

ECONOMIA | FORMAZIONE



Cisita Progetto con SGS Italia sulla sicurezza alimentare: «Essenziale la propria identità»

«Oggi la certificazione è la carta vincente»

di Sara Colonna



Roberto Domaschi Food Schemes Manager di SGS Italia

L'Italia è il paese con la maggiore biodiversità al mondo e questa è una grande fortuna. Tuttavia il cibo, fra tutte le eccellenze del Made in Italy, è il solo prodotto che ingeriamo e perciò occorre fare molta attenzione. La sicurezza alimentare è un tema anche di prevenzione sanitaria che riguarda tutti. Occorrono figure specializzate. Ne abbiamo parlato con Roberto Domaschi, Food Schemes Manager dell'Azienda SGS Italia.

Ci può raccontare qualcosa della azienda e come è nata la partnership con Cisita Parma?

«SGS è l'azienda leader mondiale per i servizi di ispezione, verifica, analisi e certificazione. Abbiamo una rete di uffici e laboratori sparsi in tutto in mondo e contiamo più di 96.000 dipendenti. Sono molteplici i servizi che ci contraddistinguono e i settori nei quali operiamo, tra questi vi è la formazione. È uno dei servizi che fa da collettore alle nostre attività, in quanto la nostra offerta formativa è ampia: dalla sostenibilità, alla sicurezza alimentare, passando per i vari standard legati alla qualità, all'efficienza energetica, alla sicurezza sui luoghi di lavoro. Cisita Parma ci ha contattato chiedendoci una collaborazione proprio in seno alla formazione. In primis, siamo onorati che tra i vari enti presenti nel territorio, Cisita Parma si sia rivolta a noi, inoltre è sempre stimolante proporre i nostri corsi a una platea di giovani che sono il nostro futuro: crediamo che la formazione sia alla base di un approccio culturale volto alla qualità e quindi al miglioramento».

Qualità e sicurezza sono asset strategici e con gli anni è cresciuta anche l'attenzione all'ambiente: quali sono

le competenze distintive che si possono acquisire nel corso per "Tecnico nella qualità dei prodotti alimentari esperto di economia circolare"?

«Ovviamente possiamo esporci solo dal nostro punto di vista, quindi sul modulo dedicato alla sicurezza alimentare. La qualità dei prodotti alimentari, i controlli lungo la filiera produttiva, ma anche la distintività di un prodotto che rispetta determinati requisiti e una produzione sostenibile e attenta alle risorse: sono tutte tematiche centrali nell'attuale contesto. Sicuramente il nostro corso fornisce un approccio base ma esaustivo su queste tematiche, valorizzando le competenze, ma anche l'approccio critico, di chi frequenterà il corso. Per ogni approfondimento saremo inoltre a disposizione in occasione webinar informativo organizzato da Cisita Parma per il prossimo 15 dicembre».

Che cosa significa per una azienda oggi poter contare su una certificazione?

«Le ragioni che possono spingere un'azienda a certificarsi sono molteplici, dagli obblighi di natura legislativa alle spinte del mercato e della società, basti pensare alle richieste sempre

più pressanti da parte di quest'ultima in termini di qualità, salute, ambiente, sicurezza alimentare. Non dobbiamo dimenticare, infatti, che i consumatori sono sempre più attenti alla qualità dei prodotti che acquistano, vogliono avere informazioni sulla filiera produttiva. La certificazione è una garanzia qualitativa dell'attività dell'azienda, dei suoi prodotti e del proprio operato. Certificarsi, inoltre, vuol dire differenziarsi rispetto ai competitors, soprattutto quando si decide di intraprendere una certificazione legata a criteri di sostenibilità o quando si ottengono certificazioni di prodotto, uscendo dall'auto-referenzialità, ancor'oggi prassi un po' troppo comune, che porta anche a comunicazioni esterne che possono essere fraintese. L'implementazione di un sistema di gestione certificato, infine, è un processo che condiziona la cultura aziendale: è una spinta a migliorarsi e quindi uno strumento per la solidità di una realtà aziendale».

Quali sono, dal vostro punto di vista, i prossimi passaggi ed elementi necessari per favorire la crescita delle aziende?

«Sicuramente un'azienda deve sempre più, come accennato prima, fare i conti con i propri stakeholder. Qualsiasi realtà opera in un mondo interconnesso, quindi è essenziale prestare attenzione alla propria identità e comunicare il proprio impegno su aspetti quali sostenibilità e qualità. Dal nostro punto di vista, in questo processo le certificazioni sono un asset strategico: non solo comunicano all'esterno il nostro impegno, ma sono strumento funzionale all'implementazione di un vero sistema produttivo e gestionale volto a rispettare questi valori».



La qualità dei prodotti alimentari, i controlli lungo la filiera e l'attenzione alle risorse sono temi centrali.



Silicon Alley

di Paolo Ferrandi

Microsoft, Activision e la «nuova» Antitrust Usa

Le autorità americane, la settimana scorsa, hanno bocciato le nozze da 69 miliardi di dollari fra Microsoft e Activision Blizzard, e hanno presentato un'azione legale per bloccarle. I commissari dell'agenzia hanno votato 3 a 1 per approvare la presentazione della causa. L'acquisizione di Activision da parte di Microsoft sarebbe il più grande accordo di tecnologia rivolta al mercato consumer da quando Aol (America on Line) acquistò Time Warner due decenni fa. Sposerebbe la console Xbox di proprietà Microsoft e il servizio di streaming di giochi, che molti considerano il futuro del gaming, con i titoli Activision come «Call of Duty» e «Candy Crush». Si tratta di giochi che hanno una base di giocatori enorme: Activision dice di avere quasi 370 milioni di utenti attivi ogni mese. Secondo la Federal Trade Commission (Ftc, cioè l'antitrust Usa), però, l'accordo potrebbe «danneggiare la concorrenza nei dinamici e crescenti mercati dei videogiochi». L'unione sarebbe dannosa anche per i consumatori. Microsoft infatti potrebbe «manipolare i prezzi di Activision e diminuire la qualità dei suoi giochi per le piattaforme rivali a danno dei consumatori». La decisione è un duro colpo all'espansione del business dei videogiochi di Microsoft, che è diventata la sua più importante unità nel mercato consumer e ha superato i 16 miliardi di dollari di vendite annuali durante l'ultimo anno fiscale. Per la giovane presidente della Ftc, Lina Khan, che ha una formazione accademica ed è diventata famosa dopo aver scritto un articolo in cui criticava Amazon, la causa metterà alla prova se il suo piano aggressivo per frenare il potere della Big Tech possa sopravvivere nei tribunali. Le autorità americane non sono comunque le uniche ad aver sollevato dubbi sull'operazione. Agli inizi di novembre già la Commissione europea aveva espresso perplessità e avviato un'indagine approfondita per valutarla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA