



# Rassegna Stampa

a cura di Camst Group

# Sommario Rassegna Stampa

<b>Pagina</b>	<b>Testata</b>	<b>Data</b>	<b>Titolo</b>	<b>Pag.</b>
	<b>Rubrica</b>			
	<b>Camst - Corporate</b>			
	Corriere.it	11/04/2022	<i>Bilancio di sostenibilita': ecco le aziende che si raccontano meglio- Corriere.it</i>	3
8/9	Buone Notizie (Corriere della Sera)	12/04/2022	<i>Il futuro del Pianeta e' sulla bocca di tutti (D.Cavalcoli)</i>	11

Con il sostegno di

accenture enel

# BUONENOTIZIE

L'IMPRESA DEL BENE

CIVIL WEEK CHI SIAMO COMITATO SCIENTIFICO DIALOGHI UN AIUTO SUBITO RICICLO DI CLASSE



## Bilancio di sostenibilità: ecco le aziende che si raccontano meglio



di Redazione Buone Notizie



Il premio di Corriere e Bologna Business School nelle tre categorie moda, food, energia. L'evento di presentazione con ospiti Ermete Realacci, Stefano Granata e Daniela Bernacchi



L'obiettivo del **Premio Bilancio di Sostenibilità**, frutto dell'iniziativa comune di *Corriere della Sera* e Bologna Business School con Aiccon è valutare e premiare le aziende che sanno **raccontare meglio impegni e prestazioni non finanziarie**. Sotto la lente c'è stato il processo di redazione del bilancio di sostenibilità e della sua capacità di essere trasparente, chiaro e capace di comunicare efficacemente la strategia di sostenibilità a tutti gli stakeholder.

L'iniziativa, a cui è dedicato l'intero inserto di *Buone Notizie* in edicola domani, è stata presentata con evento in streaming oggi al Corsera. La prima sessione dell'incontro era dedicata alle linee guida dell'indagine, divisa in tre settori - Energia, Food, Fashion -, sulle quali sono intervenuti **Matteo Mura, Leticia Canal Vieira e Mariolina Longo** di Bologna Business



School.

Ospiti della seconda sessione dell'appuntamento sono stati poi i sostenitori principali del progetto. **Ermete Realacci**, promotore e presidente di **Symbola**, la Fondazione per le qualità italiane, ha sottolineato il valore e la forza della sostenibilità: «**Essere buoni conviene**. Le aziende che fanno investimenti in campo ambientale e sociale sono più forti, producono, esportano e ottimizzano di più». Ed è un dato che coinvolge **anche il consumatore** «che percepisce le imprese sostenibili come soggetti di qualità maggiore».

Quindi **Stefano Granata**, **presidente Aiccon**, l'Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit, ha spiegato come «sia importante **lavorare sull'aspetto sociale**. Le aziende stanno capendo come le vecchie logiche non servono più per massimizzare il profitto». Per soffermarsi poi sulla necessità del **superamento delle disuguaglianze**, sulla coesione con il territorio e sul valore dei giovani come elementi fondamentali per la crescita.

Infine i temi del welfare e delle pari opportunità sono stati affrontati da **Daniela Bernacchi**, segretario generale del Global Compact Network delle **Nazioni Unite**: «L'Italie è in forte ritardo rispetto all'Europa, soprattutto per quanto riguarda le società non quotate. E la **governance è un sfida importante** quando si tratta di sostenibilità».

## I Premi e le menzioni

Tutti hanno concordato sull'importanza delle aziende di **sapersi raccontare** attraverso i bilanci di sostenibilità. E hanno posto l'accento sulla spinta che possono dare anche riconoscimenti come i premi e le menzioni dell'iniziativa di *Corriere*, Bologna Business School e Aiccon. Ecco **le motivazioni delle aziende** (le 5 della categoria «grandi» e le 3 della categoria «medie e piccole») che hanno totalizzato il punteggio più alto nei tre settori: **Food, Moda, Energia**. Leggerete anche tutte le menzioni che sono state fatte su casi specifici di alcuni bilanci.

## The five best large companies - Food

- **CAMST**: il report presenta metriche accurate per la maggior parte dei temi analizzati. L'azienda chiarisce inoltre la propria strategia adottando obiettivi ambiziosi come «rendere plastic free gli uffici delle sedi e delle cucine centralizzate».

- **Gruppo Sanpellegrino**: il rapporto contiene metriche accurate per la maggior parte dei temi ed è il rapporto che ha avuto una migliore valutazione dei temi relativi alla governance. La valutazione più elevata è legata all'impegno dell'azienda in materia di anticorruzione».

- **Gruppo Campari**: presenta obiettivi ambiziosi come «Zero rifiuti in discarica entro il 2025» e «Energia elettrica rinnovabile al 100% per i siti produttivi europei entro il 2025». Il rapporto è completo anche in termini di metriche, essendo una delle poche aziende che ha incluso metriche relative a una politica retributiva equa per i dipendenti, confrontando lo stipendio

standard dei neoassunti con il salario minimo locale.

- **Fruttage**: il rapporto presenta chiari obiettivi che l'azienda mette in relazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, mettendone in evidenza il contributo. Contiene anche metriche adeguate con dati storici.

- **Inalca**: l'azienda ha obiettivi ambiziosi in termini di salute animale, cercando di ridurre al minimo l'uso di farmaci. È inoltre impegnata nella produzione di biometano. L'azienda mira anche ad estendere le sue pratiche sostenibili alle operazioni in Africa e Polonia, cercando di mantenere standard elevati al di fuori dell'Italia.

### The three best medium and small companies - Food

- **Cantine Ferrari**: l'azienda è trasparente sui metodi di coltivazione utilizzati nei vigneti. Si impegna inoltre a utilizzare solo energie rinnovabili e ad essere a emissioni zero entro il 2023.

- **Oleificio Zucchi**: L'azienda con le migliori metriche tra i report valutati. Il rapporto presenta i dati dal 2016 al 2020 (un lasso di tempo più lungo rispetto alla maggior parte delle aziende). Il report mescola anche grafici e tabelle, facilitando la comprensione delle informazioni da parte del lettore e aumentandone la trasparenza. Le metriche sugli aspetti ambientali sono complete e accurate. Un altro punto di forza sono le metriche sul tema del salario di sussistenza.

- **Parma Food**: l'azienda ha obiettivi ambiziosi in termini di efficienza energetica («Soddisfare l'intero fabbisogno di energia elettrica di Parma IS attraverso l'utilizzo di energia proveniente al 100% da fonti rinnovabili» e «Ridurre del 30% dei consumi elettrici tutti illuminazione»). Contiene inoltre metriche per la maggior parte dei temi ambientali (ad es. gestione dei rifiuti e dell'acqua, emissioni di gas serra, consumo di energia).

### Special mentions - Food

- **EcorNaturaSi**: l'azienda con gli obiettivi più ambiziosi e il miglior reportage sui temi sociali. Questo rapporto mette in evidenza il suo impegno per la biodiversità, l'agricoltura sostenibile e la conservazione del territorio. Anche gli obiettivi presentati nel rapporto sono ben ponderati e adattati alla realtà aziendale. «Garantire prezzi minimi di acquisto sulla base dei costi di produzione per le materie prime e per l'orto», «Eliminare l'acqua in PET almeno nel 50% della rete negozi NaturaSi», «Raggiungere il 15% di superficie aziendale dedicata alla biodiversità nelle aziende Terre di Ecor» sono esempi di obiettivi.

- **Barilla**: un punto di forza del report è l'impegno per la tutela e la soddisfazione dei propri clienti. Barilla ha obiettivi mirati alla trasparenza e alla qualità dei propri prodotti e metriche che la rispecchiano. L'azienda presenta metriche relative alla riformulazione e allo sviluppo di nuovi prodotti per ridurre il contenuto di sale, grasso o zucchero.

- **Illy**: l'azienda presenta buone metriche per la maggior parte dei temi. Un

aspetto ben documentato nel rapporto è il suo impegno per il benessere dei coltivatori di caffè.

- **Esselunga:** il report comunica la strategia aziendale inserendo tabelle che collegano obiettivi piuttosto ambiziosi a metriche accurate che presentano i dati raccolti negli ultimi tre anni.

- **Coop:** il rapporto chiarisce l'impegno dell'azienda a ridurre l'uso di imballaggi in plastica monouso e specifica anche il suo impegno a ridurre le proprie emissioni di gas serra.

- **Molino Moras:** il rapporto mette in evidenza l'attenzione dell'azienda sull'uguaglianza di genere a tutti i livelli.

- **Mutti:** il rapporto ha ottenuto la migliore valutazione complessiva sui temi ambientali. Contiene parametri che coprono l'uso dell'acqua, la gestione dei rifiuti, l'energia, le emissioni di gas serra e gli impatti sul territorio. Il rapporto presenta gli obiettivi relativi alla protezione dei bacini idrici.

- **Guido Gobino:** il report dettaglia la provenienza dei loro fornitori e l'impegno dell'azienda ad avere un cacao trasparente e tracciabile è ben presentato nel report.

- **Arnaldo Caprai Società Agricola:** La contestualizzazione del report utilizzando gli obiettivi di sviluppo sostenibile è l'approccio giusto. Il tentativo di stabilire obiettivi legati agli SDGs è un punto di forza. Altro punto di forza del rapporto è l'obiettivo mirato allo sviluppo della comunità locale (es. «valorizzazione del distretto di montefalco») e alla valutazione degli indici di biodiversità (es. «indice di biodiversità del suolo«).

- **Perlage:** il report è ben strutturato e fornisce un messaggio chiaro al lettore. Ha anche buone metriche come il numero di fornitori con certificazioni ambientali o sociali. Presenta anche molte metriche relative al recupero delle risorse attraverso il compostaggio o il riciclaggio.

- **Coop:** il rapporto chiarisce l'impegno dell'azienda a ridurre l'uso di imballaggi in plastica monouso e specifica anche il suo impegno a ridurre le proprie emissioni di gas serra.

- **Gruppo Veronesi:** uno dei pochi bilanci che include il tema della deforestazione e presenta l'obiettivo di avere «100% della soia certificata sostenibile e deforestation-free entro il 2025». Il bilancio presenta anche metriche riferenti ai siti operativi di proprietà detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti a) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette.

- **Gruppo Fileni:** il bilancio riporta un'attenzione particolare all'uso di sostanze chimiche nella filiera e l'impegno per una politica *antibiotic-free*. Il bilancio contiene anche una rilevante quantità di indicatori per tutti i temi analizzati.

- **Caviro:** il bilancio evidenzia la proattività dell'azienda nell'efficienza energetica e nella gestione delle emissioni di gas serra. Un differenziale è la rendicontazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> catturate ed evitate. L'azienda ha anche un piano chiaro di circolarità.

- **Colussi:** Il bilancio contiene obiettivi ambiziosi come «100% dei fornitori di materie prime valutati sulla base di criteri di sostenibilità entro il 2021» e «Mantenimento dell'impiego al 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili».

### The five best large companies – Fashion

- **OVS:** il rapporto ha un'ampia portata e affronta temi sociali, ambientali e di governance inclusi obiettivi e metriche. Il report chiarisce l'impegno dell'azienda per una filiera sostenibile, tenendo in considerazione sia gli aspetti legati alle condizioni di lavoro che la sostenibilità degli input materiali. L'azienda ha traguardi ambiziosi come: «Entro il 2025, tutti i nostri jeans utilizzeranno la tecnologia waterless (nuove tecniche di produzione ci permettono di risparmiare fino al 95% dell'acqua di processo)», «Entro il 2025 più del 90% dell'assortimento sarà realizzato con materiali da filiera certificata a ridotto impatto», e «Eliminazione della plastica vergine utilizzata per il packaging entro il 2025».

- **Moncler:** il rapporto ha gli obiettivi più ambiziosi tra quelli valutati, in particolare nella sostenibilità degli input materiali e nel recupero delle risorse. L'azienda ha obiettivi incentrati sull'estensione del ciclo di vita dei suoi prodotti offrendo servizi di manutenzione e sviluppando canali per garantire il riciclaggio dei vestiti quando il consumatore non li desidera più. L'azienda punta inoltre all'utilizzo del 100% di energia rinnovabile entro il 2023 e alla riduzione delle emissioni di gas serra Scope 1 e 2 dal 2019 al 70% entro il 2030.

- **Reda 1865:** il rapporto presenta buone metriche sugli aspetti ambientali che garantisce la trasparenza. Ad esempio, è chiaro quanta parte dell'acqua utilizzata dall'azienda proviene da aree soggette a stress idrico. Ha inoltre chiarito la quantità di materiali rinnovabili e non rinnovabili utilizzati.

- **Gruppo Ratti:** tra i report valutati, questo è quello che presenta metriche più accurate, soprattutto su temi legati alla governance. Il rapporto include metriche complete sulla diversità dei dipendenti e suddivide i dati tra i diversi paesi di attività, aumentando la trasparenza. Include anche metriche relative al numero di fornitori valutati in merito al rispetto dei diritti umani e alla quantità di materiali realizzati con fibre rinnovabili.

- **Yamamay e Carpisa:** il report spiega bene le numerose iniziative che l'azienda ha implementato e il loro impatto sugli obiettivi di sviluppo sostenibile.

### The three best medium and small companies – Fashion

- **Save the Duck:** il report presenta obiettivi ambiziosi che sono chiari e mettono in evidenza l'impegno dell'azienda per la sostenibilità dei propri

prodotti (considerando sia gli aspetti sociali che ambientali). Il rapporto chiarisce l'impegno a non utilizzare nei loro prodotti componenti che potrebbero aver causato sofferenza agli animali. Presenta inoltre l'obiettivo di essere carbon neutral entro il 2030.

- **Gentili Mosconi:** il rapporto presenta una chiara costruzione della strategia a partire dagli SDG. Ha obiettivi e parametri relativi alla sostenibilità della sua catena di approvvigionamento e mira a rimuovere le sostanze chimiche pericolose dal suo processo di produzione.

- **Nice Footwear:** il rapporto chiarisce l'impegno dell'azienda per un'economia circolare e prodotti animal free.

### Special mentions – Fashion

- **Benetton:** il report contiene metriche complete e trasparenti sul rispetto dei diritti umani nella filiera. Dispone di metriche relative ai fornitori identificati come aventi un impatto sociale negativo e alle azioni intraprese.

- **Gruppo Mastrotto:** il rapporto contiene metriche adeguate sulla maggior parte dei temi rilevanti per la sostenibilità, come la parità di genere, le condizioni di lavoro, l'uso delle risorse, l'efficienza energetica e le emissioni di gas serra.

- **Pattern:** il rapporto aumenta la sua affidabilità e trasparenza sul tema delle emissioni di gas serra presentando i risultati di una valutazione prodotta da una terza parte (Carbon Disclosure Project). Il rapporto è inoltre trasparente sulle sostanze chimiche e sui prodotti pericolosi utilizzati dall'azienda.

- **Rifo:** il rapporto dimostra l'impegno dell'azienda nel recupero delle risorse e nell'uso di filati rigenerati. L'azienda ha obiettivi ambiziosi di recupero delle risorse, come la raccolta di vecchi vestiti da riutilizzare in misura proporzionale a quanto prodotto (10% per il cashmere e 50% per i jeans nel 2021). Le metriche traducono bene l'obiettivo della circolarità, come la percentuale di materiale rigenerato di origine post-consumo nel 2020 e il numero di capi raccolti rispetto al filato acquistato nel 2020.

- **Made in Carcere:** il report spiega bene la visione e le attività sviluppate dall'azienda.

- **Zegna baruffa:** il bilancio descrive in dettaglio il contributo dell'azienda agli obiettivi di sviluppo sostenibile. È inoltre trasparente l'origine della fornitura di lana dell'azienda.

- **Piquadro:** il bilancio è trasparente nel divulgare le emissioni di gas serra e le relative fonti di energia.

### The five best large companies - Energy

- **Gruppo Prysmian:** il rapporto presenta obiettivi con un alto livello di ambizione per quasi tutti i temi affrontati. Una menzione speciale va ai temi della diversità e delle pari opportunità e dell'efficienza energetica che hanno

metriche molto accurate e complete.

- **Gruppo Hera:** il report presenta un modo innovativo di presentare le informazioni in termini di design e struttura. Gli obiettivi sono presentati in modo tale da dimostrare l'evoluzione, inclusi gli obiettivi passati («abbiamo detto di fare»), i risultati presenti («abbiamo fatto») e l'ambizione futura («faremo»).

- **A2A:** Il rapporto illustra l'impegno sugli aspetti sociali sia a livello interno (es. diversità, pari opportunità, condizioni di lavoro) sia esterno (es. coinvolgimento con la comunità locale). Il report contiene anche un supplemento in cui sono riepilogati tutti gli indicatori quantitativi e i rispettivi risultati.

- **Enel:** la migliore rendicontazione sul tema anticorruzione e concussione, presentando obiettivi ambiziosi e metriche adeguate (es. Segnalazioni ricevute, Violazioni relative a diverse tipologie di episodi e Formazione su politiche e procedure anticorruzione). Contiene anche metriche complete su temi sociali come Diversità e Pari Opportunità, Condizioni di Lavoro e Coinvolgimento e sviluppo della Comunità.

- **TEA:** Il rapporto si differenzia nel tema della gestione dei rifiuti, presentando obiettivi con un alto livello di ambizione (es. +100% Incremento rifiuti trattati in ottica di circolarità) e metriche complete (es. Rifiuti Prodotti, smaltiti e recuperati negli ultimi 3 anni).

### The three best medium and small companies – Energy

- **Edison Rinnovabili:** il rapporto esplicita l'impegno a migliorare le condizioni di lavoro. Il rapporto presenta l'obiettivo di zero incidenti e le metriche rilevanti per dimostrare le sue prestazioni negli ultimi tre anni. L'informativa è completa anche nei temi della gestione dei rifiuti e dell'uso di inquinanti pericolosi e prodotti chimici, con il dettaglio delle diverse tipologie di rifiuti e delle relative modalità di trattamento.

- **Italgen:** il rapporto rivela una forte attenzione agli aspetti ambientali, in particolare all'efficienza energetica, con l'intenzione di produrre il 100% di energia da fonti rinnovabili. Contiene anche una divulgazione completa delle sue emissioni di gas serra, comprese le emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3.

- **NWG Energia:** particolare attenzione alla diversità e alle pari opportunità, presentando dati completi su età, genere e tipologia dei contratti dei dipendenti. Il rapporto contiene anche metriche complete sulle emissioni di gas serra, comprese le emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3.

### Special mentions – Energy

- **Pietro Fiorentini:** informativa completa sugli aspetti ambientali con metriche sulle diverse emissioni (es. NOx e SOx) e sulla gestione dei rifiuti.

- **Iren:** il rapporto presenta un piano strategico a lungo termine contenente obiettivi chiari per i diversi pilastri dello sviluppo (es. dipendenti, clienti,

decarbonizzazione) da raggiungere entro il 2025 e il 2035. Gli obiettivi adottati dall'azienda sono anche legati al progetto ONU sostenibile obiettivi di sviluppo.

- **Terna:** il rapporto presenta un'informativa approfondita, contenente obiettivi e metriche adeguate, nei temi delle condizioni di lavoro (es. obiettivo zero infortuni mortali e relativi dati degli ultimi tre anni), efficienza energetica (es. obiettivo di «-43 % consumi di energia primaria rispetto allo scenario tendenziale»), ed emissioni di gas serra (es. obiettivo di eliminazione graduale del carbone entro il 2025).

- **Engie:** il bilancio evidenzia l'obiettivo di accelerare la transizione verso un'economia carbon neutral, progettando soluzioni che riducono il consumo di energia e rispettano l'ambiente. L'azienda ha l'obiettivo di incrementare la componente di energie rinnovabili nel mix di produzione di energia elettrica al 58% entro il 2030. Inoltre, in temi di parità di genere, il bilancio presenta l'obiettivo di incremento della quota di donne manager nel Gruppo al 50% entro il 2030.

- **E.ON:** Il bilancio presenta una buona riflessione iniziale sull'impatto che l'azienda può avere in temi di sostenibilità. L'azienda si impegna inoltre a misurare la sua carbon footprint.

11 aprile 2022 (modifica il 11 aprile 2022 | 13:05)  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

[Leggi e commenta](#)

## CORRIERE DELLA SERA

Abbonati a Corriere della Sera | Gazzetta | El Mundo | Marca | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutuli | Quimamme | OFFERTE CORRIERE STORE | Buonpertutti |

Codici Sconto | Corso di Inglese - Francese

Copyright 2021 © RCS Mediagroup S.p.a. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: RCS MediaGroup SpA - Direzione Pubblicità  
RCS MediaGroup S.p.A. - Divisione Quotidiani Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 270.000.000,00  
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326 | ISSN 2499-0485

[Chi Siamo](#) | [The Trust Project](#)

[Servizi](#) | [Scrivi](#) | [Cookie policy e privacy](#)



[Hamburg Declaration](#)

# Il futuro del Pianeta è sulla bocca di tutti

**A**ttenzione alle materie prime, selezione dei fornitori, gestione dei rifiuti alimentari, scelte di packaging amici del Pianeta, investimenti sulle energie rinnovabili. Le aziende dell'agroalimentare stanno cambiando e per capire in che direzione vada la loro evoluzione i bilanci di sostenibilità sono un elemento prezioso soprattutto perché sono l'occasione per le imprese di riflettere sull'impatto dell'organizzazione sulla società. Ma come viene raccontata la svolta verde del comparto food? Quali sono gli aspetti sui cui si focalizzano di più le 35 aziende del settore alimentare analizzate Centre for Sustainability and Climate Change della Bologna Business School?

«Rispetto alle tematiche Esg - dice Leticia Canal Vieira del Centre for Sustainability and Climate Change della Bologna Business School - abbiamo visto un'attenzione elevata rispetto ai temi ambientali. Nei bilanci delle aziende del food si fa riferimento a temi come la riforestazione, l'origine bio dei prodotti, il benessere animale oltre che alla gestione dei rifiuti alimentari e la riduzione di agenti chimici». Rispetto ai temi sociali, la S di Esg, l'attenzione è ancora in maturazione ma c'è. «Nella nostra analisi abbiamo trovato riferimenti alla tutela dei consumatori, alla paga equa, alla sicurezza sul lavoro e al tema dell'inclusione che è molto presente», aggiunge.

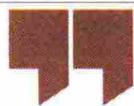
Faro dei bilanci del food è ovviamente l'insieme degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, i 17 Sdgs dell'Onu. Lo si vede, ad esempio, nell'attenzione alla riduzione degli zuccheri nei prodotti alimentari per garantire una dieta equilibrata, il lavoro fatto per ridurre gli sprechi in azienda (si pensi all'energia e agli investimenti sulle rinnovabili ma anche all'acqua recuperata). L'economia circolare, non a caso, è uno degli aspetti su cui le

aziende stanno investendo maggiormente.

**Inalca** del gruppo Cremonini, ad esempio, azienda attiva nel settore delle carni bovine si è impegnata sul fronte del riutilizzo degli scarti. Oltre a curare la salute animale, ha siglato con il gruppo Hera un accordo per la realizzazione di una società, chiamata Biorg, che produrrà biometano. Un combustibile rinnovabile al 100% a cui si affiancherà la produzione di compost dalla raccolta differenziata dell'organico e dai reflui agroalimentari. Per quanto riguarda il **Gruppo Sanpellegrino**, il rapporto «contiene metriche accurate per la maggior parte dei temi ed è il rapporto che ha avuto una migliore valutazione dei temi relativi alla governance. La valutazione più elevata è legata all'impegno dell'azienda in materia di anticorruzione». Quanto invece all'azienda **Fruttage** «il rapporto presenta chiari obiettivi che l'azienda mette in relazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, mettendone in evidenza il contributo. Contiene anche metriche adeguate con dati storici». C'è poi **Cantine Ferrari**, prima per punteggio tra le aziende "medium", che punta sulla trasparenza nel raccontare come si coltivano oggi i vigneti. Una media impresa impegnata a utilizzare solo energie rinnovabili e ad essere a emissioni zero al 2023. Menzione tra gli altri anche per **Fileni**: «Il bilancio riporta un'attenzione particolare all'uso di sostanze chimiche nella filiera e l'impegno per una politica antibiotic-free. Il bilancio contiene anche una rilevante quantità di indicatori per tutti i temi analizzati». C'è poi una riflessione sulla taglia delle aziende da fare: le imprese del food più strutturate hanno una predisposizione maggiore ad investire in sostenibilità. Tra i nomi celebri selezionati si trovano colossi come Barilla, che si

