



PICTET



QUALE FUTURO PER IL CIBO, QUALE CIBO PER IL FUTURO?

14 OTTOBRE 2021

RIASSUNTO

Dall'evento di Pictet Wealth Management
del 14 ottobre 2021.

I contributi di imprenditori e investitori
Sulle sfide del Pianeta, viste dal mondo
del Food.

In un momento di grandi trasformazioni, dove le incertezze della pandemia si sommano alle difficoltà che il mercato registra nel rapporto tra domanda e offerta, e alla necessità di grandi trasformazioni nel campo della sostenibilità, discutere di alimentazione, agricoltura, e distribuzione delle risorse alimentari, assume un'importanza capitale.

Una riflessione su questi temi, infatti, è una discussione totalizzante, che investe ogni campo della condizione umana e ambientale, e tutte le articolazioni della nostra organizzazione economica e sociale.

Parlare di cibo, significa parlare di sfruttamento e distribuzione delle risorse, geopolitica, nuove tecnologie, logistica, demografia, e visione del futuro.

Farlo partendo da un ambito finanziario, come fa Pictet, è una delle strategie più efficaci, perché va al cuore del problema: i capitali privati possono essere una risorsa importante al servizio dell'innovazione, e nella risoluzione degli squilibri di sistema.

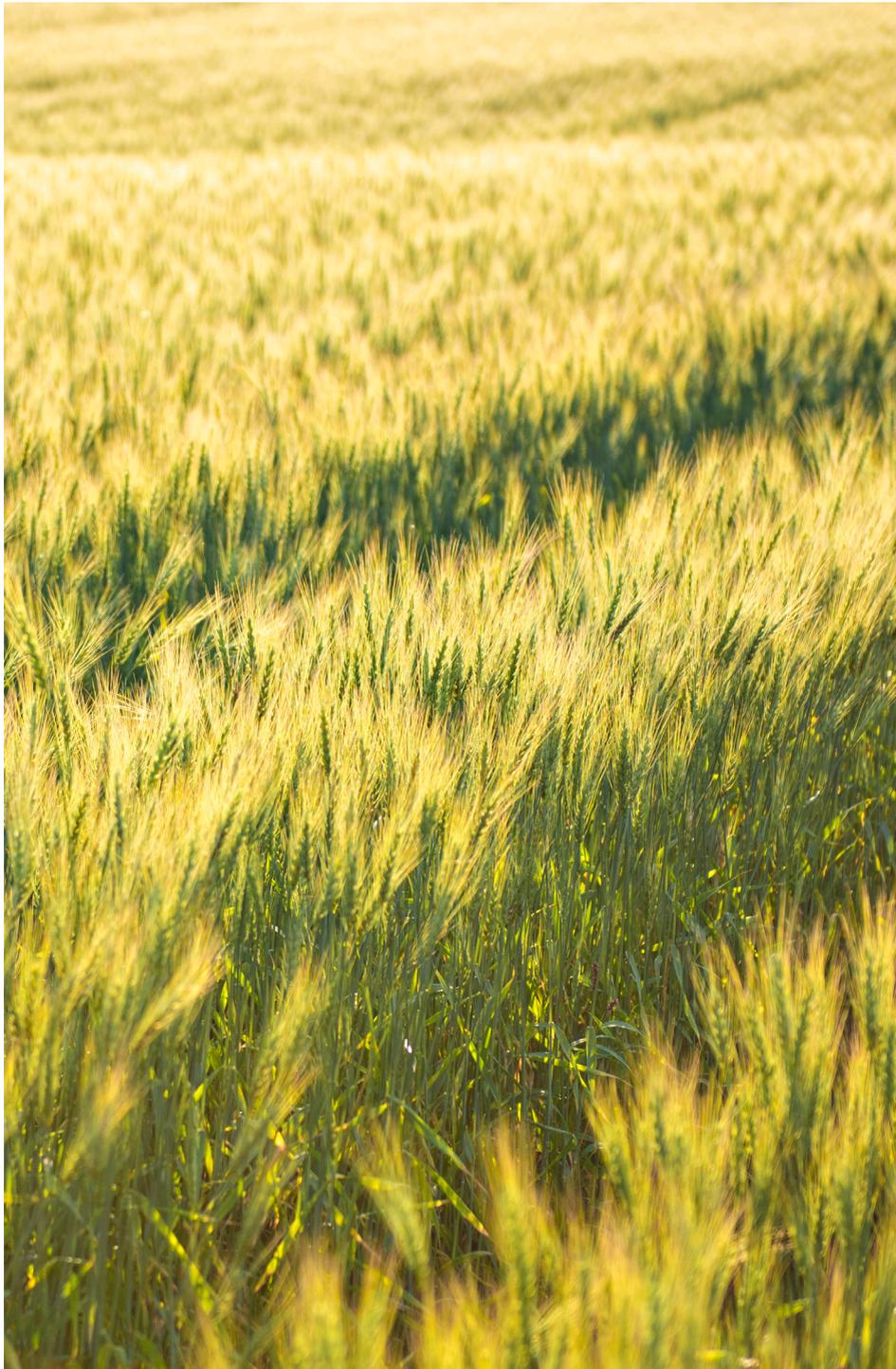
Nell'evento raccontato in queste pagine, si compone una fotografia molto completa di quali siano le dinamiche, le contraddizioni, le necessità, e soprattutto le novità, e le eccellenze, che interessano il comparto. Partendo dall'Italia, ma con uno sguardo sul mondo.

Un contributo fondamentale alla discussione, per l'individuazione di problemi e soprattutto di soluzioni. Buona lettura.

Andrea Cabrini
Direttore Class CNBC

CONTRIBUTI

ANDREA CABRINI	3
ALESSANDRA LOSITO	6
ALEX HOWSON	7
LUIGI CONSIGLIO	10
MASSIMILIANO GIANANTI	12
NICOLA LEVONI	13
GIAMPAOLO CAGNIN	14
GIUSEPPE AMBROSI	15
CHIARA ROSSETTO	16
ALBERTO BALOCCO	17
KATIA DA ROS	18
ANDREA BERTONCELLO	19
MARCO LAVAZZA	20
RICCARDO PREVE	21
RAFFAELE JERUSALMI	21
FABIO LEONARDI	22
CARLA SORA	23
FRANCESCA GRASSELLI	23
ANTONIO SAMARITANI	24
VINCENZO RUSSI	26
THOMAS AMBROSI	27
MICHAEL ATZWANGER	28
RICCARDO SAMIOLO	28
DAVIDE BALDI	29
IVO BONIOLO	29
EDOARDO IMPARATO	30



INTRODUZIONE PRENDIAMO IL CIBO SUL SERIO ECCO I MEGATREND DEL FUTURO

ALESSANDRA LOSITO
DIRETTRICE GENERALE
PICTET WEALTH MANAGEMENT ITALIA

Oscar Wilde diceva: “Non riesco a sopportare quelli che non prendono sul serio il cibo”. E noi, a Pictet, lo prendiamo seriamente in considerazione da molti anni. Perché quello legato alla Nutrition è uno dei mega trend che analizziamo scientificamente e perché siamo convinti che proprio le sfide legate ai cosiddetti mega trend siano quelle di maggior impatto per la nostra vita di cittadini e investitori.

Per questo abbiamo voluto provare a mettere insieme in un’unica sala diversi punti di vista sul cibo, per considerarne gli aspetti attuali, e i possibili sviluppi futuri, da differenti prospettive.

I primi due interventi, quello di Alex Howson, Gestore del fondo Pictet Nutrition a Pictet Asset Management, proverà a darci un quadro di come si selezionano le società quotate in questo settore, da un punto di vista dell’investitore istituzionale, ma con lo sguardo rivolto ai trend che domineranno il futuro del comparto e ai criteri che le aziende devono rispettare per ottenere la fiducia degli investitori.

Luigi Consiglio, presidente di Gea, considerato uno dei massimi esperti in Europa del settore Food, ci darà invece la sua visione sull’Italia, il contesto internazionale delle opportunità per le aziende italiane.

Introdotti da queste due importanti descrizioni di scenario, potremo poi leggere i resoconti degli interventi degli imprenditori, chiamati a portare in sala le esperienze delle proprie aziende e dei comparti nei quali operano, intrecciandole nel quadro globale delle tante sfide che il settore alimentare sta vivendo, e mettendole a confronto con le diverse esigenze, a volte comuni, a volte dialettiche, che l’industria alimentare rappresenta.

Siamo inoltre orgogliosi di essere ritornati a un evento “in presenza”, dopo il difficile periodo appena trascorso. L’ultimo evento “fisico” di Pictet, un anno e mezzo fa, aveva visto protagoniste proprio le sale di Palazzo Parigi, qui a Milano, dove si è svolto ciò che raccontiamo in queste pagine.

Per chi è proiettato sul futuro, nessun ritorno è esattamente uguale a prima: e infatti - come ormai è d’obbligo anche per noi - la struttura si è trasformata in “Phygital”, fisico in sala e digitale in streaming, per chi ha voluto seguire i lavori da remoto.

Per questa organizzazione ringrazio sia il dinamismo di Andrea Cabrini, direttore di Class Cnbc, che ha guidato il percorso degli interventi, che i

colleghi Mauro Bellavita e Antonio Di Florio, che per mesi hanno curato i dettagli della complessa macchina dell’evento.

IL FUTURO DEL CIBO: INVESTIRE IN UN SISTEMA ALIMENTARE SOSTENIBILE

ALEX HOWSON
GESTORE DEL FONDO PICTET NUTRITION
PICTET ASSET MANAGEMENT

Ho passato quasi 15 anni nella Food Industry, prima come analista azionario indipendente, poi alla Nestlé come direttore delle Investor Relations, e ora a Pictet. Sono inglese e non tocca a me dare lezioni sul cibo agli italiani, la cui dieta mediterranea -mentre il mondo raccomanda il passaggio a un metodo alimentare che aumenti la componente vegetale - è tra le migliori del mondo, riconosciuta tale anche dall’Unesco.

Il resto del Pianeta, però, non si nutre così.

Proverò in questo intervento ad analizzare soprattutto le tecnologie future che riguardano il cibo e la sua produzione, ma prima bisogna tracciare uno scenario, forse un po’ deprimente, e me ne scuso, delle sfide di sostenibilità che questo settore affronta. Si tratta di un comparto che si trova al centro della gestione della salute umana e ambientale. È chiamato a nutrire quasi 8 miliardi di persone ma si calcola che entro il 2050 si aggiungeranno altri 2

miliardi di bocche da sfamare, per arrivare a circa 10 miliardi di popolazione sul Pianeta.

Unito alla maggiore richiesta del ceto medio, l’aumento della domanda alimentare dovrebbe salire del 60 per cento. Una cifra pazzesca, soprattutto perché il Pianeta non ha risorse in più per soddisfarla. La produzione alimentare impegna già il 40 per cento della Terra e il 70 per cento delle risorse idriche potabili. L’agricoltura è già la responsabile numero uno della deforestazione e della perdita di biodiversità. L’abuso di fertilizzanti e pesticidi ha degradato già un terzo del suolo. E a rendere le cose ancora peggiori c’è almeno un terzo del cibo che viene sprecato, e il packaging, che impone un importante spreco di plastica.

Il ritmo della decarbonizzazione, in questo comparto, non è sufficiente a farci raggiungere i limiti per le emissioni fissati a Parigi.



Abbiamo inoltre un problema di squilibri e di malnutrizione, in assoluto la causa più grave di malattia e mortalità che costa all'economia mondiale circa 1.200 miliardi di dollari in costi sanitari. Da una parte 2 miliardi di persone obese o in sovrappeso, dall'altra 2 miliardi di persone sottanutrite o con insufficiente accesso alle risorse alimentari.

Sono anche in aumento le malattie in grado di fare il passaggio dall'animale all'uomo, a causa degli allevamenti intensivi. L'uso di antibiotici nel bestiame ci espone a nuove malattie: l'Oms ha infatti riconosciuto che cibarsi di animali trattati con antibiotici aumenta la resistenza dei fattori patogeni nel tempo e ha inserito l'uso di antibiotici tra i primi dieci fattori che minacciano la salute umana.

Ecco perché il settore alimentare globale si trova a un punto di svolta e di profonda riflessione.

Quattro fattori rappresentano attualmente i principali driver, sia per un professionista degli investimenti che deve selezionare le aziende, sia per la ricetta della trasformazione alla quale devono andare incontro le società del comparto.

Il primo riguarda la crisi climatica, al vertice dell'agenda della Cop 26 di Glasgow. Sarà un catalizzatore, che porterà i governi a lavorare sulla riduzione del 30 per cento delle emissioni entro il 2030 e alla riduzione

dei limiti di utilizzo di pesticidi e fertilizzanti, così come allo sviluppo di proteine alternative a quelle della carne.

Poi il comportamento dei consumatori. È un fattore che sta già mutando e tutti noi stiamo diventando più consapevoli. In tanti mercati si sta riducendo il consumo di carne e la sostenibilità ambientale è un driver primario che trascina le decisioni di acquisto della Generazione Z e dei Millennial.

Il terzo fattore è l'innovazione: i progressi della tecnologia dei macchinari, e della bioscienza offrono soluzioni realistiche per far fronte a queste sfide garantendo supply chain più brevi e maggiore sicurezza.

Il quarto fattore riguarda la qualità. Poiché questi passaggi sono cruciali, le aziende che rispondono fin d'ora a queste sfide avranno maggiori possibilità di crescita e sviluppo, e il nostro Nutrition Fund è architettato proprio per avere un impatto socio-ambientale positivo, rispondendo a sette obiettivi specifici come le raccomandazioni governative e altro ancora. Per questo non investiamo nella carne di manzo o nelle bevande alcoliche e nei dolci. Ma in realtà in questo sono un po' ipocrita, perché a me piacciono molto tutte queste cose.

E in realtà bisogna riflettere se il cibo deve essere solo sostenibile o dare anche piacere. E la realtà è che i consumatori sono disposti a mangiare meno, ma ad avere più qualità. Ecco perché la

tendenza verso il premium si sta delineando con chiarezza definendo cos'è la qualità attraverso gli ingredienti, la preparazione, il gusto o anche solo la sua storia. Per questo i consumatori sono disposti a pagare di più e consumare di meno.

Quindi la sostenibilità e la salute sono driver importanti e ho chiarito dove investiamo e dove no. Vorrei però fare il punto anche sulle nuove tecnologie che servono per vincere questa sfida. Da una parte perché la popolazione degli agricoltori sta invecchiando molto: in Giappone l'età media è arrivata a 67 anni. In Italia è 58, simile a quella degli Stati Uniti dove è 59. La mancanza di agricoltori giovani è un problema anche per l'utilizzo di nuove tecnologie. Siamo a un picco ciclico con alcune attrezzature tra le più vecchie di quanto non siano mai state in vent'anni. Questo ha però creato anche un picco di domanda di rinnovamento, che deve garantire anche una resa sufficiente a coprire i costi. L'agricoltura è rimasta un po' indietro, rispetto ad altre industrie, sulla trasformazione tecnologica, ma molte innovazioni sono in arrivo, dai droni per il monitoraggio ai collegamenti in cloud con sensori, all'uso dell'intelligenza artificiale per individuare le erbacce e spruzzare i diserbanti selettivamente, fino alla cosiddetta agricoltura verticale.

Questo potrebbe favorire una riduzione efficace dell'uso di pesticidi e fertilizzanti. Al momento i costi sono

alti, ma si stanno riducendo e nei prossimi cinque-dieci anni potrebbero entrare nel mercato di massa.

L'uso di nuove tecnologie è importante anche nel mercato della carne, dove aumenta la ricerca di proteine alternative, fatte con i vegetali. Nel 2020 gli investimenti in questo settore hanno raggiunto un livello record, anche se è rimasto ancora 10 volte inferiore a quelli effettuati nei veicoli elettrici.

In ogni caso, il mercato mondiale della carne vale 1.400 miliardi di dollari e quello delle proteine su base vegetale è già arrivato a un 10 per cento.

Il prodotto sta diventando mainstream e se ne interessa perfino McDonald.

Il primo hamburger è uscito nel 2013 e costava 280 mila dollari. Adesso il costo di produzione è sceso del 99 per cento. Quest'anno praticamente costava 68 dollari e per l'anno prossimo ne costerà 18.

Poi ci sono le proteine che provengono dagli insetti. Due miliardi di persone già le mangiano. Si tratta di un'industria che vale almeno 8 miliardi di dollari, sia per il consumo umano che per gli allevamenti.

A tutto questo va aggiunta la lotta agli sprechi e quella alla proliferazione della plastica nel packaging. Anche su tutto questo ci sono novità importanti, così come per ridurre le emissioni di metano da parte del bestiame, utilizzando certi ingredienti nel loro mangime. Si tratta

di cose potenzialmente molto costose, ma che potrebbero arrivare come novità nel settore già dall'anno prossimo.

LA SCOMMESSA SUL CIBO: COMPRESSE LE AZIONI DELL'AZIENDA ITALIA?

LUIGI CONSIGLIO
PRESIDENTE
GEA

Giochiamo con un paradosso che può aiutarci a meglio definire la situazione dell'industria agroalimentare italiana in prospettiva nel contesto mondiale: Provate ad immaginare che l'intero sistema agroalimentare italiano sia un'azienda quotata in Borsa, ne comprereste le azioni? Investireste in queste azioni una parte significativa dei vostri risparmi?

Per saperlo, bisognerà passare in rassegna punti di forza, fattori di rischio e le criticità per lo sviluppo futuro.

Cominciamo a descrivere i vantaggi competitivi di questa azienda: il primo è la forza del brand Made in Italy.

Se vendete alimentari italiani in giro per il mondo, il mondo vi dà credito a prescindere, prima ancora di avere assaggiato i prodotti. È una situazione di vantaggio rispetto a paesi come Francia o Spagna che sono nostri concorrenti su olio, vino, formaggi e su tante altre merceologie. Ma è anche vantaggio competitivo rispetto a paesi

produttori che sono più efficaci in termini di processo, per esempio la Germania, che è davanti a noi in termini di output ma ha un marchio meno forte.

Il secondo vantaggio competitivo è rappresentato dal patrimonio genetico. L'Italia ha un panorama di biodiversità enorme da sfruttare. Abbiamo varietà di olive, uve, frumenti, pomodori, zucche e via enumerando che ci permettono di sviluppare strategie di unicità dei prodotti finiti utilizzando l'unicità della materia prima stessa. Questo tema, spinto dalle organizzazioni agricole all'inizio, si è poi rivelato essere uno dei punti vincenti nella strategia di tante aziende italiane che hanno avuto successo all'estero.

Certo, non basta avere delle categorie ambite, bisogna lavorarci. Ma avere delle categorie di materie prime uniche al mondo è importante. Prendiamo i maiali per esempio: il mondo intero li macella a cinque mesi, perché dopo questo periodo la curva di crescita tende ad appiattirsi. L'Italia non pensa alla massima efficienza ma alla qualità complessiva delle carni e macella molto dopo gli animali portandoli ai 170 chili per bestia ed aspettando più del doppio del tempo degli altri paesi.

Significa che i maiali di tutto il mondo sono piccoli e hanno cosce piccole.

I nostri hanno cosce molto grandi dalle quali si riescono a fare prosciutti meravigliosi. Però dobbiamo riuscire a

vendere bene questa materia prima, attraverso un chiaro processo di marketing che sappia far distinguere il consumatore finale e la distribuzione intermedia sul valore vero consegnato al cliente.

Prendo un secondo esempio sulle materie prime: un pizzaiolo che vuole fare una buona pizza negli Stati Uniti ha bisogno di comprare farina italiana. Molti produttori fanno farina negli Usa, ma la durezza del loro grano non permette di fare una buona pizza. È un altro grande vantaggio dell'industria italiana. Molini italiani che macinano lentamente senza avere pulviscolo e riscaldare la farina e grano tenero italiano a bassissima tenacia per impasti molto soffici.

Un altro fattore importante per chi investe in azioni è la capacità continua di scoprire nuovi mercati, iniziare nuove avventure occupando posizioni mondiali. È il caso di Agroittica lombarda che è qui con noi che partecipa a questo evento. È diventato in pochi anni il leader mondiale del caviale - per non dire quasi il monopolista. Cosa c'entra il caviale con l'Italia? C'entra perché evidentemente non si tratta solo di storia e tradizione ma anche delle capacità imprenditoriali dei nostri produttori, che riescono a lavorare su tutte le leve di sviluppo delle nostre eccellenze e, partendo dalla disponibilità di acqua calda dalle acciaierie bresciane ha costruito la leadership mondiale nel caviale. Nulla è

impossibile per l'ecosistema agroalimentare italiano

La taglia e quindi la capacità di investire e di diversificare non è più da Pmi, termine che ormai appartiene al passato: oggi le aziende con fatturato intorno al mezzo miliardo cominciano a essere tantissime.

Se guardiamo in termini competitivi l'industria alimentare italiana è altamente automatizzata molto di più di tutti gli altri concorrenti mondiali. Gli imprenditori, a fronte di un costo della manodopera molto rigido, hanno investito in macchinari e processi. Questo bisogno di aumentare l'automazione ha avuto il merito di rendere i processi produttivi tra i più sicuri al mondo e quindi i nostri prodotti alimentari hanno standard di sicurezza oltre i massimi richiesti dai mercati di sbocco.

Abbiamo passato troppi anni e troppo tempo a piangerci addosso. Ora è necessario che tutti i produttori smettano di pensare all'Italia come mercato di sbocco per le proprie produzioni. L'Italia è un'eccellente storia da raccontare e un ottimo trampolino di partenza, ma l'alimentare italiano deve competere nei sistemi mondiali.

LA FRONTIERA DEGLI ECO-SERVIZI COSÌ CAMBIA L'AGRICOLTURA

MASSIMILIANO GIANANTI
PRESIDENTE
CONFAGRICOLTURA

Partiamo da alcuni numeri importanti: nel mondo ci sono 570 milioni di agricoltori. Di questi, 500 milioni vivono di auto-sussistenza. Ciò significa che nel mondo 70 milioni di agricoltori sfamano gli oltre 7 miliardi di umani sul Pianeta Terra. Che diventeranno 9 o 10 miliardi tra qualche anno. È un dato che deve farci riflettere: gli agricoltori professionali sono una minima parte rispetto al grande numero di agricoltori a livello mondiale.

Veniamo all'Italia: qualcuno dice che siamo circa un milione di agricoltori. Ma se escludiamo chi non ha partita Iva e chi non ha un fatturato di almeno centomila euro, e se escludiamo quelli che hanno meno di 5 dipendenti, da un milione scendiamo a 17 mila imprese.

È evidente che il futuro chiederà agli agricoltori di essere sempre più specializzati.

Da un sondaggio effettuato presso la generazione Z durante la pandemia emergeva inoltre che i due terzi dei ragazzi intervistati riteneva l'agricoltura responsabile degli effetti del cambiamento climatico.

È chiaro che di fronte a questi dati chiunque di noi debba fare un

investimento, deve guardare in termini prospettici. I giovani partono da un'idea di agricoltura che forse è sbagliata, ma che comunque mi costringerà a correggere la mia attività per andare incontro alle aspettative dei consumatori, producendo in maniera da preservare le risorse naturali e incidendo il meno possibile sul cambiamento climatico.

Sembra una sfida impossibile, ma ce la faremo. I grandi temi che vengono affrontati in queste pagine sono quelli su cui si fonderà l'agricoltura del futuro. Sarà un comparto che sempre più lavorerà su macro-dati, con grandi banche dati. E spero che questa prima rivoluzione la faccia lo Stato, perché stiamo parlando di qualcosa che non può essere governata solo dal momento economico. E poi, quando si parla di accesso al cibo, dovremo considerare soprattutto due aspetti: cominciamo da quello produttivo.

Dovremo essere sempre più competitivi, e ci servirà sempre più tecnologia: droni, sensori, robotica, l'agricoltura più evoluta ormai fa ricorso a questi sistemi per produrre di più usando meno pesticidi e inquinanti.

L'altro grande filone riguarda i Servizi Eco Ambientali, che stanno stravolgendo il reddito prevalente degli agricoltori. Da qui a qualche anno, a rendere sarà la vendita di servizi ambientali invece che di prodotti: ripristino di boschi e foreste, produzione di energie rinnovabili da

fotovoltaico o vento, campi di biogas o biometano e altro ancora. L'agricoltura del futuro avrà questo grande binomio tra produzione di cibo e produzione di servizi eco-sistemici.

E una delle sfide principali che ci attendono riguarda i prodotti di sintesi. Su questi, le aziende avranno la possibilità di ottenere ritorni diversi rispetto ai processi agricoli. Sarà la sfida più importante sulla quale si giocherà non solo l'agricoltura del futuro, ma anche il futuro della democrazia in certi Paesi.

ANCHE IL SINTETICO INQUINA LA VERA SFIDA È SULLA QUALITÀ

NICOLA LEVONI
PRESIDENTE
LEVONI SPA

Da anni seguo le aziende di carne cell-based come Memphis Meat e di pesce cell-based come Finless Foods.

Interessanti e innovative. Non costituiscono però una alternativa ai prodotti tradizionali e soprattutto a quelli DOP come i Prosciutti Parma e San Daniele.

La carne cell-based può essere funzionale alla creazione alternative agli impasti e ai macinati da cucinare come gli hamburger, gli hot dog o come base per alcuni sughi, ma non a sostituirli in toto.

Lo spazio, in una dieta variata di impronta mediterranea tipica italiana, occupato dai salumi non può essere sostituito con prodotti realizzati in laboratorio, pensiamo a tutte le valenze nutrizionali dei minerali e delle vitamine che apportano, per non parlare del piacere del consumo.

La sostituzione di parte della carne con quella cell-based non deve avere come conseguenza la fine delle filiere di produzione. Gli animali da reddito sono una parte essenziale di un ciclo vitale di interi settori agro alimentari. Pensiamo al concime che gli stessi producono, dovessimo sostituirlo con dei fertilizzanti di origine chimica sicuramente avrebbe un impatto sul suolo ben diverso da un punto di vista ecologico. I mangimi stessi sono parte di questo ciclo essenziale.

La filiera va tenuta in vita e migliorata, vanno attratti investimenti pubblici e privati per migliorare processi e strutture di allevamento. Bisogna rispettare la tabella di marcia dell'agenda Europea per arrivare alla carbon-neutrality lungo tutta la filiera a partire dai mangimi e dagli allevamenti. Noi produciamo salumi con carne al 100% da suini nati e allevati in Italia, per noi è un pre-requisito, ma la nostra mission è quella di produrre prodotti si scortati da garanzie e da certificazioni, ma anche e soprattutto di altissima qualità per gratificare i palati dei nostri clienti finali. Nel rapporto Coop recentemente presentato si vede

che il carrello della spesa è cambiato, ma le nuove abitudini di consumo alimentate dal periodo pandemico vedono aumentare lo scontrino e diminuire il peso. Infatti c'è stato un notevole aumento dei prodotti pre-affettati in vaschetta a scapito del tradizionale banco taglio. I consumatori sono disposti a spendere qualche euro in più pur di avere subito un prodotto con notevoli doti di servizio, quali tempestività di acquisto e lunga conservazione, nonché molte informazioni sul packaging stesso. Dobbiamo puntare quindi a un consumo consapevole sia in termini di educazione alimentare che di sostenibilità. Come diceva un nostro vecchio slogan: non han mai fatto male tre fette di salame.

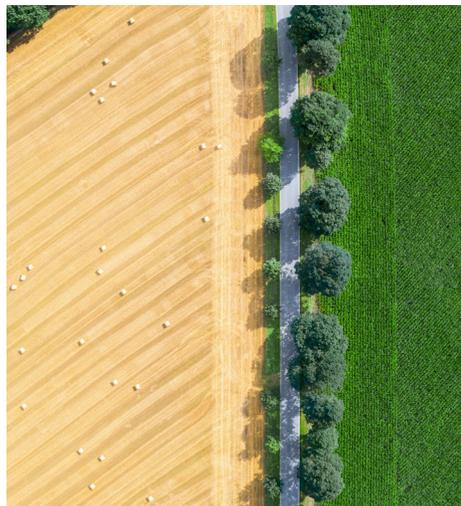
IL SINTETICO NON È UN CONCORRENTE SARÀ IL CAMPO A PRODURRE LE MATERIE PRIME

GIAMPAOLO CAGNIN
PRESIDENTE E FONDATORE
HIFOOD

L'industria Agroalimentare è di fronte a uno scenario in rapida evoluzione e di straordinaria complessità. E la complessità va rispettata anche nell'individuazione dei trend del futuro. Ecco perché è importante anche assegnare il giusto peso e la giusta valutazione anche agli elementi che ci sembrano più dirompenti per la

produzione classica. Prendiamo la carne sintetica: vederla come una concorrente del sistema agricolo non è corretto e distorce l'informazione sul tema. Perché gli hamburger vegetali prima di tutto non sono sintetici. Sono fati con materie prime che gli agricoltori del presente e del futuro dovranno produrre. E lo faranno, probabilmente, con maggior profitto rispetto alle attuali culture tradizionali. Gli hamburger di cui parliamo sono fatti con proteine di pisello, di soia, di ceci o di fave che sono tutte materie prime agricole.

Certo: non possiamo negare che l'evoluzione non va tutta verso il vegetale. Però diciamo anche che occorre fin d'ora, per l'industria, creare una consapevolezza corretta, e far capire che questi prodotti sono ottenuti con tecnologie naturali e che sono a loro volta naturali. Non stiamo parlando di



prodotti di sintesi di origine chimica, ma di trasformazione. Le tecnologie alla base di queste produzioni sono quelle della coltivazione di nuovi vegetali e della trasformazione di questi vegetali con mezzi fisici. Il nostro gruppo, e non è l'unico che lo fa, lavora queste materie prime con procedimenti fisici, come il calore, la pressione, la temperatura, al fine di trasformarle in elementi adatti a creare una nuova generazione di prodotti. Non c'è solamente l'estrusione, tra i procedimenti, ma anche la fermentazione, le nuove biotecnologie, per esempio la coltura cellulare e altro ancora. Io credo che siamo in una fase intermedia, dove sarà possibile ottenere moltissimo grazie a quello che stiamo costruendo. E stiamo costruendo moltissimo, soprattutto per quanto riguarda il nostro futuro. Secondo me la parola necessaria oggi è: contaminazione. Naturalmente da usare nella maniera più intelligente e in modo costruttivo ed etico. Ma la realtà è che l'agricoltura troverà la propria evoluzione proprio in questo termine: contaminazione.

Per quanto mi riguarda, la frase che ho sempre temuto di più in tutta la mia vita è: l'abbiamo sempre fatto così.

Io credo che l'Italia debba evolvere anche verso queste nuove forme. Se ci sarà più richiesta di piselli e ceci, per trasformarli in proteine, il sistema si dovrà adeguare. Perché non c'è solo un futuro che passa dai vegetali. Ci sono tutte le frontiere legate all'applicazione

delle capacità di super-calcolo a queste tecnologie. Sistemi che saranno in grado di stabilire preventivamente come modificare un organismo vivente, aprendo scenari impensabili fino a oggi.

Parlo di un futuro che probabilmente noi non vedremo, ma c'è chi ci sta già lavorando.

MISSIONE ANTI-FAKE L'INFORMAZIONE DEVE GUIDARE IL CAMBIAMENTO

GIUSEPPE AMBROSI
AMMINISTRATORE DELEGATO
AMBROSI SPA

Non c'è dubbio che le nuove tendenze agroalimentari debbano essere guidate dalle tendenze dei consumatori, ma perché queste ultime siano ben espresse, serve una corretta operazione di informazione e consapevolezza. Cominciamo dalla base: quando parliamo di alimentazione serve distinguere quello che mangiamo in Italia da quello che mangiano in giro per il mondo. Ci sono Paesi dove si hanno abitudini alimentari diverse dalle nostre, che hanno causato problemi e malattie cardiovascolari, obesità eccessiva e quant'altro. Tutto questo, però, non riguarda le nostre abitudini. E non possiamo applicare acriticamente cure elaborate per altri sistemi. Il nostro successo e il successo della nostra cucina passa attraverso la tradizione e la storia di un Paese che vive bene, con una popolazione longeva

e con un'alimentazione apprezzata per la qualità in tutto il mondo. Certo: andranno assecondati i gusti dei consumatori, e anche le scelte di consumo che pian piano si stanno imponendo sul mercato. Ma queste scelte dovranno basarsi su informazioni corrette e puntuali. Quello che voglio sottolineare è che serve una comunicazione corretta, scientifica, e provata. In realtà, in diversi campi si stanno invece aprendo contraddizioni, che non hanno giustificazione. Prendiamo il campo dei prodotti naturali e di quelli ricercati industrialmente dove si sta creando un binomio basato su informazioni scorrette. In questo settore deve essere tutto provato, sia cosa consideriamo naturale e cosa no, sia – come si crede – che alcune proprietà nutrienti possano essere migliori o peggiori nei prodotti industriali invece che in quelli considerati naturali. Ecco perché penso che il tema della comunicazione, sia di quanto facciamo, sia di cosa ci dice la scienza, debba essere la nostra principale guida nei prossimi anni. Anche perché dobbiamo ricordarci che in questo campo non si tratta solo di avviare start-up che devono raggiungere trilioni di valore nelle quotazioni in Borsa. Stiamo parlando di alta responsabilità e salute pubblica. Noi che produciamo alimentari abbiamo la responsabilità di nutrire i nostri consumatori e intere popolazioni, e dobbiamo farlo con prodotti che siano sani, ma anche abituando a una corretta

alimentazione. Non possiamo farlo se l'informazione sulla sana alimentazione non è corretta e veritiera.

L'ITALIA FACCIA SQUADRA IL NOSTRO BELLO, DA SOLO, NON BASTA PIÙ

CHIARA ROSSETTO
AMMINISTRATRICE DELEGATA
MOLINO ROSSETTO

Noi siamo un'azienda che trae le proprie origini dal 1760, ma abbiamo sempre dovuto e voluto innovare per arrivare fino ad oggi. Lo abbiamo fatto raccontando le nostre filiere, ovviamente, ma anche e soprattutto valorizzando le nostre biodiversità, attraverso la riscoperta dei tanti cereali che si coltivano in Italia e anche nel mondo. Abbiamo progetti a 360 gradi in tema di sostenibilità, un concetto che non deve fermarsi all'aspetto ambientale, ma coinvolgere anche quello sociale ed economico. Per questo mi rendo conto che le aziende italiane fino a oggi non hanno fatto abbastanza squadra e devono farne di più. Serve allearsi e unirsi nelle sfide che ci attendono. Noi stiamo cercando di fare progetti di aggregazione perché assieme si è sicuramente più forti. E stiamo studiando gli alimenti del futuro grazie al centro di ricerca e sviluppo attivo da diversi anni all'interno della nostra azienda: arruoliamo i giovani universitari per studiare, appunto, i prodotti del nostro futuro. Il nostro

settore ha ricevuto una spinta inattesa nelle vendite durante il lockdown seguito alla pandemia: abbiamo venduto più farina, perché la gente ha scoperto un nuovo modo di vivere la casa e lo stare insieme. Eppure per noi tutto questo non è una motivazione a ripetere quanto già facciamo, ma a proseguire e andare avanti nella ricerca del nuovo. La realtà è che per essere vincenti, “il buono e il bello” che, da sempre, ci sono in Italia non bastano. È arrivato il momento in cui bisogna saper andare oltre.

BASTA LOTTE AL SINGOLO INGREDIENTE L'ALIMENTAZIONE È FATTA DI CULTURA

ALBERTO BALOCCO
AMMINISTRATORE DELEGATO
BALOCCO SPA

Non si può rinunciare alla tradizione, ma resta una parte del passato. Il futuro è fatto di novità, e anche un'azienda tradizionale come la nostra è proiettata in avanti. La capacità di chi ci ha preceduto serve come stimolo per continuare a fare sempre meglio. In quest'ottica non possiamo non prendere in considerazione il fatto che i tempi siano radicalmente cambiati e che oggi dobbiamo - più di ieri - essere attenti agli ingredienti e alla quantità di alcuni di questi. Ma è importante anche evitare demonizzazioni o l'applicazione di criteri non contestuali. Prendiamo

l'esempio dello zucchero: la riduzione di questo elemento è sicuramente un trend che va preso in considerazione, ma la realtà è che la lotta al singolo ingrediente non è il modo corretto di affrontare il problema. L'alimentazione, infatti, fa parte di un quadro complesso, nel quale vanno considerate tutte le variabili, insieme alle quantità di consumo. Altrimenti ci ridurremmo ad analizzare dettagli con il microscopio, perdendo il quadro di insieme e soprattutto la globalità del sistema con il quale andiamo a confrontarci.

Tra poco meno di trent'anni saremo 10 miliardi di consumatori e quindi ci saranno altri 2 miliardi di bocche da sfamare e altri 2 miliardi di umani ai quali somministrare cibo. A fronte delle attuali risorse, mi lascia perplesso affrontare la questione dell'alimentazione sulla base di riduzione di singoli ingredienti, come lo zucchero o il sale. Mi ricordo il tema dei vaccini, dove in alcuni Paesi ci sono persone che hanno il vaccino gratis ma non lo vogliono fare, ma in molti altri Paesi c'è gente che vorrebbe vaccinarsi ma non può, per gli alti costi o per la mancanza del prodotto. Nei nostri paesi evoluti c'è un problema di obesità, ma nel resto del mondo ci sono persone malnutrite. Questo significa che non va perso di vista il senso dell'insieme, guardando la punta dello spillo e perdendo di vista il valore complessivo di quello che si fa. Si finisce per riempirsi la bocca di luoghi comuni invece che di far bene il nostro mestiere.

Questa informazione corretta deve arrivare anche sulla vera sostenibilità. Noi siamo una family company, ovvero un'azienda a conduzione familiare, con poco meno di 200 milioni di fatturato, ma negli ultimi anni abbiamo investito circa 84 milioni in Tecnologia di automazione, perché siamo consapevoli che il mercato del lavoro italiano non può competere, a livello di rigidità, con i costi del mercato complessivo. Abbiamo inoltre investito 10 milioni di euro in sistemi fotovoltaici che ci permettono di produrre 5 Megawatt, il 60 per cento di quello che consumiamo.

A mio parere è questo quello di cui l'industria agroalimentare deve discutere. Forse in un futuro andremo su Saturno o viaggeremo per le galassie, ma adesso dobbiamo campare anno per anno e dobbiamo farlo trasformando i nostri processi in chiave sostenibile. Essendo un'industria alimentare, dobbiamo farlo sotto tutti i profili: sia dal punto di vista ambientale ed economico che da quello nutritivo.

L'ANTI-SPRECO CHE VIENE DAL FREDDO LA RIVOLUZIONE DEGLI ABBATTITORI

KATIA DA ROS
AMMINISTRATRICE DELEGATA
IRINOX SPA

Se parliamo di nuove tecnologie, e dei vantaggi che possono portare, ne abbiamo una che cambia i fondamentali

della cucina, sia di quella professionale che di quella domestica.

La tecnologia degli abbattitori, che utilizzano il freddo per conservare i cibi nello stato in cui si trovano e, con le caratteristiche organolettiche e nutritive immutate, permette diversi vantaggi. Cominciamo dalla conservazione: un cibo trattato con le nostre macchine permette di avere una durata triplicata. Significa che - dopo averlo prodotto - posso conservarlo in maniera perfetta. Al momento è una modalità che è stata accettata anche nelle grandi cucine, ma non ha avuto vita facile e per certi versi non ce l'ha ancora. I grandi chef hanno ritenuto inizialmente i nostri abbattitori una tecnologia che andava bene nelle grandi cucine, ma non nella produzione di alta gamma, quasi fosse uno strumento che rovinava il cibo. Come tutte le novità, si è scontrata con qualche pregiudizio e falsa informazione. Ora però non c'è grande chef, tra quelli più attenti, che non solo non usi la tecnologia degli abbattitori, ma che non sia orgoglioso di farlo e di comunicarlo. Per ottenere questo, abbiamo dovuto lavorare sulla cultura, proprio per ridare dignità a un prodotto che si meritava il proprio riconoscimento. Abbiamo studiato per tanti anni il modo in cui il freddo andava a impattare i cibi e siamo consapevoli della forza dei nostri sistemi. Ma un abbattitore è un valido aiuto non soltanto in una cucina professionale, ma anche in quelle di casa. Certo, vendiamo i nostri prodotti

principalmente a due categorie di nicchia: gli appassionati di cucina, che vogliono seguire i procedimenti dei grandi chef e i salutisti, che cercano prodotti a chilometro zero ma poi hanno bisogno di conservarli senza perdere nulla delle loro caratteristiche. Tutto questo però ci ricorda il secondo grande vantaggio di questa forma di conservazione: evita gli sprechi, che sono un grande nemico di questo secolo. In realtà nelle famiglie italiane abbiamo forse una vaga idea di cosa buttiamo via - almeno 5 euro alla settimana per famiglia - ma non abbiamo la minima consapevolezza di quanto tutto questo spreco sia un ulteriore costo ambientale in termini di inquinamento, smaltimento e quant'altro. Noi, anche per questo, abbiamo finanziato la creazione di un'App, che è stata sviluppata con l'Università di Padova, e che aiuta le famiglie e le cucine professionali... a individuare quanto buttano via e quanto potrebbero risparmiare in Co2 e bilancio familiare, con l'introduzione di un abbattitore. È la tecnologia al servizio dell'ambiente.

LA FINANZA A SOSTEGNO DELLE FILIERE

ANDREA BERTONCELLO
MANAGING DIRECTOR DEA CAPITAL
ALTERNATIVE FUNDS

Il mio primo intento, in una trattazione sulle sfide del mondo agroalimentare, è quello di eliminare le utopie e le decontestualizzazioni, diversamente

rischiamo di applicare delle cure a un paziente sano.

Il contesto nel quale si possono sviluppare veri problemi di ecosostenibilità, infatti, riguarda popoli e nazioni che sono molto lontane dall'Italia. Quando invece guardiamo al nostro paese ci accorgiamo che il consumo alimentare è equilibrato sotto quasi tutti i punti di vista. Non dobbiamo quindi commettere l'errore di applicare alla nostra economia limitazioni e inversioni di rotta per risolvere un problema che non abbiamo.

Come fondo di Private Equity noi facciamo economia reale, tanto quanto gli imprenditori, e i criteri per scegliere un'azienda sulla quale investire rimangono sempre gli stessi: aziende sane, con buoni prodotti, che si affacciano su mercati a potenziale di crescita, ma soprattutto che abbiano in sé quegli elementi che permettono di crescere a prescindere dal mercato.

Insieme al mio team, ad esempio, stiamo lavorando su un investimento nel mondo della produzione di carne di bovina premium. Sarebbe, in teoria, la negazione di tutti i trend di ecosostenibilità, ma nell'aggettivo "premium" c'è la risposta. Il mercato si sta polarizzando, e in un ambiente polarizzato la risposta corretta può essere investire in uno delle nicchie a maggior crescita.

Bisogna inoltre considerare che alcuni trend non saranno mai estremi. Per esempio, abbiamo investito in un

grande produttore di gelati e circa il 20% della produzione è a base vegetale. Questo ci ha permesso di rafforzare la nostra presenza nel mondo del private label per la grande distribuzione in Italia e all'estero, perfino nel mercato statunitense. L'azienda non si trasformerà mai in un pure player del gelato a base vegetale, ma la categoria ha comunque dato un impulso al business nel suo insieme.

Insomma, l'invito è sempre lo stesso: dare la giusta contestualizzazione e il giusto peso a determinati trend.

L'ITALIA SI FACCIA SENTIRE: LE NOSTRE BATTAGLIE SI VINCONO IN EUROPA

MARCO LAVAZZA

VICE PRESIDENTE GRUPPO LAVAZZA
E PRESIDENTE UNIONE ITALIANA FOOD

Come presidente di Unione Italiana Food posso dire che al momento, nel nostro settore, in Italia, tutti i temi citati in queste pagine sono all'ordine del giorno. Compreso l'aumento delle materie prime e le difficoltà di forniture che stiamo subendo. Una delle risposte, anche se quasi impossibile da attuare, potrebbe essere smettere di fare speculazione sulle materie prima alimentari. Ma questo è un po' utopico.

In ogni caso, che la soluzione dei problemi derivi da un approccio di sistema è testimoniato anche dal fatto

che il costo delle materie prime, ad esempio, nell'attuale fase di rincari, non è l'unico fattore. La variabile è strettamente intrecciata a quella del trasporto, con il prezzo dei noli aumentato in maniera esponenziale, e la concorrenza tra aziende che si è inasprita.

