

Ambiente, diritti, parità. Chiavi di successo economico

SOSTENIBILITÀ E COMPETITIVITÀ

Intervista al professor **Angelo Riccaboni (UniSi)**

Nel settore agroalimentare la sostenibilità sta diventando una precondizione competitiva. La capacità di misurare e rendicontare l'impatto incide sull'accesso ai mercati più esigenti e al capitale. Ne parliamo con **Angelo Riccaboni**, Professore Ordinario di Economia aziendale all'Università di Siena, Presidente del Comitato di indirizzo del **Santa Chiara Lab** e responsabile scientifico dello Spoke 9 del Centro Nazionale Agritech, impegnato sui sistemi di misurazione e tracciabilità nelle filiere agroalimentari.

Professore, il rallentamento politico internazionale cambia lo scenario?

Il ritorno di Donald Trump alla Casa Bianca ha indubbiamente rallentato il progresso. Alcuni operatori hanno letto questo passaggio come un arretramento strutturale dell'agenda ESG. Ma la strada ormai è tracciata. Oggi la sostenibilità è un'aspettativa dei consumatori e un prerequisito per l'accesso al capitale bancario. Il ciclo politico può modificare il ritmo, non la direzione.

Qual è il nodo economico centrale?

La finanza non dà un giudizio di merito ma prezza il rischio. La Banca Centrale Europea e l'European Banking Authority hanno integrato i rischi climatici e ambientali nei meccanismi di vigilanza. Le banche devono valutare la resilienza delle imprese nel lungo periodo. Questo si riflette sulle condizioni di accesso al credito e sul costo del capitale. Un'azienda che non prende in considerazione la sostenibilità rappresenta un investimento più rischioso e vedrà ristretto l'accesso al credito.

Il mercato si muove nella stessa direzione?

Sì. In diversi Paesi del Nord Europa i consumatori richiedono prodotti sostenibili e, nel vino, l'assenza di certificazioni come Equalitas co-

stituisce una barriera all'ingresso. Nei segmenti premium territorio, tracciabilità e rispetto per l'ambiente e le persone sostengono il prezzo. Senza credenziali solide si è tagliati fuori.

Il sistema produttivo italiano è pronto a questo salto?

Procede a due velocità. Le grandi imprese hanno integrato target quantitativi, governance dedicata e monitoraggio di Scope 1 e Scope 2; cresce l'attenzione allo Scope 3, che in molti comparti agroalimentari rappresenta la quota prevalente dell'impatto lungo la filiera. Nelle piccole e medie imprese il percorso è più complesso. In una nostra analisi sull'agrifood l'allineamento ai nuovi standard europei semplificati per le PMI, i VSME (Standard volontario di rendicontazione della sostenibilità per le piccole e medie imprese non quotate), varia tra il 20 e il 60%. Il divario è organizzativo e manageriale.

Che ruolo possono avere i VSME?

Possono diventare il linguaggio comune per le imprese sotto la soglia dei mille dipendenti e 450 milioni di euro di fatturato, la stragrande maggioranza della filiera agroalimentare. La Commissione europea ne promuove l'adozione tra Stati membri e utilizzatori, quindi banche e capofiliera. La pressione si estende lungo tutta la catena del valore, anche perché lo Scope 3 mostra che la parte più rilevante dell'impatto si colloca fuori dal cancello aziendale.

Oltre alla rendicontazione pubblica, c'è la pressione «privata» della catena del valore. Quanto pesa?

Pesa già oggi. I capofiliera usano questionari e rating, il caso più noto è EcoVadis. Se non rispondi in modo solido, ti richiamano: nessuno vuole fornitori «deboli». Questa dinamica non aspetta il regolatore.

Greenwashing: come distinguere un report serio da uno cosmetico?

Si guardano numeri, target, programmazione: serve un piano di impegni con timeline e investimenti collegati. Il greenwashing esiste, ma il rischio che cresce è il greenhushing: dire poco per paura dello scrutinio. La certificazione riduce gli spazi per la cosmetica perché qualcuno viene a verificare procedure e misurazioni.

Quali ambiti sono prioritari per l'agroalimentare?

La sostenibilità riguarda l'intero modello di business, tutte le sue dimensioni sono ugualmente importanti. Prendiamo il rispetto dei lavoratori e l'inclusione. Oggi sono leve competitive fondamentali; nell'inverno demografico cui andiamo incontro sarà fondamentale assicurarsi i migliori talenti, in campagna come negli uffici. E le aziende guidate da donne o da giovani sono più pronte a questa trasformazione del modo di intendere il business.

Che ruolo hanno Università e mondo della ricerca?

Sono fondamentali. Come **Università di Siena** abbiamo coordinato la realizzazione di soluzioni digitali come **Metriqa**, per aiutare le aziende agricole più piccole a iniziare il percorso di rendicontazione. Abbiamo attivato anche un percorso di formazione e supporto per le associazioni degli agricoltori, verificando sul campo che non basta formare le imprese, vanno formati anche addetti locali e intermediari. Accanto a questo, con la Fondazione Monte dei Paschi di Siena abbiamo creato **Siena Food Lab**, un'iniziativa che supporta le aziende del territorio nell'adozione dell'agricoltura di precisione con formazione, progetti sulla tracciabilità dell'olio e sulla valorizzazione della biodiversità. L'obiettivo è trasformare la sostenibilità da adempimento formale a leva organizzativa e competitiva.

Qual è l'agenda per le PMI nei prossimi anni?

Si parte da un assessment realistico della propria posizione.



Serve poi un piano a medio termine con obiettivi misurabili e investimenti coerenti. Ma soprattutto bisogna far propria l'idea che la sostenibilità è un processo continuo e che il traguardo si sposta: ciò che oggi rappresenta un merito domani diventa un prerequisito di mercato. (riproduzione riservata)

Alessandro Iasevoli

