

LA POLITICA AMBIENTALE DI PUBLIAMBIENTE

intervista a
PAOLO REGINI

CON IL PROGETTO “PORTA A PORTA” È LEADER NELLE RACCOLTE DIFFERENZIATE. UNA MISSIONE CHE VEDE UNITI AZIENDA E CITTADINI

QUAL È IL RUOLO DI PUBLIAMBIENTE NEL QUADRO DELLE POLITICHE AMBIENTALI DEL TERRITORIO TOSCANO?

La nostra azienda è fortemente impegnata sul fronte dell'incremento della raccolta differenziata e del recupero dei materiali. Assieme alle Amministrazioni Comunali, negli ultimi anni, abbiamo compiuto una scelta precisa in tema di gestione dei rifiuti: spingere al massimo la raccolta differenziata attraverso il sistema porta a porta con tariffazione puntuale, in base alla quale il pagamento avviene in relazione a quello che si conferisce e non in maniera forfettaria. I risultati fin qui ottenuti sono incoraggianti. Il servizio copre ormai un bacino di quasi 200 mila abitanti e tutti i comuni raggiungono percentuali di raccolta differenziata vicine al 90%. Questo conferma la bontà del nostro approccio. Siamo

convinti che puntando sulla raccolta differenziata e sul successivo riciclo dei materiali, si possa limitare il numero degli impianti e, dunque, tutelare l'ambiente. Non solo, il recupero ed il riuso generano nuove opportunità industriali.

QUINDI IL RIFIUTO DIVENTA RISORSA?

Credo fermamente nella necessità dello sviluppo di un sistema produttivo di qualità legato al recupero. Investiamo molto nella raccolta differenziata perché rappresenta il mezzo per la costruzione di una filiera industriale che faccia del recupero il suo scopo di vita. Da sola, però, la raccolta differenziata non basta. È necessario che il cerchio si chiuda. Tutto quello che viene raccolto separatamente deve trovare un reimpiego e tornare sul mercato. Attraverso Revet, di cui Publiambiente è socia insieme ad altre aziende toscane, abbiamo avviato una collaborazione con Piaggio che utilizza



Le immagini a corredo di questa intervista fanno parte di una selezione tra le oltre 150 pubblicate nel volume "Oltre lo sguardo", una monografia di Publiambiente. Roberto Deri ha realizzato la campagna fotografica originale sotto la direzione artistica di Annarita Bonanata e in collaborazione con l'ufficio comunicazione di Publiambiente e Pacini Editore. Le tematiche ambientali e la fotografia industriale sono gli ambiti in cui il lavoro di Deri si focalizza. Publiambiente rappresenta in questo senso un connubio perfetto per cui è stato possibile portare avanti un lavoro che venisse incontro non solo alle esigenze di comunicazione dell'azienda ma anche alla sua sensibilità di fotografo. Tutte le altre immagini sono disponibili sul sito www.robertoderi.net

plastiche riciclate, nella percentuale del 30-40 per cento, per realizzare scocche, bauletti, pedane e componenti varie dei ciclomotori. È stata avviata anche una linea di oggetti di uso domestico, quali scope e secchielli, già commercializzati presso i supermercati Unicoop Tirreno e, prossimamente, anche in quelli di Unicoop Firenze. Non solo, ci stiamo occupando della questione, assai delicata, degli oli esausti alimentari che spesso finiscono nei fiumi o vengono gettati in fognatura. Gli oli possono essere portati al centro di raccolta e nel Mugello, la raccolta è attiva presso alcuni supermercati. Stiamo studiando anche il modo di creare un servizio porta a porta che possa favorire la nascita di una filiera dedicata alla produzione di energia elettrica per motori diesel. C'è poi il lavoro di recupero del vetro e, infine, dell'organico. Nel nostro impianto di Montespertoli, raccogliamo circa 70 mila tonnellate all'anno di materiale proveniente dalle raccolte

differenziate e 10-15 mila tonnellate di sfalci e potature che vengono trasformate in compost e, con Quadrifoglio, condividiamo l'esperienza in Valcofert. Ciò che resta della lavorazione dell'organico viene venduto sul mercato come fertilizzanti e altri prodotti per l'agricoltura.

ALLA FINE, DELLA NOSTRA SPAZZATURA NON RIMANE NULLA?

No, si deve sfatare l'idea dell'obiettivo "rifiuti zero". I rifiuti non possono essere recuperati integralmente, si pensi ad alcuni polimeri della plastica e ad alcune tipologie di imballaggio poliaccoppiato che sono inevitabilmente destinate allo smaltimento o alla termovalorizzazione. Anche il processo di trasformazione della materia organica in compost, comporta la produzione di scarti non recuperabili, destinati alla discarica. Quindi, sommando il 10% dei rifiuti che non



viene coperto dalla raccolta differenziata, almeno un 5% di plastiche non recuperabili dai processi di riciclaggio, gli scarti prodotti dal compostaggio, la percentuale di graniglia di vetro non recuperabile, arriviamo ad un 35% circa di rifiuti, che necessita di essere smaltito. Anche se tra i nostri Comuni ce ne sono molti che sono tra primi in Toscana per raccolta differenziata, senza negare la mia convinzione sulla necessità di fare sempre meglio, non ho difficoltà ad ammettere che non si può fare a meno degli impianti di smaltimento, che devono essere sul territorio, perché non avrebbe senso portare i nostri rifiuti in altre regioni o all'estero. Quella che serve, insomma, è una gestione accorta e realistica dei diversi aspetti che compongono il mosaico della

gestione e del trattamento dei rifiuti. Noi continueremo a fare la nostra parte, investendo nella raccolta differenziata e nel recupero, anche in momenti difficili come questo, in cui la crisi economica si fa sentire nel ricollocamento dei prodotti del riciclo sul mercato.

**QUALI SONO GLI OBIETTIVI CHE PUBLIAMBIENTE
RITIENE PIÙ IMPORTANTI PER IL PROPRIO FUTURO?**

Senz'altro l'investimento nella cultura della raccolta differenziata e la costruzione di una filiera produttiva in grado di sviluppare il mercato delle "materie prime-seconde". A questo proposito, mi piace ricordare che attraverso Revet, abbiamo istituito il marchio "Ri-prodotti in Toscana", associato



ai prodotti realizzati con le plastiche provenienti dalle raccolte differenziate. È il caso delle persiane per prefabbricati oltreché degli articoli per la casa e delle componenti per scooter, già ricordate. Ecco, la stessa collaborazione con Piaggio potrebbe essere riproposta all'industria automobilistica. Ovviamente questa ipotesi potrà essere percorribile solo quando ci saranno i numeri giusti per rispondere alle esigenze della produzione. Infine, un ultimo obiettivo, più politico, è quello di costruire un'unica grande azienda toscana. L'attuale frammentazione produce infatti costi e perdita di strategia.

**A PARTIRE DALL'ESPERIENZA DI PUBLIAMBIENTE,
QUALE CONSIGLIO O INDICAZIONE SI SENTE DI DARE**

PER LE POLITICHE AMBIENTALI A LIVELLO NAZIONALE?

L'elemento di cui c'è maggiormente bisogno in questo momento è la chiarezza. Sui temi ambientali c'è stata una legiferazione eccessiva che ha generato molte contraddizioni normative e prodotto incertezza, confusione ed incapacità a gestire correttamente il settore. Credo che siano necessarie leggi semplici che puntino alla valorizzazione della filiera del riciclo e del recupero, in cui è necessario investire il più possibile. Dalla direttiva europea, per adesso, abbiamo recepito solo la raccolta differenziata. C'è invece ancora molto da fare sulle politiche di sostegno al riciclo. Le attuali disposizioni normative, obbligano ad esempio i Comuni ad acquistare il 30% di materiale riciclato, non c'è



però nessuna sanzione o controllo in merito. Dovremmo adottare il sistema dei Paesi Scandinavi. Lì fare la raccolta differenziata è conveniente, grazie alla presenza di una filiera industriale che rende contenente il prodotto. Riguardo invece alla liberalizzazione del nostro settore, rischio forse di essere in controtendenza, ma penso che non rappresenti una scelta appropriata. Quello della gestione dei rifiuti è un ambito dove potrebbe essere facile il rischio di riciclaggio di denaro da parte della malavita organizzata che nel nostro paese ha, purtroppo, grande potenza e grande disponibilità finanziaria.

DAL CASSONETTO ALLA CENTRALE DI SMALTIMENTO, QUAL È IL VALORE CHE VIENE DATO AL DESIGN NELLE ATTIVITÀ DI PUBLIAMBIENTE?

L'attenzione al design nel nostro settore non può prescindere da altri fattori come la funzionalità e la sicurezza. Qualche tempo fa, ci siamo concentrati sulle campagne per la raccolta del vetro, alcune non ci sembravano adeguate sotto il profilo estetico altre, risultavano poco pratiche al momento dello svuotamento. Per quanto riguarda i contenitori del porta a porta, abbiamo scelto elementi funzionali e il più possibile gradevoli. Questi piccoli contenitori finiscono quasi per diventare parte dell'arredo urbano; ogni mattina vengono esposti fuori dalle abitazioni, nelle strade. Infine, le ceste per la raccolta degli imballaggi e della carta, realizzate prevalentemente con plastica riciclata grazie all'idea di un'impresa locale che, insieme all'Università di Pisa, ha individuato le soluzioni tecniche ottimali per la loro realizzazione. Sono già 30.000 i pezzi prodotti. Particolare cura e attenzione è stata dedicata anche ai centri di raccolta, di recente apertura.

QUELLA SUI RIFIUTI È, FORSE PRIMA DI TUTTO, UNA QUESTIONE DI EDUCAZIONE. CI RACCONTA COSA FA L'AZIENDA?

L'educazione alla raccolta differenziata poggia su tanti anni di incontri, assemblee, eventi informativi per i cittadini. Un lavoro, questo, che ha dato ottimi risultati favorendo una coscienza comune ed una consapevolezza etica nei confronti dei rifiuti. Dalle nostre indagini risulta che la percentuale di cittadini soddisfatti del nostro servizio, si aggira intorno al 70 per cento. Penso che questa soddisfazione sia in parte dovuta all'esperienza "civica" che genera il porta a porta, alla partecipazione alle assemblee ed all'attività di informazione, su cui lavoriamo costantemente.

Faccio un esempio: i bidoncini della raccolta a domicilio sono associati ad ogni singolo cittadino. Questo aspetto, unito al contatto diretto con gli operatori addetti allo svuotamento, aumenta il senso di responsabilità nell'azione di ognuno. Il porta a porta, che richiede una collaborazione ed un impegno a tutti i livelli, ha generato una forte coscienza comunitaria, al punto che si assiste a delle dinamiche virtuose spontanee come il vicino che ti consiglia se hai un dubbio su come separare correttamente un rifiuto. Certo, talvolta, soprattutto all'inizio, non sono mancati i problemi; le istruzioni che i cittadini devono seguire sono infatti precise ed inderogabili ma sono necessarie per ottenere certi risultati. Il lavoro di informazione fatto a monte è davvero notevole. Parliamo di 20, 30 anche 50 assemblee pubbliche per ogni comune. L'esperienza accumulata ci dice infatti che se si riesce a far passare e condividere con la cittadinanza gli obiettivi e le ragioni del nuovo sistema, si può poi contare su una piena collaborazione. Infine mi piace ricordare il nostro impegno nelle scuole, con iniziative di educazione ambientale e la pubblicazione di materiali informativi diretti ai più piccoli in modo da creare in futuro cittadini responsabili e già preparati anche al porta a porta!



THE ENVIRONMENTAL STRATEGY BY PUBLIAMBIENTE

What is the role of Publiambiente in the picture of environmental policies on the tuscan territory?

Our company is strongly committed to the expansion of waste sorting and reuse of materials. The service covers by now an area of almost 200.000 residents and all the municipalities reach a percentage of waste sorting close to the 90%.

So the waste is becoming a resource?

I strongly believe in the necessity of the development of a quality productive system, linked to the reuse. Everything is sorted has to find a re-employment and come back on the mar-

ket. Through Revet, of which Publiambiente is a member together with other tuscan companies, we started a collaboration with Piaggio, that uses recycled plastic. A line of household use has been activated, such as brooms and buckets, already commercialised by the Unicoop Tirreno Supermarkets. We are now dealing with the question of used cooking oils, studying a way to create a door-to-door service, favouring the birth of a chain dedicated to the production of electric energy for diesel engines. In our plant in Montespertoli, we collect about 70.000 tons of materials from the waste sortings per year and 10-15.000 tons from mowings and prunings, that are transformed in compost and, with Quadrifoglio, we share the experience at Valcofert.

In the end, do we end up with no waste?

No, we have to debunk the idea of the "zero

waste". Waste cannot be recovered completely, if you think of some plastic polymers and of some kinds of polycoupled packaging that are inevitably destined to disposal or incinerators. I have no difficulties in admitting that you cannot do without disposal plants, that have to be on the territory, because it would not make sense to bring our waste in other regions or abroad.

What are the aims that Publiambiente rates as the most important for its future?

No doubt the investment on the culture of waste sorting and the construction of a productive chain able to develop the market of secondary raw materials.

From the experience of Publiambiente, what advice or tip would you give for environmental policies at national level?

The most needed element now is the clarity. I think that simple laws are necessary, pointing at the improvement of the recycle and reuse chain, where it is essential to invest as much as one can. The current regulative arrangements compel the municipalities to buy the 30% of the recycled materials, but there isn't any sanction or control about it. Regarding on the other hand the liberalisation of our sector, I may not dare to be offbeat, but I think that it does not represent the appropriate choice. The one of waste management is a field where the money-laundering risk is quite high by the underworld that, in our country, has unfortunately an enormous power and financial availability. From the garbage bin to the disposal plant, what is the value of design in the activities of Publiambiente?

The attention to design in our sector cannot prescind from other factors such as functionality and safety. As for the door-to-door container, we chose functional elements of the greatest agreeableness, while the baskets for the sorting of packaging and paper were realized mostly in recycled plastic, thanks to an idea of a local company that, together with the University of Pisa, tracked down the ideal technical solutions for their realization. Particular care and attention was paid to the collecting centres, recently opened.

The thing about waste is probably a question of education. What does your company do about this?

The education to waste sorting rests on the many years of meetings, forums, informative events for the citizens. A work that gave exceptional results favouring a common conscience and an ethical awareness about waste. The door-to-door collection, requiring the collaboration and commitment at all levels, generated a strong public ethics. The informational work at the root was really remarkable. We talk about 20, 30 and even of 50 public meetings in every municipality. Lastly, I would like to remember our commitment in schools, with environmental approaches and with the publication of instructional material for the youngest. The pictures supplied with this interview are part of a selection of the 150 images published in the book "Oltre lo sguardo", a Publiambiente monography. Roberto Deri realized the original photographic campaign, under the art direction of Annarita Bonanata and in collaboration with the communication office of Publiambiente and with Pacini Editore. All other pictures are available on www.robertoderi.net