

di Alessandra Porcu

**A**ddentare un hamburger di vera e saporitissima carne è un piacere che resta intatto (per chi non segue una dieta vegetale) anche dopo un anno in cui è arrivato il controverso via libera dell'Ue alla denominazione di "hamburger veg". Tant'è vero che il 2020 ha segnato anche un punto di svolta significativo per il Gruppo Forma, l'azienda di Macomer leader in Sardegna nel settore delle carni, che ha lanciato il nuovo marchio con un'importante campagna di comunicazione multimedia su tv, stampa e digital. Il brand "Forma", accompagnato dal claim "Solo in Sardegna. Solo da Forma", ambisce a essere riconosciuto e autorevole, a garanzia dell'eccellenza dei suoi prodotti. Dopo oltre 40 anni di attività, l'impresa si presenta al pubblico sotto una veste inedita. E tra le altre cose ha lanciato sul mercato un nuovo tipo di hamburger con un proprio brand. «In realtà – precisa il titolare dell'azienda Francesco Forma, 36 anni – già da una decina d'anni produciamo quello classico col marchio del distributore che si può trovare nei banchi frigo dei supermercati». Si tratta davvero di un momento epocale per l'azienda di Macomer. All'interno dei tre stabilimenti con sede nella zona industriale di Tossilo si snoda l'intera filiera produttiva. Le carni vengono macellate, sezionate e confezionate in loco. «Siamo nati nel cuore della Sardegna. È qui che tutto ha avuto inizio ed è qui che tutto deve proseguire – spiega Forma, che dopo il diploma ha cominciato a lavorare nell'azienda di famiglia –. Credo che la nostra forza sia dovuta al legame imprescindibile fra tradizione e innovazione. L'attaccamento alle nostre radici, e alla strada tracciata in passato dai soci fondatori, non ci ha mai impedito di guardare al futuro. Essere competitivi significa necessariamente riuscire a stare al passo coi tempi. È importante comprendere i gusti e le esigenze dei consumatori. Viviamo in una società in cui si va di fretta. In un'epoca dove si sta poco davanti ai fornelli ma si presta comunque attenzione alla qualità degli alimenti che si portano in tavola. Ed è proprio su questi presupposti che si fonda l'idea del nuovo hamburger, e non solo: «Che si tratti dei salumi di Macomer come coppa, guanciale, lonza, testa in cassetta, pancetta o salame, di cibi pronti da cuocere come gli involtini, gli arrosticini, gli spiedini, gli impanati o i marinati, vogliamo che l'acquirente sia in grado di identificare quei prodotti con la nostra azienda», dice Francesco Forma. Ma torniamo agli hamburger. «Ci sono quelli di pecora e di scottona sarda che si distinguono per la materia prima locale e quelli prodotti con ingredienti tipici, fatti secondo la nostra ricetta. È quindi possibile scegliere tra il bovino con pecorino e cannonau oppure con pecorino e guanciale. Accanto ai più grandi del peso di 200 grammi, dallo scorso dicembre si possono trovare i mini

DAL CAMPO  
ALLA TAVOLAAlla scoperta  
dei prodotti  
della nostra terra

# La Forma dell'hamburger che cambia

La storica azienda di Macomer porta sul mercato prodotti ispirati alla tradizione e al tempo stesso innovativi. Come quelli di pecora o di bovino al pecorino e cannonau



Hamburger in un'immagine tratta dal sito dell'azienda Forma di Macomer



ALLEVAMENTI ALL'APERTO

Le carni bovine sarde utilizzate da Forma per i suoi prodotti vengono principalmente da animali allevati nelle campagne che circondano gli stabilimenti e che si nutrono soltanto con alimenti a base di cereali.



LUNGA VITA ALLE CARNI

Insieme all'innovazione del prodotto c'è la capacità di utilizzare tecnologie di ultima generazione per conservare meglio le carni, allungando la vita degli alimenti e dando quindi agli acquirenti un'opportunità in più.

burger di agnello e di scottona. Sono bocconcini di 30 grammi ciascuno». Insomma, ce n'è davvero per tutti i gusti. Tra le innovazioni anche il processo che, tramite l'utilizzo di tecnologie di ultima generazione, ha consentito di raddoppiare addirittura i tempi di conservazione di queste carni. Dai 7 giorni si è passati ai 15. Merito dell'innovativo metodo di confezionamento skin, sottovuoto ad alta resa. Per adesso la scelta aziendale è quella di destinare la vendita degli hamburger al solo mercato isolano. «In un futuro prossimo, però, non escludiamo di

volgere lo sguardo oltre Tirreno. Vorremmo portare sulle tavole di tutti gli italiani quelli prodotti con l'agnello sardo Igp. L'obiettivo è fare in modo che le "polpette di carne macinata", così vengono comunemente definite, si trasformino in prelibatezze dove la qualità e la tipicità della nostra isola si fondono per dar vita a un gusto unico e riconoscibile. «Continueremo a lavorare con impegno – conclude Forma –. È una sfida importante ma non impossibile. Nel frattempo non smettiamo di percorrere il cammino intrapreso più di 40 anni fa».

Strategie



Il segreto del successo? «Un forte rapporto col territorio»

Le parole chiave che aiutano a capire meglio il successo del Gruppo Forma di Macomer sono tre: innovazione, comunicazione e territorio. I nuovi hamburger in confezione skin sono l'esempio della volontà dell'azienda di intercettare i gusti dei clienti per proporre prodotti più in linea con le esigenze del consumatore che ha forse meno tempo da passare in cucina ma non per questo vuole rinunciare alla qualità. Comunicazione e marketing fanno oramai parte del dna dell'azienda che vuole diventare punto di riferimento nel settore carni, in Sardegna. Altro caposaldo è il rapporto con Macomer dove l'impresa è nata e dove ancora oggi opera. E poiché territorio vuol dire anche tradizione, profondi sono ancora il legame e l'attaccamento ai valori perseguiti oltre quarant'anni fa dai soci fondatori. (a.p.)