

Assocasa e la sostenibilità: *tutte le novità dal settore della detergenza*

di Chiara Bucci

Due nuovi bollini ecologici per la detergenza nella GDO: un'altra iniziativa volontaria che ha l'obiettivo di promuovere il miglioramento nell'ambito della sostenibilità per i prodotti utilizzati in casa e nell'industria.

L'industria della detergenza si muove ormai da qualche anno nella direzione della sostenibilità, approntando iniziative che hanno l'obiettivo di promuovere un consumo sempre più sostenibile e meno

“sprecone”. In linea con questa mission, è recente l'iniziativa che vede coinvolti alcuni marchi della detergenza che hanno contrassegnato i propri prodotti con due nuovi loghi “eco-sostenibili”. Dal luglio scorso i consumatori hanno infatti un'etichetta a disposizione per fugare ogni dubbio sull'impegno eco-sostenibile della casa produttrice: nei maggiori supermercati europei è possibile infatti trovare prodotti contrassegnati dal bollino blu che dichiarano apertamente di aderire ai principi del Charter, sposando appieno l'impegno di salvaguardare la salute delle persone e dell'ambiente. Accanto al clas-

sico bollino blu, poi, sui detersivi per tessuti e sugli ammorbidenti è stata creata una coccarda contrassegnata di verde che indica il superamento degli ASP, ovvero dei Profili Avanzati di Sostenibilità, con una particolare attenzione quindi alla formula e alla efficienza dei prodotti.

Da aprile...ecosostenibilità anche in lavastoviglie

Ma la vera novità, è che a partire dal 1 aprile 2012 sono disponibili i nuovi Profili Avanzati di Sostenibilità anche per i detersivi per lavastoviglie automatiche (ADW). Ad aprile si è infatti concluso il lungo percorso

18
GSA
LUGLIO
2012

INTERVISTA A LUCIANO PIZZATO, PRESIDENTE DI FEDERCHIMICA ASSOCASA

Perché, anche nel settore della detergenza e dei prodotti di manutenzione per la casa, è sempre più importante il concetto di sostenibilità?

Ormai la sostenibilità può essere definita come un'importante leva d'acquisto e d'offerta. Una nostra ricerca ha rivelato che la maggior parte dei consumatori manifesta oggi una crescente attenzione a elementi che, solo fino a pochi anni fa, apparivano marginali: per esempio, si ritiene molto importante che i prodotti possano vantare certificazioni di sostenibilità, confezioni ecologiche, processi produttivi a basso impatto ambientale e sicurezza dei lavoratori. In tutto questo il ruolo delle imprese diventa strategico per la promozione di una cultura della sostenibilità sempre più diffusa: risulta evi-



dente la necessità di individuare un terreno di alleanza e di comune impegno tra tutti gli attori coinvolti per rendere le iniziative di sviluppo sostenibile molto più sinergiche e condivise. L'obiettivo di Assocasa è quello di trovare sempre più esaurienti strumenti di dialogo e confronto tra le aziende e, attraverso avanzate ricerche sui consumatori, fornire maggiori stimoli alle imprese, in modo che esse sappiano soddisfare i loro clienti,

prevenendo i loro bisogni. Sul fronte consumatori, per esempio, l'associazione è particolarmente impegnata nel promuovere sempre nuovi strumenti di sensibilizzazione ed educazione attraverso, per esempio, una comunicazione chiara e trasparente in etichetta o progetti web rivolti ad adulti e bambini.

Abbiamo parlato di iniziative volontarie, come il Charter per una pulizia sostenibile: di che si tratta?

Sono ormai numerose le iniziative volontarie, attraverso le quali le imprese del settore promuovono una detergenza sostenibile: il “Charter A.I.S.E. per una pulizia sostenibile” è un esem-

pio. Il Charter è un programma volontario attraverso il quale l'impresa adotta procedure di sostenibilità del prodotto lungo tutto il suo ciclo di vita, dalla scelta delle materie prime alla produzione, dall'utilizzo corretto e sicuro fino allo smaltimento. Il Charter, infatti, tiene conto dei tre pilastri della Sostenibilità: operare secondo principi etici tutelando la salute, la sicurezza e il benessere degli utiliz-

di preparazione che ha visto protagonisti i detersivi per lavastoviglie automatiche, che saranno disponibili sul mercato a partire dal 1 aprile 2013 con il logo ASP. Ma in cosa consistono in buona sostanza questi ASP?

