

www.pwc.com/it

The Food Trust Programme

#PwCforFoodTrust





“

Our purpose

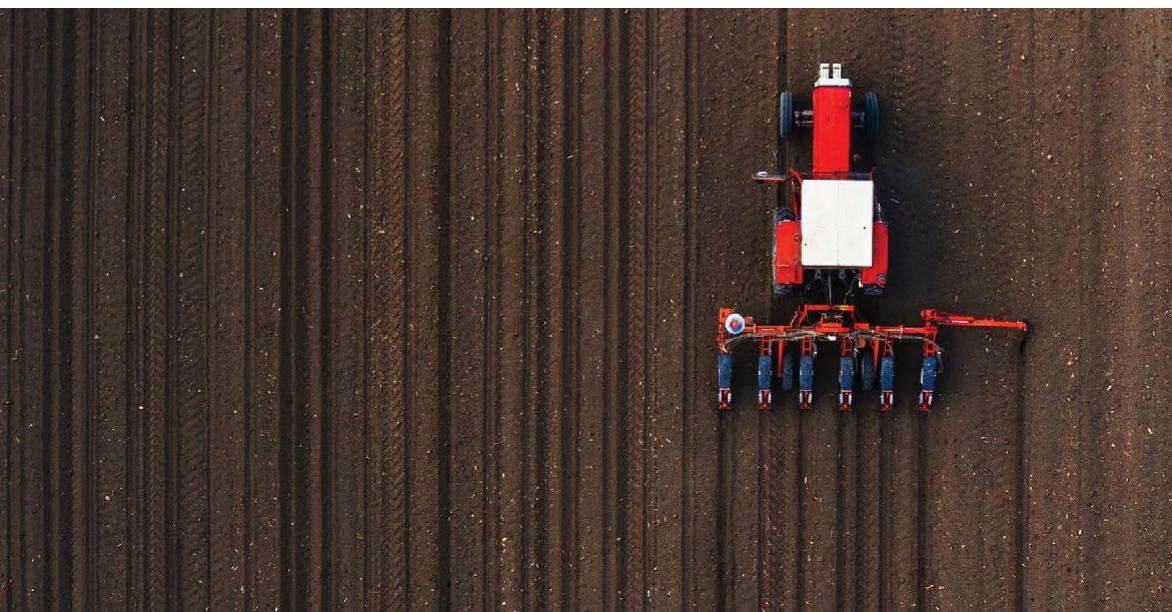
Build Trust in Society and
Solve Important Problems

The Food Trust Programme

#PwCforFoodTrust

Mission

Il programma «Food Trust» è nato con l'obiettivo di declinare il nostro fine aziendale in ambito agro-alimentare, aiutando le imprese del settore ad affrontare in modo realmente innovativo importanti sfide, presenti e future.



Sostenibilità e identità sono per gli italiani due fondamentali «valori del cibo»

Un prodotto alimentare è ritenuto sostenibile quando...

