

Dal campo all'etichetta: la trasformazione dei prodotti agricoli

written by Rivista di Agraria.org | 13 maggio 2011

di Donato Ferrucci

La trasformazione dei prodotti agricoli a livello aziendale rappresenta un momento di diversificazione produttiva di tipo "verticale", con evoluzione del prodotto da agricolo ad agroalimentare. Si tratta di un'operazione avvincente e ricca di stimoli che implica pianificazione delle attività e delle risorse.

Il nuovo assetto produttivo, necessita di organizzazione imprenditoriale ad elevato grado di professionalità, impianti e strutture sono resi inutili se non supportati da personale qualificato e da sistemi gestionali efficienti. Inoltre, particolare attenzione deve essere attribuita agli aspetti legislativi, infatti, per poter pianificare qualunque tipo di attività è necessario partire dalla *conformità legale del prodotto e del processo*.

Un ulteriore momento di riflessione va aperto circa l'efficienza degli strumenti gestionali a garanzia della salute del consumatore, in sintesi autocontrollo e rintracciabilità. Questi vanno fondati sulle caratteristiche dell'azienda e dei prodotti, per poi generare un sistema "a misura", con elevato grado di elasticità e caratterizzato da modalità operative semplici, proporzionate ed efficaci. Costruiti con comprensione degli scopi e condivisione degli obiettivi da parte di chi li dovrà utilizzare.

La realizzazione di un prodotto si svolge attraverso diversi momenti, il primo e più importante è rappresentato dalla *pianificazione* delle attività, cioè la definizione di "cosa" si rende necessario per capire "come" lavorare. Fissato l'obiettivo, si valutano le risorse disponibili e si confrontano con i vincoli imposti dal contesto.

Alla pianificazione delle attività e del processo produttivo si allinea quindi il rispetto dei vincoli dettati dalle regole legislative che impongono le modalità di strutturazione ed organizzazione del processo. Queste sono definite nel loro insieme *regole di produzione* e classificabili in: *di prodotto, di processo, di organizzazione, di responsabilità, di relazione*.

In linea generale occorre affermare che il settore agroalimentare è governato attraverso regole plurime per origine e oggetto di applicazione. Regole di origine sia **nazionale** che **comunitaria**; di tipo **orizzontale** e **verticale**, generali per l'intero settore le prime, specifiche per un determinato comparto o per un gruppo di prodotti le seconde. L'insieme delle regole influenza le modalità operative applicabili per la realizzazione di un determinato prodotto.

Le regole di prodotto e di processo

Sono quelle di tradizionale applicazione nel nostro contesto normativo. Sono di tipo statico e si traducono da una parte in requisiti fisico-chimici dei prodotti e dall'altra in caratteristiche dei luoghi di produzione; in entrambi i casi si tratta di elementi fisici oggettivi.

Le regole di prodotto entrano nel merito della composizione e delle modalità di realizzazione, definendo gli ingredienti ammessi e, in alcuni casi, i processi di lavorazione utilizzabili (*ricetta legale*). Ne sono esempi i prodotti come la passata di pomodoro, le confetture, il latte, il miele, le farine, la pasta e, forse il caso più rappresentato a livello di piccole produzioni, l'olio di oliva, ove gli atti legislativi prescrivono:

1. le modalità di lavorazione (*procedimenti esclusivamente meccanici*),
2. le materie prime (*olive*),

3. le caratteristiche chimiche del prodotto finito (p.e. *acidità*),

affinché il prodotto possa utilizzare la denominazione “extravergine”.

E' sostanziale sottolineare come può essere inopportuno intraprendere un percorso produttivo senza prima approfondire lo studio delle regole a governo. Si potrebbe incorrere nell'errore di realizzare una confettura con un contenuto in frutta inadeguato, una farina con eccessivo contenuto in ceneri, una passata con un grado brix insufficiente. Requisiti caratterizzati da precisa specifica normativa, che se disattesi impedirebbero la lecita immissione in commercio dei prodotti.

Per quanto attiene le regole di processo, risultano di natura più generale rispetto a quelle di prodotto e fissano:

1. comunque le caratteristiche “ambientali” dei siti di produzione;
2. in alcuni casi le modalità di realizzazione, quali ad esempio limite minimo di temperatura o la natura del procedimento di lavorazione (p.e. solo di tipo meccanico);

Anche in questo caso si tratta di regole di tipo “statico”, indipendenti dal contesto e applicabili a prescindere da altri elementi operativi ed organizzativi.

Le regole di organizzazione, relazione e responsabilità

Le norme nazionali a governo di tali aspetti sono state di recente aggiornate da due regolamenti comunitari, rispettivamente il Reg. CE 852/2004 e 853/2004 divenuti operativi dal 1° gennaio 2006. Il primo stabilisce norme generali in materia di igiene dei prodotti alimentari, il secondo aggiunge ulteriori requisiti per la produzione di alimenti di origine animale.

Sono parte di un'intensa produzione normativa che, iniziata dal 2004, è stata definita “**pacchetto igiene**”. Entrambi i regolamenti entrano anche nel merito delle regole di organizzazione e sono stati oggetto di interpretazione e specifica mediante linee guida a livello nazionale e regionale.

Le regole di **organizzazione** riguardano il sistema azienda e come questo gestisce il prodotto ed il relativo processo. Tra queste troviamo:

1. Regole inerenti gli aspetti igienico-sanitari, gestite ed attuate mediante implementazione del sistema HACCP (Regg. CE 852/2004 e 853/2004);
2. Regole a governo delle modalità organizzative e di gestione delle informazioni (artt. 14 al 21 del Reg. CE 178/2002).

Entrambi gli aspetti mirano ad alcuni obiettivi ritenuti prioritari quali, 1) la salubrità degli alimenti, e di cui il sistema HACCP è divenuto l'elemento fondante; 2) la sicurezza del consumatore, garantita mediante una corretta gestione delle informazioni, funzionali ad un sistema di rintracciabilità.

Le regole di **relazione** sono determinate dagli artt. 19 e 20 del Reg. CE 178/2002, e riguardano il monitoraggio e la capacità di ritiro di un prodotto dal mercato. Si richiede all'azienda di estendere la capacità a seguire il prodotto

oltre il momento dell'immissione in commercio, fino a coprirne la vita utile o parte di questa (caso dei prodotti con oltre 24 mesi o senza scadenza). L'azienda è quindi chiamata ad operare una vigilanza sul mercato in relazione ai problemi che può dover affrontare in relazione ai prodotti immessi in commercio.

Le regole di **responsabilità**, traggono origine dall'art. 14 Reg. CE 178/2002, sui requisiti di sicurezza degli alimenti, dall'art. 7 che fissa il principio di precauzione, e si definiscono sulla base dell'art. 21 del medesimo atto. E' disposto che alimenti a rischio non possono essere immessi sul mercato, né prodotti per i quali non si può escludere un pericolo (principio di precauzione). Pertanto, le responsabilità riguardano pertanto:

1. il prodotto nella sua natura intrinseca e funzionale, in relazione alle condizioni igienico-sanitarie, alle modalità di consumo e nell'insieme, alla sua attitudine ad essere ingerito;
2. Le informazioni a corredo e la coerenza tra queste e le caratteristiche sia sostanziali che formali del prodotto;
3. L'organizzazione dei sistemi produttivi, per i quali la gestione dei potenziali pericoli e delle informazioni va implementata secondo i principi di perizia, diligenza e prudenza.

La mancata attuazione di queste regole e il potenziale insorgere di una problematica con possibili effetti sulla salute del consumatore rende illecita l'immissione del prodotto sul mercato.

Un esempio di analisi e pianificazione produttiva

Consideriamo l'ipotesi di dover realizzare confezioni di farina a partire da prodotto coltivato in azienda. Si potrebbe quindi individuare uno schema di che considera le seguenti fasi:

1. scelta della tipologia di farina (frumento tenero, duro, cereali minori, ecc.);
2. approvvigionamento materie prime;
3. molitura;
4. confezionamento;
5. etichettatura;
6. deposito;
7. commercializzazione.

Ad ognuno dei punti citati corrisponde un diverso momento decisionale, con regole specifiche in termini di requisiti legislativi e riflessioni imprescindibili circa il contesto di mercato. Vediamo quindi per ogni aspetto il possibile sviluppo e le problematiche connesse.

a. Scelta della tipologia di farina

In questa fase la scelta deriva dal confronto con la domanda di mercato. Può essere più appropriato un prodotto semi-integrale o raffinato secondo gli usi alimentari e se, soprattutto, è usuale l'utilizzo casalingo di farine per la preparazione di dolci, pane od altro. Interessante potrebbe essere anche la proposta di farine di tipo "alternativo", tratte da cereali minori quali farro, segale, kamut®, ecc.

b. Approvvigionamento materie prime

L'approvvigionamento ci si aspetta che, in linea con una filosofia di valorizzazione territoriale, avvenga mediante autoproduzione od eventuale acquisizione da aziende limitrofe, secondo il principio dell'ampliamento della gamma e miglioramento della qualità fissato dalla fiscalità vigente. Sarà pertanto necessario organizzare la produzione agricola in funzione delle nuove necessità produttive.

1. *Molitura*

La molitura consiste nel passaggio da granella a farina attraverso una serie di operazioni così distinte:

1. prepulizia;
2. condizionamento;
3. macinazione con produzione di farina e sottoprodotti (crusca, cruschetto e tritello).

Il processo può essere compiuto direttamente in azienda mediante molini di tipo "artigianale" venduti da alcune ditte specializzate.

Non bisogna però dimenticare che per le farine esiste un corpo di norme specifiche e di autorizzazioni che impone:

1. la disponibilità di locali a norma igienica ai sensi di quanto previsto dal Reg. (CE) 852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari;
2. il prodotto farina conforme alle tipologie commercializzabili ed alle caratteristiche tecnologiche (ricetta legale) come previsto da DPR 9 febbraio 2001, n. 187.

E' questo il caso delle norme plurime, per tipo ed origine, di cui si accennava in apertura.

Rimane, in ogni caso, la possibilità per l'azienda di perseguire due possibili strade:

1. la prima, prevede la realizzazione di una **struttura in proprio** rispondente ai requisiti di legge;
2. la seconda, l'utilizzo di un **laboratorio artigianale in conto terzi**, dotato delle opportune autorizzazioni per l'ottenimento del prodotto finito.

d. confezionamento.

Anche questo momento rientra tra le fasi che rispondono a requisiti di tipo igienico-sanitario specifici e che può quindi risultare opportuno esternalizzare al fine di non incorrere in un eccessivo aggravio tecnico e normativo.

E' comunque preferibile, iniziare l'attività di produzione rivolgendosi all'esterno ed avvalendosi della professionalità presente sul territorio, che permette due vantaggi:

1. il primo strettamente economico, legato alla certezza del costo correlato alla quantità prodotta e pertanto modulabile secondo le richieste del mercato;
2. il secondo di natura tecnica, legato alla possibilità di valorizzare esperienze produttive e tradizioni

presenti sul territorio, avvalendosi di professionalità e cultura difficilmente raggiungibili in tempi brevi da chi si inserisce in un nuovo settore.

Dall'incontro del mondo agricolo con quello artigianale possono nascere una serie di occasioni interessanti, in virtù delle quali ogni competenza può aggiungere contributi positivi a miglioramento del risultato finale e suggerire iniziative ancor più avvincenti.

e. Etichettatura

E' la fase in cui al prodotto viene apposto l'elemento comunicativo. L'etichetta esprime il messaggio al consumatore circa le caratteristiche del prodotto ed è regolamentata da una serie di norme sia di tipo generale che specifiche per singole categorie di prodotti. Da sottolineare come, fatte salve le menzioni obbligatorie ed escluse quelle fuorvianti, l'etichetta è un forte mezzo di comunicazione per l'azienda, in quanto viaggia con il prodotto e presenta l'insieme di evocazioni in un unico contesto. Pertanto, è estremamente importante la coerenza, nei termini e figurativa, di quanto comunicato dall'etichetta con i valori che l'azienda intende trasmettere.

f. Deposito

Lo stoccaggio alimenti richiede locali idonei e rispondenti alla normativa. E' sicuramente auspicabile per l'azienda disporre di locali nei quali può immagazzinare a pieno titolo i prodotti realizzati, in proprio o da terzi, in modo tale da avere disponibilità di approvvigionamento dalle scorte. E' forse questa la struttura veramente essenziale, senza la quale diventa difficile gestire la commercializzazione di quanto realizzato.

g. Commercializzazione

Come per quelle precedenti fasi correlate ad un sito, anche questa deve avvenire presso un locale con idonee caratteristiche igieniche. Il locale può essere strutturato sia in prossimità del centro aziendale sia esternamente, sempre per rimanere in coerenza con il tipo di messaggio che si intende comunicare. Il punto vendita connesso all'azienda pone l'accento sul legame con il mondo rurale. In tal caso, l'acquisto dei prodotti alimentari è inteso come momento ricreativo e culturale di scambio diretto tra produzione e consumo senza intermediazione. Il consumatore, con il prodotto, acquisisce informazioni e servizi che sono espressione di valori e cultura "rurale".

La pianificazione in esempio evidenzia come le tematiche si alternano per i diversi aspetti, e vuole spingere ad una riflessione sui vari momenti che si susseguono durante la realizzazione di un prodotto.

La discussione potrebbe continuare ad oltranza per prodotti di diversa natura ed origine, considerata una casistica, per fortuna, pressoché illimitata di casi applicabili nel nostro panorama agroalimentare.

Da ultimo, preme sottolineare l'essenziale supporto, oltre alla pianificazione e realizzazione del prodotto, anche di un'analisi di contesto che si esplica come segue:

1. analisi di mercato del prodotto che si intende realizzare;
2. formalizzazione di un piano di marketing.

Il che si traduce, guardando ad una realtà aziendale agricola di tipo familiare, in un confronto riflessivo verso il mercato a cui ci si rivolge e o su cui si vuole entrare.

Arrivando quindi ad una sintesi, si fornisce un elenco punti di controllo e definizioni degli impegni, necessari per

portare a termine un prodotto agricolo trasformato con diverso grado di complessità e pronto per essere immesso sul mercato:

1. predisposizione, in proprio o presso terzi, di un locale ed impianti idonei ad ospitare e lavorare il prodotto, nel rispetto del regolamento (CE) 852/2004. E' consigliabile ed opportuno avvalersi di informazioni presso la ASL di competenza territoriale. Inoltre, a seconda dei casi e delle disposizioni territoriali, è possibile richiedere alle agenzie sanitarie la valutazione formale del progetto se non una verifica sanitaria preventiva e non vincolante dei locali che andranno ad ospitare le operazioni;
2. Il punto precedente implica la verifica della destinazione d'uso dell'immobile, della conformità della struttura in termini di requisiti catastali, agibilità, approvvigionamento idrico e smaltimento delle acque reflue, della conformità degli impianti;
3. Predisposizione di un piano per l'autocontrollo dei rischi igienico sanitari;
4. Predisposizione di una procedura per la rintracciabilità, conforme ai requisiti espressi dal Reg. (CE) 178/2002;
5. Denuncia di inizio attività (DIA) presso la ASL di competenza, per le operazioni nello specifico effettuate, ai fini dell'ottemperanza alle regole igienico sanitarie. La registrazione della posizione aziendale che ne consegue, non necessita di un'ispezione preventiva, pertanto l'azienda può iniziare immediatamente ad operare. La DIA, va corredata con documenti e relazioni, di solito,
 1. una relazione a specifica delle caratteristiche degli impianti, del processo di produzione, dei prodotti finali,
 2. una dichiarazione che la struttura possiede i requisiti minimi previsti dalla norma in funzione dell'attività svolta, con particolare riferimento allo smaltimento dei reflui ed all'approvvigionamento idrico,
6. Comunicazione di inizio attività al comune ai fini della vendita diretta dei prodotti (se esercitata in locale chiuso);
7. Predisposizione di una **etichetta** da apporre sul prodotto alimentare, che tenga conto dell'organizzazione del processo, in termini di materie e siti di produzione.

Un esempio di etichetta

Farina di grano tenero



Riferimenti bibliografici e normativi

- Reg. (CE) 852/2004 del 29 aprile 2004, sull'igiene dei prodotti alimentari.

- Reg. (CE) 853/2004 del 29 aprile 2004, che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.
 - Regolamento (CE) N. 178/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare.
 - Conferenza Permanente per i Rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, Rep. n. 253 del 17.12.09: Accordo, ai sensi dell'art. 4 del Decr. L.vo. 28.8.97 n. 281, tra il Ministero della Salute e i Presidenti delle Regioni e delle Province autonome sul documento recante "Linee Guida applicative del Reg. CE 853/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'igiene dei prodotti di origine animale".
 - Conferenza Permanente per i Rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, Rep. n. 59 del 29.04.10: Accordo, ai sensi dell'art. 4 del Decr. L.vo. 28.8.97 n. 281, tra il Ministero della Salute e i Presidenti delle Regioni e delle Province autonome sul documento recante "Linee Guida applicative del Reg. CE 852/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'igiene dei prodotti alimentari".
 - Conferenza Permanente per i Rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, Rep. n. 2334 del 28.7.05: Accordo, ai sensi dell'art. 4 del Decr. L.vo. 28.8.97 n. 281, tra il Ministero della Salute e i Presidenti delle Regioni e delle Province autonome sul documento recante "Linee Guida ai fini della rintracciabilità degli alimenti e dei mangimi per fini di sanità pubblica, volto a favorire l'attuazione del Reg. CE 178/2002".
 - Decreto L.vo 27.1.92 n. 109 - Attuazione delle direttive 89/395/CEE e 89/396/CEE concernenti l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari. Modificato con i *Decreti Legislativi n.68 del 25 febbraio 2000 e n.259 del 10 agosto 2000, dal Decreto Legislativo n.181 del 23 giugno 2003 e, di recente, dal Decreto Legislativo 8 febbraio 2006, n.114.*
 - DIRETTIVA 2000/13/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 20 marzo 2000 relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità
 - Comunicazione pubblicitaria e informazione nel settore agro-alimentare. Alessandra di Lauro. Istituto di diritto agrario internazionale e comparato - Firenze. Giuffrè Editore - Milano. 2005.
 - Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza. Alberto Germanò - Eva Rook Basile. G. Giappichelli Editore. Torino. 2005.
 - Etichette e pubblicità principi e regole. Dario Dongo. Edagricole. 2004.
 - Regolamento (CE) n. 258/97 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 gennaio 1997 sui nuovi prodotti e i nuovi ingredienti alimentari.
13. Regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari.

Donato Ferrucci, Dottore agronomo libero professionista, riveste attualmente l'incarico di Responsabile di Bioagricert Lazio e di Cultore della materia presso la cattedra di Gestione e Comunicazione d'Impresa" - Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi della Tuscia. E-mail: donatoferrucci@alice.it

Alimenti Sicuri

La guida per il consumatore dal supermercato alla tavola

Maria Zemira Nociti, Paolo Macao - Edagricole



I rischi di contaminazione per i prodotti alimentari sono essenzialmente di tre tipi: biologici, chimici e fisici. Sono molte le precauzioni che ciascuno di noi può adottare per acquistare del cibo sicuro e per mantenerlo tale.

[Acquista online >>>](#)