

Le Politiche Integrate di Prodotto: una lettura per l'industria calzaturiera

Fabio Iraldo

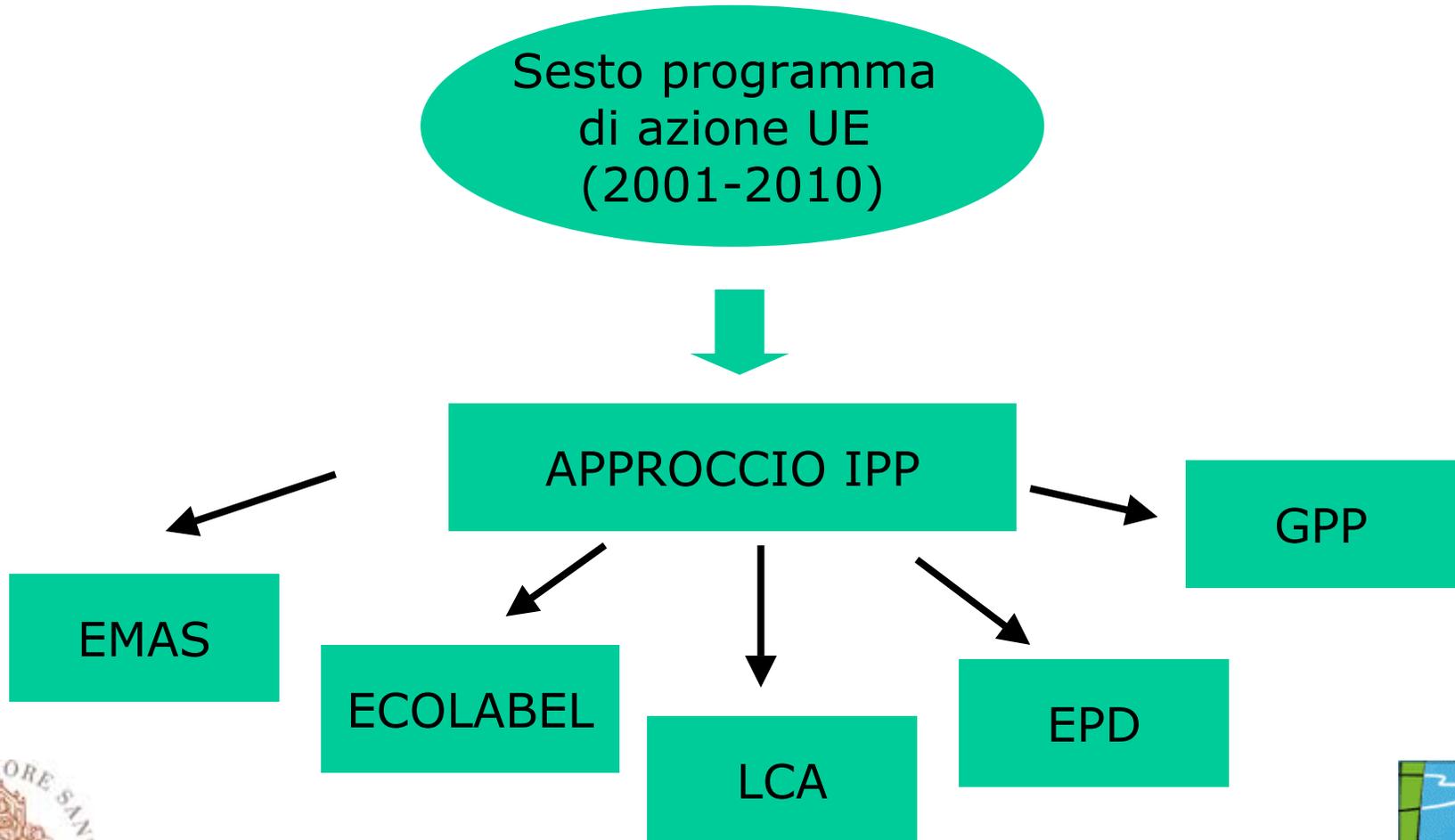
Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e
CESISP – Centro interuniversitario per lo
Sviluppo della Sostenibilità dei Prodotti



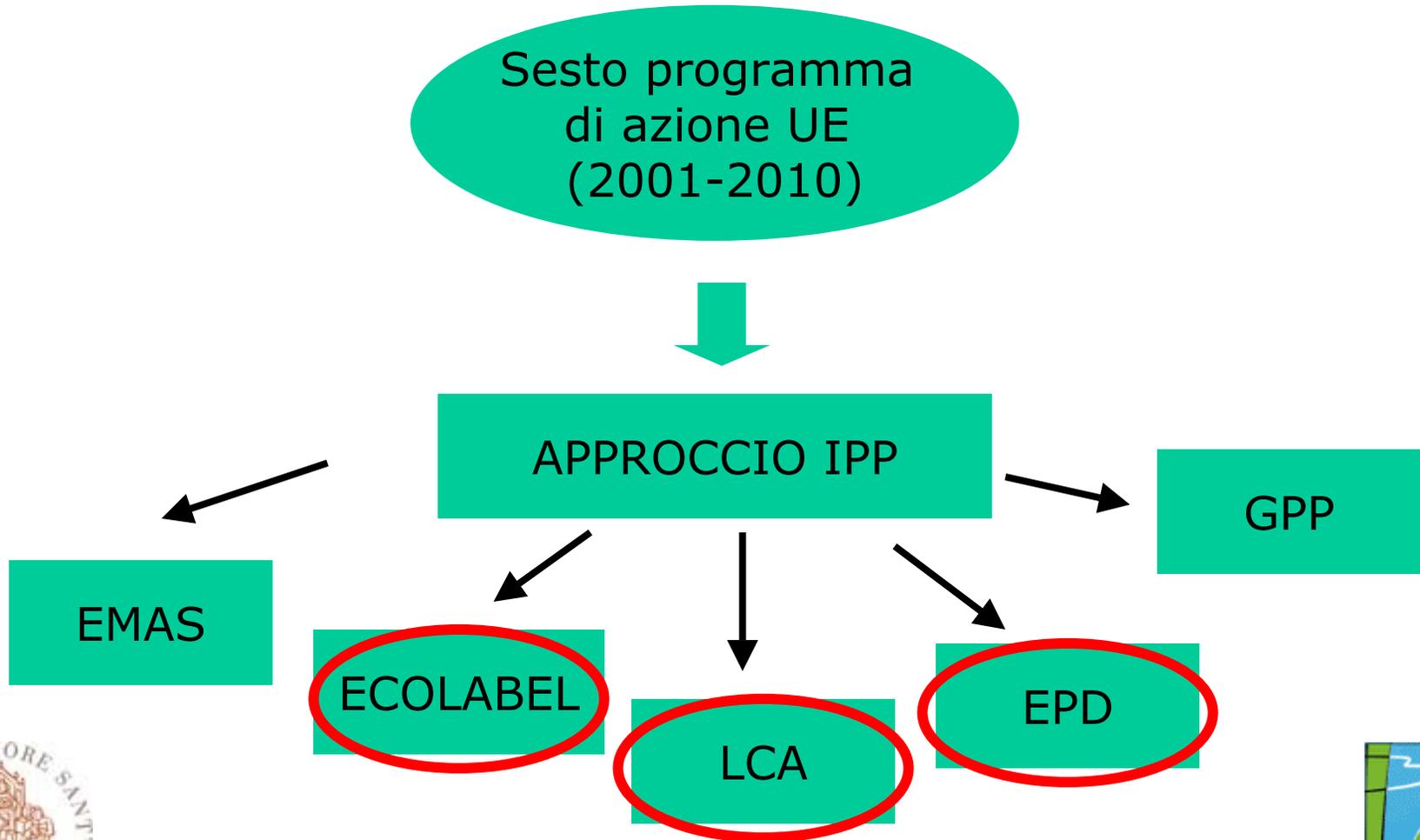
Cos'è la “Politica integrata di prodotto” o IPP?

- Termine coniato dalla Commissione Europea: non costituisce una nuova politica né un nuovo strumento, ma un approccio attraverso il quale coordinare le diverse politiche ambientali di prodotto, al fine di migliorarne l'efficacia

Quindi l'IPP è un approccio per usare un mix di strumenti innovativi, fra cui:



Concentriamoci su quelli più legati alla competitività ambientale dei prodotti:

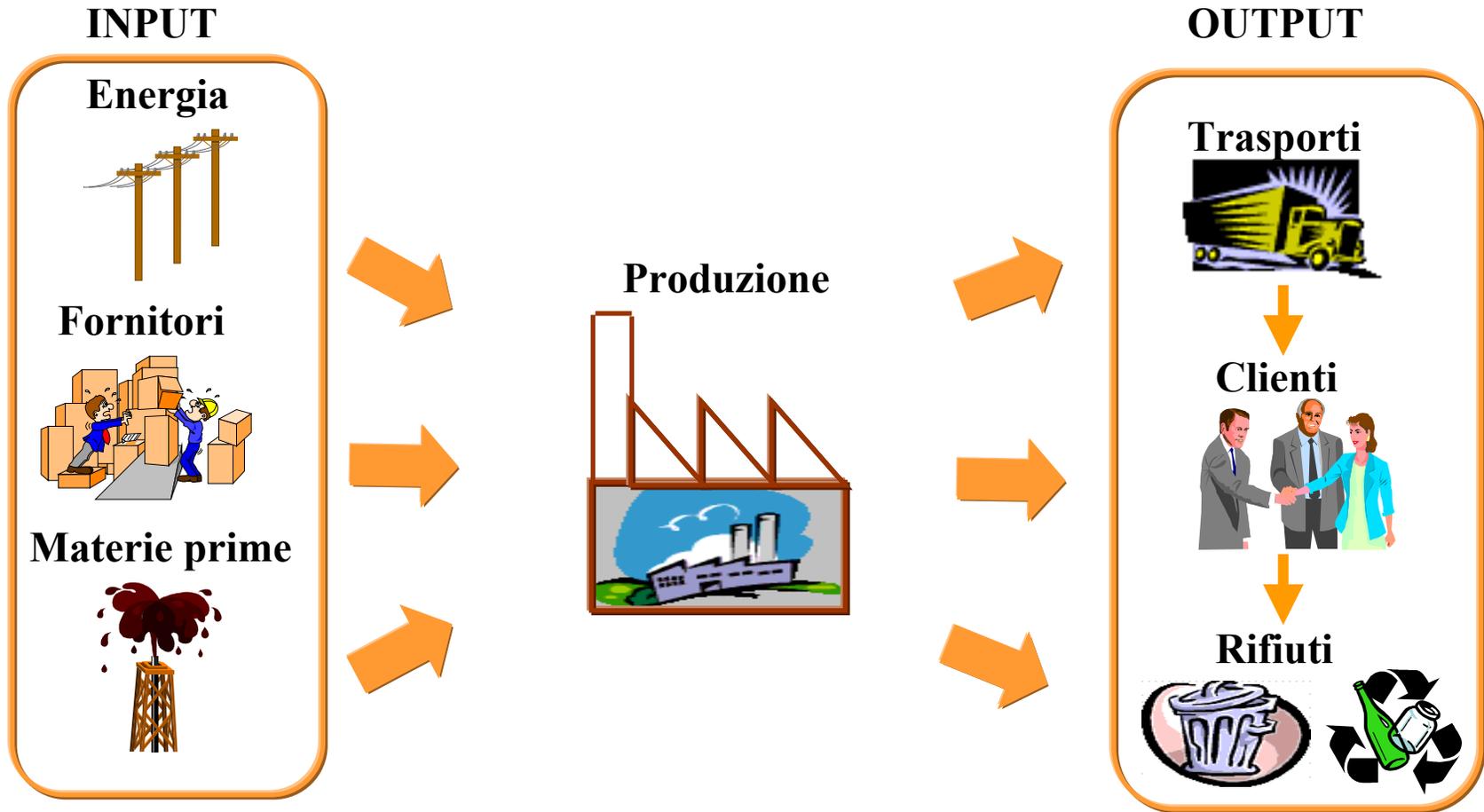


Questi strumenti nascono dalla consapevolezza
che non si può migliorare e gestire l'impatto
ambientale concentrandosi solo sulla...

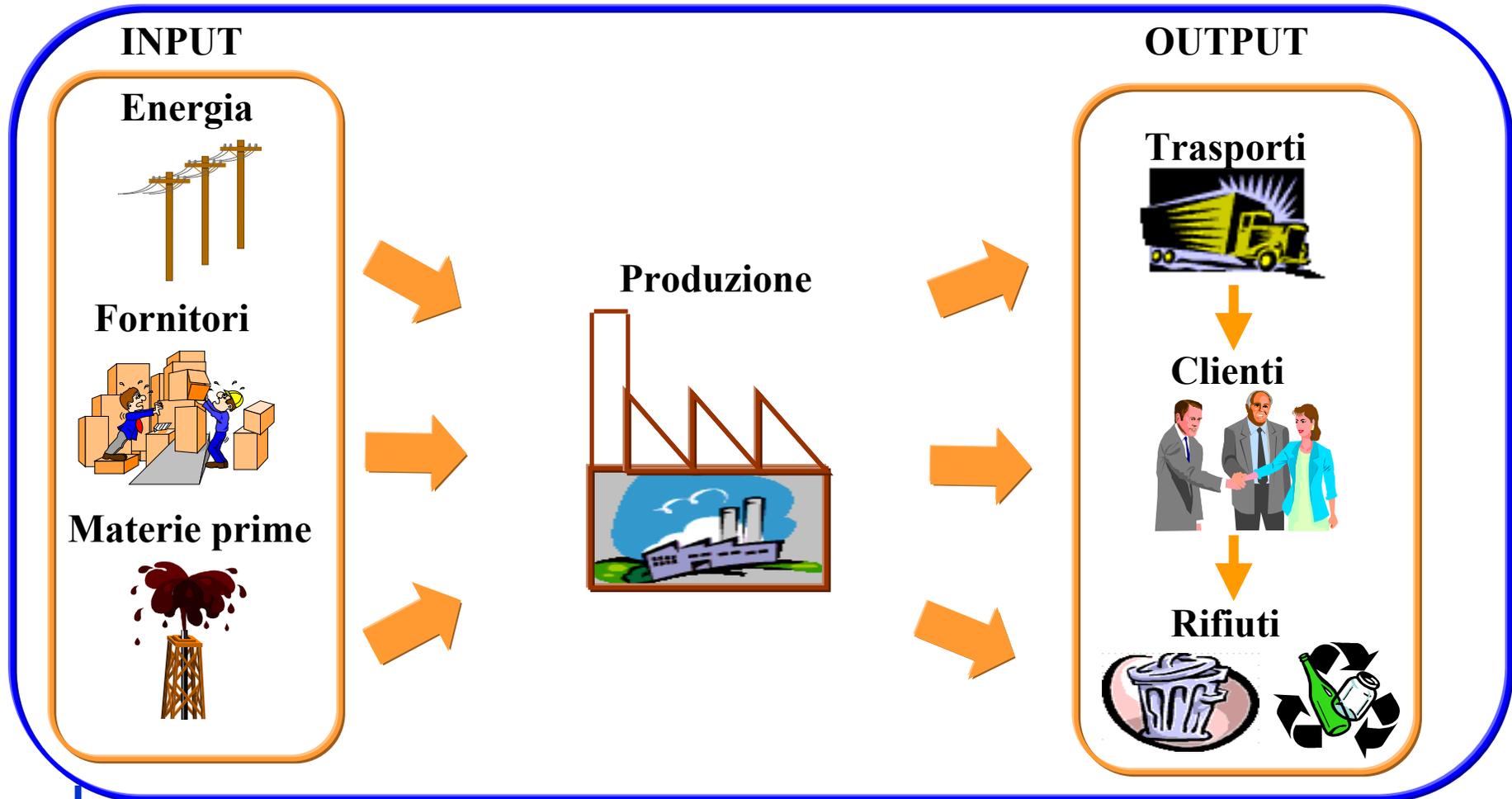
Produzione



... ma...



... ma...



...occorre considerare **TUTTO** il CICLO di VITA !

Come si può valorizzare sul mercato un prodotto “ecologico” o “sostenibile”?

Non esiste nessun prodotto (o azione di consumo) che non provochi qualche conseguenza sull’ambiente.

Ha senso parlare di prodotto ecologico o sostenibile solo in termini relativi (non assoluti).

Un prodotto ecologico rispetto a uno “tradizionale” può essere:

- un prodotto che ha seguito un processo produttivo che ha provocato un minor impatto ambientale;
- un prodotto che durante l’uso provoca un minor impatto ambientale;
- un prodotto che dura più a lungo;
- un prodotto confezionato/distribuito in modo da provocare minore impatto ambientale;
- un prodotto che provoca minor impatto ambientale dopo l’uso.



Come orientarsi?

