

# AGRIFOOD.TECH

Coordinatore Scientifico: Filippo Renga @FilippoRenga  
Direttore Responsabile: Mauro Bellini @mbellini3

PRECISION FARMING

FOODTECH

VITIVINICOLO

ORTOFRUTTA

ZOOTECNIA

FOOD INDUSTRY

BIG DATA

AGRIDATA ▾

BLOCKCHAIN

DIGITAL FARMING

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

INTERNET OF THINGS

AGRITECH NEWS >

[ 15 Aprile 2019 ] Forum PA torna a Roma il 14

16 APRILE 2019

HOME > AGRIDATA > Blockchain nell'agroalimentare: chimera o panacea? Il ruolo della Food Digital Identity



## Blockchain nell'agroalimentare: chimera o panacea? Il ruolo della Food Digital Identity

🕒 16 Aprile 2019 👤 Redazione 📁 AgriData, Blockchain, Food Industry, Internet of Things, Made in Italy



### Blockchain nell'agroalimentare: chimera o panacea? Il ruolo della Food Digital Identity

🕒 16 Aprile 2019



### A maggio la quinta edizione di Seeds&Chips, The Global Food Innovation Summit

🕒 16 Aprile 2019



### Autenticità e sistema valoriale per una relazione più profonda con i consumatori

🕒 16 Aprile 2019



## Forum PA torna a Roma il 14 maggio

🕒 15 Aprile 2019



## Emerge, la piattaforma digitale come ponte tra cibo made in Italy e buyer internazionali

🕒 12 Aprile 2019

### di Francesco Marandino e Luciano Magliulo\*

La tecnologia **blockchain** sta diventando estremamente popolare, sia tra gli addetti ai lavori che tra il pubblico in generale. La *nuova panacea* che dovrebbe, quasi miracolosamente, cambiare il mondo e soprattutto risolvere quasi tutti i problemi legati alle **supply chain**. Il punto di forza sembra risiedere in due concetti: **tracciabilità** e **trasparenza**. Anche nel settore **agroalimentare** tracciabilità e trasparenza assumono un ruolo determinante, potremmo dire **vitale**, dato che **l'alimentazione gioca un ruolo primario per la salute umana**.

Per queste ragioni, i governi si sono concentrati sempre più su leggi e regolamenti integrati da una maggiore sorveglianza e sanzioni. Tuttavia, il rispetto delle norme è solo l'inizio, la fiducia dei consumatori richiede di più. La legislazione fissa solo **standard minimi**, ma i consumatori si aspettano che il cibo che acquistano sia **sicuro** e di **alta qualità** – un'aspettativa che probabilmente aumenterà con l'aumentare della consapevolezza dei **rischi alimentari**. Per questo sono nati negli anni **schemi di certificazione dei prodotti alimentari** che rispondono a diverse esigenze (certificazione dell'origine dei prodotti, delle produzioni biologiche, dell'osservanza di particolari dettami di origine religiosa, **controllo dei rischi biologici**, chimici e fisici, applicazione di **buone pratiche agricole**, certificazione di strumenti per il **packaging**, **sostenibilità** ambientale, e così via), con l'effetto di una **proliferazione di marchi di conformità** che disorientano il **consumatore** più che favorirne la fiducia verso il prodotto alimentare.



### SCELTI PER VOI

#### Indice degli argomenti



1. Il rischio di un aumento delle frodi alimentari
2. Tracciabilità, visibilità e verifica dell'origine dei prodotti

- 5. La Food Digital Identity e la Food Digital History
- 6. Un cambiamento di paradigma fatto di trasparenza e fiducia

## Il rischio di un aumento delle frodi alimentari

Non è infine da trascurare il rischio di aumento di frodi e adulterazione attraverso la **vendita di prodotti non realmente certificati**.

