

Giancarlo Addario

Five Season Ventures

Ho conosciuto Giancarlo poiché eravamo colleghi in Barilla. In seguito le nostre strade si sono divise, ma entrambi, anche se in modi diversi, abbiamo continuato ad occuparci di innovazione nel settore alimentare.

Adesso Giancarlo è partner di un fondo di investimenti, dedicato a valorizzare le aziende innovative del settore alimentare di nuova costituzione, ma con alto potenziale di crescita.



Parlami un po' della tua carriera, di cosa hai fatto e cosa stai facendo

Mi sono laureato in Tecnologie Alimentari, (o Scienze delle Preparazioni Alimentari, come si chiamava prima), e la mia propensione alla “fuga” mi ha portato in Irlanda, dove ho svolto attività di ricerca sulla genetica dei batteri lattici, a Pisa per un master in Total Quality Management e all’Università di Karlsruhe, dove sono stato accolto come “guest scientist”, sempre in ambito microbiologico.

Ed è a Karlsruhe, che mi è arrivata “la telefonata”: era una società di selezione, alla ricerca di un profilo da inserire in Barilla, azienda alla quale ho poi dedicato 21 anni della mia vita professionale.

Particolarmente entusiasmanti e “pionieristici” sono stati i primi due anni; trascorsi viaggiando negli Stati Uniti, tra

produzione di pasta e sughi, la costruzione da green field e l'avviamento del primo stabilimento di pasta realizzato da Barilla in USA.

Dopo 6 anni in Qualità, sono approdato in Ricerca e Sviluppo, con un ruolo gestionale, un po' lontano dalla mia anima più tecnica, ma che ha lasciato il segno nello sviluppo delle mie competenze.

Per un paio d'anni sono riuscito a fare il tecnologo, ma problemi di salute mi hanno costretto a rinunciare, per dedicarmi a progetti di ricerca e sviluppo a lungo termine ponendo le basi di quella che è gradualmente diventata la funzione Open Innovation dell'azienda.

Nei primi anni il focus era lo scouting di tecnologie e soluzioni innovative attraverso l'interazione con istituti di ricerca, piccole e grandi aziende o utilizzando anche metodi meno convenzionali come il crowd-sourcing.

Successivamente ho gestito progetti di ricerca collaborativi co-finanziati da fondi europei e problematiche relative alla proprietà intellettuale e ai brevetti.

Negli ultimi anni le priorità aziendali si sono orientate al mondo delle startup innovative, con la necessità di connettere l'azienda all'ecosistema di incubatori ed acceleratori ed attivare progetti con le startup del mondo agri-food. Per rendere più flessibili queste interlocuzioni ho infine contribuito all'avvio di uno strumento ad hoc, Blu1877.

A febbraio 2018 ho deciso di lasciare Barilla per cominciare una nuova, entusiasmante avventura come Principal di Five Seasons Ventures, il primo fondo di Venture Capital in Europa, specializzato in Food Tech, con sede a Parigi.

In due anni abbiamo investito in sei aziende in UK, Germania e Italia.

Parlami di una sfida che vedi nel futuro per te o per la tua azienda

Il venture capital è tipicamente un'attività ad alto rischio: per vincere la partita bisogna definire ed adottare strategie di mitigazione.

La sfida è quella di intercettare e capire i trend e dove va il mercato, riuscendo a prevedere quali sono i settori, le aziende ed i prodotti/servizi che avranno successo, in un orizzonte temporale futuro di circa dieci anni.

Uno dei motivi per cui mi piace il lavoro che svolgo è la possibilità di selezionare e veder crescere aziende, che vogliono essere i "campioni" del domani.

Questo mix di talento ed entusiasmo può contribuire alla creazione di un futuro migliore in termini benessere economico, minor impatto ambientale e filiere e prodotti più sicuri e più nutrizionalmente equilibrati.

Il prodotto da solo non basta, è la capacità dell'azienda di creare un impatto e di favorirne la diffusione che fa la vera differenza.

Che significato riveste per voi il termine Food Tech?

