

Acquisti pubblici sostenibili

*Marchi di prodotto e di processo: uno strumento
attuativo*



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Ufficio federale dello sviluppo territoriale ARE

ti DFE - DI - DSS - DECS - DT
gruppo cantonale sullo sviluppo sostenibile - grussTi

Con la collaborazione di



Per la realizzazione del presente fascicolo e dell'intero progetto, si ringraziano sentitamente l'Ufficio Federale dello Sviluppo Territoriale, l'Ufficio Federale dell'Ambiente, il Gruppo interdipartimentale sullo Sviluppo Sostenibile del Canton Ticino (Gruss-TI), Alliance Sud-Lugano, l'Associazione Agenda 21 locale, Helvetas, nonché l'Ing. Andrea Rigato, l'Avv. Beat Von Felten, Manahen Barilier, Claire Fischer, l'Arch. Barbara Armanini, il Dr. Adriano Poletti, il Dr. George Ganz, l'Avv. Monica Della Monica, Lavinia Sommaruga Bodeo, Silvia Carton, Marcello Martinoni, Isabella Medici, l'Avv. Giovanni Molo, Manuela Manara, Giorgia Pelli, Nenad Stojanovic e Paolo Ghezzi.

Acquisti pubblici sostenibili - L'integrazione della sostenibilità delle politiche d'acquisto delle amministrazioni locali

Fascicolo n.1: *Lo sviluppo sostenibile ed i principali strumenti per attuarlo*

Fascicolo n.2: *Acquisti pubblici sostenibili: nozione e legislazione applicabile*

Fascicolo n.3: Acquisti pubblici sostenibili: marchi di prodotto e di processo

Fascicolo n.4: *Acquisti pubblici sostenibili: esempi di buone pratiche*

Portale web del progetto: <http://pas.abitat-lugano.ch>

Per qualsiasi ulteriore informazione sul progetto,
è possibile rivolgersi all' Ecosportello di ABITAT.

Ecosportello
ecosportello@abitat-lugano.ch

Publicazione a cura di Fabio Guarneri e Rosario Mastrosimone
Associazione ABITAT – Maggio 2008

Abstract

Guida all'uso

Il presente fascicolo è parte integrante di una serie di quattro fascicoli sugli acquisti pubblici sostenibili elaborati dall'Associazione ABITAT nell'ambito del PAS – Progetto Acquisti Sostenibili, realizzato col sostegno della Confederazione, del Canton Ticino e dell'Associazione Agenda 21 locale ticinese. Nel loro complesso, i quattro fascicoli raccolgono i contenuti essenziali del Manuale sugli acquisti pubblici sostenibili, disponibile anche in versione integrale.

I fascicoli, insieme al Manuale ed al sito internet, si propongono di costituire un utile strumento per chi voglia implementare pratiche di acquisto pubblico sostenibile.

Questo terzo fascicolo si concentra sui marchi di prodotto e di processo, strumenti estremamente utili per valutare quali criteri possano essere considerati ai fini dell'acquisto di beni e servizi realizzati il più possibile in conformità con lo spirito dello sviluppo sostenibile.

Nel loro insieme, i quattro fascicoli, partendo dalle relazioni degli esperti che hanno partecipato al ciclo di seminari organizzati da ABITAT nella primavera 2006, offre una panoramica sui concetti teorici di base, illustra gli strumenti tecnici utilizzabili e le condizioni normative da rispettare e presenta un catalogo di esempi concreti (buone pratiche) relativi ad esperienze già svolte da amministrazioni pubbliche svizzere ed europee.

In ragione della vastità della materia e della costante evoluzione degli strumenti e delle condizioni normative, si raccomanda di consultare il portale web del progetto e di fare riferimento alle reti informative segnalate.

Indice

<u>1. Gli acquisti pubblici sostenibili</u>	5
1.1. Storia degli acquisti pubblici sostenibili	5
1.2. Cosa sono gli acquisti verdi	6
1.3. Cosa sono gli acquisti equo-solidali	8
<u>2. Gli strumenti per attuarlo: i marchi di prodotto e di processo</u>	10
2.1. I label: definizione	10
2.2. Label ecologici	11
2.2.1. Label generalisti	11
2.2.1.1. L'Ecolabel europeo	11
2.2.1.2. Oecoplan	11
2.2.1.3. Migros engagement	12
2.2.2. Label per tipologia di prodotto	13
2.2.2.1. Legno e carta	13
2.2.2.1.1. FSC	13
2.2.2.1.2. Nordic swan	13
2.2.2.1.3. Blauer engel	14
2.2.2.2. Energia	14
2.2.2.2.1. Energy Star	14
2.2.2.2.2. Naturemade Star	15
2.2.2.3. Edilizia	15
2.2.2.3.1. Natureplus	15
2.2.2.4. Computer	16
2.2.2.4.1. TCO	16
2.2.2.5. Indumenti	17
2.2.2.5.2. Oeko-tex	17
2.2.2.6. Alimentare	17
2.2.2.6.1. Bio Suisse	17
2.2.2.6.2. Demeter	18
2.2.2.6.3. Migros Bio	18
2.2.2.6.4. Kagfreiland	18
2.2.2.6.5. MSC	19
2.3. Marchi sociali	20
2.3.1. Max Havelaar	20
2.3.2. Claro	20
2.3.3. Altromercato	21
2.4. Certificazioni di processo	22
2.4.1. Certificazioni ambientali	22
2.4.1.1. ISO14001	22
2.4.1.2. Il regolamento EMAS	23
2.4.2. Certificazioni sociali	24
2.4.2.1. La norma SA8000	25
2.5. LCA	27
2.6. EDP	29

1. Gli acquisti pubblici sostenibili

Fabio Guarneri / Abitat

1.1. La storia degli acquisti pubblici sostenibili

Il concetto di acquisti pubblici sostenibili costituisce il risultato dell'evoluzione dell'esperienza degli "acquisti verdi" e della contestuale piena integrazione di aspetti sociali ed economici accanto a quelli ambientali all'interno di un sistema unitario.

Gli "acquisti verdi" sono stati sviluppati inizialmente in alcuni paesi del Nord dell'Europa. In seguito, nella seconda metà degli anni novanta, essi sono stati inseriti nell'Agenda della Commissione Europea che nel novembre del 1996 ha pubblicato "il libro verde sugli appalti pubblici nell'Unione Europea". Si sono così affermati i primi sistemi di "Green Public Procurement (GPP)". Successivamente, nel luglio del 2001, il GPP è stato inserito a pieno titolo nel quadro della Nuova Politica Comunitaria degli appalti pubblici, anche grazie alla Comunicazione della Commissione riguardante "Il Diritto comunitario degli appalti pubblici e le possibilità di integrare considerazioni di carattere ambientale negli appalti pubblici". Iniziative per la diffusione del GPP a livello nazionale sono state avviate in diversi paesi, quali Danimarca, Giappone, Olanda, Svezia e Stati Uniti.

In Austria dal 1980, nella legge federale sugli appalti è stabilito che si debba tener conto dei criteri ambientali nella redazione dei bandi pubblici di appalto.

Secondo la legislazione finlandese e svedese, i fornitori sono selezionati sulla base di una globalità di considerazioni, come il costo, i tempi di trasporto, la qualità, le caratteristiche tecniche e l'impatto ambientale. Ad esempio, il consiglio comunale di Goteborg, dal 1990, dispone che le autorità locali privilegino per i loro acquisti prodotti rispettosi dell'ambiente. In Danimarca, il Testo per la tutela dell'Ambiente del 1994, richiede alle Pubbliche Amministrazioni di scegliere beni o prodotti che contengono materiali riciclati o riciclabili.

I dipartimenti che provvedono agli acquisti mettono sullo stesso piano le considerazioni ambientali e quelle sul prezzo, sulla qualità e sulla sicurezza dei lavoratori.

1.2. Cosa sono gli acquisti verdi

Per acquisto verde si intende la scelta di un prodotto o un servizio tenendo conto anche degli impatti ambientali che esso può generare durante tutte le fasi del processo produttivo, dall'estrazione delle materie prime fino allo smaltimento dei rifiuti, cioè nel corso del suo ciclo di vita. Se si vogliono acquistare dei beni e servizi "verdi", si devono introdurre dei criteri ambientali che consentano di:

- Ottimizzare il servizio offerto dal prodotto
- Ridurre l'uso di risorse naturali
- Ridurre la produzione di rifiuti
- Ridurre le emissioni inquinanti
- Ridurre pericoli e rischi per l'ambiente

Per rendere "verdi" gli acquisti di un'amministrazione è necessario agire sulle modalità con cui questi vengono realizzati, in particolare, è necessario inserire dei criteri ecologici nei bandi di gara per l'acquisto di prodotti e la fornitura di servizi. A grandi linee, le tappe che una Amministrazione Pubblica deve percorrere per intraprendere la strada degli acquisti verdi sono:

- individuare le funzioni del prodotto o del servizio;
- individuare gli impatti ambientali del prodotto o servizio;
- appurare l'esistenza di un prodotto o servizio che sia in grado di svolgere le stesse funzioni, ma che abbia un impatto ambientale ridotto;
- verificare la possibilità di acquistare il prodotto o servizio da fornitori che abbiano operato per la riduzione degli impatti ambientali;
- introdurre nelle procedure d'acquisto dei criteri di selezione in grado di favorire l'acquisto di prodotti o servizi ad impatto ambientale ridotto.

