



Comunicato stampa

Alleanza tra allevatori e distribuzione a garanzia della qualità dei prodotti di filiera italiani

METRO ADOTTA IL MARCHIO “ITALIALLEVA” Un accordo quadro a difesa del vero Made in Italy

I prodotti italiani di origine animale a marchio METRO porteranno il logo “ItaliAlleva” se rispetteranno i protocolli qualitativi fissati da AIA

Mantova, 31 Ottobre 2008. L'accordo tra METRO Italia e AIA (Associazione Italiana Allevatori) per l'utilizzo del marchio ItaliAlleva parte da Mantova.

L'intesa – firmata a Roma due settimane fa alla presenza del Ministro Zaia - prevede che d'ora in poi che alcuni prodotti di origine animale venduti nei 48 punti vendita di METRO in Italia, siano identificati con il marchio “ItaliAlleva” se rispetteranno i relativi disciplinari di produzione a garanzia dell'acquirente METRO e del consumatore finale.

Una scelta che si coniuga perfettamente con “ItaliAlleva” e le sue specificità territoriali e che vede nella piattaforma messa a punto da AIA il mezzo più efficace per offrire garanzie di tracciabilità, sicurezza alimentare e benessere animale. Sarà compito delle parti identificare anche prodotti non a marchio aventi le caratteristiche necessarie a fregiarsi del logo “ItaliAlleva”.

“E' un passo coerente con le politiche di qualità alimentare che METRO porta avanti da sempre – ha dichiarato Claudio Truzzi – Responsabile Sistema Qualità di METRO Italia. Noi vogliamo essere al fianco dei nostri clienti professionali per costruire insieme una cultura della qualità, della genuinità, del rispetto delle tradizioni, della valorizzazione dei localismi. Adottare un marchio di qualità nazionale per le nostre carni e i prodotti derivati rappresenta inoltre – ha sottolineato Truzzi – un potente fattore di promozione per il prodotto italiano nel mondo. La rete degli oltre 600 magazzini METRO presenti in 29 Paesi fungerà da supporto logistico per la distribuzione del prodotto e insieme da efficace fattore di promozione della qualità alimentare italiana nel mondo.

Si tratta – ha proseguito Truzzi - di prodotti specifici per la clientela professionale, le cui filiere erano già state da noi realizzate. L'adozione del marchio “ItaliAlleva” rappresenta per METRO il coronamento di un percorso di crescita e la volontà di contribuire alla promozione nel mondo del prodotto italiano di qualità.”

METRO Italia, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 48 magazzini in 16 regioni, vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi, 30.000 prodotti in assortimento suddivisi in 11.000 referenze per il settore alimentare (food) di cui 8.000 di prodotti secchi e 3.000 di prodotti freschi, e 19.000 referenze nel settore non alimentare (non food). I collaboratori sono circa 5.000. Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente oggi in 29 Paesi con più di 600 magazzini self-service di vendita all'ingrosso. Con oltre 100.000 dipendenti in tutto il mondo, l'azienda ha raggiunto nel 2007 un fatturato di 31.7 miliardi di Euro. METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, uno dei maggiori e più importanti gruppi distributivi internazionali, che nel 2007 ha fatturato intorno ai 64 miliardi di Euro. Il Gruppo



occupa all'incirca 290.000 collaboratori ed è presente con oltre 2.100 punti vendita in 32 Paesi. Le performance del Gruppo si fondano sulla forza delle sue divisioni commerciali che operano in modo indipendente nei rispettivi mercati: Metro/Makro Cash & Carry - leader internazionale nel self-service all'ingrosso, ipermercati Real, Media Markt e Saturn - leader europeo nella distribuzione dell'elettronica di consumo ed i magazzini Galeria Kaufhof. Maggiori informazioni su: www.metrogroup.de

Per contatto:

Ufficio Stampa METRO Italia: Communications Manager/Media Relations:
Susanna Bettoni – susanna.bettoni@metro.it

Agenzia: Below Media Relations srl:
Lucio Bergamaschi 349/8675241 lucio.bergamaschi@below.it.