

dieci mosse per eliminare il surplus di rifiuti

di Chiara Bucci

Meno Rifiuti Più Benessere in 10 mosse è lo slogan di un documento condiviso con cui l'Associazione Comuni Virtuosi, Italia Nostra e Adiconsum si rivolgono direttamente al mondo della produzione e della distribuzione per sollecitare 10 azioni attuabili nel breve e medio termine per alleggerire l'impatto ambientale di imballaggi e articoli usa e getta.

to all'anno precedente. La percentuale di raccolta differenziata, secondo i dati del rapporto, passa infatti dal 33,26% del 2010 al 35,5% del 2011. Anche nei rifiuti, insomma, siamo quasi fanalino di coda della Ue: a condannarci sono principalmente la mancanza di adeguate infrastrutture per lo smaltimento e per la stessa raccolta differenziata, figlie certamente di un debole commitment a livello politico, della mancanza di un sistema coordinato di prevenzione dei rifiuti e/o di incentivi legati alle alternative alla messa in discarica: in altre parole, si investe pochissimo nel riciclaggio e riutilizzo dei rifiuti.

to che quest'ultimo figura peraltro come industria pilastro della cosiddetta green economy e può creare un'occupazione 10 volte maggiore rispetto allo smaltimento in discarica e all'incenerimento.

Il progetto e l'appello

Un'inversione di tendenza è reclamata da più soggetti come l'Associazione Comuni Virtuosi in collaborazione con Italia Nostra e Adiconsum che lanciano un appello indirizzato alle aziende e alla distribuzione organizzata per combattere alla radice il problema della produzione di rifiuti inutili. Perché se per ridurre i rifiuti l'ideale è partire a monte... a monte c'è anche la GDO. Per capire l'entità del problema basta rapportare la tonnellata annua di rifiuti prodotta da un piccolo negozio al dettaglio, anche solo a grandi linee, al fabbisogno di un ipermercato da 30.000 metri quadrati. Come possiamo immaginare dunque, i grandi ipermercati sono non solo energivori ma anche imbattibili distributori di rifiuti, di cui alcuni, francamente, superflui. Chiaramente la GDO è solo l'ultimo anello della filiera, perché commercializza prodotti che ha acquistato da fornitori che a loro volta hanno acquisito dalle aziende produttrici. Per questo l'iniziativa *Meno Rifiuti Più Benessere in 10 mosse* è rivolta sia al mondo della produzione che a quello della distribuzione, perché è solo nella sinergia di intenti che si può trovare il giusto meccanismo virtuoso.

Le 10 mosse

Da qui nasce l'iniziativa rivolta al mondo della produzione e della GDO, che racchiude in un documento 10 azioni attuabili nel breve e medio termine per alleggerire l'impatto ambientale di imballaggi e articoli usa e getta. Tra le prime irrinunciabili mosse, è richiesta la so-

Cresciamo. Noi e i rifiuti. Secondo le stime della Banca mondiale, nell'arco di una decade, la crescita della popolazione e lo sviluppo economico dei paesi emergenti porterà ad un raddoppio dei rifiuti solidi urbani attualmente prodotti che, già oggi, ammontano a 1,3 miliardi di tonnellate circa. Questo significa maggiori costi di gestione. È importante inquadrare questo dato per capire che la strada è ancora lunga e che va necessariamente percorsa: non possiamo permettere che i rifiuti crescano ad una velocità maggiore delle risorse che disponiamo per smaltirli. Per quanto il Rapporto Banca dati sulla raccolta differenziata 2011 registra come dato positivo un calo del 1,88% dei rifiuti prodotti rispetto al 2010, la gestione dei rifiuti in Italia presenta ancora grossi elementi di criticità. È difficile ipotizzare che si riesca a conseguire l'obiettivo del 65% di raccolta differenziata, peraltro già raggiunto e superato da altri paesi europei, se l'aumento annuo del livello di RD continuerà ad attestarsi su percentuali modeste come l'incremento del 2,27% avvenuto nel 2011 rispet-



La malpractice italiana

La ventesima posizione su ventisette paesi europei la dice lunga: sarà colpa del conferimento in discarica, in cui viene ancora oggi conferito quasi il 50% di tutta la produzione totale di rifiuti, circa 15 milioni di tonnellate. Proprio a causa della mancata bonifica delle 225 discariche illegali ed incontrollate, nel rispetto di una sentenza del 2007 della Corte di giustizia europea, ora rischiamo di pagare una multa salatissima da 56 milioni di euro. Il punto è che, per cambiare lo status quo è necessario invertire la rotta e investire sulla prevenzione e sul riciclo, considerando anche il fat-

stituzione di tutti gli imballaggi non riciclabili (che impediscono un riciclo efficiente o che compromettono la qualità del riciclo) con imballaggi riciclabili, meglio se composti di monomateriale (o imballaggi di più materiali, tra di loro facilmente separabili e per i quali esista una filiera del riciclo). Inoltre nell'impiego di materiali riciclabili va verificato se la filiera di raccolta esistente al momento sul territorio nazionale è in grado di gestire il materiale senza disfunzioni e se lo stesso può essere effettivamente compostato o riciclato con metodologie meccaniche o chimiche. Stessi accorgimenti sono applicabili al mondo della grande distribuzione organizzata per il packaging dei prodotti a marca propria e nei confezionamenti dei prodotti alimentari che avvengono nei punti vendita.

Eliminare il superfluo

È poi importante ridurre il peso degli imballaggi con l'eliminazione dei doppi imballaggi e componenti accessori all'imballaggio superfluo. Certamente si potrà fare a meno del doppio cartoncino che avvolge il dentifricio e la crema corpo, allora perché non farlo? Perché non fare a meno anche dell'involucro che racchiude due confezioni in promozione, sostituendolo con una grafica dell'imballaggio primario che metta in evidenza l'offerta? Eliminare là dove si può è il primo step, ma anche le aziende produttrici dovrebbero incrementare la messa in commercio di prodotti iperconcentrati o allo stato solido. In particolare nel nostro settore ripensare il packaging è fondamentale: oggi le confezioni dei formulati sono pensate più per il prodotto diluito che non per il formulato. Mettere a disposizione prodotti iperconcentrati o in forma solida eliminerebbe la produzione di tonnellate di plastica, riducendo i trasporti e le emissioni di CO₂ complessive dovute alla produzione, distribuzione e riciclo del packaging.

Che danno le etichette sleeves!

Il terzo passo è eliminare le etichette sleeves che rivestono tutto il contenitore, creando enormi problemi quando sono di diverso materiale plastico rispetto al contenitore che rivestono. Per motivi tecnici ed economici vengono scelte in PVC in molti casi e applicate su contenitori in PET. Questa pratica compromette il riciclaggio sin dalle prime fasi di selezione.

A causa della sleeve in PVC il contenitore in PET non viene infatti riconosciuto dai lettori ottici degli impianti di selezione automatica e viene scartato finendo in discarica o negli inceneritori, vista anche l'insostenibilità economica della selezione e rimozione manuale dell'etichetta. Se le bottiglie di plastica delle bevande fossero tutte di PET trasparente la riciclabilità sarebbe ottimale (evitando selezioni per colore e massimizzando il valore del materiale riciclato) ed è per questo motivo che in Giappone è consentito produrre solo bottiglie trasparenti. Insomma, anche quando il consumatore fa la sua parte, separando la spazzatura, si rischia di veder vanificato lo sforzo per motivi che gli sono ignoti e che potrebbero essere evitati in modo semplice.

Istruzioni chiare sulle etichette

In quest'ottica, il documento invita poi ad adottare un sistema di marcatura/etichettatura degli imballaggi che possa comunicare in modo chiaro e trasparente al consumatore il grado di riciclabilità dell'imballaggio stesso. E poi ancora promuovere l'uso di contenitori a rendere (anche in plastica infrangibile). Questo potrebbe coinvolgere ancora di più il consumatore, facendogli prendere coscienza dell'importanza del suo ruolo nel processo di differenziazione e riciclo.

Incentivi e cauzioni

Le ultime tre raccomandazioni sono specificamente indirizzate alla GDO, che è chiamata a favorire la nascita di circuiti specifici a "filiera breve" raccolta-riciclo-riprodotto, anche con sistemi a cauzione come avviene ad esempio in molte catene GDO centro europee. In Germania, ad esempio, alcune catene di supermercati prevedono una cauzione sull'acquisto delle casse d'acqua, che poi viene regolarmente restituita alla riconsegna dei vuoti. Basta presentarsi alla cassa con le bottiglie di acqua vuote, consegnarle e riottenere la cauzione proporzionale alla riconsegna.

Il sacchetto monouso e il prodotto alimentare

Un altro punto dolente non ancora citato è il sacchetto: molto si è detto e fatto, ma restano ancora margini di miglioramento, soprattutto nei reparti dell'ortofrutta, dove si ravvisa



ancora un eccessivo spreco dei sacchetti monouso per frutta e verdura. Naturalmente è giusto ricordare anche l'importanza che riveste la confezione nella conservazione ed igiene del prodotto, soprattutto nei comparti alimentari. È dunque essenziale soppesare cosa è possibile eliminare e cosa è necessario tenere a tutela della merce e del consumatore. Per quanto riguarda alcuni prodotti alimentari confezionati in loco (ad esempio i formaggi) è possibile ridurre l'imballaggio alla sola pellicola eliminando i vassoi in polistirolo. Nel settore ortofrutta si può ridurre il consumo di sacchetti monouso mettendo a disposizione dei clienti una soluzione riutilizzabile come i retini in cotone o poliestere proposti dalla campagna "Porta la Sporta" con l'iniziativa "Mettila in rete".

Incoraggiare a cambiare

Il decimo punto riguarda la propulsione al cambiamento. La GDO svolge in questo un ruolo essenziale perché davvero può, meglio di chiunque altro, favorire un graduale cambio di abitudini nel consumatore, rendendolo più eco-virtuoso. Un processo di questo tipo può avere ritorni d'immagine grandi anche per le catene più avviate. La GDO può guidare le scelte dei consumatori su più fronti: proponendo, ad esempio, la vendita di prodotti acquistabili sfusi con contenitori riutilizzabili nel settore detersivi e detergenti per la casa; scoraggiando l'acquisto delle versioni usa e getta incentivando, invece, la vendita del prodotto ad uso multiplo, semplicemente ampliandone l'offerta a scaffale. Come ad esempio avviene per lo spazzolino, un prodotto che nei supermercati è in assortimento quasi unicamente nella versione usa e getta, mentre sarebbe utile ampliare la diffusione a scaffale di modelli con testina intercambiabile, permettendo al consumatore di risparmiare, comprando solo le testine di ricambio. Migliorare si può e si deve, perché l'ecosostenibilità può essere davvero un punto fermo dal quale ripartire. Come mercato e come Paese.