

A MODENA WORKSHOP

CONFIDA

SULLA SICUREZZA ALIMENTARE NELLA D.A.

Nell'ambito della fiera "Sicura", successo di pubblico e di critica per l'iniziativa della Confida nel corso della quale è stato trattato il problema della qualità e della tracciabilità

Circa 140 persone hanno gremito la sala 5 del padiglione A di Modena Fiere, per assistere, giovedì 25 novembre, al workshop Confida, organizzato nell'ambito della convention nazionale "Sicura" riguardante la sicurezza in campo alimentare.

Per la sua seconda partecipazione alla fiera modenese, la Confida si è mossa a 360°, allestendo un stand istituzionale e un'area vip in cui gli associati e gli ospiti potevano intrattenersi in un esclusivo padiglione formato ristorante-bar, in cui degustare piatti della tradizione emiliana e altre specialità culinarie.

Il workshop Confida, intitolato "Sicurezza alimentare nella Distribuzione Automatica", ha visto la partecipazione di illustri relatori (in ordine di intervento): Giuseppe Fattori, responsabile dei "Piani per la salute" della Ausl di Modena; Enrico Bocelli, igienista della Corporate Nestlè; Carlo Porta, responsabile R&D Nestlè, Franco Bompani, presidente della società "Eidos Consulting" di Milano e consulente Confida, nel campo della certificazione e qualità. Assenti dell'ultima ora, per motivi di salute, il professor Ivan



Dragoni dell'Università di Milano, consulente Confida in materia di igiene e sicurezza alimentare (sostituito da Enrico Bocelli) e il segretario generale dell'Eva Cathérine Piana.

A moderare il dibattito è stato chiamato Eugenio Tangerini della redazione di Modena de "Il Resto del Carlino" che - ci teniamo a sottolinearlo - ha vivacizzato il pomeriggio di lavori con una serie di domande molto pertinenti.

IL SALUTO UFFICIALE DI CONFIDA

Ad introdurre il pomeriggio di lavori è stato il direttore generale Confida dottor Piero Angelo Lazzari che ha portato ai presenti il saluto dell'associazione: "Abbiamo scelto la prestigiosa vetrina di "Sicura" per parlare di sicurezza alimentare legata al Vending. Sia in rapporto alla conservazione dei cibi e ai relativi danni alla salute che potrebbe causare una loro cattiva gestione, sia agli stili di vita ed ai comportamenti alimentari da tenersi nell'alimentazione quotidiana. Questo va soprattutto riferito alle generazioni più giovani, sempre più alle prese con i problemi legati



Piero Angelo Lazzari

all'obesità. Il Vending rappresenta tutti gli attori della filiera: dal produttore primario al consumatore finale. Quindi siamo impegnati in prima persona nella salvaguardia dei nostri clienti. Confida in questo senso si sta già muovendo per tempo, attraverso la nascita di una Carta dei Servizi, in grado di standardizzare comportamenti e azioni delle imprese di gestione. La promozione di questa carta servirà per dare finalmente la giusta rilevanza istituzionale al nostro settore, in cui operano tanti imprenditori seri e preparati, che però l'opinione pubblica stenta ancora a riconoscere come operatori alimentari degni di tutti i crismi. E la presenza di tanti studenti universitari oggi in sala dimostra che l'interesse verso il Vending sta crescendo ed è, ormai, un fattore imprescindibile di cultura per chi opera nel campo dell'alimentazione".

IL "PIANO PER LA SALUTE" DELL'AUSL DI MODENA COINVOLGE ANCHE LA D.A.

Il relatore, dottor Giuseppe Fattori, è partito nella sua analisi basandosi su alcuni dati incontrovertibili, forniti dall'Istituto Superiore di Sanità: in otto anni l'obesità tra la popolazione italiana è cresciuta del 25%. Nella sola città di Modena oltre il 30% dei cittadini sono obesi. I mass media (televisione, radio, cinema, pubblicità ect.) bombardano i ragazzi di spot ed immagini (si calcola che già a 12 anni un bambino abbia ascoltato circa 100.000 messaggi pubblicitari) in uenzandone le scelte e i comportamenti in campo alimentare. Tutti questi strumenti di marketing alterano le regole alimentari dei bambini, con la sponsorizza-

