

L'agricoltura è più sostenibile grazie al digitale



Il comparto agricolo è stato per lunghi anni la principale voce di spesa e di finanziamento (attraverso la Politica Agricola Europea) della CEE prima e dell'Unione Europea poi.

Col passaggio di investimenti, interessi e occupati da questo ad altri settori come quelli facenti parte del secondario e, ancora di più del terziario e del terziario avanzato, l'agricoltura ha progressivamente perduto parte significativa della sua importanza rimanendo però per molti paesi, tra cui l'Italia, un punto di eccellenza e di riferimento per l'intero sistema produttivo.

Attualmente, anzi l'industria primaria e quella dei servizi potrebbero contaminarsi reciprocamente. Con la rivoluzione digitale, infatti, vi è la possibilità di rilanciare un settore attraverso la congiunzione di una delle più antiche attività umane con le tecniche produttive più avanzate e

innovative.

Anche in questo caso, come spesso accade quando ci troviamo di fronte ad una fase di rottura tecnologica e culturale, vi è il confronto fra tradizione e innovazione che però potrebbe portare a significativi sviluppi positivi per tutto il genere umano.

L'innovazione digitale in agricoltura è, soprattutto, un grande incentivo al miglioramento della competitività e, come tale, richiede un approccio adeguatamente consapevole delle necessità di un sistema tecnologico più orientato alla concorrenza sul mercato e più attento al soddisfacimento dei consumatori. Il mercato agricolo 4.0 nel 2020 è valso per l'Italia circa 540 milioni (circa il 4% del mercato globale), registrando una crescita del 20% rispetto all'anno precedente, in linea con l'andamento pre-pandemia.

La spesa è trainata dalle soluzioni di Agricoltura di Precisione – gli strumenti a supporto delle attività in campo – come i sistemi di monitoraggio e controllo di mezzi e attrezzature (36% del mercato), ed i macchinari connessi (30%). Sono 538 le soluzioni di Agricoltura 4.0 disponibili per il settore agricolo in Italia (oltre 100 in più rispetto al 2019), che usano prevalentemente sistemi di Data Analytics, piattaforme o software di elaborazione e Internet of Things, e trovano applicazione nelle fasi di coltivazione, semina e raccolta dei prodotti in diversi comparti, fra i quali emergono l'ortofrutticolo, il vitivinicolo e il cerealicolo.

I fattori che frenano la crescita sono, tuttavia, diversi, tra questi vi è anche l'assenza di connessione internet nelle campagne e la mancanza di adeguate infrastrutture a sostegno delle attività più avanzate. Il problema relativo alle infrastrutture è piuttosto diffuso in Italia e riguarda anche altri contesti oltre a quello agricolo.

A questo proposito, tutto il nostro Paese necessiterebbe di un

piano strutturato relativo alle connessioni veloci indirizzato a coprire l'intero territorio nazionale in maniera capillare, dando seguito all'assioma secondo il quale una connessione internet efficiente è a tutti gli effetti anche uno strumento di cittadinanza.

Come in tanti altri poi, vista anche la sua enorme versatilità, la blockchain rappresenta un capitolo importante per quanto riguarda il settore agricolo, in particolare, per quanto concerne la possibilità di raccogliere, registrare, analizzare, validare e certificare in modo sicuro dati, informazioni e documentazione relativa ad ogni fase dalla supply chain attraverso le sue numerose sfaccettature.

Le tecnologie geo-spaziali possono fornire una connessione importante tra mondo digitale e mondo reale fornendo una più vasta e globale capacità di analisi, che si avvale di una visione complessiva dei fenomeni in corso, mantenendo la possibilità effettuare più minuziosi esami.

Il mercato agricolo italiano, insomma, ha un enorme potenziale di crescita e sviluppo, soprattutto grazie all'intervento della tecnologia. Come per tutti gli altri settori in cui l'innovazione è fondamentale, anche in questo il prerequisito è il possesso di adeguate competenze professionali, in un contesto caratterizzato da un livello di cultura aziendale e processi operativi basati più sul trasferimento di competenze che sull'innovazione e ottimizzazione dei processi produttivi.

Le sfide anche in ambito agricolo non mancheranno di certo in futuro e per l'agricoltura 5.0 queste saranno rappresentate in particolare dall'ingresso della robotica, dalla intelligenza artificiale, e dalla tracciabilità avanzata. Dovremo, però, verificare se la visione di sviluppo italiana sarà in grado di sostenere le prospettive ambiziose che sono necessarie per riuscire ad accrescere in termini competitivi il ruolo del nostro Paese nei confronti degli altri competitor. Questa, nel complesso, sarà la sfida che determinerà le sorti di un

importantissimo comparto produttivo che deve riuscire a confrontarsi con avversari sempre più numerosi e agguerriti.

Intelligenza artificiale e metaverso: abbiamo responsabilità verso esseri che creeremo?



In un interessante articolo su The Conversation Richard A. Bartle, professore onorario di computer game design all'Università dell'Essex, produce diverse riflessioni sull'avanzamento nel campo dell'intelligenza artificiale in particolare per quanto riguarda la sua applicazione nel cosiddetto "metaverso" e nella creazione di entità intelligenti all'interno dei futuri mondi virtuali.

Djokovic, gli sponsor vacillano. Lacoste chiede incontro urgente al tennista



Nei giorni scorsi, mentre il caso Djokovic prendeva forma, scrivevamo di come gli sponsor della stella serba [non avessero preso posizione](#). Una situazione abbastanza anomala. Anche perché l'immagine di un brand, associata ad un personaggio catalogato ormai no vax a livello globale, non ne esce sicuramente rafforzata. Anzi.

Lacoste con Nole dal 2017

E allora il silenzio degli sponsor di Djokovic era sembrato a tutti abbastanza maldestro. Almeno fino a lunedì 17 gennaio. Perché proprio ieri, la Lacoste – azienda francese fra i main sponsor del tennista serbo – ha fatto sapere di voler parlare con Djokovic «il prima possibile». Il brand transalpino,

fondato nel 1933 proprio da due tennisti, è con Djokovic dal 2017. Il tennista numero 1 al mondo indossa, in ogni competizione, il kit da gioco firmato Lacoste: maglia, polsini, pantaloncini e calzini. E anche il berretto, quando ne fa uso. Rimangono fuori solo le scarpe, per le quali Djokovic sceglie da sempre il marchio Asics.

Gli altri sponsor

Altri sponsor di Djokovic includono la casa automobilistica Peugeot, il marchio di orologi di lusso Hublot e il creditore austriaco Raiffeisen Bank International. Dalle sponsorizzazioni, secondo Forbes, il leader della classifica ATP incassa circa 30 milioni di euro all'anno. Ma la storia del vaccino e il caso Australian Open, adesso, potrebbero avere un impatto importante. Dopo l'imbarazzo dei primi giorni, come dicevamo, è stata la Lacoste a infrangere il muro del silenzio. «Il prima possibile, ci metteremo in contatto con Novak Djokovic per capire analizzare quanto successo in Australia» hanno fatto sapere dall'azienda, di proprietà della svizzera MF Brands. Non è chiaro quali possano essere le conseguenze, ma è un primo sasso nello stagno.

La vicenda australiana

Djokovic, giova ricordarlo, era entrato in Australia con un'esenzione medica dall'obbligo di vaccino, ma il suo visto iniziale era stato annullato. Successivamente aveva provato, con dei ricorsi, a rimanere nel Paese per poter competere per il 21esimo titolo del Grande Slam. Ma la sua battaglia legale, alla fine, l'ha persa. Ed è stato espulso dall'Australia, uscendone anche decisamente sconfitto dal punto di vista dell'immagine, con una serie di vicissitudini legate a mancate quarantene.

Anche il Roland Garros a rischio

Ora, la sua ferrea opposizione al vaccino contro il Covid-19 (espressa già nel 2020), diventa un bel dilemma per gli sponsor. Anche in virtù del fatto che l'Australian Open potrebbe non rimanere un caso isolato. Nelle ultime ore, infatti, sta prendendo quota l'ipotesi che Djokovic possa essere escluso anche dal Roland Garros. In Francia, infatti, potrebbero vietare l'ingresso ad atleti non vaccinati. E se dopo gli Australian Open, il tennista serbo fosse costretto a saltare anche il torneo parigino, per gli sponsor non sarebbe un grande affare.

Auto: l'Acì è la prima Pa per engagement su tutti i social



Su 'App Io' 11 milioni iscritti a servizi Automobile Club Italia

Francia: Grenoble è ufficialmente la Capitale verde europea del 2022



La città francese di Grenoble è diventata ufficialmente la Capitale verde europea del 2022, prendendo il posto della città finlandese di Lahti. La cerimonia di apertura ha avuto luogo alla presenza del commissario per l'ambiente, gli oceani e la pesca Virginijus Sinkevičius, di Barbara Pompili, ministro francese della transizione ecologica e di Eric Piolle, sindaco di Grenoble, tra gli altri.

Il commissario Sinkevičius ha detto: "Grenoble ha guadagnato il titolo di Capitale Verde grazie al suo impegno incrollabile per creare una città più sana per e con i suoi cittadini. Spero che l'anno di Capitale verde di Grenoble dia un'ulteriore spinta alla sua leadership verde e ispiri altre città in Europa a sfruttare le opportunità dell'European Green

Deal”.

Grenoble si è guadagnata il titolo di capofila nella transizione sostenibile, in particolare come prima autorità locale francese ad adottare un piano per il clima. Grenoble ha messo in atto politiche urbane per mitigare l'inquinamento e la perdita di biodiversità, come un limite di velocità di 30 km in tutta la città, rendendola la più grande zona a basse emissioni della Francia. Durante il suo anno di Capitale Verde, Grenoble sfiderà gli attori locali a impegnarsi ad agire su uno o più dei 12 indicatori per la transizione verde.

Perché Grenoble? Grenoble è stata la prima autorità locale francese ad adottare un piano per il clima, nel 2005. La città ha ridotto le emissioni di gas serra del 25% dal 2005 al 2016 e sta lavorando per una riduzione del 50% entro il 2030. Nel 2022, la città produrrà l'equivalente del consumo dei suoi abitanti in energia rinnovabile, a zero carbonio e zero nucleare. Inoltre, Grenoble affronta l'inquinamento acustico con aree tranquille designate in città e riducendo i limiti di velocità in città. Dopo aver applicato il limite di velocità di 30 km in tutta la città, la metropoli di Grenoble è diventata la più grande zona a basse emissioni della Francia. In aggiunta, è anche la prima città francese per il pendolarismo in bicicletta. La città ha raggiunto tassi di utilizzo della bicicletta impressionanti attraverso incentivi, rimborsi e pedonalizzazione. Le mense scolastiche della città di Grenoble acquistano almeno il 60% dei loro prodotti localmente o da aziende biologiche (95% per i vivai). Ogni anno, il centro orticolo di Grenoble produce 3,5 tonnellate di verdure per le varie cucine del dipartimento dell'Isère.

Grenoble ha piantato più di 5500 alberi dal 2014. L'obiettivo è ora di piantare 10 000 alberi prima del 2030. La rete di calore metropolitana, la seconda in Francia dopo Parigi, utilizza l'80% di energie rinnovabili e di recupero di energia con l'ambizione di utilizzare il 100% entro il 2030. Più di 200.000 abitanti riciclano già i loro rifiuti alimentari, o lo

fanno a casa per fare il compost. Infine, un marchio agroalimentare locale, ISHERE, è stato lanciato dal dipartimento dell'Isère, che garantisce un pagamento equo ai produttori locali, un approvvigionamento locale e metodi di produzione rispettosi dell'ambiente.

Leggi il documento originale su: [Grenoble starts as 2022 European Green Capital](#)