



DOSSIER
LOMBARDIA
 il Mondo

OSSERVATORIO ITC LE IMPRESE LOMBARDE E GLI AFFARI SU INTERNET

Avanti, c'è spazio per crescere

In due aziende su cinque è ancora bassa la propensione a investire sulla Rete

Due imprese lombarde su cinque non dispongono ancora dell'accesso alla rete Internet. Il fenomeno riguarda quasi esclusivamente le microimprese (che risultano collegate in meno del 50% dei casi) ma rivela lo spazio ancora disponibile per nuovi investimenti e per fare affari sul web. Questo è uno dei primi dati del progetto E-dapt, l'e-business e i processi di adattamento delle imprese e dei lavoratori, realizzato da Istud e Formaper, azienda speciale della Camera di commercio di Milano.

La fotografia di oltre 2.700 imprese lombarde fornisce altri dati utili per comprendere il fenomeno dell'itc lombardo. Gli strumenti più usati sono e-mail e i motori di ricerca, seguiti dall'e-banking che il 37,5% delle imprese considera molto importante. Ancora limitata è, invece, l'importanza attribuita ad acquisti e vendite on line, i rapporti con la pubblica amministrazione e il collegamento Intranet. Il 28,3% del totale ha avviato un'attività web, ma nella maggior parte dei casi è una vetrina con la quale le aziende presentano i loro prodotti e servizi con l'obiettivo di ampliare il proprio mercato. Il livello d'informatizzazione è

diffuso, invece, nelle aziende con più di 50 addetti: sei realtà su dieci hanno postazione internet ogni cinque addetti, mentre oltre il 50% possiede almeno un'e-mail ogni cinque addetti.

Il futuro non appare, però, roseo, infatti il 41,1% delle imprese non ritiene di dover acquisire ulteriori competenze in campo itc, a fronte di un 37,4% che invece ne manifesta la necessità, soprattutto nel campo dei software e database. Rispetto al passato cambia la propensione a lavorare con partner tecnici: emerge, infatti, la tendenza ad affidare all'esterno la gestione dell'attività web, coinvolgendo soggetti specializzati come consulenti strategici. In questo campo, pur prevalendo ancora la preferenza per i provider (per il 39,3% delle imprese con attività web), aumenta la richiesta di figure consulenziali, in grado di accompagnare l'impresa lungo un graduale percorso di innovazione. Nel settore del commercio, rileva sempre la ricerca

Istud, le aziende lombarde evidenziano una buona propensione verso l'it e l'uso delle applicazioni web-based. Nonostante permanga una quota di scollegati da Internet (48%), i commercianti appaiono dotati degli elementi che costituiscono la premessa al web: la presenza di pc e accesso a Internet è inferiore solo al settore dei servizi alle imprese, un buon livello di diffusione di competenze informati-

che di base possedute dagli addetti, l'utilizzo di un server per rispondere alla necessità di connettere e gestire in una logica di network le diverse aree aziendali, a livello sia di

punto vendita sia di centro di distribuzione. A fronte di un contesto così favorevole, la ricerca rileva due atteggiamenti in contrapposizione: poche imprese che hanno già avviato un'attività web (28,1%) e si ritengono soddisfatte dei risultati ottenuti, o che intendono avviarla (6,7%) riconoscendo le opportunità di Internet, e molte imprese che non intendono investire (63,5%).

IL 28,3% DELLE SOCIETÀ HA APERTO UNA VETRINA MULTIMEDIALE CON I PROPRI PRODOTTI E SERVIZI