Inserire criteri ecologici nella scelta di prodotti e servizi comporta alcuni vantaggi, come ad esempio:

- La riduzione del consumo delle risorse;
- L'aumento dell'efficienza energetica;
- La diminuzione delle immissioni inquinanti;
- La riduzione dei costi ambientali di prevenzione e mitigazione;
- La diminuzione dei rischi associati a incidenti ambientali;
- Il miglioramento dell'immagine e della reputazione;

ma anche alcuni svantaggi quali:

- La difficoltà di giudicare la compatibilità ambientale dei prodotti;
- Il costo di mercato, a volte, superiore dei prodotti ecologicamente compatibili;
- La difficoltà nel reperire i prodotti;
- La compatibilità con la normativa vigente in materia di acquisti;
- La resistenza degli utilizzatori dell'Amministrazione Pubblica;
- Modificare le proprie abitudini di consumo.

1.3. Cosa sono gli acquisti equo-solidali

Alla base del concetto di acquisto equo-solidale, c'è la storia del commercio equo e le iniziative nate sull'onda dei progetti della Fondazione Max Havelaar.

Il commercio equo nasce e si sviluppa come reazione costruttiva ed organizzata ai più evidenti squilibri sociali indotti da alcuni malfunzionamenti di mercato.

In particolare, l'attenzione è posta sulla disparità di condizioni di vita tra Paesi ricchi e Paesi poveri, sulla ricerca delle cause e sulla promozione di soluzioni improntate all'idea di un patto di solidarietà tra consumatori del Nord del mondo e produttori del Sud.

Il commercio equo si avvale di alcuni loghi, il primo ed il principale è Max Havelaar, che certificano il rispetto di tutta una serie di prescrizioni e regole, e che accompagnano il singolo prodotto dalle fasi iniziali di produzione fino ai consumatori finali.

Il produttore, spesso un'impresa di piccole-medie dimensioni, riceve tutta una serie di garanzie relativamente a fattori come il prezzo di vendita e la continuità del rapporto commerciale, e si impegna al rispetto di elevati standard sociali. Il consumatore ha la garanzia che il prodotto certificato è il risultato di una catena di produzione e di distribuzione rispettosa dei lavoratori.

Il commercio equo, in definitiva, promuove giustizia sociale ed economica, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e più recentemente anche attenzione all'ambiente. Il suo scopo è contribuire ad un riequilibrio dei rapporti con i Paesi economicamente meno sviluppati, migliorando l'accesso al mercato e le condizioni di vita dei lavoratori svantaggiati, attraverso una più equa distribuzione dei guadagni e consentendo una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, importatori e consumatori.

La constatazione che certi disequilibri economici e certi problemi sociali sono presenti anche tra i produttori del Nord del mondo, implica la definizione di un concetto di acquisto equo-solidale ancor più ampio, non ristretto alle pur essenziali relazioni Nord-Sud, ma esteso anche alle relazioni commerciali ed alle catene di produzione e distribuzione tutte interne ad un singolo contesto socio-economico.

Per “acquisto equo” si intende dunque la scelta di un prodotto o un servizio tenendo conto anche degli impatti sociali, generati durante tutte le fasi del processo produttivo, analogamente a quanto accade con l’”acquisto verde” dove oggetto della tutela sono gli equilibri ambientali.

Inserire criteri sociali fra i criteri di scelta per l’acquisto di prodotti e servizi comporta alcuni vantaggi come ad esempio:

- La sensibilizzazione del cittadino;
- La promozione di prodotti realizzati rispettando i lavoratori;
- La diminuzione dello sfruttamento nei paesi in via di sviluppo;
- La valorizzazione della funzione d’esempio dell’ente pubblico;
- Il miglioramento dell’immagine e della reputazione;

ma anche alcuni svantaggi quali:

- La difficoltà di giudicare la compatibilità dei prodotti;
- Il costo di mercato, a volte superiore;
- La difficoltà nel reperire i prodotti;
- La compatibilità con la normativa vigente in materia di acquisti;
- La resistenza degli utilizzatori della Amministrazione Pubblica nel modificare le proprie abitudini nel consumo.

Diversi enti pubblici, in differenti parti d’Europa, stanno attivando progetti che hanno come scopo quello di promuovere la diffusione di prodotti realizzati secondo alcuni alti standard di qualità sociale, in particolare attraverso il ricorso ai prodotti del commercio equo e solidale. Un esempio è quello della Provincia di Bologna che ha introdotto, in alcuni stabili dell’amministrazione provinciale, distributori di bevande che erogano il caffè del commercio equo, spiegandone la motivazione, accanto al caffè tradizionale, un progetto che ha avuto successo.

2. Gli strumenti

Fabio Guarneri – Associazione Abitat

2.1. I label: definizione

Tra i principali strumenti utilizzati nell'applicazione dei criteri ambientali e sociali nell'ambito degli acquisti sostenibili vi sono i marchi o label ambientali e sociali.

I label sono strumenti a carattere volontario che certificano e garantiscono la qualità ambientale o sociale di un prodotto, di un servizio, di un metodo, di un processo, di un sistema o di un'infrastruttura.

Qui di seguito elenchiamo alcuni dei principali label presenti a livello Svizzero ed Europeo¹.