In questo contesto una tecnologia innovativa come la blockchain, integrata con l'**IoT**, consente di:

- garantire la **veridicità** delle informazioni grazie alla tecnologia **blockchain**;
- **ridurre i tempi** necessari per la raccolta dei dati lungo la **filiera**;
- aumentare la **tipologia dei dati raccolti**;
- **ridurre le inefficienze** legate alla duplicazione dei dati;
- rinforzare il **rapporto di fiducia con il consumatore**, che può accedere alle informazioni relative all'origine del prodotto.

## Tracciabilità, visibilità e verifica dell'origine dei prodotti

Queste caratteristiche sono alla base di molti dei progetti oggi realizzati nel settore agroalimentare; praticamente tutti insistono sul concetto di **tracciabilità, di visibilità, di verifica dell'origine del prodotto**.

A nostro avviso, manca nella proposizione più diffusa del beneficio delle blockchain per le filiere agroalimentari un punto essenziale: il problema della **integrità alimentare**. L'integrità alimentare si riferisce non solo all'**autenticità**, ma anche, e soprattutto, alla **"correttezza"** del cibo man mano che si "costruisce" lungo la **supply chain alimentare**. Questo tema impatta sia il prodotto nel suo livello fisico, tangibile, reale, sia il relativo livello digitale, che dovrebbe fornire informazioni affidabili sul cibo stesso.

La tecnologia blockchain fornisce un mezzo per garantire la permanenza dei dati registrati e potenzialmente per facilitare la condivisione di dati tra i vari attori di filiera. Ma da sola non basta a rispondere alle istanze sulla integrità e la qualità alimentare.



**nell'agroalimentare : chimera o panacea? Il ruolo della Food Digital Identity**



**A maggio la quinta edizione di Seeds&Chips, The Global Food Innovation Summit**



**Autenticità è e sistema valoriale per una relazione più profonda con i consumatori**



**Forum PA torna a Roma il 14 maggio**



**Blockchain nell'agroalimentare: chimera o panacea? Il ruolo della Food**

L'integrità e la qualità di un prodotto alimentare sono il frutto di complessi processi in cui entrano in gioco l'origine del prodotto, la qualità delle materie prime, il livello dei controlli esercitati, la qualità dei processi di trasformazione e conservazione.



## Scopri la frontiera della Digital Transformation nei processi B2B

Garantire la provenienza di un prodotto non risponde quindi all'insieme di tutte le necessità o meglio di tutti i requisiti sottintesi da un prodotto alimentare sicuro, salubre e di qualità.

Possiamo certamente dire che l'approccio oggi proposto delle blockchain nel mondo agroalimentare è **minimalista**, ci dice delle cose su un prodotto, **ma non tutto**. Se da un lato acquisiamo certezze sulla origine e sui luoghi della produzione del prodotto stesso **non siamo certi che quanto prodotto è conforme alle regole, alle norme, ai disciplinari di produzione**.

## One step backward-one step forward

E' inoppugnabile che la disponibilità di una tecnologia come la blockchain permette di superare il tradizionale approccio alla tracciabilità incentrato sulla logica "**one step backward-one step forward**", ed aprire al concetto stesso di visibilità attraverso l'intero ecosistema di entità che contribuiscono al prodotto finale lungo tutto il suo ciclo di vita. Da questo punto in poi è possibile, concettualmente, assumere un punto di vista nuovo: *il prodotto prende il centro della scena e l'attenzione si basa su di esso attraverso le varie trasformazioni che rappresentano il suo ciclo di vita completo*.

## La Food Digital Identity e la Food Digital History

La fiducia in un prodotto presuppone conoscerne la sua identità (Food Digital Identity), che è il risultato della sua storia (Food Digital History).

da Redazione in AgriData

Idee e suggerimenti per completare le soluzioni blockchain per l'agroalimentare con quegli elementi che permettono di rispondere alle crescenti esigenze del consumatore finale e più in generale alle esigenze di trasparenza e visibilità dell'intera filiera [...]

Dire che un biscotto, un prosciutto o una salsa di pomodoro ha un'identità precisa è come dire che se ne conosce la sua storia, cioè che si ha una completa visibilità del suo ciclo di vita attraverso tutte le trasformazioni che l'hanno generato. Spesso, questa storia è lunga e tortuosa, essendo il prodotto finale il risultato dell'aggregazione e fusione, secondo procedure e processi specifici, di diversi ingredienti, ciascuno – a sua volta – caratterizzato dalla propria storia. E' in questo punto che sembra nascondersi il pezzo mancante alle blockchain: la **Regia**.

Un esempio può meglio chiarire il concetto: proviamo a tracciare la filiera del latte. Con il supporto delle tecnologie digitali possiamo certamente sapere presso quali stalle è stato prodotto, possiamo spingerci a sapere anche quali capi hanno contribuito a quel determinato carico di latte ed anche quale è la loro dieta alimentare. Possiamo poi tracciare la cisterna che ha preso il latte, il percorso che ha fatto fino al punto di trasformazione e le condizioni ambientali in cui si è svolto il viaggio. Ma quando quel latte arriva in un punto di trasformazione può uscirne come latte tal quale (di qualità, a lunga conservazione, scremato, .....), formaggio, formaggio fresco, burro, in polvere. Nel divenire altro rispetto all'ingresso quel latte ha dovuto passare una serie di passaggi intermedi, anche essi sicuramente **tracciabili, regolati da norme, standard, disciplinari, pratiche di lavorazione**, noi intendiamo questo insieme come la **Regia che determina il prodotto finale**.

Ed allora di fronte ad un formaggio stagionato la storia è rappresentata sia dall'insieme dei dati dei vari eventi, ma anche il frutto di quella Regia che ha determinato la destinazione di quel latte.

## **Un cambiamento di paradigma fatto di trasparenza e fiducia**

La capacità di integrare le tecnologie blockchain con il sistema delle regole che determinano le produzioni alimentari può portare a un eccitante cambiamento di paradigma che facilita la trasparenza e la fiducia nelle catene alimentari che garantisce la qualità, salubrità ed integrità alimentare, ma ribadiamo che la tecnologia da sola non risolve il problema della conoscenza oggettiva della qualità di un prodotto.

Appare evidente, quindi, che al fine di poter sfruttare al massimo il beneficio di una "**certificazione notarile**" di un dato offerto dalla

effettiva e reale di cosa quel dato rappresenti e quanto sia aderente alla realtà che ha rappresentato.

Una soluzione che abbiamo sperimentato nella nostra piattaforma **ValueGo** è quella della **Identità Digitale** del prodotto agroalimentare che insieme con la **natura ricorsiva del processo di ereditarietà** che si ripete lungo tutta la catena produttiva – qualunque sia il suo livello di complessità – offre a ciascun membro dell’ecosistema una modalità senza precedenti di **rilevamento e tracciamento di tutto ciò che fu ed è rilevante in relazione al prodotto stesso**, rendendo possibile al contempo l’analisi completa degli eventi e l’oggettività delle dichiarazioni concernenti il prodotto stesso.

A sostegno di questo potente concetto, quello **Identità Digitale**, entra in gioco anche **Mckinsey** che a Davos durante l’ultimo **World Economic Forum** presenta uno studio molto dettagliato su come il valore digitale di un bene possa essere il nuovo paradigma per valorizzare un prodotto in una economia globalizzata come quella nella quale siamo proiettati. **Per una lettura integrale dello studio, si rimanda a questo link.**

Per concludere possiamo affermare che la tecnologia Blockchain – con l’integrazione dell’IoT – possono essere un ottimo alleato nel **processo di valorizzazione e tracciabilità di un prodotto** se a questo è stata data una Identità Digitale, reale misurabile e garantita.

