

Largo Consumo

ECONOMIA E MARKETING SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO

6/2022

www.largoconsumo.info



IN ALLEGATO
PACK
AROUND

GROCERY FORUM
REPORTAGE

Una politica per l'import?

L'EXPORT ITALIANO HA BENEFICIATO NEGLI ANNI DEL COORDINAMENTO TRA INIZIATIVA PRIVATA E ISTITUZIONI PUBBLICHE.

PER ASSICURARE ALLA NOSTRA INDUSTRIA LE MATERIE PRIME NECESSARIE, NON SAREBBE OPPORTUNA ANALOGA POLITICA PUBBLICO-PRIVATA ANCHE PER L'IMPORT?

PAGINA 6

**IL FOOD-TO-GO
DI EG ITALIA**

pagina 17

**I PROGETTI DI
RISPARMIO CASA**

pagina 38

**CARREFOUR:
TERRITORI E DIGITAL**

pagina 40

**OROLOGI: NUMERI
DEL MERCATO**

pagina 44


**BCORP:
140 IN ITALIA**

pagina 114

BCorp, l'importanza della responsabilità

Le aziende che decidono di entrare in questo "salotto buono" dell'etica sono sempre più numerose. In Italia se ne contano ormai 140 con una crescita del 26% rispetto allo scorso anno.

di **Valentina Tafuri**

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/Etica

Sostenibilità sociale, ambientale ed economica come vantaggio competitivo. È questo uno degli elementi in comune alle sempre più numerose aziende che decidono di diventare BCorp: aziende che, accanto all'obiettivo del profitto, decidono di impegnarsi per avere un impatto positivo sulle persone e dunque sulla comunità e sull'ambiente.

Per farlo, si sottopongono a un processo che parte con un assesment, che ne misura lo stato dell'arte in quanto a impatto ambientale e sociale.

Si tratta di vero e proprio movimento in continua crescita, in Europa e anche in Italia. Qui le BCorp sono 140 (+26% nel 2021), per un fatturato totale di circa 7,5 miliardi di euro e oltre 13.000 dipendenti.

Quello che accomuna il primo approccio di aziende di varie dimensioni alla certificazione BCorp è la motivazione.

«Nel 2019, in occasione dei 40 anni di Panino Giusto, io e mio marito, Antonio Civita, abbiamo iniziato a riflettere sul senso che aveva per noi il «fare impresa», ci racconta **Elena Riva, Presidente di Panino Giusto**. «Assieme ai nostri collaboratori più stretti, abbiamo così elaborato la nuova vision, ovvero "rendere il mondo più giusto attraverso un panino". Successivamente, ci siamo messi alla ricerca di un sistema che potesse aiutarci a misurare l'impatto dei tanti progetti di responsabilità sociale che avevamo avviato in azienda: abbiamo scoperto

il mondo delle BCorp, un modello di business che concilia il profitto con l'etica, la sostenibilità e il benessere. Nel gennaio 2020, abbiamo ottenuto questa prestigiosa certificazione internazionale e siamo diventati la prima BCorp della ristorazione italiana».

“Anche per i modelli etici servono indici di misurazione precisi e affidabili”

Anche per il **gruppo Germinal**, il percorso di sostenibilità dell'azienda ha radici profonde, insite nel suo dna. «Nel 2021 abbiamo voluto rendere il nostro impegno nei confronti delle persone e dell'ambiente ancora più concreto. Le

aziende Il MangiarSano e Creabio sono diventate società benefit con l'obiettivo di porre sullo stesso piano raggiungimento di solidi risultati finanziari e creazione di benessere per la società e per il pianeta. La certificazione BCorp è stata un ulteriore e significativo traguardo perché, su oltre 100 mila aziende a oggi misurate, solo il 3% ha soddisfatto i requisiti stabiliti da B Lab, l'ente internazionale che conferisce tale certificazione», spiega **Emanuele Zuanetti**, Ceo e fondatore del gruppo Germinal.

David Brussa, Direttore sostenibilità per Illy Caffè ci racconta che «l'attenzione alla qualità del caffè, che abbiamo sempre avuto, ci ha portati a chiederci a come fare per ottenere zero chicchi difettosi per un caffè ottimo e al miglior costo. Il nostro nasce infatti come un caffè in chicchi per il bar, e per fare un espresso perfetto servono cinquanta chicchi perfetti. Per raggiungere questa eccellenza, la soluzione era semplice ma non scontata: premiare il produttore per la qualità superiore con un premium price, innescando una catena di sostenibilità che ha anche ricadute sociali, sulle persone che lavorano per quel produttore e su tutto l'indotto. Siamo stati i primi a de-commodityzzare il caffè in Brasile e siamo andati avanti in questo modo. Quindi abbiamo creato un modello di qualità sostenibile che però andava misurato. Fino a quel momento, con la certificazione Rscop – Responsible supply chain process, la misurazione è stata solo di tipo qualitativo. In BCorp abbiamo trovato la giusta dimensione perché consente di fare un BCorp assesment, aggiudicandoti un numero che ti indica quanto sei sostenibile e ha una valenza e un riconoscimento internazionale. Ad aprile 2021 abbiamo ottenuto la certificazione».

Per alcune aziende, la certificazione è stata l'occasione di rafforzare una sensibilità già esistente e di sistematizzare comportamenti e prassi già avviati. È questo il caso di **Cielo e Terra Vini**.

«Quando nel 2015 ho conosciuto BCorp mi occupavo già di sostenibilità e ho trovato in BCorp una certificazione che consentiva di avere un approccio strutturato alla sostenibilità e una griglia di valutazione dei

I NUMERI DELLE B-CORP NEL MONDO



Fonte: Certificazione B Corporation

progetti messi in campo», spiega **Giam-pietro Povolò**, Finance and operation manager della prima cantina di grandi dimensioni in Europa certificata BCorp. «Quello che volevo era un modello che inoltre ci desse degli stimoli e degli spunti di crescita e di miglioramento. L'ottenimento della certificazione ci ha così consentito di mettere a sistema le iniziative che abbiamo intrapreso e di misurarne la validità».

All'inizio non è stato facile far capire l'importanza di un investimento che non ha un ritorno immediato. Ma ho convinto la direzione perché sono il primo a cercarci. Abbiamo usufruito di alcuni fondi che hanno messo a disposizione risorse, specie per la formazione, e poi abbiamo messo in atto tutte le iniziative che potevamo. Ad esempio, per migliorare il clima aziendale mettiamo a disposizione dei dipendenti una scatola delle idee e formazione continua. Oltre a progetti che testimoniano il nostro impegno sociale, quello per realizzare i principi di economia circolare. Avendo già altre certificazioni, è stato più semplice per noi ottenere anche la BCorp.

Poi, con lo scopo di divulgare il più possibile queste tematiche, a un voluminoso bilancio di sostenibilità abbiamo preferito un flyer conciso ma pregno di informazioni. Il prossimo step sarà la trasformazione in società benefit».

Anche per il gruppo Germinal diventare BCorp «in sostanza è stato solo un modo per "certificare" procedure, progetti e comportamenti che facevano parte delle abitudini dei dipendenti, metodi di lavoro produttivi già adottati e valori che fanno parte della nostra cultura aziendale».

Dello stesso parere è Brussa, di Illy Caffè, che aggiunge: «affrontare il processo di certificazione BCorp è stato diverso rispetto a quello di altre certificazioni. Le altre impongono constraints, processi e procedure. BCorp invece integra tutti gli stakeholder in un sistema sinergico in modo che ciascuno possa alimentare un circolo virtuoso

con le proprie proposte. Tanto che il team del primo assesment è stato costituito da dieci persone di diverse unità aziendali ma immaginiamo che successivamente questo numero crescerà. Queste persone non hanno solo raccolto dati ma promosso iniziative perché la BCorp crea interdipendenza tra funzioni, colleghi, processi. È un'attività di gruppo».

L'esperienza alla Panino Giusto è simile: «Fin da subito, abbiamo voluto che il passaggio a BCorp diventasse parte integrante della cultura aziendale, per que-

“ Quando un'impresa attua scelte precise il consumatore deve poi chiudere il cerchio ”

sto, abbiamo nominato Impact manager la nostra Cfo Roberta Pontrelli. Abbiamo deciso che questa carica sarà itinerante e coinvolgerà di volta in volta tutte le funzioni aziendali», aggiunge Riva.

Riguardo alle azioni concrete messe in campo per realizzare la sostenibilità, tante sono le iniziative.

«Sono cambiate alcune scelte dell'azienda, – riprende Brussa di Illy Caffè – come quella di applicare nelle piantagioni i principi di agricoltura rigenerativa, che non è un ritorno al passato ma attuare un precision farming, con la scelta accurata, ad esempio, dell'ir-

rigazione o della lotta biologica naturale ai parassiti. Ovvio che se l'azienda fa delle scelte, poniamo di packaging, il consumatore poi deve collaborare a chiudere quel circolo virtuoso, facendo di conseguenza una corretta raccolta differenziata. Credo che se si fa business per fare sostenibilità, questo significhi diffondere benefici; se si fa sostenibilità solo per il business, allora si è destinati al fallimento».

«Ci siamo focalizzati fin da subito su progetti legati alle persone perché da sempre sono al centro del nostro progetto imprenditoriale», spiega invece la Riva, «infatti, abbiamo sviluppato progetti come la Fabbrica dei Sogni, un percorso di apprendimento dedicato a giovani talenti di Panino Giusto che si sono distinti per entusiasmo, impegno e desiderio di crescita, oppure Cucinare per Ricominciare, per offrire ai giovani migranti una reale possibilità di integrarsi nel nostro Paese attraverso il lavoro, o ancora Women Empowerment, una serie di programmi per la valorizzazione del talento femminile grazie anche al supporto di professionisti esterni, che hanno aiutato le partecipanti nel riconoscerlo e valorizzarlo, superando pregiudizi e stereotipi di genere».

Per il gruppo Germinal «la sostenibilità, – spiega il Ceo Zuanetti – inizia dai progetti di filiera corta, certificata e garantita per la fornitura delle farine,

continua con il supporto a progetti a distanza per garantire condizioni di lavoro eque, in collaborazione con Altromercato. È un impegno nella gestione consapevole di energia, consumi e risorse. Il tetto dello stabilimento ospita un impianto di pannelli fotovoltaici che consentono una copertura fino al 75% del consumo medio di energia e un sensibile risparmio annuo di emissioni CO2. L'energia elettrica, non autoprodotta, proviene da fonti rinnovabili ed è certificata Greener. È la volontà di investire in sempre nuove alternative di packaging che prevedano materiali 100% riciclabili e in una riduzione progressiva di plastica».

I NUMERI DELLE B-CORP IN ITALIA



Fonte: Certificazione B Corporation

© RIPRODUZIONE RISERVATA