

# QUADERN<sup>i</sup> DELLA S<sup>i</sup>CUREZZA AiFOS

Associazione Italiana Formatori ed Operatori della Sicurezza sul Lavoro

*Direttore: Lorenzo Fantini*

Rivista scientifica trimestrale - Salute e Sicurezza nei Luoghi di Vita e di Lavoro

## Ambiente e sostenibilità

*Interventi di:*

**Lorenzo Fantini**

**Commissione Europea**

**Claudia Carpino**

**Barbara Manfredi  
e Paolo Bragatto**

**INAIL - Dipartimento  
Innovazioni Tecnologiche**

**INAIL - Direzione Generale  
- Consulenza Tecnica  
Accertamento Rischi  
e Prevenzione**

**Antonella Grange**

**Marco Magro**

**Pierpaolo Masciocchi**

**Fabrizio Bottini**

**Matteo Mazzarini**

**Franco Arborio  
e Ernesto Vietti**

**Federchimica**

**Anna Reina e Michele Adt**

**Carlo Belvedere**

**Giovanni Ranza**



**n. 2 - Anno VIII**

**Trimestrale  
Aprile - Giugno 2017**

**AiFOS** Associazione Italiana Formatori ed Operatori della Sicurezza sul Lavoro



c/o CSMT Università degli Studi di Brescia  
via Branze, 45 - 25123 Brescia  
tel. 030.6595031 fax 030.6595040  
www.aifos.it info@aifos.it

## Sommario

<i>Lorenzo Fantini</i>	<b>1</b>
<b>Editoriale</b>	
<i>Commissione Europea</i>	<b>3</b>
<b>Per un ambiente sano e una crescita sostenibile</b>	
<i>Claudia Carpino</i>	<b>9</b>
<b>La strategia per uno sviluppo sostenibile</b>	
<i>Barbara Manfredi e Paolo Bragatto</i>	<b>14</b>
<b>Le norme UNI per la gestione dei rischi da incidente rilevante</b>	
<i>AA.VV.</i>	<b>20</b>
<b>Uno strumento applicativo per la gestione sistemica della sicurezza: Agile</b>	
<i>Antonella Grange</i>	<b>26</b>
<b>Le verifiche ispettive nel Sistema di Gestione Ambientale</b>	
<i>Marco Magro</i>	<b>35</b>
<b>Un'azienda virtuosa</b>	
<i>Pierpaolo Masciocchi</i>	<b>42</b>
<b>La nuova disciplina del responsabile tecnico in materia ambientale. Orientamenti ministeriali e ipotesi allo studio</b>	
<i>Fabrizio Bottini</i>	<b>50</b>
<b>I reati ambientali nel D.Lgs n. 231/2001</b>	
<i>Matteo Mazzarini</i>	<b>63</b>
<b>L'impegno per l'ambiente di EP Produzione</b>	
<i>Franco Arborio e Ernesto Vietti</i>	<b>71</b>
<b>L'applicazione della certificazione ambientale 14001 al tema della responsabilità sociale</b>	
<i>Federchimica</i>	<b>78</b>
<b>Sviluppo sostenibile: l'impegno dell'industria chimica attraverso il programma "Responsible Care"</b>	
<i>Anna Reina e Michele Adt</i>	<b>85</b>
<b>Il futuro del vending è sostenibile</b>	
<i>Carlo Belvedere</i>	<b>93</b>
<b>Cantiere a impatto zero</b>	
<i>Giovanni Ranza</i>	<b>101</b>
<b>"Envision": un sistema di rating per progettare infrastrutture sostenibili con impatto sulla salute e sicurezza</b>	

## **Il futuro del vending è sostenibile**

di Anna Reina<sup>1</sup> e Michele Adt<sup>2</sup>

### **Il futuro delle imprese è sostenibile**

La sostenibilità è un tema che si sta diffondendo sempre di più a tutti i livelli della nostra società. Le persone, nella loro veste di consumatori, sono sempre più sensibili alla sostenibilità e sempre più propense all'acquisto di prodotti e servizi che ne rispettino i valori. L'indagine *Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability* mostra come il 52% dei consumatori si dichiara disposto a pagare di più per brand sostenibili e come questa tendenza sia in costante crescita anno dopo anno.

La sostenibilità è entrata anche a far parte delle strategie aziendali delle imprese. Una recente ricerca ("*Seize the change*" realizzata da DNV GL e da EY, con il supporto di GFK Eurisko) mostra come il 40% delle aziende italiane dichiara di integrare la sostenibilità nel proprio core business. Questo anche perché la maggior parte delle aziende che ha intrapreso iniziative dedicate ne ha tratto beneficio: in termini di compliance normativa (30%), di valorizzazione della reputazione di marca, di miglioramento delle relazioni con i clienti. Ma non solo.

Oggi, infatti, parlare di sostenibilità non significa più mettere in discussione che la priorità di un'azienda sia garantire la redditività. Sempre l'indagine di Nielsen, mostra come le aziende impegnate nella responsabilità sociale abbiano fatto registrare un aumento del fatturato del 4%, rispetto a quelle non operative su questo fronte e che il 65% delle vendite totali nel largo consumo è arrivato da marche impegnate in cause ambientali o sociali.

---

<sup>1</sup> Coordinatrice Commissione Vending Sostenibile di CONFIDA Associazione Italia Distribuzione Automatica.

<sup>2</sup> Direttore CONFIDA Associazione Italiana Distribuzione Automatica.

### **Il vending: un canale alimentare “Made in Italy”**

Il rapporto tra gli italiani e la distribuzione automatica è stretto. Nei principali luoghi che frequentiamo durante le nostre giornate - dagli uffici alle scuole, dalle università alle stazioni, dalle metropolitane agli aeroporti, fino ai diversi luoghi pubblici - troviamo un distributore automatico (*vending machine*).

Da un'indagine promossa da CONFIDA<sup>3</sup> - Associazione Italiana Distribuzione Automatica emerge che il 52% degli italiani dichiara di aver utilizzato un distributore automatico di cibi e bevande nell'ultimo anno. Di questi il 27% li utilizza quotidianamente; il 30% da una a tre volte alla settimana; un ulteriore 19% da una a tre volte al mese. La fascia di età più rappresentata tra gli utilizzatori del vending è quella tra i 25 e i 54 anni, senza particolare distinzione tra uomini e donne. Il 77% si dichiara soddisfatto del servizio.

Questo stretto rapporto tra italiani e distributori automatici nasce anche dal fatto che l'Italia è il primo Paese in Europa per il numero di *vending machine* installate (oltre 800 mila), seguito da Francia (590 mila), Germania (545 mila), Inghilterra (421 mila)<sup>4</sup>. Non a caso, l'Italia è il principale produttore europeo di macchine per il settore della distribuzione automatica, un segmento del mercato della meccanica italiana esportato in tutta Europa e anche a livello mondiale. Insomma un vero 'Made in Italy'.

Le imprese di gestione che operano nel settore della distribuzione automatica sono invece circa 3.000 e impiegano circa 33.000 lavoratori. Il mercato tra automatico (macchine automatiche) e porzionato (macchine a cialde e capsule), vale complessivamente 3,4 miliardi di euro (di cui 1,8 miliardi rappresentano il solo mercato automatico) ed eroga 10,5 miliardi di consumazioni l'anno a 30 milioni di italiani<sup>5</sup>.

### **Il cammino del vending verso la sostenibilità**

Il tema della sostenibilità nella distribuzione automatica tocca molti aspetti dell'attività delle imprese che operano in questo settore. Si pensi alla gestione efficiente dell'energia e dei magazzini all'interno dell'azienda, alla sostenibilità nei trasporti, all'adozione di nuove tecnologie disponibili fino alla scelta dei prodotti alimentari e alla gestione dei rifiuti nell'ottica di un'economia sempre più circolare.

