

Reply

TATIANA RIZZANTE

«Per creare risorse sbloccare i pagamenti»

L'Ad di Reply: il ritardo endemico lascia a secco le casse aziendali impedendo gli investimenti

Contratti

«Norme sul lavoro non al passo: inapplicabili ai nuovi servizi online»

■ **Ha chiuso il 2010** con un fatturato in crescita del 12,9%, a quota 384,2 milioni e un Ebit in volata del 15,9%, (41,6 mln), l'italiana Reply il cui cda ha approvato la proposta di dividendo per 0,49 euro ad azione. Un risultato eccezionale considerati i trend del mercato nazionale (e non solo) dell'Ict. A pagare è l'innovazione, da sempre nel dna dell'azienda, che pur nel clou della crisi ha tenuto accesi i riflettori sulle attività di ricerca e sviluppo.

E non ha mai smesso di investire: le acquisizioni strategiche votate ad arricchire il portfolio dell'offerta (l'ultima annunciata in ordine temporale è quella della britannica Advantage per 6,9 milioni di sterline) sono uno dei perni su cui fa leva il business model. «Il nostro punto di forza - spiega l'Ad **Tatiana Rizzante** - è l'innovazione tecnologica. Investiamo molto sulla ricerca applicata e puntiamo sulle partnership per rafforzarci in quei segmenti di business e di mercato che riteniamo ad alta capacità di crescita».

Rizzante, ci sono davvero segnali di ripresa del mercato Ict?

Credo non sia più possibile fare macro-ragionamenti e spingersi in

stime sotto il cui cappello ci sono prodotti e servizi sempre più segmentati, che viaggiano a velocità di crescita estremamente differenti. Un esempio: cloud e mobility in questo momento stanno crescendo moltissimo, ma ci sono altre componenti in consolidamento che quindi registrano tassi di

crescita meno sostenuti. È sempre più difficile parlare di un mercato aggregato dell'Ict: le tecnologie sono pervasive e non è più quasi possibile distinguere i confini. Ecco perché ritengo che non si possano più fare ipotesi alla vecchia maniera, con dati che dicono poco sulla realtà dei fatti. In linea generale, certamente non siamo più ai livelli dei tempi d'oro dell'Ict, alla fine degli anni '90.

Le aziende Ict italiane hanno concrete chance di crescita?

L'Ict per sua natura non ha confini e per questo è impossibile confinarlo al mercato nazionale. Come minimo bisogna ragionare in chiave europea. E la ricetta è senza dubbio complessa: ad ogni modo, per semplificare, ci vuole un mix di cultura dell'innova-

TATIANA RIZZANTE

L'Ad di Reply punta i riflettori su lungaggini burocratiche e scarso adeguamento delle norme all'innovazione tecnologica



zione e capacità di competere. L'Italia è certamente partita in ritardo da un punto di vista della cultura dell'Ict. E continua ad esserci un forte gap fra le aziende Ict e quelle non Ict: sono molte le realtà che ancora fanno fatica a considerare l'Ict una chiave di volta per il proprio business. C'è meno consapevolezza, rispetto all'estero, sulla capacità intrinseca dell'innovazione nel portare bene-

fici in termini di efficienza e ritorno sul business. Ma sono certa che la consumerizzazione della tecnologia aiuterà a recuperare il gap. Per quanto riguarda Reply puntiamo molto sulla specializzazione, sulla segmentazione forte. Abbiamo dato vita a molte start up e continuiamo a crearne di

nuove. In questo momento, ad esempio, stiamo lavorando alla nascita di alcune aziende focalizzate sul cloud e sul mobile gaming. Lo scorso anno abbiamo annunciato le prime soluzioni frutto dell'acquisizione dell'ex centro di ricerca Motorola di Torino, orientate allo sviluppo dell'Internet degli oggetti, un altro ambito in cui si concentrano i nostri investimenti.

Una politica di sgravi fiscali po-

trebbe aiutare il comparto?

Direi che a monte ci sono altre questioni: intanto il ritardo endemico sui pagamenti, che riguarda tutte le aziende e non solo quelle dell'Ict. Se si resolvesse la questione si permetterebbe alle aziende di generare cassa e quindi di avere risorse da investire; il tutto a vantaggio della competitività. Poi c'è il nodo della regolamentazione del lavoro: ci sono alcune nuove attività, penso a quelle ad esempio che riguardano l'ambito dei servizi online, che non sono gestibili con le attuali forme contrattualistiche. E ancora: la normativa sulla privacy è farraginosa e spesso impedisce l'uso di strumenti come l'e-mail e l'online per l'invio di comunicazioni.

E ciò comporta costi e perdite di tempo. Insomma di carne al fuoco ce

n'è parecchia. E prima che agli sgravi o a iniziative quali la rottamazione, bisognerebbe pensare alle questioni davvero cruciali, che sono anche alla base della scarsa capacità dell'Italia di attrarre investitori esteri.

M.F.

