

Itali@Oggi.it

IL PRIMO SETTIMANALE DELL'ECONOMIA INTERNET

www.italiaoggi.it

ItaliaOggi7+Itali@Oggi.it: L. 3.000 (1,55 euro) - Spedizione in a.p. 45%, art. 2, comma 20/b, legge 662/96 - Filiale di Milano - Lunedì 24 Luglio 2000

In regalo
G@



All'interno ItaliaOggi7



Lo statuto
del contribuente
Quesitario e Pagine Gialle

Questa settimana

L'inchiesta pag. 8

• Caccia aperta ai portali locali

Aziende 13

- Tutti i numeri della pubblicità su Internet
- Le pmi liguri vanno in rete puntando sui prodotti tipici
- Bologna sta diventando la e-valley italiana
- Un marketplace per il made in Italy

Carriere 42

- Chi si salva passando dalla old alla new economy

Professioni 19

- L'avvocato europeo diventa realtà grazie al web

Normativa 20

- Il nodo royalty per il fisco

Computer & tlc 27

- Le soluzioni per la sicurezza e altre offerte tecnologiche per le pmi

Lecture 23

- Le pagine della new economy

Business in camicie bianche



Domenico Ferrari, alla guida
di eHealthCube.com

Il giro d'affari
miliardario
delle
forniture
mediche e
ospedaliere
oggi è
passato
sul web.
Ecco chi ci
guadagna
e chi aiuta
le aziende
a lavorare
su Internet

da pag. 11

Offro
Lavoro **990**

POSTI SPECIALIZZATI

da pag. 45

Business Tech

Settimanale a cura di McGraw-Hill
con la collaborazione di Itali@Oggi.it

da pag. 35

E - M A I L

di Claudio Mori

Il cuore della new economy è B2B

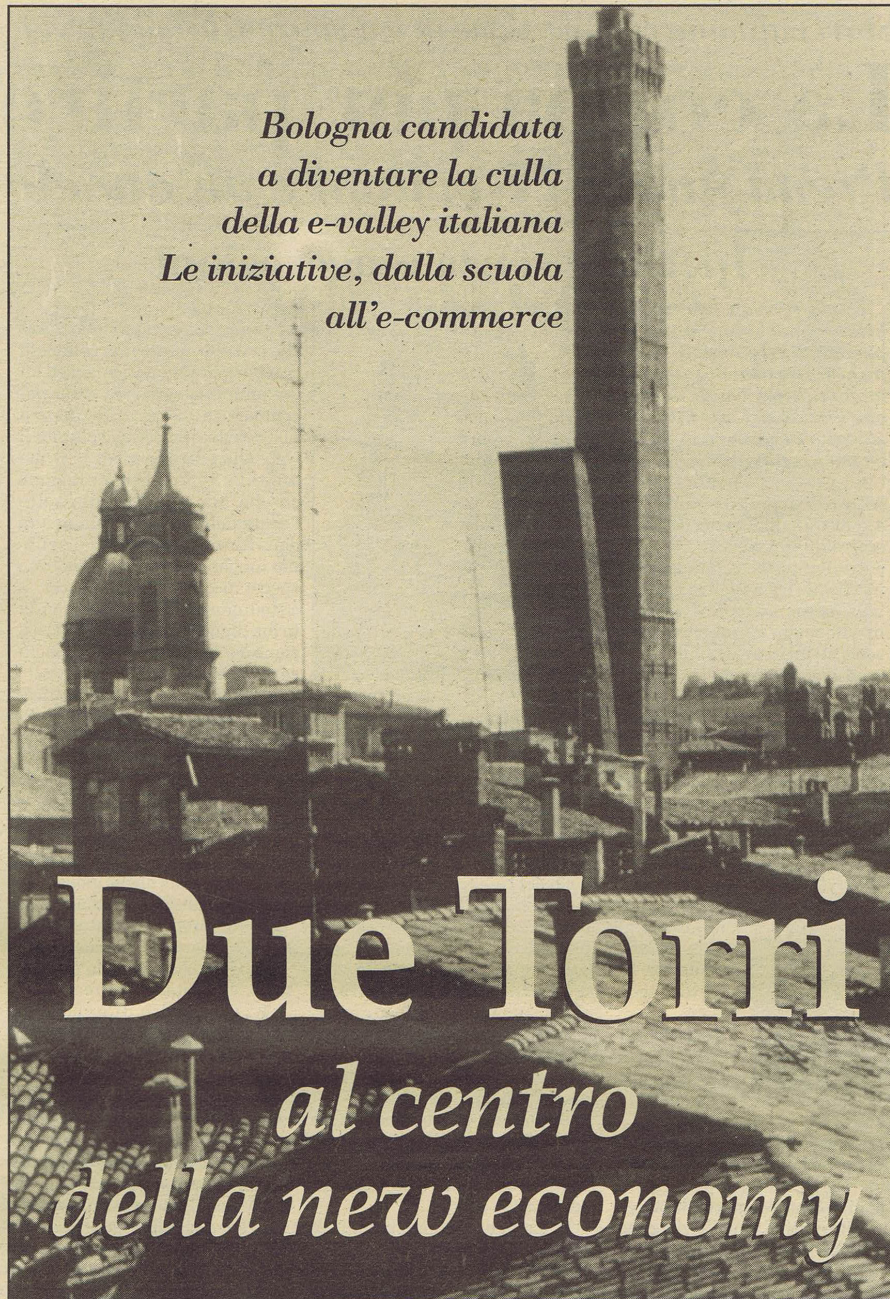
Per due volte nel giro di poco tempo il commissario europeo per le imprese e la società dell'informazione, **Erkki Liikanen**, è intervenuto sul futuro delle piccole e medie imprese. La prima, il 13 giugno scorso, con un'intervista in esclusiva a *ItaliaOggi*; la seconda, in occasione del Comitato delle regioni, riportata da *ItaliaOggi* il 5 luglio. «Il commercio on-line, soprattutto il business to business (B2B), costituirà la vera rivolu-

