

Da Ostia al resto d'Italia continua la crescita di un prodotto biodegradabile adatto a tutti



Gino Di Giacomo premiato a Udine per aver introdotto nel mercato la gomma messicana

Il laboratorio Ecocontrol di Pomezia: «Il chewing-gum non contiene glutine»

Sensibilità ambientale e business Chicza conquista anche i celiaci

Chicza, la gomma biodegradabile e ad alto impatto ambientale, continua a stupire. Il chewing-gum portato in Italia attraverso una felice intuizione di Gino Di Giacomo, abbatte una barriera dietro l'altra. Nei giorni scorsi l'ultima scoperta: l'assenza di glutine nelle gomme provenienti dal Messico consentirebbe il loro consumo anche ai celiaci, finora fuori da un mercato che in tutto il mondo conta milioni di "aficionados". La conferma di quanto sospettato dallo stesso Di Giacomo si è avuta in seguito ad un'attenta analisi effettuata dal laboratorio Ecocontrol srl di Pomezia, in via Pontina vecchia. «Sulla base delle analisi effettuate - si legge nel responso del laboratorio pomeziano - i campioni esaminati risultano senza glutine ai sensi del Reg. Cee/UE n° 41 del 20/01/2009». Una conferma importante, accolta con soddisfazione da chi nel progetto Chicza ha sempre creduto. «E' l'ennesima dimostrazione della bontà del prodotto - spiega Di Giacomo - che non solo rispetta l'ambiente, ma può essere



è intollerante al glutine». E considerato tutto, i riconoscimenti continuano a fioccare, seppur in ambiti territoriali diversi

scorsi a Udine, nella splendida location dell'Auditorium della Regione Friuli Venezia Giulia, si è tenuto "Greenfactor", l'evento promosso dal portale greenfvg.it in collaborazione con l'università degli studi di Udine, della Regione di Udine e della

Pordenone. Con l'assegnazione di un premio speciale. «Giulio Di Giacomo, con il progetto "Chicza nella green economy italiana", si è distinto per la sensibilità per quanto riguarda l'attenzione dimostrata per la cura dell'arredo urbano e del bene pubblico. La Chicza è l'unico chewing-gum naturale e biodegradabile. L'obiettivo del progetto è la salvaguardia dell'ambiente proponendo un chewing-gum "amico dell'ambiente" per rendere consapevole il consumatore italiano al pari di altri Paesi Europei». E diventare

buoni imprenditori senza procurare danni all'ambiente si può, almeno secondo gli organizzatori del Greenfactor 2010. «La sensibilità ambientale come strumento di business; l'etica non si applica per fare profitto, il pro-