

## Marketing di relazione



MAURO MURERO

GIORNALISTA. COLLABORA CON NUMEROSE TESTATE SPECIALIZZATE IN MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA E CON PERIODICI FINANZIARI GENERALISTI.

## 4.0: LA CRESCITA SCENDE 'NEI CAMPI'

LO SCORSO ANNO BEN L'82% DELLE AZIENDE ITALIANE DEL SETTORE AGROALIMENTARE HA UTILIZZATO O SPERIMENTATO ALMENO UNA SOLUZIONE DIGITALE; QUASI LA METÀ NE HA IMPLEMENTATE QUATTRO O PIÙ IN CONTEMPORANEA. SOPRATTUTTO IL CLOUD E LE SOLUZIONI DI ADVANCED AUTOMATION.

Anche in un anno complesso come il 2022, caratterizzato dall'aumento dei costi delle materie prime e dalla siccità che ha colpito tutta l'Europa, il mercato italiano dell'agricoltura 4.0 ha dimostrato di meritarsi tale definizione, ovviamente correlata alla capacità di sfruttamento delle opportunità offerte dallo sviluppo tecnologico. Le rilevazioni effettuate dall'Osservatorio Smart Agrifood della School of Management del Politecnico di Milano e dal Laboratorio RISE (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università degli Studi di Brescia hanno quantificato il tasso di crescita finale in ben 31 punti percentuali: a tale variazione (più che tripla rispetto al +10% che rappresenta l'incremento medio su scala globale) corrisponde un valore assoluto di 2,1 miliardi di euro, il 65% del quale è determinato dai macchinari connessi e dai sistemi di monitoraggio e controllo dei mezzi e delle attrezzature.

"L'innovazione tecnologica e digitale applicata ai processi della produzione agricola è un tema sempre più rilevante e attuale", conferma Andrea Bacchetti, Direttore dell'Osservatorio Smart AgriFood: "nel contesto molto difficile che ci troviamo ad affrontare, le tecnologie digitali possono aiutare a gestire il rincaro dei costi degli input produttivi e dell'energia. L'agroalimentare ha ora di fronte a sé la sfida più grande: passare dalla fase di adozione a quella di reale e completa valorizzazione delle soluzioni digitali".

"Tra le tecnologie abilitanti in ambito agricolo", aggiunge Chiara Corbo, Direttrice dell'Osservatorio Smart AgriFood, "prevaleggono quelle atte a raccogliere, memorizzare e analizzare dati, con soluzioni trasversali ai diversi compatti e processi. In tale contesto, l'interoperabilità delle soluzioni diventa sempre più rilevante e prioritaria: è fondamentale consentire l'integrazione dei dati raccolti dai diversi sistemi, interni o esterni, e non a caso è in crescita già da qualche anno il numero di iniziative e progetti di collaborazione che vanno in questa direzione. La condivisione dei dati si rivela sempre più importante per garantire visibilità a tutta la filiera, al fine di una crescente tracciabilità e sostenibilità delle produzioni agroalimentari".

Lo scorso anno l'82% delle aziende del settore ha utilizzato o sperimentato almeno una soluzione digitale e quasi la metà di esse ne ha implementate quattro o anche più in contemporanea. Non considerando i software gestionali aziendali, ai primi posti tra le soluzioni più utilizzate si trovano quelle basate su tecnologia cloud computing (58%), i QR code (56%) e, a quota 45%, le solutions abilitate da tecnologia mobile (per esempio le app per tablet e smartphone volte al monitoraggio del percorso dei mezzi, al controllo della catena del freddo e a quello della qualità dei prodotti finali).

Seguono ERP e MES (37%) e le soluzioni di advanced automation come robot e cobot (34%). Proprio queste ultime, insieme al cloud, sono in una fase di crescita particolarmente significativa: se ne evince, secondo l'Osservatorio, la necessità di impiegare soluzioni digitali per archiviare grandi quantità di informazioni e disporre di grandi risorse di calcolo, ma anche l'importanza dell'impatto della pandemia, che ha accelerato il bisogno di automatizzare alcuni processi interni.

ANDREA BACCHETTI,  
DIRETTORE  
DELL'OSSEVATORIO  
SMART AGRIFOOD  
DELLA SCHOOL OF  
MANAGEMENT DEL  
POLITECNICO DI  
MILANO.

