LUNEDÌ 6.11.2023 CORRIERE DELLA SERA

38 Imprese

L'Economia ALIMENTARE

RITTER SPORT, VIA COL VENTO VERSO L'OBIETTIVO NET ZERO

L'azienda tedesca di cioccolato (538 milioni di ricavi, 30,4 dei quali in Italia) vuole eliminare le fonti fossili entro il 2025 e essere a impatto neutrale lungo la filiera nel 2030

di ANDREA BONAFEDE

Un'azienda a conduzione familiare, con la terza generazione alla guida e la quarta già operativa, che ha sempre puntato sulla qualità dei prodotti e da anni investe in sostenibilità e innovazione. A sentirla così sembra la classica storia di un'impresa italiana. E invece basta andare al di là delle Alpi per scoprire che a Waldenbuch, vicino a Stoccarda, si trovano la sede e lo stabilimento produttivo principale di Ritter Sport, la tavoletta quadrata e variopinta che in Germania è considerata la cioccolata nazionale, un po' come Ferrero lo è per noi italiani.

E proprio nel nostro Paese la società tedesca, nata nel 1912, ha piantato delle radici stabili e forti, tanto che l'Italia con i suoi 30,4 milioni di euro di fatturato nel 2022 (su un giro d'affari totale dell'azienda di 538 milioni) è il terzo mercato per Ritter Sport.

Non solo, dopo aver lanciato la linea certificata Vegan sul mercato nazionale, il nostro è stato uno dei primi Paesi in cui questi nuovi prodotti (che ampliano la gamma a oltre 40 articoli) sono atterrati.

Protagonisti Thomas Straub, amministratore delegato di Ritter Sport Italia, la società l'anno scorso ha fatturato 30,4 milioni di euro

Rincari

Oltre alla ricerca di nuove combinazioni di gusti, il focus di Ritter Sport è sulla sostenibilità. E in quest'anno, caratterizzato da temperature elevate, oltre che dai rincari dell'energia e delle materie prime, in azienda si sono accorti che il loro motto («Fai la cosa giusta») è più che mai di attualità. «Soprattutto all'inizio dell'anno abbiamo pagato un forte aumento delle materie prime: il prezzo dello zucchero e del latte era raddoppiato, il cacao ha raggiunto il valore massimo degli ultimi 50 anni. A fronte di tutto questo noi abbiamo aumentato i listini solo dell'11/12%», racconta Thomas Straub, amministratore delegato di Ritter Sport Italia.

Nel tentativo di dipendere il meno possibile dalle oscillazioni di mercato, dal 2012 Ritter Sport è proprietario di una piantagione di cacao in Nicaragua, che oggi soddisfa circa il 15% della domanda dell'azienda, con l'obiettivo di arrivare al 25% in dieci anni. La produzione di El Cacao si affianca agli altri Paesi da cui Ritter Sport si approvvigiona (Nigeria, Ghana, Costa d'Avorio e Perù): un cioccolato che dal 2018 è 100% certificato e che, dall'anno scorso, è anche 100% tracciabile fino alla singola cooperativa. «Ora vogliamo arrivare a identificare il singolo coltivatore entro il 2025 — spiega Straub —. Stiamo implementando i nostri programmi, investendo sulle partnership con cooperative e produttori.I consumatori sono sempre più interessati a capire che cosa acquistano, e noi vogliamo essere trasparenti».

Gli investimenti

Nella stessa direzione vanno anche gli investimenti in tecnologie che permettano all'azienda di accusare sempre meno le impennate dei prezzi dell'energia tradizionale, e anche qui ci sono obiettivi e date: eliminare qualsiasi processo che utilizzi fonti fossili entro il 2025 e essere a impatto zero lungo tutta la filiera entro il 2030.

Dal 2020 la produzione è neutrale dal punto di vista climatico, ma Ritter Sport continua a lavorare per ridurre le emissioni. Un esempio è lo stabilimento logistico di Dettenhausen, vicino a Waldenbuch, sui cui tetti l'azienda ha costruito un impianto di pannelli solari (prodotti in un sito di proprietà della famiglia Ritter) e uno fotovoltaico: l'energia generata alimenta l'edificio e, quando in eccesso, viene ceduta alla comunità. «Inoltre, nel 2023, è entrato in funzione il nostro impianto eolico in Baviera, mentre è in costruzione un parco eolico, a Jehesen. Abbiamo investito anche in un parco fotovoltaico, a Wezenbaback. Insieme dovrebbero garantire, a livello energetico, 15 milioni di Kilowatt all'anno, l'equivalente di 450 milioni di tavolette di cioccolata», conclude Straub.

© RIPRODUZIONE RISERVATA