

Testata: Agenzia giornalistica economica d'abruzzo

Pag: on line

Diffusione: on line

Data: 11/08/2015

Periodicità: quotidiano



Informazione individuata su richiesta del fruitore per suo uso esclusivo. Riproduzione vietata.

Agenzia giornalistica economica d'abruzzo

Italia. Tecnologia: le pmi italiane tornano a investire e a credere nell'innovazione tecnologica

Publicato il 11 agosto 2015 | [Lascia un commento](#)

Le piccole e medie imprese italiane tornano a investire, ma soprattutto a credere nell'innovazione tecnologica. Lo ha accertato una indagine dell'Istituto Adriano Olivetti (Istao), effettuata su un campione di 140 aziende dell'area adriatica, secondo cui nel 2014 la quota riservata alle tecnologie ha rappresentato circa il 30% del totale degli investimenti di queste realtà. In particolare gli investimenti in ricerca e sviluppo hanno rappresentato il 20%, le attrezzature hardware, software e ICT il 2,5%, mentre la formazione si ferma soltanto all'1%.

Il 2014 ha visto un calo degli investimenti in tecnologia intorno al 6%, ma per il 2015 il dato è previsto in aumento, soprattutto per le "nuove tecnologie" e l'impiantistica di ultima generazione, che nelle intenzioni degli imprenditori intervistati dovrebbe crescere del 4%. La ricerca è stata presentata da Istao durante la terza edizione del Festival di Cultura olivettiana, promosso dallo stesso Istituto in collaborazione con la Fondazione Adriano Olivetti ad Ancona.

L'Istao – nato nel 1967 da un'idea di Giorgio Fuà e grazie all'impulso della Fondazione Olivetti, del Social Science Research Council, del CNR e con il sostegno della Banca d'Italia – si dedica alla preparazione di giovani imprenditori e manager attraverso corsi di alta formazione, studi e ricerche, seminari e convegni.

«La partita si gioca oggi sulla digitalizzazione dell'impresa – ha spiegato il direttore generale dell'Istao, Giuliano Calza – grazie all'incredibile sviluppo che hanno avuto aziende digitali come Google, Facebook, Twitter, LinkedIn, il digitale è ormai uno strumento indispensabile per le aziende, anche le più tradizionali: un cammino di ripensamento e modernizzazione della mission, della strategia e dell'organizzazione è inevitabile».

Per comprendere il fenomeno, ha aggiunto Calza, basta leggere i dati dell'e-commerce. Gli acquisti su canali digitali, grazie ai social media e alla digitalizzazione, continuano a espandersi anno dopo anno in modo esponenziale: «Nel 2014 più di 1,2 miliardi di persone hanno effettuato acquisti in rete spendendo oltre 1200 miliardi di euro, e oltre 100 milioni di loro hanno comprato prodotti e servizi fuori dei confini dei loro paesi».