

Questo sito utilizza cookie di profilazione [anche di terze parti], per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze.

La prosecuzione della navigazione mediante accesso ad altra area del sito o selezione di un elemento dello stesso (ad esempio, di un'immagine o di un link) comporta la prestazione del consenso all'uso dei cookie.

Ho capito ()

22 febbraio 2017



VALORIZZAZIONE, TUTELA E COMMERCIO DELLE ECCELLENZE ITALIANE: L'INNOVAZIONE E LA RICERCA AL SERVIZIO DELL'AGRIFOOD DAL CAMPO ALLA TAVOLA

Milano, 22 febbraio. Collocato al **secondo posto all'interno dell'industria manifatturiera italiana**, il **settore alimentare**, secondo i dati raccolti da Federalimentare, ha vissuto un periodo, dal 2013 al 2016, di sostanziale stabilità, registrando un fatturato di **132 miliardi di euro**, pari agli anni precedenti, ma una **crescita costante dell'export del 3,5%** per un valore di **30 miliardi di euro**. La riconoscibilità del brand Italian Food all'estero, nonché l'incremento del benessere dei Paesi dell'est Europa costituiscono i fattori determinanti di questo successo.

In questo contesto l'Innovazione e la Ricerca svolgono un ruolo fondamentale nel tutelare la produzione Made in Italy e nel rendere più efficienti le colture, con un occhio di riguardo alla crescente domanda di prodotti Bio. Le vendite del biologico in Italia secondo i dati Ismea-Nielsen, infatti, confermano per il primo semestre del 2016 un aumento significativo delle vendite di prodotti biologici nella Gdo (**+20,6% rispetto al primo semestre del 2015**), rafforzando la tendenza positiva registrata nel 2015 (+20%) e quella degli ultimi 5 anni (+11%). Inoltre, secondo gli ultimi dati diffusi dal SINAB - Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica, la superficie coltivata secondo il metodo biologico in Italia, risulta pari a 1.492.579 ettari, con un aumento complessivo rispetto all'anno precedente del 7,5%. Nel corso del 2015 sono stati infatti convertiti al metodo biologico oltre 104.000 ettari.

Da dove viene il cibo che mangiamo? Qual è la sua storia e come è stato prodotto? Queste sono le domande che si pongono i consumatori di oggi, sempre più attenti a ciò che portano a tavola. La risposta oggi possono darla soluzioni innovative che permettono di realizzare un vero e proprio "**passaporto digitale**" dei prodotti agroalimentari, con cui tracciare il percorso dei cibi letteralmente dal campo al piatto. E' quello che ha fatto **Cisco**, la cui esperienza è stata raccontata nell'ambito del programma degli **Smau Live Show** dedicati al settore Agrifood. L'azienda alcuni anni fa ha cominciato a collaborare con Penelope SpA (<http://www.smau.it/napoli16/schedules/agrifood-innovazione-e-tecnologie-per-lo-sviluppo-e-la-competitivita-di-un-settore-chiave-delleconomia-italiana/>), una startup di Napoli che ha creato "Value Go", un sistema per tracciare tutti i passaggi compiuti da un prodotto lungo la sua filiera di produzione, fino alla distribuzione e alla vendita, usando un'etichetta intelligente che identifica con sicurezza ogni prodotto. Unendo "Value Go" alle sue tecnologie, Cisco ha creato **Safety for Food**: una piattaforma completa che offre tutti gli strumenti per garantire sicurezza, tracciabilità e trasparenza nei confronti del consumatore. Infatti, per conoscere la storia di ciò che acquistiamo basta utilizzare uno smartphone: inquadrando un codice QR sulla confezione, si ottengono tutte le informazioni. " *Usare la tecnologia per dare un passaporto ai cibi è una*

*grande occasione per il nostro Paese, che può difendere in questo modo la sua eccellenza e la sua originalità. Così, infatti, si può combattere il fenomeno dell'“italian sounding”, ovvero la vendita nel mondo intero di prodotti che sono italiani soltanto nel nome: un problema che ci costa, secondo Confagricoltura, ben 60 miliardi di euro l'anno” - dichiara **Michele Festuccia**, responsabile dei progetti rivolti al settore agroalimentare di Cisco Italia.*

Un “passaporto elettronico” basato sulla tecnologia blockchain per certificare i prodotti biologici e distinguere così il “vero bio” dai tanti “falsi” che inquinano il settore: è quello che è stato presentato in anteprima e lanciato sul mercato in occasione di Smau di Milano da **Ez Lab**, startup padovana finanziata dal Programma “Smart& Start” di Invitalia, (<http://www.smau.it/milano16/partners/invitalia/>) attraverso la quale ha potuto partecipare all'edizione milanese di Smau e vincere il Premio Lamarck. Applicando la tecnologia alla base del funzionamento dei BitCoin - che attraverso un protocollo sicuro e inespugnabile garantisce il massimo livello di sicurezza per quanto riguarda la certificazione delle transazioni - i ricercatori di Ez Lab sono riusciti a sviluppare un'applicazione che consentirà al consumatore finale, attraverso un'app installata sul proprio smartphone, di conoscere in tempo reale informazioni preziosissime sul prodotto che acquistano: dal campo in cui è stato coltivato alle sementi utilizzate, dai trattamenti effettuati ai passaggi della filiera, compreso il numero di “chilometri” percorsi dal campo agli scaffali del supermercato. Informazioni “certificate” perché sono il frutto di un processo di tracciamento automatico che non può essere soggetto a interventi discrezionali. “*Il massimo della tecnologia esistente oggi (open data, internet of things etc) si applica perfettamente al settore agricolo. - afferma **Massimo Morbiato**, funder di EZLab- Non dimentichiamo che il settore agroalimentare offre fette di mercato importanti, visto che ci sono circa 1,6 milioni di aziende del settore che hanno bisogno di gestire la tracciabilità dei loro prodotti”.*

Proprio con l'obiettivo di valorizzare la produzione agroalimentare “Made in Italy” nasce il progetto **FICO – Eataly World**. Il parco del cibo che sta sorgendo a Bologna, vincitore del Premio Innovazione Smau 2016, racchiuderà, a partire dal prossimo autunno, in un luogo unico la biodiversità del cibo italiano.

All'interno di una superficie di 80mila metri quadrati sarà possibile vedere l'intera realizzazione del prodotto, dal campo alla forchetta. A Eataly World troveranno posto un ettaro di campi e allevamenti dimostrativi, quasi altrettanti di mercati e botteghe, 40 laboratori di trasformazione, 25 ristoranti, 10 aule per la didattica e la formazione, 6 aree multimediali e 4 mila metri quadrati di padiglioni per eventi, iniziative culturali e didattiche legate al cibo. Il parco raccoglie l'eredità dell'esposizione universale anche dal punto di vista dei contenuti, della didattica e delle forme di narrazione del cibo, con eventi, corsi, iniziative culturali e padiglioni multimediali tematici che racconteranno il rapporto dell'uomo con i principali prodotti e scoperte relativi al mondo dell'agroalimentare.

In tema di valorizzazione del Made in Italy, “*la vendita di prodotti agroalimentari online attualmente rappresenta uno dei settori più dinamici nel panorama dell'e-commerce B2C italiano, anche se ancora, in Italia, si attesta al 2% del fatturato annuo derivante dall'e-commerce” - afferma Carlo Rossi Chauvenet, relatore del workshop on line su www.smauacademy.it dal titolo “Piattaforme di vendita di cibo e vino on-line: problemi ed opportunità di un nuovo paradigma distributivo (<http://www.smauacademy.it/play/piattaforme-di-vendita-di-cibo-e-vino-on-line-problemi-ed-opportunita-di-un-nuovo-paradigma-distributivo/>)”.* “*Il canale e-commerce legato al food è peraltro sempre più sfaccettato: cresce il numero delle piattaforme on line che mettono a disposizione uno spazio virtuale di contatto tra produttore e consumatore e si sviluppano nuovi modelli di business, come ad esempio la gestione del servizio di delivery [...]”.*

Tra le piattaforme di vendita on line di cibo e vino sono numerose le proposte provenienti dalle startup che

puntano all'internazionalizzazione per promuovere all'estero le eccellenze nostrane, come **Gooty**, l'e-commerce dei prodotti enogastronomici campani che ha partecipato alla scorsa edizione internazionale di Smau a Milano e a quella di Berlino. Il sito non si limita solo alla vendita di cibi e bevande, ma fornisce informazioni sull'intero contesto di origine, senza il quale il prodotto perderebbe completamente le caratteristiche che lo differenziano dai prodotti dello stesso settore. Con il compito di valorizzare le specialità culinarie regionali, la startup milanese **Ventuno** propone, invece, dei cofanetti distintivi con i prodotti tipici di ogni regione, accompagnate dalle storie e dalle tradizioni dei produttori di alta gamma e dai consigli per vivere momenti unici.

Un'Italia che punta sull'Agroalimentare, sull'Innovazione e sulla Ricerca per accrescere la propria competitività oltre confine sarà quella raccontata nelle tappe internazionali di Smau a **Berlino, il 14, 15 e 16 giugno** e a **Milano il 24, 25 e 26 ottobre** e negli appuntamenti territoriali a **Padova il 30 e 31 marzo, Bologna l'8 e 9 giugno** e **Napoli il 14 e 15 dicembre**.



partner tecnologico:



official radio:



Seguici su:



(<http://www.facebook.com/smau.it>)



(<https://twitter.com/smaunotes>)



(<https://www.linkedin.com/company/smau>)



(<http://www.flickr.com/photos/103249237@N08/>)



(<http://www.youtube.com/user/smau>)



(<http://www.slideshare.net/SmauContents>)

Newsletter

(</padova17/pages/newsletter/>)

SmauTV

(<http://www.youtube.com/user/smau>)

Area riservata:

Espositori (<http://esporre.smau.it>)

Relatori (<http://esporre.smau.it>)

Smau Servizi Srl - Via della Posta, 8 - 20123 Milano - T +39 02 283131 - F +39 02 28313235 - P.IVA: 02796871206

[privacy \(/padova17/pages/privacy-b14b/\)](/padova17/pages/privacy-b14b/) - [credits \(/padova17/pages/credits/\)](/padova17/pages/credits/)