



LA MATRICE DEL BENE COMUNE

NEL BOTTIFICIO MITTELBERGER

Desideriamo percorrere insieme
con coerenza la strada dei valori
e del bene comune.



Premessa

Nel 2018 abbiamo iniziato a redigere, per la nostra azienda, un bilancio del bene comune, ovvero un processo di valutazione di privati, imprese o istituzioni con lo scopo di controllare in quale misura agiscono a favore del bene comune. Oggetto di analisi sono fattori ecologici, sociali e altro.

La redazione di tale bilancio ha per noi grande rilevanza, perché desideriamo percorrere insieme con coerenza la strada dei valori e del bene comune, appunto. Tuttavia, anche prima della stesura di questo bilancio, la nostra azienda ha sempre lavorato in questa direzione, trasmettendo a collaboratori e clienti valori ecologici e sociali, al fine di sensibilizzarli a un approccio rispettoso all'ambiente.

La nostra azienda e il bene comune

La filosofia aziendale del Bottificio Mittelberger prevede un'attività commerciale equa, attenzione, correttezza nei rapporti e benessere delle persone.

La nostra competenza principale è la produzione sostenibile dal punto di vista ecologico ed economico di pregiate botti.

L'uomo come individuo è al centro del nostro operato e delle nostre azioni, contraddistinte da correttezza, equità e comprensione.

Economia del bene comune

L'economia del bene comune delinea un sistema economico alternativo, fondato sui valori che lo promuovono.

Obiettivo di quest'economia è gettare le basi di un sistema che origina un'elevata qualità della vita per tutti gli esseri viventi. Gli elementi primari di tale sistema sono dignità umana, correttezza e solidarietà globali, sostenibilità economica, giustizia sociale e partecipazione democratica.

I veri partner
diventano amici!

A1 La dignità umana nella catena dei fornitori

Diamo grande valore a una proficua collaborazione con i nostri fornitori: restiamo sempre in contatto con loro e li visitiamo annualmente.



A2 Solidarietà e giustizia nella catena dei fornitori

Gestiamo un rapporto corretto con tutti i nostri fornitori. Nelle relazioni commerciali puntiamo sulla fiducia reciproca, il fondamento per una collaborazione pluriennale. Qualora si faccia abuso della nostra fiducia o si approfitti della nostra buona fede, ci vediamo costretti a interrompere il rapporto commerciale.

A3 Sostenibilità ecologica nella catena dei fornitori

La scelta dei materiali avviene sulla base dei seguenti criteri: correttezza, sostenibilità ecologica e sociale.

In fase d'acquisto dei nostri strumenti aziendali prestiamo particolare attenzione a prodotti d'elevata qualità, dalla lunga durata e riciclabili.

Il 99% dei materiali da noi impiegati è costituito da sostanze naturali; solo l'1% è il risultato di processi di lavorazione non del tutto naturali (silicone, colla e vernice).

A4 Trasparenza e partecipazione nella catena dei fornitori

Garantiamo ai nostri fornitori un periodo sufficientemente lungo per effettuare le consegne. Siamo del parere che debbano essere proprio loro a stabilirne le tempistiche per eseguire un lavoro a regola d'arte. In base al motto "poco stress e buona pianificazione", le attività risultano più redditizie, soddisfacenti e qualitativamente elevate, così da rendere i rapporti più cordiali.





Sei ricco se possiedi
ciò che il denaro
non può comprare.

B1 Atteggiamento etico nel rapporto con il denaro

Abbiamo scelto consapevolmente di gestire i nostri affari bancari solo con piccoli istituti locali, in parte organizzati sotto forma di cooperativa. Anche i nostri partner finanziari, già nel 2017, hanno redatto il loro primo bilancio sostenibilità.

B2 Atteggiamento sociale nel rapporto con il denaro

Ogni mese versiamo volontariamente un importo in un fondo che offre ai nostri collaboratori determinati vantaggi (p.e. spese mediche, contributi per i figli, ecc.)

Gli utili di ciascun esercizio rimangono in azienda, dove vengono reinvestiti.

B3 Investimento socio-ecologici e impiego dei mezzi

Il principio che scandisce il nostro lavoro è il seguente: ecologia prima di economia.

Lavoriamo numerosi materiali naturali. Poiché i nostri prodotti vengono a contatto diretto con gli alimenti, selezioniamo le materie prime con particolare cura e sensibilità.

I colloqui periodici con i collaboratori ci aiutano a tenere in considerazione le esigenze delle persone coinvolte.



Se il lavoro è un piacere,
la vita diventa gioiosa.

C1 Dignità umana sul luogo di lavoro

Nella nostra azienda vigono severe regole valide per tutti i collaboratori, senza eccezione, che disciplinano comunicazione e comportamento. Le opportunità di sviluppo personale si concretizzano per noi nei seminari destinati a tutto il personale.

La nostra azienda è caratterizzata da un'aperta cultura dell'errore, in base al principio "Dagli sbagli possiamo imparare tutti!"; sproniamo i soggetti coinvolti a individuare autonomamente una soluzione.



C2 Rielaborazione/Revisione dei contratti di lavoro

La retribuzione del nostro personale è maggiore rispetto a quella stabilita dal contratto collettivo, perché gli importi in esso fissati non ci sembrano congrui. Inoltre, la remunerazione è conforme a responsabilità e prestazioni.

C3 Incentivazione del comportamento ecologico del personale

La nostra azienda lavora principalmente per realtà agricole, che adottano sistemi di coltura biologici o il più naturali possibile. Pertanto, coltiviamo una certa sensibilità e consapevolezza nei confronti di alimenti sani e naturali, dando così origine a un atteggiamento più sostenibile ed ecologico.

La direzione aziendale non tollera lo spreco di risorse. Di conseguenza, i nostri collaboratori vengono sollecitati a non trascurare neppure i dettagli più piccoli e a gestire materiali e strumenti con la massima attenzione.

C4 Partecipazione e trasparenza aziendale

Nella nostra azienda, ogni collaboratore può dare il proprio apporto. Diamo il benvenuto a proposte, suggerimenti e input ben studiati, che contribuiscono al bene comune. Per questa ragione riserviamo al nostro personale un'ampia libertà decisionale: c'è sempre spazio per idee e proposte interessanti.



D1 Rapporti etici con la clientela

Puntiamo su dialogo e trasparenza. Per rendere tutto il più personale e diretto possibile, rinunciamo consapevolmente ai rivenditori e consideriamo questo principio un valore qualitativo.



Vedere, comprendere e (af)fidarsi

D2 Cooperazione e solidarietà con le aziende partner

Consapevolmente non lavoriamo a scapito della concorrenza. Piuttosto cerchiamo di dare sempre il meglio, di imparare da critiche ed errori e di migliorarci costantemente. Oltre a ciò, talvolta cooperiamo con svariati competitor, concordando insieme a loro i dettagli in caso di consegne congiunte, al fine di soddisfare al meglio le richieste dei clienti.

D3 Gestione ecologica di prodotti e servizi

L'utilizzo e lo smaltimento dei nostri prodotti non dà origine, in nessun caso, a effetti negativi dal punto di vista ecologico. In produzione, lavoriamo sulla base di criteri quali sostenibilità, tutela climatica e impegno sociale, e informiamo i clienti in merito alla nostra politica ambientale. Così il legno di un albero, che cresce in ca. 150 anni, non verrà sprecato: ne sono testimoni l'accuratezza nella scelta del legname migliore e più adatto, contraddistinto da una lunga durata d'impiego.

D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti

Informiamo i nostri clienti in merito a eventuali rischi, illustrando loro sin da principio la quantità di lavoro e materiale che si cela nei nostri prodotti. Naturalmente, facciamo il possibile per soddisfare idee e desideri particolari, assicurando la massima trasparenza in tema di produzione.



Vivere e lasciar vivere

E1 Significato ed effetto sociale di prodotti e servizi

I nostri prodotti soddisfano le esigenze di base dei clienti e favoriscono la qualità della vita.

Le nostre botti vantano una vita media di 25 anni, anche se potrebbero essere utilizzate anche più a lungo. Diamo una grande importanza alla massima riduzione dell'impatto ambientale durante la produzione, la distribuzione e, naturalmente, lo smaltimento.

Le nostre botti esercitano un effetto positivo sul prodotto che dovranno contenere, sulle persone, sulla società e anche sul nostro pianeta. Lavoriamo con materie prime rigenerabili, provenienti da silvocolture sostenibili.



E2 Contributo al bene comune

La nostra azienda supporta il bene comune in vari modi: ai collaboratori offriamo spazio per aderire ad associazioni e sosteniamo finanziariamente svariate organizzazioni di volontariato.

La partecipazione alla vita sociale e collettiva suscita nelle persone una sensazione di protezione e accettazione.

E3 Riduzione dell'impatto ecologico

Gran parte del trasporto delle nostre botti viene effettuato con spedizionieri (collettame), al fine di ridurre il più possibile costi e lavoro. Per mantenere entro i limiti il consumo di carburante, facciamo spesso ricorso al car sharing.

Inoltre, regoliamo attentamente il consumo idrico senza mai sprecare risorse naturali.

I residui di legno, originati dalla produzione di botti, vengono impiegati per il riscaldamento e la lavorazione.

E4 Trasparenza e partecipazione sociale

Per una maggiore trasparenza e una partecipazione sociale, abbiamo pubblicato la nostra filosofia aziendale sul nostro sito www.mittelberger.bz.it, in cui facciamo una panoramica completa anche del nostro modus operandi. Così facendo, i clienti esistenti e futuri potranno valutare preventivamente se il nostro orientamento ideologico è allineato al loro.



PASSIONE IN BOTTEGA

MASTRI BOTTAI MITTELBERGER DAL 1960

Il nostro interlocutore in tema di economia del bene comune:

arch. dott. Bernhard Oberrauch
I-39100 Bolzano, via Penegal, 21A
cell. +39 329 0514476

Auditor GWÖ e consulente, membro del gruppo di lavoro Bene Comune, presidente dell'associazione-ombrello per l'Economia del Bene Comune in Italia b.oberrauch@febc.eu

info@economia-del-bene-comune.it
www.economia-del-bene-comune.it
www.febc.eu

Group evaluation MATRICE 5.0 (Valutazione in gruppo peer)

ImpactZert

Organizzazione, periodo di riferimento: **Mittelberger & Co. OHG**
 Altri partecipanti: Medus des Andreas Gögele & Co. KG, LEKIDO (Bernhard Pircher)
 Facilitatore: Oberrauch Bernhard, IT-39100 Bozen/Bolzano/Bulsan.



Il presente documento attesta il risultato e l'avvenuta valutazione reciproca tra un gruppo di organizzazioni, partendo da un'auto-valutazione. Ai fini di questa attestazione non vengono richiesti documenti probanti: le organizzazioni partecipanti alla valutazione di gruppo hanno validato reciprocamente i risultati delle autovalutazioni di ciascuna organizzazione, in un processo di raffronto delle proprie politiche e azioni orientate al Bene Comune. Il facilitatore fa da garante per una valutazione coerente. Si precisa che i risultati della valutazione tra pari possono differire da quelli risultanti da un audit esterno.
 Standard di rendicontazione: **Economia del Bene Comune** www.febc.eu, www.ecogood.org o www.economia-del-bene-comune.it

Certificato valido fino al

Valore	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza & condivisione delle decisioni	Punteggio complessivo per PORTATORE DI INTERESSE
A) Fornitori	A1 La dignità umana lungo la filiera 7 * (33/47 P)	A2 Solidarietà e giustizia nella filiera 7 * (33/47 P)	A3 Sostenibilità ecologica nella catena di fornitura 8 * (37/47 P)	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la filiera 7 * (16/23 P)	A 7,3 * (119/164 P)
B) Proprietari & partner finanziari	B1 Atteggiamento etico nell'impiego di fondi 1 * (6/47 P)	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego di fondi 5 * (23/47 P)	B3 Investimenti socio-ecologici e impiego dei fondi 3 * (7/23 P)	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni 1 * (5/47 P)	B 2,5 * (41/164 P)
C) Collaboratori	C1 La dignità umana sul posto di lavoro 8 * (56/70 P)	C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro 6 * (40/70 P)	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori 4 * (30/70 P)	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda 2 * (14/70 P)	C 5 * (140/280 P)
D) Clienti & concorrenti	D1 Relazioni etiche con la clientela 6 * (30/47 P)	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti 1 * (5/47 P)	D3 Conseguenze ecologiche dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi 6 * (30/47 P)	D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti 6 * (42/70 P)	D 5,1 * (107/211 P)
E) Contesto sociale	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società 6 * (26/47 P)	E2 Contributo per la collettività 1 * (7/47 P)	E3 Riduzione delle conseguenze ecologiche 3 * (14/47 P)	E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni 3 * (16/47 P)	E 3,4 * (63/188 P)
Punteggio complessivo per VALORE	1 5,9 * (151/258 P)	2 4,2 * (108/258 P)	3 5 * (118/234 P)	4 3,6 * (93/257 P)	

*Scala valutazione
 Certificato_ID:
 iZ2401mml

Rischi molto rilevanti	Rischi rilevanti	Rischi medi	Bassi rischi	Base	Primi passi	Avanzato	Esperto	Esemplare
-7,.-10	-4,.-6	-2,.-3	-1	0	1	2,3	4,6	7,10

Facilitatore:

Bernhard Oberrauch

Ente Certificatore
<https://impactzert.eu>



Mittelberger & Co. s.n.c.G

Via Castel Firmiano 33 - 39100 Bolzano - Alto Adige - Italia

T +39 0471 63 33 74 info@mittelberger.bz.it www.mittelberger.bz.it