



MINISTERO DELL'AMBIENTE
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE



UNIONCAMERE

**LA SOSTENIBILITÀ DELLE
IMPRESE E LA NUOVA
FRONTIERA DEGLI ACQUISTI
VERDI**

PROMOSSO DA	MINISTERO DELL'AMBIENTE, DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE
IN COLLABORAZIONE CON	UNIONCAMERE
PARTNER SCIENTIFICO	FONDAZIONE ECOSISTEMI
CON IL SUPPORTO DI	ISTITUTO TAGLIACARNE
COMITATO SCIENTIFICO E DI COORDINAMENTO	DOTT. RICCARDO RIFICI (MATTM) DOTT.SSA MARIATERESA DEL VECCHIO (MATTM) DOTT. MARCO CONTE (UNIONCAMERE) DOTT. GIORGIO GALOTTI (FONDAZIONE ECOSISTEMI) DOTT.SSA VINCENZA MARIA PALERMO (ECOCERVED)
GRUPPO DI LAVORO PER LA REALIZZAZIONE DELL'INDAGINE E PER LA ELABORAZIONE DEI DATI	DOTT. GIACOMO GIUSTI (ISTITUTO TAGLIACARNE) DOTT.SSA ILARIA BURAN (FONDAZIONE ECOSISTEMI) DOTT.SSA LAURA SORGE (FONDAZIONE ECOSISTEMI) ARCH. DANA VOCINO (FONDAZIONE ECOSISTEMI) DOTT.SSA MARIA DE GREGORIO (FONDAZIONE ECOSISTEMI) DOTT.SSA SABINA NICOLELLA (FONDAZIONE ECOSISTEMI)

INTRODUZIONE.....	5
OBIETTIVI E STRUTTURA DELL'INDAGINE SULLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE DELLE IMPRESE ITALIANE E LA NUOVA FRONTIERA DEGLI ACQUISTI VERDI	7
NOTA METODOLOGICA	11
LA REGOLAMENTAZIONE IN EUROPA E IN ITALIA PER LA PROMOZIONE DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA VERDE.....	14
LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DELLE MEDIE E GRANDI IMPRESE INDUSTRIALI.....	19
Introduzione all'indagine sulle imprese industriali	19
I risultati ottenuti	22
Considerazioni conclusive dal lato della sostenibilità della produzione industriale	43
CAPACITÀ DELLE IMPRESE A RISPONDERE AI CRITERI AMBIENTALI MINIMI	45
I Criteri Ambientali Minimi e la ristorazione collettiva	45
I Criteri Ambientali Minimi e l'edilizia.....	53
GLI ACQUISTI SOSTENIBILI DELLE IMPRESE PUBBLICHE	60
CONCLUSIONI.....	64



La Direzione Generale per il Clima e l'Energia del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, da prima con il Direttore avv. Maurizio Pernice ed ora con il Direttore dott. Renato Grimaldi, ha frai suoi compiti l'attuazione delle Politiche integrate di prodotto, per il Consumo e Produzione Sostenibile e per la ecosostenibilità dei consumi nel settore della Pubblica Amministrazione ("acquisti pubblici verdi").

Tale attività ha incisivamente contribuito a portare il nostro Paese tra i primi in Europa sul tema degli acquisti verdi.

Per comprendere l'effettiva conoscenza da parte degli operatori economici dei "Criteri Ambientali Minimi" (CAM) e per promuovere la diffusione degli stessi e l'utilizzo degli strumenti di certificazione ambientale, è stato sottoscritto con Unioncamere un "Accordo di Collaborazione per la realizzazione di un'azione di monitoraggio e promozione del piano di sostenibilità dei consumi nel settore della P.A. (PAN GPP)".

I risultati dell'indagine mostrano da un lato segnali positivi dall'industria italiana, che ha fatto passi importanti per migliorare le proprie prestazioni ambientali, dall'altro rilevano ancora una non sufficiente informazione sulla materia ed alcune difficoltà a confrontarsi con le novità introdotte dal "nuovo codice degli appalti". In particolare il passaggio da un regime volontario in cui era collocato il "Piano di sostenibilità dei consumi nel settore della P.A. (PAN GPP)", ad uno obbligatorio in cui l'applicazione dei Criteri Ambientali Minimi negli appalti pubblici è diventata cogente. A questo proposito, sono molti i settori produttivi coinvolti in questa sfida e molte imprese italiane appaiono pronte ad affrontare questo impegno.

La sostenibilità della produzione di beni e servizi e il loro consumo è senz'altro diventato un imperativo categorico, per cambiare la rotta verso una economia a basso consumo di risorse naturali. In questo senso quello del GPP appare uno degli strumenti più efficaci per raggiungere questi risultati.

INTRODUZIONE

L'Unione Europea da tempo ha avviato una politica volta ad orientare il mercato europeo in chiave green con una serie di misure, tra le quali i Piani di azione per il Consumo, la Produzione Sostenibile e la Politica Industriale Sostenibile", la revisione dei Regolamenti EMAS (Reg. (CE) 1221/2009 EMAS) ed Ecolabel (Regolamento (CE) n. 66/2010), la Direttiva sulla progettazione ecologica dei prodotti (Direttiva 2009/125/CE) e, non in ultimo, il recente pacchetto di misure sull'economia circolare.

In Italia, con le recenti disposizioni del Codice dei Contratti pubblici (D.lgs. n. 50/2016, modificato dal D.lgs. 56/2017), anticipate in parte dall'art. 18 della Legge n.221/2015, ora soppresso dal Codice, gli acquisti verdi della Pubblica Amministrazione (Green Public Procurement) sono divenuti obbligatori per qualunque importo, per ogni categoria di fornitura e affidamento di servizi e lavori per i quali siano stati adottati dei criteri ambientali minimi (CAM). I CAM sono definiti nell'ambito di quanto stabilito Decreto interministeriale del 11 aprile 2008, e sono adottati con Decreti del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del Mare; a oggi, i CAM riguardano 17 tipologie di forniture e di servizi.

Il Codice dei Contratti Pubblici, con l'articolo 93 relativo alle garanzie per la partecipazione alle procedure, incentiva le imprese attraverso una riduzione degli importi della garanzie, a dotarsi delle necessarie certificazioni relative alla qualità ambientale dei lavori, dei servizi e delle forniture, ovvero ai sistemi di gestione ambientale secondo gli standard EMAS e ISO 14001, al marchio di qualità ecologica Ecolabel, all'inventario di gas ad effetto serra (UNI EN ISO 14064-1), alla carbon footprint (UNI ISO/TS 14067), alla certificazione social accountability SA 8000, alla certificazione dei sistemi di gestione dell'energia (UNI CEI EN ISO 50001), al rating di legalità.

Si tratta di un'importante sfida per la Pubblica Amministrazione che, in qualità di grande "consumatore" di beni e servizi, è soggetto indispensabile per una politica nazionale più incisiva per la riduzione degli impatti ambientali e per la promozione di innovativi modelli di produzione e di consumo, per una crescita intelligente, inclusiva e sostenibile.

Tutto ciò è tanto più rilevante, in considerazione dei nuovi orientamenti dell'Unione Europea, che hanno fissato obiettivi cogenti per la transizione verso l'economia circolare con l'adozione del nuovo pacchetto di misure volte ad orientare un cambiamento significativo dei sistemi produttivi.

A circa due anni dall'obbligatorietà degli acquisti verdi, il Ministero dell'Ambiente, con la collaborazione di UNIONCAMERE, l'Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura - nell'ambito dell'accordo di collaborazione "Per la realizzazione di un'azione di monitoraggio e promozione del Piano di sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della P.A. (PAN GPP) - ha ritenuto opportuno ascoltare la voce delle imprese avvalendosi del sistema italiano delle Camere di commercio sia in quanto enti di prossimità territoriale alle imprese sia in virtù del l'altro Dlgs n. 219/2016 recante la riforma delle Camere di commercio che prevede all'articolo 2 lettera d-ter, oltre alle tradizionali competenze amministrative in materia ambientale anche quelle di supporto al miglioramento delle prestazioni ambientali delle PMI.

Ciò con l'intento di avere un quadro sullo stato della sostenibilità ambientale dell'offerta e della domanda nel mondo produttivo italiano, anche alla luce dei decreti di attuazione dei criteri ambientali minimi e individuare eventuali criticità e difficoltà delle imprese ad adeguarsi alle nuove richieste della domanda.

UNIONCAMERE ha, quindi, avviato un'indagine avvalendosi del supporto scientifico della Fondazione Ecosistemi e, per la somministrazione dei questionari, del supporto tecnico della società Infocamere e della Fondazione Guglielmo Tagliacarne.

L'indagine ha visto coinvolto un campione di oltre 3000 imprese rappresentativo del mercato manifatturiero, dei settori dell'edilizia e della ristorazione collettiva quest'ultime con dei Criteri Ambientali Minimi con cui confrontarsi nonché delle grandi imprese di interesse pubblico che si devono attrezzare per garantire la correttezza della applicazione dei dettami del nuovo codice.

L'analisi ha perseguito un duplice obiettivo: poter fornire una fotografia dell'attuazione delle politiche ambientali da parte delle imprese e di conseguenza analizzare i dati raccolti per poter fornire un contributo per la pianificazione di azioni volte al rafforzamento del mercato verde italiano.

L'indagine si è concentrata su un campione di quattro gruppi di imprese, cui sono stati sottoposti altrettanti questionari.

Al primo gruppo hanno partecipato le imprese di media e grande dimensione appartenenti a diversi settori manifatturieri tra i quali quello delle costruzioni. Al secondo gruppo appartiene una selezione d'impresе del settore della ristorazione collettiva, che è l'attività che ha visto per prima la pubblicazione dei relativi CAM. Al terzo gruppo appartiene una selezione d'impresе del settore delle costruzioni che si è vista ultimamente interessata dalla pubblicazione dei CAM relativi. E infine al quarto gruppo appartengono le imprese a partecipazione pubblica che si trovano oggi ad applicare il nuovo codice degli appalti e quindi obbligate ad applicare i CAM del Piano di Azione Nazionale sul Green Public Procurement.

OBIETTIVI E STRUTTURA DELL'INDAGINE SULLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE DELLE IMPRESE ITALIANE E LA NUOVA FRONTIERA DEGLI ACQUISTI VERDI

Da diversi anni si sta facendo sempre più forte la tesi che la green economy prima, e la economia circolare ora, siano la risposta all'eccesso di impatto che il sistema economico dominante produce sull'ambiente.

Tutto ciò pone delle domande.

Le imprese italiane sono pronte a offrire garanzie di qualità ambientale dei propri processi e dei propri prodotti e servizi? Quali sono le motivazioni e i modi con cui offerta e domanda diventano verdi? Come si sono trovate le imprese che si sono confrontate con il GPP e i CAM sui propri prodotti e servizi? C'è una vera domanda di prodotti e servizi verdi da parte della grandi imprese pubbliche?

Dai risultati di questa indagine sarà possibile dare una prima risposta a queste domande.

Infatti, l'obiettivo generale dell'indagine è misurare l'intensità e le motivazioni che sono alla base del mercato verde in Italia, inteso come l'insieme delle aziende che hanno intrapreso percorsi di miglioramento ambientale dell'offerta e della domanda.

Con la realizzazione dell'indagine, i cui risultati sono riportati in questo documento, è intenzione degli autori verificare se i produttori di beni e servizi e i consumatori stiano intraprendendo percorsi di eco compatibilità e quali siano le ragioni che spingono verso questa direzione. Per percorsi di eco compatibilità s'intendono la messa in atto di quel pacchetto di strumenti di gestione ambientale che si sono definiti negli ultimi venti anni: certificazioni di processo e di prodotto (EMAS ed Ecolabel ad esempio), etichette e dichiarazioni ambientali (carbon footprint, water footprint, product environmental footprint, EPD), acquisti verdi pubblici (GPP), e dove per motivazioni si intendono le ragioni profonde che hanno spinto le imprese ad adottare questi strumenti e con quali effetti e cambiamenti nei valori e nell'assetto organizzativo.

Il modello metodologico di riferimento dell'Indagine è quello dei sistemi di gestione ambientale che prevedono una fase di pianificazione, attuazione, monitoraggio e quindi di riesame per il perseguimento del miglioramento continuo della prestazione ambientale complessiva dell'organizzazione che si dota di questo strumento gestionale.

Allo stesso modo l'indagine intende essere un momento di presa d'atto del livello medio di prestazione raggiunta e di riflessione per la messa in atto di azioni correttive e preventive finalizzate all'ulteriore e continuo miglioramento.

Come verrà meglio dettagliato in seguito, sono state selezionate:

1. 3020 imprese (classificabili come medie e grandi per numero di addetti e valore della produzione), che appartengono a settori significativi della produzione industriale italiana;
2. Circa 95 imprese appartenenti al settore della ristorazione collettiva, selezionate per la loro attenzione all'ambiente, dimostrata dalla adesione volontaria alla certificazione ambientale ISO 14001 e dalla presenza sul MEPA, e quindi interessate alla partecipazione a gare pubbliche;

3. 85 imprese del settore delle costruzioni edili con le stesse caratteristiche;
4. 44 imprese a partecipazione pubblica o di interesse pubblico.

Per ogni raggruppamento è stato elaborato un questionario con i seguenti obiettivi:

Gruppo di indagine	Obiettivi della rilevazione
Grandi e medie imprese italiane appartenenti ai settori ateco riportati nella tabella che segue	Verificare le attitudini, le motivazioni e la capacità di offrire processi e prodotti ecocompatibili
Imprese appartenenti al settore della ristorazione collettiva	Verificare la difficoltà e la facilità di rispondere a bandi pubblici contenenti i CAM della categoria merceologica di interesse
Imprese appartenenti al settore delle costruzioni	Verificare la difficoltà e la facilità di rispondere a bandi pubblici contenenti i CAM della categoria merceologica di interesse
Imprese a partecipazione pubblica	Verificare il livello di adeguamento al codice degli appalti relativamente all'inserimento di criteri ambientali nelle procedure di acquisto

Nella seguente tabella sono elencati i settori coinvolti nell'indagine rivolta alle grandi e medie imprese secondo i codici ATECO sviluppati dall'ISTAT:

C 10	INDUSTRIE ALIMENTARI
C 11	INDUSTRIE DELLE BEVANDE
C 13	INDUSTRIE TESSILI
C 14	CONFEZIONE DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO; CONFEZIONE DI ARTICOLI IN PELLE E PELLICCIA
C 15	FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PELLE E DIMILI
C 16	INDUSTRIA DEL LEGNO E DEI PRODOTTI IN LEGNO E SUGHERO (ESCLUSI I MOBILI); FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PAGLIA E MATERIALI DA INTRECCIO
C 17	FABBRICAZIONE DI CARTA E PRODOTTI DI CARTA
C 18	STAMPA E RIPRODUZIONE DI SUPPORTI REGISTRATI
C 19	FABBRICAZIONE DI COKE E PRODOTTI DERIVANTI DALLA RAFFINAZIONE DEL PETROLIO
C 20	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI CHIMICI
C 21	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI FARMACEUTICI DI BASE E DI PREPARATI FARMACEUTICI
C 22	FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE
C 23	FABBRICAZIONE DI ALTRI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI
C 24	METALLURGIA
C 25	FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN METALLO (ESCLUSI MACCHINARI E ATTREZZATURE)
C 26	FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA; APPARECCHI ELETTROMEDICALI, APPARECCHI DI MISURAZIONE E DI OROLOGI
C 27	FABBRICAZIONE DI APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED APPARECCHIATURE PER USO DOMESTICO NON ELETTRICHE
C 28	FABBRICAZIONE DI MACCHINARI ED APPARECCHIATURE NCA
C 29	FABBRICAZIONE DI AUTOVEICOLI, RIMORCHI E SEMIRIMORCHI
C 30	FABBRICAZIONE DI ALTRI MEZZI DI TRASPORTO
C 31	FABBRICAZIONE DI MOBILI
C 32	ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE
C 33	RIPARAZIONE, MANUTENZIONE ED INSTALLAZIONE DI MACCHINE ED APPARECCHIATURE
F 41	COSTRUZIONE DI EDIFICI
F 42	INGEGNERIA CIVILE
F 43	LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI



Il presente documento, che riporta l'elaborazione dei dati raccolti con le indagini sopra descritte, è strutturato in una parte introduttiva e due sezioni.

Nella parte introduttiva viene altresì riportato: questo capitolo dedicato agli obiettivi della ricerca e uno dedicato alla metodologia di indagine.

La prima sezione è dedicata alla descrizione sintetica del quadro normativo formatosi in Europa e in Italia negli ultimi venti anni per la promozione del mercato dei prodotti verdi.

Nella seconda sezione, quella centrale, sono riportati i risultati dell'indagine, con un primo capitolo dedicato alla massiva indagine sulla produzione industriale italiana, un secondo capitolo dedicato alle imprese che si confrontano con i CAM e infine un terzo capitolo dove troviamo i risultati dell'indagine effettuata sulle imprese a partecipazione pubblica.

A chiusura del documento, troviamo le conclusioni effettuate sulla base dei risultati ottenuti, comprensive di alcuni spunti di riflessione utili sia per pianificare un approfondimento di indagine sia per indicare quali strumenti e quali azioni prevedere per dare un contributo concreto all'incremento della sostenibilità del mercato italiano.

NOTA METODOLOGICA

Le quattro indagini sono state realizzate con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e gestite attraverso la piattaforma IdSurvey gestita dalla società Idweb di Città di Castello (PG) e amministrata dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione dell'Unione delle Camere di commercio Italiane. Attraverso questa metodologia di raccolta dati è possibile gestire, in linea generale, un'indagine sia in modalità totalmente anonima (ovvero senza conoscere nulla dei rispondenti) sia in modalità non anonima, consentendo quindi di riconoscere i singoli rispondenti. Laddove si scelga quest'ultimo approccio (che consente ovviamente una gestione più mirata delle varie fasi di indagini, con particolare riferimento al monitoraggio dell'andamento dell'indagine per singoli settori), il sistema a scelta dell'amministratore prevede la creazione di un link univoco per ogni esponente dell'elenco dei nominativi che si intende intervistare oppure un link generico a cui si associa uno username e una password.

Nel caso delle nostre quattro indagini, è stato scelto un approccio non anonimo con link univoco. Tale link univoco è stato trasmesso (insieme ad altri contenuti come la presentazione dell'indagine e i riferimenti dell'help desk che ha supportato tutti i partecipanti attraverso contatti telefonici o via e-mail) all'indirizzo di Posta Elettronica Certificata dell'impresa attraverso un apposito sistema di mailing gestito da Infocamere. Con questo sistema di mailing è stato inviato un primo invito alla compilazione in data 9 luglio 2018 (con scadenza al 10 settembre 2018), seguito da un sollecito realizzato in data 10 settembre 2018 limitato solamente a quelle imprese che da un monitoraggio realizzato attraverso la piattaforma non risultavano aver risposto, il quale prorogava la scadenza al 20 settembre 2018. Il primo invio ha riguardato, quindi, tutte le imprese delle 4 indagini ovvero:

- 1.471 grandi imprese alle quali è stato somministrato il questionario "Il mercato green in Italia"
- 1.549 medie imprese destinatarie del questionario di cui sopra
- 95 imprese del settore dell'edilizia alle quali è stato somministrato il questionario "I CAM e l'edilizia"
- 85 imprese del settore della ristorazione collettiva alle quali è stato somministrato il questionario "I CAM e la ristorazione collettiva"
- 44 imprese a partecipazione odi interesse pubblico destinatarie del questionario "Gli acquisti verdi delle grandi imprese pubbliche".

Il secondo invio, a seguito dei dati già raccolti, si è rivolto ad un campione ridotto per ciascuna delle indagini:

- 1.190 grandi imprese destinatarie del questionario "Il mercato green in Italia"
- 1.271 medie imprese destinatarie del questionario di cui sopra
- 83 imprese per quanto concerne l'indagine "I CAM e l'edilizia"
- 71 imprese per quanto concerne l'indagine "I CAM e la ristorazione collettiva"

- 34 imprese destinatarie dell'indagine "Gli acquisti verdi delle grandi imprese pubbliche".

Il risultato finale in termini di raccolta di questionari è stato il seguente:

- ✓ Indagine "Il mercato green in Italia": 1.076 interviste su 3.020 nominativi a disposizione, con un tasso di risposta del 35,6%
- ✓ Indagine "I CAM e l'edilizia": 26 interviste su 95 nominativi a disposizione, con un tasso di risposta del 27,4%
- ✓ Indagine "I CAM e la ristorazione collettiva": 26 interviste su 84 nominativi a disposizione, con un tasso di risposta del 31,0%
- ✓ Indagine "Gli acquisti verdi delle grandi imprese pubbliche": 17 interviste su 44 nominativi a disposizione, con un tasso di risposta del 38,6%.

Cosa vogliono dire questi numeri in termini di significatività statistica dell'indagine (intendendo con questo termine ciò che comunemente viene definita forbice o forchetta, vale a dire l'errore campionario)?

Per rispondere a questa domanda dobbiamo fare una chiara distinzione fra l'indagine "Il mercato green in Italia" e le altre indagini.

Infatti, per quanto concerne le altre indagini, non ha senso parlare di significatività statistica, in quanto il modesto universo di riferimento porta necessariamente alla raccolta di quanti più questionari possibili, poiché anche un questionario in più o in meno può significativamente spostare l'esito dei risultati. Nel caso invece dell'indagine "Il mercato green in Italia", si può parlare di concetto di significatività statistica e più in generale di quello di strategia campionaria.

In generale, quando si affronta un'indagine di tipo campionario, sono fissate a priori le quote campionarie che evidenziano gli obiettivi di interviste da raggiungere per ogni singolo dominio previsto dall'indagine. Questa operazione di determinazione del numero di interviste appare particolarmente opportuna da realizzare in una metodologia di tipo CATI (Computer Assisted Telephoning Interviewing), dove ogni intervista ha un suo costo di realizzazione e quindi è necessario non sprecare risorse nel fare interviste in corrispondenza di quote campionarie già esaurite (nel senso che sono stati raggiunti i target di indagine previsti). La fissazione di quote campionarie ha invece meno significato in una indagine di tipo CAWI, dove il costo della singola intervista è di fatto nullo e quindi si può pensare di eccedere gli obiettivi delle varie quote. Pertanto in questa indagine non sono state previste le quote campionarie iniziali, lasciando quindi ad una verifica ex-post la tenuta statistica dell'indagine, ovvero l'errore statistico associato.

A livello complessivo, i risultati della rilevazione sono da considerarsi molto positivi. Infatti, l'errore campionario associato alle domande che prevedono una modalità di risposta dicotomica di una indagine con 1.076 rispondenti e una popolazione di riferimento di 3.020 unità (come l'indagine sul mercato green in Italia) è valutabile nel caso di popolazioni finite (come quella in oggetto) nel 2,4% quando comunemente viene accettato un errore fino al 3%. Poiché il livello dell'errore statistico del totale dell'indagine è decisamente sotto controllo, possiamo chiederci se è possibile produrre valutazioni significative da un punto di vista statistico anche per alcune variabili di lettura



significative quali, il territorio, il settore di attività economica e la classe dimensionale. Partiamo dalla lettura territoriale a livello di singole macro ripartizioni.

La distribuzione dei rispondenti secondo questa variabile consente di avere un errore, per quanto concerne il Nord, del 2,7% (derivante dall'aver realizzato 858 interviste), mentre per il Centro-Sud si sale al 5,3% con 218 interviste realizzate, che appare essere ancora accettabile anche se supera di poco il limite di accettabilità dell'errore che convenzionalmente viene posto al 5%. Più complesso è avere errori "sotto controllo" a livello settoriale. Una possibile strutturazione di questa variabile può prevedere la suddivisione in industria "leggera", "pesante" e "costruzioni". Con industria leggera si intende tutto l'insieme delle divisioni della classificazione delle attività economiche ATECO 2007 comprese fra la 10 e la 18, con industria pesante il resto delle divisioni afferenti all'industria manifatturiera, mentre il termine costruzioni si riferisce all'omonimo settore della classificazione delle attività economiche sopra richiamata.

I risultati appaiono però robusti solamente per le due grandi branche manifatturiere ed in particolare modo per l'industria pesante, che, con le sue 806 interviste, ha un errore del 2,7%. Al limite invece si colloca l'errore delle industrie leggere, che, con 221 interviste concluse, arrivano ad un errore del 5,1%. Poco utilizzabili invece le valutazioni che provengono dall'edilizia il cui errore supera il 10% (12,1%) a causa delle sole 49 interviste raccolte nel settore. Infine, la classe dimensionale. L'universo inizialmente era strutturato, come accennato in precedenza, in due sotto insiemi: le grandi imprese (1.549 nominativi) e le medie imprese (1.471 nominativi). L'indagine ha visto la risposta di 553 grandi imprese e di 523 medie imprese, con un livello di errore equivalente pari rispettivamente al 3,3 e al 3,4%, rendendo così utilizzabile l'indagine secondo questa chiave di lettura dimensionale.

SEZIONE I : IL QUADRO DI RIFERIMENTO

LA REGOLAMENTAZIONE IN EUROPA E IN ITALIA PER LA PROMOZIONE DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA VERDE

Sebbene la questione ambientale non fosse esplicitamente prevista dal trattato istitutivo della Comunità Economica Europea, dagli anni '70 ad oggi sono state prodotte oltre 200 norme e disposizioni comunitarie in materia ambientale.

Inizialmente le norme erano finalizzate a limitare i danni ambientali in alcuni settori specifici (etichettatura delle sostanze chimiche tossiche, protezione delle acque di superficie, eccetera), per poi essere gradualmente integrate in politiche di più ampio respiro, anche di carattere economico e sociale.

Questo approccio trova le sue basi nella strategia per lo sviluppo sostenibile¹, complementare alla Strategia di Lisbona per la competitività del mercato del lavoro europeo, secondo cui "le conseguenze economiche, sociali e ambientali di tutte le politiche devono (...) essere esaminate in maniera coordinata e prese in considerazione al momento della loro elaborazione e della loro adozione".

La strategia per lo sviluppo sostenibile, e i successivi atti collegati, riconosce un ruolo fondamentale al mercato e alle imprese non solo nel contenimento degli impatti negativi sull'ambiente naturale e sulla comunità umana ma anche nella promozione di una tutela ambientale attiva, attraverso la ricerca, l'innovazione e la costruzione di un mercato capace di valorizzare le realtà economiche più virtuose.

Nel 2008, di fatto assorbendo in buona parte quanto contenuto in un'importante e precedente comunicazione², la Commissione ha delineato gli assi su cui si articolano le politiche per l'attuazione dello sviluppo sostenibile attraverso gli strumenti di mercato con la promozione del "Piano d'Azione per il Consumo, la Produzione Sostenibili e la Politica Industriale Sostenibile"³.

Il Piano forma un pacchetto integrato con la comunicazione "Acquisti pubblici per un ambiente migliore" COM 2008/400, con la revisione dei regolamenti EMAS ed Ecolabel e con la proposta di estensione della direttiva sulla progettazione ecologica dei prodotti, definendo così i tre strumenti principali.

L'integrazione delle politiche ambientali nelle politiche di sviluppo economico e sociale è pienamente adottata nella strategia "Europa 2020", varata nel 2010, il cui obiettivo principale è quello di creare un modello di crescita sostenibile, solidale e intelligente attraverso cinque diverse

¹ COM(2001) 264 def., Comunicazione della Commissione del 15 maggio 2001 - Sviluppo sostenibile in Europa per un mondo migliore: strategia dell'Unione europea per lo sviluppo sostenibile (Proposta della Commissione per il Consiglio europeo di Göteborg)

²COM(2003) 302 definitivo, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO "Politica integrata dei prodotti, Sviluppare il concetto di "ciclo di vita ambientale"

³ COM(2008) 397 definitivo, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI sul piano d'azione "Produzione e consumo sostenibili" e "Politica industriale sostenibile"



leve: occupazione (innalzamento del 75% del tasso di occupazione), aumento degli investimenti per la ricerca e lo sviluppo, riduzione dei gas serra del 20% e aumento della produzione di energia da fonti rinnovabili, istruzione e lotta alla povertà. Quello che si cerca di fare è di tracciare un quadro di riferimento entro il quale i singoli Stati possano lavorare e sostenersi a vicenda per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Dal 2013 la Commissione Europea, con una comunicazione al Parlamento e al Consiglio⁴, promuove, all'interno del mercato unico, un'iniziativa rivolta interamente ai prodotti verdi e al miglioramento delle informazioni sulle prestazioni ambientali di prodotti e organizzazioni.

Con l'iniziativa del mercato unico per i prodotti verdi la UE intende facilitare la realizzazione e la commercializzazione tra Stati Membri di prodotti e servizi a ridotto impatto ambientale, promuovendo la standardizzazione della misurazione degli impatti, la costruzione di regole comuni con un approccio multi-stakeholder e transfrontaliero, e uniformando le modalità di comunicazione degli impatti relativi ai prodotti e alle organizzazioni.

L'Unione Europea fornisce una definizione ampia di "prodotto verde", ovvero quei prodotti che "risultano più efficienti sotto il profilo dell'utilizzo delle risorse e meno dannosi per l'ambiente nel loro intero ciclo di vita".

La Commissione Europea ha stimato che il mercato mondiale di beni e servizi eco compatibili si aggiri intorno ai 4,2 trilioni di Euro con una crescita media del 4% ogni anno. Questa crescita fa sì che il settore dell'economia verde sia sempre più competitivo per le imprese e registri sempre più una crescita in termini occupazionali.

I prodotti verdi possono aiutare le aziende a ridurre significativamente i costi di produzione, in quanto possono comportare un minor utilizzo delle risorse utilizzate nel processo produttivo (materia prima ed energia), e sono più facili da riciclare e riutilizzare, contribuendo ad una migliore gestione dei rifiuti.

A dicembre del 2015, infine, l'Unione Europea ha ulteriormente rafforzato questa iniziativa, con l'adozione, da parte della Commissione, di un ambizioso piano d'azione per l'economia circolare, che prevede, oltre a finanziamenti superiori a 650 milioni di euro provenienti da Horizon 2020 e per 5,5 miliardi di euro dai fondi strutturali, azioni volte:

- alla riduzione dei rifiuti alimentari

- allo sviluppo di norme di qualità per le materie prime secondarie

- alla promozione dell'eco-design, ovvero della progettazione che tiene conto degli impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto/servizio

- alla revisione del regolamento relativo ai concimi favorendo quelli organici e derivati da rifiuti

- alla definizione di una strategia per facilitare la riciclabilità e la biodegradabilità delle materie plastiche, e azioni per il riutilizzo delle acque.

⁴ COM(2013) 196 final, COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO E AL CONSIGLIO "Costruire il mercato unico dei prodotti verdi. Migliorare le informazioni sulle prestazioni ambientali dei prodotti e delle organizzazioni"

Questo insieme di misure oltre a generare benefici ambientali avrà importanti ricadute sul sistema economico nel suo insieme, contribuendo a rendere l'Europa più forte e maggiormente competitiva a livello globale e a creare nuovi posti di lavoro, indirizzando l'economia europea verso una crescita più sostenibile.

L'obiettivo è quello di "chiudere il cerchio" del ciclo di vita del prodotto incentivando un maggiore riciclaggio e riutilizzo del prodotto stesso. La creazione di un mercato dove prodotti e servizi con caratteristiche ambientali siano valorizzati e facilmente riconoscibili è una risposta importante e concreta alle sfide che ci pongono i cambiamenti climatici, il deterioramento ambientale e la povertà globale.

In questo quadro, sono diversi e molteplici i soggetti che giocano un ruolo importante, così come già evidenziato dalla Strategia per la Produzione e il Consumo Sostenibile del 2008:

- a. **Pubbliche Amministrazioni.** Gli enti pubblici spendono circa il 14%⁵ del PIL dell'UE in beni, servizi e lavori. Attraverso acquisti sostenibili e la pubblicazione, sempre maggiore, di bandi verdi si possono incentivare le imprese ad ampliare la loro offerta di prodotti e servizi green. Maggiori acquisti verdi da parte della Pubblica Amministrazione, oltre a dare il "buon esempio", comporterebbero un risparmio notevole sulla spesa pubblica attraverso il monitoraggio del Life Cycle Costing, una riduzione notevole degli impatti ambientali, un miglioramento dell'immagine della PA e la diffusione di modelli di consumo e di acquisto sostenibile.
- b. **Consumatori.** Il consumatore è il motore principale del mercato. Oggi il consumatore è informato e, spesso, attivo in prima linea alla lotta per i cambiamenti climatici. La virata verso un mercato più verde si deve proprio al consumatore in quanto ha aumentato la domanda di determinati prodotti e servizi.
- c. **Impresa.** Per la sua sopravvivenza l'impresa deve adeguarsi all'andamento del mercato. Sia la Pubblica Amministrazione sia i consumatori possono creare una sempre maggiore competitività tra le imprese e spingerle ad essere all'avanguardia per quanto concerne l'innovazione di prodotti e servizi ecocompatibili.

L'Italia sta recependo la normativa comunitaria in materia ambientale e di sviluppo sostenibile, anche se la strada –in parte percorsa in parte ancora da percorrere per una concreta integrazione della tutela ambientale nelle diverse politiche - è lunga.

Come in Europa, la legislazione ambientale Italiana si è mossa su due binari: quello del comando e controllo e quello della promozione, in primis verso le imprese, dell'adesione volontaria a schemi di miglioramento ambientale.

Anche in Italia, così come in Europa, infatti, la politica ambientale si regge da un lato sulla prevenzione degli incidenti ambientali e sul sanzionamento dei reati e, dall'altro, sulla promozione di un approccio integrato alla tutela ambientale basata sul principio "chi inquina paga" e sulle leve di mercato (eco-design, eco-labelling, GPP, innovazione e competitività).

⁵ Dato riferito al 2015



Sebbene lo sviluppo delle norme ambientali in Italia sia stato frammentato nel tempo, si è giunti, nel 2006, all'approvazione del Testo Unico Ambientale⁶, che ha "come obiettivo primario la promozione dei livelli di qualità della vita umana, da realizzare attraverso la salvaguardia ed il miglioramento delle condizioni dell'ambiente e l'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali", a cui sono seguiti numerosi disposti normativi integrativi e di modifica.

Un passo importante della legislazione ambientale in materia di responsabilità è stato fatto ultimamente con l'emanazione della legge sugli Ecoreati, nella quale viene definita la responsabilità penale delle organizzazioni che commettono reati ambientali, ampliando il D.Lgs. 231 che introdusse nel 2001 la responsabilità penale anche delle persone giuridiche (quindi non solo più delle persone fisiche), per i reati contro la Pubblica Amministrazione. La nuova norma introduce cinque nuovi reati ambientali: inquinamento ambientale, disastro ambientale, impedimento dei controlli, omessa bonifica e traffico di materiale radioattivo.

Dal punto di vista della tutela attiva dell'ambiente, attraverso la creazione di un sistema economico premiante delle realtà virtuose, il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (MATTM) ha avviato nel 2008 un percorso di costruzione di una strategia nazionale per la produzione e il consumo sostenibile, coerente con il "Piano d'Azione per il Consumo la Produzione Sostenibili e la Politica Industriale Sostenibile" europeo.

Contemporaneamente, accogliendo l'indicazione contenuta nella citata Comunicazione della Commissione europea "Politica integrata dei prodotti, sviluppare il concetto di ciclo di vita ambientale", e in ottemperanza di quanto indicato nella legge finanziaria 2007⁷, il MATTM ha elaborato il "Piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi della pubblica amministrazione"⁸ (PAN GPP), che ha come obiettivo la diffusione del GPP presso gli Enti pubblici.

Il Green Public Procurement (GPP) è "l'approccio in base al quale le Amministrazioni Pubbliche integrano i criteri ambientali in tutte le fasi del processo di acquisto, incoraggiando la diffusione di tecnologie ambientali e lo sviluppo di prodotti validi sotto il profilo ambientale, attraverso la ricerca e la scelta dei risultati e delle soluzioni che hanno il minore impatto possibile sull'ambiente lungo "l'intero ciclo di vita".

Il PAN GPP fornisce un quadro generale sul GPP, definisce gli obiettivi nazionali, identifica le categorie di beni, servizi e lavori di intervento prioritarie per gli impatti ambientali e i volumi di spesa, su cui definire i 'Criteri Ambientali Minimi' (CAM).

Nel dicembre del 2015 è stato approvato il cosiddetto "Collegato ambientale"⁹, in vigore dal 2 febbraio 2016, che ha introdotto un importante pacchetto di misure rivolte alla "green economy", modificando la normativa ambientale preesistente proprio nella direzione verso un'economia più verde e sostenibile.

⁶ DECRETO LEGISLATIVO 3 aprile 2006, n. 152 Norme in materia ambientale

⁷ Comma 1126, articolo 1, della legge 296/2006

⁸ Adottato con Decreto Interministeriale dell'11 aprile 2008 (G.U. n. 107 dell'8 maggio 2008), e aggiornato con Decreto 10 aprile 2013 (G.U. n. 102 del 3 maggio 2013)

⁹ LEGGE 28 dicembre 2015, n.221. Disposizioni in materia ambientale per promuovere misure di Green Economy e per il contenimento dell'uso eccessivo di risorse naturali. (GU Serie Generale n.13 del 18-1-2016).



In particolare, sono state introdotte alcune indicazioni rilevanti per il GPP (Capo IV "DISPOSIZIONI RELATIVE AL GREEN PUBLIC PROCUREMENT"), che introducono l'obbligatorietà per gli Enti pubblici di adottare i Criteri Ambientali Minimi per alcune categorie di appalti (lampadine e corpi illuminanti, PC, servizi energetici per gli edifici) e per almeno il 50% del valore delle altre gare d'appalto (servizi di gestione rifiuti urbani, toner, gestione verde pubblico, carta per copia, ristorazione collettiva, servizi di pulizia e prodotti per l'igiene, prodotti tessili, arredi per ufficio).

Inoltre, con la legge n. 28/2015 è stato introdotto l'obbligo di vigilanza sull'applicazione dei CAM per l'Osservatorio nazionale dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture.

La norma prevede, infine, la nascita di Made Green in Italy (schema certificativo basato sulla metodologia europea per l'impronta ecologica di prodotto), lavorando così contemporaneamente sul lato della domanda (GPP) e dell'offerta di beni e servizi verdi.

Nel 2016 è entrato in vigore il nuovo Codice degli appalti¹⁰, che introduce l'offerta economicamente più vantaggiosa come criterio principale di valutazione delle offerte e che assorbe e amplia quanto contenuto nel citato collegato ambientale per quanto riguarda il CAP IV dedicato al GPP, sancendone l'obbligatorietà con l'articolo 34.

Nel 2018, come preannunciato dal collegato ambientale, viene pubblicato il regolamento riguardante il MADE GREEN IN ITALY¹¹.

Infine, nel 2018 viene pubblicata dalla UE la nuova Guida sugli appalti pubblici per un'Economia Circolare (2018), che fornisce indicazioni e illustra buone pratiche su come gli appalti pubblici possono essere utilizzati per sostenere la transizione verso l'economia circolare. Nello specifico, la Guida fornisce indicazioni pratiche su come applicare, nelle procedure di approvvigionamento pubblico, i principi di riduzione, riutilizzo, riciclaggio e recupero di materia e di risorse naturali. In ciascuna sezione in cui il documento si articola, sono illustrati esempi concreti di procedure di approvvigionamento pubblico, realizzate da alcune municipalità europee, che dimostrano come i principi dell'economia circolare siano fin da ora realtà in diversi territori dell'Unione.

¹⁰ Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016 (GU Serie Generale n.91 del 19-4-2016 - Suppl. Ordinario n. 10).

¹¹ Regolamento per l'attuazione dello schema nazionale volontario per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti, denominato Made Green in Italy, adottato dal Ministro dell'Ambiente lo scorso 21 marzo, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 29 maggio. Il provvedimento è in vigore dal 13 giugno 2018.

SEZIONE II : I RISULTATI DELL'INDAGINE

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DELLE MEDIE E GRANDI IMPRESE INDUSTRIALI

INTRODUZIONE ALL'INDAGINE SULLE IMPRESE INDUSTRIALI

Negli ultimi decenni l'attenzione verso la sostenibilità ambientale da parte delle imprese è divenuta sempre più importante e il livello di sensibilità del management aziendale verso le tematiche ambientali è radicalmente mutato dal secondo dopoguerra ad oggi. L'ambiente non è più visto come un vincolo all'operatività dell'impresa o come un ulteriore fattore di costo che l'impresa deve fronteggiare, ma piuttosto come un'opportunità, una leva su cui fondare la propria strategia per migliorare il posizionamento competitivo sui mercati.

Con il crescere delle preoccupazioni connesse ad episodi di inquinamento dalle conseguenze disastrose (si pensi, ad esempio, all'incidente alla petroliera Exxon Valdez in Alaska nel 1989 o alla più recente fuoriuscita di greggio dalla piattaforma petrolifera della British Petroleum nel Golfo del Messico), l'attenzione verso l'impatto che l'attività antropica può generare sull'ambiente è divenuto sempre più pressante. L'impresa però da "causa del problema" è divenuta "parte della sua soluzione", attraverso comportamenti pro-attivi e votati ad un utilizzo sempre più efficiente delle risorse impiegate nel processo di produzione.

L'atteggiamento delle imprese verso le tematiche ambientali non è, però, omogeneo. Alcuni studiosi le classificano in base al loro **commitment** ovvero al loro impegno nei confronti dell'ambiente.

In funzione dell'atteggiamento del top management, del ruolo del dipartimento ambientale all'interno dell'organigramma aziendale, del livello di coinvolgimento dei lavoratori o del livello di maturità del sistema di reporting le imprese sono classificate in:

1. Beginner
2. Defensive
3. Accommodative
4. Pro-active.

Nel primo caso, vi è un atteggiamento completamente passivo nei confronti dei temi ambientali, i quali rappresentano un aspetto da tenere in considerazione solo per rispondere ad una richiesta coercitiva dal parte del Legislatore. Nell'ultimo caso, invece, l'ambiente ha un ruolo centrale nella strategia aziendale, sia come elemento per aumentare l'efficienza del processo ma anche come opportunità di differenziazione del prodotto/servizio al fine di aumentare la soddisfazione dei clienti e migliorare le relazioni con gli stakeholder esterni.

Nel passare da un atteggiamento maggiormente difensivo ad uno pro-attivo riveste un ruolo fondamentale la spinta che può derivare dal contesto istituzionale all'interno del quale opera ciascuna impresa. Come è noto a livello europeo, si è assistito ad un proliferare di strumenti ambientali orientati alle imprese. Negli anni novanta sono stati introdotti molti schemi ambientali

di tipo volontario, che hanno riguardato sia la gestione dei processi aziendali (ad esempio, la certificazione prevista dal Regolamento UE n. 1221/2009 EMAS¹² sia le Certificazioni ambientali dei prodotti Ecolabel ai sensi del Regolamento (CE) n. 66/2010¹³), che si sono affiancati alle normative ambientali cogenti. Alni di questi sono oggi molto diffusi all'interno delle imprese o, addirittura, vantano dei primati a livello nazionale: da oltre 10 anni l'Italia è tra i primi tre Paesi europei per numero di organizzazioni registrate secondo il Regolamento comunitario sul sistema di gestione ambientale, nonostante negli ultimi anni si stia assistendo ad un calo del numero di registrazioni.

Le iniziative più recenti della Commissione Europea sono orientate alla volontà di creare un mercato unico per i prodotti verdi, come, ad esempio, la citata Comunicazione del 2013 della Commissione "Building the Single Market for Green Products".

In particolare, la Commissione Europea ha introdotto una nuova metodologia di misurazione dell'impronta ambientale dei prodotti (PEF - Product Environmental Footprint), oltre all'impronta ambientale delle organizzazioni (OEF - Organisation Environmental Footprint), che è orientata al miglioramento della misurazione e della comunicazione delle prestazioni ambientali dei prodotti.

In aggiunta agli strumenti di tipo volontario, le imprese si devono anche conformare alle richieste della legislazione ambientale obbligatoria, che si sta sviluppando in misura sempre maggiore e stringente.

Il panorama delle iniziative ambientali presenti oggi è, quindi, particolarmente vasto.

Uno dei principali obiettivi dell'indagine è, dunque, proprio quello di stabilire quale è il livello di impegno - e quindi di commitment - delle imprese italiane nei confronti dell'ambiente: capire quanto le imprese siano effettivamente coinvolte nella gestione efficiente dei loro processi e delle loro attività.

I nuovi strumenti recentemente introdotti a livello europeo stanno riscuotendo successo nelle imprese o lo sviluppo di nuove pratiche deve compiere ancora importanti passi in avanti al fine di una completa adozione da parte delle imprese stesse? Questi sono solo alcuni aspetti presi in considerazione nella redazione del questionario, utili per comprendere come e in che misura le imprese italiane stiano gestendo in maniera responsabile il loro business dal punto di vista ambientale.

¹² Il primo Regolamento EMAS n. 1836 è stato emanato nel 1993 e nel 2001 è stato sostituito dal Regolamento n. 761 che, a sua volta sottoposto a revisione, è stato sostituito nel 2009 dal nuovo Regolamento n. 1221. EMAS è principalmente destinato a migliorare l'ambiente e a fornire alle organizzazioni, alle autorità di controllo ed ai cittadini (al pubblico in senso lato) uno strumento attraverso il quale è possibile avere informazioni sulle prestazioni ambientali delle organizzazioni.

¹³ Ecolabel UE è il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel UE) 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 è stato istituito nel 1992 dal Regolamento n. 880/92 ed è oggi disciplinato dal Regolamento (CE) n. 66/2010 in vigore nei 28 Paesi dell'Unione Europea e nei Paesi appartenenti allo Spazio Economico Europeo – SEE (Norvegia, Islanda, Liechtenstein).

Quali sono le motivazioni che spingono le imprese ad adottare strumenti e policy ambientali? I driver possono essere diversi. Secondo alcuni studi, le ragioni che guidano le imprese verso l'adozione di strategie ambientali sono più che altro di carattere interno, come, ad esempio, la necessità di conformarsi alla normativa ambientale vigente, oppure la volontà di migliorare le proprie prestazioni ambientali, attraverso un uso più efficiente delle risorse, una riduzione delle emissioni, una migliore gestione dei rifiuti.

Le motivazioni, invece, determinate da dinamiche esterne possono essere rappresentate, ad esempio, dalle richieste dei clienti e dei consumatori. Questi ultimi sono sempre più attenti ad una qualità migliore, anche dal punto di vista ambientale, di prodotti e servizi. In tal senso, l'ambiente può diventare per le imprese anche un'opportunità per migliorare le proprie prestazioni competitive e quindi con effetti positivi in termini di posizionamento sul mercato. I cittadini sono spesso disposti a pagare un prezzo maggiore per i prodotti green. Un'impresa può differenziarsi dai propri competitor offrendo specifici prodotti e servizi verdi, richiesti in misura sempre maggiore da un mercato più attento agli impatti ambientali generati dai prodotti. Una maggiore soddisfazione delle richieste dei propri clienti e delle richieste provenienti dal mercato in genere, chiama in causa anche un'altra importante motivazione nella scelta di adottare strategie ambientali: la possibilità di migliorare la propria reputazione e la propria immagine verso l'esterno e verso i propri stakeholder, che è spesso una delle principali motivazioni che spingono le imprese ad adottare strategie green.

Il tema dei driver che guidano le imprese nell'adozione di strategie ambientali è un altro obiettivo dell'indagine.

In particolare, l'analisi si è concentrata sulle motivazioni che guidano le imprese verso le scelte ambientali. In tal senso, si è esaminato il ruolo della comunità locale e dei consumatori per capire se essi sono determinanti nello spingere le imprese ad essere più efficienti dal punto di vista ambientale attraverso le proprie richieste o se, invece, sono le dinamiche interne aziendali ad avere un ruolo più incisivo verso l'adozione di pratiche verdi. In questo secondo caso, le imprese potrebbero essere maggiormente guidate dalla necessità di ridurre i propri costi attraverso un uso efficiente delle risorse oppure potrebbero avere la necessità di adeguarsi alle richieste della normativa ambientale o a richieste esplicite provenienti dai soci.

Gli strumenti ambientali oggi a disposizione delle imprese possono riguardare una molteplicità di aspetti: la riduzione delle emissioni, un uso efficiente delle risorse naturali, il risparmio energetico, l'utilizzo di energie rinnovabili, la prevenzione dall'inquinamento, la riduzione dei rifiuti anche attraverso il riciclo, lo sviluppo di nuovi processi e tecnologie innovative dal punto di vista ambientale, lo sviluppo di nuovi prodotti a ridotto impatto ambientale, la rendicontazione ambientale.

Gli strumenti volontari che le imprese decidono autonomamente di adottare sono molti. Risulta interessante capire quali possano essere gli strumenti ambientali più strategici per le imprese tra tutti quelli disponibili. In letteratura vi è un ampio dibattito su quali siano le norme ambientali che permettono di migliorare le prestazioni ambientali e competitive delle imprese e che quindi potrebbero essere considerate strategiche.

Vari studi esplorano il legame tra alcuni strumenti ambientali e gli effetti generati sulla competitività delle imprese. In diversi casi, ad esempio, si è osservato come i sistemi di gestione ambientale di tipi volontario, come EMAS o ISO 14001, abbiano un effetto positivo sulle

prestazioni ambientali e competitive delle imprese. Le policy ambientali possono essere strategiche per le imprese poiché possono rappresentare un importante stimolo all'adozione di innovazioni con effetti positivi anche sulla competitività.

Per capire però quali saranno in futuro gli strumenti ambientali ritenuti strategici dalle imprese, e quindi su cui puntare e anche investire, è importante partire dal punto di vista delle imprese stesse. A tale proposito, l'indagine ha anche avuto l'obiettivo di comprendere su quali strumenti e pratiche ambientali ci sono maggiori aspettative, proprio perché ritenuti più strategici per la gestione degli aspetti ambientali nel futuro. Ed è proprio a tale scopo che l'indagine ha indagato per capire se gli strumenti ambientali "più tradizionali" sono destinati a rimanere delle priorità strategiche anche nel futuro oppure se questi tenderanno pian piano a tramontare per lasciare spazio a nuove policy ambientali più innovative e recenti.

I RISULTATI OTTENUTI

Il questionario somministrato alle imprese è strutturato mediante domande a risposta multipla. In sintesi:

- una prima serie di domande è dedicata alla definizione del profilo dell'azienda intervistata;
- una seconda serie di domande è composta per investigare il livello di adozione, da parte dell'organizzazione, degli strumenti di gestione ambientale;
- un terzo set di domande è definito per analizzare le motivazioni che hanno spinto l'azienda a dotarsi di tali strumenti (Driver) e, nel contempo, per misurare quanto sia radicata nell'azienda stessa l'importanza della variabile ambientale;
- infine, un ultimo set di domande è messo a punto per indicare quali saranno i bisogni e le risposte che l'azienda potrebbe avere nel prossimo futuro.

Il profilo dell'impresa che ha partecipato all'indagine

La parte iniziale del questionario è dedicata alla raccolta di informazioni di carattere generale: numero di addetti in azienda; ubicazione geografica; settore di appartenenza; estensione del mercato; concorrenti. Il campione intervistato si distribuisce in base al numero di addetti più meno parimenti tra media e grande impresa¹⁴.

¹⁴ Il dato riportato non corrisponde a quello precedentemente indicato nella nota metodologica, in quanto la prima distinzione era stata fatta a 200 dipendenti per dividere tra media e grande impresa, mentre in questo caso si è elaborato il dato discriminando le aziende fino e oltre i 250 addetti.

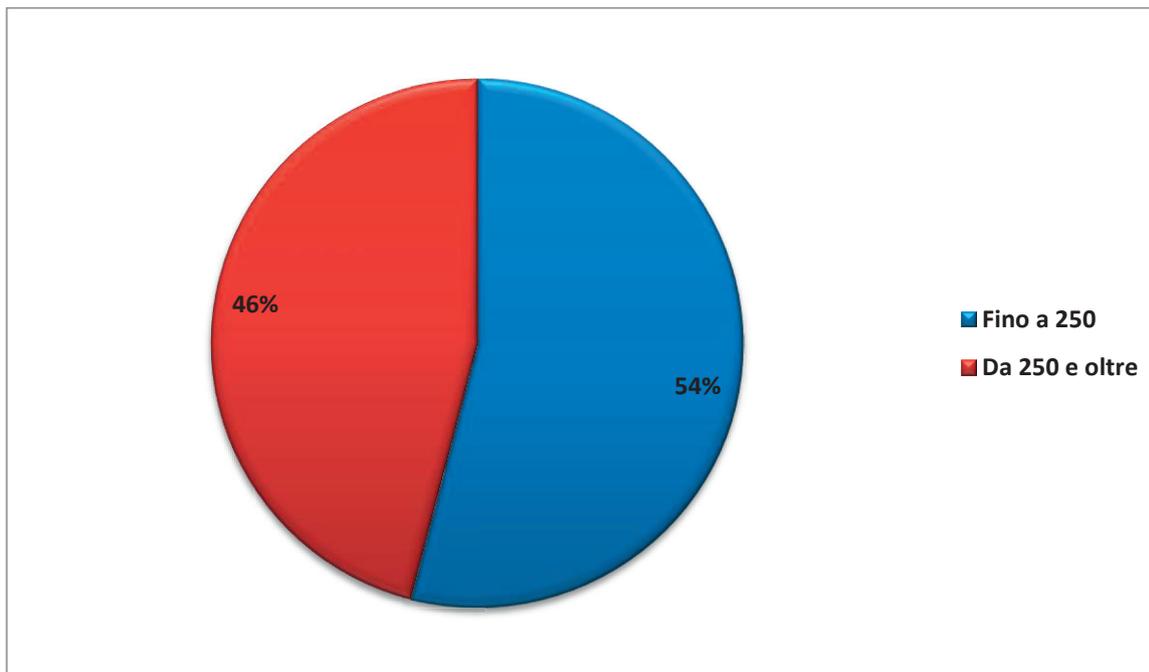


Figura 1 – la Distribuzione del campione in funzione del numero di addetti

Le aziende coinvolte si distribuiscono sul territorio nazionale come riportato in figura 2, dalla quale si evince che l'80% del campione è rappresentato da aziende industriali del Nord.

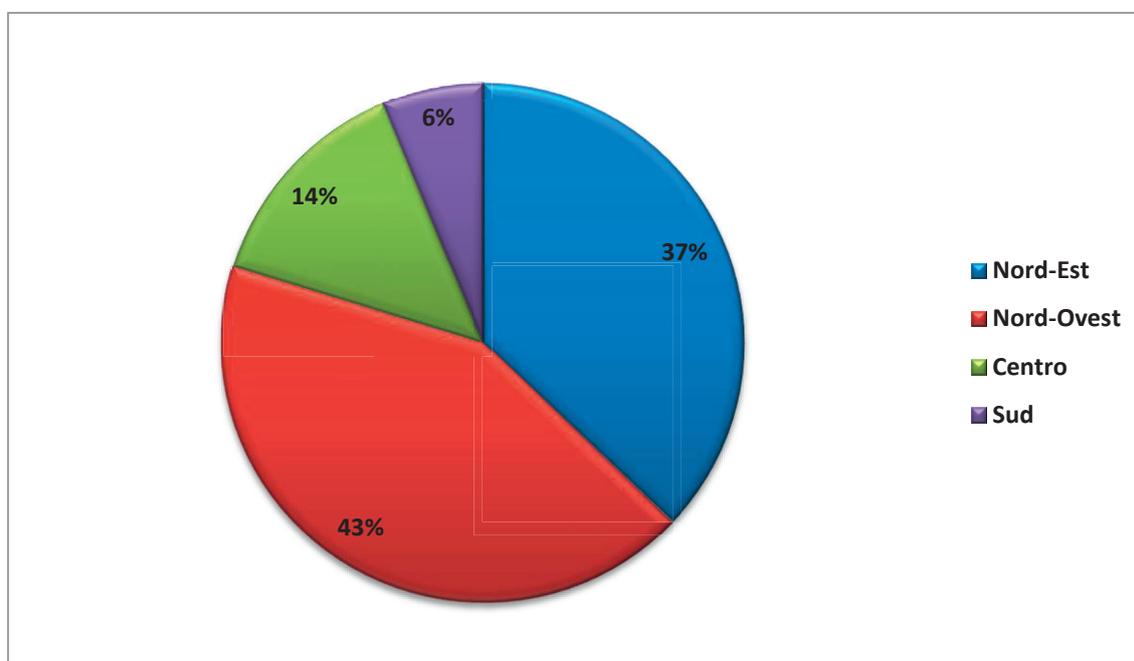


Figura 2 – La distribuzione geografica delle imprese

Per l'appartenenza ai settori produttivi è stata fatta una selezione e poi una aggregazione dei principali codici ATECO secondo le branche di attività economica come riportate dall'ISTAT. In figura 3 è riportato il grafico prodotto da questa elaborazione dei dati, dove spicca una branca

economica, che è anche quella più rilevante in termini di produzione industriale, ossia quella relativa al settore delle macchine elettriche ed elettroniche.

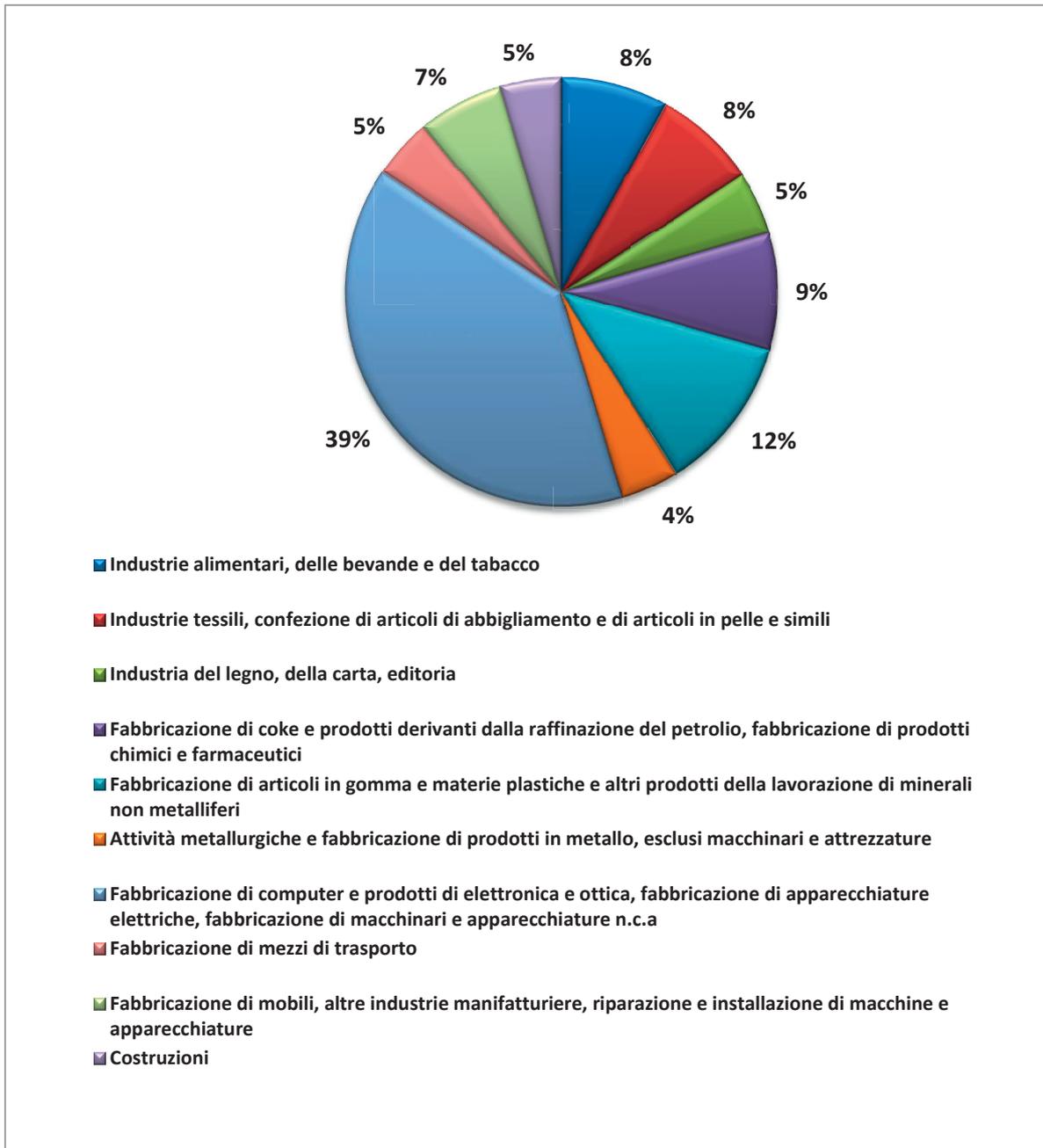


Figura 3 – Distribuzione percentuale dei settori produttivi dei rispondenti

Per comprendere quale fosse l'estensione del mercato delle aziende, è stato chiesto al campione di indicare il territorio di provenienza della parte più rilevante del loro volume di affari. Come riportato in figura 4, si può notare che le aziende hanno una diffusione dei loro prodotti e servizi per lo più nel mercato nazionale ed in quello europeo.

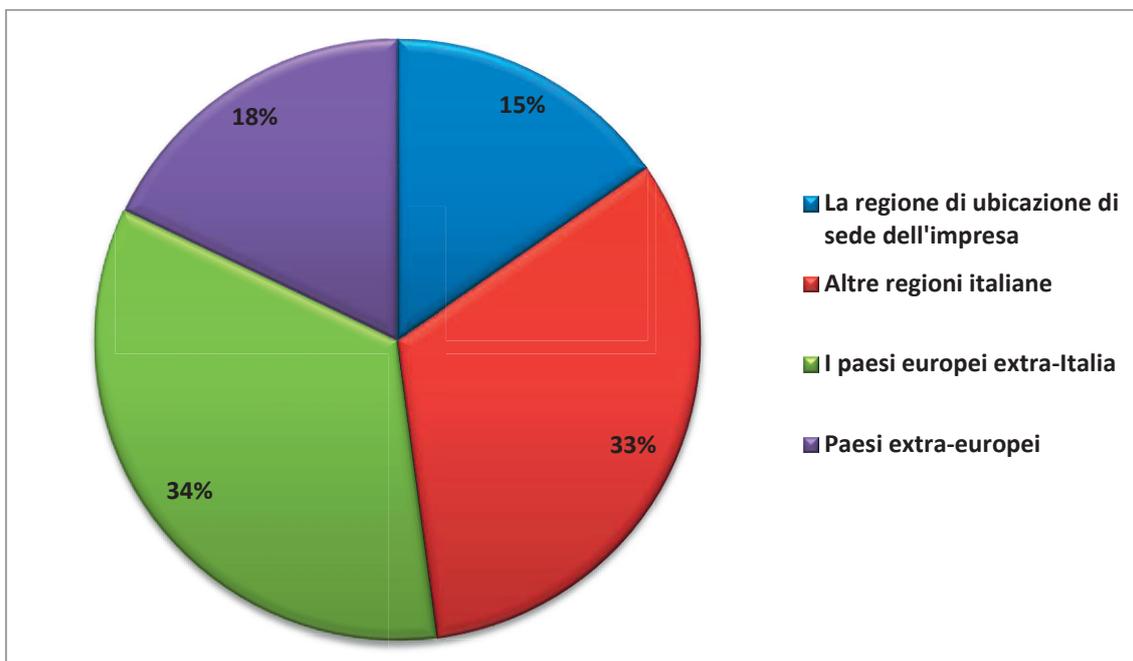


Figura 4 - La provenienza geografica della quota prevalente del fatturato delle imprese

In termini di competitor come si evince dalla figura 5, le aziende si confrontano in un mercato tra meno di 5 ad un massimo di 10 operatori, mentre solo un quarto del campione si confronta con un mercato popolato da oltre 10 competitor.

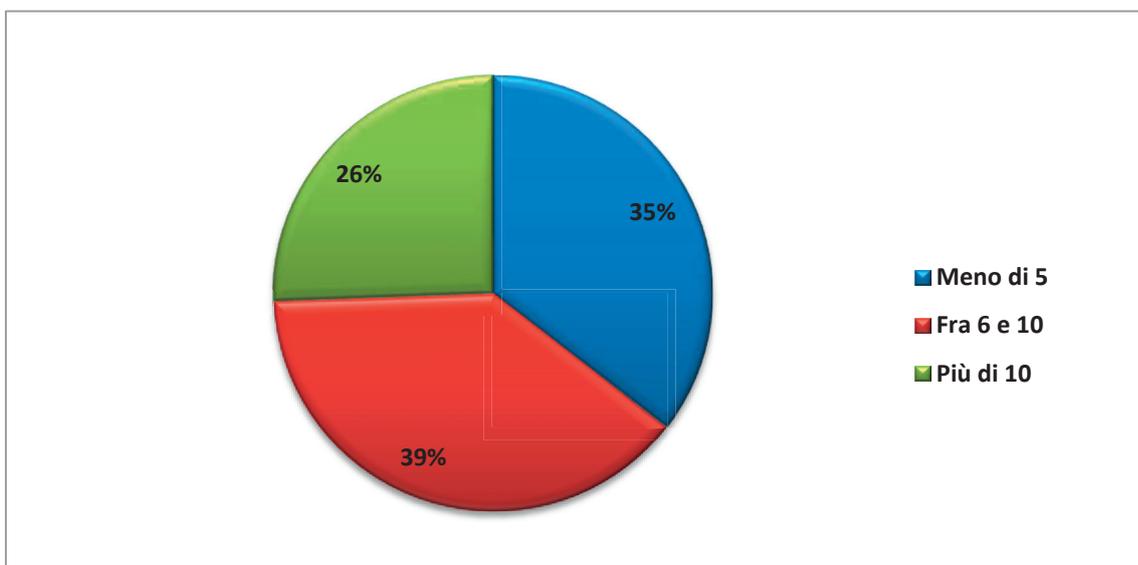


Figura 5 – Il numero di concorrenti delle imprese

Infine, per avere un'idea del profilo del rispondente, è stato chiesto di indicare il ruolo svolto all'interno dell'organizzazione con risposte pre-costituite a scelta multipla. Come si può leggere dalla figura 6, solo un terzo dei rispondenti ha un ruolo strettamente legato al tema ambientale. Quello che si evidenzia, in questo caso, è la prevalenza di rispondenti che non appartengono alle figure

predefinite (“altro” sul questionario). In “altro” si possono trovare per la maggior parte figure riconducibili alla direzione amministrativa dell’azienda e in parte a specificazioni ulteriori rispetto alle funzioni predefinite, ma a queste riconducibili.

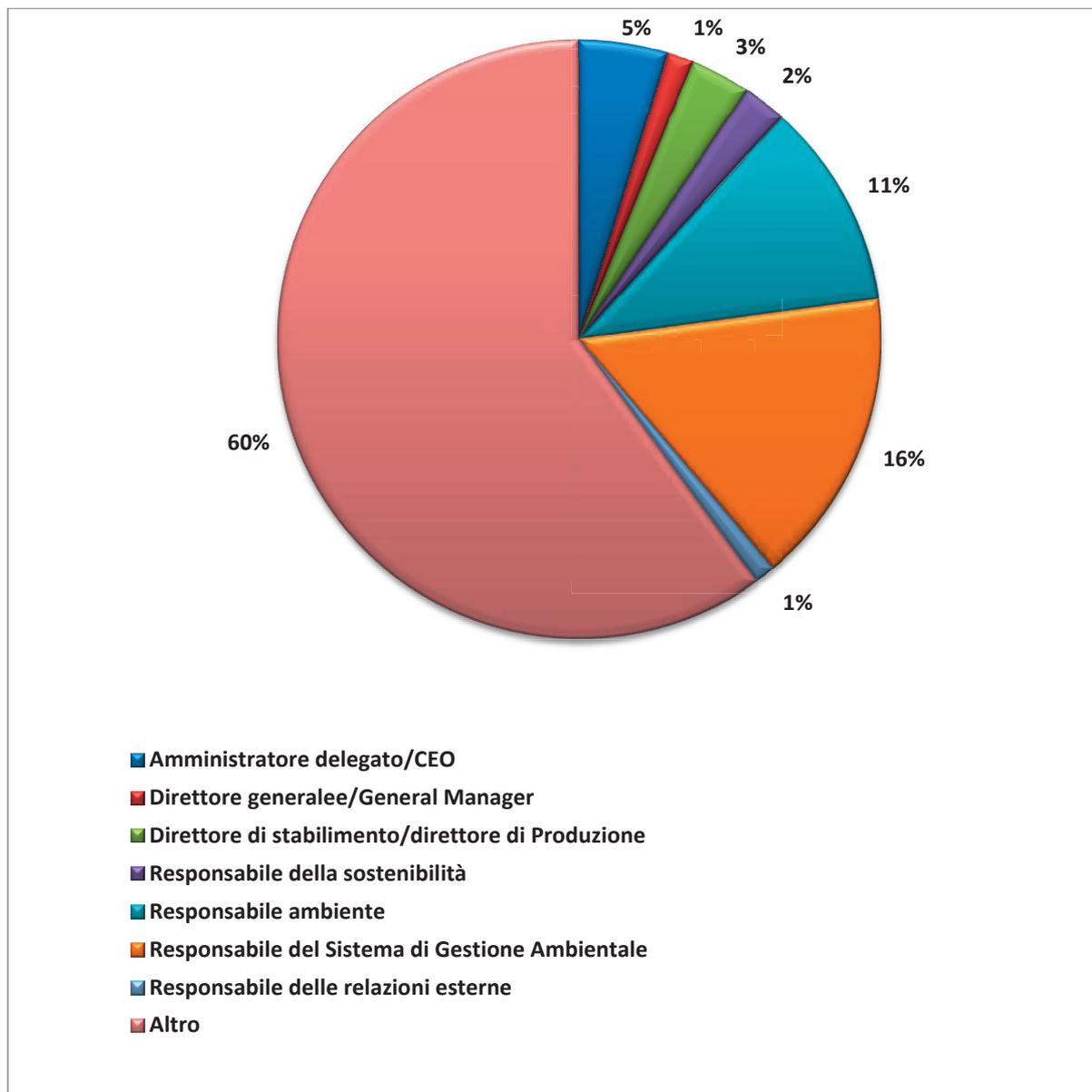


Figura 6–Ruolo all'interno dell'organizzazione aziendale del rispondente

A completamento della parte generale del questionario sono state poste due domande per capire in maniera più approfondita la natura del mercato: la prima domanda riguarda la tipologia di cliente dalla quale le aziende traggono principalmente il proprio fatturato; la seconda riguarda la partecipazione delle aziende a bandi pubblici che hanno richiesto il rispetto dei CAM (Criteri Ambientali Minimi).

Per quanto riguarda la provenienza più rilevante del fatturato (cfr. figura 7), lo sbocco dei prodotti delle aziende intervistate è costituito da commercianti all'ingrosso e da "altro" (acquisto da parte di altre imprese - rapporti B2B).

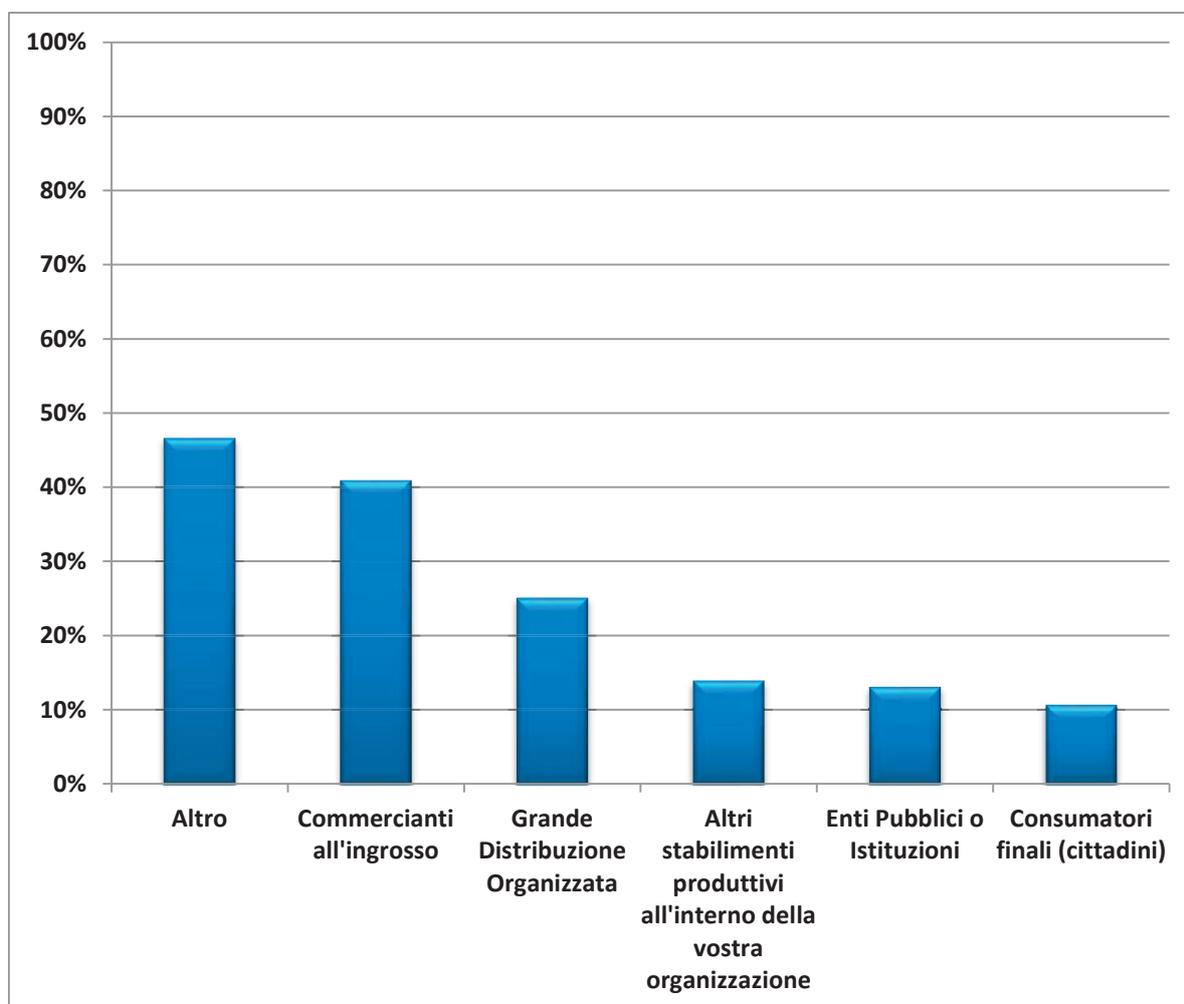


Figura 7–Principali clienti in termini di fatturato nell'anno 2017

Dall'elaborazione delle risposte relative alla seconda domanda (cfr. figura 8) possiamo notare un aspetto interessante: le imprese che hanno partecipato nell'ultimo anno (2017) ad un bando della Pubblica Amministrazione, nella maggior parte dei casi non hanno dovuto rispondere a capitolati e disciplinari contenenti i CAM; soltanto per un valore inferiore al 20% hanno visto la presenza dei CAM (da "qualche volta" a "sempre").

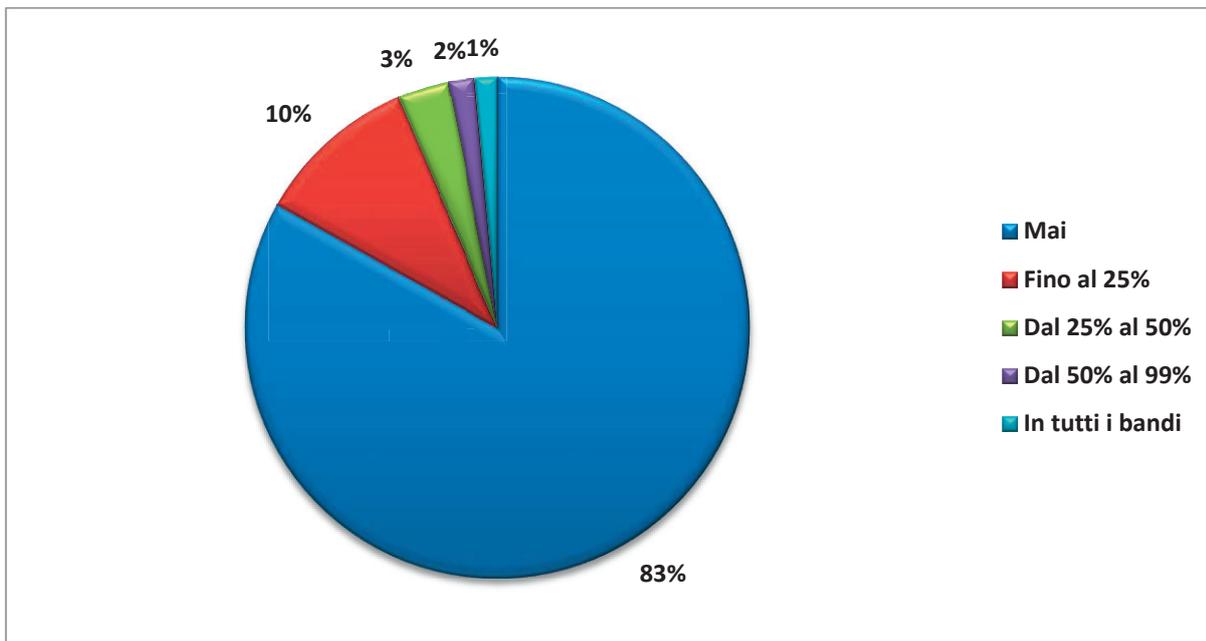


Figura 8–Frequenza di partecipazione a bandi pubblici contenenti i CAM

Dai dati del campione intervistato emerge un profilo composto, in sintonia con il tessuto produttivo italiano, da aziende per lo più di medie dimensioni che grandi, localizzate nel Nord Italia ed in particolare nel Nord-Ovest, che operano sia in un mercato italiano che europeo, aziende con un numero di concorrenti comunque non particolarmente ampio (max 10), che hanno tra i clienti principali i commercianti all'ingrosso o altre aziende e che confrontandosi con la domanda pubblica si trovano raramente a rispondere a richieste specifiche sulla qualità ambientale dei propri prodotti.

La gestione ambientale di impresa: integrazione, attitudine, strumenti, spinte, sviluppi futuri

La parte centrale dell'indagine si è, invece, concentrata sul livello di integrazione della componente ambientale negli approcci strategici ed operativi a livello aziendale.

Per quanto riguarda l'integrazione dell'ambiente nel business aziendale, l'obiettivo è di capire se e in che misura le aziende considerano le dinamiche ambientali nell'ambito delle loro strategie e quindi quanto effettivamente l'ambiente sia parte integrante dell'azienda.

Questo piano è critico in quanto può influenzare profondamente l'organizzazione interna dell'azienda: dalle politiche di investimento al sistema di valutazione della performance, dalla selezione dei fornitori alla scelta dei mercati. L'orientamento del top management in materia ambientale può determinare in modo significativo le performance ambientali nel breve e nel lungo periodo. Le imprese hanno quindi espresso il loro livello di accordo (indicando un punteggio da 1 - per niente d'accordo a 7 - molto d'accordo) su una serie di affermazioni relative all'integrazione delle componenti ambientali nell'impresa.