¹ Le informazioni sono state tratte dai siti ufficiali dei label

2.2. Label ecologici

Gli ecolabel, o label ecologici, sono marchi che garantiscono che i prodotti certificati rispettino determinati parametri ambientali. Distinguiamo marchi generalisti, applicabili su una vasta gamma di prodotti e marchi specifici utilizzati per un solo determinato tipo di prodotto.

2.2.1. Marchi generalisti

Label di qualità ecologica applicabili su una vasta gamma di prodotti.

2.2.1.1. L'ecolabel europeo



L'Ecolabel europeo è identificato dal simbolo della margherita.

L'ecolabel europeo è nato nel 1992 con il Regolamento europeo 880/1992.

In seguito, nel 2000, tale regolamento è stato sostituito da un nuovo Regolamento, il 1980/2000.

L'Ecolabel europeo può essere assegnato sia a beni sia a servizi.

Il marchio si basa sul ciclo di vita dei prodotti, prende cioè in considerazione l'intera vita del prodotto / servizio analizzato, dall'estrazione delle materie prime fino alla produzione del rifiuto. L'obiettivo della "margherita europea" è quello di promuovere prodotti e servizi che presentino, lungo l'intero ciclo di vita, il minor impatto ambientale.

Sito del catalogo europeo in lingua italiana:

<http://www.eco-label.com>

2.2.1.2. Oecoplan



Marchio della COOP Svizzera che contraddistingue i prodotti non alimentari ed i servizi che rispettano precise caratteristiche ambientali.

Sito della COOP Svizzera contenente informazioni circa il logo Oecoplan:

<http://www.coop.ch/oecoplan>

2.2.1.3. Migros engagement



Marchio della Migros con il quale vengono contraddistinti i prodotti che rispettano determinati criteri sociali, ambientali e di protezione degli animali.

Sotto questo marchio “ombrello” troviamo, ad esempio i prodotti contraddistinti con i loghi Bio, IP Suisse, MSC, Max Havelaar e FSC.

Sito della Migros contenente informazioni sul suo impegno verso la sostenibilità:

http://www.migros.ch/IT/Offerte_attuali/Engagement/Seiten/Panoramica.aspx

2.2.2. Marchi per tipologia di prodotto

Label di qualità ecologica applicabili ad un unico tipo di prodotto.

2.2.2.1. Legno e carta

2.2.2.1.1. FSC – Forest Stewardship Council



La *Forest Stewardship Council* è un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro nata nel 1993 con l'obiettivo di promuovere, a livello mondiale, una gestione forestale sostenibile .

FSC ha elaborato uno schema internazionale di certificazione che ha lo scopo di garantire che il prodotto tragga origine da foreste gestite con modalità sostenibili. Il logo FSC si applica ai prodotti forestali e a quei prodotti da essi derivati. Sono previste, da parte di enti di certificazione accreditati, periodici controlli sulle zone forestali certificate.

Sito del Forest Stewardship Council:
<http://www.fsc.org/>

2.2.1.2. Nordic Swan



Il Nordic Swan (cigno bianco) è un label nato in Scandinavia nel 1988. Il marchio stabilisce, sulla base dell'analisi del ciclo di vita del prodotto, i criteri ambientali che devono essere rispettati.

Vengono valutati in particolare il contenuto di sostanze pericolose e l'impatto ambientale complessivo (es.: consumo di risorse, consumo energetico, emissioni, riciclabilità del prodotto).

Sito del Nordic Swan:
<http://www.svanen.nu>

2.2.1.3. Blauer Engel



Marchio nato in Germania nel 1978. Si basa principalmente su criteri di tutela dell'ambiente (es. contenuto sostanze pericolose, emissione di sostanze inquinanti, riciclabilità, minor utilizzo di risorse naturali, ecc.).

I criteri sono elaborati basandosi sullo studio del ciclo di vita dei prodotti (LCA).

Sito della Blauer Engel
<http://www.blauer-engel.de>

2.2.2.2. Energia

2.2.2.2.1. Energy star



Label statunitense corrispondente ad un programma governativo volontario nato nel 1992 con l'obiettivo di premiare quegli apparecchi elettrici che presentano, durante l'uso, determinati requisiti di risparmio energetico.

Il progetto è gestito dall'EPA (*Environmental protection Agency*).

Sito dell' Energy Star
<http://www.energystar.gov>

2.2.2.2. Naturemade Star



Label che contraddistingue l'energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili.

Il label Naturemade Star, creato in collaborazione con il WWF, garantisce all'acquirente che l'energia acquistata sia stata ottenuta dal sole, dal vento, dall'acqua o dalle biomasse.

Sito del marchio Naturemade:

<http://www.naturemade.org/>

2.2.2.3 Edilizia

2.2.2.3.1. Nature plus



Label internazionale per i prodotti del settore edile.

Il label è stato promosso da enti di sette paesi europei (Austria, Belgio, Germania, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi e Svizzera).

Il settore edile viene ritenuto molto importante poiché si stima che vi vengano impiegate circa il 40% delle risorse planetarie, oltre a grandi quantitativi di energia e sostanze chimiche.

