

*Parametri e certificazioni:
come rendere la sostenibilità più accessibile a imprese e designer*

L'approccio CICLO di VITA nella comunicazione ambientale

Alessandra Zamagni - ENEA
Design Library, Milano 11 dicembre 2007



Gruppo di competenze LCA ed Ecodesign di ENEA

Obiettivi: Supportare e promuovere i processi di ecoinnovazione, strategici per garantire ad un tempo sostenibilità e competitività

- Identificazione e sviluppo di percorsi di ecoinnovazione di prodotto/servizio, sviluppo di specifici supporti tecnici per il trasferimento alle imprese, quali: software per facilitare l'utilizzo di strumenti complessi come l'LCA e l'ecodesign, banche dati settoriali, guide tecniche, ecc.
- Ricerca e sviluppo metodologico dello strumento di Analisi del Ciclo di Vita (LCA);
- Sviluppo di metodi e sistemi per la valutazione della sostenibilità delle nuove tecnologie fin dalle prime fasi di sviluppo delle stesse;
- Sviluppo e applicazione di metodi e strumenti di LCA per l'analisi di sistemi di gestione dei rifiuti;
- Sviluppo di procedure di certificazione adattate alle esigenze del tessuto produttivo italiano, in stretto collegamento con gli organismi di norme nazionali ed internazionali (UNI ed ISO)

Il mercato dei prodotti verdi

- Cresce fortemente la sensibilità ambientale ed il mercato degli ecoprodotto cresce più rapidamente del consumo totale (nei paesi più avanzati rappresenta il 3-4% del mercato)
- L'Europa vanta finora un vantaggio competitivo sia nel campo degli ecoprodotto che delle tecnologie ambientali
- Le aziende "attente" agli aspetti ambientali (processo e prodotto) sono tra le più innovative e di norma vantano risultati migliori

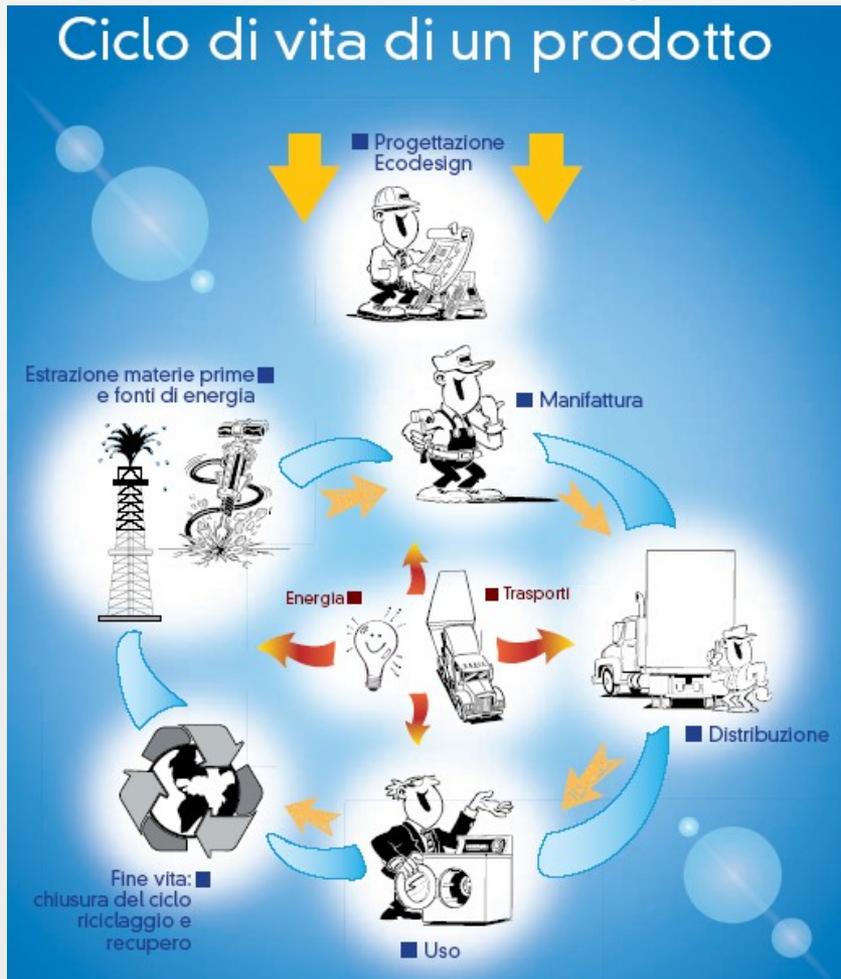
Ma...

- Numerosi sono i prodotti venduti come "verdi" ma cosa significa esattamente?
- Sono "reali" miglioramenti vantati o i consumatori non dispongono degli elementi necessari per valutarli?
- I produttori sono realmente consapevoli del percorso che li porta all'ottenimento del marchio o di fatto si traduce in una pura operazione commerciale?

Quali strumenti disponibili?

- **Approccio di ciclo di vita** : modalità per fornire informazioni ambientali attendibili, in quanto permette di tener conto di tutto il **sistema di relazioni relative al prodotto**.
 - Consente di adottare un approccio preventivo
 - Ottica di sistema
 - Evita slittamenti dei problemi da uno stadio all'altro del ciclo di vita e tra categorie di impatto
 - Consente di comprendere e gestire la complessità della filiera
 - Permette l'individuazione delle priorità di intervento
 - L'uso delle metodologie di LCA , in alcuni casi obbligatorio in altri raccomandato , in ogni caso è un elemento di qualificazione in tutti i campi dove è richiesto una valutazione della sostenibilità (scelte strategiche, progetti di ricerca e tecnologie, ecc.)

La metodologia LCA



La LCA rappresenta uno strumento per la valutazione dei carichi ambientali associati all'intero ciclo di vita di un prodotto o servizio, "dalla culla alla tomba" (Cradle-to-grave), a partire cioè dall'estrazione delle materie prime necessarie alla creazione del prodotto, la produzione, la distribuzione, l'uso e la manutenzione fino ad arrivare alla gestione del fine vita del prodotto.

Un sistema per comunicare: le etichette ecologiche

- Un valido strumento è rappresentato dalle etichette ecologiche: promuovono la domanda e l'offerta di prodotti o servizi in grado di causare minori danni all'ambiente, stimolando un processo di miglioramento continuo, attraverso la comunicazione di informazioni **verificabili**, **accurate**, **non fuorvianti** e **pertinenti**.
- Sono marchi applicati direttamente su un prodotto o un servizio e forniscono informazioni sulla sua performance ambientale complessiva o sui uno o più aspetti specifici.



Le etichette ecologiche: lo standard ISO 14020



Etichette tipo I

- Identifica prodotti di eccellenza ambientale, ovvero con ridotto impatto ambientale;
- È previsto il rispetto di limiti di performance ambientali con criteri specifici per tipologia di prodotto su emissioni, consumi di energia, ecc
- La valutazione viene fatta in base a criteri di eccellenza prefissati, considerando l'intero ciclo di vita
- Un esempio: Ecolabel europeo

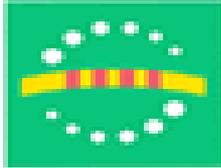
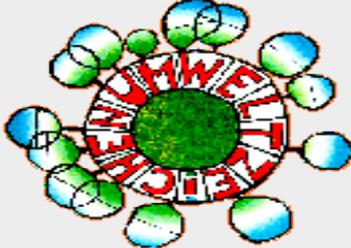
In particolare una certificazione di questo tipo è:

Credibile, dato che il programma è regolato da importanti organismi competenti, come i governi, e da tutte le parti coinvolte nel processo di definizione delle procedure di ottenimento del marchio. Inoltre, l'uso dell'etichetta ecologica è regolamentato da un organismo accreditato.

Affidabile e differenziata, poichè la certificazione assicura che i prodotti siano funzionali almeno tanto quanto prodotti simili a con impatti ambientali migliori.

Visibile, poichè l'uso del marchio sugli imballaggi facilita la scelta ai consumatori. Inoltre, le organizzazioni promuovono **campagne pubblicitarie** per i prodotti che ottengono questi tipi di etichette.

Etichette tipo I: le etichette nazionali (Europa)

 <p>• White Swan Cigno Nordico (Paesi Scandinavi)</p>	 <p>DGQA (Catalonia, Spagna)</p>	 <p>AENOR - Medio Ambiente (Spagna)</p>
 <p>Blauer Engel Angelo blu (Germania)</p>	 <p>NF Environnement (Francia)</p>	 <p>Umweltzeichen Bäume (Austria)</p>

Gruppi di prodotti/servizi etichettabili Ecolabel europeo

▪ ABBIGLIAMENTO

- Prodotti tessili
- Calzature

▪ APPARECCHIATURE ELETTRONICHE ED ELETTRODOMESTICI

- Lavastoviglie
- Lampade elettriche
- PC
- Computer portatili
- Frigoriferi
- Televisori
- Aspirapolvere
- Lavatrici
- Pompe di calore

