

L' Italia hi-tech: aziende troppo piccole crescono ma non innovano nè assumono

IL RAPPORTO ANITEC-ASSINFOM PRESENTATO OGGI FISSA I LIMITI DEL SETTORE IT: C' È UN DEFICIT DI CULTURA MANAGERIALE CHE TIENE LE **IMPRESE** BLOCCATE SUI MERCATI LOCALI E SU DIMENSIONI RIDOTTE. COSÌ NON SI CREANO POSTI DI LAVORO

Stefano Carli Roma Un settore industriale troppo frammentato, con una plethora di aziendine troppo piccole (dimensione media 4,9 addetti) ma che nonostante questo cresce, e un' azienda su 4 pensa che nel 2017 crescerà più del 5%. Un settore in cui 6 aziende su dieci hanno meno di 16 anni ma che nonostante questo è poco propenso ad innovare e con un atteggiamento conservativo fin dalla testa, dal management. In sintesi: un settore che cresce, ma che potrebbe crescere molto di più; che ha un tasso di produttività procapite superiore del 40% alla media italiana ma che perde occupazione mentre potrebbe avere un saldo attivo impressionante. Questa fotografia a forti contrasti è quella dell' IT italiano, che verrà presentata oggi a Roma da parte di Assinform Anitec, l' associazione confindustriale del comparto tecnologico italiano, sulla base dei dati elaborati ed analizzati da Net Consulting Cube e quest' anno anche con il supporto di una ricca indagine targata Istat che per la prima volta traccia una geografia precisa del settore e delle sue articolazioni funzionali, dimensionali e territoriali. Stiamo parlando di un comparto che conta 87 mila **imprese**, 430 mila addetti, che vale il 3,7% del pil. Dove il 60% delle **imprese** fa comunque innovazione, ma visto il comparto potrebbe essere molta di più. Insomma, non è un settore vecchio, ma ha un problema di nanismo che a questo punto è un problema di arretratezza culturale più che di mancanza di opportunità. «La maggior parte delle **imprese** ha superato la crisi - spiega il presidente di Anitec Assinform Stefano Pileri, ceo di Italtel - ma ha faticato di più proprio per le dimensioni ridotte. Aziende piccole hanno poche



risorse finanziarie e non riescono a far fronte a un altro cronico difetto del sistema italiano, ossia la cronica sottovalutazione dei prezzi dei servizi, il cui acquisto è tutt'oggi prevalentemente basato su gare al massimo ribasso». All'Italiano serve dunque un salto di qualità. Il settore è molto cambiato - spiega il presidente di Net Consulting Cube Giancarlo Capitani - ha passato il guado delle trasformazioni imposte dai mercati in questi anni. Molte **imprese** di prima della crisi non ci sono più, sono state sostituite da nuove, ma anche queste sono piccole, soffrono di localismo. E questo crea una seconda frattura: sta tornando ad allargarsi il gap territoriale: l'Italiano si concentra prevalentemente concentrando al nord. Ma soprattutto, stiamo perdendo opportunità: come Net Consulting stiamo concludendo l'elaborazione dei dati dell'Osservatorio sulle competenze digitali che presenteremo prossimamente a Milano e stimiamo che già in questo 2017 il comparto evidenzia già un fabbisogno di 85 nuove competenze, tra nuovi ingressi e "reskill" di vecchie posizioni obsolete". Che cosa è dunque successo in questi anni. Bisogna entrare nei dati e nelle articolazioni. Il comparto hardware ha perso il 23% delle **imprese** e 17 mila addetti. Al software è andata un po' meglio: sono aumentate le **imprese** ma il saldo occupazionale è negativo per 5 mila unità. E' la distruzione di posti di lavoro della digitalizzazione? Sì, ma tenendo conto che manca l'altra faccia della medaglia, quella dei nuovi posti. Ed è qui che si sono le note negative. Perché si sa qual è il comparto che cresce anche in posti di lavoro, quello dei servizi alle **imprese**. Oggi l'Italiano non è più vendere prodotti ma instaurare con le **imprese** clienti un rapporto consulenziale, il cloud, l'internet delle cose, le piattaforme per le analisi di dati e flussi informativi. Tutto va commisurato alle esigenze di ogni singola azienda. Gli stessi agenti Microsoft che fino a ieri si limitavano a fatturare le vendite di licenze d'uso, oggi devono offrire un dialogo costante e una interlocuzione continua con le **imprese** che assistono. Ed ecco che questo fa emergere i gap. Le **imprese** dell'Italiano, nonostante siano **imprese** tecnologiche, investono meno di quello che dovrebbero perché non hanno il volume per contrattare l'acquisto di risorse dal mondo bancario e da quello dell'equity o del venture. E senza accelerare sull'innovazione di prodotto, non escono dalle nicchie dei loro mercati locali, non fanno crescere il business e non creano nuovi posti di lavoro. Rileva infatti NetConsulting che già nel solo 2015, ai primi cenni di ripresa economica, le **imprese** Italiane sono subito cresciute di ben 2 mila unità (non certo nell'hardware) e hanno creato 11 mila posti di lavoro in più. Ma si potrebbe fare molto di più. Cosa serve? «Serve sostegno politico - spiega Capitani - Che non arriva creando "campioni nazionali" ma lavorando per diffondere cultura di impresa digitale, a partire dal management. Bisogna convincere le aziende maggiori a tornare a fare formazione interna. Una volta c'erano realtà guida come Olivetti e Fiat che avevano creato scuole manageriali di grande livello. Se ne sente la mancanza». © RIPRODUZIONE RISERVATA 1 2 Stefano Pileri (1) presidente di Anitec-Assinform Giancarlo Capitani (2) presidente di Net Consulting Cube.