

OSSERVATORIO INNOVAZIONE | Agrifood

di Francesco Pignatelli

Cresce lo smart agrifood italiano

Nel 2021 sono stati spesi 1,6 miliardi di euro per macchinari connessi e nuove tecnologie, sulla spina delle agevolazioni fiscali e del PNRR

In una nazione come la nostra, ancora naturalmente legata alle filiere del territorio, l'applicazione delle nuove tecnologie in campo agroalimentare dovrebbe trovare ampio spazio. I segnali positivi in effetti già c'erano, ora le cifre comunicate dall'Osservatorio Smart Agrifood della School of Management del Politecnico di Milano e del Laboratorio RISE (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università degli Studi di Brescia confermano un trend decisamente positivo per tutto l'ambito Agricoltura 4.0.


Negli ultimi due anni il mercato smart agrifood italiano è sostanzialmente esploso, passando da un giro d'affari di 540 milioni di euro nel primo semestre del 2020 a uno di 1,3 miliardi a fine 2020, fino a raggiungere quota 1,6 miliardi nel 2021. Una crescita che appare, nella sua composizione, positivamente bilanciata. Quasi metà (47%) della spesa è infatti stata impiegata per attrezzature e macchinari agricoli connessi. Seguono, al 35% del mercato, i sistemi di monitoraggio e controllo applicabili post-vendita a mezzi e attrezzature agricole. Il nuovo, insomma, non manda in pensione necessariamente gli investimenti già effettuati.

IL RUOLO DEGLI INCENTIVI

Questo sviluppo tecnologico quasi certamente non sarebbe stato possibile senza gli incentivi dei Programmi di Sviluppo Rurale e del Piano transizione 4.0. Tre quarti delle aziende agricole, infatti, dichiara di aver impiegato almeno un incentivo di Agricoltu-



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



ra 4.0. L'84% sostiene che gli aiuti hanno avuto un impatto determinante sulle scelte degli investimenti, consentendo di anticiparli (per il 44% delle aziende), di investire in più soluzioni (20%) o di scegliere una soluzione più costosa rispetto a quella che si sarebbe normalmente selezionata (20%). In tutto questo, però, pollice giù per l'eccesso di burocrazia e per il fatto che gli incentivi non sono del tutto mirati alle esigenze delle aziende agricole.

"Sempre di più gli attori della filiera agroalimentare riconoscono le opportunità ed i benefici dell'innovazione digitale, che oggi rappresenta una leva strategica per la resilienza e la competitività del settore", afferma Andrea Bacchetti, Direttore dell'Osservatorio Smart AgriFood. Che però sottolinea anche come "gli incentivi fiscali legati al credito d'imposta, che in particolare hanno contribuito al rinnovo del parco macchine, avrebbero potuto avere un impatto ancora maggiore se fossero stati pensati specificatamente per il settore agricolo".

Le tecnologie acquistate sono state rapidamente messe al lavoro, letteralmente sul campo. Ecco quindi che è cresciuta la superficie coltivata con strumenti di Agricoltura 4.0: nel 2021 ha toccato il 6% del totale, il doppio dell'anno precedente. Il 60% degli agricoltori italiani nel 2021 ha utilizzato almeno una soluzione di Agricoltura 4.0, oltre quattro su dieci ne utilizzano almeno due. Si diffondono in particolare i software gestionali e i sistemi di monitoraggio e controllo delle macchine. Ma c'è anche una crescente attenzione verso i sistemi di analisi dei dati e per il supporto delle decisioni.

IL DIGITALE PER INFORMARE

Questa crescente attenzione al mondo dei dati non è legata solo alla intenzione delle imprese agricole di "conoscersi meglio" per operare in maniera più efficiente. Deriva in sensibile misura anche dalla precisa volontà che i consumatori hanno di essere informati su ciò che acquistano. Le aziende conoscono questa esigenza e cercano di soddisfarla meglio ricorrendo proprio al digitale.

La tracciabilità è uno degli ambiti in cui le aziende stanno maggiormente utilizzando il digitale, anche per finalità di marketing e comunicazione nei confronti del consumatore finale. Secondo l'indagine condotta dall'Osservatorio Smart AgriFood sui consumatori, oltre metà degli italiani (53%) ricerca

Il 60% degli agricoltori italiani ha usato almeno una soluzione di Agricoltura 4.0. Spiccano i gestionali e i sistemi di monitoraggio e controllo

sempre o spesso informazioni legate alla tracciabilità del cibo che acquista. E tra le varie informazioni di interesse, spicca la ricerca del buon vecchio made in Italy. La provenienza geografica conta molto, tanto che l'italianità del marchio e l'origine della materia prima sono i fattori che maggiormente influenzano l'acquisto.

