

La sperimentazione parte già in area vendite

Il ruolo della rete commerciale, laddove venga opportunamente coinvolta, può rivelarsi importante nel recepire suggerimenti utili per introdurre nuovi concept e per migliorare i prodotti esistenti

Un elemento che generalmente caratterizza l'innovazione di successo è la sua rispondenza a effettive esigenze di mercato, che talvolta, peraltro, possono risultare appena abbozzate ancora poco esplicitate dal fronte della domanda. In una filiera come quella dei salumi – in cui il rispetto della tradizione è costantemente invocato – è tutt'altro che semplice identificare gli attori e le dinamiche dell'innovazione in relazione all'evoluzione dei bisogni. Si può provare a partire, però, dal futuro prossimo: in questo caso, si tratta dell'imminente entrata in vigore (prevista per il 25 di questo mese) del decreto che, recependo la direttiva comunitaria 2003/89, obbliga i produttori a dichiarare sulle etichette dei loro prodotti la presenza di ingredienti (anche di tracce) che possono provocare intolleranze alimentari o allergie.

Tra questi ingredienti figurano la nocciola, il pistacchio, il glutine e i derivati del latte: alcuni di essi fanno visibilmente parte del prodotto (come nel caso del pistacchio nella mortadella), oppure ne costituiscono un elemento utile, ma non caratterizzante, come il glutine (che

favorisce la ritenzione idrica) o il latte in polvere, che facilita il processo di fermentazione e dà consistenza alla salsiccia. La possibilità di un'intolleranza alimentare o di un'allergia riguarda senza dubbio una minoranza (anche se in crescita) di



investire risorse significative in ricerca e sviluppo (anche per la maggiore capacità, rispetto alle piccole, di accedere a finanziamenti pubblici), oppure di separare, se necessario, le linee di produzione, le piccole imprese si trovano decisamente

più in difficoltà ad affrontare questi investimenti, specie nelle attuali condizioni di mercato saturo e di margini risicati.

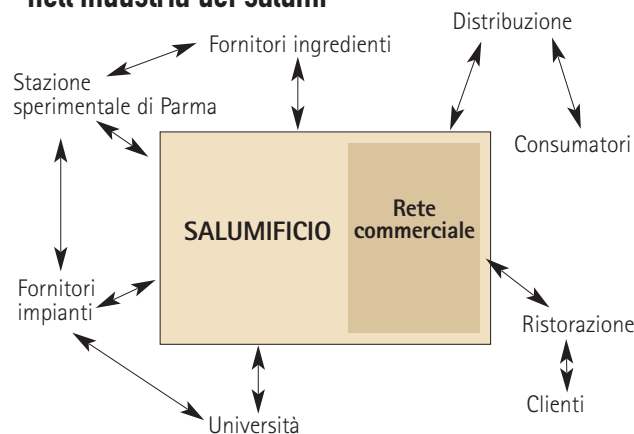
Potrebbero, quindi, optare, almeno in un primo tempo, per la scelta di dichiarare la presenza delle sostanze suddette. In un secondo momento, potrebbero accedere alle conoscenze più avanzate disponibili, grazie a sforzi interni oppure servendosi della collaborazione con istituti di ricerca, quali la Stazione sperimentale delle industrie conserviere alimentari (Ssica) di Parma.

Questo genere di apporti innovativi, comunque, non rappresenta, alla prova dei fatti, un forte fattore di differenziazione, tanto più che le innovazioni nell'alimen-

tare sono difficilmente brevettabili e proteggibili non tanto facilmente, soprattutto in un settore come quello dei salumi.

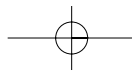
Inoltre, dato che i grandi compratori (della gdo e dell'ingrosso moderno) e gli acquirenti professionali (mense e società di catering) sono molto attenti alla qualità e sicurezza degli alimenti che acquistano, essi costituiscono un forte

■ Gli attori del sistema d'innovazione nell'industria dei salumi



La rete commerciale di un'azienda produttrice di salumi può risultare un ottimo sensore delle nuove esigenze dei consumatori, raccolte sul territorio grazie alle segnalazioni e alle considerazioni degli operatori del retail e della ristorazione: si genera così un processo virtuoso che coinvolge anche i fornitori del salumificio

consumatori: in ogni caso, l'industria che non lo avesse ancora fatto – e si tratta di una quota consistente – si deve attrezzare per rispondere a questa esigenza del mercato eliminando gli ingredienti individuati dalla lista o sostituendoli con altri, separando le linee di produzione o dichiarandone in etichetta la presenza. Mentre le grandi aziende hanno la possibilità di



Michele Coletti *quality supervisor di Cogent*

sprone per l'industria ad adottare tutte le misure possibili in questo senso. Pertanto, il ruolo della rete commerciale diventa fondamentale: non solo nella fase di vendita, ma anche in quella di raccolta degli elementi utili a introdurre nuovi prodotti e a migliorare quelli esistenti. Agenti e venditori, se opportunamente coinvolti, hanno le capacità e l'interesse per comprendere appieno le esigenze dei clienti e per riportarle in azienda, dove possono diventare oggetto degli opportuni sviluppi. Il vantaggio competitivo può venire, quindi, sia dalla sensibilità della forza vendita nel raccogliere questi segnali spesso deboli sia dalla capacità dell'azienda di trasformarli rapidamente in innovazione di prodotto.

Grazie agli input forniti da questo tipo di attività e dalle ricerche di mercato, dal dopoguerra a oggi i salumi sono diventati, mediamente, più magri del 30% e meno salati del 20 per cento.

Carni più magre e proteiche e salumi più freschi vanno incontro alle esigenze dei consumatori, ma richiedono all'industria un alto livello di competenze tecniche e biologiche e un'organizzazione incentrata maggiormente sul lavoro in team. I salumifici italiani possono contare ormai, del resto, su un sistema d'innovazione di eccellenza mondiale: i migliori fabbricanti di impianti sono italiani e in Emilia-Romagna si trovano università con grandi competenze nel settore. Una menzione particolare merita la già citata Ssica, ente pubblico che svolge ricerca per le ditte del settore. La Stazione sperimentale delle industrie conserviere alimentari costituisce dal 1923 il punto di ri-

ferimento nelle conserve alimentari di frutta e ortaggi, carne e pesce. Né bisogna poi dimenticare i fornitori degli ingredienti, che hanno sempre più una funzione di consulenza tecnica nei confronti dei salumifici. Si tratta quindi di un ecosistema che nella Food valley parmense trova il suo apice, con una presenza diffusa di sapere e di segreti industriali che sono "nell'aria", per usare l'espressione di

COSÌ L'AUTOMAZIONE ABBASSA I COSTI

Tutta la filiera del suino è stata attraversata da più di un significativo cambiamento tecnologico: basti pensare, per esempio, ai risultati raggiunti dall'industria danese in termini di automazione nei macelli, tanto che è in vista la completa robotizzazione della linea. I benefici dell'automazione non risiedono solo nella riduzione dei costi (-25% di manodopera negli ultimi anni) e degli spazi, ma anche nella standardizzazione della qualità del processo e, soprattutto, nella possibilità di offrire un lavoro più qualificato e meno pesante in zone che, spesso, sono a piena occupazione. Anche il maggior ricorso alla refrigerazione (e a sistemi di raffreddamento più rapidi ed efficienti) nelle fasi di preparazione e stoccaggio del prodotto e a un processo sempre più sofisticato hanno permesso all'industria di conciliare qualità con salubrità, proprietà organolettiche con principi nutrizionali.

In particolare, l'innovazione nel controllo di processo va dal monitoraggio in linea della presenza di corpi estranei, alla selezione delle materie prime in funzione della composizione chimica delle carni fino alla sensoristica per il controllo remoto degli impianti: dai parametri di temperatura e umidità si è ormai arrivati a visualizzare il prodotto a distanza. E nel prossimo futuro sono in vista il contributo del naso elettronico e la misurazione della consistenza delle carni.

un noto studioso dei distretti produttivi, Dominique Foray, docente all'università di Losanna. In particolare, l'industria italiana ha ampiamente dimostrato di rispettare le prassi produttive tradizionali evitando massicce additivazioni di stabilizzanti come i polifosfati (praticamente eliminati dal prosciutto cotto negli ultimi dieci anni), antiossidanti come l'ascorbato di sodio, nonché conser-

vanti come nitriti e nitrati (assenti nel prosciutto crudo di Parma e San Daniele). A tale impegno nella qualità non sono estranei i consorzi, con la tutela del disciplinare e delle caratteristiche del prodotto tipico. Oggi sono allo studio nuove tecniche per la conservazione della carne, basate su trattamenti non aggressivi sul piano fisico, che saranno molto utili per l'allungamento della shelf life e la conseguente maggiore possibilità di conquistare i mercati esteri.

A tale proposito, sono molti importanti i risultati ottenuti nel preaffettato dall'atmosfera protettiva, con una migliore resa e stabilità del colore del prodotto e ovviamente un maggiore controllo della carica batterica.

In conclusione, nonostante il settore sia composto prevalentemente da piccole aziende, le risorse presenti nel sistema d'innovazione nazionale consentiranno alla gran parte di esse di affrontare con successo le nuove frontiere tecnologiche e di mercato, aggiungendosi a quel centinaio di operatori che già oggi sono in grado di competere a livello globale.

*Si ringraziano per la collaborazione
Paolo Berselli (Montana-gruppo
Cremonini), Giovanni Parolari (Ssica),
Danish Meat Research Institute
e Villani Salumi.*

