

primo piano

CERTIFICAZIONE QUALITÀ VOLONTARIA:

» Giulio Garaboldi ed Edo Bruno

Chi acquista, sia esso l'acquirente finale sia l'operatore della filiera - produttore o distributore di prodotto finito che sia - ha oramai l'imperante necessità di percepire, il primo, e di comunicare, il secondo, il valore di ciò viene proposto in termini di rapporto fra prezzo e qualità. Ma mentre il prezzo è dichiarato, la qualità di un prodotto non di largo consumo quale i serramenti può solo in parte essere testimoniata dalla prestazioni dichiarate per la marcatura CE. Di qui la crescente diffusione e proposizione di marchi volontari di qualità (pure esteri) tra i quali non è certo semplice districarsi. Anche con l'aiuto di noti esponenti le associazioni di settore abbiamo cercato di approfondirne senso e utilità

La certificazione di qualità è uno strumento di differenziazione sul mercato legato alle caratteristiche tipiche di ciascun prodotto (origine, materie prime, processi produttivi, conformità alle norme, prestazioni, sostenibilità, etc.), che dovrebbe tradursi in una maggiore competitività del prodotto marchiato rispetto agli altri. Per raggiungere questo scopo è però indispensabile che la certificazione:

- sia conferita ai prodotti secondo criteri imparziali, da parte di enti terzi e indipendenti;
- sia ben conosciuta e apprezzata dal potenziale acquirente e/o utente finale tanto da riconoscerne un valore qualitativo differenziale che è disposto eventualmente a pagare pure in termini economici.

Infatti, lo scopo primario per il quale una impresa certifica e marchio i propri prodotti è quello di comunicare - in modo sintetico e simbolico - che essi hanno caratteristiche specifiche che ne aumentano il valore e li rendono migliori dei prodotti concorrenti, quindi di differenziare il proprio prodotto per renderlo chiaramente distinguibile dagli altri e di guadagnare maggiori quote di mercato. Al momento però, queste condizioni stentano ad affermarsi nel mercato italiano dei ser-



ramenti, già poco entusiasta dell'introduzione della marcatura CE - la quale, pur non essendo una certificazione di qualità, ne costituisce una sorta di «piattaforma» generale - e che oggi è alle prese con la crisi del comparto edile. Attualmente l'attenzione delle imprese (produttrici e non) è concentrata sulla gestione della congiuntura, ciò nonostante assistiamo alla proliferazione di marchi di qualità molto diversificati, che rischia di complicare ulteriormente le idee di chi si trova a dover scegliere in un mercato già ora affollato di prodotti molto differenti fra loro. Il tutto a svantaggio della riconoscibilità delle eccellenze rispetto alla massa.

Partendo dalla logica considerazione che la credibilità del marchio è fortemente collegata alle caratteristiche minime necessarie definite da una pluralità di soggetti che vanno oltre le aziende stesse, senza pretendere di offrire una panoramica esaustiva sull'argomento, abbiamo cercato di approfondirne le caratteristiche e differenze con l'obiettivo di aiutare gli operatori del settore a formarsi una propria opinione, partendo dalle riflessioni di noti esponenti le associazioni di settore che proprio sui marchi volontari stanno sviluppando strategie differenziate.

FRA **babele** ED **esperanto**



www.ecostampa.it

SAPER SCEGLIERE

La maggior parte delle aziende della filiera non disponendo al proprio interno di competenze specifiche solitamente si rivolgono a enti o società specializzate. Bisogna che ha spinto il **Consorzio LegnoLegno**, consorzio nazionale di servizi che raggruppa oltre 900 imprese per la valorizzazione delle attività imprenditoriali del settore serramento, a proporsi anche per assistere le aziende in questo senso. Ne abbiamo parlato con il sempre disponibile direttore generale **Stefano Mora**: « Come sapete LegnoLegno mette a disposizione di soci, professionisti e imprese il proprio know how tecnico-scientifico ed è un punto di riferimento normativo e interpretativo per il mondo dei serramenti in legno, alluminio, misti e PVC. Offriamo una serie di servizi, fra cui quelli legati all'attività di laboratorio, e siamo in grado di assistere le imprese lungo il percorso di qualificazione del proprio prodotto e dei processi produttivi. Forniamo sia un primo livello di informazione per focalizzare quali sono i marchi più adatti per l'azienda, sia il supporto mediante gli strumenti necessari a raggiungere l'obiettivo. Per ora non siamo e non vogliamo diventare un organismo di gestione di marchi di qualità».



Stefano Mora
di Legnolegno

E in proposito come valutate lo scenario attuale?

«Effettivamente la certificazione volontaria sta conoscendo un crescente interesse. Dopo la marcatura CE, il mondo della produzione ha sviluppato una maggiore sensibilità verso la qualificazione della propria offerta. Questo spiega la nascita di numerosi marchi di qualità volontari alla quale assistiamo attualmente. Può darsi che ne sopravvivano molti o che se ne affermino solo alcuni, ma in ogni caso ritengo

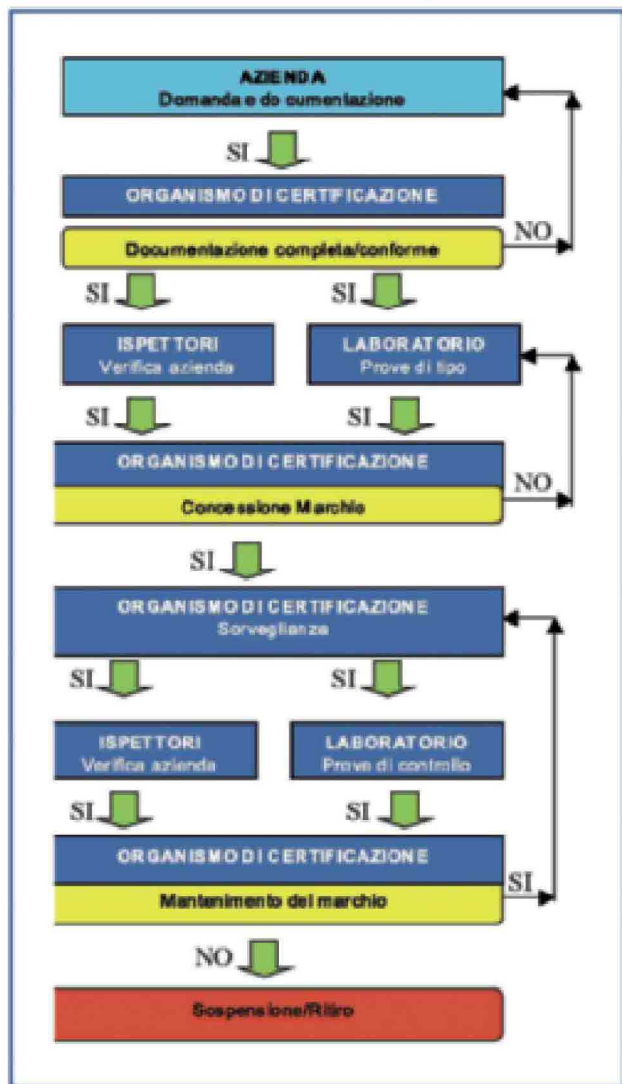
opportuno condividere due riflessioni. Innanzitutto, dovendo scegliere bisogna valutare con attenzione la serietà tecnica del marchio e del suo gestore: se i fondamentali non sono validi, anche il marchio più attraente dal punto di vista commerciale potrebbe rivelarsi al di sotto delle aspettative».

Vale perciò la pena spendere qualche risorsa in più per scegliere bene...

«Sicuramente. In seconda istanza è necessario considerare la riconoscibilità del marchio su un mercato ancora in gran parte articolato a livello nazionale, perciò sui diversi mercati d'interesse dell'azienda, ma senza dimenticare che l'orientamento generale delle normative è indirizzato verso una visione integrata di tutti i compo-

primo piano

Processo di certificazione di prodotto



nenti dell'involucro edilizio e verso la sua sostenibilità ambientale. Infine, bisogna segnalare la recente entrata in vigore del D.M. 25/7/2011 che dovrebbe consentire alle imprese che partecipano alle gare d'appalto pubbliche di ottenere un maggior punteggio nel caso di offerte che garantiscano la committenza sulle caratteristiche di sostenibilità ambientale del serramento fornito».

ITALIA ED EUROPA

Passiamo alle riflessioni espresse da **Paolo Rigone** direttore tecnico di **UNCSAAL**, l'associazione dei costruttori di facciate e serramenti in metallo, tra le prime in assoluto ad offrire proprio marchio volontario di qualità del prodotto che si è diffuso soprattutto tra le imprese associate: «UNCSAAL offre supporto tecnico alle aziende che decidono di dotarsi del marchio UNI



Paolo Rigone di UNCSAAL

Dal 2001 UNCSAAL offre supporto tecnico diretto alle aziende che decidono di dotarsi del marchio UNI per i serramenti



per i serramenti, del quale siamo stati co-fondatori nel 2001, e di conseguire altre certificazioni di qualità aziendale e del prodotto mediante convenzioni con gli enti interessati.

Purtroppo in Italia i marchi di qualità per i serramenti non hanno avuto molto successo, soprattutto a causa dello scarso interesse dimostrato finora dai produttori che hanno invece investito nella certificazione della qualità aziendale. Ultimamente, nel mondo dell'edilizia, stanno conoscendo una crescente diffusione i protocolli di sostenibilità ambientale ed energetica degli edifici nel loro complesso (LEED, Itaca, etc.), che possono presentare qualche ricaduta d'immagine sui produttori».

Nei principali Paesi europei la certificazione di qualità del prodotto gode di maggiore credito...

«All'estero può risultare determinante nella scelta da parte di committenti e imprese di costruzione e, in alcuni lander tedeschi, può costituire un requisito indispensabile per l'aggiudicazione degli appalti. Esistono però delle incongruenze: le norme relative ad alcuni marchi si sovrappongono a quelle vigenti in ambito europeo, provocando la richiesta di prove supplementari o il mancato riconoscimento delle prove eseguite in Italia. Per questo motivo sono in corso procedure d'infrazione a livello europeo ma, di fatto, chi non dispone delle certificazioni di qualità straniere risulta fuori dal mercato. In questo caso il marchio di qualità costituisce una barriera a difesa dei mercati nazionali, situazione che si verifica soprattutto in Francia».

