

Città Metropolitana di Bologna

Azione 1.1

**Transizione verso l'economia circolare nel territorio
collinare e montano della Città metropolitana di
Bologna**

**ESEMPI E BUONE PRATICHE DI
ECONOMIA CIRCOLARE IN AMBITO
APPENNINICO**

Ottobre 2021

Introduzione	3
1 Appennino Food.....	5
2 Alce Nero	8
3 Metalcastello	11
4 BASF.....	15
5 Dismeco	19
6 Fairbnb	23
7 Trail valley	25
8 Il Regno del Marrone	27
9 Comunità energetiche in Valsamoggia	30
10 Gruppo Hera.....	32

Questo rapporto è realizzato da eco&eco Economia ed ecologia Srl su incarico e supervisione della Città Metropolitana di Bologna e con il supporto tecnico e statistico di ArtER. Tutte le interviste sono state realizzate dal personale di eco&eco

Introduzione

Questo documento è un estratto del rapporto “Linee guida per l’economia circolare in Appennino bolognese”, redatto da eco&eco per conto della Città metropolitana di Bologna.

Il documento si compone di due parti, realizzate con la stessa modalità di confronto con testimoni privilegiati e referenti di azioni di economia circolare in Appennino. La distinzione risiede nel fatto che nella prima parte (“Interviste”) oggetto del confronto sono state cinque realtà imprenditoriali attualmente o negli anni scorsi insediate in un comune dell’Appennino bolognese, mentre nella seconda parte (“Buone pratiche”) lo scambio di informazioni ha avuto come oggetto organizzazioni che hanno avviato percorsi di economia circolare di potenziale interesse per lo stesso Appennino bolognese.

Il documento restituisce in forma sintetica e con lo stesso format – in parte diversificato tra soggetti delle Interviste e Buone pratiche – i dieci colloqui avuti con i titolari delle esperienze descritte. Nel caso delle “Interviste” propriamente dette, esplorando la loro adesione, volontaria o inconsapevole, ai principi dell’economia circolare, nel caso delle “buone pratiche”, raccontando esperienze di economia circolare realizzate in contesti territoriali simili all’appennino bolognese e, in quanto tali, replicabili in loco.

Nel complesso, i colloqui hanno riguardato otto imprese, una delle quali cooperativa, un ente locale e un’associazione (in procinto di costituirsi in cooperativa), coprendo i comparti di agro-alimentare, meccanica, chimica, rifiuti e *utilities*, energia e turismo.

INTERVISTE

1 Appennino Food

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Appennino Food SpA
Comune: Valsamoggia (BO)
Settore: Agroalimentare
Soggetto intervistato: Luigi Dattilo (Titolare)

Descrizione dell'attività (sintesi): Nata nel 1994 dalla passione dei fratelli Luigi ed Angelo Dattilo per la selezione di funghi e tartufi ("Appennino Funghi e Tartufi", il suo nome originale), l'azienda negli anni è stata protagonista di una grande crescita, diventando una stabile presenza nel mercato alimentare mondiale. Cambiato nome in "Appennino Food", oggi l'impresa continua ad avere in funghi e tartufi il prodotto principale, ma propone anche altri preparati della tradizione gastronomica italiana.

Dimensioni di economia circolare

1. ECODESIGN

L'azienda pratica forme di ecodesign?

No.

2. APPROVVIGIONAMENTO

L'azienda pratica forme di approvvigionamento sostenibile?

La filosofia aziendale è sempre stata di pieno rispetto dell'ambiente, perché lavoriamo un prodotto naturale che può esistere solo rispettando la natura. Meno natura, meno tartufi, la logica è quella. Ad esempio, la stampa delle etichette avviene privilegiando fornitori che usano carta riciclata e colle ecosostenibili e le *brochure* sono prodotte con carte naturali e inchiostri sostenibili. Il ciclo produttivo non prevede solventi né detergenti, di conseguenza non ci sono nemmeno inquinanti.

3. ENERGIA ED ALTRE RISORSE

Quali sono le performance energetiche dell'azienda?

Quando nel 2019 è stata costruita la sede di Savigno, è stato installato un impianto fotovoltaico che con la produzione di 80 kw giornalieri di energia copre il 25% di auto-provvigionamento. L'acqua è addotta dalla rete (deve essere acqua controllata dall'AUSL); utilizzata per i lavaggi, è poi scaricata nel depuratore. Non ci sono politiche aziendali di risparmio idrico.

4. GESTIONE RIFIUTI, SCARTI ED EMISSIONI

L'azienda ha una politica per la gestione degli scarti produttivi e dei rifiuti?

Appennino food non produce scarti nocivi o da sottoporre a trattamento; un prodotto che è naturale e che richiede quindi la più elevata integrità dell'ecosistema. Per quanto concerne gli scarti di produzione, si intendono gli imballaggi per il confezionamento della materia prima che arriva in azienda (imballi di plastica, bottiglie, imballi di cartone), poi le rifilature di materie prime (come le carni per il ragù), tutte smaltite presso operatori autorizzati. Il ciclo chiuso è una necessità, perché in questo settore minore è lo scarto e maggiore è il guadagno. Inoltre, il lavaggio di funghi e tartufi produce uno scarto ricco di spore, che viene recuperata e porta in tartufaia (didattica, non produttiva, vedi infra). C'è inoltre la questione dei pallet su cui viaggiano le merci, che sono però già un circolo chiuso (ha un valore, non è a perdere). I pallet usa e getta che arrivano in azienda, sono smaltiti

attraverso un operatore che fa il recupero di legno e polistirolo. È praticata nello stabilimento e negli uffici la raccolta differenziata. Gli impianti di raffreddamento sono ecosostenibili, non utilizzano ammoniaca.

5. TRASPORTI E LOGISTICA

L'azienda ha una politica per la gestione sostenibile di trasporti e logistica?

L'Azienda esporta in tutto il mondo, ma non ha una politica precisa sulla filiera logistica. Si è posta in passato la questione delle consegne dirette con mezzi elettrici, di interesse per l'azienda, ma attualmente la tecnologia non consente ancora di superare il problema della refrigerazione del prodotto.

6. PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI

L'azienda favorisce il corretto stile di vita di dipendenti e clienti?

L'azienda ha in progetto di convertire i distributori aziendali per cibo e acqua in senso sostenibile e fornire bottiglie personalizzate per i dipendenti (50 addetti). È stata realizzata a Monteveglio una tartufoia per gli scarti nobili (vedi sopra, il tema delle spore). L'obiettivo non è produttivo, ma di *food education* rivolta a scuole, clienti, giornalisti e curiosi. La struttura prevede sedute in legno dentro al bosco,

7. FILIERA CIRCOLARE E LOCALE

L'azienda mette in pratica iniziative di chiusura dei cicli e riduzione delle filiere?

Principalmente prodotti regionali, gli ingredienti a base di tartufo e i sughi da sempre orientati a ingredienti dell'Emilia-Romagna (es: Sale di Cervia, pomodoro del delta del Po, carne di Mora Romagnola e Bianca Modenese); quando non è possibile, carni nazionali. Anche l'olio è regionale (Brisighella; si sta perfezionando una collaborazione con una piccola azienda di Zola P). Per il tartufo (100% spontanei), già da tempo selezionate sono state selezionate cinque regioni della dorsale appenninica, con precedenza all'Emilia-Romagna, poi Italia. Trattandosi di prodotto spontaneo, già anni fa con l'appoggio della Facoltà di agraria di UNIBO, si è andati a impiantare prodotto regionale in Australia e Nuova Zelanda. Questo oggi è molto comodo per l'inversione delle stagioni, avendo così prodotto anche in luglio e agosto

8. VALORE CONDIVISO E COMUNITÀ TERRITORIALI

L'azienda intraprende iniziative a sostegno della comunità locale?

Savigno è diventata una piattaforma per esportare il progetto. Già l'anno scorso partito un progetto per l'acquisto di piante micorizzate da regalare a tutti gli studenti dell'IC, da piantare nel terreno (ad es. il giardino di casa), progetto che poi si è interrotto per il Covid. Costante l'appoggio con sponsorizzazione ad associazioni dilettantistiche e sportive, ma anche non sportive. Ad esempio, acquisto delle pinze per i volontari ambientali che di domenica raccolgono i rifiuti lungo i fiumi e negli spazi verdi.

9. INCLUSIVITÀ SOCIALE

L'azienda attiva politiche per l'inclusione, l'uguaglianza e le pari opportunità?

Al di là di quanto previsto dalla normativa, il titolare indica un progetto personale per portare in azienda durante l'estate due ragazzi con certificazione di invalidità all'80 ed al 55%, che hanno raggiunto la maggiore età.

10. CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI

L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali e sociali o pubblica un bilancio di sostenibilità?

Nessun tipo di certificazione

11. LEGAME CON L'APPENNINO

La localizzazione in Appennino è dettata da fattori particolari? Si percepisce un vantaggio (approvvigionamento, vicinanza al mercato di riferimento, qualità della produzione, qualità del lavoro, benessere degli addetti)?

Da Borgonuovo di Sasso Marconi, l'azienda si è spostata prima a Monteveglio e poi a Savigno, proprio per rimarcare il suo legame con il territorio. È un prodotto che genera un'emozione, non può essere fatto in una zona industriale, perderebbe il suo significato. La marginalità del territorio, inoltre, è fonte di sentimento, in un territorio decentrato si trova più vita e più verità. Non è stata una scelta casuale.

12. NECESSITÀ PERCEPITE

Di quali iniziative/politiche/servizi si sente più l'esigenza per favorire processi di economia circolare nella vostra azienda?

Non serve molto; oggi tutti i sistemi si basano sulle reti, sia per l'informazione che per la commercializzazione. Quindi una potente rete di connessione internet sarebbe l'aiuto più grande. L'altra cosa di cui c'è grande bisogno sono i servizi alla persona, a partire dal trasporto pubblico, che è deficitario e costringe cittadini e lavoratori a muoversi sempre in auto.

2 Alce Nero

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Alce Nero SpA

Comune: Castel San Pietro Terme (BO)

Settore: Commercio

Intervistato: Massimo Monti (Amministratore delegato)

Descrizione dell'attività (sintesi): modello di business particolare, teso ad assicurare un mercato ad alto prezzo a prodotti agricoli e trasformati (solo alimentari, da qualche anno anche freschi e surgelati) di qualità dei soci (90%). Agisce come un Consorzio, ma rispetto a un consorzio ha una gamma di prodotti molto più ampia. La logica non è di vendere l'intera produzione dei soci, ma di venderla a margini elevati. È un soggetto di distribuzione: non produce, acquista i prodotti e cura logistica, commercializzazione, controllo qualità e sviluppo. I soci sono solo fornitori (o cooperative/consorzi di fornitori), nella stragrande maggioranza produttori agricoli.

Alce Nero sviluppa la massima attenzione per l'agricoltura di qualità, che in Italia, viste le sue caratteristiche, dovrebbe essere sostanzialmente del 100%: visti gli spazi e le dimensioni, non c'è futuro sulla *commodity*, ma c'è invece sull'alto valore aggiunto. Fare agricoltura senza inquinare l'ambiente e senza impoverire la terra e preservando la biodiversità è sempre stato un aspetto fondamentale. Poi c'è un tema di agro-ecologia da rafforzare, facendo leva su imprese agricole socie con investimenti tecnologici anche importanti.

L'azienda è stata fino al 2015 a Monterenzio, poi per motivi di spazio si è trasferita a Castel San Pietro (17mila mq di magazzino) e sta approntando una sede distaccata a San Lazzaro.

Dimensioni di economia circolare

1. ECODESIGN

L'azienda pratica forme di ecodesign?

No

2. APPROVVIGIONAMENTO

L'azienda pratica forme di approvvigionamento sostenibile?

No

3. ENERGIA ED ALTRE RISORSE

Quali sono le performance energetiche dell'azienda?

Siamo debolissimi su questo, sia livello di fabbriche che agricolo (anche perché non sono nella gestione di Alce Nero). Nuovo stabilimento a S. Lazzaro con edifici a impatto zero, ma nella sede attuale sono in affitto e con impedimento a portare qualunque miglione energetica

4. GESTIONE RIFIUTI, SCARTI ED EMISSIONI

L'azienda ha una politica per la gestione degli scarti produttivi e dei rifiuti?

Gestiamo internamente, si fa raccolta differenziata, ma lavoriamo prodotti finiti, arrivano già impacchettati (quindi i rifiuti sono cartoni). C'è il tema dell'imballo, usiamo molto vetro; poi, tutta la linea di pasta si sta orientando su carta e compostabili (produttore: Felicetti); al momento i pacchetti sono in plastica. È più un tema di immagine, che reale convinzione, perché incide per il 10% in più

sul costo finale e non si vedono effetti positivi (quantomeno nel breve periodo); se esiste un problema di invasione della plastica a livello globale è perché è smaltita male (dal consumatore al produttore), non perché ce ne sia troppa.

5. TRASPORTI E LOGISTICA

L'azienda ha una politica per la gestione sostenibile di trasporti e logistica?

I trasporti sono affidati a vettori professionali su ruota (soprattutto in ITA, anche perché le destinazioni sono molto capillari), non c'è una politica aziendale dedicata. È efficiente perché dalla sede transitano solo bilici, con volumi grandi che vanno a centri di distribuzione e poi nei supermercati (75% in Italia, il 25% all'estero, anche via container).

6. PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI

L'azienda favorisce il corretto stile di vita di dipendenti e clienti?

Al di là di alcune piccole cose (la borraccia aziendale, la mensa che cucina principalmente prodotti Alce Nero), c'è sempre stata molta attenzione per la flessibilità, per lasciare il tempo necessario alla vita familiare delle persone.

Per quanto concerne gli aspetti di mobilità, la pandemia ha cambiato tutto ed oggi tutti tranne i magazzinieri lavorano in *smart working*.

7. FILIERA CIRCOLARE E LOCALE

L'azienda mette in pratica iniziative di chiusura dei cicli e riduzione delle filiere?

Circa il 90% del prodotto viene dai soci, le forniture esterne sono poche e di complemento (aceto, succo di limone, ...). La filiera tendenzialmente nazionale (tranne la linea relativa al *fair trade*), con molta attenzione alle specifiche territoriali (es: grano duro da Puglia e Basilicata; olio extra-vergine dalla Puglia, legumi dall'Umbria). Si segue la qualità del prodotto e si è attenti a dare un contributo alle economie locali, specie al sud. In Emilia-Romagna i soci sono per lo più produttori di pomodoro (tra Ravenna e Ferrara), frutta (Romagna) e grano tenero. Di appenninico c'è una linea con il farro (pasta e biscotti) tra Emilia e Toscana e progetti in fieri sul sorgo, che potrebbero interessare l'appennino bolognese.

8. VALORE CONDIVISO E COMUNITÀ TERRITORIALI

L'azienda intraprende iniziative a sostegno della comunità locale?

Il legame con il territorio è un aspetto molto importante per Alce Nero, perché dare sbocco sostenibile all'agricoltura significa dare un'opportunità al territorio di rimanere vivo e bello. Il fatto di lavorare per i soci produttori dà tranquillità: il rapporto è costante, non ci sono sostituzioni di fornitori e questo si riverbera sulle comunità locali. Inoltre, trattando prodotto biologico ma avendo una gamma molto ampia, Alce Nero ritira il prodotto anche negli anni destinati alle rotazioni, il modello così aiuta. Poi ci sono situazioni in cui i rapporti con la PA locale è più stabile, ad es. il Parco Regionale della Maremma Toscana (che ha un'azienda agricola di proprietà ad Alberese). Seguono inoltre i progetti sui biodistretti, anche se spesso è difficile dare concretezza. Per una marca come Alce Nero, far percepire che ci si sta impegnando per fare diventare biodistretto un territorio dà forza.

9. INCLUSIVITÀ SOCIALE

L'azienda attiva politiche per l'inclusione, l'uguaglianza e le pari opportunità?

Oltre ad essere in regola con la legislazione, il vero punto di forza di Alce Nero è sempre stato il suo discorso sugli aspetti sociali della produzione: lo testimonia la grande e prioritaria attenzione sulla remunerazione dei fornitori. Questo aspetto di distribuzione equa del valore lungo la catena è l'aspetto più di successo dell'intera attività e per perseguirla ci si è inventati un marchio che è il più costoso sul mercato.

10. CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI

L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali e sociali o pubblica un bilancio di sostenibilità?

No, a livello di certificazioni si è consci di essere abbastanza deboli e non è prioritario fare passi in quel senso. I fornitori/soci - tutti certificati biologico – hanno spesso certificazioni ambientali.

11. LEGAME CON L'APPENNINO

La localizzazione in Appennino è dettata da fattori particolari? Si percepisce un vantaggio (approvvigionamento, vicinanza al mercato di riferimento, qualità della produzione, qualità del lavoro, benessere degli addetti)?

Si sta cercando di sviluppare progetti sul sorgo; c'è poi un progetto con la Fondazione dell'ospedale Sant'Orsola sul tema dell'educazione alimentare. La localizzazione in Appennino è stata abbandonata per motivi di spazi. Anche in tema di biodistretto, si è più radicati in altri territori (qui, solo qualche produzione di farro)

12. NECESSITÀ PERCEPITE

Di quali iniziative/politiche/servizi si sente più l'esigenza per favorire processi di economia circolare nella vostra azienda?

Le necessità sono più sul sistema nazionale che su quello locale. Il tema più rilevante è culturale. si dovrebbe fare educazione alimentare e all'agricoltura fin da scuola. I pediatri stessi non sanno cosa significa mangiare sano in rapporto all'età. Educare significa anche far capire che il cibo non deve costare poco, perché è qualcosa a cui dare valore. Poi, sul lato della fiscalità, un prodotto più salubre dovrebbe avere più agevolazioni degli altri (ad esempio un'IVA ridotta).

Sull'ambito locale, si dovrebbe lavorare sulla qualità delle mense gestite dai comuni, un aspetto che significherebbe educare tutto il sistema (i bambini che mangiano sano e bio a scuola porterebbero la questione con sé a casa).

3 Metalcastello

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Metalcastello SpA

Comune: Castel di Casio (BO)

Settore: meccanica

Soggetto intervistato: Stefano Scutigliani (Amministratore Delegato)

Descrizione dell'attività (sintesi): oggi parte del gruppo CIE Automotive (SPA), Metalcastello è leader mondiale nella produzione di ingranaggi per la trasmissione meccanica in molti settori manifatturieri (soprattutto macchine per il movimento terra e trattori agricoli, ma anche veicoli industriali e navali, con nuove nicchie di mercato nei rotori per l'eolico e auto elettriche. Conta tra i clienti i più grandi produttori di automotive (Fiat, Caterpillar), lavora per lo più su grosse commesse, vanta collaborazioni con Tesla ed altri grandi produttori di avanguardia. L'azienda è in realtà più vicina a Porretta che a Castel di Casio, dipendenti (300 circa solo sul processo produttivo), da una dozzina di comuni dell'Alta Valle del Reno e del Pistoiese

Dimensioni di economia circolare

1. ECODESIGN

L'azienda pratica forme di ecodesign?

Tra le poche aziende al mondo di queste dimensioni con un centro di R&S interno, evolutosi nel corso del tempo grazie anche all'assorbimento da parte di CIE Automotive (multinazionale spagnola, leader nel settore delle componenti per automotive, con sedi in USA, India e in altri Paesi del mondo). Far parte di questo gruppo ha fatto sì che – anche in condivisione con altri partner del gruppo, come un'azienda di Trescore Balneario (BG) sia stata incentivata la R&S per prodotti sempre più ecosostenibili, a cominciare da nuovi ingranaggi per motori elettrici, già presenti nel mondo automotive, ma non pensati ancora su camion o macchine movimento terra. Co-design con Tesla per progettare assieme nuovi componenti da inserire in camion a motore elettrico (ancora non prodotti). Il tema dell'elettrico è molto presente nel futuro sviluppo dell'azienda. Al momento, su questi segmenti i numeri di produzione non sono enormi, ma i prototipi molto promettenti: la ricerca va sulla migliore performance dell'ingranaggio, perché se ad es. non è di un certo tipo, lo sfregamento in un motore silenzioso come quello elettrico si sente, senza contare che forma e dimensione sono molto differenti. Sul tema dei componenti tradizionali, ci sono studi per allungare il ciclo di vita, viene richiesto dalle aziende clienti, che hanno obiettivi di resistenza (ad esempio Caterpillar). Raramente queste innovazioni (eco o no) sono brevettate, perché tutti i brevetti sono automaticamente ceduti per contratto alle aziende clienti: in sostanza, la R&S è delegata via commessa al fornitore (Metalcastello), ma i brevetti poi restano al cliente. Ciò che però resta invece a Metalcastello è il know-how delle maestranze, che è quanto fa veramente la differenza in questo campo. L'azienda ha un sistema LCA avanzato, con un software per la tracciabilità di tutti i componenti prodotti negli ultimi 50 anni, dal fornitore delle materie prime alla manodopera che ha lavorato su ogni lotto perfettamente rintracciabile.

2. APPROVVIGIONAMENTO

L'azienda pratica forme di approvvigionamento sostenibile?

Il componente principale è l'acciaio, ma per costruire un ingranaggio la materia utilizzata è molteplice (oli, composizioni chimiche per la qualità). Nel corso degli anni sono state studiate combinazioni di

oli per studiare varianti sempre più sostenibili, meno inquinanti. C'è un sistema di riciclo finalizzato a minimizzare gli scarti. La motivazione è data da due aspetti: il primo è la minimizzazione dei costi, la seconda è la spinta del mercato. Lavorando infatti per clienti interessati a qualità e innovazione a prescindere dal prezzo del manufatto, fin dalla sua fondazione Metalcastello si è sempre posta sulla frontiera dell'innovazione. Oggi questo significa anche attenzione per l'ecosostenibilità, perché i clienti top la esigono.

3. ENERGIA ED ALTRE RISORSE

Quali sono le performance energetiche dell'azienda?

È oggettivamente un aspetto da migliorare e su cui si sta lavorando. Avendo nel proprio processo trattamenti termici, l'azienda è fortemente energivora. Non è un settore soggetto a ETS, ma si acquistano comunque certificati energetici. Internamente, hanno attivato una procedura di "caccia allo spreco", per cercare di ridurre i consumi e la dispersione, attraverso l'impiego di accumulatori. Sono però agli inizi ed ammettono che altri hanno fatto di meglio.

4. GESTIONE RIFIUTI, SCARTI ED EMISSIONI

L'azienda ha una politica per la gestione degli scarti produttivi e dei rifiuti?

Le emissioni sono monitorate, sia perché obbligo di legge che per interesse personale (es. emissioni acustiche). C'è un responsabile ambientale, ma soprattutto si opera per la consapevolezza diffusa in merito a questi temi per tutti i dipendenti (molta formazione). Non solo si pratica la raccolta differenziata in azienda, ma il sistema interno di premi produzione è organizzato per reparto e con variabili di carattere ambientale – tra cui il grado e la qualità di raccolta differenziata – a dare punteggio.

5. TRASPORTI E LOGISTICA

L'azienda ha una politica per la gestione sostenibile di trasporti e logistica?

La logistica è tutta su gomma, non ci sono sistemi particolari o certificati. Ci si sta attivando per limitare i movimenti interni di carico e scarico per motivi di abbattimento dei costi, ma con vantaggi anche in termini di riduzione dell'impatto ambientale [molto vago, mi sembra di capire che si tratti di spostamenti di carico e scarico da organizzare in modo da minimizzare gli spostamenti dei mezzi all'interno dello stabilimento].

6. PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI

L'azienda favorisce il corretto stile di vita di dipendenti e clienti?

La mobilità è uno dei problemi maggiori; nel sistema di welfare aziendale c'è un incentivo per il *car sharing*, ma è difficile perché il ciclo produttivo è continuo, con tre turni. Il trasporto pubblico (corriera) ha una fermata di fronte alla sede, ma è scomoda per orari e provenienza. L'azienda da sempre porta avanti "battaglie" per avere trasporti che connettano più rapidamente Bologna con l'appennino per accorciare le distanze: è stato proposto alla regione di aumentare la velocità, ad es. eliminando per alcune corse le fermate morte. È stato poi proposto un servizio di *pullman* (elettrico) sostenuto con risorse private delle aziende dell'Appennino, che distribuisse i lavoratori alle diverse aziende, ma sono stati sollevati problemi burocratici. L'azienda ha una attenzione assoluta per il benessere dei lavoratori, perché sono la loro prima risorsa: le aziende di punta vivono sui "cervelli", non sulle braccia e per attirare i cervelli bisogna assicurare i servizi; il resto va da sé, perché la qualità

dell'Appennino su tutti gli altri aspetti ha pochi eguali. Questo implica, come accennato, anche attività di formazione e sensibilizzazione dei dipendenti su vari temi, tra cui la sostenibilità.

7. FILIERA CIRCOLARE E LOCALE

L'azienda mette in pratica iniziative di chiusura dei cicli e riduzione delle filiere?

È un tema molto dibattuto tra imprese industriali; da sempre Metalcastello è convinta dell'importanza del "km zero", che consente il migliore controllo delle forniture, della loro qualità. Per questo motivo, la rete di sub-fornitura è il più possibile locale (ad es Palmieri, che fornisce gli stampati e lavora in maniera eccelsa). Da remoto si possono acquistare materie prime e servizi di design, ma il manufatto deve venire da vicino. Meglio migliorare la qualità dei produttori locali per far crescere tutta la rete.

8. VALORE CONDIVISO E COMUNITÀ TERRITORIALI

L'azienda intraprende iniziative a sostegno della comunità locale?

Gran parte del personale è locale, perché si è convinti della qualità della manodopera locale e della "fedeltà" di chi vive in Appennino (oltre il 50% della forza lavoro è impegnato in vari ambiti di volontariato, dalla Pubblica Assistenza alla pro-loco, a testimonianza di un radicamento che si ripercuote in qualità del lavoro). In tema di supporto alle comunità locali, c'è un ottimo rapporto con i sindaci di tutti i comuni di provenienza dei lavoratori; poi collaborazioni con le associazioni, sponsorizzazione e quant'altro, nella logica di migliorare la qualità della vita. (nell'emergenza Covid, ad esempio, ha donato quattro respiratori all'ospedale di Porretta). Comuni locali e Città Metropolitana sono realtà istituzionali sentite molto vicine alle esigenze dell'azienda e dei suoi lavoratori.

9. INCLUSIVITÀ SOCIALE

L'azienda attiva politiche per l'inclusione, l'uguaglianza e le pari opportunità?

Indagini interne per cogliere le esigenze di welfare aziendale sono realizzate periodicamente, perché i fabbisogni evolvono. Da alcuni anni c'è forte attenzione per le visite preventive, anche in collaborazione con iniziative ANT; si incentivano il benessere e l'uguaglianza in tutte le loro forme. Su integrazione ed inclusione dei soggetti svantaggiati, ci si attiene ai minimi di legge.

10. CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI

L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali e sociali o pubblica un bilancio di sostenibilità?

L'azienda è certificata ISO14001 (oltre che ISO 9001, OHSAS18001 per la sicurezza e IATF 16949 per il sistema di gestione collegato al settore automotive).

11. LEGAME CON L'APPENNINO

La localizzazione in Appennino è dettata da fattori particolari? Si percepisce un vantaggio (approvvigionamento, vicinanza al mercato di riferimento, qualità della produzione, qualità del lavoro, benessere degli addetti)?

L'azienda è profondamente convinta della sua inscindibilità con il luogo: in passato sono stati superati diversi momenti di crisi, c'è stata anche per Metalcastello la spinta a interrogarsi sulla delocalizzazione, ma è sempre stata rifiutata come soluzione, nella convinzione che il vero leitmotiv dell'eccellenza siano le persone. Se al momento della fondazione hai avuto la fortuna di incappare in persone di livello, la sfida è mantenere quello stesso livello; la qualità di un'azienda non è data silo dal fatturato, ma soprattutto da come assicuri la qualità della vita ai dipendenti ed alla comunità che

ti ospita, fare sentire bene e valorizzato e non isolato chi lavora per te. Per il resto l'appennino ha tutto, i cervelli e la qualità ambientale.

12. NECESSITÀ PERCEPITE

Di quali iniziative/politiche/servizi si sente più l'esigenza per favorire processi di economia circolare nella vostra azienda?

Le uniche cose che possono veramente cambiare il futuro e dare vantaggio di lungo periodo a imprese e comunità sono l'investimento in scuola e infrastrutture. Purtroppo, per entrambi il livello istituzionale di competenza si allontana dai luoghi, perché ad essere responsabile di questi due aspetti sono Regione e stato centrale. Per l'Appennino, abbiamo bisogno di formazione localizzata, che non si allontani troppo, perché poi i giovani tendono a restare nell'ambiente che li forma e di infrastrutture di trasporto che eliminino o quantomeno riducano l'isolamento. Se la Città Metropolitana potesse fare da eco di risonanza con i livelli istituzionali superiori, sarebbe un buon risultato.

4 BASF

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Basf

Comune: Sasso Marconi (BO)

Settore: Chimica

Soggetto Intervistato: Filippo Bertacchini (Resp Relazioni esterne)

Descrizione dell'attività (sintesi): Lo stabilimento di Pontecchio (330 addetti) è fondato nel 1967 da un imprenditore bolognese (Tozzi) per produrre stabilizzanti a luce ed aria per polipropilene e pvt; la plastica come noto degrada in tempi lunghissimi, ma si deteriora facilmente con luce ed ossigeno, il che non la rende adatta per gli utilizzi outdoor (es: i teli da serra), a meno di non trattarla con additivi che la rendono resistente allungandone il ciclo di vita da un mese a cinque anni circa. Tozzi produce fin dal principio questi antiossidanti e assorbitori dei raggi UV e lo stabilimento ancora oggi fa lo stesso prodotto, nonostante le innovazioni introdotte negli ultimi 50 anni (una da poco, con costruzione di un nuovo impianto nello stesso sito per la produzione di una molecola (brevettata) ancora più performante. Viene poi acquisita da Ciba Chemical (la branca Ciba che ha incorporato tutte le attività di chimica fine) fino a quando, nel 2009, lo stabilimento è acquisito a sua volta da BASF, cosicché oggi ha ereditato tutte le politiche della Corporate. Basf ha la sostenibilità annunciata fin dal *payoff*; è un'azienda che già alla fondazione (nel 1865 a Mannheim, in Germania) è attenta al tema di quella che chiamiamo oggi circolarità: nata per produrre l'acetilene per l'illuminazione pubblica, sviluppa subito nuovi prodotti a partire da quella sorta di catrame che si formava dopo l'accensione a petrolio dei primi lampioni stradali, da cui estrae i primi pigmenti artificiali della storia, tra i quali i rossi ed i blu di metilene e anilina con cui si iniziarono a tingere i jeans. Da allora, BASF ha sempre cercato di utilizzare lo scarto di una produzione per iniziare un'altra lungo tutto il processo (logica del *ferbund* = integrato), soprattutto per avere migliore redditività, prima che poi si imponessero in tempi recenti anche logiche di sostenibilità e di etica. Questo vale per tutti gli stabilimenti che ha nel mondo. Anche a Pontecchio si punta all'efficienza produttiva ed il recupero, fino allo scarto non ulteriormente utilizzabile, che si recupera con termovalorizzazione interna.

Dimensioni di economia circolare

1. ECODESIGN

L'azienda pratica forme di ecodesign?

BASF produce in prevalenza di prodotti intermedi e chimica fine, ergo non c'è un vero e proprio prodotto a cui destinare un *design*. D'altro canto, si aiuta l'ecodesign dei clienti, migliorando su richiesta la sostenibilità o la riduzione degli impatti ambientali. Tipico con i clienti *automotive*, in cui si collabora nella ricerca per aumentare la durata delle batterie per le auto elettriche (in Germania, lo stabilimento è di fianco a quello nuovo della Tesla, cliente BASF). Con la stessa logica, si contribuisce a ridurre il peso delle auto con la sostituzione di parti ancora in metallo con plastica, che deve essere performante (ad es: elementi in polimeri per la Classe S Mercedes)

2. APPROVVIGIONAMENTO

L'azienda pratica forme di approvvigionamento sostenibile?

A livello corporate sì, ma nello stabilimento di Pontecchio no, perché si lavora con l'ammoniaca, che non ha alternativa naturale o materie prime seconde

3. ENERGIA ED ALTRE RISORSE

Quali sono le performance energetiche dell'azienda?

La chimica è super-energivora, quindi il risparmio energetico è un tema cruciale, soprattutto in Italia dove la bolletta energetica è alta. Non a caso, c'è un *energy manager* aziendale per tutta Italia, che si relaziona con il responsabile del singolo stabilimento. Il consumo è così alto che non è approvvigionabile con FTV. Per questo, si cerca di massimizzare il recupero e di minimizzare la dispersione di calore ed aria compressa. Dal 2016, lo stabilimento ha inaugurato un sistema di autoproduzione attraverso cogenerazione (energia elettrica+calore, 3,8 MW di potenza) che lo rende autonomo dal punto di vista energetico. Questo incrementa enormemente l'efficienza (90%, -5.000 ton di CO2 all'anno.) e consente l'emissione di certificati bianchi. L'azienda sta valutando la installazione di pannelli fotovoltaici sulla superficie libera (tetti, parcheggi), ma da utilizzare per la futura mobilità elettrica delle maestranze. Anche il risparmio idrico è al centro di una politica specifica: un investimento, concluso nel 2020, ha rifatto completamente il sistema idrico dello stabilimento (acqua dal Reno, prelievo non elevato), volto a recuperare i flussi di acqua piovana grazie a una vasca di raccolta, cosicché nei mesi piovosi non si prende più acqua dal Reno. A fine ciclo, l'acqua è restituita al fiume (previo filtraggio con il depuratore interno). L'approvvigionamento idrico è un tema importante, causa siccità sempre più grave. Sono politiche aziendali, ma che nascono dai singoli stanziamenti, deliberati centralmente (a livello Italia o dalla sede centrale tedesca per tutti) e poi realizzati. Ogni anno, 20 milioni di euro di nuovo investimento, la gran parte del quale va sull'efficienza ambientale.

4. GESTIONE RIFIUTI, SCARTI ED EMISSIONI

L'azienda ha una politica per la gestione degli scarti produttivi e dei rifiuti?

Il *by-product* tipico dello stabilimento di Pontecchio è acqua salata; si sta cercando di capire se può servire a qualcuno, ad es cementifici (che però oggi sono un po' in crisi). Si cerca comunque di operare con un ciclo il più chiuso possibile. Il sistema di controllo di scarti e rifiuti è capillare, tutto ciò che può essere recuperato si reimmette nel ciclo produttivo oppure è termovalorizzato internamente (emissioni fuggitive riconvertite in calore). Ad esempio, tutti i solventi sono soggetti a depurazione per poterli riutilizzare più volte. Ci sono partner tecnologici e di smaltimento che aiutano a gestire i rifiuti non ulteriormente re-immissibili in circolo. Per scelta si cerca di far viaggiare il meno possibile i rifiuti, quindi ad esempio ci si rivolge a uno smaltitore del Nord-Italia (Hera) e non si mandano all'estero.

5. TRASPORTI E LOGISTICA

L'azienda ha una politica per la gestione sostenibile di trasporti e logistica?

Purtroppo, l'Italia è organizzata con le merci che viaggiano su gomma, non c'è alternativa. Questo soprattutto per i materiali in ingresso; per quanto concerne i prodotti in uscita, sono venduti in tutto il mondo e in quel caso la catena logistica usa l'intermodalità (ad es: alcuni prodotti portati in GER e da lì spediti in Cina in treno per le aree interne, più lontane dai porti e in grande sviluppo. Anche in questo caso, però, l'instradamento dall'Italia alla Germania è su gomma. Non c'è una certificazione di sostenibilità della logistica, ma tra le certificazioni dello stabilimento, la più importante il Responsible Care, che ha un capitolo dedicato alla logistica.

6. PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI

L'azienda favorisce il corretto stile di vita di dipendenti e clienti?

Per BASF sostenibilità significa in primis sicurezza, per la quale c'è attenzione spasmodica (BASF è stata la prima azienda al mondo ad avere il medico interno). Sono forniti ai dipendenti qualunque tipo

di dpi, poi formazione legata alla sicurezza. Questo aspetto è riconosciuto dai lavoratori stessi, secondo le indagini interne. A prescindere da questo, c'è anche attenzione per il benessere e lo stile di vita dei dipendenti: legato alla mobilità, da quest'anno c'è il mobility manager (nazionale); nel 2019 era stato appena inaugurato il car *pooling*, grazie a un'app autoprodotta e fornita ai dipendenti, con anche un concorso a premi (simbolico), ma si è arrestato causa covid. Quest'anno è stata inaugurata un'analisi di mobilità del personale, per capire che altri servizi fornire, dalla navetta (condivisa con altre aziende) dalla stazione o la fornitura di bici elettriche a chi vive abbastanza vicino (ma c'è il problema della protezione delle piste ciclabili). Allo stesso modo, si è praticato lo *smart working* per posizioni che possono prevederlo fin da prima del covid, sia per levare traffico dalla strada, che per andare incontro alle esigenze familiari.

7. FILIERA CIRCOLARE E LOCALE

L'azienda mette in pratica iniziative di chiusura dei cicli e riduzione delle filiere?

Qualche anno fa è stato affidato a Nomisma uno studio sull'indotto dello stabilimento, da cui emerge in modo spiccato che i fornitori di servizi e manodopera sono locali (Bologna e regione). Questo anche perché lo stabilimento è in una zona in cui c'è tutto quello di cui necessita un'azienda come BASF: cultura industriale, anche se la chimica non è proprio il tema centrale nel bolognese, (ma lo è nelle vicine FE e RA): basti pensare che oltre 330 dipendenti, ci sono 60 contractor esterni che lavorano in modo quasi unico per il sito (elettricisti, montatori, esperti di tubazioni, coibentatori, piccola edilizia, mensa, ...) e sono tutta manodopera locale. Poi c'è la qualità della vita.

8. VALORE CONDIVISO E COMUNITÀ TERRITORIALI

L'azienda intraprende iniziative a sostegno della comunità locale?

Coesistono sia i grandi progetti a livello *corporate* (il tema della casa madre è la lotta al plastic littering), sia progetti per essere vicini alle comunità locali, soprattutto con le istituzioni scolastiche, dalle elementari (attrezzatura, esperimenti per spiegare la cultura della chimica ai bambini) alle università ma anche università (un corso a ingegneria chimica), anche se soprattutto con gli ITI (Belluzzi e Aldini Valeriani, PTCO). Poi, piena collaborazione con il comune e le altre istituzioni. Invece, per scelta di *corporate*, da sempre non si sponsorizzano eventi sportivi.

9. INCLUSIVITÀ SOCIALE

L'azienda attiva politiche per l'inclusione, l'uguaglianza e le pari opportunità?

Si seguono tutte le politiche della *corporate*, attentissime all'inclusività, ma niente di così particolare da diventare una sorta di buona pratica

10. CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI

L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali e sociali o pubblica un bilancio di sostenibilità?

Oltre alla menzionata Responsible Care, ci sono poi la ISO 50001 e ISO 14001. L'azienda vuole arrivare al 2030 carbon neutral (decoupling) e a cascata tutti gli stabilimenti devono adeguarsi e raggiungere l'obiettivo secondo le caratteristiche del sito.

11. LEGAME CON L'APPENNINO

La localizzazione in Appennino è dettata da fattori particolari? Si percepisce un vantaggio (approvvigionamento, vicinanza al mercato di riferimento, qualità della produzione, qualità del lavoro, benessere degli addetti)?

La scelta di insediamento di Tozzi nel primo Appennino fu dettata dal fatto che il terreno era più economico. Poi, essere prossimi a un bacino di acqua (Reno) e in una posizione vicina agli snodi di mobilità è motivo di vantaggio. Gli ultimi investimenti sulle infrastrutture hanno rafforzato ulteriormente questo aspetto, con il casello autostradale a meno di un km dai cancelli dell'azienda. Il legame con l'Appennino è con il personale: essendo lì da oltre 50 aa, fornendo lavoro stabile e di qualità, ha dato sfogo occupazionale a famiglie che vivono in tutta la valle del Setta e del Reno. Un'altra cosa più sottile, ma che è importante è – come anticipato - la qualità della vita. BASF è una multinazionale, anche se adesso i colleghi e gli studenti stranieri (causa covid) sono meno, il trasferimento con la famiglia da fuori non era un problema, proprio per la possibilità di usufruire di tutti i vantaggi di Bologna da un lato e della qualità paesaggistica della collina e delle vallate dall'altro.

12. NECESSITÀ PERCEPITE

Di quali iniziative/politiche/servizi si sente più l'esigenza per favorire processi di economia circolare nella vostra azienda?

Dialoghiamo costantemente con le istituzioni; la Città Metropolitana ha una serie di deleghe specifiche superiori in alcuni casi al singolo comune. Io credo che in un ambito di circolarità, sarebbe utile provare a creare una piattaforma di interscambio dei rifiuti, anche per trasformare il rifiuto in materia prima e sbloccare così la circolarità. Una sorta di *marketplace* da dare in mano anche alla *multiutility* locale. È la sfida che abbiamo davanti, e alcune frazioni sono super richieste (es: plastica pulita e mono-materiale, ma anche il recupero energetico e chissà quali altre sorprese).

5 Dismeco

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Dismeco Srl

Comune: Marzabotto (BO)

Settore: Raccolta e gestione dei rifiuti

Soggetto intervistato: Claudio Tedeschi (Amministratore)

Descrizione dell'attività (sintesi): DISMECO srl è un'azienda specializzata nello smaltimento e trattamento dei RAEE (Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche), la prima a nascere in Italia, nel 1977, per estrarne la massima resa in termini di materie prime tramite le soluzioni tecnologiche impiantistiche più appropriate per ciascuna tipologia. Assieme alle attività più specificamente industriali e tecniche si svolgono attività didattiche, oltre a percorsi di ricerca ambientale ed iniziative con Associazioni ambientaliste. L'attività attorno a cui ruota la vita di Dismeco è di tipo industriale, costituita da più linee di processo con cui è eseguito il trattamento delle diverse tipologie di materiale. Tale attività si completa con la gestione logistica dei materiali, dal ritiro fino alla loro destinazione finale post-trattamento. Oggi conta 25 addetti.

Dimensioni di economia circolare

1. ECODESIGN

L'azienda pratica forme di ecodesign?

Essendo attiva in un ambito di processo di prodotti già esistenti, la questione dell'ecodesign non è rilevante per l'azienda.

2. APPROVVIGIONAMENTO

L'azienda pratica forme di approvvigionamento sostenibile?

Tutto il materiale trattato è di riciclo.

3. ENERGIA ED ALTRE RISORSE

Quali sono le performance energetiche dell'azienda?

Negli spazi aziendali (tetti) è ospitato un impianto fotovoltaico di potenza di 1 MW che copre il 30% del fabbisogno energetico. Da quando l'azienda ha conosciuto una ristrutturazione con fuoriuscita di alcuni soci, l'impianto non è più di proprietà Dismeco e la produzione è immessa in rete.

4. GESTIONE RIFIUTI, SCARTI ED EMISSIONI

L'azienda ha una politica per la gestione degli scarti produttivi e dei rifiuti?

La sede aziendale è organizzata dal 2010 presso un'ex-cartiera nella modalità del "Borgo Ecologico", multiplatforma in cui, oltre al trattamento di quasi tutte le tipologie dei RAEE (per le lavatrici, ad esempio, con attrezzature innovative specifiche la capacità attuale arriva a 600 unità/giorno), produce energia pulita da fotovoltaico, ha ideato e ingegnerizzato una linea di smontaggio selettiva unica al mondo che consente recupero del 98% di materiali e ricambi da elettrodomestici dismessi. È una rivoluzione, perché l'approccio standard è quello del rottamaio che fa perdere all'elettrodomestico il suo valore intrinseco.

5. TRASPORTI E LOGISTICA

L'azienda ha una politica per la gestione sostenibile di trasporti e logistica?

Tutta la movimentazione merci è su gomma, cercando di ottimizzare i carichi (come richiesto dal proprio SGA certificato ISO 14001). I ritiri avvengono soprattutto presso la grande distribuzione. Si sta cercando di impostare ritiri con mezzi a metano o biometano, accorciando le tratte di trasporto e operandoli con mezzi eco-compatibili (Euro 6)

6. PROMOZIONE DI STILI DI VITA SOSTENIBILI

L'azienda favorisce il corretto stile di vita di dipendenti e clienti?

-

7. FILIERA CIRCOLARE E LOCALE

L'azienda mette in pratica iniziative di chiusura dei cicli e riduzione delle filiere?

La Filiera è complessa; con il principio di responsabilità del produttore sono i soggetti consortili a gestire i flussi. Attualmente, il sistema è molto incentrato sui rottamai, anziché sul recupero di qualità, con enorme disvalore del materiale: un motore di lavatrice rigenerato potrebbe costare 50 euro, come rottame è venduto a 3 euro. Esiste comunque una filiera consolidata del materiale, che viene rivenduto a chi li utilizza come materia seconda; i flussi sono legati al rapporto storico con la grande distribuzione.

8. VALORE CONDIVISO E COMUNITÀ TERRITORIALI

L'azienda intraprende iniziative a sostegno della comunità locale?

Per regolamento l'azienda non ha a bilancio risorse da destinare a progetti territoriali. Il 5% delle disponibilità sono però indirizzate alle attività con le scuole, inoltre, l'azienda ospita tirocini con le università e per i richiedenti asilo.

9. INCLUSIVITÀ SOCIALE

L'azienda attiva politiche per l'inclusione, l'uguaglianza e le pari opportunità?

Presso le carceri di BO è stato approntato un laboratorio per la formazione dei detenuti.

10. CERTIFICAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI

L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali e sociali o pubblica un bilancio di sostenibilità?

L'azienda è certificata ISO 14001

11. LEGAME CON L'APPENNINO

La localizzazione in Appennino è dettata da fattori particolari? Si percepisce un vantaggio (approvvigionamento, vicinanza al mercato di riferimento, qualità della produzione, qualità del lavoro, benessere degli addetti)?

La Valle del Reno, con la sua infrastrutturazione e il transito tra le due aree metropolitane di Firenze e Bologna, avrebbe delle potenzialità enormi per diventare una vera e propria *green valley*. Inoltre, una realtà come questa può nascere solo in un territorio dove le imprese sono improntate alla responsabilità civile e al rapporto con la comunità.

12. NECESSITÀ PERCEPITE

Di quali iniziative/politiche/servizi si sente più l'esigenza per favorire processi di economia circolare nella vostra azienda?

Le potenzialità di sviluppo sarebbero enormi, ma è necessaria una scelta istituzionale forte, che in altri territori è già stata fatta: l'80% dei RAEE regionali viene smaltito in altre regione; se la politica intervenisse (sono il 2% dei rifiuti totali per quantità, ma sale al 35% del valore), ci sarebbe un'impennata di occupazione già nel breve periodo, senza contare le visite guidate delle scuole all'impianto, l'indotto e così via (ad esempio: Palmieri Group ha proposto di recente un nuovo macchinario, ma se i flussi non sono stabili, non si può fare l'investimento).

BUONE PRATICHE

6 Fairbnb

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Fairbnb Soc. coop a resp lim

Comune: Bologna (sede operativa)

Settore: Servizi di accoglienza turistica

Soggetto intervistato: Alessandro Rocchi (Direttore Generale e Responsabile di sviluppo)

Descrizione dell'attività (sintesi): Fairbnb è una realtà di valorizzazione del territorio e delle comunità locali attraverso esperienze di turismo sostenibile. Su un modello di piattaforma per la prenotazione di servizi turistici (simile ad Airbnb e Booking), metà della commissione totale da prenotazione (quest'ultima pari al 15%) è destinata a finanziare progetti sociali che vengono dal territorio oggetto di turismo (la scelta del progetto da finanziare è espressa dal turista al momento della prenotazione). In questo momento la cooperativa ha 14 soci, con personale esterno e soci sovventori tra cui CFI (Coop Finanza e Impresa del MISE).

Descrizione della buona pratica

L'idea nasce nel 2016 da un gruppo di ragazzi e un imprenditore veneto, conoscitisi a un evento internazionale legato alla sostenibilità. Preoccupati del fatto che accedere a meccanismo *on line* di *sharing economy* turistica, mettendo a disposizione la propria proprietà, aveva ormai creato un mercato selvaggio, levando alle città una parte della loro anima trasformando in turistico anche ciò che non lo era, portava alla *gentrification* e ai problemi conseguenti: perdita dell'identità della città, omologazione, impatto ambientale e sulla qualità della vita di famiglie, lavoratori e studenti, sempre più in difficoltà nel trovare casa. Inoltre, significa estrarre ricchezza dai territori ed intradarli altrove. Su un modello simile ad Airbnb e Booking (cioè il pagamento di una commissione per il servizio di prenotazione on line), se la tariffa del servizio è in media il 15%, quest'ultimo è acquisito da una società cooperativa che ne dona la metà a progetti sociali, proposti da e realizzati nel territorio stesso. In questo modo, parte del reddito turistico è restituito alla comunità locale, che ne sopporta il peso, ed è restituito come forma di compensazione ideale (= finanziamento di progetti sociali a vantaggio della comunità). Per creare comunità, la scelta è di operare (ovvero accettare *host*) solo dove si attiva un contatto da parte del territorio, dove la comunità locale propone o aiuta a trovare progettualità sociale. Un'altra regola, necessaria ad evitare operatori professionali e *rentier*, è che nessun *host* può avere sulla piattaforma più di una casa. Per gli *host* non c'è obbligatorietà di essere soci della cooperativa. Il territorio di riferimento di solito è la provincia o la città metropolitana, ma una comunità può segnalarsi anche su dimensioni inferiori. Esattamente come Airbnb, *Fairbnb* si propone come buona pratica per la raccolta dell'imposta di soggiorno.

In cosa consiste la sostenibilità dell'offerta

L'azione è profondamente ispirata ai valori di fondo di economia circolare e della sostenibilità, definita dai 17 SDGs). *Fairbnb* mira a fare della sostenibilità uno strumento in mano ai cittadini, essere fruitori responsabili da un lato e sapere determinare maggiormente il destino della propria città dall'altro. Così come Airbnb, anche Fairbnb assegna il titolo di *Superhost*, ma in questo caso verificando il rispetto di criteri aggiunti liberamente dalle comunità locali, tra cui elementi di sostenibilità (energia da fonti rinnovabili, saponi biologici nelle strutture, ...). L'*host* deve sapere di favorire pratiche sostenibili, mentre tra i progetti delle comunità possono esserci anche eventi per diffondere il tema della sostenibilità.

