Data:
lunedì 30.10.2017

CORRIERE DELLA SERA
CorrierEconomia

Estratto da Pagina:
I

CIBO EQUO E PIÙ BUONO SENZA MANGIARCI LA TERRA

Dai big dell'agroalimentare alle startup, le sfide per accorciare la filiera, diminuire gli sprechi e l'impatto sul clima

di **Francesca Gambarini**

Il più grande finanziamento ottenuto da una startup agroalimentare ha toccato i 200 milioni di dollari. Se l'è aggiudicato Plenty, società di San Francisco che vuole rivoluzionare la coltivazione di prodotti agricoli installando produzioni artificiali basate su analisi di dati e sensori, alle porte delle città con oltre un milione di abitanti. Il progetto è richiesto in Cina, Giappone, in Medio Oriente. In tutti quei luoghi, cioè, dove il trasporto di prodotti freschi costa tanto: in termini di tempo, risorse, inquinamento.

Accorciare la filiera per salvaguardare la quantità, la qualità e la distribuzione del cibo, allo stesso tempo ridurre l'impatto delle coltivazioni sul clima e, non ultimo, fare business. È grazie a idee come Plenty che la parola sostenibilità sta entrando nelle priorità delle aziende agricole e alimentari. Delle piccole e delle grandi, multinazionali in testa. C'è Costa Crociere che si allea con Banco Alimentare nella lotta agli sprechi. O Barilla, che per sostenere la filiera della pasta tricolore da qui al 2019 si è impegnata ad acquistare dagli agricoltori italiani 900 mila tonnellate di grano duro. O ancora, Google Food, il programma alimentare del colosso di Mountain View (20 milioni di pasti l'anno nelle mense di tutto il mondo), che si basa sulla ricerca di materie prime innovative: la trota di mare da allevamenti sostenibili o la farina di caffè ottenuta dalla parte esterna della bacca, che altrimenti andrebbe buttata.

Per provare a ribaltare quei numeri che ci dicono come nel mondo c'è cibo per tutti, ma una persona su 8 va a letto affamata. O quelle statistiche che spiegano come un miliardo di persone non ha sufficiente cibo, e due miliardi sono obese. Di tutti questi temi si occupa il primo Osservatorio sulla Sostenibilità alimentare del Politecnico di Milano, che sarà pubblicato a giugno del 2018 e di cui *L'Economia* ha visionato le considerazioni preliminari.

Lo studio raccoglie l'eredità del rapporto sullo spreco alimentare, realizzato per Banco Alimentare in occasione di Expo 2015. Un problema non risolto, con quei 15,5 miliardi di cibo buttato all'anno in Italia e la normativa anti-spreco, la legge Gadda, entrata in vigore solo l'anno scorso, mentre il ministero delle Politiche agricole ha stanziato attraverso un bando 500 milioni di euro per le migliori dieci startup italiane anti-spreco. Proprio le aziende innovative sono il cuore della ricerca del Politecnico. «Il *food* è uno dei settori a più alto impatto sociale ambientale e la sostenibilità non solo è una necessità, ma un'occasione: richiede innovazione e regala vantaggi competitivi — spiega Raffaella Cagliano, condirettore scientifico dell'Osservatorio —. Da parte delle aziende l'attenzione è crescente, con nuovi approcci sistemici che puntano a revisionare la filiera e i rapporti con i produttori, anche attraverso la collaborazione con startup che hanno modelli vincenti ma problemi di scalabilità». Dall'altro lato, la diffusione del biologico ha aumentato la già alta sensibilità del consumatore per le ricette corte, le etichette con pochi e selezio-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

nati ingredienti, «grazie all'equazione, comune nella percezione dei consumatori, ecologico uguale salutare», riflette la docente.

