

Gli effetti della trasformazione. Storie di successo

Dalla rete vantaggio competitivo

■ Dopo vent'anni di *world wide web* la scelta di investire in cultura digitale dovrebbe avere una sola risposta: si deve fare. Una scelta obbligata per fare uscire l'impresa dal "locale" e così entrare nell'economia globale. Una exit strategy sempre più spesso imboccata da aziende che vogliono sfidare la recessione.

Certo il nostro Paese non brilla per innovazione. Secondo la

PERFORMANCE MIGLIORI

Le Pmi che hanno investito in tecnologia non limitandosi a creare soltanto siti vetrina hanno incrementato fatturato produttività ed export

classifica mondiale "e-friction", che misura il grado di partecipazione di cittadini e imprese all'internet economy, l'Italia si colloca al 36° posto su 65 paesi. In altre parole ci precedono quasi tutti i paesi Ocse. Un pessimo risultato per quello che è il secondo paese manifatturiero in Europa.

A incassare il loro dividendo, in termini di ricavi, sono invece le Pmi online. Si tratta - fanno sa-

pere dallo Studio Giaccardi - di un aumento di fatturato (+1,2%), produttività (+34%) e internazionalizzazione (+14,7%) rispetto a chi ha un sito statico (una vetrina online) o non l'ha del tutto.

Per scegliere ogni dubbio Paola Morigi, segretario generale della Camera di commercio di Ravenna, racconta il caso del titolare di un negozio d'abbigliamento romagnolo che, con molta riluttanza, recentemente ha aperto il sito di e-commerce: «ora il peso del web è preponderante sulle vendite» sottolinea.

Una trasformazione radicale anche per quelle imprese che rappresentano la tradizione del made in Italy. Può essere, per esempio, il caso di chi lavora nel design o realizza prodotti artigianali (si vedano le schede accanto). C'è poi il caso della Briganti, due secoli di attività nella produzione di botti in legno. Colpita duramente dal terremoto del 2012 e da un forte calo delle vendite si reinventa con linee di arredamento realizzate con barrique usate e recuperate a nuova vita. Con il budget azzerrato, Gianni Briganti, gioca l'asso e, per la promozione, si affida unicamente al web. «In qualche mese i contatti sono schizzati alle stelle e riceviamo richieste da

IL QUADRO

Pmi online attive

■ In questa tipologia di imprese rientrano quelle che dispongono di siti web 2.0 che consentono la collaborazione tra clienti, fornitori e stakeholder.

■ Un modello interconnesso dove si accentua il confronto e il cambiamento. Questo rende le imprese resilienti, in grado di innovare, consolidare il business e/o lanciarne di nuovi, competere meglio e collaborare di più all'esterno o all'interno dell'organizzazione stessa perché le persone che vi lavorano sono tendenzialmente più motivate e preparate.

■ Un percorso di crescita digitale che migliora competitività, produttività, accentua i processi di internazionalizzazione a tutto vantaggio del fatturato e della marginalità.

■ Sono circa un quarto le Pmi italiane online attive mentre la maggioranza, quasi cinque milioni, sovente ha solo un sito vetrina, magari non aggiornato

pub e ristoranti - racconta -. Ora il web è un elemento insostituibile di sopravvivenza e sviluppo aziendale».

La partita dell'innovazione vede inoltre in primo piano le start up. A Cesena dal maggio 2013 è attivo Cesenalab, incubatore e acceleratore d'impresa a cui partecipano l'Università, la Fondazione della Cassa di Risparmio di Cesena e il Comune. «In otto mesi, dopo l'apertura del bando sono arrivate una cinquantina di richieste» sottolinea Luciano Margara, coordinatore del Campus di Cesena dell'università di Bologna. Sono state selezionate sette start up, «sei sono già diventate srl e alcune stanno assumendo». Un terreno fertile quello del cesenate non solo per le aziende medio-grandi presenti, da Orogel ad Apofruit, da Technogym a Solimec (Gruppo Trevis) a cui si aggiunge un forte tessuto di Pmi coinvolte nel progetto Wef. Il progetto potrebbe essere replicato in diverse macroaree ad alta intensità di Pmi con un investimento di circa 6 milioni di euro e l'obiettivo è di rendere "attive online" circa 2,5 milioni di imprese.

E. N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sei esperienze



SLOW WOOD

Il meglio del «made in Italy» esportato nel mondo
Il progetto punta a mettere in rete artigiani del legno con giovani creativi e designer. Lo sviluppo corre sul web e nuovi strumenti di finanziamento



MYPERSONALDRESSER

I migliori materiali trattati a mano con cura sartoriale
Il mondo scopre cravatte, camicie, accessori e abiti su misura realizzati con tessuti e materiali prodotti, oggi come ieri, da abili artigiani



SUPER DUPER HATS

Cappelli e solo cappelli da una bottega fiorentina
Un network di selezionati negozi vende in tutto il mondo i copricapo che tre giovani creano, con maniacale passione, interamente a mano



BRIGANTI

Una linea di arredamento da nuova vita alle botti
Per il vino, l'aceto e distillati oppure come elementi d'arredo di residence private e pub. Per la promozione ci si affida ai social network



INTERPULS

Quasi tutto il fatturato viene realizzato con il web
L'azienda produce impianti di mungitura e online è sempre aperta. L'export raggiunge così 70 paesi e l'80% dei ricavi viene realizzato sul web



OGGIONI

Il canale dei rivenditori scopre l'effetto emulazione
È un meccanismo virale che parte dal produttore d'arredi e arriva a contagiare i propri rivenditori che iniziano ad aprire i propri canali nel social



Sei esperienze



SLOW WOOD

Il meglio del «made in Italy» esportato nel mondo
Il progetto punta a mettere in rete artigiani del legno con giovani creativi e designer. Lo sviluppo corre sul web e nuovi strumenti di finanziamento



MYPERSONALDRESSER

I migliori materiali trattati a mano con cura sartoriale
Il mondo scopre cravatte, camicie, accessori e abiti su misura realizzati con tessuti e materiali prodotti, oggi come ieri, da abili artigiani



SUPER DUPER HATS

Cappelli e solo cappelli da una bottega fiorentina
Un network di selezionati negozi vende in tutto il mondo i copricapo che tre giovani creano, con maniacale passione, interamente a mano



BRIGANTI

Una linea di arredamento da nuova vita alle botti
Per il vino, l'aceto e distillati oppure come elementi d'arredo di residence private e pub. Per la promozione ci si affida ai social network



INTERPULS

Quasi tutto il fatturato viene realizzato con il web
L'azienda produce impianti di mungitura e online è sempre aperta. L'export raggiunge così 70 paesi e l'80% dei ricavi viene realizzato sul web



OGGIONI

Il canale dei rivenditori scopre l'effetto emulazione
È un meccanismo virale che parte dal produttore d'arredi e arriva a contagiare i propri rivenditori che iniziano ad aprire i propri canali nel social