



L'ITALIA HIGH-TECH Le piccole imprese sono ancora fuori dall'era digitale

Carli
alle pagine 8 e 9

L'ANALISI

“Non è il costo che frena l'hi-tech”

Franco Morganti: bassa scolarità e gravi errori strategici alla radice del gap italiano

La sfida della vera interattività

Nella foto in basso, Franco Morganti, presidente dell'Anfov, l'Associazione per lo sviluppo della convergenza

Le piccole imprese non consumano tecnologia. Ne usano poca nei loro processi produttivi e visto il loro peso sul pil del Sistema Italia non stupisce che il settore dell'Ict qui da noi faccia molta fatica a svilupparsi, a far crescere i suoi volumi di attività. «Ci sono dei fattori strutturali nel mondo delle piccole imprese che devono essere in qualche modo risolti, superati», spiega Franco Morganti, presidente dell'Anfov, l'Associazione per la convergenza nei servizi di comunicazione. «E una risposta può essere in uno dei dati che emerge dal nuovo Rapporto Anfov che sarà pubblicato entro questo mese: c'è una correlazione strettissima tra livello di scolarità e uso della banda larga».

Sarà certamente più alto tra i laureati.

«Evidentemente sì, ma sono i numeri che sono importanti in questo caso, la proporzione. Tra i laureati italiani, quelli che utilizzano collegamenti ad Internet in banda larga sono appena il 20%, uno su cinque. E questa è l'élite. Quando scendiamo all'altro estremo della scala, gli utenti con la licenza elementare, siamo sotto zero. Nel senso che la percentuale di utenti qui è dello 0,5%. Sono dati che diventano segnale di una situazione critica quando si pensa che in Italia ancora oggi un capofamiglia su tre, il 34%, ha un titolo di studio pari o inferiore alla licenza media».

E questo si riflette anche sulle imprese?

«Certo. La scolarità dei capi azienda delle piccole imprese riflette questo scenario. Lo conferma anche la ricerca dell'Emilia Romagna: nonostante la densità del tessuto economico, le piccole e medie imprese lungo la via Emilia, la regione "esporta" laureati specializzati nei settori dell'Ict perché da loro non trovano posto. Le piccole e medie imprese non valorizzano la ricerca. Specie le piccole vanno avanti con i loro "modellini". Sono artigiani che sono diventati imprenditori. Hanno imparato a far ben un prodotto e continuano a farlo, senza porsi il problema che tra un po' i cinesi lo faranno meglio».

Quindi è un problema di "cultura", e non invece, di prezzo, tanto per elencare un'altra possibile causa tra quelle che tengono lontane le piccole imprese dalla tecnologia?

«Il prezzo non conta. Non è quello che limita la domanda di hi tech. E poi guardiamo a cosa è successo negli anni 90 con i telefonini. Si diceva che costavano troppo, che questo era un effetto di un mercato bloccato. E invece c'è stato il boom nonostante questo. La gente alla fine i soldi li ha trovati, magari rinunciando ad altri consumi. Come sta avvenendo ora con Mms e i video sul cellulare. E poi c'è un'ulteriore riprova».

Roma

Quale?

«Se le aziende cercassero veramente di risparmiare costi andrebbero alla ricerca di ogni possibile opportunità».

E invece non è così?

«Sa quante sono le aziende italiane che hanno adottato il Voip, la voce su Internet, che permette di tagliare drasticamente i costi delle telefonate? Sono appena 28 mila: 28 mila su un totale di 2,9 milioni di aziende italiane. Meno dell'1%».

Non erano oltre 4 milioni le aziende italiane?

«E' un altro numero che il prossimo Rapporto Anfov fa emergere. Si parla sempre di 4,3 milioni di imprese italiane perché quello è il numero delle partite Iva. Ma se utilizziamo il criterio delle aziende che hanno almeno una linea telefonica, ci fermiamo a 2,9 milioni. Altrimenti la quota di utenti del Voip sarebbe ancora inferiore».

Che cosa manca? Quali soluzioni si possono individuare?

«Per esempio, mancano strutture intermedie che facciano intermediazione di nuovi servizi. Il tasso di penetrazione della banda larga tra le imprese è basso, se restiamo ai grandi numeri: eravamo a quota 583 mila a fine 2003, il 20% del totale. E poiché la penetrazione di Internet tra le imprese è al 53%, questo vuol dire, grosso modo, che solo un'azienda su tre, tra quelle che già hanno un collegamento Internet, ha adottato la banda larga».

Cosa potrebbe invertire la tendenza?

«Intanto cominciare a saper sfruttare le opportunità che capitano, come non abbiamo invece saputo fare con i telefonini».

Ciò?

«Siamo il paese in cui i telefonini sono cresciuti di più e prima degli altri, ma di questo record non è rimasta traccia nella nostra industria. Non produciamo un telefonino; abbiamo pochissimo come sistemi di rete. Al massimo un po' di carpenteria per fare le antenne. I cellulari hanno creato 150 mila posti di lavoro, che non sono pochi, ma soprattutto in call center e reti di vendita. Adesso abbiamo un secondo appello con la tv digitale terrestre».

In che modo?

«Visto che da noi il processo di introduzione della nuova tecnologia ha avuto un'accelerazione, approfittiamone. Lavoriamoci sopra. Magari riusciremo a mettere a punto buoni sistemi di ricezione e decoder prima degli altri e potremo venderli nel resto d'Europa. L'importante è che la tv digitale si faccia sul serio».

Ossia?

«Che si investa per lanciare dei veri progetti di e-government, nuovi servizi "veri", legati non alla tv ma alla interattività. Se invece non si arrivasse più in là del televoto per il Grande Fratello, non andremo molto lontano».

(s.car.)

