

INTERVENTO DEL PRESIDENTE AL CONVEGNO “COSTRUIRE IL PROGRAMMA NAZIONALE DI PREVENZIONE” Roma, 25/11/2009

Innanzitutto desidero ricordare che AMA, raccogliendo a Roma ogni anno circa 1.780.000 tonnellate di rifiuti, è particolarmente sensibile al tema della prevenzione dei rifiuti. Certamente, nell'ambito delle politiche di gestione dei rifiuti, tutte le attività che rientrano nell'opera di prevenzione rappresentano oggi la priorità da osservare, così come ci ha ricordato l'ultima direttiva quadro europea del novembre 2008, che ha istituito proprio il Programma nazionale di prevenzione di cui oggi siamo chiamati a discutere.

Dal punto di vista di chi presiede la più grande azienda di igiene urbana d'Italia, che ricordo opera su un territorio, come quello di Roma, caratterizzato da peculiari specificità, le azioni di prevenzione della formazione dei rifiuti non possono che essere considerate come il percorso prioritario da intraprendere per giungere ad una gestione sostenibile dei rifiuti stessi.

L'attività di prevenzione deve comprendere tutte quelle azioni progettuali, organizzative e tecnologiche volte ad allungare la durata di vita dei beni e di conseguenza a ridurre le quantità di rifiuto che da questi si determinano. Da un punto di vista macroeconomico, l'obiettivo che si deve perseguire consiste nel pervenire ad una dissociazione tra la crescita economica e l'aumento degli scarti derivanti dai processi di produzione e di consumo.

D'altra parte, è lo stesso buon senso a suggerirci che la produzione di rifiuti rappresenta in molte circostanze uno spreco; specificamente, ciò si verifica tutte le volte in cui beni che potrebbero essere ancora utili vengono invece dismessi, per essere rimpiazzati con altri, la cui realizzazione richiede naturalmente l'impiego di energia e di materie prime: risorse che sono preziose, in quanto non illimitate.

Con la produzione di rifiuti l'ambiente è sottoposto a una duplice pressione: quella derivante dal prelievo delle materie prime necessarie a realizzare i beni che servono a rimpiazzare quelli dismessi e la pressione derivante dall'inquinamento che scaturisce dalla gestione dei rifiuti stessi. Proprio la sempre più limitata capacità dell'ambiente di accogliere e di metabolizzare gli scarti del nostro processo di produzione e di consumo rappresenta, oltre alla scarsità delle risorse, il motivo più stringente che ci deve orientare verso efficaci politiche di prevenzione.

La prevenzione intende favorire un cambiamento socio-culturale, tale per cui una minore produzione di rifiuti non debba risultare l'effetto di una caduta del livello generale della produzione, ma rappresenti invece la conseguenza di modalità di produzione e di consumo più responsabili e socialmente sostenibili. Infatti, è noto come la gran parte dei rifiuti generati a livello domestico sia il risultato di scelte di acquisto individuali orientate verso determinati prodotti, meno utilizzabili in diversi cicli di consumo e quindi maggiormente propensi a trasformarsi in scarti.

Proprio per questo, nell'ambito degli strumenti la cui attivazione si ritiene necessaria per mettere in pratica le politiche di prevenzione, desidero sottolineare quelli di tipo informativo, nei quali si annoverano tutti quei programmi di educazione ambientale e di sensibilizzazione orientati a modificare determinati comportamenti di consumo: cercando di influire direttamente sugli stili di vita, indirizzandoli verso prassi molto più responsabili dal punto di vista sociale. Infatti, l'elevato ammontare di rifiuti prodotti si presenta talvolta come il frutto di modelli culturali nocivi, incentrati su una mentalità iperconsumistica, che slega completamente l'atto del consumo dai concetti di salvaguardia e di sostenibilità ambientale: in questo senso, una particolare attenzione va posta alle aree metropolitane, per la loro specificità e complessità.