zione di cibi grassi e dolci, in prevalenza cereali confezionati e molto zuccherati per la prima colazione, alimenti già preparati e pasti nei fast-food. Cosa fa allora l'Ausl di Modena per contrastare queste campagne di informazioni distorte e dannose per i ragazzi? Punta sul cosiddetto "marketing sociale", ovvero tenta di inuenzare in maniera positiva le scelte dei consumatori, cercando di sensibilizzarli sui valori del vivere e mangiare sano. A questo proposito, a Modena, operatori sanitari hanno coinvolto i migliori chef della città e medici sportivi, in una campagna di promozione nei centri commerciali: ci sono cuochi che insegnano a preparare il pesce; ci sono dottori che offrono consigli nei vari reparti del supermercato e propongono una spesa guidata.

Il progetto non può, ovviamente, non coinvolgere la Distribuzione Automatica. Ecco, perciò, in che cosa consiste il progetto sperimentale dell'Azienda Usl di Modena e delle Aziende associate Confida con il patrocinio dell'Unione Industriali Modena.

Obiettivi

Innanzitutto, trasformare la D.A. in un mezzo per promuovere sani stili di vita.

Essa rientra all'interno di un più ampio progetto finalizzato a promuovere giusti regimi alimentari in provincia di Modena, attraverso lo sviluppo di strategie integrate che vedono l'impegno comune di diversi settori della società, alleati in un vero e proprio "patto di solidarietà per la salute". I distributori automatici possono rivestire un ruolo strategico nell'orientare i comportamenti. Essi rappresentano, infatti, il luogo in cui le scelte alimentari si concretizzano nell'acquisto di alimenti; la pausa è il momento in cui avviene il consumo di cibi e bevande e le persone possono essere più sensibili ai messaggi preventivi proposti. I punti di ristoro automatici possono essere un punto idoneo per promuovere la lotta al tabagismo,



essendo generalmente posti in zone in cui è consentito fumare.

Il contesto internazionale

A livello internazionale, è in corso un dibattito in merito al ruolo svolto dai d.a. sulle scelte alimentari, perciò l'opinione pubblica sempre più spesso chiede una maggiore attenzione agli alimenti che da essi vengono offerti.

Le attività

Il progetto dell'Ausl di Modena prevede interventi che riguardano anche il servizio di ristoro automatico nelle comunità in genere, e si articola in tre livelli d'azione:

1. promuovere e sostenere il progetto attraverso campagne di sensibilizzazione con il contributo dell'Unione Industriali di Modena;
2. informare e sensibilizzare i cittadini sulla sana alimentazione tramite:

- diffusione di materiali informativi e di ricette "salutari",
- utilizzo di bicchieri di plastica con messaggi di sensibilizzazione;
- 3. offrire, attraverso i distributori automatici, alimenti più salutari.

Le verifiche

La valutazione del progetto prevede la realizzazione di un'indagine ad hoc presso le aziende coinvolte e sarà effettuata in collaborazione con il Corso di Laurea Specialistica in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica dell'Università di Bologna.

Un valido indicatore per misurare il successo del progetto sarà il confronto dei dati sui prodotti venduti attraverso i distributori automatici all'avvio ed al termine del progetto.

Un patto per la salute

L'intervento del dottor Fattori ha accesso un interessante dibattito tra i relatori. Alla domanda di Tangerini sul come coniugare l'esigenze salutiste con il business delle aziende del settore,

Fattori ha risposto che "può e deve esistere una sinergia tra pubblico e privato. L'azienda deve tutelare i propri investimenti economici, ma anche la reputazione sociale d'impresa, nel senso che se i d.a. verranno sempre e solo riempiti di prodotti amati dal pubblico ma ricchi di grassi e quindi possibile fonte di obesità tra i giovani, c'è il rischio concreto che il Vending italiano incorra nelle stesse crociate che sta subendo quello francese, ove è stata decretata, "tout court", l'abolizione dei d.a. nelle scuole dal 1° settembre 2005. Contemporaneamente, l'Asl non può promuovere le sue campagne istituzionali contro il soprappeso se manca un intervento concreto da parte delle aziende del settore. Serve - come già abbiamo accennato in precedenza - un "patto per la salute" che attraverso l'utilizzo del marketing sociale e di adeguate campagne di sensibilizzazione sui mass-media, influenzi in maniera corretta le scelte dei clienti".

