

Hi-tech. Oggi scatta il Tosm di Torino Industria digitale e filiere produttive a caccia di affari



Filomena Greco
TORINO

■ L'Italia digitale al centro della versione, rivista e corretta, del Tosm, il "Torino software and systems meeting", iniziativa di Camera di commercio e Unione industriale, organizzata da Torino Wireless e tutta centrata sull'Ict made in Piemonte. L'appuntamento si trasforma, diventa occasione di incontro per un anno intero con i buyer dell'Ict e da oggi raduna a Torino - in una due giorni fitta di incontri - esponenti delle maggiori imprese italiane del settore per mettere a fuoco quali sono le dinamiche di investimento e le future occasioni di sviluppo.

«Partiamo dall'idea - spiega Rinaldo Ocleppo, presidente del gruppo Ict dell'Unione industriale di Torino - che l'agenda digitale rappresenti una forte occasione di sviluppo, che però al momento sembra bloccata. La due giorni torinese, a cui parteciperà anche il ministro Profumo, è l'occasione per mettersi intorno a un tavolo in prospettiva di un rilancio». Un rilancio necessario se si guarda alla fotografia fornita da Assinform/NetConsulting: in Italia la spesa media It procapite è pari a 299 dollari, non comparabile con gli Stati Uniti (1.422) e comunque più bassa di Germania, Regno Unito e Francia, e con un rapporto spesa it/Pil inchiodato all'1,8% (la metà rispetto ai competitor europei).

Il convegno sarà anche l'occa-

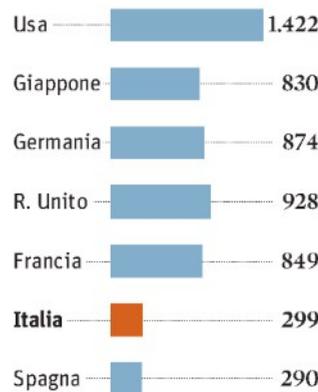
sione per avviare la nuova versione del Tosm che da avvenimento con una impostazione più fieristica diventa occasione di incontro tra grandi operatori di mercato (una ventina quelli presenti tra cui Telecom Italia, Rai e Fiat) e imprese del territorio. Un comparto, quello piemontese, che vale l'8% dell'Ict italiano, cuba circa 9 miliardi di fatturato e conta circa 8 mila aziende, oltre 5 mila concentrate in provincia di Torino, con oltre 579 milioni di export, in crescita dell'8,2% nel 2011 rispetto al 2010. «Nella seconda giornata del convegno - aggiunge Ocleppo - i grandi buyer illustreranno le linee di investimento sui prossimi 12-24 mesi così da mettere in condizioni le aziende del settore di preparare offerte coerenti con le esigenze dei principali operatori. La fase successiva saranno gli incontri one to one organizzati nei prossimi mesi».

Con i B2B tematici, interviene Alessandro Barberis, presidente della Cdc di Torino, «selezioneremo gli operatori istituzionali e privati interessati all'offerta piemontese, anche stranieri, grazie al costante lavoro di analisi dei mercati internazionali fatto dal nostro progetto Think up, gestito da Ceipiemonte». Un lavoro di sostegno e promozione alle aziende locali, «uno strumento di marketing del territorio» come lo definisce Laura Morgagni, direttore generale di Torino Wireless, che articolerà il matching tra domanda e offerta lungo nove filiere, dall'automotive alla sanità, dall'energia all'edilizia, dalle banche alle organizzazioni di promozione turistica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sette Paesi a confronto nella spesa procapite in It (in dollari)



Fonte: Assinform/NetConsulting

