

TRA ETICA E AMBIENTE: DILEMMA O SOLUZIONE WIN-WIN?

LE IMPRESE POSSONO AGIRE PER LA SOSTENIBILITÀ METTENDO O MENO IN DISCUSSIONE IL MODO DI PRODURRE VALORE. SONO SEMPRE PIÙ DIFFUSE LE MISURE DI ECOEFFICIENZA, UN CLASSICO ESEMPIO DELLA CONNESSIONE TRA AMBIENTE E IMPATTO ECONOMICO. L'ASPETTO ETICO È PIÙ EVIDENTE NEL RAPPORTO TRA AMBIENTE E BENESSERE DELLA COMUNITÀ.

L'attenzione all'impatto ambientale delle proprie attività da parte delle imprese non è mai svincolato dall'impatto sociale o economico che tali comportamenti possono ingenerare. Come afferma Porter¹, nella loro catena del valore le imprese hanno azioni che determinano dei costi ambientali a carico della società, sia che consumino risorse non rinnovabili, sia che inquinino beni comuni; in alcuni casi adottano misure compensative, che restituiscono sotto altra forma il valore eroso, in altri intervengono a monte ripensando il processo produttivo per ridurre al massimo tale impatto. Si pensi al riguardo alla differenza in merito all'impegno delle imprese per concorrere alla riduzione delle emissioni di CO₂ tra gli interventi di compensazione delle emissioni prodotte, magari con iniziative nel Sud del mondo, e la riduzione delle emissioni dirette del proprio processo produttivo modificandolo.

Nel primo caso si cerca di "porre rimedio", ma senza mettere in discussione il proprio modo di produrre valore, nel secondo caso si opera per ridurre il costo sociale del proprio processo caratteristico.

In entrambi i casi la decisione ha a che fare con l'etica, nel primo caso focalizzando la propria responsabilità sulla redistribuzione del valore, e quindi si è ancora nel campo delle decisioni "socialmente responsabili"; nel secondo caso invece la scelta impatta sul modo in cui si produce valore, ed ha quindi a che fare con la sostenibilità del modello di gestione dell'impresa.

Tra le scelte di sostenibilità negli ultimi anni si sono diffuse in modo preponderante le *misure di ecoefficienza*, che quindi comportano un risparmio economico nel medio periodo, a fronte di un investimento o di una modifica di processo. Misure che rappresentano cioè un classico esempio della *connessione tra ambiente e impatto economico*, non focalizzandosi sulle componenti etiche dei processi decisionali.

La componente etica si manifesta



FOTO: D. RAMERI

in modo più evidente nel rapporto tra ambiente e società. Ossia in tutti i casi in cui alla *tutela dell'ambiente* corrisponde la *tutela della comunità* e del suo *benessere*, senza alcun ritorno economico né nel medio né nel lungo periodo, ma sicuramente con un processo di accreditamento reputazionale in primo luogo all'interno della stessa organizzazione, rafforzandone cultura, senso d'appartenenza e, quindi, valori.

Le imprese per il benessere delle comunità, due casi

È interessante soffermarsi su due esempi per capire meglio le motivazioni e i risultati di questo tipo di scelta: quella di Coop di fare una campagna per promuovere l'acqua di rete, quella di Unipol di non praticare il *land grabbing*. Nel 2010 Coop ha lanciato una campagna istituzionale *Acqua di casa mia* per promuovere l'utilizzo dell'acqua di rete invece del consumo di quella imbottigliata.

Campagne di questo genere erano già state promosse da associazioni della società civile, in particolare ambientaliste, proprio per il significativo impatto ambientale che un gesto di

consumo quotidiano ingenera lungo l'intero processo, dalla captazione all'imbottigliamento, alla logistica e, per finire, allo smaltimento del rifiuto. Basti pensare che il confronto delle emissioni di CO₂ calcolate attraverso un LCA di prodotto evidenzia come l'impatto relativo alla produzione e distribuzione di 100 litri di acqua minerale in bottiglia di Pet da 1,5 litri per 100 km equivalga a quello generato da un'auto di media cilindrata che percorre circa 67 km, mentre per 100 litri dal rubinetto è come se la stessa auto percorresse 350 metri².

Un'azione coerente, quindi, con la missione delle organizzazioni promotrici, in un paese in cui i consumi pro capite sono i più alti in Europa e si posizionano al terzo posto nel mondo.

Alla stessa stregua alcune *utilities* che distribuiscono acqua avevano operato in tal senso: azione di educazione consumerista, ma congrua con il proprio conto economico.

La portata etica della campagna di Coop sta invece nella dimensione antieconomica di una scelta di questo genere, operata da una catena della grande distribuzione, che guadagna vendendo il prodotto, e apparentemente in contrasto con la sua attività caratteristica.



Uno dei materiali della campagna "Acqua di casa mia", www.e-coop.it/

Ma in termini identitari Coop è *prima* "cooperativa di consumatori", e quindi di cittadini, *poi* supermercato. Per questo, a fronte dell'acquisita consapevolezza dell'impatto ambientale del consumo di acqua in bottiglia, la Coop ha ritenuto coerente con i propri valori e doveroso renderne consapevole il consumatore. Questo in continuità con il fatto che da oltre trent'anni Coop svolge con i ragazzi delle scuole attività di educazione al *consumo consapevole*, da oltre venti ha attuato azioni di riduzione degli imballaggi dei prodotti a marchio Coop e in diverse occasioni – si pensi alle violazioni dei diritti umani effettuate nella coltivazione dell'ananas, ma anche ai pesticidi – ha attuato iniziative di informazione rivolte ai consumatori. La scelta ambientale, quindi, non come una scelta avulsa e puramente tecnica, ma una campagna consumerista a forte contenuto ambientale: non solo un atto coerente, ma anche un momento etico fondante, di coinvolgimento dei soci e dei dipendenti.

