

# LA PERCEZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN AZIENDA

INDAGINE CON QUESTIONARIO STRUTTURATO  
SVOLTA NELL'AMBITO DEI PIANI  
FEELGREEN, AMBITEX 2011, GREENTEX 2012  
A VALERE SULL'AVS 2/2011





---

Concept Grafico: Simona Rossi

Officine Sviluppo e Ricerca S.r.l.

Circonvallazione Appia, 113 – 00179 Roma tel +39 06 322 54 54 - fax +39 06 322 59 97

e-mail: [www.officine.com](http://www.officine.com); [info@officine.com](mailto:info@officine.com)

*Promosso da*

---



*Finanziato da*

---



*Realizzato da*

---



Officine Sviluppo e Ricerca S.r.l.



*A cura di*

---

*Pierpaolo Letizia e Orazio Giancola*

**Indagine realizzata nell'ambito dei Piani Fondimpresa  
"FEELGREEN", "AMBITEX 2011", "GREENTEX 2012"  
a valere sull'AV2/110/11.**

## *Indice*

INTRODUZIONE	6
Capitolo 1	
LA PRODUZIONE SOSTENIBILE IN EUROPA E IN ITALIA	8
1.1 <i>Sostenibilità e tutela ambientale: tra scelta etica e vantaggio strategico</i>	8
1.2 <i>Le certificazioni EMAS</i>	9
1.3 <i>Le certificazioni ISO</i>	14
1.4 <i>Le certificazioni ECOLABEL UE</i>	18
1.5 <i>La Green economy in Italia: alcune considerazioni</i>	23
Capitolo 2	
QUESTIONARIO SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA DI PRODOTTO: PRATICHE E PERCEZIONE AZIENDALE	30
2.1 <i>Obiettivi, campione e metodologie dell'indagine</i>	30
2.2 <i>Pratiche aziendali in tema di sostenibilità e sicurezza di prodotto</i>	33
2.3 <i>I significati attribuiti alla sostenibilità e le strategie di azione</i>	38
2.4 <i>Politiche aziendali di certificazione e politiche di incentivazione</i>	44
CONCLUSIONI	49
APPENDICE – Questionario di rilevazione	50

## **INTRODUZIONE**

Il presente rapporto illustra i risultati dell'indagine, condotta da OSR nell'ambito del piano FeelGreen AV2/110/11, avente per oggetto "La percezione della sostenibilità in azienda". Nello specifico, l'indagine si è concentrata tanto sulla pratica quanto sulla percezione aziendale delle istanze introdotte dalla crescente diffusione della cultura della sostenibilità e della tutela ambientale nell'ambito dello sviluppo economico.

Il concetto di "crescita sostenibile" ricopre un ruolo centrale nella programmazione europea ed è stato significativamente recepito dagli stati membri (nonostante le diverse declinazioni cui può essere stato soggetto e le diverse velocità con cui è stato "tradotto" a livello locale). Come dimostrano i dati disponibili a livello istituzionale, negli ultimi anni si è assistito a un progressivo e consistente incremento del ricorso alle certificazioni ambientali da parte delle imprese europee. Tra queste, le imprese italiane si sono dimostrate particolarmente dinamiche ed interessate. L'ultimo rapporto GreenItaly, inoltre, mette in evidenza il salto in avanti che il nostro paese ha recentemente compiuto in direzione della green economy, che ha interessato soprattutto il settore manifatturiero.

La diffusione di una nuova cultura ha sempre delle ricadute sui comportamenti individuali e organizzativi dei gruppi che ne sono interessati. Concetti quali sostenibilità, ecocompatibilità, sicurezza di prodotto, applicati allo sviluppo economico influiscono inevitabilmente sui comportamenti d'impresa sul piano sia produttivo sia commerciale. Gli imprenditori sono quindi chiamati a compiere delle scelte importanti sulle quali influiranno molteplici fattori: di carattere simbolico (investo in produzioni sostenibili perché è eticamente giusto) o pragmatico (investo in produzioni sostenibili perché posso ricavarne dei vantaggi grazie ai sistemi di incentivi disponibili). L'esame di questa componente percettiva e delle strategie attuative utilizzate a livello aziendale sono l'oggetto specifico dell'indagine di campo da noi condotta.

L'attività di ricerca è stata articolata in due fasi: un'indagine desk sui dati secondari disponibili a livello istituzionale; una rilevazione diretta tramite questionario strutturato. I risultati di queste due fasi sono descritti rispettivamente nel capitolo 1 e 2.

Nel capitolo 1, attraverso l'esame dei dati secondari, offriamo una ricognizione dei trend europei di diffusione delle principali certificazioni in tema di sostenibilità e sicurezza di prodotto. Questo capitolo offre uno scenario utile ad avere una visione d'insieme del fenomeno, ma anche a collocare in modo più chiaro il caso italiano. I dati utilizzati

provengono principalmente dalla Commissione Europea e da altre organizzazioni quali ACCREDIA e ISPRA<sup>1</sup>.

Nel capitolo 2, presentiamo invece l'analisi dei dati acquisiti attraverso il questionario strutturato. Questo è stato somministrato a un campione qualitativo di 23 imprese del settore tessile e moda coinvolte nel piano FellGreen e nei piani Greentex e Ambitex, entrambi finanziati nell'ambito del medesimo avviso Fondimpresa. Poiché si trattava di piani di piccole dimensioni si è ritenuto strategico effettuare la rilevazione trasversalmente ai tre piani in modo da poter raggiungere più imprese. Il questionario è stato compilato autonomamente dagli imprenditori che hanno provveduto alla riconsegna via internet o attraverso l'ente attuatore del proprio Piano..

Rimane evidente che le analisi illustrate in questo rapporto non hanno alcuna ambizione inferenziale rispetto alle tendenze settoriali. I numeri a nostra disposizione e i criteri di costruzione della popolazione di indagine di riferimento non lo consentirebbero. Al contrario, l'intento della ricerca rimane di tipo puramente esplorativo, teso ad approfondire, in termini qualitativi, atteggiamenti e pratiche di un set di imprese coinvolte in piani formativi Fondimpresa.

Si ringrazia Sinergie per il supporto organizzativo fornito in tutte le fasi della ricerca. Infine un ringraziamento particolare va agli imprenditori che sono stati coinvolti dalle rilevazioni per la loro disponibilità.

---

<sup>1</sup> ISPRA, Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, ACCREDIA, Ente unico nazionale italiano di accreditamento.

# **CAPITOLO 1**

## **LA PRODUZIONE SOSTENIBILE IN EUROPA E IN ITALIA**

### **1.1 SOSTENIBILITÀ E TUTELA AMBIENTALE: TRA SCELTA ETICA E VANTAGGIO STRATEGICO**

La "Crescita sostenibile" è una delle priorità individuate dalla Commissione europea nella definizione della Strategia Europa 2020 insieme alla "Crescita intelligente" e alla "Crescita inclusiva". Sinteticamente le tre priorità possono essere definite come:

- crescita intelligente: sviluppare un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione;
- crescita sostenibile: promuovere un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva;
- crescita inclusiva: promuovere un'economia con un alto tasso di occupazione, che favorisca la coesione economica, sociale e territoriale.

Queste priorità, che interagiscono e si sostengono fra loro, tracciano un quadro dell'economia di mercato sociale europea per il XXI secolo. In particolare il concetto di "Crescita sostenibile" significa:

*«Costruire un'economia efficiente sotto il profilo delle risorse, sostenibile e competitiva, sfruttare il ruolo guida dell'Europa per sviluppare nuovi processi e tecnologie, comprese le tecnologie verdi, accelerare la diffusione delle reti intelligenti che utilizzano le TIC, sfruttare le reti su scala europea e aumentare i vantaggi competitivi delle nostre imprese, specie per quanto riguarda l'industria manifatturiera e le PMI, e fornire assistenza ai consumatori per valutare l'efficienza sotto il profilo delle risorse. In tal modo si favorirà la prosperità dell'UE in un mondo a basse emissioni di carbonio e con risorse vincolate, evitando al tempo stesso il degrado ambientale, la perdita di biodiversità e l'uso non sostenibile delle risorse e rafforzando la coesione economica, sociale e territoriale»<sup>2</sup>.*

A partire dalla seconda metà degli anni Novanta è andata sempre più aumentando in Europa la consapevolezza dell'importanza della tutela ambientale. Quest'ultima è diventata fondamentale per una strategia integrata di gestione del territorio e di sviluppo economico. Numerose imprese, ormai, riconoscono nella tutela dell'ambiente una delle loro

---

<sup>2</sup> Comunicazione della Commissione europea 2020. Bruxelles, 3.3.2010.

priorità aziendali. Tutelare l'ambiente, dal punto di vista gestionale, significa diverse cose: svolgere in modo responsabile la propria attività secondo modalità che garantiscano il rispetto dell'ambiente; identificare, analizzare, prevedere, prevenire e controllare gli effetti ambientali; modificare e aggiornare continuamente l'organizzazione e migliorare le prestazioni ambientali in relazione ai cambiamenti dei fattori interni ed esterni; attivare, motivare e valorizzare l'iniziativa di tutti gli attori all'interno dell'azienda; orientare in senso ambientale le innovazioni tecnologiche e la ricerca. Il perseguimento continuo di questi obiettivi può nel medio-lungo periodo favorire il consolidarsi di una produzione sostenibile e produrre quindi ricadute positive a livello di sistema. Ma avere un sistema di gestione ambientale può diventare un fattore chiave anche direttamente per la competitività dell'impresa. La gestione ambientale, infatti, si persegue attraverso il rinnovamento tecnologico che può avere importanti ricadute in termini di produttività (si pensi ai vantaggi derivanti dalle nuove tecnologie a basso consumo ed eco-efficienti). A ciò va inoltre aggiunto che per un'impresa abbracciare una politica ambientale può avere degli importanti risvolti in termini di immagine migliorandone il posizionamento sul mercato (un pubblico più sensibile e consapevole nei confronti della sostenibilità ambientale esige garanzie sui processi produttivi e apprezza l'impegno delle imprese in tal senso).

Dato il carattere strategico di una politica per la sostenibilità tanto sul piano macro quanto su quello micro economico a partire dalle iniziative intraprese dall'Unione Europea sul tema (l'istituzione delle Certificazioni EMAS, ECOLABEL, ISO, EDP, ecc.) molte Istituzioni pubbliche dei Paesi membri hanno dato vita ad organismi specifici a cui è possibile rivolgersi per ottenere certificazioni sulla conformità del proprio sistema di gestione alle norme e regole sulla qualità ambientale.

## ***1.2. LE CERTIFICAZIONI EMAS***

La Comunità europea ha emanato il 29 giugno 1993 il Regolamento 1836 sul Sistema Comunitario di Ecogestione e Audit Ambientale (EMAS), che riguarda l'adesione volontaria delle imprese del settore industriale a un sistema comunitario di ecogestione. L'EMAS è «*Uno strumento di gestione per le imprese e altre organizzazioni per valutare, comunicare e migliorare le loro prestazioni ambientali*»<sup>3</sup>. L'adesione all'EMAS su base volontaria è espressamente voluto dalla Comunità europea: «*È opportuno incentivare le organizzazioni ad aderire a EMAS*

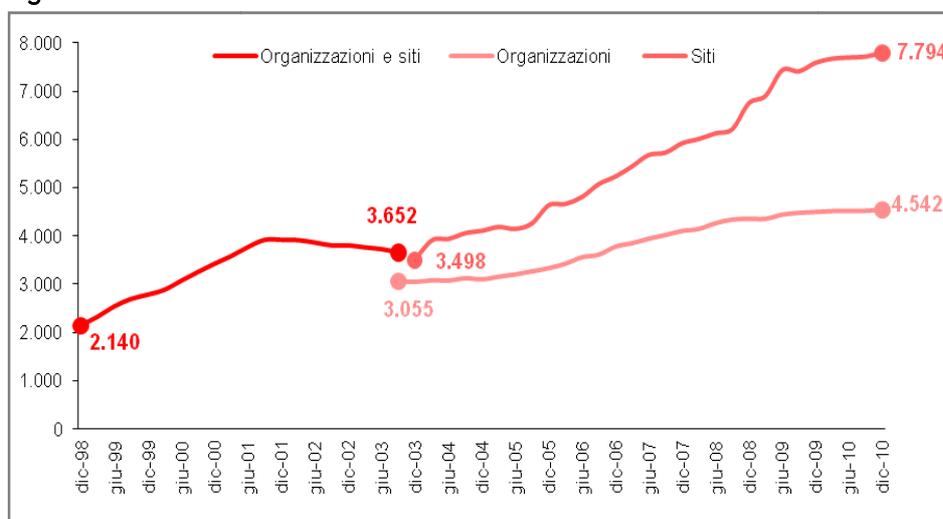
---

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/environment/emas/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm)

su base volontaria, dal quale possono ottenere un valore aggiunto in termini di controllo regolamentare, risparmio sui costi e immagine, purché siano in grado di dimostrare un miglioramento delle loro prestazioni ambientali»<sup>4</sup>.

Al 31 dicembre 2010 (cfr. Fig.1) nell'Unione Europea risultano certificati EMAS 7.794 siti<sup>5</sup> per 4.542 organizzazioni. La figura evidenzia una notevole crescita del numero complessivo di certificazioni rispetto a quelle registratesi nel 1998<sup>6</sup> (2.140). Tale aumento, mostra un incremento della sensibilità aziendale nei confronti della sostenibilità ambientale.

**Fig.1 - Certificazioni EMAS nell'UE - Anni 1998:2010**



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea.

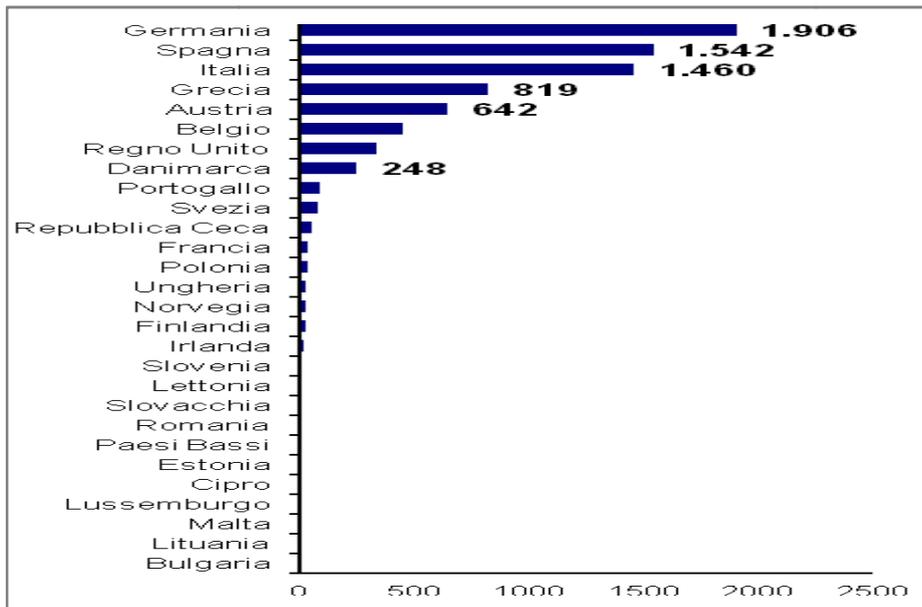
Nel 2010 l'Italia con i suoi 1.460 siti produttivi e le 1.035 organizzazioni certificate EMAS occupa il terzo posto nella graduatoria europea dietro alla Germania che possiede 1.906 siti e 1.402 organizzazioni certificate e alla Spagna che ha 1.542 siti e 1.228 organizzazioni. L'Italia si dimostra dunque uno dei paesi in cui il fenomeno è più sviluppato (cfr. Fig.2).

<sup>4</sup>Regolamento (CE) n. 1221/2009 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 novembre 2009 sull'adesione volontaria delle organizzazioni a un sistema comunitario di ecogestione e audit (EMAS), che abroga il regolamento (CE) n. 761/2001 e le decisioni della Commissione 2001/681/CE e 2006/193/CE.

<sup>5</sup> Il sito è la singola unità produttiva di un'organizzazione. Una stessa organizzazione può certificare più siti.

<sup>6</sup> Nel 1998 non vi era distinzione tra siti e organizzazioni.

Fig.2 - Siti certificati EMAS per paese. UE - Anno 2010

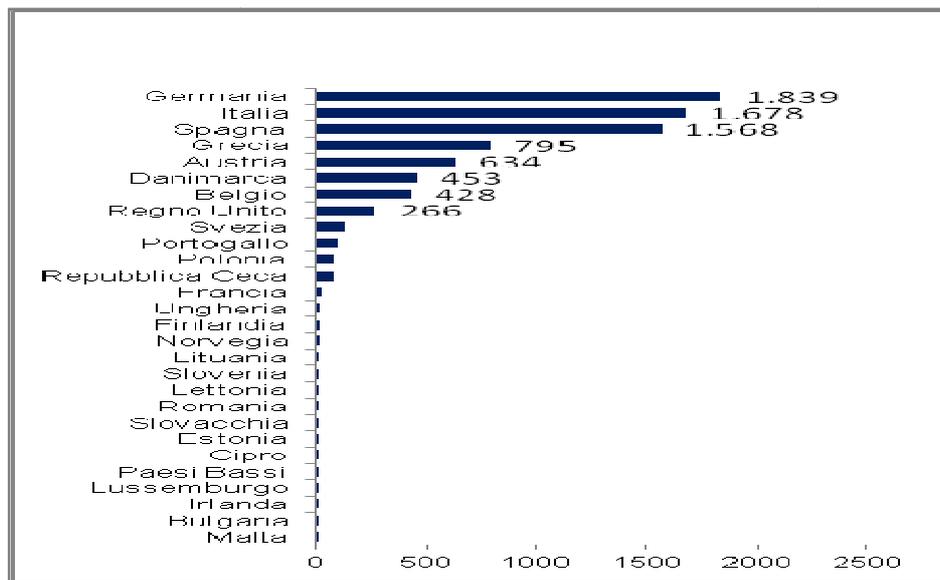


Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Commissione Europea.

Secondo gli ultimi dati sulla diffusione delle certificazioni EMAS aggiornati al 30 giugno 2012<sup>7</sup> (cfr. Fig. 3), l'Italia registra la presenza di 1.678 siti produttivi e 1.150 organizzazioni certificate: rispetto al 2010 il nostro Paese è al secondo posto nella graduatoria europea, dietro sempre alla Germania che possiede 1.839 siti e 1.317 organizzazioni certificate e alla Spagna che ha 1.568 siti e 1.258 organizzazioni.

<sup>7</sup> Dati consultabili sul sito [http://ec.europa.eu/environment/emas/documents/articles\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/documents/articles_en.htm)

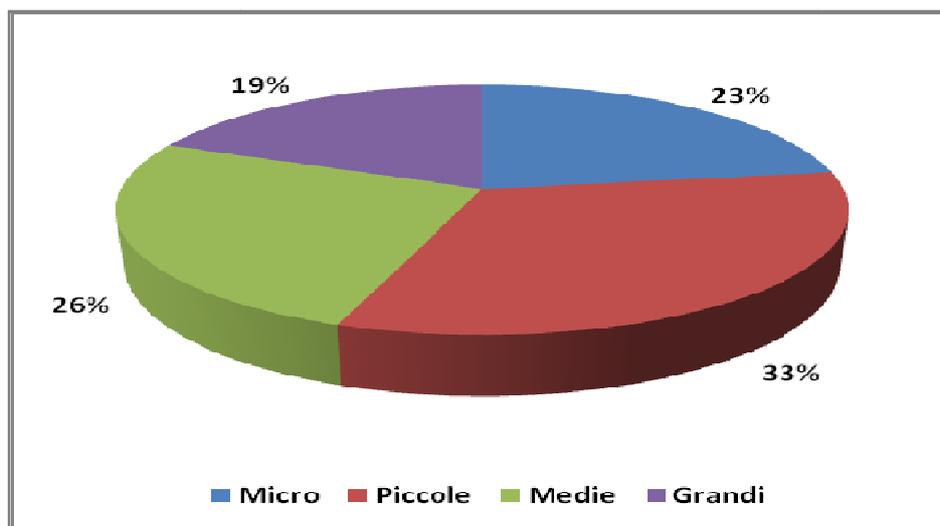
**Fig.3 - Siti certificati EMAS per paese. UE – 30.06.2012**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca S.r.l. su dati Commissione Europea

Complessivamente in Europa si registrano nel giugno del 2012, 4.525 organizzazioni certificate EMAS con un numero di lavoratori pari a 1.426.805. I siti certificati, dal canto loro, presentano un numero di lavoratori pari a 1.180.172. La maggioranza di queste organizzazioni sono piccole anche se si rilevano discrete quote di imprese micro e medie (cfr. Fig. 4).

**Fig.4 - Organizzazioni certificate EMAS per tipologia. UE – 30.06.2012**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati Commissione Europea

### **1.3. LE CERTIFICAZIONI ISO**

Un secondo strumento utilizzato dalle imprese in tema di certificazione ambientale è l'ISO 14001. Si tratta di una certificazione che «fornisce strumenti pratici per le aziende e le organizzazioni che cercano di identificare e controllare il loro impatto ambientale e migliorare costantemente le proprie prestazioni ambientali. ISO 14001:2004 e ISO 14004:2004 pongono particolare attenzione ai sistemi di gestione ambientale. Gli altri standard della famiglia ISO prestano la loro attenzione su specifici aspetti ambientali, quali l'analisi del ciclo di vita, comunicazione e controllo»<sup>8</sup>.

La certificazione ISO 14001 dunque verifica da un lato che l'impresa certificata possiede un sistema di gestione adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività; dall'altro che tale impresa ricerca sistematicamente il miglioramento di questi controlli. L'EMAS e l'ISO 14001 sono strumenti che perseguono sostanzialmente gli stessi obiettivi che abbiamo visto essere legati alla produttività eco-sostenibile di un'impresa e all'immagine stessa dell'impresa. L'adesione all'EMAS è però più impegnativa e vincolante per le imprese rispetto alla certificazione ISO 14001. Infatti, per ottenere una certificazione EMAS, l'impresa deve «Fornire una dichiarazione ambientale delle proprie prestazioni ambientali, che stabilisce i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi ambientali e le future azioni da intraprendere al fine di migliorare continuamente le prestazioni ambientali dell'organizzazione»<sup>9</sup>. La dichiarazione, in altre parole, vincola l'impresa a rispettare gli impegni presi sulla gestione ambientale. Questa maggiore rigidità, probabilmente, determina una maggiore propensione delle imprese a far ricorso alla certificazione iso 14001.

Tra il 1999 e il 2010 il numero di certificazioni ISO 14001 emesse in Europa è rapidamente cresciuto passando da 7.253 certificazioni nel 1999 a 103.126 nel 2010 (cfr. Fig. 5). Il trend relativo alla crescita annuale (cfr. Fig. 6) evidenzia dopo un forte aumento tra il 2000 e il 2001, un successivo calo tra il 2002 e il 2005. Gli ultimi anni mostrano una crescita annuale che si attesta su valori intorno al 15%.

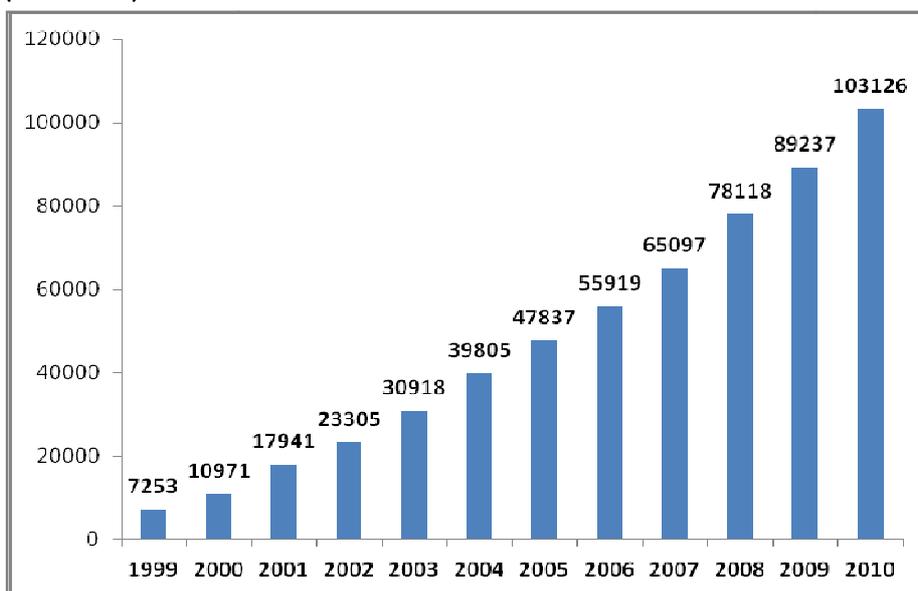
---

<sup>8</sup> <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>

<sup>9</sup> [http://ec.europa.eu/environment/emas/about/summary\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/about/summary_en.htm)

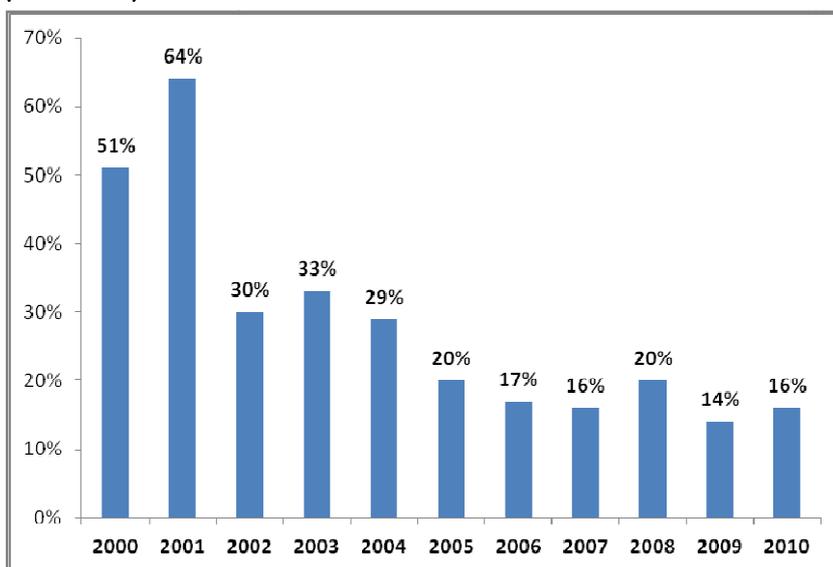
<sup>10</sup> Dati registrati dall'ultima Survey (2010) sulla diffusione delle certificazioni ISO 14001 consultabile sul sito di ACCREDIA [http://www.accredia.it/UploadDocs/2253\\_iso\\_survey2010.pdf](http://www.accredia.it/UploadDocs/2253_iso_survey2010.pdf)

**Fig.5 – Numero di certificazioni ISO 14001 emessi in Europa (1999-2010)**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati ACCREDIA

**Fig.6 – Crescita annuale delle certificazioni ISO 14001 emesse in Europa (2000-2010)**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati ACCREDIA

Nel 2012<sup>11</sup> i siti produttivi certificati in Italia sono 148.789 e di questi, quelli certificati rispetto alla norma ISO 14001 sono 14.766. Le Regioni che registrano più di mille siti produttivi certificati ISO 14001 sono Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Campania, Piemonte e Toscana; quelle, invece, con il numero più basso di siti certificati ISO 14001 sono il Molise, la Basilicata e la Valle d'Aosta (cfr. Tab.1).