Può essere utile adottare l'approccio del **ciclo di vita**

- Per valutare correttamente la capacità di un prodotto di offrire migliori *performance* dal punto di vista ambientale occorre considerare **TUTTI** gli impatti che esso produce nell'arco dell'intero suo ciclo di vita

Fasi del ciclo di vita

- **PRE PRODUZIONE:** progettazione e R&S, selezione e acquisto materie prime, trasporto e stoccaggio, approvvigionamento energetico, ecc.
- **PRODUZIONE:** trasformazione dei materiali, assemblaggio e finitura, gestione e organizzazione aziendale
- **DISTRIBUZIONE:** logistica e vendita del prodotto
- **CONSUMO / USO:** utilizzazione e impiego (anche come prodotto intermedio)
- **SMALTIMENTO:** gestione del fine vita, riutilizzo, recupero, riciclaggio

Un primo strumento della IPP utile a tal fine è l'LCA: Life Cycle Assessment:

“Processo oggettivo di **valutazione dei carichi ambientali** connessi con un prodotto, attraverso l'identificazione e la **quantificazione** dell'energia e dei materiali usati e dei rifiuti rilasciati nell'ambiente, per **valutarne l'impatto** e realizzare le opportunità di **miglioramento ambientale**. La valutazione include l'intero ciclo di vita del prodotto, comprendendo l'estrazione e il trattamento delle materie prime, la fabbricazione, il trasporto, la distribuzione, l'uso, la manutenzione, il riuso, il riciclo e lo smaltimento finale” (SETAC,1993).



Esistono approfondite e articolate norme ISO di riferimento (serie 14040):

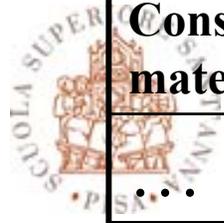
- Goal and scope definition (ISO 14041)
- Inventory Analysis (ISO 14041)
- Life Cycle Impact assessment (ISO 14042)
- Interpretation (ISO 14043)



Ma in termini pratici...

	Pre-produzione	Produzione	Distribuzione	Consumo e uso	Fine vita
Emissioni in atmosfera	<ul style="list-style-type: none"> •Co •Co2 •No_x •... 				
Scarichi idrici	<ul style="list-style-type: none"> •COD •Metali pesanti •Cloruri •Fosfati •..... 				
Rifiuti					
Consumi di energia					
Consumi di acqua					
Consumi di materie prime					
•••					

Classi di impatto ambientale: GWP, ODP, ecc.



Lo strumento LCA è oggi diffuso soprattutto fra le grandi imprese nella **progettazione dei prodotti**

- Basti pensare che più del 50% delle prime 500 aziende selezionate da Fortune già nel 2000 utilizzava LCA nella progettazione dei prodotti o nella selezione degli input produttivi (Heiskanen, 2000)

E per quanto riguarda le **PMI**?

- Forte sviluppo di strumenti operativi e metodologie per la valutazione degli impatti ambientali legati al prodotto, basati sulla logica del ciclo di vita.
- Crescente offerta sul mercato di servizi consulenziali e pacchetti informatici: Bousted, Simapro, ecc.
- Forte limite incontrato nella scarsità e incompletezza di database, con specifico riferimento a settori produttivi e filiere.

LCA e EMAS

LCA è uno strumento che può essere utilizzato nell'ambito delle certificazioni ambientali per l'identificazione e la valutazione degli *aspetti ambientali indiretti*.

L'allegato VI del Regolamento EMAS cita fra gli aspetti indiretti di un'organizzazione:

- (...)
- “questioni relative al prodotto
- (...)



LCA e EMAS: caso concreto del settore calzaturiero

Un calzaturificio lucchese registrato EMAS ha effettuato nel proprio percorso di adesione ad EMAS una LCA semplificata del proprio prodotto per la identificazione e valutazione dei propri aspetti indiretti legati alla filiera di produzione.

CARATTERISTICHE:

Unità funzionale: paio di scarpe

Fonte dei dati: primarie (questionari ai propri fornitori, banche dati)



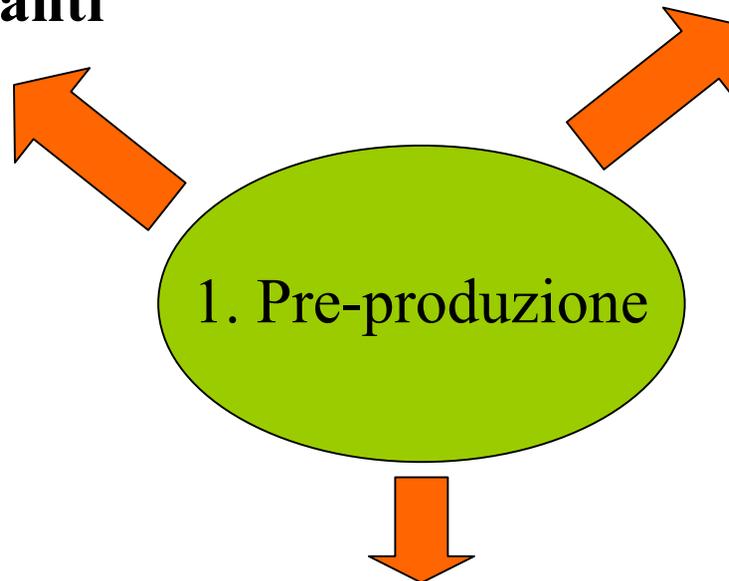
LCA e EMAS: caso concreto del settore calzaturiero

Confini: dalla pre-produzione alla distribuzione (escluso uso e fine vita, e approv. materie per pre-produzione)

Lavorazioni considerate:

Produzione collanti

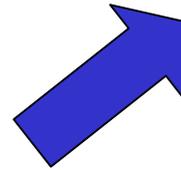
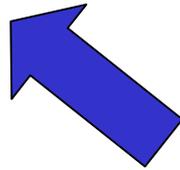
**Produzione pelli
(concerie)**



Approvvig. Materie prime (traffico indotto)

LCA e EMAS: caso concreto del settore calzaturiero

Tomaifici/trancifici



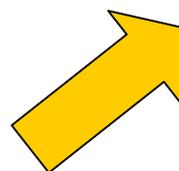
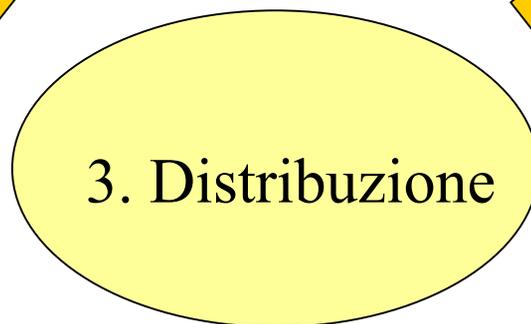
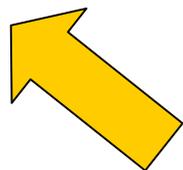
**Tacchifici,
Solettifici,
Suolifici**



Calzaturifici (assemblaggio)

LCA e EMAS: caso concreto del settore calzaturiero

Produzione imballaggi (cartone)



**Consegna
prodotti finiti
(trasporto)**

Fasi risultate a maggiore rilevanza ambientale nella filiera:

produzione pelli, produzione imballaggi

Come trasformare l'approccio della LCA in uno strumento competitivo?

Vengono in aiuto altri strumenti dell'IPP:

Etichette ambientali (norme ISO)		
	Tipo I ISO 14024	Ecolabel
	Tipo II ISO 14021	Asserzione ambientale auto-dichiarata (es.: slogan pubblicitario)
	Tipo III ISO 14025	Dichiarazione ambientale di prodotto - EPD

Ecolabel come strumento della IPP comunitaria, nato per supportare il marketing

- Creato nel 1992 con il Regolamento CE 880 che istituiva un “marchio di qualità ambientale” per i prodotti
- Nel 2000 il Regolamento CE viene revisionato ed emanato con il n. 1980
- Il logo Ecolabel:



Ecolabel UE: strumento volontario

- E' uno strumento volontario che premia i prodotti con una maggiore qualità ambientale durante il loro ciclo di vita.
- I fabbricanti non sono obbligati ad aderire all'Ecolabel, ma chi decide di richiederlo viene messo in grado di beneficiare di vantaggi competitivi, potendo avvalersi sul mercato di una certificazione emanata dalla UE.

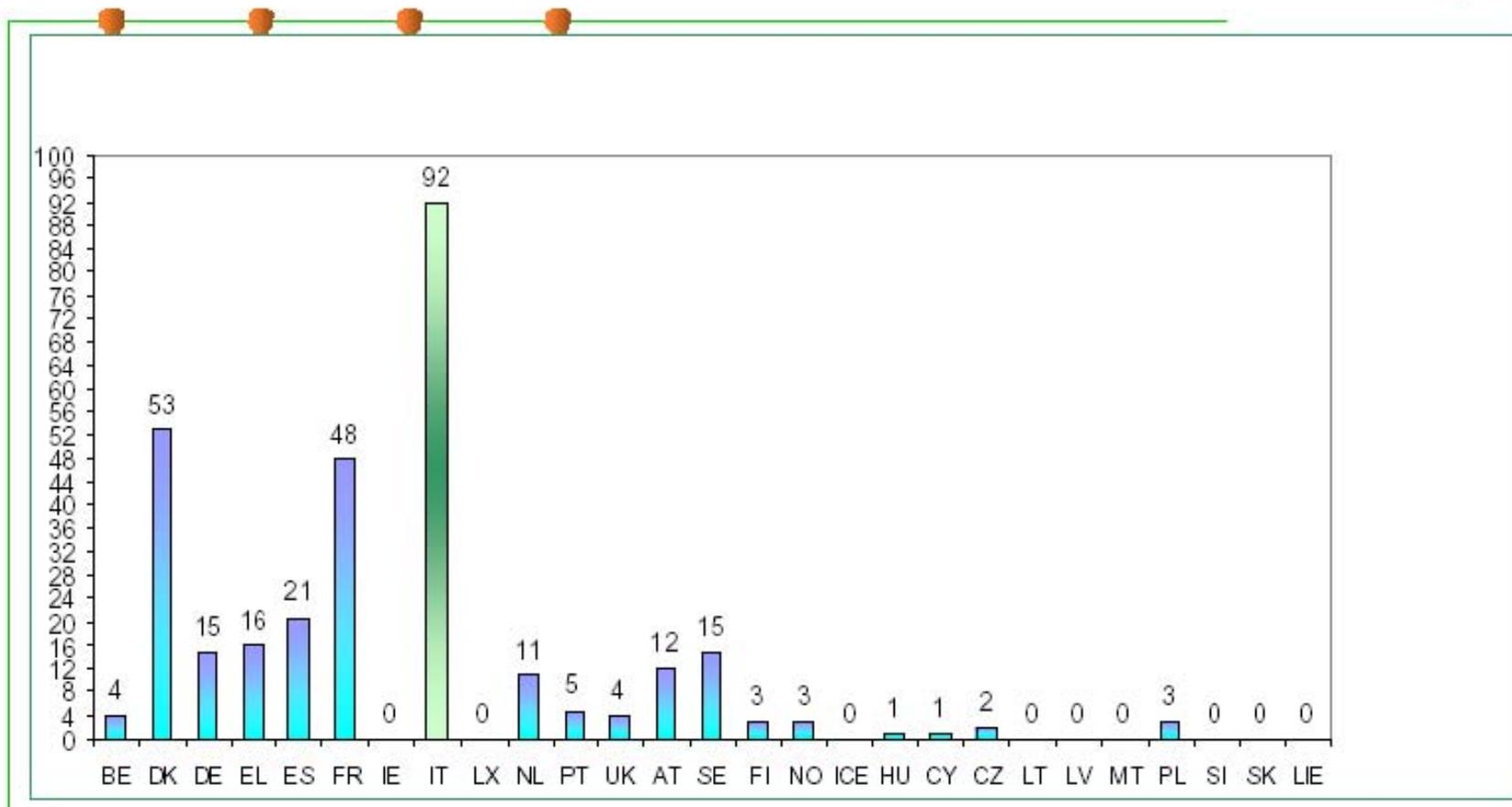
Ecolabel UE : strumento selettivo

- E' basato sui criteri tecnico - scientifici quantificati, ideati al fine di concedere l'Ecolabel al 5-30% dei prodotti disponibili sul mercato.
- L'etichetta ecologica viene concessa solo a quei prodotti che dimostrano di rispondere ai criteri definiti sulla base di un'accurata LCA sul prodotto-tipo della categoria.

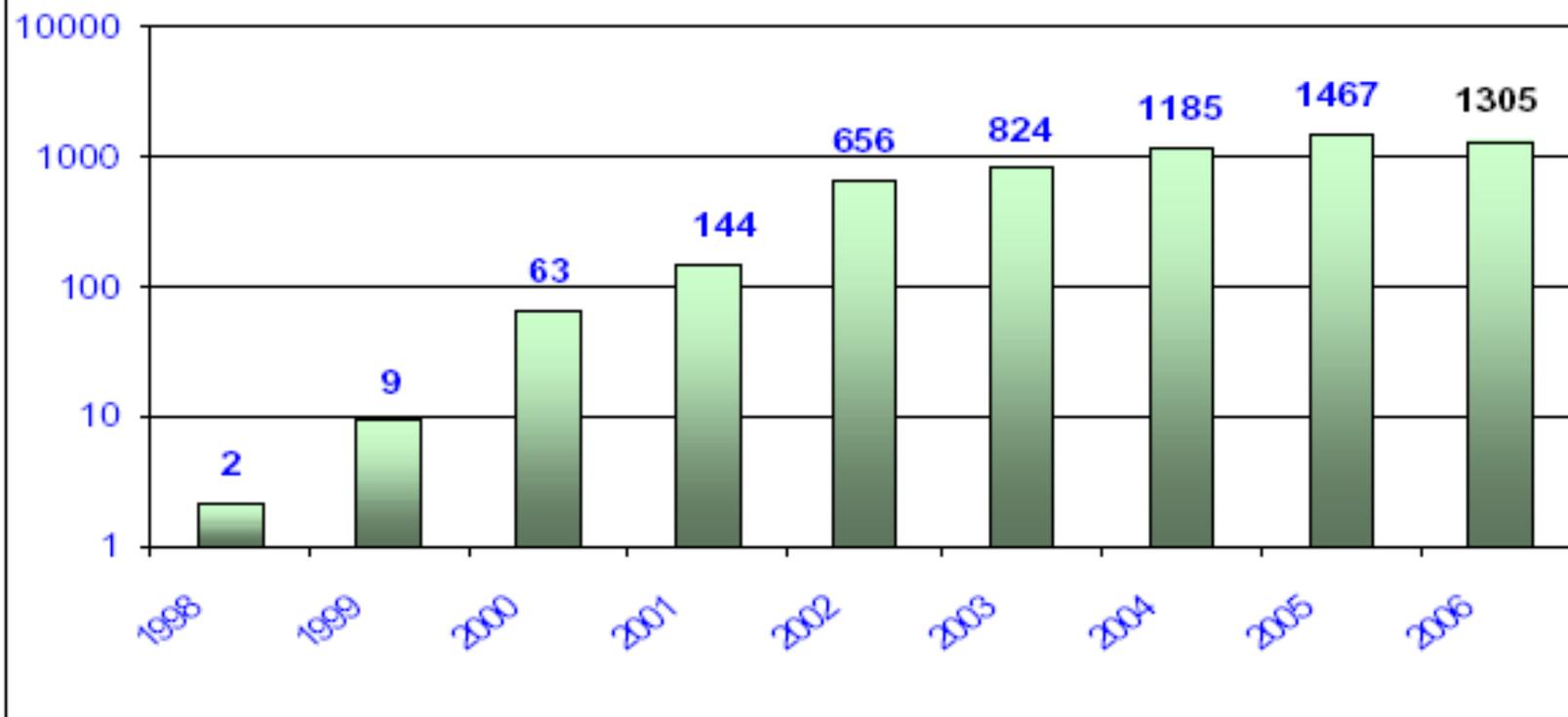
I dati: l'Ecolabel in Europa



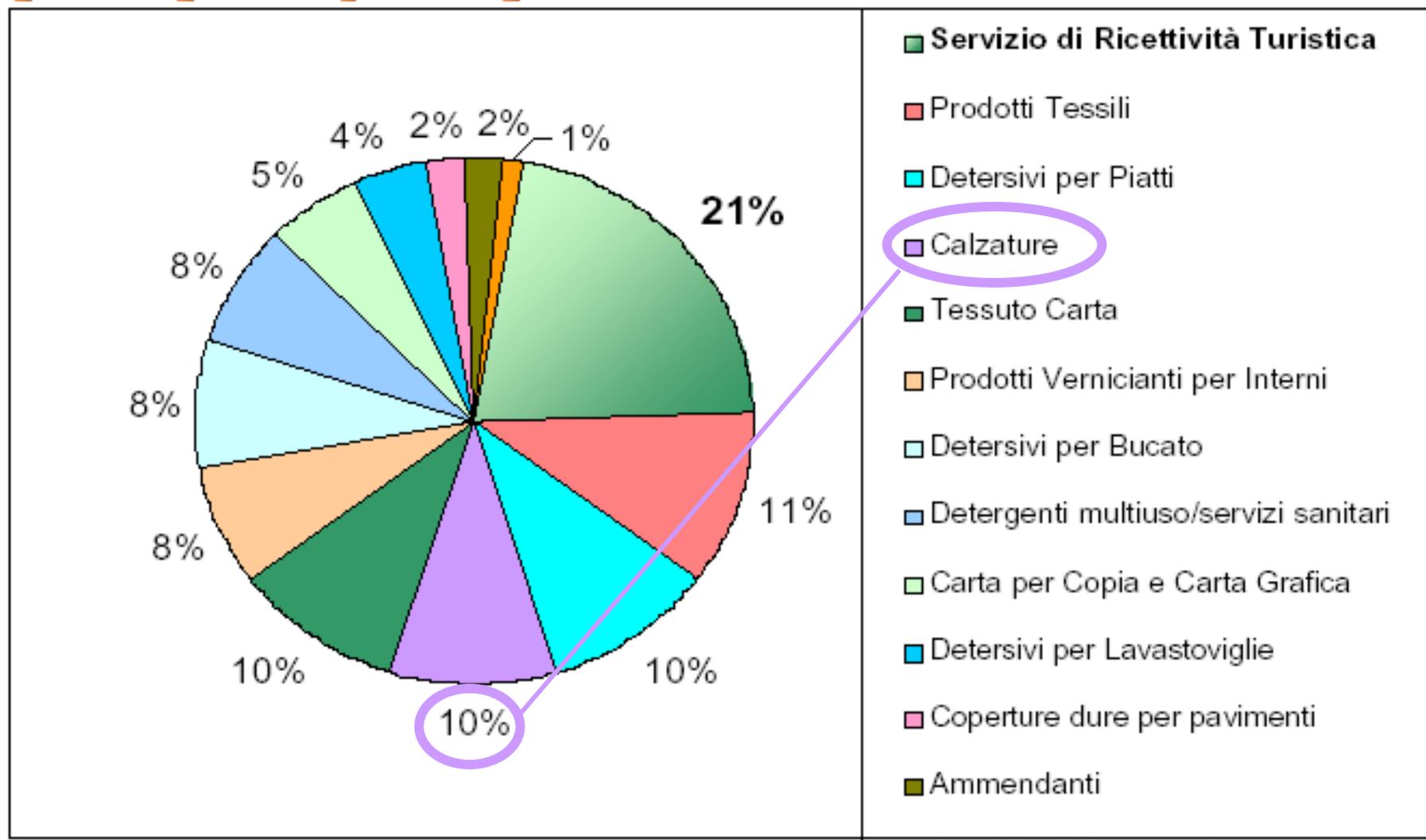
N° di licenze concesse in Europa: **309**



Evoluzione Numero di Prodotti Ecolabel



Dati aggiornati giugno 2006



Dati aggiornati giugno 2006

L'Ecolabel ha effetti sulla competitività?

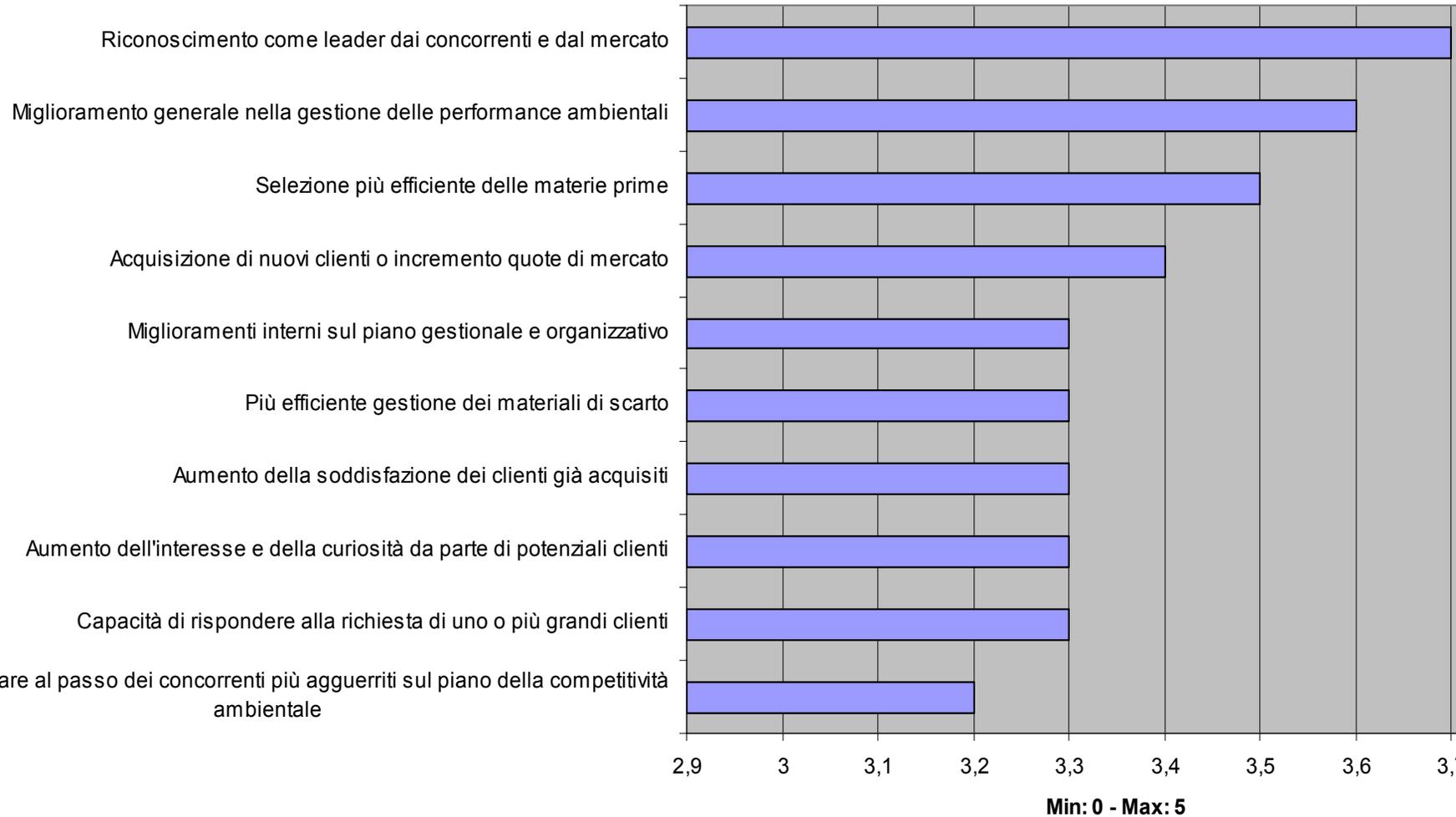
- Il **95%** delle aziende che ha l'Eco-label ha dimostrato di usarlo attivamente nelle proprie campagne di **marketing** (TV, stampa, promozione sui punti vendita, ecc.)
- L'Ecolabel produce in molti casi degli effetti concreti sulle vendite: il **53%** delle aziende certificate ha sperimentato un **aumento nelle quote di mercato**
- il **29%** di esse è stato in grado di quantificarlo in un **11.7%** annuo per il periodo di adozione dell'Ecolabel



(Indagine IEFE Bocconi su 100 aziende UE, 2006)



Più precisamente:



Le EPD: uno strumento della IPP per la comunicazione ambientale

- Marchi/dichiarazioni ambientali di Tipo III: Environmental Product Declaration (EPD - Dichiarazioni Ambientali di Prodotto), basate sulla norma ISO 14025
- Scopo della norma: fornire uno schema di riferimento per lo sviluppo di EPD certificabili
- Il logo EPD:



Le EPD sono:

- Dichiarazioni che contengono una **quantificazione** dei potenziali impatti ambientali associati al ciclo di vita di un prodotto/servizio
- Documenti che permettono di comunicare informazioni **oggettive, confrontabili e credibili** relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi.
- Le informazioni contenute nella EPD hanno carattere esclusivamente informativo, la dichiarazione **non contiene** criteri di valutazione, preferibilità o livelli minimi da rispettare

Oggettività come requisito essenziale

- La EPD **deve** essere sviluppata utilizzando la Valutazione del Ciclo di Vita (LCA) come metodologia per l'identificazione e la quantificazione degli impatti ambientali.
- L'applicazione della metodologia LCA deve essere in accordo con quanto previsto dalle norme della serie ISO 14040

1) PCR

- Nella PCR sono definiti i criteri di appartenenza di un prodotto o di un servizio a un determinato gruppo e per quest'ultimo si fissano i parametri utili a rendere confrontabili le EPD dei prodotti funzionalmente equivalenti compresi nel gruppo
- Ad ogni gruppo di prodotti corrisponde un'unica PCR alla quale le organizzazioni interessate devono fare riferimento per lo sviluppo della propria EPD
- Nella PCR vengono definiti: i parametri tecnici e funzionali del gruppo; il campo di applicazione dello studio LCA; gli aspetti ambientali specifici rilevanti per quel gruppo

2) Studio LCA

- La prestazione ambientale di un prodotto deve essere descritta sulla base di uno studio di Valutazione del Ciclo di Vita (LCA), condotto in conformità a quanto previsto dalle norme ISO 14040, 14041, 14042 e 14043.
- Nell'esecuzione dello studio è necessario tenere in considerazione anche i requisiti posti nella PCR di riferimento per il prodotto. Altre eventuali PCR relative a gruppi di prodotto che rappresentino dei sottosistemi del sistema principale studiato dovranno essere considerate

3) EPD

- E' la raccolta di dati ambientali utili a quantificare, in base a categorie di impatto potenziale predefinite, la prestazione ambientale di un prodotto.
- La dichiarazione della prestazione ambientale deve contenere informazioni sulle risorse usate, le emissioni di inquinanti e i potenziali impatti ambientali associati e i rifiuti generati.
- Possono essere incluse informazioni aggiuntive, fornite dall'organizzazione, rilevanti per la prestazione ambientale del prodotto

Schema di convalida



Quali sono i vantaggi dell'EPD?

- Capacità informativa (completezza dei parametri)
- garanzia e fondatezza scientifica (utilizzo della LCA e convalida della EPD)
- confrontabilità (basi comuni della PCR)
- possibilità di destinarla a diversi soggetti (B2B, B2C,...)
- sinteticità (può essere allegata al prodotto)

Sistema EPD: la situazione attuale

- Nato in Svezia, è oggi diffuso a livello mondiale e annovera prodotti in molti Paesi europei (Svezia, Italia, Francia, Danimarca, Belgio, Polonia, Repubblica Ceca...) e non (Giappone, Corea del sud).
- A fine 2006 i prodotti dotati di una certificazione EPD risultavano essere 118.
- Dal sistema non sono escluse le piccole imprese più innovative, le cui esperienze dimostrano come questo strumento sia così flessibile da potersi adattare alle esigenze di sintesi delle informazioni ambientali, semplificazione dei tecnicismi e promozione dell'immagine "ecologica" dell'impresa, tipiche delle minori dimensioni produttive e dei settori più tradizionali.

Alcune esperienze in Italia:



Tetra Pak A3/Speed



Ma quanto le aziende comunicano sui temi ambientali verso il mercato finale?

- Nel 2002 indagine IEFE Bocconi su comunicazione ambientale nella pubblicità: campione d'indagine costruito su **18 mesi** di uscite dei primi **3** quotidiani, dei primi **5** settimanali (generalisti) e dei primi **10** mensili per diffusione in Italia
- **6568** messaggi pubblicitari identificati e presi in esame
- Il **7%** dei messaggi analizzati ha un contenuto “ecologico” e manifesta l'intenzione dell'azienda di puntare sul cosiddetto *green marketing*

Grazie per l'attenzione.

f.iraldo@sssup.it

