



Tra auspici e realtà.
pratiche esistenti
e nuove opportunità
di competitività

Report

Promossa e realizzata da



Walter Sancassiani
Loris Manicardi

Con il sostegno di:

Comune di Fiorano Modenese

Confindustria Ceramica

Cerform

settembre 2011

Indice

Introduzione

1° parte.

Contesto e obiettivi dell'indagine

Modalità e aree di indagine

I partecipanti alla 1° edizione 2011

2° parte – I risultati

1. Il campione: dimensione delle aziende e settori di riferimento
2. Green Production – Tecnologie
3. Green Product – Innovazione green di prodotto
4. Green Business – Commercio
5. Green Management – Gestione/procedure
6. Investimenti green
7. Motivazioni
8. Benefici – vantaggi ottenuti
9. Prospettive in ottica green economy
10. Fattori e condizioni

Conclusioni

Riferimenti

Introduzione

La Green Economy può aiutare e rafforzare il distretto ceramico? Potenzialmente sì ma è una risposta non scontata. La crisi economico-sociale in corso dell'economia regionale e locale obbliga/stimola a ripensare gli attuali modelli di produzione, gestione, consumo, le modalità di utilizzo del territorio, applicando in modo più integrato e diffuso criteri di qualità ambientale e sociale, sia nelle scelte strategiche di politiche di sviluppo duraturo e di qualità, che in quelle operative, con nuovi strumenti e approcci trasversali.

Da un lato, risulta urgente ridurre gli impatti ambientali e sociali, in modo da limitare i costi legati alle compensazioni e alla gestione di situazioni di emergenza; dall'altro, è opportuno dirottare in modo più efficiente risorse, competenze e saperi su nuovi settori che possono rendere le imprese locali più competitive nel tempo sul mercato internazionale, e che possono rendere il territorio maggiormente sostenibile e attraente.

La "Green Economy", dalle molteplici declinazioni e interpretazioni, può potenzialmente rappresentare un volano di cambiamento e di nuove opportunità commerciali, ambientali e sociali per molti distretti regionali in crisi. In un contesto di necessità e di sempre maggiore consapevolezza, da più parti cresce gradualmente l'offerta e la domanda di green economy: dall'efficienza energetica alle energie rinnovabili, dalla mobilità alla gestione sostenibile dei rifiuti, dall'agricoltura qualitativa alla gestione delle acque, dalla bio-edilizia a prodotti alimentari di "filiera corta", a network sociali "green", a stili di vita in generale più sostenibili non solo per questioni di austerità.

Nel merito, la Green Economy si caratterizza per l'offerta di prodotti e servizi a impatto ambientale ridotto (green business), ma anche per processi produttivi con tecnologie eco-efficienti - (green production); deve necessariamente contemplare nuove modalità di spostamento di persone e merci (logistica Green); favorisce lo sviluppo di nuove idee di prodotti e servizi per i distretti industriali, anche attraverso la costituzione di Reti e filiere industriali green; consente l'aggiornamento delle professioni e stimola nuove competenze creando nuovi sbocchi di lavoro.

Rispetto a queste sfide ed auspici, servono anche dati su cosa fanno e pensano le imprese del distretto. Per questa esigenza, nasce questa prima, sebbene succinta, rapida ricognizione aggiornata sul profilo "green" riguardante il distretto ceramico, descritto nelle pagine seguenti, come contributo a sviluppare risposte più precise alla domanda di partenza su green economy e distretto ceramico.

Obiettivi dell'indagine

- Mappare esperienze già esistenti orientate alle green economy nel distretto ceramico presso un gruppo di imprese del settore ceramico;
- Individuare i punti di forza green del settore;
- Individuare i punti di debolezza e ostacoli;
- Rilevare i benefici ottenuti e le motivazioni viste dalle imprese,
- Fare emergere le opportunità e condizioni necessarie per un rilancio Green del settore.
- Fornire in generale un quadro aggiornato di informazioni e dati di supporto a vari stakeholder pubblici e d'impresa, come contributo allo sviluppo di interventi di cambiamento e innovazione territoriale.

Modalità e aree di indagine

L'indagine è stata promossa e realizzata in appena 2 mesi effettivi, promossa nel mese di luglio e presentata ad inizio ottobre.

La rilevazione, per motivi di risorse e tempi, e di sostenibilità complessiva, è stata svolta mediante un questionario on-line (web survey) all'interno del sito web del Festival Green Economy di Distretto, accessibile ad ogni impresa interessata, quindi con un campione auto-selezionato dalle stesse imprese partecipanti.

La promozione dell'indagine presso le imprese locali è stata svolta tramite i canali informativi di Confindustria Ceramica, Acimac, Cerform.

Le aree di indagine sono state le seguenti:

- Green Production
- Green Product
- Green Business
- Green Management
- Investimenti pro "green"
- Motivazioni
- Benefici - vantaggi ottenuti
- Prospettive in ottica green economy
- Condizioni

Le imprese partecipanti

ASCOT	LITOGROUP
BMR	MAJORCA
CAESAR	MARCA CORONA 1741
CASALGRANDE PADANA	METCO
CCV CERAMICHE CASTELVETRO	NOVABELL
CLIMATICA	PANARIA
COEM	RICCHETTI
COLOROBBIA	REFIN
COTTODESTE	SACMI FORNI
ELLE CERAMICA	SANT'AGOSTINO
EMIL CERAMICA	SAVOIA ITALIA
FINCIBEC	SCR
FLORIM	SERTAM
FRATELLI COTTAFAVA	SITI B&T
GAMMADUE	SYSTEM PHOTONICS
GRUPPO CONCORDE	TCK
INCOLOURS	TORRECID
KEOPE	TREND GROUP
LAMINAM	

2° parte

1. Il Campione: dimensione delle aziende e settori produttivi di riferimento

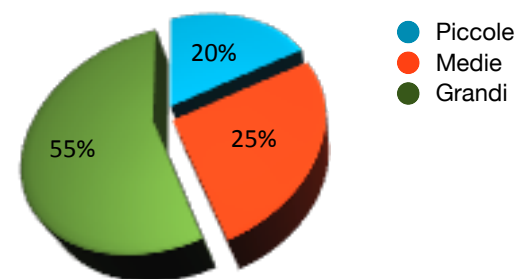
Tipologia di imprese

Per quanto riguarda il campione hanno risposto all'indagine, svolta nei due mesi tra luglio e metà settembre, complessivamente 40 imprese che hanno volontariamente partecipato all'indagine on-line, nonostante non sia scontato il numero considerata la prima edizione, il periodo di tempo, la modalità web-survey e soprattutto il fatto di essere un tema ancora nuovo e complesso.

E' comunque evidente la necessità di considerare le questioni aperte in termini di rappresentatività rispetto al numero potenzialmente interessato di imprese,.

Il campione analizzato è stato suddiviso sulla base delle dimensioni delle imprese partecipanti all'indagine, al fine di verificarne la corrispondenza con le classi dimensionali che costituiscono l'universo di riferimento del settore.

Dimensione delle Aziende



Più della metà (55%) delle aziende rispondenti, pari a 18, è costituito da grandi imprese, aventi cioè più di 250 dipendenti; il 25% del campione (10 aziende) è rappresentato da medie imprese (tra 50 e 250 dipendenti), mentre il restante 20% (8 aziende) è costituito da piccole imprese (meno di 50 dipendenti).

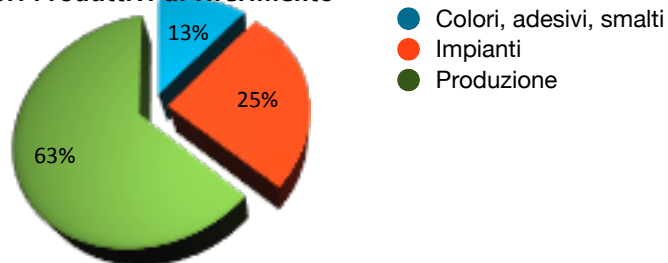
Settori Produttivi

Per quanto riguarda i settori produttivi di riferimento, 25 aziende, pari al 63% del campione, fanno parte della categoria dei produttori di piastrelle in ceramica.

il settore dei produttori di impianti per l'industria ceramica rappresenta, con 10 aziende, il 25% dei rispondenti, mentre il 13% (5 imprese) è costituito da aziende riconducibili alla produzione e commercializzazione di colori, smalti e adesivi per l'edilizia.

La struttura del campione suddiviso sulla base dei settori produttivi è abbastanza coerente con quello che è il panorama del Distretto ceramico, dove dominano nettamente i produttori di materiale ceramico, seguiti dai produttori di impianti e di altri materiali necessari alla produzione e al completamento della filiera.

Settori Produttivi di riferimento



Per quanto riguarda l'analisi separata delle classi dimensionali, non si è proceduto in tal senso, vista la dimensione ridotta del campione, ma si è preferito procedere all'analisi del campione aggregato.

Agendo in questo modo, si ha il vantaggio di avere una visione più globale e maggiormente avulsa da errori dovuti alla scarsità campionaria, ma si deve sottolineare il fatto che la mancata suddivisione del campione crea una equiparazione tra piccole, medie e grandi aziende, comportando una significativa approssimazione.

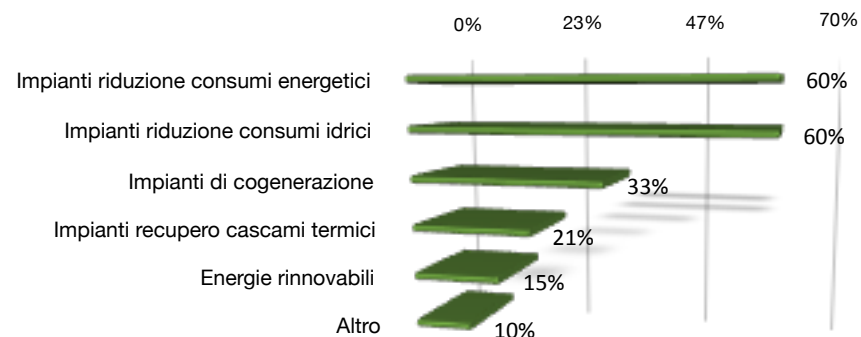
2. Green Production – Tecnologie

L'obiettivo di questa parte dell'indagine è stato quello di sondare quali tecnologie vengono maggiormente utilizzate a livello impiantistico per ridurre l'impatto che l'impresa agisce sull'ambiente locale.

Come emerge anche da diversi studi e pubblicazioni sul Distretto, le imprese del settore sono sufficientemente impegnate nella riduzione degli impatti derivanti dalla fase produttiva, che ha un impatto diretto su un territorio limitato e intensamente industrializzato.

Ciò che emerge è che le tecnologie adottate hanno per lo più l'obiettivo di ridurre gli input energetici e idrici del ciclo produttivo: infatti, il 60% delle aziende rispondenti dichiara di utilizzare impianti di produzione che riducono i consumi energetici; la medesima percentuale dichiara di utilizzare impianti che riducono i consumi idrici.

Soluzioni di Green Production utilizzate dalle aziende



Tali soluzioni, che riguardano quasi un terzo del campione, sono così ampiamente diffuse da un lato per la valenza economica che un risparmio di energia ed acqua comporta a livello aziendale, in particolar modo in un settore produttivo altamente energivoro ed idricamente dispendioso, dall'altro sicuramente per un fattore culturale ampiamente diffuso nell'imprenditoria locale.

Per quanto riguarda le altre soluzioni di green production, il 33% del campione possiede impianti produttivi che lavorano in cogenerazione, che producono cioè energia elettrica e calore in modo combinato. Anche questo dato dimostra, con una percentuale notevole, un discreto interesse verso formule alternative di

riutilizzo di cascami termici degli impianti produttivi, aventi un elevato valore di risparmio economico nel lungo periodo.

A seguire, il 21% dei rispondenti riutilizza i cascami termici degli atomizzatori al fine di alimentare i sistemi produttivi e il 15% utilizza energie rinnovabili per la produzione di energia elettrica o calore. La bassa diffusione di tali soluzioni è legata, per il riutilizzo dei cascami termici, alla difficoltà delle soluzioni impiantistiche, che talvolta hanno scarsa efficacia in termini di risparmio quantitativo, mentre per le energie rinnovabili, all'onerosità degli investimenti iniziali.

Diffusione delle misure di Green Production



Una consistente porzione dei rispondenti (10%), infine, dichiara di utilizzare tecnologie che non rientrano negli insiemi sopra elencati, come ad esempio il recupero di calore anche da forni ed essiccatoi per il riscaldamento degli ambienti e il recupero di calore dall'autocombustione dell'impasto.

