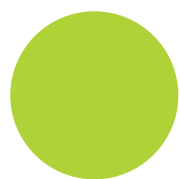


Vademecum per il Negozio sostenibile

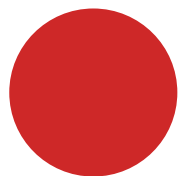


Indice



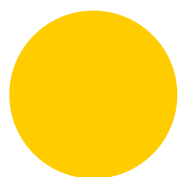
Impegni gestionali

Scegliere materiali da imballo e incarto monomateriale e/o biodegradabili	p. 3
Ridurre al minimo l'incarto per i prodotti sfusi e ottimizzare l'uso di buste e sacchetti	p. 6
Promuovere i prodotti contenenti minore imballaggio	p. 8
Promuovere la vendita di prodotti locali e biologici	p. 11
Promuovere i servizi di riparazione e di ricarica	p. 13
Garantire ai prodotti "sostenibili" pari visibilità rispetto a quelli Ordinari	p. 14



Azioni dimostrative obbligatorie

Sostituzione delle buste di plastica con borse riutilizzabili	p. 16
Sostituzione delle buste di plastica con buste compostabili	p. 18
Raccolta di piccoli elettrodomestici, cartucce, toner finalizzata al recupero	p. 19



Azioni facoltative

Vendita di prodotti liquidi alla spina	p. 20
Vendita di alimenti solidi sfusi	p. 21
Sostituzione delle cassette di plastica usa e getta con cassette riutilizzabili	p. 22
Incontro tra domanda e offerta di servizi di riparazione	p. 23



Scegliere materiali da imballo e incarto monomateriale e/o biodegradabili

In pratica...

- evitare i materiali composti da più strati di materiale diverso (carta e plastica, in genere): nei casi in cui sia necessario utilizzare la plastica perché impermeabile e più resistente, è da preferire l'imballo in sola plastica (per avvolgere la carne, ad esempio, o i prodotti oleosi come la schiacciata e i prodotti da gastronomia);
- evitare imballi con inserti di materiale diverso da quello prevalente, come le buste in carta con finestra in plastica trasparente;
- quando possibile, utilizzare buste e fogli da imballo composti da sola carta;
- prevedere l'utilizzo di vaschette in materiale biodegradabile in sostituzione di quelle in plastica (PE) o alluminio solitamente in uso per i prodotti del banco gastronomia o salumi.

Fa differenza perché...

- la carta è riciclabile, ma, a differenza della plastica, è anche biodegradabile.** Anche se sfugge 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.

Un'occhiata in giro



La presenza di materiali diversi (carta e plastica accoppiate in strati o affiancate) rende difficoltosa la separazione ai fini della raccolta differenziata

Naturalbox



Il materiale con cui sono realizzati gli imballi ha le caratteristiche della plastica ma è derivato dal mais. Il PLA NatureWorks (TM) è una resina termoplastica che proviene da fonte rinnovabile, non è inquinante ed è completamente compostabile: in 45 giorni circa si trasforma in humus. NATURALBox può essere utilizzato per l'imballaggio e la presentazione di carne, pesce, formaggio, salumi, frutta, verdura ed elaborati alimentari. Può essere utilizzata con gli impianti di confezionamento comuni, con film estensibili o

sigillata con film in PLA per realizzare una confezione biodegradabile al 100%.

L'utilizzo di questi imballi richiede una spesa superiore del 10% rispetto ai materiali tradizionali.

www.coopbox.it/portal/page?_pageid=436,1544342&_dad=portal&_schema=PORTAL

Linea Bio Carte e buste per alimenti - CE.DI.PACK Srl



Nel corso del 2007 l'azienda ha introdotto un nuovo imballo per gli alimenti confezionati a vista nei banchi di gastronomia. Il nuovo imballo è composto da uno strato cartaceo e un tubolare per accoppiamento che, sfruttando al 100% la superficie dell'incarto, permette di ridurre le dimensioni in peso e volume. Inoltre, la

differente dimensione dei supporti accoppiati per la realizzazione dei prodotti della linea Bio e l'incollatura non totale facilitano la separazione dei materiali da parte del consumatore finale e consentono un'agevole raccolta differenziata.

ACTIVPAC - C.C.M. COOPERATIVA CARTAI MODENESE



C.C.M. Coop. Cartai Modenese, grazie alla collaborazione tecnica/scientifica con Activa System Srl, ha sviluppato ACTIVPAC, un imballaggio innovativo che si distingue per le materie prime utilizzate: pura cellulosa ricavata da fibra di canna da zucchero, film PET/PE/PP, biopolimeri naturali e infine

inchiostri ecologici ricavati dai succhi di frutta. Destinato ai mercati del largo consumo, fast-food, agroindustria, agroalimentare e domestico, ACTIVPAC garantisce costi notevolmente ridotti del 40% rispetto ai tradizionali materiali di cellulosa, e si dimostra competitivo rispetto a plastica, polistirolo e alluminio.

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino

BIOPACKAGING: i prodotti Bio-Forapack



La Forapack, in collaborazione con i maggiori Produttori di biopolimeri (come Novamont per il Mater-Bi® e la Cargill con il NatureWorks®) propone tre linee di prodotti realizzati in materiali sia biodegradabili che compostabili.

Bagflex-Bio (versioni F e HS): buste e sacchetti realizzate in film di NatureWorks®, saldati a filo e/o a piattina, con stampa personalizzabile; nella versione HS realizzati in una vasta gamma di allestimenti e finiture opzionali.

Zipaper-Bio: sacchetto in accoppiato di polimeri biocompostabili, richiudibile con zip ermetica ad acqua ed aria.

Paperflex-Bio: bobine accoppiate per confezionatrici automatiche e semiautomatiche, in carta e NatureWorks® o carta e Mater-Bi®, per una piacevole sensazione al tatto e con finestre trasparenti per una migliore visibilità.



Ridurre al minimo l'incarto per i prodotti sfusi e ottimizzare l'uso di buste e sacchetti

In pratica...

- evitare di confezionare prodotti solidi, ad esempio quelli da banco come formaggi e salumi, con più strati di incarti (carta oleata + sacchetto di carta, pellicola + alluminio, pellicola + vaschetta in polistirolo, etc.); si possono adottare piccoli accorgimenti come apporre l'etichetta adesiva con le informazioni sul peso e il prezzo sul primo involucro del prodotto;
- ridurre il numero e il peso di buste, sacchetti, vaschette, sia di quelli per la pesatura dei prodotti freschi sia di quelli utilizzati per portare via la spesa, scegliendoli delle dimensioni appropriate e riempiendoli in modo da ridurre il numero;
- utilizzare lo stesso sacchetto per più prodotti compatibili, ad esempio pesando gli articoli dello stesso tipo separatamente e poi inserendoli in unica busta (ad esempio tutta la frutta e verdura).

Fa differenza perché...

- utilizzando imballaggi ben dimensionati si riduce il consumo di materiale e la produzione di rifiuti.**

Molti dei prodotti già confezionati e di marca sono contenuti in imballaggi sovradimensionati (i biscotti, i prodotti per la cura del corpo, etc.) per rispondere più a esigenze di visibilità e di marketing che di effettiva protezione del contenuto: le confezioni di maggiori dimensioni consentono di rendere più facilmente riconoscibile e "intercettabile" quel prodotto sugli scaffali rispetto ai suoi concorrenti.

Questa consuetudine implica però uno spreco di materiale che, soprattutto nel caso di materiale non riciclabile, si traduce automaticamente in una maggiore produzione di rifiuti. I prodotti sfusi offrono dunque un notevole vantaggio: la scelta dell'imballaggio spetta al commerciante (ma anche la sensibilità del cliente gioca la sua parte) e l'imballo può essere dimensionato in maniera appropriata a garantire la conservazione del prodotto.

- riducendo l'imballo si ottiene un risparmio economico.**

I materiali da imballaggio hanno un costo sia per chi vende che per chi compra, anche se incidono in misura minima rispetto al costo del prodotto stesso, e il risparmio che consegue alla riduzione degli imballi può essere evidenziato e valorizzato come cura dell'ambiente e attenzione del negoziante verso il cliente.

E' importante infatti che i cambiamenti percepiti dalla clientela siano accompagnati da un'informazione precisa sulle motivazioni del cambiamento e sui vantaggi che ne derivano, in modo tale che i clienti possano apprezzare le ragioni della scelta e non percepire un peggioramento del servizio non giustificato.

- si riduce la produzione di rifiuti data dagli shopper di plastica.**

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino

Gli shopper con cui i clienti portano a casa i prodotti acquistati possono essere raccolti in maniera differenziata insieme agli altri rifiuti plastici per essere riciclati. Il materiale di cui sono composti è infatti polietilene (PE), lo stesso con cui sono realizzati alcuni flaconi di detersivi e detergenti, riciclabile al pari del più noto polietilene tereftalato (PET) delle bottiglie dell'acqua minerale.

Se usati per contenere e gettare rifiuti urbani, però, i sacchetti vengono avviati a smaltimento insieme ai rifiuti indifferenziati, quindi, prevalentemente, sono destinati all'incenerimento o allo stoccaggio in discarica.

Tenendo conto dei lunghi tempi di degradazione del polietilene (da 100 a 1000 anni) è evidente la priorità di ridurre il più possibile il numero di sacchetti introdotti nel ciclo dei rifiuti, ottimizzandone l'uso.

🍃 **si evita la produzione di rifiuti, in larga parte non riciclabili perché contaminati dagli alimenti.**

I processi di riciclo richiedono infatti che i materiali di partenza siano puliti modo da consentirne la lavorazione e da garantire un buon livello di qualità al materiale riciclato: la plastica e il vetro raccolti in maniera differenziata, ad esempio, vengono sottoposti a selezione e a lavaggio prima di essere effettivamente riciclati, ma gli imballaggi più leggeri che siano stati sporcati (ad esempio carta oleata, carta e cartone unti e fazzoletti di carta usati) non possono essere lavati. Se contaminati dagli alimenti, una volta esaurita la loro funzione questi imballi sono da considerare rifiuti indifferenziati.

