

Intervista ad Anna Vaccarelli - Responsabile Relazioni Esterne di **Registro.it**

LINK: <https://www.foodmakers.it/7mag-ercolano-na-fooddigitale-4-tappa-piccole-medie-digitali-roadshow-registro-it/>



Facebook Messenger Il 7 maggio a Ercolano, presso lo Stoà a Villa Campolieto, si parlerà di trasformazione digitale per il settore agroalimentare e della ristorazione con esperti di marketing e imprenditori con storie "made in .it" di successo. L'evento è parte del roadshow "Piccole Medie Digitali" che propone una serie di eventi di formazione gratuiti sui temi del digital marketing, organizzati da **Registro .it**, con l'obiettivo di portare a imprenditori e liberi professionisti nuove consapevolezza sulle opportunità offerte dalla trasformazione digitale e dagli strumenti della Rete. Abbiamo intervistato Anna Vaccarelli - Responsabile delle Relazioni esterne, media, comunicazione e marketing del **Registro .it** Qual è la genesi di questo ciclo di eventi? Da alcuni anni il **Registro .it** svolge campagne di marketing e comunicazione a favore delle imprese, soprattutto piccole e micro, per sensibilizzarle sulle opportunità offerte dalla rete e in generale dal digitale. Tutte le campagne sono state - e sono - incentrate su contenuti "formativi", immediatamente utili alle imprese interessate. Abbiamo iniziato le nostre attività dapprima con una campagna esclusivamente online, quindi abbiamo allargato il campo alla "carta" con undici uscite su Nova del Sole24ore in collaborazione con la redazione, offrendo focus verticali sui vari settori e, infine, oggi arriviamo a incontrare le imprese, a parlare loro direttamente, in un processo di contatto sempre più stretto. Il roadshow "Piccole Medie Digitali", iniziato nel 2018 e ancora in corso, è solo una delle azioni della nostra campagna di comunicazione. Infatti, proprio per affiancare le imprese nel loro percorso di digitalizzazione, abbiamo rinnovato completamente il nostro sito web dando ampio spazio a contenuti formativi, come i Digital Kit (la cassetta degli attrezzi indispensabili per imprese scarsamente digitalizzate), "What a digital world" (la web serie animata che spiega in modo semplice le sfide digitali più complesse) e "Digitali per caso", web serie con Patrizio Roversi che racconta le storie di imprese italiane che devono il loro successo alla Rete. Quali tappe sono state già realizzate e con quale format? Abbiamo programmato in tutto sette tappe e ne abbiamo già realizzate tre: a Lecce, a Prato e a Udine. La quarta è quella di Ercolano. Come già detto, cerchiamo sempre di offrire contenuti formativi: in ogni tappa c'è una breve "lezione" di digital marketing ad ampio raggio, tenuta da Gianluca Diegoli, più uno o due interventi verticali nel settore specifico analizzato in quella città. Questi ultimi sono tenuti o da esperti che hanno queste competenze perché oggetto del loro lavoro oppure da imprenditori che le hanno acquisite nel gestire la "vita" online delle proprie aziende. Riteniamo che sia importante anche raccontare storie di successo per ciascun settore di modo da suscitare, da una parte, un po' di sano spirito di emulazione e, dall'altra, un po' un senso di rassicurazione ("se cel'ha fatta lui posso farcela anche io"). Questo fa sì che imprenditori del territorio che hanno fatto crescere la propria azienda con un forte impegno nel digitale possano essere invitati a portare sul palco la propria testimonianza. Infine abbiamo il

