

Un'agricoltura sempre più giovane e più «rosa»

Ricerca commissionata da Nestlé: il 40% delle nuove imprese sono guidate da under 40

BRESCIA Ulteriori conferme sulla complessiva solidità dell'agricoltura italiana arrivano dalla società Althesys che, per il gruppo Nestlé, ha fotografato l'imprenditoria agricola italiana nell'attuale crisi economica.

Come sottolineato più volte dal ministero e dalle principali rappresentanze del settore, il comparto agricolo regge gli urti della concorrenza puntando sull'orgoglio nazionale del proprio made in Italy. A ciò si aggiunge un progressivo ringiovanimento dell'imprenditoria agricola, sempre più dotata di adeguata preparazione teorica. Infatti, oltre il 40% delle imprese agricole nate nei primi sei mesi del 2013 sono guidate da giovani sotto i 40 anni e, di questi, il 19% è laureato contro il 6% del totale degli agricoltori. Sui campi e nelle stalle italiane si sta creando nuova occupazione, legata anche all'incremento delle imprese: +2,8% rispetto al 2012, circa 11.485 nuove aziende. E il 33% dei nuovi imprenditori è di sesso femminile.

I numeri restano importanti anche in relazione al lavoro, che vede nell'agroalimentare l'impegno di oltre 851.000 soggetti, il 4% degli occupati della penisola.

In questo contesto, la ricerca innovativa e lo sviluppo tecnologico svolgono un ruolo fondamentale che spesso può far la differenza nell'affermazione del proprio prodotto.

Per questo motivo il gruppo Nestlé in Italia ha

finanziato uno studio dell'Università La Sapienza, il cui risultato è stata la creazione di un nuovo strumento per migliorare l'efficacia e la competitività del mercato agricolo italiano. La Food Reputation Map (Frm) permette ora di misurare la reputazione di qualsiasi produzione alimentare, constatando i punti di forza che nascono nella percezione del consumatore. Ciò facilita quindi la preliminare decisione sulle opzioni di business da perseguire, puntando su processi produttivi e comunicativi ben più precisi di prima. Gioventù e agricoltura possono finalmente trovare spazio all'interno della stessa ricerca, mentre gruppi come Nestlé stanno comprendendo a fondo la posizione strategica del settore primario.

Andrea Colombo



Il 33% dei nuovi imprenditori agricoli è di sesso femminile