▪ ARTICOLI PER LA CASA E IL GIARDINO

- Materassi
- Coperture dure per pavimenti

- Prodotti vernicianti per interni
- Substrati per il suolo
- Ammendanti

▪ PRODOTTI IN CARTA

- Tessuto Carta
- Carta per copie e carta grafica

▪ PRODOTTI PER LA PULIZIA

- Detergenti multiuso e per servizi sanitari
- Detersivi per piatti a mano
- Detersivi per lavastoviglie
- Detersivi per bucato
- Saponi, shampoo e balsami per capelli

▪ LUBRIFICANTI

- Lubrificanti

▪ TURISMO

- Servizio di ricettività turistica
- Servizio di campeggio

Lavori in corso su Ecolabel

Calendario

Revisione dei gruppi di prodotti

(adozione prevista)

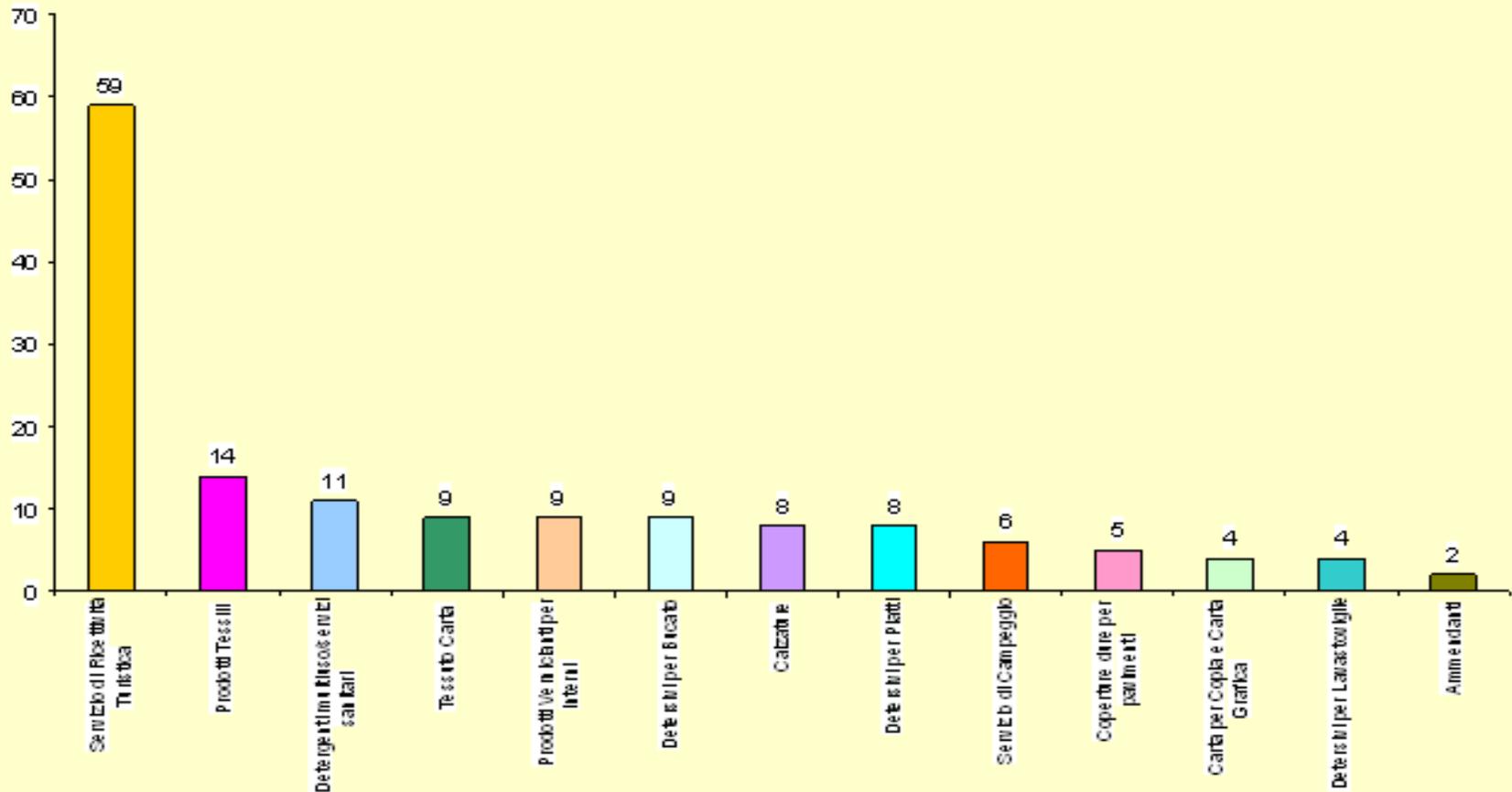
Tessuto-carta	Ancora in esame
Tessili	Fine del 2007 o primi del 2008
Materassi	Fine del 2007 o primi del 2008
Televisori	Dicembre 2007
Rivestimenti duri per pavimenti	2008/2009
Pitture e vernici per Interni	2008