Cosa si potrebbe fare per migliorare la cultura della qualità?

«Un primo passo potrebbe consistere nell'introduzione della richiesta di prodotti coperti da marchio di qualità da parte della committenza pubblica. Le grandi imprese di costruzione dovrebbero poter trarre vantaggio dall'estensione delle garanzie del prodotto certificato alla posa in opera. Infine, nell'ambito delle incentivazioni fiscali per le ristrutturazioni, l'uso dei prodotti marchiati, perciò con prestazioni energetiche più elevate, dovrebbero essere adeguatamente premiati».

L'ORIGINE DEI MATERIALI

Un aspetto diverso, e di crescente interesse, lo affrontiamo con **Diego Florian** segretario generale del **Gruppo FSC® Italia**, un'associazione senza fini di lucro che promuove nel nostro Paese lo schema internazionale di certificazione forestale del Forest Stewardship Council®: «*Ci rivolgiamo all'intero settore produttivo della trasformazione del legno, perciò ai produttori di serramenti ma anche all'industria della carta e dell'editoria, dell'edilizia, dell'arredo e dei prodotti forestali non legnosi. Ci occupiamo di fornire le informazioni di base e di organizzare iniziative di formazione, creando i contatti fra imprese, soggetti interessati, enti di certifica-*



Diego Florian
del Gruppo FSC® Italia

zione e tutti gli attori a vario titolo coinvolti, offrendo anche risposte tecniche se necessario.

FSC è una certificazione riferita all'origine della materia prima e garantisce la gestione responsabile sia delle foreste (FM – Forest Management), sia della filiera di trasformazione (CoC: Chain of Custody - catena di custodia), assicurando la tracciabilità dei prodotti. La definizione e la promozione degli standard assume un ruolo centrale ma non ci occupiamo della certificazione, affidata ai controlli svolti da enti terzi accreditati a livello internazionale».

Quali sono i requisiti di un'azienda che intendesse conseguire la certificazione FSC?

Qualità differenti

Nel mondo della certificazione, un primo settore interessa la certificazione dei sistemi di gestione della qualità dei processi aziendali. In questo caso il riferimento è la certificazione UNI EN ISO 9001:2008 riferita alle norme ISO armonizzate da UNI e CEN e, per l'ambito della gestione ambientale dei processi, la certificazione ISO 14001 e il protocollo EMAS. Altri marchi di qualità volontari fanno riferimento ad ambiti specifici: sempre in campo ambientale, Ecolabel attesta l'efficienza energetica dei prodotti di consumo.

Nel settore dell'edilizia, la competenza e il livello di aggiornamento del personale sono certificati secondo lo schema di certificazione promosso da **ICMQ**, che però non contempla l'attività di posa dei serramenti. Nello specifico della produzione di finestre e porte è possibile certificare diverse proprietà e caratteristiche dei prodotti quali:

- l'origine e/o la qualità delle materie prime impiegate (ad esempio: FSC Forest Stewardship Council e PEFC Programme for Endorsement of Forest Certification per il legno; PVC Quality and Sustainability per il PVC, che contempla anche l'ambito della consapevolezza socio-ambientale);
- la qualità dei singoli componenti (Qualicoat, Qualitherm, Qualanod e altri, gestiti da Qualital per l'alluminio impiegato nell'edilizia; QPS per i sigillanti polisulfurici utilizzati nelle vetrocamere; etc.), di interesse specifico nell'ambito dei rapporti tecnico-commerciali fra le aziende;
- il rispetto delle normative nazionali (UNI,

solo per prodotti finiti, che offre la possibilità di certificare numerose caratteristiche e prestazioni oltre a quelle previste dalla marcatura CE) e la certificazione delle prestazioni dei prodotti (nel caso dei marchi tedeschi Ift-Zertifiziert e RAL, quest'ultimo riservato alla componentistica, e in Italia del marchio IG promosso dall'Istituto Giordano);

- la sostenibilità intesa come contenimento dei consumi (Finestra Qualità Casaclima, che affronta l'ambito del termoisolamento e la corretta posa in opera);
- la progettazione e il design (Design for All, a sostegno della progettazione consapevole rispetto alla disabilità, che nell'edizione 2001 ha premiato una maniglia per porta).

Esistono anche marchi volontari trasversali, creati ad hoc da gruppi di aziende con l'intento di promuovere i propri prodotti verso il grande pubblico. È il caso, per esempio, di quelli fondati dalla neonata Associazione Nazionale per la Tutela della Finestra made in Italy (Anfit) e dal Gruppo Finestre di Federlegnoarredo (LegnoFinestraItalia) per sostenere l'eccellenza della produzione nazionale. Oltre alla tracciabilità del processo produttivo, quest'ultimo gruppo di marchi assicura il rispetto di specifiche produttive (per es.: dimensioni minime, tipologia degli accessori, livello delle finiture, etc.) e prevedono l'intervento di un ente terzo a garanzia delle caratteristiche tecniche, prestazionali e di sicurezza conformi alle normative nazionali ed europee.



primo piano

«È necessario che i fornitori della materia prima siano a loro volta certificati FSC. Sebbene si possa dimostrare che una foresta ben gestita produce anche legno di buona qualità, è importante sottolineare che la certificazione non si riferisce alle qualità tecnologiche del legno, ma solo alla gestione responsabile della foresta d'origine, dal punto di vista economico e socio-ambientale. È interessante infine ricordare che, dal 2013, tutti gli operatori delle filiere del legno dovranno rispettare la cosiddetta «EU Timber Regulation» (Regolamento CE 995/2010), una norma che impone la verifica della provenienza legale del legname immesso nel mercato europeo e utilizzato da parte delle aziende. Chi sceglie prodotti legnosi certificati FSC ha la ragionevole certezza che questi rispettino la normativa prevista, in quanto la pro-

venienza legale è il prerequisito su cui si fondano gli ulteriori impegni gestionali richiesti dagli standard di certificazione».

MATERIA, QUALITÀ, AMBIENTE

Pure **PVC Forum Italia**, associazione senza fini di lucro che raggruppa un centinaio di aziende che producono materia prima, additivi, semilavorati e prodotti finiti, promuove marchi volontari di sostenibilità e qualità per serramenti e avvolgibili in PVC. Ce ne parla **Marco Piana**, coordinatore dell'associazione: «L'obiettivo dei nostri marchi è la promozione di una cultura della sostenibilità per l'industria italiana del PVC, in linea con i requisiti del regolamento REACH e di marchi per la qualificazione di manufatti. Il Gruppo Serramenti e Avvolgibili (www.sipvc.org) è formato da diverse decine di aziende della filiera che hanno istituito le regole del marchio e, rispettandole volontariamente, possono utilizzarlo a garanzia della qualità e della sostenibilità dei loro prodotti, a tutela del trasformatore e del consumatore. Per ottenere i marchi «PVC Quality and Sustainability» previsti per i serramenti e avvolgibili, è necessaria un'autodichiara-



Marco Piana di PVC Forum

Forest Stewardship Council Gruppo FSC-Italia

Richiesta di licenza per l'uso del marchio FSC

Compilare e spedire a:
FSC Italia, via dell'Industria, 10 - 20127 Legnano (Milano) (P.I. e Part. IVA) - Tel. (02) 549.277.277
In caso di domande, inviarlo a: +39 049 207 2775

Con la presente chiedo il permesso di utilizzare il logo FSC per pubblicizzare i miei prodotti certificati. Con la firma di questo accordo si impegnano a sottoporre qualsiasi uso del logo per l'apposizione prima della pubblicazione, previo concordato nel pagare una quota annuale per i servizi di gestione e supporto che saranno, oltre alla registrazione.

Selezionare la categoria che meglio si adatta alla vostra attività e al vostro uso del marchio FSC, e la categoria di licenza (PVC del logo) e nel riquadro essere marcati. Trovare i dettagli della categoria nel contratto di licenza in fondo a questo documento.

Selezionare la categoria:

Siamo intenzionati a offrire prodotti certificati FSC, ma non in questo momento.
 Offriamo prodotti certificati FSC.
 Categoria 1 Categoria 2 Categoria 3 Categoria 4*

Nome dell'azienda: Anni, Giuseppe La Francia

S. Provincia di contatto: S. Area personale di contatto (in):

Tel: +39 02 3084229 Tel: +39 02 4020943

E-mail: g.lafrancia@anni.it E-mail:

Via Don Rodrigo 5

C.A.P. 20142 Città: Milano - Italy

Provincia: MI Pagina Web:

Data: 8/2/2012 Luogo: Milano Firma: [Signature]



FSC è una certificazione riferita all'origine della materia prima e garantisce la gestione responsabile sia delle foreste (FM - Forest Management), sia della filiera di trasformazione (CoC: Chain of Custody - catena di custodia), assicurando la tracciabilità dei prodotti



Quality & Sustainability



Quality & Sustainability

I marchi «PVC Quality and Sustainability» sono previsti per i serramenti e gli avvolgibili:

zione che attesti:

- l'uso di formulazioni del PVC esenti da piombo e, ove possibile, utilizzo di compound a marchio G Compound;
- il rispetto delle norme UNI EN 12608 e UNI EN 14351-1 (serramenti) e UNI EN 13659 e UNI EN 13245-1 (avvolgibili);
- il controllo della produzione secondo la norma ISO 9000 o equivalente, con riutilizzo di tutti gli scarti di produzione e avviamento al riciclo di tutti gli avvolgibili e serramenti recuperati a fine vita».

Il PVC è perciò un materiale sostenibile?

«Sicuramente. Proprio per contrastare i luoghi comuni e le notizie non corrette diffuse da chi è poco informato o è interessato a mettere il PVC in cattiva luce, di concerto con gli altri forum presenti negli altri Paesi europei, il PVC Forum Italia sviluppa un'intensa attività di comunicazione, promuovendo l'impiego di sostanze sempre meno pericolose per l'uomo e l'ambiente, sensibilizzando sulla riduzione dei rifiuti e sull'effettivo riciclaggio - un aspetto importantissimo dell'azione del gruppo, che dispone di un marchio specifico. Oltre alla certificazione dei prodotti, abbiamo sviluppato un programma di qualificazione della posa basato su corsi rivolti agli installatori, al termine dei quali viene rilasciato un patentino triennale».

ATTENTI AL CONSUMATORE

Un marchio volontario da poco nato è certo quello di **LegnoFinestra Italia**. Ne parliamo con **Carlo Albertini** amministratore delegato di Albertini Spa., nonché consigliere incaricato del Gruppo Finestre all'interno di FederlegnoArredo: «La marcatura CE - esordisce - ha svolto un ruolo importante per la crescita della cultura della qualità all'interno delle aziende, perché costituisce il livello di base dell'informazione relativa ai prodotti. Ciò nonostante, assieme a un folto numero di primarie aziende del settore, ci siamo associati nel Gruppo promotore del marchio «LegnoFinestraItalia.» Quali motivi vi hanno spinto a istituire uno marchio di qualità per i serramenti in legno?

«Le aziende del gruppo promotore hanno creato un marchio



Carlo Albertini
del Gruppo Finestre
di FederlegnoArredo

volontario per identificare univocamente una esclusiva produzione di serramenti in legno, che le distingue per l'adozione di requisiti tecnici ben più severi di quelli strettamente previsti dalla legislazione CE. L'obiettivo è offrire garanzie ulteriori all'utente finale attraverso un programma di autodisciplina tecnica definito con i maggiori Istituti italiani di Certificazione dei serramenti. In sostanza, l'efficacia del marchio di qualità **LegnoFinestraItalia** è direttamente collegato alla sua capacità di qualificare il prodotto, dalla materia prima alle componenti di lavorazione, dai sistemi produttivi al serramento finito, fino alla tutela dell'acquisto: è la filiera dell'eccellenza».

Quali azioni avete intrapreso al riguardo?

«Abbiamo attivato numerose iniziative per promuovere la conoscenza delle qualità intrinseche dei serramenti in legno, anche allo scopo di fronteggiare la concorrenza da parte di altre aziende che, proponendo prodotti realizzati con materie prime meno costose e con minori controlli di qualità, possono sfruttare la leva del prezzo. Ai nostri associati offriamo il supporto tecnico ne-

Qualità: singolare o plurale?

Gli attori coinvolti nel processo di certificazione volontaria della qualità sono:

- il gestore del marchio, che definisce gli standard e si occupa della valorizzazione del marchio stesso;
- l'azienda interessata e i suoi consulenti, che devono uniformare i propri prodotti alle prescrizioni previste dal marchio;
- l'ente certificatore, che verifica il rispetto delle regole del marchio da una posizione terza e super-partes;
- il mercato, inteso come gruppo eterogeneo di consumatori, e i mezzi di informazione.

È evidente come il concetto di qualità non possa essere limitato a un unico fattore o gruppo di fattori. In teoria, un'azienda che si prefiggesse l'obiettivo della qualità massima dovrebbe poter certificare i propri processi operativi, l'origine delle materie prime e il loro intero ciclo di vita sotto il profilo ambientale-energetico, l'ambito territoriale di riferimento, il rispetto delle norme per i componenti singoli e per il prodotto finito, posato in opera, il livello delle prestazioni tecniche.

Insomma di queste caratteristiche non si ritrova in un unico marchio che, con ogni probabilità, risulterebbe di difficile gestione sotto il profilo tecnico, mentre quasi certamente avrebbe un'importante potenziale di penetrazione notevole sul mercato. Un sistema più aperto, nel quale i gestori dei diversi marchi si consorziassero in modo da coprire la più ampia gamma di fattori per specifiche tipologie di prodotti, potrebbe essere l'inizio di un percorso di crescita nella qualità dei prodotti e di legittimazione nei confronti di ampie fasce di mercato.



Il marchio «LegnoFinestraItalia.» è stato definito da aziende che si sono associate in un gruppo che ne è diventato il promotore

cessario a conseguire standard tecnici molto più severi di quelli previsti dalla legislazione, proprio allo scopo di aumentare la qualità intrinseca del prodotto finito, che poi è l'unico modo per ottenere serramenti durevoli, performanti e belli da vedere».

Quali sono gli aspetti sui quali puntate?

«Il legno è una materia prima di origine naturale rinnovabile, prodotta e lavorata con una minima quantità di energia, bella da vedere e calda al tatto, che presenta prestazioni tecniche eccellenti ed è completamente riutilizzabile e riciclabile: non esiste un altro materiale altrettanto ecologico! Queste considerazioni, alla portata di chiunque, sono alla base della proposta del marchio LegnoFinestraltalia che, oltre a distinguere i produttori di serramenti italiani, presenta importanti contenuti tecnologico-prestazionali e ha un potenziale attrattivo notevolissimo per il mercato italiano, sempre più sensibile ai temi della sostenibilità ambientale degli edifici».

