

La sostenibilità nelle imprese del vino italiano

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Marzo 2022



La sostenibilità è un processo strutturale che impone preparazione e formazione specifiche. Perché Lei sostiene la necessità di un approccio manageriale al tema?

La sostenibilità non può essere un dazio da pagare ad una moda di periodo. È corretto definirla un processo strutturale, perché sta cambiando l'ambiente competitivo in cui le imprese operano.

Non basta la preparazione e la formazione specifica che ti porta ad avere la certificazione, il percorso verso la sostenibilità deve produrre un salto di qualità nella gestione complessiva dell'azienda, nei suoi obiettivi di medio-lungo periodo e nella definizione delle strategie che verranno sviluppate negli anni a seguire.

Questa transizione impone non solo l'impegno di tecnici specializzati ma soprattutto una forte consapevolezza delle direzioni aziendali.

La sostenibilità è un percorso strategico per governare la crescita, non una moda. Spesso si avverte una distanza tra le strategie di marketing volte ad aumentare la reputazione ambientale delle imprese ed i risultati tangibili sul fronte del miglioramento dei processi produttivi o dei prodotti realizzati.

Il rischio di “greenwashing” è dietro l’angolo, come si può evitare?

Questo è un fenomeno presente ed è un fenomeno da combattere. Ma nelle aziende vedo anche procedure specifiche nei vigneti per garantire produzioni sostenibili, recupero di scarti, personale formato ed in sicurezza, offerta di esperienze di valorizzazione territoriale: tutti questi sono aspetti sostanziali, concreti. Queste prerogative non determinano necessariamente un miglioramento qualitativo del vino prodotto, ma rappresentano un valore aggiunto, una ricchezza sostanziale per l’azienda e per tutta la filiera.

Inoltre l’evoluzione della consapevolezza dei consumatori, degli strumenti digitali e della blockchain, renderà sempre più inutile il “greenwashing”.

Grazie alla blockchain, ad esempio, gli utenti potranno verificare sulle etichette i processi di sostenibilità, le certificazioni ed i riconoscimenti ottenuti. Parlo al futuro ma tanto è già presente!

Per molte aziende vinicole medio-piccole, a causa della bassa redditività, superare le sfide della sostenibilità sembra costituire un onere economico notevole. Per trasformare il percorso della sostenibilità da costo ad investimento, Lei ha sottolineato l’importanza di un approccio ampio e trasversale. Come si concretizza questo assunto?

Se si scorrono le liste delle aziende di Equalitas, VIVA, SQNPI si trovano aziende di ogni dimensione, sicuramente sono presenti le grandi aziende (quelle quotate devono farlo per legge) ma c’è una larga rappresentanza di PMI.

Questo dimostra che anche le piccole aziende possono

intraprendere un percorso di sostenibilità ed alcune lo stanno già facendo da tempo. Probabilmente le grandi aziende sentono prima l'esigenza di farlo, avendo a che fare con players internazionali. Alcuni mercati anticipano le tendenze che verranno, è solo una questione di tempo.

Anche le piccole non possono sottrarsi, la sostenibilità è scalabile e il suo costo è modulabile. Più difficile invece trovare risorse formate da dedicare al tema nelle PMI: serve una maggiore formazione. Solo persone consapevoli e formate potranno comunicare al mercato in modo corretto ed efficace il valore del percorso di sostenibilità che l'azienda ha realizzato. In questo modo il costo diventa un investimento per il presente e il futuro.

Secondo il “ProWein Business Report 2021”, 8 operatori del settore su 10 chiedono un unico e riconosciuto standard di sostenibilità da comunicare al mercato.

Come soddisfare questa necessità diffusa?

Ci sono oggi innumerevoli standard, ci vorrà tempo per convergere sui più diffusi. Ben venga lo sforzo per arrivare ad una certificazione unica ma questo non farà venir meno le singole esperienze.

In una fase iniziale il proliferare di iniziative è inevitabile ma quello che può rappresentare una certificazione è assolutamente meno significativo di quello che può comunicare una azienda che è consapevole del percorso fatto e vuole comunicarlo. Il “bollino” è semplicemente il riconoscimento di un percorso portato a termine con successo ma l'azienda non può delegare ad un certificato il ruolo fondamentale di raccontarsi sul mercato.

Dalle strategie per essere sostenibili al bilancio di sostenibilità, in cosa consiste l'impegno di Reliant e quali sono i presupposti del convegno “la sostenibilità nelle imprese del vino italiano”?

Reliant attraverso questo convegno si presenta sul mercato

come una struttura in gradi di assistere le imprese nel loro percorso strategico verso la sostenibilità. Il nostro focus è fare in modo che la “strategia ESG” (environmental, social e governance) dell’azienda porti ad una vera crescita di valore, trasformi le strategie complessive delle Direzioni aziendali e sia accompagnata da una crescita anche economico-finanziaria delle imprese. In sostanza vogliamo rendere la sostenibilità un’asse portante dello sviluppo dell’azienda e della sua competitività.

La sostenibilità non è solo un traguardo, è un percorso. Iniziare ad attuare strategie di sostenibilità permette alla propria azienda di inserirsi in un percorso che la identifica precisamente. È uno status immediatamente spendibile nella misura in cui questo percorso è serio, concreto e documentabile. Noi spingiamo sempre che questo percorso sia completato anche con la stesura e pubblicazione del bilancio di sostenibilità. Il cambiamento rappresenta il perno della crescita di una azienda e il bilancio di sostenibilità è lo strumento che monitorizza come l’azienda sta concretamente perseguendo obiettivi concreti e misurabili.

Le risorse che saranno messe a disposizione dal PNRR sono tutte orientate verso processi di sostenibilità, per restare sul mercato è necessario intraprendere un percorso di sostenibilità, valorizzarlo e farlo diventare parte integrante del Dna aziendale.

Gli ospiti del convegno sono nomi di alto profilo. Che contributo possono dare nel percorso strategico verso la sostenibilità delle imprese del vino italiano?

Gli ospiti del convegno sono tutti importanti protagonisti del mondo del vino e dell’agroalimentare. **Angelo Frascarelli** non è solo professore di economia e politica agraria ed esperto di politiche agrarie comunitarie ma è anche presidente di Ismea, attore fondamentale del mondo agroalimentare.

Ettore Nicoletto è presidente di Angelini Wines&Estates ed animatore di Vision2030, progetto che si concentra anche sul

tema della sostenibilità come elemento di una strategia complessiva di sviluppo del sistema vitivinicolo nazionale.

Carlo De Biasi è direttore di Cantina Toblino, realtà cooperativa fortemente impegnata nella sostenibilità e nella salvaguardia del territorio. La sua testimonianza consentirà di comprendere cosa si deve fare nei vigneti e in cantina per impostare un progetto strategico orientato alla sostenibilità. Questi tre profili di alto livello, abbracciano il tema della sostenibilità in termini molto imprenditoriali, concreti ed ampi.

Nell'ambito della formazione si colloca anche l'importante collaborazione di Reliant con Foragri per il convegno. Quali sono gli obiettivi di questa partnership?

Foragri ha aderito alla nostra iniziativa in quanto si candida come referente per la crescita delle competenze manageriali all'interno delle aziende agricole e vitivinicole che vogliano sviluppare un percorso di sostenibilità. In sostanza Foragri svilupperà iniziative di formazione rivolte a sostenere le aziende in questo percorso.

Per iscriversi al convegno:

<https://www.reliant-net.it/eventi/la-sostenibilita-nelle-imprese-del-vino-italiano>