



The Global Language of Business

Circol-UP

Lo strumento di GS1 Italy per la misurazione della circolarità in azienda



Disclaimer

Nonostante gli sforzi per assicurare che le linee guida per l'uso degli standard GS1 contenute in questo documento siano corrette, **GS1 Italy** e qualsiasi altra parte coinvolta nella creazione del documento declina ogni responsabilità, diretta od indiretta, nei confronti degli utenti ed in generale di qualsiasi terzo per eventuali imprecisioni, errori, omissioni, danni derivanti dai suddetti contenuti. Il documento potrebbe subire delle modifiche a causa dell'evoluzione della tecnologia e degli standard GS1 o di nuove norme di legge.

Indice

Executive summary	4
Introduzione	5
1.1 L'adozione di un modello di economia circolare nel largo consumo	5
2 Lo strumento per la misurazione della circolarità in azienda	5
2.1 Metodologia di lavoro	5
2.2 Circol-UP e l'importanza di misurare la circolarità.....	6
Come funziona	6
Fattori di analisi.....	8
I principi dell'economia circolare	9
Il Gruppo di Lavoro	10

Executive summary

La sostenibilità è un'opportunità e una sfida chiave per le imprese del largo consumo e un driver sempre più importante all'interno dei processi decisionali.

Consapevole di questo scenario il Consiglio Direttivo di GS1 Italy ha inserito la sostenibilità tra i temi strategici su cui bisogna lavorare, con l'obiettivo di **sviluppare** una serie di **ulteriori azioni per accrescere la consapevolezza e le competenze delle imprese** del largo consumo ed **esplorare nuovi ambiti progettuali** che possano contribuire a migliorare la sostenibilità dei prodotti offerti al mercato e della filiera.

Come risultato di diverse analisi e incontri con enti accademici e con rappresentanti delle aziende del largo consumo di una comprovata esperienza maturata negli ambiti operativi e strategici di riferimento, è stata messa in evidenza l'importanza di lavorare nello sviluppo di processi innovativi basati sulle logiche dell'**economia circolare**.

Per questo motivo e con lo scopo di individuare nuove opportunità offerte dalla possibile chiusura dei cicli nella catena di valore dei prodotti, nonché dallo sviluppo di azioni e strategie mirate a realizzarli in partnership con i soggetti-chiave delle rispettive filiere, è stato avviato un percorso che ha avuto come risultato lo sviluppo di **Circol-UP, lo strumento di GS1 Italy per la misurazione del livello di circolarità nelle diverse fasi del ciclo di vita dei prodotti, dall'approvvigionamento fino al consumo e al riciclo, specifico per le imprese del largo consumo**.

Lo strumento, realizzato in collaborazione con **l'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa**, permette alle imprese utenti GS1 Italy di avvicinarsi alla conoscenza delle possibili linee di azione e soluzioni operative per perseguire l'economia circolare e, quindi, di identificare le connesse opportunità di efficienza e di risparmi di costi più interessanti.

Introduzione

“L’economia circolare rappresenta un nuovo modo di gestire la creazione di valore, in linea con le esigenze di sostenibilità e tramite la rottura del tradizionale concetto di economia lineare caratterizzata da logiche di approvvigionamento-produzione-utilizzo-scarto. Prevede infatti un virtuoso e sinergico riutilizzo di tutte le risorse (materie prime, energia, momento di consumo, ecc.) che rialimentano, in un processo rinnovabile, il ciclo produzione-consumo, con evidenti impatti positivi dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.”¹

In questa direzione, il settore del largo consumo in Italia ha evidenziato la necessità di un’azione strategica mirata a facilitare la transizione verso il nuovo modello, e che inoltre, secondo i partecipanti al **Gruppo di Lavoro sull’Economia Circolare di GS1 Italy**, permetta di:

- Favorire la **promozione della sostenibilità**.
- **Creare valore aggiunto**, misurabile e quantificabile, per l’intera filiera.
- **Collaborare** in maniera sistemica per **efficientare i processi** e per **ridurre gli sprechi**.
- Sviluppare **modelli di business** semplici e innovativi, capaci di valorizzare, ciclicamente, le risorse.

1.1 L’adozione di un modello di economia circolare nel largo consumo

In virtù delle varie opportunità settoriali, attraverso le quali si può **approcciare in maniera collaborativa il modello di economia circolare**, sono stati individuati dalle aziende i principali driver che incoraggiano l’adozione di soluzioni della circolarità nelle proprie organizzazioni e le opportunità settoriali spesso viste come possibili barriere.

Motivazioni	Opportunità
Possibilità di aumentare l’efficienza (ridurre i costi), di aumentare la soddisfazione dei propri clienti e di ridurre l’impronta ambientale dei propri prodotti.	Sviluppare nuove skills e know-how che permettano di implementare modelli economici sempre più competitivi e sostenibili, e che promuovano la progettazione di soluzioni che facilitino il disassemblaggio ed il recupero dei materiali.
Migliorare l’immagine aziendale, ridurre gli impatti ambientali della propria azienda ed acquistare un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza.	Promuovere la collaborazione tra gli attori della filiera , partendo dai propri fornitori per arrivare al consumatore, visto come promotore del cambiamento.
Ridurre la dipendenza dell’azienda dalle materie prime e poter attuare il suo valore in tema di economia circolare.	Creare e rafforzare la cultura aziendale in termini di circolarità, cercando, laddove possibile, di renderla efficace non solo nel breve periodo.
Riduzione dei rischi connessi alle fasi di fornitura di materie prime.	Favorire l’ adozione di normative che possano facilitare il recupero e l’utilizzo di materie prime seconde.

2 Lo strumento per la misurazione della circolarità in azienda

2.1 Metodologia di lavoro

Con l’obiettivo di fronteggiare le sfide della transizione verso il nuovo modello economico, GS1 Italy ha avviato un percorso in collaborazione con l’Istituto di Management della Scuola Superiore Sant’Anna di Pisa, per supportare le aziende del largo consumo nell’adottare

¹ LACY Peter, RUTQVIST Jakob, LAMONICA Beatrice, “Circular economy: dallo spreco al valore”, Egea, Ed. 1°, 2016.

strategie ispirate ai principi della economia circolare che supportino la gestione sostenibile delle proprie attività, dei prodotti offerti al mercato e della propria filiera.

Questo percorso ha avuto come obiettivo principale quello di sviluppare uno strumento finalizzato a misurare quanto è circolare un'azienda e ad individuare le opportunità per aumentare il livello di circolarità all'interno dei processi.

A tal proposito, il **Gruppo di Lavoro di GS1 Italy sull'economia circolare**² si è riunito in diverse occasioni per discutere sulle azioni strategiche da intraprendere a livello settoriale e sulle ragioni che stimolano le aziende ad essere parte del cambiamento verso un modello di economia circolare. Inoltre, prendendo in considerazione le caratteristiche delle aziende partecipanti e con l'obiettivo di sviluppare uno strumento **idoneo per il loro settore di appartenenza**, il gruppo di lavoro è stato suddiviso al fine di poter identificare le **caratteristiche e le problematiche il più possibile omogenee** per i settori:



Alimentare e bevande



Cura persona e Cura casa



Retail

2.2 Circol-UP e l'importanza di misurare la circolarità

Misurare la circolarità all'interno dei processi aziendali è uno dei primi passi per l'implementazione di azioni strategiche concrete che permettano di raggiungere obiettivi misurabili in termini economici e di ottimizzazione e protezione delle risorse.

Inoltre, grazie alla misurazione della circolarità è possibile garantire una maggior trasparenza con il consumatore e con i propri partner commerciali rispetto all'impegno per contribuire alla sostenibilità della filiera.

Per questo motivo, è stato sviluppato **Circol-UP** che è in grado di misurare la performance di circolarità aziendale complessiva e per ogni fase del ciclo di vita dei prodotti: dall'approvvigionamento fino al consumo e al riciclo.

Questo strumento permette inoltre di:

- Individuare eventuali ambiti di miglioramento della circolarità.
- Mettere in risalto i punti di forza all'interno dei processi.
- Identificare le buone pratiche che possono essere implementate per aumentare il livello di circolarità.

Come funziona

Circol-UP è una checklist con domande strategiche in grado di offrire all'azienda una **valutazione interna** con cui relazionare i propri sviluppi e avanzamenti in termini di circolarità.

In pratica:

Lo strumento punta al riconoscimento e alla valutazione delle opportunità di rendere più circolare i processi aziendali, mediante l'individuazione di tutti quei punti del potenziale "circolo" in cui non vi è chiusura dei cicli di risorse e di materie (mediante riuso, recupero o riciclo dei materiali).

² Al Gruppo partecipano i rappresentanti delle aziende del largo consumo di una comprovata esperienza maturata negli ambiti operativi e strategici di riferimento.

La compilazione delle domande presenti su Circol-UP è possibile farla in maniera autonoma dalle singole aziende e al termine sarà possibile avere un feedback attraverso:

- Un indicatore complessivo di circolarità aziendale.



- Un indicatore di circolarità per ogni fase del ciclo di vita.



Grazie a questa serie di indicatori l'azienda potrà individuare le aree in cui meglio performa e quelle in cui può investire risorse e tempo con maggiore efficienza ed efficacia con lo scopo di aumentare la performance di circolarità. Inoltre, **le aziende avranno la possibilità di valorizzare:**

- Le occasioni già attualmente offerte dalle filiere in cui operano, e quindi attuabili in modo relativamente semplice e poco costoso.
- Le opzioni che possono essere eventualmente sviluppate incidendo più profondamente su scelte e approcci aziendali (es.: progettazione del prodotto, utilizzo di materiali innovativi, partnership con i fornitori, etc.).

Fattori di analisi

Le domande e gli indicatori che compongono lo strumento, sono state individuate in un primo momento **dall'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa** e scaturiscono da un approfondimento di settore, realizzato mediante analisi desk sia di letteratura scientifico-tecnica che grigia. In particolare, sono stati analizzati report di sostenibilità, paper scientifici relativi alla misurazione dell'economia circolare, documenti di natura tecnica riguardanti il settore e le migliori pratiche di gestione ambientale.

Successivamente, le domande sono state **arricchite, adattate e customizzate** rispetto alle specificità del settore del largo consumo e del retail grazie al contributo delle aziende del gruppo di lavoro. Le aziende sono state chiamate a supportare, in diversi incontri, la definizione/individuazione delle **domande e degli indicatori** di misurazione della circolarità ritenuti rilevanti per ogni fase della filiera al fine dello sviluppo dello strumento di misura della circolarità più idoneo per il loro settore di appartenenza: **Alimentare e bevande, Cura persona e cura casa e Retail**.

Oltre ad integrare nello strumento di misurazione le valutazioni sostanziali espresse dai partecipanti, che è stato proprio lo scopo del coinvolgimento attivo delle imprese nei gruppi di lavoro, è stato creato un modello di **Check up**, molto focalizzato sugli **aspetti specifici di economia circolare e gestione efficiente delle risorse**, escludendo tutte le dimensioni e misure legate genericamente alla sostenibilità.

In particolare, ogni azienda utente avrà la possibilità di analizzare attraverso le domande dello Circol-UP, i fattori relativi a:

Fasi della filiera	Fattori di analisi
Approvvigionamento	<ul style="list-style-type: none"> ■ Utilizzo di materie-prime/semi-lavorati. ■ Rapporto e collaborazione con i fornitori. ■ Migliori pratiche per logistica dell'approvvigionamento. ■ Gestione della circolarità dei prodotti a marchio non proprio (retail). ■ Materiali/strumentazioni acquistate (fornitori di servizi logistici).
Design	<ul style="list-style-type: none"> ■ Progettazione dei prodotti considerando il loro contenuto (solidi, liquidi, semi-liquidi). ■ Progettazione degli imballaggi. ■ Servizi erogati progettati secondo criteri di circolarità (retail e fornitori di servizi logistici) ■ Servizi di pagamento in punto vendita in un'ottica di circolarità (retail).
Produzione	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gestione del processo produttivo - gestione diretta e outsourcing – in un'ottica di circolarità. ■ Migliori pratiche per l'approvvigionamento e l'efficientamento energetico e per efficientare l'uso della risorsa idrica. ■ Riutilizzo di prodotti chimici (home & personal care).

Fasi della filiera	Fattori di analisi
<p>Distribuzione</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gestione del processo distributivo - gestione diretta e outsourcing – in un’ottica di circolarità. ■ Migliori pratiche per la progettazione e la gestione dei punti vendita e dei magazzini. ■ Progettazione di servizi per la distribuzione al consumatore: <ul style="list-style-type: none"> □ Servizio di noleggio e di vendita online. □ Prodotti extra-alimentari invenduti/danneggiati. □ Prodotti alimentari in scadenza o con imballaggio danneggiato, ma ancora edibili.
<p>Utilizzo dei prodotti – Consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adozione di iniziative per informare le modalità di conservazione/manutenzione dei prodotti, per allungare la loro vita utile e per prevenire gli sprechi. ■ Campagne circolari verso il consumatore.
<p>Gestione dei rifiuti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prevenzione e gestione nel punto vendita e nel centro di distribuzione merci.

Tabella 1. Fattori di analisi Circol-UP

I principi dell’economia circolare

Lo sviluppo dello strumento è stato guidato principalmente dai **sei principi dell’economia circolare** che, **secondo lo standard BS 8001:2017**, motivano l’innovazione e l’implementazione di nuove soluzioni in ambito dell’economia circolare:

- **System thinking:** pensare agli impatti che derivano dalle attività/scelte a livello di filiera/intero sistema, dimensione olistica della circolarità.
- **Innovazione:** ripensare la gestione delle risorse per creare valore.
- **Responsabilità:** assumere la responsabilità per gli impatti a catena che si originano dalle scelte.
- **Collaborazione:** collaborare con tutti gli attori della filiera per renderla circolare.
- **Ottimizzazione del valore:** mantenere il valore dei materiali il più a lungo possibile nel ciclo e se possibile con la loro funzione originaria.
- **Trasparenza:** essere sinceri sui reali benefici e le reali barriere/limiti connessi all’economia circolare.

Lo **standard BS 8001:2017** è stato pubblicato dal **British Standard Institute** per agevolare l’implementazione dei principi dell’economia circolare nelle organizzazioni. La presenza di una norma riconosciuta offre alle organizzazioni la possibilità di confrontarsi, durante il percorso di transizione dal modello di economia lineare a uno circolare, con un soggetto terzo indipendente.

Il Gruppo di Lavoro

Si ringraziano i membri del gruppo di lavoro, per il loro contributo allo sviluppo dello strumento.

Food & Beverage	Home & Personal Care	Retail & Logistica
<ul style="list-style-type: none">■ Barilla G.& R. F.lli S.p.A.■ Carlsberg Italia S.p.A.■ Eridania Italia S.p.A.■ Ferrarelle S.p.A.■ Marchesi Antinori S.p.A.■ Mondelez Italia S.r.l.■ Parmalat S.p.A.■ Sammontana S.p.A.■ Sanpellegrino S.p.A.	<ul style="list-style-type: none">■ 3M Italia■ Artsana S.p.A.■ Colgate-Palmolive S.r.l.■ Fater S.p.A.■ Panzeri Diffusion S.r.l.	<ul style="list-style-type: none">■ CONAD Soc. Cooperativa■ Coop Italia■ Decathlon Italia S.r.l.■ FGH PRS Management BV■ Simpool S.r.l.

Un ringraziamento inoltre al team di ricerca dell'Istituto di Management della Scuola Superiore di Pisa per il supporto durante il percorso.

Quelli del codice a barre, il linguaggio globale per la trasformazione digitale. A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 35 mila imprese nei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica.

Oggi più che mai le imprese devono garantire ai consumatori accesso immediato a informazioni complete e affidabili.

I sistemi standard, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili. In breve, con GS1 la trasformazione digitale è più semplice e più veloce.

GS1 ITALY

Via Pietro Paleocapa, 7

20121 Milano

T +39 02 7772121

E info@gs1it.org

gs1it.org

