

LINEA GUIDA SISTEMA TRACCIABILITA' "MARCHI D'AREA"

SOMMARIO

1	PREMESSA.....	3
2	SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE	4
3	DEFINIZIONI.....	5
4	NORMATIVE DI RIFERIMENTO.....	7
5	PRINCIPI BASE DEL SISTEMA DI TRACCIABILITÀ DEI MARCHI.....	8
6	PROCEDURE DI TRACCIABILITÀ	10
7	MODALITÀ ORGANIZZATIVE, ATTIVITÀ E RESPONSABILITÀ DEI COMPONENTI DEL MARCHIO.....	13
7.1	OPERATORI/AZIENDE ECONOMICHE.....	13
7.2	L'ENTE TITOLARE	13
8	GESTIONE DELLE NON CONFORMITÀ	15
9	VERIFICHE INTERNE.....	16
10	UTILIZZO DEL MARCHIO	17

1 PREMESSA

I marchi d'area sono marchi collettivi caratterizzati dall'indicazione dell'origine delle proprie produzioni e da un regolamento tecnico che ne attesta confini e regole interne di comportamento e qualità espressa rispetto alle caratteristiche oggettive dei prodotti, alla sostenibilità ambientale dei processi ed alla sicurezza sia dei lavoratori, sia dei consumatori.

Questi requisiti necessitano di un sistema informativo che sia capace di documentare tali comportamenti e performance permettendone la facile visione per i soggetti consumatori o controllori e una facile gestione da parte degli operatori. Inoltre tale sistema deve mettere in condizioni le aziende di dimostrare il rispetto sia delle normative vigenti, sia degli impegni volontari presi in termini di sicurezza alimentare, del lavoro e dell'ambiente.

Il metodo utilizzato è quello dell'individuazione delle informazioni sensibili e della loro tracciabilità attraverso la produzione di documenti cartacei o informatici. Tali documenti entrano all'interno del sistema informativo e vengono archiviati in un data base, che ha diversi livelli di sicurezza ed autorizzazione rispetto alla natura ed al ruolo degli operatori che aderiscono al marchio d'area.

Inoltre le informazioni derivanti dalla tracciabilità ed inserite nel data base possono essere rese fruibili, con le opportune elaborazioni, ai consumatori finali al fine di garantirgli la veridicità delle informazioni comunicate attraverso il "marchio d'area" o le etichette dei prodotti con marchio d'area.

Il sistema di tracciabilità si compone di un regolamento tecnico e di manuali di autocontrollo aziendali. Il presente documento rappresenta la linea guida per la realizzazione del regolamento tecnico.

2 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

La presente linea guida è stato redatto al fine di semplificare la realizzazione del regolamento tecnico del sistema di tracciabilità dei marchi d'area.

L'obiettivo è quello di garantire la tracciabilità dei prodotti aderenti al marchio dalla loro origine fino alla spedizione finale al consumo. La presente linea guida individua attori e responsabilità del sistema di tracciabilità dei marchi d'area.

L'architettura del sistema è rappresentata da:

- un regolamento tecnico in cui sono indicati le modalità di registrazione delle informazioni e le responsabilità degli operatori;
- i manuali di autocontrollo aziendali in cui sono riportati: l'organigramma aziendale, il processo produttivo, i legami di filiera, il prodotto e gli impegni volontari intrapresi;

Il regolamento tecnico si applica a tutti i prodotti, ed alle loro filiere, che aderiscono al marchio d'area.

Il sistema è gestito dall'ente titolare del marchio che, per le attività di controllo, può avvalersi di enti terzi accreditati.

3 DEFINIZIONI

- 1) «sistema tracciabilità marchio d'area»: capacità di identificare e documentare le attività, i flussi materiali e le organizzazioni aderenti al marchio d'area e che concorrono alla formazione, distribuzione, commercializzazione e fornitura di un prodotto/servizio al cliente finale;
- 2) «marchio d'area»: è un marchio collettivo ombrello rivolto ad imprese del settore agricolo, agroalimentari, della ristorazione, della ricettività e dell'artigianato operanti all'interno di un territorio circoscritto;
- 3) «procedura di tracciabilità»: procedura con la quale vengono identificate e documentate le attività, i flussi materiali e gli operatori che concorrono alla formazione del prodotto;
- 4) «attività aderenti al marchio»: sono le attività di produzione di beni e servizi identificate nei manuali di autocontrollo delle aziende aderenti al marchio.
- 5) «prodotto/servizio»: sono tutti i prodotti ed i servizi ottenuti dalle attività delle imprese aderenti al marchio ed identificati nelle schede prodotto/servizio allegate ai manuali di autocontrollo aziendali;
- 6) «flussi materiali»: sono le materie prime, gli additivi, i semilavorati, i coadiuvanti, i materiali di imballaggio che entrano nel processo produttivo e hanno rilevanza critica per le caratteristiche del prodotto o servizio finale. Tali flussi devono essere identificati per tipo, qualità e quantità.
- 7) «organizzazioni o aziende»: sono tutte le aziende che partecipano alla gestione dei flussi materiali a qualunque titolo: come produttori delle materie prime, dei coadiuvanti, degli additivi, dei materiali d'imballaggio oppure trasformatori o responsabili dei trasporti, degli stoccaggi e della commercializzazione, oppure della fornitura di servizi. Il loro responsabile viene identificato dal sistema all'interno dell'un'anagrafe degli operatori e con un codice identificativo;
- 8) «azienda agricola»: l'impresa che effettua attività agricola, che ha un Codice Unico Aziendale ed è censita nel SIAN;

- 9) «azienda agroalimentare»: l'impresa che effettua attività di trasformazione delle produzioni agricole, che rientra nella definizione di PMI o microimprese e che è censita nel registro delle Camere di commercio;
- 10) «azienda artigianale»: l'impresa che effettua attività artigianali, che rientra nella definizione di PMI o microimprese e che è censita nel registro delle Camere di commercio;
- 11) «azienda dei servizi»: l'impresa che effettua attività di servizi di ristorazione ed ospitalità, che rientra nella definizione di PMI o microimprese e che è censita nel registro delle Camere di commercio;
- 12) «Ente titolare»: l'organismo responsabile del sistema di tracciabilità, che verifica i soggetti che aderiscono al marchio e la corretta tenuta delle informazioni;
- 13) «Fornitore»: organizzazione che fornisce un prodotto al cliente in un contesto contrattuale;
- 14) «cliente»: organizzazione che riceve il prodotto dal fornitore in un contesto contrattuale;
- 15) «lotto di identificazione»: cioè una quantità omogenea di prodotto da cui sia possibile prelevare dei campioni statisticamente significativi per la valutazione delle caratteristiche e della conformità ai criteri di idoneità concordati per una fornitura. Il lotto deve essere univocamente identificato;
- 16) «identificazione per lotti» capacità delle aziende ad identificare i propri prodotti per lotti omogenei caratterizzati o per un'intrinseca (analitica) omogeneità, oppure per informazioni comuni. Gli elementi da registrare quindi sono: quando è stato prodotto, identificazione del materiale, indicazione dell'azienda o dei siti produttivi, il quantitativo complessivo identificato;
- 17) «lotto critico»: è l'unità minima rintracciabile all'interno delle filiere produttive.

4 NORMATIVE DI RIFERIMENTO

- ✓ Regolamento (CE) 178/02 “che stabilisce i principi e requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l’Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare”;
- ✓ Legislazione in materia igienico sanitaria in particolare i nuovi regolamenti comunitari denominati “pacchetto igiene”;
- ✓ Legislazione in materia di etichettatura e di immissione al mercato dei prodotti e dei servizi;
- ✓ Legislazione in materia di sicurezza ambientale dei processi e degli investimenti produttivi;
- ✓ La normativa sulla sicurezza sul lavoro (legge 626/94 e suoi aggiornamenti).

