



BREAKING NEWS Samsung e Google credono nel Made in Italy ! TradeManager.it : nasce la nuova piattaforma editoriale per il canale ICT ! Fat

## Samsung e Google credono nel Made in Italy



di Antonio Savarese, 4 dicembre 2014

*Il design italiano può essere valorizzato e ritornare protagonista grazie alle nuove tecnologie*

C'è stato un tempo in cui non si poteva parlare di design italiano senza citare il **Made in Italy**. Era quell'età dell'oro in cui le aziende italiane facevano scuola, poche fabbriche esclusive producevano nei loro distretti prodotti di qualità, firmati da autori rigorosamente italiani. Oggi invece i prodotti più interessanti del design da tempo non coincidono più necessariamente con quelli del cosiddetto Made in Italy.

Nel frattempo, quest'etichetta è andata gradualmente svalutandosi, **nel senso e nel valore**. Da una parte, molte di quelle aziende storiche hanno cominciato a delocalizzare la produzione fuori dall'Italia e a ospitare nel loro catalogo sempre più progettisti internazionali. Dall'altra, la definizione stessa di Made in Italy, che fino a un certo punto designava in modo intangibile una serie di valori percepiti ma impronunciabili di cui più o meno tutti avevano un'idea, anche se nessuno avrebbe saputo elencarli, è sembrata necessitare invece di una **dicitura specifica ministeriale** che decidesse una volta per tutte chi sta dentro e chi sta fuori.

### Ha ancora senso parlare di Made in Italy? Le nuove tecnologie che ruolo hanno?

L'Italia è piena di **micro esperienze e intelligenze diffuse**, di oggetti e progetti, che stanno trovando nel design una risposta poetica o intelligente, utile o bella, definitiva o effimera. Due grandi aziende leader nel settore della tecnologia, **Google e Samsung**, hanno deciso di raccogliere queste **nuove preziose esperienze** per capire come la tecnologia può essere il fattore abilitante per trasformare queste storie di successo in best practice per l'intero settore.



ACCEDI CON FACEBOOK

Login with Facebook



TROVA ARTICOLI

cerca qui CERCA

ULTIME DAL MONDO STARTUP

Ericsson: annunciati i vincitori del Programma EGO 2014  
2 DICEMBRE 2014 |

Italia Startup: adesioni gratuite per le startup dal 2015  
28 NOVEMBRE 2014 |

Lezione di Startup con il CEO di SpinVector Giovanni Caturano  
26 NOVEMBRE 2014 |

MORE ARTICLES



I PIÙ LETTI

Il business ridefinito dal software: l'application economy di CA Technologies  
25 GIUGNO 2014 |

La smart energy secondo IDC con Oracle, Panasonic e TIBCO  
13 GIUGNO 2014 |

**"Made in Italy: eccellenze in digitale"** è l'iniziativa di Google per accompagnare le imprese nell'economia di internet e promuovere le eccellenze dell'Italia, realizzata in collaborazione con **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Unioncamere, Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari**.

Il progetto ha l'obiettivo di avvicinare le imprese del Made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale.

Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa. Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere a esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie a internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia.

Tuttavia, il Made in Italy è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

Per questo Google, insieme al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ed a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa *Made in Italy: eccellenze in digitale* la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute. Si tratta della prima volta in cui Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

L'iniziativa *Made in Italy: eccellenze in digitale* si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione Symbola e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online 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.

Un esempio è la storia di **Ghirigoro T-Shirt & Accessori**, un progetto grafico e artistico che ha visto la luce nel 2013, nato dall'esperienza decennale maturata nel settore dell'abbigliamento dalla sua creatrice, Giovanna Bronico. Il progetto Ghirigoro è finalizzato alla realizzazione di mini collezioni uniche di t-shirt e accessori, originali sia nella grafica che nel design, realizzate esclusivamente in Italia. Dalla passione della designer per lettere e alfabeti ha origine la particolarità delle t-shirt Ghirigoro, ognuna personalizzata con un calligramma: un'originale poesia visuale. La ricerca del design, dei tessuti e della stampa è il frutto di collaborazioni con le realtà artigianali presenti sul territorio italiano, che con la loro esperienza hanno contribuito alla creazione di un vero prodotto Made in Italy.

Consapevole dell'importanza del Web per promuovere il progetto Ghirigoro e dovendo focalizzare le risorse economiche principalmente nella realizzazione dei prodotti e nella ricerca di materiali di qualità, Giovanna Bronico sceglie di utilizzare gli strumenti online per creare una vetrina dedicata ai propri prodotti. Grazie al supporto di Google e Unioncamere, il progetto Ghirigoro approda su diverse piattaforme social e viene aperto anche un negozio virtuale per raggiungere potenziali clienti di tutto il mondo. Inoltre la designer crea un blog grazie al quale interagisce con gli utenti, raccontando sia i prodotti Ghirigoro sia altre realtà artigianali e artistiche italiane.

Un altro big del settore IT, **Samsung**, è sceso in campo per sostenere la tradizione artigiana nel nostro paese con un progetto di formazione online. Con il progetto **Samsung Maestros Academy**, Samsung metterà a disposizione una piattaforma digitale attraverso la quale sarà possibile seguire una serie di video lezioni tenute da 5 esperti artigiani e destinate ai giovani in cerca di ispirazione. Una bella iniziativa per ispirare i futuri talenti italiani che potranno così specializzarsi nelle antiche e prestigiose eccellenze italiane, così particolari da essere richieste in tutto il mondo. Una piattaforma digitale di e-learning che coniuga la tradizione artigiana con le nuove tecnologie digitali per una nuova modalità di apprendimento di queste antiche arti e mestieri.

Un esempio per tutti, è quello di **Giovanni Pelizzoli**. Giovanni produce telai in titanio e in carbonio, ma ultimamente ha ripreso a costruire i telai in acciaio come un tempo, con le congiunzioni e le cromature perfettamente curati nei dettagli e nei particolari ma comunque caratterizzati da un'innovazione continua. Dal 1983 le sue biciclette portano il marchio Pelizzoli. Giovanni ha saputo conquistarsi la fama del telaista più grande al mondo nel saper equilibrare la bicicletta sul corridore, offrendo massima resa in pista e un prodotto Made in Italy garantito a vita.

La domanda che è doveroso porsi - di fronte allo svilupparsi di queste importanti attenzioni per il Made in Italy da parte di player significativi della nuova economia - è quale sia il razionale che sta dietro a queste scelte. Molto semplice: il Made in Italy tira, soprattutto sul web!



Massimo Fubini, ContactLab: il digital direct marketing come la leva strategica per la crescita del business

3 GIUGNO 2014 |



UNISCI ALLA NOSTRA COMMUNITY



DataManager piace a 4.143 persone.



Plug-in sociale di Facebook