

Eccellenze in digitale, confronto con le aziende

► Il progetto è partito dal Distretto del marmo di Coreno Ausonio

IL DOSSIER

Su 50 aziende delle 105 del settore cave e segherie, iscritte al registro Imprese della Camera di Commercio di Frosinone, soltanto 16 sono on line. Il 16% delle stesse aziende usa un social network; il 4% ha una presenza su you tube; il 10% ha un sito multilingue; il 20% è presente su Google maps; il 22% usa Google Analytics. E' questa la fotografia scattata dalle consulenti arrivate nella sede dell'Ente camerale di viale Roma grazie al progetto "Made in Italy. Eccellenze in digitale", realizzato da Google insieme ad Unioncamere, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Fondazione Symbola, Università Ca' Foscari di Venezia. La mission di Giada Pa-

rolin e Maria Menshikova è difficile ma non impossibile.

LA FOTOGRAFIA

A loro è stato affidato il compito di avvicinare le aziende del Distretto del marmo dei Monti Ausoni e della Filiera dell'Accoglienza in Val di Comino al web e al suo grande potenziale economico, con l'ambizioso obiettivo di far conoscere le Eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo. Le idee delle due giovani consulenti sono chiare: nei prossimi cinque mesi af-

fiancheranno le aziende, che hanno deciso di aderire al progetto, consigliando a ciascuna di esse un percorso ben distinto, secondo le esigenze, al fine di conquistare un piccolo spazio sul web. Come? Puntando di più sui social, in particolare, you tube e Pinterest che, con un milione e 400 mila utenti, risulta il più usato dalle aziende.

LE STRATEGIE

«Ci sono - hanno sottolineato le consulenti agli imprenditori

di Coreno - infinità di scelte. Per ognuno di voi sceglieremo quelle più appropriate». E sono sempre loro a spiegare che il progetto "Eccellenze in Digitale" è articolato in tre fasi. Si parte dall'analisi di ciascun sito internet per passare, poi, alla formazione e finire con un percorso personalizzato che a sua volta si presenta in altri step di lavoro: isolare i problemi e creare l'identità aziendale di ciascuna impresa, soprattutto attraverso "My Business" di Google. Alla presentazione tenutasi a Coreno Ausonio anno preso parte il sindaco Domenico Corte, il Segretario generale della Camera di Commercio Federico Sisti e il funzionario dell'Ente nonché tutor del progetto Giuseppe Masetti.

«Abbiamo la necessità - ha concluso Sisti - di dare forza alla ricchezza, sfruttando l'opportunità che il web ci dà. Il marmo è un prodotto che ha potenzialità di sviluppo di vendita nel mondo per questo bisogna ritagliarsi un proprio mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un momento della conferenza stampa

