

Più forti all'estero grazie a un "Facebook" per le imprese

Pubblicato: Lunedì 21 Maggio 2012



La logica è quella di **Facebook** e dei **social network**: **condividere** informazioni ed esperienze con una comunità di "amici". Gli amici in questo caso sono però degli imprenditori, concorrenti compresi. Persone spesso abituate a far da sé, più che a collaborare. **Dove sta allora la convenienza della condivisione?** Nel valore che può avere **un'informazione**, solitamente venduta a caro prezzo, quando si ha a che fare con un mercato che non si conosce. Una "dirtta" giusta in questi casi può decretare il successo di un'operazione o evitarne il fallimento. Lo hanno capito e ne hanno fatto una strategia un gruppo di imprese **aderenti all'Energy Cluster**, la rete di 98 imprese lombarde che con **un indotto di quasi 9 miliardi di euro** fornisce prodotti e servizi per la generazione e distribuzione di energia elettrica.

In collaborazione con **Euroimpresa**, **Liuc – Università Cattaneo** e con il co-finanziamento di **Regione Lombardia** queste aziende hanno dato vita al nuovo progetto "**Lombardy Energy 2012**" basato appunto sulla collaborazione e la "comunità" come fattori per la crescita sui mercati internazionali. **Ma cosa significa in concreto?** Praticamente "postare", vale a dire scrivere note e messaggi per mettere in comune delle notizie. Un imprenditore, al ritorno da una missione all'estero, potrà perciò inserire sulla piattaforma comune le proprie avventure e disavventure, segnalare suggerimenti, contatti o comportamenti da evitare. La community, ossia le altre imprese, potrà valutare le notizie, utilizzare le informazioni e a sua volta contribuire con le proprie. O ancora si potrà accedere a un database storico con le informazioni caricate in precedenza oppure comunicare direttamente con aziende che hanno interessi comuni.

Il contesto – «Il settore dell'energia offre grandi opportunità e grandi margini di crescita per le imprese virtuose – ha spiegato **Alberto Ribolla**, presidente di Lombardy Energy Cluster – ma per trovare mercati in espansione occorre guardare all'estero e in particolare ai paesi emergenti come Brasile, Colombia o Indonesia. Contesti che sono però spesso di difficile accesso per le nostre imprese, soprattutto per quelle di piccola dimensione. Il progetto Lombardy Energy 2012 mira dunque a mettere in comune delle notizie e informazioni utili in modo da creare una catena del valore in grado di supportare l'intero cluster. Non solo un risparmio sui costi ma una crescita di tutto il sistema».

Il progetto – Lombardy Energy si avvale della gestione operativa di **Euroimpresa**. Mentre la realizzazione tecnica e l'attività di stimolo alla creazione della community (quello che nel mondo dei social network prende il nome di community manager) sono curate dal Centro di ricerca per l'Economia e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (**Cetic**) della **Liuc**. A spiegarne i dettagli è il direttore, **Aurelio Ravarini**: «Il progetto si basa sulla realizzazione di una piattaforma di "social networking" in grado di promuovere azioni comuni, di facilitare e aumentare l'aggregazione e la collaborazione tra le aziende e di presentarsi insieme sul mercato estero».

I numeri – Le imprese del cluster che hanno aderito a questa fase iniziale sono 27, tutte appartenenti al settore dell'energia con specializzazioni diverse e prodotti che vanno dalle fonti tradizionali alle rinnovabili. A queste si aggiungono alcune grandi imprese interessate che porteranno il proprio contributo in termini di conoscenze, informazioni e contatti. L'importo totale dell'investimento è pari a 345mila euro, di cui oltre 240 mila a carico della Regione Lombardia.

La rivoluzione nel modo di fare rete – Il progetto, presentato ufficialmente questa mattina alla Liuc di Castellanza, non ha equivalenti in Italia, anzi rappresenta una vera innovazione nell'approccio ai mercati esteri: «Alcuni distretti nel nostro paese avevano dato vita a piattaforme internet dedicate ai propri prodotti e alle imprese aderenti ma si trattava più che altro di presentazioni del distretto stesso verso l'esterno – precisa Ravarini -. Quello che stiamo realizzando è qualcosa di diverso che può funzionare solo se la comunità resterà viva e alimentata. Non ci aspettiamo che imprese, magari concorrenti, si scambino dati sensibili ma che dalle diverse esperienze si possa creare valore per tutti. E quello che più conta è che sono state le imprese stesse a chiederci di realizzare questo progetto, significa che la voglia di fare sistema per essere più forti all'estero esiste ed è diffusa».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it