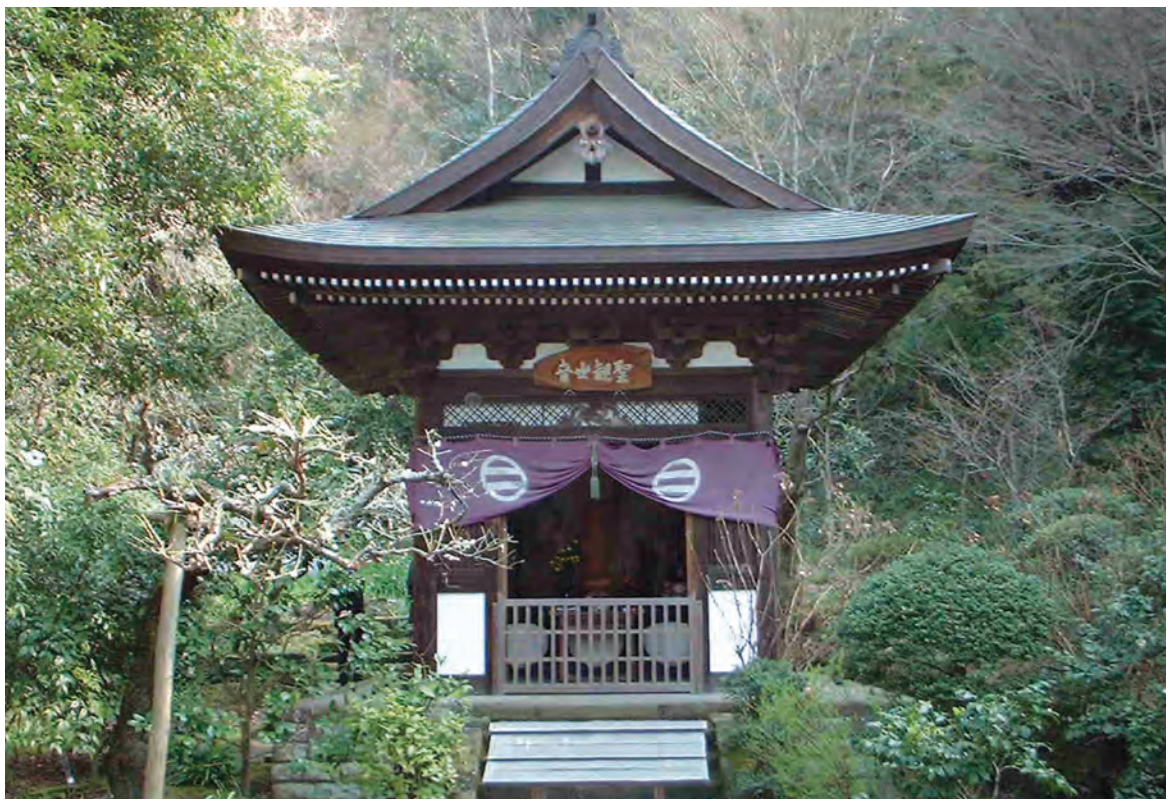
La logistica in una SOCIETÀ AMICA dell'ambiente



■ Rosario Manisera*

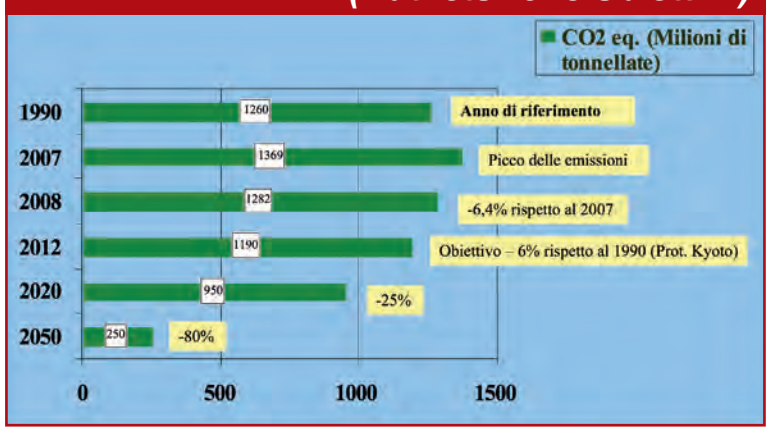
Le attitudini, i valori e i modelli comportamentali si acquisiscono fin da bambini. Per questo motivo, per la salvaguardia dell'ambiente, è importante che i principi e le prassi di una logistica ecosostenibile diventino patrimonio di coloro che nel prossimo futuro saranno anche i responsabili dei trasporti, delle forniture e della distribuzione

