

## Quanto serve innovare in tempo di crisi

Lo scenario economico attuale mostra una fase di recessione che richiede interventi di sostegno e nuove azioni per stimolare gli investimenti. Nonostante il clima di massima incertezza, l'**Unione Europea**, che ogni anno definisce un tema per una campagna di sensibilizzazione su un argomento specifico, ha stabilito che il 2009 sarà dedicato alla creatività e all'innovazione. In particolare, l'innovazione viene vista come elemento essenziale su cui fondare il piano di rilancio dell'economia.

Questo messaggio rappresenta un punto di partenza per tutte le aziende che intendono conservare un livello competitivo: mantenere il focus sull'innovazione ed evitare razionalizzazioni eccessive che possano indebolire il business significa infatti essere in grado di guardare avanti, oltre lo stato attuale di crisi economica. In questo contesto gli investimenti in information technology possono contribuire a raggiungere una maggiore efficienza e ridurre i costi. Promosso da **Microsoft** insieme al **Gruppo 24 Ore**, il Forum Innovazione e Tecnologia, dedicato al tema Innovazione in tempo di crisi: ritorno ai fondamentali ha voluto affrontare, insieme a diversi e autorevoli esponenti del panorama economico e istituzionale, lo scenario in cui oggi le aziende si trovano a operare, cercando di individuare le criticità più rilevanti e gli interventi possibili per fronteggiare in modo costruttivo le problematiche del mercato. Il forum è stato moderato da **Massimo Esposti**, capo redattore centrale, coordinamento quotidiano-web de Il Sole 24 Ore.

Tra gli asset principali nei momenti di crisi, l'innovazione è fondamentale non solo nella produzione, ma anche nella proposta di servizi. Perché come ricordato da **Claudio Calabi** amministratore delegato del Gruppo 24 Ore che ha aperto il forum «l'innovazione è come l'efficienza: non ha mai fine. È un qualcosa che deve entrare nel Dna di tutto quello che facciamo ogni giorno. Innovare significa capire prima degli altri, preoccuparsi nel senso di occuparsi prima e anticipare le evoluzioni. Se riusciamo a farlo abbiamo una carta in più per avere successo». Gli intervenuti hanno sottolineato quanto il momento sia difficile, ma da tutti è venuto un invito a guardare con positività al futuro. Le crisi in generale sono fatte sia di difficoltà che di opportunità. Necessario è avere un atteggiamento diverso, simile a quello del pugile: incassare i colpi più duri e, allo stesso tempo, sviluppare le competenze utili per reagire a un'evidente difficoltà.

Stiamo vivendo una sorta di tempesta perfetta che coniuga un cambiamento congiunturale a un cambiamento strutturale, se le aziende non riescono a capirlo e a cambiare, saranno in tante a essere travolte.

Dopo aver ricordato alcuni step che le aziende dovrebbero compiere (contenere i costi tagliando nel back office e investendo nel front office, attenzione al processo esperienziale della clientela, riconfigurare il business model, progettare nuove customer value proposition e ricercare diverse opportunità di sviluppo), **Enrico Valdani**, economista e professore all'**Università Bocconi** di Milano, ha sottolineato come in una fase turbolenta come questa chi investe nell'IT ha più chance nel medio-lungo termine rispetto a chi invece dimostra un atteggiamento più prudente, attendista e difensivo. Ma quali sono gli investimenti in ICT più strategici? Sicuramente quelli che favoriscono l'acquisizione e l'utilizzo di conoscenze o facilitano l'accesso al cliente; a questi si aggiungono quelli che incrementano e migliorano efficienza e produttività.

Tuttavia l'Italia sta scontando un ritardo per ciò che riguarda l'informatizzazione non solo nel mondo del lavoro, ma anche in quello della scuola e dell'università. A questi fattori negativi si aggiungono una burocrazia che ostacola le imprese, un capitale infrastrutturale non sempre all'avanguardia e un'organizzazione che non privilegia l'outsourcing, soprattutto nel caso delle piccole e medie aziende.

L'information technology permette di aumentare la flessibilità, di modificare la strategia in tempi brevi, di definire quale velocità serve a uscire dalla crisi, come dichiarato da **Pietro Scott Jovane**, amministratore delegato di Microsoft Italia. «Microsoft è impegnata a farsi portavoce di questo messaggio di innovazione, sottolineando quanto sia importante oggi per le aziende mantenere la propria competitività sul mercato, dimostrando agli imprenditori come la tecnologia sia in grado di garantire una reale riduzione dei costi migliorando al contempo la capacità operativa. Questo approccio consente, grazie al supporto della tecnologia, di ottenere benefici rilevanti quanto ad efficienza ed efficacia, attraverso processi più razionali e integrati, concretizzando risultati tangibili già a breve termine».

A cura di Barbara Tomasi