

## FINALMENTE ICT COL SEGNO PIÙ MA NON BASTA

DI GILDO CAMPESATO

«**L** mercato digitale italiano ha cambiato segno e si rinnova»: l'osservazione è del presidente di [Assinform](#) [Agostino Santoni](#) a commento del ritorno al segno più del mercato digitale italiano, fotografato dal rapporto [Assinform](#) sull'anno 2015.

Non possiamo che concordare con la soddisfazione di Santoni anche perché la crescita, come giustamente osservato, è legata a una domanda più consapevole del nuovo: innovazione di servizi, prodotti e processi grazie a web, cloud, IoT, applicazioni in rete e mobilità, big data. Erano nicchie. Ora lo sono molto meno.

Se vogliamo guardare con le lenti dell'ottimismo, il mercato dell'Ict si è dunque rimesso in moto e sta testimoniando che la digital transformation non è più solo una previsione sul futuro. Soprattutto per le imprese di maggiori dimensioni.

Non bisogna però sedersi sui segnali positivi inviati dal mercato (+1,5% atteso nel 2016). Il grosso è ancora tutto da fare se vogliamo veramente recuperare il grave ritardo competitivo del sistema Italia. Testimoniato di recente anche dal Rapporto Ue Desi: venticinquesimi sui ventotto Paesi dell'Unione.

Chiamata a fare è innanzitutto la

pubblica amministrazione. Non siamo all'anno zero. Fatturazione e pagamenti elettronici sono realtà, anche se migliorabili. Lo Spid ha appena debuttato, Scuola Digitale è un cantiere aperto. Molti settori pubblici sono in movimento: Italia Login, Anpr, Fse, processo digitale, ecc... Si tratta di accelerare su tutti i fronti. Non c'è nulla da inventare.

Il piano triennale di attuazione della Strategia Digitale, se ben impostato, può essere un pilastro fondamentale. Soprattutto se Palazzo Chigi si assumerà la responsabilità di una guida forte verso la trasformazione dell'intero sistema. Ci vorranno anni. Proprio per questo è necessario accelerare subito ed essere coerenti nel tempo. A tutti i livelli centrale e periferico: i silos vanno abbattuti con determinazione.

Ma l'industria non può chiamarsi fuori. A volte, i ritardi delle imprese, in particolare le Pmi, risultano ancora più rilevanti che non nel pubblico. Senza una rivoluzione digitale che attraversi le imprese, i loro processi, i prodotti. O sarà industria 4.0, o non sarà. Lì si gioca il made in Italy. Deve essere il cuore di una nuova politica industriale. Di cui le imprese innovative devono essere insieme propulsori e protagonisti.