



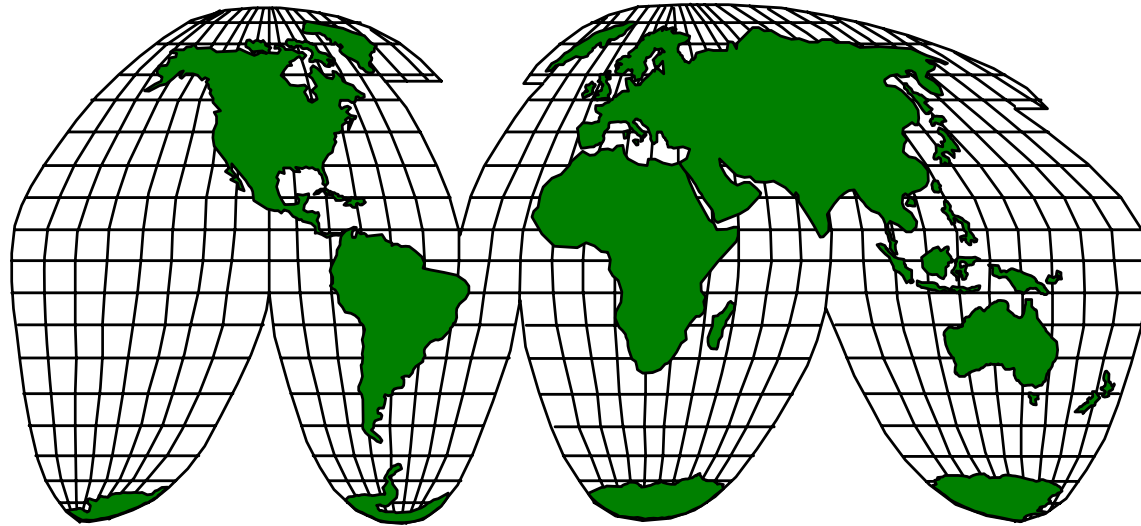
# L'audit e la grande distribuzione

**Roma, 18 settembre 2008**

**Dr. Claudio Truzzi**  
Quality Assurance Manager  
METRO Italia Cash and Carry

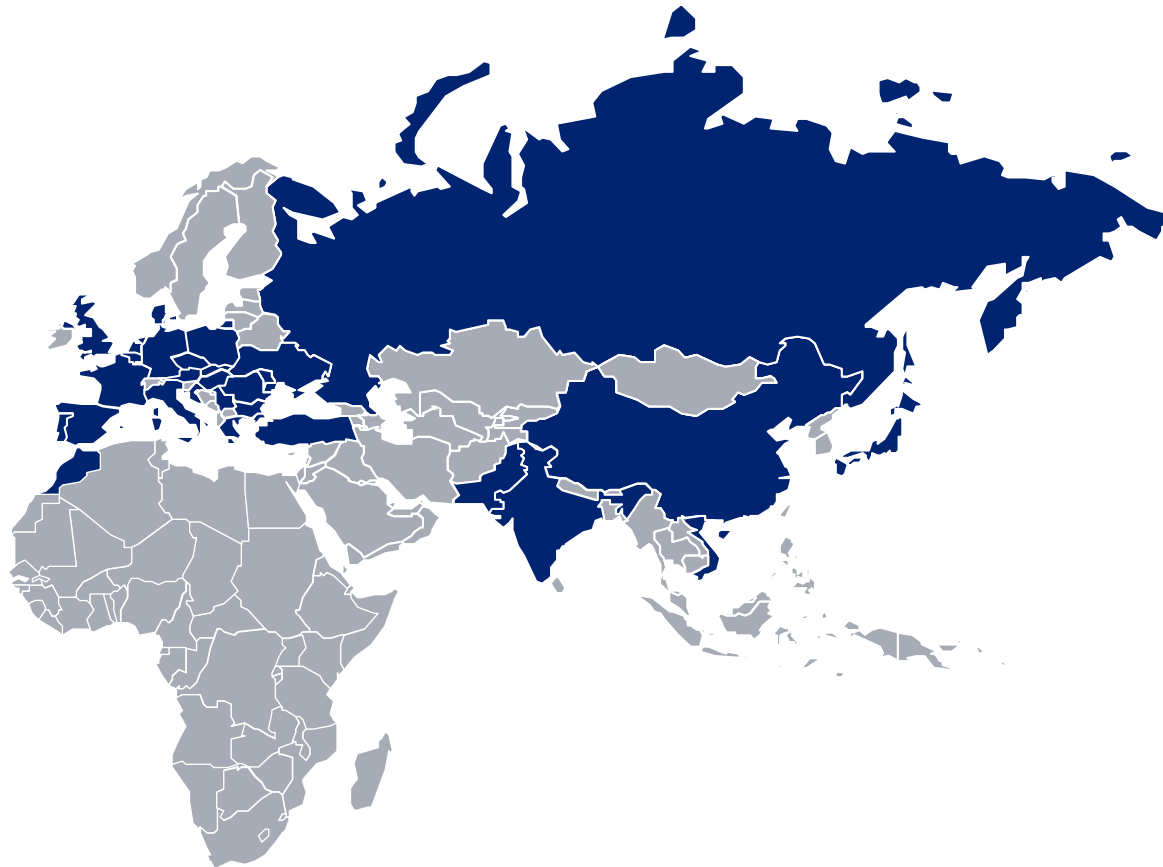


## Il gruppo METRO



**Nel 1964 a Muelheim in Germany, è stato aperto il primo magazzino.  
METRO Cash and Carry è presente in 29 Paesi tra Europa, Asia e  
Africa con 600 magazzini.**

