

Gli standard della grande distribuzione: BRC (British Retail Consortium) ed IFS (International Food Standard)

E' a Sorbolo, in uno dei paesi della provincia emiliana, che ha sede una delle società leader in Italia per l'applicazione di sistemi di certificazione delle aziende agroalimentari, in conformità agli standard internazionali della Grande Distribuzione (BRC ed IFS): il Gruppo Gelati, fondato e attualmente presieduto dall'Ing. Massimo Gelati.

L'attenzione verso tali standard deriva dalla necessità, soprattutto della GDO di avere fornitori idonei ad adeguare, documentare e certificare i requisiti richiesti dagli standards qualitativi, avvalendosi di organismi di certificazione differenti per ogni area di mercato o per ogni organizzazione della distribuzione. Tali standards contemplano requisiti del sistema qualità, del controllo igienico sanitario, di gestione del personale e delle strutture, nonché rispetto delle normative cogenti in materia di etichettatura ed in alcuni casi della differenziazione dei livelli di qualità.

Il **BRC** (British Retail Consortium) è un'associazione di organizzazioni della distribuzione inglese che opera in rappresentanza degli associati. Nell'otto-

requisiti richiesti dalla distribuzione, in quanto fino ad allora erano presenti differenti tecniche di auditing da parte della distribuzione inglese, non essendo quindi riferimenti univoci per i produttori sul cosa fare per essere conformi, e le stesse aziende venivano verificate più volte dalle diverse imprese della GDO. In questo panorama è stato sviluppato lo standard BRC al fine di assistere i fornitori nel soddisfacimento dei requisiti di legge e di quelli relativi alla protezione dei consumatori. Anche all'esterno della Gran Bretagna lo standard ha avuto una propria affermazione ed è oggi riconosciuto dai maggiori retailers europei.

Lo standard di qualità **IFS** (International Food Standard) è uno strumento equivalente al BRC, sviluppato dalle più importanti imprese della grande distribuzione tedesca e francese, alle quali si sta affiancando la grande distribuzione nazionale, per qualificare i propri fornitori secondo comuni requisiti di qualità, sicurezza e igienicità nelle lavorazioni.

Il 1 Agosto 2007 è stata pubblicata la versione 5 dello Standard IFS che è diventata obbligatoria dall'1/04/08, frutto della cooperazione non solo di HDE e FCD, rappresentanze rispettivamente dei Retailer tedeschi e francesi che già avevano cooperato per la stesura della versione 4, ma anche di Federdistribuzione, ente che organizza e rappresenta la grande distribuzione organizzata italiana, Ancc (Associazione nazionale delle Cooperative dei Consumatori) e Ancd (Associazione Nazionale Cooperative tra dettaglianti).

La nuova versione dello Standard è il risultato di un'attenta analisi della precedente versione 4, dell'esperienza accumulata con la sua applicazione e dei risultati ottenuti per tutti gli operatori della catena alimentare.

Tiene naturalmente in considerazione le linee guida del GFSI, Global Food Safety Initiative per la redazione di standard che rispondano a precisi requisiti in-

divuiti dall'ente, in modo tale da rientrare nell'elenco degli standard specifici per la sicurezza alimentare, da esso riconosciuti.

I singoli requisiti nella nuova versione sono stati ridotti del 25% rispetto alla versione precedente.

Sono state naturalmente tenute in considerazione le nuove disposizioni del cosiddetto "Pacchetto Igiene", ed è stato dato maggior peso a tematiche quali la rintracciabilità, l'igiene e i materiali da imballo.

Con la nuova versione i requisiti cosiddetti KO sono passati da 4 a 10 (Sistema di monitoraggio dei CCP; Responsabilità del personale; Igiene del personale; Specifiche materie pri-

me; Specifiche Prodotti Finiti; Corpi estranei; Rintracciabilità;



Verifiche Ispettive Interne; Procedura di Ritiro/richtiamo; Azio-

ni Correttive) e tutti i requisiti sono stati portati ad un unico livello (non esiste più la distinzione tra Foundation, Higher, raccomandation). Il certificato ha una durata complessiva di 12 mesi.

Un'azienda certificata secondo gli standard BRC o IFS dimostra che i processi aziendali sono conformi alle leggi ed orientati alla sicurezza e salubrità dei prodotti realizzati; tale sistema, basato su iniziativa autonoma e sulla responsabilizzazione del produttore, nel breve periodo, conduce ad ottenere migliori risultati. Chi è in grado di documentare l'adempimento dei requisiti dell'IFS o del BRC acquisisce la fiducia di clienti, fornitori, dipendenti, autorità

e consumatori dimostrando la capacità di fornire un prodotto sicuro, conforme alle normative vigenti e ai requisiti di qualità.

Il Gruppo Gelati da più di 15 anni collabora con piccole, medie e grandi imprese nonché con catene della Grande Distribuzione, dislocate su tutto il territorio nazionale ed estero, in progetti di consulenza e certificazione.

La società di consulenza, Gelati srl, affianca circa 1.500 aziende della filiera agroalimentare, in progetti di certificazione qualità, ambiente, sicurezza, prodotto, filiera, etica, nell'ottenimento di marchi internazionali e delle autorizzazioni all'export; in attività di consulenza tecnologica, legale e di etichettatura.

E' stata la prima società di consulenza in Italia a progettare, istruire e realizzare un progetto di certificazione di prodotto alimentare sotto accreditamento, nel corso degli anni '90.

La società di audit, IFSA srl (International Food Supplier Auditing), è partner delle principali catene della GDO internazionale, in progetti di qualificazione

ed omologazione dei fornitori, audit per non conformità di prodotto, certificazioni BRC e IFS, audit presso i punti vendita ed attività di controllo qualità nelle piattaforme logistiche.

Gli standards della Grande Distribuzione sono applicabili a qualsiasi tipologia di azienda, dalla piccola alla grande, da quelle a carattere industriale a quelle artigianali o semiartigianali; naturalmente il lavoro di adeguamento ai requisiti deve essere condotto da professionisti con un'appropriata conoscenza degli standards e dei processi tecnologici al fine di applicare le risorse necessarie ed apportare un "plus" all'organizzazione.

A supporto degli standard originali, applicabili alle aziende di trasformazione alimentare, sono stati recentemente sviluppati nuovi standard, "ad hoc" per i produttori di beni di consumo non alimentari (BRC Consumer), per i produttori di imballaggi primari (BRC IOP) e per le attività di trasporto e logistica (BRC Storage and Distribution e IFS Logistic).

Parco commerciale di Parma: l'offerta fa la forza

Due strutture, un grande polo commerciale ricco di attrattive

Si chiama **Parco Commerciale di Parma** la struttura più completa della città, a livello merceologico e di servizi; la formula vincente? La sinergia tra due centri commerciali, **Centro Torri ed Euro Torri**, che fa del Parco un punto di riferimento non solo per i consumi, ma anche a livello di socializzazione.

Il primo a nascere è stato il Centro Torri, progettato da Aldo Rossi e inaugurato nel 1988, seguito nel 2004 dall'Euro Torri, su progetto di Aurelio e Isotta Cortesi. I due centri sono completati da un'area di servizio Api con autoparcheggio a tunnel e da un parcheggio raggardevole, con 3200 posti auto gratuiti e in parte coperti. Il centro commerciale Euro Torri, creato per integrare il primo nato con un'offerta più ampia, unisce alle medie superfici Media World, BricoCenter, Cisalfa, Tutu Chicco, Benetton, punti vendita specializzati e pubblici esercizi originali e particolari come Prosciutto Bar e Lino's Coffee Shop. Centro Torri ospita invece un'Ipercoop di 4.500 mq. di vendita completa di Corner Salute, il Tecno Store e 40 Negozi.

In totale il Parco offre cento negozi distribuiti su una superficie coperta di 35.000 mq, ai quali si aggiungono 5.000 mq a destinazione direzionale. Nelle due strutture ogni commerciante è proprietario del proprio punto vendita: una scelta precisa che, insieme all'assortimento e agli eventi organizzati, costituisce uno dei punti di forza del Parco, premiato nel 2007 da un flusso di 7 milioni di visitatori e da un fatturato di oltre 220 milioni

di euro.

Gianni Castaldini, presidente del Parco commerciale, afferma che il risultato è stato trainato dalla forza combinata delle diverse attività, confermando un fatturato per metro quadro fra i più alti in Italia per il punto vendita Ipercoop, euro 17.000/mq. Brico (al primo posto nazionale), e fra altre, Media World, Cisalfa e Librerie Mondadori anch'essi fra i primi fatturati italiani delle rispettive catene. Il processo di fidelizzazione è costante, con 125.000 tessere Socia Coop in Parma e Provincia. Un Parco dai molti primati, il cui tratto distintivo, afferma ancora Castaldini, è la presenza di gestori locali: la connotazione parmigiana e il contatto diretto con i clienti, tattiche inizialmente pensate per aiutare il Centro Torri ad inserirsi nella realtà cittadina, sono diventate caratteristiche vincenti. Il Parco commerciale si propone come punto di riferimento anche per l'aggregazione, con ca. 2.000 mq di spazi per il ristoro e con 4.000 mq annessi ad Euro Torri sotto forma di piazza esterna, utilizzata per concerti e manifestazioni. Fra gli eventi finora



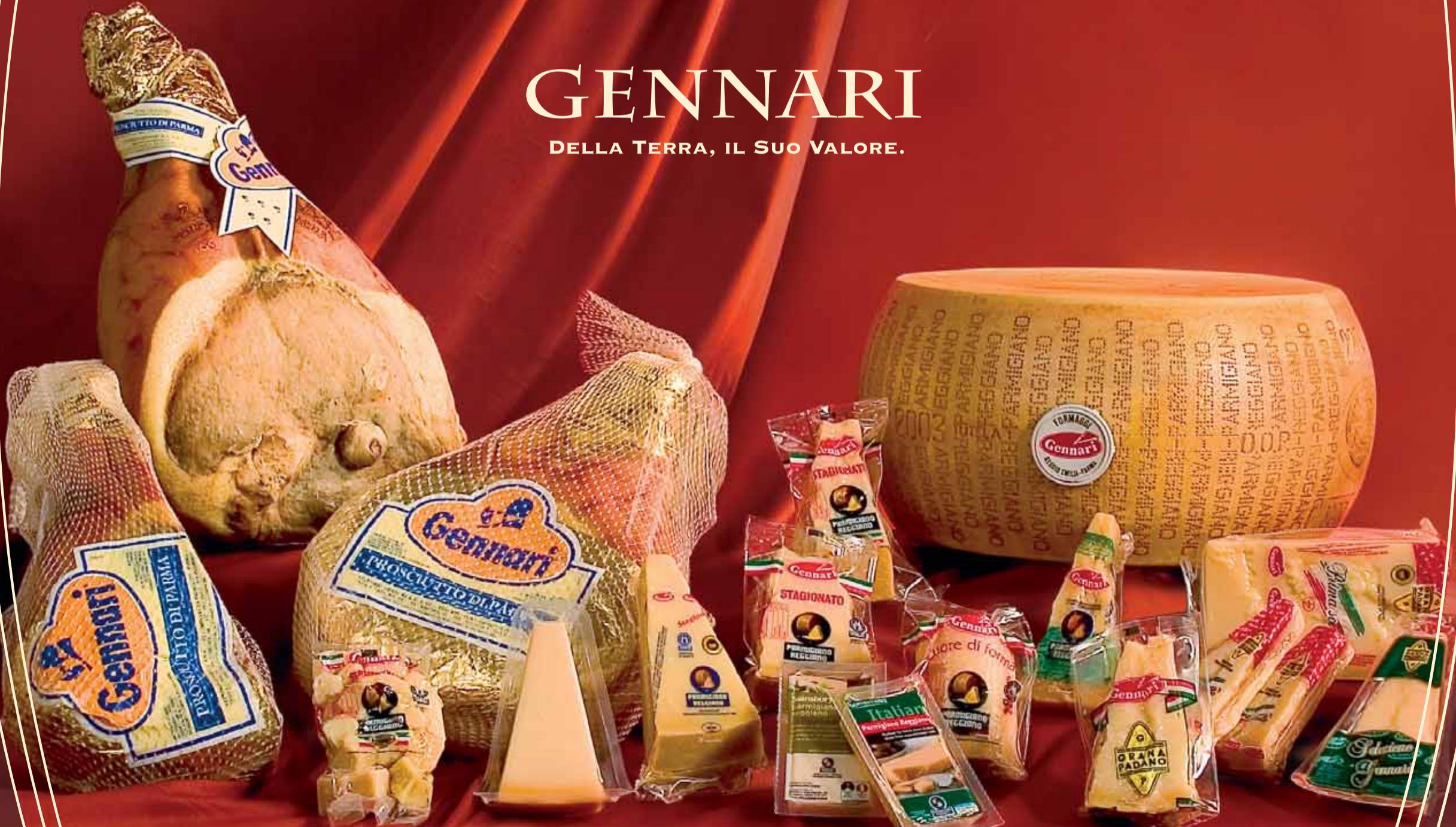
organizzati all'aperto figurano concerti dei più recenti gruppi giovani - Le Vibrazioni, Zero Assoluto, Finley - spettacoli di cabaret - I Fichi d'India - con aperture straordinarie dei punti vendita fino alle 24, oltre ad eventi motoristici, sfilate, mercatini di stagione e mercatini dedicati alle eccellenze alimentari, villaggi invernali, feste gastronomiche d'alto livello. Sempre in tema d'intrattenimento, ma con una connotazione più culturale, le gallerie hanno invece ospitato mostre per grandi e piccoli - Museo del Giocattolo, Mammut, Presepi natolizi - corsi di cucina, incontri enologici, aperitivi letterari. Varietà merceologica, impegno nelle proposte ludiche, personalizzazione dei punti vendita, connotazione parzialmente locale, proprietà dei singoli negozi sono i punti di forza del Parco commerciale, che - come abbiamo visto - ha già collezionato diversi primati.