**Tab.1 - Siti produttivi (\*) certificati sotto accreditamento per regione - Marzo 2012**

Regione	UNI EN ISO 14001:200 4	Numero totale di siti produttivi certificati
Lombardia	2474	29813
Veneto	1300	15701
Emilia Rom.	1649	13574
Lazio	875	12615
Campania	1142	11518
Piemonte	1328	11404
Toscana	1125	9617
Sicilia	719	8188
Puglia	762	6575
Liguria	542	4468
Marche	462	3957
Abruzzo	430	3729
Friuli V.G.	407	3447
Calabria	248	3295
Umbria	328	2866
Trentino A.A.	333	2786
Sardegna	240	2606
Basilicata	194	1449
Molise	108	730

<sup>11</sup> ACCREDIA - [http://www.accredia.it/accredia\\_stats.jsp?ID\\_LINK=272&area=7](http://www.accredia.it/accredia_stats.jsp?ID_LINK=272&area=7)

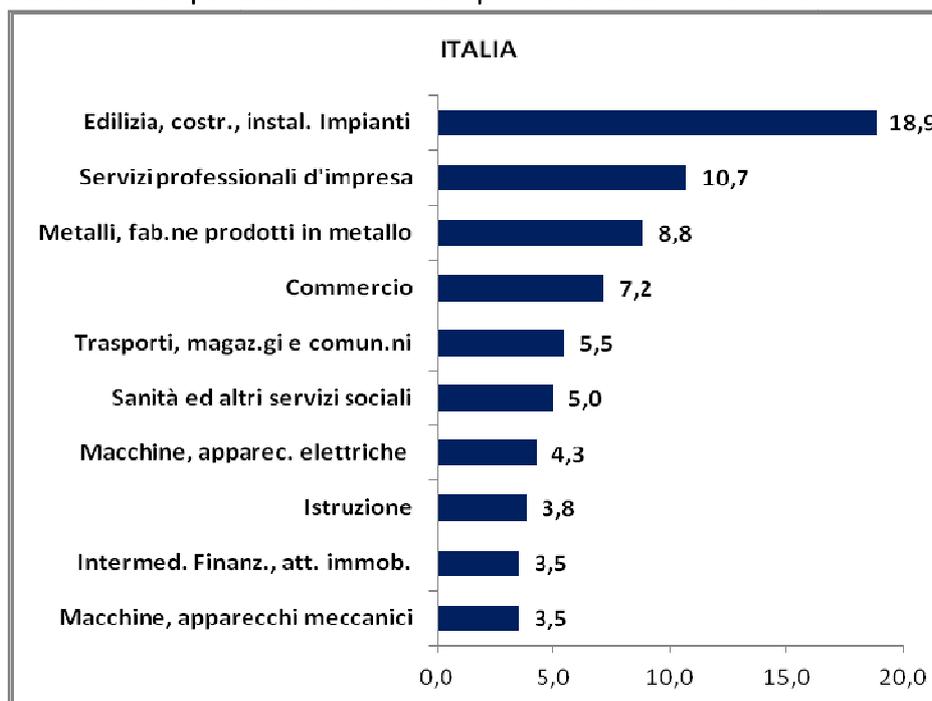
Valle d'Aosta	100	451
<b>Italia</b>	<b>14766</b>	<b>148789</b>

(\*) Comprendono sedi, filiali, stabilimenti, ecc.

Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati ACCREDIA

Il settore economico prevalente tra i siti che possiedono una certificazione di qualità ambientale a livello nazionale è l'Edilizia, Costruzione e installazione di impianti. I settori manifatturieri più rappresentativi del fenomeno sono la lavorazione del metallo, la costruzione di macchine e apparecchiature elettriche e meccaniche. Nel terziario spiccano il Commercio, i Servizi professionali d'impresa, i Trasporti e la Sanità (cfr. Fig.7).

**Fig.7 – Distribuzione percentuale dei Siti produttivi certificati sotto accreditamento per settore economico: i primi dieci settori – Marzo 2012**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati ACCREDIA

#### **1.4. LE CERTIFICAZIONI ECOLABEL UE**

L'Ecolabel<sup>12</sup> è il marchio europeo di qualità ecologica, nato nel 1992. La certificazione del marchio Ecolabel è attualmente presente su 24 categorie di prodotti e due di servizi (strutture ricettive a partire dal 2003 e campeggi a partire dal 2005). L'Ecolabel si inserisce «nella politica comunitaria relativa al consumo e alla produzione sostenibili, il cui obiettivo è ridurre gli impatti negativi del consumo e della produzione sull'ambiente, sulla salute, sul clima e sulle risorse naturali. Il sistema è inteso a promuovere, attraverso l'uso del marchio Ecolabel UE, i prodotti che presentano elevate prestazioni ambientali. A tal fine, è opportuno prescrivere che i criteri ai quali i prodotti devono conformarsi per potersi dotare del marchio Ecolabel UE siano basati sulle migliori prestazioni ambientali ottenute dai prodotti nel mercato comunitario. Tali criteri dovrebbero essere semplici da capire e da applicare ed essere basati su dati scientifici che tengano conto degli sviluppi tecnologici più recenti. Essi dovrebbero essere orientati al mercato e limitarsi agli impatti ambientali più significativi dei prodotti durante il loro intero ciclo di vita»<sup>13</sup>. I prodotti e i servizi a marchio Ecolabel devono rispettare dei criteri predefiniti che ne garantiscono l'eccellenza ambientale e qualitativa, elaborati tenendo conto di numerosi aspetti quali l'efficienza e la durata (legati alla prestazione); i materiali usati (legati alla composizione); l'efficienza ambientale del processo (legati al processo produttivo); la riciclabilità (legati alla fine della vita di un prodotto). La finalità, dunque, del marchio Ecolabel è quella di promuovere prodotti che durante l'intero ciclo di vita presentano un minore impatto sull'ambiente ovvero sono in grado di ridurre gli impatti ambientali negativi rispetto ad altri prodotti. Un prodotto, per avere il marchio Ecolabel, deve garantire una qualità paragonabile al leader di mercato del settore merceologico del settore a cui appartiene.

Dalla seconda metà degli anni Novanta il numero di licenze Ecolabel UE emesse in Europa<sup>14</sup> è cresciuto costantemente: da 6 licenze emesse nel 1996 si è passati a 1.357 nel 2011 (cfr. Fig. 8).

---

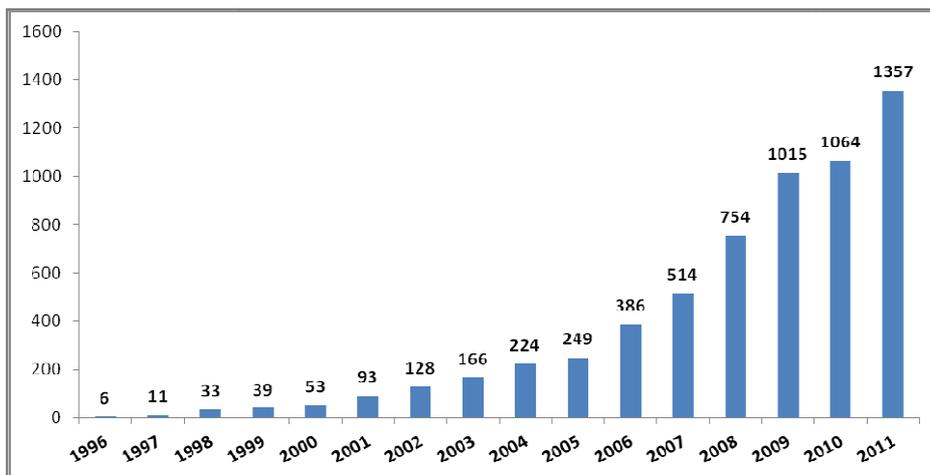
<sup>12</sup> In Italia l'organo competente per il rilascio del marchio è il Comitato Ecolabel ed Ecoaudit, mentre la verifica del rispetto dei requisiti è affidata all'ISPRA. L'ISPRA provvede ad inoltrare la richiesta di licenza al CUEME – il Comitato dell'Ue per il marchio di qualità ecologica – composto da Organismi competenti degli Stati membri, rappresentanti delle Ong ambientaliste, associazioni dei consumatori e dell'industria, sindacati, rappresentanti delle PMI e del commercio il quale darà eventualmente il parere definitivo sull'autorizzazione.

<sup>13</sup> Reg. CE n. 66/2010 del 25 novembre 2009 (*Marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea-Ecolabel CE*), pubblicato sulla G.U.C.E. del 30-01-2010 ed entrato in vigore il 19 febbraio 2010, abroga il precedente Reg. CE n. 1980/2000.

<sup>14</sup> Dati della Commissione europea consultabili sul sito

<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>

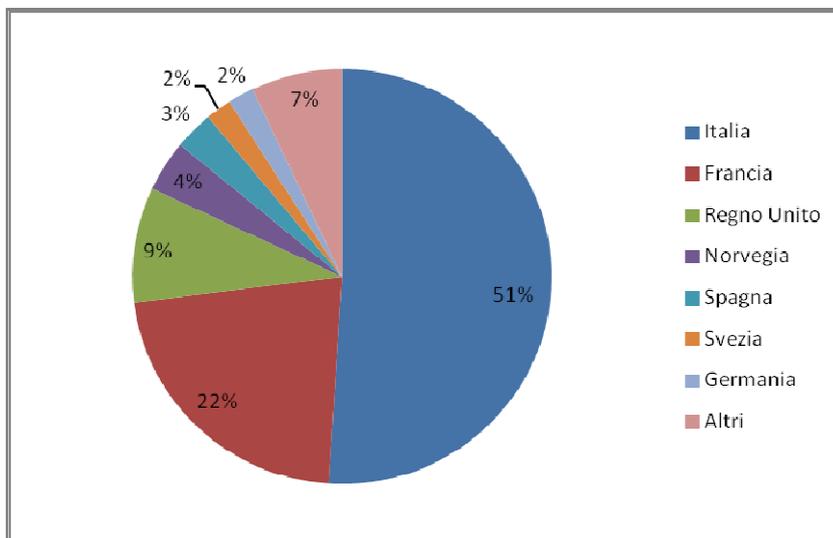
**Fig.8 – Numero di Licenze Ecolabel UE in Europa (1996-2011)**



Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati della Commissione europea

Considerando poi la distribuzione percentuale dei prodotti certificati Ecolabel UE in Europa, aggiornata al gennaio del 2012<sup>15</sup> (cfr. Fig. 9), l'Italia risulta essere il paese europeo con la quota più alta di prodotti Ecolabel UE.

**Fig.9 – Distribuzione percentuale dei prodotti Ecolabel UE in Europa – (\*) Gennaio 2012**



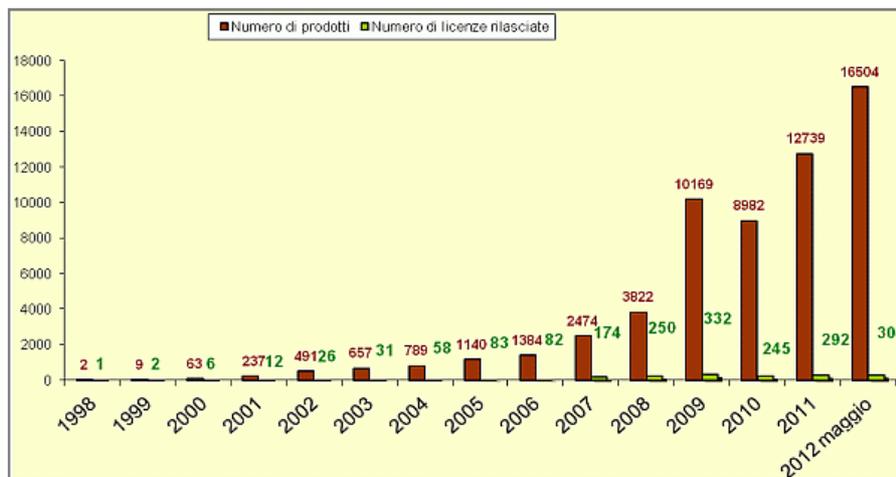
(\*) Dati da considerare indicativi in attesa di una validazione da parte della Commissione europea.

Fonte: Elaborazioni Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l. su dati della Commissione europea.

<sup>15</sup> Dati della Commissione europea consultabili sul sito <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>

A partire dalla fine degli anni Novanta in Italia, sia il numero di prodotti sia quello di licenze Ecolabel UE è regolarmente cresciuto. Secondo gli ultimi aggiornamenti realizzati dall'ISPRA<sup>16</sup>, le licenze Ecolabel UE<sup>17</sup> rilasciate nel nostro Paese sono pari a 304, per complessivi 16.504 prodotti/servizi etichettati, ripartiti in 15 gruppi di prodotti<sup>18</sup> (cfr. Fig. 10). Il grafico evidenzia una flessione tra il 2009 e il 2010 sia del numero di prodotti sia delle licenze. Secondo l'ISPRA tale diminuzione è imputabile all'introduzione di nuovi criteri Ecolabel UE che hanno riguardato 7 dei 15 gruppi di prodotto. Tale cambiamento ha determinato l'inizio di molte procedure di rinnovo che hanno coinvolto e continuano a coinvolgere diverse aziende che quindi al momento non hanno ancora terminato tutte le procedure<sup>19</sup>. Il "Servizio di ricettività turistica" (cfr. Fig. 11) è il gruppo di prodotto con il più alto numero di licenze Ecolabel Ue (164) seguito poi dal gruppo dei "Detergenti multiuso/servizi sanitari" (23), dal gruppo "Tessuto Carta" (19) e, al quarto posto, dal gruppo "Servizi di campeggio" (18).

**Fig.10 – Evoluzione del numero di prodotti e di Licenze certificati Ecolabel UE in Italia – 08.05.2012**



Fonte: ISPRA

<sup>16</sup> Dati consultabili sul sito dell'ISPRA - <http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/news/08-maggio-2012-aggiornamento-numero-prodotti-e?searchterm=prodotti+ecolabel>

<sup>17</sup> Il numero di licenze Ecolabel rilasciate corrisponde al numero di contratti stipulati tra le aziende e il Comitato Ecolabel-Ecoaudit per l'utilizzo del marchio Ecolabel per gruppo di prodotti. Una stessa azienda può produrre diverse tipologie di prodotti appartenenti quindi a diversi gruppi. Ecco spiegato perché il numero di prodotti è più alto rispetto a quello delle licenze rilasciate.

<sup>18</sup> Attualmente il marchio Ecolabel interessa una vasta gamma di prodotti e servizi e altri se ne aggiungono di continuo. Per richiedere l'autorizzazione all'uso del marchio Ecolabel per i propri prodotti è possibile utilizzare il sistema informatico di gestione del catalogo Ecolabel (Ecat\_Admin), un sistema in rete a disposizione degli utenti.

<sup>19</sup> L'ISPRA evidenzia che: «i valori riportati nelle elaborazioni grafiche sono stati inoltre aggiornati escludendo dal conteggio attuale le licenze Ecolabel UE nel tempo scadute e non rinnovate ed i prodotti etichettati in passato ma attualmente fuori produzione».

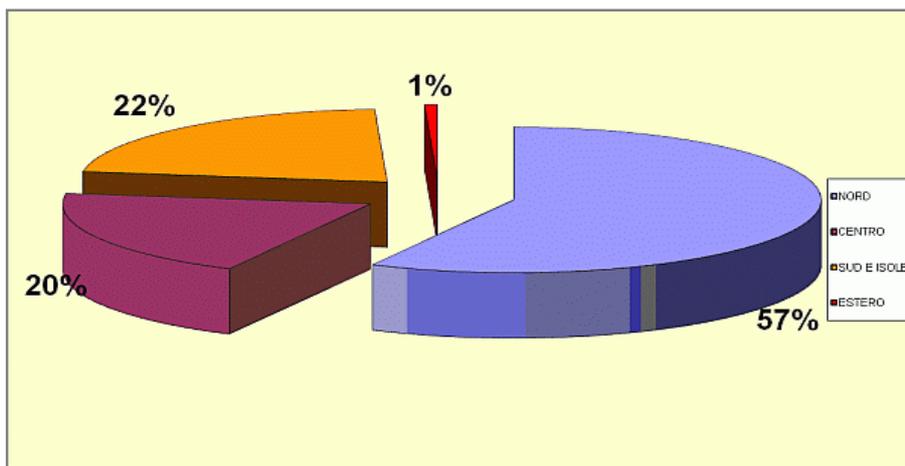
Fig.11 – Numero di Licenze Ecolabel UE per gruppi di prodotti in Italia – 08.05.2012



Fonte: ISPRA

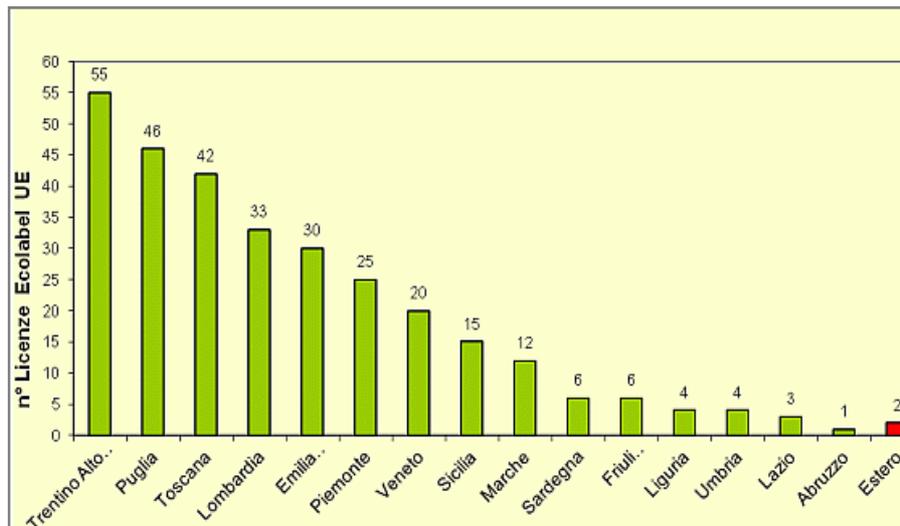
Se osserviamo la ripartizione geografica delle licenze Ecolabel UE (cfr. Fig. 12), possiamo notare come la quota nettamente più elevata, al maggio del 2012, delle licenze emesse in Italia si trova nel Nord (57%). Il Sud e le isole detengono il 22% delle licenze mentre il Centro ne detiene il 20%. L'1% delle quote, infine, è stato rilasciato all'estero (in particolare in Francia). Osservando il grafico sulla distribuzione delle licenze Ecolabel UE per regione, il Trentino Alto-Adige è al primo posto con 55 licenze, seguono Puglia con 46, Toscana con 42 e Lombardia con 33 (cfr. Fig. 13).

Fig.12 – Ripartizione geografica delle Licenze Ecolabel UE – 08.05.2012



Fonte: ISPRA

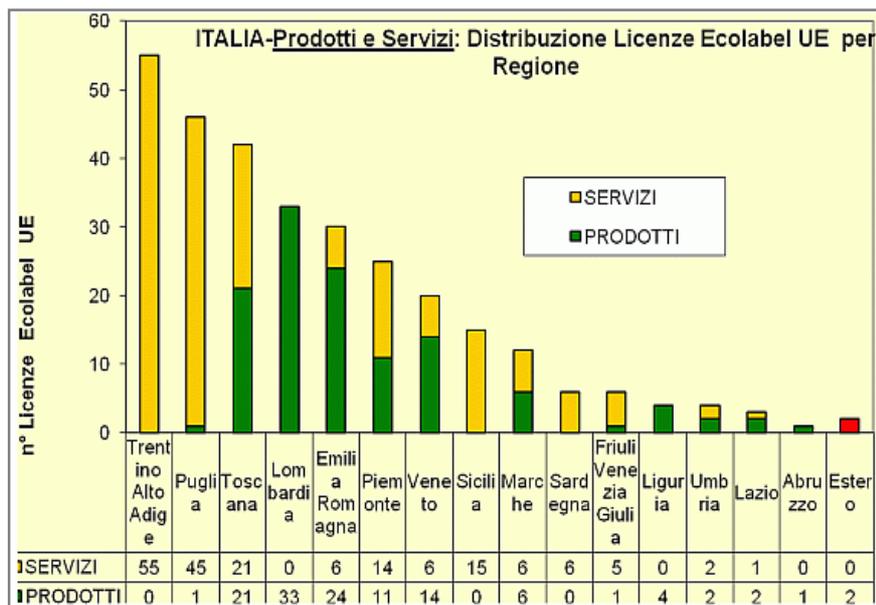
Fig.13 – Distribuzione Licenze Ecolabel UE in Italia – 08.05.2012



Fonte: ISPRA

Se si considerano separatamente le licenze Ecolabel emesse per i prodotti da quelle per i servizi (ricettività turistica e di campeggio) nelle varie regioni (cfr. Fig. 14), possiamo notare come quelle rilasciate nel Trentino Alto-Adige sono tutte licenze per i servizi turistici. Le regioni in cui, invece, prevalgono le licenze per i prodotti sono Lombardia (33 licenze), Emilia Romagna (24 licenze) e la Toscana (21 licenze).

Fig.14 – Distribuzione Licenze Ecolabel UE per Prodotti e Servizi in Italia – 08.05.2012



Fonte: ISPRA

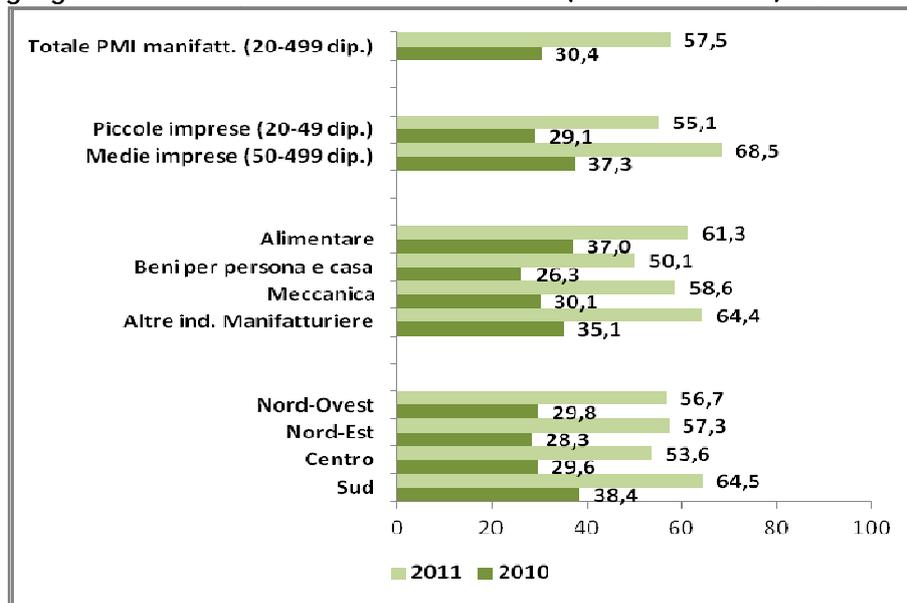
### **1.5. LA GREEN ECONOMY IN ITALIA: ALCUNE CONSIDERAZIONI**

Secondo l'ultimo Rapporto GreenItaly 2011<sup>20</sup>, le imprese italiane hanno compreso l'importanza di investire le proprie risorse nella produzione Green in quanto: è portatrice di maggiore efficienza; valorizza l'azienda (in termini di immagine e sicurezza dei prodotti); aumenta la competitività. Il settore produttivo italiano più coinvolto in questo processo di cambiamento, secondo il Rapporto, è il sistema manifatturiero (p. 23): «La peculiarità della green economy italiana, infatti, sta proprio nella riconversione in chiave ecosostenibile dei comparti tradizionali dell'industria italiana di punta, più che nello sviluppo di settori innovativi legati alle energie rinnovabili». Un aspetto interessante sottolineato nel Rapporto è la lungimiranza che una parte del mondo imprenditoriale italiano ha avuto nel decidere di investire, nonostante la crisi economica, nella produzione Green. Dai dati<sup>21</sup> presenti nel grafico sottostante (cfr. Fig. 15), possiamo osservare che tra il 2010 e il 2011 c'è stato un aumento della quota di PMI (20-499 dip.) che hanno scelto di investire in prodotti e tecnologie green: se nel 2010 erano tre aziende su dieci ad investire "green", nel 2011 sono quasi sei su dieci. La crescita verificatasi tra il 2010 e il 2011 ha coinvolto sia le Medie imprese (50-499 dip.) sia le Piccole imprese (20-49 dip.). Da notare che lo scarto di crescita per le Piccole imprese è stato più ampio rispetto a quello delle Medie imprese. In tutti i settori di attività e in tutte le aree geografiche del Paese, si può notare un aumento della presenza di imprese manifatturiere che investono in "green". Tra i settori di attività la crescita più ampia si è verificata nel settore meccanico mentre tra le aree geografiche nel Nord-Est. Il settore alimentare, il Sud e le Medie imprese (50-499 dip.) restano i segmenti con le quote più elevate di imprese manifatturiere che investono in prodotti e tecnologie "green".

<sup>20</sup> Rapporto realizzato da Unioncamere e la Fondazione Symbola consultabile e scaricabile dal seguente sito <http://www.unioncamere.gov.it/P42A872C189S123/-Green-Italy-2011---presentato-il-rapporto-di-Unioncamere-e-Symbola.htm>

<sup>21</sup> I dati presentati si riferiscono ad indagini a cadenza annuale realizzate dal *Centro Studi Unioncamere* attraverso la somministrazione di un questionario strutturato mediante tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) a un campione di 1.500 imprese, rappresentativo dell'universo delle circa 23.000 imprese manifatturiere con un numero di dipendenti compreso tra le 20 e le 499 unità.

Fig.15 - Incidenza delle imprese manifatturiere (20-499 dipendenti) che investono in prodotti e tecnologie green\*, per classe dimensionale, area geografica e settore di attività Anni 2010 e 2011 (valori % sul totale)



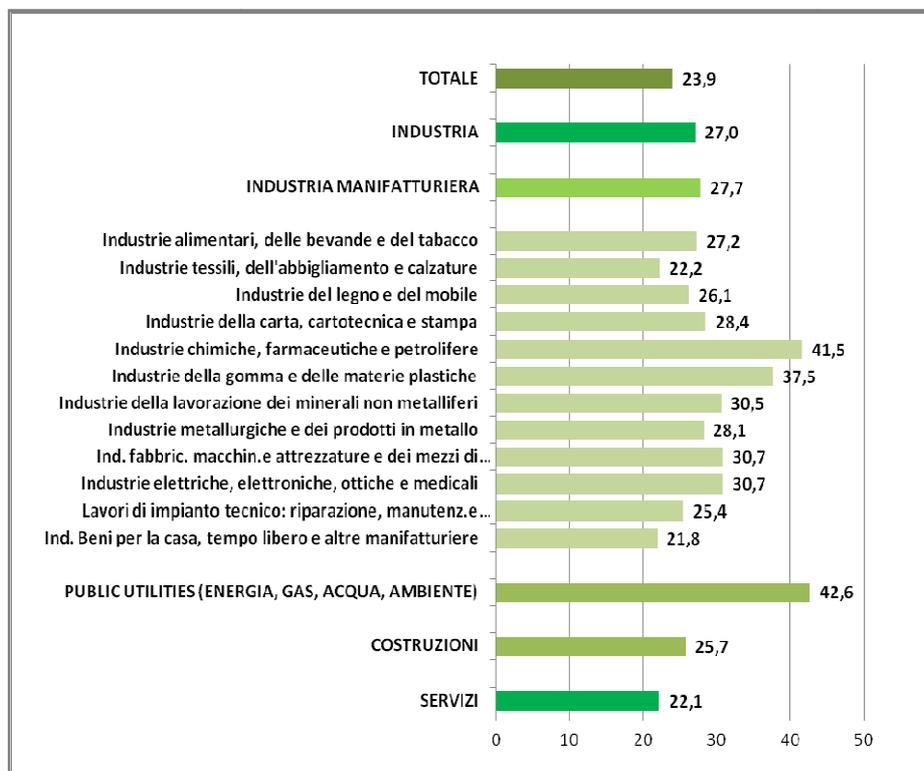
\* Prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.  
 Fonte: Indagine Centro Studi Unioncamere sulle PMI manifatturiere (20-499 dipendenti).

Dal Rapporto GreenItaly emerge altresì una interessante analisi sulla pervasività della green economy nell'economia italiana. L'analisi prende in esame un campione di oltre 100mila unità rappresentative dell'universo di oltre un milione e mezzo di imprese industriali e terziarie con almeno un dipendente<sup>22</sup>. Questa analisi mostra in sostanza quanto sia profonda nell'economia italiana, in ogni settore di attività, la diffusione di comportamenti aziendali volti alla sostenibilità ambientale. Il 23,9% del totale delle imprese ovvero circa un'impresa su quattro ha realizzato tra il 2008 e il 2011, o intendeva realizzare entro il 2011, investimenti in prodotti e tecnologie "green" (cfr. Fig. 16). Il settore produttivo con la quota di imprese che investono nel "green" più alta è quello delle Public Utilities (42,6%) mentre quello con la quota più bassa è il settore dei Servizi (22,1%). Anche l'Industria manifatturiera registra un'alta incidenza di imprese investitrici con una quota che sfiora il 28%. Nello specifico, tra le diverse attività manifatturiere, quelle con le percentuali più elevate di imprese investitrici sono quella chimica, meccanica, dei mezzi di trasporto, dell'elettronica, quella alimentare e della carta: tutte con quote superiori alla media registrata dal settore manifatturiero. Le attività, invece, che hanno quote inferiori alla media

<sup>22</sup> Il campione utilizzato per questa analisi è lo stesso campione di 100mila imprese private dell'industria e dei servizi con almeno un dipendente intervistate nell'ambito del Sistema Informativo Excelsior, progetto realizzato da Unioncamere e dal Ministero del Lavoro.

del settore manifatturiero sono quelle del tessile-abbigliamento e quelle del legno<sup>23</sup>.