zione perché permette la trasparenza dei prezzi, ne facilita il confronto e allarga la concorrenza sui mercati a livello mondiale», ha detto Liikanen. Il quale ha anche precisato che i veri cambiamenti generati dalla new economy devono ancora venire. Che in un certo tipo di business to consumer (B2C), come vendere latte via internet, c'è ben poco di rivoluzionario. Che il B2B è il cuore del mercato elettronico «visto che rappresenta l'80%

del totale dell'e-commerce. È più di un'area strategica: è una rivoluzione». Liikanen ha ragione, e le sue affermazioni dovrebbero far riflettere certi figli dei fiori del web alla **Roberto D'Agostino** i quali pensano che la rete sia principalmente uno strumento ludico, come ha recentemente affermato al *Maurizio Costanzo show*. Confondendo un personale

continua a pagina 3





*Bologna candidata
a diventare la culla
della e-valley italiana
Le iniziative, dalla scuola
all'e-commerce*

Due Torri al centro della new economy

*Pagine a cura
DI ROBERTO FABEN*

Per descriverne il cammino e pubblicizzarla nel mondo si è scomodata anche la stampa d'oltreoceano: Washington on line parla di Bologna come una potenziale web-based city, una città virtualizzata in tutte le sue principali manifestazioni e prodotti. Per questo accessibile e visibile a tutti gli esploratori del cyber-spazio, a fianco delle altre start-up mondiali nella corsa all'urbanizzazione digitale: Hong Kong, Dublino, Kuala Lumpur.

Fu verso la metà degli anni Novanta che sotto le Due Torri nacque la prima grande idea che fece di Bologna una primadonna nel palcoscenico dell'informatizzazione urbana. Un docente e un ricercatore della facoltà di lettere e filosofia, Stefano Bonaga e Maurizio Matteuzzi, ebbero l'idea di far nascere una grande rete civica che abbracciasse tutte le principali istituzioni ed effervescenze della città, da quelle culturali a quelle economiche, da quelle associative alle artistiche.

Fu così che nacque Iperbole (www.comune.bologna.it), il sito della Bologna virtuale, un universo interattivo metropolitano col suo centro simbolico nell'istituzione comunale e con la sua moltitudine di atomi (la comunità degli iperboliani) che vi ruotano attorno. Iperbole è un megaportale di 23 mila pagine; per sfogliarle tutte occorrerebbe stare un mese giorno e notte incollati al computer.

Pubblica amministrazione e servizi di interesse pubblico, economia e lavoro, scuola e formazione, trasporti e mobilità, luoghi di culto e collegamenti con l'Europa e il mondo, salute e sanità, arte e cultura, turismo, sport e tempo libero. Il senso di Iperbole è innanzitutto l'estensione dei diritti di cittadinanza aumentando le strade dell'accessibilità alle aree della produzione di atti amministrativi e dell'erogazione dei servizi.

Per quanto riguarda le attività economiche e la finanza, attraverso Iperbole è possibile accedere on-line alle gare e agli appalti del comune, chattare con il porta-

le bancario italiano e interagire con un cocktail di servizi per trovare lavoro.

Quando si passa al commercio l'effervescenza si coniuga con la complessità: le fiere di Bologna 2000 si incontrano con i dati dell'Unione Camere di Commercio dell'Emilia Romagna, la borsa-merci con il Centro agroalimentare, l'agenzia delle politiche per le imprese (l'Ervet) con quella

per lo Sviluppo Tecnologico dell'Emilia Romagna (l'Aster), l'agenzia dei servizi per il terzo settore e il no-profit (l'Aster-x) con lo sportello telematico degli enti locali.

I progetti e le sperimentazioni nascono come funghi, da un giorno all'altro. Come il programma di distribuzione telematica di servizi a domicilio e commercio elettronico. Il comune, in associazio-

ne con la Coop adriatica, ha infatti avviato un progetto-pilota della durata di 18 mesi, Bopervi, che servirà a sperimentare gli effetti organizzativi, economici e di gradimento da parte dei cittadini, dell'utilizzo delle Ict per il miglior accesso ai servizi pubblici e privati. Un campione di 1.300 famiglie residenti a Bologna dotate di collegamento e abbonamento a Internet più altri 700 nuclei ai

quali verrà fornita una Internet-tv, ossia un apparecchio delle dimensioni di un videoregistratore che consente l'accesso a Internet senza alcuna conoscenza informatica, proverà a fare la spesa elettronica, a pagare tasse, rette scolastiche e contravvenzioni senza recarsi agli sportelli, a fare operazioni finanziarie evitando di passare in banca, a prenotare viaggi e vacanze on-line.

La Bologna digitale e multimediale inventa, nell'economia e nei servizi: la facoltà di economia ha partorito Start-Cup (una competizione per sviluppare nuove imprenditorialità giovanili) e non manca neppure un servizio senior on-line, ossia un'iniziativa di promozione dell'uso delle nuove tecnologie e di Internet per la popolazione over 60.

Poi c'è il polo dell'azienda-sanità. È nata da Bologna l'idea della creazione di un centro unificato di prenotazione di prestazioni mediche e ospedaliere, gestito dalla società Cup2000, che si sta estendendo anche ad altre aree italiane e che sta investendo molto nel settore della prenotazione non solo telefonica, ma anche via Internet. L'ospedale virtuale bolognese, l'hospital today, realizzata dalla società Omega generation e sperimentato al policlinico Sant'Orsola, è una struttura che si concentra attorno a un'équipe di medici specialisti che forniscono servizi di teleconsulto, rispondendo via e-mail a coloro che abbiano da porre domande sulla propria salute.

Bologna è pronta a sposare il consiglio di Nicholas Negroponte, direttore del Media-Lab al Massachusetts Institute of Technology di Boston secondo cui «l'economia bolognese deve concentrarsi con tutte le sue forze sull'informazione digitale»: l'ingresso in rete di imprese ormai storiche come la Ducati motor, la Bonfiglioli, la Marposs, la Datalogic e altre giovani e lo sviluppo del modello della democrazia elettronica dei servizi sono la scommessa della capitale emiliana per il Terzo Millennio, la nuova era su cui si affaccia con il suo inestinguibile alito di vino e di filosofia. (riproduzione riservata)

