

## **Arte di vincere a cura di A.D.D. s.r.l. Consulenza di Direzione per l'impresa – Andrea Dalledonne e Michele Battaglioli**

### *Come difendere il made in Italy: la tracciabilità come strategia innovativa*

Con l'espressione "tracciabilità di filiera" si fa riferimento alla capacità di ricostruire la storia di un bene, mediante identificazioni documentate dei flussi materiali e degli operatori di filiera che hanno concorso alla sua produzione.

Il tema della tracciabilità di filiera è venuto alla ribalta nel settore agro-alimentare a seguito della crescente crisi di fiducia del consumatore. E' sufficiente citare i casi cui abbiamo assistito negli ultimi anni: la mucca pazza, i maiali con la trichinosi, i salmoni cancerogeni, l'influenza dei polli. Mi domando a quando i conigli depressi, le pecore dissennate e i cavalli alienati... Anche chi non ama la carne ha il suo bel da fare per tutelarsi dallo spauracchio degli OGM.

Un regolamento della Comunità Europea impone che, a partire dal primo gennaio 2005, le imprese del settore agro-alimentare mettano in atto tutti i provvedimenti necessari a fare chiarezza sulle proprie filiere di produzione, rendendole trasparenti all'esterno.

In realtà, questo tema può rappresentare un'opportunità per le aziende che decidono di anticipare i tempi e fare della normativa la propria strategia, per realizzare un vantaggio competitivo difficilmente replicabile una volta che la rintracciabilità sarà divenuta uno standard diffuso.

Infatti, non è solo il settore agro-alimentare a dover fare i conti con la tracciabilità di filiera. Certo, la cronaca ha imposto che si cominciasse a legiferare proprio da qui, ma non è difficile pensare che un domani la normativa venga estesa anche ad altri settori, a partire dal tessile e il chimico.

Abbiamo già sottolineato, infatti, come il consumatore sia sempre più interessato a conoscere l'impatto che le proprie decisioni di consumo hanno prodotto sull'ambiente, sull'uomo e sugli animali.

Non bisogna stupirsi, quindi, se un domani verrà avanzata la proposta di rendere trasparenti non solo i processi produttivi di detersivi, fertilizzanti, filati e tessuti, ma anche della carta, dei prodotti in legno e di tutti quelli che contengono elementi potenzialmente dannosi per l'ecosistema o che possono dar luogo ad episodi di sfruttamento della manodopera femminile e minorile.

Addirittura, alcuni settori dovrebbero invocare che tale normativa fosse applicata anche nel proprio mercato: mi riferisco al sistema moda, ad esempio, per non parlare dell'arredo, o del settore ceramico. Infatti, il nostro paese ha fatto del marchio "made in Italy" una leva di marketing che altre economie nazionali ci invidiano.

Design, creatività, qualità, buon gusto fanno dei nostri prodotti un qualcosa di irripetibile, tale da convincere il consumatore a pagare un surplus. Purtroppo, di questo marchio si fa spesso abuso: non è raro imbattersi in prodotti che millantano la propria natura italiana, ma che in realtà hanno poco da dividere con il nostro paese. E' il caso dei prodotti la cui unica fase svolta in Italia è il confezionamento.

La tracciabilità di filiera consente di discriminare i prodotti realmente "made in Italy" da quelli che non lo sono, arrivando addirittura a coniare il "made by Italy" per distinguere tutto ciò che è fatto in tutto e per tutto nel nostro paese.

Il controllo della filiera è credibile solamente se è tracciabile, ovvero documentabile, e la garanzia della tracciabilità risulta essere efficace soltanto se è estendibile a tutta la filiera, dal "campo alla tavola", dalla produzione delle materie prime alla distribuzione del prodotto finito.

Secondo questa logica, il garante della qualità di un bene non è più una sola azienda (nella situazione attuale del mercato quella che si occupa del confezionamento), bensì l'insieme delle imprese che hanno concorso a realizzare il prodotto. Identificare gli attori che hanno concorso alla produzione, alla trasformazione e al confezionamento di un bene, significa avere un referente, un soggetto cui far valere sul piano giuridico

e gestionale i casi di non conformità oppure i danni derivanti dall'assunzione/utilizzo di quello specifico bene. La nuova normativa obbliga le imprese a mettere in gioco non solo la propria immagine, bensì un fattore di cui ho già ampiamente dibattuto in questa rubrica: la propria reputazione. La differenza tra i due termini è ben presto sintetizzata: l'immagine la si compra, la reputazione, al contrario, la si costruisce coi fatti giorno dopo giorno.

La tracciabilità di filiera realizza un completo coinvolgimento delle responsabilità (non a caso si parla di “tracciabilità delle responsabilità”) e realizza allo stesso tempo un modello di integrazione verticale tra le aziende della filiera che consente di collegare al prodotto specificità diverse (OGM free, 100% cacao/lana/frutta, dichiarazioni di origine controllata) documentabili e facilmente verificabili da parte del consumatore. In questo modo il rapporto produttore-consumatore riacquista specificità, personalità e quindi fiducia.

Si sarebbe tentati di dire che senza garanzia di tracciabilità, cioè senza la conoscenza chiara e completa dell'identità delle aziende che hanno contribuito alla formazione del prodotto, nessuna pretesa di qualità sia pienamente garantita e credibile.

Occorre specificare, anche per rassicurare gli operatori del settore, che la filiera viene identificata e tracciata dal percorso dell'ingrediente o degli ingredienti principali, e non da quello di elementi secondari, come additivi e coadiuvanti. Nella produzione di vino, ad esempio, la filiera da rintracciare è quella della materia prima principale, l'uva, e poi del mosto e infine del vino nelle varie fasi di finitura, invecchiamento e miscele, fino al confezionamento. E' evidente che i materiali usati per l'arricchimento del mosto o per la chiarificazione, i lieviti e i coadiuvanti non possono essere a loro volta tracciati nelle rispettive filiere di produzione, poiché la complessità crescerebbe al punto da essere ingestibile e vanificare gli sforzi per perseguire la trasparenza. Ciò nonostante, ai fini della qualità e della sicurezza del prodotto, deve comparire almeno il nome della ditta fornitrice nella filiera dell'ingrediente principale.

Con lo stesso spirito con cui incoraggiavamo a vivere la tracciabilità come un'opportunità piuttosto che come un vincolo normativo, sottolineiamo che tracciare è sinonimo di monitoraggio dei flussi e quindi strumento basilare per il controllo dei processi.

Un'azienda che è in grado di seguire i flussi materiali al suo interno, e di identificare in ogni momento qualunque massa di materia prima, semilavorato o prodotto finito che si trovi nei confini della propria responsabilità, è un'azienda in grado di razionalizzare i processi, di isolare le cause di errore, di valutare i rendimenti di ogni fase e quindi del processo nel suo insieme.