

## Imprese &amp; Territori



La piantagione. Caffè tra le materie più con i rincari più elevati secondo le previsioni per il 2024 e 2025

## Materie prime: caffè, cacao e burro ai massimi storici Rincari fino all'80%

### Agricoltura

Negli ultimi due anni il prezzo dei chicchi di robusta è triplicato

La politica Ue di riduzione dei capi di bovini inquinanti è la ragione del rally del latte

#### Micaela Cappellini

Cacao e caffè, certo. Ma anche, a sorpresa, il burro. E poi l'olio di palma, quello di girasole, le nocciole, le noci. Sono molte, le quotazioni delle materie prime agricole, che quest'anno sono schizzate verso l'alto, in alcuni casi addirittura ai massimi storici. Per l'industria della trasformazione alimentare, insomma, il 2024 è stato un anno difficile. E anche per il 2025, pur con qualche ottimismo in più, l'attenzione resta alta.

I dati arrivano dagli esperti di Areté che martedì e mercoledì prossimo, insieme a Unionfood, li presenteranno nel corso di Commodity Agricole 2025, l'appuntamento annuale con le previsioni sui mercati delle materie prime. «Veniamo da un anno che per alcune materie prime è stato molto complesso - spiega Enrica Gentile, ad di Areté - penso per esempio a cacao e caffè, i cui prezzi sono saliti tanto: su questi comparti non ci aspettiamo una situazione più difficile di quella che abbiamo vissuto, ma questo non vuol dire che tutti i prezzi scenderanno. Molto dipenderà dall'andamento meteo, che è sempre più imprevedibile, e dalle scorte, che ancora non sono state ricostituite». Insomma, vietato abbassare la guardia.

I record di cacao e caffè ormai so-

no noti: soltanto tra gennaio e settembre il primo è aumentato del 48%, il secondo (varietà robusta) addirittura dell'83%. «Il prezzo della materia prima caffè è triplicato negli ultimi due anni - spiega Filippo Roda, analista senior di Areté - oggi dal Brasile sembrano arrivare prospettive di miglioramento, ma al momento siamo in fase di fioritura: il meteo sarà determinante per l'esito della campagna».

Anche il burro è nell'occhio del ciclone, il suo prezzo ha superato gli 8 euro al chilo. «La produzione di latte è di fronte ormai a un calo strutturale - spiega Enrica Gentile - e la responsabilità va cercata nelle politiche della Ue per la progressiva riduzione del numero dei capi di bovini, ritenuti inquinanti». Se il calo dei capi era inizialmente compensato dall'aumento delle rese, ora non è più così. Il risultato è che la bassa disponibilità di latte lascia poco margine per aumentare le trasformazioni, e a risentirne è stata soprattutto la produzione di burro, meno remunerativo dei formaggi. Così, sulla piazza di riferimento di Kempten, in Germania, i prezzi del burro hanno aggiunto il record storico, segnando +50% dall'inizio dell'anno.

Candidati all'aumento delle quotazioni sono gli oli vegetali, ad esclusione di quello d'oliva che, dopo mesi di picco, è pronto a beneficiare del buon raccolto spagnolo

**In salita le quotazioni degli oli vegetali, ma non torneremo agli allarmi di due anni fa per la guerra in Ucraina**

2024-2025. A crescere saranno soprattutto l'olio di palma e quello di girasole, «ma non torneremo agli allarmi di due anni fa, quando lo scoppio della guerra in Ucraina bloccò le forniture e mandò in tilt l'industria europea dei sottoli», assicura Roda. Resta però il fatto che la produzione mondiale di oli vegetali sta rallentando: un po' è colpa del calo delle rese delle palme nel Sudest asiatico, e un po' è responsabilità dell'aumento dei consumi interni a scopo energetico in Indonesia e Malesia. «A questo - dice Roda - va aggiunto il fatto che in India i consumi sono in crescita e questo, spingendo verso l'alto la domanda, potrebbe contribuire ad aumentare i prezzi». Anche per il comparto frutta secca si apre una campagna 2024-2025 all'insegna dell'inflazione e il principale indiziato è il clima impazzito. È il caso delle mandorle e delle noci americane, delle nocciole italiane e degli anacardi del Vietnam che, complici produzioni inferiori alle aspettative, hanno già intrapreso da metà anno un trend rialzista.

Non tutto, però, si impenna. I legumi, per esempio: le lenticchie americane e i ceci canadesi, tra marzo e settembre, hanno visto i prezzi scendere tra il 30 e il 40%. Una buona notizia per l'industria dei prodotti a base vegetale, dai burger alle polpette, che tra i consumatori stanno riscuotendo sempre più successo. Ma anche in questo caso bisogna essere prudenti: «I legumi - dice Roda - sono una coltura in evoluzione e la loro domanda è molto dinamica. La scorsa campagna c'erano stati rincari vertiginosi, ora grazie alle buone rese nordamericane sono in deflazione. Ma l'India sta tornando sul mercato: ha appena ridotto i dazi all'import dei legumi, e data la crescita della sua economia è facile immaginare che la domanda indiana finirà con l'incidere sui prezzi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### IN VISTA DEL G7-INDUSTRY STAKEHOLDERS CONFERENCE

## B7, trasformare i sistemi educativi per dare più competenze

Trasformare i sistemi educativi per dare ai giovani competenze in linea con le esigenze del mercato del lavoro. È la sfida dei paesi del G7, come emerge dalla nota B7 Flash diffusa ieri, in vista della "G7-Industry Stakeholders Conference: Bridging Gaps and Building Futures", organizzata da Confindustria, sotto la guida di Emma Marcegaglia, B7 Chair, a margine della ministeriale G7 sulle Pari opportunità che comincia oggi a Matera. Nei paesi G7 solo il 42,3% degli uomini e 47,5% delle donne

ottengono qualifiche terziarie; i tassi di Neet interessano l'11,1% degli uomini e il 13,2 delle donne. Le donne sono ancora sottorappresentate nei percorsi Stem, competenze che con la trasformazione digitale sono preziose in questa fase. Inoltre il G7 deve investire in imprenditorialità per avviare ai 34 milioni di imprenditori che mancano nell'area Ocse. Attualmente solo il 14,5% degli uomini e l'8,8% delle donne sono lavoratori autonomi, il 9% tra i giovani sotto i 30 anni. «Le azien-

de devono incorporare questo principi nei loro obiettivi strategici», è il commento di Lara Ponti, vice presidente di Confindustria per la Transizione ambientale e gli obiettivi ESG. «Donne e giovani sono sottorappresentati nel mondo del lavoro: occorre migliorare le competenze e capitalizzare la trasformazione digitale», ha detto Andrea Poggi, capo delegazione B7 per Deloitte, Innovation Leader per Deloitte Italia.

—N.P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**TRUZZOLILLO AD LENOVO ITALIA**  
Lenovo ha nominato Enza Truzzolillo nuovo amministratore delegato e general manager per Italia e Israele. In Lenovo dal 2014, Enza Truzzolillo

(55 anni, madre di due ragazzi e appassionata di vela) si è distinta all'interno dell'organizzazione in diversi ruoli, contribuendo alla crescita costante di Lenovo in Italia.

**Viaggio nell'IA delle imprese/10. Suntime.** L'agenzia grazie a strumenti come ChatGpt, Midjourney o Luma ha generato importanti efficienze

## Comunicazione, con l'intelligenza artificiale tempi ridotti del 30%

### Pierangelo Soldavini

Non capita tutti gli anni che il Tour de France parta dall'Italia, come successo lo scorso luglio. Per comunicare un evento eccezionale con le tre tappe che hanno toccato Toscana, Emilia Romagna e Piemonte è scesa in pista anche l'intelligenza artificiale, utilizzata per la preparazione del concept di lancio. A farlo è stata Suntime, agenzia di comunicazione innovativa che punta con decisione sull'AI per disegnare il proprio futuro. E che peraltro deve molto alla bicicletta.

I due fondatori, Francesco Pelosi e Nicholas Figoli, sono amici dal liceo frequentato a La Spezia dove, a fine anni 90, hanno progettato un sito sulla globalizzazione su stimolo di una professoressa lungimirante. La loro passione per il web, ai limiti del geek, è proseguita ma le loro strade si sono separate: il primo è andato a Bologna per la laurea in Giurisprudenza informatica, legata proprio alla nuova economia del web, il secondo a Parma per Economia ramo marketing. Oltre ai siti, Pelosi aveva un'altra grande passione: la bicicletta, con la quale aveva avviato una carriera promettente, senza però andare oltre i dilettanti.

Quell'esperienza gli è tornata utile dal punto di vista professionale: «Correvo in bici e facevo siti, per i clienti incrociati con la squadra di ciclismo».

Attorno alla creazione di siti nasce la "prima" Suntime, una web agency tradizionale che si evolve progressivamente verso la comunicazione sbarcando a Milano nel 2015 come «agenzia strategico-creativa nativa

digitale», che copre l'intera catena del valore della comunicazione, dalla strategia alla creatività fino alla produzione e alla gestione dei media. Oggi è una delle prime dieci agenzie indipendenti italiane con ottanta dipendenti, di cui una decina a La Spezia nell'edificio di un vecchio cinema a luci rosse, per un fatturato attorno ai dieci milioni di euro.

Lungo questo percorso anche un'azienda nativa digitale si è dovuta confrontare con l'intelligenza artificiale generativa: «È davvero una nuova rivoluzione industriale che in primo luogo trasforma il modo di lavorare - prosegue Pelosi - ogni azienda deve guardarsi dentro per comprendere come poterla utilizzare per fare il proprio lavoro meglio e in maniera più efficiente». Più che sulla riduzione dei costi o la creazione di nuovi ricavi, Suntime si è concentrata sull'ottimizzazione dei tempi, con effetti soprattutto sulla produzione, rinnovata con gli strumenti tradizionali come ChatGpt, Midjourney o Luma. Il risultato è stato un risparmio in termini di tempo stimato in circa il 30%, che per il momento «non ha un impatto sul conto economico, ma che non si

traduce neanche in una riduzione conseguente dei dipendenti: è spazio che liberiamo da lavori ripetitivi a favore di ricerca e approfondimento, per lo sviluppo di una maggior creatività per noi e i nostri clienti».

Quel 30% di risorse ottimizzate ha dato vita un anno fa all'AI Lab interno dove una dozzina di persone dedicano parte delle loro energie a studiare proprio come la nuova tecnologia possa rendere più efficiente il flusso di lavoro interno. Ma non solo: «Abbiamo l'ambizione, o forse la presunzione, di portare l'innovazione all'interno delle aziende clienti, come abilitatori della tecnologia: gli strumenti di AI devono essere utilizzati anche da loro per comprendere le opportunità che possono nascere sfruttando il know how, le competenze e le conoscenze interne. D'altra parte a noi serve che anche loro abbiano la cultura adeguata: meno diffidenza, più consapevolezza e maggior velocità».

Per questo Suntime sta per lanciare la Wonder Academy, per la formazione continua sull'AI per dipendenti, con corsi aperti anche ai clienti con l'obiettivo di condividere la cultura dell'innovazione e trasformare il processo creativo in una co-creazione in modo da poter sviluppare insieme modelli innovativi di comunicazione. In una azienda nativa digitale l'efficienza si trasforma così in conoscenza condivisa lungo la filiera della comunicazione per abilitare l'innovazione dell'intero sistema.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Come le imprese affrontano la rivoluzione dell'IA generativa.

Le puntate precedenti pubblicate il 2, 9, 15, 23 e 30 agosto e 6, 13, 20 e 27 settembre

## Tecnologia e analisi dei dati per la mobilità in montagna

### Innovazione

In Trentino il progetto VisionAlps per meno traffico e più sicurezza

#### Barbara Ganz

TRENTO

Da anni ormai si lavora sulla Intelligenza artificiale applicata alla mobilità: dai sistemi di controllo del traffico alla sensoristica, dalla gestione ottimizzata delle flotte ai sistemi intelligenti di parcheggio, fino al riconoscimento degli utenti. A Trento il progetto VisionAlps si concentra sull'analisi di alcune di queste applicazioni, con un focus specifico sulle possibili implementazioni nei territori di montagna. Si tratta infatti di contesti che presentano già vincoli oggettivi (conformazione geomorfologica, limitata disponibilità di alternative e, soprattutto, necessità di rispettare i luoghi, la natura e un ecosistema particolarmente fragile). Proprio in montagna si sperimentano da anni metodi di chiusura al traffico di determinati valichi e passi, spesso con risultati inferiori alle proteste. La tecnologia può essere una svolta. Un esempio simbolo è

quello della A22: «Una infrastruttura di rilevanza strategica, principale collegamento fra l'area mitteleuropea e quella mediterranea, ma che attraversa valli strette e delicate come quelle dell'Adige e Isarco - spiega il direttore tecnico generale Carlo Costa - Molti progetti hanno portato innovazione e un cambio di prospettiva, con miglioramenti tangibili che superano la tradizionale contrapposizione fra ecologisti e fautori della libertà di movimento». Tre i risultati principali: diminuiscono i tempi di percorrenza, aumenta la sicurezza

con un calo degli incidenti e anche le emissioni nocive risultano ridotte. «Nel nostro settore l'IA è facile da applicare e permette di analizzare dati e serie storiche per avere previsioni di traffico precise». Confrontando il traffico degli stessi giorni e orari degli anni precedenti, ad esempio nelle festività, e incrociandolo con gli accessi alla rete autostradale, è possibile dare indicazioni in tempo reale agli automobilisti sulla velocità da tenere perché non si creino code o rallentamenti. «Così salire in macchina diventa simile a prendere un treno, del quale conosciamo anche gli orari delle fermate, o come prenotare un posto al cinema, sapendo se c'è già il tutto esaurito e conviene magari cambiare orario», spiega Costa. Oltre al traffico privato, anche la logistica di montagna e la consegna delle merci possono beneficiare dell'IA, per non parlare delle emergenze: l'intelligenza artificiale (AI) sta assumendo un ruolo cruciale migliorando la reattività e l'efficacia di servizi come il 118, i Vigili del Fuoco, la Protezione Civile e il Soccorso Alpino. Facilita il coordinamento delle operazioni di soccorso e la gestione efficiente delle risorse sul campo, riduce i tempi di risposta e migliora la precisione degli interventi.



Nuove frontiere. L'IA sull'A22

© RIPRODUZIONE RISERVATA