MARK UP

Epta
Advanced Solutions
for your Store

Occhi aperti sul greenwashing energetico

Investire nell'efficientamento è una priorità nelle strategie di sostenibilità e di innovazione delle aziende. Ne parliamo con il chief marketing officer di Epta, William Pagani

Luca Moroni | @l_moroni

Parole chiave

7

ETICHETTATURA, GAS REFRIGERANTI, RICICLO, FORMAZIONE, INCLUSIONE

Da elemento volontario a obbligo previsto dalla normativa, ma se il nuovo regolamento europeo introduce l'obbligatorietà per tutte le aziende al di sopra di una determinata dimensione di rendicontare le attività in ambito di Corporate Social Responsibility, "in Epta abbiamo già iniziato a stilare il bilancio integrato su base volontaria già dal 2021 ed è dal 2012 che abbiamo un bilancio di sostenibilità". Commenta così William Pagani, cmo di Epta, che non si occupa esclusivamente di comunicazione e prodotto ma anche di innovazione e sostenibilità, un tema centrale per il team che dirige.

Quale sarà il focus del prossimo anno parlando di sostenibilità?

Vedo molto concretamente un focus specifico sui consumi energetici. Penso per esempio all'etichettatura energetica (energy label), partita ormai due anni fa anche per i prodotti della refrigerazione professionale commerciale all'interno dei negozi, e che ora entra nel vivo e finalmente si iniziano a vedere i frutti di questo impegno. Per esempio i prodotti in Classe G dal prossimo anno saranno ufficialmente tagliati e ci sarà l'ingresso sul mercato dei primi prodotti in Classe A. I leader di mercato presenteranno per primi questi prodotti davvero sostenibili e ci sarà da fare attenzione a non cadere nel greenwashing, che vediamo in ogni forma, soprattutto nella comunicazione ma anche nei prodotti: si presentano per esempio prototipi non realizzabili se non a costi esorbitanti, solo per poterli pubblicizzare. Noi ci aspettiamo e ci auspichiamo anche da parte di tutto il mercato un'attenzione verso questo tipo

lbdi communication

Ritaglio stampa
Testata: Mark Up
Pagina: 116 - 117
Diffusione: 15077
Data: Dicembre 2022/Gennaio 2023

di prodotti in Classe A, che Epta presenterà ad Euroshop a fine febbraio, ma ora non possiamo anticipare molto. Questo è un aspetto che riteniamo sarà comprensibile anche ai clienti dei retailer e non si limiterà alle discussioni che facciamo noi addetti ai lavori dal punto di vista tecnico. Sarà anche un tassello importante per le aziende per arrivare all'obiettivo Net Zero.

La crisi inflattiva che stiamo affrontando sta rallentando gli investimenti in sostenibilità?

Le aziende più strutturate e lungimiranti non stanno assolutamente togliendo risorse dai piani che riguardano la sostenibilità. Anzi succede il contrario: in questo momento di difficoltà dove le bollette sono ai massimi, soprattutto guardando alla refrigerazione commerciale che vale tra il 40 e il 50% dei costi energetici di un negozio di alimentari, le risorse sono a maggior ragione incanalate verso i progetti per ridurre consumi immediati a tutto tondo nel pdv. Oltre alla maggiore efficienza sull'impianto di illuminazione con i led, c'è una particolare spinta nella refrigerazione: il tema dell'efficientamento energetico si divide tra chi sta rendendo più efficiente il parco di macchine presente in negozio, per esempio dove possibile installando un vetro e guadagnando fino al 50% nei consumi, ma c'è chi invece inizia a introdurre dispositivi più efficienti in sostituzione di quelli presenti. Questo è ciò che vediamo nell'immediato, per far fronte a una situazione critica che, secondo quanto riportano gli analisti, si spera si normalizzi entro il primo trimestre del prossimo anno.

Quali sono gli elementi chiave del vostro bilancio integrato?

L'impegno sui prodotti e quindi gli investimenti che l'azienda ogni anno mette in campo, ha dato i suoi frutti, perché oggi il 100% dei nostri prodotti è disponibile con refrigerante naturale. Quindi questo è l'obiettivo che ci siamo dati anni fa e che abbiamo ormai raggiunto da almeno due anni. Dal punto di vista delle nostre fabbriche ci siamo dati obiettivi importanti di circolarità e abbiamo raggiunto il 92% di riciclo degli scarti all'interno dei nostri stabilimenti. Siamo efficienti anche nella produzione di energia, grazie ai 14.000 mq di impianti fotovoltaici installati sui tetti dei nostri stabil menti in Italia che ci permettono un 9% di saving, oltre ad aver raggiunto un meno 9% dei consumi di acqua rispetto al 2019. Sulla parte dei sistemi ci siamo dati un obiettivo molto importante che abbiamo mantenuto con la Comunità Europea con il progetto Life C4R: oltre al risparmio in termini di consumi energetici e costi di manutenzione, abbiamo dimostrato che è possibile ottenere una refrigerazione completamente naturale a tutte le latitudini e in ogni clima, in modo semplice ed efficace. Al cuore del programma, il nostro sistema Fte (Full Transcritical Efficiency) concepito per assicurare l'efficienza energetica di impianti di refrigerazione a CO_2 transcritica che consente di ottenere un risparmio energetico del 10% rispetto a un sistema transcritico standard. A cui si aggiunge un risparmio in termini di manutenzione, che arriva al 20%. Numeri molto importanti e reali che si possono vedere anche sul sito dedicato dove abbiamo dimostrato su circa 250 installazioni all'anno in tutto il mondo, fatte per dimostrare questo tipo di tecnologia.

> Entro il 2025 puntiamo a passare dal 92% al 95% dei rifiuti riciclati con un abbattimento delle emissioni di CO_2 nei nostri processi produttivi del 55%

Come misurate i vostri risultati?

Noi abbiamo sempre fatto certificare per nostra scelta ogni nostro numero e ci avvaliamo del Tüv Austria come ente terzo. Aderiamo inoltre anche agli schemi di certificazione Eurovent in materia di prestazioni dei prodotti nei settori del riscaldamento, della ventilazione, del condizionamento dell'aria e della refrigerazione.

Obiettivi e progetti concreti nel prossimo futuro?

Negli ultimi tre anni abbiamo investito oltre 50 milioni di euro in innovazione e i progetti sono molteplici. I nostri obiettivi entro il 2025 sono di passare dal 92% al 95% dei rifiuti riciclati e un abbattimento delle emissioni di CO_2 nei nostri processi produttivi del 55%. Sul fronte delle persone prevediamo di avere un aumento dei nostri corsi di formazione del 65%, partendo già da una solida base. E per quanto concerne invece l'inclusione puntiamo ad avere un aumento del 25% della presenza femminile all'interno dei nostri organici e abbiamo da poco sottoscritto una partnership con Valore D. Un progetto a livello europeo a cui teniamo molto si chiama "Enough" e punta alla decarbonizzazione dell'intera food chain. Un programma molto ambizioso che coinvolge altri 28 soggetti tra aziende, istituti di ricerca, università con l'obiettivo di creare nuove conoscenze, tecnologie e strumenti per permettere al settore alimentare di fissare obiettivi e ridurre le emissioni di gas a effetto serra entro il 2030 e raggiungere la neutralità del carbonio entro il 2050.

Ritaglio stampa
Testata: Mark Up
Pagina: 116 - 117
Diffusione: 15077
Data: Dicembre 2022/Gennaio 2023