

**Le tecnologie
dell'informazione al servizio
dello sviluppo rurale**

Realizzato da un gruppo di lavoro costituito da **Lorraine Arnodin-Chenot** (Medialto, Francia), **Carola Bell** (Gruppo LEADER Western Isles, Skye and Lochalsh, Regno Unito), **John Bryden** (Arkleton Centre for Rural Development Research, Regno Unito), **Jeremy Millard** (TeleDanmark Consult, Danimarca) et **Michael Wolff** (KiNet Ltd, Regno Unito), il presente documento intende raccogliere i principali insegnamenti emersi dal seminario LEADER: **“Mutamenti occupazionali e nuove tecnologie dell’informazione”**, organizzato a Stornoway (Isole Ebridi, Scozia, Regno Unito) dal 17 al 21 giugno 1998.

La redazione è stata curata da **Jeremy Millard**, esperto nelle tecnologie dell’informazione e delle comunicazioni (TIC) applicate allo sviluppo locale e regionale. **Yves Champetier**, **Jean-Luc Janot** e **Katalin Kolosy** (Osservatorio europeo LEADER) hanno portato a termine la versione finale dello stesso, integrandolo con un testo di **Patricia Vendramin** e **Gérard Valenduc** (Fondation Travail-Université, Belgio), nonché un articolo di Jean-Luc Janot, pubblicati su *LEADER Magazine* n°19 (Inverno 1998-99). Coordinamento della produzione: **Christine Charlier**.

© 1999 Osservatorio europeo LEADER / AEIDL

OSSERVATORIO EUROPEO LEADER

A.E.I.D.L. - Chaussée Saint-Pierre 260 - B-1040 Bruxelles

Tel: +32 2 736 49 60 - Fax: +32 2 736 04 34

E-mail: leader@aeidl.be

World Wide Web: <http://www.rural-europe.aeidl.be>

Indice

Introduzione	5
Capitolo 1: L'evoluzione del contesto tecnologico delle zone rurali	9
Capitolo 2: Le Tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per rafforzare le attività esistenti (Modello n°1)	15
2.1 Prospettive	
2.2 Buone pratiche	
2.3 Strumenti operativi	
Capitolo 3: Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per sfruttare le nuove opportunità (Modello n°2)	23
3.1 Prospettive	
3.2 Buone pratiche	
3.3 Strumenti operativi	
Capitolo 4: Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per migliorare i servizi di prossimità (Modello n°3)	31
4.1 Prospettive	
4.2 Buone pratiche	
4.3 Strumenti operativi	
Capitolo 5: La creazione di reti elettroniche fra gli operatori socio-economici (Modello n°4)	39
5.1 Prospettive	
5.2 Buone pratiche	
5.3 Strumenti operativi	
Conclusione: Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni e lo sviluppo locale: buone prospettive... a talune condizioni	47

Introduzione

Già nel corso di LEADER I (1991-1994), alcuni gruppi di azione locale (GAL) hanno fatto ricorso alle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC), in particolare negli ambiti del turismo rurale, dell'educazione e della formazione. Nell'ambito di LEADER II (1994-1999) molti di essi hanno posto l'accento sullo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni all'interno dei piani di sviluppo rurale da essi avviati. Tuttavia, per quanto attiene allo sviluppo rurale, il potenziale di tali tecnologie rimane ampiamente sottoutilizzato.

Sviluppo rurale e nuove tecnologie dell'informazione

Fino ad un'epoca recente, la collocazione geografica e l'accessibilità di un territorio erano criteri fondamentali per orientare la scelta del luogo dove insediare una nuova azienda. Oggi altri fattori diventano più importanti, ad esempio:

- > la qualità e il costo della manodopera locale, la stabilità, la flessibilità e la versatilità;
- > le capacità organizzative e imprenditoriali dei datori di lavoro locali;
- > l'efficienza dei servizi pubblici e delle associazioni locali;
- > l'ambiente naturale, il patrimonio edilizio, gli interventi attuati, le strutture e infrastrutture presenti sul territorio;
- > la qualità della vita (clima, vita culturale, opportunità ricreative, spazio, sicurezza, ecc.);
- > Il numero e la qualità dei servizi disponibili (pubblici, privati e associativi);
- > Il prezzo e la qualità dei terreni, del patrimonio immobiliare e dei servizi.

In tale ottica, questi nuovi criteri possono trasformarsi in vantaggi competitivi per i territori rurali. Spetta quindi agli enti territoriali, alle agenzie di sviluppo locale e a tutte le "forze vive" del territorio il compito di favorirne la valorizzazione.

Ad esempio, una regione come le Highlands and Islands in Scozia, offre un ambiente attraente e una buona qualità della vita, ma è difficilmente accessibile dal punto di vista dei trasporti tradizionali. L'attuazione di una politica volontaristica basata sull'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni ha permesso di ovviare in parte a tali svantaggi, assicurando alla regione una sempre maggiore capacità di attrazione, malgrado gli handicap del territorio.

La società in rete

La rapida evoluzione tecnologica delle reti telematiche sta trasformando l'economia e la società europee. Per individuare e sfruttare i fattori di cambiamento e i vantaggi competitivi per le zone rurali è necessario porsi in un'ottica nuova rispetto al modo di fornire servizi o di gestire un'azienda. Questo è particolarmente vero nel settore dei servizi, che rappresentano una fonte di reddito sempre maggiore per le popolazioni rurali.

Per anticipare l'evoluzione dei bisogni e rispondervi in modo adeguato è fondamentale capire approfonditamente le sfide della società – e dell'economia – in rete: per molti questo significa l'avvento di nuove modalità lavorative e di stili di vita radicalmente diversi.

L'introduzione delle tecnologie dell'informazione rimette in discussione le gerarchie geografiche e politiche a cui siamo abituati, gli approcci classici in materia di occupazione, di educazione e di formazione, e apre nuove prospettive di attività economiche, sociali e culturali di rilevante interesse per le popolazioni rurali.

A fronte di una mobilità crescente dei capitali, in un contesto sempre più mondializzato e deregolamentato, l'imperativo della competitività impone l'adozione di nuove forme di cooperazione fra attori privati e pubblici, in grado di attrarre localmente nuove competenze e nuovi investimenti. Anche i servizi pubblici sono chiamati a raccogliere la sfida delle nuove tecnologie; in questa ottica si stanno diffondendo le biblioteche virtuali, i servizi di assistenza telefonica, gli sportelli telematici per le pratiche amministrative e/o i servizi sociali, i centri di collocamento, il teleinsegnamento e perfino alcuni servizi di "telemedicina" (*si veda caso di studio*).

Dal punto di vista dei mutamenti occupazionali, sia i singoli che le organizzazioni di ogni tipo iniziano a sfruttare a proprio vantaggio le nuove tecniche di rete. Le aziende utilizzano sempre più soluzioni telematiche, come ad esempio Internet, per le loro relazioni commerciali, sfruttando i sistemi di scambio elettronico (fra cui l'e-commerce) per portare a termine trattative commerciali, commercializzazione di prodotti e servizi, invio di ordini, pagamenti. Analogamente, le attività non commerciali iniziano a utilizzare formule di cooperazione a distanza, riunendo gruppi e singoli all'interno di reti di lavoro virtuali.

Il moltiplicarsi degli scambi e delle forme di cooperazione a distanza va di pari passo con la diffusione su vasta scala del telelavoro. Data la natura delle tecnologie implementate, il lavoro può essere sempre più facilmente dato in sub-fornitura a terzi. Da questo punto di vista l'economia in rete può offrire un grosso potenziale di occupazione a singoli individui, gruppi, aziende ed enti pubblici in ambito rurale, aprendo nuove opportunità in termini di accesso ad attività che in passato potevano essere eseguite soltanto all'interno di aziende o di istituzioni solitamente insediate in regioni urbane o peri-urbane. Anche per le aziende situate in zone remote è ormai possibile entrare direttamente in contatto con clienti che si trovano all'altro capo del pianeta, sfruttando in tal modo opportunità commerciali inimmaginabili fino a quel momento e mantenendo sul proprio territorio una quota maggiore del valore aggiunto generato.

E' appunto questa la prospettiva che può rivelarsi interessante per le zone rurali. Tuttavia non è facile trasformare questo potenziale in attività concrete e in posti di lavoro effettivi. A tale scopo è opportuno studiare la domanda all'interno dei settori e delle organizzazioni interessate, verificando se esistono sul territorio preso in esame i know-how, le competenze e le capacità adeguate a soddisfare tale domanda, attraverso una strategia volontaristica.

Presentazione del dossier

Il presente dossier offre alcuni esempi relativi alle opportunità, ma anche alle difficoltà che possono emergere qualora si auspichi mettere le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) al servizio dello sviluppo rurale. Quattro sono i modelli presi in esame:

modello n° 1: le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni al servizio delle attività tradizionali (ad esempio, la commercializzazione dei prodotti agricoli, dell'artigianato o del turismo);

modello n° 2: le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni e le nuove opportunità (telelavoro, call-centers, ecc.);

modello n° 3 le nuove forme di prestazione di servizi ("teleinsegnamento", "telemedicina", servizi pubblici a distanza, ecc.);

modello n° 4: l'animazione di reti (all'interno di un territorio, di una regione, fra gruppi LEADER, ecc.);

Il dossier presenta, al suo interno, 7 studi relativi a casi riconducibili ai 4 modelli precedentemente descritti:

Adottare le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni: un approccio territoriale alla domanda ([IR-17] Longford, Irlanda) illustra i modelli n°2 e n°3.

Evoluzione delle attività rurali tradizionali (Casa delle Associazioni di Trångsviken, [SE-03] Stjörsobygden, Jämtland, Svezia) illustra i modelli n°1 e n°2.

Espandere i propri mercati: il commercio elettronico nel settore agroalimentare ([FR-PC05] Pays de Gâtine, Poitou-Charentes, Francia) illustra il modello n°1

Opportunità per l'occupazione e per le aziende; commercializzazione del turismo rurale (Rete Paralelo 40, [ES-CM02] La Manchuela, Castiglia-Mancia, Spagna) illustra i modelli n°1 e n°4.

Opportunità per l'occupazione e per le aziende – telelavoro intellettuale e call-centers ([UK-HI04], Western Isles, Skye & Lochalsh, Scozia, Regno Unito) illustra il modello n°2.

Nuovi servizi e mantenimento della qualità ([FR-RA03] Ardèche Centrale, Rodano-Alpi, Francia) illustra il modello n°3.

Nuovi strumenti per l'animazione, la cooperazione e la comunicazione (ES-AR03, Maestrazgo, Aragona, Spagna) illustra i modelli n°3 e n°4

PERTINENZA DELLA SOCIETÀ IN RETE AI FINI DELL'OCCUPAZIONE IN AMBITO RURALE

Società in rete	Cambiamento radicale rispetto al modo di: > Lavorare > Vivere > Comunicare, creare legami > Pensare
Tecnologie	Chip elettronici: > 1998 – 400 milioni di istruzioni al secondo > 2012 – 100 000 milioni di istruzioni al secondo Telecom: > 1980 – linea telefonica: 1 pagina al secondo > 1998 – fibra ottica: 90 000 enciclopedie al secondo > 2002 – reti satellitari a banda larga in grado di coprire tutto il pianeta
Rete elettronica mondiale	Internet coniuga la potenza dell'informatica a quella delle comunicazioni: > 1994 – 3 milioni di utenti > 1998 – 100 milioni di utenti > 2005 – 1000 milioni di utenti
Commercio elettronico su Internet	> 1998 – 18 miliardi di EURO > 2000 – 900 miliardi di EURO
Trasformazione del lavoro e mutamenti occupazionali	Il lavoro dipende sempre meno da: > luogo e distanza > presenza contemporanea di lavoratori > compiti eseguiti in sincronia > datore di lavoro unico > inquadramenti retributivi locali
Generalizzazione progressiva del telelavoro	Il lavoro può spostarsi, si aprono nuove possibilità di scelta: > partnerhip > clienti > fornitori
Integrazione fra vita privata e professionale	Con differenze più o meno accentuate fra un paese e l'altro, sempre più individui desiderano: > vivere e lavorare presso il proprio domicilio > integrare lavoro e vita familiare > scegliere fra un contesto urbano o rurale > scegliere il proprio ambiente sociale
Rivoluzione a livello di relazioni	> relazioni virtuali fra familiari, amici, clienti, collaboratori, fornitori, ecc. > nuove forme di reti sociali > reale interazione, il che comporta ridefinizione dell'identità, responsabilizzazione dell'individuo e maturazione psicologica

Capitolo 1

L'evoluzione del contesto tecnologico delle zone rurali

L'evoluzione del contesto tecnologico delle zone rurali (*)

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni sono in grado di annullare le distanze in un contesto economico sempre più mondializzato: ne consegue la necessità di rivalutare le strategie di sviluppo locale e regionale nelle zone rurali.

