

L'agricoltura trascura l'e-commerce «Dobbiamo fare più investimenti»

► Solo un'azienda su tre vende su internet

L'INNOVAZIONE

TREVISO L'agricoltura della Marca e il mondo del web non vanno ancora troppo d'accordo. Ad oggi solo un'azienda agricola su tre vende i propri prodotti attraverso l'e-commerce. Così come sempre un'azienda agricola su tre ha un sito internet aggiornato. Per il resto buio totale. I dati sono emersi nel corso del convegno "L'azienda agricola nel mercato globale" organizzato da [Confagricoltura](#) Treviso nella sede di Castagnole di Paese, in collaborazione con la Camera di Commercio e lo Studio Partes. Ce n'è abbastanza per segnare una nuova priorità: superare la diffidenza verso il web e iniziare a sviluppare i mercati elettronici.

I PRODOTTI

I prodotti tipici di richiamo certo non mancano: radicchio,

asparagi, prosecco e chi più che ha più ne metta. In internet potrebbero godere di una vetrina sterminata. «Nel mercato globale, che punta sempre più sul web per sviluppare contatti e transazioni commerciali – spiega Renato Bastasin, direttore di [Confagricoltura](#) Treviso – anche per le aziende agricole è diventato fondamentale sviluppare strategie di marketing che utilizzino tutti gli strumenti offerti dalla digital economy, affinando strategie di collocamento e di vendita online che consentano di fare storytel-



MAGAZZINO Il deposito italiano di Amazon nel piacentino

ling, cioè di comunicare il brand e spiegare il valore dei prodotti. Internet è un treno da non perdere, il nostro impegno sarà quello di affiancare le aziende in questo nuovo approccio nell'affrontare il mercato, guidandole nell'apprendere le nuove metodologie».

GLI ACQUISTI

I dati, del resto, confermano che il commercio si sta lentamente trasferendo sul web. Secondo l'indagine 2017 di Netcomm sull'e-commerce in Italia, sono 21 milioni gli italiani che hanno comprato online almeno una volta un bene o un servizio. E il 24 per cento acquista cibo. Una fetta di mercato, quella del food, in forte espansione. Basti pensare che in un anno il volume d'affari dell'e-commerce food è cresciuto del 43 per cento, toccando la cifra di 849 milioni di euro. «Non si può perdere l'opportunità di entrare nel grande mercato di internet, dove è possibile attirare anche la clientela più giovane» tirano la fila da [Confagricoltura](#)

M.F.

