

Lo studio EMPA/LFPM sulla sostenibilità elogia gli imballaggi in alluminio

La sostenibilità, un concetto relativamente nuovo, è una delle grandi sfide, fondamentali e inevitabili, del XXI secolo. Chi non progetta il valore aggiunto dei suoi processi, i suoi prodotti, le sue prestazioni sul mercato in base alle esigenze di uno sviluppo sostenibile, presto dovrà affrontare parecchie difficoltà. È quindi indubbio che i vantaggi saranno di colui che devierà tempestivamente verso la strada dello sviluppo sostenibile.

Intervista a Paul W. Gilgen, direttore reparto Ecologia all'EMPA di San Gallo, sullo studio di sostenibilità condotto dall'EMPA



Paul W. Gilgen.

Alla Cooperativa IGORA lo sviluppo sostenibile è parte integrante delle attività e della cultura aziendale. Lo sviluppo sostenibile guida tutte le nostre azioni grazie al collegamento fra la responsabilità aziendale, sociale ed ecologica come organizzazione per la raccolta e il riciclaggio d'imballaggi vuoti in alluminio.

Per questa ragione abbiamo incaricato l'EMPA (Laboratorio federale di prova dei materiali e di ricerca) di San Gallo di effettuare due studi sullo sviluppo sostenibile, la cui esecuzione ha coinvolto la Carbotech AG (Basilea) e



la IBF AG (San Gallo). Gli studi forniscono conclusioni sullo sviluppo sostenibile dei tre seguenti imballaggi in alluminio: lattine d'alluminio per bevande, vaschette d'alluminio e tubetti d'alluminio.

I risultati sono disponibili e di seguito vengono commentati nel corso di un'intervista con Paul W. Gilgen, direttore del reparto Ecologia dell'EMPA.

In sintesi è stato accertato: gli imballaggi in alluminio sono ecologicamente, economicamente e socialmente sicuri, sempre che vengano raccolti e riciclati. Il piacere della raccolta da parte della popolazione svizzera è uno dei motivi quindi molti imballaggi in alluminio già soddisfano pressoché tutte le esigenze di uno sviluppo sostenibile. Gli studi hanno analizzato le lattine d'alluminio per bevande, le vaschette d'alluminio e i tubetti d'alluminio dal punto di vista del loro impatto rispetto ai requisiti economici, ecologici e sociali. Le conseguenze più importanti sono: la fairness economica lungo l'intera catena del valore aggiunto, l'utilità in materia di economia politica nonché la forza innovativa dell'intera industria dell'alluminio. Il criterio di misura – come ulteriormente evidenziato dallo studio – è il materiale alluminio stesso. Vale a dire un materiale sia tecnicamente sia anche ecologicamente ideale per il riciclaggio. È il motivo per cui soprattutto le lattine per bevande con la loro quota di riciclaggio estremamente elevata, superiore al 90%, definiscono il metro di misura sia per le vaschette di cibo per animali con una quota del 75% sia anche per i tubetti per generi alimentari con il 40%.

Signor Gilgen, in due studi pubblicati di recente, viene alla conclusione, che gli imballaggi d'alluminio forniscono un contributo importante alla sostenibilità. Come si manifesta

concretamente la sostenibilità della lattina d'alluminio ma anche quella della vaschetta di cibo per animali e del tubetto d'alluminio per generi alimentari?

In poche parole va detto che la sostenibilità della lattina d'alluminio presenta un ottimo bilancio. Il bilancio è buono nel caso delle vaschette, mentre è discreto per i tubetti. Per questi due ultimi imballaggi vi è del potenziale di miglioramento.

Per quale motivo?

È semplice. Il bilancio di sostenibilità degli imballaggi in alluminio vive e muore con la rispettiva quota di riciclaggio. Toccando il 90% circa, la lattina d'alluminio registra un livello particolarmente alto. La produzione di alluminio riciclato richiede infatti solo il 5% dell'energia impiegata per la produzione di alluminio primario. La qualità del materiale elaborato equivale perfettamente a quello nuovo. Senza alcuna perdita di qualità l'alluminio può essere riciclato innumerevoli volte. Contrariamente alla carta, l'alluminio riciclato non è di qualità inferiore. La fabbricazione della lattina richiede oggi il 25% di alluminio in meno, ciò che comporta un notevole risparmio di materiale e un minor consumo di energia. Lo sviluppo che porta a un'importante riduzione delle emissioni di CO₂ contribuisce alla tutela dell'ambiente. Tutti questi fattori favorevoli migliorano la cosiddetta eco-efficienza di un fattore 4 che corrisponde così alle richieste di numerosi esperti in merito allo sviluppo sostenibile.

Qual è il fattore per le vaschette e i tubetti?

Registando una quota di riciclaggio del 75%, le vaschette raggiungono un fattore di eco-efficienza 3. Per i tubetti, il cui tasso tocca la soglia del 40%, il fattore è solamente 2. Incrementando la quota di riciclaggio per le vaschette e i tubetti, è possibile realizzare un fattore 4.

Oltre alla quota di riciclaggio per la lattina d'alluminio, lei evoca l'economia di alluminio che negli ultimi anni ha realizzato il 25%. Queste economie riguardano anche gli altri due imballaggi?

Sì, in parte. Le vaschette di cibo per animali hanno registrato economie di materiali quasi così importanti come quelle della lattina per bevande. È rimasto invariato invece il volume di alluminio per i tubetti per generi alimentari.

A quanto deve ammontare la quota di riciclaggio affinché il bilancio di sostenibilità sia positivo?

La quota di riciclaggio dovrebbe superare l'80%, ma bisogna tener conto che altri fattori esercitano certi influssi.

Vale per tutti gli imballaggi d'alluminio?

Sì, la quota di riciclaggio così elevata è LA premessa che tutti gli imballaggi d'alluminio devono realizzare per ottenere un profilo di sostenibilità promettente.

Che cosa bisogna intraprendere o quale è la sua ricetta per incrementare le quote di recupero di vaschette e tubetti?

Una ricetta valida e semplice non c'è. Una quota di riciclaggio alta non è il risultato di un'unica misura, bensì di più misure. Da 15

Nello studio di sostenibilità ha messo a confronto altri imballaggi?

No, non l'abbiamo fatto. Il metodo applicato, il cosiddetto Life-Cycle Assessments (ecobilancio, LCA secondo ISO 14040 segg.) con valutazione supplementare, si presta solo parzialmente a questo tipo di confronto. Abbiamo rinunciato anche scientificamente a

confrontare l'alluminio con altri imballaggi, poiché si rivelerebbe un lavoro scientificamente poco serio. Se lo si vuol fare, bisogna che gli altri materiali siano da ogni punto di vista simili, ovvero devono rispondere alle stesse funzioni di logistica, di marketing e di protezione. Se nel mio zaino o in auto si trova una bevanda, è importante che l'imballaggio sia infrangibile e protegga perfettamente il contenuto dagli influssi termici e dalla luce. Questi criteri influenzano la mia scelta. Un altro esempio: il proprietario di un animale compra il cibo nell'imballaggio che soddisfa nel miglior dei modi le sue esigenze in materia di comfort e di quelle dell'animale (ad. es. porzione, gusto, ecc.). Infatti, viene attribuito sempre più importanza alla «convenienza», ossia la concezione degli imballaggi adatti al consumatore.

La quota di riciclaggio nonché il risparmio di materiale nella produzione di un imballaggio d'alluminio sono i criteri principali per un profilo di sostenibilità positivo. Ve ne sono degli altri?

Certamente. La sostenibilità non concerne solo la componente ecologica o l'ambiente. L'economia e la società sono anch'esse incluse. Il nostro studio si è pure interessato della «equità economica». Con ciò intendiamo: nella nostra epoca dove i compiti vengono suddivisi non dovrebbe esserci un singolo che decida su quello che succede e che possa pretendere alla totalità dei valori creati. Al contrario, tutti gli attori dovrebbero partecipare in qualità di partner ai valori creati. L'industria dell'alluminio applica da molto tempo questo partena-

riato, ciò ha conseguenze importanti per l'economia e la società. Questi influssi sono dimostrabili in cifre. Considerando altri settori economici, ci si rende conto che il successo commerciale del modello «Max Havelaar» o di progetti confrontabili mostrano che la «equità economica» può essere redditizia.

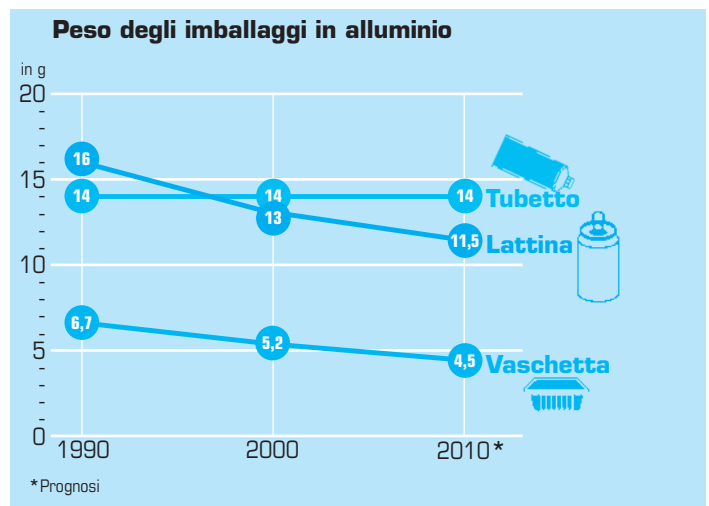
Per determinare l'aspetto sociale e della società abbiamo esaminato quale criterio determinante la capacità di apprendimento di una società. La capacità di apprendimento implica la possibilità di seguire delle formazioni concrete. Quindi abbiamo esaminato ciò che le imprese e i loro collaboratori versano allo stato sotto forma di imposte e di tasse a titolo delle differenti catene di creazione di valori, ma anche quante persone formate le imprese reclutano in questo sistema. Le nostre analisi hanno mostrato che le imposte versate dalle imprese e dai collaboratori permettono di finanziare più spese per la formazione che non ciò che le imprese consumano sotto la forma citata.

Non è però il caso in tutti i rami, nel settore della sanità ad esempio, la situazione è esattamente il contrario: la formazione del personale medico costa probabilmente più cara di ciò che queste persone e i loro datori di lavoro versino sotto forma di imposte per la formazione.

Potrebbe spiegare in poche parole il senso della «sostenibilità»?

«Vivi degli interessi e non del capitale». Questa insegnata è valida non solo sul piano finanziario, ma essendo un'esigenza fondamentale conta in ogni circostanza e ovunque. Dunque, nell'insieme dei domini economici, ecologici, sociali e del campo della società. Altrimenti una continuazione durevole di tutte le attività umane solleva a lungo termine delle illusioni.

In altre parole: siamo intenti a riscoprire e a rimettere l'accento sull'«economia in tutte le cose» come attitudine fondamentale conosciuta e applicata dai nostri avi, tre quattro generazioni or sono. ♦



CARATTERISTICHE E VANTAGGI DEGLI IMBALLAGGI IN ALLUMINIO

- 🔄 peso minimo
- 🔄 protezione ottimale del prodotto (impermeabile all'aria e all'acqua, stabilità alla luce e agli odori)
- 🔄 buona conduttività termica (raffreddamento rapido con consumo di energia minimo)
- 🔄 buona deformabilità
- 🔄 infrangibile, impilabile
- 🔄 riciclaggio funzionante (risparmio energetico fino al 95% rispetto alla produzione primaria, protezione delle materie prime, riduzione dei rifiuti)

anni IGORA mette in opera un numero importante di campagne informative, istruttive e motivanti presso i consumatori e le aziende di riciclaggio. Dapprima IGORA concentrava le proprie attività sulla lattina per bevande, poi ha intensificato rapidamente le attività riguardanti le vaschette e i tubetti. Il successo raccolto con il riciclaggio della lattina per bevande si ripete con gli altri imballaggi d'alluminio che evidenziano quote di recupero in continuo rialzo.

anni IGORA mette in opera un numero importante di campagne informative, istruttive e motivanti presso i consumatori e le aziende di riciclaggio. Dapprima IGORA concentrava le proprie attività sulla lattina per bevande, poi ha intensificato rapidamente le attività riguardanti le vaschette e i tubetti. Il successo raccolto con il riciclaggio della lattina per bevande si ripete con gli altri imballaggi d'alluminio che evidenziano quote di recupero in continuo rialzo.