

numerosissimi temi di attualità (OGM, cambiamenti climatici, accordi commerciali internazionali, buone pratiche a livello imprenditoriale e/o territoriale, politica, ecc.), anche attinti da altre testate diffuse tramite internet.

Le iniziative specificamente rivolte ai consumatori sono sporadiche e numericamente ridotte, tranne nel caso della promozione o partecipazione a progetti educativi rivolti alle scuole e riguardanti soprattutto il tema della sovranità alimentare, da parte della cooperativa.

Le attività di promozione sono dirette soprattutto a intermediari (buyer, importatori, distributori) piuttosto che ai consumatori finali, così come le indagini sui *feedback* dei consumatori sono effettuate per il loro tramite. Tra le attività di promozione previste nell'ambito del progetto Marche Biologiche al quale la cooperativa aderisce, solo quelle a carattere pubblicitario (su riviste, quotidiani, web, ecc.) sono rivolte anche ai singoli consumatori, mentre le altre, al più, a gruppi di consumatori e GAS.

5.6.3 III Caso studio: O.P. Agrinova bio 2000 Associazione Produttori Agricoli Biologici – Soc. Coop.

Agrinova Bio 2000, costituita nel 1988, è un'Associazione di produttori agricoli siciliani¹¹³ che ha come missione la diffusione e la valorizzazione delle produzioni agricole biologiche. In origine, si sviluppa come cooperativa di tecnici agronomi e produttori (inizialmente nove soci) con l'obiettivo di creare lavoro su una frontiera nuova, l'agricoltura biologica, appunto. Tra i fondatori vi erano giovani neolaureati alla Facoltà di Scienze Agrarie di Catania e agricoltori che da tempo coltivavano con metodi biologici secondo il disciplinare di "Cos'è Biologico" dell'A.I.A.B.; erano ispirati e guidati dalle idee progettuali di Alfio Furnari, docente della Facoltà d'Agraria di Catania, con il quale avevano condiviso una visione culturale e politica di un'agricoltura alternativa ai modelli di produzione dominanti. Un'agricoltura più rispettosa dell'ambiente e della salute dell'uomo, capace di valorizzare e incrementare la biodiversità e stimolare il consumo consapevole di prodotti di qualità. Al contempo si voleva perseguire l'idea di una società politicamente più democratica e socialmente più giusta. In quegli anni, a livello regionale, anche in alcuni ambienti accademici, l'agricoltura biologica era considerata un tabù, mentre il mondo scientifico internazionale cominciava a interrogarsi sulle tematiche di uno sviluppo sostenibile dell'agricoltura.

Partendo dalla valorizzazione delle risorse, intellettuali e fisiche dei soci fondatori, la Cooperativa Agrinova è riuscita, nel suo primo decennio di attività, a trasformarsi da struttura, principalmente, di servizi agli agricoltori biologici siciliani a cooperativa di produzione e condizionamento di prodotti biologici, ottenendo successivamente, nel 2001, il riconoscimento di Organizzazione di Produttori. Il suo percorso, pertanto, è stato completamente diverso da quello normalmente seguito dalle organizzazioni di produttori, che nascono con l'obiettivo di concentrare la produzione delle diverse aziende agricole associate in vista della loro commercializzazione. Nel tempo a seguire, alcuni soci fondatori hanno intrapreso altri percorsi professionali, ma il progetto "Agrinova Bio 2000" costituisce un valido e promuovibile modello di aggregazione tra produttori e tecnici agricoli anche in una regione come la Sicilia, dove l'individualismo è preminente.

¹¹³ *Gli uffici e gli stabilimenti di lavorazione si trovano ad Acireale (CT), ma Agrinova si avvale anche di uno stabilimento ad Ispica, in provincia di Ragusa, per il condizionamento degli ortaggi, mentre la passata di pomodoro viene lavorata in conto terzi presso un centro di trasformazione certificato a Chiaramonte Gulfi (RG).*

Le prime esperienze commerciali di Agrinova Bio 2000 sono maturate nei canali specializzati in Italia, mentre il processo di internazionalizzazione ha preso avvio nel 1993 con la vendita dei soli agrumi, grazie a un contatto con un importatore in Svizzera. La partecipazione alle fiere sia in Italia sia all'estero ha poi consentito di entrare in contatto con distributori di altri paesi.

Nel 2014, la O.P. con valori delle vendite di quasi 4 milioni di euro, realizza il 49% del proprio fatturato in Italia e il 51% esportando in Inghilterra (15%), Francia (13%), Belgio (10%), Svizzera (8%), Germania (4%) e in Polonia, Lussemburgo e Grecia (il restante 1%). Il fatturato generato dalle esportazioni è in continua crescita, grazie alla fidelizzazione, all'incremento dei clienti stranieri e alla continua ricerca di nuovi mercati anche allo scopo di diversificare la clientela.

