



di più. Nel 2015 abbiamo lanciato il format "Dal 1945 Gustavo Italiano", che prende il nome del nostro fondatore, Gustavo Trombetti, per richiamare la tradizione e l'autenticità della nostra cucina, unito ad uno sguardo sul presente in cui non possono mancare ingredienti come l'innovazione, sia in termini di servizio e attenzione al cliente che in termini di offerta.

**Oltre al brand "Dal 1945 Gustavo Italiano", CAMST propone un'insegna come Tavolamica.**

Si tratta di un marchio protagonista nel settore della ristorazione aziendale e interaziendale, attraverso il quale gestiamo le mense aziendali sia interne che esterne per un totale di 27 milioni di pasti all'anno.

**Un'ultima domanda: quali saranno le novità più importanti nel 2018?**

Innanzitutto, rafforzeremo le linee strategiche di sviluppo che ho illustrato precedentemente. In secondo luogo, ci riorganizzeremo internamente per valorizzare al meglio le risorse e i talenti.

**UN GRANDE CENTRO DISTRIBUTIVO**

CAMST è l'unica azienda della ristorazione in Italia ad avere un centro distributivo. «Si tratta di **una grande piattaforma di stoccaggio e distribuzione dei prodotti alimentari, con una superficie di 23mila metri quadrati, dove vengono movimentate 60mila tonnellate di merci all'anno,** per un investimento in struttura e impianti di 25 milioni di euro - spiega Antonio Giovanetti, Direttore Generale CAMST -. I prodotti scelti da CAMST provengono da oltre 300 fornitori qualificati per 3.300 referenze, di cui ben 350 provenienti da agricoltura biologica. Gli accordi di acquisto vengono fatti direttamente con le aziende di produzione». Da sottolineare che CAMST richiede ai propri fornitori di non utilizzare materie prime geneticamente modificate o derivanti da Ogm.

**SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE**

L'attenzione e l'impegno per la sostenibilità da parte di CAMST ha ottenuto un prestigioso risultato: la società bolognese, infatti, ha vinto un bando europeo per misurare la propria impronta ambientale PEF (Product Environmental Footprint) nell'ambito del progetto "Life EFFIGE".

Insieme ad altre quattro imprese di altri settori di attività, CAMST sarà protagonista di una esperienza pilota di eco-innovazione e competitività. L'obiettivo è calcolare l'impatto ambientale dei propri servizi e prodotti: dalla scelta delle materie prime alla loro trasformazione, dalla definizione dei menu fino alla produzione dei piatti, per poter aumentare il livello di sostenibilità.

L'iniziativa è stata promossa dall'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna che svolge il ruolo di coordinatore e partner tecnico del progetto. Insieme a Sant'Anna le attività tecniche saranno seguite da Enea, l'agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile.

Dall'industria all'agricoltura, per finire ai servizi di ristorazione, l'esigenza di capire quanto impattano i propri servizi e prodotti sull'ambiente è diventata sempre più urgente, anche per operare in modo più sostenibile, migliorando le proprie prestazioni ambientali.

EFFIGE sperimenta proprio questo metodo in 4 settori produttivi, ovvero fonderie, legno arredo, agroalimentare e servizi di ristorazione, coinvolgendo numerose imprese qualificate in questa attività. I partner del progetto lavoreranno su un duplice binario: da un lato, attività più scientifiche di calcolo dell'impronta ambientale, dall'altro, si impegneranno nella definizione di modalità e strumenti per comunicare al meglio l'impronta ambientale dei prodotti, rendendoli così più competitivi sull'attuale mercato.

CAMST, quindi, si dimostra all'avanguardia nell'affrontare le tematiche e le sfide più importanti di questo inizio di terzo Millennio.

**LA RISTORAZIONE COMMERCIALE  
 IN CAMST VALE 55 MLN €**