

Viticoltura di precisione, presente solo nel 23% delle aziende italiane



Per i consumi di vino il trend di lungo periodo ci restituisce un mondo dove gli acquisti si riducono sempre più a volume nei Paesi tradizionalmente produttori (come Italia, Francia e Spagna) e all'opposto aumentano in mercati dove tale bevanda fino a diversi anni fa non faceva neppure parte delle tradizioni alimentari locali. A fronte di questo scenario, cosa possono fare i produttori? Gli strumenti a

disposizione sono diversi e tra questi assumono una valenza strategica quelli legati alle **nuove tecnologie digitali**.

Se parlare di agricoltura di precisione e di **agricoltura 4.0** può portare qualcuno a storcere il naso, non dobbiamo scordarci di come questa pratica innovativa (in particolare l'agricoltura di precisione) rappresenti una realtà introdotta già diverse decine di anni fa negli Stati Uniti e che in Italia fatica a diffondersi alla luce sia delle basse dimensioni aziendali, che a loro volta riducono le economie di scala derivanti, sia di una conoscenza delle effettive potenzialità che questi strumenti possono offrire e, come nel caso della viticoltura, in maniera avulsa dalle reali estensioni poderali. Da un'indagine realizzata da **Nomisma** a fine 2018 su un campione di oltre 1.000 aziende agricole è emerso come poco più del 20% di tali imprese abbia dichiarato di aver investito negli ultimi tre anni in strumenti dell'agricoltura di precisione o 4.0 (che ne rappresenta una sua diretta evoluzione), una percentuale che diventa leggermente più alta (23%) nel caso delle **imprese vitivinicole**.

Ma le differenze principali emerse tra la media del campione e le aziende vitivinicole in tema di diffusione e risultati raggiunti sta nel fatto che, mentre per l'universo delle aziende agricole intervistate i principali benefici ottenuti dall'applicazione dell'agricoltura 4.0 riguardano il raggiungimento di efficienze produttive (riduzione dei costi, degli input produttivi, dei tempi di lavoro) o di incrementi/ massimizzazione delle rese (tipico delle imprese cerealicole, di seminativi o zootecniche), per i viticoltori sono stati il miglioramento qualitativo e la **riduzione dell'impatto ambientale** a testimonianza di come i produttori stiano adottando soluzioni innovative per rispondere ai nuovi trend di mercato.

6.1

SE DOMANI RICEVESSE 10.000 EURO DA INVESTIRE IN AZIENDA, PER COSA LI INVESTIREBBE?



Alcuni risultati dell'indagine Nomisma

Una conferma che emerge da un'ulteriore domanda posta sui comportamenti futuri e in particolare al tipo di investimenti che l'azienda vorrebbe fare nei prossimi anni. Anche in questo caso, paragonando le risposte dei viticoltori rispetto alla media del campione, le **principali differenze che emergono riguardano obiettivi** di: miglioramento della sostenibilità ambientale (15% delle aziende viticole contro il 9% del campione), marketing e sviluppo commerciale dei prodotti (14% vs 11%), mentre non rientrano tra le principali finalità né l'incremento delle rese né la riduzione dei costi.

Tratto dall'articolo pubblicato su *Vite&Vino* n. 5/2019

Viticultura di precisione, presente solo nel 23% delle aziende italiane
di Denis Pantini

L'articolo completo è disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale