



Eco-Innovazione: l'innovazione sostenibile nelle imprese umbre



Dicembre 2020

A cura di Susanna Paoni

Introduzione

I problemi ambientali, le sfide sociali e la competitività del mercato globale, rendono necessario un cambiamento della modalità di fare business a favore di percorsi di crescita che coniughino insieme innovazione e sostenibilità, ovvero eco-innovazione.

In che misura le aziende umbre si impegnano a favore della sostenibilità? In realtà molte aziende che si considerano sostenibili rispondono soltanto in parte a questa definizione. Alcuni imprenditori abbracciano la sfida della sostenibilità soltanto se e quando vedono un ritorno sull'investimento, altri fanno della causa ambientale uno dei principi fondamentali della loro impresa.

La diffusione di aziende consapevoli dal punto di vista ambientale e sociale è comunque evidente: la sostenibilità è uno dei loro scopi e l'impatto che possono avere sulla sostenibilità globale è piuttosto significativo.

Aziende di tutte le dimensioni e di tutti i settori devono comprendere la responsabilità che hanno nei confronti della sostenibilità per rispettare le normative governative, ridurre la loro impronta e agire attivamente nello sviluppo sociale. Questo è ciò che chiamiamo approccio "eco-innovativo".

Un modo efficace per promuovere questa consapevolezza nelle aziende è quello di dimostrarci che è possibile coniugare sostenibilità e innovazione.

I consumatori stanno diventando sempre più avversi al rischio quando si tratta di spendere i loro soldi e in genere, spendono con più attenzione rispetto alle generazioni precedenti, apprezzando marchi e che applicano pratiche di produzione sostenibile ed abbracciano standard commerciali etici. In questo contesto, sono sempre di più le aziende che si adattano ai nuovi consumatori, contribuiscono alla sostenibilità e rimangono competitive.

Per l'azienda la sostenibilità coinvolge tre dimensioni – ambientale, economica e sociale – ognuna delle quali deve essere considerata per elaborare una vera strategia di sostenibilità, che risulti innovativa, sia in grado di fornire risposte a problemi complessi, soddisfare i consumatori e ridurre gli impatti negativi delle imprese sull'ambiente e sulla società.

Da queste sfide emerge il concetto di eco-innovazione, al quale possiamo dare molteplici interpretazioni, così sintetizzabili:

- L'eco-innovazione è qualsiasi forma di innovazione che evidenzia un progresso dimostrabile verso lo sviluppo sostenibile riducendo gli impatti sull'ambiente o attraverso l'uso efficiente e responsabile delle risorse naturali, compresa l'energia.

- L'eco-innovazione è qualsiasi forma di innovazione che crea beni, processi, sistemi, servizi e procedure competitivi, volti a soddisfare i bisogni umani e a fornire una migliore qualità della vita per tutti, insieme ad un uso minimo di risorse naturali per unità di produzione (materiali, compresa l'energia e la superficie) e ad un rilascio minimo di sostanze inquinanti.
- L'eco-innovazione è il processo di sviluppo di nuovi prodotti, processi o servizi che continuano a fornire valore ai clienti e all'azienda, riducendo al contempo in modo significativo il loro impatto ambientale.
- L'eco-innovazione è "innovazione orientata alla sostenibilità", ovvero creazione di nuovi spazi di mercato, prodotti o servizi guidati da questioni ambientali o di sostenibilità.
- L'eco-innovazione è un processo in cui le considerazioni sostenibili (ambientali, sociali, finanziarie) sono integrate nell'azienda – dalla generazione delle idee alla R&S, al marketing. Ciò vale per prodotti, servizi e tecnologie, e per i nuovi modelli di business.

Gli effetti positivi dell'eco-innovazione sono non soltanto quelli diretti sull'ambiente (riduzione impatti, migliore gestione di risorse, utilizzo/salvaguardia del territorio) ma anche il miglioramento del benessere sociale (creazione posti lavoro ed effetti indiretti derivanti da minori impatti) e della competitività delle imprese (miglioramento di qualità del prodotto, riduzione dei costi per approvvigionamento materie, consumi energetici e smaltimento, accesso a maggiori fette di mercato, possibilità di accesso a sistemi di certificazione e etichettatura) dei settori industriali e dei paesi dove si è sviluppata.

I fattori che spingono le aziende ad investire in eco-innovazione sono essenzialmente tre:

1. la regolamentazione (necessità di rispettare le previsioni normative e volontà/capacità dell'impresa di anticipare o adattarsi al quadro normativo)
2. le caratteristiche dell'offerta (migliorare la struttura dei costi produttivi, innovare gli aspetti gestionali – EMAS, ISO 9000 – responsabilità estesa del produttore – CSR – avere capacità nelle aree di R&D e creare una struttura delle "catena del valore")
3. le caratteristiche della domanda (diffusione della "sensibilità" ambientale; preferenza dei consumatori per prodotti/aziende sostenibili; attese per l'aumento di quote di mercato e di ingresso in nuovi segmento di mercato).

Ma come può un'azienda essere innovativa e sostenibile?

- ✓ **Mettendo a punto una strategia di innovazione** che sia:
 - in linea con la strategia aziendale
 - condivisa a livello esecutivo

- sviluppi un processo di gestione dell'innovazione
 - identifichi funzioni e compiti
 - revisioni continuamente strategie, processi e sistemi
 - crei una cultura dell'innovazione.
-
- ✓ **Incoraggiando una mentalità sostenibile**, che promuova la sostenibilità come valore per il business e coinvolga tutta l'organizzazione (dirigenti, quadri e operai). Comunicare continuamente l'importanza della sostenibilità contribuisce a promuovere una mentalità che valorizza la sostenibilità in tutte le azioni aziendali.

 - ✓ **Costruendo una strategia di innovazione aperta** (c.d. open innovation) che promuova la collaborazione con altre organizzazioni e istituti di ricerca con l'obiettivo di affrontare i problemi con approcci diversi, da più punti di vista e non da un'unica prospettiva.

 - ✓ **Strutturando un team dell'innovazione focalizzato sulla sostenibilità**, un gruppo di persone impegnato nella ricerca di soluzioni innovative e sostenibili (in prodotti, servizi, processi, ecc.), che auspicabilmente disponga di uno spazio dedicato (laboratorio, centro d'innovazione, ecc.) e degli strumenti necessari.

L'indagine

La presente indagine si inquadra in un contesto, quello attuale, in cui la competitività delle imprese dipende fortemente dalla capacità di innovare prodotti e processi, tenendo in conto la gestione sostenibile delle risorse e la riduzione di impatti ambientali e sociali per il miglioramento della qualità della vita.

L'indagine è stata quindi condotta con l'obiettivo di rilevare l'approccio eco-innovativo delle aziende umbre e porre la loro attenzione sui temi delle sostenibilità e dell'innovazione come strumenti a supporto dello sviluppo sostenibile e fattori abilitanti per ridurre l'impatto delle modalità produttive sull'ambiente, rafforzare la resilienza alle pressioni ambientali e facilitare un uso più efficiente e responsabile delle risorse, non soltanto naturali ma anche umane.

La metodologia di lavoro adottata ha previsto lo svolgimento di incontri virtuali nel corso dei quali sono state realizzate delle **interviste** volte ad approfondire i temi pregnanti legati allo sviluppo sostenibile, nelle sue dimensioni, e all'eco-innovazione.

Le interviste hanno coinvolto direttamente gli imprenditori e/o i manager della sostenibilità di alcune aziende umbre - *main actors* del territorio - che hanno intrapreso o stanno avviando percorsi di crescita sostenibile, per produrre beni e servizi con tecniche rispettose dell'ambiente, aziende che ringraziamo vivamente per il tempo dedicato e per i contributi offerti.

In queste aziende si rileva un profondo cambiamento verso sistemi di produzione e di consumo più sostenibili accompagnato da un cambiamento culturale e di stili di vita, e l'eco-innovazione è il loro strumento. L'eco-innovazione, infatti, permette alle aziende di migliorare i processi organizzativi, di introdurre sul mercato nuovi prodotti/servizi che soddisfano la nostra esigenza di sostenibilità migliorando al contempo la qualità della nostra vita e rispondendo in maniera adattiva al costante mutamento dei modelli produttivi, degli assetti demografici e delle condizioni ambientali.

I principali risultati

Le imprese intervistate - n. 23 - sono state selezionate tra quelle umbre che hanno già intrapreso un percorso di crescita sostenibile e rispondono ad almeno uno dei seguenti requisiti:

- aver definito una strategia di sostenibilità aziendale;
- adottare una prospettiva basata sul ciclo di vita (LCA);
- produrre o erogare prodotti/servizi eco-innovativi o a basso impatto ambientale (c.d. prodotti/servizi green);
- adottare percorsi di certificazione ambientale di prodotto o dei processi produttivi (ISO 14001, EDP, EMAS, ECOLABEL, SGA, sistemi di certificazione di carattere volontario, audit ambientali, studi/analisi LCA, ecc.);
- appartenere al primo distretto italiano per la sostenibilità Terni-Narni;
- essere membri del cluster SPRING per la Chimica verde;
- avere ottenuto dei riconoscimenti/premi per la sostenibilità, l'eco-innovazione o la responsabilità sociale;
- aver partecipato a bandi o progetti di eco-innovazione (es. progetto simbiosi industriale Sviluppoumbria-ENEA).

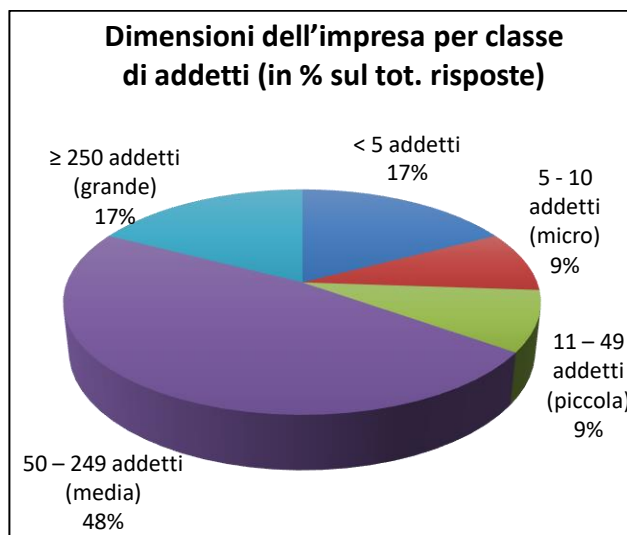
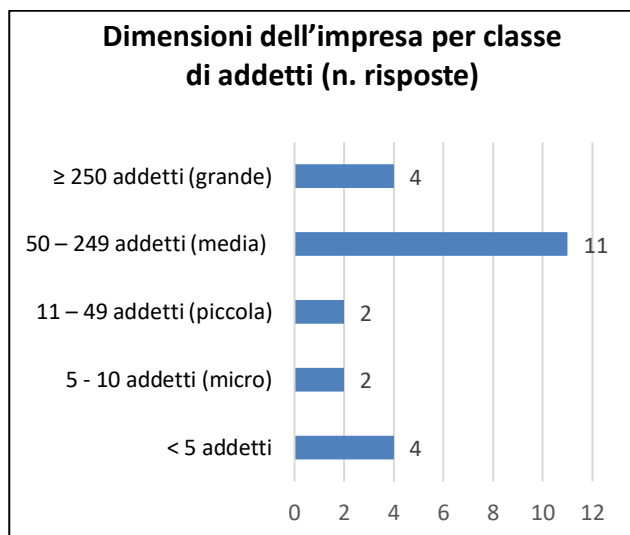
Il questionario utilizzato è articolato in cinque sezioni:

- informazioni generali – dimensione, forma giuridica, fascia di fatturato, codice ATECO, settore di attività, presenza geografica/mercati di riferimento;
- sostenibilità aziendale – presenza di una strategia di sostenibilità, elementi salienti, budget allocato, investimenti dedicati, iniziative intraprese per ridurre l'impatto ambientale, obiettivi di medio-lungo termine, eco-progettazione, approccio LCA, definizione di valori e regole di condotta, formazione, comunicazione, rispetto dei CAM, importanza di un marchio regionale;
- prodotti green – realizzazione di prodotti/servizi sostenibili, eco-innovazione, progettazione, impatto, replicabilità;
- sistemi di gestione ambientale – adozione di un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente, adozione di percorsi di certificazione ambientale di prodotto e/o di processo, RSI, vantaggi, progetti di R&S,
- resilienza – percezione del livello di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, percezione

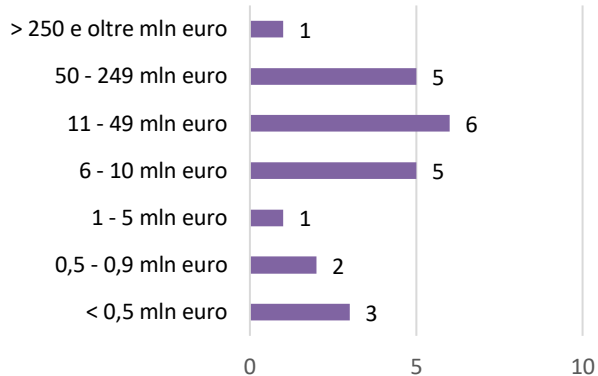
Le interviste sono state condotte nel periodo maggio-novembre 2020, mediante la piattaforma Zoom.

Caratteristiche generali del campione di imprese

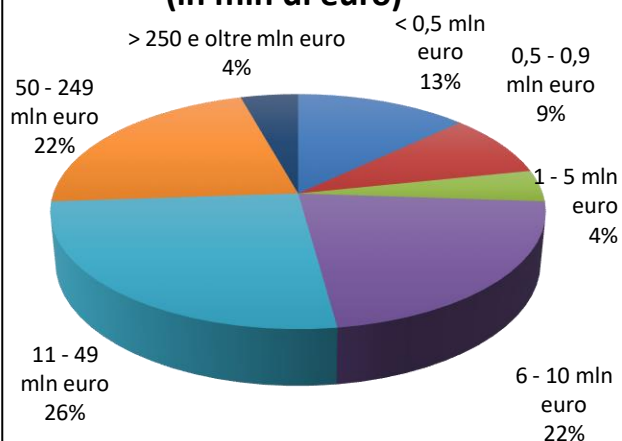
Le 23 imprese intervistate svolgono prevalentemente attività di produzione (82%), hanno dimensioni medie, occupano prevalentemente tra 50 e 249 addetti (48%), registrano un fatturato superiore ai 6 milioni di euro (74%) e sono presenti anche nei mercati esteri (51%).



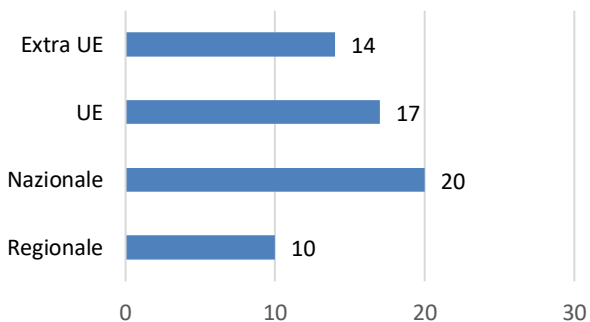
Classe di fatturato (n. di imprese)



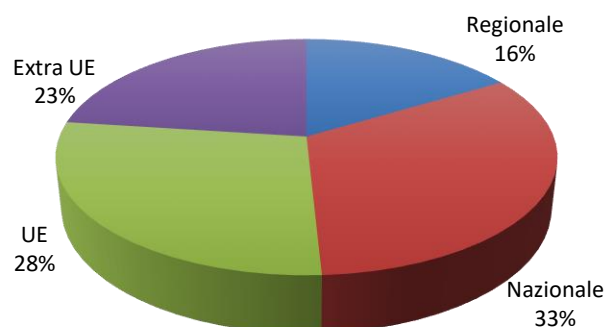
Classe di fatturato (in mln di euro)



Presenza geografica/mercati di riferimento (n. risposte)



Presenza geografica/mercati di riferimento (in % sulle risp. tot.)



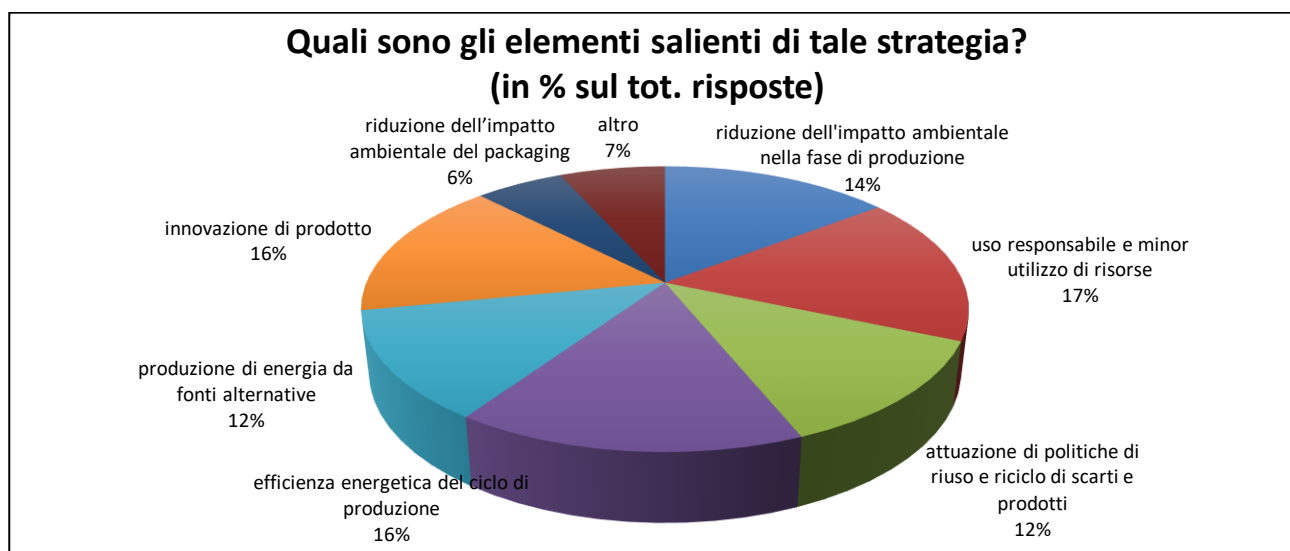
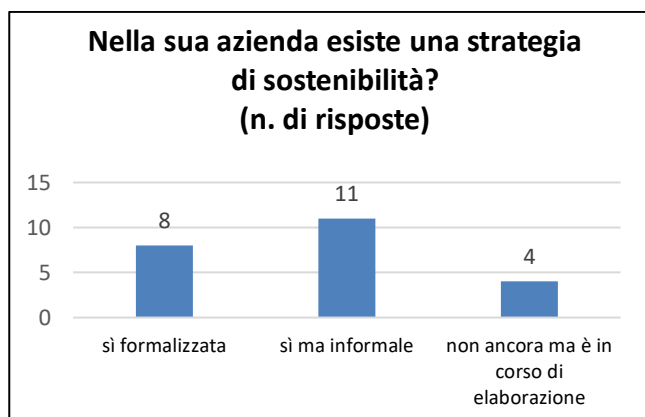
Sostenibilità aziendale

Per sostenibilità aziendale intendiamo l'adozione di "green practices" da parte dell'azienda, di tutta una serie di strumenti e assetti organizzativo/gestionali volti a ridurre l'impatto dell'attività dell'impresa sull'ecosistema e ad implementare una strategia orientata alla sostenibilità ambientale.

Sulla base a questa definizione, abbiamo rilevato che, la maggioranza delle aziende intervistate ha una propria strategia di sostenibilità (83%) nella maggior parte dei casi non ancora formalizzata.

