

DAL NOSTRO INVIATO

CERNOBBIO — Basta avvicinare il pacco di pasta a quello che sembra lo schermo di una televisione. «Mi chiamo Pierantonio Sgambaro, questi bigoli li ho prodotti io a Castello di Godego». Ci sono la sua foto e l'indirizzo dell'azienda. Basta toccare lo schermo, in diverse caselle, per ottenere tutte le informazioni. «Il grano è stato seminato il 20 novembre 2008 a Rovigo. E' stato raccolto il 29 giugno. E' stato macinato il 9 agosto...». Data dopo data, si arriva al giorno della "pastificazione" e della consegna al supermercato. Il signor Sgambaro spiega anche che il pacco da mezzo chilo costa 0,98 euro, quasi il doppio di altri prodotti, perché «la pasta è trafilata in bronzo ed è essicata lentamente, in 15-20 ore, contro le 3-6 ore del-

**La Coldiretti: il prodotto avvicinato allo schermo che darà le notizie su prezzo e qualità**

la grande industria». Ci sono pure le ricette per condire bigoli, maccheroni o fettuccine.

Si chiama "AgriPod" il nuovo marchingegno inventato dall'Unità di ricerca Nanodesign dell'università Iuav di Venezia su incarico della Coldiretti. Avvicinando la confezione di rucola sai che è stata coltivata da Francesco Barduca e raccolta il 14 ottobre alle ore 10,30, che il radicchio rosso tardivo di Fabrizio Garbio è stato



## Videolettore al supermaket e la pasta si racconta al cliente

messo sugli scaffali la mattina del 15... «Noi agricoltori — dice Sergio Marini, presidente della Coldiretti — ci mettiamo la faccia. Chi compra i pomodori in Cina o il latte in Polonia, e di italiano mette solo l'etichetta, non riuscirà mai ad entrare dentro al nostro AgriPod. Tutte le informazioni inserite sono controllate. Dopo i mercati dei produttori, i farmer market, questo è un passo in avanti. Anche al supermercato il consumatore potrà conoscere l'origine del prodotto, seguire la filiera passo dopo passo, "vedere" le aziende che preparano gli alimenti».

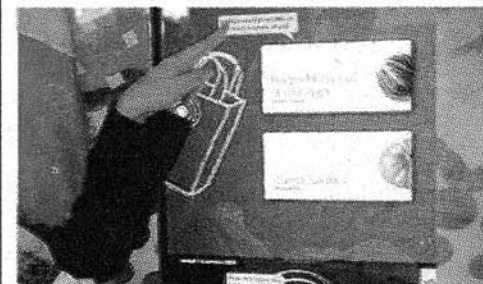
Secondo un'indagine della



Come funziona



**UN'IDEA DELL'UNIVERSITA' IUAV**  
L'Unità di ricerca Nanodesign ha inventato il sofisticato lettore



**GUARDARE IN FACCIA LE AZIENDE**  
Si avvicina il prodotto e si ricevono tutte le notizie su produttore, qualità, prezzo

Swg, presentata ieri al Forum internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione di Cernobbio, il 54% dei consumatori preferisce «prodotti alimentari locali, artigianali», contro il 12% di «una grande marca nazionale». Fatto in Italia, e vicino a casa propria. Ma anche il *made in Italy* nel suo complesso viene desiderato e preferito.

Quasi il 47% degli italiani pensa che un alimento realizzato con prodotti coltivati o allevati in Italia valga almeno il 30% in più, rispetto a prodotti stranieri. Ma un'etichetta *made in Italy* quasi sempre nasconde una

truffa. Su 70 miliardi di fatturato di generi alimentari presentati nel mondo come italiani, solo 20 riguardano prodotti autentici. Negli Usa, su 10 prodotti con il marchio tricolore, solo uno è nato fra Bolzano e la Sicilia. E il marchio tricolore è apprezzato soprattutto in due settori: l'alimentazione e il vestiario. Il 92% cerca cibo *made in Italy*, il 63% abiti italiani. Per «elettronica, elettrodomestici, computer», ad esempio, il 33% dei connazionali preferisce marchi esteri.

(j.m.)

**Il progetto** L'idea di Iuav e Coldiretti, si vedrà anche la faccia del contadino

# Carote e zucchine diventano hi-tech

## Un palmare «racconta» le etichette

VENEZIA — Non ci saranno più anonimi cavoli, sedani o zucchini lasciati là su altrettanto anonimi scaffali del supermercato. Presto infatti le carote, le zucche e la rucola non si limiteranno ad avere una data di scadenza o un più o meno tranquillizzante marchio di provenienza.

Avranno una vera e propria faccia, quella del produttore agricolo che li ha coltivati, raccolti e stoccati per spedirli nel negozio di fiducia. Perché questa mattina al forum internazionale dell'Agricoltura di Cernobbio l'unità di ricerca in nanodesign dello Iuav e la Coldiretti hanno presentato l'Agripod, un palmare capace di leggere le varie etichette incollate sulle confezioni trasmettendo direttamente al consumatore l'immagine del volto del contadino e descrivendo nel dettaglio per ogni prodotto le generalità, il territorio d'origine e il percorso fatto dal campo allo scaffale. Già da tempo infatti i produttori agricoli italiani hanno iniziato a registrare le certificazioni utilizzando la tecnologia a radiofrequenze che permette ad Agripod di comunicare al consumatore tutti i dati richiesti nel momento stesso in cui il prodotto viene infilato nel carrello della spesa. Ma il palmare

non si limita a raccontare le passate avventure dei fagioli e del radicchio, descrivendo nel dettaglio le strade fatte, i chilometri percorsi e la durata del viaggio che li ha portati al negoziante vicino a casa. Il palmare dà anche consigli sui possibili futuri: Agripod infatti fornisce ricette e consigli su come preparare la verdura e arriva a suggerire come organizzare una vacanza ecologica nella zona di coltivazione del



**Sugli scaffali** Un supermercato

prodotto. «Affiancare una tecnologia moderna come quella delle radiofrequenze al contesto agricolo antico può sembrare un paradosso — spiega Kristian Kloeckl, direttore dell'unità di ricerca dello Iuav che ha condotto le sperimentazioni sull'Agripod — ma questo è un prototipo di un progetto di ricerca più ampio che coinvolgerà l'intera tematica dell'imballaggio per il prodotto agricolo». L'etichette degli imballaggi basate sulle nanotecnologie si stanno infatti diffondendo sempre di più per tenere il passo con la crescita del mercato legato alla vendita diretta dei produttori agricoli, ai Gas (gruppi di acquisto solidale) e ai prodotti a chilometro zero. Secondo Coldiretti aumenta sempre di più il numero di consumatori consapevoli che richiedono la presenza di indicazioni sulla provenienza dei prodotti e che evitano di acquistare in mancanza di dati precise. Non è un caso dunque se domani Altraeconomia organizza al Palplip una festa non stop sull'economia solidale e se a partire da domani fino al 25 ottobre farà tappa anche a Mestre la settimana nazionale del commercio equo.

**A.I.A.**

## Un display con la storia dei prodotti agricoli

*Dal Vega ai banchi del supermercato, le nanotecnologie al servizio dei consumatori*

E' possibile vedere in faccia i produttori che realizzano i cibi in vendita sugli scaffali anonimi dei supermercati. L'innovazione tecnologica che permette di vedere la storia di un prodotto fresco, come ad esempio l'insalata, dal giorno della semina al viaggio verso il punto vendita, porta la firma di Marghera e del Parco Scientifico e Tecnologico. La novità è stata presentata al Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'alimentazione di Cernobbio della Coldiretti. Il progetto è nato dall'unità di ricerca NanoDesign dell'Università IUAV di Venezia che, con la Coldiretti, ha realizzato al Vega di Marghera l'«Agri-

Pod», un display touchscreen che permette di visualizzare l'immagine del produttore e le informazioni che lo riguardano, su provenienza, passaggi lavorativi, tempi e distanze percorse. Si tratta - sottolinea la Coldiretti - di una sorta di carta d'identità dei prodotti alimentari locali accessibile anche nei supermercati per tutti quei consumatori che non possono fare la spesa direttamente in campagna o nei mercati degli agricoltori dove è possibile conoscere personalmente i produttori. Il sistema si fonda sull'applicazione di un microchip all'imballaggio che avvicinato al display consente di scoprire immediata-

mente le generalità, il territorio d'origine, il percorso dal campo allo scaffale. Un nuovo modo di fare la spesa, ha detto il presidente della Coldiretti Sergio Marini. «Agrupod è un primo prototipo di un progetto di ricerca più ampio sui nuovi approcci progettuali che sfruttano le nanotecnologie per creare opportunità interessanti per la riduzione dell'impatto ambientale, la conservazione e la comunicazione sul prodotto», dice Kristian Kloeckl, direttore dell'Unità di ricerca Iuav. La ricerca del Iuav si collega anche alla promozione in città dei farmer market e dei gruppi di acquisto solidale. (m.ch.)



Il microchip per i prodotti

## LA NOVITÀ

### Arriva AgriPod: il produttore «faccia a faccia»

Guardare "in faccia" i produttori che realizzano i cibi in vendita sugli scaffali anonimi dei supermercati prima di acquistarli. È probabilmente l'ambizione di molti consumatori che vanno in cerca di sicurezza e di informazioni dettagliate su ciò che mangiano, e che presto potrebbe diventare realtà diffusa. Il prototipo di una macchina in grado di collegare al pacchetto degli alimenti il produttore (AgriPod, questo il nome del marchingegno) è stato presentato al Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'alimentazione di Cernobbio organizzato dalla Coldiretti. Con tanto di dimostrazione pratica su prodotti base dell'alimentazione come la pasta e le verdure, dalla rucola al radicchio fresco fino alla zucca. Il progetto è nato dall'unità di ricerca NanoDesign dell'Università IUAV di Venezia che, in collaborazione con i produttori agricoli, ha applicato la tecnologia touchscreen alla lettura delle etichette degli alimenti e che permette di visualizzare l'immagine del produttore e tutte le informazioni che lo riguardano, insieme a notizie dettagliate su provenienza, passaggi lavorativi, tempi e distanze percorse. (A. Zag.)