



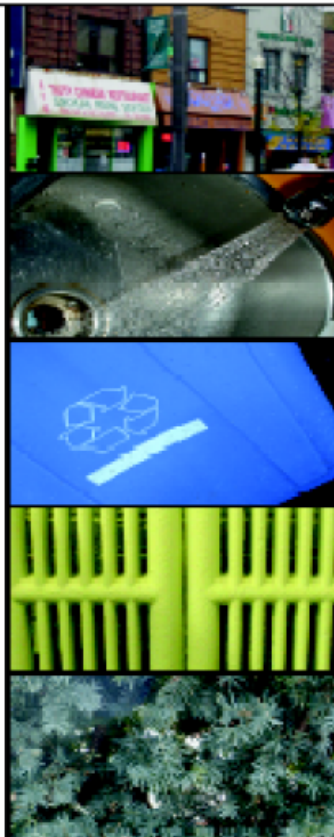
CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



LINEE GUIDA



*PER LA PROGETTAZIONE
REALIZZAZIONE E
GESTIONE DI UN
NEGOZIO VERDE*



Realizzato con il contributo di :



Envision Srl
Via Livorno 60 – 10144 Torino
tel 011-2257601 – fax 011-2258201
change@envision.it
www.envision.it

PREMESSA

I prodotti sono essenziali per la ricchezza della nostra società e per la qualità della vita che conosciamo. Il maggiore consumo di prodotti, tuttavia, è anche la causa diretta o indiretta di gran parte dell'inquinamento e della riduzione delle risorse naturali che caratterizza la nostra società. La sfida è dunque raggiungere uno sviluppo equo per tutti, comprese le future generazioni, conservando al contempo l'integrità dell'ambiente mondiale, come invocato dalla Dichiarazione di Rio del 1992 su Ambiente e Sviluppo.

Un modo per affrontare tale sfida è puntare ad un nuovo paradigma di crescita e ad una qualità della vita più elevata, creando ricchezza e competitività sulla base di prodotti più ecologici. I prodotti del futuro dovranno utilizzare minori risorse, presentare un ridotto impatto e rischi inferiori per l'ambiente ed evitare la produzione di rifiuti fin dalla fase di progettazione.

Raccogliere la sfida e rendere i prodotti più compatibili con l'ambiente è innanzitutto e principalmente compito dell'industria e dei consumatori, che possono acquistare prodotti più ecologici o usarli in maniera compatibile con l'ambiente.

L'acquisto di beni e servizi ha un impatto trasversale su gran parte dei comparti ambientali e copre l'intero ciclo di vita dei prodotti a partire dalla loro produzione (depauperamento delle risorse naturali, inquinamento ecc.) passando per la distribuzione (rifiuti da imballaggi, trasporto), l'utilizzo (consumi energetici ecc.), fino allo smaltimento (rifiuti). I nostri comportamenti non vanno visti solo in negativo, ma anche come un'opportunità per il miglioramento dell'ambiente. Infatti oggi sono disponibili sul mercato prodotti più compatibili ambientalmente e socialmente rispetto alla media di quelli comunemente commercializzati.

L'attuale limite ad una efficace implementazione della politica integrata di prodotto è la insufficiente consapevolezza sulla disponibilità di tali prodotti e sui benefici derivanti da un loro più largo utilizzo, senza cui diventa difficile orientare i mercati e le produzioni verso una maggiore sostenibilità.

Va comunque segnalato come nel corso degli ultimi anni l'offerta di "prodotti sostenibili" sia decisamente cresciuta, in tutte le seguenti categorie:

- prodotti ecologici
- prodotti biologici
- prodotti energeticamente efficienti
- prodotti certificati dal punto di vista della gestione forestale
- prodotti del commercio equo e solidale.

Quello che rimane ancora carente e su cui è necessario lavorare è l'educazione al consumo sostenibile.

D'altronde gli aspetti legati ai consumi non alimentari sono senza dubbio quelli più impattanti, oltre che più complessi da affrontare, perché hanno ricadute sociali ed economiche oltre che ambientali e sono conseguenza dei valori e dei modelli a fondamento delle nostre società (di tutte, dal momento che obiettivo dei Paesi in via di sviluppo è di emulare i comportamenti dei Paesi ricchi, in maniera ancora più rapida e selvaggia, se possibile).

Nel contesto delineato un ruolo di primo piano è giocato dai commercianti, che si trovano da un lato a rispondere ai bisogni dei consumatori e dall'altro a mettere in vendita quanto prodotto dalle imprese; un ruolo duplice, che richiede al singolo esercente di gestire la propria attività in modo eco-compatibile, di poter – e dover – influire sulla "supply chain" rispetto alla filiera produttiva di riferimento e, infine, di dover comprendere le esigenze dei consumatori, cercando, ove possibile, di influenzare le scelte di acquisto degli stessi.

Le linee guida contenute in questo lavoro offrono un quadro generale sulla materia e fornire alcuni suggerimenti pratici e spunti di riflessione al mondo del commercio e ai singoli esercenti, nel difficile

percorso che va dalla progettazione e realizzazione di un negozio eco-compatibile alla sua gestione quotidiana.

Per tale motivo, dopo un inquadramento generale relativo ai temi dello sviluppo sostenibile e del consumo sostenibile, si passa ad analizzare sinteticamente il ruolo che può giocare il settore del commercio in questi macro-ambiti.

Speriamo possano essere utili agli esercenti commerciali, interessati a caratterizzarsi in senso ambientale, le indicazioni relative alla progettazione e alla scelta delle soluzioni di bioedilizia disponibili sul mercato, grazie alle quali è possibile realizzare una struttura ecocompatibile, indispensabile alla strategia generale di presentarsi ai clienti come “negozio verde”.

Contestualmente è obiettivo di questo lavoro presentare un quadro di insieme degli strumenti disponibili per la gestione ambientale di qualsivoglia attività economica – anche di un negozio -, nonostante che molti di essi non siano facilmente adottabili se non a fronte di un grosso impegno economico e in termini di tempo.

In riferimento alla gestione di una attività commerciale, esistono alcune fasi o elementi che hanno impatti ambientali superiori ad altri; si è deciso pertanto di approfondire i seguenti argomenti:

- il packaging, con la presentazione di una serie di soluzioni disponibili sul mercato;
- il sistema degli approvvigionamenti, atto ad acquisire tutto quanto è necessario al funzionamento di una attività commerciale e rispetto al quale il singolo esercente è “cliente” di altre realtà economiche, che si trovano a monte nella specifica “supply chain.”;
- l’offerta di prodotti e servizi, venduti nell’esercizio commerciale, che sicuramente rappresentano l’elemento più visibile ed impattante, nel contesto della decisione di caratterizzarsi in senso eco-compatibile.

IL RUOLO DEL COMMERCIO NELLE DINAMICHE DELLA PRODUZIONE E CONSUMO SOSTENIBILE

Il settore del commercio nel suo complesso e i diversi gli esercizi commerciali devono riconoscere che la loro attività non può avvenire al di fuori del contesto generale, dal momento che i negozi sono una delle componenti della comunità sia a livello globale che a livello locale, realtà in continua evoluzione e dalla forte complessità.

La prosperità futura degli attori commerciali dipenderà anche dalla vision che il settore sarà in grado di elaborare, vision che necessariamente dovrà prendere in considerazione una serie di aspetti, tra cui il rapporto con gli occupati, le relazioni con le comunità in cui gli esercizi sono inseriti, il miglioramento delle performance ambientali e un uso prudente delle risorse naturali.

Se la vision sviluppata e la strategia e le azioni intraprese avranno successo, questo successo non sarà limitato agli esercenti e alle loro attività commerciali, ma ne trarrà beneficio la società intera.

I principi dello sviluppo sostenibile sono necessariamente elementi da tenere in considerazione nel momento in cui si intendono rivisitare visione e missione degli esercenti commerciali, che non possono non tenere presenti alcuni obiettivi:

- a) il mantenimento di un elevato e stabile livello di crescita economica e di impiego
- b) il progresso sociale, in grado di rispondere ai bisogni di ogni cittadino
- c) una efficace protezione dell’ambiente
- d) un uso prudente delle risorse naturali.

Una reale implementazione dei principi dello sviluppo sostenibile implicano un forte impegno di tutti gli attori coinvolti nella produzione e del consumo sostenibile, con una reale riconsiderazione dei modelli di consumo e dei prodotti e servizi offerti dal mercato.

Una ulteriore caratterizzazione del settore in oggetto è la presenza di realtà molto diverse tra di loro che compongono il quadro degli esercizi commerciali; sintetizzando, possiamo vedere una profonda diversità tra i grandi esercenti (centri commerciali, ipermercati, catene di negozi), con enormi risorse e infrastrutture a disposizione, e i piccoli esercenti, che presi singolarmente hanno poche risorse e poco potere.

Entrambe le categorie, comunque, sono parte della supply chain e hanno un proprio ruolo da giocare insieme ai produttori, ai distributori, alle istituzioni, ai consumatori e ai media per controllare le attività che svolgono quotidianamente e per facilitare il cambiamento, sia incoraggiando i fornitori a rivedere le proprie pratiche che educando i consumatori a adottare pratiche di consumo innovative.

In relazione a quanto sin qui enunciato in maniera sintetica, occorre rilevare che, in alcuni Paesi sia europei che non, il settore del commercio è stato fortemente coinvolto dalle Istituzioni nella elaborazione di politiche di sostenibilità e le organizzazioni di rappresentanza hanno lavorato dalla stesura e diffusione di linee guida per rendere maggiormente sostenibile un settore che, tra l'altro, è uno di quelli maggiormente dinamico e nel quale negli ultimi anni sono avvenuti cambiamenti radicali sia nelle modalità di vendita, che nei modelli di gestione che dei prodotti e servizi offerti.

La grande distribuzione

La grande distribuzione è un gruppo di stakeholder cui rivolgersi per condividere azioni che sappiano unire utilità pubblica – e in particolare, per quanto attiene alla presente ricerca, la riduzione dell'impatto ambientale complessivo – e convenienza privata.

Dal momento che la grande distribuzione costituisce sempre più l'anello di congiunzione tra Domanda e Offerta con una crescente visibilità agli occhi del cittadino, risulta strategico implementare politiche e azioni per il consumo sostenibile espressamente pensate per gli operatori del settore, in grado di realizzare comportamenti ambientalmente corretti da parte dei soggetti i quali a loro volta possono darne opportuna comunicazione ai propri utenti.

La grande distribuzione, oltretutto, ha un alto potere di persuasione sui propri clienti, potere che dovrebbe essere opportunamente impiegato per promuovere la consapevolezza ambientale del consumatore, anche con un ritorno di immagine per l'impresa.

Il ruolo della grande distribuzione risulta strategico alla luce del complesso sistema di relazioni e interessi ad essa sotteso, schematizzabile nel seguente elenco di soggetti coinvolti:

- fornitori diretti (per i prodotti a marchio proprio)
- fornitori indiretti (imprese che affluiscono nei centri commerciali per la distribuzione dei propri prodotti)
- dipendenti e fornitori di servizi
- consumatori
- pubbliche amministrazioni locali.

I piccoli esercenti

I piccoli esercenti sono altrettanto importanti nell'implementazione delle politiche di sostenibilità e nello sviluppo del consumo sostenibile. La distribuzione commerciale locale può ritagliarsi uno spazio di mercato, al riparo della presenza sempre più invasiva della grande distribuzione, puntando sulla fidelizzazione dei propri clienti sulla base della offerta di prodotti qualificati e dimostrando i vantaggi che derivano da:

- un rapporto di fiducia con il negoziante in una ottica di tutela della propria salute;
- un punto vendita presente nel tessuto territoriale e sociale proprio del cliente (aspetti di sostenibilità sociale e di sicurezza)
- un punto vendita di piccole dimensioni, con minori impatti sull'ambiente, che tendono a crescere con l'aumentare delle dimensioni e l'allontanarsi dal punto vendita).

La qualità ambientale della struttura e dei processi, ma soprattutto dei prodotti e servizi offerti, sono gli elementi sui quali una campagna di fidelizzazione delle associazioni dei commercianti possono trovare alleati non solo nelle associazioni ambientaliste e dei consumatori, ma anche nelle istituzioni preoccupate di preservare il tessuto commerciale e sociale delle città e di limitare gli impatti ambientali di un consumo irresponsabile e di una cattiva gestione della problematica rifiuti.

La sostenibilità del costruito

Nel discorso sulla sostenibilità ambientale un ruolo fondamentale investe il settore civile (abitativo, commerciale dei servizi): a livello mondiale più di un terzo delle emissioni di gas serra responsabili dell'innalzamento della temperatura terrestre sono, infatti, imputabili al settore delle costruzioni.

Progettare un "edificio sostenibile" significa creare un sistema interattivo tra edificio ed ambiente non soltanto valutando la sua collocazione e l'orientamento ma progettando anche tutti gli elementi che lo

caratterizzano in relazione al percorso solare, dimensionando, ad esempio, le chiusure esterne trasparenti, la loro geometria, le schermature, ecc.

Per valutare l'impatto ambientale che può determinare la realizzazione di un manufatto architettonico è necessario esaminare come ogni fase del processo edilizio incida sull'ambiente e come, per ognuna di esse, ottimizzare le risorse.

Si potrebbe affermare che occorre applicare ai progetti dei criteri di bilancio ragionando in termini di costi e guadagni ambientali globali, dove per guadagno si intende la minimizzazione dell'impatto, essendo impossibile prevedere un reale costo zero degli interventi. Concepire nuovi spazi, interni ed esterni, che "pesino" il meno possibile sul contesto in cui vanno ad inserirsi, sia esso l'ambiente naturale o un ambiente costruito consolidato, può ridurre al minimo il costo in termini di impoverimento di beni ambientali o di perdita di identità di un luogo.

Edilizia e risparmio energetico

La realizzazione, la conduzione o la trasformazione delle opere architettoniche e più in generale delle opere d'ingegneria civile sono in strettissimo rapporto con l'energia ed in particolare con l'uso dell'energia ed il consumo delle fonti energetiche. Per costruire e per utilizzare un edificio occorre molta energia: gli edifici realizzati negli ultimi decenni sono ambientalmente assai "pesanti" e contengono una incredibile inefficienza energetica.

Eppure oggi possiamo, con tecniche già sperimentate, costruire o ancor meglio recuperare edifici in grado di garantire un basso consumo energetico e soprattutto con una più elevata qualità dell'abitare. I principi base della bioedilizia si applicano nelle varie fasi di costruzione e gestione degli immobili. La scelta dei materiali isolanti e da costruzione appare di fondamentale importanza, in quanto influisce sull'ambiente e sulla salute degli abitanti.

Fondamentale è l'atteggiamento dell'occupante nei confronti del risparmio energetico; questo non deve essere, infatti, considerato come un consumatore "passivo" dell'energia, ma dovrebbe essere debitamente informato sulle motivazioni degli interventi di risparmio energetico, in modo tale da diventare elemento attivo nel processo di gestione energetica del sistema edificio-impianti.

IL NEGOZIO ECO-EFFICIENTE.

I MATERIALI DA COSTRUZIONE ECOLOGICI PER LA COSTRUZIONE E LA RISTRUTTURAZIONE

I materiali da costruzione devono essere in grado di assicurare un adeguato comfort ambientale, un buon livello prestazionale e un'assoluta salubrità per gli ambienti interni. Inoltre i materiali dovranno essere di facile reperibilità locale in modo che il loro trasporto dal luogo di origine a quello del loro utilizzo non sia causa di inutili immissioni di CO₂ in atmosfera, sia durevole nel tempo, facilmente smaltibile riutilizzabile o riciclabile alla fine del suo ciclo di vita.

I requisiti essenziali dei prodotti da costruzione sono i seguenti:

- risparmio energetico e ritenzione di calore;
- igiene, salute, ambiente:
 - pulizia e manutenzione;
 - assenza di sostanze pericolose nella composizione, che possono comportare il rilascio di natura chimica (gas, composti organici volatili VOC, composti aromatici) o di natura microbiologica (putrescibilità, formazione di muffe, funghi, virus, batteri), ed il rilascio di polveri, fibre o particelle radioattive;
 - bassa remissività ed inquinamento ambientale nelle diverse fasi del ciclo di vita del prodotto;
 - uso di materie prime abbondantemente disponibili;
 - riciclabilità e smaltibilità delle materie prime impiegate limitando i rischi ambientali,
- sicurezza per i lavoratori nella fase di produzione e per i utenti nella fase di esercizio;
- sicurezza in caso di incendio;
- resistenza meccanica;

- protezione contro il rumore.

Apporre il marchio Ce significa che i prodotti sono conformi:

- alle norme armonizzate costituite da appendici alle norme volontarie, che indicano quali contenuti sono vincolanti per le caratteristiche, al criterio di valutazione della conformità e per i criteri di etichettatura; oppure
- al benessere tecnici europei: i benessere tecnici europei devono dare una valutazione tecnica positiva dell'idoneità di quel prodotto, che non è assoggettato, per l'impiego previsto, ad una norma CEN o nazionale; ciò avviene attraverso prove ed esami di valutazione da parte di un organismo riconosciuto.

Nel presente rapporto vengono presentati i più comuni materiali da costruzione ecologici suddivisi in materiali per la realizzazione di murature, materiali termoisolanti, materiali impermeabilizzanti.

GLI ELEMENTI

Muri perimetrali - Muri divisorii - Vetri serramenti e schermature

I muri perimetrali di un ambiente possono svolgere la funzione di elementi portanti o di tamponamento, in entrambi i casi però hanno la funzione di proteggere gli ambienti sia acusticamente sia termicamente.

I muri perimetrali esterni devono pertanto rispondere adeguatamente a determinate esigenze che influenzano fortemente il benessere abitativo degli ambienti interni: proprietà termoisolanti e fonoisolanti, umidità, resistenza alle variazioni di temperatura e la capacità di assorbire il vapore acqueo, presente nell'aria dovuta alla presenza di persone in un locale o all'umidità prodotta in ambienti in cui si cucina, si riscontra in alcuni materiali da costruzione quali il legno ed il laterizio (materiale igroscopici in grado di assorbire l'umidità dell'aria).

Fondamentale risulta inoltre l'inerzia termica che caratterizza un materiale ovvero la sua capacità di assorbire calore e di mantenerlo il più a lungo possibile.

Una parete ad elevata inerzia termica influenza fortemente la temperatura negli ambienti in cui si lavora, e quindi il comfort, rendendoli freschi d'estate e caldi d'inverno.

GLI IMPIANTI

Impianto idraulico - Impianto di riscaldamento e raffrescamento - Impianto elettrico

Nel progetto dello spazio dedicato al terziario commerciale, l'impianto elettrico ha una particolare importanza non solo per garantire, seguendo determinate scelte, la salubrità dell'ambiente interno ma anche per mettere in risalto le varie funzionalità dello spazio, anche in questo caso però tenendo in considerazione il consumo energetico degli elementi illuminanti scelti.

CARATTERIZZAZIONE INTERNA DEL NEGOZIO

Scelta di arredamenti eco-compatibili

Anche nella fase di progetto e di realizzazione dell'attrezzatura interna e degli arredi di un'attività adibita al commercio è importante optare per l'utilizzo di attrezzature definibili ecologiche, che seguono cioè i criteri della sostenibilità ambientale; in sede di progettazione e produzione è pertanto necessario escludere l'impiego di sostanze pericolose per la salute e l'ambiente.

Risulta essenziale valutare:

- *la riduzione di sostanze pericolose* per la salute e per l'ambiente sia in sede di progettazione sia di produzione
- *la durata* del prodotto
- *la riduzione della quantità di materiale impiegato;*
- *la disassemblabilità e riciclabilità;*
- *la dismissione o fine vita del prodotto;*

Risulta inoltre essenziale:

- *incorporare materiali riciclabili/riciclati nel prodotto:*
- *ridurre la quantità e le tipologie di materiali utilizzati*
- *pensare all'utilizzo del prodotto da parte dell'acquirente:*

Scelta di apparecchiature eco-efficienti

Da molti anni si parla di riduzione dei consumi di energia, ma è da poco che le autorità mondiali si sono impegnate con programmi precisi e specifici finalizzati alla riduzione dei consumi energetici. Le etichette energetiche sono una delle macrocategorie di azioni sviluppate a tal fine e mirano a migliorare il funzionamento del mercato visualizzando, al momento dell'acquisto, le informazioni esatte sul consumo energetico dei prodotti. I label energetici per gli elettrodomestici e le apparecchiature elettriche ed elettroniche sono stati introdotti nella maggior parte dei paesi dell'OCSE e sono presenti in numero sempre crescente negli altri Paesi. È certificata un'ampia varietà di prodotti, con liste differenti da paese a paese.

I label energetici non si limitano ai prodotti elettrici, ma alcuni Paesi comprendono nei loro programmi apparecchiature funzionanti anche a petrolio e a gas.

I marchi ecologici e le etichette ambientali sono tra gli strumenti più semplici ed efficaci per identificare le caratteristiche ambientali di un prodotto. Attraverso la semplice apposizione di un logo, l'utente può immediatamente conoscere i requisiti ecologici a cui quel prodotto risponde.

