

GLI STRUMENTI PER RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE

di Mirko Menecali e Angelo Colombo



“

**MIRKO
MENECAI**

Partner and Alliance
Manager di Sinfo One



“

**ANGELO
COLOMBO**

International Sales
Director di Sinfo One

Tra gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'Onu c'è la gestione sostenibile delle risorse naturali, la riduzione dei rifiuti attraverso il riciclo e il riutilizzo, e l'adozione di pratiche sostenibili da parte delle imprese (Goal 12). L'Italia è uno dei Paesi più virtuosi sulla questione, ma c'è ancora molto da fare: imprese e cittadini giocano un ruolo cruciale in questo processo. Ma anche la tecnologia può diventare un prezioso alleato; per esempio gli strumenti di gestione del ciclo di vita del prodotto (PLM) sono fondamentali per migliorare l'impatto ambientale e raggiungere gli obiettivi dell'Agenda 2030, perché consentono di monitorare lo sviluppo delle soluzioni e di impostare una nuova collaborazione lungo la filiera.

Nell'ambito dell'Obiettivo globale 12 dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite - "Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo" - si chiede agli Stati di raggiungere alcuni goal molto rilevanti per la transizione verso l'economia circolare: raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali; ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo; incoraggiare le imprese, in particolare le grandi aziende multinazionali, ad adottare pratiche sostenibili e ad integrare le informazioni sulla sostenibilità nei loro resoconti annuali; accertarsi che tutte le persone, in ogni parte del mondo, abbiano le informazioni rilevanti e la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita in armonia con la natura.

Nello specifico, il Green Deal prevede che entro il 2030 il 55% dei rifiuti da imballaggi in plastica debba essere riciclabile. Se vogliamo raggiungere tali obiettivi dobbiamo quindi cambiare radicalmente il nostro modo di consumare e produrre in ottica di riciclo. Quasi tutti gli imballaggi utilizzati, infatti, possono essere riciclati, a patto che siano correttamente separati. Ecco alcuni esempi: carta e cartone (scatole, giornali, riviste, imballaggi per alimenti); plastica (bottiglie, flaconi, vaschette, sacchetti); alluminio (lattine, fogli di alluminio, vassoi, scatoline da conserve); vetro (bottiglie, flaconi, vasetti e fiale).

Italia virtuosa per il riciclaggio

Su questo fronte la situazione italiana è buona, dato che si posiziona tra i Paesi europei con un tasso di riciclaggio dei rifiuti di imballaggi in plastica intorno al 50% (fonte: Parlamento europeo) e al quinto posto per produzione pro capite, superando di poco

PRODUZIONE SOSTENIBILE

la media europea, ma posizionandosi dopo realtà più industrializzate come Francia e Germania. Considerando che solo un terzo dei rifiuti in plastica sono correttamente riciclati (per la gran parte fuori dall'Unione europea) e che il resto finisce all'inceneritore o discarica, capiamo che ancora tanto può essere fatto per incrementare il riciclo dei materiali.

In questo, cittadini e imprese sono protagonisti: recenti indagini condotte dal Consorzio nazionale imballaggi (Conai) - il consorzio riunisce oltre 750mila aziende che producono o utilizzano imballaggi - hanno dimostrato che il consumatore "circolare per eccellenza" esiste e rappresenta un terzo della popolazione italiana. Volendo approfondire alcuni punti di questo interessante studio veniamo a sapere che nel 2023 i comportamenti sostenibili dei consumatori sono aumentati almeno del 5%.

Interessante anche la classifica dei consumatori, dove il gruppo più ampio (40%) è di chi concentra nelle fasi di post acquisto azioni di generazione, conservazione e ottimizzazione, mentre nella fase di acquisto i comportamenti virtuosi sono adottati con una frequenza leggermente inferiore. Questa classificazione svela quindi che, considerando i due gruppi più attenti al riciclo ("eccellente" 31% e "in divenire" 40%) sette consumatori su 10 hanno

una forte attenzione alla gestione dei rifiuti in fase post acquisto e almeno una discreta attenzione ai comportamenti virtuosi in fase di acquisto.

Il prezzo rimane un elemento centrale nelle scelte di acquisto, in effetti la maggior parte dei consumatori ritiene che gli imballaggi fatti con materiali riciclati costino più degli altri e la disponibilità a pagarli è diminuita rispetto al passato. Una tendenza che è in linea con l'inflazione e con le ansie sul sostenimento delle spese correnti, ma è bilanciata dalla rilevazione che, in caso di aumenti contenuti di prezzo, lo stesso effetto dell'inflazione è più che compensato dall'attenzione alla sostenibilità.

“

Il Green Deal prevede che entro il 2030 il 55% dei rifiuti da imballaggi in plastica debba essere riciclabile: se vogliamo raggiungere tali obiettivi dobbiamo quindi cambiare radicalmente il nostro modo di consumare e di produrre in ottica del riciclo

Conquistare nuove fasce di mercato

Le nostre imprese sono dunque chiamate ad affrontare una grande sfida non solo per dimostrare il loro contributo agli obiettivi globali ESG tramite i report di sostenibilità, ma anche per poter conquistare un crescente numero di nuovi consumatori progettando prodotti e servizi economici e sostenibili.



PRODUZIONE SOSTENIBILE

I temi rilevanti a livello strategico, dunque, stanno diventando: investire sulla sostenibilità come leva competitiva; innovazione di prodotto e di processo; trasparenza e comunicazione; collaborazione lungo la filiera. È noto che le aziende che investono in pratiche di riciclo e in un'economia circolare non solo riducono il loro impatto ambientale, ma si posizionano meglio tra i leader di mercato, attirando una clientela sempre più attenta a questi temi. La sostenibilità diventa così un vero e proprio traino per la crescita e un vantaggio competitivo.

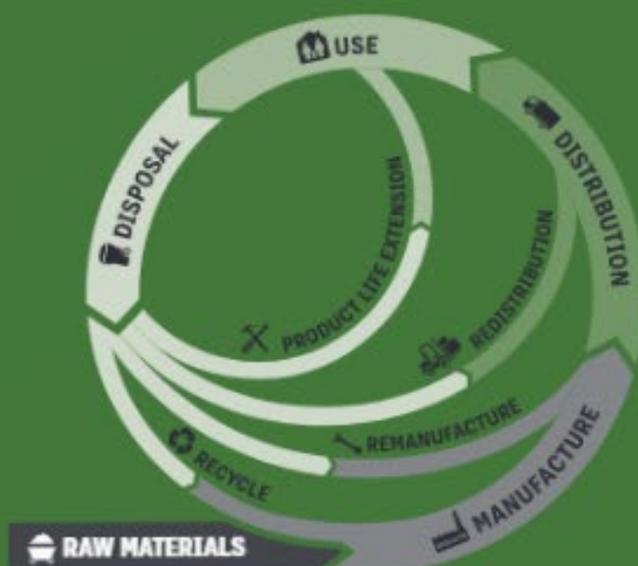
Inoltre, per rispondere alle esigenze dei consumatori e raggiungere gli obiettivi ESG, le imprese sono spinte a innovare i loro prodotti e i loro processi produttivi: questo significa sviluppare anche imballaggi riciclabili, utilizzare materiali rigenerati, ottimizzare le catene di approvvigionamento e ridurre gli sprechi. Da non dimenticare poi che i consumatori sono sempre più esigenti e richiedono informazioni chiare sui prodotti che acquistano: le imprese devono quindi comunicare in modo efficace e diffuso le proprie azioni in materia di sostenibilità, attraverso report di sostenibilità, etichette trasparenti e campagne di comunicazione mirate.

Ultima questione è quella che riguarda il riciclo, che rappresenta un processo complesso che coinvolge diversi attori: produttori, distributori, consumatori e gestori dei rifiuti. Per raggiungere risultati significativi è fondamentale promuovere la collaborazione tra tutti i soggetti coinvolti, creando reti e partnership lungo tutta la catena del valore.



Immagine 1

IL CICLO DI VITA DEI PRODOTTI REALIZZATI CON MATERIALI RICICLATI





La tecnologia alleata della sostenibilità

Gli strumenti che possono aiutare le imprese a perseguire tali sfide sono principalmente gli strumenti di Product lifecycle management (PLM): questi strumenti a disposizione delle aziende hanno la funzione di supportare tutte le fasi di innovazione e di gestione dei dati tecnici di prodotto, compresi quelli legati alla sostenibilità.

Ciò comporta la possibilità di ideare un prodotto già con una visione a lungo termine che non solo ne ottimizzi le caratteristiche per il consumatore, ma anche le potenzialità di riciclo o riuso di tutte le sue componenti. Le aziende innovative utilizzano in particolare lo strumento per analisi Life cycle assessment (LCA) per comprendere l'impatto del prodotto in tutte le sue fasi di vita, in un'ottica di minimizzazione dell'impatto ambientale.

Questo approccio è stato dichiarato, già nel 2010, dalla Commissione europea *"to initiate and drive forward environmental improvements and economic gains, you need to approach environmental issues from a life cycle perspective"* (Per avviare e promuovere miglioramenti ambientali e guadagni economici, è necessario affrontare le questioni ambientali da una prospettiva del ciclo di vita).

Le componenti di un'analisi legata al ciclo di vita sono evidenziate nell'immagine 1: come si vede dall'immagine, il LCA supporta (ed è supportato da) la strategia complessiva di gestione dei prodotti e dagli strumenti che sono utilizzati per strutturarne i processi e i dati sottostanti, andando non solo nella direzione del riciclo tout court, ma anche verso l'estensione del ciclo di vita del prodotto, la reimmissione nel processo produttivo per ottenere altri prodotti e la redistribuzione su altri canali.

L'uso di strumenti PLM all'interno di questa strategia consente un importante miglioramento dell'impatto ambientale su molteplici livelli: migliora le decisioni durante la progettazione di prodotti e processi produttivi; consente la condivisione delle informazioni sulle strategie di procurement e facilita la collaborazione con i fornitori; identifica opportunità di cost saving all'interno della Supply chain; facilita la comunicazione relativa agli aspetti ESG al consumatore finale (per esempio in merito all'etichettatura di prodotto); consente di migliorare le performance ESG e quindi il raggiungimento degli obiettivi dati dal Goal 12 dell'Agenda 2030.

“

Per rispondere alle esigenze dei consumatori e raggiungere gli obiettivi ESG, le imprese sono spinte a innovare prodotti e processi: significa sviluppare anche imballaggi riciclabili, utilizzare materiali rigenerati, ottimizzare la Supply chain e ridurre gli sprechi