

# CONVERSIONE ECOLOGICA DELLA FILIERA DELLA GELATERIA. OBBLIGO O OPPORTUNITA? **TUTTE E DUE.**

---

Dott. Marco Stevanin

Già membro della commissione nazionale VIA-VAS del MITE. Attuale commissario esterno della commissione tecnica regionale ambiente (CTRA Regione Veneto). Docente a contratto Università LUISS di Roma nel master di economia circolare. Amministratore società TERRA srl. Socio Fondazione Fantastiche Dolomiti

# I PUNTI BASE

Patrimonio reputazionale del mondo del gelato

La certificazione ISO 14001:2015

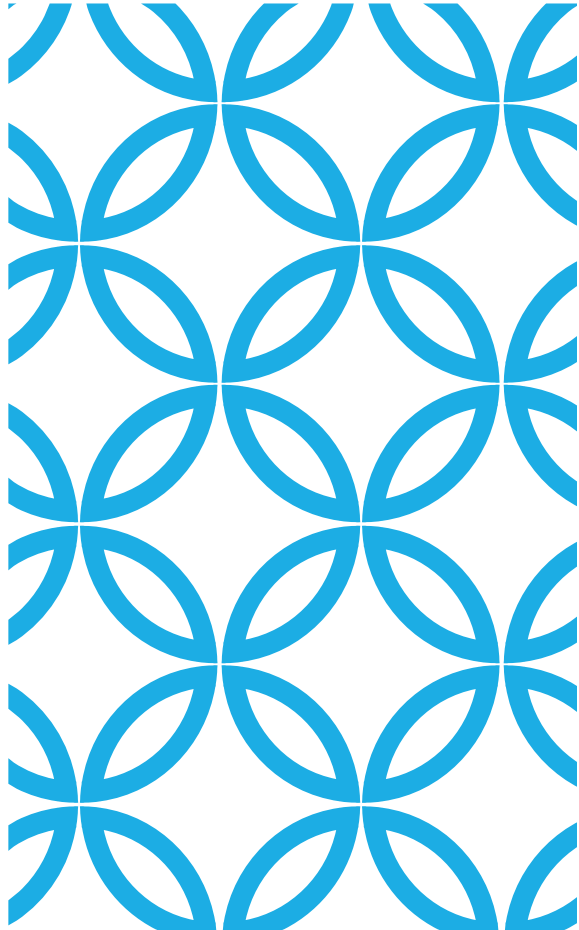
La sicurezza alimentare in UE

Gli elementi da analizzare

PNRR e fondi per il settore

Impatto ambientale della produzione

Cosa potenzialmente consigliare per il prossimo futuro



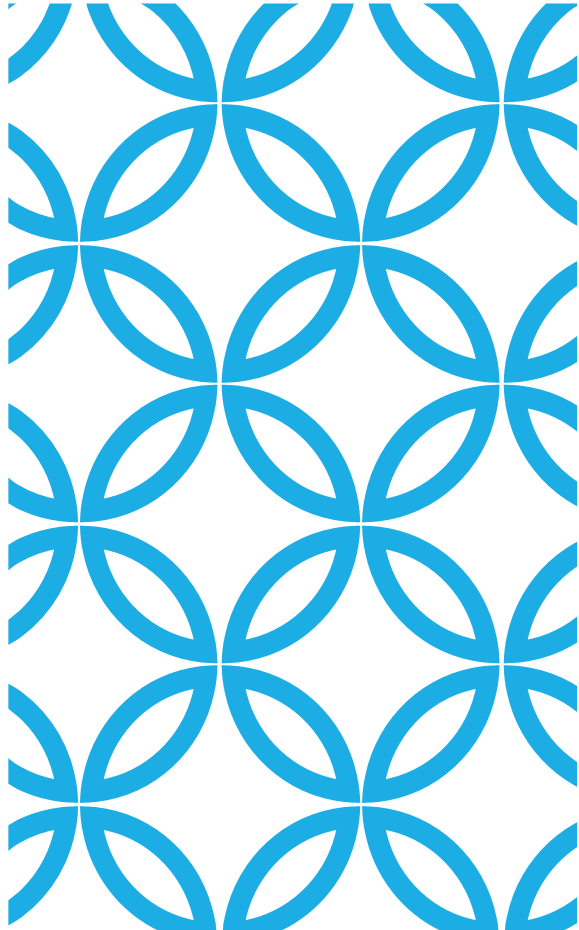
## LA REPUTAZIONE (1)

### COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE.

La reputazione risulta fondamentale sia per il piccolo negozio che per la grande industria. Si investono rilevanti risorse in comunicazione (marketing) che trainano il settore e che portano il consumatore in una area di “comfort” per acquistare il prodotto.

ATTENZIONE: EVITARE IL GREENWASHING. INVESTIRE IN INFORMAZIONE (quindi su dati scientificamente comprovabili e dati al consumatore con la raccomandazione di informarsi).

UTILIZZARE CON ESTREMA ATTENZIONE LA PAROLA SOSTENIBILITA' (termine spesso abusato e che nel medio periodo se non supportato da vera informazione porta a danni reputazionali).



## LA REPUTAZIONE (2)

Conversione (VERA) ecologica. Obbligo o Opportunità?

Risulta palese come una VERA conversione ecologica sia per il piccolo negozio come per la grande industria comporti investimenti non banali sia in termini organizzativi che di investimento in formazione che di indicatori di controllo nella filiera di approvvigionamento (dalle materie prime alle attrezzature).

Questo a parere dello scrivente produrrà **NON** subito ma nel medio e lungo periodo un consolidamento della propria reputazione e relative quote di mercato (indipendentemente dalla dimensione aziendale) e il tutto è poi comunicabile con dati e non con procedure di marketing spesso “fragili” in un mondo della attuale comunicazione decisamente complesso, spesso con tante – troppe spiegazioni quindi fragile e rindondante.

## ELEMENTI UTILI DI CONTROLLO

La certificazione ISO 14001:2015 ma non solo.

Sistema di gestione ambientale

Evitare complicazioni sia per il piccolo produttore che per la grande industria.

Predisporre con le dovute proporzioni un documento chiaro e snello del proprio **CODICE ETICO**. Evitando azioni «retoriche» ma introducendo azioni chiare, dimostrabili, percorribili con investimenti sia di capitale umano che economico dimensionate sulla propria attività e non su quello che richiede il «mercato della comunicazione».

Dobbiamo ASSOLUTAMENTE dare priorità alla CREDIBILITA' E non alla parola SOSTENIBILITA'. Questo perché il mondo del gelato e le sue filiere devono evitare di curare l'immagine (già molto forte a livello internazionale) ma curare la sua già nota credibilità in produzione e gusto verso il riconoscimento scientifico della sua produzione.

LA SICUREZZA  
ALIMENTARE. LA  
SALUTE COME  
CAPITALE  
SINERGICO DA  
VALORIZZARE.

Investire e valorizzare azioni su:

Trasparenza nella produzione, analisi e prevenzione dei rischi, la tutela degli interessi dei consumatori. Il tutto omogeneo nel mercato locale come in tutta la UE.

Valorizzare gli investimenti dell'imprenditore (piccolo o grande) a supporto degli elementi sopra descritti.

ATTENZIONE:

**La normativa attribuisce la principale responsabilità della sicurezza degli alimenti agli Operatori del Settore Alimentare (indicati spesso con l'acronimo OSA); l'operatore viene definito come "la persona fisica o giuridica responsabile di garantire il rispetto della legislazione alimentare nell'impresa o nel settore alimentare che controllano".**

**GLI ELEMENTI DA  
ANALIZZARE CHE  
ASSORBONO  
RISORSE MA CHE  
DETERMINANO LA  
REPUTAZIONE**

**Sia il piccolo produttore che la grande industria (con le opportune distinzioni ed economie di scala) si deve sempre tenere sotto controllo:**