Da una prima lettura si evince che le aziende hanno integrato la variabile ambientale nelle strategie e nell'organizzazione aziendale. Se però andiamo a verificare in dettaglio le singole risposte, l'immagine che ne viene fuori è leggermente più complessa. I risultati indicano che nella maggior parte dei casi l'ambiente è un principio-guida espresso nella mission aziendale (oltre il 50% dei rispondenti è pienamente o abbastanza d'accordo con l'affermazione "La considerazione per

l'ambiente naturale è espressa nella mission dell'azienda") e anche le problematiche ambientali sembrano essere una priorità del top management. Se, tuttavia, analizziamo in profondità, osservando l'azienda attraverso le sue scelte strategiche, l'importanza dell'ambiente si affievolisce. I temi ambientali sono tenuti in considerazione quando si tratta di definire le strategie aziendali ma spesso questo non avviene attraverso il diretto coinvolgimento della funzione interessata (ovvero coinvolgendo l'Environmental Manager al processo decisionale).

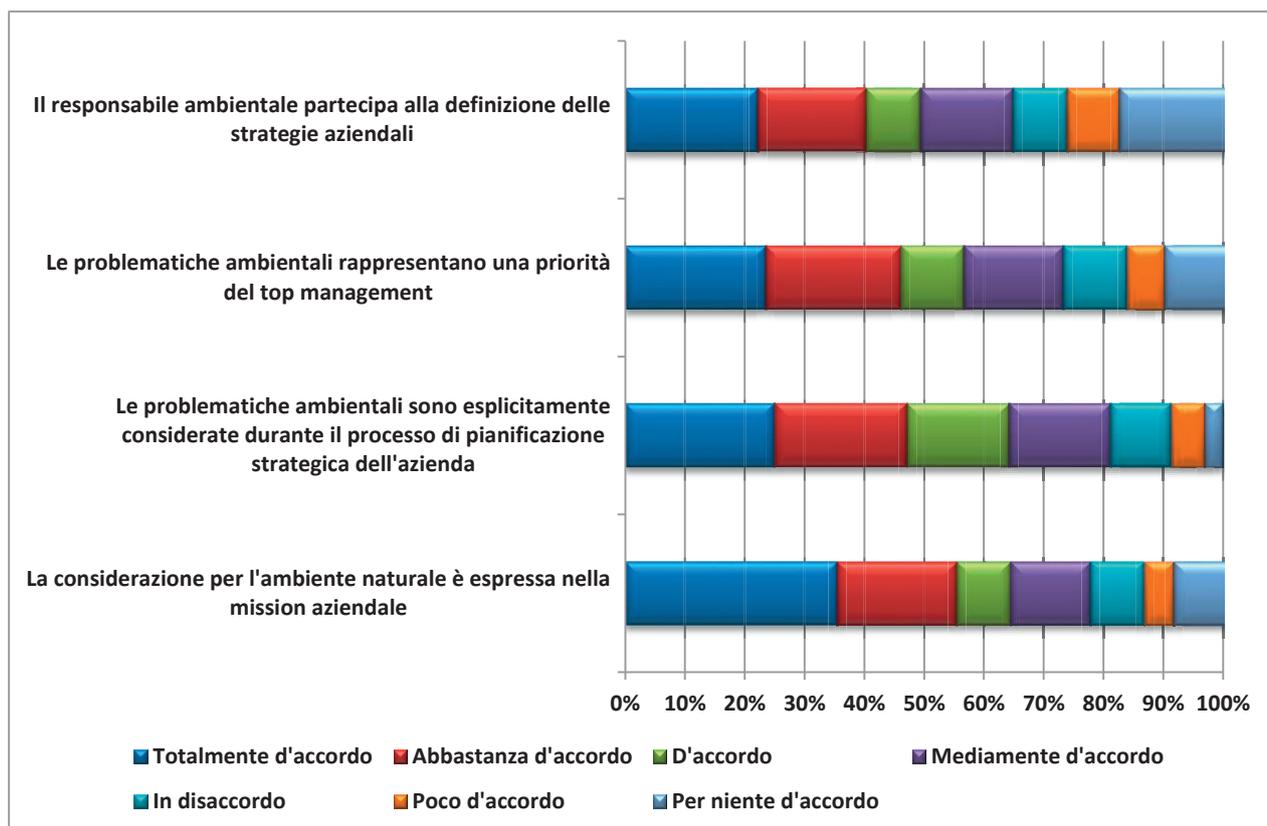


Figura 9 – Livello di integrazione dell'ambiente nelle dinamiche aziendali

La sensazione è che l'ambiente debba compiere un ulteriore salto di qualità per passare da desiderabile co-obiettivo a vera priorità strategica, ed essere, quindi, realmente e pienamente integrato nel business dell'azienda, anche attraverso un coinvolgimento maggiore delle funzioni aziendali chiave nella gestione degli aspetti ambientali (il Responsabile ambientale).

Oltre alla modalità di lettura già evidenziata finora (e che vengono riassunte nella Figura 9) si è ritenuto utile ricorrere ad una ulteriore elaborazione che consente di calcolare una sorta di giudizio medio complessivo. Giudizio medio che può consentire sia di sintetizzare con un solo valore la distribuzione delle risposte ai vari quesiti¹⁵ consentendo quindi di analizzare se esistono domini (un

¹⁵ Una modalità elaborativa che si utilizzerà anche in seguito quando verranno trattate domande analoghe, ovvero che esprimono le loro risposte tramite un giudizio espresso in scala ordinabile

territorio, un settore o altre caratteristiche) più o meno sensibili rispetto al tema ma anche di vedere quanto sia consistente il grado di scostamento rispetto all'essere totalmente d'accordo rispetto ai vari item di risposta che vengono proposti, vale a dire un grado di presenza complessiva di questi temi. Ebbene questo indicatore (che si chiamerà indicatore sintetico di integrazione) evidenzia che l'item che va più vicino ad una unanimità di giudizi verso il giudizio di massimo accordo è quello relativo alla risposta

“La considerazione per l'ambiente naturale è espressa nella mission dell'azienda” che raccoglie un valore di consenso pari al 75,5% rispetto al valore massimo. In realtà però tutte le risposte sono contenute in un fazzoletto ristretto di valori visto che l'item che si colloca più lontano dall'essere totalmente d'accordo è quello etichettato con “Il responsabile ambientale partecipa alla definizione delle strategie aziendali” che si colloca solo 34 punti percentuali sotto la soglia del totale accordo. Questa visione delle cose appare essere trasversale su tutto il territorio nazionale. Da un punto di vista settoriale l'indice restituisce una minore attenzione nei confronti dell'ambiente nell'ambito del sistema moda e del composito raggruppamento delle cosiddette altre industrie (essenzialmente mobili e riparazioni) mentre la massima attenzione proviene dal settore della metallurgia. Per tutti i settori (o meglio branche di attività produttiva codificate dall'Istat) l'item di risposta sul quale si registra il maggiore livello di accordo è ancora una volta “La considerazione per l'ambiente naturale è espressa nella mission dell'azienda”.

	ITALIA	NORD-OVEST	NORD-EST	CENTRO	SUD E ISOLE
Le problematiche ambientali sono esplicitamente considerate durante il processo di pianificazione strategica dell'azienda	5,06	5,19	4,79	5,22	5,43
La considerazione per l'ambiente naturale è espressa nella mission dell'azienda	5,29	5,32	5,17	5,31	5,64
Le problematiche ambientali rappresentano una priorità del top management	4,97	5,04	4,74	5,21	5,36
Il responsabile ambientale partecipa alla definizione delle strategie aziendali	4,66	4,65	4,47	4,92	5,22

Tabella 1 – Indice sintetico di integrazione dell'ambiente nelle dinamiche aziendali nelle macro-ripartizioni italiane (1=minima integrazione, 7=massima integrazione)

	1	2	3	4
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	5,38	5,64	5,20	4,99
Industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili	4,52	4,68	4,20	3,83
Industria del legno, della carta, editoria	5,12	5,27	5,00	4,80
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici	5,58	5,76	5,61	5,17
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	5,48	5,60	5,44	5,20
Attività metallurgiche e fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	5,81	5,91	5,68	5,51
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, fabbricazione di apparecchiature elettriche, fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a	4,86	5,14	4,79	4,46
Fabbricazione di mezzi di trasporto	5,08	5,42	5,31	4,63
Fabbricazione di mobili, altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	4,49	4,64	4,16	4,19
Costruzioni	5,10	5,49	5,14	4,51
Totale	5,06	5,29	4,97	4,66

LEGENDA:

1=LE PROBLEMATICHE AMBIENTALI SONO ESPLICITAMENTE CONSIDERATE DURANTE IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA DELL'AZIENDA;

2=LA CONSIDERAZIONE PER L'AMBIENTE NATURALE È ESPRESSA NELLA MISSION DELL'AZIENDA;

3=LE PROBLEMATICHE AMBIENTALI RAPPRESENTANO UNA PRIORITÀ DEL TOP MANAGEMENT;

4=IL RESPONSABILE AMBIENTALE PARTECIPA ALLA DEFINIZIONE DELLE STRATEGIE AZIENDALI

Tabella 2 – Indice sintetico di integrazione dell'ambiente nelle dinamiche aziendali nelle branche di attività economica (1=minima integrazione, 7=massima integrazione)

Un altro aspetto interessante indagato ha riguardato l'attitudine dell'azienda nei confronti dell'ambiente. A tale proposito, si è cercato di capire se valori e credenze riguardanti la dimensione ambientale siano effettivamente propri delle aziende ed in esse integrati. Solo un elevato livello di "commitment" e di coinvolgimento dell'azienda su certi valori ambientali può portare ad una reale e concreta integrazione dell'ambiente all'interno dell'impresa. Secondo una parte della letteratura relativa alle relazioni tra ambiente naturale e organizzazioni, le attitudini dei manager nei confronti dell'ambiente influenzano in maniera significativa l'adozione di attività relative alla prevenzione dell'inquinamento. Inoltre, secondo alcuni studiosi, la chiave per il successo nella prevenzione dell'inquinamento è quella di influenzare la conoscenza e le attitudini dei manager nei confronti del cambiamento tecnologico e dell'ambiente. Le attitudini verso un certo comportamento rappresentano una misura della valutazione di una persona nei riguardi di quel comportamento. Esse determinano in pratica il comportamento. Ed è proprio secondo questa indicazione che uno degli obiettivi dell'indagine è stato quello di individuare le attitudini delle imprese nei confronti dell'ambiente al fine di misurare il livello reale di integrazione degli aspetti ambientali all'interno di esse. A tale proposito, è stato chiesto ai rispondenti di indicare il grado di accordo con alcune affermazioni, esprimendo un punteggio da 1 a 5 (dove 5 corrisponde al valore massimo). La quasi totalità del campione concorda con il fatto che le aziende debbano essere responsabili, anche penalmente e sotto il profilo della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche (ex D.Lgs. 231/01), per gli effetti che le loro attività generano sull'ambiente. Inoltre, per quanto riguarda ciò che le aziende reputano sia il ruolo del policy maker, in modo meno evidente, ma pur sempre significativo, le aziende concordano sul fatto che vorrebbero vedersi obbligate da norme cogenti a rendicontare in modo trasparente, ad adoperarsi per rispettare gli standard ambientali ed essere conformi alla legislazione vigente o, più in generale, ad agire a favore dell'ambiente. Vi è considerevole consenso da parte dei rispondenti sulla possibilità che venga richiesta per legge la pubblicazione di dati e informazioni sulle proprie prestazioni ambientali (come d'altronde sta

avvenendo per le grandi aziende con l'adozione del Decreto legislativo del 30 dicembre 2016 n. 254 recante applicazione della Direttiva UE direttiva 2014/95/UE sul cosiddetto Non Financial Reporting. Per quanto riguarda la remunerazione dei manager aziendali, si nota un ampio consenso delle imprese sul fatto che la valutazione e la remunerazione di questi dovrebbe tener conto anche delle prestazioni ambientali dell'impresa e quindi dei risultati ottenuti per migliorarle (in totale circa il 55% del campione è molto d'accordo o d'accordo con tale aspetto). Anche se ben evidenziato dal grafico, in realtà questo non avviene, perché l'attuale remunerazione di tali figure aziendali non tiene conto della performance ambientale dell'impresa.

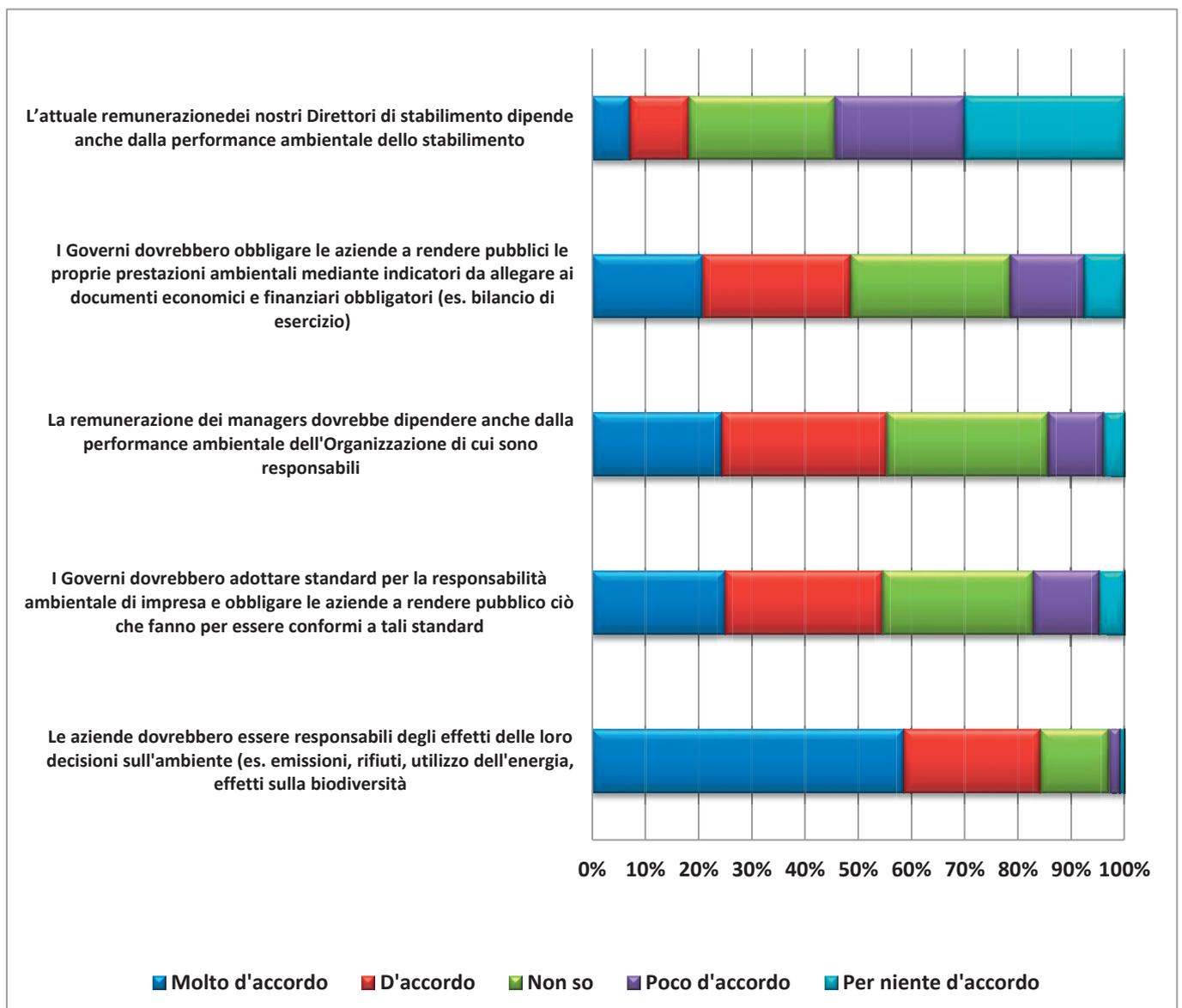


Figura 10 – Livello di accordo su alcuni aspetti relativi al ruolo dei policy maker in tema di rendicontazione degli aspetti ambientali e alla remunerazione dei manager da parte delle imprese

Le aziende, quindi, affermano di essere d'accordo sulla necessità di considerare gli impatti generati sull'ambiente come una componente determinante nella remunerazione dei manager, ma di fatto questo non sta avvenendo. Le imprese, inoltre, considerano come propri un insieme di credenze e

valori relativi all'ambiente. Sono d'accordo con il fatto che le aziende dovrebbero essere responsabili delle conseguenze derivanti dalle loro decisioni sull'ambiente e che i governi dovrebbero rendere pubblici certi aspetti sulle azioni e sulle prestazioni ambientali delle imprese. In realtà, però, non vi è ancora una concreta attitudine delle imprese verso le componenti ambientali in quanto non vi è, ad oggi, un'integrazione piena e completa dell'ambiente nelle imprese. Quest'ultimo aspetto è confermato dal fatto che i manager non sono valutati e remunerati sulla base delle prestazioni aziendali.

Entrando nell'analisi dell'indicatore sintetico che si può ottenere da queste risposte l'item che va più vicino al massimo livello di accordo (ovvero tutte risposte fissate in corrispondenza di totalmente d'accordo) è l'affermazione "Le aziende dovrebbero essere responsabili degli effetti delle loro decisioni sull'ambiente (es. emissioni, rifiuti, utilizzo dell'energia, effetti sulla biodiversità)" che si attestano su un valore pari all'88% del totale. Tale item di risposta appare avere una unanimità di giudizi da Nord a Sud del paese con il Centro-Sud che esprime livelli di accordo relativi alle varie voci superiori a quanto mette in evidenza il Nord. Altrettanta linearità di giudizi non viene osservata nell'analisi dei risultati tenendo conto del settore delle imprese. Infatti il ruolo di affermazione con la quale si è maggiormente d'accordo spetta al tema della remunerazione dei manager per le imprese edili mentre per due delle branche di attività economiche qui considerate (ovvero mobili altre industrie e riparazioni), vede nell'affermazione "L'attuale remunerazione dei nostri Direttori di stabilimento dipende anche dalla performance ambientale dello stabilimento" l'item di risposta con cui si trova maggiormente d'accordo.

	ITALIA	NORD-OVEST	NORD-EST	CENTRO	SUD E ISOLE
Le aziende dovrebbero essere responsabili degli effetti delle loro decisioni sull'ambiente (es. emissioni, rifiuti, utilizzo dell'energia, effetti sulla biodiversità)	4,39	4,39	4,35	4,46	4,49
La remunerazione dei managers dovrebbe dipendere anche dalla performance ambientale dell'Organizzazione di cui sono responsabili	3,62	3,58	3,59	3,74	3,70
L'attuale remunerazione dei nostri Direttori di stabilimento dipende anche dalla performance ambientale dello stabilimento	2,41	2,43	2,27	2,61	2,72
I Governi dovrebbero adottare standard per la responsabilità ambientale di impresa e obbligare le aziende a rendere pubblico ciò che fanno per essere conformi a tali standard	3,58	3,44	3,61	3,79	3,87
I Governi dovrebbero obbligare le aziende a rendere pubblici le proprie prestazioni ambientali mediante indicatori da allegare ai documenti economici e finanziari obbligatori (es. bilancio di esercizio)	3,41	3,28	3,39	3,67	3,81

Tabella 3 – Indice sintetico di Livello di accordo su alcuni aspetti relativi al ruolo dei policy maker in tema di rendicontazione degli aspetti ambientali e alla remunerazione dei manager da parte delle imprese nelle macro-ripartizioni italiane (1=minimo accordo, 5=massimo accordo)

Da notare poi come le costruzioni e il comparto del sistema moda abbiano un livello di accordo rispetto agli item di risposta proposti che sono molto più bassi della media evidenziando quindi probabilmente che in questi due comparti esistono altri aspetti sul ruolo dei policy maker che andrebbero maggiormente investigati. Fra le voci per le quali invece si nota un modesto livello di

accordo va segnalata senza alcun dubbio quella relativa al legame fra remunerazione dei direttori di stabilimento e performance ambientali per i quali solo il già citato settore delle residuali imprese manifatturiere è concorde nell'assegnare un elevato livello di accordo. Tale livello diventa invece decisamente più modesto sia nei territori che negli altri settori rimanendo sovente al di sotto di un livello di accordo del 50% come ad esempio accade nel Nord-Est e nel settore tessile.

	1	2	3	4	5
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	4,53	3,62	2,47	3,80	3,73
Industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili	4,20	3,38	2,00	3,45	3,21
Industria del legno, della carta, editoria	4,27	3,73	2,82	3,47	3,35
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici	4,56	3,77	2,83	3,63	3,34
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	4,48	3,61	2,43	3,66	3,44
Attività metallurgiche e fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	4,47	3,77	2,47	3,72	3,68
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, fabbricazione di apparecchiature elettriche, fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a	4,36	3,57	2,34	3,52	3,34
Fabbricazione di mezzi di trasporto	4,60	3,79	2,63	3,58	3,50
Fabbricazione di mobili, altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	3,73	4,08	4,27	3,54	2,23
Costruzioni	3,40	3,42	3,13	3,40	3,29
Totale	4,39	3,62	2,41	3,58	3,41

LEGENDA:

- 1=LE AZIENDE DOVREBBERO ESSERE RESPONSABILI DEGLI EFFETTI DELLE LORO DECISIONI SULL'AMBIENTE (ES. EMISSIONI, RIFIUTI, UTILIZZO DELL'ENERGIA, EFFETTI SULLA BIODIVERSITÀ);
- 2=LA REMUNERAZIONE DEI MANAGERS DOVREBBE DIPENDERE ANCHE DALLA PERFORMANCE AMBIENTALE DELL'ORGANIZZAZIONE DI CUI SONO RESPONSABILI;
- 3=L'ATTUALE REMUNERAZIONE DEI NOSTRI DIRETTORI DI STABILIMENTO DIPENDE ANCHE DALLA PERFORMANCE AMBIENTALE DELLO STABILIMENTO;
- 4=I GOVERNI DOVREBBERO ADOTTARE STANDARD PER LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE DI IMPRESA E OBBLIGARE LE AZIENDE A RENDERE PUBBLICO CIÒ CHE FANNO PER ESSERE CONFORMI A TALI STANDARD;
- 5=I GOVERNI DOVREBBERO OBBLIGARE LE AZIENDE A RENDERE PUBBLICI LE PROPRIE PRESTAZIONI AMBIENTALI MEDIANTE INDICATORI DA ALLEGARE AI DOCUMENTI ECONOMICI E FINANZIARI OBBLIGATORI (ES. BILANCIO DI ESERCIZIO)

Tabella 4 – Indice sintetico di Livello di accordo su alcuni aspetti relativi al ruolo dei policy maker in tema di rendicontazione degli aspetti ambientali e alla remunerazione dei manager da parte delle imprese nelle branche di attività economica (1=minimo accordo, 5=massimo accordo)

L'attitudine e l'integrazione della variabile ambientale come strategica per lo sviluppo aziendale può essere misurata anche con il tasso di adozione da parte di queste dei numerosi strumenti volontari di gestione ambientale di processo e di prodotto, che rappresentano i mezzi per misurare, controllare, migliorare e comunicare la propria prestazione ambientale.

Per capire su quali strumenti e pratiche ambientali le imprese nazionali sono maggiormente attive e in che misura, ad esse è stato chiesto di indicare il livello di adozione di diversi strumenti di politica ambientale attraverso una serie di opzioni di risposta così descrivibili:

1. Non è stata considerata l'adozione di questo strumento
2. Stiamo solo valutando l'opportunità di adottare questo strumento
3. Stiamo effettivamente pianificando l'adozione e lo sviluppo di questo strumento
4. Stiamo adottando lo strumento che è in corso di sviluppo
5. Lo strumento è già stato adottato con successo ed è pienamente sviluppato nella nostra azienda.

La Figura 11 indica i risultati ottenuti in merito al livello di adozione relativo a ciascuno strumento ambientale. Il primo risultato che si ottiene dal grafico di Figura 11 è che la maggioranza delle imprese, mediamente, non ha considerato l'adozione di strumenti di gestione ambientale o li ritiene non applicabili alla propria organizzazione. Questo primo risultato ci può indurre a pensare che in termini di successo e di diffusione di strumenti standardizzati di qualità ambientale c'è ancora molto da fare. E questo "molto da fare" dovrebbe partire proprio dai segnali positivi che provengono da una lettura più attenta del grafico. Il sistema di gestione ambientale ISO 14001 è, senza dubbio, lo strumento maggiormente adottato con successo e più sviluppato nelle aziende, al contrario del sistema di gestione EMAS (come si vede dalla figura, EMAS nella maggior parte di casi non è stato considerato dalle aziende). La certificazione ISO 14001 è uno degli schemi volontari ambientali più diffusi al mondo per numero di adesioni e continua a crescere negli anni oltre che a livello nazionale anche a livello europeo.

I risultati dell'indagine permettono di confermare questa tendenza sull'importanza dello schema. La bassa adozione di EMAS, che si osserva nelle imprese del campione, conferma, al contrario, la tendenza nazionale ed europea sulla riduzione del numero di registrazioni che si sta osservando negli ultimi anni. Una delle spiegazioni relative alle differenze tra questi due strumenti in termini di diffusione potrebbe essere il fatto che lo standard ISO 14001 è uno strumento che ha validità internazionale ed è quindi riconosciuto in tutto il mondo. Al contrario, il Regolamento EMAS, pur essendo anch'esso valido dal 2010 a livello internazionale, rimane in pratica uno schema di tipo Europeo e quindi scarsamente conosciuto e richiesto dai mercati internazionali. La mancanza del riconoscimento di EMAS da parte del mercato mondiale e da parte di alcuni stakeholder è una delle principali barriere all'adozione dello strumento. I risultati dell'indagine indicano un buon livello di adozione relativo agli strumenti sulla misurazione e sulla rendicontazione delle performance ambientali (report ambientali e bilanci di sostenibilità), che comprendono anche le azioni verso i fornitori, richieste per controllare i loro impatti ambientali oppure la valutazione delle loro prestazioni ambientali. Tutti questi strumenti si agganciano al tema sempre attuale degli indicatori e del loro efficace utilizzo da parte delle aziende. Nel caso della LCA (Analisi del Ciclo di Vita) e, in parte, anche degli altri strumenti ad essa legati (PEF, EPD), si nota ancora una bassa adozione da parte delle aziende, anche se i dati polarizzati sulle due risposte estreme (strumento già adottato con successo verso strumento non considerato) nascondono in realtà molte aziende che hanno dichiarato di essere oggi in una fase di valutazione dell'opportunità o di progressiva (ma non ancora completata) adozione. Da notare infine come la PEF, nonostante sia uno strumento recente, grazie alla propria matrice comunitaria abbia già recuperato sulla *Environmental Product Declaration*–EPD (sono poche di meno le aziende che hanno già adottato con successo la PEF rispetto alla EPD. Tra gli strumenti meno diffusi nelle aziende vi sono quelli relativi alla gestione degli eventi sostenibili e la water footprint, che sono anche gli strumenti ambientali relativi alla gestione di aspetti più specifici.

