



Camera di Commercio – Unimatica

## **“L’ICT nella Provincia di Torino. Tra Old, New e Knowledge Economy: vincoli e opportunità”**

### **Abstract**

Da nebulosa instabile a sistema:  
una sfida per l’ICT torinese

La ricerca qualitativa sul sistema dell’ICT torinese, voluta e realizzata dalla Camera di Commercio di Torino e da Unimatica Torino con il contributo operativo del Cesdi, ha evidenziato cinque caratteristiche e macro tendenze del settore:

- ↪ Un sistema di imprese polverizzato ed instabile in costante mutazione;
- ↪ un sistema di imprese giovane e dinamico, sia pure di dimensione ridotta e con forti difficoltà di accesso al credito;
- ↪ una dimensione del mercato prevalentemente locale che stenta ancora a valicare i limiti regionali e, ancor più, nazionali;
- ↪ una vocazione specialistica legata ai settori tradizionali manifatturieri, in cui, peraltro, emergono anche attività di eccellenza;
- ↪ la comparsa di strategie di partnership e networking.

I dati e le suggestioni che emergono dalla ricerca si inseriscono, ovviamente, all’interno di un contesto sia economico sia geografico caratterizzato da forti correnti di profondità che hanno mutato radicalmente la geografia di riferimento del settore. Queste particolari caratteristiche dello scenario, in cui le imprese dell’ICT sono chiamate a competere, hanno contribuito a evidenziare e in parte contribuiscono a spiegare dati apparentemente contraddittori che esprimono con forza la convivenza di fattori di eccellenza e di elementi di debolezza nel sistema dell’ICT Torinese.

Un sistema che, seppur con l'approccio metodologico di un'indagine qualitativa che ha interessato 280 imprese (settori della distribuzione, del commercio, dell'industria dei contenuti e dei servizi intangibili con esclusione del settore manifatturiero) sembra essere, già ad una prima osservazione, estremamente instabile e polverizzato.

Da un lato, questa tendenza è spiegata dalla "gioinezza" di questo sistema imprenditoriale. Gran parte delle imprese del settore, infatti, sono nate sull'onda della Net-Economy, valorizzando la notevole disponibilità di competenze umane e tecnologiche che il territorio ha saputo e sa tuttora esprimere.

Dall'altro lato, essa deriva dalla natura stessa del settore ICT locale. Gran parte di queste imprese, infatti, si sono sviluppate prevalentemente su una dimensione di mercato locale, costituito dalle imprese manifatturiere - grandi e piccole - dell'area, che ha favorito lo sviluppo di un'offerta *generalista*, indirizzata a soddisfare una domanda che, in gran parte, non richiedeva servizi o prodotti fortemente innovativi o con una notevole componente *high-tech*, ma servizi e prodotti tradizionali, in cui determinante era soprattutto la qualità, la rapidità e soprattutto la flessibilità del servizio.

Partecipazione a programmi di ricerca europei



Tanto è vero che, ancora oggi, molte imprese risultano fornitrici di servizi intermedi che spesso non sono realizzati direttamente per il cliente finale ma si articolano in una sorta di "filiera lunga" di fornitori e subfornitori all'interno della quale molte imprese finiscono per conferire al cliente capacità professionali più che prodotti e/o servizi.

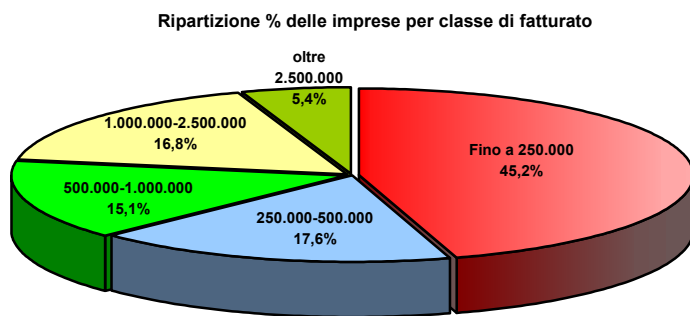
Ma le attuali tendenze del mercato, in generale, e le trasformazioni che stanno interessando il contesto produttivo locale, in particolare, inducono queste imprese a ricercare una nuova identità. Una spinta che deriva, in parte, anche dai mutamenti della competizione: se è vero che, in prevalenza, i competitors sono ancora costituiti da piccole e medie imprese locali, è altrettanto vero che, soprattutto nelle specializzazioni di punta, comincia a pesare la presenza di "avversari" spesso emanazione di grandi gruppi, soprattutto esteri.

