

## **SUMMIT ASSOCIATIVO CONFINDUSTRIA DIGITALE**

### **Intervento del Presidente di ASSOCONTACT**

#### **Umberto Costamagna**

***Roma, 30 gennaio 2015***

La nostra associazione di categoria è formata dalle imprese di call e contact center in outsourcing: circa 50 società che operano in diversi settori della relazione con il cliente (customer service, citizen service, sales e teleselling, recupero crediti, phone collection, back office, ricerche di mercato e altri servizi).

Nel 2006 tenemmo nella sede di Confindustria nazionale una delle prime riunioni dell'associazione con i rappresentanti sindacali nazionali che ancora non avevano capito cosa fossero queste nuove imprese, cosa facessero quelle migliaia e migliaia di giovani che si ammassavano in nuove e quasi sconosciute realtà di lavoro che qualcuno cominciò a definire "le nuove fabbriche".

Oggi, a distanza di 9 anni, siamo ancora qui, magari un po' acciaccati, ma sicuramente diversi. E vivi. Ma soprattutto consapevoli di un importante cammino fatto, anche se sicuramente non concluso.

Tanta strada fatta, tanta da fare ancora.

#### **LA STRADA FATTA**

- ✓ Abbiamo cominciato a dare regole di comportamento a un settore che rischiava di crescere con logiche non di sano liberismo ma quasi di "selvaggio west", una prateria dove tutti rischiavano di andare per conto loro.

- ✓ E allora abbiamo scelto un unico contratto di lavoro di riferimento (le TLC), abbiamo cominciato a strutturare relazioni industriali associative, abbiamo firmato avvisi comuni.
- ✓ E soprattutto ci siamo adeguati, con fatica ma con estrema lealtà, alle nuove norme dell'allora Ministro del Lavoro Cesare Damiano che hanno portato le nostre imprese a stabilizzare 26.000 collaboratori a progetto trasformandoli in lavoratori dipendenti a tempo indeterminato e rivoluzionando completamente i processi organizzativi interni e gestionali.
- ✓ Non ultimo la sigla insieme ad ASSTEL del primo e forse unico accordo sindacale in Italia per la regolarizzazione delle attività outbound svolta da collaboratori a progetto, in ottemperanza della legge Fornero.
- ✓ E ancora la definizione di un codice etico di autodisciplina per lo svolgimento delle nostre attività da condividere con le associazioni dei consumatori.
- ✓ E ovviamente la nostra attiva partecipazione ai tavoli ministeriali sulle politiche industriali del settore, da noi chieste (sia i tavoli ma soprattutto le politiche industriali!).

## **DOVE SIAMO OGGI**

Oggi l'onda lunga, anzi lunghissima, della crisi sta incalzando quasi quotidianamente le nostre imprese. Focolai di crisi su tutto il territorio, su imprese vecchie e nuove, al nord come al sud.

Il momento ci sembra però quasi paradossale.

Un settore che cresce. Più faticosamente ma cresce (ipotesi di chiusura 2014 su 2013 superiore al 2 per cento), oltre 1.2 miliardi di fatturato, e se consideriamo anche le attività offshoring, quelle di back office, i subappalti e altri servizi si arriva a poco meno di 2 miliardi.

Un settore in cui la propria committenza si riequilibra.

Le TLC e MEDIA sfioravano il 60 per cento negli anni passati. Ora costituiscono il 46 per cento del totale fatturato.

Un settore che continua a occupare circa 80.000 persone di cui la metà con contratto di lavoro subordinato e la metà con contratto di lavoro atipico ma regolato da un accordo sindacale nazionale.

Cresce dunque il fatturato ma cresce anche, anzi cresce di più, la componente dei costi del personale (diretto e indiretto) e dunque scende la redditività media di settore.

E dunque tutta la potenzialità di crescita si vanifica e si disperde. E il gap con le medie di comparto europee, che potrebbero incrementare anche l'occupazione in maniera importante, non si colma.

Ma la nostra associazione e le nostre imprese hanno fatto molta strada anche all'interno del sistema confindustriale.

