Fame di tecnologia...

I dati sull'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) all'interno delle imprese italiane consentono di fare il punto sui livelli di innovazione di un settore (la Ristorazione), che certamente non è annoverato tra quelli di punta in quanto a presenza e diffusione della tecnologia.
è bene premettere, tuttavia, che non tutta l'innovazione può essere ricondotta all'utilizzo delle tecnologie.
Si può fare innovazione organizzativa e/o di modello di business anche senza l'aggiunta di un solo microchip. Pensiamo, ad esempio, alla realizzazione di un nuovo format di Esercizio che cambia profondamente il prodotto/servizio offerto. In effetti è proprio questa l'innovazione più difficile e profonda che si possa fare in attività ad alta intensità di manodopera piuttosto che di capitale.
Ma la tecnologia è un fattore dal quale è sempre più difficile prescindere perché permea progressivamente e rapidamente ogni ambito delle relazioni sociali. Sia che si tratti di rapporti tra Imprese che di quelli tra Imprese e Clienti o, ancora, tra Imprese e Istituzioni, è difficile continuare a fare ciò che si faceva prima allo stesso modo (di prima).

Vedere prima...
Con riferimento al Turismo è ovvio che un Albergo abbia PC e Sito Web, ma non altrettanto lo è per un Ristorante e tantomeno per un Bar. Alla base c'è la convinzione, ma è roba del secolo scorso, che al turista interessi vedere in anticipo solo il posto nel quale andrà a dormire. Oggi, al contrario, tutti vogliono vedere tutto prima di essere fisicamente sul posto. Questa curiosità viene continuamente stimolata dalla tecnologia e dalla velocità con cui è possibile scambiare informazioni.
Qualcuno di noi avrebbe mai immaginato di trovare su internet l'offerta di una cena al ristorante a prezzo scontato? o semplicemente di un aperitivo?
o che avremmo trovato giudizi sui Ristoranti visitati dai turisti come si fa solitamente per gli Alberghi?
E che dire della crescente diffusione degli strumenti di navigazione satellitare che sempre più si arricchiscono di contenuti per rispondere alle esigenze dei Consumatori?
Ricordiamo che le Categorie più importanti utilizzate sui device di navigazione sono, nell'ordine, Hotel, Stazioni di Servizio e Ristoranti.
Se non si sta nella rete non è possibile che qualcuno possa trovarci.

Ma c'è di più. Le nuove frontiere del geomarketing fanno sì che un'impresa possa proporre i propri servizi ai consumatori che, dotati di un sistema di navigazione, entrino nel proprio bacino di mercato. La diffusione degli smartphone apre, sotto questo profilo, frontiere inimmaginabili fino a qualche anno fa anche se restano aperte le problematiche relative alla tutela della privacy.

Un'analisi comparata

I dati che presentiamo si riferiscono alla presenza e diffusione dell'Information technology (ICT) all'interno delle imprese italiane che hanno almeno dieci addetti.

Si tratta di circa 230mila imprese su un totale di 4,5 milioni al netto dell'agricoltura. Nel caso della Ristorazione faremo riferimento a circa 12 mila imprese, tante sono quelle che hanno almeno dieci addetti, su un totale di circa 300 mila.

L'analisi fa leva sulla comparazione tra Pubblici Esercizi ed il complesso del sistema produttivo. Per facilitare la lettura dei dati abbiamo ridotto e classificato per ambiti tematici le variabili che identificano il fenomeno ICT.

Cominciamo dall'uso della tecnologia. Due imprese di Ristorazione su tre utilizzano un PC a fronte di una dato medio del 95% riferito a tutte le imprese. L'accesso alla rete presenta percentuali simili.

La qualità delle connessioni

Il quadro è meno incoraggiante quando si passa ad esaminare la qualità della connessione internet. Solo un Pubblico Esercizio su due utilizza la banda larga fissa (adsl, wi-fi, satellitari, ecc.) contro una quota del 79% riferita al totale imprese. La banda larga mobile (palmari, smartphone, computer portatili con tecnologia almeno 3G) è utilizzata dall'8% dei PE (19% totale economia).

Guardando il bicchiere mezzo vuoto, anziché mezzo pieno, possiamo dire che un terzo dei Pubblici Esercizi con almeno dieci addetti (e si tratta di "grandi" imprese in relazione agli standard dimensionali del settore) non usa un computer e non ha accesso alla rete. Un dato che non può essere trascurato.

Da qui in poi ci occuperemo di capire in che modo viene usata la tecnologia ed è pertanto implicito che tutte le percentuali derivano da quelle principali relative alla presenza della apparecchiature.

L'utilizzo e i siti web

La connessione internet viene usata principalmente per l'attività di Home Banking (48,4%) e per accedere ai servizi della Pubblica Amministrazione (40,1%). Marginali gli usi più commerciali come l'ottenimento di servizi post vendita o il ricevimento di prodotti o servizi digitali.

L'implementazione di un proprio sito web riguarda un terzo delle imprese e solo una su dieci consente di effettuare prenotazioni on line. Assolutamente trascurabile (0,5%) l'uso del sito per l'incontro tra domanda ed offerta di lavoro. Un focus particolare merita l'uso della tecnologia finalizzato al B2B, ovvero alle relazioni con gli altri soggetti della filiera. La trasmissione degli ordini ai Fornitori per via telematica è appannaggio del 17% delle imprese di Pubblico Esercizio a fronte di un dato medio

riferito al totale delle imprese con almeno dieci addetti che vale il 48%. Percentuali simili o anche più basse riguardano lo scambio elettronico della fatturazione. Su questi aspetti occorrerebbe aprire una seria riflessione all'interno delle varie componenti della filiera per accelerare un processo di modernizzazione che non può essere circoscritto alle sole Imprese di Ristorazione.

Le informazioni sui Prodotti

C'è un altro dato che mette in evidenza le specificità del settore. Si tratta della modesta quota di Imprese, appena il 16%, che riesce ad ottenere per via elettronica informazioni sui Prodotti.

Non si tratta soltanto della conoscenza delle caratteristiche dei prodotti (cosa che può essere garantita anche con modalità differenti) ma anche, ed è questione non secondaria, di disporre in modo efficiente, sotto il profilo dell'accessibilità e della tempestività, dei listini dei prezzi.

Ancor più modesto è l'uso dell'ICT per condividere informazioni all'interno della medesima Azienda. Si tratta, tuttavia, di un fenomeno generalizzato all'intero sistema produttivo italiano, anche se nella Ristorazione assume particolari accentuazioni, che dipendono in larga misura dalla dimensione medio-piccola delle imprese del settore. In questo ambito non occorre pensare necessariamente a grandi sistemi di informatizzazione dei processi. Nella Ristorazione, ad esempio, basterebbe far riferimento al sistema elettronico di gestione delle comande tra sala, cucina e, magari, anche cassa.

Il supporto al marketing

Le tecnologie a supporto delle attività di marketing sono inesistenti. La gestione delle relazioni con il Cliente si affida alle tecnologie solo nel 9% delle Imprese di Ristorazione. Eppure non si può trascurare l'importanza di disporre di strumenti che consentano di entrare rapidamente in contatto con i clienti reali e potenziali per lanciare promozioni, eventi, prodotti. O semplicemente per inviare ai clienti gli auguri di buon compleanno o le congratulazioni per l'anniversario di matrimonio.

In conclusione possiamo dire che nei Pubblici Esercizi italiani esiste un problema aperto di digital divide già nelle imprese di maggior dimensione. Quale sia il livello di diffusione della tecnologia all'interno delle decine di migliaia di imprese più piccole nessuno, al momento, è in grado di dirlo numeri alla mano. Lo possiamo soltanto supporre e lo scenario che ne deriva non è entusiasmante.

Tutto ciò non significa che ci troviamo dinanzi ad un settore impermeabile all'innovazione. Anzi, i Pubblici Esercizi italiani hanno dimostrato grandi capacità di adattamento al cambiamento, molte volte anche anticipandolo. Non si tratta dunque, e torniamo a quanto detto in partenza, di ridurre l'innovazione alle sole tecnologie, ma non possiamo disconoscere che la tecnologia facilita la vita e, dunque, anche l'attività dell'imprenditore e dell'impresa.