Agricoltura 2.0 costi ridotti e automazione spedizione pacchi

written by Rivista di Agraria.org | 2 marzo 2016

Ricerca Agrinnova: le tecnologie digitali sempre più strumento di innovazione in agricoltura

Il futuro dell'agricoltura italiana passerà attraverso molteplici canali, tra cui la ricerca privata e universitaria, l'innovazione di prodotto, la coltivazione di nuove colture (e, perché no, dei cibi del futuro). Molto meno note sono forse le potenzialità di internet e delle tecnologie digitali in questo ambito, di cui tuttavia un crescente numero di aziende agricole sta prendendo coscienza: è quanto emerge dalla recente ricerca Agrinnova: come la leva digitale sta cambiando l'agribusiness, realizzata da Wired e IBM, in collaborazione con Coldiretti Giovani Impresa e con l'analisi dei dati a cura di Voices from the Blogs. La ricerca si è basata su campione di 429 imprese agricole italiane iscritte a Coldiretti.

Internet, anche nel mondo agricolo, sino a poco tempo fa è stato considerato principalmente come un ambiente in cui essere presenti, il punto di riferimento online della propria attività. Le tecnologie digitali in azienda erano insomma legate essenzialmente alla presenza in rete, con un sito ed eventualmente una pagina Facebook. Negli ultimi anni è invece emersa la consapevolezza che la rete internet e le tecnologie digitali possono diventare **strumenti di innovazione** in tutte le fasi del processo: produzione, trasformazione, vendita, logistica, oltre che naturalmente promozione e marketing.

Tra le 429 imprese agricole che hanno partecipato alla ricerca Agrinnova, il 73% è presente sul web con un sito, circa il 50% con una pagina Facebook, il 28% ha un e-commerce; percentuali inferiori riguardano invece la presenza su Twitter, Instagram e Linkedin. Da questo profilo emerge chiaramente che le tecnologie web aiutano nella promozione dell'azienda e dei suoi prodotti (attraverso il sito web e i canali social), ma anche nella vendita dei prodotti stessi, attraverso l'e-commerce.

In questo momento, il commercio online può essere considerato di per sé un elemento di innovazione aziendale, ma a sua volta **gli strumenti digitali del web 2.0** consentono innovazione di processo all'interno del comparto e-commerce. Packlink, piattaforma online di comparazione tariffe dei corrieri, consente ad esempio alle aziende agricole di innovare e automatizzare buona parte dei processi legati al proprio e-commerce: dalla richiesta dei preventivi ai corrieri, all'ottimizzazione dei costi fino all'automazione nella spedizione dei pacchi. I costi di gestione pari a zero, la facilità d'uso e le tariffe scontate con i diversi corrieri (disponibili ora anche le spedizioni con Poste Italiane) rendono la piattaforma Packlink, e la sua **versione PRO** https://pro.packlink.it/ pensato per operatori e-commerce, uno strumento web 2.0 in grado di innovare i processi anche nelle piccole imprese.

Quest'ultimo è un aspetto importante, in quanto il campione preso in esame dalla ricerca Agrinnova dimostra ancora una volta come il tessuto imprenditoriale italiano, anche in ambito agricolo, sia costituito in buona parte da **piccolissime e piccole imprese**. Il 75% delle 429 aziende agricole intervistate ha infatti da 0 a 5 dipendenti, il 15% da 6 a 10, l'8% da 11 a 30 e solo il 2% più di 30 dipendenti. Le piccole dimensioni dell'impresa sono state spesso un limite per la spinta a innovare, tuttavia le tecnologie digitali e del web 2.0 sono in grado di aiutare in questo processo anche le aziende agricole di dimensioni più piccole.

Molto interessante è poi la conoscenza di altre nuove tecnologie che possono aiutare l'innovazione in ambito agricolo: l'84% degli intervistati è infatti a conoscenza dei droni e del fatto che possono essere utilizzati per il monitoraggio delle colture e per gli interventi di precisione. Tra le tecniche più conosciute e apprezzate ci sono anche il *sensoming* (52,2%) e la *digital agronomist* (50,1%); meno conosciuti sono invece l'utilizzo dei *big data* e il *co-living* e *co-working*. Tuttavia, se la conoscenza delle tecnologie è buona, è ancora limitato il loro utilizzo: circa il 70% del campione non ha intenzione di utilizzare i droni nel breve periodo, mentre solo 7,7% già lavora con il

sensoming (uso di sensori sul campo).

Infine, un altro aspetto in cui le aziende agricole italiane hanno la possibilità di innovare è **l'internazionalizzazione**, importante in molti casi per mantenere alta la competitività dell'impresa. Il 98,2% delle aziende intervistate ha infatti l'Italia come mercato di riferimento, mentre il 34,7% è attivo anche in Europa e il 10,7% in America. Anche in questo caso, internet e in particolar modo l'e-commerce possono aiutare nell'internazionalizzazione e nell'esportazione dei prodotti agroalimentari all'estero, confermando come le tecnologie digitali possono avere un ruolo chiave nel rendere competitive le aziende agricole italiane.

17/02/2016.