

Modello sostenibile Così Cielo e Terra diventa "zero waste"

È il primo esempio di filiera integrata

Karl Zilliken

■ Per loro non basta essere sostenibili. Vogliono essere un modello, che sia d'ispirazione per concorrenti e fornitori.

Cielo e Terra, azienda vinicola con sede a Montorso che opera in Italia dal 1908 con i brand Freschello, Casa Defrà e Famiglia Cielo ed esporta in oltre 70 Paesi del mondo, ha obiettivi non solo economici ma anche di impatto ambientale e sociale. La naturale conseguenza è stata la certificazione B Corp e di puntare decisi verso il "zero waste" «Siamo il primo esempio di filiera integrata dalla raccolta alla vendita - racconta Giampietro Povo, da quasi 20 anni Finance e Operation manager - nel 2005 "incappammo" nell'approccio Kaizen. Siamo stati i primi in Italia per il vitivinicolo. In quel periodo, contemporaneamente, è aumentata la pressione verso l'estero. Dal 10% di fatturato, l'anno scorso l'estero è valso oltre il 70%. In Italia lavoriamo principalmente attraverso la grande distribuzione; all'estero invece abbiamo distributori che consegnano anche al settore Horeca, uno tra quelli che ha sofferto di più durante la pandemia. Il fattu-

rato è stato di circa 50 milioni chiudendo il 2020 con un -7%. Grazie all'organizzazione aziendale, abbiamo retto bene tant'è che il risultato netto non sarà lontano da un anno record come il precedente». Non serve chiedere come la sostenibilità si concili con la ricerca del profitto, perché uno è la conseguenza dell'altra: «Con il Lean o Kaizen si lavora alla riduzione degli sprechi e sul rispetto per le persone. Si sposano principi di sostenibilità ambientale e sociale. La sostenibilità economica è un risultato. Tutte le scelte sono governate dal profitto e da una valutazione economica ma non prescindono più dalla sostenibilità ambientale e sociale. Riducendo gli sprechi, si riduce il consumo di risorse e d'altra parte, se hai rispetto per le persone, questo fa sì che lavorino meglio e che siano più efficienti. Noi proponiamo ai nostri dipendenti la scatola delle idee, i colloqui annuali e una formazione continua».

Azienda e idea di sostenibilità si sono evolute di pari passo: «Da 30 lavoratori siamo diventati quasi 90 - prosegue Povo - abbiamo dovuto rispondere alla crescita

dimensionale e di complessità. Tra il 2010 e il 2012 avevamo già iniziato a valutare progetti di riduzione dell'acqua, di utilizzo di materiali più efficienti e per avere bottiglie più leggere, piuttosto che progetti di recupero dei supporti delle etichette. Ora stiamo lavorando per rendere riciclabile anche l'unico tipo di rifiuto che non lo è ancora e diventare zero waste. Nel 2013, c'è stata l'implementazione del modello organizzativo 231 che ha portato tra il 2014 e il 2015 alle certificazioni Iso 14001 e 45001». L'azienda non si è più fermata arrivando a conquistare a marzo 2020 il prestigioso (e non banale) riconoscimento B Corp con un punteggio pari a 87. «Avere a che fare con noi è una rottura di scatole», scherza Povo, facendo riferimento al coinvolgimento di molti fornitori negli obiettivi di sostenibilità di **Cielo e Terra**. Per citarne alcuni, l'adesione al progetto "Tappo etico" di Amorim Cork e quella a "Rafecycle" di Upm per il recupero delle bobine delle etichette. «Non esiste uno standard - conclude - e lo possiamo definire noi ma ormai il percorso verso la riduzione dell'uso di risorse è delineato».



L'integrazione sociale non è assistenzialismo

«Ogni progetto si deve reggere su tre pilastri: economico, ambientale e sociale» è il principio di **Cielo e Terra**. "Message in a bottle" portato avanti con la cooperativa Agendo di Vicenza ne è l'esempio. Si tratta di un progetto di inclusione lavorativa dei disabili «Che deve reggersi da solo, senza assistenzialismo». K.Z.





I vigneti dell'azienda agricola con sede a Montorso che vuole essere un modello di ispirazione per concorrenti e fornitori