

## Smart Agriculture: clima, tecnologia e imprenditorialità alla Fiera di Lonato

*Il primo evento del progetto bresciano Around the Ground mette al centro agricoltura, sostenibilità e trasformazione digitale.*

Aumentare la sostenibilità del modello agricolo italiano attraverso l'innovazione: la sfida dell'agricoltura italiana per gli anni a venire passa attraverso la giusta valorizzazione della qualità produttiva e della sua distintiva biodiversità, favorendo trasformazione digitale, redditività per le aziende e internazionalizzazione dell'agroalimentare made in Italy.

Questi i temi centrali del convegno "Agricoltura e sostenibilità al tempo dei cambiamenti climatici, tecnologici e sociali" promosso questa mattina in occasione della 62<sup>a</sup> Fiera regionale di Lonato del Garda come primo atto del progetto bresciano **Around The Ground**, percorso sinergico avviato nel 2019 dalla stretta collaborazione tra importanti player del territorio: **Coldiretti Brescia, Condifesa Lombardia Nord-Est, Fasternet, InnexHub, COBO, CSMT Polo Tecnologico** e **A2A Smart City**.

Istituzioni, esperti del mondo agricolo e vitivinicolo e imprenditori, coordinati dal giornalista **Luca Riva**, hanno affrontato le molteplici sfaccettature del cambiamento orientato alla smart agriculture. A cominciare da una prima e grande "incognita" del settore primario: i cambiamenti climatici. "Il fatto che il clima sia cambiato è una certezza – esordisce **Andrea Giuliacci**, noto meteorologo, climatologo e accademico -. Ce lo dicono i dati raccolti dagli strumenti meteo: il fenomeno del global warming è aumentato notevolmente. A livello planetario, gli ultimi 5 anni sono stati in assoluto i più caldi dal 1880 con il 2019 che si conferma secondo anno più caldo dell'era moderna dopo il 2016. Il calore in atmosfera è anche il "carburante" dei fenomeni atmosferici: questo spiega l'intensità di temporali, nubifragi ed eventi estremi che si alternano a periodi di forte siccità. Cosa succederà in futuro? Gli scenari più probabili parlano di ulteriore estremizzazione del clima, diminuzione delle giornate di pioggia, aumento dei periodi siccitosi e conseguente crescita degli eventi estremi, con tutti i problemi in termini di gestione delle risorse idriche".

La sfida climatica si unisce a quella tecnologica nella genesi del progetto Around the Ground, nato allo scopo di "fare rete" sul territorio per affrontare le nuove opportunità della trasformazione digitale in ambito agricolo. "Ci troviamo in un contesto sempre più digitale dalle grandi potenzialità per il mondo imprenditoriale, che tuttavia comporta anche dei rischi – afferma **Davide Sangiorgi** in rappresentanza dei partner di ATG -. Per questo vogliamo offrire al territorio una strategia fatta di integrazione delle informazioni, trasmissione e analisi



dei dati, che permetta alle aziende di compiere scelte consapevoli. Parliamo di prevenzione e lotta alle fitopatie e fisiopatie con tecniche ecosostenibili, di efficienza delle coltivazioni. Tecnologie abilitanti come IoT, blockchain e intelligenza artificiale sono difficili da sfruttare se non si condivide una chiara pianificazione sull'utilizzo dei dati raccolti sul campo. Si tratta di obiettivi ambiziosi, invitiamo tutte le aziende a prendere in considerazione l'opportunità di unirsi a una squadra di lavoro davvero inclusiva".

