

Tecnologo alimentare: un investimento per il successo

L'IMPORTANZA DEL "FATTORE UMANO" NEL BUON FUNZIONAMENTO DI UN'IMPRESA È AMPIAMENTE RICONOSCIUTA. PER QUESTO MOTIVO OGGI NON SI PARLA SEMPLICEMENTE DI "GESTIONE DEL PERSONALE" MA DI "VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE". QUESTA CONSIDERAZIONE È VALIDA PER LE GRANDI IMPRESE MA ANCOR PIÙ RILEVANTE PER QUELLE PICCOLE E MEDIE

Nelle aziende alimentari di piccole e medie dimensioni i lavoratori sono pochi, ogni singola persona deve ricoprire un ruolo più ampio e quindi ha un peso maggiore nell'andamento dell'attività aziendale. Ancora oggi tali aziende non impiegano un tecnologo alimentare, a volte nemmeno come consulente, sottovalutano i benefici che potrebbero ricavarne. Si ritiene di "non poterselo permettere" a livello economico, o più semplicemente perché ritengono di poterne fare a meno. Quest'articolo, presentando il caso del **Consorzio CTM-Altromercato S.c.a.r.l.**, vuole dimostrare come il tecnologo alimentare può contribuire al successo delle piccole e medie imprese ricoprendo un ruolo centrale che deriva dalla sua preparazione e competenza in molti campi: chimica, microbiologia, tecnologia della conservazione e della trasformazione delle derrate, marketing, legislazione alimentare, ecc.

Il Consorzio CTM si occupa di Commercio Equo, una forma di cooperazione con i Paesi in Via di Sviluppo (PVS), nata in Olanda oltre 40 anni fa con lo slogan "Trade not aid", che

di Biagio Calcavecchia

si è gradualmente diffusa in tutti i paesi industrializzati. L'idea alla base del Commercio Equo è sostituire l'aiuto ai PVS fatto mediante donazioni con il sostegno all'attività dei piccoli produttori locali tramite l'acquisto delle loro produzioni a prezzi remunerativi (in genere più alti dei prezzi di mercato, con un prezzo minimo garantito e con contratti di lunga durata). Il

Consorzio CTM-Altromercato, la principale organizzazione italiana di Commercio Equo e Solidale nata a Bolzano nel 1988, è una centrale che organizza l'acquisto e l'importazione, l'eventuale trasformazione e confezionamento, la distribuzione all'ingrosso dei prodotti sia alle **Botteghe del Mondo (BdM)**

Il Consorzio CTM commercializza circa 200 prodotti alimentari di diverse famiglie merceologiche con il marchio Altromercato. Nella foto la linea dei prodotti da Agricoltura biologica.

sia ad altre strutture che ne effettuano la vendita al dettaglio. In questo modo viene consentito l'accesso al mercato anche a piccoli gruppi di produttori e si permette loro di superare

periodi di forte speculazione sul mercato delle materie prime (per esempio in questi mesi le quotazioni del caffè verde sono crollate di circa il 50% rispetto allo scorso anno, il prezzo è ritornato a prezzi esistenti prima del 1990, e molti piccoli coltivatori stanno fallendo). All'inizio i prodotti importati e distribuiti da CTM erano i classici coloniali: caffè, tè, cacao, zucchero di canna venduti quasi esclusivamente nel-

