



Silvia Mingione , Lorenzo Versari

La sostenibilità in Olitalia: esperienze e progetti

“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”



Workshop



LA STORIA



Olitalia è un'azienda guidata dalla Famiglia Cremonini, un nome che vanta oltre 50 anni di esperienza nel settore alimentare.



Famiglia Cremonini è simbolo di tradizione e qualità della gastronomia italiana in tutto il mondo, grazie all'esperienza imprenditoriale ed alla grande conoscenza maturata nei più diversi settori alimentari: dalla carne all'acqua minerale, dalla pizza surgelata ai fast food, dagli oli agli aceti.



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



MISSIONE E VISIONE

MISSIONE

Olitalia è la marca di olio di oliva più distribuita al mondo e dialoga con tutti i mercati: ascolta le tendenze moderne e risponde con una gamma completa di prodotti per soddisfare e rispettare i bisogni nutrizionali e le abitudini alimentari di ogni consumatore.

VISIONE

Olitalia ha il territorio nel cuore, l'innovazione nello spirito e lo sguardo proteso verso tutti i mercati al fine di valorizzare e diffondere la cultura enogastronomica *Made in Italy*.



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

POSIZIONAMENTO DELLA COMPAGNIA



MERCATO ITALIA

Olitalia è leader nel settore Food Service e ha realizzato una sufficiente diffusione nel mercato del largo consumo. Non possiede un'immagine di marca a livello nazionale sui consumatori, ma possiede un'identità forte a livello regionale ed interregionale.

MERCATO ESTERO

Olitalia è percepita come autentica azienda italiana, flessibile, innovativa, competitiva e quindi potenzialmente forte anche nel mercato delle Private Label; il marchio Olitalia rappresenta per sua natura un fattore di successo che enfatizza l'italianità della compagnia, e gode di una buona diffusione nei canali del Largo Consumo, Food Service e del TV Shopping.



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



DISTRIBUZIONE IN PIÙ DI 120 PAESI

AFGHANISTAN	CAMEROUN	GERMANIA	KENIA	N. CALEDONIA	SINGAPORE	TUNISIA
ALBANIA	CANADA	GIAMAICA	KOREA SOUTH	OLANDA	SLOVAKIA	TURCHIA
ANGOLA	CILE	GIAPPONE	KUWAIT	PAKISTAN	SLOVENIA	TURKMENISTAN
ARABIA SAUDITA	CINA	GIBUTI	LAOS	PANAMA	SPAGNA	UCRAINA
ARMENIA	COLOMBIA	GIORDANIA	LETTONIA	PARAGUAY	SRI-LANKA	UGANDA
AUSTRALIA	COSTA D'AVORIO	GRAN BRETAGNA	LITUANIA	PERÙ	STATI UNITI	UNGHERIA
AUSTRIA	COSTA RICA	GRECIA	LUSSEMBURGO	POLINESIA	SVEZIA	URUGUAY
AZERBAIJAN	CROAZIA	HONDURAS	MACEDONIA	FRANCESE	SVIZZERA	UZBEKISTAN
BAHAMAS	CUBA	HONG KONG	MADAGASCAR	POLONIA	TAIWAN	VENEZUELA
BANGLADESH	CYPRO	INDIA	MALAYSIA	PORTOGALLO	TANZANIA	VIETNAM
BARBADOS	DANIMARCA	INDONESIA	MALDIVE	REPUBBLICA DOMINICANA	THAILANDIA	
BELGIO	ECUADOR	IRAN	MALTA	S. MARINO	TRINIDAD E TOBAGO	
BELIZE	EGITTO	IRAQ	MAURITIUS	REPUBBLICA Ceca		
BERMUDA	EMIRATI ARABI	IRLANDA	MESSICO	SUD-AFRICA		
BIELORUSSIA	UNITI	ISLANDA	MONGOLIA	ROMANIA		
BOLIVIA	ERITREA	ISOLE FIJI	MONTENEGRO	RUSSIA		
BOSNIA - ERZEGOVINA	ESTONIA	ISOLE MARIANNE	MOZAMBICO	SAINT LUCIA		
BRASILE	ETIOPIA	ISRAELE	NEPAL	SAN SALVADOR		
BRUNEI	FILIPPINE	ITALIA	NEW ZEALAND	SERBIA		
BULGARIA	FINLANDIA	KAZAKISTAN	NICARAGUA	SEYCHELLES		
	FRANCIA		NIGERIA			
			NORVEGIA			



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”



FACTS & FIGURES

14.000 MQ (produzione, stoccaggio olio sfuso climatizzato, stoccaggio olio sfuso non climatizzato, filtrazione, stoccaggio imballi, stoccaggio prodotto finito, uffici).

7 linee di produzione.

60.000 bottiglie / ora la capacità produttiva totale.

Ogni tipologia di contenitore (latta, plastica, vetro).

Qualsiasi formato (0,250 – 25 litri).

Grazie alle più recenti novità ed investimenti strutturali (reparto filtrazione, cisterne coibentate), quello di Olitalia è oggi uno degli stabilimenti produttivi più moderni e competitivi di tutto il comparto oleario.



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”



QUALITÀ E CERTIFICAZIONI

Olitalia esegue controlli stringenti su tutta la filiera, dalla produzione all'imbottigliamento; il massimo impegno aziendale nei confronti della Qualità è testimoniato anche dalle numerose certificazioni:

BRC, Global Standard for Food Safety

IFS, International Food Standard

UNI EN ISO 9001:2008, Quality Management System

KOSHER FOOD CERTIFICATION, garantisce la conformità alle regole religiose ebraiche

BIOEUROPA

HALAL FOOD CERTIFICATION, garantisce la coerenza della lavorazione alla legge islamica



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

POLITICA AMBIENTALE OLITALIA 2012



Mission

La tutela dell'ambiente è per la nostra azienda un obiettivo strategico e prioritario.

Olitalia si farà carico dell'applicazione di una politica di eco-efficienza e di «decoupling» («disaccoppiamento»), monitorando il rapporto tra il risultato economico dell'impresa e la pressione ambientale connessa a tale risultato, perseguendo l'aumento del profitto d'impresa, accompagnato da una riduzione della pressione ambientale.

In questo contesto abbiamo elaborato una politica per l'ambiente che ci impone le seguenti iniziative:



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

POLITICA AMBIENTALE OLITALIA 2012



Vision:

il rispetto scrupoloso delle norme cogenti in materia ambientale, nonché gli eventuali impegni di carattere volontario,
l'accurato monitoraggio dell'efficienza ambientale complessiva dell'azienda,
la messa in campo di un sistema di miglioramento continuo nell'ambito della gestione ambientale e dell'energia.

Obiettivi di medio e lungo termine:

- prevenzione e riduzione dell'inquinamento,
- riduzione degli sprechi (energia , acqua , derivati della cellulosa),
- incremento dell'utilizzo di materiali riciclati su tutti gli imballaggi primari e secondari,
- riduzione delle emissioni di CO2 attraverso una valutazione del ciclo di vita del prodotto (LCA) condotta da esperti del settore.



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



SOSTENIBILITA' AMBIENTALE- OLITALIA

PREMESSA

La gestione della sostenibilità ambientale sta sempre più acquisendo importanza a livello globale, il futuro del pianeta è legato alle scelte dell'umanità in questo ambito; già si sono raggiunti accordi a livello mondiale, che stabiliscono delle regole precise su come tutti i paesi dovranno affrontare le problematiche ecologiche del pianeta e nel prossimo futuro tali regole diventeranno cogenti (Kyoto , direttive CE) .

Olitalia ha deciso di intraprendere un progetto che possa anticipare i tempi, per mantenere la sua competitività , assecondando le richieste dei propri clienti più evoluti, attraverso la definizione una politica ambientale di sostenibilità per i processi produttivi e logistici intrinseci della sua attività .



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



SOSTENIBILITA' AMBIENTALE- OLITALIA

OBIETTIVI:

Verrà condotta l'analisi di tutti i processi produttivi e logistici, identificando delle aree di miglioramento sull'impatto ambientale e di risparmio energetico. Le azioni implementate dovranno autofinanziarsi e/o portare a saving economici per l'azienda, nonché permettere di identificare possibili claim in ambito di sostenibilità, spendibili a livello di marketing (carbon footprint, ecc.).



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



SOSTENIBILITA' AMBIENTALE- OLITALIA

AREE DI ANALISI:

- a) Riduzione imballi primari e secondari (vetro , pet, cartoni ,etichette , pallet ecc)
- b) Riduzione consumo coadiuvanti e materiali di consumo (farine fossili, cellulosa, detergenti, carta) e verifica smaltimenti alternativi.
- c) Identificazione aree di risparmio energetico (luce e gas) (identificazione figura energy manager)
- d) Identificazioni aree di riduzione consumi idrici
- e) Miglioramento sullo smaltimento rifiuti
- f) Analisi ottimizzazione trasporti (in / out)
- g) Verifica strumenti di comunicazione (marketing)



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



STRUMENTI E RISORSE

- Collaborazione con Università di Bologna per analisi LCA dei processi (persona dedicata progetto Spinner)
- Verifica possibile risorse di finanziamento pubblico
- Gruppo interno di lavoro sostenibilità (R&D, controllo qualità, acquisti, marketing, Università)
- Collaborazione con fornitori (produttori di bottiglie e preforme, cartonai, etichettifici, ecc.)



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

AZIONI INTRAPRESE PER LA RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA E DELL'IMPATTO AMBIENTALE



1. Impianto fotovoltaico da 200 KWH a partire dal 2010.

	energia elettrica acquistata (KWh)	energia elettrica consumata prodotta dall'impianto fotovoltaico(KWh) *	totale (KWh)	% energia fotovoltaica utilizzata/fabbisogno energetico
consumo di energia elettrica 2010 (KWh)	2143238	190310	2333548	8,20%
consumo di energia elettrica 2011 (KWh)	2250976	238474	2489450	9,60%
consumo di energia elettrica 2012 (KWh) - stimabili	2299953	256652	2556605	10%



* La produzione fotovoltaica del sabato e domenica viene venduta al gestore di energia elettrica



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"

AZIONI INTRAPRESE PER LA RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA E DELL'IMPATTO AMBIENTALE



2. Installazione linee di soffiaggio PET-08/2006 e 06/2010: sono state introdotte 2 linee di soffiaggio per la produzione di bottiglie in PET e successivo confezionamento.
3. Introduzione di motori elettrici e compressori a velocità variabile, sistemi “start and stop”, gestiti da PLC nei vari macchinari .
4. Sistema **TPM** – “Total Productive Maintenance”. E’ stato effettuato uno studio dei punti critici (in base a qualità, sicurezza del prodotto, sicurezza dei lavoratori), il quale ha dato luogo alla definizione dell’albero decisionale della manutenzione (predittiva, ordinaria, ecc.). In questo sistema operano sia i manutentori sia gli addetti alle linee di confezionamento. Grazie al sistema TPM si è migliorata l’efficienza del 20% sulle linee produttive.



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

AZIONI INTRAPRESE PER LA RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA E DELL'IMPATTO AMBIENTALE



5. Installazione di una nuova caldaia a metano nel 2011 e dismissione della caldaia precedente.
6. Diminuzione del quantitativo di materiale plastico PET sulle bottiglie, che genera un risparmio economico e di CO2 emessa.
7. Progetto sull'utilizzo di carta e cartone prodotti con materie prime riciclate e abbandono dei cartoni di tipo «off-set».
8. Migliore gestione della differenziazione dei rifiuti, derivanti dalla produzione, a partire da marzo 2012: oltre ad un beneficio economico per l'aumento di materiale avviato a recupero (+33% in media al mese) si evidenzia una notevole diminuzione di rifiuti indifferenziati (passando da 1 container/giorno ad 1 container/settimana).



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

AZIONI INTRAPRESE PER LA RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA E DELL'IMPATTO AMBIENTALE



9. Diminuzione dello sfrido in relazione alle preforme per la produzione di bottiglie in PET dal 2011 al 2012: considerando la media degli sfridi di tutti i formati, si è ottenuto un calo del 24%, nel totale il costo dovuto agli sfridi è addirittura dimezzato
10. Studio aggiornato dell'impatto ambientale, avvalendosi di una società di consulenze specializzata nel settore.
11. E' partito il progetto di Life Cycle Assessment in collaborazione con l'Università di Bologna ed inoltre abbiamo ottenuto l'ammissibilità al finanziamento da parte del Ministero dell'Ambiente per un progetto di Carbon footprint.



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"



PROGETTO GREEN DREAMING

Olitalia ha partecipato con successo al bando pubblico per l'accesso al finanziamento di progetti per l'analisi dell'impronta di carbonio, promosso dal Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare.

Il progetto sarà articolato in 4 fasi principali:

- 1) Analisi e calcolo del Carbon Footprint dell'intero ciclo di vita relativo a 4 prodotti e seguente certificazione secondo normative riconosciute a livello internazionale.
- 2) Individuazione di misure da attuare per migliorare le prestazioni ambientali dei prodotti;
- 3) Individuazione di attività di compensazione/riduzione dell'impronta di carbonio.
- 4) Realizzazione di campagne di marketing con lo scopo di sensibilizzare il consumatore alle caratteristiche eco sostenibili dei prodotti.



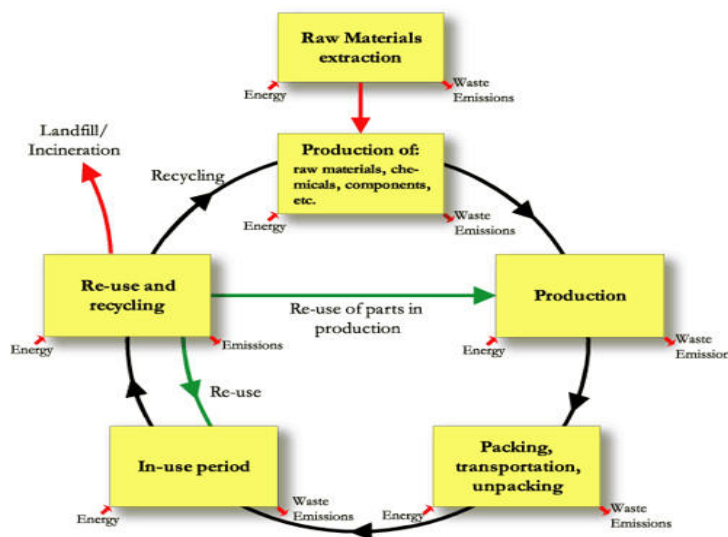
“Programma Nazionale per la Valutazione dell’Impronta Ambientale”

“Progetto co-finanziato dal Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare”

“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”

LCA - Life Cycle Assessment

Una LCA “è un procedimento oggettivo di valutazione dei carichi energetici ed ambientali relativi ad un processo o ad un’attività, effettuato attraverso l’identificazione dell’energia e dei materiali usati e dei rifiuti rilasciati nell’ambiente. La valutazione include l’intero ciclo di vita del processo/ attività/ prodotto, comprendendo l’estrazione e il trattamento delle materie prime, la fabbricazione, il trasporto, la distribuzione, l’uso, il riciclo e lo smaltimento finale”.



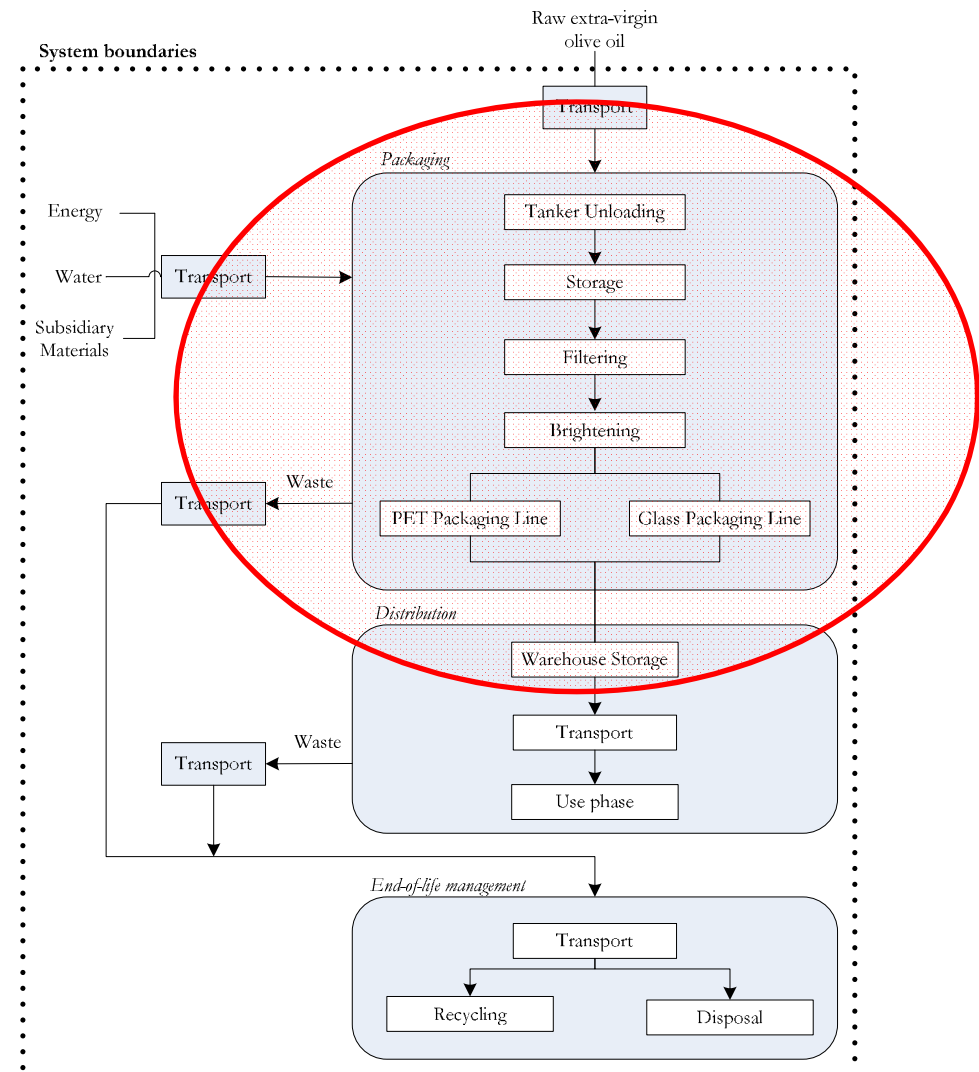
“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”



Analisi processo produttivo

Processo di Confezionamento:

- stoccaggio in cisterne di acciaio delle capacità di 65.000L e formazione del blend desiderato;
- Filtrazione e brillantatura per migliorare le caratteristiche fisico/chimiche dell'olio;
- Confezionamento linea Vetro;
- Confezionamento linea Pet;
- Stoccaggio a magazzino del pallet di prodotto.



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”



RICADUTE LCA

- ✓ Qualificare e quantificare dal punto di vista delle prestazioni ambientali il proprio prodotto.
- ✓ Evidenziare e localizzare le opportunità di riduzione degli impatti ambientali collegati alla vita dei prodotti.
- ✓ Supportare decisioni interne in merito a interventi su processi, prodotti e attività di investimento o di cambiamento tecnologico.
- ✓ Utilizzare strumenti di green marketing, di cui l'analisi LCA è la base scientifica oggettiva.
- ✓ Informare il pubblico in merito all'impatto ambientale legato al ciclo di vita dei prodotti mediante successiva certificazione ambientale e qualità ecologica per il prodotto cui l'analisi si riferisce.
- ✓ Crescere di competitività e credibilità/visibilità sul mercato di riferimento.
- ✓ Vantare una certificazione di validità mondiale, come elemento distintivo del proprio prodotto.
- ✓ Miglioramento dell'immagine aziendale.



"Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione"

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!



CONTATTI:

OLITALIA S.r.l.

via A. Meucci, 22/A - 47122 – Forlì (FC)
Italy

Tel. + 39 0543 794811

Fax +39 0543 774695

web <http://www.olitalia.com>



“Ridurre i costi energetici in azienda: dagli scenari ai meccanismi di incentivazione”