



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Agronomia Animali Alimenti Risorse Naturali e Ambientali

Corso di laurea triennale in

Scienze e cultura della gastronomia e della ristorazione

TESI DI LAUREA

La celiachia, malattia in continuo aumento.

Il ruolo di AIC e analisi di una piccola realtà locale: gelateria Glassè

Relatore: prof. Tagliapietra Franco

Laureanda: Agnoletto Chiara

Matricola n. 1221775

Anno accademico 2023/2024

Sommario

Riassunto	5
Abstract	7
<i>Introduzione</i>	8
CAPITOLO 1	9
<i>La celiachia</i>	9
1.1 Cenni storici e diffusione	9
1.2 Cos'è la celiachia	12
1.3 Sintomi e diagnosi.....	13
1.3.1 Il case-finding e lo screening di massa per la celiachia.....	16
1.4 La dieta senza glutine e le carenze nutrizionali	16
CAPITOLO 2	19
<i>Quadro normativo e il ruolo di AIC</i>	19
2.1 Il quadro legislativo in Italia e le normative europee.....	19
2.2 L'Associazione Italiana Celiachia.....	21
2.2.1 La struttura organizzativa di AIC	22
2.2.2 La mission	25
2.2.3 Progetti	25
2.2.4 La comunicazione di AIC	29
CAPITOLO 3	31
<i>Il modello di Porter e l'analisi SWOT dalla teoria alla pratica</i>	31
3.1 Il mercato senza glutine.....	31
3.2 Il caso di gelateria Glassè applicazione pratica.....	32
<i>Conclusione</i>	41
<i>Bibliografia</i>	43
<i>Sitografia</i>	44

Riassunto

Attualmente la malattia celiaca colpisce l'1% della popolazione, questo dato è stimato possa aumentare notevolmente visto che molti dei soggetti che poi vengono diagnosticati spesso non presentano sintomi.

A causa della scarsa conoscenza della malattia celiaca, un tempo i celiaci erano considerati "diversi", quest'idea in parte c'è ancora oggi, ma grazie al lavoro fatto dell'Associazione Italiana Celiachia (AIC) e che ancora tutt'ora continua a fare, i celiaci nel corso degli anni hanno avuto maggiori tutele e tra la popolazione è aumentata la conoscenza della celiachia e della dieta aglutinata. Proprio perché si stima che le diagnosi nei prossimi anni possano aumentare, anche il mercato dei prodotti *gluten free* è in crescita. L'obiettivo di questo elaborato è descrivere questa malattia e la dieta aglutinata, analizzare il ruolo di AIC e i progetti che porta avanti per aiutare i celiaci e sensibilizzare l'intera popolazione. In aggiunta verrà analizzato brevemente il mercato *gluten free* e, attraverso l'analisi SWOT e il modello di Porter, verrà analizzata una piccola realtà locale: gelateria Glassè. Questa realtà imprenditoriale rappresenta un interessante caso studio perché è stata una delle prime attività della Riviera del Brenta ad offrire prodotti senza glutine e nel corso degli anni anche prodotti per intolleranti al lattosio, attraverso la sua analisi potremmo capire quali opportunità può sfruttare per crescere e le minacce che deve contrastare nei prossimi anni.

Abstract

Celiac disease currently affects 1% of the population, and this figure is estimated to increase significantly given that many of those who are diagnosed often do not present symptoms.

Due to the lack of knowledge about celiac disease, celiacs were once considered "different", this idea is still partly there today, but thanks to the work done by the Italian Celiac Association (AIC) and which it continues to do, celiacs over the years have had greater protection and knowledge of celiac disease and the gluten-free diet has increased among the population. Precisely because it is estimated that diagnoses in the coming years may increase, the gluten free products market is also growing. The objective of this paper is to describe this disease and the gluten-free diet, analyze the role of AIC and the projects it carries out to help celiacs and raise awareness among the entire population. In addition, the gluten-free market will be briefly analyzed and, through the SWOT analysis and the Porter model, a small local reality will be analyzed: Glassè ice cream shop. This business reality represents an interesting case study because it was one of the first businesses on the Riviera del Brenta to offer gluten-free products and over the years also products for lactose intolerants, through its analysis we could understand which opportunities it can exploit to grow and the threats it must face in the coming years.

Introduzione

Un tempo la malattia celiaca non era molto conosciuta proprio per questo si poteva parlare solo di questo argomento in ambito medico-scientifico. Oggi le cose sono cambiate visto che si hanno molte più conoscenze al riguardo.

Nel primo capitolo verrà dato qualche cenno storico sulla celiachia e sulla sua diffusione, verrà spiegata che cos'è visto che un tempo si pensava fosse una malattia che caratterizzava l'età pediatrica, ma con il tempo si è capito che colpisce tutte le fasce d'età con sintomi sia intestinali che extra intestinali, inoltre se non viene diagnosticata tempestivamente può avere delle gravi conseguenze; infine verrà descritta la dieta aglutinata.

Nel secondo capitolo verrà analizzata l'Associazione Italiana Celiachia, che dal 1979 affianca i pazienti celiaci e con dermatite erpetiforme. Da allora la situazione è cambiata radicalmente, grazie al suo impegno e ai numerosi progetti che porta avanti l'associazione ha permesso ai celiaci di avere maggiori tutele, di far conoscere e sensibilizzare l'intera popolazione sulla celiachia, la dermatite erpetiforme e sulla dieta senza glutine in questo modo nel corso del tempo la vita dei celiaci è migliorata, sempre più persone sono informate, si riescono a contrastare le *fake news* e fare informazione.

Si stima che nei prossimi anni le diagnosi di celiachia possano essere in aumento questo fa sì che aumenti la domanda di prodotti senza glutine e di conseguenza anche il mercato è in continua crescita. Molte aziende infatti si stanno innovando e sviluppando per offrire prodotti che soddisfino le esigenze dei celiaci. Questo tema verrà trattato nel terzo capitolo, nel quale verrà analizzata utilizzando l'analisi SWOT e il modello di Porter una piccola realtà locale gelateria Glassè con l'obiettivo di capire come può sfruttare le opportunità offerte dal mercato per potersi sviluppare e crescere, come affrontare e contrastare le minacce che può incontrare nei prossimi anni.

CAPITOLO 1

La celiachia

1.1 Cenni storici e diffusione

La celiachia ha una storia molto lunga che inizia circa 10.000 anni fa quando nella mezza luna fertile l'uomo cominciò a coltivare cereali, questa pratica venne introdotta anche in Europa, ma l'adattamento della popolazione a questo regime alimentare risultava essere difficile. Alcuni soggetti sembravano essere intolleranti al glutine, questo con il tempo mutò in una vera e propria malattia alimentare, quella che oggi conosciamo con il termine di celiachia (Bertini et al., 2000).

La prima volta che si nominò la celiachia fu nel 250 d.C. quando Areto di Cappadocia scriveva dei *koilialos* ovvero coloro che soffrono negli intestini, il termine venne poi tradotto nel 1856 con l'espressione celiaco. I sintomi di questa malattia furono descritti in maniera dettagliata nel 1888 e solamente alcuni anni dopo Willem Karel Dicke, un pediatra olandese capì che la farina di frumento era responsabile dei sintomi della celiachia (ISS, 2024). Da allora le conoscenze su questo tema sono aumentate, e grazie ai progressi scientifici oggi il numero dei celiaci diagnosticati è in continuo aumento e circa l'1% della popolazione adulta in Italia e nel resto del mondo è affetto da questa malattia. Si stima che le persone che hanno la celiachia, ma ancora non ne sono a conoscenza siano molte di più di quelle diagnosticate, ecco perché questo dato ha una variabilità significativa (AIC, 2022).

Secondo il Ministero della Salute i celiaci in Italia al 31 dicembre 2022 erano circa 251.939 e, di questi, 75.855 sono uomini (30%) mentre 176.054 sono donne (70%) (MSAL, 2022).

La malattia è diffusa maggiormente tra le donne in quanto la risposta immunitaria è più sviluppata e veloce probabilmente perché il loro sistema immunitario si è selezionato e sensibilizzato verso gli agenti infettivi per poter superare le infezioni post-parto. Alcuni studi sostengono che la risposta contro i virus viene stimolata dagli estrogeni (ormoni femminili) mentre il testosterone (ormone maschile) andrebbe a sopprimere la risposta infiammatoria. Quindi questa differenza tra uomini e donne sembra legata al differente corredo genetico e di conseguenza al differente assetto ormonale tra i due sessi (MSAL, 2020).

Come si evince dalla Figura 1.1, le Regioni che contano il maggior numero di celiaci sono la Lombardia con 46.433, il Lazio con 25.351 e la Campania con 24.395 (MSAL, 2022). Come si osserva nella Figura 1.2 e andando ad analizzare i dati in base all'età dei celiaci diagnosticati si può notare che la fascia d'età più numerosa è quella compresa tra i 18 e i 59 anni, questo è dovuto sia all'ampiezza del range, ma molto probabilmente è la fascia d'età che si sottopone maggiormente ai test diagnostici. I bambini celiaci da 6 mesi ai 5 anni rappresentano il 2%, il 4% dei celiaci ha tra i 6 e i 9 anni, invece gli adolescenti tra i 10 e i 13 anni sono il 7%. I ragazzi dai 14 ai 17 anni sono l'8% mentre le persone della terza età ovvero con più di 60 anni rappresentano il 12% (MSAL, 2022).

Figura 1.1: MSAL, 2022. Popolazione celiaca in Italia al 31/12/2022

Regione/ Provincia Autonoma	Totale Celiaci	Celiaci Maschi	Celiaci Femmine	Rapporto F:M
Abruzzo	5.755	1.624	4.131	3
Basilicata	2.241	629	1.612	3
Calabria	6.784	1.924	4.860	3
Campania	24.395	7.905	16.490	2
Emilia Romagna	20.776	6.579	14.197	2
Friuli Venezia Giulia	4.638	1.363	3.275	2
Lazio	25.351	7.536	17.815	2
Liguria	6.174	1.878	4.296	2
Lombardia	46.433	14.378	32.055	2
Marche	5.135	1.589	3.546	2
Molise	1.121	308	813	3
Bolzano	2.219	670	1.549	2
Trento	2.918	945	1.973	2
Piemonte	17.151	4.941	12.210	2
Puglia	15.033	4.518	10.515	2
Sardegna	7.050	1.797	5.253	3
Sicilia	17.683	5.056	12.627	2
Toscana	19.599	5.710	13.889	2
Umbria	4.175	1.264	2.911	2
Valle D'Aosta	659	206	453	2
Veneto	16.649	5.065	11.584	2
Totale	251.939	75.885	176.054	2

Figura 1.2: MSAL, 2022. La celiachia nelle varie fasce di età

Regione/Provincia autonoma	6 mesi - 5 anni	6 anni - 9 anni	10 anni - 13 anni	14 anni - 17 anni	18 anni - 59 anni	≥ 60 anni
Abruzzo	126	301	384	457	3.942	545
Basilicata	54	113	148	151	1.549	226
Calabria	239	418	447	587	4.469	624
Campania	812	1.175	1.552	1.964	16.931	1.961
Emilia Romagna	448	1.086	1.695	2.029	13.238	2.280
Friuli Venezia Giulia	80	169	296	385	3.126	582
Lazio	600	1.163	1.702	2.030	17.047	2.809
Liguria	86	189	304	416	4.150	1.029
Lombardia	817	1.868	2.997	3.693	31.084	5.974
Marche	91	242	378	489	3.361	574
Molise	20	35	70	93	784	119
Bolzano	59	127	180	190	1.356	307
Trento	48	114	205	246	1.955	350
Piemonte	267	588	919	1.211	11.574	2.592
Puglia	479	923	1.231	1.412	9.885	1.103
Sardegna	80	209	339	432	4.742	1.248
Sicilia	439	843	1.091	1.243	11.950	2.117
Toscana	293	638	1.089	1.469	13.363	2.747
Umbria	55	149	240	315	2.842	574
Valle D'Aosta	4	24	27	53	457	94
Veneto	304	692	1.169	1.515	10.971	1.998
Totale	5.401	11.066	16.463	20.380	168.776	29.853
%	2 %	4 %	7 %	8 %	67 %	12 %

Dal 2017 al 2020 la media annuale delle nuove diagnosi è aumentata, ma analizzando i dati raccolti al 31 dicembre 2020 si può notare come l'emergenza del Covid-19 ha impattato in maniera negativa sull'accesso alle diagnosi e di conseguenza alle cure, proprio per questo da 11.179 diagnosi registrate nel 2019 si è passati a 7.729 nel 2020. Come si evince dal grafico riportato di seguito (Figura 1.3) il saldo del 2022 sta ritornando in linea con quello del 2019 dopo aver registrato un'importante contrazione (MSAL, 2022).

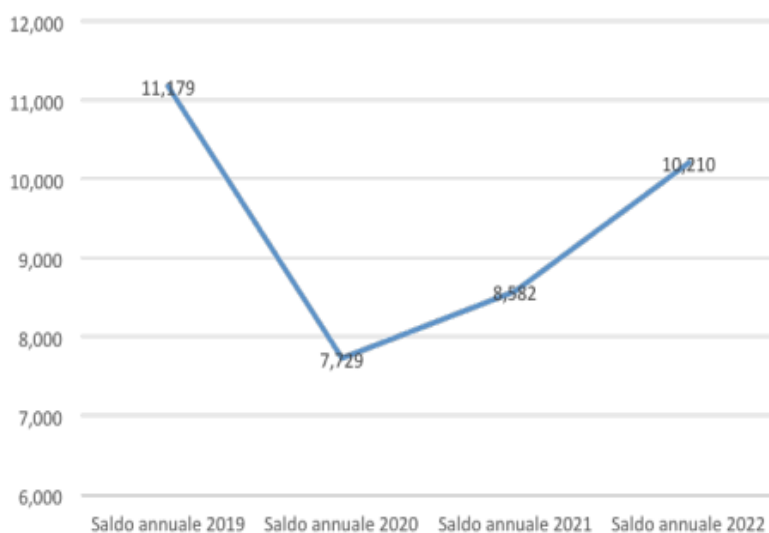


Figura 1.3: MSAL,2022. Diagnosi dal 2019 al 2022

I primi studi epidemiologici sostenevano che la celiachia era diffusa principalmente in Europa, nel Nord America e in tutti i paesi occidentali. Ulteriori studi hanno dimostrato che questa malattia è diffusa anche in altre parti del mondo e colpisce la popolazione globale (WGO, 2016).

L'Organizzazione mondiale di gastroenterologia sostiene che l'incidenza della celiachia in Europa è dell'1% con alcune variazioni nei diversi paesi, in America del Nord il valore resta quasi lo stesso mentre nel Centro e nel Sud i livelli sono più bassi rispettivamente lo 0.6% e lo 0.8% (WGO, 2016).

Anche nel Nord Africa, nel Medio Oriente, in India e in Pakistan la celiachia è un disturbo comune, mentre un'incidenza apparentemente inferiore viene registrata nelle zone dell'Africa Sub-Sahariana. In realtà queste differenze geografiche possono essere dovute ad una minor consapevolezza e conoscenza della malattia, alla mancanza degli strumenti per la diagnosi e ad una dieta con consumi inferiori di prodotti contenenti glutine (WGO, 2016).

Nel Sahara Occidentale ovvero l'area che confina con Mauritania, Marocco e Algeria si trova la popolazione con la più alta prevalenza di celiachia di tutto il mondo pari al 5-6%, questo può essere dovuto ad una predisposizione genetica in quanto la popolazione ha una forte prevalenza di geni HLA DQ2-DQ8 (AIC, 2022).

1.2 Cos'è la celiachia

Il glutine si forma quando le prolamine (gliadina) e le glutenine vengono mescolate e lavorate con l'acqua nella preparazione degli impasti. Queste due proteine si trovano nell'endosperma di numerosi cereali come il frumento, l'orzo, la segale, l'avena, il farro, lo spelata, il kamut e il triticale. Le prolamine che si trovano in questi cereali hanno nomi diversi ad esempio quella del frumento si chiama gliadina, quella dell'avena avenina, quella dell'orzo l'ordeina, mentre quella della segale secalina (Volta U., & Ubaldi E. 2009).

Il glutine è fondamentale nella produzione dei prodotti da forno, quando la farina viene impastata con l'acqua le prolamine e le glutenine formano il glutine detto anche maglia glutinica che nella fermentazione dell'impasto riesce a trattenere i gas che si sprigionano permettendo alla massa di gonfiarsi. La glutenina essendo molto stabile dona resistenza al glutine mentre la gliadina è morbida e colloso quindi rende gli impasti elastici (Lester DR. 2008).

Nei soggetti celiaci il consumo di glutine provoca una reazione anomala del sistema immunitario, la frazione tossica è rappresentata dalla prolamina (Mattioli E., 2024).

Grazie ai numerosi progressi fatti nel campo della ricerca oggi sappiamo che si può avere una predisposizione genetica alla celiachia, ma non si è celiaci dalla nascita. Il 95% dei soggetti celiaci presentano una predisposizione genetica in quanto possiedono i geni HLA DQ2 e DQ8, questa è una condizione necessaria, ma non sufficiente per sviluppare la malattia, ciò significa che i pazienti potrebbero prima o poi sviluppare la celiachia nel corso della loro vita (G.U. n. 191 del 19/08/ 2015). Se la diagnosi del HLA-DQ2/DQ8 è negativa allora si può escludere la malattia celiaca e non occorre eseguire un ulteriore test sierologico (G.U. n. 191 del 19/08/2015).

Altri fattori che influenzano lo sviluppo della malattia sono un aumento dell'ingestione di cereali contenenti glutine e fattori ambientali quali infezioni, condizioni stressanti e la gravidanza ((Volta U., & Ubaldi E. 2009).

Questa malattia colpisce specialmente l'intestino tenue, può manifestarsi sia con sintomi intestinali che extra-intestinali in tutte le fasce d'età (Mattioli E., 2024).

Il glutine una volta ingerito viene digerito ed idrolizzato in peptidi (frammenti tossici come la gliadina e non tossici). La gliadina induce al rilascio di zonulina causando un aumento della permeabilità intestinale, questo le permetterà di raggiungere la lamina propria, dove verrà deamidata e si legherà alle cellule che presentano l'antigene ovvero alle molecole HLA DQ2 o DQ8 attivando i linfociti T CD4+ presenti nella mucosa intestinale. I linfociti T a questo punto si spostano dalla lamina propria in sede subepiteliale cominciando a produrre citochine, molecole proteiche infiammatorie che modificano la mucosa dell'intestino e causano l'atrofia dei villi intestinali. La liberazione delle citochine determina la produzione degli anticorpi tipici della celiachia anti-transglutaminasi anti-gliadina ed anti-endomisio (Volta U., & Ubaldi E. 2009).

La celiachia non può essere definita né allergia al glutine né sensibilità al glutine. La prima è una condizione patologica diversa dalla celiachia, è una reazione allergica alle proteine del frumento, infatti ha le stesse caratteristiche di altre allergie alimentari con sintomi che variano da reazioni cutanee, asma, dolori addominali, vomito, diarrea. La celiachia coinvolge gli anticorpi contro la transglutaminasi tissutale 2 (anti-TG2) mentre l'allergia al frumento coinvolge gli anticorpi IgE. I

soggetti allergici al glutine non sono predisposti allo sviluppo della celiachia (G.U n. 191 del 19/08/2015).

La sensibilità al glutine è una condizione ancora non ben definita infatti i ricercatori hanno approfondito gli studi. Si manifesta con sintomi intestinali ed extra intestinali simili a quelli della celiachia, in soggetti a cui non è stata diagnosticata la celiachia o l'allergia alle proteine del frumento. L'esclusione del glutine dalla dieta permette di diminuire i sintomi (G.U n. 191 del 19/08/2015).

1.3 Sintomi e diagnosi

Inizialmente quando non si avevano le conoscenze attuali su questa malattia si pensava caratterizzasse solamente l'età pediatrica, oggi grazie al miglioramento delle tecniche diagnostiche siamo a conoscenza che è aumentata l'incidenza nei soggetti con più di 50 anni mentre un terzo dei pazienti riceve una diagnosi dopo i 65 anni (Mattioli E., 2024).

La celiachia si può manifestare nelle forme di seguito elencate:

- Classica: insorge tra la fine del primo anno di vita quando durante lo svezzamento i bambini iniziano a consumare cibi contenenti glutine e i tre anni con una graduale comparsa dei sintomi che spaziano dalla mancanza di appetito, diarrea cronica, perdita di peso e gonfiore addominale.
- Non classica: si manifesta nei bambini a partire dai tre anni in su con sintomi intestinali ed extra-intestinali quali l'anemia da carenza di ferro, bassa statura, stanchezza, dermatite erpetiforme (morbo di Duhring).
- Silente: i pazienti apparentemente non presentano sintomi, ma in seguito ad esami sierologici risultano essere positivi, inoltre la biopsia evidenzia la presenza di alcune lesioni della mucosa intestinale. È quindi raccomandabile eseguire uno screening tra i familiari di primo grado.
- Potenziale: i soggetti non sempre presentano sintomi, i test sierologici sono positivi, ma la biopsia intestinale risulta essere normale o leggermente alterata. Si tratta di soggetti che nel corso della loro vita potrebbero sviluppare questa malattia come ad esempio i familiari di primo grado di celiaci, pazienti diabetici oppure con patologie autoimmuni. Per accertarsi che nei soggetti sintomatici il quadro clinico sia frutto di una glutine-dipendenza bisogna seguire una dieta aglutinata mentre i soggetti asintomatici non hanno nessun vincolo sulla dieta da seguire, ma dovranno sottoporsi a degli screening periodicamente (MSAL, 2022).

I sintomi della celiachia possono essere riassunti come nella Figura 1.4 che evidenzia anche i gruppi a rischio di sviluppare la malattia celiaca, tra questi ci sono i familiari di primo grado con una frequenza del 10%, i soggetti con malattie autoimmuni in particolar modo il diabete di tipo 1 (5-10%), malattie tiroidee autoimmuni, l'epatite autoimmune e tutte le malattie infiammatorie croniche intestinali, la sindrome di Down, Turner, Williams (G.U. n. 191 del 19/08/2015).

Sintomi e segni	Gruppi a rischio
Disturbi intestinali cronici (dolore addominale, stipsi, diarrea, meteorismo, alvo alterno)	Familiarità di I grado per celiachia
Stomatite aftosa ricorrente	Deficit selettivo IgA sieriche
Ipoplasia dello smalto dentario	Patologie autoimmuni associate (es. diabete tipo 1 e tiroidite)
Scarso accrescimento staturale	Sindrome di Down
Ipertransaminasemia	Sindrome di Turner
Sideropenia (con o senza anemia)	Sindrome di Williams
Stanchezza cronica	
Rachitismo, osteopenia, osteoporosi	
Dermatite erpetiforme	
Artrite, artralgia	
Alopecia	
Anomalie dello sviluppo puberale	
Orticaria ricorrente	
Disturbi della fertilità (abortività spontanea, menarca tardivo, menopausa precoce, infertilità)	
Complicanze della gravidanza	
Iposplenismo	
Epilessia con calcificazioni endocraniche ed altre patologie neurologiche (atassia, polineurite, etc)	
Disturbi del comportamento alimentare (anoressia nervosa)	

Figura 1.4: MSAL, 2022. Sintomi della celiachia

Il percorso che porta alla diagnosi di celiachia dipende dalla storia clinica dei pazienti e dai risultati dei test ematochimici, di conseguenza bisogna adottare un approccio integrato, normalmente è consigliato iniziare da test meno invasivi per poi proseguire con procedure più invasive (Tortora et al., 2010).

Un tempo quando c'era il sospetto della malattia celiaca era utile eseguire degli esami del sangue specifici, test sierologici per il dosaggio degli anticorpi specifici ovvero antitransglutaminasi ed anti-endomisio, successivamente se il risultato era positivo si proseguiva con l'esecuzione della biopsia intestinale che permette di valutare lo stato dei villi intestinali (Tortora et al., 2010).

La biopsia viene effettuata attraverso l'esofagogastroduodenoscopia ed è consigliabile fare un campionamento multiplo che parte da un minimo di quattro prelievi biotici effettuati a livello della II e III porzione duodenale e almeno uno dal bulbo così da evitare la presenza di aree in cui i villi hanno alterazioni lievi o sono normali (Tortora et al., 2010).

La biopsia permette di valutare i vari stadi di gravità dell'intestino andando dall'infiltrazione linfocitaria a l'atrofia dei villi, la descrizione delle lesioni viene fatta tenendo in considerazione il

numero di linfociti intraepiteliali, l'iperplasia delle cripte e l'atrofia dei villi (G.U. n. 191 del 19/08/2015).

Recentemente è stato messo in dubbio che sia indispensabile eseguire la biopsia per accertare la malattia celiaca, quindi è stato suggerito di adottare un approccio alternativo, "la regola dei 4 criteri su 5" che permette di confermare la diagnosi se almeno quattro criteri sono veri.

- Presenza dei segni clinici tipici
- Positività dei test sierologici
- Riscontro dei geni HLA DQ2/DQ8
- Evidenza di enteropatia celiaca
- Risposta positiva alla dieta aglutinata

La biopsia duodenale resta il metodo più efficace per valutare lo stato della mucosa intestinale ed è consigliabile non ripeterla con frequenza essendo una pratica invasiva (Mattioli E., 2024).

Per diagnosticare la celiachia in età pediatrica senza svolgere la biopsia devono esserci la predisposizione genetica, la presenza di sintomi o segni, ma anche livelli elevati di anticorpi antitransglutaminasi e anti-endomisio (MSAL, 2022). Per gli adulti l'iter diagnostico è meno complesso in quanto se risultano positivi ai test sierologici si può passare direttamente alla biopsia, solamente in casi particolari e dopo aver seguito una dieta aglutinata verrà effettuata una seconda biopsia (MSAL, 2022). È importante eseguire la biopsia negli adulti perché i sintomi della celiachia potrebbero apparentemente essere confusi con quelli di altre patologie, inoltre se diagnosticata tardivamente il soggetto potrebbe aver già sviluppato complicanze intestinali (MSAL, 2022). Le complicanze della celiachia colpiscono il 5% dei pazienti, questo è dovuto ad un ritardo della diagnosi e/o ad una scarsa attenzione nel rispettare la dieta aglutinata.

Le complicanze della celiachia sono tre:

1) Celiachia refrattaria: con assente risposta clinica ed istologica alla dieta priva di glutine dopo un anno oppure quando ricompaiono i sintomi anche se si segue la dieta. Questo tipo di celiachia si distingue in due sottotipi il tipo 1 e il tipo 2. Quella di tipo 1 spesso è associata ad altre malattie autoimmuni e viene curata con gli immunosoppressori. Quella di tipo 2 è considerata una forma preneoplastica in quanto si accumulano linfociti intraepiteliali dai quali si forma il linfoma intestinale che potrebbe evolvere in linfoma T-cellulare, attualmente non esiste una terapia specifica per il trattamento (Volta U., & Ubaldi E. 2009).

2) Linfoma T – cellulare: è localizzato nell'intestino tenue, i soggetti devono prestare attenzione se ricompaiono sintomi come perdita di peso e sangue, dolore addominale, febbre, diarrea, sudorazione notturna (MSAL, 2022).

3) Atrofia della milza: si sviluppa in pazienti con diagnosi tardiva alla quale si associano altre malattie autoimmuni, è confermata da un riscontro con ecografia di una milza di piccole dimensioni (MSAL, 2022).

Una volta diagnosticata la celiachia è previsto un controllo entro 6-12 mesi e successivamente ogni uno due anni, il soggetto deve essere sottoposto a visita medica per valutare il rispetto della dieta aglutinata, la comparsa di malattie autoimmuni o alterazioni metaboliche ed effettuare i test ematochimici (G.U. n. 191 del 19/08/2015).

Possiamo affermare che a differenza di alcuni decenni fa, grazie ai continui studi in questo campo, è possibile individuare tempestivamente i pazienti affetti da celiachia, questo è un grande passo in avanti in quanto la malattia non ha una sintomatologia specifica e se non viene trattata causa danni irreversibili all'apparato digerente. L'unica terapia efficace della celiachia è l'eliminazione dalla dieta del glutine per tutta la vita del paziente che oltre a non consumare tutti i cibi contenenti glutine dovrà prestare attenzione anche alle contaminazioni (Mattioli E., 2024).

1.3.1 Il case-finding e lo screening di massa per la celiachia

In Italia per diagnosticare i soggetti affetti da celiachia si usa il metodo del case-finding ovvero i soggetti vengono sottoposti a test diagnostici solo se si rilevano sintomi o segni, familiarità e comorbidità, questo metodo risulta essere più economico per il Servizio Sanitario Nazionale ed è di fondamentale importanza la formazione del personale (G.U n.226 del 27/09/2023). L'alternativa a questo metodo è lo screening di massa della popolazione generale così da individuare anche i soggetti che non hanno sviluppato sintomi o segni, concetto che non va confuso con la diagnosi precoce dove i soggetti presentano già i sintomi e segni della malattia.

Il 15 settembre 2023 con la Legge n.130 il Parlamento italiano ha definito un programma per diagnosticare in età pediatrica da 1 a 17 anni gli individui che potrebbero sviluppare il diabete di tipo 1 e la celiachia. Ponendo l'attenzione sulla celiachia l'obiettivo è quello di individuare i soggetti con celiachia potenziale e quelli che richiedono ulteriori accertamenti diagnostici al fine di evitare complicazioni della malattia e agire in maniera tempestiva (MSAL, 2022).

Si parla di tutte e due le patologie perché sono sempre più diffuse tra la popolazione e possono coesistere nei pazienti oltre ad avere molte caratteristiche in comune. Molti studi hanno dimostrato che i soggetti con diabete di tipo 1 che sviluppano la malattia celiaca sono l'8%, mentre nei celiaci aumenta l'insorgenza di diabete, anche se nei primi stadi della malattia è normale osservare oscillazioni di glicemia, dovute all'assorbimento alterato (MSAL, 2022).

1.4 La dieta senza glutine e le carenze nutrizionali

Seguire per tutta la vita una dieta priva di glutine è l'unico trattamento per la celiachia, dopo la diagnosi per il soggetto affetto da tale malattia e per la sua famiglia inizia un percorso in cui cambiano le abitudini alimentari, si iniziano ad introdurre nuovi concetti e informazioni sui prodotti contenenti glutine oppure sugli alimenti privi di glutine; si può parlare di una vera e propria educazione alimentare che si sviluppa e amplia nel corso del tempo (Bertini et al., 2000).

Seguire correttamente la dieta aglutinata dipende da diversi fattori quali l'età del soggetto e di conseguenza dalla comprensione del problema, ma anche da variabili personali, familiari e sociali (Bertini et al., 2000).

Spesso i genitori dei bambini celiaci temono di non poter garantire al proprio figlio una dieta equilibrata per la paura di possibili carenze nutrizionali che si ripercuotono sulla crescita e il buono stato di salute; in realtà grazie alla grande varietà di cibi presenti in commercio vengono soddisfatti i fabbisogni nutrizionali assicurando un normale sviluppo dell'organismo (Bertini et al., 2000). Per facilitare l'adesione ad una dieta senza glutine per i bambini è di fondamentale importanza il clima familiare e scolastico, se i genitori sono sereni e ben informati solitamente i figli comprendono velocemente i cambiamenti e se sono molto piccoli spesso neanche se ne accorgono (AIC, 2024). Per gli adolescenti accettare la diagnosi potrebbe essere più difficile e di conseguenza potrebbero manifestare rabbia e aggressività a causa del nuovo stile di vita, è importante accompagnarli con rispetto in questo nuovo percorso (AIC, 2024).

La dieta basata sull'eliminazione del glutine ha come scopo la risoluzione dei sintomi con successiva normalizzazione dei livelli degli anticorpi nel sangue e della mucosa intestinale, ciò è di fondamentale importanza per il controllo della malattia (Mattioli E., 2024).

È possibile classificare i prodotti senza glutine in quattro gruppi:

Gruppo 1: tutti gli alimenti e le bevande non trasformati che naturalmente sono privi di glutine, in questo caso nell'etichetta, nelle presentazioni o nelle pubblicità non servirà indicare che il prodotto è senza glutine perché potrebbe confondere il consumatore (MSAL, 2022).

Gruppo 2: tutti gli alimenti e le bevande trasformati, ma che per natura, composizione o processo di produzione non prevedono l'uso di ingredienti contenenti glutine. Anche in questo caso la dicitura "senza glutine" non può essere usata perché causa fraintendimenti (MSAL, 2022).

Gruppo 3: tutti gli alimenti e le bevande trasformati prodotti con ingredienti che in natura non contengono glutine. L'assenza di glutine non è scontata infatti i prodotti potranno riportare la dicitura "senza glutine" e/o aggiungere l'indicazione "adatto ai celiaci" o "adatto alle persone intolleranti al glutine" (MSAL, 2022).

Gruppo 4: tutti gli alimenti e le bevande trasformati che nella loro composizione, ricetta prevedono l'uso di ingredienti con glutine, ma sono stati appositamente prodotti, preparati e lavorati con ingredienti deglutinati o con ingredienti naturalmente privi di glutine così da poter essere consumati dai celiaci. La dicitura "senza glutine" o l'aggiunta delle diciture "specificamente formulato per persone intolleranti al glutine" o "specificamente formulato per celiaci" è utile ad individuare l'alimento sostitutivo senza glutine (MSAL, 2022).

Se nelle bevande o negli alimenti sono presenti additivi che contengono o derivano da un allergene devono essere indicati in etichetta obbligatoriamente con il loro nome, il codice identificativo e il componente allergizzante (MSAL, 2022). È importante orientare i pazienti verso l'uso di prodotti naturalmente privi di glutine, anche se oggi, a differenza di qualche anno fa, in commercio possono trovare una vasta gamma di alimenti sostitutivi come pane, pasta, pizza, focacce, biscotti e molti altri prodotti da forno che contengono un ridotto quantitativo di glutine oppure sono stati fabbricati sostituendo il glutine con altri cereali e ingredienti (AIC, 2024).

Tra i cereali che i celiaci possono consumare troviamo il riso, il mais e il miglio. Quelli da evitare invece sono il frumento, l'orzo, la segale, il farro e l'avena anche se i celiaci adulti riescono a tollerare piccole quantità di quest'ultima. Altri alimenti amilacei senza glutine che possono essere utilizzati

come sostitutivi dei cereali si possono ricordare la manioca, la soia e i legumi in generale, il grano saraceno e l'amaranto (AIC, 2024).

Nel 2015 è stata pubblicata la prima banca dati italiana degli alimenti *gluten free* (al tempo i prodotti erano sessanta oggi sono centootto) per valutare la composizione di micronutrienti, nel 2022 è stata aggiornata confrontando tre scenari dietetici basati su cereali raffinati, misti e integrali con alimenti contenenti glutine al fine di capire se il loro apporto energetico, di macro e micronutrienti andassero a soddisfare i fabbisogni nutrizionali delle persone celiache. Tutti i menù privi di glutine avevano un contenuto superiore di acidi grassi polinsaturi, acido linoleico e vitamina E, mentre era più basso lo zinco solo nei cereali integrali senza glutine rispetto ai menu contenenti glutine (Fiori et al., 2022).

Grazie a questo studio è emerso che i soggetti celiaci che seguono una dieta aglutinata presentano carenze di fibra, calcio, ferro, folati, vitamina D e B12 questo perché non riescono a consumare cereali integrali che sono ricchi di fibra, quindi dovranno sostituirli con prodotti *gluten free* a base di cereali. L'importante è non ridurre eccessivamente il consumo di carboidrati che deve rimanere intorno al 45% delle calorie totali introdotte nell'organismo ogni giorno (Fiori et al., 2022).

Uno studio italiano ha cercato di capire se i celiaci italiani riescano a seguire la dieta mediterranea basata sul consumo di frutta, verdura, cereali, legumi, pesce, uova, carne, latte e derivati e che aiuta a prevenire le malattie cardiovascolari, l'obesità, il diabete. Da quest'analisi è emerso che nei celiaci vi è una scarsa aderenza alla dieta perché consumano pochi alimenti naturalmente privi di glutine preferendo cibi sostitutivi che contengono più grassi, zuccheri e meno fibre e micronutrienti (Morreale et al., 2018).

I risultati evidenziano che l'indice medio di adesione alla dieta mediterranea è più basso tra i celiaci rispetto ai soggetti sani, infatti consumano meno frutta, più patate, carne rossa e lavorata come ad esempio insaccati. È importante indirizzare i soggetti celiaci verso la scelta di alimenti migliori e ricordare loro che la dieta mediterranea può essere seguita anche evitando l'assunzione di glutine, questo avrebbe degli effetti benefici sul loro stato nutrizionale e li proteggerebbe da patologie non trasmissibili (Morreale et al., 2018).

I celiaci devono prestare attenzione alle contaminazioni accidentali che possono avvenire a casa, al ristorante o nelle aziende alimentari, si tratta di aggiunte involontarie di piccoli quantitativi di ingredienti contenenti glutine le cosiddette "tracce". Nella vita di tutti i giorni non è facile evitare completamente le contaminazioni perché sono eventi accidentali e basta un piccolo quantitativo di un alimento contenente glutine per mettere a rischio la salute del soggetto celiaco (AIC, 2022). Studi scientifici sostengono che le persone celiache riescono a tollerare fino a 10 mg di glutine al giorno, una quantità davvero piccola che può essere raggiunta con estrema facilità se i soggetti consumano cibi contaminati (AIC, 2024). Durante la spesa la scelta dei prodotti deve ricadere su alimenti sicuri, è importante controllare gli alimenti a rischio, leggere l'etichetta e verificare la presenza della dicitura "senza glutine" o del marchio spiga barrata. I soggetti celiaci in caso di dubbi possono consultare il Prontuario degli Alimenti disponibile sull'app di AIC (AIC, 2024). Se il celiaco oppure i suoi famigliari decidono di preparare pasti senza glutine a casa evitando contaminazioni basterà seguire alcuni accorgimenti come usare alimenti idonei, riporre gli alimenti aperti in maniera corretta così da evitare contaminazioni con i prodotti contenenti glutine, usare pentole, posate e stoviglie puliti, lavare le mani, non usare la stessa acqua, olio, carta forno in cui si sono cotti alimenti contenenti glutine (AIC, 2024).

CAPITOLO 2

Quadro normativo e il ruolo di AIC

2.1 Il quadro legislativo in Italia e le normative europee

L'Associazione Italiana Celiachia nasce nel 1979 quando la scarsa conoscenza della malattia celiaca rendeva i celiaci invisibili al resto della popolazione e alle istituzioni. Da allora la situazione è cambiata radicalmente perché grazie al lavoro di AIC i soggetti celiaci hanno avuto maggiori tutele.

Il primo provvedimento a sostegno delle persone celiache in Italia è stato introdotto con il **decreto ministeriale del 1° luglio 1982** che ha permesso l'erogazione gratuita dei prodotti dietoterapeutici fondamentali per seguire una dieta aglutinata. L'erogazione dei prodotti era gestita dalle Aziende ULS territoriali in accordo con l'associazione AIC, le forniture avvenivano tramite dei bandi di gara in base alla tipologia di prodotto come farine, pasta, biscotti; spesso questo sistema favoriva i prodotti che avevano un minor prezzo e una qualità inferiore. Solo diversi anni dopo si passò al canale delle farmacie private e successivamente anche alla grande distribuzione (AIC, 2019).

Questo decreto venne poi abrogato con il decreto ministeriale conosciuto come "**Decreto Veronesi**" **l'8 giugno 2001**. Questo nuovo decreto introduce il tetto di spesa in base ai Livelli Essenziali di Assunzione (LEA) per tutti coloro che dovevano seguire una dieta particolare. A rientrare in questa categoria ci sono i soggetti affetti da malattie metaboliche congenite, celiachia, dermatite erpetiforme, fibrosi cistica del pancreas. I nuovi tetti di spesa vengono calcolati tenendo in considerazione il sesso, l'età, il fabbisogno calorico totale e i prezzi medi di alcuni prodotti sostitutivi alla base della dieta *gluten free*. L'assistenza copre il 35% del fabbisogno calorico complessivo del soggetto da soddisfare con prodotti senza glutine mentre il 65% è reperito dagli alimenti naturalmente privi di glutine. Il rilascio dei buoni sottoforma di documento di credito cartaceo o magnetico è affidato alle Aziende ULS territoriali e potevano essere usati presso "fornitori convenzionati" ovvero le farmacie, i negozi specializzati e la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) (G.U. n.154 08/06/2001).

A seguito dell'introduzione di questo decreto è stato creato il Registro Nazionale dei prodotti destinati ad un'alimentazione particolare distribuibili dal Servizio Sanitario Nazionale alle singole regioni. Questo decreto ha aumentato la concorrenza tra le aziende tanto che molte di loro avevano investito nella ricerca con lo scopo di produrre alimenti di maggiore qualità il cui gusto potesse essere simile a quelli originali (AIC, 2019).

Uno dei risultati più importanti ottenuti dall'associazione AIC è la **legge quadro n.123/2005** che permette ai celiaci di ottenere dei diritti che fino a quel momento ancora non avevano, viene riconosciuta la celiachia come malattia sociale perché è una malattia che condiziona le loro vite e la loro integrazione nella società. Con questa legge si stabiliva il diritto al pasto senza glutine nelle scuole, nelle mense pubbliche e negli ospedali. Prevedeva delle attività di formazione e aggiornamento per i medici, di ampliare le conoscenze dei ristoratori, degli albergatori e di tutta la popolazione in quanto veniva riconosciuta l'importanza di diffondere informazioni e aumentare la conoscenza su questa malattia. Inoltre ristabiliva il diritto all'erogazione gratuita dei prodotti senza glutine per poter seguire una dieta aglutinata (AIC, 2019).

Da questo anno, e per tutti i seguenti il Ministero della Salute redige la Relazione al Parlamento sulla celiachia, destina risorse per lo studio della malattia al fine di garantire diagnosi precoci, prevenire complicanze e migliorare le cure dei cittadini attraverso esami di follow up (AIC, 2019).

Con il **Reg. UE 41/2009** la Commissione Europea regola la composizione e l'etichettatura dei prodotti *gluten free* in tutti i paesi membri. Grazie a questo decreto i prodotti che contenevano piccole quantità di glutine (tra i 21 e 100 ppm) in etichetta devono riportare la dicitura "con contenuto di glutine molto basso" mentre i prodotti che non lo contengono (inferiore a 20 ppm) dovevano presentare il *claim* "senza glutine", in entrambi i casi le diciture sono da inserire vicino alla denominazione di vendita del prodotto. Questo ha permesso di definire un unico limite di riferimento e di poter usare la dicitura "senza glutine" anche per gli alimenti comuni che non derivano da cereali contenenti glutine, in questo modo il celiaco è più autonomo nella scelta dei prodotti che può consumare e inserire nella sua dieta (G.U.C.E. n.41 20/01/2009).

Grazie al **Reg. UE 609/2013** i prodotti *gluten free* non rientrano più nella categoria degli alimenti considerati "dietetici" e destinati a gruppi specifici della popolazione, ma entrano a far parte degli alimenti ordinari utili a gestire problemi dietetici e metabolici specifici. Per l'etichettatura di questi prodotti si fa riferimento al Regolamento UE 1169/2011 che stabilisce le informazioni da fornire per gli alimenti contenenti ingredienti che possono provocare allergie o intolleranze così da orientare i consumatori verso scelte consapevoli (AIC, 2019).

Il **Reg. UE 828 del 2014** sostituisce il Reg 41 del 2009, questo nuovo regolamento ha chiarito come usare il *claim* "senza glutine" sui prodotti sfusi e confezionati. Il contenuto di glutine per questi alimenti non deve superare i 20 ppm e l'uso di questa dicitura può essere accompagnato dall'uso di altre due indicazioni. La prima, "specialmente formulato per celiaci/persone intolleranti al glutine" può essere usata solamente per prodotti dove il glutine naturalmente presente viene sostituito oppure ridotto, sono le aziende a decidere se usare questa dicitura, mentre il suo uso diventa obbligatorio solo per i prodotti inseriti all'interno del Registro Nazionale. La seconda dicitura che può accompagnare il *claim* "senza glutine" è "adatto ai celiaci/persone intolleranti al glutine" che può essere usata per qualsiasi alimento preparato con materie prime *gluten free* e negli alimenti in cui non c'è la presenza di contaminazioni, è vietato applicarlo sugli alimenti naturalmente privi di glutine perché tale indicazione confonderebbe il consumatore (AIC, 2024).

Il **D.M. del 17 maggio 2016** apporta delle modifiche al Decreto Veronesi del 2001, i prodotti senza glutine che il Servizio Sanitario Nazionale poteva erogare gratuitamente erano solamente quelli con la dicitura "senza glutine" accompagnata da "specificatamente formulato per persone intolleranti al glutine" oppure "specificatamente formulato per celiaci" e inseriti nel Registro Nazionale. Le aziende che vogliono inserire i loro prodotti in questo registro dovranno comunicarlo al Ministero della Salute (AIC, 2019).

Con il **DPCM n. 65 del 12 Gennaio 2017** la celiachia e la dermatite erpetiforme da malattie rare vengono definite come malattie croniche e invalidanti, questo permette ai soggetti affetti da queste malattie di essere esenti da tutte le prestazioni specialistiche che eseguono dopo aver ricevuto la diagnosi. Vengono inoltre approvati i nuovi Livelli Essenziali di Assistenza e viene confermata per i celiaci l'erogazione dei prodotti *gluten free*, che devono coprire il 35% del fabbisogno energetico totale (AIC, 2019).

Con il **DM del 10 agosto 2018** vengono stabiliti i nuovi limiti massimi di spesa per l'erogazione dei prodotti senza glutine, vengono rivalutati i precedenti tenendo conto del sesso, dell'età, dei fabbisogni energetici totali definiti dai LARN del 2014 con un incremento del 30% così da tenere conto di particolari esigenze nutrizionali (AIC, 2019).

Nel 2022 il Ministero della salute con l'Istituto Superiore di Sanità ha stipulato la **legge n. 197** per sviluppare uno studio su scala ridotta da realizzare su scala nazionale successivamente per la ricerca degli anticorpi che permettono di prevedere l'insorgere del diabete di tipo 1 e della celiachia nella popolazione con età compresa tra 1 e i 17 anni (MSAL, 2022).

2.2 L'Associazione Italiana Celiachia

Alcuni genitori durante la fase dello svezzamento riscontravano malesseri associati a vomito, diarrea e gonfiore addominale nei figli neonati. Non capendo la causa di tali sintomi si rivolgevano ai medici di base e alcuni all'ospedale, ma nessuno dava loro una risposta esaustiva visto che la celiachia non era ancora molto conosciuta (AIC, 2019).

Tra gli anni '70 e '80 l'iter diagnostico non era ben strutturato, tanto che era stata considerata una malattia "rara" perché non era conosciuta dai medici, dalle istituzioni e tantomeno dalla popolazione, per questo convivere non era facile. L'unica cosa di cui si era a conoscenza era che la causa dai sintomi derivava dall'assunzione del glutine e al tempo seguire una dieta *gluten free* era difficile (AIC, 2019).

Da qui le famiglie dei soggetti celiaci capirono che solo unendo le loro forze potevano cambiare questa situazione. Inizialmente cercavano di acquistare molti prodotti per ottenere degli sconti dalle aziende che producevano prodotti senza glutine, per farlo le contattavano direttamente e riuscivano una volta al mese a far arrivare a Milano una macchina con tutti i prodotti da distribuire alle famiglie (AIC, 2019).

A Milano nel 1978 un gruppo di genitori e alcuni medici pensarono di fondare un'associazione, idea che poi si diffuse anche in altre regioni italiane tanto che un anno dopo venne fondato il comitato AIC (Associazione Italiana Celiachia) con lo scopo di affiancare i celiaci e le loro famiglie per far conoscere i problemi derivanti da questa malattia a livello istituzionale (AIC, 2019).

L'obiettivo principale di AIC era ed è tutt'ora diffondere e ampliare la conoscenza della celiachia al fine di ridurre le difficoltà sociali dei celiaci. Per fare questo i primi obiettivi che si prefissò di raggiungere furono:

- Far conoscere la celiachia al settore medico-scientifico.
- Chiarire quali alimenti potevano consumare i celiaci, nel 1979 nasce il Prontuario degli Alimenti.
- Chiedere la gratuità degli alimenti *gluten free* da parte dello Stato, scopo raggiunto con il D.M. del 1° luglio 1982 (AIC, 2019).

Nel 1995 venne costruita la Task Force Ricerca che si occupava di raccogliere fondi da destinare alla ricerca scientifica, con le prime somme raccolte si finanziarono progetti diversi che riguardavano tre

aree diverse quella della genetica, dell'immunologia e dell'identificazione di nuove forme cliniche di celiachia (AIC, 2019).

Grazie agli studi condotti sulla celiaca gli esperti hanno capito essere una malattia diffusa in Italia, ma anche nel resto d'Europa, nel 1988 nasce AOECS (Association of European Coeliac Societies) ovvero la Federazione delle associazioni pazienti che si occupano di celiachia in Europa, a fondarla furono otto Paesi Italia, Francia, Spagna, Regno Unito, Belgio, Olanda e Finlandia, ad oggi gli Stati membri sono 38 di cui l'AOECS organizza le attività (AIC, 2022).

Alla fine degli anni '90 AIC sviluppa il progetto Alimentazione Fuori Casa, da sempre mangiare al di fuori dell'ambiente familiare era un problema per i celiaci, infatti dare vita a questo progetto non fu facile a causa della mancanza di leggi che tutelavano le persone celiache (AIC, 2019).

Nel 2005 la Federazione Celiachia si occupa di raccogliere fondi da destinare alla ricerca mentre il Marchio Spiga Barrata Service si occupa di tutte le attività dedicate al miglioramento della vita dei celiaci. AIC per sensibilizzare le persone sulla celiachia dal 2002 al 2005 organizza la Giornata mondiale della celiachia che successivamente si trasforma nella Settimana della celiachia (AIC, 2019).

Grazie alle associazioni territoriali i progetti di AIC entrano anche nelle scuole per sensibilizzare ed educare i bambini e i ragazzi sulla celiachia tanto che nel 2007 inizia il Progetto in Fuga dal Glutine (AIC, 2019).

AIC opera da 45 anni per modificare il panorama delle tutele per i celiaci, da quando è nata ha permesso ai soggetti celiaci di inserirsi facilmente nella vita sociale, ha migliorato la loro qualità di vita, tanto che nel 2008 è stata inserita fra le 100 "Eccellenze italiane" dall'istituto Eurispes e nel maggio del 2023 ha ricevuto l'attestazione al merito della Sanità Pubblica. I progetti e gli obiettivi che l'associazione intende portare avanti sono l'aumento delle ricerche scientifiche, una maggiore attenzione sulla diagnosi, la terapia e la formazione del personale sanitario, l'informazione della popolazione e la tutela dei diritti dei celiaci (AIC, 2019).

2.2.1 La struttura organizzativa di AIC

L'associazione AIC inizialmente era composta da tre enti nazionali, AIC Onlus, l'Impresa Sociale Spiga Barrata Service, la Fondazione Celiachia Onlus e ventuno organizzazioni territoriali presenti in tutte le regioni e nelle Province autonome di Trento e Bolzano (AIC, 2022).

Il sistema organizzativo di AIC è in continuo cambiamento, tanto che tra il 2022 e il 2023 con la Riforma del Terzo Settore il Gruppo AIC formato dai tre enti precedentemente elencati si è fuso in un unico ente del Terzo Settore. L'associazione ha mantenuto i valori e i principi che da sempre la caratterizzano, ma la fusione le ha permesso di offrire ai suoi interlocutori un'organizzazione più efficace nella difesa dei diritti dei celiaci, nel mantenimento del sostegno economico per il rispetto di una dieta aglutinata e la garanzia dei servizi collegati a quest'ultima. L'Ente continua a sostenere gli studi scientifici sulla celiachia e la dermatite erpetiforme e a svolgere le attività di concessione del Marchio Spiga Barrata (AIC, 2024).

La Fondazione Celiachia nasce tra il 2004 e il 2005, da allora si occupa di raccogliere fondi attraverso il 5x1000 destinati alla ricerca scientifica, e al marchio Spiga Barrata Service (SBS) che dal 2011 è diventato un'impresa sociale che si occupa di gestire attività e servizi che permettono di raggiungere gli obiettivi che l'associazione si è prefissata (AIC, 2022).

Il Piano Strategico Triennale è uno strumento interno prodotto dal Consiglio Direttivo in condivisione con tutti gli organi politici, che permette ad AIC di elaborare e pianificare le strategie, di realizzare le attività e i progetti guidati dalla Direzione Generale. Serve anche a valutare se le strategie intraprese sono efficaci al raggiungimento degli obiettivi e qualora fosse necessario consente di intervenire tempestivamente con l'attuazione di azioni correttive. Questo piano è formulato per migliorare le performance dell'associazione nel medio-lungo termine (3 anni) e definire le strategie e i mezzi da impiegare; per far questo AIC si confronta periodicamente con l'Assemblea Nazionale (AIC, 2022).

L'Assemblea Nazionale votando il Piano Strategico consegna un mandato specifico al Comitato Direttivo di Gruppo ad operare, che ogni anno presenta l'aggiornamento del Piano all'Assemblea Nazionale AIC (AIC,2022).

Gli organi centrali, ma anche quelli territoriali sono coinvolti nel processo decisionale in maniera democratica ovvero i consigli direttivi e le assemblee sono i luoghi in cui si condividono strategie e vengono prese decisioni. Gli organi deliberativi ed esecutivi sono affiancati dal Comitato Scientifico (AIC, 2022).

Il Comitato Scientifico AIC si compone da un Board, dai Referenti Scientifici e dai Comitati Scientifici delle Associate. Il Board è formato da un gruppo di esperti a livello nazionale e internazionale che vengono scelti secondo il Regolamento AIC e poi nominati dal Presidente della Federazione. Il Board può collaborare con esperti sulla celiachia e la dermatite erpetiforme (AIC, 2024).

La nuova struttura organizzativa di AIC si può osservare in Figura 2.1.

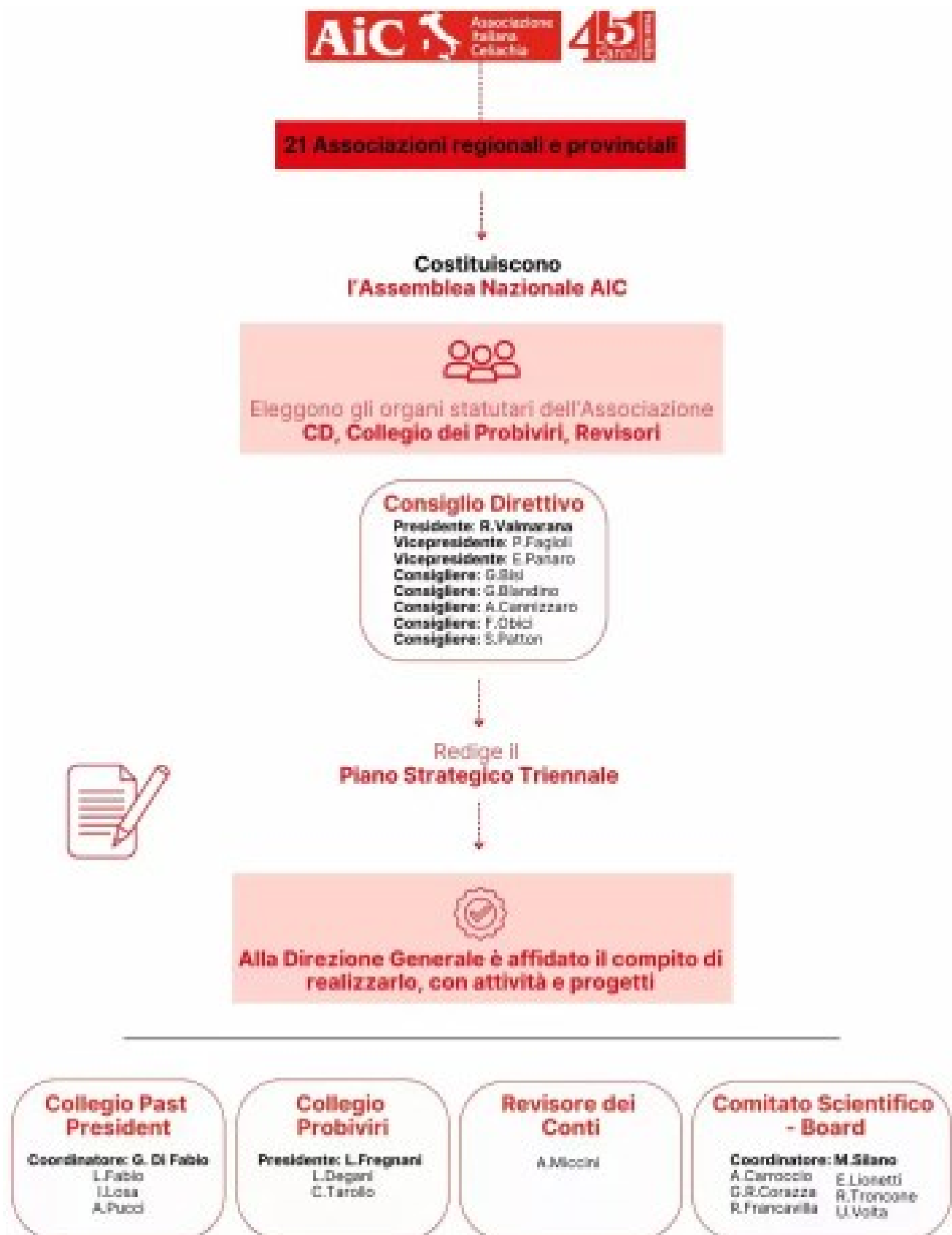


Figura 2.1: AIC, 2024 struttura organizzativa

2.2.2 La mission

La *mission* ovvero l'insieme delle intenzioni, lo scopo dell'associazione è rendere consapevoli e di conseguenza permettere ai celiaci, ai soggetti con dermatite erpetiforme e alle loro famiglie di vivere la vita in serenità (AIC, 2022).

AIC si impegna a livello sociale per abbattere le difficoltà e il disagio causati da questa malattia promuovendo la crescita del senso civico e l'attenzione sociale nei confronti dei soggetti considerati diversi solo perché presentano questa malattia (AIC, 2022).

Gli obiettivi principali dell'associazione sono:

- Migliorare la condizione di vita dei celiaci e delle persone con dermatite erpetiforme.
- Condurre ad una piena e corretta consapevolezza della condizione in cui si trovano i soggetti celiaci e le persone con dermatite erpetiforme.
- Diffondere una conoscenza della celiachia e della dermatite erpetiforme corretta.
- Sensibilizzare le istituzioni politiche, amministrative e sanitarie sia a livello locale, ma anche a livello nazionale ed europeo, per tutelare i celiaci e garantire l'applicazione dei loro diritti.
- Sensibilizzare, informare e formare i medici sulle possibilità diagnostiche, le terapie che permettono di condurre a diagnosi corrette e tempestive, regolare il follow-up.
- Promuovere e sostenere la ricerca scientifica per la celiachia e la dermatite erpetiforme cooperando a livello nazionale e internazionale.

Per il raggiungimento di tali obiettivi l'associazione promuove la presenza a livello locale e lo sviluppo di strutture specializzate (AIC, 2022).

AIC è la voce di migliaia di persone e il loro punto di riferimento per i problemi causati dalla celiachia, per fornire loro informazioni scientifiche corrette, sempre aggiornate e contrastare le *fake news* l'associazione collabora con degli esperti. AIC ha un ruolo di intermediazione, i suoi associati esprimono dei bisogni che poi sottopone alle istituzioni, si occupa delle relazioni con i media e scambia informazioni con le realtà internazionali (AIC,2024).

Si può affermare che tutto il gruppo AIC collabora e partecipa attivamente, in base all'area di competenza al raggiungimento della *mission* (AIC, 2022).

2.2.3 Progetti

L'associazione AIC ha condotto con successo diversi interventi a favore dei celiaci e dei soggetti con dermatite erpetiforme che si sono concretizzati con la realizzazione di numerosi progetti tra cui il Prontuario degli alimenti, il programma Alimentazione Fuori Casa, il progetto in Fuga dal Glutine, il Marchio Spiga Barrata Service e il progetto Saharawi.

I progetti sostenuti da AIC possono essere così suddivisi:

▪ Il Prontuario degli Alimenti

È nato in un periodo in cui non c'erano norme che consentivano alle aziende di comunicare che i loro prodotti non contenevano glutine. Questo strumento aiuta i celiaci nella selezione degli alimenti *gluten free* che possono consumare per seguire la dieta aglutinata, mentre per le aziende è uno strumento con cui possono promuovere i loro prodotti e il loro impegno nel garantire cibi sicuri (AIC, 2024).

Viene pubblicato annualmente in forma cartacea, in versione digitale consultabile sul sito di AIC oppure su app; queste ultime sono riservate solamente ai soci AIC (AIC, 2024).

Le copie vengono distribuite agli associati AIC, alle mense, ai servizi di ristorazione, ai ristoranti e ai dietisti, secondo il bilancio del 2023 le copie distribuite sono circa 30.000 (AIC, 2023). L'edizione dell'anno 2022/2023 conta circa 500 aziende che operano in tutte le aree del commercio alimentare, presenti con 20.000 prodotti (AIC, 2022).

Questo strumento è di facile consultazione per i celiaci in quanto al suo interno i prodotti sono suddivisi per tipologia, si trovano sia quelli valutati dall'associazione sia quelli che rispettano le norme nazionali e internazionali sulla produzione, sull'etichettatura e quelli che utilizzano il Marchio Spiga Barrata (AIC, 2024).

Se le aziende hanno intenzione di inserire i propri prodotti nel Prontuario dovranno compilare e sottoscrivere per ogni prodotto delle schede predisposte da AIC in cui indicano gli ingredienti utilizzati e i processi produttivi eseguiti al fine di dichiarare l'idoneità dei prodotti all'associazione. I prodotti saranno considerati idonei solamente se il quantitativo di glutine eventualmente presente sarà inferiore a 20 ppm tenendo conto sia degli ingredienti sia delle contaminazioni che si potrebbero verificare in tutte le fasi di produzione come ad esempio nello stoccaggio, nella lavorazione, nel confezionamento (AIC, 2023).

L'associazione AIC per garantire la sicurezza dei prodotti e per verificare quanto dichiarato dalle aziende svolge controlli analitici su campioni dei prodotti inseriti nel Prontuario. Inoltre per gestire il rischio del glutine durante tutte le fasi di lavorazione alle aziende vengono fornite delle linee guida e offerta assistenza durante il tempo di adesione al progetto (AIC, 2024).

Oltre alla verifica, grazie alla collaborazione tra AIC e le aziende che aderiscono al progetto si riesce a garantire il controllo costante dell'idoneità dei prodotti e di conseguenza anche la comunicazione immediata della sospensione fornendo le indicazioni sul lotto e le cause dell'assenza di idoneità (AIC, 2024).

Se le aziende cambiano gli ingredienti utilizzati nella produzione dei prodotti oppure si verificano delle contaminazioni accidentali hanno l'obbligo di informare AIC che successivamente informerà tutte le sedi locali, aggiornerà il prontuario su app e on line, pubblicherà la segnalazione sulla pagina aggiornamenti del prontuario cartaceo (AIC, 2024).

Le aziende per essere presenti sul Prontuario dovranno versare un contributo ad AIC per coprire i costi di realizzazione del progetto (AIC, 2022).

▪ Il Programma AFC Alimentazione Fuori Casa

Ha preso vita nel 2000 in risposta a una delle più importanti esigenze dei celiaci ovvero mangiare fuori casa in sicurezza senza correre nessun rischio.

È formato da esercizi informati sulla malattia celiaca che offrono un servizio che risponde alle esigenze delle persone celiache. Grazie alle AIC territoriali viene formato il personale degli esercizi sia a livello teorico per far capire e conoscere cosa sono la celiachia e la dieta aglutinata sia a livello pratico per illustrare le caratteristiche dei prodotti *gluten free*. Le AIC territoriali periodicamente monitorano gli esercizi per garantire la massima sicurezza (AIC, 2022).

Essere un esercizio che aderisce al Progetto Alimentazione Fuori Casa significa aver frequentato dei corsi per conoscere il tema, seguire le regole per la preparazione e somministrazione degli alimenti fornite dall'associazione, usare ingredienti *gluten free*, ricevere materiale informativo da AIC, consentire all'associazione di eseguire i controlli e aver firmato un accordo con AIC (AIC, 2024).

Le regole di AFC possono essere così riassunte:

- Segnalare nell'HACCP il punto critico relativo al glutine con riferimenti a tutte le fasi di lavorazione dei prodotti dalle materie prime alla somministrazione.
- Materie prime: possono essere tutti gli alimenti naturalmente privi di glutine oppure gli alimenti trasformati che rientrano in quelli permessi, quelli specificatamente formulati per i celiaci. I prodotti che riportano la dicitura "senza glutine", il Marchio Spiga Barrata oppure gli alimenti inseriti nel Prontuario.
- Trasporto: durante l'acquisto delle materie prime è possibile trasportare prodotti con e senza glutine solo se sigillati, mentre dal magazzino fino alla cucina non devono essere trasportati contemporaneamente.
- Stoccaggio: in deposito le materie prime senza glutine devono essere stoccate in appositi scaffali mentre in cucina vanno riposte in armadietti, frighi, ripiani dedicati ed identificabili.
- Produzione: le superfici di lavoro destinate ai prodotti senza glutine devono essere ad uso esclusivo oppure pulite con detergenti, le attrezzature e gli utensili devono essere lavati e puliti al momento dell'utilizzo, l'abbigliamento deve essere pulito e non contaminato.
- Servizio: evitare che lo stesso addetto porti sia i piatti con glutine che senza, l'abbigliamento che indossa deve essere pulito e non contaminato, è importante segnalare il piatto senza glutine e assicurarsi che sul tavolo non ci siano briciole, per la preparazione del caffè d'orzo è consigliabile usare macchine dedicate.
- Gelateria: segnalare i gusti *gluten free* con un apposito cartello, per la somministrazione usare una paletta o porzionatore dedicati, prelevando il gelato in punti diversi della vaschetta.
- Asporto: non confondere gli alimenti con glutine e quelli senza glutine, trasportare questi ultimi nella parte superiore del box e usare un segno distintivo.
- Tutto il personale sia quello di riferimento che non deve sapere che la struttura offre un servizio anche per celiaci (AIC 2024).

Ad oggi le strutture che aderiscono al *network* sono 4061 mentre i professionisti informati da AIC sono 878. L'elenco dei locali che aderiscono al progetto viene pubblicato nella Guida per l'Alimentazione Fuori Casa distribuita ai soci AIC, sul sito di AIC e sull'app (AIC 2023).

▪ **Marchio Spiga Barrata**

Questo simbolo è stato inventato dall'associazione della Gran Bretagna e successivamente venne usato dalle altre associazioni europee, nel 1995 AIC registrò il marchio diventando la proprietaria, oggi può essere usato in Italia e dalle altre Associazioni celiachia estere nei mercati di riferimento. Quando viene applicato in etichetta significa che quel determinato prodotto rispetta il limite normativo del contenuto di glutine ovvero inferiore ai 20 ppm e soddisfa i requisiti di produzione, gestione e controllo previsti dal disciplinare di concessione del marchio (AIC, 2022).

Gli stabilimenti che utilizzano il marchio ogni anno vengono verificati da personale tecnico qualificato per valutare la conformità del sistema aziendale ad uno standard tecnico europeo che richiede di soddisfare requisiti di sicurezza che hanno lo scopo di garantire un sistema produttivo in continuo miglioramento (AIC,2022).

I tecnici durante ogni ispezione verificano la documentazione del sistema di gestione aziendale, ispezionano tutto il sito produttivo compresi gli impianti, le aree di magazzino, i locali accessori e infine esaminano anche tutte le fasi del processo produttivo (AIC, 2024).

Il marchio Spiga Barrata è formato da un disegno di una spiga di grano tagliata da un segmento, permette ai celiaci di individuare facilmente i prodotti che possono consumare, ed è riconosciuto universalmente garantendo la sicurezza dei prodotti sui quali viene applicato (AIC, 2022).

▪ **Il Progetto in Fuga dal Glutine**

Uno degli obiettivi di AIC è di far conoscere la malattia celiaca a quante più persone possibili al fine di abbattere le difficoltà e aumentare il senso civico. Per far questo è importante informare anche i più piccoli, AIC offre agli insegnanti delle scuole per l'infanzia e della primaria uno strumento per informare e far conoscere la malattia, ma allo stesso tempo educare i bambini e i ragazzi. AIC nazionale fornisce il materiale e gli strumenti didattici con i quali i volontari delle AIC territoriali e i collaboratori esterni formano i docenti (quest'anno sono stati formati 1000 insegnanti) (AIC 2023).

L'obiettivo di questo progetto è far acquisire agli alunni abilità trasversali alle varie discipline e quindi promuovere una riflessione critica sulla diversità di ciascuno, sviluppare un approccio consapevole e positivo nei confronti delle diversità che deve essere considerata una risorsa, stimolare la comprensione, la condivisione, la solidarietà, attivare una dimensione di responsabilità individuale. Il tutto viene fatto non focalizzandosi su cosa i celiaci non possono fare, ma guardando il bello delle cose che accadono nella vita e capendo che ogniuno di essere può arricchire in modo diverso ogni singolo individuo (AIC, 2024).

▪ **Il Progetto Saharawi**

AIC non è un'ONG, ma dal 2006 al 2014 è stata attiva nel territorio in cui si riscontra la percentuale di celiaci più alta al mondo (5-6%), l'area del Saharawi che confina con Mauritania, Marocco e Algeria. L'associazione grazie all'aiuto di volontari, donatori e di dieci missioni condotte sul campo è riuscita ad aiutare i pazienti celiaci, le famiglie e i medici che non hanno delle conoscenze sufficienti ad approcciarsi a questa malattia, grazie alla costruzione di un ambulatorio medico dotato della strumentazione necessaria per formare paramedici locali con lo scopo di diffondere informazioni sulla malattia. A causa della difficile situazione geopolitica alla fine del 2014 AIC ha dovuto lasciare questo territorio e il progetto si è concluso, anche se i rapporti con i partner restano ancora attivi.

Il popolo di questo territorio grazie alla formazione ricevuta è autonomo nel gestire la celiachia, ma dal 2016 AIC sviluppa si occupa di mantenere le strutture e i servizi del progetto (AIC, 2024).

2.2.4 La comunicazione di AIC

Le strategie di comunicazione dell'associazione AIC devono essere ben organizzate e strutturate al fine di essere efficaci ed efficienti, solamente in questo modo susciterà l'interesse degli *stakeholder*. Per fare questo deve costruire un piano di comunicazione interna ed esterna duraturo nel tempo, dovrà quindi migliorare la propria immagine e comunicare con il pubblico, aggiornarlo sulle attività, gli eventi e il raggiungimento degli obiettivi. Grazie alla comunicazione 2.0 e ai nuovi media, far questo oggi risulta più semplice ed economico rispetto al passato (Zarabara, 2021).

Per rafforzare la propria immagine e la credibilità è importante che l'associazione trasmetta e faccia conoscere tre concetti: la *mission*, la *vision* e i propri valori guida.

La *mission* è un concetto che riguarda il presente, permette di definire l'identità dell'associazione e il motivo per cui opera; sulla base di questa l'associazione decide quali strategie adottare per il raggiungimento degli obiettivi.

La *vision* può essere paragonata alla meta finale, consiste in una visione di come sarà l'azienda nel futuro, come si sviluppa.

I valori guida sono ciò che accomuna tutte le persone che collaborano per il raggiungimento degli obiettivi (Cammisa, 2013).

Solo quando avrà definito questi tre concetti potrà decidere quali canali utilizzare per raggiungere gli obiettivi che si era prefissata. Per trasmettere tutto ciò AIC da sempre cura tutto il materiale informativo istituzionale utile per comunicare con gli associati, entrare in contatto con nuovi neo-diagnosticati ed essere presente sul territorio (AIC, 2022).

AIC ha sviluppato un proprio sito web, si trova sui social media come Facebook, Instagram, Twitter con i suoi account istituzionali e quelli delle AIC territoriali, ha inoltre un canale Youtube.

Il primo sito sviluppato dall'associazione risale agli anni '90, oggi essendo uno strumento di fondamentale importanza, una sorta di biglietto da visita dell'associazione viene aggiornato costantemente ed è stato rinnovato nel 2019 tenendo conto della facilità di accesso e della fruibilità delle informazioni (AIC, 2022).

Nel sito si trovano tutte le informazioni suddivise per sezioni relative alla celiachia e alla dermatite erpetiforme, alla dieta aglutinata, alle normative, ai progetti che AIC porta avanti e alla ricerca. Inoltre per gli associati è possibile consultare il Prontuario degli alimenti e l'elenco degli esercizi che rientrano nel progetto AFC. Per sviluppare il sito è importante usare un linguaggio semplice, chiaro e coinvolgente, aggiungere i contatti dell'associazione, arricchirlo con foto, video e curare la grafica così da coinvolgere maggiormente i visitatori (Cammisa, 2013).

Negli ultimi anni è stata sviluppata anche l'app di AIC disponibile solo per gli associati, consente di consultare il Prontuario degli Alimenti, si può verificare la presenza di un alimento nel Prontuario anche inquadrando il codice a barre in etichetta. Inoltre è possibile verificare le strutture presenti

nel Progetto Alimentazione Fuori Casa cercandole con il nome, l'area geografica o la geolocalizzazione, l'utente può dare una valutazione (da 1 a 5 stelle) alla struttura frequentata tenendo in considerazione la qualità dei piatti e degli alimenti *gluten free*, i prezzi, l'ampiezza del menu e l'attenzione del personale verso il soggetto celiaco. La scelta di riservare l'accesso all'app solo agli associati ha lo scopo di valorizzarli visto che sono il motore della stessa associazione, esiste anche una versione base per i non associati in cui si può conoscere l'associazione e trovare alcune informazioni sulla dieta aglutinata (AIC, 2022).

La pagina Facebook dell'associazione AIC consente di avere un contatto diretto e immediato con gli utenti che possono interagire lasciando commenti, mi piace, condividendo i contenuti. Proprio per questo richiede una pianificazione editoriale, gli utenti su queste pagine possono trovare informazioni pratiche per i soggetti celiaci, aggiornamenti su iniziative, eventi, progetti, contenuti su tutte le aree di intervento di AIC (AIC, 2022).

AIC gestisce una *community* molto numerosa all'interno del gruppo ufficiale che viene amministrato dall'associazione mentre dei volontari formati lo moderano, attraverso questo gruppo gli utenti ricevono risposte ai loro dubbi riguardanti la malattia celiaca, la dieta aglutinata, oltre a poter condividere le esperienze personali (AIC, 2022).

AIC ha fondato Celiachia notizie un quadrimestrale diviso in due fascicoli, il primo è dedicato ai progetti, alle attività istituzionali, ai contenuti medico-scientifici, alla vita quotidiana dei celiaci; il secondo è dedicato alle AIC territoriali e alle attività che organizzano. I contenuti della rivista sono divise in macro aree quella riguardante le notizie di attualità e quella riguardante il *lifestyle* (AIC, 2022).

L'associazione AIC per raggiungere gli obiettivi comunicativi e di conseguenza intercettare un numero di persone sempre più ampio, offrire un servizio eccellente che risponda alle domande dei soggetti celiaci e con dermatite erpetiforme nel corso degli anni è evoluta e ha fatto numerosi passi in avanti anche nel campo della comunicazione efficace.

CAPITOLO 3

Il modello di Porter e l'analisi SWOT dalla teoria alla pratica

3.1 Il mercato senza glutine

La produzione e la vendita di alimenti e bevande senza glutine a livello globale è in continua crescita tanto che nel 2023 la dimensione del mercato *gluten free* è stata stimata a 12,3 miliardi di dollari e si pensa possa espandersi e valere 27,8 miliardi nel 2032 (Sole 24 ore, 2024).

In Italia il giro d'affari di questo mercato ha raggiunto i 400 milioni di euro, questo è dovuto all'aumento dei casi di persone con celiachia, dermatite erpetiforme e sensibilità al grano. Negli ultimi anni tra gli acquirenti dei prodotti *gluten free* rientrano non solo i familiari delle persone celiache, ma anche coloro che per un fattore mediatico pur non avendo una necessità medica specifica consumano questi prodotti perché li ritengono più sani e leggeri rispetto a quelli tradizionali (Sole 24 ore, 2024).

Una maggiore conoscenza della malattia ha fatto sì che anche le aziende investissero per ampliare la gamma di prodotti, migliorare la qualità, rendere il loro gusto simile a quelli a base di grano, migliorare la texture e la tenuta in cottura così da soddisfare i gusti e i requisiti dietetici dei celiaci. A causa dell'urbanizzazione, del cambiamento degli stili di vita e di scelte già pronte da mangiare la domanda dei prodotti da forno come ad esempio pani morbidi, snack ai cereali, torte pronte, pasticceria surgelata è in crescita (Sole 24 ore, 2024).

Produrre alimenti senza glutine per le aziende è costoso questo a causa del costo delle materie prime, delle tecniche di produzione specifiche che richiedono controlli, dell'utilizzo di strutture separate per evitare contaminazioni. Di conseguenza questo si riflette sul costo dei prodotti finiti che si stima costino in media il 73% in più rispetto ai prodotti tradizionali. Negli ultimi anni, l'aumento delle vendite e la concorrenza hanno fatto sì che il prezzo gradualmente stia diminuendo rendendo questi prodotti accessibili ad un numero più ampio di consumatori (Sole 24 ore, 2024).

Come già evidenziato, inizialmente i prodotti *gluten free* venivano venduti in farmacia e nei negozi specializzati, oggi invece si possono trovare anche nei supermercati che hanno un ruolo fondamentale nella vendita offrendo una gamma di prodotti sempre più ampia per soddisfare ogni esigenza dei celiaci. I prodotti che non si riescono a reperire con facilità in queste strutture si possono acquistare online, questo permette a tutte le persone di potervi accedere con semplicità senza vincoli di nessun tipo (Sole 24 ore, 2024).

È importante continuare a garantire la sicurezza alimentare dei prodotti *gluten free*, rispettare le regole di etichettatura di questi alimenti, far conoscere ed educare i consumatori sulla celiachia e la dieta aglutinata. Per tutte le aziende che riescono ad innovarsi, soddisfare le esigenze dei consumatori e a seguire le tendenze si prospettano grandi opportunità di crescita in questo settore (Sole 24 ore, 2024).

3.2 Il caso di gelateria Glassè applicazione pratica

▪L'analisi SWOT e il modello di Porter in breve

Dopo aver descritto brevemente l'analisi SWOT e il modello di Porter verranno utilizzati per analizzare gelateria Glassè una piccola realtà imprenditoriale che produce gelati e semifreddi senza glutine.

Grazie al marketing strategico le aziende definiscono gli obiettivi da raggiungere nel medio-lungo termine, si possono distinguere due fasi, una fase di analisi e una di scelta delle strategie da adottare. L'analisi consente all'azienda di informarsi sulla situazione esistente e di prevedere gli sviluppi futuri mentre la fase di scelta permette di definire gli obiettivi che l'azienda vuole raggiungere tenendo conto dei suoi punti di forza e debolezza, delle opportunità e delle minacce, consente di scegliere il target a cui rivolgersi e il posizionamento. (Rascioni S., Ferriello F., 2016).

Per definire la propria strategia un'impresa deve analizzare sia l'ambiente interno che esterno, per farlo usa l'analisi SWOT che è l'acronimo di *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (Rascioni S., Ferriello F., 2016). L'analisi SWOT è formata da quattro fattori che vengono classificati in base alla loro provenienza, i punti di forza e debolezza riguardano l'ambiente interno mentre le opportunità e le minacce derivano dall'ambiente esterno (Rascioni S., Ferriello F., 2016).

L'analisi esterna si suddivide in tre aree:

-L'analisi della concorrenza.

-L'analisi del settore in cui opera l'azienda viene effettuato usando il modello di Porter che fornisce informazioni sui fattori che impattano direttamente sui profitti delle aziende. Consente alle imprese di capire che la competitività all'interno di un settore non dipende solamente dai concorrenti, ma anche da altre variabili. È formato da cinque forze (variabili), tre orizzontali ovvero i potenziali entranti, i concorrenti del settore, i prodotti sostitutivi e da due forze verticali cioè i fornitori e gli acquirenti. Tutte queste variabili possono rappresentare delle opportunità oppure delle minacce (Battaglieri F., 2019).

-L'analisi dell'ambiente generale si valuta con il modello di Pest, che consente di analizzare gli aspetti politici, economici, sociali, le tecnologie, le situazioni legali che possono influenzare l'organizzazione aziendale (Sammut T., Galea D., 2015).

▪Obiettivo del lavoro e raccolta dati

Come già detto in precedenza il mercato senza glutine è in continua crescita proprio per questo l'obiettivo del lavoro è capire quali sono i punti di forza e debolezza di gelateria Glassè e quali sono le opportunità che può sfruttare nei prossimi anni per crescere e quali minacce deve contrastare, oltre a capire se è stata d'aiuto la collaborazione con AIC.

I dati per sviluppare quest'analisi sono stati raccolti a giugno 2024 attraverso un'intervista discorsiva che si è svolta direttamente con i proprietari della gelateria con i quali ho avuto modo di analizzare i vari punti che compongono l'analisi interna ed esterna di un'azienda.

Di seguito vengono riportate le domande che ho posto ai proprietari:

1. Come e quando nasce gelateria Glassè?
2. Qual è la struttura organizzativa della vostra azienda?
3. Quali sono i prodotti che offrite alla vostra clientela?
4. Come selezionate i vostri fornitori? E quali sono?
5. Tra i vostri fornitori quali hanno un alto potere contrattuale?
6. Da chi è composta la vostra clientela?
7. Pensate di produrre nuovi prodotti per attirare più clientela?
8. Entrare in questo settore per voi è stato difficile? Quali potrebbero essere le barriere all'entrata per le nuove aziende che entrano in questo settore? (Fabbisogno di capitale, differenziazione, brevetti, accesso favorevole alle materie prime).
9. Quali sono i prodotti presenti sul mercato che potrebbero sostituire i vostri?
10. La vostra clientela è propensa a sostituire il prodotto da voi offerto oppure preferisce spendere di più per avere un prodotto di qualità superiore?
11. Come vi differenziate dalla concorrenza?
12. Per restare aggiornati frequentate dei corsi?
13. Pensate di apportare delle modifiche alla vostra attività o di innovarvi?
14. Quali sono i vostri punti di forza?
15. Quali sono i vostri punti di debolezza e cosa andreste a migliorare?
16. Quali sono le opportunità che potreste sfruttare per ottenere un vantaggio competitivo?
17. Quali sono le minacce a cui potrebbe andare in contro l'azienda?

•Storia e organizzazione della gelateria



Figura 3.1: logo di gelateria Glassè

Valentina una delle proprietarie in età adulta ha scoperto di essere celiaca, nel corso degli anni ha sempre cercato gelaterie e pasticcerie che potessero soddisfare le sue esigenze, ma non trovandole dieci anni fa, più precisamente nel 2014, assieme al marito e ai suoceri Antonella e Valter ha deciso di aprire la sua attività. Nasce così la gelateria Glassè, l'unica gelateria artigianale senza glutine della Riviera del Brenta (Figura 3.1 e 3.2).



Figura 3.2: gelateria Glassè

Questo al tempo era un grosso successo perché non tutti conoscevano la celiachia e di conseguenza non c'erano strutture attrezzate. Proprio per questo non è stato facile entrare a far parte del Prontuario AIC e del progetto Alimentazione Fuori Casa di AIC in quanto era difficile reperire i prodotti con certificazione senza glutine. Oggi la conoscenza della celiachia, della dieta aglutinata e di una costante attenzione allo sviluppo di prodotti senza glutine e alla loro etichettatura ha fatto sì che questo non rappresenti più un problema.

Grazie al progetto Alimentazione Fuori casa Valentina all'inizio dell'attività ha frequentato un corso erogato da AIC per capire e approfondire il tema della celiachia e della dieta aglutinata. Aderendo a questo progetto annualmente riceve controlli da parte dell'associazione al fine di controllare e garantire la sicurezza dei prodotti che offre, inoltre far parte di questo progetto e rientrare nel Prontuario degli alimenti nel corso del tempo ha permesso alla gelateria di farsi conoscere da un ampio numero di persone.

Gelateria Glassè produce gelati artigianali senza glutine, alcuni gusti sia alla frutta che gusti più sfiziosi possono essere consumati anche da persone intolleranti al lattosio o vegane. Produce semifreddi, torte gelato, torte per ricorrenze specifiche (compleanni, sacramenti, festa della mamma/papà, festa della donna, san valentino), monoporzioni e mignon. Nella gelateria si possono trovare anche granite, frappè, yogurt soft, crepes.

Gelateria Glassè è un'azienda a conduzione familiare formata da cinque persone Valentina che si occupa della preparazione delle torte gelato, dei semifreddi, delle monoporzioni, delle mignon e delle torte per le varie ricorrenze, Antonella e Valter che si occupano della preparazione dei gelati assieme a Massimiliano che si occupa anche del rapporto con i fornitori, Silvia che affianca Valentina nelle varie preparazioni e si occupa insieme alle proprietarie di servire i clienti. L'azienda apre solitamente a metà febbraio e resta aperta fino a novembre di conseguenza durante tutto l'anno lavorano queste cinque persone mentre nel periodo estivo vengono assunte altre due persone che si occupano di servire i clienti.

Essendo un'azienda di piccole dimensioni utilizza una struttura organizzativa semplice caratterizzata da due livelli gerarchici l'organo direttivo ricoperto dalle proprietarie che si occupano della direzione strategica, operativa ed economica e l'organo operativo formato dai dipendenti. In questa struttura

vi è un modesto livello di specializzazione e divisione del lavoro, tutti i componenti sono orientati ad una gestione complessiva dell'azienda e sono disponibili qualora si verificassero problemi o emergenze; vi è un limitato utilizzo dei meccanismi di collegamento perché ci sono poche persone e comunicare risulta più facile infatti vengono usate chat aziendali che consentono di comunicare in maniera veloce e diretta oppure nel cambio turno ci si aggiorna su quanto successo nelle ore lavorative.

▪Analisi SWOT

-Punti di forza

L'azienda da otto anni fa parte del progetto Alimentazione Fuori casa di AIC questo le permette di assicurare a tutta la sua clientela, ma in particolare alle persone celiache la sicurezza dei loro prodotti. I titolari riferiscono che spesso i celiaci che frequentano per la prima volta la gelateria restano sorpresi della varietà di prodotti che possono consumare e acquistare visto che nel territorio in cui è situata la gelateria non ci sono molte aziende certificate oppure anche se non hanno la certificazione non garantiscono la sicurezza dei prodotti.

Rispetto ad altre gelaterie delle zone limitrofe gelateria Glassè offre un'ampia scelta di gelati per persone intolleranti al lattosio e vegane non solo alla frutta (che sono i gusti senza lattosio più diffusi) ma anche gusti più sfiziosi. Da sempre i titolari sono attenti alla qualità e alla genuinità dei prodotti che usano per la produzione dei gelati, delle torte gelato, dei semifreddi, delle mignon infatti partendo da materie prime di qualità anche il prodotto finito sarà di qualità superiore alla concorrenza questo non incide particolarmente sul prezzo di vendita che resta simile a quello della concorrenza.

Il locale è situato nel centro di Camponogara vicino alle scuole del paese, ad un parco e al distretto questo gli permette di avere un flusso di clientela costante, oltre ad avere un ampio parcheggio dove la clientela può sostare.

Il personale della gelateria è gentile e disponibile per consigli e suggerimenti nella scelta dei semifreddi, nell'abbinamento dei gelati, nell'ordinazione delle torte.

I proprietari nel corso del tempo sono riusciti a fidelizzare la clientela grazie ai prodotti di qualità che offrono, alla sicurezza nel garantire prodotti senza glutine e alla gentilezza e disponibilità delle titolari e del personale.

Gelateria Glassè è presente anche sui social come Facebook e Instagram in questo modo può mantenere un contatto diretto con la clientela informandola sugli orari di apertura e chiusura, sulle novità che il cliente può trovare in negozio (nuovi gusti di gelato, semifreddi), mostra le torte e i gelati che realizza così che il cliente possa prendere spunto per le sue ordinazioni.

-Punti di debolezza

La gelateria dispone di un piccolo plateatico all'esterno coperto da ombrelloni dove i clienti possono consumare i gelati, non ci sono tavoli con sedie e non c'è una zona coperta utilizzabile anche d'inverno se riscaldata, questo potrebbe essere un punto di debolezza rispetto alla concorrenza che magari è dotata di una zona esterna più ampia e attrezzata.

Rispetto ad altre aziende o al loro maggior competitor Grom, è un'azienda di piccole dimensioni a conduzione familiare questo potrebbe essere uno svantaggio perché il costo delle materie prime ha un impatto maggiore e non ha un alto potere contrattuale.

Gelateria Glassè apre da febbraio a novembre di conseguenza chiude tutto il periodo invernale, questo può rappresentare un punto di debolezza se paragonata ad altre gelaterie che restano aperte tutto l'anno offrendo altri prodotti come crepes, waffle, cioccolata calda.

Le gelaterie concorrenti si possono osservare nella Figura 3.3.

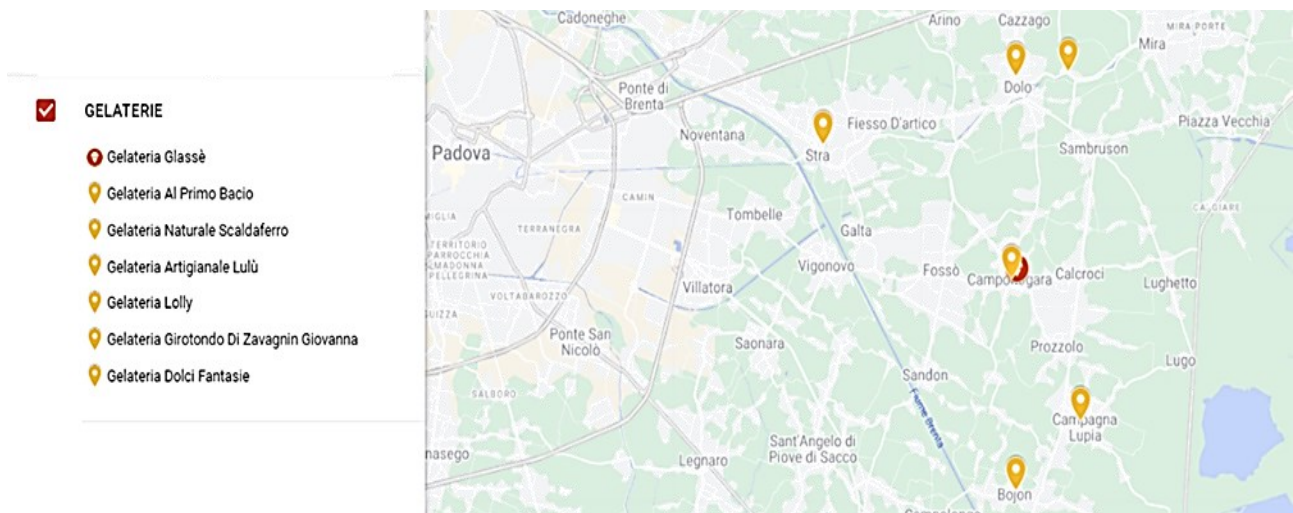


Figura 3.3: mappa delle gelaterie concorrenti

-Opportunità

Negli ultimi anni il mercato dei prodotti “senza” è in continua crescita, ad utilizzarli non sono solamente le persone intolleranti o con necessità specifiche, ma anche persone che non hanno nessuna esigenza e li consumano perché li ritengono più sani e leggeri (Sole 24 ore, 2024).

Come visto precedentemente sia il mercato dei prodotti *gluten free*, ma anche quello dei prodotti senza latte, senza zuccheri aggiunti è un mercato in continua crescita, se l'azienda è in grado di innovarsi e seguire questa tendenza riuscirà a soddisfare le esigenze di una clientela che nei prossimi anni aumenterà.

Proprio per questo i proprietari potrebbero creare una linea di gelati senza zuccheri aggiunti da consumare in negozio, ma anche barattoli di gelato che il cliente può acquistare e consumare a casa successivamente, alternativa che non viene quasi mai offerta dalla concorrenza. Inoltre potrebbe pensare di produrre anche dei semifreddi o delle monoporzioni senza zuccheri aggiunti.

-Minacce

A causa del lockdown provocato dal Covid-19, dal conflitto tra Ucraina e Russia, e quello in Medio Oriente i costi dell'energia, delle materie prime hanno avuto un aumento, questo si ripercuote sul prezzo finale dei prodotti, infatti potrebbe spingere la clientela a consumare prodotti industriali come gelati o torte *gluten free* che pur avendo un costo superiore rispetto ai prodotti tradizionali costano comunque meno rispetto ad un prodotto *gluten free* artigianale.

L'apertura di grandi catene oppure di centri commerciali in cui è possibile trovare Grom o altre gelaterie *gluten free* certificate potrebbero rappresentare una minaccia per gelateria Glassè.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> -Gelato artigianale senza glutine -Ampia scelta di gelati per intolleranti al lattosio e per vegani -Uso di prodotti di qualità -Ottimo rapporto qualità prezzo -Locale situato in zona centrale e facilmente accessibile -Parcheggio -Personale cortese e disponibile -Clientela fidelizzata -Pagine social 	<ul style="list-style-type: none"> -Mancanza di un plateatico coperto -Azienda di piccole dimensioni rispetto alla concorrenza -Apertura stagionale con chiusura nel periodo invernale
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> -Crescita del mercato gluten free -Crescita del mercato senza lattosio -Sviluppo di una linea senza zuccheri aggiunti 	<ul style="list-style-type: none"> -Aumento costo delle materie prime -Apertura di grandi catene -Aumento del consumo di gelati industriali -Chiusura nel periodo invernale

▪Modello di Porter

-I concorrenti diretti

Nella zona in cui è situata gelateria Glassè non ci sono altre gelaterie con certificazione senza glutine che aderiscono al progetto Alimentazione Fuori Casa di AIC di conseguenza il maggior competitor è la gelateria Grom situata a Marghera o a Padova. Grom è un'azienda nata nel 2003 che offre gelati, torte, crepes e bevande senza glutine ed è iscritta al programma Alimentazione Fuori Casa.

Le altre gelaterie della zona non garantiscono l'assenza di glutine nei loro prodotti e hanno una ridotta scelta di gelati senza lattosio, per questo possono essere prese in considerazione solamente quando si considerano i prodotti che offrono alla clientela che non ha esigenze specifiche.

La concorrenza non costituisce un grande problema perché i prodotti si diversificano dalla concorrenza per la qualità delle materie prime utilizzate, per la tecnica di lavorazione, ma soprattutto per la sicurezza dell'assenza di glutine e la possibilità di reperire scelte per intolleranti al lattosio e vegani.

-I fornitori

Ogni anno i proprietari si recano al Sigep di Rimini ovvero una fiera internazionale dedicata alla gelateria, pasticceria, panificazione e al caffè, in quest'occasione cercano di capire quali sono le nuove tendenze e le nuove attrezzature, ricercano materie prime e ingredienti artigianali, senza glutine, di ottima qualità infatti solitamente scelgono aziende italiane di piccole dimensioni che valorizzino i prodotti del nostro territorio.

In alcuni casi se i proprietari consultando le riviste di settore notano dei fornitori che potrebbero interessargli, li contattano oppure aspettano di andare al Sigep per poter conoscere meglio l'azienda.

Attualmente si riforniscono da Parmalat per l'acquisto del latte e della panna, da Leigel un'azienda che produce semilavorati e prodotti senza glutine per gelateria e che ha ideato un proprio marchio gluten free per garantire la sicurezza dei suoi prodotti. Questi fornitori sono grandi aziende proprio per questo hanno un alto potere contrattuale.

La gelateria si rifornisce dal fruttivendolo dal quale acquista la frutta per fare i gelati alla frutta. Il pan di sapagna che utilizza per fare i semifreddi lo acquista da una pasticceria di Bassano che produce prodotti senza glutine, non possiede la verifica AIC, ma garantisce la sicurezza del prodotto.

Questi ultimi fornitori essendo aziende di piccole-medie dimensioni non hanno un alto potere contrattuale come i precedenti, infatti la gelateria riesce ad accordarsi per ottenere prezzi più vantaggiosi.

Altri fornitori della gelateria sono i produttori dei coni, delle coppette e delle vaschette per il gelato, dei portatorte e delle borse con il logo della gelateria.

Un altro fornitore è l'azienda che cura le pagine social dell'azienda che si occupa di pubblicare le foto dei prodotti che si possono trovare in negozio o delle torte che è possibile ordinare.

-Clienti

La clientela si compone principalmente da persone celiache che molto spesso frequentano la gelateria con tutta la famiglia creando così un effetto a catena sugli altri componenti. Una parte della clientela è composta da intolleranti al lattosio e vegani che possono trovare oltre ai classici gusti alla frutta anche qualche gelato più sfizioso. La clientela è formata anche da persone che non hanno nessuna patologia.

I clienti hanno un medio basso potere contrattuale in quanto le persone celiache sanno che i prodotti senza glutine costano di più rispetto a quelli tradizionali, inoltre avendo un bisogno "speciale" sono disposti a pagare di più per acquistare il prodotto. Anche il resto della clientela composta da intolleranti al lattosio, vegani, persone che non hanno esigenze specifiche hanno un medio basso potere contrattuale in quanto i prodotti offerti dalla gelateria hanno un prezzo accessibile a tutti e sono in linea con i prezzi applicati anche dalla concorrenza, in ogni caso i la clientela è disposta a pagare di più per avere un prodotto di maggiore qualità.

-Prodotti sostitutivi

La minaccia di prodotti sostitutivi è moderata, i prodotti sul mercato che possono sostituire il gelato di gelateria Glassè sono tutti i gelati e le torte da supermercato certificati *gluten free*, il gelato e gli altri prodotti offerti della gelateria Grom.

-Potenziali entranti

La minaccia di potenziali entranti per quest'azienda attualmente è moderata visto che negli anni la gelateria attraverso l'adesione al progetto Alimentazione Fuori Casa di AIC, il passa parola e la fidelizzazione del cliente è conosciuta sul territorio, inoltre nelle zone limitrofe a Camponogara non ci sono realtà simili.

Se nei prossimi anni vengono aperte nuove catene o centri commerciali in cui è possibile trovare la gelateria Grom queste potrebbero rappresentare una minaccia per l'azienda.

Entrare in questo settore per i nuovi entranti è difficile sia perché devono ricorrere a fonti di finanziamento per avviare l'attività, sia perché il costo delle materie prime, dei macchinari e del locale sono elevati.

Prendendo in considerazione sia l'analisi SWOT sia il modello di Porter si può affermare che gelateria Glassè essedo l'unica gelateria certificata senza glutine nella Riviera del Brenta, aderendo al progetto di AIC, offrendo un prodotto sicuro e di qualità, attraverso la fidelizzazione del cliente negli anni è riuscita a crescere e svilupparsi sfruttando tutti i suoi punti di forza per aumentare il vantaggio competitivo.

Considerando che il mercato *gluten free* e dei prodotti "senza" nei prossimi anni è in crescita la gelateria potrebbe investire ulteriormente per proporre nuovi prodotti che soddisfino le richieste e le esigenze delle persone celiache o con intolleranze alimentari non solo durante il periodo di apertura, ma anche nel periodo invernale così da rimanere aperta tutto l'anno. Dopo aver valutato se è redditizio, i titolari per offrire alla clientela un ulteriore servizio e differenziarsi dalla concorrenza potrebbero organizzare un servizio a domicilio di gelati e torte così da raggiungere anche la clientela che per diversi motivi (difficoltà negli spostamenti, persone anziane, mancanza di tempo) non riesce a recarsi in gelateria fisicamente. Inoltre per far conoscere le materie prime che utilizza, i processi produttivi, i prodotti che offre, permettere al cliente di fare ordini online potrebbe sviluppare un sito web ricco di immagini e video che permettono alla clientela di entrare appieno nella realtà aziendale.

I titolari dovranno pianificare delle strategie per riuscire a controllare le minacce del settore e la possibilità di nuovi entranti che potrebbero aumentare nei prossimi anni.

Conclusione

Durante il tirocinio presso gelateria Glassè i titolari mi hanno avvicinato al tema della celiachia, prima di quest'esperienza conoscevo la malattia e le sue complicazioni, ma non così a fondo, da qui è nato il mio interesse che mi ha portato a sviluppare questo elaborato.

Nel corso dell'esperienza di tirocinio, durante la fase di documentazione e l'intervista fatta ai proprietari ho capito come il tema della celiachia e della dieta senza glutine siano diventati nel corso degli anni termini che la maggior parte delle persone conoscono rispetto a qualche anno fa dove la conoscenza era limitata solamente ai celiaci e alle loro famiglie.

Questo è stato possibile grazie al continuo lavoro di AIC che da sempre si è posta l'obiettivo di migliorare la qualità della vita dei celiaci e delle persone con dermatite erpetiforme attraverso l'informazione e la sensibilizzazione.

Sempre più esercizi commerciali decidono di aderire al progetto Alimentazione Fuori Casa di AIC questo gli consente di ricevere una formazione sulla celiachia e sulla dieta aglutinata, ma anche di garantire l'assenza di glutine nei prodotti che offrono alla loro clientela. Come confermato dai titolari della gelateria prendere parte al progetto ed essere presenti nel Prontuario degli alimenti permette alle aziende di essere visibili ad un numero più ampio di clienti, di garantire una maggiore sicurezza del prodotto e di conseguenza permette loro di far aumentare il numero di clienti celiaci che frequentano l'esercizio con tutta la famiglia.

Grazie ai progressi fatti in campo scientifico, di anno in anno sono aumentate le diagnosi, questo ha fatto nascere un nuovo segmento di mercato formato dalle persone celiache, con dermatite erpetiforme e da tutti i loro famigliari, oltre alle persone che pur non avendo nessuna intolleranza preferiscono consumare prodotti senza glutine o prodotti senza lattosio, zuccheri aggiunti perché li considerano più sani.

L'aumento di questo mercato è confermato anche dai proprietari di gelateria Glassè che dieci anni fa hanno deciso di investire in quest'attività sapendo che offriva delle ottime opportunità di crescita e sviluppo, il loro obiettivo e di innovarsi continuamente per rispondere alla domanda di questo mercato.

A mio avviso, tenendo in considerazione il lavoro che svolge AIC, l'analisi condotta sull'azienda e considerando che il mercato senza glutine è in continua espansione, l'associazione per rendere ancora più visibili queste piccole realtà locali dovrebbe coinvolgerle nelle attività che propone, negli eventi locali in modo tale da far conoscere i vari esercizi agli associati. In questo modo possono assaggiare i prodotti che offrono, avere un contatto diretto con i proprietari o i loro dipendenti che potranno illustrare ai celiaci e alle loro famiglie come operano, che materie prime utilizzano, qual è il loro progetto rivolto a questa clientela, in questo modo potrebbero essere incuriositi e andare a provare l'esercizio oppure attraverso il passaparola aumenterebbero i clienti potenziali.

È proprio grazie al passaparola che i potenziali clienti diventano clienti che frequentano l'esercizio e con il tempo si fidelizzano questo è quanto viene riscontrato anche dai titolari della gelateria.

In conclusione possiamo affermare che le conoscenze sulla celiachia sia in campo medico sia tra la popolazione sono aumentate, questo grazie ad AIC e a tutti i progetti, gli eventi, le iniziative che

organizza. Il mercato essendo in continua crescita consente alle aziende in grado di seguire le nuove tendenze, di investire sulla ricerca e sullo sviluppo di offrire i propri prodotti ad un segmento di mercato che sarà destinato a crescere.

Bibliografia

- AIC, 2019. 40 anni AIC
- AIC, 2022. Bilancio sociale
- AIC, 2022. Le contaminazioni nella dieta senza glutine. Spiga Barrata Service p.4
- AIC, 2023. Sintesi bilancio sociale
- Battaglieri Flora, 2019. Appunti del corso di economia aziendale
- Bertini et al., 2000. La celiachia in Dialogo sui farmaci, n.5, pp. 212-222
- Cammisa F., 2013. Tecniche di comunicazione nell'impresa turistico ristorativa. Milano. Mondadori Education S.p.A., pp. 56,59
- Fiori F et al., 2022. "The Update of the Italian Food Composition Database of Gluten-Free Products and Its Application in Food-Based Dietary Guidelines Menus". *Nutrients*, 14(19):4171 DOI: <https://doi.org/10.3390/nu14194171>
- Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 191 del 19 Agosto 2015 relativo alle linee guida diagnosi e follow-up della celiachia, pp. 148-158
- Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana Serie Generale n. 226 del 27 Settembre 2023
- Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea Regolamento (CE) n.41 20 Gennaio 2009 relativo alla composizione e all'etichettatura dei prodotti alimentari adatti alle persone intolleranti al glutine
- Lester DR. 2008. "Gluten measurement and its relationship to food toxicity for celiac disease patients". *Plant Methods*, 4(26). DOI: <https://doi.org/10.1186/1746-4811-4-26>
- Mattioli E., 2024. Malattia celiaca: la dieta senza glutine è la terapia, in AP&B Alimentazione Prevenzione & Benessere, n.2, pp. 1-7
- Morreale et al., 2018. "Are the dietary habits of treated individuals with celiac disease adherent to a Mediterranean diet?" *Nutr Metab Cardiovasc Dis.*28(11):1148-1154. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.numecd.2018.06.021>
- MSAL, 2020. Relazione annuale al parlamento sulla celiachia
- MSAL, 2022. Relazione annuale al parlamento sulla celiachia
- Rascioni S., Ferriello F., 2016. Gestire le imprese ricettive 3 corso di diritto e tecniche amministrative della struttura ricettiva, Milano. Rizzoli Education pp. 59, 122-125
- Sammut-Bonnici, T., & Galea, D., 2015. SWOT analysis. *Wiley Encyclopedia of management*, pp. 1-8.
- SIMG, 2017. Intolleranze al glutine. Aspetti epidemiologici, diagnostici e clinici. Il glutine: un grande nutriente che può far male 24(4):6-19
- Tortora et al., 2010. Il percorso diagnostico nel malassorbimento, in *Giornale Italiano di Endoscopia Digestiva* 33(4):269-274
- Volta U., & Ubaldi E. 2009. La malattia celiaca in medicina generale. Pacini editore
- WGO, 2016. World Gastroenterology Organisation Global Guidelines. Celiac disease; pp. 9-10
- Zarabara Claudia, 2021. Appunti del corso di marketing (web marketing)

Sitografia

- AIC <https://www.celiachia.it/> consultato il 29/07/2024
- AIC, Alimentazione Fuori Casa https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/progetto-alimentazione-fuori-casa/? gl=1*113e09* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NjM3NS4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Comitato Scientifico https://www.celiachia.it/aic/il-comitato-scientifico-aic/? gl=1*29ge0z* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NjQyMC4wLjAuMA consultato 29/07/2024
- AIC, Fare la spesa https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/gestire-dieta-senza-glutine/fare-la-spesa/? gl=1*598zfo* up*MQ..* ga*NTQ5OTM5OTMzLjE3MjE0ODIwODM.* ga SC8729CCZW*MTcyMTQ4MjA4Mi4xLjEuMTcyMTQ4MjE5MC4wLjAuMA consultato 24/07/2024
- AIC, Gli alimenti sostitutivi https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/gestire-dieta-senza-glutine/gli-alimenti-sostitutivi/? gl=1*1nvlbr* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NjU5My4wLjAuMA consultato 24/07/2024
- AIC, I cereali permessi https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/gestire-dieta-senza-glutine/i-cereali-permessi/? gl=1*oaudxi* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NjQyMC4wLjAuMA consultato 24/07/2024
- AIC, Impatto della diagnosi https://www.celiachia.it/celiachia/vivere-con-la-celiachia/limpatto-della-diagnosi/? gl=1*rroivw* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NjkyMC4wLjAuMA consultato 24/07/2024
- AIC, Le contaminazioni https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/gestire-dieta-senza-glutine/le-contaminazioni/? gl=1*1we23zl* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzlyNS4wLjAuMA consultato 24/07/2024
- AIC, L'etichettatura degli alimenti https://www.celiachia.it/diritti-e-norme/etichettatura-degli-alimenti/? gl=1*105hwnp* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzZlMzE1OS4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Marchio Spiga Barrata https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/marchio-spiga-barrata/cosa-ce-dietro-il-marchio-spiga-barrata/? gl=1*1jvkixp* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzZlMzE1OS4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Mission <https://www.celiachia.it/aic/la-mission/> consultato 26/07/2024
- AIC, Preparare cibi senza glutine in casa https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/gestire-dieta-senza-glutine/preparare-pasti-in-casa/? gl=1*120hlux* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzQ4Mi4wLjAuMA consultato 24/07/2024

- AIC, Progetto in Fuga dal Glutine https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/attivita-nelle-scuole/in-fuga-dal-glutine/? gl=1*tc1zvs* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CZCW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzU5Ni4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Progetto Saharawi https://www.celiachia.it/aic/nel-mondo/progetto-saharawi/? gl=1*1h6qgp* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4NzY3OC4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Prontuario degli alimenti https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/il-prontuario-degli-alimenti/il-prontuario/? gl=1*f5spm* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4Nzc3MS4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Regole progetto AFC https://www.celiachia.it/dieta-senza-glutine/progetto-alimentazione-fuori-casa/regole-fondamentali-per-una-alimentazione-privata-di-glutine-fuori-casa/? gl=1*8umuq3* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CZCW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4Nzg4NS4wLjAuMA consultato 27/07/2024
- AIC, Riforma del terzo settore https://www.celiachia.it/aic-e-la-riforma-del-terzo-settore/? gl=1*1x560c5* up*MQ..* ga*MjExMjQ0NzA0MC4xNzI1Mzg2MzE1* ga SC8729CCZW*MTcyNTM4NjMxNS4xLjEuMTcyNTM4Nzk5NS4wLjAuMA consultato 26/07/2024
- AIC, Struttura organizzativa https://www.celiachia.it/aic/strutturaorganizzativa/? gl=1*t5ufze* up*MQ..* ga*MTkzNjk0MjQyMy4xNzIxOTg3MTYx* ga SC729CCZW*MTcyMTk4NzE2MC4xLjEuMTcyMTk4NzE3Ni4wLjAuMA consultato 26/07/2024
- Gazzetta ufficiale della repubblica italiana, Decreto Veronesi https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=20010705&atto.codiceRedazionale=001A7263&elenco30giorni=false consultato 28/07/2024
- Il Sole 24 ore, prodotti senza glutine <https://www.ilsole24ore.com/art/per-prodotti-senza-glutine-vendite-oltre-400-milioni-6percento-AEtDYzqC> consultato 03/08/2024
- ISS, Definizione celiachia <https://www.epicentro.iss.it/celiachia/#:~:text=Informazioni%20generali&text=La%20celiachia%20%C3%A8%20un'enteropatia,di%20grano%2C%20orzo%20e%20segale> consultato 25/07/2024
- ISS, La celiachia <https://www.epicentro.iss.it/celiachia/> consultato 25/07/2024