Promozione dell'iniziativa presso istituzioni e clienti (e relative reazioni)

La realtà è fortemente legata al mondo cooperativistico: associata a Confcooperative, ha nel proprio *advisory board* quel *Scholtz* che ha teorizzato la riscoperta della forma cooperativa per lanciare sistemi di *governance* partecipativa, anche nei rapporti di lavoro. Per quanto concerne i clienti, la modalità è la piattaforma on line (<https://fairbnb.coop/it/>). Le destinazioni attive sono soprattutto a livello europeo; in Italia BO, GE e VE; durante il covid diverse richieste di contatto e ipotesi di nuove destinazioni. Chi sceglie la destinazione deve scegliere anche il progetto sociale, altrimenti la piattaforma non chiude la prenotazione.

Iniziative a sostegno della comunità locale

Ogni territorio *partner* negozia la propria dimensione; si dà il tempo ai partner per portare un'attività di ricerca *host* e progetti sociali (di solito si parte dal progetto, la ricerca degli *host* viene dopo); si contrattualizza l'ente no profit intestatario del progetto sociale. Se un *host* si propone, è necessario che la destinazione sia già attiva; sono rari i casi in cui si associano progetti di una località a *hosting* in un'altra. Sono comunque i territori a selezionare su cosa lavorare (guide turistiche, lavoro femminile, immigrati). L'idea origina da loro.

Cosa significa praticare l'economia circolare in ambito turistico-ricreativo?

Significa utilizzare la *sharing economy* a vantaggio della comunità locale e della sostenibilità e combattendo il rischio di *gentrification*.

Legame con l'Appennino

Al momento non ci sono *host* in Appennino bolognese, ma solo un progetto sull'edilizia sostenibile a Marzabotto (progetto Kainua), inserito tra quelli finanziabili per chi sceglie *host* bolognesi. È stato fatto inoltre un progetto a Vergato con l'Associazione Consumatori [ma non ho capito con quale presenza o coinvolgimento di Fairbnb]. A Bologna ha invece sede, oltre che l'ufficio operativo della cooperativa, il "Fair lab", con la missione di sperimentare nuove progettualità sociali innovative con cui attivare destinazioni locali in Emilia-Romagna, esportando così il modello. Il laboratorio vede la collaborazione di Aemilbanca ed Adiconsum.

Necessità percepite

In questo momento per certi versi partiamo da zero; nel corso del 2021 sono previsti una serie di eventi da organizzare sul tema della sostenibilità e questo sarà una chiamata per i cittadini per chi vuole collaborare. Tutto ciò che può aumentare la progettualità, interessa. C'è interesse per un'idea sull'energia rinnovabile che agevola l'autonomia energetica dei paesi e delle frazioni di montagna a rischio spopolamento. *Fairbnb* vuole rispondere ai bisogni delle comunità, partire da quelle. Se c'è modo di aiutare tali bisogni in Appennino si è disponibili ad andare in quella direzione. Il vero aspetto è l'attivazione delle comunità.

7 Trail valley

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Associazione Trail Valley (in procinto di diventare soc. Coop di II livello)

Comune: Bettola (PC)

Settore: associazionismo escursionistico-sportivo

Soggetto intervistato: Samuele Bortolotto (Portavoce)

Descrizione dell'attività (sintesi): Trail Valley è un'associazione di Bettola, nell'Appennino piacentino, che ha promosso l'escursionismo e lo sport in natura, tra i residenti e gli abitanti della città di Piacenza in particolare, stimolando il turismo di prossimità e la partecipazione da parte degli appassionati, al monitoraggio, alla manutenzione e alla promozione della rete sentieristica locale. In pochi anni di attività, Trail Valley, ha censito e promosso la rete sentieristica dell'Alta Val Nure, nei comuni di Ponte dell'Olio, Bettola, Farini e Ferriere; stimolato la partecipazione di molti volontari organizzati in squadre comunali; favorito l'aggregazione di appassionati di escursionismo nel piacentino, facendone assidui frequentatori della valle e di fatto stimolando il turismo di prossimità; creato le condizioni per la nascita di un soggetto economico, una cooperativa di secondo livello, che aggrega gli operatori del territorio e di fatto promuove il turismo escursionistico nell'area.

Descrizione della buona pratica

L'esperienza nasce dall'iniziativa di quattro giovani soci di una cooperativa di Piacenza che si occupa di marketing e che sono accomunati oltre che dalla professione, dalla passione per le attività di outdoor, quali il trekking e il biking in prima istanza. A ciò si aggiunge il fatto che uno dei quattro soci dell'iniziativa è di Bettola e da sempre coltiva il pallino della valorizzazione della propria valle. L'ipotesi di partenza, che nasce dalla interpretazione della realtà che si ha sotto gli occhi è costituita dall'idea che su tutto il territorio provinciale vi è un grande interesse per l'outdoor, ma che tuttavia manca in particolare a livello locale un modello di offerta in grado di cogliere l'opportunità rappresentata dalla domanda latente.

Data la dimestichezza del gruppo anche nel realizzare siti internet, viene predisposta una piattaforma che possa raccogliere le iniziative di offerta turistica ed escursionistica già esistenti sul territorio (<https://www.trailvalley.it/>). Vi è quindi uno spazio virtuale dove presentare l'infrastruttura sentieristica del territorio, arricchita con mappe, tracce GPX scaricabili e la narrazione delle esperienze di visita; ma anche lo spazio per le guide e gli operatori del territorio che offrono servizi. Il target di riferimento di questa iniziativa è quello generico dell'outdoor, non quello "professionale" che già conosce il territorio ed è in grado di organizzarsi, ma quello più consistente, costituito da persone che amano muoversi nella natura, quindi non soltanto giovani, ma anche famiglie e persone adulte. L'ambito territoriale di riferimento è in prima istanza quello piacentino, ma che guarda anche oltre, pur sempre all'interno del raggio di prossimità del centinaio di chilometri di distanza: Lodi, Pavia, Cremona, Parma e il grande bacino milanese. Questa iniziativa neanche tanto lentamente consente di creare una community dei soggetti che sono interessati all'escursionismo. È una community variegata, fatta di: residenti che oltre a proporre idee di valorizzazione del territorio si propongono in attività di monitoraggio e di manutenzione della sentieristica; di associazioni e appassionati dell'intera area di riferimento poc'anzi citata, che raccolgono l'offerta e iniziano a frequentare il territorio.

Impatto sulla comunità locale

Questa iniziativa ha consentito di creare rapidamente una community di soggetti interessati all'escursionismo. È una community variegata, fatta di: residenti che oltre a proporre idee di valorizzazione del territorio si propongono in attività di monitoraggio e di manutenzione della sentieristica; di associazioni e appassionati dell'intera area di riferimento poc'anzi citata, che raccolgono l'offerta e iniziano a frequentare il territorio.

Si tratta di una iniziativa che non passa inosservata in un contesto territoriale vasto ma scarsamente popolato, cosicché in poco tempo arriva anche all'attenzione delle quattro amministrazioni comunali che manifestano curiosità nell'iniziativa e volontà a collaborare. In breve tempo si organizzano quattro unità territoriali si soggetti associati a Trail Valley, che formano altrettante squadre di volontari per il censimento, il monitoraggio e la manutenzione della rete sentieristica locale. In meno di quattro anni si arriva ad un gruppo di soci attivi di 64 persone, che sono in grado di attivarne un centinaio in più per iniziative di salvaguardia e di promozione del territorio.

Grazie alla partecipazione attiva locale, si è così strutturata e rappresentata sul portale di Trail Valley la rete escursionistica del territorio, nella quasi interezza. Si è costruito un sistema informativo sulle caratteristiche principali dei sentieri, si è messa in piedi una rete locale di persone che ne monitorano la manutenzione, si è approntata la tabellazione sul campo. Si è, in poche parole, creato un comprensorio vocato all'outdoor per la pratica del trekking, del mountain biking, dell'arrampicata e della canoa. Visto il target di riferimento non professionale, si è data priorità al trekking e ai sentieri di facile praticabilità: quelli che partono dai centri abitati e quelli che riguardano le mulattiere. L'obiettivo è infatti quello di dare la possibilità a chiunque di sentirsi sicuro nella pratica escursionistica, anche individuale, nell'ambiente naturale. Attualmente sono stati individuati, tabellati e promossi 35 anelli sul territorio dei quattro comuni dell'Alta Val Nure. Un ulteriore aspetto della comunicazione di questa rete sentieristica è costituito dalla narrazione, che consente ad ogni itinerario di associare una storia, il più delle volte collegata alla tradizione orale del territorio. L'associazione è un punto di riferimento progettuale per i quattro comuni, in relazione agli interventi di difesa del suolo e di sentieristica, promossi dal Programma di Sviluppo Regionale. In questi anni, grazie al supporto di Trail Valley, l'Unione dei Comuni che associa le quattro comunità ha ottenuto il finanziamento di due iniziative di recupero della sentieristica.

Non vi sono al momento dati sull'impatto di questa iniziativa, sebbene il numero di soggetti che hanno aderito ai canali social di Trail Valley abbiano superato le 2.000 unità. A breve sarà comunque possibile monitorare la frequentazione del territorio, grazie alla predisposizione di una APP che consentirà agli utenti di avere sul proprio smartphone la rete aggiornata dei sentieri.

Necessità percepite

Al fine di dare maggiore spinta propulsiva, questa iniziativa a breve sfocerà nei prossimi mesi nella costituzione di una cooperativa di secondo grado, che porterà ad aggregare gli operatori turistici del territorio e le realtà associative locali. In questo modo si avrà un soggetto economico autonomo, dotato di un proprio statuto e di un programma di azione, che potrà vendere servizi, partecipare a bandi pubblici e creare nuove opportunità di occupazione sul territorio.

8 Il Regno del Marrone

Anagrafica impresa

Ragione sociale: Il regno del marrone Srl

Comune: Castel del Rio (BO)

Settore: Agricolo

Soggetto intervistato: Monia Rontini (Titolare)

Descrizione dell'attività (sintesi): Azienda agricola a conduzione familiare, attiva dagli scorsi anni '50, condotta da Monia Rontini e suo padre Sergio. La coltivazione è certificata biologica e IGP. I marroneti si estendono per 50 ettari nell'Appennino Tosco-Emiliano nell'area del Marrone di Castel del Rio IGP dove sono presenti moltissimi castagni secolari. La raccolta dei marroni viene effettuata manualmente al fine di avere un prodotto ottimale per la lavorazione del fresco. I marroni sono sottoposti al processo di cura e in gran parte commercializzati come prodotto fresco, soltanto una parte marginale viene essiccata per la produzione di farina. L'azienda è dotata di propri magazzini, immersi nei castagneti, per la lavorazione, e di una cella frigorifero per mantenere la giusta temperatura del prodotto. Attualmente divenuta necessaria a causa dell'innalzamento della temperatura autunnale. L'essiccazione del marrone viene effettuata nel metato come da tradizione con il calore della legna di castagno a bassa temperatura mai superiore a 40 gradi, per mantenere inalterate le proprietà nutrizionali, rendendo il marrone secco adatto anche ai crudisti e vegani. Il marrone secco viene macinato nel mulino aziendale a pietra, al fine di non riscaldare il prodotto e consentire la conservazione delle caratteristiche organolettiche e quindi creando una Farina di Marroni Cruda e integrale. Il sistema di produzione è a basso impatto ambientale avvalendosi delle energie rinnovabile solare. L'obiettivo dell'azienda è valorizzare la qualità dei marroni, salvaguardando le risorse ambientali e la salute dei consumatori. Tra i prodotti commercializzati, oltre al prodotto fresco, creme di marroni con diversi gusti, farina di marroni e marroni secchi.

Descrizione della buona pratica

Da oltre 10 anni l'azienda produce energia rinnovabile da fotovoltaico, che utilizza per l'intero ciclo di trasformazione del prodotto e per l'autosufficienza energetica dell'abitazione del titolare dell'azienda. L'energia eccedente viene infine conferita al Gestore Servizi Energetici (GSE), con la modalità dello scambio sul posto.

La produzione di energia rinnovabile avviene attraverso quattro impianti fotovoltaici: tre sono collocati sui tetti degli impianti di produzione e uno è costituito da un impianto a terra, così come rappresentato dalla tabella seguente.

Collocazione impianto	Potenza impianto (Kwp)	Moduli Fotovoltaici (pannelli)	CO2 risparmiata (Kg)
Tetto essiccatoio	11.27	46	72.862
Tetto magazzino	19.20	80	155.866
Tetto cella frigorifero e lab	19.20	80	150.826
Impianto a terra	198.00	880	1.703.506
Totale	247.67	1.086	2.083.060

In totale ogni anno sono assorbiti circa duecentomila chilogrammi di CO₂, che equivale a quanto riesce ad assorbire un bosco di alto fusto composto da diecimila alberi (Si ipotizza la capacità di assorbimento di CO₂ annua di un albero di alto fusto pari a 20 Kg). Associato all'impianto a terra e al fine di massimizzare la circolarità della gestione del terreno, si era inizialmente deciso di fare

pascolare un gregge di pecore. Questa iniziativa sperimentale tuttavia si è scontrata con la difficoltà di garantire una adeguata sorveglianza e protezione del gregge dalle incursioni predatrici dei lupi. Per questo motivo l'esperienza è stata infine abbandonata.

Altre dimensioni di economia circolare perseguite

L'azienda ha una gestione di tipo tradizionale e in gran parte basata sull'utilizzo di manodopera. In particolare, l'attività di raccolta viene effettuata a mano, così come la cura del bosco e la pulizia del sottobosco.

La gestione dei rifiuti è sintetizzata dall'espressione "del marrone non si butta nulla". Questa espressione si può estendere anche ai sottoprodotti della cura del bosco ed in particolare all'utilizzo delle ramaglie e di tutto il prodotto della potatura. La legna di castagno è infatti particolarmente adatta per alimentare il fuoco nella fase del ciclo dell'essiccazione. Ad essa si aggiunge inoltre l'utilizzo delle bucce dei marroni, una volta pelati dopo l'essiccazione.

I marroni, di diversa pezzatura e qualità, sono destinati ad utilizzi diversi: quelli di pezzatura maggiore destinati al mercato del fresco, quelli di pezzatura minore destinati all'essiccazione, alla produzione di farina e ad ulteriori utilizzi alimentari. Per ultimo, i marroni di qualità inferiore sono scartati dal ciclo della lavorazione e destinati al mercato degli sfarinati per l'alimentazione animale.

L'azienda agricola è a conduzione biologica e pertanto non fa utilizzo di prodotti chimici che producono residui nell'ambiente ed in particolare nel suolo. In questi anni è parte di un progetto condotto dalla Regione Emilia-Romagna per il contrasto biologico alla "Vespa Cinese" (*Dryocosmus kuriphilus*), parassita che aggredisce la pianta, rallentando lo sviluppo vegetativo e riducendone la fruttificazione (è responsabile del calo medio di circa il 50% del prodotto). La lotta biologica avviene attraverso l'introduzione di un parassita antagonista del cinipide il *Torymus sinensis*. L'erba tagliata, le felci, i ricci, le foglie secche e gli scarti del sottobosco vengono inoltre rastrellati e ammassati nel sottobosco in modo da tenere vivo il *Torymus sinensis* che è presente nelle foglie secche (galle) e negli anni il tutto diventa fonte di nutrimento per il terreno del castagneto, contribuendo a preservare la biodiversità del mondo animale e vegetale del castagneto.

Il mercato di riferimento dell'azienda è in prima battuta concentrato nell'ambito della Città Metropolitana, attraverso la vendita nei mercati autunnali locali, oltre che in quelli ortofrutticoli per il prodotto fresco. Il prodotto trasformato, essendo un prodotto biologico e di nicchia oltrepassa i confini del territorio attraverso reti commerciali specialistiche e attraverso la vendita online.

L'essere parte di una rete di produttori biologici impegnati in una gestione aziendale attenta ai principi della sostenibilità e della circolarità, ha fatto di questa esperienza un modello per altri castanicoltori e per tecnici agronomi. L'azienda è spesso meta di visite di studio da parte di studenti universitari e di tecnici agronomi durante iniziative di aggiornamento professionale. Il Regno del Marrone è anche partner nell'ambito del progetto AGRI-Forester, di un gruppo operativo finanziato dal PSR 2014 - 2020. Con questo progetto si elaboreranno le linee guida per la gestione sostenibile dei boschi, attraverso anche la valorizzazione dei servizi ecosistemici e il sequestro di carbonio nel sistema forestale emiliano-romagnolo. Attualmente il titolare dell'azienda sta seguendo un'iniziativa formativa per diventare "fattoria didattica" e quindi condividere questa esperienza anche con i più giovani.

Il prodotto si fregia delle seguenti tre certificazioni:

1. Biologico certificato da ICEA.
2. IGP Marrone di Castel del Rio, certificato da CECKFRUIT.

3. Raw Vegan (VEGANO CRUDISTA) certificato da V Label.

Viene inoltre garantito il SENZA GLUTINE, alimenti destinati anche ai celiaci oltre al marrone fresco anche il marrone secco e la farina di marroni in quanto viene seguito un processo specifico dalla coltivazione alla fase di insacchettamento del prodotto.

Legame con l'Appennino

Il Regno del Marrone è un'azienda attiva dall'anno 1957, che pur rispettando la tradizione produttiva locale ha introdotto elementi innovativi nel ciclo di produzione, che ne hanno migliorato l'impronta ecologica. Ci si riferisce in particolare all'autonomia energetica e al ricorso alla lotta biologica per il contrasto all'attacco parassitario della Vespa Cinese, che ha messo a dura prova la capacità produttiva dell'azienda. L'essere parte di diverse reti di produttori (bio, IGP Marrone di Castel del Rio, Raw Vegan), consente all'azienda di condividere le esperienze innovative e partecipare attivamente al rafforzamento delle locali filiere produttive.

Necessità percepite

L'azienda agricola Regno del Marrone ha aderito al dibattito avviato dal GAL BolognAppennino di rilancio del territorio rurale attraverso l'istituzione di un Distretto Biologico. È questa un'opportunità per migliorare la performance di economia circolare, rafforzando il rapporto tra il territorio, la città di Bologna e in generale tutta l'area metropolitana. Si ritiene infatti che questa iniziativa possa contribuire a creare nuove reti di relazioni tra produttori e consumatori in ambito locale, anche attraverso una maggiore attrattiva turistica ed escursionistica dell'Appennino, quale luogo sano e naturale nel quale produrre prodotti agroalimentari e nel quale risiedere.

9 Comunità energetiche in Valsamoggia

Anagrafica

Comune: Valsamoggia (BO)

Settore: Energie rinnovabili

Soggetto intervistato: Daniele Ruscigno (Sindaco)

Descrizione (sintesi): Valsamoggia è il comune istituito nel 2014 – a due anni dal referendum sulla fusione - nato dalla fusione dei precedenti comuni di Bazzano, Castello di Serravalle, Crespellano, Monteveglio e Savigno. Oggi, con più di 31.000 abitanti, è il quinto comune della Città Metropolitana di Bologna per numero di abitanti e secondo per superficie dietro a Imola.

Descrizione della buona pratica

L'idea progetto – ancora allo stadio della pre-fattibilità - prevede di costituire due Comunità Energetiche in due quartieri di Valsamoggia, che rispondano ai criteri della Direttiva UE RED 2. Il comune ha individuato un partner tecnico nell'Agenzia per l'energia e lo Sviluppo Sostenibile (AESS) di Modena, che sta appunto curando lo studio di prefattibilità e realizzando l'analisi del quadro attuale dei consumi e delle potenzialità di produzione di energia da impianti fotovoltaici, nonché di valutazione dei sistemi di accumulo dell'energia prodotta. Siccome attualmente la disciplina prevista dalla Direttiva RED2, dalla quale deriveranno gli incentivi e che solo in parte è stata approvata dallo Stato italiano, prevede che la comunità energetica faccia capo ad una sola cabina di trasformazione di energia a media e bassa tensione, una parte rilevante dello studio riguarda l'analisi dei POD di utenza che afferiscono alle due cabine coinvolte nel progetto.

Le due comunità energetiche pilota sono concentrate in due quartieri: uno popolare a Bazzano e uno tradizionale a Monteveglio. Il primo è di proprietà del Comune e in gestione ad ACER e conta complessivamente circa 150 alloggi; il secondo è composto da condomini di proprietà privata e interessa una comunità di circa 700/800 abitanti.

La comunità energetica coinvolge quindi soltanto famiglie, oltre ai due partner tecnici e al partner pubblico, non imprese. Il Comune di Valsamoggia ha deciso di impegnarsi nella modalità più forte nella comunità energetica, quindi non semplicemente un promotore ma un attore trainante nell'iniziativa. Il motivo è dettato dalla necessità di avere un soggetto garante di riferimento per i cittadini, di fronte ad una normativa degli incentivi molto complessa. Il Comune è quindi oltre che gestore della Comunità energetica insieme alla ESCO (vedi *infra*), anche produttore e consumatore di energia. Il cittadino alla fine può godere dei vantaggi in bolletta e, partecipando alle assemblee annuali della Comunità, può contribuire alle scelte relative ai progetti sociali da finanziare con i proventi della comunità energetica.

Il ruolo del Comune è anche quello di rendere trasparente al cittadino i vantaggi della comunità energetica, semplificando un argomento molto complesso.

Altre dimensioni di economia circolare perseguite

Forse in seguito vi sarà anche un'iniziativa pensata per le imprese. Si tratta di due tipi di utenze con consumi diversi (i cittadini consumano maggiormente alla sera e durante il fine settimana, le imprese al contrario). Per i cittadini occorre prevedere anche i sistemi di accumulo, che non servono alle imprese. Molte imprese hanno già impianti fotovoltaici sui tetti dei capannoni.

Legame con l'Appennino

Secondo la percezione del sindaco, le Comunità Energetiche non sono attualmente convenienti in aree scarsamente popolate, dove le singole cabine di trasformazione hanno un numero limitato di utenze. Il GSE, tuttavia sta pensando di rivedere la norma, immaginando comunità energetiche collegate a più cabine, così da superare il problema dell'economia di scala.

Necessità percepite

Il Comune è alla ricerca di una ESCO, che possa diventare partner della comunità energetica e che partecipi all'investimento iniziale.

10 Gruppo Hera

Anagrafica

Comune: Bologna (BO)

Settore: Multiutility

Soggetto intervistato: Stefano Amaducci (Responsabile economia circolare e servizi tecnici)

Descrizione (sintesi): nata a inizio 2000 dalla fusione e successiva incorporazione di numerose aziende ex-municipalizzate (ultima in ordine temporale il Consorzio COSEA di Castel di Casio), oggi Hera è una delle maggiori multiutility nazionali, quotata in Borsa dal 2003, operante nei settori della gestione integrata dei rifiuti, idrico, energetico, oltre che in comparti minori quali illuminazione pubblica e servizi cimiteriali. La società conta più di 9.000 dipendenti e serve 4,2 milioni di cittadini in oltre 311 comuni, distribuiti principalmente in Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Marche.

Descrizione della buona pratica

Sul territorio appenninico si sta avviando un ambizioso progetto di economia circolare per il recupero dei RAEE con Dismeco (Cfr A5). Il progetto – che si concentra sul rifiuto R2 (lavatrici) – prevede la formazione di riparatori (sia per il refitting sia per il recupero di pezzi di ricambio particolarmente utili), la concentrazione sul sito di Dismeco di queste operazioni con prodotti di recupero provenienti da una 30na di centri di raccolta e un accordo con GDO e mercato del sociale per la seconda vita del prodotto così ottenuto, spesso ancora funzionante ma soggetto a obsolescenza programmata.

Si tratta di un percorso complicato dal punto di vista autorizzativo, ma che cerca di coinvolgere una serie articolata di attori con spirito fortemente dimostrativo: già un refitting del 10% dell'R2 dismesso avrebbe un notevole impatto, anche dal punto di vista occupazionale (alcune decine di posti di lavoro), tale da giustificare la riproposizione del modello su altre filiere.

Altre dimensioni di economia circolare perseguite

Hera ha un gruppo di studio interno per i temi dell'economia circolare ed ha introdotto la figura del manager dell'economia circolare, profilo fondamentale per aiutare il cambiamento (15 manager dell'economia circolare, dai diversi business all'ufficio appalti).

Hera ha in corso alcuni progetti sperimentali rivolte ai residenti, di recente ampliati al territorio appenninico e particolarmente adatti per queste realtà: 1. Farmaco amico; 2. Cambia il finale; 3. Raccolta oli vegetali esausti.

“Farmaco amico” intende prendersi carico del problema ancora effettivo della sovrabbondanza di farmaci nelle nostre case rispetto alle reali esigenze, sia per scopi cautelativi che per atteggiamento personale difficile da scardinare. Il progetto prevede il recupero di farmaci integri e con vita residua superiore ai 6 mesi di scadenza da parte delle farmacie volontariamente aderenti, chiamate a constatarne l'integrità e a smistare quelli ancora utilizzabili a onlus locali oppure internazionali (Africa, soprattutto). Esteso all'Appennino bolognese di recente, il progetto è un poco in difficoltà, al di là di tutto ciò che è legato alla pandemia, in quanto basato sull'adesione volontaria. Per aumentarne l'efficacia ci sarebbe bisogno infatti di estenderlo a tutte le farmacie, non solo a quelle aderenti su base volontaria, come è stato fatto nelle Marche grazie a un contributo economico regionale.

“Cambia il finale”, già sperimentato in pianura, è un progetto finalizzato alla seconda vita degli ingombranti. Al momento della prenotazione del servizio di ritiro, il *call center* Hera attraverso una serie di domande capisce se l’ingombrante sia effettivamente da avviare a smaltimento o se non possa essere indirizzato verso una onlus che gestisce un mercatino di oggetti usati: sarà quest’ultima a ricontattare Hera qualora dopo un lasso di tempo definito il prodotto non sia stato ancora venduto. Nel caso dell’Appennino, il progetto ha la necessità di individuare una serie di onlus/cooperative sociali interessate, anche attraverso una incentivazione economica che consenta di superare la difficoltà territoriale (distanze più ampie, geomorfologia penalizzante e minore densità abitativa e, di conseguenza, di clienti).

“Raccolta oli vegetali esausti”, infine, prevede la raccolta capillare degli olii residui da attività alimentari domestiche, che grazie a una *partnership* con ENI è trasformato in biodiesel presso lo stabilimento ENI di Marghera e riacquistato da Hera per la circolazione dei compattatori di raccolta dei rifiuti, vero esempio di ciclo chiuso e grande beneficio ambientale, poiché gli olii alimentari sono fattori rilevanti dell’inquinamento dei corpi idrici. Hera raccoglie gli olii e li raffina prima di consegnarli a ENI, che produce il biodiesel per la propulsione di 40 mezzi. La raccolta funziona (circa 1.500 tonnellate di rifiuto annuo a livello regionale) e dà buoni risultati in montagna, dove la produzione di scarti di cucina è maggiore. Inizialmente Hera forniva la tanica per la raccolta e il conferimento nell’apposito contenitore stradale, ma si creavano situazioni ingestibili dal punto di vista igienico, cosicché oggi si chiede ai residenti di versare gli olii in semplici bottigliette di plastica chiuse, operando poi la raccolta del doppio materiale.

Legame con l’Appennino

L’appennino vive ed ha vissuto nella sua ciclicità momenti positivi e negativi; da diversi anni assiste a una fuga di attività e residenti, soprattutto per difficoltà logistiche, con la crisi delle aziende che porta con sé la crisi delle residenze. L’Appennino bolognese deve fare delle scelte, capire se abbia senso difendere alcune aziende, anche storiche, oppure se non convenga puntare ad altre cose. Oggi con banda larga ed altre tecnologie, si può recuperare il potenziale che l’Appennino ha in termini di benessere (clima, inquinamento e qualità della vita), perché da questo punto di vista è imbattibile. La sfida è ricreare le condizioni per il ripopolamento. La strada deve essere un nuovo turismo, il benessere della persona, un nuovo impulso senza fossilizzarsi a cercare il lavoro, come si pensava 10 anni fa.

Tra i progetti pilota che si possono immaginare è la costruzione di una iniziativa di economia circolare territoriale (ad esempio per vallata) o di filiera, a seconda di quello che sembra più adatto all’Appennino, con finanziamento ad esempio regionale. Entrambi i modelli sono realizzabili ed entrambi hanno dei limiti: nel progetto di filiera, c’è sempre il pericolo della concorrenza interna, la necessità di trovare elementi di collaborazione vantaggiosi per tutti; nel progetto di distretto (territoriale) il rischio è inferiore, ma è difficile trovare l’ambito trasversale utile a tutti. Quest’ultimo potrebbe essere il discorso energetico, da studiare e proporre alla regione.

Necessità percepite

L’approvvigionamento è uno degli assi portanti dell’economia circolare, il primo driver da modificare per spostare il mondo verso l’economia circolare. Le aziende giustamente guardano al costo, alla solidità del fornitore, alla garanzia della continuità, non al fine vita, ma questo dovrà cambiare in modo radicale. Il primo aspetto del cambiamento sarà capire se il bene va acquistato o può essere noleggiato il servizio (*sharing*) con lo stesso livello di efficienza. Se ad esempio si può restituire il contatore a chi l’ha venduto, sarà lui a riprogettarlo in modo che possa essere disassemblato in poco

tempo e riutilizzato. Il sistema va cambiato dalla testa, non dalla coda della filiera. Per farlo, vanno introdotte nuove logiche aziendali che pensano a fine vita e smaltimento al momento iniziale, non quando il prodotto è esaurito.

Un altro tema ineludibile è quello dell'energia, dalla produzione attraverso fonti rinnovabili al tema di frontiera dell'idrogeno; oggi il PNRR è una grande opportunità per gli investimenti nel settore.

Si deve partire da piccole iniziative, utilizzare i momenti di incontro per creare progetti ed opportunità, in cui tutti partecipano, chi mettendo la competenza, chi risorse. Tanti progetti pilota che alzino il livello di consapevolezza, sul ciò che si può fare fa, a partire dalla considerazione che economia circolare non è uno slogan, bensì un processo senza alternative: le materie prime sono in esaurimento, l'unica risorsa ancora da estrarre e valorizzare è la competenza. Si devono formare persone e comunità al cambiamento.