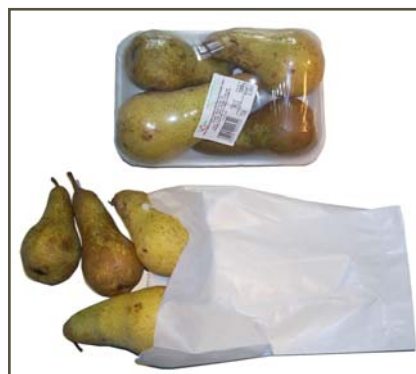
Un'occhiata in giro



I prodotti da forno, come la frutta e verdura, possono essere pesati separatamente ma inseriti in un'unica busta, riducendo l'uso di carta



Per i prodotti di gastronomia, è spesso possibile ridurre l'uso di imballaggi, come nel caso sopra evidenziato, in cui la vaschetta in polistirolo può essere eliminata



I prodotti freschi come frutta e verdura non necessitano di imballi rigidi né impermeabili: il sacchetto di carta può sostituire la vaschetta in polistirolo e la pellicola

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Promuovere i prodotti contenenti minore imballaggio

In pratica...

- promuovere la vendita di prodotti concentrati (es. ammorbidenti);
- promuovere la vendita di prodotti con ricariche (es. prodotti pulizia con trigger "spruzzino", sapone liquido, etc.);
- promuovere la vendita di confezioni famiglia rispetto ai prodotti monodose;
- promuovere la vendita di prodotti con minore utilizzo di imballaggi primari (es. tubetti dentifricio o maionese privi di astuccio di cartone).
- promuovere la vendita di prodotti con vuoto a rendere (es. acque minerali)

Fa differenza perché...

● si 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: è importante che questi prodotti siano disponibili nei negozi e che i clienti possano confrontarli con quelli abituali e valutarne i vantaggi ambientali:

- prodotti concentrati: una minore quantità di prodotto concentrato ha la stessa efficacia di una maggiore quantità di prodotto convenzionale; pur garantendo al cliente le stesse prestazioni, il prodotto ha bisogno di un imballaggio di dimensioni minori;
- -prodotti con ricariche: 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 materiale; in alcuni casi, come ad esempio per i detersivi 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;
- -prodotti formato famiglia: a parità di prodotto contenuto, il formato famiglia richiede una minore quantità di imballaggio rispetto alle monoporzioni e quindi produce una minore quantità di rifiuti nel momento in cui viene gettato via; tanto per fare un esempio, un barattolo di yogurt formato famiglia (da 500 g) pesa meno di 20 g, mentre 4 vasetti da 125 g pesano circa 30 g, oltre l'involucro di cartone che spesso contiene

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino

confezioni multiple; questo vale per una quantità notevole di prodotti: le confezioni di carta igienica, i brik di succo di frutta, le bottiglie di acqua minerale, i panetti di burro, etc. La praticità dei prodotti monodose è a volte solo apparente e spesso orientata dalla pubblicità: è importante che i clienti siano informati e possano scegliere tra prodotti alternativi;

- -prodotti con meno imballaggi: 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 aggiornato 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.
- prodotti con vuoto a rendere: il sistema di vuoto a rendere permette alle confezioni riutilizzabili di tornare nel ciclo di produzione, evitando quindi di diventare rifiuti. Lattine e vuoti a perdere in materiale plastico, contenitori molto diffusi, rappresentano la scelta meno ecologica e sono quindi possibilmente da evitare. Anche le bottiglie a perdere in vetro hanno a loro carico chiari svantaggi dal punto di vista ecologico. La vendita di prodotti con vuoto a rendere può essere associata alla vendita a domicilio (es. acqua minerale), introducendo meccanismi di fidelizzazione della clientela, in particolare per i piccoli esercizi, anche rispetto alla media e grande distribuzione.

il cliente risparmia.

Soprattutto nei prodotti di marca confezionati, il prezzo dell'imballo incide non poco sul prezzo del prodotto: sempre con riferimento agli yogurt, il risparmio ottenibile con l'acquisto del formato famiglia rispetto all'analoga quantità di vasetti da 125 g è dell'ordine del 25/30%. Scegliendo prodotti con meno imballo si risparmia sul costo di acquisto e, producendo meno rifiuti, si incide sul costo di smaltimento che interessa l'intera comunità.

i prodotti pesano meno e occupano meno spazio.

Il cliente porta via una spesa più leggera e ha bisogno di meno spazio a casa per conservare i prodotti.

