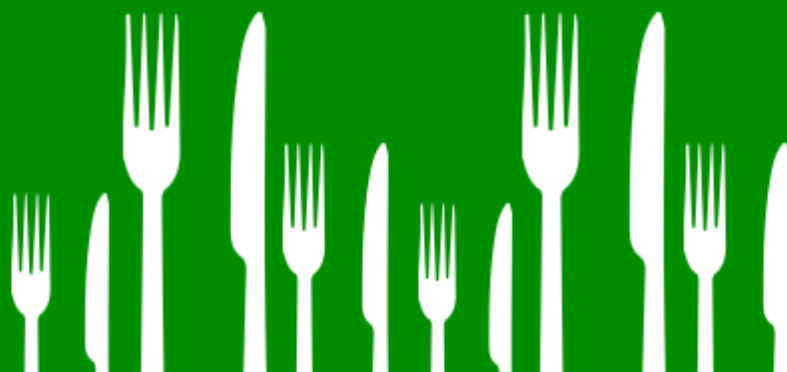


Acquisti & Sostenibilità

Watch 2016

**La sostenibilità
nella ristorazione
commerciale e collettiva**



Sommario

Introduzione	3
Quadro d'insieme del settore analizzato.....	6
<i>La ristorazione Collettiva.....</i>	<i>7</i>
<i>La ristorazione commerciale.....</i>	<i>9</i>
Ricerche e studi sulla sostenibilità nel settore analizzato	9
<i>Sostenibilità 2.0: l'evoluzione del concetto di sostenibilità.....</i>	<i>9</i>
<i>"Taking Local to the Next Level".....</i>	<i>17</i>
<i>Sustainable food sourcing nella Ristorazione.....</i>	<i>17</i>
<i>The Sustainability Gap.....</i>	<i>19</i>
<i>The Grass is Always Greener.....</i>	<i>20</i>
<i>Turn sustainability into profitability.....</i>	<i>20</i>
<i>La ricerca Nomisma/Pentapolis sulla ristorazione sostenibile nelle scuole.....</i>	<i>21</i>
Ristorazione collettiva.....	23
Le informazioni riportate nel seguito sono state tratte da siti-web, comunicazioni istituzionali e bilanci delle Società citate.	23
Camst.....	23
Compass Group Italia S.p.A.....	36
Pedevilla	40
Dussmann.....	44
Trivalor	48
Apetito.....	55
Gruppo Elior.....	63
Concerta.....	73
Gruppo Pellegrini	83
Gruppo Sodexo.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
Serenissima	Errore. Il segnalibro non è definito.
Ristorazione commerciale	104
Camst.....	104

Autogrill	106
Bistrot Centrale	126
CIR.....	127
Eataly	137
McDonald's	139
Cremonini.....	160
BEST practice	183
<i>Gestione dei rifiuti</i>	185
<i>Consapevolezza e collaborazione dell'utente finale</i>	186
<i>Logistica e imballaggi</i>	187
<i>Produzione</i>	188
<i>Certificazioni</i>	189
Linee Guida, Certificazioni prodotto e sistema.	171
<i>Le certificazioni di sistema</i>	171
<i>Etichette ambientali</i>	178
<i>Certificazioni di prodotto</i>	179
Bad Practice	183
Considerazioni finali e suggerimenti utili (a cura di A&S).....	189

Introduzione

Il presente studio **A&S Watch “La sostenibilità nella Ristorazione Collettiva e commerciale”** nasce con lo scopo di far conoscere, le iniziative più significative sulla sostenibilità, cioè della tutela dell’ambiente e delle risorse umane coinvolte nella loro filiera produttiva, messe in atto dalle aziende del settore sia a livello nazionale che internazionale.

Per introdurre la tematica, come di consueto per tutti i nostri A&S Watch, sono state selezionate e raccolte una serie di **studi e ricerche**, che hanno di recente analizzato l’attività delle varie aziende che operano nel settore, con focus sulla loro attitudine e modus operandi in ambito di sostenibilità. I casi presi in esame sono stati scelti in base alla significatività dei loro risultati, del loro impatto mediatico e dell’attendibilità degli stessi.

Per completare il quadro introduttivo sono stati segnalati i *principali organismi* che lavorano a servizio della sostenibilità, che ne definiscono standard e linee guida e che certificano l'operato delle aziende.

L'analisi include sia alcune aziende italiane che internazionali.

Abbiamo riportato anche *le aree di miglioramento* che testimoniano come ancora, in molte aree del mondo, non si investa in maniera adeguata in solide politiche di tutela dei lavoratori, rispetto dell'ambiente e controllo delle filiere di fornitura.

I *consumatori* hanno senza dubbio un rilevante ruolo in tutto il ciclo! Molto infatti può essere fatto da tutti noi per dare un forte contributo migliorativo all'attuale situazione.

Adottare un comportamento responsabile nell'utilizzo del prodotto, è quindi fondamentale anche per garantire un minore e migliore utilizzo di risorse naturali.

Tante le azioni positive o Best practice riportate nello studio, quali i programmi di riduzione dell'impatto ambientale, la promozione del territorio, la garanzia di ambienti di lavoro salutari e stimolanti, la qualità dei prodotti, la promozione della cultura attraverso azioni filantropiche tuttavia emerge che vi è ancora ampio spazio per ulteriori passi in avanti!

E, noi consumatori, con le nostre scelte e la giusta consapevolezza, potremo sicuramente contribuire a salvaguardare meglio il nostro ambiente e l'etica dei lavoratori anche della produzione delle materie prima valorizzando sempre di più i diritti umani.

La speranza è quella di diffondere presso un pubblico sempre più vasto questi principi, di far crescere la consapevolezza che è sempre più urgente la necessità di perseguire uno sviluppo ecosostenibile che tenga conto della natura e dell'equilibrio ambientale, che riduca gli sprechi e che riutilizzi i materiali ove possibile, dandogli nuova vita.

Tutti viviamo sullo stesso ed unico pianeta ed ognuno di noi ne è responsabile!

Un particolare ringraziamento va al Prof. Andrea Patrucco, ad Anastasia Giannandrea, Silvia Damiani, Matteo Biscarini, Antonino Catalfamo, Stefano De Lucia, Roberto Cavaleri Mandarano del Politecnico di Milano che, con la stessa

nostra dedizione e sincera passione, ci hanno aiutato nella stesura di questo studio.

Antonina Realmuto e Angelo Santi Spina, coordinatori dell'A&S Watch Ristorazione 2014.

Quadro d'insieme del settore analizzato

La ristorazione è un settore commerciale che comprende tutte le attività, incluse quelle su scala industriale, di banqueting e catering legate rispettivamente a produzione e distribuzione di pasti pronti per la clientela. La ristorazione è storicamente suddivisa in ristorazione commerciale e ristorazione collettiva.

Per **ristorazione collettiva** si intende il servizio di preparazione e consegna su larga scala di pasti completi per la collettività (mense aziendali, scuole, ospedali, carceri, colonie, centri fornitura pasti, case di cura, case per ferie, esercizi che, anche saltuariamente, producono e forniscono pasti in occasione di banchetti, ricorrenze, ecc.).

Nella **ristorazione commerciale** si producono pasti destinati a singoli clienti, non necessariamente organizzati in gruppi come nella ristorazione collettiva. Si divide in **tradizionale**, con gli esercizi pubblici, e in **viaggiante**, con le attività in autostrade, ferrovie, aeroporti, crociere/traghetti. Negli esercizi di questa tipologia di ristorazione, i clienti decidono autonomamente di acquistare il servizio, stabilendo quali piatti mangiare, scegliendoli dal menu proposti.

Secondo gli ultimi dati disponibili, il mercato italiano della Ristorazione Fuori Casa ha un valore di 74,6 milioni di euro con un'incidenza del 35% dei consumi totali delle famiglie per oltre 320.000 imprese.

Lo sviluppo sociale ed economico in atto in Italia e Europa e l'affermazione di un nuovo stile di vita, generato da ritmi veloci, da un sempre più ampio inserimento della donna nel mondo del lavoro, dal poco tempo libero disponibile e dal diffondersi di brevi break, ha inciso fortemente sulla tipica abitudine di pranzare a casa. La conseguenza di questi trend porta sempre più persone a consumare pasti fuori casa e da alcuni decenni la ristorazione è un settore produttivo in costante espansione.

Un altro fenomeno rilevante è quello dell'affermarsi di un consumatore più consapevole e più attento alla qualità degli alimenti. Tale fattore è da una parte strettamente legato all'investimento sul capitale umano e sul livello di istruzione, che genera una maggiore attenzione del consumatore sui rischi alimentari, rendendolo più attento alle diverse forme di informazione e di etichettatura degli alimenti.

Molte riforme europee, come il [Regolamento CE 852/2004](#) - sull'igiene dei prodotti alimentari, il [Regolamento CE 853/2004](#) - norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale e il [Regolamento CE 854/2004](#), - norme specifiche per l'organizzazione di controlli ufficiali sui prodotti di origine animale destinati al consumo umano, promuovono la necessità di assicurare la somministrazione di cibi sani e di buona qualità e si traducono nel sempre maggiore utilizzo di prodotti di origine controllata, certificati e, dove possibile, di prodotti biologici. Una nuova sfida aspetta oggi la ristorazione collettiva e commerciale: quella dello sviluppo sostenibile e dell'eco-efficienza.

Il settore della ristorazione è stato anch'esso toccato dagli effetti della crisi economica.

Le condizioni del mercato sono quindi contraddittorie: gli enti pubblici devono ridurre la spesa e così abbassano le basi d'asta, ma allo stesso tempo per mantenere o creare consenso inseriscono nei capitolati materie prime più pregiate e spesso più care e/o estendono il servizio ad attività estranee alla ristorazione, quali riscossione rette, manutenzioni, ristrutturazioni edili.

Tra i grandi gruppi vi sono, oltre a Camst, CIR Food, Pellegrini e Serenissima, nonché alcune imprese multinazionali come Sodexo, Compass e Elios, che con le recenti acquisizioni riunisce alcune delle grandi imprese della ristorazione collettiva come Avenance, Gemeaz, Copra e Concerta, diventando il primo gruppo in Italia. Si assiste quindi ad una sorta di concentrazione che di fatto riduce il numero dei competitor su larga scala.

La ristorazione Collettiva

Il mercato della ristorazione collettiva si presenta sempre più concentrato.

La ristorazione collettiva appaltata registra variazioni del fatturato positive dovute all'incremento dei prezzi, mentre si riduce il numero dei pasti erogati.

In particolare si registra un forte calo dei pasti nel segmento aziendale compensato solo in parte dalla crescita dell'appalto nel segmento scolastico e in quello militare/istituzionale.

Più contenuto appare il calo del segmento sanitario.

Il segmento aziendale, che ancora rappresenta il business principale per numerose aziende, ha evidenziato una contrazione dei pasti forniti causata da:

- aumento del tasso di disoccupazione;
- elevato ricorso alla CIG
- espulsione delle imprese in difficoltà dal mercato.

Il segmento aziendale, pur evidenziando la contrazione dei pasti forniti, ha solo in parte attenuato il suo calo grazie all'acquisizione di fruitori che hanno preferito la ristorazione collettiva rispetto alla ristorazione commerciale (soprattutto tradizionale) grazie al prezzo più contenuto (il costo della ristorazione commerciale può essere superiore anche da 2 a 4 volte al costo della collettiva). (fonte DataBank 2012).

Il numero di utenti di ristorazione scolastica pubblica e privata si mantiene complessivamente stabile: lieve incremento degli alunni nelle scuole d'infanzia, dovuto prevalentemente all'incremento degli alunni extracomunitari (+7%) e flessione del numero degli iscritti nelle scuole secondarie di secondo grado e nelle università.

Il settore Istruzione è appaltato per il 67,5% in volume e per il 69% in valore (http://issuu.com/camst/docs/2013_bilancio_sociale_2012/108); dagli ultimi anni il tasso di penetrazione dei SRC (servizi di ristorazione collettiva) è cresciuto ad un ritmo piuttosto sostenuto: 4,6% a volume e 6,1% a valore. Gli operatori, nonostante le criticità del settore, continuano a considerarlo un mercato molto interessante di sviluppo.

La ristorazione in questo mercato vale quasi 1.400 milioni di euro a fronte di 250 milioni di pasti erogati.

Nel settore Sanità si prevede una ulteriore riduzione dei ricavi dovuta alla:

- revisione dei contratti pregressi, richiesta dalla spending review
- riduzione dei pasti, non solo imputata alla flessione dei ricoveri ma anche alla diminuzione del numero dei dipendenti
- razionalizzazione della rete ospedaliera richiesta dal governo alle regioni, che potrebbe ridurre il numero di presidi.

La ristorazione commerciale

La crisi, che ha impattato anche questo settore, il clima d'incertezza percepito dai consumatori e l'attuazione di misure di politica economica volte al consolidamento dei conti pubblici, stanno fortemente penalizzando la spesa per i consumi fuori casa.

L'area maggiormente colpita è quella della ristorazione nei trasporti, all'interno della quale stanno riportando consumi in calo tutti i canali. Particolarmente penalizzata la ristorazione autostradale (-8,3% rispetto al 2011) a causa della forte contrazione del traffico autostradale, seguita dalla ristorazione ferroviaria (-5,8%) e aeroportuale (-4%).

Più contenuto il calo della ristorazione urbana (-0,8%) ma solo grazie alle nuove aperture.

Tuttavia, i punti di forza di questo settore si basano sulla:

- caratterizzazione dell'offerta
- specializzazione dei prodotti, facilmente identificabili da chi li consuma
- rapidità del servizio offerto e dal prezzo contenuto.

Ricerche e studi sulla sostenibilità nel settore analizzato

Sostenibilità 2.0: l'evoluzione del concetto di sostenibilità

Il "Green trend" non sta perdendo vigore, si sta semplicemente evolvendo.

Di seguito viene illustrato come gli operatori del settore della ristorazione stanno cercando di approcciarsi in futuro ai temi della sostenibilità.

Per molti operatori nei primi anni del 21esimo secolo, "sostenibile" e "green" erano pressochè sinonimi. Tovaglioli riciclabili, contenitori per la raccolta differenziata e luci a LED davano ai ristoranti l'opportunità di migliorare la loro immagine di business perchè attenti a temi ambientali.

Ma questo era il passato, e comunque non praticato da tutte le Imprese. Ora invece?

Oggi il concetto di sostenibilità ha preso una piega differente. Mentre la coscienza degli impatti ambientali della propria attività è tutt'ora presente, la nuova idea di

sostenibilità delle aziende di ristorazione si declina nell'adottare nuovi touch-point, come la sicurezza del cibo, le relazioni con i dipendenti, il welfare degli animali, l'origine dei prodotti e il coinvolgimento delle comunità.

Il concetto di sostenibilità si è trasformato, è diventato molto più complesso e dinamico.

Si applica ora, ma non sempre, al decision-making responsabile all'interno di tutta l'organizzazione, la quale pone valori e profitto a braccetto gli uni con l'altro.

A detta di **Charlie Arnot, CEO di Center for Food Integrity**, una organizzazione dedita a creare fiducia nel settore alimentare, "Stiamo riscontrando un livello sempre più alto di sofisticazione per quanto riguarda quello che la gente pensa della sostenibilità e le definizioni date a quest'ultima" (<http://www.foodintegrity.org/media-room/audio-video>).

Il settore del food oggi sta investendo nel futuro della sostenibilità attraverso lo sviluppo congiunto della società, del sistema alimentare e della terra.

Tutte le compagnie che operano nel settore della ristorazione devono fronteggiare la continua pressione rivolta a una gestione più attenta delle loro attività, tenendo sempre in mente problemi quali cambiamenti climatici, il costo degli alimenti, i prezzi dell'energia, la nutrizione e altri aspetti sociali. Viene richiesto un'ulteriore sforzo per incrementare la fiducia nel brand, per fare in modo di rispondere alle aspettative crescenti del consumatore su aspetti di sostenibilità.

L'attenzione del consumatore alla sostenibilità non è stata l'unico aspetto abilitante della sostenibilità 2.0. Filosofie di gestione aziendale si stanno evolvendo e le politiche di cost saving hanno spinto molti leader della ristorazione a considerare gli impatti delle loro decisioni di business sia all'interno che al di fuori delle mura aziendali.

Attraverso l'utilizzo di impianti energetici più efficienti, gli operatori hanno scoperto che possono ridurre gli acquisti di servizi esterni e le emissioni di carbonio. Un crescente focus sul benessere dei dipendenti permette di trattenere personale di talento e di limitare i costi dovuti al turnover. Rivolgersi a fornitori locali, se di qualità, consente di sfruttare il trend di acquisto di prodotti tipici e supportare contemporaneamente agricoltori e allevatori locali.

Rob Israel, CEO di Doc Popcorn, una compagnia di snack con oltre 100 punti vendita negli Stati Uniti sostiene che "... molti leader nella ristorazione siano stati soggetti a una presa di coscienza e abbiano riconosciuto che tutti gli attori della filiera hanno diritto ad avere successo".

La metamorfosi del termine "sostenibilità", sia nel significato che nell'applicazione sul campo è lungi dall'essere conclusa, specialmente se si considera che la disponibilità di acqua e l'impatto dell'obesità sul sistema sanitario stanno diventando problemi evidenti nella coscienza internazionale. In altre parole, la sostenibilità 2.0 di oggi potrà diventare rapidamente la sostenibilità 3.0 di domani. La continua evoluzione della sostenibilità porta a delle sfide rilevanti per i food operator, molti dei quali rimangono ancorati nella ricerca di miglioramenti eco-sostenibili tipici della sostenibilità 1.0. Gli esperti sostengono che la sfida principale sia prendere decisioni sostenibili che portino a convenienza economica per l'impresa, decisioni condite da scientificità e basate sui valori condivisi di giustizia, compassione, onestà e rispetto.

"Se queste pratiche non hanno convenienza economica, non possono essere sostenibili nel lungo termine" sostiene Arnot: le soluzioni sostenibili adottate, oltre a guardare ad aspetti di eco-efficienza ambientale è giusto che considerino anche aspetti di extra-profitabilità.

Gli operatori che si affacciano alla sostenibilità e manifestano la volontà di adottarne le pratiche dovrebbero effettuare un'analisi pragmatica e realistica degli sforzi necessari. Tali attori devono avere consapevolezza di quello che stanno facendo e perché, così come delle realtà finanziarie e delle conseguenze delle loro decisioni.

Ogni cosa deve essere fatta avendo come riferimento la sfera economica: i costi possono attenuare gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda, non solo per quanto riguarda quello in cui il ristoratore deve investire, ma anche quello che il consumatore tollererà.

La verità è che quasi tutti i consumatori hanno un limite di prezzo che, se superato li spinge ad andare altrove a consumare un pasto, indipendentemente dai valori che condividono con una compagnia.

In qualità di imprese, i ristoratori devono guadagnare: la sostenibilità non può portare alla rovina economica. In conseguenza di ciò, molti produttori che hanno

abbracciato la sostenibilità hanno contribuito a ridurre i costi e hanno reso le forniture alle aziende molto più accessibili. In aggiunta, molti player dell'industria che operano nella distribuzione, smaltimento rifiuti, servizi e packaging hanno risposto in modo più convinto alla sostenibilità attraverso innovazioni, riconfigurazione dei processi e sistemi di supporto ai ristoratori.

Questi sviluppi implicano che la sostenibilità diventerà sempre più mainstream e accessibile nel prossimo futuro: grazie alla maggiore competizione sul campo, i costi continueranno a diminuire e la sostenibilità sarà alla portata di un numero di operatori sempre più grande.

Altro contributo alla diffusione della sostenibilità è dato da una grande ricchezza di risorse a supporto dei ristoratori rappresentate da terze parti che facilitano l'implementazione di pratiche sostenibili.

Arnot sostiene che la continua sfida per i ristoratori consiste nel riconoscere le pratiche di sostenibilità come centrali nel loro business, ancor prima di stilare un percorso di miglioramento continuo. La sostenibilità infatti non è questione di "All or nothing": "Non possiamo permettere che il perfetto sia il nemico del buono; solo perché non puoi fare tutto, non vuol dire che non devi fare nulla"

Subway fornisce un esempio di questo approccio "un passo alla volta". Per anni la compagnia aveva utilizzato per i suoi sandwich il tonno striato, il più abbondante tra le specie di tonno.

Mentre questa pratica avrebbe garantito alla compagnia la libertà di promuoversi a paladino della sostenibilità, lo step successivo dell'azienda è stato quello di acquistare tonni provenienti da pesca sostenibile certificata che impiega pratiche di pesca responsabili. Facendo ciò, Subway non ha solo continuato a preoccuparsi del pianeta ma ha introdotto di fatto se stessa nella sostenibilità 2.0 utilizzando criteri di fornitura più responsabili.

Il marchio ha sempre condotto il proprio business attraverso decisioni sostenibili e ha sempre puntato a istruire gli operatori del settore su soluzioni maggiormente sostenibili piuttosto che impostare direttive rigide, "All or nothing". A titolo di esempio, Subway ha lavorato con i suoi fornitori per la realizzazione di packaging compostabile e riciclabile, reso disponibile per gli altri franchisee: "Non abbiamo semplicemente detto ai nostri franchisee che dovevano cambiare ma abbiamo

fatto il lavoro pesante con i fornitori così che i nostri operatori avessero accesso a pratiche di sostenibilità facili da adottare”, dice Elizabeth Stewart, responsabile della CSR. Aggiunge anche che Subway distribuisce best practice e consigli attraverso piattaforme di comunicazione interne per aiutare i dipendenti a prendere decisioni.

La sostenibilità continuerà a mantenere le radici nella coscienza degli impatti ambientali che hanno le attività di business ma continuerà ad approfondire il suo ambito verso questioni sociali, come il benessere degli impiegati, approvvigionamenti e l’etichettatura dei prodotti alimentari.

Molti player del settore food sostengono la possibilità da parte dei governi (locali, statali, federali) di tassare le diverse catene del settore per spronarle a perseguire maggiore efficienza negli acquisti, smaltimento dei rifiuti, benessere dei dipendenti e altre aree operative.

Si tratta semplicemente di prendere una scelta: risparmiare denaro, sviluppare il proprio business e aiutare il mondo. Nell’ignorare la sostenibilità e rinunciare a pratiche maggiormente responsabili, un ristoratore rischia di esporre se stesso a criticità per ognuno dei suoi stakeholder, che siano investitori, militanti o clienti. Questa negligenza potrebbe portare alla morte dell’attività.

(<http://www.qsrmagazine.com/sustainability/sustainability-20>)

Restaurants & sustainable food sourcing, by Nancy Himmelfarb

Sempre di più i clienti dei ristoranti chiedono carni di provenienza accertata e altri alimenti sostenibili. I ristoratori già operano con margini di profitto molto ristretti, perciò come possono rispondere alle esigenze dei loro clienti e nello stesso tempo continuare a essere profittevoli?

I ristoratori, in genere, danno per scontato che gli alimenti sostenibili, come quelli organici, o quelli che supportano il commercio equo e solidale anche locale, costino di più del cibo convenzionale, ma non è sempre così.

Il prezzo varia secondo alcuni fattori tra quali la posizione geografica, la stagione e la concentrazione della fornitura.

In media i prodotti biologici comportano un premio del 20%, ma alcuni di questi hanno un prezzo più vicino al prezzo di un prodotto convenzionale o in alcuni casi il loro prezzo è più conveniente di quello dei prodotti non biologici.

Ad esempio, nel maggio 2012, le mele biologiche hanno registrato una maggiorazione di prezzo del 10%, i pomodori biologici e il timo non hanno avuto nessun premio di prezzo, e il mix organico di salvia e maggiorana è stato valutato, rispettivamente il 10% e il 20% in meno rispetto ai corrispettivi non-organici. L'approvvigionamento non biologico ma sostenibile, può essere anche più conveniente di quello di alimenti biologici. Ad esempio, il prezzo di acquisto di prodotti locali e di stagione è spesso paragonabile al prezzo degli stessi prodotti commerciali. Secondo il direttore della funzione acquisti di Bon Appétit, se i ristoratori pianificassero adeguatamente i loro acquisti, essi, oltre a essere sostenibili non avrebbero un aumento dei costi. Nel caso in cui l'aumento dei costi alimentari sia inevitabile, alcuni ristoratori scelgono di assorbire i costi aggiuntivi, mentre altri decidono di trasmetterli in parte o tutti ai loro clienti. Da un'intervista, fatta da Mintel, nel 2011, si evince che circa il 57% degli americani intervistati, si sono detti disposti a pagare 1-5% in più per il cibo locale e sostenibile. Inoltre, il mercato degli alimenti biologici è in crescita ogni anno, infatti, circa il 75% delle famiglie statunitensi acquista prodotti biologici, mentre secondo l' Organic Trade Association, il 63% dei consumatori di età inferiore ai 35 anni scelgono prodotti biologici, quando possibile. Infine, la politica di approvvigionamento alimentare sostenibile è complessa, ma essa, se implementata nel modo più opportuno, in base alle caratteristiche del ristorante, può essere utilizzata sia per acquistare prodotti sostenibili in modo efficiente e sia per attrarre il clienti. <http://eaf.uchicago.edu/blog/restaurants-sustainable-food-sourcing-by-nancy-himmelfarb>

Menu con coscienza

Il concetto di sostenibilità è un concetto molto ampio che può essere interpretato nei più svariati modi e, per cercare di accontentare tutti, un'azienda può andare incontro a dei costi insostenibili. Per questo motivo, le filiere che vogliono abbracciare la sostenibilità, devono prima individuare le aree con il maggior impatto sulla loro attività e poi agire per migliorarne le prestazioni. In particolare, per il settore della ristorazione l'aspetto con il più alto impatto è, naturalmente, il cibo stesso. Di seguito si elencano alcune riflessioni su settori specifici in cui filiere di ristorazione possono concentrare le loro energie e risorse per migliorare

le loro credenziali di sostenibilità e cercare di muoversi verso un concetto di filiera più ecologica ed eticamente “corretta”:

- **Incorporate grass-fed beef, but cook accordingly:** Aggiungere manzo nutrito con erba al menu può aiutare ad affrontare completamente due diversi tipi di considerazioni di sostenibilità. Dal punto di vista del benessere degli animali, lasciare il bestiame pascolare liberamente è considerato da molti esperti più umano piuttosto che tenerlo rinchiuso e nutrirlo solo con grano (quando viene fatto). Dal punto di vista della salute umana invece, utilizzare manzo “grass-fed” è ritenuto una scelta migliore. In questo caso l'unico problema può riguardare la consistenza della carne, che è generalmente più dura se non adeguatamente preparata

- **Go fish...sustainably:** Non è un segreto che le riserve ittiche del mondo siano enormemente stressate e che la garanzia di alta qualità di pesce sostenibile può essere costosa e complicata. In questi casi è importante saper definire offerte di menu sostenibili. Ad esempio alcuni tipi di sgombri, sardine e altri pesci dal sapore più pungente sono relativamente abbondanti per cui squadre di chef di una catena intraprendente potrebbero giocherellare con varie marinade, condimenti, spezie, ed erbe per neutralizzare o compensare i sapori più "pungenti" di alcune specie. Un risultato positivo potrebbe permettere alla filiera di sviluppare panini con pesce, crocchette, insalate di mare, e altre voci di menu che funzionano bene per i consumatori e permette alla filiera di procacciare il pesce in modo sostenibile.
- **Broaden your veggie offerings:** Mentre il passaggio al pesce sostenibile e al manzo nutrito con erba è principalmente un problema di supply-chain, incorporare più piatti a base di verdure è una vera sfida di sviluppo del menù. Eppure, con l'introduzione di più offerte vegetariane, le filiere possono efficacemente ridurre la loro dipendenza delle industrie del bestiame, spesso ad alta intensità di carbonio, riuscendo a soddisfare la domanda dei consumatori per i prodotti più sani. Questo è un buon modo per diventare più sostenibili velocemente.

Tuttavia, finché non emerge un metodo o un'etichetta o una tipologia di sistema di certificazione nazionale per aiutare a determinare chi si qualifica come ristoratore sostenibile, il processo per soddisfare differenti gruppi di problemi legati alla sostenibilità è destinato a rimanere una sfida fastidiosa per molte catene. Comunque sia, è una scommessa sicura che qualsiasi catena di ristorazione, che vuole essere in grado di stabilire la sua sustainability bona fides, deve fare i conti sulle sue decisioni sul menu.

Ecco perché suggeriamo agli operatori di iniziare concentrandosi sul cibo (sullo sviluppo di un più ecologico ed etico menu) e partire da lì.

<http://www.qsrmagazine.com/marc-halperin/menu-conscience>

“Taking Local to the Next Level”

I consumatori di oggi vogliono sapere da dove proviene il cibo che mangiano e sono affamati di cibi locali. L'indagine della National Restaurant Association (NRA) "Cosa c'è di speciale nel panorama culinario del 2014", che esamina gli chef statunitensi, ha fatto emergere che l'approvvigionamento iper-locale - ovvero cibo proveniente dagli stessi luoghi dove opera il ristorante, è al sesto posto tra i trend più popolari.

Dalla prospettiva del consumatore, la parola locale è sinonimo di freschezza e non c'è da meravigliarsi che il cibo prodotto dal ristorante stesso stia diventando sempre più popolare. I giovani in particolare sono molto più interessati alla storia che sta dietro il cibo che consumano.

Il marchio di ristorazione Sugarsnap, per esempio, produce il cibo che utilizza e ritiene questa pratica un elemento centrale del suo modello di business. I prodotti coltivati in casa sono sia quelli che non sono acquistabili altrimenti da altri produttori locali, sia quelli che risultano essere economicamente più convenienti se fatti internamente.

B.good a Boston è un esempio di azienda che ha abbracciato questo trend cominciando a coltivare pomodori e altre verdure sui tetti dei propri stabili. L'iniziativa ha riscosso successo e si è estesa, ma spesso è difficile trovare spazi adeguati, nelle posizioni giuste e con gli accorgimenti necessari. Un problema serio per l'approvvigionamento iper-locale è rappresentato dalle condizioni meteo, che possono portare a raccolti scarsi o viceversa troppo abbondanti, con ripercussioni sul budget e sui menù.

Aziende agricole, giardini pensili, pareti di piante sono concetti facilmente adottabili dai piccoli marchi come Sugarsnap e b.good, ma le catene nazionali si trovano in difficoltà nell'implementarli su grande scala. Tuttavia molte grandi aziende nazionali, specialmente nel settore del fast food, hanno fatto almeno uno sforzo per incorporare la tendenza al cibo locale, cominciando a comunicare ai propri clienti da dove proviene il cibo che mangiano e come questo viene prodotto. <http://www.qsrmagazine.com/sustainability/taking-local-next-level>

Sustainable food sourcing nella Ristorazione

Estratto dal blog di Nancy Himmelfarb di Clean Agency

Secondo lo U.S. Department of Agriculture e il U.S. Bureau of Labor Statistics, il cibo da ristoranti conta per circa un terzo delle calorie assunte dagli americani (ammontavano a un quarto negli anni '70) e metà dei loro budget spesi in cibo. Vista il ruolo estremamente rilevante che i pasti nei ristoranti ricoprono nella vita degli Americani, molte catene e consumatori si stanno concentrando sulla ricerca di prodotti sostenibili come fonte di differenziazione.

La sostenibilità è stata posta al quinto posto dai migliori chef nel 2012, mentre la categoria “prodotti locali” guadagna 3 posizioni tra i primi 5 spot (National Restaurant Association's annual survey) Alla conferenza 2012 della NRA, “molti proprietari di ristoranti chiedevano della provenienza dei prodotti mentre cercavano di rispondere alla domanda di prodotti coltivati e processati in modo sostenibile”. Secondo Denny Lynch, portavoce di Wendy, “i consumatori sono più interessati ai loro ingredienti. Sono più interessati su come vengono reperiti e da dove vengono, su come vengono trattati gli animali”.

I ristoranti si stanno approcciando all'approvvigionamento sostenibile degli alimenti in diversi modi. I principali trend sono:

1. **Cibo locale.** Il cibo locale è reperito entro una certa distanza dal ristorante o nello stesso Stato, non c'è una definizione chiara. Quello che però è chiaro è che ingredienti locali sono presenti nella coscienza di chefs e consumatori. Secondo la NRA, gli chef hanno incrementato l'utilizzo di ingredienti di provenienza locale a partire dal 2011 e hanno posizionato al primo posto dei trend del 2012 carne e pesce di provenienza locale, produzione locale al secondo posto, iper-localizzazione al quarto posto. Un terzo degli chef intervistati si sono dotati di un raccolto locale.

2. Ingredienti organici. Il cibo organico è certificato per rispondere a determinati standard, quali l'essere prodotti senza l'uso di pesticidi convenzionali, fertilizzanti sintetici, antibiotici e ormoni della crescita. Il mercato di prodotti organici cresce ogni anno, con il 75% delle famiglie americane che acquista saltuariamente prodotti organici.
3. Prodotti animali riforniti con responsabilità. Diversi gruppi a favore dei diritti animali stressano la necessità di porre fine all'utilizzo di gabbie di gestazione per animali e nove stati hanno bandito tale pratica, mentre altri tre ne stanno considerando il divieto. In risposta a ciò, molte catene di ristorazione, inclusa McDonald's e Burger King hanno annunciato la loro intenzione di eliminare le gabbie di gestazione nella supply chain dei loro maiali.
4. Evitare la carne al lunedì. Ristoranti che servono pasti non a base di carne un giorno alla settimana fanno parte di un movimento globale denominato "Meatless Mondays" che ha ricevuto notevole visibilità attraverso i media e il supporto di alcune celebrità. Questo approccio porta a una minore produzione di gas a effetto serra, un minore utilizzo della terra e dell'acqua rispetto a prodotti animali e potrebbe essere più salutare per le persone. Secondo una analisi svolta da NPR-Truven Health del 2012, il 39% degli americani che consumato carne ha ridotto l'assunzione di carne rossa negli ultimi 3 anni; una ricerca Mintel mostra che il 30% degli americani vorrebbe vedere più vegetali nei menu dei ristoranti. <http://cleanagency.com/restaurant-trends-in-sustainable-food-sourcing/>

The Sustainability Gap

La ricerca mostra come le pratiche sostenibili non sono uguali per tutti i clienti

Al giorno d'oggi la sostenibilità assume un'importanza sempre più rilevante sia nella mente del consumatore che in quella dei brand. Un recente studio condotto dalla "The Hartman Group" (società che studia la cultura del consumatore), ha dimostrato come i consumatori non sempre premiano i marchi sostenibili, nonostante desiderino che vengano adottate le cosiddette "green practice". Questo studio sottolinea un elevato rischio, ovvero la poca importanza di quanto un brand utilizzi prodotti sostenibili.

Helen Lundell, analista per il gruppo Hartman, afferma che i ristoratori devono capire che i loro consumatori sono persone "occupate" e pertanto la sola sostenibilità non è in ultima analisi un fattore spesso decisivo. È necessario intervenire dimostrando ai clienti che l'utilizzo di pratiche sostenibili possano portare loro benefici tangibili, ad esempio, se i consumatori sanno che l'azienda sta utilizzando prodotti sostenibili, allora si potrebbe supporre che il prodotto sia migliore per loro stessi.

<http://www.qsrmagazine.com/sustainability/sustainability-gap>

The Grass is Always Greener

Il percorrere una direzione "green" può essere un'estensione naturale del messaggio di marca

Gli esperti intervistati affermano che la sostenibilità non è più una tendenza ma un pilastro al quale si poggiano i consumatori e le aziende di oggi. Per divenire "green" ogni marchio è sottoposto a costi diversi di certo non indifferenti. Tuttavia tali pratiche possono però al tempo stesso portare a loro volta benefici di costo, basti pensare ad esempio al risparmio che si potrebbe ottenere attraverso l'utilizzo di plastica riciclata. Infatti, come dimostrazione, le fonti affermano che i benefici ottenuti, attraverso l'adozione delle green practice, nel lungo periodo siano maggiori delle passività riscontrate nel breve.

<http://www.qsrmagazine.com/store/grass-always-greener>

Turn sustainability into profitability

La sostenibilità viene usata anche per attrarre i consumatori eco-consapevoli.

Le piccole imprese con le pratiche sostenibili creano molte opportunità per aumentare la propria redditività, proprio perché il cliente è il fattore decisivo. Infatti il cliente consapevole vuole scegliere il brand che è il migliore in tale ambito.

Coca-cola ha sviluppato una forte collaborazione con un'azienda americana che produce sedie. Hanno utilizzato per produrre le sedie, da distribuire presso i vari franchisee, un materiale a zero impatto ambientale e che fosse duraturo in modo da allungare il ciclo di vita del prodotto. Ovviamente, con le operazioni sostenibili, il costo deve essere trapiantato a lungo termine. Le aziende consolidate e grandi possono riuscire ad avere dei risparmi rispetto a delle piccole realtà, e per questo nascono delle forti relazioni di collaborazione e partnership, una partnership che promuove fattori sostenibili, ambientali ed economici.

Inoltre la sostenibilità può aiutare l'impresa ad essere molto più presente all'interno di una comunità con sforzi inferiori. Se si sceglie di lavorare un prodotto con correttezza e rispetto verso l'ambiente, sicuramente il cliente consapevole saprà riconoscere lo sforzo e l'impegno al di là di campagne di marketing aggressive e dispendiose.

<http://www.qsrmagazine.com/franchising/turn-sustainability-profitability>

La ricerca Nomisma sulla ristorazione sostenibile nelle scuole

Le mense che hanno adottato criteri di sostenibilità in cinque anni sono aumentate del 50% e sono oggi circa 1200, concentrate soprattutto nelle regioni settentrionali del Paese. Sono quasi 1,2 milioni i pasti bio consumati annualmente. Segno negativo, però, sul fronte rifiuti.

Troppo usa e getta per piatti, coltelli e forchette. Ogni alunno produce giornalmente 50 grammi di rifiuti. Questi alcuni dei dati della ricerca Nomisma/Pentapolis a Roma nel corso della seconda edizione di Mens(a) Sana - Ristorazione sostenibile nelle scuole. La scuola, luogo privilegiato dove si costruisce il futuro, sta diventando il contesto più idoneo dove attivare azioni concrete per la sostenibilità:

- 38% delle amministrazioni attiva procedure di rilevazione degli avanzi;
- 74% delle amministrazioni richiede alla ditta appaltatrice di effettuare la raccolta differenziata dei rifiuti;

- i menu scolastici propongono prodotti biologici (81%), a denominazione di origine protetta (67%), tipici del territorio (40%), equo-solidali (33%);
- 69% delle mense scolastiche usa l'acqua del rubinetto.

Ma sono ancora molto alte le eccedenze nella ristorazione collettiva: circa il 10% dei pasti serviti, pari a 87mila tonnellate di cibo, di cui l'85% è totalmente sprecato. Sono infatti 74mila le tonnellate di cibo della ristorazione collettiva che ogni anno finiscono nella spazzatura. Altro campanello di allarme è costituito dal fatto che il 33% delle gare per servizi di mensa poggia principalmente sul criterio del prezzo.

<http://www.alternativasostenibile.it/articolo/la-ricerca-nomisma-pentapolis-sulla-ristorazione-sostenibile-nelle-scuole-.html>

Ristorazione collettiva

Le informazioni riportate nel seguito sono state tratte da siti-web, comunicazioni istituzionali e bilanci delle Società citate.

Camst

Camst è un'impresa leader nella ristorazione italiana, la maggiore a capitale italiano, presente a 360° in tutti i settori della ristorazione nel Centro e nel Nord del Paese.

Le area in cui opera sono:

- Preparazione dei pasti nelle Cucine Centralizzate, che vengono poi trasportati presso i locali del cliente (pasti veicolati);
- Preparazione nelle cucine del cliente (gestione diretta);
- Possibilità di acquistare derrate a crudo;
- L'acquisto di materie prime selezionate;
- Metodi di cottura personalizzati;
- Vending Machine;
- Gestione di punti di ristoro, bar, snack bar, self service;
- Supporto tecnico-informatico per la gestione personalizzata dei pasti e delle diete;
- Catene di ristoranti interaziendali Tavolamica.

Il servizio di gestione veicolata Camst consiste nella cottura e nel confezionamento delle varie pietanze presso i centri di cottura Camst (le Cucine Centralizzate) per essere poi trasportate ("pasti veicolati") nei luoghi di consumo grazie ad adeguati mezzi coibentati, a norma delle vigenti disposizioni sanitarie in materia.

La produzione dei pasti può avvenire con la tecnica del legame fresco-caldo oppure refrigerato con il sistema Cook & Chill. La tecnica del legame "fresco-caldo" prevede la preparazione e la cottura dei cibi contestualmente al consumo; vengono garantite delle temperature non inferiori a +60°C per i piatti caldi e a +10°C per i piatti freddi fino alla distribuzione ai consumatori finali. Il Cook & Chill invece è un particolare tipo di legame refrigerato secondo il quale, al

termine della cottura, gli alimenti subiscono un rapido raffreddamento con lo scopo di salvaguardare gli aspetti organolettici, garantendo allo stesso tempo il rallentamento del processo di proliferazione di agenti in grado di alterarli. Tutte le procedure di produzione, confezionamento, trasporto e distribuzione sono descritte all'interno del Manuale per la Qualità e la Sicurezza Alimentare, redatto dallo staff di Qualità e Sicurezza Alimentare, e sottoposto a verifica periodica dell'Ente di Certificazione. Inoltre il Sistema di Gestione Integrato per la Qualità e la Sicurezza Alimentare Camst è certificato in conformità alle norme UNI EN ISO 9001:2008, UNI EN ISO 22000:2005 e Codex Alimentarius (HACCP).

I mezzi di trasporto partono ogni mattina dalle Cucine Centralizzate per raggiungere i punti di consumo dei clienti Camst. La logistica assume un ruolo fondamentale nella pianificazione dei giri, in quanto i tempi devono essere rispettati per garantire un servizio efficiente. Ogni mezzo arriva a destinazione in modo tale che tutti i clienti possano ricevere il pasto ed eventualmente porzionarlo nei modi e nei tempi che più li soddisfano.

Camst propone anche un servizio di gestione diretta, cioè di preparazione e cottura di alcuni piatti direttamente nelle cucine del cliente, sfruttando appositi spazi e attrezzature già presenti in loco. All'interno della cucina attrezzata del cliente, possono essere effettuati servizi di cottura della pasta e delle carni alla griglia, dei piatti freddi e dei fritti; mentre tutte le altre preparazioni vengono veicolate dalla Cucina Centralizzata Camst.

Questo servizio si è rapidamente diffuso anche tra le aziende di medie e grandi dimensioni, in particolare quelle che possiedono una loro mensa aziendale, in quanto si avvicina alla tipologia della cucina autonoma interna, ma rispetto a quest'ultima ha il vantaggio di minimizzare l'immobilizzazione degli spazi, l'impiego delle attrezzature da cucina e i vincoli per l'ottenimento dell'autorizzazione sanitaria. Tutti questi vantaggi si traducono in un notevole risparmio per l'azienda cliente, senza rinunciare alla massima appetibilità delle cotture realizzate.

Camst offre anche un servizio di fornitura delle derrate alimentari, che permette al cliente di "fare la spesa" di materie prime acquistandole presso un unico fornitore certificato, ovvero la Piattaforma alimentare, centro distributivo Camst (Ce.Di.).

Esso è l'interfaccia tra i fornitori di materie prime e i locali che utilizzano poi gli articoli. Il Ce.Di. occupa una superficie complessiva di 23.000 mq ed è diviso in

tre comparti, la cui distinzione è basata sulle modalità di conservazione della merce, corrispondente a temperature diverse tra loro: il comparto dei secchi (mq 15.000) è a temperatura ambiente, il comparto dei freschi (mq 3.700) è ad una temperatura tra 0°C - 4°C, il comparto dei congelati/surgelati (mq 3.300) è a temperatura negativa -20°C . Ognuna delle tre strutture dispone di proprie baie di carico e scarico.

La realizzazione del nuovo Centro Distributivo (Ce.Di.) nel 2010 è il frutto di una precisa strategia che mira ad ottenere la massima efficienza sia in termini economici che di governo delle scorte ed intende puntare al miglioramento qualitativo e quantitativo del servizio ai locali. Questa modalità consente, oltre alla garanzia e sicurezza dei prodotti alimentari, anche un notevole risparmio, poiché l'acquisto può essere effettuato a prezzo unitario riferito a pasto oppure tramite fornitura in chilogrammi. I fornitori vengono attentamente selezionati da Camst sul mercato nazionale ed internazionale, anche in base alle caratteristiche merceologiche definite dal cliente.

Le consegne da Ce.Di. possono essere dirette ai locali o possono passare attraverso dei Transit Point semplici o evoluti, che fungono da deposito intermedio e di smistamento per le merci. Per quanto attiene la competitività economica e l'impatto ambientale, i trasporti sono ottimizzati in modo tale che i circa 70 mezzi utilizzati per le consegne viaggino possibilmente a pieno carico. Infatti i pallet, i roll e i contenitori da consegnare ai locali vengono preparati anche nei singoli Transit Point e questo consente di potere utilizzare, nelle consegne, anche prodotti locali.

Camst in accordo con alcuni fornitori/partner, ha ottimizzato all'interno della propria logistica anche l'aspetto del ritiro della merce dal fornitore. Una parte dei mezzi, dopo aver svolto le consegne nei locali Camst, ritirano direttamente le merci dai fornitori le cui sedi sono sul percorso di rientro dei camion, con soddisfazione di entrambi gli attori per l'ottimizzazione del trasporto e riducendo i rientri "vuoti" di parte dei 70 mezzi di trasporto.

I vantaggi di questo metodo di approvvigionamento sono molteplici: in primo luogo la possibilità di rispondere in maniera flessibile e adeguata alle esigenze del territorio e del Cliente, ma anche la possibilità di ridurre i passaggi del sistema di

distribuzione tradizionale in particolare il trasporto, l'opportunità di un confronto diretto con il produttore ed infine il legame con il territorio, il rispetto dell'ambiente, la certezza che il prodotto arrivi sulle tavole in pratica direttamente dal produttore.

I settori della ristorazione collettiva nei quali opera l'azienda sono essenzialmente cinque, riportati di seguito.

Scuole

Camst è attualmente il punto di riferimento nel settore con un fatturato di oltre 100 milioni di euro e più di 22 milioni di pasti l'anno.

Camst dedica a tutti gli studenti delle scuole pubbliche e private un'attenzione speciale: vengono offerti menù scolastici equilibrati, sani, personalizzati, e preparati con materie prime qualificate o certificate in accordo con la Committenza.

Dalla stretta collaborazione con gli Uffici scolastici e le ASL preposte alla verifica dei progetti dietetici, sono stati studiati dei menù personalizzati secondo le indicazioni nutrizionali adeguate alle diverse fasce d'età.

Da anni Camst è impegnata nell'elaborazione di piani di comunicazione e nell'educazione alimentare per migliorare il rapporto e le relazioni con gli utenti del servizio. Campagne di comunicazione, informazione e formazione dell'utenza coinvolgono bambini, genitori e insegnanti che vogliono dare un contributo alla conoscenza di una corretta alimentazione nel mondo della scuola.

Nell'ultimo decennio ha acquisito sempre più rilevanza il prodotto biologico, ovvero senza l'utilizzo di prodotti chimici di sintesi nelle sue varie fasi di vita, richiesto ormai dalla maggior parte degli Enti Comunali in sede di gara d'appalto per i servizi di ristorazione scolastica. A garanzia della qualità del prodotto, Camst attraverso un accurato lavoro di ricerca, seleziona solo aziende certificate da uno degli otto organismi autorizzati dal Ministero delle Politiche agricole e agroalimentari nazionali, che assicurino un alto rendimento qualitativo del prodotto.

Sanità

Ogni giorno Camst raggiunge più di 110 strutture in tutta Italia e gestisce oltre 8 milioni di pasti nelle strutture sanitarie pubbliche e private, assicurando sempre la massima efficienza ed affidabilità.

Università

Camst propone diverse soluzioni per la gestione del servizio di ristorazione e dei bar nei poli universitari e scientifici:

- Mense universitarie Camst con la classica formula del self service;
- Bar universitari Camst Cafè, nati per soddisfare una pausa pranzo veloce;
- Camst Campus: un format innovativo che si ispira alla ristorazione moderna.

Aziende e Terza Età

In queste strutture il momento del pasto è un'occasione importante di socializzazione e attenzione. Camst è in grado di offrire un servizio personalizzato per ogni azienda, valutandone le specificità: dalle piccole aziende e i singoli professionisti, alle medie e grandi aziende industriali e del terziario.

Camst rivolge a queste tipologie di clienti varie soluzioni personalizzate: si va dalla capacità di fornire servizi a pacchetto ma anche di progettare su richiesta soluzioni personalizzate; dalla definizione del pasto quotidiano alla gestione progettuale ed informatica di tutte le fasi della ristorazione aziendale, senza dimenticare l'organizzazione di colazioni di lavoro, rinfreschi e coffee break in occasione di riunioni, meeting e convegni aziendali.

Catering

Il Gruppo Camst offre un servizio di catering e banqueting sul territorio nazionale e garantisce la massima efficienza nell'organizzazione di ogni evento: sport, spettacolo, cultura e business. Camst è particolarmente attenta nella selezione di chef qualificati e creativi, nello studio della location e dello svolgimento di ogni evento, nella scelta dei migliori menù e nel rispetto delle esigenze di budget e logistica del cliente.

Party Ricevimenti personalizza i congressi ed i meeting aziendali con menù di alta cucina, colazioni di lavoro o coffee break e garantisce location d'eccezione e una organizzazione impeccabile per i cocktail, le cene di gala, i grandi eventi, le fiere e gli eventi per aziende, ma anche i matrimoni, lauree e battesimi.

Ristorazione in fiera

Nel settore della ristorazione fieristica, Camst vanta una presenza lunga più di 40 anni; forte di questa esperienza, l'azienda ha contribuito a perfezionare le tecniche di ristorazione e di distribuzione dei pasti, per dare ad ogni cliente in fiera quello che chiede: un pasto buono, sano e veloce.

I servizi offerti sono:

- Punti di ristorazione in fiera con una vasta gamma di servizi come i ristoranti alla carta, pizzerie e piadinerie, snack bar;
- Servizi allo stand grazie a degli open bar o al servizio catering;
- Servizio di Catering e Banqueting, anche al di fuori del quartiere fieristico, specializzato nell'organizzazione di convegni e meeting, incontri d'affari, serate di gala, aperitivi, piccoli e grandi eventi pubblici e privati.

Camst è presente nel settore della ristorazione fieristica con: Convivia presso il Quartiere Fieristico di Bologna, Gerist Ricevimenti presso la Fortezza da Basso di Firenze Fiera, Summertrade a RiminiFiera e Camst nel Centro Fiera del Garda di Montichiari (BS).

Certificazioni

Camst ha adottato diversi Sistemi di Gestione Certificati per tenere sotto controllo l'organizzazione e costituiscono un vero e proprio punto di forza per l'azienda.

Nel 2006 ha conseguito la certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2004 e la certificazione del Sistema di Gestione per la salute e la sicurezza sul lavoro secondo la norma OHSAS 18001:2007.

Camst ha inoltre l'obiettivo di valorizzare la propria Responsabilità Sociale come elemento di competitività sul mercato e di concretizzare la propria identità cooperativa anche lungo la filiera di fornitura. Da dicembre 2007, con rinnovo ottenuto nel 2010, Camst possiede la certificazione del Sistema di Gestione per la Responsabilità Sociale secondo quanto previsto dalla Social Accountability 8000 (SA 8000).

Nel novembre 2009 Camst ha deciso di dotarsi di un Sistema di Gestione per la Qualità e per la Sicurezza Alimentare (HACCP) e, nel maggio 2010, il Lloyd

Register Quality Assurance (LRQA) ha valutato il Sistema di Gestione per la Qualità e per la Sicurezza alimentare Camst conforme alle nuove norme UNI EN ISO 9001:2008 e UNI EN ISO 22000:2005.

Nel maggio 2012, l'Ente di Certificazione ha valutato il Sistema di Gestione della Rintracciabilità interna Camst conforme alla norma internazionale UNI EN ISO 22005:2008.

Bilancio sociale

Da tempo Camst, caratterizzata da una molteplicità di attività di ristorazione e da una “varietà” dimensionale delle strutture gestite, ha fatto proprio il principio dello sviluppo sostenibile nella progettazione e nella realizzazione dei propri servizi di ristorazione.

Promuovere un consumo etico per Camst significa:

- Un minor impatto ambientale, che si traduce in:
 - Utilizzo di prodotti biologici o a lotta integrata, diminuendo ancora l'uso di antiparassitari, fertilizzanti chimici e diserbanti
 - Eliminare i prodotti OGM (Organismi Geneticamente Modificati) che rappresentano un gravissimo pericolo per la biodiversità e i cui effetti sull'organismo, non ancora ben definiti, sembrano non essere del tutto sicuri. A tale proposito Camst richiede a tutti i propri fornitori un'autodichiarazione che le materie prime fornite siano esenti da OGM. Tale autodichiarazione è verificata anche attraverso l'esecuzione di prove analitiche specifiche. La normativa regionale e le richieste dei clienti committenti (Comuni di Torino, Savona, Udine, Roma, ecc.) hanno favorito l'adozione di una politica di approvvigionamento che privilegia le economie locali mediante l'acquisto di prodotti tipici e “a filiera corta” (DOC, DOP, IGP, carne COALVI, ecc.), non solo come elemento di raccordo con il territorio e valorizzazione delle produzioni locali d'eccellenza, ma anche per ridurre i passaggi commerciali (e di conseguenza l'impatto ambientale legato al trasporto) e rendere consapevole il consumatore dei “sapori del proprio territorio”.
 - Uso di packaging ecosostenibile
 - Effettuare una raccolta differenziata dei rifiuti, come preludio al loro riciclo, che significa risparmio di materie prime, di energia e quindi minore inquinamento
 - Riduzione degli sprechi
 - Adozione di menù ad andamento stagionale: un prodotto fuori stagione ha un pesante impatto ambientale, sia che provenga da serre (consumo di energia per il riscaldamento), sia che provenga da altro emisfero (consumo

di energia per il trasporto, per la conservazione e per l'utilizzo di imballaggi inquinanti)

- Camst applica la Legge 155/2003, la cosiddetta "legge del Buon Samaritano" che consiste nel recuperare gli esuberanti di alimenti ad alta deperibilità, eccedenti l'ordinaria produzione, per distribuirli ai bisognosi individuati dall'amministrazione comunale.

- Gestire l'impresa nel rispetto della società e dell'ambiente. I macro-obiettivi definiti dalla Direzione e condivisi dal Management aziendale sono individuati in:

- favorire lo sviluppo dell'Azienda nel completo rispetto delle Leggi e della normativa a carattere ambientale
- massimizzare l'utilizzo delle risorse rinnovabili (materie ed energia)
- ricercare e sviluppare nuovi processi e impianti che utilizzino le migliori tecnologie disponibili dal punto di vista della protezione ambientale
- promuovere la sensibilizzazione e la formazione del personale relativamente alle problematiche ambientali
- coinvolgere ed informare i partner/fornitori e la comunità locale dell'impegno in campo ambientale, valutando con sensibilità le esigenze e le istanze delle controparti interne ed esterne.

- Risparmio energetico

L'atteggiamento di Camst è di individuare soluzioni e incentivare comportamenti nella gestione quotidiana di impianti e attrezzature che evitino sprechi e usi scorretti delle fonti di energie, attraverso specifiche disposizioni agli addetti e soprattutto nella fase di progetto di nuove strutture ed impianti.

- Smaltimento rifiuti

Nella logica del recupero di materiali quali carta, vetro e alluminio, Camst offre la disponibilità a sviluppare procedure atte al trattamento specifico degli stessi in un'ottica di recupero, valutandone opportunamente i costi.

- Residui da oli di cottura
Attenzione specifica è riservata allo smaltimento dei residui di olii di cottura, per i quali sono state definite disposizioni riguardanti i comportamenti richiesti al personale.
- Riciclo Imballaggi
In riferimento all'attuazione della direttiva regionale 94/62/CE relativa al miglioramento qualitativo dei rifiuti di imballaggio, Camst ha introdotto un'articolata disciplina volta a prevenire e a ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi e ad aumentare il loro recupero.
- Utilizzo di prodotti ecologici
In questo ambito l'attività aziendale si pone l'obiettivo di utilizzare prodotti per la detergenza a basso impatto ambientale. Per questo è stata adottata una procedura di qualifica di tali prodotti che vengono selezionati attraverso l'analisi delle schede di sicurezza. L'acquisto centralizzato consente l'applicazione di tale procedura sul 100% dei prodotti per la detergenza acquistati da Camst e che privilegia prodotti con biodegradabilità superiore al 90% e con assenza di fosforo.
- Prodotti "usa e getta" ecologici
Camst è in grado di fornire prodotti usa e getta biodegradabili (es. piatti di polpa di cellulosa), in relazione alle situazioni di servizio che lo richiedono.

Altri aspetti che impattano sull'ambiente e che rappresentano elemento di controllo e di miglioramento delle performance tecnico-organizzative di Camst sono:

- Emissioni in atmosfera
E' posta attenzione alla manutenzione dei mezzi utilizzati per il trasporto pasti al fine di mantenere efficienti i mezzi anche dal punto di vista della emissione dei gas di combustione.

- Scarichi in fognatura

Per quanto riguarda gli scarichi in fognatura Camst prevede sui propri impianti periodiche pulizie dei pozzetti e dei degrassatori tramite aziende autorizzate e controlli analitici sulla qualità dei reflui conferiti in fognatura.

- Rumore

L'attenzione che Camst pone al rumore emesso all'esterno in presenza di unità di trattamento aria e/o impianti di condizionamento/riscaldamento è valutato in fase di progettazione ed acquisto degli impianti stessi, tenendo conto del progresso tecnologico esistente.

- Automezzi a ridotto impatto ambientale

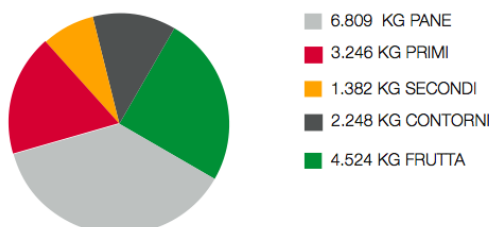
Il requisito più importante per ottenere un ridotto impatto ambientale nella veicolazione dei pasti è la prossimità del centro di produzione ai luoghi di consumo. Inoltre, per l'erogazione dei pasti alle scuole che prevedono la veicolazione degli stessi ai plessi scolastici, possono essere utilizzati automezzi a ridotto impatto ambientale (doppia alimentazione Benzina/Metano) e la programmazione del giro giornaliero per la distribuzione dei pasti viene studiata nell'ottica del minor numero di chilometri percorsi.

Infine il Gruppo Camst si impegna nell'importante attività di recupero dei pasti non somministrati.

VALUTAZIONE DI AZIONI E OBIETTIVI PER L'AMBIENTE NELL'ESERCIZIO 2012

Rif. Politica	Aspetti ambientali	Obiettivi	Traguardi	Risultati ottenuti
1	Conformità alle leggi	Estensione del Sistema di Gestione Ambiente e Sicurezza	Superamento con esito positivo della verifica dell'organismo di Certificazione Lloyd's per il mantenimento della certificazione ISO 14001 e OHSAS 18001	Esito positivo nelle verifiche di sorveglianza dell'organismo di certificazione del SISTEMA ISO 14001 e OHSAS 18001
2	Miglioramento prestazione per l'ambiente	Maggiore facilità di controllo del Sistema di Gestione	Aumento del numero di verifiche ispettive comprendenti aspetti ambientali	Numero complessivo verifiche comprendenti aspetti ambientali: - anno 2011: 255 - anno 2012: 251 OBBIETTIVO NON RAGGIUNTO
2	Miglioramento prestazione per l'ambiente	Maggiore facilità di gestione del Sistema di Gestione	Aumento del numero di azioni preventive e di miglioramento	Numero AP/AM Ambiente 2011:13 Numero AP/AM Ambiente 2012: - 5 OBBIETTIVO NON RAGGIUNTO
3	Sensibilizzare il personale alla protezione dell'ambiente	Estensione del personale raggiunto da una formazione specifica	Stampare e diffondere l'opuscolo sull'ambiente e/o renderlo disponibile sul portale Camst net per consultazione	Elaborazione del quaderno informativo "Vivere l'ambiente". Sua pubblicazione sia su portale Camst net sia in forma cartacea. OBBIETTIVO RAGGIUNTO
3	Sensibilizzare il personale alla protezione dell'ambiente	Estensione del personale raggiunto da una formazione specifica	Procedere alla realizzazione di un processo di formazione mirata in relazione a specifiche tematiche inerenti la protezione dell'ambiente	Aggiornamento procedura interna di "Gestione Risorse Umane" comprendente processo di formazione inerente tematiche ambientali OBBIETTIVO RAGGIUNTO
3-6	Prevenzione inquinamento	Diminuzione del numero di casi di superamento limiti di legge scarichi idrici	Completamento della mappatura di possibili interventi tecnico-economici per il rispetto della conformità e per il miglioramento della prestazione	Mappatura dei possibili interventi tecnico-economici per il rispetto della conformità e per il miglioramento in fase di completamento. OBBIETTIVO PARZIALMENTE RAGGIUNTO
4	Consumo di energia elettrica	Riduzione del consumo di energia elettrica	Riduzione del 2% dei consumi a pasto di energia elettrica	Aumento del 7,54% dei consumi di energia elettrica a pasto. OBBIETTIVO NON RAGGIUNTO
4	Parco automezzi aziendali	Aumento del numero di automezzi meno inquinanti (es. euro 4 o euro 5)	Aumento del 2 % degli automezzi aziendali appartenenti alle categorie meno inquinanti (es. euro 4 e euro 5)	Aumento del 50,4% ai 57,0% degli automezzi aziendali meno inquinanti (es. euro 4 e 5). OBBIETTIVO RAGGIUNTO
4	Parco automezzi aziendali	Aumento del numero di automezzi che utilizzano metano	Quota automezzi aziendali alimentati a metano > 5 % dell'intero parco automezzi	% automezzi alimentati solo a metano pari a 5,4 del totale parco automezzi. OBBIETTIVO RAGGIUNTO
4	Consumo di gas metano	Riduzione del consumo di gas metano, tramite campagna dedicata al risparmio energetico	Riduzione del 2% dei consumi a pasto di gas metano	Riduzione del 3,93% dei consumi di gas metano a pasto. OBBIETTIVO RAGGIUNTO
5	Generazione di rifiuti	Aumento della % di recupero rifiuti	Aumento del 2 % della percentuale di rifiuto avviata a recupero rispetto a quella avviata a smaltimento sulla totalità dei rifiuti prodotti	Rifiuti speciali avviati a recupero (R) - 2011 = 43,5 % Rifiuti speciali avviati a recupero (R) - 2012 = 38,1 % OBBIETTIVO NON RAGGIUNTO
5	Generazione di rifiuti	Riduzione rifiuti alla fonte ed aumento della % di recupero	Attivazione progetto di analisi del processo di gestione rifiuti all'interno delle diverse tipologie di locali, nell'ottica della definizione di azioni di miglioramento specifiche	Progetto situato e completato. OBBIETTIVO RAGGIUNTO

RECUPERO PASTI IN CAMST - DATO ANNUO IN KG



L'obiettivo è recuperare e ridistribuire le derrate alimentari non distribuite (frutta, pane, merendine confezionate, budini), contenendo così la produzione di rifiuti e attivando un sistema di collegamento donatore-ricevente in funzione della logistica e dei fabbisogni definiti.

Tale attività viene svolta attraverso la stipula di apposite convenzioni con gli enti destinatari (Onlus), individuate da Camst con la collaborazione delle Amministrazioni Comunali, che si fanno carico del ritiro presso le varie scuole delle derrate alimentari in eccedenza.

RECUPERI EFFETTUATI DA GESTIONI CAMST

Onlus beneficiarie	Pane	Primi	Secondi	Contorni	Frutta	Kg Totale
Caritas (BO)	-	2.417,5	1.285,5	2.037,8	-	5.740,8
Associazione Banco Alimentare del Lazio ONLUS (Roma)	100	-	-	-	-	100
Mensa diocesana di Udine (UD)	-	150	70,2	100,3	-	320,5
Associazione Banco Alimentare Emilia Romagna (Imola)	-	678,2	26	109,8	-	814,0
Totale	100	3.245,7	1.381,7	2.247,9	-	6.975,3

Quantità espresse in Kg

Il ritiro delle eccedenze alimentari avviene lo stesso giorno del loro recupero; in

particolare pane e frutta vengono recuperati non oltre le 2 ore successive al termine della distribuzione nei vari refettori. L'attività di recupero delle eccedenze alimentari presso le scuole per esempio è caratterizzata dalle seguenti macroattività: selezione e raccolta; riconfezionamento in contenitori adeguati; redazione documento di Donazione (ovvero del documento di trasporto); carico e trasporto; scarico e consegna presso l'ente assistenziale.

Il recupero dei pasti non somministrati può essere destinato anche al consumo animale: di comune accordo con le autorità competenti e le associazioni operanti sul territorio, vengono stabilite le tipologie di prodotti che possono essere recuperate per l'alimentazione degli animali, mentre le rimanenti vengono gestite a parte (attraverso il ciclo differenziato dei rifiuti). Tale attività viene svolta attraverso la stipula di apposite convenzioni con le associazioni accreditate presso le varie ASL che si fanno carico del ritiro presso le varie mense individuate.

Nel corso del 2012 Camst ha sottoscritto un accordo quadro nazionale con il Banco Alimentare per il recupero delle eccedenze alimentari dai locali Camst, ai fini di solidarietà sociale - L.155 del "Buon Samaritano". L'obiettivo dell'accordo è

quello di dare alle Divisioni un riferimento territoriale del Banco Alimentare che in caso di necessità gestisca, con procedure e modalità amministrative condivise e validate, la donazione dei generi alimentari ancora commestibili.

Compass Group Italia S.p.A.

Compass Group è un'azienda internazionale, divenuta tale grazie alle molte imprese che nel tempo hanno legato il proprio nome al Gruppo. Inoltre, il Gruppo Compass in Italia, un'azienda relativamente giovane, può fare affidamento su oltre 40-anni di storia di Onama.

L'impegno dei collaboratori nei confronti dei clienti, la qualità dei servizi e lo spirito innovativo, rappresentano una caratteristica costante nello sviluppo del Compass Group Italia e continueranno a progredire.

Oggi Compass Group Italia S.p.A. rappresenta la congiunzione tra il: *"Migliorare la qualità della vita attraverso la qualità dei servizi"*, che era il motto del Gruppo Onama e *"Talenti al top, servizio al top, successo al top"* che è la parola d'ordine del Gruppo Compass.

I valori fondamentali sono:

- **Garantire l'eccellenza:** il Gruppo punta a offrire l'eccellenza, la regolarità e un rapporto qualità/prezzo ottimale, attraverso un costante miglioramento del servizio, sia a livello della qualità degli acquisti e delle prestazioni offerte, che della sicurezza e dell'igiene.
- **Soddisfare i clienti:** Compass Group Italia S.p.A. punta a mantenere nel tempo rapporti di qualità con i clienti, attraverso la diversificazione dell'offerta e la massima attenzione alle esigenze individuali.

http://www.grupponama.com/storia_1.htm

http://www.grupponama.com/mission_1.htm

Certificazioni

Compass Group Italia S.p.A. è certificata in relazione a diversi Standard internazionali, per la gestione di:

- Qualità, in base alla norma UNI EN ISO 9001:2008
- Ambiente, in base alla UNI EN ISO 14001:2004
- Sicurezza, in base alla OHSAS 18001:2007

Per quanto concerne la Direzione Operativa RISTORAZIONE, inoltre, ha inoltre ottenuto:

- Le certificazioni UNI EN ISO 22000:2005 e 22005:2008 del sistema di autocontrollo (HACCP) al fine di presidiare la Sicurezza Alimentare.
- La certificazione del servizio biologico prevista per le unità dove sono inseriti menù biologici.

E' inoltre avviato il percorso di certificazione per la Gestione della Responsabilità Sociale in base alla Norma SA8000 (Social Accountability).

Educazione alimentare

Compass Group Italia S.p.A. propone un progetto d'educazione alimentare e formazione al consumo rivolto a insegnanti, studenti e genitori. È un progetto innovativo che coinvolge, in prima istanza, gli insegnanti, valorizzandone il ruolo di moltiplicatori e supportandoli nell'interazione con gli studenti e le loro famiglie.

Si pone in primo piano il rapporto quotidiano con il cibo e il pasto offerto a scuola, i suoi legami con la salute, con il territorio, con l'equilibrio dell'ambiente e con la cultura, per aiutare insegnanti, genitori e bambini a scoprire il piacere di lavorare in gruppo e di mangiare sano.

Questo percorso di educazione alimentare offre la possibilità di conoscere meglio il complesso mondo del cibo attraverso esperienze pratiche ludiche, guidate da un team consolidato d'esperti formatori. Grazie a giochi di ruolo, laboratori del gusto e di cucina, spese guidate e workshop interattivi, i protagonisti sono condotti a conoscere meglio il loro rapporto con il cibo, i loro gusti e i sottili meccanismi che regolano le scelte alimentari.

Il progetto di Compass Group Italia S.p.A. include una varietà completa e ricca di materiali di conoscenza e approfondimento del cibo e dei suoi principi nutritivi.

http://www.grupponama.com/educazione_alimentare.htm

Responsabilità Sociale

Negli ultimi anni le imprese sono diventate progressivamente più attente alla Responsabilità Sociale (CSR), e molte impostano la loro azione in modo più

attento in relazione alla sostenibilità ambientale e sociale, all'uso rispettoso delle risorse, alla riduzione dei consumi ed alla eliminazione degli sprechi, ecc.

Compass Group Italia S.p.A. intende contribuire a questa piccola rivoluzione culturale, internamente ed esternamente, ritenendola necessaria per una crescita equilibrata della società e dell'economia. Da tempo, Compass Group Italia S.p.A. lavora al miglioramento del proprio Sistema Aziendale in ottica di Responsabilità Sociale, monitora l'impatto generato dal proprio operato attraverso indicatori 'sociali', predispone piani di intervento e di miglioramento che consentano una progressiva interiorizzazione dei principi dello standard internazionale SA8000 (Social Accountability) a tutti i livelli aziendali.

Tra gli elementi più significativi in fase di attuazione sono:

- L'adeguamento del Sistema Aziendale integrato in relazione ai principi SA8000 e la sensibilizzazione a tutti i livelli aziendali sul tema della CRS.
- Il coinvolgimento dei Fornitori nel processo di adeguamento ai punti della Norma.
- L'informazione diffusa circa il meccanismo Speak-up (www.compass-speakup.com) oppure 800-783.157 per inviare a CGI segnalazioni anche anonime da parte di chiunque, circa problematiche inerenti la responsabilità sociale, lamentele, proposte di miglioramento.

http://www.grupponama.com/RespSociale_1.htm

1. Ristorazione aziendale

Eurest s'impegna nel soddisfare tutte le esigenze e le più diverse richieste, di aziende di piccole e grandi dimensioni, appartenenti a tutti i settori produttivi, localizzate ovunque in Italia. Dai 100 ai 10.000 pasti al giorno, l'impegno è sempre e comunque quello di offrire standard qualitativi e di servizio ai più alti livelli, con efficienza, competenza e flessibilità organizzativa che permette di differenziare le proposte di volta in volta, adeguandole alle specifiche esigenze degli interlocutori.

2. Ristorazione scolastica

Attraverso il marchio **Scolarest**, Compass Group Italia S.p.A. opera nel settore della ristorazione scolastica, consapevole del fatto che fare ristorazione destinata

ai più piccoli sia un vero e proprio mestiere. Infatti, il servizio Scolarest si caratterizza per efficienza, diversificazione dell'offerta, massima attenzione alle esigenze individuali, qualità e cortesia.

Nel settore scolastico, l'obiettivo di Scolarest è quello di proporre progetti innovativi che integrino i servizi di ristorazione con l'educazione alimentare. La convinzione è che la pausa pranzo a scuola debba essere un momento di gioia e aggregazione.

Qualità dei prodotti, pasti equilibrati, ambiente e animazione sono tutti punti forza di Scolarest.

Scolarest associa le più moderne soluzioni dietetiche con la tradizione della cucina mediterranea, senza mai dimenticare i gusti e le preferenze dei più giovani e integrando gli alimenti anche con prodotti derivati da agricoltura biologica, controllati in tutte le fasi di lavorazione.

L'obiettivo è guidare la crescita dei bambini con una sana e corretta alimentazione in supporto al ruolo prezioso di genitori e insegnanti, con i quali si collabora nella realizzazione di un piano di educazione alimentare.

3. Ristorazione ospedaliera

“Garantire il comfort delle persone in ogni momento della giornata”. Questo è il compito di **Medirest**, parte del Gruppo Compass che fa proprie le nuove concezioni che vedono la ristorazione e i servizi alberghieri come complemento fondamentale dell'assistenza medica e come vero e proprio strumento terapeutico.

4. Banqueting

Il servizio di ristorazione *“esterna”* secondo le regole, la filosofia e l'esperienza Eurest è un mix d'ingredienti che va dalla gestione logistica delle strutture alla freschezza delle materie prime, dall'organizzazione generale alla cura del particolare, dalla tempistica dell'allestimento all'eleganza delle preparazioni alimentari.

Tutti gli elementi dell'insieme contribuiscono alla riuscita dell'evento ristorativo, sia esso un semplice coffee break o una cena di gala.

5. Servizi di supporto

Eurest Services, parte di Compass Group Italia S.p.A., si propone come fornitore di servizi di supporto, dando così alle aziende certezza per competenza, professionalità e qualità nel settore ambiente e nel settore sicurezza, e nei servizi tra loro intimamente connessi.

Eurest Services si avvale di attrezzature tecnologicamente all'avanguardia e di personale qualificato e preparato, questo per garantire alle aziende di ottimizzare le proprie risorse, sia di tempo che economiche.

Area Fornitori

Con il portale di *"Qualificazione dei Fornitori"*, Compass Group Italia S.p.A. intende selezionare e qualificare i propri fornitori attraverso un processo esclusivamente elettronico.

Alcune informazioni:

Chi può accedere alla Qualificazione?

Il servizio di *"Qualificazione dei Fornitori"*, è rivolto sia a coloro che sono già Fornitori Compass, sia a coloro che vogliono diventare Nuovi Fornitori.

Per potersi qualificare direttamente On-line, è sufficiente accedere all'area di registrazione e compilare l'apposito modulo al fine di ricevere l'abilitazione necessaria per compilare il Questionario di Qualificazione. Per prendere visione di come è strutturato il questionario per i fornitori vedere il file QualificazioneFornitori.doc

<https://fornitorinet.compass-group.it/Login.aspx?par=fornitorennet&IDSocieta=1>

Ottimizzazione del processo di acquisto

Compass Group Italia S.p.A. ha scelto una piattaforma elettronica per ottimizzare i processi di acquisto nei 100 uffici dell'azienda, a livello internazionale.

Pedevilla

Pedevilla è un'azienda impegnata da oltre 40 anni nel settore della ristorazione aziendale e collettiva e si avvale di un gruppo di oltre 800 persone, in grado di servire più di 30.000 pasti al giorno negli oltre 150 ristoranti Pedevilla d'Italia.

L'azienda fornisce i pasti a ristoranti aziendali, scuole, ospedali e case di cura prestando sempre la massima attenzione alla qualità dei prodotti impiegati, alla elaborazione di menù e al rispetto delle condizioni igieniche. È stato creato un apposito ramo d'azienda dedicato al mondo del catering, capace di fornire risposte efficienti e sorprendenti in termini di location, originalità della mise-en-place, qualità del menu, professionalità dello staff.

Una delle priorità aziendali è quella di proporre un'idea razionale di alimentazione, promuovendo l'assunzione di elementi nutritivi coerenti con le necessità fisiologiche di ciascun individuo. Per riuscirci, Pedevilla promuove corsi di educazione alimentare nelle scuole, creando inoltre gruppi di lavoro in grado di offrire un supporto altamente qualificato per la definizione delle ricette e dei menù. In particolare, per molti clienti viene messo a disposizione un dietista che, oltre a supervisionare la composizione dei menù e a predisporre i piatti della cucina wellness, è in sede per rispondere a eventuali domande su prodotti alimentari specifici per intolleranze e allergie e fornire utili consigli sulle pratiche alimentari più corrette.

Pedevilla ha deciso di portare il suo know how all'interno di un progetto che prevede nuovi ristoranti aperti a tutti. Il primo della serie è NAT - gusto naturale, un ambiente di 900 mq e 360 posti a sedere all'interno del Centro Parco de' Medici a Roma. Un luogo di convivialità, prima che un ristorante, ispirato ai principi della luminosità, della trasparenza e della multi-funzionalità, caratterizzato da una piacevole integrazione tra lo spazio interno e il patio esterno.

La gestione dei ristoranti è un processo complesso, che può essere scomposto in tre momenti fondamentali:

1. la scelta e l'approvvigionamento degli alimenti

Uno dei primi obiettivi è quello di realizzare una gestione razionale delle forniture, che preveda consegne puntuali ed affidabili. Per questo si rivolgono a produttori che effettuano anche la distribuzione, potendo così garantire il rispetto di tutte le normative vigenti, dalla produzione alla consegna.

Pedevilla fa riferimento ai circuiti Slow Food e Coldiretti - che garantiscono prodotti Km0 di qualità - e AIAB per quanto riguarda il biologico. I prodotti

vengono selezionati solo se rispettano alcune condizioni fondamentali: essere di prima qualità, giungere nei centri di ristorazione nei tempi prefissati dall' ufficio operativo, essere trasportati con sistemi che ne garantiscano le migliori condizioni di conservazione garantendo la massima sicurezza, avere una data di scadenza che consenta adeguati tempi di stoccaggio.

2. il trasporto e la conservazione delle derrate alimentari

La distribuzione tra i fornitori e ciascun punto di ristorazione è di tipo diretto e si avvale di automezzi frigoriferi per i prodotti deperibili. Per pane, latte e prodotti altamente deperibili consumati lo stesso giorno, la consegna avviene giornalmente e, nella maggior parte di casi, il percorso è a km0.

Al fine di garantire la loro integrità, tutti i prodotti lavorati, semilavorati e da lavorare, vengono identificati tramite targhette che ne riportano i dati essenziali (data ricezione, scadenza, modalità conservazione, etc.). Una volta che si è proceduto con l'identificazione, gli alimenti vengono immagazzinati in ambienti differenti, ciascuno con la sua temperatura e umidità ottimali, mantenendo una netta separazione tra i reparti in modo da evitare contaminazioni incrociate.

3. il controllo di qualità

Il Sistema Qualità aziendale, a norma UNI EN ISO 9001, considera l'approvvigionamento come l'area essenziale al controllo di tutto ciò che occorre a determinare la qualità del prodotto. Il controllo dei prodotti acquistati avviene attraverso la valutazione dei fornitori, la verifica dei dati di acquisto e la verifica del prodotto acquistato.

Con cadenza periodica effettuano anche delle verifiche presso gli stessi fornitori, controllando direttamente materie prime, salubrità degli ambienti, processi di lavoro.

Pedevilla pone grande attenzione alla sostenibilità ambientale delle proprie attività e al supporto di iniziative che possano contribuire alla salvaguardia del pianeta.

L'impatto ambientale provocato dal trasporto di derrate e prodotti alimentari, soprattutto da bevande, può essere notevolmente contenuto con una oculata politica di selezione dei prodotti e dei fornitori; per questo i fornitori

vengono selezionati anche tenendo conto di questi fattori. In particolare, nell'ambito del progetto "Km zero", si selezionano alcuni tra i prodotti alimentari più impattanti per assicurarsi che la loro produzione avvenga nelle immediate vicinanze dei ristoranti.

In prossimità dei punti di ristoro vengono poi collocati raccoglitori specifici per consentire una semplice ed efficace raccolta differenziata, in linea con un approccio ambientale serio, responsabile e concreto.

L'azienda sostiene iniziative e soggetti che promuovano la protezione di categorie sociali più disagiate. In questo senso citiamo:

1. partecipazione all'Excellence Club, un'iniziativa che mette assieme l'impegno di alcune aziende per un progetto comune promosso e coordinato dal World Food Programme;
2. utilizzo nei menù alternativi esclusivamente di prodotti 100% biologici;
3. cooperazione con IFAT, l'Associazione Internazionale per un Equo Mercato, la rete globale delle Organizzazioni di Equo Commercio;
4. impiego di prodotti del Consorzio Ctm Altromercato, una delle organizzazioni più affermate tra coloro che aderiscono a IFAT;
5. è partner del progetto Siticibo, che nasce dalla collaborazione tra la Fondazione Banco Alimentare ONLUS e Cecilia Canepa - promotori della Legge del Buon Samaritano - e Bianca Massarelli. Il progetto rientra nell'applicazione della Legge del Buon Samaritano e prevede il recupero di cibo cotto e fresco dalla ristorazione organizzata, per destinarlo a chi ne ha bisogno;
6. destina le derrate e i pasti consumati solo in parte al centro di raccolta delle associazioni Animal Welfare Onlus e AZALEA Zampa Libera - due associazioni di volontariato che si occupano della protezione degli animali - e alla società LEM, specializzata nel recupero e nel trasporto degli scarti animali ed ittici da destinare al compostaggio.
7. All'interno dell'azienda è attualmente in fase di sviluppo la norma SA8000.

Pedevilla ha ottenuto le seguenti certificazioni:

- UNI EN ISO 9001 - Certificazione del sistema Qualità, "Produzione di pasti ed erogazione di servizi di ristorazione collettiva"
- UNI EN ISO 14001 - Certificazione per il Sistema di Gestione ambientale
- ISO 18001 - Certificazione sulla sicurezza del lavoratore
- UNI EN ISO 22000 - Certificazione per i Sistemi di Gestione per la sicurezza alimentare
- UNI EN ISO 22005 - Certificazione per il Sistema di rintracciabilità nelle aziende agro-alimentari

Dussmann

Dussmann Service nasce in Italia nel 1969 (inizialmente con il nome "Pedus Service S.r.l.") per iniziativa del Gruppo fondato da Peter Dussmann nel 1963 a Monaco. Orientando le proprie risorse umane e tecnologiche verso obiettivi di ricerca e sviluppo di nuove metodologie, Dussmann Service affianca alle attività di sanificazione e ristorazione anche servizi di portierato e reception, logistica e Facility Management. L'azienda opera su tutto il territorio nazionale avvalendosi di una capillare struttura organizzativa che conta circa 11.000 dipendenti.

Dussmann Service, in qualità di fornitore globale di servizi, ha come obiettivo la soddisfazione dei desideri e delle necessità dei clienti. La presenza capillare sul territorio e l'elevata specializzazione delle funzioni, garantisce lo sviluppo di soluzioni personalizzate per ciascun cliente. La filosofia aziendale di Dussmann Service è centrata sul motto del suo fondatore, Peter Dussmann: "il cliente è il punto di inizio e di fine della nostra valutazione". Questa è la base dell'unica filosofia di servizio che si riflette ogni giorno nell'impegno dei dipendenti. Dussmann Service si caratterizza per un forte orientamento al cliente e una ricerca continua in termini di innovazione dei servizi esistenti per soddisfare i più esigenti requisiti di qualità.

Certificazioni

- ISO 9001:2008

- ISO 22005:2008
- ISO 22000:2005
- OHSAS 18001:2007
- HACCP
- UTENTI CELIACI
- REG. 834/07 BIOLOGICO
- ISO 14001:2004
- EMAS - Eco-Management and Audit Scheme
- ITER DI CERTIFICAZIONE SA8000 DUSSMANN SERVICE.

SOSTENIBILITÀ

Attività aziendali e vision sostenibili sono i pilastri sui quali si fonda il futuro. Per questo motivo è stato sviluppato un concept di sostenibilità chiamato Dussmann EcoSystem. La società si è impegnata a rendere la Responsabilità Sociale d'Impresa alla base del proprio business, mantenendo elevati standard di qualità dei servizi e ponendo un forte accento sulla tutela dell'ambiente. L'impegno per la sostenibilità economica, ecologica e sociale è evidente in tutte le attività e nel loro sviluppo

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Dussmann Service è orientata a gestire le problematiche d'impatto sociale ed etico aziendali. Dussmann Service si è sempre impegnata a rispettare i principi di Responsabilità Sociale

LA RISTORAZIONE

La ristorazione di Dussmann Service comprende una gamma di servizi che va dai ricevimenti di gala ai pasti veloci ed economici. Sia che si tratti di outsourcing del servizio di ristorazione o che si richiedano specifici servizi di catering, Dussmann Service è flessibile per adattarsi alle necessità di ogni singolo cliente impiegando nutrizionisti, dietisti, tecnologi alimentari, progettisti della ristorazione, nonché chef altamente qualificati e creativi, qualificati nelle aree di specializzazione

I servizi di ristorazione:

- Ospedaliera
- Aziendale
- Scolastica
- Caffetteria
- Distributori automatici
- Banqueting

Innovativi sistemi informativi garantiscono un buon coordinamento di tutte le fasi del processo di produzione alimentare a partire dalla consegna delle materie prime e alla distribuzione dei prodotti. Inoltre, Dussmann Service ha creato metodi di monitoraggio per valutare ogni fase di attuazione. In linea con le attuali problematiche di spazio e di costi, Dussmann Service ha realizzato un proprio centro di produzione di pasti in legume freddo (Cook & Chill), una vera e propria industria alimentare, che permette di avere un prodotto di alta qualità anche alle piccole strutture prive di cucina interna.

RISTORAZIONE AZIENDALE

Dussmann Service è in grado di fornire un servizio di ristorazione aziendale che include il servizio mensa in self-service, la gestione di distributori automatici, i catering di alta qualità per conferenze ed eventi particolari. Naturalmente, fanno parte del servizio i consigli dietetici di esperti, così come il continuo sviluppo di innovazioni alimentari.

COOK & CHILL

Nel settore della ristorazione collettiva, con l'ausilio di tecnologie sempre più avanzate, si sono sviluppati nuovi metodi che rendono possibile il superamento delle difficoltà di tipo logistico, separando il luogo di produzione dal luogo di consumo dei pasti. E' questo il caso del Cook&Chill, il cosiddetto sistema refrigerato, che consiste nell'associare alla preparazione tradizionale dei cibi, un immediato abbassamento della temperatura del prodotto al proprio interno, che viene mantenuto ad una temperatura di circa 3°C. Questo metodo di cottura fornisce una garanzia di qualità nel pieno rispetto delle caratteristiche organolettiche e delle normative vigenti in materia di produzione alimentare.

Senza alcuna manipolazione né aggiunta di altre sostanze, il prodotto si conserva per il tempo necessario al trasporto, lasciando flessibilità di scelta al cliente per il consumo. Prima della consumazione il cibo viene portato alla temperatura ottimale per il consumo. In particolari contesti, come gli ospedalieri di medie e grandi dimensioni, tale sistema diventa vantaggioso, ma soprattutto sicuro. In un sistema tradizionale di produzione pasti, infatti, il pericolo di caduta termica in una delle fasi produttive (produzione, confezionamento, trasporto e distribuzione) è tanto più alto quanto più le fasi sono separate tra di loro in termini di tempi e/o distanze fisiche.

DISTRIBUTORI AUTOMATICI

Dussmann Service gestisce il servizio di distributori automatici di bevande calde, fredde e snack salati e dolci: soluzioni complete e diversificate, sulla base di una totale flessibilità di prodotti e servizi. Il servizio è costruito sulla professionalità, sul know-how e sull'assoluta affidabilità. Tutti i prodotti sono di qualità igienico-sanitaria eccellente, come garantisce il rispetto allo scrupoloso sistema di controllo HACCP. Una volta installato e rifornito di tutto il materiale necessario, il distributore automatico verrà monitorato dal personale interno in collaborazione con l'operatore di area assegnato alla postazione; questo tipo di procedura consentirà lo stretto controllo dei consumi dell'utenza, al fine di migliorarne la tempestività di rifornimento, assistenza e manutenzione. Il cliente sarà visitato dall'operatore di zona assegnato al fine di garantire una costanza nella qualità del prodotto erogato e maggiore soddisfazione del cliente. Tutti gli interventi di assistenza, dal rifornimento alla manutenzione, sono tempestivi, rapidi e precisi. Ogni cliente disporrà infatti dei recapiti telefonici, fax ed e-mail dell'operatore per soddisfare ogni tipo di richiesta.

RISTORAZIONE SCOLASTICA

Nel mondo della scuola, Dussmann Service opera per fornire soluzioni alimentari per i giovani che studiano e lavorano a scuola. L'azienda garantisce una continua selezione dei prodotti più sani e un orientamento che tende a rendere l'offerta più appetibile e nutriente per tutti gli studenti. Dussmann Service, oltre ad offrire un servizio di qualità, è fortemente impegnata nell'utilizzo di prodotti biologici, DOP,

IGP, STG, PAT, equosolidali, prodotti filiera corta e locali “KM0”. L’azienda garantisce la sicurezza alimentare e si impegna a convogliare l’attenzione dei bambini e dei ragazzi sui vantaggi di un buon equilibrio nutrizionale. Numerosi sono i progetti di educazione alimentare, personalizzati per le diverse fasce d’età, che sono stati elaborati da nutrizionisti e psicologi al fine di attirare l’attenzione su temi legati ad un’alimentazione sana e genuina. Il servizio dietetico elabora diete specifiche per le esigenze dei bambini e dei ragazzi nell’età della crescita. A questo si aggiunge l’ampia gamma di diete speciali che vengono proposte per rispondere alle necessità di allergie e intolleranze alimentari così come per motivi religiosi. Per verificare l’opinione degli utenti in merito al servizio offerto e per un costante miglioramento dell’offerta di ristorazione, Dussmann Service elabora degli studi di Customer Satisfaction rivolti agli utenti delle scuole. Le indagini sulla qualità del servizio vengono effettuate periodicamente sia per rilevare il gradimento del pasto, sia per la pulizia, la cortesia del personale e la puntualità dei tempi di erogazione. Per rendere la pausa rilassante e gradevole, offre inoltre la possibilità di progettare e trasformare i refettori, attraverso una personalizzazione degli ambienti sulla base delle necessità e degli spazi, in luoghi su misura per l’infanzia. Per garantire un servizio completo, si avvale di un sistema informatizzato per la gestione delle rette della mensa scolastica.

RISTORAZIONE TERZA ETÀ

L’azienda si è resa disponibile nel creare un progetto personalizzato per ogni cliente, che comprende la fornitura di pasti per gli ospiti e i loro familiari, così come per il personale della struttura. Essi sono in grado di preparare un’ampia gamma di diete speciali inoltre, la squadra di dietisti e nutrizionisti, è sempre pronta a fornire supporto.

Trivalor

Con 50 anni di esperienza nel settore, Trivalor (SGPS), SA, è una holding a capitale portoghese al 100% che opera nel segmento delle Service Facilities, nelle aree di ristoranti, catering, eventi, fornitura e logistica di prodotti alimentari, distributori automatici di prodotti alimentari, rilascio e gestione dei voucher di

servizio, pulizia e disinfestazione, sicurezza elettronica, servizi condivisi e di registrazione e gestione delle informazioni.

La gamma completa di servizi che Trivalor Gruppo offre è progettata per soddisfare le esigenze di aziende e altre organizzazioni pubbliche e private che operano in diversi settori - sia industriali sia di servizi (banche, sanità, istruzione, forze armate e forze di sicurezza).

Gertal

Fondata nel 1973 in Portogallo, il successo di Gertal si basa sull'offerta di servizi di ristorazione con un ottimo rapporto qualità/prezzo nel mercato di oggi. I suoi clienti includono una vasta gamma di istituzioni, tra cui asili e scuole materne, scuole, università, centri sanitari, ospedali, case di cura e di riposo, forze armate, carceri e altre aziende pubbliche e private.

La qualità è parte integrante del modello di business di Gertal e la formalizzazione delle pratiche messe in atto si esprime nelle diverse certificazioni che Gertal detiene: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007. Il benessere e la salute dei consumatori sono anch'essi fattori critici di successo per Gertal e i suoi clienti. Essi sono fortemente impegnati in questo senso e hanno implementato il sistema HACCP in tutte le unità sotto la loro gestione, coprendo tutte le fasi del processo.

Inoltre viene prestata grande attenzione alle relazioni con gli agenti coinvolti nei differenti stadi della catena del food. Gertal possiede la certificazione ISO 22000:2005 per il Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare.

Infine, il Gruppo dispone di un codice di buone pratiche che contiene tutte le norme di sicurezza alimentare e di igiene obbligatorie nelle loro unità di catering, in tutte le fasi del processo produttivo dei pasti: la ricezione delle materie prime, la conservazione degli alimenti, la preparazione e la cottura dei cibi e la loro distribuzione.

LAVORO

Un pasto equilibrato e di qualità è un fattore essenziale per la soddisfazione dei dipendenti dei clienti di Itau. Riconoscendo l'importanza di questo fattore nella motivazione sul posto di lavoro, Itau si assume la responsabilità di fornire un

servizio pasti di alta qualità, come partner strategico per il business dei propri clienti.

Itau è in possesso delle certificazioni ISO 9001, ISO 14001 e ISO 22000 che garantiscono un'elevata qualità attraverso la preparazione di menù nutrizionalmente equilibrati e nel rispetto delle norme igieniche, come previsto dal sistema HACCP.

ISTRUZIONE

Oggi è essenziale promuovere abitudini alimentari sane per educare i propri figli. Bambini e ragazzi passano la maggior parte delle loro giornate a scuola ed è molto importante quello che i responsabili delle istituzioni scelgono come base per i pasti scolastici. Insegnando fin da piccoli a ingerire cibo con una minore quantità di grassi, sale e zucchero si pongono infatti le basi per un futuro più sano.

