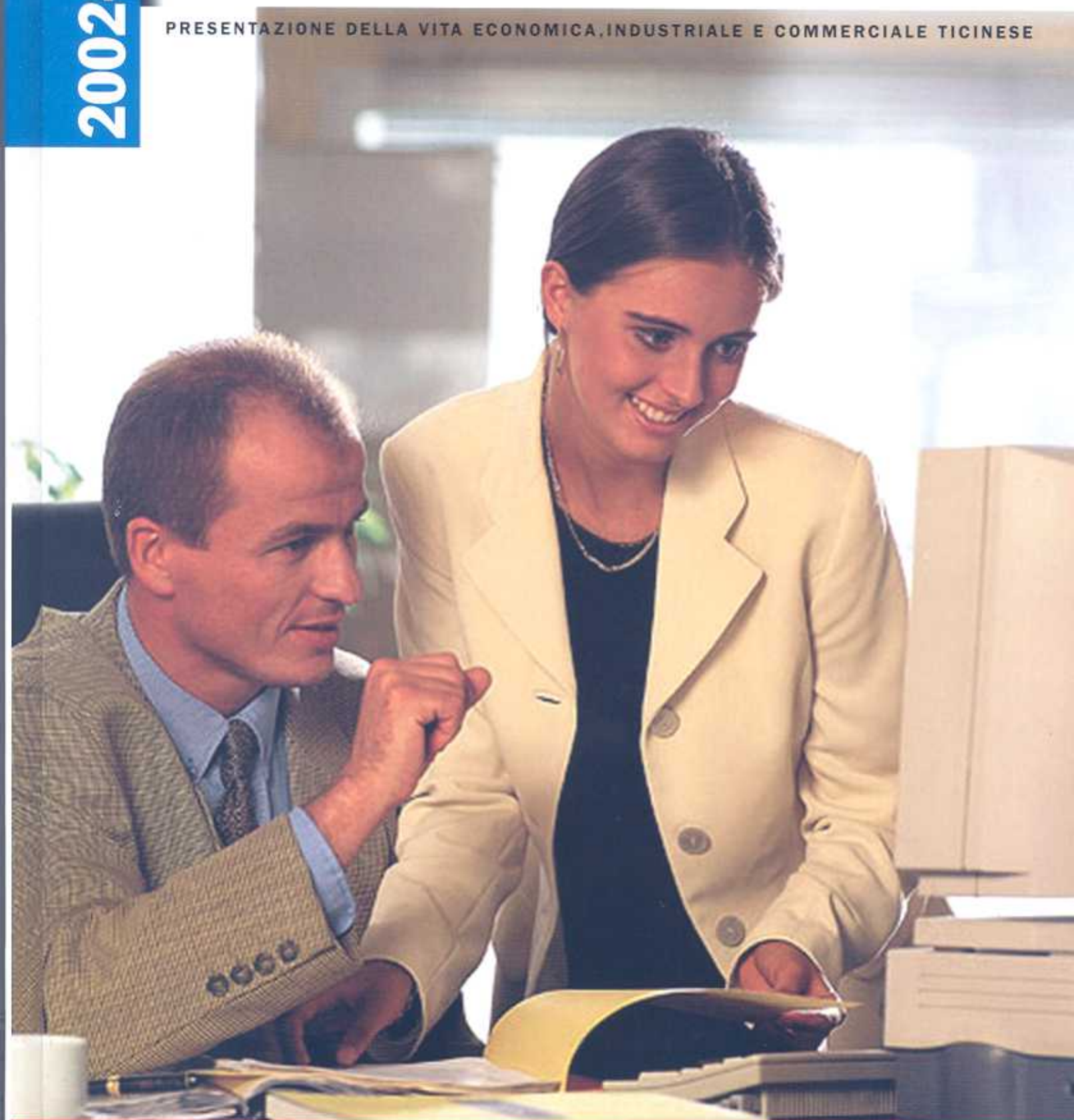


2002-2003

ticino economico

2002-2003

PRESENTAZIONE DELLA VITA ECONOMICA, INDUSTRIALE E COMMERCIALE TICINESE



ECONOMIA • COMMERCIO • INDUSTRIA

La New Economy: fra nuove illusioni e vecchie realtà...



Elio del Biaggio
Ingegnere
e pubblicitista
-Business
Coordination
Manager-
di Bluewin SA

Comunicare e scrivere in tempo reale con il resto del mondo, avere un business a 360 gradi, vedere modificare le proprie relazioni interpersonali, ... Internet sta riprogrammando la vita lavorativa e personale degli utenti di tutto il mondo che, più o meno consapevoli, si avviano a un nuovo modo di essere: è arrivato il tempo del "qui e ovunque".

E-Business, New Economy, Net Company, ... solo fino a pochi anni fa; questi termini circolavano solo a Palo Alto, o giù di lì. Oggi il fenomeno è di tutt'altra entità: E-Mail e Chat si impongono come strumenti di comunicazione sempre più diffusi e dagli Stati Uniti alla Finlandia, dall'Australia ad Israele tutti o quasi si sentono in grado di citare i vantaggi derivanti dal commercio elettronico o dalla posta elettronica.

Cosa sta accadendo?

La risposta è che, volenti o nolenti, ci troviamo nel bel mezzo di una rivoluzione epocale e la "killer application" di turno si chiama Internet, strumento/fenomeno in costante e rapidissima evoluzione che coinvolge e sconvolge tutte le logiche consolidate di business e, più in generale, pervade il nostro quotidiano, parlando addirittura di E-Life, tanto per tornare ai neologismi anglofoni.

Con la commercializzazione di PC sempre più potenti e sempre più alla portata di tutti, con la rivoluzione dei sistemi di telecomunicazioni, ormai velocissimi, e con la diffusione crescente di Internet, sono venuti a crearsi nuovi settori economici. Si è parlato, di volta in volta, di Information Economy, di Internet Economy, di Digital Economy, ... questo è il mondo della New Economy. E' sempre stata la disponibilità di una nuova tecnologia che ha consentito all'uomo di far evolvere la propria capacità di manipolare le risorse disponibili al fine di produrre i mezzi per la propria sussistenza, e poi di cambiare i propri modelli di comportamento e di modificare il proprio ambiente. Quanto viviamo oggi, un complesso sistema di fenomeni economici e sociali ai quali diamo il nome di New Economy, è solo uno stadio del processo evolutivo della società verso la civiltà della comunicazione: processo avviato da radio e televisione, che, però, avevano e hanno il comune limite di consentire solo a pochi di entrare in contatto con molti. Il vero passo in avanti, la tecnologia abilitante, destinata a segnare una nuova epoca, è Internet, la Grande Rete. Tutti entrano in contatto con tutti, ovunque essi siano, e in modo interattivo. E' la rivoluzione, con il superamento della fisicità dei luoghi, che per le aziende tradizionali può anche essere una grande



minaccia, prima ancora che una grande opportunità. Aziende piccole ma agili entrano nelle imprese e nelle case senza timori reverenziali, aggredendo le grandi organizzazioni sui propri mercati, cambiandone il funzionamento e le logiche. La New Economy impone un immediato ripensamento del modello organizzativo dell'impresa: il mercato e la capacità di rapportarsi ad esso attraverso logiche di rete diventano l'unico vero patrimonio dell'azienda, che deve essere interamente focalizzata su questi aspetti. La struttura interna dell'azienda sarà polverizzata dalle spinte di mercati che richiederanno una sempre più rapida capacità di adattamento, conseguita attraverso la costituzione di catene del valore articolate e dinamiche, e quindi capaci di reagire al cambiamento. Per gestire le nuove catene del valore l'azienda stessa diviene rete e la capacità del management di governare questo processo sarà sempre di più elemento distintivo del valore di un'azienda. E' in questo contesto che nuovi soggetti economici entreranno sulla scena: quelli che costituiranno il tessuto connettivo di questa nuova ragnatela e che permetteranno alle imprese di competere nel mercato globale. Insomma, l'enorme cambiamento che l'introduzione e la sempre maggiore affermazione delle nuove tecnologie hanno portato nella nostra vita è evidente anche agli occhi degli osservatori più distratti. E quanti di noi sono digiuni di economia, non devono lasciarsi intimidire dalla formula "New Economy", così spesso alla ribalta sui giornali o nelle dichiarazioni dei politici. Siamo collegati ad Internet, e stiamo leggendo una pagina Web: significa che stiamo già affidandoci, in un certo modo, alla New Economy. Con questa definizione, infatti, si indica proprio tutto quel complesso di nuove tecnologie che hanno trasformato quella in cui viviamo in una società complessa, caratterizzata da un'evoluzione che procede a velocità esponenziale a livello sociale, culturale e, soprattutto, dei mezzi di comunicazione di massa.

E' comunque chiaro a tutti ormai che la New Economy non è altro che un diverso approccio strategico imposto al marketing da questi media interattivi, ed è proprio con questi che dobbiamo imparare a confrontarci dal momento che lo stesso internet ha ormai superato i trent'anni. Confinata per ora nell'angolo questa nuova stella protagonista delle pagine economiche degli ultimi due anni, si scopre invece che è sempre la Old Economy a condurre le danze, raziando nuove visioni per sviluppare business prima impensabili e capace al tempo stesso di evitare di imbarcarsi in improbabili Start Up senza ritorno, non solo dell'investimento ma dell'intera dot.com...

A parte tutto questo, c'è ancora ottimismo sul futuro della New Economy. Anche perché adesso si comincia a fare sul serio, perché parte la terza fase, quella nella quale le aziende si ridisegnano sulla base di Internet. La prima fase è stata quel-

la in cui bastava essere sul Web, la seconda quella in cui si è fatto un po' di transazioni o di e-commerce. Ora, invece, la Rete sarà elemento costituente delle attività delle aziende. E quanto alla crisi ed al crollo delle borse nei mesi passati, era inevitabile perché è finito un modello finanziario che non avrebbe mai potuto stare in piedi, fondato su aziende che non trovavano la via del profitto e quindi usavano il capitale che la borsa metteva loro a disposizione. Siamo ormai in un mondo caratterizzato dalla velocità, soggetto ad una continua innovazione, che chiede, quindi, ad operatori e a utenti una flessibilità e una formazione sempre nuove. Insomma, se la Old Economy, per intenderci, l'economia tradizionale, opera su mercati stabili, la New Economy opera su mercati dinamici. La prima dovrà dimostrare una competitività nazionale, la seconda una competitività globale, grazie al livello globale raggiunto dalla comunicazione. Così, se la prima sarà caratterizzata da una struttura gerarchica, la seconda da una struttura "networked", ad immagine e somiglianza della rete che è il suo naturale veicolo. Tutto sommato, questa prima stretta del settore ci deve richiamare ad una semplicissima verità: che questa economy tanto imbellettata new, tutto sommato ha il gusto per la tradizione della old. In sintesi, la Internet Economy "reale" sta finendo il suo svezamento e solo ora mostra cosa saprà fare da grande. Moltissimo. In particolare, si sta confermando il fenomeno che tutta la Old Economy sta diventando "new". E ciò aumenterà la capacità competitiva dei settori tradizionali. Avremo quindi una forte espansione non solo di aziende specializzate in operazioni Internet, ma anche di tutto il resto che dovrà per forza e per vantaggio operare in rete. Il che lascia ipotizzare una sinergia espansiva formidabile tra vecchio e nuovo. Quindi sarebbe sciocco, dopo l'eccesso di entusiasmo, cadere in un altrettanto irrazionale pessimismo al riguardo della rete.

Ma cosa ci riserverà il futuro?

Nel prossimi anni, la mappa degli Internet Provider a livello mondiale sarà completamente ridisegnata. Tra fusioni, acquisizioni e fallimenti, solo un 20% ce la farà a rimanere sul mercato. Nella guerra a tutto campo degli Internet Provider si salverà solo chi sarà in grado di offrire ai clienti un sistema integrato di soluzioni. Alla base di questa radicale ristrutturazione del mercato c'è l'estrema parcellizzazione del settore e il fatto che attualmente, meno della metà delle società che operano su Internet, riesce ad offrire soluzioni che siano in grado di fornire contemporaneamente almeno tre o più prodotti "essenziali" al cliente. Sopravviveranno dunque solo quelle società che saranno in grado, da qui a qualche anno, di acquistare o realizzare nuovi prodotti, e che alla fine potranno offrire alla clientela un sistema integrato di soluzioni. Si tratta di opera-

zioni che non tutti potranno permettersi economicamente e tecnologicamente. E anche gli sforzi messi in campo dagli Internet Provider per migliorare i propri servizi avranno successo, cioè risponderanno adeguatamente ai nuovi bisogni dei clienti, solo nel 15-20% dei casi. Per il restante l'80% delle società che oggi forniscono servizi, programmi, e piattaforme e quant'altro occorre ai cittadini e alle imprese per comunicare con Internet, il destino sarà dunque quello di uscire dal mercato.

Bluewin in breve

Lo sviluppo di Bluewin, dal suo lancio nel 1996, rispecchia le modifiche del mercato in questo periodo. La concentrazione di allora sulla vendita dell'accesso ad Internet è stata messa in secondo piano da offerte combinate nei settori Access, Content e Services. Bluewin è diventata l'Internet Service Provider più importante, intende essere la mediatrice tra le esigenze di consumatrici e consumatori e le offerte delle imprese e, oltre a mirare a contenuti individuali, punta sempre più alla cooperazione con collaboratori esterni. Con questa strategia integrata - portale e accesso - Bluewin ha avuto ed ha tuttora grande successo.

Bluewin offre un pacchetto globale di prestazioni destinate ai clienti small office, home office o privati. Nel mercato online in crescita rapidissi-

ma Bluewin funge da azienda intermediaria tra le esigenze dei consumatori e le offerte delle imprese.

Il portale Internet ben strutturato permette a Bluewin di offrire delle informazioni complesse, dati e indicazioni in merito alle tematiche più svariate. Bluewin non si avvale solo dei contenuti prodotti dalla sua redazione interna, ma punta inoltre alla cooperazione con partner professionali al fine di allargare costantemente l'offerta ai consumatori.

Le soluzioni di accesso Internet di Bluewin vanno dal classico Dial-Up alle tecnologie ad alta velocità ADSL e per il settore PMI e Small Office/Home Office, Bluewin offre soluzioni standard come Hosting (HostCenter) e Servizi E-Commerce. In questo modo Bluewin offre ai suoi clienti commerciali una soluzione integrale da un'unica fonte, che comprende consulting, accesso, Hosting, soluzioni E-Commerce, Webdesign, Banner-Advertising e sup\$porto.

Attualmente, Bluewin è il fornitore Internet numero uno a livello svizzero grazie a circa 800 mila clienti di accesso attivi e ad oltre 100 milioni di pagine visitate al mese.

E, per saperne di più su Bluewin, basta semplicemente visitare il portale www.bluewin.ch, entrare nel sito aziendale www.bluewinag.com, chiamare il numero verde gratuito 0800 86 86 86 oppure recarsi in ogni Swisscom Shop.