

DOSSIER | N. 10 ARTICOLI | Rapporto Food & Wine

Dalla blockchain all'e-commerce: così le startup cambiano l'alimentare

-di **Silvia Pasqualotto** | 03 maggio 2018

Con i loro progetti cercano di innovare un settore agroalimentare che ha radici profonde nel territorio italiano, unendo la tradizione con l'innovazione, la ricerca e le idee di frontiera. Un compito tutt'altro che facile per le startup italiane dell'agrifood che, secondo l'ultima ricerca dell'Osservatorio Smart Agrifood del Politecnico di Milano, sono il 12% di quelle a livello mondiale e hanno raccolto, dal 2011 a oggi, circa 14 milioni di euro di finanziamenti. Pochi rispetto al dato globale (oltre 637 milioni di dollari), ma un inizio per imprese che, pur avendo idee e tecnologia per competere a livello internazionale, hanno complessivamente avuto finora minor accesso ai capitali. In comune con le altre startup del panorama internazionale quelle italiane hanno i settori di attività, tra cui spiccano la sostenibilità alimentare, l'agricoltura di precisione e la qualità alimentare. Ma non solo.

«Anche in Italia si stanno diffondendo nuovi trend che riguardano, per esempio, il futuro delle proteine e quindi le soluzioni alternative come la carne sintetica o le proteine di origine vegetale», rivela Sara Roversi, fondatrice di Future Food Institute, organizzazione no profit che studia il futuro del cibo e il suo effetto sulla società. Ed è proprio su questo impatto, non sempre benefico, che stanno lavorando diverse startup italiane che rientrano in un altro filone dell'innovazione legato alla filiera agrifood: quello dell'economia circolare e della lotta agli sprechi. Un obiettivo che hanno per esempio in comune Orange Fiber, che utilizza gli scarti delle arance per fare tessuti, e DueDiLatte, che crea abiti e magliette grazie a una fibra di latte ricavata dagli eccessi di produzione di questo prodotto.

Ad animare il panorama italiano, come dimostrano anche i dati del Politecnico, sono inoltre le imprese che si dedicano all'agricoltura di precisione, e non solo in contesti agricoli. «Stanno crescendo – dice Roversi – le startup che cercano soluzioni per praticare l'agricoltura anche in aree urbane e periurbane, riutilizzando per esempio vecchie fabbriche». Un trend che si accompagna a quello ben più consolidato delle startup che «migliorano la resa agricola, riducendo però contestualmente l'uso di pesticidi», come spiega Marco Gualtieri, fondatore e presidente di Seeds&Chips, la fiera sull'alimentazione del futuro che si svolgerà a Milano dal 7 al 10 maggio. «Un esempio di ciò – continua l'esperto – è BlueIT, che utilizza l'intelligenza artificiale per leggere le immagini delle coltivazioni scattate da un drone e capire se le piante sono infestate da parassiti». E se fino a qualche anno fa le grandi corporate rimanevano ai margini di questo panorama, oggi assicura Gualtieri «hanno capito che innovare è una necessità perché i consumatori sono sempre più attenti a cosa mangiano. E che per farlo hanno bisogno delle startup, più veloci e dinamiche dei loro dipartimenti R&D».

Un ambito di collaborazione si trova per esempio nel legame sempre più stretto che si sta creando tra startup che usano la tecnologia blockchain e imprese alimentari che vogliono migliorare la tracciabilità dei prodotti, primo fra tutti il vino. È questo il caso della collaborazione tra la startup specializzata in blockchain

alimentare EzLab, varie aziende vitivinicole e il colosso della consulenza EY che ha dato vita a un sistema per tracciare tutta la storia di una bottiglia di vino, dal campo all'imbottigliamento.

Che il vino sia uno dei prodotti su cui si concentra maggiormente l'innovazione delle startup lo dimostrano anche i vari siti e-commerce nati in questi anni e premiati dagli investitori con round milionari. Un caso recente è quello di Svinando, comprata lo scorso marzo da Italian Wine Brand, uno dei maggiori produttori di vini italiani quotato alla Borsa di Milano, attraverso la sua controllata Giordano Vini. Ha invece annunciato settimane fa un round da 2,5 milioni di euro Tannico, uno dei più noti siti e-commerce di vini italiani. Mentre Winelivery, grazie al crowdfunding, ha raccolto a inizio anno più di mezzo milione di euro.

«È il segno che qualcosa sta cambiando e che, come avveniva prima di Expo, le imprese tradizionali non considerano più chi fa innovazione solo un visionario», analizza Sara Roversi. Il prossimo passo, secondo gli esperti, è quello di rendere ancora più solido questo legame perché, come assicura Gualtieri «la tecnologia è sicuramente la chiave per valorizzare ancora di più le eccellenze alimentari italiane e migliorare la competitività di tutto il tessuto imprenditoriale del Paese».

© Riproduzione riservata