

«Le reazioni dei clienti sono molto positive»

Intervista a Mirco Passarelli, Category Field Manager Frutta per la Federazione delle Cooperative Migros.

Migros propone già manghi bio tatuati e attualmente sta provando la nuova tecnica del Natural Branding sugli avocado bio. Questi due prodotti però, già oggi, sono molto poco imballati. Perché avete scelto di cominciare proprio da quelli?

Era importante per noi compiere i primi test su frutti che avessero una buccia relativamente spessa e dunque meno fragile. I due candidati ideali erano proprio manghi e avocado.

Forte di queste prime esperienze, Migros svilupperà ulteriormente la sua offerta di prodotti bio tatuati?

Tecnicamente è possibile incidere numerosi tipi di frutti e verdure. Detto questo, ci sono vari aspetti da considerare. Nel caso dello zenzero, ad esempio, bisogna che il logo rimanga perfettamente visibile. Ciò che non è scontato, vista la forma della radice. Per quello che riguarda il marchio su una buccia commestibile, come nel caso della pesca, sarà necessario osservare la reazione dei consumatori.

E quali sono quelle registrate fino ad oggi?

La volontà di ridurre la quantità di imballaggi è molto ben accettata dai consumatori. Abbiamo ricevuto molti commenti positivi, sia tramite i social media che tramite la nostra M-Infoline.

I test sugli avocado bio sono iniziati allo stesso momento di quelli sui manghi. Perché la fase di prova, nel caso dei primi, è stata prolungata?

Abbiamo dovuto constatare che gli avocado bio reagivano di più all'incisione laser e avevano una maggiore tendenza ad avariarsi. Siamo tuttavia convinti della validità della tecnica del Natural Branding. È per questo che stiamo rivedendo i nostri processi e che cercheremo di incidere solamente il contorno del logo, per evitare di occupare una superficie troppo ampia. In caso di successo, tutti gli avocado bio venduti da Migros esibiranno, a partire dalla prossima primavera, in tutta la Svizzera, il logo Migros Bio sulla loro buccia.

Il bio sulla pelle

L'azienda vodese Satori ha sviluppato una tecnica per incidere sulla buccia della frutta il logo Migros Bio. In questo modo sarà possibile risparmiare un'etichettatura in plastica

/ 23.11.2020
di Pierre Wuthrich

La zona industriale di Aclens, tra Losanna e Yverdon-les-Bains non gode di particolare popolarità.

Eppure è proprio qui che, in una serie di capannoni più o meno anonimi, è in corso un'attività che è una prima nazionale. «Siamo effettivamente la prima società svizzera a effettuare il Natural Branding, cioè l'incisione al laser della pelle dei frutti e delle verdure» ci spiega, non senza una punta di fierezza, Valon Morina, 35 anni, responsabile maturazione e stoccaggio di Satori, uno dei fornitori di Migros di frutta e verdura esotiche.

Questo tipo di tatuaggio non ha evidentemente nessuna funzione estetica o di marketing, ma ha un obiettivo ecologico ben preciso: incidendo il logo Migros Bio sulla superficie di un prodotto, è possibile evitare di utilizzare un imballaggio in plastica. Lo scopo è indicare una differenza precisa tra i prodotti che sono frutto di agricoltura biologica e altri che non lo sono, così come prescrive la legge.

La commercializzazione di frutti muniti di nuova etichettatura è stata proposta durante un periodo di prova, tra giugno e novembre, prima nei supermercati delle cooperative Migros Vaud e Zurigo, poi in quelle di Ginevra, Neuchâtel-Friburgo e Lucerna. La prova ha avuto successo, tanto che da questa settimana le maggiori filiali Migros svizzere propongono manghi bio con il loro bel tatuaggio.

«I nostri collaboratori sono stati appositamente formati per utilizzare questa macchina» spiega Valon Morina. Un apparecchio che è attrezzato con procedure di sicurezza ed è chiuso da tutti i lati, per evitare possibili incidenti».

Concretamente, i manghi bio che arrivano dalla Spagna, dal Brasile o dal Perù (trasportati esclusivamente su camion o su nave) sono in un primo momento collocati in uno stabilimento di maturazione, cioè un deposito in cui regna una temperatura costante di 19° C. «Qui effettuiamo un controllo quotidiano per scegliere i frutti che potranno essere marcati secondo le regole definite da Migros» continua Morina.

Una volta effettuata la selezione, tutto procede poi molto velocemente. I manghi sono disposti in un'ingabbiatura a gruppi di otto, e messi poi su un nastro trasportatore all'entrata della macchina. Un apparecchio fotografico misura allora la dimensione del contenuto e calcola l'altezza esatta dei frutti, per poter regolare il laser. Poco dopo, due raggi bruciano in una frazione di secondo la buccia, per incidere il logo «Migros Bio». Una volta usciti dalla macchina, Vjolca Hoxha, 42 anni, responsabile dell'équipe, o una delle sue collaboratrici controlla ognuno dei frutti, per assicurarsi che siano correttamente tatuati.

«Può succedere che la marcatura non sia ancora completamente chiara, in quel momento. Ma per esperienza sappiamo che acquisterà di intensità dopo due o tre ore dal trattamento» precisa Vjolca Hoxha. Quattro giorni dopo è effettuato un ultimo controllo per verificare che la polpa non sia stata toccata. «Non succede mai» ci assicura la responsabile. «Il laser è estremamente preciso e non incide che superficialmente i frutti e le verdure. Possono quindi essere consumati senza preoccupazione».

Insieme ai manghi, Satori incide attualmente anche gli avocado bio e ciò nel quadro di un test che si terrà fino a primavera. Se anch'esso si rivelerà positivo, Migros potrà risparmiare, tra manghi e avocado, più di 5.5 milioni di etichette di plastica ogni anno.