

MOTORE ITALIA

DALLA RETE DELLE TLC IL MAGGIORE IMPULSO ALLA CRESCITA DELLE IMPRESE ITALIANE

Il 5G è il turbo delle pmi

Ma saranno fondamentali anche digitalizzazione, fintech, riduzione dell'impatto ambientale e l'adozione di una logica di collaborazione sia nei processi di filiera sia nell'espansione all'estero

DI GIULIO ZANGRANDI

Un tessuto imprenditoriale florido e pronto a recepire nuovi investimenti ma che potrà proiettarsi al futuro, cogliendo con successo le sfide dalla digitalizzazione e dalla competizione internazionale, solo attraverso l'adozione di un approccio collaborativo e la corretta implementazione delle nuove tecnologie, tra cui specialmente il 5G, che offre opportunità ma pone anche dei rischi. È questa l'istantanea del mondo delle piccole e medie imprese italiane restituita ieri dalla quinta edizione di *Motore Italia, Le pmi che fanno muovere il Paese*, un evento organizzato da MF-Milano Finanza, Class CNBC e Capital per fornire a imprenditori, consulenti, investitori, tecnici ed esperti del settore l'opportunità per valutare lo stato dell'arte del sistema economico nazionale, di cui proprio le piccole aziende rappresentano tradizionalmente la componente più rilevante, e per confrontarsi su tematiche d'attualità quali strategie di crescita, visione, accesso ai capitali, sviluppo delle innovazioni e altri ancora. A fornire lo spunto iniziale di riflessione per le discussioni della giornata, che si è svolta al Centro Congressi Unione Confcommercio Milano, sono stati i dati raccolti dagli oltre 245mila bilanci delle imprese italiane con fatturato inferiore

Tim riporterà in Italia i call center di fisso e mobile

di Manuel Follis

La competizione tra operatori è forte, ma «siamo di fronte a un momento molto positivo per il mondo delle tlc. C'è un segnale di discontinuità tecnologica importante», ha spiegato ieri Luigi Gubitosi, ceo di Tim e honour speaker della quinta edizione di *Motore Italia*. «C'è tutto il mondo del cloud da esplorare, anche se forse molte aziende non sono così consapevoli delle potenzialità che offre», ha proseguito. Certo, l'impatto della tecnologia di quinta generazione non sarà tangibile a breve. «Quando ero in Fiat, prima che si vedessero gli effetti sul mercato delle nuove auto dovevamo produrre 10-15 mila modelli». Per il 5G «vale lo stesso, serve tempo. Adesso stiamo pian piano partendo con le sperimentazioni nelle città». D'altronde Gubitosi ha ricordato che quando era alla guida di Wind (dal 2007 al 2011) «nessuno sapeva bene quale sarebbe stato l'impatto del 3G, che poi c'è stato ed è stato notevole». Nel corso del suo intervento il ceo di Tim ha spiegato che il principale vantaggio che il 5G porterà alle aziende sarà la possibilità di accedere a nuove applicazioni, uno sviluppo che procederà di pari passo con l'estensione sempre più



Luigi Gubitosi

capillare della rete in fibra ottica (quindi in alta velocità). Contestualmente alle osservazioni sul futuro del 5G Gubitosi ha anche annunciato l'intenzione di riportare tutti i call center del gruppo in Italia, procedendo in senso opposto alla tendenza attuale del settore. «Da dicembre i nostri call center per la telefonia fissa torneranno in Italia e più in là del tempo lo faremo anche con la telefonia mobile», ha detto Gubitosi. Una parte del discorso ha riguardato infine la crescita tecnologica della Cina. «Dieci anni fa Huawei inseguiva e arrancava le altre aziende, mentre oggi è una società all'avanguardia». Per il ceo di Tim però le aziende cinesi non hanno sorpassato quelle occidentali. «Fanno sicuramente parte dell'élite, ma non sono superiori. Se pensiamo ad esempio a chip o router, la tecnologia degli Stati Uniti è superiore», ha commentato il ceo di Tim. «Il nostro principale fornitore è Ericsson», ha ricordato, «ma lavoriamo anche con altri come appunto Huawei o Nokia. In generale come società abbiamo scelto di non dipendere da un singolo fornitore». Il futuro? «Credo che una regolamentazione ben fatta sull'utilizzo dei dati possa essere utile. Ma capire quale sia una buona regolamentazione è complesso». (riproduzione riservata)

E proprio muovendo da questi punti di forza e di debolezza si è quindi arrivati, attraverso i contributi forniti nei panel dedicati ai temi della Vision e della Mission, a individuare tra grandi linee direttrici che dovranno guidare lo sviluppo dei nuovi modelli di business delle piccole aziende verso il paradigma della cosiddetta «smart company»: la digitalizzazione, il ricorso al fintech come soluzione per finanziare non solo i progetti ma anche il capitale circolante e l'adozione di un approccio circolare nello sviluppo dei prodotti.

Quanto al primo tema, è emerso innanzitutto come le imprese italiane debbano investire in attività di ricerca e sviluppo per fare in modo che l'introduzione delle nuove tecnologie non si riduca a semplice digital transformation, cioè a riduzione dei costi e dei tempi, ma in una più strategica conquista di elementi di verticalità a livello di sistema. In questa prospettiva, proprio la gestione del 5G, oltre che dell'intelligenza artificiale e dei big data, sarà un aspetto critico per lo sviluppo: se infatti questa tecnologia, da un lato, svolgerà un ruolo fondamentale nel modificare il modo di concepire il servizio, fornendo velocità e flessibilità e svincolando le società dalla necessità di una presenza fisica, dall'altro, andrà implementata con grande attenzione soprattutto rispetto al tema dei rischi di attacchi

ai 50 mila euro depositati da inizio anno fino al 15 novembre 2019, che hanno evidenziato come, con ricavi aggregati di circa 2.400 miliardi di euro, un ebitda del 7,7%, un roi del 7,6% e una posizione finanziaria

netta intorno ai 2 miliardi, le pmi del Paese rappresentano un asset particolarmente apprezzabile per eventuali iniziative di investimento. Il tutto al netto di varie criticità che ancora devono essere risol-

te e che riguardano per lo più la carenza di imprenditori al Centro e Sud, la ritrosia a fare rete soprattutto in filiera e nel momento di aggredire i mercati esteri e la difficoltà nell'assorbire le nuove tecnologie.

