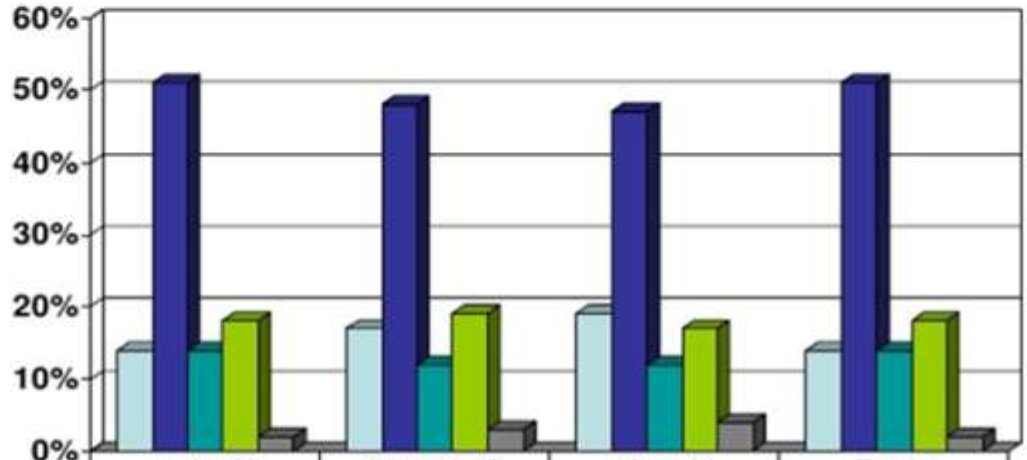
- **Di conseguenza occorre prendere vantaggio dalla crescita dei paesi emergenti ed esserne complementari**
- **Cogliere le opportunità di cambiamento**
  - **Modificare il ciclo di sviluppo**
  - **Migliorare la produttività**
  - **Cambiare valore e natura dai prodotti creandone di più complessi**
    - **Inventando cose nuove**
    - **Aumentando la flessibilità**
  - **Rivedere i bilanci senza tagliare in modo indiscriminato**
  - **Concentrarsi nello scoprire i talenti nella propria impresa e sul proprio territorio**
- **L'ICT è uno dei fattori abilitanti più importante in questo cambiamento**

L'impatto dell'ICT sul business

L'ICT è ancora poco associato allo sviluppo del business

ICT motore di sviluppo per il business - Benefici attesi dall'ICT

- La percezione dell'IT finalizzata alla riduzione costi è ancora troppo radicata
- Solo per 1/3 ca. delle aziende l'ICT è visto come miglioramento della conoscenza dei clienti, miglioramento dell'assistenza, incremento della visibilità sul mercato.



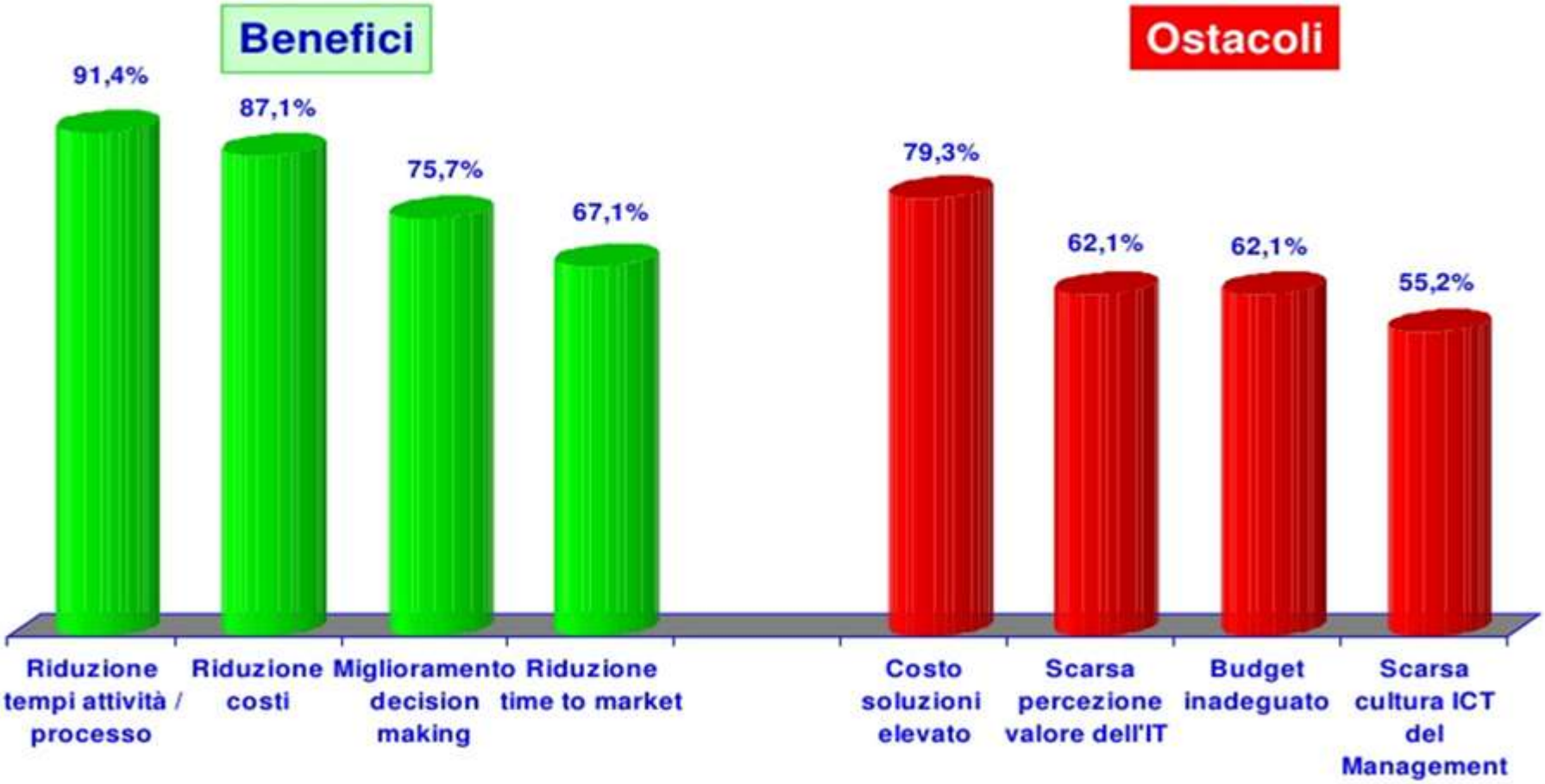
	1 - 9 add	10 - 49 add	50 + add	Totale
Sviluppo ricavi	14%	17%	19%	14%
Contenimento dei costi	51%	48%	47%	51%
Sviluppo innovazione tecn.	14%	12%	12%	14%
Maggiore qualità dei servizi offerti	18%	19%	17%	18%
Diversificazione dei servizi offerti	2%	3%	4%	2%

Base: aziende con 1+ dipendenti. Interviste ad un campione rappresentativo di 4.500 imprese

Fonte: Elaborazioni Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici su dati Between

I benefici e gli ostacoli nell'utilizzo dell'IT nelle PMI italiane

Valori in % su totale addetti



Fonte: Assinform/Netconsulting

ICT: le opportunità per le PMI

- **Abbassare i costi di produzione**
- **Entrare in nuovi mercati**
- **Creare nuovi canali di vendita e acquisto**
- **Rafforzare le relazioni commerciali con i propri partner**
- **Creare nuovi servizi / prodotti**
- **Comunicare in tempo reale con chiunque, in qualsiasi posto, in ogni momento**

- **Valutazione e percezione dei clienti in tempo reale**
- **Integrazione della catena del valore tra cliente-azienda-fornitore**

Le aree sulle quali puntare

1. *Focus istruzione e ricerca per tornare ad essere competitivi e rilanciare il manifatturiero*

- Energia
- Trasporti
- Difesa
- Agroalimentare
- Telecomunicazioni

2. *Focus sulle esportazioni*

- Macchinari ed apparecchiature
- Metallurgia
- Autoveicoli
- Prodotti chimici
- Apparecchiature elettriche
- Farmaceutica
- *Made in Italy*

~~No avvocati e politici~~

Scienziati e Ingegneri

Algebris Investments (UK) LLP is Authorised and Regulated by the Financial Services Authority
© 2012 Private & Confidential

Fonte: EUROSTAT, IMF, Confindustria, Algebris Investments LLP

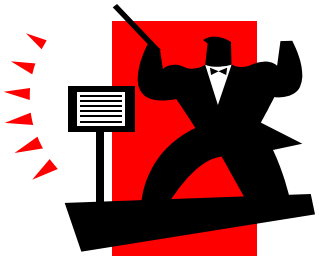
Esigenze e strategie delle PMI

Differenziare efficacemente il prodotto	Segmentare il mercato in modo innovativo
Accrescere il valore del brand	Competere sulla combinazione prodotto / servizio
Aumentare la qualità della strategia di comunicazione	Creare un rapporto diretto e continuativo con il Cliente
Massimizzare il servizio al Cliente	Qualità totale
Ottimizzare la gestione della Logistica	Semplificazione dei processi
Contenere il livello dei costi fissi	Trasformazione degli investimenti non core business in servizi

Tre principi guida per le PMI

- ***semplificare*** i processi interattivi tra le aziende, consentendo risparmi sui costi e maggiori efficienze operative
- ***conquistare*** nuovi mercati e raggiungere nuovi clienti attraverso canali Internet di promozione, vendita e assistenza post-vendita
- ***rendere più efficace*** la promozione e la vendita, specializzando i canali in funzione di segmenti omogenei di mercato e monitorando la previsione dell'evoluzione dei costumi e delle tendenze di acquisto

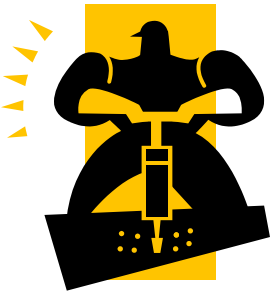
Le condizioni alla base dell'innovazione ICT



Condizione N. 1 - Imprenditoriale

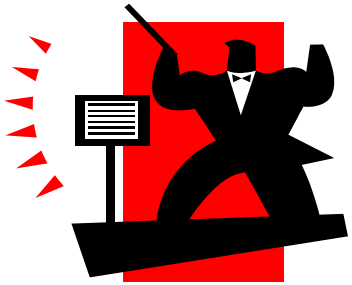
La sensibilità e il commitment del Vertice (imprenditore e/o general manager) sulle tematiche ICT

Condizione N. 2 – Organizzativa
La presenza di un Responsabile ICT efficace, punto di riferimento organizzativo di tutti i processi innovativi ICT



Condizione N. 3 - Gestionale
Un affidabile presidio operativo dei processi innovativi, rappresentato da una "adeguata" Direzione IT o da un "adeguato" Partner esterno

Condizione N. 1 - Imprenditoriale: la sensibilità e il commitment del Vertice



Attenzione reale del Vertice alle problematiche ICT
Tempo dedicato alle decisioni ICT
Budget che ha investito - o intende investire
Scelte organizzative effettuate - o che intende effettuare

Condizione N. 2 - Organizzativa: la presenza di un Responsabile ICT

Ruolo chiave di *liaison* tra Vertice, Management e "tecnici" (Direzione IT e fornitori IT)

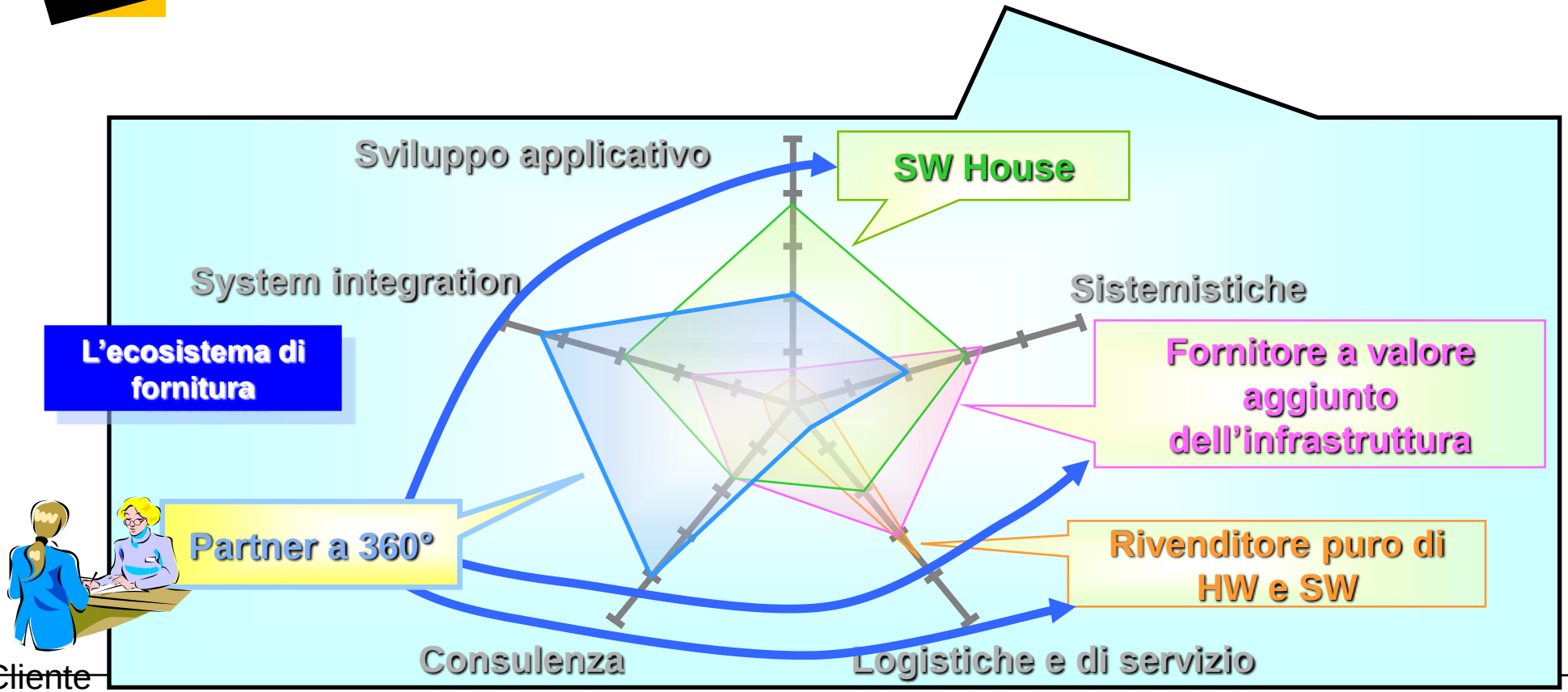
Buone competenze gestionali e di business

Spiccata sensibilità tecnologica

Propensione al cambiamento e all'innovazione

Condizione N. 3 - Gestionale: il presidio operativo

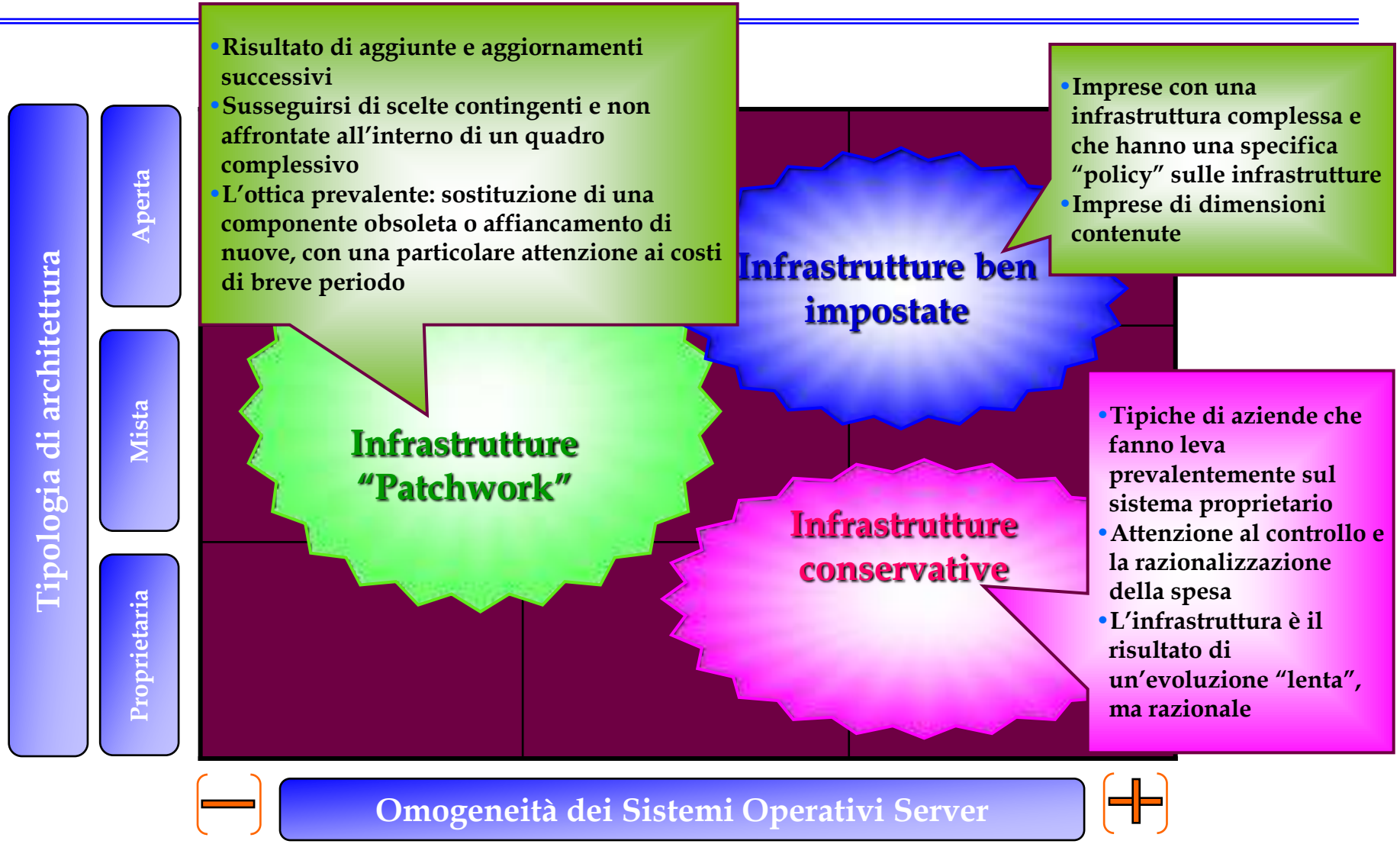
E' in grado la Direzione IT?
Può essere delegato ad un Partner?