In futuro, Agrinova conta di penetrare maggiormente il mercato francese del biologico e sta progettando di entrare in quello russo, mediante la partecipazione a un'apposita associazione temporanea di scopo. Tale sbocco di mercato è attualmente in *stand-by* a causa dell'embargo totale, imposto dalla Russia durante l'estate 2014, su carne di manzo, carne suina e avicola, frutta e verdura, latte e formaggi provenienti dai Paesi dell'UE.

La sostenibilità dell'impresa

La O.P. Agrinova bio 2000 è specializzata nella commercializzazione di prodotto fresco, in prevalenza agrumi e ortaggi. Ogni anno la cooperativa commercializza circa 5.000 tonnellate di agrumi e 1.500 tonnellate di ortaggi. Nel 2013, i principali prodotti venduti sono rappresentati da agrumi biologici (arance, tra cui l'Arancia Rossa IGP, limoni, incluso il Femminiello di Siracusa IGP, clementine, mandarini, pompelmi, mandarini-simili, cedri, kumquat) e da produzioni orticole bio, ottenute in pieno campo e in ambiente protetto (patata novella, finocchio, peperone, carciofo, zuccina, pomodoro da mensa e cherry, peperone, asparagi, zucca, melone – giallo e cantalupo – e ortaggi a foglia). Inoltre, la cooperativa tratta anche quantità sempre più significative di alcuni tipi di frutta sub tropicale (avocado e anona) e alcuni prodotti trasformati (marmellate di agrumi, olio extra vergine di oliva, succo di arancia refrigerato, succo di arancia rossa e bionda pastorizzato in bottiglia di vetro, latte di mandorla, passata di pomodoro e due tipologie di vino bianco e rosso).

Tra i prodotti innovativi e di punta della cooperativa, come precedentemente detto, vi è il succo refrigerato d'arancia rossa e bionda, di limone e di mandarino, confezionato immediatamente dopo la spremitura e surgelato nel giro di pochi minuti da un'impresa con certificazione biologica (Treesse Succhi), localizzata nel comune di Aci Catena (CT), che provvede anche all'estrazione degli olii essenziali dalla buccia. Il succo refrigerato viene venduto soprattutto attraverso il canale ho.re.ca. e ad alcuni clienti all'estero. Non esiste ancora, tuttavia, un'adeguata organizzazione in grado di garantire la distribuzione minuta. Va sottolineato, in particolare, che il succo di arancia rossa refrigerato biologico è un prodotto innovativo, difficilmente reperibile sul mercato, al contrario dei succhi al gusto di pompelmo, limone e arancia bionda.

Negli ultimi anni, Agrinova ha effettuato numerosi investimenti in marketing e promozione, fabbricati e impianti, ricorrendo a risorse sia proprie che pubbliche, provenienti in parte dal PSR della Regione Siciliana – Misura 123 – e in parte dall'OCM ortofrutta, tramite il programma operativo. In particolare, è stato acquistato un fabbricato, attualmente in corso di ristrutturazione, attiguo a quello della sede della cooperativa, adibito anche al confezionamento e all'immagazzinaggio dei prodotti da commercializzare. Il fabbricato è già fornito di pannelli fotovoltaici funzionanti, mentre il vecchio, per il funzionamento dei macchinari, è alimentato a gas. Con la misura 123 è stato realizzato l'impianto di ozono per la

sanificazione dell'ambiente¹¹⁴.

Tuttavia, oltre all'installazione dei pannelli fotovoltaici e all'utilizzo di un autoveicolo a metano, non si prevede di avviare una strategia diretta al risparmio energetico o a potenziare l'utilizzo di energia da fonti alternative e, in generale, a ridurre le emissioni di gas a effetto serra e contrastare i cambiamenti climatici se non attraverso la promozione dell'approccio agroecologico nelle aziende socie (cfr. paragrafo successivo). Non è stata mai effettuata, inoltre, una misurazione di tali emissioni a livello sia di cooperativa sia di singoli prodotti. La commercializzazione all'estero ha implicato anche la realizzazione di alcuni investimenti, soprattutto in certificazioni e macchinari come, ad esempio, la bollinatrice o la macchina per confezionare agrumi e ortaggi con le retine.

