associazione Alessandro Bartola
studi e ricerche di economia e politica agraria
agriregionieuropa
Anno 8, Numero 28 Marzo 2012

La nuova comunicazione per l'agricoltura: il caso Image Line

Ivano Valmori

Introduzione

La nascita e lo sviluppo della prima banca dati sugli agrofarmaci in Italia risale al 1988 quando, per esigenze di carattere editoriale, venne realizzata da Image Line (1) la prima raccolta di informazioni sulle sostanze attive e sui preparati commerciali disponibili per la produzione delle colture. All'epoca non esisteva una raccolta organica di informazioni sugli agrofarmaci che potevano essere usati su ogni singola coltura e non esisteva alcun sistema in grado di navigare questo tipo di informazioni. Lo stesso mondo della ricerca e della sperimentazione, depositario delle competenze del settore, comunicava con terminologie e modalità troppo difficili per essere compreso direttamente da tecnici ed agricoltori.
Si decise allora di iniziare a lavorare per la creazione dei primi servizi, nella consapevolezza che per realizzare questo tipo di attività era necessaria la massima indipendenza da tutti gli attori coinvolti (fornitori di informazione, ricercatori, aziende, tecnici); il settore agricolo, difatti, è sempre stato ricco di interessi di parte e nel momento in cui, più o meno consapevolmente, un'iniziativa divulgativa tende ad assecondare tali interessi, automaticamente la credibilità e l'autorevolezza legata all'indipendenza della fonte viene irrimediabilmente corrotta.

Image Line e i suoi servizi

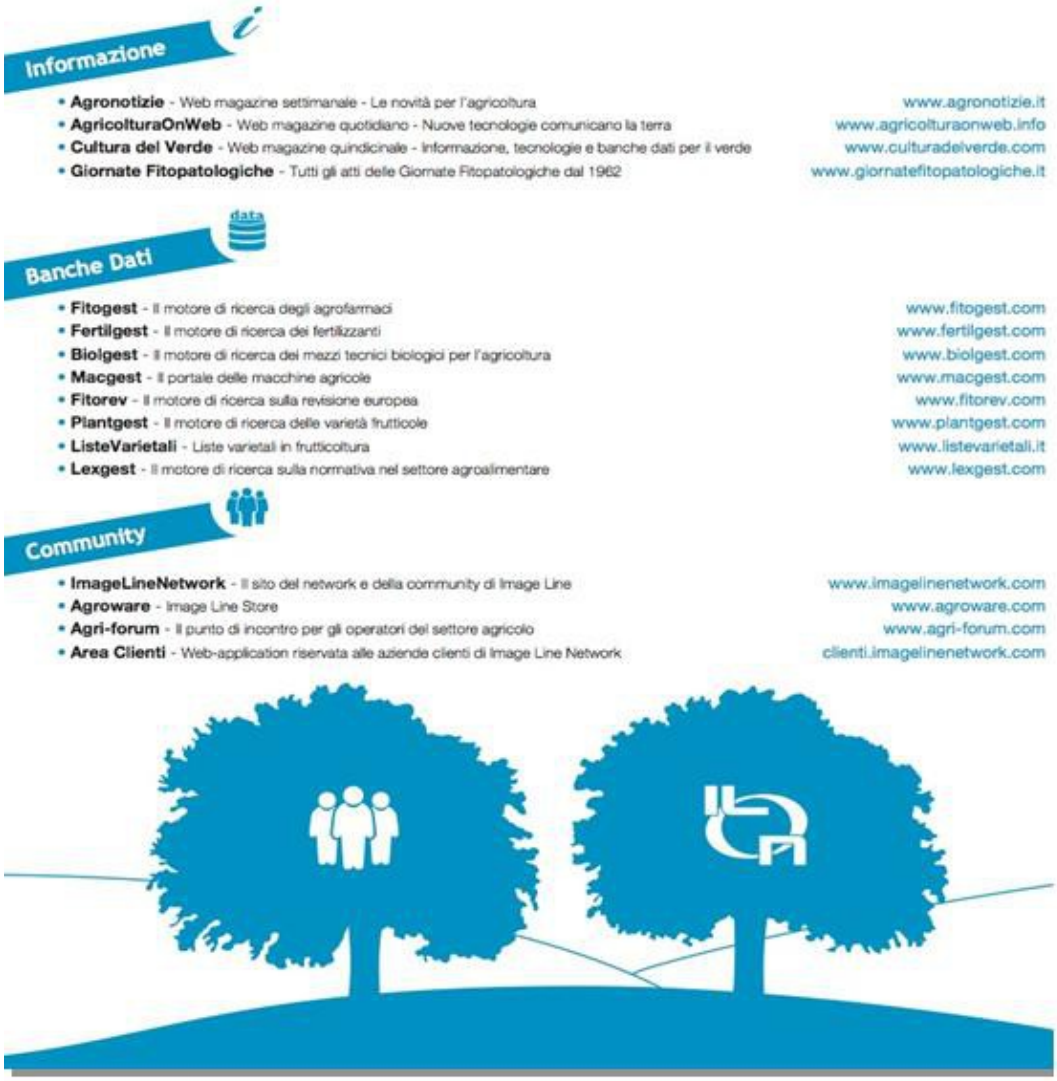
Da un'analisi svolta nel 1988, emerse che servivano tre elementi fondamentali per creare una nuova figura di divulgatore dell'innovazione in agricoltura :

