

Distribuzione

Sicurezza
alimentare,
2,3 milioni
di controlli

Al via a Bologna la rassegna catene distributive. Faro sulla
Marca dedicata ai prodotti con sicurezza alimentare.
la marca (private label) delle
— a pagina 10

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 15ª edizione 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 e 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 pro-

prie 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 143mila controlli nei punti vendita». A questi si aggiungono altri 100mila 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'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari (Icqrif) del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali. Stefano Vaccari capo dipartimento della struttura dice: «siamo il più grande controllo di frodi nel food del mondo». Nel suo intervento Vaccari ricorda che nel 2017, gli ultimi dati disponibili, sono stati svolti quasi 54mila controlli, di cui 40.900 ispettivi e 12.876 analitici contro frodi, italian sounding, 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 Icqrif 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 per-

ché 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

