



Consultancy and Market Research
Food and Dairy
www.clal.it

Nonsololatte: alla ricerca della Qualità e del suo continuo ‘apprezzamento’

Clal opera da sempre nel settore lattiero-caseario.

Nella convinzione che il comparto agro-alimentare sia una molecola multiforme e in movimento, Clal apre il raggio della sua attenzione ad altre realtà. Quali? Quelle che danno valore alla qualità e alla territorialità.

Ecco perché fra le pagine web di Clal compariranno, periodicamente, réportages da altri settori, voci di diverse esperienze, a dimostrazione della **vitalità dei DOP**, della loro capacità di farsi reciprocamente contesto, nella prospettiva di una **qualità cumulativa** del Made in Italy.

.... *A partire dal Melone di Santa Croce di Sermide (MN)*

Una presentazione: L’Azienda Agricola “Lorenzini Naturamica®”

Nella punta estrema della Lombardia, a Santa Croce di Sermide, MN, in una zona equidistante da Mantova, Modena e Ferrara, è attiva l’Azienda Agricola Lorenzini Naturamica®, leader nella produzione del melone di qualità in Italia e riconosciuta come tale anche all’Estero: idee chiare e motivazione alla ricerca della qualità (con relativa tracciabilità) sono i motori di questa Impresa e della famiglia Lorenzini che la guida con passione e professionalità.

L’Azienda dal 1984 ad oggi ha sempre più caratterizzato la propria produzione in questa direzione, giungendo attualmente ad una coltivazione diffusa su una superficie di oltre 500 ettari, secondo un ritmo di crescita esponenziale: 6.000 sono attualmente le tonnellate di melone Cantalupo e Charentais prodotte dall’azienda.

La ricerca della eccellenza permea tutta la politica aziendale e continua tuttora in ogni ambito, per arrivare a garantire una qualità completa e distintiva.

D.

La coltivazione del melone presuppone un itinerario complesso, che richiede cura ed attenzione ad ogni fase. Possiamo dire, signor Lorenzini, che, come la qualità del latte nasce alla stalla, la qualità del melone nasce già dalla terra? ...E che proprio la terra contribuisce a fare la differenza?

R.

L’ottenimento di un buon melone passa attraverso un percorso che richiede cura ed attenzione ad ogni momento, dal rapporto con il consumatore alla coltivazione, dalla selezione al confezionamento e alla spedizione.

Possiamo dire che la qualità parte principalmente dalla campagna: poi, in magazzino, le tecniche di selezione e di confezionamento permettono di evidenziare e valorizzare la qualità intrinseca del prodotto. Sono di fondamentale importanza, inoltre, la scelta del terreno più idoneo, (trattato con utilizzo di letame e sostanza organica), la ricerca di varietà ad alto valore gustativo, l’affinamento delle tecniche di coltivazione, abbinata a difesa biologico-integrata per garantire la buona salute dei frutti e l’assenza di residui dannosi.

Proprio la scelta del terreno fa la differenza. La coltura del melone nelle campagne di Sermide ha un’antica tradizione, confermata da una lettera inviata dal Podestà di Sermide a Federico I° Gonzaga marchese di Mantova, nel 1480. Nella Chiesa, già abbaziale, di Santa Croce di Sermide sono venuti alla luce, dopo i recenti restauri, alcuni affreschi del 1500, che rappresentano meloni ed altri frutti locali: sono tracce che testimoniano la presenza secolare del melone nella zona, esempio di quanto di meglio la terra sermidese aveva da offrire.



Consultancy and Market Research
Food and Dairy
www.clal.it

Il terreno di S. Croce di Sermide è stato preferito per le sue caratteristiche di fertilità: è un terreno “forte”, con un alto tenore di argilla, capace di imbrigliare i principali elementi nutritivi, come Potassio e Fosforo, e di renderli disponibili alle radici della pianta. E’ un terreno caratterizzato, inoltre, da un contenuto salino che risale dagli strati profondi: queste caratteristiche lo rendono molto adatto alla coltivazione del melone.

Anche la collocazione geografica, nella pianura alluvionale, propriamente nella zona di raccordo tra il bordo nord-occidentale delle “Pieghe ferraresi” e la “Monoclinale padana”, risulta favorevole.

Per le produzioni anticipate e tardive, comunque, proprio per consentire di commercializzare il melone per tutto l’anno, l’azienda ha scelto di coltivare anche in Sicilia, nei rinomati terreni della zona di Pachino.

D.