Nuovi gruppi di prodotti

Pompe di calore	Aprile 2007
Mobilito In legno	Fine del 2007/primi del 2008
Materiali stampati	Ancora in esame
Rivestimenti soffici per pavimenti	2008/2009
Pitture e vernici per esterni	2008

Diffusione Ecolabel in Italia (elaborazione APAT)

ITALIA-Numero di licenze Ecolabel europeo per gruppi di prodotti (31/10/2007)





Etichette tipo II

- A utodichiarazioni del produttore non soggette a verifica di parte terza;
- Si riferiscono a singole caratteristiche ambientali del prodotto (es. riciclabilità, degradabilità, ecc.);
- In genere sono ben visibili sulla confezione del prodotto e facilmente identificabili dal produttore;
- Sono meno costose perché non necessitano di certificazione o validazione di parte terza ma le informazioni fornite debbono essere verificabili, esatte e pertinenti, per avere attendibilità da parte dei consumatori.
- Richiede un approccio ciclo di vita ma non è obbligatorio l'esecuzione di uno studio di LCA;
- Spesso criticate e mal usate, in realtà possono essere di grande utilità in casi specifici se attuate rispettando le prescrizioni normative

Non devono essere utilizzate asserzioni ambientali

vaghe o non specifiche, come "sicuro per l'ambiente", "amico dell'ambiente", "amico della terra", "non inquinante", "verde", "amico della natura" e "amico dell'ozono". Neppure asserzioni con riferimenti alla "sostenibilità".

Etichette tipo III

- sono lo strumento forse più complesso ma attualmente in forte crescita perché consente di fornire informazioni ambientali complete e basate su un approccio metodologico rigoroso
- Non ha soglie minime prestabilite per le prestazioni ambientali, né giudizi di preferibilità;
- Permette di comunicare informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alle prestazioni ambientali di prodotti e servizi;
- Deve essere sviluppata utilizzando la valutazione di ciclo di vita LCA come metodologia di identificazione e quantificazione degli impatti ambientali;
- Viene verificata e convalidata da un verificatore indipendente che garantisce la credibilità e veridicità della metodologia e delle informazioni contenute nello studio LCA.

La diffusione dei marchi ecologici (2007)

Osservatorio Certificazione Ambientale in Italia e nel mondo
(Agosto 2007)

Tipo di certificazione	Italia	Europa	Mondo
ISO 14001 (gennaio 07)¹	9.825	n.d.	129.031
EMAS (gennaio 07)²	761	5.389	-
Ecolabel (gennaio 2007)	143	398	-
EPD³	36	-	97
Marchi nazionali di tipo I più diffusi (36 programmi monitorati)	0	Blauer Angel (Germania) circa 3.600 prodotti	China Environmental Label oltre 21.000 prodotti
		Europa : circa 7.000 prodotti	Mondo: circa 40.000 prodotti

¹ Dato: <http://www.ecology.or.jp/isoworld/english/analy14k.htm>

² Dato: <http://www.ecology.or.jp/isoworld/english/analy14k.htm>

³ Dato Global EPD database: <http://www.environdec.com/page.asp?id=105&menu=2,15,0>

Le etichette: ricadute sulle imprese

- La certificazione è un percorso di valorizzazione e miglioramento dell'impresa: l'ottenimento delle etichette ambientali basate su un approccio ciclo di vita consente al produttore stesso di innescare una logica di miglioramento continuo del proprio prodotto/processo, non solo ambientale → processo di eco-innovazione
- **Possibilità per le imprese di aprirsi nuovi spazi di mercato**
 - Attuazione di acquisti verdi da parte della PA
 - La realizzazione di prodotti/servizi verdi rappresenta un elemento di differenziazione rispetto ai concorrenti
 - Accresciuta immagine delle imprese sul mercato
- Necessità di instaurare un processo di miglioramento continuo: passando da un comportamento indotto ad una prassi volontaria, come strumento di crescita dell'impresa.
- Per ridurre i costi sono necessari strumenti di valutazione di facile utilizzo, che abbraccino la logica del ciclo di vita, al fine di:
 - Individuare gli aspetti critici di un prodotto/servizio;
 - Identificare le aree di miglioramento;
 - Sviluppo di soluzioni di eco-design.

ENL'esperienza del progetto LAIPP nel settore legno arredo della regione Marche

Finalità:

- sviluppo di **soluzioni a misura delle imprese** per avviare processi di eco-innovazione di prodotti: metodologie, procedure e strumenti di facile applicazione;
- sviluppo di **strumenti di comunicazione/certificativi** su base scientifica, che consentano una **facile riconoscibilità** della qualità ambientale dei prodotti.

Alcune caratteristiche:

- Settore caratterizzato dalla proliferazione di numerosi marchi, con assenza dell'eco label → esigenza delle aziende di avere uno strumento che consentisse di comunicare le proprie performance ambientali in maniera chiara
- Aziende con diverse tipologie di prodotti e utilizzatori finali: esigenza di una comunicazione differenziata

Come abbiamo orientato la scelta delle aziende?

- È stato un percorso costruito assieme e, informatico e formativo
- Abbiamo sviluppato un nuovo sistema di certificazione, ancora in fase di test, che rispondesse alle esigenze delle aziende:
 - Non rispetto di criteri predefiniti ma ottica del miglioramento continuo
 - Approccio ciclo di vita, in quanto da loro riconosciuto come modalità ottimale non solo ai fini con univoci per una ottimizzata gestione interna
 - Manuale di facile lettura, con informazioni chiare e ottenibile con procedure più snelle
- Indispensabile è stato il supporto formativo, che ha portato allo sviluppo ulteriore di strumenti specifici il settore: software di LCA con banche dati di settore, Guide Tecniche specializzate, etc.
- Gli strumenti software che le aziende hanno utilizzato sono gratuiti e disponibili online sul sito www.ecomes.net
- Creazione di un tavolo tecnico con la pubblica amministrazione della Regione Marche sulle procedure di Green Public Procurement;
- Le aziende (cucine componibili, mobili da ufficio, cappe) si sono messe in gioco e sono andate oltre gli obiettivi del progetto: altre certificazioni conseguite
- e internalizzazione delle competenze.

La piattaforma www.ecosmes.net

- ✓ 5 lingue
- ✓ Progettato su tre livelli
- ✓ Software on-line
- ✓ Linee Guida specializzate per settore produttivo
- ✓ Corsi di formazione on-line

The screenshot displays the website interface for ecosmes.net. At the top, there is a language selection menu with options: Deutsch, Ελληνικά, English, Español, and Italiano. The main header features the 'ecosmes' logo with the tagline 'services for green products' and a 'Mapa del sito' link. A navigation bar includes links for 'Notizie', 'Eventi', 'Eco-prodotti', 'Consulenza', and 'Newsletter', along with sub-links for 'Documenti', 'Glossario', 'F.A.Q.', 'Links', and 'Contattaci'. A search bar is located below the navigation bar with a 'Cerca' button and a link to 'Ricerca avanzata'. The main content area is titled 'Benvenuti in ecosmes.net!' and includes a paragraph describing the portal's purpose for helping SMEs adopt Integrated Product Policies (IPP). Below this, there is a grid of four content blocks: 'CONCETTI & STRUMENTI DELLA IPP', 'STRUMENTI SOFTWARE SPECIALIZZATI E DATABASE', 'GUIDE TECNICHE SPECIALIZZATE PER FILIERE PRODOTTO', and 'CORSI DI FORMAZIONE'. A footer section titled 'ALTRO...' provides additional information about online solutions and access channels.

CONCETTI & STRUMENTI DELLA IPP	STRUMENTI SOFTWARE SPECIALIZZATI E DATABASE
<p>Visione generale sulle Politiche Integrate di Prodotto (IPP) e sugli strumenti che le PMI possono usare per introdurre metodi di analisi ed ecoprogettazione, strumenti di mercato ed azioni di sostegno.</p> <p>Ogni argomento è suddiviso in 4 parti: <i>Introduzione, Procedura, Standard e Regolamenti, Servizi e contatti.</i></p>	<p> Strumento per l'innovazione di prodotto ecocompatibile</p> <p> Software semplificato di Valutazione del Ciclo di Vita (LCA)</p>
GUIDE TECNICHE SPECIALIZZATE PER FILIERE PRODOTTO	CORSI DI FORMAZIONE
<p>Supporto ai processi ambientali più significativi per individuare "punti critici" e relative soluzioni, esempi di miglioramenti possibili riguardanti i seguenti settori: Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (AEE), Prodotti in legno, Lavorazioni dei metalli, Arredo urbano, Ufficio, Hotel, Tessile.</p>	<p>Pacchetti di formazione on-line per corsi introduttivi sulle tematiche e gli strumenti dell'IPP. Attraverso esempi ed esercizi i corsi aiutano a comprendere meglio i concetti della IPP ed a verificare le proprie conoscenze ambientali. I corsi attualmente disponibili sono: Corso base di LCA, eVerDE software semplificato di LCA.</p>
ALTRO...	
<p>Oltre alle soluzioni disponibili on line, vengono indicati ulteriori canali di accesso a competenze e consulenze, quali link e strumenti costruiti proprio sulle esigenze delle aziende e una galleria degli eco-prodotti.</p>	

Esperienza delle aziende ELICA - cappe



PRODOTTO SCELTO

Prodotto di medio-alto livello, in termini di qualità e prezzo; il più venduto della gamma.

Etichetta ambientale:

POEM S, DAP

MOTIVI DELLA SCELTA

- Promozione di uno specifico prodotto, per distinguerlo dagli altri della gamma;
- dimostrare chiaramente il proprio impegno nel rendere disponibile ai consumatori più sensibili alle tematiche ambientali, un prodotto che garantisca allo stesso tempo elevate caratteristiche tecnico-prestazionali;
- Assicurare la competitività attraverso la comunicazione della qualità ambientale del prodotto.

Esperienza delle aziende SCAVOLINI: cucine



PRODOTTO SCELTO

Per testare l'approccio corretto della metodologia LCA e l'applicabilità del sistema POEMS, è stato scelto un modello di cucina (target medio-alto), con una composizione *tipica*.

MOTIVI DELLA SCELTA

- La cucina è tagliata su misura sulle esigenze del consumatore, in termini di dimensioni, con posizione, prezzo e rifiniture: come definire un prodotto "standard"?
- Volontà di non promuovere un singolo "modello di cucina", ma l'intera produzione, per evidenziare che l'impegno dell'azienda per l'ambiente è completo e relativo a tutti i prodotti;
- Dimostrare che l'ambiente è una priorità dell'azienda che va a pari passo con le caratteristiche prestazionali e di qualità.

Etichetta ambientale:

POEMS

Esperienza delle aziende UPPER: mobili da ufficio

UPPER[®]
COLLEZIONI D'ARREDO PER L'UFFICIO



PRODOTTO SCELTO

Un nuovo prodotto, che non era ancora disponibile sul mercato, per un target medio-alto: elevate performance estetiche ed ergonomiche.

MOTIVI DELLA SCELTA

- Per trovare un nuovo prodotto che rappresenta una nuova linea di sviluppo per l'azienda;
- Analisi delle diverse opportunità/difficoltà rispetto all'EPD (un'altra scrivania ha ottenuto la certificazione EPD[®] con il Sistema Svedese)
- Per UPPER le etichette ambientali rappresentano una forte leva di mercato da utilizzare per distinguere tra i prodotti in relazione al target (utilizzatori e mercato).

Etichetta ambientale:

POEMS; DAP₂₃

Alcune considerazioni

- Non può esistere un'etichetta del tipo "one size fits all": diverse sono le esigenze di comunicazione, i destinatari, i mercati;
- La comparabilità non è possibile tra etichette appartenenti a diversi schemi
- **Chiarezza e approccio scientifico** sono gli aspetti chiave: occorre basarsi su strumenti di comunicazione/certificativi che abbiano base scientifica, e che consentano una facile riconoscibilità della qualità ambientale dei prodotti verdi da parte del consumatore;
- La certificazione è uno strumento che premia non solo i produttori ma anche i produttori che hanno compiuto uno sforzo d'innovazione verso la compatibilità ambientale;
- Per una larga diffusione dell'eco-innovazione di prodotto è però anche necessario che le aziende possano avere un ritorno del loro impegno in tempi relativamente brevi → semplificazione delle procedure.

Contatti

Alessandra Zamagni

e-mail:

alessandra.zamagni@bologna.enea.it



+39 051 6098 427

Siti web di riferimento :

www.laipp-eu.com

www.ecosmes.net

www.reteitalianalca.it

