



Università degli Studi di Macerata

Facoltà di Scienze della Comunicazione  
Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione  
Indirizzo Comunicazione Aziendale

Tesi di Laurea in Editoria Multimediale

**L'INFORMATION AND COMMUNICATION  
TECHNOLOGY E IL WEB EDITING COME STRUMENTI  
FONDAMENTALI PER LA COMUNICAZIONE AZIENDALE  
EFFICACE:  
IL CASO IGUZZINI E L'ESPERIENZA NAUTES**

Laureando:

Giuseppe Mansi Difrancesco

Relatore:

Chiar. ma Prof.ssa Patrizia Adamoli

Anno accademico 2004/2005

# INTRODUZIONE

Lo scenario economico attuale vede l'affermarsi di modelli d'impresa, strutture di mercato ed ambienti competitivi innovativi. Il denominatore comune di questo cambiamento è la centralità detenuta dalle risorse intangibili nella determinazione della ricchezza. Il capitale, la terra e il lavoro, risorse tradizionali, non scompaiono, ma sono affiancate e a volte sostituite da un fattore produttivo meno visibile e quantificabile: la conoscenza. Con tale approccio, gli investimenti tradizionali in beni strumentali e in capitale fisso tendono a essere sostituiti e superati da quelli in ricerca/sviluppo e formazione delle risorse umane.

In questo processo di cambiamento che coinvolge l'intera società ha luogo la diffusione delle reti telematiche, strumenti che penetrano nell'intera struttura sociale e che modificano, profondamente, il modo di operare delle attuali organizzazioni. I nuovi scenari di mercato e attuali impongono alle aziende di dotarsi di una struttura organizzativa flessibile ed elastica che sia in grado di adattarsi velocemente ai cambiamenti, anticipare le nuove esigenze e modificare le modalità operative all'interno e all'esterno dell'azienda. In questo contesto diventano di fondamentale importanza per ogni organizzazione la raccolta, l'elaborazione e la distribuzione di informazioni rilevanti. Affinché l'informazione in quanto tale diventi conoscenza è necessario disporre, all'interno dell'organizzazione, di tecnologie atte ad elaborare la notevole mole di informazioni disponibili in modo tale che da queste si possano attingere quelle più rilevanti per la vita aziendale e in particolare per i processi decisionali.

Maggiore flessibilità non significa soltanto possibilità di poter accedere alle informazioni necessarie per il lavoro, ma vuol anche dire maggiore comunicazione aziendale nei suoi molteplici aspetti; non solo comunicazione interna istituzionale ma soprattutto comunicazione interfunzionale che penetri l'intera struttura organizzativa dell'impresa e si estenda, in maniera coerente, verso l'esterno e cioè verso i pubblici aziendali. Ma la comunicazione può dare un ulteriore contributo alla gestione dell'impresa, supportando strategie politiche e obiettivi dell'organizzazione puntando al concetto più evoluto di comunicazione organizzativa.

I nuovi modelli d'impresa che si stanno affermando sul mercato necessitano e di una buona politica gestionale della conoscenza e di una strategia di comunicazione aziendale efficiente efficace e performante. Solo e soltanto in questi termini le aziende moderne riescono a sviluppare un vantaggio competitivo rispetto ai concorrente e a sopravvivere nel mercato attuale.

Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione aiutano le aziende a sviluppare entrambi questi aspetti servendo da indispensabile ausilio.

## **OBIETTIVI E ORGANIZZAZIONE DELLA TESI**

Questo lavoro si propone di analizzare come la comunicazione e le attività delle persone si stanno trasformando per effetto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed in particolare in seguito alla diffusione di Internet e delle sue implementazioni. La portata ampia del fenomeno parte dal considerare il complesso delle trasformazioni in atto e su come queste incidono sulle attività di comunicazione delle imprese nelle istituzioni e nei media e nelle vita dei cittadini. Il web rappresenta un tassello fondamentale per l'aumento della produttività e della velocità dei processi economici tale da trasformarsi in un vero motore per lo sviluppo economico e sociale.

L'obiettivo principale di questo lavoro è dunque l'analisi della comunicazione e della gestione della conoscenza all'interno delle imprese, attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. In particolare si è voluto focalizzare l'attenzione su alcuni strumenti fondamentali che si stanno affermando sempre maggiormente nelle realtà aziendali: le tecnologie ICT tra cui il CRM, SCM, l'ERP e il DSS; le Intranet e l'evoluzioni finali di queste ossia i Portali aziendali, conosciuti come Enterprise Portal; il Web Editing e la produzione di siti aziendali fondamentali per la comunicazione esterna aziendali e il Knowledge management, ossia la gestione della conoscenza interna all'impresa.

Nella prima parte della tesi, " **Impresa e Comunicazione. Nuovi scenari e nuove esigenze della Comunicazione d'Impresa. Cambiamenti ambientali e organizzativi**" viene presentata una panoramica del nuovo assetto di mercato, dei motivi che hanno modificato e stanno tuttora modificando lo scenario ambientale e

l'assetto organizzativo delle imprese. È un cambiamento che si è voluto analizzare da tre punti di vista strettamente correlati tra loro: organizzativo, di comunicazione e relativo alle nuove tecnologie di informazione e comunicazione.

Nel primo capitolo "*La comunicazione delle imprese*" si analizzano le nuove esigenze comunicative delle imprese prendendo in considerazione non solo il concetto di comunicazione interna ma evolvendo verso concetti più estesi di comunicazione integrata e, soprattutto di comunicazione organizzativa. Infine si presentano le modalità attraverso le quali la comunicazione diventa gestione dell'impresa e l'atto del comunicare assume un ruolo nella strategia delle organizzazioni moderne.

Nel secondo capitolo "*Scenari di riferimento*" si prendono in considerazione gli aspetti economici, di mercato e organizzativi delle imprese. Si vedrà come i cambiamenti ambientali abbiano portato un nuovo tipo di organizzazione, l'impresa rete, che non è più basata su rapporti gerarchici e confini netti, bensì su capacità di rigenerarsi, mutare ed innovarsi costantemente. Affinché questo sia possibile i confini devono essere resi più permeabili e flessibili da diversi punti di vista: in verticale, diminuendo le linee di separazione tra gradi e livelli; in orizzontale permettendo la comunicazione tra funzioni differenti; verso l'esterno, mediante i rapporti tra aziende e i suoi fornitori, clienti e partner; verso nuove aree geografiche: rendendo possibile la congiunzione tra aree geografiche differenti e relativi mercati.

Nella seconda parte delle tesi "**ICT: EVOLUZIONI MODELLI E MERCATI APPLICATIVI**" vengono innanzitutto descritte le diverse tipologie di queste nuove tecnologie. Si analizza il rapporto tra *Information & Communication Technology* (ICT) e i mutamenti organizzativi e sociali che hanno caratterizzato gli ultimi anni. Si tratta come si vedrà di un rapporto bilaterale, in cui le parti si influenzano e sono influenzate vicendevolmente. In seguito si presenta una panoramica dell'evoluzione delle aziende in Rete, dove viene messa in risalto l'importanza delle risorse umane, arrivando a parlare di *Human Enterprise*. Si analizza infine l'attuale situazione dell'ICT che ha appena attraversato il periodo di crisi in cui riversava negli ultimi cinque anni per rilanciarsi nel mercato sia aziendale che non come la forza innovatrice migliore per produrre ricchezza e occupazione. Si analizzano altresì tre modalità attraverso le quali le organizzazioni

riescono a rispondere alle nuove esigenze proposte dal mercato, diminuendo il tempo di risposta al mercato e aumentando la flessibilità interna ed esterna.

Nel quarto capitolo, "*Knowledge Management*" si presenta una panoramica della società della conoscenza, analizzandone caratteristiche e vantaggi per le organizzazioni e prendendo a riferimento i principali autori che si sono occupati della materia: da Nonaka a Takeuchi a Davemport e Prusak. Si prosegue con la trattazione della dottrina alla base della conoscenza: il *Knowledge Management* di cui si presentano caratteristiche, vantaggi, rischi e strumenti di implementazione.

Nel quinto capitolo "*Intranet*" si delineano le caratteristiche del principale strumento utilizzato per gestire informazione e comunicazione. Dopo una trattazione teorica dell'argomento che pende in considerazione taluni differenti aspetti (da una possibile definizione, al processo di realizzazione di una rete interna; dai vantaggi offerti, alla comunicazione interna attraverso Intranet), viene presentata una panoramica sulle tipologie di reti esistenti. Si noterà come allo strumento intranet venga data poca importanza strategica in quanto considerato semplice strumento di comunicazione istituzionale. Perdendo quindi le reali opportunità che può offrire alle aziende.

Nel sesto capitolo, "*I portali aziendali*" si introduce uno strumento che viene considerato come la naturale evoluzione di Intranet: il portale aziendale. Se ne considerano caratteristiche, vantaggi funzionalità e, in particolare la peculiarità principale: la rivoluzione dell'accesso alle informazioni.

Nella terza parte della tesi: **"WEB EDITING: CARATTERISTICHE E SISTEMA DI IDENTITA' VISIVA AZIENDALE"** viene presentato lo studio su questo strumento che ormai coinvolge la quasi totalità delle imprese. Si comincia introducendo ai principali strumenti attraverso i quali le aziende effettuano comunicazione esterna iniziando dal considerare l'aspetto più generale dello sviluppo del mercato in questione. Si considerano poi gli aspetti strategico-tecnici del *Web Editing* servendosi dei quali l'operatore aziendale stabilisce quali siano le strade migliori da percorrere affinché l'azienda sia presente nel web e sia facilmente riconoscibile. Si introduce quindi allo studio dei linguaggi di programmazione, ai software utilizzati per la creazione e la gestione di siti aziendali e alle metodiche utilizzate per la progettazione grafica e per il sistema di identità visiva dell'impresa. Dopo aver analizzato l'aspetto dei

costi di gestione e di struttura di questa tecnologia si delineerà la caratteristica di un'altra tecnologia connessa e affine ma molto più giovane; *Extranet*. Si analizzeranno caratteristiche, vantaggi e opportunità di questa nuova tecnologia per la comunicazione dell'azienda virtuale.

Nella quarta parte della tesi **"DALLA TEORIA ALLA PRATICA. CASI STUDIO: IGUZZINI E NAUTES"** si presentano due casi di studio di cui mi sono occupato in prima persona. L'argomento della tesi è infatti di difficile analisi nella realtà in quanto sia le reti aziendali che tutti gli strumenti della gestione della conoscenza sono confinati tra le mura delle imprese o al massimo estese a partner e fornitori. Analizzare un sito internet aziendale lungi dall'essere facile, in quanto occorre avere contatto con la realtà interna agli uffici di comunicazione di una azienda per comprendere realmente tutto ciò che sta alla base della strategia della visibilità; occorre dunque avere una esperienza di tipo pratico e diretto. Ho scelto quindi di analizzare il caso di una delle più importanti aziende a livello mondiale di sistemi di illuminazione, IGUZZINI. Sono stato ospite nelle strutture dell'azienda per meglio comprendere la realtà aziendale e per studiare in contatto diretto tutte le metodiche e le strategie alla base della comunicazione esterna di questa azienda leader nel suo campo. Presso questa azienda ho avuto modo di visionare attivamente tutta la fase di progettazione e realizzazione de web site di cui si avvale l'azienda, avendo quindi modo di studiare, oltre agli aspetti prettamente tecnici, come la programmazione, anche gli elementi di progettazione, come l'analisi delle esigenze comunicative. La comprensione delle metodologie e dei linguaggi informatici per la realizzazione e la pubblicazione di siti web mi è stata facilitata da una esperienza di stage fatta in precedenza presso il Centro di Informatica e Multimedialità dell'Università di Macerata, dove ho realizzato il sito web della struttura in questione.

Il secondo caso che ho analizzato riguarda un'Agenzia ormai affermata di soluzioni software e gestionali per le aziende di tutte le dimensioni: **NAUTES**. Questa impresa progetta e realizza soluzioni ad alto contenuto tecnologico attraverso software gestionali e metodologie applicative. Inoltre è il primo *spinn-off* dell'Università Politecnica delle Marche: mette in pratica ,attraverso la creazioni di soluzioni tecnologiche, gli studi accademici in ambito ICT. Offre servizi integrati e specializzati di consulenza su progetti ICT per organizzazioni pubbliche e private. È stato possibile analizzare e studiare sia

aspetti tecnologici di applicazioni e metodologie software sia aspetti che considero di primaria importanza per l'affermazione di una qualsiasi impresa: il Knowledge Management. Utilità interessantissima per la capitalizzazione della conoscenza e l'accrescimento delle competenze del capitale umano dell'impresa.

Dopo aver analizzato empiricamente i casi studio, attraverso lo studio sul campo degli argomenti trattati, vengono presentate le considerazioni finali, che riguardano la comunicazione aziendale "efficace", vista da un'ottica ancora accademica.

Note: il presente lavoro si articola in 267 pagine.