Con questo marchio è possibile trovare prodotti non pericolosi per la salute e rispettosi dell'ambiente.

Sito del label Natureplus:

<http://www.natureplus.org/>

2.2.2.4. Computer

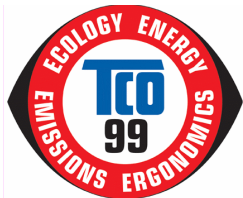
2.2.2.4.1. TCO



Il marchio TCO è nato agli inizi degli anni 90 in Svezia.

Il marchio si trova su: computer, monitor, stampanti, tastiere e cellulari.

Il label TCO ha come obiettivo migliorare gli ambienti di lavoro e garantire la tutela dei lavoratori controllando che le principali macchine impiegate non provochino disturbi o danni ai lavoratori stessi.



I primi criteri furono stabiliti nel 1992 (TCO-92), altri criteri seguirono nel 1995 (TCO-95), nel 1999 (TCO-99) e da ultimo nel 2003 (TCO-03).

Il marchio è concesso a quei prodotti che rispettano determinati limiti di emissioni di radiazioni elettromagnetiche e rumore, sicurezza elettrica e consumo energetico.

Sito del TCO
<http://www.tcodevelopment.com>

2.2.2.5. Indumenti

2.2.2.5.2. Oeko-tex



Marchio creato nel 1992 dai centri di ricerca sui tessili, tedesco e austriaco, con l'obiettivo di elaborare criteri per l'impiego di sostanze potenzialmente pericolose per l'uomo e l'ambiente.

Vengono analizzate quattro categorie di prodotti: prodotti per bambini, prodotti di decorazione, prodotti che si trovano a contatto con la pelle, e prodotti non direttamente a contatto con la pelle.

Sito di Oeko-tex
<http://www.oeko-tex.com>

2.2.2.6. Alimentari

2.2.2.6.1. Bio Suisse



Principale label svizzero che contraddistingue i prodotti provenienti dall'agricoltura biologica.

Il marchio è rappresentato da una gemma verde. In Svizzera, attualmente, circa l'11% della superficie agricola è gestita seguendo i criteri dell'agricoltura biologica.

Sito di Bio Suisse:
<http://www.bio-suisse.ch>

2.2.2.6.2. Demeter



Label internazionale che identifica generi alimentari prodotti seguendo le severe direttive dell'agricoltura / allevamento biodinamici.

Sito svizzero dell'associazione Demeter:
<http://www.demeter.ch>

2.2.2.6.3. Migros Bio



Label delle cooperative Migros che identifica i prodotti alimentari provenienti di coltivazioni biologiche.

I criteri da rispettare sono, per la Svizzera, gli stessi di Bio Suisse, mentre per i prodotti importati si basano sulle norme UE.

Sito della Migros con informazioni sul label bio:
http://www.migros.ch/IT/Sulla_Migros/Sostenibilita

2.2.2.6.4. Kagfreiland



Label svizzero che designa i prodotti alimentari che rispettano alcune severe norme ambientali e di salute degli animali.

Sito dell'associazione Kagfreiland:
<http://www.kagfreiland.ch/>

2.2.2.6.5. MSC



Label del Marine Stewardship Council (MSC), organizzazione indipendente nata nel 1997 dalla collaborazione tra la società Unilever ed il WWF.

Il label certifica l'adozione di criteri ecologici nella pesca con lo scopo di mantenere costanti le popolazioni ittiche.

MSC contrassegna solo pesce non d'allevamento.

Sito del label MSC

<http://www.msc.org/>

2. 3. Marchi sociali

2.3.1 Max Havelaar



Label dell'omonima Fondazione nata in Olanda nel 1988, con l'obiettivo di favorire sistemi di produzione e distribuzione in grado di garantire una retribuzione equa per i produttori dislocati nei Paesi del Sud del mondo.

Scopo del marchio è promuovere un commercio rispettoso in particolare dei diritti dei lavoratori del sud del mondo, garantendo loro un giusto compenso per il lavoro svolto e facilitandone l'accesso ai mercati.

Attualmente, si possono trovare prodotti come caffè, miele, cioccolato, tè, banane, succo d'arancia, riso, mango e rose.

Sito della fondazione Max Havelaar
<http://www.maxhavelaar.ch>

2.3.2. Claro

claro

Claro Fair Trade fa parte dell'European Fair Trade Association (EFTA) e dell'International Fair Trade Association (IFAT).

Claro commercializza da più di trent'anni prodotti provenienti dal Sud del mondo. I suoi partner commerciali sono i piccoli produttori nei paesi in via di sviluppo. Essi si impegnano a realizzare prodotti di qualità in modo socialmente ed ecologicamente sostenibile.

Da parte sua, Claro incoraggia la tutela della biodiversità grazie ad un'agricoltura su piccola scala.

Inoltre, Claro crea, nei paesi del Nord, canali di distribuzione dei prodotti realizzati dai suoi partner del Sud del mondo.