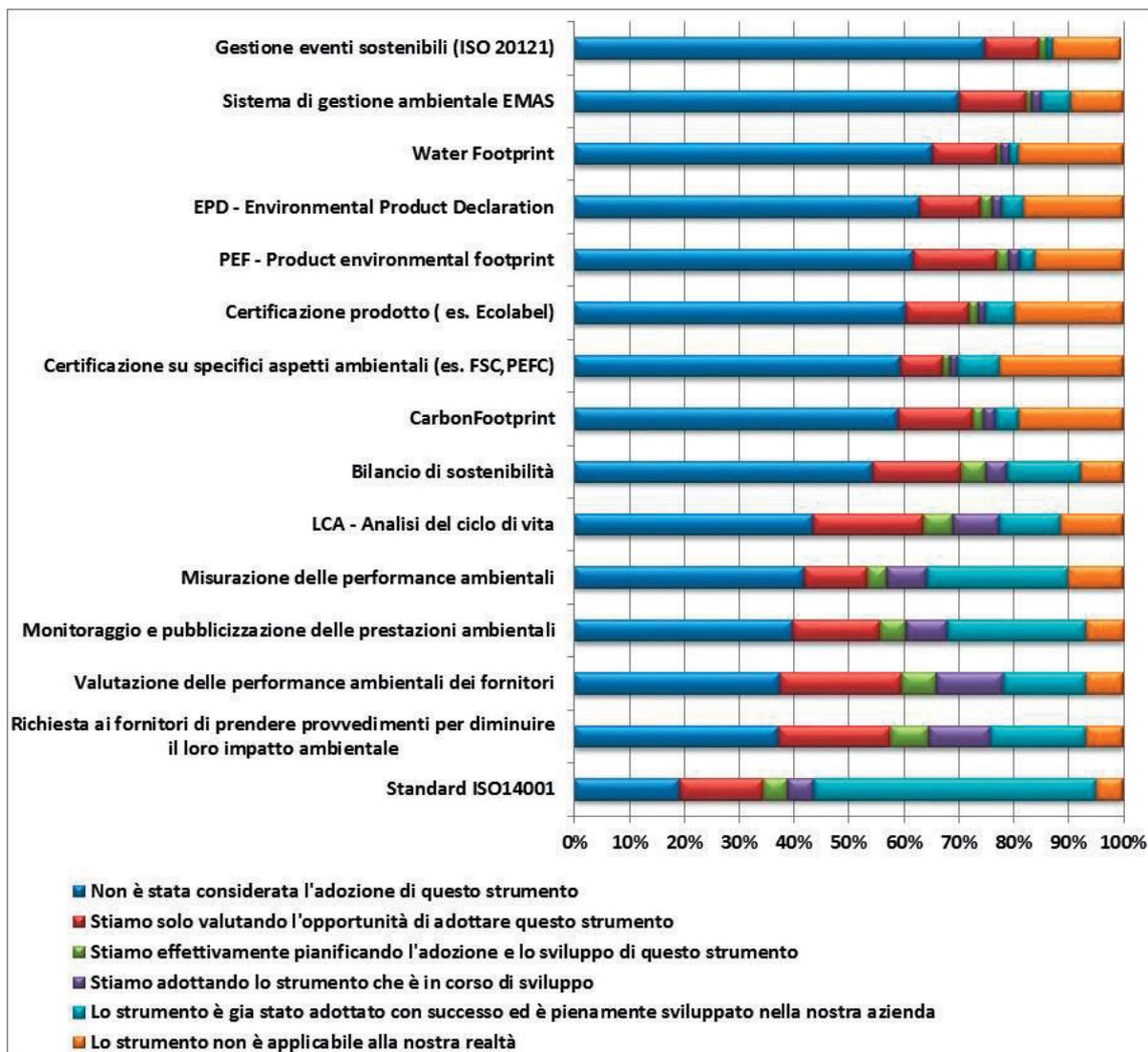


Figura 11 – Livello di adozione e sviluppo degli strumenti di gestione ambientale

La terza parte dell'indagine ha riguardato i driver, ovvero le motivazioni che hanno spinto le imprese ad adottare iniziative e strumenti a favore dell'ambiente. Come abbiamo anche visto nel paragrafo sulle considerazioni scientifiche alla base della predisposizione del questionario, il tema delle motivazioni che guidano il mondo del business verso le scelte di policy e pratiche green è un aspetto affrontato molto in letteratura. Alle imprese è stato chiesto di esprimere un punteggio sull'influenza esercitata da ciascun driver indicato all'interno del questionario. In particolare, la domanda posta è stata: "In una scala da 1 a 5 (dove 1 significa "nessuna influenza" e 5 "influenza massima"), quali tra le seguenti motivazioni hanno maggiormente influenzato la scelta dell'organizzazione di attuare iniziative a favore dell'ambiente?" I risultati ottenuti sono riportati nella Figura 12. Tra le varie motivazioni elencate, quella che ha esercitato la massima influenza nella scelta di adottare iniziative green è rappresentata dalla possibilità di ridurre i rischi ambientali dell'azienda e quindi di migliorare la prevenzione e la gestione degli incidenti e delle emergenze ambientali. Ecco, quindi, che le motivazioni interne all'impresa giocano un ruolo centrale verso la scelta di adottare pratiche green nel business aziendale, come dimostrato da vari studi. Questa motivazione, insieme



alla necessità di adeguarsi alle recenti normative ambientali, rappresenta uno dei driver principali che spinge verso l'adozione di iniziative per la prevenzione dei rischi ambientali, soprattutto se si considera la recente introduzione di nuovi reati ambientali nel Decreto Legislativo n. 231/2001 sulla responsabilità amministrativa delle società, attraverso la Legge n. 68/2015. La previsione di ulteriori fattispecie di reato ambientale nell'ambito della responsabilità ex D. Lgs. n. 231/2001 "obbliga" in un certo senso le aziende a considerare, valutare e gestire in maniera preventiva i rischi ambientali derivanti dalle proprie attività. Accanto a questi aspetti, oltre alla volontà di dimostrare pubblicamente il rispetto di principi ambientali ed etici, che rappresenta un driver di tipo esterno, ci sono le motivazioni di carattere economico, legate ad una riduzione dei costi dovuta ad un uso più efficiente delle risorse e i vantaggi competitivi potenzialmente derivanti dall'offerta di prodotti e servizi più attenti all'ambiente. Il legame tra policy ambientali e competitività è un tema affrontato spesso nell'ambito del business. L'adozione di strumenti che permettono alle imprese una gestione efficiente dal punto di vista ambientale spesso rappresenta un'opportunità per l'impresa. Le opportunità riguardano l'adozione di innovazione, la capacità di offrire nuovi beni e servizi più rispettosi dell'ambiente, l'opportunità di differenziarsi sul mercato rispetto ai propri competitor.

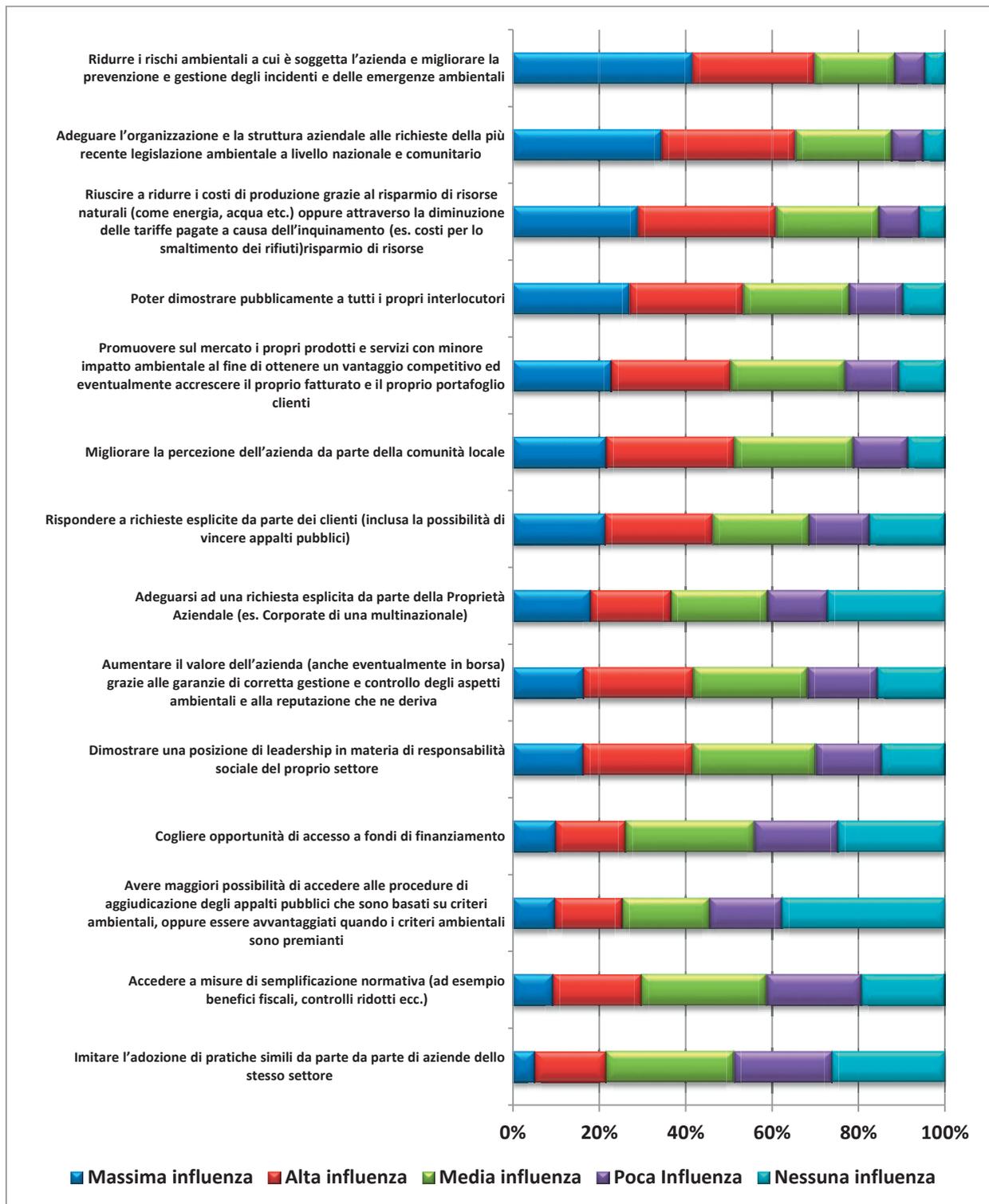


Figura 12 – Livello di influenza delle motivazioni che hanno spinto le organizzazioni ad attuare iniziative a favore dell'ambiente

Anche in questo caso si può misurare un livello di influenza medio che sintetizza le varie opzioni di risposta fornendo un valore sintetico che può essere utilizzato come indicatore “di prossimità” rispetto alla massima influenza ma anche come valore da poter utilizzare come confronto fra

settori di attività economica o territori. La misura di sintesi non fa altro che confermare come l'influenza maggiore sia rivolta verso la riduzione dei rischi ambientali a cui è soggetta l'azienda e a migliorare la prevenzione e la gestione degli incidenti e delle emergenze ambientali che si ferma ad un livello di rilevanza molto prossimo all'80% rispetto al valore massimo con un'importanza che si riscontra nel Centro-Sud ed in particolare nel nostro meridione a cui si aggiunge una per certi aspetti attesa rilevanza in tutti quei settori produttivi a forte rischio ambientale come ad esempio il petrolifero ed il metalmeccanico. Di converso il tema ritenuto meno influente è l'aver la possibilità di accedere alle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici basati su criteri ambientali o quanto meno esserne avvantaggiati.

Infatti, tale indicatore sembra crescere in maniera significativa via via che ci addentriamo verso il sud del paese arrivando nel Mezzogiorno a distanziarsi dalla massima influenza per un 40% laddove la distanza media nazionale è del 50%. Nei settori poi tale voce assume un rilievo decisamente corposo nelle costruzioni dove addirittura costituisce la terza voce maggiormente influente.

	ITALIA	NORD-OVEST	NORD-EST	CENTRO	SUD E ISOLE
Poter dimostrare pubblicamente a tutti i propri interlocutori interessati il rispetto di principi etici e ambientali	3,49	3,50	3,40	3,58	3,70
Migliorare la percezione dell'azienda da parte della comunità locale	3,43	3,44	3,32	3,58	3,70
Riuscire a ridurre i costi di produzione grazie al risparmio di risorse naturali (come energia, acqua etc.) oppure attraverso la diminuzione delle tariffe pagate	3,69	3,72	3,58	3,74	3,94
Adeguare l'organizzazione e la struttura aziendale alle richieste della più recente legislazione ambientale a livello nazionale e comunitario	3,83	3,85	3,72	3,89	4,10
Promuovere sul mercato i propri prodotti e servizi con minore impatto ambientale al fine di ottenere un vantaggio competitivo ed eventualmente accrescere il fatturato e il proprio portafoglio clienti	3,39	3,36	3,37	3,52	3,46
Avere maggiori possibilità di accedere alle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici che sono basati su criteri ambientali, oppure essere avvantaggiati	2,43	2,32	2,36	2,68	2,97
Aumentare il valore dell'azienda (anche eventualmente in borsa) grazie alle garanzie di corretta gestione e controllo degli aspetti ambientali e alla reputazione	3,11	3,15	2,94	3,25	3,43
Rispondere a richieste esplicite da parte dei clienti (inclusa la possibilità di vincere appalti pubblici)	3,18	3,18	3,13	3,27	3,39
Cogliere opportunità di accesso a fondi di finanziamento	2,67	2,56	2,64	2,87	3,16
Adeguarsi ad una richiesta esplicita da parte della Proprietà Aziendale (es. Corporate di una multinazionale)	2,86	2,96	2,64	2,98	3,24
Dimostrare una posizione di leadership in materia di responsabilità sociale del proprio settore	3,13	3,17	2,99	3,29	3,37
Imitare l'adozione di pratiche simili da parte da parte di aziende dello stesso settore	2,51	2,53	2,42	2,58	2,82
Accedere a misure di semplificazione normativa (ad esempio benefici fiscali, controlli ridotti ecc.)	2,78	2,78	2,68	2,87	3,21
Ridurre i rischi ambientali a cui è soggetta l'azienda e migliorare la prevenzione e gestione degli incidenti e delle emergenze ambientali	3,95	4,01	3,78	4,11	4,19

Tabella 5 – Indice sintetico del livello di influenza delle motivazioni che hanno spinto le organizzazioni ad attuare iniziative a favore dell'ambiente nelle macro-ripartizioni italiane (1=minima influenza, 5=massima influenza)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	3,76	3,73	4,05	3,99	3,70	2,44	3,23	3,45	2,87	2,86	3,26	2,58	2,98	4,07
Industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili	3,27	3,13	3,44	3,35	3,38	2,06	2,93	2,89	2,31	2,36	2,95	2,48	2,58	3,48
Industria del legno, della carta, editoria	3,51	3,39	3,82	3,92	3,84	2,92	3,29	3,61	2,94	3,16	3,27	2,73	2,88	4,08
Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio, fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici	3,91	3,92	3,98	4,06	3,45	2,29	3,28	2,98	2,57	3,42	3,58	2,55	2,80	4,40
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3,58	3,66	3,85	4,12	3,72	2,51	3,25	3,31	2,84	2,91	3,34	2,63	2,90	4,16
Attività metallurgiche e fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	3,94	3,83	3,87	4,15	3,47	2,30	3,49	3,34	2,72	3,00	3,51	2,66	2,94	4,47
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica, fabbricazione di apparecchiature elettriche, fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a	3,31	3,22	3,57	3,71	3,26	2,35	2,98	3,08	2,59	2,78	2,97	2,39	2,68	3,83
Fabbricazione di mezzi di trasporto	3,71	3,73	4,08	4,27	3,54	2,23	3,40	3,42	3,13	3,40	3,29	3,00	3,17	4,31
Fabbricazione di mobili, altre industrie manifatturiere, riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	3,10	3,14	3,31	3,40	3,07	2,29	2,76	2,91	2,39	2,46	2,83	2,31	2,64	3,44
Costruzioni	3,71	3,49	3,31	3,92	2,84	3,71	3,18	3,71	3,02	2,82	3,02	2,59	2,94	3,98
Totale	3,49	3,43	3,69	3,83	3,39	2,43	3,11	3,18	2,67	2,86	3,13	2,51	2,78	3,95

LEGENDA:

- 1=Poter dimostrare pubblicamente a tutti i propri interlocutori interessati il rispetto di principi etici e ambientali
- 2=Migliorare la percezione dell'azienda da parte della comunità locale
- 3=Riuscire a ridurre i costi di produzione grazie al risparmio di risorse naturali (come energia, acqua etc.) oppure attraverso la diminuzione delle tariffe pagate
- 4=Adeguare l'organizzazione e la struttura aziendale alle richieste della più recente legislazione ambientale a livello nazionale e comunitario
- 5=Promuovere sul mercato i propri prodotti e servizi con minore impatto ambientale al fine di ottenere un vantaggio competitivo ed eventualmente accrescere il fatturato e il proprio portafoglio clienti
- 6=Avere maggiori possibilità di accedere alle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici che sono basati su criteri ambientali, oppure essere avvantaggiati
- 7=Aumentare il valore dell'azienda (anche eventualmente in borsa) grazie alle garanzie di corretta gestione e controllo degli aspetti ambientali e alla reputazione
- 8=Rispondere a richieste esplicite da parte dei clienti (inclusa la possibilità di vincere appalti pubblici)
- 9=Cogliere opportunità di accesso a fondi di finanziamento
- 10=Adeguarsi ad una richiesta esplicita da parte della Proprietà Aziendale (es. Corporate di una multinazionale)
- 11=Dimostrare una posizione di leadership in materia di responsabilità sociale del proprio settore
- 12=Imitare l'adozione di pratiche simili da parte da parte di aziende dello stesso settore
- 13=Accedere a misure di semplificazione normativa (ad esempio benefici fiscali, controlli ridotti ecc.)
- 14=Ridurre i rischi ambientali a cui è soggetta l'azienda e migliorare la prevenzione e gestione degli incidenti e delle emergenze ambientali

Tabella 6 – Indice sintetico del livello di influenza delle motivazioni che hanno spinto le organizzazioni ad attuare iniziative a favore dell'ambiente nelle branche italiane (1=minima influenza, 5=massima influenza)



Appare, quindi, evidente che il comparto edile di solito fortemente dipendente dal fenomeno degli appalti pubblici e non a caso crollato in termini di valore aggiunto prodotto negli ultimi anni proprio a caso del forte ridimensionamento degli investimenti pubblici (arrivati a valere meno del 2% del Pil nazionale allorquando la letteratura economica evidenzia come livello minimo sotto il quale non scendere il 3%) sembra aver investito gli ultimi anni nell'accrescere le loro attenzioni all'ambiente al fine di non farsi trovare spiazzati una volta che gli investimenti pubblici potranno ripartire.

L'ultima parte dell'indagine, infine, ha delineato una previsione sui possibili sviluppi futuri degli impegni ambientali delle imprese. Tra i vari strumenti e pratiche ambientali l'indagine ha indagato quali sono gli aspetti ritenuti strategici, anche nel futuro, da parte delle imprese. Le imprese che producono beni per il consumatore finale probabilmente saranno più orientate alle strategie di prodotto, ovvero alle attività che riguardano la progettazione di nuovi prodotti con un'elevata qualità ambientale, altre potrebbero privilegiare strategie relative al processo produttivo, come l'adozione di un sistema di gestione ambientale.

I driver che riguardano i rapporti con i vari stakeholder (migliorare la percezione dell'azienda nei confronti della comunità, dimostrare una posizione di leadership nel proprio settore, rispondere a richieste provenienti dalla clientela) giocano un ruolo relativamente importante per le imprese nel guidare le scelte di adozione di iniziative a favore dell'ambiente. Le motivazioni che, invece, rivestono un ruolo più marginale nell'influenzare le scelte ambientali aziendali sono rappresentate dalle richieste interne all'azienda (richieste provenienti dalla proprietà), la possibilità di avere un accesso maggiore al Green Public Procurement, a fonti di finanziamento o a forme di semplificazione normativa. Ci sono poi le strategie orientate alla comunicazione, che mirano ad esprimere verso il mondo esterno l'impegno aziendale verso la preservazione dell'ambiente. Questo tipo di strategie riguardano ad esempio gli strumenti di contabilità ambientale.

A tale proposito, in tema di priorità strategiche ambientali, alle imprese è stato chiesto: "Su quali aspetti e/o strumenti di gestione ambientale ritiene si debba puntare per rispondere alla domanda crescente di sostenibilità ambientale (v. Figura n. 13).

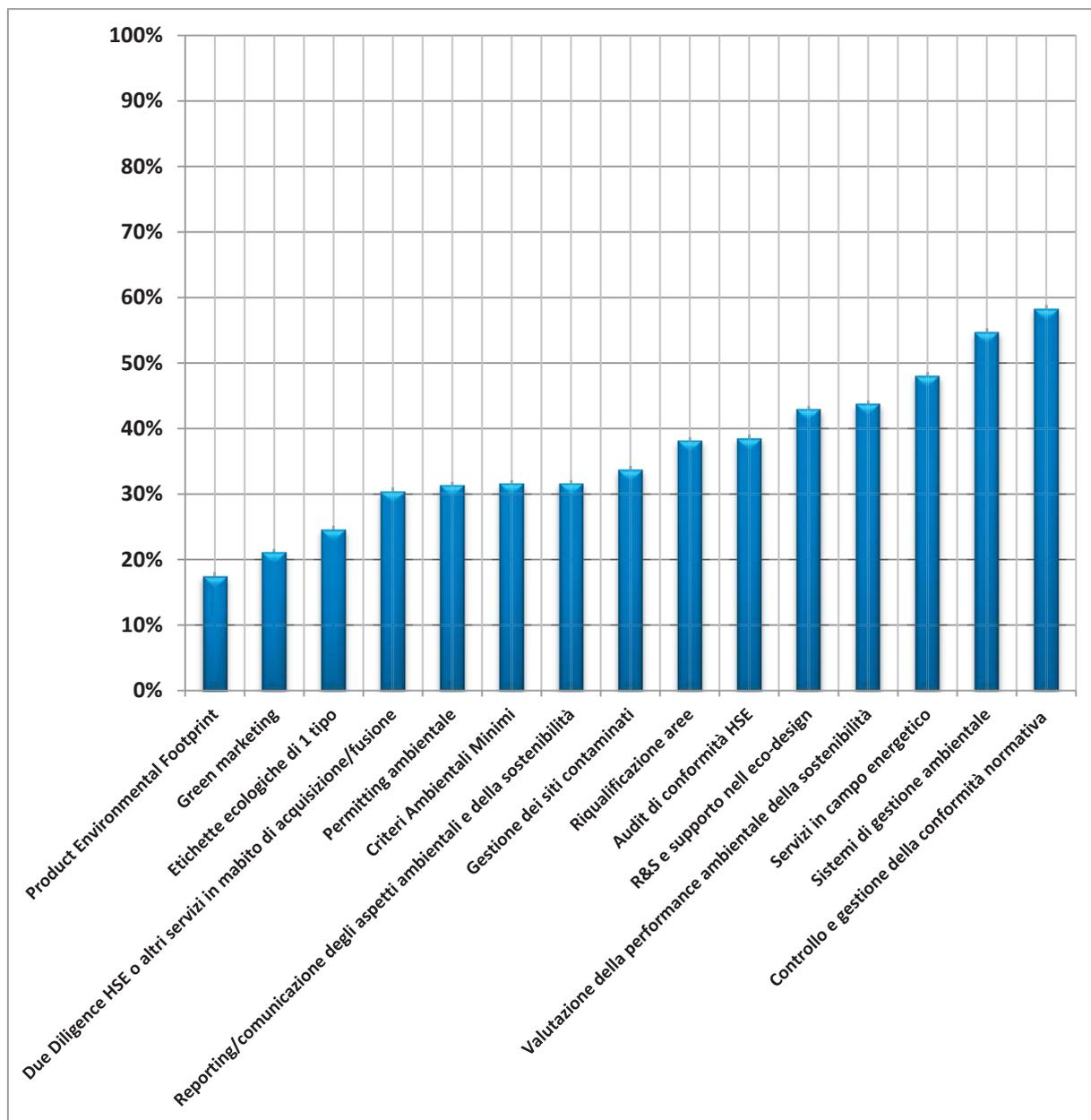


Figura 13 – Temi su cui puntare per rispondere alla domanda crescente di sostenibilità ambientale

Una prima lettura dei risultati ottenuti porta a concludere che le imprese oggi ritengono maggiormente strategico assicurare il mantenimento della conformità normativa, magari attraverso un sistema di gestione ambientale, che può servire anche come patente di buona condotta, oppure puntare ad una ottimizzazione dei costi attraverso l'efficientamento energetico e magari con tutto questo incominciare a misurare la propria prestazione ambientale e di sostenibilità.

A questi primi aspetti strategici si aggiunge un primo aspetto per certi versi innovativo: la gestione degli aspetti legati alla ricerca e allo sviluppo e all'Ecodesign, ovvero il supporto alle attività di R&S attraverso l'applicazione di metodi quali la LCA o l'Impronta Ambientale che permettono di analizzare l'impatto dei prodotti dalla nascita fino allo smaltimento finale. Gli aspetti legati alla Ricerca e Sviluppo, all'Ecodesign, ritenute delle priorità strategiche dalle imprese intervistate, sono

anche le principali priorità espresse nelle politiche europee. Tra le priorità strategiche ambientali della strategia Europea 2020 emergono infatti proprio questi aspetti.

Un aspetto apparentemente ritenuto meno importante è quello relativo all'impegno verso la promozione della qualità ambientale dei prodotti: etichette ambientali, PEF e green marketing, fanno registrare un risultato tutto sommato inferiore alle attese.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE DAL LATO DELLA SOSTENIBILITÀ DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE

I risultati dell'indagine mettono in evidenza come alcuni strumenti ambientali siano già pienamente adottati con successo dalla maggior parte delle imprese, confermando anche le principali tendenze nazionali ed internazionali di alcuni schemi ambientali.

Per altri strumenti invece, si nota ancora un livello di adozione molto basso e quindi molti passi in avanti devono essere ancora fatti.

Nel primo caso rientra ad esempio la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001, che rappresenta, anche a livello mondiale, uno degli strumenti volontari più adottati dalle imprese. Al contrario, invece, si nota come la certificazione EMAS sia adottata in misura minore dalle imprese, penalizzata probabilmente dal riconoscimento molto più limitato dello schema a livello internazionale.

