

I DISTRETTI DELLA CERAMICA VERSO LA GREEN ECONOMY

COME SI POSIZIONA UNO DEI PRINCIPALI DISTRETTI DELLA REGIONE RISPETTO A CRITERI DI GREEN ECONOMY, TEMA CHIAVE DEL PROSSIMO SUMMIT INTERNAZIONALE ONU "RIO+20 2012"? I RISULTATI DI UN'INDAGINE NEL DISTRETTO CERAMICO MODENESE. IL SETTORE È ATTIVO DA TEMPO NELLA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI LUNGO L'INTERO CICLO DI VITA DEL PRODOTTO.

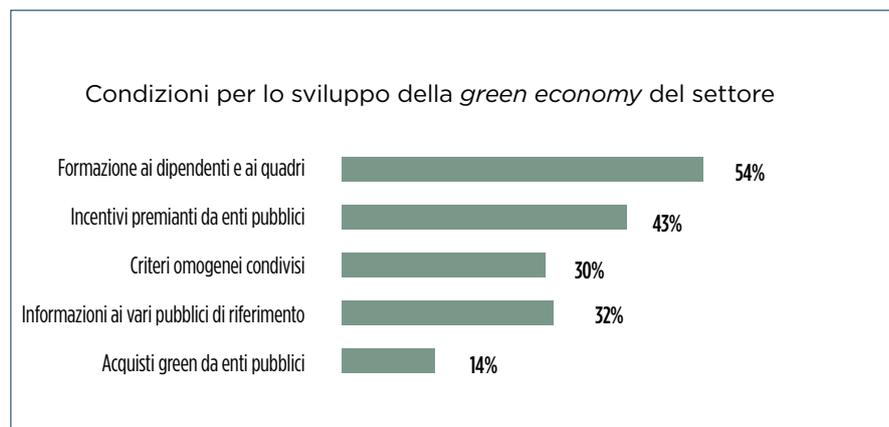
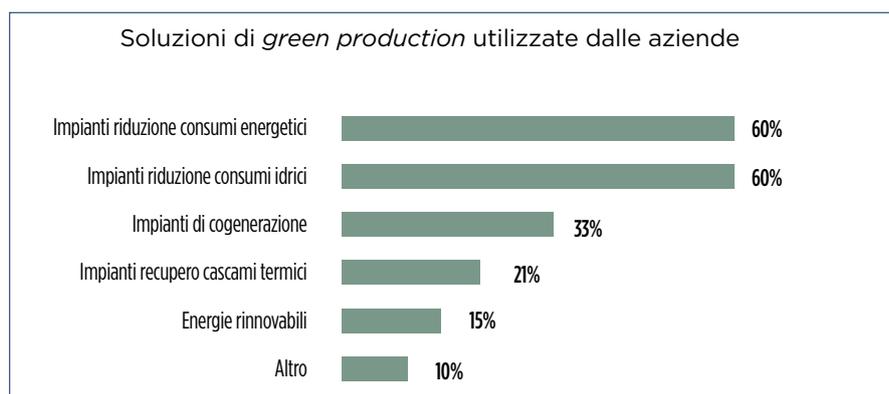
Qualche risposta è emersa da una prima indagine nel distretto ceramico, realizzata da Focus Lab, con il sostegno del Comune di Fiorano Modenese, Confindustria Ceramica e Cerform, e presentata lo scorso ottobre nell'ambito della prima edizione del Festival Green Economy di distretto. L'indagine ha coinvolto un campione di 40 imprese del settore, il 55% grandi, 25% medie e 20% piccole; i settori produttivi di provenienza sono stati per il 63% la produzione di materiali ceramici, per il 25% la produzione di impianti per ceramica e il restante 13% dal settore dei colori, adesivi e smalti. L'indagine è stata suddivisa in 8 aree:

- *green production* (tecnologie)
- *green product* (prodotti)
- *green business* (commercio)
- *green management* (gestione)
- investimenti
- benefici
- motivazioni
- prospettive e condizioni.

Processi e prodotti Green

A livello di *processi produttivi*, un numero molto elevato di imprese del settore (85%) ha messo in atto misure che riducono gli impatti ambientali della fase produttiva. In particolare il 60% delle aziende dichiara di utilizzare impianti che riducono i consumi energetici e i consumi idrici. Sono inoltre in aumento gli impianti di cogenerazione che coprono il 18% dell'energia totale utilizzata nel processo, i forni a efficienza energetica e gli impianti recupero di cascami energetici. Sono ancora scarsi gli apporti da energie rinnovabili, che forniscono il 3% dell'energia complessiva.

Le certificazioni ambientali di processo (EMAS e ISO14001) vedono nuove aziende adottarli, ma il numero è abbastanza stabile rispetto agli anni precedenti, con qualche novità sul fronte gestione della sicurezza (OSHAS 18001)



e sulla rendicontazione dei cambiamenti climatici.

Per quanto riguarda i *prodotti*, circa il 30% delle imprese dichiara di avere almeno una certificazione ambientale di prodotto (Ecolabel, Anab-Icea) e circa il 55% dichiara di produrre alcune linee di prodotti in conformità con criteri dello standard LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), standard internazionale che certifica gli edifici secondo i criteri di edilizia sostenibile (*Green Building*).

Sono in corso valutazioni per ottenere la certificazione EPD, come nuovo strumento di valutazione dei diversi impatti ambientali lungo il ciclo di vita del prodotto ceramico e come fattore di distinzione rispetto ai concorrenti.

Questi sistemi di certificazione che attestano la performance ambientale di alcuni prodotti ceramici hanno avuto un notevole impulso in ragione della loro efficacia come leva competitiva nei confronti dei concorrenti stranieri in mercati ad elevata domanda di prodotti *green* nell'edilizia e architettura sostenibile da parte di progettisti e investitori immobiliari. In particolare sono 29 i marchi commerciali che si fregiano della certificazione Ecolabel e 38 le aziende che possiedono prodotti *LEED Compliant*. Una quota significativa di aziende (17%) utilizza infine imballaggi e pallet certificati secondo gli standard FSC e PEFC, che attestano la provenienza della materia prima legnosa da coltivazioni gestite in modo sostenibile.

I punti di forza e le criticità

I punti di forza *green* della ceramica industriale possono essere di seguito riassunti: il fronte gestionale con il riciclo quasi totale dei reflui, recupero di scarti di altre produzioni, procedure secondo certificazioni ambientali di prodotto e processo con vari standard, numerose azioni di responsabilità sociale, notevoli caratteristiche *green* in fase di consumo della piastrella (come durabilità, riciclabilità, resistenza, non tossicità, igienicità).

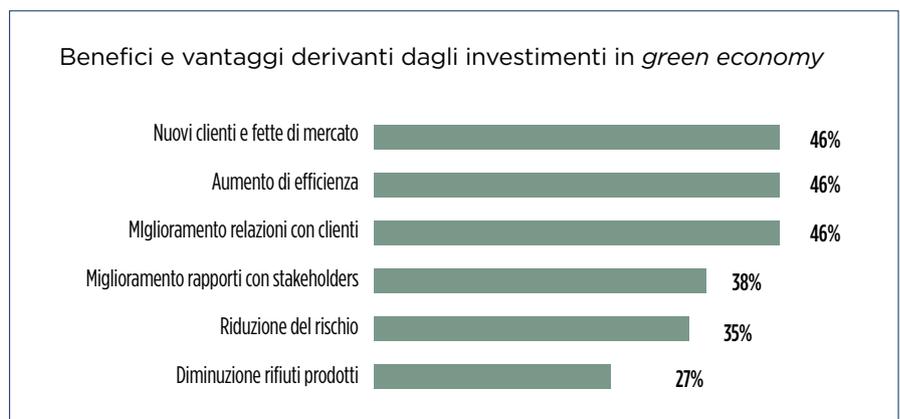
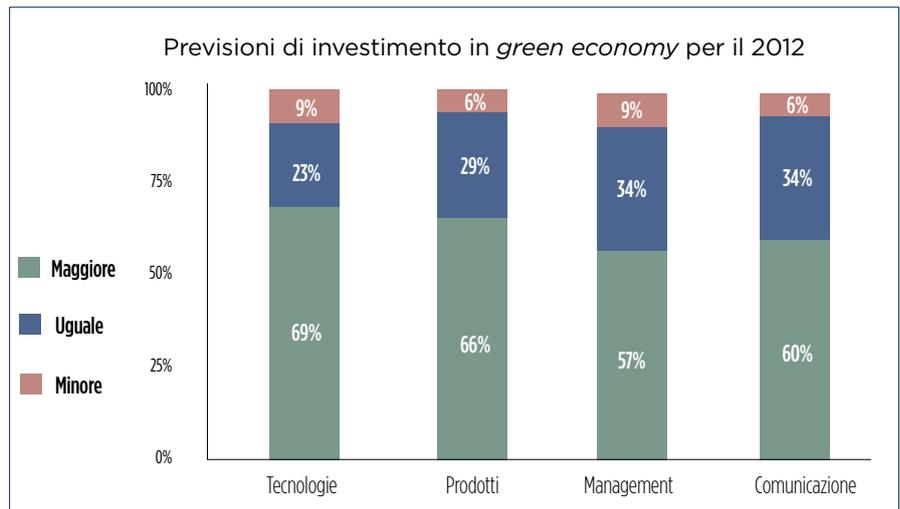
Inoltre, i nuovi rivestimenti ceramici si caratterizzano per essere più sottili (2/3 mm), consentono la riduzione di materie prime (dematerializzazione) e del peso del prodotto finito, con minori volumi di carico e minori emissioni nei trasporti, nonché nuove caratteristiche funzionali (fotovoltaico, funzioni antibatteriche, fotocatalitiche), per nuovi utilizzi di arredi interni, pareti ventilate e arredo urbano con rivestimenti ceramici.

Le aree di debolezza *Green* lungo il ciclo di vita sono altrettanto diverse: in particolare il rapporto tra estrazione delle materie prime e loro rigenerazione, approvvigionamenti a lunghe distanze, e consumi consistenti idrici ed energetici nella fase di produzione: macinazione, consumi idrici e gas CO₂ nelle fasi di atomizzazione, essiccazione e cottura; alcune criticità *green* sono da registrare sul fronte degli imballaggi, sulla gestione della logistica merci e sugli spostamenti casa-lavoro delle persone; è ancora scarso l'utilizzo dei nuovi strumenti gestionali di rendicontazione delle performance *green* e sociali e delle procedure di *green procurement*.

Gli investimenti

Rispetto agli investimenti *green*, complessivamente le aziende del settore investono circa il 13,6% (anno 2010). Gli investimenti maggiori sono stati effettuati in progetti di sviluppo di prodotti con caratteristiche *green* in termini di recupero di scarti industriali pre e post consumo; a seguire, investimenti su nuove tecnologie, mentre molto scarsi quelli per il *green management*.

Si conferma, come in altre ricerche, che le ragioni principali degli investimenti *green* sono quelle di ottenere una distinzione commerciale a livello di processo produttivo e di prodotti commercializzati, una scelta legata alla cultura imprenditoriale e alla necessità di



svolgere una prevenzione rischi e costi. I benefici indicati finora sono infatti diversi in ordine di rilevanza:

- la possibilità di allargare il mercato di riferimento a nicchie di consumatori *green*
- l'aumento di efficienza nell'uso di risorse in entrata
- il miglioramento nelle relazioni con i clienti e i progettisti.

Prospettive e condizioni per un approccio Green

Rispetto alle prospettive, le imprese prevedono infine investimenti maggiori principalmente nel miglioramento *green* delle tecnologie e dei prodotti e, in forma ridotta, su management e comunicazione. Rispetto alle condizioni necessarie per un'adesione alla *green economy*, la richiesta prioritaria indicata è quella di una maggiore formazione ai dipendenti e ai quadri aziendali, seguita da incentivi premianti concessi da enti pubblici, dall'utilizzo di criteri omogenei *green* condivisi tra le imprese, maggiori informazioni ai vari *stakeholder*, nonché un aumento della domanda di prodotti *green* ceramici da parte degli enti pubblici

(*Green Public Procurement*), ancora poco diffuso.

In sintesi, lo sviluppo della *green economy* nel settore ceramico ha, secondo le stesse imprese, necessità di una serie di investimenti tecnologici e di risorse umane per introdurre misure migliorative, provenienti sia da parte delle stesse imprese, che da parte delle pubbliche amministrazioni. Nell'insieme, il settore ceramico dimostra di essere un settore *player* attivo da tempo, con progressi tangibili qualitativi e quantitativi rispetto alla riduzione di vari impatti lungo il ciclo di vita del prodotto e sulla promozione di nuovi prodotti con profilo *green*. I nuovi strumenti di politica e gestione per la *green economy* per imprese ed enti pubblici sono già disponibili; è necessario farli conoscere, usarli meglio, svilupparli in ottica di intergrazione prodotti-processi-progetti-servizi, e soprattutto, coordinarli con *partnership* maggiormente integrate.

Walter Sancassiani, Loris Manicardi

Focus Lab ricerche e progetti

www.focus-lab.it

www.festivalgreeneconomydistretto.it