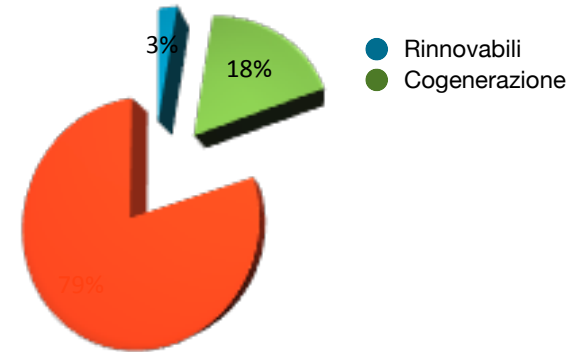
La diffusione di sistemi "non convenzionali" di risparmio di risorse ed energia è sicuramente un fattore positivo a livello di Distretto, che rispecchia la ricerca delle metodologie di ottimizzazione e risparmio che meglio si adattano alla realtà aziendale.

Per quanto riguarda la diffusione tra le aziende delle misure sopra elencate, l'85% dei rispondenti, dichiara di utilizzare almeno una soluzione per ridurre l'impatto a livello di produzione; il restante 15%, invece, non adotta nessuna soluzione in questo senso.

Questo dato è assai rilevante, e testimonia il significativo impegno che le aziende del settore pongono nei confronti dell'ottimizzazione del ciclo produttivo, di per sé altamente impattante dal punto di vista del consumo di acqua, energia e materie prime.

In particolare, il 20% dichiara di adottare 1 misura di quelle precedentemente elencate, mentre il 65% adotta almeno 2 soluzioni: ciò testimonia che l'impegno in questo senso non è solo marginale ma interessa una parte significativa del ciclo produttivo all'interno dell'azienda.

Energie rinnovabili e cogenerazione



Ritornando alla produzione di energia, sono stati rilevati i valori di produzione totale attraverso le tecnologie coerenti con la Strategia europea 20-20-20, come la cogenerazione e le energie rinnovabili.

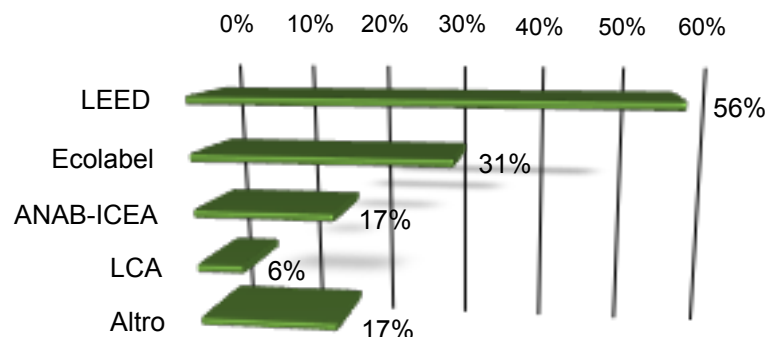
Come risultato si riporta che in media il 21% dell'energia viene prodotta attraverso queste tecnologie dal 42% delle aziende del campione, di cui ben il 18% attraverso la cogenerazione.

3. Green Product – Innovazione green di prodotto

La presente sezione ha l'obiettivo di valutare l'importanza della fabbricazione di prodotti aventi determinate caratteristiche di eco-sostenibilità, che possono consentire alle imprese di avere un vantaggio competitivo green sui mercati e che possono conferire all'azienda un miglioramento dell'immagine complessiva.

Più della metà delle imprese rispondenti (il 56%) dichiara di produrre alcune linee di prodotti in conformità con criteri dello standard LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), standard internazionale che certifica gli edifici secondo i criteri di edilizia sostenibile (green building): più precisamente si può dire che tali prodotti siano "LEED compliant" in funzione delle percentuali di recupero di scarti nel prodotto. Dalle risposte emerge come il nuovo focus d'attenzione sul legame prodotto ceramico "green" per l'edilizia sostenibile sia testimonianza della grande rilevanza che tale standard internazionale riveste per le imprese del settore ceramico.

Utilizzo delle certificazioni ambientali di prodotto



Per quanto riguarda la percentuale di prodotti certificati sul totale della produzione, le aziende che dichiarano di avere almeno un prodotto LEED compliant, hanno in media il 44% dei propri prodotti interessati da questa certificazione.

Più di un terzo delle aziende intervistate (il 31%), inoltre, dichiara di produrre almeno una linea di prodotti conformi al Regolamento europeo Ecolabel, un marchio europeo che distingue i prodotti che rispettano determinati criteri ambientali nelle varie fasi del ciclo di vita. Queste aziende hanno, mediamente, il 45% dei loro prodotti certificati secondo il Reg. UE Ecolabel.

Il motivo della minore diffusione di questa certificazione può risiedere nella difficoltà di raggiungere gli obiettivi fissati dal marchio, che risultava anche, fino a pochi mesi fa, significativamente dispendioso dal punto di vista economico. Un altro motivo può essere legato al fatto che, ferma restando l'importanza e il prestigio connessi all'Ecolabel, LEED ha valenza mondiale e fa riferimento specificatamente al settore edile, specie nei mercati del residenziale dove il fattore green/sostenibilità costituisce un valore aggiunto per i progettisti e investitori immobiliari.

In termini quantitativi, sono 29 i marchi commerciali ad avere la certificazione Eco-label UE e 38 le aziende che sono socie del Green Building Council Italia (GBC) e che usano prodotti conformi con criteri LEED.

Un altro strumento di certificazione di prodotto è dato da Anab-Icea, un marchio a livello nazionale che certifica i materiali coerenti con i criteri della bioedilizia. Il 17% delle aziende intervistate dichiara di avere almeno un prodotto interessato dal marchio.

Solo il 6% delle aziende, infine, dichiara di effettuare l'analisi del ciclo di vita (LCA, Life Cycle Assessment) su almeno un prodotto, uno strumento di analisi complesso ma essenziale per valutare gli effettivi impatti ambientali lungo le varie fasi di vita.

La scarsa diffusione di questi ultimi due strumenti sta, per il primo, per la valenza esclusivamente internazionale che riveste, mentre per il secondo nel fatto che presuppone degli studi approfonditi e impegnativi su tutti gli impatti che il prodotto crea "dalla culla alla tomba".