La contaminazione di strategie, tecnologie e saperi incontra anche interessanti realtà territoriali come il Consorzio Lugana. "Il Lugana nasce da un vitigno autoctono, il Turbiana, è tra i vini bianchi italiani con il maggiore prezzo medio sul mercato e viene esportato per oltre l'80% della produzione - spiega il vice presidente **Luca Formentini** -. In Consorzio abbiamo implementato un centro studi per migliorare il potenziale produttivo e per sperimentare tecniche innovative utili a mantenere intatte le apprezzate caratteristiche di questa doc anche a fronte dei cambiamenti climatici. Solo così possiamo creare un volano sempre più importante per il turismo sostenibile e per la circolazione di prodotti che promuovano anche il territorio di provenienza". La sfida sostenibile e tecnologica viene confermata anche dal mondo politico, rappresentato da **Fabio Rolfi**, assessore all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi Verdi di Regione Lombardia: "parlando di sostenibilità, concetto molto usato e spesso abusato, la prima cosa da fare è comunicare. Raccontare le esperienze di sostenibilità non spetta solo al produttore agricolo, ma anche delle istituzioni, chiamate a sottolineare il valore pubblico del cambiamento in atto in Lombardia e a Brescia grazie alle aziende agricole virtuose. Bisogna sfruttare la certezza che siamo l'agricoltura più green d'Europa - lo confermano i dati - come elemento di differenziazione del nostro prodotto. Mi soffermo anche sull'innovazione tecnologica, certamente da implementare nel mondo agricolo per aumentare ulteriormente sostenibilità, efficienza e qualità. Tante frontiere da supportare, mentre auspico la definizione di un piano strategico nazionale sull'innovazione nella filiera agroalimentare".

L'imprenditoria femminile è un altro elemento chiave del progetto Around The Ground, affrontato durante il convegno direttamente nelle testimonianze di alcune protagoniste del tessuto imprenditoriale bresciano. "Essere imprenditrici non è facile - spiega **Giovanna Prandini**, imprenditrice agricola "Perla del Garda"-, lottiamo ogni giorno per trasmettere al consumatore la qualità e la sostenibilità dei nostri vini. Questo anche attraverso nuove esperienze professionali come la partecipazione al progetto ATG: abbiamo costruito qualcosa di innovativo che va oltre le necessità della nostra azienda e vorremmo rompere gli schemi secondo cui ognuno pensa al proprio business, per mettere a fattore comune la nostra esperienza positiva".

Altrettanto significativa la testimonianza tutta al femminile di **Nadia Turelli**, presidente Donne Impresa Coldiretti Brescia e titolare insieme alla sorella di



un'azienda agricola produttrice di olio nel Sebino. “Insieme a Coldiretti cerchiamo di portare avanti i valori di qualità, tipicità, identità, mantenendo come primo focus quello di fare rete sul territorio”.

Sugli effetti della leadership femminile in termini di crescita aziendale si è soffermata **Viola Nicolardi**, Centro Innovazione Gestionale CSMT. “Le donne favoriscono la comunicazione orizzontale: minore asimmetria informativa, più condivisione, tanti punti di vista. Dallo studio di un campione di oltre 300 aziende tra Brescia e Bergamo emerge che la semplice presenza di una donna non basta, ma quando ai vertici ci sono almeno tre donne, si registrano forti benefici in termini di produttività e armonia aziendale”.

Dal mondo del commercio proviene invece **Francesca Porteri**, presidente imprenditoria femminile CCIAA: “al di là dello specifico settore di provenienza, le situazioni da affrontare sono comuni a tutte noi donne impegnate in azienda. Come comitato promuoviamo diverse attività, tra cui un premio alle tesi di laurea sull'agrifood dedicato solo alle studentesse, aperto a tutte le facoltà bresciane”.

Il giro di tavolo femminile termina con **Anna Frascarolo**, project funding CSMT: “non esistono purtroppo veri e propri strumenti di finanziamento dedicati all'imprenditoria femminile. Nella nuova legge di bilancio ci sono alcune misure a sostegno, ma non possiamo parlare di fondi pubblici per finanziare specifici progetti di innovazione. Sarebbe importante poter estendere il concetto di Industria 4.0 al mondo agricolo, che sta guardando a nuovi e interessanti percorsi di crescita”.

Spetta infine a **Silvano Brescianini**, vice presidente Coldiretti Brescia, fare il punto sull'intensa mattinata: “oggi è emerso chiaramente che il problema del global heating non può più essere messo in discussione. La gestione delle risorse idriche e degli eventi climatici estremi sarà al centro del nostro operato: gli imprenditori agricoli devono riconoscere che non è più possibile lavorare come si è sempre fatto. Anche per questo confermiamo il massimo supporto a progetti di smart agriculture e di valorizzazione dei dati. Resta poi il tema della sostenibilità, da collegare alla promozione turistica. Le testimonianze di passione ed esempio delle donne imprenditrici confermano un'altra fetta importante di questo sviluppo, fondato anche sulla necessità di comunicare correttamente ed efficacemente ai consumatori il vero valore dei nostri prodotti”.