Agrinova Bio 2000 fornisce negozi e supermercati locali, sviluppando sempre di più la filiera corta attraverso la vendita diretta ai consumatori e ai GAS. Dal 2004, la cooperativa ha allestito, all'interno del centro di condizionamento di Acireale, un mercatino settimanale, dove è possibile acquistare i prodotti biologici direttamente dai produttori associati e accreditati. Tuttavia, i suoi canali commerciali sono piuttosto diversificati. Nel Nord Italia, dove la distribuzione appare piuttosto frammentata, rifornisce soprattutto piccoli distributori. In ragione della scelta di sviluppare soprattutto canali commerciali alternativi, più adeguati alla promozione dei prodotti biologici e dei valori e principi a cui la cooperativa si ispira, in Italia la O.P. prevede di abbandonare la GD. Per quanto riguarda il mercato estero, il prodotto viene ancora commercializzato attraverso la GD per il 60% (principalmente in Belgio, Germania, Francia e Inghilterra¹¹⁵), i negozi specializzati (25%), gli importatori esteri (10%) e gli operatori del commercio equo (5%).

Sempre nell'ottica di potenziare le vendite nei canali alternativi, una quota della produzione di agrumi è destinata alle mense scolastiche, ambito nel quale la cooperativa vorrebbe ampliare la sua presenza. A tal proposito Agrinova, nel 2013, dopo aver aderito nell'anno precedente a GaranziaAIAB, si è aggiudicata il bando per la fornitura di agrumi a Milano Ristorazione, società a partecipazione pubblica che gestisce il servizio di ristorazione nelle mense scolastiche milanesi (Agostini, 2012). Nello stesso anno, ha vinto la gara per la fornitura di agrumi a IKEA Italia, da anni appannaggio di Apofruit, a cui Agrinova, tra l'altro, vende frutta e ortaggi. Inoltre, per l'Italia, la Cooperativa ha recentemente attivato il commercio elettronico con consegna entro le 48h dall'ordine.

La cooperativa negli anni ha mantenuto i valori originari costitutivi di serietà, integrità morale, pieno rispetto delle regole interne e della legalità (la cooperativa aderisce ad Addiopizzo Catania), professionalità, il tutto supportato da un gruppo di lavoro che discute, si confronta e cerca di realizzare gli obiettivi aziendali che la base sociale produttiva della Cooperativa decide.

Attualmente, la cooperativa impiega 17 persone, 15 uomini e 2 donne, di cui 11 operai a tempo determinato, 2 tecnici agronomi e 4 amministrativi. Periodicamente, a inizio e fine

¹¹⁴ Il sistema di applicazione di gas ozono in aria (nella cella frigo) e acqua (nella linea di lavaggio degli agrumi) consente di accrescere la shelf life e la qualità del prodotto, riducendo notevolmente la decomposizione biologica e mantenendo inalterate le caratteristiche organolettiche. In questo modo si mantiene la freschezza del prodotto che viene conservato con tenori più elevati di umidità evitando l'appassimento dei frutti. La tecnologia, completamente naturale e a zero impatto ambientale, consiste nel trattare con gas ozono i locali di frigo-conservazione in cui sono stoccati, anche per tempi brevi, i prodotti ortofrutticoli. Inoltre la stessa identica caratteristica di sanificazione è garantita anche in fase di lavaggio del prodotto durante la quale l'ozono agisce disinfettando il liquido di lavaggio, le superfici di contatto e il prodotto stesso.

¹¹⁵ In particolare, le catene servite Sainsbury, Tesco e White Rose.

campagna, tutto il team di lavoro formato dal gruppo dirigente della cooperativa, insieme al presidente e al Consiglio d'amministrazione (in totale 11 persone) partecipa a una riunione per verificare gli aspetti della gestione da migliorare, gli obiettivi da perseguire e i risultati conseguiti. A queste si aggiungono le consuete riunioni di settore.

Riguardo al tema della formazione del personale, Agrinova ha investito circa lo 0,5% del fatturato in corsi sui temi tradizionali della sicurezza nei luoghi di lavoro e su temi specifici riguardo alla sicurezza alimentare, per un numero complessivo di circa 20 ore annue. Tuttavia, Agrinova, con l'obiettivo di migliorare la capacità di penetrazione sui mercati internazionali, si propone, nel prossimo futuro, di investire ulteriormente nella formazione di tutti gli operatori della O.P. (partendo dalle aziende produttrici fino agli addetti dei centri di condizionamento), attraverso stage all'estero.

Inoltre, una quota del fatturato potrebbe essere destinata alla realizzazione di piattaforme per la distribuzione diretta ai consumatori biologici europei.

