

# IL DISTRETTO CERAMICO PUNTA SUL VERDE

UN'INDAGINE SULLE IMPRESE DEL DISTRETTO CERAMICO DI MODENA E REGGIO EMILIA MOSTRA UN MAGGIORE IMPEGNO NELLA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI RISPETTO AI CONCORRENTI STRANIERI. LA SPINTA GREEN È PIÙ MARCATO NELLE FASI DI PRODUZIONE. PER LO SVILUPPO DI AZIONI "VERDI" È CENTRALE UNA RISPOSTA PREMIANTE DELLA DOMANDA.

**D**istretti produttivi in Emilia-Romagna, quale profilo di innovazione *green*? Alcune indicazioni sono state colte nell'anno del summit Onu Rio+20 per lo sviluppo sostenibile del giugno scorso, con un'indagine sulla *green economy* nel Distretto industriale della ceramica modenese e reggiano, nell'ambito del 2° festival *Green economy di Distretto*, tenutosi in 8 Comuni tra le province di Modena e Reggio Emilia dal 24 al 28 ottobre scorsi ([www.festivalgreeneconomydistretto.it](http://www.festivalgreeneconomydistretto.it)). L'indagine, realizzata da Focus Lab, ha coinvolto nel 2012 un campione di 52 imprese (49% grandi, 43% medie, 9% piccole) rappresentativo dei comparti della produzione di piastrelle in ceramica, della realizzazione di macchinari e impianti e della fornitura di componenti chimici come colori, collanti e malte. I contenuti di indagine, svolta tramite *web survey* dedicata, hanno riguardato dieci aree tematiche in ottica *green economy* su: prodotti, processi, management, vantaggi, investimenti, motivazioni, prospettive e condizioni.

## Produzione e prodotti green

Sul fronte della riduzione degli impatti a livello di processi produttivi, due aziende su tre dichiarano di avere messo in campo soluzioni di *green production*, con tecnologie a ridotti consumi energetici (57%), idrici (50%) e di materie prime (47%), e attraverso il ricorso a sistemi impiantistici più efficienti con il riutilizzo di scarti e reflui di produzione nel ciclo produttivo; sono presenti 16 impianti di cogenerazione, 14 impianti per le energie rinnovabili e 10 impianti per il recupero di cascami energetici.

Le imprese che hanno un sistema di gestione ambientale formalizzato con certificazione esterna sono 24 con certificazione ISO14001 e 13 stabilimenti hanno ottenuto la certificazione Ue Emas. Rispetto alla fabbricazione di prodotti con caratteristiche *green product* le

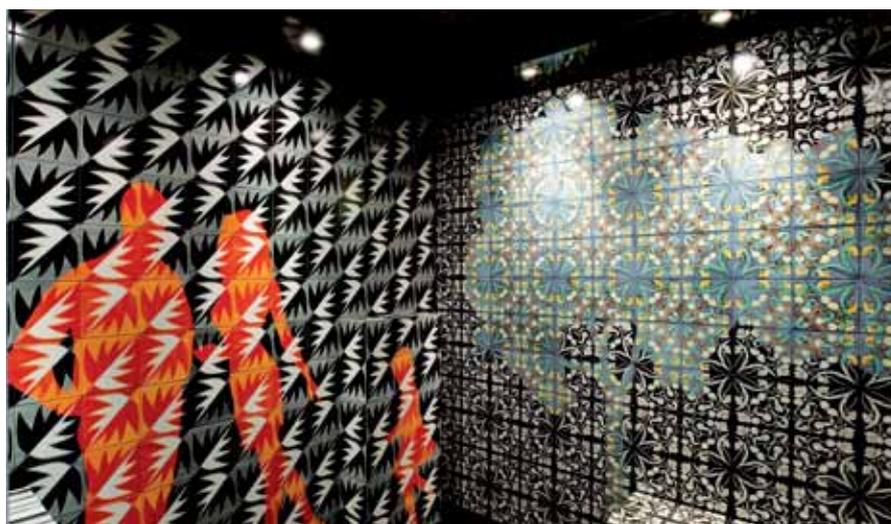


FOTO: SAVERIO LOMBARDO VALAURI - WWW.LACERAMICADISTRETTO.IT

imprese del Distretto si caratterizzano per un profilo migliore in rapporto ad altri *competitors* internazionali dell'industria ceramica. Il 33% delle imprese del campione possiedono prodotti conformi con il sistema di rating Leed (*Leadership in energy and environmental design*) che certifica il profilo di sostenibilità ambientale degli edifici e prevede punteggi per i prodotti da rivestimento con una consistente percentuale di materiali riciclati pre e post consumo. 45 imprese aderiscono al *Green Building Council Italia*.