In questo ambito di sistema dobbiamo ricordarci che le nostre battaglie non si vincono soltanto con l'attenzione ai processi e ai prodotti. Io sono sempre diffidente verso chi cerca di dare risposte semplici a problemi complessi. E la nostra prima complessità riguarda il sistema di regole nel quale siamo. Su alcune tematiche decide l'Europa, e bisogna farsi sentire dove serve. Anche perché non dobbiamo dimenticare che non esiste una vera grande multinazionale italiana del Food, ma esistono solo quelle straniere. Ed è così anche nella grande distribuzione. Noi ne subiamo un po' l'impatto. In collaborazione con il Governo abbiamo messo a punto un protocollo, ma ne vorremmo fare molti di più. Perché bisogna esser consapevoli che decidere da un giorno all'altro che un ingrediente diventa illegale, o dannoso, sulla base di un'impostazione europea, è un modo sbagliato di affrontare i problemi. Bisogna innanzitutto inquadrare le cose nel contesto: per esempio mangiare salame non fa male, se ho un'alimentazione corretta su altri fronti, e mi muovo a sufficienza.

Ecco perché non possiamo ridurre questa complessità a un semaforo, come quelli che l'Unione Europea vuole applicare sui cibi. Ed ecco anche perché è importante fare sistema. E creare una barriera contro le semplificazioni che non ci aiutano.

LA GENETICA NON E' OGM: CI AIUTERA' AD ESSERE SOSTENIBILI

RICCARDO PREVE

CONSIGLIERE DELEGATO OPERATIONS
RISO GALLO

Abbiamo lanciato quest'anno una carta del riso, con un accordo che stiamo cercando di allargare a tutti i risicoltori italiani. Ci impegniamo ad assistere e fornire determinati aiuti agli agricoltori dal punto di vista della sostenibilità, e loro si impegnano a rispettare determinate regole.

La realtà è che ci sono ora ottimi strumenti per fare agricoltura sostenibile e il Precision Farming è una di queste. Le aziende agricole più avanzate già lo fanno, ma ci sono anche altri aspetti di cui si ha paura a parlare: uno di questi è la genetica. Si confonde sempre con gli Ogm, ma non ha a che vedere con questo. L'analisi genetica, nelle piante, aiuta ad avere un'agricoltura più sostenibile perché mi permette di individuare, ad esempio, su quale pianta posso evitare fungicidi, o usare meno agrofarmaci. Quindi questa forma di sviluppo è importante, e non

possiamo eliminarla solo perché risveglia pregiudizi. Vale lo stesso per altri fattori. Ad esempio va specificato che l'agricoltura sostenibile è effettivamente sostenibile, mentre l'agricoltura biologica no. La gente pensa ingenuamente il contrario. Questo perché il biologico riguarda solo un unico aspetto, l'ecologia, ma la sostenibilità riguarda a 360 gradi gli aspetti ambientali, economici e sociali. E tra questi c'è la necessità di dar da mangiare a quasi 10 miliardi di persone tra pochi anni. Se la risicoltura fosse tutta biologica non sarebbe sufficiente. E moriremmo di fame. Ecco perché è importante sgombrare il campo dai pregiudizi. L'Italia – da sola – produce più della metà del riso europeo, con una filiera controllata e sicura. Anche questo è un primato italiano.

NEL FOOD SERVE CONSOLIDAMENTO, IL MERCATO E' TROPPO FRAMMENTATO

RAFFAELE JERUSALMI

AMMINISTRATORE DELEGATO
BORSA ITALIANA

Se volete bere, potete sbizzarrirvi con Campari, ma se volete mangiare, sul listino di Piazza Affari, non troverete molto per soddisfare la vostra fame. E' una provocazione, ovviamente, ma non lontana dal vero. Al momento le aziende del Food quotate sui vari indici della Borsa di Milano sono 7 o 8, non di più,

e tutte minuscole. Ci sono vari motivi per questo, e il primo è che il mercato del Food, in Italia, è un mercato frammentato, dove i grandi player scarseggiano, e non è chiaro come sarà il futuro in questo settore, da un punto di vista finanziario e della quotazione. Credo che sarà necessario un importante processo di aggregazione, che probabilmente avverrà fuori dalle Borse, almeno nella fase iniziale. Poi forse all'interno. L'interesse della finanza ovviamente non manca. Anche perché stiamo parlando di un settore che ha delle potenzialità di crescita molto interessanti e soprattutto ha delle ambizioni di trasformazione tecnologica della filiera che sono sicuramente importanti.

A CACCIA DI COMPETENZE: INVESTIRE IN FORMAZIONE PER COMPETERE

FABIO LEONARDI
AMMINISTRATORE DELEGATO
IGOR SPA

Siamo un settore fatto di microimprese, ma con una grande immagine nel mondo. Basta mettere la bandiera italiana su un prodotto perché diventi premium. Ci mancano alcuni grandi driver, come per esempio le catene di distribuzione e discount, che sono presenti in tutti i paesi europei. Noi imprenditori abbiamo dovuto rimboccarci le maniche, prendere le

nostre valigette, e andare in giro a vendere i nostri prodotti. Siamo stati bravi perché il settore lattiero caseario nel 2020 è cresciuto dell'1,7 rispetto a un 2019 che era già cresciuto del 7,5. E anche quest'anno siamo in crescita del 12 per cento sulla categoria di formaggi Dop e prodotti come mozzarella o mascarpone. Quello che ci rallenta però, dipende da alcune rigidità sulla manodopera, e dalla mancanza di competenze. La minore efficienza sul lavoro, tipicamente italiana, l'abbiamo sostituita, in parte, con l'automazione, sulla quale abbiamo investito tanto, ma il vero punto di criticità è la disponibilità di personale tecnico qualificato. Abbiamo un gap, che va risolto, sui ragazzi che escono dai nostri istituti tecnici. Anche perché oggi abbiamo a che fare con una sfida in più, quella della sostenibilità dei prodotti e della produzione. Stiamo facendo tanto per il benessere animale, perché il consumatore adesso è molto attento su questo. E poi va fatto molto sul packaging, usando materie riciclabili. Altrettanto, però, ci aspettiamo anche dal sistema-Paese. Serve coordinare le iniziative all'Estero, fare concertazione, insieme all'Ice, per aprire nuove strade all'export. Il sistema di altri Paesi su questo è più efficace. Se vogliamo competere, serve che lo sia anche il nostro.

IL CAVIALE CHE PARLA BRESCIANO: L'ECCELLENZA ITALIANA CHE PROMUOVE LA SOSTENIBILITÀ

CARLA SORA
DIRETTORE GENERALE
AGROTTICA LOMBARDA

Allevare storioni e produrre caviale in Italia è un'idea avventurosa, che nasce sulla solida base di una sostenibilità di fatto, e dalla capacità di intercettare segmenti di mercato e buone pratiche industriali.

L'idea è nata dalla possibilità di poter sfruttare il calore dell'acciaieria di Calvisano. Oggi scaldiamo le vasche di ingrasso dei pesci con il calore delle acque di raffreddamento dell'impianto, riciclando e risparmiando energia, oltre che risorse idriche. Una volta utilizzata, l'acqua viene restituita alle attività agricole adiacenti il nostro allevamento.

Il pesce ha avuto qualche difficoltà a penetrare nella dieta di massa degli italiani, ma ora ha ottimi tassi di crescita. Noi lavoriamo anche pesce affumicato, soprattutto salmone. Il consumo italiano è cresciuto molto, anche grazie ai giovani appassionati di japan food, e vi è quindi ancora un margine di sviluppo importante. Lo sviluppo dell'acquacoltura per il consumo alimentare è un tema di cui si discute molto, e rappresenta una valida risposta alla pesca in mare. Oggi stanno

già sorgendo in Svizzera aziende che allevano salmoni in impianti di riciclo molto moderni, con delle metodologie innovative incredibili.

Credo che almeno in parte il futuro sia quello, perché l'acquacoltura dovrà progressivamente aumentare riducendo le quote di pesca, considerato che i nostri mari, in particolare modo il Mediterraneo, sono esausti.

CRESCE LA DOMANDA DI TECNOLOGIA NASCONO NUOVI PRODOTTI E NUOVI PROCESSI

FRANCESCA GRASELLI
AMMINISTRATRICE DELEGATA
GRASELLI SPA

Siamo un esempio di realtà italiana con un'alta specializzazione in un settore un po' di nicchia, come quello del taglio della carne. Io vorrei porre l'attenzione non soltanto sul tema dei prodotti, ma anche dei processi, perché i nostri clienti sono assolutamente consapevoli che i driver futuri riguardano proprio la componente di servizio incorporata nei prodotti. Il consumatore ricerca un prodotto più elaborato, e la ricerca della qualità non esaurisce più l'intero spettro delle esigenze. Se si raggiunge questa consapevolezza, si apre una porta enorme alle dinamiche delle tecnologie di processo. Negli ultimi tempi, accelerata anche dalla pandemia, l'attenzione all'automazione è cresciuta moltissimo. E aumenta l'attenzione

verso quel tipo di automazione che è anche in grado di creare nuovi prodotti. Per quanto ci riguarda posso dire che i mezzi, a partire dalla meccatronica, ci sono tutti. E in un segmento come quello della carne, che lavora su prodotti non standardizzati, le dinamiche di questo tipo sono assolutamente necessarie per ridurre gli sprechi. Si tratta di una situazione perfetta per vedere crescere le tendenze del futuro. L'automazione è una frontiera sempre più battuta dalle imprese italiane, anche a fronte delle difficoltà di reperimento di manodopera specializzata. Il taglio della carne è un'attività dove la componente umana, al fianco delle macchine, è ancora molto forte. E la difficoltà nel trovare figure qualificate per questi lavori convince gli imprenditori a investire nei macchinari.

