Dossier Agroeconomy



ENERGIA

Scanavino, presidente Cia Agricoltori Italiani: il governo punti allo sviluppo dell'agricoltura per la produzione di energia pulita da fotovoltaico, biogas e biomasse





La società di e-commerce ha formato una squadra di assaggiatori ed esperti che setacciano le regioni italiane alla ricerca della migliore enogastronomia

di **Paola Benedetta Manca**

Foodaloo, una task force di esperti dell'eccellenza

UNA TASK FORCE di esperti che setaccia le regioni italiane alla ricerca di eccellenze e autentiche rarità dell'enogastronomia, prodotte da realtà grandi o da piccoli o piccolissimi produttori. Unico requisito: qualità e genuinità. Cibo, olio e vini a chilometri zero, di grande pregio e fattura completamente artigianale, che vantano tradizione, storia e cultura italiana, regalando quei gusti e sapori radicati nella nostra memoria. È la squadra speciale dell'e-commerce Foodaloo.it che si differenzia per una caratteristica davvero innovativa: gli esperti che girano l'Italia per scovare il meglio dell'enogastronomia sono anche assaggiatori professionisti oltre che appassionati della buona cucina. Sono circa una decina – ma aumenteranno a breve – e incontrano e conoscono direttamente il produttore, ascoltando la sua storia, visitando la proprietà, seguendo il processo produttivo e la filosofia che guida la realizzazione del prodotto finale che poi assaggiano e di cui realizzano una recensione.

Foodaloo, nel 2021 ha raggiunto il numero di 58.408 utenti sul sito, con un incremento del 27,7% rispetto al 2020 e ha totalizzato un aumento dei ricavi del 393% rispetto all'anno precedente. La prossima sfida è sbarcare all'estero, scambiando così i prodotti d'eccellenza tra i vari Paesi, attraverso la piattaforma e-commerce. Attualmente, Foodaloo.it vanta un gruppo di 11 soci e 8 tra collaboratori e dipendenti, circa 100 fornitori e oltre 2000 referenze, in continuo aumento. «Il progetto – racconta Simona Guarducci (**nella foto sopra, a destra**), responsabile marketing e assaggiatrice professionista del team – nasce nel 2017, dall'idea, dopo uno studio sul mercato, di fornire un servizio e-commerce che fosse l'opposto del commercio enogastronomico legato alle grandi distribuzioni. Foodaloo è stato creato, infatti, con l'idea di fornire un punto di incontro tra le realtà artigianali produttrici di eccellenze italiane e la figura degli assaggiatori da noi ideata». L'assaggiatore, come spiega Guarducci, non è solo un amante dei cibi e vini buoni, ma «una figura tecnica. Ognuno di noi ha una formazione diversa: non c'è solo lo chef o il sommelier, ma anche il maestro assaggiatore di formaggi, salumi, olii e vino». La formazione tecnica fa sì che l'assaggiatore «non esamini solo il gusto di un prodotto – che può essere anche personale – ma, ad esempio, conduca anche un'analisi sensoriale e delle caratteristiche organolettiche» approfondisce Guarducci. «Ogni assaggiatore – prosegue – si reca dai propri produttori, che segue personalmente, e monitora l'intera produzione, assicurandosi che porti a un risultato d'eccellenza».

Gli assaggiatori si mettono anche a disposizione del consumatore finale, prima, durante e dopo l'acquisto, «per fornire informazioni e consigli su come utilizzare al meglio il prodotto«. L'attività di Foodaloo.it è online da circa due anni, da poco prima dell'inizio della pandemia, e permette anche ai piccoli produttori e artigiani dell'enogastronomia, quelli ad esempio da cui l'e-commerce acquista anche un solo prodotto, di usufruire di una piattaforma web di vendita. Il produttore, infatti, deve solo realizzare il prodotto «a tutto il resto pensa Foodaloo – spiega Guarducci -: dal fornire l'occorrente per l'imballaggio, alla bolla d'accompagnamento già compilata. Dal corriere – che ritira il prodotto impacchettato anche da piccoli artigiani in cima ai monti o in fondo alle valli–, fino all'inserimento dell'articolo sulla piattaforma e-commerce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A CACCIA DELLE PRODUZIONI

«Ogni assaggiatore si reca dai propri produttori, che segue personalmente, e monitora l'intera produzione, assicurandosi porti a un risultato d'eccellenza»

58

Foodaloo.it è un progetto nato nel 2017. Lo scorso anno ha raggiunto il numero di 58.408 utenti sul sito, con un incremento del 27,7% rispetto al 2020, e ha totalizzato un aumento di ricavi del 39,3% rispetto all'anno precedente. Attualmente Foodaloo vanta un gruppo di 11 soci e 8 tra collaboratori e dipendenti, circa 100 fornitori e oltre 2000 referenze, in continuo aumento

IL PUNTO

Materie prime agricole I prezzi sono alle stelle

PREZZI ALLE STELLE per le materie prime agricole, peccato che noi non le abbiamo. Dipendiamo dall'estero, come per l'energia. Adesso, alla vigilia delle semine primaverili, scopriamo l'enorme deficit cerealicolo del nostro Paese, particolarmente grave per il mais, materia prima strategica per la filiera mangimi-zootecnia e per l'industria alimentare. Importiamo il 64% del nostro fabbisogno di grano tenero per la produzione di pane e biscotti e il 53% del mais di cui abbiamo bisogno per l'alimentazione del bestiame, dice Coldiretti, e l'Ucraina – guarda caso – è il nostro secondo fornitore di mais con una quota di poco superiore al 20%. In 15 anni gli ettari investiti a mais si sono praticamente dimezzati, alimentando un import di prodotto in gran parte Ogm. Le aziende maidicole italiane sono circa 100mila ed investono meno di 600mila ettari (il minimo dal 2018): «Se non si provvederà al rilancio colturale, in particolare saranno a rischio – ricorda Confagricoltura – le produzioni alimentari DOP di origine animale vincolate, dai disciplinari produttivi, ad avvalersi per il bestiame di mangimi e foraggi del territorio».

Questi dati, questo deficit, testimoniano il fallimento, la mancata programmazione della politica cerealicola del nostro Paese per un prodotto altamente strategico per le filiere di eccellenza del made in Italy. Una performance negativa che si riflette anche sulla bilancia commerciale con un import netto al massimo storico: oltre 6,1 milioni di tonnellate e almeno 1,2 miliardi di euro di esborso valutario. All'ultima Giornata del mais organizzata dal Crea-Cerealicoltura e Colture industriali si è puntato il dito sul cambiamento climatico: il progressivo aumento delle temperature, la riduzione della quantità di piogge e la loro distribuzione penalizzano la maiscoltura, come altre attività agricole. Il cambiamento climatico influisce, anche, sul contenuto in micotossine che dal monitoraggio Crea per il 2021, ha evidenziato una situazione eterogenea tra i diversi areali di coltivazione concentrati al Nord tra Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna. Serve intervenire sulla qualità sanitaria del prodotto: nell'ultima campagna maidicola Crea certifica una battuta d'arresto in termini di produzione e qualità. Le rese, infatti, si riducono, in base ai diversi areali, dal 5 fino al 30% in alcuni casi, in conseguenza del calo delle superfici, della flessione dei rendimenti unitari (-6% a 10,7 ton/ettaro) e delle temperature (eccessivamente rigide in inverno, che insieme alle gelate tardive hanno ritardato la fioritura nel periodo primaverile, troppo elevate tra giugno e agosto).

Lorenzo Frassoldati

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quotidiano QN Nazionale
ECONOMIA & LAVORO
IL GIORNO Il Resto del Carlino LA NAZIONE
SETTIMANALE A CURA DI
Paolo Giacomin e Andrea Ropa
In redazione: Franca Ferri