



Con il contributo di
CAMERA DI COMMERCIO
FROSINONE LATINA

IL KM 0 ALLA SCOPERTA DEI MERCATI INTERNAZIONALI

Prepararsi ai mercati internazionali



Sommario

1. Introduzione	4
2. Il Lazio nell'economia internazionale.....	6
3. Politiche e strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese.....	9
3.1 <i>Il contesto attuale e gli scenari futuri</i>	10
4. Attività ai fini dell'internazionalizzazione	11
4.1 <i>Partecipazione a fiere: le più importanti fiere in campo agroalimentare</i>	11
5. Regolamento Europeo 178/2002: Sicurezza alimentare.....	15
5.1 <i>Responsabilità primaria dell'operatore del settore per ogni prodotto da lui realizzato, trasformato, importato, commercializzato o somministrato</i>	16
5.2 <i>Tracciabilità e rintracciabilità</i>	16
5.3 <i>Cooperazione con le autorità competenti: richiamo dei prodotti non conformi</i>	17
6. Gli standard di qualità.....	19
6.1 <i>IFS</i>	19
6.2 <i>BRC</i>	19
6.3 <i>GlobalGap</i>	20
6.4 <i>SQNPI</i>	22
6.5 <i>DOP</i>	23
6.6 <i>IGP</i>	24
6.7 <i>BIO</i>	24

1 Introduzione

Nel decennio passato, le esportazioni mondiali di prodotti agroalimentari sono cresciute più dell'export totale di beni e servizi: tra il 2008 e il 2019 il tasso di crescita medio annuo è stato infatti del 5,6% per l'agroalimentare, contro il 4,0% del totale. In questo contesto l'Italia figura sempre tra i primi 10 esportatori mondiali di prodotti agroalimentari.

Al fine di battere la concorrenza ed aumentare le possibilità delle aziende agro-alimentari di avere successo nei mercati esteri, sarà importante concentrarsi in particolar modo sui seguenti aspetti:

- Valorizzazione del prodotto *Made in Italy*: I prodotti agroalimentari italiani raggiungono i più svariati mercati internazionali e ovunque registrano un buon successo perché altamente competitivi in termini di qualità e sicurezza alimentare. Ciò che determina il successo sui mercati internazionali dei prodotti italiani è sicuramente la loro "tipicità"; un prodotto è tipico se presenta uno stretto legame con il territorio, la cultura e la tradizione culinaria italiana (es. pecorino Romano, olio extravergine d'oliva Canino etc.);
- Adesione alle certificazioni ambientali e/o sociali: in molti casi i prodotti tipici di qualità possono essere "protetti" dalle certificazioni europee, si pensi ad esempio alle certificazioni DOP IGP e Igt. Per l'azienda del settore agro alimentare l'adesione alle certificazioni rappresenta una forma di comunicazione della qualità del proprio prodotto o processo e una protezione dalle falsificazioni e imitazioni dei prodotti *made in Italy*.

Considerata la complessità e gli impedimenti soprattutto per le imprese minori ad accedere alle opportunità economiche offerte dal mercato internazionale, la concorrenzialità presente, è opportuno supportare le attività di export dei prodotti alimentari sulla base di ogni realtà aziendale del comparto agro-alimentare (Aziende agricole di produzione primaria orticola e frutticola, aziende di trasformazione di produzione orticola e frutticola, aziende di produzione vivaistica, aziende agricole zootecniche). Le maggiori difficoltà che vengono riscontrate dalle aziende durante il processo di internazionalizzazione riguardano soprattutto: l'individuazione di una strategia promozionale, la carenza di risorse finanziarie, i costi per la raccolta delle informazioni e la riorganizzazione delle funzioni aziendali.

Per questi motivi, l'obiettivo principale di questo documento è quello di migliorare la consapevolezza delle aziende agricole relativamente al quadro complessivo degli strumenti esistenti a sostegno dell'internazionalizzazione in modo che gli imprenditori

ri agro-alimentari possano intercettare la domanda degli altri paesi europei ed extra europei. Nello specifico le aziende del settore agroalimentare saranno supportate per la preparazione ai mercati internazionali grazie all'informazione circa: le potenzialità di export della Regione Lazio e dei principali acquirenti; le principali fiere esistenti nel contesto Europeo, importanti strumenti di inserimento nel mercato internazionale; i principali sistemi di qualità di prodotto e di processo e delle principali normative che regolano il comparto alimentare.

2 Il Lazio nell'economia internazionale

Nel 2020 l'adozione di misure di contenimento per arginare la diffusione della pandemia da Covid-19 ha determinato un rallentamento degli scambi internazionali e quindi anche delle esportazioni italiane di prodotti agroalimentari. Nonostante ciò, l'export nazionale di prodotti agroalimentari si è mantenuto in terreno positivo crescendo dell'1,7% sul 2019 e oltrepassando la soglia di 46 miliardi di euro. A fronte del netto calo delle importazioni, il saldo commerciale, strutturalmente in deficit, lo scorso anno ha registrato un surplus di circa 3 miliardi di euro. Il principale mercato di destinazione rimane la Ue, con acquisti durante lo scorso anno pari a poco più di 29 miliardi di euro, in aumento dell'1,4% rispetto l'anno precedente. L'incremento più consistente delle richieste di prodotti agroalimentari italiani deriva tuttavia dai paesi Terzi (+4,4%, per poco meno di 17 miliardi di euro). Tra i segmenti produttivi di maggior successo all'estero si segnalano le paste alimentari, i pomodori trasformati, le mele, l'uva da tavola, il kiwi e l'olio di oliva; al contrario, si sono ridotte le esportazioni di vini e formaggi stagionati. Questi risultati appaiono coerenti con i cambiamenti delle abitudini di consumo causati dalla emergenza sanitaria mondiale che ha determinato una maggiore domanda di prodotti per il consumo in casa (soprattutto pasta, trasformati di pomodori, ortofrutta e latticini) e la contrazione degli acquisti da parte della ristorazione (spumanti e vini di qualità, formaggi stagionati).

