

# Più spazio all'hi-tech per lo sviluppo dell'agroalimentare

di **Max Bergami**

**C**hi sa di nuove tecnologie non sa di cibo e viceversa. Una provocazione o una dura verità? Nella settimana di Cibus, la grande kermesse di Parma dedicata al food italiano, si è svolta a Milano "Seeds and Chips", iniziativa dedicata alla foodinnovation.

Nata per favorire l'incontro tra cibo e tecnologia, Seeds and Chips si svolge in pieno stile Silicon Valley, con tanto di startup, investitori, pitch e altri riti tipici della comunità globale degli entusiasti dell'innovazione.

L'ombra di Cibus ha lasciato poco spazio mediatico a questa iniziativa che, per quanto riconducibile a un'esposizione di startup rivolte all'industria agroalimentare e al food retail, mostra numerosi elementi di interesse.

Da Linfa (serra domestica) a Foodini (stampante 3D alimentare), da Last Minute Sotto Casa (app che individua i negozi con prodotti scontati in scadenza) a EntoCube (tecnologie finlandesi per la produzione di proteine a base di insetti) e poi droni, soluzioni e-commerce, sistemi anti food waste...

Molti termini inglesi, tantapassione per la tecnologia, un innamoramento globale per il cibo, voglia di innovare e di provarci. Sono gli ingredienti che mancano all'economia italiana, le motivazioni necessarie a una nuova ondata di imprenditorialità, i modelli di sviluppo che hanno avuto successo nella baia di San Francisco, a Cambridge o a Tel Aviv. Fino a pochi anni fa era necessario incentivare la diffusione di forme di innovazione basate su questi modelli, mentre ora

anche in Italia esiste una sensibilità maggiore per la nuova imprenditorialità, anche se ancora troppo poco diffusa e sovente confinata all'interno di una comunità che non sempre dialoga le componenti più consolidate del mondo economico.

Al di là dell'interesse per iniziative come Seeds and Chips, esiste il rischio di un approccio indifferenziato al digitale, che non parta da una conoscenza profonda del settore. Se tutto si riduce a fooddelivery, e-commerce, arditi superfoods, app di vario tipo o esercizi stilistici di food printing, non è chiaro quale giovamento possa trarne la valorizzazione dei prodotti italiani che, vale la pena ribadirlo, portano in sé elementi di differenziazione che ne definiscono l'unicità e la competitività sui mercati internazionali.

Nell'ubriacatura globale per il food, il rischio è di scambiare questo settore per un campo di applicazione di competenze innovative, più divertente e con maggior potenziale di impatto sociale rispetto ad altri; niente di più sbagliato, almeno per quanto riguarda il made in Italy, dove i prodotti meritano un rispetto speciale perché raccontano i saperi e i territori. Inoltre, come per le startup "normali", anche per le startup "high tech" si pone la questione della sosteni-

bilità del business perché le innovazioni diventano rilevanti solo quando arrivano sul mercato; l'idea di rottura non è sufficiente, serve la possibilità di applicare le soluzioni nuove. Le bolle del recente passato do-

vrebbero aver insegnato qualcosa che andrebbe condiviso con i giovani più motivati dalle proprie idee e speranze.

Parallelamente viene da domandarsi se le competenze digitali stiano entrando nel mondo dell'agrifood e con quale velocità. Lo stereotipo è quello di un mondo conservatore, poco aperto al cambiamento, frammentato e con competenze manageriali basse. A ben vedere, però non si può fare di tutta l'erba un fascio e anche qui la situazione è variegata.

Oltre ai grandi player, pochi, sono numerose le imprese di minori dimensioni che si stanno muovendo verso l'innovazione. La stragrande maggioranza degli operatori resta arretrata, non per colpe proprie, ma per la generalizzata arretratezza del Paese nelle nuove tecnologie e soprattutto nelle competenze digitali.

La tradizionale polarizzazione tra innovazione e tradizione sembra conferinarsi anche in questo caso, mentre le maggiori opportunità sono concentrate nell'area in cui questi mondi si incrociano.

Tornando a Cibus, sarebbe interessante se, in occasione della prossima edizione, provasse a invitare Seeds and Chips a Parma, in modo da far incontrare il magico mondo degli "startupper" con coloro che nel food lavorano in profondità e da tempo. Sarebbe una ventata di aria fresca per il mondo agrifood e un'irripetibile occasione di business per il mondo degli innovatori.

Intanto qualcosa si sta muovendo anche nel mondo

della ricerca, perché un gruppo di università e imprese italiane sta organizzandosi per presentarsi unite alle competizioni euro-

pee. In questo settore, ancora più che in altri, l'unione fa la forza e rappresenta l'unica strada per competere a livel-

lo globale.

In questo momento, in Italia, servono organizzazioni che facciano accadere le cose. L'innovazione corre e il

tempo stringe.

*\*Bologna Business School, Università di Bologna*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#### **IL CONFRONTO**

All'iniziativa Seeds and Chips di Milano, stile Silicon Valley, in vetrina start up, progetti e investitori

#### **LO SCENARIO**

Università e imprese italiane si stanno organizzando per presentarsi unite alle competizioni Ue

