



Audit ufficiali e Audit di certificazione come valore aggiunto per la GDO

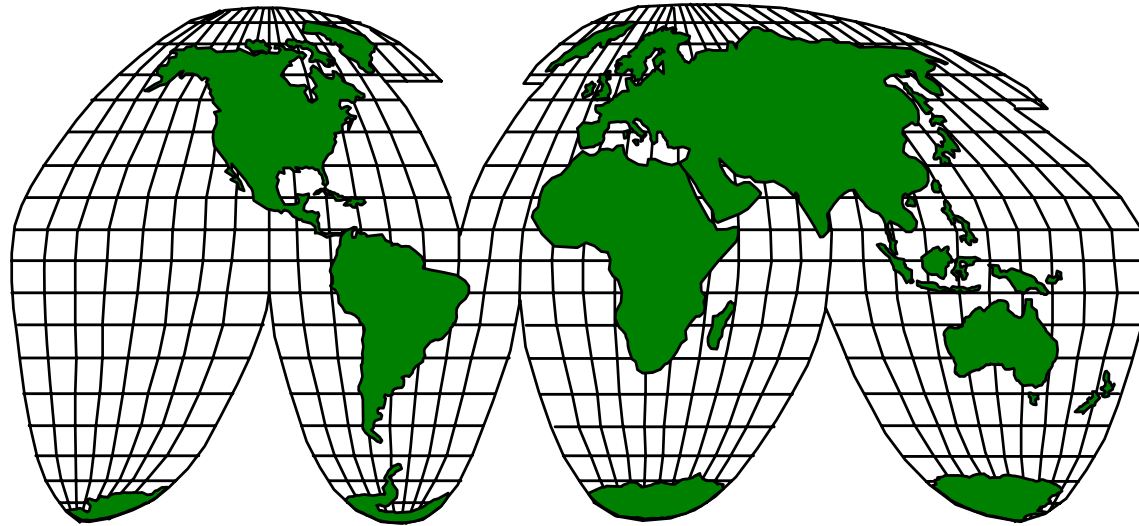


Marghera, 18 gennaio 2008



Dr. Claudio Truzzi
Quality Assurance Manager
Metro Italia Cash and Carry

Il gruppo METRO



**Nel 1964 a Muelheim in Germany, è stato aperto il primo Store.
Metro Cash & Carry è presente in 32 Paesi tra Europe, Asia and Africa
con 550 big stores.**

METRO Group: Presenza a livello internazionale, 2006

METRO
makro

584 stores
in 28 countries

real-
extra

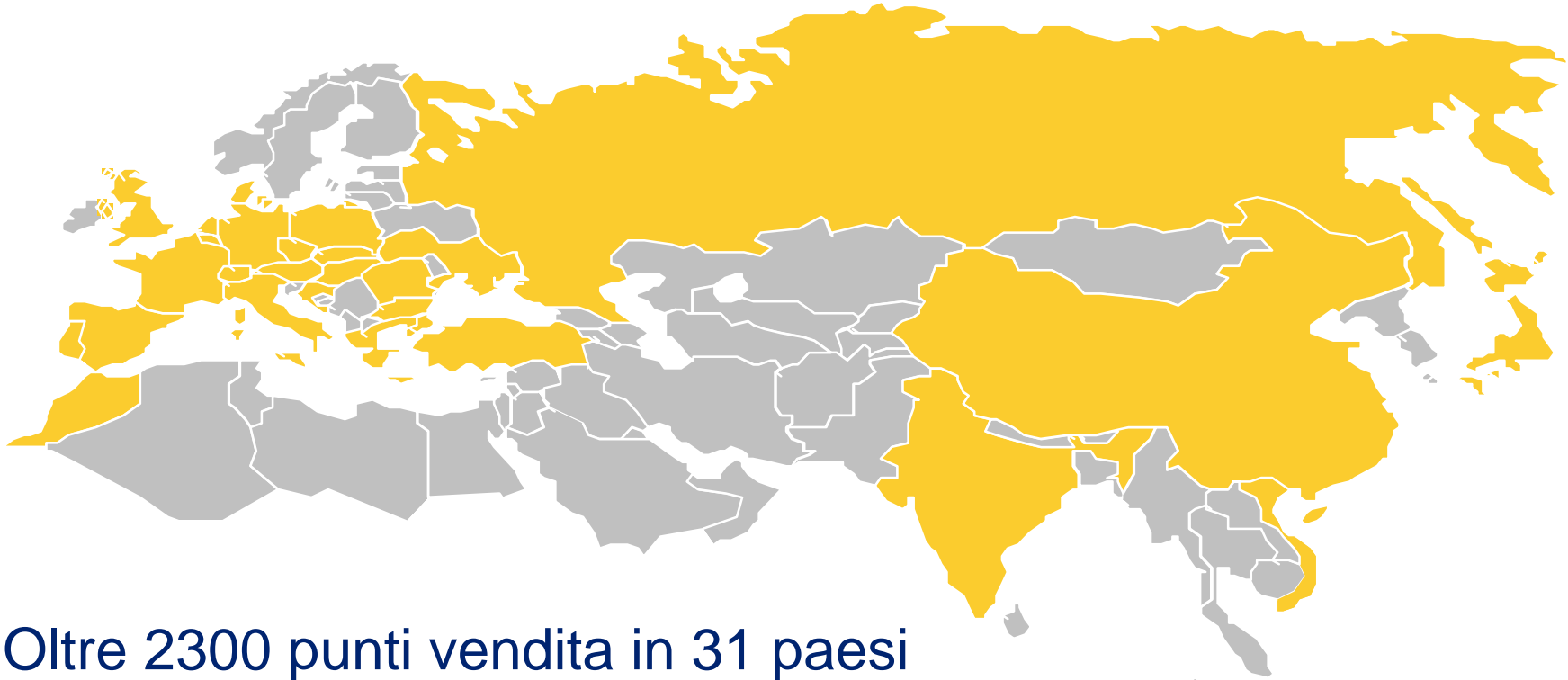
701 stores
in 5 countries

MediaMarkt
SATURN

621 stores
in 14 countries

GALERIA
KAUFHOF

142 stores
in 2 countries



Oltre 2300 punti vendita in 31 paesi

CHI E' METRO ITALIA Cash & Carry S.p.A.

**assortimento
30.000 articoli**



- **FOOD DEPARTMENT : 11.000 articoli**
- **NON FOOD DEPARTMENT : 19.000 articoli**

I Clienti METRO

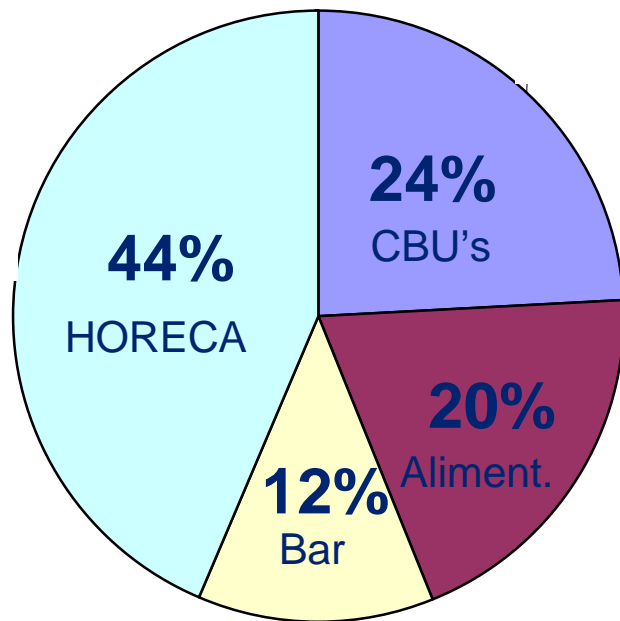
I titolari di tessera Metro sono tutti operatori commerciali o professionali, dotati di partita IVA ed iscrizione alla camera di commercio o albo professionale.

I Nostri Clienti sono...

Principalmente Uomini (circa il 70%)

Clienti con età media superiore a quella della Distribuzione
(sopra i 35-40 anni)

Reddito superiore alla media Italia



Abbiamo più di 2 milioni di Clienti accreditati

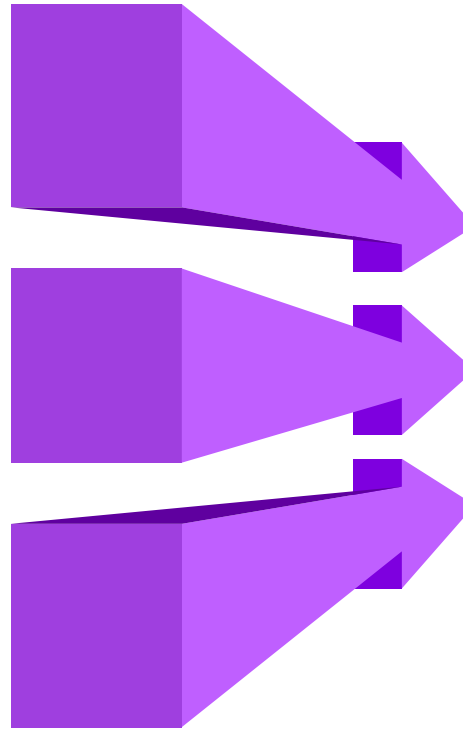
Il Cliente METRO è un professionista esigente e responsabile
direttamente coinvolto nella gestione
della filiera alimentare:
Ma cosa cerca il Cliente METRO?



Sicurezza

Servizio

Rispetto
dell'ambiente





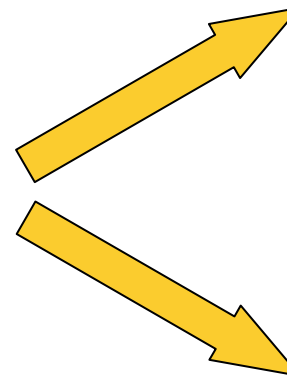
QUALITA' intesa come
soddisfazione delle esigenze
del cliente



