



ASSOCIAZIONE
DISTRIBUZIONE MODERNA

Comunicato stampa

SICUREZZA ALIMENTARE NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE: UN SISTEMA DI CONTROLLI PUBBLICI E PRIVATI GARANTISCE I PRODOTTI FOOD

Presentato oggi a Milano il position paper di The European House - Ambrosetti – Aumentano gli investimenti della Grande Distribuzione e l'impiego di nuove tecnologie

Milano, 10 gennaio 2019 – La qualità e la sicurezza alimentare nei supermercati italiani sono garantite da un ecosistema articolato, preso a modello da diversi Paesi Europei. Venticinque organi e autorità preposte effettuano controlli sistematici ai quali vanno ad aggiungersi tutti gli enti esterni selezionati dalle diverse imprese distributive per le proprie attività di autocontrollo. Nel 2017 sono stati effettuati nei punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) 2 milioni e 300 mila test (pubblici e privati). Un sistema in cui crescono gli investimenti delle aziende in personale e nuove tecnologie che controllano tracciabilità, scadenze, stato di conservazione e igiene dei prodotti alimentari in vendita e delle superfici di lavoro. Per la prima volta questo ecosistema è stato mappato da The European House – Ambrosetti, per conto dell'Associazione della Distribuzione Moderna (ADM), e presentato oggi a Milano nel corso di una conferenza stampa (sarà il tema del convegno di apertura della fiera MarcabyBolognaFiere il 16 gennaio). L'obiettivo dello studio è quello di offrire un quadro analitico in grado di informare correttamente i consumatori e andare oltre fake news ed articoli ad effetto.

Nei 26 mila grandi e piccoli supermercati italiani le autorità competenti visitano mediamente tra le 5 e 6 volte in un anno ogni punto vendita, con attività di controllo e/o verifica. Nel 2017 sono stati fatti 143 mila controlli e 100 mila verifiche ispettive, con il coinvolgimento dei Ministeri della Salute, dell'Agricoltura, dell'Economia e dell'Ambiente. Tra gli enti operativi figurano: ASL – ASR (Agenzia Sanitaria e sociale Regionale), ATS (Agenzia Tutela della Salute), Servizi Veterinari, NAS dei Carabinieri, Capitanerie di Porto, Guardia di Finanza, Ispettorato ICQRF (Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e della Repressione delle Frodi di prodotti agroalimentari), Polizia Locale, Consorzi di Tutela. A questi controlli vanno sommate le centinaia di migliaia di test che le imprese distributive con i loro Uffici Controllo Qualità affidano a istituti specializzati indipendenti. Nel 2017 le stesse insegne distributive hanno inoltre commissionato circa 2 mila controlli sulle industrie fornitrici di prodotti alimentari per la Marca del Distributore (MDD) e di prodotti freschi e freschissimi.

*“Da quindici anni le principali insegne della Distribuzione Moderna e i copacker riconoscono in MarcabyBolognaFiere l'appuntamento di riferimento per il settore della MDD – ha dichiarato **Gianpiero Calzolari, Presidente BolognaFiere** – Un'occasione di networking internazionale, che vede coinvolta l'intera filiera produttiva e distributiva, strategica per analizzare i trend di mercato (anche attraverso gli strumenti che mettiamo a disposizione degli operatori), per pianificare il business e per attivare nuovi contatti commerciali.*

La manifestazione – ha proseguito Calzolari – è anche un momento di confronto sui temi di maggiore interesse per il settore. Quest'anno al centro del dibattito poniamo la sicurezza, la tracciabilità e la qualità della Marca del Distributore. Aspetti strategici sia sul fronte delle grandi insegne ma, anche, sul fronte consumatori che, con sempre maggiore incidenza, si rivolgono a prodotti a marchio del distributore, riconoscendone qualità e innovazione”.

Qualità, tracciabilità e sicurezza sono garantiti in ogni acquisto alimentare nella Grande Distribuzione che negli ultimi dieci anni ha raddoppiato gli investimenti in quei settori.

Lo studio di The European House - Ambrosetti è arricchito da una survey sui responsabili sicurezza e qualità delle imprese distributive dalla quale risulta che il 70% delle insegne ha aumentato gli investimenti nella sicurezza alimentare, con una spesa annua che per alcune aziende può arrivare anche a 5 milioni di euro. Investimenti destinati a crescere ulteriormente nei prossimi cinque anni, specie in nuove tecnologie che renderanno più semplici ed efficaci i processi legati alla qualità e alla sicurezza: dal QR Code per migliorare il controllo sullo stato di conservazione dei prodotti (*smart label*) alla Blockchain per migliorare la tracciabilità; dal Rating dei prodotti venduti on line al Cloud per l'integrazione dei database e dei parametri per valutare i fornitori.

Lo ha confermato **Valerio De Molli, Managing Partner e CEO di The European House - Ambrosetti**: *“Dalla survey emerge che la Distribuzione Moderna sta impiegando risorse crescenti nella gestione della qualità e della sicurezza alimentare aumentando il personale e gli investimenti tecnologici negli Uffici Controllo Qualità. La sicurezza alimentare è un tema che viene seguito ormai direttamente dai vertici di quasi tutte le insegne distributive: nel 78% dei casi la funzione sicurezza e qualità dipende direttamente dall'Amministratore Delegato”.*

*“Apriamo il 2019 con un messaggio positivo per i consumatori, nostri clienti – ha detto **Giorgio Santambrogio, Presidente di Associazione Distribuzione Moderna (ADM)** – Il luogo più sicuro dove comprare prodotti alimentari è rappresentato dai punti di vendita della Distribuzione Moderna: qui possono infatti acquistare con fiducia ogni tipo di prodotto, ma soprattutto le Marche del distributore, garantite da un sistema di controlli capillare ed approfondito, come dimostrato dal position paper di The European House - Ambrosetti. I prodotti a Marca del Distributore sono la nostra bandiera e abbiamo lavorato molto per assicurare qualità e sicurezza, e continueremo a investire in futuro”.*

Prodotti che vengono controllati dalle circa 1.500 industrie fornitrici (“copacker”), dagli Uffici Controllo Qualità della Grande Distribuzione e dagli Enti pubblici preposti. Sempre più apprezzati dai consumatori italiani, trovano spazio anche all'estero attraverso i circuiti internazionali ai quali aderiscono le imprese distributive nazionali, divenendo così ambasciatori dell'italianità. Da anni sono state realizzate le ‘filieri controllate’ caratterizzate da rigorosi sistemi di produzione, trasporto e vendita.

*“Siamo fieri di essere un Paese che assicura ai propri consumatori il massimo delle garanzie sulla sicurezza alimentare – ha continuato **Santambrogio** - e di essere un settore che contribuisce in modo determinante a raggiungere questo risultato, applicando rigorosamente le norme e facendo di più con attività di autocontrollo. E' tuttavia necessario, a nostro parere, attivare un miglior coordinamento tra i tanti enti preposti ai controlli, razionalizzandone gli interventi e assicurando unicità di interpretazione della medesima norma sul territorio. Dunque ben vengano i controlli, ma procediamo ad una messa a punto del piano complessivo, per evitare quelle procedure o incomprensioni che non generano alcun vantaggio sulla sicurezza, ma creano ostacoli e burocrazia dove invece ci dovrebbero essere efficienza e risultati”.*

Chi è Associazione della Distribuzione Moderna

La missione primaria di ADM, Associazione della Distribuzione Moderna, è di rappresentare il settore nei confronti della produzione industriale e agricola. ADM persegue il miglioramento continuo della filiera dando impulso e favorendo l'efficienza nei rapporti tra gli operatori. In questo contesto ADM incoraggia la più ampia partecipazione dei propri Associati a GS1 Italy, organismo di raccordo tra industria e distribuzione, che coordina la diffusione e la corretta implementazione dello standard GS1. ADM è anche il luogo del confronto tra le principali associazioni del settore della distribuzione moderna per individuare eventuali percorsi comuni su temi condivisi di natura istituzionale. ADM, che rappresenta le aziende della distribuzione, e Ibc in rappresentanza delle aziende della produzione, sono gli organismi di riferimento di GS1 Italy, contribuendo a determinarne governance, obiettivi e indirizzi strategici.

Chi è The European House - Ambrosetti

The European House - Ambrosetti è un gruppo professionale di circa 250 professionisti attivo sin dal 1965 e cresciuto negli anni in modo significativo grazie al contributo di molti Partner, con numerose attività in Italia, in Europa e nel Mondo. Il Gruppo conta cinque uffici in Italia e diversi uffici esteri, oltre ad altre partnership nel mondo. La sua forte competenza è la capacità di supportare le aziende nella gestione integrata e sinergica delle quattro dinamiche critiche dei processi di generazione di valore: Vedere, Progettare, Realizzare e Valorizzare. Da più di 50 anni al fianco delle imprese italiane, ogni anno serviamo nella Consulenza circa 1.000 clienti realizzando più di 100 Studi e Scenari strategici indirizzati a Istituzioni e aziende nazionali ed europee e circa 100 progetti per famiglie imprenditoriali. A questi numeri si aggiungono circa 2.000 esperti nazionali ed internazionali che ogni anno vengono coinvolti nei 300 eventi realizzati per gli oltre 10.000 manager accompagnati nei loro percorsi di crescita. Il Gruppo beneficia di un patrimonio inestimabile di relazioni internazionali ad altissimo livello nei vari settori di attività, compresi i responsabili delle principali istituzioni internazionali e dei singoli Paesi. Per il quinto anno consecutivo, The European House – Ambrosetti è stata nominata primo think tank italiano privato, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 più apprezzati Think Tank indipendenti su 6.846 a livello globale nell'edizione 2017 del Global Go To Think Tanks Report dell'Università della Pennsylvania. Per maggiori informazioni, visita www.ambrosetti.eu e seguici su <https://twitter.com/Ambrosetti>

MarcabyBolognaFiere

MarcabyBolognaFiere è la seconda fiera in Europa per il settore della MDD e l'unica manifestazione italiana dedicata ai prodotti a Marca del Distributore. MarcabyBolognaFiere, giunta alla quindicesima edizione, si è accreditata in questi anni come l'appuntamento d'eccellenza per la business community del settore, in cui l'industria di marca ha l'opportunità di sviluppare relazioni con le principali insegne della DMO che, in Fiera espongono e promuovono annualmente le loro politiche di MDD. L'evento è patrocinato da Adm, Associazione distribuzione moderna. L'ambito espositivo, che in questa edizione vede la presenza di 750 espositori - con un incremento della superficie espositiva dell'8 per cento - si completa con un programma convegnistico focalizzato ai temi di maggiore interesse per il settore e all'analisi dei trend di mercato fornendo, agli operatori, strumenti fondamentali per lo sviluppo delle strategie di business sui mercati nazionali e internazionali. La rassegna è organizzata da BolognaFiere, tra i principali player nel settore fieristico, secondo a livello nazionale e tra i primi 10 a livello europeo, con più di 80 manifestazioni in Italia e all'estero, dove realizza oltre un quarto del fatturato in mercati chiave come Russia, Asia e Nord America.

Il network espositivo del Gruppo BolognaFiere, coinvolge oltre 2,2 milioni di visitatori e più di 25 mila espositori; la Società opera, inoltre, nell'organizzazione e gestione di eventi e congressi e nell'offerta di servizi specialistici alle imprese per la logistica, gli allestimenti, il marketing e la promozione.

PER INFORMAZIONI:

Lead Communication

Anita Lissona, Tel. 335 498993, Mail: anita.lissona@leadcom.it

Alberto Angelino, Tel. 338 6232374, Mail: alberto.angelino@leadcom.it

Via Puccini 1, 20121 Milano

Tel. 02 860616 - www.leadcom.it

Il presente comunicato può essere scaricato alla pagina www.leadcom.it/press/