



IMPRESE AGROALIMENTARI E PERCORSI DI SOSTENIBILITÀ

13 Giugno 2012

Ospite: Dott. Luca Ruini, Team Leader, Programma per lo sviluppo sostenibile – Barilla Spa (Parma).

Provocatore: Dott. ssa Chiara Corbo, dottoranda Agrisystem.

Coordinatore: Prof. Ettore Capri, Università Cattolica del Sacro Cuore.

“Green Economy”: ne sentiamo ormai parlare sempre più spesso. Gli esperti di strategia aziendale ci dicono che le aziende che vogliono mantenersi competitive sul mercato devono muoversi secondo un modello di sviluppo economico che, oltre ai benefici di un certo regime di produzione (misurati dai classici indicatori di redditività), prenda in considerazione anche l'impatto ambientale dei prodotti e dei servizi. E questo sembra essere ancora più vero oggi, a fronte della crisi economica che sta coinvolgendo l'intero sistema economico mondiale: del resto, numerose ricerche mostrano che, nonostante il periodo di recessione, le imprese continuano a credere nella Responsabilità Sociale d'Impresa, ed in particolare investono in azioni volte alla riduzione dell'impatto ambientale di prodotto e di processo.

Ma cosa c'è dietro l'esplosione di queste tendenze “green” da parte del mondo imprenditoriale, ed in particolare delle multinazionali? E' soltanto una moda passeggera, una “strategia corporate” che cercherebbe di migliorare l'immagine aziendale e di acquisire nuovi consumatori – in considerazione della crescita di quella fascia di acquirenti che manifesta una crescente attenzione all'impatto ambientale dei prodotti che utilizzano – o c'è di più? Si tratta di semplici scelte etiche, vincolate alla sola sensibilità dell'imprenditore, **o l'adozione di un modello di produzione sostenibile può essere considerato fonte di vantaggio competitivo? Come è possibile riuscire a conciliare redditività e profitto con uno sviluppo sostenibile e una produzione responsabile?**

Settore agroalimentare e sostenibilità ambientale

Sostenibilità e aziende agroalimentari: un'associazione di idee spesso complessa, ma inevitabile al giorno d'oggi. In questo settore, il focus dei produttori è sempre stato sulla qualità e sulla sicurezza alimentare dei prodotti, nonché sugli aspetti nutrizionali e salutistici. E' molto più facile che

un'impresa agroalimentare promuova il valore benefico dei propri prodotti sulla salute dell'uomo, piuttosto che la loro eco-sostenibilità. L'attenzione a questi argomenti è fondamentale: ma è necessario fare delle considerazioni anche riguardo l'aspetto "ambientale".

Il settore agroalimentare, infatti, si trova di fronte a uno scenario complesso: da un lato, la crescita costante della popolazione fa sì che aumenti sempre più la domanda di beni alimentari, che i produttori devono soddisfare. Dall'altro lato, bisogna costantemente tenere bene a mente i limiti imposti dall'ambiente, quali – soltanto per citarne alcuni – quelli legati al cambiamento climatico o al mantenimento di un certo livello qualitativo delle risorse utilizzate, come il suolo e l'acqua. Un ulteriore problema è causato dalla volatilità dei prezzi delle commodity agricole che, a partire dal periodo 2007/08, è stato causato in parte dalla crescente domanda di biocombustibili, in parte dalla crescente "food insecurity" legata all'aumento dei consumi e ai limiti ambientali. Se, dunque, nell'immaginario comune spesso l'agricoltura è stata considerata un settore dal basso "contenuto innovativo" ed anche dallo scarso impatto ambientale, oggi sappiamo che non è così. L'agricoltura e la deforestazione – secondo la FAO – sono tra i fattori che maggiormente contribuiscono al cambiamento climatico; per lo stesso motivo, tuttavia, gli agricoltori e coloro che utilizzano le foreste potrebbero avere un ruolo chiave nella riduzione delle emissioni di gas serra. Facendo riferimento a questi ultimi, in particolare, il contributo dell'agricoltura è aumentato nel corso degli anni, passando da 39 milioni di tonnellate del 1990 al 49 miliardi del 2004 (crescita percentuale del 25,6%). I fattori che hanno influito maggiormente su tale aumento sono l'utilizzo dei fertilizzanti, lo sviluppo della zootecnia, la produzione di reflui e l'uso di biomassa per la produzione di energia. L'Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC – ipotizzando degli scenari futuri, prevede che – senza interventi correttivi – si assisterà a un aumento del 35%-60% dell'ossido di azoto e del 60% di metano prodotti dall'agricoltura. La modifica nell'uso del suolo è la causa prevalente di tali aumenti. Pensiamo, ancora, alla biodiversità, e a come le pratiche agricole contribuiscano alla degenerazione e riduzione del livello di diversità biologica.

Da queste brevi considerazioni, si comprende l'enorme responsabilità dell'industria agroalimentare:, che deve produrre sempre di più per soddisfare la domanda di beni alimentari in crescita, ma deve necessariamente fare i conti con i limiti imposti dalla Natura. Come può un'azienda districarsi in questo complesso scenario? Nel difficile percorso verso la realizzazione di uno sviluppo economico sostenibile, **qual è il ruolo giocato dalle aziende agroalimentari? E' possibile affermare che una strategia di sostenibilità ambientale crea un valore "condiviso"?**

Chiedendoci cosa spinge un'azienda ad intraprendere una strategia di sostenibilità, non si può negare che esiste una fetta di consumatori che cerca tra gli scaffali dei supermercati prodotti eco-compatibili, e questo è tanto più vero nel settore agroalimentare, proprio perché i cittadini stanno imparando che le abitudini quotidiane hanno un impatto sull'ambiente, in primis le proprie abitudini alimentari. Esistono quindi delle opportunità di mercato che scaturiscono dall'attenzione all'ambiente. Tuttavia, tale fenomeno è rilevabile soprattutto all'estero, e soprattutto per quanto riguarda l'Italia i dati sono piuttosto contrastanti. Ci troviamo di fronte a una crisi che rende molto difficile pensare che i

consumatori siano interessati a fondo alla tematica, quanto piuttosto all'assicurarsi prodotti a basso costo, e a farne le spese a volte è addirittura la qualità stessa. Come può un'impresa non temere di trovarsi di fronte a una "bolla verde", determinata dall'aver realizzato investimenti in strategie di sostenibilità che non trovano poi remunerazione sul mercato?

In realtà, le aziende stanno acquisendo una sempre maggiore consapevolezza sul fatto che una strategia di sostenibilità possa realmente creare valore. Esistono una serie di rischi e di opportunità legati alla sostenibilità ambientale. Nel caso delle industrie agroalimentari, in particolare, il rischio principale è di tipo "fisico", legato alla perdita di produttività. Si pensi alla biodiversità: è ormai ampiamente riconosciuto che esiste una relazione positiva tra azioni volte alla salvaguardia della diversità biologica e miglioramenti nella produttività degli ecosistemi, e che dunque è possibile implementare strategie che permettano agli agricoltori di accrescere la produttività dei campi e le rese proteggendo, al tempo stesso, l'ambiente. La degradazione del suolo è uno dei rischi maggiori derivanti da pratiche agricole non orientate alla sostenibilità ambientale: naturalmente, l'azienda agroindustriale deve nutrire un forte interesse per la salvaguardia della produttività dei propri terreni. Allo stesso modo, conoscere la "water footprint" – l'impronta idrica – dei propri processi non è soltanto un'azione di "etica ambientale", ma un vero e proprio indicatore aziendale, che può non solo rivelare il grado di dipendenza da una risorsa finita, ma anche condurre ad una strategia per il contenimento dei consumi della risorsa stessa, e quindi dei costi.

Inoltre, non si possono non tenere in considerazione le pressioni che derivano dal mondo politico, sempre più attento alle tematiche ambientali. Basti pensare alla regolamentazione europea sull'uso sostenibile dei pesticidi o alla riforma della Politica Agricola Comunitaria, che prevede un vincolo ai pagamenti diretti legato alla messa in pratica di determinate azioni di carattere ambientale (il così detto "greening").

Ma la responsabilità dell'impresa agroalimentare nei confronti dell'ambiente non si esaurisce alla messa in pratica di azioni legate al miglioramento dei propri prodotti e processi produttivi. Un'azienda non può essere considerata un mondo a sé stante: essa si pone al centro di un complesso sistema che vede coinvolti tutta una serie di stakeholder ai vari livelli: i fornitori della materia prima (gli agricoltori), gli attori lungo la catena di distribuzione, i consumatori. Le aziende hanno il dovere di impegnarsi a sostenere e spingere lo **sviluppo tecnologico e l'innovazione**, per l'implementazione di soluzioni a favore di un'agricoltura sostenibile e per la ricerca di un equilibrio tra dimensione naturale e capacità produttiva. Dall'altro, è fondamentale che il mondo dell'Industria sia perfettamente integrato nello sviluppo di **metodi e strumenti di cooperazione** in un'ottica di partenariato con Istituzioni e Associazioni di Categoria fornendo, in particolare, il proprio contributo ai fini dello sviluppo di metodi e strumenti per comunicare ed "educare alla sostenibilità", con l'obiettivo di incentivare tutti gli attori della filiera ad agire secondo i criteri dello sviluppo sostenibile, dai fornitori della materia prima ai consumatori finali. Ed è proprio a questi ultimi che devono essere rivolti gli sforzi maggiori: perché i singoli cittadini, attraverso le loro scelte di consumo, possano premiare le

aziende che decidono di intraprendere percorsi di sostenibilità, creando così un circolo virtuoso che porti alla definizione di un modello di produzione sostenibile sotto i tre punti di vista che definiscono la sostenibilità stessa: ambientale, sociale ed economica.

Chiara Corbo

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

1. **Stoate C, Baldi A, Beja P, Boatman ND, Herzon I, van Doorn A, de Snoo GR, Rakosy L, Ramwell C.** *Ecological impact of early 21st century agricultural change in Europe - A review.* 2009, Journal of Environmental Management, 91.
2. **Barilla Center for Food & Nutrition.** *Cambiamento climatico, agricoltura e alimentazione.*
3. **OPERA Research Center.** *Multifunctional landscapes. Why good field margin management is important and how it can be achieved.* Università Cattolica del Sacro Cuore, 2011.
4. **CReSV - Centro di Ricerca su Sostenibilità e Valore.** *Creazione e distribuzione del valore della sostenibilità.* Università Bocconi, 2011.