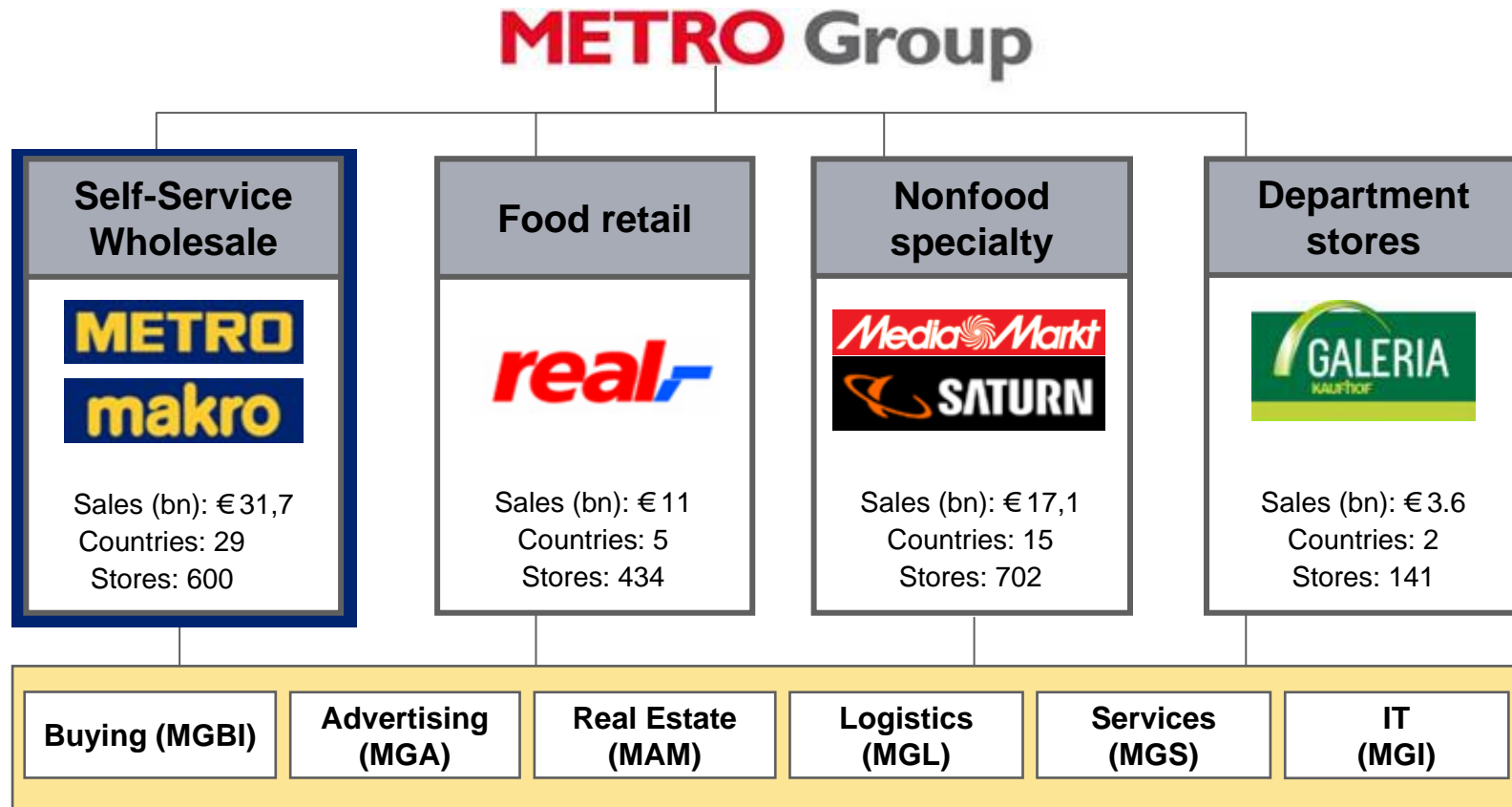
# A History of Expansion



Countries	Stores*	Since
Germany	122	1964
Netherlands	16	1968
Belgium	10	1970
Austria	12	1971
Denmark	5	1971
France	89	1971
UK	33	1971
Italy	48	1972
Spain	34	1972
Portugal	10	1990
Turkey	11	1990
Morocco	7	1991
Greece	8	1992
Hungary	13	1994
Poland	26	1994
China	37	1996
Romania	23	1996
Czech Rep	12	1997
Bulgaria	8	1999
Slovakia	5	2000
Croatia	6	2001
Russia	39	2001
Japan	3	2002
Vietnam	8	2002
India	3	2003
Ukraine	18	2003
Moldova	3	2004
Serbia	5	2005
Pakistan	1	2007

\* Status: January 22, 2008

# METRO Cash & Carry – a core Division of METRO Group



**METRO Group sales 2007: €64,34 bn**  
**Financial information as of March, 2007**

## **METRO Cash & Carry is internationally leading in B2B Self-service Wholesaling**

**600 stores in 29 countries**

**4.9 million m<sup>2</sup> total sales area**

**Approx. 104,000 employees**

**Sales of €31,7 billion in 2007**



# 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

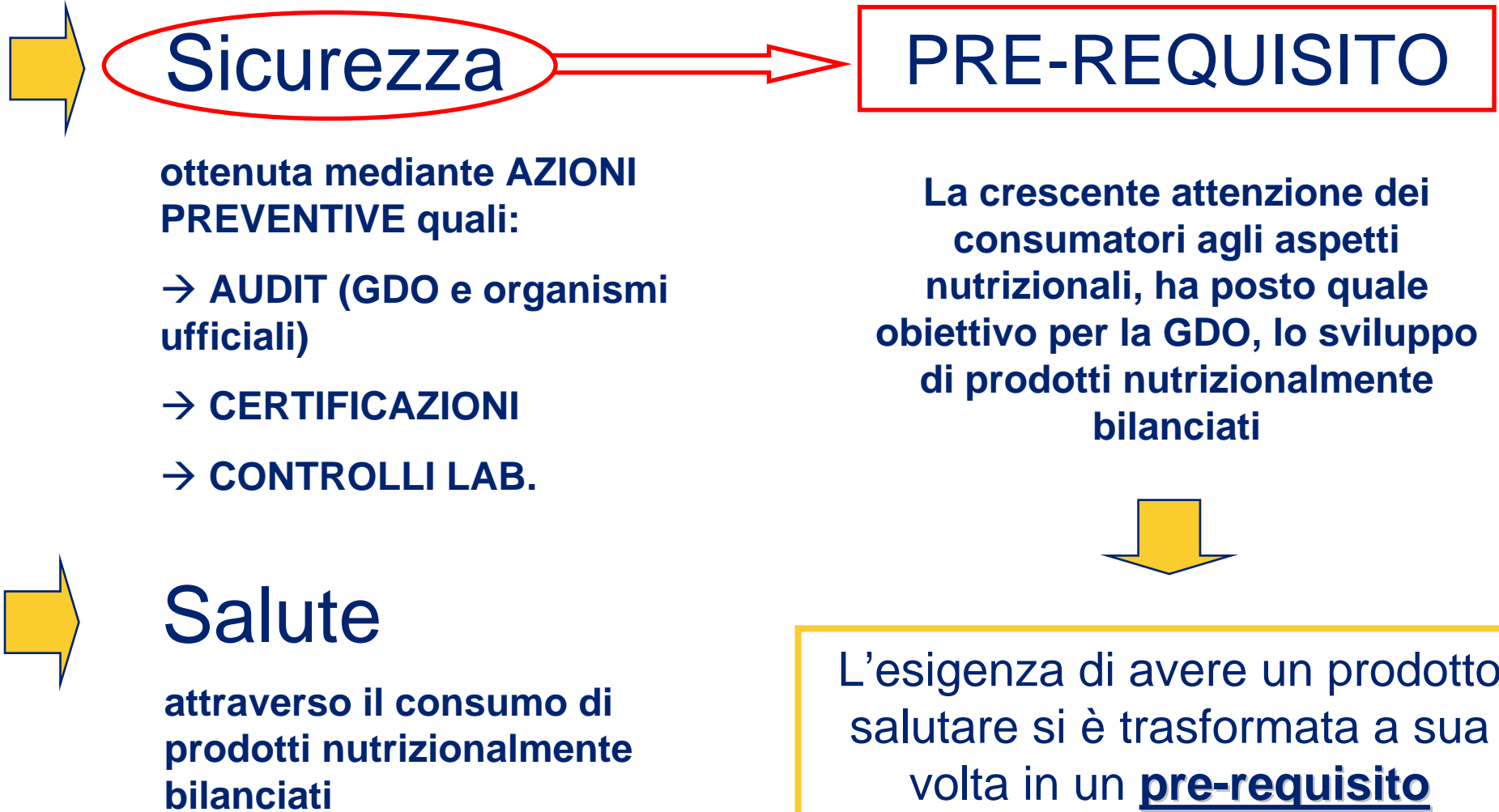
→ **Abbiamo circa 2 milioni di Clienti accreditati**



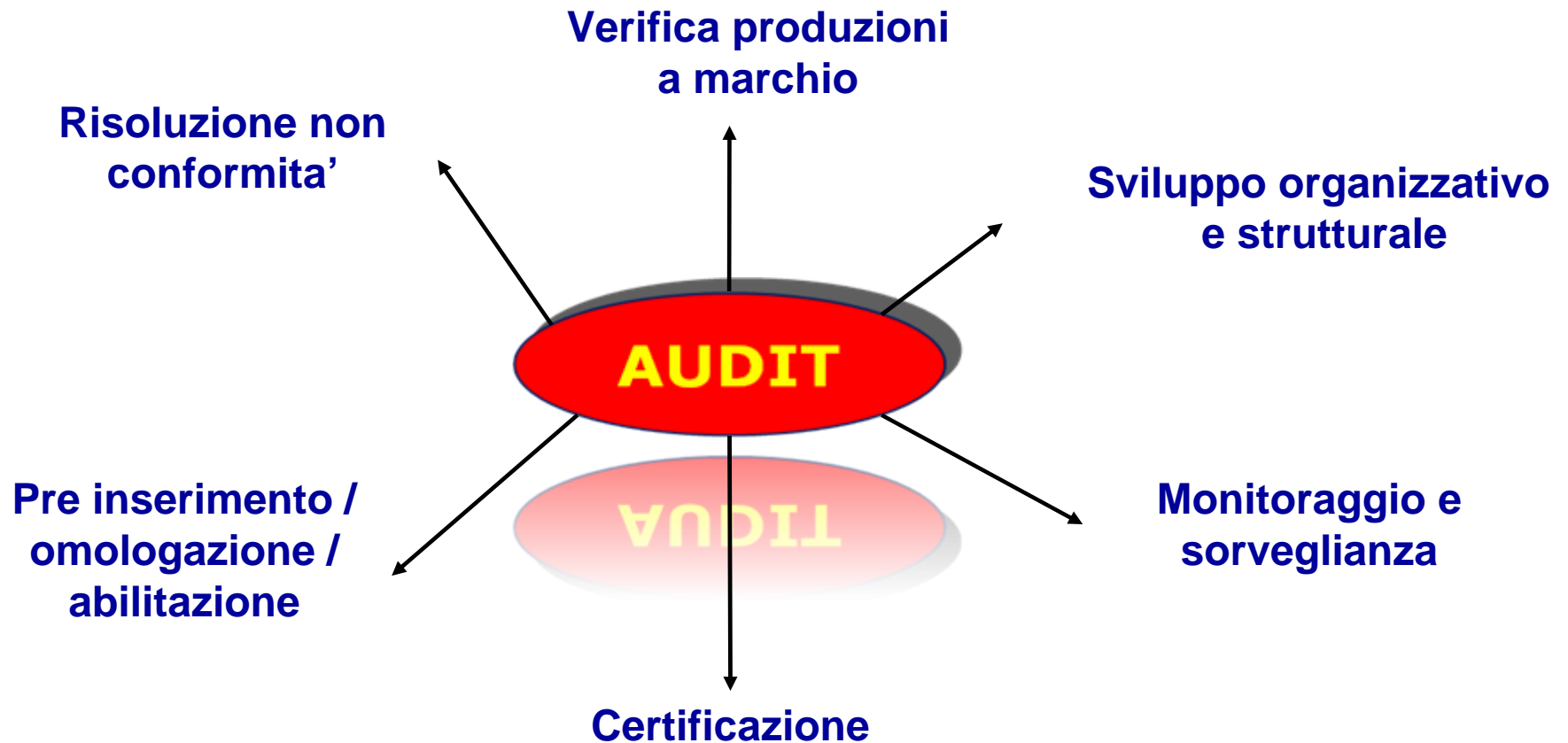


Il Cliente METRO è un professionista  
esigente e responsabile  
direttamente coinvolto nella gestione  
della filiera alimentare:  
Ma cosa cerca il Cliente METRO?





## 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



## Audit di abilitazione

- **Condivisione di un percorso di sviluppo organizzativo, strutturale e di crescita qualitativa, nel rispetto delle garanzie igienico sanitarie.**
- **Condivisione della nostra nuova politica volta alla valorizzazione degli aspetti nutrizionali**
- **Sensibilizzazione alla creazione di prodotti a marchio nutrizionalmente bilanciati (*no grassi vegetali idrogenati, riduzione del contenuto di colesterolo e sodio, attenzione alle caratteristiche nutrizionali anche per i prodotti primo prezzo a marchio*)**



## **Fornitori METRO Supplier Branded**

### **Omologazione**

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

## **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”.**

## 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"**



**AUDIT degli  
ORGANI  
UFFICIALI**

**REPRESSIVO**



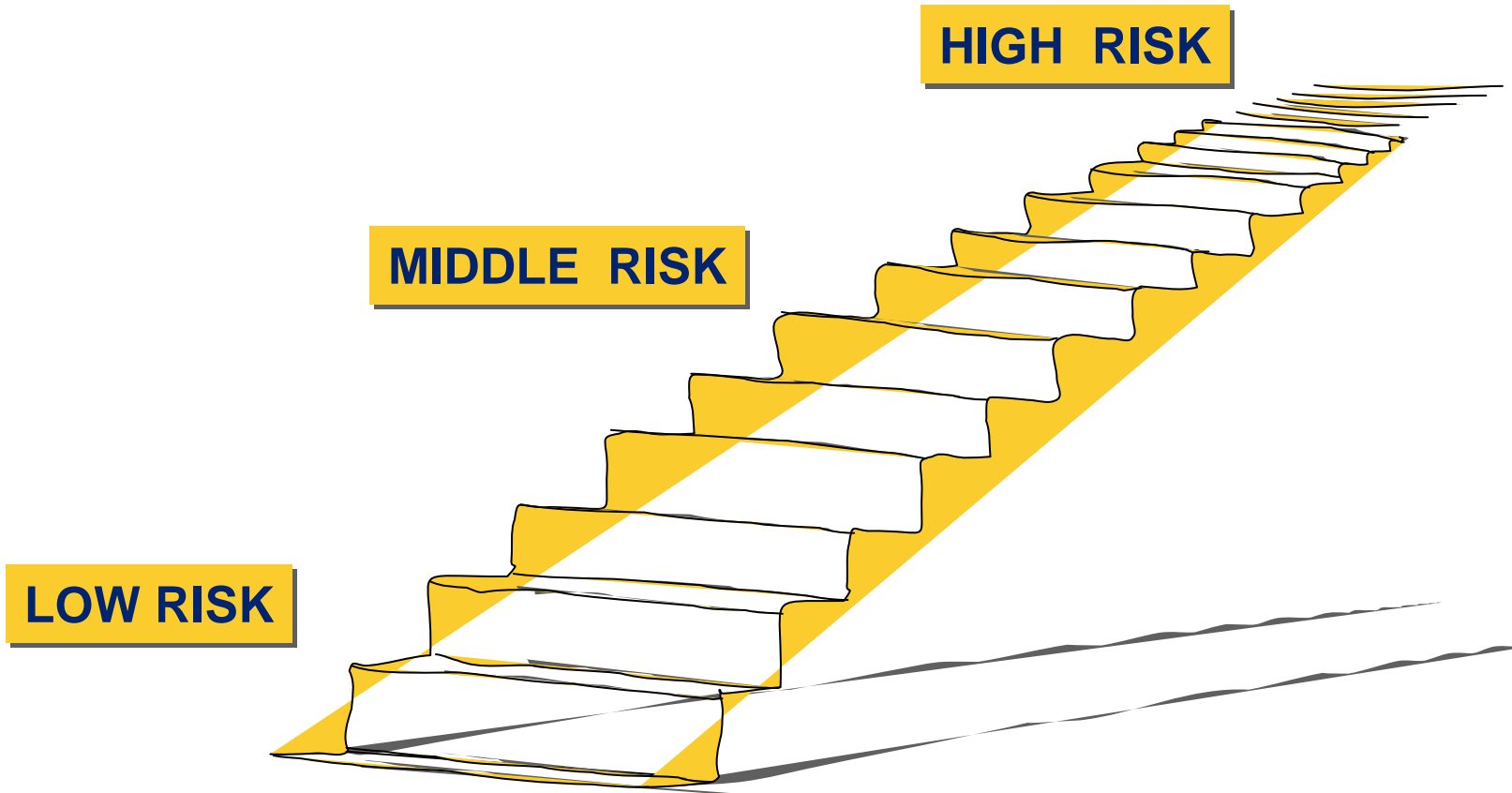
**PREVENTIVO**

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

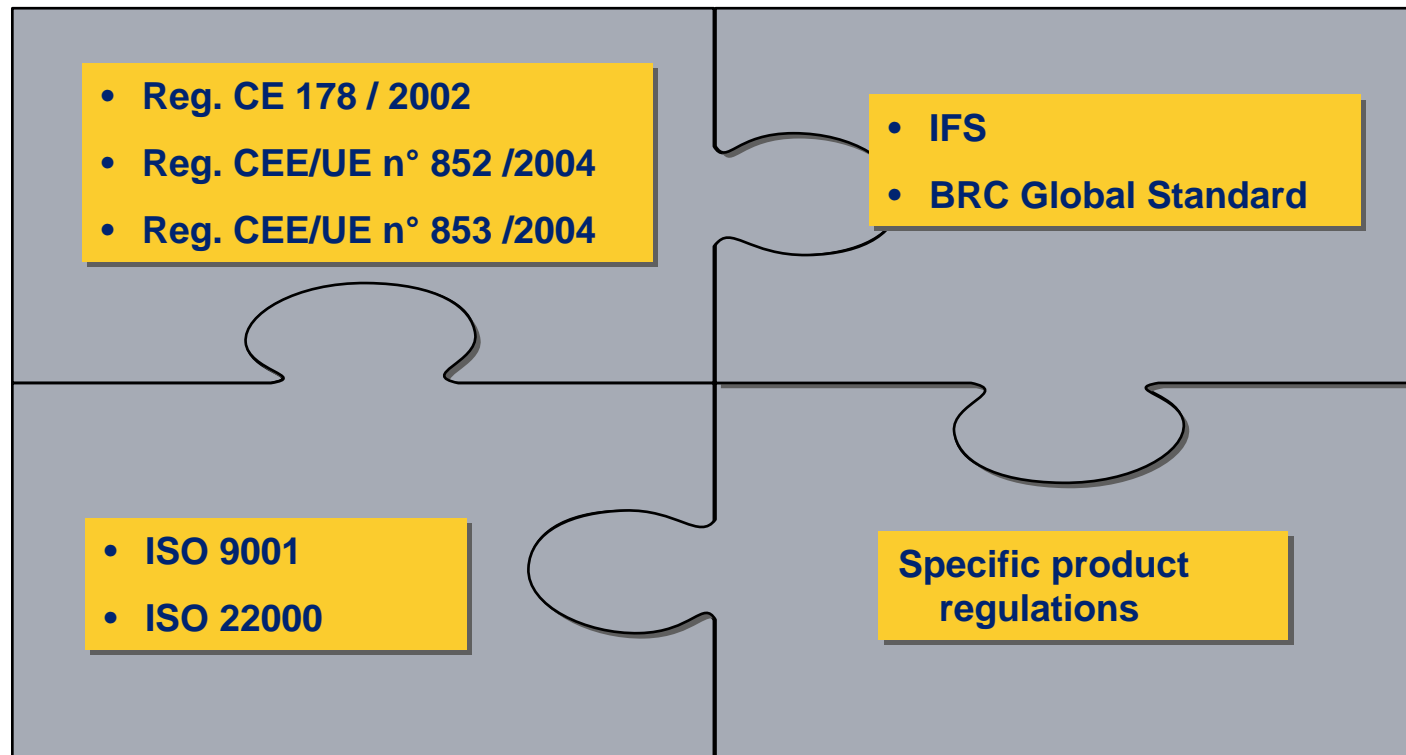


**SISTEMA INTEGRATO DI  
QUALITA'**

# CLASSIFICAZIONE DEI FORNITORI



## QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI



# CRITERI DI QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI



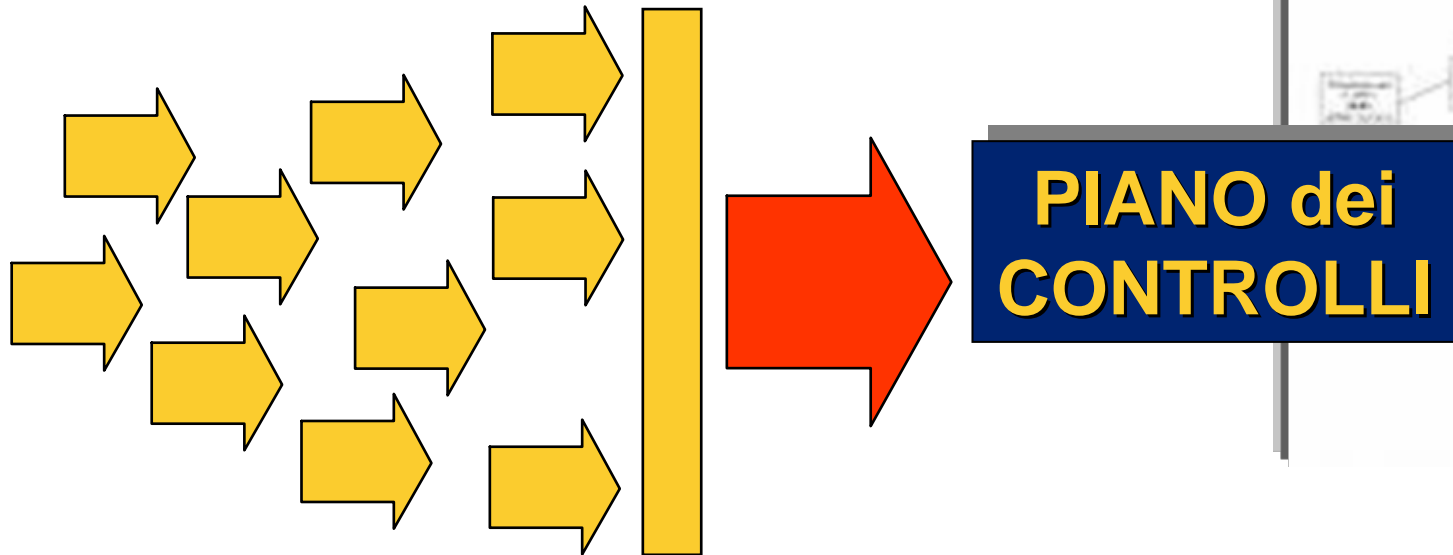
- Tipologia di prodotto
- Destinazione d'uso
- Dimensioni della compagnia
- Quantità
- Performance del fornitore

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

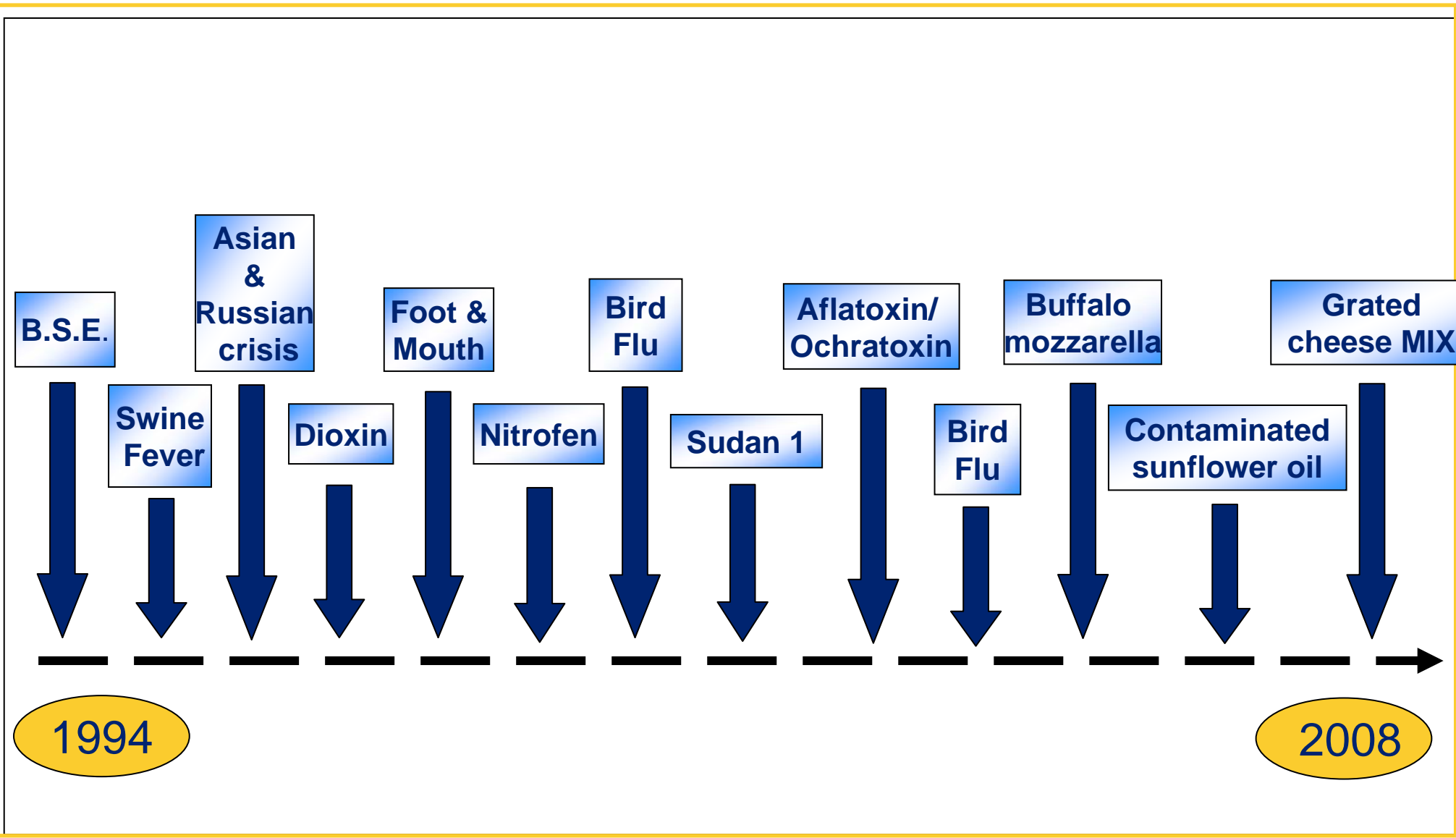
## **RISK ASSESSMENT - PRODOTTI**



## CLASSIFICAZIONE DEI PRODOTTI



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

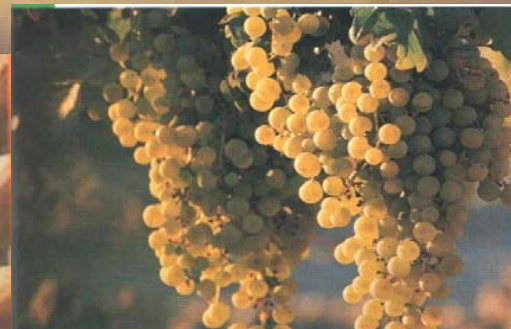
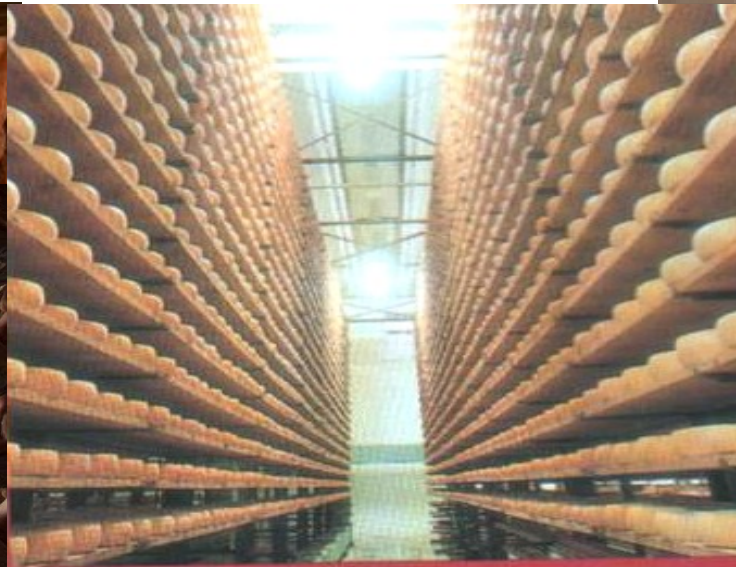


# **CONSOLIDARE TRASFORMAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE**

**GESTIONE DEL  
PROCESSO PRODUTTIVO**

**AUTOCONTROLLO**

**AUDITING DEI  
SERVIZI**

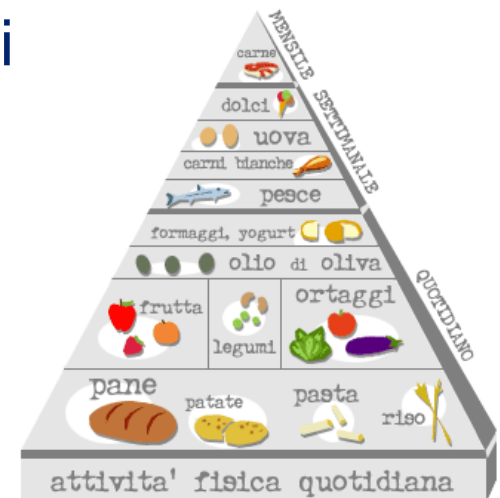




Lo sviluppo dei prodotti a marchio si è trasformato in una nuova sfida per la promozione del tema nutrizionale



Lo scopo è la creazione di prodotti nutrizionalmente bilanciati!!



Salatini linea  
burro



Elemento  
nobile



Pasta sfoglia senza  
grassi idrogenati



Eliminazione  
elemento dannoso

**METRO** ha intrapreso un percorso informativo per accompagnare tutti i suoi clienti verso la piena coscienza delle caratteristiche nutrizionali e qualitative degli alimenti.

**Nuovo frutto della collaborazione di METRO con i propri fornitori e l'ARNA sarà un volume dedicato all'ittico**



**CARATTERISTICHE NUTRIZIONALI, FRESCHEZZA E GESTIONE DEI PRODOTTI ITTICI**

**coming soon...**

**Grazie alla partnership instaurata con i nostri fornitori di prodotto a marchio abbiamo sviluppato il volume:**

**ALIMENTI E NUTRIENTI STRATEGICI  
(una guida per il consumatore)  
in collaborazione con ARNA.**





## Contact details:

METRO Italia Cash and Carry  
Dott. Claudio Truzzi  
*Responsabile Sistema Qualità*

Via XXV Aprile, 25  
20090 San Donato Milanese MI  
Italy

Tel. +39-02-5171. 2336  
Fax +39-02-5171. 2624