



LIFE10 ENV/IT/307



Azione 4

Piano d'Azione per la riduzione dei rifiuti nella Grande Distribuzione Organizzata

LIFE10 ENV/IT/307 NO.WA – No Waste



AMBIENTEITALIA





SOMMARIO

SOMMARIO	2
1 PREMESSA.....	3
2 MODALITÀ DI ATTUAZIONE DEL PIANO D'AZIONE.....	3
2.1 DESTINATARI	3
2.2 MODALITÀ DI ADESIONE E REQUISITI GENERALI.....	3
2.3 OBBLIGHI PER CHI ADERISCE	3
2.3.1 Azioni obbligatorie.....	3
2.3.2 Azioni facoltative e requisiti minimi di accesso.....	4
2.3.3 Monitoraggio	4
2.4 BENEFICI PER CHI ADERISCE	4
2.4.1 Uso del marchio NO.WA	4
2.4.2 Assistenza tecnica	4
2.4.3 Materiali di supporto e campagna di comunicazione.....	5
3 AZIONI DI PREVENZIONE E RIDUZIONE DEI RIFIUTI.....	6
3.1 AZIONI OBBLIGATORIE	6
3.2 AZIONI FACOLTATIVE.....	7
3.3 SCHEDE TECNICHE PER LE AZIONI OBBLIGATORIE	9
3.4 SCHEDE TECNICHE PER LE AZIONI FACOLTATIVE	17



1 PREMESSA

2 MODALITÀ DI ATTUAZIONE DEL PIANO D'AZIONE

2.1 Destinatari

Il presente Piano d'Azione è applicabile alle medie e grandi strutture di vendita.

2.2 Modalità di adesione e requisiti generali

L'adesione al Piano d'Azione da parte dei potenziali destinatari avviene attraverso la sottoscrizione di uno specifico **protocollo di intesa**, attraverso il quale gli operatori:

- si impegnano a realizzare azioni di prevenzione e riduzione della produzione dei rifiuti, secondo le modalità specificate nel successivo paragrafo 2.3;
- ricevono supporto dai promotori del progetto, secondo le modalità specificate nel successivo paragrafo 2-4;
- garantiscono la corretta effettuazione della raccolta differenziata dei rifiuti, secondo le modalità di raccolta in essere sul territorio comunale;
- garantiscono la corretta separazione e smaltimento di tutte le categorie di rifiuti prodotti dall'attività, in particolare per quanto riguarda i rifiuti pericolosi;
- forniscono informazioni e formazione al proprio personale per garantire che le azioni previste dal marchio vengano applicate correttamente e per sensibilizzarlo ad assumere un comportamento ecologico e responsabile;
- contribuiscono alla realizzazione della campagna di comunicazione sulla riduzione dei rifiuti all'interno del punto vendita, secondo gli indirizzi definiti nell'apposito Piano di comunicazione del progetto No.Wa che costituisce parte integrante del presente Piano. A tal fine, dovranno come minimo essere utilizzati gli appositi materiali/messaggi di comunicazione messi a punto nell'ambito del progetto No.Wa;
- si impegnano ad utilizzare carta riciclata o certificata o a minore grammatura per le attività di comunicazione del punto vendita, ponendosi altresì un obiettivo di riduzione del materiale cartaceo utilizzato per la pubblicità porta a porta.

2.3 Obblighi per chi aderisce

2.3.1 Azioni obbligatorie

L'adesione al Piano d'Azione comporta l'attuazione di alcune azioni obbligatorie mirate alla prevenzione e riduzione della produzione dei rifiuti nello svolgimento della propria attività, da realizzare secondo le modalità definite nelle schede tecniche di cui al successivo capitolo 3.1.

2.3.2 Azioni facoltative e requisiti minimi di accesso

Con l'adesione al marchio viene promossa inoltre l'applicazione di alcune azioni facoltative, sempre mirate alla prevenzione e riduzione della produzione dei rifiuti nello svolgimento della propria attività, da realizzare sempre secondo le modalità definite nelle schede tecniche di cui al successivo paragrafo 3.2.

L'attuazione delle azioni facoltative consente ai destinatari di acquisire un punteggio, proporzionale all'effettiva riduzione dei rifiuti conseguibile con l'attuazione delle azioni o alla complessità di realizzazione delle azioni.

Il requisito minimo per l'adesione al Piano d'Azione consiste nell'applicazione di tutte le azioni obbligatorie e di alcune azioni facoltative che consentano all'esercizio commerciale di conseguire un punteggio minimo pari a 5.

2.3.3 Monitoraggio

In fase di applicazione delle azioni obbligatorie e facoltative, i destinatari del marchio devono inoltre contribuire al monitoraggio della realizzazione delle azioni e dei relativi risultati raggiunti attraverso la registrazione dei dati e delle informazioni di monitoraggio specificate, sempre per ogni tipologia di destinatario, nelle schede tecniche di cui al successivo capitolo 3.

Ai fini del monitoraggio, sarà fornito agli esercizi commerciali apposito foglio di calcolo (in formato .xls) che conterrà una scheda per l'inserimento dati relativa alle azioni obbligatorie ed una scheda per le azioni facoltative. Una volta inseriti i dati richiesti il foglio di calcolo fornirà le stime delle quantità di rifiuti risparmiati e alcuni indicatori relativi alla descrizione quantitativa delle azioni messe in atto.

2.4 Benefici per chi aderisce

2.4.1 Uso del marchio NO.WA

L'uso del marchio è concesso a tutti i soggetti che si impegnano, attraverso la sottoscrizione del protocollo d'intesa di cui al paragrafo 2.2, alla realizzazione degli obblighi specificati al paragrafo 2.3: i vari soggetti potranno esporre il logo negli spazi fisici e virtuali e riportarlo su eventuali materiali divulgativi, anche indipendenti dalla campagna di comunicazione dedicata al marchio.

2.4.2 Assistenza tecnica

I promotori del progetto NO.WA, ed in particolare il Comune di Reggio Emilia, capofila del progetto, offrono supporto ai soggetti aderenti al marchio nelle seguenti forme:

- ciclo di incontri informativi e formativi, rivolti ai potenziali destinatari, finalizzati anche a mettere a punto le azioni obbligatorie e facoltative previste per l'adesione al marchio;



LIFE10 ENV/IT/307



- attività di sportello, con orari definiti dal Comune, a cui è possibile rivolgersi per richieste di informazioni e materiali, per la segnalazione di eventuali problemi applicativi o per richiedere supporto tecnico nell'applicazione delle azioni e nel relativo monitoraggio;
- sopralluoghi, su richiesta degli aderenti al marchio, per verificare e risolvere eventuali dubbi o difficoltà che dovessero emergere nell'applicazione delle azioni obbligatorie e facoltative.

2.4.3 Materiali di supporto e campagna di comunicazione

I materiali di supporto e la campagna di comunicazione sono stati inseriti nello specifico piano di comunicazione che è parte integrante del presente Piano.

3 AZIONI DI PREVENZIONE E RIDUZIONE DEI RIFIUTI

3.1 Azioni obbligatorie

1. ECOSHOPPERS

Sono disponibili e commercializzate borse di tela (o in altri materiali che ne consentono il riutilizzo) e ne viene promosso l'utilizzo attraverso specifiche modalità incentivanti. I sacchetti disponibili e commercializzati sono esclusivamente in materiale compostabile

2. PRODOTTI CON RICARICHE

Vendita e adeguata promozione di prodotti con ricarica (es.: detergenti liquidi, testine per rasoi, etc.)

3. CONTENITORI PER LE PILE E VENDITA DI PILE RICARICABILI

Installazione nei pressi della struttura di vendita di almeno un contenitore per la raccolta delle pile usate e vendita e adeguata promozione di pile ricaricabili

4. RIDUZIONE DEGLI SPRECHI DEI PRODOTTI IN SCADENZA

Cessione di alimenti prossimi alla scadenza ad Associazioni benefiche e ai canili o sconti ai clienti in prossimità della scadenza

5. PRODOTTI CON ECO-IMBALLAGGIO (IMBALLAGGIO PIÙ LEGGERO)

Riduzione dell'imballaggio primario (es. riso, dentifricio, maionese etc. senza scatola in cartone) per i prodotti a marchio e adeguata promozione dei prodotti con imballaggio primario più leggero o in materiale riciclato

6. PRODOTTI A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Vendita e adeguata promozione di prodotti (es.: risme carta, fazzoletti di carta, carta igienica, etc.) in materiale riciclato o con marchio ecologico (Ecolabel, FSC, PEFC, carta riciclata, etc.)

7. RIUSO DI CASSETTE PER ORTOFRUTTA E BANCALI

Uso/presenza di cassette riutilizzabili per ortofrutta e reso dei bancali

3.2 Azioni facoltative

1. VUOTO A RENDERE	Punti: 1
Attivazione del servizio del vuoto a rendere per il vetro delle bottiglie di acqua minerale all'interno della struttura di vendita	
2. DETERSIVI SFUSI	Punti: 2
Vendita di detersivi sfusi (es.: per piatti, pavimenti, vetri, bucato, etc.) all'interno della struttura di vendita	
3. ALIMENTI SFUSI	Punti: 2
Vendita di prodotti alimentari sfusi (es.: frutta secca, pasta, legumi, cereali, etc.) all'interno della struttura di vendita	
4. IMBALLAGGI POCO IMPATTANTI PER SALUMI, FORMAGGI E PRODOTTI DA BANCO GASTRONOMIA	Punti: 2
Vendita di salumi e formaggi con materiale di confezionamento facilmente riciclabile (solo pellicola senza vaschetta), utilizzo di contenitori in materiali riciclabili per il confezionamento dei prodotti al banco gastronomia e informazioni chiare al consumatore sulle modalità di conferimento nella raccolta differenziata dei rifiuti dei materiali utilizzati	
5. VINO E LATTE SFUSI	Punti: 1
Vendita di vino e/o latte sfusi all'interno della struttura di vendita	
6. FONTANELLI DI ACQUA DI RETE E VENDITA DI GASATORI E CARAFFE CON FILTRO	Punti: 1
Realizzazione di un fontanello di acqua di rete di qualità all'esterno della struttura di vendita (es.: nell'area a parcheggio) e/o vendita di gasatori e caraffe con filtri per il miglioramento delle qualità organolettiche dell'acqua del rubinetto	
7. PANNOLINI LAVABILI	Punti: 1
Vendita e adeguata promozione di pannolini lavabili e/o compostabili	



LIFE10 ENV/IT/307



8. CORRETTA RACCOLTA E SMALTIMENTO	Punti: 1
Offrire la possibilità di poter conferire nei pressi della struttura le tipologie di rifiuti tipiche da imballaggi (carta e plastica) e alcune categorie di rifiuti che necessitano di un corretto smaltimento perché pericolosi: pile esauste e RAEE.	
9. STOVIGLIE COMPOSTABILI	Punti: 1
Vendita e adeguata promozione di stoviglie (es.; piatti, bicchieri, posate, etc.) in materiale compostabile	

3.3 Schede tecniche per le azioni obbligatorie

1. ECOSHOPPERS

Modalità di attuazione:

Nella struttura di vendita, in prossimità delle casse, vengono proposte al cliente borse per la spesa in tela o in altro materiale riutilizzabile e ne viene promosso l'utilizzo attraverso specifiche modalità incentivanti (ad es. attraverso carta punti). In alternativa sono disponibili in vendita esclusivamente sacchetti in materiale compostabile conformi alla normativa UNI EN 13432; il prezzo di tale alternativa, così come la necessità di conferimento dei sacchetti nella raccolta differenziata dell'umido, devono essere chiari.

Contesto/Motivazione:

La Legge 296/06 (Finanziaria 2007), ai commi 1129 e 1130, recependo la norma comunitaria 2004/12/CE ha vietato la produzione e commercializzazione dei sacchetti per la spesa non biodegradabili e non conformi alla normativa UNI EN 13432 "requisiti per imballaggi recuperabili mediante compostaggio e biodegradazione". La legge n. 28 del 24 marzo 2012 ha successivamente specificato le caratteristiche di biodegradabilità e compostabilità dei sacchetti commercializzabili, introducendo sanzioni amministrative per chi commercializza sacchi non conformi a tali specifiche, in vigore dal 1 gennaio 2013 (decreto n. 179 art. 34 comma 19 del 18 ottobre 2012). Il 19 marzo 2013 i ministri Clini e Passera hanno firmato il decreto interministeriale che specifica ulteriormente le caratteristiche tecniche dei sacchi per l'asporto merci, in particolare per i sacchetti biodegradabili per la spesa. Ai sensi del decreto, in attesa di notifica alla Commissione UE (se non ci saranno osservazioni della commissione potrà entrare in vigore dopo 3 mesi il 13 giugno), rimane consentita esclusivamente la commercializzazione dei sacchetti che rientrano in una di queste categorie:

- a) sacchi monouso biodegradabili e compostabili, conformi alla norma armonizzata UNI EN 13432:2002;
- b) sacchi riutilizzabili composti da polimeri diversi da quelli di cui alla lettera a) che abbiano maniglia esterna alla dimensione utile del sacco:
 - b.1. con spessore superiore a 200 micron e contenenti una percentuale di plastica riciclata di almeno 30 per cento se destinati all'uso alimentare;
 - b.2. con spessore superiore a 100 micron e contenenti una percentuale di plastica riciclata di almeno il 10 per cento se non destinati all'uso alimentare;
- c) sacchi riutilizzabili composti da polimeri diversi da quelli di cui alla lettera a) che abbiano maniglia interna alla dimensione utile del sacco:
 - c.1 con spessore superiore ai 100 micron e contenenti una percentuale di plastica riciclata di almeno 30 per cento se destinati all'uso alimentare;
 - c.2. con spessore superiore ai 60 micron e contenenti una percentuale di plastica riciclata di almeno il 10 per cento se non destinati all'uso alimentare.

Tuttavia, benché il divieto di utilizzo di shopper in plastica sia ora regolamentato, è bene sottolineare che gli articoli 180 e 180 bis del D.Lgs 152/2006 (e successive modifiche) e soprattutto l'art.4 del D.Lgs 205/2010 (che recepisce la Direttiva europea 2008/98) danno un ruolo primario alla prevenzione della produzione dei rifiuti, che diventa la prima fase della gestione integrata dei rifiuti (composta da prevenzione, preparazione per il riutilizzo, riuso, riciclaggio, altri recuperi tra cui quello di energia, e solo come ultima opzione, smaltimento finale). Al fine di favorire l'attuazione di tale gerarchia, va incoraggiata da un lato la non produzione di shopper, anche in materiale biodegradabile, e dall'altro la diffusione e l'incentivazione all'uso di borse riutilizzabili più volte, che evidenziano inoltre, prestazioni ambientali migliori, come incoraggiato proprio dalla Direttiva 2008/98, che nell' art. 4, comma 2 afferma che "nell'applicare la gerarchia dei rifiuti, gli Stati membri adottano misure volte a incoraggiare le opzioni che

1. ECOSHOPPERS

danno il miglior risultato ambientale complessivo [...] in termini di ciclo di vita in relazione agli impatti complessivi della produzione e della gestione di tali rifiuti”.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Secondo stime ormai assodate in letteratura, il consumo annuo di shopper usa e getta è di circa 300 sacchetti per abitante in un anno, pertanto, considerando che nel 2012 il Comune di Reggio Emilia ha registrato una popolazione pari a 172.833 abitanti, il numero complessivo di sacchetti per la spesa utilizzato è stimabile in circa 52 milioni di unità. Poiché il peso medio per le buste in plastica o materiale biodegradabile è di circa 6 g, la loro sostituzione con borse riutilizzabili (ammettendo che tutti gli shopper diventino in breve tempo rifiuto) comporterebbe come valore massimo, una riduzione della produzione di rifiuto di circa 310 t.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire al termine di ogni anno il dato relativo al numero di sacchetti in materiale compostabile venduti (come indicatore indiretto verifica la riduzione dei sacchetti usa e getta in favore di quelli riutilizzabili in tela o altro materiale)

2. PRODOTTI CON RICARICHE

Modalità di attuazione:

Nella struttura di vendita sono disponibili sugli scaffali prodotti con ricarica (es. confezioni senza erogatore, ricariche liquide, testine di spazzolini, lamette ecc..).

E' inoltre adeguatamente promosso l'acquisto da parte dei clienti di tali tipologie di prodotti, attraverso specifiche azioni quali:

- migliorare la visibilità dei prodotti, affiancandoli a quelli ordinari analoghi, in modo da rendere più immediato per il cliente il confronto tra caratteristiche dei prodotti e prezzi;
- individuare meccanismi di promozione come l'offerta promozionale periodica a prezzo contenuto;
- rendere riconoscibili i prodotti con apposite etichette informative apposte sui prodotti o in prossimità degli scaffali.

Contesto/Motivazione:

La vendita di prodotti con ricariche riduce la produzione di rifiuti. I contenitori dei più comuni prodotti di una spesa sono imballaggi: vengono detti “primari”, perché costituiscono il primo elemento di contenimento e protezione del prodotto. Con poche eccezioni (il barattolo della marmellata, la bottiglia del succo di frutta, etc.) gli imballaggi primari, una volta esaurita la loro funzione, non sono riutilizzabili per scopi diversi da quello per cui sono stati progettati e divengono rifiuti. Sono però disponibili sul mercato prodotti “intelligenti” che consentono di ridurre la produzione dei rifiuti: prodotti concentrati, prodotti con ricariche, prodotti formato famiglia, prodotti con meno imballaggi, prodotti con vuoto a rendere etc. E' importante che questi prodotti siano disponibili nei negozi e che i clienti possano confrontarli con quelli abituali e valutarne i vantaggi ambientali.

I prodotti con ricariche, in particolare, sono particolarmente efficaci per la riduzione dei rifiuti: la ricarica (ad esempio di un detergente per le mani) è spesso contenuta in un imballaggio leggero, funzionale al solo acquisto perché il contenuto deve essere riversato nell'imballo originario con cui è stato comprato il prodotto la prima volta; di volta in volta viene dunque gettata come rifiuto una piccola quantità di

2. PRODOTTI CON RICARICHE

materiale; in alcuni casi, come ad esempio per i detergenti con spruzzino, la ricarica è intesa come la possibilità di sostituire il contenitore vuoto del prodotto con uno pieno, conservando alcune parti dell'imballo originario (come lo spruzzino, appunto): anche in questo caso la riduzione dei rifiuti è evidente, perché si prevede il riutilizzo sino a deterioramento delle componenti che non richiedono necessariamente la sostituzione.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Le tipologie di prodotti per cui è possibile utilizzare ricariche sono innumerevoli (detergenti, detersivi, spazzolini, rasoi etc.), per cui la riduzione della produzione di rifiuti in plastica può essere significativa. Considerando ad esempio la sola vendita di prodotti con ricarica per i detergenti da bagno (shampoo, sapone), ipotizzando in un supermercato una vendita annua di tale tipologia di prodotto di circa 1.500 confezioni (valore medio attribuibile a struttura di vendita con superficie di vendita intorno ai 2.000 mq, sulla base di dati forniti da COOP Nordest e una differenza di peso tra flacone in plastica e ricarica di circa 30 g, si stima una riduzione di rifiuti in plastica di 45 kg/anno a punto vendita. Se si considera l'applicazione di tale azione su più tipologie di prodotti e si ipotizza un progressivo aumento dei volumi di vendita, si possono conseguire valori significativi di riduzione dei rifiuti.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i dati relativi a:

- Numero dei prodotti con ricarica venduti, per la categoria Profumeria (detergenti liquidi, bagnoschiuma e confezioni testine ricaricabili per rasoi)
- Numero complessivo dei medesimi prodotti venduti per la categoria Profumeria

3. CONTENITORI PER LE PILE E VENDITA DI PILE RICARICABILI

Modalità di attuazione:

Nei pressi della struttura di vendita, in accordo con l'azienda di gestione dei rifiuti, è installato almeno un contenitore per la raccolta delle pile usate e sono disponibili sugli scaffali pile ricaricabili.

È inoltre adeguatamente promosso l'acquisto da parte dei clienti di tali tipologie di prodotti, attraverso specifiche azioni quali:

- migliorare la visibilità dei prodotti, affiancandoli a quelli ordinari analoghi, in modo da rendere più immediato per il cliente il confronto tra caratteristiche dei prodotti e prezzi;
- individuare meccanismi di promozione come l'offerta promozionale periodica a prezzo contenuto;
- rendere riconoscibili i prodotti con apposite etichette informative apposte sui prodotti o in prossimità degli scaffali.

3. CONTENITORI PER LE PILE E VENDITA DI PILE RICARICABILI

Contesto/Motivazione¹:

Gli apparecchi portatili che richiedono di essere alimentati a batteria sono tanti, ma soprattutto sono sempre più usati. Telecomandi, radiosvegli, macchine fotografiche digitali, telefoni cordless sono solo alcuni degli strumenti di uso quotidiano. I consumi di pile e batterie nascono proprio da questi nostri bisogni. Le pile, però, non sono un buon affare: sono adatte a un uso limitato e sporadico, costano e contengono sostanze inquinanti per l'ambiente. Per tutti questi motivi conviene farne un uso minimo e soprattutto scegliere solo le ricaricabili, che rispetto a quelle usa e getta hanno una vita molto più lunga.

Ogni anno in Italia si vendono circa 30 mila tonnellate di pile; di questa montagna di rifiuti solo il 10% segue il percorso della raccolta differenziata, che permette di recuperare buona parte degli elementi presenti (soprattutto metalli pesanti), evitandone l'estrazione da fonti naturali e il destino in inceneritore o in discarica, che di certo non è la soluzione migliore per l'ambiente: una pila che finisce in discarica sopravvive per oltre 100 anni.

L'Italia è molto indietro. Per adeguarci alle normative europee e ridurre al minimo lo smaltimento delle pile insieme ai rifiuti urbani, il tasso di raccolta dovrà salire al 25% entro il 2012 e al 45% entro il 2016 (D.Lgs. 188/08 "Attuazione della direttiva 2006/66/CE concernente pile, accumulatori e relativi rifiuti e che abroga la direttiva 91/157/CEE").

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

La raccolta totale delle pile usate in circolazione permette di eliminare le pile abbandonate o conferite in maniera errata. Il totale dei rifiuti prodotti rimane teoricamente invariato, ma si avrebbero grandi vantaggi dal punto di vista ambientale. Le pile sono infatti un rifiuto pericoloso perché contengono mercurio, un materiale altamente tossico, quelle alcaline poi, contengono soluzioni di acidi corrosivi, che possono generare gravi danni ambientali e contaminazioni del territorio.

Una riduzione dei rifiuti da pile esauste si ottiene invece con l'incremento dell'utilizzo delle pile ricaricabili. Da dati di letteratura risulta che dopo 200 cicli la capacità di ricarica delle pile decresce vertiginosamente², è quindi possibile ipotizzare che 1 pila ricaricabile nella sua vita utile sostituisca mediamente almeno 150 pile non ricaricabili. Considerando³ che la maggior parte delle pile vendute (il 67% del totale) sono stilo dal peso di circa 20 g, si può stimare che 1 pila ricaricabile consenta di ridurre la produzione di Rifiuti Urbani Pericolosi di 3 kg. Considerando inoltre che il consumo pro capite di pile non ricaricabili risulta pari a 0,10 kg per abitante anno e che la popolazione residente a Reggio Emilia nel 2012 è di 172.833 abitanti, la sostituzione totale del consumo di pile con pile ricaricabili potrebbe portare ad una riduzione complessiva dei rifiuti di circa 17 t/anno.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i dati relativi a:

- Numero di confezioni di pile ricaricabili vendute
- Numero di confezioni di pile non ricaricabili vendute

¹ Altroconsumo.it, gennaio 2011, <http://www.housegate.net/passilenti/ricaricabili.pdf>

² Altroconsumo.it, gennaio 2011, <http://www.housegate.net/passilenti/ricaricabili.pdf>

³ Comieco, Buone pratiche e nuovi prodotti per prevenire la produzione di rifiuti, <http://www.comieco.org/le-nostre-prospettive/settimana-riduzione-dei-rifiuti/news/buone-pratiche-e-nuovi-prodotti-per-prevenire-la-produzione-di-rifiuti.aspx>

4. RIDUZIONE DEGLI SPRECHI DEI PRODOTTI IN SCADENZA

Modalità di attuazione:

La struttura di vendita attiva specifici accordi con associazioni benefiche (e ai canili) per la cessione di alimenti prossimi alla scadenza e/o applica sconti ai clienti nei giorni prossimi della scadenza dei prodotti.

Contesto/Motivazione:

La legge n. 155 del 25/6/2003 (detta del “buon samaritano”), equipara ai consumatori finali le Onlus dedite alla distribuzione gratuita degli alimenti agli indigenti, rimuovendo il principale ostacolo al recupero dell'invenduto: le "responsabilità di percorso" delle aziende donatrici. In pratica, a differenza di quanto accadeva precedentemente, chi dona oggi le eccedenze di altrimenti destinate al macero non è più obbligato a fornire garanzie sul loro corretto stato di conservazione, sul trasporto, sul deposito e sull'utilizzo anche dopo l'avvenuta consegna alle Onlus autorizzate. E in più in questo modo risparmia le spese relative allo smaltimento.

La redistribuzione degli alimenti invenduti prossimi alla scadenza non solo contribuisce in modo significativo alla riduzione delle produzione dei rifiuti, ma consente di generare effetti positivi sul territorio, per tutti gli attori coinvolti: l'impresa commerciale, che dona i prodotti invenduti, vede ridotti i costi di smaltimento dei rifiuti, ha la possibilità di trarre vantaggi anche di natura fiscale e di accrescere la visibilità in termini di immagine mentre le associazioni e gli enti convenzionati, beneficiari dei prodotti, possono utilizzare i soldi risparmiati dal mancato acquisto del cibo, per investimenti ulteriori in altri prodotti

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Sulla base di dati di Last Minute Market⁴, in un ipermercato di grandi dimensioni è possibile recuperare fino a 170 tonnellate di prodotti alimentari in un anno, che corrispondono ad altrettanti rifiuti risparmiati e a circa 300 pasti al giorno per un valore economico di circa 650.000 euro (stima sul valore di vendita dei prodotti recuperati). Gran parte dei prodotti recuperati sono referenze merceologiche fresche e altamente deperibili (frutta, carne, latticini, ecc).

Da dati di letteratura⁵, risulta inoltre che la riduzione potenziale di rifiuti conseguibile con azioni contro lo spreco di cibo possa raggiungere i 10 kg per abitante anno, che a Reggio Emilia, considerando i 172.833 abitanti registrati al 2012 e immaginando un'applicazione estensiva dell'azione, potrebbe tradursi in una riduzione della produzione di rifiuti di 1.728 t/anno.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno il dato relativo alla:

- quantità (kg) di prodotti ceduti ad associazioni benefiche
- quantità di prodotti alimentari ceduti a canili

5. PRODOTTI CON ECO-IMBALLAGGIO (IMBALLAGGIO PIÙ LEGGERO)

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO avvia specifiche azioni per la riduzione del peso o l'utilizzo di materiale riciclato per

⁴ <http://www.lastminutemarket.it/imprese/numeri>

⁵ ACR+, Parametri quantitativi per la prevenzione dei rifiuti, Versione italiana a cura di AICA, Giugno 2010

5. PRODOTTI CON ECO-IMBALLAGGIO (IMBALLAGGIO PIÙ LEGGERO)

l'imballaggio primario utilizzato nel confezionamento dei prodotti a marchio (es. riso, dentifricio, maionese etc. senza scatola esterna in cartone). Nelle strutture di vendita sono disponibili sugli scaffali prodotti, a marchio e non, con imballaggio leggero o in materiale riciclato (di cui almeno 3 prodotti a marchio).