Alcuni strumenti ambientali come la LCA, la PEF e l'EPD, sono ancora poco diffusi, ma si stanno pian piano sviluppando poiché le aziende cominciano a considerarli e a valutarli.

Un altro aspetto che emerge è che le imprese affermano che le tematiche ambientali sono espresse nella mission aziendale, ma in realtà non vi è ancora una piena integrazione di esse nella pianificazione delle strategie aziendali, anche perché le figure interne coinvolte nella gestione degli aspetti ambientali spesso non partecipano effettivamente alla definizione di tali strategie.

Le imprese, pur essendo orientate e favorevoli ad un sistema di valori relativo all'ambiente, in realtà poi non traducono tali attitudini in azioni che dimostrino un'integrazione concreta di tali principi all'interno del business aziendale.

Per quanto riguarda i driver, la prevenzione dei rischi ambientali e la gestione delle emergenze, così come il rispetto di principi e di leggi ambientali, sono i principali fattori che spingono le imprese ad adottare iniziative a favore dell'ambiente. Al contrario, driver relativi al maggior accesso a forme di finanziamento, al GPP o a forme di semplificazione normativa sembrano rivestire, in tal senso, un ruolo molto più marginale per le imprese.

Considerando tali evidenze, appare chiaro che le imprese adottino pratiche ambientali principalmente per conformarsi alle normative ambientali piuttosto che per ottenere dei vantaggi competitivi.

Le principali priorità strategiche ambientali per il futuro sono rappresentate, secondo le imprese, oltre che da aspetti considerabili tradizionali, da altri aspetti come le attività di Ricerca e Sviluppo, l'eco-design e gli aspetti energetici, in linea con le priorità strategiche su cui la politica europea sta investendo molto.

Anche la recente introduzione della PEF da parte della Commissione Europea si basa appunto sull'eco-design ovvero la progettazione di nuovi prodotti tenendo conto dei loro impatti ambientali. In Italia, tra l'altro, la PEF ha da poco assunto una notevole importanza grazie alla pubblicazione da



parte del Ministero dell'Ambiente, della Tutela del Territorio e del Mare del regolamento "MADE GREEN IN ITALY" quale naturale completamento dell'adozione da parte dello Stato di quanto indicato nella Legge 28 dicembre 2015 n.221 nota come "Collegato Ambientale". Le imprese quindi, pur non avendo ancora sviluppato in maniera ampia questo tipo di strumenti, sono già probabilmente consapevoli del livello di attenzione riservato a livello europeo e italiano a tali aspetti.

I sistemi di gestione ambientale, in primis lo standard ISO 14001, sono considerati tra le maggiori priorità strategiche. Si nota, tuttavia, un'ampia differenza tra la Certificazione ISO 14001 e la Certificazione EMAS.

Nel primo caso, come confermato anche dalle tendenze nazionali e mondiali, lo strumento è in costante crescita. Nel secondo caso, invece, si sta assistendo ad un leggero declino di questo tipo di policy ambientale sia a livello nazionale sia a livello europeo, come confermato da fonti ufficiali.

In sintesi, dall'indagine emerge un quadro in cui le aziende sembrano essere attente alle componenti ambientali. Esse sono consapevoli dell'importanza dell'ambiente e della necessità di considerare il legame tra business e sostenibilità. Alcune di esse hanno già adottato con successo alcuni strumenti ambientali, mentre per altre vi è ancora una scarsa conoscenza e consapevolezza. Alcune priorità strategiche sono molto chiare, ma emerge allo stesso tempo un'incompleta e reale integrazione delle dinamiche ambientali nelle strategie di business e ciò si dimostra anche attraverso il mancato coinvolgimento da parte delle aziende di alcune figure chiave nella gestione degli aspetti ambientali.

L'immagine che viene fuori da questa indagine descrive un mondo della produzione industriale diffusamente sensibile alle ricadute ambientali della propria attività, che è forse più il prodotto delle innovative politiche ambientali europee ed italiane avviate nei primi anni '90 piuttosto che delle sue accelerazioni dei primi anni duemila, con le novità e le conseguenze dell'introduzione, attraverso le politiche europee di prodotto, dell'approccio al ciclo di vita come prospettiva dei carichi ambientali delle filiere di produzione e consumo.

L'indagine fa emergere, dunque, un'impresa provata da un lungo periodo di crisi e quindi meno propensa all'investimento in sostenibilità ed innovazione ambientale, poiché ancora non rappresentano le qualità in grado di determinare il successo dell'impresa stessa.

La "convenienza" della sostenibilità non è ancora un principio consolidato.



CAPACITÀ DELLE IMPRESE A RISPONDERE AI CRITERI AMBIENTALI MINIMI

Questa sezione di indagine si è concentrata nel monitoraggio e nella misurazione del grado di difficoltà da parte delle imprese a rispondere ai CAM relativi ai propri prodotti, inseriti all'interno di bandi pubblici.

I CAM di confronto selezionati dal Piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della Pubblica Amministrazione ovvero il Piano d'Azione Nazionale sul Green Public Procurement (PANGPP) sono 2:

- I. per il servizio di ristorazione collettiva e la fornitura di derrate alimentari – Allegato 1 al Decreto ministeriale del 25 luglio 2011, pubblicato in Gazzetta Ufficiale del 21 settembre 2011, oggi in fase di revisione;
- II. per l'affidamento di servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici pubblici – Allegato 1 al Decreto ministeriale del 11 ottobre 2017, pubblicato in Gazzetta Ufficiale del 6 novembre 2017.

Il motivo principale della scelta di queste due tipologie di CAM è il fatto che sono il primo e l'ultimo ad essere stati pubblicati. In un caso, quindi, siamo di fronte, per la ristorazione collettiva, ad un lasso di tempo che potrebbe aver permesso alle aziende di "abituarsi" alle richieste della P.A. Nel secondo caso, invece, ci confrontiamo con un campione che si trova a dover rispondere a requisiti che finora sono stati considerati qualificanti per un tempo molto più ridotto.

Il campione scelto è in entrambi i casi costituito da aziende che si sono dimostrate attente alla gestione ambientale, grazie al fatto di aver ottenuto e mantenuto una Certificazione ambientale ISO 14001 e che hanno un interesse al mercato pubblico essendosi registrati nel portale del MEPA (il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione).

I CRITERI AMBIENTALI MINIMI E LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

Il primo step dell'indagine è rappresentato dall'analisi dell'attitudine del campione intervistato a partecipare a gare pubbliche, della rilevanza delle certificazioni ambientali in termini di posizionamento strategico nonché della capacità in termini di requisiti tecnici.

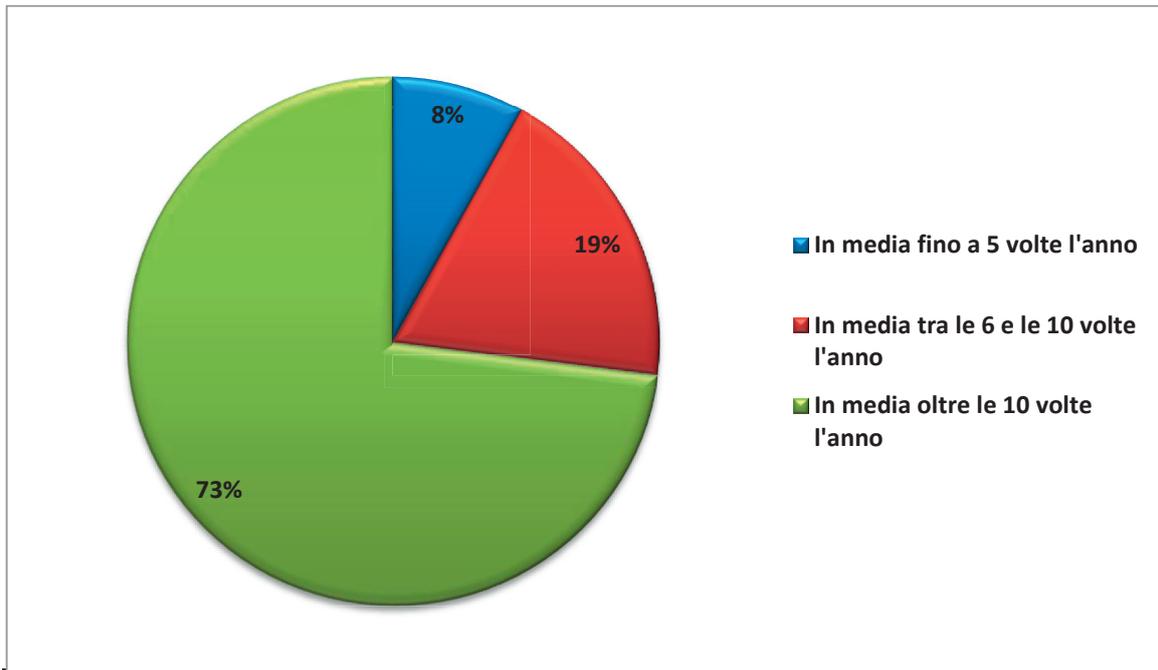


Figura 14 – Partecipazione a bandi della pubblica amministrazione

Tutti gli intervistati dichiarano di partecipare a gare pubbliche e la maggioranza del campione lo fa molto frequentemente (oltre 10 volte l’anno per quasi i tre quarti del campione). È stato quindi chiesto all’intervistato quante volte (nel corso dell’ultimo anno – 2017) i bandi della Pubblica Amministrazione a cui la propria Organizzazione ha partecipato avevano inserito nel capitolato i Criteri Ambientali Minimi (CAM) ai sensi dell’art. 34 del Dlgs 50/2016 “Codice degli appalti”.

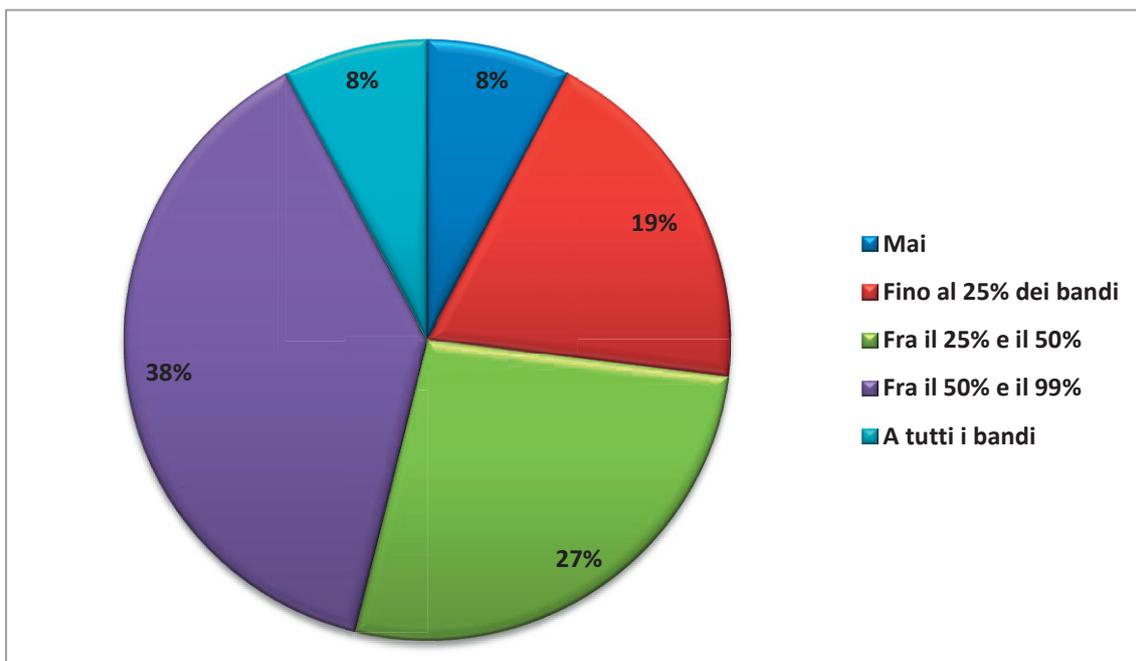


Figura 15 – Frequenza di inserimento dei CAM nei bandi da parte delle stazioni appaltanti

La risposta data sembra positiva: tra “poche volte” e “spesso” si raccoglie la quasi totalità del campione, con una buona fetta che si è dovuta confrontare quasi sempre con i CAM (38% ha risposto che ha partecipato a CAM tra il 50% e il 99% delle volte)

Il Sistema di Gestione Ambientale è, nei CAM della ristorazione collettiva, un prerequisito facoltativo di partecipazione. Il campione intervistato è stato chiamato, quindi, ad esprimere un giudizio in termini di rilevanza attribuita alla Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) ai sensi della ISO 14001 o dell’EMAS, quale variabile competitiva e strategica.

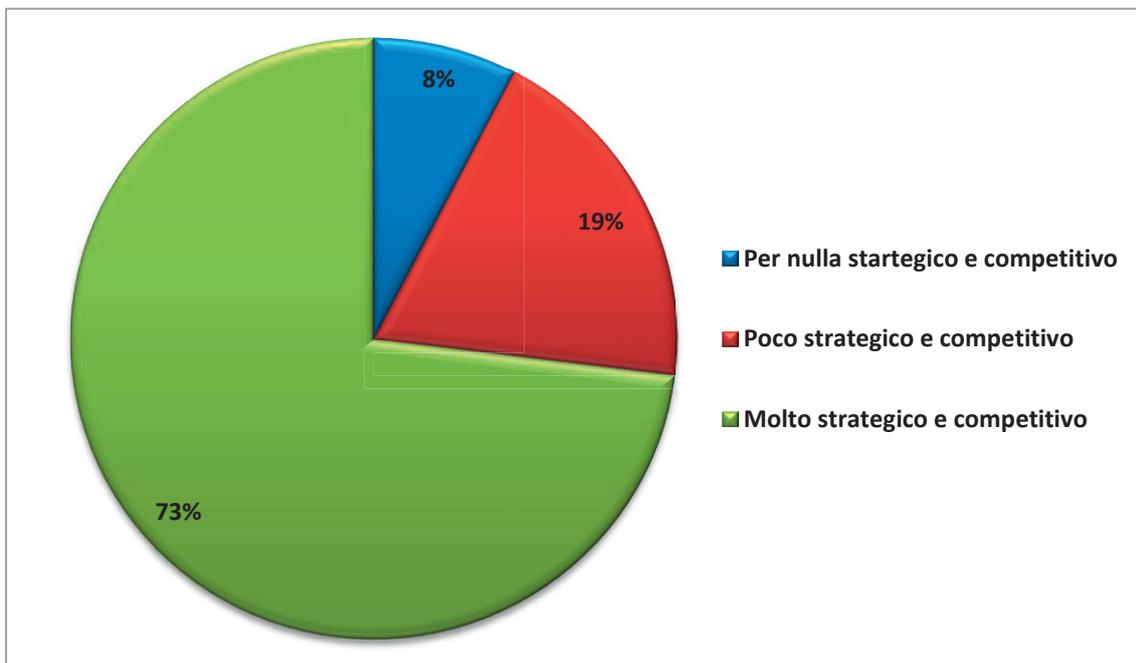


Figura 16 – Livello di rilevanza, in termini strategici e competitivi, della “Certificazione ambientale” per partecipare ai bandi della Pubblica Amministrazione

Una maggioranza molto ampia di rispondenti (73%) valuta la certificazione ambientale uno strumento molto strategico e competitivo. Va, però, notato che più di un quarto degli intervistati (27%) lo ritiene per nulla o poco utile e nessuno lo valuta totalmente strategico e competitivo. Questo potrebbe far pensare che se è vero che il Sistema di Gestione Ambientale è un prerequisito di partecipazione quando siamo in presenza di bandi coerenti con i CAM, la sua utilità si ferma alla “garanzia” data dal “Certificato”: è il certificato che vale e non il suo contenuto. In aggiunta a ciò, si potrebbe pensare anche che questo giudizio parzialmente positivo della certificazione ambientale sia dovuto al fatto che, quando le stazioni appaltanti non ottemperano completamente a quanto indicato dai CAM, potrebbero non porre un’attenzione particolare alla presenza o meno di una certificazione ambientale da parte dell’offerente. Oppure, che è qualcosa che in generale ormai “hanno tutti” e quindi non fa la differenza. Si può concludere quindi che per le imprese la Certificazione ambientale non rappresenta “il passo in più” per la competizione e per la valutazione della qualità del servizio offerto.

Entrando poi nel merito tecnico dei CAM sono state somministrate due domande volte a comprendere, da un lato, il grado di difficoltà a soddisfare alcune specifiche tecniche di base

solitamente presenti nei bandi e, dall'altro, ad analizzare le difficoltà esistenti nel rispondere alle specifiche tecniche premianti utilizzando in entrambi i casi una scala di giudizi di tipo qualitativo su quattro modalità che va da basso ad alto includendo anche una quinta opzione di risposta tendente a misurare se la richiesta è stata mai soddisfatta

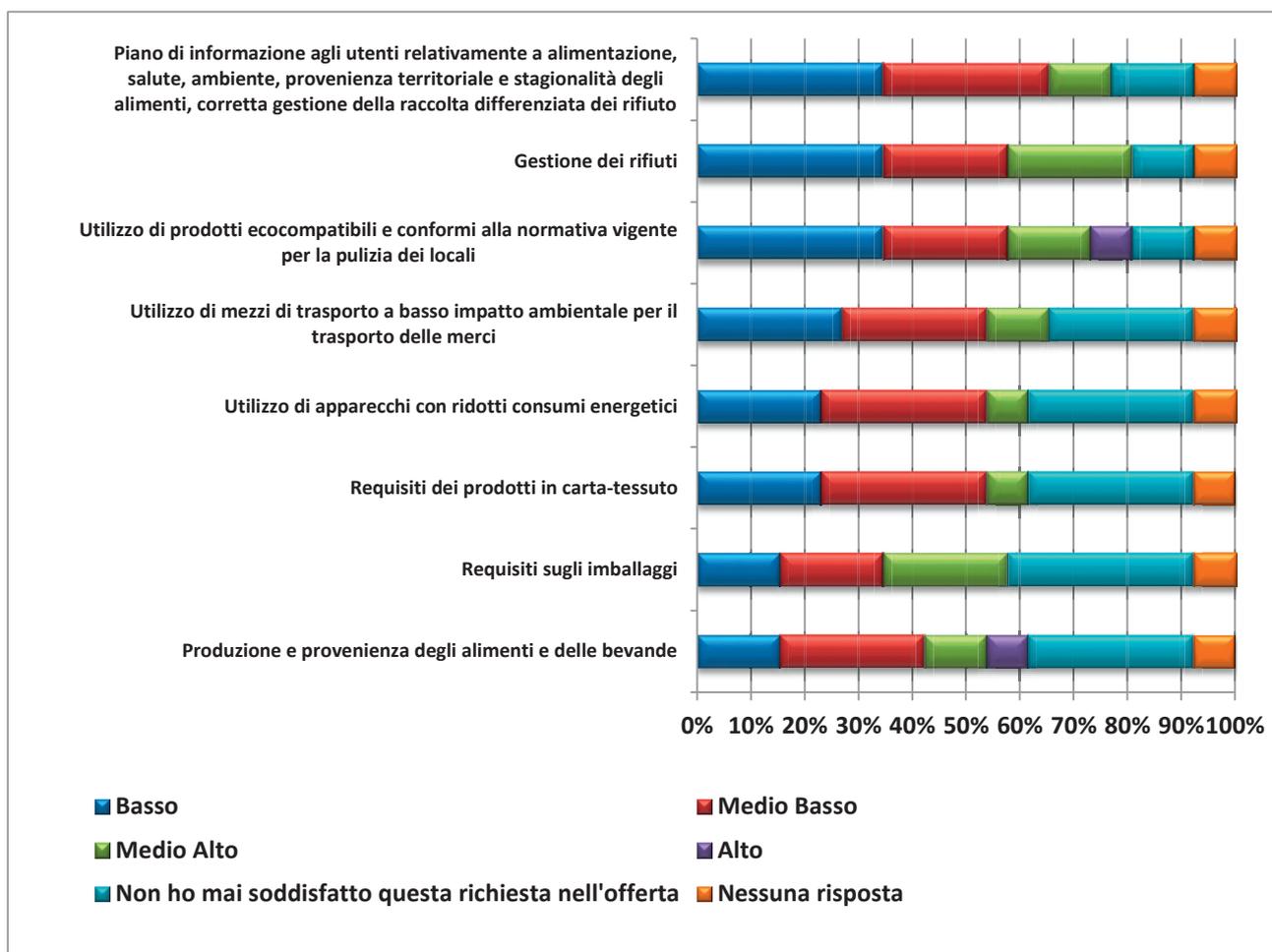


Figura 17 – Grado di difficoltà nel rispondere alle specifiche tecniche di base presenti nel capitolato del bando in cui erano inseriti i CAM

Con riferimento al primo dei due oggetti di interesse emergono tre elementi che possiamo elencare nei seguenti:

- il 54% delle imprese ha evidenziato come ci sia stato almeno uno degli otto item di risposta proposti per il quale non ha mai soddisfatto la richiesta del bando;
- Non esiste un item particolare nel quale si riscontra una difficoltà nel dare risposta nei bandi. Se proprio se ne vuole trovare uno questo va identificato nella gestione degli imballaggi. Appare, invece, decisamente più facile rispondere ai criteri relativi alla gestione dei rifiuti e del piano di informazione agli utenti relativamente a alimentazione, salute, ambiente, provenienza territoriale e stagionalità degli alimenti, corretta gestione della raccolta differenziata dei rifiuti;

- Quasi il 42% delle imprese non evidenzia particolari difficoltà a rispondere a queste specifiche tecniche, ove con la dizione non evidenzia particolari difficoltà si intende l'assenza di risposte del tipo medio alto o alto. Entrando nell'ambito dei singoli item di risposta si osserva come questa facilità di rispondere ai singoli criteri varia da una somma di bassa o media bassa difficoltà per poco meno del 70% del campione, per il requisito relativo al "Piano di informazione agli utenti relativamente a alimentazione, salute, ambiente, provenienza territoriale e stagionalità degli alimenti, corretta gestione della raccolta differenziata dei rifiuti" e fino a meno del 35% del campione, per la specifica tecnica relativa ai "requisiti degli imballaggi" che quindi di fatto sono il tema su cui le imprese hanno maggiore difficoltà visto che come abbiamo detto in precedenza si tratta anche del tema a cui le imprese della ristorazione maggiormente si sottraggono in fase di redazione delle offerte. Al di là delle evidenze quantitative sopra riportate è possibile altresì costruire un indice complessivo di difficoltà a rispondere ai singoli criteri semplicemente assegnando una scala di valori compresa fra 1 e 5 (1=basso, 5=Non ho mai soddisfatto questa richiesta nell'offerta). Questo indice, di fatto, suddivide i criteri in due gruppi: un primo a relativamente bassa difficoltà che si compone di tre temi: gestione dei rifiuti (l'item per il quale si riscontra la minore difficoltà di risposta), l'utilizzo di prodotti ecocompatibili e conformi alla normativa vigente per la pulizia dei locali e il piano di informazione agli utenti relativamente a alimentazione, salute, ambiente, provenienza territoriale e stagionalità degli alimenti, corretta gestione della raccolta differenziata dei rifiuti. Gli altri sei temi invece presentano un livello di difficoltà nel rispondere decisamente maggiore tra cui spiccano ancora una volta i requisiti sugli imballaggi per i quali si può dire che il livello di difficoltà si colloca su un valore di sette in una scala espressa in decimi.

