



LIFE10 ENV/IT/307



Azione 3

Mappatura dei progetti di riduzione dei rifiuti nella Grande Distribuzione Organizzata

Report

LIFE10 ENV/IT/307 NO.WA – No Waste

10/12/2012

SOMMARIO

1	INTRODUZIONE	3
2	FASE PRELIMINARE	4
2.1	Fase di ricerca	4
2.2	Organizzazione dell'attività di mappatura	5
2.3	Elaborazione e condivisione scheda per la mappatura	7
3	SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ	9
3.1	Avvio mappatura e acquisizione delle schede	9
3.2	Sistematizzazione dei dati ricevuti – database delle buone pratiche	9
4	ANALISI E VALUTAZIONE DELLE BUONE PRATICHE	11
4.1	Campagna di comunicazione	11
4.2	Riduzione degli imballaggi	13
4.3	Vendita prodotti sfusi o alla spina	15
4.4	Vendita prodotti ecologici	16
4.5	Riutilizzo prodotti invenduti	16
4.6	Mercati del riuso	18



1 Introduzione

La gestione dei rifiuti rimane una sfida importante per le autorità locali in Italia e gli organismi del settore privato rappresentano i partner chiave nel tentativo di minimizzare l'impatto dei rifiuti. La Grande Distribuzione Organizzata (GDO) può dare un contributo notevole alla minimizzazione dei rifiuti in quanto ha un forte potere d'acquisto e può quindi influenzare, per esempio, le politiche di packaging, può aiutare a far crescere nei consumatori una coscienza ambientale e ridurre così la produzione di rifiuti. Il progetto NO.WA (NO Waste), finanziato nell'ambito del programma "LIFE+", ha come obiettivo principale la realizzazione di un piano di prevenzione/riduzione dei rifiuti insieme alla Grande Distribuzione Organizzata e la progettazione di un «centro del riuso» che recuperi i materiali invenduti o riutilizzabili. Insieme al Comune di Reggio Emilia, che ha il ruolo di capofila, sono partner del progetto il Comune di Trento, Ambiente Italia, Reggio nel Mondo e Coop Consumatori Nordest.

Il progetto ha individuato tra le prime attività da implementare (azione 3) la mappatura delle esperienze italiane ed europee in tema di riduzione dei rifiuti nella Grande Distribuzione Organizzata, includendo le buone pratiche sviluppate autonomamente dalla GDO e/o le attività realizzate da enti locali o privati in collaborazione con la GDO al fine di:

- individuare le migliori pratiche realizzate, da utilizzare come primo riferimento per impostare e mettere a punto le azioni centrali del progetto: la predisposizione del piano d'azione per la prevenzione della produzione e per la riduzione dei rifiuti nella GDO (Azione 4) e la realizzazione di un Centro del riuso (Azione 5).
- costruire uno «spazio pilota» di interazione, capitalizzazione e sviluppo di sinergie tra i progetti di riduzione dei rifiuti nella GDO.

Lo scopo di questa azione non è pertanto solo quello di individuare le migliori pratiche, ma anche di metterle in rete e stimolare collaborazioni trasversali tra le diverse esperienze, attraverso incontri tecnici e la creazione di uno strumento (piattaforma virtuale) che supporti il confronto e la sinergia tra gli attori.

Questo report intende sintetizzare le informazioni raccolte nella fase di mappatura e fornire un quadro sintetico per conoscere la varietà di iniziative presenti sul territorio, capirne le dinamiche e gli ostacoli burocratici relativamente alla realizzazione di un piano d'azione per la prevenzione della produzione e per la riduzione dei rifiuti nella GDO e la realizzazione di un «centro del riuso».

2 Fase Preliminare

2.1 Fase di ricerca

Nel corso della fase di ricerca, è stata effettuata una review della bibliografia esistente e di siti web relativi a iniziative per la riduzione dei rifiuti e per il riuso.

I soggetti interessati dalle politiche di prevenzione/riduzione dei rifiuti e dalla progettazione di un «centro del riuso», sono stati suddivisi secondo la seguente classificazione:

- enti pubblici: Comuni, Province e Regioni
- soggetti privati e associazioni: GDO, catene di supermercati, aziende di produzione o distribuzione di prodotti, società di consulenza sulla gestione dei rifiuti e politiche ambientali, associazioni di categoria, gestori di servizi di igiene urbana, associazioni ambientaliste, consorzi, centri di ricerca etc..

I dati ottenuti sono stati raccolti e catalogati, al fine di avviare un processo conoscitivo del panorama globale attraverso la consultazione di:

- bibliografia e report prodotti da progetti europei: come ZEROWASTE (progetto finanziato dal programma operativo MED per promuovere strategie di riduzione dei rifiuti http://www.med-zerowaste.eu/index_it.html), PreWaste (progetti finanziato dal programma IVC sulle politiche Europee di prevenzione <http://www.prewaste.eu/>), Wasman (progetto finanziato dal programma operativo MED per promuovere buone pratiche di governance della gestione dei rifiuti http://www.wasman.eu/htm/en/index/index_it.jsp)

- database esistenti: Federambiente (<http://www.federambiente.it> – Mappa della prevenzione e Linee Guida sulla Prevenzione dei Rifiuti Urbani), Progetto Gelso (<http://www.sinanet.isprambiente.it/it/gelso> - Gestione Locale per la Sostenibilità ambientale – Banca dati sulle Buone Pratiche) e ACR+ (database del network internazionale di città e regioni per lo scambio di informazioni e esperienze sulla prevenzione, riduzione e gestione sostenibile delle risorse http://www.acrplus.org/Database_quantitative_benchmarks)
- network di enti pubblici o privati connessi alla gestione dei rifiuti:
 - Comuni Virtuosi (<http://www.comunivirtuosi.org/>) ,
 - Agenda 21 Locale (<http://www.a21italy.it/IT/index.xhtml>) ,
 - Eurocities (<http://www.eurocities.eu/eurocities/home>) ,
 - Rifiuti Zero (<http://zerowastenetwork.org/> e www.rifiutizerocapannori.it).
- siti internet di grandi firme della Grande Distribuzione Organizzata: COOP, CRAI, GRUPPO ALISPA, CONAD, EFFECORTA, SIMPLY MARKET, NATURA SI, DESPAR, OASI, AUCHAN, IKEA;
- ricerche su web attraverso parole chiave: rifiuti, ridurre, riuso, GDO e riduzione, GDO e Rifiuti, piano riduzione, imballaggi (in Italiano, inglese, francese e spagnolo).

2.2 Organizzazione dell'attività di mappatura

Nel corso della fase di ricerca è stato elaborato un foglio di lavoro per permettere la raccolta dei dati principali e dei referenti delle azioni. Sono stati contattati oltre 60 soggetti, tramite e-mail e interviste telefoniche, tra cui:

- 11 GDO (COOP, CRAI, GRUPPO ALISPA, CONAD, EFFECORTA, SIMPLY MARKET, NATURA SI, DESPAR, OASI, AUCHAN, IKEA);
- 5 progetti relativi alla riduzione dei rifiuti nella GDO e al riuso (Wasteless in Chianti <http://www.wasteless-in-chianti.it>; Promise <http://www.lifepromise.it/>; Low Waste <http://www.lifelowwaste.eu>; NOW - No more Organic Waste



LIFE10 ENV/IT/307



<http://www.nowlife.eu/progetto.html#progetto>; Progetto Elba Plastic Free
<http://www.oprlivorno.it/menorifiuti/index.php>);

- 4 Comuni (Comune di Reggio Emilia, Comune di Trento, Comune di Venezia e Comune di Capannori);
- 4 Regioni (Regione Lazio, Regione Val D'Aosta, Regione Piemonte e Regione Lombardia);
- referenti di azioni di riduzione svolte in Italia da associazioni, consorzi e soggetti privati (come Mr. Pet, Occhio del riciclone, ONU – Rete Operatori Nazionali dell'Usato, Ecologos, Università di Bologna, Legambiente, Conai, Comuni Virtuosi, PLEF- Planet Life Economy Foundation etc.);
- referenti progetti e network esteri (come ACR+, Pfandgeben - piattaforma per il servizio di raccolta dei vuoti a rendere a domicilio di Berlino, Feeding the 5000 – network per la gestione dei rifiuti organici in Inghilterra, Eco moebel – centro di riuso in Germania, Rifiuti Zero San Francisco etc..).

Dove possibile, soprattutto per le attività italiane, si è cercato di avere un primo contatto con i soggetti telefonicamente: l'indagine telefonica è servita ad approfondire le informazioni raccolte e individuare il soggetto a cui indirizzare le informazioni sul progetto via e-mail. Questa fase ha inoltre aiutato a creare un rapporto più diretto con questi soggetti ed è stato utile anche per ricevere indicazioni su altre possibili buone pratiche di riduzione e riuso, da approfondire durante l'attività di mappatura.

Successivamente si è svolta una prima selezione delle azioni più significative rispetto agli obiettivi del progetto NO.WA. sulla base delle informazioni raccolte e incrociando i dati, per arrivare ad identificare il soggetto promotore dell'azione, da contattare per la richiesta di approfondimenti sulle attività realizzate (in alcuni casi le attività sviluppate da più soggetti hanno un unico referente alla base, come Ecologos per le attività come *Riducimballi* e *Detersivi alla Spina* e *Spesa Leggera* svolte nelle regioni Lazio e Piemonte).

Dopo aver individuato i soggetti, che fossero interessati a prendere parte al progetto e all'attività di mappatura, sono stati inseriti nel foglio di lavoro/database, contenente tutti i

dati utili per avviare l'indagine e l'intervista relativa alle attività prese in considerazione: contatti dei referenti dell'attività, origine e modalità di contatto (telefonico, via e-mail, per conoscenza, tramite altri partner), tempistiche e qualità delle risposte ricevute. Questo primo foglio di lavoro ha fornito i primi dati per il database finale allegato a questo report.

2.3 Elaborazione e condivisione scheda per la mappatura

Contemporaneamente alla fase di ricerca si è svolta l'attività di elaborazione e condivisione della scheda di mappatura di buone pratiche. Dalle considerazioni fatte nel corso della fase conoscitiva, sono stati stabiliti gli elementi necessari da tenere in considerazione:

- informazioni "anagrafiche" di caratterizzazione generale dell'attività: titolo dell'azione, soggetto promotore e partner coinvolti, luogo e tempo di realizzazione e stato di avanzamento;
- classificazione della tipologia di attività, secondo categorie di specifico interesse per il progetto NO.WA;
- descrizione del progetto: attività realizzate, attori coinvolti, beneficiari delle attività, obiettivi, eventuale adozione di strumenti volontari, modalità di monitoraggio e risultati di riduzione rifiuti raggiunti, costi e fonti di finanziamento
- analisi SWOT (punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce).

