



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
Dipartimento di Agronomia Animali Risorse Naturali e
Ambiente

Corso di Laurea in Scienze e Cultura della Gastronomia

IMPATTO AMBIENTALE DI UN'AZIENDA
AGRITURISTICA A KM ZERO:
il caso studio Soc. Agr. Capeeto

Relatore: Prof. Franco Tagliapietra

Laureando: Francesco Rocca

Matricola n. 2005476

ANNO ACCADEMICO

2022/2023



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
Dipartimento di Agronomia Animali Risorse Naturali e
Ambiente

Corso di Laurea in Scienze e Cultura della Gastronomia

IMPATTO AMBIENTALE DI UN'AZIENDA
AGRITURISTICA A KM ZERO:
il caso studio Soc. Agr. Capeeto

Relatore: Prof. Franco Tagliapietra

Laureando: Francesco Rocca

Matricola n. 2005476

ANNO ACCADEMICO

2022/2023

Sommario

Riassunto	5
Abstract	6
1. INTRODUZIONE	7
1.1 Agenda 2030.....	8
1.2 I GRI, i target e Indicatori	10
1.3 Tipologie di indicatori.....	11
1.4 KPI, i Key Performance Indicator.....	11
1.5 La nascita e lo sviluppo della sostenibilità	12
1.5.1 Differenze fra sostenibilità e sviluppo sostenibile	13
1.6 Descrizione dei tre ambiti della sostenibilità	14
1.6.1 L’ambiente e l’ecosistema: sostenibilità ecologica-ambientale.....	14
1.6.2 Il capitale: la sostenibilità economica	14
1.6.3 Le esigenze dell’uomo: sostenibilità sociale	15
1.7 Come sono applicati questi obiettivi di sostenibilità posti da un’azienda?	16
1.8 Il settore agrituristico in Italia	17
2. OBIETTIVI.....	19
3. MATERIALI E METODI.....	21
3.1 Descrizione di ogni area	21
3.1.1 Governance Aziendale: scheda d’impresa	22
3.1.2 L’area economica	24
3.1.3 L’area del sociale e rapporto con stakeholders	26
3.1.4 L’area ambientale.....	28
3.1.5 L’area del rapporto con comunità e territorio circostante	30
4. DISCUSSIONE	32
4.1 Governance aziendale: scheda d’impresa.....	32
4.2 L’area economica	33
4.3 L’area del sociale.....	34
4.3.1 Rapporto con dipendenti e fornitori	34
4.3.2 Il rapporto con i clienti	35
4.4 L’area ambientale.....	36
4.5 L’area del rapporto con comunità e territorio circostante	37

5. CONCLUSIONI	37
6. SITOGRAFIA	38
7. BIBLIOGRAFIA.....	39

RIASSUNTO

Questa tesi prende in analisi il livello di sostenibilità di un'azienda agrituristica a km zero, la società agricola semplice "Capeeto". Vengono dapprima spiegati in generale gli obiettivi della sostenibilità e le varie suddivisioni nei tre importanti ambiti, cioè economico, sociale ed ambientale. È mostrato il metodo per raccogliere informazioni in quest'ambito, cioè la rendicontazione; questo procedimento riesce così a mettere in chiaro i punti forti dello sviluppo sostenibile e gli obiettivi ancora poco intrapresi per avere un impatto positivo, non solo nei confronti dell'ambiente, ma anche nel ramo economico e sociale dell'impresa in questione.

Dopo aver approfondito in breve il settore degli agriturismi in Italia, si è mostrato un modo efficace per ricavare informazioni sulla sostenibilità di una piccola-impresa, come "Capeeto", basato su uno studio pubblicato dal Corporate Social Responsibility della Commissione Lab Confindustria insieme all'università di Luiss nel 2010:

"Indicatori di Sostenibilità per le Piccole Medie Imprese".

Dapprima sono inserite le tabelle per misurare cinque aree analizzabili per la sostenibilità in un'azienda, ispirate alla pubblicazione precedentemente citata.

Nella sezione "discussione" sono riportate tutte le informazioni raccolte con l'agriturismo "Capeeto", ottimo riferimento su come un'azienda di piccola-media grandezza dovrebbe prendersi cura di un tema fondamentale, non solo perché la sostenibilità è diventata un marchio di fabbrica, ma anche perché è indice di benessere aziendale, di qualità nei servizi e in particolar modo di cura verso l'ambiente e le risorse che ci offre, e che bisogna tutelare a tutti i costi.

La definizione di sviluppo sostenibile significa proprio questo: << Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.>>. (WCED.1987).

Abstract

This thesis examines the level of sustainability of a zero-kilometre agritourism company, the simple agricultural company “Capeeto”.

Firstly, the objectives of sustainability are explained in general, as well as the various subdivisions into the three important areas, i.e. economic, social and environmental.

It has been shown the method of gathering information in this area, i.e. reporting; thus this procedure succeeds in making clear the strengths of sustainable development and the as yet untaken objectives, in order to have a positive impact, not only on the environment, but also on the economic and social branch of the enterprise in question.

After taking a brief look at the agritourism sector in Italy, it has been shown an effective way of obtaining information on the sustainability of a small enterprise, such as “Capeeto”; it was based on a study published by the Corporate Social Responsibility of the Lab Confindustria Commission with Luiss University in 2010:

"Sustainability Indicators for Small and Medium-Sized Enterprises".

Firstly, tables have been included to measure five analysable areas for sustainability in a company, inspired by the previously mentioned publication.

The “discussion” section contains all the information gathered with the 'Capeeto' agritourism, that is an excellent reference on how a small or medium-sized company should take care of a fundamental issue, not only because sustainability has become a trademark, but also because it is a sign of corporate well-being, quality in services and especially it's a signal of care for the environment and towards the resources it offers us, which must be protected at all costs.

The definition of sustainable development means that: << Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.>>. (WCED.1987).

1. INTRODUZIONE

I concetti di sostenibilità e sviluppo sostenibile per le aziende in ogni settore lavorativo sono diventati di vitale importanza. Portando avanti una condotta aziendale sostenibile, ogni decisione concorre a sviluppare fiducia negli stakeholders, le persone che portano gli interessi per l'azienda stessa; questi sono ad esempio i fornitori, i lavoratori e i clienti.

Per misurarsi e valutare la sostenibilità occorre redigere un bilancio (o report) di sostenibilità basato sui GRI, regole vere e proprie redatte dal Global Reporting Initiative (GRI). Esse sono state definite dall'organizzazione stessa come <<le migliori pratiche a livello globale per il reporting di sostenibilità>>.

Il bilancio di sostenibilità è un procedimento di rendicontazione, cioè di raccolta di informazioni e dati sullo sviluppo sostenibile da fare poi esaminare, valutare e rendere conto agli stakeholder dell'attività cui questi fanno riferimento; il report considera aspetti dell'azienda, spiegati nel corso di questa tesi, in ambito sociale, economico e ambientale.

GRI è appunto l'associazione che ha fondato questi principi di riferimento e costituisce un'organizzazione internazionale no-profit con l'obiettivo di favorire lo sviluppo sostenibile, offrendo delle disposizioni scritte utilizzabili dalle imprese per il bilancio, o reporting, nell'area economica, ambientale e sociale di un'azienda.

Quest'organizzazione nacque nel 1997 a Boston dalla CERES, la Coalition for Environmentally Responsible Economies, dentro la quale fu redatta una fazione per stilare il progetto Global Reporting Initiative. Le prime linee guida GRI nacquero nel 1998 e uscirono pubblicate nel giugno 2000.

GRI si basò sui principi della rendicontazione, che non sono altro che criteri di qualità e regole di un report di sostenibilità. Si mostrerà ora il primo GRI 101, che definisce i principi di rendicontazione.

Primo fra i principi abbiamo l'inclusività degli stakeholders: l'azienda deve rispondere alle loro esigenze, tenendo conto delle loro attese e cercando di coinvolgerli offrendo loro maggior confort, migliorando i rapporti con loro, aumentando il livello dei servizi, incrementando così la customer satisfaction. Il secondo principio è quello della sostenibilità, cercando di riportare solo informazioni attendibili, misurate con adeguata scientificità e preoccuparsi di riferire i dati raccolti e i propri impatti delle performance aziendali. Questi risultati vanno forniti con chiarezza agli stakeholders, in modo da essere di facile accesso e lettura nel momento in cui deve prendere una scelta a favore dell'azienda stessa, come ad esempio decidere se fornirle materiale o non farlo.

Occorre inoltre comunicare come si collegano i temi economici, sociali e ambientali alle varie strategie, rischi, opportunità.

Il terzo principio è quello della materialità. I temi riportati rappresentano i vari impatti aziendali e influenzano gli stakeholders nelle loro scelte e decisioni. La materialità è da

intendersi come soglia di influenzamento degli stakeholders e deve essere quanto più alta possibile.

Il quarto principio della rendicontazione è la completezza dei temi trattati, sufficienti a descrivere i tre ambiti della sostenibilità e redatto nel minor tempo possibile, per una più semplice valutazione.

1.1 Agenda 2030

Cos'ha rivoluzionato in modo definitivo la presa in esame della sostenibilità?

