



Tracciabilità e sicurezza alimentare grazie alla tecnologia blockchain

Carrefour, la prima GDO in Italia che utilizza la blockchain per tracciare gli alimenti di qualità

Giovanni Panzeri, Direttore MDD Carrefour Italia: “La filiera del pollo tracciata con la blockchain è solo l’inizio. Come gruppo Carrefour stiamo già lavorando per creare un sistema blockchain di proprietà per tracciare le principali filiere agroalimentari”.

L’azienda

Il Gruppo Carrefour, primo distributore in Europa e secondo nel Mondo, con una cifra d’affari pari a 5,51 Mld euro (2017), opera in Italia con 1.076 punti vendita suddivisi in 52 Ipermercati Carrefour (di cui 1 franchising), 407 Supermercati Carrefour Market (di cui 217 diretti e 190 franchising), 601 punti vendita di prossimità Carrefour Express (di cui 181 diretti e 420 franchising) , 13 Cash and Carry (Docks Market e Grosslper) e 3 punti vendita Supeco. Carrefour presente in 18 regioni, impiega in Italia oltre 20.000 collaboratori impegnati quotidianamente nell’offrire i migliori servizi ai clienti, ed è una delle realtà della distribuzione più capillari sul territorio italiano.

L’idea in breve

Carrefour Italia è la prima GDO in Italia ad applicare la tecnologia blockchain alla tracciabilità dei beni alimentari. La tracciabilità digitale dell’intera filiera del pollo allevato all’aperto e senza antibiotici, in maniera trasparente e consultabile anche dal consumatore finale è pienamente operativa da settembre 2018 e riguarda 29 allevamenti, 2 mangimifici e 1 macello. Carrefour ha anche annunciato che la prossima filiera ad essere tracciata con la tecnologia blockchain sarà quella degli agrumi a marchio proprio.

La qualità tracciata grazie alla blockchain

Le richieste del consumatore e la rinnovata attenzione alla provenienza dei prodotti impone agli operatori del settore un impegno sempre maggiore verso la trasparenza delle informazioni e la qualità dell’origine dei prodotti. La tecnologia blockchain è uno strumento fondamentale in questa direzione, perché permette al consumatore di verificare direttamente e in tempo reale le informazioni legate alla filiera del prodotto, dall’origine sino all’arrivo al punto vendita.



Attraverso un QR Code, è possibile consultare le informazioni relative al prodotto acquistato e esaminare i dati mappati grazie a un'interfaccia molto intuitiva e facilmente accessibile a tutti. La tecnologia blockchain garantisce l'immutabilità del dato registrato e garantisce lo storico delle informazioni del prodotto di filiera.

Ciascun componente della supply chain alimentare (produttori, trasformatori e distributori) può fornire informazioni – mai più modificabili da nessuno – di tracciabilità su ciascun lotto di prodotto.

Il consumatore, grazie alla fotocamera del proprio smartphone, è in grado di leggere il codice sulla confezione del pollo. Accede così a un portale web sul quale trova tutte le informazioni relative a quel prodotto: il luogo e il modo di allevamento, il nome dell'allevatore, il mangime somministrato, l'assenza di trattamento (senza antibiotici, ad esempio), il luogo di macellazione e le modalità di trasporto.

La strategia

L'utilizzo della blockchain è parte della strategia avviata nel 1992 in Francia e nel 2001 in Italia, che ha introdotto il nuovo marchio Carrefour "Filiere Qualità", ed è uno degli strumenti che il Gruppo sta implementando per raggiungere l'obiettivo di lungo periodo, inserito nel piano strategico Carrefour 2022, di diventare leader mondiale nella transizione alimentare, un cambiamento necessario. La tracciabilità della filiera rappresenta un'assunzione di responsabilità verso i clienti e un nuovo passo verso la totale trasparenza.

La blockchain ha già registrato una risposta positiva in Francia, dove Carrefour ha adottato la tecnologia qualche mese fa, cominciando dalla filiera del pollo d'Auvergne per poi allargarsi al pomodoro Marmande. In Italia, la prima applicazione sul pollo è sugli scaffali da pochi giorni. In base ai risultati raggiunti, potranno partire nuove sperimentazioni, la prima delle quali coinvolgerà la filiera degli agrumi

Benefici

Per i consumatori i benefici sono evidenti: la massima trasparenza della filiera garantisce la qualità e l'origine di un prodotto alimentare. Per gli allevatori c'è la possibilità di migliorare la produzione e puntare sull'immagine dell'azienda, attribuendo ai propri prodotti un valore aggiunto di grande impatto comunicativo. Per la grande distribuzione, i vantaggi sono notevoli sia in termini di organizzazione e tracciamento dei fornitori, sia per la condivisione con tutti i partner della filiera di un database sicuro. Certamente l'aspetto predominante è però l'attenzione alla qualità e la certezza di fornire ai propri clienti prodotti sicuri e certificati.