

Assinform, il manifesto per la crescita digitale

Per le Pmi è strategica la condivisione delle esperienze

Paolo Castellacci

Presidente di SeSa Spa e coordinatore Area "Credito e Finanza" di Assinform

Alle startup serve equity che permette di chiudere l'azienda in bonis in caso di fallimento senza generare debito non rimborsabile

L'importanza di **Assinform** come associazione che mette a fattor comune competenze e investimenti per aziende di ogni dimensione. Il 43° rapporto **Assinform** sottolinea come il nostro mercato oggi sia dominato più da luci che da ombre. L'opportunità che la rivoluzione digitale sta offrendo alle nostre imprese è strategica: alcune realtà la stanno già cogliendo, ma c'è molto da fare ancora. Sicuramente la crescita segnalata dal Rapporto su tutti i contenuti digitali, sulle soluzioni di nuova generazione, sull'Internet delle cose, sui servizi di Data Center e sul Cloud, imprime in noi un senso di positività per tutto il settore Ict. Siamo tornati finalmente a crescere, ma dobbiamo sfruttare al massimo questa grande occasione e per farlo dobbiamo fare in modo che tutte le aziende Ict siano coinvolte in questo processo. Individuare i temi sui quali lavorare è importante e grazie al rapporto **Assinform** siamo riusciti a farlo. Ma tutte le aree che oggi sono diventate un leva per la competitività, portano con sé una complessità estrema. Per adottare soluzioni come il cloud, i big data, solo per fare alcuni esempi, è necessario fare investimenti sia in termini di competenze sia in termini economici. In questo, **Assinform**

rappresenta un valido supporto per tutte le aziende, soprattutto per quelle piccole. Molto spesso ho cercato di far passare questo messaggio e sono convinto che sia importante continuare a farlo. Nella nostra associazione manca infatti il 10% dei dipendenti del settore Ict. Si tratta di aziende piccole e piccolissime che proprio dalla condivisione delle esperienze d'innovazione maturate da realtà più grandi possono conoscere quali strade seguire, quali soluzioni adottare per migliorare, solo adattandole alle proprie esigenze strategiche consolidate. Un esempio concreto? Solo il 5% delle imprese italiane (da 10 addetti in su, settore finanziario escluso) nel 2014 hanno venduto online almeno l'1% del fatturato, a fronte del 15% della media Ue28, valore che per la Francia è del 12%, per la Spagna del 17%, per l'UK del 20% e per la Germania del 23%. Cercare di invertire questa tendenza è importantissimo e la condivisione è fondamentale. Un messaggio che stiamo sostenendo con iniziative territoriali come il tour "Territori digitali", durante il quale Microsoft, Sesa e alcune Pmi hanno portato esempi concreti d'innovazioni in città come Firenze, Trieste, Reggio Calabria e Napoli, fino ad ora. Oltre a questo stiamo definendo accordi con importanti enti finanziari per aiutare concretamente le imprese rispondendo con soluzioni diverse ad esigenze diverse. Per questo **Assinform** deve essere sempre più presente sul territorio in maniera diffusa e capillare nell'interesse delle aziende del nostro settore.

