

## Un divieto sui sacchetti come stimolo per cambiare e andare oltre all'usa e getta



In merito a quanto si è avuto modo di leggere in questi primi giorni dell'anno sui giornali come da opinioni espresse da giornalisti, associazioni del commercio nazionale e associazioni dei consumatori, vogliamo fare alcune considerazioni legate a 19 mesi di esperienza sul campo.

La campagna Porta la Sporta, promossa dall'Associazione dei comuni Virtuosi e con patrocini di Enti locali e Associazioni nazionali di salvaguardia ambientale, è l'unica realtà nazionale che dal marzo 2009 lavora intensamente per preparare l'opinione pubblica al divieto sui sacchetti di plastica. L'azione sin qui svolta nei confronti degli enti locali, associazioni e aziende di varia natura si è basata sulle seguenti linee guida:

1. **Il sacchetto di plastica non è il peggior nemico per l'ambiente ma è l'emblema di un consumo usa e getta ormai fuori controllo** sia come numeri sia come impatto ambientale a livello globale. Se si considera che per realizzare contenitori e imballaggi usa e getta viene impiegato un materiale creato per durare nel tempo, come la plastica, con il risultato che per un uso di pochi minuti o di qualche giorno si immettono nell'ambiente rifiuti plastici che inquinano per centinaia di anni non si può fare a meno di chiedersi come si sia arrivati a questa follia collettiva e come uscirne.
2. La causa del problema risiede quindi nelle abitudini dei consumatori e **andare a sostituire, a parità di consumo, un materiale dannoso nel suo utilizzo monouso con uno più innocuo** poiché biodegradabile- ma non per questo privo di un impatto ambientale- **non andrebbe ad incidere sulla causa del problema**. Non si andrebbe a ridurre nel complesso lo spreco di risorse- seppur rinnovabili- di materie prime vegetali che servono per realizzare le bioplastiche. Sino a quando non saranno disponibili nuove generazioni di bioplastiche derivate da scarti organici va considerato il loro impatto di produzione globale come utilizzo di terreni, acqua, fertilizzanti e pesticidi nonché energia di origine fossile. E' pertanto evidente che la soluzione che maggiormente aiuta a ridurre le emissioni di gas serra è quella riutilizzabile, la sporta per l'appunto e ogni altro sistema di trasporto riusabile, come cassette ripiegabili, carrelli, ecc. La bioplastica va utilizzata dove il monouso non può essere sostituito con il riutilizzabile e sicuramente come soluzione di emergenza per quanto riguarda lo shopper.
3. Un divieto come il provvedimento in corso è stato visto dalla campagna come un momento importante perché capace di colpire l'opinione pubblica mettendo sotto i riflettori un oggetto considerato dai più come innocuo ed estremamente necessario insieme al materiale di cui è fatto. Tuttavia bisogna sfruttare questo momento e **far sì che il provvedimento venga condiviso e interpretato correttamente dai cittadini: e cioè come un incentivo per tornare alla sporta e non per cambiare tipologia di monouso**. Se l'opinione pubblica capisce perché si deve portare la sporta e compie questo primo facile atto di rispetto per l'ambiente si potrà alzare l'asticella e proporre altre soluzioni di riduzione dello spreco degli imballaggi con la collaborazione di tutti i soggetti coinvolti: istituzioni, industria, grande distribuzione e piccolo commercio.
4. **E' necessario che i soggetti pubblici e privati che inviano messaggi di sostenibilità ai cittadini e ai media parlino il più possibile un unico linguaggio per non confondere le idee**. E' stato ad oggi "diseducativo" e fuorviante il fatto che nel comparto alimentare, dove avviene la grossa parte del consumo di sacchetti sia stata solamente la grande distribuzione a far pagare i sacchetti perché si è così creato il malinteso che ha alimentato nei decenni la crescita smodata dell'accaparramento dei sacchetti. L'illusione di poter avere "gratis" qualcosa, che si sarebbe dovuto pagare, almeno per

riporci la spazzatura, **non ha prodotto un consumo consapevole**. A questo proposito la campagna propone alle associazioni del commercio e ai singoli negozianti per il comparto alimentare **di uscire allo scoperto e fare una scelta di trasparenza conformandosi ai supermercati**. La nostra iniziativa mette a disposizione la consulenza e l'appoggio del proprio sito per promuovere un'apposita campagna. Compito delle associazioni dei consumatori dovrebbe essere, a nostro parere, informare i propri associati che si lamentano del caro sacchetto biodegradabile che i maggiori costi di approvvigionamento possono essere dribblati munendosi di sporte, considerato che non siamo sicuramente di fronte ad un costo imposto obbligatoriamente. Piuttosto sarebbe necessario formare un fronte unico con tutte le associazioni che condividono l'urgenza di disporre di leggi efficaci che vadano a ridurre l'impatto dei rifiuti sia da imballaggio, sia derivati da prodotti dove una cattiva progettazione e l'obsolescenza programmata causano un aumento inarrestabile dei rifiuti che produciamo e relativi costi a carico del consumatore cittadino.

In relazione ai convincimenti sin qui espressi la strategia adottata dalla campagna è stata da subito quella di puntare sull'educazione e l'informazione dei cittadini senza la cui partecipazione attiva qualsiasi programma che preveda un loro coinvolgimento, ( come ad esempio fare una BUONA raccolta differenziata) è destinato a fallire o a mancare obiettivi importanti.

Quando si tratta però di far cambiare alle persone abitudini e stili di vita non sono sufficienti campagne informative con inviti e appelli alla buona volontà e al senso civico dei cittadini se, allo stesso tempo, non si predispongono e mettono a portata di mano di grande parte della popolazione, percorsi e soluzioni meno impattanti per l'ambiente, che siano anche facilmente adottabili.

E' evidente che senza la collaborazione di tutti i soggetti che giocano un ruolo chiave nell'ambito della produzione e commercializzazione dell'usa e getta (dalle aziende produttrici di imballaggi e beni , ai circuiti distributivi del retail, alla grande distribuzione e piccolo commercio, alle istituzioni, enti locali e aziende che si devono occupare della gestione dei rifiuti), la strada è impraticabile o perlomeno tutta in salita.

Nell'anno dell'entrata in vigore del dglr 205/2010 che recepisce l'ultima normativa europea in materia di gestione rifiuti EU 2008/98 ponendo la PREVENZIONE del rifiuto al primo posto nella gerarchia della gestione dei rifiuti rispetto al riutilizzo,riciclaggio e recupero di energia, lanciamo a tutti i soggetti prima citati, come campagna e associazione, un invito a lavorare insieme per una gestione sostenibile dei rifiuti concertando strategie e linguaggi comuni.

A breve avverrà il lancio della seconda edizione della **Settimana Nazionale Porta la Sporta 2011** promossa dall'**Associazione dei Comuni Virtuosi, WWF, Italia Nostra, Touring Club Italiano** con il patrocinio del **Ministero dell' Ambiente** e con l'adesione del **Coordinamento Agende 21 e di Rifiuti 21 Network**.

L'evento, alla sua seconda edizione, coinvolgerà un ampio fronte di soggetti costituito da enti locali, aziende, gruppi della grande distribuzione, associazioni dei consumatori e del commercio, singoli negozi e cittadini per andare a ribadire l'importanza di intraprendere insieme un percorso sostenibile che elimini lo spreco di risorse e di energia dalla prassi quotidiana e a partire dall'eliminazione degli imballaggi evitabili.

9 gennaio 2011

Redazione Porta la Sporta