



COMUNICATO STAMPA

**AL MAXXI DI ROMA LA TAPPA CONCLUSIVA DI "ECCELLENZE IN DIGITALE TOUR"
IL ROAD SHOW DI GOOGLE, FONDAZIONE SYMBOLA E UNIVERSITA' CA' FOSCARI,
IN PARTNERSHIP CON CNA E COLDIRETTI
PER DIGITALIZZARE LE PMI ITALIANE**

Più di 700 partecipanti, oltre 560 imprenditori coinvolti negli incontri organizzati in tutta Italia per aiutare le imprese a cogliere le opportunità offerte dal web.

Roma, 11 dicembre 2014. Sei tappe, cinque convegni, 4 incontri BtoB per un totale di 700 partecipanti e 560 imprenditori coinvolti. Sono i numeri di **"Eccellenze in digitale tour"**, il road show promosso da **Google** e **Fondazione Symbola**, con la collaborazione del Professor Stefano Micelli dell'**Università Ca' Foscari** di Venezia e la partnership di CNA e Coldiretti, nato per valorizzare il Made in Italy sostenendo le eccellenze dell'artigianato, della piccola industria e dell'agricoltura nel percorso di digitalizzazione per accedere e competere con più facilità sui mercati internazionali. La campagna ha preso il via lo scorso maggio a Bologna, e ha attraversato l'Italia da sud a nord toccando Firenze, Siracusa, Trento e Taranto, e si chiude oggi al Maxxi di Roma.

A tracciare il bilancio sulla campagna e fare il punto sulle opportunità e sul valore del connubio tra Made in Italy e mondo digitale, oggi in occasione della tappa conclusiva del tour, sono stati: **Ermete Realacci**, Presidente della Fondazione Symbola, **Giorgia Abeltino**, Head of Public Policy di Google in Italia, **Stefano Micelli**, Professore di e-Business all'Università Ca'Foscari di Venezia, **Ferruccio Dardanello**, Presidente Unioncamere, **Giovanna Melandri**, Presidente Fondazione MAXXI, **Roberto Moncalvo**, Presidente Nazionale Coldiretti, **Daniele Vaccarino**, Presidente Nazionale CNA e il Sottosegretario al Ministero dello Sviluppo Economico **Antonello Giacomelli**.

Il road show, costituito da una serie di convegni e incontri **B2B (digital focus)**, realizzati in collaborazione da **CNA** e **Coldiretti**, è stato concepito come un viaggio lungo tutta la Penisola per incontrare le PMI italiane e raccontare loro - attraverso la voce di 'collegli' imprenditori - come il web possa aiutare a crescere e a contrastare la crisi, aprendo le porte del mercato globale. Nel corso degli incontri esperti di informatica, e-commerce, marketing, social media e comunicazione hanno fatto conoscere agli imprenditori gli strumenti per andare online, spiegando come sceglierli e come utilizzarli al meglio. Le oltre 500 imprese del Made in Italy che hanno partecipato al road show sono entrate in contatto con digitalizzatori in grado di avvicinarle al web e al suo grande potenziale economico e di export.

Il modello produttivo italiano, universalmente apprezzato per la qualità dei suoi prodotti, può trarre grandi vantaggi dal web, che gli internauti di ogni parte del mondo utilizzano per cercare risposte sempre più personalizzate e in linea con le proprie esigenze. Le ricerche legate ai



Partner



In collaborazione con





prodotti del Made in Italy effettuate nel 2013 su Google, infatti, sono cresciute del 12% rispetto all'anno precedente, con la moda come categoria più cercata, seguita dal turismo e dall'agroalimentare che hanno segnato l'incremento più significativo. Nonostante questi dati dimostrino un crescente interesse per il Made in Italy, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito Internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce (Dati Eurisko, 2013). Eppure è proprio dal web che arrivano grandi potenzialità di crescita: entro il 2016 saranno 3 miliardi gli Internet User nel mondo, quasi la metà della popolazione del pianeta. E l'internet economy raggiungerà i 4200 miliardi di Dollari nei Paesi G-20 (Fonte: The Boston Consulting Group - The Internet Economy in the G-20). **Per ogni euro di crescita del PIL italiano da qui al 2015, in media 15 centesimi saranno riconducibili all'espansione della internet economy.**