Quando è possibile, la commercializzazione è effettuata direttamente, con relazioni a lungo termine.

L'obiettivo è quello di creare una relazione diretta basata sulla fiducia fra i produttori del Sud ed i consumatori del Nord.

L'assortimento di Claro conta all'incirca 2000 prodotti, tra i quali caffè, tè, succhi, prodotti artigianali e cioccolato.

Sito di Claro:

<http://www.claro.ch>

2.3.3. Altromercato



Ctm Altromercato è un consorzio di Botteghe del mondo senza scopo di lucro.

Altromercato è la maggiore organizzazione di commercio equo presente in Italia. Ne fanno parte 130 associazioni e cooperative che per la maggior parte gestiscono Botteghe del mondo.

Sito di Altromercato

<http://www.altromercato.it>

2. 4. Certificazioni di processo

Le certificazioni di processo, come i label, sono strumenti volontari. Se l'obiettivo dei label è quello di certificare le caratteristiche tecniche, sociali ed ecologiche di un prodotto in vendita, lo scopo delle certificazioni di processo è informare sulle caratteristiche aziendali, organizzative e procedurali di un'organizzazione, stimolandola al tempo stesso ad un continuo miglioramento.

Normalmente, la durata della validità di una certificazione è limitata nel tempo, subordinata a periodiche verifiche e revocabile dall'ente competente nel caso di sopravvenuta difformità rispetto agli standard richiesti.

2.4.1. Certificazioni ambientali

Oggi, sempre di più, l'opinione pubblica chiede alle imprese di estendere il loro senso di responsabilità oltre gli aspetti finanziari includendo anche gli impatti ambientali e sociali derivanti dalle attività svolte.

Le prestazioni ambientali di un'impresa, che in passato venivano spesso considerate un lusso, stanno progressivamente integrandosi nelle politiche produttive.

Le certificazioni ambientali di processo si concentrano sulla verifica della conformità dell'organizzazione aziendale ad una serie di requisiti di tipo ecologico.

2.4.1.1. La norma ISO 14001

La norma Iso 14001 è una delle norme della famiglia ISO (International Organisation of Standardisation)² organizzazione fondata nel 1947 a Londra, con segretariato generale a Ginevra, a cui aderiscono gli enti normatori nazionali di 154 paesi.

Lo scopo dell'ISO è la promozione della normazione a livello mondiale in modo da facilitare gli scambi di beni e servizi. Tutte le norme emanate dall'ISO sono di carattere volontario.

² Si veda anche il sito: <http://www.iso.ch>

La norma ISO 14001 è una norma che definisce come dovrebbe essere sviluppato un sistema di gestione ambientale affinché sia ritenuto efficace. Questa norma può essere applicata a tutte le tipologie di impresa.

L'applicazione della norma da parte di un'organizzazione permette di ottenere una certificazione che viene rilasciata da un organismo accreditato indipendente.

L'ottenimento di una tale certificazione permette all'organizzazione di dimostrare una particolare attenzione alle problematiche ambientali adottando un sistema di gestione che consente di controllare gli impatti sull'ambiente.

L'attuazione di un sistema di gestione ambientale consente la definizione di obiettivi in ambito di tutela dell'ambiente e lo sviluppo di strumenti idonei per poterli conseguire.

Inoltre, grazie al sistema di gestione ambientale, è possibile individuare anche i rischi ambientali legati all'attività dell'organizzazione, assicurare il pieno rispetto delle leggi e identificare i margini di miglioramento. Incrementare la propria efficienza in campo ambientale significa anche ridurre costi indesiderati quali quelli legati al consumo eccessivo di energia ed alla produzione di rifiuti, col vantaggio di contribuire a migliorare l'immagine dell'organizzazione.

2.4.1.2. Il regolamento EMAS

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), meglio noto come Regolamento EMAS, è stato adottato dal Consiglio europeo nel 1993 e poi sottoposto a revisione nel 2001.

EMAS è uno strumento volontario che si rivolge alle organizzazioni (enti e imprese) consentendo loro un approccio alla protezione dell'ambiente con degli strumenti di mercato.

Gli obiettivi principali di EMAS sono la garanzia del rispetto delle leggi, il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali oltre alla comunicazione al pubblico della politica ambientale e degli obiettivi raggiunti.

I requisiti per poter ottenere la certificazione EMAS sono l'adozione di un sistema di gestione ambientale, la sua revisione periodica e la comunicazione delle prestazioni ambientali verso l'esterno.

Nel 2001, il Regolamento EMAS ha integrato gli elementi della certificazione ISO 14001 che può quindi diventare il primo passo per ottenere la certificazione EMAS.

L'adesione ad EMAS fornisce un vantaggio alle organizzazioni certificate, perché consente loro di attuare una gestione ambientale di qualità, con un miglior controllo dei rischi ambientali e con la garanzia della piena conformità alle normativa vigente.

In questo modo, la gestione delle risorse viene ottimizzata, grazie all'eliminazione degli sprechi e la riduzione dei costi, e si hanno maggiori opportunità in quei mercati dove la sensibilità ecologica è elevata. Inoltre, si ottiene un miglioramento nel rapporto con i clienti, con le comunità locali ed i propri impiegati. Infine, il logo EMAS può risultare vantaggioso anche quale strumento di marketing.

Ottenimento della registrazione EMAS

Per poter ottenere la certificazione EMAS, l'organizzazione deve anzitutto effettuare un'analisi ambientale che esamini tutti gli impatti causati dall'azienda nello svolgimento delle sue attività.

Il passo successivo consiste nel dotarsi di un efficace sistema di gestione ambientale da svilupparsi sulla base dei risultati ottenuti dall'analisi ambientale, sistema che verrà poi sottoposto ad una verifica per valutarne l'efficienza e l'efficacia.

In seguito si dovrà fornire una dichiarazione ambientale nella quale vengono specificati i risultati raggiunti in relazione agli obiettivi che l'organizzazione si era prefissata oltre ad indicare in modo chiaro in che modo l'organizzazione prevede di migliorare continuamente le proprie prestazioni ambientali.

Infine, l'intero processo sarà oggetto di una verifica da parte di un verificatore EMAS accreditato e, superato il controllo, si potrà procedere alla registrazione della dichiarazione ambientale, come convalidata dal verificatore EMAS, presso l'organismo statale competente.

2.4.2. Certificazioni sociali

L'esigenza dell'azienda di comunicare verso l'esterno la propria politica in relazione agli impatti sociali dovuti alle proprie attività si è progressivamente sviluppata in seguito ad una maggiore sensibilità dell'opinione pubblica, e quindi dei consumatori.

Negli ultimi anni, numerose aziende sono finite sotto accusa per comportamenti ritenuti irresponsabili che hanno provocato, in alcuni casi, anche la morte di lavoratori.

Notizie sullo sfruttamento della manodopera, sul lavoro minorile, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, da parte di alcune multinazionali, tornano ciclicamente all'attenzione dell'opinione pubblica.

Il problema non si pone solo sul fronte del lavoro, ma coinvolge anche altri temi quali la qualità dei prodotti (si pensi a prodotti scadenti che possono provocare danni a chi li utilizza), o le diverse tipologie di danni ambientali. Le conseguenze per le società coinvolte negli scandali possono risultare anche molto pesanti, dalla perdita di quote di mercato fino a vere e proprie forme di boicottaggio da parte di una porzione consistente dell'opinione pubblica.

Quindi, se da un lato il consumatore è sempre più attento nell'acquistare i prodotti secondo logiche sociali e ambientali, dall'altro lato le aziende hanno bisogno di dimostrare il proprio senso di responsabilità attraverso comportamenti coerenti ed una comunicazione efficace. Attuare una buona politica di responsabilità sociale diventa sempre più un'esigenza che da vincolo si trasforma in opportunità fino ad offrire un vantaggio competitivo.

2.4.2.1. La norma SA8000

La norma SA8000 è stata elaborata da SAI (Social Accountability International). SAI è un'organizzazione senza scopo di lucro nata nel 2000 da un insieme di enti di varia natura quali organizzazioni non governative, sindacati, organismi di certificazione, università, governi e multinazionali.

La norma, volontaria, ha lo scopo di verificare che tutte le attività di un'azienda siano realizzate e gestite rispettando e promuovendo alcuni principi, in primis il rispetto dei diritti dei lavoratori e la responsabilità nei confronti delle famiglie e della società.

In pratica la norma prevede una serie di requisiti in materia di lavoro minorile, lavoro obbligatorio, salute e sicurezza sul posto di lavoro, libertà d'associazione e diritto alla contrattazione collettiva (ammissione dei sindacati), discriminazione e attuazione di procedure disciplinari, orario di lavoro e criteri di retribuzione.

La norma SA8000 può essere applicata a tutte le imprese, sia di piccole che di grandi dimensioni, tranne che alle industrie del settore estrattivo.

Per l'adozione della norma SA8000, l'organizzazione deve realizzare un sistema di gestione di responsabilità sociale, elaborando un insieme di regole e procedure che garantiscano il rispetto dei requisiti prescritti.

Il vantaggio che può trarre un'organizzazione nell'applicare questa norma consiste nella possibilità di disporre di uno standard internazionale che ne dimostri la responsabilità sociale mediante una certificazione rilasciata da una parte terza e indipendente.

2. 5. LCA

LCA (Life Cycle Assessment) o analisi del ciclo di vita di un prodotto, è un procedimento che consente di valutare i carichi energetici ed ambientali di un processo o di un'attività mediante l'identificazione dei flussi di energia e di materiali a partire dalle materie prime fino ai rifiuti rilasciati nell'ambiente.³

Questa metodologia è stata inizialmente portata avanti dalle industrie chimiche americane proprio per studiare e ridurre gli impatti connessi alle loro produzioni.

Oltre ad essere una metodologia, LCA è innanzi tutto un approccio utile ad ottenere una visione d'insieme delle prestazioni ambientali ed energetiche di un prodotto o un servizio.

Essa è utile per confrontare due prodotti o servizi alternativi su basi scientifiche in modo da poter valutare qual'è il migliore dal punto di vista ambientale (ad esempio: per una bevanda è meglio utilizzare un contenitore in alluminio oppure uno in PET?).

L'applicazione di questo strumento trova sempre più supporto anche grazie alle nuove politiche ambientali degli Stati. Infatti, sempre di più, essi tendono, accanto alle leggi, ad utilizzare numerosi altri mezzi per spingere le industrie a migliorare i propri processi produttivi.

Inoltre, cresce la tendenza ad estendere la responsabilità di chi produce non solo alla fase strettamente legata alla produzione del bene, ma anche alle altre fasi successive del ciclo di vita del prodotto.

Uno dei vantaggi principali dell'impiego del LCA risiede nella possibilità di ridurre al minimo gli impatti ambientali di un prodotto prima che questo sia messo in produzione, permettendo quindi all'azienda di evitare di cercare di porvi rimedio successivamente.

Infatti, una volta che il prodotto è stato immesso sul mercato, le possibilità d'intervento sono molto limitate ed è possibile fare poco per migliorarne le prestazioni ambientali, con la conseguenza, spesso, di enormi danni economici e d'immagine.

³ Fonte: SETAC – Society of Environmental Toxicology and Chemistry (1993)

Da qui l'importanza di intervenire preventivamente grazie all'analisi del ciclo di vita del prodotto e all'impiego di tecniche di Eco-Design che consentano di determinarne anticipatamente gli effetti indesiderati.

Lo studio del ciclo di vita dei prodotti si articola in tre fasi: un'analisi d'inventario che comprende la raccolta dei dati e le procedure di calcolo necessarie a quantificare i flussi di energia e materia in entrata ed in uscita nella produzione di un determinato prodotto; una valutazione degli impatti volta a valutare la portata degli impatti potenziali utilizzando i dati scaturiti dalla prima fase e una terza fase caratterizzata dall'interpretazione dei risultati in cui si incrociano i dati ottenuti nelle prime due fasi per poter quindi elaborare delle soluzioni.

2. 6. EPD (Environmental product declaration)

L'EPD, o Dichiarazione ambientale di prodotto, è un documento contenente informazioni riguardanti le prestazioni ambientali dei prodotti o dei servizi. Il sistema EPD è nato in Svezia dove l'industria ha iniziato e sviluppato un programma ambientale di dichiarazione denominato Sistema EPD.

Nel 2005, i paesi che avevano incominciato a realizzare un sistema di dichiarazione ambientale di prodotto erano nove: Svezia, Norvegia, Danimarca, Germania, Svizzera, Italia, Canada, Giappone e Corea del Sud. L'EPD, Dichiarazione ambientale di prodotto, viene realizzata utilizzando lo strumento dell'analisi del ciclo di vita (LCA) quale metodologia per identificare e quantificare i diversi impatti ambientali.

Essa può essere utilizzata da tutte le organizzazioni interessate e si applica a prodotti o servizi che vengono classificati sulla base di gruppi ben definiti. Il confronto fra i diversi prodotti e servizi è possibile grazie allo sviluppo di "requisiti specifici" relativi ad ogni singolo gruppo di prodotti.

Questi "requisiti specifici" contengono le informazioni necessarie per realizzare l'analisi del ciclo di vita dei prodotti (LCA).

In pratica, essi contengono i dati per identificare le caratteristiche legate alle funzioni e alle prestazioni che contraddistinguono le varie categorie di prodotti, i criteri necessari per realizzare l'analisi del ciclo di vita (LCA) per ogni categoria di prodotti e le informazioni che devono essere riportate nella dichiarazione ambientale di prodotto. La dichiarazione di prodotto (EPD) viene verificata e convalidata da un organismo accreditato indipendente che garantisce che le informazioni contenute nello studio del ciclo di vita del prodotto (LCA) e nella dichiarazione siano vere.

La dichiarazione ambientale di prodotto (EPD) persegue diversi scopi quali:

- mettere a disposizione informazioni veritiere ed esatte sulle prestazioni ambientali dei prodotti e dei servizi
- permettere un confronto di beni e servizi sulla base delle loro prestazioni ambientali
- invogliare il mercato ad un miglioramento ambientale continuo
- aumentare la comunicazione delle informazioni ambientali che riguardano l'intero ciclo di vita dei prodotti

Il vantaggio principale dell' EPD risiede nell'essere uno strumento che permette alle aziende di rispondere alle sempre maggiori esigenze del mercato in ambito ambientale.

Per le pubbliche amministrazioni, l'EPD risulta essere un importante strumento applicabile in una corretta politica di acquisti ecologici in quanto consente di confrontare fra loro i prodotti, e di scegliere quelli che presentano un minor impatto ambientale.