

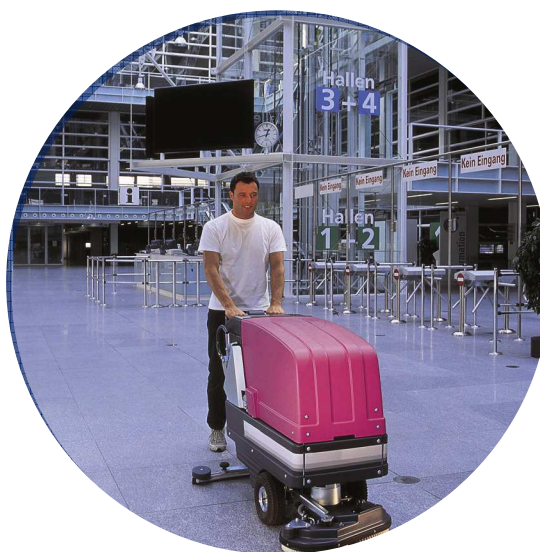


FEDERCHIMICA

ASSOCASA

Associazione nazionale detergenti
e specialità per l'industria e per la casa

IL SETTORE INDUSTRIALE & ISTITUZIONALE DI ASSOCASA



Igiene, norme e sostenibilità:
profilo di un settore in continua trasformazione

assocasa.federchimica.it

Indice

<i>1. Introduzione al settore</i>	<i>pag. 3</i>
<i>2. Le caratteristiche del mercato</i>	<i>pag. 4</i>
<i>3. La tipologia distributiva e i canali di vendita</i>	<i>pag. 6</i>
<i>4. L'importanza dell'igiene</i>	<i>pag. 8</i>
<i>5. Le principali norme che regolamentano i prodotti del settore</i>	<i>pag. 11</i>
<i>6. La sostenibilità e i progetti volontari di Assocasa</i>	<i>pag. 12</i>

A chi è rivolta la pubblicazione

Questa pubblicazione è diretta a tutti coloro che acquistano, distribuiscono o utilizzano detersivi e prodotti per la manutenzione, come disinfettanti e disinfestanti, nell'ambito della loro professione.

I detersivi e i prodotti per la manutenzione sono i prodotti utilizzati comunemente per le operazioni di pulizia e trattamento di tessuti, piatti, pavimenti e altre superfici. Oggi, questi prodotti giocano un ruolo vitale per assicurare la pulizia e l'igiene in casa e nei luoghi pubblici, come scuole, ospedali, hotel e ristoranti, e nelle attività che riguardano per esempio l'industria alimentare e dei mangimi, il trattamento dei metalli e molte altre.

1. Introduzione al settore

Assocasa, costituita nel 1984 nell'ambito di Federchimica, rappresenta le imprese di prodotti per la pulizia, la manutenzione e l'igiene degli ambienti non solo per la casa, ma anche per le comunità e l'industria: detergenti, detersivi, saponi da bucato, coadiuvanti di lavaggio, presidi medico-chirurgici (disinfettanti e disinfestanti ambientali), cere, prodotti per la cura delle auto, deodoranti ambientali.

Assocasa riunisce circa 100 imprese nazionali e multinazionali operanti in Italia, con un fatturato globale che supera i tre miliardi di euro, pari alla quasi totalità del mercato, e circa 6000 addetti.

A livello europeo, l'associazione fa riferimento all'A.I.S.E. - Association Internationale de la Savonnerie, de la Détergence et des Produits d'Entretien.

Le imprese del mercato industriale e istituzionale rappresentano circa il 20% del fatturato globale e forniscono una vasta gamma di prodotti e servizi che rendono il loro business sostanzialmente diverso da quello del mercato dei prodotti per la casa. Il settore I&I, così come meglio conosciuto, fornisce prodotti e servizi che soddisfano le esigenze di igiene e pulizia specializzata.



Operando in un ambiente altamente competitivo, l'industria è caratterizzata da una continua innovazione di prodotto, guidata dal desiderio di migliorare le performance e di salvaguardare la sicurezza umana e ambientale. I clienti dell'I&I hanno il dovere di rispettare diversi requisiti di legge e vengono sottoposti a severi controlli per assicurare la sicurezza dei lavoratori e la protezione dei parametri ambientali. Perciò, i prodotti e i sistemi del settore I&I si conformano adeguatamente ai requisiti necessari.

2. Le caratteristiche del mercato

I prodotti del settore I&I sono qualcosa di più di preparazioni chimiche per la pulizia. Sono spesso parte di un sistema di distribuzione, che richiede un imballaggio speciale, sistemi di controllo e di dosaggio, la fornitura di un servizio di consulenza in applicazione.

L'obiettivo per le aziende che operano nell'I&I è triplice:

- o garantire condizioni di igiene per tutti i clienti, dalle aziende agricole alle industrie alimentari, dalla ristorazione agli ospedali e altre strutture istituzionali e grandi lavanderie commerciali;
- o tutelare gli utilizzatori;
- o proteggere l'ambiente.

Il servizio è parte integrante delle offerte delle aziende e dei distributori I&I, a volte anche più importante del prodotto stesso. Le aziende e i distributori I&I, anzitutto, impostano le più adeguate procedure di lavaggio e di manutenzione e operano le scelte tecniche appropriate.

I servizi offerti – piani di igiene personalizzati, informazione sulla sicurezza ambientale, consulenza sulla pulizia e la formazione del personale – sono tutti estremamente importanti.

Le aziende I&I collaborano con i propri clienti per sviluppare e documentare le procedure di igiene, consentendo loro di ottimizzare il lavaggio, ove possibile, e conformarsi ai Regolamenti, ove richiesto.

Le numerose applicazioni di pulizia e igiene associate ai segmenti di mercato offerti dai fornitori dell'I&I sono molto varie – lavaggio dei tessuti, pulizia dei pavimenti, detergenza e disinfezione degli impianti alimentari, pulizia di mani e avambracci, etc.

La natura del business I&I permette ai reparti commerciali di individuare specifiche condizioni e trattare problemi legati alla tipologia di sporco, alla durezza dell'acqua, alla gestione dei reflui o alla collocazione geografica del cliente.

Le aziende che operano nel mercato I&I sono caratterizzate da un'elevata flessibilità: per riuscire a soddisfare le esigenze operative del cliente esse sono in grado di proporre formule

appositamente messe a punto. In altre parole, il fornitore I&I può ricorrere a soluzioni che vanno al di là degli standard, proprio per venire incontro alle esigenze dei clienti, sempre importanti.

Per esempio:

- o in un'operazione di produzione e imbottigliamento di bevande, un'impresa I&I può lavorare con il cliente nella progettazione e installazione delle unità di pulizia in loco (CIP) e del sistema di lubrificazione delle catene sui nastri trasportatori delle bottiglie, utilizzando prodotti chimici associati.
- o Le lavanderie in edifici pubblici o nel settore HORECA a volte richiedono distributori di sapone per le mani realizzati con un sistema personalizzato che si adatti al particolare dispenser.
- o La pulizia dei pavimenti richiede una varietà di prodotti per far fronte a differenti materiali (tappeti, legno, ceramica, marmo, gomma, etc.) e diverse applicazioni come pulire, lucidare e scrostare. Per svolgere tali attività, inoltre, sono necessarie diversi macchinari (depuratori, lucidatrici con un singolo disco ad alta o bassa velocità, aspirapolveri) e utensili (scope, etc.).



Un'altra importante variabile nel mercato I&I è la dimensione dell'imballaggio. I prodotti possono essere forniti in piccole confezioni spray (0.75-1 litro) per un uso istituzionale, mentre per una clientela industriale si arriva a una distribuzione di prodotto sfuso tramite camion.

La sfida del settore I&I è fornire una varietà di soluzioni di pulizia che incontra le diverse necessità del mercato in maniera sostenibile, per esempio tenendo conto dell'aspetto economico, sociale e ambientale.

3. La tipologia distributiva e i canali di vendita

L'ampia varietà della distribuzione e delle modalità di vendita nel mercato I&I presenta sfide e opportunità particolari.

La gamma di clienti – le loro dimensioni, le loro attività e la loro organizzazione – costringe l'industria a essere creativa e flessibile.

Come sempre nel mercato dei saponi, dei detergenti e della manutenzione, è l'esigenza dell'utilizzatore finale a guidare l'industria. Ma nel mercato professionale (I&I), occorrono maggiori capacità nel comprendere le particolari necessità e maggiore flessibilità. Un ristorante, per esempio, potrebbe ordinare i prodotti per la pulizia e la manutenzione attraverso un distributore specializzato, oppure un distributore del settore alimentare o anche direttamente da un'azienda chimica.

Vendita e fornitura dirette ai clienti

Questo modello è comune per i clienti industriali, dove sono richieste grandi quantità di prodotto. Il rapporto diretto con il cliente include di solito la fornitura del supporto direttamente sul luogo. Nelle aree urbane ad alta densità questo modello è anche utilizzato da qualche fornitore per clienti istituzionali più piccoli.

Vendita diretta e fornitura indiretta

Numerosi grandi clienti istituzionali favoriscono la vendita diretta e i rapporti di servizio con i fornitori delle loro soluzioni di igiene, ma preferiscono avere la fornitura di prodotti consolidati insieme ad altre categorie di materiali di consumo. Per questo, molti fornitori collaborano sia con i grossisti di alimentari sia con distributori non alimentari così che si sia certi che i prodotti di pulizia e di igiene rientrino nel canale di rifornimento preferito dai clienti.

Vendita e fornitura indirette

I distributori non alimentari, i grossisti alimentari e gli outlet cash & carry giocano un ruolo fondamentale con i clienti istituzionali nel processo di vendita. Essi offrono una scelta ai clienti più piccoli e lo possono fare più efficacemente rispetto a un fornitore diretto. Giocano

un importante ruolo, in particolare nel servizio offerto a piccoli e medi clienti, dal momento che presentano vantaggi di carattere logistico. In qualche caso, questi distributori lavorano esclusivamente per uno o pochi fornitori e, talvolta, hanno un loro servizio e capacità di supporto.



Internet

La particolarità del mercato industriale insieme alla complessità delle soluzioni rende l'e-commerce via internet un valore ancora limitato per la grande maggioranza dei clienti. Nei Paesi del nord Europa sono stati creati mercati virtuali via internet per facilitare gli appalti nel settore pubblico.

4. L'importanza dell'igiene

La maggioranza dei prodotti I&I vengono utilizzati per assicurare, in ultima analisi, l'igiene e il benessere delle persone. Scopo di questa pubblicazione è quindi anche quello di evidenziare quanto l'igiene nel settore I&I sia di vitale importanza nella protezione della salute e per il benessere dell'intera popolazione.

In particolare si sottolinea il ruolo essenziale dei disinfettanti nell'igiene e si evidenzia come le aziende I&I siano impegnate perché essi siano utilizzati appropriatamente, in sicurezza e responsabilmente.

Che cos'è l'igiene

L'igiene può in genere riferirsi all'insieme delle misure volte a proteggere la salute e il benessere delle persone e a migliorare la loro qualità di vita. Nel settore I&I, in particolare, lo scopo dell'igiene è quello di proteggere uomini e animali dalle malattie causate dai micro-organismi infettivi e patogeni. Serve inoltre a prevenire il deterioramento dei beni deperibili, quali alimenti e cosmetici, ad opera di microrganismi che possono crescere su di essi.

L'igiene riguarda solo misure preventive, non riguarda quindi il trattamento e la cura delle malattie. La moderna igiene protegge uomini, animali e prodotti senza "cancellare" tutti i microrganismi, ma interrompendo la catena di trasmissione e contaminazione, e tenendo la presenza dei microrganismi patogeni al di sotto del livello di sicurezza.

Perché è importante l'igiene

Numerosi sono gli esempi di episodi di contaminazione avvenuti nella catena di distribuzione dei cibi, che hanno portato a fenomeni di intossicazione anche gravi; fra i più recenti quelli avvenuti in Germania, attribuiti a germogli di soia contaminati e in Francia, legati ad hamburger venduti nella grande distribuzione.

Tutto ciò deve richiamare non solo l'importanza dell'igiene per evitare i problemi e i costi diretti ed indiretti collegati alle contaminazioni, ma anche la responsabilità di assicurare, con la qualità dei propri prodotti e dei servizi offerti, il raggiungimento dei risultati promessi.

I rischi crescenti di un'igiene inadeguata nel mondo che cambia

Contrariamente a quanto poteva essere previsto in passato, quando la fiducia nei moderni antibiotici aveva fatto ipotizzare la possibile scomparsa delle malattie infettive, il rischio e l'impatto delle infezioni sull'uomo è in realtà ancora in crescita. Il mondo sta cambiando così rapidamente che le nuove opportunità per i microrganismi di trasmettere malattie crescono più rapidamente di quanto l'igiene e le misure di controllo delle infezioni si adattino ad esse. Un numero crescente di infezioni dovute agli alimenti si è manifestato in tutto il mondo, come conseguenza della tendenza all'industrializzazione della catena alimentare, all'aumento dell'alimentazione fuori casa e al trattamento centralizzato degli alimenti. Il miglioramento nella rete di trasporti, sia per quanto riguarda gli alimenti che vengono portati da una parte all'altra del mondo, sia per quanto riguarda le persone, che, viaggiando, vengono a contatto con culture e cibi diversi da quelli usuali, espone a una varietà maggiore di microrganismi e consente una diffusione più ampia e rapida del contagio. Inoltre questi microrganismi emergenti, quali l'Escherichia Coli enteroemorragica e la Listeria, mostrano una patogenicità maggiore degli organismi classici.

Inoltre, la medicina moderna, che ha permesso il trattamento di malattie in precedenza ritenute incurabili, ha portato ad un aumento dei casi in cui un abbassamento delle difese immunitarie, necessario per le cure, esige condizioni di igiene più controllate. Ciò, insieme alla crescita della popolazione anziana, ha determinato un aumento della popolazione vulnerabile.

Un altro aspetto da prendere in considerazione è la sempre maggior diffusione di ceppi batterici resistenti agli antibiotici, che rendono, anche secondo l'opinione di autorevoli esperti, sempre più importante l'igiene come mezzo per prevenire le infezioni.

Uno degli obiettivi principali delle aziende del mondo I&I è quello di assicurare condizioni di igiene per tutti i clienti, cioè per tutte le tipologie di industrie e istituzioni: dall'industria alimentare ai servizi di catering, dagli ospedali e altre forme di servizi istituzionali, alle grandi lavanderie industriali, ecc.

Come si ottiene l'igiene. Il ruolo della pulizia e disinfezione per le aziende I&I

Nel settore I&I l'igiene inizia con l'identificazione dei potenziali fattori di rischio in ogni situazione, che viene fatta normalmente utilizzando strumenti quali l'HACCP o simili.

L'igiene non deve essere sinonimo di uso esagerato di sostanze chimiche, ma deve essere ottenuta con un insieme appropriato di buone pratiche, volte a rendere minime le possibilità di contaminazione: fondamentale quindi è la separazione fra gli oggetti sporchi (contaminati) e quelli puliti e l'individuazione di quelle situazioni in cui, per l'elevato potenziale di contaminazione, la criticità delle operazioni o la delicatezza delle persone coinvolte, è necessario ricorrere ai disinfettanti.

Deve essere chiaro comunque che disinfezione non equivale a sterilizzazione, che implica la distruzione di tutti gli organismi coinvolti e che può essere richiesta solo in ambito chirurgico. Scopo della disinfezione è quello di interrompere la catena di contaminazione, riducendo la presenza di microrganismi a un livello compatibile con le operazioni previste.

Le aziende dell'I&I pertanto offrono una vasta gamma di prodotti specialistici che soddisfano tutte le esigenze e che concorrono a mantenere un adeguato livello di igiene, che costituisce uno dei primi fattori di tutela della salute umana.

L'igiene nel mondo I&I è particolarmente importante per il settore dell'alimentazione, in particolare l'igiene inizia dall'identificazione dei potenziali fattori di rischio per ogni situazione; usando strumenti quali l'HACCP, per esempio, viene valutata l'importanza di ogni possibile pericolo e vengono identificate le fasi critiche di controllo dei rischi. I sistemi d'igiene sono basati sulle buone pratiche di lavoro che cercano di evitare, se possibile, la contaminazione incrociata.



La pulizia, la disinfezione e la disinfestazione sono poi selettivamente sviluppate in questo quadro in modo mirato per controllare i rischi, fornendo gli opportuni margini di affidabilità e sicurezza.

