ECONOMIA, Calo del 4% delle imprese sarde della comunicazione. Ottavo posto in Italia per aziende attive

Date : 23 Dicembre 2016

Aria di crisi anche nel settore delle **comunicazioni**. Secondo i dati annuali, resi noti dal rapporto dell'ufficio studi di **Confartigianato** sulle imprese artigiane della comunicazione c'è un **calo del 4,1% delle imprese** operanti nel settore: ben **55 imprese in meno** rispetto allo scorso anno.

Le aziende attive sono 1.285, di cui 359 che lavorano tra le attività professionali, scientifiche e tecniche; seguono le attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici con 341 imprese; stampa e riproduzione di supporti registrati con 294; produzione di software, consulenza informatica e attività connesse con 142 imprese; attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese con 86; pubblicità e ricerche di mercato con 56; attività editoriali con 7. Il calo più importante nell'ultimo anno è avvenuto in **provincia di Sassari** (*422 imprese attive, 24 imprese scomparse: -5,4%*), seguono quella di **Cagliari** (*606, 24: -3,8%*), **Oristano** (*81, 3: -3,6%*) e **Nuoro** (*176, 4: -2,2%*). Tutto ciò si traduce, su scala nazionale (*42.198 imprese attive con un calo nell'ultimo anno del 1%*), in un **ottavo posto della Sardegna** (*3,5%*) per la il numero di **imprese della comunicazione**, iscritte agli albi camerali su base regionale. Le prime tre in Italia sono Lombardia (*circa 7.400, 17,5%*), Emilia Romagna (*oltre 4.000, 9,4%*) e Veneto (*oltre 3.800, 9%*).

Un'importante crisi del settore, nonostante la comunicazione sia essenziale per qualsiasi azienda e soprattutto per le piccole e medie imprese che rinunciando si chiudono in una sorta di vicolo cieco non dialogando col mercato. Ciò nonostante, il presidente di Confartigianato imprese Sardegna, **Maria Carmela Folchetti**, è ottimista: "*Il comparto in cui operano gli artigiani della comunicazione è in rapida espansione e le nuove tecnologie rappresentano oggi forse la migliore occasione per lo sviluppo di attività imprenditoriali, soprattutto da parte dei più giovani. Occorre proseguire nello sviluppo imprenditoriale che incentivi la digitalizzazione delle imprese esistenti, o la nascita di nuove startup digitali. Una regione come la Sardegna, per competere con il resto del mondo, ha bisogno di adattare la propria struttura produttiva ai lavori delle generazioni più giovani e alle loro competenze. Ha bisogno di imprese in cui coniugare la*

capacità di innovare con l’esperienza ovvero c’è necessità di una politica a misura di nuovi saperi”.

Martina Corrias

(admaioramedia.it)