

## SERVIZIO AMBIENTE



COMUNE DI TRENTO

# Progetto per la riduzione dei rifiuti

*Esiti del questionario del 18\_06\_07*

*Redazione a cura del gruppo di lavoro composto da tecnici del Servizio Ambiente  
del Comune di Trento e della ESPER Srl.*

## **ESITI DEL QUESTIONARIO DI ACQUISIZIONE DATI PER IL PROGETTO DI PREVENZIONE E RIDUZIONE DEI RIFIUTI NELLA CITTÀ DI TRENTO**

### **INTRODUZIONE**

Durante gli incontri del 18 e 19 aprile presso le sale del Comune di Trento, alla presenza dell'Assessore all'Ambiente Aldo Pompermaier, è stato affrontato con i rappresentanti delle Imprese, del Commercio, del Turismo e della Grande Distribuzione Organizzata l'importante tema della prevenzione a monte dei rifiuti. Gli incontri con gli operatori economici si inseriscono in un contesto particolare: l'avvio della nuova modalità di raccolta dei rifiuti con la raccolta porta a porta e la stesura del piano di riduzione e prevenzione dei rifiuti. L'aumento dei rifiuti determina infatti crescenti problemi per il loro smaltimento, continui aumenti dei relativi costi, oltre a problematiche di impatto ambientale.

Per il progetto di prevenzione sono state illustrate una serie di iniziative e *best practice*, calibrate a seconda dei vari interlocutori e che coinvolgono anche l'amministrazione:

1. Progetto di promozione dei Green Public Procurement;
2. Rafforzamento del progetto di minimizzazione dei rifiuti cartacei;
- 2 bis - Progetto di minimizzazione dei rifiuti cartacei nel Comune di Trento;
- 2 ter - Progetto di minimizzazione dei rifiuti cartacei nelle aziende private;
3. Progetto Ecovolontari;
4. Progetto "Buon samaritano";
5. Progetto Ecofeste;
6. Promozione di "buone pratiche" legate agli Ecoacquisti;
7. Partecipazione al progetto per la vendita sfusa di detergenti presso la GDO;
8. Borse per la spesa: "EcoShoppers";
9. Promozione dell'utilizzo di pannolini ecocompatibili;
10. Gestione dei beni ingombranti e durevoli;
11. Incentivazione del compostaggio domestico;

A tutti i partecipanti è stato inoltre consegnato un questionario contenente una serie di domande con risposta multipla, predisposto in modo da valutare la sensibilità e le disponibilità delle imprese a intraprendere un cammino condiviso nel progetto di riduzione e tramite il quale i componenti di ciascuna categoria hanno potuto esprimere i propri pensieri, le proprie opinioni, elementi indispensabili all'elaborazione di un piano comune.

Scopo dei questionari è quello di fornire le modalità per l'attivazione di azioni concrete in alcuni settori specifici, per poi estendere le buone pratiche e coinvolgere il maggior numero di cittadini, negozianti e imprese in un percorso sempre più ampio di riduzione dei rifiuti per poi arrivare a creare un'offerta più varia di prodotti ecologici e per la promozione di una nuova cultura della riduzione e di una mentalità di consumo ed acquisto sostenibili.

Il risultato atteso è l'avvio di un percorso "consapevole" di miglioramento della qualità dell'ambiente e dello sviluppo, dove ad azioni promosse e direttamente attivate dal Comune di

Trento, si affiancano azioni e programmi avviati su base volontaria da attori sociali ed economici, secondo principi di cooperazione e di integrazione.

## IL QUESTIONARIO: RISULTATI

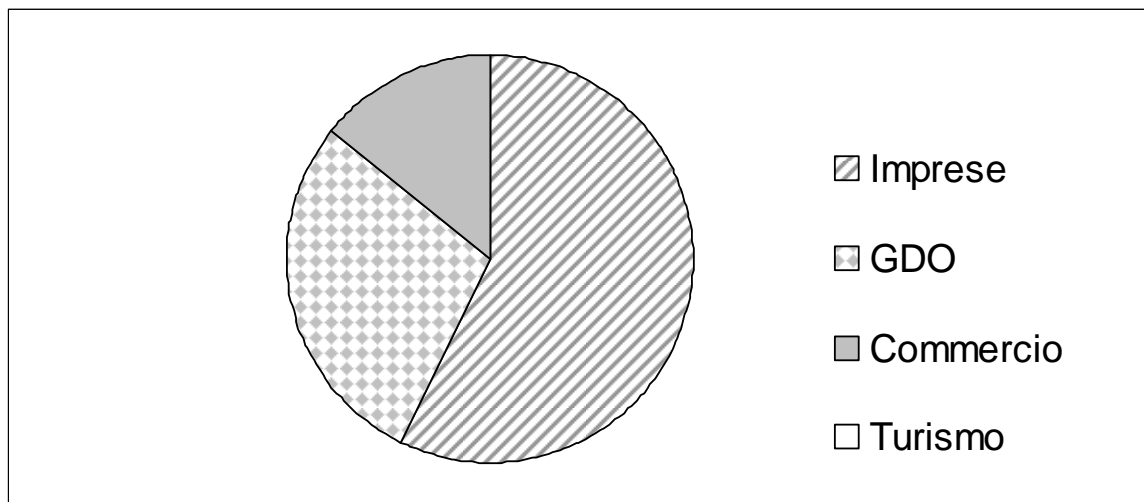
Di seguito sono riportate alcune delle domande strategiche per l'acquisizione di informazioni e attorno alle quali sono state costruite le modalità di collaborazione dei partecipanti.

1. Sono state già intraprese da parte Vostra delle campagne o azioni puntuali volte alla prevenzione e riduzione dei rifiuti?
2. Tipologia della campagna intrapresa.
3. Si ritiene che il tema della riduzione e della prevenzione dei rifiuti sia percepito dai propri utenti o associati come un problema?
4. Disponibilità a partecipare ad azioni di prevenzione dei rifiuti promosse a livello istituzionale.
5. Eventuali suggerimenti per lo sviluppo delle iniziative.

Si analizzano singolarmente le risposte pervenute.

**1 Sono state già intraprese da parte Vostra delle campagne o azioni puntuali volte alla prevenzione e riduzione dei rifiuti?**

**Grafico 1.** Percentuali di risposta positiva alla domanda num. 1



**Tab.1** Percentuali delle risposte positive:

<b>Imprese</b>	<b>GDO</b>	<b>Commercio</b>	<b>Turismo</b>
100%	50%	25%	0%

## 2 Tipologia della campagna intrapresa

**Imprese:** Sensibilizzazione verso l'introduzione in azienda di sistemi di certificazione e gestione ambientale (ISO 14001, EMAS)

Ecoshopping

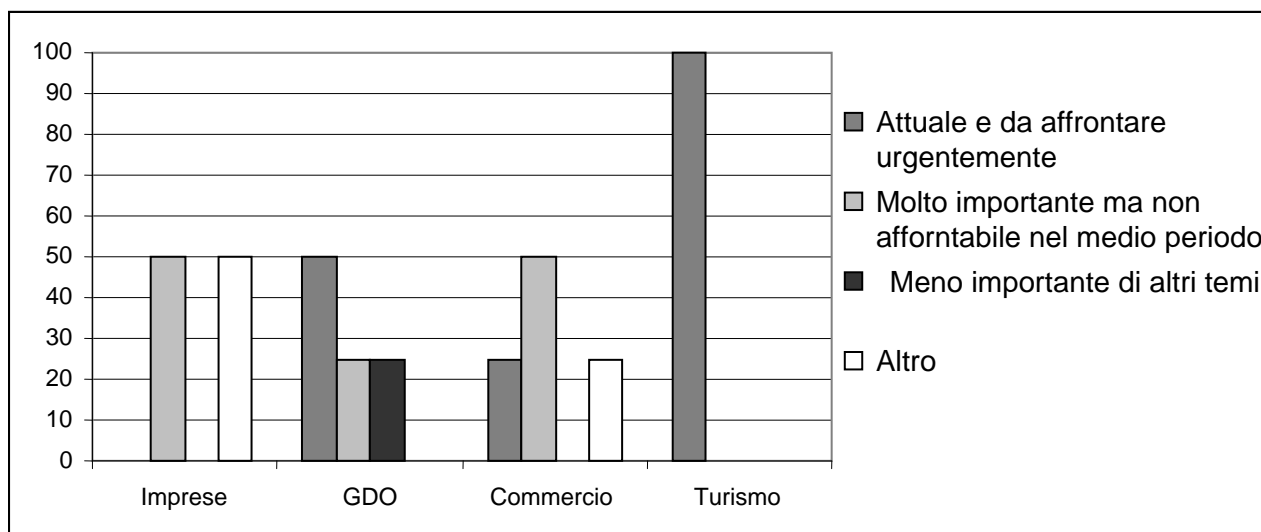
**GDO:** Riduzione rifiuti

Adozione di situazioni logistiche ecocompatibili  
Sponsor/partner nel lancio di prodotti ecosostenibili  
Campagna di comunicazione sulla città

**Commercio:** Partecipazione a favore dell'ambiente  
Campagna informativa agli associati  
Sensibilizzazione dei fornitori all'emergenza ambientale

## 3 Si ritiene che il tema della riduzione e della prevenzione dei rifiuti sia percepito dai propri utenti o associati come un problema?

**Grafico 2.** Percentuali registrate per ciascuna risposta suddivise nelle quattro categorie



**Tab.2** Percentuali registrate per ogni risposta

	<b>Imprese</b>	<b>GDO</b>	<b>Commercio</b>	<b>Turismo</b>
Attuale e da affrontare urgentemente	/	50	25	100
Molto importante ma non affrontabile nel medio periodo	50	25	50	/
Meno importante di altri temi	/	25		/
Altro	50	/	25	/

\*Altro : **Imprese** (*Attuale e da affrontare compatibilmente con i relativi costi e con la necessità di mantenersi competitivi sul mercato globale*)

**Commercio** (*parlare del problema con i collaboratori*)

**4 Disponibilità a partecipare ad azioni di prevenzione dei rifiuti promosse a livello istituzionale.**

Di seguito sono riportate le risposte che sono state scelte dalle diverse categorie.

**Imprese:** Sì purché condivise dalle singole aziende che saranno coinvolte ed a condizione che siano tecnicamente ed economicamente percorribili  
Sì incondizionato

**GDO** :Sì, purché venga dato risalto all'impresa  
:Sì incondizionato  
:No perché non si dispone delle risorse  
:Sì purché l'iniziativa possa mettere in risalto le peculiarità dell'impresa coinvolta e possa distinguerla dalle altre similari

**Commercio:** Sì, purché venga dato risalto all'impresa

**Turismo:**Sì, purché venga dato risalto all'impresa

**Tab. 3.** Percentuali registrate per ciascuna delle risposte.

	Imprese	GDO	Commercio	Turismo
SI incondizionato considerata l'importanza del tema in questione	50%	25%	/	/
SI purché l'iniziativa possa mettere in risalto le peculiarità dell'impresa coinvolta e possa distinguerla dalle altre similari	/	25%	/	/
SI purché venga dato risalto allo sforzo compiuto dall'impresa/associazione	/	25%	75%	100%
NO perché non si dispone di risorse per seguire queste iniziative	/	25%	25%	/
NO perché non si ritiene prioritaria tale azione nell'ambito delle attuali strategie dell'impresa/associazione	/	/	/	/
Altro (specificare)	50%	25%	/	/

## 5 Eventuali suggerimenti per lo sviluppo delle iniziative

La domanda era a risposta libera.

**Imprese:** *incentivare la distribuzione di shoppers ecologici per sostituire quelli in plastica estremamente inquinanti.*

**Commercio :** *promuovere iniziative che coinvolgano le aziende operanti su area pubblica e i loro clienti legandole ad una proposta di calo dei costi per le aziende coinvolte.*

*: fondamentale il continuo confronto con la categoria per sviluppare sinergie che attualmente non ci sono o ci sono in maniera parziale.*

Non sono pervenute risposte a questo punto da parte delle altre Associazioni di categoria.

## IL QUESTIONARIO: DISCUSSIONE

### Le imprese

Hanno rappresentato il mondo degli imprenditori Confesercenti e Confindustria.

Le imprese sono risultate attive nella promozione di campagne o azioni puntuali volte alla prevenzione e riduzione dei rifiuti in quanto hanno segnalato certificazioni ambientali come strumento di qualità consigliato ai propri associati e la promozione dell'iniziativa degli ecoshoppers nell'ambito della manifestazione ecoshopping, progetto della Confesercenti del Trentino per promuovere lo shopping ecologico.

Si evidenzia la disponibilità delle imprese a partecipare alle azioni proposte dando pieno appoggio alle iniziative con un *“sì incondizionato”*, rimane una forte volontà ad essere sempre competitivi sul mercato senza affrontare spese eccessive.

Quando la salvaguardia dell'ambiente è percepita come fattore *“molto importante ma non affrontabile nel medio periodo”* è presumibile che possa essere attribuito alla mancanza di accordi di programma con i soggetti economici interessati al fine di favorire la prevenzione, il riutilizzo, il riciclaggio ed il recupero dei rifiuti, con possibilità di stabilire agevolazioni in materia di adempimenti amministrativi, nel rispetto delle norme comunitarie, ed il ricorso a strumenti economici. Ovvero, per muoversi nell'ambito della sostenibilità dello sviluppo emerge che le normative oggi vigenti non permettono spesso margini di scelta che vadano nella direzione della prevenzione o minimizzazione dei rifiuti se non implicando tempi lunghi, molta burocrazia e costi elevati.

Si percepisce l'urgenza di attivare programmi capaci di impegnare (anche grazie ad iniziative delle imprese associate) un insieme di operatori locali, pubblici e privati, nelle definizioni di azioni che mirino alla prevenzione e alla minimizzazione dei rifiuti.

### La Grande Distribuzione Organizzata

La GDO è diventata un interlocutore strategico per la riduzione alla fonte della produzione dei rifiuti, in quanto gli stili di vita dei consumatori si sono sempre più spostati verso gli acquisti presso gli ipermercato abbandonando in parte gli acquisti presso i piccoli negozi.

Il tema della riduzione viene visto come *“attuale e da affrontare urgentemente”* in quei casi in cui sono state intraprese azioni di comunicazione per far comprendere ai consumatori l'assoluta necessità di utilizzare, recuperare e riutilizzare prodotti.

L'ostacolo da parte di chi non vede il progetto di riduzione affrontabile nel breve periodo è dovuto soprattutto alla mancanza di personale da dedicare ad un ulteriore servizio presso il negozio. Questa difficoltà potrebbe essere superata con la consapevolezza che ormai i consumatori sono molto più sensibili di una volta all'importanza del problema rifiuti e, se messi di fronte alla possibilità di una scelta nell'acquisto di prodotti eco-compatibili, sono ormai portatori di una domanda potenzialmente rilevante.

Quindi disincentivare l'uso dei prodotti *“usa e getta”* e incentivare la distribuzione di prodotti a basso utilizzo di imballaggi sono iniziative verso le quali la GDO si sta sempre più frequentemente orientando.

Esistono ormai in moltissimi ipermercati di altre regioni distributori di prodotti sfusi come detersivi, vino, acqua, ecc., che consentono di acquistare la sola merce desiderata, riducendo l'immissione in circolazione di contenitori ed imballaggi superflui.

La GDO ha un alto potere di persuasione sui propri utenti, potere che potrebbe essere usato per la crescita della consapevolezza ambientale del consumatore, anche con ritorno di immagine per l'impresa.

## **Il commercio**

Anche le associazioni di categoria che rappresentano il commercio restituiscono un'immagine del settore pronto ad impegnarsi in azioni di riduzione con una uguale suddivisione tra chi lo ritiene una tematica da affrontare urgentemente e chi non lo vede risolvibile se non in tempi lunghi.

Dare il giusto risalto ai commercianti che si impegnano in azioni volte alla minimizzazione dei rifiuti, promuovere iniziative che prevedano anche un calo dei costi per le aziende coinvolte, favorire il continuo confronto con la categoria per sviluppare sinergie sono gli obiettivi inscindibili emersi dalla rielaborazione dei dati. Da queste considerazioni emerge che anche nei piccoli negozi c'è chi vuole sviluppare la propria attività ed avere nuove e reali opportunità di vendita per rispondere alle esigenze del consumatore con serietà e preparazione.

Un ostacolo sono sicuramente i costi, per quanto riguarda le attività più piccole, ma è pur vero che spesso ambienti di vendita ridotti trasformano lo stoccaggio degli imballaggi in un grosso problema. Ecco quindi che azioni volte alla riduzione degli imballi favorirebbe le politiche ambientali ma anche quelle economiche del commerciante dando più spazio al negozio.

Sono state segnalate precedenti impegni per l'ambiente con la partecipazione a varie iniziative, la campagna informativa agli associati e la sensibilizzazione dei fornitori all'emergenza ambientale. Tutto questo dimostra che è già presente la consapevolezza che è necessario operare una campagna informativa a vari livelli che arrivi a coinvolgere cittadini, negozianti e imprese in un percorso sempre più ampio di riduzione dei rifiuti.

## **Il turismo**

La riscoperta del valore della tutela del territorio, dei paesaggi, della cultura, delle tradizioni fa sì che già da qualche tempo il settore si stia organizzando nell'ottica di un "turismo sostenibile", fattore che emerge anche da questionario dove la percezione della riduzione dei rifiuti viene segnalata come "attuale e da affrontare urgentemente".

Probabilmente la scarsa domanda di turismo sostenibile fa sì che il processo di riduzione di rifiuti sia più lento rispetto ad altri settori.

L'obiettivo è quello di estendere l'iniziativa, promossa da Legambiente, dove le strutture turistiche si impegnano a rispettare un decalogo per la difesa dell'ambiente, coinvolgendo i loro ospiti in comportamenti ecosostenibili, offrendo pasti biologici e menu tradizionali con prodotti tipici.

## CONCLUSIONI

Come si è già sottolineato le Associazioni coinvolte sono strategiche per attuazione di politiche di riduzione della produzione dei rifiuti e per la minimizzazione dell'impatto ambientale.

Molte hanno dato la disponibilità a partecipare ad azioni di riduzione e a intraprendere un cammino comune con le istituzioni, in modo che le esperienze sviluppate a Trento possano essere esportate anche alla provincia.

Si sono individuati alcuni progetti che coinvolgono i flussi di rifiuti a maggiore impatto ambientale: sistemi che prevedono l'utilizzo di dispenser per la distribuzione di detersivi alla spina ma anche di beni alimentari, così come l'utilizzo di borse ecologiche e di pannolini lavabili. La loro attivazione da parte degli operatori economici coinvolti permetterà la commercializzazione di beni tramite la sperimentazione di iniziative di riduzione della produzione dei rifiuti in un contesto particolarmente attivo come quello di Trento.

Sono infatti sempre più le aziende tradizionali che volendosi avvicinare ai nuovi trend di mercato inseriscono linee di prodotti utilizzando materiali che ne migliorano le qualità ecologiche ed è quindi più facile trovare prodotti di elevatissima qualità che abbiano anche parere favorevole da parte dei consumatori.