Diffusione delle misure di certificazione green di prodotto



Anche in questo caso è da segnalare la grande rilevanza che riveste la categoria "altro", che raccoglie il 17% delle aziende intervistate: le soluzioni adottate nel campo del green product rientrano soprattutto nella categoria dell' EPD (Environmental Product Declaration): sono certificazioni fornite da un ente

indipendente in merito a dichiarazioni ambientali fornite in riferimento ad un certo prodotto.

Si cita, nella presente indagine, la certificazione di contenuto materiale riciclato nell'impasto, posseduta da diverse aziende. Un altro esempio di certificazione che non rientra nelle precedentemente elencate è Breeam, un marchio di origine inglese, che certifica i prodotti secondo i criteri della bio-edilizia, alla stregua del LEED.

Un altro aspetto della produzione green è quello legato al trasporto dei materiali prodotti, in particolare all'utilizzo di materiali come i pallet e imballaggi certificati PEFC e FSC (Forestry Stewardship Council), che cioè provengono da legno da alberi coltivati secondo metodi sostenibili.

In generale, il 17% delle imprese rispondenti, dichiarano di avere almeno in parte imballaggi o pallet certificati secondo gli standard sopra citati con una media di prodotti interessati dai marchi pari al 29%, anche se le percentuali sono molto diverse tra le varie aziende.

4. Green Business – Commercio

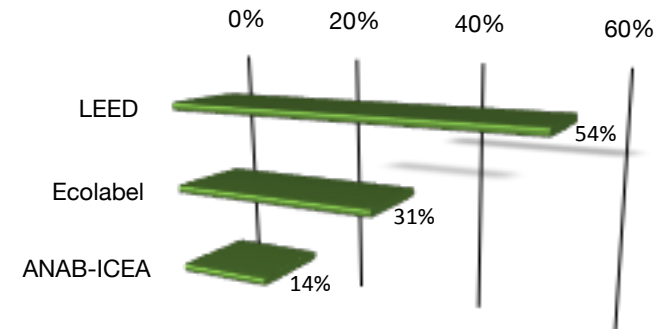
Questa sezione si propone di riportare una panoramica in merito alla diffusione dei principali strumenti di certificazione green di prodotto che le aziende del Distretto utilizzano a livello commerciale. In sostanza si è valutato il numero di imprese che possiedono a catalogo o commercializzano prodotti certificati secondo standard/marchi ambientali.

L'innovazione green di prodotto, come detto, può essere un fondamentale strumento di competitività per le imprese del settore ceramico, le quali molto spesso si trovano ad esportare in mercati internazionali in cui il profilo green di prodotto può costituire un importante leva competitiva.

L'obiettivo di questa parte è anche quello di individuare quali sono gli strumenti che le aziende utilizzano al fine di verificare, dimostrare e comunicare il fatto che i prodotti (piastrelle in ceramica, impianti, colori, smalti, adesivi, ecc.) sono, secondo determinati standard e criteri normativi o tecnici, eco-compatibili.

Si nota innanzitutto una elevata corrispondenza con i dati ottenuti sulle certificazioni di prodotto nella sezione green product, a testimonianza del fatto che la maggior parte dei prodotti sono anche commercializzati dalle medesime imprese.

Utilizzo di certificazioni green per i prodotti commercializzati



Ancora una volta, infatti, è la certificazione LEED compliant ad interessare maggiormente le aziende del settore. Seguono Ecolabel e Anab-Icea, per i motivi riportati al paragrafo 3.

5. Green Management – Gestione/procedure

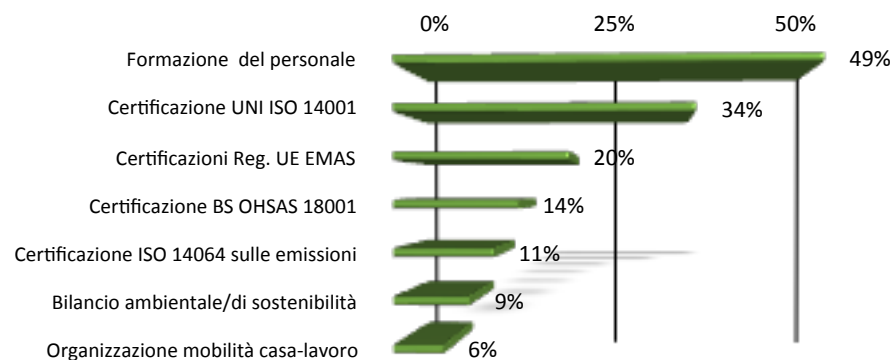
La presente sezione ha lo scopo di valutare la diffusione qualitativa e quantitativa degli strumenti di gestione ambientale utilizzati dalle aziende del settore.

Ciò che emerge è innanzitutto il fatto che in questo ambito la metà delle imprese intervistate (il 49%) ricorre alla formazione del personale su temi di gestione ambientale d'impresa, al di là degli obblighi imposti dalla normativa o da altri standard volontari.

Certamente questo dato, oltre a dimostrare una buona attenzione ambientale delle imprese del settore e l'importanza che tali temi rivestono a livello economico e competitivo, sottolinea il carattere di flessibilità e facilità di attuazione che la formazione ai dipendenti possiede. Bisogna però sottolineare che essa rappresenta un primo, per quanto importante, punto di partenza.

Al contrario, le certificazioni dei sistemi di gestione ambientale, che attestano l'impegno volontario di una azienda nel migliorare continuamente il proprio processo produttivo sulla base di criteri ambientali stabiliti da norme internazionali, rappresentano uno strumento gestionale avanzato e di significativa efficacia.

Utilizzo delle certificazioni ambientali di processo



Le aziende del settore si dimostrano sufficientemente attente dal punto di vista delle certificazioni green di processo: il 34% dichiara di rispettare lo standard ISO 14001, il 20% è certificato secondo il Reg. UE EMAS. Sono dati importanti, che, da questo punto di vista, collocano il Distretto ceramico tra i settori industriali maggiormente interessati alla gestione ambientale.

La differenza significativa nel ricorso a questi due strumenti sta nel fatto che ISO 14001 è riconosciuto a livello internazionale e non prevede l'obbligatorietà di una analisi ambientale iniziale e della redazione della dichiarazione ambientale.

A seguire, si registra qualche caso di adesione (2 casi) alla norma internazionale OHSAS 18001, che certifica il sistema di gestione della salute e sicurezza del luogo di lavoro.

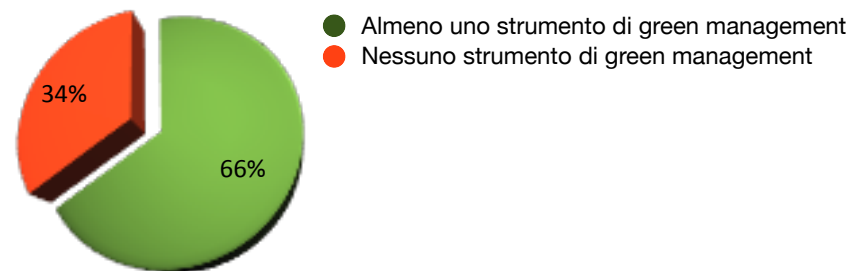
Anche la certificazione sulla rendicontazione delle emissioni di gas serra (ISO 14064), che ha un'origine recente ed interessa pochissime aziende a livello nazionale e internazionale.

Infine, i bilanci ambientali/di sostenibilità e le politiche di organizzazione casa-lavoro, riguardano pochissimi casi delle imprese rispondenti.

Questo scarso interessamento a tali nuovi strumenti gestionali è probabilmente riconducibile, per i bilanci, alla scarsa abitudine a metodi di rendicontazione strutturata con parametri e indicatori su impatti e progressi sociali e ambientali oltre alla bassa abitudine nel coinvolgere gli stakeholder d'impresa;

Per quanto riguarda la mobilità casa-lavoro, invece, non vi è la percezione dell'importanza che una corretta gestione della mobilità dei dipendenti può avere nella riduzione del traffico veicolare e delle connesse emissioni inquinanti indirette.

Diffusione degli strumenti di green management



Considerando infine la diffusione percentuale totale degli strumenti di green management sopra analizzati, si può affermare che due terzi (66%) dei rispondenti fanno ricorso almeno ad una misura di gestione ambientale d'impresa, mentre il restante 34% non utilizza nessuno strumento in particolare.

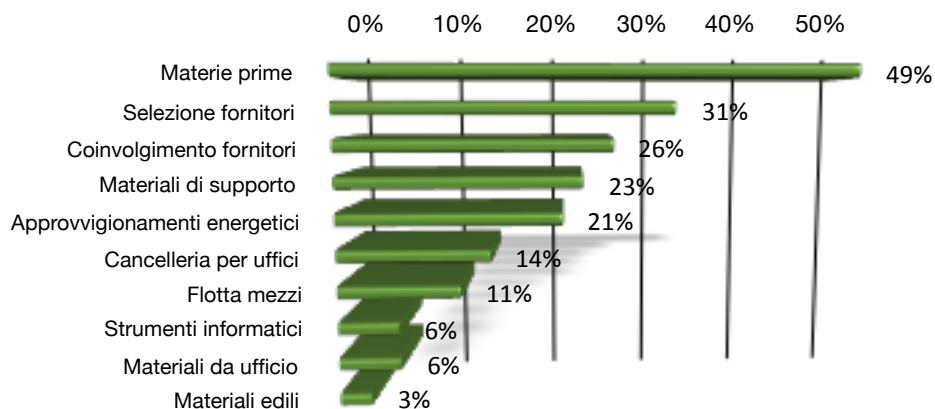
Nel complesso si può affermare che le aziende del settore siano significativamente attente ai temi del green management, anche se una buona parte di queste fa uso di strumenti consolidati.

E' da sottolineare inoltre la predilezione di misure, per quanto efficaci e importanti, di tipo ordinario, come le certificazioni dei sistemi di gestione ambiente-salute e sicurezza, mentre vi è scarso utilizzo di strumenti alternativi e innovativi come bilanci ambientali e organizzazione mobilità casa-lavoro.

Green Procurement

Una sezione a parte è stata riservata al tema del green procurement, ovvero la politica di acquisti a livello aziendale che privilegia i prodotti più eco-compatibili o fornitori che adottano un profilo gestionale green in ottica di green supply chain. E' da evidenziare l'elevata percentuale (69%) di aziende che dichiarano di effettuare in generale una qualche selezione a livello di acquisti con criteri ambientali su vari fronti.

Utilizzo delle misure di green procurement



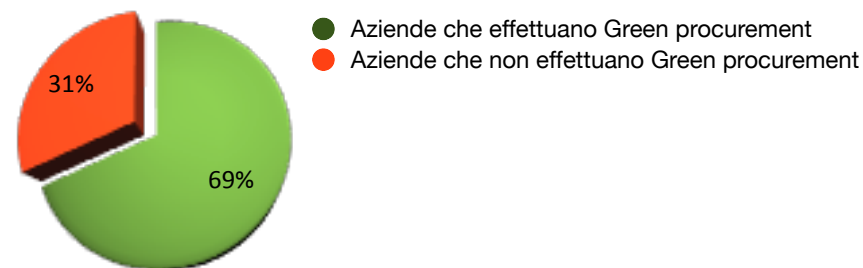
Il green procurement, per le aziende del settore, avviene soprattutto a livello di acquisto di materie prime: il 49% dei rispondenti infatti dichiara di effettuare una selezione in base alla provenienza dei materiali o al contenuto di particolari elementi inquinanti o tossici. Rientra in questa categoria anche l'acquisto di materiale di scarto extra-aziendale riutilizzato nell'impasto, che oltre a ridurre l'input di materie prime, sottrae tali materiali al ciclo dei rifiuti.

In connessione con la selezione green delle materie prime, si segnala un 23% dei rispondenti che dichiara di operare green procurement anche a livello di materiali di

supporto alla produzione, come additivi, ecc., testimoniando che la fase di produzione all'interno dell'impianto, maggiormente gestibile e controllabile, risulta essere quella più interessata da acquisti green.

A seguire, la gestione della filiera fornitori ha un ruolo di primo piano nelle aziende del settore: il 31% dichiara infatti di effettuare una selezione dei fornitori (almeno in parte) sulla base di criteri ambientali, rispetto al loro profilo gestionale e ai servizi/prodotti forniti; il 26% dichiara invece di coinvolgere i fornitori al fine di migliorare le prestazioni dell'azienda, ad esempio operando informazione e coinvolgimento su sistemi di gestione ambientale, percorsi di certificazione, ricerca e sviluppo di accorgimenti migliorativi per prodotti e processi.

Diffusione delle misure di green procurement



Il 21% delle aziende rispondenti, inoltre, dichiara di effettuare una selezione degli approvvigionamenti energetici con criteri green, in linea con la Strategia Europea 20-20-20; questo dato è in linea con quello rilevato al paragrafo 2 in merito agli strumenti di riduzione dei consumi energetici da combustibili fossili.

Infine, ulteriori misure messe in atto dalle aziende sul versante del green procurement, riguardano l'acquisto di materiali per gli uffici cancelleria (14%), strumenti informatici (6%) e arredi (6%). L'11% delle aziende del campione dichiara di effettuare una selezione a livello di mezzi della flotta aziendale, mentre solo il 3% dichiara di selezionare i materiali edili degli stabilimenti sulla base di criteri di bioedilizia.

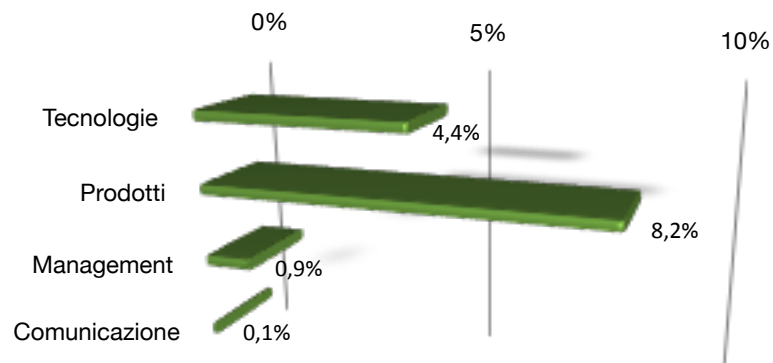
6. Investimenti green

Nell'indagine sono stati chiesti e rilevati gli investimenti riferibili alle principali aree di green economy da parte delle aziende del settore: gli investimenti effettuati sono stati espressi come percentuale sul fatturato utilizzando come anno di riferimento il 2010.

Il dato è da valutare con particolare precauzione, a causa dei motivi di scarsa numerosità del campione già elencati in partenza, oltre che dalla notevole varianza del dato stesso.

Ciò che emerge complessivamente è che le aziende del settore investono una parte consistente del fatturato in progetti riconducibili alla green economy: circa il 13,6% rispetto al 2010. Questo valore è in generale in linea con le stime effettuate da Confindustria Ceramica nel 2010 (ca. 10%) ed è una ulteriore conferma del fatto che, per quanto piccolo, il campione si è rivelato sufficientemente affidabile.

Investimenti in green economy come percentuale sul fatturato



A livello di singole aree, gli investimenti maggiori sono stati effettuati in progetti di green product (8,2% rispetto al fatturato 2010), ovvero riconducibili a ricerca e sviluppo di prodotti innovativi dal punto di vista ambientale e alla loro certificazione con marchi ambientali di prodotto (es. UE Ecolabel).

A seguire, investimenti consistenti hanno riguardato i processi produttivi (tecnologie) (4,4% rispetto al fatturato 2010), cioè utilizzati per progetti di

ottimizzazione del processo produttivo (riduzione dei consumi energetici, idrici, delle emissioni, installazione di rinnovabili ecc.).

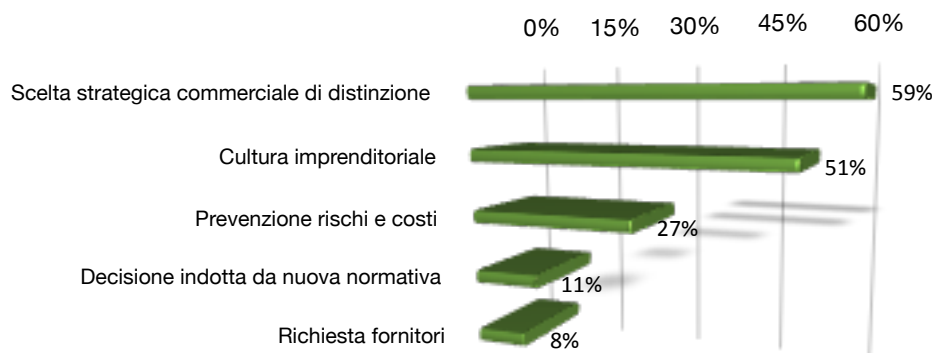
Investimenti molto scarsi hanno riguardato il green management (0,9%), con progetti relativi a certificazioni ambientali di processo (UE EMAS, ISO 14001, ecc.) e attività di comunicazione e marketing ambientale (0,1%).

7. Motivazioni

Dal punto di vista delle motivazioni degli investimenti effettuati, le aziende rispondenti dichiarano che la ragione principale (59%) degli investimenti green è quella di ottenere una distinzione commerciale a livello di processo produttivo o di prodotti commercializzati.

Un'altra fondamentale ragione che spinge le imprese del settore ad investire in green economy è dovuta ad una cultura imprenditoriale che riveste da tempo rilevante fiducia negli strumenti di gestione e marketing ambientale (51%).

Motivazioni degli investimenti in green economy



Un'altra importante motivazione è rappresentata dalla prevenzione dei rischi ambientali che gli investimenti in green management comportano, oltre all'ottimizzazione del ciclo produttivo e la conseguente riduzione dei costi connessi ai danni ambientali.

Di minore importanza, anche se significativi, sono gli investimenti indotti dalle normative sempre più stringenti (11%) e le richieste da parte dei fornitori (8%).

Senza dubbio i dati estrapolati dalle risposte di questa sezione fanno rilevare la grande importanza che il rapporto impresa-ambiente riveste per le aziende del settore: non un ostacolo, o una serie di norme da rispettare per forza, ma una importante leva competitiva di distinzione e una parte della cultura imprenditoriale, oltre ad un ambito fondamentale ove ottimizzare la produzione e ridurre i costi.

