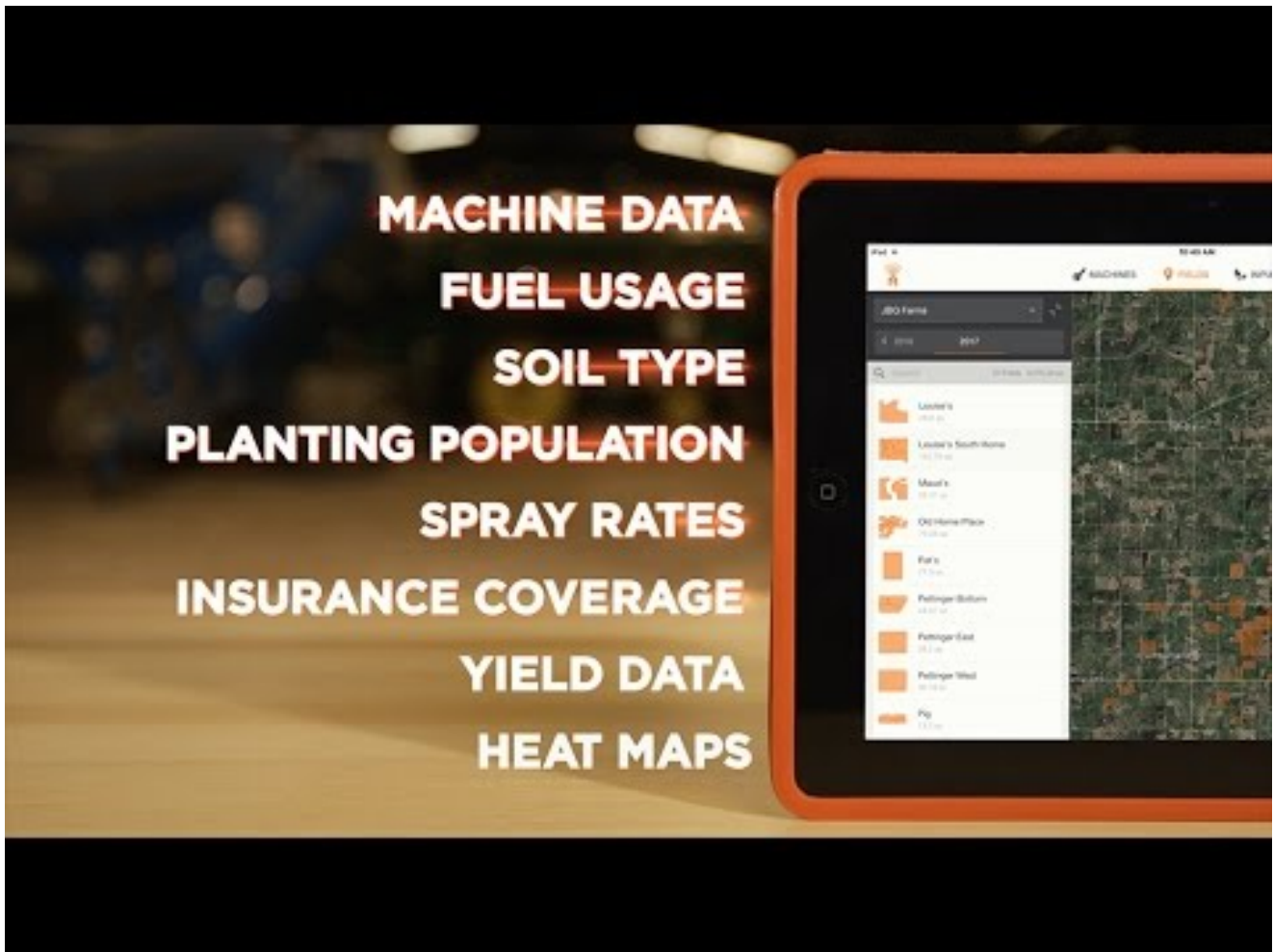


Se gli agricoltori vendessero i loro dati, qualcuno li comprerebbe?

Settembre 4, 2018 · admin



Di seguito vi raccontiamo di un articolo del newfoodeconomy.org dove il giornalista Sam Bloch incontra il coltivatore di cereali **David Seba** a Cleveland, nel Missouri. Che importanza hanno i dati nel mondo agricolo?

