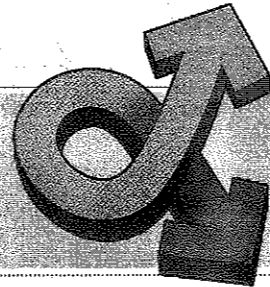


RESPONSABILITÀ D'IMPRESA IL FUTURO DELLA CSR



La sensibilità. È molto importante per una piccola impresa su tre
Le scelte. Si è rafforzata l'alleanza tra ecologia e innovazione

La svolta verde delle Pmi conquista tutta la filiera

Più sostenibilità dalle materie prime ai fornitori

di Elio Silva

Per chi abbia abbastanza esperienza da ricordare l'ambiente di lavoro di una vecchia tipografia, con gli immancabili odori d'inchiostro e i cassetti del piombo, un passaggio in fabbrica alla Gam Edit di Curno, azienda bergamasca da 1,5 milioni di fatturato e 15 dipendenti, può fare lo stesso effetto di un balzo nel futuro. Non tanto per le tecnologie, che sono quelle oggi comuni negli stabilimenti di questo settore industriale, quanto per l'evidente percezione che tutte le fasi del processo produttivo sono integrate in una visione eco-compatibile dell'impresa. Per essere concreti: la fornitura di energia elettrica proviene da fonti rinnovabili; le carte e i cartoncini sono riciclati o certificati; gli inchiostri hanno base vegetale; gli impianti di stampa e rilegatura producono scarti ridotti; per le spedizioni si utilizzano scatoloni ricavati, anche in questo caso, da processi di riciclaggio oppure pallet ecologici e, *dulcis in fundo*, il furgone che esce dal cancello della ditta per effettuare le consegne è alimentato a metano.

Quello della litografia Gam Edit, azienda familiare di terza generazione conquistata dal *green business*, non è un caso isolato, ma un esempio fra i tanti di un trend, imperniato sulla sostenibilità di tutta la filiera produttiva, che sta facendo scuola tra le Pmi. Tanto che Sodalitas, la fondazione per il non profit di Assolombarda, ha creato un laboratorio *ad hoc* per le piccole e medie imprese, mentre su scala nazionale si registra un largo fiorire di iniziative. E il tema sarà sotto i riflettori nell'imminente edizione 2011 di Fa' la cosa giusta, fiera degli stili di vita sostenibili in programma a Milano da venerdì 25 a domenica 27 marzo.

La sostenibilità di filiera rappresenta, per molti versi, una forma evolutiva della Csr (*Corporate social responsibility*) e, come tale, è un percorso a tappe. «La prima svolta ecologica l'abbiamo promossa nel 2004»,

racconta Gabriella Rossi, amministratore delegato della Gam Edit, che gestisce con il fratello Andrea nel solco della tradizione familiare, inaugurata nel secondo dopoguerra dalla nonna Angela Cornali. «Abbiamo pensato a un modello industriale sostenibile, l'eco-offset, che ha coinvolto per gradi tutte le funzioni aziendali, determinando correttivi e cambiamenti in ciascuna area produttiva e commerciale».

Così, dal 2007 a oggi, l'azienda si è portata in prima linea sul fronte delle certificazioni internazionali, ha sottoscritto la Carta delle pari opportunità e ha adottato, sotto la guida di un ente verificatore esterno, un modello produttivo che è diventato un marchio registrato, a disposizione anche delle

produzione eco-compatibile. Per gradi successivi siamo passati dal codice etico al coinvolgimento diretto dei fornitori, nell'ambito di una filiera sostenibile e certificata. Abbiamo innovato la progettazione e siamo arrivati, alla fine, al *Green Pallet*, un imballaggio prodotto con legno perfettamente tracciabile, proveniente da foreste gestite in modo sostenibile. Lungo l'intero ciclo produttivo utilizziamo energia pulita, per cui abbiamo fortemente ridotto le emissioni di Co2. Inoltre, i bancali sono pensati in modo da poter essere sempre riciclati oppure reimpiegati, così da non produrre mai rifiuti. Siamo impegnati, inoltre, nel promuovere la produzione a chilometro zero, sfruttando la ricchezza dei nostri pioppeti».

Un'altra Pmi d'eccellenza nella sostenibilità di filiera è la Mazzali, impresa del settore mobili-arredamento alle porte di Parma, storicamente all'avanguardia nelle pratiche di Csr (riassunte nello slogan «Make it natural»). «Abbiamo legato la filosofia del gruppo a una produzione il più possibile a basso impatto ambientale», riassume Mauro Zandrea, responsabile marketing. «Nella scelta delle materie prime privilegiamo il chilometro zero, che vuol dire legno di pioppo e abete della nostra zona, a tracciabilità integrale. Abbiamo sviluppato, inoltre, un sistema di verniciatura all'acqua su essenza di legno, che ha anche la certificazione per giocattoli ed alimenti».

