

# INGREDIENTS

*are values*



*Vicini alla terra e agli agricoltori, abbiamo imparato a dare valore alla capacità di coltivare materie prime di qualità, prodotte con responsabilità e attenzione alle persone, all'ambiente, alla biodiversità. E ogni giorno lavoriamo per essere il filo rosso che tiene unito il mondo agricolo e i nostri clienti.*

*I nostri prodotti sono ingredienti sani, sicuri e certificati, realizzati con materie prime selezionate e lavorate con cura.*



## Cereal Docks Food: “Coerenza, fiducia, credibilità i nostri valori”

«La reputazione è la conseguenza di un pensare e di un calcolare le azioni di un soggetto da parte di un altro o di altri. Corrisponde alla credibilità in un contesto sociale. È la conseguenza del nostro agire. Se le nostre azioni sono coerenti con i valori, la visione e la missione aziendale, a partire proprio dalla responsabilità sociale d'impresa, la reputazione è un driver potente - sottolinea **Silvia Santarelli**, Ad di **Cereal docks food** -. La responsabilità sociale d'impresa, insieme di pratiche e iniziative di sostenibilità ambientale, economica e sociale, per noi è fonte di ispirazione ogni giorno. È la ricerca continua di equilibrio tra quello che pensiamo, quello che diciamo e quello che facciamo, rispetto alle persone che lavorano in azienda, al territorio, ai partner, all'ambiente. È lavorare ogni giorno sulla coerenza, essere credibili, veri, autentici, fedeli ai valori scelti. I nostri clienti ci riconoscono per quello che facciamo e non per quello che diciamo di fare; le azioni valgono più delle parole».

### WORK LIFE BALANCE E LAVORO IN TEAM

In Cereal docks food tutto ciò si traduce in una serie di best practice: «A partire dalle persone - spiega l'Ad - il nostro lavoro in team, la condivisione delle informazioni, il pensiero laterale sono ottimi strumenti per raggiungere come obiettivo un work

life balance che permetta di conciliare gli impegni familiari e quelli lavorativi. Un collaboratore sereno e gratificato porta anche fuori dall'azienda la sua energia, in famiglia e nell'ambiente sociale, e viceversa. I nostri impianti produttivi seguono gli standard più esigenti in tema di ecologia e sostenibilità. Ricerchiamo continuamente soluzioni sostenibili e a basso impatto ambientale per gli imballi, attenti ai temi del riutilizzo e del riciclo. Attraverso le certificazioni, lavoriamo sulla qualità di prodotti e servizi, consapevoli che il cambiamento è il motore delle imprese innovative, con un alto indice di resilienza».

### CONTRO GLI SPRECHI

Uno dei maggiori impegni è l'adesione ai progetti del Banco alimentare, per l'eliminazione dello spreco alimentare. Lo sguardo è sempre rivolto al domani: «Lavoreremo molto sulle certificazioni e su progetti internazionali, senza perdere di vista il territorio e prima di tutto le persone che lavorano con noi, pietre angolari per la crescita e lo sviluppo di un futuro migliore - conclude Silvia Santarelli -. Non mancheremo a breve di misurare la nostra social footprint di prodotto, una risposta significativa al tema della responsabilità sociale d'impresa, dalle condizioni etico-sociali alla filiera di produzione. Lavoriamo tutti i giorni per creare ingredienti di valore».



**Silvia Santarelli**,  
ad di **Cereal Docks Food**

«Lavoreremo sulle certificazioni e su progetti internazionali, senza perdere di vista il territorio e i nostri collaboratori».

**310**  
PRODOTTI DOP, IGP, STG  
REGISTRATI NEL 2020

azienda, ma su più fronti si fa appello alla costituzione di enti rappresentativi che facciano da aggregatore e cassa di risonanza delle piccole realtà locali. Il divario economico Nord-Sud

interno accentua ulteriormente certe differenze, se si pensa che, delle imprese con più di 250 addetti, 8 su 10 si trovano nel Settentrione a scapito di un Mezzogiorno con grandi potenzialità ma ancora scarsa organizzazione.

La iperlocalità tutta italiana non è però solo un fattore critico, ma anzi è un elemento di eccellenza che potrebbe diventare il vero plus. L'Italia detiene infatti il maggior numero di prodotti agroalimentari Dop, Igp, Stg, oltre 310

prodotti registrati nel 2020 (contro i 256 francesi, i circa 200 spagnoli e i meno di 100 per tedeschi e britannici). Un primato che spesso però è più facile far valere in Italia e che per l'estero richiederebbe campagne di divulgazione mirate, che potenzino la conoscenza di distretti, territori, identità tipiche e produzioni virtuose, laddove spesso passano invece messaggi generici e confusi sulle aree geografiche e le tipicità regionali e dilaga la contraffazione del made in