

Mattoni 1873

Případová studie ze série
"Průkopníci ESG v ČR"



Investice
do udržitelnosti

Charakteristika firmy

- Skupina je největším výrobcem nealkoholických nápojů ve střední Evropě s působností i v jižní části Evropy. Vedle tradičních minerálních vod Mattoni nebo Magnesia vyrábí a distribuuje i další značky.
- Provozuje 11 výrobních závodů a v 8 zemích zaměstnává cca 3 200 lidí, z toho v České republice cca 1 000.
- Česká firma se sídlem v Karlových Varech patří od roku 1993 podnikatelské rodině Pasquale, která se vrací k původní česko-italské tradici.

V čem je výjimečný přístup k ESG

- Princip cirkulární ekonomiky se snaží dotáhnout k **uzavřeným, lokálním materiálovým smyčkám**, stojícím na třech pilířích: ekodesign, efektivní sběr prostřednictvím zálohového systému a důsledné recyklace všech obalových materiálů do roku 2030 v každé zemi působení.
- **Uhlíkovou stopu** mapují a budou sledovat ve všech zemích, závodech i rozsazích, ke klimatické neutralitě se plánují propracovat bez použití offsetů. Pro dopravu výrobků využívají vlakové přepravy.
- Vedle klimatické stopy se silně soustředí na **ochranu biodiverzity**, zejména biosystémů, z nichž čerpají vodu.
- Jako první česká firma se přihlásili a pravidelně reportují vůči **kodexu EU** pro odpovědné firmy v oblasti potravin.

Přístup a začátek

Jde o rodinnou firmu, kterou majitel plánuje předat svým dětem. Obecná snaha zachovat zdroje naší planety pro budoucí generace se přirozeně setkává s potřebou zachovat přírodní zdroje, na nichž závisí pokračování rodinné tradice.

Současný přístup k udržitelnosti vzešel ze snah o zavedení systému vratných obalů. Firma si uvědomila, že zálohování je jen nástrojem, nikoliv cílem a je zapotřebí hledat komplexnější přístup – odpovědí byla cirkularita!

Priority v ESG



uhlíková neutralita



cirkularita



ochrana biodiverzity



omezení spotřeby zdrojů

Hlavní výsledky ESG

- Nahrazení 15 000 kamionových dodávek vlakovou přepravou od roku 2012
- 100-procentní recyklovatelnost obalových materiálů (skleněných, plechových i PET lahví)
- Téma udržitelnosti firma vnímá zejména z pohledu environmentálního. V současné době mapuje a systematicky se začíná zabývat i zbýlým dvěma aspektem ("S" a "G").

Klíčové faktory úspěchu

- Udržitelnost a zodpovědnost za prostředí, ve kterém firma podniká, vyznával již zakladatel firmy, Heinrich Mattoni, na konci 19. století. A zodpovědné podnikání je v DNA i novodobé Mattoni 1873. V současné době firma usiluje o hlubší, ucelený přístup, konzultuje strategii s experty, zabývá se rozložením ambiciózních cílů v čase a klade důraz na důkladné měření a analýzu dat.

Výzvy

- Firma se zatím soustředila především na pilíř environmentu. Systematické sledování a rozvoj oblastí S a G v současné době nastavuje.
- Ve snaze o dosažení lokální cirkulace firma naráží na absenci podpůrné legislativy pro cirkulární ekonomiku a nízkou ochotu státu řešit dosavadní monopolní systém recyklace.

Přínosy ESG

Firma věří, že udržitelnost a zodpovědné podnikání není něčím, k čemu by měla směřovat. Naopak je to základ, se kterého musí vycházet nejen ona, ale i celé nápojové odvětví. Cílem je zajistit, aby spotřebitel nemusel zkoumat, která firma je zodpovědná a která ne, ale mohl v klidu nakupovat výrobky podle toho, co mu chutná. Proto firma usiluje mimo jiné o plošný zálohový systém, který by umožnil nastartovat cirkularitu celého odvětví. Zodpovědné podnikání nechápe jako konkurenční výhodu, ale jako nutnost.

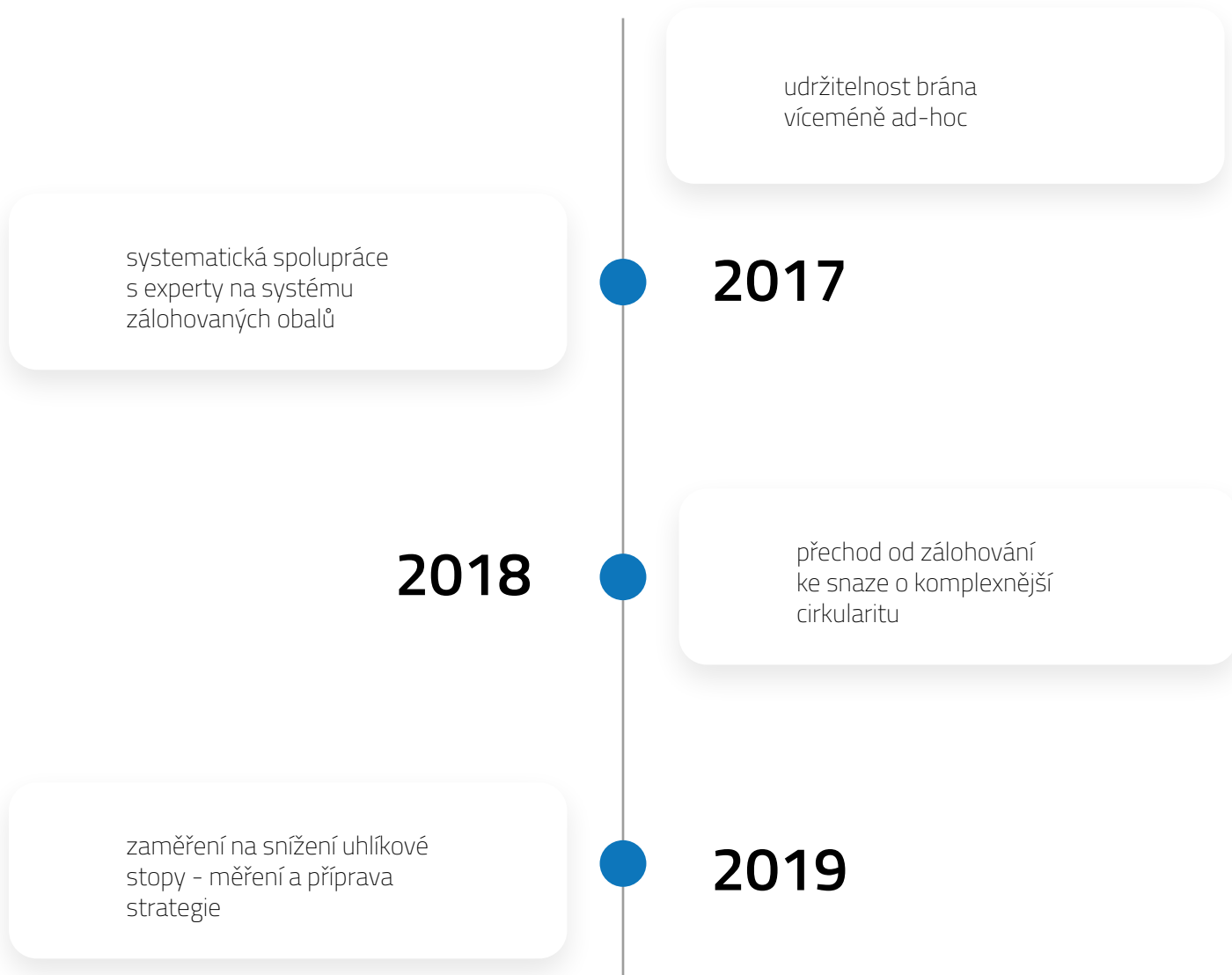
Cirkulární ekonomika

je systém, ve kterém existuje jen minimální odpad a používané materiály (na výrobu, balení apod.) se maximálně recyklují. Snaží se "uzavřít" materiálové toky do cyklů, ve kterých neztrácí hodnotu a použité se opětovně vrací do oběhu.

Všechny obaly, které Mattoni 1873 používá, jsou 100% recyklovatelné. Ale nejde jen o obecnou recyklaci v rámci koncernu, nýbrž o lokální uzavření oběhového cyklu materiálu – zavedení vratných záloh na PET lahve a plechovky v každé zemi působení zvlášť.

Závazky

V září 2021 vydala společnost vlastní závazek ke Kodexu chování EU pro odpovědné obchodní a marketingové praktiky v potravinářství. S výrazným předstihem před regulací EU si vytyčila vlastní cíle a každoročně se ve [veřejné zprávě](#) zodpovídá z jejich naplňování.



Připojte se k transformaci
českých firem i Vy.