Diamo al termine Food Tech un'accezione ampia: per conquistare il mercato e creare nuove categorie di prodotti è necessario agire su più fronti: dall'innovazione di prodotto, al processo, al business model.

L'innovazione di business model maggiormente diffusa è quella che ha avuto inizio con il food delivery e si è poi evoluta in altri modelli D2C (direct-to-consumer).

Questo tipo di interazione mi fa venire in mente il lavoro dell'attore di teatro, che ha il privilegio di guardare in faccia il suo pubblico, ma che, allo stesso tempo, deve essere più "agile", avere una maggiore propensione al rischio e una

maggiore capacità di improvvisazione.

Così come gli attori di teatro, per avere un'audience più ampia, fanno anche cinema e televisione, anche molte aziende si sono accorte che la strategia vincente è quella del multichannel/omnichannel, integrando la consegna a domicilio alla possibilità di acquistare il prodotto nello scaffale dei supermercati o di ritirarlo nei pick-up point.

Chiaramente, quando si parla di marketing e di abitudini dei consumatori, nulla è scolpito nella roccia. Le abitudini delle persone e i loro bisogni cambiano ad una velocità e con una frequenza sempre crescenti.

Probabilmente la Generazione Zeta acquisterà quasi tutto online ed i punti vendita si trasformeranno in luoghi esperienziali, magari senza prodotti. Un esempio è Casper, azienda che vende materassi online e offre i suoi "nap tours" nei punti vendita dove è possibile decidere se acquistare.... dormendoci sopra....

Tornando al food, quello che sta cambiando non è solo quello che mangiamo, ma anche le modalità di produzione e, soprattutto, la relazione con il cibo.

I nostri nonni avevano un piano settimanale pre-stabilito: ogni giorno della settimana, tutti sapevano che si sarebbe mangiato un determinato alimento: ciò permetteva di avere un'alimentazione bilanciata e di ridurre il food waste e gli eccessi.

Adesso questo lo fanno alcune app, come Zipongo, che propone una dieta settimanale e consiglia dove andare a comprare gli ingredienti e in quali quantità.

Se andiamo a monte della filiera la tecnologia sta cambiando la vita a molti agricoltori ed allevatori, offrendo, attraverso l'agricoltura di precisione, una migliore gestione delle risorse, grazie a sistemi di feed automatizzati, controlli a distanza e sistemi previsionali di supporto alle decisioni.

La tecnologia può offrire nuove opportunità, migliorando la qualità della vita, rendendo più interessanti lavori finora caratterizzati da estrema fatica e sacrificio e favorendo un ritorno alla coltivazione e all'allevamento.

Cosa pensi del futuro dell'alimentazione?

Quando si parla di futuro del cibo, mi viene sempre in mente "Il dormiglione", un film scritto, diretto ed interpretato da Woody Allen nel 1973.

C'è un passaggio, in particolare, in cui due scienziati, nel 2173, discutono di come le certezze scientifiche di 200 anni prima, fossero state completamente ribaltate dalle scoperte più recenti che consideravano i vegetali dannosi, e i grassi saturi ottimali per la salute umana.

Il dialogo è comico ma a volte la realtà supera il paradosso: qualche anno fa, in Nord-Europa, si è diffusa la teoria della "Low Carb- High Fat Diet", a cui sedicenti nutrizionisti attribuivano addirittura effetti positivi sul sistema cardiovascolare, facendo leva anche sulla tradizione tipicamente nordica legata al consumo di grassi.

Anche parlando di dieta mediterranea, si fa spesso riferimento alla tradizione.

In realtà parlare di modelli alimentari in maniera svincolata dagli stili di vita non ha troppo senso.

Prendiamo ad esempio le bevande energetiche: contengono una quantità di sodio necessaria per reintegrare quanto eliminato attraverso il sudore quando si svolge un'intensa attività fisica, in assenza della quale, si avrebbe un apporto di sodio eccessivo con relativo aumento del rischio ipertensione, e non solo.