La preferibilità ambientale di un prodotto rispetto ad un altro è testimoniata dal rispetto dei criteri stabiliti per ottenere uno di questi certificati.

L'ECOLABEL EUROPEO

L'Ecolabel (Regolamento CE n. 1980/2000) è il marchio europeo di qualità ecologica che premia i prodotti e i servizi migliori dal punto di vista ambientale, che possono così diversificarsi dai concorrenti presenti sul mercato, mantenendo comunque elevati standard prestazionali. Infatti, l'etichetta attesta che il prodotto o il servizio ha un ridotto impatto ambientale nel suo intero ciclo di vita.

Le caratteristiche principali dell'Ecolabel Europeo si possono quindi sintetizzare dicendo che è uno strumento *volontario, selettivo e con diffusione a livello Europeo.*

In Europa sono state concesse finora oltre 220 licenze soprattutto nei gruppi di prodotto come vernici, tessuti, carta, ammendanti, detersivi, calzature. In Italia sono state assegnate ad oggi 54 licenze relative a 12 gruppi di prodotti, per un totale di oltre 1000 articoli (dato al dicembre 2004).

PRODOTTI PER LA CLIENTELA "COMMERCIALE"

Va sottolineato come nessuno dei marchi che attesta la efficienza energetica delle apparecchiature e che abbiamo analizzato in quanto disponibili per il mercato italiano ed europeo fa esplicitamente riferimento a categorie di prodotti realizzati per gli utilizzatori professionali. Questo limita sicuramente l'applicabilità dei label energetici agli esercenti commerciali, allorquando costoro necessitano di scegliere specifiche apparecchiature, nel momento di allestire il proprio punto vendita.

Il label ecologico più importante e più diffuso che analizza e marchio espressamente apparecchiature pensate per un uso professionale è il marchio Energy Star nella sua versione originale, ovvero sviluppato per il mercato statunitense.

Tra le categorie di prodotti monitorate dal marchio troviamo infatti espressamente citate le seguenti categorie di prodotti:

- Lavatrici professionali
- Frigoriferi e Congelatori ad ante professionali
- Friggitrici professionali
- Forni a convezione/vapore
- Abbattitori rapidi
- Distributori di bibite fredde
- Impianti per il riscaldamento e il raffrescamento

- Pompe di calore geotermiche
- Trasformatori per l'industria e il commercio
- Segnaletica interna con indicazione dell'uscita

LA GESTIONE AMBIENTALE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

Come tutte le imprese, di ogni dimensione e caratteristica, anche gli esercizi commerciali devono affrontare le problematiche connesse agli impatti ambientali derivanti dalla gestione della propria attività imprenditoriale. A differenza delle imprese di grandi dimensioni, dotate di risorse economiche e umane tali da consentire loro di affrontare in modo compiuto e adeguato le sfide proprie della gestione sostenibile delle diverse task necessarie ai diversi business, la maggior parte degli esercizi commerciali non dispongono delle risorse e delle competenze per poter utilizzare i normali strumenti di gestione ambientale, che sono oggettivamente complicati e costosi e soprattutto rischiano di burocratizzare strutture spesso semplici, snelle e basate sulla comunicazione orale piuttosto che su quella scritta e standardizzata.

Quanto verrà qui sotto presentato, ovvero gli strumenti attualmente sviluppati per la gestione ambientale, sviluppati per ogni tipo di organizzazione, andranno ritirati sulla base delle esigenze dello specifico punto vendita, nella maggior parte dei casi sviluppando sistemi semplificati e specifici, che tengano in considerazione dimensioni e peculiarità del negozio, oltre al fatto che un negozio ha in sé una serie di implicazioni decisamente più limitate – o comunque diverse – rispetto a quelle che caratterizzano un impianto produttivo di medio-grandi dimensioni.

Nondimeno è necessario conoscere le basi di ogni strumento di gestione ambientale per poter poi passare allo step successivo, ovvero all'adeguamento di tali strumenti alle specifiche situazioni oggetto del nostro lavoro.

E prima ancora bisogna chiarirsi sul concetto di gestione ambientale, che viene poi affrontato in maniera esaustiva e differenziata dai diversi strumenti di politica ambientale codificati.

Per gestione ambientale si intende la gestione delle attività di una azienda o di un qualsivoglia altro soggetto produttore di beni e servizi, che possono avere un impatto sull'ambiente.

