

**BANDO SVILUPPO DI RETI LUNGHE  
PER LA RICERCA E L'INNOVAZIONE DELLE FILIERE TECNOLOGICHE CAMPANE**

-  
**Misura B: Azioni di promozione integrata, cooperazione e marketing internazionale  
della sottofiliera tecnologica**

**Sintesi progetto**

**TITOLO**

**Internazionalizzazione delle tecnologie agroalimentari italiane in Africa  
- sottofiliera ortofrutticola -**

**1) SOTTOFILIERA TECNOLOGICA INTERESSATA, SOGGETTO PROPONENTE, SOGGETTI PARTNER E  
RELATIVO POTENZIALE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**1.1 Sottofiliera tecnologica interessata**

*Caratterizzare la sottofiliera interessata alle attività di promozione integrata, cooperazione e marketing internazionale, evidenziando i trend tecnologici e di mercato sotto il profilo internazionale (**max 5.000 caratteri**)*

La sottofiliera tecnologica ortofrutticola, individuata nella proposta di M2Q (misura A), sarà oggetto di promozione integrata, cooperazione e marketing.

Le caratteristiche pedoclimatiche della regione Campania l'hanno infatti resa uno dei principali areali di produzione di frutta ed ortaggi per il consumo fresco offrendole un'importante base per lo sviluppo dell'industria di trasformazione di questi prodotti. A dimostrazione dell'importanza di tale settore per la regione basti pensare che la più alta concentrazione d'impresе operanti nella trasformazione dell'ortofrutta è proprio in Campania.

La disponibilità in termini quali-quantitativi di prodotti ortofrutticoli ha stimolato la formazione di una sottofiliera integrata di eccellenza in cui:

- ✓ le PMI campane sono dotate di un know how esportabile all'estero, in termini di processi di trasformazione e conservazione soprattutto;
- ✓ il mondo della R&S agroalimentare campana ha realizzato innumerevoli interventi di cooperazione e trasferimento tecnologico alle PMI campane ed in contesti internazionali;

Il mercato ortofrutticolo internazionale si caratterizza per un'altissima frammentarietà di produzioni che operano su scala regionale mentre solo una parte ridotta viene scambiata a livello mondiale, assumendo in alcuni casi le caratteristiche di una commodity.

A livello internazionale vanno considerati trend di mercato che rispondono a:

- ✓ cambiamenti socioculturali dell'ultimo ventennio;
- ✓ destrutturazione dei pasti;
- ✓ aumento delle donne nel mondo del lavoro;
- ✓ minor tempo a disposizione per la preparazione dei pasti;
- ✓ consumatori più esigenti che richiedono alimenti con elevato contenuto in servizi;

Conseguentemente i trend tecnologici della sottofiliera ortofrutticola inseguono l'internazionalizzazione attraverso processi che stabilizzano quanto basta il prodotto (mild technologies) senza compromettere le caratteristiche organolettiche e nutrizionali e fornendo una funzione d'uso aggiuntiva (prodotti pronti al consumo).

Sebbene le PMI campane abbiano un consolidato mercato e bagaglio di esperienze e competenze (sughi, succhi, puree) su II e III gamma, i comparti più interessanti sia per l'innovazione tecnologica che per il risultato economico sono la IV-V gamma.

I GAMMA	<i>stato fresco con una ridotta o nulla attività di condizionamento</i>
II GAMMA	<i>appertizzata (sterilizzati in maniera classica): conserve e semi-conserve.</i>
III GAMMA	<i>surgelata</i>
IV GAMMA	<i>fresca e, dopo pulizia e taglio, confezionata e sigillata in vaschette o sacchetti, pronta per essere consumata tal quale o previa cottura</i>
V GAMMA	<i>precotti, grigliati o scottati a vapore, senza l'aggiunta di conservanti o condimento</i>

Le tecnologie per i prodotti di IV Gamma rappresentano attualmente uno dei più promettenti comparti del settore ortofrutta, mostrando un trend di crescita di assoluto rilievo ed alto valore aggiunto.

L'altro comparto tecnologico di forte interesse a livello internazionale è quello della V gamma, ossia delle tecnologie dei prodotti precotti o cotti (ready to use/cook).

La frutta al momento rappresenta una percentuale esigua delle materie prime impiegate con tali tecnologie (IV Gamma), sia per gli alti costi di lavorazione che per le problematiche legate alla conservazione. Tuttavia la frutta di IV Gamma è un mercato di ampio potenziale e può guadagnare il gradimento dei consumatori soprattutto nell'ambito degli snack o della cosiddetta "frutta tascabile" (vaschette, bustine).

In Campania esiste una fascia di medie imprese, con ottimi livelli di tecnologia, i cui prodotti possono ben competere su alcuni mercati esteri ma non nei Paesi Africani, dove la partnership proposta da M2Q ha l'occasione storica di promuovere e commercializzare soluzioni tecnologiche "chiavi in mano" (know-how=software; macchine/impianti=hardware) per: creazione di joint venture, programmi di investimento comune, attività promozionali congiunte, accordi di mercato.

I paesi in via di sviluppo, e dell'Africa in particolare, secondo stime FAO, diventeranno il nuovo baricentro demografico si accinge nei prossimi decenni a raddoppiare la popolazione (circa 2 miliardi) che si concentrerà nelle aree urbane e sviluppate. Anche qui si prevede una contrazione del 30% della popolazione attiva in agricoltura.

La domanda futura di alimenti aggiuntivi si polarizzerà da un lato sul soddisfacimento di fabbisogni nutritivi di base di nuove popolazioni povere e a basso reddito (conserve per popolazioni rurali) e dall'altro su prodotti a più alto contenuto di convenienza in termini di servizi integrati (pronti al consumo per le popolazioni urbane).

A supporto e integrazione delle tecnologie della IV e V gamma si è inoltre sviluppato in Campania un indotto d'eccellenza presso le PMI del settore packaging, della gestione automatizzata e web marketing dell'e-commerce (ICT), le cui competenze sono presenti tra i soci beneficiari del soggetto proponente.

## 1.2 Soggetti Partner partecipanti al Progetto

Soggetti partner	Competenze	Attività R&S	Risultati RS&I da valorizzare a livello internazionale
<b>CAISIAL Università degli Studi di Napoli "Federico II"</b>	Tecnologie alimentari; Ingegneria chimica; Tecnologie Agrarie; Economia aziendale	<u>Nel progetto di promozione, cooperazione e marketing, il CAISIAL opera esclusivamente a supporto e favore delle PMI partecipanti senza vantaggi economici diretti, ma solo al fine di ampliare le proprie conoscenze.</u> Nella sottofiliera ortofrutticola il CAISIAL svolge attività di R&S su tecnologie di trasformazione e di conservazione, food packaging, shelf life, analisi sensoriale ed analisi di mercato.	✓ Progettazione di imballaggi in combinazione con miscele ottimali di gas (atmosfera protettiva modificata) per prodotti ortofrutticoli freschi di IV e V gamma; ✓ Settore imballaggi flessibili e semirigidi: progettazione di confezioni con proprietà bioattive (antimicrobiche, antiossidanti, etc.) tali da promuovere l'interazione fra imballaggio e prodotto (imballaggio attivo). Già testati packaging attivi

<b>Soggetti partner</b>	<b>Competenze</b>	<b>Attività R&amp;S</b>	<b>Risultati RS&amp;I da valorizzare a livello internazionale</b>
		<p>In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ studiare i processi e le tecnologie di trasformazione dei prodotti ortofrutticoli</li> <li>✓ studiare l'idoneità di nuovi materiali e/o tecnologie di condizionamento per la conservazione dell'ortofrutta (alimenti freschi deperibili). Al fine di determinare il materiale e/o la condizione di conservazione ottimale per lo specifico prodotto bisogna conoscere le interazioni alimento/spazio di testa/ ambiente e da queste far scaturire le variabili di progetto che consentono di massimizzare la qualità dell'alimento.</li> <li>✓ verificare, attraverso studi di analisi sensoriale (consumer e panel tests) e analisi di mercato, le condizioni di lancio dei nuovi prodotti</li> </ul>	<p>per il prolungamento della shelf life di prodotti carnei ed ortofrutticoli in combinazione e/o in alternativa al confezionamento MAP;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sviluppo di film edibili a base di biopolimeri per specifiche applicazioni;</li> <li>✓ Determinazione della shelf life di prodotti ortofrutticoli;</li> <li>✓ Tecniche di pretrattamento (lavaggio) con metodiche rispettose della salute e dell'ambiente di insalate e verdure (IV gamma);</li> <li>✓ Impiego di mild technologies per la stabilizzazione dei prodotti ortofrutticoli di V gamma (cotti e precotti a microonde, ultrasuoni, vapore, sistemi combinati);</li> <li>✓ Sistemi di stabilizzazione per essiccamento (su letto fluido, in tunnel) della frutta;</li> <li>✓ Processi di trasformazione di ortofrutta (e degli scarti) e stabilizzazione di puree e succhi.</li> </ul>
Technova Consorzio Politenico per l'Innovazione Scarl	Consulenti Marketing con esperienza ventennale e Esperti Informatici	<p>Technova è un consorzio volto a favorire l'innovazione tecnologica e lo sviluppo delle tecnologie e dei processi industriali.</p> <p>Technova è impegnata nello scouting e l'integrazione di nuove tecnologie per la messa a punto di opportunità per le imprese della sottofiliera ortofrutticola e agroalimentare in generale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sviluppo di strumenti di Web analysis (preventiva alla campagna di Web Marketing) del contesto di mercato nel quale l'azienda opera, l'individuazione dei risultati da conseguire, in termini quantitativi e temporali, l'analisi dei competitors e degli strumenti di web-marketing adottati, la definizione del posizionamento aziendale e della strategia di differenziazione.</li> <li>✓ Sviluppo di strumenti di Web marketing per la promozione e la commercializzazione delle aziende della sottofiliera utilizzando il canale internet.</li> <li>✓ Sviluppo di strumenti di Business Intelligence (processo di trasformazione di dati e informazioni di business in conoscenza) per il miglioramento delle prestazioni di business e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Strumenti di web analysis per selezionare le fonti di traffico da utilizzare, identificare l'obiettivo da conseguire e il percorso che l'operatore interessato deve svolgere per raggiungere l'obiettivo prefissato. E' possibile trasformare i siti web aziendali in strumenti di Direct Response Marketing, in grado di migliorare le conversioni del sito trasformando "generici utenti" in "potenziali clienti";</li> <li>✓ Capacità di progettare e sviluppare campagne di web-marketing per le PMI, concordando gli obiettivi da conseguire in termini di traffico da generare e numero di potenziali clienti da conseguire;</li> <li>✓ Software specialistici che hanno l'obiettivo di consentire agli utilizzatori di prendere decisioni strategiche, offrendo informazioni precise, aggiornate e significative nel contesto di riferimento.</li> </ul> <p>portano oltre che al miglioramento dei processi aziendali, anche a relazioni più vantaggiose con i clienti e i fornitori.</p>

Soggetti partner	Competenze	Attività R&S	Risultati RS&I da valorizzare a livello internazionale
		l'incremento della produttività attraverso l'analisi di grandi quantità di dati.	
Enco Srl	Ingegneria meccanica e dei materiali Logistica Economia Esperti in sviluppo di analisi di mercato, della mappatura dei competitors e di business plan Project Management	Enco Srl è una società di consulenza che offre servizi per lo sviluppo, per conto proprio e per conto terzi, di studi di validità e fattibilità di iniziative industriali, di studi sulle problematiche della gestione, della ricerca e sviluppo, della logistica e distribuzione, del marketing e della penetrazione commerciale, ivi comprese quelle relative al trasferimento di tecnologie. La ENCO srl, inoltre, coordina ed è partner diversi progetti europei, nazionali e regionali, occupandosi dello sviluppo di attività di disseminazione ed exploitation, market analysis e business plan. La ENCO è stata partner, tra gli altri, di progetti tesi a: ✓ Individuazione di strumenti e metodologie innovative per l'ottimizzazione della supply chain. ✓ Riduzione di sprechi e danneggiamento di prodotti ortofrutta e alimentari lungo la catena del freddo, attraverso un sistema di monitoraggio della temperatura e dell'umidità.	✓ Sviluppo di analisi di mercato e exploitation plan, strategie di internazionalizzazione, marketing e comunicazione, tecnologia agro-alimentare; ✓ Sistema di sensori e tag per il rilevamento di umidità e temperatura dei terreni e dei prodotti sensibili e deperibili lungo la catena del freddo.
Research & Development Industry Trading Training Srl	Economia, Business administration e Project management	✓ Capofila di Rete Agroalimentare Campana per la crescita competitiva e innovativa delle imprese attraverso la formazione e il trasferimento tecnologico ✓ Studio e preparazione formulati di molecole e microrganismi utili al controllo biologico e validazione dell'impiego dei formulati utilizzati in campo per il biocontrollo ✓ Recupero e valorizzazione di uno scarto della tostatura del caffè (silverskin)	✓ Formulati per l'industria alimentare da impiegare come semilavorati (B2B) che prodotti finiti (B2C); ✓ Progettazione e costruzione di impianti pilota, componenti elettromeccanici, apparecchiatura scientifica; ✓ Capacità di progettazione, gestione, organizzazione, trasferimento e orientamento all'innovazione tecnologica per le PMI del Settore Agroalimentare

## 2) OBIETTIVI GENERALI ED AZIONI PREVISTE

## 2.1 Finalità e risultati attesi

OBIETTIVI	RISULTATI E SOLUZIONI TECNOLOGICHE DA VALORIZZARE	PAESI TARGET	SOGGETTI CON CUI STIPULARE ACCORDI DI COLLABORAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Migliore conoscenza negli ambiti applicati delle tecnologie oggetto del programma di promozione</li> <li>✓ Presentazione e promozione delle tecnologie italiane in nuovi mercati mediante strumenti di ICT</li> <li>✓ Scambio di competenze per lo sviluppo e l'implementazione delle tecnologie italiane applicate all'ortofrutta</li> <li>✓ Accordi internazionali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Strategie e soluzioni tecnologiche (modelli, setting, macchine e impianti, know-how tecnico-scientifico) per la trasformazione, la stabilizzazione e il prolungamento della shelf life nella filiera ortofrutticola</li> <li>✓ Soluzioni packaging (attivi, intelligenti, ecc.) e gestionale-logistiche</li> <li>✓ Capacità di process designing</li> <li>✓ Attività di Web Marketing internazionale, finalizzate ad acquisire e gestire i leads ricevuti (nurturing), utilizzando gli strumenti di comunicazione social e di profilazione internet dei potenziali contatti</li> <li>✓ Market Place digitali che accolgono le tecnologie del le PMI e dei centri di ricerca in stand fieristici virtuali, visitabili da clienti, fornitori e agenti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marocco,</li> <li>✓ Paesi del Centro Africa</li> <li>✓ Sudafrica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Opportunità di avviare relazioni e collaborazioni con soggetti esteri analoghi:</li> <li>✓ PMI locali della sottofiliera ortofrutticola;</li> <li>✓ Distributori di macchine e impianti</li> <li>✓ Enti pubblici e privati di Ricerca e Sviluppo</li> <li>✓ Enti locali per programmi di cooperazione e sviluppo rurale</li> <li>✓ Gestori di market place B2B per la promozione delle tecnologie di interesse della sottofiliera</li> <li>✓ Soggetti pubblico-privati omologhi al LPP M2Q</li> </ul>