



Insieme nel futuro

Rapporto sulla sostenibilità 2023



Sommario

Prefazione - Provincia Autonoma di Bolzano	5
Prefazione - Consorzio Tutela Speck Alto Adige	7
1 SPECK ALTO ADIGE	9
Consorzio Tutela Speck Alto Adige - Sviluppo, storia e presente	10
Speck Alto Adige IGP tra storia, presente e futuro	12
Consorzio Tutela Speck Alto Adige - produttori	21
Produttori - cartina	22
Le cinque fasi della produzione, unica nel suo genere, dello Speck Alto Adige ...	24
Dati di produzione e mercati di sbocco	27
2 STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ	37
Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs) e la loro importanza per lo Speck Alto Adige	38
La strategia per lo sviluppo sostenibile dello Speck Alto Adige IGP	40
Processo e team Sostenibilità	47
3 I QUATTRO QUARTI DELLA NOSTRA SOSTENIBILITÀ	55
1° quarto: benessere animale e qualità	56
2° quarto: lavorazione sostenibile	68
3° quarto: valore aggiunto e consumo	73
4° quarto: formazione e comunicazione	82
4 UNA PROSPETTIVA SOSTENIBILE	89
Il programma operativo di Speck Alto Adige IGP in materia di sostenibilità	90
Dati e Impressum	94



PREFAZIONE PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO

“Vogliamo sviluppare un Alto Adige sostenibile. Per fare ciò è necessario prendere, tutti assieme, decisioni coraggiose. Decisioni che sappiano conciliare economia, ambiente e società, decisioni che ci consentano di affrontare la crisi climatica e gestirne le conseguenze, trasformando le sfide in possibilità.”

La Giunta provinciale ha formulato questo principio nel 2019 e chi lo legge è consapevole del fatto che uno sviluppo sostenibile dell'Alto Adige è possibile solo laddove tutti vi concorrono la politica, l'amministrazione, i cittadini, ma anche i rappresentanti dell'economia. Insieme, siamo chiamati a perseguire ciò che è giusto e a migliorare e cambiare ciò che è meno sostenibile.

La nostra missione è quella di aiutare le aziende a migliorare la loro competitività mediante una produzione più sostenibile. Tutto ciò non può prescindere dalla volontà di ottimizzare gli obiettivi aziendali nel solco della sostenibilità e dalla disponibilità a proporsi quale esemplare punto di riferimento per quasi 1.400 collaboratori in Alto Adige. Il fatturato dei produttori riuniti nel Consorzio Tutela Speck Alto Adige, che raggiunge i 300 milioni di Euro all'anno, attesta la significativa quota di creazione di valore aggiunto del comparto nella produzione di generi alimentari. Questo significa che l'operato delle aziende svolge un ruolo determinante e può quindi contribuire in misura sostanziale a una produzione sostenibile, a una qualità di eccellenza e al benessere animale.

Il prodotto stesso, lo speck, è un ambasciatore ideale. L'idea originaria che si cela dietro questa specialità, ovvero l'ottimizzazione della conservabilità della carne, si regge su una logica di sostenibilità, sebbene siano state anche le circostanze a portare allo sviluppo di questo metodo di conservazione. Il concetto di fondo, tuttavia, coincide con la filosofia attuale e lo spreco alimentare, a fronte di un corretto stoccaggio, non è semplicemente contemplato.

Si potrebbe quasi affermare che la tradizione vincola i produttori a non perdere mai di vista la sostenibilità. La presente relazione rappresenta un passo importante in questa direzione. Siamo consapevoli di quanto la produzione di speck possa impattare negativamente sull'ambiente. Tuttavia, ciò non significa che non si possa fare nulla al riguardo, al contrario. Il costante impegno, teso a renderla quanto più so-

stenibile possibile, mostra quanto ogni singola misura conti. Penso ai criteri di qualità nella selezione della carne, all'introduzione di standard verificabili in materia di benessere animale, a un trasporto più ecologico e all'uso efficiente dei materiali, che si tratti della riduzione degli imballaggi o del ricorso a packaging ecocompatibili e riutilizzabili. Anche il processo produttivo cela un enorme potenziale in termini di riduzione dell'inquinamento e di tutela delle risorse, a partire dallo sfruttamento di fonti di energia rinnovabile.

La sostenibilità è un processo incessante, ma al contempo fiero di innovazione. Il costante affinamento di metodi estremamente sofisticati nella produzione e nella lavorazione dello speck esemplifica l'ampio margine di miglioramento di un prodotto apparentemente già "perfetto", non solo in termini di qualità, ma anche di sostenibilità.

Lo speck, quale patrimonio culturale, merita un futuro e, grazie all'instancabile impegno delle aziende teso a promuovere una produzione sostenibile, può essere anche designato e gustato come tale. Ponendo al centro della produzione la filosofia della sostenibilità, non solo viene dato seguito a una necessità e a una richiesta sempre più pressante da parte dei consumatori, ma si sceglie di porre la qualità prima della quantità, focalizzando ancora di più l'attenzione su un eccellente prodotto a base di carne.

Se la storia della produzione dello speck in Alto Adige ci ha insegnato qualcosa, è che il coraggio di intraprendere nuove strade paga. La responsabilità nei confronti dei collaboratori, dei clienti e della società funge da stimolo per continuare a percorrere la via intrapresa, nonostante i molti ostacoli e le difficoltà.



Philipp Achammer
Assessore all'Economia,
Provincia Autonoma di Bolzano



PREFAZIONE CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Il Consorzio Tutela Speck Alto Adige e i produttori hanno alle spalle anni complicati. Nel 2019, il settore è stato interessato da una straordinaria crisi delle materie prime e dal conseguente brusco incremento del prezzo delle risorse necessarie alla lavorazione di questa specialità. L'anno seguente, il comparto dello speck, al pari di altri settori, ha dovuto far fronte alla pandemia di COVID-19 e alle enormi sfide derivanti. Importanti canali di commercializzazione e mercati di sbocco sono collassati pressoché da un giorno all'altro. Nel 2022, la fine dell'emergenza sanitaria avrebbe dovuto sancire un ritorno alla normalità, raggiunto solo in parte a causa delle tensioni geopolitiche. Tutt'ora, i crescenti costi di produzione mettono a dura prova il settore.

Dalla sua fondazione, ma in modo particolare dal 2019, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige si confronta con i temi e con gli aspetti della sostenibilità. Il gruppo di lavoro che si dedica a questo tema è stato fondato nel 2020, ispirando per la prima volta una strategia a tutto tondo per il Consorzio. In stretta collaborazione con i produttori, la scienza, le società di consulenza e svariati esperti, sono state definite le pietre miliari di un programma di sostenibilità, da cui sono scaturiti "I quattro quarti della nostra sostenibilità", così articolati:

1° quarto: benessere animale e qualità

2° quarto: lavorazione sostenibile

3° quarto: valore aggiunto e consumo

4° quarto: formazione e comunicazione

Ciò ha schiuso le porte a una prima complessiva presa di coscienza rispetto ai temi della sostenibilità, intensificando gli sforzi tesi a creare qualità e capacità di guardare al futuro quale valore aggiunto per lo Speck Alto Adige IGP. Dal 2021, il Consorzio lavora in modo intensivo alla redazione di un primo dettagliato Rapporto sulla sostenibilità per il settore dello speck. Tale impegno aspira a un'analisi veritiera e a tutto tondo della produzione, nonché a una presentazione trasparente della stessa, sviluppando e perseguendo misure e intenti comuni nel solco di uno sviluppo sostenibile.

Un ringraziamento particolare va ai membri del gruppo di lavoro Sostenibilità, nello specifico Heidi Hafele, Peter e Stephanie Moser, Walter Nocker, Elisa Petrini,

Florian Siebenförcher e Günther Windegger, che hanno contribuito in modo decisivo al buon esito della presente relazione. Desideriamo inoltre esprimere la nostra gratitudine anche a tutti i produttori che, partecipando alle indagini e alle interviste, ci hanno permesso di tratteggiare un quadro rappresentativo del settore. La nostra riconoscenza va anche ai numerosi autori, alla Camera di Commercio di Bolzano, a IDM Alto Adige e al Centro di Sperimentazione Laimburg, così come agli intervistati, che hanno arricchito di contenuti questa relazione, conferendole una dimensione originale. Infine, un grazie va all'agenzia per la sostenibilità plenum, capeggiata dal Dr. Alfred Strigl, dalla Mag.a Sylvia Brenzel e dal DI Dr. Floor Wolff, che ci ha garantito sostegno professionale per tutto il tempo necessario.

Ci attendono anni complessi e avvincenti. Il cambiamento climatico, il benessere animale e la responsabilità socio-ecologica, con tutte le sue sfaccettature, sono questioni che devono essere affrontate, al pari delle difficoltà economiche legate all'approvvigionamento energetico, all'inflazione e alla formazione delle nuove leve. Anche negli anni a venire, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige si troverà a fronteggiare sfide non indifferenti. Tuttavia, nella gestione dei cambiamenti, c'è un elemento che da sempre prevale su tutti gli altri: la coesione. Uniti, abbiamo superato con successo ogni avversità. E insieme a produttori, fornitori, collaboratori, famiglie, politica, autorità, scienza e media, ma anche alle persone che amano, apprezzano, acquistano e gustano il nostro prodotto, rivolgiamo lo sguardo davanti a noi, proiettandoci nel futuro.



Paul Recla
Presidente del Consorzio
Tutela Speck Alto Adige



Martin Knoll
Direttore del Consorzio
Tutela Speck Alto Adige



1 Speck Alto Adige





FRANZ SENFTER,

presidente emerito del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, ripercorre, dal punto di vista odierno, la nascita del Consorzio.

“Quello attuale è l’erede di un consorzio fondato e gestito dai grandi produttori di speck Schmid, Christanell, Gasser e Senfter, i quali avvertivano la necessità di tutelare la specialità dell’Alto Adige sul mercato, in cui operavano svariate aziende delle province limitrofe. I produttori di speck artigianale, le cosiddette macellerie di paese, si erano organizzati in un’associazione: una tutela ottimale non poteva prescindere dall’unione di tutti i produttori di speck. Abbiamo pregato la Camera di Commercio, nella persona del dott. Rottensteiner, di fondare un consorzio unitario regionale. Grazie a un’ottima opera di mediazione, siamo riusciti a fondare l’attuale Consorzio Tutela Speck Alto Adige.”



WERNER FRICK

Abbiamo chiesto a Werner Frick, **ex assessore provinciale all’Artigianato, al Commercio e al Turismo,** un parere sullo Speck Alto Adige. Di seguito, riportiamo le sue riflessioni.

“A metà degli anni Settanta, la Provincia Autonoma di Bolzano ha introdotto per legge il marchio Alto Adige, imprimendo precocemente un impulso decisivo allo sviluppo di un marketing di successo e alla promozione di un orientamento alla qualità di molti prodotti agricoli. Partendo da questa base, nel 2004, abbiamo dato vita alla strategia del marchio-ombrello, incentivando un’estesa collaborazione tra le diverse aree economiche e implementando il riconoscimento del diritto comunitario.

In tale contesto, lo speck con il marchio di qualità Alto Adige ha svolto un ruolo determinante, per non dire imprescindibile. Grazie alla visione e alla forza di persuasione di Franz Senfter, lo Speck Alto Adige era in prima linea quando si è trattato di rafforzare la coesione e la consapevolezza del marchio tra i produttori e, insieme alla Provincia, di dotare di una solida base il finanziamento delle misure di marketing in forte crescita. Ricordo con soddisfazione i sondaggi condotti tra i consumatori, che attestavano la stretta correlazione tra il nome dell’Alto Adige e il nostro speck. Tutto questo ha messo le ali anche al turismo, in particolare nel mercato tedesco.

Indimenticata è la Festa dello Speck, organizzata dal Consorzio per molti anni, che ci ha consentito di attirare ulteriori simpatie e attenzione ben oltre i nostri confini. L’evento si svolgeva sotto la magistrale direzione di Franz Mitterutzner. È stata una gioia partecipare alle sue conferenze stampa e alle riuscite iniziative di marketing per lo Speck Alto Adige.

Il Consorzio ha accompagnato con coerenza e lungimiranza lo sviluppo positivo dell’economia altoatesina degli ultimi decenni, meritando gratitudine e riconoscenza.”



JOSEF ROTTENSTEINER,
ex segretario generale della
Camera di Commercio

L'ex segretario generale della Camera di Commercio di Bolzano, Josef Rottensteiner, ripercorre con gli occhi del presente la storia di successo dello Speck Alto Adige IGP, di cui ha scritto pagine importanti.

“Quando si parla di prodotti di qualità dell’Alto Adige, si pensa innanzitutto allo speck. Per impedire l’abuso della denominazione geografica, era quindi necessario ottenere la tutela comunitaria. Il Consorzio Tutela Speck Alto Adige garantisce un livello di qualità eccellente e vigila sul metodo di produzione tradizionale. Mediante la posizione esclusiva che lo Speck Alto Adige ha conseguito sul mercato, vengono salvaguardati i produttori locali e, al contempo, soddisfatti gli elevati standard di qualità richiesti dai consumatori. La tutela UE e l’attività del Consorzio svolgono un ruolo fondamentale per la nostra regione.”



FRANZ WINDEGGER,
vicepresidente emerito, rievoca gli esordi
del Consorzio Tutela Speck Alto Adige

“Già negli anni Ottanta, i grandi produttori e l’industria erano presenti sul mercato con un proprio marchio ombrello.

Quando le aziende artigiane di piccole dimensioni cominciarono a manifestare con forza il loro auspicio e il loro interesse circa la fondazione di un consorzio, la Giunta Provinciale dell’epoca, guidata dal Presidente Silvius Magnago, promulgò le norme di legge per la creazione di un organismo che riunisse tutti i produttori di speck. Gli esordi, che richiesero un grande lavoro di preparazione e l’acquisizione di un consistente numero di membri, furono tutt’altro che semplici.

Quando, poco a poco, cominciarono a delinearsi i primi successi, venne messo nel mirino il conseguimento di un marchio di tutela della qualità.

La strada intrapresa ci condusse dapprima a Roma, dove abbiamo potuto contare sul prezioso supporto dell’assessore provinciale Sepp Mayr, e quindi sul tortuoso percorso verso Bruxelles. Dopo molti tentativi, riuscimmo ad ottenere il primo marchio di tutela IGP (Indicazione Geografica Protetta) per il nostro prodotto di qualità: una pietra miliare!

Insieme al direttore Franz Mitterrutzner, conseguimmo grandi risultati, come l’amata Festa dello Speck in Piazza Walther a Bolzano (che ora si svolge nell’incantevole Val di Funes).

Inoltre, grazie al contributo dei membri, dei produttori e della Giunta Provinciale, lanciammo sui canali televisivi nazionali uno spot di grande successo, che segnò un’ulteriore tappa fondamentale.

La produzione continuò a crescere e il mercato conobbe un periodo di grande prosperità. Inoltre, non si può non menzionare il progetto Bauernspeck, che richiese una vasta opera di convincimento, ma che poteva contare sull’entusiasmo dell’allora nostro Presidente Franz Senfter e del Presidente della Giunta Provinciale Luis Durnwalder.

In questo ambito, si contano circa 20 aziende dedite all’ingrasso in Alto Adige, ma il giro d’affari legato a tale eccellente prodotto fa registrare un andamento ancora modesto.

Il Consorzio Tutela, che oggi rappresenta un importante attore economico, si è fatto un nome a livello internazionale.

Occorre quindi preservare il Consorzio in ottica futura, accrescere costantemente la qualità e proseguire sulla strada del successo con margini di profitto adeguati.”

Speck Alto Adige IGP tra storia, presente e futuro

MANSIONI DEL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Tra le attività di competenza del Consorzio Tutela Speck Alto Adige sono annoverabili la politica di qualità, la tutela del marchio e la messa in campo di misure promozionali, disciplinate dalle direttive comunitarie (Regolamento n. 510/2006), statali (Legge n. 526/99) e provinciali. Il Consorzio persegue l'obiettivo primario di garantire la qualità dello Speck Alto Adige IGP e di accrescere costantemente la fiducia dei consumatori nel prodotto.

Per espletare tali mansioni, il Consorzio lavora a stretto contatto con svariate istituzioni locali e nazionali, quali la Provincia Autonoma di Bolzano, il Ministero per le politiche agricole e forestali, l'ente di controllo indipendente Istituto Friulano Controllo Qualità (IFCQ) e IDM Alto Adige.

MANSIONI DEL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha il compito di proteggere e promuovere la qualità dello Speck Alto Adige IGP, svolgendo tre importanti funzioni.

- **Politica di qualità**

Il Consorzio definisce gli standard di qualità per ogni fase di lavorazione, monitorando le tecniche di produzione previste dall'Unione Europea. Ciò consente di garantire l'origine e l'eccellenza della specialità.

- **Tutela del marchio**

Il marchio è il garante della qualità dello Speck Alto Adige IGP. Il Consorzio vigila sul mercato e sul suo corretto utilizzo. In caso di uso improprio, possono essere intraprese azioni legali.

- **Misure promozionali**

Il Consorzio mette in atto un ampio ventaglio di attività pubblicitarie, tra cui campagne sulla stampa, spot televisivi e radiofonici, iniziative promozionali, misure di PR e la partecipazione a fiere del settore ed eventi.



I sei paragrafi successivi sono stati elaborati da **PAUL ZANDANEL**, PR-Quality Products di IDM Alto Adige. Da molti anni, IDM, acronimo di Innovation, Development e Marketing, assiste il settore dello speck negli ambiti della comunicazione e della commercializzazione.

1 LA POLITICA DI QUALITÀ DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO NEL SETTORE AGRARIO

Il marchio Alto Adige e il sigillo Qualità Alto Adige hanno una storia movimentata alle spalle. Il marchio di qualità Alto Adige fu introdotto su iniziativa dell'Assessorato al commercio con la Legge Provinciale n. 44 del 1976 e gestito in collaborazione con la Camera di Commercio di Bolzano.

“Soprattutto in un'epoca di scandali alimentari, il consumatore cerca informazioni precise sull'origine, la composizione e la trasformazione dei prodotti. Tale garanzia viene offerta dal marchio Alto Adige, quale attestazione di qualità e origine”, così l'ex assessore all'Economia Werner Frick ribadisce l'importanza di tale marchio.

L'etichetta rotonda venne introdotta già nel 1976 per le mele e le pere dell'Alto Adige. Latte, speck, pane, ortaggi, bacche, grappe e miele andarono progressivamente ad arricchire la gamma dei prodotti di qualità. Ogni specialità protetta deve soddisfare rigorosi criteri per potersi fregiare della denominazione Alto Adige: oltre ad essere prodotta in regione, nel rispetto di regole ferree, viene costantemente sottoposta a severi controlli.

“Con il logo Alto Adige, i produttori locali si assumono la responsabilità delle specialità che offrono, promettendo ai consumatori generi agroalimentari ineccepibili. Per il produttore, l'utilizzo del sigillo di qualità si traduce in un valore di mercato più elevato. Non da ultimo, il consumatore dovrebbe promuovere la qualità anche mediante la sua disponibilità a corrispondere un prezzo più elevato”. Il credo dell'epoca è più attuale che mai.

Il marchio ha un futuro: ne sono convinti i principali propugnatori del sigillo di qualità che, in questa fase, sono in procinto di convergere su un nuovo concetto in materia. I relativi colloqui tra l'assessorato per l'Artigianato, il Commercio e il Turismo e Alto Adige Marketing (SMG) sono già in corso. *“Il nostro obiettivo è quello di valorizzare al meglio le sinergie tra i singoli comparti economici, al fine di garantire, in ottica futura, una più solida presenza sul mercato in Italia e all'estero sotto il marchio ombrello Alto Adige dedicato”,* afferma l'ex assessore Werner Frick.

“La famiglia dei marchi Alto Adige riunisce svariati sigilli e prodotti sotto un unico tetto, con l'intento di promuovere in particolare le sinergie tra il turismo e l'agricoltura. Mentre il paesaggio carica di valenza emozionale i prodotti di qualità (generi agroalimentari), questi a loro volta si trasformano in autentici ambasciatori del territorio e del turismo. Tale legame consente un reciproco trasferimento di immagine, veicolando associazioni positive”, hanno ribadito i protagonisti di questa esperienza nel 2001, in occasione dell'anniversario dei 25 anni del marchio Alto Adige.

Nel 2004, tali sforzi sono sfociati nell'introduzione del marchio-ombrello Alto Adige, approvata dalla Giunta Provinciale il 25 ottobre, e nella presentazione al pubblico nel novembre dello stesso anno.

Nel 2005, infine, è stato introdotto il sigillo di qualità Alto Adige, ponendo sotto un unico tetto e garantendo protezione legale alla famiglia dei marchi Alto Adige.

2 LA POLITICA DI QUALITÀ EUROPEA NEL SETTORE AGRARIO

Con il Regolamento UE n. 2081/92, la Commissione Europea si è prefissa l'obiettivo di contrassegnare con una denominazione di origine le specialità agroalimentari prodotte con metodi tradizionali e la cui qualità è riconducibile in modo univoco a un'area geografica definita, proteggendoli così da eventuali tentativi di uso improprio. Tale sforzo di armonizzazione di svariate procedure di protezione portate avanti dai singoli Stati apre la strada a un tutela dei consumatori a 360° in ambito comunitario. Al contempo, ciò consente di garantire ai produttori pari condizioni concorrenziali.

Il succitato regolamento prevede il riconoscimento di una denominazione di origine geografica protetta (DOP) o di un'indicazione geografica protetta (IGP), che consta del nome di un territorio, di un luogo specifico o, in casi eccezionali, di una regione.

Il riconoscimento di una DOP, ai sensi dell'art. 2 del Regolamento, presuppone che i prodotti così contrassegnati “debbano la loro qualità e le loro caratteristiche essenzialmente o esclusivamente all'ambiente geografico, comprensivo dei fattori naturali ed umani” e che la loro “produzione, trasformazione ed elaborazione sia avvenuta nell'area geografica delimitata”.

La garanzia di un'IGP, invece, oltre all'origine del prodotto, presuppone che “una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica della specialità possa essere attribuita all'origine geografica” e “che la produzione e/o trasformazione e/o elaborazione della stessa si svolgano nell'area geografica determinata”.

3 EVOLUZIONE E PIETRE MILIARI DEL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Nel 1980, quattro produttori altoatesini diedero vita a un'associazione per proteggersi dai prodotti non controllati. Il successo non si fece attendere: già negli anni Settanta veniva auspicata una più solida collaborazione tra i produttori di speck e, nel gennaio del 1986, vennero fatti i primi, concreti passi in avanti. Il consorzio per la promozione dello speck con marchio di qualità Alto Adige venne fondato da quattro grandi produttori. Nel 1987, si aggiunsero altri 25 membri.

Già nel 1987, grazie alla congiunta attività di commercializzazione sotto il marchio Alto Adige, venne conseguito un fatturato di 85 miliardi di Lire, facendo registrare un incremento del 22% rispetto all'anno precedente. Gravi errori nella produzione da parte di un socio importante provocarono lo scioglimento del Consorzio nel 1988, nonostante le intense attività promozionali cominciasse a dare i loro frutti. Con i medesimi obiettivi, il 15 giugno 1992, 17 produttori di speck fondarono il “nuovo” Consorzio tutt'oggi esistente.

Il Consorzio per la tutela e il sostegno dello speck a marchio Alto Adige, con sede presso la Camera di Commercio di Bolzano, introdusse ulteriori misure a integrazione dell'attività promozionale della Camera di Commercio per una miglior commercializzazione dello speck a marchio. La Camera di Commercio, da parte sua, supportava dal 1988 i produttori altoatesini con una campagna promozionale, aiutandoli a garantirsi mercati di sbocco sempre più ambiziosi.

Le attività del Consorzio Speck Alto Adige, anche grazie alla nomina di un amministratore delegato nel maggio del 1997 (Franz Mitterrutzner) e alla creazione di un ufficio apposito, si sono intensificate, in particolare nell'ambito della comunicazione, in cui è venuta a crearsi una solida sintonia ed è stata intrecciata una stretta collaborazione con l'Ufficio Promozione Vendite della Camera di Commercio (dott. Zandanel).

Un'evoluzione che non poteva prescindere dalla concessione dell'IGP. Tale presupposto e l'ubicazione della maggior parte delle aziende aderenti nelle aree montane garantiscono la concessione di un contributo UE e provinciale, grazie al quale per gli anni 1997, 1998 e 1999, accanto alla partecipazione individuale dei produttori, è stato possibile disporre di ulteriori risorse finanziarie. L'intensificazione del dialogo tra i membri del Consorzio, in particolare nel gruppo di lavoro Marketing, in cui tutte le attività di comunicazione vengono discusse e approntate per le decisioni assunte in seno al Consiglio di amministrazione, ha determinato, tra gli altri, una più precisa definizione della strategia di comunicazione.

Nel dicembre del 1997, il Consiglio di amministrazione del Consorzio e la commissione tecnica hanno approvato l'utilizzo del nuovo marchio Alto Adige presso i produttori. Venne concordato che, a partire dal CIBUS di Parma (5-11.5.1998), il 30% della superficie delle etichette stampate dai produttori sarebbe stato assegnato al marchio. All'epoca, gli artigiani rifletterono sull'assunzione del nuovo marchio anche per le loro etichette, ritenendo che dovesse essere presa in considerazione l'esigenza di una chiara distinzione dai grandi produttori, non solo con riguardo all'etichettatura, ma anche nell'ambito della comunicazione nel suo complesso.

4 PERCORSO E PIETRE MILIARI DEL PRODOTTO TUTELATO SPECK ALTO ADIGE IGP

Grazie alle particolarità paesaggistico-climatiche della nostra regione, sin da subito ha preso forma una tradizione della conservazione della carne fortemente radicata nel territorio e lo speck rappresenta il "vertice" di questa cultura. La posizione sul mercato della specialità, in particolare di quella con marchio di qualità Alto Adige, è stata così delineata nel settembre del 1992.

- In linea generale, lo Speck Alto Adige si caratterizza per un posizionamento positivo.
- Lo speck gode di un'ottima immagine e viene apprezzato per la sua pregevolezza, naturalità e produzione artigianale.
- Il potenziale di sviluppo è considerevole: il 10% degli intervistati non ha ancora assaggiato lo speck, ma lo farebbe volentieri.
- Il 30% della popolazione rientra nel novero dei consumatori regolari. Nel caso del prosciutto crudo, la percentuale raggiunge l'80%. Il 30% degli intervistati consuma speck molto raramente o non lo consuma affatto, mentre il 40% lo mangia occasionalmente, ma solo il 5% più di una volta in settimana. L'88% degli intervistati consuma prosciutto crudo regolarmente, il 40% più di una volta in settimana.
- Il punto debole sembra essere la mancanza di una specifica gestione delle informazioni da parte dei produttori di speck. Il prodotto è infatti noto a quasi tutti i consumatori, ma non è al centro della loro attenzione.
- Anche i consumatori regolari sono troppo poco informati circa origine, caratteristiche e tipologie di speck.
- Una corretta politica di comunicazione deve prendere avvio dal marchio Alto Adige quale simbolo di riconoscibilità e garanzia di qualità (DOC) per lo Speck Alto Adige.

Tali riflessioni sono attuali oggi come un tempo. Da allora, molti sforzi sono stati profusi (ricerca di mercato e campagne), per migliorare immagine e grado di riconoscibilità del prodotto, nonché supportarne la distribuzione.

Nel 1992, a Bruxelles, furono resi noti i primi 318 prodotti agroalimentari che si sono visti riconoscere una denominazione d'origine protetta, tra cui anche lo speck a marchio Alto Adige, uno dei sette prodotti italiani del comparto carne, cui era stata assegnata la tutela europea.

Nel 1993, il settore dello speck ha presentato domanda, mediante la Camera di Commercio, per il riconoscimento dell'Indicazione Geografica Protetta. La richiesta è stata in seguito approvata secondo la procedura d'urgenza, che trova applicazione a fronte di accordi bilaterali già esistenti in materia di mutua tutela dei prodotti.

Nel 1994, a Bruxelles, è stata richiesta la tutela della denominazione Speck Alto Adige in tutti i Paesi della Comunità Europea. Nel 1995, 26 produttori di speck sono stati autorizzati a produrre Speck Alto Adige. Complessivamente, queste aziende conseguivano una produzione annuale di circa 3 milioni di baffe, pari a 13 milioni di kg di prodotto: di queste, circa il 30% erano di Speck Alto Adige. La quota di esportazione si attestava al 30%, con Germania e Austria a fare la parte del leone.

Nel 1995, il fatturato complessivo del settore speck ammontava a circa 180 milioni di Lire, mentre le aziende impiegavano circa 800 lavoratori. Nel 1996, lo Speck Alto Adige si è visto riconoscere dall'Unione Europea la denominazione Speck Alto Adige IGP.

5 MISURE STRATEGICHE DOPO IL RICONOSCIMENTO DELL'IGP

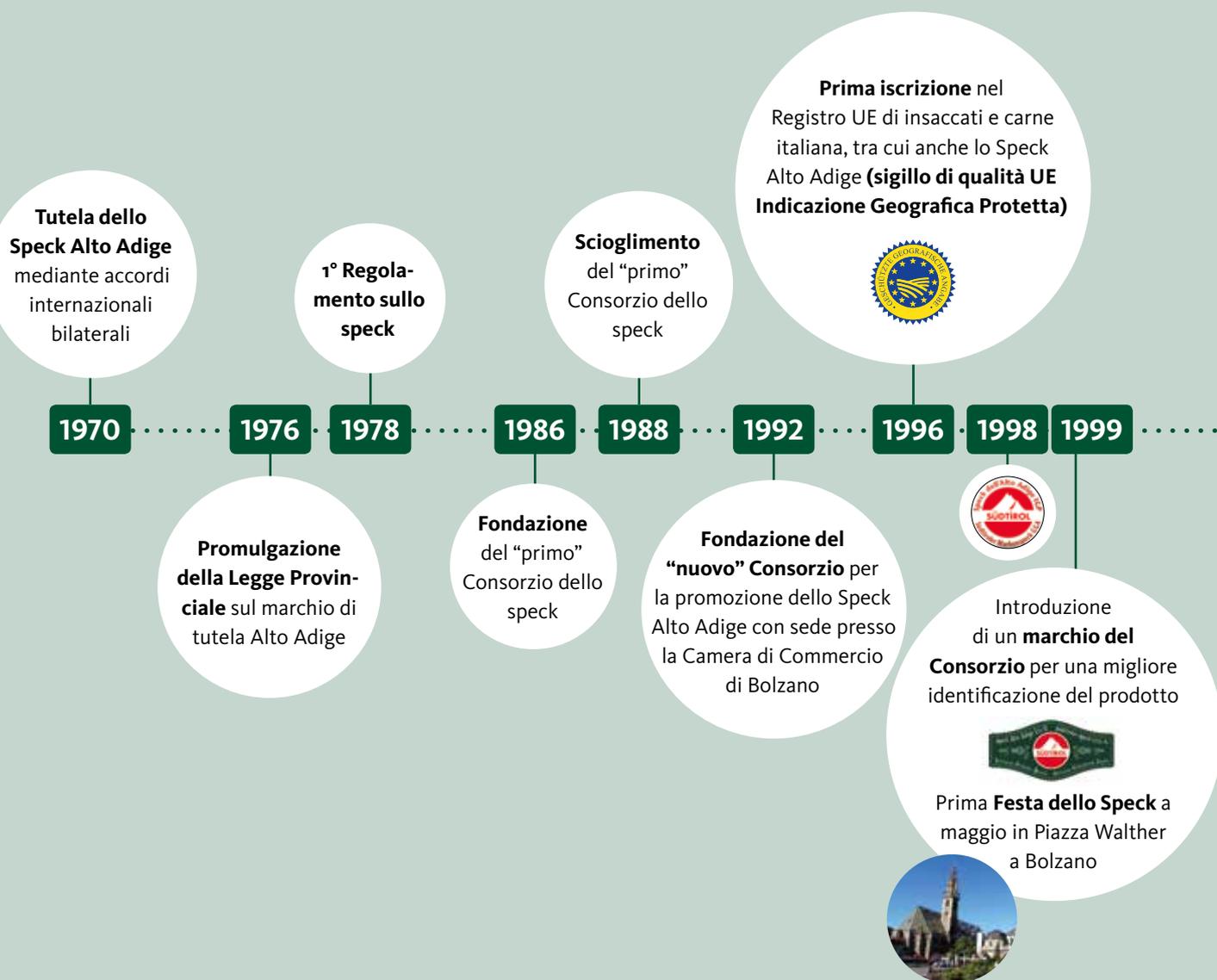
Il riconoscimento dell'Indicazione Geografica Protetta, per il settore dello speck, ha rappresentato una nuova sfida nell'ambito della qualità, offrendo, al contempo, grazie a nuove condizioni quadro, la straordinaria opportunità di conquistare nuovi mercati. L'intento primario dei produttori, sin dall'inizio, era quello di incrementare la quota di Speck Alto Adige rispetto alla produzione complessiva: in tale contesto, la massima priorità coincideva con l'osservanza dei più elevati criteri di qualità.

