

LIFE CYCLE ASSESSMENT: UNO STRUMENTO ANCHE PER LE PMI

LCA è l'acronimo di Life Cycle Assessment, uno strumento di valutazione degli impatti ambientali di un prodotto su tutto il suo ciclo di vita. Nato con l'obiettivo di valutare le performance ambientali di un singolo prodotto, o di fare una comparazione tra beni che hanno la stessa funzione, LCA si basa sulla metodologia ISO 14040, in cui vengono descritte tutte le quattro fasi di attuazione. I risultati descrivono come il prodotto oggetto di analisi influisca su diverse categorie d'impatto: dal riscaldamento globale, all'assottigliamento dello strato di ozono, dall'acidificazione, al consumo del suolo. Ma dice anche quali fasi della sua vita provocano effetti maggiori sull'ambiente. Negli ultimi anni molte aziende quali Levi's, Barilla, Coca-Cola, Trussardi, Aquafil, considerando LCA un ottimo strumento nell'ottica della sostenibilità, hanno deciso di implementare un'analisi LCA per uno o più prodotti legati alla rispettiva tipologia di business.



Schema generale del ciclo di vita del prodotto con il relativo prelievo di risorse e il rilascio di emissioni (Life cycle assessment for the impact assessment of policies. JRC Technical Report, 2016).

CENNI STORICI

Negli anni '60 a causa della nascente preoccupazione per la scarsità delle risorse naturali vengono redatti i primi bilanci energetici e di massa. Solo poi negli anni '70 verrà compiuta una prima comparazione tra prodotti, in particolare tra contenitori di bevande di diversi materiali (Midwest Research Institute, 1974). Negli anni '80, con l'affermarsi del problema dei rifiuti solidi, si inizia a ritenere che un'analisi LCA possa rispondere alla problematica dello sfruttamento delle risorse e delle emissioni in ambiente. E così che negli anni '90, si avvia un processo di standardizzazione con la pubblicazione di manuali di diversi gruppi di ricerca, fino alla pubblicazione delle prime ISO 14040 nel 1997.

PERCHÉ ADOTTARE UNA LIFE CYCLE ASSESSMENT

I motivi per cui si decide di implementare un'analisi LCA nella propria azienda sono essenzialmente due: la valutazione delle performance ambientali di un singolo prodotto e la comparazione di due o più prodotti aventi la stessa funzione.

Nel primo caso i vantaggi sono molteplici e si possono ricondurre ai seguenti:

- Risparmio. L'analisi evidenzia le fasi del ciclo di vita che utilizzano più risorse (materia ed energia) e producono più rifiuti ed emissioni. Una volta ottenute queste informazioni l'azienda può realizzare delle azioni di miglioramento con un conseguente vantaggio economico.
- Valorizzazione. Secondo alcuni sondaggi, il 72% degli italiani si dicono interessati alla sostenibilità e l'85% ritiene che i prodotti eco sostenibili siano innovativi e di qualità superiore (indagine IPSOS, 2018). Un'analisi LCA rientra tra le azioni che un'azienda può intraprendere per migliorare la sua immagine dal punto di vista ambientale.
- Comunicazione. I clienti finali e intermedi vogliono sempre di più essere informati sulle performance ambientali dei prodotti che acquistano basandosi su valutazioni scientifiche. Inoltre, i risultati dell'analisi LCA possono essere rappresentati graficamente consentendone una facile lettura.
- Innovazione. L'analisi LCA permette di sviluppare nuovi prodotti con ottime prestazioni di sostenibilità sin dalla fase di progettazione così da sapere subito in quale direzione andare, risparmiando tempo e denaro.
- Strategia. I dati risultanti da un'analisi sul ciclo di vita possono essere utili in caso di scelte decisionali strategiche nella propria azienda.
- Sistema informativo. Monitorare consumi ed emissioni può essere un valido supporto per i sistemi di gestione all'interno dell'azienda.
- Certificazione. Lo strumento LCA è fondamentale per ottenere la Dichiarazione Ambientale di prodotto (<https://www.environdec.com/>), l'Ecolabel (<http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/ecolabel-ue>) o le più recenti PEF (Product Environmental Footprint, <http://ec.europa.eu/environment/eusds/mgip/index.htm>) e "Made Green in Italy" (<https://www.minambiente.it/pagina/made-green-italy>).

Un ulteriore aspetto degno di nota è la possibilità di intervenire anche sulle fasi "a valle" del processo: uso e fine vita. In alcuni casi, gli impatti ambientali in tali fasi sono rilevanti.

Una LCA permette di poter lavorare su aspetti del prodotto quali la durabilità, la facilità di smaltimento, la riciclabilità, la facilità di sostituzione dei pezzi, ecc., tutti aspetti che peraltro rientrano nel sempre acceso dibattito sulla sostenibilità.

Per quanto riguarda la comparazione di due o più prodotti, la Life Cycle Assessment permette di analizzare quale tipo di prodotto o soluzione o tecnologica o materiale sia più ambientalmente sostenibile. Pensiamo, ad esempio, ad un'azienda che voglia scegliere quale sia il tipo di packaging migliore, o voglia sapere come si posiziona il proprio prodotto rispetto ad altri con la stessa funzione. Negli ultimi anni, per venire incontro alle PMI che potrebbero trovare difficile un'analisi completa è stata sviluppata la cosiddetta LCA "semplificata" che individua gli aspetti ambientali più significativi dell'intero ciclo di vita del prodotto, fornendo quindi alle PMI un supporto per l'adozione degli standard ISO 14040 utilizzando operazioni semplificate, fondate sempre su basi scientifiche.

Naturalmente, lo strumento semplificato non permette di ottenere una certificazione, ma consente comunque, di tagliare i costi e i tempi di implementazione, di avere una fotografia degli impatti e del consumo di risorse, identificando nuove opportunità di miglioramento. Inoltre, consente di

organizzare i dati all'interno dell'azienda e di migliorare la comunicazione ambientale, implementando uno strumento innovativo.

Si parla spesso di competitività delle imprese e di capacità di innovazione di prodotto. Siamo convinti che l'innovazione possa passare per lo sviluppo di cicli produttivi sostenibili in grado di migliorare le performance ambientali dei prodotti realizzati. Un prodotto sottoposto ad LCA può senza dubbio favorirne il successo migliorando il valore del marchio ed il suo posizionamento competitivo.