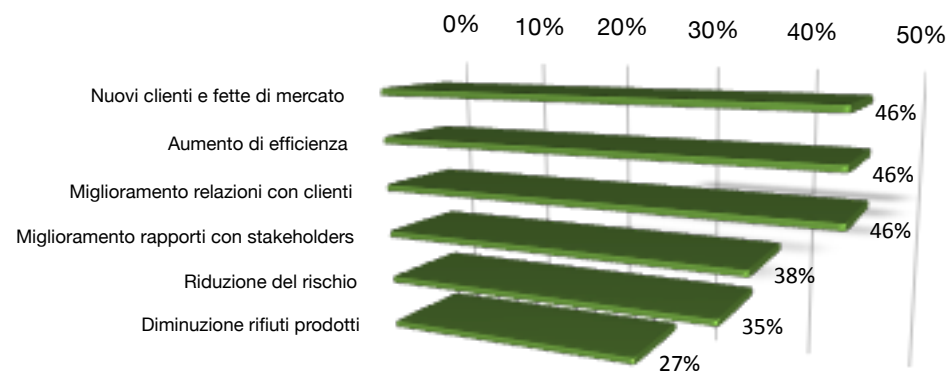
8. Benefici e vantaggi

Dal punto di vista dei benefici indotti dagli investimenti in green economy e dalle politiche ambientali d'impresa, si segnala una sostanziale aderenza alle informazioni dedotte nelle seguenti sezioni.

Le imprese intervistate, infatti, reputano egualmente interessanti (46%) la possibilità di allargare il mercato di riferimento a nicchie green e a clienti che privilegiano prodotti maggiormente eco-sostenibili, l'aumento di efficienza nell'uso di risorse in input e il miglioramento nelle relazioni con i clienti e progettisti.

Questi tre benefici riguardano i feedback positivi più importanti anche perchè più interessanti dal punto di vista economico e principalmente dovuti all'ottimizzazione del ciclo produttivo e al miglioramento dell'immagine aziendale sul mercato.

Benefici e vantaggi derivanti dagli investimenti in green economy



In misura minore, anche se percentualmente molto elevata, vengono indicati il miglioramento con stakeholders che vanno al di là dei clienti e dei progettisti principali, come le pubbliche amministrazioni, i fornitori, la cittadinanza ecc. (38%) e la riduzione del rischio derivante da incidenti ambientali (35%). Questi benefici sono infatti comprensibilmente percepiti con minore intensità, in quanto più indiretti ed economicamente meno importanti.

Il 27% delle aziende rispondenti, infine, ritiene un fattore importante l'aumento dell'efficienza nella produzione di output, come i rifiuti. Anche se comunque alto, questo dato è indicato come meno importante a causa del fatto che il riutilizzo di rifiuti di produzione (acque reflue, polveri e scarti di depurazione) è comunemente praticato a livelli prossimi al 100% e quindi non è percepito come un fattore di importanza rilevante.

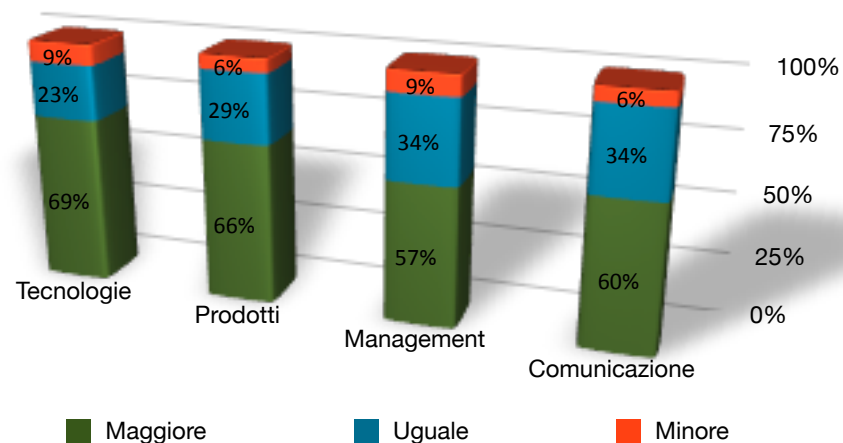
9. Previsioni in ottica green economy

Sono state infine valutate le previsioni di investimento delle aziende del settore nelle quattro aree fondamentali: tecnologie, prodotti, gestione o management e comunicazione-marketing.

In tutte e quattro le aree sono previsti investimenti maggiori, a testimonianza della fiducia e dell'interesse rivestito dalle aziende del settore in campo ambientale.

Gli investimenti maggiori, anche se di poco, sono previsti nel miglioramento green dei processi produttivi (tecnologie) (69%) e dei prodotti (66%), mentre investimenti crescenti, anche se percentualmente leggermente inferiori sono previsti nelle attività di comunicazione (60%) e della gestione ambientale d'impresa (57%).

Previsioni di investimento in green economy per il 2012



10. Fattori – Condizioni chiave

Lo sviluppo della green economy nel settore ceramico ha, secondo le stesse imprese, necessità di una serie di misure migliorative e accorgimenti ulteriori provenienti sia da parte delle stesse imprese, che da parte delle pubbliche amministrazioni.

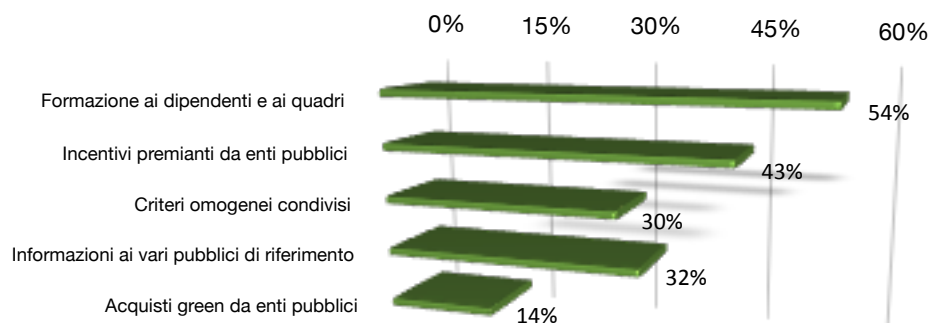
La prima condizione di miglioramento viene indicata, da parte del 54% delle aziende rispondenti, in una maggiore formazione ai dipendenti ed ai quadri aziendali, al fine di diffondere un maggiore sensibilità ai temi ambientali, da concretizzare in un impegno strutturato a livello di impresa.

Circa un terzo (32%) delle aziende che hanno risposto a questa sezione inoltre dichiarano di ritenere fondamentale la presenza di informazioni ai vari pubblici di riferimento, mentre il 30% considera importante la presenza di criteri omogenei condivisi.

Come anticipato, da questi dati emerge una sostanziale esigenza di maggiore conoscenza e informazione su temi ambientali e sul ruolo che l'impresa può avere nel risolvere le criticità e contribuire allo sviluppo di una green economy.

Non di meno è percepito il grande contributo che gli enti pubblici possono dare, attraverso politiche di acquisto con criteri green e sviluppo di incentivi premianti per le aziende virtuose.

Condizioni per lo sviluppo della green economy nel settore



Lo sviluppo di incentivi premianti da parte degli enti pubblici viene indicata come un condizione necessaria alla crescita di una sensibilità ambientale più ampia da parte del 43% delle aziende rispondenti;

le pubbliche amministrazioni sono viste come un attore fondamentale alla crescita di una green economy nel settore anche dal punto di vista degli acquisti verdi (GPP, green public procurement), che hanno per il 14% dei rispondenti un significativo potenziale di stimolare mercati green.

Conclusioni

In conclusione, da questa prima e rapida indagine on-line, emerge che le imprese del settore ceramico siano già pronte a vari livelli per cogliere le opportunità e le sfide della green economy.

Da quanto emerso rispetto ai prodotti green circa il 30% delle imprese dichiara di avere almeno una certificazione ambientale di prodotto (Eco-label, Anab-Icea) e circa il 55% dichiara di produrre alcune linee di prodotti in conformità con criteri dello standard LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), standard internazionale che certifica gli edifici secondo i criteri di edilizia sostenibile (green building)

il 60% delle aziende dichiara di utilizzare impianti di produzione che riducono i consumi energetici e i consumi idrici. Sono in aumento gli impianti di cogenerazione, forni ad efficienza energetica, recupero di cascami energetici, ancora scarse gli apporti da energie rinnovabili.

Le certificazioni ambientali di processo vedono nuove aziende adottarli ma il numero è abbastanza stabile rispetto agli anni precedenti, con qualche novità sul fronte gestione della sicurezza e sulla rendicontazione dei cambiamenti climatici. La metà dei rispondenti dichiara invece di effettuare una selezione degli acquisti in base alla provenienza dei materiali o al contenuto di particolari elementi inquinanti o tossici.

I punti di forza green della ceramica industriale possono essere di seguito riassunti: il fronte gestionale con il riciclo quasi totale dei reflui, recupero di scarti di altre produzioni, procedure secondo certificazioni ambientali di prodotto e processo con vari standard, numerose azioni di Responsabilità Sociale, notevoli caratteristiche green in fase di consumo della piastrella (come durabilità, riciclabilità, resistenza, non tossicità, igienicità).

Inoltre, le nuove piastrelle più sottili (slim), consentono la riduzione di materie prime e del peso del prodotto finito con minori volumi di carico e minori emissioni nei trasporti) nonché nuove caratteristiche funzionali (fotovoltaico, funzioni antibatteriche, fotocatalitiche), che favoriscono nuovi utilizzi di arredo interiore, pareti ventilate ed arredo urbano con rivestimenti ceramici.

Le aree di debolezza green lungo il ciclo di vita sono altrettanto diversi: in particolare il rapporto tra estrazione delle materie prime e loro rigenerazione, approvvigionamenti a lunghe distanze, e consumi consistenti idrici ed energetici nella fase di produzione: macinazione, consumi idrici e gas Co2 nelle fasi di atomizzazione, essiccazione e cottura; criticità green sono legate ancora su imballaggi e anche sulla gestione della logistica merci e sugli spostamenti persone casa-lavoro; è ancora scarso l'utilizzo dei nuovi strumenti gestionali di rendicontazione delle performance green e sociali e le procedure di green procurement.

Rispetto agli investimenti green, complessivamente le aziende del settore investono circa il 13,6% (anno 2010). Gli investimenti maggiori sono stati effettuati in progetti di sviluppo di prodotti con caratteristiche green in termini di recupero di scarti industriali pre e post consumo; a seguire, investimenti su nuove tecnologie, mentre molto scarsi quelli per il green management.

Si conferma, come in altre ricerche, che le ragioni principali degli investimenti green sono quelle di ottenere una distinzione commerciale a livello di processo produttivo e di prodotti commercializzati, una scelta legata alla cultura imprenditoriale e alla necessità di svolgere una prevenzione rischi e costi.

I benefici indicati finora sono infatti diversi in ordine di rilevanza: la possibilità di allargare il mercato di riferimento a nicchie di consumatori green, l'aumento di efficienza nell'uso di risorse in "entrata e il miglioramento nelle relazioni con i clienti e progettisti.

Rispetto alle prospettive, le imprese prevedono infine investimenti maggiori principalmente nel miglioramento green delle tecnologie e dei prodotti e, in forma ridotta, su management e comunicazione.

Rispetto infine alle condizioni necessarie per una green economy, la richiesta prioritaria indicata è quella di una maggiore formazione ai dipendenti e quadri aziendali, seguita da incentivi premianti da Enti pubblici, dall'utilizzo di criteri omogenei green condivisi tra le imprese, maggiori informazioni ai vari stakeholders, nonché un aumento della domanda di prodotti green ceramici da parte degli Enti pubblici (Green Public Procurement), ancora poco diffuso.

In sintesi, lo sviluppo della green economy nel settore ceramico ha, secondo le stesse imprese, necessità di una serie di investimenti tecnologici e di risorse umane per misure migliorative, provenienti sia da parte delle stesse imprese, che da parte delle pubbliche amministrazioni.

Nell'insieme, il settore ceramico dimostra di essere un settore - player attivo da tempo con vari progressi tangibili qualitativi e quantitativi rispetto alla riduzione di vari impatti lungo il ciclo di vita e sulla promozione di nuovi prodotti con profilo green. Con i nuovi strumenti gestionali e tecnologici disponibili per migliorare le aree di criticità green lungo la filiera, insieme al binomio design-Made in Italy e sostenibilità, il settore ceramico, e il suo territorio, possono giocare un ruolo chiave nella sfida offerta dalla green economy, in termini di nuove opportunità di competitività su scala internazionale e come innovazione a più livelli, commerciali, tecnologici, gestionali, territoriali. I nuovi strumenti di politica e gestione per la Green Economy per imprese ed Enti pubblici sono già disponibili; è necessario farli conoscere, usarli meglio, e soprattutto, coordinarli con partnership maggiormente integrate.

Riferimenti di sintesi

CEE, Strategia 20-20-20, 2008,

ERVET 2010, Rapporto Green Economy in Emilia-Romagna

EdiCer, 2011, La Ceramica Italiana per la Sostenibilità

EdiCer, 2011, Repertorio Buone Pratiche di Responsabilità Sociale d'Impresa

UNEP 2011, Towards a Green Economy

www.fabbricaideedistretto.it