

AL VIA DA BOLOGNA "ECCELLENZE IN DIGITALE TOUR"
IL ROAD SHOW DI GOOGLE, FONDAZIONE SYMBOLA E UNIVERSITA' CA' FOSCARI, IN PARTNERSHIP CON CNA E COLDIRETTI
PER DIGITALIZZARE LE PMI ITALIANE
PERCHÉ LE IMPRESE ATTIVE SUL WEB ESPORTANO DI PIÙ:
VENDE ALL'ESTERO IL 67% DELLE AZIENDE ON-LINE CONTRO IL 55% DELLE NON DIGITALIZZATE

Incontri in tutta Italia per aiutare le imprese a cogliere le opportunità offerte dal web

Bologna, 30 maggio 2014. Valorizzare il Made in Italy aiutando le eccellenze dell'artigianato, della piccola industria e dell'agricoltura a digitalizzarsi per accedere e competere con più facilità sui mercati internazionali. Questo è l'obiettivo di "Eccellenze in digitale tour", il road show promosso da Google e Fondazione Symbola, con la collaborazione del Professor Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia e la partnership di Cna e Coldiretti, che prende il via oggi da Bologna e toccherà, nei prossimi due mesi, diverse città italiane. L'economia digitale è infatti un driver per le imprese, soprattutto per le esportazioni. Per convincersene basta un dato: al crescere del livello di maturità digitale, cresce la percentuale di aziende che esportano, passando dal 55% delle imprese non digitalizzate al 67% delle imprese attive sul web (dati Doxa Digital, Internet & Export).

A presentare il progetto, oggi in occasione del taglio del nastro del tour, sono stati: **Ermete Realacci**, Presidente della Fondazione Symbola, **Diego Ciulli**, Senior Policy Analyst di Google, **Stefano Micelli**, Professore di eBusiness all'Università Ca'Foscari di Venezia, **Franco Pasquali**, Presidente Forum della Fondazione Symbola, **Andrea Di Benedetto**, Vicepresidente CNA, **Massimo Ferrante**, Segretario Cna Bologna, **Maria Letizia Gardoni**, Presidente Coldiretti Giovani Impresa, **Massimo Goldoni**, Presidente FederUnacoma, e **Matteo Lepore**, Assessore Agenda digitale del Comune di Bologna.

Protagonisti dell'incontro anche i rappresentanti di innovative aziende che hanno maturato esperienze di successo sul web. Come la **Efesti**, una startup innovativa nata a Bologna con la missione di scovare i maestri d'arte e portare le loro opere alla ribalta e di rendere i prodotti migliori del made in Italy disponibili on-line attraverso il sito www.efesti.com. Il cui nome deriva nientemeno che da Efesto, l'artigiano degli dei i cui mirabili manufatti si distinguevano per bellezza, qualità e perfezione. O **Milkyway**, la startup italiana fondata dal giovane Jacopo Vigna, che ha raccolto 720mila euro da parte di TT Venture, Atlante Seed e angel per sviluppare un e-commerce costruito sulla base di comunità in grado di aggregare appassionati di sport estremi, dove gli appassionati possono acquistare

attrezzatura tecnica delle migliori marche e prodotti dall'elevato valore tecnologico a prezzi assolutamente concorrenziali. E **Moma Boma**, azienda che nonostante la crisi continua a crescere puntando su creatività, bellezza e qualità: produce solo pezzi unici realizzati in maniera artigianale, borse e accessori ricoperti esternamente da copertine di riviste e quotidiani, dagli anni '60 ai nostri giorni. Creare moda partendo dal riciclo, ecco l'idea. O ancora **Podere San Giuliano**, Azienda multifunzionale a 360°, una tra le prime fattorie didattiche della provincia di Bologna e Fattoria Aperta dalla prima edizione del 1999.

Il road show, costituito da una serie di convegni e incontri BtoB (digital focus), realizzati in collaborazione da CNA e Coldiretti, è stato concepito come un viaggio lungo tutta la Penisola per incontrare le PMI italiane e raccontare loro - attraverso la voce di 'collegli' imprenditori - come il web possa aiutare a crescere e a contrastare la crisi, aprendo le porte del mercato globale. Nel corso degli incontri esperti di informatica, e-commerce, marketing, social media e comunicazione faranno conoscere agli imprenditori gli strumenti per andare online, spiegheranno come sceglierli e come utilizzarli al meglio. Le eccellenze del Made in Italy verranno messe in contatto con digitalizzatori in grado di avvicinarle al web e al suo grande potenziale economico e di export.

Il modello produttivo italiano, universalmente apprezzato per la qualità dei suoi prodotti, può trarre grandi vantaggi dal web, che gli internauti di ogni parte del mondo utilizzano per cercare risposte sempre più personalizzate e in linea con le proprie esigenze. Le ricerche legate ai prodotti del Made in Italy effettuate nel 2013 su Google, infatti, sono cresciute del 12% rispetto all'anno precedente, con la moda come categoria più cercata, seguita dal turismo e dall'agroalimentare che hanno segnato l'incremento più significativo. Nonostante questi dati dimostrino un crescente interesse per il Made in Italy, solo il 34% delle PMI ha un proprio sito Internet e solo il 13% lo utilizza per fare e-commerce (Dati Eurisko, 2013). Eppure è proprio dal web che arrivano grandi potenzialità di crescita: entro il 2016 saranno 3 miliardi gli Internet User nel mondo, quasi la metà della popolazione del pianeta. E l'internet economy raggiungerà i 4200 miliardi di Dollari nei Paesi G-20 (Fonte: The Boston Consulting Group - The Internet Economy in the G-20). Per ogni euro di crescita del PIL italiano da qui al 2015, in media 15 centesimi saranno riconducibili all'espansione della internet economy.

Con "Eccellenze in digitale tour", Google, Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari, Cna e Coldiretti puntano a ridurre questo gap, aiutando le nostre imprese a cogliere le opportunità offerte dal web. I primi incontri in calendario, oltre a quello di oggi di Bologna, saranno Firenze (19 giugno) e i maggiori centri italiani, incontri che saranno seguiti anche da una serie seminari tecnici B2B realizzati da CNA e Coldiretti e pensati per fornire alle PMI tutti gli strumenti per fare del web un trampolino verso l'internazionalizzazione.

"Nel mondo c'è una grande voglia di Italia, confermata sia dai dati del nostro export, sia dalla domanda di Italia e dalla crescente voglia della nostra bellezza e dei nostri prodotti che si rileva sul web e che ha convinto Google a realizzare insieme questo progetto. Il web - commenta **Ermete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola** - è un trampolino straordinario proprio verso il resto del mondo. 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 spero gli imprenditori italiani 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”.

“Entrare a far parte del mercato globale è la sfida che il mondo del Made in Italy deve affrontare per continuare a giocare un ruolo da protagonista. - ha dichiarato **Diego Ciulli, Senior Policy Analis, di Google** - Per rispondere a questa esigenza nasce 'Eccellenze in digitale tour', iniziativa che abbiamo sviluppato in collaborazione con Fondazione Symbola e Università Ca' Foscari, per aiutare anche le piccole realtà locali a sfruttare a 360° le potenzialità offerte dal web. Saranno gli imprenditori italiani, con la loro esperienza diretta, a raccontare come il digitale sia ormai un elemento imprescindibile per le piccole e medie imprese che vogliono diventare più competitive e sviluppare il proprio business sui mercati internazionali valorizzando l'eccellenza italiana”.

“Le potenzialità della rete sono state sfruttate solo in misura limitata dalle imprese del Made in Italy. – ha dichiarato **Stefano Micelli, professore di eBusiness presso l'Università Ca' Foscari di Venezia** e coordinatore della parte di didattica on line del portale Eccellenzeindigitale.it - La piccola e media impresa deve investire sia sul fronte del commercio elettronico, sia su quello della comunicazione online. La rete costituisce una occasione straordinaria per raccontare la forza del prodotto italiano, le sue specificità e, ovviamente, il suo valore. La rete deve essere considerata come uno degli strumenti fondamentali per la proiezione internazionale della nostra manifattura di qualità”.

“L'Italia per ricominciare a crescere non può non focalizzarsi sull'innovazione, senza però dimenticare che le tradizioni, il nostro saper fare e il brand Italia sono l'unico vero asset che ci resta. Non possiamo né importare modelli produttivi stranieri così come sono, né ipotizzare un'economia senza manifattura, né tantomeno arroccarci su un modello industriale novecentesco - afferma **Andrea Di Benedetto, VicePresidente Nazionale di CNA** -. Dall'incontro tra le mani e il digitale passa lo sviluppo, o meglio, la rinascita della nostra economia. Eccellenze in Digitale è un'iniziativa importante, perché serve a diffondere formazione e digitalizzazione che dovranno essere le nostre linee strategiche principali per i prossimi dieci anni. Le nostre piccole imprese hanno un enorme potenziale non espresso e la rivoluzione digitale, contrariamente a quanto si pensi, ne aiuta enormemente la competitività, abbassando le dimensioni ottimali per competere a livello globale. CNA crede molto in questo progetto e nell'esperienza del Tour, perché è grazie all'incontro delle imprese tradizionali con quelle tecnologiche, che comunicano ancora troppo poco tra di loro, che reinventeremo il Made in Italy”.

“L’agricoltura negli ultimi anni si è presentata come uno dei settori dell’economia italiana che più ha saputo interpretare i paradigmi dell’innovazione, della modernità oltre che della creatività - dichiara **Maria Letizia Gardoni, delegata nazionale di Coldiretti Giovani Impresa** - . Lo ha fatto riconquistando il suo ruolo sociale nel rispetto delle tradizioni, dei territori e del principio della distintività. E’ tutto ciò che la rende eccellenza del made in Italy di per sé, attraendo le nuove generazioni che a loro volta la rendono sempre più intraprendente. Tante sono quindi le imprese che stanno già affrontando la dimensione digitale portando a conoscenza del consumatore globale non solo la straordinarietà dei loro prodotti ma anche la bellezza dei nostri paesaggi. Lo stanno facendo anche se ancora in Italia la diffusione della banda larga ad almeno 30MBPs nelle aree rurali è tendente allo 0 rispetto ad una già bassa media di copertura europea che si attesta al 12%. E’ vero, però, che dovremmo essere molte di più e molto più consapevoli dei metodi più efficaci per promuovere e allo stesso tempo difendere il vero made in Italy ed è per tale motivo che abbiamo aderito con entusiasmo a questo Tour che proietterà ancora di più l’impresa tradizionale, quella dell’economia reale verso il futuro.