



Agenzia nazionale per le nuove tecnologie,
l'energia e lo sviluppo economico sostenibile



Le politiche europee e il ruolo dell'innovazione nel settore agroalimentare

Ombretta Presenti

ENEA

Dipartimento Sostenibilità dei Sistemi Produttivi e Territoriali

Divisione Biotecnologie e Agroindustria

Laboratorio Biotecnologie

Progetto RECiProCo

Urban Living Lab – Metti in circolo le idee

10 Maggio 2022

Spazio Porta del Parco, Anguillara



Evoluzione Consumi Alimentari

Con il trascorrere del tempo le forme di consumo hanno subito **importanti mutamenti** e assunto significati diversi.

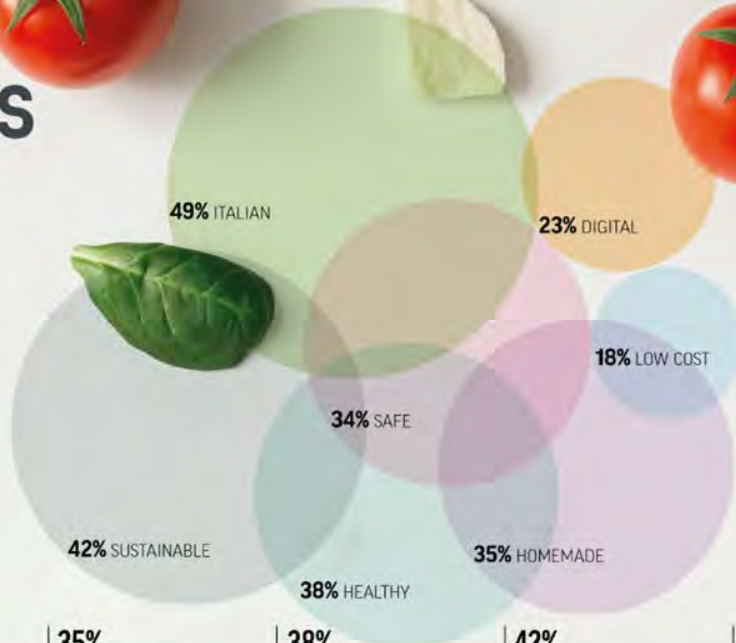
Le esigenze di consumo hanno iniziato a mutare generando modelli su **misura e personalizzati**, per certi aspetti “**unici**” nel loro genere.

Gli attuali consumatori sono estremamente **attenti, maturi, esigenti e selettivi**.



Fonte: Barilla Center Food & Nutrition

ITALIAN (FOOD) STYLES



18% LOW COST

Gli italiani (non tutti) scelgono di risparmiare sulla spesa alimentare

Nel 2021 come prevede che cambierà la spesa della sua famiglia per queste tipologie di prodotti rispetto al 2019?
ALIMENTARI E BEVANDE
(% "In riduzione" e "In forte riduzione", oltre -5%)

Fonte: Ufficio Studi Coop "Italia 2021 il Next Normal degli Italiani" Consumer Survey, Agosto 2020

23% DIGITAL

La ricerca del servizio si sposta dal prodotto al canale

Nel 2021 - quando il Coronavirus non sarà più un problema - rispetto al 2019, come cambieranno gli acquisti suoi e della sua famiglia di **prodotti alimentari ONLINE?**
(% "In aumento" e "In forte aumento", oltre +5%)

Fonte: Nomisma Osservatorio The World After Lockdown, Luglio 2020

34% SAFE

I consumatori premiano prodotti (e pack) igienicamente sicuri

Nei prossimi 12/18 mesi - quando il Coronavirus non sarà più un problema - rispetto al 2019, per te quanto sarà importante acquistare prodotti **(alimentari e non) in grado di garantire IGIENE E PREVENZIONE?**
(% "Più importante del 2019" e "Molto più importante del 2019")

Fonte: Nomisma Osservatorio The World After Lockdown, Luglio 2020

35% HOMEMADE

Tra bisogno di risparmiare e ricerca di rassicurazioni gli italiani si (ri)scoprono cuochi

Quali hobbies avrai nel 2021 - quando il Coronavirus non sarà più un problema? **CUCINA PER PASSIONE**
(% rispondenti)

Fonte: Ufficio Studi Coop "Italia 2021 il Next Normal degli Italiani" Consumer Survey, Agosto 2020

38% HEALTHY

AAA BENESSERE (PERSONALE) CERCASI Cresce la spesa destinata al fresco. Gli italiani tagliano l'apporto di zuccheri e dal 2021 tutti a dieta!

Nei prossimi 12/18 mesi - quando il Coronavirus non sarà più un problema - rispetto al 2019, per te quanto sarà importante acquistare prodotti **alimentari SALUTARI E SALUTISTICI?**
(% "Più importante del 2019" e "Molto più importante del 2019")

Fonte: Nomisma Osservatorio Sostenibilità, Luglio 2020

42% SUSTAINABLE

AAA BENESSERE (AMBIENTALE) CERCASI Stile alimentare e packaging si fanno sostenibili e proteggono l'ambiente

Nei prossimi 12/18 mesi - quando il Coronavirus non sarà più un problema - rispetto al 2019, per te quanto sarà importante acquistare prodotti **alimentari SOSTENIBILI?**
(% "Più importante del 2019" e "Molto più importante del 2019")

Fonte: Nomisma Osservatorio Sostenibilità, Luglio 2020

49% ITALIAN

Non si spegne e si rafforza l'interesse per italianità e localismi

Nei prossimi 12/18 mesi - quando il Coronavirus non sarà più un problema - rispetto al 2019, per te quanto sarà importante **prodotti alimentari 100% ITALIANI o del TERRITORIO?**
(% "Più importante del 2019" e "Molto più importante del 2019")

Fonte: Nomisma Osservatorio The World After Lockdown, Luglio 2020

IL CARRELLO RESTA GREEN

ITALIANI AI PRIMI POSTI PER LA CRESCENTE ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ

Ha aumentato l'acquisto di ciascuna tipologia di prodotti rispetto a prima del Covid (% rispondenti)



Fonte: McKinsey&Company - Perspectives on retail and consumer goods N.8 Agosto 2020

CONTINUA A CRESCERE LA SPESA IN PRODOTTI ALIMENTARI SOSTENIBILI

Nel 2021 come prevede che cambierà la Sua spesa per prodotti alimentari NATURALI/SOSTENIBILI rispetto al 2019? (% rispondenti su totale consumatori prodotti naturali/sostenibili)



- 36% Aumenterà (Oltre +1%)
- 58% Sarà più o meno stabile (tra -1% e +1%)
- 6% Diminuirà (Oltre -1%)

Fonte: Ufficio Studi Coop "Italia 2021 il Next Normal degli Italiani" Consumer Survey, Agosto 2020

1,7 milioni

Italiani che prevedono di acquistare prodotti alimentari naturali/sostenibili per la prima volta nel 2021

FARE SCELTE SOSTENIBILI SARÀ ANCHE UNA QUESTIONE DI DOVERE ETICO E DI SICUREZZA

Per quale motivo - nei prossimi 12/18 mesi - per te sarà importante acquistare prodotti alimentari SOSTENIBILI?

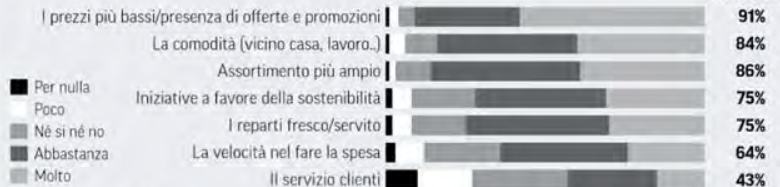
Prima risposta in ordine di importanza. Ogni parola nella TAG CLOUD ha una grandezza proporzionale al numero di volte in cui è stata citata

Tutela della collettività
Benessere animale
Generazioni future
Tutela dell'ambiente
Dovere etico
Sono più buoni
Ottimo rapporto qualità-prezzo
Sono più sicuri

Fonte: Nomisma, Osservatorio Sostenibilità, 2020

L'ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ INFLUENZA ANCHE LA SCELTA DEI CANALI DI ACQUISTO

Quanto sono importanti per te i seguenti elementi nella scelta del supermercato in cui fare la spesa?



Fonte: Indagine Tetra Pak, 2020

OLTRE 2 SU 3 CAMBIEREBBERO SUPERMERCATO IN FAVORE DELL'INSEGNA PIÙ IMPEGNATA NELLA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE

Fattori che potrebbero convincerti a cambiare supermercato dove fare la spesa (% rispondenti)

71% Vendita di prodotti in confezioni più sostenibili dal punto di vista ambientale



66% Punto vendita che si distingue in iniziative a favore della sostenibilità ambientale

Fonte: Indagine Tetra Pak, 2020

Evoluzione Consumi Alimentari – Lockdown e Post Lockdown

Cosa cercano gli italiani quando comprano prodotti alimentari



Durante il Lockdown

-  Il 22% degli italiani ha comprato più prodotti del Made In Italy
-  Il 20% degli italiani ha comprato guardando alla sostenibilità del prodotto
-  Il 49% degli italiani ha comprato guardando ai benefici per la salute

Post lockdown e oltre (2021)...

-  49% darà più importanza al Made in Italy e ai prodotti del territorio
-  42% darà più importanza ai prodotti sostenibili
-  38% darà più importanza ai prodotti «healthy»
-  23% acquisterà di più on-line

Strategia Farm to Fork

La **Strategia Farm to Fork**, lanciata dalla Commissione Europea a maggio 2020 in piena emergenza **COVID 19**, si pone l'ambiziosissimo obiettivo di **trasformare il sistema alimentare europeo rendendolo più sano, equo e sostenibile**.

La Strategia, indirizzata alla filiera agroalimentare, si inserisce nella più ampia cornice del **Green Deal**.



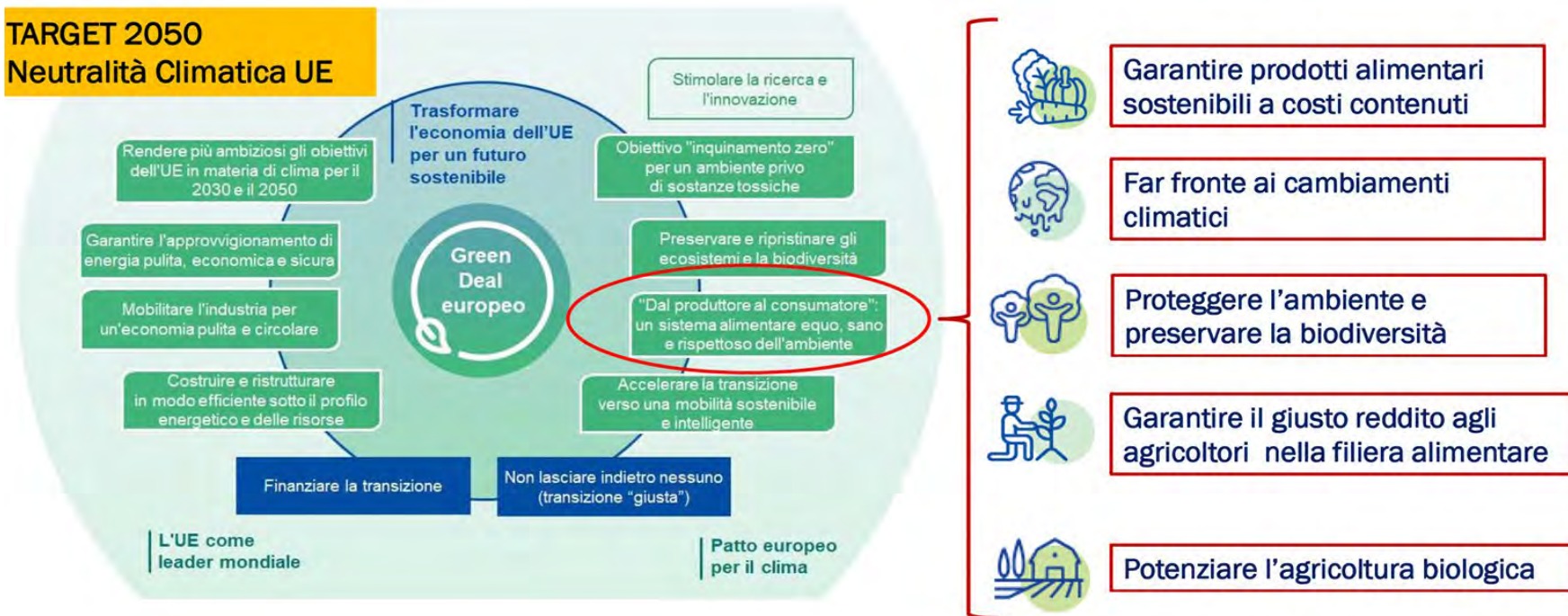
VISIONE DI UN NUOVO MODELLO ALIMENTARE



CONTENTS	
1. NEED FOR ACTION.....	4
2. BUILDING THE FOOD CHAIN THAT WORKS FOR CONSUMERS, PRODUCERS, CLIMATE AND THE ENVIRONMENT.....	8
2.1. Ensuring sustainable food production.....	8
2.2. Ensuring food security.....	12
2.3. Stimulating sustainable food processing, wholesale, retail, hospitality and food services practices.....	13
2.4. Promoting sustainable food consumption and facilitating the shift to healthy, sustainable diets.....	14
2.5. Reducing food loss and waste.....	15
2.6. Combating food fraud along the food supply chain.....	15
3. ENABLING THE TRANSITION.....	16
3.1. Research, innovation, technology and investments.....	16
3.2. Advisory services, data and knowledge sharing, and skills.....	17
4. PROMOTING THE GLOBAL TRANSITION.....	18
5. CONCLUSIONS.....	20
ANNEX.....	21

Green Deal

TARGET 2050
Neutralità Climatica UE



From Farm to Fork

GLI OBIETTIVI DELLA STRATEGIA «FROM FARM TO FORK» SONO AMBIZIOSI



Ridurre entro il 2030 l'uso degli agrofarmaci chimici del 50% e i fertilizzanti del 20%.



Aumentare le superfici a biologico entro il 2030 fino ad arrivare al 25% dell'intera superficie agricola dell'Unione Europea.



Garantire la sicurezza dell'approvvigionamento alimentare, ridurre la dipendenza estera da materie prime per mangimi, promuovere modelli di alimentazione sani.



Garantire redditi equi e sostenibili ai produttori agricoli, favorire la digitalizzazione e la diffusione dell'agricoltura di precisione.



Ridurre gli sprechi alimentari e gli imballaggi non ecologici/riciclabili.



- Ridurre del 50% l'uso di pesticidi chimici entro il 2030
- Ridurre del 50% l'uso di pesticidi più pericolosi entro il 2030



- Ridurre almeno del 50% le perdite di nutrienti
- Ridurre almeno del 20% l'uso di fertilizzanti entro il 2030



- Ridurre del 50% le vendite di sostanze antimicrobiche



- Il 25% del totale dei terreni agricoli dovrà essere dedicato all'agricoltura biologica entro il 2030

From Farm to Fork

Altri obiettivi del piano Farm to Fork puntano a migliorare **l'informazione ai consumatori, ridurre gli sprechi e favorire l'innovazione**. Per raggiungere questi traguardi occorre:

- **creare un ambiente in cui scegliere cibi sani e sostenibili sia la scelta più semplice.** Si calcola che nel 2017 oltre 950 mila decessi nell'UE (una vittima su cinque) siano stati causati da abitudini alimentari malsane. Un'alimentazione corretta e a base di cibi vegetali riduce il rischio di malattie e riduce di molto l'impatto del nostro sistema alimentare sull'ambiente.
- **etichettare meglio i prodotti alimentari per consentire ai consumatori di scegliere un'alimentazione sana e sostenibile.** La Commissione proporrà un'etichettatura nutrizionale armonizzata da apporre sulla parte anteriore degli imballaggi (etichetta front of pack FOP) e svilupperà un quadro per l'etichettatura dei prodotti alimentari sostenibili che copra gli aspetti nutrizionali, climatici, ambientali e sociali dei prodotti.

Aumento della Domanda di Cibo



Popolazione 2019
7,7 Miliardi di cui 54% vive in
aree urbane

Popolazione 2050
9,7 Miliardi di cui 66% vivrà in
aree urbane



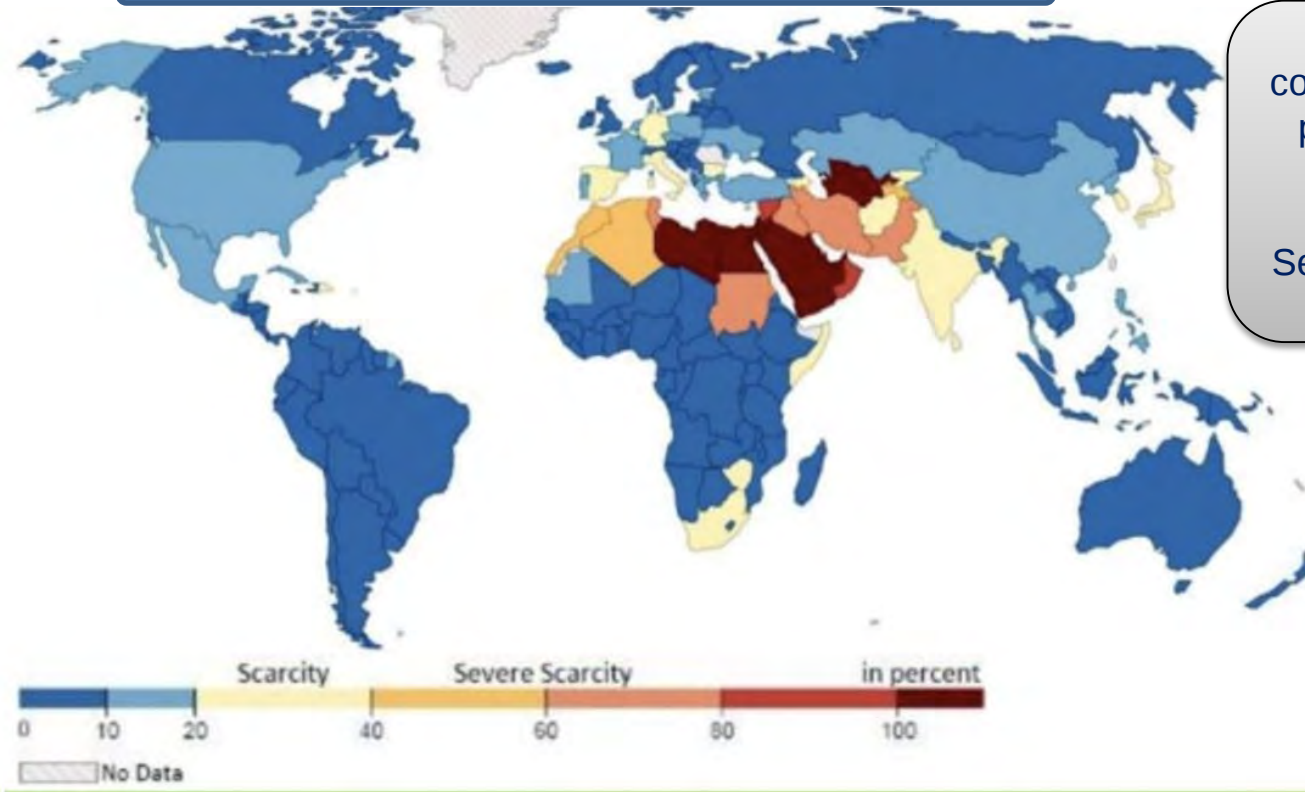
Domanda di cibo

+60/70%



Emergenze Ambientali

Prelievi di Acqua – Risorse idriche disponibili (%)



Un Paese viene considerato in condizioni di scarsità idrica quando i prelievi totali sono compresi tra il 20% e il 40% di tutte le risorse disponibili di acqua. Se il valore supera il 40% si tratta di scarsità grave.

28%



Prelievi di acqua/risorse disponibili

50%



Incidenza dei prelievi di acqua del settore primario sui prelievi totali

I consumatori divisi fra tradizione e innovazione

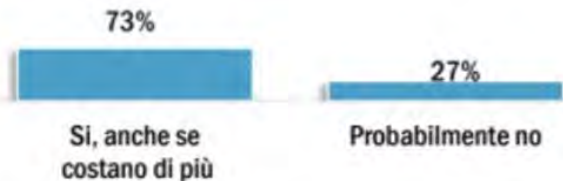
Se potesse scegliere, preferirebbe che i prodotti alimentari che acquista provenissero da Aziende...

34% **TECNOLOGIE AVANZATE**

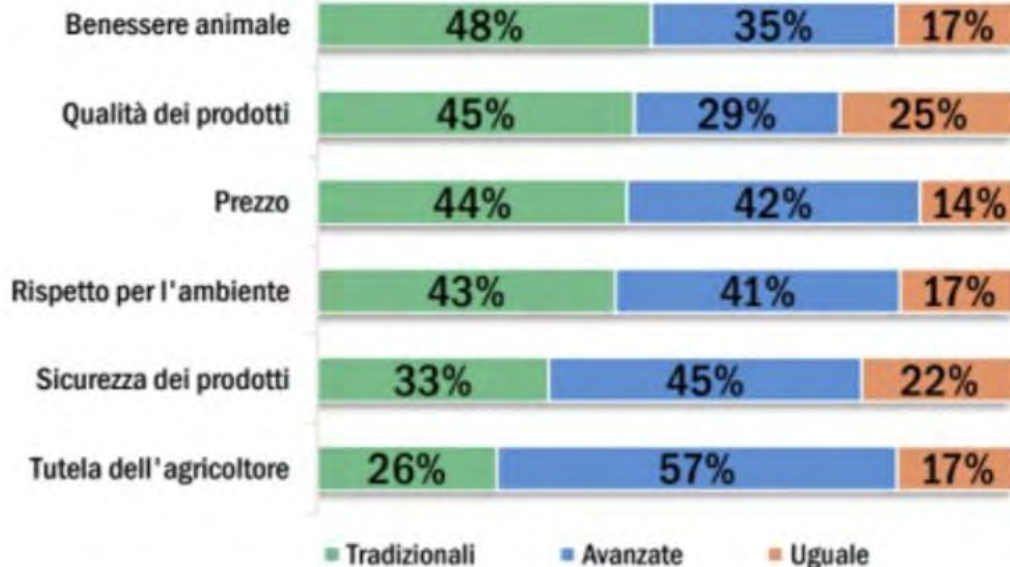
39% **TRADIZIONALI**, con ridotto uso di tecnologie

