



Maurizio de Pasquale
www.orlandipasticceria.com

Dove sta andando

IL FOOD?



I **PILASTRI** CHE
CARATTERIZZANO IL
FUTURO DEL FOOD:
LA **NUTRIZIONE**
PERSONALIZZATA,
LA **PRODUZIONE**
E I **CONSUMI**
SOSTENIBILI, IL
PARADIGMA DI
INDUSTRIA 4.0

Le evoluzioni nei bisogni e nelle **preferenze dei consumatori**, sempre più attenti al benessere e all'ambiente, così come la diffusione di **nuove tecnologie digitali** e dei paradigmi di **Industria 4.0**, richiedono di ripensare alle modalità operative, di collaborazione all'interno e all'esterno

del settore e di relazione con il consumatore finale. Ai cambiamenti già in corso, siano di natura endogena o esogena, si aggiunge poi il cambio di abitudini scaturite dall'emergenza pandemica, che si sta dimostrando un importante driver.

E quindi dove stiamo andando? Se facciamo un'analisi si possono

evidenziare tre pilastri principali che caratterizzano il futuro del food: **la nutrizione personalizzata, la produzione e i consumi sostenibili**, il paradigma di **Industria 4.0**. I pilastri stanno ridefinendo tutti i processi produttivi e le catene di controllo.

LA NUTRIZIONE PERSONALIZZATA

La crisi sanitaria legata al Covid-19 ha avuto come effetto l'innalzamento dei livelli di **attenzione per la propria salute**. Se poniamo lo sguardo verso il futuro, stare in salute è uno degli aspetti fondamentali per garantire il **benessere** psicofisico. Il periodo post-pandemico ha evidenziato come una cattiva alimentazione ha creato problematiche di sovrappeso e obesità con una scarsa propensione al movimento fisico. Rispondono a queste esigenze i prodotti ideati per chi soffre di **intolleranze** alimentari. La tendenza positiva che interessa le vendite di questo comparto è stata sospinta

dalla crescente domanda e in parte dall'allargamento dell'offerta di prodotti. Tra le tendenze di acquisto che rispondono a questi bisogni rientrano gli **alimenti free-from**, un segmento che si è affermato già negli ultimi anni.

Riformulare la dieta per bilanciare o integrare l'assunzione di sostanze positive per il proprio organismo è un'esigenza che trova concreta risposta in alimenti funzionali, superfood ma anche di **prodotti rich-in**: appartengono a questa categoria i prodotti che esplicitano una particolare concentrazione di sostanze dall'elevato valore nutrizionale, come fibre, vitamine, Omega 3, proteine, etc... Il **consumo consapevole** non interessa solo gli effetti positivi sul proprio corpo, ma anche quelli sul pianeta.

LA PRODUZIONE E I CONSUMI SOSTENIBILI

La transizione verso un'**economia circolare** rappresenta un fattore di sviluppo, crescita e competitività

IL CONSUMO CONSAPEVOLE NON INTERESSA SOLO GLI EFFETTI POSITIVI SUL PROPRIO CORPO, MA ANCHE QUELLI SUL PIANETA

fondamentale per le imprese del settore alimentare. La spinta allo sviluppo di tale approccio è plasmata da fattori interni, come l'**impegno aziendale**, e fattori esterni, dove entrano in gioco due forze convergenti: da un lato, la domanda dei consumatori, che esprime una crescente attenzione al tema della sostenibilità nelle scelte di acquisto; dall'altra, il quadro normativo nazionale e internazionale all'interno del quale le aziende operano, in cui ricadono iniziative come il **Green Deal europeo**. L'attenzione alla sostenibilità nelle imprese traina la domanda di soluzioni di precision farming così come di smart farming. L'agricoltura di precisione consente interventi mirati che rispondono alle effettive esigenze delle coltivazioni riducendo l'utilizzo di risorse naturali, come l'impiego di acqua per l'irrigazione, e aumentano l'efficienza produttiva. La gestione e il monitoraggio delle attività **agricole/alimentari**, invece, sono il focus principale dello smart farming, che fa leva sull'utilizzo di sistemi blockchain per efficientare i processi e promuovere l'integrazione





LE **TECNOLOGIE DIGITALI** STANNO **TRASFORMANDO** IL MODO IN CUI LE **AZIENDE PROGETTANO, PRODUCONO E DISTRIBUISCONO I PROPRI PRODOTTI**

di filiera. Nell'estendere l'impatto positivo alla filiera si inseriscono le azioni per una supply chain sostenibile, legate alla diffusione di **buone pratiche** ma anche alla verifica della **sicurezza** dei prodotti.

INDUSTRIA 4.0

Le tecnologie digitali stanno trasformando il modo in cui le aziende progettano, producono e distribuiscono i propri prodotti. Grazie a tecnologie quali **Metaverso, Blockchain, Analytics** e l'**intelligenza artificiale**, la manifattura additiva o la robotica, il paradigma di **Industria 4.0** consente alle organizzazioni di raccogliere e analizzare informazioni provenienti da diverse fonti, fisiche e digitali; più semplicemente, queste soluzioni avanzate consentono di creare un ciclo continuo e connesso tra mondo fisico e digitale. Oggi, ad esempio, grazie a innovazioni pervasive e alla diffusione di **piattaforme digitali** come l'e-commerce, gli stessi operatori alimentari possono creare una **relazione più diretta** con i consumatori

finali, in una logica di filiera corta e, in alcuni casi, di contatto diretto del consumatore.

In questo contesto, risulta essenziale dare priorità all'**innovazione** e agli **investimenti strategici** in aree chiave, come il food, in grado di stimolare la ripresa economica dell'intero comparto industriale e beneficiare il Sistema Paese nel suo complesso. Aspetti come **sostenibilità e transizione verso un'economia circolare** così come di **digitalizzazione e innovazione digitale** risultano oggi fondamentali. L'emergenza sanitaria ha dimostrato non solo che è possibile innovare in un settore tradizionale come quello del Food ma anche che è necessario farlo per affrontare e superare la crisi che oggi stiamo vivendo. Uno degli elementi cardine su cui le imprese dovranno

concentrarsi per continuare a crescere è di **porre il consumatore al centro**, orientando l'offerta tanto quanto i processi verso i mutati bisogni espressi dalla domanda.

IR