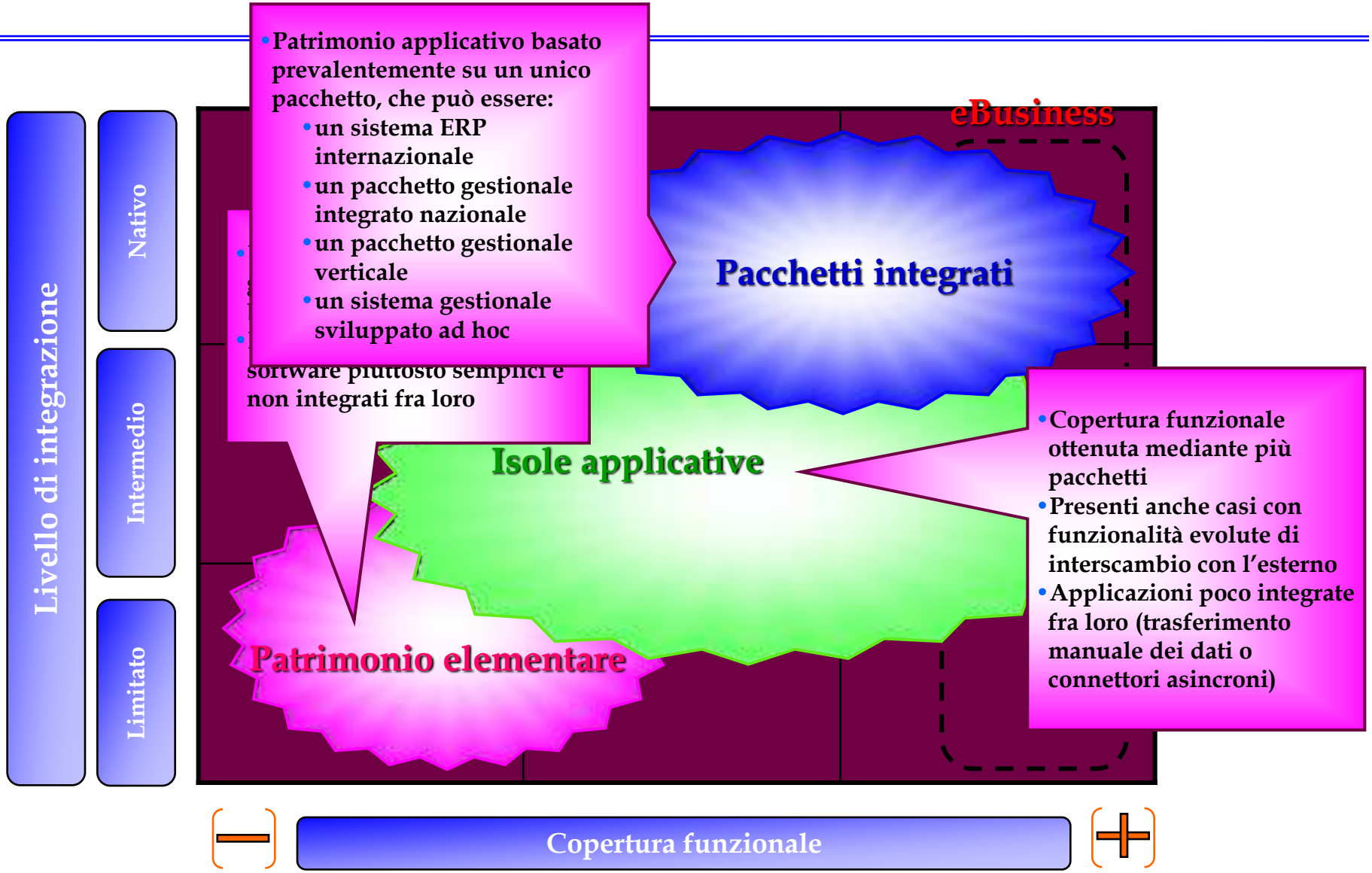
Cliente

La Predisposizione all'innovazione ICT

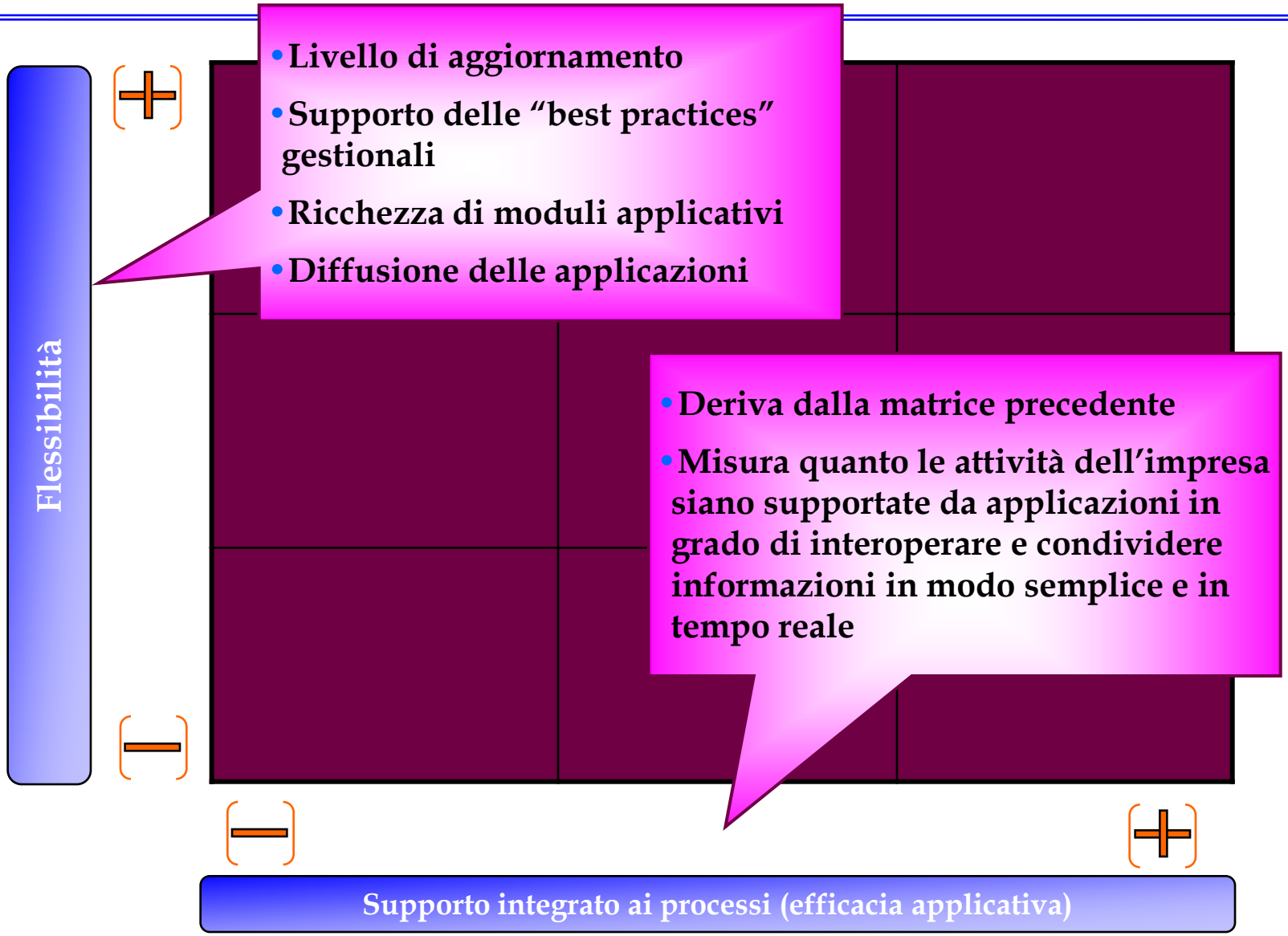
La Maturità Infrastrutturale (da una ricerca del Politecnico di Milano)



