

# **WS: LA LOGICA DEL CICLO DI VITAE GREEN**

## **DESIGN 28.05.2010 - relazione**

TEMA: analisi del ciclo di vita come strumenti che consente di individuare vie di innovazione nper ridurre l'impatto sull'ambiente e per sperimentare l'applicazione pratica del green design

RELATORI: Stefano Rossi, ing meccanico, docente nei corsi del Centro TEN della VIU (valutaz del ciclo di vita).

L'obiettivo di questo wok shop è quello di capire cosa significa fare l'analisi del ciclo di vita del prodotto, capire il perché si può fare e a chi ci si rivolge.

Per ora questi studi che vengono condotti sono slegati dall'aspetto normativo e sono condotti in ambito volontario dalle aziende che vogliono ottenere delle carte d'identità aziendali da poter spendere verso il consumatore (o vs. il b2b) per dimostrare di non essere dei giganti dai piedi di argilla, ma delle aziende che si impegnano seriamente per diventare sostenibili.

Una volta l'azienda era vista come soggetto inquinante, e di contro vedeva l'ambiente come vincolo, oggi vi è una inversione di tendenza e si è capito che per fare sostenibilità non si deve smettere di produrre, ma produrre nel miglior modo possibile.

Certo che è più facile dichiararsi sostenibili in ambito sociale, economico o ambientale con dati alla mano, è importante procurarsi dei dati, e per farlo il primo passo è capire chi sono, con chi mi interfaccio, cosa voglio e perché. La seconda fase è trovare gli strumenti idonei a condurre l'analisi ed ottenere un risultato.

E' sempre possibile raccontare l'intento green dell'azienda tramite metodi non istituzionali, lanciando slogan e facendo pubblicità oppure ci si può avvalere di sistemi istituzionali cioè marchi, etichette ambientali, valutazioni del ciclo di vita che consentono di poter sviluppare una vera EDP, cioè una dichiarazione ambientale di prodotto fatta attraverso indicatori predefiniti.

Per ottenere quest'ultimo risultato, è fondamentale fare uno studio LCA (LIFE CYCLE ASSESTMENT) mettendo a fuoco tutte le variabili che intervengono nella realizzazione del prodotto studiando una per una le fasi che ne determinano la produzione, la distribuzione, l'utilizzo e lo smaltimento finale. Non è facile raccogliere tutti i dati della filiera e spesso il problema più grosso è certificare i fornitori che devono a loro volta recuperare dati che spesso non hanno. Ma il marketing ha bisogno di numeri per poter dare una dimensione del carico ambientale (emissioni, rifiuti) dell'azienda e stilare l'ecoprofilo.

Dopo aver raccolto i dati di ogni fase della vita del prodotto, si può procedere ad una vera e propria dichiarazione ambientale di prodotto che significa analizzare la quantità di energie rinnovabili e non rinnovabili utilizzate con particolare attenzione ad energia, acqua, aria, rifiuti.

I Parametri principali da analizzare sono:

- energia primaria (rinnovabili o non rinnovabili);
- materie prime (rinnovabili o non rinnovabili);
- emissioni in aria (global warming potential);
- emissioni in acqua;
- rifiuto solido;
- impatto su scala locale.

Ad es: quante risorse fossili si utilizzano per fare 1 kg di sughero? In ottica di sostenibilità si dovrebbe mettere a confronto le informazioni con quelle di prodotti analoghi e capire la somma degli aspetti (energia, aria, acqua, rifiuti) dove porta, mettendo poi i risultati in un piano cartesiano si possono confrontare i prodotti per capire quale sia il più impattante.

Grazie proprio ad analisi di LCA si è scoperto che la fase più impattante nel produrre la coca cola è l'imballaggio che incide per il 56,4% mentre l'aspetto della distribuzione vale solo il 5,7%. L'EDP (environmental product declaration) di Barilla, che si trova anche n Internet, evidenzia come la fase più impattante per i prodotti dell'azienda (pasta) sia a casa poiché si consuma in media 1 litro d'acqua per 1 etto di pasta, se riuscissimo a ridurre questo rapporto si otterrebbe senz'altro un risparmio energetico. Proprio in quest'ottica Barilla ha studiato un prodotto che riduca l'impatto ambientale della fase di cottura, mettendo acqua e sugo assieme.

*Roberta Virago*