Con Internet, il multimediale, la telefonia mobile e i software per il lavoro di gruppo, la "società dell'informazione" ha invaso le città, ma anche le campagne. Il lavoro e la formazione a distanza, il "commercio elettronico" nel settore del turismo, dei prodotti locali, ecc. sono nuove forme di attività che talune zone LEADER stanno attualmente sperimentando.

Considerate dal punto di vista di una piccola regione, le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni presentano aspetti apparentemente paradossali. Da un lato, esse fanno pensare alla mondializzazione dell'economia, all'internazionalizzazione dei mercati, all'organizzazione delle reti a livello planetario e ad altre profonde tendenze sulle quali sembra praticamente impossibile esercitare una qualche influenza. Dall'altro, è evidente il loro interesse per lo sviluppo locale, in quanto è in gioco la trasformazione delle industrie e dei servizi, nonché il futuro del lavoro e dell'occupazione. Inoltre, è al livello locale che devono essere attuate le politiche concrete legate alla "società dell'informazione", che si tratti di infrastrutture, di ricerca, di sostegno alle imprese, di promozione dell'occupazione, di organizzazione della formazione professionale o di politica delle comunicazioni.

Una nuova distribuzione tecnologica, dominata dalle comunicazioni

La maggior parte dei recenti progressi tecnologici nel campo dell'informatica e delle telecomunicazioni, quali Internet, la telefonia mobile GSM o il multimediale, hanno messo in risalto la nozione di comunicazione: i nostri sistemi economici si fondano oramai su reti di comunicazione e di scambio a distanza. Questa priorità riservata alle comunicazioni distingue l'attuale ondata delle tecnologie dell'informazione da quella degli anni '80, epoca in cui l'utilizzo dell'informatica riguardava soprattutto l'automazione delle funzioni operative: robotica, progettazione e fabbricazione assistita da elaboratore, banche dati, elaborazione testi, trasferimento di dati, ecc.

Ma quali sono le innovazioni tecnologiche più significative nei nuovi sistemi di comunicazione e di scambio a distanza tra individui e organizzazioni?

Molte di queste innovazioni sono note al grande pubblico: le telecomunicazioni mobili hanno invaso la nostra vita dall'introduzione sul mercato dei telefoni cellulari GSM, la rete Internet non è più una prerogativa dei ricercatori universitari, i computer portatili sono oramai strumenti comuni per talune funzioni (servizio commerciale, manutenzione, ecc.) e le applicazioni multimediali stanno diffondendosi sempre più. Anche altri progressi tecnologici meno noti al grande pubblico hanno modificato i sistemi organizzativi delle imprese. Basti pensare, in particolare, ai software per il lavoro di gruppo ("groupware") e la gestione dei flussi di lavoro ("workflow") che agevolano l'organizzazione e la realizzazione di attività in comune, le reti interne delle imprese (Intranet) o la telefonia integrata al computer, quale ad esempio l'applicazione utilizzata nei *Call Centre*.

Su queste tecnologie si fondano inoltre molti nuovi servizi (teleservizi) e nuove forme di lavoro (lavoro a distanza) che si stanno diffondendo in un crescente numero di settori e imprese pubbliche e private. Questi recenti progressi possono *forse* offrire prospettive per la creazione di attività a livello locale **nelle zone rurali**, ma possono *certamente* conferire un diverso orientamento alle politiche in materia di telecomunicazioni e alle strategie volte a garantire una maggiore apertura verso l'esterno.

(*) adattamento di un articolo di Patricia Vendramin e Gérard Valenduc (Fondation Travail-Université, Belgio) pubblicato su LEADER Magazine n°19 (Inverno 1998-99).

Un impulso alla comunicazione esterna

Lo sviluppo di Internet e delle applicazioni multimediali ha dato nuovo impulso alla comunicazione esterna degli agenti economici e sociali: ciò riguarda non soltanto le imprese e le autorità pubbliche, ma anche il mondo associativo, educativo e culturale.

In tale contesto vengono potenziati tre aspetti della comunicazione esterna, che sono già alla portata delle piccole e medie imprese o degli enti locali. Il primo, di sostanziale rilievo, riguarda la pubblicità, l'immagine, l'informazione alla clientela o ai fornitori di un'impresa, nonché l'informazione turistica, la valorizzazione del patrimonio locale, la promozione di attività rurali. Il secondo aspetto interessa il funzionamento stesso delle imprese e degli enti locali: le relazioni con i partner, i fornitori o i clienti sono sempre più interattive, avvengono in tempo reale, indipendentemente dalla distanza, con considerevoli conseguenze in termini di flessibilità e di adattabilità. Infine, l'ultimo aspetto riguarda lo sviluppo dei servizi on-line, accessibili al grande pubblico.

Ma il collegamento a reti mondiali non permette soltanto di farsi conoscere, di pubblicizzare e diffondere i propri servizi, di accedere a informazioni. Esso consente anche l'accesso a risorse non disponibili a livello locale, sia nel campo dei servizi alle imprese, sia per quanto riguarda i servizi alla popolazione, come ad esempio nel settore della sanità o dell'istruzione e della formazione. Parallelamente, esso può valorizzare risorse locali su un mercato più vasto o rispetto ad un pubblico più ampio.

D'altro canto, per numerose organizzazioni senza scopo di lucro, quali le associazioni a fini culturali o educativi, i recenti sviluppi di Internet e del multimediale offrono nuove opportunità per la diffusione dell'informazione, la comunicazione con il pubblico o la diversificazione dei "prodotti" didattici o culturali offerti. In questi casi, le reti sono considerate soprattutto dei nuovi canali di comunicazione, piuttosto che strumenti di lavoro o mezzi per suscitare un cambiamento a livello organizzativo.

Lo sviluppo dei teleservizi

Per una regione o una zona isolata, le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni offrono anche il vantaggio di poter prevedere lo sviluppo di nuove attività. Tra le varie forme di telelavoro, lo sviluppo dei teleservizi è una valida pista da esplorare. Sempre più attività nel campo dei servizi implicano una mediazione via telefono, il che significa che la relazione diretta e personale viene sostituita o integrata da una comunicazione telefonica. Alcune imprese si sono specializzate nella produzione e nell'organizzazione di questo tipo di servizi, in campi estremamente diversi quali il settore bancario e assicurativo, i viaggi e il turismo, la manutenzione e i servizi alla clientela, il settore immobiliare, il marketing diretto, la promozione delle attività per il tempo libero, ecc. Questi servizi sono caratterizzati dalla loro assoluta mobilità, ossia dal fatto di poter essere realizzati ovunque, a condizione che vi sia una sufficiente infrastruttura tecnologica di base e che siano disponibili le necessarie qualifiche professionali.

Recentemente si sono avuti considerevoli progressi nello sviluppo di questi servizi on-line: trasferimento di chiamata e server vocali nonché, in linea più generale, stazioni di lavoro che integrano telefonia e informatica. Queste apparecchiature consentono alle imprese di organizzare la prestazione dei servizi a partire da "piattaforme telefoniche" talvolta situate in zone estremamente distanti dall'impresa stessa.

> Esempio

I PROGETTI METASA, MIND, IMAGINE: L'EUROPA AIUTA LE CITTADINE A COLLEGARSI: L'ESEMPIO DI PARTHENAY (POITOU-CHARENTES, FRANCIA) (*)

L'ampia diffusione della telematica a Parthenay, cittadina di una regione in cui Internet è ancora un fenomeno relativamente poco diffuso, affonda le sue radici nel progetto "Città digitale", intrapreso dal comune nel 1994 e finalizzato a far sì che "gli abitanti siano attori creativi della città" (1).

Nel 1996 viene varato METASA (2), un programma pilota di durata annuale promosso dalla Direzione generale della Società dell'Informazione (ex DG XIII) della Commissione europea. Il programma tende a:

- > trasformare diverse cittadine europee in un laboratorio sperimentale, su scala reale, delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC);
- > adottare un'impostazione operativa in un'ottica sociale, volta a coinvolgere quanto più possibile i cittadini nel progetto, in base alle loro esigenze e facendo in modo che essi partecipino alla creazione di servizi e non si limitino ad essere semplici "utenti-cavie".

Oltre a Parthenay, il programma METASA ha interessato Arnedo (La Rioja) in Spagna, Weinstadt (Bad-Württemberg) e Torgau (Sassonia) in Germania. Tra i partecipanti figurano inoltre grandi aziende del settore informatico, nonché sei università e centri di ricerca.

"Per identificare i bisogni dei cittadini abbiamo inviato a 7500 nuclei familiari un questionario di una ventina di pagine", spiega Hervé Denudt, responsabile dello sviluppo presso il servizio economico del distretto di Parthenay. "Il tasso di risposta è stato molto soddisfacente: 25%. Le risposte hanno permesso di delineare sette diversi atteggiamenti nei confronti delle nuove tecnologie, che corrispondono a tre profili psicologici: gli 'utopici', gli 'attendisti' e i 'refrattari'. In base a questi tre profili sono stati istituiti altrettanti gruppi di discussione omogenei ai quali hanno partecipato, complessivamente, ben 300 persone. I risultati di questi scambi hanno permesso di identificare tre principali campi di applicazione delle tecnologie dell'informazione per quanto riguarda il pubblico in generale: la cultura, l'economia e il sociale."

Nel 1997 la cittadina di Parthenay ha fruito di un finanziamento nell'ambito di un programma europeo di sensibilizzazione e di dimostrazione sull'utilizzo delle TIC: nel quadro del progetto MIND (3), varato dalla ex-Direzione generale per l'Industria (DG III), nella cittadina sono stati installati alcuni servizi telematici interattivi. L'operazione porterà alla creazione di una rete Intranet e di sei "centri-risorse digitali".

Nel corso dello stesso anno, il comune di Parthenay ha varato l'operazione "Mille Micros": anch'esso ideato nell'ottica di favorire l'appropriazione delle TIC da parte della popolazione, il progetto doveva permettere a qualsiasi cittadino di acquistare un personal computer ad un prezzo ragionevole. A tal fine, la città ha condotto trattative con France Telecom e con un grande fabbricante di computer. Con un costo di circa 1000 ECU, ogni abitante di Parthenay può così avere a disposizione un computer e fruire gratuitamente di 200 ore di accesso diurno a Internet per due anni.

Nel 1998, la ex-Direzione generale XIII attua IMAGINE, un altro programma che rappresenta la continuazione di METASA.

Parallelamente, sono stati coinvolti anche i settori dell'istruzione e della formazione: tutte le strutture scolastiche del distretto sono ora collegate e sono stati costituiti alcuni gruppi di lavoro per elaborare progetti collettivi che fanno ricorso all'uso delle TIC: condivisione dei centri di documentazione, creazione di un "package" di servizi didattici, ecc. Ma in attesa della realizzazione concreta di questi progetti, è già possibile notare che la "computerizzazione" di Parthenay ha esercitato un "effetto pedagogico" positivo, in particolare per quanto riguarda l'inserimento socio-professionale. A tale proposito l'esempio più spettacolare è rappresentato da un ragazzo con vari insuccessi scolastici alle spalle che, scoprendosi una vera e propria passione per Internet, ha inserito le sue poesie sul Web ed è stato contattato da una casa editrice tedesca che intendeva utilizzarle per i propri libri di testo scolastici... *"Qui tutte le imprese sono immerse nelle nuove tecnologie"*, conclude Hervé Denudt. Secondo il responsabile del servizio economico del distretto di Parthenay, i vari progetti previsti nell'ambito della strategia "città digitale" hanno avuto un considerevole impatto:

- > potenziamento delle imprese esistenti. Vi è, ad esempio, il caso di un'azienda locale centenaria di gadget e articoli per carnevale che da due anni si sta fortemente espandendo nei paesi francofoni;

Articolo di Jean-Luc Janot pubblicato su LEADER Magazine n°19 (Inverno 1998-99).

(1) Michel Hervé, sindaco di Parthenay, in "Le Monde" del 9 dicembre 1996.
(2) METASA: Multimedia Experimental Towns with A Social-pull Approach (Città sperimentali multimediali in un'ottica sociale).

(3) MIND: Multimedia Initiation of the Digital Towns (Iniziazione multimediale delle città digitali).

- > creazione di nuovi servizi. Oltre all'esperienza del "supermercato virtuale" che ha portato alla creazione di tre posti di lavoro, una grande catena di articoli per il "fai da te" si orienta nel settore della vendita per corrispondenza a partire da Parthenay. Nell'ambito del processo per garantire il necessario rilancio dei negozi del centro è inoltre prevista l'attuazione di un sistema per la centralizzazione degli ordini via Internet per i piccoli commercianti;
- > insediamento di nuove imprese. Nella zona si sono installate dodici società informatiche che hanno creato 30 posti di lavoro, mentre un grande distributore di mobili ha scelto Parthenay per sperimentare un nuovo tipo di organizzazione delle vendite sul modello della fornitura "just-in-time";

- > nascita di nuove microimprese innovative. È il caso, ad esempio, di un'imprenditrice locale che noleggia camper in tutta la Francia ai turisti, soprattutto olandesi, via Internet; o di un negoziante di scarpe che, divenuto internauta, ha individuato nei numeri fuori misura una nuova nicchia di mercato e riceve ordini da Svizzera, Spagna ecc.

Web: www.district-parthenay.fr

Capitolo 2

Le Tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per rafforzare le attività esistenti (Modello n° 1)

Le Tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per rafforzare le attività esistenti (Modello n° 1)

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni possono venire in aiuto alle attività tradizionali delle zone rurali (agricoltura, silvicoltura, pesca, sfruttamento minerario), nonché ai settori derivati da queste (agroalimentare, lavorazione del legno, artigianato, ecc.), oltre naturalmente al turismo, che in questi ultimi venti o trent'anni si è notevolmente sviluppato.

2.1 Prospettive

Numerose zone rurali si contraddistinguono per l'esistenza di attività tradizionali, per lo più legate al settore primario. Tuttavia, durante gli ultimi venti/trent'anni vi si è sviluppata anche l'attività turistica, e, insieme a questa, tutte quelle iniziative volte a valorizzare il patrimonio naturale, grazie all'attrazione crescente esercitata sugli abitanti delle città dall'ambiente rurale.

In questa ottica, le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) possono svolgere un ruolo primario nel rafforzare, sviluppare e diversificare tali attività:

1. informazioni e assistenza all'attività agricola (informazioni meteorologiche, banche dati ai fini del monitoraggio fitosanitario, ecc.);
2. management, pianificazione e crescita dell'attività, in particolare in collegamento con le organizzazioni di categoria e gli enti finanziari;
3. dati economici (prodotti da sviluppare, politica dei prezzi, settori di sviluppo possibili, informazioni sulla concorrenza, ecc.);
4. commercializzazione al di là dei mercati tradizionali, accesso a nuovi mercati;
5. servizio alla clientela (ad esempio informazioni precise per i clienti e rapidi aggiornamenti, prenotazioni turistiche dirette, evitando gli intermediari, ecc.).

Per le PMI, che rappresentano la grossa parte del tessuto socio-economico delle zone rurali europee, le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni possono, ad esempio, fornire l'accesso a:

- > fonti di informazioni professionali identiche a quelle utilizzate dalle grandi aziende;
- > meccanismi e circuiti di commercializzazione di portata mondiale;
- > telelavoro, commercio elettronico e altre forme di cooperazione a distanza.

Poiché le reti informatiche consentono di ridurre notevolmente i costi connessi alle transazioni, diventa imprescindibile, per le imprese, dimostrare flessibilità e capacità di reazione rapida a fronte di nuove situazioni commerciali. Questo aspetto può giocare a favore delle PMI, le cui dimensioni consentono loro di adattarsi più agevolmente rispetto alle grandi aziende. Per questo motivo negli ultimi 15 – 20 anni alcune grandi imprese hanno perseguito politiche di snellimento, ricorrendo sempre maggiormente, per talune attività, all'outsourcing, oppure riorganizzandosi in piccole unità produttive semi-autonome, spesso controllate dallo stesso azionariato.

Per molte PMI il punto debole è rappresentato dalla scarsità di risorse (umane e finanziarie), che impedisce loro di attuare un controllo reale sui rischi e di realizzare gli investimenti necessari al momento opportuno. Anche in questo caso le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni possono costituire uno strumento per superare tale handicap (benché anche queste possano comportare talvolta pesanti investimenti finanziari e alte qualifiche) poiché permettono di utilizzare a costi ridotti servizi di consulenza e di assistenza qualificati, attraverso l'accesso alle reti. (*si veda il capitolo 5*).

Le attività rurali esistenti possono trarre vantaggio da queste nuove tendenze, sfruttando i vantaggi competitivi che spesso le caratterizzano, quali ad esempio una manodopera solitamente meno cara, ma pur sempre competente, nonché un ambiente attraente rispetto alle zone urbane.

Le tecnologie dell'informazione possono contribuire ad espandere i mercati dei prodotti rurali su scala europea e addirittura mondiale, mantenere in loco una quota maggiore di valore aggiunto e ridurre i costi connessi alle transazioni.

> Caso di studio

TRÅNSVIKEN (JÄMTLAND, SVEZIA): EVOLUZIONE DELLE ATTIVITÀ RURALI TRADIZIONALI

In questo territorio situato nella Svezia settentrionale, due industrie di tipo tradizionale riescono ad sviluppare un cospicuo valore aggiunto, generando nel contempo un maggior numero di posti di lavoro, grazie all'implementazione delle tecnologie dell'informazione:

> *estrazione e lavorazione dell'alluminio* – iniziata negli anni 40, questa attività occupa un numero costante di addetti (25-30 posti di lavoro), nonostante la crescente concorrenza proveniente da regioni caratterizzate da una manodopera meno cara. Dal 1990 questa azienda, ha saputo inserirsi in un settore altamente specializzato: la *Trangia* produce infatti accessori per valigeria, nonché una linea di piatti per forni a micro-onde. L'85% della produzione è destinata all'esportazione e l'azienda è in piena espansione. L'informatizzazione delle linee di produzione è stata massiccia, poiché, nel corso degli anni, numerose operazioni manuali sono state automatizzate, senza perdita di posti di lavoro. Questo è avvenuto grazie ad una politica di riqualificazione del personale. Internet viene impiegato come strumento di commercializzazione;

> *imballaggi* – l'azienda *Minitube* vende i propri prodotti principalmente in Europa e ricicla i propri sottoprodotti (derivati del legno e di altri materiali), realizzando astucci per CD-ROM, tubetti porta monete e astucci in plastica per termometri. Creata all'inizio degli anni 70, l'azienda conta attualmente 25 addetti. Il 10% circa del

fatturato proviene già ora dal commercio elettronico e tale proporzione è in aumento. Scavalcando gli intermediari (agenti di commercio), Internet consente di ridurre il prezzo di vendita oppure di incrementare il margine di utile per l'azienda.

A sostegno di tali iniziative, una infrastruttura collettiva, la "Casa delle Associazioni", ospita alcune aziende informatiche che offrono il loro know-how alle attività tradizionali locali. La Casa delle Associazioni riceve un contributo annuo di 80000 EURO (il 35% circa del fatturato) dalle imprese locali a fronte della fornitura di impianti e attrezzature per le aziende che iniziano la loro attività e dispone inoltre di un centro di risorse aperto per la formazione del personale. A livello di azienda, la maggior parte delle attrezzature informatiche e una parte dei costi del personale sono cofinanziati ai sensi dell'Obiettivo 6 dei Fondi Strutturali.

Oltre al rafforzamento delle attività esistenti, Trånsviken ha visto svilupparsi, grazie alle tecnologie dell'informazione, un certo numero di nuovi business, in particolare quello relativo all'archiviazione dei dati ed alla telefonia informatizzata. Così, fra le attività tradizionali e questi nuovi settori è venuta a crearsi una buona sinergia. Da un canto, le attività esistenti migliorano il proprio livello competitivo e di know-how grazie alla presenza di nuove aziende informatizzate; dall'altro, queste ultime traggono vantaggio dalle opportunità di business dovute all'esistenza delle industrie locali.

> Caso di studio

PAYS DE GÂTINE (POITOU-CHARENTES, FRANCIA): IL "MERCATO ELETTRONICO" DI PARTHENAY

Il Pays de Gâtine è una regione marcatamente rurale in cui viene praticato l'allevamento bovino e ovino. Il mercato di Parthenay, uno dei maggiori di Francia, tratta annualmente 170000 capi di bestiame. Dal 1994 è stato avviato un programma che coinvolge tutte le attività del comparto zootecnico, finalizzato al miglioramento della qualità dei prodotti a tutti i livelli: selezione degli animali, certificazione, trasparenza dei prezzi, promozione, commercializzazione, marketing. L'obiettivo globale è quello di migliorare il valore dei prodotti e, conseguentemente, di rafforzare il settore accrescendo, nel contempo, la capacità di generare occupazione. A tale scopo è stato gradualmente sviluppato un "mercato elettronico". Tale progetto si prefigge due obiettivi: garantire la trasparenza totale delle transazioni che si svolgono sul mercato e consentire la "tracciabilità" degli animali. Per quanto attiene alla prima finalità, l'iniziativa si è concretizzata attraverso la creazione di un sito Internet e l'offerta di un certo numero di computer utilizzabili gratuitamente dagli allevatori/commercianti durante le ore di mercato. In tal modo, questi ultimi possono conoscere in tempo reale le quotazioni, informarsi sulla solvibilità dei compratori, riducendo notevol-

mente il rischio di condurre operazioni commerciali sbagliate. Rispetto all'obiettivo "tracciabilità", nel 1999 è stato implementato un sistema di codice a barre che consente, fra le altre cose, di armonizzare le relazioni fra allevatori e macelli, in particolare per quanto riguarda il peso dell'animale effettivamente oggetto della transazione economica.

Nell'operazione sono stati coinvolti moltissimi operatori che hanno interagito secondo il modello della cooperazione. Inoltre, dal 1990 l'Associazione per la promozione della carne di qualità superiore ha creato dei marchi di qualità. Il gruppo LEADER sostiene questa azione e dal 1996 esiste un responsabile a tempo pieno per il progetto. Il costo complessivo del programma qualità è stato valutato intorno a 1000000 EURO per 5 anni, tuttavia la proporzione destinata specificamente alle tecnologie dell'informazione non è stata determinata con precisione. Il finanziamento proviene dall'Unione europea (38%), dagli enti locali e regionali (32%), e dallo Stato (9%), mentre il resto (20%) è riconducibile a diverse fonti (fondo per la formazione professionale, ecc.).

Web: www.gatine.org

Si veda anche LEADER Magazine n°19 (Inverno 98-99).

2.2 Buone pratiche

I casi studiati permettono di individuare un insieme di buone pratiche nell'implementazione delle tecnologie dell'informazione finalizzate a rafforzare le attività esistenti e a sostenere l'occupazione nelle zone rurali.

1. La base:

- > la prima tappa consiste nel raccogliere tutta l'informazione inerente al territorio, effettuando un inventario degli strumenti e delle risorse umane disponibili;
- > in questa fase è necessario riunire e coinvolgere tutti gli operatori e i gruppi di interesse per creare un consenso intorno alle iniziative da attuare in vista di uno sfruttamento ottimale delle risorse esistenti;
- > individuare rapidamente un responsabile, cui affidare il coordinamento delle azioni;
- > spesso la creazione di un gruppo di coordinamento potrebbe sembrare un'opzione ragionevole, tuttavia, talvolta può rivelarsi ancora più opportuno rivolgersi alle organizzazioni già esistenti, in quanto le tecnologie dell'informazione vanno oltre agli interessi di settore;
- > coinvolgere nell'iniziativa figure di esperti nelle risorse umane, consulenti e altre professionalità utili;
- > vagliare possibili alleanze fra le attività esistenti e quelle potenziali;
- > imparare dagli altri e condividere le esperienze;
- > cooperare con altri territori/operatori per migliorare prodotti e servizi;
- > prevedere la creazione di nuove partnership, reti e ambiti organizzativi, contratti/procedure, ecc., fin dall'avvio del progetto.

2. Gli emigrati: molte zone che hanno subito grossi fenomeni di emigrazione stanno ora scoprendo i vantaggi che derivano dall'opportunità di riallacciare relazioni con gli emigrati originari del luogo ai fini della commercializzazione e dell'immagine del territorio, alla luce dei legami affettivi che già esistono, ma anche per sfruttare i contatti esistenti su scala internazionale. In tal senso la "diaspora" può servire a:

- > promuovere il territorio dandone un'immagine positiva, ad esempio, attraverso una campagna di comunicazione mirata;
- > coinvolgere gli emigrati sfruttando le loro competenze, il loro know-how e le loro reti di relazioni;
- > reperire finanziamenti e stabilire relazioni commerciali (come nel caso di Longford in Irlanda – si veda caso di studio al capitolo 3);

- > interrompere la "fuga dei cervelli" e invertire la tendenza (ad esempio, nelle isole Ebridi in Scozia, alcune persone che hanno lasciato il paese d'origine spesso vi fanno ritorno, dopo essersi sposati, portando con sé competenze, esperienza e contatti).

3. I limiti: è importante sapere quello che le tecnologie dell'informazione possono e non possono fare. Tale approccio può basarsi su:

- > ciò che è realmente possibile fare con le tecnologie dell'informazione e quello che la popolazione è in grado di sfruttare (i vincoli in tal caso sono il finanziamento, la formazione, le conoscenze di base, ecc.);
- > l'offerta e la domanda;
- > il grado di importanza assegnato alle tecnologie dell'informazione come opportunità di sviluppo nella pianificazione locale e regionale.

4. Analisi dei bisogni – è questa una tappa fondamentale, che significa:

- > identificare i bisogni reali della popolazione (*esempio di Longford*);
- > mettere gli attori in rete (*esempio di "Paralelo 40"*);
- > prendere in considerazione il dato ambientale (*esempio di "Paralelo 40"*);
- > identificare i bisogni degli utenti (*esempio del Pays de Gâtine*);
- > individuare nuove opportunità per le attività tradizionali (*esempio di Trångsviken*);
- > individuare nuovi prodotti e nuove attività con potenziali di sviluppo;
- > prendere adeguatamente in considerazione i vincoli strutturali dell'azienda e la sua posizione concorrenziale.

