



**#eccellenzeindigitale**

**rassegna stampa  
21-22 gennaio**

 **Symbola**  
FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE

**Food 2.0.** google.it/madeinitaly è il nome del progetto presentato ieri

## Piattaforma Google per il made in Italy

**Andrea Biondi**

Un lavoro che ha richiesto più di un anno, per arrivare a mettere in vetrina 102 eccellenze del nostro made in Italy e creare quello che il ministro delle Politiche agricole Nunzia De Girolamo ha definito «un ponte fra la Silicon Valley e la Food Valley, una pietra miliare per un'agricoltura 2.0».

Il colosso di Mountain View ha presentato ieri il suo progetto (realizzato insieme a Ministero e Unioncamere) "Made in Italy: eccellenze in digitale". Un'idea che nasce in un contesto di presenza ancora ridotta: solo il 34% delle pmi ha un proprio sito inter-

net e solo il 13% lo usa per fare e-commerce.

Due i pilastri del progetto la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly) e il sito [www.eccellenzedigitali.it](http://www.eccellenzedigitali.it). Nel primo caso si tratta di una vetrina (niente ecommerce, ma solo cenni storici e di prodotto) per eccellenze non solo agro-alimentari che vanno dalla liuteria cremonese al Parmigiano Reggiano, al cappello di Montapone. Nel secondo si parla di un percorso formativo sull'economia digitale realizzato insieme alla fondazione [Symbola](#) e all'Università Cà Foscari di Venezia. A presentare il progetto, anche Carlo D'Asaro Biondo, presiden-

te Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google, che ha criticato l'ipotesi di una web tax in Italia: «Bisogna fare attenzione a leggi nazionali che non tengano conto degli effetti della globalizzazione». Nessun ritorno immediato per Google, che comunque non può che avvantaggiarsi da un'iniziativa senz'altro fidelizzatrice: «Non lo neghiamo. Le imprese - ha spiegato D'Asaro Biondo - potranno usufruire dei nostri servizi di promozione». A ogni modo il progetto, ha spiegato il ministro De Girolamo, «serve a contrastare il fenomeno del made in Italy taroccato, che ogni anno sottrae al nostro Paese 60 miliardi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### APPROFONDIMENTO ONLINE

Video e fotogallery  
<http://24o.it/132rvR>



# Eccellenze in

## digitale

[Consiglia](#) <204[Tweet](#) <34[G+1](#) <36[LinkedIn](#) 17[indoona](#)

# Da Google una piattaforma digitale per i capolavori dell'industria italiana

*Assieme al ministero delle Politiche agricole, l'università C'a Foscari, Unioncamere e Fondazione Symbola, ha lanciato un sito per promuovere la cultura italiana nel mondo, tra artigianato e alimentari. Con notizie ad hoc firmate Repubblica.it*

di FILIPPO SANTELLI



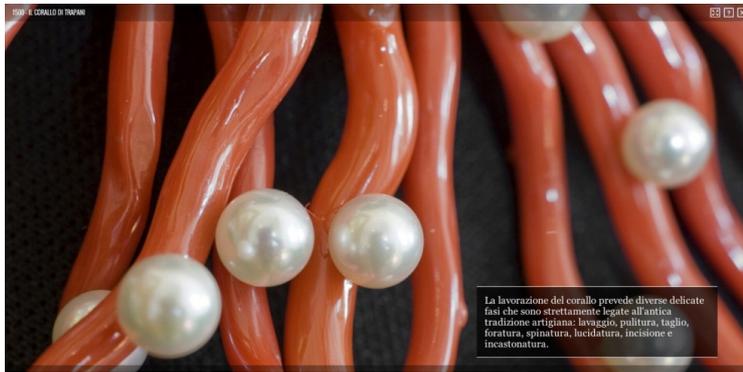
21 gennaio 2014

**ROMA** - Ad annunciarlo lo scorso ottobre, durante una visita a Roma, era stato Eric Schmidt in persona. "Vogliamo dare il nostro contributo per accompagnare l'economia italiana alla conquista del digitale", aveva detto il presidente esecutivo di Google. Da oggi, martedì 21 gennaio, la piattaforma della società americana dedicata alle eccellenze del made in Italy è online. Un portale che racconta i prodotti tipici dell'artigianato e dell'agroalimentare tricolore. Un altro dove i piccoli imprenditori potranno imparare come sfruttare la Rete per apprezzare i mercati esteri. E una serie di borse di studio che porteranno giovani esperti di digitale nei distretti industriali, per spiegare i segreti del web alle piccole e medie imprese. Il primo progetto in assoluto che il colosso di Mountain View dedica in maniera specifica a un sistema Paese.



(ansa)

### Google per il Made in Italy



[Slideshow](#)

1 di 12

"Un contributo per promuovere la cultura italiana nel mondo e dare uno sbocco commerciale globale alle nostre eccellenze", spiega il presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google, [Carlo D'Asaro Biondo](#). Il format è lo stesso del Cultural Institute, galleria online delle maggiori opere d'arte mondiale. Solo che su [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), o .com per la [versione in inglese](#), a essere in mostra sono i capolavori dell'industria italiana. Una mappa di oltre 100 prodotti alimentari, selezionati con il contributo del ministero delle Politiche agricole, e artigianali, scelti insieme a Unioncamere. Dalla carta di Fabriano al formaggio Piave veneto. Dal carciofo spinoso di Sardegna al corallo di Trapani. Dal prosciutto di San Daniele al cappello di Montappone, nelle Marche. Per ognuno è disponibile una presentazione multimediale, fotografie e video in cui i produttori raccontano le proprie storie. "L'alleanza tra la Food Valley e la Silicon Valley", ha commentato il ministro delle Politiche agricole Nunzia De Girolamo. Un racconto a cui parteciperà anche il gruppo L'Espresso, media partner dell'iniziativa, con una sezione specifica sul sito [Repubblica.it](http://Repubblica.it).

Per molti piccoli imprenditori italiani la Rete resta ancora un territorio inesplorato. Solo una piccola e media impresa su tre, rivela un report di Eurisko, ha un sito internet operativo. Solo il 13% ha integrato un servizio di e-commerce. L'altra [piattaforma lanciata da Google](#) allora, sarà dedicata alla formazione degli artigiani. Sorta di Mooc, i corsi online che stanno conquistando sempre più utenti nel mondo. "Solo che in cattedra non salgono dei docenti", precisa Stefano Micelli, professore di Economia all'Università Cà Foscari di Venezia, che ha curato questa sezione. "Sono gli imprenditori più innovativi a condividere con i colleghi le proprie strategie in campo digitale". Come Filippo Berto, titolare dell'omonima azienda di divani a Meda, in Brianza, che attraverso il sito internet è riuscito a conquistare visibilità internazionale. O Dario Loison, piccolo pasticciere del padovano, che attraverso la Rete vende i suoi panettoni in Giappone. Testimonianze messe a disposizione in modo gratuito: "L'obiettivo è certo quello di vendere i nostri prodotti alle aziende - riconosce D'Asaro Biondo - ma questo è il passo precedente, quello della sensibilizzazione".

In questa ottica Google finanzia anche delle borse di studio, da 6mila euro ciascuna, per venti ragazzi esperti di digitale. L'idea è quella di renderli degli evangelizzatori, in modo che affianchino per sei mesi le aziende del territorio nell'approccio a internet. "Io sono stato nel distretto orafo di Arezzo", racconta il 29enne Giorgio Isabella, nativo di Crotone, che nel 2013 ha partecipato all'analogo progetto "Distretti sul web". Laureato in marketing, il ragazzo ha aiutato i piccoli laboratori del distretto a progettare la propria presenza online. Come la bottega Aule del 72enne Alano Maffucci: "Con la Rete voglio puntare al mercato russo - racconta - un Paese dove c'è grande passione per l'arte sacra". "Una giornata storica", commenta il presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanella. "È con iniziative come questa che l'Italia delle meraviglie, quella dei piccoli imprenditori, potrà fare il salto culturale di cui ha bisogno".

**ECONOMIA**

21/01/2014 - IN COLLABORAZIONE CON UNIONCAMERE E IL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE

## Google mette in Rete le piccole imprese

Cento eccellenze in mostra sulla «piattaforma digitale» e venti borse di studio per accompagnare le aziende sul Web. Una opportunità per rilanciare la crescita

Dalla liuteria cremonese al Parmigiano Reggiano, dal cappello di Montappone al pane di Altamura, alla carta di Fabriano. Sono solo alcune delle 100 eccellenze del made in Italy, tra artigianato e agroalimentare, raccolte in altrettante mostre virtuali su una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute. L'iniziativa è volta a far conoscere da vicino il made in Italy, anche quello meno conosciuto come per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.



Una schermata del sito che Google dedica alle eccellenze italiane

Il progetto è «Made in Italy: eccellenze in digitale» ed è stato presentato oggi da Google, a Roma, dopo l'annuncio fatto dal presidente Eric Schmidt lo scorso 9 ottobre sempre a Roma. L'idea nasce dalla valorizzazione del made in Italy, ancora poco presente sul web, tanto che solo il 34% delle Pmi ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce. Per questo Google, insieme al ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly). Si tratta della prima volta che Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese. E a parlare di «scommessa per il futuro del made in Italy» in modo da «aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali» è stato Carlo D'Asaro Biondo, presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google. Anche il ministro delle Politiche agricole Nunzia De Girolamo, che ha partecipato alla presentazione, ha detto che si tratta di «una scommessa, a costo zero per il Ministero», e che va verso la creazione di un «agroalimentare 2.0».

Sono 100 le mostre digitali, ospitate sulla piattaforma del Google Cultural Institute, 100 storie da scorrere online fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, attraverso le quali gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. L'iniziativa si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it). Google ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione Symbola e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business.

Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale. Prosegue inoltre l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani «digitalizzatori» che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

**Ultimi Articoli**

+ Tutti gli articoli



+ Fmi: il mondo ricomincia a crescere ma nel 2014 l'Italia faticcherà ancora  
 Accelera la ripresa dell'economia mondiale con un Pil globale ...



+ Google mette in Rete le piccole imprese  
 Dalla liuteria cremonese al Parmigiano Reggiano, dal cappello di ...



+ «Poste, 5-6 mesi per la privatizzazione»  
 Entra nel vivo la partita delle privatizzazioni. «È ...

**Mercati**

+ Tutte le notizie

Italia Europa Cambi

Indice	Ora	Ultimo	Var %
FTSE MIB	16.18	20.068,50	+0,48%
FTSE Star	16.18	17.995,60	+0,08%
FTSE Mid Cap	16.18	27.467,54	-0,11%
FTSE Small Cap	16.18	18.334,00	+1,33%
FTSE All Share	16.18	21.340,91	+0,45%

**Condividi gli articoli con i tuoi amici**

Con l'app Facebook LaStampa.it puoi condividere immediatamente le notizie e gli approfondimenti che hai letto. Attiva l'app sul tuo profilo e segnala a tutti i tuoi amici le tue news preferite!  
**Scopri di più su [facebook.lastampa.it](http://facebook.lastampa.it)!**

**Accedi a Facebook**

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

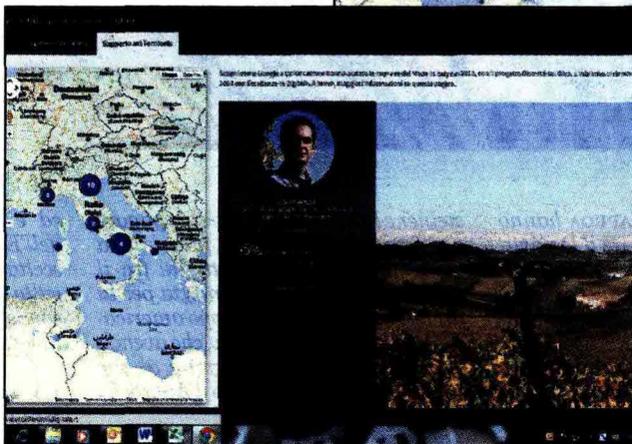
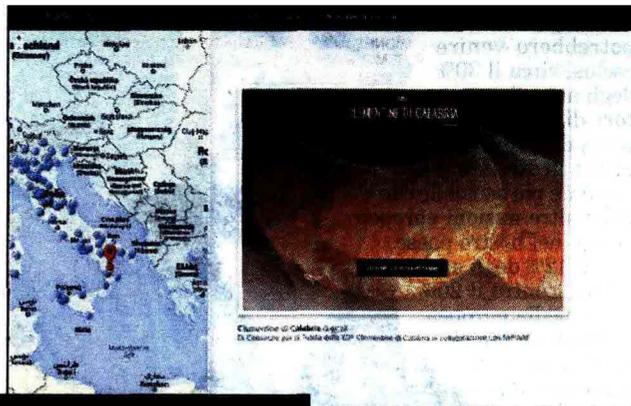
DI GIUSY PASCUCCI

**G**oogle porta le pmi italiane alla conquista dell'economia digitale. Con la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://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](http://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».



Sopra, la schermata del sito [www.google.it/madeinitaly](http://www.google.it/madeinitaly) e, a sinistra, la schermata del sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it)



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

**C**ento 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](http://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



22 gennaio 2014 S. Vincenzo Pallotti



Comments | Lettere al direttore | Chiesa | Vita | Famiglia | Rubriche | Dossier | Mondo  
Cronaca | Politica | Cultura | Economia | Spettacoli | Sport | Scienza&Tecnologia | Video | Foto

Chi Siamo | Abbonamenti | Contatti  
BOLOGNA | CASERTA | MILANO | ROMA

Avenire Home Page > Lavoro > Formazione > Al via Made in Italy: 20 borse di studio per giovani



## Formazione

22 gennaio 2014

Il progetto



### Al via *Made in Italy*: 20 borse di studio per giovani



Google ha avviato il progetto *Made in Italy: eccellenze in digitale*, che si propone di avvicinare le imprese italiane alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale.

Nel 2013, le ricerche legate a prodotti italiani sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa.

Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere ad esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia.

Tuttavia, il *made in Italy* è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle Pmi ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

Per questo Google, insieme al ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali e a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa *Made in Italy: eccellenze in digitale* la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute. Si tratta della prima volta in cui Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

L'iniziativa *Made in Italy: eccellenze in digitale* si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione [Symbola](http://www.symbola.it) e con il coordinamento scientifico del professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare

#### POWERED BY *Portale del LAVORO.it*

#### TROVA LAVORO:

- Brescia: concorso per 20 infermieri**  
La selezione è stata indetta dall'Azienda Ospedaliera. Prevista una preselezione per avviare al concorso 400...
- Concorso: 53 allievi per le Fiamme Gialle**  
La Guardia di Finanza seleziona diplomati che frequenteranno il triennio dell'Accademia nell'anno 2014...

#### RICERCA OFFERTE DI LAVORO:

(selezionare) ▼

(selezionare) ▼

Inizia ricerca



il web come mezzo per sviluppare il proprio business.

Infine, prosegue l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per sei mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare i produttori on line. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle Pmi italiane facendo base nelle diverse Camere di commercio delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

© riproduzione riservata

---

Copyright 2014 © Avenire | P.Iva 00743840159 | [Credits](#) | [Privacy](#) | [Per la pubblicità](#)



## ■ Google lancia un portale dedicato alle eccellenze del made in Italy

Previsto anche un percorso formativo on line per spiegare alle aziende come sfruttare le

[OROSCOPO](#)

## opportunità del web

21-01-2014 15:31



Una pagina del portale dedicata alla calzatura di Fermo  
Credits: Ufficio stampa Google

TAG: [GOOGLE](#) [MADE IN ITALY](#) [MINISTERO AGRICOLTURA](#) [NUNZIA DE GIROLAMO](#)

di Marco Morello

Nel corso del 2013 le ricerche su Google legate al made in Italy sono **aumentate del 12 per cento** rispetto all'anno precedente. A dimostrare maggiore curiosità digitale circa le eccellenze del nostro Paese sono stati in particolare giapponesi, russi, americani e indiani. Il traino principale, non è una sorpresa, resta sempre la moda seguita dal settore automobilistico, ma **in crescita ci sono anche il turismo e l'agroalimentare**. Insomma, il potenziale è tanto, però spesso non viene utilizzato a dovere: in rete non si trovano risposte adeguate, sufficienti o abbastanza ampie, specie quando a darle dovrebbero essere le piccole e medie imprese, ovvero l'ossatura del nostro tessuto produttivo. Solo il **34 per cento di loro ha un proprio sito web**, appena il 13 per cento lo utilizza per l'e-commerce. Un peccato: il **24 per cento del fatturato export delle pmi deriva dalle vendite on line** (il 39 per cento per quelle di medie dimensioni).

Fedele alla logica che farsi trovare è il primo passo per farsi conoscere, il motore di ricerca più famoso al mondo ha avviato un progetto in collaborazione con il ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e a Unioncamere: un portale per raccontare e promuovere le tante eccellenze del made in Italy. È stato realizzato dal **Google Cultural Institute** e si tratta di un debutto al momento unico nel suo genere: è la prima volta che la società di Mountain View dedica una piattaforma alle punte di diamante di un Paese.

Il **sito**, ben fatto e facile da navigare, è in italiano e in inglese, dunque già pronto anche per una platea internazionale. Al momento ospita cento mostre, cento storie che abbracciano l'ampio ventaglio della nostra tradizione alimentare e artigianale. Altre saranno aggiunte in seguito. I nomi sono quelli notissimi, come il Grano Padano e il Prosciutto di San Daniele, ma anche tante perle nascoste. Per ognuno ci sono **testi, video, foto ad alta risoluzione** per cogliere i più piccoli dettagli, ma anche documenti, pubblicità, rarità, tutto ciò che può incuriosire il navigatore.

«Google è una finestra sul mondo. E abbiamo pensato che questa strada potesse essere uno sbocco sensato per le eccellenze del made in Italy, un modo per portare l'Italia verso il



La storia della musica secondo Google



Google Chrome: ecco come risparmiare dati navigando da smartphone

### LEGGI ANCHE



Internet of things, le 10 cose da sapere sulla tendenza che dominerà il 2014



Internet delle cose, ecco perché gli oggetti connessi non sono sicuri



Auto: le 10 tecnologie che rivoluzioneranno il modo di guidare



## FOTOGALLERY



Dark Souls II - Le nuove immagini

L'anno delle Steam Machine

I videogame più attesi del 2014 - Le...

I 10 giochi del 2013 da recuperare ...

[Vedi tutte](#)

## IN EVIDENZA

**ISCRIVITI**  
ALLA NOSTRA NEWSLETTER SETTIMANALE

Il meglio di Panorama.it

Non perderti quello che c'è da sapere

**ABBONATI A**  
**PANORAMA**  
DIGITAL EDITION

Ovunque lo leggi è sempre Panorama

Scarica gratis l'app per iPad, iPhone, Android e Kindle Fire



La nuova Mondadori Card

Richiedila subito online

## TOP10 DI PANORAMA MYTECH

Auto: le 10 tecnologie che rivoluzioneranno il modo di guidare

Internet delle cose, ecco perché gli oggetti connessi non sono sicuri

Samsung Galaxy S4 e Note 3: come funziona il bonus "rottamazione"

iPhone 6: al vaglio due nuovi (e grandi) display

Effetto Beats Music, Spotify senza limiti

mondo e il mondo in Italia. Qui il digitale non ha ancora la stessa importanza rispetto ad altri Paesi. Significa che ha molto potenziale» ha detto durante la presentazione del sito **Carlo D'Asaro Biondo**, presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google. Accanto a lui c'era **Nunzia De Girolamo**, ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali: «Vogliamo creare l'agroalimentare 2.0» ha spiegato. «Dare visibilità attraverso la rete a chi, anche in un periodo di crisi, ha dato vita a prodotti straordinari che fanno parte della cultura italiana. Abbiamo creato un collegamento tra la Food Valley e la Silicon Valley». Il ministro, prima di congedarsi, ha anche sottolineato l'importanza di **investire sull'e-commerce**, offrendo a Google la propria collaborazione per trasformare questo progetto in una vetrina ma anche in un negozio di bit per le eccellenze che hanno deciso di farne parte.

Accanto al portale, ecco anche il sito **Eccellenzeindigitale.it**: qui Google, assieme alla Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico del professor Stefano Micelli dell'università Ca' Foscari di Venezia, ha voluto dare vita a un percorso formativo on line pensato per le aziende intenzionate a fare il salto nel web. E sono state create 20 borse di studio riservate ad altrettanti giovani che saranno incaricati di aiutare le piccole e medie imprese in questo percorso.

Insomma, una cassetta degli attrezzi di idee, spunti, strumenti a disposizione degli imprenditori intenzionati a rafforzare in rete il loro business, a farsi trovare da chi insegue il made in Italy sul web ed è disposto anche ad aprire il portafogli on line. Ha molto senso, oggi, mettersi in gioco. D'altronde, come ha ricordato **Ermete Realacci**, presidente della fondazione **Symbola**: «Le storie accadano a chi sa raccontarle». Difficile negare che il web sia la narrazione di questo tempo.

**Segui @MarMorello**

VAI A: [BLOG](#)

[VIDEO](#)  
[FOTO](#)

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Lumia, perché gli italiani lo preferiscono all'iPhone

RockDude, il gioco per iPhone creato da Daniele Pietrobelli di MasterChef

Sicurezza: le 25 peggiori password del 2013

Amazon prepara la consegna in anticipo

Dian Fossey: un doodle per la signora dei gorilla

## ALTRE STORIE



### Sansonetti: "Renzi mi ricorda Mussoli..."

Il direttore degli Altri attacca Stefano Fassina ("L'antiberlusconismo degli ex pci è un'idiozia") ma anche il segretario del Pd. "La sinistra è morta"



### In Italia troppe detrazioni, ma il pr...

L'accusa lanciata dal Fmi al nostro Paese non tiene conto di una pressione fiscale fin troppo elevata



### Beats Music, perché non batterà Spotify

Parte domani la sfida musicale di Dr.Dre & soci a Spotify: ma la strada è in salita

SCELTI PER TE

ULTIMI ARTICOLI

PIÙ VISTI

**immobiliare.it**

cerca case e appartamenti

Inserisci comune

TROVA

Commenti

**PANORAMA**  
Come ti schiaccio le imprese

SCOPRI I SITI MONDADORI ▶

- Condizioni di partecipazione
- Privacy
- Mappa del sito
- Scrivici
- Gruppo Mondadori
- Pubblicità
- Note Legali

Abbonati ▶  
In Edicola ▶

PANORAMA CONSIGLIA  
FOTOGALLERY

© 2008 Arnoldo Mondadori Editore Spa - riproduzione vietata

# Terra&Gusto

NEWS SPECIALI I MIGLIORI VIDEO

Mondo Agricolo | Europa | Regioni | Prodotti tipici | Vino | Dolci Piaceri | Dal Mare | Salute | Fiere & Eventi | Business | Distribuzione | In Breve

ANSA > Terra&Gusto > Mondo Agricolo > Le eccellenze del Made in Italy a portata di click

## Le eccellenze del Made in Italy a portata di click

Progetto Google, Mipaaf e Unioncamere

21 gennaio, 15:34

Indietro Stampa Invia Scrivi alla redazione Suggestisci ()



Le eccellenze del Made in Italy a portata di click

Nel 2013 le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% su Google: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare quelle che segnano la crescita più significativa. Con l'intento di valorizzare la nostra cultura del cibo e l'artigiano è nato il progetto 'Made in Italy: eccellenze in digitale': Google col suo Cultural Institute ha creato in partnership col ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere la piattaforma google.it/madeinitaly, una vetrina sul web che vuole avvicinare le imprese italiane alla rete e al suo grande potenziale economico e di export.

Attraverso un centinaio di percorsi e mostre digitali, fatte di racconti in italiano e in inglese, immagini, video e documenti storici, gli utenti di tutto il mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

"Un link tra la Food Valley e la Silicon Valley". Così il ministro per le Politiche agricole, Nunzia De Girolamo, descrive l'iniziativa, sottolineando che il progetto "è una pietra miliare per un'agricoltura 2.0. Ora farei un passo in più".

"Se io fossi in Google - aggiunge - farei dell'agroalimentare una piattaforma commerciale. Utilizzerei le sue conoscenze per aiutare le aziende piccole a superare le barriere di spazio e di tempo per vendere nel mondo", ha concluso De Girolamo. Tra gli obiettivi del progetto, il ministro ha ricordato il



**DAL MIPAAF**

**De Girolamo, da Australia no restrizioni su import pomodori**

Ministro, importante prodotto in scatola, soddisfatta risultato



VAI ALLA RUBRICA

**SPECIALI**

**Al via a Rimini fiera dolciaria, star il 'boss delle torte'**

Cinque giorni e 150mila visitatori attesi



**Cibus 2014 fiera dell'alimentare italiano protagonista nei mercati esteri**

Le linee guida della 17/ma edizione, a Parma dal 5 a 8 maggio 2014



**Non è una bufala, l'oro bianco che piace ai vip**

Leggi lo Speciale su ANSA.IT Campania



**Vini raccontano la storia d'Italia, 1000 etichette in mostra**

A PiacenzaExpo 240 cantine da 16 regioni per 3/a edizione Fivi



**Al Forum Barilla giovani e leader mondiali per sfide pianeta**

Proposte dei giovani finalisti di BCFN YES! su cibo e nutrizione



**Mozzarella di bufala Dop, il gusto dell'etica**

Leggi lo speciale su ANSA.IT Campania



**Nestlé, un accordo 'anti-crisi' per carne al 100% italiana**

Per tortellini Buitoni di carne di manzo 100% italiana



VAI ALLA RUBRICA

**IN COLLABORAZIONE CON**

contrasto alla contraffazione e all'"Italian sounding' che sottrae al nostro paese 60 miliardi ogni anno.

L'iniziativa si propone anche di contribuire alla formazione digitale delle imprese, in particolare le piccole e medie. A questo scopo è dedicato il sito

[www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

it, realizzato da Google insieme alla Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia. E' un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Infine, sono a disposizione, grazie a Google e Unioncamere, 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per sei mesi affiancheranno aziende in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti a febbraio.

"La scommessa per il futuro del Made in Italy è quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare così un volano di crescita economica ancora più rilevante per il Paese - dice Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google -. Crediamo che il digitale possa giocare un ruolo importante in questo processo e abbiamo 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".

© Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

Indietro Home

condividi:



**Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche**

**I PROTAGONISTI**

**Lorenzo Beretta Vice Presidente Istituto Salumi Italiani Tutelati**

Affianca Nicola Levoni che ricopre la carica di Presidente in rappresentanza del Consorzio San Daniele



**Carlo Petrini**

Fondatore e presidente internazionale Slow Food



**Isabella Collalto de Croy**



[VAI ALLA RUBRICA](#)

**LIBRI**

**Manuale dello Chef di Claudio Sadler**

"Ho pubblicato altri libri, ma avverto chiara la diversità di questo 'Manuale dello Chef', un'opera che vuole aiutare chi ha la passione, la curiosità e l'amore per il cibo e la cucina" Claudio Sadler L'idea è "offrire a tutti - appassionati e gourmet, ma anche chi ogni giorno mette a tavola la famiglia - l'occasione per consolidare le tecniche di base e acquisire un ampio ricettario" sottolinea lo chef milanese, due stelle Michelin



[VAI ALLA RUBRICA](#)

**AGENDA**

**Gennaio 2014**

**Mesi successivi**

**Economia**

**Made in Italy: Google lancia piattaforma "eccellenze alimentari"**



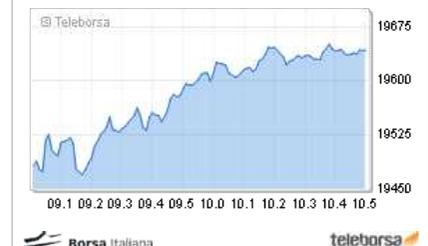
19:20 21 GEN 2014

(AGI) - Roma, 21 gen. - "E' un legame tra la Silicon Valley e la nostra Food Valley che permettera' di far conoscere i prodotti italiani, aiutando il nostro paese ad uscire dalla crisi". Così il ministro delle politiche agricole, Nunzia De Girolamo, ha definito la piattaforma di promozione delle eccellenze italiane realizzata da Google in collaborazione con il Mipaaf e Unioncamere. Creata nell'ambito dell'iniziativa "Made in Italy: eccellenze in digitale", e' stata presentata oggi a Roma. Ha un indirizzo semplice (google.it/madeinitaly) e racconta la storia dei migliori prodotti agroalimentari, ma anche artigianali, del Belpaese. Senza menzionare alcuna impresa. Quindi, per esempio, nella sezione dedicata alla fontina, si trovano tutte le informazioni relative a questo formaggio (dov'e' nato, com'e' fatto, etc) ma senza il nome delle imprese individuali o dei caseifici cooperativi che lo producono. "Con questa iniziativa - ha detto il presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google, Carlo D'Asaro Biondo - diamo visibilita' ai prodotti italiani nel mondo. E' la prima volta che facciamo una cosa di questo tipo, per un paese, e ci auguriamo che possa contribuire ad aumentare la capacita' delle imprese italiane di fare export". Ovviamente, ha spiegato D'Asaro Biondo, Google cercherà di trarre profitto da questa iniziativa "offrendo servizi per l'export e la promozione alle aziende interessate". Il ministero, ha sottolineato De Girolamo, non ha dato alcun contributo economico per la piattaforma: si e' limitato a collaborare per la selezione dei prodotti e per narrare la loro storia, con l'ausilio di foto (anche d'epoca), video e documenti storici. A presentare il progetto c'era anche il presidente della commissione Ambiente della Camera, Ermete Realacci, ma nella veste di presidente della Fondazione **Symbola**: "Si tratta di uno strumento innovativo - ha detto - che scommette sull'Italia e sulle sue capacita'". Ricordando come le aziende italiane utilizzino ancora poco la Rete, De Girolamo ha infine spiegato che la piattaforma "ha anche l'obiettivo di contrastare la contraffazione e l'Italian sounding" e che rappresenta "una pietra per un settore agroalimentare 2.0.". "Ma se io fossi Google - ha concluso il ministro - andrei oltre e farei dell'agroalimentare una piattaforma commerciale". Certamente il colosso americano del web non perde tempo e ha già predisposto, insieme con Unioncamere, 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare i loro prodotti on line.



**BORSA**

Descrizione	Valore	Var. %
FTSE MIB	19.995,75	+0,11 ▲
FTSE Italia All-Share	21.265,60	+0,10 ▲
FTSE Italia Mid Cap	27.446,12	-0,19 ▼
FTSE Italia STAR	18.004,59	+0,13 ▲
Spread BTP-Bund	209 punti	+1,91 ▲



**NAVIGA CON NOI LA MAPPA SEMANTICA**  
 Visualizza le relazioni tra gli argomenti del giorno e leggi le notizie sul portale

**NEWS PEI NEWS**  
 il nuovo servizio di informazione sulla Politica Estera Italiana.

**iNews AGI**  
 L'INNOVAZIONE CHE FA NOTIZIA

**PORTALI AGI AGI EUROPA**

- ▶ AGI Europa
  - ▶ AGI Energia
  - ▶ AGI Salute
  - ▶ AGI China
  - ▶ AGI Arab
- Scelte Sostenibili

**LA VOCE DEL CONSUMATORE**  
**AGI**  
 in collaborazione con

RSS Tweet

## NEWS DAL TERRITORIO

IL MONDO / news dal territorio / 21 Gennaio 2014

### Alimentare: Cia, con Google nuove opportunità' per made in Italy



Roma, 21 gen 2014 - Anche Google investe sul "made in Italy" e lo fa con un progetto ambizioso che non solo puo' dare piu' visibilita' ai prodotti agroalimentari che rappresentano l'eccellenza del Paese, ma puo' aiutare a combattere l'agropirateria internazionale che "scippa" al nostro sistema economico 164 milioni di euro al giorno. Lo afferma la Cia-Confederazione italiana agricoltori, commentando la presentazione oggi del progetto "Made in Italy: eccellenze in digitale" realizzato da Google in collaborazione con Unioncamere, Mipaaf, **Symbola** e Universita' Ca' Foscari di Venezia. In piu', la piattaforma realizzata dal colosso del web puo' contribuire a traghettare le nostre imprese nell'economia di internet -aggiunge la Cia-. Per il "made in Italy" infatti si tratta di una vetrina incredibile per crescere sui mercati stranieri e incrementare l'export del settore.

E' anche vero pero' -sottolinea la Cia- che, per sfruttare appieno le potenzialita' di internet come volano di sviluppo, bisogna colmare al piu' presto possibile i ritardi dell'Italia sulla banda larga. Nelle aree rurali soltanto il 17 per cento degli abitanti puo' contare su una connessione costante e di qualita', contro l'89 per cento delle aree urbane. E questa carenza di infrastrutture tecnologiche "pesa" sulle aziende agricole: oggi infatti le imprese informatizzate del settore primario sono circa 61mila, solo il 3,8 per cento del totale.

res/rus

▼ Share

✉ Invia articolo

🖨 Versione stampabile

#### NEWS DAL TERRITORIO OGGI

Calabria: Messina (Idv), salvaguardia ambientale prima di tutto (...)

Campania/Terra fuochi: Commissione incontra sindaci e comitati (...)

Teatro/Roma: al Ghione "Il mercante di Venezia" con Giorgio (...)

Milano: record per car sharing Eni, 26 mila iscrizioni in un (...)

Catanzaro: Sindacati, prosegue protesta dipendenti Calabria.it (...)

Piemonte: e' morto l'uomo travolto stamane da slavina al Gran (...)



Il Mondo - 17 Gennaio 2014  
**L'AZIONISTA**

Sergio Marchionne, da dieci anni alla guida del Lingotto, potrebbe diventare uno dei maggiori soci del gruppo Fiat-Chrysler. Tra stock option e stock grant, il valore potenziale della sua partecipazione sfiora i 145 milioni di euro, pari al 2,2% del capitale. E, intanto, l'amministratore delegato prepara il business plan Italia-Usa

#### Borsa & Finanza

MILANO FRANCOFORTE NEW YORK

I migliori...		FTSEMIB
Finmeccanica	+4,71%	▲
Ansaldo Sts	+3,07%	▲
Luxottica Group	+2,47%	▲
...e i peggiori		DAX30
Bca Pop Milano	-2,62%	▼
Saipem	-3,18%	▼
Telecom Italia	-3,38%	▼

#### TEMPO REALE

- 17:10 || New York celebra il Futurismo con lavori mai usciti dall'Italia
- 17:05 || Renzi: mettere in discussione accordo puo' far precipitare tutto
- 17:05 || Renzi a Cuperlo: rispetto scelta, insieme faremo molto per Pd
- 17:03 || Bersani dimesso da ospedale Parma dopo ricovero per emorragia

#### REAL ESTATE

La Borsa di Milano ha tante ragioni per salire nel 2014 

#### IMPRESE

In Friuli il primo impianto europeo specializzato nei probiotici 

#### PERSONAGGI

Agnelli: è in rosso il conto della villa di donna Marella a Marrakech 

#### NEWS DAL TERRITORIO

Teatro/Roma: al Ghione "Il mercante di Venezia" con Giorgio Albertazzi 



**iPad venduto a 14€**  
QuiBids propone degli iPad a prezzi folli abbiamo verificato  
[StyleChic-24.com](#)

**Vola in Mongolfiera**  
Regala un volo a Milano, Siena o Roma a partire da € 109  
[www.milanomongolfiere.com](#)

**Ha bisogno di te**  
Inizia oggi la storia d'amore più bella  
[Adotta a distanza](#)

**Com'è il tuo livello d'inglese?**  
Misuralo con il nuovo test di inglese online  
[www.wallstreet.it/english-test](#)

4WNET

## ultima ora



ASCA > Puglia

A+ A+ A+

CONDIVIDI

## Alimentare: Cia, con Google nuove opportunita' per made in Italy

21 Gennaio 2014 - 16:33

(ASCA) - Roma, 21 gen 2014 - Anche Google investe sul "made in Italy" e lo fa con un progetto ambizioso che non solo puo' dare piu' visibilita' ai prodotti agroalimentari che rappresentano l'eccellenza del Paese, ma puo' aiutare a combattere l'agropirateria internazionale che "sciippa" al nostro sistema economico 164 milioni di euro al giorno. Lo afferma la Cia-Confederazione italiana agricoltori, commentando la presentazione oggi del progetto "Made in Italy: eccellenze in digitale" realizzato da Google in collaborazione con Unioncamere, Mipaaf, [Symbola](#) e Universita' Ca' Foscari di Venezia. In piu', la piattaforma realizzata dal colosso del web puo' contribuire a traghettare le nostre imprese nell'economia di internet -aggiunge la Cia-. Per il "made in Italy" infatti si tratta di una vetrina incredibile per crescere sui mercati stranieri e incrementare l'export del settore. E' anche vero pero' -sottolinea la Cia- che, per sfruttare appieno le potenzialita' di internet come volano di sviluppo, bisogna colmare al piu' presto possibile i ritardi dell'Italia sulla banda larga. Nelle aree rurali soltanto il 17 per cento degli abitanti puo' contare su una connessione costante e di qualita', contro l'89 per cento delle aree urbane. E questa carenza di infrastrutture tecnologiche "pesa" sulle aziende agricole: oggi infatti le imprese informatizzate del settore primario sono circa 61mila, solo il 3,8 per cento del totale. res/rus

Segui @Asca\_it

Trovaci su Facebook

**Asca Agenzia di Stampa**  
[Mi piace](#)

Asca Agenzia di Stampa piace a 23.664 persone.

Plug-in sociale di Facebook

### selezione regione

- Abruzzo
- Basilicata
- Bolzano
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Ven. Giu.
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trento
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

### testate regionali



Attualità Economia Politica Sport

16:49 - Siria: fonti russe, colloqui regime-



21 gennaio 2014   
Ultimo aggiornamento alle 16.17



VANEWS MODA ~~IN-ESSE~~ SPOT MODA FOSCARI HIGH BOV ~~ATELIER~~

~~BOG~~ ~~CRISCO~~ ~~VIA~~ ~~GDO~~

## VANEWS



**Bollettino dall'Italia**  
Verità sgradevoli, liste e previsioni

NEVENA



**Il peccatore**  
Le nostre pillole di ironia

# ALVA "MADENTALY ECCELLENZE DIGITALE", INZATMADGOOGLE PER LE ECCELLENZE ITALIANE

21 gen 2014 — [Redazione GQ Italia](#)

Nasce per accompagnare le imprese nell'economia di internet e promuovere le eccellenze dell'Italia, in collaborazione con Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Unioncamere, Fondazione [Symbola](#) e Università Ca' Foscari

GALLERY

GQ FOTO



0 Commenti

Share

Preferito

Mi piace { 0 }

Tweet

Tags: [google](#), [impresa](#), [made in italy](#), [internet](#)

Dopo l'annuncio fatto dal **Presidente Eric Schmidt** lo scorso 9 ottobre a Roma, **Google** è lieta di presentare oggi il progetto Made in Italy: eccellenze in digitale, che si propone di avvicinare le imprese del **Made in Italy** alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal **Google Cultural Institute** e valorizzare i giovani come promotori della transizione

GQ & WIRED ACADEMY



Ready-Steady-Go!

FIAT 500 GQ

Talisker Atlantic Challenge



Segui la gara di canottaggio più dura del mondo

WINTER PROMO

dell'economia italiana al digitale.

Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del **Made in Italy** sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa.

Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere ad esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia.

Tuttavia, il **Made in Italy** è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle **PMI** ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

## GOOGLE IN ITALY

Per questo **Google**, insieme al **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali** e a **Unioncamere**, ha creato nell'ambito dell'iniziativa **Made in Italy**: eccellenze in digitale la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal **Google Cultural Institute**. Si tratta della prima volta in cui **Google** realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali **Parmigiano Reggiano** o **Grana Padano**, **Prosciutto di San Daniele** o di **Parma**, o ancora il **vetro di Murano**, fino a eccellenze meno note quali per esempio la **fisarmonica** di Vercelli, il **merletto** di Ascoli Piceno o la **carota novella** di Ispica.

## ECCellenze in digitale

L'iniziativa **Made in Italy**: eccellenze in digitale si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla **Fondazione Symbola** e con il coordinamento scientifico del **Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia**, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di **Vint Cerf**, oggi **Chief Evangelist** di **Google** e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale.

A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con **La Repubblica**, è anche il **Gruppo Editoriale L'Espresso**, che con **Google** condivide l'importanza di avvicinare le imprese italiane a internet e al suo potenziale economico e crede nell'innovazione tecnologica come motore per il rilancio del Paese. **Repubblica.it** cercherà e racconterà le storie di imprenditori italiani che stanno ottenendo successi proprio grazie all'utilizzo di internet e che possano essere fonte di ispirazione per tutto il **Made in Italy**.

Infine, prosegue l'impegno di **Google** sul territorio con **Unioncamere**, con ulteriori 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il **Made in Italy** online. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle PMI italiane facendo base nelle diverse **Camere di Commercio** delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

## Partner del progetto

**Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google:**

"La scommessa per il futuro del **Made in Italy** è quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare così un volano di crescita economica ancora più rilevante per il Paese. Google 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



Fino al 25% di sconto.  
SCEGLI LA  
DESTINAZIONE PER IL  
TUO PROSSIMO  
BREAK INVERNALE

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"

#### **Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere**

"Le sfide globali si vincono con armi globali e il progetto con Google può dare alle nostre imprese queste armi per invadere pacificamente il web con i nostri prodotti di qualità. Per sostenere i venti di ripresa che si annunciano, l'Italia deve fare del mondo agricolo e artigianale un punto di forza, puntando alla valorizzazione di questo enorme patrimonio attraverso la promozione delle piccole e medie imprese. Nel 2014 il Pil dell'Italia dovrebbe tornare a crescere dello 0,7% ma già sappiamo che, come negli ultimi anni, l'impulso proverrà quasi esclusivamente dalla domanda estera grazie ad aumento del nostro export che valutiamo del +3,7%. L'uscita dalla recessione coinvolgerà prima le produzioni maggiormente presenti sui mercati internazionali e, tra queste, un ruolo centrale è dato dalle imprese del sistema agro-alimentare e dell'artigianato di qualità" ha aggiunto il presidente di Unioncamere. "Il sistema camerale, in particolare con la rete di sportelli per l'internazionalizzazione Worldpass, punta a far crescere le opportunità di esportare delle nostre imprese, soprattutto le più piccole e meno strutturate. L'alleanza con Google è un pezzo importante di questa strategia per portare a consumatori lontani i nostri prodotti di qualità, attraverso una maggiore visibilità sulla rete".

#### **Stefano Micelli, Professore di eBusiness all'Università Ca' Foscari di Venezia**

"Fino ad oggi 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. E' quindi 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. La piattaforma di apprendimento messa a punto da Google, Ca' Foscari e [Symbola](#) mette in evidenza i principali protagonisti del made in Italy sul web, dando loro la possibilità di raccontare il proprio percorso e di promuovere una lezione originale a livello comunicativo e di e-commerce"

#### **Ermate Realacci, Presidente della Fondazione [Symbola](#)**

"La vocazione dell'Italia, per dirla con Cipolla, è produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo. Il web è un trampolino straordinario proprio verso il resto del mondo. In cui, come dicono i dati di Google, cresce la voglia di Italia, della nostra bellezza, dei nostri prodotti. Lo ha ricordato in modo efficace proprio a qui a Roma Eric Schmidt: in un mondo globalizzato, un prodotto di nicchia non ha più un mercato di nicchia. E questo anche grazie alla Rete. 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. Una sfida alla quale abbiamo aderito con grande convinzione. Un'opportunità che gli imprenditori italiani, anche grazie a questo nuovo strumento formativo che è Made in Italy: eccellenze in digitale, 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".

[>>> Leggi le altre Viral News](#)

[>>> Torna alla home di GQ.com](#)

#### COMMENTI



EUCOSNEENS?

Nome

Email

INVIA

Internazionale



Agenzia di Stampa

Contenuti per i media

HOME | NEWS | VIDEO | FOTO

AGENZIA | SERVIZI

POLITICA | CRONACA | ECONOMIA | ESTERI | SPETTACOLO | TECNOLOGIE | SPORT | MADE IN ITALY | DALLA REDAZIONE | SPECIALI

CERCA

TOP NEWS

LA NEWS DEL GIORNO | CANALE: - Milano, 21 GEN 2014

Tweet CONDIVIDI

# Google accompagna imprese del Made in Italy nel mondo digitale

"Made in Italy: eccellenze in digitale", 20 borse per giovani



## TOP TEN



Senato abroga reato di clandestinità, Pd: "Finalmente più civiltà"



Slavina sul Gran Paradiso, grave l'uomo travolto su gatto delle nevi



Bray assicura: "Daremo continuità all'Orchestra Mozart di Abbado"

## VIDEO NEWS



Milano (TMNews) - Avvicinare le imprese del made in Italy alla Rete e alle sue potenzialità, far conoscere le eccellenze italiane nel mondo con una piattaforma digitale realizzata da Google Cultural Institute e valorizzare i giovani nella transizione all'economia digitale. Sono gli obiettivi di "Made in Italy: eccellenze in digitale", progetto frutto della collaborazione tra il colosso di Mountain View, ministero delle Politiche agricole e forestali, Unioncamere, Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari: si concretizza così l'impegno preso il 9 ottobre 2013 a Roma dal presidente Eric Schmidt. Google.it/madeinitaly è la prima piattaforma dedicata da Google alle eccellenze produttive di un Paese: attraverso un centinaio di mostre digitali fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti possono scoprire le eccellenze dell'agroalimentare e dell'artigianato, la storia e il legame con il territorio. Ci sono prodotti famosissimi, come Parmigiano Reggiano e Grana Padano, Prosciutto di San Daniele e di Parma, vetro di Murano, e meno noti come la fisarmonica di Vercelli e il merletto di Ascoli Piceno. Il sito [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it) è dedicato alle imprese, piccole e medie in particolare, che vogliono sfruttare Internet, offrendo un percorso formativo online dedicato. Sono invece destinate ai giovani 20 borse di studio realizzate con Unioncamere: i vincitori affiancheranno per 6 mesi le Pmi nel percorso digitale, con base nelle Camere di commercio. Nel 2013 le ricerche su Google legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12%, la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare gli argomenti più in crescita. Il Made in Italy è ancora poco presente sul Web: solo il 34% delle Pmi ha un sito e solo il 13% lo usa per fare e-commerce.

[Follow @TMNewsAgenzia](#)



Conferenza Ginevra, la rabbia dell'Iran dopo ritiro dell'invito



Cuperlo dà le dimissioni da presidenza Pd: allarmato da Renzi



Google accompagna imprese del Made in Italy nel mondo digitale

VIDEO INCHIESTA

Assad alla Afp: forti possibilità che io rimanga al potere



Trovaci su Facebook



TMNews Agenzia di stampa

Mi piace

TMNews Agenzia di stampa piace a 31.393 persone.



Plug-in sociale di Facebook

TWITTER

[Tweets di @TMNewsAgenzia](#)



NUOVA EUROPA



In collaborazione con RIANOVOSTI

Le principali notizie con foto del notiziario specializzato sull'Europa orientale.

TMNEWS SMS



le notizie di carattere generale in tempo reale sul tuo telefonino.

Annunci Premium Publisher Network



iPad venduto a 14€

QuiBids propone degli iPad a prezzi folli abbiamo verificato  
[StyleChic-24.com](http://StyleChic-24.com)



Il nuovo iPad a 17 €?

Agli utenti italiani uno sconto del 80% grazie a un trucco  
[megabargains24.com](http://megabargains24.com)



Com'è il tuo livello d'inglese?

Misuralo con il nuovo test di inglese on line  
[www.wallstreet.it/english](http://www.wallstreet.it/english)

[login](#)  
[Redazione](#)  
[Abbonamenti](#)  
[Contatti](#)  
[Note Legali](#)  
[Privacy](#)

cerca

21 gennaio  
[Politica](#)  
[Economia](#)  
[Esteri](#)  
[Cronaca](#)  
[Interni](#)  
[Latino America](#)  
[Ambiente ed Energia](#)  
[Giochi e Scommesse](#)  
[Spettacoli](#)  
[Canali Regionali](#)  
[Lazio/RomaCapitale](#)  
[Calabria](#)  
[Campania](#)  
[Sicilia](#)  
[Newsletter](#)  
[Orenove](#)  
[Orediciannove](#)  
[Economia](#)  
[Ambiente ed Energia](#)  
[Latam](#)  
[Salute e Benessere](#)  
[Campania](#)  
[Editoriali](#)  
[Editoriale di Luca Simoni](#)  
[Editoriale di Renzo Rosati](#)  
[Editoriale di Mr Chamber](#)  
[Editoriale di Mario Sechi](#)  
[Editoriale di don Aldo Buonaiuto](#)  
[Il Governo informa](#)  
[Parlamento Europeo](#)  
[Notiziario Generale](#)  
[Economia](#)

Al via "Made in Italy: Eccellenze in digitale", Google in aiuto alle imprese  
 L'obiettivo è aiutare l'export e raccontare l'Italia a partire da artigiano e agroalimentare di red/amb - 21 gennaio 2014 13:58 fonte ilVelino/AGV NEWS Roma  
[Tweet](#)



[Stampa articolo](#)



Google presenta il progetto Made in Italy: eccellenze in digitale, che si propone di avvicinare le imprese del Made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale. L'annuncio era arrivato già il 9 ottobre scorso a Roma da parte del presidente dell'azienda americana Eric Schmidt e ora si passa dalle parole ai fatti. Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa. Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere ad esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia. Tuttavia, il Made in Italy è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce. Per questo Google, insieme al ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa Made in Italy: eccellenze in digitale la piattaforma google.it/madeinitaly, realizzata dal Google Cultural Institute. Si tratta della prima volta in cui Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese.

AGV NEWS

14:24 - SPE Rai, Andreatta: "Un matrimonio" è un successo di Pupi Avati  
 14:24 - ECO Inflazione, Codacons: dati falsati per poveri e pensionati al minimo  
 14:07 - ECO Giochi, vicesindaco Firenze: Fondazione Renzi non ha avuto finanziamenti da concessionari slot  
 14:04 - POL Siria, Palazzo Chigi a M5S: Riunione su Gioia Tauro non per parlamentari  
 14:01 - CRO Australian Open, la vendetta perfetta di Wawrinka: eliminato "Nole"  
 13:59 - SPE Gioco d'azzardo online, il Cnu promuoverà campagne di "pubblicità responsabile"  
 13:58 - ECO Al via "Made in Italy: Eccellenze in digitale", Google in aiuto alle imprese  
 13:51 - ECO Confindustria Servizi Innovativi incontra i rappresentanti della commissione Ue  
 13:51 - POL Giustizia, Gozi (Pd): Senza provvedimento di clemenza si rischia illegalità  
 13:49 - SPE L'attore Camilli: Sono il figlio segreto di Modugno  
 13:41 - POL L. elettorale, Gasparri: Preferenze? Allora no a piccoli collegi  
 13:39 - POL Calcio, Anzaldi-Gelli (Pd): Soccorritore squalificato? Del Rio verifichi  
 13:34 - SPE Corona: La pancetta di Renzi è la metafora del politico che nasconde i difetti  
 13:27 - ECO Nella disfida Rai-Sky spunta il "testimone" TivùSat  
 13:26 - ECO Acqua, la Ue finanzia con 50 mln 11 nuovi progetti  
 Ultim'ora  
 Notiziario generale  
 Altri articoli di Economia  
 Economia 21 gennaio 2014 14:24 Inflazione, Codacons: dati falsati per poveri e pensionati al minimo di red/ics  
 Giochi 21 gennaio 2014 14:07 Giochi, vicesindaco Firenze: Fondazione Renzi non ha avuto finanziamenti da concessionari slot di emt  
 Economia 21 gennaio 2014 13:58 Al via "Made in Italy: Eccellenze in digitale", Google in aiuto alle imprese di red/amb  
 Economia 21 gennaio 2014 13:51 Confindustria Servizi Innovativi incontra i rappresentanti della commissione Ue di red/amb  
 Tv e politica 21 gennaio 2014 13:27 Nella disfida Rai-Sky spunta il "testimone" TivùSat di glv  
 Economia 21 gennaio 2014 13:26 Acqua, la Ue finanzia

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica. L'iniziativa Made in Italy: eccellenze in digitale si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it). Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione [Symbola](http://Symbola.it) e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale.

A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con La Repubblica, è anche il Gruppo Editoriale L'Espresso, che con Google condivide l'importanza di avvicinare le imprese italiane a internet e al suo potenziale economico e crede nell'innovazione tecnologica come motore per il rilancio del Paese. Repubblica.it cercherà e racconterà le storie di imprenditori italiani che stanno ottenendo successi proprio grazie all'utilizzo di internet e che possano essere fonte di ispirazione per tutto il Made in Italy. Infine, prosegue l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle PMI italiane facendo base nelle diverse Camere di Commercio delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio. "La scommessa per il futuro del Made in Italy è quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare così un volano di crescita economica ancora più rilevante per il Paese - ha detto Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google -. Google 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".

AGV NEWS s.r.l. - Società Editrice de il Velino/AGV Agenzia Giornalistica il Velino

Presidente e A.D.: Luca Simoni - Direttore responsabile: Luca Simoni - Direttore editoriale: Tullio Camiglieri - Vicedirettore: Vittorugo Mangiavillani  
Tel. +39.066977051 +39.0669770501 R.A. - FAX +39.066793559 - Reg. Trib. di Roma N° 528/98 - Codice Fiscale e Partita IVA: 09792861008

[con 50 mln 11 nuovi progetti di red/amb](#)  
[Economia 21 gennaio 2014 13:19 Fincantieri costruirà una nave extra-lusso per Seabourn di red/amb](#)  
[Politica 21 gennaio 2014 13:17 Lavoro, Giovannini: salute e sicurezza importanti quanto occupazione di red/amb](#)  
[Economia 21 gennaio 2014 13:00 Auto: Fabrizio Ruggiero è il nuovo presidente Aniasa di red/amb](#)  
[Giochi 21 gennaio 2014 12:44 Giochi, dl Imu Bankitalia: respinto emendamento SEL di emt](#)  
[Tutti gli articoli](#)

Sei in: [Home](#) / [Internet](#) / [Internet](#) / Google sostiene il made in Italy. Nunzia De Girolamo: 'Il marchio Italia deve crescere sul web'

Tags: [Made in Italy](#), [Google+](#), [Banda larga](#), [eBusiness](#), [Mercato Globale](#), [Pubblicità](#), [Contraffazione](#), [Commercio Elettronico](#), [Economia Digitale](#), [Consumatori](#), [Digitalizzazione](#), [PMI](#), [Unioncamere](#), [Google](#), [Eric Schmidt](#), [Ermete Realacci](#), [Digital divide](#), [DICE](#)

Cerca in Key4biz...

Stay tuned on Key4biz.it

Facebook YouTube Twitter LinkedIn Dailyletter RSS

Se sei su Key4biz, sei ovunque

Mi piace { 5 }

Condividi: Ascolta

● ITALIA

## Google sostiene il made in Italy. Nunzia De Girolamo: 'Il marchio Italia deve crescere sul web'

Online sul sito del motore di ricerca la vetrina dei prodotti Dop e Igp del nostro paese. Iniziativa promossa dal motore di ricerca in collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole, Unioncamere, Università Ca' Foscari e Fondazione [Symbola](#).

**INTERNET** - I prodotti d'eccellenza del made in Italy abbracciano **Google**, che porta online 47 distretti nazionali e 100 filiere produttive dell'artigianato e dell'agroalimentare nazionali per promuovere in Rete i nostri prodotti Dop e Igp nel mondo. E' questo il senso del progetto **"Made in Italy: Eccellenze in digitale"** presentato oggi a Roma, fortemente voluto dal **Ministero delle Politiche Agricole** e dalla rete di **Unioncamere** promotori con Google dell'iniziativa. Una vetrina digitale ([google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly)) realizzata dagli ingegneri del **Google Cultural Institute**, per mettere in mostra il racconto e la storia dei distretti italiani dell'artigianato e dell'agroalimentare, anche quelli meno conosciuti, selezionati dal ministero guidato da **Nunzia De Girolamo**, che ha fornito tutte le immagini del nuovo sito.



Il progetto prevede anche un altro aspetto, si tratta di [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it), sito destinato alla digitalizzazione delle PMI, con 20 borse di studio da 6mila euro l'una promosse da Google per la formazione di giovani "digitalizzatori". L'obiettivo è affiancarli per un periodo di sei mesi alle aziende del territorio nel loro percorso verso l'economia digitale. Partner di questa iniziativa sono l'**Università Ca' Foscari** di Venezia e la **Fondazione [Symbola](#)**.

### Nunzia De Girolamo: 'Scommessa a costo zero per l'agroalimentare 2.0'

Il ministro De Girolamo scommette "sull'eccellenza dell'agroalimentare 2.0 per portare le nostre eccellenze nel mondo - ha detto - la piattaforma sarà uno strumento di contrasto alla contraffazione dei nostri prodotti nel mondo, falsi marchi e imitazioni imitano i nostri prodotti nel mondo, creando un danno di 60 miliardi di euro all'anno al nostro paese".

"La nuova piattaforma realizzata in sinergia con Google è una scommessa a costo zero per noi - ha detto il ministro - nasce dalla sinergia forte fra food e web per creare un legame ideale e vincente fra la Food Valley del nostro paese e la Silicon Valley. Vogliamo che le nostre piccole aziende entrino nella nuova dimensione dell'agroalimentare 2.0. I prodotti tipici italiani sono 259, ma soltanto una decina è conosciuta all'estero. L'obiettivo è fare conoscere le nostre eccellenze, perché c'è poca pubblicità del made in Italy in Rete".

Il ministro ha puntato il dito contro la contraffazione dei nostri prodotti Dop nel mondo, Parmigiano Reggiano e San Daniele in prima fila, che "pesano per 60 miliardi all'anno in mancati ricavi sulle casse del nostro paese sfruttando l'eccellenza dei nostri prodotti alimentari con delle imitazioni che vogliamo combattere anche attraverso l'iniziativa che abbiamo realizzato con Google: aprendo quella pagina web si vede la storia e il racconto del nostro paese", ha aggiunto il ministro, ricordando che fra gli obiettivi del Governo c'è la prossima copertura delle aree bianche del paese non coperte dalla banda larga.

C'è da dire che nel 2013 le ricerche effettuate su Google legate al Made in Italy sono aumentate del



E' online il nuovo numero di WiStyle, rinnovato nella grafica e nel formato



WiStyle is proudly created in Italy by:



Key Video

Video intervista alle autrici di 'Femminicidio. Capire, educare, cambiare', Paola Vinciguerra ed Eleonora Iacobelli - 21 Gennaio 2014

Vai al video

### Tweets di Key4biz

Trovaci su Facebook

Key4biz

Key4biz piace a 3.764 persone.

12%, la categoria più cercata è la moda, mentre quelle che crescono di più sono il turismo e appunto l'agroalimentare. Il problema principale per la promozione dei nostri prodotti all'estero è un'esiguità presenza online delle nostre PMI, soltanto il 34% di esse ha un sito web e appena il 13% fa e-commerce.

#### Carlo D'Asaro Biondo: 'Google è una finestra sul mondo'

"L'obiettivo della nuova piattaforma è sfruttare la pervasività della Rete per promuovere le eccellenze del made in Italy nel mondo attraverso la Rete - ha detto **Carlo D'Asaro Biondo**, presidente Sud Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google - L'Italia è un sogno nel mondo e la nuova piattaforma consentirà alle aziende di affacciarsi sui mercati esteri senza grossi investimenti e senza la necessità di aprire filiali in altri paesi. I distretti di nicchia presenti sulla piattaforma, dal cashmere in Umbria alla carta di Fabriano, potranno così uscire dalla nicchia di prodotto e puntare sul mercato globale della Rete a costi contenuti".

