

Quanto inquinano il trasporto di cibi e bevande

Ogni giorno circa 23 mila camion percorrono la Penisola su e giù per rifornire hotel, ristoranti e bar. Le emissioni di CO₂ sono enormi e la sensibilità dei consumatori sta crescendo. Ma la risposta delle aziende è ancora troppo timida

Alessandro Cicognani

Il rapporto con il cibo è al centro di un mutamento copernicano. Sono già 6 milioni gli italiani che adottano un regime alimentare “zero rifiuti” all’interno delle proprie mura domestiche; quasi il 30% quelli che dichiarano di prestare attenzione all’impatto ambientale quando si trovano a compiere una scelta su quale prodotto acquistare. Una sensibilità che si esprime anche fuori casa, quindi dentro bar, ristoranti e alberghi, dato che secondo il rapporto stilato da Italgrob e Censis il 91,1% delle persone apprezza i locali che comunicano in modo trasparente le proprie pratiche ecologiche.

Ma con quale reale consapevolezza? In fondo, una bottiglia d’acqua dentro il frigorifero di

una caffetteria è “solamente” una bottiglia d’acqua. E invece, dietro di essa si celano centinaia di chilometri percorsi da furgoni diesel, altrettanti realizzati da coloro che esercitano l’attività di vendita e impianti logistici a volte fortemente energivori.

È la grande giostra della distribuzione food and beverage al servizio dell’Horeca, acronimo che sta per hotellerie-restaurant-café. Si tratta di un settore nevralgico della filiera alimentare italiana del fuori casa, poiché è quella che mette in collegamento i produttori di beni alimentari con i venditori finali.

Un’industria che rimane spesso nell’ombra, ma che nel suo complesso vale 17 miliardi di euro di fatturato, in crescita, oltre 60 mila dipendenti e, nota dolente, 570 mila tonnellate annue di CO₂ equivalente (unità di

misura utilizzata per determinare l’impatto dei gas serra sul riscaldamento globale). Per tradurre il dato in qualcosa di concreto, sarebbe come se ogni anno venissero disboscati 78 mila campi da calcio di alberi.

Il risultato è frutto della “semplice” aritmetica, basata sui 23 mila mezzi che compongono la flotta del comparto distribuzione nazionale e sui 2,3 milioni di chilometri che compiono tutti i giorni solcando le strade italia-



ne. A mettere insieme le cifre ci ha pensato Fourgreen, società di consulenza carbonica specializzata nel food&beverage. «Tutti noi siamo propensi a riflettere sui mezzi che si muovono per effettuare le consegne dei rivenditori online - sottolinea Umberto Napoli, cofondatore insieme a Fabio Iandolo - ma nessuno sembra ricordarsi di quelli che viaggiano per permetterci di fare aperitivi, pranzi o cene».

Volendo azzardare una classifica dei prodotti il cui trasporto comporta il maggior impatto dal punto di vista ambientale, stando alle stime di Fourgreen in cima al podio si trova la divisione bevande, che a sua volta ha nell'acqua il protagonista assoluto tra gli "inquinanti". È una banale questione di volumi: la minerale rappresenta infatti il 45% del mercato bevande, seguita dal 25% dei soft drink (tutti gli analcolici), un altro 25% del ramo birra e per finire un 5% proviene dal commercio del vino.

Le emissioni clima alteranti derivanti dai camion sono comunque una parte del problema. Fatto cento il totale dell'impatto ambientale causato dalla distribuzione, il 60% almeno va sicuramente attribuito ai trasporti, ma il mantenimento sottozero delle celle frigorifere (alcune grandi migliaia di metri quadrati) può influire fino al 30%, è il caso di chi opera nel segmento surgelati e nel com-

parto ittico.

Il resto si divide tra il lavoro della forza vendita (fatto di agenti che si spostano in macchina per tutta la penisola muniti di cataloghi), la considerevole mole di materiale pubblicitario in plastica (sedie e bicchieri con il logo del produttore) e, per chi ne fa uso, il servizio di pulizia delle spillatrici di birra. Punto poco conosciuto quest'ultimo, ma che da solo vale un dispendio annuo di circa 600 litri d'acqua per singolo impianto di spillatura. Il perché è da ricercare nell'obbligo di sanificazione mensile degli impianti, che richiede ingenti utilizzi di acqua mista a soluzioni sanificanti.

I temi messi sul piatto sono ben noti ai distributori italiani. Lo testimoniano le ricerche organizzate dall'associazioni di categoria Italgrob, che non a caso l'anno scorso ha dedicato ampio spazio all'importanza della sostenibilità nel suo rapporto annuale. Tuttavia, la risposta da parte delle società sembra essere ancora oggi abbastanza timida. I colossi che dominano il mercato stanno in effetti investendo per dare al loro business un'impronta sempre più green, ma i progetti di rilievo sono casi isolati. Volendo citare qualche esempio, la Marr del Gruppo Cremonini ha istituito un codice etico improntato alla sostenibilità che i propri fornitori sono tenuti a sottoscrivere e sta spin-

gendo l'utilizzo di packaging riciclato. La lombarda Dac ha invece elaborato una sua personale etichetta ambientale, che assicura il rispetto di rigorosi standard ecologici durante l'intero ciclo di vita del prodotto.

«Purtroppo - ammette il cofondatore di Fourgreen - mentre le grandi si stanno muovendo, le piccole e medie imprese stanno sottovalutando l'argomento». Un bel dilemma, considerato che dei 3.400 distributori italiani, il 67% è composto da piccole realtà familiari che non superano i 2,5 milioni di euro di fatturato. In questi ultimi anni è riuscita a fare breccia l'installazione di impianti fotovoltaici per la produzione di energia rinnovabile, ma con una finalità più opportunistica legata al risparmio, specie dopo il boom degli energetici iniziato a fine 2021, che di reale lotta alle emissioni inquinanti.

«Bisogna responsabilizzare le aziende. Non c'è altra strada», avverte Napoli. Anche perché molti limiti sono oramai caduti. Il birrifico svizzero Felschlösschen è dal 2021 che rifornisce la gastronomia elvetica con camion elettrici. In Italia l'infrastruttura non è ancora pronta per questo, ma i biocarburanti come l'hvo diesel sono una realtà già esistente e dichiarano di ridurre l'impatto ambientale del 90%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

HORECA

Acronimo che sta per hotellerie-restaurant-café. Un settore nevralgico della filiera alimentare italiana del "fuori casa"



L'OPINIONE

L'acqua è la protagonista assoluta tra gli "inquinanti": la minerale rappresenta il 45% del mercato bevande, seguita dal 25% dei soft drink, dal 25% della birra e dal 5% del vino



L'OPINIONE

Dei 3.400 distributori italiani, il 67% è composto da piccole realtà familiari che non superano in totale i 2,5 milioni di euro di fatturato



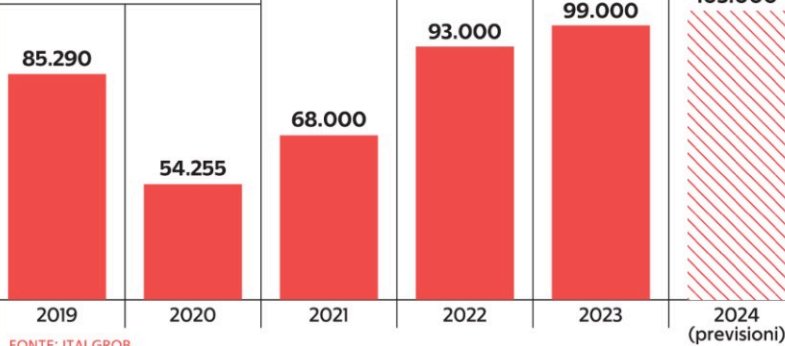
DS6901

DS6901

NUMERI

LA CRESCITA DEL MERCATO DOPO LO STOP DELLA PANDEMIA

IN MILIONI DI EURO



FONTE: ITALGROB



CLIENTI SEMPRE PIÙ ATTENTI

30%

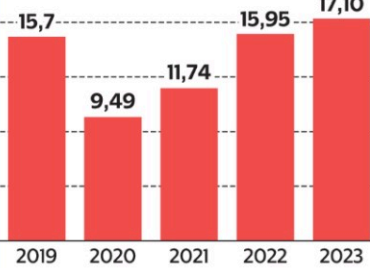
Italiani attenti all'impatto dei propri acquisti

9%

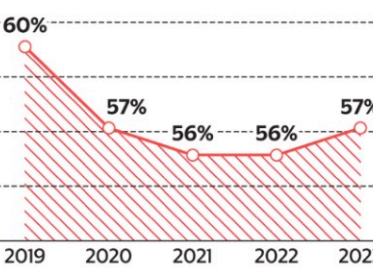
Apprezzano i locali con pratiche eco

IL VALORE DEGLI ACQUISTI DEI GROSSISTI FOOD & BEVERAGE

Fatturato
(in miliardi di euro)



Quote di mercato
(in %)



Grossisti o Distributori F&B e Specializzati sono tutti i grossisti sia quelli despecializzati, ovvero quelli che trattano più categorie merceologiche, che quelli specializzati esclusivamente su comparti del food fresco e freschissimo

FONTE: ITALGROB

IL SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE INTERMEDIA DUE TERZI DEGLI OPERATORI SOTTO I 2,5 MILIONI DI RICAVI



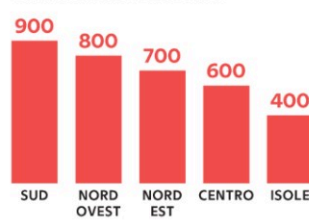
17,1 miliardi di euro

il fatturato dei distributori food & beverage nel 2023, 1,2 miliardi di euro in più rispetto al totale dei 15,9 miliardi di sell-in del 2022

3.400 circa

i distributori presenti in Italia, di cui all'incirca 2.000 i distributori specializzati nel fuori casa. I restanti servono sia il fuori casa, sia in maggior misura il dettaglio tradizionale, altri distributori o i consumatori finali (porta a porta) o non presentano particolari specializzazioni per canale

Distribuzione territoriale



2,5 milioni di euro

il fatturato degli operatori di aziende a gestione familiare e di ridotte dimensioni (circa il 67%)

Specializzazione merceologica





① Distribuzione di food & beverage al servizio di hotel, ristoranti e caffè: un'industria che vale 17 miliardi e dà lavoro a circa 60 mila persone