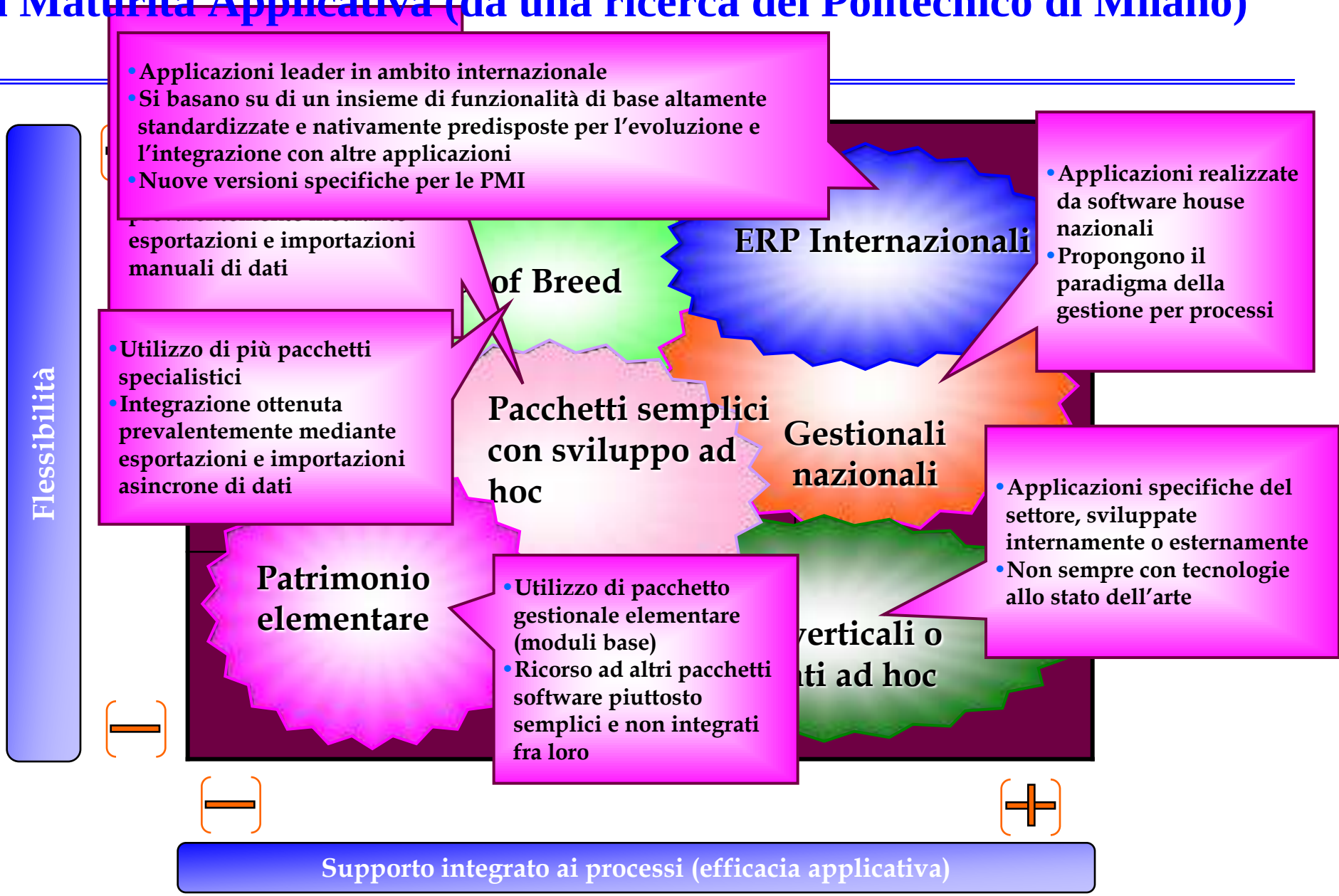
Il supporto integrato ai processi



La Maturità Applicativa (da una ricerca del Politecnico di Milano)

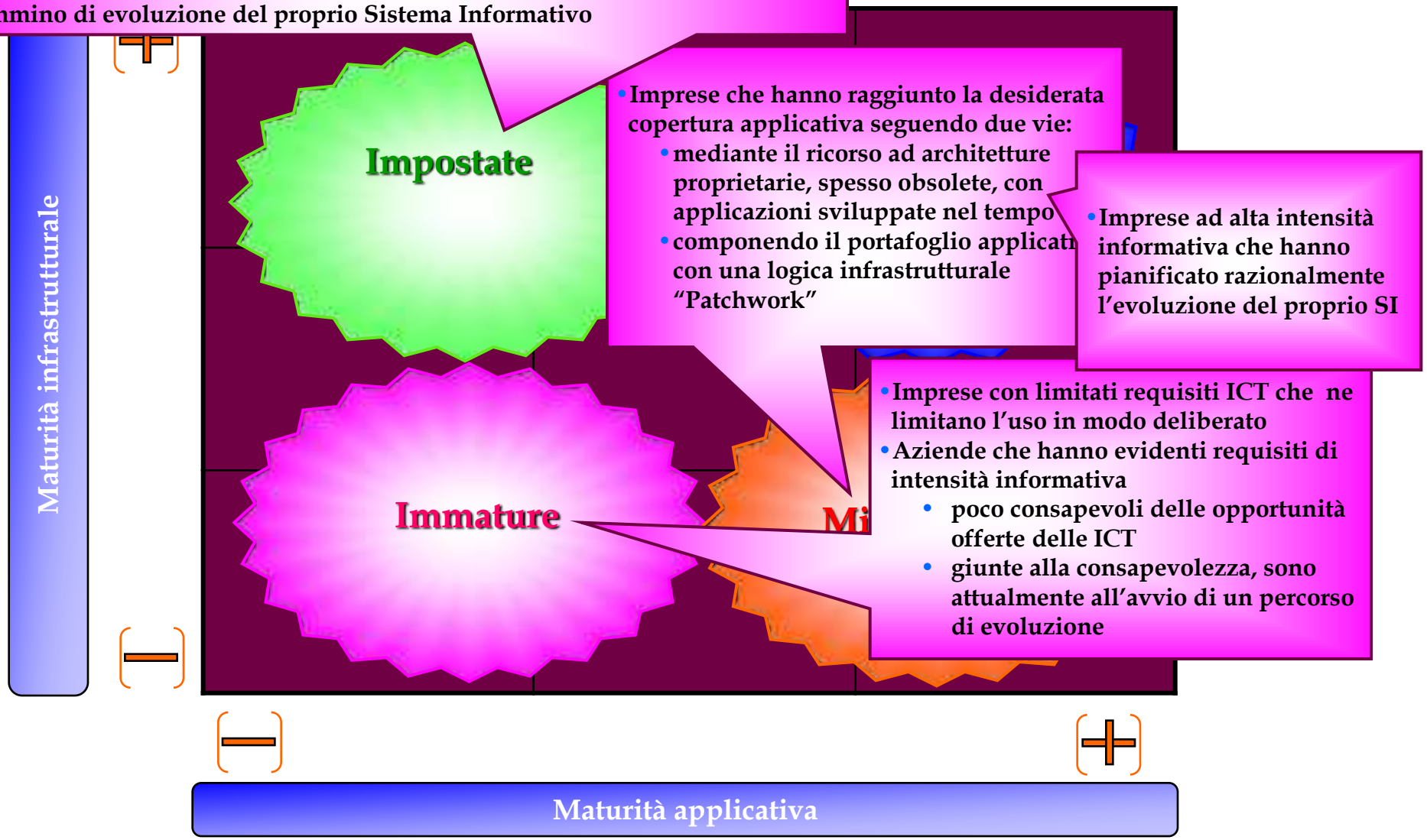


La Maturità Applicativa (da una ricerca del Politecnico di Milano)



La Maturità Applicativa (da una ricerca del Politecnico di Milano)