distingue per trasparenza e qualità dei propri prodotti; c'è Illy che è impegnata nel tutelare i coltivatori di caffè o ancora Coop che vuole superare gli imballaggi in plastica monouso. Senza dimenticare Mutti e la sua campagna per la protezione dei bacini idrici. Proprio per via di questo trend green anticipato dalle big del settore food, i ricercatori hanno deciso di dare spazio anche ad aziende di taglia media. Dice Mariolina Longo, del Centre for Sustainability and Climate Change della Bologna Business School: «Lo stretto rapporto con il territorio delle aziende medio o piccole è un valore aggiunto in termini di sostenibilità». Se le aziende più piccole diventano attente ai temi Esg questo porta a un cambiamento lungo la loro filiera. «Abbiamo visto ad esempio che l'attenzione per la selezione dei fornitori è in crescita. Oggi le imprese sostenibili chiedono ai fornitori certificazioni verdi, aggiunge. Secondo i ricercatori le aziende più piccole devono però ancora lavorare sulla produzione di bilanci di sostenibilità completi e strutturati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

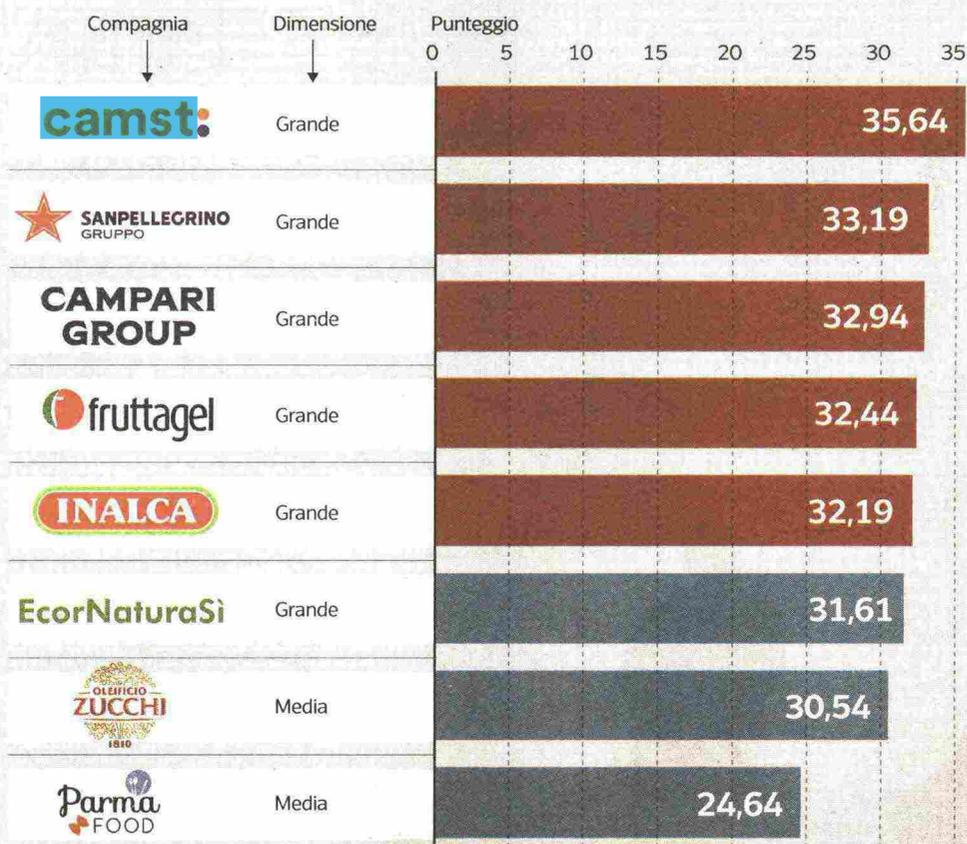


Le aziende che vogliono agire in modo completamente sostenibile devono sempre considerare tre dimensioni: sociale, ecologica, economica. Chiaramente una delle tre può avere anche un peso maggiore. Se un'azienda rinuncia a utilizzare le energie fossili, per esempio, i costi di

produzione aumentano ma si agisce a favore dell'ecologia e della società. Si tratta di equilibrio. Dopo la pandemia ci troviamo a una svolta e abbiamo una grande opportunità di fare andare le cose in modo diverso rispetto a prima.

**Markus Zemp** (Università di Lucerna)

## Food



### I dati

Si stima che in Italia lo spreco alimentare pro capite annuo a livello domestico sia di circa 67 kg, quello nella ristorazione di 26 kg e quello nella distribuzione di 4 kg: i dati sono del Food Sustainability Index (Fsi), che ci colloca tra i Paesi più virtuosi, al secondo posto dopo il Canada

### La legge

Dal 2016 è in vigore la legge Gadda per la limitazione degli sprechi alimentari. L'obiettivo Ue è dimezzarlo entro il 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## Le menzioni

## ILLY

«L'azienda presenta buone metriche per la maggior parte dei temi. Un aspetto ben documentato nel rapporto è il suo impegno per il benessere dei coltivatori di caffè». Lo scorso anno Illy ha ottenuto la certificazione B Corp che identifica quelle imprese che operano secondo i più alti standard di performance sociale e ambientale.

## BARILLA

«Un punto di forza del report è l'impegno per la tutela e la soddisfazione dei propri clienti. Barilla ha obiettivi mirati alla trasparenza e alla qualità dei propri prodotti e metriche che la rispecchiano. Presenta metriche sulla riformulazione e lo sviluppo di nuovi prodotti per ridurre i contenuti di sale, grasso o zucchero».

## ESSELUNGA

«Il report - scrivono i ricercatori a proposito del documento presentato dal lavoro del gruppo milanese della grande distribuzione - comunica la strategia aziendale inserendo tabelle che collegano obiettivi piuttosto ambiziosi a metriche accurate che presentano e ordinano i dati raccolti negli ultimi tre anni».

## MUTTI

«Il rapporto ha ottenuto la migliore valutazione complessiva sui temi ambientali. Contiene parametri che coprono l'uso dell'acqua, la gestione dei rifiuti, l'energia, le emissioni di gas serra e gli impatti sul territorio. Il rapporto presenta inoltre gli obiettivi relativi alla protezione dei bacini idrici».

## COOP

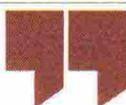
«Il rapporto - scrivono i ricercatori che hanno esaminato il report della società cooperativa tra consumatori nata nel 1854 e che conta 6,6 milioni di soci - chiarisce l'impegno dell'azienda a ridurre l'uso di imballaggi in plastica monouso e specifica anche il suo impegno a ridurre le proprie emissioni di gas serra».

## VERONESI

«Uno dei pochi bilanci che include il tema della deforestazione e presenta l'obiettivo di avere "100% della soia certificata sostenibile e deforestation-free entro il 2025". Il bilancio presenta anche metriche riferenti ai siti operativi di proprietà detenuti in locazione, gestiti in aree protette e ad elevato valore di biodiversità».



**Nella nostra analisi abbiamo trovato riferimenti alla tutela dei consumatori, alla paga equa, alla sicurezza sul lavoro e al tema dell'inclusione che è risultato essere molto presente**



*Non ci basta la responsabilità sociale dell'impresa, vogliamo andare verso una sua responsabilità civile che la spinga ad agire in direzione della sostenibilità. E anche sulla transizione ecologica bisogna dirlo chiaro: non è vero che tutti la vogliono, perché ha dei costi e anche in Italia ci sono*

*imprese che a causa della transizione ecologica andranno a rimetterci. Serve un Fondo di compensazione che consenta di riequilibrare le perdite sia per le aziende sia per i Paesi che in tale processo ci rimetteranno.*

**Stefano Zamagni** (Pontificia accademia scienze sociali)

**Cresce nel settore agroalimentare la sensibilità ai temi ambientali**  
**Aziende attente a materie prime, bio, fornitori, gestione dei rifiuti**  
**Sotto la lente dei ricercatori 35 marchi (grandi, medi e piccoli)**  
**Gli Obiettivi Onu al centro dei bilanci. Meno zuccheri, più «riuso»**