



IL FUTURO

Prodotti Halal e sostenibilità: ecco le nuove frontiere del settore

www.ecostampa.it

L'obiettivo è rassicurare. Sulla provenienza delle materie prime impiegate, sulla salvaguardia dell'ambiente messa in tutte le fasi di produzione, sull'attenzione alla salute dei lavoratori. O per aprire nuovi mercati in virtù di particolari regimi alimentari. Il panorama delle novità nel ventaglio delle certificazioni è sicuramente ampio e variegato, ma tutti i casi più recenti confermano la grande vitalità del segmento.

Del resto, secondo dati dal Rapporto Italia a tavola 2013 di Legambiente, che riprendono numeri della Commissione parlamentare sulla contraffazione, il giro d'affari degli alimenti illeciti sul nostro mercato è stimato intorno ai 7 miliardi di euro, un flusso che senza dubbio spaventa la massaia.

Sugli scudi, come fenomeno da tenere d'occhio, è innanzitutto la certificazione Halal, ossia la risponden-

za dei prodotti ai dettami alimentari della religione islamica.

Una certificazione ancora piuttosto in ombra in Italia ma che ha enormi potenzialità di sviluppo. Basti pensare che si calcola come solo in Europa vivano oltre 51 milioni di cittadini musulmani. Numeri che lasciano immaginare un mercato dalle dimensioni tutt'altro che trascurabili. Ma che può diventare ancor più interessante se si prende in esame anche il Nordafrica, area a larghissima presenza islamica e mercato in vigoroso e rapido sviluppo. A oggi si stima che il cibo Halal abbia un valore di circa 600 milioni di dollari nel mondo: le aziende italiane del food, in cima alla lista dell'interesse, potrebbero ricavare buoni risultati ottenendo questa certificazione.

«La sostenibilità deve essere considerata come un mezzo per la prosecuzione della vita stessa dell'azienda,

come la materia prima e il potere d'acquisto dei consumatori». Vito Gulli, presidente e amministratore delegato di Generale conserve, gruppo dedicato alla produzione di conserve ittiche, introduce in questo modo il primo bilancio di sostenibilità presentato da Asdomar.

La società, che si muove in un mercato finito nell'occhio del ciclone per le accuse di superfruttamento delle risorse ittiche al quale è legato a doppio filo il rischio di una distruzione completa dell'ecosistema marino, reagisce in questo modo, incentrando tutta la propria attività sulle certificazioni **Friend of The Sea** per la sostenibilità della pesca e SA8000 per la Responsabilità sociale, come veicolo per ritagliarsi uno spazio chiaro sul mercato.

«Per questo - conclude Gulli - i temi fondamentali del bilancio di responsabilità sono pertanto l'impatto

sociale, ambientale ed economico dell'attività d'impresa, un atto dovuto e voluto per guardare ai risultati economici senza dimenticare le proprie responsabilità».

Generale Conserve, va ricordato, ha chiuso il 2013 con un fatturato netto di 181 milioni di euro registrando una crescita di ben il 21% rispetto al 2012.

Altro elemento che diventerà importante, soprattutto in un'ottica competitiva, è la Water Footprint, ossia l'impiego di acqua nella lavorazione, elemento sul quale l'opinione pubblica è molto sensibile: Dnv, per esempio, ha certificato l'uso d'acqua dell'azienda casearia Brazzale che si è arrestata a 2,067 litri/kg, meno della metà della media formaggi generici. ●

PAGINA A CURA DI
MANUELA SORESSI

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un'importante leva per consolidare i mercati o aprire nuovi spazi

