

---

## **Agricoltura: Istat, più di un'azienda zootecnica su due utilizza una connessione fissa in banda larga. Bassa la propensione all'uso di piattaforme social**

A dicembre 2020 sul territorio italiano erano presenti 458.534 aziende zootecniche. Di queste, il 61,7% alleva specie bovine, bufaline, suine e ovi-caprine. Rispetto al 2019, si stima una notevole contrazione del numero di aziende zootecniche (pari a 282.759) che allevano le specie target. Il calo interessa tutte le ripartizioni geografiche, soprattutto il Centro, dove si registra una flessione del 7,2% rispetto alla media nazionale di -4,8%. Sono alcuni dei dati contenuti nel report "La diffusione delle tecnologie nelle aziende zootecniche" per l'anno 2020 pubblicato oggi dall'Istat. Stando ai dati diffusi, il 52,8% delle aziende zootecniche italiane ha dichiarato di utilizzare una connessione in banda larga. "Tale proporzione - spiega l'Istat - cambia se si considerano dimensione aziendale e localizzazione geografica". Infatti, la quota di aziende con più di 5 addetti collegate in rete raggiunge l'82,6% contro il 59,3% di quelle con 2-5 addetti e il 39,0% delle aziende con un addetto. Sul territorio invece la maggiore diffusione di connessioni veloci si rileva tra le aziende del Nord-ovest (63,1%) e del Nord-est (61,4%); decisamente più basso l'utilizzo al Sud e nelle Isole dove la connessione a banda larga riguarda solo il 34,3% delle aziende. "Nonostante gli indubbi vantaggi economici procurati dagli strumenti e dai mezzi di comunicazione digitali, l'adozione di strategie online per aumentare la visibilità e promuovere i propri prodotti denota ancora un forte divario digitale", si legge nel report. La presenza di siti web e profili aziendali sui social network interessa infatti soltanto il 16,1% delle aziende intervistate. Tra i servizi offerti sul sito aziendale o sui propri profili social al primo posto figurano la descrizione di prodotti o servizi e le informazioni sui prezzi (98,4% di aziende), seguono a grande distanza la vendita online (34,9%), le informazioni relative a qualità, sostenibilità e sicurezza dei prodotti (13,4%) e la tracciabilità degli ordini (11,6%).

Alberto Baviera