

TRA I GIGANTI DELL'INFORMATICA

Venerdì, 23 agosto 2002, ore 19.00

Relatori:

Nicola Aliperti Amministratore Delegato di Hewlett Packard Italia; Umberto Paolucci, Vice Presidente di Microsoft Corp.; Maurizio Tucci, Vice Presidente South Europe "Bull"; Alfredo Scarfone, imprenditore

Moderatore:

Marco Montagna, Presidente Club CDO Libera Impresa

Moderatore: Ringrazio subito i partecipanti eccezionali di questa sera, Nicola Aliperti Amministratore Delegato di HP ITALIA, Umberto Paolucci, Vice Presidente di Microsoft Corp., Maurizio Tucci, Vice Presidente South Europe "Bull" e Alfredo Scarfone che introduce e avvierà la conversazione.

Questo è il quinto incontro di questo nostro gruppo che, ripeto a tutti e ai nostri ospiti, è un gruppo soprattutto di giovani imprenditori che fanno riferimento alla Compagnia delle Opere e che negli ultimi tre o quattro anni si sono dati un punto di riferimento, degli incontri abbastanza periodici, con lo scopo di fare gruppo, insegnare ai più giovani e aiutare i più giovani ad introdursi nel mondo dell'industria, per far incontrare loro testimoni del lavoro, industriali, imprenditori, interpreti della nostra economia italiana.

L'incontro si svolgerà come al solito, introduzione, un primo giro di interventi, poi domande avviate dal nostro coordinatore e domande dal pubblico. Buon lavoro.

Alfredo Scarfone: Bene. Tocca a me introdurre. Io sono Alfredo Scarfone, attualmente ho finito i miei quarant'anni di attività nel settore informatico. Sono stato Amministratore Delegato della Hewlett Packard e ho passato poi il testimone all'amico Nicola. Vorrei questa sera, per quel poco tempo che riusciamo, a rendere fattivo e utile questo incontro per i relatori e per voi.

Quindi un po' di informazioni organizzative prima. Ho chiesto la possibilità di mettere l'indirizzo e-mail dei nostri relatori a vostra disposizione. Quindi il primo avviso è che questo è un dialogo che può cominciare stasera e proseguire dopo in modo virtuale. La seconda cosa importante è che abbiamo aperto un indirizzo di posta elettronica con il nome di questo incontro, a cui ciascuno di voi può registrare la propria azienda e mettere il proprio indirizzo e-mail, chiaramente compatibilmente con la privacy, a disposizione dai relatori. La mia introduzione è brevissima. Leggevo stamattina sul giornale che le azioni dell'Hi-Tech stanno andando su, quindi il primo accenno è che sicuramente stiamo vivendo un momento di turbolenza in cui c'è stata una grave flessione del mercato. Tutti voi sapete che questo ha causato una reazione a catena di difficoltà, a partire dal mondo delle telecomunicazioni e via via nel settore informatico e dei servizi. Nel frattempo però sia la tecnologia, sia l'uso di questa

tecnologia, in particolare Internet e le reti, si è incrementato. Questo è molto importante. Se da un lato la parte finanziaria ha subito un blocco o dei tracolli in alcuni casi, dal punto di vista dell'utente, sia la singola famiglia sia l'impresa, l'uso della rete di Internet è sempre più familiare, direi domestico.

Questo ci porta a dire che siamo in cambiamento, in una rivoluzione che continuerà nel tempo. A che punto siamo oggi, in questo mondo che si sta trasformando grazie a questa innovazione? Un altro dato importante è che ormai ogni aspetto della vita, sia organizzativa sia della pubblica amministrazione - abbiamo sentito il nostro Presidente che parlava di e-government - può essere organizzata meglio, utilizzando sempre di più l'information technology, le reti, le possibilità di accesso. Questo secondo me è un po' il motore che nei prossimi anni impatterà tutto. Vi ricordate un po' di anni fa, nelle imprese, quando l'INPS voleva le dichiarazioni dei cedolini? Era uso consegnare i libroni, i vari moduli C4 C5. Da un certo punto in avanti ha chiesto il dischetto. Ecco quello è stato un inizio molto importante, perché tutte le imprese hanno dovuto, in un modo o in un altro, attrezzarsi per fare il proprio dischetto da mandare all'INPS per la dichiarazione dei contributi. Ma sempre di più sarà un motore di innovazione e domani, per accedere a certi servizi o per accedere a certe gare, uno dovrà presentare il proprio catalogo o la propria offerta in un modo on-line, in un modo digitale e di volta in volta le aziende saranno spinte ad usare questi sistemi.

Quindi un'altra cosa che chiedo ai miei colleghi è di dirci dal loro punto di vista come le aziende devono attrezzarsi per non perdere vantaggio competitivo. Perché in realtà ormai la rete, l'uso delle tecnologie non è più un lusso, è una necessità. Se questo non viene fatto in un modo coerente, uno si costruisce un handicap, è come insomma andare con una stampella anziché correre con due gambe sane.

Quindi proporrei di fare questo primo giro, abbastanza veloce, sette o otto minuti a testa, perché ognuno, in base alla propria esperienza, racconti lo stato della situazione ed anche come lui sta vivendo personalmente questo momento. Poi direi che sarebbe molto interessante vedere anche l'aspetto umano. Il ciclo, voi sapete, è "Da artista a mercante, come nasce un imprenditore". Abbiamo qui persone che hanno fatto una lunga carriera, mi piacerebbe da loro avere un po' un distillato di qual è la ricetta per un imprenditore, un manager che oggi deve confrontarsi su un mercato così complesso, così difficile e competitivo.

Iniziamo un giro di tavolo, cominciando dalla mia destra con Maurizio Tucci.

Maurizio Tucci: Grazie a tutti. Grazie soprattutto per l'invito a partecipare al Meeting e a questo momento di confronto. Vista l'audience e per seguire i suggerimenti del moderatore, vediamo di impostare questa chiacchierata in modo che possa essere utile agli amici che sono qui presenti, soprattutto a quelli del gruppo CDO Informatica o a quelli che si avvicinano o sono già imprenditori nel settore dell'informatica o delle IT.

Io ho 44 anni e da quando avevo 22 anni, dopo una Laurea in Economia e Commercio, ho fatto diversi mestieri.

Per non partire da quando avevo i pantaloni corti, dirò che negli ultimi cinque anni sono passato dalla Ericsson, dove ero capo dell'internazionale di Ericsson, a Nortel, dove sono stato Amministratore Delegato e dove ho portato Nortel, che era una azienda conosciuta in Italia perché faceva dei centralini molto buoni, da circa 70-80 miliardi di fatturato, in tre anni, a 560 miliardi. Dopo di che, siccome, per fortuna o per abilità o per stanchezza, pensavo che un certo ciclo si fosse completato, decisi di lasciare il mondo delle multinazionali e di dedicarmi a fare l'imprenditore. Mi son detto: "ho 40 anni, ho dimostrato di sapercela fare, ho fatto una cosa che tutti quanti quando avevo cominciato a farla avevano pensato che non ce l'avrei fatta. Invece ho dimostrato di essere abbastanza bravino e quindi adesso basta, mi metto a fare l'imprenditore". Ho preso un suggerimento dell'amico Alberto Tripi, che avrete forse incontrato in questi giorni, che mi aveva proposto di fare una cosa insieme a lui e sono andato a lavorare con Alberto, come Direttore Generale del Gruppo, con l'idea di cambiare vita, di pensare che si era chiusa una fase della mia crescita professionale e di misurarmi su altre cose.

Purtroppo, o per fortuna, dopo sei mesi, sette mesi, un mio carissimo amico che si chiama Pier Bonelli, è diventato il nuovo Presidente di Bull, mi ha chiamato e mi ha detto: "Ma che stai a fare là. Hai ancora parecchio da fare, ho bisogno di te. Ti va di prendere questa responsabilità?".

Tenete conto che Bull, - e sono contento che il titolo del nostro incontro sia "Tra i giganti dell'informatica" - è proprio fra i giganti dell'informatica. Bull è una vecchia signora decaduta che un anno fa stava per essere venduta dal governo francese al miglior offerente e che per una serie di sciagurate gestioni si trovava in una situazione di grande indigenza. Indigenza a livello tecnologico, indigenza a livello di programmi, indigenza a livello di leadership e soprattutto con una grandissima crisi di vocazione. Che cosa fare?

Bull è l'ultima grande azienda di informatica rimasta in Europa, nasce dalla fusione fra General Electric, Honeywell e Bull.

Al di fuori di Bull, nella Comunità Europea, non esiste più nessuna grande multinazionale dell'IT. Si è mantenuta per anni grazie ai sussidi del governo francese, un po' come con l'Olivetti in Italia negli anni d'oro. Alla fine, l'anno scorso, il governo francese ha chiamato Bonelli e gli ha detto: "Sei l'ultima chance, o la rimetti in piedi tu oppure noi chiudiamo".

Quindi Pier mi ha chiesto di dargli una mano e mi ha dato la possibilità di misurarmi con quella che io dentro di me continuo a chiamare mission impossible, benché poi nei fatti si sia dimostrata non così impossibile. L'esperienza di Bull è la dimostrazione di come la mano pubblica, se non ha una visione strategica, se non ha una managerialità nella gestione, può creare dei grossi disastri. E soprattutto è la dimostrazione del fatto che, se non c'è una visione globale delle alleanze, non c'è futuro per le grosse aziende dell'IT. Perché passati gli anni del boom, in cui tutto ciò che era dot, com aveva un suo valore, siamo piuttosto nella fase dello sboom. Il 2001, 2002 sono gli anni in cui si è tornati a quello che era la vita prima del boom della Internet Economy. Stiamo vedendo che bisogna andare su una concezione del business basata sulla aggregazione. Quindi io dico ai piccoli e medi imprenditori che

sono qui davanti: “Pensate ad un business in cui tanti piccoli possono fare delle aziende di medie e grandi dimensioni e quindi incominciate a pensare che piccolo è bello ma, ahimè, quando si tratta di lavorare e di muoversi in contesti estremamente complicati, estremamente demanding, così estremamente esigenti che gli investimenti contano molto - purtroppo la dimensione del piccolo è di brevissimo periodo – è il momento dell'aggregazione e della specializzazione”. Cioè, è passata la fase del "faccio tutto e sono buono a far tutto". Io credo che invece siamo nella fase in cui le aziende, anche quelle grandi, debbano pensare ad una strategia chiara di aggregazione, mettendo in comune le cose buone che ognuno sa fare; debbano pensare ad una specializzazione verticale per competenza, perché soldi ce ne sono pochi, mentre gli investimenti devono essere fatti con continuità, altrimenti non si può sostenere un ciclo economico di sviluppo. E' la prima raccomandazione che io mi sento di darvi: mettersi insieme, aggregarsi. E' meglio avere il 10% di una azienda che fa 100, che il 100% di una azienda che fa 5. Ma soprattutto cercare di avere una massa critica in settori specializzati e verticali che possano dare soddisfazione a tutti.

Umberto Paolucci: Intanto vi ringrazio e mi complimento per la vostra passione per questi argomenti. L'argomento che penso di trattare nei prossimi minuti, è fare rapidamente il punto della situazione nel mondo della Information Technology. La prima osservazione è che la legge che ha visto incrementare progressivamente la potenza dei micro processori a livello di raddoppio ogni diciotto mesi vale ancora e continuerà a valere per un buon numero di anni. Vale anche la legge per la quale sia la capacità dei dischi che la larghezza di banda che ci arriva nelle aziende e nelle case, dovuta alla fibra, tende a triplicare ogni diciotto mesi. Quindi abbiamo un fenomeno sottostante dell'hardware che ci consente in sostanza di far girare un software molto più brillante e potente di quello che finora ci era stato possibile. E questo farà sì che l'assortimento di oggetti con i quali noi abbiamo la possibilità di lavorare si arricchirà ogni mese di più ad opera dei colleghi che di hardware si occupano più direttamente di noi.

Quindi questo vuol dire che la potenza di queste macchine ce la troviamo sotto diverse forme, sotto forma del PC tradizionale, sotto forma del PC che teniamo in tasca, ce la ritroviamo nell'automobile, ce la ritroviamo nel telefono che tende ad avere uno schermo sempre più grande e a farci fare sempre più cose, ce la ritroviamo in un oggetto che avevo preannunciato l'anno scorso e adesso è già realtà e sarà sul mercato subito dopo l'estate, il Tablet PC. E' il PC nel quale si può scrivere con la penna ed è fatto in modo che lo schermo, che di solito sta aperto di fronte a noi, può ruotare e chiudersi sopra la tastiera, in modo da formare una tavoletta sulla quale si scrive. Questo mi porta a dire che il rischio enorme che tutta questa oggettistica non sia integrata, cioè non si metta d'accordo con se stessa a vantaggio del cliente, dell'utilizzatore, questo rischio enorme, che pure c'è, è reso minore e mi auguro annullato, dalla maggiore potenza dei software. Quanto al software si assiste ad una evoluzione sempre più raffinata del riconoscimento della scrittura, che ci permette di utilizzare sempre di più quello che ci viene naturale. Mandare degli e-mail che possano essere tradotti in linguaggio di computer riconoscendo la nostra scrittura,

oppure mandare degli e-mail con la nostra calligrafia. Questo è un cambiamento notevole che ci permette di avere anche un tipo diverso di interazione con gli altri, di portarci dietro non la carta ma il computer e di trovarci sempre di più in ambienti nei quali la capacità di copertura wireless è sempre più ampia. Un altro elemento importante è che il software sempre meglio riesce a riconoscere il linguaggio e quindi interpretare il nostro linguaggio nelle ambiguità che può avere nel contesto della frase ovviamente discriminando fra tutte le possibilità, con una esecuzione veloce che tiene conto di tutte le alternative. Un altro settore nel quale abbiamo degli avanzamenti significativi è quello degli schermi, gli schermi in termini di qualità, di risoluzione e in termini di come il software li usa. Si tratta di schermi che possono essere tenuti in mano, girati - per cui il computer diventa un oggetto che assomiglia a un libro e non dobbiamo sempre tenere il collo nella stessa posizione - oppure schermi grandi che, addirittura come il cinemascope una volta, sono avvolgenti, ci accompagnano sulla scrivania con uno spazio di diversi gradi, sui i quali potremo avere diversi documenti aperti contemporaneamente. Direi però che oltre a queste evoluzioni, stiamo per vedere la più significativa e di gran lunga quella che veramente potrà far fare un salto in avanti al mondo del software: l'adozione sempre più estesa di quella nuova forma di definizione dei contenuti che è l'xml. Con l'xml, il contenuto di un file, di un archivio può autodescrivere, in modo da poter essere utilizzato dal software in maniera molto più naturale. Mi spiego con un esempio: un'applicazione scritta con tecnologie e rappresentazioni di dati tradizionali, per esempio una applicazione di una procedura di acquisti, contiene in sé tutti i vari archivi (i prezzi, i fornitori, i cataloghi, gli ordini, ecc.) ed è il codice a tener insieme queste informazioni. Se invece questi dati sono rappresentati nella modalità xml, il software che li manipola è esterno ai dati stessi e quindi il software può essere utilizzato per parlare con altri software. Si possono così mettere in comunicazione dei software e anche dei dati che non erano programmati per essere messi in comunicazione e quindi si possono creare delle applicazioni che creano uno scenario applicativo molto più ricco. Questo avviene soprattutto se si riesce, come si è riusciti, a mettersi d'accordo su determinate modalità aggiuntive che si chiamano webservice, le quali permettono effettivamente alle cose che ho detto di diventare vere e quindi di creare degli elementi comuni che in ultima analisi consentano al software di arrivare dappertutto e di sostituire, non tanto in termini di eliminazione di posti di lavoro, ma di sostituire tutti quegli interventi manuali che alla fine rallentavano la produttività. A che cosa mi riferisco? Mi riferisco al fatto che quelle barriere, quelle discontinuità, quei compartimenti stagni che ci sono stati finora tra una applicazione ed un'altra, tra un sistema e un altro, una azienda e un'altra, possono essere colmati con dei ponti che con i webservice si riescono a creare e quindi questo dà luogo ad un universo molto più promettente di quello che abbiamo di fronte. Questa è l'introduzione che volevo fare.

Nicola Aliperti: Buona sera a tutti anche da parte mia. Dirò soltanto due parole. Io sono amministratore di HP da 2 anni e praticamente per più dell'80% della mia vita professionale ho lavorato in HP, ricoprendo diversi incarichi di tipo professionale, manageriale e così via. Vorrei con voi condividere alcuni spunti di riflessione

raccogliendo anche la richiesta di Alfredo di parlare sul momento che ci troviamo a vivere. Il momento che stiamo vivendo è un momento caratterizzato da una grossa incertezza, lo dico come operatore di mercato, di information technology. Una grossa incertezza, non determinata soltanto dal così detto sbloom di Internet o da fattori di tipo macro economico, ma determinata anche dalla mancanza, almeno in questo momento, di fiducia nel futuro e quindi in parte del coraggio di investire in idee che possano essere rischiose. E' una riflessione molto personale che condivido con voi. In un momento come il nostro, se guardiamo gli ultimi 10-12 mesi, la pressione competitiva è aumentata pesantemente, per tutti noi, non soltanto per noi operatori information technology ma anche per voi imprenditori. Ci sono tantissime ragioni: la globalizzazione da un lato, l'entrata dell'Euro - che comunque ci espone, come paese, come imprenditoria, nei confronti dei nostri concorrenti in maniera ancora più pesante del passato -, se volete anche la crisi economica che in qualche modo riduce il consumo, riduce le opportunità, aumenta quindi la pressione competitiva, la pressione sulle marginalità. Questo è un po' quello che si percepisce: una fortissima cautela. Diceva prima Scarfone, giustamente, che il livello di informatizzazione è cresciuto nonostante l'ultimo anno, anno e mezzo di crisi; è continuato a crescere e anche in maniera consistente, non soltanto a livello di impresa ma anche a livello di consumatori, di famiglie. Questo per me rappresenta un segnale straordinariamente incoraggiante. Quindi da un lato viviamo l'incertezza dei consumatori e delle imprese nell'intraprendere investimenti, dall'altro segnali stranamente positivi non soltanto dei livelli di crescita ma dei livelli di maturazione dell'imprenditoria. E' un messaggio estremamente positivo (almeno dal mio osservatorio) quando le imprese cercano di instaurare un filo diretto con noi operatori di information technology, per capire dove indirizzare gli investimenti, a che cosa può servire la tecnologia. Io personalmente, nonostante abbia lavorato più dell'80% della mia vita in una azienda di information technology, non ho mai creduto al valore della tecnologia in se stessa. Io ho sempre creduto e continuo a credere al valore della tecnologia asservita, a supporto di una idea di business. In uno scenario di incertezza, di grande competitività, uno dei fattori emergenti, uno dei fattori importantissimi, è il cambiamento (tra l'altro con una dinamica molto più spinta di ieri) che si verifica nel mercato in cui ciascuno di noi opera. E' pressoché impossibile andare ad interpretare dei fenomeni di cambiamento, sia nel comportamento dei consumatori che delle imprese, con le stesse logiche e con gli stessi metodi analitici di qualche anno fa. Questo espone ciascuno di noi ad una grande difficoltà, che è quella di adattarsi, cercare di comprendere quello che sta succedendo, adattarsi in maniera rapida per continuare ad essere competitivi, allargare il market share, fare marginalità, creare differenziazione e così via. Bene io credo, sono convinto, che il ruolo della information technology stia proprio nell'essere uno strumento che aiuta gli imprenditori, l'impresa ad essere rapidi. Il che non vuol dire che va a sostituire la capacità di analisi, il progetto, l'idea, la strategia dell'impresa, il modo di andare al mercato, ma supporta l'impresa nella rapidità con cui percepisce i segnali di cambiamento. Supporta l'impresa nel momento in cui deve fare, come diceva Maurizio Tucci prima, aggregazione, azienda estesa, nel momento in cui deve flessibilizzare il suo modo di andare al mercato e il suo modo di produrre.

D'altronde noi siamo un paese che è riconosciuto dal mondo per essere un paese la cui imprenditoria ha sempre espresso flessibilità, creatività. Io penso che questo, che rimane uno dei fattori caratterizzanti della nostra imprenditoria, non sia più sufficiente. E' fondamentale, ma se non si sposa o comunque si fa aiutare da strumenti che integrino le imprese, nel cosiddetto concetto di impresa estesa o comunque in quello che Maurizio Tucci chiamava "l'aggregazione delle imprese", se non si fa aiutare dalla tecnologia per l'interpretazione e l'analisi di quanto accade o per l'interpretazione di quello che è il comportamento dell'utente, del cliente (come cambiano i gusti, la segmentazione della clientela, la modalità diversa di servizio da fornire ai vari segmenti di clientela), è chiaro che se non accade questo, non è possibile, in un clima competitivo come quello che noi viviamo oggi per enne fattori, essere all'avanguardia come paese, come imprenditori, come nazione.

Alfredo Scarfone: Bene, prima di partire con un altro giro, vediamo se ci sono delle domande.

Domanda: Mi chiamo Paolo Fini di Firenze, sono informatico, da un po' di anni lavoro in una grossa azienda informatica italiana, benché abbia una mezza idea di fare qualche "voletto da solo". Volevo chiedere: il mercato dell'intrattenimento che sta esplodendo in forme strane e fortemente competitive, secondo voi è un mercato ancora troppo immaturo, troppo competitivo per dare spazio alla piccola impresa, all'iniziativa privata?

Umberto Paolucci: Nel settore dell'informatica video-ludica, la concorrenza è fortissima. Ci sono adesso tre oggetti almeno che si contendono il mercato, tutti e tre hanno fatto una battaglia all'ultimo sangue, perdendoci sul prezzo della console stessa. Sono Nintendo, Sony Playstation e Microsoft x-box. Questa concorrenza non è mai troppa, nel senso che va a vantaggio del mercato, del consumatore. La speranza è che vendendo via via dei giochi, e anche lì naturalmente la concorrenza si deve fare sentire, si possa recuperare la perdita. Gli spazi per la piccola impresa, nel creare valore aggiunto in termini di sviluppo di software e quindi di giochi che possano avere una risonanza mondiale, sono effettivamente molto limitati e sono abbastanza circoscritti ad alcune aree geografiche dove esistono degli sviluppatori particolarmente bravi che hanno di fronte a sé un mercato potenziale che è sostanzialmente tutto il mondo. Ci possono essere degli spazi di business nella distribuzione: la piccola impresa non ha, al di là della distribuzione, molto ruolo. Invece, per quanto riguarda il settore dell'educazione e della formazione, lì ci sono grandissimi spazi, mercato per mercato, paese per paese, lingua per lingua.

Maurizio Tucci: Solo per riconfermare che la tua domanda è esattamente in linea con quello che dicevo prima. Cercare di "volare da soli" in questo momento, senza avere un'idea chiara, un business chiaro e qualcuno che ti dà i soldi, è estremamente pericoloso. Tieni conto che in questo momento, non per frustrare una tua capacità o una tua volontà di essere imprenditore, ci sono sul mercato decine di migliaia di

persone che la crisi internazionale o la crisi di settore sta rimettendo in circolo. Quello che io ti voglio dire è questo: va bene essere imprenditori, ma cerca di trovare un'aggregazione di gente che vuole fare questa cosa insieme a te. Trovate una idea, quella del 3G ad esempio, quella delle nuove applicazioni multimediali sui telefonini di nuova generazione. Io credo che in Italia ci saranno degli ottimi "creation center", degli ottimi sviluppatori di applicazioni, per cose molto semplici che andranno ad essere fatte su piattaforme multimediali. Noi italiani abbiamo un'ottima conoscenza di base, abbiamo una creatività estremamente invidiabile, abbiamo anche il senso dell'estetica, rispetto a quello che la gente vuole vedere su palmari, su PDA e cose di questo genere. Io credo che, passata la prima fase, in cui il prodotto si dovrà consolidare, ci sarà spazio per gente come te, che però deve avere una dimensione più industriale che da cantinaro, perché ormai l'epoca dei cantinari è finita. Gente che può inventarsi delle applicazioni, delle cose per questo nuovo tipo di generazione, per far vedere meglio le partite di calcio, i giochi di intrattenimento per bambini (i miei figli, invece di stare ore e ore davanti a quei giochetti lì, magari potessero stare davanti a dei programmi di educazione, dei programmi di apprendimento, dei cartoni animati intelligenti, non quelli che fanno le lotte o le spade o cose di questo genere) cioè cose che abbiano anche un senso di tipo culturale e di apprendimento. Lì credo che ci sarà spazio. E' il discorso della cultura.

Domanda: mi chiamo Emanuele Vascapè. Mi occupo di vendita di sistemi enterprise. Volevo partire da una considerazione. Mi sembra di cogliere, forse un po' in controtendenza a quello che dicevate, ancora un difetto di cultura informatica nel nostro paese. Cioè ricordo che noi abbiamo meno di un PC a testa in questo paese e ci sono paesi nordici che ne hanno tre. Allora vedo in questo due problemi essenziali: uno sul lato end user, sul lato utente, cioè uno scollamento sempre maggiore tra un'informatica vissuta come qualcosa solo per pochi eletti e il saperla veramente padroneggiare. Per esempio mia moglie banalmente non è capace di usare bene il telefonino. Vuol dire che su quel lato c'è da creare della tecnologia più vicina a quello che è l'uomo. Manca un punto, il concepire la tecnologia come uno strumento per l'uomo. E questo punto qua secondo me è un punto importante da focalizzare. C'è invece un discorso italiano, anche questo secondo me importante, che riguarda come i nostri imprenditori concepiscono l'informatica. Io giro parecchio le aziende e vedo che il modo con cui guardano l'informatica è un po' come si guarda una sedia, come un oggetto che bisogna avere, non come uno strumento per dare maggiore efficienza al proprio business. Lo domanda che volevo porre è come uscire da questi due problemi che ho posto, cioè il lato della tecnologia a servizio dell'uomo e il lato della tecnologia per le imprese per migliorarne l'efficienza. Grazie.

Nicola Aliperti: Io sono molto d'accordo con queste affermazioni. Dico questo per quanto riguarda la prima parte della domanda. I più grossi investimenti da fare sono nella semplificazione dell'interfaccia utente. E diciamo nella unificazione dell'interfaccia utente indipendentemente dal dispositivo che viene utilizzato. Questi sono i più grossi investimenti software. Questo riguarda molto il consumatore,

l'utente finale. Tra l'altro mi ricordo il tema dei videoregistratori. Non so se vi ricordate, all'inizio sono usciti telecomandi sempre più complicati, poi i telecomandi sono diventati estremamente più semplici. Il che vuol dire certo che abbiamo imparato ad utilizzarli ma che c'è stata anche una semplificazione. Per quanto riguarda il secondo tema, due o tre anni fa si parlava e si continua a parlare ancora oggi di una grossa mancanza di professionalità specialistica delle information technology. Già in quel primo momento io sostenevo che pur essendo vera questa affermazione, c'è un'altra affermazione che secondo me è altrettanto vera: manca la sensibilità informatica all'interno delle aziende, che non vuol dire essere specialisti del computer, ma che vuol dire capire a cosa può servire il computer o l'information technology. Non bisogna però esagerare, perché negli ultimi anni il livello di informatizzazione e comprensione dell'informatica è cresciuta. È chiaro che non è stato colmato il gap. C'è da fare moltissimo. E come imprenditori bisogna investire, perché questo vuol dire formazione, vuol dire immissione di risorse non informatiche specialistiche ma di risorse che abbiano la sensibilità informatica. Quindi io sono d'accordo. Cos'è che si sta facendo? Bisogna investire. Bisogna investire in formazione. Mi rendo conto di dire una cosa difficile da condividere in questo momento in cui c'è una grossa riduzione, una grossa attenzione sulla riduzione dei costi, ma d'altro conto il rischio che si sta correndo in questo momento è quello di una involuzione. Continuare ad aspettare fa sì che il sistema d'impresa in Italia possa diventare meno concorrenziale di quanto non lo fosse o di quanto non lo sia stato fino ad oggi. Questo è il grosso problema.

