

Greenpeace Plastica, tutte le colpe dei supermercati

FELICE MORAMARCO PAGINA 7

Greenpeace Troppa plastica, tutte le colpe dei supermercati

FELICE MORAMARCO

I supermercati italiani non hanno un piano concreto per fare a meno della plastica monouso, aumentare la vendita di prodotti con sistemi di riutilizzo e ricarica e allontanarsi da un modello di business inquinante, basato sul massiccio impiego di imballaggi e contenitori progettati per diventare rifiuti. Lo rivela la classifica *Carrelli di Plastica* redatta da Greenpeace e *ilfattoquotidiano.it* nell'ambito dell'omonima iniziativa editoriale. Nei mesi scorsi Greenpeace ha inviato un questionario alle principali insegne della Grande Distribuzione Organizzata (Conad, Selex, Coop, Esselunga, Gruppo Végé, Eurospin, Lidl e Sogegross), rappresentative di oltre il 70% del mercato. L'obiettivo era quello di verificare come queste catene stanno affrontando il problema dell'abuso di imballaggi in plastica monouso che alimenta una delle crisi ambientali più gravi dei nostri tempi. Le aziende sono state valutate sulla base di tre criteri: 1) trasparenza, ovvero la disponibilità a rendere note le quantità di plastica usata; 2) impegni volontari sulla riduzione di plastica, come l'incremento di prodotti venduti in modalità sfusa; 3) il supporto a iniziative politiche, come l'introduzione del sistema di deposito su cauzione per i contenitori di bevande. Di tutte le aziende valutate soltanto Selex ottiene un risultato intermedio, grazie agli impegni per ridurre la quantità di plastica utilizzata (del 30% entro il 2025) e la volontà di incrementare la vendita di prodotti sfusi o con siste-

ma di ricarica entro il 2025. Viceversa, le altre insegne di supermercati, pur avendo già avviato iniziative per diminuire l'impiego di plastica per alcuni imballaggi e incrementare l'uso di materiale riciclato, mancano di una strategia basata su obiettivi ambiziosi e a lungo termine, soprattutto sul riutilizzo. I punteggi più bassi sono stati fatti registrare dal Gruppo Végé (Bennet, Multicedi, Moderna, GDA, ISA, etc) e Sogegross (Basko, Ekom, Doro, etc) che, oltre a non aver risposto al questionario, mettono a disposizione scarse informazioni sui propri siti web. Conad, il più grande gruppo operante in Italia, non solo non ha risposto al questionario ma si è classificata agli ultimi posti, racimolando un misero punteggio di 10,33 punti sui 100. I supermercati italiani, con la loro dipendenza dal monouso in plastica, non solo contribuiscono all'inquinamento dei mari e del pianeta, ma alimentano la domanda di idrocarburi come gas e petrolio.

Riguardo i singoli criteri di valutazione, Esselunga è risultata la migliore sulla trasparenza. Mentre Selex, Coop e Lidl fanno registrare i risultati migliori nella categoria impegni volontari. Esselunga e Lidl sono inoltre le uniche a dirsi favorevoli all'introduzione del deposito su cauzione. Come dimostrano numerose esperienze in altri tati europei, il DRS consente di massimizzare la raccolta e facilitare il riciclo: un sistema altamente performante che in Italia, a causa dell'assenza da oltre un anno del decreto attuativo, non è mai entrato in vigore.

