

L' agrifood vale 100 milioni Ma sono pochi. Il limite è la scarsa conoscenza

MILANO. Dai sensori nei campi a quelli sui trattori, dai droni in campo alla logistica controllata, dallo smart packaging alle etichette intelligenti: sono oltre 300 le applicazioni di Smart AgriFood già diffuse in Italia tra produzione, trasformazione, distribuzione e consumo. Soluzioni che migliorano la competitività del settore agro alimentare italiano, garantendo più qualità ai prodotti e ottimizzazione delle filiere. Sono alcuni dei risultati della ricerca presentata ieri a Milano, in un' aula stracolma, dall' Osservatorio Smart AgriFood, quell' innovativa realtà a scavalco tra ricerca applicata e mondo delle imprese nata da un proficuo incontro tra Politecnico di Milano (School of Management) e Università di Brescia (Laboratorio Rise). Benefici e ostacoli. L' Agricoltura 4.0 - ovvero l' utilizzo di diverse tecnologie per migliorare resa e sostenibilità delle coltivazioni, qualità

produttiva e di trasformazione, nonché condizioni di lavoro - ha un mercato in Italia di circa 100 milioni di euro, il 2,5% di quello globale. Nonostante i benefici in termini di riduzione dei costi, di qualità e resa del raccolto, la sua diffusione è ancora limitata e oggi meno dell' 1% della superficie coltivata complessiva è gestito con questi sistemi. Tra gli ostacoli alla sua diffusione, in primo luogo una barriera culturale nei confronti dell' innovazione e una limitata consapevolezza dei benefici, ma anche una certa immaturità sul lato dell' offerta, oltre alla dimensione media ridotta delle aziende agricole. «Emerge con forza la necessità di lavorare sulla formazione ma prima ancora sulla sensibilizzazione delle aziende agricole - afferma Andrea Bacchetti, condirettore dell' Osservatorio - sull' estensione della banda larga ed extra -larga anche alle zone rurali per garantire l' interconnessione della filiera. Poi, servono sensibilità, competenza e propensione all' investimento da parte delle imprese». Qualità e tracciabilità. «L' innovazione digitale consente oggi alle aziende



agroalimentari italiane di aumentare la qualità nelle sue varie declinazioni osserva Filippo Renga, condirettore dell' Osservatorio - e di migliorare la tracciabilità alimentare, riducendo i costi, aumentando i ricavi e rendendo più efficienti i processi, soprattutto nei settori ortofrutticolo (30%), nella filiera delle carni (23%), e nei prodotti lattiero -caseari (14%)». Su questi temi, l' Osservatorio ha analizzato 57 casi di eccellenza (tra cui la Guido Berlucchi nel settore vitivinicolo, ndr). La gran parte delle imprese ha utilizzato le tecnologie digitali per valorizzare la qualità di origine, in particolare nel caso dei prodotti ad alto valore aggiunto (ad es. vino, cacao, caffè), per migliorare la **sicurezza alimentare** e i metodi di produzione, soprattutto per quanto riguarda gli aspetti legati all' impatto ambientale, al benessere degli animali e alle tradizioni agroalimentari dei diversi territori e, infine, per migliorare la qualità del servizio, adottando soluzioni innovative per comunicare ai consumatori informazioni di prodotto (consigli nutrizionali) e di processo (origine, tracciabilità e impatto ambientale). La spinta dalle startup. Molte Pmi italiane si stanno attivando nella trasformazione digitale dell' **agroalimentare**. L' Osservatorio ha mappato a livello internazionale 481 startup nel settore Agrifood, nate dal 2011. Escludendo quelle che si occupano di eCommerce, 182 operano nella filiera e hanno raccolto finanziamenti per 637 milioni di dollari. Fra queste, ben l' 11% è italiano, a dimostrazione che il nostro Paese - a differenza di altri settori - non ha affatto un ruolo marginale, anche se il finanziamento medio ricevuto (0,7 milioni di dollari, 14 milioni complessivi) è circa sei volte inferiore alla media mondiale. L' area con la maggior presenza di startup è costituita dagli Stati Uniti. Tra i settori verticali, il più rilevante è l' ortofrutticolo (anche in Italia), seguito dal vitivinicolo (9%) e dal cerealicolo (7%). //