Riceviamo e pubblichiamo:

Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti

dal 19 al 27 novembre

Quanto è disposta a fare la Grande Distribuzione Organizzata per prevenire la produzione dei rifiuti con un taglio agli imballaggi evitabili e la messa in vendita di alternative di consumo a basso impatto ambientale?

Ovvero lettera aperta della campagna ***Porta la Sporta, Italia Nostra*** *e* ***Adiconsum*** *alla GDO in occasione dell'incombente edizione dell'evento di novembre e del lancio delle iniziative* ***Meno plastica per Tutti*** *e* ***Mettila in rete*** *finalizzate a tagliare il peso degli imballaggi e altri articoli usa e getta.*

Si avvicina la terza edizione della **Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti** (19-27 novembre) una campagna di comunicazione ambientale che nasce all'interno del Programma LIFE+ della Commissione Europea con l'obiettivo primario di sensibilizzare le Istituzioni, i consumatori e tutti gli altri stakeholder circa le strategie e le politiche di prevenzione dei rifiuti messe in atto dall'Unione Europea, che gli Stati membri devono perseguire, anche alla luce delle ultime disposizioni normative. La nuova direttiva in materia di gestione rifiuti (98/2008 CE) sottotitolata

Verso una società del riciclo
pone la prevenzione e il riuso ai primi 2 posti della gerarchia gestionale.

E' infatti evidente che la migliore pratica di gestione dei rifiuti consiste nel non generarli, perché i benefici in termini di riduzione di estrazione di risorse, consumo energetico, emissioni di gas serra e altri impatti ambientali che si concretizzano superano di gran lunga i benefici provenienti dal riciclaggio.

Porta la Sporta ritiene che la Grande distribuzione possa fare grandi cose in campo ambientale e che i gruppi abbiano al loro interno risorse e know how per pianificare velocemente in alcuni ambiti. Sicuramente la GDO si trova nella posizione di poter influenzare il mondo della produzione a monte e agire direttamente sui prodotti a marca dell'insegna o private label, che non è poco. La consapevolezza della limitatezza delle risorse del pianeta ha posto in primo piano il concetto di sostenibilità in generale e, più in particolare la sostenibilità delle imprese**. Fare di più con meno rappresenta per le aziende il vantaggio competitivo del XXI secolo.**

La campagna Porta la sporta con il supporto delle associazioni partner ha sempre cercato di coinvolgere nelle proprie iniziative tutti gli attori che possono giocare un ruolo importante nell'attuazione di politiche di sostenibilità ambientale o di divulgazione di buone pratiche in un meccanismo di sistema. Siccome la Grande Distribuzione rappresenta un interlocutore imprescindibile è stata fatta ai gruppi del retail dal 2010 una prima proposta di promozione della borsa riutilizzabile verso la propria clientela. Hanno raccolto l'invito **19 gruppi** che hanno partecipato all'ultimo evento Settimana Nazionale Porta la Sporta dello scorso aprile 2011.

Ecco le sette azioni di riduzione dei rifiuti che Porta la Sporta, Italia Nostra e Adiconsum chiedono ai gruppi della GDO di realizzare in tempi brevi:

1.

Ridurre drasticamente il consumo di sacchetti monouso nel reparto ortofrutta con l'affiancamento di una soluzione riutilizzabile come proponiamo con la nostra specifica iniziativa
Mettila in rete.
Il passaggio al riutilizzabile da parte dei clienti andrebbe incentivato con

l'accredito di punti fedeltà o altri sistemi premianti ;

2.

inserire nell'offerta attuale di spazzolini almeno un modello con testine intercambiabili con ricariche in confezione a parte. Andrebbe allo stesso tempo esercitata pressione verso i produttori delle marche tenute in assortimento perché considerino la conversione del loro assortimento a questo sistema meno impattante in tempi certi;

3.

ridurre l'overpackaging dei prodotti di gastronomia confezionati nei punti vendita. Ad esempio per i formaggi si può utilizzare solamente la pellicola trasparente ed eliminare gli inutili vassoietti che, una volta aperta la confezione vengono buttati poiché la confezione non è più facilmente richiudibile;