Oggi siamo nella filiera produttiva rappresentata da Confindustria Digitale, orgogliosi di questa appartenenza, convinti sempre più dell'importanza di giocare di squadra.

Diceva il poeta John Donne nel '600: "No man is an island", "nessun uomo è un'isola, interamente autosufficiente; ogni uomo è un pezzo di un continente, una parte del tutto".

E credo che questo concetto – vero per gli uomini – possa adattarsi anche alle imprese.

Nessuno, nel marketing globale, può giocare da solo e fare il navigatore solitario.

Anche ASSOCONTACT ha cominciato un cammino di avvicinamento e di collaborazione con ASSTEL già ai tempi della presidenza Guindani; questo cammino noi intendiamo non solo continuare – come abbiamo fatto e facciamo con la presidenza Avenia – ma allargare con la convinta partecipazione al sistema di Confindustria Digitale, come abbiamo fatto prima con il presidente Parisi e ora con Elio Catania.

Partecipare alla filiera per noi non vuol dire "fare il trenino" e agganciarci alla locomotiva quando il convoglio ci passa vicino e se ci passa vicino.

Partecipare alla filiera per noi vuol dire valorizzare, consci dei nostri limiti ma anche del nostro potenziale, la nostra specificità di settore all'interno di un quadro di riferimento che non è solamente più ampio, più grande, ma soprattutto è coerente con la sfera di azione e di sviluppo delle nostre imprese.

Stiamo combattendo insieme, sia pure a volte da posizioni non sovrapposte, alcune battaglie che riteniamo importanti per un sano sviluppo dell'intero comparto:

- ✓ Regolazione delle gare pubbliche al massimo ribasso.
- ✓ Definizione, all'interno della irrinunciabile libertà di impresa e della libera concorrenza nel marketing, di alcuni criteri inerenti i cambi di appalto.
- ✓ Verifica del rispetto delle normative vigenti, ad esempio, in tema di privacy e di chiamate dall'estero.
- ✓ Definizione delle procedure legate al vocal ordering che AG.COM sta cercando quasi di voler eliminare (senza rendersi conto che così facendo elimina anche un intero settore di 40.000 addetti).

- ✓ Revisione delle politiche di agevolazioni fiscali per non alimentare fenomeni di dumping.

## LA STRADA DA FARE

La strada da fare ci è molto chiara.

Le imprese di contact center dovranno (anzi devono perché il futuro è adesso - diceva Céline: "Chi parla dell'avvenire è un cialtrone: è l'adesso che conta") partecipare alla crescita e allo sviluppo digitale del nostro Paese. Ma come?

- ✓ Modificando strutturalmente la propria offerta di servizi e di competenze (eravamo dei "telefonifici", poi siamo diventati centri di contatto, poi centri strategici della relazione; ora dobbiamo sempre più essere gestori di customer experience).
- ✓ Modificando strutturalmente la propria organizzazione.
- ✓ Modificando strutturalmente la propria offerta formativa interna.
- ✓ In una parola, modificando il proprio modello di business.

Nella crescita digitale noi ci saremo, anzi ci siamo.

E chi non ci sarà... semplicemente non sarà.

Le nostre imprese dovranno/devono sviluppare nuove competenze, come pure potranno/possono contribuire al processo di alfabetizzazione digitale del nostro Paese, sapendo adattare con intelligenza il proprio ruolo alle nuove realtà e sapendo "mescolare" e contaminare con intelligenza i saperi tradizionali (diciamo "analogici") con quelli digitali.

Non moriremo "con le cuffiette in testa". Ma sicuramente potremo mettere a disposizione del nostro Paese "le nostre cuffiette" per raggiungere e aiutare quel 34 per cento di cittadini italiani che non ha mai usato internet (rispetto al 10 per cento dei paesi europei più avanzati) e quel 60 per cento di cittadini che non ha neppure skill digitali di base (la media europea è al 47 per cento, nei paesi europei più avanzati scende al 30 per cento!).

Noi ci siamo. La sfida del digitale è anche la nostra sfida.

Per vincerla dovremo/dobbiamo cambiare a cominciare anche dal modello di business per innovarlo e adeguarlo alla nuova sfida..

E noi lo faremo, anzi lo facciamo!