Un'impresa su cinque del campione possiede la certificazione europea ambientale di prodotto Ecolabel, che contrassegna i prodotti a basso impatto ambientale lungo il loro ciclo di vita, interessando 29 marchi di prodotti ceramici.

## Filiera

L'indagine ha rilevato anche le pratiche per ridurre impatti ambientali prodotti dall'attività d'impresa lungo la catena di fornitura in ottica di *green supply chain*, ambito sempre più determinante in termini di sostenibilità ambientale e sociale estesa. Il 38% delle aziende del campione dichiara di fare acquisti con

criteri di *green procurement*, in particolare delle materie prime meno impattanti (31%), di impianti e tecnologie industriali maggiormente efficienti dal punto di vista dei consumi (19%), nella flotta mezzi e nei materiali da ufficio (12%), mentre nell'ambito della logistica *green*, prevalgono soluzioni di tipo gestionale come l'utilizzo dell'intermodalità ferro-gomma-nave (19%) e l'ottimizzazione dei carichi e delle tratte (14%).

Il versante della comunicazione *green* sugli impegni, obiettivi e risultati delle politiche d'impresa è articolato su vari strumenti: quasi un'impresa su tre dichiara di utilizzare una sezione dedicata sul sito web aziendale, l'uso di dossier tematici e il sostegno a eventi *green*, mentre sono ancora poco diffusi i social network per la promozione delle iniziative ambientali e la rendicontazione con bilanci ambientali e di sostenibilità.

## Motivazioni e benefici degli investimenti in green economy

In generale le aziende del settore investono una parte consistente del fatturato in progetti riconducibili alla *green economy*: circa il 13% rispetto al 2010 e il 12% rispetto al 2011. A livello di singole aree, gli investimenti maggiori

sono stati effettuati in progetti di *green product* (8,2% nel 2010 e 4,9% sul 2011), riconducibili a ricerca e sviluppo di prodotti innovativi dal punto di vista ambientale e di nuovi utilizzi, a processi produttivi con il 4,4% nel 2010 e 3,1% sul 2011, e interventi per la riduzione dei consumi energetici, idrici, delle emissioni. I motivi degli investimenti *green* sono quelli di ottenere un miglioramento dell'efficienza complessiva del processo produttivo (73%), a seguire la distinzione commerciale a livello di prodotti commercializzati (45%) e come fattore di cultura d'impresa. Rispetto alla prima indagine del 2011, la principale motivazione per impegni *green* è legata all'efficiamento prestazioni/costi. I benefici ottenuti da impegni *green* sono diversificati, riguardano in sequenza il miglioramento dell'efficienza in termini di riduzione della produzione di rifiuti ed emissioni liquide o gassose (59%), la riduzione del rischio legato a incidenti ambientali e non-conformità (50%), l'acquisizione di nuovi clienti e quote di mercato (36%), riduzione nell'utilizzo di energia, acqua e materie prime in entrata (32%) e migliori rapporti con vari *stakeholder* d'impresa.

**Investimenti e condizioni per impegni di green economy**

Sono state infine rilevate le previsioni di investimento *green* a breve-medio termine delle aziende del settore in cinque aree: tecnologie, prodotti, gestione o management, comunicazione-marketing e *supply chain*. In tutte le aree sono previsti investimenti maggiori o equivalenti, a testimonianza della fiducia e dell'interesse rivestito dalle aziende del settore in campo *green*. Aumenti degli investimenti sono previsti per il miglioramento dei processi produttivi (61%) e dei prodotti (65%); leggermente inferiori sono indicati nelle attività di comunicazione (44%) e nella gestione ambientale d'impresa (42%). Le condizioni per lo sviluppo della *green economy* nel settore ceramico, secondo le stesse imprese, riguardano azioni necessarie su due livelli: da parte delle stesse imprese e da parte delle amministrazioni pubbliche. Come prima condizione di miglioramento viene indicata una maggiore formazione ai dipendenti e ai quadri aziendali sulle opportunità e i nuovi strumenti gestionali (59%), a seguire sistemi incentivanti e premialità da parte della pubblica amministrazione (59%), criteri *green* condivisi tra le imprese per evitare situazioni di ambiguità tecnica e comunicazione *greenwashing* rispetto

FIG. 1 GREEN PRODUCTION

Tecnologie adottate in interventi di green production nel distretto ceramico di Modena e Reggio Emilia. Indagine condotta su un campione di 52 imprese.

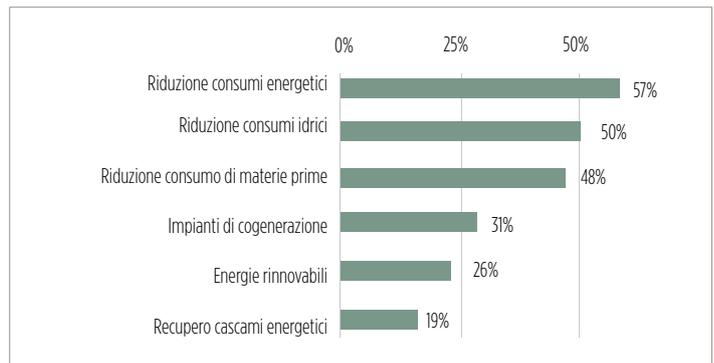


FIG. 2 MOTIVAZIONI DI INVESTIMENTO

Motivazioni di investimento in green economy nel distretto ceramico di Modena e Reggio Emilia. Indagine condotta su un campione di 52 imprese.

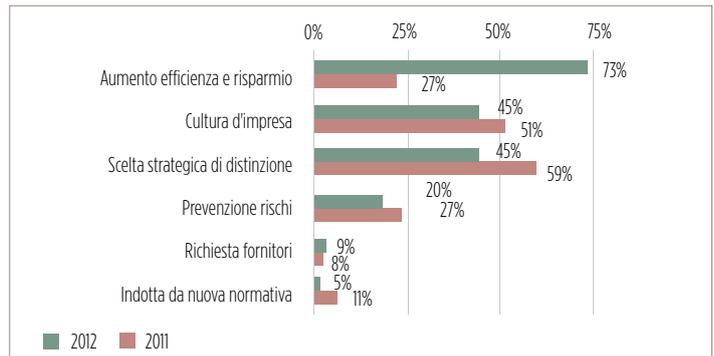
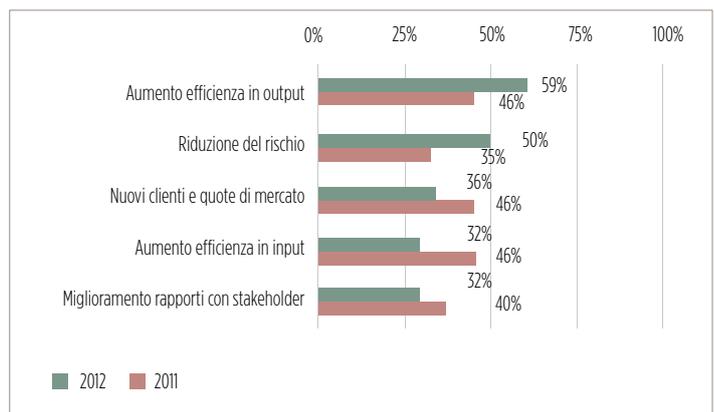


FIG. 3 BENEFICI DELLA GREEN ECONOMY

Benefici derivanti da investimenti in green economy nel distretto ceramico di Modena e Reggio Emilia. Indagine condotta su un campione di 52 imprese.



a cosa si deve intendere realmente per *green*, maggiori informazioni ai vari pubblici di riferimento, e aumento della domanda di acquisti di prodotti *green* per l'edilizia da parte degli enti pubblici.

In conclusione, il settore dell'industria ceramica conferma di essere impegnato nella riduzione degli impatti ambientali a vari livelli rispetto ai concorrenti stranieri dello stesso settore industriale, in particolare sull'innovazione *green* volontaria a livello di prodotto, in termini di dematerializzazione, nuove funzionalità dei rivestimenti, a livello di processi tecnologici sul fronte recupero materiali secondari ed efficientamento energetico, e certificazioni *green* rispetto a nuovi standard internazionali. Mentre sono ancora poco utilizzati i nuovi strumenti di *green management* sul fronte della rendicontazione ambientale-sociale,

la logistica e la gestione della filiera fornitori con criteri *green*. I benefici da impegni *green* finora ottenuti sono di vario tipo (economico, commerciale, tecnologico e relazionale) e gli investimenti recenti sono confermati anche nel medio termine; ma la strada verso distretti maggiormente *green*, come fattore di innovazione e distinzione commerciale e territoriale, al di là della cassetta degli attrezzi di *green management* ora disponibili rispetto al passato, è comunque condizionata in modo determinante dal ruolo della domanda premiante da parte dei vari *stakeholder*, che siano enti pubblici o singoli clienti, costruttori e progettisti della filiera dell'edilizia.

Walter Sancassiani, Loris Manicardi

Focus Lab