



Incontri A-Catania «Modernità & Territorio» promosso da Corriere e Ibm

Sicilia Il futuro ripassa dall'«Etna Valley»

Buona diffusione e ampio utilizzo della banda larga. E la regione potrebbe dare la spinta definitiva...

DISIDORO TROVATO

Gli schemi sono chiari da tempo. Dopo due anni tutti giocati in difesa (del fatturato, del parco clienti e della capacità produttiva), da quest'anno gli imprenditori delle piccole e medie imprese devono passare all'attacco. Servono strategie aggressive per l'esportazione, l'innovazione di prodotto e gli investimenti tecnologici. Proprio questi ultimi rappresentano un ottimo indicatore per misurare il livello di modernità delle aree produttive italiane.

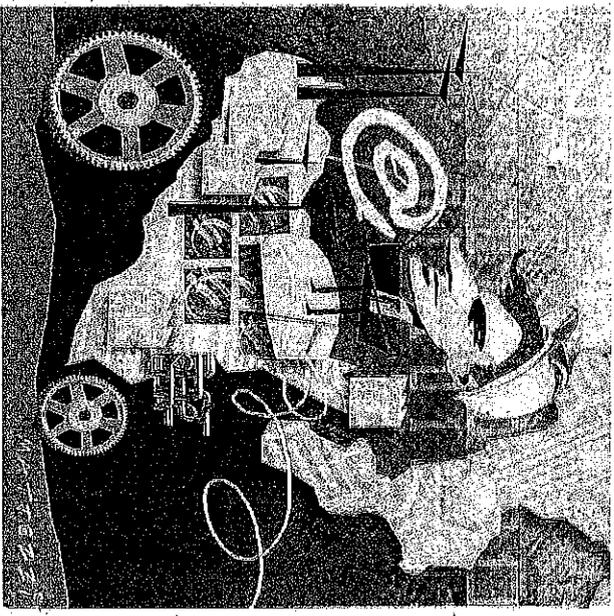
Per fotografare il livello di informatizzazione delle nostre imprese si sono mosse due istituzioni universitarie, la School of Management del Politecnico di Milano e della Sda Bocconi, che hanno messo a punto un «indice di modernità» che si basa su tre parametri: il tasso di utilizzo di Ict, la maturità di offerta di Ict e la *readiness* (preparazione) Ict del territorio. Per analizzare questi temi direttamente sul campo Ibm e *Corriereconomia* hanno lanciato il progetto «Modernità & Territorio» e stavolta sarà la Sicilia a essere sottoposta all'esame. Se per quanto riguarda i parametri di diffusione dell'Ict, la Sicilia manifesta un certo ritard

do (in linea con le altre regioni meridionali) esistono però ragioni di ottimismo per il futuro.

Cap

«La buona diffusione — spiega Andrea Gaschi, tra i curatori della ricerca della School of Management del Politecnico di Milano — sta in termini di copertura del territorio che di utilizzo da parte di imprese e cittadini, della banda larga fissa e mobile è un dato confortante anche se non ha ancora una grande ricaduta in termini di utilizzo di applicazioni e servizi. Però, per lo meno, rappresenta una condizione abilitante e uno stimolo per le imprese

siciliane». Ma se la diffusione della banda larga come presupposto per lo sviluppo dell'informatizzazione tra le imprese è un buon dato di partenza, bisogna anche far crescere la cultura informatica specie tra imprenditori che hanno risorse limitate e che quindi devono scegliere su quali terreni investire. «Indubbiamente una maggiore maturità in tema di informatica sarebbe auspicabile — concorda Gaschi — ma in tal senso potrebbe tornare utile il modello della pubblica amministrazione che in Sicilia ha un alto tasso di informatizzazione e che potrebbe servire da traino anche per le aziende».



Eppure proprio nei confronti della pubblica amministrazione arrivano le maggiori lamentele da parte del mondo imprenditoriale. «Le lentezze e le procedure burocratiche rappresentano ancora uno dei maggiori freni, allo sviluppo dell'economia siciliana — afferma il presidente di Confindustria Catania, Domenico Bonaccorsi di Reburdone —. Il ritard

biamente il ritardo tecnologico esiste, così come è innegabile che in questi anni tante imprese siciliane abbiano dovuto fare scelte difficili a causa della scarsa liquidità. Però il discorso non vale per tutta l'isola, considerato che ci sono aree che hanno fatto dell'Ict il volano dello sviluppo economico dell'intero territorio». Il riferimento è chiaramente rivolto a

Capinformatamento

Le imprese al test di modernità. Le prospettive della Sicilia. Questa l'incrociante sfida di cui si discuterà oggi pomeriggio a Catania nel corso della tavola rotonda organizzata da *Corriereconomia* con Ibm.

Confine: **Luigi De Vizzi,** direttore **Domenico Bonaccorsi di Reburdone**



Ibm: **Luigi De Vizzi,** direttore **Domenico Bonaccorsi di Reburdone**



Confindustria: **Giuseppe Condorelli,** alla guida di Idb



Per registrarsi online www.corriereconomia/modernitaeterritoio. Per partecipare 02/20400331/modernitaeterritoio@corriere.it

Prossimi appuntamenti il 24 maggio a Firenze e il 7 giugno a Roma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Averna Quel lato amaro del web

«Pronti a investire, ma mancano ancora le infrastrutture di Rete»

Applicazioni a marchio Averna su *smartphone* e *ipad* per «promuovere i nostri prodotti» e «un nuovo sistema di videoconferenza ad alta definizione che ci consentirà di abbattere ulteriormente la distanza tra le nostre sedi dislocate in Italia evitando trasferire e spostamenti di funzionari aziendali». Così Francesco Saverio Averna, amministratore delegato del gruppo omonimo spiega i prossimi obiettivi in ambito it dell'azienda: «messa produttiva dell'amaro Averna, ma anche della grappa (dopo l'acquisizione della Villa Fratelli azienda di vini e spumanti di Portonovo, di cui recentemente è stato ceduto lo stabilimento pur conservandone il marchio), mandarinetti e sambuca».

Tra le sedi produttive del gruppo Averna, che controlla anche la Casoni (e lo stabilimento di Finale Emilia, nel modenese) e la dolcificata Permagoti, per il polo produttivo piemontese di Novi Ligure. Ma il quartier generale è a Caliannessa in contrada Xiboli, dove si produce ancora oggi l'infuso del celebre amaro.

Gli investimenti in *informatica* di Averna hanno comportato in questi anni l'implementazione di un'uni-



Alessandro Saverio Averna

Promuoviamo i nostri prodotti con apposite App. E poi con le videoconferenze siamo sempre in contatto con la nostra rete

ca infrastruttura *hardware* per un risparmio del 35% sui costi operativi, grazie alle minori spese di manutenzione. E sul fronte *software* l'Erp (*Enterprise resource planning*, la pianificazione delle risorse d'impresa) si basa sulla tecnologia Sap che «ha uniformato i sistemi informativi delle varie società del gruppo e ha ri-spinto meglio alle esigenze aziendali al momento dell'adozione dell'ent», spiega Lettiero Iachetta, responsabile It.

Ora la scommessa è realizzare «un portale più moderno per l'immissione degli ordini, in modo che sia aperto alle nuove tecnologie *web* e ai dispositivi mobili», prosegue Iachetta. E se sul fronte della

F.SAV. © RIPRODUZIONE RISERVATA

Camicissima Cresce sulla nuvola

«Con l'information technology sotto controllo cento negozi»

Il futuro per Camicissima è sulla «nuvola», ciò che Giacomino Cataneo, responsabile del Centro elaborazione dati dell'azienda nata dalla storia camiciera Fenicia di Palermo, chiama «la delocalizzazione dei servizi attraverso la tecnologia *cloud*»: «penso alla posta elettronica e alla comunicazione con i punti vendita, ma anche l'analisi dei dati, dei costi delle materie prime, dei margini per prodotto», anticipa Cataneo. Tutto avverrà affidandosi a computer remoti, fuori dal controllo aziendale, per un risparmio sui costi. Il contratto di ciò che è avvenuto in questi anni «quando abbiamo inter-nalizzato esperti in it competenza in analisi e sviluppo, nell'amministrazione e nel *marketing*».

Nelle intenzioni di Camicissima — specializzata nella vendita, appunto, di camicie e cravatte, dal 1931 e ora dislocata in più di 100 punti vendita su tutto il territorio nazionale oltre ai negozi negli Stati Uniti, in Libano, Grecia, Polonia ed Egitto — il *cloud computing* dovrebbe consentire di esternalizzare il proprio reparto It, liberandola dal peso economico derivante dalla costruzione, aggiornamento e manutenzione dei centri di

elaborazione dati.

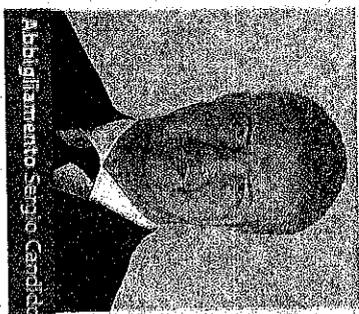
Nel frattempo l'azienda ha puntato sull'*information technology* soprattutto per monitorare centralmente ciò che avviene in periferia, investendo il 3 per cento annuo del proprio *budget*: «siamo infatti continuamente e in tempo reale sul totale degli scoprimti emessi in ogni singolo punto vendita, sia diretto che in *franchising*, ma non siamo legati particolarmente a una tecnologia, perché le comunicazioni possono avvenire attraverso la banda larga, ma anche grazie a delle chiavette 3G», spiega Sergio Candido, presidente del consiglio di amministrazione di Fenicia.

«Abbiamo brevettato uno *shop control system*, un'infra-

struttura che ci permette di sapere quante persone hanno varcato la soglia di accesso dei nostri negozi».

Mentre sul fronte del *data warehouse* è stato tutto virtualizzato, in modo da avere un immediato corrispettivo — senza per questo far riferimento a pesanti *database* — nelle indicazioni da fornire alla produzione e al lancio di campagne vendita sul territorio. Un piano chiaro per incrementare le strategie di espansione del gruppo palermitano, che punta attraverso la realtà virtuale ad ottenere concreti e tangibili obiettivi di bilancio.

F.SAV. © RIPRODUZIONE RISERVATA



Alessandro Saverio Averna

L'informatica ci consente di conoscere in tempo reale l'importo degli sconti emessi in ogni singolo punto vendita