La sostenibilità lungo la filiera

La Sicilia, al 31 dicembre 2013, rappresenta con il 21,2% della SAU bio nazionale e con circa il 18,9% di operatori bio sul totale nazionale, la prima regione e la principale produttrice ed esportatrice di prodotti biologici. Inoltre, il 55% della superficie ad agrumi biologici e il 18,6% della superficie a ortaggi nazionali sono coltivate in Sicilia.

In un contesto così importante in termini di superfici e operatori coinvolti, Agrinova bio 2000 ha consolidato, negli anni, lo zoccolo duro della propria base sociale, costituita attualmente da 56 aziende, sviluppandosi in tutta l'Isola e, in particolare, nella parte orientale, nelle province di Catania, Siracusa, Messina e Ragusa. La provincia di Catania, insieme a quella di Siracusa, costituisce l'areale produttivo principale per la produzione di agrumi. I prodotti provengono da zone vocate e ricadenti in territori che hanno ottenuto da parte dell'UE alcune denominazioni d'origine come l'IGP *Arancia Rossa di Sicilia*, il *Limone Interdonato di Sicilia* IGP e il *Limone di Siracusa* IGP. Una sola azienda socia è localizzata nella Sicilia Occidentale, in provincia di Palermo, l'unica costituita in cooperativa. Le aziende dei 56 soci (dato al gennaio 2015) coprono una superficie coltivata di quasi 580 ettari: il 55% della superficie è occupato da colture agrumicole, il 18% da frutteti vari e frutta in guscio, il 19% da colture erbacee e la restante parte (8% circa) da colture ortive in pieno campo e in ambiente protetto. La dimensione media aziendale delle aziende associate è di circa 10 ettari. Spesso si tratta di aziende multifunzionali, con servizio di agriturismo e/o fattoria didattica.

Le aziende aderenti ad Agrinova utilizzano tecniche di coltivazione esclusivamente biologiche, in accordo con le norme stabilite dall'IFOAM e risultano essere conformi a quanto previsto dai Regolamenti (CE) nn. 834/07 e 889/08. I tecnici agronomi della O.P. assistono i produttori per l'intero ciclo produttivo promuovendo l'approccio agroecologico, finalizzato a coniugare la produzione e la conservazione delle risorse naturali e a offrire strumenti di pianificazione e gestione sostenibile degli agroecosistemi.

L'approccio agroecologico, insieme a un elevato rigore etico, ha consentito alla cooperativa di affrontare e superare nel passato alcuni momenti delicati: il rifiuto di pagare il pizzo, nonostante le minacce e le ritorsioni, aderendo fin da subito all'associazione *AddioPizzo*; un contenzioso decennale, avviato contro la cooperativa da un socio trovato non conforme dai tecnici della stessa, immediatamente segnalato all'Organismo di Controllo del biologico e, quindi, bloccato e messo fuori dal sistema.

Oltre a garantire l'assistenza tecnica alle aziende socie, periodicamente Agrinova effettua le analisi fisico-chimiche dei terreni (ogni 4-5 anni) e quelle chimiche e microbiologiche delle acque di irrigazione (ogni 1-2 anni), evidenziando serietà, cura e attenzione per la salute sia dell'ambiente sia umana. Nel tempo, grazie alla serietà e al suo metodo di lavoro, Agrinova si è fatta molto apprezzare dal consumatore.

E' importante sottolineare, tuttavia, come l'adesione da parte delle aziende agricole alla cooperativa sia soggetta a dei vincoli. Tali aziende, infatti, devono soddisfare diversi requisiti in termini di affidabilità, sicurezza, legalità, qualità delle produzioni e organizzazione aziendale, incluse le condizioni lavorative dei dipendenti, aspetti questi di estrema rilevanza anche nell'ottica di contribuire a sfatare pesanti e ricorrenti pregiudizi sulla Sicilia e, in generale, su tutto il Sud Italia. Analogamente a quanto avviene nel commercio equo, inoltre, una volta entrate nell'OP, Agrinova riconosce alle aziende socie un prezzo alla produzione equo e assicura la stabilità nelle relazioni anche in presenza di congiunture sfavorevoli.

La cooperativa ha acquisito negli anni diverse certificazioni, come la certificazione Buisuisse, che le permettono di competere al meglio sui mercati esteri e di costruire un rapporto di fiducia più solido con i consumatori esteri.

I prodotti della O.P. AGRINOVA si fregiano di un marchio registrato, "TERRAVIVA", contrassegnato da un codice aziendale, per garantire l'origine del prodotto, e da un codice di tracciabilità proveniente da un sistema intranet facilmente controllabile. Tale sistema consente sia all'acquirente finale che al consumatore di poter risalire, in tempo reale, all'azienda produttrice, all'assemblaggio e alle tecniche di coltivazione biologica utilizzate.