Grandi cambiamenti sono avvenuti con un programma d'azione a livello mondiale. Per lo sviluppo sostenibile è stata redatta l'Agenda 2030, un programma internazionale sottoscritto nel 2015 da 195 paesi membri delle Nazioni Unite e approvata dall'Assemblea Generale dell'ONU. In questo programma sono stati definiti i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, detti Sustainable Development Goals, ossia SDGs, in un programma di azione con 169 target, come dei sotto-obiettivi da raggiungere entro il 2030. È evidente che sarà difficile il reale conseguimento di tutti gli obiettivi, ma la cosa più rilevante è giungere al cambiamento nel modo di pensare e agire delle persone, delle realtà aziendali, dei governi, di tutti. I 17 Goals si riferiscono a temi riguardanti lo sviluppo ed esaminano coerentemente le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile, cioè ambientale (o ecologica), sociale ed economica e mirano a far fronte ai cambiamenti climatici, a creare società pacifiche che rispettino i diritti umani, a combattere l'ineguaglianza e alla fine della povertà. Ecco illustrati gli obiettivi fissati nell'Agenda2030. Figura 2. obiettivi agenda 2030 (fonte: Wikipedia.org)



Ecco elencati: Fonte (admin.ch)

Goal 1: porre fine alla povertà in tutte le sue forme ovunque;

Goal 2: porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare e migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile;

Goal 3: garantire una vita sana e promuovere il benessere per tutti a tutte le età;

- Goal 4: garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti;
- Goal 5: raggiungere l'uguaglianza di genere e responsabilizzare tutte le donne e le ragazze;
- Goal 6: garantire la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e dei servizi igienico-sanitari per tutti;
- Goal 7: garantire a tutti l'accesso a un'energia economica, affidabile, sostenibile e moderna;
- Goal 8: promuovere una crescita economica sostenuta, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti;
- Goal 9: costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione inclusiva e sostenibile e promuovere l'innovazione;
- Goal 10: ridurre la disuguaglianza all'interno e tra i paesi;
- Goal 11: rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili;
- Goal 12: garantire modelli di consumo e produzione sostenibili;
- Goal 13: intraprendere azioni urgenti per combattere il cambiamento climatico e i suoi impatti;
- Goal 14: conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per lo sviluppo sostenibile;
- Goal 15: proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri. Gestire in modo sostenibile le foreste, combattere la desertificazione. Arrestare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità;
- Goal 16: realizzare società pacifiche e inclusive, stato di diritto, istituzioni efficaci e capaci;
- Goal 17: rafforzare i mezzi di attuazione e rivitalizzare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile;

1.2 I GRI, i target e Indicatori

I 17 obiettivi della sostenibilità dell'Agenda 2030 trovano un loro riscontro nel bilancio di sostenibilità, costituendo da base per la rendicontazione. A sua volta la stessa è guidata dai 169 target.

Che cosa sono i target? Sono l'implicazione negli ambiti aziendali dei 17 goal, che fanno riferimento proprio a questi; un esempio di target riferimento all'ambito economico è il valore direttamente generato e distribuito in azienda.

In generale i GRI standard sono consultabili sul sito ufficiale: globalreporting.org.

Sono suddivisi in quattro categorie:

1. GRI standard universali (GRI 101, GRI 102 e GRI 103)
2. GRI standard specifici per l'ambito economico (GRI 202,203,204,205,206,207)
3. GRI standard specifici per l'ambito ambientale (GRI 301,302,303,304,305, 306,307,308)
4. GRI standard specifici per l'ambito sociale (GRI dal 401 al 419)

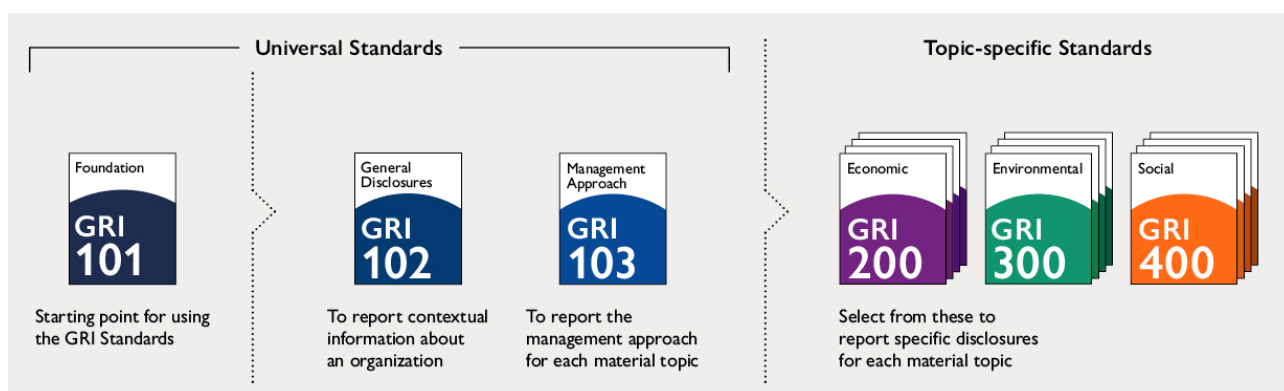


Figura 1 Suddivisione GRI. Fonte: (Wikipedia.org).

Questa tabella mostra chiaramente la suddivisione dei GRI standard. Oltre alle tre suddivisioni nella destra, a sinistra abbiamo:

- il GRI 101, che chiarisce e definisce i principi di rendicontazione; ci fornisce le informazioni per redigere un report di qualità e che sia consono ai GRI standard
- il GRI 102 ci offre un'informativa generale per le aziende riguardanti il profilo dell'organizzazione, le strategie, l'etica e integrità, la governance, il coinvolgimento degli stakeholders e le pratiche di rendicontazione
- il GRI 103 infine ci offre nozioni sulle modalità di gestione per rendicontare

1.3 Tipologie di indicatori

Si definiscono ora gli indicatori, che servono per misurare i vari aspetti della sostenibilità sociale, ambientale ed economica, contenuti nei GRI.

Gli indicatori sono di due tipologie e fanno riferimento a:

- unità di produttivo, come ad esempio bottiglia, kg, L, etc...
- unità di risorsa utilizzata, come ettaro, litro di latte, scontrino, etc...

In generale gli indicatori sono:

1. Indicatori di quantità: quelli misuranti il volume, il peso, il consumo in kW
2. Indicatori di efficienza: misurando in % o con una proporzione (come q/ha L vino / kg di uva).
3. Indicatori di intensità: quelli che misurano una quantità contenuta nell'unità di prodotto (kg gas serra/ L vino).
4. Indicatori di processo: quelli che misurano una modalità, un approccio, una strategia, etc.

I GRI rispondono a precisi target, ribaditi ulteriormente nell'Agenda 2030.

1.4 KPI, i Key Performance Indicator

I KPI sono l'acronimo per riferirsi agli indicatori chiave di performance. Le aziende, entro un termine prestabilito, utilizzano un insieme di misure quantificabili per esaminare il proprio rendimento. Queste metriche valutano il progresso di un'impresa nel proprio ambito, verificando il raggiungimento o meno degli obiettivi prefissati. I KPI servono anche per confrontare il tutto con i dati di un'altra azienda rivali nel settore considerato.

I key performance indicator sono prima di tutto una forma di comunicazione e in quanto tali devono rispettare le leggi della buona comunicazione. Si deve anticipatamente comprendere la mission di un'azienda, il modo di raggiungere gli scopi e definire gli attori interessati.

Sono chiamati proprio "key" perché definiti su obiettivi chiave del business dell'attività imprenditoriale considerata. Bisogna quindi porsi le giuste domande perché la loro risposta produce la definizione del seguente KPI, preso come esempio di un'ipotetica situazione.

Ecco le domande: "Come implementare il fatturato quest'anno?", "Qual è l'attività su cui devo maggiormente investire per conseguire la mission aziendale?"

"Quanto frequentemente analizzerò i dati per capire a che punto sono arrivato prima di raggiungere l'obiettivo analizzato?"

1.5 La nascita e lo sviluppo della sostenibilità

Il concetto della sostenibilità per la prima volta iniziò a essere espresso nel 1987 dalla Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (o Commissione Brundtland) istituita dall'ONU. Furono esplicate nel documento della commissione, chiamato per l'appunto "Rapporto Brundtland" o "Our common future" come <<sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri>> (WCED.1987).

Ci furono due punti chiave che indussero la Commissione a mettere per iscritto questo documento, cioè la povertà nella parte sud del mondo, e modelli non efficienti dei paesi più sviluppati. Bisognava urgentemente correre al riparo da un generare della situazione, che la sostenibilità andava perlomeno definita, come primo passo. Dopodiché sono state prese decisioni in ambito mondiale su questo tema, come in precedenza spiegato nel piano dell'Agenda 2030 ad esempio.

La sostenibilità fa riferimento alla capacità del pianeta Terra di sopportare i nostri consumi e modi di vivere e di produzione.

Proprio nella Commissione Mondiale per l'ambiente e lo sviluppo fu posto l'accento sulla situazione di dover porre rimedio a problematiche come l'inquinamento, la dipendenza dall'utilizzo di risorse energetiche non rinnovabili, l'inquinamento ambientale, la fame nel mondo e la schiavitù.

Dalla definizione si evince quindi il senso di responsabilità dell'uomo nei confronti del proprio pianeta. Nasce di conseguenza questo bisogno anche fra le aziende, che pian piano si allineano verso un consumo sostenibile, considerato via via come un valore aggiunto, come un marchio di fabbrica per attirare clienti sempre più attenti a questa importante tematica e che ormai fortunatamente non può essere ignorata nei nostri giorni.

Il concetto della sostenibilità è oggi giorno molto più oggetto di analisi e meno una descrizione di un'attività d'impresa. Infatti, come definito da Ciccarelli:

<<La definizione di sostenibilità, nelle sue diverse accezioni, sembra essere problematica, sia in pratica, sia in teoria. Esistono divergenti visioni, non solo quando dalla teorizzazione si cerca di passare alla prescrizione della pratica, ma anche nella definizione stessa.>>. (Ciccarelli 2005, p. 41).

Inizialmente il concetto di sostenibilità nasce dagli studi in ambito ecologico-ambientale ed è spiegato come il <<potenziale di un ecosistema di sussistere nel tempo, senza alcun cambiamento>> (Jabareen 2008, p. 181); poi è ampliato quasi subito, precisamente nella Conferenza delle Nazioni Unite del 1987, che essa ha degli approfondimenti validi anche negli altri due ambiti fondamentali della vita dell'uomo, cioè economico e socio-culturale.

La sostenibilità in sintesi è nella pratica la «capacità di mantenimento di uno stato» (Osorio et al. 2005, p. 508). Bisogna tuttavia estendere questa definizione, includendo anche quale tipologia di sistema è determinato dalla sostenibilità e chiarire chi sono i

soggetti che la devono operare, sicuramente solo appartenenti al genere umano; solo noi possiamo allo stato attuale tendere verso la sostenibilità, adeguando l'ambiente, le altre persone e gli animali alle nostre esigenze, ma preservandoli. Sostenibilità è quindi un'«indicazione generale di comportamento» (Sgreccia 1999, p. 174).

Perciò questo concetto trova applicazione ed è modificabile in base alla singola realtà di riferimento; nel concreto quindi accade sempre che si sviluppi più un aspetto rispetto a un altro, rendendo più complesso, ma non impossibile, soprattutto nelle aziende di piccola e media grandezza, un equilibrio fra le tre dimensioni.

Tornando al rapporto Brundtland, come definito da Beckerman <<Agli inizi, la sostenibilità era interpretata come una richiesta di salvaguardia dell'ambiente, per come lo possiamo trovare oggi in tutte le sue forme.>> (Beckerman 1994, p. 194), si può affermare invece che oggi è la sinergia con la parte economica dell'utilizzo delle risorse monetarie e dell'utilizzo delle risorse umane.

Infine cosa debba essere sostenibile è di seguito esplicitato in questo discorso dove ci sono due possibili spiegazioni:

<<A volte la risposta sembra essere l'ecosistema: l'obiettivo è preservare nel tempo l'ambiente e le pratiche umane devono convergere in politiche che consentano di farlo. Altre volte, scopo di una politica sostenibile sembra essere lo sviluppo inteso come crescita economica: le attività economiche devono durare nel tempo e l'ambiente è il fattore da controllare. Si ha, in questo caso, la sensazione che dalla salvaguardia della natura si passi alla salvaguardia dello sviluppo>> (Ciccarelli 2005, p. 41).

1.5.1 Differenze fra sostenibilità e sviluppo sostenibile

Concetti connessi fra loro, ma differenti nei significati sono spesso confusi. Il primo, infatti, fa riferimento a una situazione più a lungo termine: la sostenibilità è un concetto non collegato solo all'uomo, ma alla natura stessa e si riferisce alla condizione del mondo in cui l'uomo vive (lo stato) che è sostenibile e si mantiene tale, cioè che sostiene noi e il mondo naturale; lo sviluppo sostenibile è la condizione di attuazione dello sviluppo ed è una situazione attuata nel momento messa in atto esclusivamente dall'uomo.

In quest'estratto preso da Ehrenfeld, c'è una chiarificazione della differenza dei concetti: <<La sostenibilità viene confusa e assimilata al concetto di "green"- l'ambito esclusivamente ambientale- in diversi campi [...] ma la sostenibilità è un concetto molto più generale del significato che gli viene attribuito nel suo uso aggettivale nel termine "sviluppo sostenibile". E' meglio definito -lo sviluppo sostenibile- come la possibilità che un sistema che produce in questo momento, o produrrà a breve termine, una di queste desiderabili proprietà emergenti, possa continuare a produrlo indefinitamente.>> (Ehrenfeld 2008a, p. 3).

1.6 Descrizione dei tre ambiti della sostenibilità

1.6.1 L'ambiente e l'ecosistema: sostenibilità ecologica-ambientale

L'idea di sostenibilità nacque agli albori per essere intesa come <<connessione con la capacità degli ecosistemi di supportare la popolazione animale. Il termine fu dapprincipio applicato alle diverse specie di pesci, quindi agli esseri viventi marini in un ecosistema, e infine a tutta la natura.>>. (Kidd 1992, p. 16).

Si comprende da questa citazione come debba agire l'uomo, che è vivente in un sistema-mondo che deve essere capace di sostenere la specie uomo e tutti i viventi. Iniziano ben presto a contare altri fattori oltre a quello economico. L'uomo sa sempre di più che i problemi di sostenibilità del nostro mondo sono in parte causati da lui, e quindi allo stesso modo sia risolvibili da lui. In questa citazione si rende comprensibile il rapporto fra azioni umane e sostenibilità del mondo in cui viviamo:

<<Dato che la caratteristica principale della famiglia terrestre è la capacità di sostenere la vita, una comunità umana sostenibile sarà allora una comunità umana disegnata in modo tale che i suoi stili di vita, la sua economia, le sue infrastrutture e le sue tecnologie non interferiscano con la capacità intrinseca della natura di sostenere la vita.>>. (Capra 2006, p. 336).

Si evince che l'uomo è in relazione dinamica ed evolutiva con la natura stessa; non c'è una relazione ferma e immobile condotta dall'uomo che agisce sulla natura, ma c'è una <<processualità dinamica co-evolutiva>> fra i diversi complessi umani e non.

Dopo queste importanti premesse, come si definisce la sostenibilità ambientale?

La sostenibilità ambientale è definita come il corretto sfruttamento delle risorse naturali e di diminuzione delle emissioni in ambiente. Per far questo occorre utilizzare metodologie che arginino la potenziale crisi derivante dall'impatto ambientale; bisogna, infatti, evitare condizioni di eccessivo inquinamento, che causerebbe la non restituzione di risorse all'uomo e agli ecosistemi vegetali e animali che in caso contrario verrebbero danneggiati, anche senza che si riesca a ritornare alla situazione iniziale. L'irreversibilità di un equilibrio porta certamente alla creazione di uno nuovo, nel lungo periodo, ma questo a fronte di grosse perdite dell'uomo, della natura e degli animali.

Questo discorso fa riferimento non solo all'ambiente terrestre, ma anche all'inquinamento atmosferico con rilascio in atmosfera di sostanze in forma gassosa, come ad esempio il gas serra anidride carbonica, CO₂, gli ossidi di azoto, N₂O e di metano, CH₄.

1.6.2 Il capitale: la sostenibilità economica

La sostenibilità è legata anche alla dimensione sociale che si attua con il controllo da parte della società del capitale. In ambito economico il capitale è definito come l'insieme di beni che può incrementare la propria capacità di eseguire un impiego proficuo e redditizio.

Ci sono due possibili analisi per definire il capitale.

L'analisi qualitativa definisce il capitale da una parte dell'insieme delle risorse economiche investite grazie alla quale può aver luogo fabbricazione di averi e servizi e, dall'altra, come il <<complesso delle diverse fonti di finanziamento a disposizione dell'impresa, necessario per la realizzazione degli investimenti stessi>> (citazione: scienze politiche.unical.it. -pdf).

L'analisi quantitativa definisce il capitale con un'unità di misura, dove la più efficace è la moneta. Il capitale viene a costituirsi di elementi, ciascuno dei quali deve essere quantificato con un valore monetario economico. Di conseguenza al posto dei termini investimenti e finanziamenti si utilizzeranno i concetti di attività e passività.

Secondo Jabareen, <<Sostenibilità significa che il capitale non dovrebbe decrescere per non mettere in pericolo le possibilità delle generazioni future di generare ricchezza e benessere.>> (Jabareen 2008, p. 183).

Tuttavia in cosa consiste nel concreto questo capitale? È suddiviso in due differenti aspetti fondamentali: risorse della natura e prodotti di realizzazione umana.

Da un punto di vista economico lo sviluppo sostenibile è definito come la capacità di un sistema economico, cioè ad esempio un'impresa o uno stato, di generare ricchezza e dare lavoro, producendo un incremento degli indicatori economici. Di conseguenza diviene di fondamentale importanza il sostenibile utilizzo delle risorse materiali, umane e ambientali, per dar valore ai prodotti del territorio e la specificità dei servizi offerti, al fine di produrre un sostentamento economico.

1.6.3 Le esigenze dell'uomo: sostenibilità sociale

Il benessere è la chiave centrale della tematica del sociale; chi ne beneficia è l'uomo in relazione con lo Stato, capace di fornire occupazione, di assistenza d'ogni tipologia, di unione. Persiste un rapporto in parte utilitaristico in quest'aspetto dello sviluppo sostenibile, dove lo stato dev'essere capace di fornire questi servizi in qualsiasi forma. Esistono bisogni con una maggiore priorità, secondo la scala dei bisogni, ma quelli secondari e successivi devono ottenere il sostegno e trovare una risposta perché l'uomo ricerca la sua dimensione di well-fare e di significato in ogni ambito.

Di conseguenza il concetto di sviluppo sostenibile sociale è quello che offre una <<soddisfazione continuata dei bisogni umani basilari – cibo, acqua, riparo – e delle necessità sociali e culturali di più alto livello come sicurezza, libertà, occupazione e svago.>> (Brown et al. 1987, p. 716). Questa definizione rileva la sostenibilità sociale ed economica con una visione del mondo antropocentrica, cioè con l'uomo al centro, ma in realtà per definirla correttamente bisogna osservarla sempre con un punto di vista biocentrico, come eseguito più facilmente con la sostenibilità ambientale.

La sostenibilità sociale è esplicitata come <<la capacità di mantenere i valori sociali desiderati, le tradizioni, le istituzioni, le culture, o altre caratteristiche sociali...le tre caratterizzazioni della sostenibilità, che fin qui sono state brevemente mostrate, possono

perfettamente coesistere in quanto aspetti diversi del medesimo concetto>>. (Cruz 2007, pp. 137-138).

La sostenibilità sociale ha come principio base l'equità all'interno della società. Fa riferimento a tutte quelle decisioni che annullano le diseguaglianze e fanno sentire l'uomo realizzato nei suoi bisogni personali. Per di più, come obiettivo si ha la tutela dell'individualità dell'uomo, che deve sentirsi libero di esprimerla per costruire un ambiente migliore per ciascuno. Sono tutelate poi le minoranze e le tradizioni di ciascun popolo.

1.7 Come sono applicati questi obiettivi di sostenibilità posti da un'azienda?

Persiste annualmente una valutazione da parte dell'ONU tramite l'High-level Political Forum (HLPF), che ha la mansione di esaminare l'evoluzione e gli sviluppi per ciascuna delle nazioni facente parte del programma dell'Agenda 2030. Quadriennialmente si procede a una discussione sulla concretizzazione dell'Agenda 2030 in occasione dell'Assemblea Generale dell'ONU, con i capi di stato e dei governi. L'ONU riferisce che gli SDGs (gli obiettivi di sviluppo sostenibile) sono universali, ma riconosce che alcune zone del mondo sono interessate da bisogni e difficoltà particolari. Si analizza la specificità del territorio conservando l'interdipendenza con le varie politiche degli stati e le leggi internazionali.

L'ONU promette quindi che l'Agenda 2030 considererà tutti i paesi, anche quelli in via di sviluppo e con più povertà: <<Nell'intraprendere questo grande viaggio collettivo, promettiamo che nessuno verrà lasciato indietro.>> (ONU, Agenda 2030).

Dopo aver sensibilizzato e armonizzato le nazioni nei confronti dei Goals dell'Agenda 2030, compie opere di monitoraggio e di reporting, sottolineando i casi di successo improntati nel lungo periodo, le problematiche riscontrate e la fase di sviluppo generale del programma d'azione. Sono quindi stabiliti degli indicatori applicati alle singole realtà che mettano in risalto le singolarità dell'ambito locale approfondito e che conservino la complementarietà con i 240 indicatori stabili, che valgono in ambito globale e sono decisi in campo internazionale.

La criticità è di individuare indicatori quantitativi e l'assenza di adatti automatismi per il registro dei dati locali coerenti col sistema nazionale.

Per quanto riguarda il settore dei privati, molte imprese stanno portandosi al passo con i processi dello sviluppo sostenibile, tuttavia molti settori del lavoro sono distanti dal loro raggiungimento. Non sempre l'andamento del mercato rende conveniente un cambiamento sostenibile, persiste mancanza di abilità nel rimanere aggiornati con questi nuovi principi che portano a cambiare il modo di agire in un'azienda o semplicemente non sempre ci sono incentivi finanziari adeguati a supportarli. Talvolta persiste mancanza di volontà focalizzata a prendere scelte etiche e morali in quest'importante obiettivo comune.

Bisogna sottolineare la relazione d'interdipendenza delle tre dimensioni economica, sociale e ambientale che presuppone che a causa delle sinergie e trade off, dove la crescita e miglioramento di un ambito comporta la contrazione di un altro. Nell'approccio sono degli ostacoli che le risorse ambientali siano beni pubblici insieme alla mancanza di diritti di proprietà chiari; in questa condizione è più semplice il comportamento di "free riding", cioè l'usufrutto di un bene pubblico senza pagarne il prezzo. È infine assente l'obbligatorietà di un contributo e un sistema sanzionatorio e questo non permette di diminuire l'incertezza legata all'opportunismo. Viste queste premesse, il solo strumento per promuovere la partecipazione e aumentare la consapevolezza è una forte attività di sensibilizzazione, educazione e riflessione sul tema della sostenibilità

1.8 Il settore agriturismo in Italia

Gli agriturismi sono delle attività dove si trova un alto grado di differenziazione. Infatti, gli agriturismi ospitano spesso anche fattorie didattiche per attirare gruppi di animazioni di centri estivi, famiglie e in generale chiunque voglia vedere gli animali presenti nelle fattorie, come asini, polli, oche, vacche, maiali e altri animali in un'accogliente zona di campagna.

Spesso sono presenti anche camere e posti letto per rendere l'agriturismo ancor più una meta di turismo dover potersi rilassare e riscoprire che è un luogo dove la materia prima auto-coltivata con tecniche agricole sostenibili per l'ambiente è la base del prodotto che poi arriva alla cucina. È molto comune che gli agriturismi, infatti, abbiano una propria zona di campi e serre coltivate, dove è praticata un'agricoltura sostenibile, come nell'Agriturismo "Capeeto" di Salboro, Padova. Gli agriturismi propongono anche la vendita di prodotti direttamente sul posto, proponendo al cliente in visita direttamente i prodotti freschi e di stagione appena raccolti dalle serre e campi.

Grazie a tutta quest'ampia diversificazione di una sola attività imprenditoriale le aziende agrituristiche in Italia hanno rappresentato nel 2021 il valore di 12,5 miliardi di euro (Fonte: mglobale.promositalia.camcom.it), maggiore del 20% dell'intero valore di produzione agraria nel nostro paese. Sempre più agriturismi stanno prendendo piede, anche nel periodo del Coronavirus del 2020 essi sono aumentati numericamente con una crescita del 3,3% rispetto al 2019 per un totale di 25390.

Anche nel 2021 si è venduto di più del 2020, precisamente di 1,162 miliardi di euro, con un incremento del 44,8% rispetto all'anno precedente.

Sono di solito presenti apericene che attirano frequentemente soprattutto giovani e influencer che provano un'esperienza indimenticabile di questo genere all'aperto serviti di cicchetti all'aria aperta. Il settore agriturismo è connesso all'aumento del turismo, perché attira anche persone da altri paesi che vengono a stabilirsi nelle camere per andare a visitare una vicina città o attrazione turistica, ma allo stesso tempo alloggiano in un posto, dove la natura ed il paesaggio rurale sono protagonisti. È quindi un compito

quasi obbligato apparire nel web, aprire una pagina visitabile da tutti ed essere anche facilmente geo-localizzabili come agriturismo, tramite applicazioni come Google Maps. Agriturismi che inoltre forniscono zone relax, benessere, esperienze extra che possono interessare al potenziale cliente acquistano punti sotto l'aspetto sia della sostenibilità sociale, poiché capaci di fornire servizi innovativi, che si svolgono in aria aperta, sia in ambito ambientale se in questi plus vi è un impatto ambientale basso o nullo.

2. OBIETTIVI

L'obiettivo della seguente tesi è sviluppare l'argomento della sostenibilità sotto ogni suo aspetto; è importante far comprendere quanto si stia sviluppando nella società, soprattutto negli ambiti lavorativi d'oggi. È da ribadire tuttavia la difficoltà delle piccole-medie imprese ad avere un modello chiaro ed efficace che le aiuti in questo; si vuole dimostrare come sia possibile rendicontare lo sviluppo sostenibile nel contesto di un'impresa, nello specifico di un'azienda agrituristica a km zero nei pressi di Padova, la Società Agricola "Capeeto", nel quartiere Salboro. Si vuole proporre in questa tesi una realtà aziendale che funga da modello di sostenibilità per altre imprese simili di piccole-medie dimensioni nel settore agrituristico.

La sostenibilità è un concetto ormai arrivato a tutti, ma non è ancora diffuso nella pratica delle realtà lavorative. Si sottolinea che per un grande cambiamento verso l'innovazione, si deve partire dal piccolo, perché ognuno concorre all'inserimento di un nuovo modo di pensare nella società.

Grazie alla disponibilità di "Capeeto", è stato possibile rendicontare la sostenibilità inserita nelle dinamiche e pratiche aziendali, mostrando così sia come raccogliere informazioni su questo tema in modo efficace, sia i punti di forza e debolezza di questa tematica di fondamentale importanza.

Per conseguire questo intento ci si è serviti di un questionario molto utile fondato ed elaborato da uno studio e approfondimento sperimentale che è un'elaborazione di uno studio di ricerca effettuato nel 2010 dal Corporate Social Responsibility della Commissione Lab Confindustria in cooperazione con l'Università di Luiss chiamato "Indicatori di Sostenibilità per le Piccole Medie Imprese". Questo lavoro è formato da tabelle che vanno ad analizzare nel dettaglio cinque ambiti di sostenibilità, successivamente mostrati. I grafici riescono così a sviscerare molti aspetti e progetti futuri dell'azienda, con duplice vantaggio: la rendicontazione dell'azienda permette a "Capeeto" di visualizzare da questa tesi nuove vie di per investimenti futuri e porre un'analisi su quelli attuali. Inoltre mette in luce tutte le vie dello sviluppo sostenibile messe in atto, quelle più gradite, quelle che fanno successo e alle quali il cliente guarda con maggior gradimento.

Inoltre questa tesi contribuisce all'innovazione perché mette in luce come una piccola-media azienda opera nel settore eco-sostenibile, soprattutto nel caso specifico di una società agricola semplice con un agriturismo che costituisce la "meta" dei propri prodotti ortofrutticoli. Infine l'opera di rendicontazione di un'azienda con uno schema e tabelle è molto importante come metodo di ricerca perché è il modo più efficace e approfondito di valutare l'applicazione dei GRI, descrivere le opere di sostenibilità in maniera scientifica, cioè verificabile. È il modo più veritiero per valutare un'azienda in funzione di un potenziale stakeholder che deve decidere o meno se portare gli interessi della stessa, che sia di fornire materiale, di lavorare al suo interno, o di esserne cliente.

Questo modello in realtà è già utilizzato dalle imprese di più grandi dimensioni, ma applicato all'indagata azienda agrituristica "Capeeto" si riesce a comprendere quali obiettivi siano già presi in esame, quali siano già portati a compimento e quali potrebbero essere una futura applicazione.

