

Uova di qualità: scelta di fornitori locali

CHECKLIST PER LA RISTORAZIONE

Primi spunti per l'uso e la distribuzione di prodotti locali

Uno strumento utile per sapere come iniziare a muoversi e capire come promuovere al meglio l'utilizzo e la vendita di prodotti locali è fornito dalla checklist che proponiamo di seguito: una serie di interrogativi che aiutano a fare chiarezza, fornendo inoltre diversi suggerimenti pratici.

1. Analisi della domanda

- ☐ Di quante uova fresche ha bisogno l'hotel a settimana/al mese?
- ☐ Quali reparti ne fanno uso (colazione, cucina, pasticceria)? È necessario il rispetto di requisiti particolari, in termini di grandezza e colore del tuorlo?
- ☐ Quale è attualmente la frequenza delle consegne e quale il prezzo applicato?

2. Selezione e valutazione dei fornitori

- ☐ Chiedi all'attuale fornitore la disponibilità di uova da allevamento all'aperto di produzione locale
- ☐ Individua le aziende agricole operanti in zona, rivolgendoti per esempio all'unione agricoltori o agli uffici della ripartizione Agricoltura o consultando le seguenti pagine:
 - > Registro dei produttori di alimenti non geneticamente modificati:
<https://ambiente.provincia.bz.it/it/alimenti-sicurezza-prodotti/contrassegnazione-alimenti-non-ogm>
 - > Qualità Alto Adige:
<https://www.qualita-altoadige.com/it/prodotti/uova.html>
 - > Gallo Rosso:
<https://www.gallorosso.it/it/prodotti-di-qualita-dal-maso/uova-di-allevamento-all-aperto>
 - > Bioland:
<https://www.bioinsuedtirol.it/it/aziende/-search-/1/-/uova/-/>
 - > TourisMUT: Strumenti di comunicazione per una ristorazione sostenibile
<https://tourismut.com/it/toolbox-ristorazione>
- ☐ Visita le aziende agricole per conoscere da vicino le condizioni di allevamento degli animali, la situazione igienica e i mangimi utilizzati
- ☐ Informati sui quantitativi prodotti e sui livelli di disponibilità nel corso dell'anno (così da assicurarti un rifornimento costante)
- ☐ Concorda il prezzo di acquisto e le condizioni di consegna, valutando anche eventuali maggiorazioni di costo

3. Considerazioni economiche

- ☐ Considera nei calcoli eventuali costi più elevati, tenendo presente che la differenza nel prodotto non è sempre nettamente visibile e definendone pertanto il vantaggio in termini di valori a cui aderire, supporto all'economia circolare e alla sostenibilità (cfr. punto 6)
- ☐ Analizza la differenza di prezzo rispetto alle uova sinora acquistate

- ☐ Stila un budget della differenza annua in termini di costo
- ☐ Definisci come comunicare e sottolineare, sia internamente che esternamente all'azienda, i vari aspetti positivi di questa scelta

4. Qualità, origine e logistica

- ☐ Verifica le diverse certificazioni (uova biologiche, da allevamento all'aperto, benessere animale, ecc.)
- ☐ Acquisisci i certificati di origine
- ☐ Pianifica i tempi di consegna e organizza le operazioni di trasporto e conservazione (catena del freddo, interruzione...)
- ☐ Definisci un piano di emergenza per sopperire a eventuali difficoltà nelle consegne

5. Lavorazione in cucina e comunicazione interna

- ☐ Aggiorna il personale di cucina sull'acquisto mirato di prodotti locali, cerca di sensibilizzare i dipendenti e motivarli all'uso (evidenziando ad esempio come distinguere correttamente il prodotto, le diverse tonalità del tuorlo ecc.) --> promuovi lo spirito di squadra, coinvolgendo il personale riguardo all'origine degli ingredienti
- ☐ Rafforza la connessione emotiva con il prodotto e il produttore, organizzando visite all'azienda agricola o puntando sullo storytelling
- ☐ Rivisita eventualmente le ricette, mettendo l'uovo in primo piano (es: uova in camicia ecc.)
- ☐ Predisponi materiale informativo per il personale, storie e racconti sul maso agricolo di provenienza e sul prodotto locale

6. Comunicazione positiva attraverso racconti personali e coinvolgimento della clientela

- ☐ Informa in modo trasparente sull'origine dei prodotti e il tipo di allevamento
- ☐ Racconta curiosità e dettagli sul produttore locale, le galline e il settore agricolo della zona
- ☐ Utilizza diversi canali comunicativi: menù, targhette per il buffet, sito Internet e social media, cartelletta per gli ospiti, posta del mattino ecc.
- ☐ Sottolinea gli aspetti positivi: piccoli circuiti locali, valore per il territorio, sostenibilità
- ☐ Servi di links specifici, materiali e modelli utili per la comunicazione

7. Marketing e cooperazione

- ☐ Programma iniziative congiunte in collaborazione con gli agricoltori (visite guidate al maso, servizi fotografici, riprese video)
- ☐ Potenzia la cooperazione con le associazioni turistiche e i media locali
- ☐ Verifica la possibilità di prendere parte a iniziative quali "Marchio Sostenibilità Alto Adige", "Green Hospitality", "Slow Food"
- ☐ Non mettere in primo piano il prodotto, bensì la storia che vi sta dietro

Spunti, suggerimenti pratici e validi esempi di come comunicare in modo positivo ed efficace l'origine locale dei prodotti sono raccolti sulla pagina di **TourisMut** dedicata agli strumenti comunicativi: <https://tourismut.com/it/toolbox-ristorazione>

A chi rivolgersi per informazioni e approfondimenti

IDM Alto Adige – Product ATS (Sinergie Agricoltura e Turismo)
info@tourismut.com

IDM Alto Adige – Marchio Sostenibilità Alto Adige
sustainable@idm-suedtirol.com

HGV – Sezione consulenze aziendali
nachhaltigkeit@hgv.it - T +39 0471 317780



Cosa indica esattamente il codice impresso sulle uova?

- > Le normative in vigore prevedono per i produttori l'obbligo di contrassegnare le uova con un codice identificativo, necessario a garantire trasparenza e tracciabilità. Se decidi di acquistare uova di "Qualità Alto Adige", biologiche e provenienti da allevamenti all'aperto, è importante che tu sappia a cosa corrispondono le lettere e cifre stampate sul guscio.
- > Il codice del produttore è composto da:
 - > una cifra numerica indicativa del tipo di allevamento: (0 = produzione biologica, 1 = allevamento all'aperto, 2 = allevamento a terra, 3 = allevamento in gabbie)
 - > Codice identificativo del singolo Stato Membro UE (IT per l'Italia)
 - > Codice ISTAT del comune in cui si trova l'azienda avicola (es.: 019 per il comune di Castelrotto)
 - > Sigla della provincia (BZ per Bolzano)
 - > Numero progressivo a tre cifre rilasciato dall'Azienda sanitaria ad ogni azienda avicola (es. 001)

Fonte: EUR-Lex, 2018