



GIORGIO DE MICHELIS

Direttore Dipartimento Informatica, Sistemistica e Comunicazione

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO BICOCCA**

OPINION LEADER



AREA: UNIVERSITÀ



Nella sorpresa che traspare tra gli osservatori della nostra economia per le sue prestazioni migliori delle attese nel 2006 vi è un elemento che non ha avuto l'attenzione che merita. Se i risultati sono stati superiori alle attese, allora anche il nostro sistema industriale si è comportato meglio del previsto.

Non è quindi vero che è un vaso di coccio in mezzo a un numero sempre maggiore di vasi di ferro: sono non poche le imprese Italiane che hanno mantenuto le posizioni di primo piano che avevano.

Se le previsioni erano sbagliate, è ragionevole supporre che anche le politiche economiche siano state e siano inefficaci e sbagliate. Infatti, una buona politica economico-industriale deve prima di tutto basarsi sulla conoscenza del campo su cui vuole incidere e se

non si è capaci di prevederne le prestazioni vuol dire che non lo si conosce bene. Sembra che non si sappia, per esempio, che circa il 75% delle imprese dei distretti con un fatturato sopra i 2 milioni e mezzo di Euro sono tra le aziende che si battono per la leadership del loro mercato a livello mondiale (si possono stimare in circa 3000 le imprese che appartengono a questa categoria; i dati si ricavano dall'osservatorio sui distretti di Tedis, il centro ricerche diretto da Stefano Micelli alla Venice International University).

Queste imprese si caratterizzano per qualità, innovazione continua, brand riconosciuti ed apprezzati nel mondo. Esse non hanno bisogno che si insegni loro ad innovare, che vengano loro trasferite tecnologie, che le si spinga ad internazionalizzarsi e ad adottare piattaforme tecnologiche commodificate come i sistemi ERP. Tutte que-

ste cose le sanno e le praticano da tempo. I loro problemi sono più sofisticati e più complessi e richiedono interventi di livello qualitativo alto.

Esse sanno come innovare i loro prodotti ed i loro processi produttivi, ma spesso hanno difficoltà a rinnovare, magari con l'uso di tecnologie, la loro organizzazione. Esse già hanno tecnologie al vertice della qualità a livello mondiale, piuttosto hanno bisogno di partner qualificati per innovare di più.

Esse sono già ampiamente internazionalizzate e sanno che devono fare i conti con Cina e India, ma questi ultimi due paesi presentano loro problemi inediti sul piano delle dimensioni, delle regole, del rischio che significa operare in essi.

Esse già adottano gli ERP, ma hanno bisogno di chi sia in

grado di sviluppare con loro sistemi che arricchiscano l'efficacia distributiva.

Le politiche industriali Italiane oggi sono ben al di qua della complessità dei problemi ricordati sopra. Su questo terreno molto può essere fatto dalle imprese stesse che devono aiutare i governi a capire i problemi sul tappeto. Esse devono cioè comunicare meglio quello che sono e quello di cui hanno bisogno, evitando di appiattirsi su richieste di meno tasse e meno vincoli, per non costituire un alibi per politiche governative pigre e senza obiettivi.

La comunicazione di impresa, infatti, è oggi a 360 gradi e non deve limitarsi a sostenere il marketing ma investire l'opinione pubblica della consapevolezza raggiunta dall'impresa del suo ruolo sociale ed economico.