

DOVE VA LA MANIFATTURA

Nelle nicchie di mercato
l'Eldorado dell'Ict

► pagina 40

La questione industriale

DOVE VA LA MANIFATTURA

Nelle nicchie l'Eldorado Ict

Speranze legate alle crescenti richieste di servizi innovativi, cloud e app

14 **Elettronica e Ict**

Angelucci: «Abbiamo chiesto l'introduzione di una tecno-Sabatini per agevolare gli investimenti in beni e servizi innovativi»

MERCATO IN RALLENTAMENTO

Le imprese del digitale hanno chiuso il 2012 con affari in flessione dell'1,8% trascinati in basso dalle componenti tradizionali

Andrea Biondi

MILANO

Le difficoltà dei numeri sono innegabili, con un giro d'affari sceso dell'1,8% annuo nel 2012, peraltro a fronte di una crescita del 5,2% a livello mondiale.

Parafrasando Dante è qui però che «si parerà la nobilitate» dell'industria tecnologica italiana, con la sua capacità di reazione all'entrata sulla scena di cloud computing e app che potrebbero far gioco alle imprese di casa nostra, trasformando in punti di forza quelli che finora sono stati considerati, a buon diritto, punti di debolezza. Non è un mistero la taglia ridotta delle imprese italiane. Il che, tuttavia, vuol dire anche molto spesso maggiore flessibilità e creatività: doti basilari per farsi spazio in un mercato in cui la concorrenza si fa con produttori, di hardware come di software, che "battono bandiere" di ogni parte del mondo.

Del resto la globalizzazione ha lasciato ben poco spazio alla produzione nostrana di hardware e circuiti, orfana da tanto del big Olivetti. St Microelectronics è sicuramente un alfiere di primo livello, ma per il resto è arduo, se non impossibile, immaginare la nascita di Lenovo italiane, come di Intel o Texas Instruments tricolori in grado di imporre chip made in Italy. Se questa è la situazione, è comunque vero che, al netto del fatto che la crescita dimensionale resta importante e su questa occorre anche puntare, tra gli addetti ai lavori si è fatta strada la consapevolezza che ci sono bisogni "di Ict" delle imprese che attendono

di essere coperti. E, fra cloud, data center e altro, le richieste vanno nella direzione di servizi sempre più su misura e innovativi.

Ecco la prateria che si propone alle imprese della filiera italiana dell'Information & communication technology. A questo punto però arrivano i "ma". «È innegabile - afferma il presidente di Assinform, Paolo Angelucci - che l'andamento congiunturale non sta aiutando. È per questo che, per esempio, abbiamo chiesto una tecno-Sabatini per agevolare investimenti in beni e servizi innovativi da parte delle Pmi». Insomma, serve «un'azione di sistema. Se guardiamo agli investimenti nelle infrastrutture di telecomunicazione per esempio (si veda altro articolo in pagina, ndr.) il mercato è potenzialmente pronto a ripartire. Ma è necessario uno sforzo. Occorrerà per esempio vedere come si andrà avanti sul fronte dell'Agenda digitale. Oppure quale sarà la politica a favore delle start up come delle smart cities».

Tutte variabili non indifferenti. Tant'è che la stessa Assinform, nel suo rapporto annuale redatto insieme con NetConsulting, ha sì previsto un calo del "Global digital market" anche nel 2013, dopo il -1,8% del 2012. Ma ha altresì messo agli atti una flessione più o meno marcata, a seconda appunto che ci si trovi in uno scenario "statico" o "dinamico", e quindi con azioni a favore dell'Agenda digitale, mettendo fine ai ritardi nei pagamenti della Pa, dando incentivi e crediti d'imposta per l'innovazione. Con questi interventi il 2013 potrebbe chiudersi con un business in calo dell'1,5%; senza, la flessione sarà del 3,6 per cento. In cifre, a ballare sono 2 miliardi con un mercato digitale che nella sua versione "global" - con ambiti prima esclusi dal perimetro Ict come contenuti digitali, apparecchiature home-office connettibili in rete, Internet delle cose - sfiorerebbe i 65,7 miliardi di euro nello scenario "statico" e i 67,1 in quello "dinamico".