LA RIVOLUZIONE DELLA PRODUTTIVITA' FARE PIU' CON MENO, GRAZIE AL DIGITALE

ANTONIO SAMARITANI
AMMINISTRATORE DELEGATO
ABACO GROUP

Noi di Abaco facciamo soluzioni software per l'agricoltura di precisione. Lavoriamo coi governi per quello che riguarda la gestione dei contributi comunitari, e con le imprese private per l'implementazione di soluzioni. Abbiamo visto che l'agricoltura è chiamata al difficile compito di sfamare

un numero in aumento di persone, utilizzando risorse finite, per un volume crescente di popolazione. La strada migliore per ottenere un successo in questa sfida è aumentare la produttività delle aziende e delle coltivazioni. Il digitale può essere uno degli elementi che contribuiscono a creare questa rivoluzione nella produttività. Una rivoluzione assolutamente verde, peraltro, perché significa – fra le altre cose – riuscire a fare di più con meno, ovvero ottenere più quantità utilizzando meno risorse e meno agenti inquinanti. E' una soluzione che risponde al problema dell'uso eccessivo di pesticidi, o di fertilizzanti e fitofarmaci. Così come a quello degli Ogm. Deve, però, superare qualche criticità di crescita: e la prima riguarda le competenze. Mancano quelle digitali, ed è vero che il mondo che gira intorno all'agricoltura ha un alto grado di obsolescenza, dai mezzi tecnici, all'età media degli agricoltori. C'è un dato fondamentale che dimostra tutto questo: solo il 5 per cento dei mezzi agricoli al momento in circolazione è connesso a internet.

Significa che tutti i nuovi investimenti che si fanno in tecnologia non vengono sfruttati fino in fondo, oppure non vengono sfruttati del tutto.

MA c'è un secondo tema molto importante da considerare: tutto il mondo agricolo domestico riconosce l'importanza delle filiere, e all'estero ci riconoscono questa caratteristica come

eccellenza. Ma perché sia sfruttata a pieno, queste filiere dobbiamo tracciarle e raccontarle, per dimostrare l'eccellenza italiana. Tutto questo non è solo marketing, è cultura. E rappresenta un sistema di protezione, perché chi lavora bene vede il proprio lavoro certificato.

Noi abbiamo i mezzi per farlo, dai satelliti ai sensori, ma arriviamo solo fino a un certo punto, dove ci è impedito di andare avanti. L'Europa stessa chiede di arrivare a una tracciabilità dei prodotti "From farm to Fork", ovvero dal campo alla forchetta, ma noi, al momento, arriviamo dal campo fino al muro della fabbrica. Fino a che non verranno inseriti nei sistemi di produzione dei software ad hoc, non sarà possibile tracciare le filiere, e aumentare così il valore dei prodotti. Abbiamo bisogno di creare un'iterazione con il resto del sistema, stabilendo anche standard che diventino elementi di vantaggio competitivo. Solo così potremo valorizzare appieno la produzione nazionale. produzione dei software ad hoc, non sarà possibile tracciare le filiere, e aumentare così il valore dei prodotti. Abbiamo bisogno di creare un'iterazione con il resto del sistema, stabilendo anche standard che diventino elementi di vantaggio competitivo. Solo così potremo valorizzare appieno la produzione nazionale.





AI E ROBOT AL SERVIZIO DI UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

VINCENZO RUSSI
AMMINISTRATORE DELEGATO
E-NOVIA - PRESIDENTE YAXE

La Robotica veicolare, industriale e indossabile è la tecnologia alla base dei nostri prodotti che oggi impieghiamo anche nel campo della Agri-Tech, ovvero al servizio dell'agricoltura.

Yaxe, l'impresa nata in joint venture con il leader nel campo dei bio-stimolanti, realizza una piattaforma in grado di elaborare informazioni e dati provenienti da differenti sorgenti a supporto degli agricoltori.

Algoritmi, oggi genericamente definiti di "intelligenza artificiale", offrono modelli cognitivi in grado di cogliere lo stress delle colture e di suggerire la giusta quantità e i tempi per la somministrazione di acqua, biostimolanti e fertilizzanti. Ottimizzando, così, l'utilizzo di risorse pregiate e massimizzando qualità e quantità del raccolto.

La piattaforma ha una invasività sul terreno limitata all'essenziale, installando solo i sensori necessari e integrando dati già disponibili, come ad esempio quelli provenienti da satelliti e sonde meteo per fornire accurate informazioni climatiche, ambientali e del terreno.



Stiamo testando i nostri sistemi in Europa e negli Stati Uniti e i primi risultati sono molto incoraggianti. Riduzioni fino al 60 per cento del consumo di acqua ed incrementi sino al 40 per cento in termini di produttività, mantenendo costante l'eccellenza del prodotto.

Si tratta di risultati che confortano la nostra visione nell'utilizzo collaborativo della robotica in un contesto che impone di accelerare soluzioni denominate "more with less".

Viviamo, infatti, in un Pianeta dove l'aumento della popolazione, e il conseguente incremento della domanda di cibo, dovranno coincidere con uno sfruttamento intelligente, razionale e sostenibile dei terreni coltivabili. L'utilizzo della robotica nell'agricoltura rappresenta sin d'ora una delle sfide che siamo chiamati a raccogliere. Yaxe e e-Novia hanno deciso di accettarla.

L'AGRICOLTURA DIVENTA FLESSIBILE, COME COLTIVARE QUALSIASI COSA OVUNQUE

THOMAS AMBROSI
AMMINISTRATORE DELEGATO
ONO EXPONENTIAL FARMING

Vorrei introdurre un tema del quale si sente parlare meno, ovvero la produzione flessibile in Agricoltura. Con la nostra azienda ci siamo interessati a un sistema di produzione

flessibile, che si prefigge, con i sistemi che abbiamo creato, di realizzare e produrre qualsiasi cosa dovunque nel mondo, senza capacità particolari. Da più parti si evidenzia il rischio legato all'età media degli agricoltori, e il fatto che non ci sia sufficiente manodopera competente. Noi non temiamo la riduzione del numero di agricoltori, che non è un problema, perché quelli che noi riteniamo essere i futuri agricoltori, sono agricoltori in camicia e che possono controllare le farm anche da remoto. Il sistema che abbiamo realizzato è completamente robotizzato, completamente scalabile, e consente di produrre in modo coerente con la domanda.

È un sistema operativo gestito da un sistema operativo. Condivide in cloud le informazioni delle varie Farm, e consente di produrre vegetali, ma anche insetti, oppure micro alghe, andando ad abbracciare tutte le componenti di cui si discute nell'agroalimentare italiano.

L'Italia non è il nostro unico orizzonte, perché il sistema permette di realizzare dovunque nel mondo, i prodotti che sono necessari, agendo nei paesi di destinazione. Insomma: non si tratta solamente di portare dovunque una tipologia di agricoltura.

E' una visione innovativa delle cose. E l'abbiamo elaborata grazie al fatto che in azienda abbiamo personale molto giovane: l'età media è tra i 23 e i 24 anni, e usiamo anche studenti, mettendo insieme competenze di meccatronica, informatica, e biotecnologie.

LE PROTEINE DAI VEGETALI IL FUTURO UTILIZZO DI SOIA E PISELLI

MICHAEL ATZWANGER
INVESTITORE PRIVATO
HIWEISS SRL

Hiweiss ha sviluppato un processo brevettato per estrarre in modo „gentile“ le proteine da fonti vegetali, in particolare da soia (esclusivamente europea, OGM free, principalmente italiana), da piselli e da erba medica, per creare isolati/concentrati proteici da fonte vegetale „funzionali“ ad uso dell'industria agroalimentare. Hiweiss parte dal campo, dalla selezione delle genetiche fino all'agricoltura cd „conservativa“, per ottenere una fonte vegetale adatta al processo. Attraverso il proprio processo Hiweiss riesce poi ad isolare la proteina dalla fonte vegetale „al naturale“, e cioè senza utilizzo di temperature alte o sostanze chimiche. Così facendo l'isolato/concentrato di soia, di pisello, o di erba medica, di Hiweiss non solo è fonte proteica ad uso alimentare, ma è anche, contemporaneamente, e a differenza dei prodotti della concorrenza, emulsionante o addensante naturale, che permette all'industria agroalimentare di sostituire additivi non naturali altrimenti utilizzati nello sviluppo dei prodotti alimentari, e di avvicinarsi all'obiettivo di ogni produttore di raggiungere il più possibile un cd. „clean label“.

DA CATTIVA A BUONA IL VIAGGIO INATTESO DELLA PLASTICA

RICCARDO SAMIOLO
AMMINISTRATORE E FONDATORE
CROSSING SRL

Siamo un team di ricerca, che fa solo ricerca, e ricerca applicata.