3. MATERIALI E METODI

Il lavoro di riferimento è denominato “Indicatori di Sostenibilità per le Piccole Medie Imprese”. Per riuscire a fare il rendiconto di ogni area della sostenibilità aziendale si è preso spunto rivisitazione al lavoro di ricerca precedentemente citato, effettuato dal Corporate Social Responsibility della Commissione Lab Confindustria insieme all’università di Luiss nel 2010. Quest’ultimo si è approcciato a cinque differenti suddivisioni:

1. Governance aziendale: scheda d’impresa
2. L’area economica
3. L’area del sociale e rapporto con stakeholders (clienti, dipendenti, fornitori)
4. L’area ambientale
5. L’area del rapporto con comunità e territorio circostante

Per queste cinque compartimentazioni sono stati utilizzati dapprima vari indicatori, che rappresentano le tematiche affrontate, presenti nei GRI.

Si è potuto così eseguire sia una misurazione qualitativa dei vari aspetti, più descrittivi e che raccontano quali aspetti l’azienda cura di più, annunciando ad esempio le certificazioni possedute o iniziative per l’ambiente e altri, sia misure quantitative per verificare la presenza o meno degli stessi aspetti qualitativi dello sviluppo sostenibile, numerandoli e quantificandoli, come ad esempio è stato fatto per il numero servizi offerti oppure quando è stato numerato il personale presente in azienda.

Come aiuto nella rendicontazione con “Capeeto” sono stati posti i Key Performance Indicators (KPI) per visualizzare più azioni chiave già messi in atto dall’azienda. Tramite colloqui informali con i vari soci dalla grande disponibilità, frutto del rapporto coltivato durante la mia esperienza di tirocinio, è stato facile raccogliere informazioni, come ad esempio la scelta dei fornitori e i parametri di scelta degli stessi; invece per altri dati più specifici, con informazioni più dettagliate, come ad esempio le ore svolte sui corsi della sicurezza dei dipendenti, ci siamo messi in contatto tramite un Word. Sono state poste domande, basate sul questionario, e mostrate le tabelle di rendicontazioni dei cinque ambiti, in seguito esposte nel corso della tesi, prese come spunto da “Indicatori di Sostenibilità per le Piccole Medie Imprese”.

3.1 Descrizione di ogni area

Ogni area avrà una propria tabella per una raccolta verificabile di dati. Nelle tabelle originali dello studio di riferimento, ci sono anche degli spazi appositi per inserire le risposte alle domande poste all’azienda, ma per semplicità in questa tesi sarà riportato tutto nella sezione della discussione.

3.1.1 Governance Aziendale: scheda d'impresa

La prima area è riferita alla parte di governance o corporate aziendale ed è definita come <<il sistema di regole, pratiche e processi attraverso i quali un'azienda è diretta e controllata>> (Pierluigi Sandonnini). La governance consiste in un continuo susseguirsi di azioni ripetute da tutti i soci aziendali in ogni area dell'attività imprenditoriale. Queste definiscono l'intera realtà aziendale, che è l'identità stessa dell'impresa.

Ecco illustrati i principi della governance:

- l'ottenimento degli scopi aziendali che i soci si erano prefissati
- condotta coesa fra attese e azioni
- chiarezza dettagliata nei confronti degli stakeholders, fra cui clienti e dipendenti

Questa prima area d'indagine è ancora generale, che consiste nella scheda d'impresa. Si richiedono informazioni come la grandezza dell'impresa, anni di attività, il numero dei posti a sedere, la forma giuridica dell'azienda, quali certificazioni possiedono, il numero dei soci, che tipi di canali di vendita possiedono.

Dalle successive fasi del lavoro di rendicontazione, i grafici sono sviluppati così: ci sono le aree tematiche rappresentanti i diversi indicatori, ognuno dei quali raccoglie informazioni e dati qualitativi e quantitativi dello sviluppo sostenibile. Alla destra di questi ultimi è presente una misurazione di applicabilità per l'azienda e un indice di rilevanza per lo studio stesso.

Tabella 1: Scheda d'impresa, governance aziendale

RAGIONE SOCIALE	Nome dell'impresa		
ANNI DI ATTIVITÀ/FONDAZIONE			
DIMENSIONI AZIENDALI	<input type="checkbox"/> MICRO (da 1 a 9 dipendenti) <input type="checkbox"/> PICCOLE (da 10 a 49 dipendenti) <input type="checkbox"/> MEDIE (da 50 a 250 dipendenti)		
SETTORE D'APPARTENENZA /PRODOTTI O SERVIZI VENDUTI			
CLIENTI (numero)			
STANDARD DI RESPONSABILITÀ SOCIALE DELL'AZIENDA	Possiede un codice etico? <input type="checkbox"/> SÌ <input type="checkbox"/> NO		
CERTIFICAZIONI POSSEDUTE	DIRITTI UMANI: SA8000: <input type="checkbox"/> SÌ dal _____ <input type="checkbox"/> NO	AMBIENTE: EMAS: <input type="checkbox"/> SÌ dal _____ <input type="checkbox"/> NO ISO 14001: <input type="checkbox"/> SÌ dal _____ <input type="checkbox"/> NO	ALTRE TIPOLOGIE: Relazione soc. di revisione del bilancio: <input type="checkbox"/> SÌ <input type="checkbox"/> NO ISO 9000: <input type="checkbox"/> SÌ dal _____ <input type="checkbox"/> NO
FORMA GIURIDICA DELL'AZIENDA (INDICARE EVENTUALI CAMBIAMENTI DI FORMA GIURIDICA)	<input type="checkbox"/> SOCIETÀ A PERSONE	<input type="checkbox"/> SOCIETÀ A CAPITALI	<input type="checkbox"/> SOCIETÀ A COOPERATIVA <input type="checkbox"/> SOCIETÀ AGRICOLA SEMPLICE
ASPETTO PROPRIETARIO	Numero di soci: L'impresa è a proprietà familiare? <input type="checkbox"/> SÌ <input type="checkbox"/> NO	La società appartiene a un gruppo di imprese? <input type="checkbox"/> SÌ <input type="checkbox"/> NO	
Organo di gestione	Numero di componenti: Numero componenti con deleghe operative:		

3.1.2 L'area economica

Nell'area economica sono utilizzati indicatori che si misurano le performance economiche dirette e indirette dell'azienda. Utilizzando i GRI della performance economica, i vari indicatori sono la distribuzione del valore aggiunto, gli investimenti in ricerca e sviluppo e il rapporto con i fornitori. Per la distribuzione del valore aggiunto valutiamo prima di tutto cosa sia; il valore aggiunto è definito come la ricchezza realizzata da un'impresa che, in differenti forme, è ripartita ai vari stakeholder. Successivamente si sono valutate le tipologie di investimenti sul campo dell'innovazione e ricerca. Si è cercato di capire quante e quali risorse ha investito ad esempio nella ricerca delle preferenze mutabili delle persone. Infatti, persiste una ricercata attenzione alle pietanze proposte; questo si è sviluppato grazie all'avvento di una sempre maggiore informazione, influenzata dalla globalizzazione dei consumi e dall'utilizzo anche dei social network, e una conseguente sensibilità sugli stili di consumo di cibo. A questo si aggiunge l'inflazione che determina un rialzo generale dei prezzi e una crescente spesa per la vita in generale. Come affermato in "Strategie di innovazione e trend dei consumi in Italia: il caso dell'agro-alimentare" si nota come <<I cambiamenti delle abitudini alimentari sono complessi e caratterizzati da due trend principali: la diminuzione della spesa della famiglia dedicata al paniere alimentare e l'aumento dei consumi fuori casa.>>. (R. Esposti, S. Lucatelli., E.A. Peta). L'ultimo fattore che andremo ad analizzare per l'area economica è il rapporto coi fornitori. Andremo a capire quali sono quelli con cui si è collaborato per e da più tempo, quali materiali sono forniti, i pagamenti dopo quanto tempo sono conclusi, in che area geografica sono situati i fornitori stessi ed eventuali certificazioni di qualità possedute agli stessi.

AREA ECONOMICA	TEMATICA/INDICATORI	MISURAZIONI QUALITATIVE	MISURAZIONI QUANTITATIVE	APPLICABILITA' PER L'AZIENDA	RILEVANZA PER LO STUDIO
	DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	Informazioni di bilancio	Fatturato: Costi del personale: Imposte sul reddito: Oneri finanziari: Utili distribuiti e non alla proprietà: Investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali:	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO	DESCRIVO EVENTUALI ATTIVITA' NELL'AMBITO DI RICERCA E SVILUPPO	-Cercare di reperire una stimata cifra di soldi per lo sviluppo e la ricerca (negli ultimi 5 anni) -persone dedite a questo lavoro e relativo costo	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	RAPPORTI CON I FORNITORI	DESCRIVO rapporti con fornitori e motivi della scelta della collaborazione. Es: tempistica dei pagamenti, anno di avvio dei rapporti, analisi fornitori	Segmentazione con fornitori per area geografica	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Indico se ci sono certificazioni di responsabilità e qualità dei fornitori		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Quali e quanti fornitori ha l'azienda		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	

3.1.3 L'area del sociale e rapporto con stakeholders

Gli stakeholders principali per un'azienda presi in analisi in questo capitolo di tesi sono i dipendenti, i fornitori e i clienti.

Nello specifico in quest'area si prenderà in analisi come primo punto l'area della sostenibilità sociale che intercorre con i fornitori e i dipendenti, quindi si parla dell'argomento "persone e i rapporti di lavoro". In quest'approfondimento sono utilizzati i GRI della tematica del sociale e gli indicatori posti come analisi, i quali valutano le politiche occupazionali e le pratiche sulla sicurezza nel posto di lavoro. Infine ci si è informati sulla formazione e crescita professionale dei dipendenti. Questi ultimi due punti sono importanti sia a livello di qualità del lavoro, sia come obbligo di legge, perché entro sessanta giorni dall'assunzione, secondo il decreto legislativo 81/2008, devono essere svolti. Questo deve essere eseguito durante gli orari di lavoro, e il finanziamento dei corsi è messo in atto dal titolare datore di lavoro.