In questo contesto il peso dell'export della Regione Lazio sul totale nazionale è in continuo aumento così come dimostrato dalla figura seguente

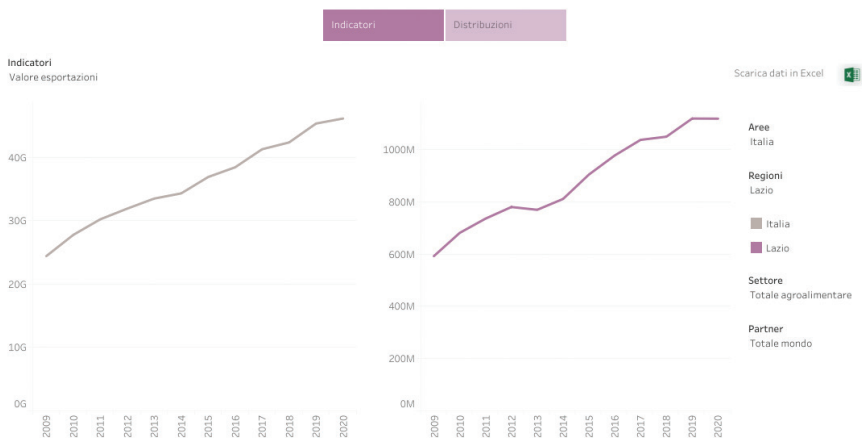


Figura 1 Indicatori di competitività - Scambi con l'estero; Produzione del Lazio rispetto alla produzione nazionale aggiornata al 2020(Fonte: ISMEA)

Nonostante questo miglioramento, il Lazio è al decimo posto tra le regioni italiane, a notevole distanza ed Emilia Romagna Lombardia, Veneto così come dimostrato dal grafico seguente.

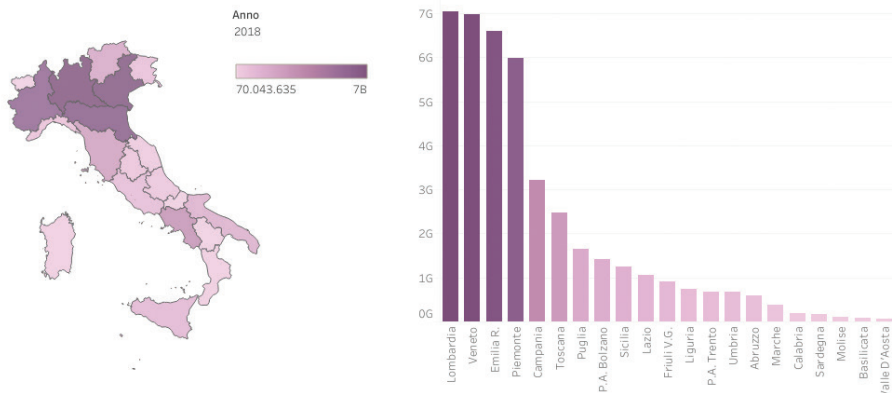


Figura 2 Indicatori di competitività - Scambi con l'estero; Produzione del Lazio rispetto alla produzione nazionale aggiornata al 2020(Fonte: ISMEA)3

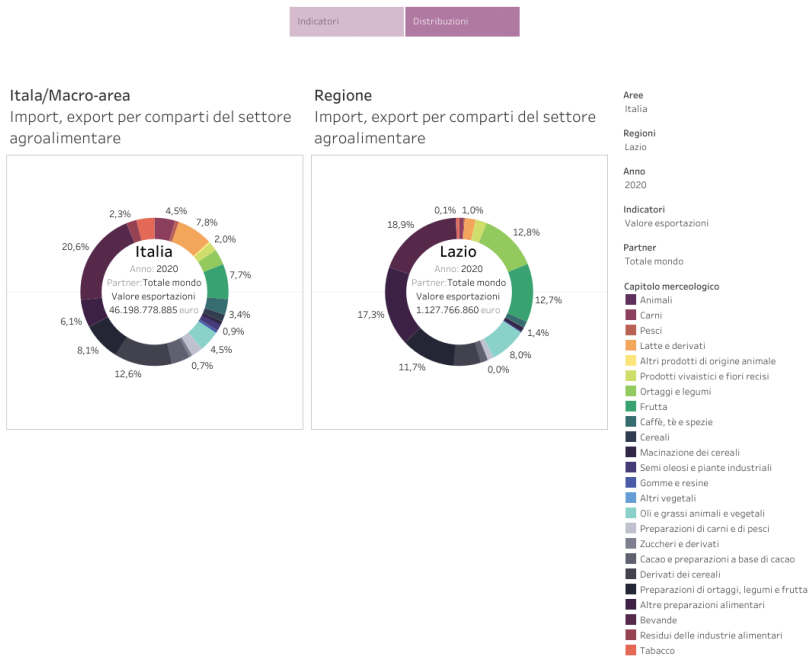


Figura 3 Indicatori di competitività - Scambi con l'estero - Bilancia commerciale agroalimentare per comparto (Fonte: ISMEA)

In termini di comparti del settore agroalimentari che maggiormente hanno successo nell'export mondiale possiamo annoverare quello delle bevande seguito da quello di ortaggi e legumi seguito da quello della frutta etc. (Si veda grafico seguente)
 Nel Lazio poco più della metà delle esportazioni è destinata ai paesi dell'Unione Europea mentre il restante delle esportazioni sono destinate ai paesi extra UE come dimostrato nel grafico seguente.

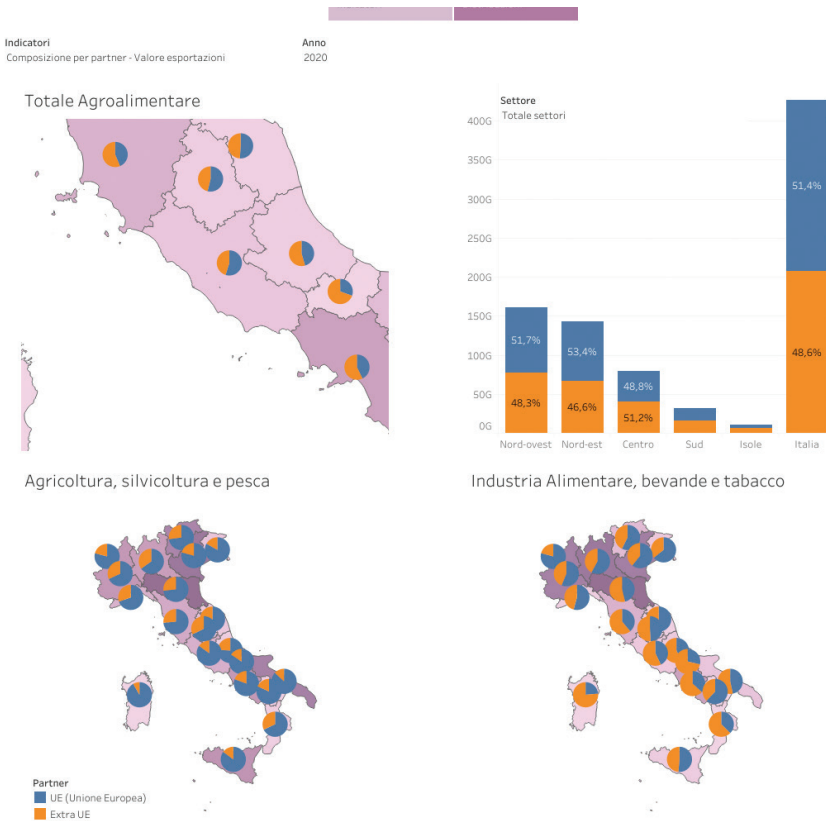


Figura 4 Indicatori di competitività - Scambi con l'estero- dati aggiornati al 2020 (Fonte: Ismea)

L'Unione Europea essendo il principale mercato di destinazione dei prodotti agroalimentari italiani, con 29,3 miliardi di euro nel 2020 (+1,4% sul 2019), assorbe circa il 64% delle esportazioni nazionali. Nel dettaglio, nel 2020 le esportazioni verso la maggior parte dei paesi UE hanno registrato tassi di crescita positivi, con particolare riferimento a Germania, Belgio, Polonia; in calo, invece, risultano le esportazioni verso la Spagna.

3 Politiche e strumenti per l'internazionalizzazione delle imprese

Al fine di internazionalizzare le imprese del Lazio sono necessarie **azioni mirate** a sostenere le esportazioni nei mercati internazionali.

Il processo di sviluppo delle esportazioni da parte di una micro, piccola o media impresa può essere riassunto nelle seguenti fasi:

- **ricerca** e sperimentazione delle prime opportunità di commercializzare nei mercati esteri;
- consolidamento delle **relazioni con gli intermediari** e, quindi, delle vendite estere;
- sviluppo di una propria **rete commerciale** per acquisizione/controllo diretto delle esportazioni; apertura filiali commerciali/uffici rappresentanza all'estero per maggior presidio/presenza sul mercato;
- rispondenza alle esigenze dei mercati in termini di **garanzia circa la qualità** dei prodotti e/o dei processi anche grazie ai **sistemi di certificazione** nazionale ed internazionale;
- **aumento dei mercati geografici** anche in Paesi "lontani" e possibile gestione di questi affidata a controllate estere;
- gli **accordi strategici** con imprese estere nell'ambito di catene del valore globale;
- i **contratti di rete** espressamente finalizzati a sviluppare una presenza competitiva in mercati esteri.

In questo contesto è fondamentale stimolare negli imprenditori e manager la consapevolezza dell'importanza delle **alleanze** soprattutto tra aziende di Paesi differenti ai fini **sviluppo dell'impresa**. Le imprese agro-alimentari dovranno acquisire le competenze tecniche, giuridiche per negoziare e gestire gli accordi. È importante anche che le imprese agroalimentari siano supportate per acquisire le risorse finanziarie necessarie per affrontare degli investimenti a livello internazionale.



Al fine di incontrare la chiave per l'esportazione sarà importante promuovere:

- contratti di rete per l'internazionalizzazione;
- accordi con aziende capo-filiera per il coinvolgimento del sistema locale di fornitura e per una loro più agevole possibilità di accesso al credito.

3.1 Il contesto attuale e gli scenari futuri

Sul territorio nazionale, ci sono in effetti potenzialità non sfruttate in molte regioni tra cui il Lazio per quanto riguarda un aumento dell'orientamento all'export, soprattutto per i prodotti non destinati alla trasformazione. Le cause dipendono soprattutto dal rallentamento globale degli scambi, dalla minore crescita dei paesi emergenti rispetto al passato ed in particolare dalla pandemia Covid-19 che ha reso ancora più impegnative le sfide del sostegno all'export e del **miglioramento della competitività** sui mercati internazionali.

Pertanto le aziende che stanno per avvicinarsi o si sono avvicinate al processo di internazionalizzazione dovranno prendere in considerazione importanti temi che influiranno sul commercio estero:

- Diseguaglianze dovute alle proporzioni differenti di aiuti economici dovuti alle imprese di differenti paesi: preoccupano molto gli ingenti sostegni pubblici che sono stati introdotti per far fronte alla crisi, che nel tempo possono generare vantaggi concorrenziali alle imprese di alcuni paesi più di altre, con il rischio di ritorsioni e guerre commerciali;
- Cambiamento climatico: I cambiamenti climatici stanno aumentando la frequenza e l'entità degli shock. Qualsiasi strategia globale per contrastare il cambiamento climatico richiederà un aggiustamento delle politiche commerciali in termini di riduzione della tassazione sui beni che facilitano la transizione energetica ovvero introducendo nuovi dazi legati al contenuto di carbonio. In ogni caso è probabile che i cambiamenti climatici o le politiche per evitarli modifichino le scelte di produzione in modi che richiederanno maggiori scambi di cibo e di tecnologie agricole: anche in questo caso, quindi, il commercio internazionale continuerà a giocare un ruolo imprescindibile.

4 Attività ai fini dell'internazionalizzazione

Le attività di promozione e informazione circa la qualità dei prodotti, dei metodi di produzione e del rispetto dell'ambiente, sono fondamentali per le aziende agroalimentari del territorio interessate a far conoscere alla G.D.O. o al consumatore finale il proprio prodotto nel mercato nazionale ed estero.

Le **attività promozionali e pubblicitarie** che potranno essere realizzate dalle imprese sono quelle effettuate presso i punti vendita o tramite partecipazione a fiere, mostre, workshop, educational ed eventi similari.

Tra queste attività, quelle che offrono la possibilità di conoscere possibili competitors insieme a nuovi clienti e nuovi collaboratori in maniera rapida ed efficace sono sicuramente le fiere ed i convegni. Infatti, quest'ultime:

- offrono opportunità di incontro con GDO (grande distribuzione organizzata) competitors, consumatori finali;
- favoriscono la costituzione di reti commerciali;
- posseggono un ruolo fondamentale nella promozione dei processi di commercializzazione nel mercato nazionale e internazionale;
- sono particolarmente efficaci nel contesto italiano in cui il sistema produttivo è caratterizzato da tipologie di impresa di piccole-medie dimensioni distribuite sul territorio.

4.1 Partecipazione a fiere: le più importanti fiere in campo agroalimentare

La conoscenza di quali siano le fiere alimentari più importanti e frequentate da professionisti del settore è diventato un aspetto fondamentale per investire tempo e denaro nel modo corretto.

Di seguito un elenco delle principali fiere più importanti per il settore agroalimentare, vivaistico, zootecnico che verranno esaminate nel dettaglio nelle pagine seguenti:

AGROALIMENTARE	VIVAISMO	ZOOTECNICA
Beer & Food attraction	Eima international	Expo Prado
Cibus	Fieragricola	Agropecruz
Fruitlogistica	Flormart	
Macfrut	Iberflora	
Tutto Food	Sival	
Vinitaly	Sun	

AGROALIMENTARE

FRUIT LOGISTICA



Questa fiera ricopre ogni singolo settore commerciale del fresco e offre una panoramica completa su tutte le ultime innovazioni, sui prodotti e servizi ad ogni livello della catena globale della fornitura. Crea quindi eccellenti opportunità di contatto tra i *top decision maker* ad ogni livello dell'industria.

MACFRUT



È la fiera internazionale della filiera ortofruitticola che si svolge a Rimini ogni anno nel mese di maggio, un evento B2B per professionisti del settore ed opinion leader provenienti da oltre 90 Paesi. Macfrut si conferma un punto di riferimento perché riunisce i player del settore, le novità e le tendenze del mercato, fornendo una piattaforma di business unica per ampliare la propria rete di contatti commerciali verso nuovi mercati.

BEER ATTRACTION



Rappresenta la scelta di chi vuole aggiornarsi su nuove modalità e stili di consumo e saper cogliere le opportunità che i cambiamenti attuali ci propongono. Un confronto importante per affinare la propria strategia, anticipare i futuri trend e trovare partner a supporto del proprio business. Consolida il ruolo delle birre al centro, insieme al comparto delle bevande e al *food near to drink* più attuale e creativo.

CIBUS



Cibus si presenta come un appuntamento imprescindibile per le aziende del comparto agroalimentare e per i key players provenienti da: Catene di Retail, GD / GDO Italiane ed estere, Importatori e distributori italiani ed esteri, Ristorazione commerciale fuori casa e rappresentanti segmento Ho.Re.Ca, Travel Retail e Cruise Industry.

TUTTO FOOD



Globale e innovativa. TUTTOFOOD è la fiera b2b per l'ecosistema agro-alimentare, punto di riferimento nazionale e internazionale per lo sviluppo del settore e per scoprire, disegnare e guidare il rilancio del comparto alimentare del futuro.

VINITALY

produttori, importatori, distributori, ristoratori, tecnici, giornalisti e opinion leader.

Vinitaly è un salone Internazionale del vino e dei distillati, che si tiene a Verona dal 1967, con cadenza annuale. Si estende per oltre 95 000 m², conta più di 4 000 espositori l'anno e registra circa 150 000 visitatori per edizione, raccogliendo

VIVAISMO**EIMA INTERNATIONAL**

A GREAT EIMA, AS USUAL

EIMA International è un'esposizione internazionale di macchine per l'agricoltura, il giardinaggio e l'allevamento che si svolge ogni due anni presso la Fiera di Bologna.

FIERAGRICOLA

tecnologie e prodotti per la viticoltura e la frutticoltura, tecnologie e prodotti per l'allevamento, agrofarmaci, fertilizzanti e sementi, agroenergie, digital farming

L'attenzione alle produzioni ad alto valore aggiunto e l'innovazione sono i pilastri della manifestazione, che offre una panoramica completa nei settori: macchine agricole,

FLORMART

per orientare il comparto verso i valori della biodiversità

A Flormart si danno appuntamento le più importanti realtà del settore florovivaistico nazionale ed internazionale per far conoscere tutto il meglio di quello che propone oggi il mondo del verde. Flormart significa inoltre un impegno che dura 365 giorni all'anno e che propone eventi innovativi per sostenere lo sviluppo e la competitività del florovivaismo italiano e per

IBERFLORA

Design giardini, Macchine giardinaggio, Festa, Decorazione floreale, Artigianato, Giardinaggio, Tenologia medicinale.

A Iberflora si danno appuntamento espositori nazionali ed internazionali del settore Gadget, Pesca, Agricoltura, Orologi e Sveglie, Piante, Piante per il giardino, Allevamento,

SIVAL



Con 660 espositori e 24.000 visitatori professionali ogni anno ad Angers, Sival è l'unica fiera in Francia a presentare un'offerta completa per i settori orticoltura, frutticoltura, viticoltura ed enologia, sementi, produzioni biologiche con la presenza di costruttori di macchine agricole e per la lavorazione del terreno.

SUN



Sun è il Salone Internazionale dell'Esterno che ha come protagonisti la progettazione, l'arredamento e gli accessori outdoor.

ZOOTECNICA

EXPO PRADO



Con più di 100 questioni sulle loro schiene, Expo Prado è un evento di riferimento per aziende e professionisti legati al bestiame e all'agricoltura. Questa sala, la più importante industria in Uruguay, in un unico spazio le ultime novità in forniture, attrezzature, macchinari e bestiame e agro-

alimentare, e migliorare lo scambio di conoscenze e relazioni commerciali tra i suoi partecipanti.

