

L'iniziativa. Google lancia 100 eccellenze made in Italy con un clic

Cento mostre sul Web per offrire una vetrina virtuale ad altrettanti tesori della nostra doppia "A": artigianato e agroalimentare. Google lancia il progetto "Made in Italy: eccellenze in digitale". L'iniziativa, attraverso una piattaforma online (www.google.it/madeinitaly), vuole valorizzare - in particolare sui mercati esteri - i tanti protagonisti della produzione nazionale. Grazie a una narrazione digitale (composta da foto, video, testi e racconti) l'utente viene accompagnato nella conoscenza di un prodotto, della sua storia e del legame con il territorio. Spesso, infatti, fuori dal Belpaese sono note solo le punte di diamante. Come il parmigiano reggiano, il grana padano, il prosciutto di Parma, il vetro di Mura-

no e la carta di Fabriano, tanto per citarne alcune. In realtà, però, nello Stivale ci sono anche moltissime ricchezze "nascoste". Si va dal carciofo spinoso di Sardegna alla carota novella di Ispica, dalle ceramiche di Isernia al merletto di Ascoli Piceno. Ecco, l'idea di Google - realizzata in partnership con Unioncamere e ministero delle Politiche agricole - nasce soprattutto con l'obiettivo di dare visibilità alle piccole realtà. Se è vero che nell'ultimo anno le ricerche in Rete relative ai settori del Made in Italy sono cresciute del 12%, deve far riflettere il fatto che attualmente soltanto un terzo delle Pmi ha un sito internet e appena il 13% di queste lo adopera per operazioni di e-commerce. «È una scommessa con cui vogliamo contribuire ad aumentare la

capacità dell'Italia di fare export», commenta Carlo D'Asaro Biondo, presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google.

Il processo di digitalizzazione delle nostre aziende, comunque, è ancora lungo. «Questa è la prima pietra nella costruzione di un'agricoltura e un agroalimentare 2.0 - sottolinea il ministro delle Politiche agricole, Nunzia De Girolamo -. Ora bisogna lavorare a una food valley italiana». Oltre alla piattaforma, Google e Fondazione Symbola hanno tracciato un percorso formativo dove gli imprenditori possono trovare consigli pratici su come utilizzare il Web per crescere.

Luca Mazza

© RIPRODUZIONE RISERVATA