Con riferimento invece alla valutazione che viene data alle specifiche tecniche premianti le principali valutazioni che emergono dalle risposte sono le seguenti:

- il 67% delle imprese ha evidenziato come ci sia stato almeno uno degli otto item di risposta proposti per il quale non ha mai soddisfatto la richiesta del bando;
- l'attuazione di sistemi di mobilità sostenibile del personale appare essere l'item nel quale le imprese tendono maggiormente a non rispondere nelle offerte ma difficoltà comunque molto rilevanti si evidenziano anche nell'impegno ad effettuare attività di deposito e trasporto delle merci mediante soluzioni collettive e nell'utilizzo di prodotti alimentari caratterizzati dalla minore quantità di emissioni di gas serra, espressi in termini di CO₂ equivalenti lungo il ciclo di vita del servizio erogato. Minori ma comunque non trascurabili sono invece le difficoltà che si riscontrano sui temi "Impegno a fornire nel servizio una maggiore quota percentuale di alimenti con le caratteristiche previste sulla produzione degli alimenti e delle bevande riportate nelle specifiche tecniche di base e sull'Impegno a recuperare il cibo non somministrato e a destinarlo ad organizzazioni non lucrative di utilità sociale";
- circa il 42% delle imprese ha dichiarato di non avere difficoltà a soddisfare le specifiche tecniche premianti (ovviamente al netto di quelli per i quali non si fornisce una risposta). L'indice sintetico già introdotto con riferimento alle specifiche di base per dare una misura complessiva delle difficoltà connesse alla risposta verso i singoli item evidenzia



innanzitutto un livello di difficoltà nel rispondere a queste caratteristiche decisamente maggiore rispetto a quella che si riscontra per le specifiche di base valutabile in circa il 26% in più. Nell'ambito delle singole voci ve ne sono due che si distaccano decisamente rispetto alle altre in termini di difficoltà di risposta. Si tratta dell'utilizzo di prodotti alimentari caratterizzati dalla minore quantità di emissioni di gas serra, espressi in termini di CO₂ equivalenti lungo il ciclo di vita del servizio erogato e dell'attuazione di sistemi di mobilità sostenibile del personale che hanno un livello di difficoltà valutabile intorno a 8 in una scala da 0 a 10. Difficoltà molto più attenuate anche se non trascurabili si riscontrano solo per soddisfare il requisito della vicinanza tra luogo di cottura e di consumo per la consegna dei pasti presso le singole destinazioni

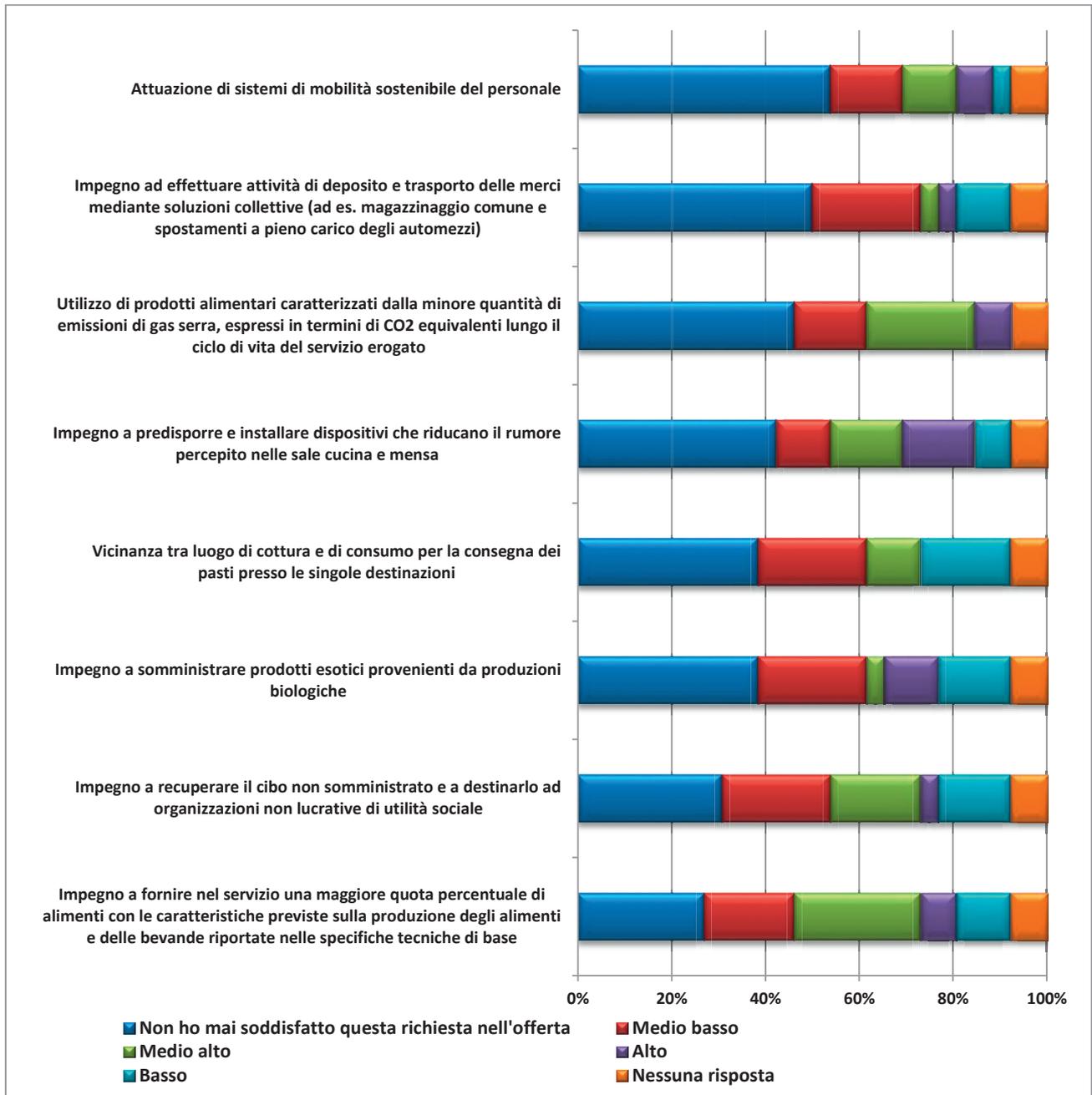


Figura 18 – Grado di difficoltà nel rispondere alle specifiche tecniche premianti presenti nel capitolato del bando in cui erano inseriti i CAM

Con modalità di risposta del tutto analoghe rispetto a quello utilizzate per la valutazione delle difficoltà delle specifiche tecniche di base e premianti si è sondato anche il grado di difficoltà nel rispondere alle clausole contrattuali dei bandi in cui erano inseriti i criteri ambientali minimi. In questo caso il panorama delle difficoltà sembra meno accentuato rispetto al soddisfacimento delle specifiche tecniche visto che solo il 38% ha dichiarato di non aver mai risposto ad una delle tre clausole proposte e che oltre il 62% ha dichiarato un basso livello di difficoltà a rispondere. Livello di difficoltà che è leggermente più accentuato per quanto riguarda la redazione di un rapporto sui cibi somministrati e sulla gestione delle eccedenze alimentari rispetto agli altri due temi proposti.

Ma in ogni caso si tratta di difficoltà decisamente più contenute rispetto a quanto si osserva per i criteri sia di base che premianti più complessi. E più in generale soddisfare queste clausole appare più facile che soddisfare le specifiche tecniche.

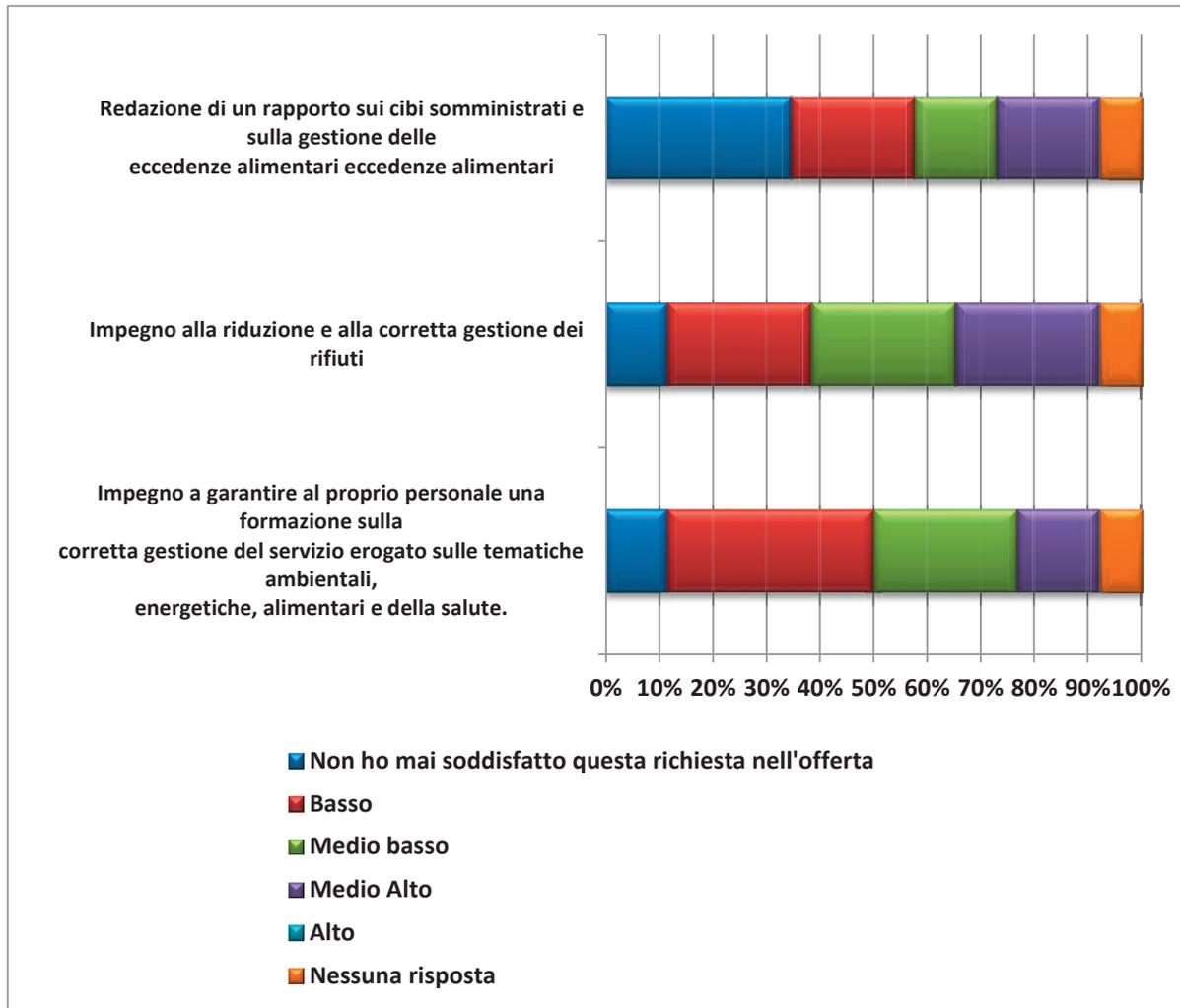


Figura 19 – Grado di difficoltà nel rispondere alle clausole contrattuali dei bandi in cui erano inseriti i CAM

In conclusione, si può sintetizzare:

- i bandi pubblici per il servizio di ristorazione collettiva e la fornitura di derrate alimentari cui partecipano le aziende del settore prevede spesso la richiesta del rispetto di specifiche tecniche derivanti dai Criteri Ambientali Minimi;
- le aziende dotate di un sistema di gestione ambientale certificato ritengono questo mezzo di prova di qualità ambientale utile ma che non è in grado di fare la differenza nella competizione;
- nelle tecniche specifiche di base le aziende trovano ancora una certa difficoltà ad adeguarsi ad alcuni requisiti richiesti. Queste difficoltà aumentano nel caso di specifiche tecniche premianti,

che porterebbero l'azienda a non rispondere per non assumersi oneri che non valuta convenienti.

Per quanto infine riguarda le clausole contrattuali invece non si registrano particolari criticità, se non "nell'impegno alla riduzione e alla corretta gestione dei rifiuti"

I CRITERI AMBIENTALI MINIMI E L'EDILIZIA

Per la parte generale e introduttiva del questionario, si è seguito lo stesso percorso di indagine realizzato per la ristorazione collettiva. Il primo step dell'analisi ha riguardato l'attitudine del campione intervistato a partecipare a gare pubbliche, la rilevanza delle certificazioni ambientali in termini di posizionamento strategico nonché la frequenza di inserimento dei CAM nei bandi e capitolati di gara-

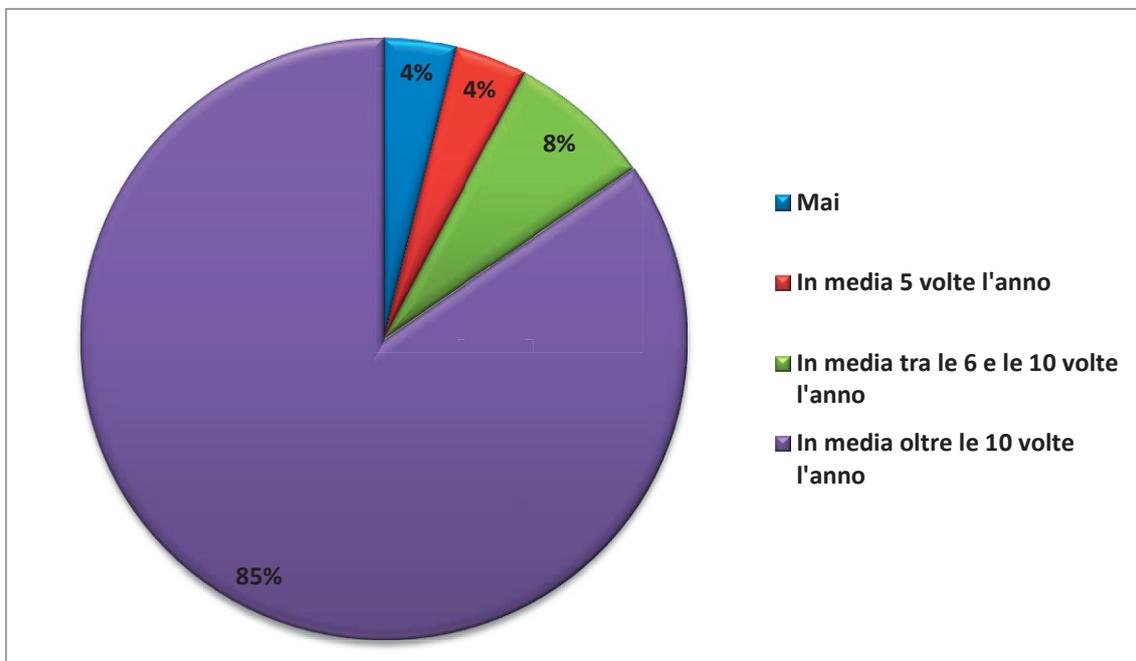


Figura 20 – Partecipazione a bandi della pubblica amministrazione

Tutti gli intervistati dichiarano di partecipare a gare pubbliche e la maggior parte del campione lo fa molto frequentemente (oltre 10 volte l'anno per l'85%).

È stato, quindi, chiesto al campione intervistato quante volte i bandi della Pubblica Amministrazione cui ha partecipato la propria Organizzazione avevano inserito nel capitolato i Criteri Ambientali Minimi (CAM) ai sensi dell'art. 34 del Dlgs 50/2016 "Codice degli appalti".

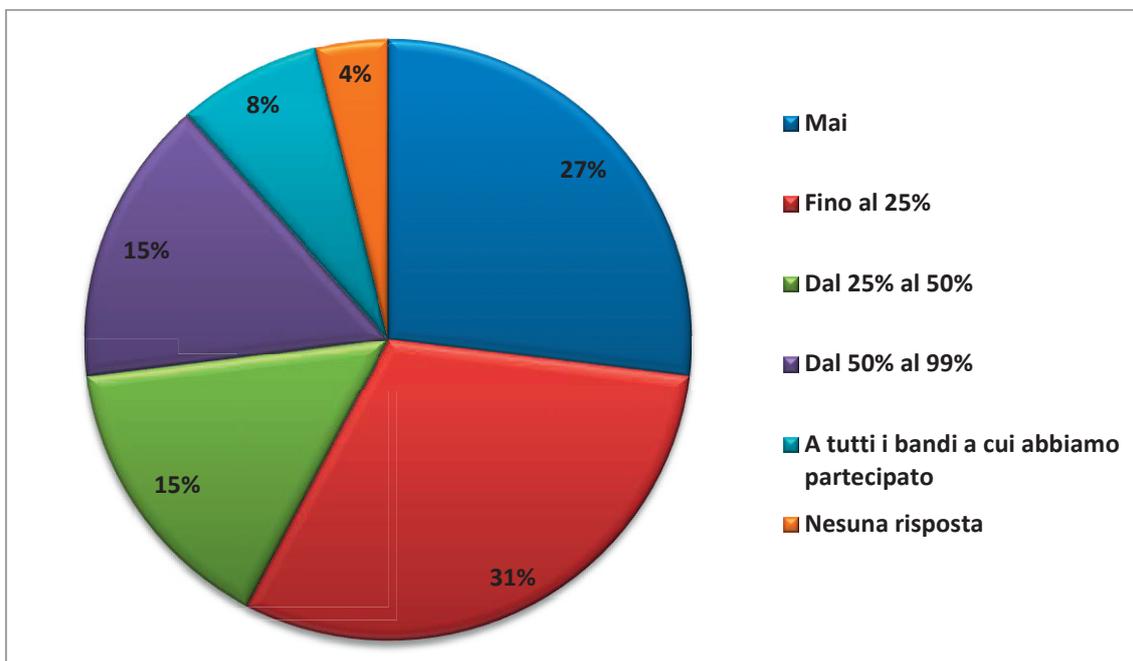


Figura 21 – Frequenza di inserimento dei CAM nei bandi da parte delle stazioni appaltanti

Dalla risposta data possiamo confermare quanto ipotizzato: la frequenza con la quale i bandi pubblici sono stati redatti adottando i CAM è significativamente inferiore a quelli relativi ai servizi di ristorazione collettiva. E' comunque positivo che siano stati realizzati bandi per l'affidamento di servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici pubblici¹⁶ che risultano conformi a quanto previsto dal Codice degli appalti in merito al GPP.

La terza domanda posta al campione degli intervistati è stata relativa al giudizio che hanno sulla Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) ai sensi della ISO 14001 o dell'EMAS.

Una maggioranza molto ampia di rispondenti (69%) valuta la certificazione ambientale uno strumento molto strategico e competitivo. Va, però, notato che più di un quarto degli intervistati (27%) lo ritiene poco utile. Qui forse vale lo stesso commento già riportato nel caso della ristorazione collettiva: il SGA certificato, che è uno strumento di gestione ambientale che ha ormai una lunga storia (22 anni dalla prima pubblicazione della norma ISO14001), viene forse considerato dalle aziende come un prerequisito e non come una qualità distintiva.

¹⁶ Con la Legge n.221/2015 denominata Collegato ambientale è stata prevista l'obbligatorietà dei CAM per l'edilizia adottati con Decreto n. 24 del dicembre 2015 pubblicato su GU n.16 del 21 gennaio 2016

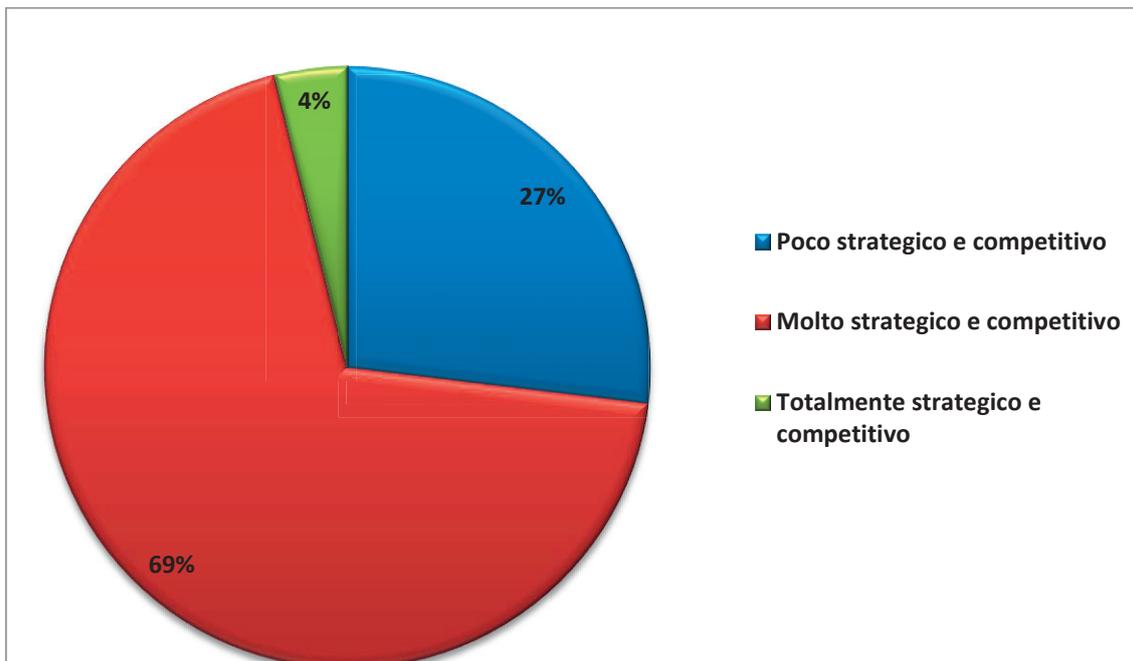


Figura 22 – Livello di rilevanza, in termini strategici e competitivi, della “Certificazione ambientale” per partecipare ai bandi della Pubblica Amministrazione

Analogamente a quanto fatto nell’analisi del rapporto fra i CAM e la ristorazione è stato proposto un modello di rilevazione tendente a misurare il grado di difficoltà di diversi item nell’ambito di quattro distinte famiglie di criteri:

- Criteri relativi al tema delle sostanze;
- Criteri relativi al tema dei prodotti;
- Criteri relativi al tema dei materiali;
- Criteri relativi al tema degli impianti.

Analogamente a quanto fatto sul tema della ristorazione è stato costruire un indicatore di sintesi (utilizzando le stesse modalità di cui sopra) con l’unica differenza che in questo caso tale indicatore è costruito al netto della modalità di risposta “Il criterio non era mai presente nei bandi a cui abbiamo partecipato” mentre nel caso della rilevazione sulla ristorazione collettiva era stato mantenuto l’Item “Non ho mai soddisfatto questa richiesta nell’offerta” in quanto evidenziava una chiara difficoltà dell’impresa a rispondere alle caratteristiche richieste. Pertanto con questi caveat definitivi è stata costruita la Tabella 7 che riporta tutti gli item richiesti con l’indicazione del livello medio di difficoltà parametrato su una scala da zero a dieci, la famiglia di appartenenza del criterio fra quelle enunciate nel precedente elenco e la distribuzione percentuale delle risposte fra le varie modalità. Dall’analisi della tabella appare evidente come essenzialmente ci sia una decisa dicotomia fra i criteri afferenti alla famiglia delle sostanze e le altre tre. In particolare le tre voci inserite nel capitolo “sostanze ad alto potenziale di riscaldamento globale” sono tutte comprese nell’ambito delle cinque voci con il minore livello di difficoltà con le sostanze pericolose e quelle dannose per l’ozono che sono le specifiche che prevedono meno difficoltà.

CAM	FAMIGLIA	DISTRIBUZIONE PERCENTUALE					
		LIVELLO DI DIFFICOLTA' (0=MINIMA DIFFICOLTA', 10=MASSIMA DIFFICOLTA')	BASSO	MEDIO-BASSO	MEDIO-ALTO	ALTO	CRITERIO MAI PRESENTE
Impianti idrico sanitari	Impianti	6,25	11,1	33,3	16,7	16,7	22,2
Tramezzature e controsoffitti	Materiali e lavorazioni	6,00	16,7	33,3	16,7	16,7	16,7
Calcestruzzi confezionati in cantiere, preconfezionati e prefabbricati	Prodotti	5,89	16,7	33,3	11,1	16,7	22,2
Impianti di illuminazione per interni ed esterni	Impianti	5,83	16,7	33,3	22,2	11,1	16,7
Pitture e vernici	Materiali e lavorazioni	5,77	16,7	27,8	16,7	11,1	27,8
Laterizi	Prodotti	5,71	16,7	33,3	16,7	11,1	22,2
Pavimenti e rivestimenti	Materiali e lavorazioni	5,71	16,7	33,3	16,7	11,1	22,2
Isolanti termici ed acustici	Materiali e lavorazioni	5,63	16,7	50,0	5,6	16,7	11,1
Murature in pietrame e miste	Materiali e lavorazioni	5,58	16,7	33,3	11,1	11,1	27,8
Ghisa, ferro, acciaio	Prodotti	5,54	22,2	27,8	16,7	11,1	22,2
Impianti di riscaldamento e condizionamento	Impianti	5,50	22,2	27,8	27,8	5,6	16,7
Sostanze ad alto potenziale di riscaldamento globale (GWP)	Sostanze	5,21	16,7	33,3	11,1	5,6	33,3
Sostenibilità e legalità del legno	Prodotti	5,18	22,2	33,3	16,7	5,6	22,2
Componenti in materie plastiche	Prodotti	5,18	22,2	33,3	16,7	5,6	22,2
Sostanze pericolose	Sostanze	4,82	22,2	38,9	16,7	0,0	22,2
Sostanze dannose per l'ozono	Sostanze	4,81	27,8	27,8	11,1	5,6	27,8

Tabella 7 – Grado di difficoltà nel rispondere alle specifiche tecniche presenti nel capitolato del bando in cui erano inseriti i CAM per famiglia di criteri

Le altre tre famiglie presentano un grado che è decisamente superiore rispetto a quello delle sostanze ma dalla tabella si può evincere che gli impianti presentano una difficoltà superiore rispetto ai materiali e lavorazioni che a loro volta superano in livello di difficoltà i prodotti. La specifica maggiormente critica è costituita senza dubbio dagli impianti idrico-sanitari seguiti dalle tramezzature e controsoffitti per concludere l'ideale podio delle difficoltà con calcestruzzi confezionati in cantiere, preconfezionati e prefabbricati.

Con la medesima metodologia di analisi si è proceduto a graduare anche il grado di difficoltà relativamente alle specifiche tecniche che fanno riferimento alla gestione ambientale del cantiere. L'analisi della Tabella 8 evidenzia come vi siano due voci che spiccano su tutte, vale a dire la demolizione selettiva e l'utilizzo di mezzi che rientrano nella categoria dei veicoli ecologici migliorati. Anche in questo caso così come abbiamo visto in generale un po' su tutti i temi trattati finora, il tema dei rifiuti qui declinato come corretta gestione dei rifiuti in cantiere sia oramai un qualcosa che sembra entrato nel DNA delle imprese creando poca preoccupazione.

	DISTRIBUZIONE PERCENTUALE					
	LIVELLO DI DIFFICOLTA' (0=MINIMA DIFFICOLTA', 10=MASSIMA DIFFICOLTA')	BASSO	MEDIO-BASSO	MEDIO-ALTO	ALTO	PRESTAZIONE AMBIENTALE MAI PRESENTE
Demolizione selettiva	6,73	5,6	22,2	33,3	11,1	27,8
Utilizzo di mezzi che rientrano nella categoria EEV (veicolo ecologico migliorato) per le attività di cantiere e trasporto dei materiali	6,67	0,0	27,8	33,3	5,6	33,3
Risparmio idrico	6,07	11,1	33,3	22,2	11,1	22,2
Corretta gestione dell'energia	5,71	16,7	33,3	16,7	11,1	22,2
Misure di abbattimento delle polveri	5,47	16,7	44,4	22,2	5,6	11,1
Corretta gestione dei rifiuti in cantiere	5,31	27,8	33,3	16,7	11,1	11,1

Tabella 8 – Grado di difficoltà nel rispondere alle specifiche tecniche presenti nel capitolato del bando in cui erano inseriti i CAM con riferimento ai temi della gestione ambientale del cantiere

Infine sempre utilizzando la medesima scala di risposte a quattro livelli fino a questo momento utilizzata si sono voluti evidenziare le eventuali difficoltà relativamente a quattro punti specifici qui di sotto elencati e i cui risultati vengono tracciati nella Figura 23

1. esecuzione delle operazioni di demolizione tenendo conto dell'obbligo di recuperare almeno il 70% in peso dei rifiuti non pericolosi generati durante l'esecuzione dei lavori;
2. garantire la formazione degli operatori sugli aspetti di gestione ambientale del cantiere;
3. il criterio premiante relativo alla distanza di approvvigionamento dei prodotti da costruzione;
4. l'obbligo di utilizzare oli lubrificanti per i veicoli e i macchinari di cantiere biodegradabili e rigenerati

Con riferimento al punto 1) la maggioranza del campione che ha partecipato all'indagine e che ha risposto alla domanda "perché il requisito era stato inserito nel capitolato" trova una difficoltà "medio-alta" nel garantire l'esecuzione delle attività di demolizione con le caratteristiche richieste dai CAM. Inferiore è la percentuale di coloro che invece valutano l'aspetto di difficoltà "medio-bassa". Nel complesso si potrebbe, quindi, dire che la richiesta viene esaudita con una difficoltà "media/medio-alta".

Per quanto concerne il punto 2) le imprese del settore dichiarano di non trovare particolarmente complesso rispondere a questa richiesta. Solo una percentuale minoritaria dichiara una difficoltà "medio-alta" e nessuno una difficoltà "alta".

Spostando l'attenzione sul punto 3), la maggioranza del campione non risponde o afferma che tale criterio premiante non era presente nei bandi. Coloro che hanno dato una risposta sul grado di difficoltà mostrano tendenzialmente una difficoltà "medio-alta" nel rispondere a questa richiesta.

Infine per quanto concerne il punto 4) Sono pochi i casi in cui è stata fornita una risposta sul grado di difficoltà. Quello che emerge con forza è che questa clausola contrattuale, relativa all'obbligo di utilizzare oli lubrificanti biodegradabili e rigenerati per i veicoli e i macchinari di cantiere, viene

inserirà meno frequentemente degli altri requisiti fin qui analizzati. In caso di presenza, il campione che fornisce una risposta dichiara, comunque, una difficoltà tendenzialmente “media/medio-bassa”.

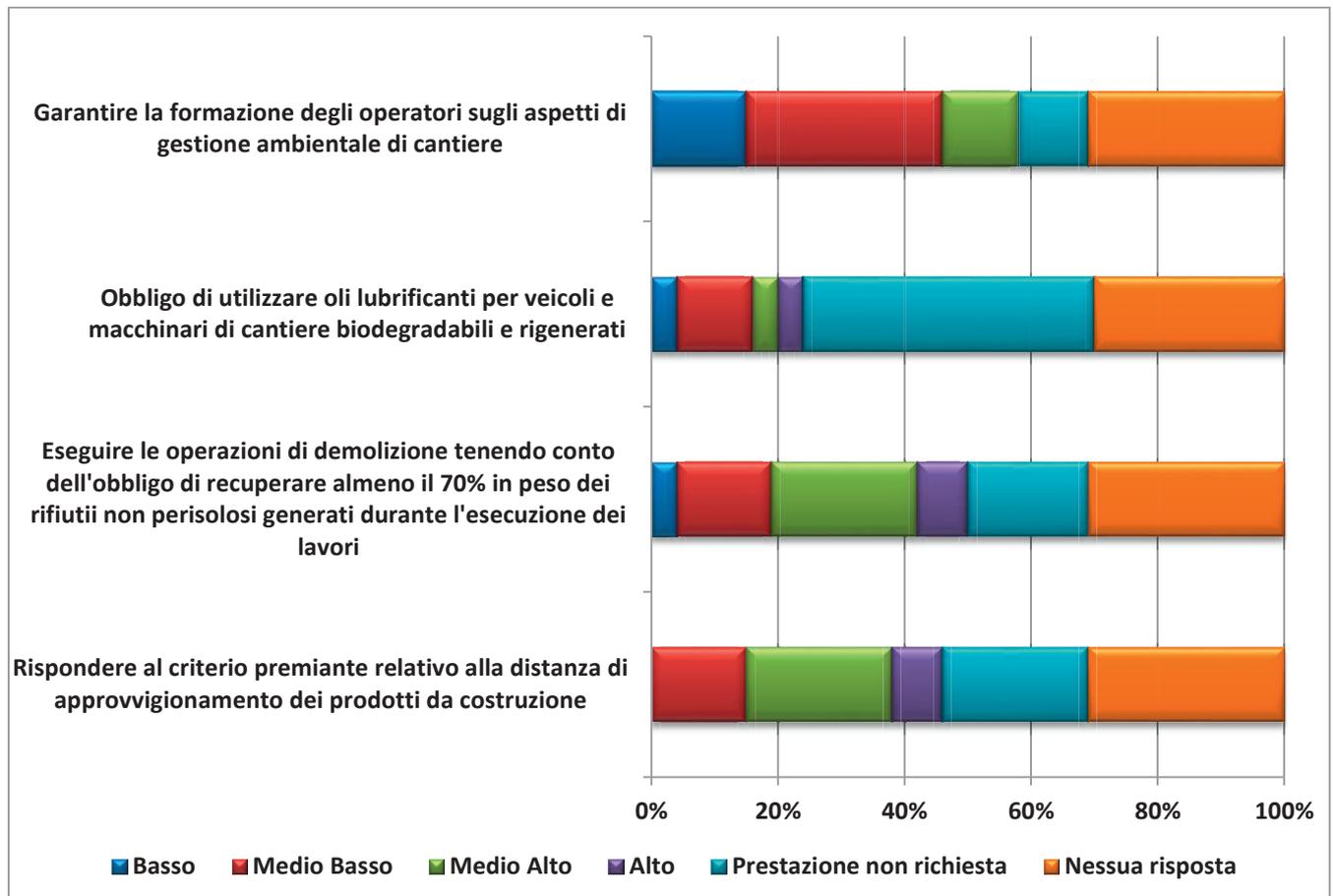


Figura 23 – Livello di difficoltà nel garantire alcune prestazioni richieste dai bandi da parte delle imprese edili

In conclusione i bandi pubblici per i servizi di progettazione e lavori per la nuova costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici pubblici, cui partecipano le aziende del settore, presentano, sia pure con minore frequenza, rispetto ai bandi pubblici sulla ristorazione collettiva, la richiesta del rispetto delle specifiche tecniche disciplinate dai CAM “edilizia”.

Anche in questo caso, come per le aziende della ristorazione collettiva, le aziende che sono dotate di un sistema di gestione ambientale certificato, ritengono questo strumento di qualità ambientale utile ma non in grado di fare la differenza nella competizione.

Le imprese edili, dunque, trovano una certa difficoltà ad adeguarsi ad alcuni requisiti richiesti dai CAM. Non si registra, comunque, un requisito particolare sul quale si manifesta una netta difficoltà, piuttosto gradi di difficoltà a volte maggiori per specifiche richieste. Solo a titolo esemplificativo, si annota una difficoltà maggiore per alcuni approvvigionamenti e alcune modalità di gestione dei cantieri che devono garantire determinate prestazioni ambientali.



L'elevata presenza di soggetti intervistati che non rispondono alle specifiche domande, cui si aggiunge una quota variabile da caso a caso nella quale i rispondenti dichiarano di non aver trovato l'applicazione dei CAM nei bandi, rende i risultati di indagine meno efficace rispetto a quanto è, invece, emerso dalla rilevazione sui CAM della ristorazione collettiva. La rilevazione evidenzia, comunque, che i CAM dell'edilizia si stanno diffondendo nei bandi e nei capitolati e che, a fronte di ciò, le aziende si stanno progressivamente attrezzando.

GLI ACQUISTI SOSTENIBILI DELLE IMPRESE PUBBLICHE

Le imprese a partecipazione pubblica sono generalmente grandi imprese con un'intensa attività di approvvigionamento di beni e servizi.

In qualità di soggetti pubblici, tali imprese utilizzano il codice degli appalti e quindi risultano anch'esse obbligate ad attuare quanto stabilito in materia di GPP.

Per questo motivo, si è ritenuto interessante delineare un primo quadro della situazione, ponendo a tali aziende un numero contenuto di domande, che potessero fornire una prima rappresentazione di quanto queste siano mature per la piena attuazione di una politica ambientale che travalichi i confini aziendali e si espanda al contempo verso i propri fornitori.

Innanzitutto si voluto rilevare l'esistenza, presso le aziende pubbliche, di una Politica aziendale per ridurre l'impatto ambientale dei propri fornitori.

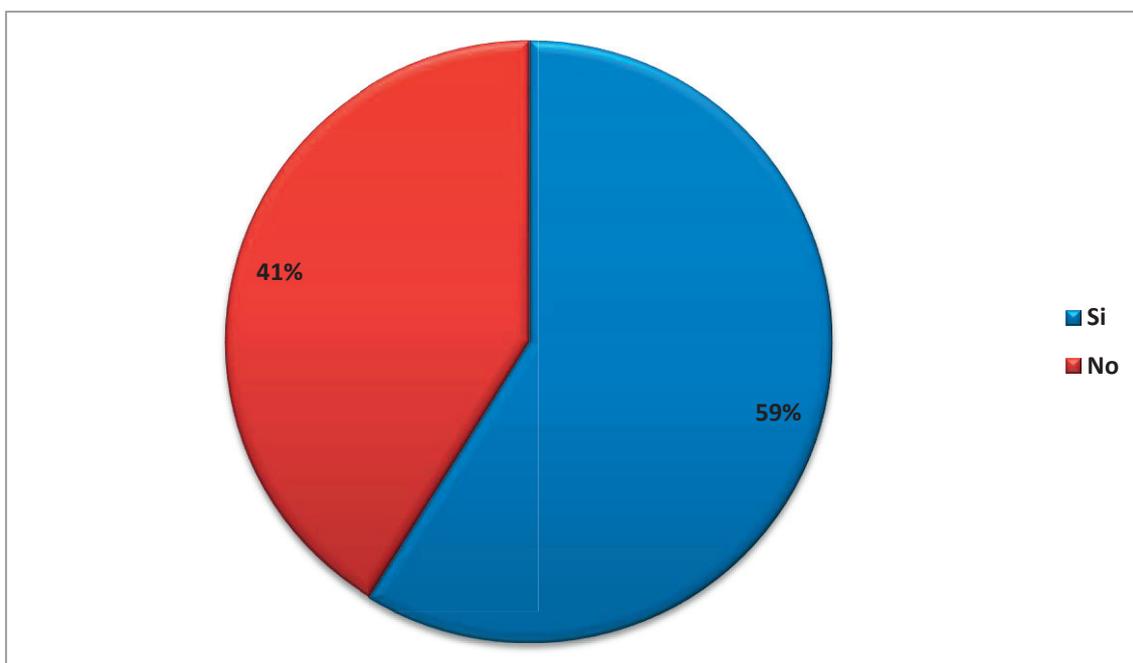


Figura 24 – Presenza di una politica ambientale specifica rivolta alla riduzione dell'impatto ambientale dell'approvvigionamento

Come riportato dalla figura 24, la maggioranza (circa il 60%) degli intervistati dichiara di aver assunto un impegno di politica ambientale destinato specificatamente ai propri fornitori.

Si è voluto, altresì, verificare se questo impegno preso si fosse poi tradotto in azioni concrete, come, ad esempio l'implementazione di un sistema di valutazione dei fornitori che tenga conto di criteri di qualità ambientale e sociale.

Non sempre l'impegno ambientale preso dalle aziende si è tradotto poi in un programma di azioni, che preveda l'implementazione di un sistema di valutazione dei fornitori secondo criteri di preferibilità ambientale e sociale. In questo caso, infatti, poco più del 50% degli intervistati ha dichiarato di aver dato seguito a questa iniziativa.

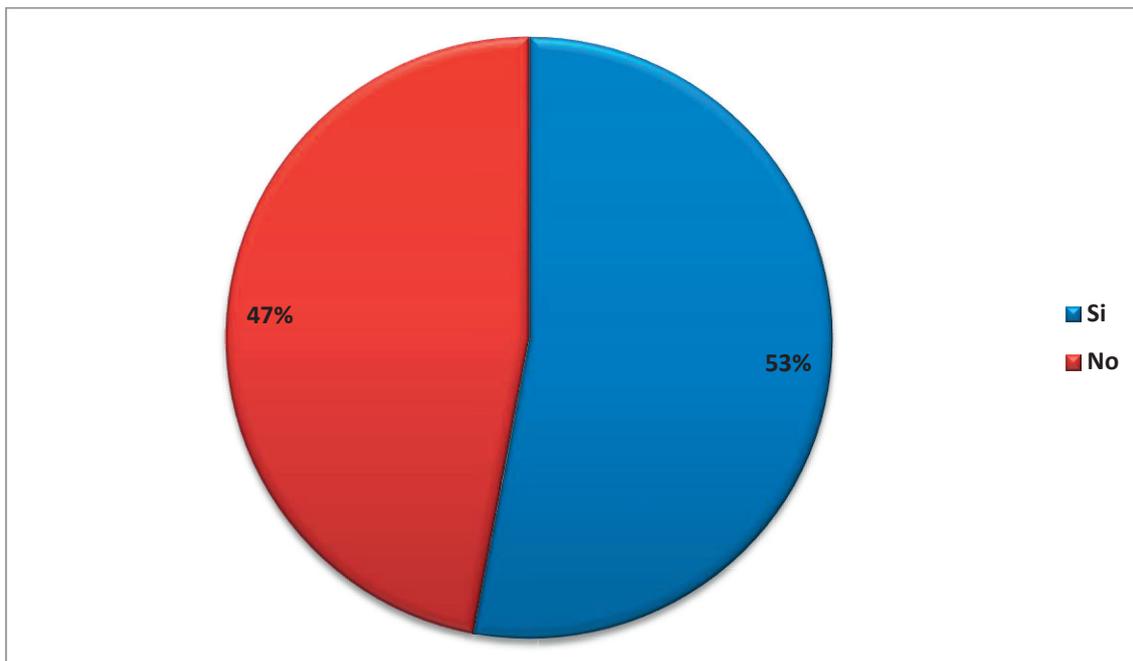


Figura 25 – Implementazione di un sistema di valutazione dei fornitori secondo criteri di preferibilità ambientale e sociale

Approfondendo poi ulteriormente, è stato chiesto al campione osta una domanda specifica relativa a quante volte, nell'ultimo anno, l'organizzazione ha inserito nel capitolato dei bandi pubblicati i Criteri Ambientali Minimi (CAM), ai sensi dell'art. 34 del Dlgs 50/2016 "Codice dei Contratti Pubblici".

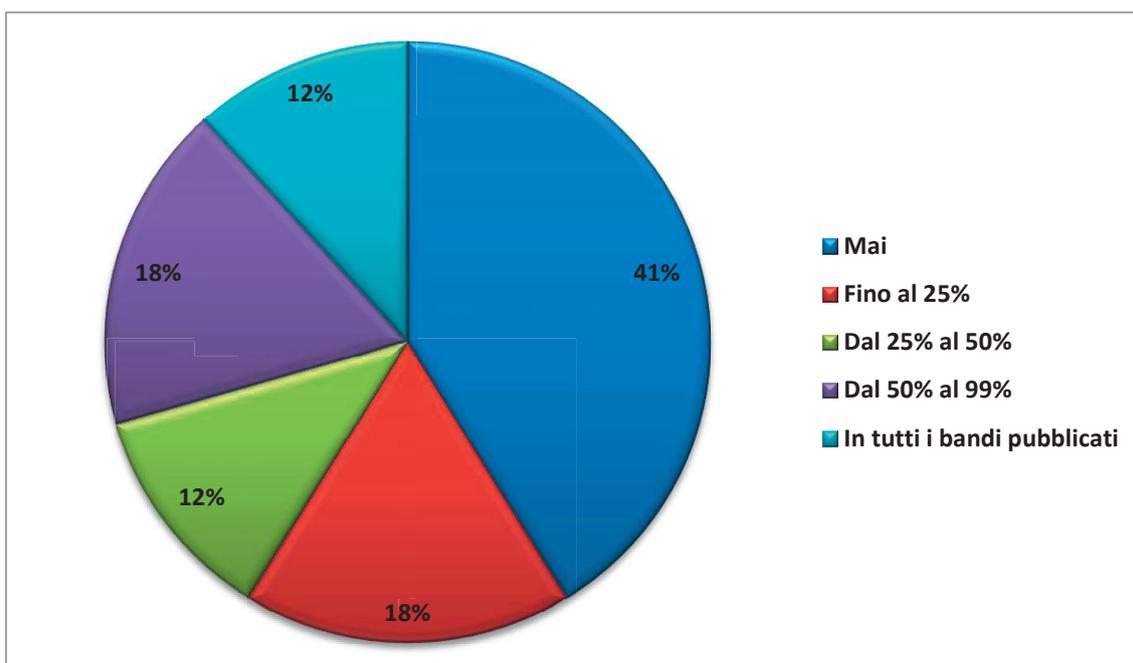


Figura 26 - Inserimento nel capitolato dei bandi pubblicati dei Criteri Ambientali Minimi (CAM), ai sensi dell'art. 34 del Dlgs 50/2016 "Codice dei Contratti Pubblici"

L'ulteriore approfondimento di indagine mostra come dalla volontà all'azione le cose si possono complicare: meno della metà del campione dichiara di aver inserito i CAM almeno nel 50% dei bandi pubblicati, mentre una fetta maggioritaria (quasi il 60%) lo ha fatto raramente (meno del 25% delle volte) o mai.

Un'ultimo quesito posto al campione, conseguente in qualche modo dalla precedente, ha riguardato la verifica delle tipologie di Certificazioni ambientali SGA e/o prodotti/servizi con marchio ecologico che sono state introdotte nei bandi di gara pubblicati nel corso del 2017 per verificare la capacità da parte dei candidati di arrecare il minor impatto possibile sull'ambiente.

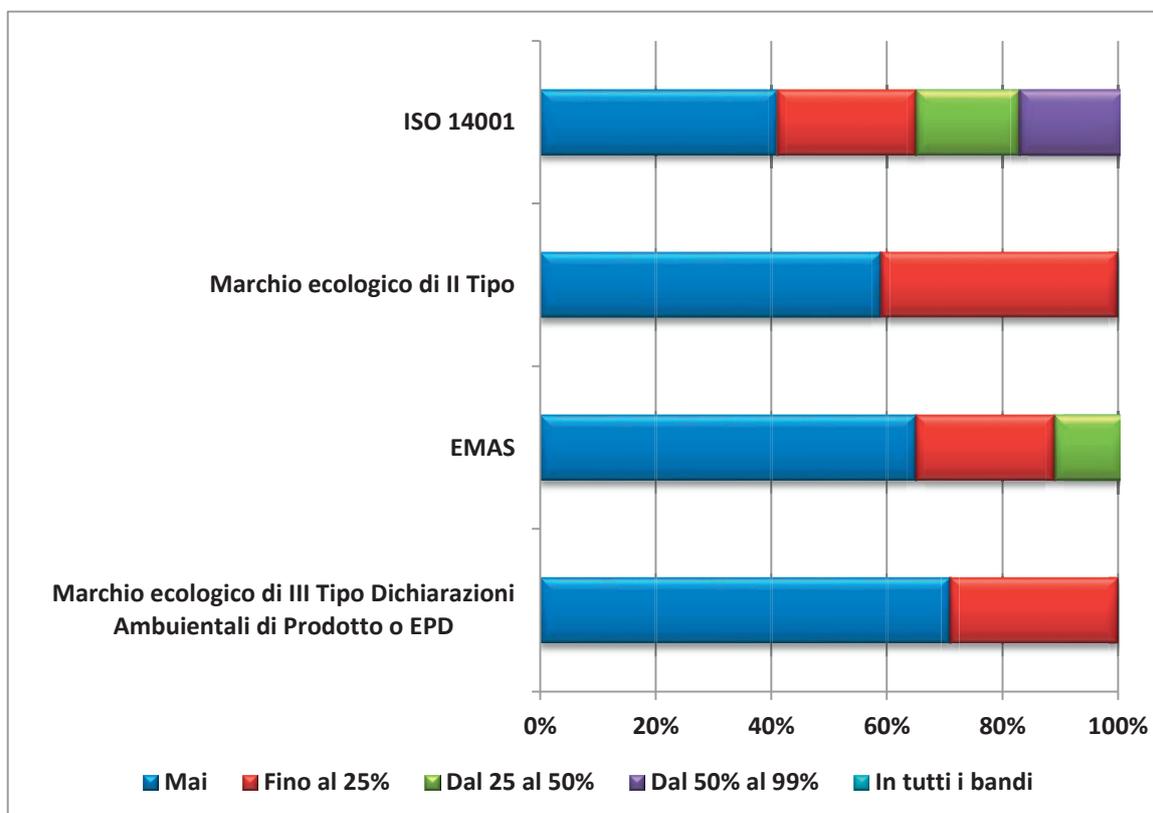


Figura 27 – Frequenza di richiesta nelle gare di appalto di possesso di determinate “Certificazioni Ambientali”

Come si evidenzia nella figura 27, i risultati mostrano immediatamente il successo della Certificazione ISO 14001 e rispetto all’EMAS, mentre ancora timido risulta essere l’utilizzo di asserzioni ambientali come criterio di preferibilità ambientale dell’offerta.



In conclusione, questa prima e sommaria analisi del livello di attenzione delle Imprese Pubbliche verso un approvvigionamento sostenibile mostra buone intenzioni che però non si traducono sempre in fatti concreti e diffusi.

È sicuramente un fatto positivo che si sia stabilita una Politica aziendale specifica rivolta alla qualità ambientale degli approvvigionamenti.

Si ritiene, altresì, che una maggiore incisività della traduzione dell'impegno debba essere perseguita per poter apprezzare la potenzialità dello strumento del Green Procurement in termini di orientamento del mercato verso una produzione di beni e servizi a minor impatto ambientale e sociale.

CONCLUSIONI

Il principale obiettivo della presente indagine è quello di comprendere se in Italia esistono, a tutt'oggi, le condizioni per lo sviluppo e la crescita di un mercato verde e sostenibile.

Per fare questo sono stati coinvolti diversi attori, rappresentanti dell'offerta ma anche della domanda.

Attraverso le imprese produttrici del settore manifatturiero, che oggi rappresenta il 20% del valore aggiunto italiano, l'indagine ha concentrato l'attenzione sulla capacità, le motivazioni e le aspettative dell'attuazione delle politiche ambientali.

Con le imprese che operano nel campo delle ristorazione e dell'edilizia, si è deciso di verificare il possesso dei requisiti ambientali previsti dai CAM e le difficoltà applicative, eventualmente riscontrate.

Infine, con le imprese a partecipazione pubblica, è stato verificato lo stato di adeguamento ai nuovi obblighi dettati dall'art. 34 (adozione delle specifiche tecniche e delle clausole contrattuali previste dai CAM) del nuovo codice degli appalti.

I risultati complessivi di questa indagine evidenziano, da un parte, la debolezza di un mercato verde italiano e, dall'altro, la presenza di alcuni elementi positivi, che andrebbero valorizzati.

Le imprese industriali del settore manifatturiero stanno transitando dalla gestione ambientale dei processi ad una maggiore attenzione verso la ricerca e lo sviluppo per l'innovazione ambientale dei prodotti: l'ambiente si conferma come un fondamentale driver dell'innovazione. Al contempo, queste stesse imprese non hanno ancora integrato a pieno la variabile ambientale nelle proprie strategie di business, spinte, forse, da comportamenti adattivi.

Le imprese della ristorazione collettiva e quelle del settore edile, che partecipano a bandi pubblici e si trovano a dover rispondere a disciplinari e capitolati comprendenti i Criteri Ambientali Minimi, si sono adeguate ai requisiti ambientali richiesti in modo agevole.

Le imprese pubbliche dichiarano, in maggioranza, di avere assunto impegni precisi per il miglioramento della qualità ambientale delle proprie forniture, pur avendo qualche difficoltà a tradurlo in un agire operativo.

L'indagine, più in dettaglio, ha permesso di evidenziare alcuni aspetti fondamentali.

Le aziende che hanno risposto all'indagine sul "mercato Green" sono principalmente aziende del Nord Italia e, in parte rilevante, del settore elettrico ed elettronico, che operano su mercati nazionali o europei e che si sono dotate di strumenti di gestione ambientale (come la certificazione ISO 14001), con una particolare attenzione alla misurazione delle proprie prestazioni ambientali, e che si affacciano alla valutazione del ciclo di vita del proprio prodotto e alle conseguenti certificazioni. In ogni caso, la spinta delle aziende a dotarsi di una gestione ambientale organizzata non sembra provenire dal GPP ma dalla necessità di gestire i rischi connessi all'inquinamento e al mantenimento della conformità normativa.

Se si volesse disegnare un profilo generale del campione di imprese preso in esame, si potrebbe senz'altro affermare che la loro attenzione ambientale sembra essere il risultato delle pressioni e delle sollecitazioni che hanno ricevuto, sia da parte delle istituzioni che della collettività, negli anni '90, quando si è iniziato a parlare di "indurre il mercato a lavorare per l'ambiente".

Le risposte fornite dalle aziende della ristorazione collettiva, generano una duplice considerazione: da una parte, tali aziende mostrano un'esperienza consolidata a rispondere a bandi che hanno integrato i CAM; dall'altra, mantengono una certa difficoltà a rispondere ad alcuni dei criteri – di base o premianti - previsti.

Il settore dell'edilizia è chiamato a rispondere ai requisiti CAM da meno tempo rispetto al settore delle ristorazione collettiva: qualsiasi considerazione va, quindi, presa con una maggiore dose di prudenza. I dati raccolti confermano che le imprese edili, quando i CAM richiedono prestazioni ambientali significative, non si sono trovate impreparate, anche se trovano alcune difficoltà ad adeguarsi a specifici criteri.

Infine troviamo le aziende a partecipazione pubblica: possiamo affermare che tali aziende, in qualità di stazioni appaltanti, hanno finalmente iniziato ad “acquistare verde”. In particolare l'approvvigionamento di materiale “generico”, è diventato un impegno formale, ufficializzato nelle politiche ambientali. Queste stesse, però, non mostrano ancora, ad oggi, un impegno sistematico nell'applicazione dei CAM nei loro bandi di gara.

In conclusione, il Green Procurement non viene ancora percepito come uno strumento di orientamento del mercato alla sostenibilità. Riteniamo però che, indagini come questa, possano contribuire a sensibilizzare le imprese sul GPP, oltre che ad accelerare un processo di miglioramento ambientale e sociale della produzione e del consumo.

E' opportuno quindi segnalare, sulla base dei risultati ottenuti, la necessità di:

1. azioni di supporto per una diffusione delle competenze in materia di applicazione dei CAM da parte delle Stazioni appaltanti sia sulla corretta applicazione degli aspetti ambientali nelle procedure di gara che sulla corrette modalità di gestione del contratto di appalto;
2. tavoli di confronto tra la Pubblica amministrazione locale, le associazioni di categoria e gli enti di certificazione al fine di individuare criticità derivanti dall'applicazione dei CAM e eventuali semplificazioni sia in fase di revisione dei CAM che in fase di regolamentazione di nuove servizi/prodotti;
3. migliorare, con adeguati percorsi formativi, strumenti informativi e attività di networking – l'informazione delle PMI in materia di GPP e sugli strumenti di qualificazione ambientale per uno sviluppo diffuso delle competenze a tutti gli operatori economici;
4. affiancare, allo strumento del GPP, altre forme di incentivazione – anche non economica – ai percorsi di miglioramento ambientale dei processi produttivi, dei prodotti, dell'organizzazione e del reporting, utilizzando, al meglio, le novità introdotte dalla nuova norma ISO 14001, che riguardano sia la leadership sia la “prospettiva del ciclo di vita”;
5. facilitare, attraverso un processo che deve veder coinvolte le associazioni di categoria, la consultazione e la partecipazione delle aziende interessate per l'identificazione degli impatti legati ai requisiti ambientali previsti dai CAM e per favorire la sensibilizzazione e la formazione del personale delle aziende coinvolte negli appalti pubblici verdi;
6. migliorare la capacità delle aziende pubbliche – anche attraverso specifiche azioni di informazione, formazione e sostegno – affinché inseriscano la qualificazione ambientale e sociale delle proprie catene di fornitura tra le proprie azioni prioritarie.