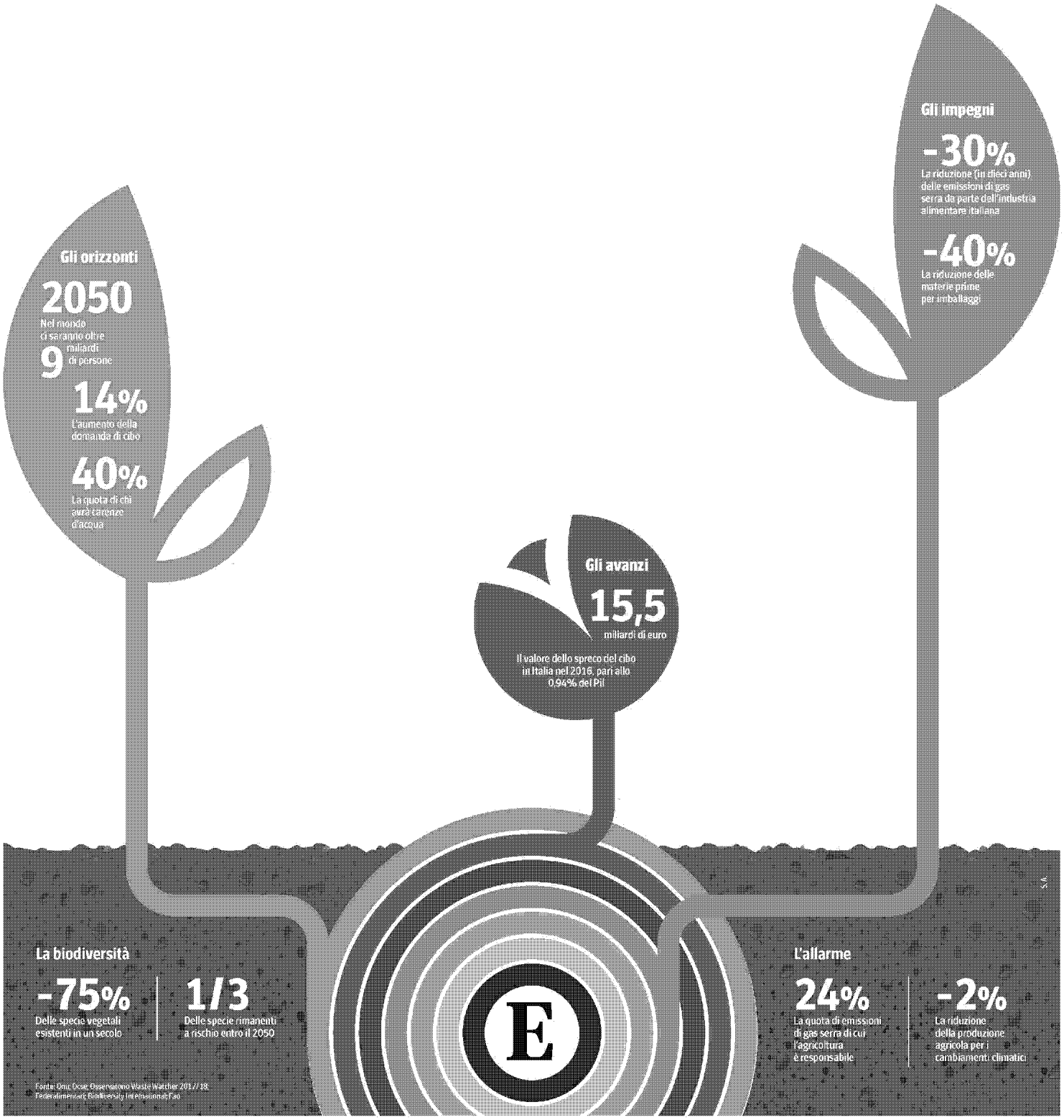
Nella prima fase lo studio si è focalizzato, a livello globale, sulle oltre 123 mila startup dell'*agrifood* registrate su Crunchbase e attive dal 2012. Da qui sono state selezionate quelle che appartengono a uno stadio della catena di distribuzione (escluse quindi quelle B2C, come le app di programmi dietetici), infine quelle che perseguono uno o più dei target di sostenibilità sociale e ambientale indicati dalle Nazioni Unite: si arriva così a 381 imprese nel mondo. In Italia quelle censite a oggi sono 32, di cui 12 orientate alla sostenibilità. Milano — complice forse l'onda lunga di Expo e iniziative come gli orti urbani e la collaborazione coi produttori del Parco Agricolo Sud — è quella che ne ha di più; a sorpresa Pescara è la città che ha ricevuto maggiori finanziamenti.

Soldi, scarsi, da investire in ulteriore ricerca e sviluppo. Se il 65% delle startup (a livello globale) ha ricevuto in media 2,5 milioni di dollari dal 2012 al 2016, in Italia la cifra scende a 300mila dollari a iniziativa, con solo 1,9 milioni raccolti. Poco, pochissimo, pensando che la media europea è di 3 milioni per azienda. «Il percorso è all'inizio — analizza Cagliano — ma noi partiamo in vantaggio: abbiamo buon cibo (per il Food Index di Oxfam siamo tra i primi del mondo per la «food quality», *ndr*) e una vasta produzione locale non massificata, che al di là del tema della filiera corta, è in sé mediamente più sostenibile, soprattutto quando supportata da tecnologie moderne, come per esempio l'agricoltura di precisione o l'uso di droni. È la *retro innovation*: fare innovazione sulla tradizione».

L'obiettivo dell'Osservatorio è proprio la raccolta e la diffusione di *best practice*. Tra i primi casi di interesse analizzati, quello di Eattiamo, piattaforma che mette in rete i produttori locali dalle diverse regioni; Elaisian, startup dedicata alla produzione di olio d'oliva, che riduce i costi e incrementa la produzione con l'analisi dei dati; Faberest, che organizza tour nei luoghi del cibo made in Italy per conoscere tradizioni e processi di fabbricazione; Foodhero, una sorta di negozio degli« avanzi» che avvisa, tramite app, il potenziale acquirente; Rebox, che realizza *doggy bag* di design (e riutilizzabili a casa) per ciò che resta al ristorante; infine GreenRouter, piattaforma per pianificare una logistica *green*, stimando e monitorando l'impatto del trasporto e ottimizzando il parco mezzi. Infine, il fronte etico: «In Italia molte aziende alimentari sono familiari: per loro il rispetto dell'ambiente e delle comunità locali è un valore intrinseco. Hanno iniziato a fare sostenibilità ancora prima che diventasse un'esigenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.