



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Corso di Laurea Magistrale in
Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni

*Lavoro progettuale nell'ambito dell'insegnamento:
"Comunicazione e responsabilità sociale"
Prof. M. De Nicola*

Analisi report di sostenibilità 2023 di *Coca Cola*

Daniele Tini matr. 115941
Valeria Nardi matr. 115975

ANNO ACCADEMICO

2024/2025

INDICE

| | |
|--|-----------|
| Introduzione..... | 3 |
| Vision, mission e valori..... | 3 |
| Struttura societaria e Corporate Governance..... | 3 |
| Principi di trasparenza ed etica | 4 |
| Framework..... | 4 |
| Lettera agli Stakeholder. | 5 |
| Coinvolgimento degli Stakeholder..... | 5 |
| Analisi della materialità. | 5 |
| Temi chiave e obiettivi strategici..... | 6 |
| Risultati raggiunti e obiettivi specifici. | 6 |
| La Triple Bottom Line nel contesto di Coca Cola. | 7 |
| Standard utilizzati. | 7 |
| Lacune negli standard e requisiti omessi..... | 9 |
| Tipologia di approccio. | 11 |
| Effettiva coerenza tra il report e la realtà..... | 11 |
| Eccessivo consumo di acqua. | 11 |
| La questione dello zucchero. | 12 |
| La questione della plastica. | 12 |
| Casi passati di Greenwashing. | 13 |
| Uno sguardo alla concorrenza: paragone con Pepsi..... | 14 |
| Conclusioni..... | 16 |
| Bibliografia..... | 18 |

INTRODUZIONE

Nel contesto globale odierno, la sostenibilità è divenuta una leva strategica fondamentale per le imprese di ogni settore. L'attenzione a tematiche ambientali, sociali e di governance (ESG) non rappresenta più un mero fattore reputazionale, ma incide concretamente sulle scelte d'investimento, sulle aspettative dei consumatori e sulle normative che regolano il mercato. In questo scenario, le multinazionali del settore beverage svolgono un ruolo di primo piano, in virtù della loro capillare presenza sui mercati internazionali e dell'impatto significativo generato dalle loro catene produttive e distributive.

Coca Cola, in particolare, è una delle aziende più emblematiche a livello mondiale presentandosi con prodotti 24/7. Fondata nel 1886, ha costruito un marchio di riferimento nell'industria delle bevande analcoliche, influenzando nel tempo culture e abitudini di consumo. Tale successo si accompagna, però, a una crescente attenzione delle istituzioni, delle comunità locali e delle ONG, preoccupate per l'impronta ambientale e sociale derivante dalla produzione di imballaggi, dal consumo di risorse idriche e dalle emissioni lungo l'intera filiera.

Alla luce di queste considerazioni, il Report di Sostenibilità di Coca Cola diventa uno strumento importante per comprendere come l'azienda affronti le sfide connesse ai propri impatti ambientali e sociali, e quali strategie ponga in essere per rendere il proprio modello di business più responsabile e trasparente. L'adozione di standard internazionali (quali GRI o SASB) e la dichiarazione esplicita di obiettivi misurabili sono elementi fondamentali per valutare la serietà e la solidità dell'impegno aziendale. Tuttavia, è altrettanto importante analizzare criticamente il contenuto del report, verificandone la coerenza con la realtà e quanto gli sforzi dichiarati corrispondano a un effettivo progresso nelle aree più sensibili, come la gestione delle risorse idriche, la riduzione della plastica monouso e l'inclusione delle comunità locali.

Nel presente lavoro verranno dunque approfonditi i principali temi materiali messi in evidenza dal Report di Sostenibilità 2023 di Coca Cola, mettendo in luce punti di forza e possibili criticità. In particolare, ci si focalizzerà sulla struttura metodologica adottata (inclusi gli standard di rendicontazione), le performance quantitativamente misurate e le strategie con cui l'azienda intende rispondere alle sollecitazioni di stakeholder sempre più esigenti. L'obiettivo è di fornire un'analisi chiara e critica, evidenziando come Coca Cola stia declinando, nella pratica, la propria mission di "Refresh the world. Make a difference" in un contesto dove la sostenibilità rappresenta un imperativo etico e competitivo al tempo stesso.

Vision, Mission e Valori

La vision di Coca Cola si basa sul claim "Refresh the world. Make a difference", un'idea che punta a coniugare la dimensione economica del business con un contributo concreto alle comunità e all'ambiente. I valori aziendali includono l'innovazione, la collaborazione con gli stakeholder, l'impegno per la sostenibilità e la volontà di promuovere diversità e inclusione all'interno dell'organizzazione e nel tessuto sociale.

Struttura Societaria e Corporate Governance

Coca Cola è quotata in borsa (Londra ed Atene) e presenta una complessa struttura societaria, caratterizzata dalla capogruppo (The Coca Cola Company) e da una rete di società affiliate, joint venture e imbottiglieri (bottlers) che agiscono in diversi Paesi secondo accordi di franchising o partnership. Questo modello decentralizzato consente un'elevata flessibilità nelle operazioni locali, pur mantenendo una coerenza globale nelle strategie di marketing e di brand management.

Per quanto concerne la governance, l'azienda adotta un sistema basato su un Consiglio di Amministrazione (Board of Directors), la cui composizione è prevalentemente indipendente, con un numero limitato di executive director. Il Board si occupa di:

- **Definire la strategia a lungo termine** dell'azienda e verificarne l'esecuzione.
- **Approvare i principali piani di investimento e le politiche** economico-finanziarie.
- **Nominare e valutare il Top Management**, tra cui il Chief Executive Officer (CEO).
- **Garantire un sistema di controllo interno** che assicuri la trasparenza finanziaria e la compliance normativa.

All'interno del Consiglio operano diversi comitati, ciascuno con ruoli specifici:

1. **Audit Committee**: si occupa della revisione contabile, del monitoraggio dei controlli interni e della gestione dei rischi, collaborando con la società di revisione esterna.
2. **Compensation Committee**: definisce le politiche retributive e i piani di incentivazione per i dirigenti, inclusi i criteri di valutazione legati agli obiettivi di performance (anche in ambito ESG).
3. **Governance & Sustainability Committee**: supervisiona le politiche di corporate governance, verifica l'attuazione delle iniziative di responsabilità sociale e ambientale e coordina le relazioni con gli stakeholder.

Principi di Trasparenza ed Etica

Per consolidare la fiducia di investitori, partner e consumatori, Coca Cola si impegna a seguire standard etici rigorosi e a favorire la massima trasparenza nelle comunicazioni finanziarie e non finanziarie. L'azienda pubblica regolarmente:

- **Relazioni annuali** (Form 10-K e Annual Report) contenenti i dati finanziari, le prospettive di crescita e i principali rischi strategici.
- **Report di Sostenibilità/ESG**, dove vengono rendicontate le iniziative e le performance in ambito ambientale, sociale e di governance, secondo linee guida come GRI (Global Reporting Initiative). Nel 2023 la ventesima edizione.
- **Informazioni sul modello di governance** (Corporate Governance Guidelines, Codice Etico, politiche anticorruzione e di compliance) fruibili sul sito ufficiale.

FRAMEWORK

Nel 2023 Coca Cola HBC Italia ha celebrato il ventesimo anniversario del suo Rapporto di Sostenibilità, evidenziando un percorso di evoluzione continua nella rendicontazione. Inizialmente focalizzato su iniziative locali, il report si è progressivamente allineato agli standard internazionali, basandosi su un Framework consolidato e internazionalmente riconosciuto come i **GRI Standards**, per garantire trasparenza e comparabilità nelle performance di sostenibilità. L'azienda ha ampliato le sue metriche includendo il monitoraggio delle emissioni di gas serra (Scope 1, 2 e 3) attraverso il **Greenhouse Gas Protocol**, l'ottimizzazione del consumo idrico e la gestione del packaging. Dal 2015, Coca Cola HBC ha integrato il coinvolgimento degli stakeholder seguendo il

metodo **AA1000SES**, e dal 2018 ha introdotto la verifica esterna basata sul protocollo **ISAE 3000**, garantendo un controllo indipendente dei dati rendicontati. Con il passare degli anni, il report ha incorporato nuovi obiettivi legati all'economia circolare e alla parità di genere, in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Questa evoluzione testimonia l'impegno dell'azienda nel promuovere un business sostenibile e trasparente, rispondendo alle aspettative dei consumatori, delle comunità e dei partner.

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il report 2023 si apre con una lettera di Miles Karemacher, General Manager di Coca Cola Italia. Si tratta di una lettera che trasmette un messaggio positivo, di apertura e che enfatizza i successi dell'azienda e il raggiungimento di 20 anni di rendicontazione trasparente. Il tono ispira fiducia e coinvolgimento.

Dalla lettera emerge un tema chiave: Coca Cola è leader nel suo mercato e nella lettera si sottolinea come sia anche leader nella sostenibilità, attraverso l'impegno per l'ambiente, le persone e le comunità.

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il Corporate Governance Statement di Coca Cola enfatizza anche il ruolo del dialogo con i principali stakeholder – dipendenti, comunità locali, fornitori, governi, organizzazioni non governative e investitori istituzionali. L'azienda adotta un approccio basato sull'ascolto, sulle consultazioni periodiche e sulla trasparenza informativa, nel tentativo di allineare gli interessi commerciali con le aspettative sociali e ambientali.

ANALISI DELLA MATERIALITÀ

La matrice di materialità si distingue per la chiarezza nella rappresentazione dei temi prioritari, come il cambiamento climatico, la gestione responsabile dell'acqua, e il packaging sostenibile. Tuttavia, un punto migliorabile potrebbe essere la spiegazione più dettagliata dei criteri utilizzati per posizionare i temi all'interno della matrice. Inoltre, sarebbe utile una maggiore trasparenza nell'illustrare come i feedback degli stakeholder abbiano influenzato la strategia aziendale.

Infine, l'integrazione della doppia materialità è un elemento positivo (sebbene non sia particolarmente evidente), ma un confronto diretto con i requisiti di rendicontazione GRI o con gli SDG potrebbe rafforzare ulteriormente l'efficacia comunicativa. Volendo essere più specifici: la doppia materialità, come principio, richiede di considerare sia l'impatto dell'azienda sul mondo esterno e sia i rischi e le opportunità che i temi ambientali e sociali rappresentano per l'azienda stessa.

Nel contesto del report Coca Cola sarebbe utile spiegare con più chiarezza come la doppia materialità abbia influenzato la strategia aziendale:

-Esplorare l'impatto dell'azienda sugli stakeholder e sull'ambiente. Ad esempio, il cambiamento climatico o packaging sostenibile hanno un impatto diretto sulle comunità e sull'ambiente.

-Descrivere i rischi e opportunità per Coca Cola: come questi temi (es. politiche ambientali più severe) rappresentano sfide o vantaggi competitivi per l'azienda.

Un miglioramento potrebbe essere l'integrazione di riferimenti diretti agli **SDG (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile)** o agli indicatori GRI direttamente nella matrice, per rafforzare la connessione tra l'analisi della materialità e le priorità strategiche globali. Ad esempio:

- Collegare il tema del cambiamento climatico con gli SDG 13 (Lotta contro il cambiamento climatico).
- Valutare quanto l'analisi degli impatti sia allineata agli standard richiesti dal GRI o ad altri framework.

I riferimenti agli SDG ci sono nel documento (a pag.25), ma l'approccio sopra ipotizzato aumenterebbe la trasparenza e la credibilità del processo di analisi. Nel report 2023 il riferimento è molto generico.

TEMI CHIAVE E OBIETTIVI STRATEGICI

Il Rapporto di Sostenibilità 2023 di Coca Cola Italia identifica una serie di temi chiave, centrali per l'approccio aziendale alla sostenibilità. Tra i più rilevanti troviamo il **cambiamento climatico**, la **gestione responsabile dell'acqua**, il **packaging sostenibile**, e il **benessere delle comunità**. Questi temi sono strettamente allineati agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), come il 6 (Acqua pulita e servizi igienico-sanitari), il 12 (Consumo e produzione responsabili), e il 13 (Lotta al cambiamento climatico).

Gli obiettivi strategici di Coca Cola includono:

- **Riduzione delle emissioni di CO₂**: Net Zero entro il 2040, con investimenti significativi nella decarbonizzazione della catena del valore.
- **Gestione dell'acqua**: Riduzione dei consumi idrici e supporto alla resilienza idrica nelle comunità locali.
- **Economia circolare e riciclo**: Raggiungere il 100% di riciclabilità degli imballaggi e aumentare il contenuto di plastica riciclata (rPET) entro il 2030.
- **Benessere delle persone e inclusione**: Programmi per la crescita professionale, l'uguaglianza di genere e il coinvolgimento delle comunità.

Questi impegni riflettono un approccio olistico alla sostenibilità, affrontando sfide globali e locali con soluzioni innovative e collaborazioni strategiche.

RISULTATI RAGGIUNTI E DATI SPECIFICI

Il Rapporto di Sostenibilità 2023 di Coca Cola Italia evidenzia significativi progressi nelle aree chiave di sostenibilità. Sul fronte ambientale, l'azienda ha ridotto le **emissioni di CO₂ Scope 1 e Scope 2** del 38% rispetto al 2010, utilizzando il 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre, il consumo idrico per litro di bevanda prodotta è stato ottimizzato, e il 63% dell'energia totale deriva da fonti rinnovabili.

Per quanto riguarda il **packaging sostenibile**, Coca Cola ha raggiunto il 100% di riciclabilità degli imballaggi e ha incrementato l'utilizzo di plastica riciclata (rPET), superando il 50% per alcuni prodotti. Dal punto di vista sociale, sono stati implementati programmi per l'inclusione e il benessere, tra cui la formazione di giovani e l'uguaglianza di genere, con un incremento della rappresentanza femminile nei ruoli manageriali.

Questi risultati confermano un impegno concreto, ma l'azienda riconosce la necessità di continuare a lavorare su obiettivi più ambiziosi.

LA TRIPLE BOTTOM LINE NEL CONTESTO DI COCA COLA

La **Triple Bottom Line (TBL)** rappresenta un modello innovativo di valutazione della performance aziendale, che integra tre dimensioni fondamentali: **economica**, **ambientale** e **sociale**. Coca Cola Italia applica questo approccio per garantire una crescita sostenibile e inclusiva, bilanciando l'obiettivo di generare profitti con l'impegno verso la sostenibilità e il benessere delle comunità.

Dimensione Economica

L'azienda contribuisce significativamente al tessuto economico italiano, con oltre 1,2 miliardi di euro distribuiti in termini di salari, tasse e investimenti, rappresentando lo 0,06% del PIL nazionale. Questo risultato riflette l'impegno a creare valore condiviso attraverso una filiera produttiva che coinvolge fornitori e partner locali. I posti di lavoro creati direttamente ed indirettamente attraverso l'indotto, sono 26.000. Le persone che beneficiano (parzialmente o totalmente) dai redditi di lavoro generati (diretti ed indiretti), sono 60.000.

Dimensione Ambientale

In linea con l'impegno per un futuro a zero emissioni nette entro il 2040, Coca Cola Italia ha ridotto del 38% le emissioni di CO₂ (Scope 1 e Scope 2) rispetto al 2010 e utilizza il 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre, promuove attivamente l'economia circolare, con il 100% degli imballaggi già riciclabili e un aumento significativo dell'uso di plastica riciclata (rPET).

Dimensione Sociale

L'azienda investe nello sviluppo delle comunità, attraverso programmi di formazione per i giovani come #YouthEmpowered e iniziative a favore dell'inclusione e della diversità. Coca Cola si distingue anche per l'impegno verso l'uguaglianza di genere, con l'obiettivo di consolidare il 50% di rappresentanza femminile nei ruoli manageriali.

Questo approccio basato sulla TBL sottolinea la volontà di Coca Cola Italia di adottare una visione integrata della sostenibilità, che coniuga responsabilità aziendale e competitività, rispondendo alle sfide globali e locali.

STANDARD UTILIZZATI

Coca Cola Italia ha adottato diversi standard per il Rapporto di Sostenibilità 2023, tra cui:

1. **GRI Standards (Global Reporting Initiative):** nella sezione Appendice viene dichiarato l'utilizzo dello standard GRI 1 (Principi fondamentali 2021). Nella seguente tabella, nelle rispettive colonne, sono riportati i temi materiali, l'aspetto del GRI, ed il tipo di coinvolgimento di Coca Cola (causato, direttamente correlato, che contribuisce..).
- GRI 302: Energia (2016)
 - GRI 305: Emissioni (2016)

- GRI 401: Occupazione (2016)
- GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016)
- GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)
- GRI 404: Formazione e istruzione (2016)
- GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)
- Altri standard specifici in funzione del tema materiale

| Tema materiale | Aspetto del GRI | Coinvolgimento di Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture negli impatti |
|---|---|---|
| CAMBIAMENTO CLIMATICO | GRI 302: Energia (2016) GRI 305: Emissioni (2016) | Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali |
| GOVERNANCE RESPONSABILE | GRI 205: Anticorruzione (2016) GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016) | Causato |
| CITTADINANZA D'IMPRESA | GRI 203: Impatti economici indiretti (2016) GRI 413: Comunità locali (2016) | Causato e a cui contribuiscono |
| GENERAZIONE E CONDIVISIONE DI VALORE | GRI 201: Performance economica (2016) | Causato |
| BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI | GRI 401: Occupazione (2016) GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016) GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018) GRI 404: Formazione e istruzione (2016) | Causato |
| DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ | GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) GRI 406: Non discriminazione (2016) GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016) GRI 408: Lavoro minorile (2016) GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016) | Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali |
| MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE | GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016) | Causato e a cui contribuiscono |
| BENESSERE E NUTRIZIONE | / | Causato e a cui contribuiscono |
| PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI | GRI 301: Materiali (2016) GRI 306: Rifiuti (2020) | Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali |
| QUALITÀ DEL PRODOTTO | GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016) | Causato e a cui contribuiscono |

| Tema materiale | Aspetto del GRI | Coinvolgimento di Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture negli impatti |
|---|--|---|
| APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE | GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016) | A cui contribuiscono e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali |
| GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA | GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018) | Causato |
| INNOVAZIONE | / | Causato e a cui contribuiscono |
| TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ | / | Causato |
| CONTRASTO ALLA PERDITA E ALLO SPRECO ALIMENTARE | / | A cui contribuisce e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali |

Sempre in appendice viene riportato l'indice dei contenuti GRI, riepilogato con una tabella riportante lo Standard GRI, il riferimento dell'Informativa, l'ubicazione (il n° pagina), ed infine i requisiti omessi con la relativa motivazione (es. il rapporto sulla retribuzione annuale, omesso per vincoli di riservatezza).

2. **ISO 45001:** Utilizzato per il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro
3. **Greenhouse Gas Protocol:** Per il calcolo delle emissioni di gas serra (Scope 1, Scope 2 e Scope 3)
4. **AA1000SES (2015):** Per il coinvolgimento degli stakeholder nel processo di materialità
5. **ISAE 3000 Revised:** Per l'assurance esterna volontaria sul rapporto

Lacune negli standard e requisiti omessi

Il rapporto ha seguito una struttura rigorosa basata sugli standard internazionali, ma alcune informazioni critiche sono state omesse per motivi di riservatezza o incompletezza dei dati. Queste lacune riflettono principalmente le limitazioni normative o strategiche del Gruppo.

Abbiamo identificato le seguenti lacune e omissioni:

1. Materialità e Stakeholder Engagement

- **GRI 102-46:** Sebbene la matrice di materialità sia presente, i criteri specifici utilizzati per posizionare i temi e il grado di influenza degli stakeholder non sono spiegati in dettaglio.
- **GRI 102-40 e 42:** Mancano informazioni approfondite su quali gruppi di stakeholder siano stati coinvolti e come siano stati consultati.

2. Indicatori Ambientali

- **GRI 305 (Emissioni):** Il report include dati su Scope 1 e Scope 2, ma le informazioni su Scope 3 (emissioni indirette lungo la catena del valore) sono limitate o non chiaramente articolate.
- **GRI 303 (Gestione delle risorse idriche):** Non vengono forniti dati specifici sul risparmio idrico ottenuto in aree a rischio idrico, un aspetto cruciale data la dipendenza di Coca Cola dall'acqua e relativo ingente consumo.

3. Indicatori Sociali

- **GRI 412 (Diritti Umani):** Non emergono dettagli sufficienti su verifiche indipendenti lungo la catena di fornitura per garantire il rispetto dei diritti umani.
- **GRI 403 (Salute e Sicurezza sul Lavoro):** I dati sui tassi di infortunio o altre metriche di sicurezza nei luoghi di lavoro non sono sufficientemente dettagliati.

4. Valore economico direttamente generato e distribuito

- Requisito omesso: le informazioni finanziarie non sono rendicontate a livello locale (Italia).
- **Motivazione:** Vincoli di riservatezza definiti dal Gruppo Coca Cola HBC.

5. Rapporto sulla retribuzione totale annuale

- **Requisito omesso:** dettagli su retribuzioni specifiche
- **Motivazione:** ragioni di riservatezza e assenza di obblighi normativi

6. Trasparenza sui KPI

- Molti risultati sono riportati senza collegamenti chiari a Key Performance Indicators che permettano un confronto diretto anno su anno.
- GRI 201 (Performance Economica): sebbene si evidenzino contributi economici, non vi è una chiara analisi dei costi o benefici delle iniziative di sostenibilità.

