

CONVEGNO » IMPRENDITORI CONCORDI IERI ALLA CAMERA DI COMMERCIO

«La leva digitale per attirare investitori»

Tullio di Gro, Vacchi di Unindustria Bologna e Guerzoni di EY: «Le aziende devono adeguarsi a questa rivoluzione»

di Felicia Buonomo

Distretti industriali emiliano-romagnoli, una punta di diamante del nostro territorio; ma il tempo passa, il mondo si evolve e le eccellenze finì a se stesse non sempre bastano. Se è in atto una rivoluzione, occorre lanciarsi. Perché il futuro dei nostri distretti dipenderà proprio dalla capacità delle imprese di utilizzare la cosiddetta leva digitale, immergendosi nella nuova rivoluzione industriale che è sempre più in atto. Ne sono convinti i protagonisti del convegno organizzato ieri a Modena da Gro (Global restructuring organization) insieme a Ey (leader mondiale nei servizi professionali) e allo studio legale Tullio & Partners, convegno che si è tenuto alla Camera di commercio.

Si è scelto proprio questo tema e i distretti sono emersi come «laboratori di sperimentazione dove il sapere tradizionale si fonde con il ricorso a nuove tecnologie, spesso nel campo delle Ict». Solo così sarà possibile intercettare gli investimenti dall'estero. Ne è convinto l'avvocato Antonio Tullio, presidente di Gro.

«Abbiamo scelto questo tema - spiega - perché ci siamo resi conto che è in atto una rivoluzione industriale che ha cambiato i modelli di business di riferimento. Abbiamo cercato di sensibilizzare gli imprenditori su che cosa significa usare la leva digitale. Abbiamo tante aziende che sono delle eccellenze, ma per internazionalizzarsi utilizzare la leva digitale diventa indispensabile. Pensiamo solo che Instagram è stato comprato da Facebook per un miliardo di dollari e che la quotazione oggi di Uber è di 50 miliardi di dollari. I nostri distretti devono essere in grado di intercettare questa rivoluzione, intendendo l'e-commerce (dove siamo indietro, neanche il 5% del fatturato viene dalle vendite on line) come gestione di tutto il processo

produttivo. Andare su nuovi mercati non significa solo impiantarsi con strutture fisiche, ma anche acquisire dei dati, impiegati per capire il prodotto con cui andare su un mercato, per evitare che tutte le variabili, dalla guerra alla condizione climatica, possano mettere in difficoltà la singola impresa». «Non c'è possibilità alternativa - fa presente Alberto Vacchi, presidente Unindustria Bologna - non possiamo non aprirci a questo nuovo corso. La tecnologia digitale sta diventando fondamentale rispetto a settori che fino a qualche anno fa non ne sentivano la necessità, come il mondo della meccanica di precisione. È un percorso inevitabile perché non facendo questo grandi competitor, soprattutto tedeschi, avrebbero il vantaggio di superarci radicalmente. Il nostro compito dunque è di aiutare le aziende più piccole a proseguire su questo

percorso, aumentando anche la propria dimensione con accorpamenti prospettici». Perché la rivoluzione è in atto già da tempo, ma l'Italia non è stata così recettiva.

«L'Italia ha ancora moltissima strada da fare - ha aggiunto Andrea Guerzoni, dirigente di EY - in materia di digitalizzazione e anche le aziende devono assolutamente fare molto di più. È quindi necessario e urgente includere il digitale nelle strategie di crescita per le imprese e per il Paese».

«Ora ci stiamo trovando di fronte a una incoraggiante ripresa dell'interesse da parte di investitori esteri nei confronti delle eccellenze e di quell'insieme di know-how ed expertise che le aziende italiane hanno dimostrato di avere - conclude il partner di Ey Advisory, Luca Grivet Fojai - L'adozione di modelli di sviluppo digitale rimane però un percorso obbligato».



Da sinistra Alberto Vacchi di Unindustria Bologna e Antonio Tullio di Gro