5. Informazione e animazione permanenti: spesso un grosso ostacolo è costituito dalla scarsa conoscenza delle possibilità e delle opportunità legate alle tecnologie dell'informazione da parte di decisori e opinion-leader. Le attività di animazione e di diffusione delle conoscenze debbono pertanto:

- > integrarsi alle attività di formazione professionale;
- > essere sottoposte a costante monitoraggio;
- > favorire l'individuazione di nuove opportunità;
- > articolarsi con l'assistenza tecnica;

- > improntarsi alla condivisione delle esperienze, in particolare attraverso Internet;
- > sfruttare i sistemi di raccolta e di diffusione dell'informazione a livello locale;
- > prendere adeguatamente in considerazione i cambiamenti relativi al modo di lavorare, le ripercussioni sulle singole persone, sull'azienda, sulla popolazione, nonché le eventuali implicazioni giuridiche (legislazione, fiscalità, accordi fra le parti sociali, ecc.);
- > prevedere dei tempi di adattamento culturale.

6. Considerazioni strategiche

- > le attività tradizionali richiedono l'utilizzo di metodi non convenzionali;
- > la formazione e l'educazione sono elementi importanti;
- > l'attuazione di progetti pilota facilita notevolmente il processo;

- > gli interventi formativi e le dimostrazioni che illustrano i vantaggi e le opportunità delle tecnologie dell'informazione sono di grande utilità;
- > è opportuno considerare e utilizzare le tecnologie dell'informazione come strumenti e non come finalità, evitando di trasformarle nell'elemento principale di un programma; l'impiego delle tecnologie dell'informazione deve corrispondere a bisogni manifesti;
- > è opportuno valutare correttamente i nuovi scenari di mercato, le possibili risposte locali alle tendenze globali;
- > avvicinando "virtualmente" le persone fra di loro, le tecnologie dell'informazione facilitano l'approccio "bottom-up", nonché il raggiungimento di una massa critica che consente di realizzare economie di scala.

2.3 Strumenti operativi

LE TIC PER RAFFORZARE LE ATTIVITÀ ESISTENTI

Settori di attività	Strumenti e risultati
Primario: <ul style="list-style-type: none"> > pesca > silvicoltura > agricoltura > miniere 	<ul style="list-style-type: none"> > informazioni, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - condizioni meteorologiche - banche dati - prezzi di mercato > gestione, commercializzazione, sviluppo e pianificazione > accesso on-line a servizi di consulenza > telelavoro, commercio (fra cui commercio elettronico) e cooperazione a distanza > formazione on-line e off-line
Secondario , ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> > lavorazione dei prodotti primari > commercializzazione dell'artigianato locale > miglioramento del prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> > informazioni economiche, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - tipi di colture consigliate - prezzi di fatturazione - segmenti di mercato potenziali - cosa fanno altri produttori > commercializzazione, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - reperire acquirenti - operazioni mirate su clienti potenziali - nuovi canali distributivi - commercializzare prodotti e servizi al di fuori dei mercati tradizionali, con possibilità di diffusione mondiale > trasformazione dei prodotti, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - coprire meglio la catena del valore grazie ad una migliore informazione e a forme di comunicazione più efficaci (accesso alla consulenza di esperti), ma con rischio di automazione e conseguente perdita di occupazione - integrazione attraverso interconnessione dei processi fra i vari siti > servizi alla clientela, ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> - informazione precisa alla clientela e rapido aggiornamento - tele-acquisto senza intermediari
Turismo , ad esempio: <ul style="list-style-type: none"> > ospitalità > ristorazione e negozi > eventi e attività > escursioni e itinerari > attrazioni e paesaggi 	

Capitolo 3

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per sfruttare le nuove opportunità (Modello n° 2)

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per sfruttare le nuove opportunità (Modello n° 2)

L'informatica e le nuove tecnologie di rete stanno sconvolgendo l'ambiente di lavoro. La nuova "società in rete", in cui un numero sempre maggiore di attività economiche vengono espletate attraverso Internet, introduce una nuova dimensione – potenzialmente mondiale – a fianco delle attività di impresa, che si tratti di aziende private o di enti pubblici. Una conseguenza diretta di tale fenomeno è lo sviluppo del telelavoro.

3.1 Prospettive

Dato l'impiego via via crescente delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni negli scambi commerciali e nelle attività di cooperazione, il telelavoro risulta essere la diretta conseguenza di tale evoluzione. Il lavoro a distanza implica cambiamenti profondi in termini di organizzazione dei compiti da eseguire e di modalità di esecuzione.

Considerati i vantaggi e le opportunità da esso offerti, il telelavoro non è uno strumento fine a se stesso, bensì un mezzo che consente il raggiungimento di obiettivi diversi. Ne consegue che:

- > molte aziende e organizzazioni considerano ormai il telelavoro uno strumento per incrementare la produttività e la flessibilità;
- > numerose agenzie di sviluppo sfruttano oggi il telelavoro ai fini dello sviluppo socio-economico del territorio in cui operano.
- > sempre più persone ricorrono al telelavoro nella loro vita quotidiana allo scopo di conciliare l'attività professionale con le esigenze della vita privata e familiare.

Tali vantaggi comportano un buon numero di cambiamenti che coinvolgono tutti gli aspetti della vita professionale, tant'è che, probabilmente, quello che oggi definiamo "telelavoro" in futuro sarà chiamato semplicemente "lavoro", poiché nella società dell'informazione non è tanto importante il luogo (dove), bensì l'oggetto (cosa) e il metodo (come).

Nell'ambito dello sviluppo rurale, i posti di lavoro generati dal telelavoro possono essere definiti come quelle occupazioni che utilizzano in modo attivo la telematica e le tecnologie di rete nelle seguenti situazioni:

- 1. personale stipendiato** che lavora a domicilio o nelle vicinanze del proprio domicilio (ad esempio in un centro telematico o in un ufficio distaccato) per una parte o per tutto l'orario di lavoro, anziché compiere quotidianamente il tragitto casa-lavoro-casa;
- 2. lavoratori autonomi** che lavorano a domicilio o in prossimità del proprio domicilio (ad esempio in un centro telematico o in un ufficio distaccato), per clienti lontani. Essi operano in modo totalmente indipendente o cooperando con altre persone o imprese, con le quali possono costituire dei "pool virtuali" o delle "associazioni virtuali";
- 3. gruppi di persone presso una località** che cooperano in modo informale o formale (in quest'ultimo caso costituendo eventualmente un'azienda) per sfruttare i vantaggi del gruppo allo scopo di conquistare clienti lontani;
- 4. piccole aziende** che si insediano localmente (con capitali locali o esterni), creando posti di lavoro in zona e operando a livello regionale, nazionale e mondiale con i propri clienti, fornitori, ecc. In questa tipologia possiamo includere altresì i call-centres;
- 5. agenzie o filiali di grandi aziende** che creano occupazione localmente e operano a livello regionale, nazionale e mondiale con il resto dell'azienda, i clienti, i fornitori, ecc. Anche fra questi possiamo includere i call-centers.

Per le tipologie 2 e 3, il luogo in cui il lavoro viene eseguito non ha alcuna importanza e la stipula di un contratto dipende sia dall'abilità dimostrata dalle persone o dai gruppi nell'individuare il mercato adeguato alle proprie competenze e capacità specifiche, sia da fattori concorrenziali legati all'offerta:

a) qualità della prestazione o del prodotto,

b) prezzo,

c) condizioni di consegna e tempi di esecuzione (lead-time).

Data la natura delle tecnologie impiegate per la ricerca e la trasmissione del lavoro, molte delle nuove opportunità appartengono alla categoria delle occupazioni cosiddette "intellettuali", che in linea di massima possono trovarsi localizzate in qualunque luogo, purché sia disponibile un accesso alla rete. Tali impieghi, definiti anche "nomadi", sono generalmente appannaggio di persone, gruppi e/o territori che dispongono dei fattori competitivi più vantaggiosi. Le tipologie 4 e 5 si basano sugli stessi fattori concorrenziali ma tengono conto, altresì, di elementi, quale ad esempio la natura del territorio dove si svolge il lavoro. I vantaggi competitivi delle zone rurali (*si veda 1.1.*) sono fattori determinanti nella scelta di insediamento di una nuova "impresa nomade", potenziale generatrice di occupazione. Le opportunità offerte oggi dal telelavoro sono destinate, probabilmente, a diventare il serbatoio più competitivo per le nuove occupazioni, giacché le attività di telelavoro possono essere esercitate ovunque. In ogni caso, tali sbocchi occupazionali rappresentano una fonte di lavoro in rapida crescita.

> Caso di studio

WESTERN ISLES (SCOZIA, REGNO UNITO): ALCUNE OPPORTUNITÀ OCCUPAZIONALI E IMPRENDITORIALI – LAVORO INTELLETTUALE E CALL-CENTRES

Dal 1996 le isole Ebridi (*Western Isles*) sono teatro di un'importante iniziativa di successo nel campo dell'occupazione in ambito rurale. I posti di lavoro in oggetto possono essere classificati all'interno di tre grandi categorie:

1. Telelavoro a domicilio effettuato da lavoratori autonomi, anche se il lavoro è gestito da una società, la *Lasair Ltd.*, che si occupa dell'amministrazione, del controllo qualità, della formazione e del marketing;
2. Impieghi presso giovani aziende (CD-ROM, multimediale, diffusione e produzione di filmati, creazione di siti Web, ecc.);
3. Servizi di assistenza via Internet presso un call-centre creato localmente da una grande multinazionale.

Tutto ciò ha stimolato la domanda relativa a migliori infrastrutture di telecomunicazione e ha introdotto ulteriori capacità per le attività di alta tecnologia. Il gruppo LEADER ha fornito una parte del "capitale di rischio", in associazione con l'agenzia di sviluppo economico locale e i poteri pubblici. Per cogliere le nuove opportunità talvolta è necessario che le decisioni vengano prese rapidamente. La gamma delle attività legate alle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni è molto vasta. Essendo impossibile suddividere le tecnologie in base ai settori di attività, la stessa postazione di lavoro viene utilizzata per la formazione a distanza, il tele-acquisto e/o il telelavoro, allo scopo di sfruttare le economie di scala. L'attrezzatura informatica è configurata per uno sfruttamento ottimale a livello locale. Fra il 1996 e la fine del 1998 sono stati creati oltre 100 nuovi posti di lavoro e, grazie al call-centre, si prevedono altri 70 nuovi impieghi.

Le Ebridi si sono conquistate recentemente una fama indiscussa, sia in Regno Unito che negli Stati Uniti, per l'ottimo livello relativo alle prestazioni di servizi a distanza per conto di grandi organizzazioni e aziende. Esse possono fregiarsi a pieno titolo dell'appellativo di "polo dell'artigianato intellettuale" nella nuova società in rete, con impieghi "high-tech" messi al servizio di svariati settori dell'economia. In linea generale, i fattori che concorrono al successo di tali

iniziative sono tre: la partnership locale come elemento scatenante, una popolazione che gode di un elevato livello di istruzione e di qualifica professionale e di una cultura organizzativa basata su una antica tradizione di pluriattività.

Le attività poste in essere, estremamente varie, sono affiancate da progetti finanziari alquanto complessi. Disponiamo qui di alcuni dati relativi a taluni prodotti e servizi, che tuttavia non tengono conto degli investimenti materiali in attrezzature, né del capitale privato:

- > acquisizione di competenze e formazione specializzata: 340000 EURO distribuiti su 6 anni (1995-2001) finanziati dal FESR (Obiettivo 1), dalla Western Isles Enterprise e dal Western Isles Council (Consiglio insulare);
- > elaborazione e analisi di dati: finanziamento LEADER per la formazione di circa 60 persone per un costo medio di 215 EURO (totale: 12900 EURO);
- > realizzazione e manutenzione di siti Web: bando di gara LEADER di 43000 EURO su un periodo di 2 anni;
- > Centro di teleinsegnamento: 60000 EURO (di cui il 40% fornito da LEADER);
- > call-centre: 2000000 EURO (per lo più finanziamento regionale in base all'Obiettivo 1).

Le conclusioni principali che si possono trarre dal caso delle Western Isles sono le seguenti:

- > numerose sono le opportunità occupazionali che possono tradursi in attività concrete e ciò che conta è mirare ad ottenere il maggior valore aggiunto possibile in base alle competenze della manodopera;
- > è opportuno sottolineare l'importanza di una strategia di commercializzazione centralizzata e dell'esistenza di un registro/annuario delle competenze locali;
- > la principale difficoltà riguarda la capacità di mantenere una sufficiente quantità di "lavoro in corso";
- > la distanza che esiste fra le isole e i grandi mercati non costituisce più un ostacolo.

Web: www.hebrides.com

Si veda anche LEADER Magazine n°19 (Inverno 98-99).