Gli ASP in sintesi

Per potersi fregiare dell'etichetta verde con la coccarda, il prodotto deve aver superato, come dicevamo, una serie di prerequisiti fondamentali. In particolare, per quanto riguarda la formulazione, tutti gli ingredienti contenuti nel composto devono necessariamente aver superato l'ESC (Environmental Safety Check); le dosi per il lavaggio devono rientrare entro determinati limiti (25 g per polveri/monodosi con la funzione brillantante; 20 g per polveri/monodosi senza la funzione brillan-

tante; 35 ml per i liquidi); il materiale per l'imballaggio dev'essere inferiore a 3,5 g per le polveri/monodosi con o senza la fun-

zione brillantante e a 4,5 ml per i detersivi liquidi. Inoltre il packaging, oltre ad essere leggero, dev'essere in materiale riciclato da fonti sostenibili. In particolare nel packaging di cartone, più del 60% dell'imballaggio dev'essere riciclato (per polveri e monodose, imballaggio primario + secondario, per liquidi solo secondario) o in alternativa la percentuale del non riciclato può essere del 100% se proviene da fonti sostenibili certificate. Insieme al lancio di questi nuovi ASP è inoltre disponibile una versione aggiornata 2.0 dello strumento di calcolo ESC, incluso l'aggiornamento del manuale relativo, nonché un panel con i consigli per il miglior uso da apporre sulla confezione, il cosiddetto 'Autodish Cleanright Panel', per promuovere l'uso sostenibile di questi prodotti presso i consumatori che sostituirà il logo del "Save Water & Energy".



zatori, ridurre l'impatto sull'ambiente, assicurare nel contempo lo sviluppo economico dell'Impresa. Il principio del Charter è assicurare una piattaforma comune di "buone pratiche" per tutta l'industria della detergenza, per rispondere agli obiettivi politici sulla sostenibilità senza compromettere la libertà di innovazione delle aziende; ciò è realizzabile, fornendo alle aziende un pacchetto di linea guida per le "buone pratiche" e guidandole nella loro implementazione, dimostrando il progresso socio-economico-ambientale con un set significativo di indicatori di performance a livello Europeo e avendo un sistema di verifica esterno ed indipendente che ne assicuri la credibilità. L'importante novità è che il programma, avviato nel 2005, prosegue nel 2010 con un miglioramento del sistema che prevede una riorganizzazione delle procedure in 3 livelli (Azienda, Prodotto, Consumatore) e un'estensione dei target di performance al prodotto con la definizione di profili di sostenibilità (Advanced Sustainability Profiles) che saranno progressivamente disponibili per le principali categorie.

L'industria dei saponi, dei detersivi e dei prodotti per la manutenzione ha ormai da tempo preso l'impegno di incoraggiare lo sviluppo sostenibile, avendo già da anni realizzato numerose iniziative volontarie finalizzate alla promozione ulteriore della sicurezza umana e ambientale e alla riduzione dell'impatto sull'ambiente. Il Charter per una pulizia sostenibile è il segno più evidente

di un importante impegno delle imprese, che, accettando di implementare il programma, si impegnano a:

- abbracciare una politica di miglioramento continuo a livello di produzione
- essere verificate in modo indipendente sulle proprie procedure di sostenibilità
- riportare annualmente le loro prestazioni con una serie di indicatori (Key Performance Indicators).

A riconoscimento dell'impegno, l'azienda può utilizzare il logo del Charter sulle confezioni.

Quanto è importante la sostenibilità nel settore professionale per quanto riguarda i prodotti detersivi?

Assocasa vuol essere il punto di riferimento per le attività del settore detergenza e sanificazione volte alla promozione dello sviluppo e dell'innovazione, nel rispetto delle esigenze degli utilizzatori finali e dell'ambiente. In questo senso Assocasa, con le sue aziende associate, opera per diffondere informazioni e stimolare la consapevolezza sul corretto utilizzo di detersivi e affini nell'ambito domestico e di lavoro.

Sostenibilità non vuol dire solo rispetto per l'ambiente, ma anche maggiore attenzione alla sicurezza degli utilizzatori dei prodotti e degli operai delle fabbriche che li preparano, interessando non solo il contenimento dell'impatto ambientale del singolo prodotto, ma anche di tutto il suo ciclo di vita: dalla scelta delle materie prime alla fase di produzione industriale, dall'utilizzo corretto e sicuro sino al suo smaltimento.

