



COMUNICATO STAMPA

CALCOLO EMISSIONI E CAPITOLI DEDICATI AI COLLABORATORI E ALLA GOVERNANCE PER LA PRIMA VOLTA NELLA RELAZIONE DI IMPATTO DI NATURASÌ

27 luglio 2023. Per NaturaSi l'impresa fa cultura prima ancora del profitto, perché è facendo cultura che si può generare una sana economia. Non stupisce allora che la Relazione di impatto 2022 della più grande azienda del biologico in Italia sia molto approfondita per quel che riguarda i pilastri ESG, includendo per la prima volta anche la misurazione delle emissioni di CO2 dirette o indirette, grazie alla collaborazione con AzzeroCO2, società di consulenza di Legambiente. Inoltre, sono stati riorganizzati e ampliati i temi di osservazione con i nuovi capitoli dedicati ai "Collaboratori" e alla "Governance".

"Il nostro compito fin dalle origini è quello di lavorare per la comprensione e la valorizzazione delle leggi della vita. Questa missione ha portato in noi il convincimento che l'attuale paradigma sul quale è stato fondato il modello capitalistico, l'antropocentrismo che vede l'uomo come unico soggetto valoriale e la natura come oggetto da sfruttare, seppur oggi in maniera 'sostenibile', debba essere superato per arrivare ad un rapporto non più da soggetto-uomo a oggetto-natura, ma da soggetto a soggetto, da essere vivente a essere vivente. Questo il senso per noi della responsabilità d'impresa" dichiara Gianluca De Nardi, responsabile di impatto di EcorNaturaSi.

Nella Relazione di impatto 2022 l'azienda ha riorganizzato e ampliato secondo i criteri ESG (Environmental, Social e Governance) i temi emersi dall'analisi di rilevanza condotta nel 2019 che mostrano come, nonostante l'anno trascorso sia stato complesso dal punto di vista economico, NaturaSi abbia dato prova di resilienza sui suoi principi cardine. La misurazione dei kpi (key performance indicator), infatti, ha permesso all'azienda di raggiungere una migliore consapevolezza sui propri punti di forza, ma anche di debolezza, e di adottare, laddove possibile, un programma di miglioramento. A questo proposito va evidenziato l'impegno futuro per approfondire il cosiddetto "True Cost of Food", il vero valore del cibo calcolato monetizzando tutte le esternalità positive e/o negative che un prodotto genera prima di arrivare sullo scaffale, da approfondire anche con il mondo della ricerca e dell'università.

"Grazie a questa monetizzazione il consumatore diventa consapevole del giusto prezzo di ciò che acquista. Un sottocosto può nascondere un prezzo ulteriore di esternalità negative che verrà pagato dalla società nel suo complesso e dalle generazioni future. Al contrario, nel prezzo di un prodotto

biologico, possono essere incluse esternalità positive come la conservazione e l'aumento della fertilità del suolo, della biodiversità, del benessere animale” spiega **Fausto Jori, amministratore delegato di NaturaSì**. Effetti che sono monetizzabili e che raccontano il costo reale di un processo produttivo.

Infine, nel programma di miglioramento, l'azienda punta ad estendere la misurazione dell'impatto ad altre categorie di stakeholder: fornitori e clienti in primis.

ESG Environment

NaturaSì ha da sempre considerato le sue aziende agricole parti vitali del suo ecosistema. Tanto da darsi come obiettivo 2026 quello di arrivare a coltivare 9.000 ettari di superficie di cui il 25% completamente

coerente con le linee guida Terre di Ecor. Si tratta di un progetto grazie al quale già oggi esiste una rete di aziende agricole indipendenti, unite da un rapporto speciale con la terra e dall'impegno nei confronti della natura e delle persone. Lo scopo è quello di riunire agricoltori che operano nel rispetto della fertilità della terra e che credono in una sana relazione sociale ed economica.

Le aziende che fanno parte de Le Terre di Ecor in particolare si impegnano a **rispettare e migliorare la fertilità della terra (l'obiettivo è quello di raggiungere il 4% di sostanza organica presente nel terreno), la biodiversità ambientale e agricola (che arrivi a coprire il 15% della superficie aziendale), a utilizzare compost, sovesci e lunghe rotazioni per ottenere prodotti biologici e biodinamici di qualità**. Infine, per avvicinare il consumatore al produttore, ogni negozio (o gruppo di negozi) in un'area geografica delimitata, accanto ai prodotti presenti nell'assortimento centralizzato di NaturaSì, mette a disposizione **una scelta di prodotti locali (si punta al 10%)**, legati al territorio.

ESG Social

Ed è proprio sul territorio che l'azienda vuole lavorare per unire realtà attorno alle quali portare i suoi aspetti valoriali, avvicinando il mondo degli under 35; destinando almeno **2 milioni di euro (dal 2020 al 2026) in erogazioni liberali o donazioni di prodotti alimentari e non, a favore di enti del terzo settore** e/o iniziative impegnate nella diffusione di medesimi ideali. E ancora, rafforzare lo strumento del “prestito obbligazionario”: progetto innovativo di prestito remunerato in cibo (buoni spesa NaturaSì) per finanziare in anticipo gli agricoltori. Lo scopo è quello di dare alle persone un ruolo attivo e consapevole nel processo di produzione del cibo, partecipandovi sin dalla sua genesi. Per la prima volta nella Relazione di impatto sono stati definiti kpi per il tema “collaboratori”, nei confronti dei quali l'azienda si pone obiettivi ambiziosi, se si pensa soprattutto alla congiuntura economica del momento: avere almeno il 90% dei dipendenti a tempo indeterminato, il 50% di lavoratrici donne (entrambi i risultati già ottenuti nel 2022) e il 10% di lavoratori svantaggiati sul totale. L'azienda vuole inoltre contenere il divario tra la retribuzione dei dipendenti e quelle dei dirigenti (già contenuta ad un rapporto 1/4) e aumentare la ricchezza umana investendo sempre più nella formazione.

ESG Governance

Un'ultima novità riguarda il tema della governance, anch'esso definito con specifici kpi come il consolidamento del fatturato, **la garanzia di una linea di prodotti essenziali a costi accessibili, il giusto prezzo riconosciuto agli agricoltori**. Ulteriori kpi raccontano la composizione di proprietà e controllo dell'azienda, garantendo anche per il futuro la missione aziendale in particolare tramite il controllo di EcorNaturaSì da parte della fondazione no profit che ne detiene la maggioranza.

“Siamo fiduciosi rispetto al futuro, la nostra realtà è viva e pulsante in ogni anello della sua catena. Lo ha dimostrato con progetti e iniziative che sta portando avanti, come “Sì Essenziali”, l’adesione alla Coalizione contro lo Spreco alimentare, la collaborazione con Too Good to go e con Azzeroco2. E al grande impegno nel campo della ricerca per le sementi libere, selezionate per il bio, grazie al lavoro con la Fondazione Seminare il Futuro. Campagne sfidanti dove abbiamo raggiunto importanti obiettivi e sulle quali intendiamo continuare il nostro percorso nei prossimi anni”, conclude **Fausto Jori, amministratore delegato dell’azienda.**

[A questo LINK](#) la versione integrale della Relazione di impatto 2022.

I numeri di EcorNaturaSì

EcorNaturaSì dal 2021 è una società benefit ed è l’azienda di riferimento nel settore biologico e biodinamico in Italia da oltre 35 anni. Il suo ecosistema si compone di una rete di **300 aziende agricole biologiche e biodinamiche, 315 negozi** a insegna **NaturaSì** presenti su tutto il territorio nazionale, con oltre **1.200 collaboratori e più di 700.000 clienti fidelizzati**. Completano la struttura aziendale due poli logistici a **San Vendemiano (TV) e Bologna**. Il fatturato complessivo ammonta a **422,13 MLN di euro**. Il Gruppo è impegnato verso un’economia rispettosa dei bisogni di tutto l’organismo/filiera, dal produttore al consumatore. Per questo sugli scaffali arrivano **oltre 9.000 prodotti certificati biologici e biodinamici, di cui 500 prodotti con i marchi NaturaSì, Sì Essenziali e Le Terre di Ecor.**

Ufficio stampa NaturaSì

Silverback - greening the communication

naturasi@silverback.it

+39 06 20976191

+39 339 7135003