



FOODLAB s.r.l. scaturisce da un'idea, anzi da una passione, di Gianpaolo Ghilardotti: "Da grande voglio fare il cuoco!" Dai luoghi domestici, dalla scuola alberghiera, dall'esperienza con lo chef pluristellato George Blanc per apprendere i segreti della cucina e dell'affumicatura artigianale, fino ad arrivare alla nascita del primo laboratorio produttivo: FOODLAB (2000).

Gianpaolo Ghilardotti ha dato il suo imprinting gastronomico: nasce "*The Italian Salmon Philosophy*": una tecnologia produttiva mild che incontra il gusto di un prodotto che non è tipicamente italiano ma che viene "fatto" in Italia per piacere agli italiani.

A Gianpaolo si uniscono i fratelli Francesco ed Elisabetta e dal 2006 il sito produttivo si colloca ove è attualmente (Polesine Zibello-PR). Nel 2018 si conclude il quinto ampliamento dell'area produttiva che porta la superficie globale a 4000 m².

L'azienda si specializza nella lavorazione del salmone e di prodotti ittici in generale: gli affumicati, i carpacci, i cotti a vapore e le salamoie.

FOODLAB S.r.l. pone quale fine ultimo della propria attività produttiva la completa soddisfazione delle esigenze e delle aspettative del Cliente. L'obiettivo principale è quello di conseguire e mantenere uno standard ottimale di Qualità dei propri prodotti, ottemperando alle normative vigenti in materia di sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti alimentari, di sicurezza sui luoghi di lavoro e di tutela dell'ambiente.

MISSION

- ✓ passione imprenditoriale con impegno diretto della Direzione in azienda;
- ✓ conoscenza delle materie prime e cura artigianale nella scelta e nel loro impiego: la tecnologia al servizio dell'attenzione per il prodotto;
- ✓ il rischio microbiologico come focus, al fine di garantire il più alto grado di salubrità dei prodotti *ready to eat*;
- ✓ organizzazione aziendale per ottimizzare l'efficacia ed efficienza dei processi in generale;
- ✓ ricerca costante di nuovi prodotti, sviluppando la progettualità e la fantasia aziendale;
- ✓ attenzione alla gestione etica relativamente ai rapporti tra Direzione e personale come fattore fondamentale del successo aziendale;
- ✓ consapevolezza e attenzione degli impatti ambientali generati dall'attività.

OBIETTIVI

- ✓ garantire un elevato standard igienico-sanitario dei prodotti, nel rispetto dei requisiti di legge previsti nei paesi dell'Unione Europea ed extra UE;
- ✓ ottimizzare i processi produttivi attraverso un'attenta analisi dei flussi di prodotto e di informazioni all'interno dell'azienda;
- ✓ effettuare una corretta valutazione e gestione dei rischi nei riguardi della sicurezza e della salute del personale e dell'ambiente;
- ✓ selezionare attentamente i propri fornitori e monitorarli nel tempo;
- ✓ aumentare il coinvolgimento del personale tramite la motivazione e la sensibilizzazione, garantendo al tempo stesso i diritti della persona;
- ✓ tutelare l'ambiente attraverso il rispetto della legislazione vigente in materia, con l'utilizzo di energie rinnovabili e riducendo l'impatto ambientale.

IMPEGNO della DIREZIONE

- ✓ rispettare le norme igienico-sanitarie e di sicurezza del prodotto dichiarate nel manuale di autocontrollo aziendale;
- ✓ rispettare le leggi in vigore in materie di qualità, tutela dell'ambiente, sicurezza sul luogo di lavoro, diritti della persona e normative contrattuali;
- ✓ diffondere la cultura della qualità e della sicurezza alimentare tra i propri dipendenti;
- ✓ sensibilizzare il personale sui problemi in materie di igiene alimentare, qualità, ambiente e sicurezza e salute nei luoghi di lavoro;
- ✓ protezione dell'ambiente, inclusa la prevenzione dell'inquinamento;
- ✓ promuovere la comunicazione tra le funzioni aziendali, verso i fornitori, verso i Clienti e con le autorità competenti relativamente a possibili pericoli che potrebbero influire sulla sicurezza del prodotto;
- ✓ mantenere un sistema di tracciabilità delle produzioni;
- ✓ puntare alla specializzazione delle funzioni aziendali ed alle attività di coordinamento dei reparti;
- ✓ mantenere attiva l'attenzione alla conformità delle strutture ed alla gestione degli spazi, pianificando eventuali investimenti che, di volta in volta, si rendessero necessari.
- ✓ L'azienda promuove l'adozione di un approccio per processi e l'applicazione della valutazione del rischio d'impresa nello sviluppo, attuazione e miglioramento continuo dell'efficacia del proprio Sistema di Gestione.

PROGETTI STRATEGICI della DIREZIONE

- ✓ *controllo di gestione*: ottimizzare i costi attraverso l'inserimento di un nuovo gestionale ERP con controllo di dettaglio del processo in ogni fase;
- ✓ *qualità del servizio*: attenzione verso le richieste del cliente e rispetto dei tempi previsti;
- ✓ *fidelizzazione* dei Clienti storici;
- ✓ *convenience food*: linea cotti a vapore rivolti al mercato specialistico alla GDO-DO;
- ✓ *promozione del brand Foodlab*: impostazione di un'attività di marketing mirato a far conoscere il marchio aziendale, spesso non evidente per la produzione di molti prodotti a marchio del cliente;
- ✓ *miglioramento dell'organizzazione attraverso percorsi formativi in aula e sul campo*: acquisizione da parte dei responsabili della consapevolezza del proprio ruolo e del proprio know-how.
- ✓ *Rispetto per l'ambiente*
- ✓ *ECODESIGN*: progettare confezioni di prodotto aventi imballi a minimo impatto ambientale

POLITICA PER LA QUALITA'



FOODLAB s.r.l. scaturisce da un'idea, anzi da una passione, di Gianpaolo Ghilardotti: "Da grande voglio fare il cuoco!"
Dai luoghi domestici, dalla scuola alberghiera, dall'esperienza con lo chef pluristellato George Blanc per apprendere i segreti della cucina e dell'affumicatura artigianale, fino ad arrivare alla nascita del primo laboratorio produttivo: FOODLAB (2000).

Gianpaolo Ghilardotti ha dato il suo imprinting gastronomico: nasce "*The Italian Salmon Phylosophy*": una tecnologia produttiva mild che incontra il gusto di un prodotto che non è tipicamente italiano ma che viene "fatto" in Italia per piacere agli italiani.

A Gianpaolo si uniscono i fratelli Francesco ed Elisabetta e dal 2006 il sito produttivo si colloca ove è attualmente (Polesine Zibello-PR). Nel 2018 si conclude il quinto ampliamento dell'area produttiva che porta la superficie globale a 7500 m².

L'azienda si specializza nella lavorazione del salmone e di prodotti ittici in generale: gli affumicati, i carpacci, i cotti a vapore e le salamoie.

FOODLAB S.r.l. pone quale fine ultimo della propria attività produttiva la completa soddisfazione delle esigenze e delle aspettative del Cliente. L'obiettivo principale è quello di conseguire e mantenere uno standard ottimale di Qualità dei propri prodotti, ottemperando alle normative vigenti in materia di sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti alimentari, di sicurezza sui luoghi di lavoro e di tutela dell'ambiente.

MISSION

- ✓ passione imprenditoriale con impegno diretto della Direzione in azienda;
- ✓ conoscenza delle materie prime e cura artigianale nella scelta e nel loro impiego: la tecnologia al servizio dell'attenzione per il prodotto;
- ✓ il rischio microbiologico come focus, al fine di garantire il più alto grado di salubrità dei prodotti *ready to eat*;
- ✓ organizzazione aziendale per ottimizzare l'efficacia ed efficienza dei processi in generale;
- ✓ ricerca costante di nuovi prodotti, sviluppando la progettualità e la fantasia aziendale;
- ✓ attenzione alla gestione etica relativamente ai rapporti tra Direzione e personale come fattore fondamentale del successo aziendale;
- ✓ consapevolezza e attenzione degli impatti ambientali generati dall'attività.

OBIETTIVI

- ✓ *garantire un elevato standard igienico-sanitario dei prodotti, nel rispetto dei requisiti di legge previsti nei paesi dell'Unione Europea ed extra UE;*
- ✓ *ottimizzare i processi produttivi attraverso un'attenta analisi dei flussi di prodotto e di informazioni all'interno dell'azienda;*
- ✓ *effettuare una corretta valutazione e gestione dei rischi nei riguardi della sicurezza e della salute del personale e dell'ambiente;*
- ✓ *selezionare attentamente i propri fornitori e monitorarli nel tempo;*
- ✓ *aumentare il coinvolgimento del personale tramite la motivazione e la sensibilizzazione, garantendo al tempo stesso i diritti della persona;*
- ✓ *tutelare l'ambiente attraverso il rispetto della legislazione vigente in materia, con l'utilizzo di energie rinnovabili e riducendo l'impatto ambientale.*

IMPEGNO della DIREZIONE

- ✓ rispettare le norme igienico-sanitarie e di sicurezza del prodotto dichiarate nel manuale di autocontrollo aziendale;
- ✓ rispettare le leggi in vigore in materie di qualità, tutela dell'ambiente, sicurezza sul luogo di lavoro, diritti della persona e normative contrattuali;
- ✓ diffondere la cultura della qualità e della sicurezza alimentare tra i propri dipendenti;
- ✓ sensibilizzare il personale sui problemi in materie di igiene alimentare, qualità, ambiente e sicurezza e salute nei luoghi di lavoro;
- ✓ protezione dell'ambiente, inclusa la prevenzione dell'inquinamento;
- ✓ promuovere la comunicazione tra le funzioni aziendali, verso i fornitori, verso i Clienti e con le autorità competenti relativamente a possibili pericoli che potrebbero influire sulla sicurezza del prodotto;
- ✓ mantenere un sistema di tracciabilità delle produzioni;
- ✓ puntare alla specializzazione delle funzioni aziendali ed alle attività di coordinamento dei reparti;
- ✓ mantenere attiva l'attenzione alla conformità delle strutture ed alla gestione degli spazi, pianificando eventuali investimenti che, di volta in volta, si rendessero necessari.
- ✓ L'azienda promuove l'adozione di un approccio per processi e l'applicazione della valutazione del rischio d'impresa nello sviluppo, attuazione e miglioramento continuo dell'efficacia del proprio Sistema di Gestione.

PROGETTI STRATEGICI della DIREZIONE

- ✓ *controllo di gestione:* ottimizzare i costi attraverso l'inserimento di un nuovo gestionale ERP con controllo di dettaglio del processo in ogni fase;
- ✓ *qualità del servizio:* attenzione verso le richieste del cliente e rispetto dei tempi previsti;
- ✓ *fidelizzazione* dei Clienti storici;
- ✓ *convenience food:* linea cotti a vapore rivolti al mercato specialistico alla GDO-DO;
- ✓ *promozione del brand Foodlab:* impostazione di un'attività di marketing mirato a far conoscere il marchio aziendale, spesso non evidente per la produzione di molti prodotti a marchio del cliente;
- ✓ *miglioramento dell'organizzazione attraverso percorsi formativi in aula e sul campo:* acquisizione da parte dei responsabili della consapevolezza del proprio ruolo e del proprio know-how.
- ✓ *Rispetto per l'ambiente*
- ✓ *ECODESIGN: progettare confezioni di prodotto aventi imballi a minimo impatto ambientale*

