

WALL STREET POSITIVA DOPO LA REVISIONE AL RIALZO DELLE PREVISIONI DEL FMI

Dalla storia meno conosciuta del cappello di Montappone, da cui Federico Fellini non si separava mai nei suoi set e che oggi fa bella mostra nel museo della cittadina marchigiana, ai fasti del Parmigiano reggiano o del Prosciutto San Daniele fino ai successi del tessile biellese o alla tradizione millenaria del vetro di Murano. Il made in Italy approda sul web e lo fa dalla porta principale grazie a Google che insieme a ministero delle Politiche agricole e Unioncamere oggi ha presentato una piattaforma con oltre 100 mostre digitali sulle nostre eccellenze artigianali e dell'agroalimentare.

Non è tutto, in pista anche un portale e un percorso formativo per aiutare le Pmi a conquistare l'economia digitale. A presentare il progetto, oltre al presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanello, anche Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google, che ha criticato l'ipotesi di una web tax in Italia: «Bisogna fare attenzione a fare leggi nazionali che non tengano conto degli effetti della globalizzazione».

foto

Il made in Italy si allea con Google

video

Il made in Italy si allea con Google

Su Google una piattaforma sul made in Italy

Il colosso di Mountain View, insieme al ministero delle Politiche agricole e a Unioncamere, ha deciso di creare una piattaforma (google.it/madeinitaly) realizzata dal Google Cultural Institute dedicata, per la prima volta, alle eccellenze produttive di un Paese. Attraverso un centinaio di mostre digitali (in italiano e inglese), fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, chiunque da ogni parte del mondo potrà scoprire il meglio del nostro sistema agroalimentare e dell'artigianato, la loro storia e il loro legame con il territorio: dai prodotti più famosi fino a eccellenze meno note come la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica. Il made in Italy del resto è sempre più cliccato sul web: nel 2013 le ricerche su Google - fa sapere il colosso di Mountain view - sono cresciute del 12% rispetto al 2012. Ma i nostri giacimenti, fatti di filiere industriali e distretti, sono ancora poco presenti sul web: solo il 34% delle Pmi ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

Un portale e un percorso formativo per aiutare le Pmi

Oltre alle mostre digitali sul meglio del made in Italy l'idea del progetto è anche quello di far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici del web. da qui un portale dedicato (www.eccellenzeindigitale.it) e anche un percorso formativo online - realizzato da Google insieme alla Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico dell'Università Cà Foscari di Venezia - per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale.