



Ambiente

Rifiuti abbandonati le strategie per venirne fuori

Si chiama littering: lasciare cartoni, cartacce, mozziconi, lattine dappertutto. Un problema che ha avuto un boom durante la pandemia. Per risolverlo ora le aziende più responsabili varano veri e propri programmi di intervento

di **Francesca Alliata Bronner**

Nella miriade di parole inglesi che talvolta inquinano la nostra lingua, "littering" è tra le più efficaci a rendere l'idea del significato che in italiano non trova una traduzione così diretta. Littering, ovvero quando cose di piccole dimensioni vengono abbandonate e diventano rifiuti in strade, parcheggi, parchi, spiagge o mezzi pubblici portando un degrado crescente e diffuso nell'ambiente. Questi rifiuti "invadono" perché ovviamente qualcuno ce li mette, gettandoli senza il minimo riguardo per le conseguenze. E da qui la vera natura, prettamente culturale, del problema. Cresciuto in modo esponenziale, nel mondo, durante e dopo la pandemia, che ha imposto ai cittadini l'utilizzo di dispositivi di protezione come guanti e mascherine e nuove modalità di consumo come il take away e il delivery, che richiedono un packaging importante non sempre correttamente smaltito.

A Madrid, per esempio, l'incremento di rifiuti ospedalieri lo scorso anno durante la pandemia, è stato del 300 per cento, a fronte di soli 11

inceneritori urbani. L'esempio più citato è quello di Wuhan, dove gli 11 milioni di abitanti della città hanno prodotto in un solo giorno, il 24 febbraio del 2020, duecento tonnellate di rifiuti sanitari, quattro volte il carico che poteva essere bruciato dal termovalorizzatore municipale. Il lockdown ha riportato in vita abitudini che si erano a fatica ridotte tra la gente, come il consumo di plastiche monouso e imballaggi usa e getta dovuto alla crescita degli acquisti online. E se in Italia, fino a qualche anno fa, il protagonista principale di questa incuria da parte dell'uomo risultava "il mozzicone" di sigaretta, oggi i rifiuti percepiti più fastidiosi sono: bottiglie di plastica (21 per cento), mascherine (20 per cento), imballaggi di cibo da asporto (15 per cento). Fonte: Save the Planet, 2020.

Colpisce un altro dato circa il consumo di cibo da asporto in casa: nel 2020 la quota di imballaggio presente nella raccolta differenziata domestica di carta e cartone è aumentata del 22 per cento (Fonte: Comieco). Diventano quindi essenziali la qualità e la sostenibilità degli imballaggi/rifiuti, per aiutare i consumatori a gestirli. McDonald's Italia, colosso della ristorazione informale, sta da tempo approfondendo il fenomeno

del littering nel Belpaese e ha lanciato *Le giornate insieme a te per l'ambiente* (vedi articolo accanto) con una serie di iniziative virtuose: dall'analisi svolta per suo conto dallo studio [Althesys](#), tra i numerosi dati, emerge che il packaging di cibo da asporto è una delle principali cause del littering, da qui la disponibilità del 54 per cento degli italiani, a pagare un costo maggiorato, in cambio di un utilizzo di materiali sostenibili: gettare a terra un rifiuto significa immettere nell'ambiente un oggetto che vi rimarrà dai tre mesi, se di carta, a un secolo se di plastica. Studi recenti rivelano che nei parchi italiani si trovano 4 rifiuti per metro quadro, mentre nelle spiagge si parla di 7,8. E sono proprio questi rifiuti derivati dall'attività terrestre la maggior causa dell'inquinamento anche di mari e fondali dove la rimozione è più difficile e i danni alla vita marina sono molto gravi. Senza capire che una spiaggia o una piazza sono un bene pubblico, anche nostro, quindi da rispettare. E più si sporca, più si inquina. E più si spende.

«È fondamentale promuovere campagne di educazione ambientale che siano in grado di stimolare l'attenzione del *litterer*, chi adotta questi incivili comportamenti. Ma



come si convince il litterer?», spiega Chicco Testa, presidente di Assoambiente, l'associazione che in Fise - Federazione italiana imprese di servizi rappresenta le aziende italiane che gestiscono i servizi ambientali. «Parlando di economia circolare, che significa anche parlare della gestione corretta e sostenibile dei rifiuti, l'unica in grado di permettere la trasformazione dei nostri scarti in risorsa per impianti tecnologicamente innovativi. Non abbandonare i rifiuti, ma conferirli correttamente permette di alimentare un iter virtuoso che ci torna indietro in termini di rispetto dell'ambiente, di nuove risorse, vitali in un Paese come il nostro, povero di materie prime, e di risparmio economico anche per i singoli cittadini. Nelle città in cui viene effettuata una corretta raccolta differenziata e ci sono i necessari impianti di gestione, anche i costi della Tari sono infatti notevolmente più bassi».

In primo piano, dunque, la responsabilità delle aziende chiamate a scegliere packaging in un'ottica di sostenibilità dei consumi a monte e di una corretta raccolta e gestione dei rifiuti a valle attivando una vera e propria "best practice" quotidiana contro un'abitudine che nasce per maleducazione ma cresce anche per poche risorse e poca manutenzione. E costa. «Non abbiamo stime precise dei costi del littering», racconta

Filippo Brandolini, vice presidente Utilitalia, la federazione che riunisce le imprese dei servizi pubblici di acqua, ambiente, energia elettrica e gas in Italia. «Un recente studio europeo li ha quantificati tra i 5 e i 21 euro per abitante l'anno e questo ampio intervallo dipende dalla grande variabilità legata al tipo di pulizia, alla grandezza delle aree, al trasporto e al trattamento, alle campagne informative e alle sanzioni. È importante una forte assunzione di responsabilità da parte dei produttori, come peraltro previsto dalle normative europee, per favorire il corretto conferimento di questi prodotti ai consumatori e il loro corretto trattamento una volta che diventano rifiuti».

Serve dunque collaborazione fra aziende, Stato e cittadini per realizzare le condizioni necessarie (mettere a disposizione cestini a sufficienza, posacenere, fare pulizia collettiva, creare responsabilità individuale fin da bambini) a fermare un atto (misfatto) che è anche un reato ambientale. Conforta, infine, un dato emerso ancora dallo studio Althesys: le nuove generazioni sono sempre più coscienti di come le loro scelte possano influenzare il mercato. Il 70 per cento dei giovani tra i 14 e i 19 anni sceglie aziende sostenibili e l'82 per cen-

to di loro è disposto a cambiare le proprie abitudini per ridurre l'impatto sul clima. L'era dell'anti-littering è cominciata.

La normativa La plastic tax dal 2022

Rinviata a gennaio 2022 la plastic tax, un'imposta di 45 centesimi di euro per ogni chilo di imballaggi di plastica, introdotta dalla Legge di bilancio del 2019, che sottolinea l'urgenza di eliminare o ridurre l'uso della plastica, soprattutto usa e getta. Prevista inizialmente dal decreto Sostegni bis, per il 1° gennaio 2021, poi prorogata al 1° luglio, per l'emergenza sanitaria e per non gravare su settori già in difficoltà slitta di altri cinque mesi. Tempo prezioso affinché sempre più aziende e strutture possano allinearsi con misure plastic free tra cui l'uso di packaging sostenibili.



“
Chicco Testa, Assoambiente:
“Nei centri in cui
la raccolta differenziata
funziona la Tari
è notevolmente più bassa”



“
Filippo Brandolini,
Utilitalia: “I costi degli
scarti lasciati ovunque
vanno dai 5 ai 21 euro
per abitante l'anno”