

filiera innovative

Alghe, più allevamenti e business quintuplicato

Manuela Soressi

Macché insetti: nella ricerca di nuove fonti alimentari, sostenibili e disponibili in grandi quantità, sono piuttosto le alghe a essere favorite. Innanzitutto perché sono oggetto di minori tabù alimentari: se in Asia sono ormai abituali in tavola, in Italia l'80% dei cittadini si dichiara più propenso ai piatti a base di questi ingredienti rispetto a quelli cucinati con insetti, come rivela un sondaggio di Fedagri Pesca-Confcooperative. Anche a livello di produzione l'interesse per le alghe continua a salire, tanto che negli ultimi 15 anni i volumi sono più che quintuplicati, sfiorando i 180 milioni di tonnellate (fonte Fao). L'Asia resta il principale competitor, con il 95% della produzione, in particolare da acquacoltura. Ma qualcosa si sta muovendo anche in Europa.

La Ue sta puntando a creare una filiera strutturata di algacoltura e stima che, entro il 2023, questo mercato quintuplicherà il giro d'affari, arrivando a 9 miliardi di euro, e creando 85mila nuovi posti di lavoro. In Italia oggi il mercato conta una decina di aziende, soprattutto nella fase di trasformazione. «Ma la vera opportunità è nell'allevamento, una filiera che in Italia potrebbe valere un miliardo di euro – afferma Paolo Tiozzo, vicepresidente Fedagri Pesca-Confcooperative –. È un settore della blue economy tutto da sviluppare per rispondere alla richiesta crescente in campo medico, estetico e alimentare. E visto che anche l'Europa ha deciso di investire in questo settore, si aprono nuove strade per giovani che hanno voglia di sperimentare».

Coltivabili praticamente ovunque e 365 giorni l'anno, efficaci nel catturare l'anidride carbonica e nel produrre ossigeno, le alghe sono un ottimo esempio di economia circolare: si possono usare per intero oppure estrarne principi attivi per la cosmetica, e ciò che ne rimane è biomassa, facilmente riutilizzabile per esempio come biocarburante, come base per tessuti naturali o fertilizzante. In Italia la più coltivata è una micro-alga, la spirulina, con oltre una ventina di impianti, spesso avviati da aziende agricole o alimentari, come ha fatto il pastificio Andriani in Puglia, che la usa poi per arricchire la pasta Felicia. Anche grazie a queste produzioni, la spirulina si è diffusa negli integratori e nei nutraceutici, ed è sempre più presente come ingrediente in molti prodotti venduti al supermercato. L'Osservatorio Immagino l'ha rilevata sulle etichette di 23 prodotti, dai frullati alla pasta ai succhi freschi, con vendite aumentate del 14,4% nell'arco degli ultimi 12 mesi.

Ma c'è anche chi punta sulle macro-alghe, come la start up romana SuperNaturale che ha varato un progetto per farle conoscere ed apprezzare da chef e consumatori.

Ha aperto il centro di divulgazione Algae Lab e ha selezionato quelle ottenute in modo sostenibile in diverse parti d'Europa per venderle in Italia, dapprima in bar e ristoranti e poi, da fine 2023, anche in Gdo. Le prime, già in distribuzione, sono quelle a marchio La Patrona provenienti dalla Galizia, le prossime saranno quelle delle Isole Faroe. «Ci avvaliamo di due consulenti ambientali che ci aiutano a valutarne la sostenibilità e le caratteristiche – racconta il presidente Riccardo Zamurri–. In questo mercato, dominato dalle alghe essiccate importate dall'Oriente, noi puntiamo su quelle da raccolta selvaggia e lavorate a fresco, in modo che conservino il loro patrimonio nutrizionale, come i grassi Omega3 di cui sono una delle poche fonti vegetali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA