

Food Tech la tecnologia nei processi di produzione e tracciabilità del cibo

Sulle nostre tavole ormai non abbondano più solo vettovaglie e pietanze di ogni tipo, non è necessario un esperto per capire che oggi c'è anche tanta tecnologia.

Quando si associano le parole food e tech, cibo e tecnologia, la prima cosa che di solito salta alla mente sono i metodi innovativi che oggi vengono impiegati per migliorare la produttività colture, così come tutte quelle possibili soluzioni da adottare per andare incontro a problematiche come: la sicurezza alimentare e la tracciabilità dei prodotti.

Cibo e tecnologia, sono più simili di quanto si possa pensare. Le persone a cui piace e che lavorano con le tecnologie tendono per loro stessa natura a non accettare le cose per come sono. Le vogliono cambiare e migliorare. La stessa cosa vale quando si tratta di cibo.

Non sorprende, quindi, che tutte le previsioni indichino che lo sviluppo di questo settore sia destinato a crescere ulteriormente nel corso dei prossimi anni.

Un'opportunità non da poco per il nostro paese, l'Italia, si sa, è universalmente riconosciuta in maniera praticamente assiomatica come il paese del buon mangiare.

Food Tech: dalla terra alla tavola

Food Technology Agricoltura Precisione Blockchain Tracciabilità Philip Kotler Marketing Forum PKMF2018
PKMF Bologna

La tecnologia ormai svolge un ruolo fondamentale per migliorare qualità e abbondanza dei raccolti.

Settore molto florido è quello dell'agricoltura di precisione e del precision farming.

L'impiego di tutta una serie di strategie, che usano le tecnologie, per migliorare la gestione dei sistemi agricoli e conseguentemente la produzione.

Rientrano in queste attività ad esempio la raccolta e l'analisi di dati e informazioni specifiche riguardo le variabili che possono condizionare una produzione agricola. Tra questi il clima, i parassiti, le differenti situazioni produttive di un appezzamento, ecc.

L'ovvio scopo è far rendere al massimo ogni minima porzione di appezzamento. La differenza con le classiche colture intensive sta nel rispetto biochimico del terreno, in un'ottica in cui la sostenibilità svolge un ruolo centrale.

Oltre ai sistemi di raccolta dati automatizzati (sensori, droni, trattori intelligenti), agli algoritmi che sono ampliamenti usati, la nuova frontiera sarà, anche in questo caso, l'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

Food Tech: tracciabilità della filiera



t. 800 64 20 96

t. +39 075 69 79 255

a. Via Settevalli 133/C 06129 Perugia

e. segreteria@italianmarketing.foundation

w. www.italianmarketing.foundation

Main Partner

neto
CORPORATION

Food Tecnology Agricoltura Precisione Blockchain Tracciabilità Philip Kotler Marketing Forum PKMF2018
PKMF Bologna

Situazione molto delicata è quella che riguarda la contraffazione dei prodotti. Un recente report di Coldiretti denuncia: su 10 prodotti “Made in Italy” esportati all’estero, addirittura 6 sarebbero falsi.

Il fatturato del falso vale oggi circa 60 miliardi di euro in tutto il mondo.

Contraffazione che ha evidenti ripercussioni anche su quella che è la salute. Non servono spiegazioni per capire quanto possa essere nocivo mangiare un alimento che ha subito chissà quali sofisticazioni.

Le nuove tecnologie possono svolgere un ruolo fondamentale per arginare tale pericolosissima deriva, offrendo nuovi sistemi per tracciare con la massima precisione quello che portiamo in tavola.

Molti avranno sicuramente sentito parlare di Blockchain. Termine diventato salito agli onori della cronaca in quanto associato al fenomeno delle criptovalute. Una tecnologia che trova un nuovo e strategico impiego proprio nel tracciare senza la minima ombra di dubbio qual è la nascita, la provenienza e la storia di un prodotto.

La sfida più che nell’applicazione della tecnologia sarà dal punto di vista culturale. Perché la tracciabilità sia davvero efficace tutti gli attori coinvolti nella filiera alimentare devono essere disposti a mettere in comune tutta una serie di informazioni, nel segno di una superiore trasparenza.

Quello del Food Tech sarà uno dei temi affrontati durante il “Panel Food Marketing” al Philip Kotler Marketing Forum 2018.