---

<sup>3</sup> “Il Vending in Italia. Studio sul mercato della domanda”, a cura di Rossiricerche, 2015.

<sup>4</sup> “The Vending Market in 2015”, European Vending Association, 2016.

<sup>5</sup> “Studio di Settore Confida 2015”, a cura di Accenture, 2016.

Già da qualche anno questa consapevolezza ha portato alcune aziende del *vending* a interrogarsi su come riorganizzare il proprio lavoro in modo sostenibile. Da queste riflessioni sono nati alcuni progetti interessanti, ma diffusi a “macchia di leopardo” nel mercato.

L'intervento dell'associazione di categoria CONFIDA ha permesso di raccogliere queste esperienze e di metterle a disposizione dell'intero sistema, permettendo alle aziende del settore di lavorare insieme e “contaminarsi” al fine di iniziare un percorso che dovrà portare l'intero settore ad avere un approccio più sostenibile.

### **Il progetto “Vending Sostenibile” di CONFIDA**

CONFIDA, che è l'unica associazione di categoria che rappresenta l'intera filiera della distribuzione automatica, a partire dal 2014 ha dato vita al progetto “Vending Sostenibile” creando una specifica Commissione composta da aziende del settore che si è impegnata ad approfondire le tematiche della sostenibilità nella distribuzione automatica. In questa attività, CONFIDA si è avvalsa della competenza della Fondazione Sodalitas che dal 1995 promuove la Sostenibilità d'Impresa in Italia, contribuendo all'evoluzione del ruolo dell'impresa come attore sociale e non solo economico.

La prima attività svolta dall'associazione è stata quella di definire i dieci ambiti in cui la sostenibilità può intervenire nella distribuzione automatica. In particolare, ci si è concentrati sull'energia (dal risparmio energetico alla produzione di energia da fonti alternative, dall'utilizzo di LED al recupero delle acque meteoriche), sulla gestione dei magazzini (automatizzazione e informatizzazione, utilizzo di palmari e RFID, riutilizzo delle confezioni e scelta di fornitori qualificati), sull'ottimizzazione del servizio (scelta degli automezzi, telemetria e GPS, affidabilità del distributore e ottimizzazione dei rifornimenti), sul vending “senza confini” (ossia sulla valorizzazione della capacità del vending di offrire un servizio e dei prodotti alimentari ovunque), sull'apertura 24 ore su 24 (ossia sulla capacità del vending di offrire un servizio e dei prodotti alimentari in qualsiasi momento si renda necessario) sulla sicurezza alimentare (l'attenzione all'igiene, alla tracciabilità, il rispetto di tutte le normative vigenti e la formazione degli operatori), sulle collaborazioni con stakeholder esterni (dai Comuni alle scuole), sulla diffusione delle nuove tecnologie (che permettono di risparmiare energia, rendono più facile l'accesso ai disabili, offrono informazione e interazione col consumatore), sull'ampliamento della

gamma dei prodotti ai prodotti equo solidali, per intolleranti, a chilometro zero o a basso impatto ambientale) e, infine, sulla gestione dei rifiuti ed il riciclo (che parte dai materiali come i bicchierini fino alla raccolta differenziata e ai RAEE).

L'associazione ha quindi creato un marchio ("Vending Sostenibile") e un sito internet ([www.vendingsostenibile.com](http://www.vendingsostenibile.com)), messo a disposizione delle aziende associate che vi hanno potuto condividere le loro buone prassi in tema di sostenibilità con le altre imprese del settore, oltreché con enti e istituzioni. Ad oggi il sito di Vending Sostenibile, nella sezione "I progetti delle aziende" ha mappato 27 progetti di sostenibilità realizzati da imprese del settore della distribuzione automatica.



### **L'indagine "Sono sostenibile perché ..." di CONFIDA**

Nel corso del 2016, CONFIDA ha condotto un sondaggio rivolto alle imprese associate per rilevare cosa ne pensassero del tema della sostenibilità e una larga maggioranza (il 70,9%) ha confermato che l'argomento è "fondamentale" per il futuro del vending. I risultati dell'indagine svolta mostrano chiaramente come le aziende del vending siano sempre più consapevoli del fatto che l'attenzione a una gestione sostenibile dell'attività della distribuzione automatica porti notevoli benefici, in termini di minor impatto ambientale, non solo per l'azienda stessa, ma per la comunità in cui essa opera.

L'attenzione delle aziende del vending verso la sostenibilità non è solo nelle parole, ma si traduce in un impegno confermato dai fatti. Consumi energetici, processi di produzione e logistica, gestione dei fornitori, prodotto e servizio al cliente/consumatore: l'indagine conferma che già oggi la sostenibilità impatta su tutti gli aspetti centrali per creare valore nel settore vending, e prevede che l'impegno già rilevante su questo fronte sia destinato a crescere nel medio periodo.

La sostenibilità nel settore vending emerge come una leva-chiave di innovazione, un elemento costitutivo della qualità del prodotto/servizio, una strategia di riferimento per proporsi a un mercato sempre più attento, consapevole ed esigente.

Seguono i principali risultati emersi dalla ricerca.

### **A. Sostenibilità dei consumi energetici**

Le aziende del vending segnalano un'attenzione già diffusa, e destinata a crescere in prospettiva, verso l'ottimizzazione sostenibile dei consumi energetici. In particolare:

- 3 aziende su 10 hanno già installato sistemi per produrre energia da fonti alternative, mentre 4 aziende su 10 prevedono di farlo nel medio periodo;
- diffusione di soluzioni LED e sensori di presenza presso le sedi aziendali (64%) per conseguire un risparmio energetico e un miglior impatto ambientale;
- più di 1 azienda su 2 (55,8%) ha realizzato interventi di riqualificazione energetica, mentre sono ancora limitati la raccolta e l'utilizzo delle acque meteoriche (15,1%);
- comprensibilmente limitata, ma comunque incoraggiante, l'incidenza delle aziende che acquistano energia esclusivamente da fornitori che utilizzano solo fonti rinnovabili.

### **B. Innovazione sostenibile della logistica e del servizio al cliente**

Le aziende del settore vending investono in soluzioni innovative e sostenibili per gestire la logistica e il servizio al cliente. Nel dettaglio:

- più di 1 azienda su 2 ha sviluppato una strategia di automazione del magazzino e dei processi produttivi;
- la riduzione dei rifiuti è un obiettivo perseguito ad esempio con l'ampia diffusione dei palmari per digitalizzare i documenti cartacei (76,7%) e l'impiego di contenitori riutilizzabili per i prodotti freschi;
- la logistica è resa più sostenibile ottimizzando i percorsi dei rifornimenti per ridurre l'impatto sulla viabilità e decongestionare il traffico urbano (8 aziende su 10);
- già 3 aziende su 10 impiegano automezzi con minori emissioni e altrettante si propongono di farlo in futuro;
- ancora poco diffuso ad oggi (ma destinato a crescere) il ricorso a distributori con sistemi di telemetria per

ottimizzare gli interventi di manutenzione e rifornimento in loco (2 aziende su 10);

- 6 aziende su 10, consapevoli che la gestione responsabile della catena di fornitura contribuisce alla migliore qualità dei prodotti e servizi offerti al consumatore, sono propense a selezionare fornitori impegnati a rispettare standard di sostenibilità;
- 8 aziende su 10 rendono più efficiente il consumo energetico dei propri clienti offrendo loro macchine dotate di *energy saving*.

### **C. Sostenibilità e prodotti:**

- più di 1 azienda su 2 utilizza miscele di caffè certificate DTP-114 per migliorare la qualità offerta al consumatore;
- molto rilevante l'attenzione alla qualità e alla varietà dei prodotti alimentari distribuiti, confermata dall'orientamento a offrire alimenti per persone intolleranti (80%) o provenienti da agricoltura biologica (85%), prodotti freschi (71%) o a "km 0" (48%).

### **D. Tecnologia e customer experience**

- Il 35% delle aziende intervistate utilizza distributori automatici più facilmente accessibili alle persone disabili;
- il 25% programma di farlo, mentre 4 aziende su 10 offrono al consumatore un servizio personalizzato grazie a distributori dotati di monitor touch;
- i sistemi di pagamento *cashless* sono offerti da 7 aziende su 10 per migliorare la fruibilità del servizio.

### **E. Riciclo ed economia circolare**

L'impegno ad orientare ed "educare" il cliente/consumatore a comportamenti sostenibili è confermato dalla scelta di promuovere:

- la raccolta differenziata dei rifiuti (70% del campione);
- usare bicchieri e confezioni di materiale compostabile/biodegradabile o comunque a basso impatto CO2 (48%).

### **F. Certificazioni e qualità**

È significativo l'impegno delle aziende del vending a migliorare la loro performance di sostenibilità attraverso certificazioni volontarie.

- il 36% delle aziende hanno ottenuto la certificazione di settore "TQS Vending" che attesta la forte attenzione alla corretta gestione del servizio, e il 29% del campione prevede di farlo nel medio periodo;
- 1 azienda su 3 è certificata in base a norme sulla Sostenibilità e adotta standard internazionali sul tema (UNI ISO 26000, SA 8000, EMAS, ...).

### **Eventi e progetti con stakeholder**

La sostenibilità rappresenta un'ottima piattaforma di collaborazione con altre imprese, enti, istituzioni e cittadini. Essendo un tema che riguarda tutti, è semplice trovare "terreni comuni" con altri attori sociali.

Per questo, a partire dal 2016, CONFIDA ha promosso sul territorio incontri e workshop e ha dato vita a progetti in collaborazione con Comuni e Università.

In particolare, nel febbraio del 2016, CONFIDA ha organizzato presso il Comune di Conegliano un seminario dedicato a "*Eco-Vending: il contributo delle imprese della Distribuzione Automatica per un territorio sostenibile (comunità locale, economia, ambiente)*"<sup>6</sup> che ha portato alla stipulazione di un protocollo d'intesa, insieme all'associazione dei consumatori Adiconsum e al Comune di Conegliano, volto a promuovere il vending sostenibile negli uffici comunali, ospedali e scuole della città veneta.

Nel luglio del 2016, un analogo incontro è stato organizzato da CONFIDA a Prato, in collaborazione con Confcommercio e ANCI Toscana e col Comune di Prato, finalizzato a promuovere i prodotti del territorio tramite la distribuzione automatica<sup>7</sup>.

Sempre nel 2016, CONFIDA ha aderito ad un'iniziativa del Comune di Milano e di Equo Garantito su "*Food Policy, buone pratiche locali e commercio equo e solidale*" installando una "*Vending Machine Equosolidale*" che ha offerto gratuitamente caffè, cappuccino e cioccolata

---

<sup>6</sup> "Il Comune: basta sprechi alimentari", Il Gazzettino (ed. Treviso), 22 febbraio 2016, pag. 14.

<sup>7</sup> "La distribuzione automatica: ora con i prodotti a km 0", La Nazione (ed. Prato), 7 luglio 2016, pag. 7.

provenienti da coltivazioni equosolidali. L’iniziativa, che ha avuto particolare successo, è stata poi replicata nel Comune di Torino.

Proprio nel capoluogo piemontese, nell’ottobre del 2016, è stato realizzato un convegno su “*Responsabilità Sociale d’impresa e consumo consapevole: il caso del vending sostenibile*”<sup>8</sup> in collaborazione con la Scuola di Management e di Economia dell’Università degli Studi di Torino.

Per il 2017 è già in atto una collaborazione con l’Università di Bergamo.

---

<sup>8</sup> “*Nei distributori automatici i prodotti a filiera corta*”, La Stampa (ed. Torino), 7 Ottobre 2016, pag. 51.