Fonte: (www.adecco.it)

Area Sociale Dipendenti e fornitori	Indicatori/tematiche	Misurazione qualitativa	Misurazione quantitativa	Applicabilità per l'azienda	Rilevanza per lo studio
Persone e rapporti di lavoro	Politiche occupazionali	Indico tutti i servizi offerti ai dipendenti (mensa, buoni pasto, trasporto). Politiche in materia di stage, apprendistato e nuove assunzioni	Numero totale dei dipendenti e collaboratori e distribuzione, fornisco tasso di turnover, la suddivisione per età e sesso del personale; Numero di lavoratori a tempo indeterminato, in contratto di somministrazione, numero stagisti, nuovi posti di lavoro offerti negli ultimi due anni.	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Politiche sulla sicurezza sul posto di lavoro	Descrivo presenza di sistemi di Gestione per Salute e Sicurezza sul Lavoro (SGSL) o altre azioni alla normativa vigente. Esplicitare iniziative d'informazione per la prevenzione	Costi sostenuti per la manutenzione e revisione delle apparecchiature in uso; investimenti e costi annuali per attrezzature e dispositivi di sicurezza e	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

		anti-infortunistica e sanitaria	prevenzione degli incidenti sul lavoro, costi per la messa in sicurezza; Numero di eventuali incidenti riscontrati		
	Formazione e crescita professionale dei dipendenti	Descrivo i corsi di formazione rivolti ai dipendenti, i risultati formativi conseguiti nel tema di crescita professionale e la formazione sui Sistemi di Gestione della Sicurezza sul Lavoro (SGSL)	Numero di dipendenti che hanno frequentato corsi di formazione, costi per gli stessi e numero di assunti con contratto di apprendistato	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Diritti umani	Iniziative in favore della non discriminazione e	Descrivo la presenza di categorie protette e di situazioni di diversità ; descrivo azioni volontarie intraprese a favore della non discriminazione (azioni a favore delle donne, delle minoranze, azioni a tutela e integrazione delle categorie protette o “deboli”)	Numero persone delle categorie protette; Numero persone/numero di azioni intraprese	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

Nella seconda parte invece sono valutati i diritti umani perseguiti e in particolare se sono svolte iniziative a favore della non discriminazione.

In questa seconda tabella, svolta per analizzare l’ambito del sociale mirato al rapporto con i clienti dell’azienda, vedremo come i KPI e gli indicatori misurino sia qualitativamente, sia quantitativamente:

- i servizi,
- la sicurezza dei prodotti offerti e venduti,
- il rapporto che intercorre tra venditore e cliente,
- la strategia dell’impresa

Gli indicatori utilizzati nelle misure qualitative e quantitative sono invece:

- la qualità della produzione
- la qualità nel servizio clienti
- il marketing e la comunicazione

Area sociale	Indicatori/tematiche	Misurazione qualitativa	Misurazione quantitativa	Applicabilità per l'azienda	Rilevanza per lo studio
clienti	Qualità in ambito produzione	Descrivo certificazioni di qualità ottenute dall'azienda (es: DOP, IGT, Made in Italy) e premi eventuali Descrivo gli standard qualitativi applicati all'azienda(es. metodo biologico)	%attività dell'impresa/affari totali svolta nel territorio d'origine	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Qualità in ambito servizio clienti	Descrivo l'eventuale sistema di gestione di customer satisfaction dell'impresa Mi informo di un'eventuale esistenza di strutture di riferimento per i clienti sui servizi/prodotti offerti	Dati ottenuti tramite indagini svolte dall'azienda sulla customer satisfaction % clienti fidelizzati (da tre anni o più)	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Marketing e comunicazione	Descrivo eventuali politiche adottate in materia di marketing (es pubblicità e promozione, comunicazione al cliente, social network) Descrivo i canali di vendita dell'azienda	Costi sostenuti in campagne di marketing basate su logiche di dialogo, consumo consapevole e coinvolgimento del cliente	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

3.1.4 L'area ambientale

L'area ambientale è fra le più importanti perché l'ambiente è la risorsa più a rischio, grazie al cattivo intervento dell'uomo sullo stesso e sui suoi ecosistemi viventi.

Grazie ad indicatori specifici la valutazione qualitativa e quantitativa trova una sua spiegazione in più ambiti in cui l'azienda può agire per tutelare la natura. Un'attività agricola o un agriturismo per esempio può regolare i suoi consumi nei settori dell'energia, limitare le emissioni in atmosfera di inquinanti, praticare un riciclo e utilizzo contenute di acqua con una corretta irrigazione nei campi e serre. Importante è anche una corretta gestione e smaltimento dei rifiuti, una gestione dei materiali e packaging che rispetti l'ambiente e un'analisi sul suolo e la biodiversità.

Area ambientale	Tematica/indicatori	Misurazione qualitativa	Misurazione e quantitativa	Applicabilità per l'azienda	Rilevanza per lo studio
	Energia	Descrivo eventuali misure intraprese per ridurre il consumo di risorse primarie (es controllo dei consumi, mobilità sostenibile, coibentazione edifici etc...)	Eventuale presenza di pannelli solari o fornitore di energia green	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Aria	Descrivo eventuali azioni per il contenimento e riduzione delle emissioni (es filtri)	Analisi dell'aria emessa in ambiente lavorativo	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Acqua	Descrivo se l'azienda conosce il livello dei consumi idrici periodici Descrivo la provenienza dell'acqua impegnata Descrivo eventuali controlli periodici sulla qualità dell'acqua da parte dell'azienda	Volume totale dell'acqua utilizzata e/o riciclata e riutilizzata	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Materiali/packaging e rifiuti	Descrivo come sono scelti gli approvvigionamenti nei confronti dell'impatto ambientale Descrivo azioni per riduzione dell'impatto ambientale Descrivo gestione dei rifiuti organici (es olii) Descrivo la durata in anni degli strumenti di lavoro	%materiali utilizzati derivanti da materiale riciclato Volume raccolta differenziata Numero persone/ore dedicate alla tutela ambientale	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

	Suolo e biodiversità	Descrivo eventuali azioni volte al contenimento delle emissioni potenzialmente inquinanti del suolo (fitofarmaci, concimi, etc) Descrivo azioni volte al contenimento e riduzione dell'impatto sulla biodiversità (vegetale, animale, microbica)	Quantità e tipologia di fitofarmaci e concimi utilizzati Superficie a riposo colturale, sovescio, tecniche di non coltivazione	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
--	----------------------	---	---	---	--

3.1.5 L'area del rapporto con comunità e territorio circostante

L'ultima area da affrontare riguarda i rapporti fra l'azienda in relazione con la comunità circostante. Le tematiche da affrontare sono poste dai diversi indicatori: le iniziative di liberalità, le assunzioni di persone in rapporto con la comunità dove l'impresa opera, rapporti con la Pubblica Amministrazione e la Comunità Territoriale

Aree Comunità e Territorio	Indicatori/tematiche	Misurazione qualitativa	Misurazione quantitativa	Applicabilità per l'azienda	Rilevanza per lo studio
	Iniziative di liberalità	Descrivo delle attività di carattere sociale, culturale e benefico, ricreativo in cui l'azienda è coinvolta Es: impiego di dipendenti in attività a carattere benefico	Costi sostenuti annualmente per finanziare iniziative di carattere sociale, culturale, benefico, ricreativo	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Assunzioni di personale in rapporto alla comunità dove l'impresa opera	Descrivo procedure di assunzione di persone nella sede/i dove è maggiormente svolta l'attività	Numero dipendenti assunti nella comunità locale	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
	Rapporti con la Pubblica Amministrazione e Comunità Territoriale	Descrivo i rapporti fra azienda e pubblica amministrazione, enti locali, comunità territoriale Esempi: - iniziative a favore della legalità - rapporti con l'università, centri di ricerca che si	Totale dei contributi pubblici ricevuti Numero di azioni di networking territoriale (innovazione, attrazione di talenti...)	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> IN PARTE	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

		occupano di ricerca e sviluppo nella comunità territoriale-eventuali contributi pubblici ricevuti o sgravi fiscali e loro destinazione e utilizzo -eventuali azioni di networking territoriale - riconoscimenti di eccellenza operativa ricevuti dall'azienda per lo sviluppo del territorio	Totale dei crediti vantati dall'impresa verso la pubblica amministrazione		
--	--	--	---	--	--

4. DISCUSSIONE

L'azienda agrituristica analizzata si chiama "Capeeto" e si trova nei pressi di Padova, a Salboro. È nata nel 1908 come azienda agricola, mentre nel 1989 si è ampliata diventando anche un agriturismo. Operano nel settore dell'agriturismo, dove vendono nel punto vendita e agriturismo i prodotti coltivati nei loro campi e serre, e la carne degli animali allevati nel loro territorio. Parte delle loro entrate di denaro deriva anche dalla vendita all'ingrosso nel mercato notturno e da ordini tramite il sito aziendale.

Attualmente "Capeeto" è gestito dalle quattro sorelle De Poli che sono i soci aziendali. La società agricola possiede ettari di terreno a Salboro, a Roncajette, a Ponte San Nicolò, a Padova, e a Ortona in provincia di Chieti.

Questa è la descrizione della filosofia aziendale nella page dell'agriturismo:

<<Crediamo fortemente in un'agricoltura dal minor impatto ambientale possibile e nel recupero dei prodotti e dei materiali. Le nostre scelte giornaliere sono guidate da questa convinzione: possiamo e dobbiamo lasciare ai nostri figli una terra più ricca e sana.

Noi questa Terra la conosciamo, la amiamo e la lavoriamo da generazioni.

La nostra famiglia è cresciuta da ciò che essa ci ha regalato.>>.

L'attenzione alla sostenibilità è evidente, come ho anche avuto modo di constatare durante il mio tirocinio presso la società, per questo ho deciso di porre la rendicontazione nei loro confronti come modello da seguire per le piccole medie imprese.

Ora si vedrà la suddivisione dell'analisi di sostenibilità nei vari rami della stessa.

4.1 Governance aziendale: scheda d'impresa

La ragione sociale dell'impresa oggetto di analisi è denominata in modo completo giurisdizionalmente in questo modo: "Società agricola Capeeto di De Poli Giovanni e Figli S.S."

È in attività dal 16 ottobre 1908, anno in cui nasce l'attività agricola; nel 1989 si aggiunge il servizio ristorativo, cioè l'agriturismo. Diventa così una società agricola semplice, tramite il decreto legislativo D.lgs del 2004 (fonte: www.tasse-fisco.com). È questa la più comune forma giuridica per le attività di agricoltura.

<<La società semplice, ai sensi dell'articolo 2170 c.c. e seguenti, è una società non commerciale, destinata all'esercizio dell'attività agricola, delle libere professioni o per la formazione e gestione di patrimoni mobiliari e immobiliari>>. Fonte: (foglie.tv).

Come classe dimensionale è una piccola impresa, costituita cioè per definizione dai 10 ai 49 dipendenti. È infatti un'impresa familiare, con quattro soci, le sorelle De Poli in gestione dei vari ambiti della realtà lavorativa. Sono quattro i dipendenti fissi, tre in ambito agricolo e una che lavora al punto vendita dell'azienda.

I prodotti venduti da “Capeeto” nel loro punto vendita sono quelli autoprodotti nei campi agricoli, in agriturismo invece sono elaborati gli stessi e riproposti nei vari piatti, fra i quali la pasta fabbricata con macchinari apposta è direttamente servita ai clienti. Quello che invece concerne coi prodotti di origine animali, anche quelli sono di derivazione aziendale, provenienti per l'appunto dall'allevamento praticato in forma estensiva di maiali, galline, tacchini e faraone.

Il numero di clienti al coperto è 60 e spesso sono al pieno nei pasti. Riescono a ricoprire circa 10 mila pasti annui.

Tuttavia non possiedono un codice etico come standard di responsabilità d'impresa.

Come certificazioni possedute c'è stata quella di tipo ambientale l'ISO 14001, riferita a una norma internazionale ad adesione volontaria che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale (Fonte: csqa.it); l'ISO 14001 per scelta poi non è più stata aggiornata. Non sono presenti invece certificazioni legate ai diritti umani, tuttavia è presente quella che mette per iscritto l'avvenuta relazione sociale di revisione del bilancio.

4.2 L'area economica

In ambito di ricerca e sviluppo, l'azienda si è mossa per operare in un aggiornamento dei sistemi informatici e di vendita, come nell'ambito del marketing con pubblicità e in generale nel ramo della comunicazione con il cliente.

Persiste una maggiore indagine nel corso dell'ultimo anno per nuovi contatti, fornitori, metodologie e canali di vendita. Il fornitore cercato deve essere economicamente competitivo, ma anche garantire una disponibilità di materiali, che siano di qualità, anche nel medio-lungo periodo. Materiali di qualità sono quindi quelli che producono meno scarti nel loro utilizzo per motivi di eco-sostenibilità, riducendo così l'impatto ambientale. I fornitori ideali sono vicini al territorio della società agrituristica, anche per diminuire i costi del trasporto, quindi le sostanze inquinanti. Un esempio-tipo è il “Consorzio Agrario” che fornisce alla società prodotti utili per l'agricoltura, come fitofarmaci, che hanno meno plastica possibile, materiale compostabile.

Parlando di numeri stimati, sono circa 1000 € i soldi spesi per ricerca e sviluppo da parte dei quattro soci aziendali. Non essendo presenti certificazioni in ambito sostenibilità sociale non sono nemmeno presenti certificazioni di responsabilità e qualità dei fornitori, poiché operano nel settore circostante, dove sia fornitori sia clienti, nei confronti dell'azienda, basano il loro rapporto sulla fiducia, venendo in questo modo meno a significare una certificazione di qualità. La realtà cercata e mantenuta stabile da “Capeeto” è infatti proprio quella della piccola realtà familiare, che ne definisce una forte identità.

Con i principali fornitori l'azienda collabora da anni, e il numero è di circa 15 con i quali c'è un frequente scambio merce. Altrettanti come numero sono quelli saltuari, con merce e materie prima di minor utilità. La maggior parte di questi vendono alla società

materia prima per l'agricoltura e le serre, come ad esempio il vivaio "Bronte", che fornisce tutte le piantine che andranno trapiantate a terra. Il "Consorzio Agrario", agenzia con sede Maserà di Padova è ovviamente un riferimento principale in agricoltura. Per le pulizie agisce la società "Polo distribuzioni" nel settore igienico-sanitario, fornendo detergenti, disinfettanti, attrezzature professionali e macchinari per la pulizia. Altro importante fornitore è il magazzino all'ingrosso "Olivetto Rino" sempre a Maserà, che vende a "Capeeto" diverso materiale: materie plastiche, polietilene da copertura e pacciamatura, Imballaggi Industriali e servizi di confezionamento per ortofrutta. Il 95% dei fornitori ha sede la nostra nazione Italia (e quindi UE). In ambito marketing, il fornitore per eccellenza è "Meta", uno dei pochissimi internazionali(5%) con il quale l'azienda collabora. Sempre in questo ambito, l'agenzia con la quale la società collabora per la creazione di contenuti interessanti per gli account Instagram e Facebook è l'agenzia di marketing "Restaurant Revolution" con sede Martellago (VE). Periodicamente in azienda arrivano dei loro addetti alla fotografia e creazione di contenuti multimediali e illustrativi della realtà di "Capeeto", sia degli interni dell'agriturismo, sia dei campi e delle serre.

La maggior parte della produzione dalla quale deriva una buona percentuale d'utile aziendale è autoprodotta nell'arco dei loro 22 ettari di terreno.

I costi del personale annui ammontano a circa 60 mila €, mentre il fatturato aziendale, a causa dell'arrivo del Coronavirus, è passato da 600 mila€ nel 2019, a 80 mila € nel 2020, con una forte ripresa a 200 mila € nel 2021. I dati del 2022 sono ancora in calcolo e quindi attualmente non disponibili, ma ci si aspetta un ulteriore forte incremento rispetto all'anno precedente.

4.3 L'area del sociale

4.3.1 Rapporto con dipendenti e fornitori

Il numero di dipendenti che hanno frequentato corsi di formazione sono 5 e i costi per gli stessi ammontano a 2000 €; le ore annue per gli stessi sono pari a 32/48. Non sono presenti assunti con contratto di apprendistato.

I servizi offerti ai dipendenti sono i seguenti: quelli con mansioni in agricoltura ottengono offerto dall'azienda stipendio, divise, dpi, cioè dispositivi di protezione individuale, e per alcuni il vitto. Invece per i collaboratori in ambito agriturismo è fornito stipendio, divise, dpi e pasto.

Come corso di formazione rivolto ai dipendenti corsi per i dipendenti sono attuati tutti quelli obbligatori per legge con tutti i loro aggiornamenti in tutti i campi secondo le loro mansioni.

Dalla società sono intraprese azioni volontarie a favore della non discriminazione e a tutela e integrazione delle categorie protette o “deboli” tramite partecipazione in progetti sociali per/con disabili, in accordo con varie scuole e con l’Ulss.

Negli ultimi due anni il tasso di turnover è di medio: sono circa 12/14 dipendenti con vari tipi di contratti indetti, a breve termine e stagionali; la presenza femminile è preponderante al 90% e la presenza di giovani è al 50% con un range dai 20 ai 45 anni; negli ultimi 2 anni c’è stato inserimento di 12/14 figure in alternanza tra entrati e usciti. Sono dati non rilevabili poiché molto variabili quelli sostenuti per la manutenzione e revisione delle apparecchiature in uso, gli investimenti e costi annuali per attrezzature e dispositivi di sicurezza e prevenzione degli incidenti sul lavoro e quelli per la messa in sicurezza.

Nell’ambito agricolo, “Capeeto” è iscritta alla CIA, la Confederazione degli Agricoltori Italiani, che è <<una delle maggiori organizzazioni di categoria d’Europa che lavora per il miglioramento e la valorizzazione del settore primario e per la tutela delle condizioni dei suoi addetti, contando su circa 900 mila iscritti in Italia>>. Fonte: (www.cia.it)

4.3.2 Il rapporto con i clienti

Gli standard qualitativi applicati all’azienda sono la lotta integrata, che rappresenta lo sviluppo delle metodologie che sviluppano l’abilità di abbassare al minimo l’impiego di prodotti chimici di sintesi, come fertilizzanti e fitofarmaci. Per tutelare le piante da malattie “Capeeto” procede con una costante e progressiva diminuzione d’utilizzo di prodotti di sintesi per avvicinarsi quanto più possibile all’agricoltura e la produzione biologica; questo avviene anche con la pratica di sovescio, rotazione delle colture e rispetto dei giorni di carenza. L’azienda dichiara di seguire un metodo di produzione quanto più simile al biologico, in quanto non è stata mai richiesta una certificazione ufficiale. Perciò è ridotto al minimo indispensabile, in caso di emergenza, l’uso di fertilizzanti chimici, antiparassitari e fungici. Viceversa l’allevamento di galline, maiali, faraone e tacchini è prevalentemente estensivo; riuscendo a far muovere di più gli animali, essi ottengono maggior massa corporea, costituendo l’allevamento come pratica eseguita in modo sostenibile poiché garantito il benessere animale.

