

Una certificazione fa crescere più ricavi, export e addetti per le imprese con i "bollini"

UNO STUDIO REALIZZATO DA FONDAZIONE **SYMBOLA** E CHE VERRÀ PRESENTATO VENERDÌ PROSSIMO DÀ LE DIMENSIONI DEL FENOMENO. UNICO NEO, IL PROLIFERARE DI SIGLE. PER LE AZIENDE ANCHE I VANTAGGI DELLE SEMPLIFICAZIONI OFFERTE DA PA, ENTI LOCALI E UE

Barbara Ardu

Roma

Produrre in modo pulito fa bene non solo al Pianeta, che già basterebbe, ma alle stesse aziende. Quelle che sprecano meno acqua e energia, che riciclano, che limitano la chimica, fatturano, assumono e esportano più dei loro concorrenti meno attenti all'ambiente. Tra il 2009 e il 2013, gli anni più bui della crisi, le green company hanno visto crescere il fatturato in media del 3,5 per cento, contro il 2 di quelle che non avevano un certificato "verde". Non hanno licenziato, ma assunto e hanno trovato porte aperte sui mercati esteri. A mettere a confronto i due mondi, quello pulito e quello più grigio, è il primo corposo studio sulle certificazioni che verrà presentato il 26 febbraio a Milano. Duecento pagine di dati, sigle e confronti curato da **Symbola**, Fondazione italiana per la qualità, e Cloros, azienda che aiuta le imprese a rendere più efficienti i sistemi energetici, in collaborazione con Accredia e Csq.

Il titolo "Certificare per competere" parla da solo. I marchi di certificazione, questa la tesi, sono un volano sia per la crescita delle imprese, che per l'innovazione. Perché chi certifica fa già un passo verso il futuro. La ricetta, a scorrere i dati, sembra funzionare sia per le grandi che per le piccole e medie imprese, a Sud come a Nord. E' trasversale a

tutti i settori (quelli esaminati sono quattro, automazione, alimentare, arredocasa e abbigliamento) e aiuta e penetrare nei mercati esteri (le aziende certificate esportano nell'86% dei casi), ma anche nei vari comparti della Pubblica Amministrazione. La Ue, le Regioni, i Comuni e lo Stato stesso prevedono semplificazioni amministrative per chi certifica. Corsie preferenziali che aiutano a far risparmiare tempo e denaro. In un mercato, quello ambientale, dove le sensibilità dei consumatori è alta.

Un panorama che sembra idilliaco. Ma qualcosa che non funziona c'è. Una Babele di sigle in cui singoli e imprese rischiano di perdersi. I certificati ambientali sono oggi 450 in tutto il mondo, ci sono 12 nuove registrazioni ogni anno, divise per settore produttivo, per prodotto, per singola emissione. Molti piccoli imprenditori non li conoscono. O diffidano, il che è comprensibile, visto lo scandalo Volkswagen.

Eppure l'Italia è all'avanguardia. Sono nati in Italia alcuni dei marchi più innovativi, come "Friend of the Sea" per la pesca, marchio senza il quale non si entra nella Grande distribuzione. E' italiana la prima sedia certificata. E la Penisola è seconda solo alla Cina per numero di certificazioni Iso 14001, marchio *green* nato per le grandi imprese e il più diffuso al mondo. Siamo terzi in Europa per la certificazione Emas, quella comunitaria, che si colloca al secondo posto nei mercati mondiali. Ambedue sono certificazioni di sistema, quelle cioè dove si garantisce la bontà del processo produttivo. Poi ci sono quelle di prodotto, le alimentari, quelle che prendono in considerazione un solo aspetto della produzione. Tante, forse troppe.

«Le difficoltà ci sono - ammette Ermete Relacci, presidente di **Symbola** - e vanno affrontate. Ma quel-

lo che vorremmo emergesse dallo studio è che le certificazioni vanno viste non come una pratica burocratica da sbrigare o l'angolino dove far giocare le imprese con un'anima bella, ma vanno considerate come uno strumento che aiuta crescita, innovazione ed export».

Un esempio? «La Cina, dove milioni di nuovi ricchi iniziano a chiedersi cosa respirano e mangiano i loro figli. Dalla conferenza sul clima di Parigi - aggiunge Relacci - è emerso che nel mondo si stanno aprendo grandi spazi per le imprese pulite. Chi arriva prima, vince. E credo che l'imprenditoria italiana abbia nel suo Dna sia la qualità che il risparmio. Non dimentichiamo che siamo un Paese povero di materie prime e dunque capace di inventare risparmiando».

E gli esempi sono molti. Da Asdomar, l'azienda del tonno che garantisce la sopravvivenza della specie lavorando solo esemplari adulti in stabilimenti dove il 100% di energia è rinnovabile. Altro modello è la Miroglio Textile, i cui tessuti da decenni vestono le donne italiane. Nel 1990 la svolta. Prima la qualità, poi l'ambiente e la sicurezza. Da un anno ha sottoscritto Detox, protocollo di Greenpeace per l'eliminazione della chimica più dannosa dai tessuti.

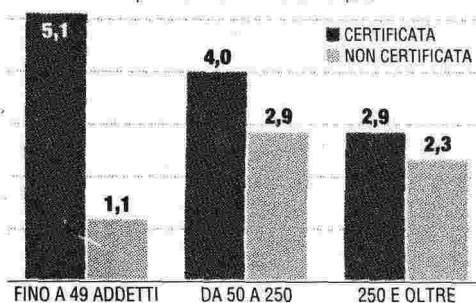
Ma come scegliere tra le tante sigle? Per Alessandro Savoia, di Savoia Holding, gruppo leader nei pannelli ecologici, «la certificazione deve essere come un abito che l'imprenditore deve adattare alla propria attività». Rimane un dubbio. Chi controlla le certificazioni, rilasciate dal pubblico, dal privato, autocertificate. «C'è Accredia - conclude Relacci - che certifica i certificatori e poi c'è la qualità. Guardi il vino al metanolo. Una vicenda di trent'anni fa. Alla fine la qualità ha vinto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

QUANTO VALE LA CERTIFICAZIONE

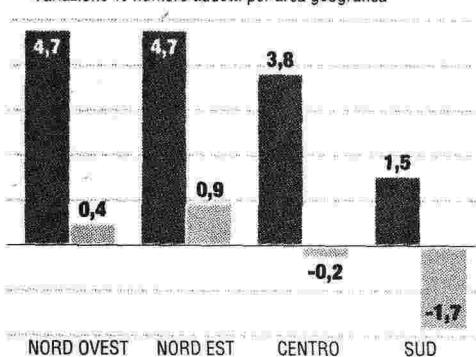
Fatturato

Variazione % per classe dimensionale d'impresa



Occupazione

Variazione % numero addetti per area geografica



S. DI MEO



1



2

Giuseppe Miroglio (1)
presidente
del gruppo
Miroglio e di
Miroglio Textile,
tra i primi
a impegnarsi
sulla
certificazione.
Ermete Realacci (2)
presidente
di Symbola

