

Agroalimentare

# Rating per la sostenibilità

ANDREA SETTEFONTI

Un metodo per misurare l' impatto dell' investimento nelle piccole imprese del settore agricolo e **agroalimentare**, con una valutazione sia sul rapporto rischio-rendimento, sia sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica dello stesso. È quanto messo a punto dall' Università Ca' Foscari di Venezia, con il progetto Metrics; strumento che integra la gestione di Agrifood One, il fondo di private equity lanciato da Garnell, in collaborazione con Slow Food Italia, focalizzato sugli investimenti in pmi italiane del settore **agroalimentare** (si veda ItaliaOggi del 14/12/2016). Con l' obiettivo di sostenere processi di crescita e di potenziare il made in Italy sui mercati esteri. «Abbiamo lavorato con aziende sotto i 5 mln di euro di fatturato, con metriche tese a capire il ritorno che ha l' investimento in termini sociali e ambientali. Le stesse metriche sono uno stimolo per le aziende a migliorare. Un modello per crescere», insomma, chiosa a ItaliaOggi, Chiara Mio docente del dipartimento di Management della Ca' Foscari e coordinatrice di Metrics. «Il progetto individua indicatori sintetici, affidabili, facilmente gestibili e comprensibili anche dal cliente finale, in grado di fornire una valutazione qualitativa e quantitativa». Il tutto finalizzato a produrre «un framework di misurazione della performance non economico-finanziarie delle aziende del settore agrifood per permettere a Garnell di analizzare il proprio apporto nello sviluppo delle tematiche di sostenibilità all' interno delle aziende partecipate e l' efficacia ed efficienza delle politiche e delle strategie adottate», spiega Mio. Ad essere misurata, insomma, è la sostenibilità delle strategie e delle politiche adottate in ambito sociale, ambientale e di governance, con «l' obiettivo di dimostrare che si possono adottare politiche di sostenibilità senza dover rinunciare al rendimento». Il lavoro si è sviluppato partendo dall' individuazione di 18 fattori critici di successo (Fcs), tra cui: il brand recognition (riconoscibilità del marchio, ndr) in una prospettiva di sostenibilità ambientale; l' integrazione dell' azienda nel territorio in cui opera; lo sviluppo dei canali di e-commerce; il mantenimento e accrescimento del know-how



produttivo della proprietà e dei lavoratori; indicatori di compliance (su salute e **sicurezza alimentare**); sviluppo della rete di vendita, sommati a brand recognition in quanto made in Italy; controllo di qualità delle materie prime in entrata. Gli Fcs sono stati poi raggruppati in quattro cluster: strategia, valore umano, Esg (Environmental Social and Governance) e creazione del valore. Quindi, è stato chiesto il contributo delle aziende per definire quali Fcs fossero più rilevanti in ogni cluster. Per fare questo sono stati individuati 52 KPIs (Key Performance Indicator) ritenuti più significativi per misurare ogni Fcs, come: - la percentuale di energia auto prodotta da fonti rinnovabili; - il fatturato derivante da prodotto a denominazione o bio; - gli investimenti in ricerca e sviluppo; - la presenza di controlli sulle materie prime. «Ogni Fcs è stato misurato ed è stato attribuito un valore di partenza e un valore target. Le aziende devono lavorare per raggiungere il valore target. È un modello, questo, che permette alle imprese di migliorare e di crescere in termini di sostenibilità». Con Metrics, spiega Filippo La Scala, ad di Garnell, «saremo in grado di coinvolgere tutte quelle imprese che, per struttura, dimensione, articolazione dei dati aziendali, hanno rinunciato a intraprendere un percorso Esg, portandole a essere considerate «best in class», o anche ad aderire a protocolli internazionali». E ancora: «Vogliamo promuovere la diffusione di buone prassi presso le piccole e medie imprese che non dispongono delle risorse manageriali ed economiche, per adottare criteri e strumenti di misurazione degli approcci classici Esg, favorendo lo sviluppo di vantaggi competitivi anche presso queste aziende».