7. Assurance e Verifica Indipendente

- Nonostante Deloitte fornisca una verifica del report, non è specificato quali parti siano state sottoposte a revisione completa e quali siano escluse.

8. Integrazione della doppia materialità

- L'approccio di doppia materialità è implicito, ma potrebbe essere ulteriormente articolato con un'analisi più esplicita dei rischi finanziari legati a questioni ambientali e sociali (richiesto dai nuovi standard GRI 2021).

Infine, a titolo di cronaca si nota che il report non fa riferimento diretto agli **standard SASB**, che nel settore beverage avrebbe previsto come temi rilevanti la gestione dell'acqua, la sostenibilità del packaging, le emissioni di gas serra. Se il report Coca Cola 2023 avesse dovuto rispettare lo standard SASB, non sarebbero soddisfatti alcuni elementi chiave:

-Rischi finanziari legati alla sostenibilità: non viene analizzato in maniera esplicita come i rischi ambientali e sociali influenzino i risultati finanziari futuri, una componente fondamentale negli standard SASB.

-Dati quantitativi standardizzati: gli standard SASB richiedono l'uso di indicatori comparabili e standardizzati per favorire il confronto tra aziende, ma Coca Cola fornisce informazioni meno granulari rispetto a questo approccio.

TIPOLOGIA DI APPROCCIO

Dal Rapporto di Sostenibilità 2023 di Coca Cola HBC Italia emerge un approccio **proattivo**. L'azienda dimostra una chiara volontà di anticipare le sfide ambientali, sociali ed economiche, integrando la sostenibilità come pilastro strategico del proprio modello di business. Questo si manifesta attraverso obiettivi particolarmente ambiziosi, come il raggiungimento della neutralità carbonica entro il 2040, l'introduzione di materiali riciclati per il packaging e il sostegno alle comunità locali tramite programmi formativi e inclusivi.

L'orientamento proattivo si riflette nella capacità di innovare i processi produttivi, adottando soluzioni tecnologiche all'avanguardia per migliorare l'efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale. Coca Cola Italia non si limita a conformarsi a normative o richieste degli stakeholder, ma si pone come leader nel settore delle bevande, stabilendo standard di sostenibilità che vanno oltre il minimo richiesto.

Tuttavia, l'approccio potrebbe essere ulteriormente rafforzato da una maggiore trasparenza nell'analisi dei rischi e delle opportunità legati alla sostenibilità, migliorando la comunicazione sugli impatti reali e le sfide future. Questo consoliderebbe il ruolo di Coca Cola Italia come modello di riferimento nel perseguire una crescita sostenibile e responsabile.

EFFETTIVA COERENZA TRA IL REPORT E LA REALTÀ

Nonostante il Rapporto di Sostenibilità 2023 di Coca Cola Italia metta in evidenza impegni ambiziosi e progressi tangibili in termini di sostenibilità, permangono discrepanze tra il report e alcune criticità legate all'impatto reale dell'azienda. Ad esempio, sebbene l'azienda promuova il riciclo e l'uso di materiali riciclati, Coca Cola rimane uno dei maggiori produttori di plastica monouso a livello globale. Inoltre, i dati forniti su emissioni indirette (Scope 3) e sull'impatto della filiera potrebbero risultare insufficientemente dettagliati, limitando una valutazione completa della coerenza tra obiettivi dichiarati e impatti effettivi. Questa discrepanza rischia di sollevare dubbi sulla reale capacità dell'azienda di trasformare la strategia di sostenibilità in azioni concrete e sistematiche, soprattutto in contesti locali con normative ambientali meno stringenti. Una maggiore trasparenza e un'analisi critica dei fallimenti, oltre che dei successi, rafforzerebbero la credibilità del report. Di seguito analizzeremo alcuni punti di incoerenza emersi.

Eccessivo consumo di acqua

Nonostante Coca Cola dichiari un forte impegno verso la gestione responsabile dell'acqua, emergono discrepanze significative tra gli obiettivi comunicati nel Rapporto di Sostenibilità 2023 e la realtà delle sue operazioni. Una delle principali criticità è la **mancanza di trasparenza sui dati specifici relativi al risparmio idrico ottenuto in regioni soggette a forte stress idrico**, dove l'azienda opera intensivamente. Sebbene si parli di miglioramenti nell'efficienza idrica, non viene chiarito come questi risultati impattino concretamente le comunità locali.

Inoltre, casi specifici di sovrasfruttamento delle risorse idriche sono stati documentati in paesi come l'India¹ e il Messico². In queste regioni, le comunità hanno accusato Coca Cola di ridurre

¹ https://www.repubblica.it/solidarieta/diritti-umani/2016/02/22/news/india_la_coca_cola_prosciuga_il_paese_danni_per_la_popolazione-133986347/

² <https://www.greenme.it/ambiente/acqua/cittadina-messicana-senza-acqua-coca-cola/>

drasticamente la disponibilità di acqua potabile e per l'agricoltura, a causa dell'estrazione massiccia di risorse idriche per la produzione. Questi episodi contrastano con gli obiettivi dichiarati dall'azienda di "bilancio idrico positivo", sollevando dubbi sulla reale coerenza delle sue politiche.

Un'altra lacuna significativa riguarda **l'impatto indiretto lungo la catena del valore**, come il consumo d'acqua necessario per la coltivazione dello zucchero e di altre materie prime. Il report non offre una rendicontazione dettagliata su come l'azienda affronti tali consumi, nonostante rappresentino una parte rilevante della sua impronta idrica complessiva. Questa mancanza di dati impedisce una valutazione completa della sostenibilità delle operazioni di Coca Cola e alimenta accuse di **greenwashing**, in quanto le promesse aziendali non sembrano tradursi in benefici concreti per l'ambiente e le comunità.

La questione dello zucchero

L'azienda pubblicizza una riduzione dello zucchero immesso del 41%. Quello dello zucchero è un tema molto sentito ed affrontato anche da ASSOBIBE (l'associazione di Confindustria dei produttori di bevande analcoliche), in linea con UNESDA, l'associazione che rappresenta l'industria europea delle bevande. Inoltre, la riduzione di zucchero è anche un obiettivo del Ministero della Salute, siglato con un protocollo del 2021.

La riduzione di zucchero è stata perseguita ampliando l'offerta di prodotti a basso o nullo contenuto calorico. Tuttavia emergono criticità:

- **Efficacia delle alternative a basso contenuto calorico:** Nonostante l'introduzione di varianti come Coca Cola Zero Zuccheri Zero Calorie, nel 2021 il 73,4% delle vendite a volume di Coca Cola e il 93,8% di Fanta riguardavano ancora le versioni classiche, evidenziando una preferenza dei consumatori per le bevande zuccherate. [il Salvagente](#)

- **Utilizzo di dolcificanti artificiali:** Le versioni senza zucchero contengono edulcoranti come aspartame e acesulfame K. Sebbene approvati dalle autorità sanitarie, studi suggeriscono che un consumo eccessivo di dolcificanti artificiali possa influenzare negativamente il metabolismo e la flora batterica intestinale, aumentando il rischio di obesità e problemi cardiocircolatori. [Tanta Salute](#)

-**Marketing e percezione dei consumatori:** Le campagne pubblicitarie enfatizzano le opzioni a basso contenuto calorico, ma le bevande tradizionali, ancora ricche di zucchero, restano ampiamente disponibili e promosse, potenzialmente confondendo i consumatori riguardo alle scelte più salutari. [Il Fatto Alimentare](#)

La questione della plastica

Secondo Greenpeace e altre organizzazioni ambientaliste, Coca Cola rimane uno dei maggiori responsabili dell'inquinamento da plastica, con una produzione che supera i 134 miliardi di bottiglie di plastica all'anno, in aumento rispetto agli anni precedenti. Inoltre, molti dei suoi programmi di raccolta e riciclo si concentrano principalmente su mercati sviluppati, mentre nei paesi in via di sviluppo, dove il sistema di gestione dei rifiuti è meno efficiente, gran parte della plastica finisce negli oceani e negli ecosistemi naturali. Questa discrepanza tra i messaggi pubblicitari e l'impatto reale rischia di essere percepita come **greenwashing**, sollevando dubbi sull'effettiva volontà dell'azienda di affrontare il problema alla radice. A rendere questo tema particolarmente ostico per Coca Cola, c'è

la riduzione degli obiettivi di riciclo annunciati a dicembre 2024³: dal 50% la percentuale è stata rivista in 30%.

Nonostante gli investimenti in tecnologie per il riciclo e collaborazioni con partner globali, Coca Cola continua a focalizzarsi su soluzioni incrementali piuttosto che su una vera trasformazione strutturale. L'adozione di alternative più sostenibili, come il passaggio a materiali completamente biodegradabili o a sistemi di riutilizzo, appare ancora marginale rispetto all'entità della produzione. Pertanto, mentre Coca Cola pubblicizza i suoi successi, il contributo complessivo all'inquinamento globale da plastica resta una critica centrale alla coerenza del suo approccio alla sostenibilità.

Ancora più grave è il fatto che Coca Cola è attivamente contraria alle "bottle bills", leggi che prevedono una piccola tassa sull'acquisto di bottiglie di plastica, tassa poi restituita al consumatore quando la bottiglia veniva riconsegnata per il riciclaggio⁴. È stato dimostrato che il cosiddetto "vuoto a rendere", promuovendo un sistema di economia circolare in cui i materiali vengono riutilizzati e riciclati, sensibilizza e incentiva i consumatori ad agire nel ridurre l'impatto ambientale.

La presa di posizione di Coca Cola contro questa pratica sostenibile rappresenta un'ulteriore dimostrazione dell'incoerenza tra le campagne pubblicitarie e le effettive pratiche aziendali. **Quando le strategie aziendali non sono allineate con le dichiarazioni**, sorge il rischio di un danno significativo alla reputazione aziendale. In un mondo in cui i consumatori sono sempre più informati e consapevoli, le aziende sono chiamate a dimostrare coerenza tra le loro promesse e le loro azioni.

Casi passati di Greenwashing

Coca Cola Life

Presentata in Italia per la prima volta nel 2016, Coca Cola Life era stata proposta come: *“una versione più salutare e meno calorica della classica Coca Cola, grazie alla presenza di un dolcificante alternativo allo zucchero, la stevia”*. Una bevanda lanciata quindi con l'intento di essere percepita come un prodotto *“healthy”* e che voleva associare l'inconfondibile *brand* Coca Cola ai concetti di benessere e stile di vita sano. Per amplificare il messaggio venne sostituita la classica etichetta rossa con un'etichetta color **verde**, per richiamare i concetti di naturale, salutare e sostenibile. Questo caso è da considerare particolarmente importante, perché l'intento del *brand* era chiaramente quello di sfruttare la tendenza ambientalista del momento, entrando nel segmento di produzione *“green”* e riscattandosi, almeno parzialmente, dalla fama di *brand* tra i più controversi dell'industria alimentare. Si tratta chiaramente di *Greenwashing* perché Coca Cola Life non portava alcun beneficio né per l'ambiente né per le persone, considerando che per la sua produzione e commercializzazione non era intervenuto nessun cambiamento da parte di Coca Cola (ad esempio, uso del vetro invece della lattina).

