

Nasce una nuova piattaforma digitale. E **Symbola** lancia un sito per sviluppare l'e-business

Google portale del made in Italy

Un canale dedicato alle eccellenze alimentari certificate

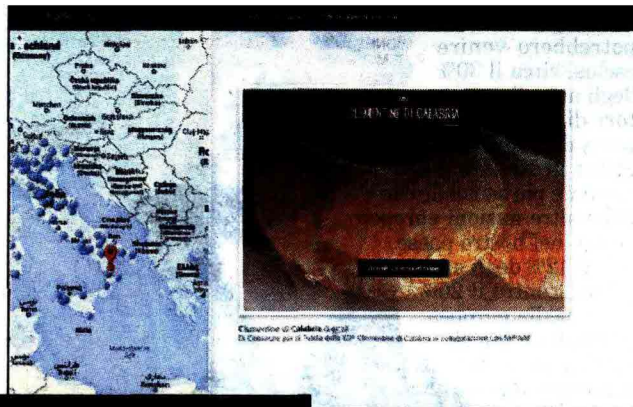
DI GIUSY PASCUCCI

Google porta le pmi italiane alla conquista dell'economia digitale. Con la piattaforma google.it/madeinitaly, realizzata in collaborazione con ministero delle politiche agricole e Unioncamere, le imprese del made in Italy avranno una vetrina per farsi conoscere dai milioni di utenti del canale di ricerca e cogliere le opportunità di export che Internet può offrire. Si parte con i 261 prodotti Dop, Igp e Stg, ma la promozione non riguarderà solo l'agroalimentare bensì tutte le eccellenze produttive legate all'artigianato, alla storia e al legame col territorio italiano. Il

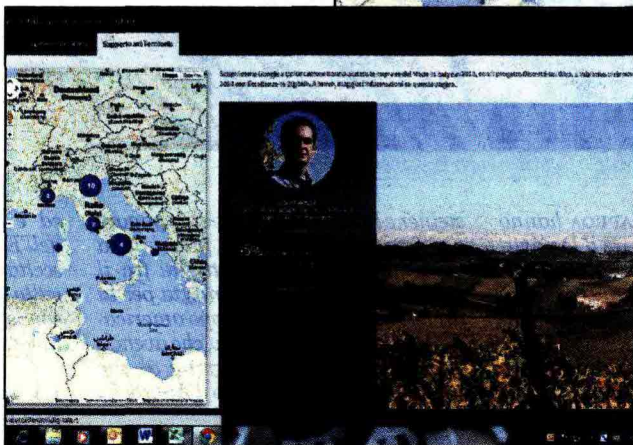
progetto «Made in Italy: eccellenze in digitale», realizzato dal **Google Cultural Institute** e presentato ieri a Roma, nasce da due presupposti. Se da un lato sono aumentate del 12% le ricerche legate al made in Italy nel 2013, con l'agroalimentare cresciuto maggiormente in Brasile, Francia, Germania, Cina e Giappone, dall'altro, solo il 34% delle pmi ha un sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce. «Abbiamo fatto una scommessa ambiziosa: creare l'agroalimentare 2.0. New-technology e agroalimentare sono i settori che daranno più occupazione nel futuro. Perché non metterli insieme? I nostri prodotti avranno una straordinaria visibilità. Ci voleva creati-

vià, tanto lavoro e un po' di coraggio» ha detto il ministro delle politiche agricole **Nunzia De Girolamo** precisando che il progetto aiuterà anche a combattere il falso made in Italy. Nella piattaforma sono accessibili 100 mostre digitali, in italiano e in inglese, per conoscere i prodotti alimentari e artigianali con la loro storia insieme a dei percorsi espositivi a cui si accede dalla mappa dell'Italia. «I nostri prodotti non possono essere standardizzati e ci servono strumenti su misura» ha aggiunto **Feruccio Dardanello**, presidente **Unioncamere**. «Ma non possiamo più pensare che i nostri prodotti siano fruibili solo su scala locale. L'alleanza con Google è importante per

portare a consumatori lontani i nostri prodotti di qualità attraverso più visibilità sulla rete». Insieme alla fondazione **Symbola** e con il coordinamento del professore **Stefano Miceli** dell'**Università Ca' Foscari di Venezia**, Google promuove inoltre il sito www.eccellenzeindigitale.it con un percorso formativo online per aiutare gli imprenditori a sviluppare il proprio business sul web. «Apprezzo lo sforzo fatto da Google di calarsi nei territori», ha detto **Ermete Realacci**, presidente di **Symbola**. «In Italia c'è tanta innovazione ma non sempre è quantificabile con algoritmi o formule matematiche, perché si basano sul fattore umano, sulla storia e sul territorio. Il progetto, antico e tecnologico, scommette sull'Italia e sull'uomo».



Classificazione di Calabria, digital art. Di Calabria per la "Tavola delle DOP" Obiettivo di Calabria in collaborazione con MAP&P



Sopra, la schermata del sito www.google.it/madeinitaly e, a sinistra, la schermata del sito www.eccellenzeindigitale.it

