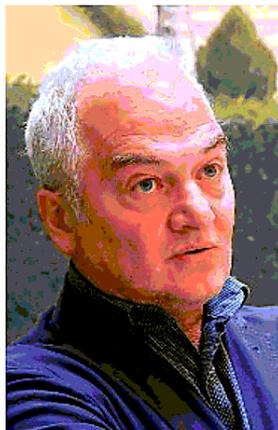


Qn Economia in collaborazione con TIM, organizza un ciclo di incontri sull'innovazione tecnologica nei distretti. Primo evento a Bologna.

LO SVILUPPO delle nuove tecnologie, in particolare quelle collegate ai social media, ha modificato in maniera radicale tutta la catena del settore turismo, così come l'innovazione è ormai decisiva nel settore agroalimentare, per un mercato in grande e rapida evoluzione. Di questo e altro si parlerà dopodomani a Bologna, presso il Royal Hotel Carlton, alle 18, nella prima del ciclo di conferenze organizzate da Qn in collaborazione con TIM. Il titolo sarà: «I cluster tecnologici nell'agroalimentare e nel turismo». Roberto Grandi, presidente Istituzione Bologna Musei, tra i relatori al convegno: «Considerato che oggi attraverso la rete si è in grado di monitorare la percezione che i turisti hanno dei vari territori e di promuoverli in maniera personalizzata, è sempre più necessario che il cluster si muova in maniera integrata sia nella dimensione privata che in quella pubblica». Duccio Caccioni, direttore Marketing&Qualità del Centro AgroAlimentare di Bologna, interviene invece sull'altro tema: «L'innovazione nel comparto agroalimentare è essenziale per affrontare un mercato in evoluzione, sempre più volubile. Si parla quindi di innovazione di processo ma anche di innovazione di prodotto. La sfida per il settore produttivo italiano, nell'agricoltura come per l'agroindustria, è quella di coniugare la tradizione con la innovazione».

SEMBRA QUASI un tema inedito se rapportato alla società conosciuta nel mondo per le telecomunicazioni. Ma TIM riveste un importante ruolo di abilitatore dello sviluppo digitale del Paese, sia nella realizzazione delle infrastrutture di rete a banda ultralarga



Tim, la rivoluzione in arrivo

Banda ultraveloce per il turismo

Le «smart farm» in agricoltura

ga sia nello sviluppo e nell'offerta di soluzioni ICT avanzate rivolte alle aziende di ogni dimensione e settore. TIM è la società che investe di più in Italia con 11 miliardi previsti nel piano 2017-2019, di cui 5 destinati alle reti di nuova generazione fisse e mobili. Oggi TIM raggiunge con la fibra il 68% e con l'LTE oltre il 97% della popolazione. L'obiettivo è arrivare nei tempi più rapidi ad una copertura ultrabroadband totale nel Paese, grazie a un mix di tecnologie e garantendo rapidità di connessione e prestazioni elevate. Nell'ambito dell'ICT, da tempo il Gruppo TIM sta lavorando per le aziende, anche nel settore agricolo e del turismo. IoT SMART FARM è la soluzione di Olivetti che consente alle aziende agricole di migliorare la qualità del proprio raccolto e favorire l'aumento della redditività, sfrut-

↑ **GOVERNARE I CAMPI DAL TABLET**

A sinistra Duccio Caccioni Con Tim sarà possibile monitorare con precisione da un pc o un tablet, la salute delle piante

tando le più innovative tecnologie dell'Internet of Things (IoT).

IOT SMART FARM è basata su una piattaforma in cloud che offre alle aziende un sistema completo di strumenti e informazioni per monitorare con precisione, comodamente da un pc o un tablet, i fattori che concorrono a determinare la salute delle piante, le esigenze di irrigazione, le condizioni climatiche. Grazie a un sistema di alerting, è possibile ricevere avvisi via mail in caso di rischi legati al raccolto (per esempio: gelate, colpi di calore, necessità di irrigazione). Inoltre, la costante registrazione dei dati ambientali rende disponibili serie storiche utili per studi agronomici, analisi predittive e modellizzazione dei fenomeni naturali. L'IOT nel prossimo decennio

porterà una grande trasformazione per i cittadini, il business e per la creazione delle Smart city.

In quest'ambito, a comparti strategici quali energia e trasporti, dove già esistono robuste analisi sull'impatto positivo di nuove tecnologie (es. -40% di consumi grazie ad una maggiore efficienza nella gestione della rete elettrica) altri importanti segmenti del mercato italiano potranno da subito beneficiare di uno sviluppo in ottica IoT. Il settore del turismo, rivisitato in chiave 4.0, è uno di questi. Le città beneficeranno, in ambito turistico, dello sviluppo della connettività ultrabroadband mobile e fissa. Applicazioni video, guide multimediali, soluzioni di augmented reality e virtual reality per esplorare percorsi culturali e circuiti museali accompagneranno sempre più l'esperienza del turista.

Gusto A Bologna il cibo trova il Paese dei balocchi

Simone Arminio
BOLOGNA

QUATTRO ottobre: la data ormai sembra ufficiale, anche se il cantiere è ancora un brulicare di operai e di lavori portati avanti a ritmi febbrili. I ritardi, è innegabile, ci sono stati, anche se il percorso che ha portato il progetto dalla pura idea, al reperimento dei fondi e infine all'apertura, a suo modo rimane un record. Il posto in questione è *Fico Eataty World*, paese dei balocchi per chi ama il buon cibo mediterraneo: 100mila metri quadrati di parco tematico organizzato in filiere, dalla spiga di grano al mulino, dal mulino al panificio, dal panificio al ristorante di pasta e così via, per i formaggi, la frutta, la verdura, la carne, il pesce, i dolci, il vino, la birra. La struttura c'era già: i locali del mercato ortofrutticolo di Bologna, nati a fine anni '90 per dimostrarsi fin da subito im-

mensi, sovradimensionati e fin troppo belli, con le loro capriate in legno, per ospitare cassette di frutta.

OGGI il mercato è sempre lì, giusto di fianco: si chiama Nam e ha approfittato del tracollo, dicono i suoi gestori, per ottimizzare il proprio funzionamento. Un affare anche per loro, visto che i grossisti forniranno frutta e verdura a Fico. Che, per contro, sta riempiendo ogni spazio lasciato vuoto: alberi e ortaggi per 7mila metri quadrati e 4mila di stalle dove prima c'erano i parcheggi, e all'interno: 40 laboratori artigianali, 9mila metri quadrati di botteghe e mercati, 7.300 di ristoranti e 4mila di aree didattiche e centri congressi, un anfiteatro e una pista ciclabile. Per visitarlo, i tre milioni di turisti attesi dall'Italia e dal mondo, è notizia fresca, avranno a disposizione degli ambasciatori della biodiversità. Ovvero guide turistiche selezionate tra i professionisti iscritti a Confguide di Concommercio Ascom, e for-

mati per fare da Ciceroni tra le filiere, il parco e le aree didattiche, parlando le lingue canoniche (italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco e portoghese) ma anche russo, cinese e arabo, visto che è da queste tre aree che sono arrivate finora più richieste.

ALLA GUIDA, finanziariamente parlando, c'è una spa, la *Fico Eataty World*, guidata da Tiziana Primori (proveniente da Coop Alleanza 3.0) e c'è una fondazione scientifica, con a capo **Andrea Segre**, agroeconomista e presidente del Caab, che si occuperà della parte didattica, delle scuole e di tutto ciò che un posto del genere oltre ai biglietti d'ingresso e gli scontrini di ristoranti e botteghe vorrà veicolare. Più defilato Oscar Farinetti di Eataty, che ha curato gli allestimenti e il *concept* del parco. A lui, guru e uomo mediatico, da sempre compete il marketing. Lo dimostra, fra i tanti esempi, il suo ultimo libro: parla d'altro ma in copertina, guarda un po', ha la foto un fico.



Andrea Segre e Tiziana Primori