È confezionato con materiali riciclati a basso impatto ambientale

40%

Proviene da agricoltura biologica

32%

È prodotto con sole fonti di energia rinnovabile

31%

Garantisce un giusto reddito a chi lo produce

24%

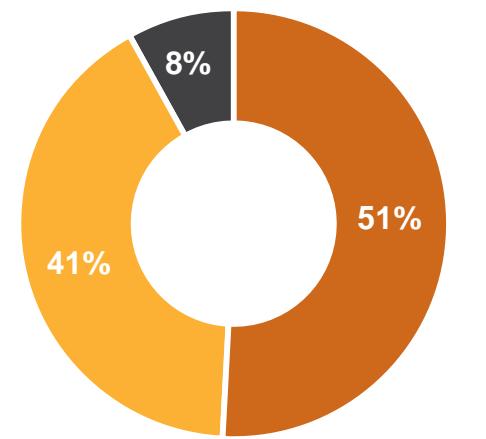
Tutela i diritti dei lavoratori

20%

È prodotto con basso consumo di acqua

18%

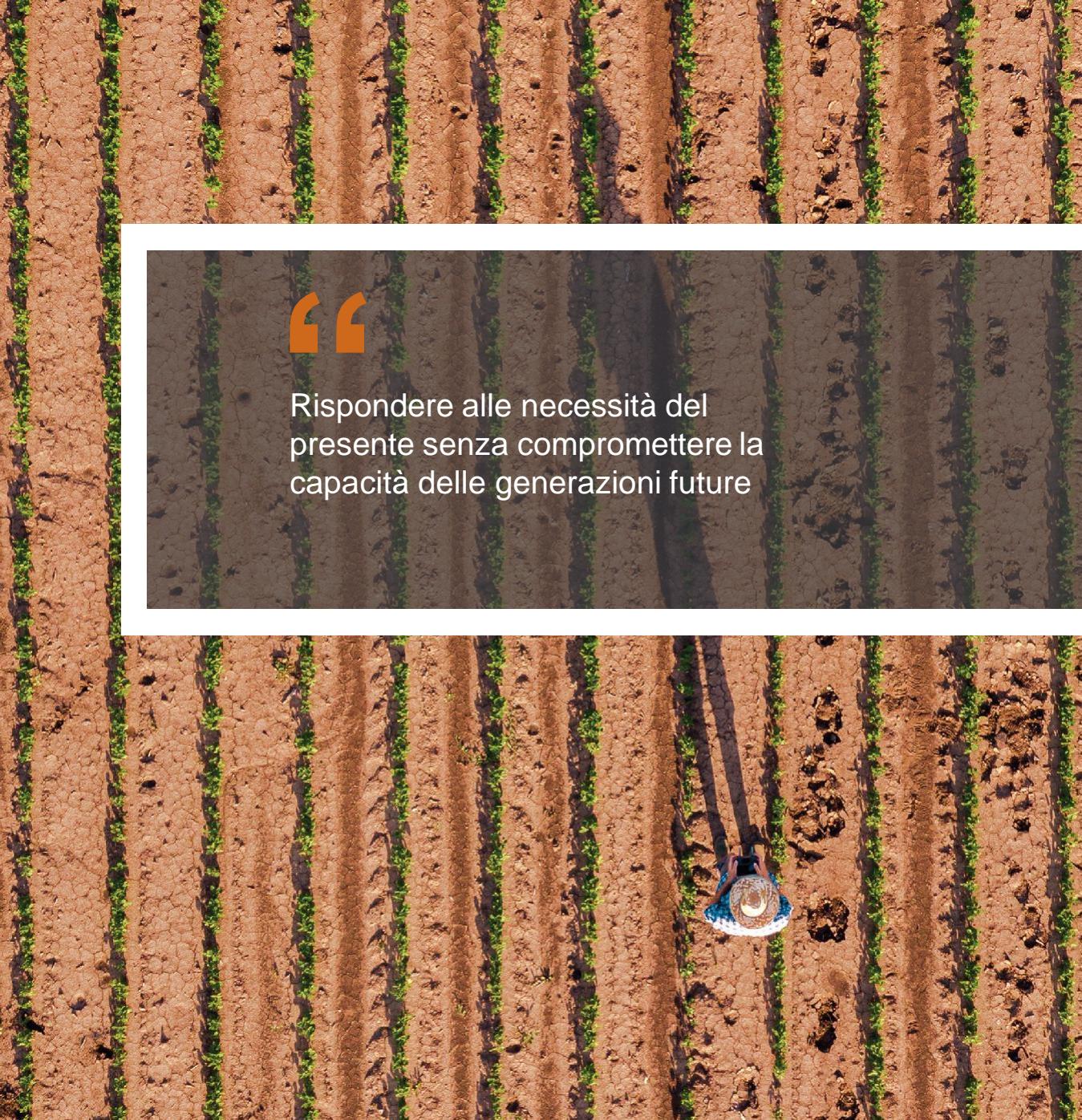
Percentuale di italiani che presta attenzione alla presenza di loghi di sostenibilità ambientale sulle confezioni dei prodotti agroalimentari



