

Verde

SOSTENIBILITÀ

Le grandi marche ora puntano a produrre nel rispetto dell'ambiente

Il 74% delle industrie aderenti a Centromarca dà conto pubblicamente, attraverso Internet, della sua attività nel campo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica

COTIGNOLA

GIAMPIERO VALENZA

Le aziende che realizzano prodotti di marca puntano sul green.

Più di 7 su 10 hanno percorsi di sostenibilità avviate.

A dirlo è una ricerca condotta da Althesys Strategic Consultants e dall'Università Roma Tre sulla base delle aziende aderenti a Centromarca, associazione a cui fanno riferimento circa 200 tra le più importanti industrie che operano nel settore dei beni di largo consumo. Realtà italiane e multinazionali, alimentari e non alimentari, che complessivamente sviluppano una quota di mercato del 60% a valore nel settore del largo consumo confezionato.

In totale, il 74% delle industrie aderenti a Centromarca dà conto pubblicamente, attraverso Internet, della sua attività nel campo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Il 57% di queste aziende diffonde un bilancio di sostenibilità: è una percentuale rilevante se si considera che in Italia, secondo dati dell'Istat, lo fa solo il 19% delle imprese.

Il 65% delle industrie che rendono conto dichiara i suoi impegni futuri, indicando obiettivi quantitativi misurabili. Sul fronte ambientale il 72% delle industrie di marca, che documentano pubblicamente la loro attività, ha realizzato azioni per l'approvvigionamento responsabile delle materie prime; il 69% per il contenimento dei consumi energetici e/o il ricorso a fonti rinnovabili; il 56% per l'utilizzo responsabile della risorsa idrica; il 55% per la riduzione di sprechi/rifiuti; il 50% per la riduzione/riciclo degli imballaggi.

In area economico aziendale il 42% delle industrie di marca ha al suo attivo iniziative di forma-

zione/aggiornamento del personale; il 43% per le quote rosa; il 42% per la prevenzione infortuni; il 37% per incrementare l'occupazione.

In area sociale il 61% delle industrie di marca destina risorse economiche alla comunità e ai territori.

L'attività delle industrie di marca che rendicontano si focalizza attualmente su dieci dei diciassette Sdgs (obiettivi di sviluppo sostenibile) individuati dalle Nazioni Unite: energia pulita e conveniente (55% delle aziende impegnate); consumo e produzione responsabile (48%); salute e benessere (46%); climate change (44%); tutela della risorsa idrica (43%); qualità del lavoro e crescita economica (43%); lotta alla fame (35%); parità dei sessi (35%); vita sulla terra (35%); partnership per il raggiungimento di obiettivi sostenibili (33%).

«I prodotti di marca riempiono ogni giorno la vita di milioni di persone, che ne apprezzano valori percepibili come qualità, innovazione, prestazione e accessibilità. Ma il cittadino chiede alle marche qualcosa di più: vuole conoscere i valori che le animano, il valore che generano per il mercato e la collettività, l'impegno per la sostenibilità ambientale e sociale. Gli studi che abbiamo presentato documentano l'ampia portata e la concretezza dell'attività delle nostre industrie su questi fronti», spiega Marco Travaglia, vice presidente Centromarca e presidente e amministratore delegato del gruppo Nestlé in Italia.

Tra le imprese di Centromarca sono diverse quelle romagnole. Tra loro, la Madel di Cotignola (Ravenna). «Essere parte integrante di Centromarca è per noi motivo di orgoglio - sottolinea Giacomo Sebastiani, vicepresidente di Madel Spa - Madel dà il suo contributo su tutti i fronti e in particolare da sempre è in prima linea sul tema della sostenibilità ambientale. Solo per fare alcuni esempi, grazie all'impiego di un impianto fotovoltaico di 2,6MW e di un cogeneratore di ultima generazione l'azienda è oggi autosufficiente in campo energetico e fa uso di sola energia rinnovabile. Anche la sostituzione dei flaconi in plastica con le buste doypack ("ecoformati"), a più basso impatto ambientale con un minore utilizzo di plastica rispetto ai flaconi tradizionali fino all'87% in meno, ha contribuito attivamente alla salvaguardia dell'ambiente, così come aver inserito in ogni flacone una percentuale di plastica riciclata».



Sul tetto della Madel di Cotignola i pannelli fotovoltaici che garantiscono autonomia energetica all'azienda

L'IMPEGNO DELLA MADEL DI COTIGNOLA

Grazie all'impiego di un impianto fotovoltaico e di un cogeneratore l'azienda è oggi autosufficiente in campo energetico

VIA I VECCHI FLACONI

Quelli in plastica sono stati sostituiti con le buste doypack ("ecoformati"), a più basso impatto ambientale