

Sintesi Visita San Benedetto, 30 novembre 2010

Con oltre 2 miliardi di litri prodotti e venduti, il gruppo San Benedetto è il secondo più grande produttore di acqua minerale ed il terzo più grande produttore di bibite analcoliche in Italia. Il gruppo ha un giro d'affari complessivo intorno ai 600 milioni di euro e comprende, oltre alle acque minerali, anche la produzione e vendita di bibite gassate (marchi San Benedetto, Schweppes, ...), bibite piatte (particolarmente il tè freddo, di cui San Benedetto è co-leader sul mercato italiano), bibite sportive (Energade) e bevande a base di frutta (Oasis, Batik Succoso, ...). Il gruppo veneto, controllato dalla famiglia Zoppas, opera anche all'estero dove possiede importanti partecipazioni in Spagna, Francia, Repubblica Dominicana e Mexico.

Matteo Zoppas, il Direttore Marketing, dott. Tundo, e l'ing. Gobbo, responsabile progetti speciali, hanno illustrato al gruppo dei Giovani imprenditori di Treviso e Venezia l'impegno dell'azienda nel portare avanti tematiche di eco-sostenibilità nella propria attività. I grandi risultati in termini di sostenibilità sono stati ottenuti attraverso costanti investimenti in ricerca, che hanno consentito di migliorare l'intero processo produttivo e di ridurre la plastica impiegata per ogni singola bottiglia, favorendo così una riduzione di emissioni di CO2 e la riduzione dell'impatto in termini di trasporti, sviluppando il concetto "Km 0" attraverso l'impiego e la distribuzione di acqua da diverse fonti sparse sul territorio.

Grazie a questo costante impegno Acqua Minerale San Benedetto è stata scelta dal Ministero italiano dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del mare per stipulare un accordo volontario per la promozione di progetti comuni finalizzati all'analisi e alla neutralizzazione dell'impatto sul clima dell'acqua imbottigliata, individuando due obiettivi principali:

1 - Garantire acqua minerale "a emissioni zero" di carbonio, contribuendo in modo significativo al raggiungimento da parte dell'Italia degli obiettivi del protocollo di Kyoto, con la riduzione del 6,5% delle emissioni di CO2 in atmosfera entro il 2012.

2 - Costruire un "modello" virtuoso per il settore acque minerali, settore di produzione profondamente legato ad una risorsa naturale primaria.

S. Benedetto si è così impegnata ad avviare un programma di iniziative per la "contabilizzazione" delle emissioni di CO2 prodotte dalla filiera dell'acqua minerale, per l'uso di tecnologie a minore contenuto di emissioni e la realizzazione di progetti volti ad acquisire crediti finalizzati a compensare le emissioni causate dal prodotto.

Dal punto di vista tecnico i progetti di intervento illustrati riguardano la trigenerazione, l'ottimizzazione della climatizzazione degli impianti, l'ottimizzazione energetica degli impianti d'imbottigliamento, la riduzione del peso delle bottiglie, il riciclo delle materie plastiche nella filiera produttiva.

Dal punto di vista della comunicazione è invece stata descritta la filosofia "Produrre in armonia con l'ambiente - S. Benedetto the Energy Saving Company" su cui è incentrata l'attività di comunicazione. Gli strumenti di comunicazione adottati per comunicare all'esterno l'impegno profuso dal Gruppo sono: a) il "prodotto" attraverso il proprio packaging ove in etichetta è evidenziato il claim "- plastica + ambiente" e dove per l'ultimo prodotto creato, il nuovo formato da 1 litro chiamato Easy PET, che dovrebbe neutralizzare le emissioni di CO2 attraverso l'acquisto di crediti di carbonio di tipo VERs (Verified Emission Reduction), ottenuti grazie alla costruzione di un impianto di generazione di energia termica dal biogas recuperato, in Thailandia sono stati utilizzati anche i loghi delle società di certificazione. b) le campagne pubblicitarie istituzionali c) un sito internet dedicato alla sostenibilità www.risorseperlavita.it d) diverse attività di pubbliche relazioni (accordo con Ministero dell'Ambiente, presenza all'Expo di Shanghai, ecc.).

Giuseppe Pasciuti