Per la creazione della scheda sono stati visionati esempi utilizzati da banche dati consolidate (prf. 2.1 - database esistenti), e in particolare la tipologia di scheda utilizzata da Federambiente per la mappatura delle buone pratiche. Un'altra scheda presa ad esempio per la creazione del modello utile al progetto NO.WA è stata la scheda di indagine elaborata durante il progetto ZeroWaste (prf. 2.1 - bibliografia e report prodotti da progetti europei).

In seguito a questa prima indagine ed analisi dei modelli esistenti, è stata creata la scheda per il progetto NO.WA con i seguenti obiettivi:

- le informazioni richieste devono essere calibrate sulle attività connesse alla riduzione dei rifiuti nella GDO e al riuso;

- la tipologia di informazioni richieste deve essere standardizzata per creare un unico database/archivio di buone pratiche sulla riduzione dei rifiuti e sul riuso;
- la scheda deve essere di facile compilazione e lettura.

Con questi obiettivi si è creato un elenco a scelta multipla in modo da classificare gli argomenti nel dettaglio mantenendo una standardizzazione della tipologia di azioni, utile per creare un database di facile consultazione tramite attività chiave, identificate come segue:

- Campagne di comunicazione
- Azioni sul packaging (Riduzione di imballaggi - Vendita prodotti sfusi o alla spina)
- Vendita prodotti ecologici
- Riutilizzo prodotti invenduti, alimentari e non
- Mercato del riuso
- Altre azioni di prevenzione

Inoltre, al fine di evidenziare, ove possibile, punti di forza e debolezza, criticità e opportunità di ogni attività mappata, si è deciso di richiedere l'analisi SWOT dell'attività:

<p><i>PUNTI DI FORZA</i></p> <p>-</p> <p>-</p>	<p><i>PUNTI DI DEBOLEZZA</i></p> <p>-</p> <p>-</p>
<p><i>OPPORTUNITA'</i></p> <p>-</p> <p>-</p>	<p><i>MINACCE</i></p> <p>-</p> <p>-</p>

La scheda proposta è stata condivisa e validata dai partner di progetto (Maggio 2012). In seguito la stessa scheda è stata tradotta in inglese per permettere la mappatura di attività internazionali.

Si allega scheda definitiva.

3 Svolgimento dell'attività

3.1 Avvio mappatura e acquisizione delle schede

L'attività di mappatura è iniziata a Luglio 2012; nella prima fase i contatti si sono concentrati sul panorama italiano, solo in una seconda fase, si sono estesi al panorama estero.

L'attività è stata organizzata mantenendo un rapporto costante con i referenti delle attività più significative individuate, in modo da favorire l'effettiva e corretta compilazione della scheda di mappatura. Ad oggi, le buone pratiche individuate sono circa 60 e le schede compilate sono 55 di cui: 20 compilate dai referenti stessi delle attività/progetti, altre 25 compilate con dati raccolti dal web o forniti dai referenti (tramite colloquio telefonico, report esistenti, materiale informativo) e una decina sono attività o progetti esteri.

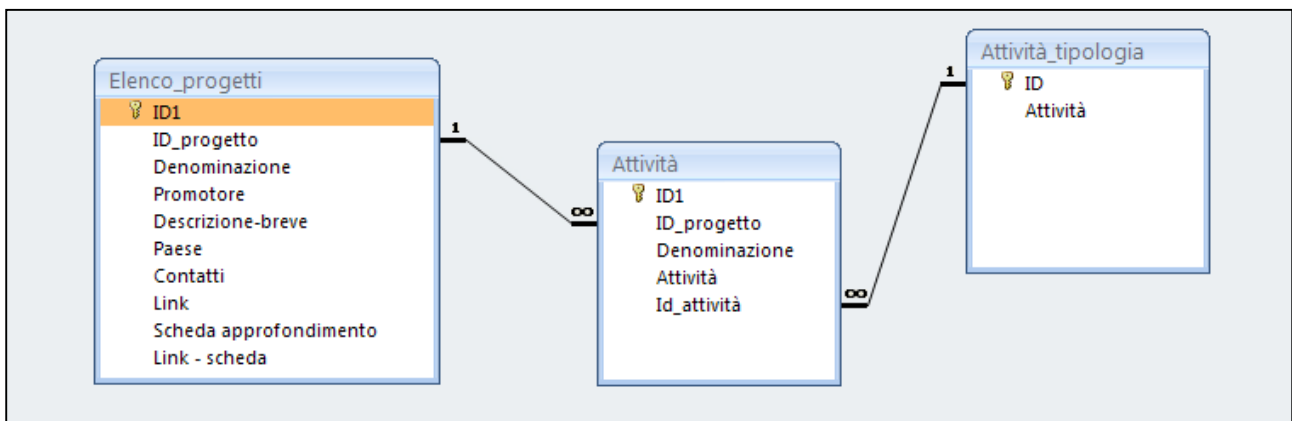
3.2 Sistematizzazione dei dati ricevuti – database delle buone pratiche

Le buone pratiche analizzate sono state organizzate in modo da poter costruire un semplice database che permettesse:

- di avere informazioni sintetiche omogenee per ciascun progetto,
- di effettuare una rapida selezione dei progetti per tipologia di attività,
- di collezionare e di rendere facilmente consultabili le schede-progetto compilate.

La struttura del database è riportata in Figura 3-1.

Figura 3-1: Struttura database



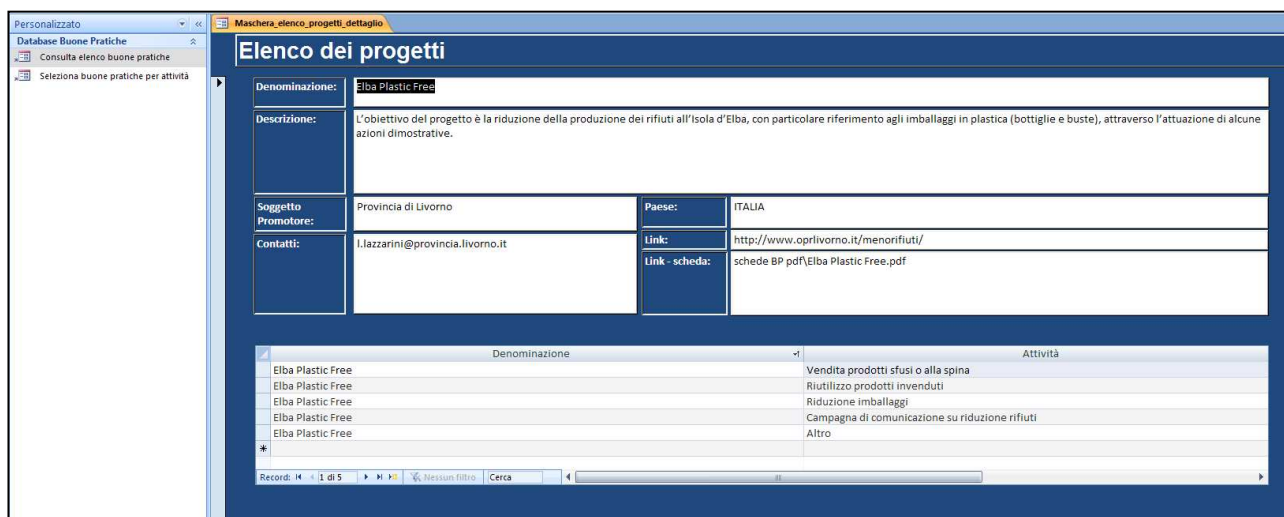
Come evidenziato in figura, il database è composto da tre tabelle base:

1. “Elenco progetti”, che contiene l’elenco dei progetti analizzati con una breve descrizione e con l’indicazione del soggetto promotore, del Paese in cui è stato attuato, dei contatti e dei riferimenti e del link alla scheda di approfondimento, se compilata;
2. “Attività”, che indica per ciascun progetto (identificato univocamente) le tipologie di attività di cui si è occupato, tra quelle definite nella tabella “attività tipologia”.
3. “Attività tipologia”, che definisce il tipo di azioni attuate dai progetti: campagna di comunicazione, riduzione imballaggi, vendita di prodotti sfusi o alla spina, vendita prodotti ecologici, riutilizzo prodotti invenduti, mercati del riuso o altre azioni di prevenzione.

Per facilitare la consultazione da parte dell’utente, le tabelle di base sono state elaborate per creare due maschere:

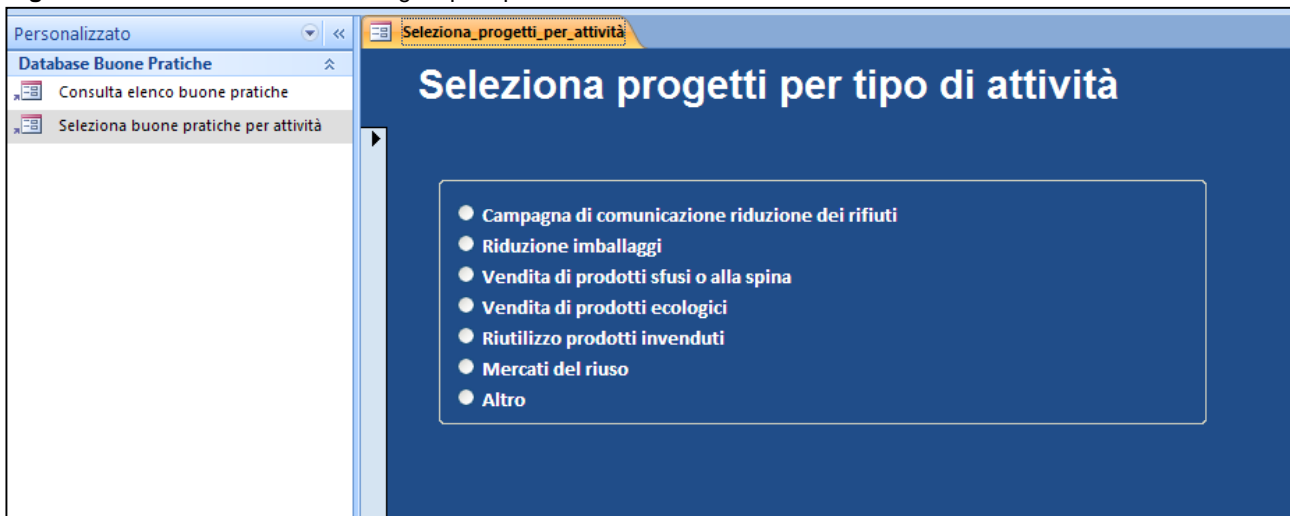
- Consulta elenco buone pratiche (Figura 3-1): mostra per ciascun progetto le informazioni di base, le attività di azione e consente di consultare la scheda di approfondimento;
- Seleziona progetti per attività (Figura 3-3): permette, scegliendo tra diverse opzioni, di filtrare l’elenco dei progetti per tipologia di attività.

Figura 3-2: Maschera Elenco progetti



Denominazione	Attività
Elba Plastic Free	Vendita prodotti sfusi o alla spina
Elba Plastic Free	Riutilizzo prodotti invenduti
Elba Plastic Free	Riduzione imballaggi
Elba Plastic Free	Campagna di comunicazione su riduzione rifiuti
Elba Plastic Free	Altro

Figura 3-3: Maschera Selezione Progetti per tipo di attività



Il database sarà reso disponibile e consultabile sul sito di progetto e sarà costantemente aggiornato fino alla fine del progetto.

4 Analisi e valutazione delle buone pratiche

Durante la fase di analisi delle migliori pratiche è stato effettuato uno studio delle singole schede, per le quali era già stata avviata, nella precedente fase di sistematizzazione dei dati, una divisione basata sulle diverse tipologie di attività: Campagna di comunicazione, Riduzione imballaggi, Vendita di prodotti sfusi o alla spina, Vendita prodotti ecologici, Riutilizzo prodotti invenduti, Mercati del riuso, Altre azioni di prevenzione.

Si vuole qui di seguito fornire un rapido quadro della situazione per ogni tipologia di attività e si rimanda all’archivio di buone pratiche per maggiori approfondimenti.

4.1 Campagna di comunicazione

Nel settore “campagne di comunicazione” è possibile trovare attività di sensibilizzazione e responsabilizzazione dei cittadini con azioni “simbolo”, come la campagna di comunicazione sviluppata dal **progetto Remida**, promosso dal comune di Reggio Emilia. REMIDA è un progetto culturale, composto da 17 centri, portatore di un



LIFE10 ENV/IT/307



messaggio ecologico, etico, estetico, educativo ed economico e si fa promotore della cultura del riuso creativo dei materiali di recupero. Nei centri “Remida” si raccolgono, si espongono e si offrono gratuitamente - per progetti culturali e didattici - prodotti imperfetti, materiali alternativi e di recupero, ricavati dalle rimanenze e dagli avanzi della produzione industriale, per reinventarne l’uso e il significato. Ogni anno si organizza il “Remida day”, giornata dedicata al riciclaggio creativo ed ecologico dei rifiuti, in particolare con l’appuntamento tradizionale della “Fiera dell’usato domestico”

Altro esempio di campagna di comunicazione che ha avuto un riscontro concreto, sia in termini ambientali che economici, è “**Sai che c’è**”. Il comune di Venezia e la Veritas S.p.a hanno lanciato l’iniziativa che mira alla riduzione della produzione di rifiuti a monte, proponendo la vendita di prodotti ecologici. Il beneficio finale a fronte dell’impegno dei cittadini è la riduzione dell’ammontare della Tariffa di Igiene Ambientale (TIA). In particolare per l’acquisto di pannolini lavabili viene applicato un piccolo sconto diretto sulla TIA a chi ne garantisca l’uso in via esclusiva.

Nella regione Liguria, troviamo invece il progetto “**LIFE PROMISE**”, che ha definito e attuato strategie di comunicazione allo scopo di aumentare la consapevolezza dei diversi attori che possono ridurre gli impatti ambientali connessi ai prodotti, dalla fase di produzione, alle modalità di distribuzione, all’utilizzo e al fine vita. In particolare, il progetto si è concentrato sugli impatti generati dai prodotti di largo consumo di tipo domestico (es. detersivi, abiti, elettrodomestici) ai prodotti agroalimentari. La campagna di comunicazione ha mirato inoltre a sensibilizzare ed aumentare la consapevolezza degli impatti ambientali dei prodotti, la conoscenza degli strumenti di sostenibilità (etichette verdi, come il marchio di qualità ecologica Ecolabel ed EMAS, LCA ed eco-design, tecnologie pulite) e degli eco-benefici derivati dalle scelte sostenibili (nelle fasi di approvvigionamento, produzione, vendita e utilizzo). I principali effetti si riscontrano in termini di utilizzo, di produzione di rifiuti (soprattutto imballaggi), consumo di acqua ed energia e contributo al cambiamento climatico. Il progetto ha visto il coinvolgimento di tutti quei soggetti in grado di agire su tutte e tre le tipologie di impatti ambientali connessi ai prodotti: enti locali, produttori, distributori, associazioni ambientaliste, consumatori e consorzi di filiera.

Altri esempi di progetti di comunicazione sono presenti nell'archivio di buone pratiche, come: "Sconsigli per gli Acquisti", "Ricicuci" e "Ricibici", "Spesa verde", "Porta la Sporta" etc.

4.2 *Riduzione degli imballaggi*

Un esempio di buona pratica incentrata sulla Riduzione degli imballaggi è quella realizzata dal Servizio Ambiente **Comune di Trento** con la Grande Distribuzione Organizzata proponendo azioni di miglioramento sul campo che abbiano un riscontro concreto. Il Comune di Trento ha costituito un tavolo di lavoro congiunto al fine di individuare azioni concrete e realizzabili, in particolare per la riduzione degli imballaggi e l'adozione di pratiche ambientalmente sostenibili all'interno dei punti vendita. Le azioni discusse ed attuabili sono state successivamente riassunte in un "Protocollo di intesa" che i soggetti in possesso dei requisiti individuati dal Tavolo di lavoro, hanno sottoscritto impegnandosi a metterli in pratica. I supermercati coinvolti hanno l'occasione di dimostrare ad una clientela sempre più attenta alle tematiche ambientali la propria sensibilità e disponibilità sull'argomento e possono inoltre diventare soggetti attivi nei confronti dei grandi gruppi nazionali ed internazionali per sollecitare la messa in vendita di prodotti innovativi ed a ridotto imballaggio. Contemporaneamente si è dato corso a una campagna di sensibilizzazione e informazione rivolta ai cittadini, con realizzazione di materiali informativi, spot radiofonici, realizzazione di punti informativi e iniziative all'interno dei singoli punti vendita. Infine, il progetto ha coinvolto la Provincia Autonoma di Trento che ha esteso le attività a tutto il restante territorio provinciale con il marchio "**Ecoacquisti Trentino**".

Per quanto riguarda i progetti sulla riduzione degli imballaggi, la maggior parte opera nel settore della vendita di prodotti con ricariche, con vuoto a rendere, di prodotti sfusi o alla spina e di prodotti ecologici.

Un esempio di azioni concrete per la prevenzione e riduzione dei rifiuti e di comunicazione attraverso la creazione di un marchio è "Waste-less", all'interno del progetto "**Waste-less in Chianti**", promosso dalla provincia di Firenze, che prevede azioni



LIFE10 ENV/IT/307



realizzate coinvolgendo direttamente gli attori locali (enti pubblici, soggetti privati, associazioni) e promuove il cambiamento degli stili di vita dei cittadini attraverso la definizione e applicazione di un marchio “waste-less” per uffici, negozi, bar e ristoranti, agriturismi, bed&breakfast e hotel, mense scolastiche, sagre e eventi locali, oltre ad acquisti verdi nei comuni coinvolti e la diffusione del consumo di acqua di rete e del compostaggio domestico, il recupero del “Last Food”, il riutilizzo degli imballaggi terziari e la realizzazione di centri di recupero/mercati dell’usato. Il progetto inoltre prevede il monitoraggio delle azioni integrate di prevenzione della produzione di rifiuti e di ottimizzazione dei sistemi di raccolta, tariffazione e regolamentazione, unite ad efficaci campagne di informazione, sensibilizzazione e coinvolgimento degli attori locali. Il progetto prevede una riduzione della quantità di rifiuti avviati a smaltimento finale del 45% in 5 anni; fino a conseguire entro il 2020 una riduzione totale di 100 kg/abitante/anno (circa 15% di riduzione).

Simile applicazione per il marchio “Meno Rifiuti” definito nel progetto “**Elba Plastic Free**” promosso dalla provincia di Livorno. Il progetto prevede azioni concrete per la riduzione degli imballaggi e una specifica campagna di comunicazione rivolta a cittadini e turisti per promuovere l’utilizzo di shoppers utilizzabili, “Spesa Plastic Free”, e “Fonti dell’Elba” per la riduzione del consumo di acqua e bibite in bottiglie a perdere, attraverso la promozione del consumo dell’acqua di rete, l’installazione e valorizzazione di fontanelle di acqua di alta qualità, la promozione dell’installazione di erogatori di acqua di rete presso gli esercizi commerciali dell’isola.

Sullo stesso tema, a Lyon (Francia) è stata realizzata una buona pratica denominata “**-10% of waste**” che mira alla riduzione della produzione dei rifiuti eccessiva all’interno degli hotel. Principalmente prevede l’utilizzo di bottiglie in vetro eliminando quelle in plastica e la sostituzione delle tovagliette di carta per la colazione con dei vassoi riutilizzabili. I risultati che ne derivano vedono una riduzione del 27% della produzione dei rifiuti e una riduzione dell’89% della produzione di rifiuti non recuperabili.

Un esempio di buona pratica, assimilabile agli obiettivi della nota campagna di comunicazione italiana “porta la sporta”, è “**Ecotax on non-biodegradable plastic bags**”

realizzata in Romania: l'iniziativa prevede l'introduzione di una tassa rivolta a chi introduce nel mercato i sacchetti di plastica nei supermercati, sia i produttori sia le ditte importatrici. Con l'introduzione dell'Ecotax si è registrato un decremento del 27-30% di sacchetti non biodegradabili.

In Italia un'altra tipologia di attività come esempio di buona pratica nel settore di riduzione degli imballaggi è quella realizzata dal Comune di Capannori denominata "**Centro Ricerca Rifiuti Zero** per l'analisi del rifiuto residuo" (CRRZ), che mira a favorire la riduzione degli smaltimenti e la complessiva riduzione dei rifiuti, monitorando periodicamente il rifiuto residuo proveniente da rifiuti domestici e da esercizi ed attività commerciali registrando percentuali di riduzione della produzione dei rifiuti pari ad oltre il 15%.

Altri esempi di progetti di riduzione degli imballaggi sono presenti nell'archivio di buone pratiche, come: "bambini leggeri", "mettila in rete", "come in cantina", "riducinballi", etc.

4.3 *Vendita prodotti sfusi o alla spina*

Questa tipologia di attività, vede come soggetti promotori di buone pratiche principalmente le catene di ipermercati o supermercati. Ad esempio in alcuni **AUCHAN**, il cliente ha la possibilità di acquistare prodotti sfusi riducendo costi, sprechi e rifiuti, estraendo la quantità desiderata da dispenser a gravità, mediante appositi sacchetti. L'obiettivo del servizio è quello di coniugare il massimo della convenienza, visto che garantiscono uno sconto ulteriore del 5% sui prezzi più bassi dell'iper, con un approccio responsabile in termini di riduzione degli sprechi e di riduzione dell'impatto ambientale derivante dagli imballaggi dei prodotti.

Altro esempio è **EFFECORTA**, "negozio alla spina e a km 0" nel Comune di Capannori (LU), dove vengono esposti alla vendita oltre 150 prodotti sfusi e di filiera corta: si basa sull'idea di un consumo sostenibile, sviluppando un modello basato sulla sobrietà dei consumi, sul rispetto della natura, sul miglioramento delle condizioni di vita; i prodotti provengono principalmente da produttori locali e sono acquistabili senza imposizione di quantità.



Altro progetto che affronta il problema dell'incremento della produzione dei rifiuti promuovendo la vendita di prodotti sfusi e in particolare il riutilizzo dei contenitori è quello promosso dalla regione Umbria, **“Percorsi innovativi di riduzione rifiuti alla fonte”**. Il progetto si articola in 3 percorsi, tra loro coordinati, che riguardano l'installazione di distributori automatici per la vendita di detersivo alla spina, di latte crudo sfuso e di acqua pubblica frizzante.

4.4 Vendita prodotti ecologici

Esempio di buona pratica nella vendita di prodotti ecologici è **“Sai che c'è?”** portata avanti dal Comune di Venezia che promuove la vendita di pannolini lavabili, coppette mestruali e lettiere vegetali. Il progetto prevede la riduzione del rifiuto secco non riciclabile, diffonde alternative ecologiche ed economicamente convenienti rispetto all'uso e getta e la riduzione dell'estrazione e del consumo di materie prime.

Negli ultimi anni gli enti pubblici si organizzano a livello territoriale integrando tutte le tipologie di attività sopra citate. Regioni, Province e Comuni hanno adottato dei piani di gestione che definiscono obiettivi e progetti da realizzare, finalizzati alla riduzione e alla prevenzione della produzione di rifiuti, coinvolgendo inoltre la Grande Distribuzione Organizzata per favorire un aumento del grado di consapevolezza su queste tematiche sia da parte dei consumatori che da parte dei produttori. Abbiamo citato tra le campagne di Comunicazione, il progetto del Comune di Trento, ma altri esempio possono essere riportati tra quelli mappati della **Regione Piemonte**, la **Regione Lombardia** o la **Regione Autonoma Valle d'Aosta** che, all'interno di programmi e protocolli di azioni volte alla riduzione e alla prevenzioni dei rifiuti, ha sottoscritto accordi con le catene commerciali della Grande Distribuzione Organizzata per la promozione della riduzione dei rifiuti e la creazione di punti vendita ambientalmente sostenibili, che vedono protagonisti, oltre ai prodotti di filiera corta, i prodotti invenduti.

4.5 Riutilizzo prodotti invenduti

I progetti che mirano alla riduzione della produzione dei rifiuti tramite il riutilizzo di prodotti invenduti avviene per la maggior parte tramite cessione ad associazioni benefiche

di prodotti organici (disciplina della distribuzione dei prodotti alimentari al fine di solidarietà sociale, legge detta del “Buon samaritano”: Legge n. 155/03). Un esempio è “**Last minute market**” realizzato dalla Facoltà di Agraria dell’Università di Bologna, che permette di coniugare a livello territoriale le esigenze delle imprese for profit e degli enti no profit promuovendo nel contempo un’azione di sviluppo sostenibile locale, con ricadute positive a livello ambientale, economico e sociale. Le attività commerciali, che donano i prodotti invenduti, possono ridurre i costi di smaltimento di rifiuti, hanno la possibilità di trarre vantaggi di natura fiscale, ottimizzare la logistica dei prodotti che non riescono a vendere ed aumentare la visibilità sul territorio, dove operano, partecipando ad un’iniziativa di elevato valore etico e morale. In particolare le amministrazioni comunali possono integrare il progetto con la Tariffa di Igiene Ambientale concedendo una detrazione alle attività commerciali in proporzione alla quantità di beni recuperati e non più smaltiti come rifiuti. Le associazioni e gli enti caritativi beneficiari ricevono i prodotti gratuitamente ed hanno la possibilità di destinare la quantità di fondi risparmiata, all’acquisto di beni e servizi di altra natura, migliorando così la qualità dell’assistenza fornita non solo dal punto di vista della dieta alimentare. Il sistema adottato permette di limitare l’utilizzo di strutture logistiche aggiuntive (magazzini, mezzi di trasporto, ecc) riducendo così al minimo i costi di gestione e l’impatto ambientale.

Altro esempio realizzato dalla Cooperativa Sociale CAUTO di Brescia è la buona pratica denominata “**NOW, No more Organic Waste**”, progetto che ha come obiettivo la creazione di un modello per un nuovo sistema di gestione integrata dei rifiuti, in grado di eliminare la frazione di rifiuti organici prodotti dalla GDO, tenendo conto delle normative vigenti in materia. Nei modelli tradizionali, la frazione di rifiuti organici (circa l’80%) non viene separata dai rifiuti indifferenziati. Con NOW il 95% di questa frazione può prolungare il proprio ciclo di vita trasformandosi in donazione a scopo sociale e per alimentazione animale senza divenire rifiuto. Si registra un quantitativo di rifiuti ridotti a settimana pari circa a 5400 kg.