- La fabbricazione di prodotti comporta estrazione di materie prime dall'ambiente e il loro trattamento per la produzione di articoli per la vendita. Il processo di produzione genera rifiuti (solidi, liquidi e gassosi) che si immettono nell'ambiente.
- Le attività collegate al processo di fabbricazione, ad esempio la manutenzione degli impianti e delle infrastrutture, l'imballaggio e il trasporto merci, hanno anch'esse un forte impatto sull'ambiente.
- I prodotti saranno in seguito smaltiti e si immetteranno nell'ambiente sotto forma di rifiuto.
- Anche per la fornitura di servizi l'impatto ambientale è considerevole. Le società di servizi utilizzano prodotti ed energia per lo svolgimento delle loro attività, che generano rifiuti immessi nell'ambiente.

I vantaggi della gestione ambientale

I vantaggi derivanti all'azienda dall'adozione di una gestione ambientale comprendono:

- I. Economia di costi;
- II. Garanzia di conformità legislativa;
- III. Anticipazione della legislazione futura;
- IV. Riduzione del rischio ambientale;
- V. Rispetto delle prescrizioni della catena di produzione;
- VI. Migliori rapporti con i regolamentatori;
- VII. Migliore immagine pubblica e rapporto con la comunità;
- VIII. Maggiori opportunità di mercato;
- IX. Partecipazione dei dipendenti.

La maggior parte, se non la totalità, delle persone desidera proteggere l'ambiente. Tuttavia si teme che proteggere l'ambiente migliorando la prestazione ambientale sia oneroso. Al contrario molte imprese hanno scoperto che anziché incrementare i costi, il miglioramento della prestazione ambientale, in realtà, li riduce.

Molte società hanno riscontrato che una migliore prestazione ambientale consente di ottenere un risparmio economico, a volte particolarmente consistente.

L'azienda per ottenere un'economia di costi deve intervenire in settori quali:

- (i) efficienza del processo;
- (ii) progettazione del prodotto;
- (iii) smaltimento rifiuti;
- (iv) approvvigionamento delle materie prime;
- (v) infrastruttura;
- (vi) imballaggio e trasporto.

IL PACKAGING: POLITICHE E SOLUZIONI PER IMBALLAGGI ECOCOMPATIBILI

Se è vero che la riduzione del volume dei rifiuti è una condizione necessaria per la crescita sostenibile, come espressamente indicato nel Trattato dell'Unione Europea, la corretta gestione degli imballaggi e dei rifiuti da imballaggio, soprattutto in una ottica di prevenzione e di riduzione dell'impatto sull'ambiente, è un tassello essenziale per assicurare un elevato livello di protezione dell'ambiente stesso.

La crescita esponenziale del consumo degli imballaggi pone gravi problemi:

- l'eccessivo consumo di materie prime;
- la necessità di un sempre maggior numero di impianti di smaltimento
- le difficoltà derivanti dalla ricerca di siti disponibili per le discariche e dalla accettabilità sociale degli inceneritori.

Gli attori principali sono i produttori (fornitori di materiale di imballaggio, fabbricanti, trasformatori e importatori di imballaggi vuoti e di materiali di imballaggio), gli utilizzatori (commercianti, distributori, addetti al riempimento, utenti di imballaggio, importatori di imballaggi pieni), i consumatori (utenti finali) e le pubbliche amministrazioni che gestiscono il servizio pubblico di raccolta dei rifiuti.

Il ruolo di produttori e utilizzatori si riassume nella responsabilità della corretta gestione degli imballaggi e dei rifiuti di imballaggio generati dai loro prodotti e nel conseguimento degli obiettivi di recupero e riciclaggio.

La stessa normativa, pur ponendo forte enfasi sul concetto di prevenzione, fissa obiettivi quantitativi solo relativamente al recupero e al riciclaggio.

Ai fini del raggiungimento degli obiettivi globali di recupero e riciclaggio e per garantire il necessario raccordo con le pubbliche amministrazioni responsabili della raccolta differenziata, i produttori e gli utilizzatori, ai sensi dell'articolo 41 del D.Lgs. n. 22/1997, costituiscono il Consorzio Nazionale Imballaggi (CONAI).

I produttori, nel caso in cui non organizzino autonomamente la raccolta, il riutilizzo, il riciclaggio e il recupero dei rifiuti, devono aderire ai singoli Consorzi di filiera istituiti per ciascun materiale di imballaggio (COMIECO per gli imballaggi cellulosici, RILEGNO per gli imballaggi legnosi, COREPLA per le materie plastiche. Consorzio Nazionale Acciaio per i prodotti in acciaio e banda stagnata COREVE per gli imballaggi in vetro e CIAL per gli imballaggi in alluminio).

Il CONAI addebita a produttori e utilizzatori gli oneri di raccolta differenziata, recupero e riciclaggio dei rifiuti di imballaggio conferiti al servizio pubblico tramite l'applicazione del cosiddetto "contributo ambientale" al momento della "prima cessione" dell'imballaggio dal produttore all'utilizzatore. Il contributo, funzione del tipo e del peso del materiale, oltre a costituire la base del sistema di finanziamento rappresenta anche la spinta più forte alle dinamiche di prevenzione richieste dalla normativa.

IL FRONT OFFICE DEL NEGOZIO VERDE

I prodotti venduti

Lo sviluppo economico nell'ultimo secolo è stato accompagnato da un maggiore consumo di beni, che ha aiutato a migliorare la qualità della vita. Questo trend ha portato a un maggior consumo di materiali e risorse utilizzati nella produzione, a nuovi impatti derivanti dalla produzione e distribuzione e a maggiori impatti derivanti dall'utilizzo e dallo smaltimento dei beni.

Una delle sfide cui si trova di fronte il settore del commercio al dettaglio è di comprendere tali impatti, di incoraggiare le misure atte a minimizzarli ed assicurare che, ove possibile, la crescita avvenga in maniera sostenibile. Numerose iniziative sono state assunte nel settore per ridurre gli impatti ambientali lungo tutta la catena degli approvvigionamenti, dal produttore al cliente, e nei capitoli precedenti del lavoro abbiamo presentato quanto attualmente a disposizione dell'esercente per realizzare e gestire un "negoziante verde".

L'elemento sicuramente più percepibile dal cliente non è però né il modo in cui il punto vendita è stato realizzato, né tanto meno gli strumenti di gestione ambientale scelti dal negoziante per assicurarsi una gestione eco-compatibile dell'attività commerciale e neppure il sistema di approvvigionamenti verdi adottato; piuttosto ciò che il cliente può percepire è quanto di tali iniziative viene reso fruibile e leggibile, attraverso strumenti di comunicazione in grado di semplificare la materia.

Ma ancor più ciò che al cliente appare interessante è l'offerta di merci eco-compatibili, rese disponibili dal negoziante presso il proprio punto vendita, che soprattutto in questo modo si caratterizza come luogo in cui la qualità della vita e il rispetto dell'ambiente vengono ritenuti valori prioritari.

Quindi, oltre alle misure già elencate in precedenza legate ai maggiori impatti sull'ambiente provocati dalle diverse attività di realizzazione e gestione di un negozio, occorre focalizzarsi sulle misure messe in essere dal "negoziante verde" in relazione alle merci:

- vendita di prodotti con marchi ecologici
- vendita di prodotti organici / biologici, soprattutto nel settore agro-alimentare, ma anche in altri (es. settore tessile)
- vendita di prodotti realizzati con materiali riciclati, con risorse rinnovabili o materiali ecocompatibili
- vendita di prodotti realizzati con sostanze non tossiche o pericolose
- vendita di prodotti del circuito del commercio equo e solidale
- vendita di prodotti di provenienza locale
- vendita di prodotti con rating di efficienza energetica

Inoltre il negozio verde dovrebbe caratterizzarsi, sempre riguardo al prodotto, per misure sostenibili di assortimento dei prodotti:

- vuoto a rendere
- refilling
- vendita di prodotti sfusi, per le merci per le quali tale pratica è consentita.

Ulteriori elementi che andrebbero presi in considerazione, ma più difficili da valutare, sono quelli relativi a:

- politiche ambientali e di sostenibilità adottate dalle imprese produttrici;
- politiche adottate dalle imprese produttrici per la gestione del fine vita del prodotto;
- politiche di estensione della garanzia per la riparazione e l'assistenza dei prodotti, il che implica maggior longevità e minore turn-over.

Sono allegati al rapporto di ricerca *il DATABASE AZIENDE FORNITRICI DI SOLUZIONI BIOEDILI e una-RASSEGNA STAMPA SINTETICA DI SOLUZIONI BIOEDILI*