**Fig.16 - Incidenza percentuale delle imprese che hanno investito o investiranno tra il 2008 e il 2011 in prodotti e tecnologie green\* sul totale, per settore di attività**



\* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2008 e il 2010 o hanno programmato di investire nel 2011 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

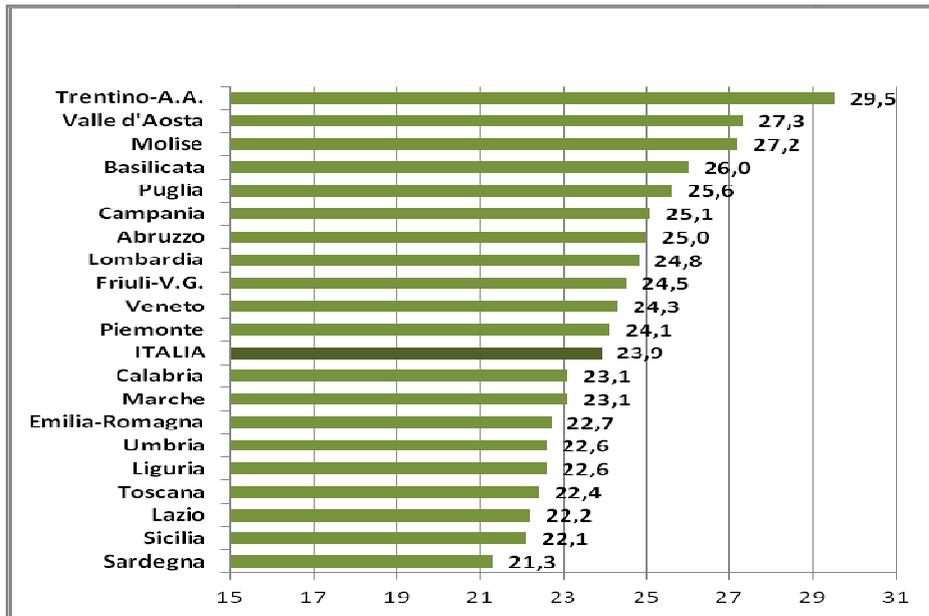
Fonte: Centro Studi Unioncamere

Una conferma dell'ampia profondità raggiunta dalle iniziative connesse alla green economy in tutti i settori dell'economia italiana viene anche dalla distribuzione geografica delle imprese che hanno investito tra il 2008 e il 2011 in prodotti e tecnologia "green" (cfr. Fig. 17). In undici regioni si rileva una quota di imprese investitrici superiore alla media nazionale. Il Rapporto segnala una quota di imprese investitrici nella green economy equivalente a Nord e a Sud del Paese (24%). Il grafico, infatti, evidenzia che nelle prime dieci posizioni si trovano cinque regioni meridionali e cinque del Nord Italia. Il Trentino Alto-Adige e la Valle d'Aosta occupano le prime due posizioni della graduatoria con rispettivamente il 29,5% e il 27,3% di imprese investitrici nella green

<sup>23</sup> Per un'analisi più approfondita rimandiamo il lettore al testo del Rapporto pp. 27-29.

economy. Le cinque regioni meridionali successive presentano quote che oscillano tra il 27,2% del Molise e il 25% dell’Abruzzo. La Lombardia, il Friuli Venezia-Giulia, il Veneto e il Piemonte superano di poco il 24%.

**Fig.17 - Graduatoria regionale secondo l’incidenza delle imprese che hanno investito o investiranno tra il 2008 e il 2011 in prodotti e tecnologie green\* sul totale. Incidenza percentuale sul totale regionale.**



\* Imprese con almeno un dipendente dell’industria e dei servizi che hanno investito tra il 2008 e il 2010 o hanno programmato di investire nel 2011 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

Fonte: Centro Studi Unioncamere.

Un ultimo aspetto che ci sembra importante segnalare riguardo il complesso tema della diffusione della Green economy nel nostro Paese, è quello connesso ai “green jobs”. I green jobs, secondo la definizione fornita nel Rapporto GreenItaly, sono tutte quelle professioni e/o figure che svolgono lavori strettamente legati alla green economy<sup>24</sup>. Oltre alle professioni “green in senso stretto”, il Rapporto individua quelle “riconducibili alla green economy”<sup>25</sup> e quelle “non riconducibili alla green economy”. Le prime si riferiscono a quelle figure professionali che, come si legge nel Rapporto a p. 167: «Sulla base del contesto in cui operano, delle attività lavorative svolte e delle competenze loro attribuite sono già oggi o saranno capaci in futuro di

<sup>24</sup> GreenItaly individua, sulla base di metodologie adottate in studi e indagini internazionali, 80 professioni “green in senso stretto”.

<sup>25</sup> Per la definizione e quantificazione di queste professioni il Rapporto si è basato sulla classificazione italiana Istat – Isfol (NUP - Nomenclatura delle Unità Professionali) ed ha individuato 317 unità professionali, a cui corrispondono 186 professioni.

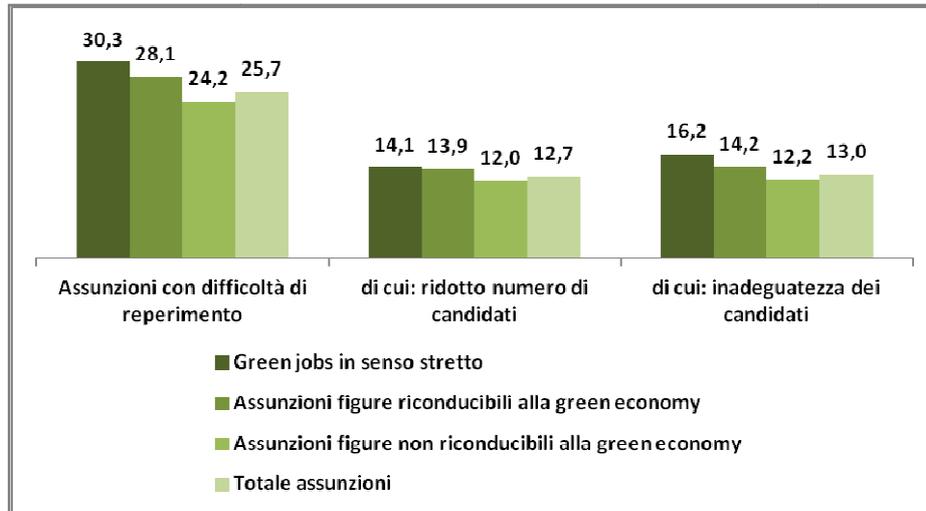
corrispondere pienamente alle sfide e alle opportunità della green economy». Tra il 2009 e il 2011, secondo il Rapporto sono aumentate le assunzioni non stagionali programmate di figure "green in senso stretto" passando dal 13,5% del 2009 al 16,4% del 2011. La crescita ha riguardato anche quelle figure "riconducibili alla green economy" che sono passate dal 35,9% del 2009 al 38,1% del 2011. Il settore di attività delle "Costruzioni" è quello in cui, nel 2011 è stata più alta la domanda di figure professionali "riconducibili alla green economy" (più del 70% delle assunzioni programmate) e la domanda di figure professionali "green in senso stretto" (il 40,6% delle assunzioni programmate). Anche nel settore manifatturiero si rileva nello stesso anno una domanda di figure professionali "riconducibili alla green economy" abbastanza elevata (più della metà del totale). Il settore dei Servizi registra la domanda più bassa con il 23,1%.

Il Sud e le Isole rappresentano l'area geografica del Paese dove è stata più alta nel 2011 la domanda di figure professionali "riconducibili alla green economy" (il 41,6% delle assunzioni programmate). La domanda più alta sia di figure professionali "green in senso stretto" che di quelle "riconducibili alla green economy" si registra tra le piccole e medie imprese più che nelle grandi imprese. Fenomeno che viene segnalato essere in crescita negli anni.

A fronte di questi trend incoraggianti sulla domanda di figure professionali legate al mondo green, il Rapporto segnala una certa difficoltà delle imprese nel reperire le figure legate al "green in senso stretto". Il grafico sottostante mostra la quota di assunzioni non stagionali programmate dalle imprese e per le quali si segnalano difficoltà di reperimento (cfr. Fig. 18). I dati evidenziano che le difficoltà di reperimento coinvolgono il 30% dei lavoratori "green in senso stretto" di cui si è programmata l'assunzione. Le difficoltà sembrano essere riconducibili più a problemi legati alla inadeguatezza delle competenze e conoscenze dei candidati (16,2%) piuttosto che ad un ridotto numero di candidati qualificati sul mercato del lavoro (14,1%).

Le figure degli artigiani e degli operai specializzati sono quelle di riferimento per il 49% della richiesta di professioni "riconducibili alla green economy" e per il 65% delle assunzioni programmate di figure "green in senso stretto". Tra queste ultime, più del 20% è rivolto a professioni intellettuali e scientifiche ad elevata specializzazione.

Fig.18 - Assunzioni non stagionali programmate dalle imprese nel 2011 e per le quali si segnalano difficoltà di reperimento (val. % sul totale delle assunzioni non stagionali previste)



Fonte: Elaborazione Unioncamere- Dintec su dati Sistema Informativo Excelsior.

Complessivamente, il Rapporto GreenItaly, evidenzia un quadro nell'insieme incoraggiante. Negli ultimi anni si è registrato un aumento del numero di PMI del manifatturiero che investono in prodotti e tecnologie green. Tale crescita, in questo settore economico, è stata ampia in tutte le varie tipologie di attività e in ogni area geografica del Paese.

La green economy pervade l'economia italiana in tutti i settori produttivi. La diffusione di comportamenti aziendali volti alla sostenibilità ambientale ha raggiunto alti livelli in ogni settore produttivo (Industria, Industria manifatturiera, Servizi, Costruzioni, Public utilities). Tale espansione coinvolge ogni area geografica in maniera uniforme sia nel Nord Italia che nel Sud.

Altro elemento positivo è rappresentato dall'aumento, registrato negli ultimi anni, delle assunzioni non stagionali di figure professionali "green in senso stretto" e di quelle. La domanda di queste professioni seppur diffusa in tutto il Paese, è particolarmente elevata nel Sud e Isole e nelle PMI. Le figure degli artigiani e degli operai specializzati sono quelle più richieste sia per le professioni "green in senso stretto" che per quelle "riconducibili alla green economy". Un elemento negativo segnalato dal Rapporto riguarda una certa difficoltà di reperimento di figure professionali "green in senso stretto" soprattutto per carenze legate ad una inadeguatezza di conoscenze e competenze dei candidati.

Dall'esame dei dati esposti in questa sezione è possibile ricavare un quadro di massima sullo stato della diffusione delle certificazioni ambientali e una prima caratterizzazione del fenomeno in Italia. In termini di stock non è immediato attribuire giudizi sul livello di diffusione delle tre principali certificazioni osservate; difatti non

disponiamo di indicatori di ricaduta o benchmark esterni che ci consentono di attribuire un giudizio (positivo o negativo) al livello di diffusione raggiunto. In termini di trend, invece, sono evidenti i significativi incrementi nel ricorso alle tre certificazioni, con una particolare accelerazione negli ultimi 4 anni. Tale incremento nella diffusione può essere attribuito a diversi fattori. Di sicuro ha giocato un ruolo determinante l'impegno sul piano istituzionale sia nella ampliare e specializzare la produzione normativa rispetto alle molteplici istanze della sostenibilità sia nel pubblicizzarne il valore tanto per il sistema in senso ampio quanto per le singole imprese. Proprio questa combinazione tra l'emanazione di direttive della Commissione europea e l'impegno nel promuovere intense campagne di comunicazione ha contribuito ad aumentare in maniera rilevante la sensibilità dei cittadini europei verso il concetto della green economy. Sul piano dei singoli stati ha avuto un effetto importante la diffusione e il consolidamento di reti di enti certificatori e di consulenza per le imprese interessate ad avvicinarsi alla certificazione. Non da ultimo, la migliorata percezione dell'utilità e della fattibilità di uno sviluppo che coniughi sostenibilità e crescita economica (conseguenza dello sforzo informativo di cui sopra) può aver accresciuto la propensione delle imprese ad investire in queste nuove forme di produzione intravedendo in esse anche un valore strategico di tipo commerciale

L'Italia è tra i primi posti nella graduatoria europea per numero di certificazioni EMAS rilasciate (diffuse soprattutto tra le piccole e medie imprese). Numerosi nel nostro Paese, sono anche i siti produttivi che possiedono la certificazione ISO 14001 (in particolare nei settori dell'Edilizia e nelle attività manifatturiere). Anche il numero di licenze Ecolabel UE emesse in Italia è molto alto. In conclusione, i dati sulla diffusione in Italia delle certificazioni ambientali sembrano evidenziare la presenza nel sistema economico produttivo italiano di un forte processo di cambiamento. Questo è confermato anche dai dati più generali sulla diffusione della green economy forniti dall'ultimo rapporto Greenitaly. Si tratta di un cambiamento ampio che investe, a livello aziendale, tanto il piano delle tecnologie della produzione quanto quello delle prassi organizzative. Il maggiore coinvolgimento di imprese dei settori tradizionali della manifattura fa pensare ad un effetto della green economy soprattutto in termini di riconversione e rilancio. Di certo un segnale estremamente positivo è rappresentato da una diffusione uniforme della "nuova" economia sul piano territoriale: in materia di green economy la classica spaccatura tra nord e sud non è generata dal ritardo delle regioni meridionali ma dal diverso carattere con cui si stanno manifestando le sue nuove strategie produttive e commerciali.

Il tema del reperimento di figure professionali in grado di soddisfare il fabbisogno aziendale rimane invece un aspetto critico. I dati greenitaly

segnalano un'inadeguatezza del sistema dell'istruzione nel fornire risorse con livelli di competenze adeguate alle richieste aziendali. Se, da un lato, ciò rappresenta un fattore d'attenzione per una corretta pianificazione delle politiche dell'istruzione, dall'altro, esso non può essere ignorato anche al fine di una corretta programmazione formativa settoriale. Il sistema della formazione non può sostituirsi a quello dell'istruzione, ma in molti casi può rappresentare un fattore di integrazione e completamento. un più accurato esame del fabbisogno formativo specifico indicato dalle aziende può aiutare ad individuare quegli ambiti di saperi e competenze cui è possibile dare risposta con un'offerta formativa mirata.

## ***CAPITOLO 2***

# ***QUESTIONARIO SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA DI PRODOTTO: PRATICHE E PERCEZIONE AZIENDALE***

### ***2.1. OBIETTIVI, CAMPIONE E METODOLOGIE DELL'INDAGINE***

L'obiettivo della somministrazione del questionario di rilevazione (compilabile direttamente dal sito della società Officine Sviluppo e Ricerca), di cui di seguito presentiamo i risultati di una prima analisi, è stato quello di raccogliere il punto di vista dell'imprenditore su diversi aspetti riguardanti la sostenibilità ambientale e la sicurezza di prodotto. Una prima area indagata è quella delle "pratiche aziendali in tema di sostenibilità e sicurezza di prodotto": attraverso le domande di quest'area si è cercato di cogliere quali fossero le azioni concrete, le "pratiche" riconducibili a strategie di sostenibilità e sicurezza di prodotto; tali pratiche non sono necessariamente iscritte in processi standard certificati ma la loro rilevazione e analisi è interessante proprio per questo motivo, poiché ci informa in merito al corso d'azione intrapreso dalle aziende rispetto a sostenibilità e sicurezza. Accanto a quest'area si sono andate ad indagare le dimensioni cognitiva e percettiva nei termini dei "significati attribuiti alla sostenibilità", in sostanza come gli imprenditori interpretano i concetti di sostenibilità e sicurezza e la relazione tra tali interpretazioni e le "strategie di azione" che ad esse vanno a connettersi. Un'ultima area è quella delle politiche aziendali di certificazione, quindi degli aspetti "formalizzati" e "standardizzati in merito a sostenibilità e sicurezza (le vere e proprie policies aziendali manifeste, che quindi mostrano un livello di intenzionalità e, possiamo ipotizzare, di riflessività rispetto alle "pratiche" in precedenza indagate); in questa stessa area sono state indagate infine le politiche di incentivazione auspiccate da parte degli imprenditori intervistati.

La rilevazione è iniziata il 25 giugno 2012 ed è terminata il 30 settembre 2012 ed ha coinvolto 23 imprese; l'indagine non ha la finalità di produrre dati estendibili ad una popolazione diversa da quella indagata, quanto piuttosto quello di fornire un primo quadro conoscitivo funzionale a sviluppare riflessioni ed ulteriori piste di ricerca. Sul piano meramente descrittivo, la maggioranza delle imprese coinvolte nella rilevazione sono state fondate intorno agli anni Settanta. La gran parte di esse (Cfr. Tab. 1), appartiene alla categoria delle piccole e medie imprese (il 74,0%). Il 39,0% di esse sono piccole imprese (10-49 dip.) mentre circa il 35,0% sono medie imprese (50-249

dip.). Appartiene alla categoria delle grandi imprese (oltre 250 dip.) il 17,0% delle aziende rilevate, mentre l'8,7% di esse è rappresentato dalle micro imprese (meno di 10 dip.).

**Tab.1 - Dimensioni azienda (numero dipendenti)**

	V.a.	%	% valida
Meno di 10	2	8,7	8,7
10-49	9	39,1	39,1
50-249	8	34,8	34,8
Oltre 250	4	17,4	17,4
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 63,6% delle imprese non possiede, al momento della rilevazione, un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente. Il 32,0% circa, invece, si sta dotando di tale sistema. Soltanto il 4,5% delle imprese (ossia una sola impresa) è già in possesso di un sistema di gestione qualità (Cfr. Tab. 2).

**Tab.2 - La sua azienda adotta un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente?**

	V.a.	%	% valida
Si, ne è già dotata	1	4,3	4,5
E' in corso di dotazione	7	30,4	31,8
No	14	60,9	63,6
	22	95,7	100,0
Dato mancante	1	4,3	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

## 2.2. PRATICHE AZIENDALI IN TEMA DI SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA DI PRODOTTO

Passando dalla descrizione delle imprese intervistate all'analisi delle pratiche messe in essere, tra le principali azioni adottate dalle imprese per ridurre l'impatto ambientale si registra il *Risparmio energetico*: tale azione risulta essere stata adottata in pieno ("Sì") o "In parte" dal 45,5% delle imprese. Anche la *Prevenzione dell'inquinamento* risulta essere una delle azioni più intraprese: il 28,6% delle imprese afferma di averla adottata pienamente ("Sì") mentre il 52,4% solo "In parte". La *Possibilità di trasporto sostenibile* si dimostra l'azione meno adottata dalle imprese: il 55,0% delle aziende dichiara di non averla intrapresa e solo il 35,0% di averlo fatto "In parte".

La *Tutela dell'ambiente naturale* risulta essere una ulteriore azione poco intrapresa: il 35,0% delle imprese dichiara di non averla adottata e/o di averlo fatto ma solo "In parte"; anche se il 30,0% delle aziende dichiara di averla adottata (Cfr. Tab. 3).

**Tab.3 - La sua azienda ha cercato di ridurre l'impatto ambientale in termini di:**

	Sì %	In parte %	No %
Risparmio energetico (v.a. 22)	45,5	45,5	9,1
Prevenzione dell'inquinamento (v.a. 21)	28,6	52,4	19,0
Possibilità di trasporto sostenibile (v.a. 20)	10,0	35,0	55,0
Tutela dell'ambiente naturale (v.a. 20)	30,0	35,0	35,0

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Complessivamente l'82,0% circa delle imprese ritiene che sia possibile risparmiare denaro attraverso la riduzione dell'impatto ambientale della propria produzione (Cfr. Tab. 4). Le percentuali di risposta si dividono equamente tra quelle aziende che sono convinte senza riserve sul risparmio immediato (il 40,9%) e quelle, invece, che ritengono tale risparmio ottenibile sì, ma nel lungo termine (il 40,9%).

**Tab.4 - Può l'azienda risparmiare denaro attraverso la riduzione dell'impatto ambientale della propria produzione (per es. riciclando, riducendo il consumo energetico, prevenendo l'inquinamento)?**

	V.a.	%	% valida
Certamente sì	9	39,1	40,9
Sì, ma solo sul lungo termine	9	39,1	40,9
No	1	4,3	4,5
Non so	3	13	13,6
	22	95,7	100
Dato mancante	1	4,3	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 63,6% delle imprese risponde che, nel momento in cui sviluppa nuovi prodotti e servizi, a volte tiene in considerazione il rischio di impatto ambientale. Il 18,2% di esse, poi, tiene sempre in considerazione tale rischio. In generale quasi l'82,0% delle imprese risponde di considerare il potenziale impatto ambientale prima di sviluppare un eventuale nuovo prodotto e/o servizio. Il 18,0% circa delle imprese, invece, non considera mai o lo fa molto raramente il potenziale impatto ambientale prima di sviluppare nuovi prodotti (Cfr. Tab. 5).

**Tab.5 - Considerate il potenziale impatto ambientale nel momento in cui sviluppate nuovi prodotti e servizi (per es. effettuando una valutazione dell'uso energetico, il riciclaggio o la produzione di inquinamento)?**

	V.a.	%	% valida
Sì, sempre	4	17,4	18,2
Sì, a volte	14	60,9	63,6
Sì, ma molto raramente	3	13,0	13,6
No, mai	1	4,3	4,5
	22	95,7	100,0
Dato mancante	1	4,3	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

La maggioranza delle imprese fornisce molto di rado informazioni sul possibile impatto ambientale dei loro prodotti (il 45,0%). Se sommiamo, poi, a questa quota quella di coloro che dichiarano di non farlo mai, la percentuale di imprese che non fornisce informazioni risulta pari al 59,0%. Le imprese, invece, che forniscono sempre informazioni sono il 18,2% e quelle che lo fanno a volte è il 22,7% (Cfr. Tab. 6).

**Tab.6 - L'azienda fornisce informazioni chiare e precise sul possibile impatto ambientale dei propri prodotti, servizi e attività a clienti, fornitori, comunità locale, ecc.?**

	V.a.	%	% valida
Sì, sempre	4	17,4	18,2
Sì, a volte	5	21,7	22,7
Sì, ma molto raramente	10	43,5	45,5
No, mai	3	13,0	13,6
	22	95,7	100,0
Dato mancante	1	4,3	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 42,9% delle imprese dichiara di non collaborare con altre aziende o organizzazioni sui temi connessi alla responsabilità sociale delle imprese. Sommando a questo gruppo anche quello delle aziende che mettono in essere, molto di rado, azioni di collaborazione si raggiunge una quota complessiva pari al 57,0%. Le imprese, invece, che dichiarano di collaborare saltuariamente sono il 33,3% mentre quelle che lo fanno con continuità sono il 9,5% (Cfr. Tab. 7).

**Tab.7 - L'azienda collabora con altre aziende o organizzazioni su uno o più temi legati alla responsabilità sociale delle imprese?**

	V.a.	%	% valida
Si, sempre	2	8,7	9,5
Si, a volte	7	30,4	33,3
Si, ma molto raramente	3	13,0	14,3
No, mai	9	39,1	42,9
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 60,0% delle imprese ha chiaramente definito valori e regole di condotta sulle problematiche relative alla sostenibilità di prodotto (Cfr. Tab. 8); ed inoltre, il 66,7% delle imprese ha il personale aziendale informato sui valori e le regole di condotta dell'azienda relativi alla sostenibilità di prodotto (Cfr. Tab. 9).

**Tab.8 - Nella sua azienda sono stati chiaramente definiti valori e regole di condotta sulle problematiche relative alla sostenibilità di prodotto?**

	V.a.	%	% valida
Si, sempre	2	8,7	9,5
Si, a volte	7	30,4	33,3
Si, ma molto raramente	3	13,0	14,3
No, mai	9	39,1	42,9
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.9 - Il personale aziendale conosce i valori e le regole di condotta dell'azienda per la sostenibilità di prodotto?**

	V.a.	%	% valida
Si, sempre	2	8,7	9,5
Si, a volte	7	30,4	33,3
Si, ma molto raramente	3	13,0	14,3
No, mai	9	39,1	42,9
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Gran parte delle imprese (il 70,0%) realizza attività di formazione delle sue risorse umane sull'importanza dei valori e regole di condotta aziendali per la sostenibilità di prodotto (Cfr. Tab. 10). Elevate risulta anche la quota di imprese, il 66,7%, che comunica i valori aziendali ai clienti, ai partner commerciali, ai fornitori e alla altre parti interessate (Cfr. Tab. 11).

**Tab.10 - Realizzate attività di formazione delle risorse umane sull'importanza dei valori e delle regole di condotta aziendali per la sostenibilità di prodotto?**

	V.a.	%	% valida
Si, sempre	2	8,7	9,5
Si, a volte	7	30,4	33,3
Si, ma molto raramente	3	13,0	14,3
No, mai	9	39,1	42,9
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.11 - Comunicate i valori aziendali ai clienti, ai partner commerciali, ai fornitori e alle altre parti interessate (per es. nelle presentazioni delle vendite, nel materiale pubblicitario o nelle comunicazioni informali)?**

	V.a.	%	% valida
Si, sempre	2	8,7	9,5
Si, a volte	7	30,4	33,3
Si, ma molto raramente	3	13,0	14,3
No, mai	9	39,1	42,9
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

### ***2.3. I SIGNIFICATI ATTRIBUITI ALLA SOSTENIBILITÀ E LE STRATEGIE DI AZIONE***

Com'è noto negli studi organizzativi (che considerano la singola entità organizzativa – nel nostro caso l'azienda – come un sistema più o meno chiuso e guidato da strategie, percezioni, aspettative, valori etc.), gli aspetti cognitivi sono determinati da un meccanismo di interazione tra azienda ed ambiente (ivi comprese altre aziende o altri enti). Gli schemi cognitivi fungono in qualche modo da "riduttore della complessità" e

hanno la forza di orientare l'azione (finalizzata al raggiungimento di un obiettivo).

In tal senso capire come le aziende definiscono la sostenibilità e la sicurezza è di fondamentale importanza. Dai dati, emerge che gran parte delle imprese ritiene che le definizioni che più di tutte spiegano il termine sostenibilità di prodotto sono: *"Risparmio energetico e riduzione dei consumi"* e *"Acquisto ed utilizzo di prodotti con minore impatto"* (entrambe raccolgono il 21,1% delle risposte). Un secondo gruppo di definizioni è rappresentato da: *"Salubrità dell'ambiente di lavoro e tutela dei lavoratori"* e *"Riciclaggio e riutilizzo dei materiali di lavorazione"* (entrambe con il 18,4% di risposte); La definizione relativa alla *"Tutela e valorizzazione del territorio"* (il 7,9% di risposte) rappresenta quella meno esplicativa, secondo le imprese, del concetto di sostenibilità di prodotto (Cfr. Tab. 12).

**Tab.12<sup>a</sup> - Cosa può significare per la sua azienda il termine sostenibilità di prodotto?**

	V.a.	%	% di casi
Tutela e valorizzazione del territorio	3	7,9	14,3
Salubrità dell'ambiente di lavoro e tutela dei lavoratori	7	18,4	33,3
Risparmio energetico e riduzione dei consumi	8	21,1	38,1
Riciclaggio e riutilizzo dei materiali di lavorazione	7	18,4	33,3
Acquisto ed utilizzo di prodotti con minore impatto	8	21,1	38,1
Realizzazione di un prodotto innovativo	5	13,2	23,8
<b>Totale</b>	<b>38</b>	<b>100,0</b>	<b>181,0</b>

a. Gruppo a dicotomie incluso nella tabella al valore 1.  
Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il *"Risparmio energetico e riduzione dei consumi"* (con il 22,7% delle risposte) e l'*"Informazione interna sulle tematiche della sostenibilità"* (con il 13,6% delle risposte) sono gli aspetti della sostenibilità ambientale sui quali sono state intraprese, negli ultimi anni, iniziative da parte delle imprese. Anche l'*"Acquisto e utilizzo di materiali a minore impatto"* e il *"Riciclo dei materiali di scarto"* (con il 12,1% delle risposte) costituiscono aspetti su cui sono state intraprese iniziative. Un terzo gruppo di aspetti su cui sono state intraprese iniziative è costituito da: *"Riduzione delle emissioni in atmosfera"*; *"Investimenti in tecnologie e attrezzature rispettose dell'ambiente"* e *"Riciclo e riuso dei propri materiali di produzione"* (tutti con il 10,6% delle risposte). L'aspetto su

cui sono state intraprese meno iniziative (con il 7,6% delle risposte) è quello connesso alla "*Ideazione/progettazione di prodotti a ridotto impatto ambientale*" (Cfr. Tab. 13).

**Tab.13<sup>a</sup> - Negli ultimi anni, nella sua azienda sono state intraprese iniziative riconducibili ad alcuni dei seguenti aspetti della sostenibilità ambientale?**

	V.a.	%	% di casi
Riduzione delle emissioni in atmosfera	7	10,6	35,0
Informazione interna sulle tematiche della sostenibilità	9	13,6	45,0
Risparmio energetico e riduzione dei consumi	15	22,7	75,0
Investimenti in tecnologie e attrezzature rispettose dell'ambiente	7	10,6	35,0
Acquisto e utilizzo di materiali a minore impatto	8	12,1	40,0
Riciclo e riuso dei propri materiali di produzione	7	10,6	35,0
Ideazione/progettazione di prodotti a ridotto impatto ambientale	5	7,6	25,0
Riciclo dei materiali di scarto	8	12,1	40,0
<b>Totale</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>	<b>330,0</b>

a. Gruppo a dicotomie incluso nella tabella al valore 1.  
Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 54,5% delle imprese afferma di seguire, ma solo per determinati prodotti, criteri di sostenibilità ambientale nel ciclo di produzione dei prodotti. Il 45,5% delle imprese, invece, risponde di non seguire alcun criterio (Cfr. Tab. 14). Il criterio di sostenibilità più seguito dalle imprese che hanno dichiarato di farlo è (Cfr. Tab. 15): la "*Riduzione degli imballaggi*" (con il 32,0% delle risposte). Seguono, poi, l' "*Utilizzo di materiali a basso impatto*" e l' "*Allungamento della vita*" (entrambi con il 20,0% delle risposte).

I criteri meno seguiti dalle imprese sono la "*Disassemblabilità*" e la "*Riciclabilità*" (entrambe con l'8,0% delle risposte).

L'Ufficio tecnico interno viene indicato dal 54,5% delle imprese come il soggetto che si occupa dell'ideazione/progettazione di prodotti a basso impatto ambientale (Cfr. Tab. 16).

**Tab.14 - La sua azienda segue criteri di sostenibilità ambientale nel ciclo di produzione dei prodotti (ideazione, progettazione, realizzazione e vendita)?**

	V.a.	%	% valida
Si, ma solo per alcuni prodotti	12	52,2	54,5
No	10	43,5	45,5
	22	95,7	100,0
Dato mancante	1	4,3	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.15<sup>a</sup> - Se sì, quali criteri di sostenibilità?**

	V.a.	%	% di casi
Utilizzo di materiali provenienti da riciclo	3	12,0	25,0
Utilizzo di materiali a basso impatto	5	20,0	41,7
Disassemblabilità	2	8,0	16,7
Riciclabilità	2	8,0	16,7
Riduzione degli imballaggi	8	32,0	66,7
Allungamento della vita	5	20,0	41,7
<b>Totale</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>	<b>208,3</b>

a. Gruppo a dicotomie incluso nella tabella al valore 1.

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.16 - Chi si occupa dell'ideazione/progettazione di tali prodotti?**

	V.a.	%	% valida
Ufficio tecnico interno	6	26,1	54,5
Progettisti/consulenti esterni	2	8,7	18,2
Entrambi	3	13,0	27,3
	11	47,8	100,0
Dato mancante	12	52,2	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

L'ideazione e la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale determinano per l'azienda che li fabbrica diverse conseguenze che coinvolgono vari aspetti (Cfr. Tab. 17). Il 54,5% delle imprese ritiene "Molto" importante sia l'aspetto connesso al "Valore aggiunto per l'immagine aziendale" così come anche l'aspetto connesso alla "Maggiore competitività sul mercato" (il 40,0%). I "Costi elevati per la realizzazione" è un aspetto considerato "Abbastanza" importante per il 72,7% delle imprese così come anche l'aspetto relativo alla "Maggiore competitività sul mercato" (il 40,0%). L'aspetto che più di tutti viene giudicato "Poco" importante è quello connesso alla "Riduzione costi relativi a consumi energetici e spese di materiali" (il 54,5%). Viene ritenuto "Poco" importante anche l'aspetto legato alle "Maggiori spese per progettisti esperti" (il 36,4%). Essere, dunque, in grado di ideare e realizzare prodotti a basso impatto ambientale comporta per un'impresa da un lato benefici dal punto di vista della propria immagine; dall'altro, però, comporta alti costi di realizzazione.

**Tab.17 - Dal suo punto di vista l'ideazione e la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale costituiscono per la sua azienda:**

	Molto %	Abbastanza %	Poco %	Per nulla %
Maggiori spese per progettisti esperti (v.a. 11)	9,1	27,3	36,4	27,3
Costi elevati per la realizzazione (v.a. 11)	0,0	72,7	18,2	9,1
Riduzione costi relativi a consumi energetici e spese di materiali (v.a. 11)	9,1	27,3	54,5	9,1
Maggiore competitività sul mercato (v.a. 10)	40,0	40,0	20,0	0,0
Valore aggiunto per l'immagine aziendale (v.a. 11)	54,5	27,3	18,2	0,0

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 50,0% delle imprese con il termine *ecodesign* intende la "Progettazione di prodotti a basso impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita" (Cfr. Tab.18). Il 30,0% delle imprese, invece, intende tale termine come la "Progettazione di prodotti a minore impatto ambientale nella fase di produzione".

Tab.18 - Con il termine *ecodesign* intende:

	V.a.	%	% valida
Progettazione di prodotti a minore impatto ambientale nella fase di	3	13,0	30,0
Progettazione di prodotti facilmente riciclabili	2	8,7	20,0
Progettazione di prodotti a basso impatto ambientale durante tutto il ciclo	5	21,7	50,0
	10	43,5	100,0
Dato mancante	13	56,5	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 50,0% delle aziende ritiene che la realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale comporta una riduzione dei *Costi energia (di produzione)*. Anche i *Costi di commercializzazione* subiscono, secondo il 30,0% delle imprese, una riduzione in seguito alla realizzazione di prodotti più eco-compatibili. Ciò che, invece, aumenta notevolmente sono i *Costi fornitori* secondo l'80,0% delle imprese e i *Costi R&S* secondo il 70,0% delle imprese. In parte anche i *Costi delle materie prime* vengono ritenuti soggetti ad un aumento secondo il 44,4% delle imprese. Fra i diversi aspetti legati ai costi di produzione quelli che secondo le imprese non subiscono alcun impatto dalla realizzazione di prodotti eco-compatibili sono: i *Costi di commercializzazione* (il 60,0% delle imprese); i *Costi materie prime* (il 44,4% delle imprese); e i *Costi energia (di produzione)* secondo il 40,0% delle imprese (Cfr. Tab. 19).

Tab.19 - La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale impatto ha avuto sui costi di produzione?

	Riduzione %	Aumento %	Nessun impatto %
Costi materie prime (v.a. 9)	11,1	44,4	44,4
Costi energia (di produzione) (v.a. 10)	50,0	10,0	40,0
Costi R&S (v.a. 10)	0,0	70,0	30,0
Costi di commercializzazione (v.a. 10)	30,0	10,0	60,0
Costi fornitori (v.a. 10)	0,0	80,0	20,0

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Realizzare prodotti a maggiore sostenibilità ambientale per il 50,0% delle imprese non ha comportato nessun aumento del prezzo del prodotto (Cfr. Tab. 20). Sul piano commerciale, poi, secondo il 63,6% delle imprese la realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale non ha alterato il livello delle vendite (Cfr. Tab. 21).

**Tab.20 - La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale conseguenza ha avuto sul prezzo dei vostri prodotti?**

	V.a.	%	% valida
Prezzo inalterato	5	21,7	50,0
Prezzo aumentato	2	8,7	20,0
Non so	3	13,0	30,0
	10	43,5	100,0
Dato mancante	13	56,5	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.21 - La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale impatto ha avuto sul piano commerciale?**

	V.a.	%	% valida
Aumento delle vendite	4	17,4	36,4
Livello delle vendite inalterato	7	30,4	63,6
	11	47,8	100,0
Dato mancante	12	52,2	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

#### ***2.4. POLITICHE AZIENDALI DI CERTIFICAZIONE E POLITICHE DI INCENTIVAZIONE***

La dimensione "strutturata" e "standardizzata" dell'azione aziendale in merito a sostenibilità e sicurezza di prodotto ci fornisce ulteriori elementi conoscitivi che vanno ad aggiungersi a quanto emerso dall'analisi delle pratiche. Altrettanto utile è capire come le aziende

potrebbero essere supportate nell'adozione di azioni finalizzate alla sostenibilità e sicurezza di prodotto.

Sul piano della dimensione "strutturata" e "standardizzata" dell'azione aziendale, emerge che l'80% delle imprese non utilizza marchi o certificazioni ambientali di prodotto o di processo (Cfr. Tab. 22). Tra le imprese che, invece, possiedono una certificazione, quella più diffusa è la certificazione UNI EN ISO 14001 (il 50,0% delle imprese). Il 25,0% delle imprese, poi, è in possesso di una certificazione "oekotex" e "oekotex 100" (Cfr. Tab. 23).

**Tab.22 - La sua azienda utilizza marchi o certificazioni ambientali di prodotto o di processo?**

	V.a.	%	% valida
Sì	4	17,4	20,0
No	16	69,6	80,0
	20	87,0	100,0
Dato mancante	3	13,0	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.23<sup>a</sup> - Se sì quale tipo di certificazione utilizzate?**

	V.a.	%	% valida
Sì	4	17,4	20,0
No	16	69,6	80,0
	20	87,0	100,0
Dato mancante	3	13,0	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

a. Gruppo a dicotomie incluso nella tabella al valore<sup>1</sup>.

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Il 71,4% delle imprese intende in futuro attuare strategie per migliorare la sostenibilità ambientale dei suoi prodotti e processi (Cfr. Tab. 24). La "Riduzione dell'impatto ambientale nella fase di produzione" è la

strategia più indicata dalle imprese (il 30,8%). Seguono, poi, la "Riduzione dell'impatto ambientale del packaging" con il 23,1% delle imprese, l' "Attuazione di politiche di riuso e riciclo" con il 19,2% e l' "Attenzione particolare alla sostenibilità di materiali e componenti utilizzati" con il 15,4%. La strategia meno indicata dalle imprese è quella legata all' "Applicazione di metodologie e strumenti di Life Cycle Design" con il 7,7% (Cfr. Tab. 25).

**Tab.24 - In futuro prevede di attuare strategie per migliorare la sostenibilità ambientale di prodotti e processi?**

	V.a.	%	% valida
Sì	15	65,2	71,4
No	6	26,1	28,6
	21	91,3	100,0
Dato mancante	2	8,7	
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

**Tab.25<sup>a</sup> - Se sì quali?**

	V.a.	%	% di casi
Attenzione particolare alla sostenibilità di materiali e componenti utilizzati	4	15,4	26,7
Riduzione dell'impatto ambientale nella fase di produzione	8	30,8	53,3
Applicazione di metodologie e strumenti di Life Cycle Design	2	7,7	13,3
Riduzione dell'impatto ambientale del packaging	6	23,1	40,0
Attuazione di politiche di riuso e riciclo	5	19,2	33,3
Altro	1	3,8	6,7
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>100,0</b>	<b>173,3</b>

a. Gruppo a dicotomie incluso nella tabella al valore 1.

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Tra le iniziative ritenute dalle imprese "Molto" utili per sostenere le loro iniziative ed investimenti per la sicurezza ambientale e di prodotto,

quelle che ricevono le quote più alte sono (Cfr. Tab. 26): gli "Incentivi per l'utilizzo di nuove tecnologie per la produzione" (il 61,9%); gli "Incentivi per la ricerca e sviluppo" (il 52,4%) e gli "Incentivi per la formazione dei dipendenti" (il 42,9%). Vengono ritenuti "Abbastanza" utili soprattutto le "Campagne informative sugli incentivi disponibili" (il 66,7%), le "Campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sui temi di tutela ambientale" (il 61,9%), gli "Incentivi per l'acquisto di strumenti e sistemi di sicurezza" (il 42,9%) e gli "Incentivi per la formazione dei dipendenti" (il 42,9%). Il "Potenziamento delle infrastrutture territoriali" è l'iniziativa giudicata tra le meno utili (il 33,3% la ritiene "Poco" utile) insieme anche agli "Incentivi per l'acquisto di strumenti e sistemi di sicurezza" (il 19,0% la ritiene "Poco" utile).

**Tab.26 - Dal suo punto di vista, quanto le seguenti iniziative possono aiutare le aziende che intendono sostenere investimenti per la sicurezza ambientale e di prodotto?**

	Molto %	Abbastanza %	Poco %	Per nulla %
Incentivi per l'acquisto di nuove tecnologie per la produzione (v.a. 21)	61,9	23,8	9,5	4,8
Incentivi per l'acquisto di strumenti e sistemi di sicurezza (v.a. 21)	38,1	42,9	19,0	0,0
Incentivi per la ricerca e sviluppo (v.a. 21)	52,4	38,1	9,5	0,0
Incentivi per la formazione dei dipendenti (v.a. 21)	42,9	42,9	9,5	4,8
Campagne informative sugli incentivi disponibili (v.a. 21)	23,8	66,7	9,5	0,0
Potenziamento delle infrastrutture territoriali (v.a. 21)	28,6	33,3	33,3	4,8
Campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sui temi della tutela ambientale (v.a. 21)	23,8	61,9	14,3	0,0

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

Tra le diverse modalità di incentivazione utili a sostenere un'azienda che investe per la sicurezza ambientale e di prodotto, vengono considerati sempre utili ("Sì, sempre") i "Finanziamenti diretti" (l'85,0%), i "Contributi in conto capitale" (il 65,0%), e le "Agevolazioni fiscali o

*contributive*” (il 60,0%). La modalità di incentivazione legata ai *“Contributi in conto capitale”*, è anche quella ritenuta dal 10,0% delle imprese utile, ma molto raramente (Cfr. Tab. 27).

**Tab.27 - Quali delle seguenti modalità di incentivazione ritieni più utili per aiutare le aziende che intendono sostenere investimenti per la sicurezza ambientale e di prodotto?**

	Si, sempre %	Si, a volte %	Si, Ma molto raramente %	No, mai %
Contributi in conto capitale (v.a. 20)	65,0	25,0	10,0	0,0
Agevolazioni fiscali o contributive (v.a. 20)	60,0	35,0	5,0	0,0
Finanziamenti diretti (v.a. 20)	85,0	5,0	5,0	5,0

Fonte: Officine Sviluppo e Ricerca s.r.l.

## **CONCLUSIONI**

L'analisi sin qui condotta fa emergere alcuni elementi di riflessione. Abbiamo potuto constatare come la maggioranza delle imprese che hanno partecipato alla rilevazione sono soprattutto di piccole e medie dimensioni (nell'ultimo rapporto GreenItaly 2011 viene rilevata l'ampia diffusione di azioni e comportamenti eco-compatibili fra le piccole e medie imprese italiane). La gran parte di esse non possiede un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente. Le azioni intraprese più diffuse tra queste aziende per ridurre l'impatto ambientale riguardano il risparmio energetico e la prevenzione dell'inquinamento.

Se per un verso emerge una consapevolezza da parte delle aziende sui vantaggi economici derivanti da una produzione eco-compatibile (per la maggioranza delle imprese, è possibile risparmiare denaro attraverso la riduzione dell'impatto ambientale della propria produzione), per un altro è evidente che gran parte di esse, non tiene in considerazione in maniera continuativa il potenziale impatto ambientale nel momento in cui sviluppano nuovi prodotti e servizi. Vi è un buon livello di spontaneismo nelle pratiche messe in atto che però ancora non si rispecchia nella certificazione formale e nell'adozione di procedure chiare, definite e standardizzate.

Emerge poi, rispetto alla tematica oggetto d'indagine, una certa tendenza all'azione "individuale" e/o non coordinata con altre aziende: la gran parte delle imprese tende a non collaborare con altre aziende o organizzazioni sui temi connessi alla responsabilità sociale delle imprese. Per quanto riguarda, invece, le azioni legate alla comunicazione, sul piano della comunicazione esterna molte imprese forniscono raramente informazioni sul possibile impatto ambientale dei propri prodotti, servizi e attività a clienti, fornitori ecc. mentre sul piano della comunicazione interna, la maggioranza delle imprese ha chiaramente definito valori e regole di condotta sulle problematiche concernenti la sostenibilità di prodotto ed inoltre realizza attività di formazione delle sue risorse umane sull'importanza di questi valori e regole di condotta aziendali. Questa evidenza rafforza l'interpretazione di un agire "individuale" (ma non necessariamente "individualistico" e/o competitivo) anche considerando che la gran parte delle imprese comunica i propri valori aziendali ai clienti, ai partner commerciali, ai fornitori e alle altre parti interessate: infatti, il valore aggiunto per l'immagine aziendale e la maggiore competitività sul mercato sono gli aspetti su cui più di altri, va ad incidere secondo la maggioranza delle imprese, l'ideazione e la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale.

Sul piano dei significati, secondo molte imprese il termine sostenibilità di prodotto è legato principalmente al concetto di risparmio energetico e riduzione dei consumi e al concetto di acquisto ed utilizzo di prodotti con minore impatto. Gran parte delle aziende ha intrapreso iniziative riconducibili soprattutto a due aspetti della sostenibilità ambientale: il risparmio energetico e riduzione dei consumi e l'informazione interna sulle tematiche della sostenibilità.

La maggior parte delle aziende collega il termine *ecodesign* al concetto di progettazione di prodotti a basso impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita. Gran parte, poi, delle imprese ritiene che la realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale comporti una riduzione dei costi energia (di produzione) ed un aumento sia dei costi dei fornitori, sia dei costi di ricerca e sviluppo.

Realizzare prodotti a maggiore sostenibilità ambientale per la gran parte delle imprese non ha comportato nessun aumento del prezzo del prodotto e sul piano commerciale, poi, non è rilevato alcun aumento del livello delle vendite.

Un'ampia quota di aziende non utilizza marchi o certificazioni ambientali di prodotto o di processo. La maggioranza delle imprese intende in futuro attuare strategie per migliorare la sostenibilità ambientale dei suoi prodotti e processi. Le strategie più segnalate dalle aziende sono la riduzione sia dell'impatto ambientale nella fase di produzione che del packaging e, infine, l'attuazione di politiche di riuso e riciclo. Gran parte delle imprese segue poi solo per determinati prodotti criteri di sostenibilità ambientale nel ciclo di produzione dei prodotti.

Le iniziative ritenute da numerose imprese molto utili per sostenere le loro iniziative ed interventi per la sostenibilità ambientale e di prodotto sono: gli incentivi per l'utilizzo di nuove tecnologie per la produzione, per la ricerca e sviluppo; e quelli per la formazione dei dipendenti.

Sul piano dei supporti e degli incentivi, i contributi in conto capitale, le agevolazioni fiscali o contributive e i finanziamenti diretti sono tutte modalità di sostegno e stimolo giudicate dalla maggioranza delle aziende utili per supportare un'impresa che intende investire per la sicurezza ambientale e di prodotto. Da notare però che la modalità in assoluto più apprezzata dalle aziende è quella dei finanziamenti diretti.

## ***APPENDICE – QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE***

SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA DI PRODOTTO PRATICA E PERCEZIONE  
AZIENDALE

QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE

Il questionario che le proponiamo è stato preparato per rilevare il punto di vista dell'imprenditore su diversi aspetti riguardanti la sostenibilità ambientale e la sicurezza di prodotto.

La preghiamo di rispondere alle seguenti domande barrando le caselle relative alle risposte che meglio rappresentano il suo pensiero o riempiendo gli appositi spazi nel caso delle poche domande a risposta libera.

i dati saranno trattati in forma aggregata e, come da normativa sulla privacy, non saranno in nessun caso riconducibili al rispondente.

Grazie per la collaborazione

**1 – Nome azienda**

---

---

**2 – Anno di fondazione**

---

**3 – Dimensioni azienda (numero dipendenti):**

- meno di 10
- 10-49
- 50-249
- oltre 250

**4 – Settore (specificare)**

---

---

---

---

---

**5 – Tipo di Attività (specificare)**

---

---

---

---

---

---

**6 – La sua azienda adotta un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente?**

*APPENDICE*

- Sì, ne è già dotata
- È in corso di dotazione
- No

**7 – La sua azienda ha cercato di ridurre l’impatto ambientale in termini di:**

Risparmio energetico	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> In parte
Prevenzione dell’inquinamento (per es. riduzione emissioni verso aria e acqua, discariche, inquinamento acustico, ecc.)	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> In parte
Possibilità di trasporto sostenibile (dal punto di vista dell’impatto ambientale)	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> In parte
Tutela dell’ambiente naturale	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> In parte
Altro (specificare): _____ _____ _____	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> In parte

**8 – Può l’azienda risparmiare denaro attraverso la riduzione dell’impatto ambientale della propria produzione (per es. riciclando, riducendo il consumo energetico, prevenendo l’inquinamento)?  
(una sola risposta possibile)**

- Certamente sì
- Sì, ma solo sul lungo termine
- No
- Non so

**9 – Considerate il potenziale impatto ambientale nel momento in cui sviluppate nuovi prodotti e servizi (per es. effettuando una valutazione dell’uso energetico, il riciclaggio o la produzione di inquinamento)?  
(una sola risposta possibile)**

- Sempre

- Spesso
- Raramente
- Mai

**10 – L'azienda fornisce informazioni chiare e precise sul possibile impatto ambientale dei propri prodotti, servizi e attività a clienti, fornitori, comunità locale, ecc.? (una sola risposta possibile)**

- Sempre
- Spesso
- Raramente
- Mai

**11 – L'azienda collabora con altre aziende o organizzazioni su uno o più temi legati alla responsabilità sociale delle imprese?**

- Sempre
- Spesso
- Raramente
- Mai

**12 – Nella sua azienda sono stati chiaramente definiti valori e regole di condotta sulle problematiche relative alla sostenibilità di prodotto?**

- Sì
- No

**13 – Il personale aziendale conosce i valori e le regole di condotta dell'azienda per la sostenibilità di prodotto?**

- Sì
- No

**14 – Realizzate attività di formazione delle risorse umane sull'importanza dei valori e delle regole di condotta aziendali per la sostenibilità di prodotto?**

- Sì
- No

**15 – Comunicate i valori aziendali ai clienti, ai partner commerciali, ai fornitori e alle altre parti interessate (per es. nelle presentazioni delle vendite, nel materiale pubblicitario o nelle comunicazioni informali)?**

- Sì
- No

**16 – Cosa può significare per la sua azienda il termine sostenibilità di prodotto? (massimo 2 risposte possibili)**

- tutela e valorizzazione del territorio
- salubrità dell'ambiente di lavoro e tutela dei lavoratori
- risparmio energetico e riduzione dei consumi
- riciclaggio e riutilizzo dei materiali di lavorazione
- acquisto ed utilizzo di prodotti con minore impatto
- realizzazione di un prodotto innovativo

**17 – Negli ultimi anni, nella sua azienda sono state intraprese iniziative riconducibili ad alcuni dei seguenti aspetti della sostenibilità ambientale? (più risposte possibili)**

- no
- riduzione delle emissioni in atmosfera
- informazione interna sulle tematiche della sostenibilità
- risparmio energetico e riduzione dei consumi

- investimenti in tecnologie e attrezzature rispettose dell'ambiente
- acquisto e utilizzo di materiali a minore impatto
- riciclo e riuso dei propri materiali di produzione
- ideazione/progettazione di prodotti a ridotto impatto ambientale
- riciclo dei materiali di scarto
- altro,  
specificare: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**18 – La sua azienda segue criteri di sostenibilità ambientale nel ciclo di produzione dei prodotti (ideazione, progettazione, realizzazione e vendita)?**

- Sì
- Sì, ma solo per alcuni prodotti
- No

**Se avete risposto NO, andate direttamente alla domanda 26**

**19 – Se sì, quali criteri di sostenibilità? (più risposte possibili)**

- Utilizzo di materiali provenienti da riciclo
- Utilizzo di materiali a basso impatto (rinnovabili, biodegradabili, ...)
- Disassemblabilità
- Riciclabilità
- Riduzione degli imballaggi
- Allungamento della vita (manutenzione, sostituzione parti, nuova configurazione, ecc.)

**20 – Chi si occupa dell’ideazione/progettazione di tali prodotti?**

- Ufficio tecnico interno
- Progettisti/consulenti esterni
- Entrambi

**21 – Dal suo punto di vista l’ideazione e la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale costituiscono per la sua azienda (una risposta per riga):**

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
Maggiori spese per progettisti esperti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi elevati per la realizzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riduzione costi relativi a consumi energetici e spese di materiali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maggiore competitività sul mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valore aggiunto per l’immagine aziendale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare): _____ _____ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**22 – Con il termine *ecodesign* intende (una sola risposta possibile)**

- progettazione di prodotti a minore impatto ambientale nella fase di produzione
- progettazione di prodotti a minore impatto ambientale nella fase di utilizzo
- progettazione di prodotti facilmente riciclabili
- progettazione di prodotti a basso impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita

**23 – La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale impatto ha avuto sui costi di produzione? (una risposta per rigo)**

	Riduzione	Aumento	Nessun impatto
Costi materie prime	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi energia (di produzione)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi R&S	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi di commercializzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi fornitori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**24 – La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale conseguenza ha avuto sul prezzo dei vostri prodotti?**

- Prezzo ridotto
- Prezzo inalterato
- Prezzo aumentato
- Non so

**25 – La realizzazione di prodotti a maggiore sostenibilità ambientale quale impatto ha avuto sul piano commerciale?**

- Aumento delle vendite
- Livello delle vendite inalterato
- Diminuzione delle vendite

**26 – La sua azienda utilizza marchi o certificazioni ambientali di prodotto o di processo? (iso 14001, ecolabel, ecc.)**

- Sì
- No

**27 – Se sì quale tipo di certificazione utilizzate? (più risposte possibili)**

*APPENDICE*

- Emas
- Ecolabel
- EDP (dichiarazione ambientale di prodotto)
- UNI EN ISO 14001
- Marchi regionali o nazionali,  
specificare: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Altro,  
specificare: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**28 – In futuro prevede di attuare strategie per migliorare la sostenibilità ambientale di prodotti e processi?**

- Sì
- No

**29 – Se sì quali?**

- Attenzione particolare alla sostenibilità di materiali e componenti utilizzati
- Riduzione dell'impatto ambientale nella fase di produzione
- Applicazione di metodologie e strumenti di Life Cycle Design
- Riduzione dell'impatto ambientale del packaging
- Attuazione di politiche di riuso e riciclo
- Altro  
(specificare): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**30 – Dal suo punto di vista, quanto le seguenti iniziative possono aiutare le aziende che intendono sostenere investimenti per la sicurezza ambientale e di prodotto?**

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
Incentivi per l'acquisto di <u>strumenti</u> per l'efficientamento energetico (es. tecnologie più avanzate, macchinari a basso consumo, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivi per l'acquisto di <u>servizi</u> per l'efficientamento energetico (es. etichettatura, certificazioni lca, ecolabel, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivi per la ricerca e sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incentivi per la formazione dei dipendenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campagne informative sugli incentivi disponibili	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potenziamento delle infrastrutture territoriali (viabilità, reti di trasporto, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sui temi della tutela ambientale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**31 – Quali delle seguenti modalità di incentivazione ritiene più utili per aiutare le aziende che intendono sostenere investimenti per la sicurezza ambientale e di prodotto? (attribuire un punteggio da 1 a 4: 1 = minima utilità; 4 massima utilità)**

	Da 1 a 4
Contributi in conto capitale	
Agevolazioni fiscali o contributive	
Finanziamenti diretti (UE, nazionali, regionali, ...)	
Altro (specificare): _____	