

La sostenibilità spiegata bene.

Ogni premialità, bancaria, finanziaria, governativa..., prevede punti di vantaggio solo per le aziende sostenibili. La convenienza sta nella sostenibilità.

*italiatv.it - Novembre 2022.
Se ne parla, sempre più spesso: ma cosa significa essere sostenibili e certificare la propria azienda come tale? Quanto costa? E a chi affidarsi? Parla **Giuseppe Liberatore**, direttore generale di Valoritalia, l'ente che ha certificato l'80% delle aziende italiane.*

*di Dario Pettinelli
(dir@italiatv.it)*



D. "Direttore, non si può dire che il tema della sostenibilità non sia diventato strategico, centrale, in ogni comparto produttivo..."

R. Lei ha perfettamente ragione. In pochi anni la sostenibilità è diventata il fulcro di tutto ciò che si muove in ambito economico e rappresenta il discrimine di ogni scelta industriale. Le politiche comunitarie, specie in ambito agricolo e agroindustriale, sono oramai completamente incentrate su questo caposaldo, così come le politiche nazionali dei singoli Paesi. Nei prossimi anni è certo che ogni premialità economica destinata alle imprese dell'Unione, agricole o meno, sarà condizionata dal rispetto di alcuni requisiti di sostenibilità, e ciò provocherà l'ulteriore accelerazione in un processo in corso da almeno due decenni, anche se in molti casi sottotraccia. Ma oltre alle Istituzioni un ruolo decisivo continueranno a mantenerlo soprattutto i consumatori, che hanno premuto sulle scelte politiche tanto quanto sulle imprese, spingendo sempre più aziende a entrare con decisione nell'ottica della sostenibilità. Dal mio osservatorio posso confermare, con dati reali, che quella partita come una palla di neve di poche aziende lungimiranti si è rapidamente trasformata in una valanga.

D. L'immagine della palla di neve è efficace. Il cambiamento culturale in atto da anni, infatti, sta producendo risultati significativi anche in termini di numero di aziende certificate e in via di certificazione. Numero che è destinato comunque a crescere...

R. Sì, certamente sempre più aziende ridurranno l'impatto ambientale fino a raggiungere l'obiettivo della carbon neutrality, con ovvi benefici sull'ambiente e sulla qualità della nostra vita, ma le implicazioni di questa trasformazione saranno molto più estese e profonde di quanto ora possiamo immaginare. Innanzitutto cambieranno le tecnologie e, di conseguenza, il know how per gestirle, si pensi solo all'uso diffuso di IOT e del controllo a distanza; quindi cambieranno i modelli organizzativi delle imprese, che diventeranno più flessibili e adattabili; infine cambierà il rapporto con il mercato, che tenderà ad emarginare le imprese che non soddisfaranno i requisiti della sostenibilità.



Per completezza vorrei solo aggiungere che non sarà una trasformazione indolore e avrà un costo sociale e occupazionale del quale dobbiamo essere consapevoli. A mio avviso, bisognerebbe programmare politiche ad hoc soprattutto in campo formativo, perché un'azienda effettivamente sostenibile richiede competenze e approcci più sofisticati e innovativi.

D. Parliamo di Valoritalia, non dando nulla per scontato: diciamo cos'è e cosa fa.

R. In parole povere, Valoritalia è un ente di certificazione con una prevalenza di attività nel settore vitivinicolo. Peraltro, rispetto a altri enti di certificazione abbiamo avuto un percorso originale, perché alle nostre spalle c'è l'esperienza e la professionalità dei Consorzi di Tutela, dai quali provengono molti nostri collaboratori. Io stesso, prima di essere nominato Direttore Generale di Valoritalia, ho avuto il medesimo ruolo nel Consorzio Vino Chianti Classico. La matrice consortile ci ha dato anche un grande vantaggio: ha permesso di sviluppare competenze professionali uniche nel panorama nazionale; competenze che ci hanno consentito di diventare leader del settore in meno di un decennio. E siamo leader non a caso, ma perché siamo l'organizzazione che conosce meglio il settore, le sue caratteristiche, i suoi problemi, le sue difficoltà.



In ambito vitivinicolo il nostro compito si può descrivere in poche parole: garantire la completa tracciabilità di ogni partita di vino a Denominazione di Origine immessa sul mercato, dal vigneto all'uscita dalla cantina, assicurandosi che ognuna di esse abbia le caratteristiche qualitative previste dal disciplinare di produzione. Una definizione che a prima vista può apparire semplicistica, che però nasconde un enorme lavoro fatto di visite ispettive in campo e in cantina, analisi documentali e di laboratorio, commissioni di assaggio e altro ancora. Posso affermare con certezza che il modello italiano di certificazione delle Denominazioni di Origine è il più avanzato e puntuale al mondo, un esempio virtuoso che dovrebbe essere seguito anche da altri settori.

Ma Valoritalia non è solo vino. Negli ultimi anni abbiamo esteso i nostri servizi anche ad altri standard di certificazione, con l'obiettivo di gestirne un set completo che le supporti a livello commerciale. Attualmente certifichiamo circa 2000 aziende per la produzione biologica; oltre 2000 aziende per la produzione integrata, in sigla SQNPI; la sostenibilità di molte decine di imprese con lo standard Equalitas e V.I.V.A; infine certifichiamo altri standard importanti per il posizionamento nella grande distribuzione o in fasce specifiche di mercato, come "Vegan OK" e Vinnatur.

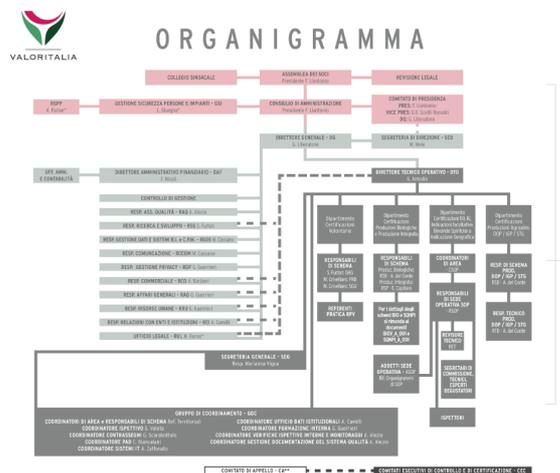
Insomma, Valoritalia vuole crescere anche oltre il suo tradizionale core business, mantenendo comunque fermi i valori di serietà, indipendenza e professionalità che ci contraddistinguono.

D. Lei ha parlato di tracciabilità dei vini, ma cosa significa in termini operativi? Di che numeri parliamo? E quale la ripartizione geografica?

R. Ogni anno pubblichiamo un report riassuntivo nel quale riportiamo i principali indicatori statistici che riguardano sia le nostre attività, sia le denominazioni che certifichiamo. Se visti nel loro insieme sono numeri che impressionano anche me, che pure conosco il settore e dirigo la società. In sintesi: certifichiamo 229 Denominazioni di Origine - dalle quali derivano circa 5000 tipologie di prodotto - che rappresentano il 42% del totale nazionale; ogni anno certifichiamo oltre 20 milioni di ettolitri di prodotti DOP e IGP che rappresentano il 60% della produzione nazionale; tracciamo e gestiamo all'incirca un milione di movimenti di prodotto l'anno generati da oltre 80.000 aziende; gestiamo 13.000 commissioni di degustazione e sottoponiamo ad analisi chimica 55.000 campioni di vino, per un totale di quasi 400.000 determinazioni analitiche; realizziamo 11.000 verifiche distribuite tra vigneto e cantina. Infine, ma è

l'aspetto più importante, ogni anno autorizziamo l'immissione sul mercato di 2 miliardi di bottiglie a Denominazione di Origine, delle quali a 1,1 miliardi viene applicato il Contrassegno di Stato.

Tenga ancora presente che ogni contrassegno viene a sua volta gestito e ognuno di essi consente la tracciabilità completa della singola bottiglia sulla quale è apposto. Tutto questo lavoro viene gestito da uno staff di 230 collaboratori distribuiti in 35 sedi presenti in 16 Regioni italiane, a loro volta coadiuvati da 1.500 collaboratori esterni.



In alcune regioni, come le Marche, il Piemonte, l'Emilia Romagna e la Lombardia, gestiamo la totalità o quasi delle produzioni a DO; in altre abbiamo una posizione rilevante, come Veneto e in Toscana, e in altre ancora certifichiamo solo una parte delle DO. Solo in 4 regioni italiane non certifichiamo vini a DO, mentre in tutte abbiamo una presenza con la certificazione di altri standard.

D. Cosa fa Valorigina per la sostenibilità, in particolare nella produzione vinicola? Cosa deve fare esattamente un'azienda per rendere i suoi prodotti sostenibili? Chi se ne occupa? Quanto dura e quanto costa tutto l'iter?

R. Valorigina certifica la sostenibilità delle imprese vitivinicole utilizzando Equalitas, uno standard che abbiamo contribuito a definire e che senza dubbio rappresenta uno dei più avanzati, nonché l'unico italiano, riconosciuto a livello internazionale. È importante sottolineare che Equalitas consente una certificazione su tre livelli: di organizzazione, di prodotto e di Denominazione. In quest'ultimo caso è data la possibilità di certificarsi a un'intera Denominazione di Origine, un risultato recentemente ottenuto dal vino Nobile di Montepulciano. In ogni caso, e vengo al concreto della sua domanda, ottenere la certificazione non è semplice: in primo luogo perché i requisiti da soddisfare sono numerosi e in molti casi non semplici da soddisfare; in secondo luogo, ma per molte imprese è ancora più importante, perché la sostenibilità coinvolge più aspetti gestionali e implica l'adozione di una policy aziendale proiettata nel medio e lungo periodo. Ciò non significa affatto che rimanga

un obiettivo alla portata solo delle aziende più strutturate, significa solo che è necessaria una certa dose di determinazione e altrettanta chiarezza di obiettivi. Come tutti sanno, la sostenibilità è composta da tre pilastri - ambientale, sociale, economico – ognuno dei quali è definito da un certo numero di requisiti verificabili, ad esempio carbon foot print, biodiversità ecc...

A mio parere però, ancor più importanti sono gli obiettivi che l'impresa si deve porre; obiettivi che devono essere progressivi, quantificabili e verificabili. In loro assenza verrebbe meno un dei capisaldi del protocollo e quindi si perderebbe la certificazione di sostenibilità. Per questo sostengo che per un'azienda la difficoltà maggiore stia nel rendere praticabili le indicazioni strategiche, possibilmente incorporandole stabilmente nell'organizzazione. Il costo in sé non costituisce un problema per nessuna azienda, perché varia in funzione della sua ampiezza.



Tenuta di Argiano, Sant'Angelo in Colle - Montalcino (SI)

Tuttavia, dal punto di vista aziendale, una corretta quantificazione dovrebbe piuttosto considerare i costi indiretti, cioè quelli organizzativi e amministrativi che in effetti rappresentano il vero impegno. I tempi della certificazione sono minimi, tuttalpiù qualche giornata di lavoro da parte dei nostri ispettori, ma ciò che conta è il lavoro che viene svolto all'interno dell'impresa per adeguare struttura, organizzazione, raccolta dei dati, messa a punto delle procedure ecc. Tempi che possono variare, a seconda del livello di organizzazione, da poche settimane a svariati mesi.

D. Quali sono i vantaggi della certificazione? Sia in termini di immagine sia proprio come vantaggi di mercato.

R. Certificare significa dare garanzie al consumatore, all'operatore e alla stessa impresa. Questo è il valore ultimo della certificazione, e vale tanto nel caso di un vino a Denominazione di Origine quanto per una certificazione di sostenibilità. A maggior ragione, la certificazione è un valore aggiunto per l'impresa vitivinicola, perché attraverso di essa l'azienda può in primo luogo dimostrare che i suoi prodotti sono conformi al disciplinare, in secondo luogo di aver operato secondo regole di trasparenza e correttezza. Sono garanzie di base, che vengono ancora prima della qualità del prodotto.

Con Equalitas il valore aggiunto della certificazione viene addirittura amplificato, perché il mercato l'ha oramai trasformata in un elemento premiante. Basti pensare ai monopoli nord europei - ad esempio Systembolaget - che hanno inserito Equalitas tra le preferenze nei tender di acquisto, di fatto aprendo una strada che difficilmente potrà essere invertita.

DP



SEDE LEGALE

Via Venti Settembre, 98/G

00187 ROMA

Tel. 06 45437975

Mail: info@valoritalia.it

PEC: amministrazione@pec.valoritalia.it

DIREZIONE GENERALE

Via Sangallo, 39

50028 Barberino Tavarnelle (FI)

Tel. 055 80 50611 – Fax 055 80 71 229

marilena.mele@valoritali