

SE AL MADE IN ITALY

CI PENSA GOOGLE

di *Gianluca Pacella*

Appetitoso quanto basta tanto da non pensarci troppo sopra. Il piatto, d'altra parte, va gustato caldo quanto un treno da prendere al volo e la Silicon Valley non ha pensato molto a scegliere la Food Valley per un business che da sempre significa denaro e visibilità all'insegna dell'agroalimentare made in Italy. È nata così, in un gioco di sapori e tradizione imprenditoriale tricolore e dalla necessità italiana di dare ancora più lustro al saper fare verde bianco e rosso, la piattaforma "Made in Italy: eccellenze in digitale". Insomma una sinergia e un progetto che si muovono dal fiuto dell'affare e che ha portato Google, il motore di ricerca più importante della Rete internet, il ministero per le Politiche agricole, alimentari e forestali (Mipaaf), Unioncamere, Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari, a stringere un accordo sulla nuova frontiera del digitale.

La pianificazione progettuale, basata sulla considerazione di una crescita nel 2013 di un 12 per cento delle ricerche legate al made in Italy sul 2012 e realizzata da Google Cultural Institute, conta di ampliare i fans dello style produttivo italiano ben sapendo che il made in Italy è ancora poco presente sul web: solo il 34 per cento delle piccole medie imprese ha un proprio sito internet e solo il 13 per cento lo utilizza per fare e-commerce. Concretamente l'iniziativa, attraverso una mappa web dello Stivale e un centinaio di mostre digitali (fatte di racconti, immagini, video e documenti storici) presenti nella piattaforma google.it/madeinitaly consentirà di scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, a partire dal Parmigiano Reggiano per passare al Prosciutto di San Daniele per finire a quello di Parma. Ma c'è di più. Attraverso l'accordo, in particolare con il

sito "partner" eccellenzeindigitale (www.eccellenzeindigitale.it), potranno esserci anche dei vantaggi per gli imprenditori: Fondazione Symbola, l'Università Ca' Foscari e Google hanno realizzato un percorso formativo online per fornire ai responsabili di azienda idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business.

it/madeinitaly consentirà di scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano

Allo stesso tempo si è pensato, grazie a un'intesa Google-Unioncamere, anche di creare possibilità d'inserimento al lavoro con venti borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per sei mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il made in Italy online. Insomma, se il buon giorno si vede dal mattino, le aspettative da parte degli addetti ai lavori, responsabili del progetto e sostenitori sono molte. Dal ministero dell'Agricoltura esultano, affermando che «il progetto è una pietra per un'agricoltura 2.0 e uno strumento di contrasto alla contraffazione e all'Italian sounding che sottrae all'Italia 60 miliardi ogni anno». Entusiasta anche il presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanella, che ha commentato come «le sfide globali si vincono con armi globali e il progetto con Google può dare alle imprese le armi per invadere pacificamente il web con i prodotti di

qualità».

Il presidente ha inoltre tenuto a precisare che «per sostenere i venti di ripresa che si annunciano, l'Italia deve fare del mondo agricolo e artigianale un punto di forza, puntando sulla valorizzazione del patrimonio attraverso la promozione delle piccole e medie imprese».

Sulla stessa lunghezza d'onda Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari. «Fino ad oggi - ha commentato il professore di eBusiness - la piccola e media impresa italiana è stata poco presente nel mondo web e sulle grandi piattaforme del commercio elettronico a livello nazionale e internazionale. È quindi - ha incalzato - opportuno immaginare un sostegno di promozione e diffusione culturale attraverso strumenti innovativi che diano il giusto spazio alle storie di successo di tanti innovatori che hanno già dimostrato come questa strada sia percorribile».

Infine dello stesso avviso, e non poteva essere altrimenti, Carlo D'Asaro Biondo, presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google. «La scommessa per il futuro del made in Italy - ha detto - è quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare così un volano di crescita economica ancora più rilevante per il Paese. Google - ha concluso - crede che il digitale possa giocare un ruolo importante in questo processo e ha deciso di fornire un contributo concreto per diffondere l'eccellenza italiana nel mondo, a partire dall'artigianato e dall'agroalimentare made in Italy. Eccellenze in digitale è un'iniziativa pensata e realizzata appositamente per l'Italia, che ci auguriamo possa contribuire ad aumentare la capacità delle imprese italiane di fare export e promuovere ulteriormente la cultura del made in Italy nel mondo».