



«Il futuro non è un luogo d'arrivo, ma il percorso incessante verso la linea dell'orizzonte. È lì che si misura la capacità di un'impresa di restare coerente, mentre tutto cambia intorno». È un'immagine che torna spesso nelle parole di Rosario Caputo, amministratore unico e ceo di IBG

# ROSARIO CAPUTO

S.p.A. Società Benefit, realtà campana leader nel food and beverage e partner storico di PepsiCo per il Mezzogiorno, che produce e commercializza marchi come Pepsi, Gatorade, Lipton, Schweppes e il brand di proprietà Chinotto Neri. Orizzonte come un punto mobile da inseguire con il giusto mix di ambizione e competitività.

«Giusto» perché la vera bussola, per Caputo, napoletano classe 1958, è l'etica, che in azienda si traduce in attenzione al welfare e nella cura del capitale umano. Da questa visione ha preso forma "Back to the Future", il percorso con cui IBG ha celebrato a Buccino 35 anni di attività.

«Celebrare i 35 anni di attività del nostro stabilimento di Buccino non ha significato fermarsi a guardare ciò che è stato fatto, ma riaffermare un legame profondo con questo territorio e con le persone che lo abitano. Dal 1990 ad oggi abbiamo investito circa 70 milioni di euro per trasformare questa realtà in un polo d'eccellenza tecnologica e so-



**I numeri raccontano cosa significhi: dai circa 10 milioni di litri prodotti nel 1990 siamo passati agli oltre 130 milioni del 2025**

## «DA 35 ANNI COLTIVO IL CAPITALE UMANO CON IL MODELLO IBG»

di Paola Cacace

stenibile, capace di competere ai massimi livelli nel mercato globale del Beverage and Food. E oggi, con un nuovo Piano Industriale triennale da oltre 12 milioni di euro, guardiamo avanti con la consapevolezza dei nostri mezzi e con il coraggio di continuare a innovare».

La differenza è nel metodo con cui Caputo guida IBG da oltre 30 anni, mescolando come in una tavolozza disciplina industriale e visione.

«La velocità del cambiamento non è più un fatto eccezionale, ma una condizione strutturale. Il passato ci ha consegnato competenze, il presente ci impone lucidità, il futuro ci chiede coraggio».

I numeri raccontano cosa significhi, in concreto, questa lucidità. Dai circa 10 milioni di litri prodotti nel 1990 agli oltre 130 milioni del 2025.

Quote di mercato in crescita e un percorso sostenuto dal reinvestimento di 8 milioni di euro di utili da parte dei soci.

«Non abbiamo mai temuto i venti - osserva Caputo - Perché un'impre-

sa solida si misura nella tempesta». Il tutto per un'idea di impresa che non separa produzione e responsabilità. La scelta di diventare Società Benefit nel 2022 è stata una dichiarazione di metodo più che di immagine.

«Non si tratta esibire un bollino, - riprende convinto l'imprenditore -

ma di adottare uno standard di trasparenza e responsabilità riconosciuto a livello globale. È un modo per rendere misurabile ciò che per noi è sempre stato un valore identitario. Ora l'obiettivo è diventare BCorp entro il 2027».

Un impegno che porta risultati concreti, dalla riduzione delle



Lo stabilimento in cui si producono marchi come Pepsi, Gatorade, Lipton e , Schweppes

emissioni di CO2 per circa 4.000 tonnellate annue alla diminuzione dei consumi idrici, dagli investimenti su packaging alleggerito e utilizzo di R-pet fino al revamping dell'impianto fotovoltaico da 1 MWp.

Ma è sul welfare, sull'attenzione che viene riservata ad esso, che emerge uno dei tratti più distintivi del modello IBG.

«Il vero valore di un'azienda non sono solo gli impianti o le risorse finanziarie, ma le persone - dice Caputo - Il capitale umano è ciò che trasforma una strategia in un risultato duraturo. Per questo solo negli ultimi tre anni sono state erogate circa 15.000 ore di formazione, insieme a politiche strutturate su sicurezza, parità di genere e benessere organizzativo. Il mondo dell'industria e del lavoro si basa su un principio di reciprocità, non su una somma di individualità. Chi fa impresa deve tenere sempre presenti le esigenze di chi lavora, perché è grazie a loro che si riesce ad attraversare anche le fasi più difficili».

Questa attenzione alla tenuta nel tempo non nasce solo dentro l'azienda. È il riflesso di una visione maturata anche fuori da IBG, nel mondo del credito e dei Confidi, dove Caputo opera da anni sul terreno complesso dell'accesso alla finanza per le imprese. «La sostenibilità economica è la condizione che rende possibili tutte le altre, perché senza equilibrio finanziario non esistono né welfare né investimenti, né futuro».

In questa continuità tra impresa, persone e territorio si colloca anche il profilo dell'uomo di cultura. Quasi si schermisce quando glielo si chiede, ma Caputo è studioso e collezionista di pittura napoletana dell'Ottocento, autore di numerosi volumi. È parte integrante del suo modo di leggere il presente.

«La memoria non è un freno, ma una chiave di interpretazione. Partiamo dal concetto di epigenetica, inteso come trasmissione di valori, identità e capacità di fare. Non parlo di nostalgia, ma di riconnettersi a un patrimonio di conoscenze che ci rende più consapevoli del valore dell'umanità. È un principio da non dimenticare nel mondo del lavoro, perché solo con attenzione al prossimo e al territorio si può diventare un'impresa responsabile. E solo le imprese responsabili possono nutrire ambizioni e visioni capaci di conquistare il futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**La scelta di diventare Società Benefit è stata una dichiarazione di metodo più che di immagine. Ora l'obiettivo è trasformarsi in BCorp**