Quotidiano - Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi Tiratura: 20256 Diffusione: 17529 Lettori: 74000 (0006901)



Il progetto di Conad, Coldiretti e Nestlé per nuovi standard a supporto di tutta la filiera food

GS1, casa del green italiano

Allo studio una campagna col ministero sull'alimentazione

DI MARCO A. CAPISANI

afforzare i rapporti lungo l'intera filiera agroalimentare italiana, dalla produzione fino alla distribuzione, per lavorare su dati a 360° in termini di sostenibilita ma senza escludere strategie condivise in chiave anti-inflazione, così come con l'intenzione sottostante sia di presentarsi compatti a Roma e Bruxelles sia soprattutto di dare voce a campagne istituzionali congiunte. Sono tutti obiettivi del progetto presentato a Linkon-

tro 2023 da Conad, Coldiretti e Nestlé Italia che vogliono rappresentare maggiormente all'esterno il ruolo del largo consumo nell'economia italiana e, per questo, hanno pensato non solodi avviare un ragionamento comune, sdoganato dalle rispettive appar-

tenenze settoriali, ma soprattutto di concretizzarlo in sede GS1 Italy, l'organizzazione non profit autorizzata a rilasciare il codice a barre, riconosciuto ufficialmente dal sistema di codifica mondiale. Tramite la ex Indicod-Ecr, quindi, si può attivare un'analisi delle vendite italiane e degli analoghi comparti di altri paesi, attraverso la rete internazionale della stessa associazione. Di GS1 fanno già parte

l'industria di marca (come Nestlé) e la grande distribuzione organizzata (tra cui Conad) e, in prospettiva, «entrerebbe sia Coldiretti sia Filiera Italia (che rappre-

senta il comparto agroalimentare italiano nel suo insieme, ndr)», spiega a ItaliaOggi Ettore Prandini, presidente di Coldiretti. «Finora si è ragionato in termini di prezzi più bassi per contrastare la crisi; adesso dobbiamo iniziare a parla-

re di come creare valore. Anche a livello internazionale, nel confronto con gli altri paesi. Un nuovo valore aggiunto si può ripartire lungo tutta la filiera, i costi minori no».

Per vedere se e come verrà concretizzato il progetto di Conad, Coldiretti e Nestlé Italia, bisognerà aspettare alcuni passaggi formali in GS1 (senza dimenticare gli iter decisionali dei vari soggetti coinvolti), a partire comunque dal mese prossimo con la riunione dell'assemblea di GS1 per nominare il nuovo cda e poi, a metà luglio, con la nomina del nuovo presidente, ruolo che spetta questa volta all'industria di marca in alternanza con la distribuzione, visto che per il momento è presidente Francesco Pugliese, oggi d.g. di Conad (mentre una rotazione a tre, prevedendo l'ingresso del settore agroalimentare in GS1, non è al momento una priorità secondo Prandini, che dice anzi: «può rimanere pure l'attuale sistema»).

Si parte quindi con la centralità dei dati e la loro analisi, secondo Marco Travaglia, a.d. di Nestlé Italia che sottolinea l'importanza di aprire per la prima volta la casa del codice a barre a nuovi soggetti, con l'obiettivo finale di voler portare nuove evidenze numeriche e punti di vista italiani per esempio nell'ambito della riforma Ue del packaging, dove l'intenzione europea è la sostenibilità ma «si rischia d'incrementare per esempio le emissioni di Co2 nell'atmosfera del 180% o i consumi d'acqua del 240%», rilancia Prandini. «Il tutto in un settore che vede già i consumi dell'ortofrutta in calo del 10% nel solo 2022, dopo che negli ultimi 5 anni sono scesi di un 20% complessivo. In proposito, abbiamo già domandato al ministro dell'agricoltura Francesco Lollobrigida di lanciare una campagna istituzionale a sostegno. In Italia, si sta modificando la dieta alimentare e cresce notevolmente il tasso di obesità».

Insomma, «GS1 come casa per individuare standard sulla sostenibilità e poterli promuovere in sede internazionale», chiosa Pugliese. «Successivamente, dal confronto sulla sostenibilità il dialogo può aprirsi ad altri temi come gli accordi di filiera in chiave anti-inflattiva».

——© Riproduzione riservata—