Dai dati dell'Osservatorio, sembrano emergere alcune prime risposte a questi input da parte delle imprese. Va rilevato, ad esempio, che, seppur timidamente, le imprese del settore tendono a spostarsi verso aree di attività tecnologicamente più avanzate, che consentono di competere con successo su mercati più ampi e più redditizi.

In questa logica, si può interpretare quindi come un segnale incoraggiante, testimonianza di un sistema reattivo e vitale, il fatto che una parte delle imprese, seppure in modo ancora poco significativo, debba una quota del proprio fatturato alle tecnologie emergenti, quali Business Intelligence, Security, Wireless, ecc.

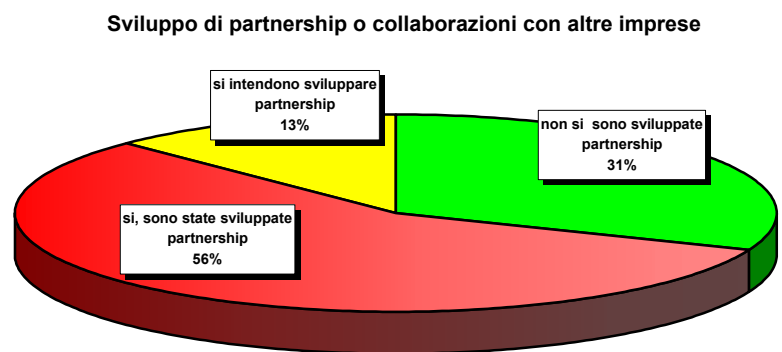
Ma tale percorso non può prescindere dalla necessità di affrontare, con coraggio, un vincolo strutturale che, più degli altri, condiziona lo sviluppo del settore e rischia di impedire questo auspicato salto

qualitativo, organizzativo, tecnologico e di mercato: la piccola, o meglio "piccolissima" dimensione che caratterizza la grande maggioranza delle imprese.



Come ovviare a questo problema? Una prima importante risposta sembra tradursi nella volontà di fare network. Emerge, in modo chiaro, la volontà delle aziende di sviluppare, accanto e a integrazione della tradizionale flessibilità verticale, anche una flessibilità orizzontale, attraverso l'attivazione di strategie di rete.

Strategie che, da un lato, si risolvono nella realizzazione di partnership e collaborazioni con altre imprese, passando dal semplice accordo di tipo produttivo alle partecipazioni azionarie, mettendo insieme quelle competenze e quelle risorse necessarie a fare squadra e a competere con più forza su un mercato destinato a diventare sempre più glocal.



Dall'altro, si intravede la ricerca, il tentativo di costruire nuovi modelli di interazione con il territorio e con le strutture che esso mette a disposizione delle imprese. E' vivo ma non ancora abbastanza consolidato e strutturato il ricorso, fatto di bisogni da soddisfare ma anche di proposte e di collaborazioni, ai servizi del mondo accademico e dei Centri di ricerca Politecnologici.

Andandosi a inserire in un contesto come quello attuale, in cui la necessità di ripensare la struttura produttiva dell'area si coniuga con le opportunità derivanti da iniziative quali le Olimpiadi o il progetto Wireless, una efficiente

dinamica di rete potrebbe valorizzare e trasformare in atout competitivo una delle caratteristiche del sistema dell'ICT torinese, e cioè la particolare combinazione di esperienze, stimoli e sinergie che deriva dall'incontro tra la tradizione manifatturiera e la realtà dell'ICT.

Esiste quindi la possibilità, come è stato rilevato anche da prestigiosi protagonisti della realtà torinese, di dare vita a un fenomeno socio-economico nuovo, capace di unire "old" e "new" economy in un progetto industriale fondato su innovazione, qualità, scambio di conoscenza e di know how.