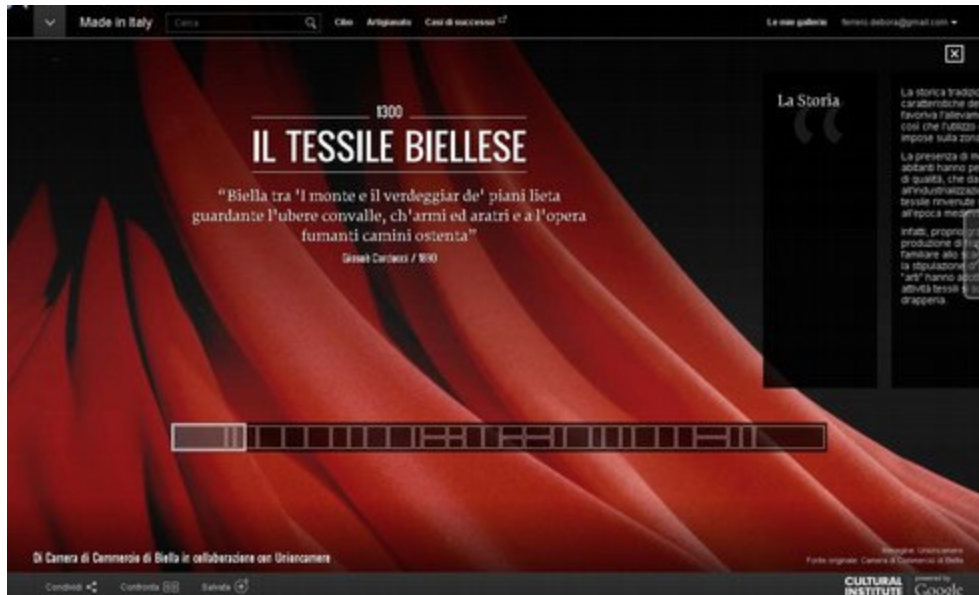


1aprile 2014

TESSILE BIELLESE IN VETRINA SUL SITO GOOGLE DEDICATO AL MADE IN ITALY

La piattaforma è stata lanciata insieme a Unioncamere e al Ministero dell'Agricoltura e valorizza 100 eccellenze produttive e agroalimentari del nostro paese.



<https://www.google.com/culturalinstitute/exhibit/il-tessile-biellese/gQHHvQ4V?hl=it&projectId=made-in-italy>

Sono **cento**, sono **digitali**, in italiano e in inglese e soprattutto sono facili da raggiungere on line: sono le **mostre** ospitate sulla piattaforma del **Google Cultural Institute** dedicate a cento **produzioni "made in Italy"**, un modo originale per conoscere e vivere da vicino il Made In Italy, pilastro importante della nostra economia e della nostra cultura.

Su www.google.it/madeinitaly i partner del progetto, **Unioncamere** e **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali**, hanno allestito una serie di percorsi espositivi che intendono guidare l'occhio dell'esploratore digitale alla scoperta di alcuni dei prodotti alla base della nostra **tradizione alimentare e artigianale**. Tra cui spicca, a cura della **Camera di Commercio di Biella**, la sezione dedicata al **tessile biellese**, un'eccellenza che ha profonde radici nel saper fare e nel gusto tutto italiano per il prodotto. Nel settore agroalimentare, inoltre, vi è una sezione dedicata al **riso di Baraggia biellese e vercellese** curata dall'omonimo consorzio, che mette in evidenza le peculiarità territoriali e produttive legate a questa Dop.

Le mostre guidano attraverso una vera e propria narrazione digitale, fatta di **foto, video, documenti storici, aneddoti e racconti** che ci riportano indietro nel tempo, per conoscere meglio una produzione e il suo territorio. Sono tantissimi i documenti storici ospitati sulla

piattaforma realizzata dal Google Cultural Institute: lettere originali, documenti commerciali, fotografie e affissioni pubblicitarie storiche digitalizzate e ora a disposizione dei navigatori.

Le mostre sono **disponibili in italiano e in inglese**, proprio per agevolare la promozione del made in Italy all'estero, un obiettivo importante di questo progetto. D'altra parte, è lo stesso portale di ricerca che fa sapere come **nel 2013 le ricerche relative ai settori del made in Italy siano cresciute del 12% rispetto al 2012**; sono gli Stati Uniti e l'Europa le aree geografiche in cui si sono registrati volumi maggiori di ricerche; Giappone, Russia, India e Stati Uniti sono i Paesi che hanno fatto registrare i tassi di crescita più consistenti. Riguardo ai settori, **la moda si conferma come la categoria più cercata dagli utenti nel mondo**, seguita dal settore automotive; il turismo fa registrare i tassi di crescita più alti mentre è positivamente stabile la crescita dell'agroalimentare, che si conferma la categoria con la crescita maggiore in 5 paesi: Brasile, Francia, Germania, Cina e Giappone.

Graficamente, il sito si presenta con una mappa dell'Italia, che evidenzia a quale territorio fanno riferimento i vari prodotti presentati, e una prima selezione di percorsi espositivi. L'integrazione delle mappe rappresenta una novità nelle modalità espositive dei progetti del Google Cultural Institute, sviluppata appositamente per questa iniziativa dedicata al Bel Paese. Una modalità narrativa che vuole essere anche un invito alla scoperta del territorio, soprattutto per gli stranieri che vogliono visitare il nostro paese alla scoperta delle sue eccellenze.

Facendo clic su uno dei luoghi evidenziati sulla mappa o su una delle immagini poste a copertina delle mostre, si accederà immediatamente al percorso espositivo. In alternativa, è possibile scegliere di esplorare le mostre scegliendo tra quelle a tema cibo e quelle a tema artigianato oppure utilizzando il pulsante "esplora tutto". Quest'ultimo dà accesso ad un menù che consente di raffinare ulteriormente la ricerca, alla scoperta di dettagli interessanti. Per esempio, attraverso la ricerca per data si può facilmente scoprire come ci siano prodotti le cui origini risalgono davvero all'antichità, come per esempio il farro della Garfagnana, che data al 2000 a.C..

Sul sito è inoltre possibile realizzare gallery personalizzate, mettere a confronto immagini o documenti, condividere elementi che hanno colto l'attenzione del visitatore.