

Brugnoli: “La parola d’ordine è condivisione”

Pubblicato: Martedì 16 Settembre 2014

Il 43% delle aziende che hanno tra i 3 e i 9 addetti reputa il web ancora non necessario alla sua attività. Questa è una delle evidenze che, secondo l’**Ufficio studi della Camera di Commercio** di Varese, emerge dall’ultimo censimento (2011) dell’industria e dei servizi resi disponibili dall’Istat.

Una percentuale ancora troppo alta, anche se in linea con la media lombarda e nazionale.

Conforta il fatto che l’82% delle imprese di piccole dimensioni varesine ha comunque una connessione internet (la media italiana si ferma al 77%) che viene utilizzata per accedere ai servizi bancari e finanziari (70%), ottenere informazioni (50%) e svolgere procedure amministrative (34%). Solo l’11,3% utilizza social network e blog aziendali.

Queste percentuali, se da una parte fanno pensare ad ampi margini di sviluppo, dall’altra colpiscono per un ritardo che ha certamente delle ripercussioni immediate sulla competitività delle stesse imprese. Abbiamo chiesto a **Giovanni Brugnoli**, presidente dell’Unione degli industriali della provincia di Varese, quale secondo lui debba essere l’approccio delle aziende con i nuovi strumenti dell’information technology.



«L’approccio giusto che le imprese devono avere nei confronti del web è quello che si basa su una semplice parola chiave (quasi d’ordine): **condivisione**. Oggi l’imprenditore, soprattutto se a capo di una realtà aziendale piccola o media, deve **saper condividere conoscenza, esperienza e sapere tecnico** per trasformarsi in leva per lo sviluppo diffuso di un territorio, di un distretto industriale. E in questo il web e i nuovi strumenti di comunicazione social rappresentano un grimaldello per l’innovazione.

Parlo della messa in comune del know how sui fronti della conquista di nuovi mercati esteri (dove imprese del territorio sono già presenti e possono agevolare l’entrata di altre aziende, come avviene attraverso il Progetto Internazionalizzazione di Univa), parlo delle nuove forme di fabbricazione digitale in cui proprio la condivisione di esperienze rappresenta un fattore determinante (e lo sanno bene gli esperti del laboratorio **SmartUp della Liuc–Università Cattaneo**, che su questo stanno lavorando per diffondere conoscenza nel sistema manifatturiero locale), parlo delle nuove forme di organizzazione del lavoro, come ad esempio quelle ispirate alla Lean Production (anche qui il metodo delle imprese più esperte che guidano le Pmi agli esordi è alla base del **Lean Club della Liuc**). Tutti esempi che ci fanno capire come l’approccio al web oggi debba essere completamente ribaltato. Chiedersi se ad un’impresa serva un sito internet è antidisiluviano, così come lo è chiedersi se la comunicazione on-line e social possa incrementare il giro d’affari o il fatturato di una pmi. Non è questa la sfida. Il vero obiettivo di un sistema produttivo, e delle associazioni che lo rappresentano, è sfruttare le nuove tecnologie per un

nuovo racconto industriale che sia propedeutico alla crescita di tutti attraverso la messa in rete di esperienze, approcci innovativi ai problemi, soluzioni tecniche a ostacoli comuni».

«Così come nelle possibilità di impiego dell'high tech nelle imprese medium tech del nostro territorio. Come Univa lo abbiamo d'altronde toccato con mano nel recente Study Tour effettuato in **Silicon Valley con la Liuc- Università Cattaneo**, da cui siamo tornati indietro con una certezza: **l'Internet delle Cose si sta aprendo ad ampi margini di impiego** all'interno delle realtà più strettamente manifatturiere. Con le app sempre più sviluppate per migliorare le prestazioni delle macchine utensili, per esempio».

«Puntiamo sulla condivisione, dunque. Certo, ci sarà poi sempre un'attività che rimane nel segreto del capannone, anche per ciò che riguarda la piccola innovazione diffusa, vero fattore di competitività delle nostre pmi. Ma rimane il fatto che anche il modello del distretto industriale deve innovarsi. E in questo, proprio le tecnologie digitali non rappresentano un'opportunità, bensì una necessità. Internet non pone, dunque, il problema della dotazione web di una singola azienda. In realtà offre, oggi più che mai, l'occasione di successo di azioni di networking – di imprese tra loro, e di imprese e mondo della ricerca e dell'Università – fino a poco fa impensabili. Come dimostra, per esempio, la piattaforma di e-scouting creata dal **Distretto Aerospaziale Lombardo** che fa da vetrina per ogni singola azienda attraverso l'accesso aperto a tutti gli operatori, che possono così conoscere, non tanto i singoli prodotti realizzati da ciascuno, ma il grado di competenza e di conoscenza delle aziende del territorio sui vari filoni tecnologici aerospaziali».

»**Quando guardiamo a Internet e ai social network**, non pensiamo solo al marketing. **L'information technology porta già nel nome l'esigenza di un cambiamento culturale nelle imprese.** E su questo abbiamo tutti bisogno di lavorare più velocemente. Le Pmi, certo, ma con esse anche la grande industria».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it