

Il web incontra la tradizione per promuovere il “Made in Italy”. Le nuove tecnologie possono rappresentare un volano per le piccole attività artigianali disseminate sul territorio nazionale che nel tempo hanno contribuito a creare e rafforzare i tratti distintivi dell’Italia nel mondo.



L’idea di per sé interessante, acquista una ancora maggiore rilevanza se si pensa che a proporla è un colosso del settore: “Google”.

Si è tenuta ieri a Roma la presentazione del progetto MADE IN ITALY: ECCELLENZE IN DIGITALE, un’iniziativa lanciata da Google per accompagnare le imprese nell’economia di internet e promuovere le eccellenze dell’Italia.

Il progetto nella fase iniziale si compone di tre azioni:

1. una piattaforma realizzata dal Google Cultural Institute in collaborazione con il Ministero per le politiche agricole e Unioncamere: www.google.it/madeintaly
2. un percorso formativo rivolto alle piccole e medi imprese
3. 20 borse di studio per giovani che dovranno affiancare le aziende verso “l’economia digitale”.

In pratica la piattaforma propone 100 mostre digitali, 100 storie da scorrere on line per scoprire le eccellenze italiane, ma anche svelare e riscoprire manifatture di nicchia. Le mostre rappresentano una vera e propria narrazione digitale che si compone di foto, video, documenti storici, aneddoti e racconti....

La ceramica di Montelupo Fiorentino è uno dei prodotti tipici inseriti nella piattaforma.

In occasione della presentazione romana è stata allestita una piccola mostra con pezzi rappresentativi del territorio. La mostra è stata accompagnata da una delegazione di ceramisti che nell’occasione hanno proposto una dimostrazione della lavorazione montelupina: Ceramiche Vignozzi, Ceramiche Mori, Salvatore Mirenda de La Galleria e Ivana Antonimi di Ceramiche Dolfi.

«L’inserimento nella piattaforma promossa da Google costituisce un’opportunità per il nostro territorio; credo che sia importante per un prodotto di nicchia come la nostra ceramica,



proporsi anche oltre confine, farsi conoscere come un tassello importante di quello che è comunemente ritenuto “l'estro e il saper fare made in Italy”.

La scelta di proporsi come sistema territoriale e non come singoli è certamente un punto di forza. La Strada della ceramica riveste un ruolo importante in questa strategia.

Desidero quindi ringraziare tutti i produttori di ceramica che si mostrano sempre disponibili nell'aderire alle diverse iniziative e nel rispondere alle sollecitazioni dell'amministrazione comunale.

In particolare vorrei ricordare coloro che prestano il loro lavoro a servizio della città, come le aziende che hanno lavorato e donato i pannelli in ceramica per la nostra nuova scuola: Ceramiche Vignozzi, Ceramiche Bartoloni, Ceramiche Lupo e le ceramiche d'arte Ammannati», afferma il sindaco Rossana Mori.

I partner del progetto, le manifatture interessate e i produttori hanno condiviso oltre trecento informazioni fra video e foto. Nel corso della presentazione romana hanno avuto ampio spazio video e immagini realizzati nell'ambito del progetto Strada della ceramica.