Lavoro e tecnica rappresentano sicuramente un valore aggiunto: quale ‘corredo’ tecnologico, quali innovazioni culturali accrescono la qualità del melone targato ‘Lorenzini’?

R.

In questi anni si sono accumulate esperienze preziose quali l’utilizzo massiccio di letame, di concimazioni organiche, l’impiego di zolfo e rame per il controllo di malattie fungine, la pratica di visite di controllo periodiche e precoci sulle coltivazioni per individuare, al primo insorgere, gli eventuali focolai di malattie o di insetti dannosi e intervenire solo su questi.

Risulta poi rilevante, ai fini del risultato, il ricorso a prodotti fito-sanitari nuovi, sempre più selettivi e mirati, non tossici per le api e gli insetti utili.

Al fine di ridurre al minimo l’impiego degli agro-farmaci ed ottenere una pianta sana e robusta, risultano inoltre efficaci attrezzature quali i nebulizzatori, che micronizzano le particelle delle miscele antiparassitarie migliorando la diffusione sulla vegetazione, eliminando gli sprechi e riducendo l’inquinamento ed i quantitativi, e tecniche quali l’irrigazione a goccia, per risparmio di acqua, localizzata solo nei punti in cui serve, il velo di Tessuto non tessuto da adagiare sulle piantine fino al momento dell’allegagione, l’uso di film plastico per la pacciamatura per contenere in modo naturale lo sviluppo di erbe infestanti e per creare le temperature ed umidità ideali alla zona radicale delle piante.

Importanti risultano poi tutte le fasi successive al trapianto: controlli, aerazioni, irrigazioni, fino alla raccolta.

Il contatto e la collaborazione con diversi Enti di ricerca ed Università permette poi all’azienda di essere sempre aggiornata ed all’avanguardia nell’ambito di nuove tecniche di coltivazione.

Nel corso di oltre venti anni, si è investito in tecnologia e innovazione, per garantire al consumatore un prodotto non solo sano e saporito, ma anche adeguato ai più alti standard di sicurezza alimentare.

D.

Come si possono condensare in una sorta di foto segnaletica i tratti di qualità & bontà del melone prodotto dall’azienda?

R.

Lorenzini Naturamica®, facendo riferimento alle richieste del consumatore, coltiva attualmente sei varietà di melone, selezionate tra le migliori per le caratteristiche organolettiche e di sanità della pianta, anche se meno produttive rispetto ad altre: Harper, Charentais, Charentais giallo, Liscio Mid-Life, Unique e King’S Red.

Queste varietà consentono di raggiungere gli standard qualitativi di prodotto perseguiti dall’azienda e così riassumibili:

- attenzione alla pezzatura omogenea, al colore, al grado zuccherino, alla integrità sanitaria.
- ricerca di aroma, sapore e giusta consistenza della polpa, resistenza alla manipolazione e conservabilità.



Consultancy and Market Research
Food and Dairy
www.clal.it

- interesse ai valori nutritivi e alle proprietà salutistiche, ad es. alla funzione antiossidante svolta dal licopene, un pigmento che aiuta l'organismo umano a combattere i “radicali liberi”.

Questi elementi di qualità vengono particolarmente esaltati se la coltivazione si accompagna all'applicazione sistematica della Lotta Integrata e se la raccolta avviene al migliore stato di maturazione, col conseguente completo immagazzinamento delle sostanze zuccherine.

Un efficace sistema di prevenzione dei rischi e la rintracciabilità di ogni singolo frutto mediante codice numerico apposto a fuoco coniugano la qualità e la bontà con la sicurezza.

D.

Quali sono i passi sulla strada della Certificazione di qualità compiuti dall'azienda? In particolare, vuole illustrarci la procedura d'analisi che consente d'accertare un “melone d'autore”?

R.

La ricerca di una qualità totale e selettiva ha orientato gli obiettivi dell'azienda e ha portato verso la Certificazione, vista anche come coronamento della ricerca di uno strumento per poter coordinare e dirigere attività sempre più complesse. E così, nel 1997, Lorenzini Naturamica® si è affacciata, prima azienda agricola in Italia, alla Certificazione ISO 9002 (ora 9001-2000) per il Sistema Garanzia Qualità di Sistema nella Produzione e commercializzazione del melone, certificazione precedentemente appannaggio soltanto delle industrie più qualificate, e/o di alcune aziende agroalimentari, in ordine alle fasi della trasformazione e della commercializzazione.

Con la Certificazione si è ottenuta anche una maggiore credibilità verso i clienti esterni, nei Mercati più lontani, credibilità che ha consentito di realizzare poco tempo dopo, nel 2001, un'altra tappa: la Certificazione di Prodotto. Guardando “ai desideri, alle aspettative del consumatore”, si è scelta, infatti, ancora una volta, la strada della qualità, attraverso la realizzazione di un certificato di tracciabilità / identità, frutto per frutto, che attesta il grado zuccherino (minimo 14° gradi brix), la provenienza ed offre altre informazioni orientative.

La fase della identificazione e dell'analisi del singolo prodotto è il tratto che meglio sintetizza la filosofia dell'Azienda. Già dal 1998, Lorenzini Naturamica® utilizza per prima in Europa, al momento del confezionamento, la tecnologia NIRS, non invasiva dei frutti, per analizzare il grado zuccherino e le imperfezioni interne dei meloni: ogni frutto viene lavorato in sede a Sermide mediante l'analizzatore Well-Brix e, successivamente, viene controllato dalle addette alla selezione in ordine a tutte le altre caratteristiche qualitative.

Solo quelli che raggiungono determinati standard di aroma, sapore e retrogusto, diventano “Meloni d'autore”, vengono marchiati a fuoco sulla buccia con un codice numerico di identità, diverso per ciascun frutto, e vengono venduti con un packaging impeccabile nelle “boutique” alimentari e nei migliori punti vendita.

I dati rilevati dall'analizzatore e quelli provenienti dalle documentazioni del Sistema Qualità vengono fatti incrociare e confluiscono in una Banca dati collegata al sito internet dell'azienda. Tutto ciò consente l'unica tracciabilità al mondo per ogni singolo frutto, e non solo riferita ad un lotto di produzione. Ed il marchio risulta indelebile: questo dà la sicurezza che si tratta di un vero melone Lorenzini Naturamica®, non contraffatto.

Il cliente, infatti, collegandosi al sito Internet: www.lorenzininaturamica.com e digitando il codice che trova impresso sul frutto, riesce a conoscerne la storia, ad avere le garanzie di nome della varietà, grado zuccherino, zona ed appezzamento di coltivazione, elenco degli interventi colturali a cui è stato sottoposto ed infine i dati risultanti dalle analisi di controllo relative a eventuali residui di agro - farmaci. Il sistema di analisi e di marchiatura (frutto della ricerca e di onerosi investimenti aziendali) porta a coniare un nuovo concetto: quello di “ **qualità selettiva/ singolativa**” relativa ad ogni singolo frutto immesso sul mercato.

D.**Come è accolta la qualità sui mercati? E' riconosciuta e premiata come valore?****R.**

Il consumatore medio è disposto a spendere di più per il prodotto di pregio, rispetto ad altre offerte, solo dopo essere stato informato ed istruito circa i contenuti e le garanzie di qualità. Lorenzini Naturamica® ha conquistato nel tempo una clientela di élite, in grado di apprezzare al massimo le qualità e la storia del frutto che ha davanti. Da sempre il motto aziendale è “ Per molti ... ma non per tutti. Un melone per intenditori”

La concorrenza e la congiuntura socioeconomica stanno motivando alla ricerca di mercati esteri. L'azienda si prepara ad espandersi, a servire quei consumatori che, dislocati in vari Paesi, sapranno apprezzare il valore aggiunto dato dalle tecniche, dalla tecnologia e dalle garanzie di qualità che vengono trasmesse assieme al prodotto.

D.**Cosa comporta per un'Azienda intraprendere la strada dell'espansione?****R.**

L'espansione comporta, innanzitutto, la necessità di pianificare la ricerca di nuovi mercati, adeguare l'équipe alle nuove dimensioni dell'attività, investire, in base agli obiettivi individuati e prefissati, in una azione di marketing non generica ma mirata, quasi un dialogo con il consumatore finale, capace di costruire un rapporto di 'fidelizzazione', basato su garanzie ufficiali e tangibili e non su semplici slogan relativi al prodotto.

Altra strada da percorrere è quella che conduce ad aggregare l'offerta, perché solo con l'offerta di quantitativi massicci si riesce a contrastare la forte concentrazione della domanda, anche di prodotti di qualità, operata dalle grandi reti di distribuzione. E' per l'insieme di queste motivazioni che si è voluto aderire, tra le prime aziende in Regione Lombardia, ad una OP Organizzazione di Produttori, concentrando l'offerta in un unico soggetto con un disciplinare comune di produzione, per aumentare la superficie coltivata e quindi le produzioni di Qualità commerciabili.

(intervista curata da Zena Roncada, per CLAL)