Medaglia d'oro di Greenwashing

Durante le Olimpiadi di Parigi 2024, Coca Cola è stata accusata di greenwashing a causa dell'ampio utilizzo di bottiglie di plastica monouso, nonostante l'evento fosse stato promosso

³ https://www.open.online/2024/12/04/coca-cola-rivede-obiettivi-green-riciclo/?utm_source=chatgpt.com

⁴ “Beverage Companies Embrace Recycling, until It Costs Them.” *The New York Times*, 4 July 2019.

come uno dei più ecologici di sempre. L'azienda, sponsor storico dei Giochi, aveva annunciato iniziative per ridurre l'uso della plastica, come l'installazione di fontane per bevande e l'impiego di bicchieri riutilizzabili. Tuttavia, ha distribuito milioni di bottiglie in plastica, suscitando critiche da parte di organizzazioni ambientaliste. Ad esempio, **France Nature Environnement (FNE)** ha assegnato a Coca Cola la "medaglia d'oro del greenwashing" per la sua distribuzione massiccia di bottiglie in plastica durante i Giochi, evidenziando come le promesse ecologiche dell'azienda non si siano tradotte in azioni concrete, anzi! Inoltre, l'azienda ha giustificato l'uso di bottiglie di plastica sigillate per motivi di sicurezza e logistica, affermando che alcune sedi non disponevano delle infrastrutture necessarie per alternative più sostenibili.

Infine, in occasione delle Olimpiadi francesi, Coca Cola ha fatto di tutto per poter far apparire gli atleti mentre consumavano le bevande del marchio. Tale atteggiamento, molto probabilmente, va oltre l'esigenza di visibilità intrinseca in qualunque marchio. Infatti i prodotti del marchio essendo molto calorici contribuiscono in maniera importante ad alimentare il problema dell'obesità con tutte le conseguenze che essa comporta. L'azienda si è difesa dichiarando che non è l'assunzione di zuccheri a generare obesità bensì una vita sedentaria. E' molto probabile, quindi, che la visibilità associata a campioni dello sport sia un tentativo di convincere il pubblico ed i consumatori sulla "bontà" del prodotto.

Queste discrepanze tra le dichiarazioni di sostenibilità e le pratiche effettive hanno alimentato le accuse di greenwashing nei confronti di Coca Cola durante l'evento olimpico.

Riduzione delle confezioni (caso da noi ipotizzato).

Nel report, tra le azioni virtuose, a pag.23 del report 2023 viene pubblicizzata l'introduzione di confezioni più piccole per poter avere un minore impatto ambientale. Tale iniziativa stona un po' poiché alcune di queste confezioni sono difficilmente distinguibili dal consumatore che preleva il prodotto dallo scaffale. Se consideriamo che a pag.28 del report nella sezione dedicata allo *Smart risk*, nel primo punto viene affermata una revisione dei prezzi (in aumento), si potrebbe pensare che in realtà l'utilizzo delle confezioni più piccole siano una strategia di *shrinkflation*. Tale fenomeno da una parte si configura come un inganno verso il consumatore, dall'altra potrebbe non portare un significativo taglio sui rifiuti.

UNO SGUARDO ALLA CONCORRENZA: PARAGONE CON PEPSI

Nel mercato globale, storico concorrente di Coca Cola è l'azienda Pesi Cola, nata nel 1898 in Carolina del Nord. Nel 2023 il fatturato è stato di 91,47 miliardi di dollari e nel 2024 contava 318.000 dipendenti. Per avere un'idea del posizionamento di Coca Cola in ambito di sostenibilità, potrebbe essere interessante fare un paragone, laddove possibile, con il report di sostenibilità di Pepsi. Di seguito i principali punti:

Emissioni gas serra (GHG):

Coca Cola Italia:

- Ha ridotto le emissioni Scope 1 e Scope 2 del 38% rispetto al 2010 e punta al Net Zero entro il 2040.
- **Lacune:** l report include solo dati parziali sulle emissioni Scope 3 (trasporti limitati e CO₂ alimentare), non considerando l'intera catena del valore

PepsiCO:

- Ha ridotto le emissioni Scope 1 e 2 del 13% e quelle complessive (Scope 1, 2 e 3) del 5% nel 2023.
- **Lacune:** Le emissioni Scope 3 sono presentate con un livello di dettaglio limitato, rendendo difficile una valutazione esaustiva dell'impatto lungo la filiera.

Gestione degli imballaggi:

Coca Cola Italia:

- Tutte le bottiglie in PET da 500 ml sono realizzate con plastica riciclata (rPET).
- **Lacune:** Non sono chiariti i progressi nelle aree a bassa efficienza di riciclo, e non si affrontano criticamente le accuse sul continuo utilizzo di plastica monouso.

PepsiCO:

- Ha ridotto del 4% l'uso di plastica vergine nel 2023.
- **Lacune:** Gli obiettivi relativi alla plastica mancano di tempistiche precise e piani di attuazione specifici.