4.

chiedere ai propri fornitori di eliminare al più presto: a) i doppi imballaggi evitabili come le confezioni di cartoncino che contengono dentifrici o altri prodotti di detergenza per il corpo. **b) gli imballaggi secondari** come l'involucro che avvolge le due confezioni di caffè singole da 250 gr a marca Lavazza e altre marche. Basterebbe una grafica diversa sulle singole confezioni che evidenzi l'impossibilità di un acquisto separato. Il fatto che un prodotto con doppio imballaggio e maggiore impiego di materiale sia più conveniente rispetto al singolo acquisto non contribuisce ad educare il consumatore ad un consumo responsabile inducendolo a sottovalutare i costi e gli impatti ambientali che l'imballaggio ha nella realtà;

5.

sostituire gli imballaggi a partire dalla private label in poliaccoppiato non riciclabile con imballaggi in monomateriale riciclabili. Anche se con questa soluzione non si evita il consumo di risorse in fase di produzione si va comunque a ridurre la percentuale di rifiuto indifferenziato che maggiormente incide e determina i costi di smaltimento. In questa direzione si è mossa Barilla con una nuova linea di biscotti con involucro monomateriale in polipropilene;

6.

mettere a disposizione in tutti i punti vendita un ampio assortimento di prodotti per la detergenza del corpo e della casa acquistabili alla spina o in formati concentrati;

7.

ultima azione ma non meno importante riguarda la necessità di **fare una regolare comunicazione per valorizzare le politiche ambientali intraprese** . Le iniziative a carattere ambientale che richiedono la partecipazione dei consumatori necessitano di essere accompagnate da una comunicazione a lungo termine che ne promuova l'adozione con il supporto di sistemi premianti. Andrebbero attivati allo scopo tutti gli strumenti di comunicazione e di fidelizzazione che le insegne hanno a disposizione. Dal sito web, alla newsletter, alla comunicazione nel punto vendita tramite cartellonistica e passaggio di spot audio.

Ha già accolto l'invito espresso al punto uno l'Iper E.Leclerc Conad di Terni dove, in collaborazione con l'associazione **Ecologicpoint** e con il patrocinio del Comune di Terni partirà una sperimentazione che, a partire dal 27 ottobre, durerà alcuni mesi e potrà servire come progetto pilota per valutarne l'estensione in altri punti vendita dell'insegna.

http://www.terninrete.it/headlines/articolo_view.asp?ARTICOLO_ID=306415

E' arrivata inoltre anche la disponibilità del **Gruppo Gabrielli** a testare il retino riutilizzabile ortofrutta nel punto vendita **Maxi Tigre di Vasto CH** , in collaborazione con l' **Amministrazione Comunale.**

Ulteriori approfondimenti sul sito di Porta la Sporta http://www.portalasporta.it/index.htm

Silvia Ricci
Referente Campagna "Porta la Sporta"
Associazione dei Comuni Virtuosi
Cell. 347.9075399
redazione@portalasporta.it
http://www.portalasporta.it

http://www.terninrete.it/headlines/articolo_view.asp?ARTICOLO_ID=306415

http://www.ognisette.it/news/provincia-di-lucca.-meno-plastica-per-tutti-traguardo-15-kg-in-7-mosse

http://www.adnkronos.com/IGN/Sostenibilita/Tendenze/Con-Porta-la-sporta-sette-regole-per-ridurre-il-consumo-della-plastica_312495069718.html

http://www.iltempo.it/adnkronos/?q=YToxOntzOjEyOiJ4bWxfZmlsZW5hbWUiO3M6MjE6IkFETjIwMTEwOTI4MTczODIwLnhtbCI7fQ==

http://affaritaliani.libero.it/rubriche/nonsprecare/mosse-eliminare-plastica230911.html

http://gogreen.virgilio.it/news/speciali-rubriche/plastica-meno-sette-mosse.html

http://www.rinnovabili.it/meno-plastica-per-tutti-la-dieta-ad-hoc-per-il-vostro-cassonetto404779

http://www.greenreport.it/_new/index.php?page=default&id=12447