AGROPECRUZ



Agropecruz è uno dei maggiori eventi dedicati all'allevamento degli animali e all'esposizione di prodotti di allevamento ed agroindustriali in Bolivia. La fiera punta a promuovere le ultime novità in prodotti, attrezzature, macchine e soluzioni tecnologiche per i due settori ed un'ampia selezione di esemplari ovini,

bovini, suini, equini, caprini ed una mostra importante di uccelli e prodotti ortofrutticoli.

5 Regolamento Europeo 178/2002: Sicurezza alimentare

Le imprese del settore agroalimentare che intendono prepararsi ai mercati internazionali hanno la necessità di conoscere le importanti regole che governano il sistema alimentare e del suo commercio. Ad oggi il sistema normativo che “costituisce la base per garantire **un livello elevato di tutela della salute umana** e degli interessi dei consumatori in relazione agli alimenti” è il **Regolamento Europeo 178/2002**. Quest’ultimo prevede regole ben precise per le fasi di produzione, trasformazione e distribuzione degli alimenti e dei mangimi. Il Regolamento in oggetto costituisce un punto di riferimento per tutte quelle aziende che vogliono immettere nel mercato della Comunità alimenti e mangimi.

Al fine di comprendere quali siano le caratteristiche che un alimento deve possedere per essere commercializzato all’interno del mercato ai sensi dell’art 14 del Regolamento su citato., si ripota nella seguente figura uno schema rappresentativo.

Gli **alimenti dannosi** per la salute: cioè che producono effetti tossici sul breve/lungo termine

Gli **alimenti in putrefazione**, deterioramento o decomposizione o contaminati da materiale estraneo

Gli **alimenti inadatti** al consumo umano

Alimento sicuro che rispetta tutti requisiti previsti dalla legislazione alimentare nazionale della Stato membro sul cui territorio è immesso sul mercato.



Il Regolamento Europeo 178/2002 al fine di garantire la salute umana introduce il principio fondamentale di un approccio integrato di filiera, vale a dire di un approccio che preveda regole uguali per tutti i paesi europei, ed evolve fino all’entrata in vigore del cosiddetto “Pacchetto Igiene” del 1° gennaio 2006 con cui cambiano definitivamente le regole. Attraverso il pacchetto igiene tutti gli Stati Membri hanno gli stessi criteri riguardo l’igiene della produzione degli alimenti e quindi i controlli di natura sanitaria vengono

effettuati secondo i medesimi standard su tutto il territorio della Comunità Europea. I principi generali sui quali verte la vigente Legislazione comunitaria e che verranno approfonditi nei seguenti paragrafi sono:

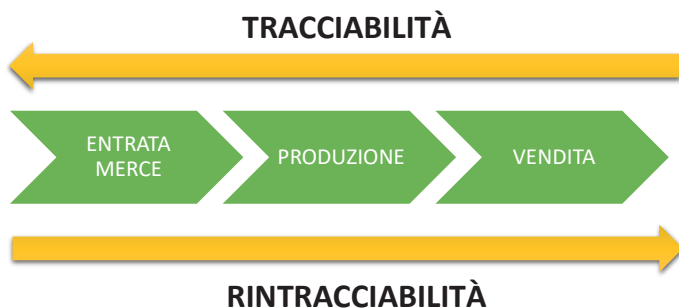
- responsabilità primaria dell'operatore del settore per ogni prodotto da lui realizzato, trasformato, importato, commercializzato o somministrato
- Tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti lungo la filiera
- Cooperazione con le autorità competenti: richiamo dei prodotti non conformi

5.1 Responsabilità primaria dell'operatore del settore per ogni prodotto da lui realizzato, trasformato, importato, commercializzato o somministrato



La responsabilizzazione dell'operatore del settore alimentare (OSA) è un punto cardine al fine di garantire alimenti sicuri al consumatore. L'operatore del settore alimentare è una persona fisica o giuridica che ha la responsabilità diretta su ogni singolo ente che opera lungo tutta la catena alimentare. Nello specifico l'OSA verifica che le imprese da lui controllate rispettino le disposizioni di legge inerenti alle loro attività in tutte le fasi della preparazione, trasformazione e distribuzione

5.2 Tracciabilità e rintracciabilità



La rintracciabilità di alimenti, mangimi e MOCA (materiali e oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti) è prescritta a tutti gli operatori delle rispettive filiere, secondo un meccanismo 'a catena' (one step back, one step beyond). Vale a dire che ciascun

operatore dev'essere in grado di dichiarare, alle autorità che ne facciano richiesta, da chi abbia ricevuto quali materiali e a chi abbia consegnato quali merci. Disponendo di registri a tal uopo idonei, ovviamente commisurati alle dimensioni dell'attività e alla complessità dei processi. (4)

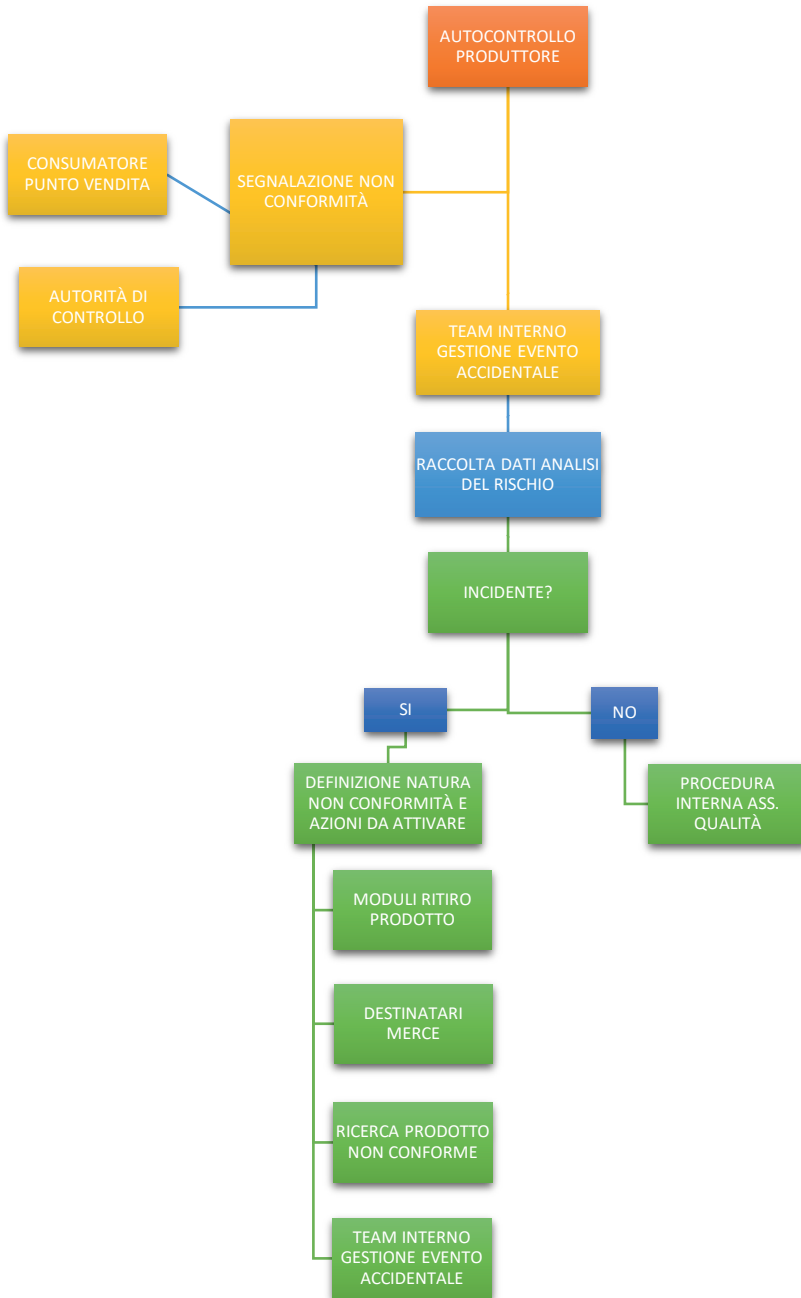
Fondamentale al fine della rintracciabilità è l'etichettatura dei prodotti. L'etichettatura dovrà essere applicata a tutti i prodotti e mangimi già immessi o che probabilmente saranno immessi sul mercato della Comunità.



5.3 Cooperazione con le autorità competenti: richiamo dei prodotti non conformi

Le aziende impiegano un numero considerevole di risorse per garantire la sicurezza dei prodotti. Tuttavia, nonostante tutte le misure precauzionali adottate, talvolta prodotti non conformi vengono immessi sul mercato e raggiungono i consumatori. In questa situazione, un'azienda è tenuta a gestire questo problema con la dovuta attenzione, tempestività e precisione. In caso di non conformità le aziende devono:

- 1) Cooperare e coordinare le azioni: Le aziende devono impegnarsi a cooperare e a coordinare le azioni con tutte le parti coinvolte, con la massima rapidità.
- 2) Fornire risorse competenti: Le aziende devono impegnarsi a fornire risorse competenti, comprese persone che abbiano una visione globale della supply chain e che rispettino la priorità attribuita alla sicurezza del prodotto.
- 3) Comunicare in modo coordinato, corretto e adeguato: Nelle situazioni di crisi che coinvolgono diversi operatori, tutte le parti si impegnano a coordinare la comunicazione prima di fare annunci pubblici e ad utilizzare in modo responsabile le informazioni relative all'evento accidentale. Le aziende dovrebbero sempre valutare i vantaggi della collaborazione con i propri partner invece di agire in modo disgiunto e con il rischio di peggiorare ulteriormente la situazione. Di seguito il diagramma per la valutazione delle azioni da intraprendere in caso di evento accidentale (gestione del rischio).



6. Gli standard di qualità

Grazie al tessuto normativo nazionale e internazionale i prodotti alimentari che vengono immessi sul mercato possono essere considerati sicuri; ad oggi un ulteriore elemento che influenza le scelte dei consumatori è certamente la qualità, qualità intesa come quella caratteristica di valore aggiunta ad un prodotto o ad un processo. **Il consumatore di oggi, infatti, è disposto a spendere di più per il comportamento del produttore e quindi del come viene realizzato un prodotto.** Pertanto le certificazioni di produzione trasformazione, distribuzione dei prodotti permettono di valorizzare e aggiungere e dimostrare caratteristiche di qualità soltanto ai prodotti che rispettano i limiti legislativi della sicurezza alimentare.

Di seguito verranno esaminati i principali sistemi di certificazione utili sia per le aziende agro-alimentari interessate a valorizzare la loro produzione e sia per le aziende interessate a valorizzare i processi di trasformazione, commercializzazione e vendita.

6.1 IFS



Lo standard IFS (*International Food Standard*) è uno standard di processo, si basa sui principi del sistema HACCP e si concentra sulla qualità e sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti. Gli Standard IFS comprendono attualmente sei standard, sviluppati da e per gli operatori del settore alimentare e

non alimentare coinvolti in tutte le fasi della filiera di fornitura in particolare per le aziende di produzione alimentare, i broker, le aziende di servizi logistici, le aziende di produzione di prodotti per il governo della casa e cura della persona così come i grossisti ed i retailer. Permette di selezionare fornitori secondo il criterio della certificata capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge. Il certificato dura 12 mesi. Il certificato IFS permette di dimostrare che una azienda ha stabilito i processi necessari per garantire la sicurezza alimentare e/o di prodotto e che ha considerato le informazioni provenienti dal cliente.

6.2 BRC



Il BRC cioè il *British Retail Consortium* per i prodotti alimentari è nato per garantire che i prodotti a marchio siano ottenuti secondo standard qualitativi ben definiti e nel rispetto di requisiti minimi.

È uno degli standard relativi alla sicurezza alimentare riconosciuto dal *Global Food Safety Initiative* (GFSI).

L'applicazione del BRC è dunque un presupposto necessario per poter esportare i propri prodotti, ed è uno strumento di garanzia riconosciuto circa l'affidabilità aziendale. Lo standard si applica alle **aziende alimentari di trasformazione e preparazione** ed individua gli specifici elementi di un sistema di gestione focalizzato sulla qualità e sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti, che prende come riferimento per la pianificazione e implementazione la metodologia HACCP.

Al fine dell'ottenimento della certificazione BRC le aziende devono possedere un buon sistema HACCP, un sistema di gestione per la qualità documentato, essere in possesso di meccanismi di controllo degli standard per gli ambienti di lavoro, per il prodotto, per il processo e per il personale; di possedere appropriate specifiche per le materie prime (compresi i materiali di confezionamento), per il prodotto finito e per i prodotti intermedi/semilavorati (dove richiesto); presentare un monitoraggio dei fornitori; presentare un sito al fine dell'accumulo, raccolta ed eliminazione del materiale di rifiuto.

Il vantaggio che offre la certificazione BRC è quella di poter ampliare il commercio dei propri prodotti verso paesi anglosassoni. Lo standard è infatti riconosciuto a livello internazionale e permette di rispondere alle esigenze di tali. Per le aziende che già applicano un sistema di gestione per la qualità secondo le ISO 9001 o utilizzano la metodologia HACCP, la conformità a questi standard risulta molto agevole, con la possibilità di sfruttare le sinergie e gli elementi in comune tra i diversi schemi.

6.3 GlobalGap



GLOBALG.A.P.

Voluto da alcune tra le più importanti catene commerciali europee, riunite sotto il nome di Eurep (*Euro-Retailer Produce Working Group*), la **certificazione Global GAP intende soddisfare la crescente attenzione** del consumatore finale verso le questioni di sicurezza alimentare e di rispetto per l'ambiente. Non a caso la sigla GAP sta per *Good Agricultural Practice*, ovvero Buone Pratiche Agricole: dalla rintracciabilità delle materie prime alla salute e sicurezza dei lavoratori, dall'approccio responsabile nei confronti degli animali all'uso limitato di sostanze chimiche potenzialmente nocive per l'uomo e l'ecosistema.

Lo standard Global Gap viene suddiviso in:

- Standard IFA (Integrated Farm Assurance Standard) per la produzione di colture vegetali, allevamenti zootecnici ed acquacoltura;
- Standard per la Catena di custodia(COC) rivolta a tutte le aziende che operano nelle fasi successive alla produzione agricola ovvero a tutti gli operatori che attuano un processo manipolazione, condizionamento, distribuzione e vendita
- Per la produzione di mangimi composti.

Questo schema trasversale è costituito dai seguenti punti focus e criteri di conformità inerenti a:

- sicurezza, qualità e legalità alimentare;
- tracciabilità alimentare;
- sostenibilità ambientale, comprensiva della biodiversità, della gestione del terreno e delle risorse idriche;
- gestione integrata dei parassiti, dell'utilizzo di fertilizzanti e dei fitosanitari;
- salute e sicurezza operativa dei lavoratori e sostenibilità socio economica;
- catena di custodia.

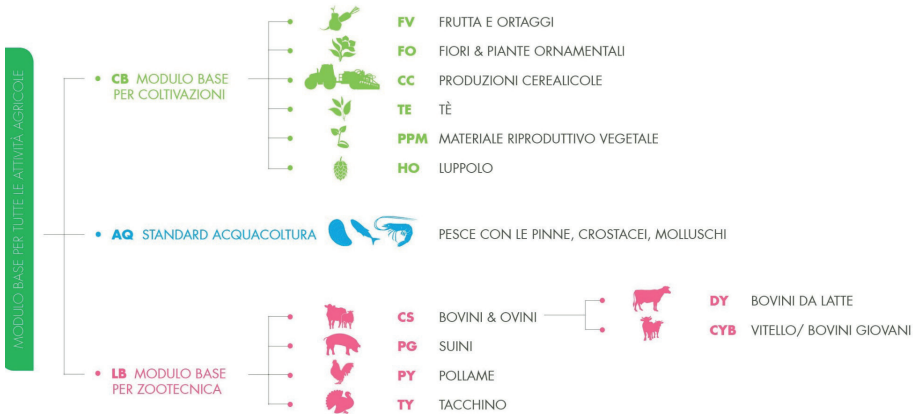
Nello specifico lo standard IFA definisce i seguenti requisiti:

- AF 1 Storia, descrizione e gestione del sito;
- AF 2 Registrazione / autovalutazione interna / ispezione interna;
- AF 3 Gestione dell'igiene;
- AF 4 Salute, sicurezza e benessere dei lavoratori sul lavoro;
- AF 5 Gestione dei subappaltatori;
- AF 6 Gestione dei rifiuti e dell'inquinamento, riciclaggio e riutilizzo;
- AF 7 Conservazione e stoccaggio;
- AF 8 Gestione dei reclami;
- AF 9 Gestione del ritiro e richiamo dei prodotti dai mercati;
- AF 10 Gestione del food defense (non applicabile per fiori e ornamentali e ppm);
- AF 11 Global Gap Status;
- AF 12 Utilizzo del logo;
- AF 13 Gestione della tracciabilità e della segregazione (produzione parallela / proprietà parallela)
- Dichiarazione politica di sicurezza alimentare af 14 (non applicabile per fiori e piante ornamentali e ppm)
- AF 15 Gestione della Food Fraud, mitigazione alle frodi alimentari (non applicabile per fiori e piante ornamentali);

È possibile richiedere la Global GAP sia come azienda singola (Opzione 1) sia come associazione di produttori (Opzione 2) ed è disponibile per tre ambiti di produzione: coltivazioni (in fiori e piante ornamentali, frutta e ortaggi, tè, materiale produttivo vegetale, luppolo), zootecnia e acquacoltura (vedi schema di seguito).

Analogamente alla certificazione dei prodotti agricoli, è possibile eseguire valutazioni in relazione al modulo GRASP (GLOBALGAP Risk Assessment on Social Practice, letteralmente tradotto Valutazione dei rischi nelle Pratiche Sociali). Questo modulo è in grado di fornire elementi indispensabili per la realizzazione e la valutazione nelle aziende agricole in cui è già adottato lo standard GLOBALG.A.P., aggiungendo in questo modo

la sezione rivolta alla gestione della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, importante al fine di garantire i diritti dei lavoratori.



6.4 SQNPI



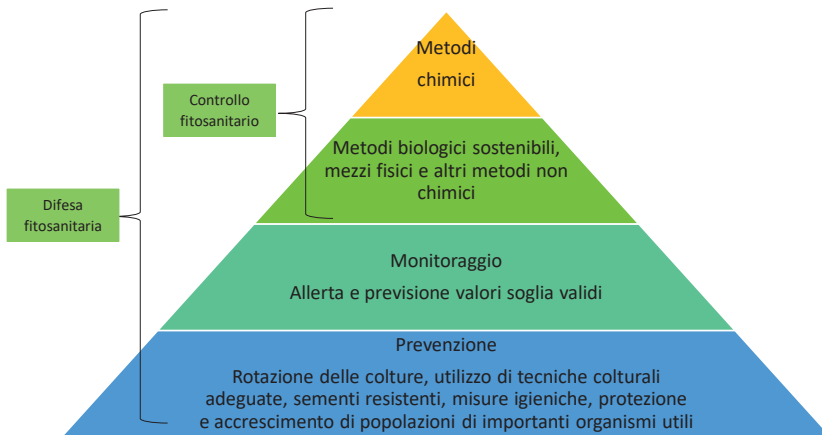
A livello comunitario sono stati istituiti diversi tipi di Sistemi di Qualità volti a riconoscere ed identificare prodotti di qualità attraverso marchi / logo comunitari e nazionali, che prevedono il controllo e la certificazione da parte di organismi terzi ed indipendenti appositamente autorizzati (OdC).

A livello nazionale sono stati riconosciuti il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI) e il Sistema di Qualità nazionale Zootecnia (SQNZ).

La normativa su cui si fonda il SQNPI è la legge n. 4 del 3 febbraio 2011, art.2 di cui vengono citati i seguenti commi:

- Comma 3- istituisce il SQNPI : «il sistema è finalizzato a garantire una qualità del prodotto significativamente superiore alle norme commerciali»
- Comma 4- definisce la PI: «sistema di produzione agroalimentare che utilizza tutti i mezzi produttivi e di difesa delle produzioni agricole dalle avversità, volti a ridurre al minimo l'uso delle sostanze chimiche di sintesi e a razionalizzare la fertilizzazione, nel rispetto dei principi ecologici, economici e tossicologici»
- Comma 6 – specifica i compiti dell'OTS: definire «il regime e la modalità di gestione; la disciplina produttiva; il segno distintivo con cui identificare i prodotti; le adeguate misure di vigilanza e controllo»

Di seguito uno schema dei principi di difesa integrata:



La certificazione è destinata a: produttori agricoli singoli, produttori agricoli associati, condizionatori, trasformatori, distributori.

L'adeguamento alle regole di difesa integrata permette alle aziende di garantire un prodotto di elevate qualità nel rispetto dell'ambiente. Gli elementi fondamentali su cui il SQNPI intende agire sono di seguito riportati:

- Scelta dell'ambiente di coltivazione e vocazionalità
- Scelta varietale e del materiale di propagazione
- Sistemazione e preparazione del suolo
- Avvicendamento culturale
- Semina, trapianto
- Fertilizzazione
- Irrigazione
- Raccolta

6.5 DOP



La certificazione DOP è nata per proteggere la tipicità di alcuni prodotti agroalimentari. A tal scopo, l'Unione Europea ha varato una precisa normativa (Reg. CE 1151/2012), stabilendo tre livelli principali di riconoscimento: DOP, IGP.

La sigla DOP (Denominazione di Origine Protetta) designa un pro-

dotto originario di una regione e di un paese le cui qualità e caratteristiche sono essenzialmente, o esclusivamente, dovute all'ambiente geografico. Tutta la produzione, la trasformazione e l'elaborazione del prodotto devono avvenire nell'area delimitata.

6.6 IGP



La certificazione IGP è nata per proteggere la tipicità di alcuni prodotti agroalimentari. A tal scopo, l'Unione Europea ha varato una precisa normativa (Reg. CE 1151/2012), stabilendo tre livelli principali di riconoscimento: DOP, IGP.

La sigla IGP (Indicazione Geografica Tipica) introduce un livello di tutela qualitativa che si focalizza più sulle tecniche di produzione che sul vincolo territoriale. La sigla identifica un prodotto originario di una regione e di un paese le cui qualità, reputazione e caratteristiche si possono ricondurre all'origine geografica e di cui almeno una fase della produzione, trasformazione ed elaborazione avvenga nell'area delimitata.

6.7 BIO



Il Regolamento CE 834/2007, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici, è la base normativa per tutti gli operatori che intendono percorrere la strada delle produzioni biologiche nel nostro paese. L'agricoltura biologica è un

tipo di agricoltura che prevede la coltivazione senza principi chimici di sintesi perciò senza l'utilizzo di pesticidi e con metodi che non aggrediscono l'ambiente, valorizzando la capacità produttiva naturale del suolo e delle piante. Produrre biologico significa coltivare in modo da avere uno sviluppo equilibrato delle piante, un suolo fertile senza eccessive perdite di elementi nutritivi, presenza di insetti ed altri organismi utili nei momenti e nelle quantità necessarie alla coltura

La certificazione prevede l'utilizzo di un logo europeo che identifica i prodotti con almeno il 95% degli ingredienti provenienti da agricoltura biologica.

Il regolamento dell'agricoltura biologica si applica alle seguenti realtà aziendali:

- A tutte le produzioni agricole
- Alle produzioni trasformate
- All'apicoltura
- Alla zootecnica (avicoli, bovini, caprini,
- Produzione di ovicaprini, conigli, equini)
- All'acquacoltura
- Alghe marine selvatiche

Gli agricoltori, i trasformatori, gli importatori e tutti gli operatori della filiera devono sottostare alla normativa specifica se vogliono utilizzare, nella commercializzazione del prodotto, le diciture, il i riferimenti al biologico. Per assicurare che tutti gli operatori siano conformi a questa regolamentazione, è stato istituito un sistema di controllo. I controlli vengono effettuati in ogni anello della catena di produzione dell'agricoltura biologica, ed è obbligatorio che ogni agricoltore, trasformatore o importatore che opera nella settore dell'agricoltura biologica, sia soggetto ad ispezione almeno una volta all'anno.



COLDIRETTI
LATINA

Coldiretti Latina

Via Don Giovanni Minzoni, 1 - 04100 Latina

Tel. 0773.663434

<https://latina.coldiretti.it>

realizzato grazie al contributo della
CCIAA di Frosinone e Latina