\*Francesco Marandino e Luciano Magliulo sono rispettivamente CEO e Vice Presidente di **Penelope**

Immagine fornita da **Shutterstock**



Scopri la frontiera della Digital Transformation nei processi B2B

Redazione

Redazione



AGROALIMENTARE

BLOCKCHAIN

FILIERA

INTERNET OF THINGS

SUPPLY CHAIN

TRACCIABILITÀ

## RELATED ARTICLES



**b.digital di Blueit  
rivoluziona  
l'AgriFood con  
l'Intelligenza  
Artificiale**



**Sostenibilità  
come sfida anche  
per il business:  
priorità per  
l'AgriFood e per il  
Made in Italy**



**Valmori, Image  
Line: più  
collaborazione e  
integrazione tra  
le soluzioni  
dell'agriFood**

## COMMENTA PER PRIMO

### Lascia un commento

L'indirizzo email non sarà pubblicato.

Commento

Nome\*

E-Mail\*

Website

Seguici 

[About](#) [Rss Feed](#) [Privacy](#) [Cookie](#)

## NETWORK **DIGITAL** 360

NetworkDigital360 è il più grande network in Italia di testate e portali B2B dedicati ai temi della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale. Ha la missione di diffondere la cultura digitale e imprenditoriale nelle imprese e pubbliche amministrazioni italiane.

### TUTTE LE TESTATE

#### Applicazioni e Tecnologie

[AI4BUSINESS](#)

[BIGDATA4INNOVATION](#)

[BIG DATA & ANALYTICS](#) [ZEROUNO](#)

[BLOCKCHAIN4INNOVATION](#)

[CLOUD COMPUTING](#) [ZEROUNO](#)

[CYBERSECURITY](#) [CORCOM](#)

[CYBERSECURITY360](#)

[DOCUMENTI](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[ECOMMERCE](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[FATTURAZIONE](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[INDUSTRIA 4.0](#) [CORCOM](#)

[INDUSTRY 4.0](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[INFRASTRUTTURE](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[INDUSTRY4BUSINESS](#)

[INTERNET4THINGS](#)

[PAGAMENTIDIGITALI](#)

[RISKMANAGEMENT360](#)

[SEARCHDATACENTER](#) [ZEROUNO](#)

[SEARCHSECURITY](#) [ZEROUNO](#)

[SICUREZZA](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[SMART CITY](#) [AGENDADIGITALE.EU](#)

[SMART MOBILITY](#) [ECONOMYUP](#)

#### Digital Transformation

[AGENDADIGITALE.EU](#)

[CORCOM](#)

[DIGITAL4EXECUTIVE](#)

[DIGITAL4PMI](#)

[DIGITAL4TRADE](#)

[ZEROUNO](#)

[Funzioni di Business](#)

NETWORK **DIGITAL** 360

SERVIZI



DIGITAL4HR  
DIGITAL4LEGAL  
DIGITAL4MARKETING  
DIGITAL4PROCUREMENT  
DIGITAL4SUPPLYCHAIN  
PROCUREMENT AGENDADIGITALE.EU

## Industry

AGRIFOOD.TECH  
AUTOMOTIVEUP  
BANKINGUP  
INDUSTRY4BUSINESS  
INSURANCEUP  
MEDIA CORCOM  
RETAILUP  
SANITÀ AGENDADIGITALE.EU  
SCUOLA AGENDADIGITALE.EU  
TELCO CORCOM  
TURISMO AGENDADIGITALE.EU

## PA

CITTADINANZA AGENDADIGITALE.EU  
FORUMPA  
PA DIGITALE CORCOM  
SANITÀ AGENDADIGITALE.EU  
SCUOLA AGENDADIGITALE.EU

## Startup e Open Innovation

ECONOMYUP  
STARTUP AGENDADIGITALE.EU  
STARTUPBUSINESS

## Studenti

UNIVERSITY2BUSINESS

## Indirizzo

Via Copernico, 38  
Milano - Italia  
CAP 20125

## Contatti

info@digital360.it

ICT&Strategy S.r.l. – Gruppo DIGITAL360 - Codice fiscale 05710080960 - P.IVA 05710080960 - © 2018  
ICT&Strategy. ALL RIGHTS RESERVED

[Tags](#)