

CHIARA BENUSSI

*Dottoranda in Agricultural, Environmental and Food Science and Technology,
Dipartimento Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari, Università di Bologna*

Svelati i segreti del cibo del futuro

Un nuovo studio dell'Università di Bologna punta a comprendere i fattori che influenzano la crescita di aziende attive nel settore del cibo sostenibile

È finalmente arrivato il tanto atteso giorno di Pasquetta e sei impaziente di iniziare il tradizionale barbecue con gli amici. Mentre addenti un boccone succoso, il tuo palato è pronto a riconoscere soddisfatto un sapore di carne alla brace, ma all'improvviso ricordi che l'hamburger che stai per mangiare è a base di "farina di piselli". Come sono arrivati questi intrusi nella tua grigliata? Grazie a chi? Quali sono i segreti delle imprese alimentari che portano proteine vegetali, insetti e alghe nei nostri piatti? A fornirci le risposte è un nuovo studio dell'Università di Bologna che esamina i fattori capaci di influenzare la crescita di questo mercato. Perché negli ultimi anni il numero di aziende che producono cibo a base di proteine alternative è cresciuto esponenzialmente raggiungendo sempre più consumatori. Le domande sugli elementi che guidano la straordinaria crescita di questo innovativo settore alimentare sono, quindi, inevitabili.

Scetticismo&curiosità

Da tempo è ormai emerso come la produzione di alimenti di origine animale, soprattutto negli allevamenti intensivi, abbia un forte impatto ambientale in termini di consumo di suolo, acqua ed emissioni di gas serra. Esistono persino considerevoli questioni etiche, come il benessere animale, spesso trascurato negli allevamenti intensivi. Ecco perché si guarda con interesse alle proteine alternative. Si tratta di ingredienti proteici come legumi, cereali, insetti, funghi, lieviti e alghe. Esempi di prodotti che le contengono sono crackers con alghe, pasta con farina di insetti, formaggio di mandorle e cotoletta di soia. Nonostante in alcuni casi si manifesti un certo scetticismo, è evidente anche una palpabile curiosità, oltretutto sempre più in crescita. Aumenta, infatti, il numero di cittadini europei che vogliono ridurre il consumo di carne e inserire nella propria dieta alimenti a base di proteine non tradizionali. D'altronde i vantaggi di queste scelte non sono trascurabili: minori emissioni, un uso più sostenibile delle risorse naturali e, in molti casi, benefici anche per la salute.

Una combinazione di fattori vincente

Ecco perché le imprese sono andate incontro alle esigenze del mondo moderno, pensando a soluzioni innovative e più attente all'ambiente senza rinunciare al piacere del cibo. Per comprendere la combinazione di fattori che influenzano la crescita aziendale, un gruppo di ricerca del Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari ha svolto alcune interviste con imprese italiane ed europee. I primi risultati hanno dimostrato che, per creare prodotti in grado di incontrare il gusto dei consumatori, è necessario puntare su due fattori: la ricerca interna, con la collaborazione di Università e centri di ricerca, e la selezione accurata di personale altamente competente, soprattutto nello sviluppo del prodotto. Anche la maggiore apertura da parte dei supermercati, spinta da normative europee come la Corporate Sustainability Reporting Directive, che obbliga le grandi aziende a fornire informazioni sul loro impatto ambientale, sta favorendo la diffusione di questi prodotti. Tuttavia, il settore deve ancora affrontare sfide cruciali, come le vendite ancora stagnanti, principalmente a causa di prezzi d'acquisto elevati, difficoltà economiche e tecnologiche a scalare la produzione e una riduzione degli investimenti in ambito industriale.

Abitudini alimentari in evoluzione

In un mondo in costante evoluzione, segnato da crescenti pressioni ambientali e demografiche, la ricerca condotta dall'Università di Bologna ci aiuta a studiare come rendere i sistemi alimentari più resilienti, equi e rispettosi del pianeta. Può un hamburger fatto con proteine non tradizionali salvare il mondo? Sicuramente non da solo, ma è senza dubbio un contributo importante tra tanti altri. Il nostro studio evidenzia come le aziende contribuiranno alla transizione da un modello alimentare tradizionale a uno più responsabile, ampliando le nostre scelte di consumo e rendendo i prodotti alternativi accessibili e appetibili per tutti. Perché il futuro della nostra tavola è già alle porte, pronto a sorprenderci.