

GREEN ECONOMY, SOSTENIBILITA' E CERTIFICAZIONI AMBIENTALI: LA CFP

Lunedì, 13 Febbraio 2017



Marchi efficaci ma anche sigle poco comprensibili che non supportano le imprese nel far conoscere i propri comportamenti virtuosi, né aiutano il consumatore a capire i prodotti che sta acquistando: questo il mondo delle **certificazioni e dei marchi ambientali**, che le aziende percepiscono troppo spesso esclusivamente come il prezzo da pagare per auspicarsi di entrare fra i fornitori di grandi imprese, o nel mercato degli acquisti green.

Vi è quindi la **necessità di mettere ordine nel composito mondo delle certificazioni, affinché queste possano fungere effettivamente da strumenti utili per la competitività aziendale.**

Le certificazioni possono infatti diventare un acceleratore fondamentale di miglioramento delle performance e di competitività, sia dal punto di vista ambientale, sia economico: una certificazione ambientale comporta vantaggi sia nel fatturato, sia nelle relazioni con altre imprese, con i consumatori, con il territorio, con la società e la Pubblica Amministrazione, migliorando la reputazione aziendale e l'attenzione alle richieste poste dai target di riferimento.

In questi ultimi anni in Italia vi è una tensione importante del settore produttivo verso la green economy, che fa conquistare al bel Paese la leadership green in Europa: siamo primi tra i grandi paesi europei per eco-efficienza del sistema produttivo,

all'avanguardia per quota di energia rinnovabile nella produzione elettrica, leader europei nel riciclo industriale. Una scelta coraggiosa che non è così scontata in tempi di crisi e che si basa su investimenti, producendo lavoro e distinguendosi come vincente. Sono infatti oltre 385 mila le imprese dell'industria e dei servizi che fra il 2010 e il 2015 hanno investito in prodotti e tecnologie green. **La competitività non si basa più sul ribasso del prezzo e sul dumping ambientale e sociale, ma sulla qualità, che è parte nel dna del sistema produttivo italiano:** qualità che è personalizzazione del servizio e cura dei dettagli, attenzione alle competenze e al capitale umano, che è bellezza, condivisione ed **innovazione** e, appunto, **sostenibilità**.

L'attenzione alla sostenibilità cresce anche tra i consumatori ed è evidente una spiccata propensione alle certificazioni ambientali: con oltre 24mila certificazioni, l'Italia è il secondo paese al mondo per numero di certificati ISO 14001 e il primo per numero di certificazioni di prodotto EPD, il terzo per Ecolabel ed EMAS. Siamo inoltre il quinto paese del G20 per certificazioni forestali di catena di custodia FSC.

Nonostante le evidenze appena indicate, la diffusione delle certificazioni ambientali non è capillarmente diffusa in tutto il bel Paese.

Fra le prime cause di questa insufficiente capillarità, vi **un'inadeguata conoscenza da parte delle imprese della reale portata delle certificazioni ambientali, come le insufficienti azioni di sostegno da parte dell'azione pubblica**, nonostante i vantaggi per la collettività.

Fra le azioni a sostegno delle tematiche ambientali, dobbiamo però ricordare la **dotazione finanziaria di 15.000.000 € stanziata da Fondimpresa, attraverso l'Avviso n. 1/2017 – "Formazione connessa alla salvaguardia dell'ambiente e del territorio"**. La domanda finanzia piani condivisi per la formazione dei lavoratori delle aziende aderenti al Fondo, operanti nei campi della prevenzione del rischio sismico e idrogeologico e per lo sviluppo delle competenze connesse all'efficienza energetica e all'uso di fonti integrative e rinnovabili, ai materiali e alle soluzioni per la sostenibilità ambientale. **ErgonGroup, Ente di Formazione e Consulenza manageriale, è impegnato nell'analisi delle esigenze aziendali e nella progettazione di Piani formativi** che, pena l'inammissibilità, dovranno essere presentati al Fondo fra il 14 marzo e 16 giugno 2017.

ErgonGroup sviluppa progetti ad hoc sulle tematiche ambientali, i cui obiettivi sono la **diffusione della cultura della sostenibilità ambientale e della green economy nelle imprese dei territori coinvolti, lo sviluppo delle competenze per un approccio multidisciplinare e integrato ai problemi ambientali** e lo sviluppo dell'**innovazione in chiave eco-sostenibile**.

Inoltre, in ambito ambientale fra le certificazioni che ErgonGroup è in grado di offrire alle aziende italiane, accanto alla nuova edizione della ISO 14001 e ad altre ancora, vi è l'"impronta climatica", meglio conosciuta con la dizione inglese di **Carbon Footprint (CFP)**, molto popolare negli ultimi anni.

La carbon footprint è un indicatore ambientale che misura l'impatto delle attività umane sul clima globale, considerando tutti i gas clima-alteranti del Protocollo di Kyoto; la CFP esprime quantitativamente gli effetti prodotti sul clima da parte dei cosiddetti gas serra generati da una persona, da un'organizzazione, da un evento o da un prodotto, sia esso un bene o un servizio.

La CFP dei prodotti comprende l'assorbimento e l'emissione di gas clima-alteranti nell'arco dell'intera vita di un prodotto o servizio, dall'estrazione delle materie prime, alla loro lavorazione e al loro finale utilizzo, riciclaggio o smaltimento: da questo si comprende come la carbon footprint rappresenti un sottoinsieme dei dati derivanti da uno studio di Life Cycle Assessment (LCA). **L'LCA è un metodo standardizzato a livello internazionale per la valutazione dei carichi ambientali e delle risorse consumate durante le varie fasi di vita di un prodotto.** La *carbon footprint* viene calcolata mediante uno studio LCA conforme alle norme di riferimento, evidenziando le emissioni che hanno effetto sul fenomeno del cambiamento climatico ed è una valutazione che viene seguita da possibili azioni di riduzione delle emissioni quindi dalla compensazione delle emissioni residue.

Negli ultimi decenni i consumatori hanno iniziato a chiedere maggiori informazioni sulle emissioni di gas ad effetto serra dei prodotti che intendono acquistare ed è cresciuta la consapevolezza di poter influenzare le logiche di mercato attraverso la scelta di prodotti a minore impatto ambientale. In parallelo, il mondo economico ed industriale sta ora cogliendo questa tendenza come una concreta opportunità per conseguire un vantaggio competitivo, spingendo le imprese verso la produzione di prodotti o servizi con minori emissioni, con l'obiettivo di rendere pubblici i risultati conseguiti nei confronti di consumatori orientati verso un *green consuming*.

I principali vantaggi della *carbon footprint* rispetto ad una LCA completa sono la **facilità di comunicazione e di comprensione da parte del pubblico e la possibilità di essere direttamente collegata ad una delle priorità ambientali universalmente riconosciute** e affrontate dalle politiche ambientali.

Per queste ragioni la ***carbon footprint* costituisce un significativo indicatore ambientale che si sta affermando come uno strumento di marketing usato dalle industrie non solo per dimostrare l'impegno a ridurre l'impatto ambientale, ma anche per evidenziare la sostenibilità dei prodotti e servizi.** A questo proposito, l'esperienza di questi ultimi anni conferma come il label di carbon footprint sia percepito dai consumatori come **indice di qualità e sostenibilità di un'impresa.**

Di **Lara Pizzone** - *Marketing e Comunicazione ErgonGroup*

[Leggi l'articolo dal sito SviluppoManageriale.it!](#)

