



Capitolo 4

# FORNITORI



## 4.1 Lavorare insieme con obiettivi comuni



Le relazioni con i fornitori di beni e servizi sono regolate dal codice etico e dalle relative previsioni del modello organizzativo 231.

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo, alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore e sono fondati sulla reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.



### ” -Codice Etico

Come accennato nel paragrafo 1.4, la preferenza, in fase di selezione, per i fornitori italiani e i prodotti locali è dettata dalla volontà di:

1. mantenere e valorizzare, ove possibile, il legame con il territorio;
2. creare una sempre più strutturata attività di selezione e monitoraggio dei fornitori stessi.

La riduzione di tutti i passaggi intermedi non necessari e l'instaurazione di rapporti diretti e basati sulla fiducia reciproca con i produttori sono garanzia di maggior controllo,

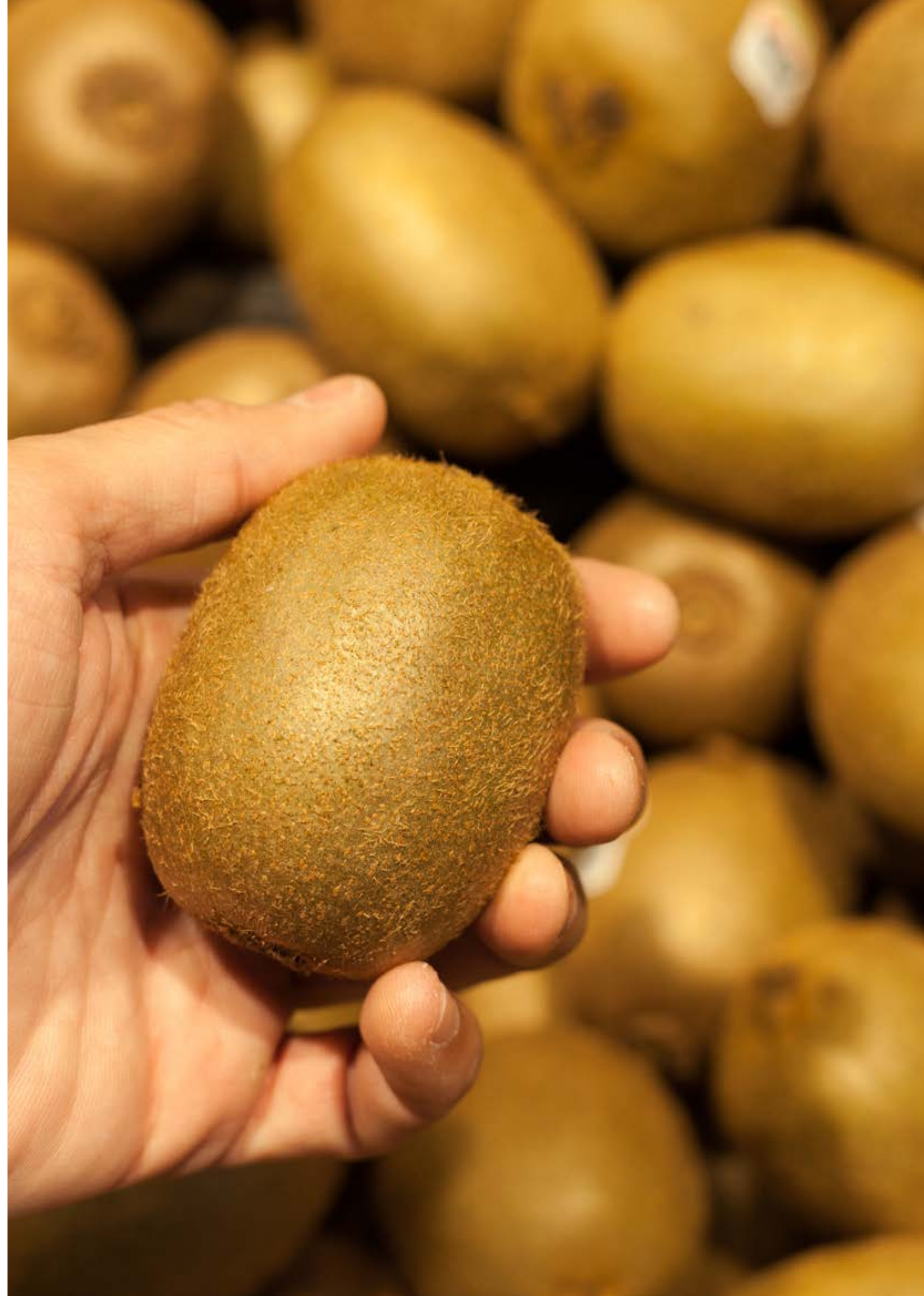
freschezza e prezzo accessibile: la scelta di acquisto segue sempre l'orientamento di mercato nel rispetto della qualità e della capacità di risposta ai bisogni dei consumatori.

La qualifica e la gestione dei fornitori prevedono due differenti approcci a seconda che si tratti di prodotti a marchio o di altri prodotti:

- nel caso dei prodotti a marchio il processo di qualificazione dei fornitori e i requisiti del prodotto sono

identificati dalle funzioni commerciali e assicurazione qualità: per ciascuna, il processo prevede la valutazione dei requisiti qualitativi, di reputazione e commerciali;

- per gli altri prodotti la qualificazione è gestita prevalentemente dalla funzione commerciale che valuta soprattutto il posizionamento di mercato e le esigenze del cliente finale.



## 4.2 I prodotti a marchio: l'importanza dei partner

Il prodotto a marchio (si veda anche paragrafo 3.5) è l'espressione dei valori dell'insegna e la risposta di Iper, La grande i alle necessità e ai bisogni del mercato: ai fornitori è richiesto un rapporto improntato sulla condivisione e su una collaborazione molto stretta.

Il processo di sviluppo della marca privata coinvolge le funzioni commerciali e le aree marketing e assicurazione qualità.

Per lo sviluppo dei prodotti alimentari a marchio, il rapporto di collaborazione con i fornitori prevede, nel continuo rafforzamento di una politica improntata sulla qualità, la condivisione di obiettivi di natura strategica a lungo termine e dei documenti di gestione dei prodotti a marchio d'insegna. L'obiettivo è definire, e condividere, i requisiti di qualità dei prodotti richiesti al fornitore, affinché tutti i principi cardine siano rispettati, dalla sicurezza alimentare alla dimensione ambientale e sociale.

### Gestione della qualità dei prodotti non alimentari a marchio

I prodotti non alimentari a marchio prodotti in Italia sono sottoposti a controlli per il rispetto della normativa vigente con attenzione molto rigorosa proprio perché prodotti che portano il marchio Iper.

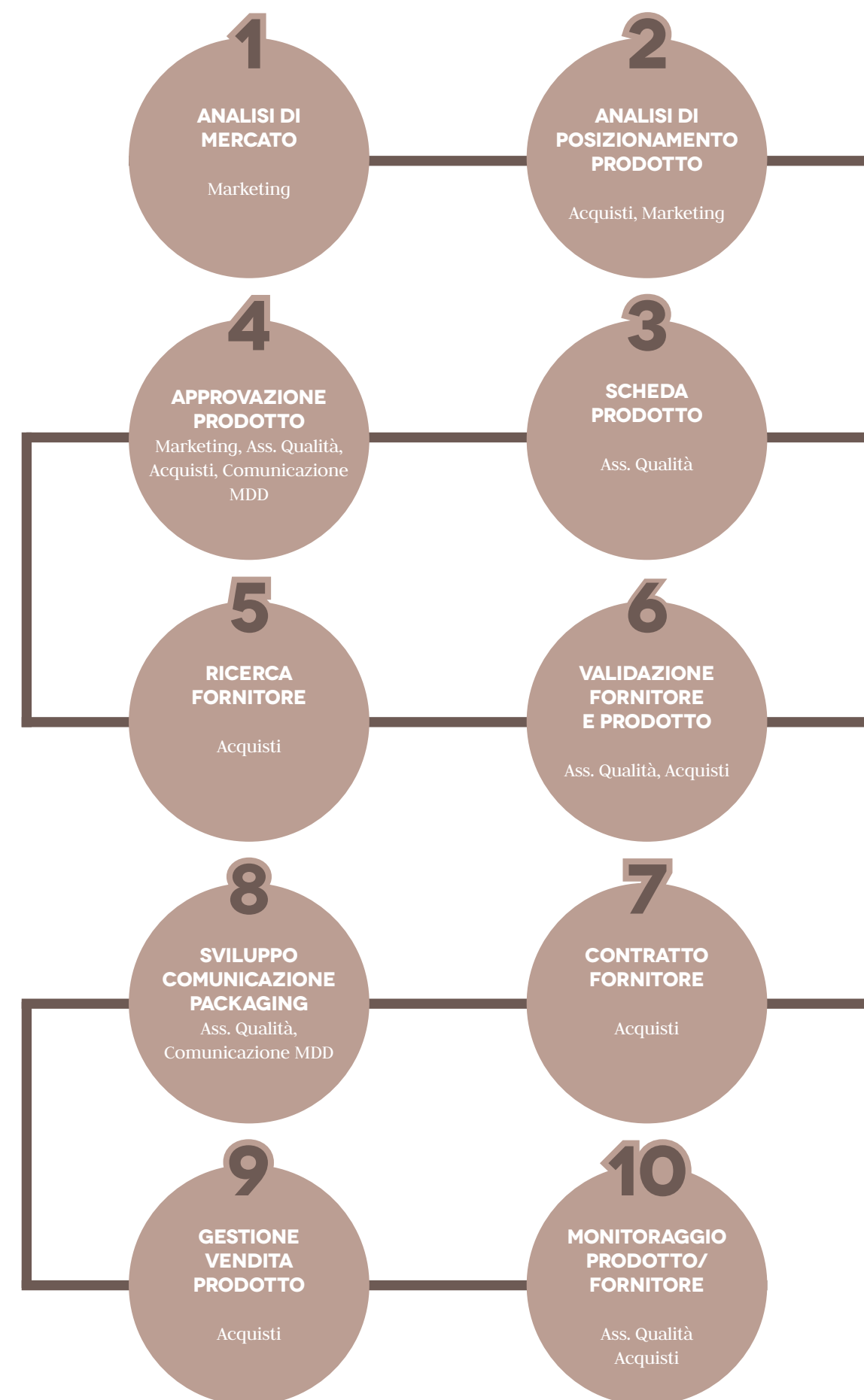
Particolare attenzione viene posta da Iper, La grande i anche per i prodotti non alimentari di provenienza estera, rispetto ai quali è stato da tempo avviato un progetto pilota per il monitoraggio della filiera di fornitura e il rispetto di criteri di responsabilità sociale.

L'approccio adottato interessa sia la gestione della catena di fornitura sia la gestione della conformità di prodotto.

Per quanto riguarda la qualifica e la gestione della catena di fornitura, quest'ultima affonda le proprie radici nella definizione di un codice di condotta che, realizzato in conformità con le convenzioni della Internation-

al Labour Organization (ILO) e delle Nazioni Unite in materia di diritti e discriminazioni, determina gli standard etico-sociali richiesti dell'azienda e li formalizza a partner e fornitori. Iper, La grande i classifica i fornitori dei prodotti non alimentari di provenienza estera in una piramide di risk management: suddividendoli, cioè, per tipologia di prodotto/fornitore e mercato di origine, mettendo in evidenza le aree di maggior rischio e complessità. Per quanto riguarda la gestione della conformità di prodotto, questa avviene attraverso la progettazione del manuale qualità, aggiornato annualmente anche in funzione della normativa comunitaria per i prodotti non alimentari.

## MARCA PRIVATA IPER







## Qualità da leader

Qualità da leader ad un prezzo conveniente. La marca d'insegna Iper racchiude in sé tutta la filosofia di Iper, La grande i. La varietà dell'offerta è ampia e completa: comprende circa 1.000 prodotti ed include l'alimentare conservato, il fresco confezionato, i surgelati, la cura della persona e della casa e il petcare. Il bollino rosso sulle confezioni riporta, e mette in evidenza, tutte le peculiarità del prodotto.

Ricerca, innovazione e selezione dei fornitori (circa 130 le aziende coinvolte) ne costituiscono la base. I prodotti dell'assortimento Iper sono sottoposti a controlli specifici per verificare il rispetto delle caratteristiche concordate.

I criteri di selezione sono dettagliati e rigorosi: scelta prevalente di materie prime italiane, restrizioni sull'uso di additivi e coloranti, assenza di grassi idrogenati e insapidoranti. Revisioni periodiche riguardano sia la formulazione e l'innovazione dei prodotti che la parte documentale e di etichettatura; tra gli obiettivi, risaltano il continuo ampliamento della gamma, la ricerca di nuovi formati ed il costante restyling del packaging.

Il prezzo, inferiore a quello delle grandi marche, si assesta su un risparmio medio del 25%; l'elevata qualità giustifica il claim dei prodotti a marchio Iper, "Qualità da leader".

## 4.3 Le principali partnership con i fornitori per i prodotti a marchio



### Grandi Vigne: alla scoperta dei vini italiani

Unico nel panorama della GDO europea, Grandi Vigne è un progetto che riunisce agricoltori e produttori di vini eccellenti nelle rispettive aree di produzione, con particolare attenzione alle aziende agricole di piccole dimensioni.

Anno dopo anno, ha radunato 34 fornitori provenienti da quasi tutte le regioni italiane a più alta vocazione vitivinicola e ha permesso ad aziende, che diversamente sarebbero state escluse da un rapporto diretto con la distribuzione organizzata, di crescere professionalmente ed economicamente.

L'organizzazione del progetto collabora assiduamente con ciascuna di queste realtà: controlla le forniture, migliora i processi, organizza la produzione e verifica il rispetto del rigoroso capitolato che regola l'igiene, la salubrità (come, ad esempio, il livello di anidride solforosa e di allergeni) e le caratteristiche qualitative. Il prezzo pagato al fornitore è equo, poiché remunerativo per il produttore e sostenibile per il consumatore (il rapporto qualità/prezzo è misurato rispetto ai vini già presenti sul mercato con il Wine Market Matrix, un test spe-

cifico per verificare la "qualità sensoriale" presente in una determinata fascia di prezzo di prodotto).

A gennaio 2012 è stata presentata la prima linea di vini biologici certificati ICEA: una selezione che ha aggiunto ulteriore prestigio alla linea, nella ricerca dell'eccellenza. Nel 2015 la linea conta 10 etichette, tra bianchi, rossi e bollicine (si veda anche il paragrafo 6.2 Linee iNaturale Bio e Eco).

In un'ottica di continua crescita ed innovazione, nel 2015 la linea è stata ampliata da due nuovi formati "Bag in box": una speciale confezione che mantiene la freschezza e le caratteristiche del vino offrendo al contempo un imballo conveniente e pratico. Il nuovo contenitore permette di ridurre sia il consumo di imballaggi a parità di quantità di prodotto (ogni bag in box da 3 L è l'equivalente di 4 bottiglie di vino da 0,75cl), sia i trasporti comportando emissioni di CO2 contenute.

Per il 2016 sono previste importanti novità tra le quali il lancio di una nuova linea di vini senza solfiti aggiunti.



### VOI – Valori Origine Italiana

Pasta di semola di grano duro siciliano al 100%, Riso Carnaroli e Arborio, Latte UHT e Olio Extra Vergine ad un prezzo giusto, per chi compra e per chi produce: questo è il progetto VOI – Valori Origine Italiana. Il progetto di Iper, La grande i, nasce in collaborazione con Coldiretti e FAI (Firmato Agricoltori Italiani).

Prezzo giusto significa che del prezzo di vendita – altamente competitivo – è riconosciuto al produttore un valore equo, più alto rispetto al mercato. Un prezzo garantito dalla filiera cortissima che Iper, Coldiretti e FAI sono riusciti insieme a realizzare, razionalizzando tutti i passaggi intermedi e i relativi costi di trasformazione e di distribuzione.

VOI coinvolge agricoltori e allevatori soci di Coldiretti, garantiti da FAI, il marchio che certifica (attraverso enti terzi), la rintracciabilità dell'origine agricola e italiana del prodotto e il rispetto di valori etici, sociali e ambientali nei confronti dei lavoratori e dei consumatori. VOI avvicina il grande pubblico alle eccellenze del patrimonio agroalimentare italiano ed è un invito ad un consumo consapevole.



### Freschi d'Italia

Freschi d'Italia identifica una linea di prodotti alimentari freschi, con valori e caratteristiche che la posizionano nel segmento Premium di mercato. Risponde a standard qualitativi che in alcuni casi risultano anche superiori ai disciplinari di produzione DOP, IGP, Prodotti tradizionali ecc. La linea si basa su alcuni principi fondamentali: l'italianità, la continua ricerca di eccellenze selezionate nel loro momento migliore (stagionature dedicate), fedeltà alla tradizione, dai sapori più autentici, a base di ingredienti scelti con cura, nel rispetto dei metodi produttivi tipici.

I prodotti Freschi d'Italia hanno avuto nel 2015 una crescita, in controtendenza rispetto al mercato, pari al 6% rispetto all'anno precedente, con una quota sul reparto di oltre l'1% con un piano promozionale moderato. L'attuale assortimento composto da circa 70 referenze, verrà ampliato nel corso del 2016.



### Dai nostri dintorni: Filiera corta, tipicità locali

Con il progetto "Dai nostri dintorni" Iper, La grande i si impegna a valorizzare i prodotti locali e a recuperare il legame con i produttori nei territori in cui si trovano gli ipermercati. I prodotti in questione, tutti a filiera corta, sono per lo più alimentari (frutta, verdura, latticini, formaggi e salumi) e si contraddistinguono per il prezzo vantaggioso: i ridotti costi di trasporto e di distribuzione, il ricarico contenuto del venditore e l'assenza di intermediari commerciali sono, in questo senso, fattori determinanti. I tempi di trasporto ridotti sono garanzia di freschezza e valorizzano, in piena sintonia con il ciclo della natura e con la produzione agricola, il consumo dei prodotti stagionali. Inoltre, questa scelta permette di instaurare una relazione più stretta tra consumatore e produttore e di recuperare il legame con le tipicità locali e le tradizioni gastronomiche.



### Terre d'Italia

Con il marchio "Terre d'Italia", Iper, La grande i si impegna a valorizzare le tradizioni gastronomiche, a sostenere lo sviluppo delle piccole e medie aziende, e a perseguire con rigore la qualità e l'autenticità alimentare.

L'obiettivo è salvaguardare il ricchissimo patrimonio gastronomico italiano, le sue eccellenze ed il tessuto produttivo di piccole e medie imprese su cui si fonda.

Nata nel 2000, "Terre d'Italia" comprende solo prodotti della tradizione italiana e propone vere e proprie specialità gastronomiche: ingredienti selezionati, ricette tramandate di generazione in generazione, tutta la sapienza della tradizione. Questa è la sua forza: l'autenticità del prodotto tipico sin dalla scelta dei fornitori, tutti specializzati nella realizzazione di prodotti alimentari tipici regionali. Ad oggi la linea conta circa 180 prodotti provenienti da 19 regioni italiane.



## 4.4 Italianità, sostenibilità, tracciabilità: le basi della qualità Iper

Iper, La grande i costruisce rapporti di collaborazione con tutti i suoi partner: agricoltori, allevatori, industrie di trasformazione, industrie di confezionamento, trasportatori, ecc.

Nel caso delle filiere agroalimentari, questo approccio è ancora più sentito: tutte le attività di approvvigionamento e di distribuzione che le supportano si basano sui principi dell'italianità, della sostenibilità e della rintracciabilità; sono questi alcuni dei requisiti imprescindibili per garantire la qualità, l'alto profilo sensoriale e, naturalmente, la sicurezza.

Per riuscirci al meglio, Iper, La grande i ha deciso di presidiare le più importanti filiere agroalimentari appartenenti ai settori carni, ortofrutta e ittico.

### ISO 22005: La tracciabilità è certificata

Convinta che sia uno strumento indispensabile per la soddisfazione dei propri clienti, Iper, La grande i adotta un'attenta e rigorosa politica di tracciabilità.

Grazie al capillare lavoro di progettazione della filiera, al coinvolgimento e alla collaborazione dei fornitori e alla messa a "regime" del sistema di rintracciabilità nei punti di vendita, Iper, La grande i può vantare la certificazione ISO 22005 "Rintracciabilità nelle filiere agroalimentari" per le seguenti referenze:

- orate e branzini allevati in mare aperto nel golfo del Tigullio (Liguria) in vasche a bassa densità con alimentazione controllata e priva di promotori della crescita.
- pollo al banco polleria nato e allevato in Italia, libero di correre all'aria aperta
- pollo allo spiedo, da polli nati e allevati all'aperto in Italia, liberi di razzolare ed alimentati esclusivamente con mangimi di origine vegetale senza grassi animali aggiunti.
- faraona nata e allevata a terra in Italia.

Novità per il 2015 è stata l'introduzione del prosciutto cotto di alta qualità 100% italiano, senza glutine, derivati del latte, glutammato monosodico aggiunto e ottenuto da cosce fresche di suini allevati in Italia. Il prosciutto cotto, come gli altri prodotti della linea PQI, presenta la certificazione di filiera ISO 22005 e in aggiunta vanta la certificazione di prodotto.

Anche per il 2016 è previsto il lancio di nuovi prodotti tra i quali la Bresaola Punta d'Anca 100% italiana e alcune referenze di pollo e tacchino a libero servizio provenienti da filiera di carne avicola 100% italiana certificata.

Attraverso la certificazione ISO 22005, l'azienda si impegna a:

- sostenere l'italianità;
- identificare prodotti e fi-

liere di approvvigionamento in linea con i principi di sicurezza, sostenibilità, etica sociale, legalità, ambiente, freschezza (alta qualità percepita), innovazione, servizio e giusto prezzo;

- affidare a un organismo di certificazione indipendente la verifica del rispetto dei requisiti del piano di rintracciabilità "Patto Qualità Iper";

garantire, lungo tutta la filiera:

- redditività per tutti gli attori;
- impatto positivo sull'economia globale (ad esempio, attraverso la condivisione di know-how);
- ridotto impatto sull'ambiente circostante rispetto ai prodotti convenzionali;
- sistemi di allevamento e di pesca che rispettino le necessità fisiologiche ed etologiche degli animali.

Per supportare la "Rintracciabilità nelle filiere agroalimentari", Iper, La grande i ha avviato e consolidato tutta una serie di attività complementari, tra cui:

- la formazione dei Responsabili Qualità dei punti vendita sui contenuti e sulla gestione dei prodotti di filiera Patto Qualità Iper;
- l'operatività della piattaforma logistica Ortofin, con la ridefinizione degli elementi di presidio della filiera per tutti gli attori coinvolti.







## Piattaforma Logistica Ortofin

Piattaforma logistica di proprietà al 100% del Gruppo Finiper, Ortofin S.r.l. rifornisce di prodotti ortofrutticoli tutti i punti vendita ad insegna Iper, La grande i e Unes presenti sul territorio e gestisce l'intero processo di selezione e di monitoraggio dei fornitori.

Così facendo, assicura il pieno rispetto delle politiche di partnership adottate dall'azienda verso i fornitori; solo i controlli di laboratorio sono demandati all'esterno.

**BEST PRACTICE**





## ABBIAMO DETTO

Consolidare i progetti in essere e presidiarli attraverso monitoraggio e formazione costante.

Aggiornare le attività di monitoraggio delle filiere food e non food in ottica di continuo miglioramento e tutela del consumatore finale

## ABBIAMO FATTO

Nel 2015 è stata potenziata la struttura dei controlli e del monitoraggio per la qualità, grazie ad una migliore organizzazione del lavoro

Lo sviluppo di appositi protocolli aggiornati di gestione delle filiere consente un aumento di efficienza e di sicurezza a tutela del consumatore finale



## OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO NEI RAPPORTI CON I FORNITORI

- Sviluppo e monitoraggio della qualifica dei fornitori anche sotto il profilo etico-sociale ed ambientale





“

Scegliamo i prodotti in base a qualità, modalità di produzione, rispetto dell'ambiente, della filiera, delle certificazioni. La qualità per noi è un patto indiscutibile, su cui basiamo la nostra idea di impresa, di ipermercato, di società