

tori posino la fibra, che siano realizzate le trasmissioni mobili e satellitari. Ma serve anche l'alfabetizzazione. Manca moltissima conoscenza e questo è sorprendente in un Paese moderno come l'Italia. A tal proposito aggiungo anche che stiamo ripartendo per illustrare al Paese il progetto IXI, Imprese Per l'Innovazione lanciato anni fa dal Ministero per l'Innovazione insieme a Confindustria.

È veramente inderogabile passare dalla rassegnazione del *digital divide* alla promessa della *digital prosperity*. Il ritardo che scontiamo in termini di alfabetizzazione e digitalizzazione può diventare una grande opportunità di crescita. È fondamentale ritrovare l'ossessione per l'efficienza, per l'innovazione e per la meritocrazia. So che il Ministro Brunetta ci sta lavorando con entusiasmo, e desidero rassicurarlo che Confindustria e le imprese sono dalla sua parte.

PORTARE LE IMPRESE SU INTERNET

di ENNIO LUCARELLI

Delegato Confindustria alle Tecnologie digitali per le imprese nel quadro di "Industria 2015"

L'Osservatorio Italia Digitale 2.0 ci dice che l'impresa italiana è indietro, ma qualche notizia positiva c'è. Secondo l'ultimo Rapporto Assinform, nel 2008 vi erano circa 4,5 milioni di imprese in Italia, di cui 3.620 con oltre 250 addetti, 22.658 di medie dimensioni con un numero di addetti compreso tra 50 e 249, infine i restanti 4,4 milioni di imprese sotto i 50 dipendenti. Questo è il panorama.

La domanda di Ict in Italia ammonta a circa 34 miliardi di euro. Una cifra importante, ma segmentando la spesa si scopre che le grandi imprese sostengono mediamente 5 milioni di euro di spesa l'anno ciascuna, le imprese di medie dimensioni ne spendono 350 mila, mentre quelle piccole spendono solo 1.350 euro l'anno per l'It. Con questo tipo di spesa non si può fare molto.

Scomponendo la spesa, quella per le Tlc ammonta a 12,4 miliardi di euro, quella per It è invece pari a 19 miliardi. La spesa per Tlc tra il 2006 e il 2008 è diminuita, come ci si poteva aspettare: il costo delle Tlc si è ridotto notevolmente nel corso degli anni. L'uso di internet permette grandi risparmi per le imprese che usano le comunicazioni in maniera intensiva, perché le comunicazioni sono diventate più efficienti e meno costose. Ma queste stesse imprese non sono ancora passate a internet 2.0. Si stanno attrezzando, ma non in maniera sufficiente.

Procediamo ad un'ulteriore segmentazione, guardando ai settori merceologici.

37 PAGINA

LA RIVISTA
DI CONFINDUSTRIA
SERVIZI INNOVATIVI E TECNOLOGICI
DICEMBRE 2009

F O C U S I T A L I A





Le piccole aziende hanno numeri importantissimi, quanto a incidenza. Se pensiamo alle eccellenze italiane: industria alimentare, nanotecnologie, abbigliamento, arredamento, chimica, nautica, difesa, aerospazio, la massa critica per sviluppare applicazioni mirate ai singoli settori è molto poca. È questa la ragione del ritardo italiano.

L'Unione Europea ha lanciato dal 2006 una strategia di innovazione mirata ai *cluster* regionali, come una delle nuove priorità strategiche per la competitività. Sono stati identificati 1.100 *cluster*, localizzati principalmente in cinque Paesi: Germania, Regno Unito, Francia, Spagna e Italia.

L'Italia si difende bene, e questa è la nota positiva: 222 *cluster*, 1/5 del totale, 5,7 milioni di addetti; 99 di questi *cluster* sono classificati come forti o molto forti nell'export. Ma il confronto con Regno Unito e Germania, che hanno *cluster* "very strong" ancora ci penalizza, mentre siamo pressoché a pari merito

con la Francia e più avanti della Spagna. Credo che si debba seguire attentamente il lavoro che si sta facendo in Europa, e in particolare i piani per l'innovazione rivolti a Pmi e *cluster*, dove sicuramente abbiamo dei punti di forza. Come detto, l'Unione Europea censisce 220 *cluster* in Italia. Secondo la letteratura a nostra disposizione, ve ne sono da 100 a 300.