27% **E' INDIFFERENTE**

Un'azienda tradizionale ha dei costi di produzione più elevati e quindi prezzi più alti. Lei continua a preferire prodotti di aziende agricole tradizionali?

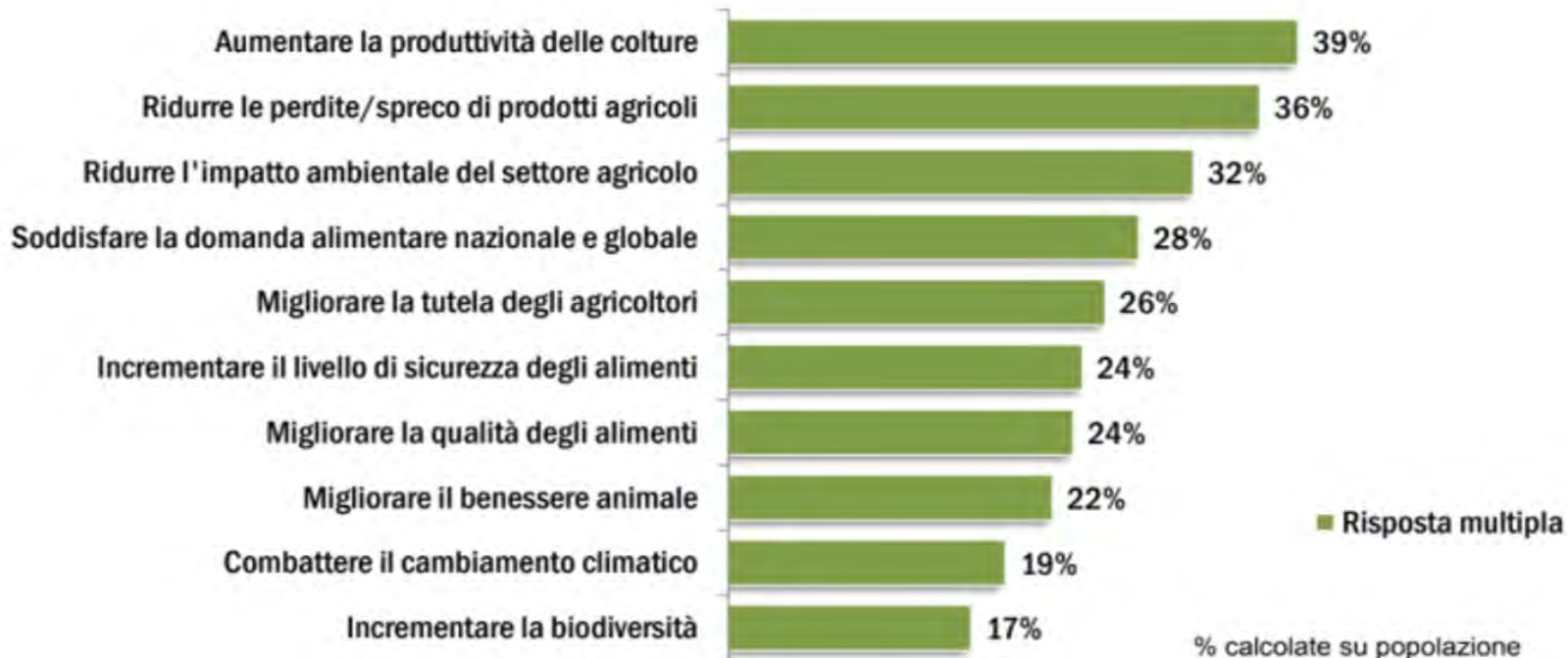


Secondo Lei, ciascuno dei seguenti aspetti è SUPERIORE nelle aziende...



Innovazione, quali sono le priorità?

Secondo Lei, l'innovazione e le nuove tecnologie in agricoltura sono fondamentali soprattutto per....