- una struttura indipendente che raccogliesse informazioni e conoscenza;
- una serie di banche dati strutturate in modo da contenere tutte le informazioni sugli agrofarmaci (in quell'epoca non esisteva Access e i database relazionali erano ancora nelle fantasie di pochi);
- un sistema in grado di comunicare i risultati della ricerca scientifica in modo semplice e comprensibile da tutti gli attori della filiera.

Proprio per rispondere a questi bisogni nel 1988 venne fondata Image Line e venne strutturata e popolata la prima banca dati sugli agrofarmaci: Fitogest. Per mantenere la completa indipendenza Image Line fece una scelta coraggiosa sin dalla sua fondazione: non accedere a finanziamenti pubblici e non cedere quote a realtà finanziarie o multinazionali; Image Line si prefiggeva dunque di lavorare per il mercato ed in funzione delle sue richieste. Mercato che nel 1988 non esisteva ancora (la prima vendita del software Fitogest avvenne nel 1989 al CNR di Perugia) ma che a distanza di

pochi anni sarebbe nato e cresciuto notevolmente, soprattutto a partire dal 2000 quando, in data 18 luglio, iniziò la pubblicazione del primo sito internet di Image Line Network: **www.fitogest.com**. Dopo la prima banca dati sugli agrofarmaci, venne creata la banca dati dei prodotti biologici per la difesa delle colture, quella dei fertilizzanti, quella delle normative, quella delle varietà frutticole per giungere alle nuove banche dati sulle macchine agricole o sui disciplinari di produzione integrata. A questi portali a contenuto verticale sono stati affiancate tre riviste divulgative (AgroNotizie, AgricolturaOnWeb e CulturaDelVerde) che hanno integrato e completato la richiesta di informazione.
Oggi, a 25 anni dalla prima idea e dopo 25 anni trascorsi a immaginare, ideare e realizzare i nuovi modi di comunicare l'agricoltura, Image Line Network rappresenta l'insieme dei portali agricoli (Figura 1) che vanta la community di operatori professionali più grande d'Europa: circa 108 mila persone che mensilmente visitano oltre un milione di pagine internet.

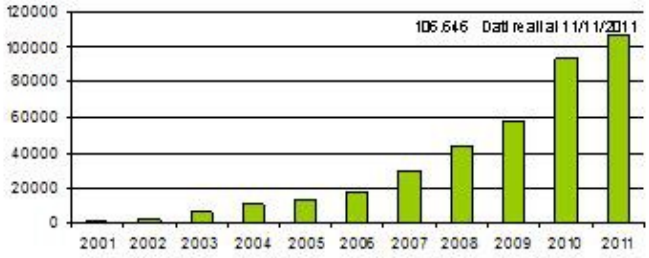
Figura 1 I portali che fanno parte di Image Line Network



L'efficacia della comunicazione dipende non solo dal numero dei destinatari raggiunti, ma anche dal loro grado di penetrazione nel tessuto produttivo e nel loro effettivo interesse per gli argomenti trattati.