Le politiche adottate in materia di marketing sono di natura pubblicitaria e di promozione, di comunicazione al cliente, e soprattutto la presenza sui social network, con account Instagram molto attivo con post e storie apposta per interagire attivamente con gli utenti, tutti potenziali clienti. I giovedì e venerdì sera è presente l’aperitivo con numerosi cicchetti e panini con affettati e bevande analcoliche e alcoliche annesse e musica di sottofondo suonata da una band chiamata ad hoc; questi eventi sono diventati caratteristici di “Capeeto”, molto famosi in zona Padova, tanto da attirare spesso influencer, i quali, con l’uso di Instagram stories, pubblicizzano l’evento stesso ai loro followers, creando un circolo vizioso favorevole alle vendite. Il marketing costa all’azienda circa 1000€ al mese

I canali di vendita di “Capeeto” sono la ristorazione, mercati all’ingrosso che avviene durante la notte e il punto vendita dei prodotti ortofrutticoli coltivati a km zero.

Non è stata svolta un'indagine per stimare il numero di clienti fidelizzati negli ultimi 3 anni, ma in una piccola realtà queste stime sono sicuramente di relativa importanza.

4.4 L'area ambientale

L'area ambientale cerca di misurare i consumi della produzione aziendale per verificarne il livello di sostenibilità.

Il controllo consumi di risorse primarie (es controllo dei consumi, mobilità sostenibile, coibentazione edifici...) come prima cosa avviene in modo manuale, cioè affidato all'attenzione dei lavoratori.

Riguardo al consumo di acqua l'azienda dichiara che sono effettuati controlli periodici sulla qualità, accompagnate da approfondimenti di qualità svolte in laboratorio privato, perfezionate ulteriormente poi da analisi comunali per l'acqua della rete pubblica.

Come azioni per riduzione dell'impatto ambientale si ha la scelta di orari di irrigazione adeguati per diminuire il livello traspirazione delle piante e rendere la stessa più omogenea nel tempo. Nelle serre e nei campi c'è una moderna tipologia di impianti di irrigazione; inoltre è selezionata ogni varietà di piante, seme e coltura per scegliere la più resistente. Nei campi c'è un sistema di raccolta d'acqua piovana che è riutilizzata nell'irrigazione, oltre a quella già utilizzata presa dei canali e scoline presenti nel loro territorio aziendale. Anche l'acqua utilizzata in cucina trova un suo secondo scopo nei campi.

Per l'energia elettrica si sta pensando di installare a breve pannelli fotovoltaici lungo tutta la superficie dei tetti, così da garantire una fonte d'energia rinnovabile, che comporti un consumo sostenibile di elettricità.

È praticata un riciclaggio dei rifiuti secondo le normative e in aggiunta è comune il compostaggio con diverse aree destinate a questa pratica. Tutti i rifiuti organici rimangono in azienda.

Gli strumenti di lavoro come trattori sono anche degli anni '80, ma sono costantemente posti sotto revisione.

Per contenere l'impatto sulla biodiversità la società agricola "Capeeto" pratica una riduzione costante e progressiva dell'uso di prodotti di sintesi, proponendo invece prodotti da macerati di frutta e verdura ed olii essenziali naturali.

L'azienda seguendo la sua politica di sostenibilità cerca di acquistare materiali riciclati il più possibile, a patto che siano disponibili ad un costo competitivo.

Infine, per la tutela ambientale, l'azienda ha stimato essere al 5% delle ore settimanali il tempo dedicato dal personale e soci per promuovere la tutela ambientale.

4.5 L'area del rapporto con comunità e territorio circostante

Le attività di carattere sociale, culturale e benefico e ricreativo in cui l'azienda è coinvolta sono la partecipazione, collaborazione e sponsorizzazione in ambito parrocchiale e con varie società sportive del territorio.

L'azienda dichiara che cerca di rapportarsi molto con la comunità circostante. Quando possibile infatti partecipa con grande interessamento alle iniziative e progetti comunitari; inoltre persiste una collaborazione storica con scuole ed università (istituto bacologica e zooprofilattico- UniPd) e collaborazione con veterinari per progetti come il pollo mangia insetti ed il recupero della gallina padovana.

Infine il numero di dipendenti assunti nella comunità locale è la totalità, dando lavoro così a persone della stessa, riducendo a zero i costi dei trasporti degli operai. Come riportato da "Capeeto", non è stato ricevuto alcun contributo pubblico, almeno nell'ultimo periodo, per gli operai dipendenti; nonostante ciò la società riesce sempre a pagare di tasca propria e nei tempi, sia ora, sia in passato.

5. CONCLUSIONI

Perché per le aziende è molto importante fare la rendicontazione e il bilancio della propria sostenibilità? Innanzitutto questo aiuta l'azienda ad espandere il proprio valore, in quanto la moderna tecnologia e gli studi in quest'ambito possono aiutare tutte le realtà lavorative a traguardi più distanti di quanto si potesse fare fino a qualche decennio fa. In pratica le aziende sono in grado di apportare il proprio apporto; infatti avviandosi verso rinnovati provvedimenti sul modo in cui il loro fabbricato, l'assistenza ai clienti e impiego lavorativo e attività condizionano positivamente il nostro pianeta, la gente e l'industria in generale.

La Commissione Europea nel 2001 comunica con il Libro Verde la stesura del concetto di bilancio di sostenibilità come <<integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.>>.

Secondo una ricerca pubblicata nel 2013 dal Boston College Center, è constatato che fra tutti coloro che hanno divulgato un report sulla sostenibilità, più di metà delle persone interrogate ha confermato di aver riscontrato, grazie al bilancio, miglioramenti al prestigio dell'azienda. Si evince che ci sono solo vantaggi, oltre a quelli economici perché aiuta a tenere sotto controllo le spese generali, nell'ambito economico, e gli impatti ambientali, nell'area dell'eco-sostenibilità.

6. SITOGRAFIA

- 1) <https://www.lestradedellinformazione.it/rubriche/le-strade-della-sostenibilita/rapporto-brundtland-nel-1987-nasceva-il-concetto-di-sviluppo>
- 2) https://www.rehappy.it/blog/24_importanza-sostenibilita-ambiente.html#:~:text=La%20sostenibilit%C3%A0%20%C3%A8%20spesso%20pensa%20ta,%20C%20produzione%20e%20consumo%20sostenibili
- 3) <https://www.vegaformazione.it/PB/responsabilita-sociale-d-impresa-e-sostenibilita-p252.html#:~:text=Qual%20%C3%A8%20il%20significato%20di,questa%20%C2%ABtenuta%20%C2%BB%20del%20pianeta>
- 4) <https://www.mase.gov.it/pagina/il-percorso-dello-sviluppo-sostenibile-1992>
- 5) <https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>
- 6) <https://www.sardegnaforeste.it/notizia/agenda-21-un-piano-dazione-lo-sviluppo-sostenibile#:~:text=L'Agenda%2021%20%C3%A8%20il,di%20soddisfare%20le%20proprie%20esigenze>
- 7) <https://www.eda.admin.ch/agenda2030/it/home/agenda-2030/globaler-kompass-fuer-nachhaltige-Entwicklung.html#:~:text=Gli%20elementi%20essenziali%20dell'Agenda,%20C%20prosperity%20C%20peace%20C%20partnership>
- 8) <https://sustainabilityaward.it/quali-sono-le-5-p-dello-sviluppo-sostenibile/>
- 9) <https://tattoomuse.it/faq/che-cosa-sono-le-cinque-p>
- 10) https://www.traderlink.it/opinione-sui-mercati/esg-i-principi-di-investimento-responsabile-pri-e-i-sustainable-development-goals-sdgs_21092G0PIDCM1CM
- 11) <https://www.economyup.it/innovazione/governance-aziendale-sigificato-ruoli-ed-esempi-di-corporate-governance/>
- 12) <https://www.studiosamo.it/glossario/kpi/>
- 13) <https://mglobale.promositalia.camcom.it/analisi-di-mercato/tutte-le-news/rapporto-agriturismo-e-multifunzionalita-2022.kl#:~:text=Il%20numero%20di%20aziende%20agrituristiche,%20C6%25%20delle%20attivita%C3%A0%20secondarie>
- 14) <https://www.ragioneria.com/it/libro/distribuzione-valore-aggiunto>
- 15) <https://www.adecco.it/servizi-per-le-aziende/corsi-di-formazione/corsi-obbligatori>
- 16) [csqa.it](https://www.csqa.it)
- 17) www.tasse-fisco.com
- 18) <https://foglie.tv/ditta-individuale-o-societa-semplificata-in-agricoltura/#:~:text=La%20societ%C3%A0%20semplificata%20C%20ai%20sensi,e%20criteri%20di%20massima%20semplificata%C3%A0>
- 19) <https://www.cia.it/chi-siamo/la-cia/>
- 20) https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:Schema_degli_Standards_GRI.png
- 21) <https://fitogest.imagelinenetwork.com/it/glossario/l/lotta-integrata/3542>

22) <https://www.esg360.it/normative-e-compliance/bilancio-di-sostenibilita-che-cose-quali-sono-obiettivi-e-caratteristiche/>

23) www.aitr.org

24) scienzepolitiche.unical.it

7. BIBLIOGRAFIA

2) Esposti, Lucatelli, Peta, 2008. STRATEGIE DI INNOVAZIONE E TREND DEI CONSUMI IN ITALIA: IL CASO DELL'AGRO-ALIMENTARE