Il ruolo chiave dell'innovazione

Ogni anno l'Industria alimentare investe 10 mld di € (8% del fatturato) in R&I:

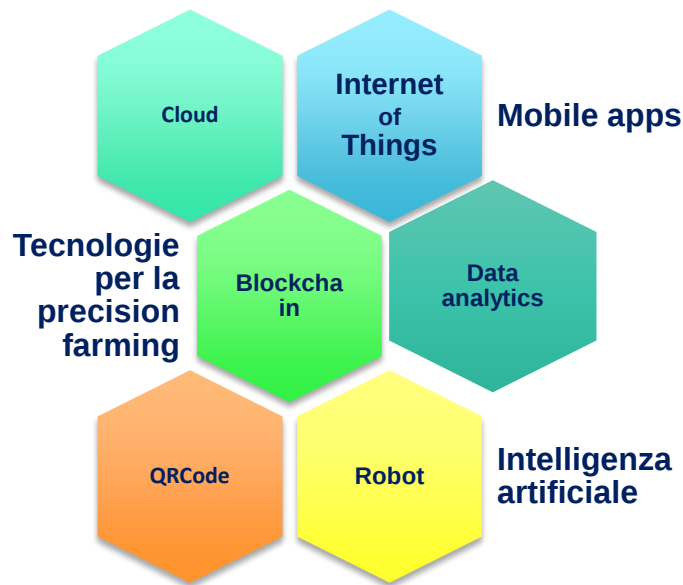
- **l'1,8% in R&S** formale e informale di prodotti e processi innovativi;
- **oltre il 4%** in nuovi impianti, automazione, ICT e logistica;
- **il 2% del fatturato** in analisi e controllo di qualità e sicurezza;



Crisi pandemica ha contribuito ad evidenziare il ruolo centrale dell'innovazione per la competitività del settore.

Innovazione digitale nell'agroalimentare

L'attenzione alla sostenibilità (ridurre l'utilizzo delle risorse naturali, supply chain sostenibile) nelle imprese traina la domanda di soluzioni **che impiegano tecnologie che stanno rivoluzionando l'organizzazione del settore:**



Le tecnologie digitali vengono impiegate dalle imprese agroalimentari prevalentemente per :

- ✓ *incontrare nuove opportunità commerciali e di marketing (60%)*
- ✓ *rendere più efficienti i processi di supply chain (40%)*
- ✓ *raggiungere obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale (21%)*

Meno diffusi gli obiettivi legati alla **sicurezza alimentare (15%)** e al **contrasto della contraffazione (7%)**, mentre una piccola parte non le applica agli alimenti, ma si concentra sugli **asset produttivi o sui processi logistici**.

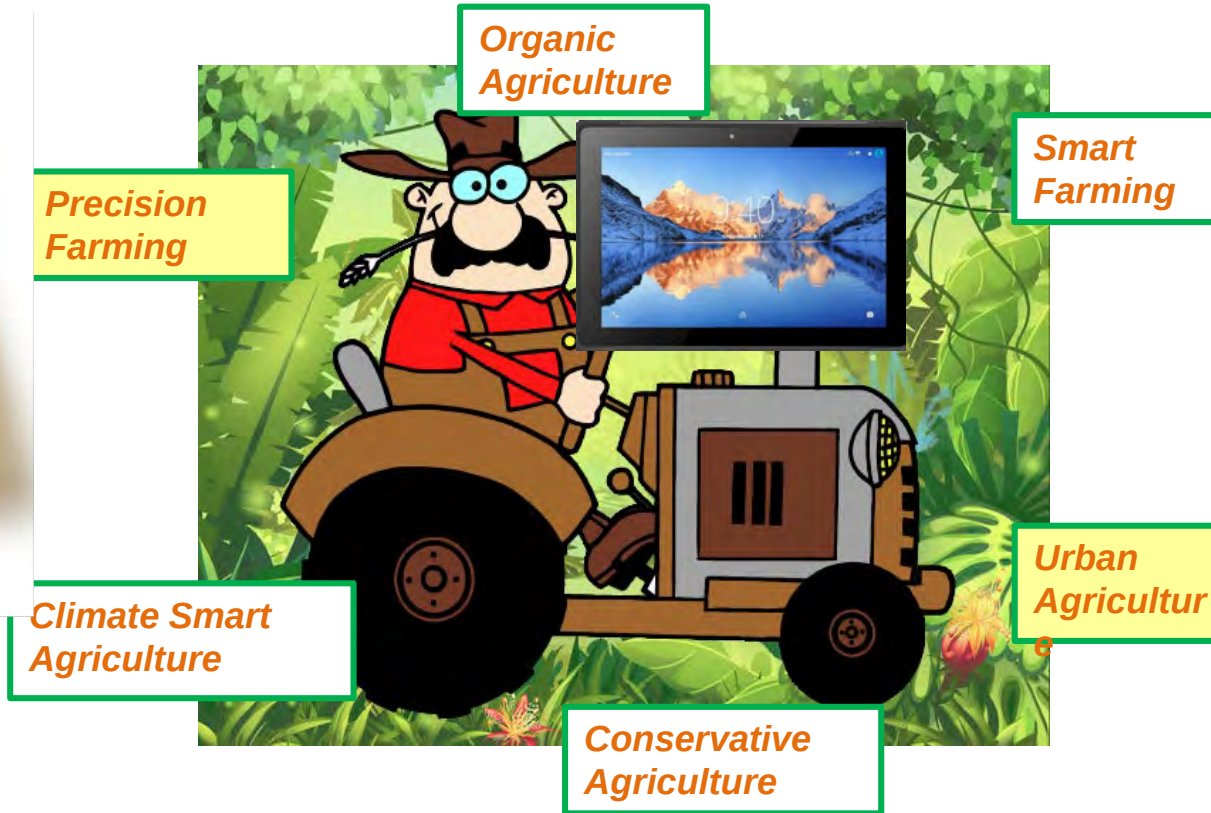
Fonte :Osservatorio Smart AgriFood della School of Management del Politecnico di Milano e del Laboratorio Rise dell'Università degli Studi di Brescia, presentati ad aprile 2020.

Agricoltura 4.0

Agricoltura convenzionale o tradizionale

metodo di produzione agricola dove le coltivazioni sono generalmente di tipo intensivo con massiccio uso di prodotti chimici di sintesi a scopo fertilizzante ed antiparassitario

- zero suolo
- zero acqua
- zero pesticidi



Consumi Alimentari- Microgreens

I micro ortaggi (**microgreens**) sono piantine tenere, molto giovani e commestibili. Vengono prodotti con particolari tecniche di coltivazioni e impianti innovativi. Il raccolto in genere avviene dopo circa 10-15 giorni dalla semina



Si caratterizzano per aspetto delicato, la varietà dei colori e il gusto pronunciato

Elevato valore nutrizionale (vitamine, fibre, sali minerali, proteine)

Standard elevati di sicurezza igienico sanitaria (condizioni controllate)

- ✓ Alimenti ricchi e nutrienti
- ✓ Arricchiscono pasti e pietanze nella cucina gourmet
- ✓ Ideali per l'alimentazione di persone affette da patologie
- ✓ *Superfood* freschi disponibili in ogni stagione

GDO – Microgreens

PRIME ESPERIENZE



Al via il progetto sperimentale **“Microgreen”**, la coltura, all’interno del punto vendita, di micro ortaggi.



SUPERMERCATO

*Progetto “**Microgreen**”*

Sperimentazione in una cooperativa (CIA) rete Conad in provincia di Forlì -Senape, porro, cavolo rosso, ravanella daikon, ravanella rosso, crescione e rucola.



GDO – Microgreens

La produzione avviene in apposite Grow-unit, le piantine arrivano in negozio in vaschette preseminate, quindi vengono disposte nell'unità di accrescimento esposta al pubblico, dotata di impianto di illuminazione a led e impianto di irrigazione a ciclo chiuso.

Ogni serra produce circa **20 confezioni** al giorno, con un prezzo di vendita al cliente di **1,79 euro**.



Le start up

In Italia stanno nascendo interessanti realtà altamente specializzate



Mi Green Food Bari



MicroVegetali Reggio Calabria

PiantaNatura Milano



Le start up

Le star up rappresentano una fetta interessante di mercato, elementi distintivi sono la valorizzazione del contesto locale, l'idea della freschezza del prodotto a Km zero, l'espressione di sapori e profumi di qualità capaci di stimolare gusto, vista, olfatto e tatto.

- ❑ Mercato locale
- ❑ Prodotti a km zero
- ❑ Elevata qualità dei prodotti
- ❑ Freschezza dei prodotti
- ❑ Valorizzazione del territorio di origine
- ❑ Innovazione e continua sperimentazione alla ricerca dell'eccellenza di prodotto
- ❑ Tracciabilità



Ombretta Presenti
ombretta.presenti@enea.it



1101 0110 1100
0101 0010 1101
0001 0110 1110
1101 0010 1101
1111 1010 0000