La vetrina di Google, in inglese e italiano, offre percorsi narrativi sulla produzione dei diversi prodotti, con particolare attenzione per il racconto e la storia personale degli artigiani e delle tecniche di lavorazione. Foto storiche del made in Italy per puntare sulla promozione del territorio e del turismo.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

"Le sfide globali si vincono con armi globali e il progetto con Google può dare alle nostre imprese queste armi per invadere pacificamente il web con i nostri prodotti di qualità - ha detto **Ferruccio Dardanella**, presidente di Unioncamere - Per sostenere i venti di ripresa che si annunciano, l'Italia deve fare del mondo agricolo e artigianale un punto di forza, puntando alla valorizzazione di questo enorme patrimonio attraverso la promozione delle piccole e medie imprese. Nel 2014 il Pil dell'Italia dovrebbe tornare a crescere dello 0,7% ma già sappiamo che, come negli ultimi anni, l'impulso proverrà quasi esclusivamente dalla domanda estera grazie ad aumento del nostro export che valutiamo del +3,7%. L'uscita dalla recessione coinvolgerà prima le produzioni maggiormente presenti sui mercati internazionali e, tra queste, un ruolo centrale è dato dalle imprese del sistema agroalimentare e dell'artigianato di qualità" ha aggiunto il presidente di Unioncamere. "Il sistema camerale, in particolare con la rete di sportelli per l'internazionalizzazione Worldpass, punta a far crescere le opportunità di esportare delle nostre imprese, soprattutto le più piccole e meno strutturate. L'alleanza con Google è un pezzo importante di questa strategia per portare a consumatori lontani i nostri prodotti di qualità, attraverso una maggiore visibilità sulla rete".

"Fino ad oggi 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 - ha detto **Stefano Micelli**, Professore di eBusiness all'Università Ca' Foscari di Venezia - E' quindi 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. La piattaforma di apprendimento messa a punto da Google, Ca' Foscari e **Symbola** mette in evidenza i principali protagonisti del made in Italy sul web, dando loro la possibilità di raccontare il proprio percorso e di promuovere una lezione originale a livello comunicativo e di e-commerce".

"La vocazione dell'Italia, per dirla con Cipolla, è produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo - ha detto **Ermene Realacci**, Presidente della Fondazione **Symbola** - Il web è un trampolino straordinario proprio verso il resto del mondo. In cui, come dicono i dati di Google, cresce la voglia di Italia, della nostra bellezza, dei nostri prodotti. Lo ha ricordato in modo efficace proprio a qui a Roma Eric Schmidt: in un mondo globalizzato, un prodotto di nicchia non ha più un mercato di nicchia. E questo anche grazie alla Rete. 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. Una sfida alla quale abbiamo aderito con grande convinzione. Un'opportunità che gli imprenditori italiani, anche grazie a questo nuovo strumento formativo che è Made in Italy: eccellenze in digitale, 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".

Chiude il cerchio **Raffaele Majorano**, presidente di **Confagricoltura Giovani**: "L'accollaborazione fra Google e Unioncamere è un'ottima notizia - dice Majorano - il fatto che si spendano per il made in



Plug-in sociale di Facebook

#### Le 5 notizie più lette

**Privacy: l'Alta Corte britannica vuole processare Google nel Regno Unito**

**#Datagate, ecco come l'NSA spiava 200 milioni di sms al giorno**

**#ddaonline, Michel Barnier: 'La Ue ancora al lavoro sul Regolamento Agcom antipirateria'**

**Deutsche Telekom pronta a trattare la cessione di T-Mobile Usa con Softbank**

**La Francia ci riprova: parte l'iter per abbattere al 2% l'Iva sulla stampa online, ma la Ue alza le barricate**

#### Ultime notizie

Italy nel mondo è sicuramente un bene, ma ancora a livello di digitalizzazione sono troppe le aziende agricole italiane che non possono contare su connessioni a banda larga. In questo senso, chiediamo al Governo di riprendere in mano il tema del Digital Divide e di portare la banda larga anche alle aziende agricole che ne sono ancora prive, per consentire di agganciare la ripresa economica attraverso la leva del digitale".

21 Gennaio 2014 - notizia 222451

**Paolo Anastasio**

© 2002-2014 Key4biz

Condividi:

Mi piace 5



TELECOMS	MEDIA	INTERNET	SMART CITY	GAMES	MAPPAMONDO	PLAYERS	ANALISI E DATI	FOCUS MAIL	TAGS
Tecnologie Rete Fissa Rete Mobile Policy Archivio	Tecnologie TV digitale TV generalista TV interattiva Cinema Contenuti Radio Pubblicità Policy Archivio	Tecnologie Net economy eCommerce eGovernment eLearning eHealth eSecurity eSociety Privacy App Policy Archivio	Progetti Applicazioni Best Practice Interviste Aziende Nel Mondo Archivio	Console & PC Social & Mobile Made in Italy Distributori Eventi Archivio	Mondo Europa Nord America Sud America Asia Medio Oriente Archivio	Who is who Interviste Key Video Canale PodCast Directory Press Release Vincitori & Vinti	Papers Figure e Tabelle Presentazioni Reports RecenSiti Bibliotech	Telecoms Media Internet Archivio	Argomenti Aziende Enti Istituzioni Associazioni Persone
							DAILYLETTER  Iscriviti Archivio		

I tuoi eBook su  
**eBook.it**

**mailup**  
Be Relevant.

**EMAIL - SMS - FAX - POSTA - VOCE**  
 - Richiedi la tua PROVA gratuita 30 giorni -

I tuoi eBook su  
**eBook.it**

Key4biz.it ©  
 Testata giornalistica quotidiana online - Direttore Responsabile Raffaele Barberio  
 Registrazione n. 121/2002 presso il Tribunale di Lamezia Terme - ROC n. 9675 del 21 maggio 2004  
 P.I. 02457230791 - Pegaso Uno Cooperativa Sociale - ONLUS

Martedì 21 Gennaio 2014

Rss | Newsletter | Carattere | Segui su

**prima** ONLINE  
Comunicazione

Cerca

EDITORIA TELEVISIONE TLC CINEMA NEW MEDIA COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ RADIO  
MUY CONFIDENCIAL PRIMA PAGINA MERCATO DATI E CIFRE DOCUMENTI NOTIZIE DI AGENZIA MANAGER VIDEO AGENDA LAVORO IN EDICOLA

CREA PDF STAMPA SEGNALA AD UN AMICO

21 gennaio 2014 | 15:40

## Google lancia il progetto 'Made in Italy' per promuovere le aziende italiane sul web

Si chiama 'Made in Italy: eccellenze in digitale' il nuovo progetto lanciato oggi a Roma da Google per avvicinare le imprese italiane alla rete, valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia al digitale e far conoscere le eccellenze del nostro Paese all'estero attraverso la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute insieme al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere.

Il portale raccoglie un centinaio di mostre digitali fatte di racconti, immagini, video e documenti storici grazie ai quali gli utenti di tutto il mondo possono scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.



Carlo D'Asaro Biondo

"La scommessa per il futuro del Made in Italy è quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare così un volano di crescita economica ancora più rilevante per il Paese", dice Carlo D'Asaro Biondo, presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google. "Google 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".

Secondo l'azienda di Mountain View, [le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12%](#) sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa.

Tuttavia i dati Eurisko Ict 2013 dicono che il Made in Italy è ancora poco presente sul web, con solo il 34% delle pmi che ha un proprio sito internet e solo il 13% che lo utilizza per fare e-commerce.

Per aiutare le imprese, in particolare le piccole e medie, a cogliere i benefici economici derivanti da internet, Google ha sviluppato anche il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it), un percorso formativo che offre agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come strumento di business. La piattaforma è realizzata insieme alla Fondazione [Symbola](#) e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi chief evangelist di Google e uno degli inventori di internet, il sito ospita contenuti che valorizzano le storie di imprenditori artigiani che attraverso la rete hanno saputo proiettare le attività in uno scenario internazionale. Collabora a [Eccellenzeindigitale.it](#) anche il Gruppo Editoriale L'Espresso in veste di media partner con La Repubblica.

Insieme a Unioncamere, inoltre, Google mette a disposizione 20 borse di studio per giovani 'digitalizzatori' che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle pmi italiane facendo base nelle diverse Camere di Commercio delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

### Contenuti correlati

Il 70% delle microimprese italiane gioca in difesa. Per il 42% internet non è necessario

Ferrero e Google le aziende più ambite dagli studenti di economia

[LE LEGGI E INTERNET](#) >>> [LE LEGGI E INTERNET](#)

### Video



Venezuela ancora senza carta, i giornali rischiano di chiudere

[TUTTI I VIDEO](#) ▶

### Annunci di lavoro

Milano – Ad Hoc Communication Advisors ricerca stagista >>

Milano – Senior Account per le attività di comunicazione corporate e finanziaria >>

Campania – Agenzia di comunicazione agenti di vendita/account >>

[TUTTI GLI ANNUNCI](#) ▶

### Dati e cifre

Pubblicità sulla stampa in calo del 21,6%: i nuovi dati Fcp >>

2013 positivo per il cinema: +6,56% sui biglietti, +1,45% sugli incassi, Zalone da record. Ecco tutti i dati Cinetel >>

Crescono gli spettatori al cinema: +7,5% nel 2013 >>

[TUTTI GLI ARTICOLI](#) ▶

### Documenti



Alcune delle mostre virtuali presenti sulla piattaforma google.it/madeinitaly

E' di Fanpage.it la pagina Facebook più engaging del 2013. La classifica Blogmeter »

La radio ai tempi del web: ecco come sta cambiando (SLIDE) »

Il cloud dall'archivio alle app: ecco come funziona »

[TUTTI I DOCUMENTI](#)

## Si sta parlando di

Add new tag Ads agcom Apple **ascolti** ascolti tv audience auditel cda Cinema

Comunicazione **Editoria** Facebook fnsi giornalisti google **INTERCETTAZIONI** internet

Italia **La7** Mauro Masi **mediaset** Michele Santoro

Microsoft Mondadori **new media** pubblicità

**rai** Rcs share Silvio Berlusconi **sky**

social network Stampa **Telecom** Telecom

Italia telespettatori **Televisione** tg1 tlc tv

twitter Vodafone web Wind

- [Il comunicato stampa completo sul progetto 'Made in Italy: eccellenze in digitale' \(.docx\)](#)
- [Le informazioni sulla piattaforma google.it/madeinitaly \(.docx\)](#)
- [Internet economy e Made in Italy \(.docx\)](#)
- [Il percorso formativo Eccellenzeindigitale.it \(.docx\)](#)

### Lascia un commento



Nome e Cognome \*

Email \*

(non sarà pubblicata)

Sito web

Commento

(\*) campi obbligatori

[INVIA COMMENTO](#)

### Annunci di lavoro

Milano – Ad Hoc Communication Advisors ricerca stagista »

Milano – Senior Account per le attività di comunicazione corporate e finanziaria »

Campania – Agenzia di comunicazione agenti di vendita/account »

[TUTTI GLI ANNUNCI](#)

### Dati e cifre

Pubblicità sulla stampa in calo del 21,6%: i nuovi dati Fcp »

2013 positivo per il cinema: +6,56% sui biglietti, +1,45% sugli incassi, Zalone da record. Ecco tutti i dati Cinetel »

Crescono gli spettatori al cinema: +7,5% nel 2013 »

[TUTTI GLI ARTICOLI](#)

### Documenti

E' di Fanpage.it la pagina Facebook più engaging del 2013. La classifica Blogmeter »

La radio ai tempi del web: ecco come sta cambiando (SLIDE) »

Il cloud dall'archivio alle app: ecco come funziona »

[TUTTI I DOCUMENTI](#)

### Manager

Nicolas Limbourg, amministratore delegato di Vitis Life »

Chris Hummel, chief marketing officer di Schneider Electric »

Marco Saltalamacchia, direttore commerciale del Gruppo Natuzzi »

[TUTTE LE SCHEDE](#)

### Agenda

#schf14 – Social Case History Forum »

VII edizione del Festival Europeo del Gusto – Ferrovie Dimenticate »

Carta, Cultura, Crescita. La Filiera per lo sviluppo del Paese »

[TUTTI GLI APPUNTAMENTI](#)

+ CONTATTI  
+ SUPPLEMENTI  
+ PARTNERS  
+ CHI SIAMO  
+ ABBONAMENTI  
+ PUBBLICITÀ

**CATEGORIE**  
Muy confidencial  
Prima pagina  
Mercato  
Dati e cifre  
Documenti  
Notizie di agenzia

**Prima Comunicazione**  
**P.IVA:10196010150**  
Copyright © Prima Comunicazione - Editoriale Genesis Srl. Tutti i diritti sono riservati. Sede legale via Vincenzo Monti 15 - 20123 Milano

**ISCRIZIONE ALLA NEWSLETTER**

Nome

Cognome

**GOOGLE, PER LA PRIMA VOLTA, INVESTE PER PROMUOVERE LE PRODUZIONI DI ECCELLENZA DI UN PAESE. CHE, PER**

Per la prima volta nella sua storia, Google, investe in una piattaforma per promuovere le produzioni di eccellenza di un Paese. Che, per meriti e per fortuna, l'Italia. Ecco Made in Italy: eccellenze in digitale, che nasce dal colosso del web, in collaborazione con Fondazione **Symbola**, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Unioncamere, con l'obiettivo di avvicinare le imprese del made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale (<http://google.it/madeinitaly> e [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it)) realizzata dal Google Cultural Institute, e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale.

Il tutto, nasce da alcune riflessioni. Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda la categoria pi cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita pi significativa. Il modello produttivo italiano in grado di rispondere ad esigenze di grande qualit e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono pi costretti in mercati di nicchia. Tuttavia, il Made in Italy ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti pi famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

Google infatti ha inoltre deciso di realizzare, con la Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Universit Ca Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business.

Ma non solo: Google, insieme ad Unioncamere, investe con 20 borse di studio per giovani digitalizzatori che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle Pmi italiane facendo base nelle diverse Camere di Commercio delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

La scommessa per il futuro del Made in Italy quella di aprirsi ulteriormente ai mercati internazionali per diventare cos un volano di crescita economica ancora pi rilevante per il Paese - dichiara Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Sud e Est Europa, Medio Oriente e Africa di Google - crediamo 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 un'iniziativa pensata e realizzata appositamente per l'Italia, che ci auguriamo possa contribuire ad aumentare la capacit delle imprese italiane di fare export e promuovere ulteriormente la cultura del Made in Italy nel mondo.

Per Ermete Realacci, presidente della Fondazione **Symbola**, la vocazione dell'Italia, per dirla con Cipolla, produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo. Il web un trampolino straordinario proprio verso il resto del mondo. In cui, come dicono i dati di Google, cresce la voglia di Italia, della nostra bellezza, dei nostri prodotti. Lo ha ricordato

in modo efficace proprio a qui a Roma Eric Schmidt: in un mondo globalizzato, un prodotto di nicchia non ha pi un mercato di nicchia. E questo anche grazie alla Rete. Il progetto di Google, **Symbola** e Ca Foscari pu dare alla nostra economia, alla miriade di nicchie di eccellenza, una marcia in pi, grazie alla sfida digitale. Una sfida alla quale abbiamo aderito con grande convinzione. Un'opportunit che gli imprenditori italiani, anche grazie a questo nuovo strumento formativo che Made in Italy: eccellenze in digitale, non si lasceranno sfuggire. L'Italia, non lo dobbiamo dimenticare, forte quanto fa l'Italia, quando scommette sulle cose che la rendono unica: bellezza, qualit, 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.

Le sfide globali si vincono con armi globali - aggiunge Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere - e il progetto con Google pu dare alle nostre imprese queste armi per invadere pacificamente il web con i nostri prodotti di qualit. Per sostenere i venti di ripresa che si annunciano, l'Italia deve fare del mondo agricolo e artigianale un punto di forza, puntando alla valorizzazione di questo enorme patrimonio attraverso la promozione delle piccole e medie imprese. Nel 2014 il Pil dell'Italia dovrebbe tornare a crescere dello 0,7% ma gi sappiamo che, come negli ultimi anni, l'impulso proverr quasi esclusivamente dalla domanda estera grazie ad aumento del nostro export che valutiamo del +3,7%. L'uscita dalla recessione coinvolger prima le produzioni maggiormente presenti sui mercati internazionali e, tra queste, un ruolo centrale dato dalle imprese del sistema agro-alimentare e dell'artigianato di qualit ha aggiunto il presidente di Unioncamere. Il sistema camerale, in particolare con la rete di sportelli per l'internazionalizzazione Worldpass, punta a far crescere le opportunit di esportare delle nostre imprese, soprattutto le pi piccole e meno strutturate. L'alleanza con Google un pezzo importante di questa strategia per portare a consumatori lontani i nostri prodotti di qualit, attraverso una maggiore visibilit sulla rete.

Fino ad oggi la piccola e media impresa italiana stata poco presente nel mondo web e sulle grandi piattaforme del commercio elettronico - precisa Stefano Micelli, Professore di eBusiness all'Universit Ca Foscari di Venezia - a livello nazionale e internazionale. E quindi 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 gi dimostrato come questa strada sia percorribile. La piattaforma di apprendimento messa a punto da Google, Ca Foscari e **Symbola** mette in evidenza i principali protagonisti del Made in Italy sul web, dando loro la possibilit di raccontare il proprio percorso e di promuovere una lezione originale a livello comunicativo e di e-commerce.

**Focus - Il commento del Ministro delle Politiche Agricole, Nunzia de Girolamo**

Abbiamo fatto una scommessa, noi come Ministero, Google, il mondo dei consorzi e tutti gli attori che hanno dato vita a questo progetto. Una scommessa ambiziosa: creare l'agroalimentare 2.0. sempre pi evidente che new-technology e agroalimentare sono i settori che daranno pi occupazione nel futuro. Perch non metterli insieme? Perch non fare un link tra la Silicon Valley e la nostra Food Valley? Ci voleva creativita, tanto lavoro e un po di coraggio, che non ci sono mancati. Inoltre, al Ministero, questo progetto non costato un euro. In Italia abbiamo 261 prodotti a denominazione (Dop, Igp e Stg), attraverso la rete vogliamo dare visibilit a tutti quelli che danno vita a prodotti straordinari che costituiscono, insieme alla cultura, il sogno italiano. Il futuro nella rete e nell'agroalimentare. Questi due sistemi, messi in connessione, potranno dare accesso a informazioni e svilupperanno grandi opportunit di lavoro. Abbiamo raccontato il nostro Paese - ha spiegato il Ministro - creando un vero e proprio museo dell'agroalimentare di qualit, una mostra virtuale e permanente, che ripercorre la loro storia, la loro originalita.

Crediamo in questo progetto - ha aggiunto il Ministro De Girolamo -, ma questo solo linizio di un'attivit che pu significare molto per le nostre aziende. Stiamo lavorando per portare

internet ad alta velocit nelle zone rurali con un progetto dedicato alla banda larga. I produttori sono tanti, vogliono visibilit e quindi noi li mettiamo in rete, diamo visibilit ai loro prodotti e al loro lavoro. Aprendo queste pagine non c solo storia dell'agroalimentare, in quelle pagine noi vediamo la storia del nostro Paese, della nostra terra e della nostra cultura.

**Focus - I commenti del mondo produttivo: Coldiretti, Cia - Confederazione Italiana Agricoltori, Aicig**

Il progetto lanciato da Google piace a tutti, soprattutto la mondo della produzione agroalimentare italiana. Un segnale positivo - sottolinea il presidente della Coldiretti, Roberto Moncalvo - in vista dell'Expo che deve rappresentare occasione per fare conoscere la vera identit del prodotto italiano allestero dove il nemico maggiore sono le imitazioni low cost con il cosiddetto Italian sounding che colpisce i prodotti pi rappresentativi dell'identit alimentare nazionale.

Pu aiutare a combattere lagropirateria internazionale che scippa al nostro sistema economico 164 milioni di euro al giorno - aggiunge la Cia/Confederazione Italiana Agricoltori - e pu contribuire a traghettare le nostre imprese nelleconomia di internet. Per il made in Italy infatti si tratta di una vetrina incredibile per crescere sui mercati stranieri e incrementare lexport del settore.

E anche vero, per che, per sfruttare appieno le potenzialit di internet come volano di sviluppo, bisogna colmare al pi presto possibile i ritardi dell'Italia sulla banda larga. Nelle aree rurali soltanto il 17% degli abitanti pu contare su una connessione costante e di qualit, contro l'89% delle aree urbane. E questa carenza di infrastrutture tecnologiche pesa sulle aziende agricole: oggi infatti le imprese informatizzate del settore primario sono circa 61.000, solo il 3,8% del totale.

Un progetto che pu valorizzare il local su scala global, come sottolinea Aicig, l'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche, che, con il presidente Giuseppe Liberatore, aggiunge: non dobbiamo confondere tradizione con prodotto di nicchia. Le produzioni Dop e Igp costituiscono realt di assoluta rilevanza socio-economica e trainano l'intero settore agroalimentare nazionale, soprattutto allestero. Linvestimento compiuto da Google dimostra il ruolo svolto dalle produzioni e dai Consorzi di tutela che le rappresentano. Spetta poi ai Consorzi e a tutte le Istituzioni porre in essere le corrette azioni per proteggere le nostre denominazioni dagli atti di concorrenza sleale e dalle contraffazioni in giro per il mondo. I nostri complimenti al Ministro e a tutti gli Uffici del Ministero delle politiche agricole che hanno reso possibile un progetto cos importante e ambizioso. E proprio al Mipaaf ed al Governo ci rivolgiamo per sensibilizzarli in merito ai problemi legati alla tutela. Sono necessari investimenti perch prima di promuovere i prodotti Dop e Igp sui mercati esteri indispensabile contrastare gli atti di concorrenza sleale e le contraffazioni.

# BRAND NEWS

TODAY

22 gennaio 2014  
mercoledì

quotidiano  
di brand  
marketing,  
comunicazione,  
media,  
web & digital,  
pubblicità,  
design

pag. 9

media

ITALIA  
DIGITAL

## Google avvicina le pmi alla rete con una piattaforma digitale

*L'obiettivo è far conoscere le eccellenze del nostro paese in tutto il mondo. Per gli imprenditori un percorso formativo online per far comprendere loro i benefici economici derivanti dalla rete*

Avvicinare le imprese del Made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale. Sono questi gli obiettivi del progetto 'Made in Italy: eccellenze in digitale' presentato ieri a Roma da Google. Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca. La moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la



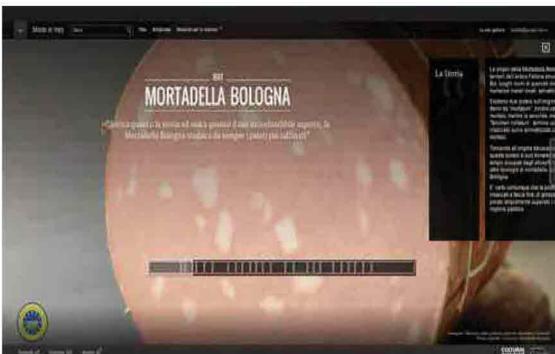
pire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la ca-

rota novella di Ispica.

In homepage il sito si presenta da subito con una mappa dell'Italia, che evidenzia a quale territorio fanno riferimento i vari prodotti presentati, e una prima selezione di percorsi espositivi.

L'iniziativa si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale. A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con La Repubblica, è anche il Gruppo Editoriale L'Espresso.



crescita più significativa. Tuttavia, il Made in Italy è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

Per questo Google mette a disposizione la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly). Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno sco-

# Made in Italy ed export Ora si promuovono on line

Dai prodotti agroalimentari più famosi a quelli meno noti dell'artigianato, cento storie del Made in Italy, pilastro importante dell'economia e della cultura italiana, da oggi si possono ripercorrere in una piattaforma online e far conoscere a tutto il mondo con racconti, foto, video e documenti storici grazie a una iniziativa di Google, del ministero della Politiche agricole e di Unioncamere. Il progetto si chia-

ma "Made in Italy: eccellenze in digitale" e mette in mostra su una piattaforma bilingue realizzata dal Google Cultural Institute le storie delle nostre eccellenze unite al know-how tecnologico di Big G.

L'obiettivo è quello di far conoscere soprattutto le piccole e medie imprese italiane nel mondo ma anche di avvicinarle alle potenzialità di Internet, considerato che solo il 34% delle Pmi ha un

proprio sito e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce. E che il Made in Italy è sempre più cliccato sul web: nel 2013 le ricerche sono cresciute del 12% su Google.

Oltre alle storie, il progetto comprende anche un momento formativo online grazie al sito [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it) realizzato insieme alla Fondazione [Symbola](http://Symbola) e con il coordinamento scientifico dell'Università Cà Foscari di Venezia. Ma anche di aiuto sul territorio: grazie ad Unioncamere e a venti borse di studio saranno scelti 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. ■





- Il Today**
- Il Mensile**
- Multimedia**
- News Alert**

cerca in Pubblicitaitalia.it

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA | DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER | GUEST ROOM

/ piattaforma integrata

## GOOGLE SOSTIENE IL 'MADE IN ITALY' E PROMUOVE LE ECCELLENZE IN DIGITALE

22 GENNAIO 2014



*Nuova piattaforma per le PMI*

Dopo l'annuncio fatto dal presidente **Eric Schmidt** lo scorso 9 ottobre a Roma, **Google** ha presentato ieri il progetto 'Made in Italy: eccellenze in digitale', che si propone di avvicinare le imprese del Made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale

realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale. Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa. Tuttavia, il Made in Italy è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce. Per questo Google, insieme al **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali** e a **Unioncamere**, ha creato nell'ambito dell'iniziativa Made in Italy: eccellenze in digitale la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute. Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio.

Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica. L'iniziativa si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it). Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione **Symbola** e con il coordinamento scientifico del professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di **Vint Cerf**, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale. A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con *La Repubblica*, è anche il



Sfoggia l'anteprima online del Today



Sfoggia l'anteprima online del Mensile

21.01.2014  
**DIGITAL / partnership**  
 Il quotidiano digitale La Repubblica nell'offerta tablet di Tim

21.01.2014  
**DIGITAL / agency**  
 Europ Assistance rinnova l'incarico di search advertising con InTarget Group

Gruppo Editoriale L'Espresso, che con Google condivide l'importanza di avvicinare le imprese italiane a internet. Infine, prosegue l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani 'digitalizzatori' che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online.

Condividi   Mi piace  0

## Most read

20.01.2014

**DIGITAL / social**

Mina lancia su YouTube MinaMazziniOfficial con BuzzMyVideos

23.04.2013

**PEOPLE**

Condè Nast: Lucchini a Glamour, Antonelli a Gq e Russo a Wired

7.06.2013

**GUEST ROOM / associazioni**

Guastini: "Un bilancio sul mio mandato? Solo l'inizio di una battaglia culturale"

22.03.2013

**CREATIVITY / agenzie**

Dolci Advertising, 50 anni di comunicazione nel 'WorkBook'

19.12.2013

**MEDIA / televisione**

Rai, una settimana di full immersion nell'Expo 2015

17.01.2014

**DIGITAL / aziende**

Ritorna Winner Taco, a fine marzo in tutti i bar d'Italia

### TAGS

google, Gruppo Editoriale L'Espresso, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Pmi, Unioncamere

### ARTICOLI CORRELATI

- *Homi apre le porte: al digital oltre il 35% del budget adv*
- *La Stampa e Google sperimentano il giornalismo di domani*
- *Google leader nei video con 24,4 milioni di utenti a ottobre. Banzai primo tra gli italiani*

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [PUBBLICITÀ](#) [PRIVACY](#) [CONDIZIONI D'USO](#)

#### SECTIONS

CREATIVITY  
MARKETING  
MEDIA  
DIGITAL  
PITCH  
WORLD  
PEOPLE  
DATACENTER  
GUEST ROOM

#### NEWS & MAGAZINE

IL TODAY PI  
IL MENSILE PI  
MULTIMEDIA NEWS  
AGENDA

#### SERVICES

NEWS ALERT  
FEED RSS

#### AWARDS & EVENTS

GRANDPRIX ADVERTISING  
STRATEGIES  
BRAND IDENTITY GRANDPRIX  
RELATIONAL STRATEGIES  
GRANDPRIX

#### OUR LINK

ADVERTISER.IT  
L'ANNUAL  
MYMARKETING.NET  
TELEVISIONET.TV  
toBE INSIDE LUXURY

TODAY  
Publicità  
ITALIA

Registrazione roc: 17898  
Registrazione Tribunale di Milano  
nr. 642 del 3/8/1989

Publicità Italia è un marchio di TVN srl  
P. IVA 05793330969 © Copyright TVN srl.  
Tutti i diritti riservati.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Eventi

AZIENDE E MERCATI

## Al via l'iniziativa di Google per accompagnare le eccellenze digitali italiane

Dopo l'annuncio fatto dal Presidente Eric Schmidt lo scorso 9 ottobre a Roma, Google ha presentato ieri il progetto "Made in Italy: eccellenze in digitale", che si propone di avvicinare le imprese italiane alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana verso il digitale. Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa. Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere ad esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia. Tuttavia il made in Italy è ancora poco presente sul web: solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare

e-commerce. Per questo Google, insieme al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa "Made in Italy: eccellenze in digitale", la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute. Si tratta della prima volta che Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un paese. Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il

merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica. L'iniziativa "Made in Italy: eccellenze in digitale" si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it). Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione [Symbola](http://www.symbola.org) e con il coordinamento scientifico del professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi chief evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete,

hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale. A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con La Repubblica, è anche il Gruppo Editoriale L'Espresso, che con Google condivide l'importanza di avvicinare le imprese italiane a internet e al suo potenziale economico e crede nell'innovazione tecnologica come motore per il rilancio del Paese. [Repubblica.it](http://www.repubblica.it) cercherà e racconterà le storie di imprenditori italiani che stanno ottenendo successi proprio grazie all'utilizzo di internet e che possano essere fonte di ispirazione per tutto il made in Italy. Infine, prosegue l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il made in Italy online.

I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle PMI italiane facendo base nelle diverse Camere di Commercio delle aree che parteciperanno all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.





# Marketing Journal

Club del Marketing e della Comunicazione



Home | Eventi | Agenda | Adv | Promotion | Trade&PV | Style | Media&NewMedia | Tendenze&Scenari | Contatti | Link

ROBERTO RE HRD UNIVERSITY ONLINE

**LEADERSHIP UNIVERSITY**

MIGLIORA ONLINE LE TUE COMPETENZE

## Al via "Made in Italy: eccellenze in digitale"

Gen 21st, 2014 | Di Altri | Categoria: CATEGORIA B



Dopo l'annuncio fatto dal Presidente Eric Schmidt lo scorso 9 ottobre a Roma, Google è lieta di presentare oggi il progetto Made in Italy: eccellenze in digitale, che si propone di avvicinare le imprese del Made in Italy alla rete e al suo grande potenziale economico e di export, far conoscere le eccellenze del nostro Paese in tutto il mondo attraverso una piattaforma digitale realizzata dal Google Cultural Institute e valorizzare i giovani come promotori della transizione dell'economia italiana al digitale.

Nel 2013, le ricerche legate a prodotti del Made in Italy sono cresciute del 12% sul motore di ricerca: la moda è la categoria più cercata, turismo e agroalimentare le categorie che segnano la crescita più significativa.

Il modello produttivo italiano è in grado di rispondere ad esigenze di grande qualità e forte personalizzazione e questo lo rende ideale per avere successo in internet. Grazie ad internet, infatti, si possono raggiungere clienti sparsi in tutto il mondo, con un grande potenziale per l'export: i prodotti di nicchia non sono più costretti in mercati di nicchia.

Tuttavia, il Made in Italy è ancora poco presente sul web, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce.

[google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly)

Per questo Google, insieme al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e a Unioncamere, ha creato nell'ambito dell'iniziativa Made in Italy: eccellenze in digitale la piattaforma [google.it/madeinitaly](http://google.it/madeinitaly), realizzata dal Google Cultural Institute. Si tratta della prima volta in cui Google realizza un progetto di questo tipo, dedicando una piattaforma alle eccellenze produttive di un Paese.

Attraverso un centinaio di mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. Dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

[eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it)

L'iniziativa Made in Italy: eccellenze in digitale si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet. A questo scopo è dedicato il sito [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it).

Google infatti ha deciso di realizzare, insieme alla Fondazione [Symbola](http://www.symbola.org) e con il coordinamento scientifico del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, un percorso formativo online per fornire agli imprenditori idee e riferimenti pratici per utilizzare il web come mezzo per sviluppare il proprio business. Oltre a una lezione di Vint Cerf, oggi Chief Evangelist di Google e uno degli inventori di internet, la piattaforma propone contenuti che valorizzano prima di tutto le storie di quegli imprenditori artigiani che, scommettendo sulla rete, hanno consolidato la propria forza competitiva e proiettato la propria attività in uno scenario internazionale.

A collaborare a [eccellenzeindigitale.it](http://eccellenzeindigitale.it), in veste di media partner con La Repubblica, è anche il Gruppo Editoriale L'Espresso, che con Google condivide l'importanza di avvicinare le imprese italiane a internet e al suo potenziale economico e crede nell'innovazione tecnologica come motore per il rilancio del Paese. [Repubblica.it](http://Repubblica.it) cercherà e racconterà le storie di imprenditori italiani che stanno ottenendo successi

### RIMANI INFORMATO

Entries (RSS)



### ALTRE NEWS

- La Business Analytics a supporto delle vendite e del marketing
- Al via "Made in Italy: eccellenze in digitale"
- Invito a Serata d'onore: Roberto Brivio - Lun 20 Gen.
- [Archivio per 'CATEGORIA B' »](#)

### ALTRE CATEGORIE

Mondo GREEN  
 Giro di poltrone  
 Marketing  
 Comunicazione  
 Sociologia&Psicologia  
 Aziende  
 Agenzie  
 Prodotti Innovativi  
 Relazioni Pubbliche  
 Modi e Mode  
 Associazioni

proprio grazie all'utilizzo di internet e che possano essere fonte di ispirazione per tutto il Made in Italy.

Infine, prosegue l'impegno di Google sul territorio con Unioncamere, con ulteriori 20 borse di studio per giovani "digitalizzatori" che per 6 mesi affiancheranno aziende piccole e medie in diverse regioni d'Italia per aiutarle a portare il Made in Italy online. I giovani selezionati, dopo un training formativo, inizieranno il loro percorso di educazione al digitale delle PMI italiane facendo base nelle diverse Camere di Commercio delle aree che partecipano all'iniziativa. Il bando completo e i territori coinvolti saranno resi noti nel corso del mese di febbraio.

#### Related posts:

1. **IAB Europe Interact Congress 2012: le eccellenze della comunicazione digitale a confronto**
2. **Cool Hunter Italy Trade Show - Il Salone dedicato ai giovani fashion designer "made in Italy" a Milano dal 22 al 24 settembre**
3. **In 2 anni pubblico raddoppiato per il digitale terrestre**
4. **IAB Forum, la comunicazione digitale di scena a Milano**

Tweet

Management

Corsi e Ricorsi

Creatività & Design

Location

Economia & Finanza



#### NAVIGA NEGLI ARCHIVI

Gennaio 2014 Dicembre 2013 Novembre 2013  
Ottobre 2013 Settembre 2013 Agosto 2013  
Luglio 2013 Giugno 2013 Maggio 2013  
Aprile 2013 Marzo 2013 Febbraio 2013  
Gennaio 2013 Dicembre 2012  
Novembre 2012 Ottobre 2012 Settembre 2012  
Agosto 2012 Luglio 2012 Giugno 2012  
Maggio 2012 Aprile 2012 Marzo 2012  
Febbraio 2012 Gennaio 2012 Dicembre 2011  
Novembre 2011 Ottobre 2011  
Settembre 2011 Agosto 2011 Luglio 2011  
Giugno 2011 Maggio 2011 Aprile 2011  
Marzo 2011 Febbraio 2011 Gennaio 2011  
Dicembre 2010 Novembre 2010 Ottobre 2010  
Settembre 2010 Agosto 2010 Luglio 2010  
Giugno 2010 Maggio 2010 Aprile 2010  
Marzo 2010 Febbraio 2010 Gennaio 2010  
Dicembre 2009 Novembre 2009  
Ottobre 2009 Settembre 2009 Agosto 2009  
Luglio 2009 Giugno 2009 Maggio 2009  
Aprile 2009 Marzo 2009 Febbraio 2009  
Gennaio 2009 Dicembre 2008

