

Parla Maurizio Caimi, esperto di web-marketing, a Veronafiere il 4 luglio per un workshop

INTERNET «SEDUCE» GLI AGRICOLTORI «NON SOLO FORUM, LA RETE SERVE ANCHE PER GLI ACQUISTI»

In tutto il mondo cresce il numero degli utenti di internet legati al settore agricolo, per scambiarsi idee, ma anche per comprare on line. Negli Stati Uniti i siti e i forum per l'agricoltura trasformano le abitudini degli addetti ai lavori, in Danimarca e Olanda oltre l'80% degli imprenditori agricoli è connesso alla rete. Ma anche l'Italia resta mediamente al passo con le nuove tecnologie. «Molti siti aziendali vanno comunque aggiornati ed attualizzati – dice Maurizio Caimi – perché anche la commercializzazione, la visibilità e l'offerta del prodotto passano dai new media».

Agricoltura e internet: un binomio sempre più stretto. Lo sostiene **Maurizio Caimi**, specializzato nella «Business communication» attraverso i nuovi media e «guru» di fama internazionale nel web-marketing.

Caimi, che sarà a Veronafiere il prossimo 4 luglio, al workshop di presentazione del sito «AgricolturaOnWeb», strumento di comunicazione al servizio delle imprese iscritte a Fieragricola 2008, correda le sue affermazioni con dati ufficiali. «In Europa, America, ma anche in Italia, la tematica dell'agricoltura è estremamente seguita dai navigatori di internet – dichiara – e ne sono un esempio il boom registrato negli Stati Uniti dai forum on-line in agricoltura, alcuni con oltre 30mila utenti iscritti. Ad esempio il sito Agriculture.com, nel corso dell'ultimo anno ha incrementato le proprie visite del 25 per cento». In crescita anche il tempo mediamente impiegato per navigare sui siti agricoli, salito a 11 minuti per utente.

I nuovi media, insomma, stanno conquistando l'agricoltura e seducono sempre più gli agricoltori, tanto da essere diventati un fenomeno sociale. Secondo la CNN, infatti, i forum on-line hanno in molte zone degli Stati Uniti soppiantato i bar, abituale ritrovo degli agricoltori per discutere di lavoro. La divisione internet del «Farm Journal Media» afferma che il traffico internet è duplicato nell'arco di un anno (ottobre 2005-ottobre 2006). Gli argomenti maggiormente trattati riguardano l'acquisto di sementi, la ricerca di informazioni su ricambi, trattori, agricoltura di precisione, dati di mercato.

Dall'America del Nord all'Europa del Nord. «Nel 2006, in Danimarca – illustra Caimi – 84 agricoltori su 100 sono connessi a internet, in Olanda il web è consultato da 80 agricoltori su 100». E già nel 2003, in Francia, erano 105.000 le aziende del comparto agricolo collegate a internet. Anche l'Italia è al passo con le nuove tecnologie di comunicazione. «La community di Agronotizie – ricorda Caimi – conta oltre 39mila utenti». Talvolta, però, il panorama italiano presenta un andamento a due velocità: chi sta al passo con la modernità, le tecnologie e i nuovi media e chi, invece, non ne ha ancora colto le opportunità.

Tutto sommato, però, agricoltura e web si conoscono. Bisogna, secondo Caimi, stringere maggiormente i rapporti. «Il web è uno dei modi, sicuramente fra i più rapidi, per ottenere visibilità sia dell'attività che si svolge sia delle produzioni – commenta – e in un'ottica commerciale internet è un ottimo volano, a patto però che vi sia corrispondenza fra quanto richiesto nei motori di ricerca da parte degli utenti e i siti delle aziende».

Proprio sui siti aziendali, secondo Caimi, si dovrà concentrare gran parte del lavoro. «Molte aziende non hanno ancora un proprio indirizzo internet, mentre nei casi in cui questo esista,

talvolta è obsoleto e poco pratico, non soltanto ad un approccio estetico-funzionale, ma anche sotto il profilo dell'utilità e delle modalità di navigazione».

Analizzando i dati dei più importanti motori di ricerca, Maurizio Caimi indica il segmento della produzione biologica come uno dei più favoriti a sfruttare favorevolmente la strada del web. Un'opportunità non soltanto per le aziende più grandi, le cooperative strutturate e i grandi produttori, ma anche e «soprattutto per quelle realtà medio-piccole, che grazie alla rete possono costruire nuovi canali commerciali, magari puntando alla vendita diretta dei propri prodotti».

Comunicato stampa del Servizio Stampa Veronafiere

Tel.: 045.829.82.42 – 82.85 – 82.10 - 82.90 – 83.78

Fax: 045.829.81.13