Gestione delle risorse idriche:

Coca Cola Italia:

- Ha restituito il 168,9% dell'acqua utilizzata alla natura.
- **Lacune:** Mancano dati specifici sull'efficienza idrica in aree ad alto stress idrico e sul risparmio idrico nella filiera agricola.

PepsiCO:

- Ha migliorato del 25% l'efficienza idrica in siti ad alto rischio rispetto al 2015.
- **Lacune:** Il report non specifica metriche di progresso chiare o verifiche indipendenti lungo la filiera

Agricoltura rigenerativa

Coca Cola Italia:

- Mira al 100% di approvvigionamento sostenibile per ingredienti prioritari entro il 2025.
- **Lacune:** Il report non specifica metriche di progresso chiare o verifiche indipendenti lungo la filiera

PepsiCO:

- Ha esteso la propria impronta globale di agricoltura rigenerativa a 1,8 milioni di acri.
- **Lacune:** Non sono inclusi dettagli sui criteri per misurare l'efficacia delle pratiche agricole.

Standard di rendicontazione

Coca Cola Italia:

- Segue gli standard GRI, Greenhouse Gas Protocol, ISO 45001, e AA1000SES.
- **Omissioni:**
 - Mancano dati su GRI 201-1 (valore economico distribuito a livello locale) e GRI 2-21 (retribuzioni annuali totali) per motivi di riservatezza
 - L'adozione degli standard SASB è limitata o inesistente.

PepsiCO:

- Segue gli standard GRI e SASB
- **Omissioni:**
 - Non include un'analisi finanziaria approfondita sui rischi ambientali, come richiesto dagli standard SASB.
 - I KPI comparativi mancano di granularità, limitando il confronto diretto con altre aziende.

Entrambe le aziende si distinguono per l'impegno verso la sostenibilità, ma la disponibilità di dati specifici per l'Italia favorisce Coca Cola (Pepsi non ha un report Italia). Coca Cola Italia fornisce informazioni dettagliate sulle sue iniziative nel paese, mentre per PepsiCo Italia i dati sono principalmente riferiti alle performance globali. Una maggiore trasparenza e disponibilità di dati locali da parte di PepsiCo Italia permetterebbe un confronto più accurato e approfondito tra le due aziende nel contesto italiano. Ferme restando che entrambe le aziende sono state implicate in casi di greenwashing, piuttosto frequenti.

CONCLUSIONI

Il Rapporto di Sostenibilità 2023 di Coca Cola Italia evidenzia un impegno significativo verso la crescita sostenibile, ma solleva anche interrogativi su alcune aree critiche. Mentre l'adozione di standard riconosciuti a livello internazionale, come i **GRI Standards** e il **Greenhouse Gas Protocol**, riflette una volontà di trasparenza, le lacune emerse – come l'assenza di dati completi su retribuzioni di genere e il monitoraggio parziale delle emissioni Scope 3 – mettono in luce margini di miglioramento. Sebbene l'azienda abbia adottato iniziative ambiziose, come il programma **Net Zero by 2040** e il ricorso a tecnologie innovative per il riciclo, l'efficacia di questi impegni resta parzialmente limitata da una comunicazione selettiva su aspetti strategici e operativi. Inoltre, mentre la rendicontazione sottolinea progressi significativi nella gestione ambientale e nella promozione dell'inclusività, l'impatto reale sulle comunità e la filiera produttiva non è sempre documentato con la dovuta profondità. Questo ventennale percorso rappresenta un importante punto di riferimento nel settore, ma per consolidare la propria posizione di leadership sostenibile, Coca Cola Italia dovrà affrontare le sfide legate alla trasparenza completa e all'implementazione di misure più

incisive lungo l'intera catena del valore. L'impegno dichiarato verso la sostenibilità e gli ingenti investimenti rischiano di perdere credibilità e consenso a causa dei frequenti casi di greenwashing. Questi episodi minano la fiducia nei confronti del marchio, vanificando gli sforzi evidenziali nel report di sostenibilità. Dichiarare ambiziosi obiettivi senza poi darne seguito con azioni concrete, porta ad un'asimmetria tra ciò che viene dichiarato e ciò che viene fatto. In un contesto dove i consumatori hanno accesso a molte informazioni ed hanno maturato una crescente attenzione e sensibilità a determinate tematiche, essi chiedono autenticità e coerenza. Nel momento in cui queste vengono disattese, tutto il lavoro svolto e la reale volontà aziendale perdono di coerenza.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Report sostenibilità Coca Cola [CSR-23-report.pdf.downloadasset.pdf](#)

Report sostenibilità Pepsi [Report Downloads](#)

GRI [GRI - GRI Standards Italian Translations](#)

Il Salvagente [il Salvagente](#)

Tanta Salute [Tanta Salute](#)

Il Fatto Alimentare [Il Fatto Alimentare](#)

La responsabilità sociale dell'azienda. Strategie, processi, modelli – De Nicola, 2008

Corporate communication e relazioni pubbliche, Invernizzi e Romenti, 2020

Verso la small business stakeholder responsibility, De Nicola, 2021

Sfruttamento falde in India: https://www.repubblica.it/solidarieta/diritti-umani/2016/02/22/news/india_la_coca_cola_prosciuga_il_paese_danni_per_la_popolazione-133986347/

Sfruttamento falde in Messico: <https://www.greenme.it/ambiente/acqua/cittadina-messicana-senza-acqua-coca-cola/>

Riduzione obiettivi riciclaggio https://www.open.online/2024/12/04/coca-cola-rivede-obiettivi-green-riciclo/?utm_source=chatgpt.com