Il momento giusto per donne e umanisti

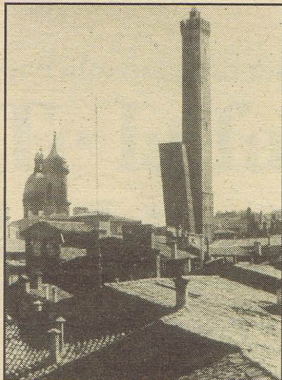
«Bologna sta creando opportunità nuove che porteranno alla creazione di imprese più dinamiche e alla trasformazione di molte altre, specie nel settore dell'information technology e della comunicazione». Roberto Gimelli è uno dei manager più in vista della new economy bolognese. Ha 59 anni, è laureato in ingegneria nucleare all'università di Bologna e attualmente è consigliere delegato e direttore della Profingest, una scuola di management fondata nel 1985 dalle banche e dalle camere di commercio della regione a cui partecipano anche le università di Bologna, Modena, Ferrara e Parma. È convinto che si debba approfittare della novità e

dei giovani: «È una grande opportunità per coloro che sono stati finora penalizzati nella ricerca dell'occupazione, come le donne o le persone con una preparazione umanistica o artistica. Però, basti pensare a come è nato Internet, ciò non significa che gli incrementi occupazionali si verifichino necessariamente a Bologna, ma dove sono disponibili le idee e le competenze migliori. Per questo stiamo realizzando con Arstud e la Fondazione Aldini Valeriani un progetto di orientamento verso la net-economy dei laureati delle accademie e conservatori.

Di fronte a questi cambiamenti le imprese, specie le pmi, che sono il fondamen-

to dell'economia della nostra regione, sono un po' frastornate. Chiedono di capire cosa sta succedendo. Ecco che diventa importante il ruolo della formazione manageriale che è quello di formare e fornire giovani manager che sappiano interpretare le linee del cambiamento e che siano forniti degli strumenti necessari per aiutare le imprese a costruire la loro strategia nella net-economy. Questo è ciò che Profingest sta facendo coi due progetti già operativi: e-Master, per la formazione di neolaureati di tutte le facoltà che abbiano interesse a svolgere la propria attività nel campo delle nuove tecnologie comunicative ed e-Opportunity per supportare le pmi nell'in-

troduzione e nello sviluppo dell'e-business nella loro strategia. Uno degli interrogativi che questi cambiamenti pongono riguarda certamente l'evoluzione del modello di sviluppo. Oggi si pone molto in evidenza il tema della finanza e il successo delle iniziative orientate al consumatore finale (il cosiddetto business to consumer), trascurando invece il settore che nel medio-lungo termine può portare i maggiori benefici, cioè quello delle relazioni tra imprese, il business to business. La mitizzazione della finanza, che crea ricchezze su delle speranze spesso acritiche e non su delle previsioni supportate da dati, può creare brutte sorprese a molti incauti».



Start cup: una competizione in cui vincono le migliori idee per fare impresa

La coppa per partire bene

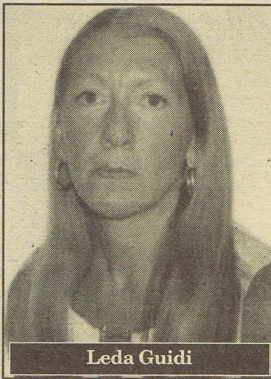
Premi fino a 77 milioni e un angelo custode

Iperbole senza esagerazioni

È una filosofa la responsabile di Iperbole, l'onnicomprendensiva rete civica che ha pubblicizzato Bologna nel mondo. Leda Guidi confessa che l'inizio del suo incarico è stato un'avventura in una terra poco conosciuta.

«Il progetto è nato nel 1993. All'inizio l'investimento è stato di 4-500 milioni l'anno. Dall'anno scorso questa cifra si è assestata sul miliardo. Le pagine del sito sono 23 mila e gli utenti collegati 17 mila (la comunità degli iperboliani). Le visite giornaliere del sito sono all'incirca 110 mila, provenienti prevalentemente dall'area metropolitana.

Prevalentemente i cittadini cercano informazioni di carattere culturale, sul tempo libero e sui servizi socio-sanitari. Un'altro punto di accesso molto frequentato è quello della pubblica am-



Leda Guidi

ministrazione.

Stiamo spingendo molto affinché ci possa essere una completa transazione telematica con gli uffici amministrativi da casa, per completare un'operazione amministrativa utilizzando soltanto il web. Qui entra in gioco la firma digitale, una sperimentazione che ha due anni di vita, sotto l'egida dell'Aipa e del ministero della funzione pubblica. Ora stiamo iniziando a distribuirla, una specie di carta d'identità per la cittadinanza elettronica. Con la firma digitale si potrà fare l'iscrizione dei bambini a scuola, pagare l'Ici, entrare nel protocollo elettronico e vedere lo stato della propria pratica. Gli architetti potranno effettuare on-line la dichiarazione di inizio e fine lavori. Tutto questo però vuol dire ripensare le procedure, adeguare e formare il personale e soprattutto coltivare il rapporto di partnership con il cittadino».

Business plan competition, competizioni fra le idee più brillanti sul come mettere in piedi un'impresa dal nulla. Una specie di corsa a tappe. Quella ideata da Massimo Bergami, docente di organizzazione aziendale, insieme con un team di economisti e accademici, è la prima esperienza italiana. I vincitori della prima tappa di Start cup, dopo la valutazione da parte di un comitato scientifico della bozza di business plan, riceveranno 2 mila euro (oltre 3,8 milioni di lire) di premio e un «angelo custode», ossia un imprenditore già affermato che affiancherà i giovani aspiranti. Dopo altre tappe intermedie, la selezione individuerà i primi due classificati che riceveranno in premio rispettivamente 40 mila e 20 mila euro (77,5 e 38,7 milioni di lire circa).

Domanda. Come è nata questa idea?

Risposta. Start cup è nata a Bologna all'inizio del 1999, dopo qualche notte di discussione. Gli attori principali di questa vicenda sono Beniamino Andreatta, Fabio Roversi-Monaco (rettore dell'università degli Studi di Bologna), Gianni Lorenzoni (professore di strategia e promotore del progetto) e Maurizio Sobrero (professore di innovation management).



Massimo Bergami

Quella del business plan competition è una tradizione che nasce negli States al Massachusetts Institute of technology.

D. Dall'università al lavoro. Questa idea può essere vincente e generalizzabile?

R. Oggi osserviamo che molti dei nostri laureati iniziano a considerare l'ipotesi di fare un'impresa, di diventare imprenditori, come alternativa molto forte al posto fisso. Attraverso questa iniziativa noi siamo convinti di produrre varie cose. Anzitutto delle imprese e poi una forte consape-

volezza di che cosa significa fare impresa. E questo secondo il modello del capitale di rischio e non del capitale di finanziamento. Ma produciamo altre due cose. La prima è che queste persone sono comunque pronte a lavorare in una nuova impresa, una start-up, perché hanno avuto modo di esercitarsi in una specie di palestra. La seconda è che crediamo di aver sollecitato una forte esperienza di lavoro in team.

D. Quanto un giovane con un curriculum di studi non economico e scientifico può avere possibilità di ricoprire un ruolo nella new economy?

R. La net-economy ha fame di competenze, di giovani che sappiano comprendere le caratteristiche di questo nuovo contesto economico e sociale ma che nel

contempo sappiano portare competenze tecniche molto specializzate. Credo che anche giovani con lauree in discipline umanistiche possano produrre contenuti per tutte le iniziative Internet.

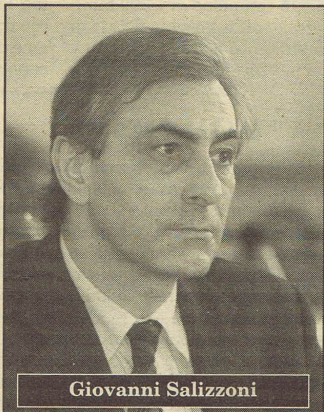
D. Che cosa consiglia a un giovane che si sta per laureare?

R. Consiglio di avere uno sguardo strabico, cioè di focalizzarsi molto sull'acquisizione di esperienze specifiche e specialistiche, ma contemporaneamente di guardarsi attorno per capire il senso delle trasformazioni in atto e completare la propria specializzazione con competenze trasversali. E poi l'internazionalizzazione. Non è possibile guardare solo al nostro paese, ma è necessario avere come riferimento un contesto quantomeno europeo se non mondiale.

La parola d'ordine è riconvertirsi

Giovanni Salizzoni, 56 anni, ricercatore al dipartimento di architettura, pianificazione territoriale della facoltà di ingegneria a Bologna, è dal luglio 1999 vicesindaco della città felsinea e assessore ai servizi demografici e alla comunicazione.

«La situazione bolognese è favorevole per lo sviluppo della new economy. Tuttavia si nota un certo assopimento da parte della città e delle imprese. Ho l'impressione che i bolognesi stiano ancora un po' a guardare che cosa succederà in questo frizzante settore. Tuttavia un tentativo concreto esiste ed è quello che in tempi recenti si sta dibattendo in vari ambienti socio-economici della città: ipotizzare una riconversione del tessuto imprenditoriale della città a una sorta di e-valley della nuova economia, cioè respon-



Giovanni Salizzoni

dere, mettendo in comune le risorse (pubbliche e private), alle attese e alle necessità che i nuovi strumenti di comunicazione e di lavoro stanno ponendo.

I progetti sono tanti. Per esempio la decisione da parte del comune di Bologna di verificare le opportunità offerte dalle nuove tecnologie, in particolare dalla convergenza tra il settore delle telecomunicazioni, della telefonia e dell'informatica, ha già prodotto il progetto da parte di Seabo (la società del gas, acqua e materia), di aggredire il mercato delle tlc e suggerito di valorizzare al meglio la rete civica Iperbole, salvaguardando al contempo i servizi di natura pubblica offerti. Abbiamo deciso inoltre di coniugare l'intervento su Iperbole con il progetto Tlc che Seabo sta realizzando con la società Casa.web costituita assieme alle ex

municipalizzate di Ravenna, Forlì e Imola.

Per quanto riguarda professionisti e imprese, tra le iniziative più importanti abbiamo messo in rete la distribuzione della cartografia elettronica che permette, attraverso la firma digitale, di scaricare direttamente in formato cad tutto il prg e le cartografie della città. L'apprezzamento è buono, ma si nota che anche da parte dei professionisti esiste ancora una certa diffidenza verso questi strumenti. Sarà compito dell'amministrazione cercare il più possibile di fare alfabetizzazione informatica e dare assistenza soprattutto nella fase iniziale.

Per quanto riguarda lo sportello unico delle imprese, è stato già siglato l'accordo con i vari enti non comunali. Esso avrà le caratteristiche del portale, farà parte di Iperbole e, attraverso le certificazioni informatiche, garantirà la possibilità di svolgere tutte le procedure. La realizzazione dello sportello unico comporta profondi cambiamenti organizzativi e procedurali. Questa sarà un'occasione per indurre gli uffici a fare quello che le leggi non sono riuscite a imporre in termini di semplificazione amministrativa».

Il nuovo pubblico

Achille Ardigò, classe 1921, è stato uno dei fondatori della sociologia in Italia, e ha partecipato, assieme a Giuseppe Dossetti, Giorgio La Pira e Amintore Fanfani alle principali riforme sociali ed economiche dell'Italia nel dopoguerra. Personalità di spicco della vita culturale bolognese, è stato fra i promotori dell'utilizzo delle nuove tecnologie telematiche e ora è impegnato nella promozione della valle elettronica emiliana, anche attraverso la guida degli Istituti ortopedici Rizzoli, con i quali ha appena aperto un nuovo fronte nel settore della telemedicina.

«Io credo che, mentre altrove, le e-valley sono caratterizzate dallo sviluppo delle nuove tecnologie per industria e azienda, questa inclinazione della nostra città si collegherà anche ad aspetti nuovi connessi all'apertura, che non a caso è partita dal comune, del settore pubblico alla new economy. Pensiamo anche al ruolo della sanità a Bologna e in Emilia Romagna: gli sviluppi ci sono e avranno delle conseguenze».

È sperabile che in questo nuovo settore che ci possa essere un assorbimento di quei laureati in ingegneria e informatica che finora non avevano molti sbocchi, se non per iniziativa di alcune imprese pionieristiche. Anche per l'università potrebbe aprirsi un periodo nuovo. C'è chi dice che l'università probabilmente non è l'istituzione più idonea ad essere formatrice di questi quadri. Può anche darsi che ci siano delle ragioni per le quali possa subire un condizionamento più forte da parte della new economy di quanto finora non sia stato.

Credo che in ogni caso sia importante lo sviluppo del rapporto tra Internet e servizi pubblici. Tuttavia l'industria deve fare i conti col mercato. Non bisogna dimenticare che l'unico settore che ha aperto nuove prospettive di comunicazione fra i giovani è quello dell'information communication technology. Credo che il vero punto della questione sia il fatto che una parte delle nuove imprese che nascono sia legato alle nuove idee in questo settore».