

## **PRATO SUL WEB, IL PRODOTTO PIU' PRESENTE E' IL CANTUCCINO**

### **E' QUANTO EMERGE DALL'ANALISI SUL BRAND PRATO FATTO DAI RAGAZZI DI GOOGLE/UNIONCAMERE**

Non è certo una fortuna chiamarsi "Prato", almeno per l'universo di Google, che confonde il nome della città con il manto erboso. Una competizione che diventa anche un vantaggio: nel web la reputazione di Prato è tutta da costruire. E' quanto è emerso ieri nel corso del convegno di presentazione del progetto "Eccellenze in Digitale", promosso da Google e Unioncamere, al quale ha aderito anche la Camera di Commercio di Prato.

Ma le sorprese non finiscono qui: collegata a Prato la parola più "forte" su Google è "cantuccini", che tocca le 60 mila ricerche al mese. Un numero di ricerche molto consistente, che potrebbe permettere alle aziende del territorio di far trainare la propria comunicazione web proprio dal cantuccino.

Per quello che riguarda il tessile, la situazione è più complicata. Sono poche le ricerche che collegano tessile e Prato. Anche se nel mondo ogni mese ci sono 2 milioni di ricerche della parola "fabric" (tessuto in inglese) a dimostrazione di un grande interesse su questo materiale.

"La ricerca fatta dai ragazzi di Google è provocatoria, ma ci fornisce anche qualche indicazione: il mondo non ci vede per quello che noi pensiamo di essere – commenta **Luca Giusti**, presidente della Camera di Commercio di Prato – Rafforzare la nostra presenza web è fondamentale, il progetto serve a questo, speriamo che tante imprese useranno il servizio gratuito che abbiamo messo a disposizione, perché solo tutti insieme possiamo riuscire a far parlare di noi".

"Siamo orgogliosi di questo risultato e percepiamo un forte interesse del mercato per questo prodotto. Infatti abbiamo anche avviato l'attività di e-commerce, per rispondere alle richieste che ci arrivano da ogni parte del mondo", ha raccontato **Elisabetta Pandolfini** del Biscottificio Mattei nel corso della serata. Anche il marchio Montezemolo ha avviato il suo e-commerce, con una strategia digitale che rende il marchio molto visibile on-line. "All'inizio ero un po' titubante, mi pareva che il mondo del web non avrebbe portato vantaggi alla mia attività – ha aggiunto **Lorenzo Guazzini**, titolare di Montezemolo – Invece mi sono dovuto ricredere, si possono aprire nuovi mercati. A condizione che l'imprenditore si faccia guidare in questo mondo, che ha delle regole e richiede delle competenze specifiche". Ma il web non è solo un posto dove si vendono dei prodotti ma anche una vetrina di quello che un'azienda è in grado

*Per ulteriori informazioni:*

UFFICIO STAMPA – 0574/612715 – 340/5231466 – [silvia.gambi@po.camcom.it](mailto:silvia.gambi@po.camcom.it)

## c o m u n i c a t o   s t a m p a

---

di fare. "Grazie al web ho ampliato molto la mia rete di contatti e ho trovato tante persone interessate ai beni artistici che fanno da cassa di risonanza al nostro lavoro – commenta **Giammarco Piacenti**, della Piacenti Spa – Ma il web non è solo uno strumento da usare come una vetrina: è anche una finestra sul mondo, che ci aiuta a conoscere quello che succede fuori da qui, ad aprirci a nuove esperienze".

COME SI ADERISCE AL PROGETTO "Eccellenze in digitale" ha il compito di supportare le imprese nel percorso di avvicinamento al digitale grazie a 2 giovani borsisti. Il progetto prevede la partecipazione di 50 aziende che, gratuitamente, potranno ricevere il supporto dei borsisti di Google per fare un check up della presenza on line dell'azienda e studiare una strategia per rafforzare la proprio presenza sul web. Sul sito della Camera di Commercio di Prato [www.po.camcom.it](http://www.po.camcom.it) è disponibile il modulo da compilare per aderire alla manifestazione di interesse.

n.54 del 24/09/2015