

Innovazione. Nasce Confindustria digitale
Parisi: leva decisiva per far ripartire il Paese **Pag. 34**

Innovazione. La federazione delle imprese hi-tech chiama il Governo - Parisi: «Siamo interlocutori per far ripartire l'economia»

Confindustria spinge sul digitale

Ma per l'Istat solo il 5% delle imprese offre veri servizi di commercio elettronico

BUSINESS & MERCATO

La filiera tecnologica italiana comprende 250mila addetti, che generano ogni anno un fatturato complessivo di oltre 70 miliardi di euro

Daniele Lepido

MILANO

■ Viale dell'Astronomia "chiama" il Governo Monti sui temi dell'innovazione e battezza a Milano Confindustria Digitale, la cyber-federazione che raggruppa tutti gli attori della filiera tecnologica, con i suoi 250mila addetti e ricavi per 70 miliardi di euro.

Un'iniziativa annunciata alla fine della primavera scorsa (si veda il Sole 24 Ore del 9 giugno), che ha visto in questi mesi il neo presidente, Stefano Parisi, tessere pazientemente la tela di un progetto che ha raggruppatato sotto la stessa insegna una variegata galassia confindustriale: si parte con Asstel (telecomunicazioni), già presieduta dallo stesso Parisi che ha lasciato il testimone a Cesare Avenia di Ericsson, passando per Assinform (Information technology), Anitec (produttori di tecnologie e servizi Ict ed elettronica di consumo), Aiip (internet provider), fino ad Assocontact (call center in outsourcing).

«Confindustria Digitale si propone come partner del Governo e delle Regioni per promuovere in Italia l'economia digitale, passaggio fondamentale affinché il Paese riprenda la via della crescita e dello sviluppo», ha detto Parisi. Al percorso per raggiungere entro il 2013 l'equilibrio di bilancio va perciò af-

fiancato - ha continuato Parisi - «un piano d'azione che entro 24 mesi traduca in misure concrete l'Agenda digitale, portando l'Italia in linea con gli obiettivi dell'Unione Europea. Il piano dovrà accelerare lo switch off delle funzioni pubbliche dalla carta al web, completando il programma eGov 2012; puntare sull'e-commerce per far crescere le capacità competitive delle imprese del made in Italy; promuovere il venture capital e le start up nel campo dell'innovazione digitale; definire un efficace quadro regolatorio e normativo, principalmente su privacy e diritto d'autore; coprire il digital divide nei distretti industriali con la fibra ottica e nelle aree residenziali con l'Lte».

E poi un giudizio di merito sul sottosegretario mancante all'Agenda digitale: «Abbiamo bisogno - ha spiegato Parisi - di interlocutori politici che capiscano di che cosa parlano. Avere l'ennesimo consigliere della Corte dei conti che si occupa di economia digitale è inutile. È meglio allora che il ministro dello Sviluppo economico Corrado Passera, che conosce l'argomento, ci dedichi parte del suo tempo».

Intanto sempre sul fronte della tecnologia è l'Istat a tracciare un quadro non sempre consolante del mondo produttivo italiano. Il 94,3% delle imprese con almeno dieci addetti dispone di una connessione a internet ma molte lamentano una velocità ancora sotto i 10 Mbit e hanno difficoltà a interagire con la pubblica amministrazione. Sempre secondo il rapporto

dell'Istituto di statistica, intitolato «Tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese», il 62,6% delle aziende dispone di un sito web, ma solo il 35% di questi siti fornisce almeno un servizio di elevata interazione con l'utente. Che tradotto significa: niente e-commerce e servizi veri. Curiosità: le aziende più attive nelle vendite online sono quelle editoriali e alberghiere.

Altalenante il rapporto con la pubblica amministrazione. Perché se è vero che molte aziende scelgono la via telematica per interagire con gli uffici pubblici, spesso gli esiti di questa *liaison* non sono soddisfacenti.

Nel 2010, per esempio, il 65,2% delle imprese ha fatto uso dei servizi online ma l'eccessiva difficoltà, il dispendio di tempo richiesto dalle procedure amministrative digitali e la necessità di perfezionare le operazioni con un invio cartaceo si sono rivelati, per una impresa su due, ostacoli importanti.

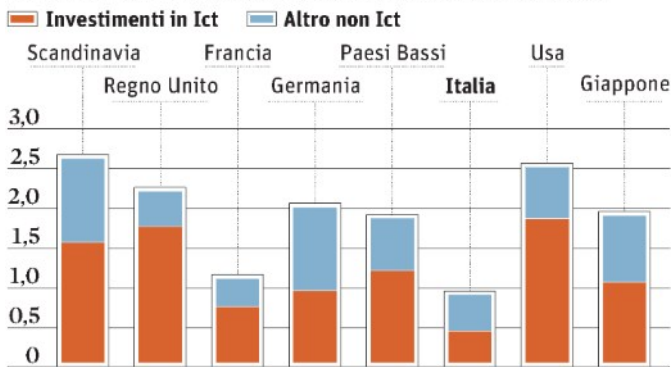
Quanto al commercio elettronico, è effettuato da circa tre imprese su dieci, ma solo il 5,4% vende effettivamente sul web prodotti e servizi realizzando un fatturato pari al 5% di quello totale. E anche qui il divario tra piccole e grandi imprese risulta ancora molto accentuato e supera i 30 punti percentuali in attività quali l'utilizzo di tecnologie come il perfezionamento via internet di intere procedure amministrative o l'utilizzo di software per la condivisione di informazioni all'interno della stessa impresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'impatto dell'Ict nei principali Paesi

Contributo alla crescita annua della produttività in percentuale



Fonte: Oxford Economics (settembre 2011)

IMAGOECONOMICA



Confindustria digitale. Il presidente, Stefano Parisi