Per restare sulla cresta dell'onda diventa essenziale il costante miglioramento, impegno quotidiano per le due strutture: le aree esterne sono in continua evoluzione, e fra gli interventi già realizzati figurano accorgimenti per la sicurezza, aree pedonalizzate, parcheggi rosa. Investimenti nel fotovoltaico sono in progetto, e il rinnovamento è di rigore anche nelle gallerie, con un imminente appuntamento: GianMaria Menabo, direttore commerciale di Coop Nordest, annuncia la prossima inaugurazione di un punto vendita Librerie Coop all'interno del Centro Torri. Presenza di forte richiamo all'interno del Parco commerciale, Coop diventa sempre più completa ed articolata grazie alla diversificazione e qualità delle proposte: progettata e realizzata da alcune cooperative del sistema Coop, l'area libreria sarà caratterizzata da elevati standard di servizio, un'offerta attenta alla realtà locale, design piacevole e rispettoso dell'ambiente. Il punto Librerie Coop sarà inoltre pronto ad ospitare presentazioni di proposte editoriali, eventi culturali, incontri per gli amanti dei libri, proponendosi perciò come riferimento per associazioni, organizzazioni, enti locali.

Il Parco commerciale di Parma ha fatto tesoro di un'antica massima, «l'unione fa la forza», e ha saputo coordinare caratteristiche diverse e complementari, servizi, negozi a target differenziati, all'insegna di una gestione capace di valorizzare una risorsa preziosa: il legame con il territorio.

GENNARI

DELLA TERRA, IL SUO VALORE.



Gennari Vittorio & C. sas

Sede Legale: Via Ximenes, 16 - 43100 Parma

Stagionatura e confezionamento Parmigiano Reggiano e Grana Padano: Strada del Lazzaretto, 4 - Loc. Marore 43100 Parma - Tel 0521.242720 - Fax 0521.483636

Salumificio: Via Strada della Parma, 19 - 43037 Lesignano De Bagni (PR) - Tel 0521.850044 - Fax 0521.350014

www.gennarisas.it