In tema di sostenibilità dei trasporti, l'azienda si avvale di agenzie altamente professionali, possibilmente con certificazione di qualità, che lavorano per il mercato sia interno sia estero. Nei primi anni di attività, tuttavia, la cooperativa ha incontrato numerose difficoltà perché i servizi logistici offerti, soprattutto a livello regionale, spesso non erano compatibili con la necessità di assicurare il mantenimento della qualità delle produzioni fino a destinazione, per cui accadeva che i camion non erano dotati o non avevano attivato la funzione di refrigerazione, o non venivano puliti dai residui, talvolta anche di sostanze chimiche di sintesi rilasciate dai carichi precedenti, che avrebbero contaminato i prodotti biologici. Nello specifico, i trasporti sono solo su strada perché l'aereo è troppo costoso. Si presta attenzione, tuttavia, a far viaggiare i camion a pieno carico, effettuando spedizioni congiunte con altre imprese, talvolta anche al fine di diversificare il paniere di prodotti offerto, ma si impiega solo gasolio e mai biocarburanti. La Cooperativa, inoltre, ha due camion da 50 q, di cui uno adibito al trasporto dei prodotti biologici dalle aziende socie al magazzino dove sono confezionati e preparati per la spedizione. Per i movimenti dei tecnici dalla sede della cooperativa alle aziende socie, invece, dispongono di due autoveicoli, di cui uno a metano.

Come si vedrà successivamente, Agrinova Bio si scontra spesso con la mancanza di una diffusa cultura della qualità anche quando opera sul territorio con l'obiettivo di valorizzare le produzioni locali presso il canale ho.re.ca. o, più in generale, attraverso i circuiti turistici, per cui la sua capacità d'azione è spesso limitata da un contesto culturale piuttosto ostico.

In generale, nei confronti sia dei fornitori sia dei clienti non consumatori finali, Agrinova verifica se siano rispettate la legalità e la normativa sul lavoro e, per il futuro, intende intensificare tali verifiche nell'ottica di indirizzare i propri partner verso la costruzione di una filiera socialmente responsabile. Tuttavia, il profilo sostenibile di tali imprese è preso in considerazione solo dal punto di vista sociale e non anche ambientale.

Agrinova Bio 2000 sul territorio

Analogamente a La Terra e il Cielo, Agrinova è molto attiva nell'organizzazione di convegni su tematiche di tipo tecnico, sociale e di politica economica, che riguardano, pertanto, non solo il settore biologico.

Nel 2011 alcuni soci e componenti del management di Agrinova hanno avviato un percorso per la costituzione della Rete siciliana di Economia Solidale affermando il principio che solo interagendo e cooperando si può riuscire a incidere concretamente nella realtà economica della Sicilia, nella cultura dei suoi abitanti e nella qualità delle relazioni. Lo scopo era la creazione della RESsicula per mettere a sistema le esperienze, divulgare buoni modelli e buone prassi e divenire attrattiva per tutti coloro che sentono il bisogno di "altro" rispetto al modello di sviluppo dominante, in tutti i settori della produzione, del consumo, dei servizi e del sociale. La Rete è andata avanti ma senza la partecipazione effettiva della O.P. che ha deciso di puntare su un progetto più ambizioso. Uno dei suoi obiettivi, infatti, è quello di contribuire alla costituzione della Rete italiana del biologico, per riunire tutti gli operatori, gli attori e gli stakeholder del settore a livello nazionale.

Agrinova Bio 2000 e il consumatore

Il consumatore post moderno è in grado di apprezzare maggiormente un prodotto biologico non solo perché certificato ma anche perché contiene, spesso, dei surplus che scaturiscono dal rispetto per l'ambiente e da un'etica del lavoro. Infatti, la OP ha deliberato di intrattenere rapporti commerciali esclusivamente con ditte che operano nella massima trasparenza riguardo alle condizioni lavorative degli addetti. Probabilmente si dovrebbe maggiormente investire sulla comunicazione al consumatore della sostenibilità aziendale. La OP, inoltre, non ha mai predisposto uno studio sulla LCA e pertanto non conosce l'impatto sull'ambiente che ciascuna delle produzioni determina lungo tutta la filiera.

Dal 2004, due volte a settimana, la cooperativa apre le porte dello stabilimento di Acireale per la vendita diretta e, da qualche anno, tra i clienti si sono aggiunti diversi negozi specializzati, punti di ristoro e hotel.

Tramite i social network (Facebook) e il proprio sito internet, sono stati raggiunti i consumatori di altre regioni d'Italia che ricevono i prodotti acquistati entro 48 ore dall'ordine tramite internet. Infatti, dal mese di novembre 2014, la O.P. Agrinova Bio 2000 ha attivato un canale di e-commerce per dare la possibilità ai consumatori di acquistare direttamente alcuni dei suoi prodotti biologici certificati. Ciò consente uno scambio diretto di informazioni con chi acquista e costituisce un'ulteriore occasione per divulgare il biologico e per sviluppare ulteriormente il mercato della cooperativa.

In definitiva, la O.P. ritiene di aver conseguito in misura soddisfacente i suoi obiettivi di internazionalizzazione negli ultimi anni, grazie al sostenuto tasso di crescita delle esportazioni, per cui ha certamente contribuito al miglioramento della sua reputazione e visibilità all'estero. I prodotti sono venduti all'estero con proprio marchio o con quello del distributore nazionale (es. Brio, che segnala comunque sulla confezione la produzione da parte di Agrinova) o estero. Nel complesso, il processo di internazionalizzazione della cooperativa è stato fortemente agevolato non solo dalla partecipazione annuale al *Biofach* di Norimberga e fiere in Francia e Svizzera, ma anche dalla collaborazione con altre imprese biologiche sia ortofruttiere, che già esportavano o avevano intenzione di esportare, sia non, con la finalità di diversificare il paniere di prodotti biologici offerti. È implicito, pertanto, il riconoscimento dell'importanza della

partecipazione a reti di produttori o della collaborazione con le altre imprese anche per avviare o rafforzare i processi di internazionalizzazione, propensione non particolarmente diffusa a livello regionale e nazionale.

Per rafforzare il processo di internazionalizzazione, Agrinova necessiterebbe di accedere più facilmente a servizi di assistenza riguardanti diversi temi, quali marketing, promozione, fiscalità, contrattualistica, trasporti e logistica, pagamenti e recupero crediti, gestione del rischio, servizi per i quali sarebbe auspicabile un sostegno pubblico. Inoltre dovrebbe implementare campagne di marketing verso i consumatori cercando di valorizzare ulteriormente l'approccio agroecologico della propria filiera e gli aspetti mutuati dal commercio equo e solidale.

I maggiori ostacoli esterni all'azienda, invece, sono rappresentati dalla complessità dei rapporti con le pubbliche amministrazioni, dalle inefficienze della rete commerciale e dalla concorrenza esercitata dagli altri paesi sugli stessi mercati.

Box 5.2. – Le buone prassi nei tre casi studio

Sostenibilità dell'impresa

Perlage – Alcuni vini della gamma sono dotati di etichetta “a manica” in plastica riciclabile al 100%, facilmente separabili dalla bottiglia, mentre alcuni prodotti destinati al mercato estero sono dotati di tappo a vite interamente riciclabile, appositamente brevettato per i vini spumanti. Sui mercati esteri, in particolare, Perlage incoraggia l'uso della bagging box, che riduce al minimo il rapporto prodotto/imballaggio.

Perlage – Tutti gli imballaggi sono in cartone certificato SFC e le bottiglie sono in vetro alleggerito.

Perlage – La grande apertura verso i mercati esteri richiede certificazioni anche molto diverse tra loro, costringendo la direzione e i lavoratori a un aggiornamento continuo. Per tale motivo, l'azienda assegna alla formazione un'importanza primaria: dal 2008 al 2012 sono state mediamente somministrate 55 ore di formazione all'anno.

Agrinova Bio 2000 – Per ridurre al massimo gli scarti della trasformazione degli agrumi, le bucce non impiegate per la produzione di olii essenziali, pulite e congelate, sono utilizzate per ottenere un colorante naturale e i frutti, tagliati a metà e svuotati dalla polpa, sono forniti alle gelaterie che li utilizzano come contenitori naturali. Ulteriori scarti degli agrumi, infine, sono utilizzati a fini industriali o nelle aziende zootecniche per la preparazione delle razioni alimentari dei bovini (pastazzo di agrumi).

Agrinova Bio 2000 – A seconda del prodotto commercializzato (arance, limoni, zucchine, finocchi, ecc.), si impiega un tipo di imballaggio diverso. In particolare, le cassette in cartone, oltre a essere certificate FSC, sono state disegnate nell'ottica di risparmiare spazio e di ridurre il peso e gli inchiostri utilizzati sugli imballaggi sono ecocompatibili.

Agrinova Bio 2000 – La Cooperativa garantisce ai propri dipendenti un ambiente di lavoro sereno e che sia di stimolo alla produttività, assicurando una retribuzione equa, un'adeguata distribuzione delle responsabilità e una ragionevole flessibilità degli orari di lavoro per consentire loro, quando necessario, di conciliare responsabilità lavorative e familiari.

Sostenibilità lungo la filiera

Perlage – La collaborazione con il Consorzio Biombra, che ha portato ad una drastica riduzione dell'uso del rame in vigneto, ha permesso all'azienda di ottenere la certificazione Biosuisse

La Terra e il Cielo – La cooperativa garantisce ai soci conferitori un giusto prezzo alla produzione che viene comunque pagato anche quando quello di mercato scende al di sotto di questo. Nel caso in cui, invece, il prezzo di mercato salga molto al di sopra del giusto prezzo stabilito (si cita l'esempio del grano

duro che ha raggiunto i 60 Euro/q), si corrisponde un prezzo più elevato di questo (nel caso ricordato, 40 Euro/q a fronte del prezzo equo garantito di 30 Euro/q), ma più contenuto di quello di mercato. La Terra e il Cielo, inoltre, anticipa prima della semina un terzo dell'importo complessivo da versare ai soci per il ritiro della produzione. I soci non sono obbligati a conferire tutto il raccolto, ma è previsto l'obbligo di ritiro per la cooperativa, purché il prodotto rispetti determinati livelli qualitativi (le proteine nel grano, ad esempio, devono costituire una quota del peso totale non inferiore all'11% e le impurità nei ceci devono tenersi al di sotto del 3%).

La Terra e il Cielo – La collaborazione su più fronti tra le diverse cooperative marchigiane produttrici di pasta biologica (La Terra e il Cielo, Gino Girolomoni, Terra Bio, Italcer e Montebello), strutturata nella forma di Consorzio, le è valso il riconoscimento di unico esempio europeo di filiera avanzata del frumento duro biologico nell'ambito del progetto di ricerca triennale *Organic Knowledge Network Arable* (OK-Net Arable), finanziato con il Programma Comunitario HORIZON 2020. Obiettivo di tale progetto, in particolare, è quello di mettere in rete gli scienziati, i tecnici e gli agricoltori biologici europei.

Agrinova Bio 2000 – Le aziende che entrano a far parte della cooperativa sono guidate gradualmente ad abbracciare l'approccio agroecologico attraverso un percorso tarato sulle caratteristiche sia dell'azienda sia dell'imprenditore e sempre con l'assistenza gratuita dei tecnici della cooperativa. A tal fine, nelle aziende socie sono anche mantenuti o ricostituiti alcuni elementi seminaturali che, unitamente alla coltivazione di varietà ortofrutticole autoctone e all'ampia gamma varietale, contribuiscono fortemente alla tutela della biodiversità.

Sostenibilità sul territorio

Perlage – l'azienda è un punto di riferimento per la comunità di Farra di Soligo (TV): organizza eventi gastronomici e culturali in cantina e collabora con le istituzioni locali nella sensibilizzazione contro l'abuso di alcolici. Svolge inoltre attività di fattoria didattica e collabora con gli istituti tecnici locali, con i quali ha attivato progetti didattici specifici.

La Terra e il Cielo – La Cooperativa si riconosce nella Carta per la Rete italiana di economia solidale (RES; 2007) e nell'esperienza territoriale della REES Marche, da ultimo con la stesura della Carta del territorio "Carta 2 D'Arcevia" (2014), con la quale, le Comunità locali introducono elementi di "comunitarizzazione" e di pianificazione, con poteri di orientamento sull'economia complessiva e sul lavoro nella comunità, sugli scambi commerciali con le altre comunità e sull'uso delle finanze.

La Terra e il Cielo – La Cooperativa l'associazione GAES F. Marotta di Villasanta (MB) e l'associazione BIOREKK di Padova hanno sottoscritto un progetto condiviso di economia solidale, "Adesso Pasta". Tale progetto si propone di valorizzare i diversi aspetti del ciclo produttivo della Cooperativa (produzione biologica, qualità e tipicità del prodotto in relazione alla lavorazione come, ad esempio, l'essiccazione naturale della pasta, dimensione cooperativa e mutualistica, equa remunerazione dei soci conferitori, rispetto delle norme contrattuali per i dipendenti e i soci-lavoratori), con particolare risalto alla trasparenza economica e organizzativa nei confronti dei consumatori e dei propri interlocutori (GAS), il tutto all'insegna della preservazione del territorio e del suo paesaggio e della tutela e promozione della biodiversità.

La Terra e il Cielo – La Cooperativa ha inserito tra le referenze il "Caffè della Pace", composto di sola varietà "arabica", proveniente dal Guatemala e coltivato con tecniche tradizionali su piccoli appezzamenti di terreno a 1.500 metri di altezza da piccoli produttori Maya riuniti nella cooperativa ASOBAGRI. Il caffè, la cui produzione è il principale sostentamento per queste famiglie, ha ottenuto la certificazione Fair Trade e ha la doppia certificazione di "Prodotto da agricoltura biologica", una rilasciata da Mayacert, l'OdC guatemalteco, e l'altra dall'Istituto Mediterraneo di Certificazione (IMC).

Agrinova Bio 2000 – Durante tutto l'anno, vengono ospitate molte scolaresche delle elementari e delle medie inferiori di Catania e provincia. Le visite, guidate dai tecnici della O.P., prevedono dei percorsi didattici sulla filiera agrumicola biologica che consistono nella visita degli agrumeti delle aziende associate e del centro di condizionamento con la finalità d'informare gli studenti e gli insegnanti sul significato e l'importanza dell'agricoltura biologica e sulla corretta alimentazione mediterranea con

prodotti biologici locali. Agrinova partecipa a progetti avviati nell'ambito della Rete delle Fattorie Sociali Sicilia, di cui la stessa fa parte, per l'inserimento nel mondo del lavoro di persone con svantaggi. Negli anni la cooperativa ha cercato di incrementare le relazioni con altre realtà regionali, nazionali ed europee e sviluppare esperienze come l'agricoltura sociale, nella consapevolezza che l'agricoltura biologica è non solo un differente metodo di produzione ma anche l'affermazione di un modello culturale e sociale.

L'impresa e il consumatore

Perlage – Lo spumante Perlapp è dotato di un QR-code stampato in etichetta che permette di avere notizie sull'azienda e sul vino che si sta consumando tramite *smartphone*

Perlage – Oltre alle principali informazioni su l'azienda, le certificazioni e i prodotti, accedendo all'area "vini bio" del sito di Perlage è possibile scaricare, per ogni referenza, una scheda tecnica che fornisce non solo i consueti suggerimenti per gli abbinamenti ma anche informazioni sul sistema di allevamento, sulle preferenze ambientali del vitigni e sulla vinificazione. Le schede sono disponibili in italiano e in tre lingue straniere: inglese, tedesco e cinese.

La Terra e il Cielo – Tra le iniziative più rappresentative volte alla fidelizzazione dei consumatori stranieri vi è un'attività di incoming realizzata con i consumatori di un GAS svizzero del Canton Ticino, costituito da circa 1.500 famiglie, che la Cooperativa ha invitato per alcuni giorni, organizzando la visita della sua sede, dei paesi circostanti e delle Grotte di Frasassi. Gli ospiti, quindi, hanno alloggiato negli agriturismi della zona e per la ristorazione sono stati utilizzati i prodotti della cooperativa e di altre realtà produttive locali biologiche.

5.7 Considerazioni di sintesi

Tendenzialmente, quando si pensa alla necessità di migliorare la sostenibilità dei processi di internazionalizzazione delle imprese, nel nostro caso, biologiche, si pone l'accento soprattutto sulla dimensione ambientale e, in particolare, sull'esigenza di ridurre le emissioni di gas a effetto serra. Se, tuttavia, si considera la definizione di commercio sostenibile, si acquisisce una visione molto più ampia, che porta a studiare la singola impresa anche in relazione alla filiera e al territorio in cui si colloca e ai suoi rapporti con i consumatori esteri.

Si è ritenuto importante, pertanto, prestare attenzione a tutte le attività intraprese dall'impresa biologica per migliorare la sostenibilità di prodotti e processi aziendali che vanno oltre l'adozione del metodo di produzione e trasformazione biologico, filiera, comunità e territorio e per comunicarle ai consumatori, così da aumentarne la fiducia sull'operato dell'impresa e la loro consapevolezza, raccoglierne i *feedback* e stabilire possibilmente una relazione per un arricchimento culturale reciproco. Nello specifico, la comunicazione efficace riguardante i prodotti biologici, oltre a creare delle aspettative nei consumatori che non possono essere disattese, pena un danno di immagine e, quindi, economico, deve consentire loro di comprendere e non solo conoscere i punti in questione e rilanciare eventuali osservazioni, suggerimenti e proposte (Kastberg, 2015).

Nel caso del settore biologico, l'internazionalizzazione ha un ulteriore effetto, ossia l'innescare di un processo virtuoso che porta, in ultima analisi, a un ampliamento della superficie biologica o, almeno, ad assicurare uno sbocco di mercato a un numero più elevato di aziende che spesso hanno difficoltà a collocare sul mercato la produzione come certificata biologica. Ciò si traduce in un miglioramento complessivo della sostenibilità economica e sociale e, nel medio lungo periodo, di quella ambientale relativamente a porzioni di territorio più o meno ampie (a