



Foto storica di casa Acm: 1951, si festeggia il «numero mille». Nella foto sotto il titolo: un deposito di Parmigiano.

Reggio Emilia

Tradizione e qualità a braccetto con fantasia e innovazione. Il marketing unico neo per i «piccoli». L'analisi di Emilio Severi (Gruppo Giglio)

Gli «assi» dell'agroindustria

PATRIZIA ROMAGNOLI

Appena fanno i soldi, ritornano in campagna, si comprano qualche ettaro di buona terra, e decidono anche di coltivarla. Fanno vino per hobby, qualcosa che costerà loro ventimila lire alla bottiglia, ma non importa, si divertono. Anche se qualcuno poi con i soldi guadagnati nell'industria si paga i migliori enoteccnici, fa un vino realmente buono e ci guadagna pure. Agricoltura e cibo conoscono da queste parti solide tradizioni: passando dalla passione al business, l'agroalimentare resta un settore di punta nell'economia reggiana, il che significa poi una leadership o almeno un buon piazzamento nelle classifiche nazionali di settore. Questo è senz'altro il caso del Gruppo Giglio, nel settore caseario. A raccontarci le caratteristiche dell'agroalimentare reggiano è il presidente della Giglio, Emilio Severi, che cita subito altre due aziende cooperative del settore, le Cantine Riunite e l'Acm nel comparto carni.

Seppure con qualche difficoltà negli ultimi tempi, la zootecnica, o meglio la suinicoltura, è un pilastro tra le attività di questa provincia. E a questo si affianca la grande specializzazione del parmigiano reggiano. Secondo il classico modello emiliano caseificio + allevamento suini, naturalmente. Il modello «tiene» ancora, grazie alla politica della qualità particolarmente dai produttori particolarmente negli ultimi anni. «Seguendo la dinamica dei consumi, l'apparato produttivo ha dato risposte alle esigenze nuove di qualità», aggiunge Severi. «Certamente il parmigiano ha dalla sua la tradizione, ma in queste zone sono stati fatti sforzi in ambiti nuovi. Basti pensare alle bevande a base di vino, lanciate anche in Italia, appena arrivata la liberalizzazione, con il «Frendy» delle Riunite. L'Acm, per parte sua, ha lanciato la linea «Integra». La politica di marca si sta imponendo sempre più. Sul versante del controllo qualità, alla Giglio sono stati i primi a introdurre il pagamento a qualità per il latte conferito dai soci, destinato

alla trasformazione industriale in latte sterilizzato, yogurt, burro, creme, e così via. Per quanto riguarda il latte fresco, unici in Italia insieme alla Centrale del Latte di Milano, Giglio ha ottenuto un prodotto particolarmente ricco di sapore, stile «pascoli di montagna». «La struttura dell'agroalimentare reggiano», prosegue Severi, «si può definire «a intensità». Si è affermato un sistema di aziende in cui oltre alla cooperazione, trova spazio una serie di privati che lavorano nel settore dei vini, degli insaccati e della frutta. Si tratta di piccole e medie imprese che hanno mercato prevalentemente in ambito locale. Hanno tutte una caratteristica in comune: sono molto solide. Delle aziende reggiane si può avere fiducia, almeno sul piano commerciale. Sul fronte dell'innovazione, e quindi in prospettiva, guardando il futuro, ci sono però degli ostacoli da superare. «Lo sforzo maggiore ancora da fare riguarda le strategie di marketing», sottolinea Severi. «Esiste ancora un grosso gap da colmare, in un agroalimentare in cui i processi di con-

centrazione avanzano, e le grandi industrie investono sul marketing grosse risorse. Le nostre piccole e medie aziende faticano, pur producendo bene, a superare il livello medio basso nella presentazione del prodotto. D'altra parte, è prevedibile che la sopravvivenza e lo sviluppo di questo tessuto industriale siano legati alla capacità o di raccordarsi con le grandi imprese, oppure di raggiungere un livello talmente avanzato di specializzazione da garantirsi una nicchia specifica di mercato». Dal punto di vista della ricerca, nell'agroalimentare cooperativo sono in atto sforzi di qualificazione, in collegamento con gli istituti universitari di Bologna, Piacenza (Università Cattolica) e Milano (Istituto di Industrie Alimentari). Da questa collaborazione sono già sortiti prodotti nuovi e scelte di impianti tecnologicamente avanzati. D'altronde, in una provincia in cui la meccanizzazione in agricoltura è tra le più avanzate d'Italia, non stupisce certamente che sulla stessa strada si muovano anche gli impianti che debbono trasformare i prodotti stessi dell'agricoltura.

GIZA
Alleva e trasforma Dal primo grugnito alla pelle per salotto



Maialopoli da esportazione

C'è chi lo chiama «città dei maiali». L'espressione non sarà delle più ortodosse, ma rende bene il concetto. E sulla falsariga si può continuare dicendo che in queste megastutture (gli allevamenti) contano parecchie centinaia di migliaia di capi) al suino succede di tutto: vita, morte e miracoli. Dal primo grugnito al salame viene coperto l'intero ciclo vitale e di trasformazione.

colare: vacche da latte, bovini da carne, ovini, galline ovaiole, polli da carne, tacchini. E c'è anche un settore di liticoltura. Il complesso agroindustriale realizza la cosiddetta «catena alimentare» che, partendo dagli interventi sul territorio, attraverso l'allevamento e le industrie di trasformazione perviene all'immissione sul mercato degli alimenti pronti al consumo. Con un'appendice: il trattamento dei liquami per la produzione di energia alternativa. Quello degli impianti per la produzione di gas biologico è infatti uno dei settori operativi della Giza. A questo si affianca la progettazione e la realizza-

zione di impianti per la produzione di mangimi e integratori destinati all'alimentazione di tutte le specie di bestiame; impianti per la produzione di premix, di latte rigenerato, per il recupero del sottoprodotto, la lavorazione del latte, la depurazione biologica. Altri settori d'intervento: l'installazione di mattatoi integrati con linee per la lavorazione della carne. A questi si aggiungono gli impianti per la produzione a ciclo industriale di prefabbricati e quelli per la produzione di blocchi in terre stabilizzate. Concepiti per l'edilizia abitativa a basso costo, questi impianti sono destinati alla costruzione di case rurali, all'insediamento di villaggi, a

centri di servizi per l'agricoltura e l'industria. Giza opera prevalentemente all'estero: ha rapporti praticamente con tutti i Paesi dell'Est, con la Libia, la Somalia, la Birmania, la Siria, la Spagna, il Venezuela, la Cina e con altri Paesi del globo, Italia compresa. Non è per dimenticanza, bensì per chiudere con una nota che a molti suonerà curiosa. Un altro settore operativo dell'azienda è quello della conceria e della lavorazione delle pelli. Dov'è la curiosità? Che fra le tante si lavorano anche le pelli del suino, usate sia nell'abbigliamento sia nell'arredamento. È vero, non sono molto diffuse. Perché? Perché il suino, almeno la pelle, la vende cara. □ R C

DECESPUGLIATORI RASAERBA

efco SPA

42011 Bagnolo in Piano (R E) Italy - via Ferris 4 - Tel. 0522/95121 (r.c. aut.) - Fax 0522/95155

Credito Emiliano assistenza e consulenza

Il Credito Emiliano, da sempre particolarmente attento alle esigenze delle piccole e medie imprese reggiane, ha sviluppato la propria attività in modo da poter offrire a queste aziende assistenza e consulenza specifica. Con la consulenza di esperti della banca le imprese possono così affrontare serenamente i programmi d'investimento. A tale proposito, l'Istituto ha costituito, già da diversi anni, appositi uffici per l'intermediazione di finanziamenti a medio termine. La struttura della banca reggiana consente poi alle aziende interessate, di ottenere le informazioni direttamente in filiale. Inoltre, attraverso la società controllata Credem-leasing e Credemfactor, le imprese possono accedere al leasing e al factoring in tempi ridotti e tramite un unico interlocutore: la filiale del Credito Emiliano. Infine le imprese che tradizionalmente riservano buona parte del loro fatturato all'esportazione, hanno la possibilità di beneficiare di una maggiore rapidità nell'esecuzione delle transazioni con l'estero grazie alla completa autonomia operativa delle dipendenze.

Dal Co.Na.Zo. carni bovine con marchio di qualità: una firma a tutela del consumatore

Il Consorzio Nazionale Zootecnico (Co.Na.Zo.) ha sede a Reggio Emilia, al centro quindi di un'area tradizionalmente e culturalmente vocata all'attività dell'agroindustria alimentare, ricca di produzioni tipiche pregiate e con un forte orientamento degli operatori economici all'associazionismo ed alla cooperazione a livello della produzione agricola e zootecnica, della trasformazione e della distribuzione. Il Co.Na.Zo., che associa le aziende cooperative del settore carni, ha raccolto ed esaltato questi radicati valori, puntando sulla cultura della qualità per la espansione sul mercato nazionale ed estero delle produzioni di gruppo. In particolare il Consorzio ha affrontato da tempo il problema della produzione di carni a qualità controllata all'origine e con garanzia certificata per il consumatore: dal 1981 è infatti in atto un accordo di joint-venture con la Plasmon, accordo recentemente rinnovato per dieci anni ed esteso a diversi tipi di carni, per la produzione e la fornitura di prodotti carni destinati alla alimentazione infantile e dietetica, e perciò assolutamente garantiti per i valori nutritivi e per l'assenza di sostanze indesiderate o nocive, quali anabolizzanti, antibiotici, pesticidi, radionuclidi. Recentemente il Co.Na.Zo. ha ottenuto dal ministero dell'Agricoltura e delle Foreste, con decreto del 10 maggio 1988, il riconoscimento ufficiale del «Marchio di Qualità Co.Na.Zo.», da utilizzare per «firmare» carni bovine nazionali rispondenti a standard di qualità e di sicurezza fissati da specifici regolamenti di allevamento, macellazione, lavorazione e distribuzione. Per essere marchiata, le carni bovine devono presentare alte caratteristiche di qualità e garantite per i valori nutrizionali, organolettici e sanitari da sigilli e certificazioni di accompagnamento. Al Co.Na.Zo. è affidato per decreto il compito di vigilare e controllare l'applicazione delle norme regolamentari e statutarie per le diverse fasi del processo, che parte dalla individuazione dei giovani bovini da allevare e termina con la presentazione delle carni al consumatore. Il progetto, elaborato in collaborazione con un Comitato Scientifico di docenti universitari e tecnici qualificati, ha trovato le condizioni ottimali di realizzazione nel peculiare rapporto societario e di integrazione tra i diversi segmenti del sistema cooperativo, che permette la programmazione ed il controllo della produzione carnea sull'intero ciclo. In tempi brevi le carni bovine con «Marchio di Qualità Co.Na.Zo.» saranno sul mercato, prodotte e distribuite dalle cooperative di macellazione aderenti al Consorzio: sarà un forte contributo al recupero di immagine delle carni bovine, da diverso tempo oggetto di sospetti da parte dei consumatori e sarà anche un valido apporto al rilancio ed alla crescita del sistema zootecnico nazionale. **LORENZI dr. VALTER** Vicepresidente Co.Na.Zo.