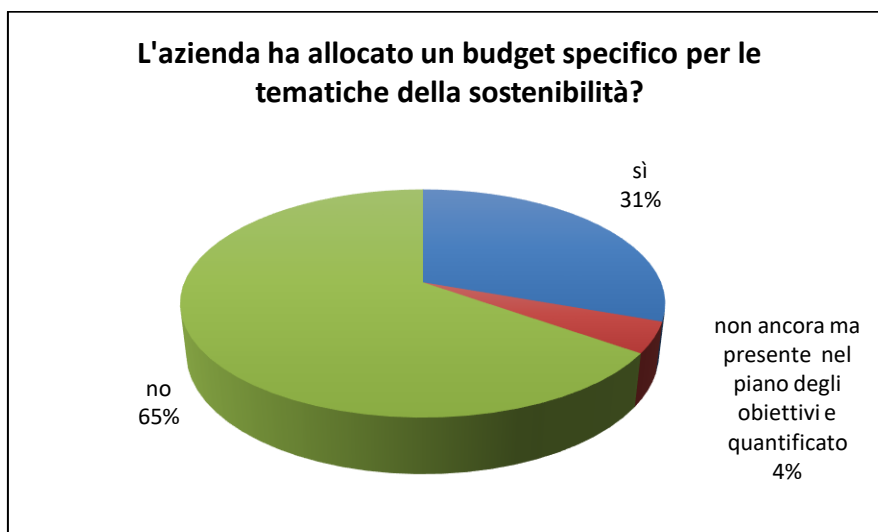
Gli elementi salienti di tale strategia sono riconducibili a:

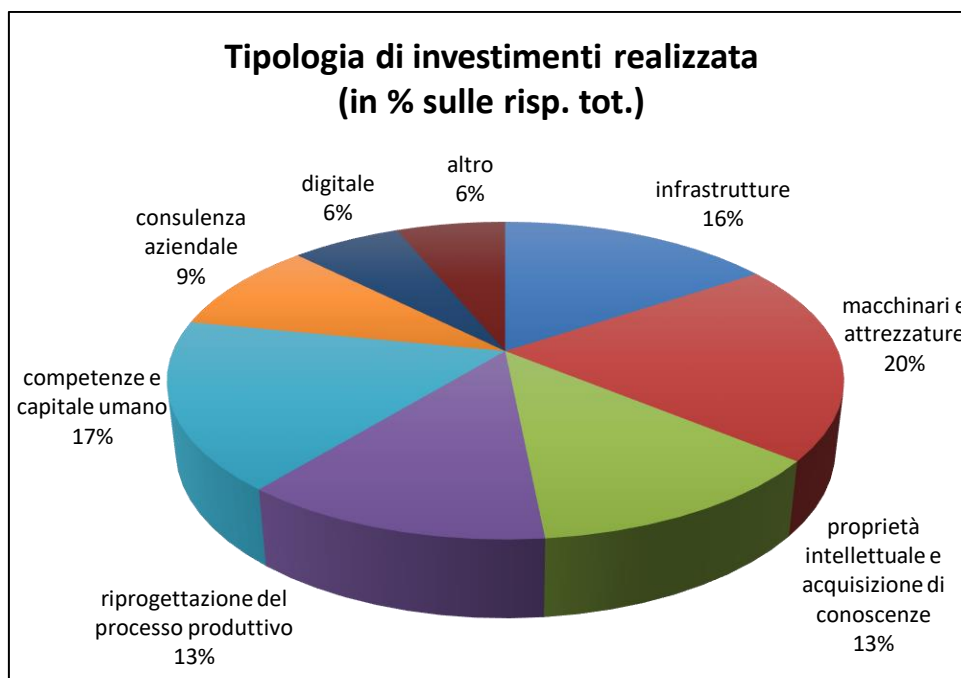
- uso responsabile e un minor utilizzo delle risorse (17%);
- efficienza energetica del ciclo produttivo (16%);
- innovazioni di prodotto (16%);
- riduzione dell'impatto ambientale della produzione (14%);
- attuazione di politiche di riuso e riciclo di scarti e prodotti (12%);
- produzione di energia da fonti alternative (12%).



Poche le aziende che hanno allocato un budget specifico per le tematiche della sostenibilità (31%), mentre la quasi totalità ha realizzato investimenti funzionali all'attuazione della strategia di sostenibilità (96%), nello specifico:

- macchinari e attrezzature (20%);
- competenze e capitale umano (17%);
- infrastrutture (16%);
- riprogettazione del processo produttivo (13%);
- proprietà intellettuale e acquisizione di conoscenze (13%);
- consulenza aziendale (9%).



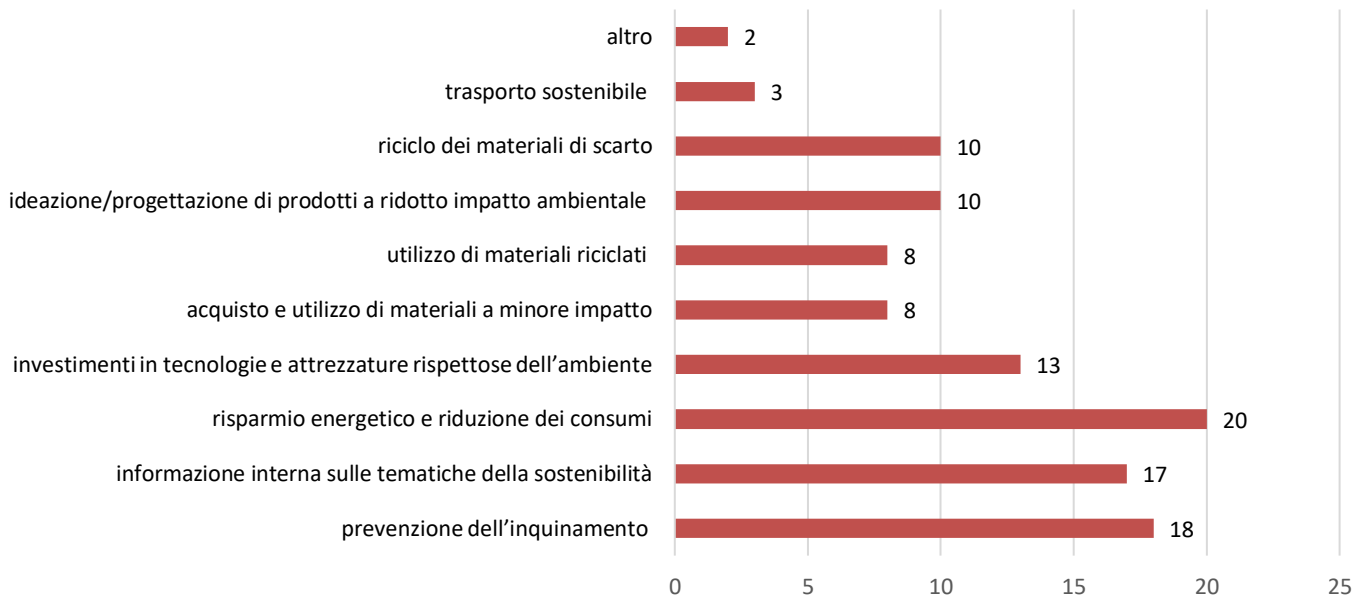


La totalità delle aziende ha intrapreso azioni volte a ridurre l'impatto ambientale, in particolare:

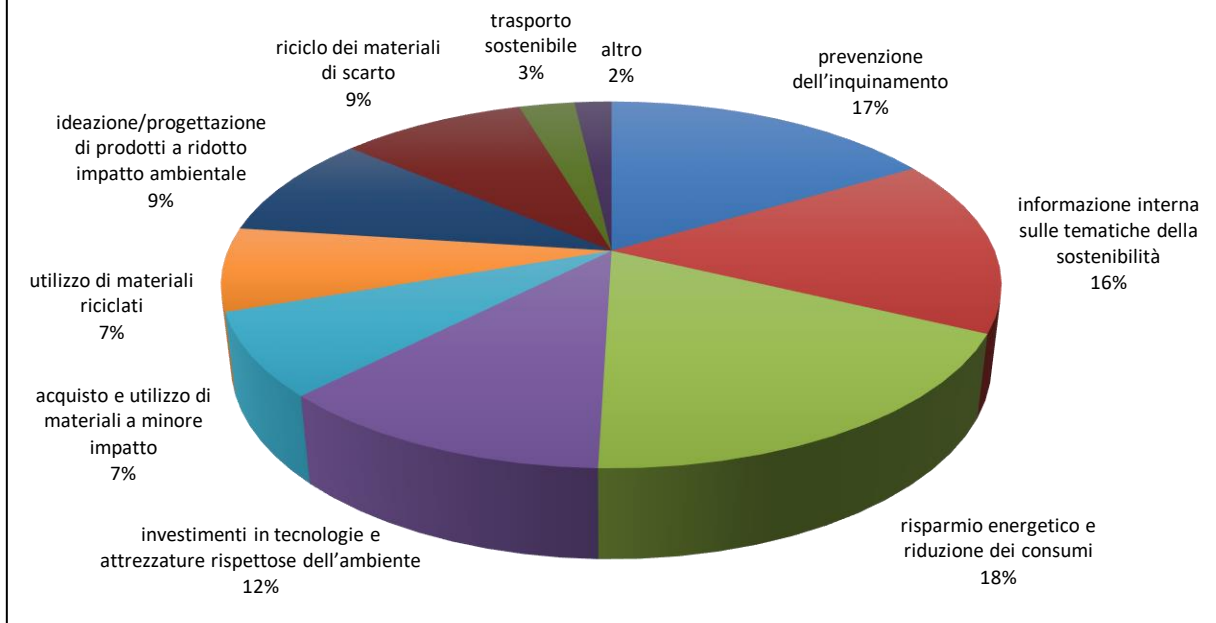
- azioni volte al risparmio energetico e alla riduzione dei consumi (18%);
- iniziative volte a prevenire l'inquinamento (17%);
- attività di informazione/sensibilizzazione interna sulle tematiche della sostenibilità (16%);
- investimenti in tecnologie e attrezzature rispettose dell'ambiente (12%);
- riciclo di materiali di scarto (9%);
- progettazione di prodotti a basso impatto ambientale (9%);
- utilizzo di materiali riciclati (7%);
- utilizzo e acquisto di materiali a minore impatto (7%).



Iniziative intraprese per ridurre l'impatto ambientale (n. risposte)

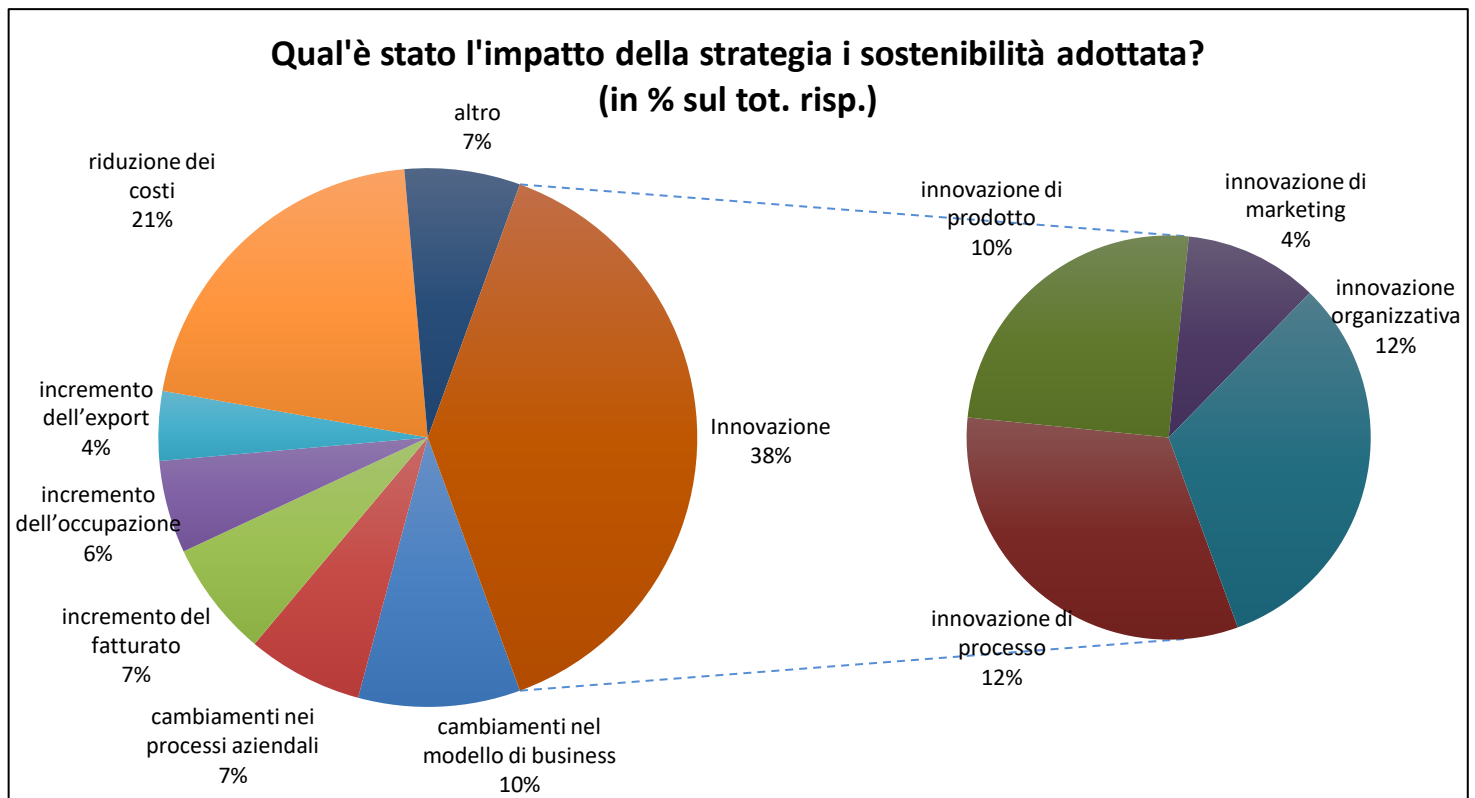


Iniziative intraprese per ridurre l'impatto ambientale (in % sul tot. risp.)



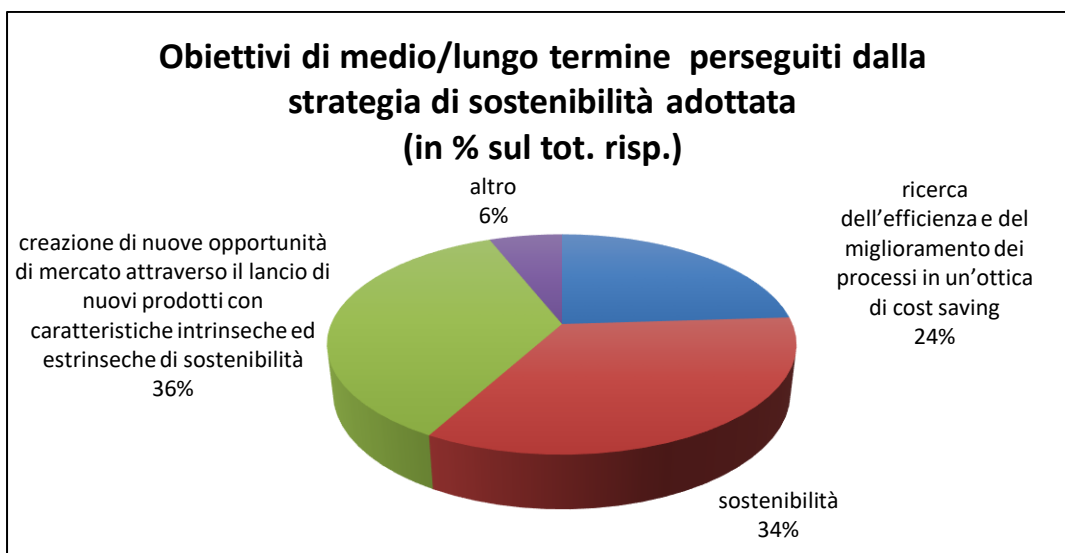
L'adozione di una strategia di sostenibilità nella maggioranza delle aziende ha determinato l'introduzione di una innovazione (38%) di prodotto, di processo e/o organizzativa, una riduzione dei costi (21%) e/o un cambiamento nel modello di business (12%).

Dal punto di vista strategico l'innovazione sostenibile sembra essere più competitiva e vincente dell'innovazione in senso stretto: l'introduzione dei valori ambientali nelle strategie aziendali, determina quasi sempre una maggiore propensione all'innovazione nei modelli di business che è proprio quel tipo di innovazione che determina i maggiori effetti positivi sulla competitività.

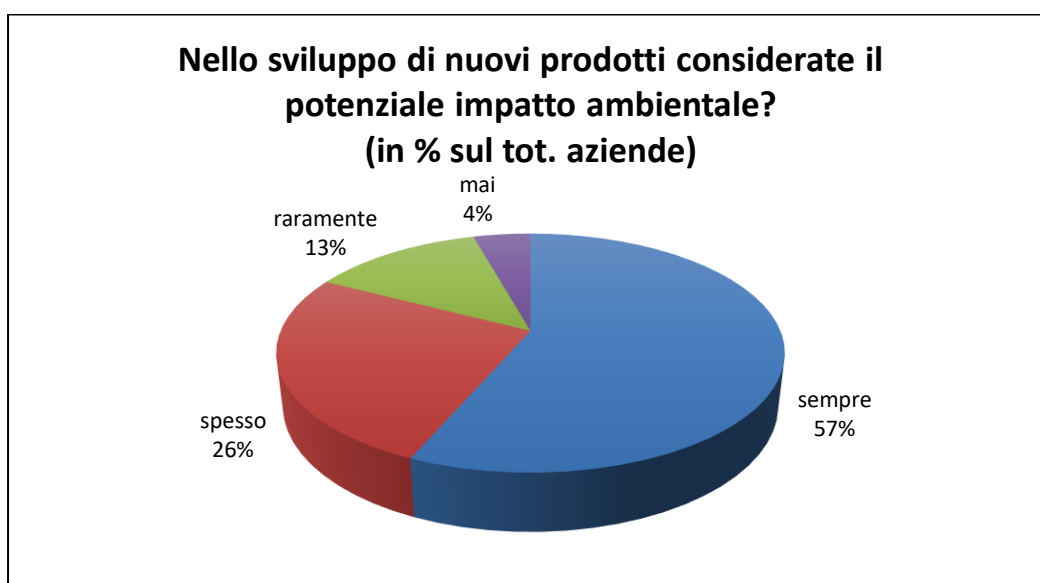


Grazie alla strategia di sostenibilità adottata le aziende si prefiggono i seguenti obiettivi di medio/lungo termine:

- creazione di nuove opportunità di mercato attraverso il lancio di nuovi prodotti con caratteristiche intrinseche ed estrinseche di sostenibilità (36%);
- sostenibilità (34%);
- ricerca dell'efficienza e del miglioramento dei processi in un'ottica di cost saving (24%).

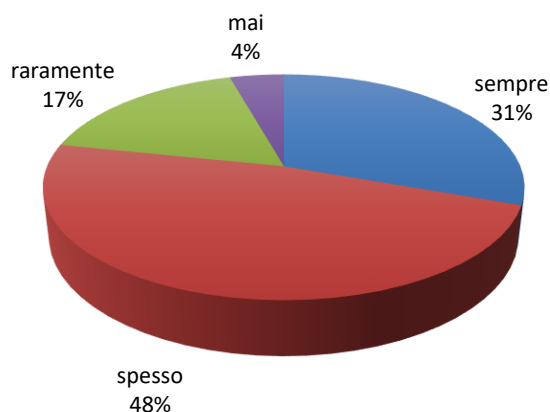


Il 57% delle aziende intervistate, nello sviluppo di nuovi prodotti, tiene conto dell'impatto ambientale.



