##

Consultazione pubblica per le PMI sull’ Iniziativa per i Prodotti Sostenibili (SPI)

La Camera di commercio di Torino, nell’ambito delle attività della rete Enterprise Europe Network, promuove per conto della Commissione Europea la presente consultazione finalizzata a raccogliere le opinioni delle piccole e medie imprese [sull’Iniziativa per i prodotti sostenibili (**SPI**)](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Iniziativa-per-i-prodotti-sostenibili_it), annunciata dalla Commissione Europea nel [**Circular Economy Action Plan (CEAP**](https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_en)**)**dello scorso anno e che dovrebbe essere realizzata entro la fine del 2021.

L’Iniziativa SPI ha come obiettivo che i prodotti immessi sul mercato dell'UE siano senza impatto climatico, al fine di creare un’economia efficiente sotto il profilo delle risorse e circolare, che riduca al minimo gli sprechi e che garantisca che le prestazioni dei leader nella sostenibilità diventino progressivamente la norma.

Una parte fondamentale dell’iniziativa SPI è destinata ad ampliare il campo di applicazione della [Direttiva sulla progettazione ecocompatibile](https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/product-policy-and-ecodesign_en) oltre i prodotti legati all'energia, in modo da renderla applicabile alla gamma più vasta possibile di prodotti e garantire la circolarità. Il CEAP identifica un elenco di catene del valore a cui dovrebbe essere data priorità nel SPI, ma chiarisce che ulteriori gruppi di prodotti saranno identificati in base al **loro impatto ambientale** e potenziale di circolarità.

Nel contesto di questa indagine, possono intendersi come prodotti sostenibili beni e servizi progettati per avere una lunga durata; sono durevoli, riparabili, aggiornabili e prodotti con un impatto minimo sull'ambiente e il loro impatto e le loro emissioni sono ridotti al minimo durante il loro ciclo di vita. A volte sono facili da identificare sul mercato perché possono essere idonei a ottenere il [marchio ufficiale dell’UE di qualità ecologica](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/) (Ecolabel).

Lo scopo di questa consultazione è raccogliere da parte delle PMI pareri chiave e impatto previsto delle misure adottate.

Per ulteriori informazioni su questo tema è possibile contattare: spi-ia@trinomics.eu

**Per contribuire alla consultazione :**

Se interessati a partecipare alla consultazione, occorre far pervenire il presente questionario alla Camera di commercio di Torino – Settore Sviluppo Competitività e Internazionalizzazione – ALPS Enterprise Europe Network che provvederà ad inserire le risposte in forma anonima nell’apposito database della Commissione Europa – **entro il 13 Giugno 2021** all’email: sviluppo.competitivita@to.camcom.it

Per ulteriori informazioni: Monica May tel. 011 5716342

*N.B: i questionari saranno inseriti in forma anonima nell’apposita banca dati della Commissione Europea per la gestione delle consultazioni pubbliche; le informazioni sull’impresa poste nel riquadro sottostante NON verranno pertanto trasmesse alla Commissione.*

 *Si allega inoltre informativa ai fini privacy collegata al presente questionario e da inviare alla medesima email* *sviluppo.competitivita@to.camcom.it*

|  |  |
| --- | --- |
| **Nome Azienda:** |  |
| **Persona di contatto:** |  |
| **Sede :** |  |

**DATI SULL’IMPRESA**

1. In quale settore è attiva l'impresa? Selezionare i codici NACE corrispondenti.
*(èpossibile fornire più di una risposta)*

|  |  |
| --- | --- |
|  | A - Agricoltura, silvicoltura e pesca |
|  | B - Attività estrattive |
|  | C - Attività manifatturiere |
|  | D - Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata |
|  | E - Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento |
|  | F - Costruzioni |
|  | G - Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli |
|  | H - Trasporto e magazzinaggio |
|  | I - Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione |
|  | J - Informazione e comunicazione |
|  | K - Attività finanziarie e assicurative |
|  | L - Attività immobiliari |
|  | M - Attività professionali, scientifiche e tecniche |
|  | N - Attività amministrative e servizi di supporto |
|  | O - Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria |
|  | P - Istruzione |
|  | Q - Sanità e assistenza sociale |
|  | R - Arte, spettacoli e tempo libero |
|  | S - Altre attività di servizi |
|  | T - Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro; produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze |
|  | U - Attività di organizzazioni e organismi extraterritoriali |

1. Indicare se l’impresa ha a che fare con prodotti finiti o intermedi, o entrambi

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  | Prodotti finiti |
|  | Prodotti intermedi |
|  | Entrambi |
|  | Non so/nessuna opinione |

1. L’impresa opera a livello:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Regionale |
|  | Nazionale |
|  | UE |
|  | Non so /nessuna opinione |

1. Quantidipendenti ha l'impresa?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  | 0 |
|  | 1-9 |
|  | 10-49 |
|  | 50-249 |
|  | da 250 in su**DOMANDE:** |

1. In base all’attuale valutazione dell’utilizzo di energia e risorse da parte della vostra impresa, se fosse richiesto dalla legge, in che misura sareste in grado di stimarne l’impatto ambientale e sociale?

|  |  |
| --- | --- |
|  | Totalmente |
|  | Per gran parte |
|  | Solo parzialmente |
|  | Per nulla |

1. In che misura la vostra impresa sta immettendo nel mercato Europeo prodotti più sostenibili?

|  |  |
| --- | --- |
|  | Mai |
|  | Occasionalmente  |
|  | Qualche volta |
|  | Frequentemente |
|  | Quasi sempreNON APPLICABILE |

3. Il [Green Public Procurement (GPP)](https://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm) potrebbe aumentare la richiesta del numero dei prodotti con grande impatto di sostenibilità acquistati dal settore pubblico. Se nel vostro Paese le autorità richiedessero di acquistare per una certa soglia minima prodotti sostenibili negli appalti pubblici, la vostra impresa ne potrebbe beneficiare?

|  |  |
| --- | --- |
|  | Molto in termini di aumento di vendite (oltre il 10%) |
|  | Abbastanza in termini di aumento di vendite (fra 5-10%) |
|  | Relativamente in termini di aumento di vendite ( fra 1-3%) |
|  | Diminuzione in termini di vendite |
|  | Non ne avrebbe alcun effetto |
|  | NON APPLICABILE |

4. Quanto spesso la vostra impresa si impegna nelle seguenti attività?

| **Tipo** **di attività**  | **Quasi sempre** | **Di frequente** | **Qualche volta** | **Occasionalmente** | **Quasi mai** | **Non applicabile****non so** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Innovazione prodotto sostenibile** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione prodotto “standard”**  |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione di servizio**  |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione di processo** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione organizzativa (inclusi nuovi sistemi di gestione)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione in nuovi o migliorati in termini di sostenibilità modelli di business**  |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione con positivo impatto ambientale (eco-innovazione)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione con positivi benefici sociali(innovazione sociale)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione con positivi benefici sociali e ambientali (innovazione sostenibile)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione finalizzata alla circolarità dei prodotti e dei servizi (prodotti-servizi, riparabilità, riutilizzo, riciclabilità, rigenerazione, durata, etc.)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione eco-design** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione nella fornitura di prodotto-servizio**  |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione finalizzata a mercati inclusivi (fino all’inizio della piramide)** |  |  |  |  |  |  |
| **Innovazione finalizzata agli aspetti frugali di prodotti e servizi** |  |  |  |  |  |  |

5. Il modo nel quale si opera (si fa business) influenza la maniera nella quale i beni sono prodotti e consumati. “I modelli di business circolare” sono quelli che possono servire a ridurre l’estrazione e l’utilizzo delle risorse naturali e la produzione di rifiuti, contribuendo in tal modo a rendere maggiormente sostenibili i prodotti derivati. Si prega di valutare la validità delle seguenti dichiarazioni relative ai driver per l'adozione di modelli di business circolari per prodotti sostenibili in Europa.

|  | **Molto d’accordo** | **D’accordo** | **Nessuna opinione** | **In disaccordo** | **Assolutamente in disaccordo** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Regolamenti e incentivi consentono modelli di business circolare** |  |  |  |  |  |
| **Regolamenti e incentivi agevolano l’innovazione di prodotti sostenibili**  |  |  |  |  |  |
| **Le opportunità di mercato sono limitate per questi modelli di business in Europa** |  |  |  |  |  |
| **Il sostegno politico agevola pratiche commerciali eque** **che permettono modelli di business circolare** |  |  |  |  |  |
| **Un sufficiente accesso ai finanziamenti agevola modelli di business circolare** |  |  |  |  |  |

6. Quali dei seguenti **nuovi modelli di business circolare** vi sono già familiari o sono stati già implementati dalla vostra azienda? (Più di una risposta possibile)

|  | **Non applicabile** | **Sconosciuto** | **Poco conosciuto** | **In qualche modo conosciuto** | **Conosciuto** | **Molto familiare** | **E’ il nostro modello di business** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **A. Sistemi prodotto-servizio dove i buyer non necessariamente acquistano un prodotto ma piuttosto un servizio.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.1 Servizi relativi al prodotto, gestione dei resi, servizi aziendali ad intensità** **di conoscenza, servizi di circolarità.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.2 Servizi orientati all’uso, “pay-per-use”, leasing di prodotto, abbonamento** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.3 Servizi orientati al risultato, vendite funzionali, “pay for success”, servizi invece che prodotti, servizio e modello di performance** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B. Economia collaborativa e della condivisione nella quale il possesso e l’utilizzo dei prodotto o di altri beni fisici sono tenuti separati. L’utilizzatore non è necessariamente il possessore.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.1 Fornitura di accesso, condivisione di business, affitto o condivisione di prodotto** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.2 Servizi orientati all’uso, leasing di prodotto, raggruppamento di prodotti, punti self-service**  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.3 Modello cooperative, piattaforma di comunità** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C. Modelli di logistica di resa/restituzione, che organizzano flussi di resa di materiali, restituzione, riparabilità, riutilizzo, riciclabilità, rigenerazione.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.1 Gestione delle rese, rete di servizi di resa, logistica per materiale di resa** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.2 Logistica per la resa di prodotti industriali avanzati, logistica per prodotti ad alto valore di responsabilità estesa del produttore** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.3 Logistica di resa per pezzi di ricambio e manutenzione** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.4 Logistica per prodotti a basso valore di responsabilità estesa del produttore** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.5 Commercializzazione di prodotti rigenerati** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D. Altri modelli di business orientati alla sostenibilità****nei quali la sostenibilità della performance delle catene di fornitura, processi, prodotti e servizi è considerata parte integrale nella creazione di valore nell’organizza-****zione** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.1 Modello del “dare”, modello della missione sociale, approvvigionamento inclusivo, accesso all’approvvigionamento, business di riutilizzo** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.2 Modello di prezzi e ricavi, modello finanziario** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.3 Modello di Eco-design, prodotti “verdi”, sinergia dei sottoprodotti,****rasoi e lame “verdi”** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.4 Simbiosi industriale, “cradle-to-cradle”, modello “closing-the-loop” (chiusura del cerchio)** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.5 Gestione ecosostenibile della catena di fornitura, accorciamento della catena di fornitura** |  |  |  |  |  |  |  |

7. Quali dei seguenti già ben stabili modelli di business circolare sono da voi conosciuti o sono stati già implementati dalla vostra azienda? (Più di una risposta possibile)

|  | **Non applica****bile** | **Scono****sciuto** | **Poco cono-sciuto** | **In qualche modo cono-sciuto** | **Cono-sciuto** | **Molto familiare** | **E’ il nostro modello di business** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **A. Modelli di riutilizzo, nei quali un oggetto e utilizzato nuovamente, alle volte per il suo utilizzo originario, altre in un modo totalmente differente.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.1 Network di riutilizzo, remarketing di prodotto, piattaforma di scambio di beni usati, vendita beni usati**  |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.2 Prolungamento utilizzabilità di prodotto, allungamento vita prodotto, rivitalizzazione di prodotti** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.3 Riutilizzo materiali riciclati, sinergia dei sottoprodotti, simbiosi industriale, piattaforma on line di scambio degli scarti/rifiuti** |  |  |  |  |  |  |  |
| **A.4 Sistemi di fornitura circolare, gestione del ripristino** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B. Modelli di riparazione, allungamento della vita dei beni tramite l’aggiustamento delle parti danneggiate o consumate** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.1 Modello di serviziodellariparazione,operazone di servizio della riparazione, sfruttamento del gap di riparazione** |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.2 Noleggio basato sulla riparazione**  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.3 Servizio di riparazione di beni fuori garanzia**  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B.4 Assistenza cliente** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C. Modelli di rifacimento e ricondizionamento prodotti usati in “come nuovi”,ricreando le originali funzionalitàdel prodotto** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.1 Modello di ricondizionamento,estensione della durata del prodotto, estensione del valore del prodotto, prodotto come nuovo** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.2 Modello di rigenerazione, gestione del reso** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.3 Vendita prodotti rigenerati/remarketing** |  |  |  |  |  |  |  |
| **C.4 Miglioramento della performance di prodotto, riprogettazione del prodotto**  |  |  |  |  |  |  |  |
| **D. Riciclaggio, “upcycling”/ miglioramento.****Il riciclaggio comporta in genere la raccolta, rimozione/pulizia di sostanze tossiche, lo smantellamento, la raffinazione e la vendita di materiali usati, mentre l’”upcycling” comporta l’aggiunta di valore attraverso l’usabilità e l’estensione della vita.** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.1 “upcycling” di prodotto e di sottoprodotto** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.2 “upcycling” di scarti** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.3 riciclaggio post consumo, riciclaggio scarti** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.4 Sistemi di produzione “Closed-loop”, rimaterializzazione, simbiosi industriale** |  |  |  |  |  |  |  |
| **D.5 Gestione dei rifiuti/scarti, generazione di sottoprodotto da risorse di riutilizzo scarti/rifiuti** |  |  |  |  |  |  |  |

8. L’utilizzo di **incentivi economici** potrebbe dare slancio alla sostenibilità dei prodotti. In che modo I seguenti incentive economici potrebbero assistere la vostra azienda nel raggiungere una maggiore sostenibilità di prodotto e penetrazione di mercato?

|  | **Nessun beneficio** | **Benefici limitati** | **Benefici**  | **Grandi benefici** | **Benefici notevoli** | **Non applicabile** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Incentivi fiscali, quali esenzioni dalla tasse o riduzione IVA secondocriteri relativi alla sostenibilità dei prodotti, quali la riparabilità, l’estensione delle vita e la riciclabilità**  |  |  |  |  |  |  |
| **Estendere l’onere fiscale del produttore (modulato per avere più prodotti sostenibili)** |  |  |  |  |  |  |
| **Appalti pubblici verdi - Green public procurement (GPP)** |  |  |  |  |  |  |
| **Appalti pubblici per l’inovazione- Public procurement of innovation (PPI)** |  |  |  |  |  |  |
| **Appalti pubblici per la circolarità - Circular public procurement (CPP)** |  |  |  |  |  |  |
| **Sostegno diretto per prodotti che rispondono a alcuni criteri di sostenibilità**  |  |  |  |  |  |  |
| **Condizioni relative agli Aiuti di stato**  |  |  |  |  |  |  |
| **Condizioni relative a strumenti finanziari UE** |  |  |  |  |  |  |
| **Voucher per l’innovazione circolare utilizzati da PMI per pagare professionisti esterni e servizi specializzati nel campo dell’economia circolare, efficienza di risorse e eco-innovazione** |  |  |  |  |  |  |
| **Eco-voucher****utilizzati come assegni che possono essere utilizzati dai consumatori per acquistare prodotti e servizi sostenibili (come i ticket-restaurant voucher in Francia e Belgio)** |  |  |  |  |  |  |
| **Standardizzazione di prodotto basata sulle linee guida ISO, in particolare sulla prossima serie ISO 59000 sull’economica circolare** |  |  |  |  |  |  |

9. L’utilizzo di **incentivi reputazionali** potrebbe dare slancio alla sostenibilità dei prodotti. Quali dei seguenti incentive reputazonali potrebbero assistere la tua impresa a raggiungere una maggiore sostenibilità di prodotto e penetrazione di mercato?

|  | **Nessun beneficio** | **Benefici limitati** | **Benefici** | **Grandi benefici** | **Benefici notevoli** | **Non applicabile** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eco-labelling (etichettatura eco) basata sull’impatto ambientale di prodotti e servizi** |  |  |  |  |  |  |
| **Energy labelling (etichettatura energia) basata sull’impatto ambientale di prodotti e servizi** |  |  |  |  |  |  |
| **Sustainabilitylabelling****(etichettatura di sostenibilità) basata sull’impatto ambientale, sociale e di circolarità di prodotti e servizi (inclusa la reparabilità e durabilità)** |  |  |  |  |  |  |
| **Schema UE di verifica tecnologica ambientale (ETV), che misuri la performance ambientale delle tecnologie green**  |  |  |  |  |  |  |
| **Schema UE di verifica tecnologica ambientale (ETV), che include la verifica dell’impatto nella circolarità della performancedi prodotti (es. riparabilità)** |  |  |  |  |  |  |
| **EU Eco-management and audit scheme (EMAS)** |  |  |  |  |  |  |
| **EU Eco-management and audit scheme (EMAS), inclusiicriteri per l’integrazione****dell’economia****circolare** |  |  |  |  |  |  |
| **Product environmentalfootprint (PEF) – tracce ambientali di prodotto** |  |  |  |  |  |  |
| **Organisationenvironmentalfootprint (OEF) – tracce ambientali di organizzazione** |  |  |  |  |  |  |
| **Obblighi di informativa non finanziaria orientati alla sostenibilità** |  |  |  |  |  |  |
| **Definizione di criteri e linee guida perle indicazioni ecologiche utilizzate nella commercializzazione e nella pubblicità dei prodotti** |  |  |  |  |  |  |
| **Indice di circolarità incentrato sulla riparabilità e la durata di specifici gruppi di prodotti**  |  |  |  |  |  |  |
| **Strumento di sostegno alle PMI per lo sviluppo e l'adozione di diversi modelli di business circolari** |  |  |  |  |  |  |
| **“Green Deals” (accordi green) che combinino sostegno all’abbattimento delle barriere normative, fondi per ricerca e sviluppo** |  |  |  |  |  |  |

10. Una delle misure considerate dall’Iniziativa è lo sviluppo di un **‘passaporto di prodotto’ digitale**, che fornirebbe i produttori e gli altri attori della catena della fornitura, consumatori e autorità di controllo del mercato, di informazioni rilevanti per assicurare la gestione sostenibile di prodotto (mantenimento, riparabilità, ristrutturazione, ricondizionamento, etc.). Quale pensate sia l’impatto ambientale, sociale ed economico nel tuo settore di riferimento derivante dall’introduzione di un passaporto digitale?

|  | **Molto basso** | **Basso** | **Neutro** | **Alto** | **Molto alto** | **Non so /nessuna opinione** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **(Ambientale) Eliminazione graduale dell'utilizzo di materiali dannosi per l'ambiente nei prodotti sul mercato UE** |  |  |  |  |  |  |
| **(Ambientale) Contributo all’aumento del numero di prodotti con basso impatto ambientale** |  |  |  |  |  |  |
| **(Ambientale) Contribuire alla mitigazione della perdita di biodiversità** |  |  |  |  |  |  |
| **(Ambientale) Contribuire ad abbassare i livelli di inquinamento atmosferico, terrestre e idrico** |  |  |  |  |  |  |
| **(Sociale) Contribuire alla responsabilizzazione dei consumatori grazie alla maggiore disponibilità di informazioni sui prodotti** |  |  |  |  |  |  |
| **(Sociale) Contribuire a migliorare le condizioni dei lavoratori** |  |  |  |  |  |  |
| **(Sociale) Contribuire a ridurre i crimini ambientali a livello globale**  |  |  |  |  |  |  |
| **(Economico) Contribuire a maggiori ricaviper le imprese dell'UE** |  |  |  |  |  |  |
| **(Economico) Contribuire a dissociare la crescita economica dall’impatto ambientale nell’UE** |  |  |  |  |  |  |
| **(Economico) Aumento del carico amministrativo a causa di obblighi di rendicontazione più onerosi** |  |  |  |  |  |  |

11. Uno degli obiettivi dell’iniziativa è di bandire la **distruzione di beni durevoli invenduti**. Come si comporta la vostra azienda in merito? Dal comportamento più improbabile al più adottato (1-5)

|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Non lo so / Nessuna opinione** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sconto sistematico fino a che non siano venduti ad un cliente**  |  |  |  |  |  |  |
| **Vendita a outlet o negozi di rivendita per un prezzo inferiore**  |  |  |  |  |  |  |
| **Donazione a enti di beneficenza o ad altri tipi di organizzazioni**  |  |  |  |  |  |  |
| **Restituzione al fornitore (o al produttore)** |  |  |  |  |  |  |
| **Recupero di materiali da prodotti invenduti (o invio a servizi professionali di recupero/riciclaggio)** |  |  |  |  |  |  |
| **Invio per essere inceneriti o interrati** |  |  |  |  |  |  |

Grazie per aver partecipato alla consultazione.