

IL MOBILE & WIRELESS IN AZIENDA:

DÀ E PROMETTE MOLTO, ANCHE PER L' EXPORT DELL'IT "MADE IN ITALY"

Lo rivela il 2° Rapporto sul Mobile & Wireless Business, promosso da AITech-Assinform, da Asstel e dalla School of Management del Politecnico di Milano

Le tecnologie informatiche mobili (Mobile & Wireless, M&W), quelle che permettono di elaborare, operare e comunicare senza fili e senza alcun vincolo di luogo, sono anche in Italia fondamentali per innovare processi e modelli organizzativi delle imprese, private e pubbliche. I vantaggi sono tangibili e sempre più spesso monetizzabili. Con grandi potenzialità anche sul lato dell'offerta. Sia con riferimento ai tanti operatori italiani emergenti, che con riferimento ai molti player multinazionali presenti nel nostro Paese: tutti interessati a far conoscere e ad esportare le tante, buone pratiche presenti sul mercato italiano. Tutto ciò, nonostante il fatto che la loro diffusione sia talvolta frenata proprio da coloro che dovrebbero promuoverla, all'interno delle imprese e delle amministrazioni pubbliche: i responsabili dei sistemi informativi. Queste, in sintesi, le principali evidenze emerse dal **Secondo Rapporto sul Mobile & Wireless Business in Italia**, promosso da AITech-Assinform, da Asstel e dalla School of Management del Politecnico di Milano, in collaborazione con aziende di primo piano: *Accenture, Ansa, BlackBerry, DS-Group, Ericsson, Enoteam, Guttadauro, Lancer, Microsoft, Nokia, Oracle, Palm, Psion-Teklogix, Reply, Tim-Telecom, Ubiquity, Vodafone*. Condotta da un gruppo di lavoro coordinato da **Umberto Bertelè, Andrea Rangone e Alessandro Perego**, l'indagine ha voluto far luce sullo stato dell'arte e sugli atteggiamenti delle principali categorie di attori: i top manager, i manager funzionali (Vendite, Produzione, Logistica, Marketing, ecc.) e i responsabili dell'informatica (CIO) nelle singole organizzazioni. Tra le principali evidenze dell'indagine - condotta sul campo e basata sul confronto con oltre 250 imprese ed enti pubblici (appartenenti ai seguenti settori merceologici: *Banche, Grocery, Farmaceutico, Sanità e Utility*), per oltre 1000 applicazioni - sono:

- *la conferma del ruolo innovativo delle tecnologie di M&W. Chi le ha adottate, tocca con mano le possibilità attuali e potenziali che vanno, dall'automazione di specifiche attività (es. gestione degli ordini o dei magazzini, ecc.) sino alla riconfigurazione di interi processi (es. vendite nel territorio, raccolta e trattamento dati sanitari, ecc.) e a nuove modalità di interazione con clienti e fornitori;*
- *la tangibilità dei benefici delle applicazioni M&W, sia in termini di performance misurabili (ricavi, parametri di servizio ai clienti, qualità dei processi, produttività), utili a confermare un ritorno dell'investimento rapido e consistente; sia in termini di benefici d'altro tipo (qualità e velocità dell'informazione, facilitazione delle attività di pianificazione e controllo, immagine), non subito misurabili, ma comunque concorrenti al vantaggio competitivo nel medio-lungo termine;*
- *la maggior facilità con cui il valore dell'M&W è colto dai manager al top e soprattutto dai manager con responsabilità di business che, sulla spinta degli obiettivi da raggiungere (volumi di vendita, efficienza di gestione delle reti commerciali, risposta alla clientela) sono quelli più disposti a rischiare per innovare;*
- *la sorprendente maggior difficoltà a misurarsi con l'M&W, da parte dei Responsabili dei sistemi informativi (CIO), che al riguardo svolgono talvolta un ruolo marginale, se non addirittura di freno. Il più delle volte sono chiamati in causa per approfondimenti tecnologici o di fattibilità di idee avanzate dai manager con responsabilità di business; e in pochi casi*

svolgono quel ruolo di proposta che sarebbe naturale attendersi da loro.

Il ruolo chiave dell'offerta e le potenzialità di export delle soluzioni

Tra gli altri elementi, l'indagine ha rilevato alcuni significativi progressi, riguardanti il ruolo della filiera dell'offerta, sempre più capace di creare sinergia e aggregazione al suo interno, oltre che di fare cultura, di sviluppare mercato e di far fronte in modo strutturato alle esigenze delle imprese utenti. In questa edizione, rispetto al primo Rapporto, le aziende sostenitrici sono passate da 8 a 17, a conferma dell'interesse e della volontà aggregativa delle imprese ICT che operano in questo mercato, sempre più diffuso e maturo. Tra di loro ci sono sia aziende italiane, molto specializzate nelle soluzioni Mobile & Wireless, sia aziende multinazionali, con un'offerta mirata a questo settore. E' un "ecosistema" aziendale che ha consentito l'attivazione di tante buone pratiche (best practice) tra le imprese utenti italiane e che ora intende farle conoscere e diffondere sia nel nostro Paese - obiettivo anche del presente Rapporto - che all'estero. Anche per alcune multinazionali, l'Italia è territorio di sperimentazioni, di laboratori di ricerca, di sviluppo di nuove soluzioni, proprio in ambito di Mobile & Wireless applicato al mondo aziendale.

L'accelerazione è possibile

Secondo AITech-Assinform e secondo i ricercatori della School of Management del Politecnico di Milano, ci sono molti elementi che fanno pensare ad un forte impulso nella diffusione delle applicazioni M&W nel prossimo futuro. Con effetti non solo sui volumi di investimento, ma anche e soprattutto sui modelli di impresa, per un approccio sempre più integrato e sistemico, che faccia da volano alla mobility nelle aziende italiane e che consenta la diffusione delle soluzioni più avanzate e più efficaci, anche al di fuori dei confini nazionali. Tutto questo consentirebbe a un numero sempre più consistente di imprese e di amministrazioni, di:

- cogliere appieno i vantaggi di queste tecnologie a livello di *catena del valore*;
- creare propri *Mobile Workplace*, per consentire ad ogni persona che opera in azienda di accedere, ovunque si trovi, al proprio ambiente di lavoro e a tutte le applicazioni necessarie;
- integrare sistemi informativi aziendali e "oggetti" coinvolti nei processi (prodotti, asset, veicoli, ecc.), attraverso un uso sapiente delle tecnologie M&W.
- utilizzare l'M&W come leva di interazione con clienti, fornitori e altri attori di filiera.
- favorire lo sviluppo di un "*Made in Italy*" tecnologico, capace di portare in altri mercati le soluzioni adottate con successo nel nostro Paese.

FONTE: www.aitech-assinform.it