Dunque le analisi europee vanno raffinate, ma il merito è l'esistenza di un'azione mirata. L'obiettivo da perseguire è l'aggregazione della domanda. Diversamente, sarà difficile rispondere a quanti spendono 1.300 euro l'anno per l'informatica. Questo è un impegno su cui lavorare, a partire dai settori più diffusi sul territorio: abbigliamento, costruzioni, macchine per costruzioni, automazione, meccanica, macchinari, che sono presenti nella maggior parte delle regioni italiane. E di questi, molti sono forti nella competizione internazionale, nella capacità di attrazione

di investimenti e nella capacità di specializzazione. Per l'innovazione di questo Made in Italy erano stati promessi 250 milioni, di cui forse ne saranno stanziati 190. Per l'innovazione digitale era stato promesso un programma specifico di Industria 2015, con l'obiettivo di migliorare la capacità delle nostre imprese di offrire soluzioni. Lavorare per distretti, e quindi per target di domanda aggregata, permette proprio un nuovo modo di offrire soluzioni, un nuovo modo di fare servizi, una nuova possibilità per le imprese di approfittare delle potenzialità della rivoluzione internet. È gravissimo pensare a quanto stiamo perdendo in termini di quote di mercato all'estero solo perché le nostre imprese non sono su

internet. Il commercio al dettaglio sta cambiando forma, mentre gli acquisiti veicolati attraverso i canali tradizionali del commercio si riducono, sta conoscendo una crescita imperiosa su internet. A Natale 2008, quando tutti i mercati erano in caduta a causa della crisi, gli unici mercati che hanno resistito sono stati quelli presenti su internet.

Al centro dell'attenzione del nostro programma comune in Confindustria deve essere l'impresa. Portare le imprese su internet e superare il *digital divide* è un tema prioritario. Dobbiamo portare avanti il tema dell'innovazione delle applicazioni, per venire incontro alle caratteristiche del sistema industriale italiano, che ha in sé molti punti di forza, ma anche una grande frammentazione. Lavorando insieme all'Europa e alle stesse imprese possiamo trovare delle soluzioni.

PROGETTI-PAESE PER CRESCERE

di ALBERTO TRIPI

Delegato Confindustria per il Coordinamento Servizi e tecnologie e per l'e-government

L'Italia ha sicuramente un gap da colmare, per quanto riguarda la diffusione di alcune tecnologie, come internet e banda larga. Ma siamo leader in tutte le classifiche d'uso dei telefonini. E pensiamo anche a quel gigante che è la televisione. L'atteggiamento italiano verso la televisione è di complicità, con tanta voglia di usarla. Non dimentichiamo quindi che uno dei canali per la digitalizzazione passa proprio per la televisione. In realtà, quindi, il nostro Paese ha un atteggiamento positivo verso la tecnologia molto più di quanto siamo abituati a pensare. Il punto è che abbiamo la tendenza a vederci meno forti di quanto siamo, specialmente nel confronto con i nostri *competitor* internazionali.

Con Gabriele Galateri ed Ennio Lucarelli stiamo mettendo insieme tasselli per contribuire allo sviluppo del nostro Paese, sfruttando la determinazione del Ministro Brunetta, che fa sentire la sua voce con toni accesi, ma efficaci. Da anni sostengo che la necessità di modernizzare la Pubblica Amministrazione, è una vera molla per lo sviluppo. Oggi registriamo risultati interessanti, ma si può fare di più, e dobbiamo approfittare dell'entusiasmo del Ministro. È fuori di dubbio che l'infrastruttura di banda larga non possa esistere senza servizi, e viceversa. Stiamo pensando a servizi che vogliamo configurare proprio nell'ottica di allineamento tra domanda e offerta. L'errore è pensare troppo in ottica di offerta – e l'offerta italiana è molto efficace – dimenticando la domanda. Nei progetti che stiamo elaboran-

39 PAGINA

LA RIVISTA
DI CONFINDUSTRIA
SERVIZI INNOVATIVI E TECNOLOGICI
DICEMBRE 2009

F O C U S I T A L I A