I PREMIATI CON I REWARD DI MOTORE ITALIA

Azienda	Nome	Cognome	Titolo
4AIM	Giovanni	Natali	Presidente
AIWA	Christian	Manzella	Responsabile Amministrativo e Organizzativo
AMBROMOBILIARE	Corinna	Zur Nedden	Amministratore Delegato e Direttore Generale
AUDENS	Monica	Cerin	Amministratore Delegato
BALLERETTE	Luca Luigi	Amoroso	Founder & Chief Executive Officer
BARRY'S BOOTCAMP	Tommaso	Nebuloni	
BICT	Roberto	Verga	Amministratore Delegato
COMMERFIN	Giuseppe	Tateo	Amministratore Delegato
CONSORZIO ZAI	Giandomenico	Allegrì	Consigliere
F&DE GROUP	Roberto	Imperatrice	Amministratore Delegato
FDM BUSINESS SERVICES	Clara	Mangiarotti	Responsabile del personale della società
HOTEL ROSSINI IMPERIA	Alberto	Tita	General Manager
IL GIGANTE	Laura	Garbin	Responsabile Marketing
IMMOBILIARE COURMAYEUR	Maria	Montolivo	Segreteria amministrativa
INDUSTRIAL WEAR S.R.L.	Ermanno	Conficoni	Direttore Marketing
ISOPREN	Mario	Bergamini	Rubber Technologist and Chief Innovation & Production Officer
OJSOLUTION	Mario	Burlò	Fondatore
PROFIMA	Enzo	Altobelli	Chief Executive Officer
RICERCAMY	Vittorio	Nascimbene	Chief Executive Officer
RISTORANTE GIANNINO	Antonio	Fantini	Proprietario
SIFÀ	Sabino	Fort	Direttore Commerciale
SLAMP	Roberto	Ziliani	Presidente
TENUTA LA CÀ	Aldo	Giambenini	Titolare
TOSCANO ALTA SARTORIA	Marco	Berti	Socio
VETROCAR & BUS	Maurizio	Acri	Founder & Chief Executive Officer
VILLA SANDI	Leonardo	Moretti Polegato	Figlio proprietario

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

MOTORE ITALIA

informatici, dai quali la maggiore parte delle imprese italiane oggi non è adeguatamente protetta. Rispetto al secondo driver, invece, gli esperti del settore hanno evidenziato come sia indispensabile fare sempre più riferimento alle società che offrono liquidità e garanzie in modo alternativo ai tradizionali canali bancari ed assicurativi, anche se da questo punto di vista l'Italia parte avvantaggiata perché si colloca al secondo posto in Europa dopo il Regno Unito per finanziamenti fintech alle



imprese. Sul fronte della green economy, infine, l'obiettivo è quello di adottare comportamenti socialmente responsabili in tutte le fasi della filiera, arrivando al traguardo di progettare prodotti e servizi già in vista di un loro successivo riutilizzo una volta arrivati a fine vita: solo così, infatti, si potrà attirare maggiormente l'interesse degli operatori finanziari, che al tema dell'impronta ecologica si dimostrano sempre più interessati, oltre che aprire nuove linee di ricavo in un mercato in rapida espansione e ridurre ulteriormente il costo dei materiali.

Altre criticità emerse dai panel della giornata sono state la necessità per gli imprenditori di redigere business plan più articolati che permettano di attrarre più facilmente l'interesse degli investitori, quella utilizzare i contratti di filiera come strumenti per reperire fondi ed accedere a sussidi ed incentivi e quella di considerare tra le possibili fonti di finanziamento anche il cosiddetto search fund, un veicolo di investimento che permette di finanziare la ricerca, l'acquisto e la gestione di una società target. Senza dimenticare l'importanza di investire in Paesi come l'Asia e l'Africa, che offrono, da un lato, un mercato enorme con bassi costi e forte supporto locale, e dall'altro zone economiche dotate di un regime speciale su modello delle free zones degli Emirati Arabi Uniti.

A margine dell'evento sono stati consegnati i Rewards, giunti anch'essi alla quinta edizione, che per l'occasione sono stati assegnati alle pmi eccellenti in innovazione di servizi e idee di marketing, in crescita del business e/o innovazione di prodotto ed infine nei segmenti tipici del made in Italy, cioè food, fashion e turismo. (riproduzione riservata)



Alessandro Fischetti



Luca Eleuteri



Giuseppe Vironda



Luca Meini



Sergio Silva Barradas



Giovanni Natali



Roger Cataldi



Ivan Ortenzi



Fabiano Fossali



Antonio Molinari



Saro Capozzoli



Barbara Cavallin



Monica Cerin



Luciano Bianchi



Maurizio Acri



Roberto Verga



Marco Ciron



Maria Cristina Galgano



Mauro Mordini



Mario Burlò



Gli sponsor che hanno consegnato i premi alle piccole e medie imprese:
Giovanni Natali (Aim), Chiara Ricci Curbastro (Iwg), Desiderio Pinto (Mps) e Sergio Silva Barradas (Cdp)