La community di Image Line Network sta oggi crescendo in ragione di circa un migliaio di nuovi iscritti al mese (Figura 2) e raccoglie tutte le professionalità del settore agricolo.

Figura 2 Andamento degli iscritti ad Image Line Network (in numero di persone) dal 2001 al 2011



Gli iscritti operano in tutte le aree a vocazione agricola italiana (Figura 3) e sono tutti profilati in base agli interessi professionali (Figura 4).

Figura 3 GeolLocalizzazione degli iscritti a Image Line Network e loro distribuzione in ambito regionale (con numero di persone iscritte per regione e rispettiva percentuale sul totale degli iscritti)

Geolocalizzazione reale degli utenti della community Image Line Network.
Tutte le zone a vocazione agricola sono dense di utenti profilati.

Regione	Totale	Percentua
Lombardia	11.648	10,92%
Emilia Romagna	11.496	10,78%
Veneto	10.961	10,28%
Sicilia	7.499	7,03%
Piemonte	7.290	6,84%
Puglia	6.553	6,14%
Lazio	6.435	6,03%
Toscana	6.164	5,78%
Campania	5.059	4,74%
Sardegna	3.520	3,30%
Calabria	2.541	2,38%
Friuli Venezia Giulia	2.483	2,33%
Marche	2.302	2,16%
Abruzzo	1.905	1,79%
Liguria	1.858	1,74%
Trentino Alto Adige	1.841	1,73%
Umbria	1.505	1,41%
Basilicata	1.346	1,26%
Molise	548	0,51%
Valle D'Aosta	235	0,22%
Estero	1.493	1,41%
Non indicata	11.964	11,22%

Tabella 1 Numero degli iscritti in funzione dell'attività svolta (con numero di persone iscritte per ogni attività svolta e rispettiva percentuale sul totale degli iscritti)

Attività svolta	N. iscritti	% sul tot. iscritti
Agricolture/imprenditore agricolo	24.838	23,29
Appassionato/hobbysta	11.584	10,86
Professionista/Consulente	9.546	8,95
Rivendita prodotti per agricoltura	6.898	6,47
Tecnico	6.180	5,79
Studente	5.588	5,24
Scuola/Atenei/Formazione	2.379	2,23
Propduzione/Commercio/Distribuzione alimentare	2.086	1,96
Ricercatore	1.862	1,75
Ente/Istituto	1.851	1,74
Progettista/Allestitore/Manutentore giardini e aree verdi	1.433	1,34
Azienda produttrice di mezzi tecnici	1.227	1,15
Associazione agricola/Sindacato	922	0,86
Garden center/Fiorista	917	0,86
Informazione/Stampa/Agenzie	882	0,83
OP/Associazioni/Cooperativa di produttori	788	0,74
Informatico	765	0,72
Sanità pubblica	732	0,69
Servizi alle imprese	588	0,55
Laboratorio di analisi	474	0,44
Igene ambientale	458	0,43
Azienda produttrice di macchine e attrezzi	430	0,40
Contoterzista	392	0,37
Agente di commercio/Consulente di vendita	333	0,31
Centro di saggio	147	0,14
Organismo di certificazione	142	0,13
Concessionario di macchine agricole	16	0,02
Altro	23.188	21,74

Le potenzialità della rete per il settore agricolo

Le potenzialità offerte dalla rete oggi sono praticamente infinite; è solo l'immaginazione degli analisti informatici che può limitare la creazione di nuovi mezzi di comunicazione. Sono gli stessi analisti che possono limitare lo sviluppo di nuove soluzioni semplicemente non immaginando cosa sia possibile fare di utile per gli agricoltori.
Inoltre, il settore agricolo sarà probabilmente uno di quelli che maggiormente potrà trarre vantaggio dalle nuove tecnologie ad accesso mobile (smartphone e tablet).
Mentre negli uffici e negli studi in ambito urbano o nelle sedi aziendali delle imprese agricole la rete viene usata da anni, sino a pochi mesi fa era impensabile portare internet direttamente nei campi: oggi i tablet e gli smartphone aprono nuovi orizzonti nella comunicazione e nei servizi per gli agricoltori.
Dopo un primo grande sforzo attuato in questi 25 anni per trasformare il dato in informazione , oggi esiste l'opportunità di trasformare il mondo delle informazioni in servizi veri e propri per gli agricoltori.
Le difficoltà prevalenti che limitano la diffusione dell'informatica nel settore sono legate all'età e al grado di istruzione media della popolazione agricola: troppo alta la prima, troppo bassa la seconda.
Il futuro dell'agricoltura è però nelle mani degli imprenditori agricoli giovani. Sono principalmente loro a gestire quelle 250 mila imprese agricole che producono oltre l'85% della PLV agricola italiana, ed essi sono abituati ad utilizzare gli strumenti della rete.
Facebook, Twitter, Youtube sono semplici, gratuiti e diffusamente utilizzati; oggi i servizi agricoli on-line non sono ampliamente utilizzati semplicemente perché non ci sono, oppure perché sono difficili da usare o troppo onerosi.

Riflessioni conclusive

In base all'esperienza maturata in questi primi 25 anni di agro-informatica e agli attuali orientamenti, è chiaro come il futuro della comunicazione e dei servizi in agricoltura sia contenuto in

tre parole chiave: condivisione, fiducia, servizi.

1. Condivisione. Le competenze e le esperienze maturate da ognuno devono essere condivise e messe a disposizione di tutti in modo trasparente. Non è più tempo di chiudersi all'interno della propria realtà (azienda agricola, struttura tecnica, università, organo di informazione). Solo condividendo strumenti, conoscenze ed esperienze si possono ottenere risultati che, singolarmente, sono semplicemente inimmaginabili.
2. Fiducia. Gli operatori del settore agricolo, a tutti i livelli, dovrebbero esprimere maggiore fiducia negli altri attori della filiera. Chi produce i mezzi tecnici dovrebbe lavorare con maggiore sintonia con gli agricoltori, gli agricoltori con chi opera a monte (tecnici, rivenditori, fornitori) e a valle (mercato, consumatori, GDO). Oggi ci troviamo nella condizione in cui la collaborazione è indispensabile. In alternativa l'agricoltura rischia di non essere in grado di affrontare la concorrenza proveniente dalle realtà produttive già più grandi e strutturate.
3. Servizi. L'informazione deve diventare servizio . È necessario rendere applicabile in campo ciò che l'innovazione informatica e telematica mette a disposizione. Un esempio, la tracciabilità di filiera: da decenni se ne discute, ma sono veramente poche le realtà produttive che la svolgono realmente ed in modo trasparente.

Se il consumatore sapesse cosa mangia quando compra alimenti italiani, sarebbe molto più incline a consumare non solo il Made in Italy ma anche il Growth in Italy; per fornire questo tipo di informazione internet e l'informatica potrebbero svolgere un ruolo fondamentale.
Lo sviluppo dei servizi informatici in agricoltura è in una fase di costante evoluzione e, molto probabilmente, di fronte ad una importante svolta: nella società dell'informazione anche per soddisfare un bisogno primario come nutrirsi sarà necessario accedere alla conoscenza dei prodotti che consumiamo.
L'obbligo dell'applicazione dell'agricoltura integrata (in vigore su tutto il territorio europeo dal primo gennaio 2014) e la necessità di gestire una mole sempre maggiore di informazioni che accompagnino la produzione agricola potrebbero rappresentare la chiave di volta per favorire la diffusione dell'informatica e della telematica in agricoltura.

Note

(1) Si tratta di una azienda con base a Faenza: **[link]**