La maggioranza delle aziende coinvolgono attivamente fornitori e/o clienti nell'attuare azioni volte a ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti/servizi (il 31% sempre, il 48% molto spesso). L'obiettivo è quello di tenere conto dell'intero ciclo di vita di un prodotto o servizio, dal suo smaltimento, alla sua disponibilità sul mercato, alla trasparenza della filiera produttiva.

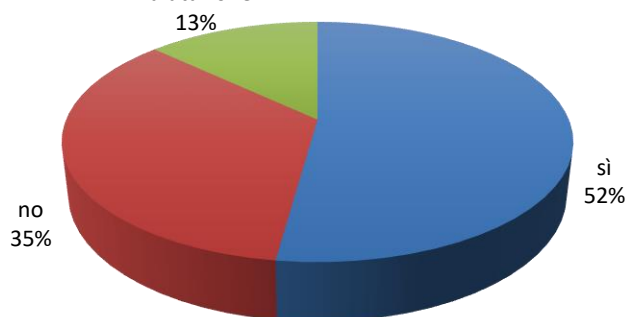
L'azienda coinvolge attivamente fornitori e/o clienti nell'attuare azioni volte a ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti/servizi? (in % sul tot. aziende)



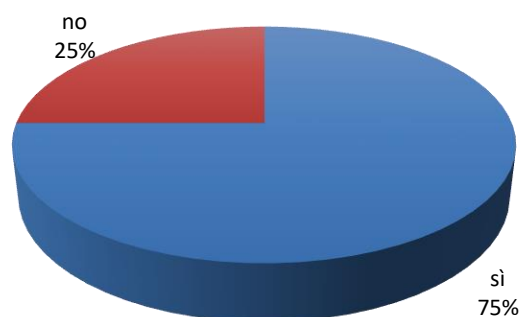
Diffuso l'utilizzo del Life Cycle Assessment (Valutazione del Ciclo di Vita) per quantificare l'impatto ambientale di un prodotto, processo o modello di business lungo l'intero ciclo di vita, per migliorarne la sostenibilità e come principale strumento operativo del "Life Cycle Thinking": il 52% delle aziende lo utilizza, il 13% sta valutandone l'introduzione. I tre quarti delle aziende hanno adottato l'LCA per fissare o rivedere gli obiettivi aziendali.

L'azienda utilizza una prospettiva basata sul ciclo di vita (LCA) per migliorare la sostenibilità dei prodotti e servizi? (in % sul tot. imprese)

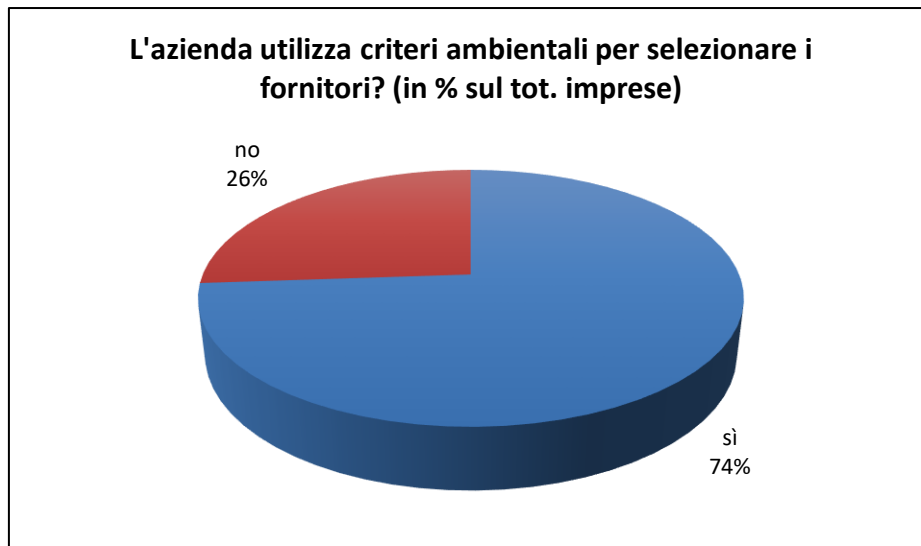
no ma siamo in fase di valutazione



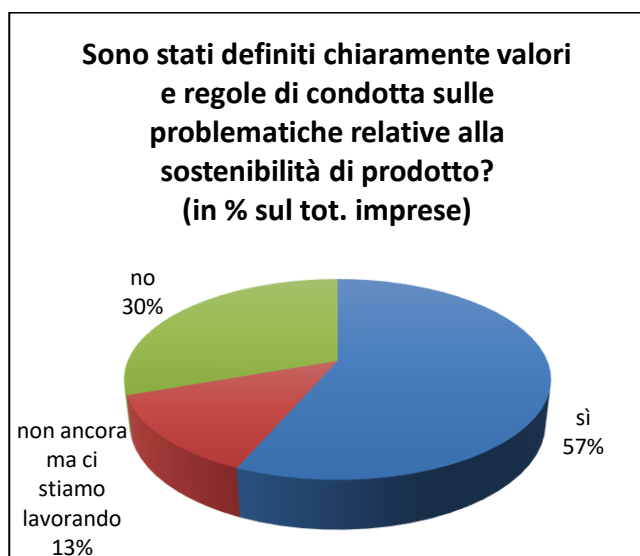
Se sì, l'organizzazione ha adottato l'approccio LCA per stabilire o rivedere gli obiettivi (in sul tot. risp.)



La maggioranza delle aziende (74%) intervistate scelgono i propri fornitori basandosi non soltanto sulla verifica di requisiti di qualità tecnica, economica, organizzativa ma anche sulla base di criteri ambientali.

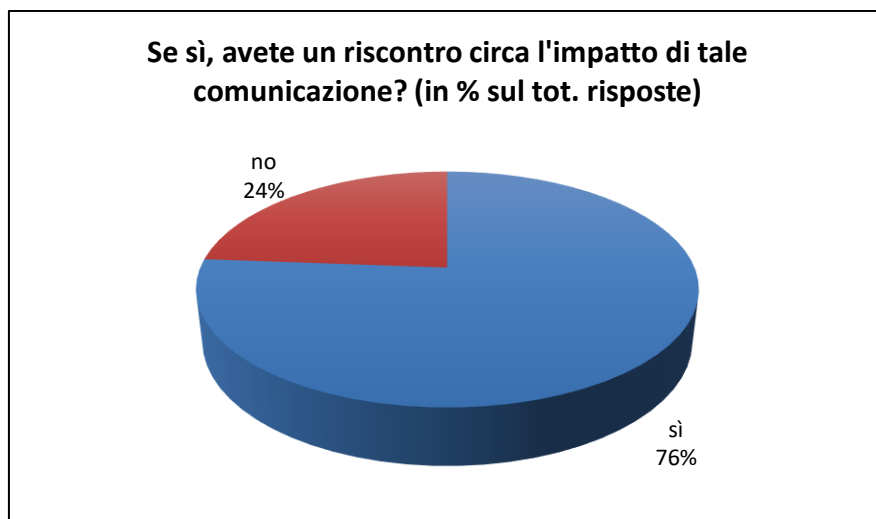
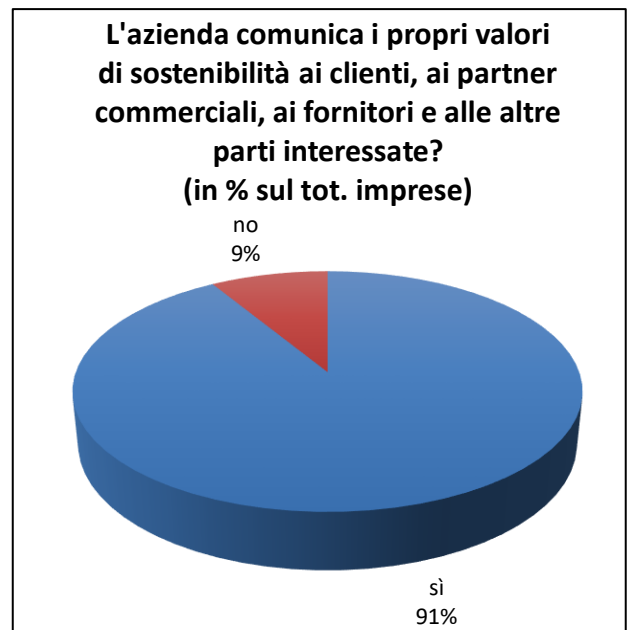
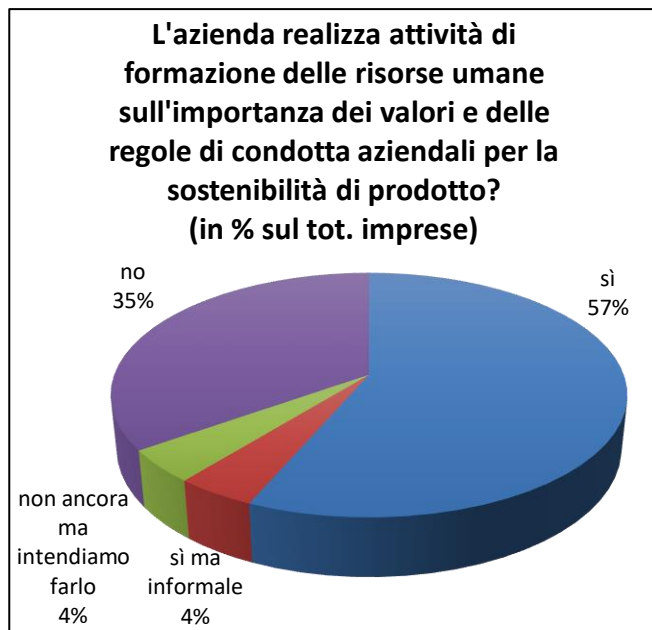


Il 57% delle aziende ha chiaramente definito valori e regole di condotta sulle problematiche relative alla sostenibilità di prodotto ed inoltre, il 90% ha il personale aziendale informato sui valori e le regole di condotta dell'azienda relativi alla sostenibilità di prodotto.



Gran parte delle aziende (il 57%) realizza attività di formazione delle sue risorse umane sull'importanza dei valori e regole di condotta aziendali per la sostenibilità di prodotto. La quasi

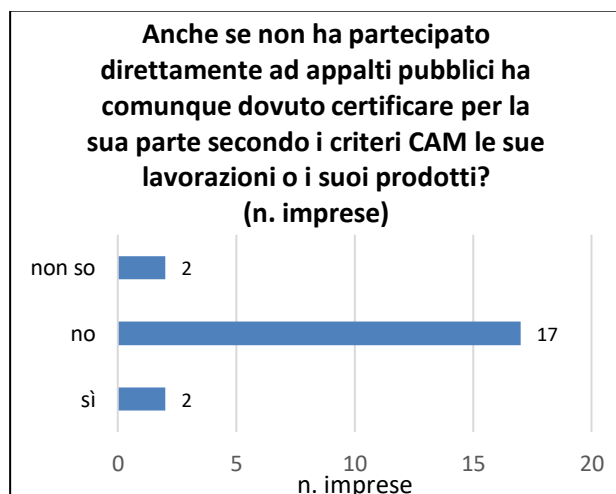
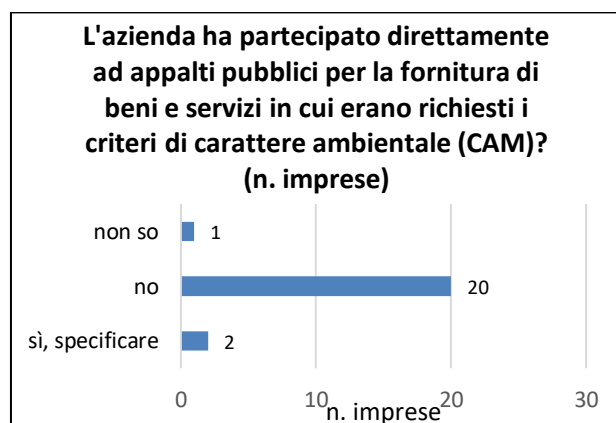
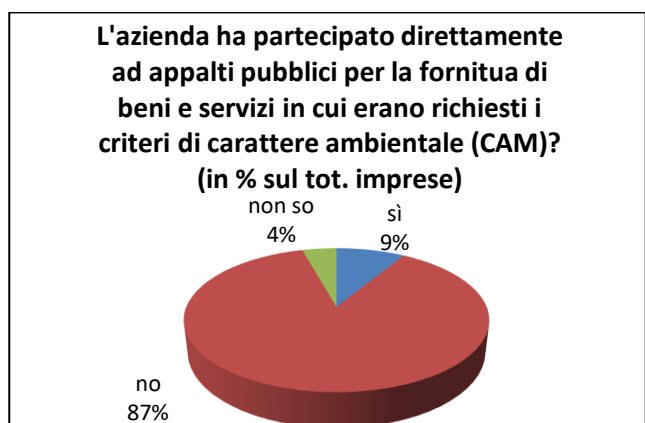
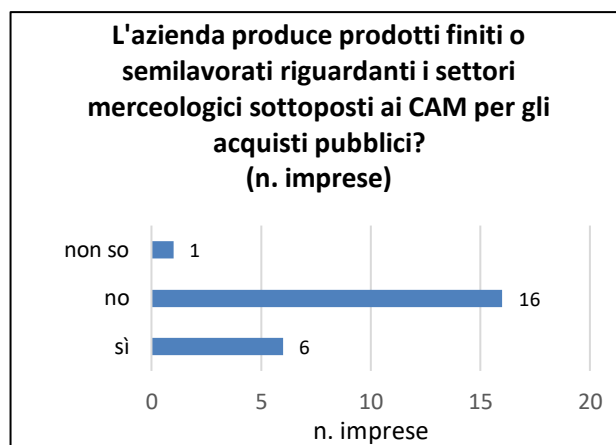
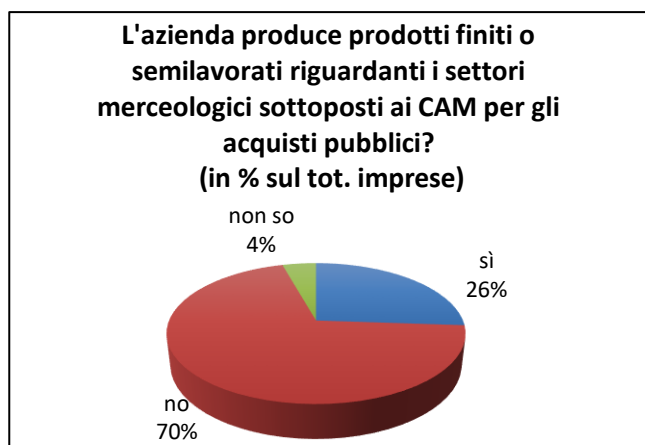
totalità delle aziende (91%) comunica i propri valori aziendali a clienti, a partner commerciali, fornitori e altre parti interessate riscontrando un impatto positivo (76%).



Soltanto una minoranza delle aziende (26%) realizza prodotti finiti o semilavorati riguardanti settori merceologici sottoposti ai Criteri Ambientali Minimi (CAM), i requisiti ambientali ed ecologici definiti dal Ministero dell'Ambiente e volti ad indirizzare le Pubbliche Amministrazioni verso una razionalizzazione dei consumi e degli acquisti. Questi criteri intendono fornire indicazioni per l'individuazione di soluzioni progettuali, prodotti o servizi migliori sotto il profilo ambientale.

Soltanto due aziende hanno partecipato direttamente ad appalti pubblici per la fornitura di beni e servizi in cui erano richiesti i criteri di carattere ambientale (CAM). Due anche le aziende che, pur

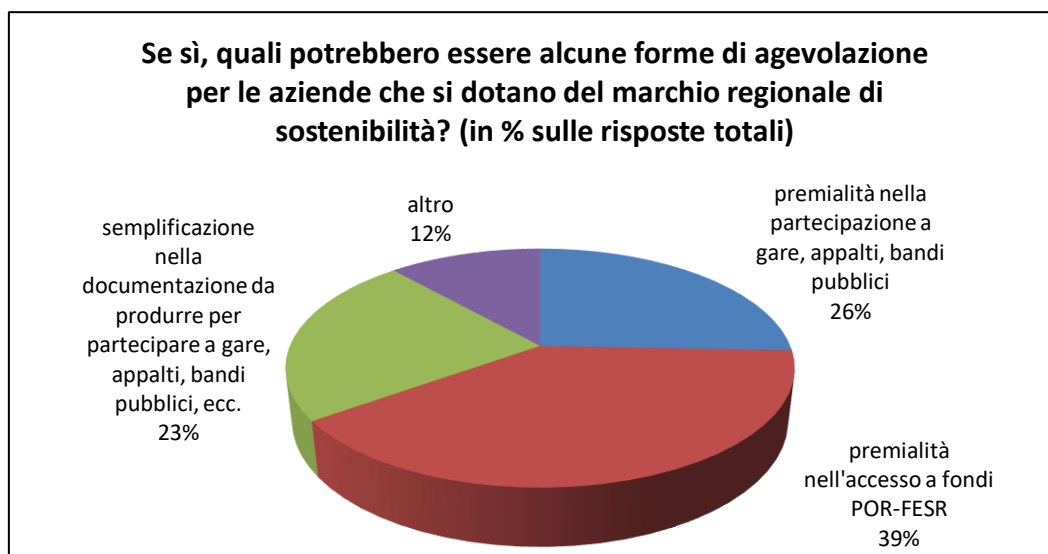
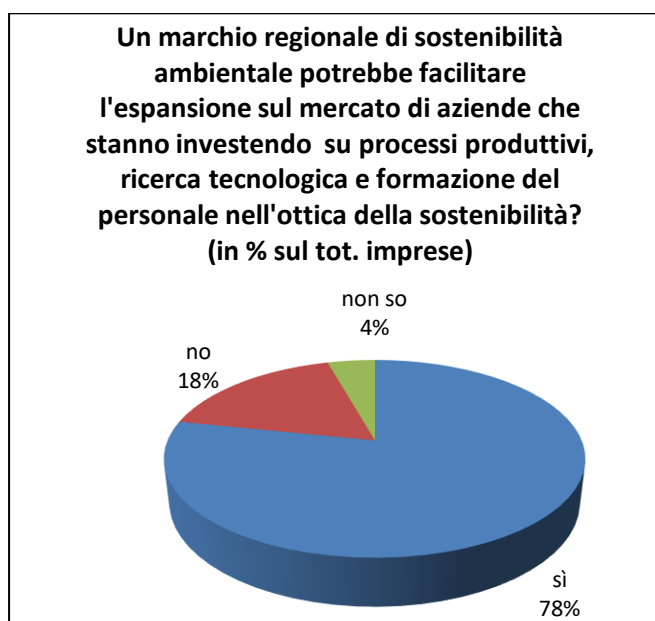
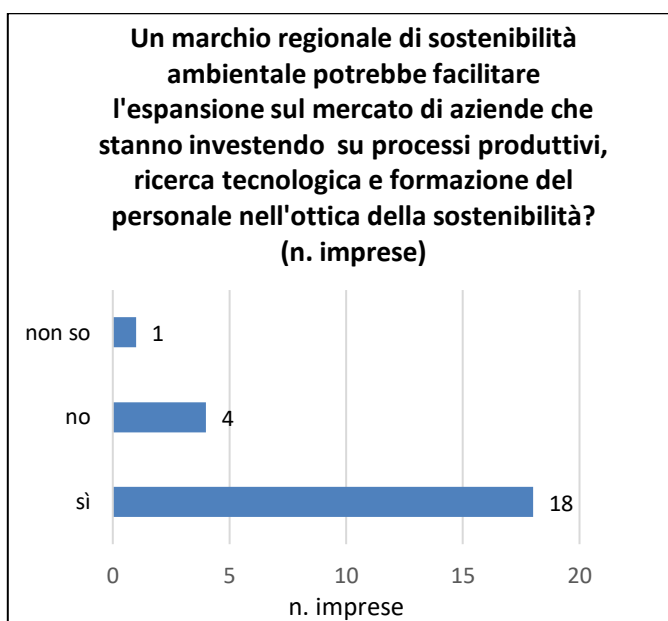
non avendo partecipato direttamente ad appalti pubblici hanno dovuto certificare, per la loro parte, le proprie lavorazioni o i propri prodotti secondo i criteri CAM.



Alla domanda se un marchio regionale di sostenibilità ambientale potrebbe facilitare l'espansione sul mercato delle aziende che stanno investendo sui processi produttivi, sulla ricerca tecnologica e sulla formazione del personale nell'ottica della sostenibilità, la maggioranza ha risposto affermativamente (78%).

È opinione diffusa tra le intervistate che le aziende dotate o che si doteranno di un marchio regionale di sostenibilità, dovrebbero godere di alcune agevolazioni, in particolare:

- una premialità nell'accesso a fondi POR-FESR (38%);
- una premialità nella partecipazione a gare, appalti, bandi pubblici (26%);
- una semplificazione nella documentazione da produrre per partecipare a gare, appalti, bandi pubblici (23%).)



Prodotti green

Nel mercato globale, volto alla qualificazione dei prodotti, si è andata affermando la prospettiva della sostenibilità. Sempre più numerosi sono infatti i consumatori che decidono di fare acquisti consapevoli, privilegiando prodotti che rispettano l'ambiente e ne preservano le risorse, visione questa, in linea con le numerose politiche che impongono norme a tutela dell'ambiente.

In questo contesto, le aziende si sono dovute adattare, facendo leva nelle proprie strategie di comunicazione e marketing sulla promozione di prodotti e servizi "green". Ma qual è il significato di questi termini?

I prodotti "green" sono quei prodotti qualificati come "verdi", "sostenibili" o "ecologici", quei prodotti che, nella fase di realizzazione, durante e alla fine del loro ciclo di vita, hanno degli impatti ambientali ridotti.

Il termine "impatto ambientale" è definito, nel Regolamento EMAS, come "qualunque modifica dell'ambiente, negativa o positiva, derivante in tutto o in parte dalle attività, dai prodotti o dai servizi di un'organizzazione".

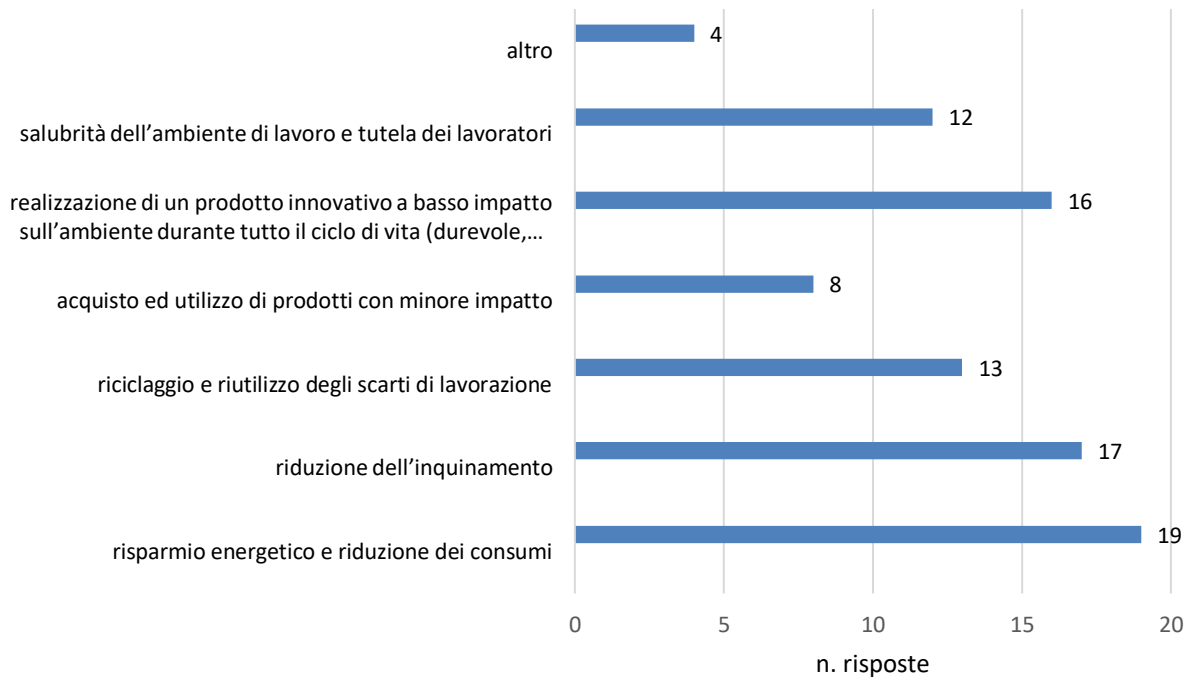
Ottenere un prodotto a basso impatto ambientale significa quindi fare in modo che, lungo tutto il complesso ciclo di vita, dall'estrazione delle materie prime allo smaltimento come rifiuto (o riciclo), il contributo alla modifica dell'ambiente, in almeno una delle sue matrici (aria, acqua, suolo...), sia ridotto.

Il parametro di confronto per verificare la riduzione dell'impatto ambientale può essere il modo in cui il prodotto veniva realizzato in precedenza, oppure una produzione standard. La riduzione dell'impatto ambientale può essere ottenuta da chi realizza il prodotto per mezzo di miglioramenti nei processi o nelle tecnologie di produzione, sia gestiti direttamente, sia influenzati a monte o a valle della propria posizione nella filiera produttiva.

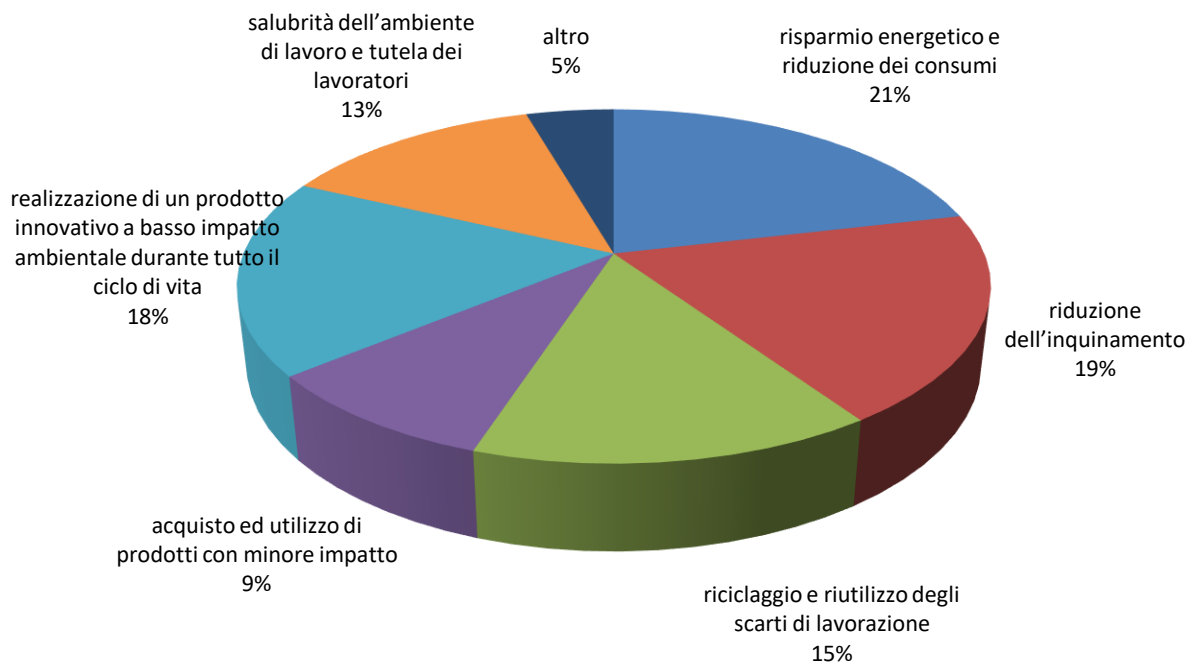
Innanzitutto, per le aziende intervistate, sostenibilità di prodotto significa soprattutto:

- risparmio energetico e riduzione dei consumi (21%);
- riduzione dell'inquinamento (19%);
- realizzazione di un prodotto innovativo a basso impatto sull'ambiente durante tutto il ciclo di vita (durevole, riparabile, disassemblabile, realizzato con materiali riciclati/riciclabili, ecc.) (18%);
- riciclaggio e riutilizzo degli scarti di lavorazione (15%);
- salubrità dell'ambiente di lavoro e tutela dei lavoratori (13%);
- acquisto ed utilizzo di prodotti con minore impatto (9%).

Cosa significa per l'azienda sostenibilità di prodotto? (n. risposte)

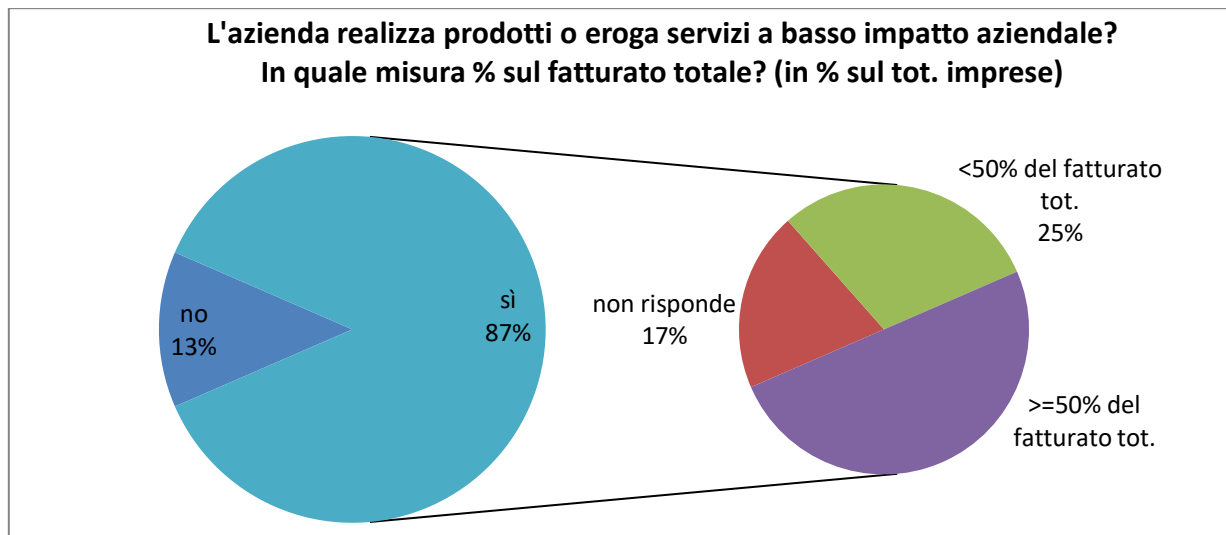


Cosa significa per l'azienda sostenibilità di prodotto? (in % sul tot. risposte)

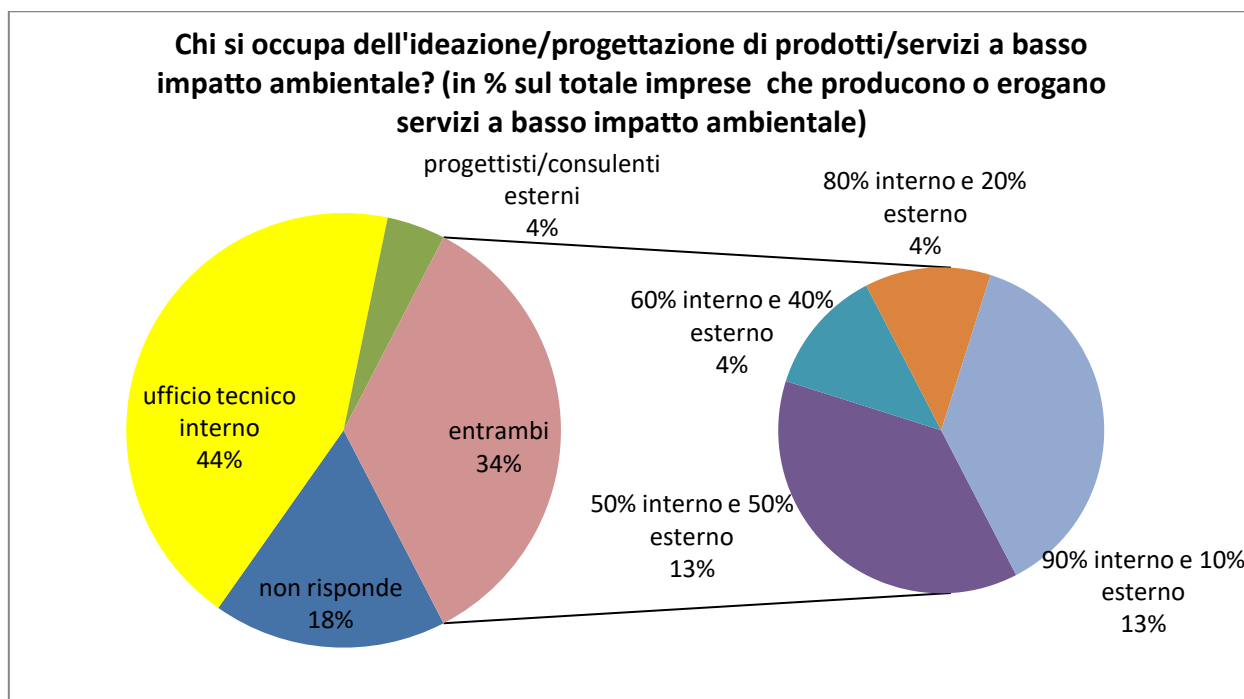


I prodotti green rispondono quindi ai bisogni in maniera più soddisfacente rispetto a quelli tradizionali, utilizzando una quantità minore di risorse (materia ed energia) con conseguente minore impatto ambientale.

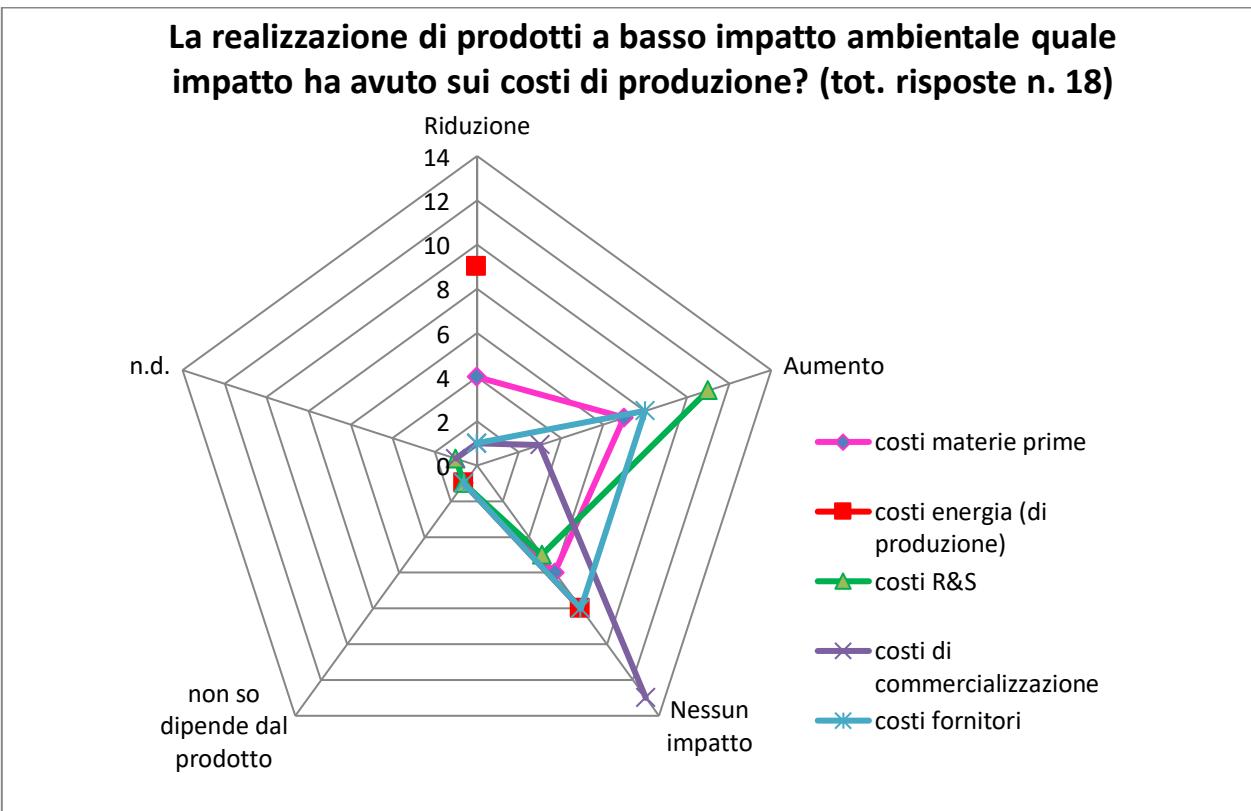
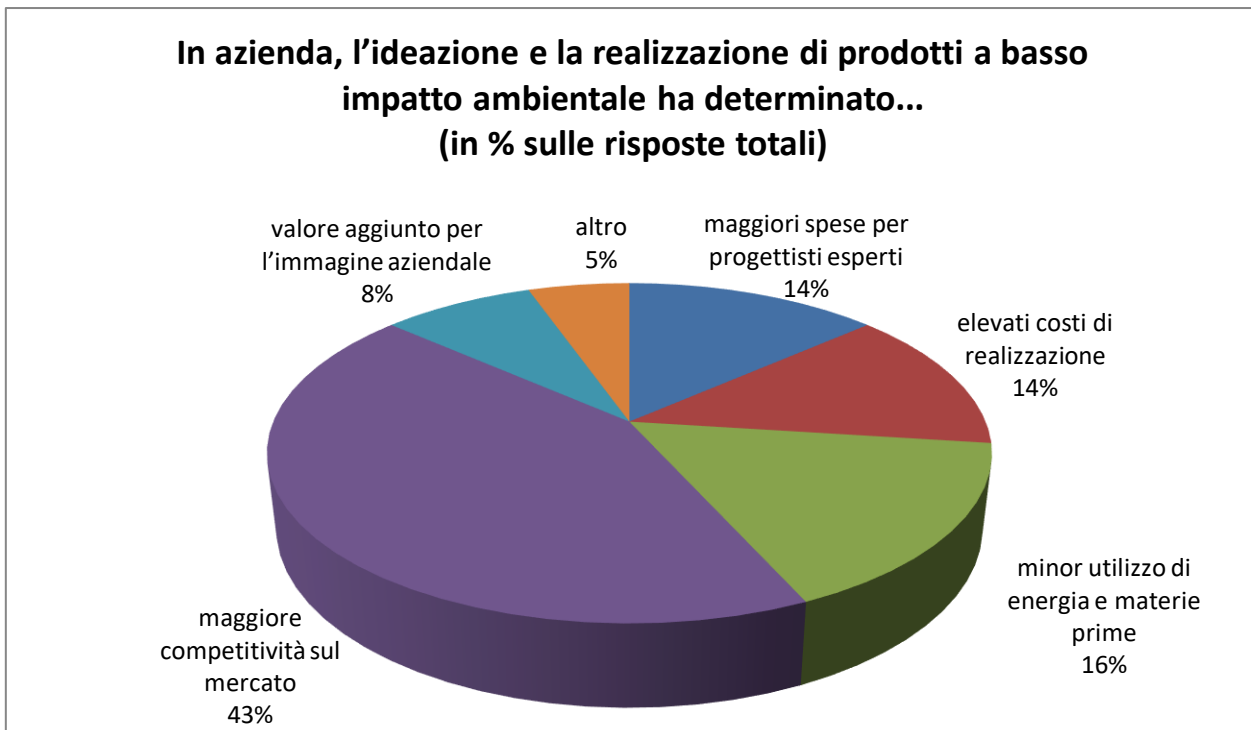
L'87% delle aziende intervistate producono o erogano servizi a basso impatto ambientale, per lo più in misura uguale o superiore alla metà (50%) del loro fatturato totale.