«Il problema serio, strutturale, sta nel fatto che questa crisi perdurante, che si riflette in-



vitabilmente sui consumi, sta iniziando a incidere anche sui centri d'eccellenza», dice **Cristiano Radaelli**, presidente di Anitec, che riunisce i produttori di tecnologie e servizi Ict e dell'elettronica di consumo. «Le imprese - aggiunge Radaelli - per poter essere competitive hanno bisogno di processi digitali. Quello che non è considerato appieno è l'importanza degli investimenti in tal senso per tutti: per le imprese e per il sistema nel suo complesso. E non si considera che per l'Italia oggi si presenta un'occasione, legata alla richiesta di prodotti e servizi sempre più di nicchia».

La qual cosa non si traduce solo in app e territori inesplorati. Bravosolution, piuttosto che Reply, Datalogic o Exprivia sono realtà consolidate che ben possono essere ricomprese in questo contesto. «Con tutti i limiti del sistema l'industria italiana ha forti competenze da mettere a frutto», sostiene **Domenico Favuzzi**, presidente e ad di Exprivia, azienda da 1.560 addetti in Italia e sede a Molfetta che è una dimostrazione di come realtà del genere possano attecchire anche in aree disagiate dal punto di vista industriale tout court.

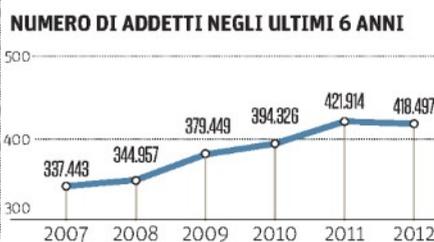
È innegabile però che la spinta delle componenti nuove - su tutte gli smartphone le cui vendite in Italia nel 2012 hanno sfiorato i 9 milioni, con una crescita del 62%, - sta ponendo all'attenzione le possibilità nel terreno, non più vergine ma neanche popolarissimo, degli sviluppatori di app. Secondo i dati del Politecnico di Milano, i ricavi di queste "aziende" sono quasi raddoppiati in un anno, sfiorando i 150 milioni di euro. «Non bisogna eccedere nel pensare a entormi possibilità occupazionali. Ma visto anche il grado di penetrazione della telefonia mobile in Italia, quello delle app è certamente un mercato che può dare soddisfazioni», spiega **Filippo Maria Renga**, del Politecnico di Milano. Ne sanno qualcosa dalla Nokia. «Per quanto ci riguarda - conferma **Paola Cavallero**, ad di Nokia Italia - stiamo facendo varie azioni di training e supporto per gli sviluppatori. In alcuni casi, come per l'iniziativa App Campus che portiamo avanti con Microsoft, anche con sostegni economici. L'evoluzione dell'ecosistema va sostenuta, perché conviene a tutti».

[@An_Bion](#)

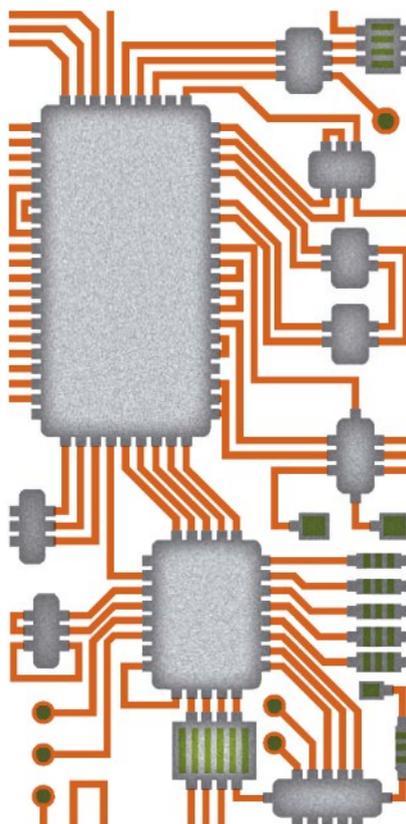
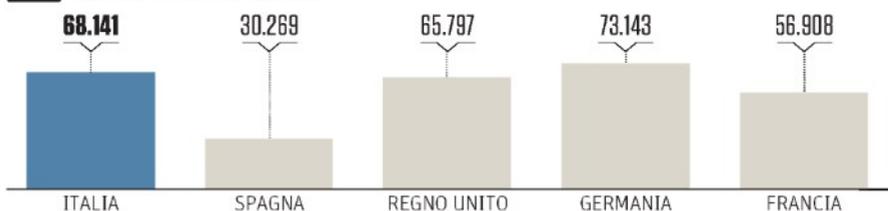
© RIPRODUZIONE RISERVATA