È inoltre adeguatamente promosso l'acquisto da parte dei clienti di tali tipologie di prodotti, attraverso specifiche azioni quali:

- migliorare la visibilità dei prodotti, affiancandoli a quelli ordinari analoghi, in modo da rendere più immediato per il cliente il confronto tra caratteristiche e prezzi;
- individuare meccanismi di promozione come l'offerta promozionale periodica a prezzo contenuto;
- rendere riconoscibili i prodotti con apposite etichette informative apposte sui prodotti o in prossimità degli scaffali.

Contesto/Motivazione:

La vendita di prodotti con imballaggio più leggero riduce la produzione di rifiuti. I contenitori dei più comuni prodotti di una spesa sono imballaggi: vengono detti "primari", perché costituiscono il primo elemento di contenimento e protezione del prodotto. Con poche eccezioni (il barattolo della marmellata, la bottiglia del succo di frutta, etc.) gli imballaggi primari, una volta esaurita la loro funzione, non sono riutilizzabili per scopi diversi da quello per cui sono stati progettati e divengono rifiuti. Sono però disponibili sul mercato prodotti "intelligenti" che consentono di ridurre la produzione dei rifiuti: prodotti concentrati, prodotti con ricariche, prodotti formato famiglia, prodotti con meno imballaggi, prodotti con vuoto a rendere etc. È importante che questi prodotti siano disponibili nei negozi e che i clienti possano confrontarli con quelli abituali e valutarne i vantaggi ambientali. Anche le aziende produttrici cominciano ad acquisire una certa consapevolezza degli impatti ambientali dei loro prodotti; alcune lavorano sulla progettazione degli imballaggi in modo da ridurre il numero e la quantità dei materiali che li compongono e da aumentarne la riciclabilità (un elenco aggiornati degli eco-imballaggi è disponibile sul sito del CONAI-Consortio Nazionale Imballaggi all'indirizzo <http://www.conai.org/hpm00.asp?IdCanale=185>), altre intervengono sul numero degli imballi che contengono il loro prodotto; se nella maggior parte dei casi il dentifricio viene venduto nel suo tubetto, a sua volta contenuto in un astuccio di cartone (come anche la maionese), esistono dentifrici senza astuccio esterno.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Da dati di letteratura⁶ risulta che la quantità di rifiuti da imballaggio presente nel rifiuto urbano è pari a circa 150 kg per abitante anno. Si può quindi stimare che una riduzione del peso degli imballaggi del 10%, applicata ad almeno il 30% dei prodotti in commercio, potrebbe generare una riduzione di rifiuti di circa 5 kg per abitante all'anno, ovvero di oltre 860 t/anno se rapportata all'intera popolazione residente al 2012 a Reggio Emilia.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i dati relativi alla quantità di prodotti con imballaggi a peso ridotto venduti nei punti vendita per tipologia di prodotto. In particolare dovranno essere forniti i seguenti dati:

- Numero di pezzi venduti di almeno 3 prodotti con imballaggio più leggero, senza astuccio in carta (es.: tubetto dentifricio, tubetto maionese, riso, etc.)
- Numero complessivo di pezzi venduti dei medesimi prodotti con astuccio di carta (o altro)

⁶ ACR+, Parametri quantitativi per la prevenzione dei rifiuti, Versione italiana a cura di AICA, Giugno 2010

6. PRODOTTI A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO incentiva e monitora la vendita di prodotti a basso impatto ambientale (contenenti materiali riciclati, a marchio Ecolabel, FSC o PEFC), definendo un elenco di queste tipologie di prodotti posti in vendita in riferimento ad alcune particolari categorie di prodotto (risme di fogli A4, confezioni di fazzoletti di carta e confezioni di carta igienica)

Contesto/Motivazione:

Si tratta di azioni con finalità prevalentemente educative e di sensibilizzazione, per stimolare i clienti alle tematiche ambientali e della sostenibilità. Le categorie di prodotto identificate, anche se in alcuni casi garantiscono comunque una riduzione della produzione di rifiuti (ad esempio, nel caso in cui contengano materiale riciclato), hanno, generalmente, come caratteristica principale il minore impatto ambientale. Nello specifico, si fa riferimento a tre categorie:

- marchio Ecolabel: etichette ecologiche che certificano un minore impatto ambientale rispetto ad altri prodotti dello stesso tipo, sia per quanto riguarda un uso efficiente delle risorse che un minore impatto su di esse. Tra le etichette più diffuse sul mercato italiano vi sono la Margherita (UE), il Cigno Verde (Scandinavia) e l'Angelo Blu (Germania);
- marchio FSC o PEFC: schema di certificazione in grado di garantire al consumatore che il prodotto è realizzato con materiale proveniente da foreste gestite in modo sostenibile;
- prodotti contenenti carta riciclata.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Le tipologie di prodotti e servizi che hanno marchi e certificazioni ambientali (ad es. l'Ecolabel europeo) sono molto varie e quindi non è possibile stimare una riduzione di rifiuti ottenibili. In generale si può comunque affermare che i prodotti a basso impatto ambientale hanno un'attenzione alle prestazioni ambientali in tutte le loro fasi di vita, compresa il risparmio sull'uso di materie prime, l'utilizzo di materie riciclate e riciclabili.

In riferimento invece all'utilizzo di carta riciclata, gli italiani, secondo alcune stime di Greenpeace, consumano circa 200 kg pro capite all'anno di carta, l'equivalente di 80 risme di A4. Ciò significa che una famiglia di 4 persone "consuma" circa 2 alberi ogni anno. Infatti, secondo altri studi del WWf, da un pino di diametro medio e alto 15 metri si ricava un metro cubo di legno, che secondo questi calcoli si traduce in 159 risme di carta, ossia 79.500 fogli⁷.

L'utilizzo di carta riciclata, pur non riducendo la produzione di rifiuti, ha però indubbi vantaggi ambientali.

In questa fase, il progetto mira a rilevare la quantità venduta di questa tipologia di prodotti ambientalmente più sostenibili.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati per verificare:

- Numero di risme di fogli A4, confezioni di fazzoletti di carta e confezioni di carta igienica vendute con

⁷ http://www.focus.it/ambiente/natura/Quanti_fogli_di_carta_si_ricavano_da_un_albero281217_1147_C39.aspx

5. PRODOTTI CON ECO-IMBALLAGGIO (IMBALLAGGIO PIÙ LEGGERO)

marchio “ecologico” (Ecolabel; certificazioni FSC e PEFC; carta riciclata)

- Numero complessivo di risme di fogli A4, confezioni di fazzoletti di carta e confezioni di carta igienica vendute.

7. RIUSO DI CASSETTE PER ORTOFRUTTA E BANCALI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO avvia azioni specifiche per garantire, presso le proprie strutture di vendita, l’uso/presenza di cassette riutilizzabili per ortofrutta e il reso dei bancali

Contesto/Motivazione:

Il riutilizzo dei contenitori usati per il trasporto della merce consente una riduzione dei rifiuti prodotti e un risparmio sia economico sia delle risorse usate per la produzione degli imballaggi. In sistemi a ciclo chiuso che forniscono e ritirano cassette riutilizzabili (vedi ad esempio quello prodotto dalla cooperativa CPR System), i soggetti associati (produttori, distributori) hanno la possibilità di far uso degli imballaggi necessari affidando la successiva attività di gestione logistica degli stessi (ritiro e riutilizzo) ad un soggetto terzo, che garantisce l’operatività dell’intero sistema. Tale modalità costituisce una valida alternativa all’utilizzo di sistemi tradizionali di imballo e trasporto, oltre che da un punto di vista ambientale, anche da un punto di vista economico e organizzativo.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Sulla base di dati forniti da COOP Nordest, considerando un supermercato con superficie di vendita di circa 2.000 mq, è possibile ipotizzare un volume annuo di cassette per ortofrutta rese pari a circa 100.000 unità. Il peso di una cassetta per ortofrutta monouso, in base ai formati ed ai materiali (plastica, cartone, legno), varia dai 300 ai 700 g. Si può stimare come dato medio, per cassetta, un peso di 480 g⁸, che porta a stimare una riduzione potenziale di rifiuti pari a 48 t/anno a punto vendita con la sostituzione di cassette monouso con cassette riutilizzabili.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Numero annuo di cassette riutilizzabili rese
- Numero annuo di bancali resi

⁸ Federambiente e Osservatorio Nazionale Rifiuti, Linee guida sulla prevenzione dei rifiuti urbani, Febbraio 2010

3.4 Schede tecniche per le azioni facoltative

1. VUOTO A RENDERE

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO avvia la vendita di acqua e altre bevande in bottiglie con vuoto a rendere. Quando si riporta la bottiglia (solo dove la si è acquistata, in un'ottica strategica di fidelizzazione del cliente), si potrebbe pensare di concedere uno sconto per i successivi acquisti.

Contesto/Motivazione:

Per ridurre l'ingente quantità di imballaggi in circolazione uno dei metodi più efficaci è quello di riutilizzarli. Il riutilizzo delle bottiglie dell'acqua, del vino, dei succhi e delle altre bevande potrebbe avere degli effetti positivi molto rilevanti per l'ambiente. Il fatto di riutilizzare queste bottiglie le elimina dal circuito dei rifiuti.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

In Italia⁹ sono state avviate alcune sperimentazioni, anche in provincia di Bolzano¹⁰ e Trento, al fine di promuovere la diffusione del vuoto a rendere che è considerato ambientalmente più sostenibile¹¹ del cosiddetto vuoto a perdere. Le bottiglie in vuoto a rendere possono infatti essere riutilizzate fino a 50 volte e il loro utilizzo contribuisce a risparmiare risorse naturali, a ridurre i trasporti, il consumo energetico e le emissioni di CO₂.

Nel monitoraggio proposto per il progetto si considera un peso medio di 400 grammi per le bottiglie di vetro e di 25 grammi per quelle di plastica. In base al numero delle bottiglie che saranno rese sarà possibile stimare la produzione evitata di rifiuti.

Modalità di monitoraggio:

Relativamente all'acqua minerale, la struttura di vendita dovrà fornire ogni anno:

- Numero di bottiglie di vetro rese
- Numero di bottiglie di plastica rese
- Numero totale di acqua in bottiglia (senza vuoto a rendere) vendute

⁹ <http://www.ecodallecitta.it/notizie.php?id=110946>

¹⁰ <http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/progetti/4373.asp#anc4377>

¹¹ <http://www.provincia.bergamo.it/oggetti/25432.pdf>

2. DETERSIVI SFUSI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO attiva la vendita di detersivi sfusi (piatti, lana, bucato, ammorbidente, etc.), valutando se è possibile realizzare in plastica riciclata i flaconi da riempire.

Contesto/Motivazione:

Una notevole riduzione dei rifiuti di imballaggio si ottiene riutilizzando imballaggi multiuso; in particolare nel settore dei detersivi, nei quali l'imballaggio è ingombrante. Oltre alla riduzione dei rifiuti prodotti, si ottiene anche una riduzione dei costi e dell'impatto ambientale relativo alla mancata produzione di imballaggi ed al loro trasporto. È necessaria una campagna informativa legata non soltanto al risparmio di tipo economico, ma anche ai vantaggi ambientali connessi.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

I vantaggi nell'uso dei detersivi alla spina sono sia ambientali sia economici¹². Secondo alcuni studi infatti, ciascun italiano consuma in media 25 kg di detersivo all'anno. Un flacone di detersivo di plastica pesa circa 60-80 g, che necessitano di 1,5 kW di energia e 240 litri di acqua per essere prodotto.¹³

Con i detersivi alla spina si stima sia possibile evitare di produrre circa 4 kg di flaconi in plastica a testa all'anno.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Quantità in litri di detersivo sfuso/alla spina venduto
- Numero di contenitori per detersivo sfuso/alla spina venduti
- Quantità in litri di detersivo (non sfuso) complessivamente venduto

¹² <http://www.fareverde.it/blog/wp-content/uploads/Opuscolo-TU-RISPARMI-LAMBIENTE-CI-GUADAGNA.pdf>

¹³ <http://geovagando.wordpress.com/2013/01/07/consumo-dei-detersivi-in-italia-e-i-tensioattivi-derivanti-dai-rifiuti-organici-ne-parliamo-con-roberto-cavallo-rifiutologo/>

3. ALIMENTI SFUSI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO attiva la vendita di alimenti sfusi (frutta secca, legumi, cereali, pasta, caffè, caramelle,...), valutando se è possibile sperimentare l'utilizzo di sacchetti in carta o mater-bi in modo da eliminare almeno in questo settore di vendita in sacchetti di plastica. Inoltre verrà anche monitorata la vendita di frutta e verdura sfusa rispetto a quella venduta già confezionata.

Contesto/Motivazione:

Si auspica la diffusione di metodologie di vendita che riducano gli imballaggi ove non necessari. L'azione ha uno scopo prevalentemente educativo. Cibi secchi e non deperibili sono ideali per essere venduti nella quantità desiderata in contenitori minimali. Ciò può essere utile anche ad evitare di acquistare quantità eccessive di prodotto che potrebbero non essere consumate e quindi finire nei rifiuti.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Oltre ai detersivi alla spina, si stanno diffondendo anche esperienze di vendita di prodotti alimentari sfusi. I primi progetti sperimentali, ad esempio quello realizzato in collaborazione con la Regione Piemonte, hanno consentito di risparmiare in un anno circa 10.000 kg di imballaggi a fronte di quasi 60.000 kg di prodotti alimentari venduti sfusi¹⁴. In Lombardia, con un progetto che coinvolgeva un numero inferiore di strutture commerciali, sono stati risparmiati nel 2010 circa 1.000 kg di imballaggi grazie alla vendita di cereali alla spina¹⁵.

In questa fase, il progetto mira a rilevare la quantità di prodotti alimentari sfusi venduti, nei supermercati dove è attivata questa modalità di vendita, e la quantità di frutta e verdure vendute senza imballaggi.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Quantità in kg di almeno 3 prodotti venduti sfusi
- Totale frutta e verdura venduta sfusa (non confezionata)
- Totale frutta e verdura venduta confezionata

4. IMBALLAGGI POCO IMPATTANTI PER SALUMI E FORMAGGI E PRODOTTI DA BANCO GASTRONOMIA

Modalità di attuazione:

L'azione prevede la vendita di salumi, formaggi e prodotti del banco gastronomia utilizzando materiali di confezionamento a basso impatto ambientale e facilmente riciclabili. Per l'attuazione dell'azione si richiede in particolare:

- di evitare i materiali composti da più strati di materiale diverso (carta e plastica, in genere), salvo nei casi in cui sia strettamente necessario utilizzare materiale impermeabile e più resistente e non sia

¹⁴ <http://www.ecodallecitta.it/notizie.php?id=375321>

¹⁵ <http://www.reti.regione.lombardia.it/shared/ccurl/978/83/VENDITA%20ALLA%20SPINA.pdf>

4. IMBALLAGGI POCO IMPATTANTI PER SALUMI E FORMAGGI E PRODOTTI DA BANCO GASTRONOMIA

possibile ricorrere a materiali in sola plastica o sola carta; in questo caso utilizzare comunque carta a veli separabili;

- di evitare imballi con inserti di materiale diverso da quello prevalente, come le buste in carta con finestra in plastica trasparente;
- di evitare di confezionare prodotti solidi, ad esempio quelli da banco come formaggi e salumi, con più strati di incarti (es. vaschetta di polistirolo e pellicola);
- di ridurre al minimo il numero e il peso di buste, sacchetti, vaschette, vassoi e di utilizzare lo stesso sacchetto per più prodotti compatibili.

Deve essere chiaramente indicato il materiale di confezionamento utilizzato e la modalità di separazione e differenziazione.

Contesto/Motivazione:

L'elevata vendita di salumi, formaggi e prodotti da banco gastronomia con uso di carte e contenitori speciali contribuisce in maniera significativa alla produzione di rifiuti. Per questo motivo sarebbe assai utile individuare materiali facilmente riciclabili o utilizzare materiali compostabili, infatti:

- la **carta è riciclabile**, ma, a differenza della plastica, è anche **biodegradabile**. Anche se dovesse sfuggire alla raccolta differenziata finalizzata al riciclo, la carta comporta un ridotto impatto sull'ambiente perché si degrada in breve tempo e non rilascia sostanze nocive;
- gli **imballi in multimateriale**, realizzati tramite accoppiamento di materiali diversi, possono essere riciclati solo se i materiali vengono separati e avviati ciascuno verso il percorso specifico di recupero. Sia gli imballi in cui i materiali sono sovrapposti in strati sia quelli in cui a parti (e funzioni) diverse corrispondono materiali diversi risultano difficilmente separabili; questo vale per il cittadino che li ha acquistati insieme alla merce e che intende raccogliarli poi in maniera differenziata come anche per gli operatori specializzati che seguono le fasi di selezione nel processo di recupero. Un imballo composto da carta e plastica, o da alluminio e plastica, pertanto, nella maggior parte dei casi non viene riciclato ma smaltito come indifferenziato;
- i **contenitori compostabili** sono in materiale (mater-bi, amido di riso, ecc..) che si decompone totalmente negli impianti per il compostaggio industriale. Il loro utilizzo veicolerebbe un messaggio di rispetto per l'ambiente e contribuirebbe ad accrescere l'interesse per soluzioni efficienti ed ecocompatibili.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Non esistono dati di riferimento che consentono di fornire una stima quantitativa del rifiuto risparmiato con l'attuazione di questa azione. Considerando la sola eliminazione delle vaschette in polistirolo per la vendita di formaggi e salumi preconfezionati, ipotizzando presso un supermercato la vendita annua di circa 15.000 pezzi (valore medio attribuibile a struttura di vendita con superficie di vendita intorno ai 2.000 mq, sulla base di dati forniti da COOP Nordest con vaschetta in polistirolo da 15 g, si stima una riduzione di rifiuti in plastica di 225 kg/anno a punto vendita.

È comunque importante osservare che la corretta applicazione di questa azione non riduce in modo significativo la quantità totale dei rifiuti prodotti, ma con l'utilizzo di imballaggi facilmente riciclabili si aumenta la quota di rifiuto differenziato e avviato a riciclo e si diminuisce quella di rifiuto residuo.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno il dato relativo a:

- numero di confezioni vendute di formaggi preconfezionati a ridotto imballaggio (solo con pellicola)

4. IMBALLAGGI POCO IMPATTANTI PER SALUMI E FORMAGGI E PRODOTTI DA BANCO GASTRONOMIA

- numero di confezioni vendute di formaggi preconfezionati con vaschetta e pellicola

5. VINO E LATTE SFUSI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO attiva la vendita di vino e latte sfusi.

Contesto/Motivazione:

Per ridurre gli imballaggi destinati alla discarica uno dei metodi più efficaci sarebbe quello di riutilizzarli. Il riutilizzo delle bottiglie del vino e delle altre bevande potrebbe avere degli effetti positivi molto rilevanti per l'ambiente. Il fatto di riutilizzare queste bottiglie le elimina dal circuito dei rifiuti.

Guardando al solo latte, il consumo pro capite in Italia si aggira sui 61 litri l'anno di cui 15 litri sono riferiti al consumo di latte fresco.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Secondo una valutazione compiuta da Federambiente e Osservatorio Nazionale sui Rifiuti¹⁶ ogni italiano in media getta nei rifiuti quasi 3,23 kg di contenitori per il latte. Considerando che una parte del latte fresco è consumato nel tetrapack, possiamo conteggiare per approssimazione, una produzione di circa 1,2 kg a testa all'anno di bottiglie di plastica derivanti dall'uso del latte.

Per il progetto viene stimato un peso di 500 gr per ogni bottiglia di vetro di vino da 750 cl e 35 gr per le bottiglie di plastica da un litro utilizzate per il latte.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Numero di litri di vino sfuso venduti
- Numero di litri di latte sfuso venduti
- Numero di bottiglie riutilizzabili vendute per l'acquisto di vino sfuso
- Numero di bottiglie riutilizzabili vendute per l'acquisto di latte sfuso

¹⁶ http://www.portalasporta.it/plastica_meno_15_chili.htm

6. FONTANELLI DI ACQUA DI RETE E VENDITA DI GASATORI E CARAFFE CON FILTRO

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO attiva, in collaborazione con il gestore dei servizi idrici, l'installazione di fontanelli di acqua dell'acquedotto o in uno spazio interno al punto vendita o nel parcheggio antistante. L'attività di gestione ordinaria dei distributori (manutenzione, sanificazione, pulizia, materiali di ricambio, riempimento bombole Co2, ecc.) è svolta normalmente dal gestore dei servizi idrici in quanto affidatario del servizio idrico integrato ed i relativi costi vengono in parte pagati dal Comune, a titolo di canone di compartecipazione, variabile secondo il volume di acqua annualmente distribuito.

Inoltre saranno promosse le altre soluzioni (gasatori per l'acqua e di caraffe con il filtro per l'acqua del rubinetto) che consentono di ridurre l'utilizzo dell'acqua in bottiglia di palatica.

Contesto/Motivazione:

L'Italia è il terzo consumatore al mondo (primo in Europa) di acqua minerale: in media un italiano ne beve 205 litri all'anno. Circa l'80% dell'acqua minerale è venduta in bottiglie di plastica, prevalentemente (il 72%) in bottiglie da un litro e mezzo e in parte da mezzo litro (7%)¹⁷.

I distributori di acqua dell'acquedotto, offerta gratuitamente ai cittadini nelle forme naturale, refrigerata e frizzante vengono realizzati con il duplice obiettivo di rilanciare il consumo di acqua potabile e contemporaneamente ridurre la produzione di rifiuti. Stessi obiettivi sono perseguiti anche dai gasatori per l'acqua e di caraffe con il filtro per l'acqua del rubinetto.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

1 bottiglia di plastica da 1,5 litri pesa circa 35 grammi

700 bottiglie consumate da un nucleo medio ogni anno = circa 25 kg di plastica

Per lavorare un chilo di PET (circa 30 bottiglie) sono necessari 2 kg di petrolio e 17 litri d'acqua e si generano 2,6 kg di CO2.

Modalità di monitoraggio:

- Numero di fontanelle pubbliche per la distribuzione di acqua (collocate negli spazi esterni del punto vendita)
- Numero di gasatori venduti
- Numero di caraffe con filtro vendute
- Numero confezioni di ricariche per gasatori
- Numero confezione di ricariche per caraffe

¹⁷ Roberto Cavallo, Meno 100 chili, Edizione Ambiente, Milano, 2011

7. PANNOLINI LAVABILI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO garantisce la presenza sugli scaffali di almeno una marca di pannolini lavabili; in collaborazione con l'ente locale, si può valutare l'idea di un incentivo all'acquisto, concedendo per esempio sconti sulla tariffa/tassa rifiuti o buoni per l'acquisto iniziale del kit e attivando una specifica campagna di informazione e sensibilizzazione in collaborazione con l'Amministrazione comunale per esempio all'interno dei corsi preparto.

Contesto/Motivazione:

La quantità dei pannolini per bambini (e ancor più dei pannoloni) costituisce la quota maggiore del rifiuto residuo. Ecco perché sarebbe assai utile diffondere l'utilizzo di pannolini lavabili che esistono in commercio ormai da qualche anno. Sono costituiti da una parte fissa (lavabile in lavatrice) e una da gettare nel WC. L'utilizzo di questo tipo di pannolino richiede soprattutto una evoluzione culturale e necessita del lungo periodo per dare risultati significativi. I pannolini usa e getta¹⁸ fin dalle fasi iniziali della loro produzione (consumo di cellulosa, consumo di acqua ed energia e utilizzo di sbiancanti chimici e materie plastiche per la produzione) sprecano risorse e inquinano l'ambiente. Per ogni bambino nei primi 3 anni di vita vengono usati dai 3.000 ai 5.000 pannolini.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

Ogni bambino produce all'incirca una tonnellata di pannolini, rifiuti difficili da trattare e non biodegradabili. I pannolini usa e getta impiegano dai 200 a 500 anni per essere riassorbiti dall'ecosistema. La sostituzione dei pannolini usa e getta con quelli lavabili consente di ridurre sensibilmente il volume totale dei rifiuti.

Il peso del pannolino usa e getta di cui si evita l'utilizzo è stimato dal progetto in 250 gr.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Numero di kit di pannolini riutilizzabili venduti

¹⁸ <http://www.nonsolociripa.it/index.php/perche-scegliere-i-lavabili/35-pannolini-lavabili/perche/69-impatto-ambientale>

8. CORRETTA RACCOLTA E SMALTIMENTO

Modalità di attuazione:

In collaborazione con il gestore della raccolta dei rifiuti, il gruppo GDO avvia azioni specifiche per consentire ai clienti di poter conferire nei pressi della struttura le tipologie di rifiuti tipiche da imballaggi (carta e plastica) e alcune categorie di rifiuti che necessitano di un corretto smaltimento perché pericolosi: pile esauste e RAEE.

Contesto/Motivazione:

Prevedendo l'installazione di questi contenitori per la raccolta differenziata si offre al consumatore (e cliente del GDO) un servizio in un luogo che frequenta abitualmente dove è certo di poter conferire queste tipologie di rifiuti.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

In questa prima fase di sperimentazione verrà monitorato semplicemente se la struttura della GDO ha predisposto, in accordo con il gestore dei rifiuti, l'installazione dei contenitori per la raccolta di plastica, carta/cartone e pile esauste, oltre ad avere attivato il servizio dei rifiuti RAEE.

In una fase successiva si verificherà la fattibilità di rilevare anche le quantità raccolte di ciascun rifiuto.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Numero contenitori per la raccolta di plastica
- Numero contenitori per la raccolta di carta e cartone
- Numero contenitori per la raccolta di pile esauste
- Numero di RAEE ritirati

9. STOVIGLIE COMPOSTABILI

Modalità di attuazione:

Il gruppo GDO avvia la vendita di stoviglie compostabili (piatti, bicchieri e posate) per esempio in mater-bi o PLA (acido polilattico) o polpa di cellulosa per un utilizzo più sostenibile dei prodotti monouso.

Contesto/Motivazione:

Le stoviglie monouso compostabili sono difficilmente distinguibili dalle convenzionali e simili ad esse anche nelle prestazioni, ma le peculiarità dei materiali che le compongono le rendono smaltibili assieme alla frazione umida negli impianti di compostaggio o nei composte domestiche.

Stima della riduzione dei rifiuti ottenibile:

In questo caso la buona pratica ambientale non consiste nella riduzione di rifiuti, si tratta comunque di piatti e posate usa e getta, ma nella possibilità di smaltirli con la frazione umida.

Nel sistema di monitoraggio proposto, viene stimato un peso medio di 10 grammi a pezzo per i piatti di plastica, 7 grammi per le posate e 5 grammi per i bicchieri; in base al numero di confezioni vendute sarà quindi possibile stimare la percentuale di diffusione di posate e stoviglie compostabili rispetto a quelle in plastica tradizionale.

Modalità di monitoraggio:

La struttura di vendita dovrà fornire ogni anno i seguenti dati:

- Numero confezioni di piatti in materiale compostabile vendute
- Numero confezioni di bicchieri in materiale compostabile vendute
- Numero confezioni di posate in materiale compostabile vendute
- Numero confezioni di piatti in plastica vendute
- Numero confezioni di bicchieri in plastica vendute
- Numero confezioni di posate in plastica vendute