



Lettera aperta.

Terrabianca, 2 Novembre 2022

A tutti i dipendenti e collaboratori.

Carissimi,

due grandi progetti legati fra loro sono alle porte: la nuova sede in Terrabianca e il programma per la sostenibilità. L'occasione è propizia per condividere con voi alcune informazioni e presentare le relative linee guida della strategia aziendale in materia di produzione etica e sostenibile.

Da qualche settimana sono all'opera i dottori forestali incaricati di censire ed analizzare il capitale naturale delle nostre tenute. Con capitale naturale si intende la geologia, il suolo, l'aria, l'acqua, le piante, gli alberi e tutti gli organismi viventi presenti nel nostro ecosistema. Ciò ci consentirà di avere una fotografia dettagliata ed aggiornata, permettendoci di capire quali sono le direzioni di marcia per conseguire i nostri obiettivi di sostenibilità.

Cosa intendiamo con produzione etica e sostenibile.

Urs ed Adriana Burkard hanno un sogno: fare un ottimo vino di territorio, generando valore economico e sociale in armonia con ambiente e comunità. Per realizzare questo obiettivo ci sono scelte preliminari e propedeutiche che preparano il terreno; a seguire le azioni.



Il percorso prevede diversi passaggi, tutti ispirati dalla volontà, dalla scelta, di produrre in armonia con la natura; vino "a saldo zero verso l'ambiente". Misurando ed analizzando l'impronta della produzione sull'ambiente possiamo scoprire dove migliorare, dove ridurre e dove incentivare, cosa smettere e cosa cambiare.

L'atteggiamento ideale è essenziale, la mentalità: prendere consapevolezza dell'importanza e del valore di scelte in armonia con l'ambiente e farne filosofia di vita. Ispirando il nostro quotidiano a ciò, anche la produzione si valorizza, perché alla bontà del vino si aggiunge la sensibilità di chi lo ha fatto. Quel vino, il nostro vino, al piacere del gusto offrirà a chi lo berrà anche la suggestione di uno stile di vita, quello consapevole, responsabile. Non c'è eleganza senza sensibilità.

Non è solo vino: quando presentiamo una nostra bottiglia raccontiamo il prodotto ma anche i valori immateriali ai quali quel prodotto si ispira; comunichiamo territorio, persone e scelte. Il marchio si arricchisce di significati e valori nuovi che si sommano a quelli della solidità e della famiglia.

La prima delle scelte per raggiungere questo obiettivo è stata quella di un'agricoltura biologica. Come sapete, l'anno prossimo sarà completato anche l'iter della certificazione. Ma la conduzione bio non è "la sostenibilità" e il rischio di greenwashing è dietro l'angolo.

I pilastri del concetto di sostenibilità sono tre: quello ambientale, quello economico e quello sociale. Responsabilità nell'uso delle risorse naturali, capacità di generare lavoro e reddito, sviluppare la rigenerazione dei saperi e delle relazioni. Produrre in armonia con l'ambiente significa soddisfare i bisogni del presente senza



compromettere il futuro della casa comune, semmai migliorandola; ricordare sempre che *"La Terra su cui viviamo non l'abbiamo ereditata dai nostri padri, l'abbiamo presa in prestito dai nostri figli"*.

Il programma prevede il completamento dell'analisi del capitale naturale, uno studio LCA (Life Cycle Assessment) per misurare l'impronta ambientale della produzione lungo tutto il ciclo di vita, impatto dei fornitori incluso, e la carbon neutralità, ovvero l'impatto neutro delle emissioni.

Neutro non vuole dire zero. La produzione del vino ha un impatto sull'ambiente e questo impatto è misurabile al dettaglio; "neutralità" è adoperarsi per ridurre quell'impatto fino al margine di incomprimibilità e compensare pro-attivamente per quanto resta. Neutro, non zero.

Una volta misurato l'impatto della produzione e conosciute le capacità di stoccaggio della CO2 del nostro ecosistema, oltre che l'indice di biodiversità, sapremo come migliorare e ottimizzare i processi e le forniture. Progressiva riduzione dell'impronta e parallelamente valorizzazione del capitale naturale; fino al punto di pareggio.

La notizia che ci da entusiasmo è che, considerando i numeri della produzione e la dimensione del capitale naturale, la nostra azienda ha un potenziale compensativo di gran lunga maggiore dell'impatto, ovvero: boschi, suoli e vigne messi insieme hanno un potenziale di cattura del carbonio e di compensazione di gran lunga maggiore di quanto l'azienda impatta oggi. Gli studi ci diranno le esatte misure di tutto e ci consentiranno di certificare i dati, conferendo a marchio e prodotti un valore superiore.



L'azienda ha anche aderito all'Alleanza Siena Carbon Neutral, un think-tank di pregio, spin-off dell'Università di Siena che annovera solo membri con programmi in attività per la neutralità verso il carbonio.

Come sapete stiamo sostituendo tutte le forniture non eco-sostenibili, in primis la plastica monouso. Le scorte sono in esaurimento e vengono sostituite da materiali biodegradabili. Non è una guerra alla plastica che può essere utile e preziosa se usata e smaltita correttamente; fa parte di una più ampia scelta di campo, di vita. La scelta è quella di non seguire la "cultura dello scarto", che vuole il consumo al centro dell'esistenza, un consumo lineare dove si produce qualcosa senza sensibilità ed etica, lo si usa magari per pochi secondi e lo smaltisce indifferenziatamente con un danno all'ambiente di secoli. Come ha scritto Papa Francesco nella "*Laudato Si*", è questa cultura dello scarto l'origine dei mali del presente, perché ha contagiato tutti gli ambiti del vivere, anche quello delle relazioni interpersonali oltre quello verso con l'ambiente.

Il programma per la sostenibilità che abbiamo scelto prevede il benessere e la crescita a tutto tondo, anche delle persone che fanno l'azienda. Sostenibilità ambientale, sostenibilità economica, ma anche sostenibilità sociale che traduce l'approccio di cui sopra in azione concreta verso le persone, a partire da voi.

L'azienda favorisce, incentiva e si adopera per la formazione continua, agronomica ed enologica in primis; ma non solo. Abbiamo iniziato ad aprire le nostre porte alla comunità del vino, favorendo lo scambio dei saperi. Stanno venendo giornalisti, esperti a diverso titolo, professionisti non solo ad assaggiare i nostri vini ma a



condividerne visione e stile, confrontandoci sia con gli enologi sia con i comunicatori. Ci portano cultura del vino, esperienza e notizie: facciamone tesoro.

Vi invito a condividere ed essere messaggeri delle "4 R per l'ambiente": riduzione, riutilizzo, riciclo, recupero. Sono i fondamentali dell'economia circolare della quale abbiamo bisogno, in contrapposizione al modello lineare di cui sopra. Produrre, usare e smaltire in ottica circolare, valorizzando ciò che può essere destinato ad altro uso, azzerando le temibili micro-plastiche, usura degli oggetti che vanno banditi. Come vedete, niente che già non si faccia nel nostro privato, a partire dalla raccolta differenziata. Questa mia a voi per far sì che anche il marchio dell'azienda della quale siete ambasciatori sia percepito come "etico e responsabile".

Saranno molto gradite le vostre opinioni.

Buon lavoro.

Alberto Fusi