> Caso di studio

LONGFORD (IRLANDA): LE TIC AL SERVIZIO DEL TERRITORIO – UN APPROCCIO TERRITORIALE ALLA DOMANDA

Presso la contea di Longford, nel quadro di un programma finalizzato a sviluppare le tecnologie dell'informazione, si intessono legami fra la realtà locale e gli emigrati originari del luogo e questi ultimi forniscono numerosi suggerimenti relativi alla gestione delle stesse tecnologie. Nasce un contatto con il responsabile della società *Vision Computing* (leader irlandese nella consulenza informatica), originario di quei luoghi. Quest'ultimo, avendo visitato il sito Internet di Longford, si interessa al progetto e decide di mettere in cantiere la creazione di una società di servizi e di ingegneria informatica da insediare in loco e operante in partnership con la propria azienda. Due persone della contea sono convinte che Longford costituisca il luogo ideale per un'azienda che non è legata a vincoli geografici; questi si dicono pronti ad impegnarsi personalmente nel progetto. I tre partner si lanciano nella creazione della società di servizi e di ingegneria informatica Longview Technologies, che nasce nel gennaio del 1998. I posti di lavoro creati all'origine sono 10, ma questi passano a 16 fin dall'aprile dello stesso anno, per raggiungere poi i 35 nel dicembre del 1998. L'azienda si sviluppa intorno a tre assi:

- > fornitura di software di qualità a prezzi concorrenziali. In questo caso i vantaggi competitivi sono rappresentati dai bassi costi delle strutture immobiliari di Longford, dalla qualità della vita e dall'accessibilità della città, posta nel cuore della pianura centrale;
- > ricorso a personale con competenze e capacità che rispondono ai bisogni specifici della clientela. La *Longview Technologies* si adopera per migliorare la qualifica del personale dell'azienda attraverso corsi di formazione continua in sintonia con le evoluzioni del mercato. La versatilità è naturalmente una caratteristica particolarmente apprezzata;

- > organizzazione di una formazione riconosciuta per programmatori non laureati. Vengono avviate trattative con enti quali il National Council for Vocational Awards e nel settembre del 1998 un primo gruppo di 10-20 stagisti inizia un ciclo di formazione presso l'azienda, della durata di circa cento ore. Tale dispositivo di formazione consentirà la creazione di un bacino di lavoratori qualificati che rispecchino le tendenze recenti del mercato. L'ambizione a più lungo termine per l'azienda è quella di aprire questa opportunità lavorativa alle donne che possiedono una qualifica professionale in informatica e che cercano di rientrare nella vita attiva, avendo dovuto abbandonarla precedentemente per ragioni di tipo familiare.

Azienda giovane, la *Longview Technologies* vanta una struttura organizzativa "orizzontale". Al suo interno, i lavoratori acquisiscono e perfezionano un ventaglio di competenze vario e flessibile. L'azienda è orgogliosa della propria impostazione, che la vede vicina alla comunità locale, ma anche della propria capacità di trasferire all'esterno un'immagine positiva di Longford. L'impresa, pur consapevole del fatto che il settore del software è soggetto ad un'agguerrita concorrenza, nonché ad un'evoluzione costante della domanda, resta fiduciosa nelle proprie capacità di successo e di espansione.

Lo studio relativo allo sviluppo delle tecnologie dell'informazione a Longford è costato 46 000 EURO, l'80% del quale è stato fornito da LEADER II.

Web: www.longford-leader.ie/

3.2 Buone pratiche

Esistono in tutta Europa svariati esempi che consentono di individuare una serie di buone pratiche nell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione come leve per sfruttare nuove opportunità e favorire l'occupazione in ambito rurale.

1. Complessivamente

- > ogni territorio, con la propria cultura, è unico e le opportunità vanno considerate all'interno di tale contesto;
- > è fondamentale l'impegno locale;
- > è imprescindibile il raggiungimento di un consenso ad ogni livello;
- > è necessario un orientamento strategico a lungo termine;
- > la sensibilizzazione e la presa di coscienza sono fondamentali;
- > le tecnologie dell'informazione possono accrescere la qualità dei servizi rurali;
- > è necessario realizzare un registro/annuario delle competenze locali;
- > la formazione deve essere in sintonia con i bisogni del cliente;
- > le competenze necessarie alla pratica del telelavoro sono piuttosto facili da acquisire.

2. Requisiti

- > l'infrastruttura deve essere disponibile ad un costo ragionevole;
- > è fondamentale una propensione al lavoro in cooperazione;
- > deve essere disponibile un adeguato livello di istruzione e di formazione;
- > è necessario individuare i fattori psico-sociologici di resistenza al cambiamento e tenerne debitamente conto.

3. Strategie finalizzate all'ottenimento di lavoro di tipo "nomade" per singoli o gruppi di persone

- > commercializzare la forza lavoro piuttosto che il territorio;
- > sfruttare l'apporto degli emigrati originari del luogo e ricorrere a figure di "persone-risorsa";
- > stipulare contratti di sub-fornitura;
- > trasformare il modo con cui viene percepito il lavoro;
- > incentivare l'autonomia e la responsabilità del singolo;
- > ricercare il massimo valore aggiunto;
- > disporre di una valida struttura commerciale e anticipare le opportunità di lavoro (atteggiamento volontaristico) per scoprire ciò di cui ha bisogno il cliente e fargli un'offerta competitiva.

4. Strategie miranti a coinvolgere capitali locali o "nomadi" nella creazione di posti di lavoro attraverso l'insediamento di aziende o di filiali di aziende.

- > commercializzare il territorio, comprese le risorse umane (enfaticizzare i vantaggi competitivi);
- > sfruttare l'apporto degli emigrati originari del luogo e ricorrere a figure di "persone-risorsa";
- > commercializzare le competenze e i know-how;
- > insistere sulla qualità della vita;
- > stabilire le priorità relative alla qualità e ai tempi di consegna;
- > offrire una formazione adeguata;
- > dare prova di flessibilità/versatilità;
- > attrarre investitori utilizzando diversi strumenti di incentivo (consulenza, assistenza tecnica, sovvenzioni, ecc.).

5. Strategie per incentivare il lavoro in cooperazione

- > dimostrare i vantaggi derivanti dalla cooperazione;
- > sfruttare le tecnologie dell'informazione per lavorare insieme (es. posta elettronica);
- > condividere idee e informazioni per impostare contatti professionali più diretti;
- > utilizzare "sponsor" o consulenti indipendenti.

3.3 Strumenti operativi

LE TIC PER SFRUTTARE LE NUOVE OPPORTUNITÀ

Nuove opportunità <ul style="list-style-type: none">> Telelavoro nomade, singoli individui e gruppi di persone> Investimento endogeno o nomade, creazione di aziende o di succursali	Strumenti e risultati <ul style="list-style-type: none">> Informazioni, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- Prezzi di mercato- Tendenze di settore> Competenze professionali e formazione finalizzata alle tecnologie dell'informazione, on-line e non> Gestione sviluppo commerciale e pianificazione> Informazioni economiche, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- Segmenti potenziali di mercato- Ciò che fanno gli altri, prezzi richiesti- Settori e tipi di attività on-line- Tipologie di lavoro adeguate al telelavoro> Ricerca di occupazione e/o commercializzazione, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- Ricerca di clienti su scala mondiale via Internet> Commercio elettronico, ordini e pagamenti> Lavoro cooperativo all'interno di team/organizzazioni virtuali> Accesso alla consulenza e all'assistenza di esperti on-line> Registro/annuario delle competenze> Telelavoro, che permette di aumentare produttività e flessibilità; ad esempio sfruttando il mix qualità-prezzo-consegna più vantaggioso, indipendentemente dal luogo in cui si trovano i lavoratori> Telelavoro come strumento di sviluppo socio-economico del territorio e di creazione di posti di lavoro> Telelavoro utilizzato dalle singole persone nella loro vita quotidiana per un migliore controllo del lavoro ed una migliore integrazione fra attività professionale, famiglia e vita personale> Impiego delle reti elettroniche per ricercare, classificare e valorizzare l'informazione (produzione di conoscenza)> Ricevimento e consegna del lavoro> Lavoro in cooperazione con altre organizzazioni allo scopo di commercializzare un'offerta globale per tutto il territorio> Commercializzazione, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- Reperimento clienti- Commercializzazione di prodotti e servizi su scala mondiale via Internet> Servizi alla clientela, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- Informazioni precise e aggiornate su prodotti e prezzi- Realizzazione di studi sulla clientela
--	--

Capitolo 4II

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per migliorare i servizi di prossimità (Modello n°3)

Le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per migliorare i servizi di prossimità (Modello n° 3)

Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni possono offrire grossi vantaggi alle zone rurali, comprese le più remote, in particolare in termini di servizi più efficienti, ampliamento dell'offerta di prestazioni e migliore accessibilità.

4.1 Prospettive

I servizi di prossimità (servizi amministrativi, sociali, sanitari, scolastici, servizi alle persone, esercizi commerciali, trasporti pubblici, ecc.) sono fattori imprescindibili per garantire dinamismo, capacità di attrazione e qualità della vita in un determinato territorio (*si veda dossier "Sviluppare i servizi in ambito rurale", Osservatorio Europeo LEADER / AEIDL, 1999*). L'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni può migliorare tali servizi in tre modi:

1. per il cittadino/utente, tali tecnologie possono integrare o migliorare i servizi esistenti, come nel caso del "municipio elettronico", che offre un ampio ventaglio di informazioni e consigli, con la possibilità di utilizzare sistemi di pagamento o di ordine che sposano perfettamente le caratteristiche di taluni servizi amministrativi, quali l'anagrafe, l'erario, i servizi sanitari, di insegnamento e formazione continua, le biblioteche, e così via;
2. per il cittadino/utente le tecnologie dell'informazione possono introdurre servizi fino a quel momento inesistenti, come la mappatura elettronica e le banche dati relative al territorio, i forum di discussione attraverso lo strumento telematico, la formazione a distanza per i disabili, ecc.
3. per i fornitori di servizi queste tecnologie offrono nuovi strumenti per gestire le funzioni amministrative, garan-

tendo al cittadino/utente i seguenti vantaggi:

- > servizi più efficienti;
- > costi ridotti;
- > ampliamento della gamma di prestazioni offerte;
- > migliore accessibilità; ad esempio, possibilità di raggiungere un numero maggiore di persone, accesso e servizi disponibili 24 ore su 24, ecc.

Tali vantaggi risultano essere ancora più rilevanti in ambito rurale, dal momento che, in genere, il costo della prestazione pro capite è nettamente superiore rispetto al contesto cittadino, in particolare a causa delle difficoltà a raggiungere una popolazione dispersa e scarsamente numerosa in regioni talvolta difficilmente accessibili. Inoltre, le nuove tecnologie consentono il decentramento dei servizi in zone lontane dai centri urbani, dove il personale dei servizi pubblici si reca regolarmente per fornire consulenza e documenti, sfruttando in tal caso l'accesso on-line alle banche dati del comune.

Anche i servizi commerciali possono trarre vantaggio dalle tecnologie dell'informazione, con beneficio per i clienti; in tal modo si contribuisce a dare stabilità alla popolazione e all'economia. Le esperienze di "tele-acquisto" lo dimostrano chiaramente (*si veda riquadro*).

> Esempio

“TELEPROMISE”: FORNIRE SERVIZI SCARSAMENTE DISPONIBILI IN ZONE RURALI

Avviato nell'ambito del programma *Applicazioni telematiche 1998*, sotto la direzione della Commissione europea (ex-Direzione generale XIII), il progetto mira a erogare agli abitanti delle zone rurali di Irlanda, Danimarca e Paesi Bassi quei servizi pubblici e commerciali che normalmente avrebbero comportato uno spostamento fino alla città o al centro commerciale più vicino. I servizi di tele-acquisto vengono proposti via Internet. Ad esempio, sulla costa occidentale dell'Irlanda, la popolazione delle isole Aran è in grado di consultare le banche dati di alcuni negozi non alimentari della città di Galway, presso il continente, prendendo così conoscenza delle disponibilità e dei prezzi dei

prodotti. L'ordine può essere effettuato on-line e la consegna avviene utilizzando le normali linee di navigazione o per via aerea. Presso il comune danese di Kjellerup, nel centro del Jylland, due insegne di drogherie propongono il tele-acquisto on-line all'interno di un perimetro limitato. Risultato: le famiglie dispongono di un'ulteriore comodità e possono accedere ad una gamma di prodotti ampia, mentre i negozi rafforzano il loro posizionamento concorrenziale rispetto ai loro omologhi situati in città. La consegna può avvenire mediante prelievo in loco dei prodotti o consegna a domicilio, tramite furgone. E' in corso uno studio sulla possibilità di sfruttare la rete di distribuzione postale.

Per quanto riguarda la prestazione di servizi in ambito rurale, è importante che esista un equilibrio fra le due forze seguenti:

1. l'imperativo, per il fornitore, di massimizzare il rapporto qualità/prezzo, l'efficienza e i risparmi nell'erogazione dei servizi (nel caso, ad esempio, di un comune con limi-

tata disponibilità di fondi);

2. la domanda dell'utenza mirante ad aumentare la qualità, la quantità e la gamma dei servizi, nonché la richiesta di nuovi servizi.

> Caso di studio

ARDÈCHE CENTRALE (RODANO ALPI, FRANCIA): NUOVI SERVIZI E MANTENIMENTO DELLA QUALITÀ

Questa azione di pianificazione territoriale ha come principale obiettivo quello di migliorare i servizi di prossimità negli ambiti relativi all'amministrazione, alla sanità, e all'insegnamento. LEADER non partecipa direttamente all'iniziativa, la quale è sostenuta principalmente a livello nazionale attraverso un progetto tecnologico portato avanti dal settore pubblico, con la collaborazione del settore privato; l'operazione ha permesso di creare 3 attività che danno occupazione ad oltre 200 addetti. Tutti i partner provengono dal settore pubblico. L'operazione viene attuata a livello dipartimentale ed è direttamente collegata al programma nazionale "Le autostrade dell'informazione", varato nel 1995 dalla DATAR (Agenzia di pianificazione e sviluppo territoriale)

Il progetto comportava inizialmente la creazione di una rete telematica ad alto flusso per collegare i comuni dell'Ardèche. In realtà l'operazione prende avvio alla fine del 1995 utilizzando le reti già esistenti (RTC e Numéris). Viene creato un consorzio, che prende il nome di "Syndicat intercommunal des Inforoutes de l'Ardèche", allo scopo di fornire una piattaforma Internet, con opportunità di organizzare videocon-

ferenze. In collaborazione con il ministero della Pubblica Istruzione vengono fornite attrezzature multimediali a 10 classi pilota. Gli insegnanti ricevono una formazione e viene assunto un coordinatore. Inoltre, all'interno di un progetto di più vasta portata, i direttori degli ospedali del dipartimento vengono coinvolti nella realizzazione di un programma di teleformazione destinato al personale sanitario (per lo più medici) attraverso sessioni quindicinali.

Malgrado l'approccio di tipo "top-down" – le decisioni sono state prese a livello di dipartimento e l'input originale è venuto fin dal 1983 da France Télécom – il progetto riesce nel proprio intento, fornendo, nella fattispecie, su scala locale, servizi efficienti nei settori della sanità e dell'insegnamento. La responsabilità relativa all'attuazione del progetto spetta ai comuni (amministratori), mentre il coordinamento è affidato ad un ente, creato appositamente. Il sistema prevede una vasta offerta di corsi di formazione di breve durata (pubblici e privati) e il budget è di 7 000 000 di EURO per un periodo di 5 anni, la maggior parte del quale è destinato a coprire le spese relative alle attrezzature.

> Caso di studio

LONGFORD (IRLANDA): L'INTRODUZIONE DELLE TIC – UN APPROCCIO TERRITORIALE ALLA DOMANDA

All'interno di un programma concertato, finalizzato allo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, viene creata una Task Force composta da cinque gruppi di lavoro. Questi hanno il compito di prendere in esame i possibili impieghi dello strumento informatico negli ambiti dell'istruzione, dell'agricoltura, della sanità, del commercio e delle associazioni. A tale scopo viene allestito un ufficio, con tre persone assunte a tempo pieno per la gestione del progetto e delle attività ad esso inerenti, sotto la responsabilità di un consulente locale con competenze economico-aziendali, nonché un'ulteriore specializzazione in informatica. Il progetto mira, fra le altre cose, a sviluppare legami con gli emigrati e a garantire un coordinamento con gli interventi tecnologici già avviati, il settore dell'istruzione, la biblioteca e il centro del patrimonio, il sito Internet *Local Ireland*, nonché i telelavoratori operanti nella regione.

I cinque gruppi di lavoro si dedicano alla raccolta di dati numerici su Longford, sulla popolazione e sulla situazione dell'informatica nella contea. Vengono condotti due sondaggi: uno presso 259 famiglie, l'altro presso 77 aziende. Questa consultazione e il collegamento con le iniziative già in corso conferiscono legittimità al progetto e permettono di ottenere il sostegno della popolazione. Le varie tappe del percorso – fase di avvio, raccolta dati, sviluppo di prototipi (ad esempio, il progetto di sito Web dedicato a Longford), analisi dei dati e stesura di una relazione – portano all'adozione di una chiara strategia di ottimizzazione dell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni a Longford. Il documento finale fornisce una solida base per l'introduzione massiccia dello strumento tecnologico nelle varie dimensioni della vita locale: azienda, ambito sociale, istruzione, occupazione, comunicazione.

Tale documento viene completato e pubblicato alla fine del luglio 1997. Da allora, la Task Force è diventata una società privata, la *Longford Information Technology*. I suoi ex-membri formano attualmente il consiglio di amministrazione ed è al vaglio la possibilità di assumere a tempo pieno un amministratore, con il compito di portare a termine l'esecuzione dei progetti risultanti dallo studio.

Principali realizzazioni attuate in seno al progetto:

- > si è instaurata una comunicazione stabile con numerosi emigrati originari del luogo attraverso il sito Internet *Longford-on-Line* ed è in corso di elaborazione una banca dati;
- > è stato allestito un servizio di assistenza on-line destinato a fornire informazioni agli agricoltori, come risultato di uno sforzo congiunto fra la "cooperativa Internet" e l'agenzia TEAGASC (l'ente irlandese per l'agricoltura e lo sviluppo rurale). Dotato di un computer, il servizio, che si avvale di personale proveniente dall'LCRL, è insediato di fronte ad una delle maggiori piazze del mercato della contea e permette un accesso diretto alle informazioni agricole; inoltre l'operatore fornisce la propria consulenza sui parametri da inserire nel calcolo degli incentivi e degli aiuti regionali;
- > in collaborazione con l'Enterprise Board della contea, la creazione di una guida informatizzata delle aziende locali agevola il lavoro di ricerca dei mercati potenziali;
- > è stato istituito un corso di informatica sotto l'egida dell'LCRL (il piano locale ha finanziato l'acquisto di 11 computer e LEADER II partecipa con un contributo di 20000 EURO per pagare i formatori). I computer, itineranti, stazionano per otto settimane in uno stesso luogo, dando la possibilità a 30 persone di prendere dimestichezza con l'informatica. Inoltre, in alternanza con i corsi di informatica, vengono organizzati corsi di contabilità per le aziende agricole; le spese relative ai formatori sono coperte da una cooperativa di produttori di latte.
- > Sono in corso iniziative per la creazione di una rete congiunta di aziende e scuole con il comune di Châtillon-sur-Seine in Francia, gemellato con Longford.

Complessivamente, le diverse azioni avviate a Longford hanno consentito di sfruttare le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per la creazione di nuove attività e posti di lavoro. Nel contempo esse hanno permesso di trasformare i metodi e i servizi già esistenti. Gli sforzi degli iniziatori sono stati premiati.

Web: www.longford-leader.ie/

4.2 Buone pratiche

Attraverso i “case-studies” è possibile individuare tutta una serie di buone pratiche per l'introduzione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni nei servizi di prossimità e ai fini della creazione di posti di lavoro in ambito rurale.

1. Complessivamente

- > Elaborare le varie tipologie di servizi in base ai bisogni reali.
- > Mirare al raggiungimento di un equilibrio e di una complementarietà fra i servizi on-line e quelli tradizionali.
- > Condurre attivamente una politica di miglioramento dei servizi esistenti e individuarne di nuovi.
- > Puntare all'efficienza, all'economicità, alla qualità e alla diffusione dei servizi.
- > Fare in modo che la tecnologia sia facilmente fruibile dalla popolazione e rimanga ad un livello molto semplice.
- > Rispettare i principi democratici, pur responsabilizzando i singoli e i gruppi.
- > Combattere l'emarginazione a vantaggio del pluralismo, integrando i segmenti più fragili della popolazione (disoccupati, persone isolate, disabili, ecc.).

2. Strategie

- > Esaminare l'esistente (attraverso inchieste, sondaggi, valutazione delle competenze, ecc).
- > Mobilitare la popolazione intorno ad un'idea forte, ad un progetto di ampio respiro.
- > Organizzare corsi di formazione per colmare le lacune e rispondere ai bisogni.

3. Esempi di servizi erogabili o migliorabili attraverso le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni

- > previdenza sociale
- > sanità
- > informazione medica
- > consulenza legale
- > tutela dei giovani
- > accoglienza dei bambini
- > scuole
- > formazione
- > tele-insegnamento
- > ricerca
- > statistiche demografiche (popolazione, ecc.)
- > sistemi di informazione geografica
- > schermi informativi per la popolazione
- > auditing di villaggio
- > liste elettorali
- > servizi ambientali (ad esempio, gestione dei rifiuti, Agenda 21)
- > informazioni turistiche
- > sistemi di prenotazione (alberghi, camere in affitto, formule vacanza “tutto compreso”)
- > orari dei trasporti (autobus, treni, aerei)
- > informazioni stradali
- > orari di apertura dei negozi e degli uffici
- > prezzi al consumo
- > informazioni meteorologiche
- > servizio di piccoli annunci
- > informazioni su opportunità occupazionali
- > annunci immobiliari
- > vendite all'asta
- > informazioni commerciali ed economiche
- > banca /finanza
- > sportello PMI
- > banche dati e commercializzazione dei prodotti locali
- > informazioni per gli allevatori e gli agricoltori
- > vigilanza/sicurezza
- > informazioni di polizia
- > protezione civile
- > edicola musica/letteratura/cultura
- > consigli di giardinaggio
- > servizi Internet vari
- > problemi hardware/software (ad esempio, millenium-bug)

4.3 Strumenti operativi

TIC E SERVIZI DI PROSSIMITÀ

Servizi di prossimità <ul style="list-style-type: none">> per il cittadino/utente le tecnologie dell'informazione possono integrare o migliorare i servizi esistenti> per il cittadino/utente le tecnologie dell'informazione possono dare origine a servizi completamente nuovi> per il fornitore le tecnologie dell'informazione danno nuovi strumenti di gestione e di prestazione di servizi al cittadino/utente	Strumenti e risultati <ul style="list-style-type: none">> il "municipio elettronico" per i servizi correnti (tasse, registrazioni, biblioteche, sanità, insegnamento e formazione, ecc.), che consente al fornitore dei servizi notevoli risparmi;> i nuovi servizi di informazione, che possono migliorare la qualità dei servizi per l'utente/consumatore, ad esempio:<ul style="list-style-type: none">- carte elettroniche e banche dati del territorio,- possibilità di monitoraggio on-line del grado di avanzamento di un progetto,- forum di discussione elettronici,- programmi di teleinformazione per disabili;> servizi amministrativi elettronici, con potenziali risparmi per il fornitore ma anche:<ul style="list-style-type: none">- maggiore efficienza,- costo ridotto della prestazione,- portata più estesa,- migliore accessibilità del servizio (24 ore su 24, ecc.);> servizi commerciali (tele-acquisto, ecc.);> cittadini / utenti che possono a loro volta fornire contenuti;> rafforzamento della vita democratica attraverso una maggiore disponibilità dell'informazione e la possibilità di entrare in contatto con i responsabili politici;> servizi on-line "do it yourself".
---	--

Capitolo 5II

La creazione di reti elettroniche fra gli operatori socio-economici (Modello n° 4)

La creazione di reti elettroniche fra gli operatori socio-economici (Modello n°4)

5.1 Prospettive

Il sistema della “rete elettronica”, o “cooperazione a distanza”, consiste nell'introduzione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni al fine di migliorare le comunicazioni e l'accesso alle informazioni.

I partecipanti di una rete, che si scambiano idee e dati all'interno di un gruppo virtuale, costituiscono un esempio di cooperazione a distanza, così come la costituzione di un'alleanza finalizzata alla creazione di una rete di persone che cooperano per il raggiungimento di un obiettivo comune. Una volta formalizzata, tale rete può essere considerata una vera e propria organizzazione virtuale. Tuttavia essa implica nuove competenze e nuove modalità organizzative e di cooperazione. In particolare, vengono sovvertiti i flussi di informazione delle gerarchie tradizionali, scompaiono le barriere che si frappongono abitualmente alla comunicazione fra organizzazioni e si aprono nuovi orizzonti.

In misura ancora maggiore rispetto alle reti tradizionali, la creazione di reti elettroniche fra gli operatori socio-economici, attraverso l'impiego delle tecnologie, procura numerosi vantaggi, che possono manifestarsi in vari modi, separati o combinati fra loro:

1. le reti esistenti basate sui mezzi di comunicazione e di cooperazione tradizionali si arricchiscono di una nuova dimensione; la qualità delle relazioni umane ottenibile attraverso l'incontro diretto trae vantaggio dal contatto regolare e, nel contempo, dalle opportunità di diffusione e di conservazione dell'informazione;
2. nascono nuove opportunità per la costituzione di reti di persone e gruppi, impossibili prima dell'avvento delle nuove tecnologie:
 - i) ampliando la portata delle reti (o dei gruppi di interesse) attraverso la possibilità di creare legami a livello mondiale;
 - ii) incrementando il numero e la varietà dei partecipanti di una rete;
 - iii) aumentando l'intensità degli scambi in seno alla rete;
 - iv) migliorando la capacità della rete di gestire l'informazione.