Un'occhiata in giro



Le informazioni sul prodotto sono riportate direttamente sull'involucro in plastica del riso, rendendo inutile la confezione esterna di cartone



L'ammorbidente in formato concentrato equivale a 3 litri di ammorbidente ordinario (accanto nel flacone da 4 l) ma richiede un imballo di minori dimensioni



A confronto del dentifricio venduto nel solo tubetto, quello in confezione multipla prevede l'astuccio di cartone e film in plastica esterno



Le informazioni sul prodotto sono riportate su una fascia di carta all'involucro composito carta-plastica non riciclabile



Prodotto da gastronomia con vaschetta in alluminio racchiusa da vaschetta in materiale plastico chiusa a caldo da film in plastica e contenuta in astuccio di cartone



Confezione di hamburger in due porzioni con vaschetta in plastica, involucro esterno in plastica e sorpresa per bambini imballata separatamente

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Promuovere la vendita di prodotti locali e biologici

In pratica...

- mettere in vendita e promuovere prodotti locali (entro 50 km) come frutta e verdura, olio, latte, salumi e formaggi, etc. e in particolare i prodotti dell'area di riferimento (comuni del Chianti fiorentino)
- scegliere tra i prodotti locali quelli derivanti da metodi di produzione biologica, che utilizzano fertilizzanti organici, adottano pratiche attente al mantenimento della struttura del suolo, non ricorrono a preparati di sintesi chimica per la lotta alle avversità delle piante.

Fa differenza perché...

- i prodotti locali possono costituire garanzia di maggiore qualità e freschezza e stimolare un rapporto di fiducia tra cliente e negoziante, che dimostra di avere contatti con il territorio e di saper scegliere e selezionare i prodotti in vendita.**

I prodotti locali fanno poca strada per arrivare nei negozi: a differenza dei prodotti che arrivano da territori diversi, quindi, non subiscono i disagi dei trasporti, hanno ridotte necessità di refrigerazione e possono arrivare alla vendita in condizioni di freschezza e con inalterate caratteristiche di qualità; la loro disponibilità nei negozi evidenzia inoltre l'esistenza di una rete locale di produttori e rivenditori che costituisce un valore sia per il cliente abituale, residente sul territorio, che per i turisti.

- la vendita di prodotti locali costituisce un metodo di conoscenza e di promozione dell'economia del territorio**

L'acquisto dei prodotti locali sostiene l'economia del territorio e costituisce strumento di rafforzamento delle pratiche tradizionali, nel campo dell'agricoltura, dell'allevamento e della trasformazione dei prodotti alimentari come anche nell'artigianato. Essendo caratterizzati da una filiera corta e da un rapporto più immediato tra produttore e consumatore, inoltre, i prodotti locali possono anche risultare economicamente vantaggiosi per il cliente.

- la vendita di prodotti locali consente di ridurre l'uso di imballaggi secondari e terziari e gli impatti ambientali determinati dal trasporto dei prodotti stessi**

Le limitate esigenze di trasporto riducono notevolmente la necessità di imballaggi secondari e terziari che, nei lunghi viaggi affrontati dai prodotti non locali, costituiscono la protezione da urti, cambi di temperatura, agenti esterni, etc. e sono strumento indispensabile per lo stoccaggio. Gli imballaggi (scatole di cartone, cassette in plastica, etc.) diventano rifiuti quando il prodotto arriva a destinazione.

Per i prodotti locali le esigenze di protezione sono limitate e, senza stoccaggi intermedi, anche la necessità di maneggiare agevolmente i prodotti non è prioritaria.

- la vendita di prodotti locali biologici è indice di rispetto dell'ambiente e di salvaguardia del territorio.**

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino

La produzione biologica avviene secondo criteri normati a livello europeo e nazionale che garantiscono un ridotto impatto ambientale delle produzioni, la salubrità dei prodotti, l'assenza di OGM e l'applicazione di sistemi di controllo e certificazione.

I metodi di produzione biologica, infatti:

- -non utilizzano sostanze chimiche di sintesi e i prodotti sono di norma più sicuri dal punto di vista igienico-sanitario;
- -riducono al minimo il rilascio di residui nel terreno, nell'aria e nell'acqua, conservano la fertilità del suolo, salvaguardano la complessità dell'ecosistema nelle zone agricole e la biodiversità, richiedono meno energia;
- -escludono l'uso di organismi geneticamente modificati (OGM);
- -prevedono il controllo dell'applicazione delle norme presso i produttori e la certificazione dei prodotti come garanzia per i consumatori.

I prodotti biologici, tuttora, occupano uno spazio marginale del mercato: i limiti imposti alla produzione rendono i prodotti generalmente un po' più cari dei prodotti convenzionali; acquistando prodotti biologici e locali, però, è possibile evitare i rincari che i prodotti stessi subiscono nei passaggi intermedi tra produttore e rivenditore e quindi offrire prodotti di alta qualità a basso impatto ambientale a un prezzo allineato a quello dei prodotti non biologici.

Un'occhiata in giro



I prodotti biologici non sono trattati con conservanti e, se locali, arrivano alla vendita freschi e integri



I cartelli segnalano l'origine dei prodotti ed evidenziano quelli coltivati in Toscana, precisando l'area di provenienza



Il negozio valorizza la disponibilità di prodotti locali come elemento di promozione nei confronti della clientela



Promuovere i servizi di riparazione e ricarica e la raccolta di piccoli elettrodomestici finalizzata al recupero

In pratica...

- promuovere la raccolta da parte dei cittadini di particolari rifiuti di origine domestica che non possono essere raccolti con i normali contenitori stradali e cioè:
 - bombolette spray,
 - piccoli elettrodomestici (R.A.E.E.),
 - cartucce toner e stampanti.
- collocare all'interno dei punti vendita di materiale elettrico ed elettronico specifici contenitori messi a disposizione dal gestore del servizio di igiene urbana e promuovere l'utilizzo dei contenitori da parte della clientela;
- fornire informazioni ai clienti circa la possibilità di usufruire di servizi di riparazione delle apparecchiature.

Fa differenza perché...

- i rifiuti delle apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE) rappresentano uno dei flussi di rifiuti prioritari**, sia per la loro complessa composizione, spesso caratterizzata dalla presenza di sostanze pericolose, sia per la loro quantità, crescente a ritmi notevoli negli ultimi anni e con previsioni di un ulteriore significativo aumento nei prossimi anni.
- nei centri specializzati di trattamento e recupero** i RAEE sono smontati per recuperare i materiali preziosi di cui sono ricchi e per rendere innocue e smaltire in appositi impianti le sostanze nocive
- i toner e le cartucce delle stampanti possono essere recuperati e riciclati**. Le cartucce per toner che non vengono raccolte e smaltite nel modo appropriato spesso finiscono tra i rifiuti generici, che vengono interrati o bruciati. In tal modo le polveri residue del toner potrebbero inquinare il terreno e le falde freatiche della zona ed essere trasportate dall'aria se i rivestimenti dovessero essere danneggiati.
- la rapida evoluzione tecnologica, specie nel settore delle apparecchiature elettriche ed elettroniche, unita alla diffusione di prodotti spesso di scarsa qualità ma di basso costo**, favorisce la tendenza a considerare rifiuti oggetti non più funzionanti ma che potrebbero benissimo continuare a svolgere la propria funzione, una volta sottoposti a riparazione. Analogamente, oggetti considerati da qualcuno tecnologicamente obsoleti, potrebbero risultare adatti a determinati utilizzi, spesso con piccoli aggiornamenti (es. computer, stampanti, etc).



Garantire ai prodotti “sostenibili” pari visibilità rispetto a quelli ordinari

In pratica...

- affiancare i prodotti sostenibili -ovvero quelli che concorrono alla riduzione dei rifiuti o che sono prodotti localmente- a quelli ordinari analoghi, in modo da rendere più immediato per il cliente il confronto tra caratteristiche dei prodotti e prezzi;
- incentivare i clienti verso l'acquisto dei prodotti sostenibili individuando meccanismi di promozione come l'offerta promozionale periodica a prezzo contenuto di un prodotto sostenibile;
- utilizzare per la riconoscibilità dei prodotti sostenibili in vendita le etichette predisposte nell'ambito del progetto “disimballiamoci”

Fa differenza perché...

- **i prodotti sostenibili possono essere meno conosciuti rispetto a quelli ordinari.**
Nonostante la crescente sensibilità delle aziende, gli aspetti ambientali dei prodotti non sempre sono valorizzati come strumento di marketing: le pubblicità puntano maggiormente sulle qualità specifiche del prodotto più che su altri fattori e di conseguenza può essere difficile, anche per i cittadini consapevoli, individuare i prodotti sostenibili.
- **non sempre è facile cogliere, anche per il consumatore più attento, gli aspetti di sostenibilità dei prodotti, a cui potrebbero invece essere interessati.**
Se per alcuni prodotti a ridotto impatto ambientale la differenza rispetto al prodotto convenzionale è evidente (dentifricio con o senza astuccio di cartone), per altri lo è molto meno: come distinguere ad esempio un ortaggio biologico o prodotto localmente rispetto allo stesso ortaggio non biologico o proveniente da altri territori? E come riconoscere l'impiego di una minore quantità di materiale dell'imballaggio primario in prodotti simili come i flaconi di detersivo? Molte aziende in effetti non modificano esteticamente gli imballi, ma intervengono sul progetto delle confezioni (eco-design) in modo da garantire le stesse prestazioni (capienza, rigidità, etc.) con meno dispendio di materia prima. Queste modifiche non sono visibili, se non note (si rimanda al sito già segnalato del CONAI per l'elenco aggiornato degli eco-imballaggi) ma meritano di essere segnalate ai clienti.
- **è importante vincere la convinzione che a una maggiore attenzione nei confronti dell'ambiente corrispondano costi maggiori.**
Risulta fondamentale consentire un facile raffronto tra i prezzi dei prodotti, perchè spesso i prodotti sostenibili hanno un costo paragonabile a quello dei prodotti convenzionali, ma sono generalmente percepiti come inaccessibili. E' utile quindi che tali prodotti siano segnalati e sistemati all'interno del negozio accanto agli analoghi prodotti ordinari.

- i clienti sono “affezionati” ad alcuni prodotti e difficilmente disposti a provare alternative.

E' difficile vincere l'abitudine all'acquisto e all'utilizzo di alcuni prodotti convenzionali; è importante attivare sistemi di promozione e offerta per invogliare il cliente a testare i prodotti sostenibili e disporre di informazioni sui vantaggi ambientali ed economici in modo da sostenerne l'acquisto anche oltre i termini dell'offerta.

Un'occhiata in giro



I prodotti che favoriscono la riduzione della produzione dei rifiuti sono posti accanto a quelli ordinari. Il cliente può facilmente verificare i prezzi e le caratteristiche ambientali



Gli aspetti ambientali del prodotto sono evidenziati con etichette specifiche che rimandano –in questo caso- alle prestazioni della lavatrice e alla campagna informativa sulla riduzione dei rifiuti in corso nei negozi

----- Vademecum -----

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Sostituzione delle buste di plastica con borse riutilizzabili

Descrizione sintetica

L'azione prevede la promozione verso i clienti dell'utilizzo di borse riutilizzabili da usare in sostituzione di quelle di plastica; non si richiede l'eliminazione della disponibilità di shopper in plastica presso i negozi ma l'impegno a sensibilizzare i clienti sui vantaggi ambientali ed economici collegati all'utilizzo di borse durevoli.

Le borse riutilizzabili dovranno essere distribuite gratuitamente ai clienti e valorizzate come strumento di caratterizzazione del "negozi sostenibile". Le borse saranno quindi:

- curate dal punto di vista estetico;
- ecologiche, ovvero realizzate in materiali naturali/biodegradabili;
- acquistate possibilmente da produttori locali secondo criteri di filiera corta;
- riconoscibili attraverso il marchio "negozi sostenibile".

All'utilizzo della borsa riutilizzabile da parte del cliente (la borsa "disimballiamoci" o anche altra borsa riutilizzabile) sarà associata una raccolta punti con premi periodici. Ogni volta che il cliente si recherà nel negozio con una borsa riutilizzabile (la borsa "disimballiamoci" o anche altra borsa riutilizzabile), gli sarà applicato un timbro sulla tessera. Ogni 10 punti raccolti il cliente avrà diritto ad un premio (ad esempio un prodotto in regalo, oppure uno sconto sui prodotti sostenibili), che dovrà essere definito dal negoziante.

Modalità di attuazione

1. Comuni: acquisto delle borse riutilizzabili.
2. Comuni: predisposizione e stampa della tessera per la raccolta punti associata all'utilizzo della borsa riutilizzabile e della locandina di promozione dell'azione.
3. Comuni: distribuzione delle borse riutilizzabili e delle tessere per la raccolta punti ai negozi aderenti, in quantità tali da garantire una adeguata fornitura per l'intero periodo di durata della sperimentazione (aprile-dicembre 2009).
4. Negozi: distribuzione delle borse riutilizzabili e delle tessere di raccolta punti ai clienti, prestando attenzione a garantirne la distribuzione a tutta la clientela.
5. Negozi: definizione delle modalità di promozione dell'utilizzo della borsa, ovvero dei premi associati alla tessera di raccolta punti.
6. Negozi: promozione dell'azione con l'affissione nel negozio dell'apposita locandina fornita dai comuni
7. Negozi: raccolta delle tessere di raccolta punti completate dai clienti, conteggio del numero di punti complessivi registrati dal negozio, trascrizione del numero di punti complessivi nel modulo di autovalutazione ai fini del monitoraggio dell'efficacia dell'azione.

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Copertura totale dei costi per l'acquisto di 3.000 borse per raggiungere circa un terzo delle famiglie residenti (10.206)
- Copertura totale dei costi per la riproduzione del marchio sulle borse acquistate
- Copertura totale dei costi per la realizzazione di 10.000 tessere per la raccolta punti
- Gestione delle procedure di acquisto delle buste a carico dei negozianti (nel periodo successivo alla sperimentazione, quindi da gennaio 2010) in forma di "gruppo di acquisto". L'acquisto delle borse con marchio "disimballiamoci" nel periodo di applicazione a regime del marchio non sarà comunque un impegno obbligatorio per i negozianti; ogni negoziante potrà infatti stabilire in modo autonomo come promuovere l'utilizzo di borse riutilizzabili, purché sia mantenuto in modo evidente ed esplicito questo impegno.

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Sostituzione delle buste di plastica con buste compostabili

Descrizione sintetica

Considerata la buona diffusione della pratica del compostaggio domestico sul territorio dei tre Comuni, l'utilizzo di buste biodegradabili può contribuire alla riduzione dei rifiuti conferiti al servizio di raccolta.

Le buste biodegradabili dovranno essere promosse nei negozi che vendono beni per i quali è preferibile l'uso di imballi usa e getta (le macellerie, ad esempio) o per il confezionamento di frutta e verdura negli ortofrutta e nei negozi di alimentari che prevedono l'utilizzo di bustine singole per i prodotti freschi.

L'azione prevede, in fase di sperimentazione, la sostituzione integrale delle buste con quelle prodotte in materiale biodegradabile. Le buste saranno rese disponibili ai clienti gratuitamente.

Modalità di attuazione

1. Comuni: acquisto delle buste compostabili.
2. Comuni: predisposizione e stampa di una locandina specifica per la promozione dell'azione.
3. Comuni: distribuzione delle buste compostabili ai negozi aderenti, in quantità tali da garantire una adeguata fornitura per l'intero periodo di durata della sperimentazione (aprile-dicembre 2009).
4. Negozi: utilizzo delle buste compostabili in sostituzione delle buste in plastica.
5. Negozi: promozione dell'azione con l'affissione nel negozio dell'apposita locandina fornita dai comuni
6. Negozi: conteggio del numero di buste compostabili utilizzate, trascrizione del numero di punti complessivi nel modulo di autovalutazione ai fini del monitoraggio dell'efficacia dell'azione.

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Copertura totale dei costi per l'acquisto di buste compostabili (copertura dell'intero periodo di sperimentazione)
- Gestione delle procedure di acquisto delle buste a carico dei negozianti (nel periodo successivo alla sperimentazione, quindi da gennaio 2010) in forma di "gruppo di acquisto". A seguito del periodo di sperimentazione, sarà valutata con i negozianti aderenti la fattibilità di questa azione per la fase a regime, tenendo conto dei costi di acquisto delle buste compostabili.

----- Vademecum -----

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Intercettazione di particolari rifiuti domestici

Descrizione sintetica

L'azione prevede l'intercettazione di quei rifiuti di origine domestica che non possono essere raccolti con i normali contenitori stradali e cioè: bombolette spray, piccoli elettrodomestici (R.A.E.E.), cartucce toner e stampanti.

Considerando 8-10 punti di raccolta si può stimare una quantità di rifiuti intercettati e avviati a recupero pari a circa 50 - 75 kg/mese.

Gli esercenti saranno forniti di contenitori idonei alla raccolta da collocare in spazi chiusi di loro pertinenza accessibili al cliente per il conferimento di tali rifiuti. I rifiuti raccolti saranno avviati a recupero.

Le aziende di gestione dei servizi di igiene urbana (SAFI e Publiambiente) effettueranno il servizio di raccolta presso gli esercenti dei materiali raccolti e di avvio a recupero, con un servizio a chiamata.

Modalità di attuazione

1. SAFI/Publiambiente: fornitura gratuita (con sottoscrizione di un contratto in comodato d'uso) ai negozi dei contenitori per la raccolta, con possibilità di scelta tra tre varianti: con capacità di 80 litri, 120 litri o 240 litri. Predisposizione di apposito adesivo da applicare ai contenitori.
2. Comuni: predisposizione e stampa di una locandina specifica per la promozione dell'azione.
3. Negozi: allestimento del "corner" per la raccolta delle tipologie di rifiuti previste;
4. Negozi: promozione dell'azione con l'affissione nel negozio dell'apposita locandina fornita dai comuni;
5. SAFI/Publiambiente: ritiro periodico dei rifiuti raccolti, con servizio a chiamata; ritiro effettuato entro le 72 ore successive dalla ricezione della chiamata di richiesta da parte del negoziante;
6. Negozi: conteggio del numero di svuotamenti dei contenitori, per tipologia di rifiuti raccolti (bombolette spray, piccoli elettrodomestici, cartucce toner e stampanti).

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Fornitura contenitori e raccolta dei rifiuti conferiti attraverso i gestori del servizio di igiene urbana



Vendita di prodotti liquidi alla spina

Descrizione sintetica

L'azione consiste nella vendita senza imballo di alcune tipologie di prodotto abitualmente confezionate, con l'installazione di distributori alla spina all'interno degli esercizi commerciali.

Viene offerta al consumatore la possibilità di comprare sfusi prodotti come l'acqua, il vino, il latte, l'olio e i detersivi, acquistando solo la quantità desiderata e utilizzando per il trasporto della merce contenitori specifici, in materiale riciclabile o compostabile o contenitori a rendere (ad esempio per l'acqua) che possano essere riutilizzati più volte e, a fine ciclo di vita, smaltiti a basso impatto ambientale.

L'azione coniuga le ricadute ambientali positive in termini di riduzione degli imballaggi con una buona competitività rispetto ai prodotti tradizionali e un risparmio per il consumatore.

Modalità di attuazione

1. Individuazione dei potenziali produttori/fornitori
2. Formazione di un tavolo di lavoro con tutti i soggetti coinvolti: raccolta dati di vendita, revisione delle potenzialità di riduzione dei rifiuti e del bilancio economico, precisazione dei prodotti da erogare e definizione dei requisiti dei dispositivi di erogazione
3. Installazione dei dispositivi

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Gestione del tavolo di lavoro e supporto all'acquisto dei materiali in forma di gruppo di acquisto
- Supporto per l'individuazione di canali di finanziamento per la realizzazione dell'azione
- Monitoraggio dell'attuazione: elaborazione dei dati sulle vendite



Vendita di alimenti solidi sfusi

Descrizione sintetica

L'azione consiste nella vendita senza imballo di alcune tipologie di prodotto abitualmente confezionate, con l'installazione di dispositivi per la pesatura e il confezionamento in imballi specifici a ridotto impatto ambientale.

Viene offerta al consumatore la possibilità di comprare sfusi prodotti come cereali, caramelle, pasta, riso, legumi, spezie, frutta secca, caffè in grani, cibo per animali, acquistando solo la quantità desiderata e utilizzando per il trasporto della merce contenitori in materiale riciclabile, riutilizzabile o compostabile.

È necessario prevedere la predisposizione di un'area dedicata all'interno del negozio, attrezzata con batterie di dispenser, bilance pesatrici e sacchetti preferibilmente in materiale compostabile per l'imbustamento dei prodotti; nei negozi più piccoli risulta fondamentale la selezione delle tipologie da mettere in vendita in forma sfusa in modo da ottimizzare gli spazi disponibili sulla base della domanda riscontrata da parte dei clienti..

Modalità di attuazione

1. Individuazione dei potenziali produttori/fornitori
2. Formazione di un tavolo di lavoro con tutti i soggetti coinvolti: raccolta dati di vendita, revisione delle potenzialità di riduzione dei rifiuti e del bilancio economico, precisazione dei prodotti da erogare e definizione dei requisiti dei dispositivi di erogazione
3. Installazione dei dispositivi

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Gestione del tavolo di lavoro e supporto all'acquisto dei materiali in forma di gruppo di acquisto
- Supporto per l'individuazione di canali di finanziamento per la realizzazione dell'azione
- Monitoraggio dell'attuazione: elaborazione dei dati sulle vendite

Vademecum

Disimballiamoci. Negozio sostenibile del Chianti fiorentino



Sostituzione delle cassette di plastica usa e getta con cassette riutilizzabili

Descrizione sintetica

L'azione è rivolta prevalentemente alla media distribuzione e prevede l'adesione a circuiti organizzati di recupero e riutilizzo delle cassette ortofrutticole.

In sistemi come quello prodotto dalla cooperativa CPR System, i soggetti associati (produttori, distributori) hanno la possibilità di far uso degli imballaggi necessari affidando l'attività di gestione logistica alla cooperativa stessa, 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.

Modalità di attuazione

1. Individuazione dei potenziali produttori/fornitori
2. Formazione di un tavolo di lavoro con tutti i soggetti coinvolti: raccolta dati di vendita, revisione delle potenzialità di riduzione dei rifiuti e del bilancio economico, precisazione delle modalità di realizzazione del servizio
3. Avvio del servizio

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Gestione del tavolo di lavoro e supporto all'acquisto o al noleggio delle cassette per tutti gli operatori interessati riuniti
- Supporto per l'individuazione di canali di finanziamento per la realizzazione dell'azione
- Monitoraggio dell'attuazione: elaborazione dei dati sulle vendite



Incontro tra domanda e offerta di servizi di riparazione

Descrizione sintetica

L'azione prevede di rafforzare la disponibilità di servizi di riparazione in modo da allungare la vita dei beni e ridurre l'eliminazione come rifiuti.

E' incentrata pertanto sul rafforzamento dei rapporti tra rivenditori, riparatori e soggetti che gestiscono sistemi di vendita e scambio di materiali usati nonché sulla necessaria attività di informazione degli utenti, da affidare agli stessi esercenti.

Modalità di attuazione

1. Individuazione dei potenziali fornitori (aziende che offrono sul territorio servizi di riparazione/ricarica)
2. Formazione di un tavolo di lavoro con tutti i soggetti coinvolti: raccolta dati di vendita, revisione delle potenzialità di riduzione dei rifiuti e del bilancio economico, precisazione delle modalità di realizzazione del servizio
3. Avvio del servizio

Supporto dato dal progetto Disimballiamoci

- Gestione del tavolo di lavoro
- Copertura totale dei costi per la realizzazione di una insegna di caratterizzazione del corner informativo e di raccolta del materiale da riparare/ricaricare nei negozi aderenti
- Monitoraggio dell'attuazione: elaborazione dei dati sul ricorso ai servizi di riparazione e calcolo dei rifiuti ridotti



Agenda 21 del Chianti fiorentino

www.a21chianti.it

progetto co-finanziato
dalla Provincia di Firenze



realizzato con il supporto
tecnico-scientifico di

AMBIENTEITALIA
ISTITUTO DI RICERCHE