

Mannheimer: “tramonta l’ideologia, arriva l’ecologia”

di Simone Finotti

Cambiano le nostre abitudini quando andiamo a fare la spesa al centro commerciale: il tradizionale sacchetto di plastica, da un anno e mezzo bandito per legge, è praticamente un ricordo, mentre 6 su 10 si portano la sporta da casa e gli altri impiegano sacchetti “eco”. A dirlo è una ricerca condotta dall’Ispo di Renato Mannheimer per conto di Assobioplastiche.

Le abitudini cambiano, e a volte nemmeno così lentamente come crediamo. Basta guardarsi intorno con un po’ di attenzione per accorgersene. Un esempio? Le casse dei supermercati, dove fino a qualche anno fa era quasi automatico, per quasi tutti, chiedere il sacchetto di plastica dove mettere la nostra spesa. A portarsi la famosa “sporta” da casa erano soltanto i più anziani, forse per un retaggio di tempi meno prosperi.

L’ecologia, una nuova “ideologia”

Ora i tempi sono tornati più difficili, la sensibilità ambientale sta aumentando e una recente statistica commissionata da Assobioplastiche all’Ispo, l’Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione di Renato Mannheimer, ci dice che sei italiani su dieci portano con sé da casa i contenitori per imbastare gli acquisti: i più organizzati, addirittura, se li tengono in macchina, pronti all’uso e... al riuso. Una buona notizia, non c’è che dire, perché ci fa capire come la sensibilità ambientale si stia diffondendo orizzontalmente. Tanto da far dire allo stesso Mannheimer che “tramontate le ideologie tradizionali, si sta facendo strada rapidamente il valore della

sensibilità ecologica, sempre più diffusa fra i cittadini”.

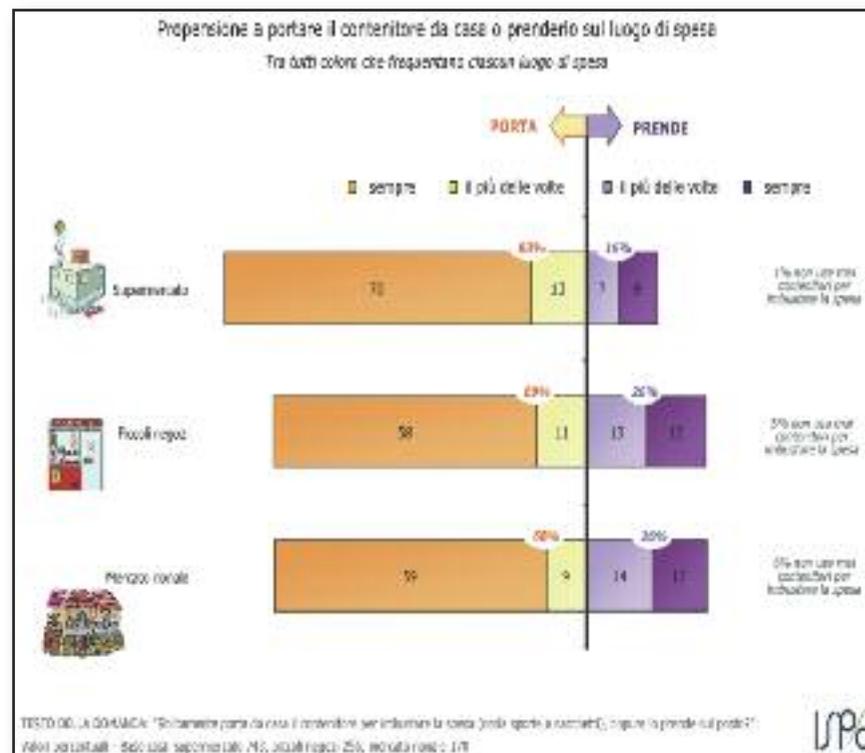
Nei centri commerciali la gente arriva “organizzata”

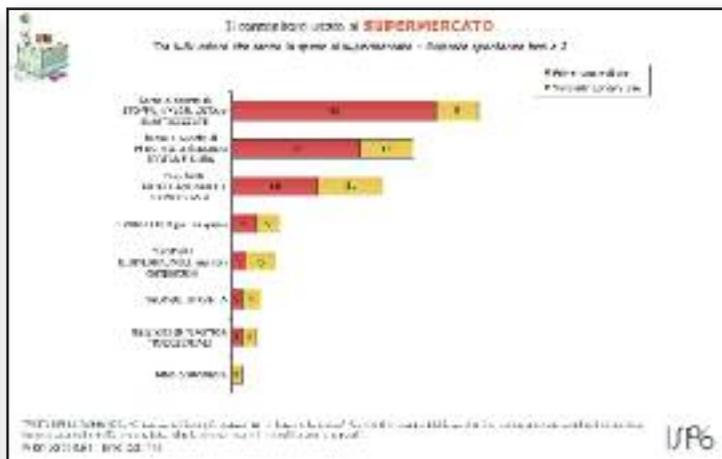
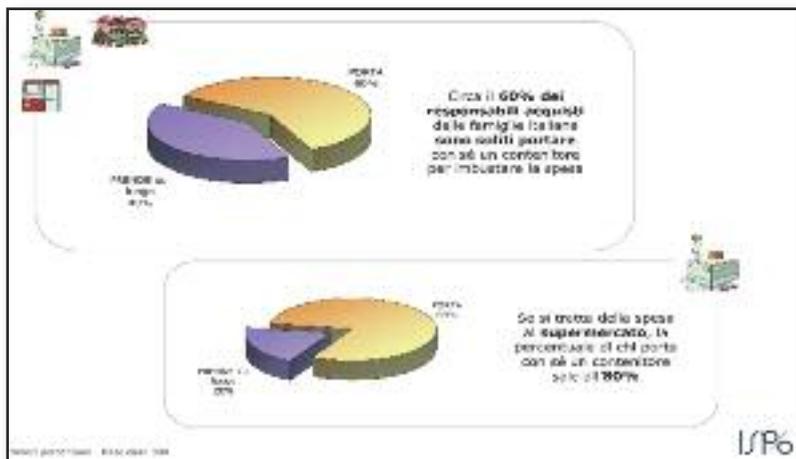
La ricerca Ispo, realizzata lo scorso aprile, si è concentrata sull’utilizzo di sporte e sacchetti nei tre principali ambienti di spesa (supermercato, piccoli negozi e mercato rionale), ed ha coinvolto un campione di 800 famiglie. Ne è emerso che proprio le strutture della GDO sono quelle in cui le persone arrivano più organizzate, perché qui le operazioni di spesa sono più pianificate. Ad essere più utilizzate sono le cosiddette borse morbide (stoffa, nylon, juta o elasticizzate): al supermercato le usa il 52% delle persone; per il 43% si tratta del primo contenitore di riferimento. Seguono per frequenza di utilizzo le borse riutilizzabili in plastica rigida e dura

e i sacchetti biodegradabili e compostabili, peraltro -diciamo noi- non ancora dotati della resistenza ottimale soprattutto quando il carico è pesante o i prodotti presentano forme spigolose.

Compostabili, biodegradabili: regna ancora una certa confusione

Sul fronte dell’informazione tecnica del cittadino medio permane molta confusione negli utenti fra borse davvero compostabili, secondo gli standard previsti dalla normativa più recente, e sacchetti “semplicemente” biodegradabili. “Diversi fattori -dicono da Ispo- ci portano a ritenere che, quando gli intervistati parlano di shopper compostabili, in realtà si tratti di shopper cosiddetti biodegradabili - dice il rapporto - ossia non certificati secondo lo standard previsto





16
GSA
LUGLIO
2012

dalla legge recentemente approvata dal Parlamento, ma che sfruttano con il termine “biodegradabile” il rimando a materiali ecocompatibili.” Lo standard EN 13432, infatti, precisa i criteri di distinzione e spinge verso l’impiego dei “compostabili”, anche se qui si aprirebbe il vespaio della polemica sugli eventuali danni provocati dai sacchetti compostabili che non trovano impiego per la raccolta della frazione umida. Da precedenti studi Ispo risulta che non più del 13% degli italiani è in grado di distinguere un sacchetto compostabile da uno che è solamente biodegradabile. “E’ una confusione che i cittadini soffrono -spiega Mannheim- e che potrà essere superata nel tempo con una giusta strategia di comunicazione mirata.”

Le abitudini cambiano. Che ruolo ha la legge?

Ma al di là del dato squisitamente tecnico, ciò che più ci interessa qui è l’aspetto sociologico legato al cambiamento di abitudini,

e il ruolo che il legislatore riveste in questi fenomeni. A dirlo breve: la normativa del 1° gennaio 2011 che mette al bando i sacchetti di plastica è conosciuta da quasi tutti e secondo Assobioplastiche ha generato un mutamento delle abitudini degli italiani nell’utilizzo dei contenitori per la spesa: si sono stimati, infatti, dall’entrata in vigore della norma, una diminuzione di shopper in plastica tradizionale di circa il 20%, un aumento delle sporte in plastica rigida e dura del 60% ed un aumento delle sporte morbide e degli shopper compostabili del 50% (in gran parte dei casi in sostituzione proprio della plastica tradizionale). “Senz’altro –aggiunge Mannheim- le norme hanno giocato e stanno giocando un ruolo importante nel modificare i comportamenti degli italiani. Hanno contribuito a innescare e diffondere la sensibilità ambientale, che sta diventando un valore prezioso nella sensibilità di tutti.” Si è trattato, in sostanza, di un grande fenomeno di risposta a precise indicazioni

normative: una risposta che ha innescato un circolo virtuoso.

Essere “eco” sarà un valore

E allora spingiamoci un po’ oltre. Questa sensibilità, che oggi interessa sacchetti e buste per la spesa, è solo il primo passo verso una vera e propria “rivoluzione” che investirà altri campi “migliorabili”, come ad esempio il packaging? Mannheim non ha dubbi in proposito: “Stiamo assistendo alle prime manifestazioni di una vera e propria rivoluzione nei costumi e nei comportamenti: l’ambiente avrà sempre più importanza nei nostri sistemi valoriali, a tutti i livelli. Lei parla di packaging, ma questo è un processo che andrà ben oltre. Anche perché -conclude- la sostenibilità ambientale diventerà sempre più, per le aziende, uno strumento di marketing, e quindi di profitto economico. Poter dimostrare di essere attenti all’ecologia e di mettere in pratica politiche ambientali sarà sempre più un valore.”

