

Il gruppo spagnolo

Scommessa di Indra sul Sud: 600 persone a Napoli e Matera per lo sviluppo dei software

La misura non è data solo dal fatturato ma anche dalle persone e, vista da questo lato, Pedro García la sua scommessa l'ha già vinta: «In cinque anni abbiamo raddoppiato il personale in Italia arrivando a oltre 600 professionisti, stiamo continuando ad assumere e abbiamo ancora circa 50 posizioni aperte». Il manager madrileno è sbarcato a Roma nel 2013 per sviluppare le attività di Indra, società di consulenza e tecnologia spagnola con 37 mila dipendenti nel mondo, puntando sulla digitalizzazione e sull'it. E ha trovato nel Sud Italia «una miniera di talenti» decidendo di focalizzare qui gli investimenti. Indra ha aperto un hub a Matera, collegato al centro di Napoli dove oltre 100 persone sviluppano soluzioni e piattaforme software e in Italia ha stabilito il centro di eccellenza globale per le tecnologie «customer experience management». L'azienda collabora, «con le Università di Bari, Napoli e Salerno, per selezionare ingegneri», ha realizzato progetti con gli atenei di Siena, Trento, il Politecnico di Milano. «Siamo una società di persone e investiamo sulle persone» spiega García, «l'anno scorso Napoli ha avuto una crescita del 25% e non è finita. A Matera assumeremo ancora e stiamo per avviare l'attività a Torino».

L'Italia è diventato il secondo

mercato in Europa, dopo la Spagna, «un'area strategica nel Mediterraneo e un ponte con l'Est Europa» la considera García che ieri ha lanciato ufficialmente in Italia «Minsait», la nuova struttura in cui Indra ha raggruppato le soluzioni tecnologiche e di consulenza nel business digitale, per accelerare il processo di digitalizzazione delle aziende: «Con Minsait ci occupiamo di tutto il processo di trasformazione, dalla consulenza sui modelli organizzativi e di business fino alle soluzioni tecnologiche integrate». Soluzioni per le aziende di sicurezza, difesa, trasporto, energia, tlc, media, banche, pubblica amministrazione e sanità, in cui Indra è tra i leader mondiali.

«Il mercato italiano è un mercato maturo — afferma il manager — ma ha un grande potenziale di crescita legato all'industria 4.0, alla digitalizzazione della Pa, alla trasformazione delle banche. In queste aree lo sviluppo sarà enorme e daranno valore aggiunto all'Italia». Ma le aziende, avverte «devono essere rapide a cambiare pelle e cultura, a digitalizzare tutti i processi interni per adattarli al nuovo modo di fare business, perché nell'economia digitale non è il pesce grosso a mangiare quello piccolo, ma il più veloce a mangiare il più lento».



Il manager
Pedro
García, ceo
del gruppo
Indra in Italia

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA