

Convegno Nazionale - 2018
FOOD, LOSS AND WASTE:
il ruolo della plastica nel confezionamento
alimentare - **II Edizione**

SESSIONE PLENARIA- Parte 3

A valle della catena: dalla prospettiva degli utilizzatori e degli intermediari alla sfida digitale.



Camera di Commercio
Pavia



Promosso da



***PACKAGING ed E-COMMERCE ALIMENTARE:
il soddisfacimento dei consumatori passa attraverso la
Sicurezza Alimentare.***



Dr. Luciano O. Atzori
Biologo-Esperto in Sicurezza Alimentare e
Tutela della Salute
Ceo Studio ABR

E-COMMERCE ALIMENTARE

Le principali sezioni dell'e-commerce alimentare sono:

- ***l'Enogastronomico (food&wine)***: cioè prodotti alcolici (birra, vino, distillati, spumanti, ecc.);
- ***Grocery alimentare***: i cosiddetti prodotti alimentari che si trovano anche nei supermercati;
- ***Ristorazione***: cioè il cibo cucinato quindi pronto al consumo;
- ***Integratori alimentari***: preparati a base di vitamine, sali minerali, antiossidanti, estratti vegetali, ecc.;
- ***Prodotti territoriali***: derrate alimentari locali quindi spesso a km 0 e di nicchia e bio.

Diffidenza dei consumatori nei confronti dell'e-commerce alimentare

- dal fatto che molti *alimenti* sono altamente deperibili quindi *facilmente soggetti ad alterazioni fisico-chimiche*
- dal timore di incorrere in alimenti con *contaminazioni microbiologiche e/o chimiche* ;
- dalla paura di incorrere in *frodi-contraffazioni alimentari* (agro-pirateria) ;
- dal fatto che spesso *non si conosce la reale provenienza* degli alimenti, ma solo l'intermediario;
- dal *timore* nei confronti dei *prodotti alimentari provenienti da Paesi extra UE*;
- per la paura che i prodotti alimentari possano contenere *Allergeni*;
- dal *sospetto verso gli alimenti venduti con un forte ribasso di prezzo*

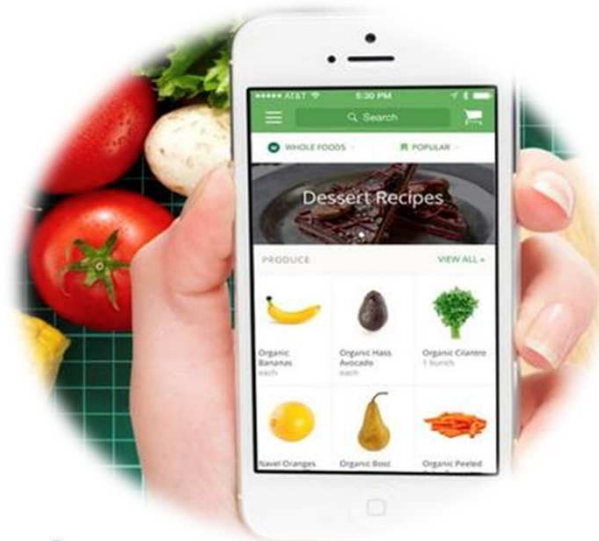


Dall'analisi dei punti sopra citati emerge che
tra le **principali cause**
del non decollo dell'e-commerce alimentare
vi è soprattutto la
Qualità, l'Igiene e la Sicurezza degli Alimenti

COME SI STA EVOLVENDO *l'e-commerce alimentare*

Innovazione - Nuovi modelli di commercio

- la creazione di un'*unica interfaccia utente*;
- *variazione dinamica del prezzo*;
- *recensioni lasciate dai consumatori*;
- *creazione di siti di vendita sempre più intuitivi e accattivanti*;
- *miglioramento della Tracciabilità*;
- *ottimizzazione delle consegne e dei resi*;
- *attenta selezione dei prodotti alimentari*
- *miglioramento del Packaging.*



IL PACKAGING nell'e-commerce alimentare

Gli operatori dell'e-commerce si stanno cimentando nel potenziare *l'esperienza dei consumatori* attraverso confezioni sempre più

- ✓ personalizzate
- ✓ facile da aprire
- ✓ Sostenibili
- ✓ Riutilizzabili
- ✓ Robuste e sicure



Il PACKAGING nell'*e-commerce alimentare*

Il futuro **packaging**

creerà una maggiore valorizzazione dei prodotti
venduti e del servizio offerto,

oltre a ciò non dovrà fungere solo da

semplice **“imballaggio”**,

ma dovrà contenere aspetti comunicativi e persuasivi

L'E-Commerce e la Sicurezza Alimentare

Regolamento UE 1169/2011

considerando (27) della suddetta norma recita “Al fine di garantire la disponibilità di informazioni sugli alimenti, è necessario prendere in considerazione tutte le forme in cui gli alimenti sono forniti ai consumatori, compresa la vendita di alimenti mediante tecniche di comunicazione a distanza. Anche se è evidente che qualunque alimento fornito mediante la vendita a distanza dovrebbe rispettare gli stessi requisiti di informazione degli alimenti venduti nei negozi, è necessario chiarire che, in tali casi, **le informazioni obbligatorie sugli alimenti dovrebbero essere disponibili anche prima che sia effettuato l'acquisto**”.

Art. 14 - Vendita a distanza

OBBLIGHI: informazioni alimentari

- a) *Informazioni obbligatorie per i prodotti alimentari pre -imballati e non*
- b) *Lingua da usare*
- c) *Responsabilità*
- d) *Adempimenti amministrativi*
- e) *Sicurezza Alimentare*

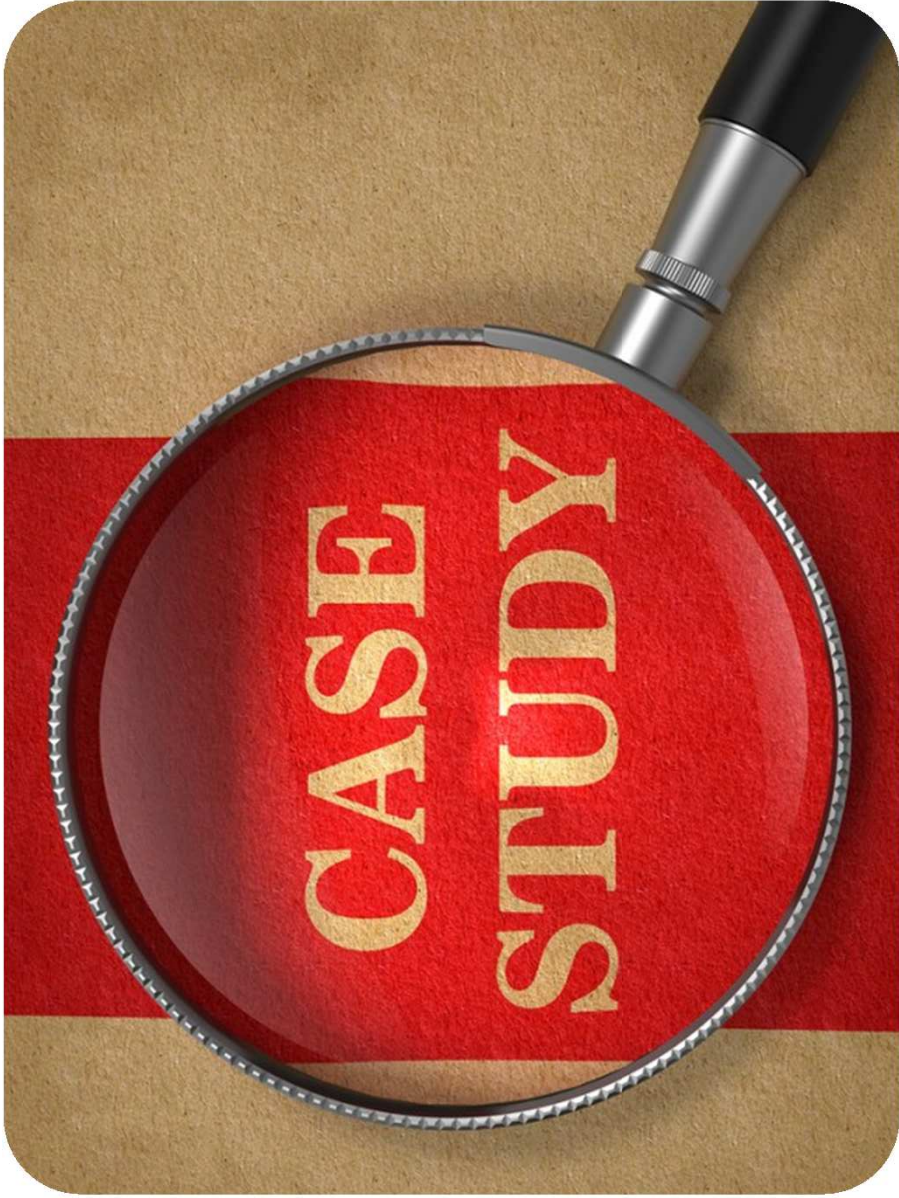


CONCLUSIONI

Al fine di incrementare le vendite nell'e-commerce alimentare *stanno aumentando i servizi a valore aggiunto, si sta facendo tanto per migliorare il packaging*, ma per quanto concerne la *sicurezza alimentare* gli e-shoppers continuano ad essere scettici.

Tale diffidenza nasce dal fatto che *non sempre i siti web riportano tutte le informazioni obbligatorie* oppure *sono indicate in una lingua straniera* non comprensibile a tutti i consumatori.

Altro aspetto che *sta creando forti dubbi tra gli e-shoppers è il packaging* non per gli aspetti in precedenza citati (personalizzazione, facilità di apertura, sostenibilità, ecc.) quanto per come gli alimenti sono disposti all'interno delle scatole.





Regolamento 852/2004

Capitolo IV – Trasporto

dell'Allegato II

3. *Se i veicoli e/o i contenitori sono adibiti al trasporto di altra merce in aggiunta ai prodotti alimentari o di differenti tipi di prodotti alimentari contemporaneamente, si deve provvedere, ove necessario, a separare in maniera efficace i vari prodotti.*

6. *I prodotti alimentari nei veicoli e/o contenitori devono essere collocati e protetti in modo da rendere minimo il rischio di contaminazione.*

L'esempio riportato vuole semplicemente essere una dimostrazione del fatto che vanno bene tutti gli sforzi che gli operatori del settore stanno facendo, ma

se si vuole realmente fare decollare l'e-commerce alimentare

bisogna giocare molto bene la carta della sicurezza alimentare e di come questa viene percepita dagli e-shoppers.

Insomma

bisogna investire tanto, costantemente e realmente nell'ambito dell'igiene e sicurezza alimentare!

Grazie per l'attenzione



studioabr@alimentiesicurezza.it