supporto dei nostri Registrar, cioè le aziende che operano nel settore ICT e offrono servizi quali la registrazione di nomi a dominio, la gestione della posta elettronica o l'hosting, tanto per citarne alcuni: grazie alle loro competenze possono aiutare le imprese presenti a mettere in pratica i suggerimenti e le suggestioni suscitate dai vari interventi. Quali sono stati i topic discussi? Abbiamo cercato di intercettare in ogni città il settore (o uno dei settori) a maggiore "vocazione". A Lecce abbiamo parlato di turismo, a Prato di moda e tessile, a Udine di vino. A Ercolano parleremo di cibo e filiera agroalimentare. Non è stata una scelta facile perché il tessuto imprenditoriale dei nostri territori è sempre molto variegato, matutti i settori che abbiamo identificato potrebbero avere un forte incremento di affari dall'utilizzo corretto e "esperto" della Rete e del digitale. La maggiore ricaduta è certamente sulla vendita online, ma anche la cura della propria immagine, la fidelizzazione dei clienti attraverso i vari canali social di "affiancamento" al canale di vendita online (che è il sito web), la propria reputazione (il vecchio "passaparola") sono elementi che giovano alla prosperità di una azienda. Quali saranno le novità dell'evento di Ercolano? Le tappe sono pensate tutte più o meno con lo stesso format. ciò che cambia è il mercato di riferimento che cerchiamo di approfondire. Quindi a Ercolano - ma ci riferiamo a tutta la regione Campania - largo spazio al cibo e alla filiera agroalimentare. Questo significa andare a verificare quanto della produzione legata al mondo del "food", come viene frequentemente etichettato, abbia una strategica presenza online e quali siano i casi di eccellenza da suiprendere esempio per la gestione della propria attività. Qual è la situazione attuale nel settore Food? Il settore agroalimentare è uno degli ambiti che maggiormente identifica il nostro Paese nel mondo. Oggi il mondo passa da internet e dalla Rete ed è quindi necessario che le aziende marchino il loro Made in Italy anche scegliendo il suffisso nazionale, il nostro country code che è ".it". Al fine di monitorare la situazione, Registro ha realizzato un osservatorio permanente in collaborazione con il Dipartimento di Informatica dell'Università di Pisa e Infocamere, che analizza il rapporto fra le aziende che operano nel settore agroalimentare e la rete. Ad oggi sono stati classificati come agroalimentari oltre 85mila siti. Di questi, per citare alcuni dati, il 38,7% appartiene al settore della ristorazione, il 12,1% e il 9% rispettivamente ai settori agriturismo e vino e il 10,3% al settore dei farinacei. Il portale, con altri dati di settore, è disponibile al link <http://www.foodinthenet.it>. Prossime tappe? Ci aspettano ancora tre tappe: Roma (a giugno), Erba e Modena (le ultime due entrambe in autunno), dove parleremo rispettivamente di terzo settore, design&mobile e meccanica. Quest'ultimo settore, caratterizzato da un prevalente modello B2B, è forse quello che trascura maggiormente una corretta presenza in rete (proprio perché non ha necessità di vendita diretta a un vasto bacino di clienti) ma è basilare che sia presente, con il suo dominio, la sua reputazione e con il racconto dei suoi protagonisti.

- Anna Vaccarelli, laureata a Pisa in Ingegneria Elettronica, è Primo Tecnologo dell'Istituto di Informatica e Telematica (IIT) del Cnr di Pisa e dal 2004 è responsabile delle Relazioni esterne, media, comunicazione e marketing del **Registro .it**, l'anagrafe dei domini .it, gestito dallo IIT del Cnr. Svolge e coordina attività di comunicazione e di divulgazione tecnica e scientifica sui temi della rete anche attraverso strumentimultimediali. Dal 2010 coordina e promuove un'azione di diffusione della cultura di internet nelle scuole, con progetti di peer education tra vari livelli di scuola attraverso la Ludoteca del **Registro .it**. È tra gli ideatori di Internet Festival dal 2008 e dal 2011 è coordinatore del Comitato Esecutivo del Festival. Ha svolto attività di ricerca e di docenza nel settore della Information security; è docente ai corsi di formazione tenuti dal **Registro .it** ed in numerosi seminari. Coordinatore e responsabile scientifico di progetti nazionali e internazionali, è coautore di oltre 100 pubblicazioni

scientifiche e tecniche. Condividi: