

# **Cardato Recycled**

## **Aspetti Operativi per la Misurazione degli Impatti**

**La rilevazione dei dati per la definizione del Ciclo di Vita dei prodotti della filiera del Cardato Rigenerato**



---

PrimaQ

-2-

---

## **Nascita ed Evoluzione del Marchio**

---

1. Nascita del Progetto Pilota nel 2013 (Produttori di Lana Meccanica, Filati e Tessuti) su impatti dei prodotti delle 2 Aziende partecipanti alla sperimentazione (di cui 1 produttrice di lana meccanica e filati e l'altra di tessuti) su dati annualità 2013;
2. Sviluppo del modello di rilevazione dei dati e di quantificazione degli impatti coerente con la Raccomandazione UE 179/2013 (PEF); coerenza metodologica comunitaria e definizione delle regole;

---

## **Nascita ed Evoluzione del Marchio**

---

3. Analisi dei Processi con riferimento alla realizzazione annuale degli articoli componenti la famiglia (filato e tessuto). Rilevazione dei dati e delle informazioni provenienti dal Marchio CO<sub>2</sub> Neutral;
4. Sviluppo di Nuovi strumenti per l'acquisizione dei dati caratteristici per la determinazione degli impatti riguardanti l'impronta dei prodotti;
5. Evoluzione del Regolamento del Marchio con associato il Protocollo di sua Gestione; nuove regole per l'applicabilità ai prodotti e processi;

---

## **Nascita ed Evoluzione del Marchio**

---

6. Determinazione dell'impronta dei prodotti con applicazione di specifico modello di calcolo e utilizzo di software dedicato; creazione della nuova reportistica funzionale al marchio ed all'attività di certificazione dell'Ente terzo;
7. Verifica in campo dei dati rilevati delle famiglie di prodotti delle Aziende nell'annualità 2013 di riferimento con attestazione dell'Ente di Certificazione.

---

## **Innovazioni del Marchio**

---

- A. **...Cardato Rigenerato...(esistente)**
- B. **...Realizzato all'interno del Distretto di Prato<sup>(\*)</sup>... (esistente)**
- C. **...Rilevazione di 13 nuove categorie d'impatto ambientale aggiuntive rispetto alla categoria utilizzata in precedenza dal Marchio CO<sub>2</sub> Neutral....(NUOVO)**

*(\*) Specifiche deroghe possono essere date, a insindacabile giudizio del Comitato di Certificazione, qualora certe lavorazioni siano indisponibili all'interno del distretto stesso*

---

## **Innovazioni del Marchio**

---

- D. **... nuovo sistema di identificazione e gestione delle famiglie dei filati e dei tessuti ....(NUOVI CRITERI)**
- E. **.....quantità e provenienza della lana meccanica (Fornitori) utilizzata nei filati e nei tessuti... (NUOVA PERCENTUALE)**
- F. **..... rilevazione dati annuali per Fornitori significativi impiegati nella realizzazione delle fasi produttive della famiglia di prodotto....(NUOVO)**

---

## **Innovazioni del Marchio**

---

**G. ... *analisi della qualità dei dati ai fini della validazione dei risultati....(NUOVO)***

**H. .... *predisposizione di reportistica definita dal Protocollo ed impiego di modello di calcolo realizzato con programma software dedicato... (NUOVO)***

**I. ... *nuovo sistema di classificazione dei rilievi e delle azioni....(NUOVI CRITERI)***

---

## **Innovazioni del Marchio**

---

**J. ...*tariffazione differenziata in base alla classificazione delle famiglie... (NUOVO)***

**K. ....*creazione di un database di distretto che consenta di gestire i dati e le informazioni caratteristiche dei processi di lavorazione....(NUOVO)***

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

1. Definizione dei requisiti e delle finalità del percorso di ottenimento del Marchio (formazione preliminare a cura della Camera di Commercio o di Enti Delegati);
2. Comprensione dei criteri e delle metodologie del regolamento del marchio e del protocollo utilizzato per la rilevazione dei dati caratteristici dell'organizzazione e della filiera produttiva dei prodotti per i quali s'intende ottenere il Marchio (Referente Tecnico e Produttivo con supporto del Consulente);
3. Identificazione dei Requisiti dei Prodotti o delle Famiglie di Prodotti che soddisfano o possono soddisfare i requisiti del marchio (coinvolgimento del Resp.le Tecnico e del Consulente);

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

4. Identificazione dei processi e dei dati caratterizzanti gli impatti differenziati per la/e famiglia/e di prodotto/i (Referente Tecnico e Produttivo con supporto del Consulente);
5. Acquisizione dei dati e delle informazioni ed eventuale messa a punto dei sistemi organizzativi o gestionali per il loro reperimento; gestione della tracciabilità di filiera e dei supporti di registrazione dei dati con definizione della ripetibilità della metodologia; (Referente Produttivo con supporto del Consulente)

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

6. Compilazione e completamento delle Check-list e delle schematizzazioni dei prodotti e processi (Referente Tecnico e Produttivo con supporto del Consulente);
7. Alimentazione del programma di elaborazione e quantificazione degli impatti per ogni prodotto con stesura del Report PEF; (Consulente)
8. Analisi e Verifica delle elaborazioni e comparazioni con altri dati inseriti nel data base di distretto; (Referente Tecnico e Produttivo con supporto del Consulente)

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

9. Verifica (documentale ed in campo) dei dati del Report PEF e delle correlate Check-list di acquisizione dei dati da parte dell'Ente di Certificazione (Referente Tecnico supportato dal Consulente e dal Gruppo di Audit SGS);
10. Gestione dei rilievi e trasmissione del Rapporto dell'Ente di Certificazione all'azienda ed al Comitato istituito dalla Camera di Commercio di Prato per la gestione del marchio; (Resp.le gruppo audit SGS e referente Camera di Commercio)

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

11. Esame annuale delle modifiche con impatto significativo sul report PEF iniziale/aggiornato (vedi percorso con punti da 5 a 8) in relazione ai prodotti e processi esaminati; (Referente Tecnico e Produttivo con supporto del Consulente)
  
12. Verifica (documentale ed in campo) dei dati del Report PEF aggiornato e delle correlate Check-list dei dati da parte dell'Ente di Certificazione (Referente Tecnico supportato dal Consulente e dal Gruppo di Audit SGS);

---

## **Aspetti Operativi di Misurazione Impatti**

---

13. Gestione dei rilievi e trasmissione del Rapporto dell'Ente di Certificazione all'azienda ed al Comitato istituito dalla Camera di Commercio di Prato per la gestione del marchio (conferma annuale); (Resp.le gruppo audit SGS e referente Camera di Commercio)

---

## Criticità ed Opportunità del Percorso

---

1. Identificazione dei Requisiti dei Prodotti o delle Famiglie di Prodotti in relazione alla gestione ambientale richiesta dal mercato ovvero come fattore distintivo fra i diversi tipi di prodotti;  
AMPLIAMENTO E APPROFONDIMENTO PERIMETRO ANALISI
2. Promozione differenziata dei prodotti con un modello ricco di informazioni, rigoroso e comparabile con altre tipologie di prodotti tessili;  
CONOSCENZA DEL MARCHIO e DEL REPORT PEF

---

## Criticità ed Opportunità del Percorso

---

3. Aumento della varietà e della qualità dei dati caratteristici delle famiglie con una gestione che richiede una "procedura aziendale attenta alle varianti introdotte annualmente";  
CONOSCENZA E CONSAPEVOLEZZA DEL MODELLO
4. Gestione della tracciabilità dei prodotti nella filiera con possibilità di differenziazione relazionate ai terzisti che DEVONO garantire la disponibilità di dati affidabili;  
PARTNERSHIP CON I FORNITORI



---

## Criticità ed Opportunità del Percorso

---

5. Metodologia riconosciuta in ambito comunitario con attestazione di Parte Terza indipendente (Camera di Commercio ed Ente di Certificazione) delle caratteristiche della filiera di provenienza del prodotto;  
GESTIONE AUDIT FORMALE DI DURATA GIORNALIERA
  
6. Impatto Economico modesto rispetto a percorsi simili da svolgere al di fuori del marchio con percorsi autonomi;  
COSTO PERCORSO COMPETITIVO
  
7. Adattabilità del percorso alle evoluzioni tecniche degli articoli e dei processi aziendali;  
FLESSIBILITÀ MARCHIO

---

## Criticità ed Opportunità del Percorso

---

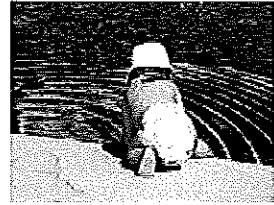
8. Aggiornamento annuale dei dati e partecipazione ad un progetto di filiera che sviluppa una immagine aziendale collegata alla sostenibilità ambientale;  
VALUTAZIONE PERIODICA
  
9. Evoluzione del Marchio e del Protocollo relazionata alle indicazioni delle aziende e più in generale di tutte le Parti Interessate che con esso possono relazionarsi;  
EVOLUZIONE DEL MARCHIO

---

# CONCLUSIONE

---

VALORIZZARE L'ESPERIENZA..



FARE SQUADRA.....



RACCOGLIERE LA SFIDA.....