MADE IN GERMANY

Ultimamente pure alcune aziende italiane si stanno avvicinando alle certificazioni di prodotto rilasciate dall'ente tedesco **ift-Rosenheim** uno dei più noti fornitori a livello europeo di servizi tecnici per produttori di finestre, facciate, vetro, porte e portoni e di accessori (ferramenta, guarnizioni, etc.). ift è autorizzato e accreditato per la certificazione della qualità del prodotto rispettivamente per i marchi «Ü» e «ift ZERTIFIZIERT». **Dante Baldelli** è il referente per l'Italia: «I due ambiti, l'attestazione delle caratteristiche e dell'idoneità all'uso



Dante Baldelli
di ift-Rosenheim



Logo ift-Rosenheim

dei prodotti e la certificazione di qualità di prodotto (intesa come attestazione delle caratteristiche sull'intera produzione), sono rigorosamente divisi da linee di responsabilità e comando autonome e indipendenti. L'istituto ha elaborato specifici programmi di certificazione con il marchio serie «QM» e, grazie all'accreditamento flessibile ottenuto presso l'ente di accreditamento tedesco DAR, può sviluppare in tempi brevi nuovi e attuali programmi di certificazione mirati, che verranno poi validati in sede di visita ispettiva. Nei confronti del marchio RAL, diffuso in Germania e in parte dell'Europa, ift svolge funzioni ispettive. Il marchio RAL per porte e finestre è stato riconosciuto conforme al QM320, marchio che risponde a un'esigenza riconosciuta da parte dei produttori di finestre e porte in ordine alla marcatura CE, comprendente la verifica dell'accreditamento del laboratorio di prova terzo, l'attualità delle norme di prova e la plausibilità dei risultati, allo scopo di affiancare alla marcatura CE obbligatoria una certificazione di prodotto che assicuri al produttore e ai suoi clienti il mantenimento nella produzione delle caratteristiche provate e dichiarate ».

Quali sono, in sintesi, le principali caratteristiche del QM320? «La norma di riferimento è la EN 14351 Parte 1, che stabilisce le caratteristiche mandate da dichiarare, i cui valori minimi dipendono dalle legislazioni nazionali. Per alcune di esse abbiamo stabilito delle prestazioni minime, in modo da trasformare la mera dichiarazione di conformità in una vera e propria attestazione delle prestazioni tecniche del prodotto. Fra queste si

Attenzione al "garante"

Gran parte dei marchi volontari di qualità fanno riferimento ad organismi di controllo e verifica della rispondenza ai criteri definiti per il rilascio del marchio. In Italia, anche a seguito del fenomeno della decentralizzazione, si sono affermati numerosissimi organismi ed istituti di certificazione. Alle volte si tratta di "filiali" di organismi esteri, mentre in altri casi, si tratta di organismi nazionali di certificazione competenti in uno specifico campo, spesso costituiti per volontà delle associazioni del settore. Per essere sicuri della competenza e della professionalità di un organismo di certificazione, bisogna verificare che siano rispettate le norme tecniche europee - della serie EN 45000 - che prevedono i requisiti di

professionalità e competenza che un organismo di certificazione deve soddisfare.

In Italia operano tre organismi di accreditamento: il SINAL (Sistema Nazionale per l'Accreditamento dei Laboratori) per l'accreditamento dei laboratori di prova; il SINCERT (Sistema Nazionale per l'Accreditamento degli Organismi di Certificazione) per l'accreditamento degli organismi di certificazione dei prodotti, sistemi qualità aziendale e personale; il SIT (Sistema Italiano di Taratura), per l'accreditamento dei laboratori di taratura.

Non esiste alcuna legge che obblighi o vincoli gli organismi di certificazione, i laboratori di prova e taratura all'accreditamento, che rimane un atto

volontario. Ciononostante, le strategie aziendali e le leggi di mercato danno sempre più valore all'accreditamento.

L'accreditamento di SINAL, SINCERT e SIT è riconosciuto anche oltre frontiera. Va da se quindi che nei limiti del possibile e disponibile è preferibile scegliere sempre un'azienda che propone prodotti con apposto il marchio di un organismo di certificazione accreditato. Questo perché, in base alla disciplina comunitaria, gli organismi notificati in grado di dimostrare la loro conformità alle norme della serie EN 45000 mediante accreditamento, oppure mediante qualsiasi altro documento, sono considerati rispondenti ai requisiti fissati dalle direttive europee.

distinguono, ad es.: la resistenza al carico del vento, la permeabilità all'aria e la tenuta all'acqua. Aggiunte su base volontaria sono le verifiche e la classificazione minima della resistenza e della durabilità meccaniche (10.000/100.00 cicli per finestre/porte); al contrario, la trasmittanza termica è libera, in modo da poter coprire la più ampia casistica di normative nazionali e poter così certificare lo stesso serramento in più nazioni. L'idea di base, infatti, è la validità del marchio iftZERT a livello europeo. Il processo di certificazione comprende una prima visita ispettiva e visite con cadenza regolare per le verifiche sul controllo di produzione in fabbrica e sul prodotto finito».



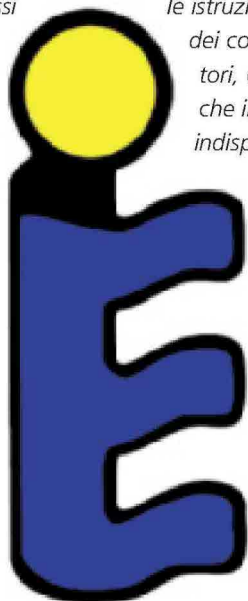
Astrid Schartmüller di CasaClima

I marchi «Finestra Qualità CasaClima» e «Porta Qualità CasaClima» sono stati esplicitamente concepiti per aiutare il consumatore finale nella scelta del prodotto più adatto alle sue esigenze

L'IMPORTANZA DELLA POSA

Un marchio che in tempi di crescente attenzione all'ambiente, declinato nell'efficientamento energetico degli edifici, sta velocemente acquistando notorietà nella nostra filiera è quello che fa riferimento a CasaClima. L'approccio dell'**Agenzia CasaClima**, società pubblica che si occupa principalmente di certificazione energetica degli edifici nella Provincia Autonoma di Bolzano, è estremamente pratico. Poiché le prestazioni di finestre e porte possono causare fino al 40% delle dispersioni termiche di un edificio, i marchi «Finestra Qualità CasaClima» e «Porta Qualità CasaClima» sono esplicitamente concepiti per aiutare il consumatore nella scelta del prodotto più adatto alle sue esigenze. In proposito **Astrid Schartmüller** (CasaClima) ci ha sottolineato come: «I marchi garantiscono l'elevata efficienza energetica di serramenti e porte nel contesto del miglioramento delle prestazioni dell'involucro edilizio e vengono concessi sulla base di un regolamento riferito alla norma EN 14351 parte 1. Sono stati identificati tre livelli prestazionali minimi corrispondenti ad altrettante classi (Gold, A e B), senza alcun riferimento alla classificazione energetica degli edifici. Oltre alla documentazione relativa al prodotto, che può essere la stessa della marcatura CE, chiediamo una verifica alle isoterme del nodo inferiore di serramenti e porte per diversi tipi di muratura, allo scopo di verificare la temperatura superficiale e prevenire la formazione di condensa e muffe. La garanzia obbligatoria sul prodotto, specifica per le prestazioni certificate, è di quattro anni».

Il protocollo CasaClima è nato per affrontare i problemi di dispersione termica dell'intero involucro. «Si, e per questa ragione la nostra attenzione si concentra anche sulla qualità della posa in opera, intesa come migliore tenuta all'aria dei giunti fra muratura e finestra o porta, un fattore decisivo sia per la certificazione energetica degli edifici (che



Il Keymark rappresenta il primo simbolo dell'unificazione europea dei marchi nazionali

comprende l'esecuzione del Blower door test in situ), sia per l'accesso dei prodotti al marchio di qualità. Nella documentazione che accompagna ogni prodotto certificato, infatti, oltre alle caratteristiche tecniche del serramento devono essere presenti le istruzioni per la corretta posa in opera, con una descrizione accurata del metodo migliore per la sigillatura dei giunti. Di conseguenza, il marchio ha validità solo se si rispettano le istruzioni del produttore. Parallelamente, abbiamo attivato dei corsi informativi per tecnici e di formazione per i posatori, con relativi elenchi consultabili sul sito web, in modo che il consumatore possa disporre di tutte le informazioni indispensabili per l'acquisto e delle competenze necessarie all'installazione dei nuovi serramenti».

MUTUA RICONOSCIBILITÀ DEI MARCHI

Un altro problema che si pone pure per la filiera del serramento è il mutuo riconoscimento dei marchi volontari tra i vari Paesi della UE. Mentre infatti per quanto riguarda la certificazione di natura obbligatoria la marcatura CE ha praticamente annullato i marchi nazionali di sicurezza, abolendo le barriere tecniche al commercio, creando così un mercato unico europeo, il mutuo riconoscimento dei marchi volontari di certificazione di prodotto da parte degli organismi di controllo dei vari Paesi è un traguardo ancora lontano da raggiungere.

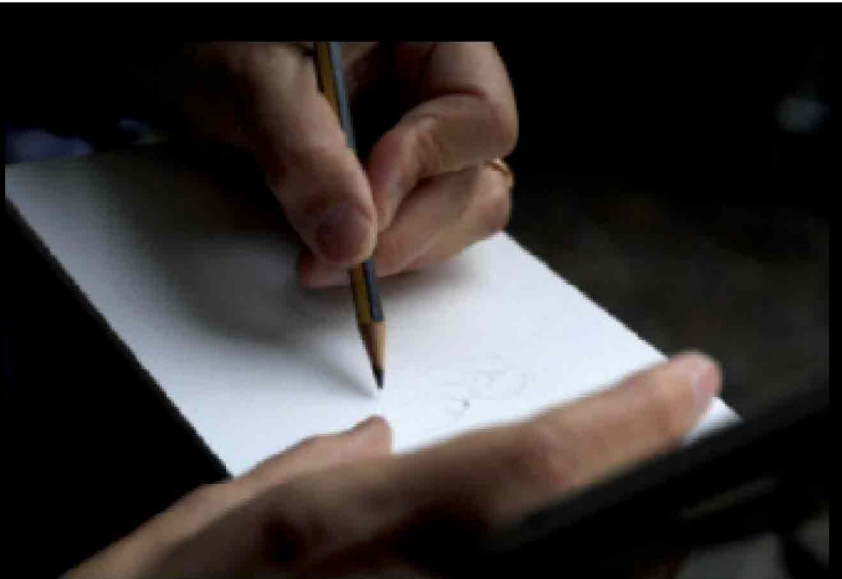
Ben lo sanno le imprese produttrici del settore che

In prospettiva

La qualità è risultato del concorso di tutti i fattori, correttamente collocati gli uni rispetto agli altri ma in massima parte afferenti alla sfera tecnica, perciò pienamente comprensibili dai soli addetti ai lavori. Il rigore del fatto tecnico, fondamentale per assicurare credibilità a un marchio, è perciò un prerequisito ma, se non viene riconosciuto e percepito come un valore dal consumatore, qualsiasi marchio di qualità fallirà il suo principale obiettivo: indirizzare ogni consumatore verso il prodotto più adatto a lui.

In un mondo nel quale molti e diversi marchi di qualità tentano di affermarsi, facilitare la scelta - in questo, alcuni dei gestori di marchi dimostrano consapevolezza e lungimiranza - potrebbe rivelarsi lo strumento più efficace per intercettare l'attenzione del mercato. Parallelamente è necessario creare interesse nel consumatore, che deve conoscere l'esistenza dei marchi di qualità prima ancora di aver bisogno del prodotto, investendo in iniziative di comunicazione e marketing alla sua portata.

Ed in questo senso indubbiamente i marchi volontari acquistano maggiore credibilità se le caratteristiche minime necessarie da rispettare sono messe a



punto da più soggetti, in modo da tenere conto di esperienze differenti che vanno al di là dei disciplinari di produzioni definiti soprattutto dalle associazioni di settore o laboratori di certificazione come sta accadendo nella filiera del serramento. Come dimostra quanto già accaduto in altri settori, il criterio che dà la massima credibilità al marchio che ne attesta la conformità è quello che tiene conto delle esperienze e delle esigenze di tutte le parti interessate, cioè: i fornitori di materie prime,

i produttori, i distributori, gli utilizzatori, gli istituti di ricerca, i laboratori di prova e le autorità di controllo. Come i fatti dimostrano solo un marchio basato su caratteristiche minime necessarie definite in questo modo sembrano riuscire a garantire che il prodotto conforme ha realmente un valore intrinseco superiore agli altri, perché tiene in considerazione tali e tanti aspetti da farne un prodotto migliore (anche nei confronti della concorrenza).

commercializzano i propri serramenti in alcuni Paesi europei essendo tuttora spesso obbligate a ripetere prove e certificazioni sui propri prodotti nonostante le norme tecniche di riferimento siano europee e quindi identiche in tutti i Paesi dell'Unione. Come abbiamo già denunciato in passato ciò comporta un aggravio di costi assolutamente ingiustificato e costituisce una vera e propria barriera tecnica al commercio. Le dichiarazioni di indirizzo dell'Unione Europea ed il progressivo passaggio per i prodotti da costruzioni da quanto indicato dalla vecchia Direttiva a quanto univocamente imposto dal nuovo Regolamento fanno chiaramente intendere che nel prossimo futuro unitamente alla marcatura CE, potranno essere apposti sui prodotti marchi di conformità volontari - che attestano la conformità degli stessi prodotti a requisiti qualitativi e prestazionali- solamente se europei. Questo anche perché i consumatori hanno ed avranno sempre più la necessità di orientarsi in maniera semplice e immediata, rispetto alla centinaia di marchi che appaiono di volta in volta sui prodotti, ognuno con un proprio, e spesso oscuro, significato. Per questi motivi **European Committee for Standardization (CEN)**

e **European Committee for Electrotechnical Standardization (CENELEC)** hanno per anni proseguito nei loro tentativi di definizione di un marchio europeo arrivando alla creazione del "Keymark", marchio volontario di conformità europeo di loro proprietà ma gestito da organismi di terza parte indipendente accreditata che fornisce l'assicurazione che un prodotto è conforme ai requisiti indicati nelle norme europee emesse dal CEN e dal CENELEC. Il Keymark rappresenta dunque il primo simbolo dell'unificazione europea dei marchi nazionali e costituisce un passo concreto verso l'armonizzazione degli schemi di certificazione nazionali e in prospettiva si propone l'ambizioso traguardo di diventare il simbolo univoco dei prodotti europei di qualità. Il processo di certificazione per l'ottenimento del Keymark attualmente richiede una valutazione delle caratteristiche del produttore (sia strutturali che organizzative; l'effettuazione di prove di laboratorio sul prodotto destinato ad essere marchiato; il controllo della persistenza nel tempo delle caratteristiche del prodotto e dell'organizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA ■