

Food e digitale, per gli italiani la sostenibilità passa (poco) dalle app e la strada è ancora lunga

- *Il 77% degli italiani crede alla trasformazione digitale come strumento per rendere più sostenibile economicamente l'economia della filiera agroalimentare e l'esperienza utente*
- *Il 55% degli italiani utilizza app per la prenotazione dei ristoranti*
- *Il 96% degli italiani non utilizza o conosce applicazioni a supporto della preparazione della lista della spesa*
- *Solo il 5% degli intervistati utilizza applicazioni e piattaforme di scambio di prodotti in scadenza*

Roma, 19 maggio 2022 – La [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#), in occasione del Sustainable Agrifood Summit che si terrà questo pomeriggio online, ha presentato il **“Rapporto 2022 sulla Sostenibilità Digitale nell’Agroalimentare”**. Si tratta del primo rapporto sviluppato all’interno del neonato Osservatorio della Fondazione per la Sostenibilità Digitale per l’ambiente, l’economia e la società.

“La Fondazione per la Sostenibilità Digitale è la prima Fondazione di ricerca riconosciuta in Italia dedicata ad approfondire i temi della sostenibilità digitale nei suoi impatti ambientali, economici e sociali. Abbiamo deciso, come Fondazione, di focalizzarci sull’analisi del comparto agroalimentare poiché questo è il settore che potrebbe trarre più vantaggi dall’incontro tra sostenibilità e digitalizzazione, nonostante sia quello che invece ha più difficoltà.” – ha spiegato **Stefano Epifani, Presidente per la Fondazione per la Sostenibilità Digitale**.

Con più di 1.300.000 addetti e più del 10% di incidenza sul PIL, l’agroalimentare resta uno dei settori più importanti per l’economia del Paese. Le filiere dell’agrifood sono costituite da numerosissimi attori eterogenei che potrebbero trovare nella tecnologia un grande alleato. Ad esempio, nella comunicazione con il cliente, per raccontare il prodotto, garantirne la provenienza, spiegarne le caratteristiche e molto altro.

L’obiettivo della Fondazione nella realizzazione di questa ricerca è duplice: sviluppare direttamente attività di ricerca specifiche su filiere particolari (come, ad esempio, quella della carne) per disegnare le migliori roadmap e digitalizzare in modo sostenibile il settore; comprendere, grazie l’attività dell’Osservatorio, quale sia il livello di consapevolezza degli italiani ed il loro punto di vista sul tema. Si parte dal presupposto che, in generale, ci si interroghi troppo poco su quanto le persone effettivamente interiorizzino i cambiamenti in atto, e quanto riescano invece a “digerirli” e a farli propri.

La ricerca, basata su una indagine condotta con un mix di modalità cati/cawi/cami, realizzata dall’Istituto Piepoli per la Fondazione per la Sostenibilità Digitale e sviluppata su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 3.600 persone, analizza la percezione e l’utilizzo delle

tecnologie digitali applicate al settore dell'agroalimentare, focalizzandosi su due aspetti principali: l'esperienza dell'utente e l'impatto del digitale sulle dinamiche e sui risultati economici del settore. I risultati del sondaggio suggeriscono che laddove gli italiani hanno una maggiore competenza su sostenibilità e digitalizzazione, vi è anche una maggiore consapevolezza della complessità del tema e la voglia di capirne di più.

Secondo questo rapporto, un diverso approccio al digitale è necessario per sfruttare le reali leve che esso può offrire per lo sviluppo del settore dell'agrifood.

“In Italia siamo ancora profondamente ancorati alla contrapposizione tra approcci industriali intensivi e modelli slow, senza renderci conto che è dalla sintesi dei vantaggi di questi due approcci che si può tracciare una strada peculiare per il nostro Paese, e per farlo, la tecnologia digitale è il principale elemento abilitante. Questo perché la percezione e le aspettative degli italiani sulle relazioni tra sostenibilità e trasformazione digitale rappresentano due assi fondamentali del PNRR, poiché impattano su economia, ambiente e società.” – ha concluso **Epifani**.

Il Rapporto è basato sul Digital Sustainability Index (DiSI) che indica il livello di consapevolezza da parte degli italiani nell'uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità. Il DiSI suddivide gli intervistati in quattro profili: sostenibili digitali, sostenibili analogici, insostenibili digitali e insostenibili analogici, e per ciascuno di questi viene calcolato un coefficiente che indica la propensione “consapevole” degli intervistati all'uso del digitale per la sostenibilità.

Tra i principali risultati della ricerca:

- **Un italiano su quattro non crede alla trasformazione digitale** per la sostenibilità dell'agrifood. Un dato preoccupante, se si considera invece il grande apporto potenziale del digitale proprio al settore dell'agroalimentare. Tale percentuale scende al 15% se si guarda ai sostenibili digitali.
- **Il 50% degli italiani ritiene che sia facile capire se un'azienda è sostenibile** ed il 52% pensa che lo sia trovare informazioni circa la sostenibilità di specifici prodotti.
- Relativamente alle **app per la prenotazione di ristoranti**, la sostenibilità non è ancora una leva significativa di scelta per cambiare i comportamenti dell'utenza in relazione al digitale.
- **Un terzo dei nostri concittadini non conosce gli strumenti digitali** che consentirebbero loro di ottenere informazioni sui prodotti che consumano (come RFID o semplici QRCode), ed il 41% pur conoscendone l'esistenza non ne fa uso. Se si fa eccezione per i sostenibili digitali, che per un terzo fanno uso di tali strumenti, ancora una volta l'utilizzo per il resto degli italiani è residuale, ed anche in questo caso la leva d'uso non è la sostenibilità ma il livello di digitalizzazione.

Digital Sustainability Index (DiSI)

Il DiSI, nei suoi risultati di sintesi e nell'analisi dei componenti di dettaglio, è uno strumento utile alle Amministrazioni ed alle organizzazioni per comprendere su quali leve agire per supportare i cittadini nel percorso di comprensione del ruolo della sostenibilità digitale e dei suoi vantaggi. Esso consente infatti di capire se si debba agire sulla consapevolezza digitale e sulla leva della conoscenza delle tecnologie, se si debba invece operare per promuovere i principi culturali della sostenibilità o stimolare comportamenti sostenibili, oppure se sia necessario far capire meglio come e perché utilizzare la tecnologia specificatamente come leva per lo sviluppo sostenibile.

Per ulteriori informazioni o approfondimenti, visitare il sito: www.sostenibilitadigitale.it

Per scaricare le immagini a corredo del comunicato, prego cliccare sui link qui sotto:

<https://www.primapagina.it/wp-content/uploads/2022/03/StefanoEpifani.jpeg>

https://www.primapagina.it/wp-content/uploads/2022/05/Agrifood_1.jpg

https://www.primapagina.it/wp-content/uploads/2022/05/Agrifood_2.jpg

<https://www.primapagina.it/wp-content/uploads/2022/05/Agrifood3.png>

Informazioni su Fondazione per la Sostenibilità Digitale:

La [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) è la prima Fondazione di ricerca riconosciuta in Italia dedicata ad approfondire i temi della sostenibilità digitale. La Fondazione è costituita da esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università i cui esponenti fanno parte dei comitati di indirizzo e scientifico. Ai soci della Fondazione - **Aci Informatica, Cisco, Confcommercio, ENI, Fattoria Creativa, Fincons Group, DNV, Etna HiTech, Enel Foundation, Reiss Romoli, BluDigit-Italgas, Gruppo CAP** – si affianca la Rete delle Università che costituisce il sistema di competenze al quale fa riferimento la Fondazione per lo sviluppo dei suoi progetti e che rappresenta un esempio virtuoso di collaborazione tra istituzioni ed aziende nello sviluppo di progetti e di attività dedicati alla sostenibilità digitale. Tra le Università che fanno parte della Rete, **L'Università Sapienza di Roma, L'Università di Pavia, L'Università Ca' Foscari di Venezia, L'Università degli Studi di Cagliari, L'Università degli Studi di Palermo, L'Università degli Studi di Firenze e l'Istituto di Studi Politici "S. Pio V"**.

Contatti per la stampa:

Prima pagina

Vilma Bosticco: vilma@primapagina.it

Laura Castellazzi: laura@primapagina.it

Cell: 3355838694