



1.242
 iniziative mappate
 di blockchain
 nell'alimentare

**INCIDENZA DELLA
 BLOCKCHAIN
 NELL'ALIMENTARE**

Fonte: Osservatorio Smart Agr-Food

**BLOCKCHAIN
 ... IDEALE**

Solo il 31% delle iniziative di blockchain mappate dal PolIMI sono progetti pilota. E appena l'8% sono iniziative realmente operative. Nel 61% dei casi si tratta di annunci. Le imprese sperimentano la blockchain per ragioni commerciali e di marketing (nel 61% dei casi), per migliorare l'efficienza della supply chain (46%) e per una maggiore sostenibilità ambientale e sociale (24%). I produttori di materia prima sono coinvolti nell'81% dei progetti, ma ne sono promotori solo nel 3% dei casi, mentre il 23% è avviato da imprese della distribuzione e il 20% da aziende della trasformazione.

soddisfazione i passi in avanti riscontrati nel mondo agricolo negli ultimi dodici mesi, con una serie di investimenti orientati tutti nella direzione corretta e, soprattutto, in accelerazione marcata.

Restano solidi, per contro, i preconcetti generali verso l'innovazione in ambito agroalimentare. Secondo Crif, che ha collaborato con Nomisma all'Agrifood Monitor, i preconcetti sono più legati alla mancanza di una corretta comunicazione/informazione che da forme di reali integralismi alimentari. Se, cioè, per poco meno della metà dei consumatori italiani i prodotti agroalimentari derivanti da aziende "tradizionali" vengono percepiti (a prescindere, oltretutto, dal personale effettivo consumo) di qualità superiore rispetto a quelli delle aziende più avanzate dal punto di vista tecnologico, questo sarebbe ancora il risultato di una narrazione non sufficiente. Suffragando di fatto il punto debole evidenziato da Guido Barilla.

CAMBIO DI ROTTA

Controprova: a fronte di un futuro condizionato dai cambiamenti climatici e dalla necessità di attività produttive più sostenibili, la maggioranza dei consumatori reputa necessario un cambio di rotta per gli agricoltori italiani, attraverso investimenti in innovazione che permettano di affrontare la doppia sfida della competitività e sostenibilità. Certo, non mancano gli irriducibili, quelli disposti a pagare di più pur di continuare ad avere prodotti da contadini meno avvezzi alla tecnologia (18%), così come un 13% si dice pronto a cambiare la propria dieta introducendo alimenti "alternativi" (come gli insetti o le alghe), un 5% disponibile a consumare cibi creati in laboratorio e un rimanente 10% indifferente all'origine territoriale e incline ad acquistare prodotti stranieri. Il consumatore è sovrano, ma la ricerca evidenzia come molte convinzioni - rivelatesi errate - da parte degli italiani sulle innovazioni in agricoltura derivino da una scarsa conoscenza, tanto da venire "ribaltate" una volta spiegate le funzioni di tali miglioramenti tecnologici, soprattutto se inquadrati



Carlo Gherardi
 ceo di Crif

Età e scolarizzazione



Ci sono due gap da colmare che riguardano l'Italia. E sono l'elevata età e la bassa scolarizzazione di chi lavora in ambito agricolo, come ha ricordato Carlo Gherardi, ceo di Crif. "La sfida dell'agritech, così strategica per il futuro della nostra agricoltura, può essere vinta anche attraverso uno sviluppo delle iniziative imprenditoriali di start up in grado di ampliare l'offerta di servizi e prodotti tecnologici e digitali a supporto del settore primario. Ed è proprio con questo spirito che Crif assieme a Fondazione Golinelli hanno lanciato la prima edizione di I-Tech Innovation 2021, un programma che prevede investimenti per oltre 1,6 milioni di euro rivolti a start up innovative in settori strategici a livello nazionale tra cui, appunto, quello del FoodTech/AgriTech".