5 PRINCIPI BASE DEL SISTEMA DI TRACCIABILITÀ DEI MARCHI

Le indicazioni fondamentali della Linea Guida per documentare e garantire la tracciabilità di un prodotto o di un servizio riconosciuto dal marchio d'area sono le seguenti:

1. i prodotti ed i servizi vanno identificati all'interno di schede aziendali allegate ai manuali di autocontrollo,
2. vanno identificate le filiere o i circuiti di appartenenza dei prodotti e dei servizi attraverso l'identificazione dei clienti e dei fornitori;
3. ogni trasferimento di prodotto o prestazione di servizio da un'azienda ad un'altra della filiera o da un'azienda al cliente finale deve essere documentato registrando:
 - a. data
 - b. quantità
 - c. modalità del trasferimento
 - d. dati analitici/descrittivi/identificativi del prodotto/materiale trasferito o del servizio prestato
4. Il prodotto che giunge all'utilizzatore finale deve essere corredato di un sistema di codifica, cioè di uno o più segni o codici di identificazione, che deve consentire la tracciabilità a ritroso lungo la filiera produttiva e le relative responsabilità. Tale codifica fa riferimento all'identificazione univoca per lotti;
5. il lotto individua un insieme di prodotti con determinate caratteristiche omogenee e predefinite e caratterizzate da un insieme di informazioni comuni. La dimensione del lotto è determinata dalla natura stessa dei diversi processi produttivi, ovvero dalle modalità organizzative con cui diversi flussi in entrata vengono organizzati in flussi in uscita. È inoltre influenzata dal numero di informazioni che si vogliono tracciare: tutti i materiali che contribuiscono a comporre un lotto dovranno presentare caratteristiche omogenee rispetto a tali informazioni;
6. la registrazione dei lotti può essere sia cartacea, sia informatica;

7. Come elemento di comunicazione al consumatore, l'etichetta del prodotto finito riporta il logo del marchio d'area e l'indicazione che il prodotto è in garanzia di tracciabilità.
8. I segni o codici di identificazione devono accompagnare o apparire su ogni confezione trasferita da un'azienda all'altra della filiera oppure venduta all'utilizzatore finale che si intende garantire. Per i prodotti conferiti sfusi i segni o codici di identificazione dovrebbero apparire in tutti i documenti di accompagnamento.

6 PROCEDURE DI TRACCIABILITÀ

Il sistema di tracciabilità del marchio d'area è rappresentato dai seguenti elementi:

- manuali di autocontrollo delle buone prassi estesi alla tracciabilità;
- un regolamento tecnico di coordinamento dei diversi elementi di tracciabilità inseriti nei manuali;
- un regolamento quadro e regolamenti specifici di definizione delle regole comuni di appartenenza al marchio ed in particolare le responsabilità, le specificità qualitative e le sanzioni.

I manuali sono organizzati al fine di garantire, attraverso una semplificazione delle procedure di identificazione e registrazione, la possibilità di identificare i prodotti ed i servizi con codici ed informazioni univoche che conducono alla definizione di lotti di tracciabilità. Le informazioni garantite sono:

- informazioni relative all'azienda e previste dalle normative vigenti;
- informazioni legate alla provenienza delle materie prime e dei prodotti;
- informazioni relative alle caratteristiche delle materie prime, dei prodotti e dei servizi;
- informazioni relative ai processi ed alle tecniche produttive;
- informazione relative alla provenienza delle risorse umane utilizzate;
- informazioni volontarie relative ad elementi specifici di qualità che conferiscono alle produzioni ed ai servizi un livello superiore agli standard commerciali di riferimento o un livello superiore di sostenibilità dei processi rispetto ai requisiti minimi ambientali previsti dalle normative cogenti;
- informazioni relative alle transazioni di prodotti e di servizi che avvengono all'interno di filiere produttive o tra filiere produttive diverse in cui sono coinvolte le aziende che aderiscono al marchio.

I manuali sono distinti per tipologia aziendale e sono provvisti di allegati che individuano le informazioni e le modalità di registrazione. Tutte le informazioni sono inserite all'interno del portale informativo di supporto alla

tracciabilità. Il portale è gestito dall'ente titolare ed è costituito da diversi livelli di operatività:

- un livello di impresa destinato agli operatori aziendale provvisto di tutte le schede di rilevazione delle informazioni richieste dal sistema di tracciabilità. Le aziende sono identificate con proprio codice e password e sono le uniche responsabili delle informazioni contenute in questo livello;
- un livello di coordinamento proprio dell'ente titolare che permette di visionare tutte le informazioni relative alle aziende;
- un livello dei controlli che permette di controllare tutte le informazioni richieste alle imprese e redigere i rapporti e gli esiti dei controlli effettuati. In caso di anomalie riscontrate il sistema blocca immediatamente l'autorizzazione all'uso del marchio ed informa l'azienda relativamente ai problemi riscontrati ed alle azioni da intraprendere per la risoluzione dei problemi;
- un livello pubblico di consultazione delle informazioni relative ai prodotti ed ai servizi.

I documenti e le informazioni possono essere inserite nel sistema solo da operatori autorizzati. Qualsiasi modifica ad informazioni o documenti esistenti viene registrata con il nome dell'operatore autorizzato che se ne assume la piena responsabilità.

Le informazioni richieste dal sistema di tracciabilità possono essere effettuate anche su moduli cartacei ed in seguito essere informatizzate. L'informatizzazione può essere effettuata solo da operatori autorizzati dal sistema che sono responsabili delle informazioni inserite.

Al fine di ottenere una semplificazione delle attività di inserimento e registrazione delle informazioni l'Ente titolare deve avviare cooperazioni applicative di interscambio dati con le principali banche dati di identificazione degli operatori economici e delle attività pubbliche di controllo della sicurezza alimentare, del lavoro ed ambientale come ad esempio il SIAN (Sistema Informativo Agricolo Nazionale), la BDN (Banca Dati Nazionale degli allevamenti), registro imprese delle CCIAA, le borse merci del lavoro, la banca dati degli indicatori ambientali (ministero ambiente).

Le aziende che aderiscono al marchio devono essere in grado in qualsiasi momento di ritirare il prodotto ritenuto non conforme. A tale scopo la

documentazione di accompagnamento deve essere archiviata per almeno un anno in azienda.

La procedura di richiamo del prodotto viene applicata in tutti i casi di non conformità accertata o sospetta ai sensi delle leggi vigenti in materia di igiene e sicurezza e in materia di etichettatura dei prodotti. Il richiamo può essere deciso sulla base di segnalazioni di non conformità dai clienti e sulla base di individuazioni di non conformità interne.

La procedura di richiamo parte con l'individuazione del o dei lotti non conformi fino ai clienti a cui sono stati consegnati o spediti tali lotti. L'azienda deve:

- comunicare ai clienti attraverso fax, telefono, internet l'anomalia riscontrata e chiedere il ritiro del prodotto difettoso;
- comunicare alle autorità competenti al fine di attivare il sistema nazionale di allerta e richiamo rapido;
- avviare le azioni correttive necessarie per il recupero dell'anomalia;
- comunicare ai suoi fornitori le anomalie riscontrate in caso tali anomalie siano riconducibili o provenienti da difetti dei prodotti acquistati ed utilizzati.

La procedura di richiamo rapido potrà essere attivata anche direttamente dal portale informativo del marchio.

7 MODALITÀ ORGANIZZATIVE, ATTIVITÀ E RESPONSABILITÀ DEI COMPONENTI DEL MARCHIO

7.1 *Operatori/aziende economiche*

Raccolgono e registrano le informazioni relative a:

- caratteristiche del prodotto e dei servizi;
- caratteristiche dei processi produttivi;
- identificazione per lotti delle produzioni;
- fornitori e relative modalità di acquisizione delle materie prime;
- clienti e relative modalità di vendita;
- caratteristiche e professionalità delle risorse umane utilizzate e loro attività svolte;
- ulteriori informazioni previste dalle normative cogenti;
- elementi di qualità riferiti al prodotto, processo o servizio che caratterizzano l'azienda e si intende evidenziare.

Gli operatori sono responsabili di tutte le informazioni che riguardano la propria azienda e delle relative registrazioni sul sistema informativo. Autorizzano l'Ente titolare all'uso dei dati personali e ad effettuare, in qualsiasi momento, i controlli previsti nel piano dei controlli del sistema oltre che a comunicare in tempi rapidi, sia alle autorità competenti, sia all'ente titolare del marchio, eventuali anomalie riscontrate o esiti negativi dei controlli.

7.2 *L'Ente titolare*

L'Ente titolare svolge un ruolo di coordinamento degli operatori, effettua le verifiche visive e documentali interne attraverso personale ispettivo proprio o affidandosi ad enti terzi accreditati e rilascia l'attestazione di rispetto delle procedure e conseguente autorizzazione all'uso del logo.

L'ente titolare gestisce il portale informativo e fornisce alle imprese aderenti servizi mirati:

- alla semplificazione delle procedure e attività legate alla registrazione e gestione delle informazioni del sistema di tracciabilità;
- all'individuazione di programmi comuni di comunicazione e promozione;
- alla semplificazione e potenziamento delle attività di marketing e di logistica delle imprese.

8 GESTIONE DELLE NON CONFORMITÀ

Per non conformità si intende:

- a) la modifica temporanea e/o accidentale di una qualunque attività svolta rispetto alla medesima descritta nel Manuale;
- b) la perdita, da parte del prodotto, di uno qualunque degli elementi di identificazione e rintracciabilità del lotto.

Nel caso delle anomalie di tipo a) la non conformità viene registrata su apposito documento, allegato ai manuali, la modifica temporanea e/o accidentale dell'attività rispetto alla medesima descritta nel Manuale, indicando: la data, la descrizione dell'anomalia, l'identificazione del prodotto interessato e quali azioni sono state intraprese.

Nel caso delle anomalie di tipo b):

- a) si provvede alla identificazione e, se possibile, segregazione della partite di prodotto che ha perso gli elementi di rintracciabilità, rispetto alle altre produzioni;
- b) si informa, tramite fax e telefono, formalmente il destinatario della partita interessata dell'anomalia verificatasi;
- c) vengono registrati, su apposito modulo allegato ai manuali la data, la descrizione dell'anomalia, l'identificazione del prodotto interessato e quali azioni sono state intraprese.

Le non conformità sono gestite direttamente dalle aziende e nelle modalità previste nei manuali di autocontrollo. L'ente titolare ha un ruolo di supervisore e garante della funzionalità del sistema e fornisce servizi e supporto tecnico in caso le aziende riscontrassero delle difficoltà a gestire le non conformità e ad avviare le procedure di richiamo.

9 VERIFICHE INTERNE

Il piano dei controlli è caratterizzato da verifiche interne effettuate dall'ente titolare rispetto ai requisiti previsti nei regolamenti del marchio e nei manuali di autocontrollo. Tali verifiche sono effettuate secondo quanto descritto nel Piano dei Controlli.

Dopo aver eseguito le opportune verifiche l'ente titolare rilascia l'attestazione di conformità alle procedure previste dal presente regolamento tecnico e descritte nei manuali aziendali e l'autorizzazione all'uso del logo.

Le verifiche ispettive sulle attività produttive vengono effettuate al fine di accertare che i prodotti o i servizi in fase operativa siano sempre correttamente identificati e che sussista costantemente una correlazione tra il sistema di identificazione adottato e la documentazione di registrazione, dalla quale poter ricostruire in ogni momento la storia del prodotto o dei servizi.

Le verifiche ispettive sono condotte in campo e via web. Le verifiche di campo sono effettuate con frequenza annuale presso un campione rappresentativo di aziende. Le verifiche via web sono effettuate su tutte le aziende e con una frequenza settimanale.

L'ente titolare può, inoltre, effettuare senza preavviso una prova di rintracciabilità completa dal prodotto finito acquistato sul mercato fino all'azienda produttrice.

L'ente titolare effettua con cadenza annuale un riesame critico del sistema finalizzato al miglioramento di eventuali criticità, allo sviluppo e potenziamento delle funzionalità del sistema ed al pestaggio della sua corretta funzionalità.

10 UTILIZZO DEL MARCHIO

L'ente titolare autorizza le aziende ad utilizzare sui documenti di accompagnamento del prodotto sfuso e nelle etichette il logo del marchio collettivo nelle modalità previste dal regolamento del marchio e dalle convenzioni sottoscritte.