La capacità delle reti elettroniche a far fronte a problematiche via via più fitte e complesse, con grande flessibilità e risposte più rapide per adattarsi alle nuove situazioni, fa

emergere un'analogia con i sistemi biologici o ecologici. Infatti, questi ultimi riescono ad assicurarsi maggiore stabilità e dinamismo attraverso la differenziazione e la diversità, a scapito dell'uniformità. Presupponendo la pari opportunità di accesso alla tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, le reti elettroniche funzionano fondamentalmente secondo un'impostazione democratica di tipo bottom-up. Esse conferiscono vantaggi intrinseci, poiché quando qualcuno entra in una rete il costo relativo è proporzionale ad un solo individuo, mentre contemporaneamente tutti i partecipanti della rete beneficiano dell'ingresso di un nuovo membro. L'esempio più eloquente è quello di Internet. Tuttavia le zone rurali sono carenti dal punto di vista delle tecnologie dell'informazione e delle competenze necessarie per il loro utilizzo. Purtroppo questo handicap è destinato a perdurare, malgrado la tendenza generale ad un rapido incremento della capacità e della qualità delle tecnologie impiegate.

Nonostante le previsioni avanzate cinque anni or sono, l'avvento delle reti elettroniche non sembra aver accresciuto l'isolamento né aver nuociuto alla società, alla cultura o alle relazioni umane. Al contrario, si constata che le tecnologie dell'informazione si rivelano utili nello stimolare la cooperazione, condividere le conoscenze e le idee, sviluppare forme di partnership, ricercare consenso e terreni di intesa, ampliare le prospettive per arricchire le attività. Ad esempio, in ambito culturale, molte sono le azioni che mirano a ridare vitalità al territorio, attraverso la promozione della storia, delle tradizioni, del patrimonio architettonico, ecc., utilizzando le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni per facilitare il lavoro sul campo (censimenti, banche dati) e per avvalersi dell'esperienza di esperti esterni. La potenza degli strumenti e delle reti merita di essere conosciuta e sfruttata anche nei territori rurali, nonostante gli handicap dovuti alle carenze infrastrutturali e alla scarse qualificazioni. La rete può rappresentare un'importante piattaforma a sostegno della vita e dell'economia in ambito rurale, aprendo in tal modo migliori prospettive dal punto di vista occupazionale. In ambito LEADER, essa può essere attuata all'interno dei GAL e fra di loro, con altre organizzazioni rurali e, più in generale, con tutti gli operatori dello sviluppo rurale.

> *Caso di studio*

PARALELO 40 (SPAGNA): UNA RETE PER LA COMMERCIALIZZAZIONE DEL TURISMO RURALE

Coordinata dal gruppo di azione locale La Manchuela (Castiglia-La Mancha), la rete " Paralelo 40 " raggruppa in Spagna i territori LEADER situati grosso modo intorno al 40° parallelo. I 14 gruppi di azione locale hanno installato un sistema Intranet per il turismo rurale che gestisce l'offerta di alloggi e camere, nonché le varie attività connesse e gli eventi locali. Grazie ad Internet, i dati sono disponibili presso la rete di agenzie viaggio presenti a livello nazionale e internazionale. I gruppi LEADER che partecipano al progetto sono responsabili della raccolta e dell'aggiornamento delle informazioni, della formazione degli utenti e della supervisione, nonché dell'assistenza tecnica agli operatori locali partner. Obiettivo: migliorare la disponibilità di informazioni relative a questa tipologia turistica presso le agenzie e la clientela, in modo da ridurre la dipendenza dai circuiti commerciali tradizionali, che passano attraverso tour-operator, fiere e saloni regionali e nazionali.

Attualmente questo progetto comporta una rete più o meno formale che coniuga le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni ai mezzi di comunicazione tradizionali. L'iniziativa ha preso avvio su iniziativa di alcuni operatori locali. Vi si è associato in seguito un gruppo di operatori della ristorazione ed il progetto ha assunto una valenza commerciale. Paralelo 40 nasce come progetto congiunto nel 1994, riunendo 9 gruppi LEADER (6 spagnoli e 3 portoghesi). Dal 1996 in poi altri territori vi hanno aderito e La Manchuela svolge un ruolo di coordinamento centrale. Le decisioni sono prese dai rappresentanti di tutti i GAL, partendo dal presupposto che per entrare direttamente sul mercato e per migliorare l'offerta di turismo

rurale la cooperazione è più proficua della rivalità. Il bilancio, che supera di poco i 500000 EURO è finanziato per il 70% dal programma regionale dell'Obiettivo 1 a favore delle telecomunicazioni per le PMI.

La rete di turismo rurale verte essenzialmente sull'attività dei 14 agenti di sviluppo, che garantiscono il collegamento con 147 strutture ricettive (per lo più piccoli alberghi e strutture ricettive rurali). Nel 1999 altre 667 aziende hanno utilizzato lo stesso sistema per commercializzare i propri prodotti. Va segnalata altresì la creazione di un'associazione senza scopo di lucro. Inoltre, è stato sviluppato un nuovo software applicativo grazie ad un programma varato dal Ministero spagnolo per il turismo e sono stati conclusi alcuni contratti di sub-fornitura in materia di applicazioni tecniche con un fornitore di servizi.

Gli agenti di sviluppo raccolgono le informazioni, formano gli operatori all'informatica e forniscono follow-up e assistenza. I principali problemi emersi sono riconducibili alla carenza di competenze in ambito informatico, commerciale e gestionale fra i gruppi associati. Un comitato di orientamento controlla i flussi finanziari, mentre un capo progetto coordina le operazioni.

Paralelo 40 rappresenta un buon esempio di rete informatica in quanto tutti i territori partner ne ricavano un maggiore valore aggiunto e si rafforzano vicendevolmente, la qual cosa non è possibile per territori concorrenti che operano in modo isolato o in gruppi ristretti.

Web: www.paralelo40.org

> Caso di studio

MAESTRAZGO (ARAGONA, SPAGNA): NUOVI STRUMENTI PER LA CREAZIONE DI RETI, LA COOPERAZIONE E LA COMUNICAZIONE

Il gruppo LEADER agisce su un territorio a bassissima densità demografica (5 ab. / km²) utilizzando svariati mezzi di comunicazione elettronica per migliorare la collaborazione e il network fra gli operatori locali. Il ricorso a nuovi strumenti di comunicazione consente inoltre di mettere in relazione gli stessi operatori con partner esterni. Ad esempio, alcuni progetti relativi alla fornitura di attrezzature informatiche vengono condotti in collaborazione con altri cinque territori LEADER in Aragona, allo scopo di agevolare le relazioni fra i GAL e di condurre in comune talune operazioni, come la formazione.

Attività:

- > Dall'inizio del 1998, con una frequenza di cinque giorni alla settimana, viene pubblicata una newsletter dal titolo "Buenos Dias Maestrazgo", distribuita tramite e-mail a 225 destinatari;
- > 98 sono operatori locali, fra cui circa 30 scuole o centri di formazione, nonché comuni, associazioni, organizzazioni e aziende locali conosciute;
- > i principali partner del gruppo all'esterno della zona sono: amministrazioni, università, centri di ricerca e altri gruppi LEADER dell'Aragona.

Il contenuto è una sintesi delle principali informazioni relative allo sviluppo del "Maestrazgo de Teruel". Il bollettino è redatto a cura del responsabile della gestione del gruppo, sulla base delle attività realizzate o previste, e delle informazioni più generali ottenute, ad esempio, sul server Internet degli enti regionali. Settimanalmente, una rassegna stampa ripropone i principali articoli riguardanti la zona, apparsi nella stampa regionale o nazionale.

- > È stato allestito un centro telematico in un villaggio di 600 abitanti ed è stato avviato un corso di formazione a favore di 8 persone desiderose di operare nel telelavoro.
- > Il suddetto centro, così come un'altra struttura analoga, situata ad una cinquantina di chilometri, è dotato di strumentazione tecnica per la videoconferenza, mentre dal 1998 sono stati attrezzati altri villaggi.

- > Partecipazione a progetti di Intranet per le piccole scuole rurali e per le PMI del settore agroalimentare, con interventi di sostegno al telelavoro miranti a creare nuove attività per la popolazione locale.

Dal punto di vista delle disponibilità finanziarie, uno dei centri telematici ha ottenuto un finanziamento LEADER di 25 100 EURO. Una somma di 125 000 EURO è stata inoltre erogata a fronte delle attrezzature informatiche per le PMI e le associazioni locali. La redazione del bollettino elettronico comporta 2 ore di lavoro al giorno.

Principali risultati:

- > La newsletter rappresenta un elemento forte della comunicazione interna ed esterna. A livello locale favorisce la diffusione delle informazioni relative ai diversi progetti avviati sotto l'impulso del gruppo LEADER, e fornisce uno strumento per dare voce a tutti coloro che desiderano coinvolgersi in tali attività. All'esterno, la newsletter veicola l'immagine di un territorio dinamico, tecnicamente preparato all'utilizzo delle nuove tecnologie.
- > Attualmente 8 persone sono direttamente interessate alla creazione della loro propria attività professionale. L'obiettivo a termine è quello di fornire un sostegno alle aziende e alle organizzazioni esistenti, sfruttando al meglio le opportunità fornite dalle nuove tecnologie: comunicazione fra imprese agroalimentari o turistiche riunite in seno alle rispettive associazioni di categoria, acquisto di prodotti e centrale di prenotazione via Internet.
- > Progresso tecnologico. Sfruttando le risorse LEADER e quelle di altri programmi regionali, nazionali ed europei, il gruppo LEADER svolge un ruolo di pioniere nello sperimentare le opportunità offerte dalle nuove tecnologie in materia di comunicazione interna, impulso alla dinamica delle imprese locali, creazione di nuove attività, in un territorio rurale così scarsamente popolato.
- > Superamento delle difficoltà iniziali, fra cui i problemi di coordinamento fra gli enti e gli operatori coinvolti.

Web: www.maestrazgo.arrakis.es

5.2 Buone pratiche

Grazie all'analisi dei "case-studies" è possibile individuare le buone pratiche ai fini dell'introduzione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) per la creazione di reti e di occupazione nei territori rurali.

1. Per creare reti

- > all'interno di un territorio o di un'organizzazione le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) migliorano il livello di efficienza e permettono di prendere in considerazione gli interessi di tutti;
- > fra vari territori (ad esempio fra gruppi LEADER, enti di sviluppo rurale, ecc.) le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) migliorano i livelli di efficienza, agevolano gli scambi di idee e di buone pratiche e consentono di collocare il territorio in un contesto più ampio, affermando la sua immagine e favorendo l'accesso a nuove opportunità.

2. L'informazione veicolata

- > presuppone una gestione adeguata, per evitare ridondanze e rimanere pertinente;
- > ha una fonte e un riferimento (in linea di massima regionale/locale).

3. Formazione

- > deve poggiare su una strategia di formazione adeguata ai bisogni dei partecipanti e della rete di cui essi fanno parte: giovani, donne, adulti (formazione continua), gruppi socio-professionali (agricoltori, albergatori, ecc.).

4. Motivazione e impegno

- > le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) favoriscono la cooperazione fra vari gruppi (ad esempio, attraverso liste di argomenti di interesse o di consulenti a cui rivolgersi);
- > le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) favoriscono l'attuazione dei progetti transnazionali.

5.3 Strumenti operativi

TIC E RETI ELETTRONICHE

Reti elettroniche <ul style="list-style-type: none">> complementari alle forme esistenti di reti basate sui media e sui mezzi di cooperazione tradizionali> forme completamente nuove di contatto e relazione fra persone e gruppi, impossibili prima dell'avvento di tali tecnologie	Strumenti e risultati <ul style="list-style-type: none">> forme complementari che coniugano interazione fisica ed elettronica> nuove forme di cooperazione a distanza capaci di:<ul style="list-style-type: none">- estendere la portata spaziale delle reti (o dei gruppi di interesse), con la possibilità di creare legami su scala mondiale;- incremento in termini numerici e di varietà dei partecipanti di una rete;- incremento di intensità degli scambi in seno alla rete;- migliorata capacità della rete nel gestire l'informazione;> esistenza di un contatto regolare e permanente> accesso all'informazione> accesso alla consulenza e al know-how di esperti> diffusione dell'informazione> conservazione dell'informazione> scambio di informazioni e di idee all'interno di un gruppo virtuale (che può svilupparsi in modo formale in organizzazione/impresa virtuale)> costituzione di alleanze e ricerca di consenso> rete di prossimità> affinità con gli approcci bottom-up, più democratici> incentivazione della diversità e del dinamismo> condivisione delle competenze e dei know-how> flessibilità e attitudine nel gestire la complessità, con possibilità di reagire in tempi rapidi alle nuove situazioni
---	--

Conclusione

Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni e lo sviluppo locale: buone prospettive... a talune condizioni (*)

Per sfruttare in modo ottimale le opportunità offerte alle zone rurali dall'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni è necessario conoscere vantaggi e limiti di queste ultime.

