



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

USien@pen

in collaborazione con:



Workshop

Le opportunità dell'economia digitale per le PMI

Siena, lunedì 19 novembre 2012 (ore 11.00)

Aula Magna del Rettorato, Via Banchi di Sotto, n. 55

Premessa

Da un'indagine condotta nel 2011 da Boston Consulting Group (BCG) coinvolgendo più di 1.000 imprese italiane per comprendere al meglio il rapporto tra le PMI e il Web e l'impatto di Internet sui risultati e i comportamenti delle aziende, emerge in modo evidente come investire nella rete porti vantaggi in termini di produttività e di crescita, oltre ad avere un impatto positivo sull'occupazione¹. Senza tener conto che l'accesso alla rete offre anche un surplus di valore derivante dai molti servizi che sono a disposizione gratuitamente.

La penetrazione di Internet, in particolare tra le piccole imprese, è però ancora bassa²: non sempre le aziende del nostro Paese riescono a cogliere le opportunità offerte dal web, anche in quei settori riconosciuti e apprezzati in tutto il mondo quali l'artigianato ed il settore manifatturiero.

¹ Cfr. The Boston Consulting Group (BCG), *Fattore Internet. Come Internet sta trasformando l'economia italiana*, Report 2011 commissionato da Google. L'indagine evidenzia, in particolare, come:

- le imprese *online-attive* hanno registrato nell'ultimo triennio un incremento annuo dei ricavi dell'1,2%, contro il trend negativo delle altre due categorie (meno 2,4% per quelle *online* e meno 4,5% per quelle *offline*);
- il 65% delle imprese *online-attive* ha affermato di aver migliorato la propria produttività grazie all'uso della rete, contro il 28% di quelle *online* e il 25% di quelle *offline* (che non hanno un sito ma possono avere una connessione);
- l'incidenza delle vendite internazionali è mediamente il 14,7% per le realtà *online-attive*. Per le imprese *online* ed *offline* tale valore si riduce rispettivamente al 7,7% e al 4,1%;
- negli ultimi 5 anni il Web ha significato per il 34% delle aziende *online-attive* un aumento del personale, un dato molto superiore a quello delle *offline* (11%).

² Solo a titolo di esempio, secondo gli ultimi dati Eurisko, mentre l'87% delle aziende con più di 50 dipendenti ha un sito, per quelle con meno di 10 addetti la percentuale è inferiore al 50%, con una punta negativa al 15% nelle aziende che ne hanno 1 o 2. In generale, comunque, i vari studi nel settore dello sviluppo economico delle PMI italiane concordano sul fatto che sono presenti ritardi significativi nella fruizione delle tecnologie dell'informazione rispetto ad altri paesi tipicamente comparabili. Questo appare particolarmente evidente con riferimento all'Agenda Digitale stilata dalla Commissione Europea e dal diretto raffronto anche con altri paesi, da cui emerge che le PMI italiane trovano difficoltà nell'adeguamento ai processi digitali principalmente per la loro dimensione.

Obiettivi

L'Università degli Studi di Siena, al fine di supportare un'efficace diffusione dell'uso del Web e delle sue applicazioni fra le imprese (specie quelle di minori dimensioni) del territorio nel quale è inserita (area vasta della Toscana meridionale), organizza per l'a.a. 2012-2013 l'iniziativa denominata "Internet e Web per le PMI".

L'iniziativa si inquadra nell'ambito delle attività svolte dall'Ateneo ai fini dell'attuazione della cosiddetta "terza missione" dell'Università, rappresentata dall'utilizzo delle proprie potenzialità a supporto dell'accrescimento della competitività nell'economia della conoscenza e dello sviluppo socio-economico e ambientale di una determinata area.

In particolare, l'intento è quello di rafforzare le connessioni fra Università e mondo aziendale mediante il ruolo attivo degli studenti, che possono giocare un ruolo innovativo straordinario, non ravvisato e non considerato fin qui in modo accurato.

Gli studenti, infatti, indipendentemente dal corso di laurea, hanno una naturale propensione all'accesso alle tecnologie dell'informazione. Essi possono introdurre in modo naturale importanti processi innovativi soprattutto all'interno di piccole imprese che, tipicamente concentrate nel cuore del loro business, non ravvisano i vantaggi derivanti da un nuovo modo di accedere all'informazione, che è invece alla base dei processi sociali dei giovani.

Al fine di meglio presentare le finalità dell'iniziativa, l'Università di Siena organizza, in collaborazione con Google, Camera di Commercio e Imprendia.it (CNA e API) di Siena e all'Associazione degli Industriali di Siena, Arezzo e Grosseto, un workshop, aperto a studenti e al mondo aziendale, mirato in particolare a sensibilizzare il mondo delle PMI verso le opportunità dell'economia digitale.

Programma:

11:00 Apertura dei lavori

Angelo Riccaboni, Rettore dell'Università degli Studi di Siena

11:10 Fattore Internet: il Web per la ripresa economica

Diego Ciulli, Public Policy and Government Relations Analyst, Google Italy

12:00 Presentazione dell'iniziativa "Internet e Web per le PMI"

Maria Pia Maraghini, Dipartimento di Studi Aziendali e Giuridici

12:10 Tavola rotonda

Carlo Andorlini, Responsabile dell'ufficio Giovanisì della Regione Toscana

Anna Lucia Galati e Silvia Greco, Rappresentanti degli studenti, Università di Siena

Marco Gori, Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione, Università di Siena

Massimo Guasconi, Presidente della Camera di Commercio di Siena

Patrizia Marti, Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive, Università di Siena

Paolo Parodi, Alfaelettronica S.r.l. e Presidente di CNA Siena

Lino Pompili, Gruppo Readytec S.p.A. e Presidente di Imprendia.it

Stefano Susini, Esseti servizi telematici S.r.l. e Responsabile IT di Confindustria Siena

12:45 Discussione

13:00 Chiusura dei lavori