

## Economia &amp; Imprese

# Sicurezza alimentare, 2,3 milioni di controlli

MARCA2019

Inaugurata ieri a Bologna la fiera dedicata alle marche del distributore

Santambrogio (Adm): «Le insegne garanti assolute della qualità della filiera»

Enrico Netti  
Dal nostro inviato  
BOLOGNA

In materia di controlli l'Italia si può considerare un'isola felice, al primo posto in Europa nella sicurezza alimentare. «Nei punti vendita della moderna distribuzione ogni anno si fanno oltre 2,3 milioni di test sui prodotti, tra controlli delle autorità preposte come Asl e Nas oltre alle attività in autocontrollo - ha detto ieri Giorgio Santambrogio, presidente dell'Associazione della distribuzione moderna (Adm) durante il convegno d'apertura della 15edizione di MarcabyBolognaFiere, manifestazione internazionale sui prodotti a marca del distributore (mdd) e grande passerella per l'agroalimentare, e non solo, made in Italy. «Ogni impresa distributiva ha un proprio ufficio qualità che svolge ulteriori controlli sia sulle imprese industriali che sulle decine di migliaia di referenze in assortimento. Controlli ancora più frequenti vengono effettuati sui prodotti Mdd».

La rete di vigilanza che tutela i consumatori, oltre alla Commissione europea che fissa le linee guida, in Italia comprende 25 attori di cui 4 ministeri e 21 tra enti e organi ognuno con proprie specifiche attività di controllo e supervisione. Valerio De Molli, managing partner e Ceo di The European House - Ambrosetti che ha realizzato il rapporto «Quale valore e quali sfide della mdd oggi» aggiunge «ogni anno

le autorità competenti svolgono oltre 14,3 mila controlli nei punti vendita». A questi si aggiungono altri 100 mila controlli nei market affidati ad enti esterni. «La sicurezza è qualche cosa di più rispetto alla qualità e le insegne si fanno garanti assolute della qualità della filiera» rimarca Santambrogio.

C'è poi il ruolo chiave che svolge l'Ispezzione centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (Icqr) del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali. Stefano Vaccari capo dipartimento della struttura dice: «siamo il più grande controllore di frodi nel food del mondo». Nel suo intervento Vaccari ricorda che nel 2017, gli ultimi dati disponibili, sono stati svolti quasi 54 mila controlli, di cui 40.900 ispettivi e 12.876 analitici contro frodi, italian sound-

## IL VOTO DEL PARLAMENTO

## Da Bruxelles giro di vite sul glifosato

Controlli più stringenti e trasparenti sui pesticidi (glifosato in pole position) per accertare i rischi per la salute e proteggere chi frequenta o vive in strutture come le scuole, campi da gioco, ospedali e case di riposo: queste alcune delle raccomandazioni dell'Europarlamento alla Commissione Ue affinché metta a punto le necessarie norme contenute nella relazione finale della Commissione speciale pesticidi approvata ieri con 526 voti contro 66. Si chiude così l'esperienza della Commissione nata per il rinnovo dell'autorizzazione del glifosato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ding, contraffazioni e la criminalità agroalimentare. Le irregolarità rilevate hanno riguardato il 26,8% degli operatori, il 15,7% dei prodotti e il 7,8% dei campioni. In particolare nei settori come il vino e l'olio d'oliva il Icqr svolge il maggiore numero di controlli al mondo. L'attività di vigilanza viene estesa anche nei confronti di Ebay, Alibaba e Amazon a tutela delle produzioni italiane e a caccia di non conformità. Gli interventi presso i poli logistici dei tre marketplace sono stati quasi 300 con il 98% di successi. Sotta la lente anche le etichette dell'agroalimentare perché possono contenere elementi non veritieri, millantare qualità e usurpare nomi protetti. Nel mirino anche i claim pubblicitari che possono ingannare i consumatori.

Le maglie strette dei controlli coinvolgono i copacker. «Le aziende della distribuzione sono molto più esigenti rispetto al passato nel garantire la qualità della Mdd a partire dalle materie prime, la tracciabilità, la sicurezza delle produzioni e la certificazione etica delle aziende di trasformazione - racconta Pier Paolo Rosetti, direttore generale Conserve Italia -. Lo fanno con controlli frequenti sul campo e negli stabilimenti coinvolgendo spesso soggetti terzi».

Da parte loro le insegne premono sull'acceleratore: secondo il rapporto TEHA quasi il 70% ha aumentato gli investimenti in sicurezza e qualità nell'ultimo decennio e alcune catene riservano a questa funzione un budget che arriva a 5 milioni. Ed è in arrivo una accelerazione considerando che tutte prevedono di aumentare gli investimenti. Un aiuto arriva dall'hi-tech che impatta sul modo in cui il consumatore può conoscere "tutto" dei prodotti. Uno strumento è la blockchain (si veda l'articolo accanto) ma le insegne testano le etichette smart indispensabili per controllare la catena del freddo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## AMBIENTE



## Plastica nei mari: intesa tra colossi petrolchimici

I 30 più moderni e avanzati colossi multinazionali della petrolchimica si alleano contro l'abuso di plastica e per combattere la sporcizia prodotta dai rifiuti di plastica, come quella che arriva agli oceani galleggiando sui 10 grandi fiumi del mondo (Yangze, Indo, Fiume Giallo, Hai, Nilo, Brahmaputra Gange, Fiume delle Perle, Amur, Niger e Mekong). L'intesa si chiama Alliance to end plastic waste (in sigla Aepw) e mira a diffondere anche nei Paesi di nuova economia la cultura della raccolta dei rifiuti, la loro gestione e il loro riciclo. Tra le imprese che vi hanno aderito c'è anche Versalis (Eni) e la sede bergamasca della Dow.

## LE AZIENDE

## Tracciabilità, etica e trasparenza traino per la marca privata

Dopo Carrefour, anche Coop, Conad, Selex e Pam al lavoro sulla blockchain

Giovanna Mancini

L'ultima frontiera in tema di sicurezza e qualità alimentare si chiama blockchain e questa tecnologia - che garantisce una tracciabilità rapida ed efficace dei prodotti da parte dei consumatori - è già stata applicata o è allo studio delle maggiori catene operanti in Italia. La prima è stata Carrefour, con la filiera del pollo, a cui oggi aggiunge anche quella degli agrumi. Coop Italia sta invece sperimentando, attraverso una start up francese selezionata tramite contest internazionale, soluzioni di tecnologia blockchain per la filiera delle uova, con un progetto che si concluderà a maggio.

Allavoro in questa direzione sono anche altri gruppi, come Conad, Selex e Pam Panorama. «Temi come tracciabilità, microchippatura, blockchain e trasparenza saranno sempre più importanti - osserva Francesco Avanzini, direttore generale di Conad -. Il digitale ci consente oggi di fare, in modo più rapido ed efficace, quello che facciamo da vent'anni». La logica è la stessa di quando si lavorava su carta: investire in controlli, verifiche e audit sui propri fornitori e sui prodotti delle linee a marchio proprio, anche oltre i normali obblighi di legge. L'obiettivo è rispondere a una domanda crescente dei clienti, che vogliono sempre maggiori garanzie non soltanto sulla qualità dei prodotti, ma anche sull'eticità e la sostenibilità dei processi produttivi e di filiera. «Negli ultimi anni c'è stato un allargamento del concetto

di qualità, che oltre alle caratteristiche del prodotto comprende anche valori come la gestione dei lavoratori e la sostenibilità ambientale», osserva Manuele Tasca, direttore generale del gruppo Selex.

«In tema di ecosostenibilità abbiamo investito, e continueremo a farlo, sull'eliminazione delle microplastiche per tutti i prodotti a marchio Coop, in particolare sui detersivi e i dentifrici», dice ad esempio Maura Latini, direttore generale di Coop Italia, gruppo che ogni anno investe circa 3,2 milioni di euro tra controlli sui fornitori e analisi. Attenzione all'ambiente anche per Conad, che ha ridotto di circa il 9,5% le emissioni di CO2 equivalente nella distribuzione delle merci e investe oltre 4,5 milioni l'anno per un milione di controlli prodotto e 2.700 ispezioni.

Investimenti che pagano, come dimostra il trend di crescita che la marca del distributore (Mdd) ha registrato, in questi anni di crisi dei consumi, per tutte le catene. «All'inizio ci sono dei costi aggiuntivi, che cerchiamo però di non far ricadere sui clienti e comunque la loro risposta è positiva - spiega Fulvio Faletta, direttore Customer Engagement di Pam Panorama -. La sicurezza è un tema da cui non possiamo derogare, intesa sia come qualità dei prodotti, sia come riduzione dell'uso di energia e plastica nella filiera».

Anche per Carrefour Italia l'esperienza della blockchain è stata incoraggiante tanto che, spiega il direttore Mdd Giovanni Panzeri, «aggiungeremo presto alla filiera del pollo e degli agrumi quelle del pomodoro, delle vongole e dell'uva, per un totale di quattro o cinque filiere entro l'anno. E in futuro partiremo anche con il biologico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Fattura Elettronica: ci sono domande?

## Abbiamo le risposte.

Trasmissione delle fatture, software, posta certificata. L'entrata in vigore dell'obbligo di fatturazione elettronica ha generato una serie di dubbi e domande operative tra professionisti, imprese e operatori del settore. Per orientarsi tra le nuove norme, **giovedì 24 gennaio sarà in edicola con Il Sole 24 ORE la Guida Facile alla Fattura Elettronica**, aggiornata con le ultimissime novità interpretative e le risposte degli esperti alle questioni più frequenti.

**Guida Facile alla Fattura Elettronica  
in edicola con Il Sole 24 ORE  
solo giovedì 24 gennaio a 0,50 €\*.**

Con il contributo di:



\*Oltre il prezzo del quotidiano.