

Figura 7 - Ipotesi di un sistema di documentazione avanzato delle caratteristiche di un prodotto alimentare tradizionale

descrizione dei siti (nel nostro caso le aziende), nonché di link ad altre informazioni sul WEB (nel nostro caso, le pagine aziendali - ove disponibili - e la documentazione prodotta nella precedente fase di documentazione interattiva - flowchart e blog -).

Il risultato è efficace, ed ancora una volta prodotto con strumenti semplici e senza costi: ora nel blog di documentazione del prodotto è possibile “linkare” la mappa e, viceversa, partendo dalla mappa del territorio risalire ai prodotti e alle loro modalità di fabbricazione.

5. Internet Shotcode

L'ultima fase della codificazione/documentazione riguarda le modalità di accesso e “distribuzione” delle informazioni. In forma statica o dinamica, la documentazione (anche per gli esempi proposti) risiede usualmente in un sito (luogo o indirizzo WEB). Altro è ipotizzare forme che consentano un accesso istantaneo e rapido, anche in assenza di network. La tecnologia RFID, al proposito, potrebbe rappresentare una risposta, sebbene sia idealmente legata al semplice “posizionamento” ed alla “logistica” di un ipotetico prodotto. Comunque, per accedere attivamente ai contenuti di un RFID, si dovrebbe disporre di terminali dedicati. Semplice ed efficace è invece una tecnologia, quella degli Internet Shotcode, che sfrutta l'integrazione fra una speciale “etichetta” e un sistema informativo a distanza con la mediazione della telefonia cellulare.

L'Internet Shotcode è un breve codice grafico di forma circolare, costituito da settori in bianco e nero, creato sul web e automaticamente collegato ad un indirizzo web. Il codice etichetta (vedi figura 6), può essere stampato ed posizio-

nato su un prodotto (ad esempio nell'etichetta) o su supporto cartaceo. Un semplice software di scansione disponibile per molti dei comuni modelli di telefoni cellulari dotati di fotocamera e connettività internet via GSM/GPRS/EDGE/UTMS, consente con una semplice operazione di “fotografare” il codice, ed ottenere l'automatico collegamento alla pagina web ad esso linkato.

In pratica il codice consente ad un ipotetico consumatore o utente di avere maggiori informazioni riguardanti il prodotto che intende acquistare o che si trova davanti.

Questo sistema di codificazione/comunicazione è stato recentemente proposto quale forma avanzata di “mobile tagging”. Il concetto basilare è semplice: l'informazione necessaria diventa disponibile anche in situazioni di mobilità, in cui altri strumenti equivalenti di documentazione

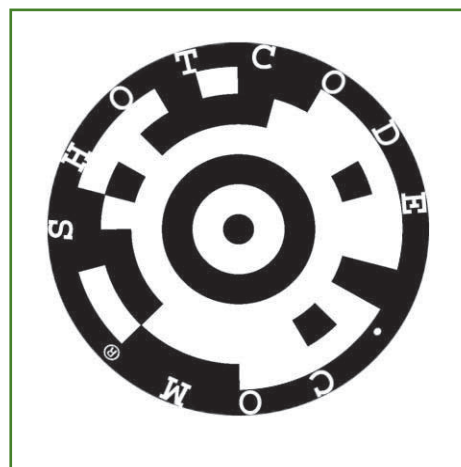


Figura 8 - Internet shotcode per il sito <http://dida.unisg.it/blogger/sesiacheese/formaggi.htm>

(ad esempio connettività internet, su rete tradizionale o su wireless), sono assenti o di difficile utilizzo. L'idea sfrutta poi un aspetto semplice e ludico: in pratica si scatta la foto al prodotto e immediatamente si accede ad un mondo di informazioni correlate.

Questo tipo di tecnologia è in uso già da diverso tempo in alcune grandi industrie alimentari: ci sono decine di modi per impiegare uno Shotcode a scopi di marketing, dalla semplice promozione, al voto a concorsi a premi e all'ottenimento di feedback del prodotto, per controllare in che termini si colloca la vendita ed il prodotto.

La creazione di uno Shotcode è gratuita, per una singola etichetta, o a modesto costo per impieghi più impegnativi e avviene collegandosi al sito www.shotcode.com. Attualmente oltre 350 modelli di telefonini sono in grado di “leggere”, dunque utilizzare gli Shotcode, e la gamma comprende il Blackberry e il nuovo Iphone.

L'applicazione di questo strumento di marketing/documentazione ad un prodotto agro-alimentare può rappresentare un legame ed una forma di interazione a tutti gli effetti tra consumatore, prodotto e produttore.

Consideriamo il nostro formaggio tradizionale, espressione del territorio: uno shotcode applicato alla sua etichetta potrebbe consentire, come illustrato in figura 6, l'interazione diretta fra un ipotetico consumatore o un operatore commerciale e tutta la documentazione relativa al prodotto ed all'azienda di produzione.

6. Due modelli di documentazione

Il sistema ideato e delineato precedentemente è oggetto di approfondimento e collaudo, con la possibilità di visionare on-line lo stato di avanzamento del lavoro. Nell'ambito degli obiettivi di ricerca dell'Università di Scienze Gastronomiche di Bra/Pollenzo sono stati predisposti due prototipi informativi, ovviamente rivolti alla documentazione di eccellenze qualitative e/o di procedure “delicate”. Un primo esempio applicativo riguarda (come già ricordato) i formaggi tradizionali della Valsesia, ovvero produzioni locali, di piccola scala, di forte specializzazione territoriale.

In sintonia con una azione che prevedeva la collaborazione fra Comunità Montana della Valsesia e DISTAM dell'Università di Milano e volta alla caratterizzazione degli elementi di tipicità e di igiene della lavorazione di produzioni tradizionali, è stato sviluppato, ad opera di UNISG, un modello di documentazione applicato a una decina di prodotti/caseifici. L'esito di questo tentativo è raggiungibile all'indirizzo <http://dida.unisg.it/blogger/sesiacheese/formaggi.htm> ed attualmente consta di una copiosa documentazione (per ciascun prodotto) su caseifici di produzione, geolocalizzazione, scheda merceologica, flow chart interattiva, documentazione testuale