SANITA' E SOCIALE

Itau ha una vasta esperienza nella fornitura di servizi di catering nel settore sanitario e sociale. Essa opera in grandi unità ospedaliere pubbliche e private, nonché negli istituti per anziani e diseredati. In stretta collaborazione con le unità ospedaliere di nutrizione e dietetica, garantisce una dieta equilibrata e sana, con lo scopo di ridurre al minimo il periodo di ricovero in ospedale e aiutare il rapido recupero della salute dei pazienti.

Itau ha sviluppato un sistema di controllo rigoroso e oggettivo delle pratiche applicate alle mense e ai servizi di ristorazione. Il sistema di misurazione della sicurezza alimentare (SIMES ©) è un modello di misurazione quantitativa che permette, attraverso tecniche statistiche, di standardizzare le informazioni e di dare la priorità ad azioni di sicurezza alimentare e di prevenzione. I controlli effettuati da SIMES ® vengono applicati in tutti le cucine locali e differite.

I pasti sono micro-biologicamente controllati e viene fatta una verifica dello stato di igiene degli operatori, delle superfici e delle attrezzature. Il sistema HACCP di Itau è stato progettato in modo tale da prevenire il verificarsi di potenziali problemi di sicurezza alimentare attraverso l'identificazione dei pericoli intrinseci

per il prodotto o il processo. Il sistema implementato è certificato dai più elevati standard nazionali e internazionali, tra cui la ISO 22000.

Itau ha messo a punto un codice di buone pratiche che descrive tutte le regole di sicurezza e igiene alimentare obbligatorie in tutte le unità di catering, durante tutte le fasi del processo di produzione dei pasti.

In particolare la ricezione delle materie prime è il primo passo di questo processo ed è estremamente importante, in quanto è la prima opportunità per separare i prodotti conformi da quelli che non lo sono, in modo da prevenire l'utilizzo di cibi non buoni nel processo. Questa operazione mira anche ad assicurare che la qualità del cibo utilizzato sia preservata attraverso una adeguata gestione e con strutture di stoccaggio a temperature definite e controllate. Il responsabile dell'attività di ricezione deve verificare le condizioni di trasporto e di scarico, osservando:

- i mezzi di trasporto e le condizioni igieniche dei trasportatori;
- la loro adeguatezza alle esigenze di trasporto, vale a dire l'esistenza di celle frigorifere in contenitori isotermici per i prodotti che devono essere tenuti in ambienti freddi;
- la temperatura utilizzata durante il trasporto, compilando la scheda di registrazione delle temperature misurate durante il trasporto di materie prime (MA - UND06);
- le condizioni di imballaggio;
- lo scarico, con attenzione a prevenire danni agli imballaggi.

In caso di dubbio, le materie prime vengono rifiutate e restituite al fornitore. Qualora non sia possibile restituire immediatamente i prodotti non conformi, devono essere identificati e separati, fino ad essere raccolti dal fornitore. Ogni anomalia rilevata durante la ricezione (legati al servizio e/o la qualità) deve essere comunicata e registrata in forma appropriata a tale scopo.

ITAU ha attualmente un sistema di gestione integrato che comprende quattro certificazioni rilasciate dalla Associazione portoghese di Certificazione (APCER):

- EN ISO 22000:2005 [Sistemi di Gestione della Sicurezza Alimentare]
- EN ISO 9001:2008 [Sistemi di Gestione per la Qualità]
- EN ISO 14001:2004 [Sistemi di Gestione Ambientale]

- OHSAS 18001:2007 / NP 4397:2008 [Occupational Health and Safety Management System]

Itau è un'azienda estremamente attenta anche alla sostenibilità ambientale delle sue attività. L'adozione di buone pratiche in questo ambito si traduce in una diminuzione dei rifiuti prodotti e delle risorse naturali consumate, nonché nel corretto instradamento dei sottoprodotti derivanti dalla attività. Itau segue la politica 4R, privilegiando sempre il riciclo di materie prime e promuovendo la loro separazione. Queste pratiche sono state formalizzate attraverso un contratto con Sociedade Ponto Verde (VERDORECA).

Itau ha lanciato di recente una nuova sfida - Collezione di Olio Usato. Integrato nel piano di Responsabilità Sociale, è stato sviluppato un programma che permetterà a tutti i loro partner di partecipare a questa azione di conservazione dell'ambiente. Tutti i clienti saranno invitati a portare l'olio da cucina usato e posizionarlo nella " Oleão " (serbatoio dell'olio), assieme all'olio alimentare usato raccolto dalle cucine. Attualmente questo olio viene riciclato da una società specializzata in licenza per questo scopo.

Socigeste

Socigeste produce e distribuisce pasti pronti per il consumo e ha introdotto sul mercato un nuovo concetto di ristorazione utilizzando il sistema Cook-Chill. Il concetto di "ready-to-eat" è particolarmente adatto alle esigenze del catering e del take-away.

Il sistema Cook-Chill permette di preparare i cibi in anticipo, garantendo nel contempo la sicurezza microbiologica attraverso un processo di raffreddamento rapido dei cibi, senza alterare le caratteristiche attese di un pasto appena preparato. Garantire la qualità e la sicurezza alimentare è al centro di tutti i processi Socigeste e queste sono garantite in tutte le fasi del ciclo di preparazione del cibo, dalla acquisizione e stoccaggio delle materie prime al confezionamento e trasporto dei pasti.

Socigeste possiede le certificazioni ISO 9001:2008 e ISO 22000:2005.

Acquisti e Logistica

Sogenave

Sogenave opera nel settore della distribuzione di prodotti alimentari e della logistica: acquista, vende e distribuisce una vasta gamma di linee di prodotti. Usando le sue due piattaforme di distribuzione, Sogenave gestisce le operazioni di logistica del Gruppo, garantendo la copertura per l'intero paese.

L'azienda investe nella formazione specialistica dei suoi team ed è in grado di offrire un servizio flessibile e versatile e, in esclusiva, una selezione accurata dei principali marchi progettati per la ristorazione, il canale HoReCa (che è un acronimo per la distribuzione su grande scala e all'ingrosso).

Sogenave può anche fornire altre soluzioni innovative: una soluzione integrata progettata per le catene di ristorazione e catering che comprende strumenti a supporto del controllo dei costi, della standardizzazione dei processi; e un servizio personalizzato progettato per le istituzioni che gestisce accuratamente i menù, rendendo possibile preparare menù su misura per il cliente.

Responsabilità sociale e sostenibilità

Le aziende presenti nel Gruppo Trivalor hanno creduto per anni nell'idea di uno sviluppo sostenibile nei diversi ambiti delle loro attività di business, nel rispetto di quattro aree di intervento principali:

- a) Responsabilità e Trasparenza nella gestione dei modelli di business
- b) Impegno per una Eco-efficienza e la Protezione dell'Ambiente
- c) Investimenti nelle Persone e nella Dimensione Sociale
- d) Pratiche di Responsabilità Sociale

Il Gruppo Trivalor incoraggia le sue aziende a impegnarsi per uno sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale. Il Gruppo riconosce come la responsabilità sociale sia uno dei pilastri della sostenibilità e quindi tiene in grande considerazione la comunità, i suoi interlocutori e l'ambiente in cui opera nel prendere le sue decisioni di management. Le politiche di gestione dei rapporti di lavoro incorporano principi fondamentali come il rispetto dei diritti umani, il rifiuto di utilizzare il lavoro minorile, l'assunzione di persone con disabilità, le pari opportunità e gli investimenti in avanzamento di carriera e sviluppo delle competenze.

Gli obiettivi di responsabilità sociale sono tenuti in considerazione anche nell'adozione di principi per acquisti più responsabili, considerando aspetti come la scelta di fornitori locali, l'adozione di pratiche che regolino il consumo di materie prime e risorse naturali, la limitazione nell'uso di prodotti che hanno un impatto negativo sull'ambiente e il coinvolgimento dei fornitori nel raggiungere questi obiettivi.

Nello specifico l'impegno nell'ambito della protezione dell'ambiente si traduce in:

- Approvazione delle politiche di gestione ambientale ai massimi livelli delle società del Gruppo Trivalor;
- Impegno da parte delle diverse società del Gruppo per la certificazione dei Sistemi di Gestione Ambientale secondo la norma NP EN ISO 14001;
- Gestione dei fattori rilevanti, come il consumo di elettricità, carburante e acqua, in un'ottica di efficienza;
- Riduzione del consumo di carta, materie plastiche e prodotti chimici, tra gli altri, nei servizi centrali e nelle unità di produzione;
- Gestione dei rifiuti, a seconda della tipologia: i rifiuti vengono inviati quando possibile per il riciclaggio o il recupero di energia;
- Miglioramento dei siti di smaltimento dei rifiuti e migliore separazione dei rifiuti presso i diversi siti al fine di prevenire l'inquinamento;
- Commutazione dei gas refrigeranti (R22) nelle unità frigorifere in gas ecologici;
- Certificazione VERDORECA ("verde") in decine di siti produttivi;
- Uso di detergenti biodegradabili, riduzione dell'uso di prodotti chimici che hanno un maggiore impatto negativo sull'ambiente, come i prodotti clorurati, prodotti classificati come acidi o alcali forti, cere, solventi e altri, tra cui l'uso e la dispersione dei biocidi in ambiente;
- Sensibilizzazione delle persone che lavorano nelle diverse società del Gruppo Trivalor sull'importanza della tutela ambientale e della prevenzione dell'inquinamento;
- Informazione e formazione, creazione di materiale di supporto dedicato, come il "Manual de Boas Práticas Ambientais para Clientes" (Manuale delle buone pratiche ambientali per i clienti).

Apetito

Apetito è presente all'interno del settore della ristorazione collettiva da più di 50 anni. Dalle sue origini in Rheine, nord-west della Germania, sono cresciuti fino a diventare dei partner di fiducia per molte case di cura, autorità locali e ospedali in tutto il Regno Unito, l'Orlanda, la Francia e il Canada così come per la Germania. L'azienda è cresciuta in fretta grazie alla loro capacità di offrire una gamma in continua espansione e da un eccellente customer service. Il gruppo Apetito ha nel suo complesso 8400 dipendenti.

Strategia e valori

Per Apetito i clienti sono il cuore di quello che l'azienda fa, e lo sono sin dalle origini.

La strategia di Apetito UK è di 'fare una vera differenza'. Vogliono essere giudicati non solo secondo aspetti finanziari ma anche attraverso gli occhi dei clienti che servono. Come una squadra, il loro obiettivo è *"Noi tutti facciamo la differenza"*.

Nel mondo sempre più competitivo di oggi, fare una vera differenza è di vitale importanza per ognuno di noi - per il futuro successo, la crescita e la salute a lungo termine della società.

Ci sono 5 fattori chiave per la strategia:

1. Focus sul cliente
2. Creare vantaggi competitivi
3. Rendere eccezionale l'esecuzione di tutti i giorni
4. Sicurezza e sostenibilità
5. Investire nelle persone per sviluppare il team Apetito

Noi tutti possiamo fare la differenza, e tutti noi abbiamo un ruolo di leadership. Questo perché la nostra strategia è più efficace quando viene implementata in tutte le aree di business - a livello locale, dipartimentale e nazionale. Tutte le aree della compagnia dovrebbero avere un piano per uscire dal coro.

Informazioni generali

Qualità

Ogni piatto che Apetito serve è il risultato finale di un grande lavoro di gruppo tra i dietisti e gli chef - è per questo che ogni pasto della loro gamma di prodotti non sono solo gustosi, ma è anche nutrizionalmente bilanciata.

Nella loro offerta sono presenti 200 piatti e desserts, che includono le diete speciali come quelle vegane, vegetariane, senza glutine in modo da aumentare le opportunità di scelta dei propri clienti.

L'assicurazione di cui hai bisogno

Apetito è totalmente impegnata nella sicurezza alimentare, attraverso un rigoroso sistema di sicurezza alimentare e di qualità chiamato Apetito FoodSafe + , il quale consiste nel fatto che nulla lascia la fabbrica finché non viene positivamente approvato dal team di FoodSafe +.

Innovazione

Dal pluripremiato Chefmobil, all'ampia gamma di prodotti alimentari realizzati in una fabbrica allo stato d'artet, realizzano internamente attività di laboratorio CLAS-accreditred e servizi - sono costantemente impegnati a innovare e fornire ai clienti prodotti e servizi eccezionali. Investono molto tempo e risorse nello sviluppo di nuovi prodotti innovativi. Ad esempio, la gamma offre piatti interessanti per le persone che hanno difficoltà a masticare o deglutire il cibo.

Godersi un servizio clienti da prima classe

I clienti sono al centro di tutto ciò che Apetito fa - dai prodotti che producono ai servizi bepoke che offriamo. Per capire le loro esigenze e lavorando in partnership con la loro organizzazione siamo in grado di fornire il servizio che i clienti cercano.

Scegliendo apetito, il cliente ha anche un unico punto di contatto poiché sono responsabili di ogni fase del processo, dalla creazione dei pasti per la loro consegna a domicilio.

Il team di servizio clienti sono sempre a portata di mano per qualsiasi domanda, e sono dedicati a fornire supporto e formazione continua.

Un nuovo approccio

Il sistema di Cook Freeze consiste nel congelare il cibo, non appena è cotto, bloccandone bontà e gusto. È un modo semplice per offrire una grande degustazione, e pasti nutrienti.

Apetito awards

Ogni giorno, Apetito si sforza di migliorare. Dall'innovazione del cibo per la sostenibilità del business e dalla sicurezza dei dipendenti al servizio clienti, testimoniato dai numerosi riconoscimenti che hanno vinto.

Awards for food innovation

I cuochi designati allo sviluppo sono costantemente alla ricerca di modi per rendere la dieta di persone anziane o più vulnerabili sana e più piacevole. Il loro lavoro è stato riconosciuto da numerosi premi, tra cui quelli di sotto.

- Food And Drink Federation Award for Innovation 2013
Gli è stato riconosciuto contro una forte concorrenza, per il loro lavoro innovativo attorno allo sviluppo della gamma finalizzata a creare piatti appositamente per coloro che soffrono di difficoltà di masticazione e deglutizione (disfagia).
- National Business Awards Innovation Award 2012 for our CarteChoix Range
Vinto da CarteChoix, un ristorante pionieristico ispirato ad un sistema di pasti plated per gli ospedali. È stato elogiato dai giudici per il suo "focus assoluto sul fornire un servizio di qualità ai pazienti con dignità."
- Cost Sector Catering Chef Award 2012 for our Texture Modified Food Range
Lo Chef Phil Rimmer ha vinto un premio del settore per il suo lavoro nello sviluppo della gamma di alimenti di Apetito. Questa gamma fa la differenza nella qualità della vita per le persone che hanno difficoltà a deglutire.
- Craft Guild of Chefs Award 2010 for our Texture Modified Range

Ambita nelle cucine professionali di tutto il Regno Unito. Il Responsabile Sviluppo Chef Phil Rimmer ha vinto per il suo lavoro sulla gamma di cibo per le persone con disfagia o altre difficoltà di deglutizione. Questa gamma unisce grande gusto, valore nutritivo e presentazione attraente.

Awards for Customer Service

Il riconoscimento principale che l'azienda può ricevere per il loro servizio clienti è il feedback positivo che ottengono dai clienti con regolarità. Ciò ha consentito all'impresa di ottenere alcuni riconoscimenti anche in questo aspetto:

- National Business Awards (NBA) - South Customer Focus 2009
- National Business Award Customer Focus Award 2010

Awards for Corporate & Social Responsibility

La responsabilità aziendale e sociale è molto più di un business per Apetito, è una parola d'ordine.

Grazie ai numerosi progressi che hanno fatto, sostegno ad associazioni di beneficenza locale, sviluppo ambientale ed etico a livello nazionale e globale, creazione di partnership ecc... sono riusciti a vincere dei premi a riguardo:

- Corporate & Social Responsibility Award 2008
- Big Tick - Business in the Community - Talent Award 2009
- Cateys Awards 2010 - Sustainable Business Award

I vincitori dei Cateys Awards sono nominati e selezionati dai colleghi del settore. I precedenti vincitori del premio includono Raymond Blanc, Ritz e Savoy Hotel, quindi sono in buona compagnia.

Awards for Industry Success

Essere riconosciuto da colleghi del settore come leader è sempre una soddisfazione.

Oltre a vincere il premio Cateys sopra elencato, hanno avuto successo anche in altri prestigiosi premi alimentari Manufacturing Excellence Awards. Fino ad essere premiato come Company of the Year, sono stati anche giudicati migliori produttori del Regno Unito di alimenti surgelati:

- Food Manufacturing Excellence Awards Company Of The Year 2010

- [Food and Drink Federation \(FDF\) Community Partnership Awards 2012](#)
- [Community Partnership Awards 2012 - Growing Business of the Year](#)

Partnership Community Awards del DFF celebra l'enorme contributo che i settori food&drink ha apportato all'economia del Regno Unito e alle comunità locali.

Awards for Safety

Il benessere del nostro personale è una priorità assoluta, e per il quarto anno consecutivo, anche nel 2013 Apetito ha vinto il Gold Award RoSPA per la salute e la sicurezza.

- [RoSPA Gold Award 2010](#)
- [RoSPA Gold Award 2011](#)
- [RoSPA Gold Award 2012](#)
- [RoSPA Gold Award 2013](#)

Sustainability

Costruire un business sostenibile. La sostenibilità è al centro di tutto ciò che l'azienda fa. Per Apetito, questo ha un significato molto più profondo di una semplice dichiarazione d'intenti o di principi. Definisce come ci si deve comportare e come gli uomini di Apetito si comportano ogni giorno. L'azienda si propone di essere un business redditizio - ma sforzandosi di operare in modo da rispettare il pianeta, i valori della gente migliorando la comunità in senso più ampio.

Respect for the planet

Apetito si impegna a ridurre al minimo l'impatto globale sull'ambiente e utilizzare le risorse con saggezza, cercando di realizzarla in tutta l'azienda - da come usano energia e materie prime a come consegnano pasti nutrienti al cliente.

Dal 2007, Apetito ha lavorato per sviluppare la produzione e distribuzione del sistema più sostenibile del Regno Unito - riducendo e minimizzando l'impatto sull'ambiente.

Come risultato hanno ottenuto:

Riduzione del 39% di carbonio *

Riduzione del 43% nel consumo di acqua (litri esclusa l'acqua nella ricetta) *

Riduzione del 42% dell'energia elettrica della fabbrica *

Riduzione del 40% del diesel * tramite una gestione informatizzata dei trasporti, veicoli più efficienti e formazione dei conducenti.

Il sistema di cassa restituibile ha rimosso 1,1 milioni di scatole di cartone all'anno.

(* per unità prodotta)

Actively supporting the community

Riconoscono che, come azienda, sono parte della comunità. Per questo creano attivamente partnership con associazioni locali, enti di beneficenza e istituzioni educative - perché viene visto come parte integrante del fare business in modo responsabile. Qui sono riportate solo alcune delle cose che stanno facendo:

Fareshare

Lavorando con FareShare, forniscono cibo per la distribuzione ai bisognosi e senza tetto nella zona locale. Tra il 2010-11, hanno fornito circa 110.000 pasti.

Scuole

I membri del personale Apetito hanno preso tempo per aiutare gli alunni che studiano Business Admin e Finanza presso l'Abbeyfield school, che è una scuola locale. Hanno aiutato gli studenti a sviluppare competenze riguardo alla gestione degli eventi, vendita e servizio clienti.

College

Lavorano a stretto contatto con Wiltshire College aiutandoli a provvedere a molti studenti, compresi quelli con disabilità, grazie all'esperienza di lavoro di Apetito.

Wiltshire Wildlife Trust

Per sostenere l'ambiente locale, sono membri societari del Wiltshire Wildlife Trust (WWT) e hanno lavorato con WWT per creare un corridoio della fauna selvatica sul loro sito di Trowbridge.

Apetito staff foundation

Attraverso la loro Staff Foundation, aiutano circa da 1 a 12 colleghi a partecipare ad attività di comunità e di fornire finanziamenti per sostenere progetti per la comunità locale.

United Nations Global Compact

Sono orgogliosi di sostenere gli ideali di cittadinanza d'impresa definite al Global Compact delle Nazioni Unite. Questo copre settori quali i diritti umani, standard di lavoro, ambiente e lotta alla corruzione.

Customers

La natura del loro business prevede che molti dei clienti sono anziani o vulnerabili. Per garantire che ricevono il nutrimento di cui hanno bisogno, Apetito investe molte risorse nello sviluppo di appropriati pasti sani.

Una delle aree chiave di sviluppo è la creazione di ottimo cibo per i clienti con esigenze dietetiche particolari. Ad esempio, le persone che non riescono a masticare, deglutire o digerire correttamente gli alimenti hanno spesso mancato accesso alle scelte da pranzo più attraenti. La loro premiata gamma offre pasti che sono deliziosi, nutrienti e visivamente accattivanti - in modo da aiutare a riportare dignità all'esperienza culinaria.

Attraverso l'impegno nel rispetto degli standard di sicurezza alimentare a livello mondiale garantiscono ai clienti alimenti nutrienti e sicuri. In realtà, l'azienda si sforza di andare oltre alla regolamentazione della sicurezza alimentare. Ad esempio, rilasciano il solo cibo ripulito secondo il loro sistema FoodSafe +, all'interno dei loro laboratori in-house.

Staff

Vogliono che ogni membro del personale si senta come se fosse parte del business Apetito. Quindi cercano di coinvolgere il personale nel modo con cui viene gestito il business - e gli riconoscono i loro successi.

- Lavoro di squadra - il 'Success Through Teamwork Awards riguarda squadre per prestazioni eccezionali e offre una donazione di £ 1.000 a enti di beneficenza a scelta del gruppo.

- Commissione interna - operano con una commissione interna, permettendo alla gestione e al personale di scambiarsi informazioni, esprimere opinioni, condividere le migliori pratiche e permettere alle persone di suggerire miglioramenti.
- Staff Foundation - hanno creato la apetito Staff Foundation, consentendo ai colleghi e alle loro famiglie di nominare i progetti per la comunità. Fino ad oggi, hanno donato 108.000 £ a circa 350 progetti.
- Volontariato - i dipendenti spendono fino a un giorno di un anno di volontariato per le iniziative locali e nazionali, che sono importanti per loro.

Suppliers

Lavorano in stretta collaborazione con i fornitori per assicurare che condividano lo stesso impegno a fare affari in modo etico. Come parte di questo, operano attraverso una politica di acquisto chiamata 'Sourcing With Integrity'. Nell'ambito di questa politica:

- Tutti i fornitori devono rispettare gli standard minimi di Ethical Trading Initiative (ETI) codice di base, e le esigenze della politica ambientale apetito
- Valutano e supportano i fornitori attraverso un questionario e visite di controllo
- Essendo membri della SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), accedono alle recensioni di altre organizzazioni per valutazioni complete.

Che si tratti di Wiltshire o altrove, il loro cibo è coltivato da fornitori di fiducia nelle migliori stagioni e località più appropriate, in modo da essere sicuri di ottenere i migliori ingredienti di qualità.

Che si tratti di un contadino Wiltshire, o un produttore nel mondo in via di sviluppo, apetito è orgogliosa delle partnership che hanno costruito con i fornitori. Hanno una fiducia totale negli ingredienti utilizzati per la realizzazione dei loro piatti.

Sustainable supply

Quando producono prodotti agricoli e materie prime, i loro partner di fornitura devono seguire la loro politica di acquisti sostenibili. I nostri fornitori di olio di

palma, per esempio, sono membri della Tavola Rotonda sull'olio di palma sostenibile. In questo modo si ottiene l'olio di palma da fonti che non danneggiano l'habitat della foresta tropicale.

Hanno anche introdotto un sostanziale passaggio alla denominazione "pesce bianco" dalle tradizionali speci menzionate nelle nostre ricette. Questo ci aiuta ad evitare l'acquisto di pesce proveniente da pesca in via di estinzione.

Utilizzano un sistema molto rigoroso di valutazione della qualità, inoltre i fornitori sono tenuti a completare una Supplier Sustainability Review. Tutto ciò è finalizzato a migliorare le aree sociali ed economico, ambientale e di Business Continuity.

Confidence in our meat supply

Tutti i fornitori di carni bovine sono verificati dal team tecnico appetito, con la tracciabilità che costituisce una parte importante di tale revisione. Inoltre, tutta la nostra carne cruda, agnello e maiale viene acquistata da fornitori approvati e poi ispezionati dallo staff di appetito addestrato nella nostra macelleria in loco.

***Apetito's* Halal supplier**

Il loro produttore di pasti halal ha confermato che tutte le carni utilizzate provengono da fornitori halal autenticati e approvati UE, che ogni fornitore di carne prepara solo il pollame e agnello, e che non usano le carni bovine in ogni pasto.

***Apetito's* Kosher supplier**

Il loro produttore di pasti kosher ha confermato che fanno solo i pasti kosher e che siano in possesso di tre accreditamenti indipendenti. La loro carne è procurata da un fornitore approvato da Kedassia che opera con le severe regole alimentari kosher.

Gruppo Elior

Elior Ristorazione SpA è leader, in Italia, nel mercato della Ristorazione Collettiva.

Nata nel 2004 come Avenance Italia, ha sede a Milano e opera con Clienti del

settore dell'Istruzione, della Sanità, delle Forze Armate e con le Aziende, su tutto il territorio nazionale.

Offre soluzioni complete e personalizzate, con menu equilibrati, vari e appetitosi, con una particolare attenzione alla qualità e alla genuinità delle materie prime. Inoltre, organizza con i Clienti iniziative speciali e progetti di comunicazione per informare sul rapporto tra l'alimentazione e il benessere: consigli su un corretto stile di vita, giornate a tema e curiosità. Infine, l'azienda si propone come unico referente per i servizi complementari alla Ristorazione: ad esempio, pulizie e sanificazione degli edifici, Facility Management e gestione delle aree verdi.

Elior Ristorazione fa parte del **Gruppo Elior** il terzo operatore in Europa nei mercati della Ristorazione Collettiva, della Ristorazione Commerciale e dei Servizi ad essi associati. Presente in 14 Paesi tra Europa, Africa, America del Nord, Centro e Sud America, conta su oltre 84.000 collaboratori e vanta 15.000 ristoranti e punti vendita, in tutto il Mondo.

Elior Ristorazione è presente sul territorio nazionale con:

1. 1 sede centrale a Milano.
2. 6 Filiali (Nord, Nord- Est, Nord- Ovest, Centro- Nord, Filiale Bologna, Centro- Sud).

Elior Ristorazione opera sul territorio italiano con ***COPRA ELIOR*** e ***GEMEAZ ELIOR***.

<http://tinyurl.com/mavr7t4>

Il Gruppo Elior è così articolato:

CHI SIAMO



Le aziende Elior in Italia sono guidate dalla capogruppo **Elior Ristorazione**, con sede a Milano e servono, ogni anno, oltre 135 milioni di pasti in scuole, aziende, ospedali, cliniche, case di riposo, Forze Armate e altre collettività.



Concerta Elior, fondata nel 1986, entra a far parte del Gruppo nel 2008. Con sede a Casalecchio di Reno (Bologna), offre servizi di Ristorazione collettiva e commerciale e svolge le sue attività prevalentemente nelle regioni del centro-nord Italia.



Costituita nel 1974, ha sede a Piacenza e fa parte del Gruppo dal 2010. **Copra Elior** è specializzata nel settore della Ristorazione Collettiva e opera principalmente nell'area dell'Emilia e della Bassa Padana.



Azienda storica, nata nel 1949, **Gemeaz Elior** affianca all'attività di Ristorazione collettiva, l'erogazione di servizi integrati in tutta Italia.



Elior Servizi è la divisione per il Facility Management, ad esempio, pulizia ed igienizzazione dei locali e gestione delle strutture d'accoglienza e delle persone.

Certificazioni di qualità

E' stata stilata il 1 Febbraio 2011 la politica della qualità, ambiente, sicurezza e sicurezza alimentare per Meridia.

Meridia si occupa della progettazione ed erogazione di servizi di ristorazione con produzione diretta dei pasti e/o con fornitura di derrate alimentare attraverso le fasi di accettazione, stoccaggio materie prime, preparazione, produzione, trasporto e distribuzione di derrate alimentari e/o pasti finiti sia in legume fresco-caldo che refrigerato e/o surgelato con successivo rinvenimento.

L'organizzazione nello svolgimento delle sue attività persegue si prefigge di:

- Rendere servizi sempre più efficienti e di qualità per la soddisfazione dei nostri clienti.
- Garantire lo svolgimento delle attività in un'ottica di sviluppo sostenibile e compatibile con l'ambiente che le ospita: tale approccio è orientato al miglioramento continuo, attraverso il mantenimento di un giusto equilibrio tra responsabilità sociale, ambientale ed economica.
- Garantire servizi caratterizzati da un elevato grado di controllo dal punto di vista igienico e sicurezza alimentare in relazione al ruolo primario assunto dall'organizzazione all'interno della catena alimentare.
- Garantire lo svolgimento delle attività in condizioni di sicurezza per tutti i

lavoratori che operano per conto di Elior Ristorazione, attraverso una adeguata identificazione nonché l'adozione di specifiche misure di prevenzione e protezione volte a migliorare le prestazioni di sicurezza dell'organizzazione.

- Garantire lo svolgimento delle attività in condizioni di sicurezza per i clienti, per gli utenti e per i visitatori esterni attraverso la programmazione e il controllo continuo dei servizi erogati.

<http://tinyurl.com/luso7kx>

Elior Ristorazione offre i propri servizi a:

- **Scuole:** il Gruppo Elior propone servizi innovativi per bambini e ragazzi, coniugando gusto ed equilibrio, anche con formule di Ristorazione originali. Inoltre, organizza attività di Educazione Alimentare, giornate a tema e giochi che prevedono il coinvolgimento delle famiglie, del personale docente e delle Amministrazioni locali.
- **Aziende:** il Gruppo Elior offre soluzioni personalizzate partendo dall'analisi delle caratteristiche degli utenti. Il Gruppo Elior contribuisce a promuovere l'immagine di un'azienda attenta ai propri collaboratori, tramite un servizio di Ristorazione che prevede campagne informative per la promozione della Salute.
- **Sanità:** con l'ausilio del personale sanitario, il Gruppo realizza menu speciali e appetitosi, per Case di Riposo, Cliniche, Ospedali. Animazioni ed eventi speciali, non solo legati alla Ristorazione, che favoriscono la socializzazione tra gli ospiti ed un clima di convivialità. Servizi anche per il personale e i visitatori, 24 ore su 24.
- **Forze armate:** l'esperienza con Clienti come l'Arma dei Carabinieri, Marina, Aeronautica, Guardia di Finanza, Vigili del fuoco, ci consente di soddisfare ogni specifica esigenza, tenendo conto anche della molteplicità di culture, spesso presenti in questi contesti.

Inoltre Elior Ristorazione offre altri servizi come:

Banqueting: i servizi offerti comprendono:

- Banqueting e coffee break a tutti i livelli;

- Banqueting per cerimonie (matrimoni, momenti speciali) anche in ville e residenze private;
- Ristorazione ed eventi all'aperto;
- Servizio sale dirigenti e pranzi al piano.

Inoltre, per un break veloce, pratico e gustoso, si propone un servizio di Banqueting innovativo che prevede un vassoio personalizzato, servito direttamente in sala riunioni, e per chi vuole conciliare tutto ciò con il rispetto per l'ambiente, si propongono dei Banqueting Sostenibili, una gamma di menu con prodotti biologici, del territorio e di stagione, e con materiali eco-compatibili: una scelta responsabile, senza rinunciare a gusto ed eleganza.

Alcuni articoli trattati nella rivista ufficiale del Gruppo Elios, "C'è Elios", Anno IV, N°8, autunno/inverno 2012, sono:

- Il nuovo valore della Ristorazione di qualità

Negli ultimi anni, i consumatori e le Amministrazioni Pubbliche sono diventati più attenti alla sostenibilità delle aziende. Oggi, però, essere sostenibili non significa semplicemente mettere in atto dei comportamenti virtuosi ma adottare una visione politica più ampia, con lo scopo di perseguire un miglioramento continuo dei propri servizi, monitorato con indicatori misurabili e confrontabili. Il Centro Cottura del Comune di Rho, alle porte di Milano, gestito da Elios, produce circa 3000 pasti al giorno, forniti a 22 scuole materne, primarie e secondarie di primo grado, a tre asili nido ed al Centro RistorabilitàTM è stato assegnato dopo un'attenta esamina dell'organizzazione e di tutti i processi del ciclo di vita del servizio.

La struttura di Rho è stata messa in esame dal punto di vista qualitativo e quantitativo e, secondo il grado di soddisfazione di requisiti ben precisi, sono stati assegnati punteggi secondo 5 criteri:

- Responsabilità sociale: rispettare le condizioni di sicurezza e salute sul luogo di lavoro, gestire le diversità e le pari opportunità, educare e sensibilizzare verso un'alimentazione sostenibile.
- Sostenibilità ambientale: misurare, con indicatori di efficacia e efficienza, i

processi e le risorse energetiche, rispettare le biodiversità, effettuare acquisti sostenibili.

- Competitività e sostenibilità economica: dimostrare la fattibilità finanziaria e la coerenza delle scelte di investimenti, attuare sistemi di controllo e monitoraggio nella gestione delle risorse, favorire l'aggiornamento e la crescita professionale, soddisfare le esigenze dei clienti, dei partner e dei collaboratori.
- Innovazione e miglioramento: finanziare, pianificare e applicare nuovi progetti di innovazione, condividere le conoscenze apprese con clienti e partner.
- Il legame con la storia e il territorio: contribuire a conservare e valorizzare il patrimonio storico e culturale locale, a creare occupazione e opportunità di lavoro, mantenere la correttezza nei rapporti con i partner, seguendo principi di legalità e anticorruzione.

<http://tinyurl.com/lyk8g4s>

Il Centro Cottura di Rho è un esempio dell'impegno del Gruppo Elios e della stretta e proficua collaborazione con quelle Pubbliche Amministrazioni che credono sia importante investire sul territorio, per iniziare un progetto comune in grado di preservare il benessere delle generazioni presenti e future.

- Zero sprechi e più sostenibilità nei ristoranti AMSA. Limitare la produzione di rifiuti e recuperare le eccedenze alimentari, per una ristorazione più sostenibile: è l'obiettivo delle numerose iniziative di AMSA, Azienda Milanese Servizi Ambientali, messe in atto in collaborazione con Elios.

La scelta di introdurre distributori di acqua e di bevande alla spina, provenienti dal commercio equo e solidale, consente di evitare l'uso di bottiglie in PVC e lattine e permetterà una riduzione del 97% degli imballaggi di plastica e del 93% l'impatto ambientale legato al loro trasporto. Inoltre, durante il servizio di ristorazione vengono utilizzati solo posate in acciaio e piatti in ceramica mentre i bicchieri monouso sono in polilattato, un materiale totalmente biodegradabile. Un'altra scelta responsabile è quella di aderire al programma Siticibo della Fondazione Banco Alimentare ONLUS: i pasti non consumati e ancora integri

vengono donati a strutture caritative che assistono persone bisognose. In particolare, gli alimenti eccedenti, provenienti dal ristorante aziendale della sede principale di Amsa, in via Olgettina a Milano, vengono consegnati alla Comunità Residenziale Terapeutico-riabilitativa "Cascina Verde".

Elior Ristorazione: Certificazioni e Qualità

Elior garantisce i propri prodotti e la progettazione dei suoi servizi attraverso le certificazioni del Sistema di Igiene UNI 10854:1999 che assicura processi di conservazione garantiti e preparazione e distribuzione dei cibi secondo severi standard di qualità. Un impegno che va oltre le norme di legge: fra le certificazioni volontarie c'è il Sistema Qualità ISO 9001:2000, quella per il Biologico nelle unità produttive che lo prevedono, la ISO 9001:2008, la ISO 22000:2005 per la sicurezza alimentare, la ISO 22005:2008 per la rintracciabilità dei prodotti alimentari, la ISO 14001:2004 in materia di gestione ambientale e la OHSAS 18001:2007 che garantisce altissimi standard di salute e sicurezza sul lavoro.

Le certificazioni sono per Elior una sfida costante, perché una volta ottenute devono essere mantenute e riconfermate ogni anno, superando le verifiche periodiche.

Ogni tre anni, poi, ciascuna certificazione va completamente rinnovata: una conquista della qualità che tiene alto l'impegno dell'intero gruppo Elior.

Gli obiettivi fondamentali della strategia di Elior Ristorazione sono riconducibili ai seguenti aspetti:

- Soddisfare le esigenze dei propri clienti.
- Migliorare le prestazioni ambientali dell'azienda.
- Identificare, valutare, gestire e controllare i rischi per la sicurezza alimentare.
- Migliorare le prestazioni di sicurezza, controllo e riduzione dei rischi per i lavoratori.

Tali obiettivi sono perseguiti da Elior mediante il mantenimento e l'applicazione di un Sistema di Gestione Qualità Aziendale conforme alle norme ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000; ISO22005 e OHSAS 18001. Per far fronte a esigenze della clientela e mercati sempre in evoluzione, Elior riesamina costantemente le sue strategie, gli obiettivi e le strutture, li adegua e li amplia al fine di garantire la rispondenza alle norme più aggiornate e il miglioramento continuo su tutti i fronti toccati dalla gestione aziendale (siano essi sociali, ambientali, della politica del lavoro e della sicurezza, della qualità, dell'igiene e sicurezza degli alimenti, della formazione e informazione al personale e all'utenza..)

La gestione della qualità

La certificazione ISO 9001, ED. 2008: la sopravvivenza di ogni azienda inserita in un mercato concorrenziale è legata alla sua capacità di crescita. Per garantirsi una crescita importante nel medio-lungo periodo le aziende di servizi hanno a disposizione un'unica strategia: soddisfare i loro clienti.

Per raggiungere quest'obiettivo è necessario conoscere le esigenze e le aspettative dei clienti stessi e poi attrezzarsi per soddisfarle in maniera puntuale e continuativa. In questo senso è di fondamentale importanza comunicare con il cliente. Il servizio verrà così organizzato secondo le sue indicazioni, e standardizzato secondo codici organizzativi che siano in grado di garantire la soddisfazione del cliente. La presenza di un sistema di controllo della prestazione eseguita, poi, contribuirà a mantenere efficace l'organizzazione e a percepire i mutamenti nelle esigenze e nelle aspettative dei clienti in modo tale da adeguare ad esse un nuovo sistema organizzativo. Non esiste una qualità assoluta e valida per tutti, ma esistono almeno due modi di valutare la qualità di un servizio di ristorazione:

- dalla parte del produttore: **la qualità prodotta**
- dalla parte dell'utilizzatore: **la qualità percepita**

Le linee guida su cui si basa il sistema organizzativo sono:

1. Il Contratto che bisogna conoscere e rispettare;
2. Il Pasto che va garantito in termini di qualità igienica e nutrizionale e nel rispetto della normativa cogente;

3. L'Ambiente di Lavoro garantito nel rispetto delle norme di igiene, sicurezza sul lavoro ed ambientale;
4. Le modalità di svolgimento del Servizio tali da assicurare lo stile e l'immagine Elior;
5. Le Risorse Umane che occorre formare e valorizzare per meglio rispondere a esigenze di qualità sempre crescenti;
6. Il Cliente che va sempre ascoltato per individuarne le aspettative e anticiparne le richieste.

Elior Ristorazione ha scelto di certificare la qualità che produce secondo la norma UNI EN ISO 9001, ed. 2008, riguardo la preparazione, il confezionamento, la distribuzione e la somministrazione di alimenti e pasti per la ristorazione collettiva. In tale certificazione sono comprese tutte le strutture Direzionali di sede, tutte le Filiali e tutti i suoi ristoranti.

Piano di prevenzione per la sicurezza igienica degli alimenti HACCP

Elior Ristorazione ha ben presente che le cucine e gli impianti annessi devono essere ambienti igienicamente corretti, dove si svolge un'attività lavorativa volta a somministrare cibi sani, ma anche, e soprattutto, nutrienti e gustosi. Elior Ristorazione si occupa di applicare il sistema di Autocontrollo HACCP (Reg. CE 852/04) in tutte le sue realtà. Il proprio Piano di Autocontrollo prevede l'analisi dei potenziali pericoli, la definizione dei Punti Critici e le Azioni di Controllo a livello di: famiglie di derrate; metodi di conservazione; metodi di preparazione; metodi di cottura; metodi di trasporto; metodi di somministrazione; metodi di smaltimento dei rifiuti. Praticamente, in ogni ristorante gestito da Elior Ristorazione, quotidianamente sono effettuati controlli sulle seguenti operazioni:

- Ricevimento merci
- Stoccaggio e conservazione merci
- Mondatura ortofrutta
- Lavaggio ortofrutta
- Scongelamento
- Preparazione altre derrate
- Verifica presenza eventuali corpi estranei
- Cotture

- Abbattimento di temperatura
- Porzionatura/confezionamento
- Conservazione (caldo/freddo) prima della distribuzione
- Trasporto dei pasti
- Mantenimento delle temperature corrette durante la distribuzione
- Distribuzione
- Lavaggio e sanificazione di ambienti, attrezzature ed utensili
- Utilizzo di prodotti chimici
- Smaltimento rifiuti

Il sistema di autocontrollo di Elior Ristorazione è inoltre certificato secondo la norma UNI 10854:99 che verifica la corrispondenza del processo di produzione dei pasti ai dettati internazionali del Codex Alimentarius FAO ed alla legislazione europea e nazionale .

Essa si aggiunge alla normale certificazione di qualità ed entra più in profondità nel processo produttivo e verifica se procedure, processi, attività quotidiane, controlli, limiti, materie prime, fornitori, formazione e addestramento, ecc. sono, nel rispetto delle leggi, i più corretti, non solo rispetto alle procedure aziendali, ma anche rispetto ad un valore "assoluto" per il processo specifico di produzione dei pasti e per le esigenze diverse dei vari clienti di Elior Ristorazione.

La certificazione HACCP è quindi una certificazione ancor più volontaria, che Elior Ristorazione ha deciso di ottenere per poter assicurare maggiormente i propri clienti che il processo "cuore" delle attività aziendali è verificato da un ente esterno con attenzione e conoscenza specifica dello stesso.

Tutto ciò si traduce in azioni concrete:

- Favorire il risparmio energetico.
- Acquistare meglio.
- Migliorare la qualità dei rapporti con i clienti.
- Gestire con attenzione l'acqua che usiamo.
- Far conoscere agli altri il nostro mestiere.

Accanto all'ambiente, l'attenzione per gli aspetti sociali del nostro lavoro, con il coinvolgimento della Fondazione Banco Alimentare ONLUS che, attraverso il

programma nazionale SITICIBO, ridistribuisce alle strutture di carità gli alimenti non consumati nei ristoranti, o la collaborazione con associazioni territoriali che favoriscono il lavoro per categorie disagiate.

Pace, tolleranza, solidarietà ai più poveri...sono questi gli ideali che anche Eilor Ristorazione condivide con i volontari del movimento Shalom (<http://www.movimento-shalom.org>), organizzazione non lucrativa (Onlus) da anni impegnata in molteplici progetti umanitari.

Shalom opera in Burkina Faso, Uganda, Sudan, Egitto, India, Bangladesh, Brasile, Iraq, Bosnia, Jugoslavia, Romania attraverso numerose missioni umanitarie e numerosi progetti per il rilancio dell'economia dei piccoli villaggi locali, per la costruzione di scuole, ospedali, acquedotti e molto altro di cui di c'è bisogno.

In Italia i gruppi di studio (i "Cantieri della pace") e i campi estivi di lavoro sono vere e proprie palestre per la diffusione della cultura della non violenza e del rispetto.

Eilor Ristorazione sostiene attivamente tutto questo attraverso l'adozione a distanza.

Concerta

Concerta è una divisione che opera nel settore della Ristorazione Collettiva e Commerciale a 360°, concentrando la propria attività nelle Regioni del Centro-Nord Italia. Fa parte dal 2007 di uno dei più importanti gruppi mondiali, il Gruppo Eilor.

Filosofia

Cura del Cliente: la soddisfazione del Cliente è l'obiettivo dell'azienda, in ogni suo aspetto. Per questo ogni esigenza del cliente diventa spunto di innovazione.

Cura dei Prodotti: Concerta propone e commercializza esclusivamente prodotti di alta qualità per ogni segmento di mercato e si avvale di fornitori di prima scelta accuratamente selezionati

Cura delle Persone: per Concerta le persone sono il centro dell'azione. Capacità, passione, rispetto non possono mancare a chi lavora con la società.

Certificazioni

Concerta ha scelto di certificare tutte le attività aziendali (scuole, aziende, sanità sia col sistema veicolato che gestite direttamente) e l'intero processo produttivo (sviluppo ed erogazione) incluse le attività di confezionamento, trasporto e porzionamento con le seguenti certificazioni:

- CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ SERIE ISO 9001/2008
- CERTIFICAZIONE HACCP - UNI 10854
- CERTIFICAZIONE DI AZIENDA CONTROLLATA, AI SENSI DEL REGOLAMENTO CEE N°2092/1991
- CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001/2004
- CERTIFICAZIONE ISO 22000:2005

Ambiente -Qualità sicurezza ambiente

Osservare le abitudini e le necessità alimentari dei clienti, studiarne le esigenze nutrizionali e dietetiche, progettare e sviluppare sono le attività che aiutano ad erogare un servizio costantemente in linea con le esigenze di tutti. L'ufficio qualità di Concerta ha il compito di dare risposte in materia di Igiene e Sicurezza Alimentare, gestione del Sistema Qualità, Sicurezza sul Lavoro e Sistema di Gestione Ambientale. Inoltre si impegna costantemente a cercare soluzioni il più possibile equilibrate, funzionali, efficienti ed efficaci operando attraverso personale qualificato che svolge funzioni di analisi, proposta, formazione/informazione e conseguente verifica del buon funzionamento del sistema.

ECO MENSA

L'Eco Mensa Rifiuti Zero è un marchio che attesta la capacità e l'impegno di una struttura di adottare una politica di riduzione della produzione dei rifiuti e degli impatti ambientali generati da una attività di ristorazione collettiva. Concerta sostiene il progetto "ECO MENSA RIFIUTI ZERO" con l'utilizzo di facili pratiche ambientali alla portata di tutti. Una su tutte riguarda il divieto assoluto di utilizzare tutti i prodotti che NON possono essere recuperati e quindi destinati in discarica.

Materie prime biologiche

Dalla volontà di ridurre l'impatto dell'uomo sull'ambiente, nasce l'agricoltura biologica.

Un sistema agricolo in grado di sfruttare la naturale fertilità del terreno, di promuovere la biodiversità e di escludere l'utilizzo di prodotti di sintesi e di organismi geneticamente modificati. Concerta, grazie a una proficua collaborazione con le istituzioni e con i cittadini, con gli anni è riuscita a portare nelle scuole un numero sempre maggiore di prodotti biologici fino a raggiungere la quasi totalità degli ingredienti e a certificare cucine per la produzione di pasti biologici. È necessario considerare il momento del pasto fuori casa come traino nella promozione di una corretta e sana alimentazione. Ecco perché una corretta impostazione dell'integrazione dei prodotti biologici nella ristorazione collettiva acquisisce sempre maggior peso nelle abitudini alimentari e concorre a creare un sistema orientato alla qualità degli alimenti e più in generale ad un corretto stile di vita. Concerta da molti anni opera nel settore della ristorazione collettiva dove, in particolare nella Regione Emilia Romagna e Marche, si è diffuso l'utilizzo di prodotti provenienti dall'agricoltura biologica oltre ai prodotti DOP, IGP e locali.

Il desiderio di migliorare costantemente la qualità dei servizi offerti associata ad una crescente consapevolezza dei Committenti in materia, ha spinto Concerta ad affrontare esperienze estremamente stimolanti. Una di queste riguarda la collaborazione con Pro.B.E.R. (Associazione Produttori Biologici e Biodinamici dell'Emilia-Romagna) è una associazione senza fini di lucro che ha per scopo la valorizzazione della produzione, trasformazione, promozione e commercializzazione dei prodotti ottenuti nel rispetto delle norme europee sull'agricoltura biologica. Gli obiettivi dell'Associazione sono di valorizzare il prodotto e il metodo dell'agricoltura biologica e biodinamica, attraverso i servizi alle aziende associate, la ricerca e sperimentazione e la promozione dell'agricoltura biologica e dei suoi prodotti. Concerta partecipa attivamente ad un tavolo interprofessionale permanente, organizzato da Pro.B.E.R., che vede coinvolti diversi propri uffici: acquisti, qualità, sicurezza e ambiente.

La gestione dell'utente - Le cucine centralizzate

Concerta nasce storicamente dalla gestione delle cucine centralizzate ed oggi ne vanta 5 sul territorio presidiato. La cucina centralizzata ha una potenzialità

produttiva di diverse migliaia di pasti al giorno e necessita di staff produttivi composti da anche più di 100 persone, ben affiatate e ben coordinate.

I clienti serviti fanno parte delle seguenti categorie:

- refezione scolastica
- socio-sanitaria
- aziendale

Al proprio interno vanta di attrezzature e macchinari di grande pregio e costantemente sottoposti a controlli di corretto funzionamento. Inoltre dispone di spazi molto ampi che permettono una separazione dei reparti di lavorazione, celle frigorifere dedicate ad ogni tipologia di prodotto e un'area destinata esclusivamente allo stoccaggio delle materie prime.

I pasti sono prodotti secondo menù predisposti dall'ufficio dietetico della cucina, che elabora le proposte gastronomiche in funzione dell'utente e in collaborazione con i cuochi.

I pasti sono confezionati in monoporzione (piattini sigillati che contengono ogni portata) oppure in multiporzione (contenitori di acciaio o altro materiale idoneo agli alimenti che contengono più porzioni). I pasti sono distribuiti attraverso una rete di trasporti dedicata che permette la garanzia della puntualità della consegna nel rispetto dell'alta qualità del prodotto.

Le diete speciali e le allergie

Concerta fornisce diete speciali per le specifiche esigenze dei clienti, legate ad allergie e/o intolleranze alimentari, oppure per esigenze etico-religiose. Per garantire la "Sicurezza Alimentare" delle preparazioni dietetiche le cucine Concerta in cui vengono preparati i pasti, prevedono al loro interno il reparto diete . I prodotti dietetici sono scelti accuratamente dall' Ufficio Acquisti e dall'Ufficio Dietetico, previo consenso del cliente. Il personale addetto è formato ed aggiornato specificatamente sui rischi derivanti da una non corretta preparazione di una dieta oltre che sulle normali istruzioni in termine di igiene: il tutto imperniato sulla "Sicurezza Alimentare".

Gemeaz Elior

E' dal 1949 che Gemeaz Elior realizza in Italia soluzioni diversificate, tese a soddisfare tutte le diverse esigenze alimentari delle collettività.

Che si tratti di un bambino, di un anziano, di un degente, o di uno qualsiasi degli utilizzatori quotidiani, ogni cliente è rispettato e considerato affinché riconosca Gemeaz Elior come un riferimento affidabile, professionale e sensibile ai suoi bisogni ed al suo benessere psicofisico.

Gemeaz contribuisce alla cultura alimentare, ambientale ed etica d'impresa attraverso il consolidamento di una politica della qualità del prodotto/servizio sempre più attenta all'evoluzione dei modelli di consumo e dei bisogni sociali.

Per fare questo si punta sulla competenza, professionalità e senso di responsabilità di tutti i collaboratori, sulla continua ricerca e lo studio di nuove tecnologie e soluzioni innovative.

Tra gli intenti strategici Gemeaz si propone di valorizzare e promuovere ulteriormente le politiche aziendali in tema di Responsabilità Sociale d'impresa.

I settori in cui Gemeaz Elior opera sono:

- **Ristorazione aziendale**

Gemeaz Elior si propone di creare menù appetitosi e diversificati, oltre che equilibrati dal punto di vista nutrizionale, per consentire agli utenti di svolgere in piena efficienza la propria giornata lavorativa.

- **Ristorazione in ambito sanitario**

Nelle strutture sanitarie, Gemeaz Elior può occuparsi sia della ristorazione dei degenti che del personale ospedaliero, differenziando comunque l'offerta alimentare.

- **Ristorazione scolastica: *GIMMY MANGIOBENE E IL PROGETTO DI EDUCAZIONE ALIMENTARE.***

Poiché Gemeaz Elior sostiene che una corretta alimentazione del bambino rappresenta la condizione determinante per la crescita e lo sviluppo dell'individuo, essa ha messo in atto un *Programma di Educazione Alimentare* per promuovere corrette scelte alimentari dei bambini attraverso il supporto offerto agli insegnanti

e il coinvolgimento delle famiglie, con la collaborazione scientifica e la supervisione degli Enti Sanitari Pubblici e del DiSTAM (Dipartimento Scienze e Tecnologie Alimentari e Microbiologiche) Sezione Nutrizione dell'Università degli Studi di Milano.

- **Ristorazione per la terza età: Vita agli anziani**

Il progetto "**VITA agli ANNI**" è stato creato da GEMEAZ ELIOR per integrare i servizi ristorativi, offerti agli ospiti delle case di riposo, con strumenti di svago, riflessione, gioco e compagnia, anche al di fuori del momento del pasto.

Inoltre, Gemeaz Elior offre servizi di ristorazione per le caserme e gli istituti religiosi.

- **Catering: *TIRRENIA EUROCATERING***

Dalla consolidata esperienza di GEMEAZ ELIOR Srl e del Gruppo Tirrenia nasce Tirrenia Eurocatering S.p.A., che si pone come partner unico nella gestione integrata dei servizi di bordo. Sfruttando le naturali sinergie delle due aziende e in sintonia con la naturale evoluzione delle politiche di sviluppo e di ottimizzazione delle risorse, Tirrenia Eurocatering si occupa di:

- Servizio di provveditoria di bordo (fornitura delle derrate necessarie per i servizi a bordo
- delle motonavi);
- Gestione dei servizi di ristorazione;
- Servizio di cassa dei bar, ristoranti e self-service esistenti a bordo delle motonavi.

GESTIONE DEGLI APPROVVIGIONAMENTI

Per gestire gli approvvigionamenti dei prodotti alimentari deperibili, surgelati, congelati, non deperibili e non food, GEMEAZ ELIOR si avvale della centrale di acquisto Scapa Italia S.p.A, società certificata UNI EN ISO 9001, UNI 10854, UNI EN ISO 22005 (rintracciabilità), UNI EN ISO 22000 e in possesso dell' "Attestazione di idoneità di acquisto, conservazione, immagazzinamento, vendita e distribuzione di prodotti alimentari da Agricoltura Biologica", leader nella

distribuzione di alimentari e prodotti per la grande ristorazione. I punti di forza di tale scelta sono:

- L'ampiezza delle referenze: oltre 2700 sono i prodotti in catalogo;
- I volumi dei prodotti alimentari movimentati ogni giorno: vengono giornalmente consegnati 2000 quintali di prodotti;
- La selezione attenta ed accurata dei fornitori e dei prodotti;
- La definizione puntuale dei requisiti del Cliente: le specifiche merceologiche;
- La centralizzazione fisica di derrate presso il deposito centralizzato;
- La costanza della qualità e della tipologia del prodotto fornito;
- La veloce rotazione delle derrate in deposito;
- Il sofisticato sistema di consegna presso tutte le cucine in gestione, con mezzi dotati di scomparti a temperature differenziate;
- Il puntuale e rigoroso controllo dei prodotti con analisi effettuate da laboratori di analisi accreditati;
- L'attuazione rigorosa delle procedure di rintracciabilità certificate secondo la norme UNI EN ISO22005.

LE CERTIFICAZIONI AZIENDALI

GEMEAZ ELIOR S.p.A. è attualmente in possesso delle seguenti certificazioni confrontate con quanto scritto prima:

- Certificazione di conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2008 "Sistemi di gestione per la qualità"
- Certificazione di conformità alla norma UNI EN ISO 22000:2005 "Sistema di gestione per la sicurezza alimentare"
- Certificazione di conformità alla norma UNI EN ISO 22005:2007 "Sistema di rintracciabilità nelle aziende agroalimentari"
- Certificazione di conformità alla norma UNI 10854:99 "Sistema di Gestione HACCP"
- Certificazione di conformità alla norma ISO 14001:2004 "Sistemi di gestione ambientale"
- Certificazione di conformità allo standard OHSAS 18001:2007 "Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro"

- Certificazione della "gestione del servizio di ristorazione per ogni tipologia di regime dietetico alternativo e personalizzato"
- Certificazione di conformità con le Norme di Produzione Biologica del Consorzio per il Controllo Prodotti Biologici (CCPB), relativamente all'attività di "Preparazione, somministrazione e distribuzione di pietanze e piatti pronti"
- Certificazione di conformità allo standard SA 8000 "Sistemi di gestione della responsabilità sociale d'impresa"
- Certificazione di conformità alla norma[1] tecnica UNI 11034 "Servizi all'infanzia. Requisiti del servizio"

<http://gemeaz.it/le-certificazioni.php>

Il sistema di produzione e distribuzione in legume refrigerato dei pasti

GEMEAZ ELIOR è stata la prima azienda italiana a utilizzare nella ristorazione collettiva il sistema di produzione pasti in legume refrigerato, anche con l'impiego di atmosfera protettiva, utilizzando una tecnologia che consente significativi vantaggi gestionali e logistici per le aziende e gli enti clienti. In questo modo, infatti, la cottura del cibo non è vincolata dai tempi di consegna e dalle distanze da percorrere per raggiungere i terminali di distribuzione in quanto i pasti così prodotti possono essere conservati fino a 3 giorni ed a 21 giorni se confezionati in atmosfera protettiva. È quindi così possibile curarne maggiormente l'aspetto qualitativo, oltre a poter sopperire con facilità a eventuali emergenze, grazie ad una scorta di pasti sempre disponibile.

Questa tipologia di servizio viene offerta attualmente dallo stabilimento di produzione pasti di Rieti e dalla collegata S.I.A.F. S.p.a. (Servizi Integrati Area Fiorentina).

La vera innovazione è l'impiego delle atmosfere protettive, utilizzando una miscela di gas d'imballaggio inerti nel confezionamento dei pasti, know-how che rende Gemeaz Elior leader nel mercato.

I vantaggi per i clienti sono indubbi in termini logistico-organizzativi e igienico-sanitari.

La tecnologia più moderna si sposa con la qualità della cucina tipica italiana. La lavorazione e la cottura delle materie prime è effettuata secondo le metodiche tradizionali nel rigoroso rispetto delle schede tecniche messe a punto da chef qualificati. Il risultato: un prodotto di alta qualità, gradevole sia alla vista che al gusto.

La scelta di menù è estremamente vasta anche in caso di cucine di piccole dimensioni.

Il mercato sta dimostrando di apprezzare queste soluzioni e nel 2005 S.I.A.F e il Centro Cottura di Rieti hanno prodotto complessivamente, con il legume refrigerato in atmosfera protettiva, circa 2.000.000 di pasti per il segmento sanitario ed aziendale.

SIAF SPA

Costituita nel giugno 2002, S.I.A.F. S.p.A. (Servizi Integrati Area Fiorentina) è una società che propone una gestione innovativa della ristorazione per enti pubblici e aziende private. E' una società mista a prevalente capitale pubblico partecipata per il 52% dal Comune di Bagno a Ripoli (FI) e dall'Azienda Sanitaria Locale n. 10 di Firenze e per il 48% da GEMEAZ ELIOR S.p.A.

LA TECNOLOGIA

S.I.A.F. realizza i propri servizi di ristorazione con l'impiego del SISTEMA DI PRODUZIONE PASTI IN LEGAME REFRIGERATO, anche con l'impiego di atmosfere protettive.

Attualmente gestisce i presidi ospedalieri della A.S.L. 10 di Firenze, le Strutture Socio Sanitarie e le Residenze per anziani di pertinenza della stessa A.S.L., le mense del personale dei presidi ospedalieri, alcune Case di Cura Private e tutto il settore scolastico del Comune di Bagno a Ripoli servito invece in legume fresco-caldo.

GEMEAZ ELIOR ha una lunga tradizione di attenzione e sensibilità verso la Corporate Social Responsibility, distinguendosi anche in questo dalla generalità dei propri concorrenti diretti; consapevole delle importanti implicazioni che le

attività di ristorazione collettiva comportano - si pensi solamente alle fasce deboli dei propri utenti: bambini, anziani, degenti - GEMEAZ ELIOR adotta un comportamento responsabile, monitorando e rispondendo alle aspettative sociali, ambientali ed economiche di tutti i propri portatori di interessi (stakeholders).

Per GEMEAZ ELIOR è quindi di grande importanza mantenere un dialogo attivo e continuo con questi ultimi: utenti/consumatori, dipendenti, clienti, fornitori, sindacati; lo sviluppo nel tempo di relazioni positive con tali soggetti è divenuto così un valore aggiunto per l'azienda, frutto di un impegno quotidiano e credibile nonché di una precisa scelta strategica del management.

Scelta che trova riscontro concreto nelle seguenti iniziative e azioni:

- **Il codice etico di GEMEAZ ELIOR**

Il codice di comportamento aziendale di GEMEAZ ELIOR, parte integrante del modello organizzativo aziendale, raccoglie i principi e le regole di comportamento cui la società si attiene nello svolgimento della sua attività. Rappresenta quindi l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità della Società rispetto a tutti i soggetti con cui entra in relazione.

Il Codice Etico di GEMEAZ ELIOR è disponibile sia sul sito internet www.gemeazcusin.it che nella intranet aziendale; tutti i contratti di acquisto sia di beni che di servizi stipulati dall'azienda vi fanno riferimento.

- **Social accountability - SA 8000**

La decisione di intraprendere questo percorso di certificazione aziendale deriva dalla consapevolezza della centralità del patrimonio professionale delle risorse umane disponibili: rispetto dei diritti dei lavoratori, adozione di tutti gli accorgimenti per migliorare le condizioni di lavoro e la crescita professionale, garanzia di ambienti di lavoro salubri e sicuri, tutela della libertà di associazione evitando ogni forma di discriminazione, applicazione dei livelli retributivi contrattuali di categoria, integrativi provinciali e aziendali, formazione ed aggiornamento continuo.

- **Tutela ambientale**

GEMEAZ ELIOR ha un approccio socialmente responsabile anche rispetto all'ambiente. Per questo ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale, certificato secondo la norma UNI EN ISO 14001:04, strumento fondamentale per il miglioramento dell'efficienza ambientale.

<http://gemeaz.it/l-etica-dell-impresa.php>

- **Progetto SITICIBO**

GEMEAZ ELIOR è stata la prima società di ristorazione ad offrire, fin dal novembre 2003, la propria collaborazione alla Fondazione Banco Alimentare Onlus per il Progetto Siticibo. Questa importante iniziativa è finalizzata al recupero, presso alcune delle unità di ristorazione gestite da GEMEAZ ELIOR, delle eccedenze di cibo deperibile e cucinato ma non ancora distribuito e di verdura, frutta, pane e dolci confezionati, da donare a enti caritativi (comunità alloggio, centri di prima accoglienza, comunità residenziali, mense per poveri).

GEMEAZ ELIOR ha contribuito con entusiasmo a questo progetto di grande responsabilità sociale anche aiutando a definire le procedure di sicurezza alimentare, gli aspetti logistico-organizzativi e la formazione del personale addetto.

- **Banco building**

GEMEAZ CUSIN collabora con Banco Building, l'ONLUS che raccoglie dalle Aziende donazioni di beni materiali da destinare ad opere di carità e missionarie. GEMEAZ ELIOR partecipa donando attrezzature, macchinari e arredi di cucina.

- **Individuazione di nuove soluzioni** tecnologiche ed organizzative per i servizi di Ristorazione Scolastica, per la realizzazione di un sistema integrato di produzione pasti ecosostenibile e di qualità.

LA COLLABORAZIONE CON L'ASL CITTÀ DI MILANO

- Progetto di educazione alimentare per le scuole "Gimmy Mangiobene": produzione di strumenti ludico-didattici rivolti all'informazione e formazione alimentare di alunni, insegnanti e genitori.
- Progetto di educazione alimentare per gli ospiti di Residenze per Anziani "Vita agli Anni": realizzazione di un opuscolo sull'Alimentazione nella terza età.

Gruppo Pellegrini

La responsabilità sociale d'impresa è un elemento prevalente in questa azienda. Nella filosofia di Pellegrini essa consentirà di consegnare alle generazioni future un mondo migliore, assieme alla sicurezza sul lavoro, la compatibilità ambientale, la qualità del servizio erogato, l'innovazione e lo sviluppo delle nuove tecnologie.

La Pellegrini eroga i propri servizi avvalendosi di cinque divisioni che operano su tutto il territorio nazionale:

- Divisione Ristorazione
- Divisione Buoni Pasto
- Divisione Distribuzione Automatica
- Divisione Pulizie e Servizi Integrati
- Divisione Central Food (Fornitura derrate alimentari e carni fresche)

Ristorazione collettiva

La Ristorazione Aziendale è l'attività sulla quale si è costruita la sostanza e la notorietà di questa Società, ma il gruppo è presente anche con servizi rivolti a ospedali, cliniche e istituti.

La Pellegrini vanta una pluriennale esperienza nella gestione dei servizi di ristorazione nelle strutture ospedaliere, dove lo staff dietetico collabora con gli operatori sanitari per l'elaborazione di programmi nutrizionali creati ad hoc sulle esigenze del paziente. È inoltre presente all'interno di Case di Cura e di Riposo e, in collaborazione con i Comuni, garantisce a molti anziani assistiti e autosufficienti un servizio a domicilio.

La Pellegrini si dedica con esperienza e passione anche alla Ristorazione Scolastica nel lungo percorso che dall'asilo nido arriva all'Università e propone menù nutrizionalmente equilibrati che offrano il giusto apporto calorico senza dimenticare il gusto e le specifiche esigenze di salute, culturali o religiose.

Infine da molti anni, con una struttura organizzativa specialistica, la Pellegrini spa gestisce i servizi di ristorazione nelle Comunità Religiose, Istituti Religiosi, Centri Vacanze e Seminari.

L'azienda è anche presente nel settore della ristorazione commerciale con il marchio Valentina, che propone ogni giorno diversi tipi di ristorazione: cucina tradizionale, grigliaria, pizzeria, paninoteca.

Catering

Il gruppo Pellegrini si occupa di catering internazionale con la Pellegrini Catering Services di Lugano, che opera attraverso le due strutture Egypool e Pellegrini West Africa rispettivamente in Egitto (nonché in Arabia Saudita, Yemen, Algeria,

Libia) e Nigeria, Angola, Congo. Questa organizzazione di catering internazionale offre ristorazione e tutti i servizi complementari alberghieri alle industrie che operano nel mondo con comunità di tecnici e lavoratori in aree o cantieri in zone disagiate o non collegate a grandi centri abitati, per esempio nel deserto, su piattaforme petrolifere oceaniche, su navi, presso impianti di perforazione, o in centri ricreativi e villaggi turistici.

I suoi punti di forza sono:

- alta qualità del servizio e dei prodotti in qualunque condizione ambientale (come è dimostrato dalle certificazioni di qualità);
- grande attenzione alla sicurezza degli alimenti (attraverso l'applicazione dell'HACCP);
- accurata selezione dei prodotti provenienti da fornitori europei e locali, in rispetto delle leggi vigenti nei diversi Paesi;
- grande attenzione all'HSE (Health, Safety and Environment): lo staff è regolarmente sottoposto a visite mediche e vaccinazioni specifiche;
- grande attenzione all'innovazione ed alla formazione del personale, anche in rispetto delle norme HSE;
- attitudine alla rapida risoluzione dei problemi attraverso la costante connessione on-line dei supervisor di tutte le locazioni con le sedi locali e la sede operativa;
- flessibilità, per soddisfare le esigenze dei nostri clienti, in considerazione delle peculiarità dei Paesi in cui operano.

Dal 1982 Central Food è la moderna piattaforma logistica e centrale acquisti della Pellegrini spa. Essa ha in assortimento più di 2.500 derrate alimentari e oltre ad approvvigionare i propri centri di ristorazione presenti sul territorio nazionale, rifornisce 1.000 altri Clienti, in gran parte Enti Religiosi. Il 75% dei prodotti acquistati transita da Central Food mentre il restante 25% viene acquistato localmente nell'ottica del rispetto della cultura gastronomica del luogo e della massima freschezza dei prodotti.

Central Food ricerca e seleziona con metodologie rigorose i fornitori, attualmente più di 1.000, affinché i processi produttivi ed i relativi prodotti rispondano a precisi

standard qualitativi. Il Buyer, supportato dal Controllo Qualità, in sede di valutazione di un nuovo fornitore ne visita lo stabilimento produttivo approfondendo l'intero ciclo di vita del prodotto e i nuovi prodotti sono sottoposti alle verifiche sistematiche del Controllo Qualità, alle quali seguono accurati "test" svolti da una equipe composta da nostri Cuochi. Central Food vanta un Controllo di Qualità strutturato internamente con specialisti in tecnologia alimentare ed esternamente con laboratori accreditati ACCREDIA - riconosciuti dal Ministero della Salute - e con l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia Romagna.

Ciò consente di sottoporre i processi e i prodotti ad un controllo continuo, sistematico e costante secondo un piano analitico approvato e sottoposto alle verifiche da parte dell'ASL di competenza.

Central Food ha adottato nel tempo una serie di sistemi di certificazione volontari. Attualmente dispone delle seguenti attestazioni:

- ISO 9001:2008;
- UNI 10854 (HACCP);
- SA8000:2008 (Responsabilità Sociale);
- ISO 22000:2005;
- ISO 22005:2008 (Rintracciabilità nelle filiere agroalimentari);
- IFS (International Food Standard);
- OHSAS18001:2007;
- Biologico Reg CE 834/2007 e CE 889/08.

La Pellegrini è da sempre tesa all'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse energetiche per uno sviluppo sostenibile dal punto di vista ambientale; in tale ambito spicca il progetto di installazione di un impianto fotovoltaico di 750 kWp su 9000 mq di superficie coperta presso la piattaforma logistica Central Food di Peschiera Borromeo. Grazie a questo impianto, entrato in esercizio il 22 agosto 2012, verranno prodotti 800.000 kWh/anno di energia elettrica per autoconsumo, permettendo una riduzione di emissioni di CO2 in ambiente pari a 450 tonnellate/anno.

La Pellegrini spa può vantare i seguenti risultati in tema di sostenibilità

ambientale: l'adozione di parco autoveicoli aziendali di moderna concezione e nel rispetto della normativa sull'ambiente; l'implementazione di un sistema di raccolta differenziata della carta nella sede amministrativa dell'Azienda; l'ottimizzazione dei trasporti su gomma delle derrate alimentari; l'implementazione di un progetto di dematerializzazione dei supporti cartacei (-26% = 10000 kg anno di carta utilizzata in meno).

L'impegno dell'azienda è volto ora a raggiungere nuovi obiettivi:

1. Ottimizzazione dei processi aziendali nell'ottica di riduzione delle inefficienze e sprechi di risorse, tramite la certificazione UNI EN ISO 9001:2008;
2. Corretta gestione delle risorse forestali tramite l'ottenimento della certificazione FSC da parte della Divisione Buoni Pasto;
3. Adesione dei principi della norma OHSAS 18001;
4. Utilizzo di prodotti alimentari ecosostenibili dimostrato dall'ottenimento della certificazione BIO per la Divisione Ristorazione e Divisione Central Food;

Gruppo Sodexo

Sodexo è stata fondata nel 1966 da Pierre Bellon a Marsiglia ed è oggi il leader mondiale nelle soluzioni per la Qualità della Vita. Il Gruppo opera in 80 Paesi con 420.000 collaboratori che condividono la stessa passione per il servizio. L'idea di fondo del Gruppo è che la qualità della vita contribuisca al benessere e alla motivazione delle persone e sia fonte di performance per le aziende e le istituzioni. Sodexo propone ai suoi clienti un'ampia gamma di soluzioni di Servizi On-site che vanno dalla gestione degli spazi alla security, dalla ristorazione alla reception, dal giardinaggio alla manutenzione delle attrezzature medicali e delle strumentazioni di laboratorio. I servizi di ristorazione offerti si articolano in una ampia gamma di soluzioni rivolte a scuole, strutture sanitarie e aziende. Nelle scuole di infanzia, primarie e secondarie l'azienda si impegna a favorire corretti stili di vita, fornendo un servizio di ristorazione specificamente rivolto a bambini e ragazzi attraverso soluzioni adeguate alle loro esigenze. Sodexo ha elaborato in questo ambito alcune iniziative come "Le giornate del gusto", "Le occasioni per gustare", "Il gusto di fare" in cui i bambini vengono coinvolti in prima persona. Sodexo è presente

anche nelle strutture ospedaliere per organizzare e fornire tutti i servizi alberghieri al fine di migliorare la quotidianità dei degenti, degli operatori sanitari e dei visitatori. Il risultato della Ospitalità Globale Sodexo è una migliore Qualità della Vita anche in un momento difficile come quello dell'ospedalizzazione. “La nostra vocazione e la nostra visione del mondo mostrano la forte dimensione sociale della nostra azienda. Siamo quindi impegnati in diversi ambiti e con vari piani d'azione per lo sviluppo sostenibile”. Il Better Tomorrow Plan è il piano di Sodexo per lo Sviluppo sostenibile e si articola intorno a tre pilastri:

- “We are”, ovvero i fondamentali che fanno di Sodexo un'azienda riconosciuta e premiata per la sua responsabilità sociale;
- “We do”, ovvero gli obiettivi, suddivisi in tre priorità e quattordici impegni;
- “We engage”, ovvero il dialogo e le azioni condivise con i nostri stakeholders.

“We do” si articola in tre priorità: nutrizione, salute e benessere; sviluppo delle comunità locali; ambiente. Nell'ambito di queste tre priorità, sono stati identificati quattordici impegni precisi.

Nutrizione, salute, benessere

- Sviluppare e promuovere soluzioni per la salute e il benessere per i clienti, consumatori e collaboratori.
- Proporre e assicurare la promozione di scelte alimentari varie ed equilibrate, formare il personale e informare i consumatori.
- Favorire la riduzione dei consumi di zucchero, sale e grassi.

Sviluppo delle comunità locali

- Combattere la fame e la malnutrizione attraverso il Programma Stop Hunger, che prevede l'incoraggiamento del volontariato, la condivisione delle competenze, la raccolta di derrate alimentari e di attrezzature, la raccolta di fondi.
- Sostenere lo sviluppo delle comunità locali sia condividendo le conoscenze e l'esperienza per professionalizzare i partner locali, sia accrescendo gli sbocchi commerciali, le possibilità d'impiego per la popolazione locale, e inoltre sostenendo le iniziative sociali in seno

alle comunità.

- Aumentare gli approvvigionamenti provenienti dal commercio equo e certificati come tali.

Ambiente

- Assicurare la conformità degli approvvigionamenti al Codice di Condotta del Gruppo, relativo alla fornitura sostenibile.
- Aumentare tra le referenze i prodotti locali, di stagione o provenienti da un'agricoltura sostenibile.
- Accrescere tra le referenze prodotti del mare provenienti da filiere sostenibili.
- Incrementare tra le referenze attrezzature e forniture provenienti da filiere sostenibili.
- Ridurre l'impronta ecologica adottando comportamenti rispettosi dell'ambiente.
- Ridurre il consumo d'acqua.
- Ridurre gli scarti organici e sostenere le iniziative in favore del riciclo di tali rifiuti.
- Ridurre gli scarti non organici e sostenere le iniziative in favore del riciclo di tali rifiuti.

Sodexo è stata nominata, per il nono anno consecutivo, leader mondiale per la sostenibilità sociale, ambientale ed economica nel suo settore di attività dal Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI). La classifica annuale del DJSI nasce da un'approfondita analisi delle performance economiche, ambientali e sociali delle aziende coinvolte e dalla valutazione di diversi criteri, tra cui la corporate governance, la gestione dei rischi, la strategia di sviluppo sostenibile, la politica e i sistemi di gestione ambientale, gli standard della catena di approvvigionamento e le condizioni di lavoro. Nel 2013, tra i principali riconoscimenti in tema di responsabilità sociale, Sodexo ha ricevuto il premio "Gold Class" per lo sviluppo sostenibile nel suo settore di attività, assegnato da RobecoSAM in occasione del Forum Economico Mondiale 2013 a Davos. Inoltre, l'impegno e le continue azioni a favore della diversità, pilastro della politica di Risorse Umane di Sodexo, le hanno permesso di ricevere il riconoscimento di DiversityInc e i progressi realizzati sulla catena di approvvigionamento nell'ambito della produzione

sostenibile dei prodotti marittimi hanno consentito a Sodexo di ottenere la certificazione a livello mondiale del “Marine Stewardship Council”.

Si riportano di seguito un elenco dei riconoscimenti e delle certificazioni ottenute a livello internazionale:

- Certificazione ISO 14001 in 16 Paesi (tra cui l’Italia);
- classificazione negli Indici di Borsa che misurano gli standard relativi alla responsabilità sociale e ambientale: Dow Jones Sustainability World Index (in cui dal 2005 sono leader mondiale di settore) e Dow Jones Stoxx Sustainability Index (dal 2005), Aspi Eurozone, FTSE4Good Series, SAM Group, IAOP (quarto posto tra le aziende di servizi), Ecpi Ethical Index Euro (dal 2008), Bitc Business in the Community Corporate Responsibility Index (dal 2007).
- Numero uno nel DiversityInc Top 50 Companies for Diversity list 2010, quinti nel mondo al 7° Annual 2010 Innovations in Diversity Awards con Swift (Sodexo Women’s International Forum for Talent), pieno punteggio (100/100) di Human Rights Campaign 2010, premio Ethisphere 2009, finalisti ad Out and Equal negli Stati Uniti per il miglior network di dipendenti GLBT.

Concentrando l’attenzione sulle politiche di Supply Chain adottate da Sodexo, dai Principi Etici del Gruppo emergono due impegni fondamentali che l’azienda si assume nell’ambito della gestione dei fornitori:

1. Sodexo si impegna a condurre una politica degli acquisti che garantisce l’origine dei prodotti che utilizza. Sodexo dà una grande importanza al mantenere rapporti commerciali equilibrati e duraturi con i propri fornitori e dedica grande attenzione alla selezione dei propri partner, che sceglie tenendo conto di ben definiti standard qualitativi e quantitativi ma anche dei valori etici che gli sono propri. L’indicatore utilizzato per misurare questo impegno è la quota di acquisti di prodotti referenziati.
2. Sodexo si impegna a promuovere i propri valori di sviluppo sostenibile presso i propri fornitori. Nell’ottica di relazioni durature, il Gruppo richiede ai propri fornitori di impegnarsi al suo fianco sulla strada dello sviluppo sostenibile, rispettando in particolare i principi definiti dall’Organizzazione Internazionale del Lavoro. L’indicatore utilizzato è la quota di acquisti

effettuati presso fornitori referenziati. In Francia, per assicurare la qualità e la tracciabilità dei propri approvvigionamenti, Sodexo esige dai propri fornitori, in ogni filiera agroalimentare, l'applicazione di una politica di qualità molto rigorosa, formalizzata da un capitolato. Il sistema di tracciabilità permette di individuare, a valle, tutti i prodotti consegnati in qualunque unità. Questo sistema permette anche di controllare le consegne, di effettuare registrazioni di temperatura e prelievi sistematici. Negli Stati Uniti, Sodexo è intervenuta in un conflitto che opponeva da tempo uno dei suoi fornitori ai propri braccianti che giudicavano il loro stipendio troppo basso e si lamentavano delle pessime condizioni di lavoro. Sodexo ha chiesto al suo fornitore di risolvere al più presto questa crisi, pena la risoluzione del contratto. Dopo qualche settimana, le due parti aprivano i negoziati per mettere fine al conflitto. Per rafforzare ulteriormente il suo impegno etico in favore delle persone e dell'ambiente, Sodexo chiede ai propri fornitori di impegnarsi a lavorare con loro per raggiungere gli obiettivi in questi campi. Insieme alle attività di business, il Gruppo lavora per sviluppare relazioni durevoli e basate sulla fiducia con tutti i suoi fornitori, per garantire la qualità dei prodotti lungo tutta la catena logistica. Inoltre, si chiede che i fornitori adottino una politica di sviluppo sostenibile analoga a quella di Sodexo e che incoraggino a loro volta i propri fornitori a fare altrettanto. E' stata messa a punto una politica di gestione degli acquisti Gruppo che formalizza i principi che dovranno essere seguiti da tutte le Direzioni Acquisti di ogni Paese e viene inoltre adottato un Codice di comportamento dei fornitori a livello di Gruppo, basato sulle norme della Organizzazione Internazionale del Lavoro.

In conclusione, all'interno del Codice Etico del Gruppo si afferma: "I collaboratori coinvolti in processi operativi che possono avere ripercussioni ambientali devono svolgere il proprio lavoro in modo coscienzioso e nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti. Sodexo si attiene inoltre a quanto prescritto dalla normativa nazionale ed europea in materia di igiene degli alimenti. Tutti i collaboratori coinvolti nei processi operativi di conservazione, preparazione, trasporto e stoccaggio degli alimenti, nonché nei processi di controllo degli stessi, devono

attenersi scrupolosamente a quanto stabilito dalle vigenti disposizioni aziendali e, in ogni caso, alla legislazione in vigore, al fine di garantire la sicurezza e la salute in materia alimentare”.

”Sodexo Italia, pienamente consapevole delle proprie responsabilità in tema di difesa e promozione della salute pubblica, ha esplicitato gli impegni che la Società intende darsi su tali temi all’interno della Carta di Impegni per la Sicurezza Alimentare. In particolare, Sodexo considera la sicurezza alimentare e le politiche per garantirla un tema permanente di lavoro e di ricerca nel quale opera assieme a tutto il gruppo Sodexo nel mondo”.

”Il personale opera in ogni fase del ciclo di produzione (ricevimento e stoccaggio merci, lavorazione degli alimenti, trasporto e servizio) secondo le procedure aziendali definite dalle Norme di Buona Fabbricazione Sodexo e dal Manuale di Corretta Prassi Igienica Sodexo. Tutte le unità organizzative applicano il proprio Piano di autocontrollo Haccp definito secondo le linee-guida del Manuale, adattato alle particolari caratteristiche di ciascuna Unità. Tutti gli addetti Sodexo sono formati su questi temi e, periodicamente, sono predisposti piani di aggiornamento per il personale”.

Serenissima

Nato a Vicenza a metà degli anni '80, il Gruppo Serenissima Ristorazione è oggi una delle realtà italiane più importanti nel campo della ristorazione commerciale e collettiva, con una produzione di 200.000 pasti al giorno, 13 società collegate, più 5.000 dipendenti e un fatturato consolidato di oltre 250 milioni di Euro.

L’offerta si applica a tutti i segmenti della ristorazione: ristorazione sociosanitaria e scolastica, ristorazione aziendale; per istituti religiosi e per la terza età; bar, self service, ristoranti alla carta; fornitura e distribuzione di prodotti alimentari e ortofruttili freschi; vending, catering e banqueting.

Lo staff è in grado di elaborare forniture di servizi su misura e di offrire soluzioni progettuali personalizzate studiate secondo esigenze specifiche. Questa capacità di adattarsi alla realtà del cliente si attua grazie alla diversificazione in attività complementari che, facendo capo ad un unico interlocutore, consentono una maggiore snellezza amministrativa. Ogni anno il gruppo investe molto in formazione ed aggiornamento sul personale.

La flessibilità dell'offerta e la lungimiranza con la quale Serenissima si è sempre orientata nel mercato ha fatto sì che mantenesse un trend in costante crescita, che rispecchia la fiducia che i clienti ripongono in Serenissima e nel servizio.

Ristorazione Socio-sanitaria

La ristorazione sociosanitaria è una sfida nella quale il Gruppo Serenissima investe da sempre grandi energie.

Serenissima è in grado di studiare un servizio ad hoc per ogni tipo di utenza. Si parte dalla fornitura e preparazione di pasti sia per i degenti che per il personale ospedaliero: ogni menù è studiato da dietisti in sinergia con lo staff medico, in modo che vengano tenute in considerazione e soddisfatte non solo le esigenze di digeribilità, ma anche le richieste nutrizionali legate alle diverse patologie, il gusto e la consistenza dei cibi. Le linee di produzione utilizzano altissime tecnologie che garantiscono un controllo igienico del prodotto in ogni fase. Efficienza e qualità sono garantite da scrupolosi controlli e monitoraggi in ogni singola fase produttiva. Il

Da non sottovalutare la fornitura e riqualificazione del personale che opererà all'interno della struttura: i dipendenti delle case di cura e degli ospedali vengono aggiornati su normative, processi e nuove competenze, per garantire sempre il miglior servizio possibile.

Un'offerta completa e soprattutto costruita su misura, per garantire la massima affidabilità del servizio e l'aderenza alle diverse esigenze.

Ristorazione Scolastica

L'attenzione, la cura e la scrupolosità con le quali il Gruppo Serenissima lavora lo hanno reso una delle realtà più importanti nella ristorazione scolastica. Un servizio basato su qualità ed affidabilità, ma anche sulla collaborazione tra operatori, educatori e genitori.

La salute e una crescita corretta si basano su un'alimentazione equilibrata e varia: per questo il team di dietisti Serenissima pianifica il programma alimentare per l'intero anno scolastico, creando diete mirate per le allergie, le intolleranze alimentari, la celiachia. Ogni menù è predisposto in linea con le tabelle dietetiche riferite alle varie fasce d'età, dal nido, alla scuola dell'infanzia, fino alle elementari

e medie. I piatti preparati devono essere semplici, saporiti e nutrienti. I bambini vengono coinvolti nell'educazione al gusto tramite il riconoscimento di sapori e colori dei cibi. Frutta e verdura vengono consumate rispettandone la stagionalità e provengono da agricolture biologiche certificate.

Per offrire soluzioni su misura alle scuole, Serenissima è in grado di realizzare centri cottura all'avanguardia, in linea con le esigenze di ogni struttura. Gli impianti già esistenti servono decine di migliaia di pasti al giorno, le cucine utilizzano i sistemi di produzione più innovativi, lavorando su linee di prodotto differenti a seconda della destinazione dei pasti. Il Gruppo Serenissima offre la consulenza gratuita del proprio ufficio tecnico per la realizzazione di strutture, anche in loco, che rappresentino la risposta per le esigenze delle scuole.

Ristorazione Aziendale

Altissima qualità, puntualità nella consegna dei pasti e flessibilità dell'offerta sono i punti di forza del Gruppo Serenissima. I menù per la ristorazione aziendale si basano su schemi nutrizionali attenti alla salute non meno che al gusto, con piatti equilibrati che variano a seconda della stagionalità dei prodotti e delle tradizioni culinarie. Anche nel settore aziendale la ristorazione proposta da Serenissima è caratterizzata dalla flessibilità dell'offerta e delle soluzioni proposte.

I pasti possono essere forniti tramite i centri cottura Serenissima, che garantiscono la consegna in brevissimo tempo in modo da non alterarne le proprietà nutritive. Se invece l'azienda ha bisogno di una cucina in sede, i tecnici della Serenissima possono studiare gratuitamente una proposta progettuale per un centro cottura che soddisfi ogni esigenza.

Ristorazione Commerciale

Punti ristoro, selfservice, ristoranti alla carta e bar all'interno di stazioni ferroviarie, aeroporti, ospedali e villaggi turistici sono solo alcune delle attività della divisione commerciale del Gruppo Serenissima.

Il Gruppo Serenissima vanta alcune prestigiose referenze nel settore.

Da qualche anno gestisce tutti i punti ristoro presenti nel Villaggio Vacanze Marzotto di Jesolo. Un impegno importante reso possibile grazie alla collaborazione con la Fondazione Marzotto. Grazie ad un innovativo accordo di

gestione, il Gruppo potrà inoltre utilizzare le cucine del villaggio per la produzione di pasti veicolata per clienti esterni: un brillante esempio di project financing applicato al settore commerciale.

Ristorazione per Istituti Religiosi

La ristorazione per istituti religiosi richiede specifiche capacità e competenze, e una particolare sensibilità nei confronti delle esigenze dell'utente.

Serenissima provvede alla fornitura di pasti alle mense tramite centri cottura o tramite gestione diretta; può offrire distributori automatici in comodato d'uso gratuito e, su richiesta, il servizio pulizia, lavanderia, centralino, guardaroba, portineria e manutenzione del verde.

Serenissima garantisce inoltre la formazione, riqualificazione ed assunzione del personale eventualmente già dipendente dall'istituto ecclesiastico stesso.

Nel caso in cui se ne rilevasse il bisogno, lo studio tecnico interno può provvedere alla ristrutturazione dei locali, completamente a carico di Serenissima, per adeguarli alla vigente normativa sulla sicurezza.

Società di ristorazione collettiva

Le principali società del Gruppo operanti nel settore specifico della ristorazione collettiva e commerciale sono:

Serenissima Ristorazione: la capogruppo di Vicenza, attiva in tutti i segmenti della ristorazione commerciale e collettiva da più di 25 anni.

Master Center: ristorazione scolastica, sociosanitaria e aziendale nell'area della provincia di Bologna.

Vegra Camin: ristorazione aziendale e scolastica. Gestisce il moderno centro cottura a Legnaro, in provincia di Padova, che fornisce complessivamente 5.000 pasti al giorno a scuole e aziende nel territorio di Padova e Venezia.

Il Gruppo Serenissima estende il proprio business anche a livello europeo, grazie alle controllate in Spagna - Serenissima Iberia e La Unica/Dujonka - e in Polonia - Serenissima Polska. Entrambe le società si occupano di ristorazione sia commerciale che collettiva.

Tutte le aziende operano nel totale rispetto dei valori e della mission del Gruppo Serenissima Ristorazione: organizzazione, efficienza, flessibilità, sicurezza, qualità.

Rossi Catering

Rossi Catering è la società del Gruppo Serenissima specializzata nella distribuzione alimentare di prodotti alimentari freschi e semifreschi: dal 1992 al servizio della ristorazione.

Rossi Catering è inoltre la piattaforma logistica del Gruppo Serenissima. Affidabilità e provata esperienza acquisita negli anni garantiscono un'organizzazione di vendita precisa e puntuale.

Una vasta scelta di articoli consegnati con mezzi perfettamente adeguati, refrigerati e dotati di comparti per le derrate surgelate.

Qualità e sicurezza garantite: partendo dall'attenzione verso la scelta dei fornitori e la monitorizzazione delle loro prestazioni, Rossi Catering effettua accurati controlli ispettivi microbiologici analitici e chimici, realizzati in collaborazione con laboratori accreditati ACCREDIA e riconosciuti dal Ministero della Salute.

La società attua inoltre un Sistema di Gestione per la Qualità aderente ai dettami della norma UNI EN ISO 9001:08 e ha adottato un sistema di autocontrollo per il rispetto delle norme igienico sanitarie che segue il metodo HACCP (analisi dei rischi e dei punti critici), ottenendo la certificazione UNI 10854:99.

F.F.F. alimentari e ortofrutticoli freschi

F.F.F. è la società del Gruppo Serenissima che si occupa della fornitura di alimentari e ortofrutticoli freschi.

Un magazzino dotato di un impianto di refrigerazione, di una di stoccaggio e di una sala di maturazione frutta; una sala climatizzata a temperatura controllata, un sistema di tele-assistenza che ci permette di controllare gli impianti sia in remoto che in loco.

Grazie a queste tecnologie F.F.F. garantisce la sicurezza degli alimenti attraverso la visione costante e completa dell'impianto stesso.

Capacità organizzativa, celerità del servizio di distribuzione e flessibilità contraddistinguono F.F.F. e la sua vasta offerta: prodotti ortofrutticoli tradizionali e biologici, senza limitazioni di quantità.

F.F.F. dispone anche di una "quarta gamma" di frutta e verdura già lavate e confezionate in monoporzioni pronte all'uso, che fornisce direttamente a tutte le società del Gruppo Serenissima.

F.F.F. è certificata per il Sistema di Gestione per la Qualità UNI EN ISO 9001:08 e per il Sistema HACCP UNI 10854:99.

Ristovending: distributori automatici e aree ristoro

Ristovending è la società del Gruppo Serenissima Ristorazione specializzata nella gestione di aree di ristoro e distributori automatici per prodotti alimentari.

Partner ideali per aziende, enti, comunità, centri servizi, locali pubblici e tutte quelle realtà che vogliono offrire ai propri clienti un servizio di ristoro senza sobbarcarsi i relativi costi di gestione, Ristovending offre assistenza per la scelta dei distributori più adatti alle varie necessità.

La fornitura e la gestione dei distributori è in comodato gratuito e il servizio di rifornimento periodico è puntuale e completo. Le bevande e gli alimenti proposti sono forniti da marchi primari scelti dopo attente verifiche ed i prodotti sono tutti OGM free.

Ristovending offre le migliori macchine, scelte fra le più importanti case produttrici italiane ed estere aderenti ai più alti standard di affidabilità e solidità.

Ristovending è certificata per il Sistema di Gestione per la Qualità UNI EN ISO 9001:08 e per il Sistema HACCP UNI 10854:99.

INNOVAZIONE

Soluzioni Progettuali

La solidità e la forza del Gruppo Serenissima Ristorazione si misurano nella capacità di pensare e realizzare soluzioni progettuali su misura che comportano grandi investimenti non solo economici ma anche di risorse, capacità ed esperienza.

Un esempio sono i grandi centri cottura realizzati in project financing e gestiti dalla Serenissima. Produzione, fornitura, trasporto dei pasti e tutti i servizi correlati al centro hanno un unico interlocutore: questo permette alla Serenissima di gestire e controllare efficientemente ogni processo, garantendo qualità e sicurezza.

Ultima realizzazione e fiore all'occhiello del Gruppo è il centro cottura realizzato a Boara Pisani (PD) e inaugurato a novembre 2009.

Un investimento di 20 milioni di euro, 8.500 mq di superficie totale, una capacità produttiva di più di 30.000 pasti al giorno e un impiego a pieno regime di 250-300 operatori. Uno dei centri cottura più grandi e tecnologicamente avanzati d'Europa, dedicato allo sviluppo dei pasti con il legume refrigerato secondo la tecnica del Cook&Chill.

L'impianto produttivo di Boara è stato pensato e costruito nel massimo rispetto e con la massima attenzione per l'impatto ambientale e l'ottimizzazione energetica: basti pensare che l'elettricità prodotta dall'impianto di cogenerazione è pari al 65% del fabbisogno complessivo del centro.

Nel settembre 2004 Serenissima Ristorazione ha invece inaugurato il Centro Cottura Comunale "Bivio Vela" a Pavia: un innovativo esempio di project financing, realizzato in collaborazione con l'amministrazione comunale di Pavia. In 18 mesi la Serenissima ha realizzato un centro in grado di fornire 10.000 pasti al giorno, che serve i pasti a tutte le scuole pubbliche ed alle mense statali della provincia di Pavia. Il centro del Bivio Vela lavora a pieno regime; i vantaggi offerti dalla gestione sono molteplici.

Questi importanti progetti coinvolgono il team Serenissima nella sua interezza: tecnici, management, operatori, uniti nel creare strutture tra le più moderne e all'avanguardia d'Italia, sia dal punto di vista igienico-sanitario, sia da quello della razionalità produttiva e degli impianti tecnologici.

Il Cook-and-Chill (C&C)

Il Gruppo Serenissima, con l'obiettivo di fornire un pasto sicuro sotto il profilo igienico - sanitario, di buon livello qualitativo e con un'ampia differenziazione delle diete ha scelto di adottare, ove richiesto, la tecnica di produzione dei pasti in legume freddo, chiamata "cook and chill". Essa è già in uso da diversi anni nella ristorazione sia collettiva che ospedaliera di Stati Uniti, Canada, Francia, Germania e Regno Unito.

Il C&C, organizzato in sistema modulare, divide le fasi della produzione e della conservazione da quelle della distribuzione e del consumo. Questo garantisce una

migliore preparazione dei pasti dal punto di vista nutrizionale, organolettico, microbiologico nonché dal punto di vista organizzativo.

La prima e fondamentale condizione necessaria è la qualità delle materie prime utilizzate, che deve essere eccellente.

Lo stoccaggio delle materie prime e la preparazione devono essere eseguiti in ambienti igienicamente idonei, a temperature e con modalità di gestione corrette, in relazione al tipo di derrata, ai tempi di lavorazione, agli eventuali tempi di attesa.

Alla fine della cottura gli alimenti, mediante l'utilizzo di appositi macchinari "abbattitori" di temperatura, vengono portati, entro 90 minuti, tra 0° e +3°.

Lo stoccaggio dei prodotti finiti è effettuato in celle dove la temperatura viene monitorata continuamente.

Dal centro cottura e stoccaggio i pasti, accompagnati da un documento di trasporto e di consegna, escono confezionati in vassoi personalizzati o in contenitori multiporzione.

I vassoi personalizzati o i contenitori multiporzione, collocati in appositi carrelli, vengono infine riportati alla temperatura di consumo e consegnati ai degenti direttamente in reparto.

Una tecnica innovativa che il Gruppo Serenissima è in grado di gestire proprio grazie ad una efficiente organizzazione interna ed al supporto dei propri centri cottura all'avanguardia.

LE CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ

In Serenissima Ristorazione l'attenzione alla sicurezza e il rispetto per l'ambiente sono di basilare importanza.

Già dal 1998 Serenissima Ristorazione ha aderito alla norma UNI EN ISO 9001, ottenendo la Certificazione del Sistema di Gestione per la Qualità Aziendale, erogata da un Ente accreditato che verifica periodicamente la qualità del servizio presso le strutture. Recentemente la certificazione è stata aggiornata secondo la norma UNI EN ISO 9001:08 Sistema di Gestione Qualità.

Nel 2012 la società ha ottenuto la certificazione OHSAS 18001:2007 Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro.

Serenissima Ristorazione ha adottato un sistema di autocontrollo per il rispetto delle norme igienico sanitarie che segue il metodo HACCP (analisi dei rischi e dei punti critici di controllo), ottenendo la certificazione UNI 10854:99 Linee Guida sul Sistema HACCP, al fine di garantire che i livelli di sicurezza richiesti nella manipolazione degli alimenti siano rispettati in tutti i centri di cottura.

La Serenissima Ristorazione è inoltre certificata UNI EN ISO 22000:05 per la Sicurezza Alimentare e UNI EN ISO 22005 per la Rintracciabilità dei pasti e delle diete sia con modalità in legume fresco/caldo che in cook and chill.

La Serenissima Ristorazione ha certificato un processo di produzione che permette una corretta integrazione tra i siti produttivi e l'ambiente circostante, ottenendo per questo la certificazione UNI EN ISO 14001:04 Sistema di Gestione Ambientale: questo per prevenire l'inquinamento, favorire il riciclo dei materiali e minimizzare il consumo di energia.

Dal Luglio 2010, Serenissima Ristorazione è stata inclusa nel Repertorio delle Imprese impegnate nella Responsabilità Sociale conseguendo la certificazione secondo lo standard SA 8000.

4. IL CODICE ETICO

In Serenissima credono nell'importanza dei principi etici, nella dedizione, nella costanza e nella professionalità con cui li esprimono, perché sanno che queste sono le basi sulle quali è stato costruito il successo.

L'adozione di questo Codice Etico è espressione di un contesto aziendale che si pone come obiettivo primario quello di soddisfare, nel migliore dei modi, le necessità e le aspettative dei clienti e degli interlocutori attraverso la qualità, la flessibilità e l'efficienza, quali ingredienti fondamentali del lavoro.

Il Codice Etico non vuole essere solo una semplice enunciazione di regole e di modelli teorici, ma un vero e proprio strumento di lavoro, un punto di riferimento concreto per tutti gli interlocutori.

PROTEZIONE DELL'UTENTE E DELL'AMBIENTE

SICUREZZA ALIMENTARE

In considerazione del fatto che l'utente finale del servizio di ristorazione erogato dalla Serenissima Ristorazione è, nella maggior parte dei casi, un soggetto

altamente suscettibile alle pur minime contaminazioni degli alimenti, rimane quale primo obiettivo dell'azienda la prevenzione dei pericoli di ordine igienico sanitario attraverso la sistematica attuazione ed aggiornamento del sistema di sicurezza alimentare.

In tale prospettiva Serenissima Ristorazione ritiene indispensabile per il raggiungimento di questo primario obiettivo la:

- Costituzione di un TEAM per la Sicurezza Alimentare che implementi e mantenga aggiornato il Sistema medesimo;
- Condivisione dell'etica aziendale con tutti gli operatori coinvolti nel processo produttivo, attraverso l'attivo coinvolgimento nelle problematiche connesse con la loro specifica attività;
- Conoscenza e rispetto della normativa cogente applicabile al settore;
- Continua ricerca di obiettivi mirati e misurabili, periodicamente monitorati e ridefiniti al fine di accrescere lo standard igienico attraverso il miglioramento continuo delle proprie prestazioni;
- Miglioramento continuo delle condizioni igieniche attraverso il continuo ammodernamento degli ambienti di lavoro e delle attrezzature/apparecchiature utilizzate per la produzione;
- Investimento nella ricerca di nuovi prodotti alimentari, materiali per l'imballo e tecniche di produzione rivolgendo la massima attenzione alle fasce di popolazione più sensibili;
- Formazione e sensibilizzazione del personale, a prevenire qualsiasi forma di inquinamento (gigenico sanitario).

Creazione di partnership con i propri fornitori di derrate - attrezzature e servizi affinché entrambi possano avere beneficio dall'esaustiva applicazione del Sistema di Sicurezza Alimentare.

AMBIENTE

La Serenissima Ristorazione spa riconosce, nella gestione dell'ambiente e della sicurezza e salute sul luogo di lavoro (SSL) una delle più importanti priorità aziendali, e pertanto stabilisce politiche, programmi e procedure per svolgere le

attività in modo ecologicamente corretto e nel rispetto dell'integrità fisica e morale dei lavoratori.

La Serenissima Ristorazione spa, in pieno accordo con i principi della norma ISO 14001, si pone come obiettivo di:

- Rispettare ed applicare tutte le leggi ed i regolamenti cogenti applicabili;
- Migliorare continuamente le politiche, i programmi, ed il comportamento ambientale e della SSL dell'azienda, tenendo conto del progresso tecnologico, della conoscenza scientifica, delle esigenze dei consumatori e delle aspettative della collettività, considerando come punto di partenza il rispetto delle normative cogenti;
- Divulgare la politica ambientale e della SSL attraverso l'informazione, la formazione la consultazione ed il coinvolgimento dei dipendenti per una conduzione responsabile della loro attività nel rispetto dell'ambiente e della loro salute e sicurezza;
- Valutare gli aspetti/impatti ambientali e i rischi per la SSL durante la produzione e la progettazione di nuove attività e prima della dismissione di un impianto o dell'abbandono di un sito;
- Minimizzazione le conseguenze ambientali e della SSL nell'ambito della produzione di rifiuti e della loro eliminazione, resa sicura e responsabile mediante la progettazione, lo sviluppo e la gestione degli impianti e considerando un uso efficiente e sicuro dell'energia, dei materiali, delle sostanze e preparati pericolosi e di un uso sostenibile delle risorse rinnovabili;
- Ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti e servizi dalle materie prime, ai prodotti, ai processi, alle emissioni e ai rifiuti collegati all'attività dell'impresa, inseguendo con la ricerca e l'innovazione tecnologica la minimizzazione degli effetti ambientali negativi.
- Promuovere l'adozione di questi principi da parte di contrattisti e appaltatori che agiscono per conto dell'impresa, incoraggiando e richiedendo miglioramenti delle prassi per renderle coerenti con quelle dell'impresa, ed incoraggiando i propri fornitori all'adozione di questi principi.

- Sviluppare e mantenere attivi piani per fronteggiare e gestire l'emergenza in collaborazione con appositi servizi, con le autorità competenti e la comunità locale.
- Favorire l'apertura del dialogo nei confronti dei dipendenti e del pubblico, anticipando e rispondendo alle loro preoccupazioni riguardo al potenziale impatto ambientale delle proprie attività, prodotti, rifiuti o servizi.
- Misurare e documentare i propri risultati ambientali e della SSL eseguendo periodici controlli (Audit) e valutazioni circa il rispetto degli obiettivi aziendali, della normativa cogente e di questi principi, fornendo periodicamente informazione adeguate alla Direzione, ai dipendenti, alle autorità ed al pubblico, come previsto dallo spirito delle Normative di Certificazione.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

La Serenissima Ristorazione spa identifica nel rispetto dei requisiti della responsabilità sociale uno dei fattori di successo della propria attività. Partendo dal rispetto dell'ambiente e della sicurezza e salute sul lavoro la Serenissima Ristorazione spa intende fare propri tutti i principi cardine stabiliti dalla norma SA8000.

Per garantire il rispetto dei principi della norma SA8000 Serenissima Ristorazione spa adegua il proprio sistema di gestione alle seguenti linee guida:

- Mantenere attivo un sistema di gestione in grado di garantire il controllo ed il rispetto della normativa internazionale (ILO), delle convenzioni e Dichiarazioni delle Nazioni Unite e della legislazione nazionale in merito ai requisiti della norma SA8000;
- Assicurare la diffusione delle convenzioni e delle raccomandazioni ILO a tutti i dipendenti,
- definendo canali informativi adeguati;
- Assicurare la rappresentatività dei dipendenti presso l'alta direzione, fornendo evidenza della libera elezione dei rappresentanti dei dipendenti (in accordo alla Convenzione ILO 135) e della possibilità data agli stessi di

portare all'attenzione della direzione tutte le aspettative e tutte le segnalazioni;

- Trasmettere a tutti i fornitori i concetti di responsabilità sociale, illustrarne le finalità, richiedere l'adesione ai principi stessi della norma e attuare un piano di controllo dei fornitori critici (in base all'area di provenienza, alle lavorazioni eseguite e ai servizi forniti);
- Assicurare l'efficiente funzionamento del proprio sistema di gestione, al fine di favorire il raggiungimento degli obiettivi sociali stabiliti, il recepimento e la risposta a tutti i reclami e appelli provenienti dalle parti interessate e la comunicazione verso l'esterno delle prestazioni del sistema di responsabilità sociale.

Serenissima Ristorazione spa si impegna ad applicare in ambito sociale, dove sia presente disparità tra legislazione nazionale e Norma SA8000, la normativa più vantaggiosa per il dipendente.

Serenissima Ristorazione spa si pone l'obiettivo di elaborare mantenere aggiornando il bilancio sociale, che sia basato su dati oggettivi, che rappresenti l'evidenza (all'esterno e all'interno) dell'impegno verso l'aspetto etico delle attività aziendali e che sia lo stimolo (interno) al perseguimento del miglioramento delle condizioni di tutti i lavoratori.

Ristorazione commerciale

Camst

Con circa 150 locali, Camst è un operatore di riferimento nel settore della ristorazione commerciale. L'ampia offerta degli chef Camst è fatta di ingredienti di prima scelta e si ispira alla cucina tradizionale, con diversi menù che variano ogni giorno.

Camst offre ai propri clienti diverse soluzioni di ristorazione:

- Tavolamica: ristorante self service per professionisti ed aziende, situati nelle aree artigianali ed industriali. Ideale per la pausa pranzo,

la formula è quella del self service a isole calde e fredde, con un'ampia offerta di prodotti freschi e preparati al momento;

- Magnosfera: ristoranti con servizio self service nei centri commerciali e nei centri storici;
- Gustamì: locali dove il cliente ha la possibilità di mangiare in modo veloce, senza rinunciare alla qualità e alla tradizione della buona cucina italiana;
- Camst Cafè: i bar e snack bar di Camst propongono un servizio che nasce dalla combinazione di una consolidata tradizione del bar all'italiana e dei più moderni snack bar, ideale per la colazione, la pausa caffè, la pausa pranzo ed aperitivi;
- Oltremodo: ristorante con servizio al tavolo, ideale anche per un aperitivo con buffet; offre inoltre il servizio catering e banqueting.

La strategia adottata, così come le informazioni riguardanti le certificazioni e la loro politica, è uguale a quella già spiegata nel capitolo della ristorazione collettiva che riguarda l'azienda Camst.

CAMST e Gi Gastronomia Italiana

E' la società del Gruppo Camst che da oltre dieci anni opera nella preparazione di prodotti di gastronomia fresca di qualità conservati in atmosfera protettiva.

Gi produce una gamma di oltre 150 diverse referenze di "piatti pronti" e "gastronomia" destinati alla GDO; la maggior parte dei prodotti sono disponibili sia nel formato "take away" per il libero servizio, sia in quello "catering" per il banco assistito.

Gi è partner di alcune società leader nella GDO per le quali produce le loro "private label".

Nel segmento dell'HoReCa Gi gastronomia Italiana è fornitore di diverse realtà, tra cui, ovviamente, la capogruppo Camst. Per alcuni format della ristorazione commerciale Gi è "il fornitore" esclusivo del food (escluso solo il freschissimo: verdura fresca, pane e frutta)

Inoltre Gi ha approntato una linea di prodotti con specifiche ricette, grammature e packaging dedicata esclusivamente al settore della sanità.

Lo stabilimento di produzione ha sede a Bologna. Il magazzino prodotti finiti invece è situato presso la piattaforma logistica del Gruppo Camst a Bo Interporto; questo consente a GI di assicurare la corretta gestione della catena del freddo fino alla consegna al cliente.

	2012	2013	2014 (budget)
PRODUZIONE (quintali)	12.000	14.000	16.000

	QUINTALI/GIORNO	TAKE AWAY PZ/GIORNO	CATERING PZ/GIORNO
CAPACITA' PRODUTTIVA	100	20.000	10.000

	QUALITA' e SICUREZZA ALIMENTARE	PROTEZIONE dell'AMBIENTE	SALUTE e SICUREZZA sul LAVORO	RESPONSABILITA' SOCIALE
SISTEMI di GESTIONE CERTIFICATI	UNI EN ISO 9001:2008 UNI 10854:1999 UNI EN ISO 22.000:2005	UNI EN ISO 14001:2004	OHSAS 18001:2007	SA 8000

Autogrill

Autogrill è il primo operatore al mondo nei servizi di ristorazione e retail per chi viaggia e una delle società italiane con maggior sviluppo internazionale. Il gruppo è presente a livello mondiale in 39 Paesi e il suo fatturato supera i 5 miliardi di euro all'anno. Autogrill vanta 61.000 collaboratori, 5.500 tra ristoranti e negozi e oltre 1.200 location con 5.300 punti vendita.

Vision: *"Making the travellers day better"*

Valori: *"Legalità, Lealtà, Correttezza"*

Missione: *"Offrire alle persone in viaggio un servizio di qualità nei settori della ristorazione e retail, con l'intento di generare valore per tutti gli stakeholders, operando nel pieno rispetto delle diversità culturali e dell'ambiente".*

Per Autogrill la sostenibilità è un acceleratore di innovazione, che va ad accrescere il vantaggio competitivo del gruppo, oltre che un importante fattore di coinvolgimento e motivazione dei collaboratori. Autogrill si è voluta impegnare concretamente nello sviluppo di buone pratiche di sostenibilità all'interno dei propri settori di business, con l'intento di prendere in considerazione gli aspetti e l'impatto delle proprie attività sulla società e sull'ambiente, cercando di sensibilizzare, nel contempo, gli interlocutori su questi temi.

Consapevoli del fatto che la responsabilità di ogni impresa è generare valore, Autogrill ritiene importante che tale obiettivo sia perseguito in linea con le aspettative dei clienti, della società e dell'ambiente. Pertanto essere responsabili e, quindi, sostenibili diviene un investimento decisivo nel quadro della strategia aziendale, nonché negli strumenti di gestione e nelle operazioni.

Con questa convinzione il gruppo ha sviluppato *Afuture*, il progetto nato dalla visione degli store Autogrill del futuro, con l'obiettivo di innovare in una visione di eco-compatibilità e di contenimento economico i principali elementi del punto vendita. Il progetto negli anni ha vissuto una sostanziale evoluzione, trasformandosi da progetto a vera e propria filosofia di sostenibilità di business e laboratorio internazionale di idee, progettualità e best practice da condividere all'interno del gruppo.

Fanno riferimento a questa filosofia:

- L'innovazione dei punti vendita sulla scorta di energie rinnovabili e della diffusione di buone pratiche tra collaboratori e clienti (approfondire Mensa di Ravenna e Delaware Center in America);
- L'evoluzione dei concept sempre più green, dove per poter accogliere i consumatori in un luogo caldo, familiare caratterizzato da colori, materiali e finiture che evocano la natura, e dove è facile trovare prodotti di qualità del territorio o provenienti dal commercio equo e solidale;
- L'innovazione dei dispositivi di protezione individuale per garantire elevati standard di sicurezza ai collaboratori;

- L'ottenimento di certificazioni ambientali ed etiche (ISO 14001 e SA8000);
- La rivisitazione dei materiali utilizzati, come il packaging per le pizze che è stato ridisegnato per ridurre il peso e il volume smaltire facilmente i rifiuti;
- L'utilizzo di shopper riciclabili nei punti vendita di Aldeasa, World Duty Free, HMSHost, Autogrill Francia e Autogrill Italia.

Rapporto con gli stakeholder

Collaboratori: Autogrill promuove comportamenti improntati alla dignità, alla tutela e al rispetto dei diritti di ogni singolo individuo. Un impegno quotidiano che si realizza garantendo un ambiente di lavoro privo di alcun tipo di discriminazione, salubre e sicuro, che possa favorire l'espressione del potenziale di ciascuno.

Clienti: Autogrill assicura il rispetto di specifici standard di qualità in tutti i processi di preparazione ed erogazione di prodotti e servizi. Il gruppo promuove, inoltre, l'ascolto dei bisogni e delle aspettative dei clienti, nonché lo sviluppo di prodotti e servizi innovativi in grado di soddisfare le richieste della società nel lungo periodo.

Fornitori: Autogrill favorisce la creazione di rapporti di collaborazione stabili e di lungo periodo con i fornitori, da cui possa nascere valore comune; agisce pertanto con trasparenza, integrità, imparzialità ed equità contrattuale. Inoltre, promuove verso i fornitori l'adozione di comportamenti socialmente responsabili, privilegiando i rapporti commerciali con i soggetti che si attengono a norme e ai principi internazionali in tema di dignità individuale, condizioni di lavoro, salute e sicurezza.

Azionisti e comunità finanziaria: intende valorizzare l'investimento degli azionisti garantendo l'equilibrio economico-finanziario della Società e fornendo una comunicazione tempestiva, completa e trasparente della gestione e delle strategie adottate.

Collettività: promuove un dialogo partecipativo con le comunità presso le quali opera e con cui sviluppa progetti di interesse comune o campagne di informazione su specifici temi, finalizzati al miglioramento della qualità della vita e alla salvaguardia del patrimonio naturale.

Ambiente: definisce strategie per la riduzione degli impatti ambientali e investe nella ricerca e nello sviluppo di soluzioni che valorizzano la qualità dell'ambiente. La visione del futuro di Autogrill si chiama Afuture. Al momento dello sviluppo e del lancio del progetto, avvenuto a cavallo del 2007 e il 2008, l'idea fondante è stata quella di iniziare a sviluppare una visione del futuro nel modo di essere e di fare impresa, improntato al rispetto e coinvolgimento delle persone ma anche alla tutela e salvaguardia dell'ambiente. Al centro del progetto vi era la ricerca finalizzata ad innovare, in una visione di eco-compatibilità e di contenimento economico, i principali elementi del punto vendita, a partire dal "contenitore esterno" (struttura, finiture interne, sistemi di illuminazione, condizionamento e idrico, arredi attrezzature) fino all'offerta stessa, dalla selezione delle materie prime, alle ricette che valorizzano le tradizioni nazionali e regionali, ai prodotti più alla moda fino alla riduzione del packaging.

In questo contesto ricopre grande importanza anche la promozione e la diffusione all'interno del gruppo di quei comportamenti virtuosi che, attraverso buone prassi gestionali, produttive e comportamentali, favoriscono una maggiore tutela dell'ambiente, la salvaguardia della comunità nelle quali è inserito il gruppo, il rispetto e la crescita professionale dei collaboratori.

Il logo Afuture rappresenta una sintesi di tutto ciò. Infatti, i tre petali identificano i tre ambiti di sostenibilità:

- L'azzurro, *A-product*: la creazione di valore economico è una condizione assolutamente necessaria nell'esercizio dell'impresa, da cui dipende la sua esistenza e il suo perpetuarsi nel tempo. Il gruppo intende pensare in modo innovativo per offrire ai clienti prodotti che assicurino criteri di sicurezza e qualità e che facciano vivere e ricordare l'esperienza vissuta nei punti vendita;

- L'arancione, *A-people*: la dimensione sociale ha molteplici aspetti e implicazioni che tutte le organizzazioni devono considerare come opportunità per lo sviluppo del business, monitorare e gestire. Autogrill si impegna a prendersi cura dei suoi collaboratori in modo che siano in grado di fornire servizi di valore ai clienti e alla comunità locale;
- Il verde, *A-planet*: la questione ambientale coinvolge oggi tutti i cittadini e tutti i settori produttivi ed impone la necessità di salvaguardare le risorse presenti in natura, rigenerandole e garantendole per le future generazioni. Autogrill sostiene la necessità di coinvolgere partner e fornitori, chiedendo il contributo di collaboratori e clienti.

Afuture rappresenta la declinazione degli aspetti chiave dello sviluppo di Autogrill, intesi come sfide ma anche come potenziali opportunità. La filosofia vuole essere anche il mezzo attraverso il quale contribuire a definire quella cultura, quell'atteggiamento progettuale attento all'ambiente come al riconoscimento e al rispetto dei diritti delle persone in tutti i settori in cui il gruppo opera: Food & Beverage e Travel Retail.

A partire dall'analisi dei settori di business e delle tre dimensioni della sostenibilità, sono stati declinati i temi chiave e le iniziative più significative realizzate in quel determinato campo. Il ventaglio di argomenti che ne emerge è quanto mai emblematico delle mille sfaccettature che la sostenibilità assume in un gruppo internazionale come Autogrill: la valorizzazione dei collaboratori, la garanzia delle condizioni di lavoro lungo tutta la catena di fornitura, l'analisi degli atteggiamenti dei consumatori, gli aspetti nutrizionali, l'attenzione alla qualità e alla salubrità dei prodotti utilizzati, e ancora la rilevanza della tematica della gestione e della riduzione degli impatti ambientali lungo tutte le fasi della filiera produttiva (dalla logistica, alla realizzazione dei prodotti fino allo smaltimento dei rifiuti).

Il cammino intrapreso attraverso Afuture ha avuto connotazioni diverse a seconda del Paese e della cultura che ha accolto il progetto. Per tutte indistintamente il punto di partenza è stata una fase di assessment, finalizzata a valutare come la normale gestione di impresa possa essere maggiormente efficace nel rispondere alle attese del mercato contribuendo alla formazione di un vantaggio competitivo.

Con Afuture è stato dato inizio a numerose attività di monitoraggio dei consumi, energetici e idrici. Attraverso l'installazione di contatori nei punti vendita, sono stati tracciati gli andamenti dei consumi per individuare azioni correttive per il miglioramento delle prestazioni. Tale analisi permetterà non solo di migliorare l'efficienza dei locali ma influirà anche sulle scelte di progettazione e ristrutturazione degli edifici, che dovranno sempre più integrare sistemi di riduzione dei consumi.

Dimensione ambientale della sostenibilità di Autogrill.

Gestire il rapporto con l'ambiente

La questione ambientale coinvolge oggi tutti i cittadini e tutti i settori produttivi e impone la necessità di salvaguardare le risorse presenti in natura, rigenerandole e garantendole per le future generazioni. Le stesse ragioni di mercato inducono a perseguire modalità di business che siano capaci di recuperare e ricostruire le risorse della terra, già fortemente intaccate nelle loro capacità di produzione. La salvaguardia dei meccanismi biologici e l'uso responsabile delle risorse, specie energetiche, rinnovabili e pulite, deve essere quindi considerato un obiettivo assolutamente prioritario.

Autogrill, pur non essendo un'azienda con un forte impatto ambientale, sente propria la responsabilità di ridurre i consumi di energia, acqua e materie prime a favore di energie pulite e rinnovabili.

Per questo motivo, attraverso Afuture, sono state avviate diverse iniziative per favorire innovazione, minore impatto sulla natura e vicinanza alle comunità e agli stakeholders.

La sensibilità del gruppo Autogrill e l'importanza sempre più strategica nel gestire in modo strutturato la tematica ambientale, hanno spinto alcuni Paesi dove il gruppo opera a dotarsi di appositi Sistemi di Gestione per l'Ambiente (SGA).

Autogrill Italia ha definito una politica integrata per coordinare tra loro quattro sistemi:

- “Qualità e Sicurezza alimentare” (ISO22000:2005 e UNI10854:99);
- “Ambiente” (Ambiente secondo il regolamento (CE) n.761/2001 del Parlamento Europeo e del Consiglio sull'adesione volontaria delle

Organizzazioni a un sistema comunitario di ecogestione e audit (EMAS) e secondo la norma ISO14001:2004);

- “Salute e sicurezza sul lavoro” (secondo il D.Lgs. 81/08 e successive modificazioni) e
- “Etica” (secondo lo standard SA8000),

tutti inseriti nell’ambito di un Sistema di Gestione della Qualità definito dalla norma ISO9001:2000. La politica viene riesaminata periodicamente per assicurarne il miglioramento continuo e la costante adeguatezza a fronte delle aspettative delle parti interessate e delle evoluzioni societarie, normative, legislative, ed è divulgata a tutti gli stakeholders per sensibilizzare e stimolare ciascuno a perseguire gli obiettivi indicati.

Diverse le nuove certificazioni acquisite e i rinnovi ottenuti in questi ultimi anni:

- certificazione ISO 14001 sui sistemi di gestione ambientale (in Italia per la sede a Milano, il punto vendita Brianza Sud e per i punti vendita all’interno dell’Aeroporto Torino Caselle; per la sede di Telefonica a Madrid; per tutti i punti vendita inglesi di WDFG);
- certificazione EMAS (in Italia per la sede a Milano, il punto vendita Brianza Sud);
- certificazione HQE - Alta Qualità Ambientale (in Francia per il punto vendita di Ambrussum e il punto vendita Canaver).

Per Autogrill innovare i punti vendita significa puntare sul miglioramento dei processi e dell’efficienza energetica dell’edificio, come sulla continua ricerca di nuove tecnologie impiantistiche che prevedono l’utilizzo di fonti di energia rinnovabile, quali la geotermia e il fotovoltaico. Inoltre, essendo un’azienda che eroga servizio a milioni di persone, è altrettanto importante la comunicazione trasparente verso i consumatori anche su temi ambientali e la realizzazione di punti vendita sempre più accessibili e fruibili indistintamente da tutte le persone.

- Il punto vendita di Brianza Sud è dotato di un sistema di monitoraggio dei consumi, che avviene attraverso un sistema di telegestione centralizzato, e all’introduzione di misure correttive, l’andamento dei consumi energetici registra negli ultimi due anni una diminuzione. Anche i consumi di acqua

sono fortemente ridotti, grazie all'implementazione di criteri di razionalizzazione dei consumi e all'installazione di nuovi impianti per l'erogazione dell'acqua nei servizi igienici.

- Autogrill Italia ha lanciato in collaborazione con Conai, Waste Italia e il gruppo Hera (principali gestori italiani di raccolta rifiuti) e ID&A per la costruzione di tutte le attrezzature impiegate, il progetto "Destinazione Ambiente" per la raccolta differenziata in autostrada sia dell'area back che della zona clienti e del piazzale antistante. L'iniziativa si rivolge potenzialmente a 300 milioni di persone che ogni anno sostano nelle aree ristoro delle autostrade. L'attuazione del progetto è stata preceduta da fasi di studio dettagliato: analisi dei flussi delle varie frazioni di rifiuto che si generano nelle stazioni di servizio autostradali, definizione dei contenitori per ogni matrice, rilevazione dei processi ottimali e dei tempi di svuotamento, formazione di personale, modalità di stoccaggio.

La parte visibile al pubblico riguarda le mini isole ecologiche EcoBelly di ID&A che hanno il doppio scopo di sensibilizzare le persone di passaggio sull'importante tema della raccolta differenziata e dare uno strumento concreto e di facile impiego per differenziare in tre gruppi i materiali (carta e cartone, vetro, plastica e metalli) e mantenere distinto il rifiuto non riciclabile. La forma degli EcoBelly è arrotondata dagli spigoli tale da permettere un alto grado di sicurezza anche da parte dei bambini.

Dopo sei mesi dal lancio del progetto la percentuale di frazione differenziata è incrementata dal 38,4% al 50,4%. Al fine di ottimizzare il processo logistico di raccolta, Autogrill ha deciso di estendere la raccolta differenziata del back anche ai locali limitrofi presenti sulla stessa arteria autostradale.

- Il concorso Internazionale di idee "Progettare e realizzare per tutti" ha l'obiettivo di divulgare una nuova cultura progettuale che tenga in considerazione la necessità di tutte le persone e che renda più accessibili e fruibili gli spazi della vita quotidiana. L'obiettivo è quello di ideare aree di sosta che aumentino il comfort e la funzionalità a beneficio di tutte le

persone e non solo di quelle con difficoltà motorie o sensoriali: l'attenzione alla disabilità rappresenta un punto di forza e non un limite poiché concepire gli spazi tenendo in considerazione le esigenze della persona disabile migliora la qualità di ciò che si realizza a beneficio di tutti.

- Aldeasa, la divisione spagnola di Autogrill, ha introdotto nei punti vendita all'interno degli aeroporti spagnoli i sacchetti biodegradabili, realizzati con bioplastiche ricavate da fecola di patate e inchiostri naturali, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale causato dai tradizionali shopper di plastica. Il progetto prevede il ritiro di tutti i sacchetti tradizionali, di tutte le dimensioni, a esclusione delle bustine trasparenti necessarie per il trasporto di alcuni prodotti a bordo degli aerei come previsto dalla normativa europea. I nuovi sacchetti sono al 100% biodegradabili, riciclabili, riutilizzabili e compostabili: si degradano in 18 mesi, senza lasciare traccia di contaminazione.
- Bistrot Milano Centrale offre prodotti fatti in casa, verdure fresche provenienti da fornitori locali, suggerendo il concetto di "Street food corner" con ricette regionali. Per quanto riguarda l'arredamento si è scelto di utilizzare materiali di recupero: le poltrone sono realizzate con tele ricavate da sacchi di juta, i pannelli sono ricavati da legno ottenuto da scarti di lavorazione mentre le superfici in parquet provengono dallo smantellamento di antiche abitazioni, così come alcuni elementi del packaging prestano particolare attenzione alla sostenibilità: posate compostabili, bicchieri in pla, carta ove possibile riciclata (quella senza contatto alimentare).
- Villoresi Est: si tratta di un impianto geotermico a "pila termica" (in inverno copre l'85% delle necessità) con un sistema di raccolta delle acque piovane e di falda. Oltre all'eccellenza energetica punta ad essere un libro aperto che racconta ai clienti il ruolo fondamentale della sostenibilità. I principi di *Design for all*, della certificazione *DASA Register* e di *Spirito di stella* sono alla base della progettazione di Villoresi Est che si presenta come un edificio accessibile a tutti e ad alto contenuto di servizio per tutte le tipologie di viaggiatori (famiglie, businessmen, truckers, donne, persone a

mobilità limitata). Lo sviluppo del progetto parte dall'identificazione delle esigenze dei clienti per assicurare la massima libertà di movimento a tutti e il totale abbattimento delle barriere architettoniche. La zona dei servizi igienici presenta un layout innovativo ed una soluzione di accessibilità totale: oltre agli spazi dedicati esclusivamente ai disabili, i box wc ed i lavabi sono stati studiati per garantire l'utilizzo da parte di tutti. L'ampliamento dell'offerta food ha permesso di offrire ai consumatori una vasta gamma di prodotti dando la possibilità di scegliere ciò che più si avvicina ai propri gusti e alle proprie necessità. Ad esempio sono stati inseriti nell'offerta alimenti a base di seitan e tofu, è stato diffuso il metodo di cottura alla griglia, è stata ampliata la proposta di pesce e si dà ai clienti la possibilità di creare piatti in base alle proprie esigenze.

Formazione e comunicazione ambientale

Si ritiene che il coinvolgimento e la sensibilizzazione dei collaboratori, anche sulle tematiche inerenti la sostenibilità, intesa nella sua accezione più ampia, possa rafforzare ulteriormente l'identità e la cultura del gruppo.

A questo scopo è stato introdotto il progetto del nuovo portale intranet "Aconnect", lanciato tra il 2009 e il 2010 in Italia, Inghilterra e Spagna.

Uno strumento che rappresenta una leva fondamentale di comunicazione, condivisione delle informazioni e collaborazione tra azienda e collaboratore. Aconnect ha avuto un ruolo importante nel processo di coinvolgimento e integrazione dei diversi paesi e contesti lavorativi. La sua introduzione ha contribuito a ridurre enormemente la distanza tra i colleghi, tra le funzioni, tra sede e rete, consentendo di condividere best practice, punti di vista e valori. Per aiutare le persone a ottenere informazioni e aumentare la trasparenza del rapporto tra azienda e collaboratori, Aconnect offre una serie di servizi prima non facilmente accessibili, come, per esempio, la formazione online, le FAQ sull'amministrazione del personale, il cartellino e il cedolino online (per ora solamente in Italia e che ha permesso un notevole risparmio di carta), il job posting, un'area welfare continuamente aggiornata. Per favorire sempre di più la contaminazione di tematiche di sostenibilità, è stata lanciata la sezione "Afuture". L'obiettivo è promuovere all'interno dell'organizzazione una cultura e un modo di

operare attento al rispetto delle persone e dell'ambiente. A questo si è aggiunta una sezione dedicata interamente ai consigli ambientali, che ogni collaboratore può mettere in pratica sia al lavoro che a casa. La sezione "Go Green" vuole stimolare i collaboratori a porsi domande sulle conseguenze che lo stile di vita e di consumo può avere sull'ambiente e sulla società.

A questa iniziativa si aggiungono le newsletter e campagne di comunicazione interna con un taglio green. La campagna si inserisce nell'impegno dell'Azienda a costruire un business sostenibile con lo scopo di sensibilizzare tutti i collaboratori verso il corretto utilizzo delle attrezzature di vendita (piastre, forni, friggitrice, lavastoviglie, ecc.) che nei momenti non produttivi della giornata possono essere spente e produrre risparmi significativi.

People engagement & donation

- *Engagement dipendenti:* "Do you Feel good?" è la prima People Engagement Survey rivolta a tutti i dipendenti dell'area Food & Beverage Europa con lo scopo di rilevare il livello di coinvolgimento dei collaboratori. Ha coinvolto oltre 22.000 persone su 13 paesi, circa 800 punti vendita ed è stata tradotta in 10 lingue. La survey, lanciata a novembre 2012, ha ottenuto una redemption del 67% con 15.084 questionari compilati, registrando un indice di employee engagement del 59%.
- *Indagine customer satisfaction:* Nel 2012 il progetto "Feel good?" giunge alla sua quarta edizione diventando per il Gruppo Autogrill il programma di customer satisfaction su scala globale che coinvolge 7 paesi: Italia, Stati Uniti, Francia, Spagna, Svizzera, Belgio e Olanda (aeroporto di Amsterdam Schiphol).
In circa 500 location "Feel good?" ha chiesto ai consumatori di compilare un questionario online a cui hanno partecipato 52.638 persone. Grazie alle informazioni raccolte è stato possibile definire un quadro ancora più mirato e preciso delle esigenze e delle aspettative dei clienti Autogrill, potendo mettere a punto nuove soluzioni volte ad aumentare la customer satisfaction in ogni paese e canale, per le diverse tipologie di viaggiatore,

dallo sviluppo di nuovi prodotti all'erogazione di corsi di formazione per i collaboratori.

- *Donazioni:* Il Gruppo Autogrill crede nell'importanza delle relazioni, e le relazioni non devono esaurirsi all'interno dei punti vendita, è importante che continuino all'interno delle comunità tramite un dialogo partecipativo, una condivisione di progetti di interesse comune, finalizzati al miglioramento della qualità della vita. Negli Stati Uniti HMSHost collabora con Food Donation Connection creando dei veri e propri programmi di donazione di prodotti alimentari, coinvolgendo i propri locali negli aeroporti e sulle autostrade. Food Donation Connection è una società privata americana che funge da ponte tra ristoranti e società di servizi alimentari disponibili a donare eccedenze alimentari e associazioni locali di servizi sociali che distribuiscono cibo alle persone che ne hanno bisogno. Partecipano al programma oltre 45 aeroporti e numerosi locali sulle autostrade.

Differenziazione dell'offerta

Progressivo ampliamento dell'offerta del gruppo: prodotti locali di qualità per valorizzare le comunità locali; studiare e introdurre una gamma di prodotti e servizi adatti per tutti i target di consumatori; per le persone affette da celiachia, il Gruppo ha sviluppato in Italia un menù completo nei self-service e una prima colazione nei bar-snack, grazie anche alla collaborazione con l'Associazione Italiana Celiachia (ACI). Gli store interessati da quest'offerta hanno predisposto, al loro interno, aree di cottura dedicate per garantire la non contaminazione dei prodotti cucinati. Per quanto riguarda i vegetariani e i vegani, Autogrill ha elaborato insieme all'Associazione Vegetariani Italiani, alcune ricette disponibili sia all'interno dei Ristoranti Ciao, sia dei bar-snack. Infine, in alcuni Paesi dell'Europa è stata sviluppata un'offerta Halal con menù che prevedono piatti a base di vitello e pollo, preparati seguendo le regole della macellazione islamica.

La selezione e il monitoraggio dei fornitori

Autogrill, attraverso somministrazione di questionari, raccolta di informazioni dirette o indirette, campionature e audit, effettua periodicamente degli screening finalizzati

a verificare l'idoneità del fornitore. Le Condizioni Generali d'Acquisto di Autogrill Italia, nella parte relativa alle garanzie etiche, richiedono al fornitore di applicare nei confronti dei propri dipendenti condizioni normative non inferiori a quelle previste dal Decreto Legislativo 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa delle persone giuridiche e di salute e sicurezza dei lavoratori di servizi operanti presso locali Autogrill. Il fornitore si impegna, inoltre, a sottoscrivere con Autogrill il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenza allegato ai Documenti Contrattuali, finalizzato a individuare e indicare le misure adottate per eliminare i fattori di rischio connessi alle eventuali interferenze tra le concomitanti attività svolte nello stesso ambiente di lavoro.

Le Condizioni Generali d'Acquisto richiedono ai propri fornitori non solo il rispetto della normativa vigente in materia ambientale, ma anche l'impegno a preservare l'ambiente naturale da qualsiasi forma di impoverimento e inquinamento, prestando la massima attenzione a evitare comportamenti che possano peggiorare la qualità delle risorse naturali, quali acqua, aria, suolo e sottosuolo. In tal senso, ai fornitori di Autogrill è richiesto l'impegno a fornire, quando ciò sia possibile, alternative eco-compatibili dei prodotti (eventuali prodotti a marchi ecologici, a basso contenuto di packaging, riciclabili/biocompostabili).

Una volta scelto il fornitore, Autogrill si impegna a garantire, nel rispetto delle procedure HACCP, la salubrità, la sicurezza e l'igiene dei prodotti acquistati durante tutto il loro ciclo di vita: dalla fase di stoccaggio presso i magazzini d'acquisto fino alle vetrine refrigerate dei punti vendita. Un'ulteriore garanzia di qualità e salubrità viene, infine, garantita dalle analisi microbiologiche che società specializzate esterne conducono (a tutti i livelli: dalle materie prime al prodotto finito) in base a piani prestabiliti in funzione di metodologie di risk assessment. Nei principali Paesi dove il Gruppo opera, anche conseguentemente ai risultati e alle necessità riscontrate dall'analisi dei rischi, vengono effettuati periodicamente degli audit per monitorare gli aspetti attinenti alla qualità e sicurezza degli alimenti.

Acquisti e gestione dei partner

Autogrill per i fornitori: ha l'obiettivo di favorire la creazione di rapporti di collaborazione stabili e di lungo periodo con i fornitori, da cui possa nascere valore comune; agisce pertanto con trasparenza, integrità, imparzialità ed equità contrattuale. Inoltre, promuove verso i fornitori l'adozione di comportamenti socialmente responsabili, privilegiando i rapporti commerciali con i soggetti che si attengono alle norme e ai principi internazionali in tema di dignità individuale, condizioni di lavoro, salute e sicurezza.

Per ottenere prodotti sempre di ottima qualità e servizi all'altezza delle aspettative, la relazione con i fornitori è strategica. Per questo motivo il processo di selezione avviene in totale trasparenza, sulla base del Codice Etico, delle Condizioni Generali d'Acquisto e di specifiche procedure aziendali sviluppate a livello di singolo paese.

Come per tutti i settori di business e i processi aziendali, anche la selezione dei fornitori è mirata alla ricerca di qualità, flessibilità e massima professionalità. La selezione e l'approvvigionamento delle materie prime (food e non food) è fondamentale per la continuità del business di Autogrill, così come la scelta delle partnership: esiste un rapporto diretto tra rapporti con i fornitori e qualità dei prodotti e dei servizi offerti ai consumatori.

L'attenzione a creare un rapporto solido con i fornitori - sia di merci che di servizi (manutenzione, pulizia, sicurezza, etc.) - si esplica anche sul piano etico. La policy americana "Procurement Policy & Procedures", per esempio, garantisce pari opportunità e permette anche a piccole realtà locali di entrare nell'albo fornitori di Autogrill senza nessun tipo di discriminazione (di dimensione, genere, età, provenienza, religione, etc.). In Italia, il Gruppo pone una forte attenzione etica nella scelta dei fornitori.

Le Condizioni Generali d'Acquisto definite a livello italiano, infatti, chiedono al fornitore di adottare il Codice Etico di Autogrill e le previsioni del Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001. Sempre a livello italiano, il rinnovo nel 2011 della certificazione Social Accountability 8000, ottenuta nel 2009, ha segnato un passaggio fondamentale per Autogrill nel suo impegno per il rispetto dei diritti umani, dei lavoratori, per la tutela contro lo sfruttamento dei minori, per le garanzie di salute e sicurezza sul posto di lavoro lungo tutta la catena di fornitura. In questo modo la Società ha iniziato a coinvolgere e sensibilizzare

maggiormente la propria catena di fornitura riguardo al rispetto dei diritti dei lavoratori ma anche, conseguentemente all'ottenimento della certificazione ISO 14001, riguardo ai temi ambientali. Infatti, seguendo questo percorso, a fine 2012 è stata lanciata la piattaforma Vendor per la qualifica e pre-qualifica dei fornitori. In questa fase di start-up è stato chiesto ai fornitori di rispondere a un questionario che include 28 domande specifiche sulle tematiche SA8000.

Nel panorama europeo, nel corso del 2012 è stata diffusa la partnership con Kimbo, avviata in Italia all'inizio dell'anno, con il quale è stata sviluppata la nuova miscela che si è concretizzata nella rinnovata offerta di caffetteria Autogrill "Storie di Caffè". Oltre all'Italia, sono stati coinvolti anche Spagna, Francia, Svizzera, Belgio, Olanda, Austria, Germania, Grecia, Repubblica Ceca e Polonia.

Le partnership sono anche importanti nel business del Travel Retail. Ne è esempio quella tra World Duty Free Group e Luxottica. Nel 2012 World Duty Free Group ha vinto il premio "Best Dedicated Sunglasses Sales Team" all'interno dei "Sunglasses Awards" indetti proprio da Luxottica, dopo aver già vinto nel 2011 il premio "Supply Chain Team of the Year" quale riconoscimento dell'eccellenza complessiva degli standard utilizzati nel processo di supply chain.

Garanzia della qualità attraverso controlli costanti: Le relazioni tra il Gruppo e i suoi partner si consolidano nel tempo attraverso collaborazioni regolate da precise policy e procedure ed è infatti nell'interesse di Autogrill predisporre strumenti di valutazione per verificare l'idoneità dei fornitori in vista della continuità del rapporto. La valutazione e il controllo sono elementi necessari per garantire standard di qualità elevati per tutti i prodotti e servizi. A questo scopo sono stati studiati controlli periodici tramite screening svolti attraverso diverse modalità: questionari, raccolta di informazioni (dirette o indirette), campionature e audit.

La qualità e la sicurezza dei prodotti venduti nei punti vendita Food & Beverage viene garantita dagli sforzi compiuti da tutti gli attori coinvolti nel processo: produttori, trasportatori, venditori oltre a coloro che servono i prodotti al cliente. Un percorso accurato che parte dal benessere degli animali, passando per l'igiene nella lavorazione senza trascurare la sicurezza nei trasporti. Si tratta di un

sistema di successo perché comincia già dalla selezione dei fornitori e si fonda sulla forte condivisione di valori e obiettivi tra il Gruppo e i partner commerciali. Per il Food & Beverage, sia negli Stati Uniti sia in Italia, tutti i fornitori sono sottoposti a valutazioni preventive per accertare il grado di rispetto degli standard di qualità definiti dalla società secondo le procedure H. A.C.C.P. (Hazard Analysis and Critical Control Point), che prevedono accurate analisi microbiologiche lungo tutta la supply chain, realizzate con una frequenza valutata secondo una logica di risk assessment. A questi autocontrolli si aggiungono diverse tipologie di audit svolti da professionisti del settore, sia interni, sia esterni, per verificare il rispetto di tutti gli standard igienico-sanitari e verificare la corretta applicazione del piano di autocontrollo del Sistema di Gestione adottato nei diversi paesi del settore Food & Beverage.

Inoltre, anche il Gruppo Autogrill, in qualità di gestore di marchi in licenza, è a sua volta oggetto di audit da parte dei brand partner. Anche questo aspetto delle partnership con marchi più o meno noti contribuisce al mantenimento costante dei più alti standard di qualità.

Nel Travel Retail & Duty-Free il Gruppo seleziona i migliori fornitori in grado di potere offrire prodotti di qualità e autentici, sulla base delle richieste e delle esigenze raccolte attraverso periodiche ricerche di mercato. Normalmente vengono selezionati partner globali ma, in alcuni casi, la scelta può ricadere su fornitori in grado di offrire prodotti adatti per uno specifico territorio.

La gestione del processo di acquisto si fa online: l'esperienza di Autogrill nella gestione totalmente digitale del processo di affidamento di appalti. Rispetto ai dati storici, i risparmi si quantificano in 10-20%. E sono garantite tracciabilità e trasparenza.

Ci sono due grandi vantaggi nella gestione online del processo di affidamento di appalti: il primo è l'aumento di efficienza, il secondo è la trasparenza e la tracciabilità. Una funzione, quella degli acquisti, che si sta sempre più evolvendo e che può trarre il maggior beneficio dall'uso delle nuove tecnologie.

I primi risultati sono stati molto positivi: per ogni evento negoziale sono stati coinvolti da 10 a 20 fornitori con tempi di negoziazione decisamente più ridotti

rispetto al passato. Questo approccio ha fornito i primi risultati in termini di saving e anche il mercato dei fornitori ha risposto molto bene.

Tracciabilità dei prodotti: Per la gestione dei rapporti di fornitura HMSHost si avvale della collaborazione di un partner storico, *Avendra*, socio fondatore di *Foodservice GS1 US Standard Initiative*: tale iniziativa volontaria raggruppa gli sforzi del settore per cercare di eliminare gli sprechi dalla catena di fornitura alimentare, migliorare l'informativa sui prodotti e consolidare la base per la sicurezza alimentare attraverso una migliore tracciabilità (da approfondire).

In caso di accordi con fornitori locali viene avviato un processo di pre-qualifica e qualifica annuale a garanzia del processo di gestione della qualità e di richiamo dei prodotti. Con i brand partner di lunga data, come Starbucks, Burger King, CPK e Johnny Rockets, HMSHost utilizza i metodi di richiamo e tracciabilità stabiliti dallo stesso brand.

Fornitori locali: I trend di consumo ritraggono un consumatore che chiede di poter conoscere, soprattutto nei luoghi del viaggio, l'identità culturale del territorio attraverso il suo patrimonio gastronomico.

Negli ultimi anni Autogrill Italia ha riconosciuto un ruolo da protagonista alle produzioni certificate e alle tipicità locali inserendo nella sua offerta prodotti a marchio DOC (Denominazione di Origine Controllata), DOP (Denominazione di Origine Protetta), IGP (Indicazione Geografica Protetta), DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita), ma anche specialità regionali. Queste ultime sono selezionate con il contributo dei collaboratori stessi che, vivendo sul territorio, meglio lo conoscono.

Questo trend ha portato il Gruppo Autogrill a interfacciarsi con i mercati dei fornitori locali sostenendo di fatto lo sviluppo delle comunità in cui Autogrill opera con i suoi punti vendita.

Tali fornitori sono scelti sulla base di elevati standard produttivi e alta qualità.

Il Gruppo, negli ultimi anni, sta prestando sempre più attenzione allo sviluppo di prodotti e concept sostenibili. La gamma dei prodotti sostenibili proposti è molto ampia, come i panini preparati con ingredienti biologici oppure le miscele di caffè Fairtrade con il marchio di garanzia Max Havelaar: *I piccoli agricoltori ricevono un*

prezzo minimo garantito per i loro prodotti nonché un premio Fairtrade, e dal canto loro si impegnano a offrire buone condizioni di lavoro e una coltivazione rispettosa dell'ambiente. I lavoratori delle piantagioni approfittano di condizioni lavorative monitorate, di un salario minimo garantito e di un premio Fairtrade grazie al quale i produttori attuano progetti tesi a migliorare la vita della regione, realizzano fonti di acqua potabile e scuole, promuovono la conversione all'agricoltura biologica o sostengono l'assistenza medica. La Fondazione Max Havelaar conferisce in Svizzera un marchio di qualità ai prodotti commercializzati in base a criteri di equità. Attraverso il commercio equo migliorano le condizioni di vita e di lavoro dei piccoli agricoltori e delle lavoratrici delle piantagioni nei paesi in via di sviluppo. <http://www.autogrill.com/sustainability/our-approach/code-of-ethics.aspx?iis=1>

La maggior parte dei prodotti disponibili nel menù rispondono ad almeno una di queste caratteristiche: fair trade, biologico, locale, riciclabile o certificato con il marchio Rainforest Alliance. Inoltre, anche i materiali e l'arredamento di Fair Taste Cafè sono realizzati con elementi riciclati provenienti dalle zone limitrofe: le pareti, i pianali e le piastrelle con legno, pallets e materiale di scavo riciclato, le sedie con bottigliette di plastica.

In un'ottica di valorizzazione della produzione a km zero, negli scali di Dublino e Copenhagen, è stato inserito il concept "**Harvest market**", che riproduce un tipico mercato urbano all'aperto, con prodotti freschi di stagione che arrivano direttamente da fornitori locali.

Rapporto con i fornitori e l'ambiente: Per Autogrill innovare i punti vendita significa puntare sul miglioramento dei processi e dell'efficienza energetica dell'edificio, come sulla continua ricerca di nuove tecnologie impiantistiche che prevedano l'utilizzo di fonti di energia rinnovabili, quali la geotermia e il fotovoltaico. Anche l'utilizzo all'interno dei locali di materiali naturali ed ecocompatibili (come il vetro, la pietra, l'acciaio inox), più facilmente smaltibili e riciclabili, gioca un ruolo importante.

Realizzare un nuovo punto vendita, oppure ammodernare parti dello stesso, significa preoccuparsi di un insieme complesso di fattori: in primis del suo grado

di integrazione nell'ecosistema, definito attraverso l'analisi delle diverse fasi del ciclo di vita dell'edificio, dei materiali e degli impianti. Per questo è necessario pianificare continui studi e ricerche funzionali alla definizione delle strutture (illuminazione, condizionamento, sistema idrico, arredi, attrezzature, finiture interne) con la collaborazione di autorità e organizzazioni, fornitori, partner commerciali e designer esperti, anche in relazione ai differenti contesti

- aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie o centri commerciali - in cui il Gruppo opera.

L'obiettivo prossimo di Autogrill è quello di un'integrazione verticale nella creazione di energia elettrica.

Il Gruppo continua a porre attenzione oltre che agli aspetti etici anche a quelli ambientali nelle fasi di selezione dei fornitori, aggiungendo un ulteriore grado di valutazione oltre a quello relativo alla qualità dei materiali e all'affidabilità dei processi.

Scegliere le collaborazioni in grado di sostenere l'impegno ambientale del Gruppo significa anche dialogare con associazioni di categoria e organizzazioni di vario tipo che possono diventare importanti mediatori e facilitare il processo di innovazione tecnologica e culturale che la sfida per la sostenibilità richiede. Per il Travel Retail, World Duty Free Group UK sta investendo in maniera significativa sulla strategia per migliorare la supply chain. A tal fine, nel 2012 è stata indetta una gara per identificare un fornitore unico di trasporto (incaricato di consolidare i prelievi dai magazzini dei fornitori al centro di distribuzione di World Duty Free Group nel Regno Unito), ottenendo in tal modo un miglioramento dei flussi delle consegne e un minore impatto ambientale, rappresentato da un numero inferiore di veicoli sulla strada e quindi minori emissioni di anidride carbonica nell'ambiente. Inoltre, World Duty Free Group UK sta lavorando molto con i fornitori per ridurre ed eliminare imballaggi non riciclabili o potenzialmente dannosi per l'ambiente. Da un lato, ai nuovi fornitori viene richiesto di utilizzare esclusivamente imballaggi costituiti da materiale riciclabile, dall'altro è stata stilata e resa disponibile a tutti una lista approvata di materiali da imballaggio ecosostenibili, per avviare anche tra i fornitori consolidati un processo di miglioramento della sostenibilità dei packaging.

In collaborazioni con i partner in Spagna sta crescendo il numero di lampadine che a fine ciclo di vita vengono restituite al fornitore per un corretto riciclo.

A livello europeo (Belgio, Austria, Francia, Svizzera, Spagna e Italia) sono sempre più numerosi i locali dove viene effettuata la raccolta differenziata di olio, plastica e carta e, dove possibile, anche il recupero dal consumatore della plastica e delle bottiglie in vetro. Autogrill Italia collabora con i principali operatori specializzati nel ritiro dei rifiuti per la gestione del servizio di raccolta nei locali presenti sulle autostrade non sempre gestiti dal servizio di raccolta pubblico. L'accordo prevede il ritiro del rifiuto in modo "differito": viene raccolto dal locale indifferenziato, a eccezione della carta e del cartone, ma una volta giunto all' impianto di selezione-cernita-trattamento viene opportunamente separato da tutti gli altri componenti. Tutti gli imballaggi utilizzati per le consegne dei prodotti ai punti vendita inglesi vengono restituiti al centro di distribuzione per permetterne un appropriato riutilizzo e/o riciclo.

Logistica del Gruppo: L'attenzione all'ambiente riguarda anche gli aspetti di distribuzione. Il Gruppo Autogrill interviene attivamente nella logistica dei trasporti per contenere l'impatto ambientale connesso ai servizi di fornitura. La distribuzione dei prodotti ai punti vendita avviene ottimizzando il numero dei rifornimenti settimanali e le tratte effettuate per la consegna delle merci, privilegiando il rifornimento di locali non distanti tra loro in un'unica soluzione. A livello europeo, i servizi logistici di consegna e di distribuzione delle merci sono effettuati prevalentemente su gomma e sono affidati in outsourcing a società specializzate, il cui numero varia a seconda dei picchi di produzione e a cui spetta il compito di mantenere la flotta.

Sul proprio parco auto Autogrill Italia ha una propria Car Policy: mantenere auto con credenziali ecologiche e con minori emissioni in atmosfera senza penalizzare i livelli di comfort, sicurezza a bordo e prestazioni del veicolo. Questo significa procedere a una graduale sostituzione dei modelli vecchi con modelli nuovi, ma non solo. Un approccio concreto è stato quello di definire un limite massimo di emissioni di CO2 fissato a 160 g/km per auto (257 g/miglia). Per garantire elevati standard di sicurezza, tutte le auto in dotazione devono essere equipaggiate con i

principali dispositivi: controllo della stabilità (ESC), fari fendinebbia, airbag guidatore, passeggero e laterali, kit vivavoce. La collaborazione, da parte di Autogrill Italia, con il mensile Quattroruote nasce proprio in questo contesto: la campagna “10x10” ha riunito le grandi aziende italiane contro la sfida alla CO2 per ridurre le emissioni di anidride carbonica delle flotte aziendali. Per accelerare questo processo Autogrill ha deciso di inserire all'interno del proprio parco auto quattro macchine ibride a disposizione dei collaboratori della sede milanese per i trasferimenti di lavoro.

Bistrot Centrale

Bistrot Milano Centrale offre prodotti fatti in casa, verdure fresche provenienti da fornitori locali, suggerendo il concetto di “Street food corner” con ricette regionali. Per quanto riguarda l'arredamento si è scelto di utilizzare materiali di recupero: le poltrone sono realizzate con tele ricavate da sacchi di juta, i pannelli sono ricavati da legno ottenuto da scarti di lavorazione mentre le superfici in parquet provengono dallo smantellamento di antiche abitazioni, così come alcuni elementi del packaging prestano particolare attenzione alla sostenibilità: posate compostabili, bicchieri in PLA, carta ove possibile riciclata (quella senza contatto alimentare).

Prodotti di qualità e sempre freschi per il viaggiatore moderno. Per tutto il giorno pane, pizze, focacce e brioches appena sfornate.

Sviluppato in collaborazione con l'*Università degli Studi di Piacenza*, si tratta di un locale ricercato ed esclusivo, con arredi in materiali ecosostenibili. Autogrill ha scelto le macchine per la panificazione EsmachLab per offrire prodotti sempre freschi e di qualità durante l'intero arco della giornata, fatti rigorosamente con *lievito madre*. L'innovativo laboratorio di panificazione Esmach permette di *ridurre i tempi di preparazione* e sfornare pane fresco e genuino, a lievitazione naturale, in meno di mezz'ora. Risparmiando energia e rispettando l'ambiente. ESMACH è devota alla creazione e implementazione di soluzioni sostenibili per prodotti di cottura (pane, pizza...). L'intero ciclo di produzione, dalla progettazione alla costruzione delle apparecchiature, fino al loro smaltimento è finalizzato ad abbattere le emissioni di CO2, ridurre gli sprechi e la possibilità di riciclare i materiali utilizzati.

Il laboratorio è a portata di vista del viaggiatore e si può assistere in diretta alla

preparazione di svariati prodotti da forno. Bastano **32 mq** per ospitare tutte le macchine del format EsmachLab.

CIR

L'impresa raggiunge i 471,4 milioni di euro di fatturato, produce 75,7 milioni di pasti con 10.643 addetti; gestisce oltre 1.200 strutture presenti in 16 regioni italiane e 67 province

(rapporto di sostenibilità 2012).

CIR food sviluppa la propria attività in tutti i segmenti di mercato: nella ristorazione collettiva (aziendale, scolastica, socio-sanitaria, per militari e comunità), nella ristorazione commerciale (ristoranti self service, bar e pizzerie), nel banqueting e nei buoni pasto.

L'azienda è certificata secondo le norme ISO 9001/2008 (Sistema Qualità); ISO 14001/2004 (Sistema Gestione Ambientale); UNI 10854/1999 (HACCP), ISO 22000/2005 (Sistema di sicurezza Alimentare). Inoltre sono presenti, per alcuni siti produttivi, certificazioni all'uso di prodotti di origine biologica (Reg. CEE 834/07). Dal 2009 CIR food ha ottenuto la certificazione per il proprio sistema di responsabilità sociale in accordo alla norma internazionale SA8000/2008 (certificato IQNET n. SA1020 - IT); dal 2010, CIR food ha certificato il proprio Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro secondo la norma internazionale BS OHSAS 18001/2007. Dal 2011 è attiva anche la certificazione UNI EN ISO 22055:2008 relativa alla rintracciabilità nelle filiere agroalimentari. Tutti i sistemi sopra indicati sono integrati tra di loro per garantire la migliore applicazione nei diversi segmenti di attività in cui CIR food opera.

Il Gruppo CIR food si avvale, per la distribuzione della maggior parte delle materie prime alle cucine, di una piattaforma centralizzata: la piattaforma distributiva "Quanta Stock and Go srl. Questo fondamentale partner del gruppo è in possesso della certificazione del proprio Sistema di Gestione per la Qualità (UNI EN ISO 9001/2008), della certificazione del proprio Sistema di Gestione Ambientale (UNI EN ISO 14001/2004), e della certificazione ISO 22005/2008 inerente la rintracciabilità nelle filiere agroalimentari. CIR food svolge attività anche attraverso società controllate e partecipate, sia in Italia sia all'estero.

Responsabilità sociale

Come espresso nella Missione sociale dell'impresa, CIR food intende valorizzare il lavoro dei dipendenti, i loro contributi di creatività e di impegno, salvaguardando la storia e incrementando il patrimonio della cooperativa per garantire la necessaria e continua innovazione.

L'impresa si adopera affinché ognuno sia sempre rispettato come persona e sia messo in grado di ricoprire il proprio ruolo con professionalità ed autonomia, favorendo la valorizzazione delle esperienze dei singoli e dei gruppi di lavoro, investendo in formazione e promuovendo le carriere interne, riconoscendo le persone che si impegnano con successo e che portano nuove idee.

Formazione

Nel corso del 2011 l'obiettivo è stato consolidare il modello di governance partecipativo, punto di forza competitivo della nostra impresa cooperativa: gli interventi formativi si sono concentrati sulla promozione della cultura aziendale, costituita da valori e regole che pongono al centro le persone e il lavoro, nella logica dell'impegno collettivo al raggiungimento di obiettivi economici e sociali comuni, secondo il principio del beneficio intergenerazionale.

Il piano formativo si è focalizzato sui temi della responsabilità di ruolo, sulla comunicazione interna, sul tutoring e mentoring esperienziale e sulla diffusione delle buone pratiche e standard aziendali, nonché dei valori, della cultura e dello stile direzionale.

In coerenza con la natura di impresa cooperativa e con i valori da essa praticati, CIR food si è posta l'obiettivo di valorizzare la propria responsabilità sociale adottando i criteri della norma SA8000:2008

La scelta di uniformare la nostra attività a quanto richiesto dalla norma, ha voluto mettere in evidenza la positiva distintività etica della nostra cooperativa e rafforzare ulteriormente i principi cui CIR food da sempre si ispira, con particolare riferimento al rispetto della persona umana e della gestione trasparente e corretta dei rapporti di lavoro.

Scopo del Sistema di Responsabilità Sociale è:

- sviluppare, mantenere e rafforzare politiche e procedure per gestire le situazioni che la norma SA 8000 può controllare o influenzare;

- dimostrare in modo credibile e con ragionevole evidenza alle parti interessate che le politiche, le procedure e le prassi sono conformi ai requisiti della normativa stessa.

In particolare, CIR food si impegna a rispettare i seguenti principi:

- non utilizzo di lavoro minorile e definizione di procedure di rimedio per far fronte a situazioni in cui si possano presentare tali casi,
- non utilizzo del lavoro forzato, ovvero l'impegno affinché tutte le persone utilizzate nell'azienda prestino la loro attività volontariamente senza coercizioni fisiche, morali ed economiche,
- garanzia (sia attraverso l'idoneità delle strutture sia attraverso l'informazione e la formazione continua) per i lavoratori di un luogo di lavoro sicuro e salubre,
- libertà di associazione, rappresentanza e contrattazione collettiva,
- pari opportunità per tutti i lavoratori e divieto di ogni forma di discriminazione,
- rispetto dei diritti nelle azioni disciplinari,
- rispetto della legislazione vigente e del CCNL di riferimento nella definizione degli orari di lavoro,
- sufficienza del salario minimo contrattuale.

Nell'attuazione del Sistema CIR food osserva:

- la norma SA 8000:2008 ed il documento guida pubblicato dal SAI nel 2005
- le leggi e i regolamenti nazionali (per i quali si rimanda ai singoli capitoli del presente manuale),
- il contratto collettivo nazionale Turismo - Pubblici Esercizi,
- le disposizioni degli enti statali vigilanti in materia di rapporti di lavoro,
- i principi internazionali delle Convenzioni ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani.

Il Sistema Responsabilità Sociale è applicato a tutte le sedi e le strutture operative della società CIR food, per tutte le attività svolte dalla società e ai rapporti con tutti i lavoratori, siano essi soci o dipendenti.

Per quanto attiene al rapporto con i dipendenti, la norma prevede il loro coinvolgimento sul progetto e sul funzionamento del Sistema di gestione avvalendosi dei Rappresentanti dei Lavoratori, presenti nelle varie Sedi Territoriali.

Salute e sicurezza

CIR da molta importanza ad azioni di formazione rivolta a tutti i preposti che annualmente vengono aggiornati sulla materia sicurezza (e che diventano a loro volta formatori per i propri collaboratori) con un corso specifico di 3 ore che interessa tutti i responsabili di struttura e loro aiuti.

Investimenti in sicurezza e miglioramento dell'ambiente di lavoro fanno riferimento alla messa a norma e all'ammodernamento di impianti, cucine e locali ad esclusione delle nuove aperture. A seguito dei forti investimenti effettuati nel 2010, che hanno visto l'introduzione di uno standard unico di sicurezza (ad esempio pavimenti antisdrucciolo, apparecchiature di controllo fumi e gas, sistemi di aspirazione come cappe a flusso bilanciato, dove è stato possibile) sono stati perpetrati alcuni interventi in linea con quanto già fatto con particolare attenzione a facilitare l'instaurarsi di un microclima positivo nei luoghi di lavoro. Il dato comprende, altresì, l'acquisto dei dispositivi di protezione individuale.

Discriminazione

CIR food rifiuta ogni forma di discriminazione e garantisce pari opportunità ed equità di trattamento a tutti, soci e dipendenti, indipendentemente da razza, ceto, origine nazionale, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica ed età.

Pertanto CIR food provvede a:

1. effettuare la selezione tenendo in esclusiva considerazione elementi oggettivi come abilità, esperienza ed istruzione rapportati alle funzioni da ricoprire;
2. garantire la formazione e l'addestramento a tutti in funzione delle necessità personali e delle esigenze organizzative e gestionali;
3. effettuare le promozioni in funzione delle abilità dei singoli e delle necessità organizzative e gestionali;
4. effettuare i pensionamenti in base alle norme vigenti in materia;

5. effettuare eventuali licenziamenti solo nei casi consentiti dalla legge e dal C.C.N.L., in ogni caso mai per motivi discriminatori.

La proposta di CIR

CIR food, forte della sua grande esperienza e competenza vuole che il mercato premi chi si ingegna a trovare soluzioni razionali, buone, salubri e poco costose.

Un'analisi aperta, capace di mettere in discussione anche sistemi di gara farraginosi, può portare a riprogettare un pasto sano ed equilibrato grazie a un paniere di materie prime "oneste e sincere" e a nuovi servizi di produzione e logistica efficienti ed efficaci.

L'approccio adoperato è meno ideologico e più pragmatico che si può ottenere con più flessibilità nella selezione delle materie prime individuando un paniere di prodotti essenziali rispettosi di tutti i parametri di qualità e sicurezza. Un ragionamento analogo si può fare anche per altri elementi del servizio nelle ristorazioni scolastiche e sociosanitarie: trasporti, stoviglierie, servizio. Tutto ciò allo scopo di raggiungere un compromesso di sostenibilità applicato alla ristorazione collettiva, in grado di rispettare la matrice di 4 concetti chiave, tutti decisivi e importanti: ambiente, salute, convenienza e reperibilità.

CIR food intende portare avanti questa proposta insieme agli altri attori del processo, con l'obiettivo di:

1. garantire la qualità dei pasti, mantenendo i costi contenuti;
2. evitare le contraddizioni, quindi gli sprechi.

Certificazioni conseguite: QUALITÀ, SICUREZZA E AMBIENTE

CIR food, nel corso degli anni, ha implementato queste certificazioni volontarie:

1. Sistema Qualità - UNI EN ISO 9001:
2. Sistema Salute e Sicurezza sul Lavoro - BS-OHSAS 18001:
3. Sistema Ambientale - UNI EN ISO 14001:
4. Sistema di Responsabilità Sociale - SA 8000:
5. Sistema per la Sicurezza Alimentare - UNI EN ISO 22000
6. Sistema di Autocontrollo HACCP- UNI 10854
7. Attestazione di idoneità alle norme di produzione biologica - REG CE 834/07.

Il Gruppo CIR food si avvale inoltre, per la distribuzione della maggior parte delle materie prime alle cucine, di una piattaforma centralizzata: la piattaforma distributiva Quanta Stock and Go Srl. Questo fondamentale partner del gruppo è in possesso di Sistemi Certificati per la gestione della Qualità (UNI EN ISO 9001), dell'Ambiente (UNI EN ISO 14001), e della Rintracciabilità nella filiera agroalimentare (UNI EN ISO 22005).

Servizi al cliente

La presenza sul mercato di consumatori sempre più consapevoli ha spinto le aziende a superare i concetti tradizionali di soddisfazione e fidelizzazione verso la ricerca di soluzioni innovative e partecipative, in grado di avvicinare sempre di più l'offerta alle reali esigenze della clientela.

In questo scenario CIR food ha posto al centro la relazione tra impresa cooperativa e cliente, attraverso un approccio customer-centric in cui quest'ultimo assume il ruolo di un vero e proprio collaboratore nella realizzazione di progetti condivisi e personalizzati.

Avendo CIR food come obiettivo primario quello di divulgare una corretta cultura nell'alimentazione e migliorare le abitudini di consumo dei propri clienti, puntando ai propri elementi distintivi che rimandano al concetto di responsabilità, quali:

- L'impegno verso la diffusione di un'adeguata cultura alimentare,
- Il valore della passione e della trasparenza,
- Gli aspetti di qualità, professionalità e sicurezza garantiti nel servizio,
- L'attenzione alla tutela ambientale

Costruisce relazioni complete e stabili con i propri pubblici di riferimento, implementando principalmente tre specifiche azioni:

- Informare: comunicare ai clienti in modo trasparente le principali novità aziendali e le corrette abitudini alimentari tramite strumenti online (newsletter, portali web, ecc.) e offline (eventi, progetti, concorsi, opuscoli, libri, ecc.).

- Conoscere: raccogliere le opinioni, comprendere ed anticipare le principali esigenze dei clienti nella fase di ascolto per intraprendere azioni di miglioramento dei servizi.
- Coinvolgere: stimolare la partecipazione attiva dei clienti per la costruzione dei progetti. I clienti richiedono sempre più un servizio di qualità, veloce, puntuale e personalizzato. Ricercano semplicità, affidabilità ed efficacia con molta più attenzione verso il benessere e la salute.

L'ambiente come capitale naturale

Salute e benessere sono motori di dinamismo e di progresso per la società nonché determinanti imprescindibili dello sviluppo economico. Con queste consapevolezza, CIR food ha intrapreso un percorso di sostenibilità, per la realizzazione di un servizio che ha il suo centro nella persona e nel rispetto dell'ambiente. Tutti gli investimenti in questo ambito non sono solo voci di spesa, ma investimenti per il benessere collettivo: non può esistere un pasto sano, senza un ambiente sano e solo con queste due variabili esiste un pasto sostenibile.

Acquisti sostenibili

CIR food

- sceglie prodotti provenienti da agricoltura sostenibile, ad esempio agricoltura biodinamica, biologica, integrata;
- sceglie prodotti prestando attenzione alla biodiversità, ad esempio utilizzando solo prodotti di stagione e a varietà tradizionale/locale garantendo la sopravvivenza delle diversità biologiche e genetiche delle materie prime agricole;
- sceglie prodotti provenienti dal mercato equo-solidale;
- acquista prodotti locali o che valorizzano la cultura locale e la tradizione. Ad esempio tra i vari prodotti si possono scegliere i prodotti certificati dop (denominazione di origine protetta), igt (indicazione geografica protetta), stg (specialità tradizionale garantita), pat (prodotti agroalimentari tradizionali), intesi quali patrimoni culturali locali, gastronomici ed economici da conservare;

- privilegia, dove possibile, i fornitori locali in modo da consentire la riduzione della filiera e la riduzione degli impatti ambientali e consentire lo sviluppo della comunità locale;
- realizza iniziative a sostegno delle Cooperative di Libera Terra, inserendo nei menu prodotti provenienti dalle terre confiscate alla mafia.

Free beverage

Quando possibile adotta erogatori di bevande (acqua, succhi, bevande gassate) in luogo delle bevande confezionate; questo consente la riduzione della quota di rifiuti come imballi.

Buon samaritano

Accogliendo la legge 155/2003 cosiddetta del Buon Samaritano che ha l'obiettivo di prevenire e ridurre il flusso di rifiuti in discarica ed al contempo migliorare l'assistenza alle persone svantaggiate, in diversi appalti CIR food effettua il recupero dei pasti non consumati e successivamente ridistribuiti ad associazioni Onlus e strutture caritative convenzionate sui vari territori. Il servizio di recupero avviene nel rispetto di sicurezza, igiene, integrità e appetibilità di quanto ritirato. A seconda della provincia, il servizio di viene effettuato grazie alla collaborazione con Last Minute Market o Siticibo.

Prodotti per la sanificazione

CIR food ha eseguito un'attenta selezione di tutti i detergenti/disinfettanti, tra cui la maggior parte a basso impatto ambientale, per i quali ha redatto nuovi piani di sanificazione con tempi, dosi e modalità di utilizzo per consentire laddove non vi siano dispositivi automatici, un corretto impiego degli stessi.

Esegue una costante formazione sui prodotti chimici, razionalizzandone l'uso tra gli operatori.

Controlla periodicamente le lavastoviglie per la verifica di adeguati dosaggi dei sanificanti e il rispetto delle temperature nelle fasi di lavaggio.

Rifiuti

CIR food riduce la quota di rifiuti in differenziabili, scegliendo packaging compostabili/biodegradabili/ riciclati o riciclabili. Ove possibile è attiva la raccolta differenziata.

Attrezzature

Adotta attrezzature ad alto rendimento che consentono una riduzione dei consumi energetici: lavastoviglie, forni, brasiere.

Effettua le manutenzioni periodiche per mantenere efficienti ed adeguate le attrezzature.

Esegue nei locali individuati un monitoraggio dei consumi al fine di individuare tempestivamente eventuali anomalie e ridurre inquinamento e sprechi.

Installazione fonti energie alternative: pannelli fotovoltaici e solari.

Installazione di impianti per la produzione di energia da fonte alternativa e la riduzione del consumo delle risorse non rinnovabili.

Automezzi a basso impatto ambientale

Inserisce mezzi di trasporto, a basso impatto ambientale (a metano, elettrici, bifuel).

Organizza il trasporto dei pasti, razionalizzando le consegne e i percorsi più brevi nell'ottica della riduzione dell'inquinamento.

Di seguito si riportano i principali obiettivi ambientali 2011 sulla razionalizzazione delle forniture:

1. Riduzione consumi e fornitura di risorse energetiche: le azioni intraprese sono la sostituzione o l'acquisto di forni i quali per il 50% ad alto rendimento e di lavastoviglie al 15% ad alto rendimento; per quanto riguarda il sistema di illuminazione sono stati introdotti rilevatori di presenza nei corridoi e nei servizi delle sedi; campagna di sensibilizzazione degli utenti ad una corretta regolazione dei ventilconvettori e regolazione fine dell'impianto di riscaldamento, dopo aver effettuato l'acquisizione dei dati termici;

2. Riduzione inquinamento veicolare: sono stati sostituiti il 70% dei veicoli adibiti al trasporto di materiali a favore di soluzioni a minore impatto ambientale (Euro 5 e alimentati a metano);
3. Riduzione del consumo di risorse cartacee: è stato attivato il protocollo elettronico sul 50% delle sedi. La dematerializzazione della documentazione cartacea riguarda tutte le aree aziendali;

CIR food, coerentemente alla propria missione sociale di cooperativa basata sulla promozione dei valori di solidarietà e centralità della persona, nel 2011 ha contribuito attivamente a diverse iniziative culturali e solidaristiche. Di seguito le principali: “Pubblico mangiare” - parte da Bologna la campagna di sensibilizzazione di CIR food denominata Pubblico Mangiare che ha l’obiettivo di fare chiarezza sulle dinamiche che determinano menu e costi del mangiare pubblico, coinvolgendo tutte le parti della filiera, dai fornitori ai nutrizionisti fino ai consumatori. L’auspicio è di portare rinnovamento al settore, favorendo il risparmio di risorse a beneficio della qualità del servizio. Qualità che spesso non si trova nell’utilizzo di prodotti costosi, ma in una ristorazione sana, sicura ed equilibrata con ingredienti sicuri e certificati. Tutto ciò allo scopo di raggiungere un compromesso di sostenibilità applicato alla ristorazione collettiva in grado di rispettare i tre asset: ambiente, salute e convenienza.

Logistica di CIR: QUANTA Stock and Go S.R.L.

QUANTA Stock and Go S.R.L. offre un servizio di stoccaggio e consegna di prodotti alimentari deperibili e non deperibili per conto di C.I.R. Food, Cooperativa italiana di Ristorazione, che è una delle maggiori aziende italiane ed europee nel settore della ristorazione moderna. QUANTA è nata proprio dalla necessità di C.I.R. (Cooperativa Italiana Ristorazione) di avere una società qualificata per il servizio logistico di distribuzione delle proprie merci alimentari ai centri di preparazione pasti, la cui tipicità si basa sull’integrazione dei magazzini per prodotti secchi, a temperatura refrigerata e per congelati/surgelati, prodotti che, attraverso un’attività di picking (allestimento ordini), vengono caricati sul mezzo di trasporto e distribuiti ai destinatari.

Il servizio oggetto della presente certificazione EPD è la distribuzione di prodotti alimentari, a partire dalle merci caricate sui veicoli presso lo stabilimento di Quanta. La peculiarità di tale trasporto su strada è di consentire, con un medesimo carico, la distribuzione di prodotti secchi, freschi e surgelati.

Il Parco Mezzi di Quanta

L'intero parco mezzi di Quanta è classificato secondo lo standard europeo relativo alle emissioni degli autoveicoli venduti nella UE: si tratta di uno standard europeo, identificato con la sigla Euro seguita da un numero, che riguarda le emissioni dei veicoli e volta a ridurre l'inquinamento atmosferico. La distribuzione dei veicoli utilizzati da Quanta per il servizio di distribuzione delle merci alimentari in base alla classificazione Euro 3, Euro 4 ed Euro 5 è la seguente:

1. 30% Euro 3;
2. 20% Euro 4;
3. 50% Euro 5;

Le Altre Certificazioni

- ISO 14001: 2004, cert. n. 367-2002-AE-BOL-SINCERT, rilasciato da DNV;
- ISO 22005:2008, rintracciabilità filiere agroalimentari, cert. n. 21722;
- ISO 9001:2008, n.registrazione IT-12341.

http://gryphon.virondec.com/data/files/6/9559/epd82it_QUANTA_servizio_di_distribuzione_di_prodotti_alimentari_per_preparazione_pasti.pdf

Eataly

L'alimentazione sarà il tema cardine dell'Expo 2015 di Milano, un'occasione per dibattere le problematiche e le nuove frontiere ad essa legate a livello mondiale, ma anche una grande vetrina per l'Italia e per le sue eccellenze, che la rendono celebre in tutto il mondo.

Spesso proprio queste eccellenze sono associate ad un costo elevato o ad una difficile reperibilità, motivo per cui nasce Eataly, una catena alimentare con punti vendita di medie e grandi dimensioni, che si pone come obiettivo, oltre alla

distribuzione e la ristorazione di alto livello, la divulgazione di una cultura del cibo, con corsi di cucina, degustazioni e didattica per bambini.

Eataly è un'azienda attenta e vicina al tema della sostenibilità.

Green Pea è il primo green retail park di Eataly, 25000 metri quadrati dedicati a eco-sostenibilità e responsabilità sociale. Un luogo che, nel pieno spirito di Eataly, unirà vendita, cultura e buon vivere: green retail, spazi per conferenze, un centro benessere. Il tutto nell'ambito della riqualificazione ecocompatibile dell'area del Lingotto a Torino. Per la progettazione del **Green Pea** sono state messe in campo le più avanzate tecnologie di risparmio energetico e di riduzione delle emissioni di anidride carbonica, sia a livello dell'architettura degli edifici, sia a quello degli impianti e dei materiali. Da questo punto di vista, l'elemento principale sono le coperture verdi: isolano gli edifici e quindi diminuiscono il fabbisogno energetico per il controllo della temperatura interna, filtrano le polveri sottili e drenano la pioggia.

La sede a Milano, Eataly Smeraldo, in particolare, ha deciso di adottare e di acquistare quindi, per il reparto ortofrutta, solo sacchetti e guanti in bioplastica, in collaborazione con Novamont. Anche le stoviglie monouso, bicchieri e posate, utilizzate all'interno dello store, sono biodegradabili e compostabili in Mater-Bi®, certificate "OK Compost" in base alla norma europea EN13432. Una decisione lungimirante che ribadisce il forte impegno di Eataly nella sostenibilità ambientale, ma anche la condivisione del progetto strategico di Novamont volto al consolidamento di un'economia circolare che partendo da materie prime rinnovabili (locali e non food) permette l'ideazione e produzione di manufatti interamente realizzati in Italia, destinati a trasformarsi in fertile compost, indispensabile per nutrire naturalmente il terreno.

Eataly adotta una tecnica ben precisa e stabile per la scelta dei fornitori. Ogni singolo produttore dev'essere attentamente sorvegliato in ogni fase della sua filiera produttiva, ogni prodotto dev'essere tracciato individualmente, ogni singola scatola o scatoletta che entra in magazzino dev'essere registrata in ogni sua movimentazione, ogni minima manipolazione del cibo nello store dev'essere tenuta sotto controllo, ogni punto vendita, ogni locale, ogni superficie dev'essere lavabile e lavati, ogni punto di ingresso o di uscita presidiato perché l'ambiente dello store rimanga il più sterile possibile.

Eataly, ideato da Oscar Farinetti, oggi nonostante abbia raggiunto una grande fama e discreta diffusione nel mondo non ha una vera e propria organizzazione strutturata. Ogni store infatti viene concepito dall'imprenditore e ha diverso assortimento. Ogni store, si potrebbe dire, è come se fosse un'azienda a sé. Questo perché ogni mercato ha le proprie caratteristiche.

Per sottolineare l'attenzione e l'importanza del cliente, sono organizzati degli eventi ad hoc in store, soprattutto eventi che garantiscono la protezione dell'utente: eventi sulle intolleranze e allergie.

<http://www.eataly.it/blog/green-pea-il-green-retail-park-di-eataly/>

McDonald's

La McDonald's Corporation è la maggiore catena di ristoranti fast food del mondo ed è di origine statunitense. Secondo le linee guida stabilite da protocollo di Kyoto, entro il 2020 McDonald's ridurrà i consumi di energia e le emissioni nocive del 20% e aumenterà l'uso di fonti alternative del 20%. Per ridurre l'impronta ecologica a livello globale l'azienda punta su tre leve.

La prima è quella di realizzare i ristoranti col minor impatto possibile. L'azienda punta alla costruzione di edifici più efficienti, attenti ai consumi idrici ed elettrici, equipaggiati con pompe di calore, pannelli solari e fotovoltaici. Saranno dotati, nelle cucine, di tecnologie ed elettrodomestici a risparmio energetico. I muri, i pavimenti delle terrazze, i marciapiedi e i rivestimenti esterni dei nuovi edifici sono in gres porcellanato e nel 2011 si è testato questo tesso materiale arricchito con finitura in biossido di titanio, un eco-materiale capace di ridurre gli agenti inquinanti. Un sofisticato sistema di eliminazione degli odori di cottura contribuisce inoltre a mantenere l'aria pulita da emanazioni, ritenute non dannose per l'ambiente ma che possono creare disturbo. I generatori di ozono delle cappe abbattano grasso e odori fino al 95%.

Il secondo obiettivo è quello di migliorare il packaging. Oggi composto per il 90% da materiale naturale come la cellulosa (in Italia non è consentito l'uso di cellulosa riciclata come negli altri mercati dove arriva al 40%), e per il restante 10% da plastica puntando a ridurre l'uso al minimo. Gli incarti sono stati

alleggeriti del 10% e il loro design permette di ottenere sempre migliori risultati come nel caso del nuovo accessorio a compartimenti che permette di ridurre il numero di sacchetti e altri accessori utilizzati per la vendita da asporto. Da giugno 2012, la cellulosa delle tovagliette è certificata FSC (proveniente da forestazione controllata). McDonald's abbandona i bicchieri in polistirene. I contenitori, tazze e bicchieri verranno sostituiti con alternative in carta. Mossa valida per contribuire alla riduzione dei rifiuti inquinanti.

Il terzo obiettivo è quello di migliorare la gestione dei rifiuti nei ristoranti, valorizzando quello che è possibile destinare al riciclo: oltre ad olio usato (oltre 2500 tonnellate anno) e cartoni (oltre 3000 tonnellate anno) l'azienda sta implementando la separazione nella zona di cucina del rifiuto organico (destinato a diventare compostaggio o biogas). Nella zona riservata ai clienti, è stato avviato nel 2010 il processo di separazione del vetro, delle bottiglie di plastica e delle scatole dell'Happy Meal.

La responsabilità di un'azienda come McDonald's Italia è maggiore: per l'influenza determinata dalle sue dimensioni ed esercitata sui suoi clienti (700.000 persone servite al giorno in 480 ristoranti), sul mondo agricolo, sui fornitori, sugli oltre 17.500 dipendenti che lavorano per il gruppo e sui 315 comuni nei quali sono ubicati i suoi ristoranti.

Anno dopo anno, l'azienda ha sviluppato e messo a punto una politica improntata a un approccio globale, coerente e che non trascura nessuna questione. McDonald's Italia agisce nell'insieme dei suoi ambiti di responsabilità: dalle pratiche agricole (Sustainable Land Management Commitment, un documento che sintetizza l'impegno a scegliere materie prime provenienti solo da fonti legali e sostenibili come nel caso del caffè, si riforniscono solo da società certificate da Rainforest Alliance che attesta all'interno delle aziende la tutela ambientale, i diritti e il benessere dei lavoratori e la salvaguardia degli interessi dei coltivatori di caffè) alla distribuzione e logistica (in Italia l'azienda partner utilizza Biodiesel prodotto con l'olio usato dai ristoranti; ha installato impianti fotovoltaici per coprire fino al 65% dei consumi legati alla refrigerazione) alla gestione dei ristoranti (è

stata interamente ripensata la progettazione, l'integrazione visiva, il trattamento degli odori, il risparmio idrico ed energetico, la climatizzazione).

L'impegno ambientale si estende alla rete dei fornitori, con i quali l'azienda collabora per ridurre i rifiuti, riciclare e riutilizzare risorse energetiche, misurare e limitare le emissioni nocive indirette. Curare la salute dei terreni e il benessere degli animali, rispettare l'habitat naturale e la biodiversità, migliorare i processi ed eliminare gli sprechi, sono obiettivi che tutti i partner si prefiggono e condividono con l'azienda. È stata ideata una scheda di valutazione per misurare la performance ambientale dei maggiori fornitori a livello europeo in relazione ai temi rifiuti, risorse energetiche ed emissioni. Dalla sua introduzione, si sono registrati miglioramenti da parte di tutti i partner.

<http://www.mcdonalds.it/azienda/ambiente/a-livello-globale>

Filiera responsabile

Progetto di misurazione dell'impronta ecologica, considerando come elemento importante l'impatto indiretto, cioè le attività, le tecnologie e le procedure adottate dai fornitori. Molti di loro hanno ridotto l'uso di acqua ed energia, limitando la produzione di rifiuti. È stato inoltre sviluppato l' AGRICULTURAL ASSURANCE PROGRAMME (MAAP), uno strumento che misura gli standard adottati per le produzioni agricole dalle quali provengono i prodotti impiegati nei menù. Il programma permette all'azienda di rivolgersi alle aziende che adottano standard più elevati, e riguarda in modo particolare carne, pollo, uova, latte, formaggio, patate, grano, lattuga, pomodoro e cetrioli.

Basandosi sui dati e sull'esperienza di questo programma, si è realizzato il progetto Flagship Farm: sono state selezionate le aziende agricole più avanzate all'interno del mondo della catena di fornitori di McDonald's e con queste nel corso degli ultimi sette anni, si è condotto uno studio sulla qualità, sicurezza e sostenibilità delle materie prime. I due progetti permettono di monitorare nel tempo le seguenti aree: la gestione ambientale, le migliori pratiche agricole, il benessere animale, le migliori pratiche di allevamento, la trasparenza delle procedure. I fornitori hanno firmato inoltre la moratoria contro la soya prodotta in

aree provenienti dalla deforestazione. La soya è infatti parte dei mangimi usati negli allevamenti di pollo; così facendo, si tutela il Bioma Amazzonico. L'obiettivo globale è di aumentare la consapevolezza dei fornitori, e dei loro partner, sull'importanza della responsabilità ambientale.

- Inalca

Il partner Inalca, fornitore di carne bovina, si è distinto per la conversione di biomasse in energia; a oggi la metà dei rifiuti organici alimentari destinati all'eliminazione sono trasformati in energia verde. I nuovi impianti di biogas destinati alla produzione di energia da fonti rinnovabili, realizzati a Ospedaletto Lodigiano (Lodi) e Castelvetro (Modena), non sono che l'ultimo dei grandi passi compiuti da Inalca in direzione della sostenibilità. A regime, gli impianti consentiranno di produrre quasi il 49% del fabbisogno energetico interamente da biomasse e sottoprodotti della macellazione con risparmio di 21.280 tonnellate di CO2.

Nello stabilimento di Ospedaletto Lodigiano negli ultimi quattro anni non solo è stata abbattuta del 20% la produzione di rifiuti, ma il processo di recupero dei liquidi messo a punto ha consentito un risparmio di oltre 82.000 metri cubi di acqua.

- Seda

Seda è il partner di McDonald's nello sviluppo di contenitori ecosostenibili. Più dell'85% della materia prima scelta da Seda proviene da fonti rinnovabili, di cui il 45% cartone riciclato. L'obiettivo dell'azienda, che segue lo standard ecologico ISO 14001 è quello di incrementare costantemente la quota di materiali sostenibili e rinnovabili.

- Amadori

Per gran parte delle ricette a base di pollo, l'azienda ha scelto Amadori, un'azienda leader nella produzione di carni avicole, con sede centrale a San Vittore di Cesena, in Romagna, che collabora con noi dal 1996. Il gruppo Amadori garantisce un prodotto sicuro, controllato e certificato lungo tutte le fasi produttive, poichè gestisce l'intera filiera integrata. Questo significa avere la possibilità di condurre verifiche dirette su tutti i passaggi necessari per ottenere

un prodotto finito: produzione del mangime, allevamento, macellazione e trasformazione, confezionamento e distribuzione. Un risultato ottenuto nel corso del tempo grazie a una continua propensione alla crescita, innovazione e miglioramento che ha portato questa azienda a disporre di impianti tecnologicamente all'avanguardia che, oggi, le consentono di offrire un prodotto di alta qualità, curato in ogni dettaglio di produzione.

Ogni attività del gruppo Amadori viene svolta conformemente a procedure interne testate e di provata efficacia e tutti gli stabilimenti di lavorazione e di trasformazione alimentare sono riconosciuti e autorizzati dal Ministero della Sanità. Il livello di affidabilità del sistema di produzione e dei prodotti di questa azienda è attestato da una serie di certificazioni e riconoscimenti ottenuti nel tempo:

ISO 9001:2008 (sistema di gestione per la qualità); UNI EN ISO 22005 (rintracciabilità nelle filiere agroalimentari); BRC(British Retail Consortium); ISF (International Food Standard);QS (sistema tedesco di sicurezza alimentare e benessere degli animali lungo la filiera avicola);EFSIS/SAI GLOBAL (certificazione richiesta da noi sullo stabilimento di Mosciano Sant'Angelo); HALAL(certificazione richiesta dalla religione islamica sul modo in cui viene macellato l'animale).

- Cargill

Le preoccupazioni circa gli impatti ambientali di allevamento e di trasformazione dei prodotti agricoli comprendono la compensazione del territorio, l'uso eccessivo dei fertilizzanti, pressione sulle riserve di acqua dolce, e grande impronta di carbonio della produzione agricola. In condizioni di pratiche di supply chain normali, estrazione di foglie di stevia di Cargill produce 500 kg di CO2 per tonnellata di "dolce" (una misura presunta di 250 volte la dolcezza dello zucchero). La stragrande maggioranza (99%) delle emissioni sono prodotte durante le fasi di coltivazione e di trasformazione dei prodotti. Cargill sostiene il mercato dei prodotti con il minimo impatto ambientale istituendo pratiche di sostenibilità a lungo termine.

Da quando Cargill ha lanciato il marchio Truvia^{AE} di stevia dolcificante nel 2008, l'azienda ha cercato di costruire un business fondato sulla sostenibilità e trasparenza concentrandosi su tre settori: approvvigionamento responsabile,

steward risorse naturali, e la condivisione nel miglioramento delle comunità. Cargill è impegnata a ridurre la sua impronta di carbonio del 50% nel 2015 dal suo riferimento al 2010 e di diventare carbon neutrale entro il 2020. Gli obiettivi di sostenibilità di Cargill includono l'assicurazione di tutti i ritorni d'acqua trasformati con la sua qualità originale; riduzione dei rifiuti del 50% su tutta la catena di fornitura nel 2015 e diventare rifiuti zero entro il 2020. Il CarbonTrust, sede nel Regno Unito, ha certificato Cargill carbon footprint e verificato le sue impronte idriche e dei rifiuti.

- Lamb weston austria

Per le patatine si servono da Lamb Weston, la più grande azienda austriaca produttrice di patate, che collabora con McDonald's da 25 anni. Un'azienda tradizionalmente votata a questo tipo di coltivazione per ragioni territoriali e climatiche, che lavora oltre 103.000 tonnellate di patate all'anno e che si rifornisce da oltre 350 fattorie della Bassa Austria, principalmente dalle zone del Marchfeld, del Weinviertel, e dalla contea di Burgenland. Solo agricoltori provati e testati collaborano con Lamb Weston, nel rispetto dei più alti standard fissati a livello internazionale su tutti i processi di produzione e seguendo le prassi indicate per ogni fase di crescita del prodotto: selezione dei semi, controllo delle condizioni del suolo, utilizzo di fertilizzanti, raccolta e condizioni di stoccaggio. Procedure e processi vengono controllati sia internamente attraverso verifiche sistematiche su 26 aree e tutti i dipartimenti sia esternamente da enti accreditati che nel corso degli ultimi anni hanno sempre valutato molto positivamente l'azienda.

Lamb Weston ha, infatti, ottenuto le seguenti certificazioni: IFS (International Food Standard); AIB (garanzia richiesta dal mercato americano sulla rintracciabilità del prodotto e la sicurezza igienico sanitaria); ISO 9001 (sistema di gestione per la qualità); HACCP - all'interno dell'IFS (sistema di autocontrollo igienico sui processi produttivi); ISO 14001 e OHSAS 18001SQMS (sistemi di gestione ambientale); Organic.

- Italia alimentari

Per il bacon l'azienda si rivolge a Italia Alimentari dal 2001, una società controllata dal Gruppo Cremonini, uno dei più importanti operatori europei nel settore alimentare.

La struttura industriale di Italia Alimentari prevede 4 stabilimenti produttivi, localizzati nelle zone d'origine di alcuni prodotti certificati DOP o IGP, e specializzati per tipo di produzione: Gazoldo degli Ippoliti (MN) è dedicato a preaffettati, snack, gastronomia pronta ed alla produzione del nostro bacon; Paliano (FR) a prosciutti cotti e arrostiti; Busseto (PR) a culatello, mortadella e salumi tipici; Postalesio (SO), invece, alla bresaola.

Un avanzato sistema di controllo qualità consente di monitorare tutti i processi di produzione in ogni fase a partire dalle materie prime utilizzate con l'impegno di assicurare la tracciabilità dei prodotti e contribuire alla salute delle persone e dell'ambiente circostante. Tutti i prodotti sono fabbricati secondo le buone regole di produzione, dettate e approvate dall'Unione europea. Gli stabilimenti produttivi, inoltre, sono riconosciuti conformi alle norme ISO 9001:2000, BRC e IFS (sistemi di gestione per la qualità) e ISO 14000 (sistema di gestione ambientale).

- Espersen (con certificazione HACCP)

McDonald's compra il merluzzo da Espersen, un'azienda danese, con sede a Rønne, leader nella produzione di pesce congelato, specializzata nella trasformazione di pesce bianco e rinomata per la qualità del prodotto finito.

Un'azienda che compra la materia prima solo da allevamenti in costante miglioramento e da pescatori che utilizzano sistemi di pesca che non alterino gli ecosistemi marini.

- Parmareggio (con certificazione ohsas18001 e ISO 14001)

Parmareggio vanta da tempo la Certificazione ISO 9001 per tutti i suoi stabilimenti, relativa ai sistemi di gestione della qualità, in particolare riguardante la progettazione e lo sviluppo dei prodotti caseari. Possiede la certificazione ambientale, secondo la normativa ISO 14001, per tutti gli stabilimenti di produzione, e anche la certificazione di sicurezza, secondo la normativa OHSAS 18001, per tutti gli stabilimenti di produzione.

Energy e cambiamenti climatici

- Arla Foods

Giornalmente vengono trasportati sia latte grezzo che prodotti finiti usando due tipologie di veicoli. Arla Foods propone una soluzione innovativa, rimorchio combinato che per metà più trasportare latte grezzo e per l'altra prodotti finiti, riducendo così le emissioni di carbonio e combustibili. Arla lavora in partnership con fornitori esterni, Crossland Tankers, per produrre serbatoi per contenere latte e, Gray % Adams, per il rimorchio refrigerato, entrambi da molto tempo fornitori di Arla Foods. Il nuovo rimorchio è unico, concepito dal suggerimento di un dipendente e realizzato grazie ad una collaborazione tra fornitori senza precedenti. Ogni veicolo può ridurre il consumo di carburante per Arla di circa 60000 litri/anno, comparato con due autocisterne convenzionali e die veicolo refrigerati. Il risparmio di carburante si traduce in risparmio di CO2 di circa 155 tonnellate/anno. Tutto il progetto risparmia per anno per 20 rimorchi circa 1200000 litri di carburante, tradotti come una riduzione di CO2 di 3100 tonnellate.

- JBS SA

JBS si impegna a ridurre al minimo gli impatti ambientali promuovendo iniziative per rendere i processi produttivi più efficienti e sostenibili. Una di queste iniziative è stato il riutilizzo dei contenuti di ruminazione, rifiuti classificati come non pericolosi, creata da piante da carne JBS', per la creazione di energia termica dalla combustione in caldaie industriali per la produzione di calore e vapore. In precedenza, anche se ambientalmente sicuro per le discariche industriali, il prodotto ha creato una responsabilità ambientale ad alto costo per l'impresa. Pertanto, JBS ha individuato la possibilità di riutilizzare i rifiuti per produrre energia e parziale sostituzione dei combustibili tradizionali, come il combustibile fossile o di prodotti forestali, con biomassa rinnovabile.

Il processo gestisce rifiuti in un silo e trasferisce alla pressione di un impianto di umidità. Da lì, i rifiuti vanno al sistema di asciugatura che rimuove la restante umidità nel contenuto ruminazione premuto. Poi si passa ad un forno dove viene bruciato per creare vapore. Questi rifiuti rappresentano il volume più alto generata in un impianto di imballaggio, circa 25 chilogrammi per animale, per un totale di 27.282 tonnellate,

sulla base di quattro unità industriali in cui è stato implementato il sistema. I gas creati dal processo di essiccazione sono trasferiti ad un sistema di trattamento del gas, come le norme richiedono.

- Mother Parkers Tea and Coffee Inc.

La torrefazione è un'attività ad alta energia. I chicchi di caffè verde vengono ad una temperatura interna di circa 400°F. La fase esotermica produce gas che rilasciano energia termica.

Questa azienda ha sviluppato un sistema per deviare l'aria di scarico calda, pulita attraverso scambiatori di calore per preriscaldare il caffè verde prima della tostatura . Usando l'energia riciclata al di fuori del torrefattore diminuisce il fabbisogno di energia primaria durante la fase endotermico di pre - torrefazione. Il sistema di pre-riscaldamento ha diminuito il consumo di gas naturale di quasi la metà, rispetto al consumo di gas da una torrefazione tradizionale senza riciclo, senza pre-riscaldamento, e senza convertitori catalitici, con una riduzione proporzionale delle emissioni di gas serra. Quattro torrefattori e l'acquisto di un quinto torrefattore ha richiesto un investimento significativo con alcuni alti costi di input continui, come ad esempio i rinnovi del catalizzatore, ma gli effetti sono altrettanto significativi. Le figure mostrano un notevole miglioramento del consumo energetico e le emissioni di gas serra e una riduzione delle emissioni termiche. Questi sistemi di preriscaldamento hanno ridotto le emissioni di gas serra di 1 MtCO_{2e} per 2720 kg di chicchi trasformati nel 2013.

- Simplot

La produzione alimentare crea sottoprodotti che sono stati spesso considerati rifiuti. Presso l'impianto di trasformazione della patata JR Simplot a Moses Lake, Washington , la società ha affrontato tre sfide - ridurre gli sprechi , migliorare l'ambiente e risparmiare energia , con una soluzione innovativa . Il team ha messo a punto un piano poliedrico per risparmiare energia . Simplot prende due flussi di "rifiuto" e li fonde insieme in una delle uniche caldaie nel paese per bruciare una miscela unica di biogas, idrogeno e gas naturale. La prima parte è la conversione dei rifiuti patate in biogas. Microrganismi utilizzano i rifiuti di patate come fonte di cibo, a sua volta generare biogas . L'acqua trattata viene poi

utilizzata per l'irrigazione , risparmiando \$ 800.000 all'anno , e la fecola di patate dall'acqua di processo viene recuperato e utilizzato in un processo di polimerizzazione per la fabbricazione della carta . Infine, la materia solida lasciato alle spalle , chiamato digestato , ha un'applicazione aggiuntiva come fertilizzante , che è un altro dei core business della società. Simplot inoltre collaborato con una società vicina che è stata flaring idrogeno come prodotto "di scarto", e ha accettato un accordo reciprocamente vantaggioso per utilizzare questa fonte di energia pulita per il carburante. Come risultato, biogas, idrogeno e gas naturale vengono bruciati in caldaie della centrale di elaborazione per produrre vapore che viene utilizzato nel processo di creazione di patatine fritte e granuli di patate, e il ciclo viene rinnovato. L'impianto di riduzione della domanda di gas naturale di circa il 10 %.

- The coca cola company

Uno degli obiettivi ambientali di The Coca-Cola Company è quello di ridurre l'impronta ecologica della "drink in mano" del 25 % entro il 2020 . Per raggiungere questo obiettivo, l'azienda è costantemente alla ricerca di soluzioni oltre l'intero processo di produzione per ridurre l'impatto di carbonio . Il novanta per cento del marchio Juice semplicemente venduti negli Stati Uniti viene prodotto presso l'impianto di Main Street si trova a Auburndale, Florida. Cutrale, fornitore di succo della società, si trova a breve distanza dalla pianta. Autocisterne trasportano il succo Cutrale alla struttura Main Street quotidianamente. The Coca-Cola Company ha sviluppato un'idea innovativa per ridurre i costi e l'impatto ambientale: costruire un oleodotto 1,2 miglia tra le due strutture. Il gasdotto, il primo del suo genere, è stato completato e ha ricevuto l'approvazione USDA nel giugno 2011. Il gasdotto ha eliminato la necessità di una media di 70 camion cisterna al giorno offrendo risparmi sui costi e riducendo le emissioni di carbonio della società per circa 20 milioni di tonnellate all'anno. Mettere meno camion sulla strada riduce anche l'usura stradale e rottura sulle infrastrutture della comunità. Altri vantaggi comprendono la riduzione nei processi ad alta intensità di lavoro per pompare il succo dalla petroliera, manutenzione cisterna, e tempi di fermo impianto; e una maggiore resa della pianta.

Acqua

- Ingham

L'Australia ha vissuto una grave e prolungata siccità negli ultimi due decenni. Impianti di trasformazione Inghams ' utilizzare fino a 4,2 milioni di litri di acqua al giorno. In qualità di membro fondatore di Water Stewardship Australia, Inghams voluto valutare oggettivamente i rischi di declino affidabilità della fornitura di acqua e determinare se il suo uso dell'acqua potrebbe credibilmente essere provata "giusto" secondo lo standard. Inghams identificato tecnologia di trattamento delle acque avanzate come opzione per ridurre la dipendenza dalla rete idrica locale e avviato un programma per costruire il suo primo impianto di trattamento delle acque avanzato (AWTP). L'impianto utilizza la tecnologia disponibile in commercio per trasformare le acque reflue provenienti dall'impianto di trasformazione in acqua potabile. L'approccio multi-barriera (filtrazione a sabbia, filtrazione a membrana, osmosi inversa, trattamento ultravioletto , e clorazione) assicura l'acqua è conforme alle Linee Guida Acqua Australia e Nuova Zelanda bere. Il AWTP ridotto affidamento sulla fornitura di acqua di oltre il 70 % senza alcun impatto sulla qualità del prodotto. Inghams ha commissionato una seconda AWTP in un sito di trasformazione a Victoria che sta ottenendo risultati simili . L'azienda ha lavorato con le autorità per sviluppare protocolli e le linee guida per disciplinare l'uso di acqua depurata . Le richieste di alta energia di osmosi inversa sono compensati in qualche misura da iniziative di efficienza energetica , anche utilizzando il biogas e il calore recuperato dal frigorifero per la produzione di acqua calda sanitaria. Garantire un approvvigionamento alternativo di acqua potabile ha permesso agli impianti di trasformazione di continuare ad aumentare la produzione, nonostante la scarsità d'acqua. L'impianto di trasformazione del Queensland ha utilizzato l'acqua avanzata dal 2009, risparmiando 545 milioni di litri nel primo anno e ora risparmio 755 milioni di litri all'anno. Il sito di Victoria è in funzione dal 2012 e si prevede di risparmiare 330 milioni di litri nel suo primo anno completo di attività . In media, il 71% di acqua potabile è stato sostituito con l'acqua avanzata. Inoltre, il AWTP increases anche acqua disponibile per la comunità e altre imprese, invia waste zero in discarica, riduce il carico di nutrienti nella rete fognaria e per l'ambiente, utilizza biogas per compensare consumo di energia elettrica superiore, e produce acqua a costi inferiori rispetto

l'approvvigionamento pubblico . Un sistema di recupero di calore di biogas installato come parte del progetto utilizza già raccolto e bruciato in torcia del biogas per preriscaldare l'acqua calda per il sito. Il AWTP rimuove circa 150 tonnellate annue di azoto totale dal flusso dei rifiuti e la trasforma in gas innocuo azoto.

- Coca-cola iberia

L'acqua è l'ingrediente principale nella produzione di bevande analcoliche, ma in alcune zone della Spagna, l'acqua scarseggia. Coca-Cola Iberia è impegnata a conservare e sostenere i progetti idrici nelle comunità. In impianti di produzione di Coca-Cola che producono lo sciroppo e riempiono il Bag-in-Box fornito al McDonald, Coca-Cola ha introdotto programmi operativi di eccellenza per migliorare la metodologia e le attrezzature sono state modificate per ridurre l'acqua consumata nella pulizia e lavaggio. Coca-Cola ha anche condotto le valutazioni della vulnerabilità della fonte ogni cinque anni in comunità in Spagna e Portogallo, dove operano per valutare le fonti d'acqua locali e i fattori di rischio che li riguardano.

- McCain Foods Limited

Il Sudafrica è uno dei paesi per i quali un approvvigionamento idrico sostenibile è fondamentale. Nel 2011, McCain Delmas ha avuto il più alto rapporto acqua-prodotto per Fries McDonald prodotte nel gruppo McCain. Questo ha creato sia una pubblicità e un imperativo ambientale per affrontare la questione. L'obiettivo era chiaro, ridurre la quantità di acqua utilizzata per chilogrammo di prodotto realizzato. La strategia alla base di questa iniziativa comprendeva la riduzione di acqua utilizzata durante il processo di produzione e l'eliminazione di acqua. McCain Delmas seguito da McCain globale ha iniziato l'iniziativa "Cerca Pools " per migliorare le prassi stabilendo un punto di riferimento di consumo d'acqua e lo sviluppo di un piano d'azione per ridurre l'uso. Misurare il consumo d'acqua ogni ora è stato fondamentale per la gestione di questa risorsa critica e scarsa. Il personale di McCain Delmas ha riparato valvole d'acqua e usato liste di controllo per fermare tutte le perdite d'acqua. Incontri settimanali dimostrano progressi su tutti gli elementi di azione in circolazione. L'azienda ha implementato programmi

di comunicazione end-to-end per informare tutti i dipendenti sul progetto e l'importanza del risparmio idrico. Questa campagna ha usato presentazioni, manifesti, formazione e continuo rinforzo in riunioni quotidiane. L'iniziativa ha bisogno del sostegno di tutti i dipendenti e dei fornitori di pulizia per garantire la piena cooperazione e per ridurre il consumo di acqua del 25 % nel primo anno e un altro 25% nel secondo. McCain Delmas ha investito ulteriori capitali per ridurre l'utilizzo di acqua a cascata dalle cuocitori alle de- scuoiatori e recupero di energia dall'acqua blancher . Nel 2011-2012, il consumo d'acqua è diminuito del 36% e nel 2012-2013 di un ulteriore 15%. In questi ultimi due anni, il programma di riduzione dell'acqua ha risparmiato circa 138 mila dollari (1,5 milioni dollari ZAR) per l'impianto di Delmas. Probabilmente il più grande singolo impatto economico è stato raggiunto con la perforazione di due pozzi autonomi sul sito Delmas . Questi pozzi hanno ridotto lo sforzo sul sistema locale idrico comunale, pur pagando i diritti di utilizzo per il comune. In tempi di ridotta disponibilità di acqua, i pozzi autonomi assicurano che l'impianto Delmas non stia privando tutti i membri della comunità di acqua nelle loro case.

Rifiuti

- BRF S/A

BRF S/A è una società globale di cibo, i cui partner, con i produttori integrati, garantiscono standard di qualità e di sostenibilità all'inizio della catena di produzione. Per fare questo, l'azienda svolge attività per garantire la sostenibilità delle aziende integrate, come il progetto di logistica inversa per i rifiuti. Le norme ambientali classificano questo tipo di rifiuti pericolosi. Progetto Logistica inversa di BRF mira a promuovere la sostenibilità ambientale nella catena di produzione animale attraverso la segregazione, raccolta, trasporto, trattamento e smaltimento dei rifiuti solidi per la salute degli animali da pollame e maiale di produzione.

BRF ha progettato un progetto nazionale volto ad assicurare che nessuno dei contadini integrati bruci rifiuti. In primo luogo, BRF ha addestrato i fornitori di animali nel processo di separazione dei rifiuti e ha fornito i contenitori per separare i rifiuti nei campi. Il Brasile aveva già una procedura per separare i rifiuti per la salute umana, ma il processo non è stato utilizzato nella produzione animale, così la società ha deciso di applicare ai rifiuti di salute degli animali.

Creata la partnership con una società di raccolta e trattamento dei rifiuti , BRF ha determinato la procedura per rimuovere i rifiuti separati e trasportarli in un impianto di trattamento rifiuti di origine animale che segue la legislazione ambientale brasiliana e altre procedure giuridiche. Il progetto affronta un problema di salute pubblica e ambientale, rimuovendo rifiuti solidi pericolosi e inoltre si occupa della protezione contro potenziali degni ambientali e rischi per la salute umana. Dal momento che il progetto è iniziato nel 2009, ha raccolto e trattato 1.500 tonnellate di rifiuti di salute degli animali. BRF ha addestrato circa 15.000 agricoltori per separare i rifiuti.

- DonKRC

Prosciutto, pancetta, e le piccole attività di produzione di beni sul sito Castlemaine richiedono grandi volumi di sottaceto e salamoia. In media, il sito dispone di 225.000 chilogrammi di salamoia e rifiuti salamoia mensile. Grazie alla posizione dello stabilimento di produzione e il potenziale impatto sul trattamento delle acque reflue locale, i rifiuti di sottaceto e salamoia non possono essere smaltiti attraverso il sistema dei rifiuti scambi esistenti. Come risultato, i rifiuti vengono trasportata fuori sede. La società ha individuato la possibilità di ridurre significativamente il quantitativo di salamoia e salamoia rifiuti. Un team di progetto è stato assemblato con responsabili di area, membri del team di produzione ed esperti tecnici e di funzionamento, ed è stato condotto dal dipartimento ambiente con il pieno sostegno della gestione del sito. L'obiettivo del team era quello di ridurre i rifiuti di salamoia e sottaceto da 44.000 kg al mese . Dopo aver esaminato l'intero flusso di processo , i tre settori chiave che sono stati identificati, in cui i miglioramenti o le modifiche hanno comportato riduzioni significative, sono: stoccaggio salamoia, drenaggio e raffreddamento serpentine (utilizzato per la refrigerazione dei prodotti prosciutto di affettamento) . Lotti di salamoia devono essere utilizzati entro quattro giorni; se non utilizzati , la partita deve essere smaltita. Il sistema di stoccaggio e riutilizzo è stata razionalizzata da garantire che i lotti supplementari non sono stati prodotti quando già in magazzino. È stato inoltre adottato un sistema FIFO. Le aree di produzione di prosciutto e pancetta hanno dedicato scarichi alti di sale per smaltire efficacemente i rifiuti della salamoia e separare i rifiuti salamoia dai rifiuti scambi

esistenti. Uno scarico di sale è stato danneggiato e diversi cappucci sulle linee del sistema sale inutilizzate sono state anche danneggiate , permettendo lavare l'acqua entrare gli scarichi alti di sale. Questi sono stati riparati, impedendo il flusso indesiderato. La ventilazione è stata aggiunta tra le sezioni cuoco e freddo permettendo la condensa per uscire e risolvere il problema. I miglioramenti hanno ridotto i rifiuti sottaceto da 225.000 kg a una media mensile di 78.000 kg, una riduzione media di 147.000 chilogrammi. Il risultato finale è una riduzione del 65% di un prodotto di scarto inutilizzabile. I miglioramenti hanno anche aumentato l'efficienza di produzione: vengono prodotti meno sottaceto e salamoia e la manipolazione del prodotto si riduce .

Community impact

- Cargill

In Ghana, Egitto, India , Honduras , Guatemala , Nicaragua e Brasile , Cargill migliora i mezzi di sussistenza e rafforza le filiere agricole per alleviare la povertà e migliorare il lavoro e la salute. L'iniziativa di sviluppo rurale (RDI) si concentra sul miglioramento della resa delle colture , l'accesso ai mercati e ai redditi per gli agricoltori, sul miglioramento delle opportunità educative e di lotta al lavoro minorile e per aumentare l'accesso alle cure di base, una migliore nutrizione e l'acqua potabile. Nel 2008, Cargill e CARE hanno lanciato un programma quinquennale, RDI che prevede 10 milioni dollari. RDI ha contribuito a migliorare le condizioni di vita di più di 100.000 persone in tutto il mondo, e ora è un modello per l'impegno di CARE con altre società. I programmi di partenariato Cargill -CARE sono stati progettati per soddisfare al meglio le esigenze di ciascun paese. Ad esempio, in Ghana e carino d'Avorio , Cargill si è occupata di più di 120 comunità di produttori di cacao per aumentare i redditi delle famiglie agricole " e tenere i bambini a scuola e fuori dei campi". In Egitto, un progetto triennale ha portato all'introduzione di soia come un nuovo raccolto per generare maggiori profitti per gli agricoltori, conservare l'acqua e ripristinare la fertilità del suolo. In India, Cargill e CARE stanno aiutando ad aumentare i mezzi di sussistenza degli agricoltori attraverso la formazione, la tecnologia e l'accesso al mercato, per aumentare le opportunità di business delle donne attraverso gruppi di auto-aiuto e formazione e per migliorare i risultati educativi per più di

40.000 bambini. In Honduras, Guatemala e Nicaragua, l'iniziativa è garantire che quasi 10.000 studenti vulnerabili in alcune delle comunità più povere abbiano accesso a un'istruzione di qualità e ricevere materiale scolastico e pranzi nutrienti e fornitura di materiali di consumo per le famiglie impegnate in attività agricole. CARE e Cargill hanno concesso più di 200.000 dollari in microcrediti a persone in Honduras per avviare piccole imprese. I redditi per le persone in questo programma sono aumentati di ben il 15%, con i maggiori incrementi conseguiti dalle donne. In Brasile, il progetto ha aiutato gli agricoltori di cacao, piccoli produttori, ad aumentare la produzione e migliorare le competenze di business.

La prima fase della partnership, concluso nel settembre del 2013, ha superato la maggior parte dei suoi obiettivi. L'iniziativa ha raggiunto più di 30.881 bambini, 52.271 genitori che così si sono impegnati per migliorare l'istruzione e la nutrizione dei propri figli e permettendo a 42.035 bambini di passare dal posto di lavoro alla scuola a tempo pieno. L'iniziativa ha formato più di 6119 insegnanti e responsabili dell'istruzione. Quasi 26.670 gli agricoltori e le loro famiglie hanno aumentato notevolmente il loro reddito, e più di 34.824 agricoltori e le loro famiglie hanno ricevuto una formazione e assistenza tecnica per aumentare la produttività delle loro aziende agricole. Cargill ha recentemente rinnovato il suo sostegno con più di \$ 10 milioni. Molti dei programmi in atto oggi continueranno e le due organizzazioni si impegnano a ampliare la portata del loro lavoro insieme per costruire nuovi sforzi a lungo termine per affrontare la sicurezza alimentare.

- Campbell Soup Company

Durante l'inverno del 2011, il Banco Alimentare del South Jersey ha affrontato una domanda senza precedenti per alleviare la fame. Per soddisfare le esigenze di oltre 170.000 residenti, il Banco Alimentare ha distribuito più di 900 tonnellate (due milioni di libbre) di cibo di quanto non fosse inizialmente previsto. Il Banco Alimentare ha scoperto che una cooperativa in New Jersey di agricoltori che producevano rifiuti per circa 800.000 chili di sottodimensionati, pesche leggermente difettose ad un costo di 80 mila dollari in tasse sulle discariche. Il Banco Alimentare ha sviluppato un concept per trasformare queste pesche in una salsa al dettaglio, con i proventi a sostegno dei suoi programmi di riduzione della

fame. Attraverso un rapporto a lungo termine con Campbell, le due organizzazioni hanno esplorato con la società del Mondo Sede un impianto pilota per produrre la salsa. I dipendenti di Campbell hanno donato il loro tempo e PROPAK Farmers ha donato le pesche. Il team di Campbell ha creato una ricetta con il 50% delle pesche, massimizzando il volume di pesche salvati dalla discarica, e impegnati 10 fornitori Campbell a donare packaging e ingredienti , abbassando il costo dell'intero progetto di più di \$ 25.000. Campbell ha istituito sei giorni per eseguire la salsa nel Pilot Plant , e più di 100 volontari. Il risultato è stato la salsa Peachy, il primo prodotto del suo genere ad usare il cibo che altrimenti sarebbe scartato e viene venduto al dettaglio con un flusso di entrate sostenibile per il Banco Alimentare. Nel primo anno di produzione, il team ha prodotto 42.000 vasetti di Just Peachy. Il Banco Alimentare distribuisce il prodotto a 28 rivenditori del New Jersey , e ha ricevuto ordini online da tutto il paese , grazie alla copertura mediatica . Più di 92 mila dollari in vendite lorde possono così sostenere programmi per il soccorso della fame della Banca alimentare, mentre decine di migliaia di pesche sono stati salvati dalla discarica , riducendo il consumo di discarica. Feeding America e altri si sono avvicinati a Campbell per usare solo Peachy come modello per l'utilizzo di prodotti sfusi e di rifiuti alimentari . Nel 2013, Campbell ha prodotto 52.000 barattoli. Il progetto Peachy mostra come partner pubblici e privati, società, e i suoi dipendenti qualificati possono lavorare insieme per affrontare le questioni critiche come i rifiuti alimentari e la fame.

- MDC

MDC è un fornitore leader di rivestimenti murali commerciali per l'industria delle costruzioni. Per consentire agli utenti di selezionare una delle migliaia di oggetti per l'uso in spazi commerciali interni, i campioni sono generati in due forme: raccoglitori con dati tecnici e campioni fisici per la selezione del colore. Questi materiali campioni non possono essere riciclati e diventano discarica. Preoccupato per questa notevole quantità di rifiuti, MDC ha cercato di trovare un modo per riutilizzare il "trash". MDC sostiene ZeroLandfill Chicago, la cui missione è quella di deviare i materiali di campionamento scaduti dal flusso dei rifiuti e di trovare un nuovo utilizzo pubblico nella comunità locale. Insegnanti, artisti, gruppi scout,

giardinieri della comunità e piccoli teatri, insieme a molti enti di beneficenza, sono i principali destinatari. Usano il cast-off come materiale. Questa iniziativa va al di là della parete commerciale. Ora, le organizzazioni di fronte alle stesse sfide con campionamento simile possono contribuire con i propri scarti all'iniziativa. ZeroLandfill Chicago è un'iniziativa zero budget, il che significa che tutti i materiali e i servizi sono donati, tutto il lavoro è fatto da volontari e gli educatori sono autorizzati a raccogliere molti materiali, senza attingere ai loro budget limitati. Nella sua breve storia di 18 mesi, MDC ZeroLandfill Chicago ha identificato e deviato più di 18 tonnellate di campioni scaduti provenienti da discariche locali e li ha riproposti nella comunità. ZeroLandfill Chicago ha anche fatto un collegamento con Chicago Board of Education, insegnanti che hanno trovato materiali per aiutare ad allungare i loro bilanci e arricchire le esperienze degli studenti nelle aule e sui palcoscenici teatrali. Inoltre, orti comunitari hanno trovato nuova vita per i campioni di mattoni e piastrelle, che arricchiscono i quartieri dove le risorse sono scarse. Nel mese di giugno 2013, The Chicago capitolo del US Green Building Council ha assegnato a ZeroLandfill Chicago la sua massima onorificenza, smeraldo Award, nella categoria di "intenti alla Materia", dopo aver riconosciuto l'importanza dell'impatto dell'iniziativa che ha avuto sulla comunità.

Benessere degli animali e welfare

- Friesland Campina

C'è sempre più una crescente attenzione per l'efficienza produttiva, per la salute degli animali e per l'aumento del benessere. Come la visione etica della supply chain di McDonald, Friesland Campina vuole garantire e migliorare il benessere e il trattamento umano delle vacche. Nei primi mesi del 2012, FrieslandCampina ha introdotto la sua strategia, pianeta Foqus, un programma di qualità e sostenibilità finalizzato a sostenere gli agricoltori membro di latte nelle loro imprese. Come cooperativa, i produttori di latte utenti FrieslandCampina sono stati strettamente coinvolti nello sviluppo e nella struttura di Foqus Planet, che comprende quasi 20.000 agricoltori membro di latte e colpisce 14.000 aziende agricole. Pianeta Foqus è un programma di sostenibilità olistica che abbraccia la qualità del latte e della sicurezza, dei

processi produttivi, l'ambiente, la salute e il benessere degli animali. Una fattoria sana è possibile solo con le mucche sane, e il benessere degli animali è un obiettivo fondamentale della sostenibilità. L'obiettivo generale è quello di migliorare la salute e il benessere degli animali negli allevamenti da latte membro entro il 2020. L'uso di antibiotici in magazzino deve essere ridotta per contribuire a contenere la resistenza ai batteri patogeni. Ha istituito dei centri di programma per lo scambio della conoscenza attraverso workshop, fattorie modello, e un sito web accessibile da parte degli agricoltori membro di latte che favorisce l'apprendimento e il miglioramento. Per sostenere i produttori di latte in modo più efficace attraverso questi laboratori e strumenti, FrieslandCampina ha collaborato con gli esperti, la partnership con CRV Holding (un lavoro cooperativo sul miglioramento del bestiame) , un centro medico olandese e veterinari . Ad oggi , il programma FrieslandCampina ha raggiunto risultati significativi. Nel corso del primo semestre 2012, i caseifici hanno effettuato notevoli progressi nel ridurre l'uso di antibiotici , ottenendo una riduzione di quasi del 30% . Inoltre fino ad oggi, più di 4.000 agricoltori membro di latte hanno preso parte a seminari sull'uso responsabile di medicinali veterinari. Inoltre, il programma ha tenuto 69 seminari sulla salute della mammella, e 70 workshop si sono tenuti sulla salute dello zoccolo nei Paesi Bassi e in Germania. Il programma ha interessato circa 840.000 vacche da latte.

Tutela del cliente

Le allergie alimentari sono reazioni alimentari immediate verso gli alimenti, ma scatenate dal sistema immunitario. Le allergie alimentari si manifestano nell'1-2% circa della popolazione adulta. L'incidenza è più elevata tra i bambini piccoli, con una stima tra il 5 e l'8%. Il problema di queste persone sta a cuore all'azienda. Per questo motivo hanno raccolto in una tabella i 14 allergeni più diffusi (in base alla DIRETTIVA ALLERGENI 2003/89/CE) ed hanno analizzato la loro offerta di prodotti.

Effettuano 60 controlli giornalieri nei loro ristoranti su processi, macchinari e prodotti per garantire la massima igiene e sicurezza. Inoltre, tutti i dipendenti contribuiscono sia con delle buone abitudini di igiene personale, sia osservando precise regole nella preparazione dei cibi e nella manutenzione dei locali. Non

solo offrono da sempre un servizio basato su rapidità e cortesia ma ritengono importante anche l'aspetto del loro staff che deve essere curato e pulito. In cucina, è obbligatorio indossare sia grembiule sia il cappellino e tutti sono tenuti a lavarsi le mani almeno una volta all'ora con del sapone antibatterico. Il personale addetto alla carne, inoltre, è tenuto ad utilizzare particolari guanti per evitare qualsiasi rischio di contaminazione con gli altri alimenti. Non è ammesso indossare gioielli, se non la fede nuziale, e ogni operatore viene adeguatamente istruito su tutti i passaggi previsti per la postazione che ricoprirà. Alla postazione di cottura, l'elemento di maggiore attenzione è la temperatura. Ogni mattina, prima dell'apertura del ristorante, vengono controllate tutte le regolazioni delle piastre, sia inferiori che superiori delle griglie, per fare in modo che le relative temperature non scendano mai sotto i limiti minimi, stabiliti a 174°C e 215°C e che, quindi, sia possibile raggiungere i 69°C al cuore della carne raccomandati per assicurare la distruzione di eventuali batteri nocivi. Tutti i ristoranti aderiscono a un programma di certificazione delle piastre con frequenza annuale. I controlli effettuati hanno lo scopo di garantire la corretta taratura di tutti i parametri tecnici ed evidenziare l'eventuale usura di alcune parti per poi procedere con la sostituzione, qualora si riveli necessario. Tutti gli interventi vengono effettuati da centri di assistenza autorizzati da noi e dal produttore e tutti i tecnici che operano sulle piastre o sulle attrezzature in cucina sono certificati, ovvero ricevono una formazione costante da parte del produttore dell'attrezzatura. I panini, una volta preparati e incartati, vengono posizionati su un espositore chiamato *bin*, a una temperatura di 65°C/ 66°C, e serviti entro 10 minuti. Allo scadere di questo tempo, non verranno più venduti per garantire che mantengano inalterate le qualità organolettiche: fragranza, morbidezza e profumo. Sarà responsabilità di un addetto alla produzione fare in modo di prepararne il quantitativo giusto, in base agli ordini, per ridurre al minimo gli sprechi. Simile procedura viene applicata per le patatine che non vengono conservate per più di 7 minuti in modo da servirle fragranti. Fanno eccezione solo i prodotti a base di pollo o pesce che, invece, vengono preparati solo su ordinazione. Un timer permetterà di rispettare fedelmente questi tempi di consegna. Anche per quel che concerne lo stoccaggio della merce che arriva nei ristoranti hanno previsto precise procedure per garantire l'igiene e la sicurezza dei prodotti. Il personale viene

istruito attraverso un manuale molto dettagliato diviso in sezioni che prevede schede per ogni tipologia di prodotto. I cartoni, ad esempio, nelle celle frigorifere non possono essere appoggiati direttamente sul pavimento ma vanno risposti su apposite pedane a 15 cm di altezza. Tra i singoli cartoni e le pareti, devono venir rispettate determinate distanze per fare in modo che l'aria circoli e che la temperatura riesca a mantenersi costante: 3 cm tra i cartoni, 5 cm tra cartoni e pareti, 20 cm dal soffitto. Non possono essere posizionati sotto l'evaporatore. Frigo, freezer e locali in cui si conservano i cibi vengono lavati e sanizzati quotidianamente. La temperatura di ogni prodotto viene costantemente tenuta sotto controllo durante tutte le fasi di distribuzione, stoccaggio e conservazione. Durante il trasporto, le condizioni di refrigerazione vengono scrupolosamente rispettate per fare in modo che la catena del freddo non venga mai interrotta, anche nei ristoranti.

Verificano e annotano la temperatura interna delle celle frigorifere 3 volte al giorno mentre delle sonde termometriche la monitorano 24 ore su 24. Gli alimenti non vengono mai conservati a lungo per garantirne freschezza e qualità. Gli utensili e le attrezzature vengono costantemente lavati e sanizzati. Ogni sera procedono alla pulizia delle apparecchiature della cucina secondo 5 precisi passaggi:

- prelavaggio in acqua calda per togliere i residui alimentari;
- nuovo lavaggio a fondo in acqua calda con sapone e spazzola;
- risciacquo in acqua calda per eliminare ogni traccia di detergente;
- immersione in sanitizzante per almeno 1 minuto;
- ultimo risciacquo in acqua fredda e asciugatura all'aria su superficie sanitizzata.

Le piccole attrezzature vengono lavate ogni 4 ore. Le griglie vengono pulite con spugne non abrasive e detersivi specifici. I vassoi vengono lavati e sanizzati tutti i giorni mentre tutte le altre zone del ristorante vengono lavate con panni appositi, sciacquati e trattati separatamente. Conservano tutti i detersivi in un apposito magazzino, lontano dagli alimenti.

http://www.aboutmcdonalds.com/mcd/sustainability/signature_programs/best_practices/best-of-sustainable-supply.html

Cremonini

Il Gruppo, nato dall'iniziativa imprenditoriale di Luigi Cremonini, in 50 anni si è distinto a livello nazionale e internazionale come punto di riferimento nel mondo alimentare, non solo nel settore storico delle carni bovine, ma anche nei settori della distribuzione e della ristorazione.

Oggi il Gruppo Cremonini, con sede a Castelvetro in provincia di Modena, impiega oltre 9.000 dipendenti in tutto il mondo e nel 2013 ha realizzato ricavi per 3.496,7milioni di Euro, in crescita del 2,1% rispetto all'anno precedente. Il fatturato deriva per il 44% dalle attività di produzione (carni bovine e salumi & snack) (Inalca e Montana), per il 38% dal settore della distribuzione (MARR) e il rimanente 18% dalle attività di ristorazione (Chef Express, Roadhouse Grill).

Il Gruppo realizza il 35% del proprio fatturato all'estero. (<http://www.cremonini.it/it/gruppo>)

La struttura societaria e organizzativa

La famiglia Cremonini ha il completo controllo del Gruppo attraverso una holding denominata Cremonini S.p.A. che controlla a sua volta tre subholding operative: Inalca S.p.A. al 100%, MARR S.p.A. al 50,4% (Azienda quotata al Segmento STAR di Borsa Italiana) e Chef Express S.p.A al 100%, che gestiscono in maniera autonoma il proprio business operando direttamente o attraverso società partecipate sui rispettivi mercati di riferimento in qualità di leader o comunque in posizioni di rilievo.

La holding Cremonini S.p.A., oltre al controllo delle tre subholding operative, definisce le strategie di acquisto e vendita delle partecipazioni, degli investimenti nei diversi settori e svolge attività di supporto nelle aree di finanza, sistemi informativi, affari legali, societario e fiscale, risorse umane e relazioni esterne.

Una presenza internazionale

Cremonini, attraverso Inalca, è presente stabilmente con piattaforme logistiche e stabilimenti di produzione in Russia e in vari stati africani, oltre a sviluppare attività commerciali di import/export con 50 paesi nel mondo. Anche il settore

della ristorazione vanta una forte presenza all'estero, in particolare in Europa, dove Cremonini gestisce le attività di ristoro a bordo treno in 6 Paesi europei.

Responsabilità sociale d'impresa

Innovazione, tecnologia e sicurezza sono il DNA di Cremonini, che da sempre opera nel massimo rispetto dell'ambiente per uno sviluppo sostenibile e coerente con l'impegno per la responsabilità sociale d'impresa.

Carni Bovine

L'azienda presidia l'intera filiera produttiva delle carni bovine, dall'allevamento al prodotto finito. Sono oltre 500.000 le tonnellate di carne trasformate e commercializzate ogni anno dall'azienda, di cui 100.000 tonnellate di hamburger freschi e surgelati. Inalca ha una capacità produttiva di 200 milioni di scatolette all'anno pari a circa 50.000 tonnellate.

Salumi & Snack

Nel settore dei salumi Italia Alimentari è presente con i propri stabilimenti nelle aree di valorizzazione delle produzioni tipiche di salumeria contraddistinte dai marchi D.O.P. e I.G.P. Ha leadership di mercato affermandosi come uno dei principali player nei canali Horeca e GDO.

La produzione

L'intero settore della produzione può contare in Italia su 10 stabilimenti altamente automatizzati, specializzati per tipologia di prodotto con moderne tecnologie di produzione e avanzati sistemi di sicurezza per essere all'avanguardia nelle metodologie di controllo, nei programmi di filiera e nei processi di identificazione ed etichettatura delle carni: 6 dedicati alla produzione di carni bovine e 4 attivi nell'area salumi e snack e gastronomia pronta. All'estero Inalca è presente con 20 piattaforme logistico-distributive dislocate tra Russia e Africa.

Canali di vendita

I principali canali di vendita sono per il 30% i gruppi della Grande Distribuzione, per l'11% le industrie nazionali e multinazionali del settore alimentare, per il 28%

le catene di ristorazione e catering, per il 20% il dettaglio tradizionale e per l'11% altri.

Il Gruppo Cremonini attraverso MARR, società specializzata nella distribuzione, è leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari alla ristorazione extra-domestica (foodservice).

Il 94% del fatturato di MARR è realizzato in Italia.

I clienti

Gli oltre 38.000 clienti serviti ogni anno da MARR sono costituiti da ristoranti, hotel e catene alberghiere, villaggi turistici, pizzerie, mense aziendali, colonie, asili, scuole, cliniche private, ospedali, case di cura ed Enti pubblici.

Il portafoglio clienti di MARR è suddiviso in 3 segmenti: il 61,3% è costituito dallo "Street Market": operatori della ristorazione commerciale non strutturata (ristoranti, trattorie, pizzerie, alberghi ed in generale strutture non appartenenti a gruppi o catene) e clienti del segmento bar e della ristorazione veloce; per il 22,5% dal segmento "National Account": operatori della ristorazione commerciale strutturata (ristoranti, alberghi ed in generale strutture appartenenti a gruppi o catene) e della ristorazione collettiva (tra cui mense aziendali, scuole, ospedali); mentre il rimanente 16,2% dal segmento "Wholesalers": grossisti di generi alimentari.

Tutti gli automezzi di MARR sono dotati di vani "a temperatura controllata" (fresco, surgelato e secco) per garantire il continuo mantenimento della "catena del freddo" e la possibilità di effettuare un'unica consegna con prodotti di diverse tipologie.

Ristorazione

Cremonini opera nei settori:

1. Ristorazione in concessione:

- Stazioni ferroviarie: presente in Italia con Chef Express Chef e in Gran Bretagna con Express UK. In questo settore deriva il 53,5% del fatturato
- Autostrade: presente in Italia con Chef Express
- Aeroporti: presente in Italia con Chef Express.

2. Steakhouse: presente con la prima catena di steakhouse in Italia, Roadhouse Grill.

3. Distributori Automatici: Time Vending s.r.l.

Qualità e sicurezza

Per Inalca il fondamento di uno sviluppo sostenibile si concretizza in una progressiva integrazione funzionale ed economica con le attività agricole, basate sulla specializzazione e pianificazione produttiva, nonché sul reciproco scambio delle migliori conoscenze e tecniche disponibili.

Consapevole delle proprie capacità tecniche, Inalca ha radicalmente sviluppato le tecnologie di produzione ed implementato i relativi sistemi di controllo, al fine di gestire in modo ottimale tutti i principali requisiti necessari al soddisfacimento dei propri mercati di riferimento, in particolare:

- Requisiti di sicurezza alimentare
- Requisiti organolettici
- Prestazioni di servizio
- Rispetto dell'ambiente
- Gestione ottimale della sicurezza e della salute dei lavoratori
- Comportamento consapevole in materia di Responsabilità Sociale dell'impresa.

Inalca ritiene strumenti indispensabili per la gestione d'impresa, l'utilizzo di vari standard internazionali, armonizzati in un unico sistema integrato ed in particolare:

- UNI EN ISO 9001 "Sistemi di Gestione della Qualità"
- ISO 14001 "Sistemi di Gestione Ambientale"
- BRC "British Retail Consortium"
- DISCIPLINARE PER L'ETICHETTATURA DELLE CARNI di cui al Reg.(CE) 1760/2000 "Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un sistema di identificazione e di registrazione dei bovini e relativo all'etichettatura delle carni bovine e dei prodotti a base di carni bovine, e che abroga il regolamento (CE) n. 820/97 del Consiglio".

Sicurezza Alimentare

La sicurezza dei prodotti è il risultato di una rete molto complessa di misure attuate in tutte le fasi del processo di produzione. L'insieme di queste misure si può definire genericamente come Piano Di Autocontrollo, che secondo i più moderni criteri si attua attraverso azioni di tipo "generale" (igiene di operatori,

locali, processi, attrezzature e prodotti) e di tipo “particolare” (**piano HACCP**, analisi dei pericoli e punti di controllo critici), che si sviluppano in modo integrato all'interno della normale attività produttiva.

Il sistema Inalca di rintracciabilità

Il sistema Inalca di rintracciabilità e di etichettatura delle carni è stato il primo in Italia ad essere riconosciuto dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali conforme al regolamento 1760/2000 (autorizzazione n. IT 001 ET del 22 Aprile 1999). Tale riconoscimento consente a Inalca di fornire al consumatore numerose e dettagliate informazioni volontarie sui propri prodotti riportate nell'etichettatura: informazioni utili per comprendere la qualità effettiva del prodotto acquistato e che trovano nel disciplinare Inalca una formale garanzia di autenticità.

Inalca è stato uno dei primi produttori in Europa in grado di gestire in formato elettronico tutte le informazioni di origine e provenienza di ogni singolo bovino e delle relative carni. Il sistema viene sistematicamente verificato con la banca dati nazionale (anagrafe) dei bovini.

Il Benessere Animale - Animal Welfare

Le attività riguardanti il benessere animale attengono alla controllata Inalca S.p.A. Nell'ambito dei propri stabilimenti, il tema della tutela del benessere animale è verificato primariamente dal Servizio Veterinario Ufficiale ed è gestito sul campo da uno staff operativo interno espressamente qualificato e specializzato su questo argomento. Questo gruppo di esperti procede sistematicamente alla formazione delle maestranze che operano a diretto contatto con gli animali ed esegue periodiche verifiche ispettive riguardanti correttezza ed efficacia delle procedure aziendali.

Le attività di tutela e le responsabilità in materia di benessere animale sono infatti individuate in vari atti normativi, nazionali e comunitari. Basandosi sulle norme vigenti e soprattutto sulle conoscenze scientifiche acquisite nel tempo, Inalca ha elaborato una serie di procedure aziendali interne in materia di benessere animale che attengono in particolare alle operazioni di scarico, movimentazione, sosta e stordimento pre-macellazione.

Le procedure riguardano:

- Modalità di movimentazione degli animali atte ad evitare qualsivoglia traumatismo, affaticamento, e/o stress
- Condizioni delle superfici di transito e sosta degli animali atte a prevenire cadute, scivolamenti e lesioni di qualsiasi genere
- Rigoroso mantenimento dei bovini nei loro gruppi di provenienza; trattasi di un importante accorgimento atto a rispettare il naturale comportamento di questa specie, caratterizzata dalla spiccata attitudine a formare gruppi sociali stabili
- Elevati standard costruttivi dei ricoveri e locali atti a rispettare idonee caratteristiche microclimatiche e di spazio disponibile.
- Corrette condizioni di approvvigionamento idrico ed alimentare
- Protezione degli animali da condizioni ambientali e climatiche avverse
- Controllo sistematico dell'efficacia del metodo di stordimento al fine di evitare qualsiasi sofferenza in fase di macellazione.

La competenza e sensibilità dell'azienda in questo delicato argomento è inoltre testimoniata dalla partecipazione attiva di propri esperti nei principali tavoli tecnici nazionali ed internazionali che periodicamente aggiornano norme e buone prassi

su questo argomento, sia in relazione a nuove acquisizioni scientifiche, che a modifiche normative.

Inalca, ad esempio, partecipa attivamente alla piattaforma europea EWAP (<http://www.animalwelfareplatform.eu/>). Inalca ha inoltre reso disponibili le proprie strutture di macellazione per approfondimenti scientifici da parte di alcuni primari Istituti di ricerca (es. EFSA).

Per maggiori informazioni consulta il catalogo dell'azienda " Buone prassi per allevatori" sul sito di Inalca.

I SISTEMI DI QUALITA'

Il Sistema Qualità MARR è stato sviluppato in modo da essere funzionale all'attuazione degli obiettivi aziendali, tra i quali sono annoverati come prioritari, la qualità, la sicurezza e la capacità di fornire prodotti e servizi conformi ai requisiti dei Clienti.

La certificazione in base alla norma ISO 9001 del Sistema Qualità è effettuata da un ente esterno accreditato e riconosciuto a livello internazionale, per il seguente scopo: "Lavorazione, immagazzinamento, confezionamento e distribuzione di prodotti alimentari ed altri prodotti per la ristorazione extradomestica e sviluppo di prodotti a marchio di proprietà".

Per assicurare inoltre che tutte le fasi del processo distributivo e produttivo avvengano nel pieno rispetto degli standard di controllo comunitari e nazionali applicabili, MARR ha conseguito standard di certificazione di filiera, di prodotto e di autocontrollo igienico-sanitario, in conformità alle seguenti norme:

- UNI 10854:1999 - Linee guida per la progettazione e realizzazione di un sistema di autocontrollo basato sul metodo HACCP
- ISO 22000:2005 - Sistema di gestione per la sicurezza alimentare
- ISO 22005:2007- Sistema di rintracciabilità nelle aziende agroalimentari
- Sistema di etichettatura facoltativa delle carni bovine secondo il Reg CE 1760/2000.

Per garantire il rispetto dei requisiti di qualità e di sicurezza, sono messe in atto, in tutti i siti produttivi di MARR, specifiche misure per il controllo di processo e di prodotto.

La politica a sostegno della qualità che Chef Express ha adottato, è quella di operare secondo le seguenti linee strategiche:

- fidelizzare i propri Clienti fornendo un ambiente sereno ed accogliente
- mantenere adeguata la qualità dei prodotti/ servizi offerti ai propri Clienti
- ottimizzare i processi aziendali adottando:
 - i migliori sistemi di controllo tecnico e gestionale dei processi erogati
 - sistemi informativi di supporto
 - modelli di analisi e di supporto alle decisioni
 - rispetto dei tempi di erogazione del servizio
 - ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo dei prodotti/servizi forniti.

Chef Express si impegna inoltre a:

- garantire la soddisfazione del Cliente
- garantire la conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2008 in tutti i Punti Vendita
- rispettare la normativa vigente in materia di sicurezza alimentare, ambientale e di salute e sicurezza durante il lavoro
- gestire tutte le attività in coerenza con i principi della qualità, ponendo tutti i propri addetti in grado di soddisfare i requisiti specificati ed esigendone il rispetto.

Certificazioni

- "Bollino Blu della Ristorazione", norma emessa da FIPE e dal Ministero della Salute.

Sostenibilità ambientale

Il Gruppo Cremonini è impegnato nella salvaguardia ambientale e crede nell'importanza di favorire uno sviluppo sostenibile, che possa tenere sotto controllo costante i consumi e gli impatti ambientali derivanti dai propri processi produttivi.

Per favorirlo, nel settore della produzione, si muove lungo tre direttrici principali:

- 1) L'efficienza energetica e l'autoproduzione di energia (cogenerazione);
- 2) Il miglioramento del **ciclo di vita dei prodotti** (LCA - Life Cycle Assessment):

Inalca, principale produttore italiano di hamburger, ha sviluppato il primo studio assoluto di tipo LCA (Life Cycle Assessment) per quantificare realmente gli impatti ambientali associati alla filiera di produzione degli hamburger.

Lo studio ha misurato specificatamente gli impatti e consumi degli hamburger costituiti dal 100% di carne bovina, ottenuti da animali appartenenti a razze da latte.

Gli impatti ambientali correlati al processo di macellazione e lavorazione della carne sono stati valutati attraverso una raccolta di dati primari dedicata; in particolare per la fase di macellazione, disosso, lavorazione della carne e relativo congelamento è stato coinvolto lo stabilimento Inalca di Ospedaletto Lodigiano (LO) mentre per la fase di trasformazione della carne e produzione di hamburgers lo stabilimento di Castelvetro di Modena (MO).

Indicatori ambientali scelti: Carbon Footprint, Water Footprint, Ecological Footprint.

Sono state fatte diverse analisi in base all'allocazione della carne

PRINCIPALI RISULTATI

- Carbon Footprint (<http://www.cremoninirisponde.it/studio-sullimpatto-ambientale-degli-hamburger/>). L'impatto varia da 4,8 (considerando allocazione PCR Modificata) a 9,5 kgCO₂/kg hamburger (allocazione economica). Da notare che nei principali studi LCA recenti riferiti alla carne bovina, comprensivi della macellazione (anche se non specifici sugli hamburger) i valori variano da 16 a 22,3 kgCO₂/kg.
- Water Footprint (<http://www.cremoninirisponde.it/studio-sullimpatto-ambientale-degli-hamburger/>). L'impatto varia da 4.299 litri/kg hamburger (allocazione PCR Modificata) a 8.907 litri/kg hamburger (allocazione economica), ben lontani dai 16.000 litri/kg hamburger diffusi dal Barilla Center for Food and Nutrition - BCFN, nel rapporto 2012. Inoltre, escludendo correttamente la quota dell'acqua piovana ("green water") l'impatto reale della "blue water" si riduce a 177 litri/kg hamburger (allocazione PCR Modificata) e 477 litri/kg hamburger (allocazione economica).

- Ecological Footprint (<http://www.cremoninirisponde.it/studio-sullimpatto-ambientale-degli-hamburger/>). L'impatto varia da 27 global m²/kg hamburger (allocazione PCR modificata) a 40 global m²/kg hamburger.

Da notare che il rapporto BCFN del 2012 parla di 109 m²/kg hamburger. Inoltre lo studio ha dimostrato che la carbon footprint di Inalca, relativa al solo processo di macellazione, è pari a 0,82 kg CO₂/kg carcassa, è migliore dei dati medi relativi alla macellazione in Italia e all'estero.

Questi risultati derivano da costanti investimenti nel ciclo del recupero, nel miglioramento dell'efficienza produttiva e dall'utilizzo di energia verde e dimostrano, nel caso di filiere ben identificate e monitorate, che l'impatto ambientale è fortemente mitigabile.

3) L'utilizzo delle **fonti rinnovabili e il recupero di scarti e sottoprodotti** (produzione di biogas).

Cremonini è all'avanguardia nel settore dell'utilizzo di energie da fonti rinnovabili: attraverso la controllata Inalca ha realizzato un impianto di Biogas destinato alla produzione di energia da fonti rinnovabili costituite principalmente da biomasse e da sottoprodotti della macellazione.

Protocollo di Kyoto

Dopo aver aderito al protocollo di Kyoto nel 2007, Inalca si è distinta per aver diminuito le emissioni di CO₂ e per aver migliorato l'efficienza energetica nelle proprie produzioni del 41,6%. E per questo impegno è stata premiata da Coop tra i migliori fornitori della catena.

Sostenibilità ambientale del settore ristorazione

Anche nell'ambito del settore della ristorazione, Cremonini è impegnato in Europa nella sostenibilità ambientale; in particolare nel progetto "treno verde" di Eurostar che prevede un programma in 10 punti per ridurre l'impatto ambientale e si fonda su tre principi: ridurre al massimo i consumi, scegliere i fornitori in modo responsabile e riciclare tutto ciò che viene usato o prodotto sul treno.

Inoltre il Gruppo è impegnato nell'utilizzo di materiali riciclabili o biodegradabili, nella raccolta differenziata dei rifiuti e nell'utilizzo di alimenti biologici e/o

provenienti da mercati equo-solidali compatibilmente con i prodotti previsti nelle ricette utilizzate nella ristorazione.

Sostegno alla ricerca

Con la creazione, nel 2006, del “**Premio Montana alla Ricerca Alimentare**”, il Gruppo Cremonini è impegnato ogni anno a sostenere giovani ricercatori italiani (il limite di età è di 40 anni), e incoraggiare la ricerca scientifica sull'alimentazione, certi così di poter dare un concreto contributo al tema della qualità, dell'innovazione e dello sviluppo che ne può derivare.

Linee Guida, Certificazioni di sistema e di prodotto

Le certificazioni di sistema

La famiglia degli standard internazionali **ISO 22000** regola la Gestione della Sicurezza Alimentare. Le conseguenze di alimenti non sicuri possono essere gravi e gli standard ISO di Gestione della Sicurezza Alimentare mirano proprio ad aiutare le organizzazioni a identificare e controllare questi pericoli. Dal momento che oggi molti prodotti attraversano ripetutamente i confini nazionali, si rendono necessari degli standard internazionali che garantiscano la sicurezza della catena globale del food.

La famiglia ISO 22000 contiene un certo numero di standard, ciascuno focalizzato su differenti aspetti della gestione della sicurezza alimentare:

- ISO 22000:2005: contiene le linee guida generali per la Gestione della Sicurezza Alimentare;
- ISO/TS 22004:2005: contiene le linee guida per applicare la ISO 22000;
- ISO 22005:2007: si focalizza sulla tracciabilità nella catena dei mangimi e del cibo;
- ISO/TS 22002-1:2009: contiene i prerequisiti specifici per la produzione degli alimenti;
- ISO/TS 22002-3:2011: contiene i prerequisiti specifici per l'agricoltura;
- ISO/TS 22003:2007: fornisce linee guida per la stesura di audit e certificazioni.

La norma UNI EN ISO 22005:2008, in particolare, attesta la trasparenza dell'Organizzazione nei confronti del mercato attraverso una chiara politica di condivisione di intenti, mutuata da rapporti tra il capo filiera e gli altri attori grazie alla sottoscrizione di un formale patto di filiera. Inoltre viene documentata la capacità di ricostruire in ogni momento e rapidamente la storia del prodotto certificato supportando l'azienda anche negli adempimenti di carattere cogente.

Le filiere coperte da tali certificazioni accreditate sono filiere ortofrutticole (dalla semente al confezionamento); filiere di carne bovina e suina (dall'acquisto o nascita dell'animale al punto di distribuzione inclusa la mangimistica; filiere del latte (dall'allevamento al punto di distribuzione).

La famiglia di certificazioni ISO 14000 affronta vari aspetti della Gestione Ambientale. Essa fornisce strumenti pratici per le aziende e le organizzazioni che cercano di identificare e controllare l'impatto ambientale e migliorare costantemente le proprie prestazioni in questo ambito. Le ISO 14001:2004 e ISO 14004:2004 si focalizzano sui sistemi di Gestione Ambientale, mentre gli altri standard della famiglia si concentrano su specifici aspetti ambientali quali l'analisi del ciclo di vita, la comunicazione e l'auditing.

ISO 14001:2004, in particolare, stabilisce i criteri per un sistema di Gestione Ambientale e delinea un quadro di riferimento che una società o un'organizzazione possono seguire per istituire un sistema di Gestione Ambientale efficace. Questo standard può essere utilizzato da qualsiasi organizzazione, indipendentemente dalla sua attività e dall'settore di appartenenza, e garantisce al management aziendale e ai dipendenti, nonché agli stakeholder esterni, che l'impatto ambientale venga monitorato e migliorato.

I vantaggi derivanti dall'adozione della certificazione ISO 14001:2004 includono:

- Riduzione del costo di gestione degli rifiuti;
- Riduzione del consumo di energia e materiali;
- Riduzione dei costi di distribuzione;
- Miglioramento dell'immagine aziendale tra i regolatori, i clienti e la società pubblica.

La famiglia ISO 9000 regola vari aspetti della Gestione della Qualità e contiene alcuni degli standard ISO più conosciuti. Le norme forniscono istruzioni e strumenti per le aziende e le organizzazioni che vogliono garantire che i loro prodotti e servizi soddisfino costantemente le esigenze del cliente e che la qualità sia effettivamente migliorata. Ci sono molti standard nella famiglia ISO 9000, tra cui:

- ISO 9001:2008: stabilisce i requisiti di un sistema di Gestione della Qualità;
- ISO 9000:2005: definisce i concetti base e il linguaggio;
- ISO 9004:2009: si concentra su come realizzare un sistema di Gestione della Qualità più efficiente ed efficace;
- ISO 19011:2011: definisce le linee guida per gli audit interni ed esterni dei sistemi di Gestione della Qualità.

ISO 9001:2008 stabilisce i criteri per l'adozione di un sistema di Gestione della Qualità ed è l'unico standard della famiglia che può essere certificato (anche se non è obbligatorio). Può essere implementato da qualsiasi organizzazione, grande o piccola, indipendentemente dal suo campo di attività. Infatti ISO 9001:2008 è attuato da oltre un milione di aziende e organizzazioni in oltre 170 paesi.

Lo standard si basa su una serie di principi di Gestione della Qualità, tra cui una forte attenzione al cliente, la motivazione e il coinvolgimento del top management, l'approccio per processi e il miglioramento continuo. Utilizzare ISO 9001:2008 aiuta a garantire ai clienti prodotti e servizi di buona qualità, con conseguenti vantaggi per il business stesso.

Utilizzare l'energia in modo efficiente aiuta le organizzazioni a risparmiare denaro, ma anche a conservare le risorse ed affrontare il cambiamento climatico. **ISO 50001** supporta le organizzazioni di tutti i settori nell'utilizzare l'energia in modo più efficiente, attraverso lo sviluppo di un sistema di Gestione dell'Energia (ENM). **ISO 50001** si basa sul modello del sistema di gestione del miglioramento continuo utilizzato anche per altri standard rinomati, quali ISO 9001 o ISO 14001. Questo rende più facile per le organizzazioni integrare la Gestione dell'Energia nei loro sforzi globali per migliorare la qualità e la gestione ambientale.

Nello specifico ISO 50001:2011 fornisce alle organizzazioni un quadro di requisiti per:

- Sviluppare una politica per un uso più efficiente dell'energia;
- Fissare target e obiettivi per soddisfare la policy adottata;
- Utilizzare i dati per una migliore comprensione e per prendere decisioni circa l'uso di energia;
- Misurare i risultati;
- Verificare il corretto funzionamento della policy;
- Migliorare continuamente la gestione dell'energia.

Le Aziende che operano nel settore alimentare e, in generale tutte quelle nelle quali i lavoratori sono a contatto con cibi e bevande, hanno la necessità di certificare il proprio adeguamento alla Normativa **HACCP**. La certificazione HACCP dimostra ufficialmente il rispetto di quanto previsto dalle Leggi in materia di igiene alimentare, sia a carattere nazionale sia a carattere europeo. Obiettivo dell'ottenimento della certificazione è quindi dimostrare l'adozione di misure di prevenzione dei rischi per la sicurezza alimentare. Il sistema HACCP prevede, innanzitutto, un'attenta valutazione dei rischi (chimici, biologici, fisici) che possano eventualmente compromettere la salubrità degli alimenti e, successivamente, l'identificazione dei punti critici di controllo, l'identificazione dei limiti delle misure di prevenzione, il monitoraggio, l'adozione delle azioni correttive, la redazione del Manuale HACCP e infine la formazione specifica per i lavoratori.

Il sistema HACCP è stato introdotto nella legislazione di numerosi Paesi del mondo, ed è stato ripreso nella legislazione dell'Unione Europea con la Direttiva 93/43/CEE, recepita nell'ordinamento italiano con il D.Lgs 155/97. L'obbligo dell'autocontrollo prescinde sia dalla natura, pubblica o privata, dell'azienda (la sicurezza igienica della mensa di un ospedale deve essere la stessa di quella fornita da un ristorante o da una gelateria o da un circolo privato), sia dalle finalità di lucro dell'azienda stessa.

Il sistema HACCP si è ormai affermato come un fondamentale strumento di garanzia della sicurezza degli alimenti, perché consente alle aziende un

monitoraggio costante della propria produzione, ed alle Autorità Sanitarie di focalizzare la propria attività di controllo solo su quei punti in cui è massimo il rischio di contaminazione degli alimenti.

La certificazione **OHSAS 18001** (Occupational Health and Safety Assessment Series), frutto del lavoro congiunto di Enti di Normazione Nazionali, Enti di Certificazione e consulenti esperti in materia, definisce i requisiti di un Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori (SSL), secondo quanto previsto dalle normative vigenti e in base ai pericoli ed ai rischi potenzialmente presenti sul posto di lavoro.

Con l'applicazione dello standard OHSAS il sistema di gestione viene valutato su diversi livelli. Il grado di applicabilità dello standard dipende da diversi fattori, quali la politica aziendale di SSL, la natura delle attività svolte e le condizioni in cui si opera. Possono ottenere la certificazione OHSAS 18001 le aziende di ogni dimensione, operanti in qualsiasi settore di attività, che desiderano:

- Dotarsi di un Sistema di Gestione della SSL al fine di tutelare tutti coloro che si trovano più facilmente esposti a rischi per la salute e la sicurezza nello svolgimento delle rispettive mansioni;
- Implementare, gestire e migliorare nel tempo un Sistema di Gestione della SSL;
- Assicurare la conformità con quanto stabilito dalla propria politica di SSL;
- Dimostrare all'esterno la propria conformità;
- Certificare il proprio Sistema di Gestione della SSL avvalendosi di un'organizzazione indipendente.

La norma OHSAS 18001 è pienamente compatibile con gli standard ISO 9001 per i Sistemi di Gestione della Qualità e ISO 14001 per i Sistemi di Gestione Ambientale. In questo modo le aziende che lo desiderano possono integrare agevolmente fra loro questi tre diversi sistemi di gestione.

"SA" è l'acronimo di Social Accountability, cioè Rendicontazione Sociale. La Certificazione Etica **SA8000** viene rilasciata alle imprese che, dopo un significativo piano di verifiche, risultano conformi ai parametri etici stabiliti dall'ente americano

SAI (Social Accountability International), associazione non governativa promotrice dei diritti dei Lavoratori di tutto il mondo. I principi fondamentali dello standard SA8000 prevedono:

- il coinvolgimento del management;
- il coinvolgimento di tutti i settori dell'Azienda;
- l'enfasi sulla prevenzione piuttosto che sulla correzione;
- il miglioramento continuo;
- l'individuazione di requisiti di performance uniti a requisiti di sistema.

I riferimenti normativi della Certificazione sono la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni ILO, la Convenzione ONU sui diritti dei bambini, la Convenzione ONU sulla discriminazione verso le donne, i sistemi legislativi nazionali.

I requisiti che vengono verificati per il rilascio della Certificazione testimoniano la piena trasparenza e correttezza etica dell'Impresa rispetto alle seguenti aree sensibili:

- lavoro infantile
- lavoro forzato
- salute e sicurezza
- libertà di associazione
- discriminazione
- pratiche disciplinari
- orario di lavoro
- remunerazione
- sistemi di gestione

Gli obiettivi perseguiti dallo standard SA8000 sono quelli di migliorare le condizioni generali di lavoro e le condizioni retributive, di favorire la scolarità dei bambini, di rimuovere le discriminazioni, gli abusi fisici e altre forme di pressione sul posto di lavoro, di promuovere la libertà di associazione all'interno del sistema produttivo, di migliorare la sicurezza dei lavoratori.

Esso è importante perché la responsabilità sociale d'impresa costituisce senza dubbio una problematica rispetto alla quale si stanno realizzando nuove dinamiche economiche, che non possono non interessare la competizione sia su scala globale che su quella locale. Inoltre è il primo standard internazionale che misura il grado etico e la responsabilità sociale di un'azienda, è applicabile a livello internazionale in qualsiasi settore merceologico, la conformità alle norme dello standard è garantita da una certificazione di parte terza, indipendente, emessa da organismi accreditati e richiede di evidenziare pubblicamente la gestione del sistema.

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) è uno strumento di gestione messo a punto dalla Commissione Europea per aziende e altre organizzazioni per valutare, riportare e migliorare le proprie prestazioni ambientali. L'interesse per le prestazioni ambientali delle organizzazioni è in continuo aumento e avere un approccio proattivo alle sfide ambientali è ormai il segno distintivo delle organizzazioni di successo. EMAS è uno strumento volontario a disposizione di qualsiasi tipo di organizzazione al fine di migliorare le proprie prestazioni ambientali e finanziarie e comunicare le sue conquiste ambientali alle parti interessate e alla società in generale.

Attualmente, più di 4.500 organizzazioni e circa 8.150 siti sono registrati EMAS in tutto il mondo.

Gli elementi chiave distintivi di EMAS sono le prestazioni, la credibilità e la trasparenza.

- **Performance:** EMAS è uno strumento di gestione ambientale volontario basato su uno schema condiviso in tutta l'UE. Il suo obiettivo è quello di migliorare le prestazioni ambientali delle organizzazioni, che si impegnano a valutare e migliorare costantemente in questo ambito.
- **Credibilità:** La natura esterna e indipendente del processo di registrazione EMAS garantisce la credibilità e l'affidabilità del sistema. Questo include sia le azioni intraprese da un'organizzazione per migliorare continuamente le proprie prestazioni ambientali, sia la divulgazione delle informazioni aziendali al pubblico attraverso la dichiarazione ambientale.

- **Trasparenza:** Fornire informazioni pubblicamente disponibili sulle prestazioni ambientali di un'organizzazione è un aspetto molto importante. La trasparenza verso l'esterno passa attraverso la dichiarazione ambientale e verso l'interno invece attraverso il coinvolgimento attivo dei lavoratori nella attuazione del sistema. Il logo EMAS è inoltre uno strumento visivo interessante, che dimostra l'impegno di un'organizzazione per migliorare le proprie prestazioni ambientali e indica l'affidabilità delle informazioni fornite.

Il **Reg CE 852/04** disciplina l'igiene alimentare attraverso delle norme generali destinate agli operatori del settore.

I principi sui quali si basa questo regolamento sono i seguenti:

- La principale responsabilità per la sicurezza alimentare ricade sull'operatore addetto;
- La sicurezza va garantita in tutta la filiera alimentare;
- Va garantita la catena del freddo per la conservazione degli alimenti che non possono essere immagazzinati a temperatura ambiente;
- Vanno applicati un sistema integrato attraverso delle procedure di autocontrollo (sistema HACCP) e una corretta prassi igienica;
- Va effettuata una valutazione scientifica dei rischi per gli alimenti;
- In caso di importazione di prodotti da Paesi non appartenenti alla Comunità Europea, va garantita l'equivalenza delle norme vigenti in tali Paesi circa gli standard igienici rispetto a quelle europee.

Etichette ambientali

L'attenzione rivolta a sistemi di etichettatura ambientale è progressivamente crescente, poiché consentono di veicolare informazioni sia ai consumatori finali che agli intermediari professionisti.

Tradizionalmente le certificazioni di prodotto riguardavano sistemi di etichettatura obbligatoria e si riferivano ad aspetti connessi alla sicurezza e alla salute degli utilizzatori del prodotto. Negli anni tali sistemi si sono evoluti verso programmi volontari di etichettatura maggiormente legati agli impatti ambientali causati dal prodotto stesso, sia durante la fabbricazione che durante il suo utilizzo. L'obiettivo comune è quello di incoraggiare la domanda per la fornitura di prodotti che

causano minore impatto ambientale, attraverso la comunicazione di informazioni accurate e verificabili.

Le etichette ambientali possono essere raggruppate in tre categorie, seguendo le relative norme ISO di riferimento.

I marchi di tipo I sono definiti “marchi di eccellenza”, in quanto identificano un gruppo ristretto di prodotti presenti sul mercato. I principali marchi di questo tipo sono l'Eco-label europeo, il Nordic Swan e il Blauer Engel.

I marchi di tipo II sono autodichiarazioni del produttore usate per comunicare, solitamente al consumatore finale, caratteristiche ambientali del prodotto ritenute importanti.

Le etichette di tipo III sono dette anche Dichiarazioni Ambientali di Prodotto; a livello internazionale uno degli schemi maggiormente riconosciuti è il Sistema EPD (Environmental Product Declarations). Per ottenere una certificazione EPD relativamente ad uno specifico prodotto è fondamentale definire delle regole di calcolo.

Tali regole sono i product category rules (PCR) che sono considerate complementari ai requisiti generali dei programmi EPD e costituiscono la base per la verifica di parte terza degli studi LCA sui prodotti e delle relative dichiarazioni. Un trattato importante in ambito ambientale è il **Protocollo Kyoto**: è un trattato internazionale in materia ambientale riguardante il riscaldamento globale. In particolare, prevede l'obbligo di operare una riduzione delle emissioni di elementi di inquinamento (biossido di carbonio ed altri cinque gas serra, ovvero metano, ossido di azoto idrofluorocarburi, perfluorocarburi ed esafluoruro di zolfo) in una misura non inferiore al 8% rispetto alle emissioni registrate nel 1990 - considerato come anno base - nel periodo 2008-2013.

Certificazioni di prodotto

Esistono essenzialmente tre tipologie di certificazioni di prodotto:

- Certificazione di prodotto propriamente detta: riguarda la conformità a definiti livelli delle caratteristiche qualitative di un prodotto finito (diverse o più restrittive rispetto a quelle di legge e con valore aggiunto sulla soddisfazione del cliente). Esempio: certificare un olio con acidità < 0,3 %.
- Certificazione di prodotto-sistema: conformità ad una proprietà del sistema prodotto-processo-materia prima che influenza la qualità del prodotto finito. Esempio: DOP. Nelle DOP l'origine e il luogo di lavorazione non sono requisiti di prodotto ma di sistema.
- Certificazione di sistema-prodotto: conformità a definiti livelli della qualità del sistema produttivo; il mancato rispetto di tali livelli qualitativi di processo porta con buona probabilità alla non conformità del prodotto finito. Esempio: BRC, IFS. Questi standard vengono utilizzati dalla GDO per decidere se rifornirsi o meno da un determinato fornitore. In questo caso la non conformità di sistema si traduce in una non conformità di prodotto.

Reg CE 1760/2000: “Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un sistema di identificazione e di registrazione dei bovini e relativo all'etichettatura delle carni bovine e dei prodotti a base di carni bovine, e che abroga il regolamento (CE) n. 820/97”.

"Bollino Blu della Ristorazione", norma emessa da FIPE e dal Ministero della Salute.

Certificazione da assegnare a chi si attiene alle regole della trasparenza alimentare e sulla rintracciabilità degli alimenti.

Nello specifico, l'obiettivo è quello di pervenire alla certificazione (effettuata da un apposito Ente) della sicurezza, della conformità della impresa e della attività di ristorazione ad un regolamento volontario per la qualità e l'igiene, le cui linee guida sono predisposte di comune intesa tra le parti firmatarie del protocollo, avente ad oggetto le aree critiche per la sicurezza alimentare all'interno dei pubblici esercizi di piccola dimensione. Il regolamento prevede anche l'attuazione di linee di menù per particolari esigenze dietetiche e l'impegno a collaborare nelle campagne di prevenzione ed educazione alimentare .

Il progetto serve a favorire un costante miglioramento nell'applicazione del Sistema di Autocontrollo Igienico Sanitario (HACCP)

DOP (Denominazione di Origine Protetta)

La certificazione DOP nasce (insieme alla IGP) nel 1992 grazie al regolamento CEE 2081/92 della Comunità Europea, ed è valido solamente per i prodotti agroalimentari (vini e bevande alcoliche escluse). Tra i marchi è quello che impone le norme più stringenti in assoluto, garantendo al meglio il consumatore.

I prodotti certificati DOP offrono:

- Serietà, in quanto sono prodotti regolamentati da leggi italiane e comunitarie.
- Tracciabilità, poiché i prodotti provengono da una zona geografica delimitata.
- Legame con il territorio, poiché i prodotti sono ottenuti attraverso metodi tradizionali con un forte legame tra il prodotto e il territorio, con caratteristiche geologiche, agricole e climatiche inimitabili.
- Tipicità, ovvero rispetto del metodo di produzione tradizionale e dei metodi di fabbricazione che preservano la tipicità del prodotto.

IGP (Indicazione Geografica Protetta)

La certificazione IGP prevede norme meno stringenti rispetto alla DOP, che quindi porta ad avere un legame con il territorio molto più blando e con disciplinari di produzione più flessibili. Essa infatti non garantisce la provenienza delle materie prime e richiede solamente che il prodotto venga trasformato o elaborato nella zona interessata. Le caratteristiche che bisogna rispettare per poter avere questo riconoscimento sono:

- Essere originario di tale regione.
- Una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica che possa essere attribuita all'origine geografica.
- La produzione e/o trasformazione e/o elaborazione devono avvenire nell'area geografica determinata.

STG (Specialità tradizionale garantita)

L'obiettivo di questa certificazione è quello di tutelare e definire alcune produzioni non legate al territorio, introducendo il concetto di "Specificità di un prodotto alimentare", che ha l'obiettivo di distinguere un prodotto agricolo o alimentare da altri prodotti o alimenti appartenenti alla stessa categoria.

Di conseguenza la specificità delle produzioni non è legata alla zona di origine, ma soprattutto alla ricetta o a particolari metodiche di produzione. Una volta approvato il disciplinare di produzione, chiunque, indipendentemente dalla propria localizzazione nell'Unione Europea, può avvalersi di questa certificazione.

BIO

Un alimento biologico è il frutto di un sistema di agricoltura e di allevamento che si prende cura, oltre che della sicurezza e dell'apporto nutrizionale di un alimento, anche del complesso sistema che ruota attorno alle produzioni agricole come l'ambiente, il benessere e il rispetto della biodiversità.

Un prodotto per poter essere commercializzato come biologico deve essere controllato e certificato lungo l'intero ciclo da uno degli organismi autorizzati dal ministero delle Politiche agricole e forestali e accreditato in base alla norma UNI EN 45011. La certificazione è una forma di tutela per produttori e consumatori, che possono così godere dei vantaggi offerti dalla sicurezza della provenienza e della qualità del prodotto garantito come biologico.

L'agricoltura biologica è disciplinata dal Regolamento 834/07, dal Regolamento applicativo 889/08 e dalle successive modifiche ed integrazioni, che definiscono le norme di produzione, il sistema di controllo, le caratteristiche dell'etichettatura e le modalità di importazione da paesi extra UE.

PAT

I PAT (Prodotti Alimentari Tradizionali) sono alimenti caratterizzati da metodiche di lavorazione, conservazione, stagionatura consolidate in un dato territorio da almeno 25 anni. Essi sono inoltre strettamente vincolati a fattori quali la tradizione, il territorio, le materie prime e le tecniche di produzione.

I PAT vengono suddivisi nelle seguenti tipologie di prodotto:

- Bevande analcoliche, distillati e liquori
- Carni fresche e loro preparazioni

- Condimenti
- Formaggi
- Grassi
- Prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati
- Paste fresche e prodotti della panetteria, della biscotteria, della pasticceria e della confetteria
- Preparazioni di pesci, molluschi e crostacei e tecniche particolari di allevamento degli stessi
- Prodotti di origine animale (miele, prodotti lattiero caseari di vario tipo escluso il burro)

Alcuni esempi di BAD Practice e conseguenti azioni di miglioramento

Per “cattiva pratica” si intendono tutti quei comportamenti che tendono a violare o a eludere norme o istituzioni al fine di ottenere vantaggi economici a discapito di clienti e fornitori.

Per quanto riguarda il settore della ristorazione si riportano di seguito alcuni esempi:

1. Corruzione per il servizio di appalto di ristorazione collettiva - vi sono stati alcuni casi anche in questo settore. È un fenomeno purtroppo presente nel nostro paese in alcuni settori. Sarebbero utili alcuni meccanismi di gestione e di escalation per la prevenzione e gestione.

2. La percentuale di sprechi complessivi sul prodotto finale può raggiungere valori elevati sia nella ristorazione commerciale che nella ristorazione collettiva. Almeno il 5% del totale potrebbe essere recuperato-

3. La percentuale di sprechi sulla produzione è la più elevata della filiera, incidenza del 10% sulla produzione realizzata per la ristorazione collettiva e del 5% sulla produzione realizzata per la ristorazione commerciale. Anche in questo

caso, un piano anti-spreco e di riduzione dei rifiuti aiuterebbe l'Impresa e l'ambiente.

4. Scarsa igiene nella preparazione dei pasti nel settore della ristorazione collettiva con casi di vermi nella pasta, sabbia al posto della carne, frammenti di cute bovina con setole. Questi sono casi riscontrati in piccole realtà e ben difficili da riscontrare in realtà di imprese di grande dimensione.

5. Diossina nel pollo e nel maiale

6. Mucca pazza

7. Utilizzo di OGM

8. Mentolo nel vino

9. Mercurio nel pesce

10. Mancato rispetto delle etichette come ad esempio l'IGP e caso carne di cavallo

11. Mozzarelle di bufala fatte con latte congelato.

12. Pomodorini coltivati in vere e proprie discariche abusive.

Alcuni esempi di BEST practice

Il termine Best practice fa riferimento in genere alle esperienze più significative, o comunque quelle che hanno permesso di ottenere migliori risultati, relativamente a svariati contesti.

La definizione più comune focalizza l'attenzione sul miglioramento continuo della qualità, basato sull'esperienza certa e positiva. La prassi è una maniera (procedura/attività) di fare qualcosa il cui obiettivo è il "miglioramento qualitativo" (di un servizio, delle modalità di erogazione dello stesso).

Nel settore della ristorazione commerciale e collettiva, nonostante quelle già citate nei capitoli precedenti, vogliamo evidenziare ulteriori buone pratiche relative agli stadi che compongono la filiera del food.

Gestione dei rifiuti

1. Attività di recupero dei pasti non somministrati. L'obiettivo è recuperare e ridistribuire le derrate alimentari non distribuite (frutta, pane, merendine confezionate, budini), contenendo così la produzione di rifiuti e attivando un sistema di collegamento donatore-ricevente in funzione della logistica e dei fabbisogni definiti.

Tale attività viene svolta attraverso la stipula di apposite convenzioni con gli enti destinatari (Onlus), con la collaborazione delle Amministrazioni Comunali, che si fanno carico del ritiro presso le varie scuole delle derrate alimentari in eccedenza.

Il ritiro delle eccedenze alimentari avviene lo stesso giorno del loro recupero; in particolare pane e frutta vengono recuperati non oltre le 2 ore successive al termine della distribuzione nei vari refettori.

In genere, l'attività di recupero delle eccedenze alimentari presso le scuole per esempio è caratterizzata dalle seguenti macroattività: selezione e raccolta; riconfezionamento in contenitori adeguati; redazione documento di Donazione (ovvero del documento di trasporto); carico e trasporto; scarico e consegna presso l'ente assistenziale.

Il recupero dei pasti non somministrati può essere destinato anche al consumo animale: di comune accordo con le autorità competenti e le associazioni operanti sul territorio, vengono stabilite le tipologie di prodotti che possono essere recuperate per l'alimentazione degli animali, mentre le rimanenti vengono gestite a parte (attraverso il ciclo differenziato dei rifiuti). Tale attività viene svolta attraverso la stipula di apposite convenzioni con le associazioni accreditate presso le varie ASL che si fanno carico del ritiro presso le varie mense individuate.

2. Divieto assoluto di utilizzare tutti i prodotti che NON possono essere recuperati e quindi destinati in discarica.

3. Utilizzare, durante il servizio di ristorazione, solo posate in acciaio e piatti in ceramica mentre i bicchieri monouso sono in polilattato, un materiale totalmente biodegradabile per diminuire la generazione dei rifiuti.
4. Collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare ONLUS: i pasti non consumati e ancora integri vengono donati a strutture caritative che assistono persone bisognose.
5. Promuovere la raccolta differenziata in autostrada sia dell'area back che della zona clienti e del piazzale antistante delle aree di sosta.
6. Abbandonare i bicchieri in polistirene e utilizzare contenitori, tazze e bicchieri in carta per contribuire alla riduzione dei rifiuti inquinanti.

Consapevolezza e collaborazione dell'utente finale

1. Programmi di educazione alla salute con particolare riguardo alla cultura della sana alimentazione, dell'attività motoria e dei corretti stili di vita.
2. Programmi di prevenzione delle patologie correlate alla scorretta alimentazione, alla sedentarietà e agli errati stili di vita.
3. Manifestazioni specifiche per sensibilizzare la popolazione e il territorio sull'importanza della sana alimentazione, dell'attività motoria e dei corretti stili di vita.
4. Campagne d'informazione e di formazione rivolte alla popolazione (bambini, adulti e anziani), alle scuole, alle famiglie con particolare riferimento all'alimentazione, all'attività motoria e agli stili di vita.
5. Scambio culturale tra classe medica, istituzioni e cittadini con particolare riferimento all'alimentazione, all'attività motoria e agli stili di vita.

6. Incontri e/o corsi di aggiornamento, convegni medico-scientifici, anche in concorso con società scientifiche e altre associazioni.
7. Ricerche scientifiche, anche di tipo epidemiologico e/o osservazionale, su temi inerenti l'alimentazione, l'attività motoria e gli stili di vita.
8. Pubblicazioni, monografie e articoli su riviste di settore, anche proprie.

Logistica e imballaggi

1. Introdurre distributori di acqua e di bevande alla spina, provenienti dal commercio equo e solidale, consente di evitare l'uso di bottiglie in PVC e lattine e permetterà una riduzione del 97% degli imballaggi di plastica e del 93% l'impatto ambientale legato al loro trasporto.
2. Utilizzo di posate compostabili, bicchieri in plastica, carta ove possibile riciclata (quella senza contatto alimentare).
3. Packaging ottenuto da materiale riciclato. Utilizzo del packaging composto per il 90% da materiale naturale come la cellulosa (in Italia non è consentito l'uso di cellulosa riciclata come negli altri mercati dove arriva al 40%), e per il restante 10% da plastica puntando a ridurre l'uso al minimo.
4. Utilizzo di Biodiesel prodotto con l'olio usato dai ristoranti.
5. Scegliere un arredamento ricavato da materiali di recupero: realizzare le poltrone con tele ricavate da sacchi di juta, pannelli da legno ottenuto da scarti di lavorazione mentre le superfici in parquet provengono dallo smantellamento di antiche abitazioni.
6. Utilizzo dei mezzi per ritirare direttamente le merci dai fornitori, le cui sedi sono sul percorso di rientro dei camion con una riduzione dei rientri "vuoti" dei mezzi di trasporto.

Produzione

1. Utilizzo di verdure fresche provenienti da fornitori locali, suggerendo il concetto di "Street food corner" con ricette regionali
2. Panini preparati con ingredienti biologici oppure le miscele di caffè Fairtrade con il marchio di garanzia Max Havelaar: I piccoli agricoltori ricevono un prezzo minimo garantito per i loro prodotti nonché un premio Fairtrade, e dal canto loro si impegnano a offrire buone condizioni di lavoro e una coltivazione rispettosa dell'ambiente. I lavoratori delle piantagioni approfittano di condizioni lavorative monitorate, di un salario minimo garantito e di un premio Fairtrade grazie al quale i produttori attuano progetti tesi a migliorare la vita della regione, realizzano fonti di acqua potabile e scuole, promuovono la conversione all'agricoltura biologica o sostengono l'assistenza medica. La Fondazione Max Havelaar conferisce in Svizzera un marchio di qualità ai prodotti commercializzati in base a criteri di equità. Attraverso il commercio equo migliorano le condizioni di vita e di lavoro dei piccoli agricoltori e delle lavoratrici delle piantagioni nei paesi in via di sviluppo.
3. Installare impianti fotovoltaici per coprire fino al 65% dei consumi legati alla refrigerazione.
4. Monitorare le attività, le tecnologie e le procedure adottate dai fornitori, in modo tale da ridurre l'uso di acqua ed energia, limitando la produzione di rifiuti.
5. Sviluppare strumenti che misurano gli standard adottati per le produzioni agricole dalle quali provengono i prodotti impiegati nei menù (come l'Agricultural Assurance Programme).
6. Salvaguardia del Benessere Animale attraverso apposite certificazioni.

Certificazioni

1. Certificazione di conformità alla norma tecnica UNI 11034 "Servizi all'infanzia. Requisiti del servizio"
2. La certificazione ISO 14001:2004 attesta e tiene sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività, e ne ricerca sistematicamente il miglioramento in modo coerente, efficace e soprattutto sostenibile.
3. EMAS - Eco-Management and Audit System è la certificazione che consiste nella promozione e attuazione di un sistema per valutare e migliorare le proprie prestazioni ambientali e fornire al pubblico e ad altri soggetti interessati informazioni sulla propria gestione. Scopo prioritario dell'EMAS è contribuire alla realizzazione di uno sviluppo economico sostenibile, ponendo in rilievo il ruolo e le responsabilità delle imprese.
4. La metodologia LCA (Life Cycle Assessment), applicata secondo le norme ISO 14040:2006 e 14044:2006, è un procedimento di quantificazione e valutazione degli impatti ambientali di un prodotto/processo mediante la determinazione dell'energia, dei materiali usati e dei rifiuti rilasciati nell'ambiente durante l'intero ciclo di vita del prodotto.
5. Elevato numero di certificazioni possedute. Le più comuni sono UNI ENISO 9001:2008, SA8000, HACCP.

Considerazioni finali

La sostenibilità nel settore Ristorazione è in crescita, pur non avendo ancora raggiunto il livello di maturità a cui può legittimamente aspirare. Infatti il panorama delle Imprese operanti in Italia mostra in genere un livello di sostenibilità cosiddetto di "conformità" in quanto mediamente caratterizzato dall'adozione di sistemi di certificazioni per la gestione del rischio ambientale - sociale - etico e la riduzione degli impatti delle relative attività.

Il traguardo della sostenibilità avanzata - quella basata sul coinvolgimento massivo dei collaboratori, sulla sinergica collaborazione con la rete di fornitura e un più dinamico rapporto con i Clienti - e della sostenibilità integrata con il business di Impresa appare raggiungibile, anche se non nel breve termine: potrà avvenire nel quadro di una evoluzione dei modelli di gestione dello stesso business, ovvero integrando senza accontentarsi la gestione del rischio con la raccolta delle opportunità.

L'applicazione della sostenibilità negli Acquisti e lungo la Supply Chain vede approcci differenziati tra Impresa e Impresa:

- chi segue la strada dei processi produttivi sostenibili, dalla sostenibilità dei locali, alla produzione sostenibile, al pasto sostenibile, sino al rifiuto
- chi segue la gestione e lo sviluppo di una catena di fornitura sostenibile intervenendo in parte su derrate e/o prodotti e/o servizi indiretti e, ancora oggi, molto meno sui fornitori
- infine pochi integrano la visione degli Acquisti sostenibili con la catena del valore.

Il futuro, speriamo prossimo, per la ristorazione italiana è quello in cui la media delle Imprese operanti potranno avere integrato la sostenibilità contemporaneamente nelle 3 linee, processi - prodotti - modello di business, attraverso una formalizzata governance strategica sviluppata sapientemente attraverso politiche, azioni e risultati misurati e condivisi con i Clienti.

Si ringraziano per la collaborazione alla stesura dello studio:

Antonina Realmuto - Project Manager Acquisti & Sostenibilità

Angelo Spina - Co-Chairman e Co-Founder Acquisti & Sostenibilità

Gli studenti del Politecnico di Milano:

Matteo Biscarini

Antonino Catalfamo

Roberto Cavaleri Mandarano

Silvia Damiani

Stefano De Lucia

Anastasia Giannandrea