

## L'analisi Digitale, la nuova sfida delle pmi

di **Andrea Pontremoli**

**N**on esiste innovazione senza tecnologia, anche se la tecnologia non basta. L'innovazione nasce quando tecnologie esistenti vengono utilizzate in modo «diverso» e consentono di mettere a disposizione di molti qualcosa che prima non c'era e che ha un impatto sulle loro vite. Oggi le aziende hanno a disposizione una grande quantità di tecnologie in vari settori, ma non per questo sono innovative. Un'azienda diventa innovativa quando ha un «sistema

sociale» disegnato per fare le cose in modo diverso, quando ha un'identità e persone innovative che continuamente mettono in discussione quello che hanno fatto fino a ieri.

La tecnologia è una precondizione che va associata a una tecnologia organizzativa, è un fattore abilitante per l'innovazione, diventa quindi cruciale investire sulla cultura e sulla qualità delle persone nelle imprese, nelle istituzioni e nelle organizzazioni di oggi. Nelle loro competenze e capacità manageriali.

Tra le nuove tecnologie, quella digitale ha il potenziale per cambiare i processi di progettazione, produzione, commerciali e di gestione dell'innovazione e può dare alle imprese enormi vantaggi a condizione che vi sia un approccio strategico, cioè una visione e una programmazione di lungo periodo a monte. Anche i modelli di business di un'azienda possono essere cambiati dalle tecnologie che spesso consentono di mantenere un'elevata competitività.

continua a pagina 15

## L'analisi

### Digitale, la nuova sfida delle pmi

SEGUE DALLA PRIMA

Inoltre, nei mercati globalizzati alcuni modelli di business già esistenti sono stati ripensati e riorganizzati grazie alle tecnologie digitali, come dimostrano molti casi ben conosciuti, ad esempio Yoox Net-A-Porter, l'azienda nata a Bologna che ha innovato radicalmente il processo di vendita nel settore dell'abbigliamento di lusso.

In questo scenario è necessario ripensare anche al ruolo manageriale, in termini sia di visione, sia di capacità decisionale e di gestione delle persone,

sulla base di una comprensione profonda del potenziale delle tecnologie digitali. La tecnologia digitale che mette a disposizione una grandissima velocità, ma richiede un modello di business solido; così come può consentire di rivoluzionare rapidamente un'impresa può anche portarla a fallire velocemente. Per questo motivo non è possibile intraprendere la strada digitale, senza una formazione robusta.

In questo contesto il Center for Digital Business Education, nato dalla collaborazione tra [Bologna](#)

[Business School](#) e Yoox Net-A-Porter (con la collaborazione di Boston Consulting Group, Google, GroupM, IBM, WPP), può giocare un ruolo cruciale per le imprese, a partire dall'Emilia Romagna. Questo nuovo polo di formazione, unico in Europa, si trova in una regione dove operano aziende ad alto valore aggiunto: avere una business school internazionale, un luogo di ricerca e di sapere, dove esse si possano incontrare, può creare un effetto moltiplicatore.

In Emilia-Romagna ci

sono aziende medio-piccole, ma con un substrato di competenze specifiche che fanno sistema. La tecnologia può aiutarle a farlo meglio. Per questo [Bologna Business School](#) ha costruito un network di docenti e di imprese che hanno la capacità di fondersi e di ragionare insieme sul futuro. È una condizione unica e una grande opportunità che il nostro territorio deve saper cogliere.

**Andrea Pontremoli**  
ceo Dallara Automobili

© RIPRODUZIONE RISERVATA