

L'eccellenza? Ora viaggia in digitale

Internet sempre più decisivo per rafforzare il "made in Italy"

LUCA MAZZA
ROMA

La crescita in tre mosse: digitalizzarsi, essere piccoli ma ben strutturati sul territorio e riuscire a fare ingresso nei mercati esteri. In una fase di ripresa ancora debole, come quella che sta attraversando attualmente l'Italia, sono soprattutto questi elementi a fare la differenza tra un'impresa che si sviluppa e un'altra che spegne la luce. Numeri e pareri degli economisti concordano su un aspetto: chi si innova e mostra contemporaneamente una vocazione spiccata all'export, vede aumentare il fatturato. E, spesso, è in grado di creare pure nuovi posti di lavoro. «Innovazione e internazionalizzazione è come se fossero sinonimi – osserva Sergio De Nardis, capo economista di Nomisma –. Sono due processi che attivano produzione e occupazione».

Partiamo anzitutto dalla capacità di saper sfruttare le potenzialità delle nuove tecnologie. Per molte piccole e me-

die imprese rappresenta una difficoltà strutturale. Perché tante delle realtà che costituiscono il cuore pulsante dell'economia nazionale (le Pmi sono il 98% del tessuto industriale complessivo della penisola) non possiedono la forza né le risorse per modernizzarsi. Al fine di facilitare l'operazione, Google e Unioncamere hanno appena lanciato un bando che prevede l'assegnazione di 104 borse di studio a giovani che per 6 mesi opereranno all'interno di 52 Camere di Commercio con il compito di affiancare le Pmi nel percorso di digitalizzazione. «Il progetto pilota sviluppato nel 2013 ha dimostrato che le aziende che si aprono a questo mondo fanno lievitare il proprio business», evidenzia Fabio Vaccarone, *country managing director* di Google in Italia. Ecco perché,

come sottolinea il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanella, «l'obiettivo deve essere quello di portare sul Web tutte le eccellenze che fanno grande e unico il *made in Italy*».

Secondo il recente rapporto "Crescita digitale", curato da Marco Simoni, docente della London school of economics, la diffusione di Internet ha un impatto positivo "puro" anche sul mercato del lavoro. I risultati della ricerca ci dicono che in un ipotetico Paese medio, un'espansione della Rete del 10% viene "ripagata" da un aumento dell'occupazione dello 0,44%,

che diventa +1,47 se si restringe il campo agli *under 25*.

Progetti come quello di Google e Unioncamere, inoltre, potrebbero contribuire al raggiungimento dell'obiettivo che il governo italiano si è prefis-

**Dalla ceramica al tessile, ecco i territori che hanno sfondato online
Google-Unioncamere insieme per lanciare 104 borse di studio**



sato per i prossimi anni. «Vogliamo incrementare di oltre 20mila unità il numero di Pmi attive nei mercati internazionali», annuncia il viceministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda. Si tratta di un impegno necessario: «Oggi su 100 imprese manifatturiere, sono solo 20 quelle esportatrici», ricorda De Nardis.

Dal 2008 in poi il commercio estero è stato la ciambella di salvataggio a cui migliaia di aziende si sono aggrappate per non affogare. Adesso che il mercato domestico inizia a mostrare i primi segnali di risveglio, però, l'export continuerà a giocare un ruolo determinante. L'andamento del primo trimestre 2014 (+2,6%) lascia ben sperare. «Ci sono alcuni fattori di rischio, come la frenata della Cina e la crisi ucraina, che vanno scongiurati – avverte De Nardis –. Ma non c'è dubbio che esportazioni e investimenti all'estero continueranno a fare da traino alla nostra economia anche nei prossimi anni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le eccellenze in digitale

I distretti produttivi cresciuti grazie all'innovazione digitale, secondo la mappa Google-Unioncamere

