

I segreti del successo? Prodotti nuovi e giusto marketing

«Ci sono le piccolissime aziende che operano nel campo dell'Information and Communication Technology (Uct), ma anche quelle molto più grandi del mondo farmaceutico. La realtà è che comunque stiamo parlando di un settore di difficile descrizione, "a macchia di leopardo", dove non manca chi si sviluppa, chi mantiene le posizioni e chi, purtroppo, accusa i colpi della crisi. In generale, però, quello che conta è comunque la crescita legata a prodotti innovativi, politiche commerciali e di marketing mirate, oltre ad una diversificazione dei mercati del lavoro». È molto dettagliata la radiografia delle aziende hi-tech tracciata da Andrea Piccaluga, docente di management presso la Scuola superiore Sant'Anna di Pisa ed autore di un rapporto annuale su questo particolare settore: un mondo che sta portando la Toscana verso vette impensabili e che si

dimostra particolarmente complesso e variegato. Due esempi? Oltre alle aziende regionali premiate nel Red Herring Top 100 Europe di cui parliamo a parte, l'esperto del Sant'Anna ne cita almeno altre due: la Colorobbia di Montelupo Fiorentino innanzitutto, che da industria del colore finalizzato alla ceramica ha investito nella ricerca con ottimi risultati nel campo dei nanomateriali e le relative applicazioni di tipo biomedicale e nella

sanità; oppure la Extrasolution, azienda spin-off dell'Università di Pisa con sede nel Polo Tecnologico di Navacchio e specializzata negli studi sui film per il packaging.

Tornando ai numeri, l'osservatorio di Unioncamere Toscana e della Scuola Superiore Sant'Anna ha censito, allo scorso 18 febbraio 2013, 1.468 localizzazioni high-tech sul territorio regionale, di cui 1.212 fanno capo ad aziende nate in Toscana. Il fatturato delle imprese ad alta tecnologia si aggira attorno ai 12.195 milioni di euro, in base alle stime su dati di bilancio. Gli addetti sono 40.993 e il 64,3% è dipendente di aziende toscane. Secondo il rapporto, si tratta di strutture in prevalenza di dimensioni micro (meno di dieci addetti), ma ad elevata intensità tecnologica. Il 75% di queste imprese, tra l'altro, ha introdotto innovazioni che, in quasi la metà dei casi, si sono trasformate in nuovi prodotti sul mercato, con una forte propensione all'export. (s.b.)



Andrea Piccaluga (Sant'Anna)