Storia breve, ma risultati promettenti nel caso di SuNaGen, impresa di Osio Sotto, ancora una volta in provincia di Bergamo, che in soli due anni di vita (è stata fondata nel 2008) si è ritagliata uno spazio significativo nei processi di lavorazione per nobilitare i materiali. In pratica, l'azienda fabbrica superfici innovative, che danno valore aggiunto ai prodotti che le impiegano, seguendo un ciclo interamente ecologico.

«Abbiamo investito nel bel mezzo della crisi finanziaria», racconta Mario Generani, 59 anni, titolare dell'impresa che, nel primo

LE «BEST PRACTICES»

Dalla lavorazione del legno alla litografia artigiana si moltiplicano i casi in cui le fasi di produzione sono integrate in una visione eco-compatibile

aziende clienti. «L'unicità di questa esperienza - spiega la Rossi - sta proprio nell'aver fatto validare da un ente certificatore esterno tutta la filiera, non solo alcuni aspetti della produzione».

Risultati lusinghieri li può vantare anche Primo Barzoni, presidente e amministratore delegato della Palm di Viadana (Mantova), impresa leader nel settore degli imballaggi in legno. Azienda di famiglia anche questa, che ha creato uno specifico modello di business ecologico, il *Green Pallet*, finalizzato a realizzare un'economia di sistema che coinvolge fornitori, clienti e consumatori.

«Ho preso in carico l'azienda con i miei sette fratelli negli anni Ottanta - racconta Barzoni - e ho lavorato fin dall'inizio sull'idea di una



A ciclo completo. Sono sempre più numerose le imprese che adottano criteri di Csr e di eco-compatibilità per l'intero arco della filiera produttiva, compresi i fornitori

Le risposte delle aziende

LE MOTIVAZIONI

Principali vantaggi della sostenibilità di filiera. Risposte multiple

Garantire la qualità del prodotto/servizio

70

Coerenza con i valori aziendali

67

Distinguersi rispetto ai concorrenti

26

Prevenire danni alla reputazione

25

Rispondere a una domanda del mercato

23

QUANTO CONTA

Importanza della sostenibilità di filiera. Risposte in percentuale

Per niente

1

Poco

14

Abbastanza

49

Molto

30

Moltissimo

6

Fonte: Gfk Eurisko

esercizio, ha fatturato mezzo milione di euro, ma già quest'anno punta a raddoppiare la produzione e ad ampliare l'organico di 14 dipendenti. «Non abbiamo inventato nulla - spiega - ma il modo in cui abbiamo messo insieme i processi di produzione è unico, ponendosi in alternativa, ad esempio, alle cromature galvaniche». Due, in particolare, le innovazioni: un sistema di preparazione delle superfici con vernici all'acqua e un processo di deposizione dei metalli sottovuoto. Entrambi i trattamenti avvengono in un contesto di filiera eco-compatibile.

Il moltiplicarsi delle *best practices* ha suggerito alla fondazione Sodalitas l'opportunità di creare un Laboratorio per le Pmi, che ha già prodotto una ricerca, intitolata «Per una filiera sostenibile: il punto di vista di imprese e consumatori», realizzata con l'istituto Gfk Eurisko e illustrata pubblicamente nei giorni scorsi. «Il gruppo di lavoro - spiega Massimo Ceriotti, responsabile dei processi di gestione della fondazione Sodalitas - è nato proprio per incoraggiare lo sviluppo di una catena di sviluppo sostenibile». «Visto l'interesse che l'iniziativa ha destato - aggiunge Cinzia Rossini, responsabile marketing del gruppo cooperativo Filca e portavoce del Laboratorio - abbiamo già deciso di proseguire il lavoro in tre direzioni: un confronto con le grandi imprese, per fare rete e migliorare la consapevolezza complessiva dei problemi; un invito ad altre Pmi a testimoniare le loro esperienze o ad accostarsi alla cultura della sostenibilità e, infine, un'azione educativa verso il mercato». «La ricerca - commenta Ugo Castellano, consigliere delegato di Sodalitas - ha rilevato che la sostenibilità è oggi più integrata che in passato nella gestione della filiera produttiva e pesa sulle decisioni di acquisto dei consumatori». Una sensibilità confermata da Paolo Anselmi, vicepresidente di Gfk Eurisko e curatore del rapporto, secondo il quale «la sostenibilità di filiera è considerata molto importante da oltre un terzo delle imprese».

Il nodo più delicato resta la scelta dei fornitori perché, ricorda Anselmi, «la sostenibilità ha tuttora un costo, tanto che il 54% delle imprese dichiara di pagare di più per i fornitori che danno maggiori garanzie». Ma in futuro non sarà più così e questa, forse, potrebbe essere la chiave del successo. Come assicura Luca Guzzabocca, co-chairman del network Acquisti & Sostenibilità, rete di manager impegnati nella gestione della *supply chain*, «una fornitura sostenibile può costare addirittura meno e, quindi, diventare una leva per la competitività».

elio.silva@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA