

LE PROSPETTIVE. Le sfide per chi deve cambiare e investire sulle idee

«Il futuro si studia e scrive in sinergia con l'università»

Taliana: «Il sito personale non ha più senso, serve puntare su piattaforme con la filiera di produttori»

INVIATA A PADOVA

Metti, per esempio, l'insalata in busta. Quanto c'è stato di innovativo per il cliente italiano? Tanto. Ed è un prodotto che è volato alle stelle. Ma tanta innovazione ha richiesto soprattutto alle industrie che la producono per definire l'idea, il packaging e anche la filiera. E ancora. Metti un qualsiasi altro prodotto agroalimentare Made in Veneto. Come farlo apprezzare anche all'estero? La ricetta

prova a offrirla Giovanni Taliana, presidente sezione Alimentari Confindustria di Padova. «Serve investire in ricerca, studi di mercato sul Paese dove si intende arrivare e un lavoro in filiera perché ormai anche solo il proprio sito aziendale, da dove fare "e-commerce" è un modo di pensare superato che non basta più. Serve - continua - puntare su piattaforme internazionali non solo con il proprio prodotto, ma con la filiera intera di produttori che ha portato a quel risultato. Un prodotto che, peraltro, deve essere disponibile in quantità adeguate per il mercato globale. Si devono fare i conti in grande. Un posto, nel mercato internazionale, il prodot-



Giovanni Taliana

to italiano lo troverà sempre perché oltre alla qualità ci riconoscono la sicurezza alimentare. Il consumatore straniero continuerà a sceglierci.

Ma bisogna sapersi porre: capire cosa vogliono e come lo vogliono. Le risposte arrivano solo grazie al matrimonio con l'Università. Qui in Veneto in questo siamo agevolati, ma la difficoltà è cambiare orizzonte». Parola di chi, anche come direttore generale di Bovis, Taliana ha vissuto sulla sua pelle.

Una foto concreta di come si sta muovendo l'agroindustria l'ha fornita ieri lo studio presentato da Daniele Marini, direttore scientifico di Community Media che ha analizzato (vedi articolo a lato) quanto e come le imprese stiano innovando. «Non c'è ancora piena consapevolezza - dichiara -: molti ancora pensano ad aggiornare siti e all'e-commerce senza avere un'idea precisa del disegno finale». In prospettiva c'è la rivoluzione industriale 4.0 con i finanziamenti previsti dal Governo. «Una opportunità - conclude - che ancora è tutta da capire». • **CRIGIA.**