Nel 44% dei casi è l'ufficio tecnico ad occuparsi dell'ideazione/progettazione di prodotti/servizi a basso impatto ambientale, nel 34% dei casi le aziende intervistate si avvalgono sia all'ufficio tecnico che di consulenti esterni e soltanto nel 4% dei casi si affidano esclusivamente a progettisti/consulenti esterni.

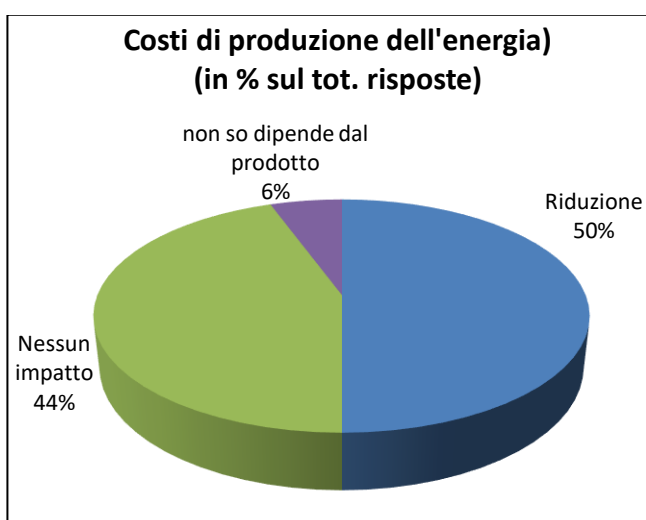
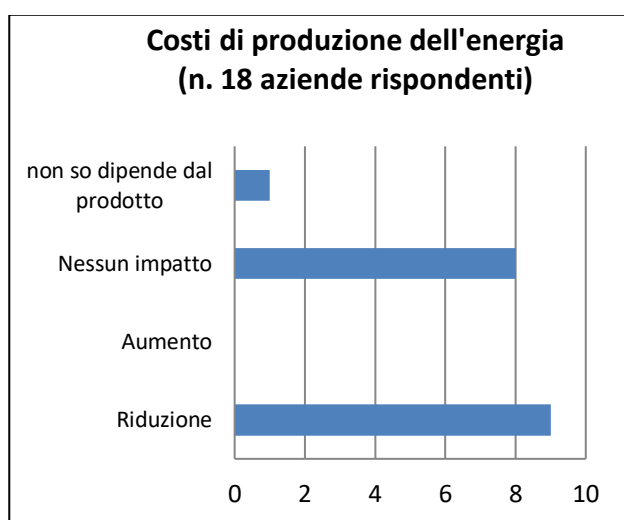
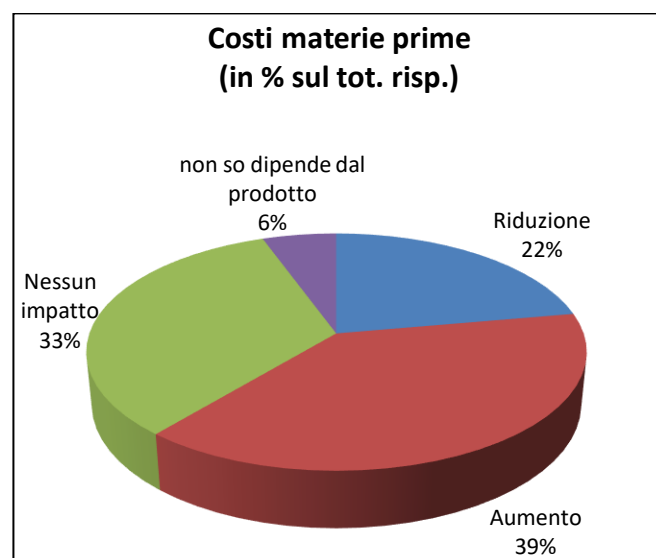
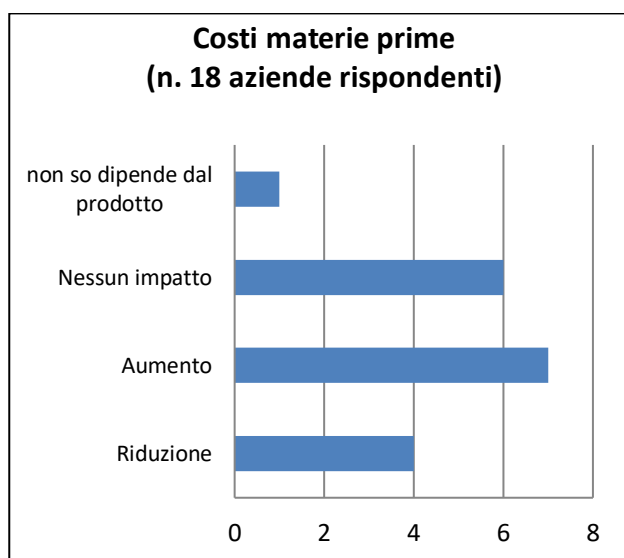


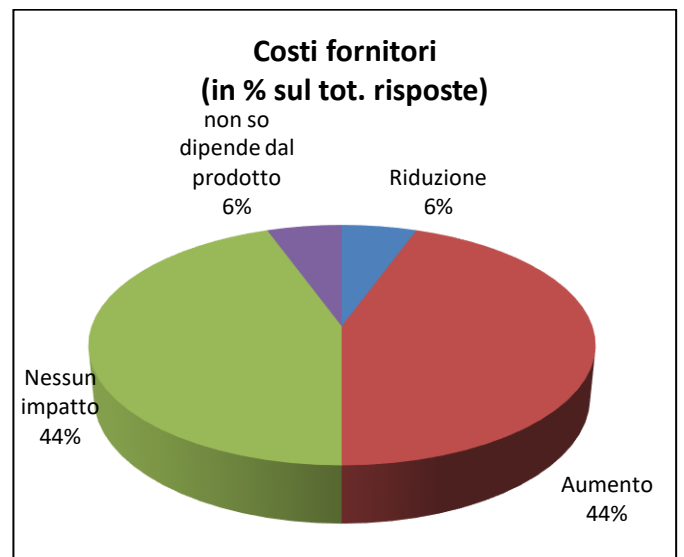
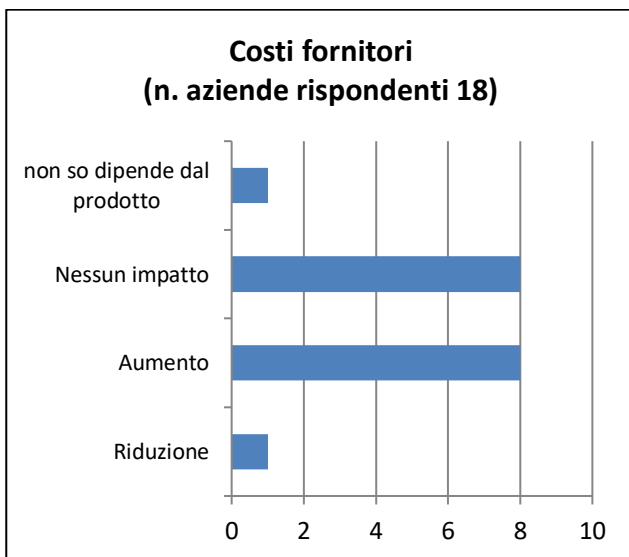
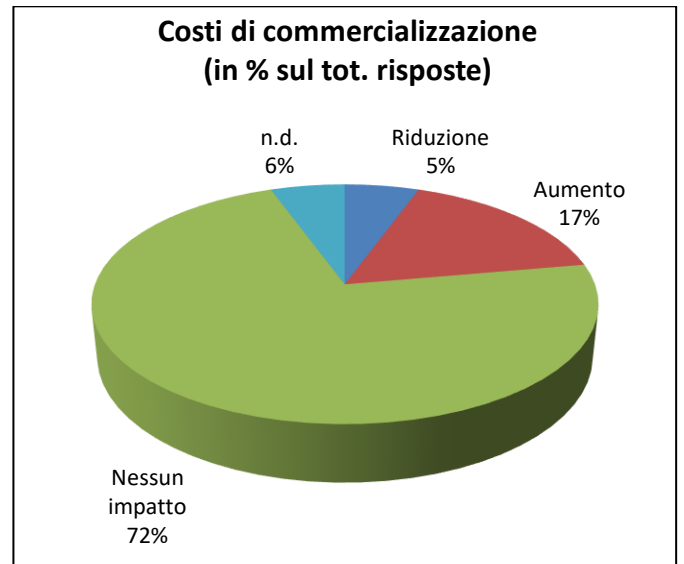
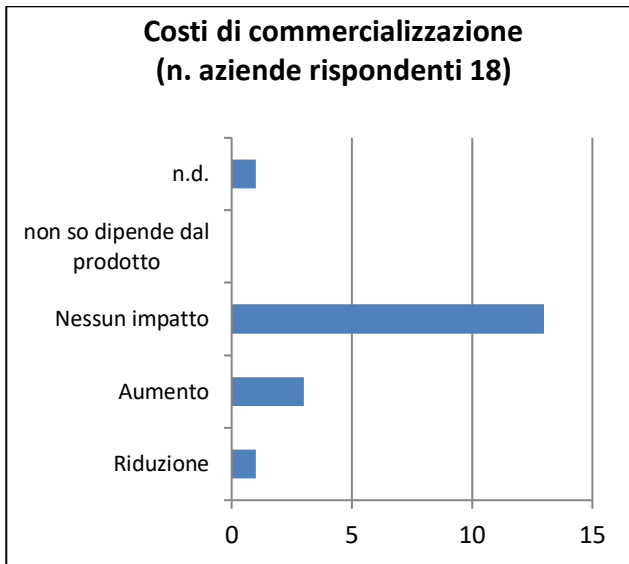
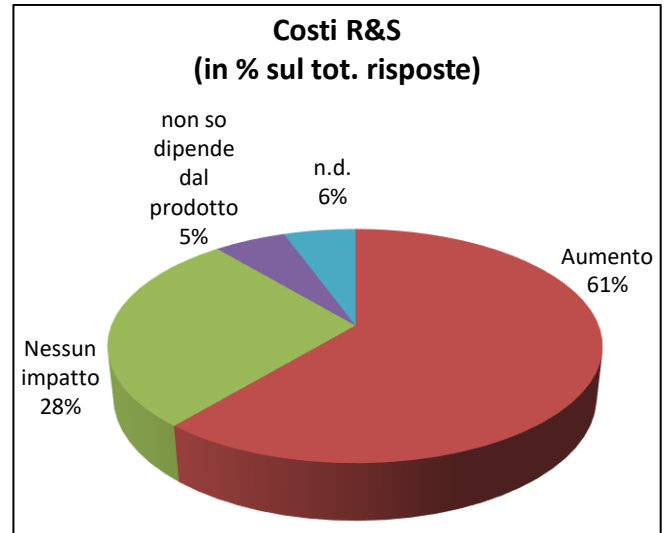
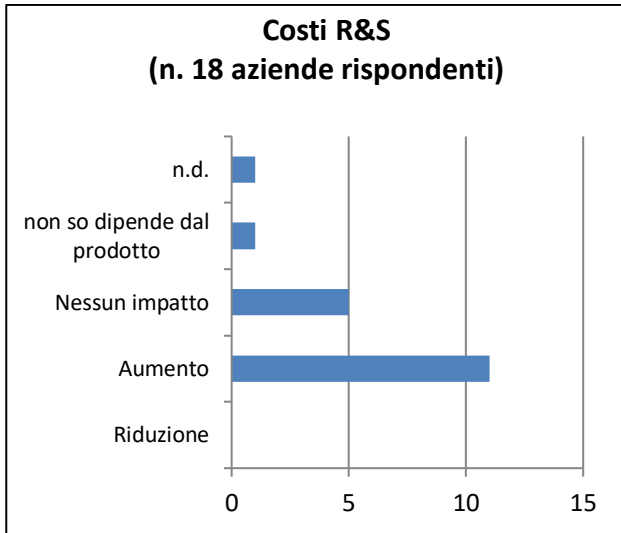
L'ideazione e la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale nella maggioranza dei casi ha accresciuto la competitività dell'azienda sul mercato (43%) ed ha impattato positivamente sui consumi energetici e sull'utilizzo di materie prime riducendoli (16%).



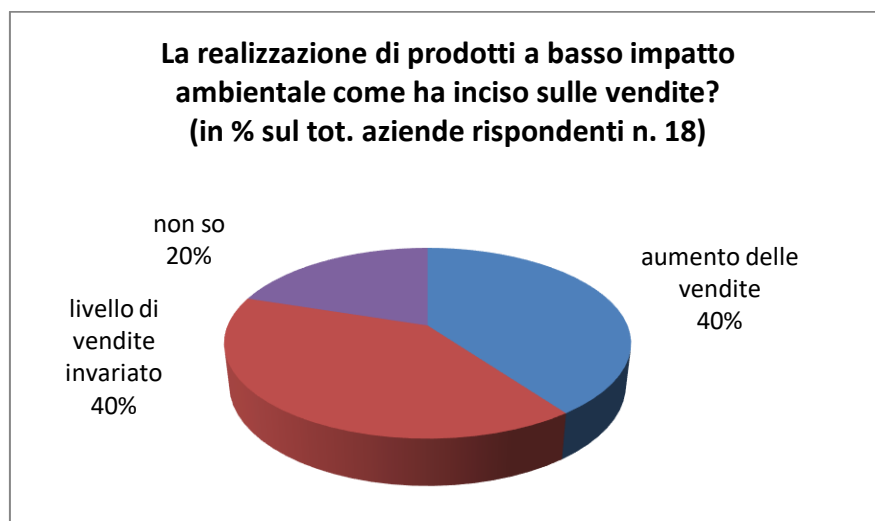
Dal punto di vista dei costi, la realizzazione di prodotti a basso impatto aziendale, nelle aziende intervistate, ha determinato essenzialmente:

- un aumento dei costi delle materie prime (39%) perché ha orientato le aziende verso l'acquisto di materie prime a minor impatto ambientale molto spesso più costose rispetto a quelle tradizionali;
- una riduzione dei costi di produzione dell'energia (50%) sempre più spesso ottenuta da fonti alternative;
- un generalizzato aumento dei costi per R&S (61%);





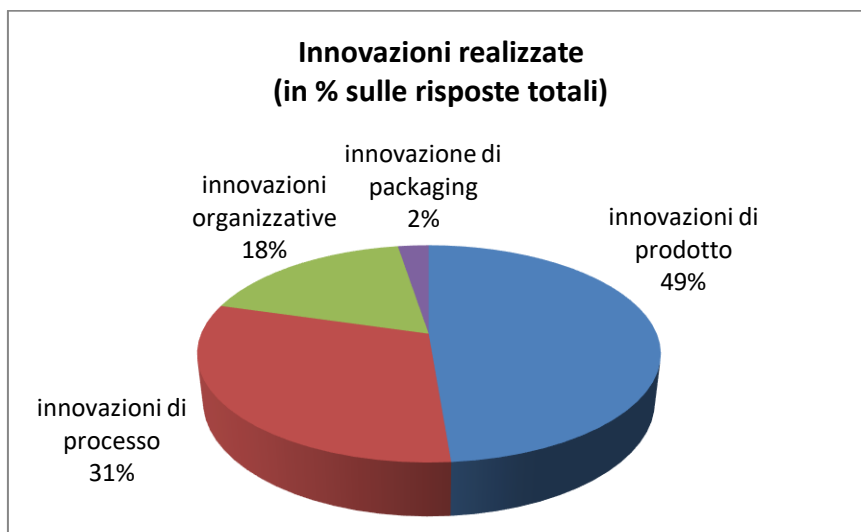
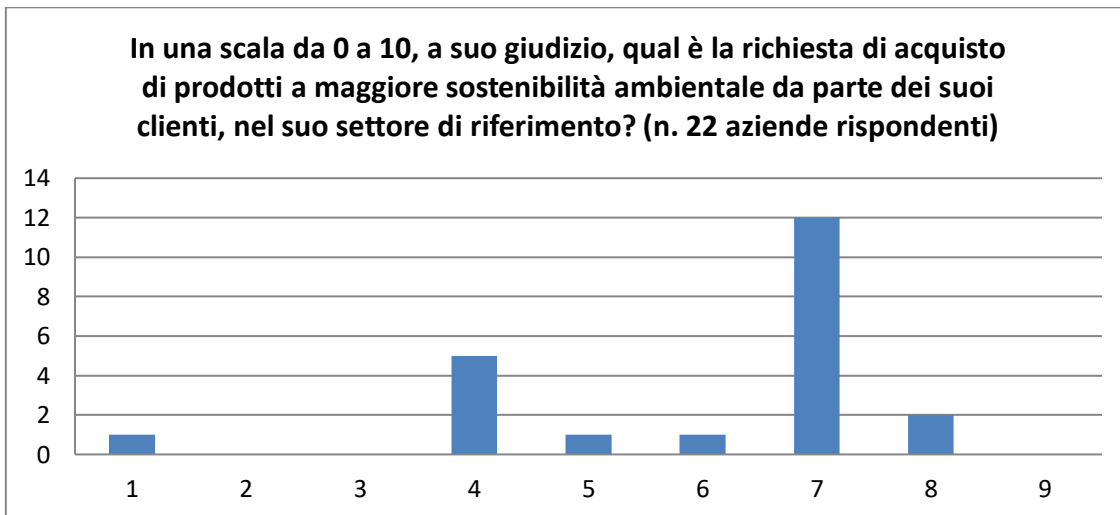
Dal punto di vista delle vendite, la realizzazione di prodotti a basso impatto ambientale per il 40% delle aziende non ha determinato variazioni (40%) mentre per un altro 40% ne ha determinato un aumento (40%); abbiamo rilevato comunque che la risposta è fortemente influenzata dalla tipologia di prodotto realizzato dall'azienda intervistata. In particolare, l'aumento delle vendite è stato registrato soprattutto in relazione a prodotti per i quali risultano più facilmente misurabili le performance ambientali dei produttori, che sollecitano a considerare l'intero ciclo di vita dei prodotti e dei servizi offerti; per quei prodotti che hanno fruito di una comunicazione più trasparente e di una domanda più evoluta da parte dei consumatori.



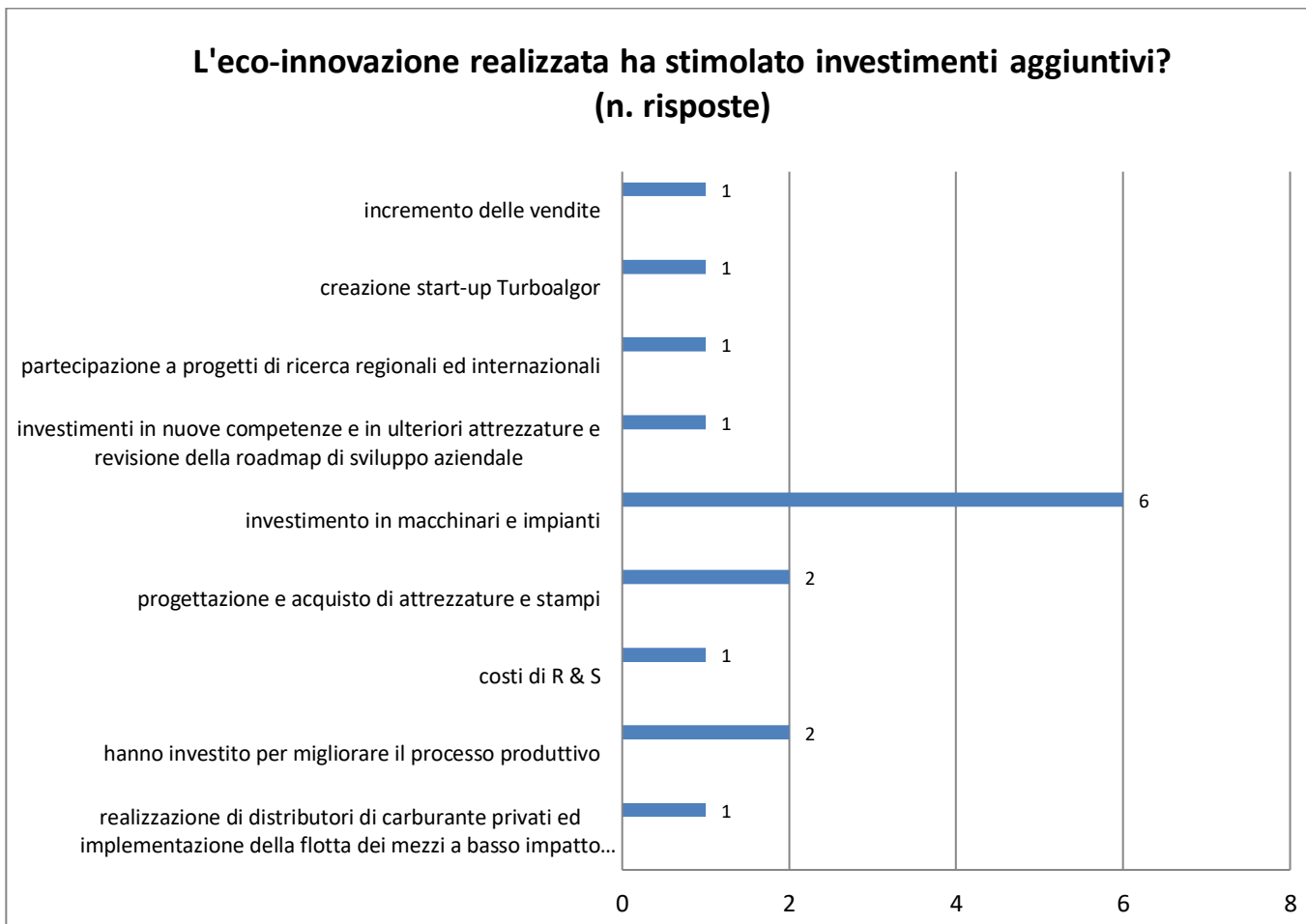
La maggioranza delle aziende hanno realizzato una eco-innovazione di prodotto replicabile o suscettibile di ulteriori sviluppi da parte di altre aziende (50% totalmente, 22% parzialmente).



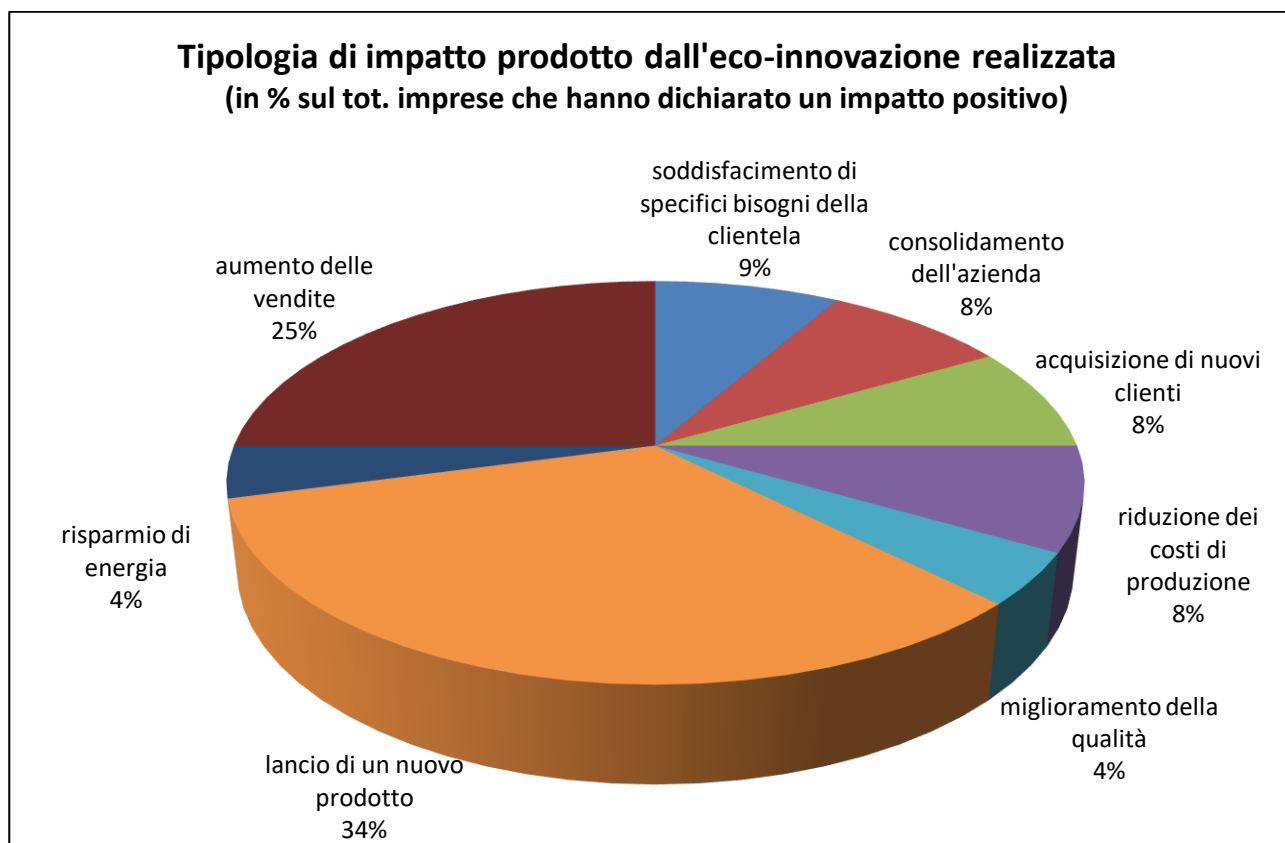
Per la maggioranza delle aziende intervistate, i consumatori attribuiscono una importanza medio-alta alla sostenibilità ambientale dei prodotti del loro settore, tanto che il 96% di esse ha già messo realizzato eco-innovazioni di prodotto (49%) la cui gestione ha spesso indotto anche innovazioni di processo, organizzative o di packaging.



L'eco-innovazione realizzata nella maggior parte dei casi ha stimolato investimenti aggiuntivi (74%), in particolare per macchinari e impianti.

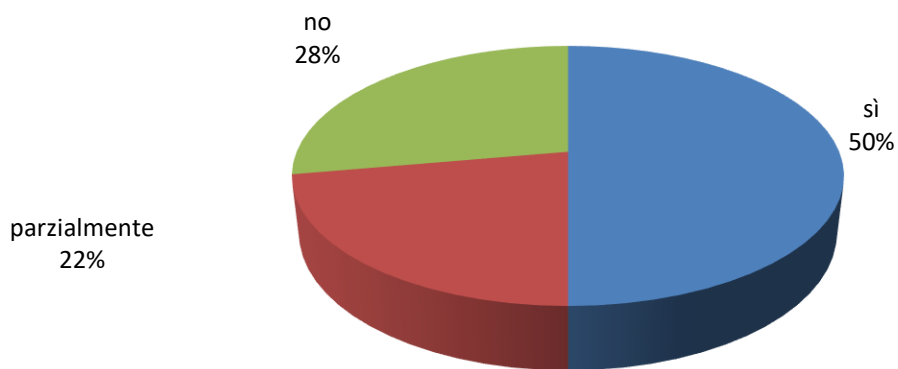


L'impatto dell'eco-innovazione realizzata, nella maggior parte dei casi è stato positivo (75%) in quanto ha portato al lancio di prodotti nuovi per il mercato (34%) e ad un incremento delle vendite (25%).



Nella maggioranza dei casi l'eco-innovazione di prodotto realizzata risulta replicabile (totalmente 50% - parzialmente 22%) o comunque suscettibile di ulteriori sviluppi da parte di altre aziende.

**L'eco-innovazione di un prodotto potrebbe/ha potuto essere replicata/attuata o ulteriormente sviluppata da altri attori/altre organizzazioni nello stesso settore o in altri settori?
(in % sul tot. risposte)**



Sistemi di Gestione Ambientale (SGA)

Il Sistema di Gestione Ambientale (SGA) è uno strumento che ogni organizzazione può implementare per gestire i propri processi aziendali nel rispetto della politica ambientale dell'azienda, oltre che della legislazione di riferimento.

L'adozione di un SGA è volontaria e rappresenta una scelta strategica importante poiché rappresenta un'assunzione di impegno da parte dell'organizzazione, finalizzata a garantire la tutela dell'ambiente oltre il rigido rispetto della normativa, in un ambito di trasparenza nei confronti dei diversi portatori di interessi che interagiscono con l'organizzazione medesima (clienti, fornitori, dipendenti, cittadini, pubbliche amministrazioni, istituti di credito, ecc.).

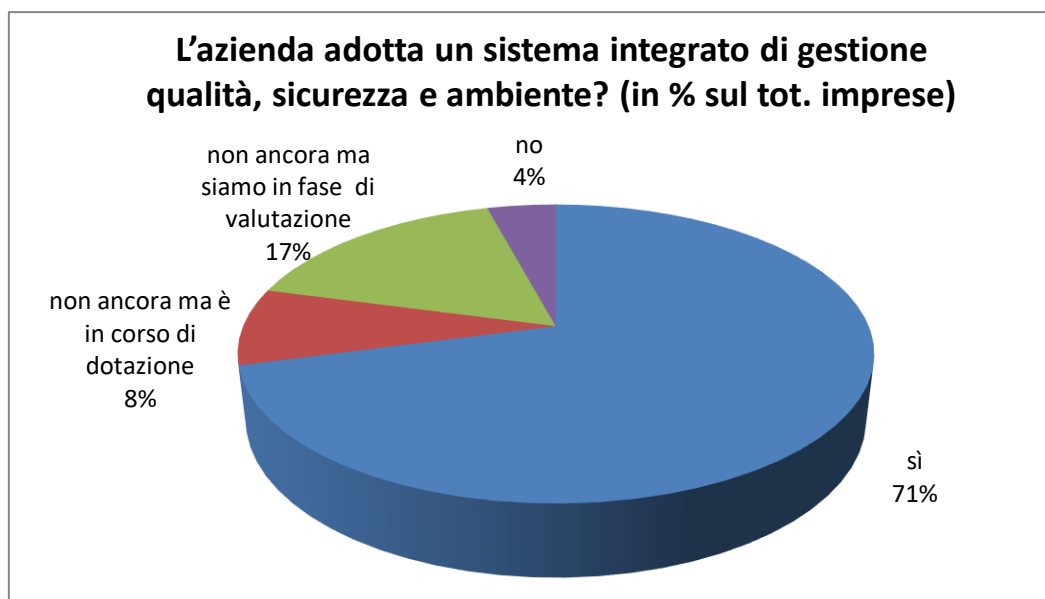
L'obiettivo è quello di definire volontariamente dei traguardi per migliorare continuamente e prevenire gli effetti ambientali delle attività della propria organizzazione. In particolare, l'adozione di un SGA aiuta l'impresa a:

- valutare come le proprie attività impattano sull'ambiente e come da queste possano derivare effetti negativi per il proprio business;
- identificare e valutare la probabilità e la dimensione dei propri rischi ambientali;
- individuare i principali punti di forza e di debolezza dell'impresa dal punto di vista legislativo, tecnico e organizzativo;
- stabilire a breve, medio, lungo termine obiettivi di performance ambientale nel contesto di un'analisi costi/benefici;
- individuare le risorse umane ed economiche necessarie per conseguire gli obiettivi stabiliti;
- elaborare procedure per assicurare che ogni addetto svolga la propria attività riducendo o eliminando gli eventuali impatti sull'ambiente;
- comunicare responsabilità e istruzioni ai vari livelli dell'organizzazione e formare gli addetti per una maggiore efficienza;
- misurare le proprie performance ambientali relative agli obiettivi stabiliti, apportando ove necessario adeguate modifiche;
- svolgere i propri processi in maniera più efficiente grazie ad una gestione più controllata e finalizzata alla riduzione degli sprechi;
- comunicare internamente ed esternamente i risultati conseguiti al fine di motivare tutte le persone coinvolte al miglioramento continuo.

I principali standard per l'implementazione di un SGA sono due e precisamente:

1. la Norma UNI EN ISO 14001:2004, una norma internazionale applicabile a tutte le organizzazioni, che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale.
2. il Regolamento Comunitario 1221/2009 (Eco Management and Audit Scheme - EMAS), che riconosce il raggiungimento di risultati di eccellenza nel miglioramento ambientale.

Tornando all'esame dei risultati della nostra indagine emerge che la maggioranza delle aziende intervistate (71%) adottano un sistema integrato di gestione qualità, sicurezza e ambiente.



Le certificazioni ambientali di prodotto o di processo - tutte su base volontaria - più diffuse tra le aziende intervistate sono:

- **ISO 14001– Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale.** Lo Standard ISO 14001 rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale. La norma definisce un “Sistema di gestione Ambientale” come parte del sistema di gestione aziendale volto a gestire gli aspetti ambientali, soddisfare gli obblighi di conformità legislativa e affrontare e valutare i rischi e le opportunità. Il SGA è caratterizzato, quindi, dallo sviluppo e dall'attuazione della politica ambientale e degli obiettivi che impegnino l'organizzazione alla piena conformità cogente (legislativa) e volontaria (rispetto ad ulteriori prescrizioni volontarie o dettate dal mercato di appartenenza). L'organizzazione stessa, quindi, sottoscrive tali requisiti al fine di istituire o di integrare nel proprio sistema organizzativo interno le regole per una gestione efficace con riferimento agli aspetti ambientali significativi. Il sistema di gestione ambientale deve essere sviluppato in riferimento ai requisiti specificati nella norma UNI EN ISO 14001. Il grado di applicazione dipende da fattori quali: la politica ambientale dell'organizzazione, la natura delle sue attività, prodotti e servizi, la localizzazione e le condizioni nelle quali l'organizzazione opera. La norma ISO 14001 si applica agli aspetti ambientali che l'organizzazione identifica come quelli che essa può tenere sotto controllo e come quelli sui quali essa può esercitare un'influenza. Essa non stabilisce di per sé alcun criterio specifico di prestazione ambientale. Le opportunità che ne derivano sono di diversa natura:

- Miglioramento dell'immagine verso le parti interessate per l'impegno profuso nella tutela ambientale.
- Strumento per la gestione del Rischio legato alla catena di fornitura. Il mancato adempimento di obblighi ambientali può, infatti, determinare un blocco della fornitura per prescrizione delle autorità competenti per il rischio di un reato ambientale.
- Soddisfazione del requisito cliente (spesso la qualifica dei fornitori passa attraverso il requisito di dimostrare di essere certificati UNI EN ISO 14001);
- Possibilità di partecipare a bandi e gare pubbliche, ove richiesta tale certificazione;
- Riduzione dei costi gestionali attraverso la razionalizzazione dell'uso delle materie prime, la riduzione di rifiuti ed emissioni, la diminuzione dei costi energetici
- Riduzione dei premi assicurativi
- Tutela dell'ambiente e uso consapevole delle risorse
- Risparmi economici, relativi a riduzioni applicabili in ambiti specifici (ad esempio riduzioni costi autorizzazioni governative, riduzione tariffe consumi utenze, ecc.)
- Agevolazioni al rilascio di autorizzazioni da parte delle autorità preposte;
- Evidenza di aver attivato gli strumenti per prevenire eventuali comportamenti illeciti. Il Sistema di Gestione Ambientale può, infatti, essere un valido strumento se messo in connessione al modello Organizzativo D.Lgs 231/01 che prevede l'estensione della responsabilità amministrativa delle imprese ad alcune tipologie di reati ambientali.

Sottoposta a revisione, la norma ISO 14001:2015 si presenta ora con una struttura basata sull'Annex SL che definisce la struttura comune che tutte le norme devono rispettare integrandosi agevolmente con gli altri sistemi di gestione ISO già presenti nell'organizzazione.

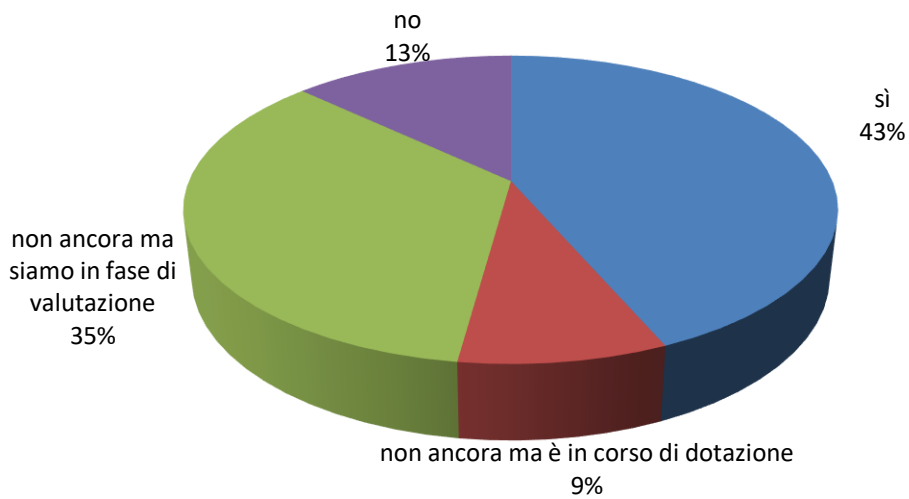
- **EMAS (Environmental Management and Audit Scheme).** Si tratta di un sistema comunitario di ecogestione e audit ambientale, che riconosce a livello europeo il raggiungimento di risultati di eccellenza nel miglioramento ambientale. E' strumento che può valere sia per concorrere agli appalti della Pubblica Amministrazione, rientrando nell'ambito dei CAM (Criteri ambientali minimi) sia come certificato che attesta l'attitudine aziendale ad adottare una politica di Economia Circolare.
- **LCA (Life Cycle Assessment).** La LCA o valutazione del ciclo di vita, è uno strumento di valutazione e quantificazione dei carichi energetici e ambientali, e di analisi degli impatti associati ad un prodotto, processo o attività: considera l'intero ciclo di vita, includendo le fasi di pre-produzione, produzione, distribuzione, uso, riuso e manutenzione, riciclaggio e dismissione finale. La procedura di certificazione è standardizzata a livello internazionale dalle norme ISO 14040:2006 (Gestione ambientale, Valutazione del ciclo di vita, Principi e quadro di riferimento) e ISO 14044:2006 (Valutazione del ciclo di vita, Definizione e Linee guida) e considera tutte le fasi di un processo produttivo come correlate e dipendenti.
- **EDP (Environmental Product Declaration – in italiano Dichiarazione Ambientale di Prodotto DAP).** La EDP è uno schema di certificazione volontaria di prodotto, sviluppato in

applicazione della ISO 14025 (etichettature ambientali di Tipo III), secondo il Programma International EPD System. Si tratta di un documento che permette di comunicare informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi. Le informazioni contenute nella EPD hanno carattere esclusivamente informativo/ comunicativo sulle performance ambientali (non prescrivono soglie prestazionali) e descrivono gli impatti ambientali legati alla produzione di una specifica quantità di prodotto o servizio (ad esempio consumi energetici, idrici e di materie prime, produzione di rifiuti, emissioni in atmosfera e scarichi nei corpi idrici). La EPD è predisposta facendo riferimento all'analisi del ciclo di vita del prodotto basata su uno studio LCA (Life Cycle Assessment), che definisce il consumo di risorse e gli impatti sull'ambiente circostante nelle varie fasi del ciclo di vita del prodotto. Le fasi minime considerate vanno dall'estrazione delle materie prime, il loro trasporto al sito di produzione e la produzione stessa oppure fino alla dismissione del prodotto stesso.

- **ECOLABEL UE.** E' il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazionali sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Ecolabel UE ha le caratteristiche di un marchio volontario di Tipo I (come definito dalla norma ISO 14024): 1) è basato su criteri definiti su base scientifica in relazione all'intero ciclo di vita dei prodotti (dall'estrazione delle materie prime, alla fase di produzione, di imballaggio e trasporto, di utilizzo e di recupero e smaltimento). I criteri riguardano diversi aspetti ambientali tra cui l'uso dell'energia, dell'acqua, delle sostanze chimiche e la produzione di rifiuti (sistema multicriterio), ma anche la funzionalità del prodotto e la qualità delle sue prestazioni; 2) i criteri prevedono valori minimi, o di soglia; 3) il rispetto dei criteri è verificato da un organismo terzo indipendente (il Comitato per l'Ecolabel e l'Ecoaudit).

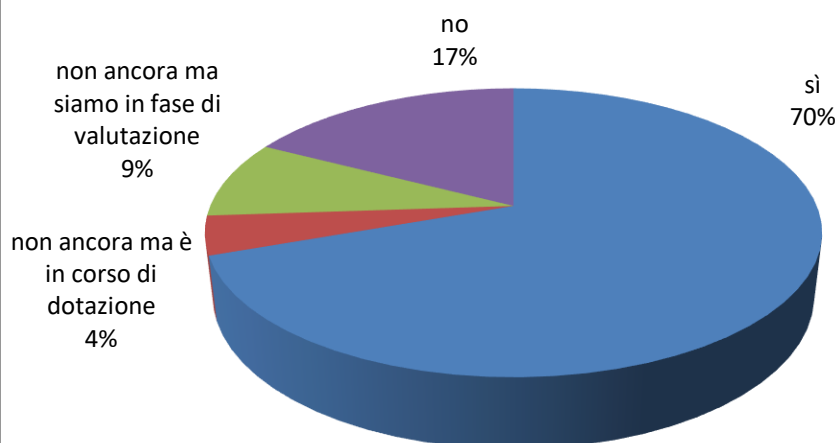
Scendendo nel particolare rileviamo che aa maggior parte delle aziende hanno intrapreso percorsi di certificazione ambientale di prodotto EDP, LCA eco-label, ecc. (43% già implementato + 90% in corso di dotazione) o comunque ne stanno valutando l'opportunità (35%).

L'azienda adotta percorsi di certificazione ambientale di prodotto? (in % sul tot. imprese)



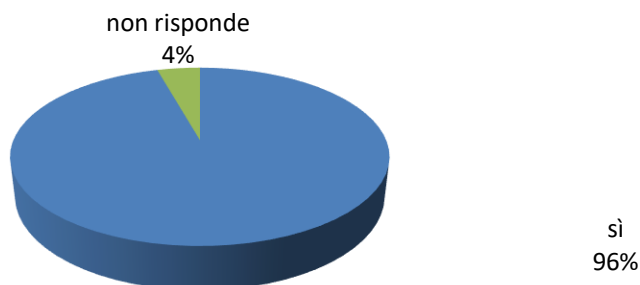
Discorso analogo per la certificazione ambientale dei processi produttivi: la maggioranza delle aziende hanno intrapreso percorsi di certificazione ambientale dei processi produttivi quali EPD, eco-label, SGA (ISO 14001, EMAS, ecc.) e/o audit ambientali, studi/analisi LCA, etc. (70% già implementato + 4% in corso di dotazione) o comunque ne stanno valutando l'opportunità (9%).

L'azienda adotta percorsi di certificazione ambientale dei processi produttivi? (in % sul tot. imprese)



La scelta delle aziende di dotarsi di certificazioni ambientali è determinata soprattutto dalla diffusa convinzione di poter ottenere un vantaggio competitivo sui mercati di destinazione (96%).

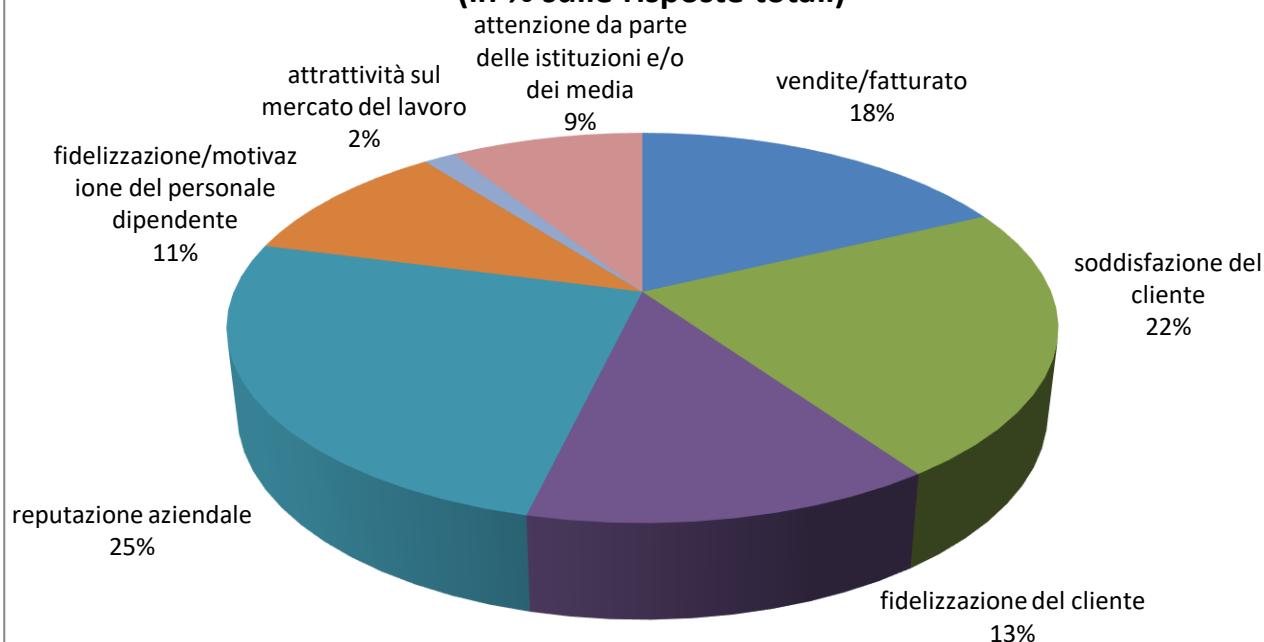
Ritiene che la certificazione ambientale abbia portato/porti dei vantaggi competitivi? (in % sul tot. imprese)



Nello specifico, la scelta di dotarsi di certificazioni ambientali è determinata principalmente da motivazioni che riguardano la commercializzazione dei prodotti, dalla necessità di adeguarsi a normative pubbliche più restrittive, dalla volontà di accreditare maggiormente l'azienda, di fidelizzare la clientela e di riposizionare il proprio brand su un più elevato livello di sostenibilità che sia facilmente percepibile anche dalla clientela, ovvero:

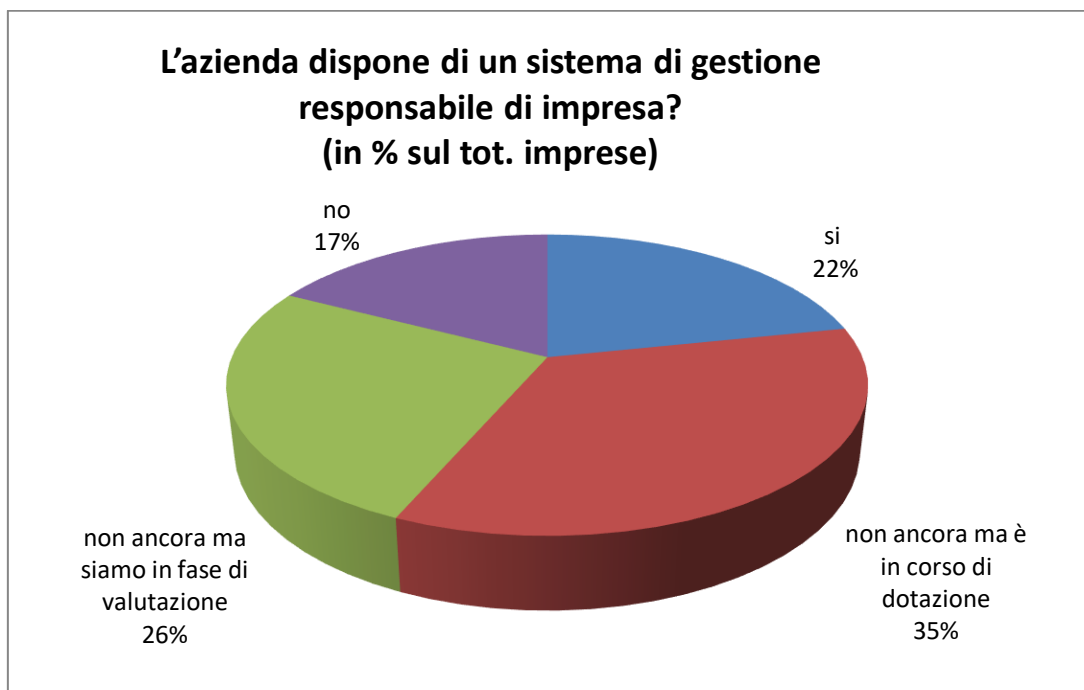
- reputazione aziendale (25%);
- soddisfazione del cliente (22%);
- vendite/fatturato (18%)
- fidelizzazione del cliente (13%);

Vantaggi competitivi portati dalla certificazione ambientale (in % sulle risposte totali)

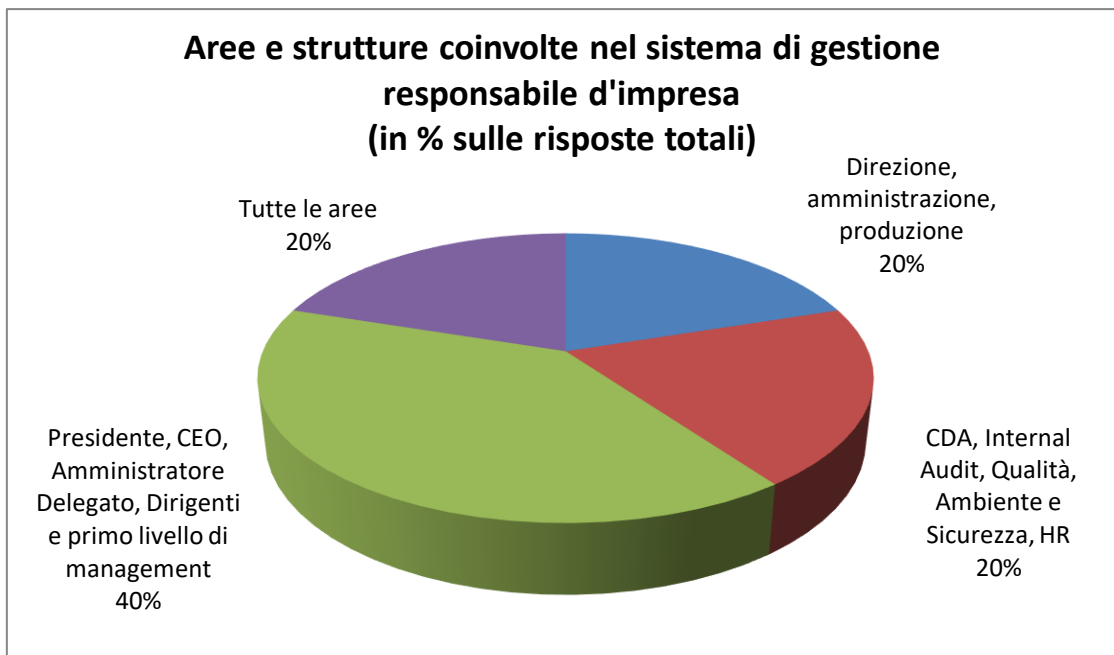


Gran parte delle imprese dispongono di un sistema di gestione responsabile d'impresa o se ne stanno dotando (22% già implementato – 35% in corso di implementazione), numerose quelle che stanno valutando l'opportunità di introdurlo (26%).

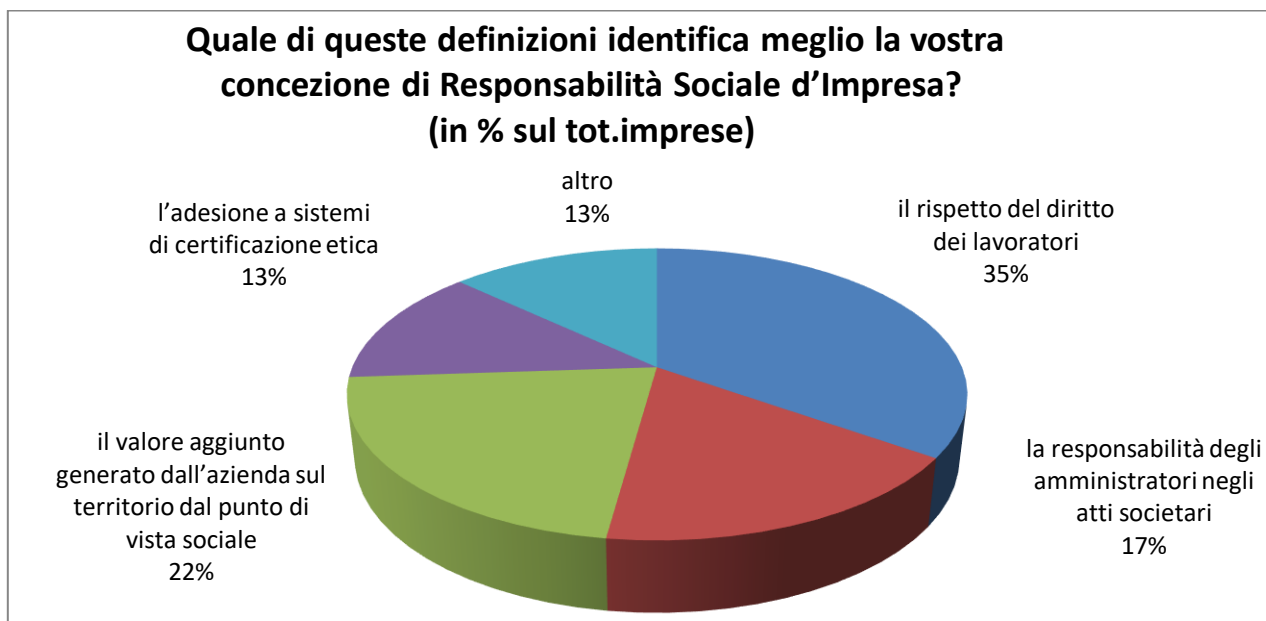
La **Responsabilità Sociale d'Impresa RSI (o Corporate Social Responsibility CSR)**, rappresenta una guida per il management di ogni azienda operante in qualsiasi settore di business, indipendentemente dai prodotti o servizi che la riguardano. Si tratta di un approccio che va al di là delle disposizioni di legge ma è abbracciato spontaneamente dalle imprese, in particolare modo da quelle imprese la cui attività è strettamente collegata ai temi dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile e quindi, di riflesso, al benessere e alla salute dell'uomo. Non basta soddisfare le richieste dei clienti diretti, ma bisogna anche rispondere alle istanze di tutti gli altri stakeholder, per mantenere relazioni basate sulla fiducia. La responsabilità dell'impresa non è più solo economica ma diventa anche sociale: ci sono obiettivi da perseguire che vanno al di là della redditività d'impresa ma che, alla stessa maniera, creano valore economico. I progetti implementati dalle imprese socialmente responsabili si basano su azioni volontarie, non richieste espressamente da leggi specifiche, ma che sono considerate molto importanti dal pubblico di riferimento. Le politiche e le strategie di un'organizzazione socialmente responsabile presentano molteplici e articolate sfaccettature che vanno dagli aspetti ambientali ed ecologici, a quelli di tipo etico, dalla assicurazione delle migliori condizioni di lavoro possibili alle pari opportunità tra uomini e donne, anche in termini salariali, dal contrasto alla corruzione alla lotta all'illegalità.

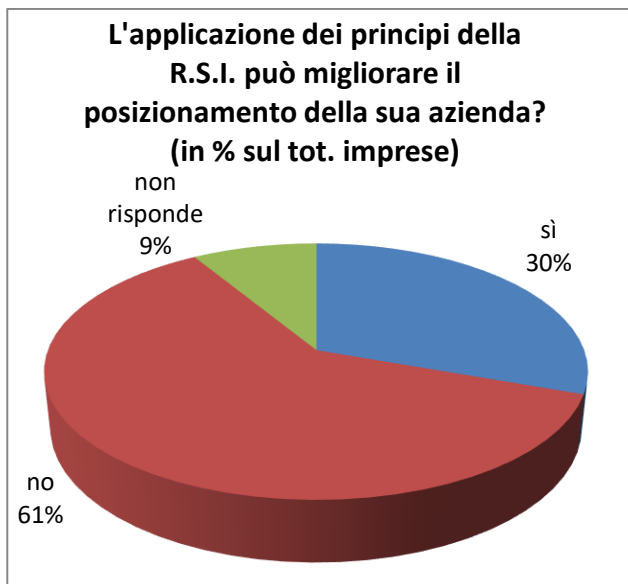


Il sistema di gestione responsabile d'impresa coinvolge prevalentemente Presidente, CEO, Amministratore Delegato e primo livello del management (40%).



La concezione di Responsabilità Sociale d'Impresa nelle aziende intervistate si identifica prevalentemente con il rispetto del diritto dei lavoratori (35%) e con il valore aggiunto generato sul territorio dal punto di vista sociale (17%). Il 30% delle aziende ritengono che l'applicazione dei principi di RSI possa contribuire a migliorare il posizionamento dell'azienda e il 79% di queste che possa contribuire anche ad accrescerne la competitività.



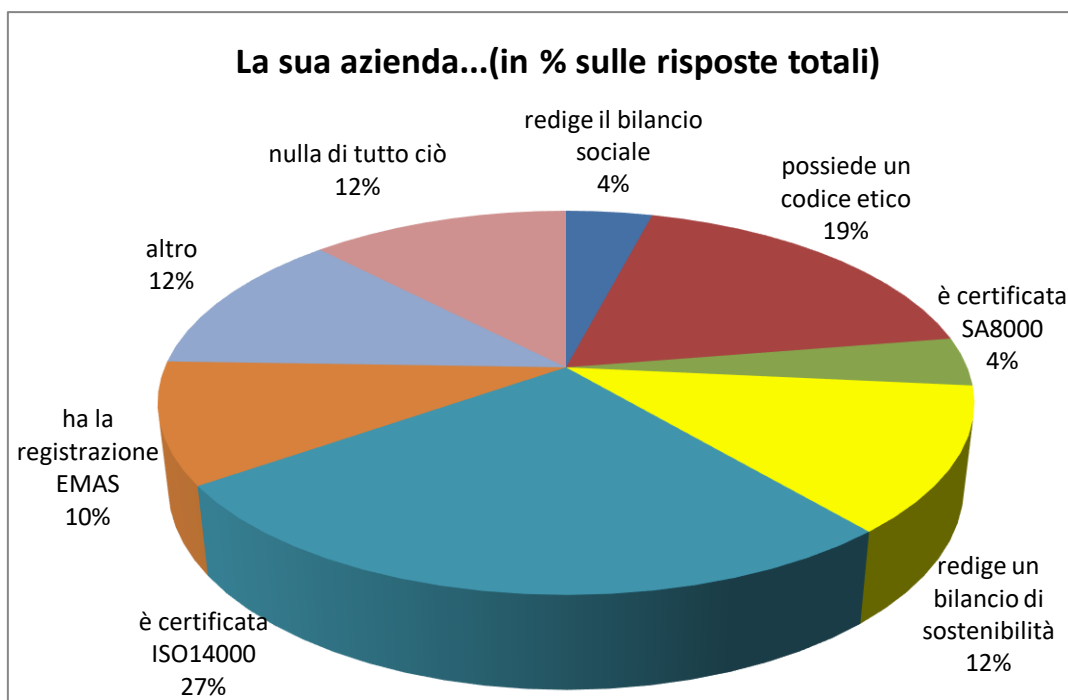


Il 27% delle aziende intervistate hanno la certificazione ISO 14000, il 10% l'EMAS, il 4% è certificata SA8000 (SA sta per Social Accountability, identifica uno standard internazionale di certificazione redatto dal Council of Economical Priorities Accreditation Agency e volto a certificare alcuni aspetti della gestione aziendale attinenti alla responsabilità sociale d'impresa ovvero: il rispetto dei diritti umani; il rispetto del diritto del lavoro; la tutela contro lo sfruttamento minorile; le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro).

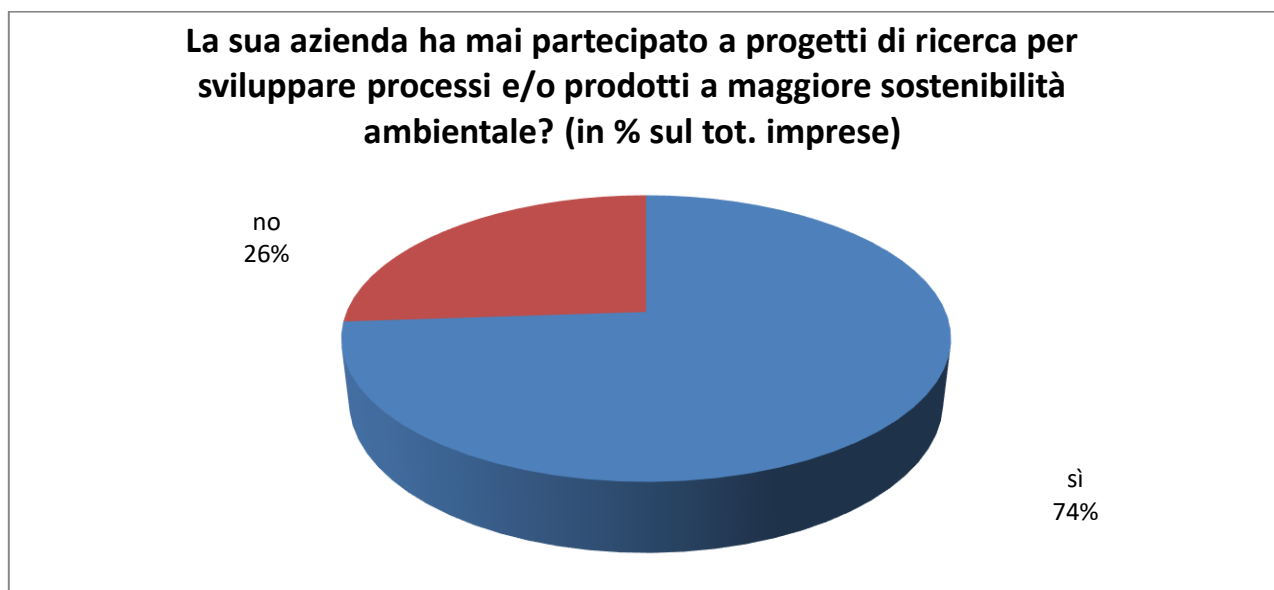
Diffuso è l'utilizzo di strumenti a supporto della etica e della Responsabilità Sociale d'impresa:

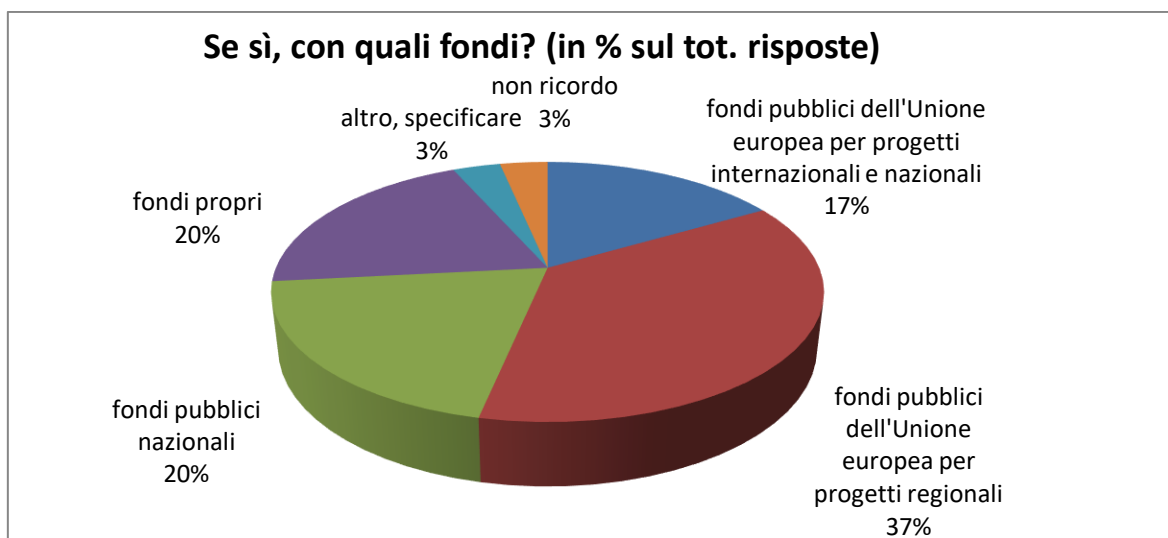
- il 19% delle aziende possiedono un **Codice Etico**. Il Codice Etico può essere definito come la "Carta Costituzionale" dell'impresa, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione imprenditoriale. È un mezzo efficace a disposizione delle imprese per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder.
- il 12% redigono un **Bilancio di Sostenibilità**. Il bilancio di sostenibilità è un documento richiesto periodicamente ad un'organizzazione, un'impresa, ente pubblico o associazione che attesta un rendiconto dell'attività, non limitandosi però ai soli risultati finanziari raggiunti ma anche ma dell'impatto che quella realtà ha sul territorio, l'ambiente e l'aspetto sociale.
- il 4% redigono il **Bilancio Sociale**. Il bilancio sociale è uno strumento di rendicontazione, gestione e controllo per le aziende che intendono adottare un comportamento socialmente responsabile. e si rivolge alla platea di Stakeholder quali soggetti di riferimento direttamente o indirettamente interessati dell'attività d'impresa. L'attenzione è posta sulla comunicazione verso i propri stakeholder, intesi sia come consumatori sia come comunità locali vicine all'impresa o influenzate dallo svolgimento delle sue attività. Il bilancio sociale si configura quindi come un report di formato universale in cui l'azienda

rende pubblico e divulga l'insieme delle strategie e delle politiche adottate, in base a una prospettiva multi-stakeholder.



La maggioranza delle aziende hanno partecipato a progetti di ricerca per sviluppare processi e/o prodotti a maggiore sostenibilità ambientale (74%), per lo più finanziati con fondi pubblici europei (37% regionali, 17% nazionali e internazionali) e soltanto in via marginale con fondi pubblici nazionali (20%) o con capitali propri (20%).





È opinione diffusa che tra le aziende intervistate che iniziative specifiche potrebbero supportare le aziende che intendono sostenere investimenti finalizzati allo sviluppo di processi e/o prodotti a maggiore sostenibilità ambientale. Tra questi:

- incentivi per la R&S (21%)
- lo sviluppo di un mercato orientato a prodotti green (18%)
- uno snellimento dei procedimenti amministrativi/burocratici (14%)
- incentivi per l'efficientamento energetico (12%)
- una maggiore facilità di accesso al credito (11%)
- incentivi per la comunicazione e l'informazione (11%)
- incentivi per la formazione dei dipendenti (11%)



Resilienza

Spesso “sostenibilità” e “resilienza” vengono utilizzati come sinonimi ma a ben vedere, si tratta di due concetti che, seppur fortemente legati tra loro, sono decisamente differenti.

La sostenibilità fa riferimento ad uno sviluppo che soddisfa le necessità di oggi senza compromettere le capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie; l’obiettivo dello sviluppo sostenibile è quello di portare il mondo in uno stato di equilibrio che deve essere mantenuto quanto più stabile possibile, traguardo molto ambizioso soprattutto nell’attuale scenario che presenta nuove e più complesse sfide di sviluppo e nel quale molti cambiamenti e situazioni di squilibrio sono già realtà e non possono più essere evitate. Entra in campo a questo punto la resilienza, ovvero la capacità di un sistema – sia esso un individuo, una città, un’azienda o un’economia – di affrontare il cambiamento e continuare nel proprio sviluppo. Si tratta di qualcosa che riguarda il modo in cui gli uomini e la natura possono utilizzare gli shock - come ad esempio i cambiamenti climatici e le crisi economiche - per spronare al rinnovamento e a nuovi modi di pensare e di fare business.

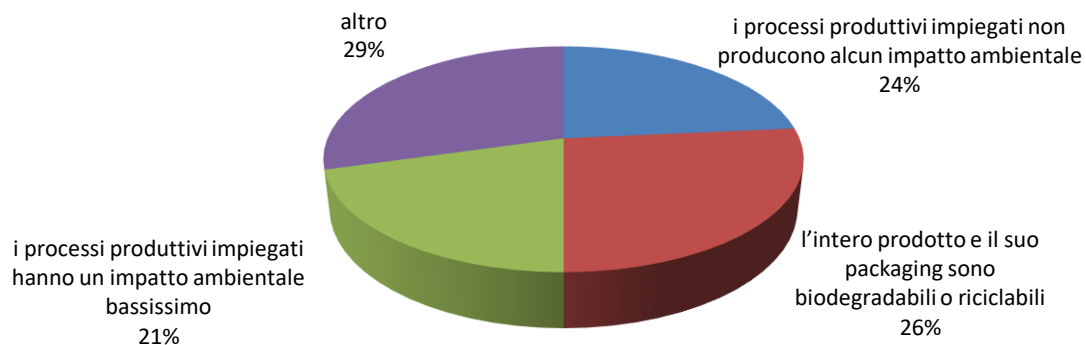
Se il concetto di sviluppo sostenibile punta ad uno sviluppo che possa almeno in parte evitare i cambiamenti e le loro conseguenze negative sull’uomo e sull’ambiente, quello di resilienza si propone invece di arrivare ad una condizione nella quale si riesca a confrontarsi e a superare tali cambiamenti senza venirne completamente travolti.

Passare da politiche che concentrano gli sforzi sull’idea di sostenibilità ad altre che si focalizzano sulla resilienza significa cambiare punto di vista e integrare diversi approcci per riuscire a raggiungere un risultato migliore.

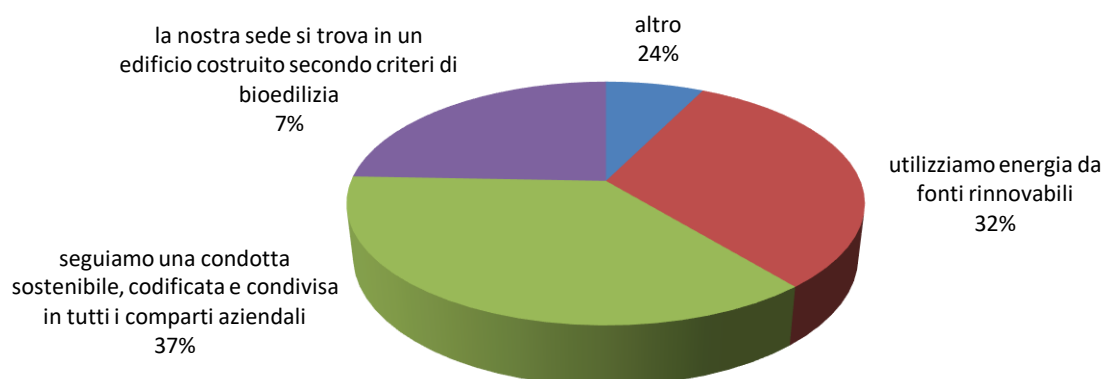
In questa sezione abbiamo inteso indagare la resilienza delle aziende intervistate che, nella maggioranza dei casi, considerano la loro produzione non impattante (24%) o pochissimo impattante (21%) sull’ambiente.

Hanno una condotta sostenibile, codificata e condivisa in tutti i comparti aziendali (37%), utilizzano energia da fonti rinnovabili (32%). Prestano una particolare attenzione ai propri dipendenti, pagano straordinari e festivi (38%), riconoscono loro diversi benefit sul piano welfare (36%) e non li obbligano a timbrare il cartellino (12%). Si relazionano con il contesto territoriale circostante sostenendo associazioni locali (28%), sponsorizzando iniziative locali a carattere culturale e sociale (22%), organizzando open day in e visite in azienda per studenti, familiari di dipendenti ecc. (18%). Scelgono i propri fornitori anche sulla base del sistema di valori o al codice etico che questi adottano (15%)

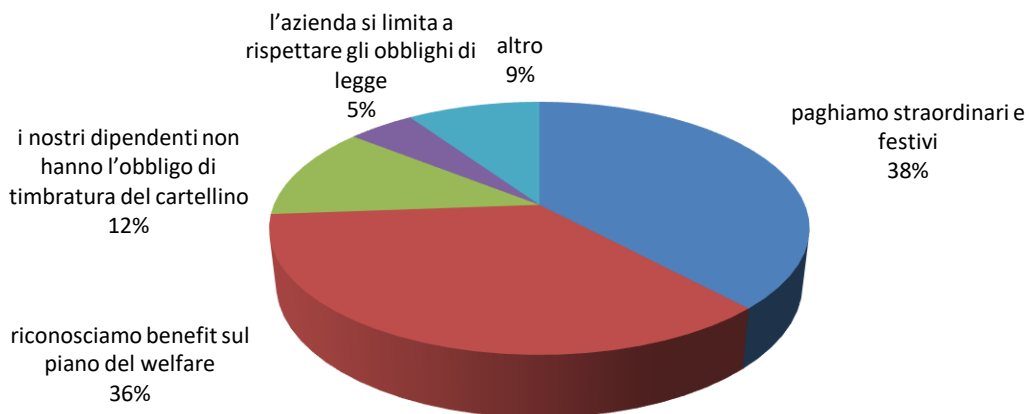
Qual è l'impatto della produzione aziendale sull'ambiente? (in % sulle risposte totali)



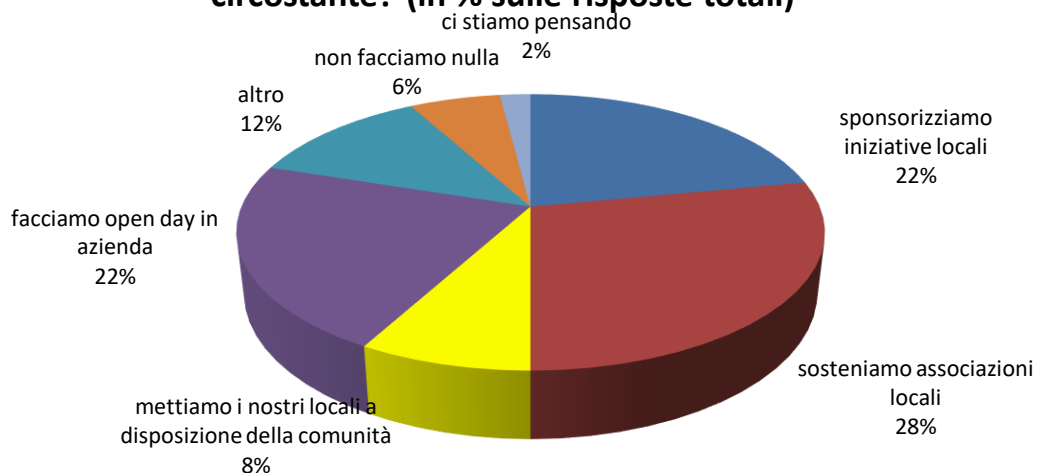
Cosa fa l'azienda in termini di sostenibilità? (in % sulle risposte totali)



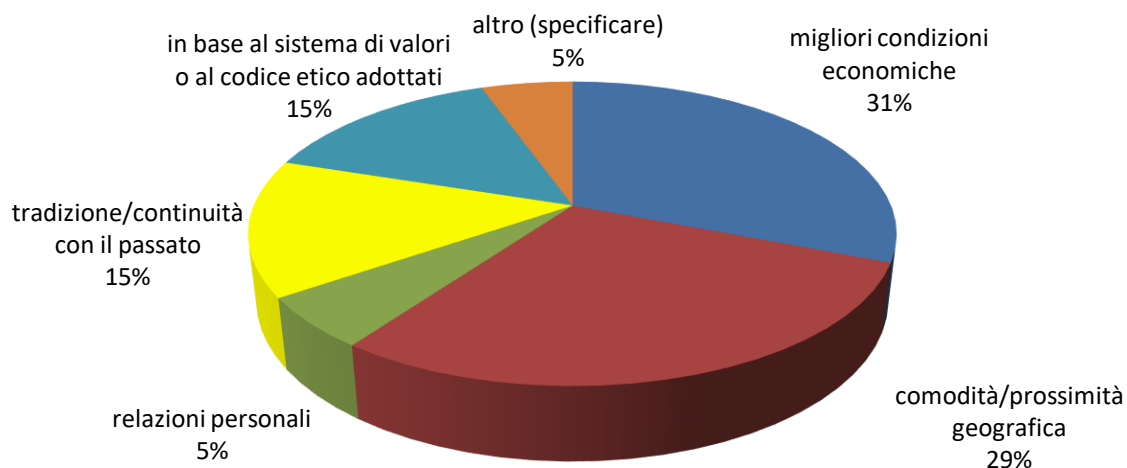
Cosa fa l'azienda per i dipendenti? (in % sulle risposte totali)



Come si relaziona l'azienda con il contesto territoriale e sociale circostante? (in % sulle risposte totali)



L'azienda come sceglie i fornitori? (in % sulle risposte totali)



L'azienda come comunica i suoi valori? (in % sulle risposte totali)