Il presidente del Gruppo Imprese di Gestione della Confida, Vincenzo Scrigna, ha voluto sottolineare come "esistano già gestori che, in alcune loro locazioni, stanno facendo dei test con frutta e verdura. Nello specifico di Milano, è in atto una sorta di accordo tra Confida e la società "Milano Ristorazione" che gestisce molte mense della città per avviare una campagna di informazione sul mangiar sano. In questo senso, la D.A. si dimostra avanti rispetto alle richieste dell'autorità sanitaria. Il problema è che certi prodotti non sono ancora sufficientemente apprezzati dai consumatori, che

preferiscono, nella loro stra-grande maggioranza, il classico snack. Bisogna puntare sulla sensibilizzazione verso certe tematiche e certi prodotti e solo il settore pubblico ha i mezzi per riuscire a risolvere questo problema che è, principalmente, culturale ed informativo. I gestori, se necessario, sono disposti ad immettere nei d.a. nuovi prodotti. Il rapporto con le Asl, per esperienza personale, nell'ultimo periodo è migliorato. C'è maggior collaborazione. Mi auguro che presto altre Asl sappiamo promuovere lo stesso progetto legato alla D.A., che c'è in atto qui a Modena".

SICUREZZA ALIMENTARE NELLA D.A.

Il dottor Enrico Bocelli, igienista della Nestlè, ha svolto una relazione sul tema della sicurezza



alimentare nel Vending.

La qualità igienico-sanitaria dei prodotti distribuiti dal Vending è legata, fondamentalmente:

- alla qualità delle materie prime e dell'acqua utilizzate,
- al corretto funzionamento e idoneo stato di pulizia ed igiene delle attrezzature.

Queste condizioni devono essere controllate e garantite dalle imprese di gestione, che hanno la responsabilità finale della qualità del servizio. Le forme di controllo sono dettate da una serie di normative, che impongono delle prassi da seguire.

In particolare, il D. Lgs. 155 del 26 maggio 1997 che recepisce la direttiva 93/43/CEE. Esso stabilisce che, a seguito dell'ela-



Franco Bompani

borazione di manuali di Corretta Prassi Igienica (MCPI) di riferimento, le aziende compilino i propri Manuali di Autocontrollo dell'Igiene Aziendale (MAIA).

L'articolo 2 del D. Lgs. 155 include nella definizione di industria alimentare anche la somministrazione di prodotti alimentari e quindi anche il Vending.

Il D. Lgs. 155, come è risaputo, dispone di:

- verificare l'idoneità delle strutture (locali, impianti, attrezzature, mezzi di trasporto)
- verificare la qualità igienica di materie prime, prodotti sfusi e confezionati somministrati con d.a.
- controllare il corretto funzionamento e l'igiene del d.a.
- effettuare il controllo igienico dei processi di distribuzione con un piano indicato e documentato (Piano di Autocontrollo = HACCP)

PROGETTO DI QUALIFICAZIONE PER LE IMPRESE DI GESTIONE

Il dottor Franco Bompani, presidente della società "Eidos Consulting" di Milano e consulente Confida, ha spiegato gli obiettivi del progetto varato dalla nostra associazione, nel corso della tavola rotonda nazionale, tenutasi l'8 luglio a Bologna.

Anche se abbiamo tratto ampiamente l'argomento sul n. 206 di Vending Magazine, riteniamo utile riportare la descrizione fatta

da Bompani

Obiettivi del progetto

- Elevare gli standard qualitativi del servizio offerto sul mercato
- Far crescere culturalmente e professionalmente le imprese associate
- Ottenere una uniformità di comportamento delle imprese associate nei confronti della pubblica amministrazione

Articolazione del Progetto

- Elaborazione della Carta dei Servizi
- Redazione della Guida Operativa e della Modulistica standard
- Protocollo di intesa tra Confida e Ministero in tema di requisiti di qualità del servizio
- Definizione di un capitolato di appalto standard
- Certificazione di servizio per le imprese associate che rispettano i requisiti
- Piano Pubblicitario per divulgare l'iniziativa Confida

Carta dei servizi Confida

1. Obiettivi della Carta

- Descrivere i principi fondamentali del servizio di distribuzione automatica e le garanzie offerte ai clienti.
- Indicare le regole per la qualità, regole che gli iscritti a Confida si impegnano a rispettare.

2. Prodotti e servizi offerti

Le aziende svolgono un servizio di interesse collettivo rivolto alla fornitura di prodotti alimentari e di bevande calde e fredde somministrati attraverso d.a.

3. Il decalogo della qualità nella Distribuzione Automatica

- Massima attenzione alle esigenze ed aspettative dei clienti e impegno costante al miglioramento
- Massima attenzione alla qualità e varietà dei prodotti somministrati
- Professionalità e correttezza del personale
- Affidabilità e regolarità del servizio
- Rifornimento puntuale e assistenza tecnica tempestiva
- Garanzia di pulizia e igiene



Vincenzo Scrigna

dei DA e dei prodotti somministrati

- Efficienza dei distributori e facilità di utilizzo
- Efficienza dei sistemi di pagamento
- Continua attenzione all'innovazione
- Soluzioni personalizzate secondo le diverse esigenze ed orientamento ad anticipare i futuri bisogni.

4. **Regole per la qualità**

Sono descritte le regole che l'azienda associata si impegna a rispettare. Viene dato un supporto per l'applicazione di tali regole attraverso la Guida Operativa e la Modulistica Standard, che contengono parti vincolanti ed altre consigliate.

5. **Il sistema dei controlli**

L'azienda adotta una serie di misure e controlli dei prodotti dal magazzino al punto vendita in conformità con il manuale di corretta prassi igienica.

6. **La valutazione della soddisfazione del cliente**

L'azienda predispone un sistema di ascolto del cliente L'azienda attraverso il personale di front line, di valutazione della sua soddisfazione e di gestione dei reclami.

7. **Formazione del personale**

L'azienda garantisce il continuo aggiornamento del suo personale.

8. **Marchio qualità Confida**

L'adesione alla Carta dei Servizi è evidenziata dall'apposizione sui distributori automatici del Marchio "Vending di Qualità" Confida annuale.

9. **Validità della carta dei servizi**

La Carta dei Servizi Confida è soggetta a variazioni in funzione di nuove leggi, direttive delle autorità competenti, evoluzione del settore, modifiche degli elementi disciplinati.

Dettaglio delle regole per la qualità

Guida operativa: definisce nel dettaglio i requisiti e gli adempimenti vincolanti o consigliati necessari per l'adesione alla Carta dei Servizi Confida.

Modulistica standard: rappresenta una raccolta di moduli che aiutano il gestore a rispettare le regole della Carta dei Servizi Confida.

Tempistica: nei prossimi due mesi la carta dei servizi + guida operativa + modulistica standard verrà presentata presso le delegazioni regionali, che potrà suggerire eventuali modifiche o integrazioni. La presentazione della Carta dei Servizi durerà per tutto il mese di gennaio. In alcune delegazioni, che hanno già dato la loro disponibilità, vi saranno le prime sperimentazioni sul campo della progetto. Ad aprile vi sarà l'esposizione ufficiale a tutti gli associati Confida, durante l'Assemblea Generale. Entro giugno la Confida conta, infine, di ratificare il protocollo d'intesa con il ministero delle Attività Produttive e Salute e terminare l'elaborazione di un capitolo per le gare d'appalto negli Enti Pubblici.

Fase di sviluppo successiva:

Codice di corretta prassi igienica (seg Igiene e formazione del personale)

La veicolazione dei patogeni avviene attraverso due canali: LE MANI, LA BOCCA E IL NASO.

Fondamentale è quindi l'igiene del personale, in particolare per chi lavora con i veleni. Le mani vanno sempre pulite e non devono essere in contatto con carta, monete, monete, ecc. durante il lavoro.



Enrico Bocelli

- Costituzione di una o più strutture o enti esterne per le verifiche, della effettiva applica-



zione delle Carte dei Servizi da parte degli associati Confida. A coloro che supereranno in regola con gli standard qualitativi verrà rilasciato si fregeranno del marchio "Qualità Confida" (il cosiddetto Bollino Blu).

- Attività di comunicazione: campagna pubblicitaria su tv e media, convegni, tavole rotonde

LA TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI

Carlo Porta, responsabile R&D Nestlé, ha svolto una relazione sullo scottante tema della "tracciabilità dei prodotti". Vincenzo Scrigna, a sua volta, a riferito sulle prime esperienze circa le procedure di tracciabilità messe in atto nella sua impresa di gestione.

Vista la specificità e complessità delle problematiche, abbiamo dedicato all'argomento un apposito articolo a pagina 10.

Enrico Capello



Carlo Porta