



NUOVI MEDIA

DI ENRICO GRAZZINI*

I consumatori usano le tecnologie meglio delle aziende

Le imprese italiane utilizzano le nuove tecnologie basate su Internet per risparmiare ma quasi sempre non sono ancora capaci di usarle bene per collaborare. Molte aziende ed enti della pubblica amministrazione addirittura proibiscono i social network, i wiki, i forum, i blog e in generale gli strumenti più avanzati di collaborazione informale nati nel mondo consumer e giovanile.

Al Consumer Electronics Show di Las Vegas sono state annunciate meravigliose novità per il pubblico più vasto: televisori che vengono comandati a voce o con un gesto delle mani (Microsoft), tavolette elettroniche che consentono di fare di tutto, di leggere libri, collegarsi a Internet e vedere la tivù, e mille altre cose ancora. Facebook ha oltre 500 milioni di utenti. Mentre le tecnologie mass market corrono, paradossalmente le aziende restano indietro. Nel mondo del business le tecnologie Internet sono usate soprattutto per migliorare le comunicazioni integrando la voce con i dati per pc e il video. Ma Internet, e in particolare il web 2.0, è prezioso perché permette di sviluppare le attività di interazione, e quindi forme molto produttive di collaborazione: consente di trovare e sfruttare le migliori competenze ovunque esse siano, di attraversare le barriere che frenano i flussi di informazione, e infine di collaborare per raggiungere obiettivi complessi.

Una recentissima ricerca della società di consulenza McKinsey, condotta intervistando oltre 3mila manager, ci rivela che le imprese che utilizzano intensivamente le tecnologie sociali guadagnano fette di mercato e ottengono margini di profitto più elevati. McKinsey avverte che queste imprese catturano forti vantaggi competitivi; inoltre i vantaggi sono di natura 'moltiplicativa', nel senso che queste società accelerano i cicli di apprendimento. McKinsey consiglia di incoraggiare e premiare l'uso este-

so del web 2.0 nelle aziende per le attività quotidiane di tutti i collaboratori. Il web 2.0 rende le imprese più flessibili, abbatte le rigide barriere gerarchiche, permette di decentrare le decisioni anche ai livelli più periferici e di migliorare le performance con i partner esterni.

La maggioranza delle imprese



Dominic Barton, global managing director di McKinsey.

italiane è ancora abbastanza impreparata a usare le tecnologie sociali. Dalle interviste che ho condotto personalmente con alcuni protagonisti delle tecnologie collaborative (dette uc&c, cioè unified communication & collaboration) tra cui i rappresentanti di Italtel, Cisco, Fastweb e Accenture, per conto dell'Anfov, l'Associazione per la convergenza nei servizi di comunicazione, emerge un quadro chiaro: le imprese italiane utilizzano l'uc&c per risparmiare sui costi della bolletta telefonica ma pochissime incoraggiano l'uso (controllato) dei social network o dei wiki per collaborare. Molte aziende comprano centralini in grado di interconnettere i pc e i telefoni fissi e mobili e di fare vi-

deoconferenze, ma poche hanno realizzato social network interni.

Secondo Angelo Morelli, responsabile mondiale di Accenture nel settore dell'innovazione per il mercato telecomunicazioni, media e hi tech, per sviluppare le networked enterprise non basta l'interesse del responsabile dei servizi informatici: occorre che l'iniziativa parta dall'alto, dal top management. Anche la conferenza del Politecnico di Milano tenuta nel dicembre scorso ha confermato che le barriere per l'adozione delle tecnologie sociali sono soprattutto organizzative e culturali. Mariano Corso, responsabile scientifico dell'Osservatorio uc&c, ha spiegato che le tecnologie di comunicazione integrata si stanno diffondendo rapidamente anche in Italia, come dimostra per esempio il recente annuncio di realizzazione di un network di questo genere in UniCredit, nato dalla collaborazione con Fastweb. È ancora diffuso però il timore di un uso improprio delle tecnologie sociali e pochi sanno come creare comunità interdisciplinari in grado di affrontare i problemi aziendali più complessi. Esistono vincoli concreti relativi alla sicurezza e alla riservatezza. Ma da parte dei manager è anche diffuso il timore, spesso inconfessato, di perdere il controllo delle gerarchie aziendali a causa delle tecnologie di collaborazione orizzontale.

Occorre un salto di qualità. Un aiuto può venire dal cloud computing e dai servizi accessibili online in grado di fornire applicazioni di collaborazione tariffate a consumo. I web service, come la Nuvola di Telecom Italia, promettono di abbattere i costi e di semplificare l'adozione delle tecnologie uc&c anche per le piccole imprese. Nel frattempo i sociologi della comunicazione hanno materiale su cui riflettere: i consumatori usano infatti le tecnologie meglio delle aziende.

(* analista dell'economia dell'innovazione www.enricograzzini.it)