Con "Eccellenze in digitale tour", Google, Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari, CNA e Coldiretti hanno puntato a ridurre questo gap, aiutando appunto le nostre imprese a cogliere le opportunità offerte dal web. Oltre a incontri e convegni, gli imprenditori che hanno aderito alla campagna hanno partecipato anche ai seminari tecnici B2B pensati per fornire alle PMI tutti gli strumenti per fare del web un trampolino verso l'internazionalizzazione.

*"La situazione dell'economia interna italiana è drammatica e per superarla è necessario affrontare i nostri mali antichi, ma nel mondo c'è una grande voglia di Italia. Lo confermano sia i dati del nostro export, sia la domanda di Italia e la crescente voglia della nostra bellezza e dei nostri prodotti che si rileva sul web e che ha convinto Google a realizzare insieme questo progetto. Il web - commenta **Ermete Realacci**, Presidente della Fondazione Symbola - è un trampolino straordinario proprio verso il resto del mondo. Il progetto di Google, Symbola e Ca' Foscari può dare alla nostra economia, alla miriade di nicchie di eccellenza, una marcia in più, grazie alla sfida digitale. Un'opportunità che spero gli imprenditori italiani non si lasceranno sfuggire. L'Italia, non lo dobbiamo dimenticare, è forte quanto fa l'Italia, quando scommette sulle cose che la rendono unica: bellezza, qualità, paesaggio, tradizioni, coesione sociale, legame con i territori. E se lo fa con le nuove tecnologie, il web e gli strumenti che il presente ci offre non la batte nessuno".*

*"Crediamo che il web sia un alleato strategico per le tante eccellenze italiane. - ha dichiarato **Giorgia Abeltino**, Head of Public Policy di Google in Italia - Ci siamo impegnati in un grande progetto per aiutare le aziende del Made in Italy ad avvicinarsi a Internet, favorendo l'incontro tra giovani digitalizzatori e imprese tradizionali, con un percorso online gratuito per aiutare le aziende, soprattutto le piccole e medie, ad avviare i loro primi passi sul web. Dall'inizio del progetto sono quasi 100.000 le aziende che hanno utilizzato i nostri percorsi di formazione online e gli strumenti per realizzare una strategia di internazionalizzazione del business. Proprio con il roadshow Eccellenze in Digitale abbiamo voluto portare queste esperienze in tour in tutta Italia. Il nostro impegno proseguirà anche nei prossimi mesi, con nuove iniziative per diffondere la cultura e le competenze digitali tra i giovani e tra le aziende tradizionali".*

*"Le potenzialità della rete sono state sfruttate solo in misura limitata dalle imprese del Made in Italy. - ha dichiarato **Stefano Micelli**, professore di e-Business presso l'Università Ca' Foscari di*



Venezia e coordinatore della parte di didattica on line del portale Eccellenzeindigitale.it - *La piccola e media impresa deve investire sia sul fronte del commercio elettronico, sia su quello della comunicazione online. La rete costituisce una occasione straordinaria per raccontare la forza del prodotto italiano, le sue specificità e, ovviamente, il suo valore. La rete deve essere considerata come uno degli strumenti fondamentali per la proiezione internazionale della nostra manifattura di qualità”.*

Per ulteriori informazioni

UFFICIO STAMPA GOOGLE

Claudio Monteverde - press-it@google.com

Barbara Rivolta - 348/3666549 - barbara.rivolta@publicisconsultants.it

UFFICIO STAMPA SYMBOLA

Laura Genga - 380/7067441 - laura.genga@symbola.net