

SICUREZZA, TRACCIABILITÀ E QUALITÀ DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE PER LA TUTELA DEL CONSUMATORE

Quale ruolo della Distribuzione Moderna e quali evoluzioni nel rapporto con i copacker

MERCOLEDÌ, 16 GENNAIO 2019
BOLOGNAFIERE, BOLOGNA

Comunicato Stampa

INVESTIMENTI E NUOVE TECNOLOGIE NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE PER MIGLIORARE SICUREZZA E TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI ALIMENTARI

***Aperta oggi a Bologna la fiera MarcaByBolognaFiere, in collaborazione con
ADM Associazione Distribuzione Moderna – Presentato il position paper di
The European House - Ambrosetti sulla sicurezza alimentare nei supermercati – I controlli
sulla Marca Del Distributore che nel 2018 supera la quota di mercato del 19%***

(Bologna, 16 gennaio 2019) – Il supermercato è il punto vendita più sicuro per gli acquisti food dei consumatori. Grazie ai due milioni e trecentomila controlli che vengono effettuati ogni anno nei ventiseimila supermercati italiani. I controlli vengono effettuati da ventuno enti diversi (dalle Asl ai Nas) dipendenti da quattro Ministeri (Salute, Agricoltura, Ambiente, Economia) e dall'ente europeo EFSA. A questi controlli e verifiche, si aggiungono i test di autocontrollo delle catene distributive, affidati ad enti esterni indipendenti. I prodotti alimentari a Marca Del Distributore (MDD) sono dunque controllati dalle industrie fornitrici, dalle catene distributive e dagli enti pubblici preposti. Le catene distributive hanno duplicato i loro investimenti nel settore negli ultimi dieci anni arrivando, in alcuni casi, fino a cinque milioni di euro l'anno per insegna. Sono previsti investimenti nelle nuove tecnologie: 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. Questo il quadro che emerge dal convegno di apertura di MarcaByBolognaFiere "Sicurezza, Tracciabilità e Qualità della Marca del Distributore per la tutela del Consumatore", tenutosi oggi a Bologna, cui hanno partecipato diversi rappresentanti della Grande Distribuzione ed esperti del settore, vedi:

<http://eventi.ambrosetti.eu/adm-2019/>

Nel corso del convegno è stato presentato il Position Paper di The European House – Ambrosetti che ha evidenziato i controlli a cui sono sottoposti i punti vendita della Distribuzione Moderna: più di 143 mila controlli effettuati dalle autorità competenti; oltre 100 mila verifiche ispettive commissionate a enti esterni; oltre 2,3 milioni di test sui prodotti e superfici di lavoro, pianificati in autocontrollo. La Marca del Distributore svolge poi un ruolo "attivo" nella garanzia della qualità e sicurezza della filiera dei propri prodotti, attraverso circa 2.000 controlli all'anno sulle aziende di copackaging e di fornitura dei prodotti freschi e freschissimi.

Una survey sul ruolo della Marca del Distributore nel contesto della qualità e sicurezza alimentare è stata realizzata da The European House – Ambrosetti, che ha interpellato i responsabili sicurezza e qualità delle insegne della Distribuzione Moderna in Italia rappresentative del 67% dell'intero settore. Il 64% delle insegne dichiara che il numero delle persone coinvolte nella divisione dedicata alla sicurezza e qualità è aumentato negli ultimi 10 anni e il 44% del campione si aspetta un ulteriore incremento nei prossimi 3/5 anni. Nelle insegne più grandi, si arriva anche a 50 collaboratori impegnati nell'ufficio interno di sicurezza e qualità e circa il 70% delle insegne si avvale anche di collaboratori esterni.

Dalla survey emerge inoltre che la struttura sicurezza e qualità è una componente strategica per le insegne della Distribuzione Moderna, secondo il 100% dei rispondenti.

The European House - Ambrosetti ha sottolineato il valore e il ruolo per il sistema-Paese della Marca del Distributore, attraverso il modello proprietario dei «Quattro Capitali», che quantifica e analizza il contributo che la Marca del Distributore apporta al capitale economico, sociale, cognitivo e ambientale del Paese. Solamente tra il 2016 e il 2017 il fatturato della Marca del Distributore è cresciuto del 2,8% e rappresenta un terzo della crescita del settore alimentare negli ultimi 14 anni.

Il convegno è stato aperto da un saluto di **Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere** che ha detto: *“Da quindici anni le principali insegne della Distribuzione Moderna e le industrie copacker riconoscono in MarcabyBolognaFiere l'appuntamento di riferimento per il settore della MDD. Quest'anno al centro del dibattito poniamo la sicurezza, la tracciabilità e la qualità della Marca del Distributore”*.

Nel corso del convegno è emerso come la Marca Del Distributore continui a crescere, anche nel 2018, come evidenziato da **Giorgio Santambrogio, Presidente di Associazione Distribuzione Moderna (ADM)**: *“La Marca del Distributore ha ormai raggiunto 10,3 miliardi di Euro e la quota di mercato è passata dall'11,3% nel 2003 a oltre 19% nel 2018. 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”*.

*“La Marca del Distributore sostiene una filiera di fornitura diffusa – ha riferito **Valerio De Molli, Managing Partner e CEO di The European House - Ambrosetti** fatta di 1.500 imprese, soprattutto PMI ad alto tasso di 'italianità'. Il rapporto di partnership della Marca del Distributore con la sua filiera di fornitura favorisce il rafforzamento della dimensione industriale e competitiva delle aziende copacker sostenendone la crescita nel tempo”*.

Per valutare l'impatto dell'attività della Marca del Distributore sulle aziende copacker, The European House – Ambrosetti ha analizzato i bilanci di un campione rappresentativo di 350 aziende negli ultimi 10 anni. I risultati dimostrano che le aziende della filiera alimentare che fanno Marca del Distributore hanno performance economiche, reddituali e occupazionali migliori delle altre aziende, grazie al contributo della Marca del Distributore al rafforzamento della loro dimensione industriale e competitiva. Si riscontra anche una performance migliore per le imprese a più alta intensità di Marca del Distributore (più del 50% del fatturato realizzato con prodotti a Marca del Distributore) rispetto a quelle a intensità inferiore (meno del 50% del fatturato).

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 GSI Italy, organismo di raccordo tra industria e distribuzione, che coordina la diffusione e la corretta implementazione dello standard GSI. 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 GSI 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