

Il settore food diventa sempre più digital: più di 4mila nuovi domini nel 2021

scritto da Redazione Wine Meridian | 1 Febbraio 2022



Un'ottima partenza per la digitalizzazione dell'agroalimentare nel 2022, che (al netto delle cancellazioni) registra un incremento dell'8,4% sui siti web afferenti al settore food digital dall'inizio del 2016.

Quasi 4000 i nuovi domini in .it realizzati nel 2021 e un inizio molto promettente per il nuovo anno, che **superà già il precedente con i dati dei soli mesi di gennaio, febbraio e marzo (+4.680 nuovi siti)**.

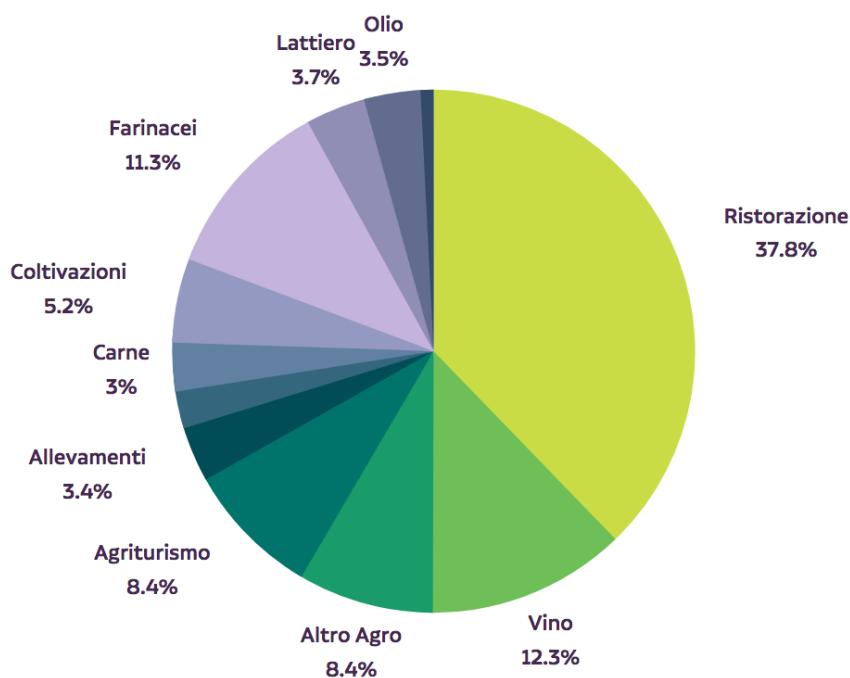
Ad annunciarlo è il Registro.it, l'anagrafe del web italiano che, in collaborazione con il Dipartimento di Informatica dell'Università di Pisa e Infocamere, porta avanti dal 2016 un

Osservatorio permanente di analisi dati dei settori attinenti all'agroalimentare.

"In un solo trimestre, il 2022 presenta dei numeri più che incoraggianti" commenta **Maurizio Martinelli, primo tecnologo di Cnr-Iit**. "Di fatto, l'Osservatorio è uno strumento molto utile per avere un quadro critico su come e quanto le aziende dell'agroalimentare sfruttino le potenzialità che offre loro la rete. Più in generale, è una fotografia attendibile per osservare come la situazione cambi nel corso del tempo all'interno del web agroalimentare a targa italiana".

Settore food digital: dati categoria per categoria

CATEGORIE SITI WEB .IT TOTALI



Al momento dell'inizio dell'indagine (nel 2016), il 36,1% dei 93.730 siti registrati apparteneva alla categoria

ristorazione, l'11,5% a quella del vino e l'11,3% a quella dell'agriturismo. Da allora, **il trend ha mostrato solo lievi variazioni**: dei 3.834 nuovi siti legati al food nati nel 2021, quasi il 41,94% appartiene alla ristorazione, il 12% ai farinacei e il 10,17% al vino. In quarta posizione troviamo i settori altro agro (caccia, silvicoltura, aree forestali ecc.) con il 9,05%, agriturismo con il 5,63% e coltivazioni con il 4,90%.

Esaminando la situazione su base totale, **i dati dipingono un quadro molto simile**: dei 101.605 siti registrati nel 2022, il 37,8% appartiene al settore ristorazione, il 12,3% al vino e l'11,3% ai farinacei. Seguono i settori altro agro e agriturismo all'8,3%.

Vino: tanti strumenti, ma la comunicazione è efficace?

Le preziose informazioni raccolte dall'Osservatorio Food in the Net mostrano come la quota totale dei domini .it afferenti al comparto vitivinicolo sia passata da un 11,5% a un 12,3% negli ultimi quattro anni, registrando un **lieve ma incoraggiante miglioramento**.

Ma i Consorzi di tutela e le aziende vitivinicole ne stanno approfittando correttamente?

Allo stato attuale delle cose, pare che molte aziende italiane stiano ancora lottando per trovare una propria voce e riuscire a veicolare il proprio territorio e l'anima della propria azienda in maniera convincente. Non a caso, **Anna Scafuri** (giornalista e curatrice della rubrica settimanale enogastronomica "Terra e sapori" del TG1) ha così esordito durante l'ultima edizione dell'evento di Assegnazione del premio Gavi La Buona Italia, di cui era moderatrice: "Finalmente un appuntamento dove si può parlare concretamente di comunicazione del vino, dell'importanza dei contenuti e non

tanto degli strumenti di comunicazione". Potrebbe essere saggio, dunque, prestare più attenzione alla qualità del contenuto che alla quantità dei suoi contenitori?