RECLAMO quale mancato soddisfacimento
delle attese dei nostri clienti



RECLAMO



PRODOTTO

SERVIZIO



Risk Assessment

Risk evaluation



Risk management



Risk communication



EVITARE I RECLAMI

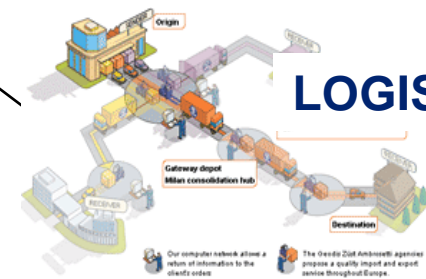
PRODOTTI



VENDITA



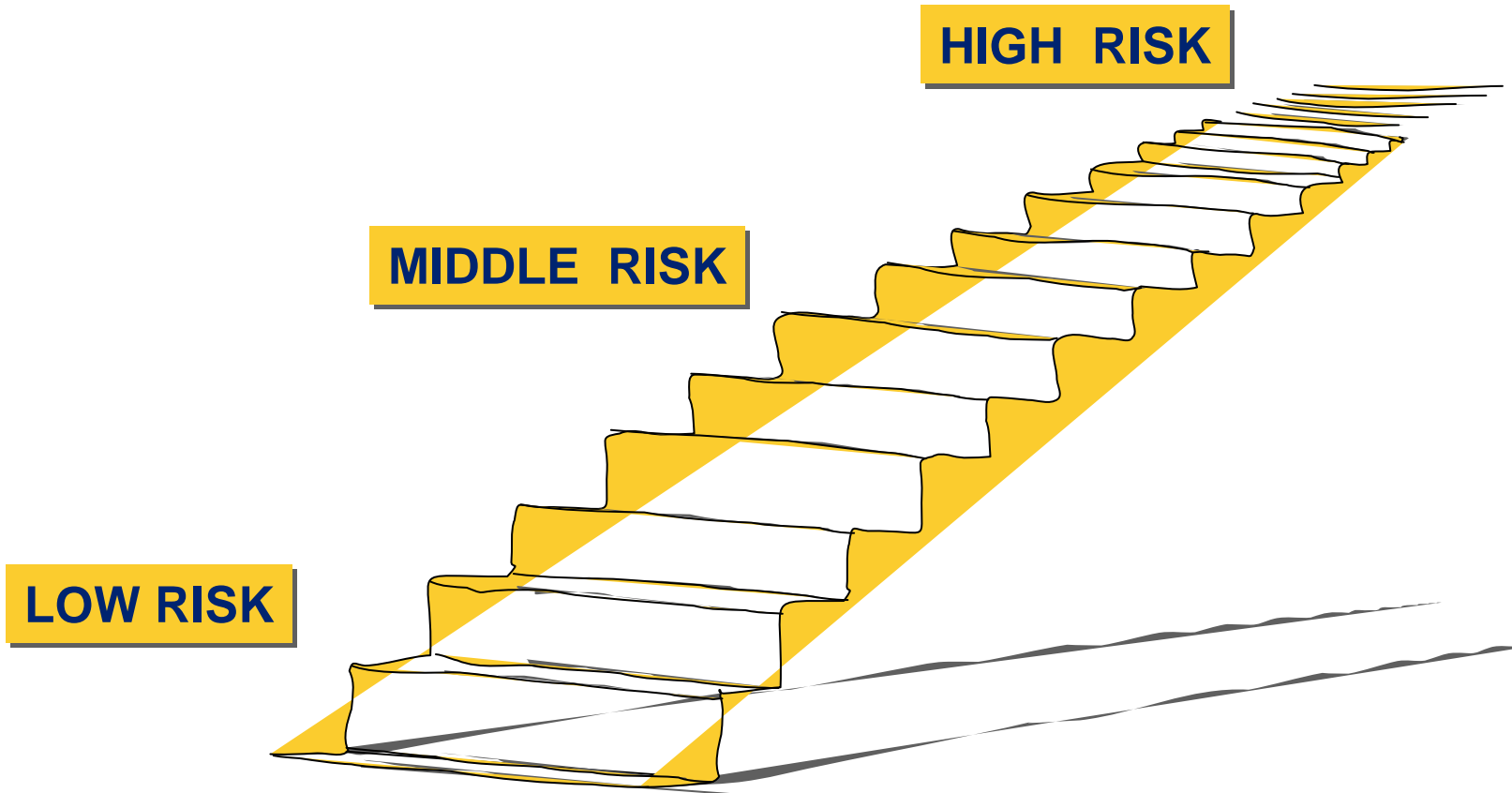
LOGISTICA



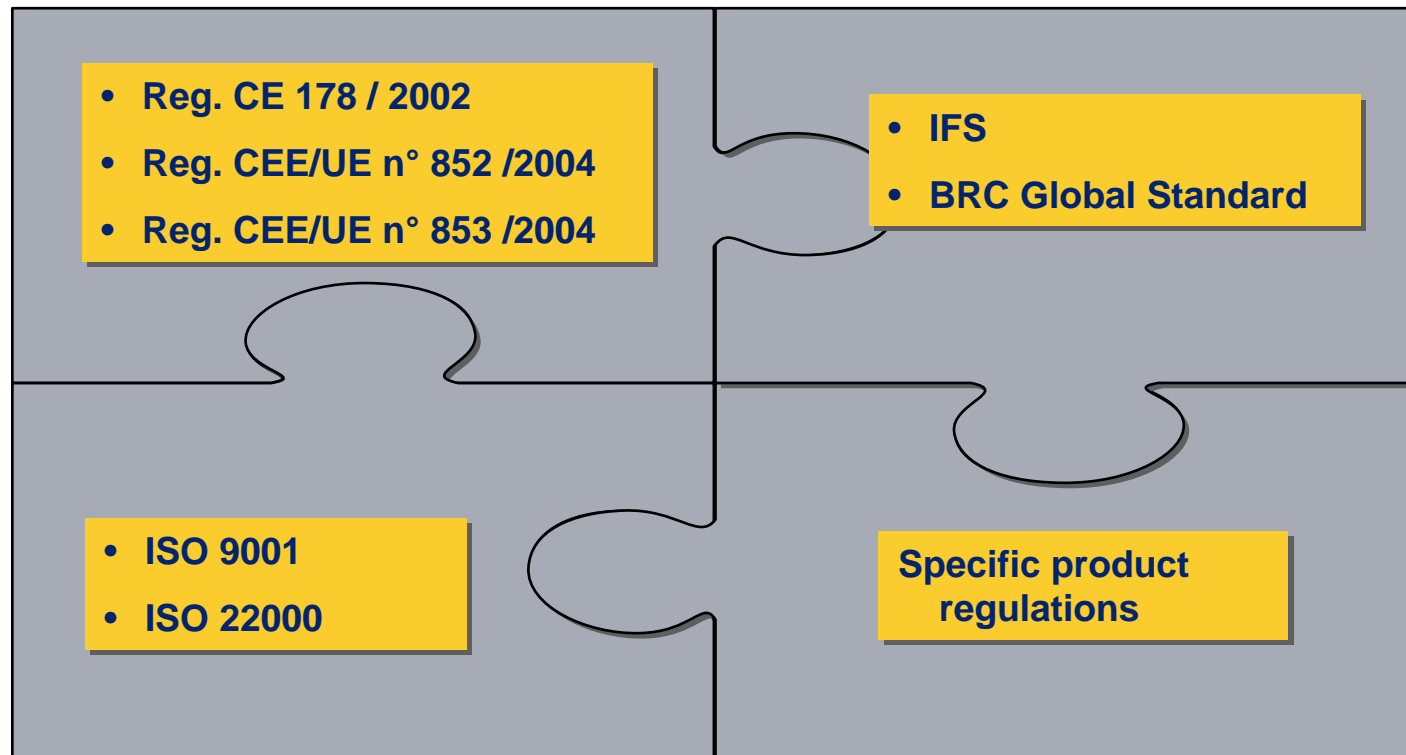
FORNITORI



CLASSIFICAZIONE DEI FORNITORI



QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI



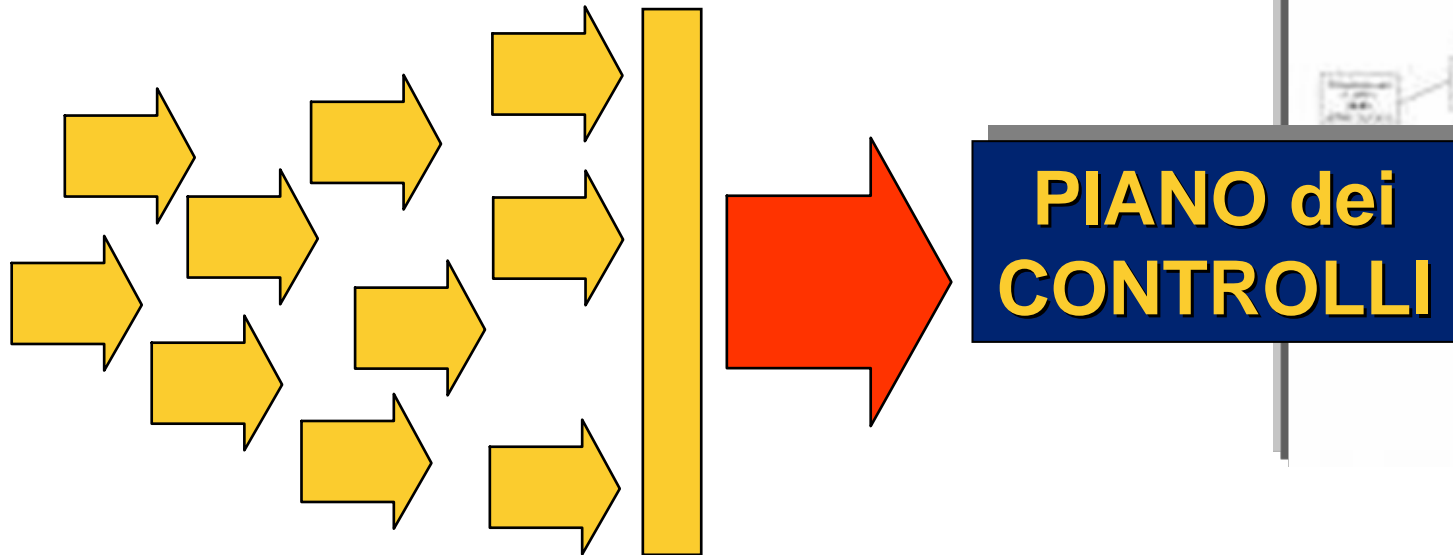
CRITERI DI QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI



- Tipologia di prodotto
- Destinazione d'uso
- Dimensioni della compagnia
- Quantità
- Performance del fornitore

	Product tipology	Product destination	Company dimension	Product quantity	Supplier performances
Supplier A	●	●	●	●	●
Supplier B	●		●	●	
Supplier C	●	●	●	●	
Supplier D	●			●	●
		●		●	●
			●		●
				●	

CLASSIFICAZIONE DEI PRODOTTI



Dati provenienti dalle autorità di controllo nazionali ed internazionali e archivio storico

RISK ASSESSMENT - PRODOTTI



LOGISTICA E VENDITE



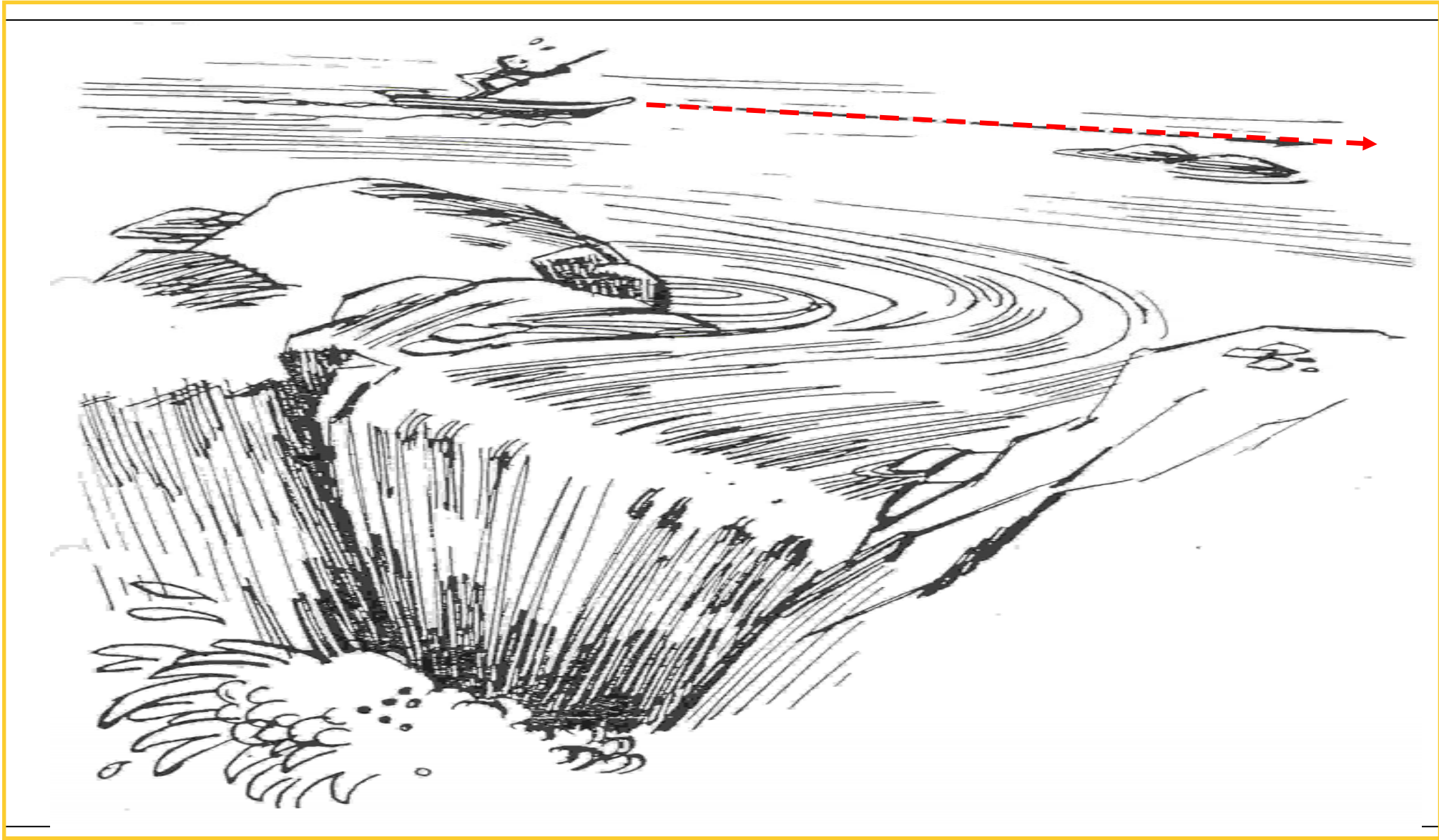
**Cold chain,
handling, storing**



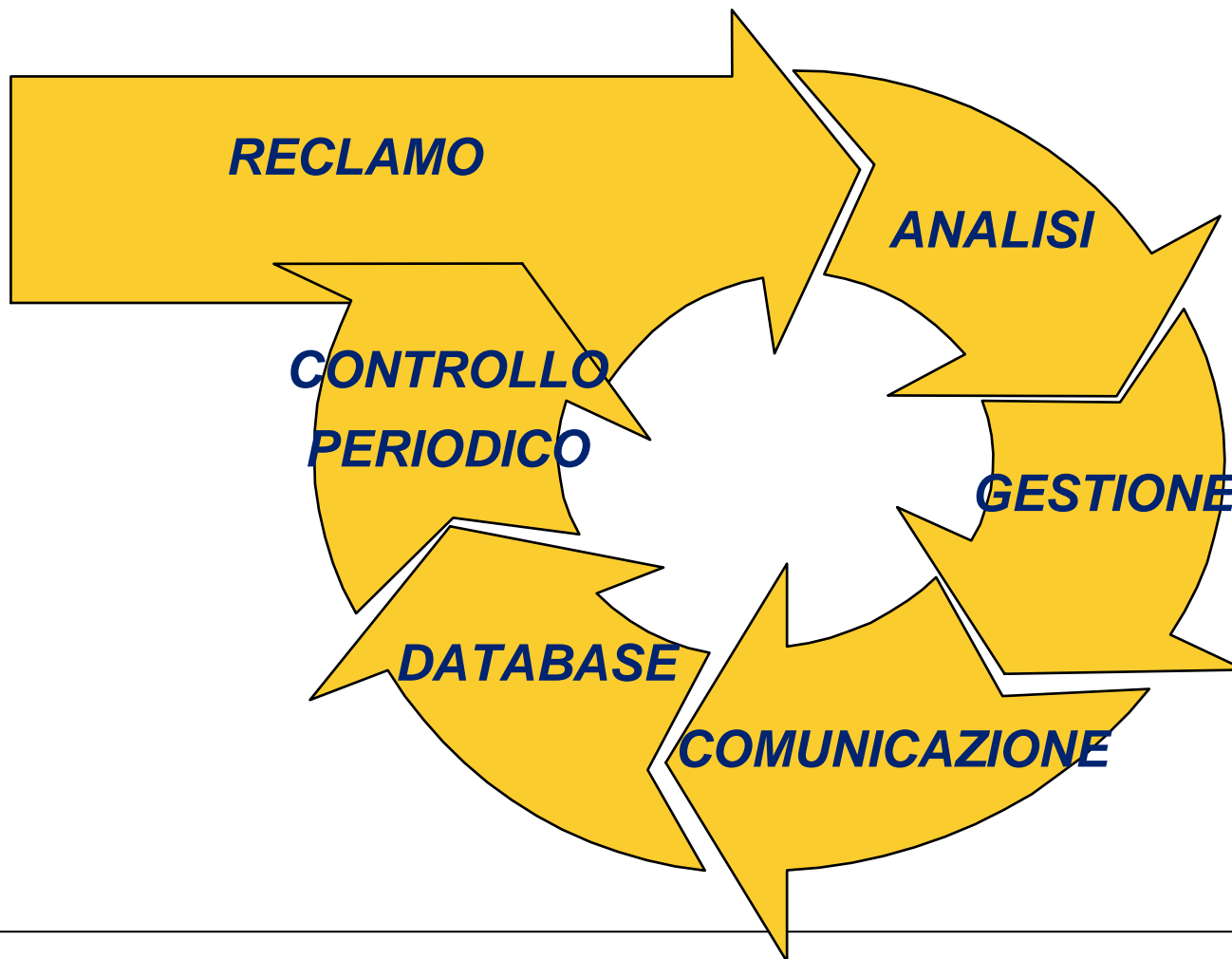
85 litres
50l x 65L x 52h

68 litres
44,5l x 85L x 37,5h

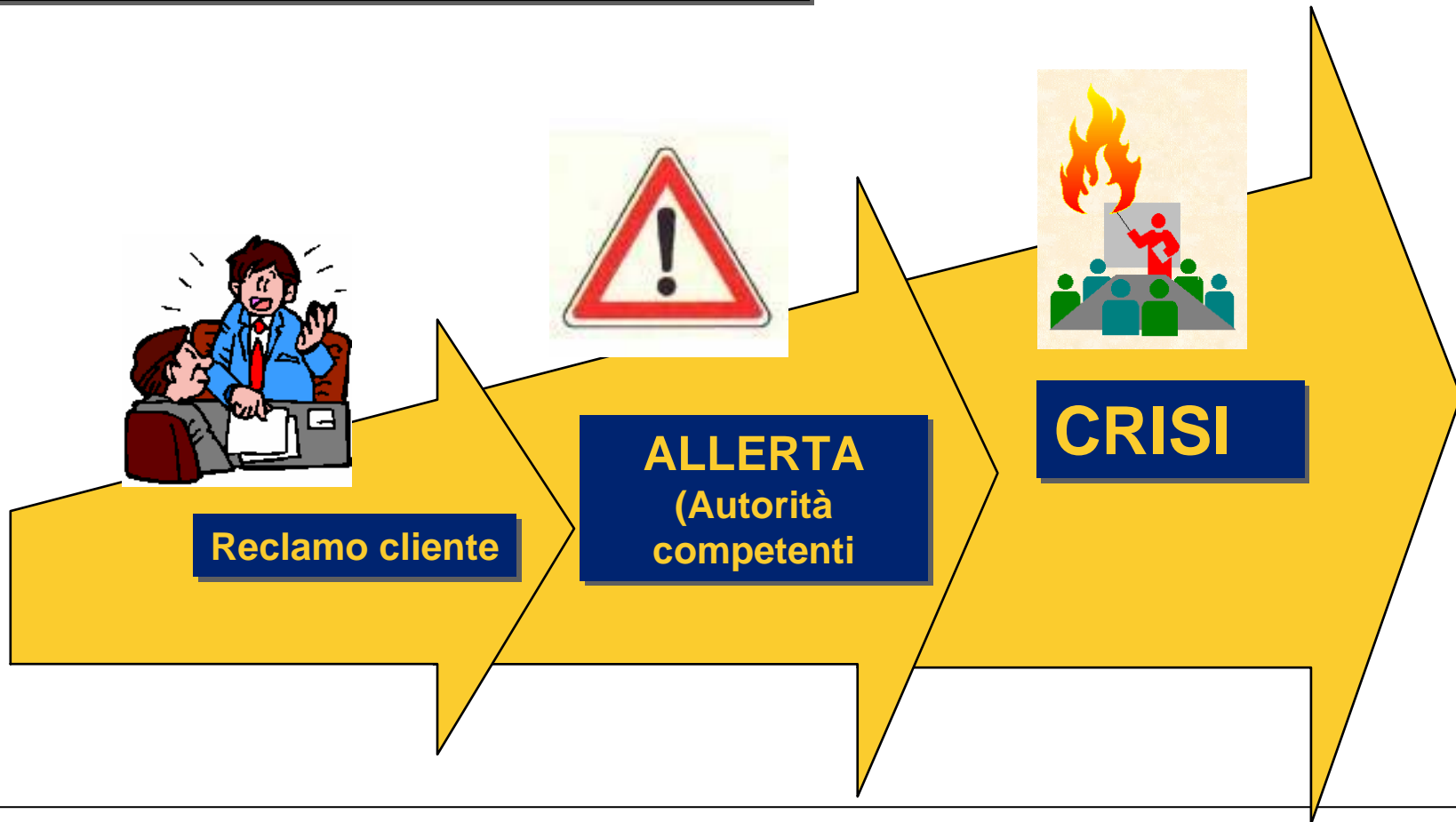
55 litres
50l x 65L x 38h

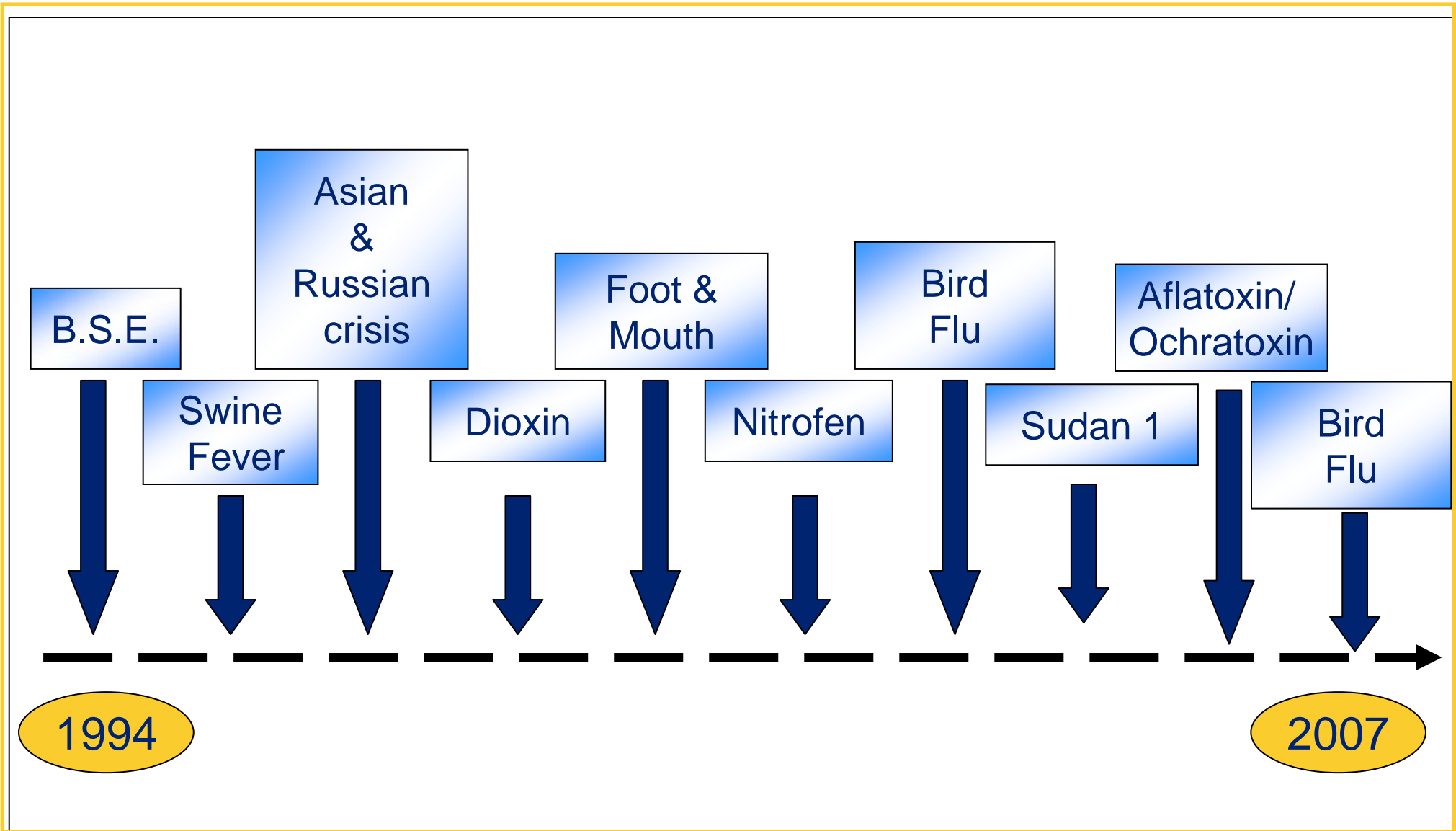


GESTIONE RECLAMI - METRO



La mancata gestione dei reclami genera le allerte





CRISI ALIMENTARI

1) Fare di un processo a fasì un processo di sistema



sistema integrato di attività'

2) Logica di rispetto di principi:

Precauzione, Responsabilità,
Prevenzione, Valutazione del rischio

3) elemento “ fattore rischio ”

CONTROLLI UFFICIALI:

Attività di verifica e funzione deterrente per le aziende

Estensione dei controlli a tutti i prodotti

Maggiore specializzazione degli ispettori



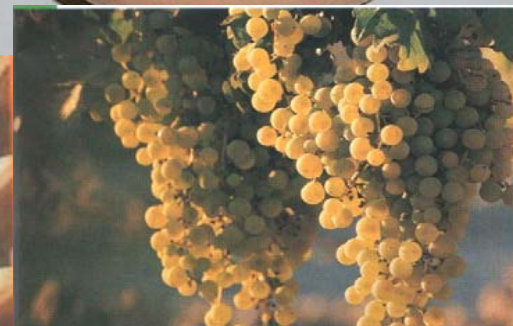
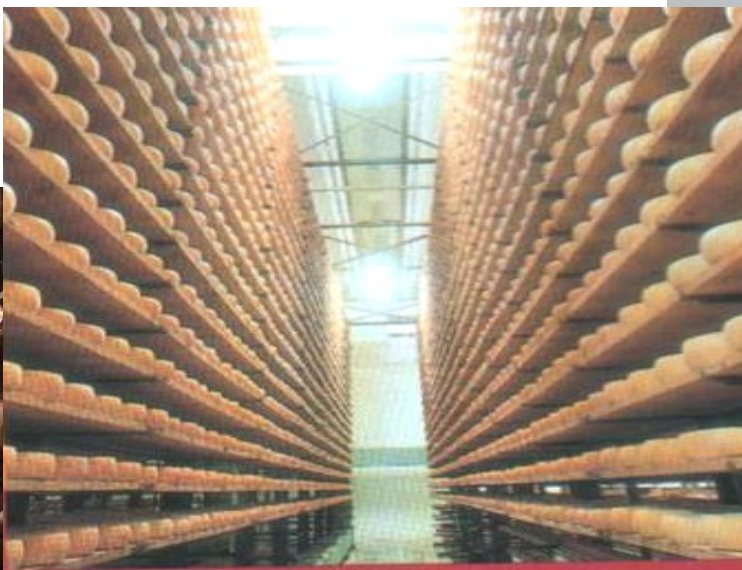
Le crisi possono essere gestite in modo efficace solo se le Autorità Competenti e la Grande Distribuzione comunicano e lavorano insieme condividendo lo stesso “LINGUAGGIO”.

CONSOLIDARE TRASFORMAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

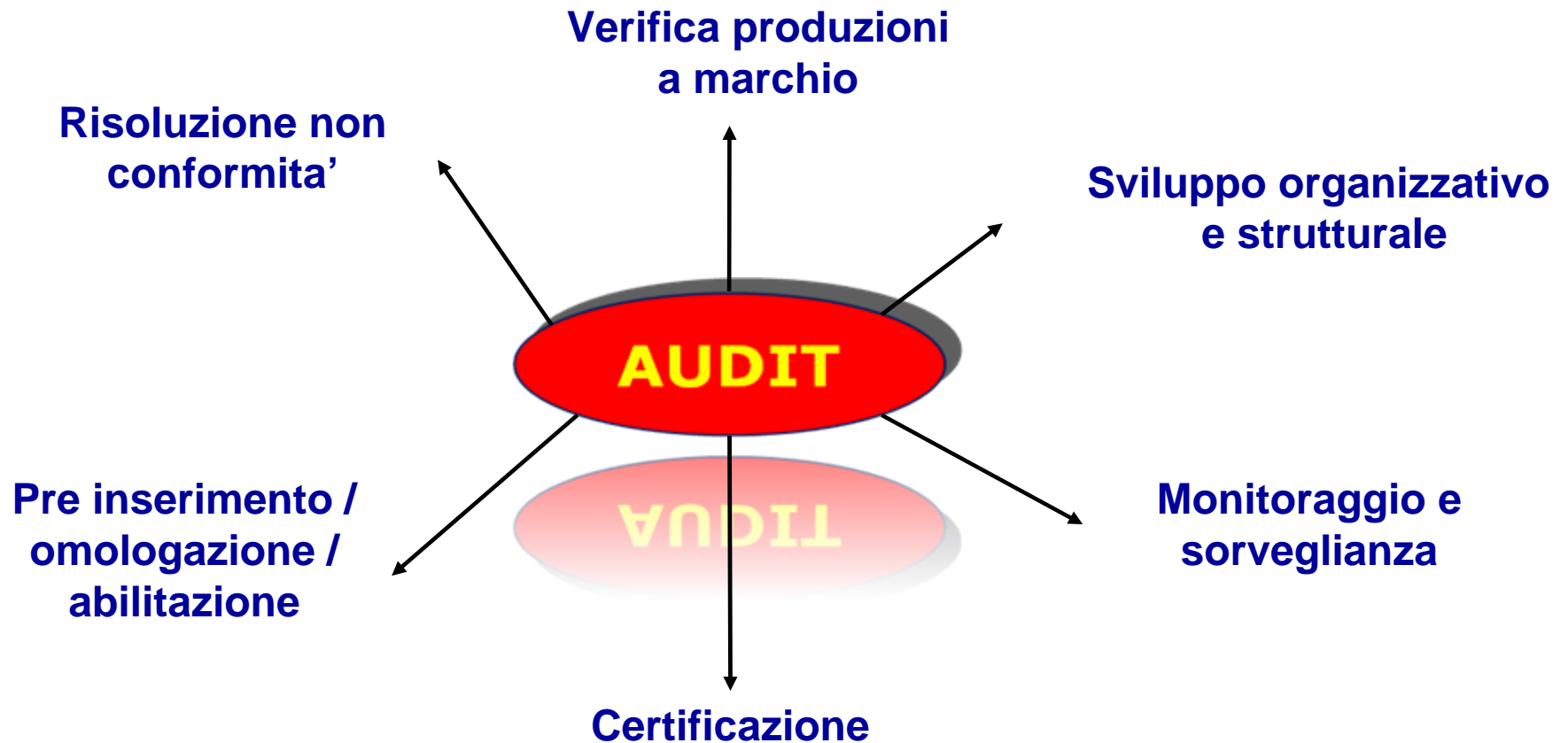
GESTIONE DEL
PROCESSO PRODUTTIVO

AUTOCONTROLLO

AUDITING DEI
SERVIZI



L'AUDIT: strumento centrale per lo sviluppo dei fornitori



Fornitori METRO Own Brand

Abilitazione

- Audit METRO

- Test analitico sensoriale

- Capitolato tecnico di Fornitura

- Certificazione IFS

- Certificazione dei prodotti

Fornitori METRO Supplier Brand

Omologazione

- Invio schede tecniche per approvazione
- **Certificazione IFS/BRC oppure Audit**
- Test di piattaforma
- Analisi dei prodotti (a carico)
- Eventuali Audit di Non Conformità

AUDIT METRO:


- 1) Aziende non certificate a marchio e non
- 2) Per abilitazione in aziende già certificate
- 3) Riscontro di Non Conformità



riscontro di
carenze in aziende già certificate

CERTIFICAZIONI

- Passaggio ad uno schema di terza parte per gli audit sui Fornitori
- Safety (obiettivo primario) e risparmio delle risorse
- **Sistema fiduciario** in cui l'Ente certificatore riveste un ruolo centrale



Retailer --- ENTE --- Fornitore



Auditor molto più tecnici e meno "sistemisti"



SISTEMA FIDUCIARIO

La Distribuzione affida a una parte terza (Ente certificatore) l'attività di verifica sui propri Fornitori, pur mantenendone la responsabilità

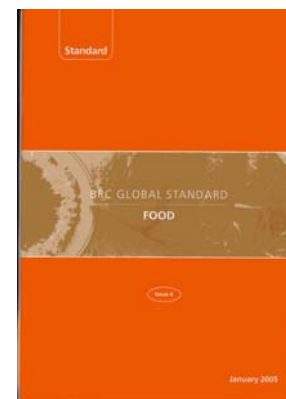


FIDUCIA

STANDARD PER LA GDO



Progettato dalle principali catene di distribuzione francesi e tedesche



Sviluppato dai principali rivenditori britannici

Validi non solo per il processo produttivo ma anche per le fasi di stoccaggio e distribuzione

Progetto di certificazione dei fornitori Food
METRO secondo lo standard IFS



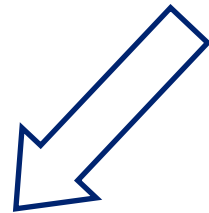
La Certificazione IFS e' uno strumento per assicurare

qualita' definita, verificata e costante nel tempo

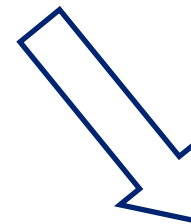
SCOPO DELL'ATTIVITA'

- ✓ garantire in modo uniforme la sicurezza di tutta la catena dei fornitori, controllare i rischi e rafforzare la fiducia del cliente
- ✓ verificare l'HACCP, il sistema di Quality Management, i requisiti strutturali, igienico-sanitari e comportamentali del personale, il controllo del prodotto e dei processi
- ✓ ridurre i costi e contemporaneamente, garantire un'elevata trasparenza dell'intera catena di fornitura

Errori da parte dell'Ente certificatore:



SFIDUCIA

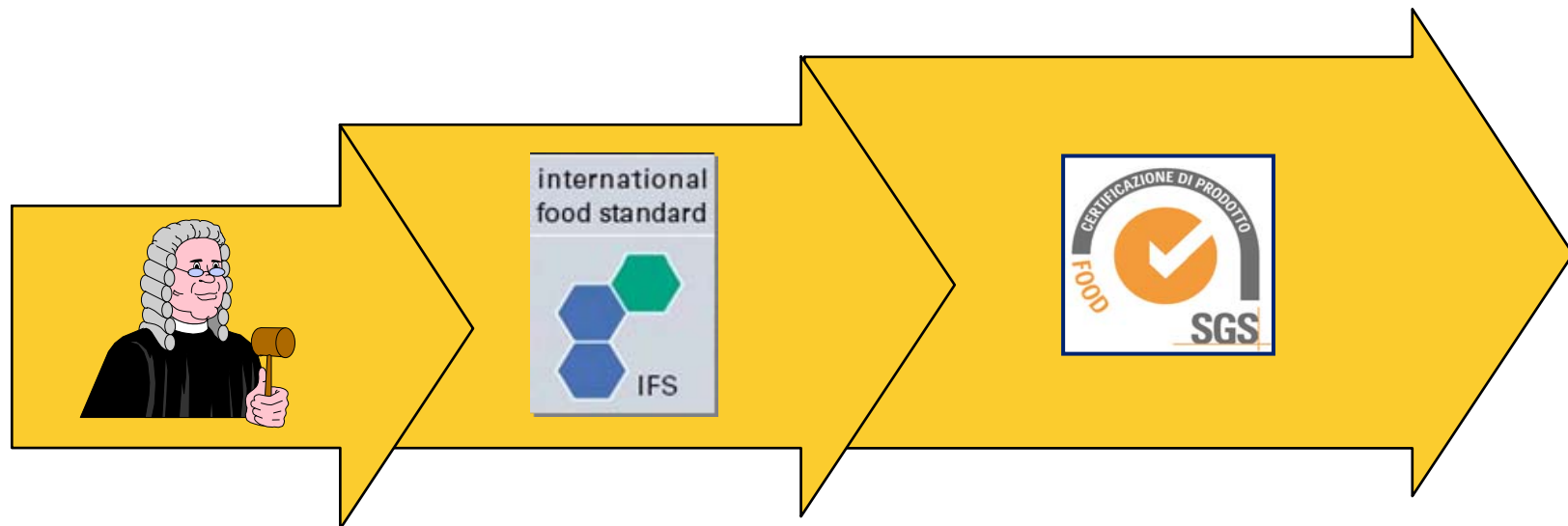


AUMENTO DEI COSTI



Le Attività di Certificazione sono il punto di partenza e non di arrivo!

Non sono un vincolo imposto, bensì un prerequisito richiesto alle Aziende per soddisfare le sempre crescenti esigenze dei Consumatori!



**AUDIT degli
ORGANI
UFFICIALI**

REPRESSIVO



PREVENTIVO

*con l'auspicio che anche gli
audit Ufficiali vengano
vissuti come occasione di
miglioramento dalle
aziende, in un'ottica di...*



**SISTEMA INTEGRATO DI
QUALITA'**



• **Maggiori garanzie di sicurezza per il consumatore**

• **Aumento della fiducia dei consumatori**

• **Gestione delle crisi**

• **Riduzione audit**

• **Miglioramento continuo**