

# GDOWEEEK

4 2  
2010

29 NOVEMBRE



## ETHIC AWARD 2010

## Aceto Balsamico del Duca valorizza la filiera corta e rispetta l'ambiente con Solo Modena

Aceto Balsamico del Duca è, da oltre un secolo, un'azienda legata al territorio. Il suo prodotto rispondeva già al disciplinare Igp ed era anche certificato dal Consorzio Aceto Balsamico di Modena. L'azienda, però, ha voluto spingere l'acceleratore sulle performance ambientali, aggiungendo un ulteriore elemento di tutela del territorio.

Da questo sforzo, costato circa 5.000 euro in ore-uomo equivalenti suddivise nelle varie fasi progettuali, è nato **Solo Modena**, l'aceto balsamico che fa della filiera corta e dei suoi vantaggi per l'ambiente il proprio marchio distintivo. L'iniziativa, sostenuta dalla direzione, è stata gestita dai vari settori dell'azienda: amministrazione, acquisti, marketing e vendite.

**CARATTERISTICHE** Il progetto mira a minimizzare l'emissione di CO<sub>2</sub> in atmosfera data dalla filiera produttiva di un Aceto Balsamico di Modena IGP a filiera corta. Per questo, è stato necessario agire in profondità

sul sistema logistico. I potenziali fornitori sono stati selezionati secondo parametri di vicinanza spaziale, efficienza ambientale ed economicità complessiva.

**FINALITÀ E RISULTATI** Il prodotto Solo Modena si proponeva proprio di ottenere benefici in numerose aree: ambientali, sociali, economici e di qualità, coinvolgendo una pluralità di stakeholder, secondo dimensioni di valutazione diverse. Gli utenti finali così hanno potuto avere un prodotto dalle Caratteristiche ambientali forti e le comunità locali hanno potuto godere di una circolazione viaria alleggerita. Il risultato mostra un abbattimento delle emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera di un ulteriore 30% rispetto ai limiti derivanti dal disciplinare del Consorzio Aceto Balsamico di Modena per le produzioni a filiera corta. Si parla, infatti, di 26,4 chili di CO<sub>2</sub> prodotti contro i 39,6 del consorzio.

Nadia Tadioli

## Al Cubo Superconcentrato di Andrea Gallo è il detersivo in bustine con pack ridotto

I detersivi per pavimenti presenti in commercio contengono almeno il 90% di acqua. Da questa constatazione, è partita la società Andrea Gallo di Luigi per sviluppare **Al Cubo Superconcentrato**, prodotto in bustine che riduce drasticamente gli imballaggi. In pratica, il consumatore compra solo i principi attivi in bustina, a cui aggiunge l'acqua una volta arrivato a casa, riutilizzando all'infinito lo stesso flacone.

**CARATTERISTICHE** Al Cubo è costituito da un astuccio in cartoncino riciclabile che contiene un'etichetta in carta, un sacchettino in Ldpe riciclato al 40% e 8 bustine idrosolubili da 8 grammi ciascuna, per un totale di 64 grammi di materia attiva, dai tensioattivi al profumo. Il consumatore, invece di buttare via il flacone del precedente detersivo per pavimenti, lo riutilizza applicandovi l'etichetta che trova in Al Cubo e miscelando all'interno le bustine e l'acqua del rubinetto.

**FINALITÀ E RISULTATI** I vantaggi per l'ambiente e la catena logistica sono evidenti: togliere dalla circolazione stradale i camion che trasportano i flaconi vuoti, dal produttore di imballaggi a quello di detersivi; minimizzare il volume e il peso dei detersivi trasportati e stoccati, dal produttore fino a casa del consumatore; riutilizzare gli imballaggi; ridurre i rifiuti. A ringraziare non è solo l'ambiente, ma anche il punto di vendita che avrà un maggior valore del metro lineare dello scaffale e tutta la catena di distribuzione che avrà minori costi di trasporto e magazzinaggio. Per essere concreti: un solo camion che trasporta 120 quintali di film idrosolubile sostituisce 130 camion di flaconi, il 99% in meno di camion, traffico e carburante per i soli imballaggi. A livello di prodotto, invece, un camion che trasporta 18 bancali di detersivo in film idrosolubile sostituisce 6 camion di detersivo tradizionale, riducendo traffico e carburante dell'82%.

Nadia Tadioli

## Aslan contiene i costi e il consumo di acqua grazie al progetto Save Water che impiega l'ozono

Una cantina di medie dimensioni impiega circa 26 litri di acqua per produrre un litro di vino e ne utilizza circa 5-6 metri cubi al giorno nei periodi di picco, per una media di 1.500-2.000 ettolitri a stagione. Il consumo di un'azienda lattiero-casearia è, invece, di 1,5-2,8 litri di acqua per chilo di latte lavorato. Normalmente il processo è costituito da deterzione, risciacquo, disinfezione e risciacquo finale. Il progetto **Save Water** di Aslan, che ha richiesto un investimento di 250 mila euro, ha portato alla realizzazione di un impianto per la disinfezione di silos, tubature, barriera e imbottigliatrici che impiega gas di ozono, risparmiando i consumi d'acqua delle fasi di disinfezione e secondo risciacquo.

**CARATTERISTICHE** Una volta verificate le potenzialità di applicazione dell'ozono nel settore lattiero caseario e vitivinicolo, l'azienda ha progettato un macchinario il cui generatore di ozono consuma solo 200 watt, molto

meno delle pompe per l'acqua, e facilmente trasportabile per le cantine. I test di funzionamento ed efficacia sono stati effettuati con tamponi e analisi microbiologiche sulle acque di lavaggio, presso alcune cantine italiane con la collaborazione di istituti di ricerca e di laboratori di analisi.

**FINALITÀ E RISULTATI** Il risparmio d'acqua è evidente, così come l'eliminazione di disinfettanti chimici, che possono venire a contatto con le persone, inquinare l'ambiente e che hanno costi, anche ambientali, di produzione, imballaggio, trasporto e stoccaggio. Rispetto alle procedure tradizionali, Aslan utilizza un gas naturale, una molecola instabile che, a temperatura ambiente, si trasforma in ossigeno senza lasciare residui. Rispetto alle vecchie tecnologie di produzione di ozono, che comportavano macchinari costosi e ingombranti, il progetto ha portato a un prodotto economico e facile da trasportare.

Nadia Tadioli