

CremonaFiere: "Un prodotto di qualità certificata vale di più"

Nell'ambito delle Fiere zootecniche internazionali di Cremona (22-25 ottobre) il giorno d'apertura, alle 14.30, si terrà il convegno "Qualyservice: la qualità, la sua certificazione e il mercato", organizzato in collaborazione con Aita



Fiere Zootecniche Internazionali di Cremona

> **NUOVE DATE: DA MERCOLEDÌ 22 A SABATO 25 OTTOBRE 2014** <

Fiere zootecniche internazionali di Cremona: dal 22 al 25 ottobre

Il settore alimentare è ormai protagonista anche sulla scena della **sostenibilità ambientale**. La relativa **certificazione** è un elemento distintivo del territorio.

*“L’approccio alla certificazione nel settore agroalimentare si contraddistingue per la specificità della domanda proveniente dal mercato in generale e dal consumatore come ultimo anello della catena – spiega **Monica Riva** di Bureau Veritas - ma la più importante richiesta di qualità non può essere disgiunta da un’esigenza di **sicurezza alimentare**, che ne è un ineludibile pre-requisito. Si tratta di una domanda complessa in cui rientrano l’igiene e la salubrità, ma anche il sapore e l’odore, il valore nutritivo, la provenienza delle materie prime e le questioni etico-sociali. Le diverse tipologie di schemi di certificazione offrono un valore aggiunto al prodotto alimentare sia in termini di food safety che di garanzia da parte di un produttore sempre più attento all’ambiente, oltre che alle prassi igieniche. Negli ultimi anni, infatti, il settore alimentare è diventato uno dei mercati protagonisti anche sulla scena della sostenibilità ambientale la cui valorizzazione è vista come elemento distintivo del territorio”.*

*“Da slogan pubblicitario a **pratica aziendale condivisa**, l’applicazione del concetto di sostenibilità ha subito una rapida evoluzione nel corso degli ultimi anni, in particolar modo per quanto riguarda gli aspetti ambientali, come il risparmio idrico, la riduzione delle emissioni di gas serra e la diminuzione dell’utilizzo di sostanze chimiche e di sintesi – afferma **Marco Omodei Salé** di Dnv Gl - Business Assurance -. L’obiettivo è quello di garantire al consumatore finale la **salubrità dei prodotti**, la **trasparenza** circa l’origine delle **materie prime** e la **sostenibilità dei processi produttivi**. Questi requisiti sono fondamentali se si vogliono esportare i prodotti all’estero ed è altrettanto importante che siano certificati e sottoposti a verifica”.*

La certificazione volontaria è un valore aggiunto che favorisce le produzioni verso un miglior sbocco sul mercato

*“L’idea stessa di sottoporsi volontariamente a un controllo è di per sé un valore aggiunto – puntualizza **Francesco Santini** di Accredia -. La certificazione, e ovviamente i controlli che ad essa*

portano, sono finalizzati ad avere uno sbocco maggiore sul mercato. Un mercato in cui il consumatore, rispetto alla certificazione, dimostra di avere grande fiducia al punto da dichiararsi disponibile a spendere di più. L'elemento paradossale, peraltro evidenziato da una recente ricerca, è l'assoluta ignoranza di chi acquista rispetto a cosa c'è dietro il processo di certificazione. Un gap – conclude – che non può restare irrisolto”.

“Negli ultimi tempi le aziende produttrici sono molto pressate dagli obblighi imposti dalle catene distributive – dichiara Maria Chiara Ferrarese di Csqa – che nel Nord Europa, forse più che in Italia, stanno indirizzando sempre più la loro attenzione verso la sostenibilità ambientale e sociale, al pari di un altro tema molto sentito, quello degli Ogm e della provenienza delle materie prime. Il mercato italiano non ha ancora manifestato ampiamente questa richiesta e la crisi economica porta a una riduzione degli investimenti. Eppure la certificazione ambientale, sociale, quella che certifica l'assenza di prodotti nocivi e la provenienza delle materie prime costituisce un requisito che da valore si traduce anche in business”.

La certificazione è anche uno strumento di comunicazione che permette di fornire ai consumatori informazioni oggettive, confrontabili e credibili

“La presenza di numerosi marchi che a vario titolo attestano una certificazione può rappresentare un problema – sostiene Sabrina Melandri di Certiquality –. Noi riteniamo che quella ottenuta da un ente terzo, che è poi quella sostenuta a livello internazionale, sia la più autorevole perché dimostra la volontà dell'azienda di sottoporsi volontariamente a una serie di controlli e verifiche molto scrupolose. Inoltre, quando una quota considerevole della produzione di un'azienda prende la strada dell'export, la certificazione assume un ruolo di primo piano. E oggi più che mai, quella legata alla sostenibilità ambientale è vista con un ulteriore valore aggiunto”.

“Senza dubbio oggi la sostenibilità ambientale e la provenienza delle materie prime sono tra i diversi aspetti che iniziano ad influenzare la scelta di un prodotto da parte dei consumatori – riflette infine Dario Bagarella di Rina Group Agroqualità Spa – a supporto di ciò la certificazione diventa allora uno strumento di comunicazione che le imprese possono adottare per fornire ai propri clienti e ai consumatori informazioni oggettive, confrontabili e credibili sulla rintracciabilità delle materie prime e sulle prestazioni ambientali dei prodotti forniti. La certificazione, quindi, va vista come uno strumento che va nella direzione della comunicazione trasparente e certificata al consumatore”.