

LATTE, SCIENZA E STALLE

Lactalis, Syngenta, passando per Sop Farm, la filiera lattiero-casearia investe in biotech e digitale
Dalle coltivazioni fino al packaging, il settore accelera su qualità, export e riduzione dell'impatto ambientale

Le normative sul benessere animale e la direttiva sulle emissioni zootecniche costringono le imprese a investire. Il risultato? Alimenti più sani e aria più pulita

di **MASSIMILIANO DEL BARBA**

Il buon latte si vede dal mattino. Letteralmente: attorno alle quattro, per la prima mungitura.

O addirittura dalla sera antecedente, con l'ultima razione di foraggio somministrata alle frisoni e alle bruno-alpine.

Nel 2025, il dato è di Nomisma per Confagricoltura, il comparto lattiero caseario ha evidenziato una dinamica positiva, sia in termini di produzione che di prezzi. Le consegne di latte vaccino all'industria di trasformazione agroalimentare hanno infatti raggiunto i 133,7 milioni di quintali (+1,5% sul 2024). Aumento significativo per le quotazioni: il prezzo medio a 57,32 euro al quintale (+11,6%).

Tutto questo latte per fare cosa? Formaggi e yogurt, la cui domanda è in crescita nonostante crisi e cambio di abitudini alimentari. Sempre lo scorso anno la spesa delle famiglie per i prodotti lattiero caseari è aumentata del 6,3%. Sui mercati esteri, infine, le esportazioni di latte e suoi derivati made in Italy mostrano una dinamica positiva, sia per quantità che per valore.

Clima e sostenibilità

I marchi e le denominazioni, da questo punto di vista, rappresentano un elemento strategico per la commercializzazione del prodotto finito, anche se dicono poco, forse, del grande sforzo, insieme tecnologico e finanziario, che stanno affrontando le aziende — grandi e piccole, cooperative e consorziate — per migliorare la produttività e, al contempo, abbassare il proprio impatto ambientale: dal campo fino allo scaffale del supermercato.

Spiega Valerio Vinotti, head of marketing Seeds per Syngenta: «Il trinciato di mais è il pilastro

energetico della razione della bovina da latte perché offre rese per ettaro molto alte e una stabilità fermentativa che lo rende disponibile tutto l'anno. Eppure, la sua qualità non dipende solo dalla gestione agronomica e dal momento di raccolta, ma parte dalla genetica dell'ibrido. Da tempo siamo al lavoro per rendere le coltivazioni più stabili, tolleranti agli stress climatici e rendere le fibre più digeribili». Il combinato disposto, poi, fra nuove normative europee sul benessere animale e la direttiva comunitaria sulle emissioni zootecniche spinge molti allevamenti bovini a investire in soluzioni biotech in grado di abbassare la quantità di ammoniaca prodotta nell'aria e di combattere la proliferazione nelle stalle di microrganismi nocivi per i capi di bestiame. Il risultato? Latte più sano e aria più pulita.

A Busto Arsizio, in provincia di Varese, ad esempio, è attiva Sop Farm, che sviluppa soluzioni biologiche in grado di migliorare la circolarità degli impianti zootecnici: «Il nostro approccio integra microbiologia, fisiologia animale e scienza dei sistemi viventi per migliorare il funzionamento di allevamenti e aziende agricole, governando ambiente, animali, reflui e suolo come un unico sistema biologico. Noi crediamo che così facendo si possa passare dalla sostenibilità alla rigenerazione della campagna», racconta l'ad Marco Poggianella.

Nuove soluzioni

L'agrifoodtech vede l'Italia in prima fila: nel 2025 nel nostro paese gli investimenti in soluzioni innovative e tecnologie di frontiera nel primario, secondo una recente analisi di Eatable Ventures, tra i principali acceleratori foodtech su scala mondiale, sono cresciuti del 18%, raggiungendo 121,6 milioni di euro. E una buona fetta di questi investimenti sono finiti nella filiera della trasformazione agroalimentare, incluso quella casearia, come dimostra il nuovo piano industriale di Lactalis Italia, che ha destinato, da qui al 2030, 400 milioni di euro in innovazione di processo e di prodotto: «Gli investimenti saranno destinati allo sviluppo delle attività industriali e logistiche in Italia, al potenziamento dei nostri 30 stabilimenti, sia in termini di produttività che di sostenibilità. Abbiamo inoltre un programma di investimenti in ambito tecnologico e di sicurezza dei sistemi», spiega l'ad Giovanni Pomella. Solo quest'anno abbiamo previsto oltre 70 milioni di euro di investimenti di cui oltre 16 milioni sono stati impiegati per lo sviluppo della capacità produttiva degli stabilimenti e per nuove linee di prodotto. Molti progetti sono sviluppati per migliorare la nostra capacità di crescere sui mercati interna-



zionali, come per esempio quello che riguarda le linee frozen, composte da mozzarella e burrata, pensata per consentire ai prodotti di raggiungere i clienti in tutto il mondo. Dialoghiamo costantemente con l'ecosistema italiano dell'innovazione, abbiamo relazioni con oltre 200 startup e al momento abbiamo venti collaborazioni concrete su progetti industriali, digitali e di sostenibilità». Non viene ovviamente trascurato il confezionamento: «Fra le priorità chiave — chiude Pomella — soluzioni di packaging a minore impatto ambientale. Ad esempio, Parmalat ha sviluppato una bottiglia in Pet bianco opaco con il 50% di materiale riciclato per latte Uht, il che ha permesso di risparmiare 3.400 tonnellate di materia prima e di avviare una filiera *bottle-to-bottle* anche per una tipologia di materiale precedentemente non riciclabile in modo efficiente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Manager

Giovanni Pomella è ceo di Lactalis Italia Parte della multinazionale francese, occupa in Italia oltre cinquemila addetti per 3 miliardi di ricavi

Primario

Qui sopra una delle stalle che utilizza le biotecnologie di Sop Farm per azzerare la produzione di ammoniaca dai reflui zootecnici, responsabili della generazione del Pm2.5. In basso un impianto di Parmalat e i laboratori della Galbani, aziende del gruppo Lactalis