Moderatore: Il tema è scivolato sulla grande industria. Voi siete grandi aziende nel vostro settore. Quanto vi possiamo considerare italiane nei benefici che il sistema Italia trae da voi? E quando si dice che bisogna investire, bisogna intervenire, bisogna essere imprenditori, quanta possibilità c'è per avere un'azienda nel settore software o ancora nella produzione hardware, di averne in Italia una che sia degna di tale nome?

Alfredo Scarfone: Mi sembra interessantissimo. Però raccogliamo ancora due tre domande, poi facciamo un giro finale in cui si terrà conto anche di questa osservazione.

Domanda: mi chiamo Luciano Brogi sono dirigente d'azienda da molti anni in un'azienda privata, media, classica, italiana e mi occupo di diverse cose, non sono ingegnere informatico ma tra le varie cose di cui mi occupo c'è anche l'area informatica. Ho concluso pochi mesi fa l'installazione di Sap in tutta l'azienda, in tempi anche brevi. Io personalmente conosco molto bene l'imprenditoria della media impresa italiana, medio piccola, e ho una serie di riserve proprio per la conformazione della mentalità dell'imprenditore italiano sulla riservatezza, sul tener sotto il proprio controllo tutta una serie di fattori. A questo punto, dato che i nostri fornitori di media impresa sono a livello più basso, la domanda che mi pongo è questa: quando sarà possibile fare avvenire un'integrazione verso il basso con questo

tipo di imprese di fornitori, dato che Sap, in quanto tale, non è assolutamente un'attrezzatura che anche supercompressa si adatti a una certa realtà aziendale?

Domanda: mi chiamo Marco Nanni mi occupo di sviluppo software in un'azienda per progetti di dimensioni abbastanza importanti. Mi sembra di capire che ci sono in quanto detto finora, delle potenziali contraddizioni. Da una parte Tucci parla di un mercato dove non c'è più spazio per piccoli attori, dall'altra parte Paolucci apparentemente dipinge scenari estremamente eccitanti dove Webservices, la stessa Promo di Dotnet di Microsoft fanno apparire scenari estremamente invitanti a lanciarsi in investimenti. Apparentemente sembra che le due cose non siano conciliabili, cioè che non ci sia spazio per nuovi slanci di forze nuove. Faccio l'ultima osservazione poi mi fermo. Mi sembrerebbe di aggiungere, questo a parere mio personale, che il mercato informatico oltre ad avere un ciclo di vita estremamente ridotto per quanto attiene ai prodotti e alle tecnologie, purtroppo in alcuni casi ha un ciclo ridotto anche per quanto riguarda lo skill. Quindi c'è la necessità di un'evoluzione molto forte perché aziende che ieri erano innovative oggi sono in calo.

Domanda: Noi italiani siamo abituati ad andare dietro alle mode. Due anni fa è scoppiato il fenomeno Internet. Tutti eravamo imprenditori. Tutti volevamo fare qualcosa. Una grossa responsabilità vostra, però, è che siete andati voi per primi dietro alle mode. Cioè avete pagato a dei neolaureati 100 milioni di stipendio. Avete drogato il mercato del lavoro. Oggi dite di tagliare i costi, avete detto che i piccoli si devono mettere insieme, come se due piccoli si possano trovare facilmente e mettersi insieme a competere sul mercato globale. Non è il caso che anche voi facciate non solo autocritica ma anche un minimo di sforzo? Qual è il vostro sforzo in questa direzione?

Alfredo Scarfone: Perfetto. Adesso facciamo un ultimo giro di chiusura cominciando da Aliperti e finiamo con Tucci.

Nicola Aliperti: L'HP è un'azienda che ha un portafoglio di prodotti e di servizi estremamente esteso. Tutta l'erogazione dei servizi avviene lavorando con dei partner, che sono uno dei punti fondamentali della strategia HP. Perché dico questo? Perché lavorare con le aziende che complementano la nostra offerta è uno dei punti chiave della nostra strategia. Dico anche che, da un punto di vista numerico, i partner con cui lavoriamo in Italia sono quasi 16 mila. Ci sentiamo italiani nel momento in cui investiamo in Italia in competenza, e l'abbiamo fatto. Abbiamo dei centri di competenza mondiali in Italia, con più di 100 persone attualmente, e pensiamo nei prossimi due anni di investire ancora in un ulteriore centro di competenza. La nostra partecipazione al sistema Italia avviene attraverso una relazione formidabile con attori italiani, imprenditori italiani, ai quali trasferiamo know how per quanto ci riguarda e costruiamo insieme iniziative. Nello stesso tempo cerchiamo di produrre attraverso le persone, attraverso gli italiani, del valore per l'azienda HP, che possa

essere riversato non soltanto in Italia ma anche a livello multinazionale. Sul out sourcing di Sap devo dire che ci sono invece dei segnali molto confortanti, nel senso che si cominciano a vedere aziende che si affidano a soggetti in out sourcing per l'erogazione delle funzionalità di Sap. È chiaro che è molto più semplice oggi vedere delle aziende che danno in out sourcing servizi relativi ad applicazioni del tipo Human Resource personale o cose di questo tipo, anziché la contabilità dell'impresa. E' vero che c'è una cautela da parte degli imprenditori, però è anche vero che questo sistema può abbattere la barriera di ingresso di molte imprese all'adozione di strumenti, lasciamo perdere se sia Sap o sia altro, di strumenti estremamente evoluti. Quindi è qualcosa che sta succedendo. Al di là di quella che è l'analisi della situazione corrente, c'è un grandissimo spazio per nuovi slanci che non viene soltanto dai piani di government o dalla de-localizzazione e quindi dal maggior potere che le regioni hanno e dai grandi progetti che vengono lanciati. Ci sono anche grandi slanci che possono venire dalla gestione dei contenuti, soprattutto per quanto riguarda la multicanalità, l'utilizzo delle forme più diverse per l'accesso ai servizi e così via. Ci sono grosse opportunità. Oggi stiamo vivendo un momento di forte flessione. Bisogna venirne fuori. Bisogna assolutamente venirne fuori. Le multinazionali hanno drogato il mercato. C'è stato un momento di sortage delle risorse per cui, per accaparrarsi le risorse, sono state pagate delle professionalità medie o basse a degli stipendi assolutamente inaccettabili. Devo dire che riconosciuto questo, anche come azienda, noi non abbiamo partecipato assolutamente a questo gioco e lo dico avendolo gestito io questo momento. Non abbiamo partecipato; però è vero, è successo. E infatti oggi molte persone che avevano professionalità basse e super pagate si trovano in un momento di difficoltà.

Umberto Paolucci: Rispondo anzitutto alla domanda dell'ingegnere Montagna su quanto siamo italiani. In Italia il valore aggiunto principale che noi generiamo va ai nostri partner. Noi stimiamo che ogni volta che riteniamo di avere conquistato un cliente, il rapporto tra il fatturato nostro e il suo è di uno a otto, cioè noi uno e il cliente otto. Questo è un elemento. Un altro elemento è quello dell'attività che noi facciamo e dobbiamo fare, di formazione. Quindi creare un universo di sviluppatori, di persone che usano, conoscono e diffondono le nostre piattaforme. Un altro contributo al paese è relativo alla realizzazione dei piani e dei programmi della scuola. Prima il presidente Berlusconi parlava dell'e-government per i paesi in via di sviluppo. Aziende come la nostra erano naturalmente nel gruppo che hanno fatto queste cose. Un'altra cosa che ritengo sia utile al paese nel quale siamo è quello di fare pubblicità, di dare conoscenza dei nostri approcci di management, delle nostre management practice, cioè di come noi operiamo. Di questo poi parlerò velocemente. Sull'integrazione verso il basso non vorrei fare spot, però stanno uscendo dei prodotti nostri molto significativi, mirati alla piccola e media impresa. Piccoli attori. Io credo che ci sia molto spazio. Sono molto ottimista. Credo che siamo davvero all'inizio delle cose che si possono fare con il software, con la magia del software, che non è solo uno strumento per risparmiare costi o persone, ma è un elemento di liberazione, di creazione di spazi nuovi, di creatività, di possibilità di fare lavorare e vivere la

gente meglio. Io credo che siamo all'inizio, che abbiamo fatto pochissimo, che il software adesso sia abbastanza inaffidabile, molto complicato. Queste cose le devono fare gli elementi di base, i piccoli e quindi sono molto ottimista per questo.

Per quanto riguarda le mode, noi non siamo coloro che hanno drogato il mercato. Noi siamo fra coloro che dicevano che il mercato non aveva senso in termini di stipendi, in termine di lavori di borsa. L'abbiamo detto per molti anni. I nostri stipendi non sono cambiati mai. Da noi un neolaureato oggi, se è bravo, se si è laureato bene e quindi se riesce ad entrare da noi, prende 24-25mila euro, non 100milioni. Deve essere bravo e deve essere contento di questo stipendio. Le stock option certo le diamo a tutti. Noi le diamo al 95% delle nostre persone come strumento di fidelizzazione. Non è un elemento di droga. Quello che per noi conta, e qui vorrei spendere un attimo in più, è che le persone vengono a lavorare con noi perché credono in quello che facciamo, credono nella missione che abbiamo, perché amano il loro lavoro, amano quello che loro possono fare con noi e così, senza esagerare, credo che si possa, paese per paese, cliente per cliente, cambiare il mondo. Insistiamo molto sui valori, insistiamo sulla integrità e onestà della persona. Quindi integrità e onestà. Essere aperti e rispettosi con gli altri è apparentemente facile, ma in realtà non lo è. Perché uno può essere aperto e diventare perfino brutale nel dare una notizia a un collega o a un dipendente, oppure può essere rispettoso, anche troppo rispettoso, tanto che alla fine non gli fa capire quello che deve realmente fargli capire. Se invece riesce ad essere sia aperto che rispettoso, crea quell'ambiente di interscambi, di confidenza nel quale si può migliorare. Occorre essere coscienti che si ha a che fare con degli adulti che devono capire le cose come sono e devono capire che devono partire da quel punto per migliorarle. Essere capaci di mettersi in discussione, di essere autocritici, di vedere dove si è, di capire le proprie debolezze e quindi magari di circondarsi di persone che sono in grado di lavorare insieme perché sono complementari. Il venditore che non ottimizza il suo risultato del mese o del trimestre non sa lavorare sul cliente per i tempi lunghi. Noi non siamo un'azienda ottimizzata per il breve periodo, siamo un'azienda ottimizzata per il lungo. Essere responsabili verso i clienti, verso gli azionisti, verso i colleghi, verso i concorrenti anche. Quando si ha più forza, bisogna usarla con molta sobrietà. Ed essere responsabili significa mettersi in gioco, avere passione, non tanto per la tecnologia in sé ma per quello che può fare per la gente. Mirare all'eccellenza nelle cose che si fanno, è facile a dirsi, ma per essere eccellenti nelle cose che si fanno, bisogna sceglierle, bisogna non cercare di fare troppe cose, ma fare quelle che si possono fare bene. Fare delle scelte anche drastiche ed avere un approccio inclusivo. Avere un approccio globale, creare delle opportunità per il paese come si diceva prima, creare opportunità per gli altri. Quindi essere presenti anche nel sociale. Questi sono gli elementi, detti velocissimamente. Quindi chi lavora con noi deve vivere queste cose qui, non deve essere con noi perché guadagna di più, perché di fatto non guadagna di più, guadagna di meno, guadagna al limite delle statistiche di mercato. Se poi invece avremo la fortuna di beneficiare ancora di questo bel titolo, come abbiamo visto accadere fino a tre anni fa, allora certo possono guadagnare di più.

Maurizio Tucci: Credo che la domanda di Marco intendesse anche dire quale è l'apporto che una multinazionale come Bull o come quelle dei colleghi può dare a questo paese. Storicamente ci sono sempre stati centri di ricerca e di eccellenza e quindi continueremo a farli, compatibilmente con quelli che sono i piani di ristrutturazione del gruppo. A questo proposito tengo a dire, vista anche l'audience, che è sicuramente importante cercare di dare rilancio a quella che è una industria prettamente italiana, perché nel momento della difficoltà, e questi non sono momenti facili, state certi che il nocciolo duro rimarrà sempre il mercato domestico. Credo che sia giusto e normale che per una azienda, che ha una forte connotazione nazionale, il mercato domestico rimanga l'ultimo baluardo da difendere nei confronti delle difficoltà. In questo l'Italia credo abbia pochi baluardi da difendere. Credo quindi sia molto importante che ci siano delle grandi aziende italiane e credo che nell'informatica ormai ce ne siano di grandi, importanti e anche molto buone. Da italiano che non lavora più in aziende italiane da più di 15 anni, dico che comunque essere una grande azienda italiana porta un beneficio al Paese, secondo me più profondo, più strutturato e più legato a quello che è il proprio Paese.

Seconda cosa, spazi per nuovi slanci. Certo, ma alla condizione che vi ho detto, di non mettervi a fare i cantinieri, perché vi fate male. Oggi ci sono aziende che fanno 15, 20, 25 milioni di euro di fatturato e che hanno problemi ad incassare soldi. Il cash flow fa parte della rigida regola del mercato, a fine mese dovete pagare gli stipendi e state attenti, nel senso che potete anche avere un portafoglio di ordini di 200 miliardi, ma se il cliente non vi paga in tempo andate male. Quindi sano pragmatismo, grandi slanci, grandi cose, fate quello che vi pare, ma tenete conto che alla fine del mese avete degli stipendi da pagare, degli investimenti da sostenere. Ecco perché parlavo di aggregazione, parlavo di creare una diversificazione di clienti, non di portafoglio. Sono solo dei consigli che vi posso dare.

Terzo. Abbiamo drogato il mercato. Sì, quando ero in Nortel sono uno di quelli che ha drogato il mercato. Dovevo fare un'azienda da zero, se non lo facevo io lo facevano altri, mi servivano 400 persone in due anni, ho strapagato gente che oggi, purtroppo, non sta in grandi condizioni, perché a loro volta hanno voluto fare il passo più lungo della gamba: c'era più domanda dell'offerta, sono andati verso operatori che oggi non ci sono più e quindi si trovano in mezzo a una strada. Però diciamo che quando c'è domanda e c'è un'offerta scarsa, si paga la gente anche fuori da quelli che sono gli standard di mercato. Non credo che siamo stati né drogatori né drogati né pusher: fa parte del mondo del lavoro.

Da ultimo, un consiglio: investite nella sicurezza, la sicurezza fisica e logica dei dati e delle reti. E' sicuramente un settore dove i clienti investiranno. Di sicurezza si parla tanto, pochi hanno le idee chiare. Mettete su una competenza buona in questo campo e secondo me andrete bene.

L'e-government, lo abbiamo detto, va fatto e vanno fatti degli investimenti importanti. Sono d'accordo con Nicola, banche e assicurazioni tireranno, ci sarà grande bisogno di un ammodernamento in termini di funzioni, in termini di multicanalità e anche in termini di CRM. Le banche hanno risparmiato qualche soldo qualche anno fa nei processi di macroaggregazione, adesso si devono fare la guerra

sul serio, devono soprattutto respingere l'attacco delle grandi banche internazionali. Credo che banche e assicurazioni abbiano soldi da spendere e possano essere un canale di vendita importante.

Ultimo. Passata questa fase nera di ciclo basso - dovuta soprattutto ad una contingenza, al fatto che il mercato del HT è stato tirato per trent'anni dalle telecomunicazioni e che i grandi operatori, la Telecom ad esempio, non hanno più investito nell'ammodernamento della propria rete - credo che finita questa fase, già nel primo semestre del 2003, comincerà un altro ciclo, in cui bisognerà che ci sia gente brava, sveglia come voi, che riesca ad andare sull'onda e ricominciare a fare soldi.

Umberto Paolucci: Posso fare una battuta? Fate quello che vi piace, perché se vi piace davvero lo fate bene, se non lo fate bene non vincerete con quello che fate.