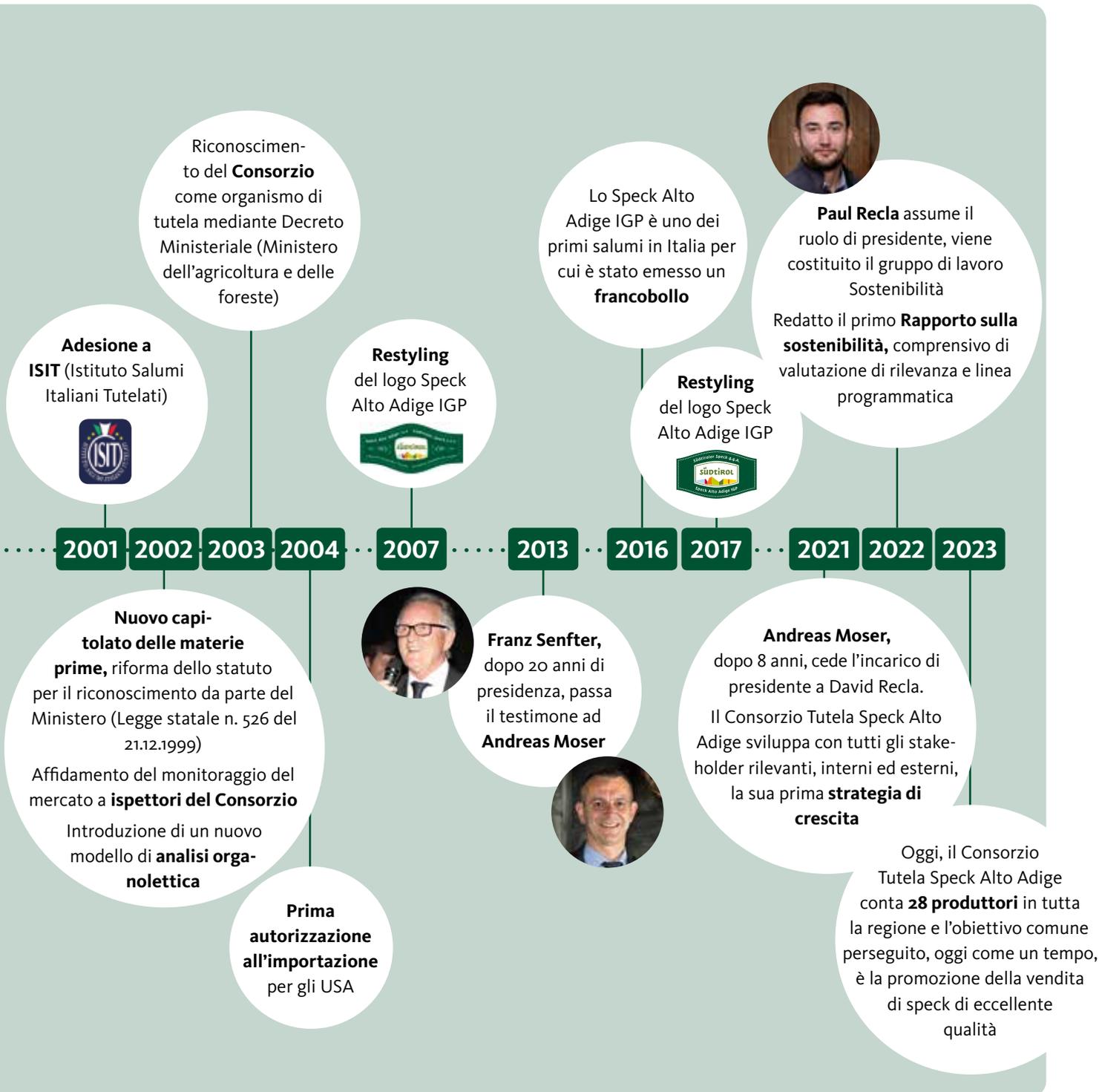
Ai fini del consolidamento della posizione di mercato conseguita e per l'acquisizione di nuovi clienti, da quando esiste la possibilità di utilizzare il marchio di tutela dell'Alto Adige (il primo regolamento sullo speck risale al 1978) sul mercato nazionale e nei principali Paesi di vendita, sono state implementate attività di marketing a tutto tondo, volte ad accrescere il grado di riconoscibilità e a migliorare l'immagine del prodotto: tra queste, sono annoverabili campagne a mezzo stampa, misure di supporto alle vendite, spot radiofonici e un incessante lavoro di pubbliche relazioni. Tali iniziative sono state sviluppate grazie ai fondi destinati alla promozione della Camera di Commercio.

Le attività della Camera di Commercio, a partire dal 2007, sono state trasferite, senza soluzione di continuità, nella Export Organisation Südtirol (EOS). Dal 2016, IDM Alto Adige supporta il Consorzio Tutela Speck Alto Adige con misure di comunicazione ad hoc. In breve, una storia di successo, resa possibile da una sinergia pionieristica, sapiente e di ampio respiro tra tutti gli attori coinvolti (produttori, Consorzio, Amministrazione provinciale, Camera di Commercio, SMG, EOS, IDM).

Se lo Speck Alto Adige IGP gode oggi di un'ottima immagine ed è adeguatamente equipaggiato per le sfide future, lo si deve a lunghi anni di sforzi congiunti nella politica di prodotto (qualità) e di comunicazione (marchio).

6 CRONOLOGIA







FRANZ JOSEF MITTERRUTZNER

Era il 1997 ed era trascorso un anno dal riconoscimento dell'IGP da parte dell'allora Commissario UE, il tirolese Franz Fischler: la Camera di Commercio, nella persona del direttore Pepi Rottensteiner e del responsabile marketing Paul Zandanel, venne incaricata dal Consorzio di cercare un direttore. Dopo un incontro introduttivo con entrambe le figure che, insieme al Consorzio, avevano sino a quel momento curato gli interessi dello Speck Alto Adige, adoperandosi in modo decisivo per il riconoscimento dell'IGP, venne consegnata al nuovo direttore una considerevole pila di documenti, tra cui alcuni atti relativi a contenziosi legali riguardanti il nome.

Sostenibilità economica e giuridica dello Speck Alto Adige

DIFESA DELL'IGP IN SEDE GIUDIZIARIA

Alla fine degli anni Novanta, un'azienda della Germania settentrionale produceva speck nei pressi di Amburgo, vendendolo con questo nome. Un altro produttore operante a livello internazionale utilizzava l'allora nuovo marchio IGP, riconosciuto nel 1996 per lo speck lavorato in Alto Adige, senza sottoporsi alle verifiche dell'ente di controllo incaricato, vendendo il proprio prodotto a un'importante catena commerciale internazionale di generi alimentari. Questi sosteneva di aver registrato il marchio Speck Alto Adige, unicamente per la propria azienda, prima del riconoscimento dell'IGP da parte dell'UE e di godere quindi del cosiddetto "diritto fondato su una precedente utilizzazione", di fatto previsto nel relativo regolamento, ma solo al sussistere di determinate condizioni, che verranno approfondite in seguito.

Sono solo alcuni esempi, che fanno ben comprendere come, in materia di tutela giuridica e della sua concreta implementazione (dove non vi è un ricorrente, non vi è neanche un giudice), fosse necessario intervenire

con urgenza. Se all'epoca, contro il palese uso improprio dell'IGP, non fosse stata concretamente rivendicata, per vie legali, la tutela conseguita, oggi tale regime di qualità non sarebbe più un marchio protetto, ma una generica dicitura al pari di molte altre presenti sul mercato, come nel caso del Prosciutto di Praga, del *Krakauer Wurst* o dei *Frankfurter Würstchen*, tali proprio in ragione del fatto che i produttori originari delle rispettive regioni di provenienza non sono attivamente intervenuti. Non appena una grossa fetta di consumatori comprende che il prodotto si fregia sì di un'indicazione geografica, ma che non è stato lavorato nel luogo indicato, non vi è più alcuna ragione di proteggere tale provenienza, se non il metodo utilizzato originariamente.

Nel caso della grande catena commerciale tedesca, il Consorzio è stato in grado di dimostrare che la registrazione del marchio svoltasi prima del riconoscimento dell'IGP non era stata effettuata in buona fede, una delle condizioni accessorie sostanziali per la concessione di un "vecchio diritto di marchio", in quanto al momento indicato, lo Speck Alto Adige non era ancora protetto dal diritto comunitario, ma da una legge provinciale, cosa che il produttore avrebbe dovuto sapere. Se fosse stato in grado di dimostrare la propria buona fede, tutt'oggi potrebbe utilizzare il marchio IGP senza accettare di sottoporsi ai controlli previsti dal legislatore. Grazie a questa situazione giuridica, è stato possibile ottenere un "provvedimento d'urgenza" presso il Tribunale di Bolzano e il richiamo da tutti i mercati dei prodotti indebitamente contrassegnati con il marchio IGP. Inoltre, i convenuti hanno dovuto, a proprie spese, pubblicare la sentenza su due quotidiani nazionali in Germania, Italia e Austria: un fatto che, all'epoca, considerando l'importanza, la tiratura e il numero di lettori della carta stampata, diede grande visibilità alla nostra specialità. Al mercato fu immediatamente chiaro che il nome Speck Alto Adige e il relativo Consorzio, la tutela UE e i controlli non erano da prendere alla leggera, ma da tenere in seria considerazione. Se questa storica controversia legale avesse avuto esito opposto, oggi racconteremmo una storia completamente diversa o, come già accennato, il nome ora così ben tutelato sarebbe ridotto a una generica dicitura: sarebbe stato possibile produrre lo Speck Alto Adige con questo nome ovunque e il nostro territorio e i produttori avrebbero perso per

sempre un patrimonio della loro centenaria cultura. Un'esperienza preziosa, che dovremmo sempre tener presente quando si tratta di proteggere il patrimonio culinario della nostra regione e i suoi prodotti tipici, ricchi di tradizione. Ciò vale ad esempio per i *Südtiroler Kaminwurzeln*, il Prosciutto contadino e il *Würstel Meraner*, che vantano presupposti simili a quelli dello speck.

Tutte le parti, a seguito del chiarimento della posizione giuridica, hanno rinunciato alla causa grazie alla diretta ed efficace mediazione dell'allora Presidente della Provincia Autonoma di Bolzano Luis Durnwalder.

ABOLIZIONE DELLE EVOCAZIONI DELL'IGP

Per essere efficace, è essenziale che la tutela dell'IGP agisca anche contro le cosiddette evocazioni, vale a dire tutte quelle informazioni utilizzate sul prodotto o in riferimento allo stesso, che fanno supporre ai consumatori l'origine altoatesina della specialità in questione. Tali evocazioni possono constare anche di immagini tipiche o elementi di testo alludenti all'Alto Adige.

Nei primi anni successivi al riconoscimento, oltre alla dicitura IGP, si potevano riscontrare una serie di riferimenti a Valle Isarco, Val Venosta, Val Pusteria, Dolomiti o altre indicazioni relative all'Alto Adige, utilizzati per lo speck non sottoposto alle necessarie verifiche dall'ente di controllo incaricato. Con questo espediente si tentava di aggirare la tutela: al posto del marchio IGP, sul prodotto, venivano inserite informazioni alludenti allo stesso o relative all'origine, che avrebbero dovuto indicare ai consumatori la provenienza altoatesina della specialità, senza l'obbligo di rispettare i criteri di qualità dell'IGP. In assenza di ulteriori controversie, a fronte della concessione di un congruo periodo di transizione e di un adeguato termine di tolleranza per il materiale di packaging, è stato possibile evitare le evocazioni su base volontaria. Solo dopo aver fatto chiarezza e tabula rasa all'interno del Consorzio, si sono create le condizioni per procedere anche nei confronti di altri produttori, senza dover ricorrere a onerosi contenziosi, dannosi per tutte le parti coinvolte.

Nel complesso, non è semplice verificare quali evocazioni, di fatto, siano opportunamente impugnabili come tali e la situazione può mutare nel corso del tempo. Ciò vale anche per il termine italiano Alto Adige che, da un lato, nel doppio nome della nostra regione Trentino-Alto Adige è di per sé un'evocazione e, dall'altro, negli ultimi anni, viene sempre più frequentemente sostituito da Sudtirolo, che ovvierebbe a tale problema.



PETER SIEBENFÖRCHER

“Lo Speck Alto Adige IGP viene prodotto secondo la regola tradizionale: poco sale, poco fumo e molta aria fresca.”

Storia dello speck in Alto Adige

La lavorazione dello speck, nella storia dell'Alto Adige, nasce dalla necessità dei contadini della regione di prolungare la conservabilità della carne. Questo salume era destinato al consumo casalingo: i maiali, tradizionalmente, venivano macellati nel periodo natalizio e la preparazione dello speck garantiva la disponibilità di carne suina per tutto l'anno. La ricetta veniva gelosamente preservata e tramandata di generazione in generazione. Tutt'oggi, lo speck si caratterizza per l'antica miscela di spezie tramandata dai nostri avi, risalente a oltre un secolo fa.

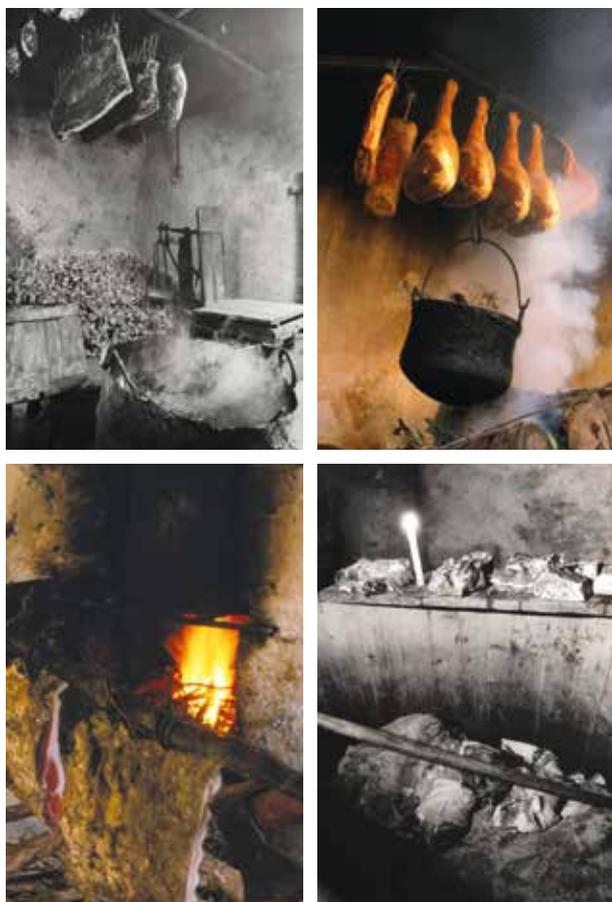
Lo speck dell'Alto Adige non ha nulla a che fare con la pancetta della tradizione tedesca, contraddistinta dalla consistente componente di grasso. Lo speck nasce dal connubio di due metodi di conservazione della carne: la

stagionatura, come è consuetudine nel caso del prosciutto crudo nell'area del Mediterraneo, e l'affumicatura, tipica del Nord Europa. Il risultato è un salume tipico dell'Alto Adige, prodotto secondo la regola tradizionale “poco sale, poco fumo e molta aria”. Lo speck è un ingrediente essenziale di molti piatti tipici del territorio, come i canederli e, insieme a pane, formaggio e vino, è il protagonista della tradizionale merenda altoatesina. Affinata nel corso dei secoli, questa specialità si è ritagliata un posto anche nella cucina stellata.

Lo Speck Alto Adige IGP deve il suo gusto caratteristico soprattutto alla terra in cui ha avuto origine, dove la cultura mediterranea e alpina danno vita a un connubio straordinario: solo qui la natura assicura condizioni climatiche senza eguali, tanto sole e aria pura. L'Alto Adige, un territorio piccolo ma ricco di sapori, vanta oltre 300 giorni di sole all'anno. Nella provincia più a nord d'Italia, il clima mediterraneo incontra i paesaggi alpini e una cordialità ancestrale. Immersi in un'incantevole scenario montano, gli altoatesini producono da decenni il loro salume tradizionale, celebrando quella che è un'autentica cultura dello speck.

Lo Speck Alto Adige IGP vive della passione e della dedizione dei produttori del territorio, che operano secondo i metodi della tradizione. Se a nord delle Alpi, la conservabilità del prosciutto viene prolungata mediante l'affumicatura, a sud si predilige l'essiccazione all'aria: gli altoatesini hanno unito le due tecniche, dando vita al tipico speck dell'Alto Adige, leggermente affumicato e stagionato all'aria fresca di montagna, secondo l'antica usanza contadina. Lo speck è di casa nei masi contadini della regione. Oggi, speziatura, affumicatura e stagionatura si svolgono con metodi moderni, ma sempre attingendo all'antica ricetta di famiglia, tramandata di generazione in generazione. In questo modo, lo Speck Alto Adige IGP diventa sinonimo di tradizione di assoluta eccellenza.

Se consumata in purezza, questa raffinata specialità offre un'autentica esperienza di gusto. Lo Speck Alto Adige IGP è anche una componente importante dei piatti della tradizione, tra cui gli apprezzati canederli. Ma si è saldamente affermato anche nella cucina stellata.



Consorzio Tutela Speck Alto Adige Produttori



Produttori - cartina



PRODUTTORI SPECK ALTO ADIGE IGP

- Christanell
- Macelleria Christanell
- Galloni Thomas & Andreas
- Gstör
- Meraner Wurstwaren
- Macelleria Gruber
- Kofler Delikatessen
- Kofler Viktor & Andreas
- Macelleria Mair
- Martin Speck
- Merano Speck
- Moser Speck
- Nocker Walter
- G. Pfitscher
- Raich Speck
- Recla
- Rinner Alexander
- Schmid Speck
- Senfter
- G. Siebenförcher
- Macelleria Silbernagl
- Macelleria Steiner
- Viumser Speck
- Stephan Von Pföstl
- Vontavon
- Metzgerei Windegger
- Südtiroler Speck
- Mendelspeck



Le cinque fasi della produzione, unica nel suo genere, dello Speck Alto Adige

INGE RAUCH

“Il gusto tipico del nostro speck è inconfondibile.”

FASE 1 ACCURATA SELEZIONE DELLA MATERIA PRIMA

Tutto inizia con la selezione della materia prima. La qualità non può prescindere da un eccellente prodotto di partenza. La produzione dello speck ha luogo in Alto Adige, secondo un disciplinare definito nei minimi dettagli. Dal foraggiamento alla macellazione dei suini, sino alla stagionatura della carne, sono molti i fattori che concorrono all'esito finale, creando la sinergia necessaria a trasformare lo speck in una specialità. I produttori dello Speck Alto Adige ne sono consapevoli e traducono in pratica questo principio da decenni. Ecco perché, per produrre questa specialità, vengono utilizzate solo cosce suine magre e carnose da allevamenti consoni alla natura e alle esigenze della specie.

La produzione dello Speck Alto Adige non prevede l'importazione di bestiame vivo o di tagli di carne congelata, ma solo di cosce suine fresche già tagliate provenienti da fornitori riconosciuti. All'arrivo delle merci, prima di procedere con la trasformazione, vengono verificati taglio, tenore lipidico, temperatura e pH della carne.

Le cosce vengono selezionate sulla base di rigorosi criteri di qualità e rifilate secondo metodi tradizionali. Anche le condizioni di trasporto della materia prima sono disciplinate da una severa normativa. Ne consegue che, per la produzione dello Speck Alto Adige IGP, non è consentito importare capi di bestiame vivi, né utilizzare tagli di carne congelata.

CHRISTIAN HANDL

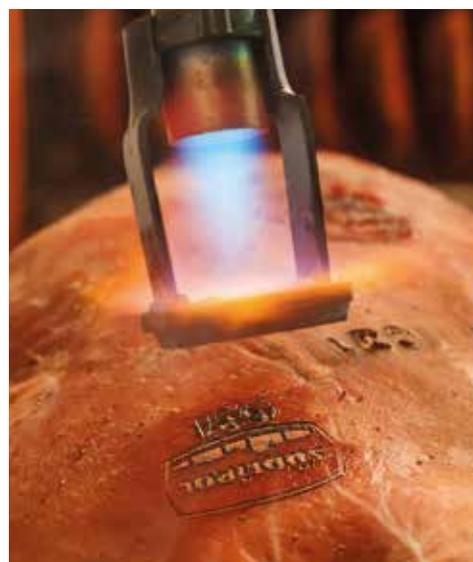
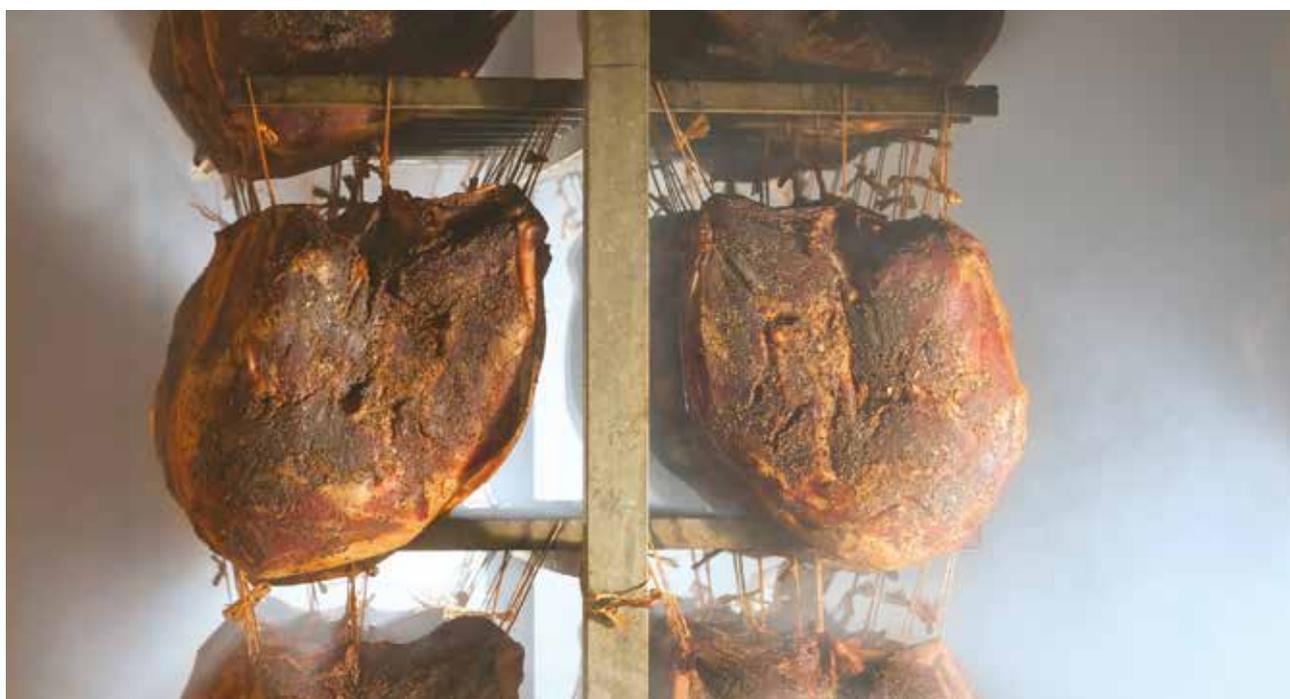
“Spezie naturali come rosmarino, pepe e ginepro conferiscono allo Speck Alto Adige IGP il suo aroma caratteristico.”

La produzione si svolge esclusivamente utilizzando cosce suine macellate in ottemperanza a controlli attentamente definiti. Solo così possono essere garantiti elevati standard di qualità nella produzione, nonché il peculiare sapore dello speck. Le baffe vengono quindi marchiate con la data di inizio della produzione, una garanzia indelebile che funge da punto di partenza per ulteriori controlli e la verifica della stagionatura. Inoltre, la marchiatura consente al consumatore finale di tracciare il prodotto.

FASE 2 SPEZIATURA

La tipica crosta di spezie conferisce allo Speck Alto Adige IGP il suo caratteristico aroma. Quando le cosce vengono accuratamente massaggiate con sale e spezie, nell'aria si sprigiona un intenso profumo di ginepro, rosmarino, maggiorana e alloro. Talvolta, vengono aggiunti aglio, coriandolo o cumino. Mentre gli ingredienti di base per la salagione, come sale e pepe, sono sempre gli stessi, la combinazione di spezie varia da un produttore all'altro: una scelta che conferisce una nota individuale al prodotto.

Le baffe, prima dell'affumicatura, vengono salmistrate a secco per tre settimane in un ambiente fresco. In questo lasso di tempo, i prosciutti vengono rigirati a più riprese per consentire la penetrazione uniforme della salamoia. La frequenza con cui questo avviene è legata alla ricetta individuale del produttore. Mentre alcuni continuano a versare la salamoia sui lati della baffle, altri preferiscono tralasciare questo passaggio. Il contenuto di sale, nel prodotto finale, non può superare il 5%. La speziatura si basa sulla ricetta personale del singolo produttore, custodita come un segreto di famiglia e tramandata di generazione in generazione. Questo fa di ogni baffle di speck un pezzo unico.



ALEXANDER RINNER

“Lo Speck Alto Adige IGP vive della passione dei produttori che s’ispirano al metodo tradizionale.”

FASE 3 AFFUMICATURA

Un fattore decisivo per il gusto dello speck è l'affumicatura, a conclusione della fase di salmistratura. L'affumicatura del prosciutto si svolge secondo la tradizionale regola aurea: poco fumo e tanta aria fresca di montagna. I prosciutti vengono alternativamente sottoposti a fasi di leggera affumicatura con legno selezionato poco resinoso e asciugatura all'aria. Questo conferisce allo speck Alto Adige IGP il suo inconfondibile sapore delicato.

Tutt'oggi, viene utilizzato principalmente legno di faggio. La temperatura del fumo non supera i 20°C, consentendo così la penetrazione nei pori del prosciutto, che altrimenti si chiuderebbero con un calore elevato. Le baffe vengono quindi esposte alternativamente al fumo e all'aria fresca delle montagne altoatesine: ciò conferisce loro un aroma unico, finemente speziato e delicato al tempo stesso. Inconfondibilmente equilibrato.

FASE 4 STAGIONATURA

Dopo l'affumicatura, lo speck ha bisogno di tempo per affinare le sue straordinarie caratteristiche, in armonia con la natura. Un tempo, questa fase si svolgeva nelle cantine dei masi contadini, dove dominavano una frescura costante e un'umidità ottimale. Tutt'oggi, le baffe stagionano in locali ben areati e pervasi dall'aria fresca e pura delle montagne altoatesine. La durata della stagionatura dipende dal peso delle baffe e mediamente si protrae per 22 settimane, nel corso delle quali lo speck perde un terzo del suo peso originario, acquisendo la sua tipica consistenza. In questa fase, si crea uno strato naturale di muffa aromatica, indice delle ottimali condizioni ambientali in cui si svolge la stagionatura e di eccellente qualità dello speck. La muffa viene rimossa al termine del processo.

Lo strato di muffa, che protegge lo speck nella fase di stagionatura, prevenendone l'eccessiva asciugatura, impedisce la formazione di una crosta dura e secca sulla sua superficie. Oltre a consentire una maturazione uniforme delle parti interne, la muffa svolge un ruolo decisivo nel perfezionamento del sapore del prosciutto asciugato all'aria, armonizzando e arrotondando le intense note speziate e affumicate, che conferiscono allo Speck Alto Adige IGP il suo tipico sapore, delicato, equilibrato e impreziosito da un raffinata nota di nocciole.

FASE 5 SEVERI CONTROLLI ED ECCELLENTE QUALITÀ

Quello che si legge in etichetta, lo si ritrova nel prodotto. Il marchio è una garanzia. Con lo Speck Alto Adige IGP, il consumatore ha sempre la certezza di gustare un prodotto di qualità, la cui produzione è stata sottoposta a severi controlli. Al fine di assicurare l'eccellenza e l'autenticità dello Speck Alto Adige, il Consorzio di Tutela, in collaborazione con l'istituto indipendente IFCQ (Istituto Friulano Controllo Qualità), ha sviluppato un sistema di controlli, che garantisce il rispetto di tutti i criteri di qualità: dalla scelta della carne alla lavorazione del prosciutto sino al prodotto finito.

Gli ispettori possono accedere liberamente in ogni momento agli stabilimenti di produzione. Durante e al termine del processo di lavorazione, controllano la stagionatura, il bilanciato rapporto tra percentuale magra e grassa, il tenore di sale, la consistenza, l'aroma e naturalmente il sapore. Solo il prosciutto che rispetta i criteri di qualità e ha superato tutti i controlli viene marchiato a fuoco in più punti sulla cotenna. E solo questo speck può essere messo in commercio con il logo contraddistinto dalla pettorina verde. Il marchio Speck Alto Adige IGP è garanzia di autenticità ed eccellente qualità.

FRATELLI ANDREAS E THOMAS GALLONI

“Da noi, il periodo di stagionatura dello Speck Alto Adige si protrae per 24-25 settimane, più a lungo di quanto prescritto.”

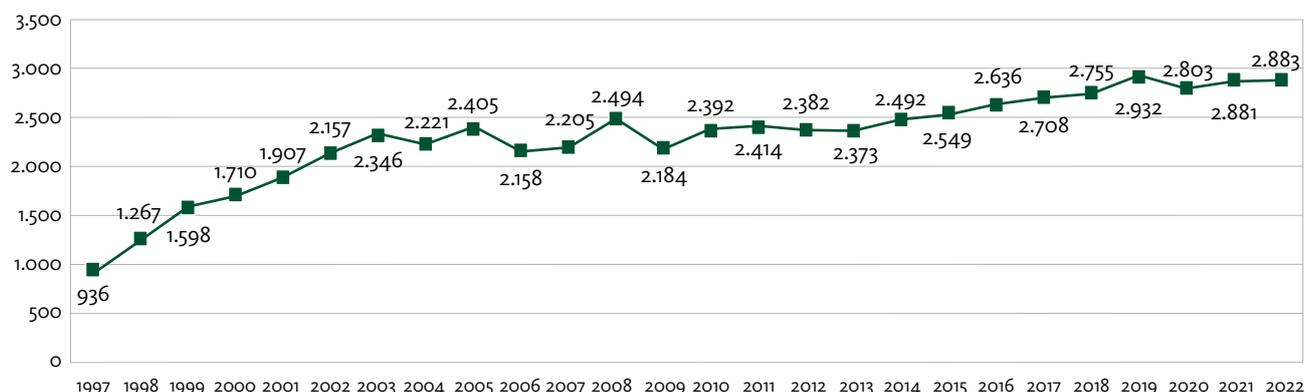
Dati di produzione e mercati di sbocco

L'evoluzione storica della produzione di speck in Alto Adige

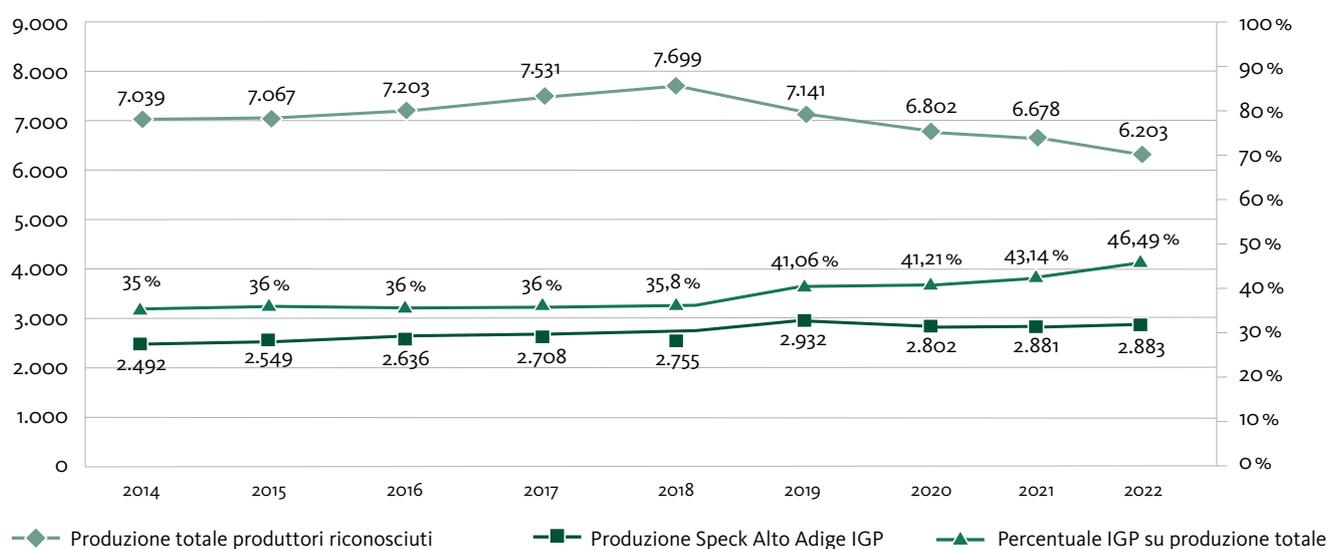
Negli ultimi anni, la produzione di Speck Alto Adige IGP è costantemente aumentata. Al netto incremento registrato tra il 1996 e il 2003, ha fatto seguito un decennio di stagna-

zione: ne consegue che la produzione del 2003 si attesta pressoché agli stessi livelli del 2013. Negli ultimi anni, invece, si rileva un andamento al rialzo. Dopo un leggero calo di produzione dello Speck Alto Adige IGP nel 2020, nel 2021 si riscontra nuovamente un trend in crescita. La produzione del 2022 è sostanzialmente in linea con quella del 2021.

ANDAMENTO STORICO 1997-2022 DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP



ANDAMENTO DEI DATI DI PRODUZIONE



Nel 2022, 2.883.777 baffe si sono fregiate del marchio di qualità Alto Adige IGP, ovvero il 46,5% della produzione complessiva delle aziende riconosciute dal Consorzio, con una crescita dello 0,08% rispetto all'anno precedente. La percentuale di IGP di quest'anno è stata ulteriormente incrementata e corrisponde alla percentuale più alta mai raggiunta. Nel periodo dal 2013 al 2022, la quota di Speck Alto Adige IGP, rispetto alla produzione complessiva regionale (da parte dei membri), è aumentata dal 35 al 46%. Da ciò, possiamo desumere una maggiore consapevolezza e una crescente popolarità del marchio di qualità Alto Adige IGP.

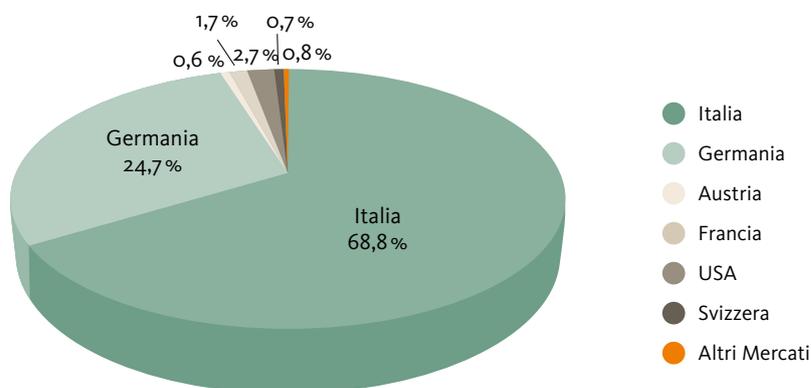
Mercati di sbocco e canali di vendita per lo Speck Alto Adige IGP

Il 68,8% della produzione dello Speck Alto Adige IGP viene smerciato in Italia. Una quota consistente viene venduta nello stesso Alto Adige e nelle regioni settentrionali, laddove negli ultimi anni si registra un aumento della domanda anche nell'Italia centrale e meridionale. Tuttavia, lo Speck Alto Adige è una specialità molto richiesta anche oltre i confini italiani.

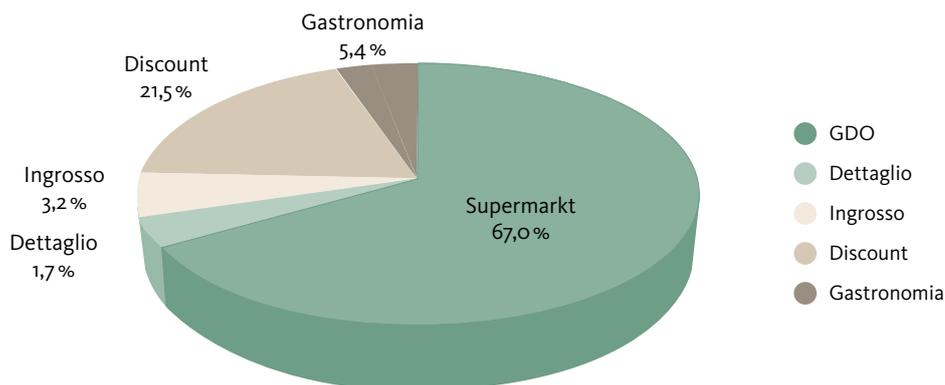
Nel 2022, con una quota di esportazione pari al 31,2%, lo Speck Alto Adige si conferma uno dei salumi italiani più venduti all'estero. Il mercato più importante continua a essere la Germania, con una percentuale del 24,7%. Un altro bacino di consumo coincide con gli Stati Uniti (2,7%), dove negli ultimi anni l'apprezzamento per il prodotto ha fatto registrare un forte incremento. A questo si aggiungono Francia (1,7%), Svizzera (0,7%) e Austria (0,6%). Sebbene nel 2020 e nel 2021, l'andamento positivo dei mercati di esportazione abbia subito un rallentamento a causa della pandemia da COVID-19, quest'anno si può già intravedere un trend in crescita. In altri Paesi quali Belgio, Slovenia, Svezia, Paesi Bassi, Canada, Giappone, così come in altri 20 mercati, viene esportato lo 0,8% del quantitativo di produzione.

In Italia, il 67% della produzione viene commercializzato mediante la rete della grande distribuzione. Altri canali di vendita sono i discounter con una quota del 21,5%, il commercio al dettaglio (1,7%), il commercio all'ingrosso (3,2%), e la gastronomia con (5,4%). Il commercio al dettaglio svolge un ruolo particolarmente significativo in Alto Adige: dei quantitativi di Speck Alto Adige IGP acquistati in provincia, il 41% viene smerciato tramite questo canale, mentre il 21,8% è riconducibile alla ristorazione. In Alto Adige, le vendite nella gastronomia sono raddoppiate rispetto all'anno precedente (10,5%), attestandosi intorno ai livelli pre-COVID.

MERCATI DI SBOCCO DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP NEL 2022



CANALI DI DISTRIBUZIONE IN ITALIA NEL 2022



Controlli di qualità

I controlli di qualità cui viene sottoposto lo Speck Alto Adige IGP vengono svolti dall'ente indipendente IFCQ Certificazioni (Istituto Friulano Controllo Qualità) e spaziano dal monitoraggio della materia prima sino al prodotto finito. Nel 2022, sette fornitori sono stati controllati in riferimento al rispetto delle direttive del capitolato sulle materie prime, riservando particolare attenzione alla tracciabilità della carne. Inoltre, al ricevimento della merce presso le aziende produttive, sono stati prelevati sette campioni di cosce suine fresche per escludere la presenza di salmonella e listeria.

Nel corso del processo produttivo, 77.886 baffe sono state esaminate da tre ispettori IFCQ nell'ambito di 380 controlli. Al termine della lavorazione, altre 334 baffe sono state sottoposte a verifiche di qualità organolettica e 63 baffe sono

state analizzate con riferimento alle loro caratteristiche chimiche. Solo i produttori impegnati contrattualmente ad applicare il metodo di lavorazione tradizionale, sottoponendosi a rigidi controlli, possono produrre lo Speck Alto Adige. In collaborazione con l'ente di controllo indipendente IFCQ, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha sviluppato un sistema che monitora il rispetto dei criteri di qualità in ogni fase di lavorazione, dalla selezione della carne all'affumicatura sino al prodotto finito. Gli ispettori, oltre alla stagionatura, verificano la proporzione tra parte magra e grassa, il tenore di sale, ma anche l'aspetto, la consistenza, l'aroma e il sapore.

Dei 6,2 milioni di baffe di speck prodotti ogni anno in Alto Adige, circa il 46,5 % si fregia dell'ambito sigillo di qualità.



Il marchio Alto Adige IGP

REGISTRAZIONE E MONITORAGGIO

Poiché lo Speck Alto Adige acquisisce una notorietà sempre maggiore a livello internazionale e gran parte delle denominazioni protette non viene riconosciuta al di fuori dell'UE, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha portato avanti il monitoraggio globale dei marchi per le denominazioni Speck, Alto Adige e Südtirol nella categoria di produzione degli insaccati. Gli utilizzatori del marchio non conformi vengono contattati e sollecitati a interromperne lo sfruttamento.

In particolare, negli ultimi anni, il rinnovamento del marchio IR (international registered) Speck Alto Adige IGP con validità in UE, Svizzera, Norvegia, Russia e Stati Uniti è stato ultimato. Inoltre, scadevano i rinnovi nel Regno Unito e lo storico marchio figurativo e denominativo in Italia, così come la proroga della registrazione del marchio in Giappone. Per gli Stati Uniti e il Giappone, al fine di preservare la tutela del marchio è stato necessario fornire anche una prova dell'uso. Nell'anno appena trascorso, in UE e in Italia, è stato richiesto un nuovo marchio collettivo comunita-



ERWIN HINTEREGGER

Il **CEO di IDM Alto Adige** completa la frase "Per l'Alto Adige, il marchio Speck Alto Adige IGP è importante perché..."

"La specialità dello Speck Alto Adige si fregia dal marchio di qualità IGP

(Indicazione Geografica Protetta) dal 1996. Questo significa che vengono rispettate direttive rigorosamente definite, tra cui la necessità che almeno una delle fasi produttive si svolga in un'area geografica ben precisa. Nella produzione dello Speck Alto Adige IGP, il consumatore può fare affidamento su una qualità certificata e severi controlli, dalla selezione della carne alla lavorazione del prosciutto, sino al prodotto finito. Il marchio Speck Alto Adige IGP è quindi garanzia di eccellenza e autenticità, annoverabili tra le caratteristiche più determinanti nella scelta del consumatore."

rio, così come un marchio collettivo per l'Australia. Anche nell'ambito dell'accordo di libero scambio tra UE e Singapore, è stato possibile tutelare la denominazione Speck Alto Adige IGP.

Allo stato attuale, la denominazione e/o il marchio Speck Alto Adige IGP sono registrati nei seguenti mercati: EU, Svizzera, Norvegia, Gran Bretagna, Stati Uniti, Canada, Giappone, Russia, Cina e Singapore.



Monitoraggio del marchio

Da alcuni anni, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige collabora con il dott. Massimo Malnerich, uno degli ispettori riconosciuti e accreditati dal Ministero dell'Agricoltura, che monitora il corretto utilizzo della denominazione Speck Alto Adige IGP nei punti vendita a livello nazionale e internazionale.

IL MONITORAGGIO DEL MERCATO IN SINTESI

Nel 2022, con riguardo al corretto utilizzo della denominazione Speck Alto Adige, sono stati verificati complessivamente 1.114 punti vendita in Italia e 140 all'estero (principalmente Germania e Paesi Bassi), così come 200 siti web.

I controlli hanno interessato i seguenti aspetti:

- indicazione della denominazione sul cartellino del prezzo presso i punti vendita
- conformità dell'etichetta del prodotto

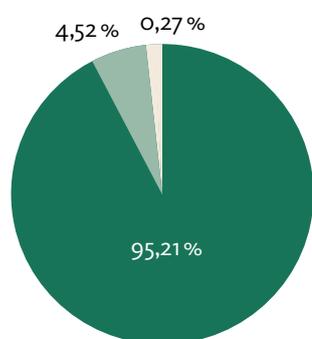
- utilizzo della denominazione e del marchio nelle brochure pubblicitarie e in iniziative promozionali designate
- utilizzo della denominazione sui prodotti riconfezionati

Complessivamente, sono stati verificati 56 punti vendita del Trentino-Alto Adige. La maggior parte delle ispezioni si è concentrata nell'Italia centro-settentrionale.

Le verifiche in loco sono state effettuate trasversalmente ai diversi canali di vendita, riservando un'attenzione particolare alle catene dei supermercati. Tuttavia, sono state ispezionate anche le filiali dei discounters, i negozi di commercio al dettaglio e i superstore. Nell'ultimo decennio, si è verificato un incremento nel rilevamento delle non conformità. Mentre nel 95,21% dei controlli, non sono state riscontrate irregolarità con riferimento al prodotto o al cartellino del prezzo, nel 4,52% dei casi, la denominazione sul cartellino del prezzo o nei volantini promozionali è stata utilizzata in modo incompleto.

Nello 0,27% dei casi, sono state accertate gravi non conformità: da un lato, l'abuso della denominazione protetta Alto Adige IGP per lo speck affettato e confezionato nel punto vendita, dall'altro l'utilizzo della denominazione per lo speck non marchiato.

VIGILANZA DI MERCATO CONFORMITÀ ETICHETTATURA



- Prodotto conforme
- Utilizzo non corretto delle abbreviazioni denominazione "Speck Alto Adige IGP"
- Utilizzo della denominazione per speck non marchiato



MASSIMO MALNERICH,
Intervista all'ispettore accreditato
del Ministero dell'Agricoltura MA-
SAF

Sig. Malnerich, potrebbe illustrarci brevemente le sue mansioni e i suoi obiettivi?

"I miei compiti sono riconducibili al controllo e al monitoraggio del mercato per il prodotto tutelato Speck Alto Adige IGP. Concretamente, verifico la denominazione protetta Speck Alto Adige presso i punti vendita del commercio all'ingrosso e del mercato tradizionale a livello nazionale ed europeo. L'obiettivo principale coincide con la verifica della corretta etichettatura del prodotto, un presupposto essenziale per la salvaguardia dei prodotti protetti e la tutela dei consumatori. Negli ultimi anni, le verifiche si sono estese anche ai siti web, in particolare a quelli dell'e-commerce".

Quali sono, dal Suo punto di vista, le sfide cui il comparto dello speck e degli insaccati deve far fronte in materia di qualità e sostenibilità?

"Le principali sfide che il settore degli insaccati deve fronteggiare nell'ambito della qualità sono una tracciabilità completa del prodotto che sia di facile consultazione per il consumatore finale e, in futuro, anche la rinuncia ai conservanti sintetici. Nell'ambito della sostenibilità, posso menzionare una decisa riduzione del materiale di confezionamento, l'utilizzo di imballaggi ecologici e riutilizzabili e infine il ricorso alle fonti di energia rinnovabile".

Nel corso della Sua attività, ha potuto evidenziare sviluppi degni di nota nell'ambito della qualità e della sostenibilità? Quale evoluzione, a Suo parere, sarebbe auspicabile?

"Svolgendo la mia attività ho potuto constatare come i produttori dello Speck Alto Adige IGP abbiano concentrato i loro sforzi sulla lavorazione di una specialità dalle eccellenti caratteristiche di qualità e come negli ultimi anni si sia iniziato a immettere con maggior frequenza sul mercato packaging ecologici. Inoltre, dobbiamo puntare su qualità, innovazione e sostenibilità".

Quali esperienze ha maturato con lo Speck Alto Adige IGP?

"Verifico quasi quotidianamente l'offerta di Speck Alto Adige IGP su tutto il territorio, il che mi ha permesso di acquisire una panoramica del mercato".

Notorietà del marchio Alto Adige IGP

LE INIZIATIVE DI MARKETING DANNO I LORO FRUTTI

Già da quattro anni, l'attività di marketing ruota intorno a una campagna radiofonica e video nazionale, denominata In realtà è Speck Alto Adige IGP, che prevede la messa in onda di spot di 20 secondi sulle principali emittenti radiofoniche e la diffusione di video sui canali digitali, raggiungendo una copertura degna di nota. La strategia di questa iniziativa è stata messa a punto anche quest'anno dal gruppo di lavoro Marketing del Consorzio, in stretta collaborazione con IDM Alto Adige. La campagna, impostata su un arco temporale di tre anni, viene portata avanti anche nel 2023, dopo essere stata rivalutata e adattata.

In regione, negli ultimi anni, sono state sviluppate e implementate con successo manifestazioni e serie di eventi, prime tra tutti la Festa dello Speck Alto Adige, la Giornata dello Speck, lo SpeckAperitivo Winter Edition e Spring Edition, il Safari dello Speck Alto Adige e l'Accademia dello Speck Alto Adige, che contribuiscono alla diffusione di conoscenze e all'identificazione dello Speck Alto Adige IGP.

Nel 2022, sono state messe in campo svariate misure di PR con l'intento di accrescere ulteriormente la visibilità dello Speck Alto Adige IGP e rafforzarne l'immagine. Il lavoro di pubbliche relazioni prevedeva una cura costante dei contatti esistenti e l'intreccio di nuove relazioni con giornalisti e media specializzati, l'inoltro di comunicati stampa ad alta valenza informativa, così come l'organizzazione di un evento PR, un gioco a premi e istruttivi viaggi stampa in Alto Adige per blogger e giornalisti. Inoltre, lo Speck Alto Adige e le sue versatili possibilità di utilizzo sono state rese note mediante la diffusione di ricette, collaborazioni con blogger e partnership editoriali. Per la comunicazione strategica, si sono rivelati determinanti i canali di comunicazione interni, tra cui il sito web www.speck.it, la Fanpage su Facebook trasversale ai prodotti Südtirol Alto Adige South Tyrol, così come il canale Instagram [@visitsouthtyrol](https://www.instagram.com/visitsouthtyrol), che vengono continuamente aggiornati e ampliati.

QUARTA EDIZIONE DELLA CAMPAGNA IN REALTÀ È SPECK ALTO ADIGE IGP

L'iniziativa ha interessato il mercato italiano, svolgendosi da inizio novembre a metà dicembre. La campagna promozionale è stata implementata mediante uno spot radiofonico trasmesso sulle principali emittenti nazionali, così come tramite uno spot video sui media online. La campagna, mandata in onda per la prima volta nel 2019, ha raggiunto un pubblico molto ampio, comunicando le caratteristiche uniche e autentiche dello Speck Alto Adige IGP. Il prodotto di qualità è riuscito nell'intento di sorprendere ed entusiasmare i consumatori con il suo gusto senza eguali e la sua versatilità. La strategia di comunicazione puntava primariamente all'affermazione dello Speck Alto Adige IGP come segmento a sé stante, incrementando così il numero dei compratori e la frequenza di consumo.

Lo spot radiofonico di 20 secondi è stato trasmesso per due settimane, dal 6 al 19 novembre. Inoltre, quest'anno, è stato realizzato un nuovo video in sinergia con lo spot radiofonico esistente, trasmesso per cinque settimane, dal 7 novembre al 12 dicembre, sulle reti Rai, Mediamond e Sky Italia.

Infine, nell'ambito di un nuovo approccio strategico, si è deciso di sensibilizzare alcuni target (bambini, insegnanti e responsabili educativi) rispetto allo Speck Alto Adige IGP. Nell'ambito di tale iniziativa, nel 2022, è stato definito un progetto scolastico rivolto agli alunni delle primarie della Regione Lombardia, per il quale è stato messo a punto materiale didattico, un concorso e una serie di attività per 250 istituti.

Giornata dello Speck Alto Adige a Naturno

Domenica 22 maggio 2022, la Società Cooperativa Turistica Naturno, IDM Alto Adige e il Consorzio Tutela Speck Alto Adige hanno organizzato la prima edizione della Giornata dello Speck a Naturno. Un variegato programma con mercatino dei sapori, show culinario e musica dal vivo ha allietato gli ospiti nella Piazza del Municipio di Naturno, baciata da un tempo estivo. I produttori di Speck Alto Adige hanno presentato la ricchezza culinaria del nostro territorio insieme ad altri dodici produttori di specialità con marchio di qualità Alto Adige. Residenti e turisti hanno approfittato dell'occasione per informarsi sulle prelibatezze regionali e assaggiarle direttamente in loco. Thomas Ortler

del Ristorante Flurin ha stuzzicato l'appetito e la curiosità degli ospiti nell'ambito di uno show cooking con eccellenti pietanze a base di speck. Queste sono state servite ai buongustai, sotto la guida professionale dello chef Fritz Martin, da un team di 80 elementi (associazioni di Naturno), raccogliendo grande apprezzamento.



Speck & Wein Emotion

Assaporare lo Speck Alto Adige IGP nei rifugi dell'Alto Adige, centellinando i vini di rinomati produttori del territorio, alla scoperta di abbinamenti entusiasmanti: una combinazione di gusto che ha deliziato il palato degli appassionati sino a fine marzo 2023. Nell'ambito dell'iniziativa Speck & Wine Emotion, gli interessanti hanno potuto scoprire le molteplici possibilità di utilizzo di questa specialità.

SpeckAperitivo

In purezza, tagliato a listarelle o in fette sottili, lo Speck Alto Adige IGP non manca di sorprendere il palato dei buongustai. Ma il prodotto locale più amato ha in serbo anche molto altro e, con l'iniziativa SpeckAperitivo, ispira momenti di gusto inediti. Quest'anno, si presenta insieme alla mozzarella, fresca e cremosa.

Ogni giovedì di maggio, i locali Campo Franz a Bolzano, Les Arcades a Merano, Alter Schlachthof a Bressanone e Waink's a Brunico hanno servito ai loro ospiti stuzzichini innovativi a base di Speck Alto Adige IGP, esaltando la specialità tradizionale con un approccio moderno.

SpeckAperitivo Winter Edition

Ogni sabato e domenica, a marzo, gli ospiti dell'Area vacanze Gitschberg-Jochtal hanno nuovamente beneficiato dell'opportunità di coniugare il divertimento degli sport invernali con le prelibatezze culinarie a base di Speck Alto Adige IGP e Mozzarella Brimi. La collaborazione con questo partner ha consentito di arricchire l'offerta gastronomica e di ampliare la visibilità della manifestazione. Reinterpretato in chiave mediterranea con una croccante bruschetta e ricotta cremosa o accompagnato dalla scioglievolezza del brie e dalla freschezza della salvia, lo Speck Alto Adige ha trasformato ogni aperitivo in un'avventura culinaria imprensibile da stuzzicanti suggestioni, che deliziano il palato di turisti e abitanti appassionati di sport invernali.

Speck Safari

In nessun'altra località dell'Alto Adige, la cultura italiana s'intreccia così strettamente a quella tedesca. Questa iniziativa consente di immergersi nelle atmosfere alpino-mediterranee della città di Bolzano, in occasione di un percorso guidato attraverso il centro storico, alla scoperta delle sue più celebri attrazioni. Il tour di due ore si snoda, tra gli altri, attraverso Piazza Walther, Piazza Erbe e i Portici medievali, mentre una guida locale svela interessanti curiosità sulla genesi del capoluogo, richiamando l'attenzione sulle testimonianze storico-artistiche. Infine, nell'ambito di una degustazione immersa in un'atmosfera conviviale presso il locale di tendenza Campo Franz, che affaccia direttamente su Piazza Walther, gli ospiti apprendono le peculiarità della produzione dello speck tradizionale. Cosa distingue lo Speck Alto Adige dal prosciutto crudo? Come si svolge la fase dell'affumicatura? Quali sono le caratteristiche tipiche dello Speck Alto Adige IGP? Come si riconosce l'autentico Speck Alto Adige? Queste e molte altre domande trovano risposta nella cornice dello SpeckSafari, durante il quale vengono illustrate anche interessanti curiosità sul sigillo di qualità, lo stoccaggio e la lavorazione delle celebri specialità dell'Alto Adige.

ACCADEMIA DELLO SPECK ALTO ADIGE

L'Accademia del Vino dell'Alto Adige, in collaborazione con il Consorzio Tutela Speck Alto Adige, organizza corsi formativi di grande interesse e valenza istruttiva dedicati allo Speck Alto Adige IGP. Allo scopo, l'offerta educativa si articola come segue:

- Diploma Speck Expert
- Speck & vino
- ABC dello speck
- Workshop culinario
- Speck & formaggio

L'Accademia dello Speck s'inserisce nella "Strategia delle 4 I" perseguita dal Consorzio, strutturata come segue. L'intento è quello di "informare", "includere" e "istruire" gli altoatesini rispetto alla cultura dello speck, affinché si "identifichino" completamente nel prodotto: "Io, altoatesino, acquisto naturalmente solo Speck Alto Adige IGP". A tale riguardo, l'evento serale Speck e formaggio, tenutosi presso il caseificio Capriz – Formaggi di alta quota, ha fornito ai partecipanti nozioni a tutto tondo, con particolare riguardo per gli aspetti cui prestare attenzione negli abbinamenti tra speck e formaggi. Coloro che desideravano approfondire la loro conoscenza dello Speck Alto Adige e/o trasmetterla in prima persona agli interessati hanno trovato risposta alle loro esigenze nel corso di quattro giorni Diploma Speck Expert: in occasione di una visita presso Kofler Delikatessen e Moser Speck, gli "studenti" hanno potuto osservare da vicino le diverse fasi della produzione. Toccando con mano il lavoro di un allevatore, di un ingrassatore di suini e della Macelleria Windegger, inoltre, hanno fatto propria ogni sorta di curiosità sul Bauernspeck. Infine, gli aspiranti "esperti dello speck" hanno acquisito specifiche competenze pratiche sull'utilizzo della specialità in cucina nell'ambito di un laboratorio dedicato, sotto l'attenta guida della food blogger Julia Morat. L'intento, in ottica futura, è quello di dare ai diplomati la possibilità di trasmettere le conoscenze acquisite in occasione di eventi e degustazioni. I partecipanti all'evento Speck ABC, invece, hanno potuto apprendere le nozioni fondamentali della produzione dello speck presso G. Siebenföcher di Merano: passo dopo passo, sono stati istruiti sulle fasi della lavorazione della specialità, a cominciare dal sapiente sezionamento della coscia sino al processo di stagionatu-

ra conforme al disciplinare. In occasione dell'evento serale Speck e vino, tenutosi presso il Centro Convegni dell'Abbazia di Novacella, gli interessati hanno ampliato i loro orizzonti culinari, sperimentando, nella cornice di una degustazione, le sinergie tra speck e vino che meglio solleticano il loro gradimento. Infine, nell'ambito del laboratorio culinario presso il Gustelier di HGV, sotto l'esperta guida dello chef stellato Herbert Hintner, gli appassionati cuochi hanno creato un menu natalizio imperniato sullo Speck Alto Adige IGP, che ne esaltasse la versatilità in ambito gastronomico. L'assaggio finale dei piatti preparati è stato abbinato a una degustazione di vini d'accompagnamento del sommelier Paolo Tezzele.

Nel 2022, l'Accademia dello Speck, in occasione degli eventi menzionati, ha dato il benvenuto a un totale di 34 partecipanti, che hanno lasciato un feedback molto positivo sulla loro esperienza.



IL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE SOSTIENE L'ALTO ADIGE AIUTA

Da sette anni, nel periodo dell'Avvento, viene organizzata un'iniziativa di beneficenza a favore dell'associazione L'Alto Adige aiuta. Anche nel 2022, i produttori di Speck Alto Adige non hanno fatto mancare il loro sostegno attraverso un quiz dedicato alla specialità più celebre della regione, andato in onda dal 28 novembre al 23 dicembre sull'emittente radiofonica Südtirol 1. I partecipanti che hanno risposto correttamente alle domande formulate si sono aggiudicati un pacchetto Speck Alto Adige IGP (pezzo di speck, panno per speck e grembiule). Inoltre, per ogni risposta corretta, i produttori di speck hanno devoluto una somma a L'Alto Adige aiuta. Le donazioni vengono destinate agli altoatesini che si trovano in situazioni di bisogno. A tale riguardo, i beneficiari sono stati accuratamente verificati dall'organizzazione, al fine di garantire un impiego pertinente delle risorse elargite.

SONDAGGIO SU SPECK ALTO ADIGE IGP E PRODOTTI DI QUALITÀ

Prodotti agricoli dell'Alto Adige: in Germania al 1° posto, in Italia al 2°

La notorietà dell'Alto Adige come produttore di generi agroalimentari è aumentata rispetto alla fine dell'anno 2021, relegando la Baviera al secondo posto. In Germania, e in particolare in Baviera e nel Baden-Württemberg, l'Alto Adige è noto come luogo d'origine di pregiati prodotti alimentari. Nella Renania settentrionale-Vestfalia, la notorietà del prodotto ha registrato un netto incremento. In Italia, nella classifica della qualità dei prodotti agricoli, l'Alto Adige si piazza al secondo posto, alle spalle del vicino Trentino.

Vino, speck, mele e formaggio dominano la scena

Se si chiede a un germanico a quale elemento associa l'Alto Adige, il vino si piazza al quinto posto, alle spalle di montagna, escursionismo, cibo e sci. Nel mercato italiano, speck e mele si aggiudicano rispettivamente il terzo e il quarto posto, dopo montagna e neve. Il formaggio, invece, s'inserisce al sesto posto, dopo lo sci. Un esito che attesta come, in entrambi i mercati, venga attribuito grande valore al tema dei prodotti agroalimentari di eccellenza.

Approvata la nuova campagna promozionale Cheespe per lo Speck Alto Adige IGP e il formaggio Stelvio DOP sul mercato europeo

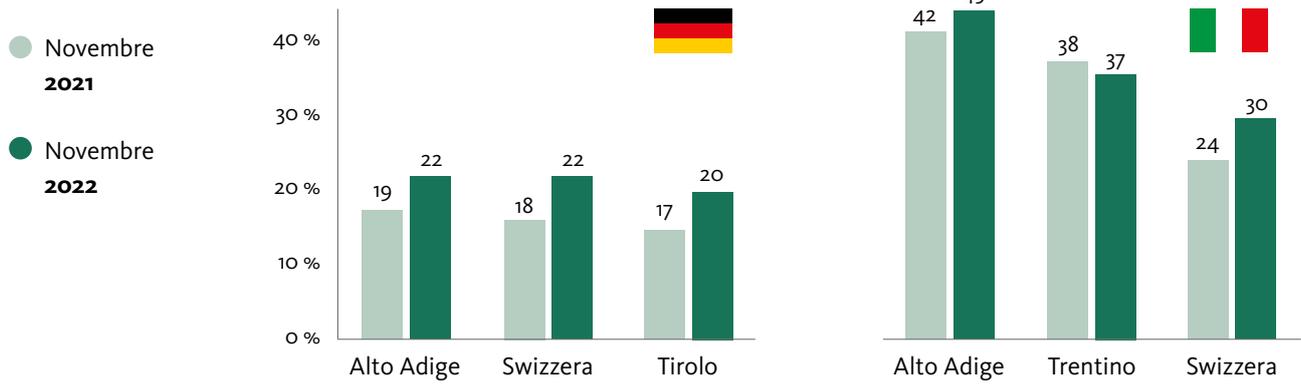
La Commissione Europea, a fine 2022, ha approvato un programma promozionale triennale per due prodotti di qualità dell'Alto Adige con denominazione di origine europea. A questo progetto comunitario partecipano il Consorzio di Tutela Speck Alto Adige e il Consorzio di Tutela Stelvio DOP. Il programma di sostegno prevede un budget di 2 milioni di Euro, finanziato per il 70% dall'Unione Europea. L'approvazione del progetto rappresenta un'importante pietra miliare per le attività di marketing dei consorzi.

A partire da marzo 2023, i due prodotti sono gli indiscussi protagonisti di questa campagna informativa e promozionale triennale che, mediante misure ad hoc, verrà implementata nei mercati italiano, tedesco e francese.

ALTO ADIGE: PIONIERE DI SOSTENIBILITÀ CON APPREZZATI PRODOTTI AGROALIMENTARI

L'Alto Adige svolge un ruolo pionieristico nell'ambito della sostenibilità in Italia ma anche in Germania dove, tuttavia, divide il gradino più alto del podio con la Svizzera. I prodotti agroalimentari della nostra regione raccolgono grande apprezzamento in Germania e Italia. Quando pensano all'Alto Adige, germanici e italiani non richiamano alla mente solo montagne, sci ed escursionismo, ma anche vino, speck e mele. Tali dati, estremamente incoraggianti, sono stati estrapolati dall'analisi della nostra campagna di brand, con cui intendiamo promuovere l'Alto Adige da marchio di destinazione a marchio regionale.

IL RUOLO PIONIERISTICO DELLA SOSTENIBILITÀ



2

Strategia di sostenibilità



Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs) e la loro importanza per lo Speck Alto Adige

Nel 2015, gli Stati membri delle Nazioni Unite hanno fissato gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs), con cui, tra gli altri, s'intende eradicare fame e povertà, promuovere la parità di genere, migliorare l'accesso alle cure sanitarie e contrastare il cambiamento climatico entro la fine del 2030. Anche la cooperazione allo sviluppo della Provincia Autonoma di Bolzano si rifà all'Agenda 2030 e ai succitati 17 obiettivi, che riguardano tutti i Paesi del pianeta, da quelli ricchi del Nord a quelli poveri del Sud del mondo, ponendo l'accento su una sostenibilità a tutto tondo. Nell'Agenda, da realizzarsi entro il 2030, accanto alle questioni socio-economiche, vengono introdotti anche i temi ecologici. Gli aspetti chiave ri-

guardano l'eradicazione della povertà estrema, della fame e della malnutrizione, la promozione delle pari opportunità, una gestione accorta delle risorse naturali, una crescita economica improntata alla sostenibilità, modelli di consumo socialmente responsabili e orientati al futuro, la conduzione di un'esistenza in un ambiente salubre e vitale e molto altro. Anche la Provincia Autonoma di Bolzano, attraverso la cooperazione internazionale, la sensibilizzazione e l'educazione globale, s'impegna per la realizzazione di un mondo equo, solidale e sostenibile, che promuova un'economia orientata al bene comune e permeata da valori quali il rispetto dei diritti umani, la solidarietà, la giustizia, la responsabilità ecologica e la democrazia.

17 Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite



PANORAMICA DI TUTTI GLI OBIETTIVI 2030

<p>1 SCONFIGGERE LA POVERTÀ</p>	<p>Sradicare la povertà in tutte le sue forme e ovunque nel mondo.</p>	<p>7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE</p>	<p>Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.</p>	<p>13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO</p>	<p>Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.</p>
<p>2 SCONFIGGERE LA FAME</p>	<p>Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.</p>	<p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>	<p>Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.</p>	<p>14 VITA SOTT'ACQUA</p>	<p>Preservare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile</p>
<p>3 SALUTE E BENESSERE</p>	<p>Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.</p>	<p>9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p>	<p>Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione e un'industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.</p>	<p>15 VITA SULLA TERRA</p>	<p>Proteggere, ristabilire e promuovere l'utilizzo sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire le foreste in modo sostenibile, combattere la desertificazione, bloccare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità.</p>
<p>4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ</p>	<p>Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti.</p>	<p>10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</p>	<p>Offrire a tutte le persone le medesime opportunità.</p>	<p>16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE</p>	<p>Promuovere società pacifiche e più inclusive, offrire l'accesso universale alla giustizia e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli.</p>
<p>5 PARITÀ DI GENERE</p>	<p>Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.</p>	<p>11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI</p>	<p>Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.</p>	<p>17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI</p>	<p>Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.</p>
<p>6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI</p>	<p>Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.</p>	<p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p>	<p>Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.</p>	<p>OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE</p>	

Per la realizzazione e il conseguimento di tali obiettivi, oltre agli Stati, anche le aziende e lo stile di vita di ciascuno di noi giocano un ruolo fondamentale. Per questo, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige, così come la Provincia Autonoma di Bolzano (Every day for future), hanno deciso di approfondire l'impatto delle misure contenute nella strategia di sostenibilità sul conseguimento degli SDGs. In ogni

ambito, la nostra strategia di sostenibilità tenta di creare e identificare legami con quelli che sono gli obiettivi sostanziali della Nazioni Unite, perseguendo un'armonizzazione tra i parametri e le indicazioni da noi rilevate e l'apposita piattaforma informativa approntata dall'Istituto Provinciale di Statistica ASTAT, dedicata agli indicatori globali degli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite.

La strategia per lo sviluppo sostenibile dello Speck Alto Adige IGP

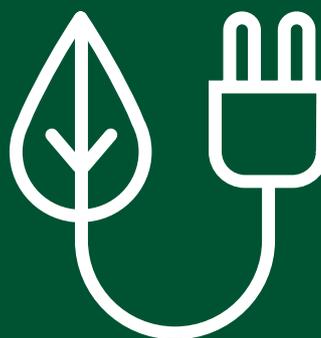
La strategia per lo sviluppo sostenibile del Consorzio Tutela Speck Alto Adige si articola in 4 quarti:

1° QUARTO



Benessere animale e qualità

2° QUARTO



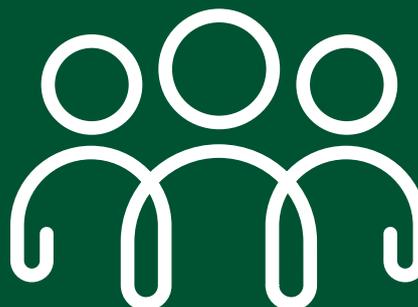
Lavorazione sostenibile

3° QUARTO



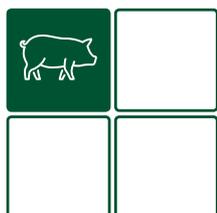
Valore aggiunto e consumo

4° QUARTO



Formazione e comunicazione

Di seguito, sono descritti in dettaglio contenuti, obiettivi e misure dei vari quarti.



1° quarto: benessere animale e qualità

1.1 BENESSERE ANIMALE

Il 1° quarto è dedicato a benessere animale e qualità. A partire dal 2022, il gruppo di lavoro sulla sostenibilità si è occupato dei preparativi per l'introduzione nell'intero Consorzio di standard regolamentati e verificabili.

Misura n° 1: introduzione successiva di standard sul benessere animale

Nei prossimi anni, la prima misura prevede una discussione approfondita e sistematica sul tema del benessere animale, in particolare da parte del gruppo di lavoro sulla sostenibilità. A tal fine, a partire dal 2023, verrà effettuata la prossima ricerca, che fungerà da base per l'introduzione nel Consorzio Tutela Speck Alto Adige di uno standard regolamentato e verificabile. A ciò seguiranno la predisposizione, l'elaborazione e la verifica di linee guida per il benessere animale applicabili allo Speck Alto Adige, riconosciute a livello internazionale e con standard definiti e tracciabili. Dal 2025, è prevista una delibera relativa a tale standard, che disciplinerà la graduale introduzione nel Consorzio della qualità del benessere animale.

Contributo della misura n° 1 agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, la misura n° 1 del Consorzio vuole contribuire essenzialmente all'SDG 3 (salute e benessere), all'SDG 6 (acqua pulita e igiene), all'SDG 7 (energia pulita e accessibile) e all'SDG 15 (la vita sulla terra).



1.2 QUALITÀ DEI PRODOTTI E SALUTE

La seconda area tematica riguarda il miglioramento continuo degli standard di qualità in termini di produzione, salute e tutela dei consumatori. Ciò comprende la revisione completa di quelli esistenti e l'adeguamento dei nuovi parametri di qualità nei disciplinari di produzione per il segmento dello Speck Alto Adige.

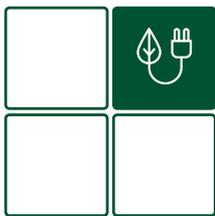
Misura n° 2: miglioramento continuo degli standard di qualità

La misura n° 2 punta sulla revisione critica degli standard di qualità dello Speck Alto Adige in termini di sicurezza nella produzione, salute e esigenze dei consumatori e, dopo la revisione, al loro adeguamento, identificandone, valutandone e, se necessario, introducendone di nuovi. Inoltre, verrà promosso l'impiego integrale del maiale, potenziando le linee guida sulla qualità per la lavorazione tradizionale dei tagli. Infine, si procederà all'analisi del graduale incremento dello standard qualitativo dello Speck Alto Adige IGP e alla creazione di una linea di prodotti in linea con tale standard.

Contributo della misura n° 2 agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, la misura n° 2 del Consorzio contribuisce essenzialmente all'SDG 6 (acqua pulita e igiene), all'SDG 7 (energia pulita e accessibile), all'SDG 12 (consumo e produzione responsabili) e all'SDG 13 (agire per il clima).





2° quarto: lavorazione sostenibile

Il 2° quarto si occupa dei temi essenziali della sostenibilità, relativi alla qualità e alla lavorazione di prodotti orientati al futuro, come produzione e acquisto di energia sostenibile, uso di materiali puliti e innocui e trasporto ecologico. Nei prossimi anni, il Consorzio prevede analisi e studi di fattibilità in materia, al fine di individuare misure d'attuazione rapide ed efficaci.

2.1 ENERGIA SOSTENIBILE

In questo settore, l'attenzione si concentra principalmente sull'acquisto di elettricità e sulla produzione autonoma - ma anche sull'approvvigionamento - di energia verde da fonti rinnovabili. Ciò implica la conversione fattiva a fonti idroelettriche ovvero a energia dotata delle relative certificazioni, oltre che l'espansione su larga scala della produzione autonoma di energia elettrica rinnovabile con impianti fotovoltaici, turbine eoliche, centrali idroelettriche, geotermia e altre tecnologie.

Misura n° 3: ecologizzazione dell'acquisto di energia elettrica

Nella misura n° 3, ci concentriamo sul rilevamento periodico degli acquisti di energia elettrica e sul graduale passaggio a quella verde (fotovoltaico, biomassa, biogas, idrogeno verde, eolico, acqua). Entro il 2025, puntiamo a promuovere e mettere in atto questa progressiva transizione con relativo aumento della percentuale. A tale scopo, a partire dal 2023, si provvederà alla registrazione di quantità e tipologia di elettricità acquistata dai membri: i dati raccolti, p.e. sotto forma di studio di fattibilità, consentiranno la valutazione dell'ecologizzazione. L'obiettivo è il passaggio all'elettricità verde in gran parte dell'approvvigionamento energetico.

Contributo della misura n° 3 agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, la misura n° 3 del Consorzio contribu-



isce essenzialmente all'SDG 6 (acqua pulita e igiene), all'SDG 7 (energia pulita e accessibile), all'SDG 8 (lavoro dignitoso e crescita economica) e all'SDG 9 (industria, innovazione e infrastrutture).

2.2 MATERIALI PULITI

Il secondo sottotema della nostra strategia nel campo della sostenibilità ambientale verte sull'introduzione e l'impiego di risorse e materiali puliti ed ecologici. In tal senso, tipologia e scelta degli imballaggi sono fattori rilevanti su cui è possibile esercitare una certa influenza. Attualmente, le confezioni sono costituite soprattutto da plastica e, in seconda battuta, da cartone. Riciclaggio e riciclabilità, rinuncia alla plastica d'origine fossile non necessaria, uso di materiali riciclati e riduzione dei volumi sono i temi centrali.

Misura n° 4: ecologizzazione degli imballaggi

La misura n° 4 prevede il passaggio graduale a imballaggi ecologici implicando, tra le varie cose, una riduzione a un livello tollerabile della plastica nei packaging dello speck. A partire dal 2024, si provvederà al monitoraggio delle specifiche di imballaggio di tutti i produttori, nonché alla valutazione della fattibilità degli interventi, mirati alla riduzione dei materiali in generale, ma soprattutto delle plastiche fossili. Per il 2025, è in programma un progetto di ricerca su tipologie di packaging alternative.

- 2023/24: nei prossimi due anni, raccolta delle specifiche di imballaggio dei produttori attraverso il portale digitale
- 2025: avvio di un progetto di ricerca su tipologie di imballaggio alternative

Contributo della misura n° 4 agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, la misura n° 4 del Consorzio contribuisce essenzialmente all'SDG 6 (acqua pulita e igiene), all'SDG 7 (Energia pulita e accessibile), all'SDG 12 (consumo e produzione responsabili) e all'SDG 13 (agire per il clima).



Contributo della misura n° 5 agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, la misura n° 5 del Consorzio contribuisce essenzialmente all'SDG 8 (lavoro dignitoso e crescita economica), all'SDG 9 (industria, innovazione e infrastrutture), all'SDG 12 (consumo e produzione responsabili) e all'SDG 13 (agire per il clima).



2.3 TRASPORTO SOSTENIBILE

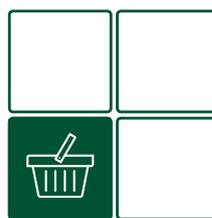
Il terzo settore selezionato nell'ambito della produzione sostenibile riguarda i trasporti. In questo caso, sono all'ordine del giorno interventi finalizzati alla riduzione delle emissioni di gas serra e particolato, dell'inquinamento acustico e degli ossidi di azoto in fase di consegna e ritiro delle merci. Il Consorzio vuole concentrarsi sui componenti della catena di fornitura, su cui può esercitare un'influenza determinante ovvero su produttori e relativi fornitori. Un dialogo congiunto punta all'introduzione di soluzioni e misure lungo l'intera catena di valore aggiunto.

Misura n° 5: ecologizzazione dei trasporti

La misura n° 5 punta a ridurre in modo permanente ed efficace le emissioni di anidride carbonica, rumore, particolato, ossidi di azoto, ecc., causate dai trasporti: i produttori possono intervenire principalmente sul proprio parco veicoli.

Negli anni a venire, le emissioni causate dai trasporti andranno costantemente diminuite, p.e., attraverso il rapido passaggio ai veicoli a basse emissioni.

Il prossimo rapporto sulla sostenibilità includerà un sondaggio sullo status quo dei tragitti percorsi con la flotta aziendale nell'ambito della catena di fornitura e commercializzazione.



**3° quarto:
valore aggiunto
e consumo**

Il terzo quarto della strategia per lo sviluppo sostenibile affronta le questioni socioeconomiche del valore aggiunto e del consumo. Il primo, affrontato con un approccio integrato, comprende i temi sociali di una cooperazione valorizzante ed efficace, nonché fattori economici quali il profitto e la redditività imprenditoriale, oltre che il solido contributo a una fiorente economia regionale. Il percorso è chiaramente tracciato dal Consorzio con il suo posizionamento nel "segmento premium". Un obiettivo che può essere ottenuto solo remando tutti nella stessa direzione.

3.1 POSIZIONAMENTO NEL PRESTIGIOSO SEGMENTO PREMIUM

Dall'inizio degli anni '70, lo Speck Alto Adige si è posizionato nel segmento premium, ma a prezzi accessibili, come prodotto di elevata qualità. Naturalmente, anche nei decenni precedenti era considerato una delle principali specialità sul territorio. Tale posizionamento - in termini di produzione artigianale e di stagionatura di qualità - verrà ulteriormente consolidato in Italia e all'estero.

Misura n° 6: posizionamento nel segmento premium delle eccellenti gastronomiche

Dal 2023 al 2030, il Consorzio punta a un'ulteriore espansione e al rafforzamento del suo posizionamento nel segmento premium delle delikatessen. A tal fine sono previste le seguenti attività:

- promozione congiunta di vino, mele, Schüttelbrot, formaggio, ecc. come specialità di qualità Alto Adige
- ampliamento e approfondimento sinergico della cooperazione tra settore agricolo e turistico, sfruttando il lavoro del Consorzio Tutela Speck e di IDM Alto Adige
- espansione dell'economia circolare regionale in collaborazione con la gastronomia, la ristorazione e gli esercizi alberghieri locali, nonché con le rispettive cooperative di acquisto e i rivenditori
- preparazione e formazione mirata sul prodotto in ambito commerciale per garantirne la competitività e il successo a lungo termine.

3.2 RAFFORZAMENTO DELLA COESIONE

Die vitale Existenz und fruchtbare Arbeit des Südtiroler Speck Konsortiums ist lebendiger Ausdruck des Gedankenguts und der Haltung für ein "Gemeinsames". Hier hat das Land Südtirol mit seinen zahlreichen Verbänden, Genossenschaften und Vereinen eine lange, herausragende Tradition. Doch sich darauf auszuruhen, bedeutet Rückschritt. Das Gemeinsame braucht zu jeder Zeit und in jedem Handlungsfeld seinen realen Ausdruck. Was steht also heute alles an, das wir nur gemeinsam für eine bessere Zukunft erreichen können?

Maßnahme #7:

Stärkung des Gemeinsamen im Konsortium

L'esistenza vitale e il proficuo lavoro del Consorzio Tutela Speck Alto Adige sono espressione tangibile del pensiero e dell'atteggiamento finalizzato alla "coesione". In quest'ambito, la Provincia di Bolzano, insieme a numerose associazioni, cooperative e unioni, vanta una lunga ed eccezionale tradizione. Ma dormire sugli allori può anche significare compiere un passo indietro. La coesione ha bisogno di un linguaggio reale in ogni momento e settore. Grazie a essa, cosa possiamo realizzare oggi per un futuro migliore?

Misura n° 7: rafforzamento della coesione nel Consorzio

La misura n° 7, che si concentra sulla "coesione", vuole accrescere l'impegno dei membri dal basso e dall'interno per far sì che tutte le aziende associate sostengano il marchio di qualità "Speck Alto Adige IGP" e s'impegnino a suo favore. Accrescere l'impegno è una missione culturale permanente del Consorzio, che si rafforza nella misura in cui le sue attività non vengono percepite e considerate come separate dalle aziende, ma come una loro estensione, parte di uno sforzo comune.

- Questo campo d'azione comprende tutti i programmi culturali, sociali e "di politica interna" del Consorzio, come l'organizzazione di riunioni, comitati, corsi e workshop, onorificenze e molto altro.
- La coesione va rafforzata soprattutto con il rilancio delle escursioni e dei viaggi-studio, che stimoleranno anche lo scambio di esperienze tra i membri sui temi della sostenibilità.

3.3 RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE

L'Alto Adige, con i suoi forti settori economici, si considera un territorio coraggioso e innovativo, caratterizzato da spirito pionieristico, con un ardito sguardo rivolto al futuro, sempre alla ricerca di soluzioni sostenibili. Questa concezione plasma anche la cultura su temi quali ricerca, sviluppo e innovazione nel segmento dello speck. A sud di Bolzano, presso il NOI Techpark Alto Adige, è attualmente in costruzione uno dei più moderni impianti di sperimentazione per l'ottimizzazione della produzione e della lavorazione dello speck. Accanto al NOI Techpark, l'impianto è sostenuto dal dipartimento di tecnologia alimentare del Centro di Sperimentazione Laimburg.

Misura n° 8: miglioramento della qualità grazie a ricerca e sviluppo

L'ottimizzazione costante dei controlli di qualità e delle fasi del processo, nonché la creazione di un impianto sperimentale per il miglioramento della produzione e della lavorazione dello speck, sono riassunti nella misura n° 8. L'agenda temporale è la seguente.

- 2024: completamento dell'impianto sperimentale per la produzione di speck presso il NOI Techpark di Bolzano, Alto Adige

- 2025: avvio e utilizzo attivo di tale impianto con diverse fasi e parametri del processo
- Avvio di ulteriori progetti di ricerca, come la produzione di speck senza nitriti e nitrati o l'acquisizione di un impianto HPP per i produttori alimentari altoatesini.

Contributo del 3° quarto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) delle Nazioni Unite, il 3° quarto del Consorzio contribuisce essenzialmente agli SDG 1 (povertà zero), SDG 2 (fame zero), SDG 8 (lavoro dignitoso e crescita economica) e SDG 9 (industria, innovazione e infrastrutture).



4.1 FORMAZIONE E SPECIALIZZAZIONE

Il 4° quarto della nostra strategia per lo sviluppo sostenibile affronta gli importanti temi sociali della formazione e della specializzazione, nonché di una comunicazione efficace. Relativamente ai primi due, consideriamo determinante il passaggio dalla scuola dell'obbligo alla scelta della professione e, successivamente, all'apprendistato. In questo caso, ci stiamo impegnando affinché il mestiere di macellaio attragga un numero maggiore di giovani. La comunicazione si concentra sulla rilevanza di una sensibilizzazione per la coesione sociale, la consapevolezza di una maggiore sostenibilità, l'interazione e il dialogo. Per il Consorzio, impegnato a favorire l'interazione attiva tra attori e imprese, la condivisione e la diffusione della competenza dialogica appresa è un obiettivo fondamentale, perché

proprio il dialogo unisce le persone, rafforzando la fiducia, creando coesione e infondendo sicurezza per il futuro in un periodo di grandi cambiamenti.

Misura n° 9: immagine professionale più attraente

La misura n° 9 comprende attività volte a rendere la nostra professione più attraente e a promuoverla. Per i prossimi anni, sono previsti i seguenti punti all'ordine del giorno.

- 2023/24: promozione della cooperazione con la Scuola professionale provinciale per macellai e gastronomi di Bressanone e con la Corporazione dei macellai di Ivrea.
- 2024/25: campagna d'immagine in Alto Adige per rendere più attraente questo mestiere, elaborata dai partner e dal Consorzio Tutela Speck Alto Adige

4.2 COMUNICAZIONE, DIALOGO E SENSIBILIZZAZIONE

Una comunicazione autentica e convincente sui temi della sostenibilità è per noi essenziale. Benessere animale, valore aggiunto in termini ecologici, protezione del clima e valorizzazione regionale devono e possono avere successo solo in armonia, in accordo e, dopo l'"approvazione" a livello economico da parte dei consumatori: chi predilige alimenti sostenibili di altissima qualità deve essere disposto a pagare per tali servizi e qualità. Per questo è indispensabile un linguaggio corretto e comprensibile sul valore aggiunto e sui maggiori costi.

La sensibilizzazione ai fini di un'efficace compattezza sociale, una collaborazione e un dialogo è nell'interesse del Consorzio stesso, perché mette in contatto con le aziende diversi soggetti interessati (politica, scienza, media, popolazione, ospiti, partner economici, ecc.). La trasmissione e la diffusione della nostra competenza in termini dialogici è un elemento essenziale nella gestione attiva del nostro impegno professionale con gli stakeholder. Come abbiamo già detto, il dialogo unisce le persone rafforzando la fiducia, creando coesione e fornendo sicurezza per il futuro in un periodo di grandi cambiamenti.

Misura n° 10: rafforzamento della coesione sociale

Sensibilizzazione alla sostenibilità a livello interno e marketing mirato verso l'esterno.

- La sensibilizzazione dovrebbe essere rafforzata attraverso i format dei nostri eventi (Festa dello Speck, Speck Days, degustazioni e altri eventi), che vanno allineati agli aspetti della sostenibilità. Parola chiave "Green event".
- Il design del nostro materiale per le promozioni e la comunicazione va vagliato in relazione ai criteri di sostenibilità, rivisto e, ove possibile, modificato con offerte di qualità superiore.
- I corsi di formazione offerti dall'Accademia dello Speck Alto Adige devono essere approfonditi qualitativamente nell'ambito della sostenibilità e ampliati costantemente attraverso la collaborazione con altri prodotti (vino, mela, Schüttelbrot, formaggio, ecc.).

Contributo del 4° quarto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite

In relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, il 4° quarto del Consorzio contribuisce essenzialmente all'SDG 1 (povertà zero), all'SDG 3 (salute e benessere), all'SDG 4 (istruzione di qualità) e all'SDG 17 (partnership per gli obiettivi).



Processo e team Sostenibilità

Programma di sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige

Dal 2019, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige si confronta in modo intensivo con il tema della sostenibilità. Allo scopo, si è avvalso del supporto professionale del dott. Alfred Strigl e della Mag.a Sylvia Brenzel, titolari dell'agenzia per la sostenibilità plenum di Vienna. Nel 2020, è stato innanzitutto effettuato un approfondito sondaggio tra gli stakeholder, sia per i gruppi di interesse interni (gli stessi produttori dello Speck Alto Adige), che esterni (scienza, media, esperti e veterinari, ecc.). Quindi, nell'ambito di una composita serie di workshop, è stata elaborata la prima strategia di sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige. Ai seminari, hanno preso parte, oltre a una selezione di produttori, anche IDM Alto Adige e il Centro di Sperimentazione Laimburg. Nel 2021, la strategia "Insieme nel futuro – I quattro quarti della nostra sostenibilità", definita e approvata nel suo orientamento generale, viene illustrata nelle ultime pagine.

Nel 2022, è stata attivamente avviata la stesura del primo Rapporto sulla sostenibilità del Consorzio. Anche per questo, è stato richiesto il supporto del team di plenum. Nell'ambito di un esteso coinvolgimento degli stakeholder ("Sondaggio e analisi di rilevanza"), i principali temi della sostenibilità nel comparto dello speck sono stati esaminati e individuati in via prioritaria. Un secondo sondaggio, nel 2022, si è occupato del tema economico della creazione di valore. Le indagini svolte nel 2020 e 2022 vengono descritte nel dettaglio e analizzate nei capitoli successivi.

Per la redazione del Rapporto sulla sostenibilità, è stato nominato un team dedicato, composto dai rappresentanti delle aziende che aderiscono al Consorzio Tutela Speck Alto Adige. Il team, che porta avanti il proprio lavoro autonomamente anche al termine dell'attività di reportazione, si compone dei seguenti membri (in ordine alfabetico):

- Heidi Hafele e Paul Jörg (Recla)
- Walter Nocker (Nocker)
- Elisa Peltrini (Salumifici Granterre - Senfter)
- Florian Siebenförcher (Siebenförcher)
- Günther Windegger (Windegger)
- Peter Moser e Stephanie Moser (Moser)
- Martin Knoll (gestione complessiva)

Basi e rilevamento dei dati

INTERVISTA AGLI STAKEHOLDER SU TEMI RILEVANTI

Nel 2020 e nel 2022, in collaborazione con l'agenzia plenum, sono stati svolti alcuni sondaggi tra gli stakeholder interni ed esterni del Consorzio. Inoltre, è stata effettuata un'indagine online, cui ha partecipato un numero rappresentativo di interessati provenienti da diversi ambiti (produttori, fornitori, rappresentanti della politica, ecc.). Gli stakeholder sono stati invitati a valutare i temi indicati su una scala da 1 (non importante) a 6 (importante). L'esito più significativo ha coinciso con una matrice di rilevanza, da cui sono emerse le tematiche che dovrebbero occupare un ruolo centrale per il Consorzio nell'immediato futuro.



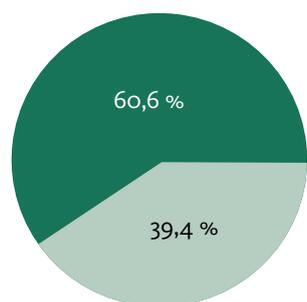
HEIDI HAFELE

"L'Alto Adige, per me, è un luogo speciale. Siamo benedetti da un paesaggio naturale unico nel suo genere, in cui si respira aria pura, valorizziamo la nostra arte culinaria e preserviamo la nostra cultura, di cui fanno parte anche svariati prodotti tradizionali come

lo speck. Grazie a una gestione accorta dell'ambiente e delle nostre risorse, ci assicuriamo di preservare per quanto possibile l'integrità del nostro meraviglioso territorio, consegnandolo intatto alle prossime generazioni. Lo Speck Alto Adige IGP può essere prodotto solo in Alto Adige: è così che tuteliamo i metodi di produzione originari, garantiamo posti di lavoro in loco e contribuiamo alla sostenibilità economica della nostra regione."

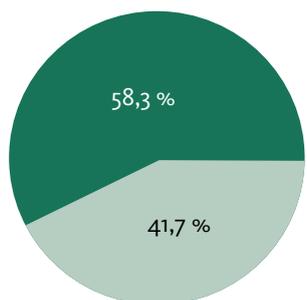
Che tipo di rapporto vi lega al Consorzio Tutela Speck Alto Adige?

33 risposte



- Membro del Consorzio
- Altro: cliente, partner, ecc.

Se siete membri del Consorzio, vi preghiamo di indicare in quale forma la vostra azienda risulta iscritta nel Registro delle Imprese.



- Impresa industriale
- Impresa artigianale

A giugno e luglio 2022, mediante la compilazione volontaria di un questionario, è stata rilevata l'opinione di 72 stakeholder tra interni ed esterni. Il questionario era composto da 63 domande, articolate in due sezioni, una di carattere generale e una più specifica, nonché da una serie di domande di natura personale. La sezione settoriale faceva riferimento ai quattro quarti della strategia di sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige. Sono stati contattati tutti e 28 i membri (stakeholder interni), così come 44 interessati esterni appartenenti agli ambiti della politica, dell'amministrazione, dell'economia, della scienza e dei media. Sono stati raccolti complessivamente 33 riscontri, 12 dei quali riconducibili agli stakeholder interni e 21 a quelli esterni, che corrispondono a un tasso di risposta complessivo pari al 46% (43% stakeholder interni e 48% stakeholder esterni).

Tabella 1

Indagine tra gli stakeholder 2022 – numero di partecipanti

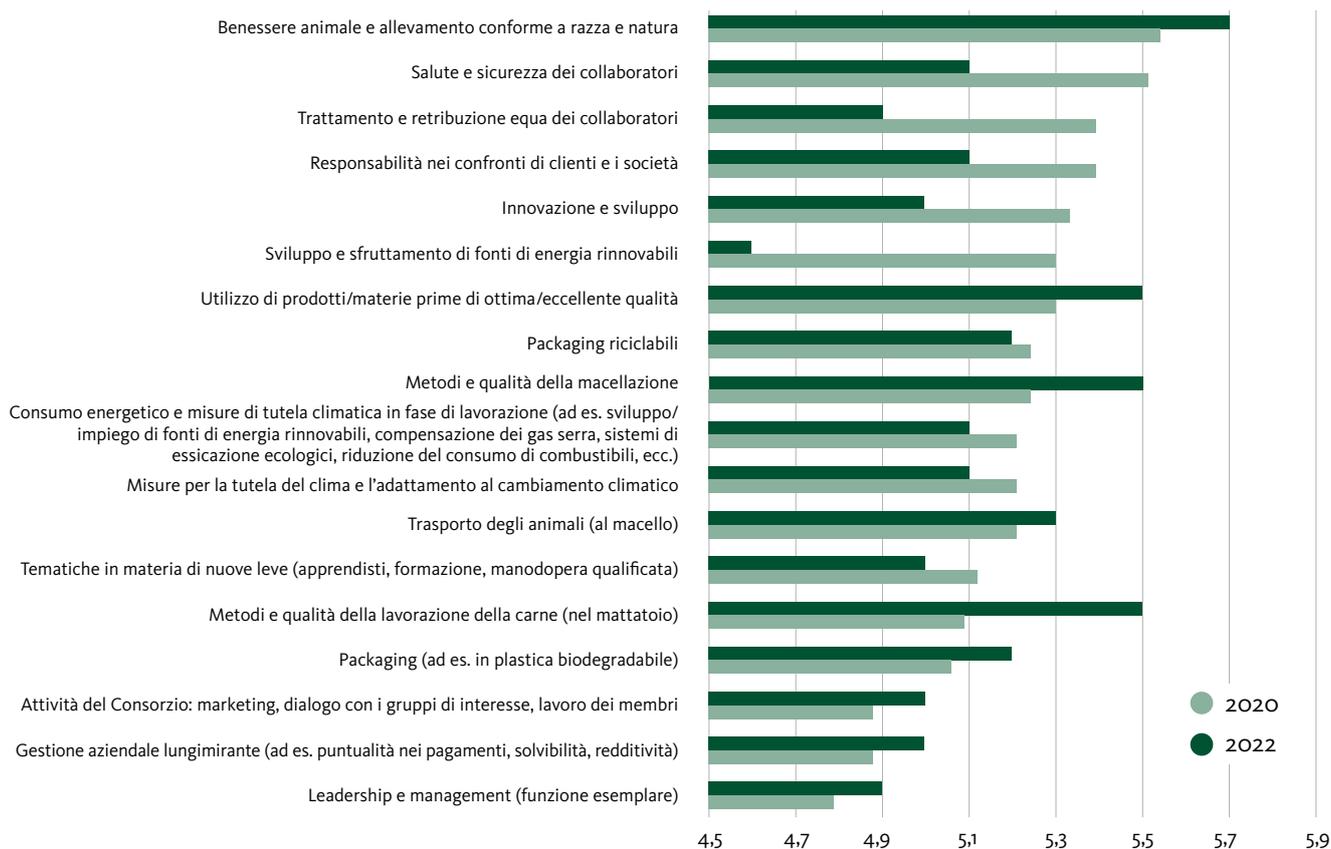
Partecipanti	interni	esterni	totali
Numero intervistati	28	44	72
Numero risposte	12	21	33
Tasso di risposta	43 %	48 %	46 %

La valutazione è stata presentata al gruppo di lavoro Sostenibilità e i temi principali sono stati discussi nel dettaglio.

Il confronto (*Figura 1*) tra il 2020 (verde) e il 2022 (rosso) illustra il cambiamento delle priorità. Le variazioni vengono spesso fortemente influenzate dalle circostanze esterne. Così, l'emergenza pandemica e la congiuntura economica generale hanno determinato un'ascesa delle tematiche sociali nella prioritizzazione. Gli effetti della crisi climatica, sempre più evidenti, portano in primo piano i temi ecologici, tra cui le fonti di energia rinnovabile. Continuano ad occupare la prima posizione il benessere animale e una zootecnia conforme alla natura e alla razza del bestiame, temi che tutti gli stakeholder del Consorzio hanno a cuore.

Figura 1

Vergleich der wichtigsten Themen 2022 mit 2020

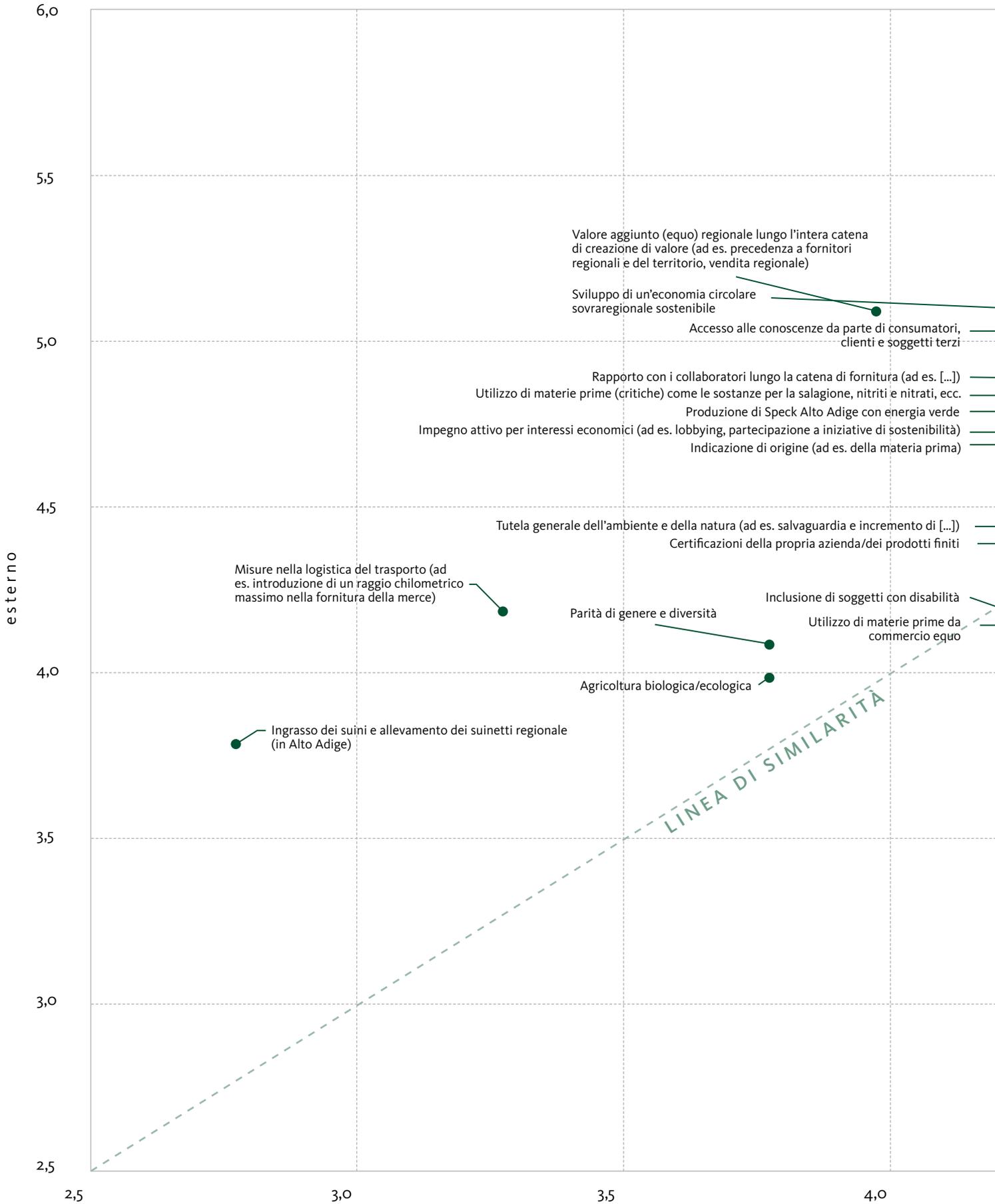


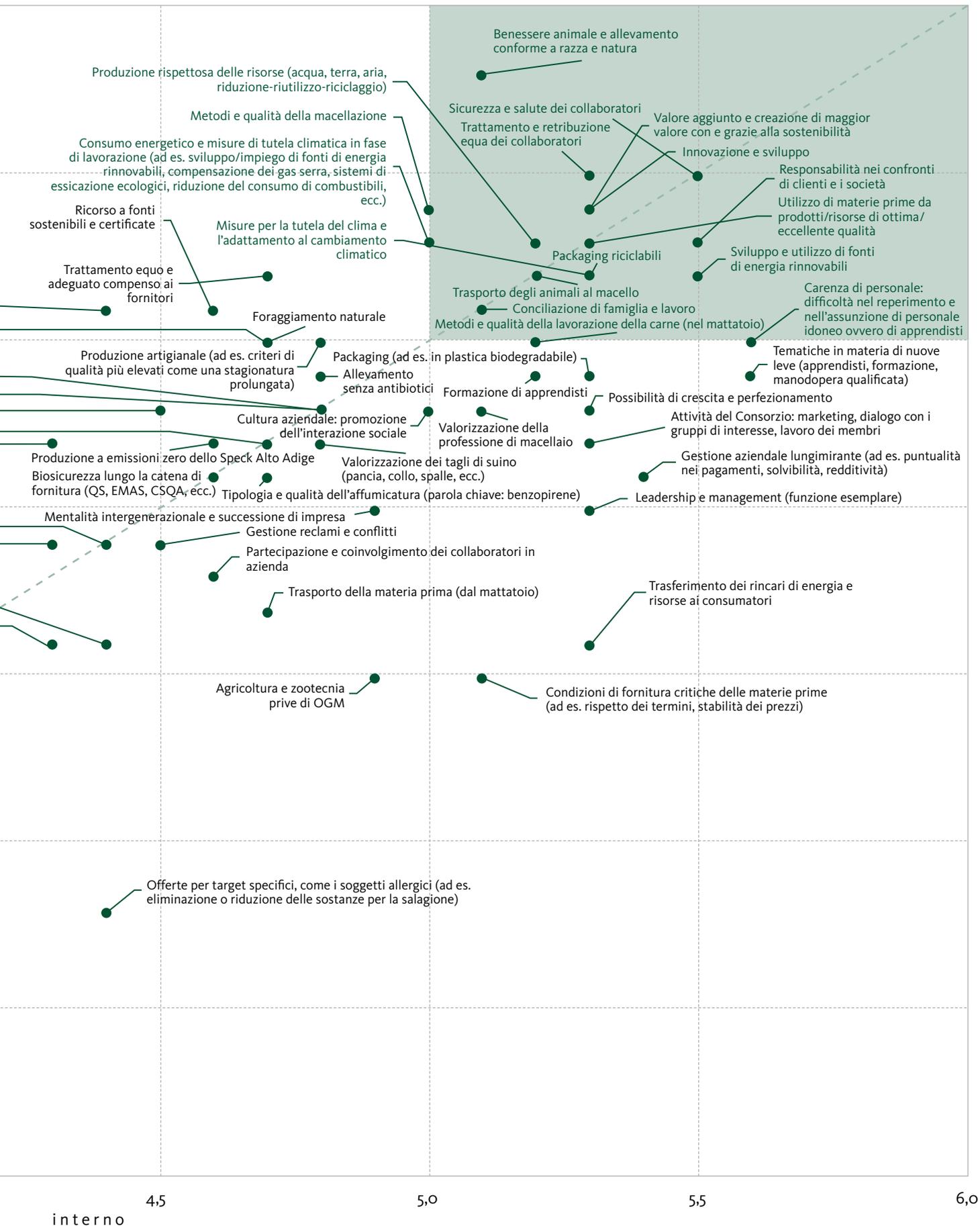
DETERMINAZIONE DELLA RILEVANZA E MATRICE DI RILEVANZA

In tutti gli standard per la stesura del Rapporto sulla sostenibilità, l'individuazione dei temi rilevanti svolge un ruolo centrale. L'analisi della rilevanza funge da punto di partenza per l'identificazione delle tematiche destinate alle misure e alla strategia di sostenibilità. Il risultato dell'analisi viene rappresentato nella matrice di rilevanza, che mostra quali aspetti della sostenibilità vengono trattati alla stessa stregua ovvero diversamente dagli stakeholder interni ed esterni, facendo sì che l'attenzione si focalizzi sulla risoluzione delle problematiche particolarmente impellenti.

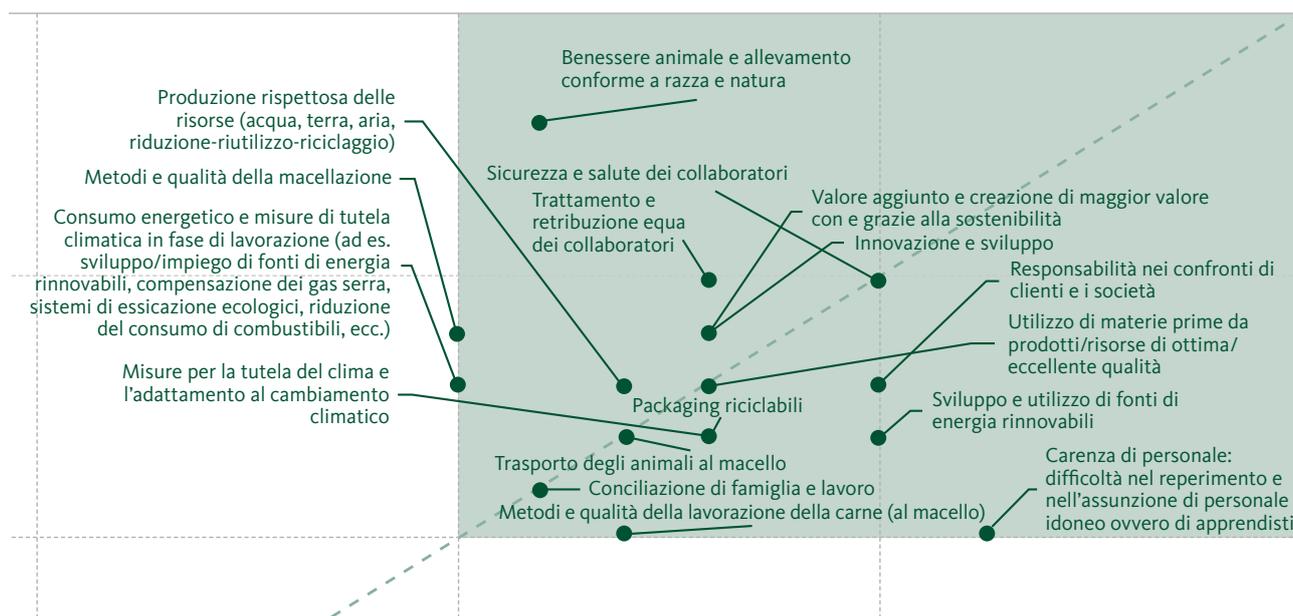
Sull'asse x, viene riportato l'impatto in termini di sostenibilità del Consorzio dal punto di vista dei suoi membri, mentre sull'asse y viene espressa la portata dell'incidenza sulle valutazioni e sulle decisioni dei gruppi di interesse esterni, ovvero l'importanza dei singoli aspetti per gli stakeholder esterni. Più l'impatto di un aspetto in termini di sostenibilità (ecologica, economica e/o sociale) è forte, più questo si sposta a destra. Più l'aspetto influenza lo stakeholder, più si sposta verso l'alto. Per questo, nella grafica, i temi più rilevanti si collocano nell'angolo in alto a destra del diagramma (evidenziati mediante caratteri rossi e un quadrato colorato). Sulla linea di similarità, si collocano quei punti che vengono ponderati in modo equivalente sia dall'interno che dall'esterno. Quanto più i punti si discostano dalla linea, tanto più le valutazioni sono state eterogenee.

MATRICE DI RILEVANZA 2022





I 17 punti più rilevanti nel 2022 per il Consorzio Tutela Speck Alto Adige



Gli aspetti sostanziali relativi alla sostenibilità per il Consorzio Tutela Speck Alto Adige sono di seguito riportati in ordine di priorità.

1. Benessere animale e allevamento conforme a razza e natura
2. Sicurezza e salute dei collaboratori
3. Trattamento e retribuzione equa dei collaboratori
4. Responsabilità nei confronti dei clienti e della società
5. Valore aggiunto e creazione di maggior valore con e grazie alla sostenibilità
6. Innovazione e sviluppo
7. Utilizzo di prodotti/materie prime di ottima/eccellente qualità
8. Creazione e utilizzo di fonti di energia rinnovabile
9. Metodi e qualità della macellazione
10. Imballaggi riciclabili
11. Produzione rispettosa delle risorse (acqua, terra, aria, riduzione-riutilizzo-riciclaggio)
12. Misure per la tutela del clima e per l'adattamento al cambiamento climatico
13. Trasporto di animali (al mattatoio)
14. Carenza di personale: difficoltà nel reperimento e nell'assunzione di personale idoneo ovvero di apprendisti
15. Consumi energetici e misure di tutela climatica in fase di trasformazione (ad es. sviluppo/impiego di fonti rinnovabili, compensazione dei gas effetto serra, sistemi di essiccazione ecologici, riduzione dell'uso di combustibili)
16. Conciliazione di famiglia e lavoro
17. Tipologia e qualità della lavorazione della carne (nel mattatoio)

INTERVISTA AI MEMBRI 2022 COMPRENSIVA DELL'INDAGINE SULLA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

Tra giugno e luglio 2022, con il supporto dell'agenzia plenium, il Consorzio ha condotto una prima indagine a tutto tondo tra i propri membri. La partecipazione al sondaggio era volontaria e il questionario comprendeva 142 domande, articolate in tre parti: a un primo capitolo di carattere generale incentrato sulla creazione di valore economico, facevano seguito un blocco tematico suddiviso nei quattro quarti della strategia di sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige e una sezione a risposta aperta con domande relative al Rapporto sulla sostenibilità. Sono stati contattati tutti e 28 i membri del Consorzio. Complessivamente, è stato rilevato oltre un terzo di riscontri completi, pari a un tasso di risposta totale del 38%. Con riferimento alla lavorazione, oltre un terzo delle aziende partecipanti rappresenta poco meno del 70% della produzione complessiva di speck del Consorzio: si può dunque desumere un'elevata rappresentatività del sondaggio. I principali risultati emersi dal questionario possono essere consultati nel capitolo 4 della presente relazione.

Nell'ambito di un secondo sondaggio indipendente, condotto tra ottobre e novembre 2022, a tutti e 28 i membri del Consorzio Tutela Speck Alto Adige è stato chiesto un feedback con riferimento a fatturato, produzione, materie prime e loro reperimento, risorse, personale e non solo. La partecipazione era volontaria. In collaborazione con la Camera di Commercio di Bolzano e l'Istituto di ricerca economica, sulla base dei dati raccolti, sono stati estrapolati importanti parametri nell'ambito di una rappresentativa analisi del valore aggiunto. In questo modo, ad esempio, è stato possibile mettere in relazione la creazione di valore del comparto speck con quella di altri settori dell'industria alimentare in Alto Adige.

In collaborazione con l'Istituto di ricerca economica (IRE) della Camera di Commercio di Bolzano, nell'ambito del medesimo questionario, sono stati rilevati i seguenti parametri per ciascuna delle aziende partecipanti:

- fatturato complessivo
- fatturato del comparto speck

- quantitativi di speck prodotto (in kg di peso fresco)
- prestazioni complessive dell'azienda

Inoltre, nella valutazione sono confluiti i seguenti parametri del Registro della Camera di Commercio:

- numero di addetti indipendenti
- numero di addetti dipendenti
- numero complessivo di addetti
- numero di addetti registrati in Alto Adige

Dal rilevamento di questi dati possono essere desunte ovvero estrapolate le seguenti relazioni e il contributo del comparto speck altoatesino:

- quota di fatturato (%) del comparto speck per azienda
- creazione di valore complessivo per azienda
- creazione di valore del comparto speck per azienda
- fatturato con speck dell'intero Consorzio Tutela Speck Alto Adige
- creazione di valore del Consorzio Tutela Speck Alto Adige
- numero di addetti indipendenti del Consorzio Tutela Speck Alto Adige
- numero di addetti dipendenti del Consorzio Tutela Speck Alto Adige
- numero di addetti del Consorzio Tutela Speck Alto Adige
- presenza femminile nel Consorzio (valutazione senza/ con ponderazione delle dimensioni aziendali)

MONITORAGGIO E PROSECUZIONE DELLA STRATEGIA

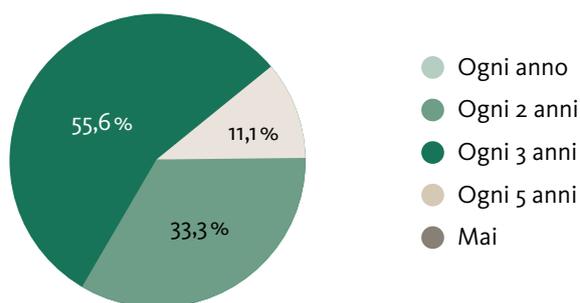
Il sistematico ancoraggio della nostra strategia di sostenibilità nell'intero comparto dello speck, e quindi nelle relative aziende, rappresenta un'ulteriore questione centrale. La sostenibilità, infatti, contempla svariati aspetti e sfide, in particolare per le aziende con un'estesa catena di approvvigionamento. Il sistematico inserimento delle attività e delle misure intraprese in materia di sostenibilità nell'attività aziendale e nell'ambito dell'intero ciclo di vita del prodotto è un obiettivo esplicito. I criteri di completezza e rilevanza costituiscono le fondamenta di campi di azione definiti, i nostri quattro quarti. In questo modo, ci assicuriamo che

tutte le tematiche e gli aspetti sostanziali della responsabilità socio-ecologica vengano identificati e affrontati presso le aziende e lungo l'intera catena di fornitura.

Alla domanda relativa alla frequenza con cui il Consorzio dovrebbe rendere conto dei propri progressi nell'ambito della sostenibilità, oltre la metà dei membri risponde "ogni tre anni". Per questo motivo, allo stato attuale delle cose, intendiamo dare seguito a tale suggerimento e il prossimo Rapporto sulla sostenibilità, il secondo, verrà presumibilmente redatto nel 2026.

L'operato nell'ambito della sostenibilità continua ad essere coordinato con ampie competenze dalla direzione del Consorzio. Nel 2020, a sostegno del management, è stato istituito il gruppo di lavoro "Sostenibilità", che discute i contenuti dell'azione strategica, approntandola sul piano operativo. Le decisioni fondamentali vengono assunte in seno al Consiglio di amministrazione e all'Assemblea generale del Consorzio.

Con quale frequenza dovrebbe essere redatto un rapporto sulla sostenibilità e conseguentemente svolgersi un'indagine come questa?



3

I quattro quarti della nostra sostenibilità



1° quarto: benessere animale e qualità

Lo speck di qualità certificata



Benessere animale: la sfida del prossimo futuro

Naturalmente, il benessere animale è una priorità per tutti gli stakeholder, interni ed esterni. Nell'indagine di rilevanza, sia nel 2020 che nel 2022, il tema si colloca al primo posto, riverberando, in linea con le aspettative, il trend generale registrato in ambito europeo, dove governi e ONG collaborano per introdurre le relative certificazioni e implementare standard minimi. Per il Consorzio, tuttavia, l'impegno per un maggior benessere animale nella suinicoltura significa (quasi) sempre, che la relativa implementazione debba svolgersi negli stadi preliminari della catena di approvvigionamento: i nostri produttori acquistano la merce munita della certificazione auspicata e più gli standard sono elevati, maggiore è il prezzo.

Dall'esito del sondaggio, infatti, si evince come tra le aziende aderenti al Consorzio non esista una gestione uniforme nell'ambito "Acquisto di materie prime certificate": alcune aziende hanno introdotto uno standard minimo permanente, ad esempio ai sensi della certificazione QS, altre, invece,

non vantano tali standard o lo fanno solo parzialmente. Il sondaggio, tuttavia, non stabilisce alcuna correlazione con esigenze operative individuali, limitandosi a fornire un punto di vista neutrale sullo status quo del Consorzio.

Standard di benessere animale più elevati, sotto forma di relative certificazioni (Bio, Deutsche Zertifizierung Halbtungsform 2 o maggiori, ecc.) riferite al Consorzio nel suo complesso, vengono implementati solo in percentuali minime. La maggior parte degli intervistati, tuttavia, ritiene che lo Speck Alto Adige IGP, in futuro, riuscirà a ottemperare a una serie di criteri minimi in materia di benessere animale.

Livelli di qualità ed etichettatura in materia di benessere animale Situazione e prospettive

Il miglioramento della sostenibilità dei diversi processi di produzione, che negli ultimi anni ha ottenuto una crescente visibilità, si è recentemente trasformato in un fattore strategico per l'efficace implementazione degli obiettivi Farm to Fork dell'Unione Europea, così come delle finalità del PNRR italiano. Il Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale SQNBA rafforza la sostenibilità ecologica, economica e sociale dei prodotti di origine animale, grazie alla certificazione accreditata di aziende agricole e della catena di approvvigionamento.

In Italia, i presupposti legislativi per lo sviluppo di un sistema di certificazione nazionale sono stati creati con l'articolo 244-bis della Legge n. 77 del 17 luglio 2020, con cui è stato introdotto il Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale. L'obiettivo del SQNBA è quello di definire uno schema di produzione nazionale, che stabilisca le regole generali e i presupposti tecnici per la gestione del processo di allevamento di animali da produzione mediante la valutazione di parametri stabiliti su base scientifica. IL SQNBA dovrebbe essere elaborato e quindi entrare in vigore nel 2023.

Per la carne e gli altri prodotti di origine animale, numerose iniziative prevedono diverse etichette e sigilli. Un rapido orientamento può essere fornito dall'indicazione della forma di allevamento, introdotta in Germania e applicata su sva-



ELISA PETRINI
(Salumifici Granterre)

"Lo Speck Alto Adige è una specialità gastronomica di punta che, come poche altre, è in grado di raccontare un territorio, una tradizione e un prezioso know-how. Si tratta di un prodotto di eccellenza, caratterizzato da un ampio potenziale di sostenibilità, che Salumifici Granterre supporta mediante progetti e investimenti, sia in ambito ambientale, attraverso la riduzione dei consumi e pratiche di efficientamento energetico, che in ambito sociale, dedicando particolare attenzione alla valorizzazione dei nostri collaboratori, del territorio e della comunità in cui il prodotto viene lavorato. Il processo di reporting in materia di sostenibilità, avviato dal Consorzio, rappresenta una preziosa occasione per informare i consumatori in merito a tali peculiarità, condividendo obiettivi e risultati nel corso del tempo."

Etichettatura nazionale relativa al benessere animale



Etichettatura in materia di benessere animale in Germania



Etichettatura relativa al benessere animale in Austria



Etichettatura relativa al benessere animale in Olanda



Etichettatura relativa al benessere animale in Danimarca



riati prodotti di carne fresca nel commercio al dettaglio tedesco. A tale indicazione hanno aderito i grandi dettaglianti e i discounter. La denominazione della forma di allevamento si riferisce a programmi e standard già esistenti con requisiti zootecnici, classificandone etichetta e sigillo. Sono previsti quattro livelli di benessere animale.

La forma di allevamento 1 “Allevamento in stalla” corrisponde allo standard inferiore e ottempera solo a criteri minimi di legge o a parametri del settore. La forma di allevamento 2 “Allevamento in stalla Plus” prevede condizioni leggermente migliori per gli animali: i suini dispongono del 10% di spazio in più rispetto al modello 1. La forma di allevamento 3 “Clima esterno” prevede che i suini con un peso compreso tra i 50 e 110 kg possano muoversi in un’area di oltre un metro quadrato e che le stalle siano aperte almeno su un lato. La forma di allevamento 4, che contempla lo standard di benessere animale più elevato, è detta “Premium”: in questa categoria, in cui s’inserisce la carne certificata bio, ma non solo, ogni suino si vede assegnato quasi 1 metro quadrato e ½ in stalla. Gli animali, inoltre, devono essere allevati all’aperto o disporre di un accesso costante all’ambiente esterno. Anche per i polli, il quarto livello si traduce in spazi più ampi e nella possibilità di raggiungere una zona all’aria aperta.

ESITI DETTAGLIATI DEL SONDAGGIO SUL TEMA DEL BENESSERE ANIMALE

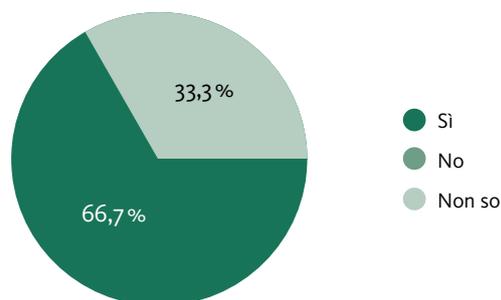
Ai membri del Consorzio, nell’ambito del questionario 2022, è stato chiesto di menzionare ogni garanzia di qualità in materia di benessere animale ovvero di adeguatezza della carne, che trova applicazione in fase di acquisto delle materie prime.

La maggior parte dei produttori intervistati acquista merce certificata QS nella totalità dei casi o in una percentuale superiore al 50%. Alcune aziende utilizzano quasi esclusivamente materia prima con il sigillo di qualità AMA, altre, invece, si affidano in parte ad altri marchi di garanzia. Ulteriori certificazioni, come quella Bio, si attestano su livelli a singola cifra, come nel caso dei suini dell’Alto Adige per il Bauernspeck. Inoltre, viene acquistata materia prima dotata delle seguenti certificazioni: IFS, BRC, DLG, Tesco Animal Welfare e ITW.

Nell’ambito dell’indagine 2022, è stato chiesto ai membri se, secondo loro, per lo Speck Alto Adige IGP, possa in futuro prefigurarsi il soddisfacimento di una serie di criteri minimi in materia di benessere animale. I due terzi delle aziende partecipanti hanno dato risposta affermativa, mentre un terzo si è detto ancora indeciso. Nessuna azienda ha risposto negativamente o è contraria all’introduzione di criteri minimi.

I membri sono stati interpellati anche circa lo standard minimo di benessere animale che lo Speck Alto Adige IGP dovrebbe concretamente perseguire.

Ritenete possibile, in futuro, il soddisfacimento di criteri minimi in materia di benessere animale per lo Speck Alto Adige IGP?



Il Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale e le forme di allevamento tedesche 2, 3 e 4 sono stati gli standard maggiormente menzionati. Dalla discussione in seno al gruppo di lavoro sul tema del benessere animale è emerso che, al fine dell’introduzione di un criterio minimo o di una certificazione altoatesina dedicata, sarebbero opportuni un rilevamento su base continuativa delle certificazioni e l’avvio di un’attestazione unitaria, ad es. QS e/o l’equivalente italiano SQNBA. A seguito del rilevamento delle certificazioni, i criteri per lo Speck Alto Adige IGP potrebbero progressivamente essere innalzati e inaspriti. Con l’ausilio di un piano graduale e progetti pilota con alcuni produttori, i membri potrebbero farsi trovare pronti al momento giusto e mettere in campo le relative misure. Il piano progressivo per l’introduzione di una certificazione sul benessere animale per lo Speck Alto Adige IGP è ancorato nel programma di sostenibilità quale provvedimento facente parte del primo gruppo di misure.

Qualità di eccellenza: monitoraggio e controllo

UNO SGUARDO AI CONTROLLI DI QUALITÀ IFCQ

IFCQ Certificazioni Srl

IFCQ Certificazioni Srl, fondata come organismo di controllo per il Prosciutto San Daniele e la sua filiera produttiva, certifica grandi aziende e prodotti a marchio IGP in svariati ambiti, ad esempio prosciutti stagionati, insaccati, salumi, formaggio, carne fresca e ortaggi. Tra i primi prodotti certificati, introdotti nel 1999, è annoverabile lo Speck Alto Adige IGP. IFCQ Certificazioni, che ha la sua sede a San Daniele, in Friuli-Venezia Giulia, è presente sul territorio con tre filiali: Bolzano, Fidenza (PR) e Barberino Tavarnelle (FI). L'ente certificatore conta 46 impiegati e 12 collaboratori, che coniugano le esperienze maturate in questo settore con l'aggiornamento professionale. Gli ispettori IFCQ sono qualificati e vengono costantemente formati ai sensi delle normative in materia.

Vision, mission e valori di IFCQ

Vision: IFCQ investe in innovazione per migliorare e diffondere la cultura della qualità sul territorio nazionale, anche mediante la digitalizzazione delle informazioni relative alle certificazioni dei prodotti.

Mission: attraverso l'attività di controllo e certificazione, IFCQ, in sinergia con le imprese e le organizzazioni dei produttori, consolida e differenzia il valore delle eccellenze agro-alimentari italiane.

Valori: l'entusiasmo, la passione, un'azione consapevolmente responsabile, la professionalità del team, l'aggiornamento continuo, lo sguardo al futuro, l'attenzione al territorio e all'ambiente rappresentano i valori ispiratori dell'attività quotidiana dell'Istituto.

Digitalizzazione nelle certificazioni

Negli ultimi anni, mediante la sua affiliata SMART DESIGN SOLUTIONS, IFCQ Certificazioni ha sviluppato una serie di soluzioni IT, che semplificano il rilevamento dei dati di produzione e la documentazione di controllo delle indicazioni geografiche certificate, contribuendo ad accrescere la consapevolezza e la trasparenza della catena di approvvigionamento, a vantaggio dei consumatori e della credibilità del Made in Italy. Tra i portali creati dalla software house

SMART DESIGN SOLUTIONS, è annoverabile il Registro Italiano Filiera Tutelata (RIFT), che raccoglie, aggrega e organizza i dati registrati da aziende zootecniche, macelli e laboratori di sezionamento, ai fini della identificazione e tracciabilità della materia prima con denominazione d'origine protetta per il prosciutto di Parma e il prosciutto San Daniele.

Certificazione volontaria

IFCQ svolge attività di controllo nell'ambito del SQNPI (Sistema di qualità nazionale di produzione integrata), cui è possibile aderire singolarmente o in forma associata (consorzio, cooperativa, associazione). L'adozione di tali standard di qualità consente l'accesso a misure di finanziamento, previste ad esempio nell'ambito dei programmi di sviluppo per le aree rurali.

Allevamento

In considerazione della pubblicazione del decreto per la regolamentazione del Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Alimentare (SQNBA), nel novembre 2022, IFCQ ha avviato una campagna di reclutamento e un corso di formazione per dotarsi di personale altamente specializzato, con lo scopo di proporsi quale partner strategico per gli attori del settore che intendono adottare il nuovo sistema di certificazione.

Certificazione SQNBA

La certificazione SQNBA prevede l'adesione volontaria e presuppone che l'azienda della produzione primaria ottemperi a specifici presupposti, tra cui il rispetto del sistema di categorizzazione degli allevamenti basato sul rischio, implementato dalle autorità competenti nell'ambito dei controlli ufficiali, vale a dire le informazioni fornite dai sistemi già utilizzati (prescrizione veterinaria elettronica), così come quelle messe a disposizione dall'azienda su base volontaria e i dati dell'autocontrollo inseriti nel sistema dal veterinario aziendale. L'obiettivo della certificazione SQNBA è quello di mettere il consumatore nelle condizioni di compiere scelte consapevoli in fase di acquisto: le etichette dei prodotti alimentari, infatti, possono attestare sia l'origine certificata del prodotto che il livello di certificazione conseguito.



LA CERTIFICAZIONE IFCQ E IL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE IGP

Una storia con obiettivi sempre nuovi

Le attività ispettive condotte da IFCQ presso le aziende che hanno aderito al sistema di controllo dello Speck Alto Adige IGP e che hanno la caratteristica di svolgersi senza preavviso, concernono la verifica dei dati fondamentali e il mantenimento delle peculiarità strutturali e tecnico-organizzative rispetto agli elementi acquisiti in sede di riconoscimento. Gli operatori ammessi nel sistema dei controlli dell'IGP sono tenuti a eseguire e rispettare le procedure di autocontrollo, tracciabilità e rintracciabilità: in particolare, il prodotto destinato all'IGP deve essere lavorato, movimentato e/o stoccato in modo da risultare sempre identificabile e le lavorazioni devono svolgersi disgiuntamente da quelle del prodotto non omologabile ai fini dell'IGP. L'operatore è inoltre tenuto ad adempiere agli obblighi previsti ai fini della produzione tutelata dell'IGP, rispettando i requisiti definiti nel disciplinare e le prescrizioni del piano di controllo. Infine, è tenuto a registrare e compilare regolarmente la documentazione prevista.

Nel 2022, in relazione allo Speck Alto Adige IGP, IFCQ Certificazioni ha svolto oltre 380 controlli ispettivi, 63 analisi ordinarie, 334 valutazioni organolettiche, 7 analisi della materia prima (carne fresca) e 7 audit presso i mattatoi dei fornitori (sia in Italia che all'estero).

Nell'ambito del sistema di controllo e certificazione dello Speck Alto Adige IGP, l'efficiente collaborazione tra IFCQ Certificazioni, il Consorzio Tutela e i suoi membri ha consentito, nel corso del tempo, di approfondire specifici aspetti della certificazione, tra cui l'introduzione, a partire dal 2003, di metodologie per la valutazione sensoriale. Il piano di controllo, infatti, include, sotto forma di allegato, le specifiche dei metodi per la verifica dei requisiti di conformità delle caratteristiche organolettiche.

Tra le attività di ricerca e sperimentazione svolte da IFCQ Certificazioni d'intesa con il Consorzio, spicca la valutazione sperimentale della consistenza dello Speck Alto Adige mediante test di compressione eseguiti su una serie di campioni, in collaborazione con il Centro di Sperimentazione Agraria e Forestale Laimburg di Ora (BZ). Tali esempi di approfondite indagini e ricerche attestano la disponibilità di IFCQ rispetto a un dialogo operativo con i soggetti interessati, che mira allo sviluppo evolutivo della qualità di un'indicazione geografica, come accade nel caso dello Speck Alto Adige IGP, rappresentativo del territorio in cui viene prodotto.

Tema 1 Qualità consapevole

I veterinari seguono l'intera filiera della produzione dello speck. Di seguito, sono riportate alcune informazioni, che il Servizio veterinario provinciale ha raccolto su nostra richiesta.

- Nell'ambito della **produzione primaria**, la medicina veterinaria controlla e autorizza una suinicoltura rispettosa del benessere animale. Monitora la salute e la gestione dei capi di bestiame, nonché il loro trasporto sotto forma di acquisto, vendita e invio al mattatoio.
- Il veterinario aziendale è competente per l'**assistenza** in ambito terapeutico e per i trattamenti profilattici negli allevamenti suinicoli.
- Al veterinario del **mattatoio** spettano il controllo del processo di macellazione dei suini sotto forma di ispezione degli animali da macellare e delle carni macellate, il prelievo di campioni ufficiali, l'approvazione della carne ottenuta e la bollatura sanitaria.
- Il veterinario come ispettore alimentare monitora la **carne importata** e controlla la **tracciabilità** nonché la **regolarità** della partita acquistata.
- Nell'ambito della **produzione di speck**, il veterinario controlla l'intero processo di produzione, lavorazione e vendita. Inoltre, il Servizio veterinario garantisce la sicurezza della specialità, mediante le ispezioni ufficiali del prodotto finito e il monitoraggio del sistema di autocontrollo del produttore.
- Il veterinario rilascia certificati internazionali per il **commercio intracomunitario** e l'**esportazione verso Paesi terzi** quale presupposto per rotte commerciali sicure.
- Sul **piano epidemiologico**, il veterinario coordina il monitoraggio dell'insorgenza di patologie infettive e di focolai epidemici nell'ambito della suinicoltura.
- In sede di monitoraggio veterinario, la **sicurezza alimentare** e il **benessere animale** sono prioritari rispetto alla qualità del prodotto finito.



DOTT.SSA GERLINDE
WIEDENHOFER

Intervista alla **direttrice sostituta del Servizio veterinario della Provincia Autonoma di Bolzano**

Quali sono, secondo Lei, le sfide da affrontare in materia di qualità

e sostenibilità?

Gerlinde Wiedenhofer: "Il fabbisogno di carne complessivo della popolazione e del comparto dello Speck Alto Adige non può essere soddisfatto a livello regionale, rendendo ineludibili gli acquisti supplementari. Il settore, attualmente, non può sottrarsi alla collaborazione con il commercio internazionale all'ingrosso. Il ciclo locale è infatti limitato. La specialità originale prodotta sul territorio convince sotto ogni punto di vista ma, considerando come la redditività non possa essere completamente garantita e come la partecipazione ovvero l'adesione si basino su un solido convincimento e un forte idealismo, permane un prodotto di nicchia".

Quali sono, dal Suo punto di vista, gli sviluppi auspicabili in materia di sostenibilità?

Gerlinde Wiedenhofer: "Molti dei progressi compiuti hanno avuto origine dal consumatore. Alla luce dell'incremento dell'offerta, del consumo critico e delle esigenze del commercio internazionale, l'attenzione si rivolge con maggior frequenza alla qualità e alla sostenibilità. Ad esempio, il trasporto di animali vivi per la produzione di carne è un aspetto che viene valutato con crescente severità dai consumatori, scontrandosi con un parziale rifiuto. Al contrario, i prodotti regionali raccolgono sempre più apprezzamento. Le esatte indicazioni di origine, sotto forma di sigilli di qualità e dichiarazioni diventano obbligatorie. Il benessere animale nella zootecnia e un trattamento rispettoso del bestiame impattano in misura crescente sulle decisioni di acquisto. L'effetto positivo su origine, allevamento, salute degli animali e lavorazione della carne nella produzione di speck è percepibile".

Quali temi futuri, a Suo modo di vedere, si collocano in primo piano?

Gerlinde Wiedenhofer: "I metodi di trasformazione professionale e gli standard igienici vengono costantemente affinati e adeguati. Sotto il profilo veterinario, il bestiame vivo permane una priorità e ogni miglioramento nell'ottica di un allevamento armonizzato alla natura e alla razza dell'animale, nonché con riguardo alla mitigazione dello stress e della sofferenza, oltre ad essere meritevole di sostegno, rappresenta, dal nostro punto di vista, la base per un prodotto finale sano e qualitativamente pregevole".

BAUERN SPECK ALTO ADIGE – ECCELLENTE QUALITÀ CON MATERIA PRIMA 100% ALTOATESINA

Una parte dello speck prodotto in Alto Adige viene contrassegnata dal nome Bauernspeck. Il Bauernspeck si ottiene da carne di suini selezionati, allevati in piccoli gruppi presso i masi dell'Alto Adige. Disponibile in quantità limitate, il Bauernspeck è apprezzato per il suo elevato tenore di grasso, in particolare tra la popolazione locale e nella ristorazione. Oltre alla coscia di suino, che può fregiarsi del marchio IGP, possono essere utilizzati anche altri tagli del maiale, come la coppa, la spalla, il carré e la pancia, proprio come vuole la tradizione: ciò si traduce in una grande varietà di sapori, ma di qualità sempre eccellente. Il Bauernspeck si contraddistingue per la raffinata mazzatura della carne, la consistenza morbida e il sapore tradizionale: uno speck che si scioglie in bocca.

La produzione si svolge secondo metodi tradizionali. In virtù del foraggiamento e della diversa età degli animali, ogni pezzo differisce dall'altro per dimensioni e percentuale di grasso. In base al peso e allo spessore dei tagli, la stagionatura del Bauernspeck oscilla tra i tre e i cinque mesi, raggiungendo addirittura gli otto mesi nel caso della coscia. La produzione è soggetta a rigorosi controlli di qualità. Tali verifiche iniziano sin dalla selezione dei mangimi non geneticamente modificati da parte degli allevatori e accompagnano tutte le fasi della produzione. Solo laddove tutti i criteri di qualità vengono soddisfatti, lo speck prende il nome di Bauernspeck. I controlli vengono eseguiti dall'istituto indipendente IFCQ Certificazioni, in collaborazione con l'Assessorato all'Agricoltura della Provincia Autonoma di Bolzano.

Il progetto è stato avviato nel 2005, in stretta collaborazione con la Provincia Autonoma di Bolzano e l'Associazione degli allevatori di piccoli animali. Il Bauernspeck viene prodotto esclusivamente in Alto Adige, da carne di suini nati, ingrassati e macellati in regione. Mediante l'identificazione di ogni suinetto, l'origine e la vita dell'animale possono essere tracciati in qualsiasi momento (in fase di macellazione, è presente un organo di controllo di IFCQ). Questa esclusiva specialità è disponibile solo in piccoli quantitativi e in Alto Adige gode di un elevato grado di notorietà.



Le particolarità del Bauernspeck Alto Adige:



PRODUTTORI DI BAUERNSPECK



Macelleria Steiner



Viktor Kofler



Kofler Delikatessen



Macelleria Windegger





FRANZ JOSEF MITTERRUTZNER

All'interno del Consorzio, la produzione dello Speck Alto Adige eco-compatibile e rispettosa del benessere animale viene perseguita da oltre 20 anni.

Già negli anni Novanta, oltre alla produzione della specialità IGP, per cui viene tradizionalmente utilizzata carne proveniente soprattutto dall'Europa centro-settentrionale, i membri del Consorzio ambivano a immettere sul mercato un prodotto quanto più possibile rispettoso dell'ambiente e del benessere animale (oggi, più banalmente, si direbbe "sostenibile") e ad alto "contenuto di Alto Adige". Le riflessioni di fondo erano le seguenti: il successo di un prodotto o di un marchio è correlato a svariati fattori. Sostanzialmente, ciò che conta è che la promessa di qualità risulti attrattiva, distintiva, credibile e difendibile agli occhi del consumatore (posizionamento). È evidente che l'affermazione di un prodotto altoatesino sul mercato, in particolare se il suo nome coincide con il marchio, è direttamente proporzionale al "contenuto di Alto Adige" dello stesso. Il terzo fattore di successo - la credibilità - ha assunto una significativa importanza negli ultimi anni, tra gli altri grazie a internet e alla crescente disponibilità di informazioni e trasparenza.

Oltre 20 anni fa, anche per questo motivo, i produttori del Consorzio, con il sostegno di svariati partner, la Camera di Commercio e gli Assessorati al Commercio e all'Agricoltura, hanno ulteriormente sviluppato il progetto Bauernspeck. In collaborazione con l'Università di Padova, è stato definito il patrimonio genetico suino sostanzialmente corrispondente al Landschwein allevato dai contadini in Alto Adige e ai criteri di qualità della carne che consentono la produzione di uno speck compatto, dal gusto rustico e intenso e dall'adeguata marmorizzazione. Il metodo di allevamento dei piccoli masi contadini, impiegando mangime privo di OGM, è rispettoso dell'ambiente e del benessere animale. Anche le regole della macellazione sono particolarmente severe e assicurano vie di trasporto brevi e quindi cicli locali i più ridotti possibile. Naturalmente, in Alto Adige vengono prodotti altro speck di analoga pregevolezza, ma nessuno può essere controllato, tracciato e documen-

tato dall'autorità pubblica sulla base di questi parametri. Anche se i quantitativi sono ancora ridotti, il consumatore ha tutt'oggi la certezza di acquistare una specialità eccellente sotto il profilo della qualità e della sostenibilità.

Nella nostra provincia, anche in virtù delle sue caratteristiche geografiche e climatiche, la suinicoltura non si è mai affermata come attività di rilievo: già nei secoli scorsi, i commercianti di suini bavaresi facevano ottimi affari sul nostro territorio, come racconta Siegfried de Rachwitz nel suo significativo libro sul tema. Nel frattempo, l'Alto Adige, grazie ad altre attività economiche, tra cui spiccano la filiera della componentistica per auto, l'industria in generale, l'agricoltura e non da ultimo il turismo, ha conseguito un livello di benessere elevato nel confronto europeo, tale da escludere lo sviluppo di una suinicoltura intensiva con i relativi effetti secondari.

In relazione alla credibilità del nome Alto Adige, resta da chiedersi se la volontà di non utilizzarlo per lo speck, amato e molto apprezzato in particolare al di fuori del nostro territorio - come certificato da un'attendibile ricerca di mercato professionale - è unicamente riconducibile al fatto che la carne non è di provenienza locale. Così facendo, rinunceremmo non solo a un costante incremento del grado di notorietà, ma anche al miglioramento dell'immagine del nostro territorio, sebbene molti "esperti dello Speck Alto Adige" riterranno sempre, e a ragione, che il prodotto migliore sia il "loro", come accade per i langhiranesi con il Prosciutto di Parma.

Se si intende applicare il rigoroso parametro dell'origine locale della materia prima ovvero della carne, allora si potrebbe ad esempio porre la questione della provenienza del mangime per altri prodotti animali o aprire una discussione sul tema dell'origine lungo la catena di creazione del valore anche per altre specialità. Nel medesimo settore, esistono prosciutti, noti e apprezzati nel mondo, che utilizzano carne proveniente da regioni non corrispondenti al nome del prodotto tutelato.



2° quarto: lavorazione sostenibile

Ecologia del prodotto, dalla lavorazione al confezionamento sino alla commercializzazione



Da sempre, e ancor prima dell'introduzione del marchio IGP, il segno distintivo dello Speck Alto Adige è la sua pregevole lavorazione. Tuttavia, se un tempo tale aspetto si riferiva principalmente all'accuratezza del metodo di trasformazione, alla stagionatura all'aria di montagna, unica nel suo genere, e alla particolare qualità delle spezie, con il passare del tempo si sono aggiunti ulteriori criteri di qualità. Negli ultimi anni, in concomitanza con l'affermarsi dell'etica del benessere animale, anche i requisiti ecologici sono diventati sempre più pervasivi nel comparto dello speck. Il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha l'opportunità di potenziare il proprio ruolo pionieristico nella lavorazione sostenibile attraverso strategie e misure conformi.

La politica di qualità dell'Unione Europea, mediante marchi dedicati, intende proteggere i produttori locali, così come le specialità tipiche, al fine di supportarne le peculiarità con riferimento all'origine geografica e/o a metodi di produzione tradizionali. La grafica di seguito riportata illustra tre diversi marchi di origine e qualità protetti giuridicamente: DOP (denominazione di origine protetta), IGP (indicazione geografica protetta) e STG (specialità tradizionale garantita).



DOP (Denominazione di Origine Protetta)

Ogni parte del processo di produzione, trasformazione e preparazione deve avvenire in una regione specifica.



IGP (Indicazione Geografica Protetta)

Almeno una delle fasi di produzione deve avere luogo in una regione geograficamente delimitata.



STG (Specialità Tradizionale Garantita)

I prodotti ottemperano a un preciso disciplinare di produzione, senza riferimento a una zona geografica specifica.

MATERIALI.

MATERIA PRIMA, SPEZIE, SALE E LEGNO Z

Nel secondo quarto della strategia di sostenibilità, gli associati sono stati interpellati circa la sostenibilità dei loro prodotti, le materie prime, i materiali e l'utilizzo delle risorse. Fattori quali le vie di fornitura, l'approvvigionamento e il consumo energetico, così come la tipologia dei combustibili impiegati ed eventuali misure a tutela del clima svolgono un ruolo essenziale nell'ottica della sostenibilità. Inoltre, vengono contemplati l'utilizzo degli imballaggi, così come la produzione e lo smaltimento di rifiuti e acque reflue. Mediante l'analisi dell'impronta di carbonio, è possibile stimare l'impatto di un'azienda sul clima.

La materia prima viene acquistata da altri Paesi dell'Unione Europea, per lo più Germania, Austria, Italia e Paesi Bassi: ciò è consentito e giuridicamente disciplinato a livello comunitario. Per lo Speck Alto Adige IGP, vengono utilizzare solo cosce magre e carnose di suini allevati nel rispetto del benessere animale, provenienti esclusivamente da aziende riconosciute e verificate dell'Unione Europea. La certificazione viene rilasciata da enti di controllo. Inoltre, vengono svolti audit annuali.

Dai dati di cui dispone il Consorzio, così come dalle certificazioni (parte 1, benessere animale) si può desumere come la quota di materia prima di gran lunga più consistente provenga dalla Germania. Alcune aziende associate di medie dimensioni acquistano la maggior parte della loro materia prima dalla vicina Austria. Altri importanti Paesi di importazione sono Italia, Olanda e Danimarca.

Per la lavorazione dello speck, si rendono necessari sale, spezie, legno e altre materie prime. Oltre l'80% del sale, utilizzato principalmente per la salagione, viene acquistato in Italia, mentre poco più del 10% proviene dalla Germania e una quota ridotta viene fornita da altri Paesi limitrofi.

Spezie ed erbe aromatiche vengono acquistate principalmente in Italia, Germania e Austria, ma anche da altri Paesi UE. Oltre il 50% del legno utilizzato per l'affumicatura proviene dalla Germania, poco più del 20% dai boschi della regione e circa il 10% da altre zone d'Italia. Solo il 10% circa viene importato da altri Paesi UE.

RISORSE. ACQUA, ELETTRICITÀ, CALORE ED ENERGIA

Il livello del consumo energetico e i metodi impiegati per la produzione dell'elettricità consentono di trarre importanti conclusioni sul consumo di risorse e quindi sull'impatto climatico della voce "energia elettrica". Per un bilanciamento valido e completo delle emissioni di gas serra sotto forma di CO₂ equivalente, tale sondaggio, tuttavia, non è sufficiente. Del resto, non era questo lo scopo dell'indagine, che ha invece consentito di acquisire un primo, sommario quadro d'insieme della situazione in essere.

Consumo di energia: il consorzio, nel 2021, ha consumato oltre 18 milioni di kWh, pari a poco meno di 0,35 kWh per chilogrammo di speck lavorato. Nel prossimo futuro, l'obiettivo potrebbe essere quello di produrre autonomamente quanta più energia possibile mediante impianti fotovoltaici aziendali e altre fonti rinnovabili, riducendo considerevolmente l'impronta di carbonio. Attualmente, nonostante alcuni impianti già esistenti, il Consorzio e i suoi associati sono solo nella fase iniziale di questo processo. Anche nell'approvvigionamento energetico, di cui solo il 10% è coperto dalla cosiddetta green energy, si cela un vasto potenziale per una rapida ottimizzazione: la quota maggiore si basa su un mix energetico.

Energia termica: la produzione di energia termica, nel settore dello speck, genera emissioni di CO₂, motivo per cui il questionario intende fornire un quadro generale della situazione in essere. Si evince, come molti degli intervistati, dovendo raccogliere i dati di svariati ambiti della produzione, abbiano profuso sforzi non indifferenti per formulare affermazioni valide con riferimento al fabbisogno, alla produzione e alla fornitura di energia. Ai fini di un'estrapolazione o della formulazione di una conclusione certa sul tema dell'energia termica, i dati acquisiti non sono sufficienti.

Combustibili fossili: sul consumo di combustibili fossili (gasolio, diesel, benzina, metano, biogas), nel sondaggio del 2022, non è stato possibile raccogliere dati sufficienti ai fini della formulazione di una conclusione rappresentativa sul Consorzio nel suo complesso. Negli anni a seguire, sarà riprogrammato un sondaggio dettagliato al riguardo.

Fotovoltaico: degli intervistati, solo quattro hanno dichiarato di possedere un proprio impianto fotovoltaico.

L'energia eolica, idraulica e geotermica non ha ad oggi trovato applicazione presso i produttori di speck interpellati.

Quali ulteriori misure a tutela del clima, oltre al fotovoltaico e agli impianti di cogenerazione, vengono menzionati:

- nuovi impianti frigoriferi
- impianti a cippato
- edifici ad alta efficienza energetica
- macchinari a ridotto consumo energetico
- monitoraggio delle emissioni

Due aziende hanno dichiarato di compilare un bilancio energetico ovvero un'analisi della loro impronta di carbonio (situazione a luglio 2022). Degli intervistati, tre prefigurano la redazione di un bilancio cumulativo delle emissioni di CO₂ da parte del Consorzio.

Acqua/acque reflue: il consorzio consuma ogni anno poco meno di 1 milione di metri cubi d'acqua. Ciò corrisponde a circa 2,7 litri di acqua per chilogrammo di speck lavorato. A questo si aggiungono 1,7 litri di acque reflue per chilogrammo di prodotto. Di norma, secondo le indicazioni degli intervistati, le acque di scarico si compongono come segue:

ca. 2,7 litri di acqua per chilogrammo di speck lavorato

- acqua di raffreddamento dei sistemi refrigeranti a circuito chiuso o aperto
- acqua di scarto dei generatori di vapore
- acque reflue di produzione e confezionamento
- acque reflue domestiche da strutture aziendali

Due degli intervistati, inoltre, hanno menzionato le acque di scarico risultanti dai laboratori (monitoraggio dei processi, controlli qualità). Tutte le acque reflue vengono depurate e smaltite in conformità con la normativa vigente, ad esempio mediante separatori di grasso, vasche di sedimentazione dei fanghi o impianti di pretrattamento chimico-fisico.

Per la **depurazione dell'aria**, trovano applicazione i metodi e gli impianti più disparati:

- impianti di abbattimento fumi
- impianti di filtraggio
- depurazione dell'aria
- ricorso al *free cooling* negli ambienti di lavoro e nelle celle di stagionatura dello speck
- misurazione continua dei gas nocivi
- sistemi di separazione elettrostatici e chimici con sistemi di controllo
- sistemi di controllo continui del monossido di carbonio (per impianti termici)

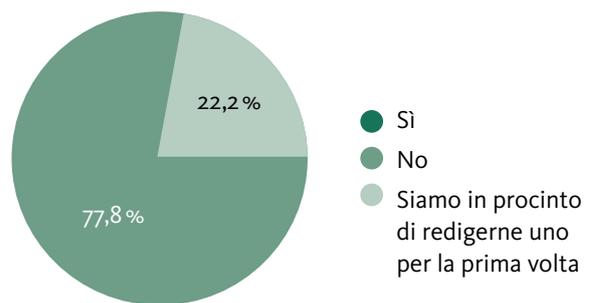
Rifiuti: circa il 90% degli intervistati dichiara di disporre di un concetto specifico in materia di rifiuti, laddove un terzo è del parere che tale aspetto sarebbe indubbiamente suscettibile di miglioramento. Nelle imprese industriali, la strategia in materia di rifiuti fa per lo più parte della prassi di gestione ambientale che, tra gli altri, riporta tutte le pratiche da implementare, dallo stoccaggio intermedio allo smaltimento.

Agli operatori è stato chiesto quali fossero le frazioni di rifiuti soggette a raccolta differenziata in azienda.

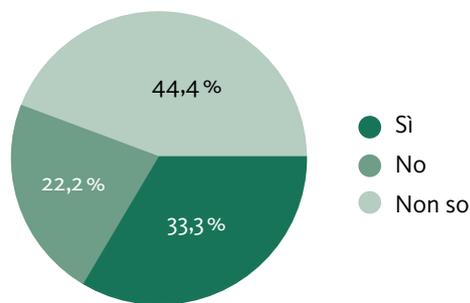
- La totalità (100%) afferma di conferire separatamente gli scarti di macellazione non utilizzabili
- Il 90% conferisce separatamente, secondo indicazioni interne, carta e cartone, così come il metallo
- L'80% delle aziende conferisce separatamente anche il rifiuto residuo
- Il 67% delle aziende conferisce separatamente plastica e vetro
- La metà delle aziende (50%) conferisce separatamente gli scarti di carne utilizzabili, per cui è previsto un ritiro dedicato
- La metà delle aziende (50%) conferisce separatamente le sostanze tossiche
- Il 45% delle aziende conferisce separatamente la cenere
- Il 33% delle aziende conferisce separatamente i rifiuti organici vegetali

Tutte le frazioni vengono smaltite da aziende specializzate.

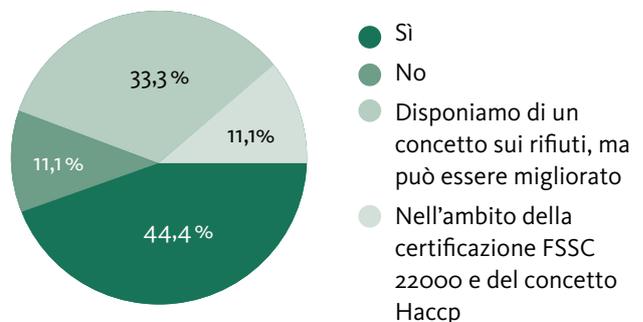
La vostra azienda redige un bilancio energetico ovvero un'analisi dell'impronta di carbonio?



Sareste interessati alla redazione di un bilancio cumulativo delle emissioni di CO2 per l'intero Consorzio Tutela Speck Alto Adige?



Disponete di un concetto specifico in materia di rifiuti?



IMBALLAGGI. MATERIALI, SITUAZIONE E PROSPETTIVE

A ciascuno il suo

I diversi formati degli imballaggi soddisfano ogni esigenza, che si tratti di famiglie numerose o di piccole dimensioni, della ristorazione o del commercio. Lo speck è disponibile in baffe intere, in piccoli tranci confezionati, oppure preaffettato, sia fresco che sottovuoto. Lo speck sottovuoto può essere conservato per svariati mesi in un luogo fresco e al riparo dalla luce o in frigorifero.

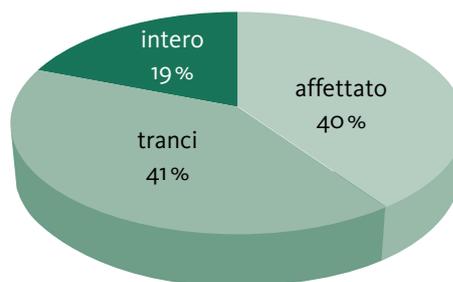
Tipologie di imballaggio

Nel 2022, sono stati prodotti 41.901.132 confezioni di speck preaffettato. Ciò corrisponde a una contrazione del 9% rispetto all'anno precedente, risultante dalla flessione della produzione complessiva. Tuttavia, lo speck pretagliato soddisfa tuttora in modo ottimale le esigenze dei moderni consumatori, che attribuiscono grande valore alla comodità. A ciò si aggiunge il fatto che le famiglie sono sempre più piccole e che i produttori di speck hanno continuato a investire nel settore delle macchine affettatrici per la merce pretagliata in vaschetta.

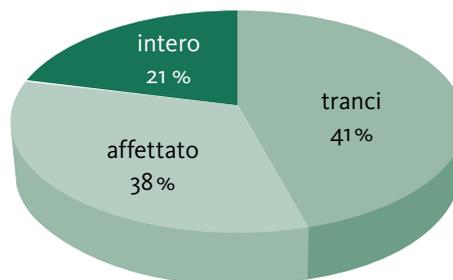
Al pari degli ultimi anni, anche nel 2022 la tipologia di confezione più prodotta è quella da 100 grammi: ne sono state realizzate circa 26,6 milioni. Il 40% del quantitativo complessivo di Speck Alto Adige IGP è stato venduto come prodotto preaffettato in vaschetta, facendo registrare una crescita del 2% rispetto all'anno precedente. Comparando il numero delle vaschette di prodotto preaffettato vendute con la popolazione italiana, nel 2022, il 69% di tutti gli italiani ha consumato almeno una confezione di speck.

Nell'anno appena trascorso, sono state vendute poco meno di 500.000 baffe intere, pari a una quota del 19% e quindi a una flessione del 3% rispetto al 2021. Il numero dei pezzi prodotti, con una percentuale del 41%, è rimasto pressoché invariato nel confronto con l'anno precedente.

Tipologie di confezioni nel 2022



Tipologie di confezioni nel 2021



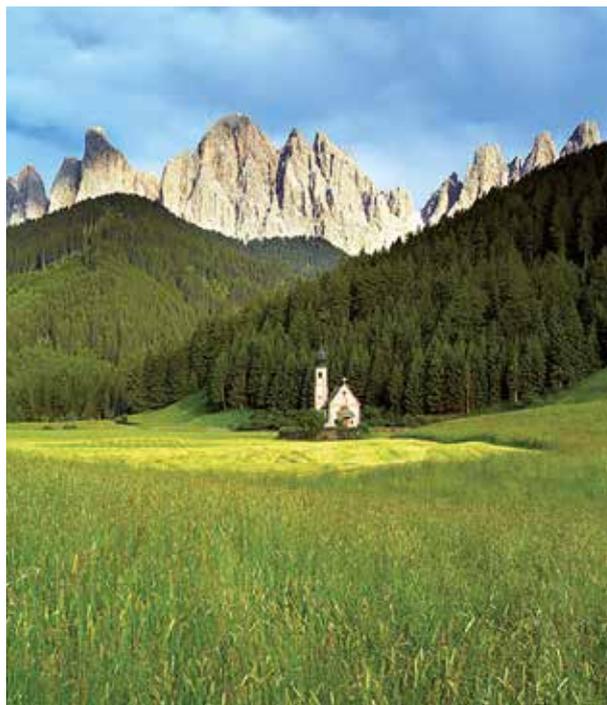
Dal sondaggio condotto tra i membri nel 2022, emerge come quasi tutti gli associati utilizzino il film composito come materiale di confezionamento primario e il cartone come packaging secondario. Si registra un grande interesse per l'utilizzo di materiali (ad esempio plastici) più sostenibili da fonti di materie prime rinnovabili. Il mercato è in procinto di reagire a questa esigenza. Alcuni associati stanno attualmente esplorando diverse vie di ecologizzazione, dalla riduzione degli imballaggi all'impiego di film più sottili, sino all'utilizzo di monofilm riciclabili.

Tema 2 Speck e tutela climatica

Riflettiamo seriamente sulle conseguenze locali, regionali e globali della produzione e del consumo dello Speck Alto Adige. Accanto agli svariati effetti positivi sul piano economico, sociale e gastronomico, siamo ben consapevoli delle ripercussioni negative del nostro prodotto sul versante ecologico. Il consumo di prodotti a base di carne di ogni genere, nella società occidentale, è tra i più alti al mondo. Un consumo eccessivo di alimenti di origine animale può impattare negativamente sulla salute individuale, ma avere profonde implicazioni anche a livello globale. I Paesi industrializzati, come Germania, Italia e Austria, non sono più in grado di soddisfare il loro fabbisogno di risorse con le proprie aree agricole, facendo pertanto ricorso a quelle di altri Paesi. Ne consegue, che i mangimi per la suinicoltura provengono spesso da oltreoceano.

Come possiamo contrastare tale fenomeno? Da un lato, vediamo un vasto potenziale nell'adozione di un modello alimentare più consapevole da parte dei consumatori, che si ispiri al principio "qualità anziché quantità", da cui deriva la raccomandazione di consumare responsabilmente carne di qualità, prediligendo allo scopo prodotti e risorse regionali, stagionali ed ecologici. Dall'altro, l'economia, ovvero le aziende produttive stesse, mediante la creazione di un'offerta sostenibile, possono innescare un effetto moltiplicatore.

- La sostenibilità deriva dall'utilizzo di materiali e **risorse rinnovabili** alternative. Per questo, i nostri produttori accresceranno progressivamente la loro quota di forme energetiche *green* per quanto concerne elettricità ed energia termica.
- Il **perfezionamento nell'ambito dei materiali sostenibili** e della **green energy**, nei prossimi anni, intende conseguire un alleggerimento delle mansioni aziendali e al contempo una riduzione dell'impronta di carbonio.
- Una prima valutazione per la compilazione di un **bilancio climatico** nel comparto dello speck è prevista per [...]. Allo scopo, saranno selezionate aziende pilota, sia in ambito industriale che artigianale.
- La **sensibilizzazione**, sia dei collaboratori interni che dei fornitori, dei partner e quindi dei nostri clienti, è uno strumento efficace sulla strada verso una maggior sostenibilità. Per questo, orientiamo il nostro operato nel campo della formazione e della comunicazione, che comprende visite sul campo e trasferimento di know-how, ai diversi temi della sostenibilità.



3° quarto: creazione di valore e consumo

Speck Alto Adige: gusto e prima scelta nel segmento premium accessibile



Das dritte Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie des Konsortiums Südtiroler Speck ist in zwei große Blöcke eingeteilt, die insgesamt die Beziehungen nach außen und nach innen darstellen. Der erste Block sollte den ökonomischen und sozialen Wert des Konsortiums ermitteln. Dazu wurden die Mitglieder um wertschöpfungsrelevante Daten und Angaben gebeten. Im zweiten Block ging es um den Bezug der Betriebe zu ihren Konsumenten und Konsumentinnen und zu den vor- und nachgeschalteten Lieferketten. Auch der Aspekt der innerbetrieblichen Sicherheit wurde hier abgefragt.

Il contributo dello Speck Alto Adige alla creazione di valore

CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

Alla luce dei dati disponibili, relativi al 2021, per il comparto dello speck altoatesino può essere desunto un valore aggiunto di circa 60 milioni di Euro, corrispondente a una quota dello 0,27 per cento dell'intero valore aggiunto dell'Alto Adige in riferimento al 2020. Considerando unicamente il settore della produzione di generi alimentari e bevande e della manifattura del tabacco, la quota ammonta al 9,57 per cento.

Il fatturato complessivo della produzione di speck sfiora i 300 milioni di Euro. Nel 2022, sono state marchiate con il sigillo di qualità Speck Alto Adige IGP 2.883.777 baffe, pari al 46,5% della produzione complessiva degli operatori riconosciuti dal Consorzio, nonché a una crescita dello 0,08% rispetto al 2021. La quota IGP potrebbe registrare un nuovo incremento quest'anno, raggiungendo la percentuale più elevata di sempre.

Panoramica dei principali dati relativi alla creazione di valore economico:

- Nel 2021, il fatturato complessivo della produzione di speck in Alto Adige ammontava a 295 milioni di Euro. **fatturato complessivo 295 Mio. Euro**
- Ne consegue una creazione di valore aggiunto annuale pari a circa 60 milioni di Euro per il comparto.
- Con riferimento al 2020, il comparto speck ha inciso sull'economia locale per lo 0,27% in termini di valore aggiunto.
- Considerando il settore della produzione di generi alimentari e di bevande e della manifattura del tabacco, lo speck copre il **9,57 %** della creazione di valore dell'intero settore. **9,57 % della produzione di generi alimentari**
- Nel 2022, sono stata marchiate con il sigillo di qualità Speck Alto Adige IGP 2.883.777 baffe.
- Il 46,5% della produzione complessiva degli operatori riconosciuti dal Consorzio si fregia del marchio Speck Alto Adige IGP.
- Nel 2021, sono state prodotte oltre 53.000 tonnellate di speck.
- I membri del Consorzio, nelle loro aziende in Alto Adige, impiegano complessivamente circa 1.350 addetti.
- Tra il 2019 al 2021, il numero degli addetti ha fatto registrare un incremento annuo tra il 3,5 e il 5% circa.
- L'incremento del livello occupazionale prima del 2019, si attestava poco sopra il 10% annuo (a partire dal 2005).



CREAZIONE DI VALORE SOCIALE E REGIONALE

Le aziende produttrici, oltre alla creazione di valore economico, forniscono anche un importante contributo al valore aggiunto regionale e sociale. In particolare, l'impatto delle imprese, di norma, si estende ben oltre l'ambito dello sponsoring: svariate aziende promuovono eventi regionali di piccole e grandi dimensioni non solo mediante risorse finanziarie, ma anche con la loro fattiva partecipazione. Analogamente, vengono supportate le associazioni locali: ne derivano nuova linfa per la vita di paese, l'opportunità di svolgere regolare attività sportiva e una maggior inclusione sociale di giovani e meno giovani del posto.

Un ulteriore sostanziale contributo regionale viene fornito sotto forma di commercializzazione diretta attraverso il sostegno alla gastronomia, così come mediante la collaborazione con le scuole della regione. Alla domanda *“Oltre al valore aggiunto economico, contribuite anche all'incremento della creazione di valore regionale (indipendentemente dal Consorzio) e se sì, come?”*, i membri del Consorzio hanno risposto come segue:

- vendita diretta in negozio
- commercializzazione diretta in occasione di mercati giornalieri, annuali e fiere
- collaborazione con il settore alberghiero e ristorativo
- collaborazione con le associazioni turistiche
- organizzazione di degustazioni di speck per i turisti
- supporto alle associazioni locali e a progetti di beneficenza
- supporto agli eventi locali, ad esempio il Giro del Lago di Resia
- sponsorizzazione, tra gli altri, di chef locali, libri di cucina, attività sportive, pista di pattinaggio, Lupi HC Val Pusteria, scuole e accademie di sci, centri sportivi, associazioni dilettantistiche e molto altro
- partecipazione alle giornate di orientamento professionale nelle scuole
- collaborazione con le scuole della regione, ad es. mediante progetti in cui le scuole lavorano su tematiche concrete di concerto con le imprese

RAPPORTI E SICUREZZA

Sicurezza e salute hanno da sempre la priorità assoluta per i membri del Consorzio. Oltre a rispettare tutti gli standard prescritti dalle autorità pubbliche e dal Consorzio, la maggior parte delle aziende svolge analisi su base volontaria negli ambiti della sicurezza e della salute, prendendo parte ai relativi audit, affinché continui ad essere garantito il benessere di tutti i soggetti coinvolti. Le seguenti analisi e audit in materia di sicurezza e salute sono stati esplicitamente menzionati dagli intervistati:

- ocertificazione IFS
- FSSC 22000
- ISO45001
- verifiche DLG
- controlli interni
- audit clienti (ad es. secondo GFSI)
- controlli HACCP
- costanti controlli dell'Azienda Sanitaria
- QS
- BRC
- USDA
- SQMS (McDonald's)
- analisi secondo un piano di campionamento

Dichiarazione della merce

Alla domanda *“Quali problemi/sfide riscontrate nella dichiarazione della merce in etichetta? Ci sono altri aspetti che vorreste enfatizzare?”* sono state date le seguenti risposte (in breve):

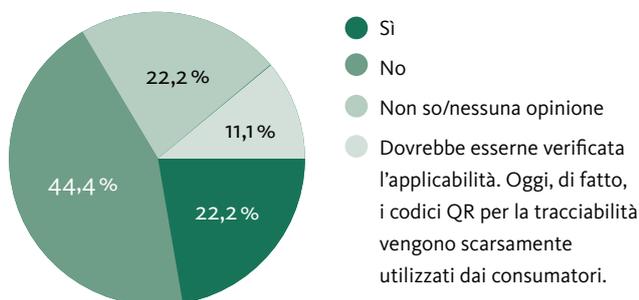
- Dovrebbe essere possibile inserire ulteriori diciture in etichetta (ad esempio “senza conservanti”) o claim che comunichino i pregi del prodotto.
- Maggiore flessibilità nell'utilizzo delle indicazioni obbligatorie e dei loghi (ad esempio, sulle confezioni al di sotto di una certa dimensione, il logo potrebbe essere più piccolo).
- Il nome della specialità, in determinate circostanze, dovrebbe essere più grande, come nel caso dello speck porzionato per la cucina, consentendo una miglior riconoscibilità dei prodotti.

Tracciabilità

Nel caso di un prodotto certificato come lo Speck Alto Adige IGP, viene garantita una tracciabilità trasparente, dai suinetti al prodotto finale.

Il 44% degli intervistati non auspica una maggior tracciabilità della merce, in particolare qualora questo sottraesse spazio sulle etichette. Il 22% degli intervistati, invece, si è pronunciato a favore di una migliore tracciabilità. Il 22% non si è espresso, mentre un soggetto si è avvalso della possibilità di formulare una risposta individuale, facendo notare che dovrebbero essere messi in relazione fattibilità e utilizzo da parte dei consumatori.

La tracciabilità della merce dovrebbe essere migliorata?



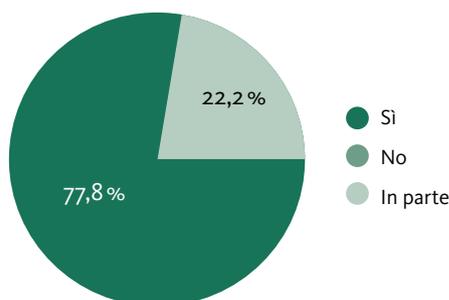
Fornitori

Il rapporto con i fornitori è per lo più irreprensibile. In due casi, è stato fatto osservare come le tempistiche delle forniture si siano allungate, costringendo a un aumento delle scorte e al conseguente maggior immobilizzo di capitale in magazzino. Una risposta rimanda all'inaffidabilità delle forniture e ai maggiori costi di trasporto, cui si sarebbe ovviato con misure quali verifiche presso i fornitori, accurati controlli e interventi di ottimizzazione in fase di ricezione della merce.

Affidabilità nei pagamenti

La puntualità delle consegne, l'affidabilità nei pagamenti e il rispetto delle scadenze sembrano in generale essere questioni ben risolte, che comportano minime difficoltà o non ne causano affatto. Sul versante opposto, anche i termini di pagamento vengono rispettati.

La puntualità delle consegne, l'affidabilità nei pagamenti e il rispetto delle scadenze sono temi ben risolti?



Situazione del mercato nel 2022

Tutti i membri sono stati duramente colpiti dagli sviluppi sul mercato europeo nel settore alimentare. Nel giro di un anno, i prezzi dell'energia elettrica sono aumentati sino al 400% e i prezzi delle materie prime, nel 2021 e nel 2022, hanno fatto registrare un incremento compreso tra il 30% e il 150%. E la corsa al rialzo non accenna ad arrestarsi. Per gli ausili, quali le sostanze per la salagione, il sale ecc. si delinea un quadro analogo.

Aziende a gestione familiare: colonna portante della produzione e dell'innovazione

L'azienda Recla rappresenta le numerose imprese a conduzione familiare nel Consorzio Tutela Speck Alto Adige. **Di seguito, il commento di Paul Recla.**



“Quale azienda a gestione familiare, riteniamo sia importante pensare e agire in un'ottica intergenerazionale. Guardiamo con rispetto e orgoglio alle esperienze dei nostri antenati, senza per questo distogliere lo sguardo dal futuro. Quando il radicamento nel territorio, con la sua cultura, la sua società

e il suo ambiente naturale, interagisce con l'innovazione, viene a crearsi la premessa ideale per un incessante miglioramento del nostro operato. Una delle forze motrici più importanti sono i nostri collaboratori che, mediante gerarchie piatte, contribuiscono a un rapido processo decisionale. Per contro, quale azienda familiare, alla luce del legame con la nostra terra e di un approccio a lungo termine, offriamo molti posti di lavoro sicuri anche in un'area rurale”.

Le aziende altoatesine a conduzione familiare svolgono un ruolo fondamentale e la Macelleria Siebenförcher è il classico esempio di impresa tradizionale.



FLORIAN SIEBENFÖRCHER

Terza generazione di G. Siebenförcher Srl e membro del Consiglio di Amministrazione del Consorzio.

L'azienda, fondata nel 1930 da Gottfried Siebenförcher con un negozio sotto i Portici di Merano, è stata ampliata e sviluppata dal figlio Gottfried e oggi, con circa 180 collaboratori e la sede a Gargazzone, viene traghettata nella terza generazione da Barbara, Thomas e Florian.

Nel 2006, a 68 anni, Gottfried Junior ha lasciato la dirigenza, passando il testimone ai suoi eredi. A tutti e 7 i suoi figli ha dato la possibilità di esprimere il proprio talento in azienda, incoraggiandoli a trovare la loro strada: tutti potevano, nessuno doveva. Ambiti e know-how, anche nella produzione dello speck, conoscenza ed esperienza sono stati trasmessi gradualmente, all'insegna del motto “learning by doing”. Così, sotto gli attenti occhi del padre, il passaggio di consegne si è svolto con serenità e l'avvicendamento generazionale è stato completato senza alcun intoppo. La presenza del padre in azienda sino a tarda età ha creato un clima di fiducia, incoraggiando una precoce autonomia. Il rispetto della tradizione tramandato ai successori, in particolare nel rapporto con i collaboratori, i valori trasmessi, la qualità oggi come un tempo sancita da una stretta di mano, unitamente allo spirito innovativo delle nuove generazioni, hanno consentito alla Macelleria Siebenförcher di percorrere nuove strade e di affermarsi come una delle aziende di maggior successo dell'Alto Adige nel comparto carne e insaccati e come apprezzato datore di lavoro.

Una tale azienda a gestione familiare è chiamata, per definizione, ad agire nel solco della sostenibilità, prestando attenzione non solo ai risultati nel breve periodo, ma anche all'esistenza a lungo termine dell'attività imprenditoriale, per i figli e i nipoti. I cicli regionali si collocano in primo piano e l'azienda opera a livello locale, dando lavoro alla gente del posto. Ciò va di pari passo con una gestione sempre più consapevole delle risorse, il ricorso a impianti di recupero termico, l'acquisto di auto elettriche, una selezione consapevole dei fornitori e partnership a lungo termine. Proprio lo speck, quale specialità tradizionale dell'Alto Adige, ha preso forma da un'idea di sostenibilità, ovvero dalla volontà di non sprecare la carne e di prolungarne la conservabilità anche senza accesso alla refrigerazione: è così che è stato ideato il metodo di conservazione con il sale. Tale sapere e artigianalità sono stati e vengono trasmessi di generazione in generazione, sempre con l'intento di tutelare e conservare ciò che è antico, ottimizzandolo con il nuovo, per il futuro dell'azienda e della famiglia. Le imprese a conduzione familiare sono una comunità di individui che si rendono gli uni responsabili degli altri. Come una famiglia.



GÜNTHER WINDEGGER

Terza generazione della Macelleria Windegger e membro del Consiglio di Amministrazione del Consorzio.

Le famiglie giocano un ruolo fondamentale nella produzione dello speck, incentrando l'intero processo di lavora-

zione sulle proprie collaudate ricette, spesso frutto di una decennale opera di perfezionamento. La tutela della tradizione non può prescindere dalla coesione familiare, sia per l'azienda, che per i collaboratori e la reputazione. Lo Speck Alto Adige è un prodotto straordinario dalla lunga tradizione. Negli ultimi decenni, molto spirito innovativo è confluito nelle tecniche di lavorazione, in particolare nel settore industriale, ma anche presso le aziende di medie dimensioni. I metodi di produzione sono in parte profondamente mutati, pur preservando il sapore tradizionale della specialità. In ambito industriale, molti processi sono stati automatizzati e nelle diverse fasi di produzione, svariate operazioni vengono affidate alle macchine. Ciò rende la lavorazione dello speck estremamente razionale, ma anche innovativa, là dove vengono curati nel dettaglio qualità, gusto, consistenza e molti altri aspetti. Il rispetto della tradizione è essenziale per il prodotto finito: lo Speck Alto Adige non può permettersi di abbassare i propri standard di eccellenza. Al contrario, l'intento dovrebbe essere quello di migliorarli. E si comincia sin dalla tenera età. Spesso e volentieri, da bambino, dovevo dare una mano e a 13-14 anni ho deciso di imparare il mestiere di macellaio: è stata una mia decisione, nessuno mi ha costretto. Mi piaceva ed ero l'unico in famiglia a manifestare interesse per questa professione. Così, ho rilevato anche l'attività. Ogni qualvolta, all'interno della cerchia familiare, si parlava positivamente del lavoro e dell'azienda, il mio entusiasmo si rinsaldava. Il passaggio alla direzione è stato il risultato di un lungo percorso.

Non ci occupiamo solo della produzione, ma anche della vendita al dettaglio: un aspetto che negli anni a venire crescerà di importanza. Se faremo bene il nostro lavoro, la nostra immagine non potrà che essere positiva. Naturalmente, in particolare le piccole macellerie, hanno bisogno di recuperare terreno negli ambiti del marketing e della comunicazione: a causa degli intensi ritmi di lavoro, talvolta risulta difficile trovare il tempo da dedicare a questi temi. In generale, è importante ricordare che la successione d'impresa non può prescindere dall'interesse per la professione del macellaio, che rende più semplici gli anni di apprendistato.



SPECK ALTO ADIGE E TURISMO

L'Alto Adige e lo speck sono due temi legati indissolubilmente. Anche molti ospiti della regione la pensano così e, spesso e volentieri, portano a casa con sé un ricordo della loro vacanza. Inoltre, ogni anno si svolge la Festa dello Speck: oltre 10.000 amanti di questa specialità, vicini e lontani, partecipano all'evento, articolato in due giorni, per scoprirne le molteplici sfaccettature e assaporarla in combinazione con altri prodotti tradizionali.

SPECK ALTO ADIGE NELLA GASTRONOMIA LOCALE

La gastronomia altoatesina ha scritto una pagina importante della storia di successo dello Speck Alto Adige IGP, che rappresenta uno straordinario punto di contatto, sia con la popolazione altoatesina che con i turisti. Viene così a crearsi la possibilità di entusiasmare e deliziare gli ospiti con una specialità del territorio, facendo sì che gli stessi portino a casa con sé le emozioni positive suscitate dal prodotto. Storicamente, i principali mercati di sbocco, Germania e Italia, si pongono in rapporto diretto con i vacanzieri in visita in Alto Adige provenienti da tali Paesi. I flussi turistici in crescita da Gran Bretagna, Francia ed Europa orientale offrono la straordinaria opportunità di incrementare le vendite anche in questi mercati. A tale riguardo, il Consorzio persegue un incremento del numero delle aziende partner del settore gastronomico che acquistano lo Speck Alto Adige IGP, riservandogli uno spazio prominente nel menu. In tale contesto, nel 2022, si è lavorato attivamente per accrescere l'attrattiva dell'accordo di partenariato con il Consorzio Tutela Speck Alto Adige. A tale proposito, ad esempio, con lo scopo di accrescere la visibilità delle aziende partner, è stato rinnovato il sito web del Consorzio. Inoltre, si è lavorato alla creazione di una rete di referenti, che intende agevolare il lavoro delle gastronomie nell'organizzazione di degustazioni di speck

in azienda. Così, nel 2022, il Consorzio è riuscito ad acquisire partner di primo piano della ristorazione, preparando il terreno allo sviluppo di una rete di aziende interlocutrici.

CATENE ALBERGHIERE

Zur Stärkung des lokalen HoReCa-Kanals (HOTel/RE-staurant/CAtering) hat das Südtiroler Speck Konsortium die strategischen Kooperationen mit den bekannten Hotelgruppierungen Dolce Vita Hotels und Vinum Hotels Südtirol fortgeführt. Mit den beiden Hotelgruppen und ihren namhaften 33 Mitgliedsbetrieben werden zahlreiche Marketingaktivitäten verknüpft, um den Südtiroler Speck den Gästen und Mitarbeitenden näher zu bringen. Besondere Aufmerksamkeit gilt, den Südtiroler Speck g.g.A. beim Frühstücksbuffet in Szene zu setzen.

RIVENDITORI

Nel 2022, è stata prorogata e rafforzata la collaborazione con i rivenditori Wörndle Interservice, Foppa Taste Supporter e Gastrofresh, che includeva attività di co-marketing nel settore della ristorazione, primariamente sul mercato altoatesino, così come nel Nord Italia. Inoltre, è stata intensificata la sensibilizzazione dei rappresentanti rispetto a questo prodotto di qualità. A questo si sono aggiunti gli sforzi per un posizionamento prominente dello Speck Alto Adige IGP nei cataloghi dei rivenditori. Infine, è stata organizzata una formazione specifica sul prodotto per tutti i rappresentanti italiani di Wörndle Granchef.

Tema 3 Speck come ambasciatore dell'Alto Adige



REINHOLD MESSNER

(nato a Bressanone nel 1944), alpinista, politico, **esploratore e scrittore altoatesino**

Sig. Messner, lo speck ha avuto un ruolo nei Suoi progetti e nelle Sue spedizioni?

Reinhold Messner: "È così. Durante le spedizioni e i tour in quota, speck e pane raffermo erano le componenti di base della dieta".

Ha qualche aneddoto da raccontarci?

Reinhold Messner: "In Antartide, per colazione, mangiavamo pane (secco), speck e lardo: una bella dose di energia ghiacciata (a -40°C)."

Quali sono oggi, a Suo modo di vedere, il valore e il ruolo dello speck?

Reinhold Messner: "In montagna, contadini, taglialegna e fienaioli hanno sempre mangiato speck. È parte integrante della nostra cultura".

Quali sono le sfide cui, secondo Lei, lo Speck Alto Adige deve far fronte in materia di sostenibilità?

Reinhold Messner: "La sostenibilità deve trovare maggior spazio nell'allevamento. La materia prima acquistata all'estero viene lavorata secondo un'antica ricetta e quindi è sostenibile: è così che la cultura dello speck in Alto Adige può essere sintetizzata."



LUIS DURNWALDER

(nato nel 1941) **ex Presidente della Provincia Autonoma di Bolzano**

(1989-2014), era ed è un grande estimatore dello Speck Alto Adige. Su nostra richiesta, ha tratteggiato in modo dettagliato e nitido la sua visione del comparto dello speck,

proponendoci uno spaccato di innovative possibilità creative, come la sua *Specklade*.

SPECK: UN BIGLIETTO DA VISITA PER L'ALTO ADIGE

Se oggi si chiedesse ai visitatori, italiani e stranieri, qual è la prima cosa che viene loro in mente sentendo la parola Alto Adige, le prime risposte sarebbero senza dubbio "l'incantevole e curato paesaggio delle Dolomiti", "le montagne", "la cordialità delle persone", "i castelli e i manieri" e via dicendo. Ma subito dopo, ad essere menzionati, sarebbero i prodotti tipici del territorio, su tutti lo speck, il vino e le mele. Sì, lo Speck Alto Adige ha conquistato il palato dei nostri ospiti, conseguendo una significatività e una valenza promozionale considerevoli per la nostra regione. Tutti serbano il ricordo di una gustosa merenda tradizionale in occasione di un'escursione in una malga oppure di una ricorrenza festosa e di una discussione con gli amici davanti a un bicchiere di vino e a un tagliere di speck. Sono immagini che restano impresse nella memoria. Quando si parla con i turisti, cercando di comprendere i motivi per cui lo speck è così apprezzato, la risposta non tarda ad arrivare. Questa specialità non viene prodotta secondo il metodo mediterraneo o dell'Europa centro-settentrionale, che prevede la disidratazione delle cosce suine mediante salagione e l'asciugatura all'aria, dando vita a un prosciutto stagionato. E non si rifà nemmeno alla tradizione nordica, per cui la materia prima viene trattata con sale, spezie e fumo. Si differenzia anche dal Prosciutto di Parma, lavorato con l'osso. La produzione dello Speck Alto Adige prende il via da una mirata selezione della materia prima: dopo un'accurata speziatura e affumicatura, le cosce suine magre vengono lasciate stagionare all'aria fresca di montagna per almeno 22 settimane. La parte sostanziale del processo di lavorazione è riconducibile alla produzione e all'utilizzo delle spezie. Ogni produttore di speck ha la propria ricetta, utilizzata, sperimentata, affina-

ta e assaggiata da contadini e artigiani nel corso dei secoli e tramandata di generazione in generazione. Sale e pepe sono utilizzati con parsimonia e anche l'affumicatura ottenuta mediante legno autoctono poco resinoso (faggio) o arbusti (ginepro) non deve essere eccessiva o troppo intensa. Dalla corretta armonizzazione di tutti questi processi, nasce il vero Speck Alto Adige, ovvero un prosciutto crudo leggermente affumicato e stagionato per almeno 22 settimane all'aria fresca di montagna, prodotto in Alto Adige e profondamente radicato nella cultura gastronomica locale. Tale specialità è protetta a livello europeo e provinciale mediante leggi e direttive specifiche (IGP, legislazione statale e provinciale), allo scopo di garantire una tutela adeguata tanto ai produttori quanto ai consumatori.

Sono felice di aver potuto contribuire alla concretizzazione di questa iniziativa, sia come Assessore all'agricoltura, sia nelle vesti di Governatore della Provincia Autonoma di Bolzano. Tale protezione legislativa, tuttavia, produce gli effetti auspicati solo laddove organismi specializzati, indipendenti e competenti svolgono anche un'adeguata ed efficace attività di controllo. Tali verifiche sono state affidate all'Istituto Friulano Controllo di Qualità (IFCQ), riconosciuto a livello nazionale e comunitario. L'ente conduce un'incessante attività ispettiva nelle aziende produttrici di speck e presso i punti vendita, al fine di accertare con rigore e obiettività che lo speck sia stato realmente prodotto in Alto Adige e che le disposizioni vigenti siano state rispettate. I critici non mancano di ricordare che solo una minima parte dei suini, le cui cosce vengono utilizzate per la produzione dello speck, proviene dall'Alto Adige. Ed è così: la materia prima viene perlopiù importata da altri Paesi dell'UE. I produttori di speck, tuttavia, non dichiarano che le cosce di suino necessarie provengono dal territorio regionale, ma solo che la specialità viene lavorata in Alto Adige, secondo antiche ricette e tradizioni. Anche nel caso di altri prodotti alimentari protetti, non tutte le materie prime provengono dal territorio in questione (basti pensare ai cereali per la pizza, gli spaghetti e il pane) e ad essere tutelato non è il prodotto primario ma la sua lavorazione. Nel caso del Bauernspeck protetto, invece, i suini devono essere allevati nelle stalle della regione e nutriti con foraggio tradizionale. In fase di acquisto della materia prima presso aziende suinicole selezionate, i produttori di Speck Alto Adige attribuiscono la massima importanza a metodi di allevamento, foraggiamento e macellazione rispettose del benessere animale. Inoltre, da svariati anni, il

trasporti di animali vivi non è più ammesso. I suini vengono macellati nei Paesi di origine e in Alto Adige vengono importate solo le parti necessarie alla produzione della specialità: ciò consente di evitare il trasporto su lunghe distanze, spesso non rispettoso del benessere animale, ma anche il rimpatrio delle parti del suino non utilizzabili ai fini della lavorazione dello speck. La richiesta di allevare in Alto Adige i suini necessari alla produzione di speck non è realistica. Inoltre, comporterebbe una notevole frammentazione del paesaggio e gravi problemi ambientali in termini di inquinamento atmosferico, olfattivo e idrico. In Alto Adige vengono prodotti quasi 5 milioni di baffe di speck: se si volesse soddisfare tale fabbisogno di carne, sarebbero necessari 2,5 milioni di suini e questo sarebbe senza dubbio insostenibile per il paesaggio e l'ambiente locale.

La produzione di Speck Alto Adige, a mio parere, è sulla strada giusta. Inoltre, svolge un ruolo fondamentale in termini di politica occupazionale (circa 1.300 addetti) e di prodotto interno lordo. Se si pensa che solo le 28 aziende aderenti al Consorzio Tutela Speck Alto Adige producono complessivamente 6,8 milioni di baffe, di cui 2,8 milioni certificate Speck Alto Adige, e che il 33% dello speck marchiato IGP viene esportato, si può facilmente comprendere l'importanza di questo comparto per l'economia locale. Inoltre, non bisogna dimenticare che, oltre alle aziende aderenti al Consorzio, alcune centinaia di contadini e artigiani producono speck e Bauernspeck. Quello prodotto in Alto Adige genera un giro d'affari di oltre 300 milioni di Euro, contribuendo per l'1,25% al PIL dell'Alto Adige (pari a circa 24 miliardi di Euro): si tratta di cifre considerevoli per la produzione alimentare del nostro territorio. Occorre ricordare che, oltre al PIL, questo prodotto regionale vanta anche una considerevole valenza promozionale. Come già accennato all'inizio, molti ospiti e amici del nostro territorio, al nome Alto Adige associano immediatamente non solo la bellezza della natura, ma anche i prodotti di qualità regionali, nonché i molti ricordi e i piacevoli momenti legati alla merenda tradizionale a base di speck, che vengono rievocati, una volta ritornati a casa, acquistando la specialità. Il paesaggio, la cultura e i prodotti agroalimentari locali sono strettamente interconnessi. Per questo, la scelta di accorpate i due enti IDM e EOS, impegnati rispettivamente sul fronte della promozione turistica e dei prodotti agroalimentari, è stata quanto mai opportuna.

Io stesso, personalmente e politicamente, ho beneficiato dell'apprezzamento di cui godono i prodotti di qualità dell'Alto Adige. Durante i mesi estivi, a Falzes, ho accolto, accanto agli amici di sempre, anche giornalisti, politici, dignitari ecclesiastici e personalità del mondo laico. Incontri durante i quali, oltre a trattare temi politici, culturali ed economici, gli ospiti hanno degustato specialità regionali quali vino, grappa e formaggio. Da questi colloqui, diventati una tradizione, sono scaturite anche ottime idee e utili indicazioni. La politica non si fa solo negli uffici o in seno al Consiglio provinciale, ma anche attraverso il dialogo congiunto con decisori e professionisti esperti. Quando si crea un'atmosfera rilassata e conviviale, tutto si svolge in modo più semplice e rapido. Durante questi piacevoli incontri "non ufficiali", lo Speck Alto Adige non poteva mancare. Ricordo ancora, in occasione della conferenza stampa estiva annuale, l'entusiasmo con cui i giornalisti parlavano dello Speck Alto Adige che veniva loro servito. Ma anche altri ospiti illustri, tra cui il Presidente della Repubblica Francesco Cossiga, il Segretario generale della NATO Manfred Wörner, l'allora Ministro degli Esteri tedesco Frank Walter Steinmeier e Roberto Calderoli, sono rimasti affascinati dalla merenda tradizionale altoatesina, menzionando questi piacevoli appuntamenti culinari in occasione di molti incontri successivi. Inoltre, lo Speck Alto Adige è sempre stato un eccellente omaggio per personalità benemerite.

Riassumendo, il mio auspicio è che i produttori di speck possano proseguire con determinazione ed entusiasmo lungo la strada intrapresa. A questo proposito, occorre ricordare che a fare la differenza non è la quantità, ma la qualità: insomma, non solo speck, ma Speck Alto Adige. Nel lungo periodo, ciò che paga non sono i quantitativi di un prodotto, ma la sua pregevolezza, dalla materia prima alla stagionatura sino ai controlli, costanti, rigorosi ed efficaci. Il rispetto del disciplinare di produzione e le verifiche comunitarie, statali e provinciali possono essere talvolta visti come una seccatura ma, in un'ottica di lungo termine, garantiscono il prezzo e la vendita della specialità. Ricordo ancora molto bene le accese discussioni in merito all'attività vitivinicola: quando l'Unione Europea, lo Stato e la Provincia hanno adottato severe prescrizioni in materia di produzione, lavorazione, commercializzazione e controllo del vino, le proteste e le obiezioni non sono mancate. Molti contadini affermavano che avrebbero dovuto cessare l'attività, se fossero stati costretti a limitare i quantitativi di produzione e a ottemperare agli oneri burocratici e ai controlli prescritti.

L'Alto Adige, negli anni Sessanta, produceva 720.000 ettolitri di vino: oggi, a parità di superficie, il nettare vinificato ammonta a 340.000 ettolitri. Un quantitativo inferiore, certo, ma anche vendite garantite e un ottimo prezzo. Ai contadini, a fronte di una minor produzione, viene corrisposto un prezzo più elevato e le entrate sono maggiori. Questa strada verso la qualità dovrebbe essere percorsa anche nel comparto dello speck. È auspicabile che i produttori continuino a fare fronte comune nel loro consorzio, incrementando la quota di Speck Alto Adige. Inoltre, dovrebbero informare e convincere i consumatori con riguardo a metodi di allevamento, foraggiamento e macellazione sane e rispettose del benessere animale, garantendo la qualità del nostro Speck Alto Adige mediante una lavorazione tradizionale, naturale ed ecologica, nonché con controlli rigorosi.

SPECKIADÉ

Per decenni, il 23 settembre, il giorno del mio compleanno, ho organizzato la cosiddetta Speckiadé presso la mia casa di Falzes. Al "cerimoniere dello speck", nominato di anno in anno, spettava il compito di invitare circa 20-25 personalità scelte dal mondo della politica, dell'amministrazione pubblica, dell'economia, della stampa e della cultura, che fossero, laddove possibile, essi stessi produttori di speck o comunque appassionati ed esperti di questa specialità.

I partecipanti dovevano portare con sé un trancio di speck di produzione propria o acquistato da un produttore amico. Lo speck, che doveva avere una dimensione e una forma ben precise, in modo da non essere riconoscibile esternamente, veniva consegnato senza contrassegni o etichette al "coordinatore" della mia cucina, il quale annotava il nome del proprietario di ciascun trancio, assegnandogli un numero di cui solo lui era a conoscenza.

Tutti i pezzi numerati (20-25) venivano posizionati su un grande tagliere di legno. Lo speck fornito veniva privato dell'eventuale materiale di confezionamento almeno un'ora prima dell'inizio della degustazione, in modo che potesse "respirare" a temperatura ambiente e sprigionare tutto il suo sapore.

All'inizio della festa, tutti gli invitati si accomodavano a un lungo tavolo di legno sulla spaziosa terrazza di casa mia, per ascoltare le regole della degustazione, ma anche alcuni consi-

gli in merito a produzione, conservazione, confezionamento, presentazione, taglio e consumo dello Speck Alto Adige.

Quindi, il grande tagliere in legno di noce con i pezzi di speck anonimi, ma dotati di numero, veniva posizionato sul tavolo. Ogni partecipante veniva assegnato un piccolo tagliere con un coltello ben affilato: ciascuno poteva tagliare e gustare solo alcune listarelle di ciascun trancio, scegliendo se rimuovere o meno le spezie. Gran parte della cotenna veniva asportata prima dell'inizio della degustazione.

Quindi, a ogni partecipante veniva consegnata una scheda, su cui erano riportati i numeri dei tranci e le caratteristiche da valutare, ovvero aspetto, rapporto tra parte grassa e magra, stagionatura, affumicatura, consistenza, aroma, spezie e gusto e simpatia: per quest'ultimo criterio era previsto un massimo di tre punti, mentre agli altri potevano essere assegnati sino a 10 punti. Durante la degustazione, non era consentito parlare per non influenzare nessuno. Inoltre, veniva messo a disposizione un pezzo di pane per la neutralizzazione del palato e un bicchiere di acqua o di vino leggero.

Al termine, tutte le schede di valutazione compilate venivano raccolte e sottoposte all'attenzione di una giuria composta da tre persone, designata all'inizio dell'evento. C'era grande attesa per il "verdetto". Il vincitore veniva ricompensato con un grande applauso e insignito di un premio ricordo. E naturalmente, si assicurava anche una menzione onorifica con foto sul giornale.

I vincitori provenivano da realtà molto diverse, da piccole e grandi imprese e spesso da aziende contadine di modeste o medie dimensioni.

Era interessante il fatto che al vincitore della degustazione venisse assegnato il punteggio più alto dalla maggior parte degli esperti votanti.

Per verificare le conoscenze degli "esperti", ho sempre preparato una seconda porzione di uno dei tranci di speck consegnati, assegnandogli un proprio numero: così facendo, verificavo se i due pezzi "uguali" venivano giudicati diversamente. Devo ammettere che nella valutazione non emergevano quasi mai delle discrepanze. Complimenti agli esperti.

4° quarto: formazione e comunicazione

Competenze artigianali, formazione e dialogo con opportunità per il futuro



Il 4° quarto della strategia di sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige è dedicato alla formazione e alla comunicazione, con cui non facciamo riferimento solo alle classiche attività di educazione e aggiornamento o alle necessarie mansioni professionali nel campo della comunicazione, ma anche alle tematiche dell'innovazione e dello spirito pionieristico nel nostro settore. Abbiamo interpellato gli associati circa le sfide che si trovano a fronteggiare nella perdurante situazione di crisi degli ultimi anni.

Innovazione: quando spirito pionieristico e tradizione vanno a braccetto

Nell'ottica di una crescita sana nell'ambito dell'innovazione, le aziende adottano approcci diversi. Interpellati, gli operatori hanno menzionato i seguenti progetti all'avanguardia:

- impianti fotovoltaici e di cogenerazione (citazioni multiple)
- digitalizzazione dei processi interni come via per l'ottimizzazione, la semplificazione delle mansioni, il contrasto allo spreco di carta e una miglior tracciabilità
- sviluppo continuo di nuovi prodotti
- formazione dei collaboratori e corsi
- monitoraggio quotidiano del luogo di lavoro da parte del responsabile dell'azienda
- focus su clienti importanti per collaborazioni a lungo termine
- collaborazioni a lungo termine con fornitori affidabili
- collaborazione con le scuole locali, tra gli altri sul tema dello sviluppo delle risorse umane
- progetti di ampliamento e nuova realizzazione di infrastrutture ed edifici
- piano di sostenibilità e relativi progetti nei settori sociale, ecologico ed economico

SFIDE NELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

Alle aziende è stato chiesto quali sono le criticità e le sfide che riscontrano nella propria catena di approvvigionamento con riguardo a merci e materiali. Ne è emerso quanto segue.

- Allungamento delle tempistiche di fornitura con conseguente incremento delle giacenze e maggior immobilizzo di capitale in magazzino
- Gli estesi tempi di fornitura, così come i prezzi elevati, impongono uno stock di dimensioni maggiori
- Problema: forniture inaffidabili, elevati costi di trasporto
- Tra le misure che vengono intraprese per risolvere il problema sono annoverabili controlli più severi dei fornitori, accurate verifiche della merce in ingresso e ulteriori interventi di ottimizzazione

PREZZI DELL'ENERGIA E DELLE MATERIE PRIME

L'incremento dei costi dell'energia e delle materie prime si ripercuote anche sul nostro settore. Le relative contromisure messe in campo dalle aziende del comparto speck sono le seguenti:

- adesione a Assoimprenditori Alto Adige e a gruppi di acquisto per l'energia
- indagine e sfruttamento del potenziale di risparmio con riguardo agli incrementi di prezzo
- progetti di impianti fotovoltaici e utilizzo di fonti di energia alternative
- misure per la riduzione del consumo di energia ed elettricità
- adesione a una cooperativa di acquisto per l'energia
- incremento del prezzo dei prodotti per i clienti
- riduzione del personale
- intensificazione del monitoraggio del mercato e valutazione dei fornitori
- investimenti in fonti di energia rinnovabile

Ricerca: al servizio della qualità e della gastronomia

I membri del Consorzio Tutela Speck Alto Adige sono stati interpellati in merito alle loro attività di ricerca e sviluppo. Alla domanda "Quali progetti di ricerca sarebbero auspicabili per lo Speck Alto Adige?", le aziende hanno risposto come segue.

- Produzione di speck senza nitriti/nitrati
- Produzione di speck con un ridotto contenuto di sale
- Lotta agli acari al 100%
- Analisi della carne degli animali correttamente allevati (parola chiave: benessere animale) e alimentati con mangimi privi di OGM e antibiotici
- Impianti HPP (pastorizzazione ad alta pressione dei prodotti)
- Soluzioni di confezionamento sostenibile

Formazione: l'artigianato, un investimento nel futuro

I membri del Consorzio contano complessivamente circa 2.500 addetti, di cui 1.350 in Alto Adige. Dal 2019 al 2021, i livelli occupazionali sono aumentati ogni anno tra il 3,5 e il 5,0 %. In precedenza, a partire dal 2005, l'incremento annuale si attestava al di sopra del 10%. Dalla sostanziale stabilità nel numero degli occupati nel corso dell'anno, si desume un basso turnover. Nel Consorzio stesso, vengono garantiti sempre posti di lavoro sicuri. Stando al Registro delle Imprese, le persone che in Alto Adige lavorano per il Consorzio Tutela Speck Alto Adige sono le seguenti (aggiornato a settembre 2022):

Addetti indipendenti	30
Addetti dipendenti	1.316
Numero di addetti totale	1.346

NUMERO DI OCCUPATI

Il numero degli impiegati presso le aziende associate al Consorzio ha fatto registrare un incremento costante tra il 2011 e il 2021, passando da 539 a 1.373 (dati estrapolati). La crescita più consistente è stata osservata tra il 2016 e il 2019, laddove il numero degli occupati è aumentato mediamente del 16% su base annua.

Le cifre estrapolate (in termini assoluti) per l'intero Consorzio possono differire leggermente dai numeri effettivi (in virtù della logica di calcolo). Gli ordini di grandezza dovrebbero tuttavia essere corretti. Sviluppi, rapporti e tendenze possono essere desunti dalle cifre estrapolate, laddove gli intervistati costituiscono un gruppo sufficientemente ampio e rappresentativo e purché siano disponibili i corretti dati comparativi per il calcolo estimativo, come avviene nella fattispecie.

NUMERO DEGLI APPRENDISTI

Il numero degli apprendisti nel comparto speck, rispetto ad altri settori, è piuttosto ridotto. Tendenzialmente, negli ultimi decenni, tale cifra ha fatto registrare un calo costante e gli apprendisti sono ripartiti in poche aziende (essenzialmente sempre le medesime). Per il Consorzio, ciò significa che, nel 2021, a fronte di 1.000 collaboratori, erano circa 11 gli apprendisti assunti: a titolo comparativo, nel 2016 si contavano 20 apprendisti, mentre nel 2011 poco meno di 39.

Anno	2021	2020	2019	2016	2011
Numero di lavoratori	1.373	1.330	1.270	810	539
Numero di dipendenti in equivalente a tempo pieno	1.344	1.301	1.249	839	579
Incremento impiegati rispetto all'anno precedente	3 %	4 %	16 %	9 %	/
Numero di apprendisti	15	21	16	16	21
Numero di apprendisti per 1.000 collaboratori	11	16	13	20	39
Personale interinale	52	46	60	19	/

PERSONALE INTERINALE

Anche i lavoratori temporanei sono distribuiti in poche aziende. Un trend ben definito non è riconoscibile a un primo sguardo.

QUOTA FEMMINILE NEL SETTORE SPECK

Il rapporto tra donne e uomini impiegati per ogni azienda oscilla tra 3:4 e 1:4. Considerando il Consorzio nel suo complesso, la quota maschile prevale nettamente con il 75%, pari a una proporzione uomo/donna di 3:1. Il divario di genere designa una criticità frequente nel mondo del lavoro, per cui le donne, a parità di posizione e mansioni, percepiscono uno stipendio inferiore rispetto ai colleghi maschi. Il Consorzio s'impegna affinché il gender gap sia prossimo allo zero e siamo sulla buona strada!

MANAGEMENT E PERSONALE

Il rapporto del management con gli impiegati, stando alle indicazioni fornite, è generalmente esemplare. Le aziende, oltre a proporre, con frequenza variabile, colloqui indivi-

duali con i dipendenti, supportano la crescita personale e professionale dei lavoratori. In alcune realtà, programmi di lavoro e piani di reclutamento prevengono il sovraccarico o la carenza di personale nelle diverse posizioni lavorative.

RIPERCUSSIONI DELLA PANDEMIA DA COVID-19

Dalle risposte degli intervistati sugli effetti e sulla gestione della crisi pandemica, si evince come questa abbia impattato in modo disomogeneo sulle aziende. I riscontri raccolti spaziano da "a malapena percepita" a "ripercussioni significative" e/o "perdite consistenti" e addirittura "crollo delle vendite". Ciò spiega anche le rilevanti differenze nella gestione dell'emergenza sanitaria: se alcune realtà hanno potuto proseguire la loro normale attività, altre hanno introdotto orari di lavoro ridotti e/o l'obbligo di Green Pass. Ci sono aziende che hanno reagito con sedute periodiche di un Comitato dedicato e altre ancora che hanno rivisto il loro assortimento di prodotti.





Abbiamo intervistato il responsabile **STEPHAN WENGER**, direttore della ripartizione Agrar e membro del Management Board di IDM.



Stephan Wenger, come percepisce l'immagine dello Speck Alto Adige IGP?

Stephan Wenger: "Lo Speck Alto Adige IGP è uno di quei prodotti che si contraddistingue per lo stretto legame con le tradizioni locali ed è parte integrante dell'identità del territorio. La dicitura speck è molto radicata in regione e viene associata all'Alto Adige ben oltre i suoi confini. Questa specialità e le relative abitudini di consumo, ad esempio in occasione della merenda tradizionale, sono caratteristiche dell'Alto Adige e come tali vengono percepite."

Quali sono i temi più delicati con cui deve confrontarsi nella comunicazione e nel marketing?

Stephan Wenger: "I riscontri critici riguardano innanzitutto l'origine estera della materia prima. In tale contesto, è importante enfatizzare l'ineccepibile controllo della qualità lungo l'intera filiera produttiva, anche per quanto concerne la materia prima.

Ogni fase viene implementata secondo criteri di eccellenza chiaramente definiti, come attestato dal marchio IGP, garantendo trasparenza e tracciabilità in ogni momento."

Che risonanza ha avuto la campagna radiofonica nazionale, fiore all'occhiello della strategia di comunicazione?

Stephan Wenger: "La campagna radiofonica In realtà è Speck Alto Adige IGP è stata trasmessa sul mercato italiano per la quarta volta nel 2022, precisamente da inizio novembre a metà dicembre, e rappresenta il cuore pulsante della strategia di comunicazione dello Speck Alto Adige IGP a livello nazionale. Lo scopo coincide con il potenziamento della notorietà e dell'im-

magine dello Speck Alto Adige, nonché con la sua integrazione nella cucina di tutti i giorni. L'intento è quello di aumentare il numero di clienti e la frequenza di consumo tra gli estimatori del prodotto. Lo spot di 20 secondi è stato mandato in onda per due settimane con una copertura complessiva pianificata pari all'83,07%: sono stati raggiunti 114.037.000 contatti. La campagna è stata supportata con un video digitale, generando, con questa misura promozionale aggiuntiva, ulteriori 8,8 milioni di visualizzazioni. Il tracking della campagna conferma un elevato grado di riconoscibilità tra gli intervistati, sia per lo spot radiofonico che per il video, e quindi anche per lo Speck Alto Adige IGP. Si può dunque concludere che si tratta di una delle misure di marketing più importanti per il prodotto."

Che ruolo gioca, secondo Lei, la sostenibilità per i consumatori?

La sostenibilità assume sempre più rilevanza per i consumatori in fase di acquisto, in particolare nel settore dei generi alimentari, e può essere interpretata in modo molto diverso per ciascun prodotto. I clienti tedeschi e italiani considerano generalmente sostenibili le specialità dell'Alto Adige, come emerge dallo studio MarketMind "Marchi di qualità, indicazioni geografiche e denominazioni di origine UE". È un buon punto di partenza, ma possiamo e dobbiamo fare ancora molto. Sviluppo sostenibile non significa solo assumersi delle responsabilità, ma anche fare proprie e sfruttare nuove opportunità e una capacità concorrenziale a lungo termine. Da svariate indagini, si evince come i consumatori siano disposti a corrispondere un prezzo più elevato per un prodotto la cui lavorazione sostenibile è chiaramente dimostrabile in ogni fase.

Tema 4

Speck Alto Adige: dalla tradizione alle moderne cucine stellate



Intervista a HEINRICH GASTEIGER, GERHARD WIESER, HELMUT BACHMANN di (SKS) So kocht Südtirol Team (www.so-kocht-suedtirol.it)

Quale ruolo gioca lo speck in cucina ovvero nelle cucine stellate?

Dal nostro punto di vista, la cucina raffinata è una cucina autentica, con radici profonde, che viene reinterpretata. E in Alto Adige, una siffatta arte culinaria non può prescindere dallo speck, che è - e resta! - un ingrediente essenziale di molti piatti della tradizione, cui conferisce un tocco speziato e un sapore intenso, prestandosi meravigliosamente a molteplici combinazioni. Un altro aspetto affascinante è che lo speck non è tutto uguale: si tratta di una specialità declinata in una tale ricchezza di varianti e nuance, da adattarsi perfettamente a ogni pietanza.

Lo Speck Alto Adige, quale anello di congiunzione tra tradizione e modernità, è anche un ingrediente essenziale della cucina del futuro?

Lo speck è un prodotto di importanza straordinaria per l'Alto Adige, anche perché tipico del nostro territorio. In molti hanno tentato di "imitare" questa specialità, ma nessuno è riuscito a eguagliarne l'eccellenza. Ciò è riconducibile alla lunga tradizione e al know-how che ne deriva, ma anche a un clima che non ha uguali. In virtù di tale unicità, del suo aroma inconfondibile e del suo sapore intenso, lo speck continuerà a occupare un posto centrale nella cucina altoatesina anche in futuro, non c'è alcun dubbio.

Quali sono le possibilità di impiego dello Speck Alto Adige in cucina?

Una delle straordinarie peculiarità dello Speck Alto Adige è la sua versatilità. Può essere gustato in purezza, nella versione classica, magari con lo Schüttelbrot, ma anche in abbinamento a una mela acidula, ai sottaceti o ai fermentati. Inoltre, impreziosisce i piatti a base di verdure con un tocco speziato, è perfetto per rifinire salse e piatti di carne e, in abbinamento alle patate, conferisce alle pietanze un gusto intenso e una raffinata nota affumicata. Se avvolto intorno alla carne, poi, ne esalta l'aroma e impedisce che si asciughi.

Qual è il vostro piatto preferito a base di Speck Alto Adige e perché?

A tutti e tre piace gustare lo speck in purezza, quale indiscusso protagonista della merenda tradizionale altoatesina o con i Vinschgerle, ma lo utilizziamo molto in cucina. Non è un caso che ne sia nato addirittura un libro di ricette, 33 x Speck – Gustare nelle Dolomiti, in cui abbiamo riunito i nostri piatti preferiti a base di questa specialità, dalla mousse al mascarpone in mantello di speck al risotto di castagne e speck, sino ai ravioli con ripieno di fonduta, tartufi e speck e ai gamberi saltati nello speck: ricette che consentono di toccare con mano l'incredibile versatilità e flessibilità dello speck in cucina.

Lo speck in gastronomia: quali idee innovative vorreste sperimentare?

Sarebbe senza dubbio interessante esplorare nuove variazioni di gusto dello speck tradizionale. Stiamo pensando a marinature inedite, ad esempio con olio essenziale di cipolla bio. Anche in fase di salagione, si potrebbero sperimentare spezie esotiche, come il macis, il cardamomo, il coriandolo e non solo. Durante l'affumicatura, inoltre, potrebbero trovare impiego nuovi metodi per testarne l'effetto sul sapore. Tuttavia, stiamo parlando di esperimenti: nel metodo di lavorazione dello speck classico non si dovrebbe e non è necessario intervenire.

Vi viene in mente un aneddoto ad hoc che vede lo speck protagonista nel vostro ambito di attività?

Chi cresce in Alto Adige, a maggior ragione se in un maso contadino, impara a conoscere lo speck sin da piccolo. Un tempo (ma spesso tutt'oggi), i masi producevano autonomamente il loro speck e noi, sin da ragazzi, davamo una mano nel se-

zionamento, nella salagione o nell'accensione dei fuochi per l'affumicatura. La stagionatura, che si protrae per mesi, conferisce alla specialità il suo aroma inconfondibile, certo, ma per un giovanotto ansioso di gustare lo speck "fatto in casa" è un tempo di attesa decisamente troppo lungo...



Intervista a **THOMAS ORTLER,**
chef di cucina

Quale ruolo gioca lo speck nella cucina ovvero nella cucina stellata?

Oggi come un tempo, lo speck gioca un ruolo fondamentale. Non è un caso che vi abbia dedicato un intero

capitolo nel mio libro di cucina Südtirol fine & fancy. Gerichte und Geschichten von Berg, Tal und Welt. Ciascuno di noi è cresciuto con lo speck e ne ricorda il profumo nell'affumicatoio, il suo inconfondibile sapore durante la pausa a scuola o il suo colore rosso vivo al centro del tagliere della classica merenda altoatesina: memorie che non devono andare perdute. La mia cucina non può prescindere dallo speck e, quando possibile, non ci rinuncerà.

Lo Speck Alto Adige, quale anello di congiunzione tra tradizione e modernità, è anche un importante ingrediente della cucina del futuro?

Il trend è chiaro: la cucina vegana e vegetariana assume un ruolo sempre più importante. Ma ogni mentalità evolve. Credo che lo speck, in particolare in virtù della sua tradizione, possa comunque ritagliarsi un proprio spazio. In tal senso, temi quali l'origine e la qualità saranno sempre più decisivi. Quando la carne arriva in tavola, il consumatore vuole sapere da dove viene, come è stata prodotta e, in cambio, è probabilmente disposto a corrispondere un prezzo più elevato.

Quali sono le possibilità di utilizzo dello Speck Alto Adige in cucina?

Infinite. Siamo influenzati da tutti gli stili di cucina del mondo. Le note affumicate dello speck si adattano perfettamente all'attuale tendenza umami. La specialità, che schiude un universo di declinazioni di gusto ancora più entusiasmanti, è in grado di sostituire i già affermati jamón ibérico e Prosciutto di Parma in molti piatti in cucina.

Qual è il suo piatto preferito a base di speck e perché?

Prediligo lo speck in purezza, in autunno, in occasione di un Törggelen, accompagnato da burro, castagne e un buon bicchiere di vino rosso. E mentre viene tagliato, rigorosamente a mano, la scena è sempre la stessa: tutti i commensali intorno al tavolo allungano la mano per "rubarne" una fettina dal tagliere. Per me, è questo il modo migliore per gustarlo. Al contrario, nel mio ristorante, lo utilizzo in tutte le varianti possibili: la cotenna e le estremità, ad esempio, diventano un ingrediente per preparare il dashi (la ricetta è inclusa nel libro). Con lo speck, per Natale, preparo anche il ripieno dei miei tortellini. Insomma, una specialità che è molto più che "solo altoatesina".

Le viene in mente un aneddoto ad hoc sullo speck nel Suo ambito di attività?

Mi arrabbio sempre quando i clienti rimuovono l'essenziale e preziosa parte grassa dello speck. Mi rende triste. Oltre ad essere uno spreco, è una scelta che svilisce il prodotto. Se qualcuno tentasse di fare la stessa cosa con lo jamón ibérico, verrebbe probabilmente bandito per sempre dal locale. Vale la pena ricordare che lo Speck Alto Adige, per essere designato tale, non può prescindere del suo tipico grasso kirmig.

4

Una prospettiva sostenibile



Il programma operativo di Speck Alto Adige IGP in materia di sostenibilità

Le misure in brevese

In base all'area tematica, ovvero per ogni quarto della strategia, il team Sostenibilità, d'intesa con le aziende del Consorzio, ha messo a punto dalle due alle tre misure, cui ne deriva il nostro primo Programma di sostenibilità 2023, comprendente complessivamente dieci iniziative, distribuite tra i quattro quarti.

1° QUARTO: BENESSERE ANIMALE E QUALITÀ

1.1 Benessere animale

Misura #1: graduale introduzione di standard di benessere animale

1.2 Qualità del prodotto e salute

Misura #2: costante miglioramento degli standard di qualità

2° QUARTO: LAVORAZIONE SOSTENIBILE

2.1 Energia sostenibile

Misura #3: ecologizzazione dell'approvvigionamento energetico

2.2 Materiali rispettosi dell'ambiente

Misura #4: ecologizzazione degli imballaggi

2.3 Trasporto più sostenibile

Misura #5: ecologizzazione del trasporto

3° QUARTO: CREAZIONE DI VALORE E CONSUMO

3.1 Posizionamento nel pregevole segmento Premium

Misura #6: posizionamento delle eccellenze gastronomiche nel segmento Premium

3.2 Rafforzamento della coesione

Misura #7: rafforzamento della coesione all'interno del Consorzio

3.3 Ricerca, sviluppo e innovazione

Misura #8: costante miglioramento della qualità mediante ricerca e sviluppo

4° QUARTO: FORMAZIONE E COMUNICAZIONE

4.1 Formazione e aggiornamento

Misura #9: miglioramento dell'attrattività del profilo professionale

4.2 Comunicazione, dialogo e sensibilizzazione

Misura #10: rafforzamento della coesione sociale



Comunicazione: in dialogo con il mondo

All'interno di questa prospettiva, intendiamo delineare le modalità e gli ambiti in cui agisce il concetto di sostenibilità. Abbiamo chiesto ad Erwin Hinteregger, direttore di IDM Alto Adige, di illustrarci la sua visione al riguardo.



ERWIN HINTEREGGER,
direttore generale di IDM Alto Adige

Quali ricerche e/o studi attestano l'importanza dello Speck Alto Adige per la destinazione Alto Adige?

Erwin Hinteregger. "Nel 2020, sui mercati più importanti, è stata lanciata la brand campaign Alto Adige, con l'intento di posizionare la nostra regione quale destinazione turistica unica nel suo genere, terra d'origine di prodotti agricoli qualitativamente pregevoli e polo innovativo per l'industria e l'artigianato. Sulla base dello studio di tracciamento condotto da Nielsen per la campagna 2020-22, siamo stati in grado di appurare come, in particolare sul mercato italiano, lo speck venga considerato uno dei prodotti più riconoscibili dell'Alto Adige.

Anche la campagna All'altoatesina persegue lo scopo di rafforzare il posizionamento dell'Alto Adige quale terra d'origine di prodotti agroalimentari qualitativamente pregevoli. L'iniziativa intende dare visibilità, da un lato, alle modalità con cui le specialità vengono prodotte e, dall'altro, al carattere distintivo delle persone che le producono. Anche per questa campagna, gli studi condotti confermano un elevato valore di riconoscibilità della destinazione Alto Adige.

Non da ultimo, un ulteriore studio volto a indagare la notorietà dei regimi di qualità UE e del marchio di qualità Alto Adige conferma come il tema dell'origine incida in misura rilevante in Italia, evidenziando inoltre come il marchio Alto Adige ottenga risultati migliori dei sigilli di qualità UE."

Che ruolo gioca l'aspetto della sostenibilità per il marchio regionale Alto Adige?

Erwin Hinteregger. "Da tempo, la sostenibilità non è più una semplice tendenza, ma una realtà vera e propria: se concepita come un bilanciamento di tutte le sfaccettature, ecologiche e socio-economiche, si propone quale metro di misura per valutare la capacità di guardare al futuro e di pensare alle prossime generazioni, ma anche come sinonimo di qualità, determinando in misura crescente la condotta dei clienti. Per questo motivo, costituisce anche l'elemento centrale del marchio Alto Adige.

Da tempo, IDM Alto Adige si adopera per far evolvere questo brand che, negli ultimi decenni, è stato in grado di affermarsi principalmente come marchio di destinazione sul mercato internazionale. I nostri sforzi si stanno attualmente concentrando sullo sviluppo di un marchio a tutto tondo, in grado di rappresentare e comunicare i settori chiave del polo economico Alto Adige, in modo che l'economia regionale nel suo complesso possa beneficiare della sua grande forza.

Per lo sviluppo del marchio Alto Adige, stakeholder, partner, aziende e istituzioni sono stati coinvolti in un processo intensivo, che ha definito la nuova essenza del brand. "Qualità per la vita" è il fulcro della sua identità, che rappresenta l'Alto Adige con le sue competenze, mettendo in risalto le eccellenze della regione. Sostenibilità, qualità e innovazione si collocano così in primo piano.

Sebbene dagli studi emerga come, sia in Italia che in Germania, l'Alto Adige sia considerato una regione all'avanguardia in materia, la sostenibilità continua a rappresentare una grande sfida, che richiede la forza di prendere decisioni coraggiose. Solo con la partecipazione di tutti, dagli stakeholder ai produttori sino alle istituzioni, tale sfida può essere trasformata in un'opportunità, con la consapevolezza che la strada per la sostenibilità è l'unica percorribile per lo sviluppo del nostro territorio e delle sue eccellenze."

Il coraggio di guardare oltre l'orizzonte

Il Consorzio Speck Alto Adige s'inserisce in una più vasta rete strettamente interconnessa, composta da aziende produttrici, clienti, fornitori, scienziati, associazioni, mondo della politica, amministrazione, media e società civile. Molti di questi attori influenzano il nostro lavoro o vengono influenzati da noi. Nei sondaggi del 2020 e del 2022, abbiamo cercato di rivolgerci a tutti i gruppi d'interesse collegati al comparto dello speck, dando loro voce nel presente Rapporto sulla sostenibilità, che racchiude le loro opinioni e i loro input. Utilizziamo con regolarità il sondaggio rivolto agli stakeholder, anche allo scopo di definire i temi particolarmente rilevanti per l'operato in materia di sostenibilità e di identificare gli aspetti da trattare, consapevoli della necessità di agire in alcuni settori. Lo sviluppo sostenibile è un processo, un'azione in divenire cui abbiamo aderito con la necessaria diligenza e un impegno appassionato.

Nella stesura della nostra strategia di sostenibilità e del primo rapporto, sono state prese in considerazione aspettative e richieste degli stakeholder interessati, convogliate in un'analisi di rilevanza. Per questo, il nostro Rapporto sulla sostenibilità include non solo obiettivi e misure di carattere ambientale, ma anche intenti e provvedimenti legati a due ulteriori pilastri, l'economia e la società. Un obiettivo ambientale preminente è riconducibile alla tutela climatica e all'utilizzo delle risorse rinnovabili. Altri propositi importanti coincidono con l'ulteriore riduzione dei consumi energetici e con l'ecologizzazione delle soluzioni di packaging. In ambito economico, le misure comprendono, primariamente, i temi legati allo sviluppo della creazione di valore regionale e di un quadro occupazionale sostenibile.

Anche i lavoratori del settore dovrebbero essere coinvolti, direttamente e indirettamente, nell'implementazione del Programma di sostenibilità. Misure specifiche, ad esempio, assicurano il costante rafforzamento della consapevolezza e della competenza dei collaboratori nel solco della sostenibilità o la tutela del know-how specialistico del settore e delle aziende mentre, in ambito sociale, la promozione delle pari opportunità e della parità di trattamento rappresentano importanti obiettivi.

In futuro, il Rapporto sulla sostenibilità del Consorzio Tutela Speck Alto Adige verrà pubblicato a cadenza triennale; la prima relazione non è stata redatta seguendo uno standard predefinito. Attualmente, a livello comunitario, Consiglio d'Europa e Parlamento europeo stanno lavorando a una direttiva per la stesura di tali documenti (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD). Tale direttiva amplierà la reportistica non finanziaria esistente, portando con sé una concretizzazione dei contenuti, incluso l'obbligo di verifica esterno. Presumibilmente applicheremo questo standard già in occasione nella prossima relazione del 2026 ma, sino ad allora, molto resta ancora da fare.

Come già accennato nella prefazione, ci attendono tempi difficili. Il Consorzio Tutela Speck Alto Adige, anche grazie alla strategia in oggetto, è pronto ad affrontare ogni sfida. Nel farlo, ci affidiamo ai punti di forza del nostro territorio e delle persone che vi vivono:

- spirito pionieristico, sempre foriero di innovazione
- coraggio e lungimiranza, uniti a umiltà e dedizione
- accuratezza, attenzione e rispetto delle tradizioni
- capacità di fare fronte comune e unire le forze quando si tratta del futuro

Uniti, abbiamo superato ogni difficoltà. Guardiamo davanti a noi, volgendo lo sguardo al futuro, e lo facciamo insieme a tutti i produttori del territorio, a fornitori e partner, ai collaboratori delle nostre aziende e dei punti vendita, ai familiari - grandi e piccini, giovani e meno giovani -, ai rappresentanti della politica e alle autorità della nostra regione, a scienziati e ricercatori, agli esperti di comunicazione, ai moltiplicatori nei e dei media e a tutti gli altoatesini, ma non solo, che apprezzano, acquistano, amano e gustano lo Speck Alto Adige IGP.



Dati e Impressum

Rilevamento dei dati, indagini presso i membri 2020 e 2022 ed estrapolazione dei temi chiave a cura di plenum GmbH.

Si ringraziano IRE (Istituto di ricerca economica della Camera di Commercio di Bolzano), IDM Alto Adige e il Centro di Sperimentazione Laimburg per la messa a disposizione dei dati.

Editore

Consorzio di Tutela Speck Alto Adige
Portici 71
39100 Bolzano
www.speck.it

Assistenza contenutistica ed editoriale

Plenum GmbH

Traduzione

Bonetti & Peroni

Foto

Consorzio di Tutela Speck Alto Adige / K. Peterlin;
IDM Alto Adige / K. Peterlin, H. Rier, F. Blickle, A. Mierswa,
P. Schwienbacher, A. Moling, P. Schatzer, C. Zahn, M. Ferrigato;
G. Pichler

Grafica

Friesenecker & Pancheri

Stampa

Medus, Merano



Consorzio di Tutela Speck Alto Adige
39100 Bolzano, Portici 71 | Tel. 0471 300 381 | info@speck.it | www.speck.it