- formazione personale (e dell'imprenditore)
- verifiche analitiche (es. regolamento CE 2073/2005, allergenici, approvvigionamento idrico ecc...)
- etichettatura prodotti / packaging
- materiali e oggetti a contatto con gli alimenti
- salute e sicurezza lavoratori nei luoghi di lavoro
- adempimenti normativi e burocratici

## PNRR E FONDI DI SETTORE

Sia chiaro (ove possibile): la finanza straordinaria deve servire a consolidare una azienda (piccola o grande) con ottica di crescita o rilancio e non appianare debiti. Quindi il punto focale è INVESTIRE e non ridurre le perdite.

Nel 2022 vi sono state varie occasioni di bandi a supporto del settore della gelateria.

**Ad esempio: PNRR e Fondi per gelaterie. Se in possesso del codice ATECO 56.10.30 (“gelaterie e pasticcerie”) e del codice ATECO 10.71.20 (“produzione di pasticceria fresca”) – Iscritte al Registro imprese da almeno 10 anni o che hanno acquistato dal 30 agosto 2021 prodotti certificati DOP, IGP, SQNPI e prodotti biologici per almeno il 5% del totale dei prodotti alimentari acquistati nello stesso periodo. 30.000 euro a fondo perduto. Vari filoni (consulenze di qualsiasi genere).**

**INDUSTRIA 4.0**



# IMPATTO AMBIENTALE NELLA PRODUZIONE

Un tema complesso governato per la grande industria in fase autorizzativa dal D.Lgs. 152/2006

E' chiaro che sia nella piccola che nella grande produzione le matrici principali da analizzare sono:

- consumi idrici e BAT di riferimento da valutare. Quindi attrezzatura.
- consumi energetici. Dalla bolletta con relativa valutazione e brokeraggio energetico (dal piccolo negozio alla grande industria) fino all'autoproduzione energetica con fonti rinnovabili
- emissioni in atmosfera (grande industria soggetta ad AUA o AIA)
- utilizzo di materie prime incluse miscele liquide, produzione di rifiuti (dalla depurazione acque a prodotti di scarto).

# IMPATTO AMBIENTALE NELLA PRODUZIONE — IL CONTROLLO

Le procedure autorizzative dal piccolo negozio alla grande industria. Costi ciclici di controllo (esempio per AUA – AIA – VIA) fino alle certificazioni annuali.

Predisporre una adeguata **check list** delle scadenze e controllo (di norma per la grande industria ad opera dell'ufficio preposto nella gestione ambientale o già classificato nel piano di monitoraggio e controllo PMC) mentre per il piccolo esercizio il tutto può gravare sull'imprenditore. Questo spesso genera non conformità sia semplici che complesse e spesso la reputazione viene messa a repentaglio con chiusure o sequestri. La stampa è piuttosto «ricca» di notizie di questo tipo.

Per questo motivo da includere nel CODICE ETICO gli adempimenti e relative verifiche.

# COSA PROPORRE PER IL PROSSIMO FUTURO

A detta dello scrivente sia per il piccolo che per il grande produttore:

-Evitare di seguire sempre e solo le leggi del marketing e puntare su una predisposizione di un **CODICE ETICO** perseguibile e aggiornabile di anno in anno. Da non confondere con il bilancio di sostenibilità.

- Iniziare ad aggregare più operatori possibili di ogni dimensione del settore del gelato per generare una «**CARTA REPUTAZIONALE**» del settore per il mercato interno, dell'UE e internazionale. Consolidare filiere tecnologiche e di approvvigionamento di materie prime.

**Considerare la CONVERSIONE ECOLOGICA come una naturale e ineluttabile direzione dettata da un AMBITO BIOGEOGRAFICO in pieno «stress» a causa di cambiamenti climatici e pressioni antropiche (inquinamento e impatto sanitario). Il mercato premia NON quello che COSTA ma QUELLO CHE VALE. E nel medio periodo costerà di più contrapporsi al sistema ecologico.**