■ Sempre o quasi sempre **51%**

■ A volte **41%**

■ Raramente o mai **8%**



“

Rispondere alle necessità del
presente senza compromettere la
capacità delle generazioni future

Sviluppo sostenibile

Il Programma Food Trust offre la possibilità alle aziende del settore agroalimentare di ripensarsi in ottica moderna secondo una visione di sviluppo sostenibile, la quale mira a conciliare tre dimensioni fondamentali:



**Sostenibilità
Ambientale**



**Sostenibilità
Economica**



**Sostenibilità
Sociale**

Tale obiettivo richiede a tutti gli attori della filiera agroalimentare di cooperare per affrontare e sfruttare ogni possibile problema-opportunità che si presenti all'ecosistema produttivo in conseguenza del necessario processo di trasformazione dei propri modelli operativi e di business.

La compiuta rappresentazione digitale della storia del prodotto
richiede trasparenza e cooperazione sull'intera filiera

L'insieme dei fatti descrive una storia
e ogni storia definisce l'identità del
soggetto.

La rappresentazione digitale della
storia del prodotto offre un mezzo
unico e senza precedenti di
indagare, analizzare, comprendere e
raccontare fatti ed eventi connessi
alla vita del prodotto.

L'adozione delle tecnologie e
l'applicazione degli strumenti
metodologici più adatti allo scopo
rendono possibili modelli di
business innovativi basati sulla
conoscenza.



I dati che descrivono i fatti generano conoscenza e valorizzano l'identità distintiva del prodotto



Cooperazione
Trasparenza



Evidenza
fattuale



Oltre
l'apparenza



Visibilità e
Conoscenza

La capacità di comunicare è potenziata dalla documentazione dei fatti ed arricchita dal controllo dei dettagli per uno storytelling coinvolgente e veritiero



Oggi



Prodotto: Pomodoro
rosso a grappoli
Origine: Spagna

Domani

Tipologia
Pomodoro ciliegino
Data della semina
15/04/2019

Azienda agricola
ACME



Scopri

Certificazioni
UNI EN ISO 9001:2000
CE 834/2007

Lavorazione del terreno
Minima lavorazione 50 / 60 cm

pH del terreno
6,0-6,5

Acque d'irrigazione
salinità compresa tra 1.500 e 10.000 µs/cm

Raccolta
22/06/2019

Temperatura di conservazione
12,5-13°C



Impronta idrica
156 litre/kg

Impronta energetica
80% rinnovabili

Sfruttamento del terreno
0,1 m²/kg



“
Un programma **innovativo**,
visionario, pragmatico,
strutturato, completo, coerente.
Una grande opportunità
per l'intera filiera.

Il programma «Food Trust» abilita, facilita e accompagna la trasformazione digitale della filiera integrata



Con benefici che incidono sulla capacità di creare valore dell'intero ecosistema di produzione



Visibilità completa
sulla filiera a
garanzia della
sua integrità



Mitigazione
dei rischi



Anticipazione
e gestione
dei problemi
operativi



Salvaguardia
della
reputazione



Dimostrazione
di quanto messo
in campo per la
sostenibilità



Applicazione di
prezzi premium



Miglioramento
nell'esperienza
di acquisto



Incremento
delle vendite



Miglioramento
continuo delle
performance
aziendali



Riduzione
delle
asimmetrie
informative



Documentazione
totale della storia
ed ereditarietà
del prodotto



Soddisfazione
delle attese
legate al brand



Prevenzione e
mitigazione delle
perdite causate
da frodi



Accrescimento
della fiducia
dei clienti



Riduzione
dei reclami



Miglioramento
del Customer
Service



The Food Trust Programme

Let us help you build trust in your food

Contatti

Roberto Tavano
PwC Italy
+39 348 7676737
roberto.tavano@pwc.com

Francesca Pozzi
PwC Italy
+39 340 8594220
francesca.pozzi@pwc.com

pwc.com/it/foodtrust-it