Ecco come con Google faremo crescere le nostre Pmi all'estero. Parla Iamunno (Unindustria)

Giancarlo Salemi

Pop-tech

Gerardo Iamunno, presidente del Comitato Piccola Industria di Unindustria, spiega a Formiche.net perché Unindustria ha scelto di allearsi con un colosso del web come la società californiana per sviluppare piattaforme digitali in grado di far crescere il volume d'affari e puntare sull'internazionalizzazione

Solo il 15% delle nostre piccole e medie imprese usano il digitale per fare business, una goccia nel mare di Internet. Per questo Unindustria corre ai ripari e cerca un'alleanza con Google per sviluppare piattaforme digitali in grado di far crescere il volume d'affari e puntare sull'internazionalizzazione. Ne è convinto **Gerardo Iamunno**, presidente del Comitato Piccola Industria di Unindustria che a margine dell'incontro **"#**GFactor: come crescere con Google" che trae ispirazione dal libro scritto da Carlo Alberto Carnevale Maffè, Diego Ciulli e Giampaolo Colletti, spiega a *Formiche.net* perché si è scelta l'alleanza di un colosso del web come la società californiana.

Presidente i numeri sono impietosi, l'Italia è al 25° posto nella classifica Ue per digitalizzazione…

È una vera e propria emergenza, non c'è dubbio. C'è un ritardo culturale enorme, non si comprende appieno ancora la potenzialità di Internet e di come questo possa essere un veicolo per le piccole e medie imprese che poi rappresentano l'85% dell'industria italiana. Per questo abbiamo cercato un'alleanza costruttiva con Google che mette a disposizione delle aziende delle piattaforme anche gratuite per fare conoscere il proprio brand all'estero.

Come si sviluppo questa sinergia?

Per supportare le imprese italiane nel processo di trasformazione digitale abbiamo delineato quattro direttrici: supporto all'internazionalizzazione, formazione sulle competenze digitali, aumento della presenza online delle imprese, adeguato sfruttamento da parte delle Pmi di potenzialità di "machine learning" e intelligenza artificiale. Siamo convinti che solo grazie al web, infatti, le piccole e medie imprese hanno la possibilità di allargare i confini del loro business e promuovere più velocemente l'immagine del nostro Made in Italy**.**

Il presente documento e' ad uso esclusivo del committente.

-72005991

Telpress
Servizi di Media Monitoring

Come spiega questo ritardo?

È un problema di conoscenza, di utilizzo degli strumenti. Abbiamo una grande risorsa che è il nostro made in Italy ma non lo sappiamo far conoscere al mondo. Porto un esempio: il gelato della Fassi. Cent'anni fa era attaccarsi alla corrente, oggi se non ti attacchi a Google resta circoscritto al nostro territorio. Bisogna avere la capacità di guardare lontano e di sfruttare l'economia digitale che è una grande risorse se pensiamo che solo il 63% delle nostre Pmi fa un uso molto contenuto del digitale e investono troppo poco in tecnologia. Insomma Google rappresenta oggi la nostra corrente per il futuro.

Intanto i dati di oggi su fatturato e ordinativi parlano di un'Italia che arretra, d'industria ferma al 2009…

Ho visto. Sappiamo bene quanto sta soffrendo il nostro mercato interno, con un momento politico che di certo non è favorevole a chi fa impresa. Per questo credo che dobbiamo insistere sulle autostrade digitali e sulla valorizzazione dei nostri prodotti nel mondo, è una delle poche vie d'uscita a questa crisi che è sempre più forte.

Già di autostrade digitali ha parlato anche il vicepremier Luigi Di Maio immaginando un nuovo boom economico proprio seguendo questa via…

Lui ha ragione, però dimentica che bisogna anche alimentare un quadro d'insieme favorevole agli investimenti. I posti di lavoro purtroppo non si fanno con un decreto legge, serve un sentimento favorevole nell'economia e questo oggi con tutte le polemiche quotidiane mi sembra che ancora non ci sia. Gli imprenditori in questi anni hanno lottato principalmente per salvare la propria azienda dalla crisi economica, adesso bisogna alzare la testa e guardare al futuro ma bisogna essere messi nelle condizioni di poterlo fare.

Sfruttando il G-Factor che poi è stato il tema del vostro incontro a cui hanno partecipato moltissime società..

Sì penso di sì, Google può essere un alleato in questa nuova visione d'altra parte tante pmi hanno sfruttato in questi anni diversi canali come Google my business e altre applicazioni che servono proprio per far conoscere il proprio brand all'estero. Noi siamo la seconda manifattura in Europa e abbiamo un'incredibile capacità creativa e realizzativa, soprattutto nelle aziende più giovani, con le nostre startup. Questa alleanza ci permetterà di non perdere questo treno, di valorizzare al meglio le nostre eccellenze produttive.

Lo stilista Karl Lagerfeld, morto a 85 anni, nelle foto di Pizzi

Morto Richard Gardner, l'ambasciatore americano a Roma che raccontò gli anni di piombo. Foto di Pizzi

19/02/201919/02/2019

Chi ha letto questo articolo ha letto anche:

- Copyright, ora una sinergia tra piattaforme e industrie creative. L'auspicio di da Empoli

15 - 02 - 2019 Francesca Scaringella

- Rinnovabili, vi racconto cosa farò all'Irena. Parla La Camera

16 - 02 - 2019 Saturno Illomei

Il presente documento e' ad uso esclusivo del committente.

-72005991

Telpress
Servizi di Media Monitoring