

# Accenture: "Il capitale umano è la vera risorsa dell'Italia"

INTERVISTA A FABIO BENASSO, PRESIDENTE E AD DELLA FILIALE NEL NOSTRO PAESE DEL COLOSSO DELLA CONSULENZA USA: "I MILLENNIALS SONO I PIÙ PRONTI A COGLIERE LE SFIDE DELLA NUOVA ERA E DELLA FORMAZIONE CONTINUA. VA RIQUALIFICATO SOPRATTUTTO CHI NON È NATIVO DIGITALE"  
**Luigi Dell'Olio**

Milano

«Se ragioniamo di industria 4.0 focalizzandoci solo sulle tecnologie non cogliamo in pieno il valore del passaggio che stiamo vivendo. Siamo alle prese con una trasformazione profonda e a fare la differenza è soprattutto la qualità del capitale umano». Fabio Benasso, presidente e ad di Accenture Italia, ha una posizione che a prima vista potrebbe apparire sorprendente, dato che la multinazionale della consulenza ha un focus proprio sulla tecnologia. Ed è in quest'ambito che il manager fa valere le sue expertise come vice presidente di Assolombarda e presidente Area tecnologie innovative in Assinform.

**A che punto è l'Italia nel passaggio verso l'industria 4.0?**

«È più opportuno parlare di impresa 4.0, dato che il digitale sta diventando terreno comune di innovazione non solo per la manifattura, bensì per tutti i settori. Nella competizione globale il nostro Paese ha un asset importante da far valere: la qualità del capitale umano. Ogni anno in Accenture Italia assumiamo centinaia di persone e giriamo per le aziende: abbiamo un'impressione molto positiva sulle qualità delle persone».

**Eppure le ultime rilevazioni di Eurostat dicono che non solo l'Italia fatica a tenere il passo della produttività rispetto ai partner europei, ma è addirittura in declino.**

«Rispetto ad altre economie, quella italiana è composta da poche grandi aziende altamente competitive sui mercati internazionale e da una miriade di piccole realtà. Un sistema molto diverso ad esempio da Francia e Germania e questo incide sui confronti internazionali».

**Allora il ritardo è colpa degli imprenditori? In fondo c'è ancora pa-**

**recchia diffidenza verso la capacità delle tecnologie di far entrare le**

**aziende in una nuova era...**

«Lo scenario è in evoluzione e gli investimenti delle piccole realtà su questo versante sono in crescita. Però è bene che non si attribuiscono a soluzioni come il cloud, l'internet of things o l'intelligenza artificiale poteri che non hanno».

**In che senso?**

«Non siamo di fronte a tecnologie di per sé stesche trasformative. Si tratta di soluzioni che possono migliorare il business e le nostre vite se vengono modellate in modo da poter far valere appieno il loro potenziale. E questa è un'attività che spetta alle persone: ecco perché mai come oggi è il capitale umano quello che davvero può fare la differenza. Occorre uno sforzo condiviso per promuovere il tema delle competenze. Questa è la grande sfida che abbiamo davanti».

**A questo proposito, nei giorni scorsi l'Ocse ha sentenziato: "In Italia ci sono pochi laureati scientifici". Come se ne esce?**

«Se per giovani si riferisce ai millennials, sono probabilmente i più pronti a cogliere le sfide dell'era 4.0 e della formazione continua. L'evoluzione tecnologica impone la necessità di riqualificare soprattutto chi non è nativo digitale e rischia di essere marginalizzato. L'innovazione digitale non ha bisogno solo di informatici, statistici e matematici, ma anche di persone dotate di soft skill molto spiccate, con una buona dote di creatività e di adattamento alle esigenze del mercato. Ecco perché è fondamentale che si investa sulle competenze per dare una spinta al business».

**Il diffuso tessuto di Pmi che caratterizza l'economia italiana spesso non ha grandi risorse per inve-**

**stire sul lungo termine...**

«Certo, una piccola azienda ha budget limitati per innovare, ma se collabora con altre realtà che hanno esigenze simili, se valorizza l'ecosistema di partner, fornitori e clienti di cui fa parte, se accetta di aprirsi al mondo della ricerca, può farcela. Peraltro oggi ci sono software che consentono di stimare quanto un investimento in formazione possa restituire in termini di business. Ridisegnare l'azienda alla luce delle esigenze di mercato significa ridurre gli sprechi, liberare risorse da investire nel nuovo».

**Molti imprenditori sono restii a fare rete per il timore di passare informazioni alla concorrenza...**

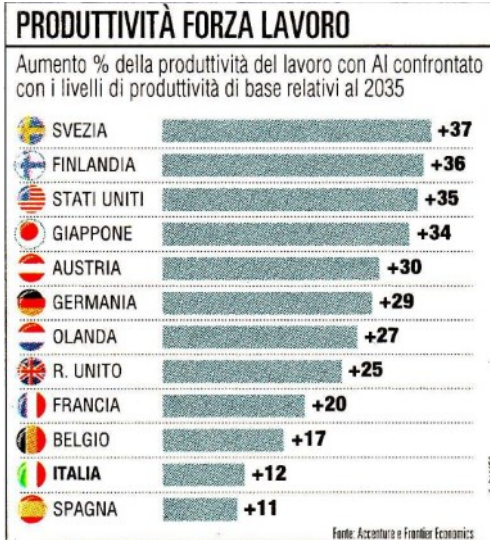
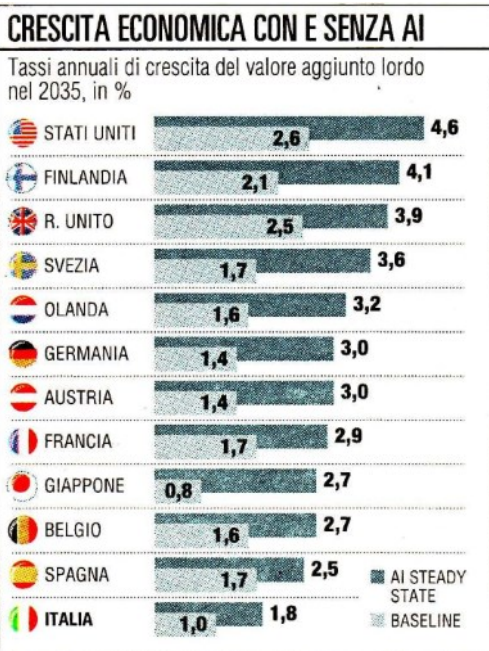
«Non è la tecnologia a rendere vincente un business, ma la capacità di usarla come leva per valorizzare le competenze che già esistono in azienda. Le realtà che mettono a fattor comune alcuni processi, che creano piattaforme di sviluppo dei processi, ma senza rinunciare alla propria identità, sono quelle che ottengono i risultati migliori».

**Quali sono i filoni sui quali puntate di più?**

«Il processo di trasformazione del quale le ho fin qui parlato lo mettiamo in pratica al nostro interno. Oggi il 60% delle persone di Accenture Italia è impegnato sul business digitale, mentre tre anni fa eravamo a una quota marginale. Eppure in questo lasso di tempo il personale è passato da 9mila a 12mila unità, segno che non è l'innovazione a distruggere il lavoro, ma l'incapacità di cavalcarla. Quanto al rapporto con i clienti, il nostro impegno principale è nell'accompagnarli nella rivoluzione digitale. Abbiamo tecnologie proprietarie da vendere, ma offriamo soluzioni che integrano l'innovazione nelle aziende per fare emergere nuovo valore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





In basso,  
**Fabio Benasso**,  
 presidente  
 e ad  
 di Accenture  
 Italia