



WORKSHOP

**“IL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ NELL’INDUSTRIA
ALIMENTARE”**

***Lavori di analisi e sviluppo, verso la redazione di un documento di
posizionamento***



IL CONTESTO

Il concetto di sostenibilità, inteso come la capacità di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri, ha assunto un'importanza cruciale in tutti i settori industriali, e in particolare nel settore alimentare. L'industria food, infatti, ha un impatto significativo sull'ambiente, sulla società e sull'economia, e la crescente consapevolezza dei consumatori e delle istituzioni ha portato a una maggiore attenzione verso le pratiche sostenibili lungo tutta la filiera alimentare.

In Europa, la legislazione in materia di sostenibilità ambientale è in continua evoluzione, con l'obiettivo di promuovere un sistema alimentare più equo, sano e rispettoso dell'ambiente. Le imprese del settore food si trovano quindi a dover affrontare nuove sfide e a dover adattare i propri processi produttivi e le proprie strategie aziendali per rispondere alle crescenti esigenze di sostenibilità.

Il confronto tra le associazioni di categoria rivela che la sostenibilità nel settore food prevalentemente si traduce nella capacità di produrre, trasformare, distribuire e consumare alimenti in modo da garantire:

- **Sicurezza alimentare:** garantire la disponibilità di alimenti sicuri, nutrienti e sufficienti per tutta la popolazione.
- **Salute ambientale:** ridurre l'impatto ambientale delle attività agricole e industriali, preservando le risorse naturali e la biodiversità.
- **Equità sociale:** garantire condizioni di lavoro eque e dignitose lungo tutta la filiera alimentare, promuovendo lo sviluppo economico e sociale delle comunità locali.
- **Profittabilità:** supportare uno sviluppo economico coerente, di posizionamento delle realtà aziendali, operando su efficientamento delle risorse e qualità dei prodotti.

L'Unione Europea ha adottato una serie di normative e strategie per promuovere la sostenibilità, tra cui ad esempio:

- **Il Green Deal europeo:** un insieme di iniziative politiche volte a raggiungere la neutralità climatica entro il 2050, con un focus sulla transizione verso un sistema alimentare sostenibile.
- **La strategia "Farm to Fork":** una strategia volta a rendere il sistema alimentare europeo più sostenibile, riducendo l'uso di pesticidi e fertilizzanti chimici, promuovendo l'agricoltura biologica e riducendo gli sprechi alimentari.
- **L'etichettatura ambientale:** l'obbligo di fornire informazioni chiare e trasparenti sull'impatto ambientale dei prodotti alimentari, al fine di guidare i consumatori verso scelte più sostenibili.

I dettami normativi non sono solo quelli citati, poiché il settore della industria alimentare da anni è coinvolto in una evoluzione variegata del proprio contesto legislativo, e per altro si mostra come uno dei settori più attenti all'ambiente, ma in generale già solo in riferimento a quanto citato si registra un impatto significativo sulla gestione industriale delle imprese di settore, che devono costantemente rivedere i propri processi, tra cui:

- **Approvvigionamento delle materie prime:** la scelta di materie prime provenienti da filiere sostenibili e certificate, che garantiscano il rispetto dell'ambiente e dei diritti dei lavoratori.
- **Processi produttivi:** l'adozione di tecnologie e processi produttivi a basso impatto ambientale, che consentano di ridurre il consumo di energia, acqua e risorse naturali.
- **Logistica e distribuzione:** l'ottimizzazione dei trasporti e della distribuzione dei prodotti alimentari, al fine di ridurre le emissioni di CO2 e gli sprechi.
- **Packaging:** l'utilizzo di materiali di imballaggio eco-compatibili e riciclabili, che riducano l'impatto ambientale dei prodotti.
- **Gestione dei rifiuti:** la riduzione, il riciclo e il recupero dei rifiuti prodotti durante le attività industriali.

In tale contesto, le aziende hanno bisogno di azioni di sistema che consentano di:

- **diffondere informazioni e conoscenze**, a tutti i livelli dell'organizzazione;
- **promuovere buone pratiche**, condividendo esempi di successo e promuovendo la collaborazione tra le imprese.
- **sviluppare uno schema comune di posizionamento rispetto al rating ESG**, ossia definire un framework comune per la valutazione della performance ESG (Environmental, Social and Governance) delle imprese del settore, al fine di favorire la trasparenza e la comparabilità.
- **promuovere prodotti e servizi a basso impatto ambientale**: supportare le imprese nello sviluppo e nella commercializzazione di prodotti e servizi sostenibili.

