

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.



Sulla sicurezza alimentare non c'è niente di scontato

Ormai soltanto noi addetti ai lavori facciamo finta di nulla, ma l'opinione pubblica ha capito e metabolizzato da tempo che la sicurezza alimentare è una chimera, nel senso figurato di desiderio irrealizzabile. Da oggi è possibile verificare questo concetto anche nel suo senso tecnico – di derivazione mitologica – secondo quanto scoperto dai ricercatori cinesi per spiegare la mutazione dell'*Escherichia coli* responsabile dell'epidemia ancora in corso in Germania e mezza Europa, che è stato classificato appunto come chimera.

La sicurezza assoluta non esiste

Così, proprio nell'era della comunicazione le regole della comunicazione vacillano: ci hanno insegnato, infatti, che occorre rassicurare e costruire messaggi positivi, ma gli esperti di comunicazione si sono dimenticati di dirci che la regola va applicata con molta prudenza e tanto raziocinio. Garantire sicurezza assoluta su qualsiasi cosa, a partire dalla vita, non è possibile, figuriamoci sui prodotti alimentari, ancor peggio se freschi.

Dieci anni fa sono stato coinvolto in un team di lavoro per la costruzione del piano di comunicazione triennale di un'importante impresa alimentare ed ebbi modo di scontrarmi per la prima volta con un'agenzia di pubbliche relazioni che voleva che mettessimo fra le priorità di comunicazione la sicurezza alimentare dei prodotti come un prerequisito.

Obiettai che dovevamo parlare di riduzione del rischio e quindi di aumento del livello di sicurezza relativo, non di una cosa scontata, ma persi la partita: era più facile anche per l'impresa mettere la testa sotto la sabbia e far finta di garantire una cosa impossibile, ma tranquillizzante.

Da allora ogni volta combatto questa battaglia e perdo sempre. Solo i miei studenti sono costretti a imparare che è la riduzione del rischio, fino a renderlo il più basso possibile, l'obiettivo vero nella gestione delle aziende – agroalimentari in testa – e che nella comunicazione questo va tradotto non con sicurezza come prerequisito assodato, ma come progressivo aumento del livello della stessa, che è un traguardo dinamico a tendere, irraggiungibile in senso assoluto, che il consumatore deve perciò comprendere e condividere, dando fiducia alle imprese virtuose e ricevendo da queste rassicurazioni da processi sempre più sicuri (in senso relativo).

Dietro al caso tedesco vi sono situazioni ancora non comprese appieno, che sfuggono alla logica aziendale e su cui si dovrà fare luce nelle sedi opportune, ma si può fare in ogni caso tesoro di questo disastro, con un vero passo indietro che inverta la rotta per l'intero settore agricolo e la sua componente alimentare, tanto i consumatori non si fidano più delle nostre chimere, ma spero siano ancora disposti ad accettare le nostre scuse.

Comunicare in modo corretto è possibile

Riflettendo senza preconcetti si può comprendere che gli spazi di manovra non mancano.

Se ci pensate, infatti, nessuno di noi entra in macchina pensando di essere al sicuro in assoluto, ma tutti lo facciamo giornalmente per necessità o anche solo per piacere, anzi proprio perché siamo consci del rischio premiamo le case automobilistiche che realizzano macchine più sicure (tutti capiscono bene che è in senso relativo), in grado di ridurre il rischio.

Cosa c'è di incomprensibile e non comunicabile in tutto questo?

Non ha, invece, poco senso comunicare che tutti i prodotti sono sicuri e senza rischi, senza distinguere fra imprese virtuose e millantatori, per poi dover fronteggiare con difficoltà i problemi, spesso anche seri, cui la realtà ci pone di fronte?