

SMARTNEWS

TABLE KITCHEN & DECOR

GUIDA ALLE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI

Le **certificazioni ambientali** sono strumenti indispensabili per migliorare i risultati in termini di **sostenibilità** di imprese, enti, organizzazioni e di beni e servizi in generale. Sono una sorta di **bollino di qualità** che attesta che l'azienda opera in modo sostenibile e riduce al minimo l'impatto ambientale delle proprie attività. Esistono **diverse tipologie** di certificazioni ambientali, tra le più note la **ISO 14001**, uno standard internazionale che specifica i requisiti per un sistema, appunto, di gestione ambientale efficace. La **transizione ecologica** è da anni ormai un tema centrale del dibattito politico ed è uno degli obiettivi dell'agenda politica europea che attraverso il Nextgeneration Ue punta alla trasformazione dello spazio europeo in un'economia sostenibile, per raggiungere l'obiettivo della neutralità nelle emissioni di CO2 **entro il 2050**. In questo contesto le certificazioni ambientali consentono alle aziende e alle Pmi italiane di muoversi in modo funzionale ed efficiente verso la sostenibilità. In tal modo possono migliorare le proprie prestazioni ambientali, aumentare la propria competitività sul mercato e costruire un futuro più sostenibile in un momento in cui sta crescendo tra i consumatori italiani una maggiore attenzione verso **prodotti più sostenibili** e con **packaging più ecologici**.

Partendo da queste considerazioni, il Sistema Confcommercio, a cui ART aderisce fin dalla fondazione, ha elaborato un'agile Guida per le aziende che desiderano migliorare le proprie prestazioni ambientali, aumentare la propria competitività sul mercato e costruire un futuro più sostenibile in un momento in cui sta crescendo tra i consumatori italiani una maggiore attenzione verso prodotti più sostenibili e con packaging più ecologici.

La Guida è a disposizione delle imprese: è sufficiente farne richiesta a segreteria@art-tavolaregalo.it

Regolamento deforestazione: dal 2025 nuovi adempimenti per gli operatori

Alla fine del 2024 entrerà in vigore il **Regolamento (UE) 2023/1115**, noto come **Regolamento Deforestazione** o **EUDR**, che imporrà nuovi obblighi a tutti gli operatori economici europei che mettono in commercio (tramite esportazione, importazione, vendita) prodotti derivati da alcune materie prime, quali cacao, caffè, palma da olio, gomma, soia e legno. Questa disposizione avrà un impatto significativo non solo sul settore agroalimentare e del legno, ma anche su altri settori che utilizzano prodotti fabbricati con tali materie prime (ad esempio legno e gomma) e quindi anche il nostro comparto specifico.

La materia è particolarmente complessa e delicata e, soprattutto, non ancora definita a livello normativo ed operativo.

ART sta seguendo l'evoluzione della normativa. Su questo tema, ART segnala alle proprie aziende l'interessante webinar organizzato da AICE per il 19 settembre 2024 nel corso del quale saranno esaminati i nuovi obblighi imposti dal Regolamento, oltre a chiarire i dubbi sulla sua applicabilità e le modalità nel relazionarsi con i fornitori stabiliti nei Paesi terzi. **Per maggiori dettagli: segreteria@art-tavolaregalo.it**

GLI ITALIANI VOGLIONO PIÙ NEGOZI NELLA CITTÀ

Gli italiani vogliono vivere nei quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità, perché questi **rafforzano le comunità, fanno sentire più sicure le persone e fanno crescere il valore delle abitazioni**. La chiusura dei negozi, poi, preoccupa e intristisce i cittadini, soprattutto al Nord e nelle città di medie dimensioni, che percepiscono chiaramente quali tipologie merceologiche siano a maggiore rischio. È quanto emerge, in estrema sintesi, da un'indagine realizzata da **Confcommercio in collaborazione con SWG** nell'ambito del progetto **Cities**, che si occupa di contrasto alla **desertificazione commerciale** nelle città italiane e di sviluppo del valore sociale delle economie di prossimità.

Per i cittadini italiani, **la presenza di esercizi commerciali** nel luogo in cui si vive, è l'elemento che vede **la maggiore soddisfazione** in assoluto e l'unico che riceve una valutazione positiva in tutte le aree del Paese e in tutte le tipologie di comuni, sia piccoli che grandi, in misura maggiore persino rispetto alla presenza di spazi verdi e di servizi pubblici, come scuole, ospedali, centri sportivi. La presenza dei negozi guida anche **le preferenze insediative dei cittadini**: per l'88%, infatti, è determinante nella scelta del quartiere nel quale vivere, mentre solo una persona su 10 preferisce vivere in una zona esclusivamente residenziale, senza servizi di prossimità; molto significativi anche gli effetti della presenza dei negozi sui **valori immobiliari**: secondo gli intervistati, uno stesso immobile potrebbe vedere crescere il proprio valore almeno del 20% quando collocato in una zona residenziale con molti negozi di prossimità, mentre in un quartiere dove sono in corso fenomeni di desertificazione commerciale potrebbe perderne il 15%, con un differenziale complessivo, quindi, di oltre un terzo. Alle attività economiche di prossimità viene anche riconosciuto un **alto valore sociale**: per quasi i due terzi degli intervistati (64%) rappresentano soprattutto un'occasione di incontro che rafforza l'**appartenenza alla comunità**, ma anche un servizio attento alle **persone fragili**, un presidio di **sicurezza**, una garanzia di **cura dello spazio pubblico** e un facilitatore dell'**integrazione**.