La sostenibilità rappresenta una sfida e un'opportunità per l'industria food in Europa. Le imprese che sapranno adattarsi alle nuove esigenze di sostenibilità, investendo in innovazione e collaborando con le associazioni di categoria, potranno ottenere un vantaggio competitivo e contribuire a un futuro più sostenibile.

LA POSIZIONE DI ALTRE ASSOCIAZIONI NEL CONTESTO COMUNITARIO

Di seguito si riportano informazioni legate ai position paper di altre organizzazioni associative in Europa.

FoodDrinkEurope e il Farm To Fork strategy

FoodDrinkEurope, l'associazione che rappresenta l'industria alimentare e delle bevande a livello europeo, ha giocato un ruolo chiave nell'implementazione del Farm to Fork Strategy. Nel loro **position paper**, hanno accolto favorevolmente gli obiettivi di sostenibilità del Green Deal, impegnandosi a migliorare la tracciabilità, ridurre gli sprechi alimentari e promuovere un'etichettatura trasparente.

Iniziative locali: FoodDrinkEurope ha lanciato diverse iniziative, come progetti per l'economia circolare e la promozione di tecnologie sostenibili per la produzione alimentare, che sono state implementate da alcune delle sue aziende associate. Un esempio è il progetto "Every Crumb Counts", che mira a ridurre lo spreco alimentare a livello industriale e domestico.

Risultati: A livello locale, alcuni membri di FoodDrinkEurope, come Nestlé e Unilever, hanno avviato programmi di riduzione degli sprechi alimentari e collaborato con le catene di fornitura per migliorare la sostenibilità della produzione.

EFFAT e la transizione giusta nel settore agroalimentare

La Federazione Europea dei Sindacati del Settore Alimentare, Agricolo e del Turismo (EFFAT) ha contribuito in modo significativo alla discussione sulla transizione giusta nell'industria alimentare, allineandosi agli obiettivi del Green Deal europeo.

Position paper: Nel loro documento di posizione sull'implementazione del Green Deal e della strategia Farm to Fork, EFFAT ha sottolineato la necessità di assicurare una transizione sostenibile che sia equa per i lavoratori, con particolare attenzione alla formazione e alla riqualificazione professionale.

Iniziative locali: EFFAT ha lavorato in stretta collaborazione con i sindacati locali in paesi come la Francia e la Germania per lanciare progetti di riqualificazione e formazione per i lavoratori del settore alimentare, aiutando le aziende a implementare pratiche sostenibili senza sacrificare i posti di lavoro.

Risultati: In Germania, ad esempio, alcune aziende del settore carne e lavorazione alimentare hanno aderito a questi programmi di formazione, permettendo una transizione verso processi produttivi più sostenibili e rispettosi dell'ambiente, senza impatti negativi sui lavoratori.

Associazione Europea per i Prodotti Biologici (IFOAM)

L'**IFOAM Organics Europe**, rappresentante di organizzazioni di agricoltura biologica in Europa, è stata una delle principali voci a sostegno della strategia Farm to Fork e del Green Deal europeo.

Position paper: In risposta alla Farm to Fork Strategy, IFOAM ha pubblicato vari documenti che spingono per una maggiore promozione dell'agricoltura biologica come mezzo per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità fissati dall'UE. Hanno sottolineato come la transizione verso un'agricoltura più sostenibile possa avvenire attraverso incentivi per le pratiche biologiche.

Iniziative locali: IFOAM ha collaborato con agricoltori biologici in diverse regioni europee per creare reti di aziende agricole sostenibili. Un esempio è il progetto "Organic Farm Knowledge", che offre una piattaforma di scambio di conoscenze tra agricoltori biologici per migliorare le pratiche agricole sostenibili.

Risultati: IFOAM ha contribuito a un aumento delle superfici coltivate con metodi biologici in paesi come la Spagna e la Francia, supportando al contempo l'adozione di pratiche agricole rigenerative.

Euro Coop e la promozione dei consumi sostenibili

Euro Coop, l'Associazione delle Cooperative di Consumo Europee, ha supportato attivamente la strategia Farm to Fork e il Green Deal europeo, focalizzandosi sul consumo sostenibile e sulle pratiche responsabili.

Position paper: Euro Coop ha pubblicato vari documenti in cui sostiene la necessità di politiche che incoraggino il consumo responsabile e la riduzione degli sprechi alimentari. Ha inoltre lavorato sull'importanza dell'educazione dei consumatori in merito alle etichette nutrizionali e ambientali.

Iniziative locali: In diversi paesi, le cooperative associate a Euro Coop, come Coop Italia e Coop Norvegia, hanno lanciato iniziative per sensibilizzare i consumatori sui prodotti sostenibili, migliorando la comunicazione su etichettatura, origine dei prodotti e sostenibilità ambientale.

Risultati: Queste campagne hanno portato a una crescita delle vendite di prodotti eco-certificati e una maggiore consapevolezza tra i consumatori europei riguardo all'impatto ambientale delle loro scelte alimentari.

LE POSIZIONI ALL'INTERNO DI EBS ALIMENTARE

Le associazioni di categoria presenti al workshop si sono confrontate sulla tematica della sostenibilità, lavorando su punti in comune e punti di distinzione, in particolare discutendo i seguenti punti chiave:

- Quali norme e regolamenti sono rilevanti per le nostre organizzazioni? Quali attori chiave dovremmo considerare?
- Cosa sta facendo ogni associazione, con quali criticità? Quali sono i limiti con cui si confronta?
- Quali **dinamiche** in atto favoriscono o limitano dei potenziali cambiamenti?

In risposta a tali domande, sono emersi degli spunti di lavoro su cui operare, e che vedono una convergenza di sistema, pur nelle diverse prospettive. **Tali punti sono gli elementi di base per la costruzione del position paper che origini come output sostanziale del workshop, e sono di seguito elencati secondo una logica di roadmap:**

1. L'industria alimentare si compone di ambiti/prodotti molto diversi, ma accomunati da processi di lavoro che hanno una matrice comune riferibile alla attenzione ai temi della sostenibilità ambientale (tracciabilità, qualità delle materie prime, minimo impatto ambientale, minimo inquinamento di acqua e suolo, minimo consumo di energia) e sociale, che è un retaggio importante di settore: l'industria alimentare si sviluppa da anni avendo il minimo spreco come pilastro di riferimento (*«l'industria alimentare non spreca, per missione di business»*), il rispetto dell'ambiente e dell'impatto sociale delle attività industriali.
2. In tale contesto, sebbene tutte le associazioni siano diverse, c'è un framework normativo comune legato a: corporate social responsibility (CSR, ossia riferimento di sistema ai temi della responsabilità estesa di impresa), due diligence (capacità di valutare l'impresa in riferimento alle responsabilità ambientali e sociali, e della catena del valore in cui si inserisce), emissioni e gestione dell'impatto ambientale.
3. Questi elementi comuni permangono, anche quando ci confrontiamo con attori di diversa dimensione: nelle associazioni di categoria operano diverse realtà multinazionali, che sono ovviamente molto preparate e attive con riferimento alla sostenibilità, portando anche sul territorio nazionale esperienze e prospettive europee o oltre-confine, che si contrappongono a realtà minori che faticano ad includere la sostenibilità in modo esteso nei propri sistemi di governance, eppure si confrontano comunque con dettami normativi stringenti, opinione pubblica, incentivi, e concetti di efficientamento degli impatti.
4. Per supportare al meglio tale varietà di associati, è importante confrontarsi attivamente e continuamente con gli stakeholder principali: i media, i consumatori, gli enti di ricerca, le autorità pubbliche, i distributori, i fornitori (locali e globali).
5. Nel considerare le istanze della varietà di associati, e nel confronto continuo con gli stakeholder principali, tenendo conto del profondo retaggio settoriale e della mole regolatoria fortemente impattante, si devono focalizzare gli sforzi più di breve termine su: la definizione della sostenibilità per il settore; la capacità di misurare la sostenibilità (o il livello di maturità aziendale rispetto alla sostenibilità) impiegando un approccio standard e robusto, che sia tipico di settore. In altri termini, è essenziale convenire e convergere su uno schema settoriale di misurazione della sostenibilità, che sappia cogliere alcune specificità, pur riferendosi a standard di rendicontazione (tipo GRI, o SASB o ESRS) e di valutazione (schemi analytics per rating ESG). Questo serve a garantire che le aziende sappiano riconoscersi in schemi di valutazione e sentano valorizzati gli approcci e gli sforzi fatti negli anni per conseguire ottimali impatti ambientali e sociali.
6. È pertanto un driver della strategia associativa lo sviluppo a livello interassociativo di un metodo di analisi e misurazione della sostenibilità, specificando i parametri specifici da impiegare; l'impresa siano proattive, d'altro canto, nella definizione di

metodi e standard e favoriscano l'emersione di metodi di analisi peculiari: le associazioni saranno facilitatrici dello sviluppo di un metodo di analisi negoziato tra aziende e istituzioni.

7. Nel facilitare l'elaborazione di un metodo di misurazione, le associazioni riconoscono l'importanza di una survey continua, che consenta di delineare lo stato dell'arte delle iniziative e degli approcci alla sostenibilità dei propri associati come base di riferimento, da cui possa emergere una raccolta aggiornata di best practice. Ogni practice diviene in tal senso "best" se mostra applicazioni nel contesto della sostenibilità che si siano rivelate per aziende del settore sia economicamente fattibili che tecnicamente produttive.
8. Al contempo, le associazioni riconoscono l'importanza di diffondere presso i propri associati e le proprie tecnostutture una cultura più ampia di trasformazione digitale e di data analysis, sia per supportare la collezione di dati che popolino indicatori di sostenibilità, sia per migliorare complessivamente la capacità di comunicare l'analisi del dato e di posizionarsi rispetto alla pratica non lungimirante del *green washing*. Utilizzare il dato riferito alla sostenibilità economica, per valutare gli impatti delle decisioni sul profilo economico e finanziario diviene una prassi importante di miglioramento della governance aziendale, nonché un modo per creare benchmark di condivisione in ambito associativo e favorire lo scambio di buone prassi e una crescita più integrata e coesa. Inoltre, riferirsi a prassi di analisi di dato e a standard di misurazione, aiuta lo scambio interassociativo.
9. Diventa chiave in tale contesto una offerta continua di webinar e azioni di formazione. Questi non solo favoriscono la diffusione di conoscenza e prassi, ma incrementano il dialogo tra aziende e tra associazioni, che vengono quindi chiamate a sviluppare una roadmap di formazione e diffusione comune, da comunicare agli stakeholder principali. Nella roadmap dovranno avere particolare enfasi i temi principalmente rilevanti (materiali): norme, regolamenti; transizione energetica; etichettature e sviluppo di filiere tracciabili e sostenibili; economia circolare e gestione dei rifiuti alimentari; incentivi per l'adozione di tecnologie verdi; revisione delle procedure e tecnologie di imballaggio; biodiversità, riduzione delle emissioni di CO2 e uso efficiente delle risorse.
10. Il posizionamento sui temi della sostenibilità richiede un'azione visibile, chiara e continua. Ne emerge l'esigenza di una strategia inter-associativa che supporti lo sviluppo, la pubblicazione e distribuzione di materiali di divulgazione, che oltre alle best practice, definiscano i principali risultati di settore e li rendano sistematicamente accessibili.

PUNTI COMUNI	PECULIARITA'
Grande importanza e attenzione a tracciabilità, qualità delle materie prime, minimo impatto ambientale, minimo inquinamento di acqua e suolo, minimo consumo di energia	Dimensioni diverse portano ad avere situazioni di confronto e azioni più o meno avanzate, a seconda dello scenario in cui la singola azienda, o multinazionale, opera
Framework normativo comune	Il livello di confronto con gli stakeholder può essere locale o globale, ma è comunque una priorità (consumatori, media, istituzioni, distributori, fornitori)
Necessità di focalizzare su priorità, misurabilità, creazione di uno standard settoriale di rendicontazione e valutazione	Best practice diverse che vanno confrontate e allineate per creare uno standard di settore
Necessità di survey costante e raccolta dati per analisi e scambio interassociativo	

Una volta ripreso il confronto tra associazioni sui punti sopra espressi, un metodo di lavoro utile può essere una roadmap accompagnata da una swot analysis, in cui incrociare i driver interassociativi e definire delle priorità che guidino verso un impatto concreto per gli associati.

