MIPAAFT: protocollo d'intesa con Google per promuovere i 21mila agriturismi italiani

Valorizzare il comparto agrituristico nazionale, tutelarne e potenziarne le risorse su ciascun territorio sfruttando le possibilità offerte dalla tecnologia. È questo l'obiettivo del protocollo d'intesa siglato dal Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo e Google per dare maggiore visibilità sul web a circa 21mila strutture del nostro Paese.
Grazie all'accordo, gli agriturismi italiani potranno verificare ed entrare in possesso della propria pagina gratuita Google My Business, grazie alla quale potranno creare una scheda personalizzata con testi e foto, rispondere alle recensioni degli utenti e avere un riscontro immediato, oltre a uno strumento di analisi, sull'interesse verso la struttura, con un effetto positivo in termini di promozione online.
L'attività rappresenta un vantaggio diretto anche per i cittadini-utenti, perché renderà più facile individuare da qualunque dispositivo le strutture d'interesse, e quindi l'organizzazione del viaggio. Inoltre, in ottica di internazionalizzazione e valorizzazione del turismo estero verso l'Italia, le informazioni saranno automaticamente disponibili nella lingua preferenziale dell'utente straniero.

Centinaio: digitale chiave per aprire le porte del mondo

"Ormai è innegabile che su Internet bisogna essere presenti. E questo – ha affermato il Ministro **Gian Marco Centinaio** - vale sia per le imprese che per le strutture turistiche. Ecco perché la digitalizzazione rappresenta una grande opportunità per i nostri agriturismi. Con questo protocollo diamo loro la possibilità di allargare il proprio bacino di domanda, conquistare nuove fette di mercato e abbattere le distanze. Sia chiaro: è un punto di partenza, non di arrivo. Parliamo di un processo complesso che richiede competenze specifiche da parte degli imprenditori e dall'altro la creazione di strumenti validi. Possiamo fare molto, estendendo magari questo progetto dal turismo alle aziende agricole in generale. Fondamentale sarà poi raccogliere e studiare i dati che avremo a disposizione. Chi viaggia? In che periodo? Cosa chiede? Da qui dobbiamo partire per valorizzare tutti i territori, non solo le grandi città turistiche che ormai sono sature, programmare e destagionalizzare."
"L'Italia deve ancora cogliere appieno il proprio potenziale digitale - ha dichiarato **Giorgia Abeltino**, public policy Director France, Italy, Greece and Malta di Google - e questo è vero in particolare nei

settori dell’agroalimentare e del turismo. Grazie a questa innovativa collaborazione siamo felici di fornire agli agriturismi italiani un nuovo strumento per farsi conoscere nel mondo, direttamente. Vogliamo continuare a lavorare con le istituzioni per promuovere l’Italia nel mondo. Dalla valorizzazione online del Made in Italy e del nostro patrimonio culturale possono nascere grandi opportunità di sviluppo e lavoro.”