5. Le principali norme che regolamentano i prodotti del settore

L'uso sicuro dei prodotti

La comunicazione delle informazioni sulla sicurezza è una responsabilità chiave per i produttori. Come tutti i consumatori a contatto con i prodotti di pulizia e manutenzione, così gli utilizzatori del mondo I&I hanno diritto ad avere informazioni accurate e aggiornate per essere in grado di capire le precauzioni necessarie per la manipolazione e lo stoccaggio dei prodotti.

Le aziende del settore I&I hanno sempre cercato, in maniera pro-attiva, di dare una corretta comunicazione sull'uso sicuro dei prodotti, ai propri clienti, anche tenendo conto delle peculiarità del settore.

L'etichetta

L'etichetta del prodotto contiene informazioni di base su come questo debba essere maneggiato e usato. L'etichetta di sicurezza deve essere predisposta come da normativa vigente e questo assicura uniformità nei criteri di applicazione e facilità di lettura per l'utente. I prodotti detergenti destinati all'utilizzatore finale, oltre a dover rispondere della normativa sui preparati pericolosi (Direttiva 99/45/CE), dall'8 ottobre 2005, con l'entrata in vigore del Regolamento 648/2004, devono anche riportare informazioni aggiuntive, in particolare sui dosaggi e sulle modalità d'uso, sulla composizione, con un'attenzione particolare alla eventuale presenza di sostanze allergeniche: spesso anche i prodotti I&I si attengono a tale norma, in ogni caso forniscono le stesse informazioni attraverso schede tecniche

Le schede di sicurezza

La scheda Dati di Sicurezza, che ora deve rispondere al Regolamento (Ce) 1907/2006 (REACH), integrato dal 453 del 2010, è lo strumento attraverso il quale le aziende forniscono le informazioni relative alla sicurezza d'uso agli utilizzatori professionali, obbligatoriamente nel caso dei prodotti classificati, su richiesta per gli altri.

La SDS fornisce la composizione dettagliata dei prodotti, con le loro caratteristiche di pericolosità, le norme da adottare per un uso sicuro e il numero di telefono di emergenza (aziendale o di un Centro Antiveneni specializzato) per informazioni sui trattamenti da effettuare in caso di incidente.

La gestione delle schede di sicurezza è un impegnativo compito a cui devono ottemperare le aziende e rappresenta un importante servizio volto a salvaguardare la salute dei propri clienti e dell'ambiente.

Occorre ricordare inoltre che le norme italiane prevedono anche la necessità che i produttori, per tutti i detersivi, pericolosi e non, comunichino all'Istituto Superiore di Sanità la composizione dei prodotti.

Altre informazioni

Al di là delle richieste legali, considerando che la comunicazione delle caratteristiche fondamentali per l'uso appropriato debba essere semplice e immediata anche, come spesso accade nel settore I&I, al personale straniero, l'associazione ha sviluppato una serie di icone specifiche per il settore industriale, che possono essere usate a tale scopo.

6. La sostenibilità e i progetti volontari di Assocasa

Il tema della sostenibilità è estremamente attuale, costituisce un aspetto decisivo dello scenario economico e sociale, anche del prossimo futuro.

Allo stesso modo cresce la volontà delle aziende di gestire il proprio business generando valore in modo responsabile nei confronti di tutti gli interlocutori interni ed esterni.

Per Assocasa la sostenibilità è un approccio olistico che permette alle aziende di aumentare la propria competitività e al contempo di investire nella relazione con i consumatori/clienti.

Per facilitare il dialogo tra le imprese e i consumatori/clienti e far sì che entrambi possano condividere e mettere in pratica "comportamenti sostenibili", Assocasa promuove assieme ai suoi associati numerose iniziative volontarie con l'obiettivo di fornire alle aziende gli strumenti per divenire esse stesse promotrici presso i consumatori/clienti di buone pratiche.

Nascono così numerosi progetti riconosciuti ormai a livello europeo tra cui ricordiamo, primo fra tutti, il "Charter per una pulizia sostenibile" ormai attivo da più di cinque anni, basato sulla gestione responsabile del prodotto lungo tutto il suo ciclo di vita, concetto fondamentale per la sostenibilità.

6.1 I principi della sostenibilità

Al fine di attuare tutte le misure necessarie per implementare correttamente i principi della sostenibilità, è necessario mettere in atto un sistema di gestione basato su una serie di politiche aziendali condivise. Di seguito si riportano in dieci punti i cardini della sostenibilità:

a) Competitività

Perché la sostenibilità incrementi la competitività, è necessario che questa venga accolta nella missione e visione dell'azienda, divenendo parte integrante della cultura d'impresa.

b) Stile di vita e di fare impresa

Occorre operare con responsabilità e tutelare gli ecosistemi attraverso la promozione di stili di vita e di fare impresa sostenibili che migliorino la qualità della vita, a sua volta influenzata anche dalla qualità dell'ambiente che ci circonda.

c) Gestione responsabile del ciclo produzione-smaltimento

È necessario che i cicli di produzione, distribuzione, uso e smaltimento, si sviluppino in armonia con l'ecosistema, ricercando le soluzioni meno impattanti sull'ambiente per garantirne la salvaguardia.

d) Sicurezza

La tutela ambientale non deve mai essere disgiunta dalla tutela dei lavoratori, garantendo, tra l'altro, un livello di sicurezza ottimale a fronte di adeguate performance produttive.

e) Corretto uso delle risorse

E' fondamentale impegnarsi ad investire nella ricerca continua di maggiore efficienza e riduzione degli sprechi di risorse nei processi produttivi.

f) Riduzione dei rifiuti e degli imballaggi

E' necessario sforzarsi di ridurre al minimo il packaging dei prodotti e di informare i consumatori/clienti sui comportamenti per il corretto smaltimento dei rifiuti. Tutto ciò tenendo sempre in considerazione le variabili all'interno del ciclo di vita.

g) Qualità e appropriatezza dei prodotti/ servizi

Occorre perseguire obiettivi di sostenibilità unitamente al mantenimento delle caratteristiche di qualità e massima efficacia dei propri prodotti, garantendo sempre un equilibrio con la situazione di mercato.

h) Innovazione tecnologica

E' importante ricercare soluzioni tecnologiche sempre più innovative in grado di sviluppare prodotti più efficaci a minore quantità d'impiego dei fattori produttivi.

i) Utilizzatori professionali

Nel perseguire la sostenibilità è necessario il contributo di tutti gli altri stakeholder in quanto partner. Infatti è fondamentale promuovere buone pratiche di sostenibilità, oltre che verso i consumatori finali, anche verso gli utilizzatori professionali (settore I&I: Industries & Institutions)

j) Rendicontazione dei risultati

Le aziende si impegnano ad effettuare un monitoraggio e una rendicontazione costanti al fine di informare pubblicamente sui progressi fatti in termini di sostenibilità.

6.2 Il Charter per una pulizia sostenibile



In cosa consiste il Charter A.I.S.E.

Il Charter A.I.S.E. per una Pulizia Sostenibile è un programma volontario dell'industria europea dei saponi, dei detergenti e dei prodotti di manutenzione. Ha l'obiettivo di promuovere il continuo miglioramento nell'ambito della sostenibilità.

Le imprese che aderiscono al Charter accettano di adottare un sistema di gestione per il continuo miglioramento delle performance di sostenibilità; ciò avviene per tutto il ciclo di vita del prodotto: dalla selezione delle materie prime alla sicurezza chimica, dall'uso delle risorse non rinnovabili alla sicurezza e alla salute occupazionale, fino alla gestione dell'informazione al pubblico.

Il sistema di gestione previsto dal Charter, che viene regolarmente analizzato e certificato, consente lo sviluppo e il miglioramento delle produzioni, nonché del loro impatto sull'ambiente e sul pubblico cui è indirizzato.

Il Charter si basa su due principali componenti:

- Un set di “procedure di sostenibilità”, basate principalmente sulle ISO 9000 e 14000 e su altri standard applicate alla progettazione di prodotto, alle materie prime, alla produzione e all’utilizzo da parte del consumatore del prodotto medesimo.
- La stesura a livello europeo di un report annuale che riporta in dettaglio i 10 indicatori di performance.

Il progetto è volontario e va ben oltre il dettato normativo. La sua effettiva applicazione è certificata da un organismo indipendente. A.I.S.E implementa il Charter nello spirito di un dialogo aperto con tutti gli enti e gli operatori interessati sia a livello Europeo sia a livello nazionale.

Per rendere pubblici i miglioramenti conseguiti dall’industria grazie a Charter, A.I.S.E. pubblica un report annuale a livello europeo (EU 25 + Norvegia, Islanda e Svizzera).

Chi partecipa al Charter

Il Charter è aperto a qualsiasi azienda:

- produttrice o commerciante di saponi, detersivi, prodotti di manutenzione o sistemi di pulizia, altri prodotti per la cura della casa o per l’uso nell’ambito dell’industria e delle istituzioni, con sede in uno o più dei 25 paesi della UE e l’Islanda, Norvegia e Svizzera. Non è richiesto che l’impresa aderisca ad alcuna Associazione di categoria;
- società e imprese produttrici, sia di grandi dimensioni che piccole e medie, che immettono sul mercato direttamente oppure forniscono distributori o retailers;
- distributori e retailers che immettono con proprio marchio prodotti sul mercato, fabbricati da terzi.

Certificazione del Charter

Le imprese che vogliono partecipare al Charter per una pulizia sostenibile devono essere sicure di passare una verifica di ingresso che viene effettuata, direttamente in-situ, da un verificatore indipendente approvato, specificatamente accreditato per questo tipo di iniziativa. Tale impostazione garantisce che tutte le imprese aderenti siano individualmente verificate su una medesima base da un ente professionista esterno neutrale.

I verificatori del progetto devono essere ufficialmente accreditati dall'ente nazionale che rilascia le certificazioni per le ISO 14000 e/o simili standard ambientali.

Come funziona il Charter

1. A.I.S.E ha sviluppato una serie di *procedure di sostenibilità del Charter (CSP)* utili a perseguire il miglioramento continuo della sostenibilità, obiettivo primario del Charter A.I.S.E.. Le procedure dovranno essere attuate progressivamente all'interno delle strutture operative, le quali garantiranno una corretta esecuzione e il raggiungimento progressivo degli obiettivi.

Le procedure sono le migliori pratiche da implementare per le differenti fasi del ciclo di vita del prodotto come definito all'interno delle ISO 14000 e standard simili con in aggiunta alcuni schemi e linee guida specifiche di settore.

2. Prima di far parte a tutti gli effetti del progetto, le aziende dovranno dimostrare ad un verificatore indipendente, accreditato dall'ente di certificazione Europeo, di essere in grado di implementare tali CSP all'interno del proprio sistema di gestione aziendale. Il verificatore esegue tale verifica (di ingresso) direttamente presso l'azienda.
3. Nel momento in cui l'azienda ha passato con successo la verifica di ingresso, viene siglata una lettera di impegno e la licenza del Charter per l'uso del logo. A questo punto l'azienda dovrà impegnarsi a fornire i propri *indicatori di performance (KPI)* annualmente. Una verifica esterna garantirà che tali dati vengano calcolati e forniti correttamente.
4. A.I.S.E. provvederà quindi all'aggregazione di tutti i KPI forniti dalle aziende e provvederà alla pubblicazione del Report annuale sulla sostenibilità del settore.

L'aggiornamento 2010 del Charter



Il principale cambiamento proposto nel Charter 2010 è l'introduzione di una **"dimensione di prodotto"**. Questa aggiunta segue quanto emerso dalla consultazione con gli stakeholder e si adatta molto bene agli obiettivi generali del Piano d'azione SCP/SIP, e in particolare allo spirito della direttiva sull'eco-design.

Al momento, l'uso del logo sulla confezione significa che il prodotto è realizzato da una *"impresa che ha sottoscritto il Charter per il miglioramento continuo della sostenibilità attraverso una vasta gamma di parametri di produzione"*.

Nel Charter 2010 una versione migliorata del logo può essere utilizzata per significare che un *"prodotto non è solo realizzato da un membro del Charter, ma incontra anche alcune caratteristiche avanzate di sostenibilità"*.

In pratica, per le categorie di prodotto previste nel Charter 2010, vengono introdotti nuovi criteri sul quantitativo massimo di sostanze chimiche utilizzate per ogni lavaggio e di imballaggio, pur assicurando che i prodotti rispondano alle esigenze funzionali richieste.

FEDERCHIMICA ASSOCASA

Via Giovanni da Procida 11 - 20149 Milano

Telefono: 02.34565.236

Fax: 02.34565.320

assocasa@federchimica.it

<http://assocasa.federchimica.it>