

# PERCHÉ DIGITALIZZARE CONVIENE (E NON È UN COSTO)

Report dell'Istituto **Tagliacarne** e **Unioncamere**: il 35% delle imprese meridionali realizzerà investimenti 4.0 nei prossimi tre anni per colmare il gap

di **Pietro Faustini**

**I**l Sud accelera nella corsa al digitale. L'indagine di **Unioncamere** e dal **Centro Studi Tagliacarne**, condotta a partire da un campione di 4.500 imprese con addetti tra 5 e 499 unità, mette in luce una volontà ben precisa: il 35% delle imprese meridionali realizzerà investimenti 4.0 nei prossimi tre anni per colmare il gap digitale. In questo senso, nessuno è al livello del Mezzogiorno: la media nazionale si attesta al 32,8%, ma a colpire in particolar modo è la differenza rispetto al Centro (+5%). Antonio Pescapè, professore presso il Dipartimento di Ingegneria Elettrica e Tecnologie dell'Informazione dell'Università di Napoli Federico II, spiega l'importanza di tali investimenti: «Semplificazione burocratica, cultura di impresa, competenze tecnologiche e supporto finanziario sono tutti elementi necessari per colmare il gap digitale delle imprese e promuovere una crescita equilibrata e sostenibile. Oggi innovare e investire in innovazione e tecnologie digitali non deve più essere visto come un costo, ma come una condizione necessaria per la crescita e la sopravvivenza del business». L'industria 4.0 riguarda infatti le tecnologie digitali come cloud computing, IoT, robotica e automazione, intelligenza artificiale e cyber security. Secondo la ricerca di Unioncamere, l'innovazione più gettonata sarebbe quella della simulazione fra macchine complesse, ossia dei modelli virtuali (digital twin) basati su dati reali per replicare il funzionamento di macchine o impianti in un ambiente digitale prima di un loro concreto utilizzo. I vantaggi, come notato da Pescapè, sarebbero numerosi: «Si riducono gli incidenti, poiché è possibile simulare situazioni ad alto rischio; si possono testare nuove configurazioni o prodotti senza bloccare la produzione; e si hanno minori costi per errori, scarti o manutenzioni non pianificate».

Occorre, tuttavia, fare delle distinzioni: non tutte le aziende si comportano alla stessa maniera. Le intenzioni di investimento cambiano a seconda della dimensione dell'impresa, ma anche rispetto al settore di appartenenza. Paola De Vivo, direttrice del Dipartimento di Scienze politiche dell'Università degli Studi di Napoli Federico II e docente di Sociologia Economica, analizza così il contesto lavorativo campano: «Le più grandi rispondono meglio, perché hanno disponibilità economica ma anche prospettive di crescita diverse. Per le piccole si osserva una specie di "effetto San Matteo", c'è un'asimmetria nell'adozione delle tecnologie che favorisce maggiormente chi ha già una dimensione consolidata».

Dal punto di vista settoriale, si nota come le imprese manifatturiere siano le maggiori investitrici al Sud (42,8%), seguite dal 37% delle imprese creative, il 32% delle imprese del commercio e il 28% di quelle attive nel turismo e nella ristorazione. La quota si abbassa al 21% nei trasporti e magazzinaggio e al 24% nel terziario ad alta conoscenza. «C'è poi un ambito che viene tagliato fuori, un settore tipicamente italiano come l'abbigliamento e le calzature, che ha maggiore difficoltà ad agganciare le nuove prospettive — continua De Vivo —. Bisognerebbe parlare di "ecosistemi dell'innovazione": si investe dove c'è una maggiore presenza ed efficienza da parte delle istituzioni in termini di feed, app digitali e struttura finanziaria».

Un'ulteriore criticità è rappresentata dalla minore propensione delle imprese femminili ad investire nel digitale. Le ragioni possono essere molteplici. Secondo Gaetano Fausto Espósito, direttore generale del **Centro Studi Tagliacarne**, «le aziende femminili sono particolarmente concentrate nel settore dei servizi più tradizionali e alla persona (73% delle imprese femminili contro il 60% di quel-

le al maschile) che hanno anche minori opportunità di investimenti in digitalizzazione. Non si possono trascurare poi le maggiori difficoltà di accesso al credito da parte delle imprese "rosa" che ne limitano la capacità di investimento, così come la minore disponibilità di capitale umano qualificato». Nelle imprese femminili, i dipendenti laureati in discipline scientifiche è infatti quasi la metà di quella delle imprese condotte da uomini. La maggiore difficoltà rispetto alla digitalizzazione è proprio l'assenza di competenze interne aziendali, indicate come limite dal 27,7% delle imprese intervistate. Il futuro delle aziende richiede una formazione più attenta e, parallelamente, una ridefinizione delle competenze alla luce delle innovazioni. «Da un lato è necessario diffondere tra le nuove generazioni la cultura Stem, soprattutto tra le donne. Dall'altro, sono indispensabili percorsi di formazione — riassume Pescapè —. In entrambi i casi, il rapporto con le università è fondamentale». Da questo punto di vista, la collaborazione dei governi regionali potrebbe giocare un ruolo decisivo nel realizzare investimenti in una logica strutturale e sistematica.

Connesso alle competenze è anche il rapporto fra uomo e tecnologia. Osservando l'indagine, più della metà delle aziende sostengono di investire nel digitale per aumentare l'efficienza interna e ridurre i costi. Letta così, sembrerebbe inevitabile una progressiva sostituzione del lavoro umano con quello delle macchine. «Ci sa-



rà un effetto sostituzione, l'uomo non può competere in velocità ed efficienza — sostiene De Vivo —. Bisogna però cercare un equilibrio, riallineare le competenze e creare nuovi lavori per riequilibrare quelli che vengono cancellati, i quali dovranno avere possibilità di riconvertire le proprie abilità nelle nuove occupazioni». Di simile opinione è anche Pescapè: «Adottare una tecnologia non garantisce di per sé un miglioramento. L'innovazione non deve portare a fare le stesse cose nello stesso modo con l'aggiunta di una tecnologia: deve portare a ripensare processi e attività, rendendoli più efficienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA