



Rassegna Stampa

a cura di Camst Group

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
--------	---------	------	--------	------

Rubrica	Camst - Corporate			
----------------	--------------------------	--	--	--

36/40	Pizza e Pasta Italiana	01/02/2022	<i>La sostenibilita' non e' un costo (D.Mandolin)</i>	3
-------	------------------------	------------	---	---

La sostenibilità non è un costo

Un'azienda sostenibile affronta meglio anche i rincari energetici



Paola Bertocchi racconta la sostenibilità secondo Camst

di David Mandolin

Camst nasce a Bologna nel 1945 per iniziativa del fondatore Gustavo Trombetti e negli anni diventa una delle maggiori aziende italiane attive nel settore della ristorazione scolastica, collettiva e commerciale.

L'intero Gruppo, che conta oggi di un ramo attivo nel **facility management**, fattura 542 milioni di euro e dà lavoro a più di 15.000 dipendenti; abbiamo intervistato la Responsabile Sostenibilità del gruppo, la dott.ssa Paola Bertocchi, per capire da vicino come un'azienda di queste dimensioni possa approcciare al tema della sostenibilità.

"La responsabilità sociale è sempre stata alla base del nostro approccio"

37

Perché **Camst** sceglie la sostenibilità? Cosa vi ha spinti a farlo?

"Da tempo l'azienda si contraddistingue per una sensibilità verso queste tematiche. La responsabilità sociale è sempre stata alla base del nostro approccio al lavoro e si è via via strutturata in una vera e propria strategia aziendale che integra obiettivi di sostenibilità nel modello di business, in coerenza con gli SDGs - Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Camst group opera all'interno di una filiera che produce impatti ambientali significativi per via dell'elevato uso di risorse e delle emissioni associate al ciclo di vita dei prodotti. Il minimo comune denominatore delle nostre politiche di sostenibilità è il monitoraggio, grazie al quale prendiamo le giuste decisioni per ridurre il nostro impatto. Per cui: non solo bilanciamento dell'impronta ambientale ma anche utilizzo delle energie rinnovabili, lotta allo spreco alimentare, gestione intelligente dei rifiuti, ottimizzazione dei trasporti e della logistica per misurare e controllare gli impatti. Nell'ottica di misurarci, abbiamo, per esempio, partecipato a *Life Effige*, un progetto finanziato dalla Commissione Europea per misurare l'impronta ambientale della ristorazione scolastica. È stato importante l'utilizzo di un approccio scientifico per ottenere informazioni e dati certi sugli impatti dei nostri servizi nelle varie fasi di cui si compongono. Grazie a *Life Effige* abbiamo anche imparato che parlare di impatto ambientale significa prendere in considerazione diversi indicatori: non solo l'impatto della CO2 ma anche, ad esempio, il consumo di acqua, l'effetto che genera l'uso di pesticidi e così via."



Come la declinate quotidianamente programmando nel contempo una visione nel medio e nel lungo periodo?

"Il nostro piano strategico 2021-2025 e l'ultimo Bilancio di sostenibilità indirizzano le nostre azioni quotidiane con una visione a lungo raggio. Già negli ultimi anni abbiamo focalizzato l'attenzione dell'azienda sull'economia circolare per mitigare l'impatto dei nostri rifiuti. Lo confermano diversi progetti realizzati e in corso d'opera: il patto siglato con Hera per il riutilizzo del rifiuto organico prodotto nei punti di ristorazione per la produzione di biometano e il recupero degli oli vegetali esausti per la produzione di biodiesel;

il progetto "Riusoo" con la start up Sfridoo per dare una seconda vita alle nostre attrezzature da cucina. Il tema della sostenibilità ambientale è strettamente correlato a quello del food waste e alla valorizzazione del cibo non consumato. Qui ci siamo attivati con le partnership con Last Minute Market per la Campagna "Spreco Zero" e con "Too Good To Go", l'app contro gli sprechi alimentari."

38

PIZZA E PASTA ITALIANA

FEBBRAIO 2022



Quali sono le scelte da fare e quali quelle da evitare?

"La nostra sostenibilità non si ferma solo all'ambiente, riguarda anche le persone, soprattutto dopo questi due anni di pandemia. La prima scelta da fare è quella di non considerare solo la sostenibilità ambientale e degli stakeholder esterni ma di portare avanti un'analisi interna delle persone, ascoltando la propria audience per capire come stiano cambiando le esigenze e i bisogni dei dipendenti dell'azienda. In questa maniera si possono indirizzare al meglio le strategie aziendali e la metodologia lavorativa. Sempre legata al tema dell'ascolto e della responsabilità sociale, si colloca anche la campagna di **Camst** insieme all'Associazione "D.i.Re." contro la violenza di genere e nella valorizzazione del ruolo della donna in ambito lavorativo. Da evitare è sicuramente una visione a breve termine perché controproducente. La sostenibilità non è una moda del momento, è un approccio da portare avanti nel tempo."

"La sostenibilità non è una moda del momento, è un approccio da portare avanti nel tempo."



40	PIZZA E PASTA ITALIANA	
	FEBBRAIO	2022

Quanto incide sul rapporto costi / benefici, ovvero in cosa si "perde" e dove si "guadagna"? Come si bilancia una perdita?

"Una strategia di sostenibilità presuppone una razionalizzazione delle risorse ma non comporta necessariamente un costo aggiuntivo. Investire, per esempio, in efficientamento energetico porta nel tempo un vantaggio economico. Gli interventi realizzati negli ultimi anni nelle nostre cucine si stanno oggi dimostrando utili nell'affrontare le problematiche legate ai rincari dell'energia elettrica. Una visione di lungo periodo permette quindi di individuare il vantaggio e di non guardare solo all'onere. Anche il cambiamento di un processo, come per esempio introdurre la pulizia a secco in alcune nostre strutture più grandi, all'inizio ha creato qualche difficoltà per le persone abituate a seguire un altro processo ma successivamente ha poi portato vantaggi, sia ambientali, sia economici, per il minor spreco di acqua, e, oltre a semplificare il lavoro, ci ha permesso di salvaguardare le nostre attrezzature. Anche in questo caso, una minore necessità di manutenzione e di smaltimento arreca benefici all'ambiente e alle nostre risorse economiche."

"Nella scelta dei fornitori facciamo riferimento a una serie di criteri che devono rispettare, a partire dalle certificazioni, ed effettuiamo verifiche attente sulla qualità."

Cosa ne pensano i clienti? E come ci si accorda con i fornitori?

"Parlare di sostenibilità senza coinvolgere le persone non è possibile. In una realtà complessa come Camst non è un processo banale e richiede il coinvolgimento di tutti gli attori della filiera nell'impiego razionale delle risorse. Noi abbiamo diverse tipologie di clienti, gli enti pubblici, le aziende private e gli utenti dei nostri self-service. Spesso è il cliente stesso che ci richiede elevati standard di sostenibilità perché attento a questo aspetto mentre in altri casi va accompagnato nell'effettuare le proprie scelte alimentari in maniera più consapevole. In questi ultimi due anni abbiamo dovuto affrontare la richiesta degli istituti scolastici

di utilizzare le monoporzioni che rispondeva ai dettami del momento ma che avrebbero comportato nel tempo un aumento dei rifiuti. Siamo riusciti a indirizzare perciò alcuni Comuni all'utilizzo di un piatto multiporzione o di inserire una maggiore rotazione dei turni in mensa.

Anche i clienti della ristorazione commerciale, i self-service **Tavolamica di Camst**, sono molto attenti a questo tema e da tempo utilizziamo accorgimenti per soddisfare questa richiesta. Nella scelta dei fornitori facciamo riferimento a una serie di criteri che devono rispettare, a partire dalle certificazioni, ed effettuiamo verifiche attente sulla qualità. I fornitori con cui sviluppiamo i volumi maggiori sono di fatto dei partner che coinvolgiamo e stimoliamo costantemente per aiutarci a trovare le soluzioni migliori in termini di sostenibilità. La scelta del processo di pulizia a secco nasce proprio dalla nostra richiesta al fornitore di trovare un sistema che ci permettesse di risparmiare acqua pur garantendo lo stesso standard di scurezza nella sanificazione delle cucine. Probabilmente da soli non avremmo trovato la soluzione e, grazie a loro, siamo stati i primi a introdurre la pulizia a secco, già utilizzata nelle sale operatorie, nella ristorazione. La partnership con i fornitori ci permette quindi di fare anche innovazione perché porta nuovi strumenti e capacità diverse per sviluppare la nostra progettualità."

