

www.pwc.com/it

The Food Trust Programme

#PwCforFoodTrust





Our purpose

Build Trust in Society and
Solve Important Problems

The Food Trust Programme

#PwCforFoodTrust

Missione

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.

- Il **42%** sostiene che una **filiera controllata / tracciata** sia sinonimo di sicura qualità dei prodotti alimentari
- Il **78%** si sente rassicurato dalla **certificazione di origine 100% italiana**

Fonte: Rapporto Coop Consumi, Osservatorio Lifestyle Nomisma, Nielsen



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



Proviene da agricoltura biologica



È prodotto con sole fonti di energia rinnovabile



Garantisce un giusto reddito a chi lo produce



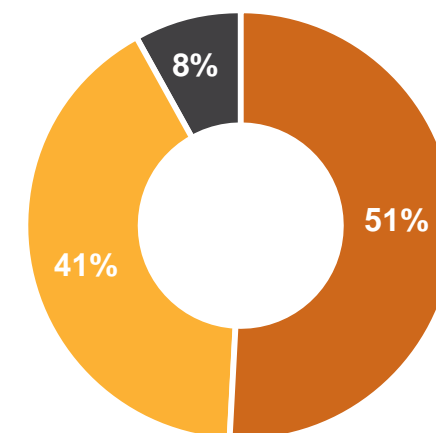
Tutela i diritti dei lavoratori



È prodotto con basso consumo di acqua



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

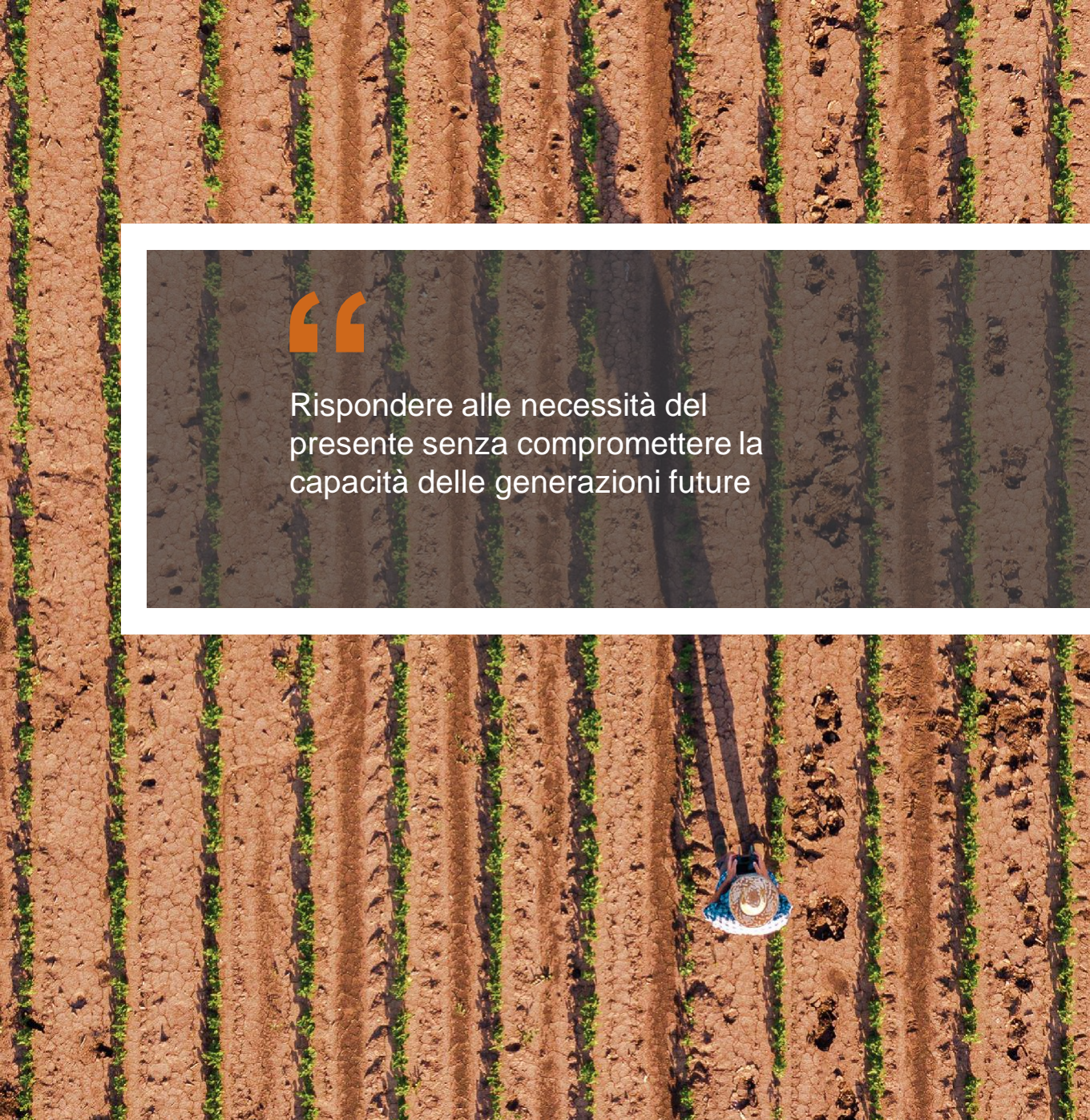


■ Sempre o quasi sempre **51%**

■ A volte **41%**

■ Raramente o mai **8%**

Fonte: Rapporto Coop Consumi, Environmental research 2019 by LEXIS



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



Azienda Agricola: ACME
Agricoltore: Mario Rossi
Sede: Pachino (SR)



Impronta idrica
156 litre/kg



Impronta energetica
80% rinnovabili



Sfruttamento del terreno
0,1 m²/kg

PwC | The Food Trust Programme

7



“

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



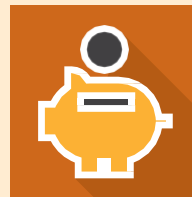
Riduzione
delle
asimmetrie
informative



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