

## MARKETING

A cura di Emanuela Taverna

## comunicazione

## Verso il food social report

Dall'ong Global Reporting Initiative una proposta di rendicontazione di sostenibilità elaborata appositamente per le aziende agroalimentari

La sostenibilità è innanzi tutto una questione di trasparenza. Anche per questo i temi della rendicontazione volontaria stanno assumendo sempre più peso nelle strategie delle imprese. Tanto che, nonostante la crisi economica, i bilanci sociali delle aziende sono in costante aumento: nel solo comparto food, nel 2009, se ne contavano 64 rispetto ai 57 del 2008 (e ai tre del 2000). Una riflessione mirata è stata proposta da Fondaca-Fondazione per la cittadinanza attiva e Barilla. Punto di partenza del workshop è stato l'intervento di Koen Boone, lead consultant di Global Reporting Initiative, un'organizzazione non governativa che ha lo scopo di sviluppare e promuovere un sistema di



LUCA VIRGINIO

reporting di sostenibilità utilizzabile da enti e società di qualsiasi dimensione, settore o Paese. "Nel nostro concetto, la rendicontazione di sostenibilità - ha esordito Boone - valuta l'impatto che le aziende producono sulla società. Purtroppo non esistono leggi vincolanti sulla stesura del social report, fatta eccezione per alcuni regolamenti e direttive a livello europeo. L'obiettivo di Gri, quindi, è proprio quello

di coordinare al meglio gli standard esistenti, per portare il bilancio sociale allo stesso livello di quello finanziario". Secondo le linee guida di Gri, le aziende possono raggiungere diversi livelli di conformità, da C ad A+ (nel caso di certificazione da parte terza).

Da sottolineare il fatto che per il settore food esiste un supplemento, presentato ad Amsterdam lo scorso maggio dopo un'elaborazione durata due anni, rivolto alle aziende alimentari, di materie prime, del settore ittico e a quelle che si occupano di alcol, tabacco, legname, pesticidi e fertilizzanti. "Dal prossimo anno - ha concluso Boone - per raggiungere il livello A, qualsiasi azienda del settore alimentare dovrà rendicontare, oltre che sulle linee guida generali, anche sul supplemento, di cui peraltro è già previsto un aggiornamento nel 2015. Per tutti i settori, comunque, il futuro della rendicontazione sarà caratterizzato da un maggior intervento governativo, bilanci sempre più on line, evitando voluminose versioni cartacee e, ci auguriamo, un'integrazione del social report con quello economico-finanziario".

## La prima volta di Barilla

IL SEMINARIO ORGANIZZATO DA BARILLA E FONDACA è stato anche l'occasione per ragionare su punti di forza e debolezza del primo bilancio sociale Barilla, relativo al 2008. "La stesura del nostro social report - spiega Luca Virginio, direttore comunicazione di Barilla - si basa su tre principi: integrazione nel business, coinvolgimento complessivo dell'azienda e identificazione delle attese degli stakeholder fin dalla prima fase di assessment. Lo scorso novembre 2010, inoltre, si è tenuto un altro stakeholder panel".

"Un elemento distintivo del bilancio Barilla - assicura Alessia Sabbatino, direttore di Fondaca, il think tank partner del progetto - è il fatto che il processo di elaborazione, e non l'esito, sia considerato il vero punto di forza dell'iniziativa".

"Barilla - commenta Antonio Astone, sustainability & business development manager di Dnv Italia - ha individuato per ogni area una sfida su cui l'azienda vuole assumersi specifici impegni da qui al 2014, ma ha avuto anche il coraggio di segnalare apertamente le aree in cui gli standard non hanno ancora raggiunto il livello atteso".

"Uno step di miglioramento - ha suggerito Guido Palazzo, professore di Business ethics all'École des hautes études commerciales dell'Università di Losanna - potrebbe essere l'acquisto di cacao dal circuito del commercio equo, che rappresenta per ora solo l'1% del consumo mondiale, mentre la maggior parte del cacao proviene dalle lavorazioni di schiavi bambini in Costa d'Avorio. Se vuoi essere l'azienda leader, devi adottare i modelli più avanzati".