L'importanza dei dati in agricoltura

La prima osservazione è di Seba, su **John Deere**, un grande produttore di macchine agricole: Seba ha affermato di essere convinto che il più grande produttore al mondo di macchine agricole e industriali sia diventato così prezioso non per le sue macchine, di per sé,

ma per **i dati che tali macchine stavano raccogliendo**. Deere equipaggia i trattori con sensori che catturano tutti i tipi di dati sull'agricoltura, dalla presenza di nutrienti nel terreno, alle posizioni dei semi piantati, al volume delle colture raccolte, il tutto a beneficio degli agricoltori che possiedono le sue attrezzature.

Dal momento che il primo monitor per il raccolto è apparso in una mietitrebbia Deere nel 1995, l'agricoltura di precisione è stata acclamata come la chiave per migliorare l'efficienza e, in ultima analisi, i rendimenti delle materie prime e dei grandi allevatori e contadini. I trattori automatici dotati di sensori GPS e telecomandi ora producono fino al 70 per cento di terreni coltivati in Nord America.

Ciò che preoccupa Seba è il fatto che i dati non rimangono nei monitor del raccolto come mappe del campo. Quando guida un trattore Deere, i dati vengono caricati sul cloud e condivisi con l'azienda. Deere dice ai clienti che sono necessarie informazioni per la risoluzione dei problemi delle macchine e fornisce consigli accurati agli agricoltori su come utilizzare il terreno attraverso un insieme di software sviluppato da società produttrici di semi e incorporato nelle cabine.

Seba la vede in modo diverso. Una cosa è che Deere usa i suoi dati per creare un trattore migliore. Ma, ha detto, Deere è a conoscenza di tutto, ed è convinto che la società venda questi dati alle aziende meteorologiche e ai commercianti di materie prime. Deere nega di vendere dati agricoli aggregati ai commercianti. Tuttavia, sono i tantissimi dati raccolti dalla società a consentirgli di entrare in redditizie partnership commerciali con aziende complementari, come Dow DuPont, che dipende dalle informazioni sul suolo per fare "prescrizioni" di nutrienti e semina. Secondo Seba:

"Con tutta questa incredibile nuova tecnologia, di cui tutti parlano, ci stiamo guadagnando dei soldi? No, ne guadagniamo meno".

E poi:

"Quindi quello che si è creato è stato rendere le aziende estremamente ricche, il che va bene. Non ho problemi, ma perché non dovresti gettarmi un osso, capisci? Perché un agricoltore non può partecipare realmente nel dare i suoi dati e farsi pagare per questo?".

Negli ultimi dieci anni circa, i produttori di macchine, i giganti delle sementi e gli sviluppatori di software supportati dalla Silicon Valley hanno fatto affidamento sui dati per far crescere le loro attività. Deere si è dedicato ai servizi per l'agricoltura di precisione per diventare un'azienda da 50 miliardi di dollari. Monsanto ha acquistato un servizio di analisi meteorologica che analizza dati per gli agricoltori. Il gigante dei semi, che si fonderà in Bayer in un'acquisizione annunciata di recente, ha parlato di un futuro in cui "l'informazione stessa diventa il business." Dow DuPont, un competitor, offre i propri servizi agricoli attraverso una piattaforma di dati che la società si aspetta di portare mezzo miliardo di dollari all'anno.

Il problema è che non sappiamo davvero cosa stiano facendo queste aziende con tutti i dati che gli strumenti stanno recuperando. "Fondamentalmente c'è una corsa alla raccolta di questi dati, all'inserimento nel sistema, e non so se qualcuno sa esattamente cosa se ne fanno dei dati", dice Steve Cabbage, un agronomo che ha Farmobile, una startup di dati con sede fuori Kansas City, Kansas. "Sanno che se ce l'hanno, hanno il controllo. È una conquista gigantesca".

Fino ad ora, gli agricoltori hanno fondamentalmente dato dati alle aziende che producono le loro macchine. Deere, ovviamente, raccoglie i dati in questo modo. Altre società, tuttavia, utilizzano esche per avere informazioni. Gli agricoltori che acquistano \$ 45.000 di prodotti chimici e fertilizzanti da Syngenta, ad esempio, possono utilizzare gratuitamente il software AgriEdge della seed company. Coloro che partecipano a un sistema di gestione aziendale correlato chiamato Sustainable Solutions utilizzano tale software per inviare inventari, anche da altre aziende in uso nelle loro fattorie. "Se io sono Syngenta, non sarebbe bello sapere cosa hanno pagato per un seme Monsanto?", Ha detto Patrick Christie, fondatore di Conservis, un'altra società di software agricolo. Aaron Deardoff, capo dei sistemi di agricoltura digitale di Syngenta, ha detto che la società non raccoglie i nomi dei produttori di input concorrenti.

Indigo, una start-up con sede a Boston con una valutazione di un miliardo di dollari, paga direttamente gli agricoltori per coltivare i suoi semi microbici. Il fondatore dell'azienda, David Perry, ha dichiarato al pubblico che Indigo spera di raccogliere dati per 10 milioni di acri di campo dai suoi clienti – includendo informazioni sui tipi di suolo, prezzi di input e climi – entro la fine dell'anno.

Farmobile, d'altra parte, vuole consentire agli agricoltori di vedere i loro dati non come proprietà di un'altra società, ma come un altro raccolto, qualcosa che cresce e possa essere

venduto. La società ha lanciato un data store, in cui i potenziali acquirenti cercano mappe di fattorie “data-infused” chiamate record di campi elettronici. Ecco come funziona: gli agricoltori raccolgono dati tramite una connessione passiva in uplink o PUC, che acquistano per \$ 1,250. Una piccola scatola arancione si inserisce in molti dei trattori e sta sotto al sedile del conducente, nella cabina. Il PUC raccoglie dati meccanici e agronomici così come arrivano dai sensori sul campo. In questo momento, dice Jason Tatge, il fondatore dell’azienda, ci sono circa 2000 di questi dispositivi nel campo, e un certo numero nell’ufficio di Leawood, nel Kansas.

Gli agricoltori possono condividere tali dati come mappe di campo con i loro agronomi, consulenti o agenti di assicurazione – informazioni condivise che avvantaggiano in modo specifico il singolo agricoltore e il suo lavoro. Oppure possono venderle agli acquirenti interessati. Dopo la semina e la raccolta, gli agricoltori certificano i dati e li rendono disponibili per le licenze, una fonte di entrate ricorrente, con la possibilità di venderle più volte, nello store di Farmobile. Farmobile sta offrendo agli agricoltori pagamenti trimestrali di circa un dollaro per ettaro, per record di campo, secondo Tatge. Se un agricoltore ha tenuto traccia della semina, irrigazione e raccolta, questi pagamenti potrebbero arrivare a \$ 5 per acro.

Contenuto multimediale: <https://www.youtube.com/embed/Y8LC-QkxKVc>

In teoria, lo store rappresenta grandi opportunità per gli agricoltori che necessitano di un nuovo flusso di entrate, ma anche per gli acquirenti che desiderano dati specifici di quella zona. Ma alcuni esperti del settore non credono che il modello di Farmobile sarà valido fino a quando i contadini non avranno visto come questa tecnologia li possa aiutare a migliorare il loro normale lavoro nel campo.

Farmobile non sta solo cercando di raccogliere dati, ma anche di creare un mercato semi-pubblico su questo. Gli osservatori sono scettici sul fatto che ci siano acquirenti rispetto a questi dati.

“Non credo che il mercato esista attualmente”, afferma **Kenneth Zuckerberg**, un analista di tecnologia agricola della Wells Fargo. I dati di Farmobile possono essere utili agli agricoltori, ma non alle principali aziende produttrici di sementi. “Se l’agricoltore è in grado

di curare, organizzare, analizzare ed elaborare tali dati in modo che possano ridurre il costo dell'irrigazione o far usare meno fertilizzanti, beh, questo è già immensamente prezioso per lui. Quindi, perché vorrebbe vendere quei dati a qualcun altro?”, si chiede Zuckerberg. I contadini potrebbero anche rendersi conto di tale valore alla luce di queste considerazioni.

L'importanza dei dati

Le grandi aziende sono vaghe riguardo ai dati che stanno raccogliendo, forse in parte perché non sanno ancora cosa ne faranno, oltre ad analizzare i loro competitori.

Dal momento che nessuno sa veramente quale sia la loro intenzione finale – e per quale prezzo potrebbero vendere, o a chi – gli agricoltori potrebbero star svendendo se stessi sbarazzandosi dei dati troppo presto?

Renée Vassilos, consulente agro-imprenditoriale, rifletteva sul fatto che le piccole aziende biologiche, incapaci di testare la scala di Monsanto o di Syngenta, potessero essere potenziali clienti per i dati agricoli. Altri possibili acquirenti potrebbero essere dettaglianti di generi alimentari, come Walmart o Kroger, che desiderano maggiori informazioni sugli ingredienti che entrano nei loro prodotti a marchio privato, ad esempio.

L'archivio dati, che attualmente offre dati aziendali provenienti da un milione di ettari certificati, per lo più nella **Corn Belt**, è attualmente aperto agli acquirenti.

Fonte: <https://www.ruralhack.org/agricoltori-vendita-dati/>