Coerenza con la storia e i valori del Gruppo, frutto della cultura diffusa della "buona gestione" e dell'equità sono alla base della scelta etica nel Gruppo Unipol, di non effettuare *land grabbing*. Il tema del *land grabbing*, ovvero accaparramento coercitivo e su larga scala di terre nei paesi in via di sviluppo, rappresenta una questione controversa che ha causato molti dibattiti e tensioni dopo la crisi globale dei prezzi alimentari del 2008 e, in particolare, negli ultimi due anni. Le preoccupazioni sulla sicurezza alimentare in un'epoca di volatilità dei

mercati ha portato, infatti, molti paesi industrializzati a fare investimenti in terreni agricoli nel sud del mondo a prezzi relativamente convenienti. Oltre alla sicurezza alimentare, altri bisogni hanno contribuito all'aumento esponenziale degli acquisti di terreni: la crisi energetica e climatica e il conseguente aumento della domanda di fonti energetiche alternative (ad esempio agro-combustibili o *bio fuel*), le estrazioni minerarie e petrolifere, l'esaurimento dell'acqua, l'approvvigionamento di legno, i progetti legati al turismo, l'*appeal* speculativo del valore dei terreni ecc.

In molti casi, per sfollare intere comunità (si stima che 5 milioni di persone ogni anno subiscano espropri di terra³), questa pratica è accompagnata da atti di violenza e abusi dei diritti umani, con la conseguente messa in pericolo dei mezzi di sostentamento e della sopravvivenza e sovranità alimentare di innumerevoli comunità locali. Secondo i rapporti del Human Rights Council⁴ delle Nazioni Unite, coloro che lavorano per difendere i diritti legati alla terra e alle questioni ambientali sono – tra i difensori dei diritti umani – il secondo gruppo più a rischio di uccisioni dopo i giornalisti e gli operatori del settore media.

Si stima che più di 200 milioni di ettari, un'area equivalente a più di otto volte la Gran Bretagna, siano stati acquisiti o affittati tra il 2000 e il 2010⁵ e che il boom dei prezzi alimentari abbia provocato, da metà 2008-2009, un aumento vertiginoso degli accordi di circa il 200%⁶: l'Africa è il primo paese *target* per le acquisizioni mentre il Sud America è l'area considerata maggiormente a rischio di abusi legati ai diritti della terra⁷. In considerazione della gravità e della rilevanza di questo tema – e osservando le crescenti preoccupazioni di rappresentanti della società civile⁸, del mondo accademico⁹ e di agenzie della Commissione europea¹⁰ – Unipol ha verificato che, nella sua storia, non ha mai compiuto alcun tipo di azione coercitiva e/o di acquisto di terreni in nessun paese emergente (*Bilancio di sostenibilità 2012*, Unipol). In questo caso quindi la tutela ambientale è il derivato di una scelta etica, che rafforza ed enfatizza, rendendone le motivazioni sottese comprensibili ed evidenti a tutti dentro l'organizzazione.

Maria Luisa Parmigiani

Segretario generale di Impronta Etica

NOTE

¹ Porter, Michael E and Mark R. Kramer *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, Harvard Business Review, Dicembre 2006.

² Dossier *Acqua di casa mia*, Coop, ottobre 2010.

³ UN-Habitat (United Nations Human Settlements Programme), *Secure Land Rights for All*, 2008.

⁴ Reports of the Special Rapporteur A/HRC/19/55 del 2011 (M. Sekaggya) e A/HRC/4/37 del 2007 (H. Jilani)

⁵ ILC-International Land Coalition, *Land Rights and the Rush for Land*.

⁶ W. Anseeuw, *Transnational Land Deals for Agriculture in the Global South. Analytical Report based on the Land Matrix Database*, Aprile 2012, pag. 6.

⁷ *Defenders working on land and environmental issues (...) The Americas seems to be the region where these defenders are most at risk*, A/HRC/19/55 del 2011.

⁸ 1) "Land grabbing by pension funds and other financial institutions must be stopped" Civil society statement on the finance of land grab, giugno 2012. Presentata da 65 ONG (tra le quali Friends of the Earth, Oxfam, ActionAid, Grain ecc.) in occasione del "Agriculture Investment Summit" del 26-29 giugno 2012 di Londra.

2) *Letter to Barroso from 100+ organisations on biofuels*, Aprile 2012; lettera scritta da 104 Ong al presidente della Commissione europea José Barroso per chiedere che l'ILUC (Indirect Land Use Change) sia tenuto in considerazione nelle prossime decisioni inerenti le politiche europee sui biocarburanti.

⁹ *International Scientists and Economists Statement on Biofuels and Land Use* dicembre 2011; lettera alla Commissione europea firmata dal direttore tecnico per le energie rinnovabili della Banca mondiale Daniel Kammen, dal Premio Nobel Kenneth Arrow e da oltre 200 tra scienziati ed economisti esperti di clima ed energia.

¹⁰ www.eutransportghg2050.eu, EU Transport GHG, *Routes to 2050? Cost effectiveness of policies and options for decarbonising transport*, 2011.