4,7 MEDIA ADDETTI PER IMPRESA

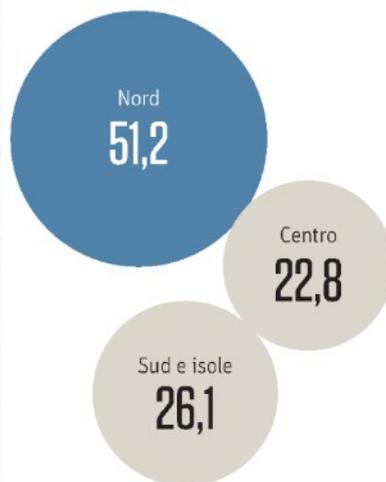


GLOBAL DIGITAL MARKET
Dato 2012, in milioni di euro

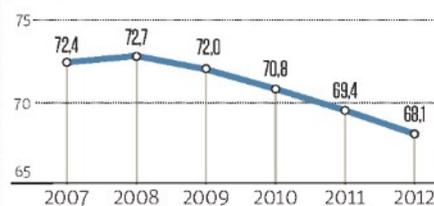


Fonte: NetConsulting, Assinform

LA PRESENZA TERRITORIALE
Dati in %



ULTIMI 6 ANNI
Fatturato in miliardi di euro



IL RATING DEL SOLE



Il punteggio

Attraverso una griglia di 14 variabili ciascun settore industriale è definito nei suoi punti di forza e di debolezza. Elettronica e Ict hanno un sicuro plus nell'innovazione, ma soffrono la mancanza di reti e il calo del mercato domestico.

IL RATING



PUNTI DI FORZA

1

INNOVAZIONE

Nonostante la limitatezza degli investimenti in R&D e legami non molto stretti con le università l'innovazione non manca, a conferma del pragmatismo del settore

ALTA



2

PRESENZA MULTINAZIONALI

La presenza in Italia di aziende a capitale estero compensano un difetto di internazionalizzazione che altrimenti sarebbe risultato penalizzante

BUONA



3

RELAZIONI INDUSTRIALI

Su entrambi i fronti di parte sociale il settore sta dando prova di concretezza non dando adito a vertenze contrastate o situazioni di conflitto comuni ad altri settori

DISCRETA



PUNTI DI DEBOLEZZA

1

ALLEANZE STRATEGICHE

Le alleanze strategiche sono limitate non solo dall'individualismo e dalla dimensione media aziendale, ma anche dal guardare poco al mercato estero

BASSO



2

CAPACITÀ DI FARE RETE

La capacità di fare sinergia sarebbe molto importante in un mercato globalizzato come quello attuale, ma risulta penalizzata dall'esistenza delle tante Pmi nel settore

SCARSO



3

MERCATO DOMESTICO

Le vendite risultano in calo nelle attività tradizionali e in crescita, anche a due cifre, in quelle di nuova generazione. Ma il mercato soffre il periodo di crisi

INSUFFICIENTE



L'evoluzione



LA POLARIZZAZIONE

La spinta delle «nuove» componenti

Nel 2012 in Italia le vendite di Pc sono calate (-13,8%) a 5,34 milioni di unità, a fronte del +139,2% dei tablet: a più di 2 milioni di pezzi



L'INVITO ALLA POLITICA

Incentivi e crediti d'imposta

Dalle aziende arriva la richiesta di una Tecno-Sabatini per agevolare gli investimenti



L'UNIVERSO DELLE APP

Un mercato in forte ascesa

Secondo le elaborazioni Netconsulting il mercato 2013 delle app supererà i 25 miliardi di dollari. Per il 95% si rivolgono agli smartphone