

Premio
“RIDURRE sí PUÒ nelle MARCHE”
 - Edizione 2015-



Barrare la sezione del Premio a cui si intende partecipare:

Sezione Generale

Sezione specifica: Riduzione dello Spreco Alimentare



SCHEDA Progetto/Attività NUM.

Cupra per l'Ambiente

Soggetto attuatore:	Nome/ Ragione sociale		ASSESSORATO ALL' AMBIENTE COMUNE DI CUPRA MARITTIMA
	Referente	Nome	Lorenzo
		Cognome	Picchiotti
	Recapiti	Via/Piazza	Piazza della libertà,
		N°	11
		c.a.p.	63064
		Città	Cupra Marittima
		Telefono	0735 776719
		E-mail	ambiente@comune.cupra-marittima.ap.it
		Sito web	

● **Descrizione generale dell'azione di prevenzione dei rifiuti**

(cause e fattori che hanno determinato la scelta dell'azione di prevenzione e la sua descrizione)

Quanto pesa sulla nostra spesa il packaging?

Gli imballaggi compongono il 30% dei nostri rifiuti, se non di più ed **incidono in maniera significativa sul costo di acquisto del prodotto**. I costi di produzione degli imballaggi e del successivo smaltimento incidono dal 20 al 70% sul prezzo di acquisto di un prodotto. Inoltre, un uso contenuto del packaging porterebbe, a lungo termine, ad un abbassamento dei costi comunali dello smaltimento dei rifiuti. Ridurre il packaging infatti dunque non è solo una scelta ecologica, ma anche economicamente vantaggiosa!

La finalità di questo progetto è dunque, quella di ridurre il quantitativo dei rifiuti all'origine e cioè proprio a livello dell'acquisto.

Per far questo c'è bisogno innanzitutto della collaborazione dei commercianti che devono iniziare a fare scelte diverse per i prodotti che decidono di avere nei loro negozi e della sensibilizzazione della clientela.

Il progetto è quello di stipulare un protocollo d'intesa con alcune attività commerciali che sottoscrivendo un disciplinare si impegnano a compiere particolari azioni ed ad avere come obiettivi delle altre. Tale disciplinare è infatti costituito da una prima parte obbligatoria per tutti e per alcuni tipi di negozi anche da una seconda parte di azioni facoltative che devono essere considerate come degli obiettivi.

Il progetto è nato per coinvolgere i supermercati, ma poi si è allargato verso anche altre attività come ad esempio ristoranti, bar, farmacie, tabaccherie e perfino negozi di ottica. Si è redatto un singolo disciplinare su misura per le varie attività con il medesimo intento: **"La riduzione dei rifiuti"**.

Il Comune da parte sua si impegna a fornire al negozio il simbolo "Cupra per l'Ambiente", del quale può fregiarsi, come riconoscimento delle azioni svolte a favore dell'Ambiente. Si impegna inoltre pubblicizzare il progetto ed i negozi aderenti, a mezzo stampa, e quant'altro.



Cupra per l'Ambiente

Il simbolo del progetto "Cupra per l'Ambiente" è caratterizzato da quello classico delle 3 frecce del riciclo con al centro però un cuore, simbolo di vita e dell'amore verso l'ambiente. Dietro s'intravede un altro cuore simbolo dei nostri figli, della continuità per ricordare che il mondo va preservato anche perchè è quello stesso che lasceremo ai nostri posteri!

Ogni negozio deve esporre il simbolo "Cupra per l'Ambiente" dell'anno corrente e copia del disciplinare interessato. Ogni attività deve esporre il simbolo "Cupra per

"l'Ambiente" dell'anno corrente e copia del disciplinare interessato.
L'ufficio ambiente vigila l'osservanza del disciplinare da parte dei negozi e si riserva il diritto di ritirare il simbolo all'esercizio che diventi inadempiente.
Il tavolo di lavoro con le attività commerciali mantiene la propria attività e si riunisce periodicamente per monitorare le azioni intraprese e individuarne di nuove.

Annualmente l'ufficio ambiente riesaminerà i singoli disciplinari che verranno eventualmente modificati entro **la data del 31 Maggio**, in base alle criticità emergenti.

Entro il 31 Gennaio di ogni anno quindi, il titolare dell'attività si recherà all'ufficio comunale con autocertificazione dell'adempimento al disciplinare aggiornato e quindi gli verrà conferito il logo dell'anno corrente.

● **Obiettivi dell'azione**

Il nostro obiettivo è dunque quello di ridurre la produzione dei rifiuti e, in particolare, di tutti quegli scarti (imballaggi, confezioni, contenitori) che, dal carrello della spesa, finiscono poi direttamente nella spazzatura, gravando quindi oltre che sull'ambiente, anche sulle tasche dei consumatori.

Altro obiettivo è quello di ridurre lo spreco alimentare dei prodotti in scadenza .

A chi si rivolge l' azione:

- famiglie
- alunni/studenti
- enti pubblici
- operatori economici
- imprese
- altro: **NEGOZI**

● **Risultati raggiunti/attesi**

Descrivere e se possibile *quantificare* i risultati sulla base del tipo di azione svolta

Il progetto è rivolto anzitutto ai cittadini/consumatori che vengono sensibilizzati sull'acquisto di prodotti e l'adozione di "buone pratiche" per la riduzione dei rifiuti. Beneficiari sono anche i supermercati stessi che hanno l'occasione di dimostrare ad una clientela sempre più attenta alle tematiche ambientali la propria sensibilità e disponibilità sull'argomento. 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.

Risultati Ambientali (ad es. riduzione del quantitativo di rifiuto, emissioni di CO₂ evitate etc...):

Principali attività: Campagna di comunicazione su riduzione rifiuti.

Riduzione imballaggi, vendita prodotti sfusi o alla spina, vendita prodotti ecologici (pannolini riutilizzabili, batterie ricaricabili, etc). Quantificare la effettiva riduzione di rifiuti conseguente al progetto è al momento impossibile. Si tratta di progetti i cui risultati potranno essere valutati nel lungo periodo e che implicano un nuovo approccio, anche culturale, alle tematiche ambientali.

Risultati Economici (ad es. costi evitati etc...):

I costi da sostenere sono riferibili alla realizzazione dei materiali relativi alla campagna di sensibilizzazione svolta all'interno dei punti vendita. I grandi benefici saranno la riduzione del costo della spesa per i clienti e la riduzione del costo per lo smaltimento dei rifiuti

Risultati sociali e culturali (ad es. cambiamento dei comportamenti/stili di vita indotto dall'azione, numero dei soggetti coinvolti etc..):

Coinvolgimento attivo delle attività economiche e dei cittadini; sensibilizzazione costante sui temi dei rifiuti e della raccolta differenziata; ricerca di ulteriori azioni ambientalmente sensibili; diffusione di un nuovo senso di responsabilità sia negli operatori commerciali che nei cittadini/consumatori.

● **Attività di comunicazione/ sensibilizzazione**

prevista e svolta

non prevista

Se prevista fornire una breve descrizione:

La riduzione dei rifiuti all'interno dei supermercati deve necessariamente passare attraverso il coinvolgimento attivo dei soggetti della Grande Distribuzione

Organizzata e le azioni vanno congiuntamente individuate e condivise. Questo è il presupposto affinché il progetto possa produrre i propri effetti nell'immediato e soprattutto nel lungo periodo. Il Comune di Cupra Marittima ha pertanto prioritariamente 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 saranno successivamente riassunte in un "Protocollo di intesa" che i soggetti in possesso dei requisiti individuati dal Tavolo di lavoro sottoscriveranno impegnandosi a metterli in pratica.

Nel progetto è prevista una campagna di sensibilizzazione e informazione rivolta ai cittadini, con realizzazione di materiali informativi e iniziative all'interno dei singoli punti vendita.

Durata dell' azione:	<input type="checkbox"/> Azione conclusa (data di inizio..... data di fine.....) <input checked="" type="checkbox"/> Azione in corso (data di inizio 01/2016 data di fine prevista.....)
Tipologia di rifiuto evitato:	<input checked="" type="checkbox"/> alimentare <input type="checkbox"/> sfalci e potature da giardini <input checked="" type="checkbox"/> carta e cartone <input checked="" type="checkbox"/> Imballaggi <input type="checkbox"/> Ingombranti (beni ri-utilizzabili) <input type="checkbox"/> Apparecchiature elettriche ed elettroniche <input checked="" type="checkbox"/> Pannolini per infanzia <input type="checkbox"/> Tessili ri-utilizzabili <input checked="" type="checkbox"/> altre tipologie (specificare): occhiali

● **Considerazioni (fattori di successo, criticità etc..)**

PUNTI DI FORZA

- azioni concrete di riduzione dei rifiuti
- coinvolgimento dei negozianti
- informazione e sensibilizzazione dei cittadini
- attenzione costante sul tema rifiuti e raccolta differenziata

PUNTI DI DEBOLEZZA

- difficoltà a quantificare effettiva riduzione dei rifiuti conseguita
- difficoltà a influire sugli imballaggi dei prodotti posti in vendita per presenza prevalente di grandi catene multinazionali

OPPORTUNITA'

- possibilità di influire nel lungo periodo sulla messa in vendita di prodotti con ridotto imballaggio
- possibilità di sviluppare nuova sensibilità ambientale anche nelle grandi multinazionali
- possibilità di sviluppare politiche condivise a livello nazionale nel campo della riduzione dei rifiuti
- possibilità di estendere la sensibilizzazione ambientale ai cittadini italiani ed europei

MINACCE

- adozione di azioni che in realtà sono in grado di influire solo marginalmente sulla

riduzione
dei rifiuti

- mancato recepimento delle pratiche proposte in normative di settore a livello europeo e nazionale
- pericolo di adottare campagne significative solo a livello di immagine ma poco concrete

File allegati - Indicare il numero e il nome dei file eventualmente allegati:

01_ disciplinare per alberghi
02_ disciplinare per concessionari di spiaggia
03_ disciplinare per farmacie, profumerie, negozi con esclusivamente prodotti igiene per l'infanzia
04_ disciplinare per negozi di ottica
05_ disciplinare per ristoranti, pizzerie e bar
06_ disciplinare per supermercati e negozi con articoli per igiene della casa
07_ disciplinare per tabaccherie