

AGRICOLTURA 4.0

mercato in ascesa



focus

Nonostante la crisi Covid-19, negli ultimi due anni l'Agricoltura 4.0 ha continuato il percorso di crescita ed evoluzione in Italia. Un trend guidato dalla spesa per macchine e attrezzature agricole nativamente connesse, pari al 47% del mercato e in aumento del +17%.



Nel biennio 2020/2021 il mercato dell'Agricoltura 4.0 in Italia è letteralmente esploso, passando dai 540 milioni di euro di fatturato del primo semestre del 2020 a 1,3 miliardi a fine 2020, fino ad arrivare a 1,6 miliardi nel 2021 (+23%). Una crescita guidata dalla spesa per macchine e attrezzature agricole nativamente connesse, pari al 47% del mercato e in aumento del +17%, seguita da quella per sistemi di monitoraggio e controllo applicabili a mezzi e attrezzature agricole post-vendita (35%).

In parallelo, è cresciuta la superficie coltivata con strumenti di Agricoltura 4.0 da parte delle aziende agricole, che nel 2021 ha toccato il 6% del totale, il doppio dell'anno precedente. Il 60% degli agricoltori italiani nel 2021 utilizza almeno una soluzione di Agricoltura 4.0, +4% rispetto al 2020, e oltre quattro su dieci ne utilizzano almeno due, in particolare software gestionali e sistemi di monitoraggio e controllo delle macchine.

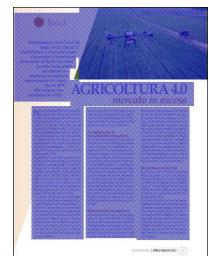
La crescita del mercato è trainata dagli incentivi, in particolare dalle agevolazioni dei Programmi di Sviluppo Rurale e dal Piano transizione 4.0: tre quarti delle aziende agricole hanno impiegato almeno un incentivo di Agricoltura 4.0 e l'84%

sostiene che abbiano avuto un impatto determinante sulle scelte di investimento. Non mancano le criticità, in particolare l'eccesso di burocrazia e incentivi non del tutto mirati alle esigenze delle aziende agricole.

Sono questi alcuni risultati della ricerca realizzata dall'Osservatorio Smart AgriFood della School of Management del Politecnico di Milano e del Laboratorio RISE dell'Università degli Studi di Brescia.

Il digitale per la tracciabilità alimentare

Tra i fattori che guidano l'innovazione, emerge la richiesta di maggiore trasparenza e sicurezza. La tracciabilità è uno degli ambiti in cui le aziende stanno utilizzando il digitale con più convinzione, anche per finalità di marketing e comunicazione. Secondo l'indagine, oltre metà degli italiani (53%) ricerca sempre o spesso informazioni legate alla tracciabilità del cibo che acquista e soltanto il 12% non è interessato. Tra le varie informazioni, c'è attenzione in particolare per la provenienza geografica. Per quanto vi sia disponibilità da parte del consumatore a ricevere informazioni, l'utilizzo sistema-



tico delle tecnologie digitali per approfondire la propria conoscenza sui prodotti agroalimentari è ancora piuttosto limitato.

Fiducia nella Blockchain

Il settore agroalimentare continua a guardare con forte interesse alle tecnologie Blockchain & Distributed Ledger: l'agrifood è il quarto settore per adozione di questa tecnologia nei progetti internazionali. In Italia però solo il 6% dei consumatori ha già sentito parlare di applicazioni della

Blockchain nel settore agrifood e ben il 60% non ne ha mai sentito parlare in generale. Tra i consumatori che conoscono la tecnologia, il 45% ha fiducia nelle sue potenzialità per poter garantire maggiore sicurezza dei prodotti alimentari grazie a controlli più efficaci e il 51% ritiene che possa dare accesso a informazioni più affidabili. L'implementazione della Blockchain nel settore continua 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 e di input produttivi a rendersi promotori.

Aumentano le startup

Continua a crescere il numero di startup dello smart agrifood, così come i finanziamenti raccolti. Nel 2021 le oltre 750 imprese censite a livello globale hanno totalizzato più di 15 miliardi di dollari di raccolta. L'Italia è tra i primi 10 Paesi per numerosità di startup, ma incide meno dell'1% sui finanziamenti ricevuti.

Le startup internazionali si rivolgono principalmente ai due estremi della filiera agroalimentare: ai consumatori, con servizi di eCommerce o applicazioni/servizi per informazioni sulla tracciabilità dei prodotti o sullo stato di conservazione e freschezza, e 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.