Concretamente, ci sono alcune azioni che sembrano particolarmente efficaci per raggiungere gli obiettivi di prevenzione. Occorre operare per ridurre l'utilizzo e

quindi la produzione di imballaggi (che oggi rappresentano il 40% dei rifiuti urbani in peso e il 70% in volume) attraverso, ad esempio, le seguenti iniziative:

- riducendo il consumo dei prodotti “usa e getta” e incrementando invece il consumo dei prodotti da vendere sfusi, a partire per esempio da alcuni generi alimentari;
- favorendo la distribuzione e il consumo di prodotti agricoli a filiera corta, prodotti che possono venir offerti per la vendita senza essere accompagnati dalla voluminosa struttura degli imballaggi: che, in alcuni casi, arriva a pesare e a valere di più del prodotto che contiene.
- Occorre inoltre, attraverso azioni di sensibilizzazione e di comunicazione nei confronti degli utenti, promuovere le qualità dell’acqua del rubinetto e incentivarne il consumo, dato che, in molte realtà come per esempio quella di Roma, presenta un’alta qualità. Il consumo dell’acqua minerale in Italia ha assunto delle dimensioni così marcate che rappresenta un classico caso per cui al contributo che esso apporta alla crescita del Pil non corrisponde un contributo di pari valore allo sviluppo del Paese. Il prezzo da pagare in termini ambientali per questo livello di consumo appare sicuramente troppo elevato. Per altro, i parametri sulla potabilità dell’acqua del rubinetto sono molto più restrittivi e sicuri di quelli utilizzati per l’acqua minerale, così come i controlli sul primo tipo di acqua sono assai più frequenti di quelli che si praticano sulle acque minerali.

Sempre nell’ottica della prevenzione, occorre favorire l’adozione di prodotti tecnologici modulari, tali cioè da poter essere adeguati al progresso della tecnologia non cambiando tutta la struttura, ma soltanto quei componenti che col tempo diventino logori e obsoleti. Inoltre, per molti beni di consumo durevole, sarebbe

opportuno regolare in modo moderno e incentivare il mercato dell'usato, per non mandare in fumo o in discarica ciò che tantissime persone sarebbero ancora disposte ad utilizzare. Ciò può avvenire anche attraverso l'attivazione di reti di scambio informali e/o attraverso l'attivazione di reti sociali di solidarietà.

Bisogna inoltre operare per favorire, da parte degli editori della stampa quotidiana e settimanale, efficaci campagne di sensibilizzazione volte alla riduzione del consumo di carta. Ciò potrà avvenire, per esempio, incentivando gli abbonamenti alle versioni digitali dei quotidiani, in linea con un processo di sempre più crescente smaterializzazione dell'economia: nonché mediante una razionalizzazione della distribuzione di inserti e di supplementi gratuiti che, al pari dei free press, risultano assai impattanti per l'ambiente. Si aggiunga a questo che occorre limitare sensibilmente il fenomeno del volantaggio commerciale, che si presenta come una fonte di grandi problemi per il decoro urbano.

Infine, occorre stimolare il consumo di prodotti e servizi "verdi": vale a dire quei prodotti che sono biologici, basati su principi di eco design, ad alto contenuto sociale, realizzati con materiali riciclati, che determinano un notevole risparmio energetico. In particolare, lo sviluppo di una domanda "verde" da parte della pubblica amministrazione, stimolata anche da riferimenti normativi, potrà avere un impatto significativo sull'offerta, inducendo sia i produttori, sia i fornitori, ad una maggiore attenzione verso i temi dell'ambiente.

Come è evidente, l'attività di prevenzione della formazione dei rifiuti richiede l'attivazione di strategie che investono più attori, operanti in differenti ambiti: si pensi al contributo che si richiede alla Grande Distribuzione Organizzata per favorire l'offerta di prodotti meno impattanti sull'ambiente; ma anche al Conai, per cercare di ridurre il quantitativo e il volume degli imballaggi; così come rilevante dovrà essere l'apporto delle istituzioni locali nelle azioni di sensibilizzazione dei cittadini - utenti.

In questa sede, comunque, mi fa piacere sottolineare che l'impegno di AMA sul fronte della prevenzione non potrà che essere determinato e convinto.