Work in progress per le altre categorie di prodotto

Parallelamente al lancio dei suddetti profili di sostenibilità avanzati, l'A.I.S.E. (Associazione Internazionale dei saponi, detersivi e prodotti di manutenzione, ovvero l'ente ufficiale che rappresenta questo settore a livello europeo) sta procedendo nella definizione di ulteriori ASP per le altre categorie di prodotto di interesse del settore. Non bisogna dimenticare, infatti, che la GDO è coinvolta non solo come fornitore "indiretto" di marchi di detersivi che hanno abbracciato l'iniziativa ma anche con i prodotti a proprio marchio in commercio ed ha quindi tutto l'interesse a promuovere un allargamento del ventaglio di possibilità di etichettatura ecologica anche a questi prodotti, come detersivi per il lavaggio a mano delle stoviglie, detersivi per superfici dure, etc. che attualmente non sono ancora incluse nel progetto green.

Concentrati... sul green

Una nota di merito va poi anche al microcosmo dei concentrati, dove sono attualmente in fase di sviluppo i progetti PREP, acronimo di Product Resource Efficiency Projects che si rivolgono alle polveri per bucato domestico (che rientrano nella categoria PREP-P3) e per gli ammorbidenti per uso domestico (PREP-FC). Il settore della deter-



genza guarda infatti con un occhio di riguardo anche al delicato settore dei concentrati, al fine di incoraggiare dei prodotti da bucato con un sempre più ridotto impatto ambientale. Molti sono i Paesi nei quali questa iniziativa per entrambe le categorie di prodotto potrà essere implementata: oltre ai 27 Paesi dell'UE vi sono anche Islanda, Liechtenstein, Norvegia e Svizzera. Le aziende che intendono aderire al progetto potranno inviare la loro adesione sottoscrivendo dal 1 luglio 2012 ed entro il 31 marzo 2014 una lettera d'impegno per segnalare la volontà di abbracciare l'iniziativa. L'attivazione vera e propria del progetto è prevista per il 1 luglio 2013, data in cui le aziende potranno cominciare ad utilizzare le icone A.I.S.E. di comunicazione sulle confezioni, secondo quanto specificato nella lettera d'impegno. Il 30 giugno 2014 si concluderà il progetto. La GDO è dunque invitata ad aderire all'iniziativa e diffondere... la voce, per creare un circolo virtuoso di sostenibilità a tutto vantaggio del consumatore (sempre più eco-consapevole) e dell'ambiente.

I requisiti... d'impegno

Ma cosa si chiede alle aziende che aderiscono? La risposta è semplice: nel caso dei

PREP-P3 esse dovranno concentrare tutti i loro prodotti per raggiungere un dosaggio raccomandato non superiore a 75 g/dose e 115 ml/dose con riferimento ad un carico standard per acqua mediamente dura, mentre nel caso dei PREP-FC saranno chiamate a concentrare i loro ammorbidenti per raggiungere un dosaggio raccomandato non superiore a 35 ml/lavaggio. E ancora: ottimizzare l'uso degli imballaggi, assicurando un alto livello di riempimento, almeno in linea con quello attuale (per esempio non meno del 70% per le polveri in cartone). Ultimo requisito attiene alla comunicazione: ogni azienda dovrà impegnarsi a informare i consumatori sull'uso corretto utilizzando il materiale messo a punto da A.I.S.E.

I vantaggi... in numeri

È chiaro dunque che la GDO sta prendendo sempre più seriamente l'impegno verso un mondo e un commercio via via più eco-sostenibile: e poi, più i prodotti saranno sostenibili e "minimal" nell'involucro, meno spazio occuperanno sugli scaffali, che potranno essere riempiti di più prodotti. Una considerazione forse elementare ma che, quando si tratta di marketing, è bene tener presente. Infine, mettere sul mercato prodotti sempre più concentrati ha un grande impatto sulla sostenibilità dei prodotti e delle operazioni di pulizia: significa infatti non solo una riduzione di ingredienti chimici utilizzati, ma anche una riduzione di trasporti per la distribuzione e soprattutto una considerevole riduzione dei rifiuti d'imballaggio. Non dimentichiamo che, grazie alla concentrazione dei detersivi liquidi, per esempio, si sono raggiunti già importantissimi risultati*:

- 400.000 tonnellate di detersivi liquidi in meno
- 16.000 tonnellate di imballaggio in meno
- 14.000 viaggi in meno per il trasporto del prodotto.

*Stima annuale a livello europeo, dopo l'implementazione del progetto

20
GSA
LUGLIO
2012

