Made in Italy: il gelato si fa green tra Co2, consumi energia, packaging

italy-ge37f7fc44-1280-b4c5b992

La sostenibilità è la parola chiave anche del gelato tricolore. Ma cosa vuol dire essere "green" per l'industria italiana del gelato confezionato? A dirlo è il **Rapporto di sostenibilità 2020** dell'IGI - Istituto del gelato confezionato presentato in occasione del Food and science festival a Mantova, che ha preso in considerazione i principali impatti ambientali del settore in materia di energia, acqua, CO2 e rifiuti prodotti e il loro andamento negli ultimi anni.

"Il gelato confezionato è interprete di una tradizione italiana di eccellenza che ha intrapreso da tempo un percorso di innovazione e miglioramento a 360 gradi, costantemente aperto al confronto non solo con l'evolversi dei gusti, delle esigenze e delle abitudini di consumo, ma anche con i contributi che arrivano dalla ricerca scientifica e dalle nuove tecnologie allo scopo di garantire prodotti sempre più gustosi, sicuri, innovativi e accessibili a tutti", ha detto **Michelangelo Giampietro**, presidente IGI, medico dello sport e specialista in Scienza dell'Alimentazione.

Secondo la survey, nel periodo 2013-2019 l'impatto nell'economia delle **aziende gelatiere italiane** ha visto il risparmio di 10.112.433 kg di anidride carbonica, pari al ritiro dalla circolazione di 5.230 autovetture. A questi si aggiungono 7.103.742 kg di rifiuti recuperati e avviati al riciclo o alla valorizzazione energetica, oltre al 100% dell'energia rinnovabile da rete certificata con Garanzia di Origine.

"Quando si parla di sostenibilità, troppo spesso la conversazione si ferma ad un livello alto, quello dei principi generali e dei buoni auspici", ha detto però **Carlo Alberto Pratesi**, ordinario di marketing, innovazione e sostenibilità all'Università Roma Tre. "Passare dalla teoria ai fatti concreti richiede uno sforzo in più alle aziende, sia nella selezione delle azioni, sia in termini di educazione dei consumatori che troppo spesso assumono atteggiamenti guidati da pregiudizi o scarse competenze scientifiche. Tutto ciò vale in tutti i mercati ma, in particolare, nella filiera agroalimentare della quale fanno parte i gelati confezionati".

Ma non è tutto. “La **sostenibilità ambientale** impatta direttamente con le altre due sostenibilità, economica e sociale, perchè una azienda o un prodotto “non sostenibili non sono cattivi, sono solo prodotti o aziende che probabilmente tra qualche anno non esisteranno più”, ha aggiunto Pratesi.

In generale, però, siamo comunque davanti a un percorso avviato, come ha sottolineato Antonio Feola, responsabile sostenibilità **Unionfood**: “Le aziende hanno intrapreso il percorso della sostenibilità da molto tempo da ben prima dell’effetto Greta che poi ha travolto tutta l’Europa. E l’hanno fatto intraprendendo una politica di sostenibilità che passa attraverso la misurazione del loro impatto a livello di stabilimento e la misurazione degli impatti in tutta la filiera”.