

Lesito della crisi pandemica per quanto riguarda l'economia italiana è abbastanza evidente: la manifattura ha tenuto, i servizi hanno preso una mazzata. Da qui l'urgenza di una riflessione sulla «rifondazione» del terziario italiano e sul contributo che la forza dell'industria può dare a un processo di rilancio e innovazione dei servizi. Che il tema sia da iscriverne nell'agenda delle priorità lo dimostrano negli ultimi giorni l'uscita di un rapporto ad hoc a cura di Manageritalia, un quaderno dell'ufficio studi della Confcommercio, un convegno della Uil sul turismo e un'apposita puntata del Don Chisciotte Podcast di Oscar Giannino. Va da sé ricordare come i pesi dei due macrosettori siano molto diversi: la manifattura contribuisce al Pil per il 19,5% laddove i servizi arrivano addirittura al 74%. Da qui la considerazione che mai e poi mai possa andare in onda un derby, «manifattura vs servizi», ma al contrario si tratta almeno in prima battuta di capire quale contributo può venire dall'industria per una risalita dell'efficienza e la competitività del terziario. Che nelle fotografie esce sfocato e con un'immagine da settore low cost.

Partiamo dal rapporto di Manageritalia curato da Oxford Economics che contiene l'evoluzione del settore dei servizi in Italia dal 2010 e per non annegare nel

Impresa 4.0 genera nuovi servizi e porta un contributo di efficienza e competitività. Ma c'è ancora molto mattone e un panorama di imprese polverizzate

di **Dario Di Vico**



Sviluppo Economico

Giancarlo Giorgetti, ministro.

Il settore dei servizi contribuisce per il 74% al valore del Pil

0,3%, molto meno degli altri. Però rispetto alle loro quote i servizi di alloggio e ristorazione, istruzione, distribuzione e attività artistiche occupano molte più persone perché compiti «come cucinare, servire pasti, insegnare non si prestano all'automazione», annota Oxford Economics.

Il lavoro povero

Questi quattro settori contengono il 40% dell'occupazione con solo il 16% del valore aggiunto, una sproporzione lacerante. E di conseguenza appaiono come meri container di «lavoro povero» con due sole eccezioni: il commercio al dettaglio e all'ingrosso e le attività finanziarie (grazie a Internet e all'home banking), che si sono mosse in controtendenza e hanno migliorato il valore

re in due categorie: quelli finanziari legati al leasing dei macchinari e alla diffusione della modalità pay for use e quelli più specificamente tecnologici legati all'interazione tra macchine, sistemi integrati e dati. «È un pezzo d'Italia che non viene studiato e che nelle statistiche sta ancora dentro il 19,5% di contributo della manifattura al Pil». Questa trasformazione è destinata a portarsi dietro una drastica accelerazione e crescita dei servizi professionali, basta pensare ai processi di servitizzazione che interessano vari settori (dalle macchine utensili all'automotive) oppure alla contrattualistica di condivisione dei dati.

La manifattura crea nuovi servizi professionali e per ora li tiene nel suo perimetro ma fonda le condizioni perché in un domani, non troppo lontano, queste

ri una sorta di doppia velocità, tra servizi che possono essere influenzati dal dinamismo delle tecnologie connesse al manufacturing e servizi che non godono di questa spinta (e che non crescono). «C'è il rischio di una spaccatura tra ciò che è agganciato alle grandi catene del valore o ciò che non lo è nemmeno lontanamente. Del resto si è impedito nel tempo il consolidamento dell'offerta di servizi e questo pesa. Ma comunque non credo che il futuro sia un'Italia di camerieri».

Turismo in ritardo

E in fase di ricognizione varrà la pena indagare gli effetti che altre due tendenze forti come la diffusione dell'e-commerce e il lavoro da remoto produrranno sulla struttura del terziario made in Italy. Chi ha sostenuto da tempo che la statistica non registra la componente di servizio insita nella nuova manifattura è l'economista Innocenzo Cipolletta. «Le nostre imprese migliori sono *tailor made*, adattano prodotti che servono ad altri prodotti, non lavorano per il magazzino ma fanno componenti quasi inimitabili. E una parte di questo processo è

COMMERCIO & Co.

mare dei dati e delle tabelle sceglieremo, seppur arbitrariamente, alcune evidenze da cui partire.

Il peso del real estate

Il primo dato sul quale costruire la riflessione di cui sopra è quello che riguarda la composizione del terziario italiano imperniata in prevalenza su due settori: commercio ingrosso e dettaglio (11,8%) e immobiliare (13,7%). Molto dietro l'istruzione (4,1%) e le attività finanziarie (5,3%), solo per limitarsi a due esempi. Paragonando questa struttura con quella dei nostri principali partner viene fuori che la Germania ha come primo settore le attività professionali e amministrative (11,7%), idem la Francia (13,9%). Somiglia molto a noi la Spagna e comunque anche prendendo a riferimento la media eurozona le nostre attività professionali restano un paio di punti sotto. Tanto mattone quindi e pochi servizi a valore aggiunto.

Questo dato sull'arretratezza del terziario italiano viene confermato dall'incrocio tra valore aggiunto e occupazione. Negli anni Dieci il valore aggiunto dei servizi italiani è cresciuto in media dello

UN TERZIARIO A DUE VELOCITÀ CHI RINCORRE L'INDUSTRIA

Carnevale Maffè: c'è il rischio di una spaccatura tra le attività che sono agganciate alle grandi catene del valore e ciò che non lo è nemmeno lontanamente

aggiunto per occupato.

«Penso che le statistiche non ci dicano tutta la verità», sostiene però Carlo Alberto Carnevale Maffè, docente di strategia alla Sda Bocconi, che ha animato con Oscar Giannino e Renato Cifarelli la puntata del podcast Don Chisciotte dedicata all'argomento. Una quota consistente di servizi avanzati è oggi incorporato dall'industria 4.0.

«Non dobbiamo fermarci ai codici Ateco, anche se scorporare il contenuto di servizio insito nella nuova manifattura è difficile e le aziende non hanno la contabilità per farlo». Eppure nei mesi della pandemia questi processi si sono intensificati. Carnevale Maffè li chiama *embedded services* e si possono suddividere

attività possano essere svolte da soggetti esterni legati in filiera. Per dirla in breve, che quel contenuto di servizio oggi internalizzato dalla manifattura possa essere ri-esternalizzato in forma professionale.

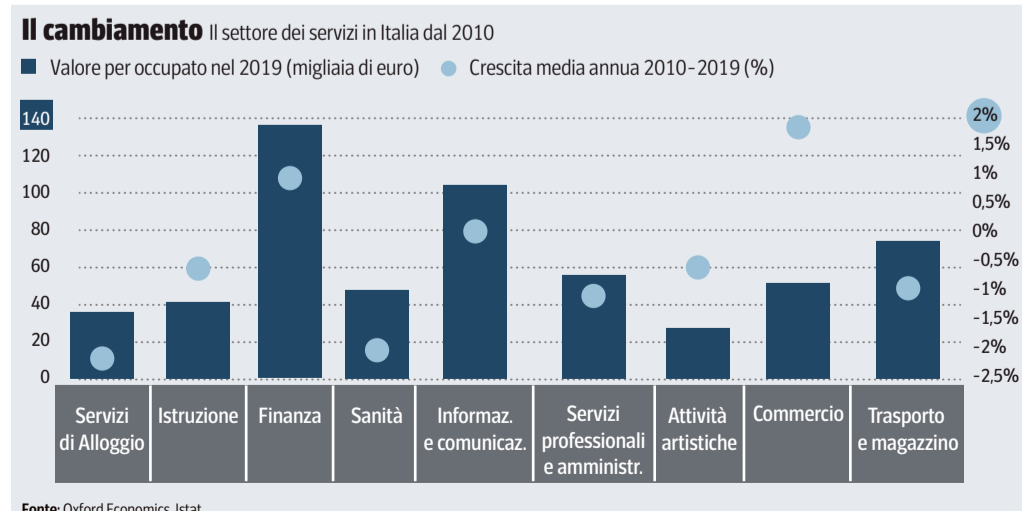
Carnevale Maffè invita a ragionare anche su altre novità indotte dalla pandemia. La drastica riduzione delle trasferite di lavoro e delle fiere ha tolto fatturato ai servizi che anche in questo caso sono stati sostituiti da processi di internalizzazione da parte delle aziende che così hanno risparmiato sono state però in grado di erogare servizi sostitutivi. «Lo chiamo Zoom dividend», chiosa il docente della Sda.

Da queste considerazioni ne viene fuo-

sicuramente servizio offerto al cliente».

Una strada di crescita per il terziario italiano che non compensa l'arretratezza degli altri settori, laddove si è scelta la strada della polverizzazione e non è emersa un'imprenditorialità dotata di una visione sistemica. Tipico il caso del turismo: come sottolinea la Uiltucs, in Italia ci sono più di un terzo del totale delle strutture ricettive presenti nei Paesi Ue, ma meno di un quinto dei posti letto. «Persino dai condomini — riprende Cipolletta — potrebbero nascere servizi professionali che si occupano di immobili in chiave professionale ma purtroppo non accade». E l'e-commerce può svolgere lo stesso ruolo di crescita del terziario made in Italy come la manifattura 4.0? «In linea di principio sì, ma ormai è in mano ad Amazon, che nella casa madre ingegnerizza i dati e sul territorio prospetta lavoro povero». Nei servizi di cura alla persona l'Italia però potrebbe attingere alla straordinaria competenza e capillarità del terzo settore. «Certo, ma quel punto il no profit dovrebbe essere in grado di offrire un servizio totalmente professionale», risponde Cipolletta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Noi e gli altri Attività settoriale nei principali Paesi europei, 2019 (% sul PIL)

Settore	Italia	Germania	Francia	Spagna	Eurozona	Differenza Italiana dalla media Europea
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	11.8%	10.1%	110.6%	12.6%	11.2%	▲ 0.6%
Servizi di alloggio e di ristorazione	3.8%	1.6%	2.7%	6.0%	3.0%	▲ 0.8%
Trasporto e magazzinaggio	5.6%	4.6%	4.6%	4.8%	4.9%	▲ 0.7%
Servizi di informazione e comunicazione	3.8%	5.2%	5.5%	4.1%	5.1%	▼ -1.4%
Attività finanziarie	5.3%	4.1%	4.6%	3.7%	4.8%	▲ 0.5%
Attività immobiliari	13.7%	10.5%	12.4%	11.7%	11.1%	▲ 2.6%
Attività professionali e amministrative	9.9%	11.7%	13.9%	9.3%	11.7%	▼ -1.8%
Amministrazione Pubblica	6.2%	6.2%	7.7%	6.1%	6.5%	▼ -0.3%
Istruzione	4.1%	4.3%	5.2%	5.0%	4.7%	▼ -0.6%
Sanità e assistenza sociale	5.8%	7.6%	9.1%	6.5%	7.3%	▼ -1.6%
Attività artistiche e di intrattenimento	4.1%	3.8%	2.9%	4.8%	3.4%	▲ 0.7%

Pparra