

## Equazioni per lo sviluppo

Luciano Martucci

È innegabile che l'Italia senta in maniera più acuta una crisi economica di proporzioni mondiali. Le ragioni di questa sofferenza credo che siano note a tutti: da un lato, c'è la storica criticità di alcuni parametri macroeconomici – primo fra tutti il debito pubblico – e, dall'altro, la debolezza del modello industriale, con il suo deficit di produttività e competitività. E quindi, quando le turbolenze finanziarie si sono trasferite all'economia reale, l'Italia ha patito le conseguenze più pesanti. Non parlerei però di declino, che è un termine che presuppone la mancanza di qualsiasi capacità di reazione, che invece c'è stata. Mi riferisco, per esempio, al segnale forte dato dal nostro sistema bancario che, pur soffrendo, non solo ha evitato clamorosi rossi in bilancio ma non ha neppure avuto bisogno di interventi statali di sostegno.

Ma parliamo di etica. Qui la crisi non c'entra. Qualunque sia il contesto economico, in recessione così come nei periodi di crescita, non esiste il business senza l'etica. Le cose vanno di pari passo.

A questo proposito, posso citare quello che è emerso dal nostro ultimo *Innovation Jam* che si è tenuto nel mese di ottobre dello scorso anno. L'*Innovation Jam* è un confronto su grandi temi economici e sociali che l'IBM fa periodicamente in rete, coinvolgendo i suoi quasi quattrocentomila dipendenti oltre a migliaia di clienti e partner. Si è parlato di come dovrà essere l'azienda del futuro, anche alla luce delle difficoltà economiche che già erano emerse allora in tutta la loro problematicità e confermate dalla sempre più grave situazione economica finanziaria mondiale attuale. Ebbene, dal milione e mezzo di pagine web che sono state prodotte nel corso del *Jam*, è uscito tra gli altri un messaggio inequivocabile: ci sarà ripresa solo se ci sarà più trasparenza nel modo di fare affari. Un forte richiamo all'etica che si riflette anche nel crescente impegno, da parte delle imprese, di qualificarsi come «cittadino socialmente responsabile».

Per quanto riguarda la crisi che stiamo vivendo, è evidente che la ripresa dell'economia italiana non può prescindere da quella dell'economia mondiale, o meglio, dell'economia globalizzata. Ormai «globalizzazione» è la parola chiave in ogni analisi più o meno specialistica, il filo conduttore di dibattiti, editoriali e naturalmente blog. Il mondo globalizzato, nei suoi primi anni di vita, si è dimostrato fragile, perché privo di una *governance* globale. E anche i sistemi più efficienti, almeno sulla carta, sono risultati incapaci di attivare le difese necessarie nei confronti di situazioni anomale o comunque imprevedibili: a questo proposito, il caso dei mutui subprime è l'esempio più significativo.

Eppure il mondo globalizzato ha un potenziale intrinseco che dovrebbe metterlo al riparo da ogni rischio: l'IBM dice che il mondo sta diventando più intelligente. «Smarter Planet» non è uno slogan: è la constatazione che la tecnologia, sempre più raffinata, pervasiva e a buon mercato, sta arrivando dappertutto. Chip, transistor, etichette parlanti – quelle che i tecnici chiamano «RFID» – stanno completamente trasformando gli oggetti e il modo di produrli, spostarli, acquistarli e venderli. Se questa tecnologia «intelligente» viene usata in modo «intelligente» si può veramente cambiare il modo in cui il mondo funziona e favorire una *governance* globale che, dopo averci fatto uscire dalla crisi, servirà ad alimentare quello che, con una espressione forse un po' abusata, tutti chiamano lo «sviluppo sostenibile». Pensiamo all'energia e ai vantaggi che potremmo avere da reti di distribuzione intelligenti che bilanciano in maniera ottimale domanda e offerta: le statistiche dicono che oggi viene sprecato tra il 40 e il 70 per cento di energia elettrica per inefficienza delle reti. Ma pensiamo anche al sistema finanziario e alla possibilità di prevedere gli effetti sull'economia reale di una eventuale crisi di liquidità; e alla grande distribuzione, e ai benefici derivanti dall'ottimizzazione della *supply chain* e della logistica di approvvigionamento. Siamo di fronte a una grande opportunità: reagire alla crisi con scelte strategiche i cui effetti abbiano orizzonti spazio-temporali che vanno ben al di là della soluzione di problemi contingenti. Prendiamo in considerazione il settore dell'industria automobilistica, uno dei più colpiti dalla recessione. I processi produttivi al suo interno sono tecnologicamente avanzati, automatizzati, informatizzati: ma un ulteriore impiego della tecnologia può comunque dare ancora più efficienza e consentire una riduzione dei costi.

La nostra visione di «Smarter Planet» però va oltre: la tecnologia non serve solo per migliorare la qualità complessiva del «sistema» auto, ma per trasformare il modo in cui il «sistema» auto si mette in relazione con il mondo. Faccio un esempio: una grande casa automobilistica europea, grazie alla tecnologia, ha avviato linee di produzione «verdi», strutturate per produrre auto che, a fine percorso, siano più facilmente riciclabili. Una scelta che – nel lungo periodo – avrà effetti positivi a livello non solo di mercato ma «planetario». È una conferma che, come dicevo all'inizio, business ed etica possono, anzi devono, andare di pari passo. L'Italia non deve perdere questa opportunità. Uscire dalla crisi con soluzioni strategiche di lungo periodo può consentire al nostro Paese di rimuovere i limiti strutturali e fisiologici del suo sistema industriale e produttivo. Sono scelte che ovviamente richiedono un impegno comune e coordinato da parte di tutti: poteri politici, PA, imprese, università, singoli cittadini.

Io sono ottimista. La mia fiducia nasce anche dall'esperienza.

In periodi in cui la crisi economica era più forte in Italia che altrove, quando da più parti si nutrivano seri dubbi sulla tenuta del sistema-Paese, l'IBM ha «scommesso» sull'Italia, con investimenti e risorse. Sono scommesse che si sono dimostrate vincenti e che oggi mi portano a essere fiducioso sulle possibilità di rilancio della nostra Nazione. In IBM vediamo segnali positivi: l'Italia, per esempio, è stata tra i primi paesi al mondo a imboccare la strada delle *smart grid*, le reti intelligenti per la distribuzione dell'energia elettrica. E i nostri progetti sono diventati uno standard ed esportati

nel mondo. Una grande casa motociclistica, con un importante stabilimento in Italia, ha completamente trasformato la sua *supply chain*, coniugando efficienza ed ecocompatibilità. A conferma che l'IBM punta sull'Italia, il nostro Paese è stato scelto come «pilota» dello «Smarter Planet». Ne abbiamo parlato prima degli altri e c'è stato molto interesse da parte del mercato e dei mezzi di comunicazione. È piaciuta in particolare l'idea della *smarter town*, una città in cui, grazie a un diverso rapporto tra amministrazione e cittadini, si possono realizzare nuovi servizi, in termini di mobilità, sicurezza, accoglienza e assistenza sanitaria. Stiamo valutando la possibilità di avviare un progetto concreto con un capoluogo di provincia di medie dimensioni, perché il tratto distintivo italiano sono proprio le solide città di provincia, ed è giusto partire da lì.

L'Italia, infine, ha un'ulteriore carta importante da giocare. In ogni trasformazione non va mai dimenticato il ruolo centrale della creatività individuale. In passato il nostro Paese non ne ha saputo sfruttare appieno le potenzialità, penalizzato dal campanilismo fazioso dei veti incrociati. È venuto il momento di mettere questa creatività al servizio del gioco di squadra, senza temere la fatica del cambiamento, altrimenti si rischia di perdere l'appuntamento con il futuro.

Occorre una apertura intelligente verso il nuovo, rafforzando le responsabilità individuali e premiando la propensione al cambiamento come autentico vettore dello sviluppo.

*(Luciano Martucci, presidente e amministratore delegato di IBM Italia)*