Nessun alimento fa bene o fa male in assoluto, se non si prende in considerazione lo stile di vita ed il metabolismo

dei singoli individui: da qui nasce il concetto di nutrizione personalizzata.

Tornando al nesso tra passato e futuro del cibo, mi viene in mente il termine “flexitariano” che, secondo il dizionario Treccani, è “chi predilige seguire un modello di alimentazione di tipo vegetariano, senza rinunciare ad alimentarsi sporadicamente di proteine animali”.

I nostri nonni e bisnonni, vivendo in un regime di risorse scarse, non solo erano tutti flexitariani, ma mettevano in atto strategie oggi definite “economia circolare”, riutilizzando tutto ciò che era possibile recuperare.

Un esempio, che considero particolarmente affascinante, è rappresentato dai cosiddetti, “conigli da fossa”, un’antica tecnica di allevamento messa a punto nell’isola di Ischia per poter arricchire in proteine una dieta quasi esclusivamente rappresentata dalla verdura del proprio orto.

Venivano scavate buche nel terreno (profonde fino a 4 metri), dove si allevavano conigli allo stato semi-brado, dando loro da mangiare gli scarti delle verdure.

Il passato può insegnarci molto: la scarsità di risorse veniva percepita “sulla propria pelle”, vivendo in un raggio di azione di poche decine/centinaia di chilometri e, anche quando non era una scelta obbligata, il risparmio e il riciclo facevano parte di un modello culturale condiviso.

Oggi le persone vivono in un villaggio globale nel quale è più agevole muoversi e scambiare informazioni, ma il cui livello di percezione è attutito o offuscato, riducendo, almeno inizialmente, il livello di consapevolezza. A volte si amplifica, diventando trend.

Un esempio tangibile è rappresentato, nel mondo occidentale, dalla riduzione dei consumi di prodotti di origine animale e dal diffondersi dei prodotti e dei ristoranti vegani. In netta contro-tendenza con quanto sta invece

avvenendo nei mercati asiatici, che ha molti elementi in comune con le dinamiche di consumo dell'occidente durante il boom economico, quando la percezione di abbondanza ci ha portato a modificare i nostri modelli culturali e, di conseguenza, la nostra dieta e nostri stili di vita, senza preoccuparci dell'impatto sull'ambiente e sulla nostra salute.

Mangiare troppa carne non appartiene alla nostra tradizione gastronomica: nella mia Lucania, c'è un piatto tipico, la pasta cu' lu 'ntruppc (letteralmente "l'intoppo") nel quale si "inciampava", quasi per caso, in un pezzetto di carne.

Un altro piatto emblematico, riconducibile all'economia circolare è "u' cutturiedd", per il quale si utilizzava "la pecora sciavorta", cioè malandata, azzoppata e quindi, da riciclare. Dopo ore di cottura con le verdure si otteneva un brodo nel quale veniva inzuppato il pane o condita la pasta che si mangiava insieme alla carne.

La globalizzazione ci sta portando, da un lato ad interagire con un mondo molto più ampio, pieno di stimoli e scambi culturali, da un altro a fare i conti con risorse sempre più limitate, che vanno gestite. Troveremo strade comuni per risolvere i problemi del pianeta attraverso l'incontro delle diverse culture e tradizioni: ad esempio, riesco più facilmente ad immaginare i nostri nipoti che sgranocchiano insetti interi preparati e serviti per strada da un food truck, che pensarli davanti ad un piatto di pasta arricchita da farine proteiche di aziende come Entomo Farms o Italbugs.

Il vero catalizzatore di questi cambiamenti è, come già accennato in precedenza, la digitalizzazione della nostra società, che sta rivoluzionando le nostre abitudini quotidiane, dando vita ad opportunità enormi in termini di scambi culturali, di sviluppo di nuovi prodotti/servizi, di nuove modalità di consumo e di interazione consumatore-azienda.



Seconda parte :

*Una vita per il lavoro, o il
lavoro per la vita ?*

*35 anni di lavoro
nella ricerca e sviluppo*