

Tavoli tematici

Contributo

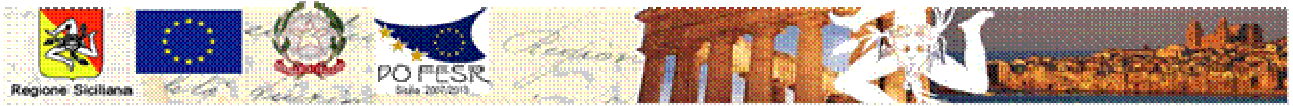
1. Dati proponente contributo

| | |
|-------------------------------------|--|
| Nome Cognome | |
| Ente/organizzazione di appartenenza | Università degli Studi di Palermo |
| Telefono | |
| E_mail | |
| Sito | www.unipa.it |

2. Riferimento del contributo al tavolo tematico

| Data | Tavolo tematico | | | Contributo* | Orario |
|--------------------|-----------------------------|-------------|--|-------------|------------------|
| | sala 1 | Contributo* | sala 2 | | |
| 8 maggio '14 | Agroalimentare | x | Turismo, Cultura e Beni Culturali | | 9.30 – 13.30 |
| | Energia | | Economia del mare | | 15.30 – 19.30 |
| 9 maggio '14 | Smart Cities&Communities | | Scienze della Vita | | 9.30 – 13.30 |

*Barrare con una X la colonna Contributo di riferimento



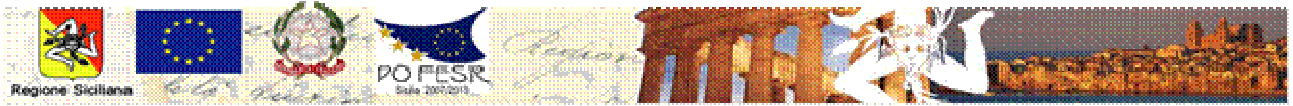
3. Sintesi del contributo

Titolo: Packaging alimentare, prodotti innovativi e a maggior contenuto di servizio, e processi di lavorazione e trasformazione di diversa intensità.

(Prof. P. Inglese, M. Enea)

I) CARATTERE STRATEGICO

Negli ultimi 25-30 anni, i contenuti di servizio (packaging, selezione, lavorazione, comunicazione etc.) associati al prodotto sono divenuti parte fondamentale del suo valore commerciale, in funzione sia del suo prezzo sia della sua capacità di penetrare e competere sul mercato. Si tratta di uno dei più rilevanti fenomeni capaci anche di creare valore aggiunto all'impresa agricola e/o di legarla al sistema agroalimentare delle PMI o della GDO. Tra le innovazioni di maggior rilievo, legate ai nuovi stili di vita e di consumo, vanno assumendo sempre maggior rilievo, sia nella GDO sia nel dettaglio o, addirittura, nella distribuzione automatizzata i prodotti definiti *easy and ready to use*, ossia: Ortofrutta di IV gamma (prodotti preparati, freschi e senza alcun tipo di additivo); ortaggi di V gamma (precotti, grigliati o scottati a vapore, senza l'aggiunta di conservanti o condimenti); carne elaborata; prodotti (agricoltura e pesca) surgelati, condimenti. Anche nel campo del packaging alimentare, i processi di innovazione sono rapidi e rilevanti seguendo sia la direzione del mantenimento delle caratteristiche del prodotto fresco durante il trasporto e la shelf-life (sviluppo di packaging "attivi"), sia la sua sicurezza alimentare sia, infine, la capacità di comunicazione (marketing) e di informazione al consumatore, anche attraverso l'uso della ICT (applicazione del codice Qr) e il riciclo dei componenti del packaging. In tutti i casi, la funzione del packaging come elemento di valorizzazione dell'identità del prodotto, del brand e del territorio è assolutamente fondamentale nella strategia d'impresa e coinvolge un insieme di competenze ad ampio spettro capaci di garantire importanti volani occupazionali ad elevato grado di competenza e capacità di produrre innovazione di processo e di prodotto (ingegneria chimica, tecnologia alimentare, tecnologia di produzione alimentare, comunicazione, design industriale, etc.). Profonde innovazioni sono possibili anche nel campo dei prodotti trasformati, per i quali l'utilizzazione di starter microbiologici (olive da tavola, prodotti da forno, prodotti caseari) selezionati e di processi controllati, potrà consentire una più precisa identità dei prodotti tipici e una loro maggiore uniformità e caratterizzazione anche organolettica.



II) BISOGNI E SFIDE SOCIALI

Il profondo cambiamento dei modelli sociali ha imposto e sempre più comporterà profonde rivoluzioni anche per il sistema produttivo primario, chiamato a rispondere a nuove e complesse esigenze dei modelli di consumo alimentare. Si tratta, anche in questo caso, di acquisire nuove capacità per incrementare il valore aggiunto del prodotto e per creare rapporti di forte connesine con un nuovo modello di industria alimentare del prodotto fresco e trasformato, basato su nuovi processi produttivi e di conservazione del prodotto, consentendo nello stesso tempo, di informare correttamente il consumatore. Un aspetto di grandissima rilevanza è quello legato alla sostenibilità del packaging alimentare e, in particolare, ai problemi di sicurezza alimentare che può comportare e al riciclo del materiale utilizzato. Infine, in Sicilia è assolutamente carente la valorizzazione del sottoprodotto dell'ortofrutta, attraverso idonei processi di trasformazione o di minimo processo.

III) COMPETENZE/CONOSCENZEINTERNE/ESTERNE ALLA REGIONE

In Sicilia, esistono nelle Università e nei distretti Agroalimentari forti competenze legate alle innovazione di processo nella produzione e nella conservazione degli alimenti. Esiste anche un diffusa rete di PMI legate alla produzione e al commercio di prodotti alimentari ad elevato contenuto di servizio e/o trasformati.

IV) TECNOLOGIA/E ABILITANTE/I PREVALENTE/I

Tecnologia alimentare; microbiologia alimentare; fisiologia dei prodotti ortofrutticoli; design industriale, ingegneria chimica, sono tutte competenze disponibili nelle Università e negli Enti di ricerca presenti che operano nella Regione.

V) RICADUTE E IMPATTI ANCHE I TERMINI DI INNOVAZIONE SOCIALE

Lo sviluppo di nuove tecnologie nel processo di lavorazione dei prodotti alimentari freschi e/o trasformati, l'aumento di contenuto di servizio di prodotto, e il packaging attivo comportano la creazione di nuove competenze con il possibile sviluppo di una nuova imprenditorialità diffusa sul territorio ad alto contenuto di innovazione.