Negli ultimi vent'anni, la Commissione europea, tra gli altri, ha attuato vari programmi per promuovere e sostenere esperienze nel campo della telematica a livello locale o regionale. Un rapido bilancio di questi programmi permette di delineare un quadro generale dei relativi successi e fallimenti, nonché di valutare i punti di forza e le difficoltà correlate alla dimensione locale o regionale.

Infrastrutture o servizi

Tutte queste esperienze, tuttavia, sono confrontate ad uno stesso dilemma: bisogna considerare in via prioritaria le infrastrutture e le reti, in un modello in cui l'offerta tecnologica suscita la domanda di servizi, oppure la priorità va riservata all'espressione dei bisogni e all'innovazione nelle possibili applicazioni, in un modello in cui è la domanda di servizi ad orientare l'innovazione tecnologica? Alcuni programmi hanno privilegiato talvolta l'una, talvolta l'altra opzione, ma nel complesso i risultati sono stati sostanzialmente inferiori alle aspettative.

I vari processi di valutazione indicano seri ostacoli alla realizzazione di uno sviluppo economico regionale basato sulle infrastrutture che supportano le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni. L'esistenza di infrastrutture non porta automaticamente al loro utilizzo. Vi è la necessità di un'adeguata istruzione, formazione e mobilitazione degli utilizzatori, nonché l'esigenza di tradurre questa tecnologia in applicazioni e servizi adatti alle imprese delle regioni interessate.

D'altro canto, in molti casi non è sufficiente offrire servizi e applicazioni su misura alle imprese locali. In parte perché, credendo erroneamente che i reali bisogni siano noti, questi non vengono definiti correttamente. Inoltre, le medesime applicazioni, anche quelle progettate per soddisfare esigenze identiche, possono rivelarsi efficaci in alcuni casi e fallire in altri, in funzione delle differenze delle realtà organizzative e socioeconomiche.

Di conseguenza, per soddisfare efficacemente gli obiettivi di sviluppo economico locale o regionale, sia le politiche infrastrutturali sia quelle orientate all'utilizzo delle tecno-

logie, devono essere integrate ad altre politiche volte a migliorare l'ambiente organizzativo e socioeconomico di ogni regione. In questo contesto, l'istruzione e la formazione svolgono un ruolo essenziale.

Il mito del decentramento

Un preconcetto riscontrato in numerosi progetti di telematica locale consiste nel credere che le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni rafforzeranno il decentramento o che, addirittura, potranno mettere su un piano di parità le regioni centrali e le regioni periferiche.

In realtà, queste tecnologie avanzate non eliminano automaticamente taluni ostacoli allo sviluppo locale o regionale che possono essere dovuti a fattori di tutt'altro tipo, come ad esempio la mancanza di una cultura dell'innovazione, attitudini manageriali non idonee ai mutamenti economici, politiche pubbliche troppo difensive, carenze in materia di qualifiche o formazione, o semplicemente caratteristiche geografiche contro le quali le reti non possono fare molto. In pratica, nel campo dei servizi l'esperienza ha mostrato che i fenomeni di decentramento non sono evidenti. Sovente, i servizi delocalizzati rientrano in un modello di tipo industriale: servizi standardizzati, semplificati, prodotti in serie, con uno scarso valore aggiunto. La tendenza, tuttavia, non è stata di decentrare questo tipo di servizi ovunque. Per questioni legate alle economie di scala, queste attività tendono ad essere concentrate in un limitato numero di località specializzate, in regioni suburbane o alla periferia di grandi centri piuttosto che in zone isolate. Del resto, la maggior parte dei servizi ad alto valore aggiunto continuano ad essere localizzati nelle grandi città e nelle regioni centrali. A tale proposito, l'esempio del telelavoro nelle isole Ebridi (Scozia) descritto nel presente numero di LEADER Magazine rappresenta probabilmente un caso eccezionale.

(*) adattamento di un articolo di Patricia Vendramin e Gérard Valenduc (Fondation Travail-Université, Belgio) pubblicato su LEADER Magazine n°19 (Inverno 1998-99).

In teoria, sebbene molti lavori abbiano acquisito una certa mobilità, non tutte le regioni sono su un piano di parità rispetto a questa mobilità potenziale. Un criterio decisivo sembra essere la disponibilità di forza lavoro in grado di offrire un servizio di qualità, con un rapporto qualità/prezzo che continua a rivelarsi determinante. È questo fattore che spiega forse il successo dell'esperienza scozzese.

Superare le distanze o superare la complessità?

Un altro preconconcetto consiste nel credere che queste tecnologie avanzate siano in grado di eliminare le distanze, superare gli ostacoli geografici e, di conseguenza, appianare le disparità tra le regioni.

È indubbio che la telematica riduca la dipendenza dal fattore "distanza" e dai punti di accesso all'informazione, nonché molti ostacoli che si oppongono alla comunicazione interattiva. Ma questo non significa che le distanze e la localizzazione siano ormai fattori trascurabili. Ciò richiama piuttosto l'attenzione su altri fattori di localizzazione, come la qualità dell'ambiente, il capitale umano, il dinamismo e il carattere innovativo delle economie e delle comunità locali, le partnership locali, ecc.

La vera specificità delle tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni non è rappresentata dall'abolizione delle distanze, ma dalla capacità di abbreviare i tempi, trattare la complessità, organizzare la flessibilità. Questa prospettiva è un elemento importante nelle politiche locali o regionali.

Ridotte potenzialità di industrializzazione

Una terza idea preconconcetta è rappresentata dal fatto di attribuire alle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni le virtù di una "industria che industrializza", ossia di un'attività di base sulla quale si innesteranno altre attività correlate, per ricostituire il tessuto industriale.

Contrariamente alle precedenti "rivoluzioni industriali", la società dell'informazione implica un ridotto numero di programmi infrastrutturali di vasta portata, che possono creare occupazione e esercitare effetti moltiplicatori sull'economia. Anche i grandi cantieri per le telecomunicazioni, come il cablaggio o la costruzione di reti hertziane, hanno una scarsa incidenza rispetto ad altre grandi opere infrastrutturali, quali la costruzione di autostrade, le linee ferroviarie ad alta velocità, le centrali di depurazione o gli impianti per lo smaltimento dei rifiuti. Il valore aggiunto

delle tecnologie dell'informazione non risiede nella loro componente materiale, ma negli aspetti immateriali. È quindi illusorio pensare che tali tecnologie possano essere la chiave di volta di una strategia di industrializzazione. È più proficuo investire nella conoscenza e nelle competenze, poiché queste permetteranno di sfruttare le nuove infrastrutture ed innovare i prodotti e i servizi. A tale proposito, l'esempio di Parthenay, in Francia, è estremamente indicativo (*si veda l'articolo corrispondente*).

Possibili piste future

L'ammodernamento dei servizi

In molti Paesi europei i servizi rappresentano una componente importantissima dell'attività economica, in particolare nelle zone rurali. Questi servizi potranno rappresentare un sostanziale fattore di crescita. Purtroppo, in alcune regioni il loro sviluppo è ancora considerato, troppo sovente, una contropartita della deindustrializzazione. I servizi pubblici sono considerati una spesa pubblica e non una risorsa. I servizi privati, dal canto loro, non sono ancora sufficientemente considerati un'attività in sé.

Nel campo dei servizi alle imprese, il fattore di crescita è rappresentato dallo sviluppo di attività che richiedono un uso intensivo delle conoscenze, che ottimizzano il know-how accumulato nell'esperienza economica locale, ma che sono anche in grado di trasformarsi in teleservizi.

Ma il cambiamento di mentalità più radicale da introdurre riguarda probabilmente i servizi pubblici. La relazione "*Costruire la società europea dell'informazione per tutti noi*" (1) è estremamente chiara a tale proposito: essa raccomanda di trasformare i servizi pubblici in una forza propulsiva della crescita nell'emergente società dell'informazione. In particolare, la relazione formula tre raccomandazioni specifiche: riorientare i servizi pubblici dall'infrastruttura al contenuto; rendere più efficaci i servizi pubblici; fare di questi ultimi un modello di erogazione di servizi.

(1) Relazione del Gruppo di esperti di alto livello sugli aspetti sociali della società dell'informazione, Direzione generale V della Commissione europea, Bruxelles, 1997. Disponibile in tutte le lingue ufficiali dell'Unione europea.

Controllare i rischi e sfruttare le potenzialità del lavoro a distanza

Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni e la ristrutturazione delle attività di servizi aprono la strada ad un'espansione del lavoro a distanza. Ma analogamente a qualsiasi altra evoluzione economica, anche il telelavoro implica dei rischi.

Il rischio principale è probabilmente quello di una **cattiva gestione della flessibilità**, quando il lavoro a distanza viene utilizzato per sfruttare una manodopera sussidiaria, in funzione delle fluttuazioni dei prezzi e dei mercati. Il lavoro a distanza, in questo caso, contribuisce allo sviluppo di impieghi precari, di breve durata. Esso istituisce l'occupabilità dei lavoratori più efficienti e obbliga gli altri ad una situazione permanente di instabilità. Si tratta di uno scenario estremamente pericoloso sul piano sociale, ma anche a livello economico. Esso può inoltre aggravare le disparità tra le regioni.

Il **rischio di delocalizzazione** è effettivamente grande per quanto riguarda le attività a scarso valore aggiunto, o per quelle che dipendono esclusivamente dalle strategie dei gruppi industriali, i cui centri decisionali sono situati all'estero. I servizi più facilmente delocalizzabili sono i servizi generici per l'elaborazione dei dati a distanza o le prestazioni specializzate ma standardizzate, quali la programmazione informatica.

Esercitare un controllo su questi rischi significa dotarsi degli strumenti che consentono di evitare una cattiva gestione della flessibilità e che impediscono delocalizzazioni troppo facili: valorizzare le specificità del capitale umano a livello locale, ammodernare i servizi commerciali e non commerciali, creare un clima sociale propizio all'innovazione sono tutti elementi che LEADER cerca appunto di sviluppare.

Priorità al capitale umano

Affermare che le risorse umane devono essere una priorità nelle strategie di sviluppo locale o regionale può sembrare evidente. Tuttavia, persino l'espressione "investire nelle competenze" è stata introdotta di recente e l'istruzione è ancora raramente considerata un investimento a lungo termine. In passato si è sovente optato per investimenti in autostrade, in poli industriali o negli aiuti materiali alle imprese, invece di investire nella formazione, nella ricerca e sviluppo, nell'aggiornamento delle competenze.

Il lavoro a distanza, lo sviluppo dei teleservizi o l'utilizzo delle reti favoriscono l'emergere di nuove professioni e funzioni che implicano l'acquisizione di nuove competenze. Tra queste ultime figurano certamente le competenze specializzate nel campo delle tecnologie, della gestione e della consulenza. Tali competenze riguardano in particolare gli addetti alla creazione, alla strutturazione e alla comunicazione dell'informazione che circola sulle reti (editori, autori, grafici, gestori di reti, progettisti di servizi on-line, consulenti, ecc.), ma anche coloro che intervengono nel funzionamento e nell'eliminazione delle disfunzioni delle reti: tecnici della manutenzione, esperti dell'aiuto on-line, esperti della sicurezza, venditori qualificati, consulenti presso PMI o amministrazioni, ecc.

Ma non è tutto. In termini più generali, lo sviluppo dei teleservizi e del lavoro a distanza richiede anche competenze non tecniche legate alla funzionalità dei servizi, che interessano numerosi posti di lavoro attuali e futuri. Si tratta in particolare delle predisposizioni alla comunicazione, della capacità di gestire gli imprevisti e le situazioni inabituali, ecc. Non sono sempre necessarie qualifiche di alto livello, ma in molti casi sono richieste competenze nuove, difficili da acquisire sui banchi di scuola o all'università. Pertanto, le strutture pubbliche di formazione hanno il fondamentale compito di garantire un'offerta strutturata in questi campi.

Tuttavia, la necessità di un continuo aggiornamento delle competenze non riguarda soltanto i lavoratori, ma anche i dirigenti di impresa. Le competenze gestionali e la cultura manageriale sono una costante essenziale per garantire il successo di qualsiasi applicazione delle tecnologie avanzate. Nello sviluppo del lavoro a distanza, dei teleservizi e delle altre applicazioni pratiche delle tecnologie avanzate di comunicazione sono determinanti, in ultima analisi, i fattori umani. Fermo restando la necessità di una soglia minima di qualità e di accessibilità, le questioni relative all'infrastruttura diventano secondarie.

In questo contesto LEADER può rappresentare un elemento fondamentale, consentendo alle zone rurali di sfruttare le nuove opportunità e di raccogliere le sfide della società dell'informazione.

