

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

**L'evoluzione della filiera agroalimentare verso la qualità del prodotto. La qualità dei prodotti alimentari**

**This is the author's manuscript**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/120735> since

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

# DE **Q**UALITATE

FEBBRAIO 1996

£ 16.000 • Pubblicazione mensile Diretta da Roberto Scaramuzza

Tribunale di Roma 5.8.92 N° 479/92

Spedizione Abbon. Post. 50% - Roma

## LA QUALITÀ NEL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

*Nicola Minnaja*

## LA PROGETTAZIONE IMPIANTISTICA SECONDO LA NUOVA NORMA ISO 9001

*Alessandro Verdelli*

## DOVE VANNO LE NORME ISO 9000 SULLA GESTIONE DELLA QUALITÀ?

*Giorgio V. Brandolini*

## LA MISURA DELL'INTENSITÀ DEL MARKETING RELAZIONALE

*William J. Glynn e Uolevi Lehtinen*

## COMPRENDERE LE VARIAZIONI

*Carlo Bramati e Domenico Lepore*

## SUPERAMENTO DELLA NON SICUREZZA

*Antonio Di Mambro*

## IL MARCHIO DI QUALITÀ DEI CEMENTI

*Giuseppina Varone e Alessandro Nicolai*

## QUALITÀ DELLE PRODUZIONI E SOSTENIBILITÀ DELL'AGRICOLTURA

*Carmelo Cannarella*



NUOVO STUDIO TECNA

RIVISTA ITALIANA DELLA QUALITÀ

■ L'evoluzione della filiera agroalimentare verso la qualità del prodotto ■

# LA QUALITÀ DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

F. Percivale, R. Beltramo, G. Peira \*

EVIDENZA

CORSIVO

**Le esperienze delle imprese manifatturiere di settori diversi dall'agroalimentare costituiscono dei riferimenti importanti ai quali attingere e dimostrano come l'implementazione dei sistemi di qualità migliori sia il dialogo tra i vari attori della filiera, sia la capacità di soddisfare le esigenze dei consumatori**

## L'EVOLUZIONE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE

**P**rima di analizzare il concetto di qualità di un prodotto alimentare è necessario soffermarci sull'evoluzione della filiera agroalimentare italiana.

Fino alla fine degli anni '40, l'Italia vive un periodo di malessere agrario ed alimentare, contrastante rispetto alla realtà dei Paesi più avanzati. Infatti i consumi alimentari sono ad un livello di pura sussistenza e soddisfano soltanto i bisogni fisiologici delle persone. Al di là degli specifici piatti e dei menù tipici delle diverse aree geografiche, le tradizioni alimentari degli italiani sono quelle della «cucina mediterranea», caratterizzata da un gruppo limitato di prodotti (importanza primaria della pasta quale primo piatto, ma anche dei cereali, dei legumi, degli ortaggi, del vino ed in misura nettamente minore dei latticini, delle carni e del pesce) e da un modulo di consumo che vede il ripartirsi dell'alimentazione quotidiana in tre pasti ad orario fisso. Tale modello alimentare origina e si consolida come conseguenza delle caratteristiche del sistema produttivo:

- presenza di molti prodotti agricoli, ma in quantità ridotte;
- produzione agricolo-artigianale tendente all'autoconsumo;
- limitata conservabilità dei prodotti.

Dai primi anni '50, fino ai nostri giorni si è assistito a profondi cambiamenti in campo economico e sociale che hanno provocato una vera e propria rivoluzione dei consumi alimentari. Per cogliere i tratti salienti dell'evoluzione agroalimentare è utile suddividere questi ultimi 40 anni, in tre sottoperiodi che vanno, rispettivamente, dai primi anni '50 alla metà degli anni '60, dalla seconda metà degli anni '60 alla prima metà degli anni '80 e da questo periodo ai nostri giorni.

Dipartimento di Scienze Merceologiche - Facoltà di Economia e Commercio - Università di Torino

Negli anni '50, l'Italia vive il suo «miracolo economico». I consumi alimentari mutano radicalmente, con un progressivo processo di sostituzione tra alimenti amidacei ed alimenti proteici (1). Il consumo annuo pro-capite di carne tra il 1951 ed il 1967 risulta più che triplicato (dati ISTAT). Anche la filiera agroalimentare subisce delle modificazioni strutturali. Esse interessano, in primo luogo, i settori agricolo e zootecnico nei quali la produzione cresce velocemente e contemporaneamente si riduce sia l'impiego di superficie coltivata e sia il lavoro umano, grazie a tecniche produttive più efficienti. L'ammodernamento coinvolge anche l'industria di trasformazione ed i canali distributivi. In questo sottoperiodo non va dimenticata la funzione persuasiva dei «media» e degli strumenti promozionali nel presentare i nuovi modelli di consumo. Il mercato alimentare è controllato dalle aziende di trasformazione con il solo obiettivo di «vendere ad ogni costo» (2)(3).

Verso la fine degli anni '60, inizia una crisi strutturale che culmina nel 1973, anno in cui l'OPEC, aumentando di quattro volte il prezzo del petrolio, provoca una recessione mondiale. I Paesi più colpiti sono quelli, come l'Italia, importatori di petrolio e con un apparato industriale ad alto assorbimento energetico. Le principali variazioni al modello alimentare non vanno ricercate tanto nella contestazione anticonsumistica ed anticapitalistica del '68 che focalizza la sua critica soprattutto sui consumi voluttuari e futili, ma nella recessione e nella occidentalizzazione dei consumi.

Il periodo congiunturale negativo porta ad un aumento generalizzato dei prezzi che lascia le quantità consumate inalterate, mentre si assiste ad una differenziazione dei consumi che, ad esempio, per quanto riguarda la carne, comporta acquisti di carne bovina meno pregiata ed un aumento della carne suinicola e del pollame.

Il secondo fattore è l'occidentalizzazione dei consumi alimentari ovvero la riduzione della forbice tra il modello italiano e quello europeo e statunitense. I principali mutamenti derivano da:

- inurbamento e concentrazione industriale;
- occupazione femminile;
- destrutturazione dei pasti.

In questa situazione si inserisce il successo dell'industria conserviera, soprattutto l'industria dei surgelati e dei precucinati. L'industria alimentare inizia ad occuparsi di qualità, soprattutto di quella nutrizionale.

A partire dalla prima metà degli anni '80, incomincia la nuova corsa degli italiani ai consumi. L'Italia, nonostante abbia conosciuto il «benessere economico» in ritardo rispetto agli altri Paesi industrializzati, nel terzo sottoperiodo evidenzia trend simili a quelli presenti negli altri Paesi. L'unica differenza nei modelli di consumo è data dal fatto che l'Italia stenta ad entrare in un modello alimentare ipercalorico. Questo elemento differenziale non deve essere inquadrato come una maggior conoscenza delle tematiche alimentari da parte dell'italiano medio bensì da una educazione alimentare mediterranea. In questo periodo non si assiste più alla sostituzione di un modello rispetto ad un altro, ma all'affiancarsi di modelli alimentari anche antitetici. La domanda si differenzia da individuo ad individuo,

si personalizza sempre più tenendo, come unica base comune, il passaggio dal cibo come bisogno fisiologico al cibo come soddisfazione. In questo passaggio convivono stili alimentari molto diversi: c'è chi opta per la modernizzazione, chi per il ritorno all'alimentazione tradizionale, chi cosmopolizza il suo gusto, ovvero adotta modelli alimentari standardizzati a livello internazionale (ad esempio i piatti proposti da McDonald, Mellow, ecc), chi va alla ricerca di piatti regionali, chi di cibi «dietetici», chi si ciba di soli prodotti «biologici» e....., si potrebbe continuare. Ad una domanda alimentare così segmentata si aggiunge l'esigenza di cibi a maggior contenuto di servizi (come, ad esempio, i prodotti di IV e V gamma).

Le modifiche in atto nella domanda alimentare rappresentano, per il settore agricolo, per quello industriale e per quello distributivo, singolarmente considerati, un fattore di stimolo finalizzato non solo all'innovazione di prodotto, ma anche di processo, in modo da rendere efficaci i sistemi di qualità che studiano e, quando possibile, anticipano le richieste di un mercato sempre più esigente(4).

Si assiste ad una progressiva concentrazione delle imprese del settore, tanto a livello nazionale quanto internazionale e, in alcune aree, incominciano a svilupparsi forme di cooperazione tra soggetti omogenei della filiera.

I concetti fin qui espressi vengono schematizzati nella figura 1.

*I cambiamenti nel modello alimentare sono stati ben sintetizzati dal Malassis, nel concetto di «società di sazietà» in cui «nonostante il consumo quantitativo non aumenti più, la spesa alimentare continua ad aumentare in valore assoluto perché si operano delle sostituzioni qualitative....Questo tipo di sostituzione nello studio della società di sazietà, diventa il fenomeno centrale dell'economia alimentare»(5).*

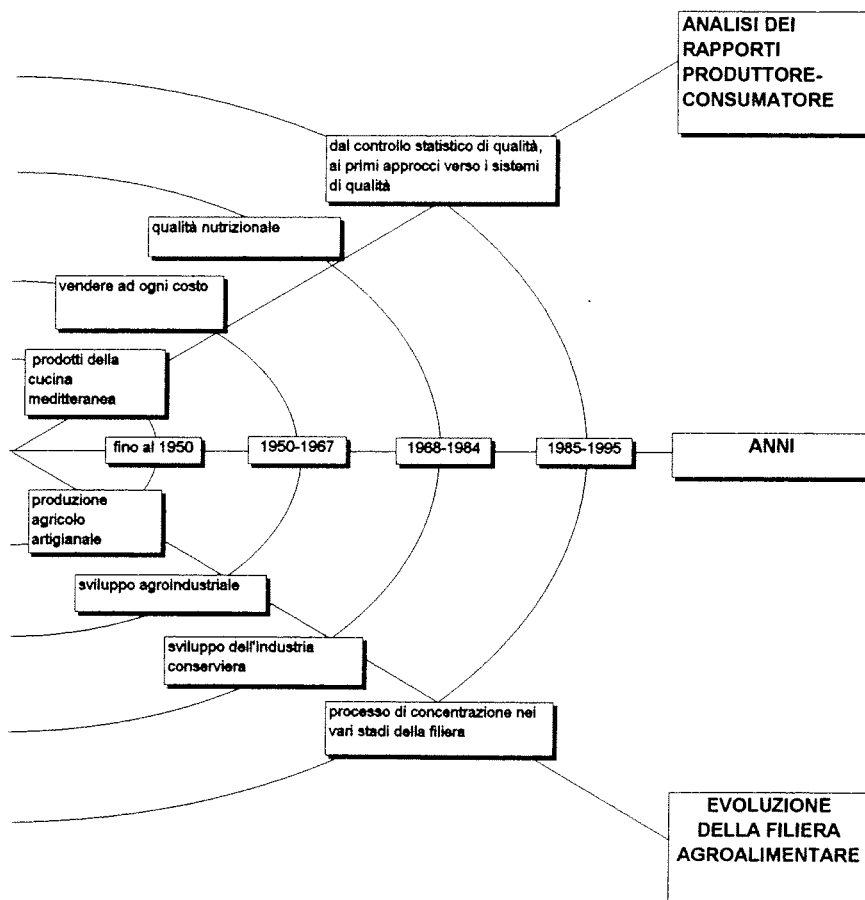


Figura 1 - Evoluzione temporale della filiera agroalimentare e dell'analisi dei rapporti produttore e consumatore

## LA QUALITÀ DI UN PRODOTTO ALIMENTARE

Nel settore agroalimentare l'attenzione alla qualità è emersa solo in questi ultimi anni, in relazione alla natura del prodotto ed alla specificità del processo produttivo.

Infatti, la produzione agricola è dominata dalla componente biologica, risultato dell'interazione fra fattori di varia natura, in cui non è sempre evidente e costante la relazione causa-effetto (7).

Va osservato che per il prodotto alimentare, la qualità è essenzialmente soggettiva e può avere rapide modificazioni sia nel tempo che nello spazio; inoltre, solo alcuni requisiti caratterizzanti la qualità sono percepibili dal consumatore che giudica, per esempio, alcune caratteristiche organolettiche, ma non è in grado di determinare il valore nutrizionale del prodotto o la presenza di residui tossici.

Ai fini della qualità, le caratteristiche organolettiche sono fondamentali, ma passano in secondo piano rispetto alla sicurezza che rappresenta un pre-requisito della qualità di un bene, in base ai due seguenti motivi:

- essa deve essere garantita incondizionatamente ed al massimo livello possibile, mentre gli altri parametri possono essere ottimizzati all'interno di un range di variabilità;
- essa non deve essere considerata un fattore di segmentazione del mercato: tutti i prodotti la devono garantire in eguale misura per tutti i consumatori. Al contrario, uno stesso prodotto può essere offerto a livelli di qualità diversi ed a prezzi di conseguenza diversi per soddisfare bisogni differenti.

Ogni azienda, «per soddisfare le esigenze esplicite ed implicite del consumatore», deve decidere simultaneamente:

- le trasformazioni da apportare all'insieme delle caratteristiche del prodotto;
- i nuovi valori da attribuire a queste caratteristiche;
- gli eventuali correttivi nella politica di comunicazione, qualora questa comporti una percezione inadeguata dell'una o dell'altra di queste caratteristiche.

Occorre che le aziende le definiscano basandosi su criteri coerenti con le modalità di apprezzamento dei consumatori, per progredire nel senso di un adeguamento ottimale del prodotto con le loro aspettative in un dato momento.

Diversi sono i possibili approcci alla qualità di un prodotto alimentare. Nei successivi paragrafi ne saranno individuati alcuni, i quali hanno come elemento comune la consapevolezza che la qualità globale non è un concetto rigido, ma al contrario un concetto in evoluzione e dunque la politica della qualità di un'azienda non può che essere una politica di lungo termine.

La definizione di qualità si arricchisce di valenze diverse man mano che si procede lungo la filiera e, quindi, cambia il soggetto che voglia dotarsi di un Sistema di qualità. Significativo è l'esempio di come venga percepito l'attributo «qualità» dai vari attori della filiera ortofrutticola. Per il produttore la qualità è sinonimo di pianta prolifera e resistente alle avversità; per il grossista è legata alla giusta calibratura, conservabilità e resi-

*Per analizzare il concetto della qualità è opportuno partire dalla definizione fornita dall'UNI EN ISO 8402 come «l'insieme delle caratteristiche di un prodotto o di un servizio che conferiscono ad esso la capacità di soddisfare le esigenze esplicite ed implicite del consumatore»(6). Questo concetto ha trovato, già da molti anni, un terreno fertile soprattutto nei comparti meccanico ed elettronico, dove è più semplice individuare e monitorare le variabili del processo produttivo che permettono di ottenere prodotti con un elevato livello di standardizzazione.*

*I prodotti alimentari si distinguono dagli altri manufatti industriali per alcune caratteristiche essenziali:*

- sono indispensabili all'uomo, poiché soddisfano i suoi bisogni primari;
- hanno un impatto diretto sulla salute dei consumatori;
- possono essere facilmente deperibili;
- possiedono una carica socioculturale;
- sono portatori di un carattere edonistico a livello di consumo.

stenza nei trasporti; per il consumatore è sinonimo di prodotto bello, gustoso e sano. Ma questi sono solo alcuni dei fattori che concorrono alla qualità che può essere analizzata con riferimento ai seguenti aspetti specifici:

- la qualità alimentare;
- la qualità psico-sociale;
- la qualità d'uso e di servizio.

## LA QUALITÀ ALIMENTARE

È possibile individuare le seguenti componenti:

- la qualità agronomica;
- la qualità igienico-sanitaria;
- la qualità nutrizionale;
- la qualità organolettico-sensoriale.

La **qualità agronomica** comprende le caratteristiche ricercate dal produttore:

- resistenza alle malattie delle piante;
- adattabilità all'ambiente di produzione (clima, terreno): è estremamente difficile ed oneroso agire sulle condizioni «pedoclimatiche», ma migliorie possono essere ottenute agendo sulle tecniche agronomiche;
- miglioramento genetico: la genetica è uno strumento indispensabile per migliorare la qualità dei prodotti agricoli. L'attività è rivolta soprattutto a migliorare i «caratteri» dei prodotti tradizionali, anche se i mercati richiedono un'ampia diversificazione varietale. I caratteri sui quali si sta lavorando sono, in particolare, l'epoca di maturazione, la resistenza ai trasporti e le caratteristiche gustative.

La **qualità igienico-sanitaria** indica l'assenza di contaminanti tossici o di sostanze che comunque possano determinare un danno alla salute dei consumatori. Le contaminazioni sono di due tipi:

- contaminazioni chimiche: in questo gruppo vanno considerati gli *anabolizzanti*, sostanze che fanno aumentare la massa muscolare e quindi la resa degli animali da macello, i *diserbanti*, gli *insetticidi*, i *fungicidi*, che riducono le perdite del prodotto dovute ai parassiti, gli *alleganti* e i *diradanti* che regolano i meccanismi di produzione. Inoltre devono essere considerati come possibile causa di contaminazione chimica, i metaboliti delle sostanze sopracitate ed eventualmente quelli ceduti dai materiali di imballaggio;

contaminazioni microbiche: sono dovute sia a microrganismi direttamente patogeni per l'uomo come il bacillo della tubercolosi o la salmonella, sia a sostanze, estremamente tossiche, prodotte da alcuni microrganismi come il *clostridium botulinum* e l'*aspergillum flavum*. Vi sono poi altri microrganismi che, pur non essendo di per sé patogeni o tossici, portano comunque a uno scadimento del prodotto, indicando che non è fresco o non è stato ben conservato.

Per garantire la qualità igienica viene fissata, attraverso normative nazionali ed internazionali, la soglia limite che non deve



essere superata.

La **qualità nutrizionale** cioè la capacità potenziale di un prodotto di apportare, a chi ne fa consumo, il nutrimento e l'energia necessari al suo metabolismo vitale. La qualità nutrizionale di un prodotto si identifica con il contenuto di principi alimentari: glucidi, lipidi, proteine, vitamine, fibra e sostanze minerali. Di ogni prodotto si deve considerare la «biodisponibilità», intesa come la quota di principi nutritivi presenti nell'alimento, in forma immediatamente assimilabile o che richiede varie trasformazioni chimiche per diventare assimilabile. I bisogni nutrizionali variano in funzione dell'età, del sesso, della condizione fisiologica, delle abitudini alimentari.

L'ultima componente della qualità alimentare è quella **organolettico-sensoriale**: essa è soggettiva, variabile nel tempo e nello spazio.

Le principali caratteristiche organolettiche-sensoriali di un prodotto alimentare sono: l'aspetto, il colore, l'odore, il gusto, l'aroma e la consistenza;

- *l'aspetto* è determinato dalla forma, dalla dimensione, dalle caratteristiche della superficie ed è condizionato dall'uniformità di presentazione e dal packaging;

- *il colore* è caratterizzato dalla tonalità (ad esempio: rosso, verde), dalla saturazione (ad esempio: colore brillante) e dalla luminosità;

- *l'odore* caratterizza molti prodotti con la sua tipicità e può essere anche un buon indice dello stato di freschezza o, quanto meno, di commestibilità del prodotto;

- *il gusto* è quel complesso di sensazioni che si manifestano sulle mucose del cavo orale, dopo che è avvenuta la masticazione del prodotto;

- *l'aroma* è quel complesso di sensazioni olfattive e gustative che si provano quando il prodotto alimentare viene introdotto in bocca;

- *la consistenza* deriva dalla struttura del prodotto e dal suo comportamento meccanico (ad esempio, la farinosità di una mela, la croccantezza del pane).

Un'attenzione particolare meritano i requisiti sensoriali poiché essi costituiscono gli elementi più difficili da valutare in modo obiettivo e, allo stesso tempo, sono quelli che in modo più forte determinano l'accettabilità del prodotto: insieme ai contenuti igienico-sanitari e nutrizionali sono considerati elementi essenziali della qualità di un prodotto alimentare per il consumatore finale (8).

Le analisi sensoriali sono talvolta sottovalutate o applicate in maniera approssimativa, mentre esse svolgono un ruolo di coordinamento fra le funzioni aziendali e costituiscono una disciplina in grado di «evocare, misurare, analizzare ed interpretare le sensazioni come possono essere percepite dai sensi della vista, olfatto, gusto, tatto e udito»(9).

Tali analisi consentono di raggiungere i seguenti obiettivi:

- individuare, quantificare e valutare le ripercussioni sul consumatore finale conseguenti ai cambiamenti per il miglioramento del prodotto;

- selezionare i prodotti in base a standard qualitativi codifi-



- cati;
- stabilire quali parametri contribuiscano maggiormente alla caratterizzazione del prodotto;
  - definire le caratteristiche di un nuovo prodotto e valutarne la rispondenza ai desideri del consumatore.

### LA QUALITÀ PSICO-SOCIALE

La qualità psico-sociale percepita dal consumatore è un insieme di componenti irrazionali che variano in funzione del Paese, dell'epoca, dell'ambiente sociale dell'individuo, cui è attribuito un notevole rilievo da parte del marketing.

Esempi di comportamenti legati a motivazioni diverse possono essere i seguenti:

- l'espressione del livello sociale tramite il consumo di alimenti «di lusso»;
- il timore irrazionale nei confronti degli alimenti irradiati, legato alla paura di tutto ciò che ha attinenza con l'atomo;
- la nostalgia di un passato ritenuto migliore e dunque la ricerca di prodotti tradizionali o definiti naturali;
- la ricerca di evasione dal proprio ambiente con piatti tipici di Paesi lontani;

l'influenza della religione (ad esempio: il consumo di carne suina e di alcool proibito dalla religione musulmana).

*Le motivazioni che determinano le scelte del potenziale consumatore non sono sempre razionali e completamente prevedibili, poiché «l'uomo è un onnivoro che si nutre di carne, di vegetali e di immaginario; il simbolico, l'origine, i segni, i miti, i fantasmi, anch'essi nutrono e concorrono a regolare l'alimentazione»(10).*

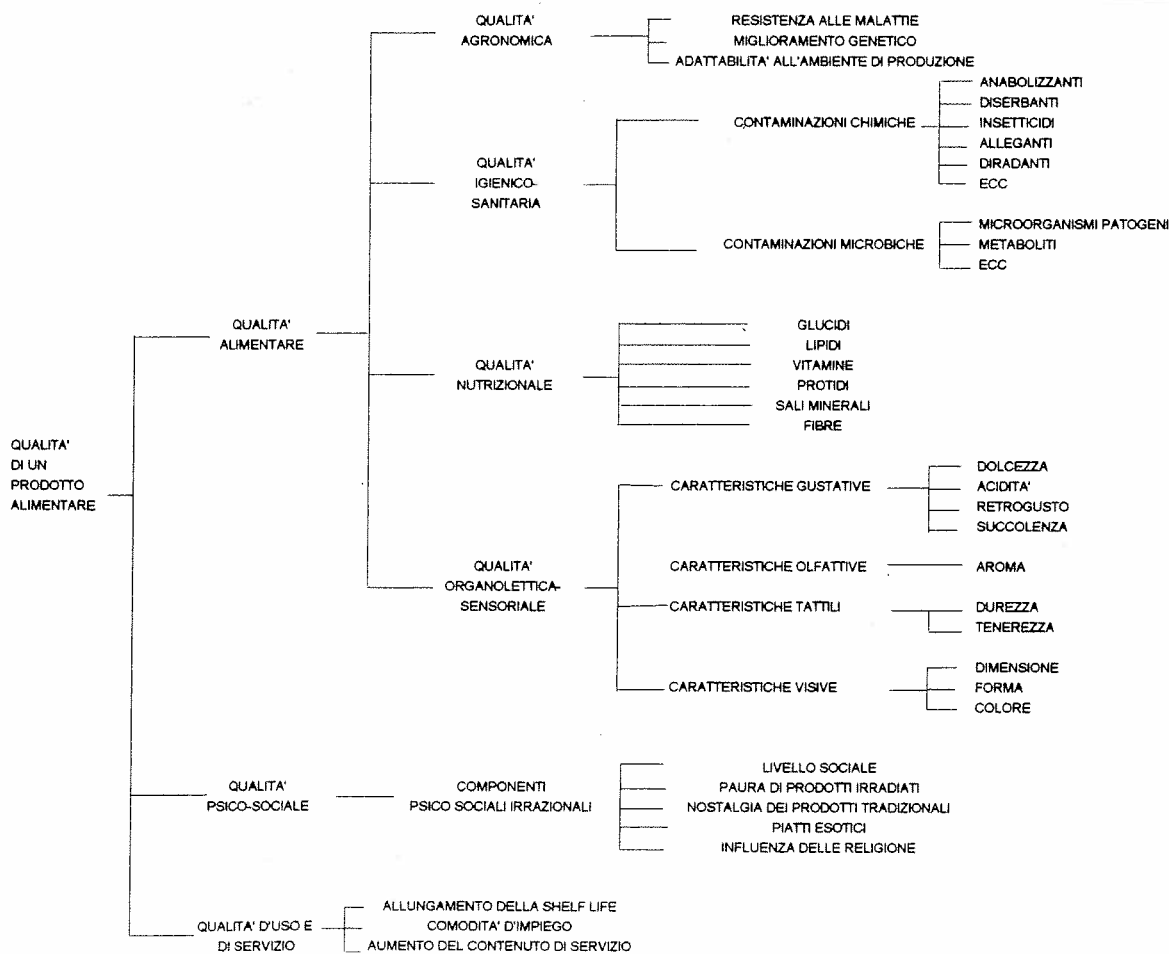


Figura 2 - La qualità degli alimenti

## LA QUALITÀ D'USO E DI SERVIZIO

Questo aspetto della qualità riguarda sia il consumatore, sia i soggetti della filiera agroalimentare che possono ottenere i seguenti vantaggi:

- allungamento del shelf-life, grazie ad un miglioramento dei trattamenti conservativi;
- comodità di impiego del prodotto che si estrinseca in:
  - facilità di immagazzinaggio o di movimentazione (packaging studiati per ottimizzare lo spazio);
  - aperture semplificate dei packaging (ad esempio: tonno e carne in scatola, ecc);
  - chiusure dei packaging che mantengono inalterate le caratteristiche nutrizionali e sensoriali (ad esempio: biscotti, latte, ecc);
- aumento del contenuto di «servizio» in un prodotto:
  - prodotti della IV gamma (lavorati, lavati e confezionati) e V gamma (precotti);
  - bollini termo-sensibili apposti su alcuni prodotti surgelati la cui colorazione cambia nel caso in cui si interrompa la catena del freddo, ovvero la temperatura aumenti a livelli superiori ai -18 °C, sconsigliando l'acquisto ai consumatori;
  - «numero verde telefonico» di assistenza ai consumatori;
  - informazioni al consumatore relative a tutte le operazioni necessarie al consumo;
  - informazioni obbligatorie, riportate sulle etichette che hanno notevolmente migliorato «l' internazionalizzazione» dei prodotti alimentari.

Gli aspetti della qualità di un prodotto alimentare finora trattati sono riportati nella figura 2. □

### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- (1) C. D'Apice, «*L'arcipelago dei consumi*», De Donato.
- (2) V. Codeluppi, «*I consumatori*», Franco Angeli.
- (3) A Terzi, «*Consumatori con stile*», Longanesi.
- (4) D. Casati, «*L'agroalimentare italiano alla vigilia del mercato unico*», Seminario tenutosi a Parma nel maggio 1992.
- (5) L. Malassis, «*Politique agricole, politique alimentaire, politique agroalimentaire*», Seminario tenutosi a Parma nel maggio 1992.
- (6) R. Mirandola, M. Tuccoli, S. Vaglini, P. De Risi, «*Sistemi qualità*», ETS Editrice, 1994.
- (7) M. Giuliano, «*La certificazione in agricoltura*», *Informatore agrario*, num. 25/94.
- (8) C. Peri, «*Qualità: concetti e metodi*», Franco Angeli Editore, 1994.
- (9) M. Bertuccioli, «*Il ruolo della valutazione sensoriale nell'industria alimentare*», *industrie Alimentari*, 09/1989.