Nel gruppo sono l'unico uomo tra tante donne, e abbiamo una missione: far diventare la plastica, che oggi è un grande colpevole, in una plastica buona. Diciamo subito che la plastica oggi è cattiva perché la usiamo male, e non la ricicliamo. In sé la plastica è leggera, consuma poco, ha un cosiddetto Carbon Footprint molto basso, soprattutto se riciclata. Oggi però la plastica, soprattutto quella di polietilene, non fornisce una efficace barriera ai gas.

Il nostro invece è un prodotto elaborato grazie al team dell'azienda, che è stato in grado di fare bridge tra diversi campi di conoscenza scientifica. E' stato realizzato un elemento che fa da barriera ai gas e che è in grado di fare la sanificazione in tutti gli ambienti. Praticamente tutto quello che è presente in una stanza può essere sanificato. La plastica può diventare conservativa, e soprattutto possiamo pensare così a un mono materiale che possa essere utilizzato per il food packaging e che può essere riciclato.

SEGUIRE IL FILO DEL CIBO BLOCKCHAIN AL SERVIZIO DELLA TRACCIABILITA'

DAVIDE BALDI
COFONDATORE E CEO
LUXOCHAIN

Ci occupiamo di tracciabilità, con modalità innovative per il settore, ma quando si parla di questo tema abbiamo bisogno di farlo seriamente, non rispondendo a logiche di marketing. Per quanto ci riguarda abbiamo rifiutato diversi progetti che ci erano stati proposti nel campo dell'alimentazione, perché quello che ci interessa è tracciare filiere di prodotti in maniera corretta, per mettere a disposizione delle aziende la possibilità di fare sistema.

Nei nostri percorsi utilizziamo la tecnologia Blockchain, la stessa utilizzata nella finanza per le monete virtuali. E' un approccio nuovo e rivoluzionario, che si sta spostando verso le tematiche industriali. Su questo c'è da imparare dal mondo del Lusso, ma bisogna essere pronti a una trasparenza e a un impegno importante, anche in termini di trasformazione tecnologica. Altrimenti meglio lasciar perdere. Perché fino a che la filiera è corta, è facile gestire i processi. Ma quando si deve cominciare a includere filiere diverse in un unico percorso, è necessario che siano digitalizzati tutti i processi, e questo in Italia è ancora un problema. Una certificazione di filiera

sarebbe importantissima per le aziende del Food, che possono vantare eccellenze di forniture e produzioni. Ma il problema è che serve un lavoro di ammodernamento dell'intero percorso, dei singoli produttori. Al momento rimane una sfida interessante. Se vinta, permetterebbe di fare squadra, garantendo alle aziende una capacità di proposizione delle proprie necessità e percorsi decisamente migliori.

UN ROBOT AUTONOMO PER LE CONSEGNE DI ULTIMO MIGLIO: LA LOGISTICA DIVENTA SOSTENIBILE

IVO BONIOLO
CO-FOUNDER E CHIEF OPERATING OFFICER
E-NOVIA

Se alcuni producono, altri debbono consegnare.

Anche per le consegne è necessario un approccio moderno e la logistica deve rispondere ai requisiti, sempre più stringenti, di basso impatto ambientale e sensibilità sociale.

Di fatto, il cosiddetto “ultimo miglio”, ovvero la consegna finale, rimane ancora da progettare con un approccio che guardi alle città intelligenti.

Le aziende di delivery non poggiano ancora su modelli sostenibili. Questo dipende dal loro modello di business: oggi una consegna ha un costo medio di 2,50 dollari. Per essere economicamente

sostenibile, dovrebbe costare 40 centesimi con rilevanti impatti da un punto di vista sociale nell'attuale modello di consegna. L'unica strada per raggiungere equilibrio economico e sociale, a nostro parere, rimane la robotica.

YAPE, che sta per Your Autonomous Pony Express, progetto imprenditoriale di e-Novia, è un robot, o drone di terra, che circola autonomamente nelle nostre città.

YAPE è presente a Stoccolma, negli Stati Uniti, in Giappone e in altri Paesi asiatici. Presto a Milano, in una fase di sperimentazione promossa dal Dipartimento per la Trasformazione Digitale, in accordo con il Ministero dello Sviluppo Economico. Si tratta di una novità progettuale che unisce Pubblico e Privato nel comune obiettivo della mobilità del futuro nelle nostre città.

Per le aziende di food delivery, alla qualità del prodotto deve accompagnarsi un trasporto che obbedisca ad elevati standard qualitativi. Anche per questo la nostra tecnologia ci permette di raggiungere il consumatore preservando qualità, contenendo costi e annullando le emissioni.

QUANTI GRILLI PER LA TESTA: LE PROTEINE BUONE DEGLI INSETTI

EDOARDO IMPARATO
COFONDATORE E MANAGING DIRECTOR
SMALL GIANTS

Siamo produttori di snack, ma di snack del tutto particolari: i nostri sono fatti con almeno il 15 per cento di farina di grillo. La utilizziamo perché è altamente proteica, ma anche - a differenza di altre fonti proteiche animali - altamente sostenibile. Per quanto ci riguarda le diffidenze occidentali verso questo tipo di prodotti sono soltanto culturali. E, in quanto tali, il superamento è solo un fattore di tempo. D'altronde saremo circa 10 miliardi entro il 2050, e le risorse proteiche saranno insufficienti, o troppo inquinanti, per sfamare tutti.

Il grillo invece - da questo punto di vista - è una soluzione. La sua carne contiene fino al 70-77 per cento di proteine. Se si paragona alla bresaola, che al momento viene considerata il Santo Graal degli alimenti proteici, vince a mani basse: la bresaola, infatti, contiene solo il 33 per cento di proteine. Inoltre la farina di grillo ha un alto contenuto di vitamina B12, che è uno di quegli elementi che spesso manca nelle diete vegetariane o vegane. Se si parla di gusto, ovviamente, bisogna rispettare quelli personali. Ma noi di Small Giants abbiamo vinto due Great Taste Awards e ci sentiamo sicuri del nostro prodotto.

Al momento la farina di grillo arriva principalmente dal Sud Est asiatico, come Thailandia, o Vietnam, dove ci sono molti micro produttori. Costa circa 20 euro al chilo, ma il prezzo è già in forte diminuzione: quando abbiamo iniziato, 3 o 4 anni fa, costava 40. Il grillo è particolarmente pregiato. Le farine di altri insetti possono costare da 10 a 4 euro al chilo.

Per il resto, l'aspetto culturale resta superabile. Anche in Europa ci sono formaggi che contengono vermi. E ricordiamoci, ad esempio, che il miele è "vomito d'ape". So che è disturbante sentirselo dire, ma ci aiuta a capire che tutto dipende dalle nostre abitudini alimentari. ■

DISCLAIMER

Il presente documento non è destinato alle persone aventi cittadinanza, residenza o domicilio, o alle entità registrate in un Paese o in una giurisdizione in cui la sua distribuzione, pubblicazione, messa a disposizione o utilizzo sono in contrasto con le norme di legge o regolamentari in vigore.

Le informazioni e i dati contenuti nel presente documento sono comunicati a titolo puramente informativo, non impegnano la responsabilità del Gruppo Pictet* e non costituiscono in nessun caso una offerta o una sollecitazione per l'acquisto, la vendita o la sottoscrizione di titoli o di qualsiasi altro strumento finanziario.

Le informazioni, le opinioni e le stime nel presente documento riflettono inoltre una valutazione alla data della pubblicazione originaria e possono essere modificate senza preavviso. Il valore e il reddito dei titoli o degli strumenti finanziari menzionati nel presente documento sono basati su corsi ottenuti dalle fonti d'informazioni finanziarie d'uso e possono subire fluttuazioni. Il valore di mercato può essere influenzato da cambiamenti nei fattori economici, finanziari o politici, dalla vita residua, dalle condizioni di mercato e dalla volatilità, o dalla qualità creditizia dell'emittente o dell'emittente di riferimento. I tassi di cambio possono inoltre influire positivamente o negativamente sul valore, sul prezzo o sul reddito dei titoli o degli investimenti ad essi relativi menzionati nel presente documento.

Le performance del passato non devono essere considerate come una indicazione o una garanzia dei rendimenti futuri, e le persone destinatarie del presente documento sono interamente responsabili dei loro eventuali investimenti. Non viene fornita alcuna garanzia esplicita o implicita in merito alle performance future.

Il contenuto del presente documento è confidenziale e può essere letto e/o utilizzato solo dalla persona cui è indirizzato. Il Gruppo Pictet non è responsabile dell'utilizzo, della trasmissione o dell'elaborazione dei dati contenuti nel presente documento. Di conseguenza, qualsiasi forma di riproduzione, copia, divulgazione, modifica e/o pubblicazione del contenuto è sotto la responsabilità esclusiva del destinatario del documento, a completo scarico del Gruppo Pictet. Il destinatario del presente documento si impegna a rispettare tutte le norme di legge e regolamentari applicabili nelle giurisdizioni in cui utilizza le informazioni qui riprodotte.

Il presente documento è emesso dal Gruppo Pictet. La presente pubblicazione e il suo contenuto possono essere citati, a condizione che venga indicata la fonte. Tutti i diritti riservati. Copyright 2020.

* Una elencazione delle entità incluse nel Gruppo Pictet è contenuta nel più recente Rapporto di gestione annuale disponibile sul nostro sito.

