Harrys Zachariadis è il nuovo Supply Chain Director di Coca-Cola Hbc Italia

20240712152025cocacola-7cd8a94a

C’è la sostenibilità a tutto tondo al centro delle sfide di **Harrys Zachariadis**, il nuovo **Supply Chain Director di Coca Cola HBC Italia.**

«*Il nostro impegno in ambito di sostenibilità parte dai nostri stabilimenti, dove vogliamo raggiungere le zero emissioni nette lungo l’intera catena del valore entro il 2040 tramite il nostro programma internazionale* ***Net Zero by 40***», racconta a *Mixerplanet* Zachariadis, arrivato nel suo nuovo ruolo dopo una carriera nella multinazionale americana che, dal 1996 in poi, gli ha visto assumere diversi incarichi a livello manageriale tra il nostro Paese, l’Austria, la Grecia e a livello di gruppi di stati europei (Region).

Quali sono le direttrici su cui vuole migliorare?

Il focus sarà principalmente posto su tre elementi: ***la crescita delle persone, la leadership nella sostenibilità e consentire la crescita del business attraverso l'innovazione e la digitalizzazione.***

*Nell’ottica di una migliore gestione della funzione e dei progetti, daremo importanza allo sviluppo dei team e alla crescita professionale delle persone che ne fanno parte, al fine di raggiungere una coordinazione ottimale delle strategie in Italia in allineamento con quelle di Gruppo. In secondo luogo, ci impegniamo a rendere la sostenibilità parte del lavoro quotidiano: dal rispetto delle materie prime che sono alla base dei prodotti, come la risorsa idrica, alla ricerca di elementi innovativi per ottimizzare la catena di approvvigionamento sostenibile, fino alla consegna del prodotto finito. Infine, lavoreremo sull’****implementazione degli standard dell'industria 4.0*** *per sviluppare innovazioni per migliorare la produttività e l'efficienza e consentire una crescita aziendale redditizia per noi e per i nostri clienti.*

Cosa chiede il mercato oggi dal punto di vista della supply chain?

Al fine di gestire le principali sfide del nostro settore legate, ad esempio, ai costi delle materie prime e alla forte competitività, agiamo in maniera proattiva per ricercare soluzioni efficienti e all'avanguardia, che rispettino l'ambiente e siano in linea con i nostri pilastri di sostenibilità.

Il nostro impegno parte proprio dai nostri stabilimenti, dove seguiamo i più alti livelli di attenzione per ottimizzare i nostri consumi ed eliminare gli sprechi. Ne sono prova i numerosi investimenti portati avanti negli anni al fine di raggiungere alti livelli di innovazione tecnologica e responsabilità ambientale, principi che ci guidano nel nostro intento di fornire soluzioni avanzate; come anche la collaborazione con i nostri partner, uno dei pilastri strategici fondamentali ***del nostro programma internazionale Net Zero By 40, con cui vogliamo raggiungere le zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040.***

A questo proposito, come si muoverà dal punto di vista della sostenibilità?

Continueremo a perseguire gli obiettivi dati dal programma Net Zero BY 40, come dimostra ***la recente collaborazione con il nostro partner Casilli Enterprise****, azienda campana d'avanguardia nel settore trasporti e logistica, finalizzata a mettere su strada mezzi alimentati con carburanti a ridotto impatto ambientale (HVO e BioLNG), che copriranno oltre 1,2 milioni di chilometri di strada all'anno.*

Inoltre, per affrontare le sfide della transizione ecologica, ci impegniamo a ridurre il nostro impatto ambientale in tutte le fasi della filiera. Tra le varie aree di azione, la sostenibilità dei nostri imballaggi è per noi un pilastro fondamentale: lo dimostrano ***le bottiglie in plastica delle nostre bibite, dal 2023 in 100% plastica riciclata (rPET)****, grazie alla nostra fabbrica di Gaglianico, che trasforma fino a 30.000 tonnellate di PET riciclato all'anno in nuove preforme in 100% rPET. Invece, per ottimizzare l'uso dei materiali da imballaggio, negli ultimi anni abbiamo portato avanti una progressiva* ***riduzione del peso dei nostri pack:*** *negli ultimi anni abbiamo ridotto l'uso del PET nelle bottiglie da 1,5L del 21,5% (vs 2007), del vetro nelle bottiglie da 330 ml del 35,5% (vs 2016) e dell'alluminio nelle lattine da 330 ml del 18,3% (vs 2009).*