



METRO

IL VOSTRO SUCCESSO È IL NOSTRO IMPEGNO

CLAUDIO. TRUZZI

**La qualifica dei Fornitori: un prerequisito indispensabile
non solo per i Fornitori OB**

Torino –Maggio 2022



> **SEMINARI**

Con il patrocinio di:



Ministero della Giustizia

Conoscere la GDO

Dagli aspetti gestionali ai prodotti a marchio del Distributore (MDD)

SUMMARY

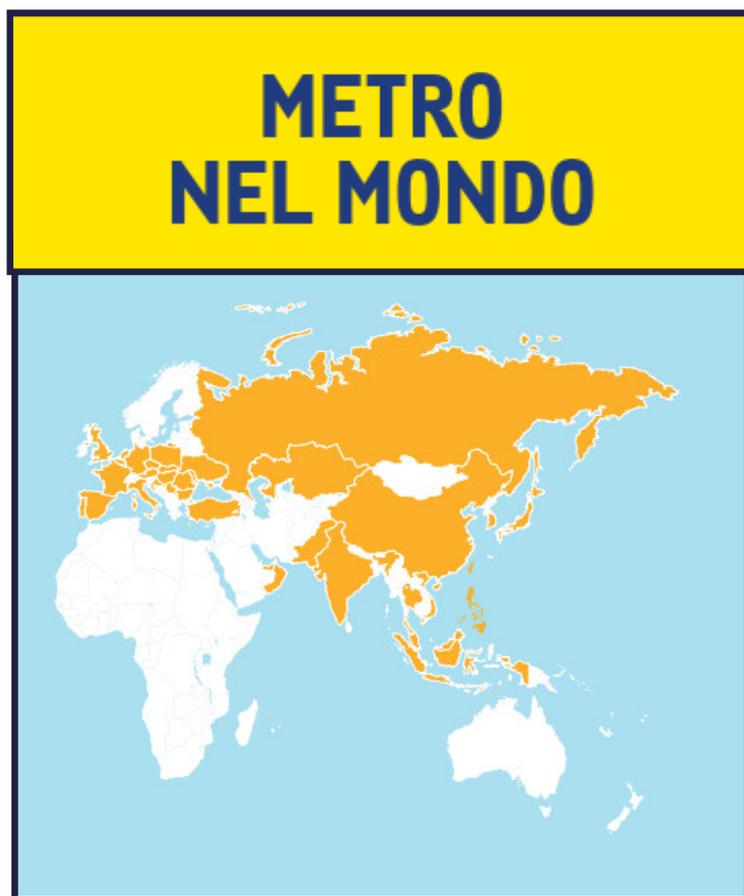
Il processo di qualifica dei fornitori è fondamentale per assicurare la conformità ai requisiti di legge del prodotto, un elevato standard qualitativo e ridurre i reclami dei clienti e le allerte.

Gli impatti imputabili a una non corretta qualifica dei fornitori sono pertanto sia di natura legale (mancato requisito di legge di un prodotto) sia di natura economica e di immagine.

Per questo motivo la qualifica dei fornitori deve essere estesa a tutti i fornitori sia a marchio che non a marchio in base al principio del risk assessment



METRO: CHI SIAMO NEL MONDO E IN ITALIA



METRO WHOLESALE

- Oltre 30 Paesi nel mondo
- 17 milioni di clienti
- Oltre 95.000 dipendenti
- 24,8 miliardi di € di fatturato



METRO ITALIA

- 49 store
- 2 depositi dedicati al Food Service Distribution
- Oltre 4.000 dipendenti
- 1,3 miliardi di € di fatturato

METRO: CHI SIAMO NEL MONDO E IN ITALIA



27 APRILE 1972: METRO CASH & CARRY ARRIVA IN ITALIA

- Apertura a Cinisello Balsamo (MI) del primo punto vendita METRO in Italia.
- Self service con vendita all'ingrosso; oltre 10.000 metri quadrati; 36.000 articoli in vendita; soluzioni organizzative e tecnologiche innovative.



ANNI '80: L'ESPANSIONE DI METRO IN ITALIA

- Nuove realtà nelle aree metropolitane di Milano, Roma, Torino, Firenze, Genova, Bari e Bologna.
- Primi store formato "Classico": ampi spazi e ricco assortimento di prodotti Food e Non Food.



ANNI '90: NASCE UNA NUOVA GENERAZIONE DI PUNTI VENDITA

- Nuova generazione di punti vendita: più piccoli e destinati ad aree meno densamente popolate.
- Pisa, 1994: primo punto vendita "Junior", con una superficie di circa 7500 metri quadrati.
- Perugia, 1998: primo punto vendita "Eco", 3500 metri quadrati specializzati nel settore alimentare e focalizzati sull'Horeca.

ROM A

12 LUGLIO
2012

NASCE LA PRIMA "CASA DELL'HORECA"

- Servizio a 360° per ogni esigenza dei professionisti della ristorazione e dell'ospitalità
- Assortimento food e non-food dedicato al mondo Horeca
- Staff specializzato
- Attenzione alla sostenibilità ambientale





PERCHÉ ESISTIAMO:

PER ESSERE PARTNER INSOSTITUIBILE DEI PROFESSIONISTI

IL NOSTRO MANIFESTO

Abbiamo **passione** per la ristorazione e l'ospitalità.

Mettiamo questa passione **al servizio di chi lavora** affinché ogni occasione di convivialità diventi un ricordo unico.

Diamo **valore al suo tempo**, rendendogli il lavoro più semplice.

Valorizziamo il territorio e i piccoli produttori, ricercando quella **'tipicità'** che trasforma ogni prodotto in un'esperienza speciale.

La nostra ossessione per sicurezza e qualità si trasforma in **'tranquillità'** per chi si prende cura dei propri ospiti.

Lottiamo contro gli sprechi per sostenere una cultura del **'cibo sempre più responsabile'**.

Lavoriamo insieme, **con rispetto e collaborazione**, come un'unica grande squadra, per garantire quell'eccellenza che i Professionisti meritano.

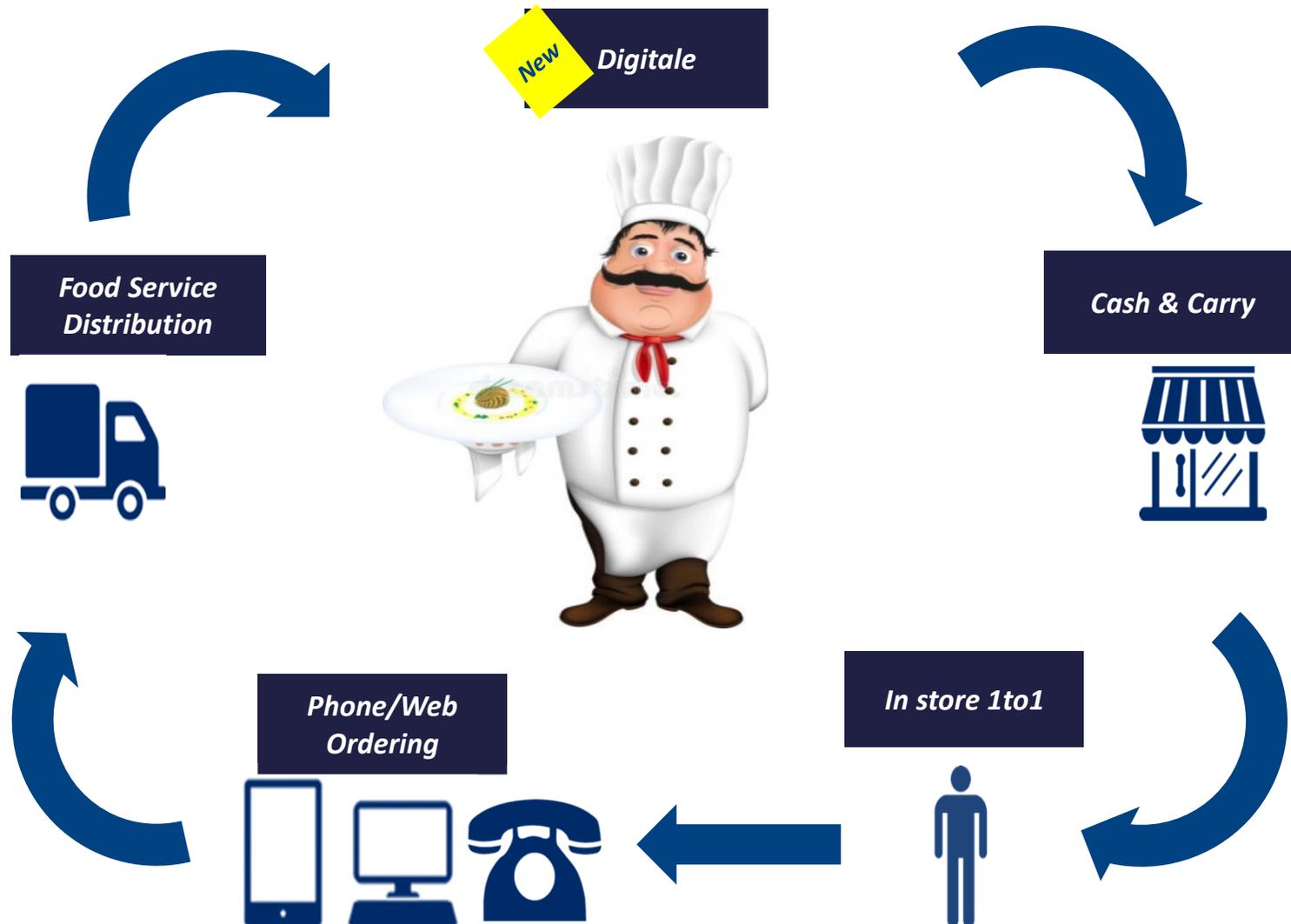
Progettiamo soluzioni per bisogni attuali e futuri. **Guardando lontano**, aiutiamo la ristorazione di oggi a diventare la ristorazione di domani.

Ispiriamo chi lavora per rendere una colazione in piedi, un break veloce o una cena in compagnia tra le più intense esperienze della nostra quotidianità.

METRO. E c'è convivialità



METRO: IL CLIENTE SEMPRE AL CENTRO DEI NOSTRI SERVIZI



I NOSTRI PRODOTTI A MARCHIO

Oltre 7.000 prodotti
nei comparti
alimentare e non
alimentare



VALORIZZIAMO IL TERRITORIO E I PICCOLI PRODUTTORI



**Oltre 7.000 prodotti
locali sempre a
disposizione dei clienti
Horeca, per proporre ai
loro clienti finali ricette
uniche della straordinaria
tradizione culinaria
italiana**

SAN DONATO, ROMA, FIRENZE, BOLOGNA, VENEZIA

È il luogo di ispirazione pensato per i professionisti dell'Horeca, in cui scoprire e sperimentare nuove tecnologie e competenze.

- ✓ **Pillole di aggiornamento professionale con gli Chef di METRO Academy**
- ✓ **Masterclass con i Brand Ambassador e i partner commerciali**
- ✓ **Corsi di cucina con le scuole partner**
- ✓ **Sviluppo prodotti: laboratorio R&D in cui vengono sviluppati tutti i prodotti a marchio prima di giungere sugli scaffali dei nostri Punti Vendita**
- ✓ **Prova prodotto: test gratuito su i prodotti Food e sull'equipment**
- ✓ **Incontri professionali con le associazioni di categoria e gli istituti alberghieri**

PARTNER DELL'ECCELLENZA DELLA RISTORAZIONE...



E RICONOSCIUTI COME AZIENDA TOP EMPLOYER



LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI METRO

METRO

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

CI PRENDIAMO CURA DELL'AMBIENTE PERCHÉ L'AMBIENTE POSSA PRENDERSI CURA DI NOI.



Sostenibilità nel mondo Horeca

Attraverso l'Osservatorio METRONOMO, in collaborazione con il Centro di ricerca IEFÉ dell'Università Bocconi, aiutiamo i Professionisti della ristorazione e dell'ospitalità a cogliere le nuove sfide in materia di Sostenibilità, offrendo risposte concrete e modelli innovativi da seguire.

↓
CO₂



Riduzione delle emissioni di CO₂

Con il programma internazionale SAVING ENERGY lavoriamo per minimizzare l'impatto ambientale delle nostre attività.

L'obiettivo è ridurre del **49% le emissioni di CO₂** entro il 2030, rispetto ai livelli del 2011.



Packaging sostenibile

Rinnoviamo le confezioni dei nostri prodotti per ridurre al minimo lo spreco di materiali quali cartone, plastica e vetro.



METRO
Chef

Localismi e prodotti a Marchio Esclusivo

Selezioniamo sempre più produttori locali, massimizzando l'integrazione con il territorio. Creiamo prodotti a Marchio Esclusivo METRO di qualità, certificati a tutela dei clienti e dei consumatori finali.



METRO

LOTTA ALLA FAME E AGLI SPRECHI ALIMENTARI

CONTRIBUIAMO A RENDERE L'ALIMENTAZIONE UN DIRITTO DI TUTTI. ANCHE RIDUCENDO GLI SPRECHI.

Lotta allo spreco alimentare

Grazie alla partnership con **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, dal 2013 doniamo prodotti non più idonei alla vendita, ma ancora utilizzabili in totale sicurezza.

Le nostre eccedenze alimentari vengono redistribuite all'interno di una rete di **oltre 8.100 strutture caritative** convenzionate con Banco Alimentare.



2012-2016

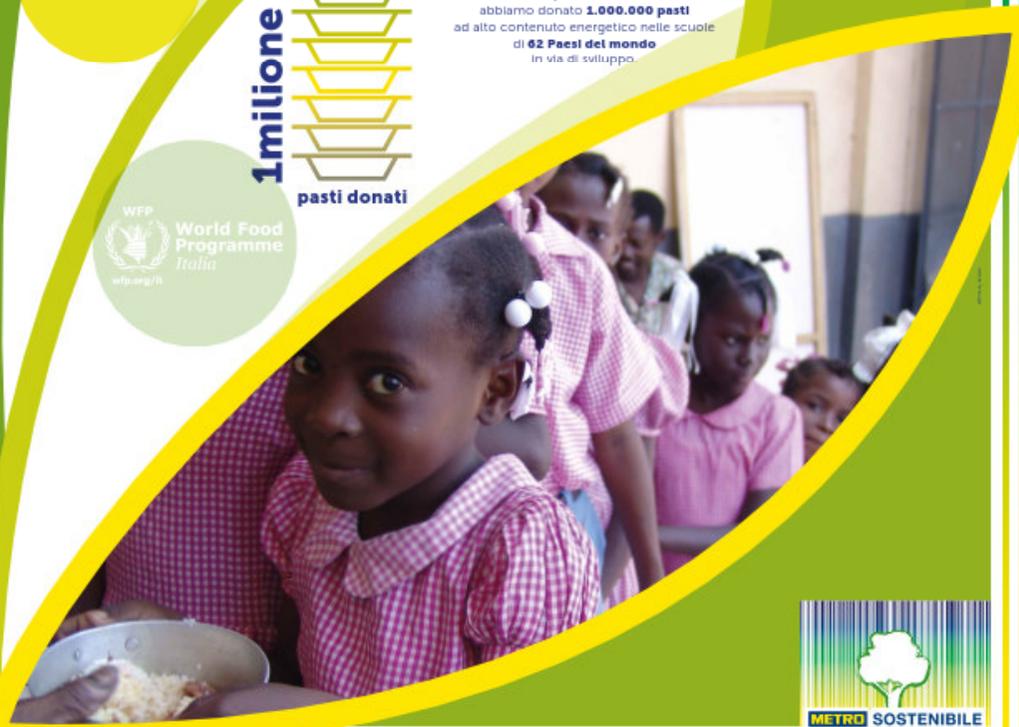
1 milione
pasti donati



Lotta alla Fame

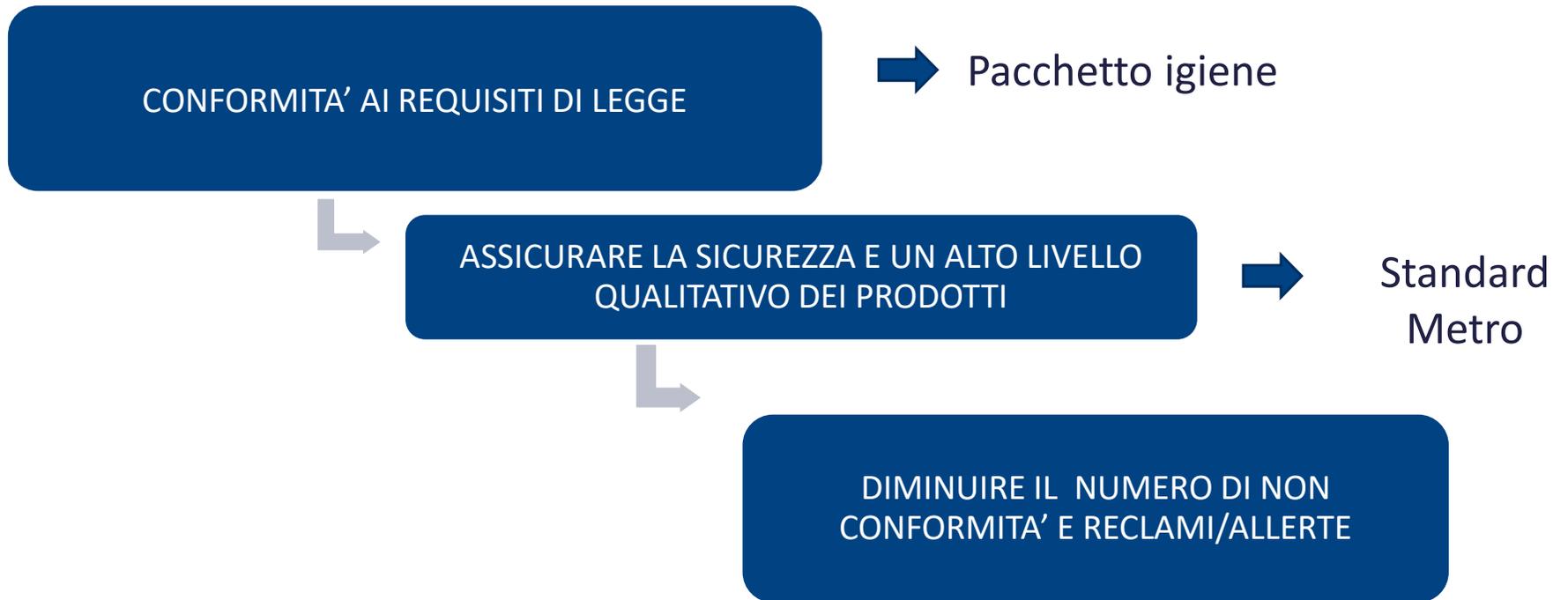
Grazie alla partnership con **World Food Programme - WFP**, organizzazione in prima linea nella Lotta alla Fame, sosteniamo **Il Programma di Alimentazione Scolastica delle Nazioni Unite**.

Attraverso le campagne di Pasqua e Natale, il catalogo "Punti METRO" e la generosità del nostro staff, nei primi 3 anni di collaborazione abbiamo donato **1.000.000 pasti** ad alto contenuto energetico nelle scuole di **62 Paesi del mondo** in via di sviluppo.



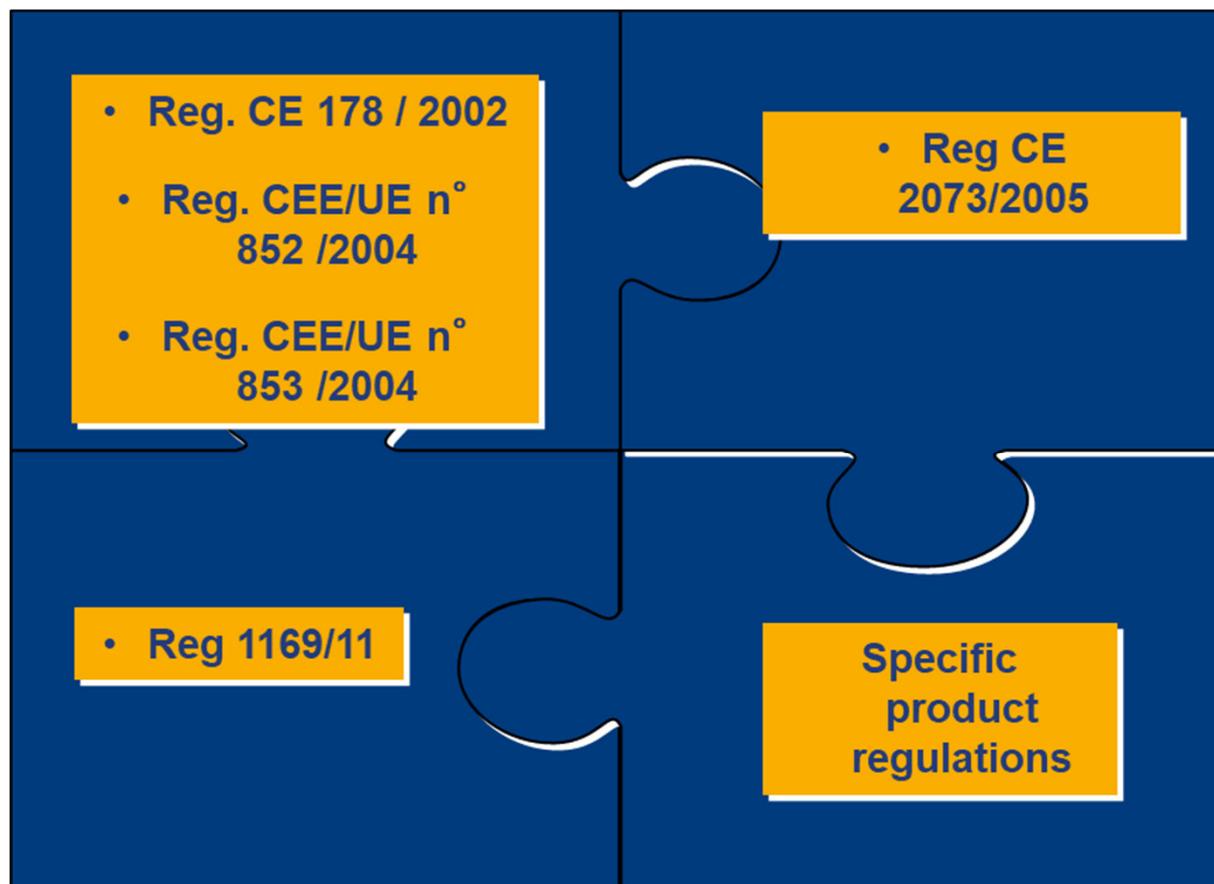
PROCEDURA DI QUALIFICA DEI FORNITORI

- PERCHE'?



CONFORMITA' AI REQUISITI DI LEGGE

PREREQUISITI



PROCEDURA DI QUALIFICA DEI FORNITORI

**METRO
GROUP**

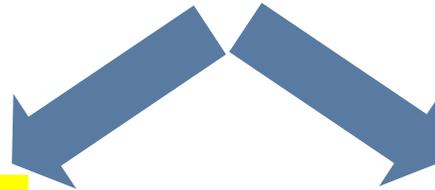


METRO

Italia Cash and Carry



La procedura stabilisce i requisiti minimi per i fornitori di Metro Italia e si applica all'interno di tutte le Country MCC



FORNITORI OWN BRAND

FORNITORI A-BRAND

PROCEDURA QUALIFICA FORNITORI OB

certificazione riconosciuta GFSI: IFS – BRC – FSSC 22000 (in modalità non annunciata)



In alternativa , sono ammesse delle azioni temporanee (massimo per 2 anni):

- certificazioni base (es: IFS Global Market)
- oppure Audit di seconda parte che Metro commissiona a un consulente esterno una volta all'anno.



Passati i 2 anni di «Temporary action» il Fornitore o si certifica GFSI oppure non può più commercializzare prodotti a Marchio Metro.

SUPPLIER



PROCEDURA MANTENIMENTO QUALIFICA FORNITORI OB

Ogni anno è prevista la verifica dell'affidabilità di tutti i Fornitori a Marchio:

- **Verifica aggiornamento delle certificazioni (che siano sempre in corso di validità)**
- **Monitoraggio analitico che prevede di analizzare il 100% delle referenze di tutti i Fornitori OB**
- **Compilazione Calculator → Strumento fornito dalla Corporate dove inserire tutte le criticità emerse nell'anno legate ai Fornitori (ritiri, reclami, respingimenti a deposito, analisi NC)**



GLOBAL MARKET

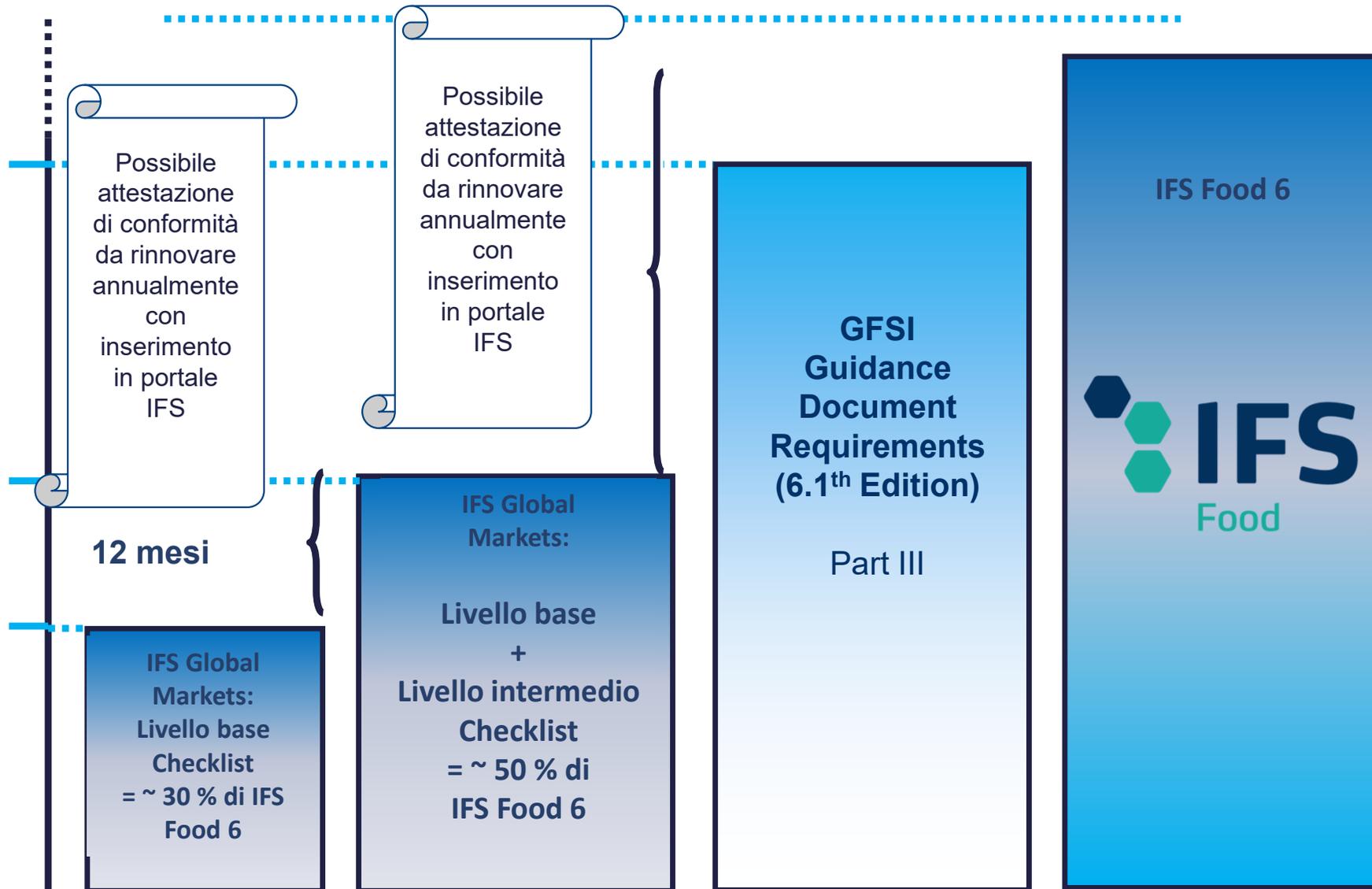
- I piccoli e/o medi fornitori hanno difficoltà a implementare l'HACCP nella loro attività alimentare, ma spesso ci sono opportunità di mercato importanti quando i requisiti di qualità sono elevati. Questi fornitori non hanno sempre accesso alle competenze, alle risorse tecniche e finanziarie per soddisfare questi requisiti in termini di sicurezza alimentare



- IFS Global Markets è uno strumento sviluppato per i piccoli e medi fornitori il cui obiettivo è aiutarli a creare un efficace sistema di gestione della sicurezza e della qualità attraverso un approccio sistematico e di miglioramento continuo



GLOBAL MARKET



AUDIT DI SECONDA PARTE

AUDIT II° PARTE: “un audit è un processo di verifica sistematico e documentato per conoscere e valutare, con evidenza oggettiva, se quanto avviene in una organizzazione è conforme a determinati criteri definiti e presi come riferimento”- UNI EN ISO 19011-

Come strumento per la verifica dei fornitori viene utilizzata una check list che prende spunto dall'IFS;

La conduzione dell'audit avviene in due parti:

- Verifica documentale
- Verifica dello stabilimento di produzione e linee produttive

SINTESI DELL'AUDIT						
N°	CAPITOLI	Val eff	Val max	%	Peso	P x Val
CAP. 1	GESTIONE E CONTROLLO ACQUISTI	35,00	50,00	70,00	2	140,00
CAP. 2	GESTIONE RICEVIMENTO E STOCCAGGIO MATERIE PRIME E IMBALLAGGI	50,00	80,00	62,50	2	125,00
CAP. 3	GESTIONE STRUTTURE, AMBIENTI E IMPIANTI	127	180,00	70,56	3	211,67
CAP. 4	GESTIONE E CONTROLLO PROCESSO PRODUTTIVO E CONFEZIONAMENTO	58	80,00	72,50	4	290,00
CAP. 5	GESTIONE E CONTROLLO DEL PROCESSO DI STOCCAGGIO E SPEDIZIONE PRODOTTI	56	75,00	74,67	3	224,00
CAP. 6	GESTIONE E CONTROLLO DELLA TRACCIABILITA' PER PRODUZIONE METRO	39	50,00	78,00	5	390,00
CAP. 7	ETICHETTATURA PRODOTTI, REQUISITI LEGALI	18	30,00	60,00	5	300,00
CAP. 8	GESTIONE E CONTROLLO IGIENE E PEST CONTROL	69	125,00	55,20	2	110,40
CAP. 9	GESTIONE PERSONALE - REQUISITI IGIENICO SANITARI	46	65,00	70,77	2	141,54
CAP. 10	LABORATORIO E PIANO DI CONTROLLO	48	70,00	68,57	4	274,29
CAP. 11	VERIFICA PIANO DI AUTOCONTROLLO	74	95,00	77,89	5	389,47
CAP. 12	NON CONFORMITA' E GESTIONE QUALITA'	78	105,00	74,29	3	222,86
Media ponderale dell'azienda / 100					70,48	

SUPPLIERS QUALIFICATION

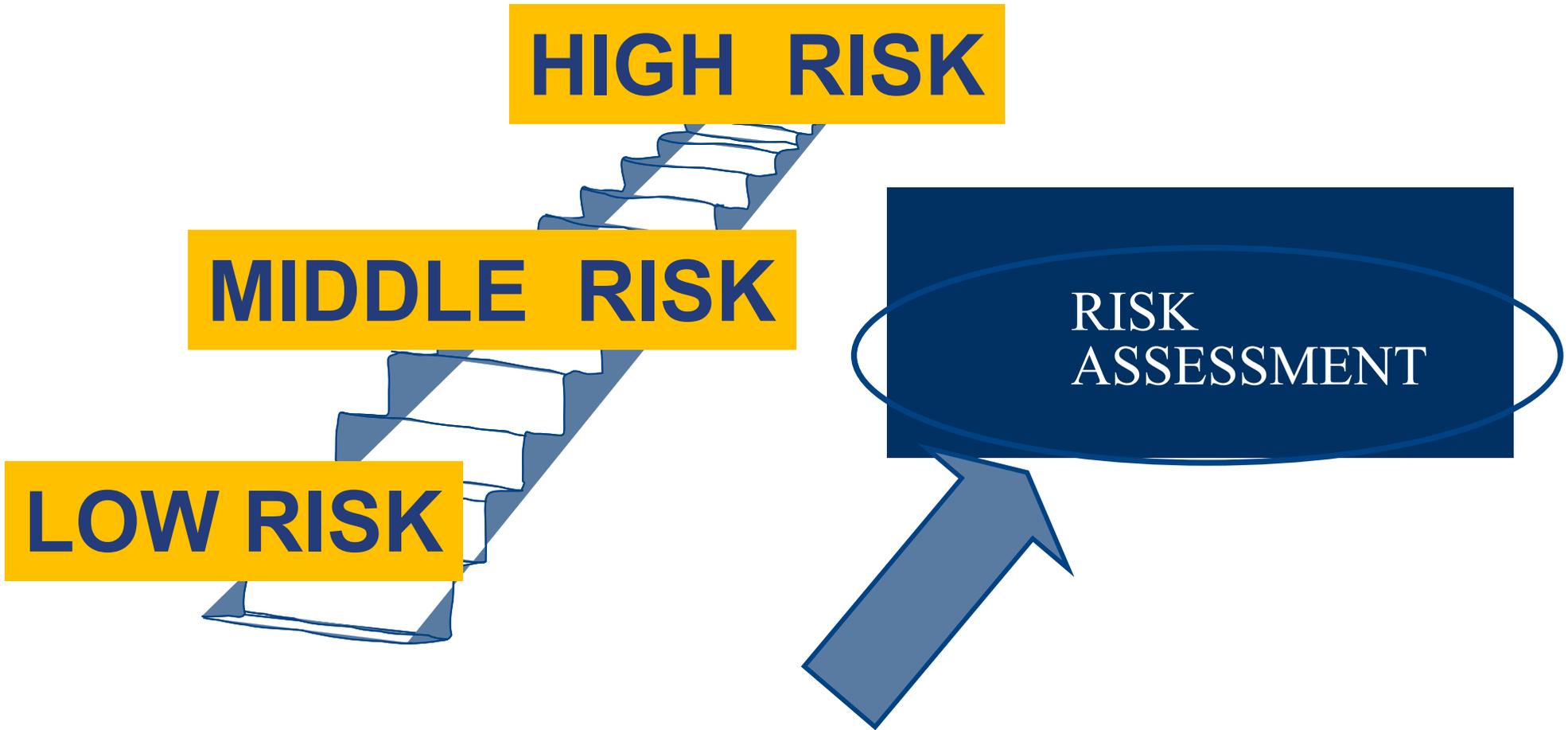
HIGH RISK

MIDDLE RISK

LOW RISK

**RISK
ASSESSMENT**

**CHECK: SUPPLIERS ARE
CLASSIFIED ACCORDING TO RISK**



RISK ASSESSMENT (PUNTEGGIO DATO DA)



R
I
S
K
A
S
S
E
S
M
E
N
T

- / 1) Audit di non conformità
- / 2) Aumento delle analisi
- / 3) Rejections platform
- / 4) Analysis plan
- / 5) Withdrawals/Recall
- / 6) Customer Claims



AZIONI CORRETTIVE

aumento analisi su determinate referenze, audit di NC, aumento della % dei controlli a ricevimento

PROCEDURA QUALIFICA FORNITORI A- BRAND

In fase di omologazione richiesta:

- certificazione riconosciuta GFSI: IFS – BRC – FSSC 22000- IFS Global Market (non richiesta la modalità unannounced)
- Oppure accettazione costi per un Audit di seconda parte che Metro commissiona a un consulente esterno.



L'attività viene svolta in due fasi:

- * Fase di verifica documentale da remoto in modalità annunciata
- * Fase di verifica in stabilimento (salvo buon fine dell'esito dell'Audit Documentale) con modalità non annunciata

(Qualora le verifiche non dovessero essere soddisfacenti, il fornitore non viene qualificato).

PROCEDURA QUALIFICA FORNITORI A-BRAND

A seguito dell'audit viene richiesto l'invio delle azioni correttive intraprese dal fornitore a risoluzione delle problematiche emerse durante le visite ispettive.



- I successivi audit vengono effettuati in base al risk assessment a seconda del :

- punteggio ottenuto,**
- gravità delle NC evidenziate**
- Della tipologia dei prodotti riforniti.**



- Quindi potrebbe essere rifatto dopo 6mesi/1 anno, 2, 3 anni o per tipologie come vino o super alcolici anche dopo 5 anni.

COSA CHIEDONO I CONSUMATORI E COSA OFFRE METRO



CLIENTE PROFESSIONALE CHIEDE:

**Eccellenze locali
Filiera
Innovazione sul prodotto**



PRODUTTORI

**Si devono adattare alle
richieste del mercato**

**Fa da tramite e
intercetta le richieste
del cliente selezionando
e guidando i produttori
nelle loro strategie di
produzione**



QUALI SONO I CRITERI DI SELEZIONE DEI FORNITORI?



ASSICURARE E UN ALTO LIVELLO QUALITATIVO DEI PRODOTTI

IL PRODOTTO DEVI RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI
PROFESSIONALI HORECA



ANALISI SENSORIALI

Al fine di garantire ai nostri clienti professionali un prodotto con un elevato standard qualitativo vengono effettuate analisi sensoriali in fase di sviluppo di prodotto a marchio e definiti in scheda tecnica i parametri sensoriali caratteristici del prodotto



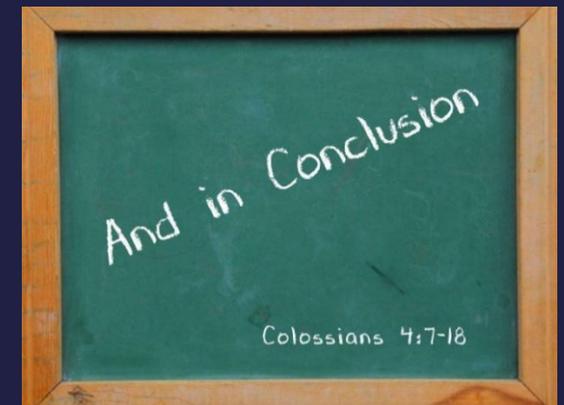
© METRO SYSTEMS GmbH. Titel der Präsentation. Einstufung: streng vertraulich, vertraulich, nur zum internen Gebrauch, öffentlich, Verdana 7.5 pt

CONCLUDENDO...

METRO

CRITERI DI SELEZIONE DEI FORNITORI DI METRO ITALIA SONO FINALIZZATI A:

- **GARANTIRE LA SICUREZZA DEL PRODOTTO E UN ALTO STANDARD QUALITATIVO**
- **SELEZIONARE LE ECCELLENZE SUL TERRITORIO VALORIZZANDO I PRODOTTI LOCALI E DI NICCHIA**
- **FAR CRESCERE I FORNITORI LOCALI CON STANDARD INTERNAZIONALI E REQUISITI DELLA GDO DANDONE VISIBILITA' NAZIONALE E INTERNAZIONALE**
- **CREARE PARTNERSHIP ALL'INTERNO DELLA FILIERA**



GRAZIE!

METRO

IL VOSTRO SUCCESSO È IL NOSTRO IMPEGNO