- Imprese di limitata dimensione e complessità in termini di requisiti informativi (di recente costituzione)
- Imprese che hanno raggiunto un adeguato livello di supporto ai processi mediante applicazioni basate su architetture aperte
- Imprese con maggiori esigenze informative che hanno intrapreso un graduale cammino di evoluzione del proprio Sistema Informativo

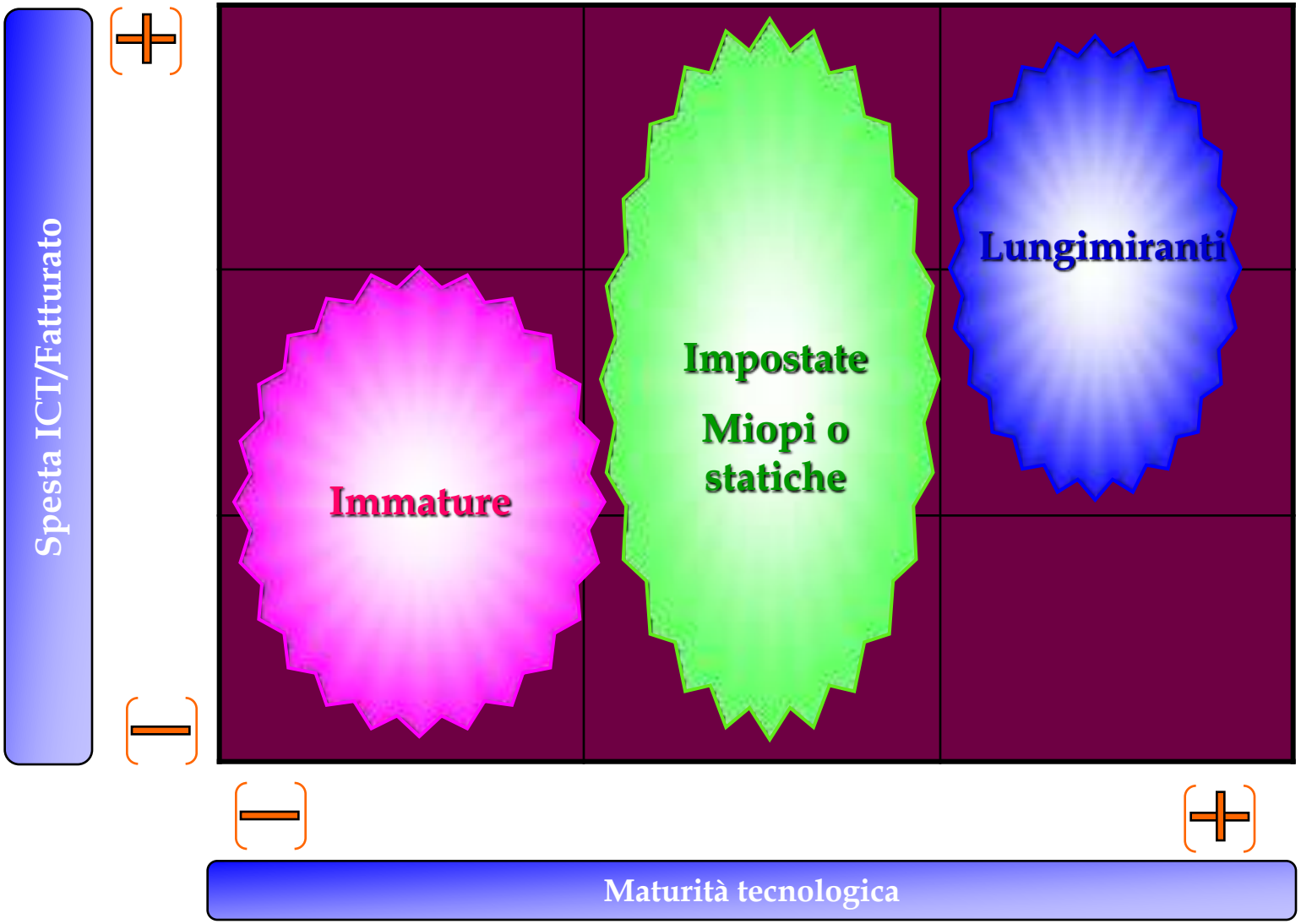


- Imprese che hanno raggiunto la desiderata copertura applicativa seguendo due vie:
  - mediante il ricorso ad architetture proprietarie, spesso obsolete, con applicazioni sviluppate nel tempo
  - componendo il portafoglio applicati con una logica infrastrutturale "Patchwork"

- Imprese ad alta intensità informativa che hanno pianificato razionalmente l'evoluzione del proprio SI

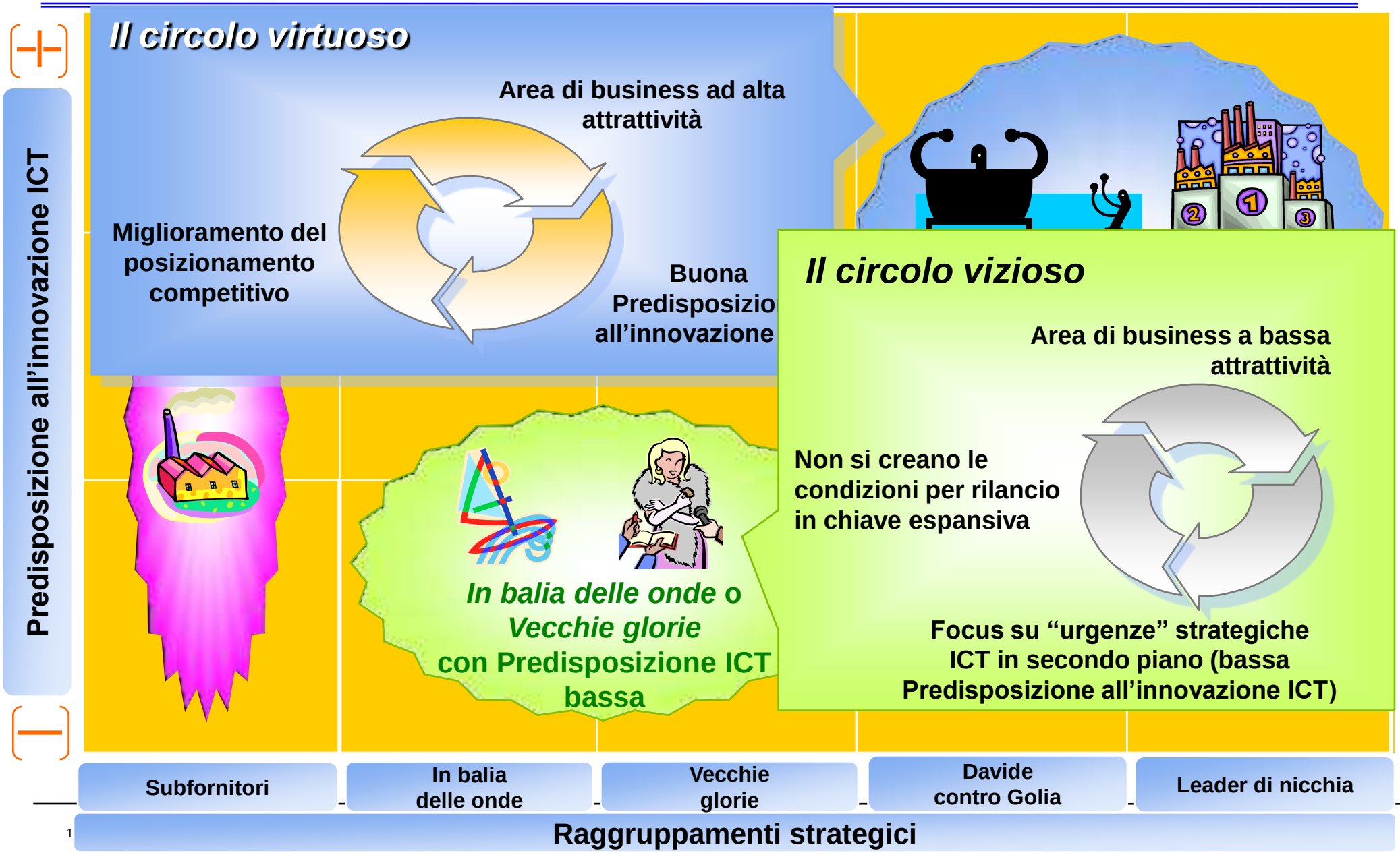
- Imprese con limitati requisiti ICT che ne limitano l'uso in modo deliberato
- Aziende che hanno evidenti requisiti di intensità informativa
  - poco consapevoli delle opportunità offerte delle ICT
  - giunte alla consapevolezza, sono attualmente all'avvio di un percorso di evoluzione