Dalle compagnie aeree ai produttori di birra. Sono molti gli esempi di aziende giapponesi attente a ridurre il loro impatto ambientale. Risultato anche di una politica molto attenta da parte del Governo nipponico a spingere le società verso comportamenti "ecologicamente virtuosi" facendo leva sull'aumento della loro forza competitiva

Il rispetto dell'ambiente non è un ostacolo per la competitività aziendale, anzi…

La compagnia aerea All Nippon Airways (ANA) è stata la prima azienda di trasporto giapponese a ricevere l'*Eco-First Award* dal ministero dell'ambiente per le iniziative ecologiche intraprese sui suoi voli all'insegna dello slogan *"Thinking of the Earth from the Sky"*. L'azienda è impegnata da tempo a ridurre il rumore e le emissioni di CO_2 dei suoi aerei, a riciclare il materiale utilizzato a bordo e ad illustrare ai passeggeri, con video e istruzioni, come ridurre personalmente le emissioni dei gas serra. Dallo scorso ottobre, sui voli interni, ha inaugurato un programma di *carbon offset*, un sistema per cui ogni viaggiatore, su base volontaria, partecipa alla "mitigazione" degli effetti delle emissioni di anidride carbonica contribuendo all'attività di riforestazione del paese. Ad esempio, la somma corrispondente per viaggiatore (spese di offset) sul volo tra Tokyo-Haneda e Sapporo in Hokkaido è di 898 yen (85 kg di CO_2 x 10,57 yen) e questo importo viene subito investito in boschi che assorbono l'equivalente dell'anidride carbonica emessa durante il volo. L'esempio di ANA nel quantificare le emissioni di CO_2 d'ora in poi dovrà essere seguito da tutte le aziende che in un anno consumano a scopo energetico più di 1500 kl di petrolio equivalenti. Infatti - con l'obiettivo di creare una società a bassa emissione di anidride carbonica, ma anche per far fronte agli obblighi del Protocollo di Kyoto e agli impegni presi dopo la Conferenza di Copenhagen sui cambiamenti climatici del dicembre 2009 *(cfr. Fig. 1)* - da aprile 2010 il governo giapponese, con la legge sul risparmio energetico emendata, fa obbligo a questo tipo di organizzazioni di presentare conti esatti sulle emissioni di CO_2. Il *Chief Energy Officer*, che opera non più sulla base dei singoli stabilimenti ma a livello di direzione generale e dell'intera azienda, sarà il responsabile della pianificazione e delle *performance* ambientali, con il coinvolgimento di produzione, logistica, finanza, comunicazione e altre funzioni. Le aziende, sotto forma di "manifesto per l'ambiente", dovranno chiarire i propri obiettivi di riduzione e rendere pubblici i risultati ottenuti, assumendosi le responsabilità del caso e sottoponendosi alle eventuali sanzioni. Su iniziativa del ministero delle finanze si sta promuovendo il concetto di *carbon footprint* (impronta del carbonio): una "etichetta ambientale" per ogni prodotto evidenzierà l'emissione di biossido di carbonio durante tutta la sua vita utile, compreso lo smaltimento. In questo modo, il consumatore sarà sensibilizzato sugli effetti che le sue scelte negli acquisti avranno sull'ambiente, cambierà le sue abitudini e così aumenterà la domanda di prodotti e servizi che nel loro ciclo di vita emettono poca anidride carbonica. Le aziende, allora, cominceranno più seriamente a pianificare, progettare, acquisire materiali, produrre, distribuire prodotti e servizi cercando in ogni fase di limitare le emissioni di gas serra. Le imprese più "ecologicamente virtuose" acquisteranno così maggior forza competitiva. In Giappone si ritiene che come agli inizi degli anni '70 c'era chi incredibilmente proclamava che la qualità fosse di intralcio all'efficienza e al profitto delle aziende, ma attualmente non c'è nessuno che si arrischi a considerare la qualità poco importante, così gradualmente ci si convincerà che il rispetto ambientale è una potente leva competitiva. Le

Fig. 1 - Emissione di CO_2 in Giappone - *(Dati storici e obiettivi)*



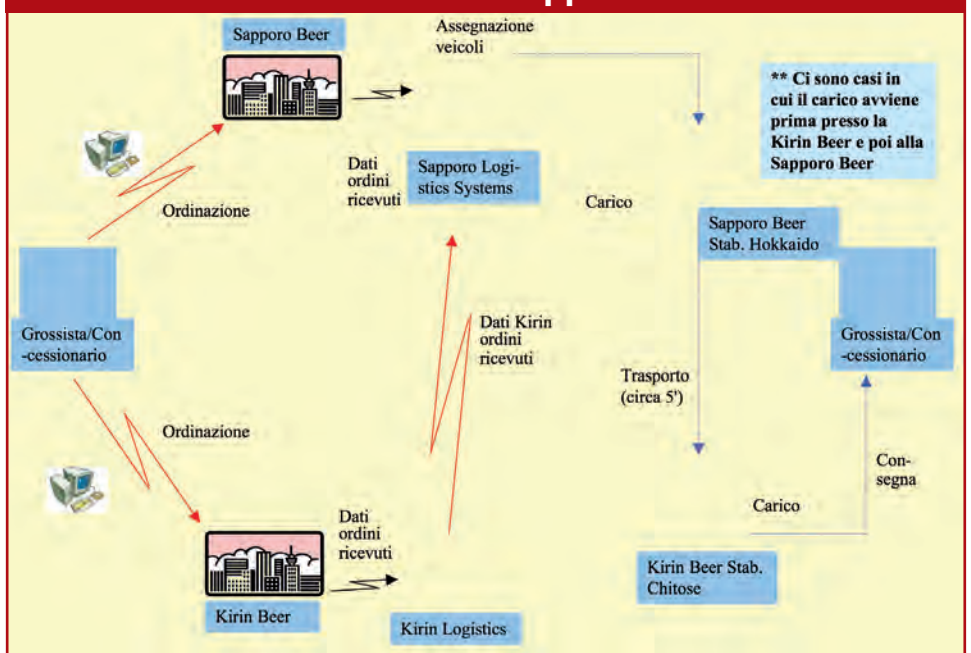
All'interno degli aerei si impara a rispettare l'ambiente. Dallo scorso ottobre, sui voli interni, la compagnia aerea All Nippon Airways (ANA) ha inaugurato un programma di carbon offset, un sistema per cui ogni viaggiatore, su base volontaria, partecipa alla "mitigazione" degli effetti delle emissioni di anidride carbonica contribuendo all'attività di riforestazione del Paese

FIG. 2 - PROSPETTO DELLE 12 POLITICHE PROMOSSE DAL GOVERNO GIAPPONESE PER UNA SOCIETÀ CON BASSI LIVELLI DI ANIDRIDE CARBONICA:

Welfare e benessere	1. Abitazioni e uffici che coesistano con l'ambiente locale e non siano privi di comfort
	2. Modo di vivere che favorisca il noleggio, più che l'acquisto, delle apparecchiature migliori e di elevate restazioni
Settore industriale	3. Agricoltura locale che permetta produzioni e consumi di stagione sicuri e gustosi
	4. Esistenza che possa convivere con boschi e foreste
	5. Industria e business responsabili nei confronti degli uomini e del pianeta
Settore trasporto	**6. Logistica semplice, scorrevole e senza sprechi**
	7. Realizzazione di città vivibili e dove si possa camminare a piedi
Settore cambiamenti energetici	8. Sistemi di energia elettrica che comportino livelli minimi di CO_2
	9. Produzione e consumo energetico a livello locale utilizzando sole e vento
	10. Offerte di nuova energia alle generazioni future
Temi trasversali ai vari settori	11. Scelte sagge grazie alla visualizzazione della realtà
	12. Formazione di persone che siano artefici di una società basata su emissioni ridotte di anidride carbonica

Fig. 3 - La comunanza di obiettivi ha permesso a Sapporo Beer e Kirin Beer di giungere a un accordo per il trasporto e le consegne in comune dei prodotti delle due aziende. A destra uno schema dei flussi. Risultato: -17,8% di emissioni di CO_2 e 148 autocarri in meno in circolazione

Fig. 3 - Flusso per consegne congiunte di Sapporo Beer e Kirin Beer



Fonte:"Raccolta di esempi di risparmio energetico nella logistica in Hokkaido"

aziende giapponesi sono in corsa per vincere questa sfida e collocarsi ai primi posti nel mondo industriale nel campo ecologico, come lo sono state nella qualità[1].

Il management aziendale, di fronte al costo crescente delle limitate risorse naturali e al riscaldamento del pianeta, si sta convincendo che bisogna farla finita con il modello di business basato sull'uso di combustibili fossili tipico del XX secolo. C'è bisogno di accelerare lo sviluppo di nuove tecnologie e nuovi business che richiedano basse emissioni di gas serra. Si creano in questo modo anche le basi di un sistema sociale che sa usare in maniera efficiente tutte le risorse.

2. L'impegno della logistica

Ciò che viene richiesto alle aziende in generale, lo si richiede in particolare a coloro che si occupano di logistica. Nei dodici punti che riguardano le linee guida che il governo giapponese ha stabilito per risparmiare energia ce n'è uno che riguarda espressamente la logistica *(cfr. la Fig. 2)*. Si tratta di creare una logistica che emetta sempre meno CO_2: committenti ed operatori logistici devono usare in modo efficiente tutti i migliori mezzi per il trasporto merci. L'autorità pubblica, da parte sua, favorirà la competitività dei mezzi di trasporto a bassa emissione di biossido di carbonio e imporrà una tassa corrispondente al quoziente di CO_2connesso con l'energia che serve al trasporto. Si favorirà la maggiore visualizzazione possibile di tutti i parametri connessi con la logistica distributiva: costi, *lead time*, quantità di biossido di carbonio equivalente emesso dai mezzi di trasporto e altri elementi che serviranno a scegliere i mezzi di trasporto più rispettosi dell'ambiente. In questa prospettiva, allora, proprio per ridurre le emissioni di anidride carbonica dovute alle attività logistiche, per alleggerire l'impatto sull'ambiente delle consegne dei propri prodotti e, nello stesso tempo, per diminuire i costi di trasporto e distribuzione, la Sapporo Beer ha definito un sistema in comune addirittura con un'azienda concorrente. La Sapporo Beer, insieme alla Suntory, Asahi e Kirin Beer, è uno dei maggiori produttori di birra del Giappone e la sua storia affonda le radici nell'epoca Meiji, e precisamente nel 1876, quando diede inizio alle prime produzioni rifacendosi alla tecnologia tedesca. Oltre alla birra, produce e vende altri tipi di bevande alcoliche. Per il trasporto e la consegna dei suoi prodotti utilizza principalmente un'azienda del proprio gruppo, la Sapporo Logistics Systems. Poiché da anni era impegnata a ridurre le emissioni di CO_2 prodotte dalle sue attività e ad alleggerire il proprio impatto ambientale, l'ente di logistica aveva cominciato a riflettere su come migliorare l'efficienza del trasporto dei prodotti verso i concessionari. Nello stesso tempo anche l'azienda concorrente, la Kirin Beer, stava pensando la stessa cosa. Dalla comunanza di obiettivi è stato relativamente semplice giungere a un accordo per il trasporto e le consegne in comune dei prodotti delle due aziende che, in Hokkaido, hanno stabilimenti relativamente vicini. Si tratta del primo esempio di accordo del genere nel settore della birra tra aziende che in tutte le altre attività competono in maniera molto aggressiva. Ambedue le aziende hanno potuto ridurre così in modo rilevante il numero di autoveicoli in circolazione che, per la Sapporo, nello scorso anno hanno trasportato il 94% della birra. Come mostra schematicamente il flusso delle informazioni e della merce *(cfr. la Fig. 3)*, grossisti e concessionari delle due aziende inviano i dati di ordinazione rispettivamente alle sedi della Sapporo e della Kirin. I dati vengono raccolti ed elaborati presso la Sapporo Logistics Systems che organizza l'assegnazione degli autocarri, che sono più grandi dei precedenti. Essi caricano, rispettivamente presso lo stabilimento della Sapporo e della Kirin, le casse di birra ordinate e le trasportano presso grossisti e concessionari. Naturalmente non sono state poche le difficoltà da superare - orari, abitudini, procedure differenti nelle due aziende - tuttavia, senza causare aggravi di lavoro o spese ai clienti, è stato possibile organizzare trasporti e consegne che soddisfano tutti, con vantaggi per l'ambiente e per i conti aziendali. In sintesi, nel 2009 la situazione è migliorata rispetto all'anno precedente nei seguenti termini:

- autocarri: da 485 camion si è passati a → 337
- CO_2 (t-CO_2): da 88,6 a → 72,8 (-17,8%)

E insieme a questo caso, l'autorità dell'Hokkaido - l'isola più a nord nell'arcipelago giapponese - ha raccolto e pubblicato una serie di altri esempi del settore logistico che dimostrano come, operando insieme e cercando di inquinare il meno possibile, si possa non solo avere vantaggi per l'ambiente, ma anche benefici economici per le aziende. ■

**Studioso del mondo giapponese*
E-mail: maema@giappone-italia.it

[1] L'organizzazione non governativa britannica CDP (Carbon Disclosure Project), che possiede il più ampio database sulle emissioni di gas ad effetto serra, come risultato della sua indagine 2009 rivolta ad oltre 4000 grandi società in tutto il mondo, elenca fra le aziende che si distinguono maggiormente per le strategie ambientali 31 aziende giapponesi tra cui Canon, Kao, Komatsu, Takeda Pharmaceutical e Toyota Motor.

050-Prendeteli da piccoli-Log. in giappone copia.indd 51 21-06-2010 16:16:33