

## ATTUALITÀ

● I DATI DELL'OSSERVATORIO SMART AGRIFOOD

# Investimenti 4.0 giù dell'8% nel 2024

di Giorgio Lo Surdo

**D**opo diversi anni di crescita, gli investimenti delle aziende agricole in tecnologie per l'Agricoltura 4.0 (agricoltura digitale) segnano per la prima volta una flessione dell'8%, passando dai circa 2,5 miliardi di euro del 2023 ai 2,3 miliardi di euro del 2024.

Questa, in sostanza, è la sintesi del report 2025 (dati aggiornati al 2024) dell'Osservatorio smart agrifood, elaborato da School of management del Politecnico di Milano e da Laboratorio Rise, Research & innovation for smart enterprises dell'Università degli studi di Brescia.

**La frenata degli investimenti deriva da meno acquisti di macchine (29%) e attrezzature agricole (26,5%) compensata solo in parte da un maggiore acquisto (le percentuali sono calcolate sul totale dell'investimento):**

- software gestionali per aziende agricole (13,5%);
- sistemi di supporto alle decisioni (9,5%);
- strumenti di monitoraggio e mappatura dei suoli (9%) e delle colture (9%).

La diminuzione degli acquisti di macchinari è da attribuire alla contrazione dei redditi agricoli, agli investimenti già compiuti negli anni precedenti e alla riduzione degli incentivi pubblici a sostegno dell'Agricoltura 4.0.

Andrea Bacchetti, condirettore dell'Osservatorio smart agrifood, sottolinea come l'adozione del digitale interessi soprattutto gli imprenditori agricoli che su questo avevano già investito in precedenza, per cui la superficie complessiva delle aziende agricole digitalizzate, in un anno, poco è cambiata: dal 9% del 2023, al 9,5% del 2024.

E la superficie agricola è anche uno dei fattori che favoriscono gli investimenti sull'innovazione, insieme al fatturato dell'azienda e alla sua partecipazione a organismi associativi, come

In calo gli investimenti in tecnologie 4.0 da 2,5 a 2,3 miliardi di euro nell'ultimo anno condizionati dal ridotto acquisto di macchine agricole a causa della riduzione di redditi e contributi pubblici e degli investimenti già effettuati negli anni precedenti

cooperative, consorzi e Organizzazioni dei produttori.

«È ormai evidente – spiega Bacchetti – che la sfida della digitalizzazione delle filiere agroalimentari passa in primis dal settore primario». Attualmente il 41% delle aziende agricole utilizza almeno una tecnologia innovativa e il 29% ne utilizza due o più.

Fra le esigenze ritenute più urgenti dalle aziende, sulle quali dunque si concentra la maggior parte degli investimenti, troviamo:

- migliorare la capacità di previsione (41%);

**57%**  
delle aziende  
non ha competenze digitali

**51,3%**  
delle aziende probabilmente  
non investirà in tecnologie digitali



- migliorare le attività di controllo e gestione dell'azienda (38%);
- migliorare la pianificazione delle attività (32%);
- accrescere la consapevolezza su quanto accade nell'impresa (31%).

«Il cambiamento climatico – commenta la condirettrice dell'Osservatorio smart agrifood, Chiara Corbo – rimane in cima alle principali preoccupazioni degli stakeholder del settore agroalimentare italiano, seguito dalla volatilità dei prezzi, dalla bassa redditività dell'agricoltura, dallo stato dei suoli e dalla biodiversità».

### Principali obiettivi di utilizzo dei software

Resilienza e sostenibilità si concretizzano nell'utilizzazione, da parte degli agricoltori, di software specifici dedicati soprattutto a:

- monitoraggio di colture, suolo e ambiente, per una gestione agricola più sostenibile (46%);
- automazione finalizzata alla riduzione dei carichi di lavoro (42%);
- gestione idrica e difesa delle colture (33%);
- gestione del carbon farming (28%);
- strategie per l'agricoltura rigenerativa (25%).

D'altra parte, la digitalizzazione del mondo agricolo deve pure fare i conti con due criticità non trascurabili:

- la scarsa interoperabilità fra i sistemi;
- la carenza di competenze.

A proposito delle competenze rispetto alle tecnologie digitali soltanto l'8% delle aziende agricole è da considerare «maturo», il 35% è «in cammino» e il 57% è «in ritardo».

Oltre il 90% delle aziende invece è «in ritardo», non solo non ha fin qui investito nel digitale, ma neppure è certa di iniziare a farlo prossimamente. ●