La correlazione con i livelli di spesa ICT

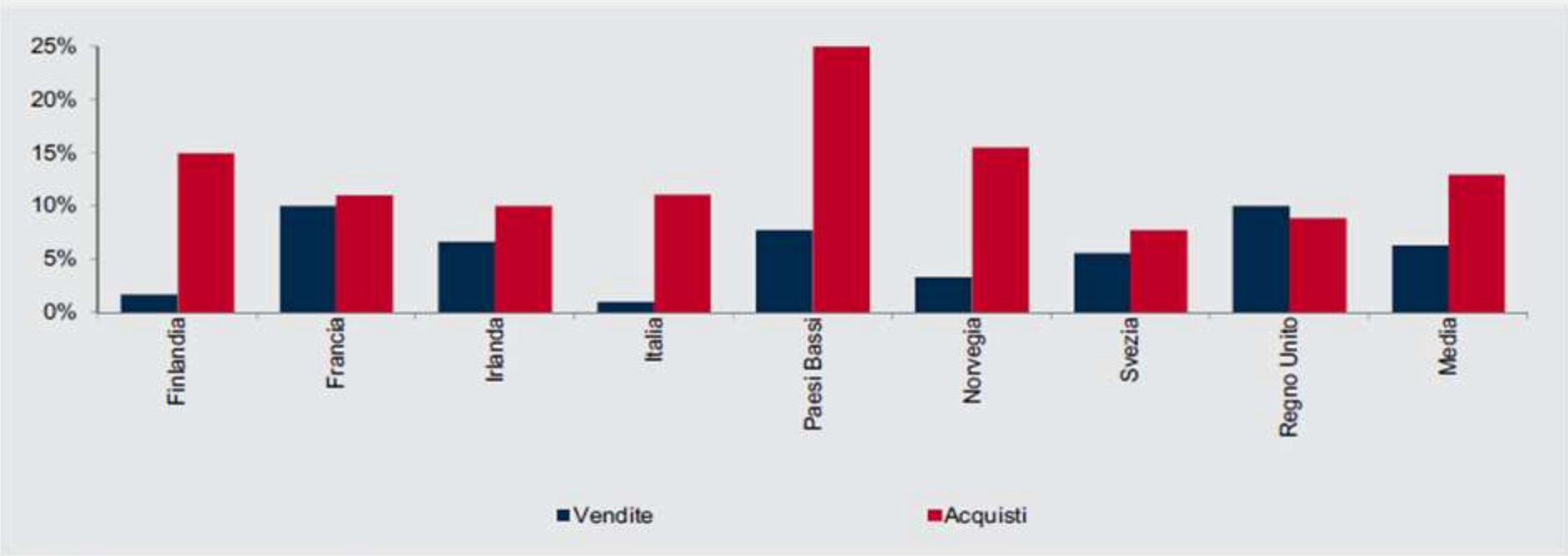


Una segmentazione strategica

La relazione tra Predisposizione all'innovazione ICT e Posizionamento strategico



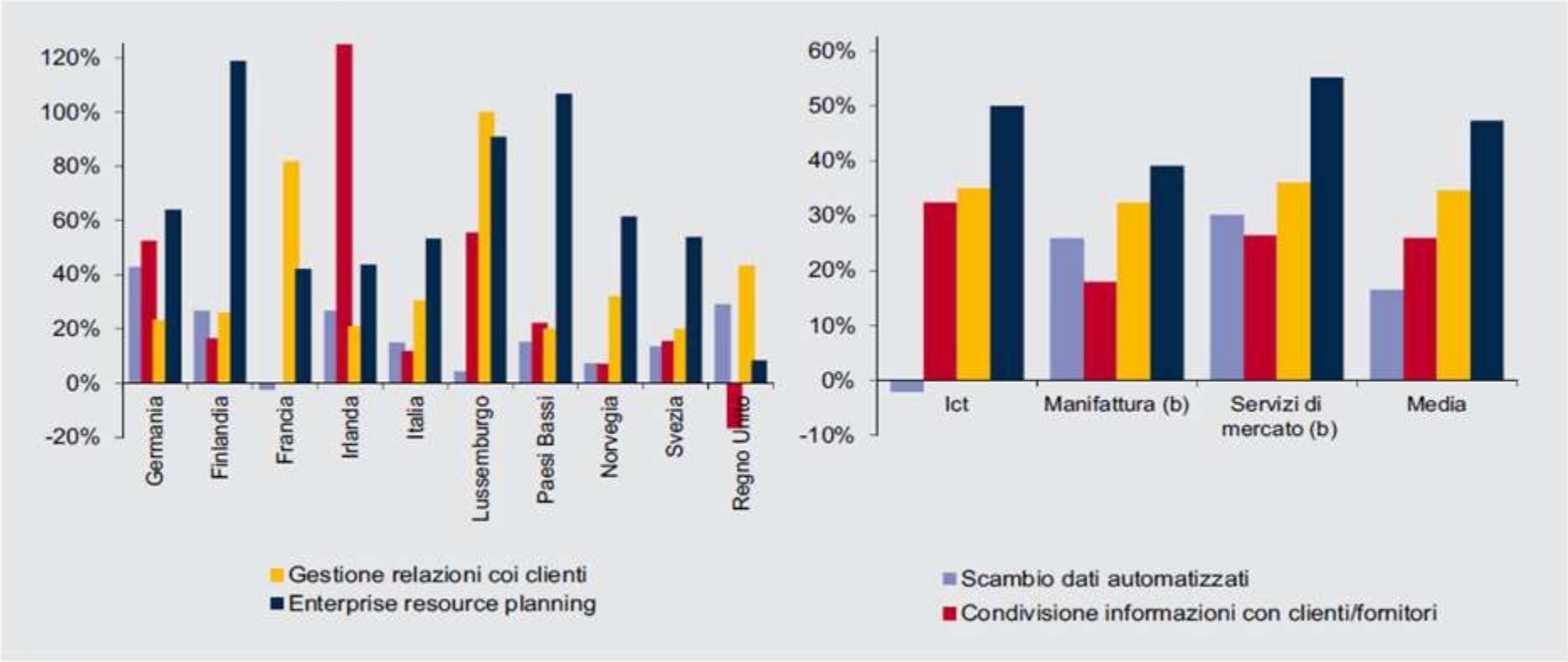
L'importanza dei sistemi Web negli acquisti e nelle vendite



Fonte: Base dati progetto Esslimit
(a) Medie non ponderate.

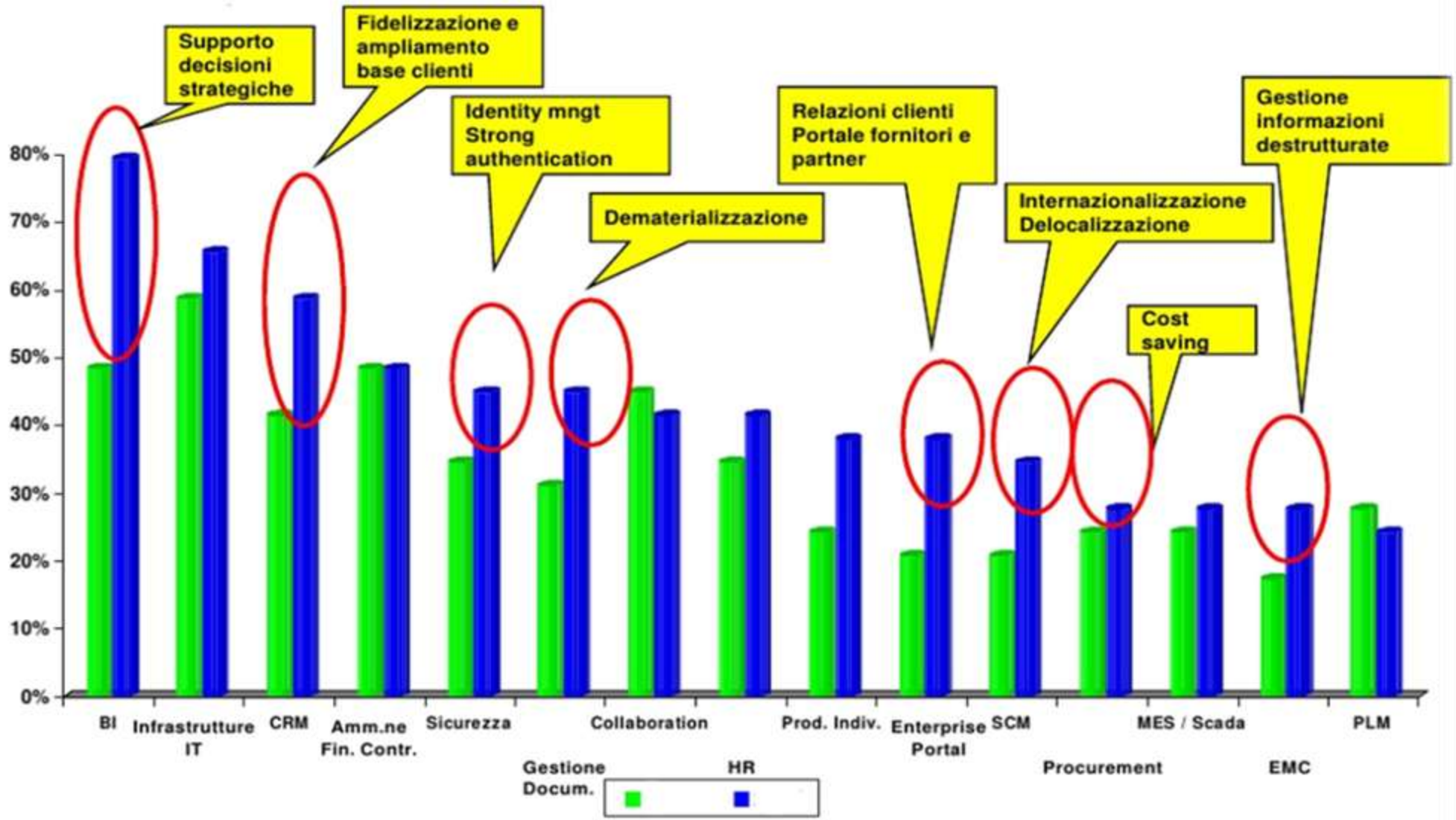
Diffusione delle tecnologie ICT nelle imprese italiane

Figura 3.22 Diffusione di alcuni strumenti delle tecnologie dell'attività innovativa nelle imprese a rapida crescita rispetto alle altre per macro-settore di attività e per paese - Anni 2007-2009 (a) (valori percentuali)



Fonte: Base dati progetto Esslimit
(a) Medie non ponderate.
(b) Escuso il settore Ict.

Principali aree oggetto di investimento IT



Fonte: NetConsulting, Valori in %

Gli scenari

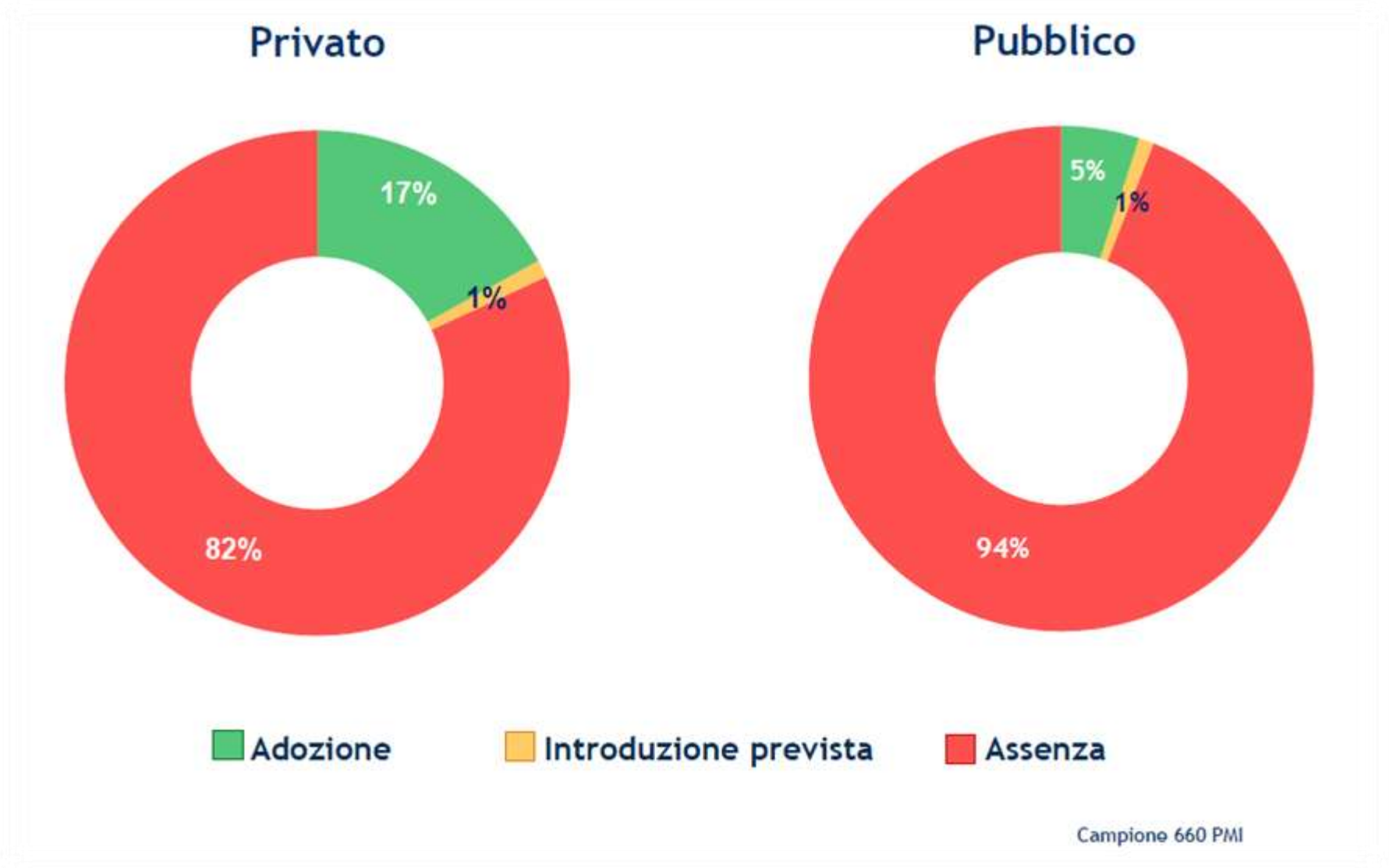
La tecnologia risponde alle esigenze delle PMI e contribuisce alla realizzazione delle strategie aziendali. Otto scenari dove le soluzioni IT consentono di incrementare il business, aumentare la produttività, ridurre i costi:

Produttività Individuale	Collaboration Comunication Mobile Intranet	Security Spamming Phishing Spyware Malware	Enterprise Project Management ERP	ERP Collaboration	Business Intelligence	Collaboration CRM	Corporate Blog RSS E-Commerce Windows Live

Alcuni esempi di aree di innovazione

- **Riduzione della carta**
  - Moduli elettronici
  - Fatture digitali
  - Fax senza carta
  - Digitalizzazione documenti
  - Documentazione sostitutiva
- **Comunicazione con internet**
  - VoiP
  - Segreteria telefonica
  - Integrazione con cellulari
  - Riunioni su Internet
- **Valutazione dei dati**
  - Business Intelligence
  - Cruscotti semplici e immediati
- **Collaborazione**
  - Integrazione con fornitori e filiera produttiva
  - Condivisione progetti
  - Gestione della conoscenza aziendale
  - Gestione processi aziendali
- **Infrastruttura**
  - Virtualizzazione server
  - Cloud computing
  - Ottimizzazione posti di lavoro
  - Sicurezza dei dati
  - Consumo energetico
  - Gestione spazi

Da una ricerca del Politecnico di Milano 6/2012 sul cloud computing



Impatto del Cloud

Costi

- Paghi per quello che usi
- Costi predicibili e più contenuti
- Da "investimento" a "spesa corrente"

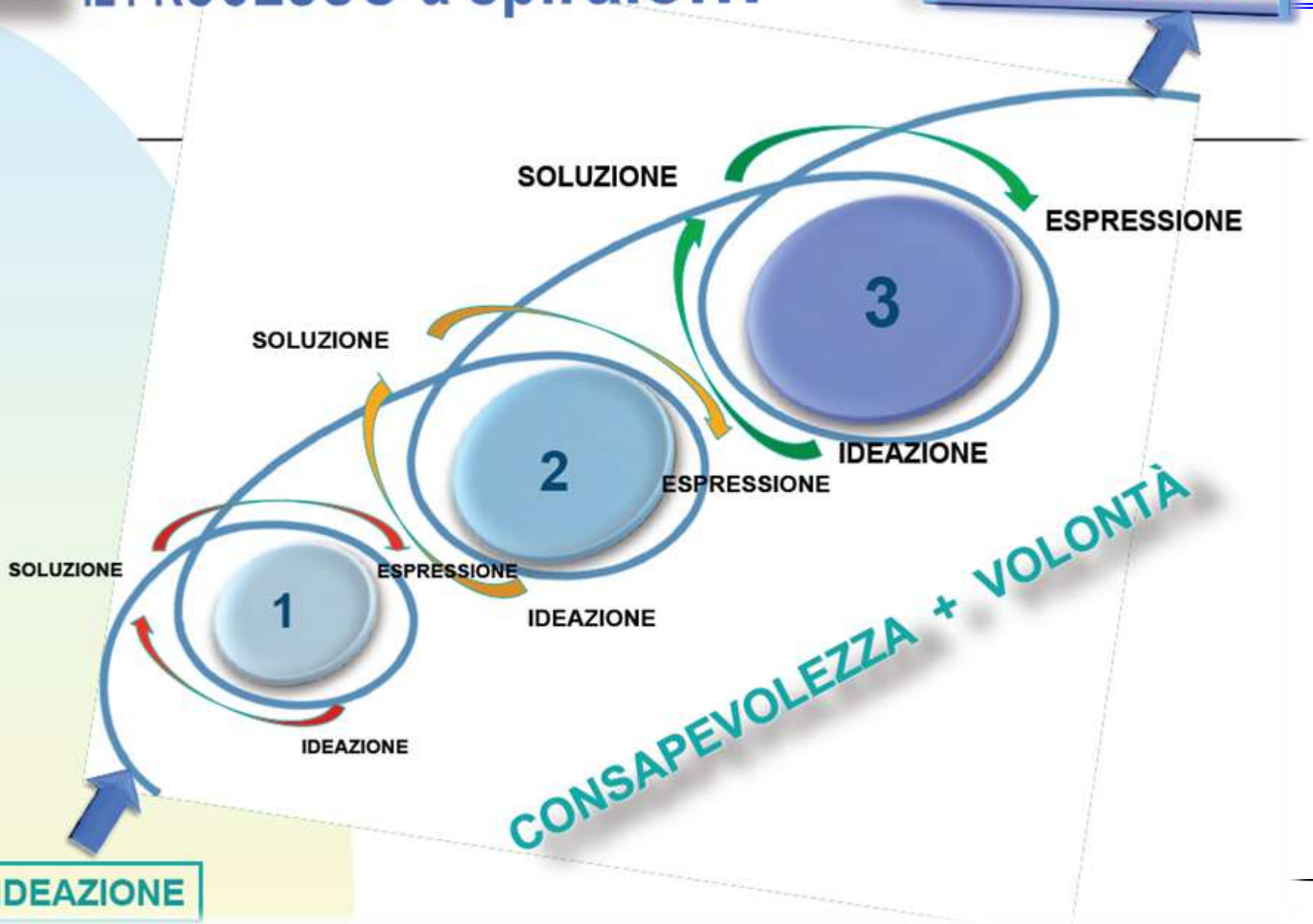
Riduzione Gestione

- No patch e manutenzione
- Implementazione rapida
- Sicurezza a multilivello garantita
- Affidabilità e fault-tolerance
- Adattabilità vs le esigenze di business

Aumento Produttività

- Versione software più aggiornato
- Collaborazione attraverso Internet
- Accesso ovungue e in qualsiasi momenti
- Efficienza

IL PROCESSO a spirale…



Conclusioni

- Tecnologia è:
  - abilitazione al cambiamento
  - una commodity, patrimonio comune e a disposizione di tutti
  - condizione necessaria ma NON sufficiente
  - integrata nella cultura aziendale e parte integrante dei processi

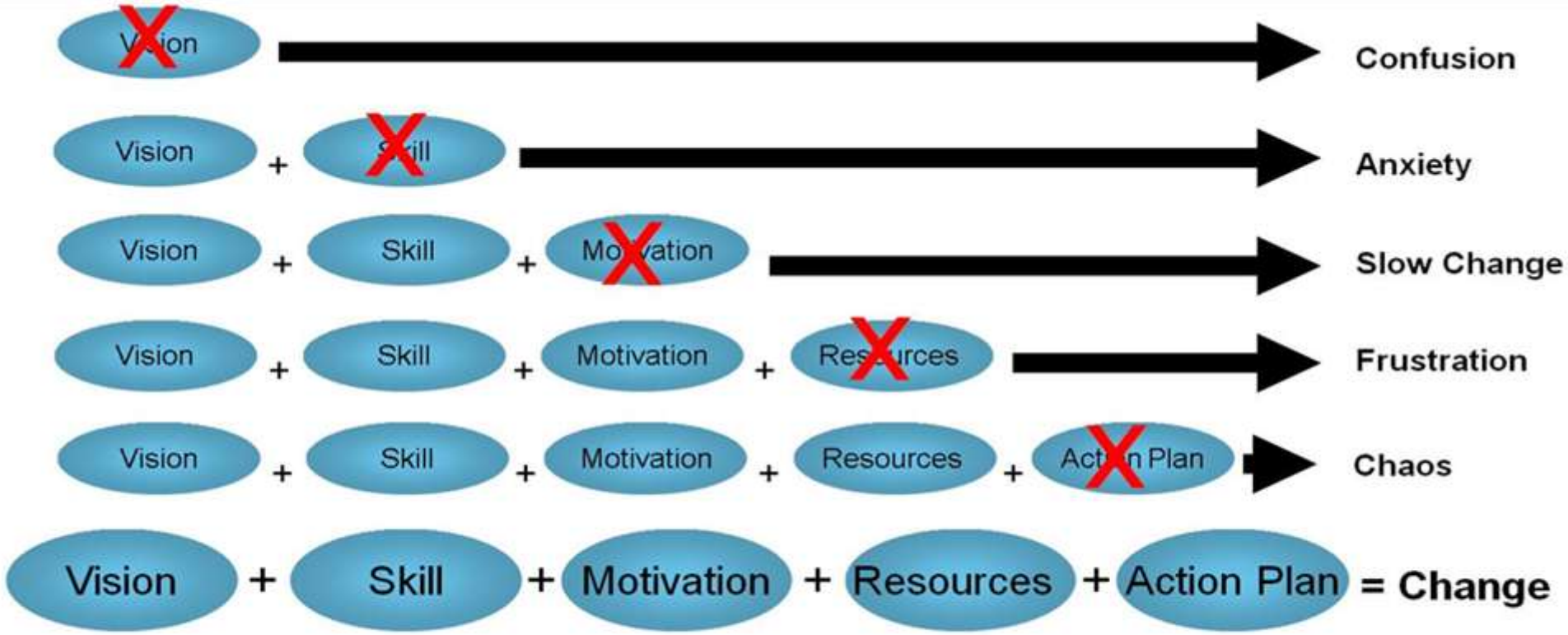
- Occorre introdurre nelle aziende modelli e strumenti del mondo consumer (social network, collaboration….)

- E' necessario verificare l'impatto delle tecnologie cloud sulle dinamiche di costi e di servizi ICT in azienda

Supporto necessario

- **Contribuire a migliorare la sensibilità delle PMI verso l'innovazione, utilizzando l'ICT come strumento per uscire dalla crisi**
- **Fornire servizi applicativi ed infrastrutturali in modalità Cloud facilmente accessibili anche dalle PMI**
- **Finanziare ed incentivare l'innovazione dei processi attraverso le tecnologie**
- **Comunicare in modo chiaro e convincente i vantaggi ed i ritorni degli investimenti in tecnologie**
- **Supportare la qualità e le competenze delle aziende ICT sul territorio**
- **Accompagnare le aziende nella fase del cambiamento**

Le difficile strada per il cambiamento



"It is not the strongest of the species that survive, nor the most intelligent, but the one most responsive to change" (Charles Darwin)

Il decalogo da seguire

1) lavorare on line diventa la norma, non l'eccezione;

2) l'impresa può essere formata da più "pezzi" diversi, collegati insieme da alleanze e sistemi informativi;

3) il prodotto viene caratterizzato dal suo contenuto di servizio, non dalla sua "fisicità";

4) opportunamente programmato, un sistema informativo e gestionale riesce a offrire al cliente un servizio migliore;

5) all'utente Internet garantisce un servizio maggiormente personalizzato;

6) il "vantaggio competitivo" si sposta dalla capacità produttiva alla conoscenza: la prima appartiene al capitale, la seconda alle persone;

7) i due miliardi di persone collegati a Internet nel mondo formano un mercato omogeneo, totalmente globalizzato;

8) fattore fondamentale diventa il tempo: arrivare per primi significa acquisire un valore finanziario;

9) molte aziende Internet in deficit di fatto stanno solo spesando a conto economico gli investimenti per catturare una fetta più grande del mercato;

10) infine, fortunatamente, valgono certe regole della old economy: contano sempre i clienti, la qualità dell'offerta, il livello del servizio,ecc. Ma tutto va trasferito dal mondo fisico a quello virtuale.

Il Cambiamento
qualcuno dice ..

Il cliente non aspetta che
il fornitore cambi ... ... semplicemente cambia
fornitore!

Domande e commenti

The new source of power is not money in the hands of a few but information in the hands of many

John Naisbitt - Megatrends

a.musumeci@fsitaliane.it