

F Stili di vita | Filiera | Pil

Dimmi come mangi e ti dirò il futuro del pianeta

Dal modo in cui facciamo la spesa e interagiamo con l'innovazione si ricava un affresco del mondo che verrà

di **Alessandro Pirani**
e **Sara Roversi**

● Mangiare è una cosa seria. Non è solo una necessità fisiologica, è un elemento che contribuisce alla creazione di diversi stili di vita. Lo sanno bene negli Stati Uniti dove lo scorso anno sono stati investiti 146 milioni di dollari nelle aziende operanti nel settore food and beverage. Le startup del settore agroalimentare stanno vivendo un periodo di forte crescita e di grandi cambiamenti: dalla produzione sino all'arrivo sulle nostre tavole i prodotti sono soggetti a nuove dinamiche, pronte a soddisfare diverse tipologie di consumatore.

Quattro i profili ideali, utili sul piano analitico, personas verso le quali orientare le scelte verso le quali strutturare le politiche e gli investimenti: il contadino 2.0 che si fa tutto in casa e usa app di ogni tipo per controllare le proprie colture casalinghe; chi risponde alla crisi economica decidendo, semplicemente, di tornare alla terra dismettendo la cravatta e mettendosi la tuta da lavoro; chi ancora ha una approccio competitivo verso tutto, quindi anche verso la nutrizione, e immagina un mondo in cui cosa mangiare non sia più un argomento di discussione. E c'è infine chi non si è mai posto il problema, non chiede, non vuole sapere, e per questo ha rappresentato finora il cliente ideale per l'industria agro-alimentare.

Dal mix di questi profili e dal modo con cui questi interagiscono con l'innovazione, si ricava un affresco del mondo che verrà. Il mondo in cui la tecnologia abilita l'individuo nell'investimento di soluzioni ai problemi sociali. Il lavoro prodotto dall'autoimprenditorialità è reso possibile da strumenti a bassa soglia di accesso che sovvertono le logiche produttive e di consumo, creando una nuova specie umana capace di resilienza. Osservando la nascita di startup o progetti innovativi, si può percepire come le nuove tecnologie impatteranno sull'intera filiera produttiva. Colture idroponiche intensive sostenibili, produzione di proteine vegetali che sostituiscono alimenti tradizionali come la carne e la cui produzione ha un impatto molto negativo a livello ambientale, nuovi utensili tecnologici che trasformano il consumatore in un abile chef, applicazione o wearable device che educano a mangiare in modo sano e nuove esperienze di acquisto e consumo che ci traghettano dal mondo virtuale all'esperienza reale.

Lo sviluppo di queste idee e la loro concretizzazione in imprese di successo si deve a persone illuminate che hanno saputo capire i cambiamenti in atto nel mondo contemporaneo e interpretarli correttamente. Fondamentale in questo processo l'analisi delle politiche e dei dati a disposizione riguardanti la popolazione, le abitudini alimentari e la malnutrizione.



Master
L'educazione alimentare
di Sara Roversi

Siamo poco meno di 7 miliardi, con un ritmo di crescita annuo di poco più dell'1% e saremo 9 miliardi entro il 2042. La popolazione mondiale è in crescita più rapida, anche i paesi sottosviluppati si muovono nella corrente principale dell'economia. Il Pil globale pro capite aumenterà del 50%, da circa 10 mila dollari oggi a circa 15 mila dollari nel 2030. Tutto bene? Non proprio. Il Pil pro capite crescerà più veloce nelle economie emergenti del mondo, dove in questo periodo sarà più che raddoppiato. Ciò significa che l'aumento dei redditi sarà accompagnato dal cambiamento radicale delle diete. Paesi come la Cina, che da soli contano poco meno di 1 miliardo e mezzo di persone, rappresentano un enorme bacino di domanda non solo di quantità ma, da oggi, anche di qualità dell'alimentazione: non basta mangiare, si deve mangiare bene e i prodotti devono essere accettabili sotto il profilo nutrizionale. Secondo la Fao le persone che continuano a vivere in condizioni di sottoalimentazione sono 805 milioni concentrati per lo più tra Africa sub sahariana e fascia caraibica, per cui la mancanza di cibo rappresenta una prospettiva cronica che solo la creazione di un ambiente favorevole di un approccio integrato che preveda investimenti pubblici e privati per aumentare la produttività agricola, l'accesso alla terra, ai servizi, alle tecnologie e al mercato può risolvere (Fao, The State of Food Insecurity in the World 2014, <http://www.fao.org/3/a-i4303oc.pdf>).

I modelli di alimentazione tradizionale in uso in molte popolazioni del Paese in via di sviluppo rappresentano una chiave a basso impatto ambientale per compensare il fabbisogno alimentare globale. Come suggerisce la Fao in un rapporto del 2013, gli insetti sono nutrizionalmente eccellenti, ricchi di acidi grassi insaturi, ferro e zinco e simili in termini di proteine rispetto alla carne convenzionale. Un ambiente favorevole, quindi, abilitato dalla tecnologia e dal cambiamento ecosistemico degli stili di consumo, in grado di rendere sostenibile l'accesso a un'alimentazione adeguata sotto il profilo nutrizionale per gli abitanti del Pianeta. Anche alle nostre latitudini, dove apparentemente il problema non esiste, il cibo diventa un framework con cui osservare la capacità di tenuta del sistema economico, culturale, sociale e ambientale di fronte da un lato all'aumento di domanda e, dall'altro, all'aumento di consapevolezza su cosa mettiamo nel piatto. Un non-tema fino a non molto tempo fa, oggi via via più popolare fino a diventare campo di sperimentazione privilegiata per la produzione di soluzioni di innovazione sociale su tutta la filiera agro-alimentare dalla produzione alla trasformazione, alla distribuzione al consumo oggi inteso come esteso di opzioni che esercitano rispetto a un prodotto o l'altro, a retroagire sugli altri passaggi in modo determinante.

Il tessuto della trasformazione culturale è crisi economica. Il downsizing - la "semplicità volontaria", il ritorno a una dimensione sostenibile dell'esistenza - diventa un lifestyle normale e auspicato. Una rivoluzione culturale: che si nutre di formazione e che chiede trasparenza al mercato, costretto sempre di più a cambiare, aprendo al consumatore. La sfida dell'innovazione risiede proprio nell'abilitare il consumatore a scegliere, rendendolo consapevole delle proprie possibilità, per una alimentazione che sia qualitativa e quantitativamente adeguata.

Il cibo di domani

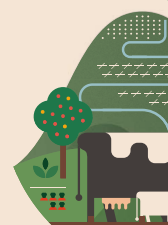
Le nostre abitudini alimentari impattano in modo imprescindibile sulla salute e sulla qualità di vita. Da qui, una crescente e diffusa attenzione per ciò che mangiamo e la conseguente apertura di nuove aree di ricerca e di mercato che faranno emergere nuove tendenze e nuove opportunità di business sostenibile. Nell'infografica i profili di 4 consumatori e la loro relazione con la filiera alimentare. Le loro scelte disegneranno quattro diversi scenari



Utilizzando l'app di realtà aumentata Aj è possibile accedere agli approfondimenti. Dopo aver scaricato l'app è sufficiente puntare lo smartphone sugli elementi di testo posti sull'illustrazione centrale contrassegnata con il simbolo Aj

PRODUZIONE

Il focus si sta spostando dall'agricoltura resource intensive ad alternative a minore impatto ambientale e da cibi della tradizione e comfort food a nuove tendenze che spaziano da cibi funzionali



TRASFORMAZIONE

Tendenza alla Personalizzazione e al miglioramento delle performances

