



CULTURA DELLA SICUREZZA ALIMENTARE

Il ruolo dell'Alta Direzione nel creare valori, guidare il cambiamento, diffondere e misurare la "cultura aziendale" con successo e nel rispetto del brand e della sicurezza alimentare cogente.



ACCADEMIA DI ALTA
FORMAZIONE

WHEN

Iscrizione ai corsi aperti da Gennaio 2022, quattro giorni da tre ore al giorno.

WHERE

On-line piattaforma Google Meet.

WHO

CEO/Alta Direzione Aziendale

HOW

Italiano/Inglese

CONTENUTI DEL CORSO

Alla luce della nuova coerenza internazionale, il settore Agro-Alimentare dovrà dimostrare di aver pianificato, sviluppato ed implementato un programma per la definizione di una Cultura della Sicurezza Alimentare Aziendale. Tale novità richiede l'impegno dell'Alta Direzione Aziendale che deve diventare consapevole delle tematiche di sicurezza alimentare, farle proprie, definire i valori aziendali, condividerli con tutti gli stakeholders e con un approccio top-down diffonderli all'interno di tutta l'organizzazione.

La FDA Statunitense ha lanciato la **“New Era for a Smarter Food Safety”** a Luglio 2020, iniziativa volta a spiegare la necessità di utilizzare nuovi strumenti SMART a supporto della nuova sicurezza alimentare, il cui pilastro fondamentale è la **“Food Safety Culture”**. Il Codex Alimentarius ha anch'esso recepito in una nuova linea guida pubblicata nel Settembre 2020 la Food Safety Culture come

essenziale. L'Europa con l'EFSA ha sottoscritto questa iniziativa ad Ottobre 2020.

Il 3 Marzo 2021 la Commissione Europea ha pubblicato il Regolamento EU 382/2021 che modificando il Regolamento CE 852/2004, introduce per tutto il comparto Agro-Alimentare Europeo l'obbligo della Food Safety Culture.

La cultura di una organizzazione necessita della definizione dei suoi valori che devono essere chiaramente espressi dal Brand, coinvolgendo nell'esperienza del consumo dei prodotti offerti al consumatore una **“Experience”** unica. La Comunicazione è fondamentale per la diffusione corretta dall'alto al basso dei principi e dei valori che dovranno tradursi in comportamenti corretti per la sicurezza alimentare di tutti gli operatori dell'organizzazione.

Food Safety Culture

/ s. m. inv. /

Insieme di valori condivisi, opinioni e regole che influenzano la mentalità e il comportamento nei confronti della sicurezza alimentare attraverso e all'interno di un'organizzazione.

DAY 1

Cultura della Sicurezza alimentare

DAY 2

Brand, Valori e Metodo

DAY 3

Un viaggio di esperienze

DAY 4

Una comunicazione di successo

DAY 1

La cultura della sicurezza alimentare (CSA) si basa su un insieme di presupposti condivisi, comportamenti e valori che le organizzazioni ed i loro dipendenti adottano per produrre e fornire alimenti sicuri. La creazione di una “**Cultura della sicurezza alimentare**” richiede uno studio dei comportamenti del proprio personale ed una valutazione del loro discostamento dal comportamento ideale per raggiungere il **goal della sicurezza alimentare**:

“**FOOD SAFETY=BEHAVIOR.**”

Il modulo guiderà i discenti in un percorso tra le scienze del comportamento, **la comunicazione e la cultura organizzativa** d'azienda per poter fornire gli strumenti utili all'Alta Direzione, per definire i contenuti della cultura della sicurezza alimentare all'interno della **Politica aziendale** e quindi, poter monitorare e misurare il loro stato di diffusione ed implementazione all'interno dell'organizzazione stessa.

DAY 2

Ogni azienda è un marchio. **Un marchio non è un prodotto** o un logo, **ma un sistema di valori**, qualità, fedeltà, consapevolezza, referenze ed esperienze che assieme compongono il brand equity di un'azienda.

Lavorare sulla comprensione di questi concetti con **tutti i membri di un team, dall'alto verso il basso**, è il primo passo per creare una convinzione unificata che permetterà di lavorare nel sistema e non per il sistema legato alla brand equity.

La progettazione dello spazio di produzione, il **way finding**, (segnaletica), **la comunicazione interna**, sono tutti fattori che dovrebbero essere affrontati per creare un ambiente migliore e più sicuro.

DAY 3

Il mondo si è evoluto nella **cultura dell'esperienza** dove, sempre più spesso, questo fattore è più importante del prodotto stesso.

La **comunicazione della sicurezza**, fedeltà ed emozioni sono fattori chiave per il successo di un'azienda e di un marchio.

Le esperienze del cliente nel momento di contatto in shop e online si intrecciano e creano fedeltà.

Il legame tra il concetto di "esperienza" e di "rituale" sia nella cultura aziendale che nelle abitudini dei consumatori è un fattore fondamentale che deve essere affrontato per creare le basi di un valore culturale trasversale per la sicurezza alimentare.

DAY 4

"Dal produttore al consumatore"

comprendere meglio le diverse **abitudini e desideri** dei consumatori è anche una riflessione sulle tendenze globali nel mondo in cui viviamo e sulle nostre abitudini di consumo. Un'azienda può realizzare un prodotto o un semilavorato, che attraverso una complessa catena alimentare finisce sulla tavola di un consumatore, tuttavia **ogni piccola parte in questo processo è fondamentale per la cultura della sicurezza alimentare** complessiva per l'utente finale. La contaminazione può avvenire a tutti i livelli di produzione, quindi la consapevolezza di come funziona la catena alimentare, di come **i consumatori si comportano** e di come si informano e comunicano, è importante per la cultura della sicurezza alimentare di un'azienda.

PHD DVM CLAUDIO GALLOTTINI



Amministratore delegato di ITA Corporation, società statunitense residente in Miami-Florida, con esperienza nel settore della trasformazione Agro-Industriale ed in particolare sulle normative cogenti internazionali della sicurezza alimentare, con un focus sui nuovi strumenti intelligenti applicabili per le industrie alimentari durante l'ispezione, la formazione e l'auditing normativo. È riconosciuto a livello internazionale come esperto di normative federali statunitensi sotto la giurisdizione di FDA e USDA, Canadesi sotto la giurisdizione della CFIA, ed Europee Pacchetto Igiene. È stato il primo formatore delle alleanze create dalla FDA per il Food Safety Modernization ACT (FSMA) FSPCA, PSA, SSA in Europa.

Formatore della International HACCP Alliance (IHA, per Meat, Poultry e Juice), della SeaFood HACCP Alliance (SHA) nonché formatore FDA per la Canned Food Regulation (ESI Srl – BPCS network). Con ITA Corporation ha condotto il primo pilota mondiale utilizzando smart glass per guidare da località remote Ispezioni e Audit di sicurezza alimentare nelle Industrie Alimentari Italiane, con il coinvolgimento ufficiale dei Servizi Veterinari Nazionali. Il suo obiettivo come professionista della sicurezza alimentare e Veterinario è "Aiutare le persone delle industrie alimentari internazionali, prendendo coscienza del loro ruolo di attori fondanti dell'intera filiera, garantendo la salute pubblica grazie a un nuovo cambiamento comportamentale che è necessario per attuare la Cultura della Sicurezza";



ARCH. GIAMPIETRO SACCHI

Arch. Progettista e consulente strategico, direttore dei corsi post-laurea focalizzati su HO.RE.CA @ POLI.DESIGN fondato dal Politecnico di Milano. Docente per l'International Executive Master in Interior Design Lan Tao Culture Beijing MIEID e Shanghai International Creative Industry Research Center. Dal 1986 Fondatore di SACCHIDESIGNMILANO.

Dal 2010 Consulente Senior in Interior Design @PRR Architects. Con oltre 30 anni di esperienza professionale soprattutto nel settore HO.RE.CA. Ex Presidente di AIPI - Associazione Italiana Interior Designer.

Co-fondatore di POLI.design, fondato dal Politecnico di Milano nel 1999. Dal 2020 Coordinatore del Comitato Scientifico FCSI - Food Consultant Society International - Italian Unit.

PHD ARCH. BENTA WILEY



Nata in Australia e di formazione italiana con laurea in architettura al Politecnico di Milano.

È co-fondatrice di Between società che fa parte di Oryoki Group con sedi in Italia, Singapore e Australia. Ha completato la sua preparazione con un dottorato di ricerca internazionale in comunicazione come generatore della qualità del progetto; è stata Project Manager di diversi programmi di ricerca in Europa e nel sud-est asiatico. Ha insegnato interior branding design e comunicazione al Politecnico di Milano, UNILUNA a Bologna e presso il Politecnico di Taipei (Taiwan). Nel corso della sua carriera Benta ha affrontato allestimenti complessi di interior design in cui la sua esperienza si è concentrata in particolare sul branding spaces per il settore HORECA. Ha gestito team di designer come project manager per progetti di customer experience, branding spaces e retail influences in Australia, Singapore, India ed il Regno Unito.



ACCADEMIA DI ALTA
FORMAZIONE

Gloria Gagliardini

+39 02 40701821

Noemi Trombetti

+39 06 81152696