Anche **COOP Nord Est** con il progetto “**Buon Fine**” e “**Brutti ma Buoni**” recupera i prodotti invenduti e devolve alle organizzazioni di volontariato i prodotti alimentari, come i

prodotti freschi a breve scadenza o quelli danneggiati nelle confezioni esterne, non più vendibili, ma con il mantenimento di tutti gli standard di sicurezza e igiene. I soci volontari di Coop, programmano incontri con le Associazioni no profit e con gli enti caritativi e prendono impegni di collaborazione finalizzati al rispetto dei tempi e modalità e procedure per il ritiro della merce donate. Con queste attività sono stati sottratti dal ciclo dei rifiuti circa 3 milioni e mezzo di chili di prodotti per un valore pari a 20 milioni di euro.

Alcuni privati adottano, all'interno di politiche ambientali più ampie, strategie specifiche per il recupero dei prodotti, questo è il caso per esempio di **Ikea** che con il progetto **Recovery** mette nuovamente in vendita a un prezzo inferiore i prodotti che altrimenti andrebbero smaltiti, come quelli utilizzati per l'esposizione o quelli lievemente danneggiati durante il trasporto o lo stoccaggio. Nel caso in cui l'articolo risultasse invendibile, gli addetti di Recovery selezionano tutto il materiale e le parti che possono essere recuperate e utilizzate in successive lavorazioni.

4.6 Mercati del riuso

Un esempio di una buona pratica incentrata sulla creazione di un Centro di Riuso è quella realizzata dalla Cooperativa Sociale Insieme di Vicenza denominata "**Massimo Riuso**". Si basa sul recupero, selezione, eventuale riparazione, valorizzazione e vendita del rifiuto sottraendolo al volume di rifiuti urbani e creando nuovi canali di commercializzazione dei materiali. Inoltre favorisce una maggiore sensibilizzazione alla messa in pratica di atteggiamenti virtuosi dei cittadini e dei privati rispetto all'ambiente. Nel monitoraggio delle azioni realizzate per l'attuazione della buona pratica, la cooperativa si collega all'obiettivo del progetto europeo "Prisca" ("Pilot project for scale re-use starting from bulky waste stream" finanziato dalla Commissione Europea attraverso il programma Life Plus Ambiente 2011), aumentando la percentuale di materiale da avviare al riuso nella misura del 60% e riducendo dunque la percentuale da conferire allo smaltimento.

Alcune città austriache hanno creato una guida al "riparo/prestito/seconda mano" per favorire il riuso del rifiuto. Si tratta della buona pratica denominata "**RUSZ, Reparatur und Service Zentrum – Repair and Service Center**" promossa dalla città di Vienna, che

opera maggiormente nella riparazione di elettrodomestici che altrimenti sarebbero considerati rifiuto. Si registra un decremento della percentuale di questi rifiuti pari al 25% per anno riducendo inoltre la percentuale di rifiuti non riciclabili.

Una buona pratica realizzata in Italia, per la prima volta nel 1995, è “**Mercatino franchising**”, una catena di mercatini dell’usato che espongono gratuitamente oggetti usati che i cittadini della città di Verona lasciano in conto vendita: un servizio che agevola il rapporto venditore - acquirente offrendo un’opportunità di risparmio per chi acquista e una possibilità di guadagno per chi vende, il tutto a Km 0 in un’ottica di sostenibilità e salvaguardia ambientale. L’obiettivo sta nella prevenzione della distruzione e/o invio in discarica di oggetti aventi ancora funzionalità futura. Si può calcolare che più dell’1% del totale potenziale del rifiuto italiano viene preventivamente eliminato grazie alla attività del mercatino.

Il mercato del riuso ha fatto sorgere negli scorsi anni associazioni e network che hanno l’obiettivo di studiare il settore dagli aspetti economici, ambientali e sociali. Un esempio è il **Centro di Ricerca Occhio del Riciclone**: un’equipe interdisciplinare che ha sviluppato sistemi di analisi, progettazione e gestione avanzati finalizzati alla realizzazione e gestione di “impianti di preparazione al riutilizzo” (anche definibili “centri di riuso”) sostenibili economicamente e capaci di massimizzare i volumi di rifiuti urbani riusati grazie a tecniche di individuazione del prezzo, di raggiungimento del mercato obiettivo (differente a seconda delle frazioni merceologiche) e di compensazione ai problemi operativi, commerciali e di stoccaggio generati dalla stagionalità dei conferimenti. Grazie a questi studi é possibile definire obiettivi di riduzione che riguardano oltre l’80% della frazione degli “ingombranti a smaltimento” e quote generali di riuso che, dipendendo dai regimi locali di assimilazione, possono oscillare tra il 5% e il 10% del totale del rifiuto urbano. Un altro esempio è la **Rete Operatori Nazionali dell’Usato (O.N.U)** che, basandosi sulla nuova direttiva europea sui rifiuti, la 2008/98, che obbliga gli Stati membri a introdurre il Riutilizzo nei Piani di gestione dei rifiuti a partire da obiettivi chiari e appoggiandosi alle “reti locali già esistenti”, ha organizzato gli operatori e gli organizzatori dei mercati storici e delle pulci, delle fiere e delle strade, delle cooperative sociali, cooperative di produzione lavoro che lavorano nel



LIFE10 ENV/IT/307



sociale, le botteghe dei rigattiere e dell'usato, i negozi in conto terzi e gli enti di solidarietà, in una dimensione che ha la dignità del comparto produttivo: la filiera del riuso.

L'attività produttiva, hobbistica o di solidarietà connessa da questa rete costituisce più del 90% del Riutilizzo in Italia.