"Sempre più centrale sarà il ruolo dei dati - spiega Chiara Corbo, Direttrice dell'Osservatorio Smart AgriFood - e la loro valorizzazione lungo tutta la filiera. E del resto, l'indagine sui consumatori finali conferma che gli italiani sono sempre più attenti alla tracciabilità e alle caratteristiche di ciò che mettono nel piatto". Un assist per le tecnologie blockchain, che garantiscono l'affidabilità delle informazioni sui prodotti e che lo smart agrifood ha già messo in campo con varie sperimentazioni.

AGRIFOOD E BLOCKCHAIN

Le cifre delle analisi del Politecnico confermano questo interesse dello smart agrifood per le tecnologie blockchain e i ledger distribuiti. Tanto che l'agroalimentare è il quarto settore per adozione di questa tecnologia nei progetti internazionali. Certo va considerato che la tecnologia, pur tecnicamente collaudata, è poco conosciuta da parte del grande pubblico (solo il 6% i consumatori ha già sentito parlare di applicazioni blockchain) e questo impedisce di apprezzarne i meriti. Una maggiore informazione aiuterebbe, perché tra i consumatori che conoscono la tecnologia, il 45% ha fiducia nelle sue potenzialità nel garantire maggiore sicurezza dei prodotti alimentari. Ma consumatori a parte, come vedono le tecnologie blockchain le realtà che dovrebbero adottarle di prima mano? Le aziende agrifood per ora le valutano soprattutto per obiettivi di marketing e comunicazione (54% dei casi). Viene dopo (47% dei casi) l'obiettivo di una maggiore efficienza nei processi di gestione e coordinamento della supply chain e (26%) di una supervisione dei processi per migliorare la sostenibilità della filiera. Nel 13% dei progetti, inoltre, si punta a

OSSERVATORIO INNOVAZIONE | Agrifood

Crescono finanziamenti e startup attive nello smart agrifood.
L'Italia è tra i primi 10 Paesi per numero di startup, ma incide poco sui finanziamenti

rendere più efficaci ed efficienti le procedure legate al richiamo dei prodotti in caso di criticità.

Le premesse insomma sembrano buone, ma c'è ancora da lavorare. L'implementazione delle tecnologie blockchain nel settore continua per ora a essere spinta dai soggetti a valle della filiera, in particolare grandi attori della trasformazione e della distribuzione. Ma rispetto al passato aumentano i casi in cui sono i produttori di materia prima (agricoltura e allevamento) e di input produttivi a rendersi promotori di iniziative collegate ai ledger distribuiti.

LE STARTUP AGROALIMENTARI

Un altro segnale importante che viene dal mondo Agricoltura 4.0 è che continua a crescere il numero di startup attive nello smart agrifood, così come i finanziamenti raccolti. In Italia però si potrebbe fare decisamente meglio.

Globalmente, le oltre 750 giovani imprese censite nel 2021 nell'agrifood "intelligente" hanno totalizzato oltre 15 miliardi di dollari di raccolta. Oltre il 60% delle startup è distribuito tra Nord America ed Europa, ma la maggioranza dei finanziamenti è erogata in Asia, in particolare in Cina (per la forte diffusione dell'e-commerce). Con un importante ruolo di Paesi come gli Emirati Arabi, Singapore e Arabia Saudita per l'attenzione che pongono alla food security e all'autosufficienza per la produzione di prodotti agroalimentari. L'Italia è tra i primi 10 Paesi per numerosità di startup, ma incide meno dell'1% sui finanziamenti ricevuti.

Le startup internazionali nello smart agrifood si rivolgono principalmente ai due estremi della filiera agroalimentare. Ai consumatori, ovviamente, con servizi di e-commerce o applicazioni/servizi per informazioni sulla tracciabilità dei prodotti o sullo stato di conservazione e freschezza. Poi alle aziende agricole, con soluzioni di Agricoltura 4.0 per la mappatura e il monitoraggio da remoto delle coltivazioni o delle macchine agricole, e per la gestione d'impresa. Cresce l'attenzione per i sistemi di Indoor Vertical Farming e per la gestione delle eccedenze alimentari.